

NISSHA

モビリティ市場での 成長加速

2022年6月8日

NISSHA株式会社

代表取締役社長 兼 最高経営責任者
鈴木 順也

取締役 常務執行役員 最高戦略責任者
渡邊 亘

取締役 常務執行役員 産業資材事業部長
磯 尚

本日の内容

- モビリティ市場における当社の事業展開
- 社会課題と事業機会
- 中長期のビジョンと戦略

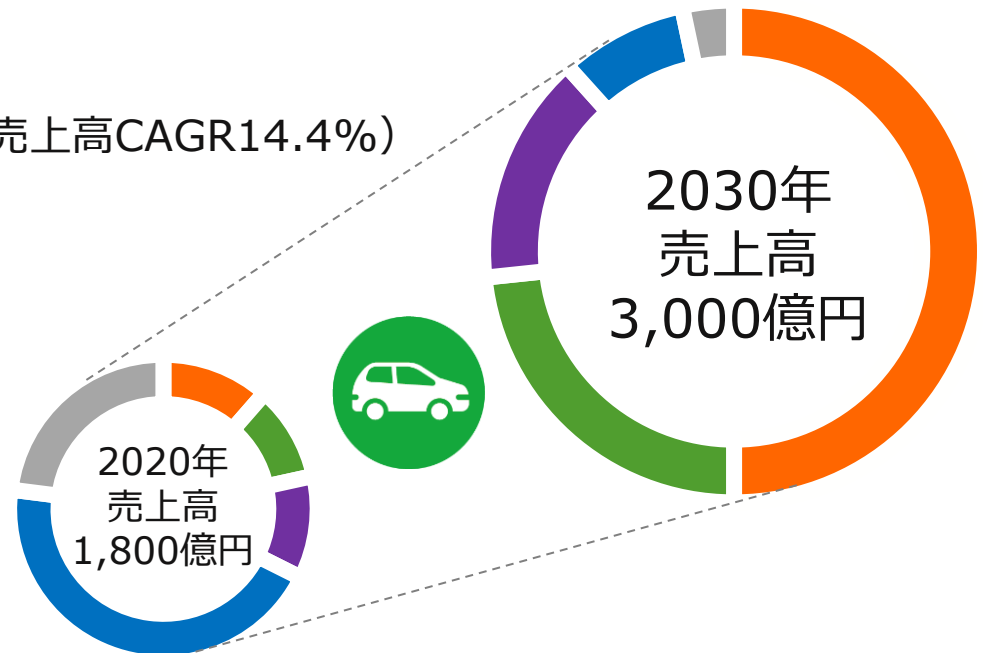
サステナビリティビジョン

経済価値の創出

- 売上高 3,000億円
(うち、モビリティ市場で700億円、売上高CAGR14.4%)
- ROE 15%

社会価値の創出

- 事業活動を通じて社会に貢献
 - 安全・快適なモビリティの実現、
医療課題の解決、循環型社会への貢献
- 2030年のCO2総排出量を30%削減
(2020年比)



