

中期経営計画

“NIFCO GROUP GLOCAL STRATEGY” (NGS2029)

2026/04-2029/03

“ 価値共創 ”
Co-Creation

① 前中期経営計画の振り返り

更なる成長に向けた投資の加速が課題

	前中期経営計画_重点実施事項	振り返り	評価	
1	既存ビジネスでの成長	<ul style="list-style-type: none"> 既存ビジネスモデルの一層の強化 (普遍的価値商品の迅速な開発と市場展開) ICE, HV, PHV, FCV, EV全方位での成長確保 	持続的な既存ビジネスの成長により、財務目標を達成	○
2	新規チャネルによる成長	<ul style="list-style-type: none"> 優良中資系OEMのビジネス獲得 (グローバルTier1経由を含む) 	中資系OEMのビジネス獲得済み (OEM直、Tier1経由の両方)	○
3	成長マーケットへの資源投入と果実獲得	<ul style="list-style-type: none"> インド市場への積極的資源投入と確実な実績達成 	成長マーケットへの積極的な資源投入 インド：NSI※の新工場稼働開始 中国：中国統括会社の設立	○
4	ベッド事業のアジア市場	<ul style="list-style-type: none"> 中国、アジア（特に東南アジア）での販売拡大 	日本のホテル向けは好調も 香港・シンガポールは低調	○
5	新規事業の探索、構築	<ul style="list-style-type: none"> 自前主義に固執せず、M&Aや提携も活用 	高度整備事業・コネクテッド事業を推進 M&Aに課題あり	△
6	"ニフコ"ブランドの確立	<ul style="list-style-type: none"> 地域ブランドの向上 リクルート向けのブランド向上 顧客ブランドの向上 	社内外でのブランディング活動を推進 インナー：企業理念体系の再定義 アウター：パ・リーグ オフィシャルスポンサー	○
7	人的資本の強化	<ul style="list-style-type: none"> 積極的な人的投資の推進 人材の多様性推進/育成強化 エンゲージメント向上による組織の活性化 	グローバルにおける エンゲージメントスコアが向上	○
8	デジタル経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> デジタル活用人材とデジタルプロフェッショナル人材の育成 情報の利活用を支えるプラットフォームの構築と活用 	デジタル人材の増加（70名） 生成AIの実装と活用、PLM導入	○
9	持続的な企業価値向上の為にコーポレートガバナンス体制強化	<ul style="list-style-type: none"> 新体制での取締役会機能の強化 各種委員会機能の強化 事業活動を通じたESG活動の強化 	取締役の入替による ガバナンス体制の見直し実施	○

※Nifco South India工場

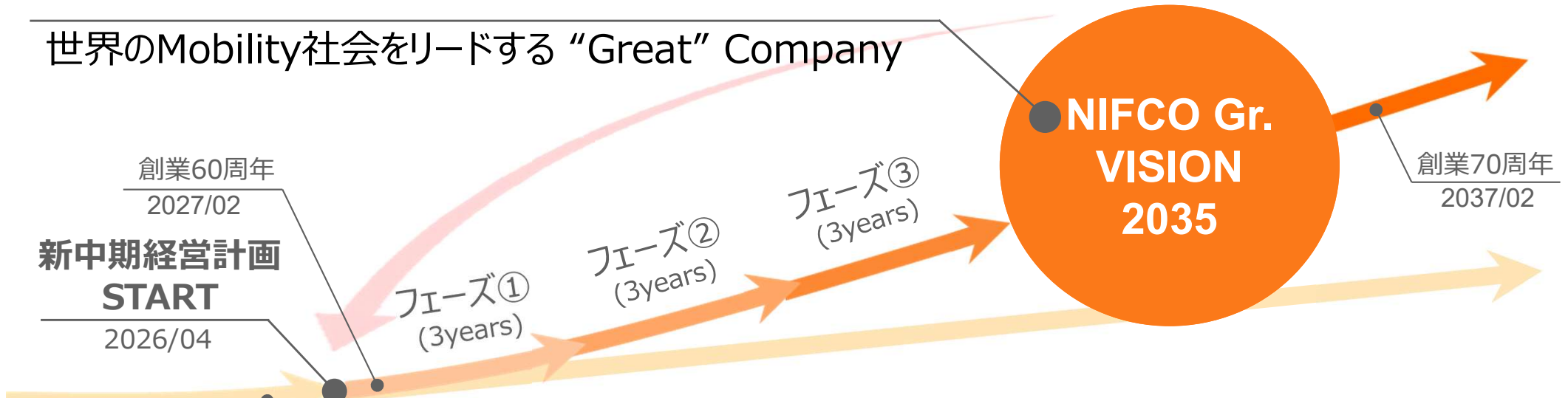
② NIFCO Gr. VISION 2035

小さな気づきと技術をつなぎ、
心地よい生活と持続可能な社会を創造する

NIFCO Gr.
PURPOSE

“アイデア”を“カタチ”にする会社

世界のMobility社会をリードする “Great” Company



< NIFCO Gr. VISION2035 経営目標 >

売上高 5,000億円	営業利益率 15%	当期純利益※ 500億円	ROE 16%	総還元性向 50%以上	従業員 エンゲージメント** (グローバル) +5Pt*** (89%) 持続可能なエンゲージメント 好意的回答	CO2排出量**** 50%削減
売上高CAGR 4~6% (基準：2026/03)	営業利益 750億円					廃プラスチック 削減量**** 70%削減

