

# 2019年3月期 決算説明資料



2019年5月22日  
大建工業株式会社  
(証券コード：7905)

## 目 次

### 1. 2019年3月期 業績

■ 2019年3月期 業績	4
■ 2019年3月期 セグメント別業績	5
■ 2019年3月期 営業利益増減要因 実績	6
■ 2019年3月期 重点3市場 売上実績（公共・商業建築分野、海外市場、住宅リフォーム市場）	7～9
■ 2019年3月期 連結損益計算書、連結貸借対照表、連結キャッシュフロー計算書	10～12

### 2. 中期経営計画「GP25 2nd Stage」（2019-2021年度）

■ 長期ビジョン「GP25」（2025年に目指す姿）	14
■ 中期経営計画「GP25 2nd Stage」の位置付け	15
■ 前中期経営計画「GP25 1st Stage」経営目標の達成状況	16
■ 中期経営計画「GP25 2nd Stage」基本方針	17
■ 経営目標	18
■ 事業セグメント別戦略及び目標	19
■ 市場別戦略及び目標	20
■ 北米木質素材事業への展開	21
■ 米国住宅市場及び需要見通し	22
■ 経営基盤の強化	23
■ 成長及び基盤強化に向けた投資及び財務基盤の最適化	24
■ 資本政策・株主還元	25
■ ESG経営の実践	26
■ 価値創造プロセス	27

### 3. 2020年3月期 業績予想

■ 2020年3月期 業績予想	29
■ 2020年3月期 営業利益増減要因 予想	30
■ 2020年3月期 セグメント別売上予想	31
■ 2020年3月期 市場別売上予想	32

**2019年3月期**

---

**業績**

# 2019年3月期 業績

- ◆ 新設住宅着工戸数+0.7%に対し、売上高は7.3%の増収
- ◆ 営業利益はコストアップに加え、調達及びシステムトラブルの影響により△23.8%の減益
- ◆ 年間配当は期初予想の年間74円を据え置き

(百万円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)	前年同期比
売上高	170,581	182,962	+7.3%
営業利益	7,519	5,733	△23.8%
営業利益率	4.4%	3.1%	△1.3pt
経常利益	8,760	6,838	△21.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,895	4,402	△25.3%
1株当たり当期純利益 (円)	244.60円	174.55円	△70.05円
配当金 (円)	74円	74円	±0円
配当性向 (%)	30.3%	42.4%	+12.1pt
ROE (%)	11.7%	7.8%	△3.9pt

