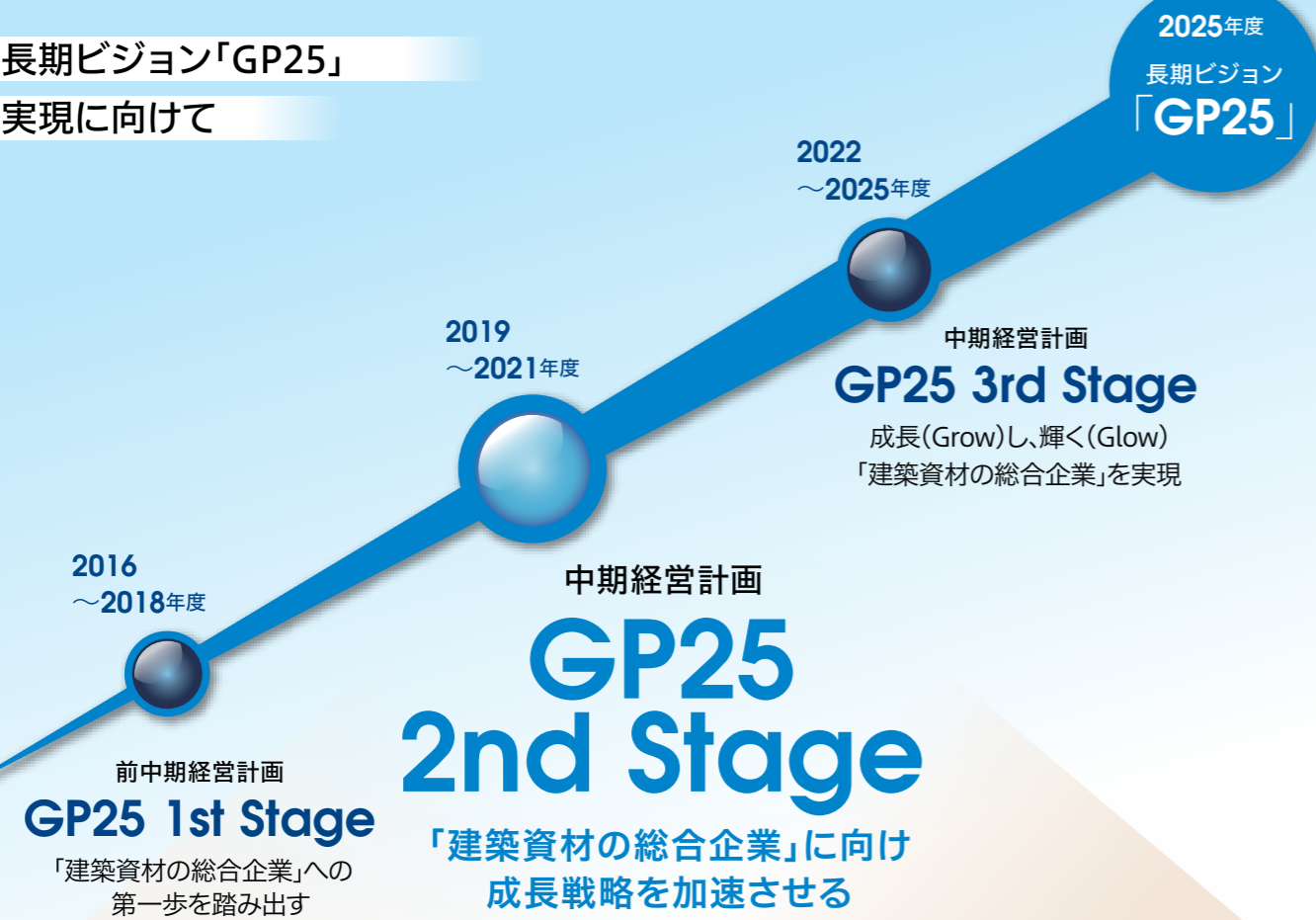


# 中期経営計画「GP25 2nd Stage」の展開

2019年度からスタートした中期経営計画「GP25 2nd Stage」は、2025年にありたい姿を描いた長期ビジョン「GP25」の実現に向けたロードマップとして、「I. 成長戦略の加速」と「II. 経営基盤の強化」の方針を軸に、財務・非財務の両面で経営目標を設定し、施策を展開しています。  
 長期ビジョンで目指す企業像「建築資材の総合企業」に向け、挑戦を続けていきます。

「建築資材の総合企業」へ

長期ビジョン「GP25」  
実現に向けて



## 中期経営計画「GP25 2nd Stage」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 ▶P25
- 海外: 積極投資による事業拡大、新たな市場への進出 ▶P29

### II. 経営基盤の強化

- 1 財務基盤の最適化 ▶P39
- 2 強く、柔軟な事業インフラの再構築 ▶P38
- 3 ESG経営の実践 ▶P41

## 経営目標及び進捗

### I. 成長戦略の加速

(億円)

	2018年度 実績	2019年度 実績	増減	2021年度 目標
売上高	1,829	2,024	+195	2,250
うち国内市場	1,637	1,659	+22	1,730
公共・商業建築分野	211	262	+51	312
住宅リフォーム市場	284	317	+33	376
うち海外市場	192	365	+172	520
営業利益	57	83	+26	120
営業利益率	3.1%	4.1%	+1.0pt	5.3%
純利益	44	54	+10	70

### II. 経営基盤の強化

#### 財務

		2018年度 実績	2019年度 実績	増減	2021年度 目標
効率性	ROE	7.8%	9.5%	+1.7pt	10%
	ROA	4.5%	5.5%	+1.0pt	7%
健全性	自己資本比率	36.8%	32.7%	△4.1pt	40%
株主還元	配当性向	42.4%	33.4%	△9.0pt	30%以上

#### 非財務

		2019年度 実績	2021年度 目標
E	CO <sub>2</sub> 国内総排出量 <sup>※1</sup>	△25%	△26%
S	ダイバーシティ総合指数 <sup>※2</sup>	+19pt	+20pt
	品質に関する重大な事故・違反	1件	0件
G	グループ企業理念浸透度 <sup>※3</sup>	+4pt	+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)

### 2019年度総括

- 中期経営計画の1年目となる2019年度は、2019年10月の消費増税以降、新設住宅着工戸数が減少トレンドに向かう中、注力市場と位置付ける海外市場、公共・商業建築分野、住宅リフォーム市場での拡大を図るためのM&Aを実施するなど、成長戦略の加速に向けた積極的な投資を行いました。
- 売上高は、M&Aによる新規連結効果に加え、住宅市場向け、非住宅の公共・商業建築分野向けの両市場で建材事業の拡大が図れたことにより、連結以来過去最高となりました。
- 営業利益については、M&Aの利益貢献に加え、原材料価格等のコストアップや物流費増に対して取り組んだ合理化・コストダウンが奏功し、増益となりました。これにより、中期経営計画の経営目標達成に向けた第一歩となる水準に高めることができました。
- 非財務の目標に対しては、バイオマスボイラーの安定稼働に努めたことにより、CO<sub>2</sub>国内総排出量を2013年度比で25%削減するとともに、グループ企業理念浸透プログラムの着実な展開により、浸透度を高めるなど、中期ESG計画を軸に、「経営基盤の強化」に向けた取り組みを推進しました。