

新中期経営計画「GP25 3rd Stage」

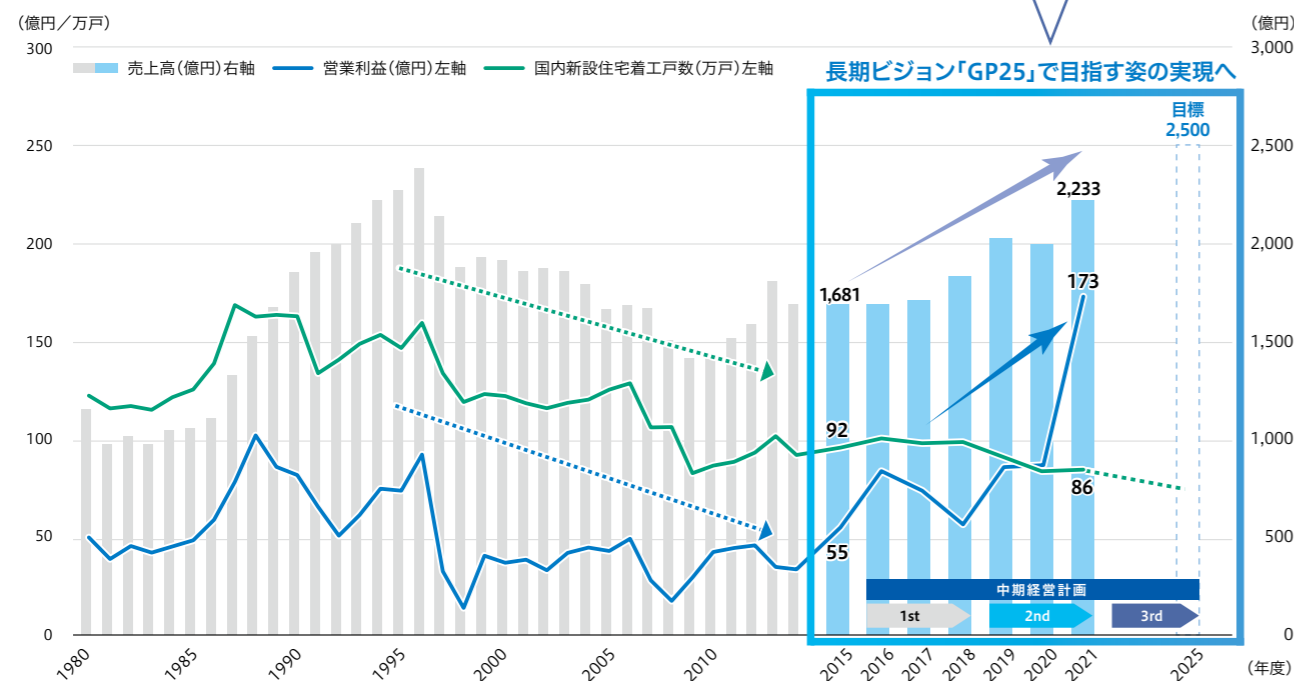
新中期経営計画の位置付け



長期ビジョン「GP25」で目指す成長軌道

今後、日本国内の新設住宅着工戸数の減少が見込まれる中、新築住宅市場でのシェアアップに加え、注力市場と位置付ける「海外市場」「公共・商業建築分野」「住宅リフォーム・リノベーション市場」の拡大を目指しています。これら注力市場に経営資源を積極的に投入することで、国内の新設住宅着工戸数が減少する中でも、成長し続ける企業への変革を進めていきます。

国内新設住宅着工戸数が減少する中でも、成長し続ける企業へ



基本方針

I. 成長戦略の実行 ～社会課題解決の鍵 (CSV) ～

循環型社会への貢献

循環管理された木材資源・廃棄物を活用した素材の開発、用途開拓によりグローバル市場への展開を加速させる

ニューノーマル時代のユーザーニーズの充足

あらゆる空間において、より高まった安全・安心・健康・快適を求めるユーザーニーズに対し、多様な製品（素材・建材）、空間評価・分析機能、施工機能を有する強みを活かしたソリューション提案力を強化する

II. サステナビリティを軸とした経営基盤の強化

人財基盤

- 多様な人財が活躍できる職場環境・風土づくり
- 成長を支え、変化に対応できる人財育成
- 挑戦を称賛、支える制度・仕組みの確立
- バランスの取れた人財基盤の構築

事業基盤

- サプライチェーンにおける環境負荷低減とリスクマネジメントの両立
- 強く柔軟な事業インフラの再構築
- 事業ポートフォリオの最適化（選択と集中）
- 提供価値の根源である品質の徹底
- 攻め/守りのデジタル戦略
- 効率的、最適な物流体制の構築

財務基盤

- 成長のための積極的な投資
- 成長を支える強固な財務基盤の構築

ガバナンス

- 企業価値の向上を支える公正で透明性の高い経営
- 情報発信の強化と対話の充実によるステークホルダーエンゲージメントの向上

経営目標

I. 成長戦略の実行

項目	ベンチマーク 2015年度実績	GP25 1st Stage 2018年度実績	GP25 2nd Stage 2021年度実績	GP25 3rd Stage 2025年度目標	増減	
					2nd Stage実績比	ベンチマーク比
売上高	1,681	1,829	2,233	2,500	+266	+818
国内市場	1,579	1,637	1,512	1,835	+322	+255
海外市場	102	192	721	665	△56	+562
営業利益	55	57	173	150	△23	+94
営業利益率	3.3%	3.1%	7.8%	6%	△1.8pt	+2.7pt
親会社株主に帰属する当期純利益	39	44	78	100	+21	+60

II. 経営基盤の強化

財務			非財務		
		2025年度目標			2025年度目標
資本効率性	ROE	10%以上	E	温室効果ガス国内外総排出量 ^{※1}	△10%
	ROIC	8%以上		ダイバーシティ総合指数 3rd Stage ^{※2}	+30pt
財務健全性	自己資本比率	40%以上	S	品質に関する重大事故・違反 ^{※3}	0件
	D/E レシオ	0.5倍以下		従業員満足度 ^{※4}	60pt
株主還元	配当性向	35%	G	重大コンプライアンス違反 ^{※3}	0件
	DOE (自己資本配当率)	3.5%			

※1: Scope1+2 2021年度比
 ※2: 女性管理職比率などダイバーシティ関連項目を指数化した当社独自指標 2021年度比。2022年度からの中期経営計画「GP25 3rd Stage」スタートにあたり、「ダイバーシティ総合指数3rd Stage」として、算出方法に係る7項目を再設定。
 ※3: 中期経営計画期間 ※4: 従業員のやりがい、職場の働きやすさなどを評価軸とした調査に基づく当社独自指標