■ メディカル ■ モビリティ
■ サステナブル資材 ■ IT機器 ■ その他

30年の歴史と成長の軌跡

内装を中心に製品群の拡充とグローバル展開を通して成長を実現

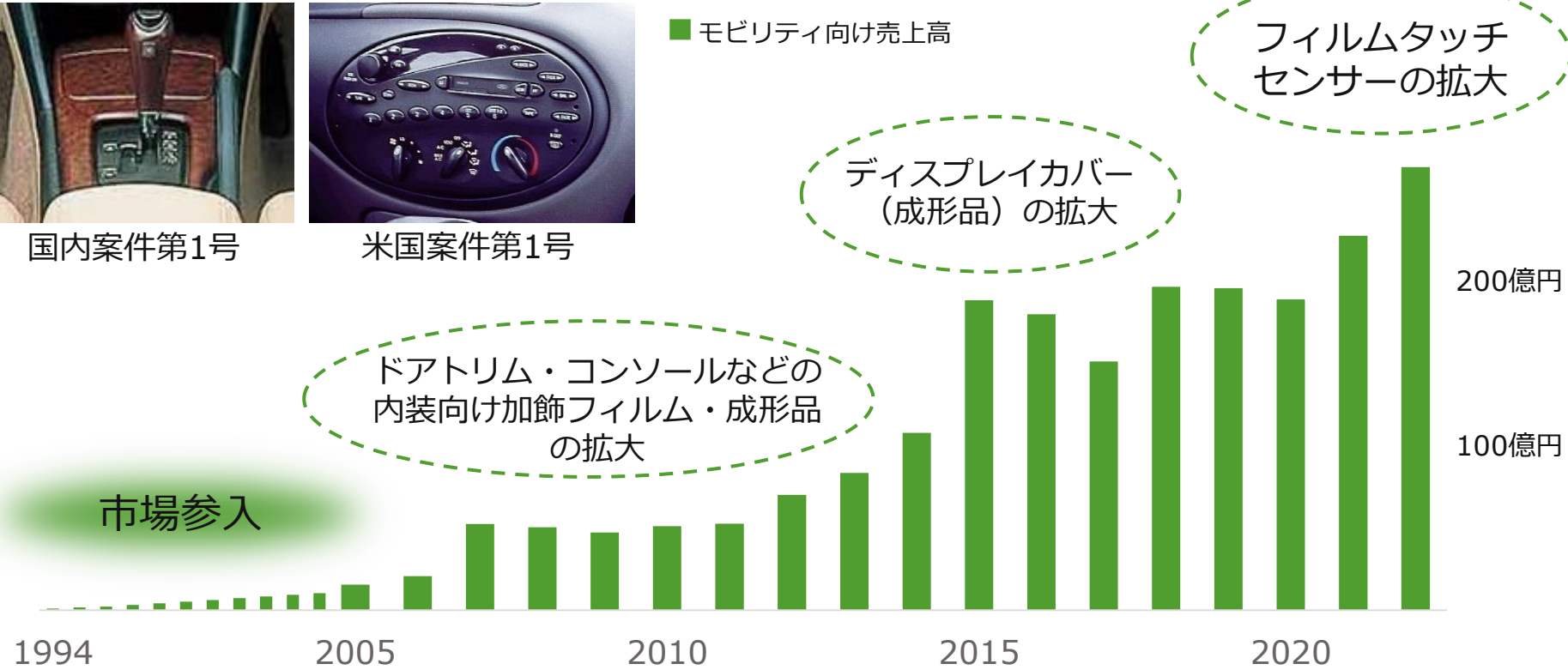


国内案件第1号



米国案件第1号

■ モビリティ向け売上高



グローバル展開の歴史

- 2007 アメリカの成形メーカーを買収
- 2011 中国でモビリティ向け成形品の生産開始
- 2015 メキシコの成形メーカーを買収
- 2016 ドイツの成形メーカーを買収
- 2016 マレーシアでモビリティ向け成形品の生産開始