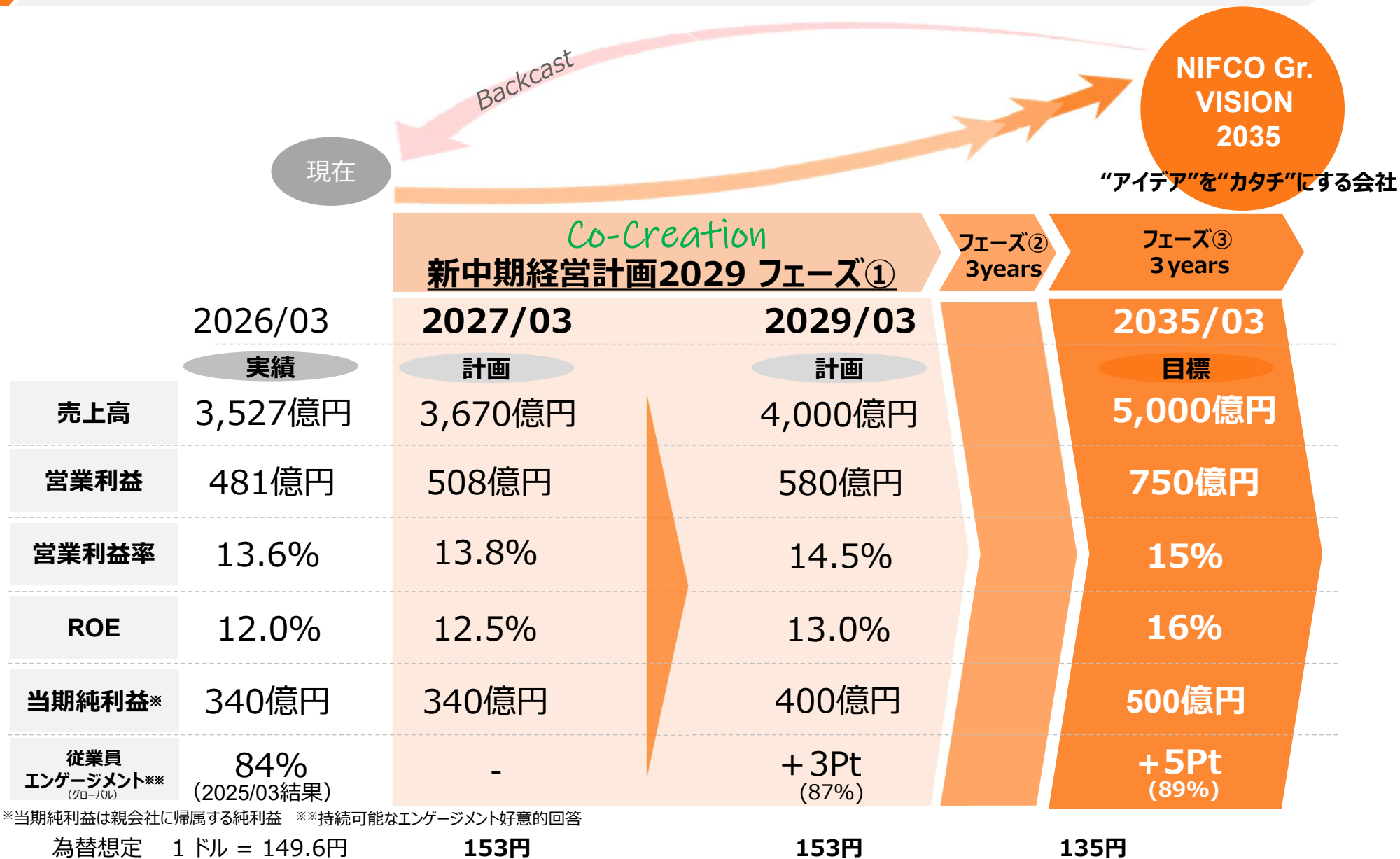
※当期純利益は親会社に帰属する純利益

**WTW社従業員
エンゲージメント調査
***基準：2025/03結果

****2020年度比

③ 中期経営計画（目標）

小さな気づきと技術をつなぎ、心地よい生活と持続可能な社会を創造する



④ 成長戦略（サマリー：フェーズ①）

“Good” → “Great” Company

“アイデア”を“カタチ”にする会社

成長戦略

事業ポートフォリオの創出

既存Mobility事業の更なる拡大

中国・中資系OEMビジネスの拡大
迅速さ重視の現地主導型の体制構築

日系/韓国系OEMの原単位最大化
更なるグローバル原単位※の獲得
※自動車1台あたりの製品搭載金額

インド市場ビジネスの強化
生産体制および現地対応能力の強化

既存非Mobility事業の更なる拡大

Bed事業の拡大

Buckle事業の拡大

未来を創る既存事業の発展：新規事業

AutoNEXT事業※※
の推進
※※次世代高度整備事業

Connected事業※※※
の推進
※※※ICT事業

資本政策

株主還元

投資後の余剰資金は積極的に配当

成長投資

生産性向上に向けた設備の更新・事業投資の実践

経営基盤投資

更なる人的資本・デジタル投資の実施

経営基盤強化

環境配慮経営の 実践 ^E

- ・CN/CE活動の推進
- ・環境対応材の開発・採用

エンジニアリング力の 強化 ^S

- ・解析/評価/分析を軸とした要素技術の深化
- ・AI活用による最適化提案

変革を支える デジタル化の推進 ^S

- ・デジタル人材の育成と活用
- ・暗黙知の“汎知化”推進

変化に強い 持続可能なものづくり ^S

- ・戦略的な生産体制の再構築
- ・製造革新機能の推進

持続的成長を支える コーポレートガバナンス ^G

- ・取締役会の実効性向上
- ・リスクマネジメント強化

『働きがい』と『働きやすさ』を基盤とする人的資本経営の実践

経営戦略と連動したグローバル人材育成 & 従業員エンゲージメント向上 & ダイバーシティ推進による組織の活性化

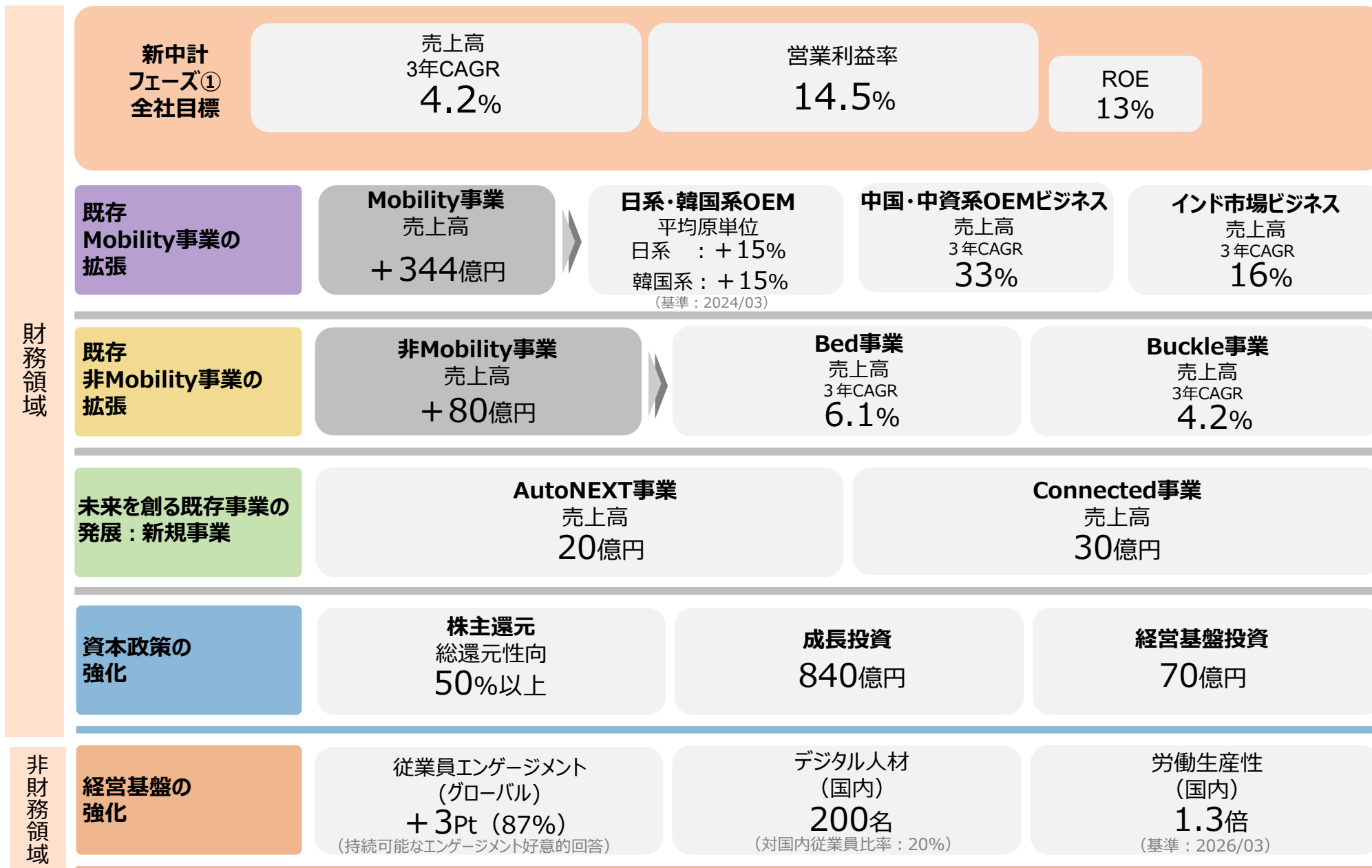
“Good” → “Great” Company

“社員の家族”が“誇れる”会社

財務領域

非財務領域

④ 成長戦略（定量目標：フェーズ①）



④ 成長戦略（定量目標）

既存事業の更なる拡大を核とした成長戦略

成長戦略

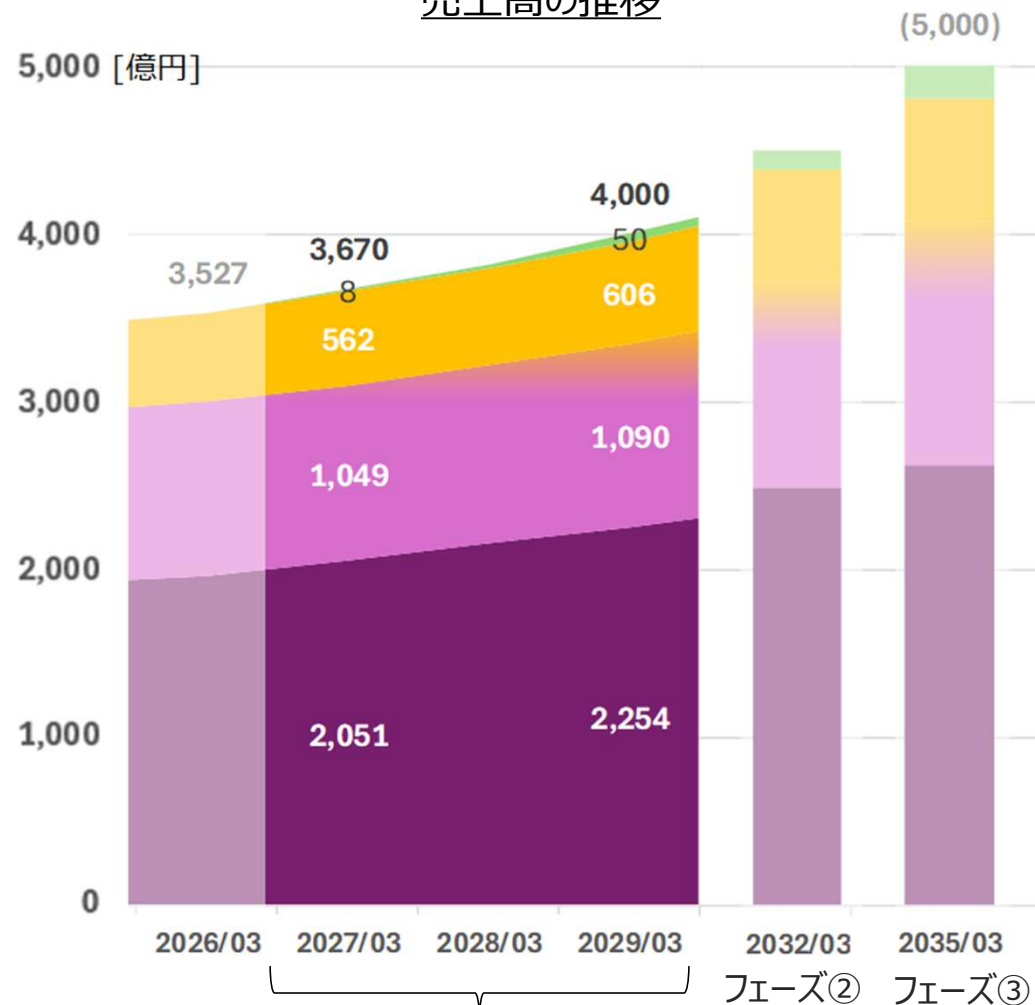
資本政策

経営基盤

中期経営計画 フェーズ① 定量目標		
既存 Mobility 事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自動車事業 ■ 4ビジネスユニット※ 	売上高 +344億円
既存 非Mobility 事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bed事業 ■ Buckle事業 	売上高 +80億円
新規 事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ AutoNEXT事業 ■ Connected事業 	売上高 +50億円 (2事業合算)

※4ビジネスユニット（以下BU）
 ファスナー事業部,プラットフォーム事業部,MCD統括部***,二輪事業統括部
 (**Motion Control Device統括部)

売上高の推移



中期経営計画フェーズ①
 ■ 自動車事業 ■ 4BU ■ 非Mobility事業 ■ 新規事業
 ■ : Mobility事業

⑤ 資本政策

成長戦略
資本政策
経営基盤

財務方針

➤ 強固な財務基盤の維持を前提に、成長投資と株主還元を両立する

新中計フェーズ① (~2029/03)

NIFCO Gr. VISION 2035 (~2035/03)

成長性

利益を伴った
売上成長

- 中国・中資OEMビジネスおよびインド市場ビジネス強化に向けた投資
- 更なる優位性構築に向けたM&A・提携に200億円を投資
- 更なる生産性向上に向けた設備の更新
