

### 新中期経営計画「GP25 2nd Stage」(2019~2021年度)を策定

～事業を通じた「社会課題解決」を鍵に、成長戦略を加速～

大建工業株式会社(大阪市北区、社長:億田正則)は、2019年度を初年度とし、2021年度を最終年度とする3ヵ年の新中期経営計画「GP25 2nd Stage」を策定いたしました。

当社グループは、2025年を見据えた長期ビジョン「GP25」にて、従来の「住宅用建材のメーカー」から「建築資材の総合企業」へと成長し、輝くことを2025年のありたい姿として描き、具体的な経営目標として売上高2,500億円を掲げました。その実現に向けて3つの成長ステップをロードマップとして設定し、実行しております。

今回の新中期経営計画「GP25 2nd Stage」は、「GP25」実現に向けた第2ステップとして、2016年度より3ヵ年計画でスタートした第1ステップ「GP25 1st Stage」の成果を受け継ぐ経営計画となります。「成長戦略の加速」と、その成長を下支えする「経営基盤の強化」を基本方針とし、「GP25」の実現に向けた積極的な成長投資で、北米市場をはじめとする新たな市場へ進出するとともに、既存事業のさらなる拡大を図ります。さらに、事業活動を通じた『社会課題の解決』を追求することで、持続可能なESG経営を実践し、経済的・社会的価値を創造してまいります。

#### 1. 新中期経営計画「GP25 2nd Stage」の経営目標

(単位:億円)

項目/年度	2018年度 (実績)	2021年度 GP25 2nd Stage 最終年度	増減
売上高	1,829	2,250	+ 421
うち国内市場	1,637	1,730	+ 93
うち海外市場	192	520	+ 328
営業利益	57	120	+ 63
純利益	44	70	+ 26
ROE	7.8%	10%以上	—

#### 2. 新中期経営計画「GP25 2nd Stage」の基本方針

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

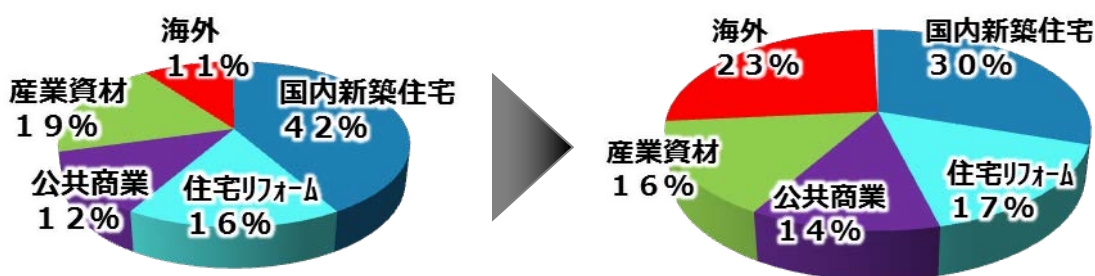
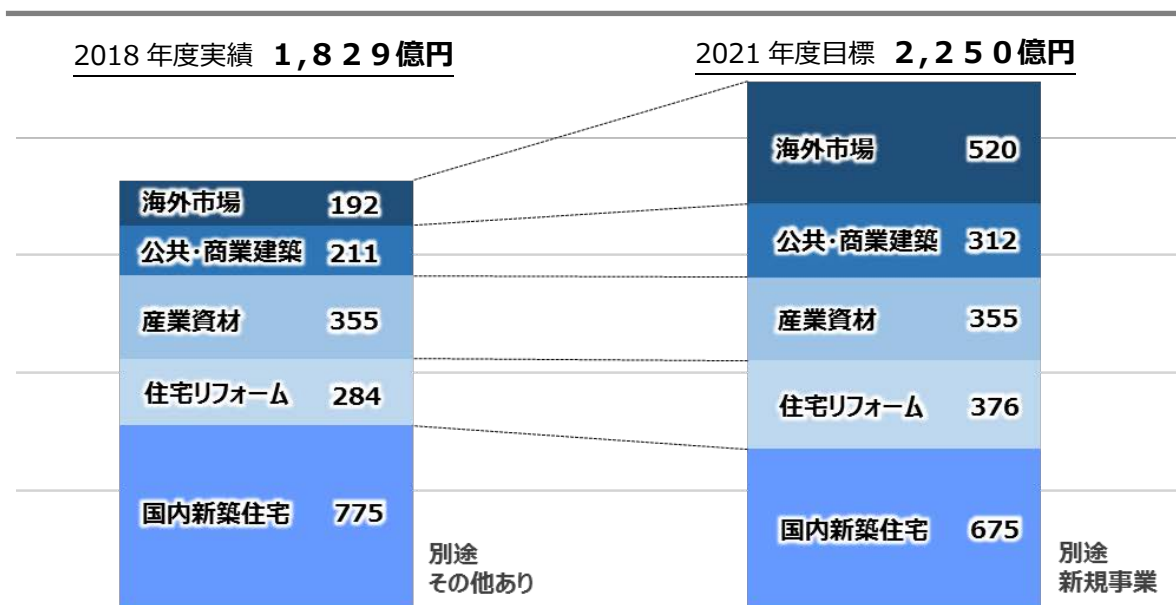
3. ESG経営の実践