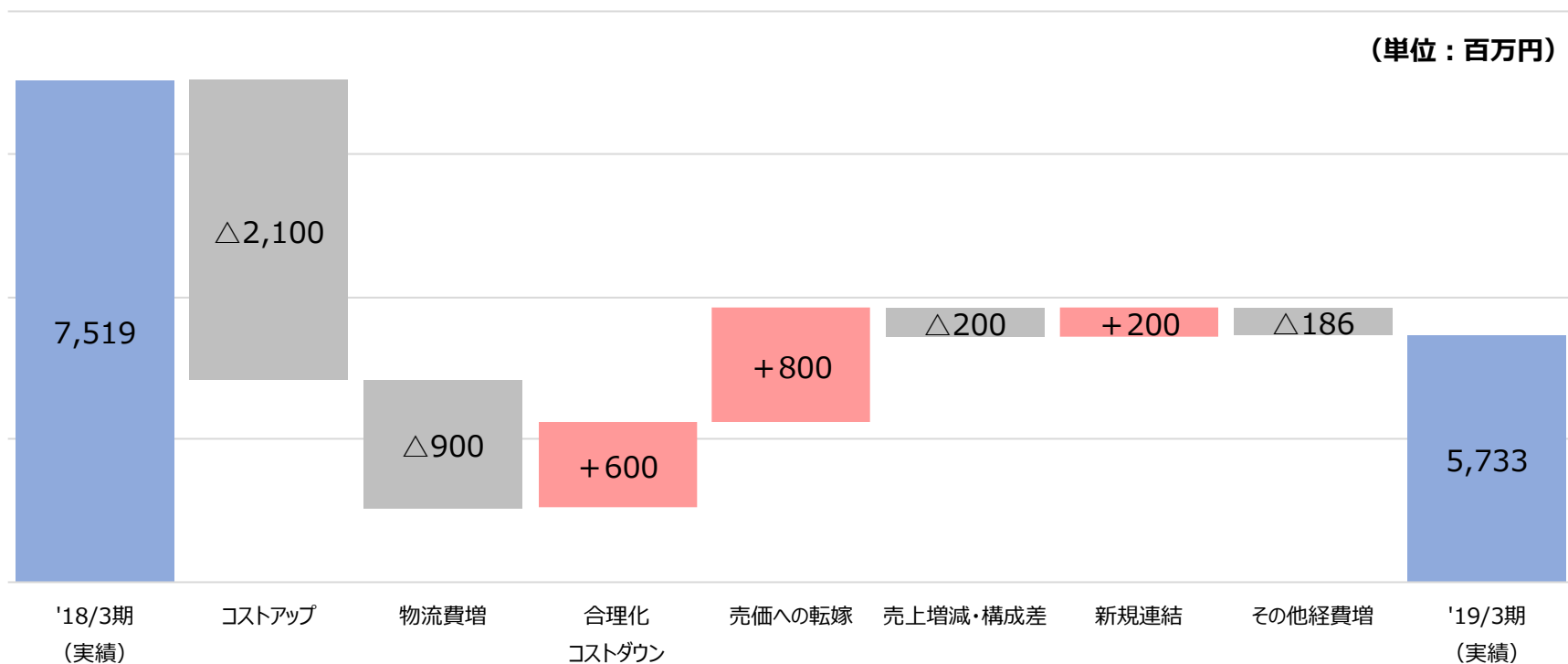
# 2019年3月期 セグメント別業績

- ◆ **素材事業**：ニュージーランドMDF工場の新規連結効果により増収となる一方、木材チップ、石化製品等の原材料価格の上昇、調達トラブルの影響により減益
- ◆ **建材事業**：住宅着工が堅調かつ公共・商業建築向けでの採用が拡がり、床・ドア・音響製品等で増収となるも、原材料価格及び物流費の上昇、システムトラブルの影響により減益
- ◆ **エンジニアリング事業**  
：リノベーション事業拡大により増収。オフィスビル等の内装工事の採算性が高まり増益

(百万円)	売上高		営業利益	
	'19/3期 (実績)	前年同期比	'19/3期 (実績)	前年同期比
素材事業	61,843	+11.7%	1,132	△42.1%
建材事業	89,485	+3.0%	3,189	△30.6%
エンジニアリング事業	18,063	+9.8%	1,015	+92.3%
その他	13,569	+13.9%	395	△9.4%
合計	182,962	+7.3%	5,733	△23.8%