- 企業価値と連動したインセンティブ制度の導入

戦略的投資による 売上成長

売上高 CAGR : 4~6%

効率性

資本効率

- 持続可能な資本構造のもとROE13%以上を維持
- ROICを重視した効率的な事業運営

持続可能な資本効率

ROE : 16%

健全性

財務基盤

- 持続的な成長を支え、環境変化に耐える財務基盤の維持
- 必要現預金は月商3ヵ月以下とする(2026/03 4.8ヵ月)

財務基盤の健全性

自己資本比率 : 55~65%
現預金水準 : 月商2ヶ月目途

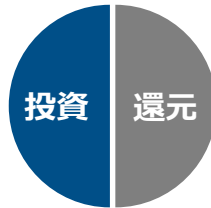
⑤ 資本政策

成長戦略
資本政策
経営基盤

キャピタルアロケーション

中期経営計画 フェーズ①（3年間：～2029/03）

■ Mobility ■ 非Mobility ■ 新規 ■ 基盤

IN	OUT					
現預金削減 330億円	社債償還 100億円	健全化	<ul style="list-style-type: none"> 必要現預金は月商3ヵ月以下とする 			
営業CF 1,480億円	経営基盤投資 70億円	人的基盤投資 (10億円)	<ul style="list-style-type: none"> 企業価値創造と従業員エンゲージメントを連動させたインセンティブ制度の導入 企業価値向上を支える人的資本投資・ブランディング投資 付加価値労働生産性向上を目的としたデジタル化推進（生成AI Copilotの実装） 			
	成長投資 840億円	デジタル・IT投資 (60億円)	<ul style="list-style-type: none"> 経営の意思決定を加速させるデジタル化推進（データレイクの活用） 			
		設備投資 (640億円)	<table border="1"> <tr> <td>生産力向上 (240億円)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 迅速さ重視の現地主導型体制構築に向けた中国統括会社の設立 現地ニーズの迅速な具現化を可能にする中国R&Dセンターの設立 インド市場を網羅的にカバーするためのインドの工場・設備の拡張 </td> </tr> <tr> <td>設備更新 (400億円)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Buckle事業拡大に向けた中国の工場拡張 これまでの常識を再定義する製造革新関連投資 </td> </tr> </table>	生産力向上 (240億円)	<ul style="list-style-type: none"> 迅速さ重視の現地主導型体制構築に向けた中国統括会社の設立 現地ニーズの迅速な具現化を可能にする中国R&Dセンターの設立 インド市場を網羅的にカバーするためのインドの工場・設備の拡張 	設備更新 (400億円)
	生産力向上 (240億円)	<ul style="list-style-type: none"> 迅速さ重視の現地主導型体制構築に向けた中国統括会社の設立 現地ニーズの迅速な具現化を可能にする中国R&Dセンターの設立 インド市場を網羅的にカバーするためのインドの工場・設備の拡張 				
設備更新 (400億円)	<ul style="list-style-type: none"> Buckle事業拡大に向けた中国の工場拡張 これまでの常識を再定義する製造革新関連投資 					
株主還元 800億円	M&A・提携 (200億円)	<ul style="list-style-type: none"> 更なる生産性向上に向けた設備の更新 中国ビジネスの加速度的拡大に向けた中資系現地企業の買収 インド市場ビジネスの加速度的拡大に向けたインド現地企業の買収 成長を加速させる既存および新規事業関連の提携・買収 				
株主還元方針						
<p><u>フェーズ①(3年間)で投資後のキャッシュは内部留保せず株主に還元</u> (投資計画未達部分は株主に追加還元)</p> <p>単年目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総還元性向：50%以上 ・配当性向：30%以上 						
			 <p>イメージ</p>			

