



2021年6月30日

各位

上場会社名 スーパーバッグ株式会社
代表者 代表取締役社長 樋口 肇
(コード番号 3945 東証第二部)
問合せ先 取締役常務執行役員管理本部長
兼平 修一
(TEL 04-2938-1222)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2021年度を初年度とする3ヵ年中期経営計画『次世代パッケージ企業への転換』を策定いたしましたので、その概要を下記のとおりお知らせいたします。

なお、本計画の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

記

1. 中期経営計画策定の背景

新型コロナウイルス感染症拡大やレジ袋有料化に加え環境問題への意識の高まりなど、当社のビジネス領域全般に大きな影響を及ぼす環境の変化が起こりつつあります。その状況においても当社が持続的な成長を可能としていくための指針として、3ヵ年中期経営計画を策定いたしました。

2. 中期経営計画の概要

徹底的な事業構造改革を進め、安定性及び収益性の高い体質に転換を図るとともに、環境に配慮した新たな事業や製品の強化を進め、成長性のある会社を目指します。

(1) 2030年にあるべき姿

- ・お客さまと共に地球を大切にする、環境パッケージのフロントランナー
- ・あなたと家族を守る、社会・暮らしのパートナー

(2) 3ヵ年基本方針 (2022年3月期～2024年3月期)

環境対応と成長基盤確立のための3ヵ年 ～本気の変革～

- ・抜本的な事業構造改革により、成長性のある会社へ
- ・当社で働く、当社と取引をすることが幸せに繋がる会社へ

(3) 業績目標 (単体)

	2020年度 (第84期)	2023年度 (第87期)
売上高 (百万円)	24,681	26,000
営業利益 (百万円)	△126	400
営業利益率	△0.5%	1.5%

以上

3カ年 中期経営計画

～ 次世代パッケージ企業への転換 ～

2021年 6月
スーパーバッグ株式会社

- 紙袋・ポリ袋を主力商品として事業展開
- 一方、顧客ニーズに限なく応え、幅広いサービスを提供
⇒ 結果として、大きな環境変化が起こる中、高コスト体質が恒常化し、収益性は著しく悪化

2020年度(84期)実績

売上高 24,681百万円
営業利益 ▲126百万円

...

2015年度(79期)比較

売上高 ▲7,868百万円
営業利益 ▲368百万円



外部要因

- 一般包装袋の市場規模縮小
- 顧客ニーズの変化
- 競争激化
- 環境に対する社会的重要度増大
- 新型コロナウイルス

その他要因

- 新しい主力商品を見出せず
- 固定費削減遅延による高コスト体質化
- 戦略的な新規投資の欠如
- リスクを過度に回避する体質

パッケージ市場

従来のパッケージの市場規模は縮小
環境配慮型包装やEC包装には伸長余地

包装の役割の再定義
新事業(製品)の開拓

環境問題

「環境」の重要性は飛躍的に拡大
環境問題への前向きな取り組みは、ビジネス展開上必須

環境関連商品の強化
自社の環境対策

新型コロナウイルス

回復感なき低成長は継続
対面でのサービス提供の回避など、行動様式の変化は継続

既存事業の見直し

新たな生活様式

リモートワークなど「家」が中心の生活へ
ECやテイクアウト市場の拡大は継続

働き方改革
新しい発想の取り込み

デジタル化

社会全体のデジタル化
AIを活用した新たなビジネスの誕生

DX化・社内システム見直し
チャレンジするカルチャーの醸成

企業理念

パッケージに関連する事業を通しお客さまのニーズに挑戦し、社会の発展と繁栄に貢献します。

経営理念

- ・パッケージ関連事業を軸に、お客さまのニーズと変化に積極果敢に挑戦します。
- ・ステークホルダーへの責任を果たし、存在感のある強い会社を目指します。
- ・明るく活発で希望の有る社風をつくり、社員とその家族の幸せを追求します。

