

**新中期経営計画「GP25 1st Stage」（2016年度～2018年度）を策定  
～長期ビジョンで目指す「建築資材の総合企業」への第一歩を踏み出す～**

大建工業株式会社（大阪市北区堂島、社長：億田正則）は、2016年度を初年度とし、2018年度を最終年度とする3ヶ年の中期経営計画「GP25 1st Stage」を策定いたしました。

この「GP25 1st Stage」は、昨年創立70周年という節目の年にあたり、10年先の2025年を見据えて策定した長期ビジョン「GP（グロウプラン）25」実現に向けた第一ステップとして、位置付けられるものです。

「GP25 1st Stage」の3カ年において、現在の国内住宅市場を中心とした“住宅用建材メーカー”という姿から、長期ビジョン「GP25」で目指す企業像である“建築資材の総合企業”へと飛躍するための第一歩を踏み出し、新たな市場・事業領域の拡大に挑戦してまいります。

### 1. 新中期経営計画「GP25 1st Stage」の経営目標

（単位：百万円）

項目／年度	2014年度 (実績)	2015年度 (業績予想)	2018年度 GP25 1st Stage 最終年度
売上高	168,833	170,000	180,000
営業利益	3,452	5,100	7,000
経常利益	4,648	5,100	7,000
純利益	2,736	3,900	4,300
ROE (%)	7.0%	—	8%以上

### 2. 新中期経営計画「GP25 1st Stage」の基本方針

**「建築資材の総合企業」への第一歩を踏み出す  
～新たな市場・事業領域の拡大に挑戦～**

1. 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
2. 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
3. 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
4. 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
5. 社員が生き活きと活躍できる職場環境の下、将来を担える人財を育成する
6. ダイバーシティを経営戦略の一つとして位置付け、多様な人財が発揮する能力を成長エンジンとする
7. ガバナンスを強化し、中長期的な企業価値向上を図る。

### 3. 「GP25 1st Stage」における市場別・事業別戦略

#### 1) 市場別売上構成比及び基本戦略

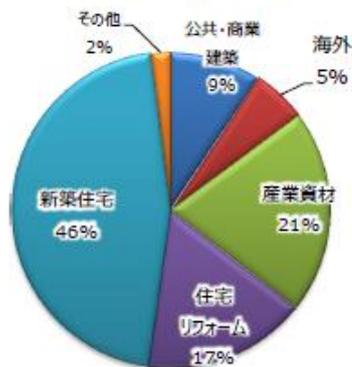
日本国内において新築住宅市場の縮小が見込まれる中、オリンピック、外国人観光客の増加、地方創生などを背景とした需要が見込まれる公共・商業建築分野（非住宅分野）、成長著しい ASEAN 地域を中心とした海外市場を2大重点市場と位置付け、積極的に経営資源を投入することにより、売上拡大を図ってまいります。

公共・商業建築分野の売上高を1.8倍の285億円に、海外市場の売上高を1.5倍の143億円にそれぞれ拡大を図り、全売上高に占める2大重点市場での割合を14%から24%に高めてまいります。