⑥重点施策（Mobility事業）

Mobility 事業

成長戦略
資本政策
経営基盤

既存Mobility事業の更なる拡大

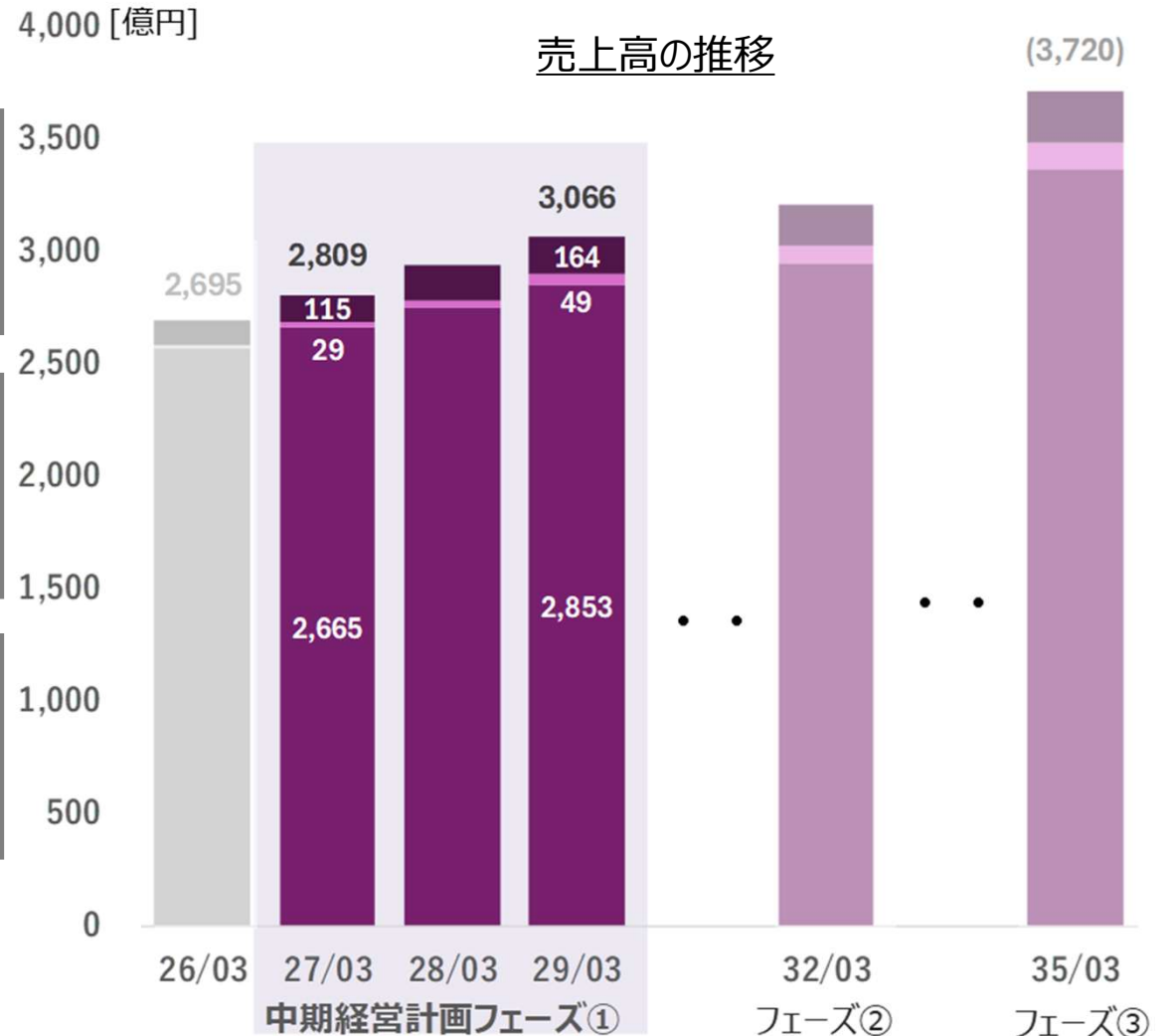
中期経営計画
フェーズ①
定量目標

4,000 [億円]

売上高の推移

(3,720)

搭載製品 拡大	日系/韓国系OEMの 原単位最大化※	売上高 +330億円
※インド市場の日系/韓国系OEMの売上を含む		
顧客 拡大	中国・中資系OEM ビジネスの拡大	売上高 3年CAGR 33%
市場 拡大	インド市場ビジネスの 拡大	売上高 3年CAGR 16%



⑥重点施策（Mobility事業）

成長戦略
資本政策
経営基盤

Mobility 事業

日系 / 韓国系OEM向けグローバル原単位最大化

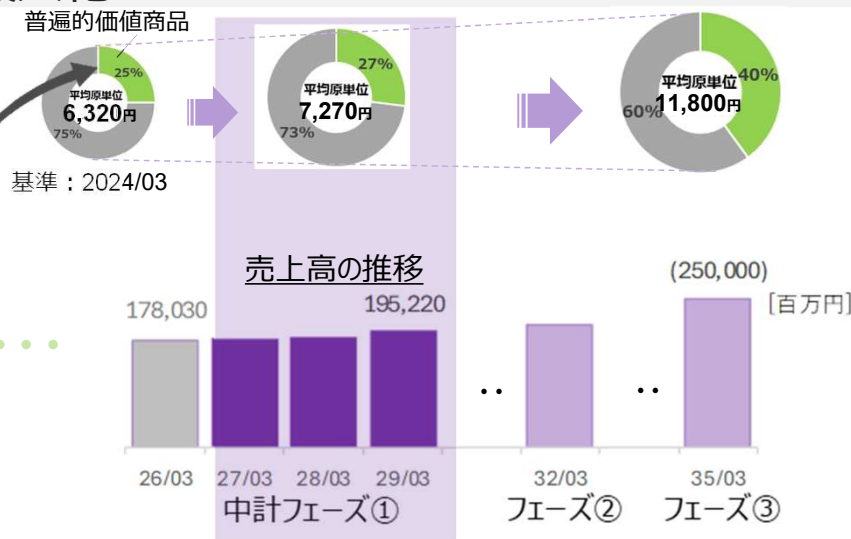
■ 施策①

<日系>

- 普遍的価値商品**のスピーディーな開発と市場展開



**普遍的価値商品：安全・環境・快適をテーマとした普遍的価値を持つ商品



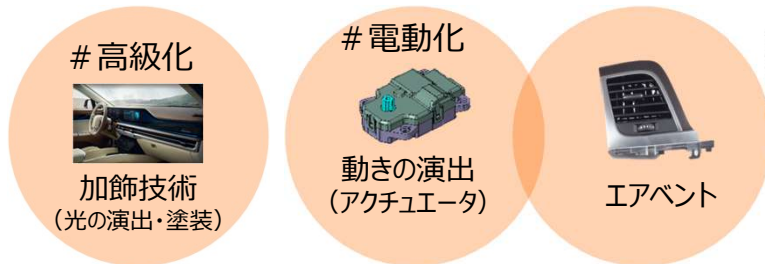
定量目標 (フェーズ①)

平均原単位
+15%

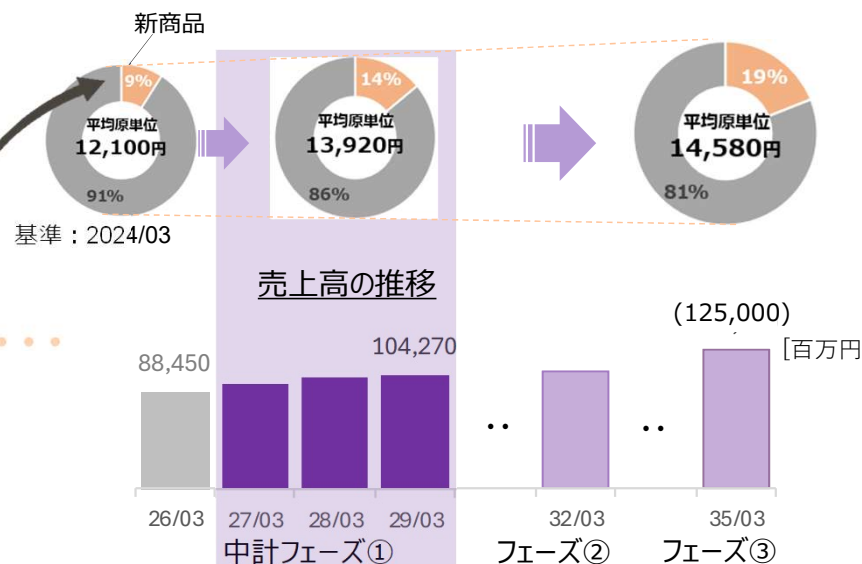
売上高
+172億円

<韓国系>

- 感性価値商品***に電動化機能等を付加した新製品売上貢献度拡大



***感性価値商品：高級化・電動化によって感性価値を持つ商品



定量目標 (フェーズ①)