# 2019年3月期 営業利益増減要因 実績

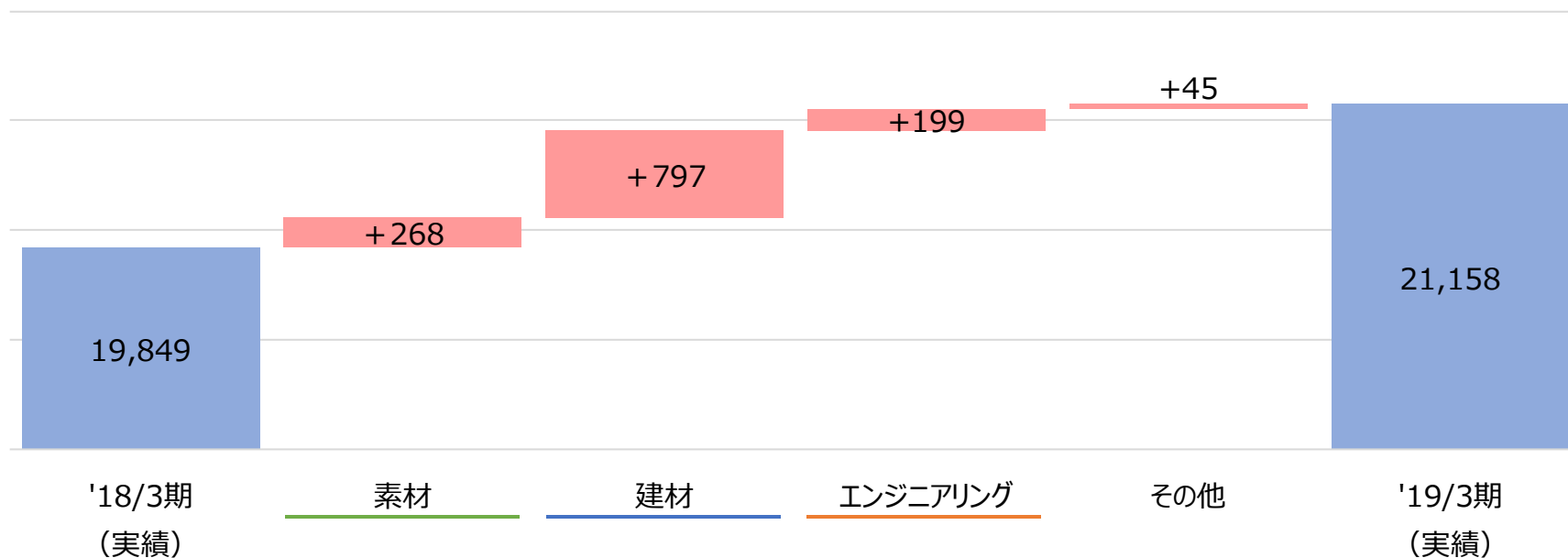
- ◆コストアップ：輸入合板、木材チップ、エネルギー、石化製品等の原材料価格の上昇
- ◆物流費増：運賃単価の上昇
- ◆合理化・コストダウン：各種購買品の見直し
- ◆売価への転嫁：素材製品、輸入合板基材の床材で対応
- ◆売上増減・構成差：調達及びシステムトラブルの影響
- ◆新規連結：ニュージーランドMDF工場の新規連結効果



# 2019年3月期 公共・商業建築分野 売上実績

- ◆ 素材事業：ダイライト基材の壁材の採用が拡がり増収
- ◆ 建材事業：床材、ドアの受注拡大により増収
- ◆ エンジニアリング事業：オフィスビル等の内装工事で下期からの受注回復により増収