各市場での売上構成比及び主な基本戦略は次のとおりです。

#### <市場別売上構成比>

2014年度 1,688億円



#### 5つの市場に区分し戦略策定

2018年度 1,800億円



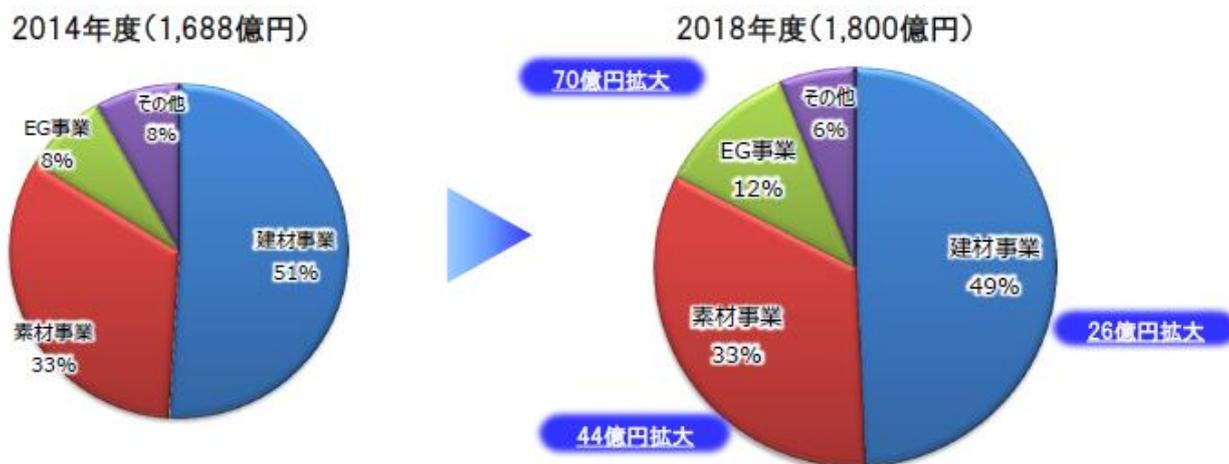
#### <市場別基本戦略>

市場・分野	主な基本戦略
公共・商業建築分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>木材利用技術・不燃技術等を活かした商品開発</li> <li>施工・工事力の強化</li> </ul>
海外市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地ニーズに合った素材と建材の開発</li> <li>現地製造・販売・施工体制の構築</li> </ul>
産業資材分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>未利用資源などを有効活用する素材技術を広く展開</li> <li>次ステップに向けた開発推進</li> </ul>
住宅リフォーム市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>TDY連携による将来に備えた住まい方提案</li> <li>リノベーション市場での拡大</li> </ul>
新築住宅市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライフスタイルや地域に応じた新たな価値提案</li> </ul>

## 2) 事業別売上構成比及び基本戦略

建材、素材、エンジニアリングの3つ事業を柱とし、2大重点市場と位置付ける公共・商業建築分野、海外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
建材事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>国産木材を活用した床材・壁材の展開</u></li> <li>・ ライフスタイルの変化に適応する製品開発</li> <li>・ 省エネルギー建材の開発</li> <li>・ 施工性や素材の優位性の更なる活用</li> </ul>
素材事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>新素材の開発</u></li> <li>・ <u>用途開発による新たな市場・顧客の開拓</u></li> <li>・ 木質チップの安定調達・木材総合利用</li> </ul>
エンジニアリング事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>施工領域の拡大と複合受注体制を整備</u></li> <li>・ リフォーム提案力の増強、対応エリアの拡大</li> </ul>

## 4. 新規事業への取り組み

新中期経営計画「GP25 1st Stage」において、長期ビジョン「GP25」で目指す10年後を見据え、建材事業、素材事業、エンジニアリング事業に次ぐ、第四の柱となる新たな事業を育ててまいります。現在検討中の事業構想のカテゴリーとテーマは以下のとおりです。

カテゴリー	テーマ
応用技術による新事業創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>木材活用技術</u>を応用した新規事業</li> <li>・ <u>不燃技術</u>を応用した新規事業</li> <li>・ <u>音響技術</u>を応用した空間ソリューション事業</li> <li>・ 新たな工法によるリフォーム事業 など</li> </ul>
既存事業の深堀りによる新事業創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新たな繊維板事業</li> <li>・ 和紙表を活用した新商材事業 など</li> </ul>
機能、ノウハウを活かした新事業創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 異業種コラボリフォーム</li> <li>・ <u>畳文化深耕事業</u></li> <li>・ 住空間アレンジ事業 など</li> </ul>

## 5. 投資計画

新中期経営計画「GP25 1st Stage」達成のための投資配分について、以下の方針を定めました。本方針に基づき、2大重点市場である公共・商業建築分野、海外市場を中心に投資増額分35億円を見込んでおります。また、M&A、新規事業の投資は、本投資増額分とは別に機動的かつ積極的に投入してまいります。

### <新中期経営計画「GP25 1st Stage」投資配分方針>

1. 重点市場での拡大が見込まれる事業及び新規事業に対して優先的に投資を行う
2. 将来の成長のために、調査・研究・開発への投資を増額する
3. 大型設備投資については、2nd Stage（2019～2021年度）に向けた準備、見極めを行うと同時に撤退事業の見極めを行う
4. M&A・業務提携先については、重点市場を中心に積極的、能動的に候補先を調査する

(市場・事業)	(主な用途)
<u>公共・商業建築分野</u> ……	試験研究、広告宣伝、新規設備投資
<u>海外市場</u> ……	試験研究、販促費、広告宣伝、新規設備投資
産業資材分野 ……	試験研究
住宅リフォーム市場 ……	ショールーム新設・改装
素材事業 ……	新規設備投資
新規事業・新素材 ……	試験研究
人財育成 ……	研修・教育
[ 総 計 ] ……	+35億円 ※通常の維持更新に伴う設備投資、M&A及び企業への出資等は除く

## 6. 資本政策、ガバナンス強化方針

### 1) 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。

### 2) コーポレートガバナンスの基本的な考え方

常に最良のコーポレートガバナンスを追求し、その充実に継続的に取り組んでまいります。効率が高く、健全で、透明性の高い経営が実現できるよう、経営体制や組織体制、内部統制システムを整備し、必要な施策を実施していくことをコーポレートガバナンスの基本的な考え方とし、コーポレートガバナンスを経営上の最も重要な課題の一つと位置付け、その強化に努めてまいります。

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。