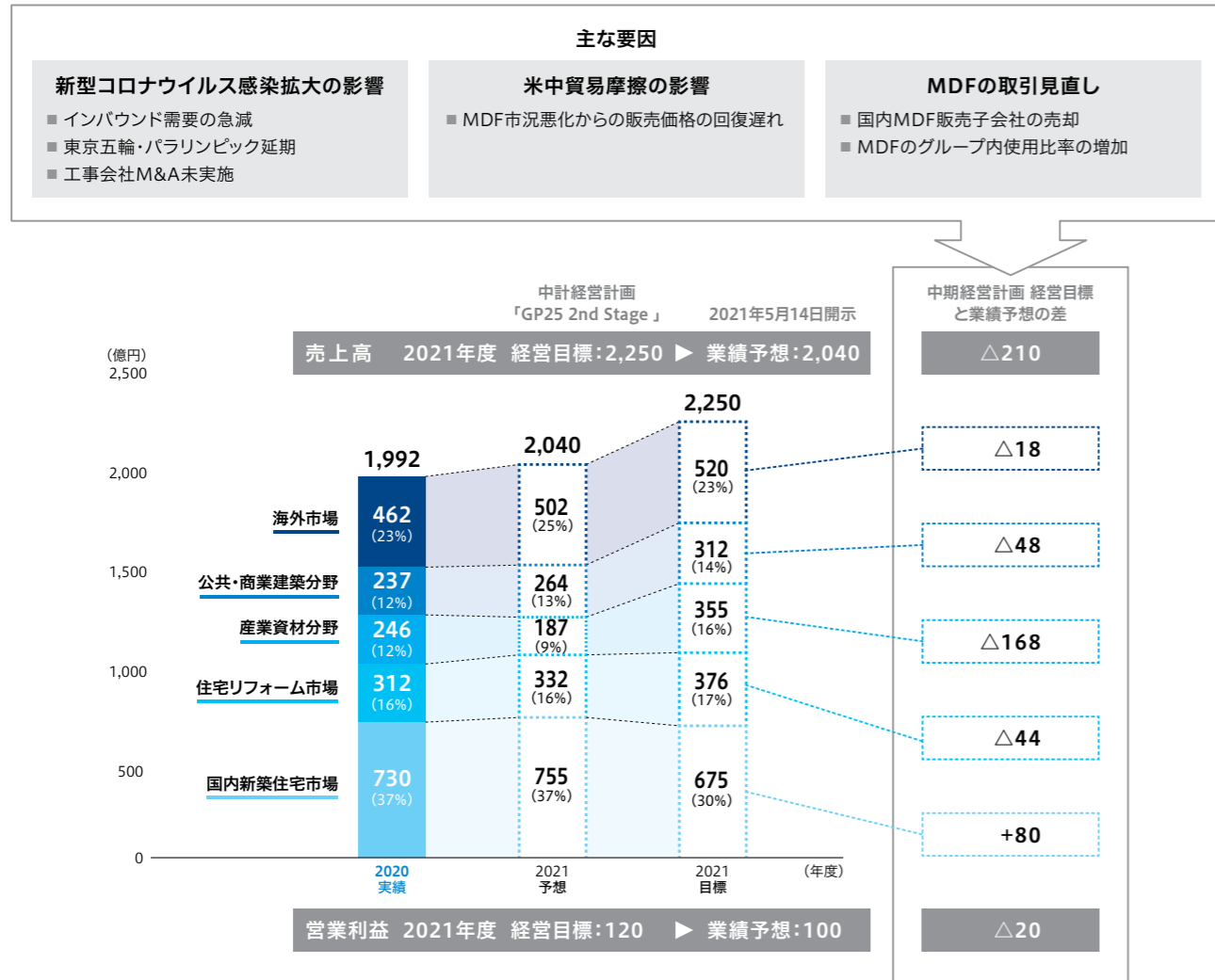


中期経営計画の経営目標と業績予想の差

中期経営計画「GP25 2nd Stage」策定当初には想定していなかった新型コロナウイルス感染拡大の影響、米中貿易摩擦の影響といった外部環境の変化に加え、MDFの取引見直しにより、2021年5月14日に開示した2021年度の業績予想において、経営目標に対し、売上高で210億円、営業利益で20億円、届かない予想となっています。