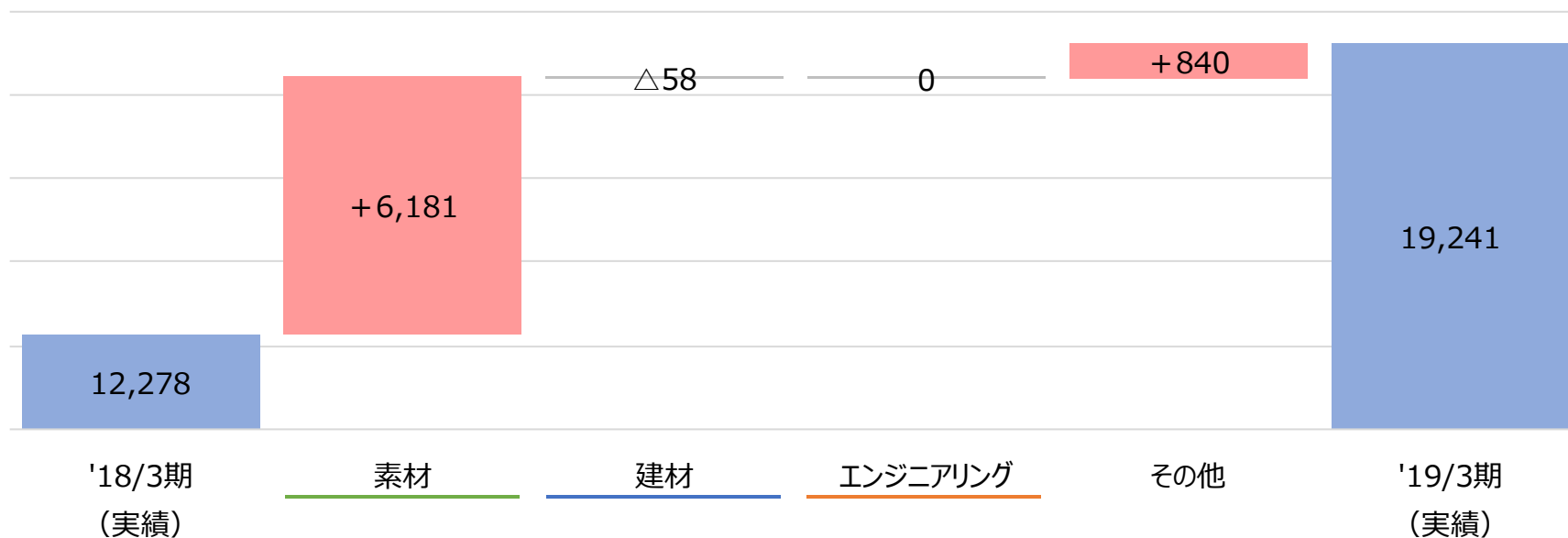
(百万円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)	増減額	増減率
公共・商業建築分野	19,849	21,158	+1,309	+6.6%



# 2019年3月期 海外市場 売上実績

- ◆ 素材事業：ニュージーランドMDF工場の新規連結効果により増収
- ◆ 建材事業：中国・インドネシアでの伸び悩みにより減収
- ◆ その他：販路開拓のための各種素材の仕入販売増

(百万円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)	増減額	増減率
海外市場	12,278	19,241	+6,964	+56.7%

