

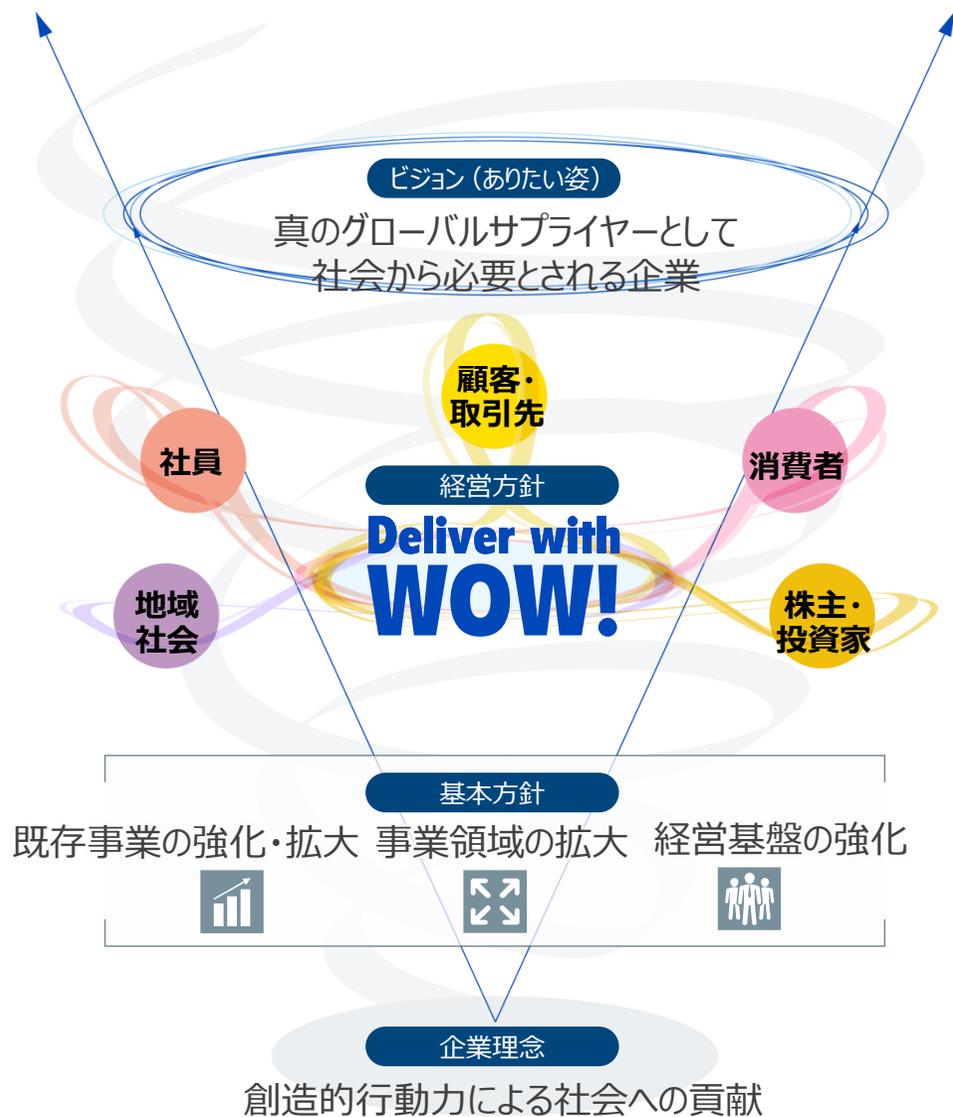


長期ビジョン VISION 2027



「真のグローバルサプライヤーとして
社会から必要とされる企業」を目指して





長期ビジョン 「VISION 2027」

JSPは、長期的な視点で「ビジョン (あるべき姿)」を追求していきます。

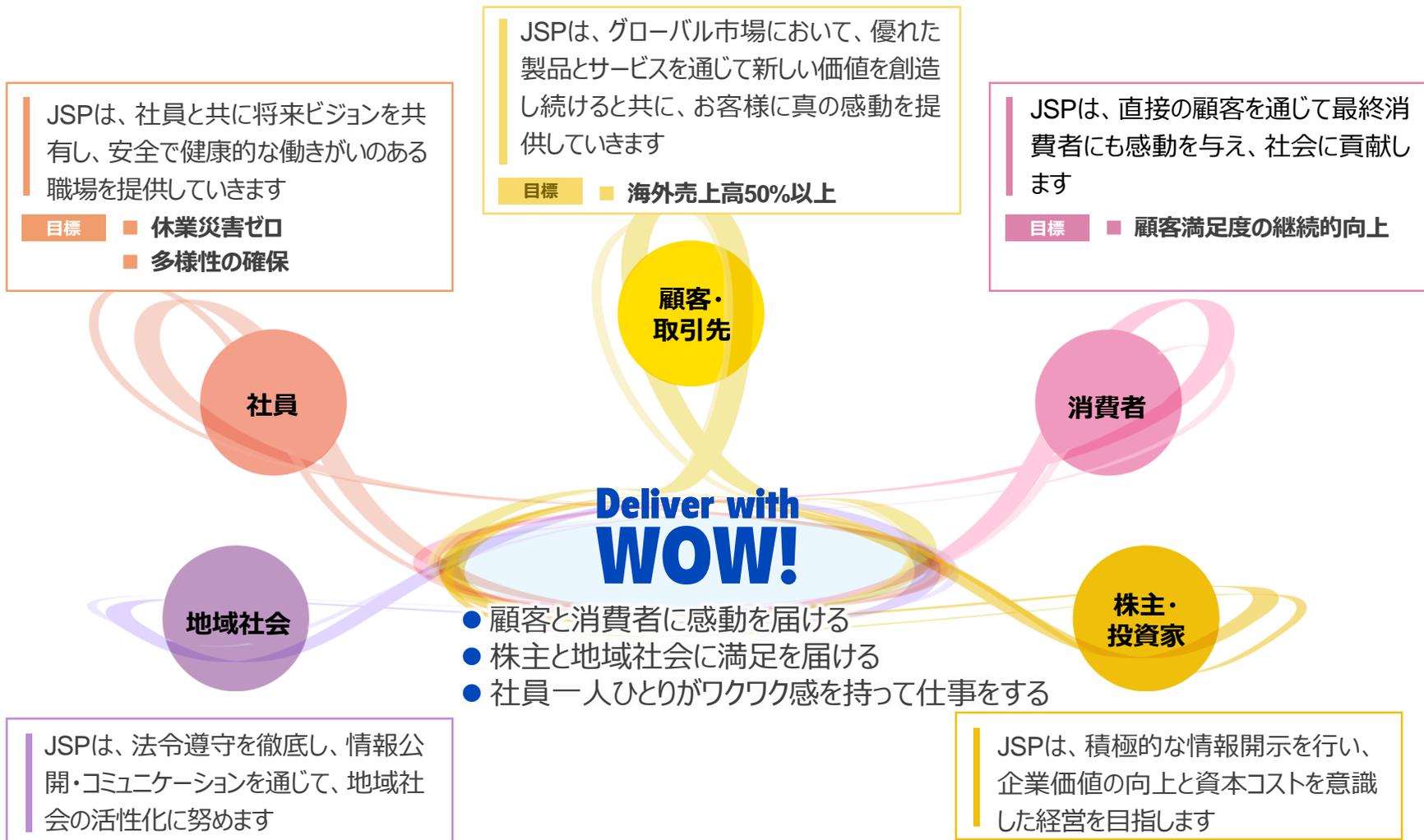
JSPは、従来の中期経営計画では発想しづらい長期的視点に立った会社の方向性、将来像を、従業員をはじめとするステークホルダーの皆様と共有するために、このたび「長期ビジョン」を策定しました。策定にあたっては、「企業としての目指すべき姿・あるべき姿（ビジョン）」や「社会にどのように貢献するのか（ミッション）」、また、これらを達成するための「価値観（バリュー）」などをゼロベースで議論しました。

JSPは、省資源で環境に優しい発泡樹脂製品を通じて社会に貢献することを使命としています。