平均原単位
+15%

売上高
+158億円

⑥重点施策（Mobility事業）

成長戦略
資本政策
経営基盤

Mobility 事業

日系 / 韓国系OEM向けグローバル原単位最大化

■ 施策②

<グローバル>

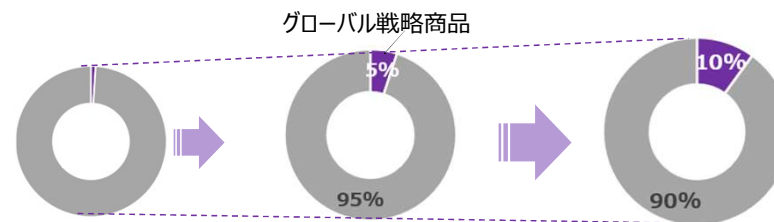
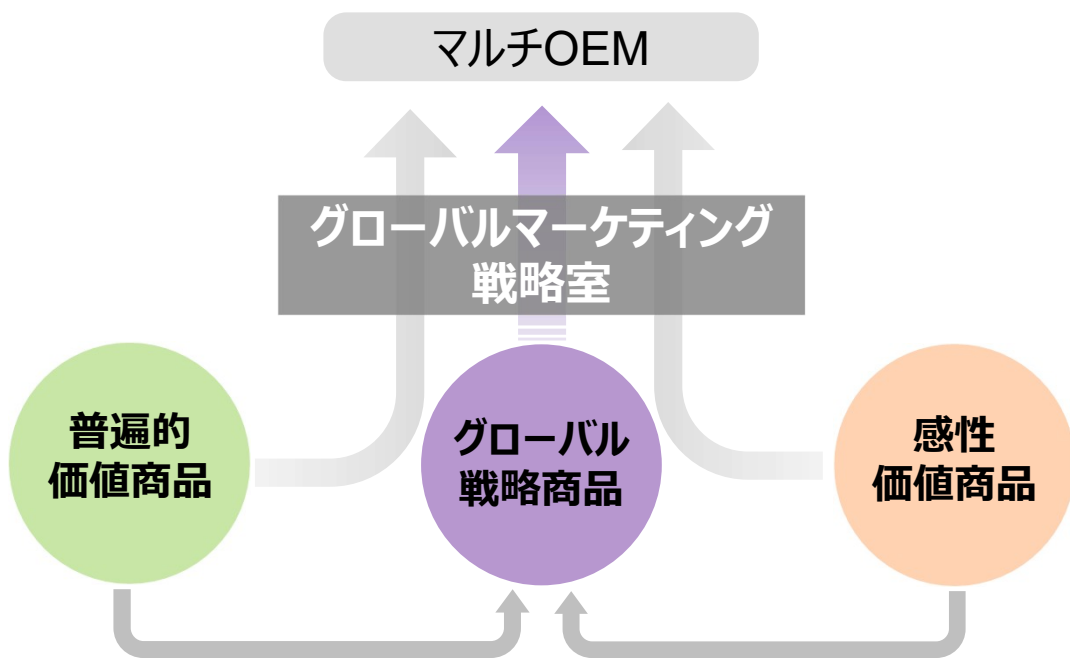
- ・ 日系OEM向け商品、韓国系OEM向け商品、日韓の共創からグローバル戦略商品を創出する
- ・ グローバルマーケティング戦略室を韓国に設置し、グローバル戦略商品のマルチOEM展開を強力に推進

定量目標
(フェーズ②)

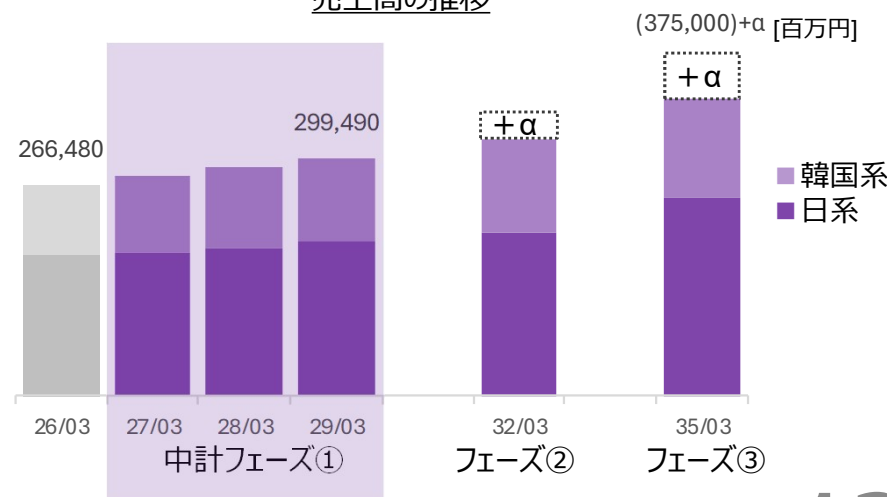
グローバル
戦略商品
売上貢献率
5%

(フェーズ③)