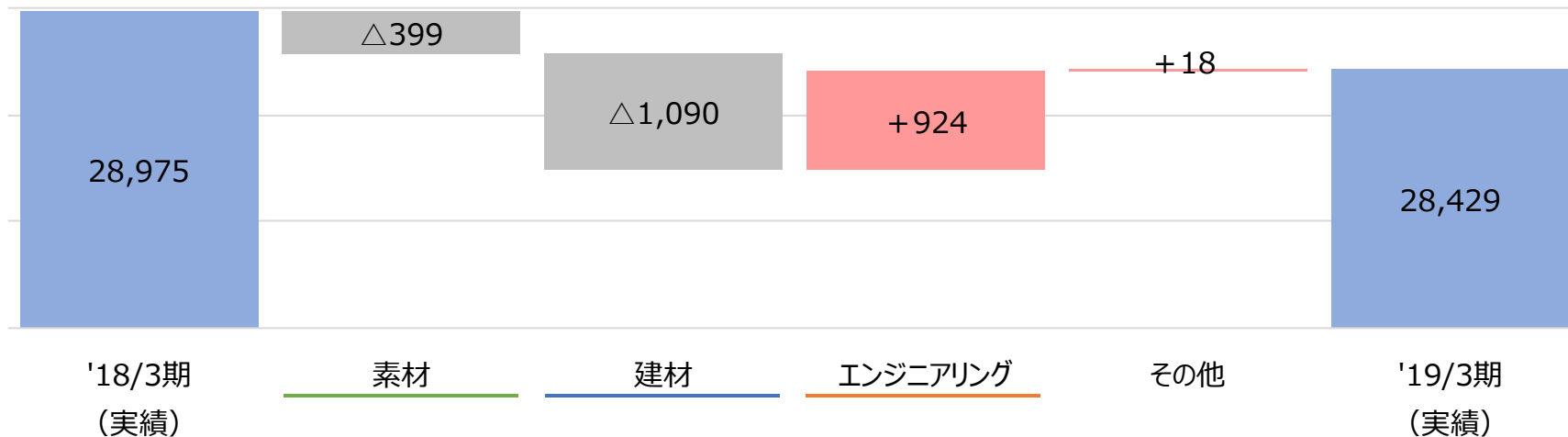




# 2019年3月期 住宅リフォーム市場 売上実績

- ◆ 素材事業：畳の減少により減収
- ◆ 建材事業：床材、ドア等の内装建材全般で伸びず減収
- ◆ エンジニアリング事業：リノベーション事業拡大により増収

(百万円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)	増減額	増減率
住宅リフォーム市場	28,975	28,429	△546	△1.9%



# 2019年3月期 連結損益計算書 (営業外収支、特別損益等 補足説明)

(百万円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)	前年同期比
売上高	170,581	182,962	+12,381
売上総利益	42,635	43,673	+1,038
販売費及び一般管理費	35,116	37,940	+2,824
営業利益	7,519	5,733	△1,786
<b>営業外収支</b>	<b>+1,242</b>	<b>+1,105</b>	<b>△137</b>
経常利益	8,760	6,838	△1,922
<b>特別損益</b>	<b>△418</b>	<b>+463</b>	<b>+881</b>
税金等調整前当期純利益	8,342	7,301	△1,041
法人税等合計	2,318	2,703	+385
当期純利益	6,023	4,597	△1,426
非支配株主に帰属する 当期純利益	128	195	+67
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>5,895</b>	<b>4,402</b>	<b>△1,493</b>

◆営業外収支 △137  
 <主な要因>  
 為替差損益 △321  
 受取配当増 +27  
 支払利息減 +30

◆特別損益 +463  
 <主な要因>  
 投資有価証券売却益 +165  
 受取補償金 +953  
 固定資産除却損 △220  
 投資有価証券評価損 △104  
 支払補償金 △347

為替レート (円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)	前年同期比
USD	106.26	110.92	+4.66
NZD	79.15	75.45	△3.70
MYR	26.59	27.18	+0.59

# 2019年3月期 連結貸借対照表 (主な増減要因)

(百万円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)	前年同期比
現金預金	10,767	16,865	+6,098
売上債権	47,518	50,511	+2,993
たな卸資産	16,799	21,363	+4,564
その他の流動資産	2,043	2,795	+752
流動資産合計	77,130	91,553	+14,423
有形固定資産	36,847	41,321	+4,474
無形固定資産	2,580	6,375	+3,795
投資その他の資産	24,112	20,831	△3,281
資産合計	140,776	160,158	+19,382
仕入債務	26,398	30,573	+4,175
社債・借入金	21,811	30,682	+8,871
その他の流動・固定負債	35,581	37,153	+1,572
負債合計	83,797	98,416	+14,619
株主資本合計	46,670	53,460	+6,790
純資産合計	56,979	61,741	+4,762
負債・純資産合計	140,776	160,158	+19,382
ROA 総資産経常利益率	6.4%	4.5%	△1.9pt
自己資本比率	38.5%	36.8%	△1.7pt
D/Eレシオ (倍)	0.40	0.52	+0.12

◆売上債権 +2,993  
 <主な要因> 滞留期間の売上

◆たな卸資産 +4,564  
 <主な要因> 新規連結 +2,317  
 工事仕掛品 +437  
 マンションリノベーション +359

◆有形固定資産 +4,474  
 <主な要因> 取得・建設仮勘定 +5,877  
 新規連結 +2,543  
 減価償却費 △3,366  
 為替変動 他 △580