今後の対応

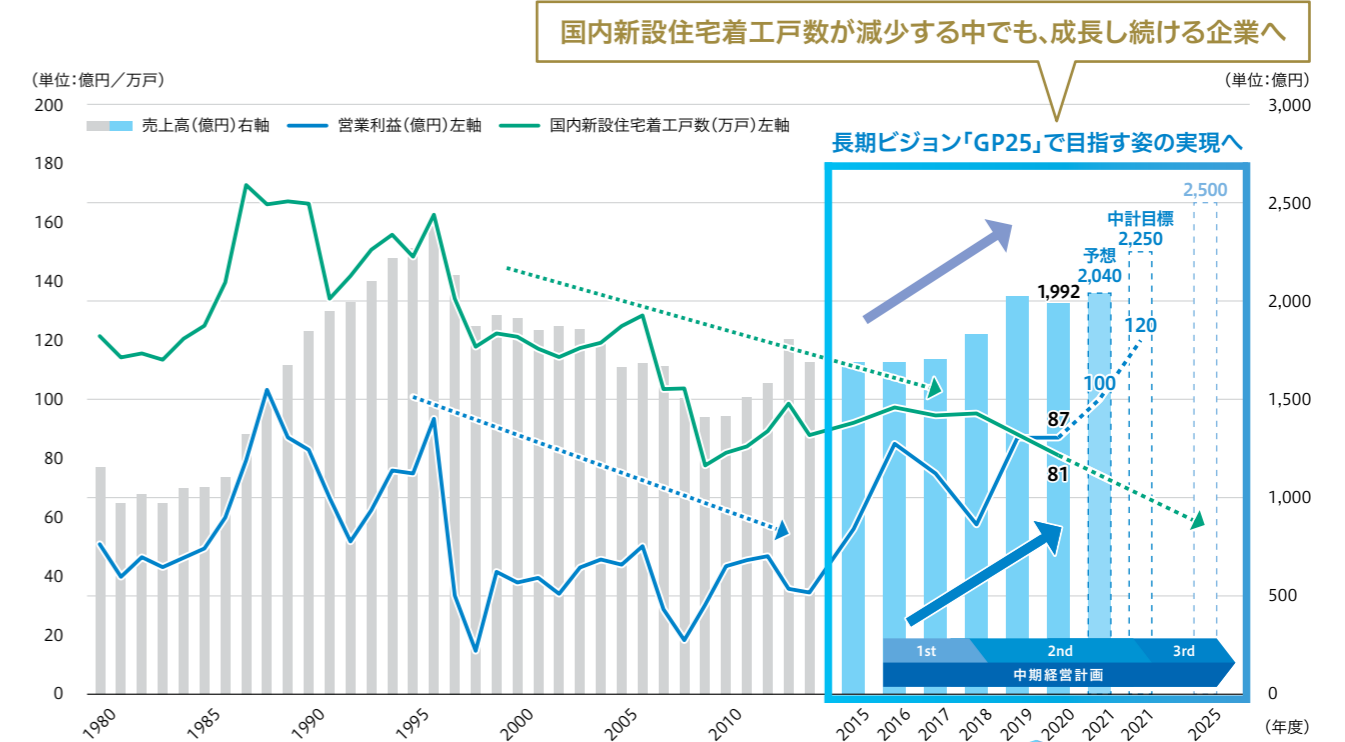
中期経営計画「GP25 2nd Stage」の基本戦略は堅持
当初の経営目標もストレッチ目標として維持

- コロナ禍で顕在化した新たなニーズへの提案強化
- DX対応等、経営基盤強化の投資
- 海外市場でのさらなる拡大や中長期の競争力を高める投資

これらの状況に対し、中期経営計画「GP25 2nd Stage」における基本戦略は堅持しながら、コロナ禍で新たに顕在化したニーズを捉えた提案強化、MDFの収益性改善に向けた工場での構造改革など、当初想定からの変化に対応していきます。また、基幹システム、物流効率化、デジタル対応の営業ツールの拡充などDX対応投資を積極化するとともに、海外でのさらなる拡大を目指し、北米におけるLVLの次の展開や、MDFの存在感を高めるM&Aの検討も引き続き進めるなど、中長期の競争力を高める投資を積極的に行っていきます。したがって、中期経営計画「GP25 2nd Stage」の経営目標はストレッチ目標として維持し、2021年5月14日に開示した業績予想は、その中で現状の経営環境を踏まえた株主・投資家の皆様への責任ある数字という位置付けです。

注力市場への取り組み

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、成長戦略を加速するため、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。



注力市場での拡大 3市場における機会とニーズ

- 海外市場**
 - 世界最大の木造住宅市場かつ継続的な人口増加が見込まれる米国の住宅市場への展開
 - 天然木の伐採規制、持続可能な素材・建材ニーズの高まりに伴うMDFの需要拡大
 - 新興国での住環境の質的向上及び高付加価値製品ニーズの高まり
 - ▶ P37-38
- 公共・商業建築分野**
 - 公共建築物等木材利用促進法などの政策による建築物の木質化、国産材・地域産材の活用推進
 - 新型コロナウイルス感染症拡大による抗ウイルス製品ニーズの高まり
 - WEB会議等の普及によるオフィスの音環境改善対応
 - ▶ P39-40
- 住宅リフォーム市場**
 - コロナ禍を契機とした新しい日常への対応に伴う需要
 - 脱炭素社会に向けた住宅循環システム構築への対応に伴う需要
 - 建設就業者の減少に伴う省施工製品ニーズの高まり
 - ▶ P41-42

注力市場での拡大に向けた主な投資

	GP25 1st Stage			GP25 2nd Stage	
	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
海外市場			MDF供給体制強化 (ニュージーランド DSL社をグループ化)	北米木質素材事業の展開 (CIPA社、PWT社をグループ化)	
公共・商業建築分野		特注品対応のドア生産設備増強	ダイライト壁材 新製品投入	生産能力増強	量おもて生産設備増強
住宅リフォーム市場		マンションリノベーション事業展開 (バックシステムをグループ化)		無垢床材事業展開 (テーオフローリングをグループ化)	首都圏リフォーム工事強化 (リフォームキューをグループ化)

大建工業グループの価値創造
価値創造の戦略
価値創造を支える基盤
データ編