グローバル
戦略商品
売上貢献率
10%



売上高の推移



⑥重点施策（Mobility事業）

成長戦略
資本政策
経営基盤

Mobility 事業

中国・中資系OEMビジネスの拡大

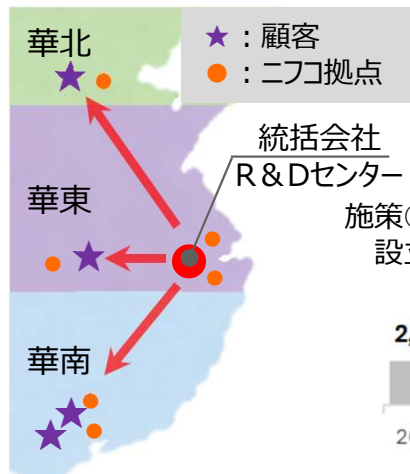
スピード対応を前提とした
中国中資OEM専用・中国自己完結型モデルへ

**施策①：中国R&Dセンターの設立による
迅速な課題解決提案**

- ・ グローバル中資OEMビジネスを網羅

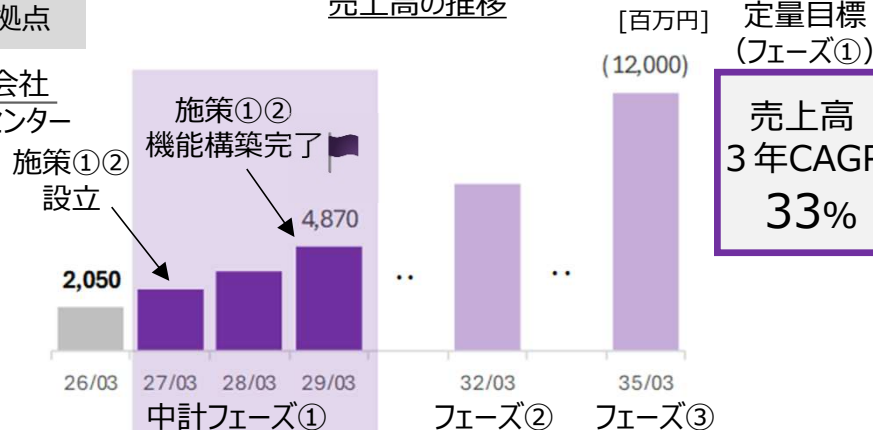
**施策②：中国統括会社の設立による
中国事業の効率化**

- ・ 中国OEM対応の迅速な意思決定体制の構築



顧客に最大限のサポートを提供

売上高の推移



定量目標
(フェーズ①)
売上高
3年CAGR
33%

成長市場を、収益を伴った成長基盤へ

インド市場ビジネスの拡大

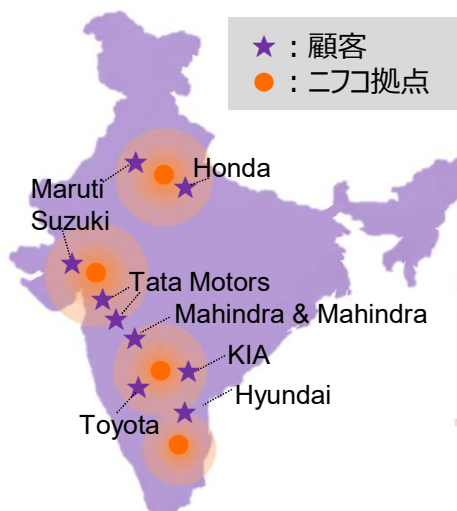
世界最大級の成長を取り込み
更なる成長エンジンへ

施策①：設備投資による生産体制の強化

- ・ 需要を見据えたインド工場の生産能力向上

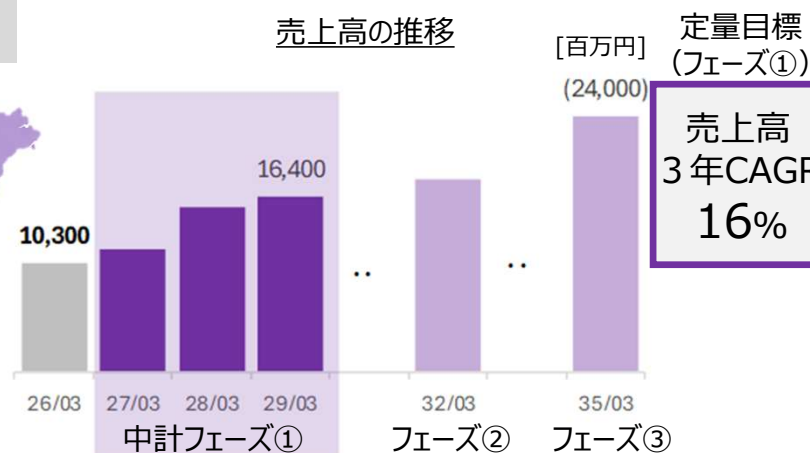
施策②：高付加価値商品の展開

- ・ インドの高級SUV市場ビジネス拡大に向けた高級感性価値商品の供給による成長



インド市場を網羅的にカバーする体制を構築

売上高の推移



定量目標
(フェーズ①)
売上高
3年CAGR
16%

⑥重点施策（非Mobility事業）

成長戦略

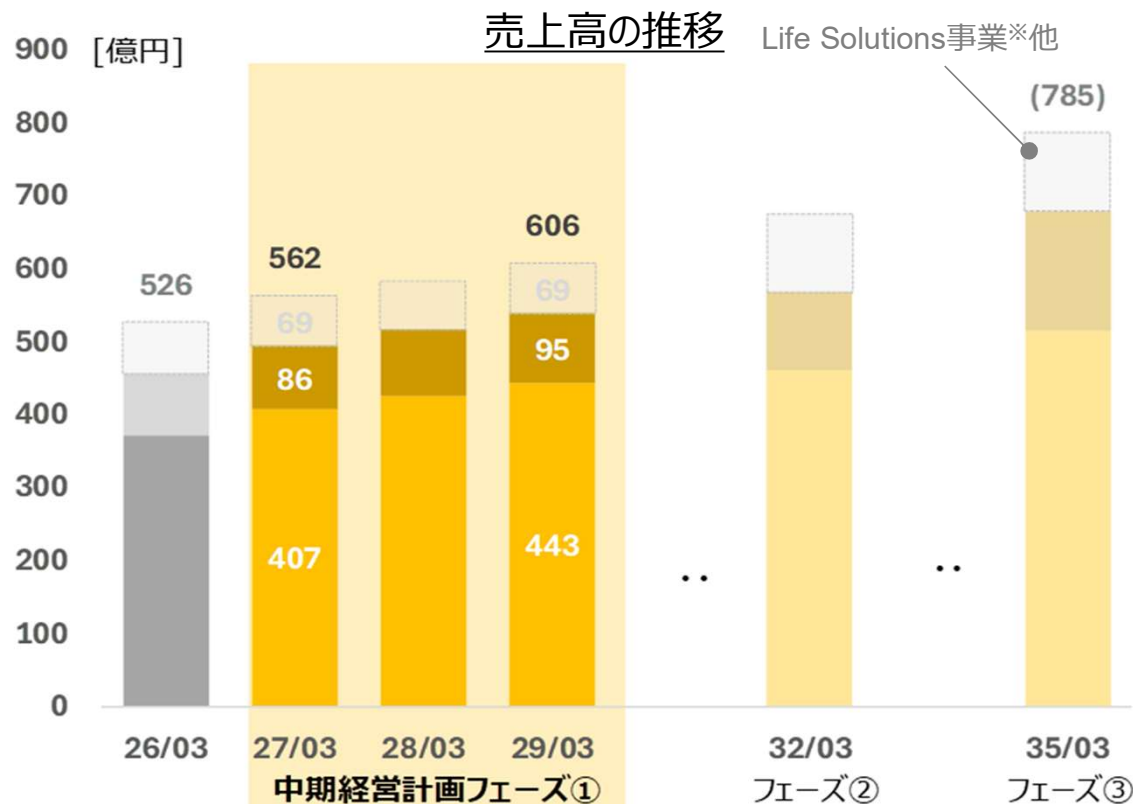
資本政策

経営基盤

非Mobility事業

既存非Mobility事業の更なる拡大

		中期経営計画 フェーズ① 定量目標
Bed 事業	アジアビジネスの拡大 高価格帯ラインナップ強化	売上高 3年CAGR 6.1%
Buckle 事業	シューズ・アパレル領域 におけるビジネス拡大	売上高 3年CAGR 4.2%



*住宅設備関連の商品を販売

⑥重点施策（非Mobility事業）

成長戦略
資本政策
経営基盤

Bed事業（シモンズ株式会社）

ブランド価値向上による事業成長と収益力強化

■ 施策

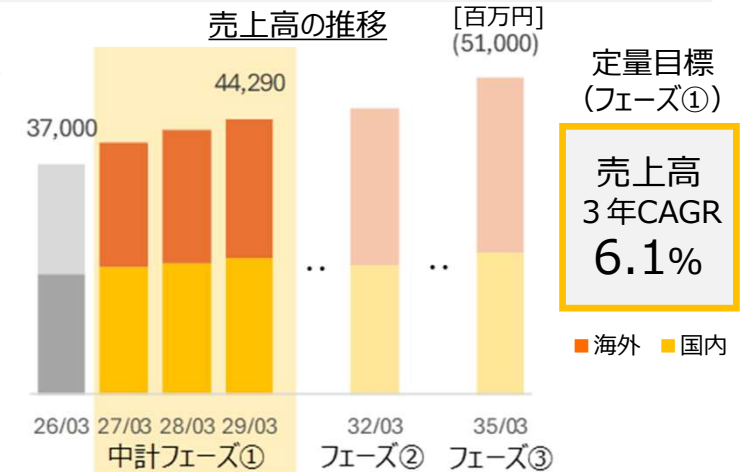
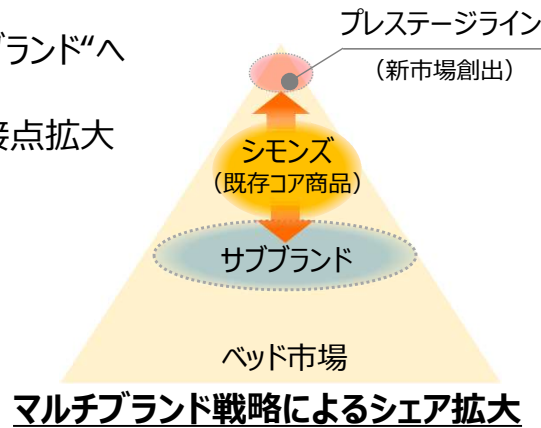
“アジアの睡眠市場をリードするグローバル企業・ブランド”へ