加飾フィルム・成形品や フィルムタッチセンサーの対象部位

加飾フィルム
加飾成形品



ドアトリム



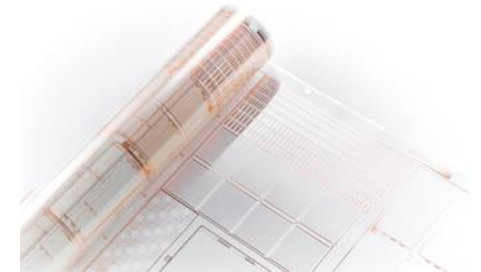
コンソール



ディスプレイカバー



フィルムタッチ
センサー



ディスプレイ



加飾フィルム・成形品 高品位な内装加飾を実現

コア技術

印刷



成形



多彩な意匠、質感を実現

木目調



金属調



光透過表現

OFF時

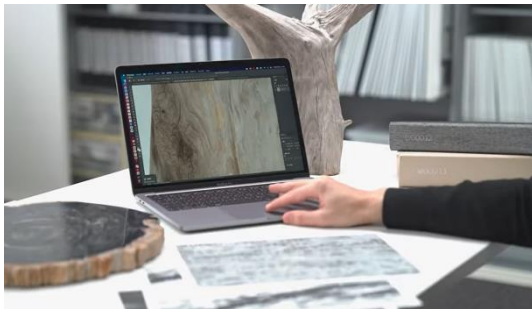


ON時



加飾フィルム・成形品のビジネスモデル

内装デザインのコンセプトを具現化し、製品供給



*CMF : CMF=Color Material Finish 色・素材・仕上げを表す

加飾フィルム・成形品 CMFを通じたデザイン提案

トレンド調査

インテリア、ファッション
などを中心にトレンド調査



翻訳

トレンドレポートや
サンプルブックを発行



提案

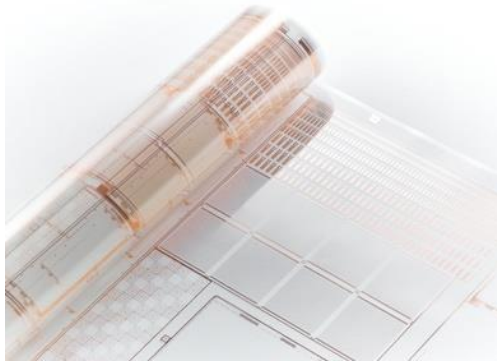
モビリティ内装の
コンセプト提案



高精彩でデザイン自由度の高い フィルムタッチセンサーを提供

コア技術

パターンニング



ラミネーション



高い光学特性