この使命をもとに、将来にわたって価値あるユニークな製品を提供し続け、成長を遂げるため、JSPは、ユーザーに近い立ち位置での新規需要の掘り起し、広く海外市場に目を向けた地理的拡大、M&Aなどによる成長戦略を積極的に推進し、One JSPとして「真のグローバル企業」を目指していきます。

また、地球資源を活用する製造業の一員として、地球環境の保全が人類共通の課題の一つであることを認識し、持続的発展が可能な社会の構築に貢献していきます。

1 長期ビジョン「VISION 2027」とは - ステークホルダーとの関係

多様なステークホルダーと建設的な対話を持ち、良好な関係を発展させ、持続的な成長を目指します



3カ年の「中期経営計画」をマイルストーン（節目）としてビジョンの実現を目指していきます。

社会から必要とされる製品、新たな価値をもった製品を、将来にわたって提供し続ける企業として、一段上のステージに上がるために、現行事業を更に深く掘り下げ、そこから発想される新規事業及び新規グレードの創出、及びユーザーに近い立ち位置への事業領域拡大による新規需要の掘起しなど新たな価値創造に取り組んでいきます。また、広く海外市場に目を向けた地理的拡大やM&Aなどによる成長戦略を積極的に推進し、One JSPとして「真のグローバル企業」を目指していきます。