【海外】

- ・ 中国：富裕層の取り込みと新商材での顧客接点拡大
- ・ 東南アジア：ASEAN新興国でのシェア拡張

【国内】

- ・ 高級プレステージライン展開による新市場創出
- ・ 電動ベッドによる売上拡大
- ・ サブブランド展開によるラインナップの拡充
- ・ スリープテック技術の拡張

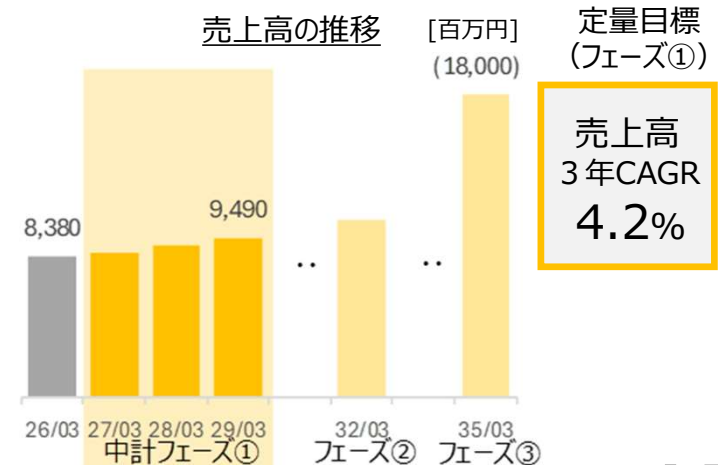
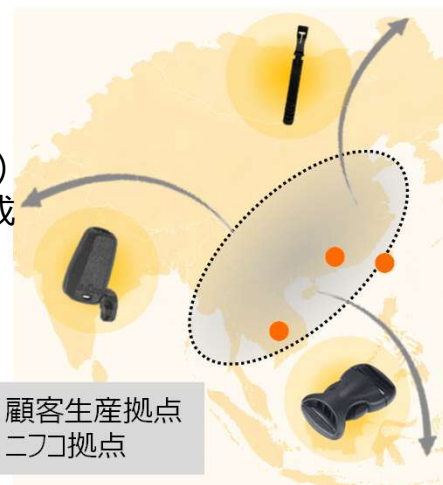


Buckle事業

営業体制強化およびモジュール開発による収益性強化

■ 施策

- ・ 欧米・中資 (TOP) ブランドへの営業体制強化
- ・ シューズ市場、アパレル市場での売上拡大
- ・ 商品を単品からモジュールへの発展 (搭載金額増加)
- ・ ベトナム市場の収益拡大とそれに向けた組織の再編成



TOPブランドへ営業体制強化



SPLC (靴ひも + プラスチックファスナー)

⑥重点施策（既存事業の発展：新規事業）

“小さな気づきと技術をつなぎ、働く人の負担を軽くする”
工業用ファスナーで培った変わらぬ精神を、新たな社会課題解決へ

成長戦略

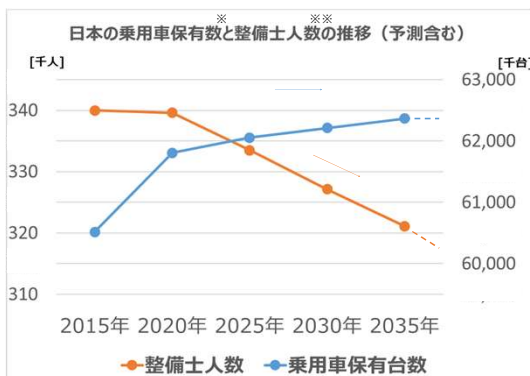
資本政策

経営基盤

AutoNEXT事業（高度整備事業）

➤ 先進安全自動車の普及に伴う「自動車整備の高度化」と「慢性的な人手不足」への貢献

労働人口減少（整備士）



※一般財団法人 自動車検査登録情報協会調査結果より引用 ※日本自動車整備振興連合会調査結果より引用

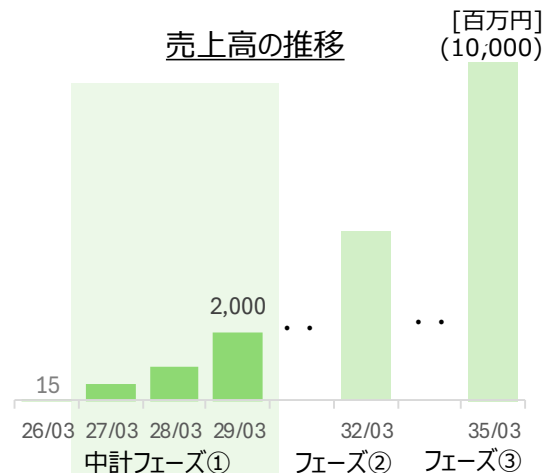
クルマの高度化



ニフコのソリューション



売上高の推移



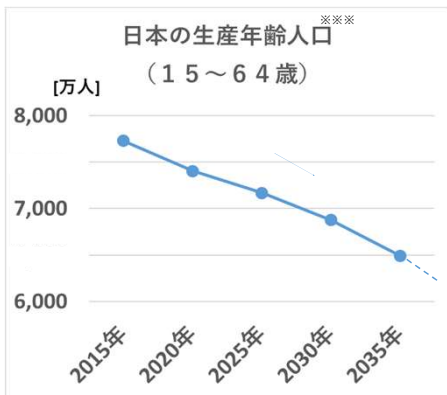
定量目標 (フェーズ①)

売上高
20億円

Connected / Wellness事業(働く人に優しいICT事業)

➤ 社会課題を解決する“健康×ICT”プラットフォーム事業の拡大

労働人口減少

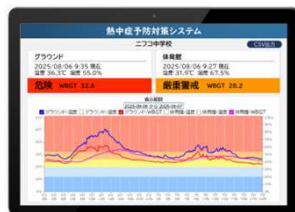


※※※一般厚生労働省 調査結果より引用

働く現場の困りごと



ニフコのソリューション

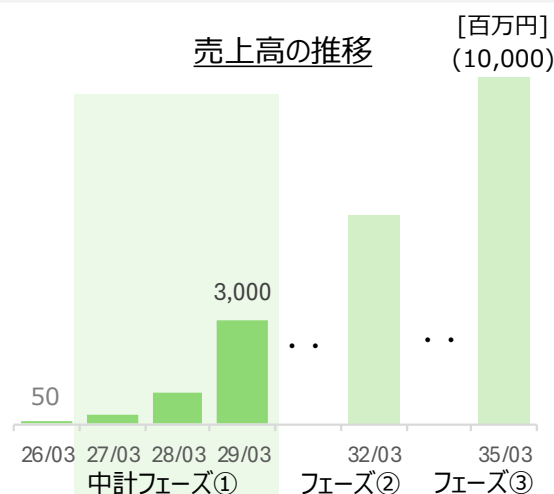


熱中症予防対策システム



HAJICHECK

売上高の推移



定量目標 (フェーズ①)