### 3. 「市場別」の売上構成比、及び 基本戦略

本格的な新築住宅市場の縮小が見込まれる日本国内においては、積極的な機能提案などにより、同市場のシェア拡大を図るとともに、高齢化社会の進行や、依然好調なインバウンド需要を背景に、医療・高齢者施設、宿泊・商業施設などで堅調な需要が見込まれることから「公共・商業建築分野」に注力いたします。また、海外市場においては、「GP25 1st Stage」で意思決定した北米木質素材事業など、300 億円の積極投資（※後述の 6. 投資計画を参照）を行うことでグローバル展開を加速させます。

重点市場・分野として、「公共・商業建築分野」の売上高を 1.5 倍の 312 億円に、「住宅リフォーム市場」の売上高を 1.3 倍の 376 億円に拡大します。「海外市場」においては売上高を 2.7 倍の 520 億円に拡大し、全社売上に占める海外市場の割合を 11%から 23%に高めてまいります。

#### <市場別 売上構成比>



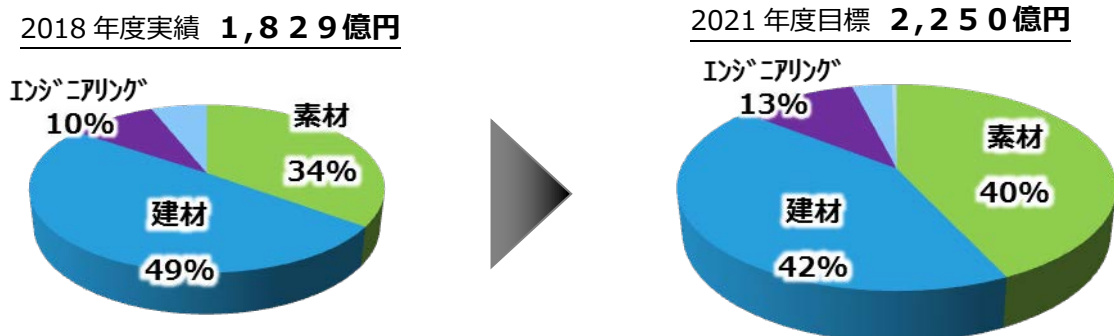
#### <市場別 基本戦略>

市場・分野	主な基本戦略
海外市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北米木質素材事業（LVL・単板）へ投資、北米市場への進出</li> <li>・MDFを中心に木質素材の製造、販売を継続拡大</li> </ul>
公共・商業建築分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品ラインアップの拡充</li> <li>・物流、図面対応、営業体制等、市場拡大のためのインフラ整備</li> </ul>
産業資材分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新市場、新分野への用途開発</li> <li>・新素材、研究開発品の開発推進と用途探索</li> </ul>
住宅リフォーム市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏でのリノベーション物件販売拡大とリフォーム工事拡大</li> <li>・省施工、省廃棄物等のリフォーム向け製品の拡充</li> </ul>
国内新築住宅市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場、顧客の変化に応じた営業体制の再構築とシェアアップ</li> <li>・防音、省施工等の機能性を切り口とした製品、提案の継続強化</li> </ul>