将来のあるべき姿

- ・お客さまと共に地球を大切にする、環境パッケージのフロントランナー
- ・あなたと家族を守る、社会・暮らしのパートナー

2030年にあるべき姿

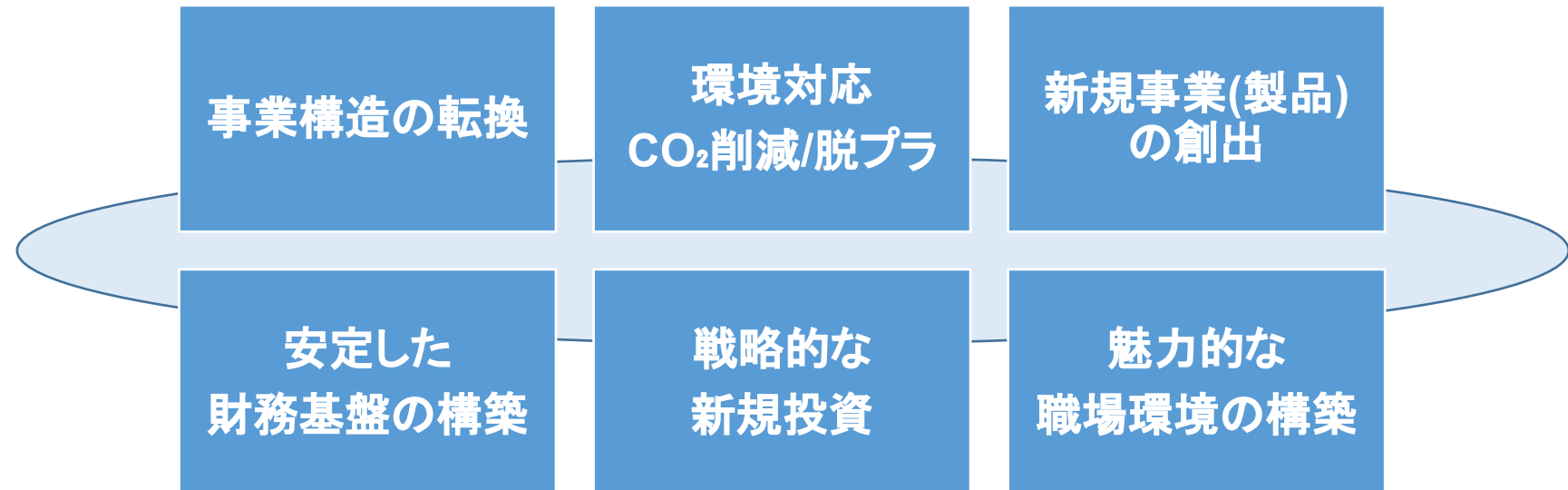
- ・お客さまと共に地球を大切にする、環境パッケージのフロントランナー
- ・あなたと家族を守る、社会・暮らしのパートナー

3カ年基本方針

環境対応と成長基盤確立のための3カ年 ～本気の変革～

- ・抜本的な事業構造改革により、成長性のある会社へ
- ・当社で働く、当社と取り引きすることが幸せに繋がる会社へ

基本戦略



事業構造の転換

- 事業の見極めと抜本的な見直しを行い、環境変化に即した新たなビジネスモデルの構築
- ビジネス環境の変化に応じた組織・人員の最適化を追求し、柔軟な成長基盤を確立
- 自社の強みを生かしつつ、外注の積極的活用など効率的な生産/販売体制の構築

環境対応 CO₂削減/脱プラ

- 環境に配慮した製品の開発と販促（紙器や新素材、リサイクルなど）
- 環境に対応した運営の徹底で企業価値の向上：「スーパーバッグ環境宣言」の制定

新規事業(製品)の創出

- 専門部署を立ち上げ、徹底したマーケティングから将来の柱となる事業(製品)を創出
- 紙器事業の強化、フレキソ印刷の事業化
- 他社との連携や海外戦略も視野に入れた新たな事業戦略の構築