◆無形固定資産 +3,795  
 <主な要因> 新規連結によるのれん増 +4,370

◆投資その他の資産 △3,281  
 <主な要因> 投資有価証券評価差額減 △3,097

◆仕入債務 +4,175  
 <主な要因> 滞留期間の仕入

◆社債・借入金 +8,871  
 <主な要因> 買収資金等調達

◆純資産合計 +4,762  
 <主な要因> 株式発行 +4,267

# 2019年3月期 連結キャッシュフロー計算書 実績 (主な増減要因)

(百万円)	'18/3期 (実績)	'19/3期 (実績)
営業キャッシュフロー	+9,158	+10,052
投資キャッシュフロー	△2,711	△15,079
フリーキャッシュフロー	+6,447	△5,027
財務キャッシュフロー	△6,342	+11,165
現金及び現金同等物の期末残高	10,767	16,865
設備投資額	3,081	6,586
減価償却費	3,768	4,134

◆営業CF +10,052

<主な要因>

税金等調整前当期純利益 +7,301  
 減価償却費 +4,134  
 売上債権・仕入債務増減 +2,914  
 たな卸資産増 △3,914  
 法人税等の支払額 △1,446

◆投資CF △15,079

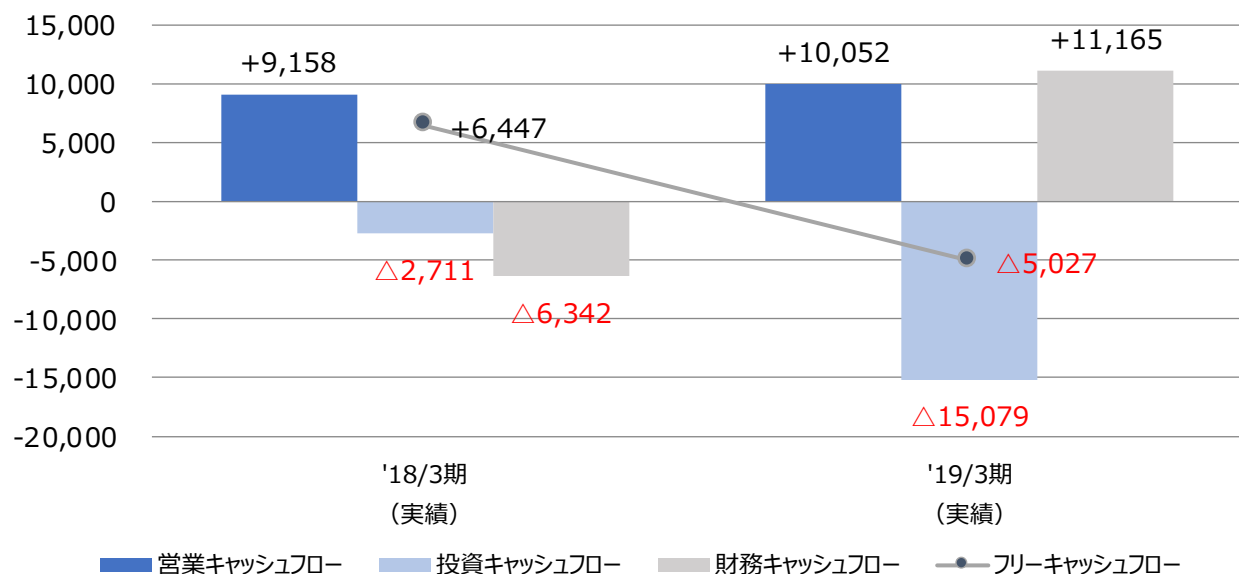
<主な要因>

有形固定資産の取得 △6,932  
 新規連結子会社株式取得 △8,237

◆財務CF +11,165

<主な要因>

社債・借入金増 +8,892  
 株式発行 +4,267  
 配当金の支払額 △1,902



# 中期経営計画「GP25 2nd Stage」 (2019-2021年度)

---

# 長期ビジョン「GP25」(2025年に目指す姿)

## 2025年 長期ビジョン「GP25」 Grow/Glow Plan 25



### 存在意義・志

1. 限りある資源の有効活用を通じてサステイナブルな社会の実現に貢献する
2. より快適・安心な空間作りを通じて人々の心を豊かにする

### 2025年のありたい姿

1. 素材/建材/エンジニアリングで一歩先行くグローバル企業へ
2. 新たな事業領域に挑戦し続け、第四の柱を育てる
3. 消費者目線の商品開発力、提案力、課題解決力、組織力でプロフェッショナルから圧倒的な支持を受ける
4. 挑戦を賞賛する風土、挑戦を支える仕組みが確立されている
5. ガバナンスが強化されており、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を支えている