VISION 2027実現へのプロセス



3カ年の「中期経営計画」をマイルストーン（節目）としてビジョンの実現を目指していきます。

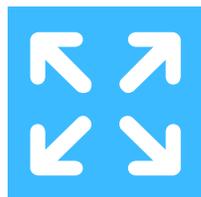
3つの基本方針と4つの成長エンジンで「VISION 2027」の実現を目指します。

VISION 2027の基本方針



既存事業の強化・拡大

- 製品ポートフォリオの改善
- 適正な製版体制の整備
- 競争力のある生産設備に移行
- 地域別販売戦略の推進による事業拡大



事業領域の拡大

- ユーザーに近い立ち位置で領域拡大
- グローバル市場をターゲット
- M&Aによる領域拡大
- 新規事業の創出



経営基盤の強化

- 安全衛生・環境保全の企業文化の醸成
- 人材育成システムの強化
- 働き方改革
- グローバル企業としての組織強化（One JSP）
- グローバル知財戦略の推進
- ブランド力の強化

4つの成長エンジン

4つの成長エンジン



自動車部品

- ピーブロック/ARPRO



建築住宅断熱材

- ミラフォーム



FPD関連保護材

- ミラマットエース他



新たな事業領域

- ユーザ目線で領域拡大
- 新製品・新グレード創出
- M&A

3カ年の「中期経営計画」をマイルストーン（節目）としてビジョンの実現を目指していきます。

売上高1,800億円、営業利益180億円、営業利益率10%を目差します。

VISION 2027の定量的ビジョン



「お客様のニーズ」と「社会課題解決」を視野に
“4つの成長エンジン”で持続的な成長を目指していきます。

4つの成長エンジン

自動車部品



建築住宅断熱材



FPD関連保護材



新たな事業領域



自動車部品

売上 **50%増**

市場環境

世界の自動車生産台数のさらなる増加を見据えて

2016年90百万台 ➡ 10年後 **109**百万台

世界の自動車生産台数は、今後10年で20%以上の増加が見込まれます。また、HVやEVへシフトも更に加速し、低燃費を目的とした更なる軽量化要請が強まると予想しており、自動車生産台数の伸び以上にピーブロックの成長が期待されます。



成長戦略

ピーブロック/ARPROを成長ドライバーに



既存事業の強化・拡大

- 自動車1台当たりの使用量40%増、50%売上増
- 前部座席コア材など採用部位の拡大



事業領域の拡大

- HVAC用途、透水性グランド下地材など更なる用途拡大
- タイムリーな地理的拡大



経営基盤の強化

- ブランド力の強化
- 他素材のグローバル展開

建築住宅断熱材

売上 **40%増**

市場環境

高断熱材のさらなる 需要増加を見据えて

国内の住宅着工件数は、今後、減少傾向で推移することが予想されますが、省エネ基準の適合義務化により、高断熱材の需要は増加すると予測しています。また、労働人口の減少を踏まえ、より施工性が高く、省力化を意識した製品の要求が高まると予測しています。



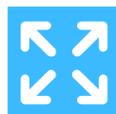
成長戦略

業界最高レベルの高断熱材ミラフォームを 成長ドライバーに



既存事業の
強化・拡大

- 高断熱性能を武器に40%売上増
- 建築・土木分野における新規需要の掘り起こし



事業領域の
拡大

- 割り付け断裁品の施工性・省力化
- 断熱材の周辺素材・周辺分野への事業拡大
- 海外展開も視野に入れた事業拡大



経営基盤の
強化

- 生産・販売・出荷体制の強化
- 割り付け断裁業務の効率化

FPD関連保護材

売上 **65%増**

市場環境

フラットパネルディスプレイ (FPD) の大画面化、薄型化、高精細化による表面保護材需要増加

東アジアにおける液晶テレビの需要は底堅く、大画面化、薄肉化、高精細化により、同エリアにおけるFPDの表面保護材の需要は2倍以上になると予測しています。また、有機ELテレビや車載搭載ディスプレイパネルなどの需要も増加すると予測しています。



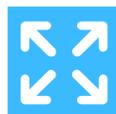
成長戦略

ミラマツエースを成長ドライバーに



既存事業の
強化・拡大

- 表面保護材の需要増加で65%売上増
中国、韓国、台湾、日本



事業領域の
拡大

- 豊富な持続性帯電防止製品の拡販
Pボード、ミラスペース etc.
- FPD分野以外への領域拡大



経営基盤の
強化

- 強固なBCP体制の構築
- 東アジア地域の販売体制強化

新たな事業領域

売上 **300** 億円

10年後の収益の柱となる事業の創出



ユーザーに近い立ち位置で
真の顧客ニーズ把握

成長戦略

ユーザーに近い立ち位置に事業領域を拡大し、
新製品・新グレードの創出やM&Aによる事業拡大
を目指す



事業領域の
拡大

- ユーザーに近い立ち位置に事業領域を拡大
- 新製品・新グレードの創出
- M&A



経営基盤の
強化

- 推進体制の強化