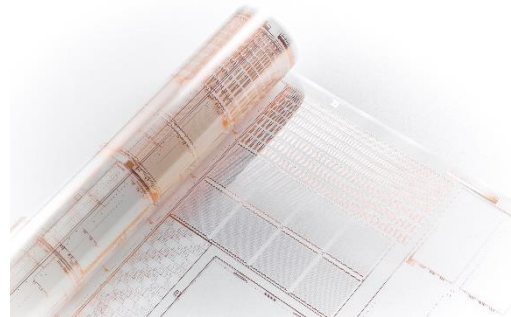


大型・異形・曲面对応



フィルムタッチセンサーのビジネスモデル

実績ある設計～開発～生産プロセスを通して、
ディスプレイメーカーや電装Tier 1へ納入

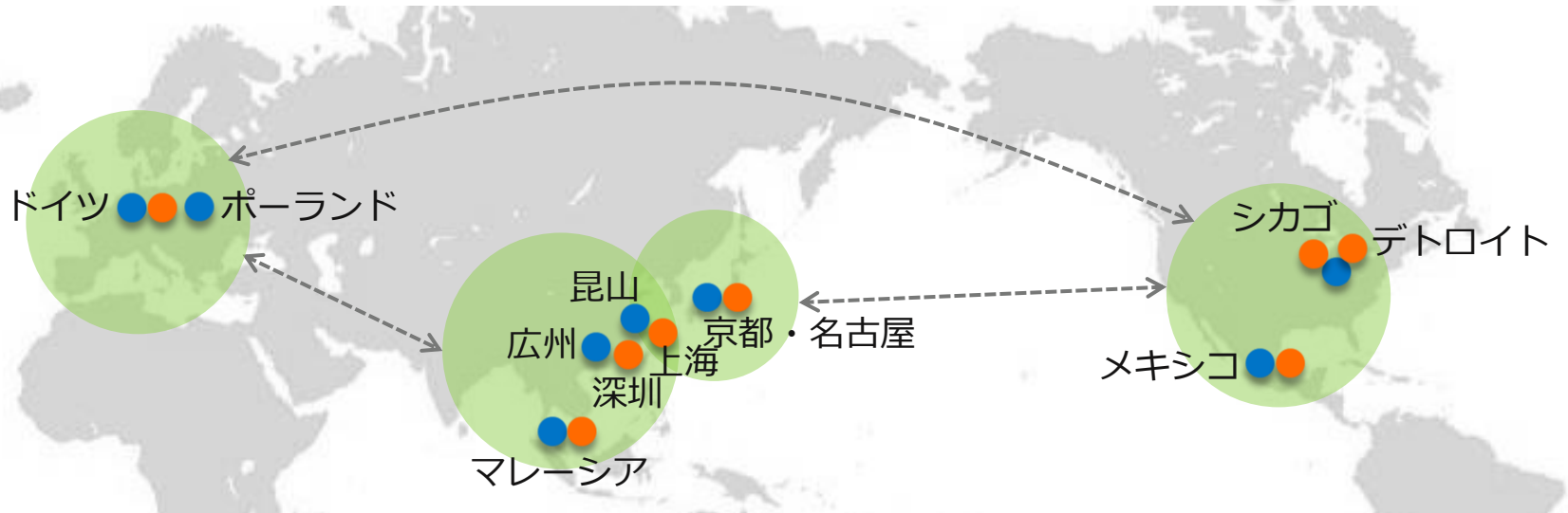


グローバルネットワーク

モビリティ市場の主要地域で地産地消（マーケティング～開発～営業～生産）

地域間シナジーの拡大

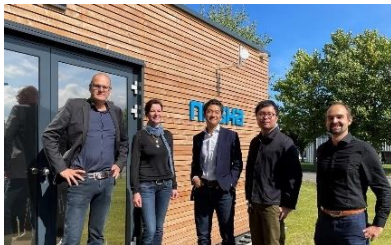
- 営業・開発拠点
- 開発・生産拠点



ヨーロッパ 開発拠点

NICE

Nissha Innovation Center
Europe



フランクフルト

中国 開発拠点

NICC

Nissha Innovation Center
China



上海

日本 開発拠点

NICK

Nissha Innovation Center
Kyoto



京都

アメリカ 開発拠点

NICA

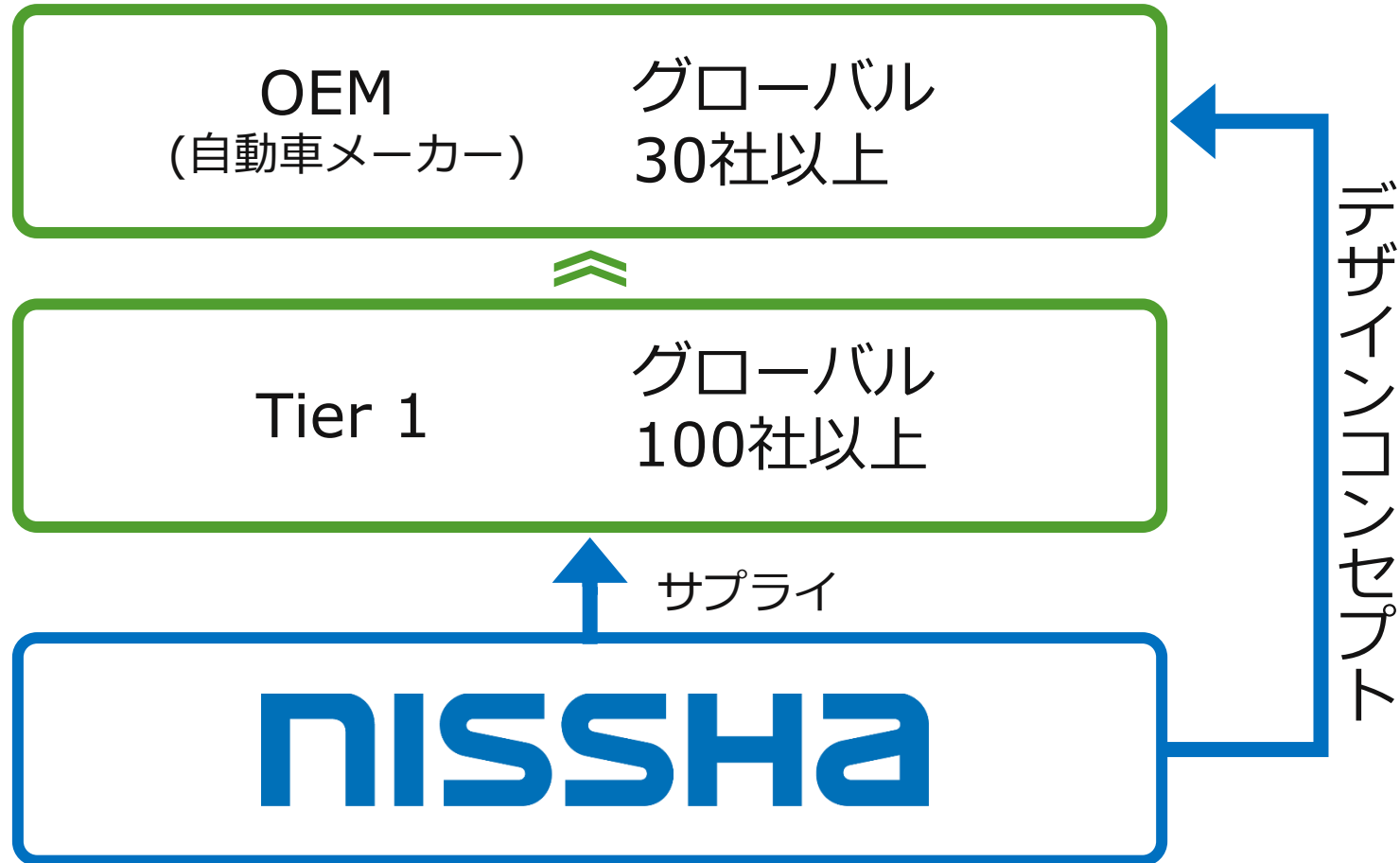
Nissha Innovation Center
America



シカゴ・デトロイト

顧客基盤

