

長期ビジョンの実現に向けた中期経営計画の進捗

2016年度からスタートした中期経営計画「GP25 1st Stage」(2016~2018年度)では、“建築資材の総合企業への第一歩を踏み出す”ため、既存事業の深耕を図るとともに、成長の鍵となる新規事業の基盤づくりに着手。2019年度からスタートした「GP25 2nd Stage」(2019~2021年度)では、“建築資材の総合企業に向け成長戦略を加速させる”ステップと位置付け、海外市場を中心とする積極投資の実行や、国内の事業ポートフォリオの見直し、経営基盤の強化などを進めました。

中期経営計画「GP25 1st Stage」(2016~2018年度) 「建築資材の総合企業」への第一歩を踏み出す

基本方針

- 既存事業の深耕を図るとともに、成長の鍵となる新規事業の基盤づくりを行う
- エコ素材、省エネルギー、国産木材活用など、環境関連技術の開発を積極的に進める
- 重点市場と位置付ける公共・商業建築分野、海外市場に積極的に経営資源を投入する
- メーカー×エンジニアリングのシナジー効果を最大限に発揮し、稼ぐ力を高める
- 社員が活き活きと活躍できる職場環境のもと、将来を担う人材を育成する
- ダイバーシティを経営戦略の一つとして位置付け、多様な人材が発揮する能力を成長エンジンとする
- ガバナンスを強化し、中長期的な企業価値向上を図る

経営目標に対する実績

	ベンチマーク		実績		目標
	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2018年度
売上高	1,681	1,688	1,705	1,829	1,800
営業利益	55	85	75	57	70
経常利益	52	90	87	68	70
親会社株主に帰属する当期純利益	39	51	58	44	43
ROE	9.8%	11.7%	11.7%	7.8%	8%
配当性向	30.4%	30.1%	30.3%	42.4%	30%以上

成果と課題

- 経営目標に対しては、売上高、純利益で目標を達成しました。
- 営業利益については、前3カ年から収益性を高め、2年連続で目標を達成できましたが、原材料調達及び受発注システムのトラブルにより、最終年度では目標達成とならず、事業インフラ再構築に課題が残る結果となりました。
- 素材事業の海外展開強化のためのM&A、大規模な新製品投入による公共・商業建築分野向けの製品ラインアップの拡充、R&Dセンター開設、バイオマスボイラー増設など積極投資を行い、次なる成長のための施策を着実に実行しました。
- 株主還元については、配当性向30%以上の方針に従い、充実を図りました。

注力3市場での拡大に向けた主な投資



中期経営計画「GP25 2nd Stage」(2019~2021年度)

「建築資材の総合企業」に向け成長戦略を加速させる

基本方針

強靱な経営基盤のもと、事業を通じた社会課題解決を追求することで、「建築資材の総合企業」に向けた成長戦略を加速させる

I. 成長戦略の加速

- 国内：事業（市場）ポートフォリオの見直し
- 海外：積極投資による事業拡大、新たな市場への進出

II. 経営基盤の強化

- 1 財務基盤の最適化
- 2 強く、柔軟な事業インフラの再構築
- 3 ESG経営の実践

経営目標に対する実績

	実績			目標			
	2019年度	2020年度	2021年度	2021年度			
I. 成長戦略の加速	売上高	2,024	1,992	2,233	2,250		
	営業利益	83	87	173	120		
	営業利益率	4.1%	4.4%	7.8%	5.3%		
	親会社株主に帰属する当期純利益	54	56	78	70		
II. 経営基盤の強化	財務	効率性	ROE	9.5%	9.1%	10.9%	10%
		ROA	5.5%	5.8%	10.5%	7%	
	健全性	自己資本比率	32.7%	39.4%	41.7%	40%	
		株主還元	配当性向	33.4%	32.4%	33.1%	30%以上
	非財務	E	CO ₂ 国内総排出量 ^{※1}	△28%	△35%	△36%	△26%
		S	ダイバーシティ総合指数 ^{※2}	+19pt	+19pt	+30pt	+20pt
			品質に関する重大な事故・違反	1件	1件	0件	0件
		G	グループ企業理念浸透度 ^{※3}	+4pt	—	+5pt	+10pt

※1: 2013年度比 ※2: 女性管理職比率などダイバーシティ8項目を指数化した当社独自指標(2018年度比) ※3: グループ企業理念に関する従業員の理解・共有・実践を指数化した当社独自指標(2017年度比)

成果と課題

- 成長ドライバーと位置付ける海外市場での拡大に向け、2019年度にM&Aによりグループ化した北米2社での木質素材事業が全体の業績を大きく牽引し、利益目標や財務指標など、売上高を除く経営目標をすべて達成しました。
- 海外市場での拡大が進む一方、国内ではコロナ禍による影響を受け、宿泊施設・商業施設等の建設需要が急減し、公共・商業建築分野での拡大目標は未達となりました。
- 2021年度の後半にかけて、国内での想定を上回る受注増に海上輸送の混乱による原材料の入荷遅れが重なり、建材事業の一部製品で納期遅延が発生。受注制限を行わざるを得ない状況となり、サプライチェーン全体のBCPに課題が残る結果となりました。
- 非財務の目標に対しては、事業活動と連動した再生可能エネルギーの活用により、CO₂国内総排出量の削減目標を達成したことに加え、当社独自指標であるダイバーシティ総合指数について、男性の育児休業の取得促進などにより、当初目標を大幅に上回り達成することができました。

長期ビジョン「GP25」実現に向けた業績推移