## 長期ビジョン「GP25」で目指す事業領域と市場・分野

現在の「住宅用建材のメーカー」という姿から、

- 建材だけでなく、建材に使用する素材の供給から施工・工事まで手掛ける
- 住宅だけでなく、公共・商業建築分野、産業資材分野まで幅広く展開する
- 国内だけでなく、海外に展開する





# 中期経営計画「GP25 2nd Stage」の位置付け

2025年  
長期ビジョン「GP25」  
実現に向けて

「建築資材の総合企業」へ

売上高目標: 2,500億円

2022  
~2025

中期経営計画  
GP25 3rd Stage  
2022~2025年度

成長 (Grow) し、輝く (Glow)  
「建築資材の総合企業」を実現

2019  
~2021

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

2016  
~2018

前中期経営計画  
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

長期ビジョン「GP25」実現に向けて

GP25  
3rd Stage  
GP25  
2nd Stage  
GP25  
1st Stage

「住宅用建材のメーカー」から  
「建築資材の総合企業」へ

# 前中期経営計画「GP25 1st Stage」経営目標の達成状況

- 売上高、純利益で経営目標を達成。配当性向30%以上の方針に基づく株主還元を継続
- 営業利益は1年目の連結以来過去最高益を含め2年連続で達成するも、最終年度は未達
- 重点3市場売上高は海外市場で達成する一方、公共・商業建築分野は3期連続で増収を確保するも、目標に対しては未達。住宅リフォーム市場も目標に届かず

(単位：億円)

		実績		実績		
		2015年度	2018年度	2016年度	2017年度	2018年度
経営目標	売上高	1,681	<b>1,800</b>	1,688	1,705	<b>1,829</b>
	営業利益	55	<b>70</b>	85	75	<b>57</b>
	経常利益	52	<b>70</b>	90	87	<b>68</b>
	純利益	39	<b>43</b>	51	58	<b>44</b>
	ROE	9.8%	<b>8%</b>	11.7%	11.7%	<b>7.8%</b>
	配当性向	30.4%	<b>30%以上</b>	30.1%	30.3%	<b>42.4%</b>
重点3市場 売上高	公共・商業建築分野	166	<b>285</b>	168	199	<b>211</b>
	海外市場	96	<b>143</b>	110	123	<b>192</b>
	住宅リフォーム市場	283	<b>299</b>	288	290	<b>284</b>
	合計	545	727	566	612	687



# 中期経営計画「GP25 2nd Stage」基本方針

## 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

## 経営目標

### I. 成長戦略の加速

(単位：億円)	2018年度 実績	2019年度 予想	2021年度 目標	増減
売上高	1,829	2,100	2,250	+421
うち国内市場	1,637	1,720	1,730	+93
うち海外市場	192	380	520	+328
営業利益	57	104	120	+63
営業利益率	3.1%	5.0%	5.3%	+2.2pt
純利益	44	60	70	+26

### II. 経営基盤の強化

財務指標 (2021年度)		
効率性	ROE	10%
	ROA	7%
健全性	自己資本比率	40%
株主還元	配当性向	30%以上

非財務指標 (2021年度)		
E	CO <sub>2</sub> 国内総排出量※1	△26%
S	ダイバーシティ総合指数※2	+20pt
	品質に関する重大な事故・違反	0件
G	グループ企業理念浸透度※3	+10pt