安定した財務基盤の構築

- コスト構造の抜本的な見直し
- 資金調達が多様化
- IR態勢の強化による企業価値向上への取り組み

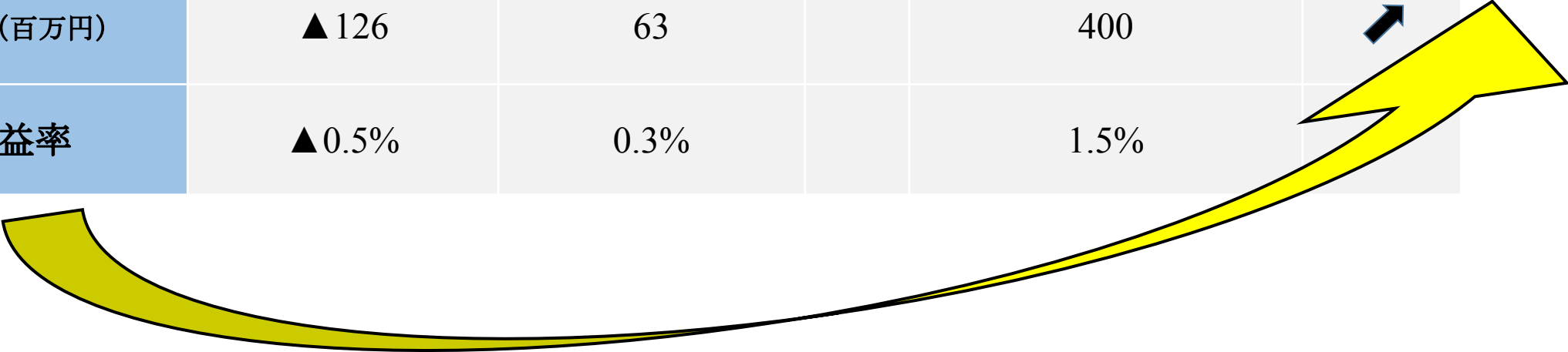
戦略的な新規投資

- 注力分野への大胆な新規投資戦略
- 社内システムの見直しと効率的な運営を可能にするIT投資の促進

魅力的な職場環境の構築

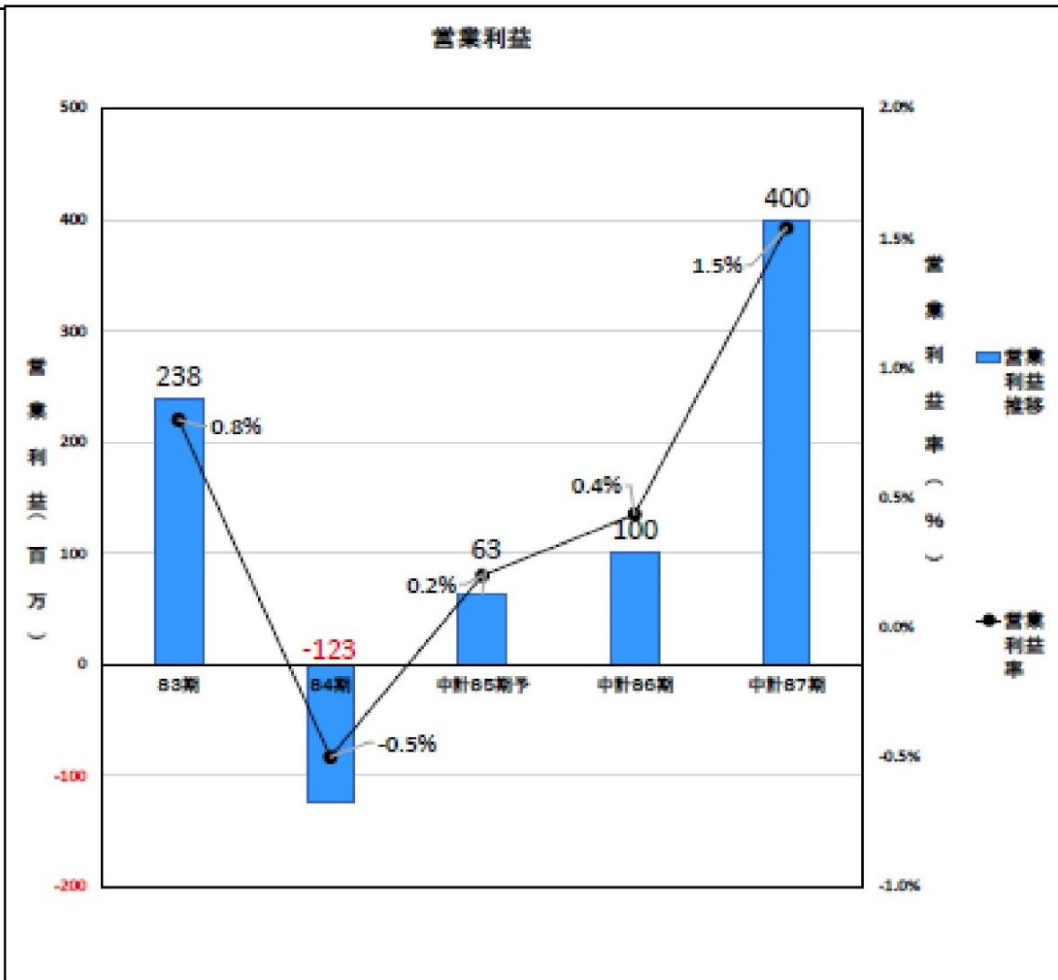
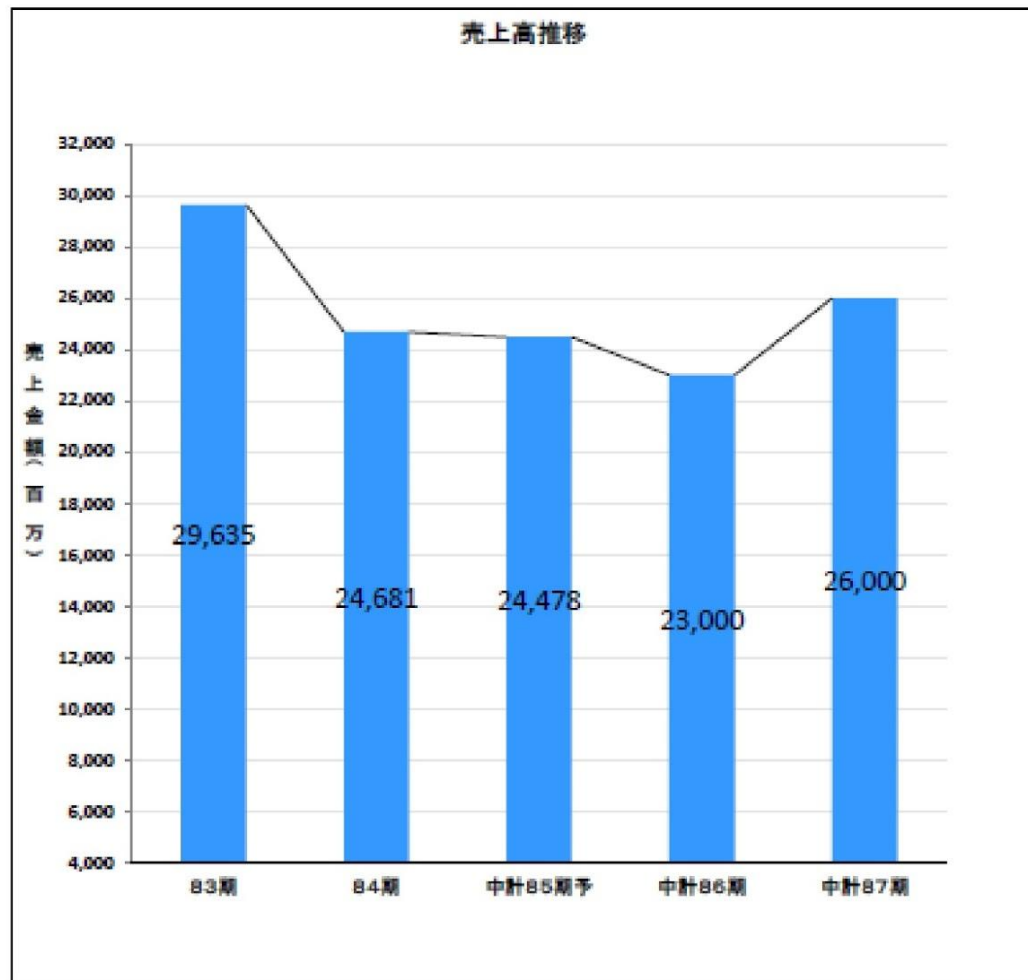
- 新しいことに積極的にチャレンジするカルチャーの醸成に向けた人事戦略
- 社員が自分たちで考え判断でき、最大限に実力を発揮できる環境の構築

	2020年度	2021年度	...	2023年度	2024年度～
	84期	85期	...	87期	88期～
売上高(百万円)	24,681	24,478		26,000	▲
営業利益(百万円)	▲126	63		400	▲
営業利益率	▲0.5%	0.3%		1.5%	▲



◆ 事業構造の転換を徹底的に行い、収益力アップを図り、3カ年で黒字体質にする

83～中計87期売上収支推移



85期

構造改革初年度

徹底と見極め

- 年度収支黒字化に全精力
- 徹底したコスト削減
- 不採算事業の改善・見極め・実行
- 新規事業(新製品)の発掘と事業化
- 業務フロー見直しと効率化
- 組織・人員の見直し

- 環境対応の強化
- 社内デジタル化、DX化の推進
- 風土改善、前向きな企業カルチャーの醸成

86期

構造改革2年目

変革の年

- 需要の掘り起こしによる売上確保
- コスト削減継続
- 不採算事業見直しの継続
- 新規事業の底上げ

87期

構造改革仕上げ

新生スーパーバッグ
スタート

- 新しいビジネスモデルでのスタート
- 不採算事業の撲滅
- 3カ年の検証と次期3カ年計画の検討

bd SUPERBAG