モビリティ市場のサプライチェーンにおける重要プレーヤーにアクセス



モビリティ市場の評価

CMF

グローバル
ネットワーク

コア技術

業界実績

プロアクティブかつク
イックなデザイン提案
がありがたい

OEMデザイナー（米）

タイムリーかつ的確な
技術情報の提供で仕事
が進めやすい

OEM 技術部長（米）

経験豊富であり、攻め
る企画提案のできる独
立系Tier 2

OEM 商品企画（日）

CMFの提案力、コンセ
プトの製品具現化など
トータルに優れている

OEMデザイナー（欧）

加飾のリーダーであり、
機能のケイパビリティ
を有する稀有な存在

Tier 1設計（日）

グローバルに拠点を有
しており、グローバル
モデルを任せやすい

Tier 1購買
（日・中・欧・米）

社会課題と事業機会

モビリティ市場の社会課題

モビリティ市場の動向

コネクティビティ

ヒトとクルマ
クルマとクルマ

運転支援～
自動運転

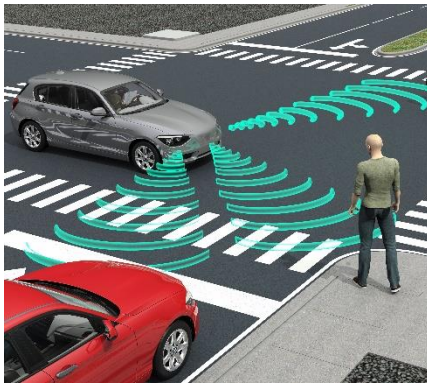
センシング
運転からの解放

EVの普及

軽量化
デザイン志向の変化

気候変動への対応

脱炭素
サーキュラー
エコノミー



当社のケイパビリティで社会課題の解決に貢献

快適性

車内空間の居住性向上

- 内装デザインのシームレス化
- 光透過を使った情報表示（内装）