#### 4. 「事業別」の売上構成比、及び 基本戦略

素材・建材・エンジニアリングの3つの事業を柱とし、「海外市場」、「公共・商業建築分野」、「住宅リフォーム市場」を中心に売上拡大を図ります。

##### <事業別 売上構成比>



##### <事業別 基本戦略>

事業	主な基本戦略
素材事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北米木質素材事業（LVL・単板）に投資、北米市場に進出</li> <li>・生産体制の最適化の追求</li> <li>・社会課題解決を軸とした用途開発の加速               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 木材の不燃化事業を開始</li> <li>→ 農業、園芸市場向け木材活用の事業化検討</li> <li>→ 新木質素材の事業化検討</li> </ul> </li> </ul>
建材事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選ばれ続ける差別化製品のさらなる拡充</li> <li>・M&amp;A、外部リソースを積極的に活用した製品・販売網の拡充</li> </ul>
エンジニアリング事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・重点市場（公共・商業建築分野、リフォーム・リノベーション）をターゲットとする工事会社の事業拡大</li> </ul>

#### 5. 経営基盤の強化

「GP25 2nd Stage」の成長戦略を着実に進めるため、財務、事業インフラ、ESGの3つの視点から経営基盤の強化を図ります。

##### 〔財務基盤の最適化〕

成長、基盤強化に向けた投資を支えるため、効率性、健全性を重視し、財務基盤の最適化を図ります。

##### 〔強く柔軟な事業インフラの再構築〕

選ばれ続ける企業であるため、中長期視点でみた戦略的で最適なIT・物流・供給体制を確立し、強く、柔軟な事業インフラを再構築します。

##### 〔ESG経営の実践〕

成長戦略を支える経営基盤強化に向け、「中期ESG計画」の推進を軸として、持続可能なESG経営を実践します。

## 6. 投資計画

新中期経営計画「GP25 2nd Stage」達成のための投資について、以下の方針を定めました。  
本方針に基づき、成長、基盤強化に向けた積極的な投資を行います。3年間での投資額及びその内訳は、海外 300 億円、国内 100 億円、通常の維持更新等の設備投資 150 億円、合計で 550 億円を計画しております。

### <新中期経営計画「GP25 2nd Stage」投資方針>

- 1、長期ビジョン「GP25」実現に向けた成長投資を最優先に実施する。
- 2、投資決定にあたってはリスクとリターン、資本コストを考慮する。
- 3、A I、I o Tなど先端技術を積極活用し、生産性向上や効率化につなげる。

### <投資額 内訳>

戦略投資	海外	北米事業	200億円
		素材事業	100億円
	国内	新事業	30億円
		拡大市場	30億円
		インフラ (研究開発、業務効率化システムなど)	40億円
通常投資	維持更新など [50億円/年]	150億円	
		合 計	550億円

## 7. 資本政策の基本方針

ROEを重視した効率的な経営に努め、株主還元の充実と財務の健全性及び戦略的投資のバランスを最適化することで、企業価値の向上を図ってまいります。株主還元方針として、配当性向 30%以上を目標とし、業績に連動した利益還元を目指しつつ、安定的な配当の維持に努めます。自己株式の取得については、資本の状況、市場環境等を考慮した上で、総合的に判断します。株主資本については、中長期的な成長と、それを支える強固な経営基盤の確立のために、生産・販売・施工体制の整備・強化や新規事業・海外事業の展開などに有効活用してまいります。

◆2019～2021 年度 新中期経営計画「GP25 2nd Stage」補足資料掲載ページ

<アドレス> <https://www.daiken.jp/company/management/mediumterm.html>

以 上

※ここに掲載されている情報は発表時のものであり、ご覧になられている日と情報が異なる場合があります。あらかじめご了承ください。