売上高
30億円

“働く人の負担を軽くする”コトづくり

⑥重点施策（既存事業の発展：新規事業）

成長戦略
資本政策
経営基盤

未来を創る既存事業の発展_次世代インフラ市場（プラットフォーム事業部）

➤ モビリティ事業で培った要素技術を用いて次世代インフラ市場の課題を解決

Mobility事業の技術

流体制御



シール

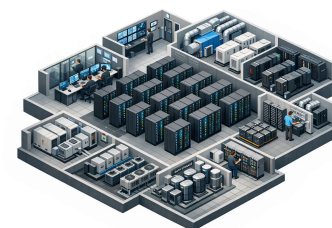


低圧損

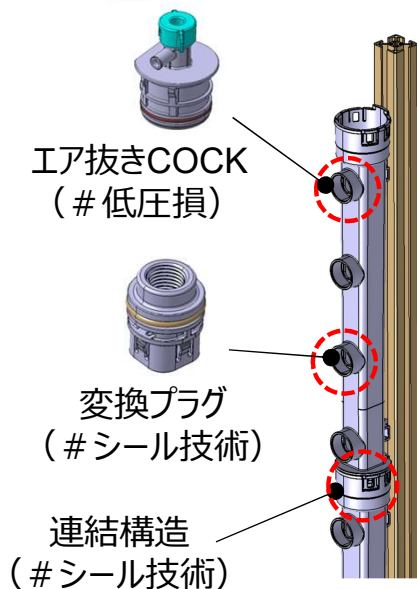
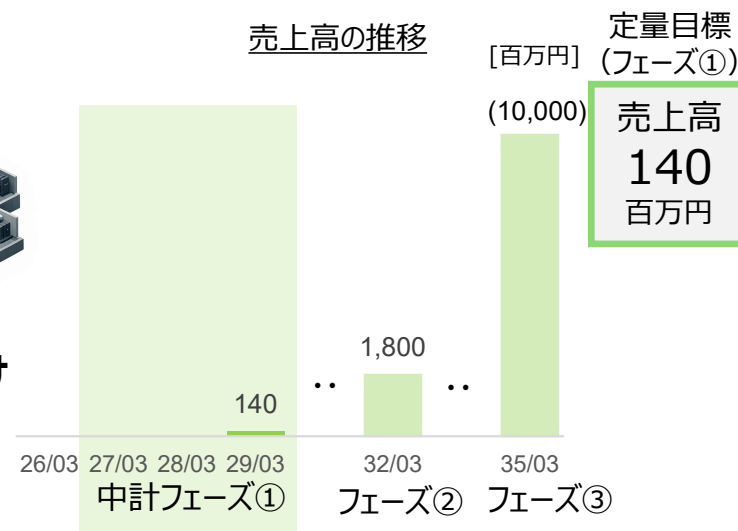


× 非Mobility領域

=



データセンター向け
部品事業



水冷用樹脂マニホールドAssy

特徴

軽量

熱伝導
軽減

コスト
低減

施工性

フレキシブル

データセンターのラック



設置イメージ

特徴

温度検知

電源レス

省スペース

消火デバイス

⑥重点施策（経営基盤の強化）

ものづくり

＞ 企業価値向上に向けたものづくりの進化

利益追求を目的とした、既存ものづくり思考の革新的な進化

■ 施策

生産体制の最適化

- ・国内自社工場、国内子会社、70社を超える協力工場の再編

グローバルでの収益最大化を目指した機能の構築

- ・グローバル拠点が手本とする“ものづくりモデル”の深化
- ・“ものづくりモデル”のグローバル横展開

生産性向上（デジタル/AI技術の実装）

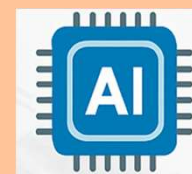
- ・スピーディで一気通貫したものづくり業務
- ・労働生産性の高いオフィス業務



生産体制の最適化



収益最大化を目指した機能の構築



生産性向上
(デジタル/AI技術実装)

定量目標
(フェーズ①)

労働生産性
(国内)
1.3倍

(フェーズ③)

労働生産性
2倍

ものづくり
営業利益率貢献
+ 1.0Pt

⑥重点施策（経営基盤の強化）

成長戦略
資本政策
経営基盤

人的資本

＞ エンゲージメントの向上による更なる組織強化（S）

■ 施策

① 人材育成

従業員が自ら学ぶ機会の提供

- ・グロービス学び放題、IT/DX/AI活用等の機会の提供

次世代育成

- ・グローバルでの世代間交流による持続的な組織の強化

② エンゲージメント向上

- ・企業価値創造と従業員エンゲージメントを連動させたインセンティブ制度の導入（働きがい）
- ・従業員エンゲージメント向上に繋がるブランディング活動の継続実施（働きがい）

③ ダイバーシティの推進

- ・多様な人材（国籍、性別、年代等の属性等）が働きやすい組織文化の構築

定量目標（フェーズ①）

従業員
エンゲージメント※
(グローバル)
+3Pt
(87%)

従業員
タレントマネジメント
指数(国内)
+6Pt
(58%)

女性管理職
比率
(国内)
8.6%

*持続可能なエンゲージメント好意的回答

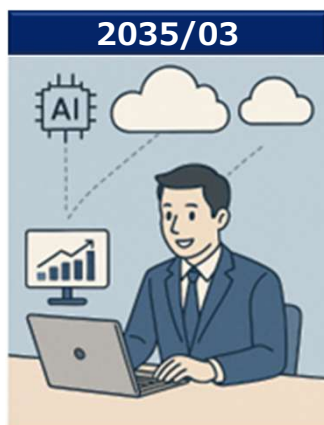
デジタル推進

＞ ITを活用した事業成長の加速と継続性の確保

■ 2035年の目指す姿



人によるデジタル化
(個別最適)



人とAIが共存するデジタル化
(全体最適)

■ 施策

事業成長の加速と継続性を確保する攻めと守りのIT戦略

① クラウド基盤の構築

- ・データレイクの活用、レガシーシステムの刷新

② AI基盤の構築と活用

- ・労働生産性向上を目的とした生成AIの実装

③ 人材育成

- ・デジタル人材の育成

定量目標（フェーズ①）

デジタル人材
(国内)
200人

生成AIの
実装と活用
600人

データレイク内の
生成AI実装率
80%

⑥重点施策（経営基盤の強化）

成長戦略
資本政策
経営基盤

コーポレートガバナンス

➤ ガバナンス体制の強化（G）

■ 施策

- ・ 取締役会の実効性向上（社外取締役との連携強化）
- ・ グローバルガバナンス機能の強化（地域統括制度の強化）
- ・ ROEおよびROICマネジメント強化（資本効率の向上）

定量目標
(フェーズ①)

社外取締役
比率
50%以上

ROE
13%

サステナビリティ

➤ 事業価値を高めるサステナビリティの推進（E）

■ 2035年の目指す姿

「環境価値 × 機能価値 × 経済性」を両立する
クリーン・テック開発・製造企業としてのポジション確立

■ 施策

気候変動の緩和

➤ S1&S2領域*のCO2排出量削減（2020年度比）

- ・ 電動化の推進（2021年度比）・Scope1
- ・ 生産工程におけるエネルギーロスの削減
- ・ 再生エネルギー導入の最大化（2020年度比）・Scope2
- ・ Scope 3 領域：フィジカルデータ化の推進（DX対応）

➤ プラスチック廃棄物の削減（2020年度比）

- ・ 廃プラスチックの削減と選別強化(2020年度比)

*：GHGプロトコルにおけるScope 1&2領域を示す

➤ 再生プラスチック活用による法規等への対応

- ・ 再生プラスチックの使いこなし技術の確立
- ・ 再生プラスチックを活用した製品開発の推進
- ・ ELV規則への対応準備
(2029年度立上げ指定車型)

定量目標
(フェーズ①)

CO2排出量**
(2020年度比)
20%削減

再生エネ導入比率**
(2020年度比)
10%以上

廃プラスチック
削減量***
(2020年度比)
55%削減

**：対象は国内単体および国内子会社

***：対象は国内単体および国内子会社（シモンズ除く）



本資料に記載されている情報には将来の見通しに関するものが含まれています。これらには現在入手可能な情報をもとにした判断が含まれており、リスクや不確実性が含まれています。今後の経済状況、事業環境の変化などにより将来の見通しが大きく変わる可能性があるため、将来の見通しに関する情報が正確であること、または記載した情報どおりになる事を当社が保障するものではありません。また、これらの情報は投資家の方々へ当社の状況や今後の考え方を伝えることを目的としており、当社株式の売買を勧誘するものではありません。