- 触感の向上
- 抗菌性

サステナビリティ

環境負荷の低減

- CO2総排出量が少ない加飾工法
- リサイクル性の向上
- 軽量化による燃費効率の向上

利便性・安全性

ヒトとクルマのコミュニケーション向上

- タッチセンサーによる直感的な入力
- 光透過を使った情報表示（外装）
- 融雪・融霜ヒーター



中長期のビジョンと戦略

快適性、サステナビリティ、利便性・安全性に 貢献する製品群を展開 2026年 売上高500億円を目指す

数字は2026年ビジョン（売上高）

快適性

内装フィルム加飾
230億円



サステナビリティ

外装フィルム加飾



40億円

利便性・安全性

フィルムタッチセンサー



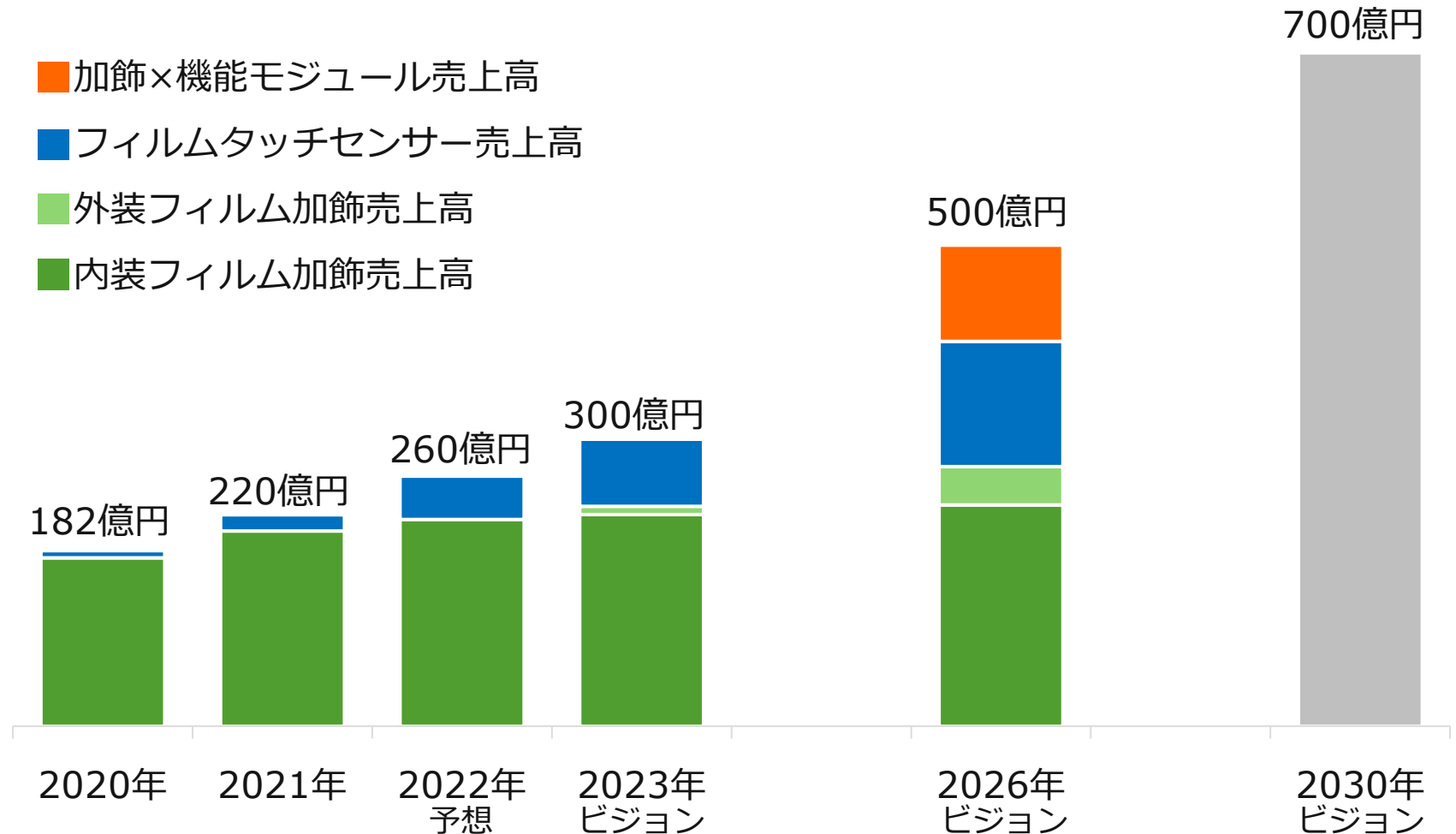
130億円

新製品
加飾×機能モジュール
100億円



中長期ビジョン

2026年 売上高500億円 営業利益率10%以上



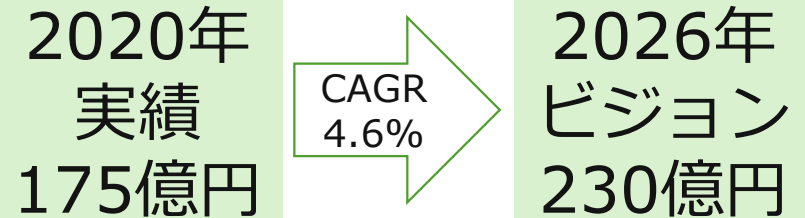
内装フィルム加飾

市場環境・課題

- グローバル自動車生産台数
CAGR3.9% (2020-2026)[※]
- 当社はグローバルでトップシェア
- シームレスデザイン
- CO2総排出量の削減、燃費効率の向上

※出典：IHS Markit、自動車生産台数予測

売上高目標



成長シナリオ

- CMFを活用し、デザイン優位性を強化
- リサイクル性の向上・軽量化
- グローバルで地産地消
(営業、開発、生産)



外装フィルム加飾

市場環境・課題

- CO2総排出量の削減
 - 既存工法（めっき・塗装など）より環境にやさしい工法
- 燃費効率の向上
 - 軽量化

ターゲット製品

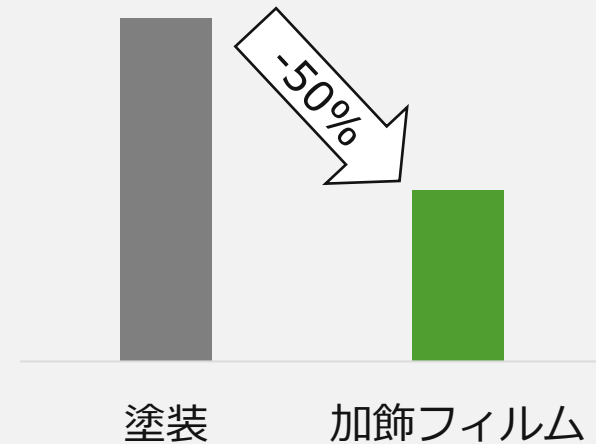
- バンパー・フロントグリル・ピラー



当社の優位性

- 加飾フィルムによる環境負荷の低減
 - 塗装比でCO2総排出量を50%削減[※]
- 加飾フィルムの意匠性・耐候性・成形性

加飾工法別 CO2総排出量



※当社調べ

フィルムタッチセンサー

市場環境・課題

- シームレスデザイン、Pillar-to-Pillar
- ディ스플레이は大型・異形・曲面化
 - 12"以上ディスプレイが急増 (CAGR25%、2020-2026)*
- OLEDディスプレイの採用が拡大 (CAGR34%、2020-2026)*

売上高目標

2020年
実績
7億円

CAGR
63%

2026年
ビジョン
130億円

※ 株式会社矢野経済研究所「2021-2022年版 車載用ディスプレイ市場の現状と将来展望」(2021年8月)のデータを基に当社が独自に算出

成長シナリオ

- OLEDディスプレイとの親和性
- 量産品質 (生産技術、品質管理、供給力)
- 販売チャネル拡大 (ディスプレイメーカー・Tier 1)



加飾×機能モジュール

内装向け



加飾

木目調・金属調
光透過



機能

タッチセンサー
フォースセンサー
ハプティクスなど

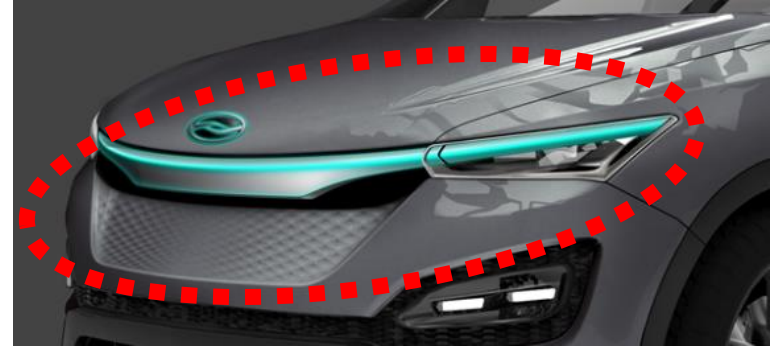
快適性

シームレスデザイン
を実現

利便性・安全性

入力のユーザビリティ
向上

外装向け



加飾

光透過
環境負荷の少ない
工法



機能

ライティング
ヒーターなど

サステナビリティ

フィルム加飾による
環境負荷の低減

利便性・安全性

交通参加者とのコミュニ
ケーション向上
センサーパフォーマンス
の向上

本プレゼンテーションに掲載されている情報および決算説明会・カンファレンスで提供される情報のうち業績の目標、計画、見通し、戦略、その他過去の事実ではない情報については、現時点で入手可能な情報に基づいて当社の経営者が合理的と判断したもので、リスクや不確実性を含みます。実際の業績は、経済動向、市場需要、為替の変動などのさまざまな要因によって大きく変わる可能性があります。