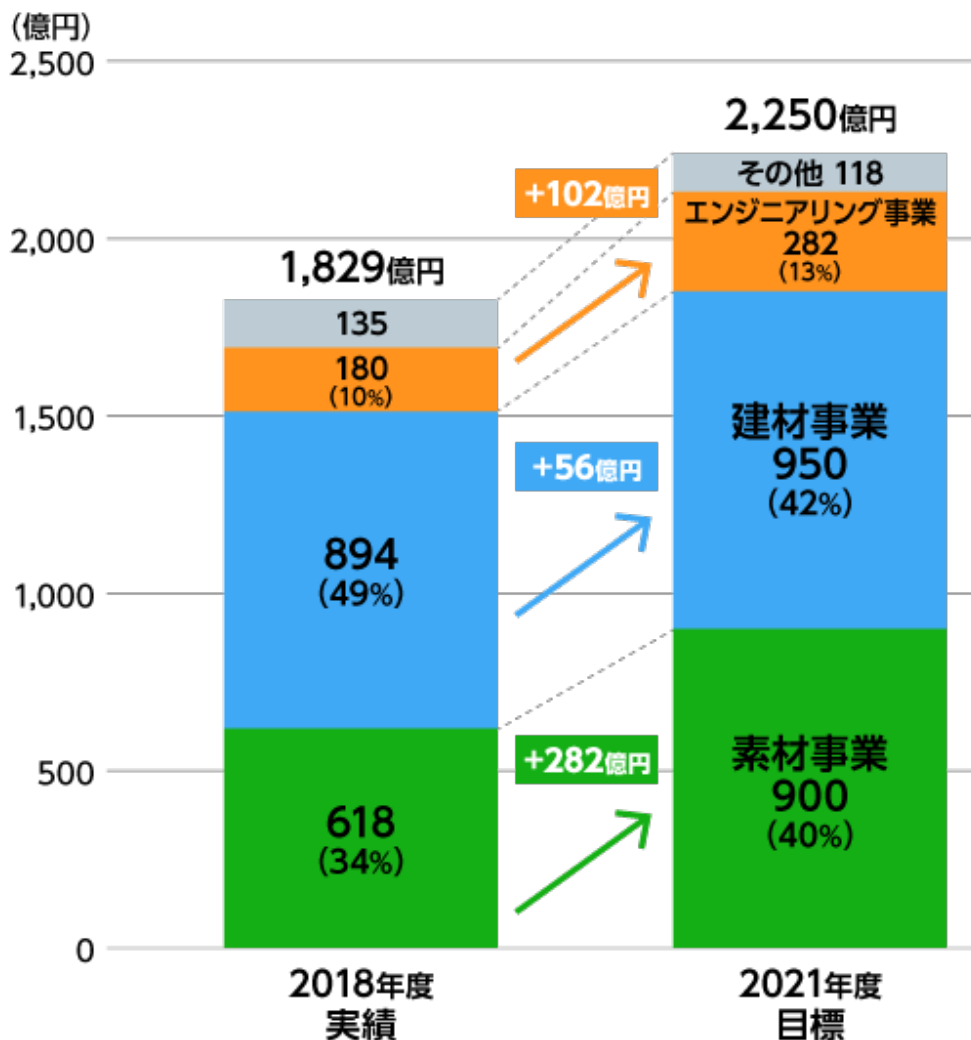
※1：2013年度比

※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

# 事業セグメント別戦略及び目標

## ■ 事業セグメント売上高



### 素材事業

持続可能性と機能性を強みにグローバルに市場を拡大  
用途拡大し、固定資産効率を最大化

- ▶ 北米木質素材事業(LVL・単板)に投資、北米市場へ進出
- ▶ 生産体制の最適化の追求
- ▶ 社会課題解決を軸とした用途開発の加速
  - 木材の不燃化事業を開始
  - 農業・園芸市場向け木材活用の事業化検討
  - 新木質素材の事業化検討

### 建材事業

素材事業を持つ強みと、機能性・省施工性建材を強みに、  
住宅市場でのシェアアップと公共商業建築分野での拡大

- ▶ 選ばれ続ける差別化製品の更なる拡充
- ▶ M&A、外部リソースを積極的に活用した  
製品・販売網の拡充

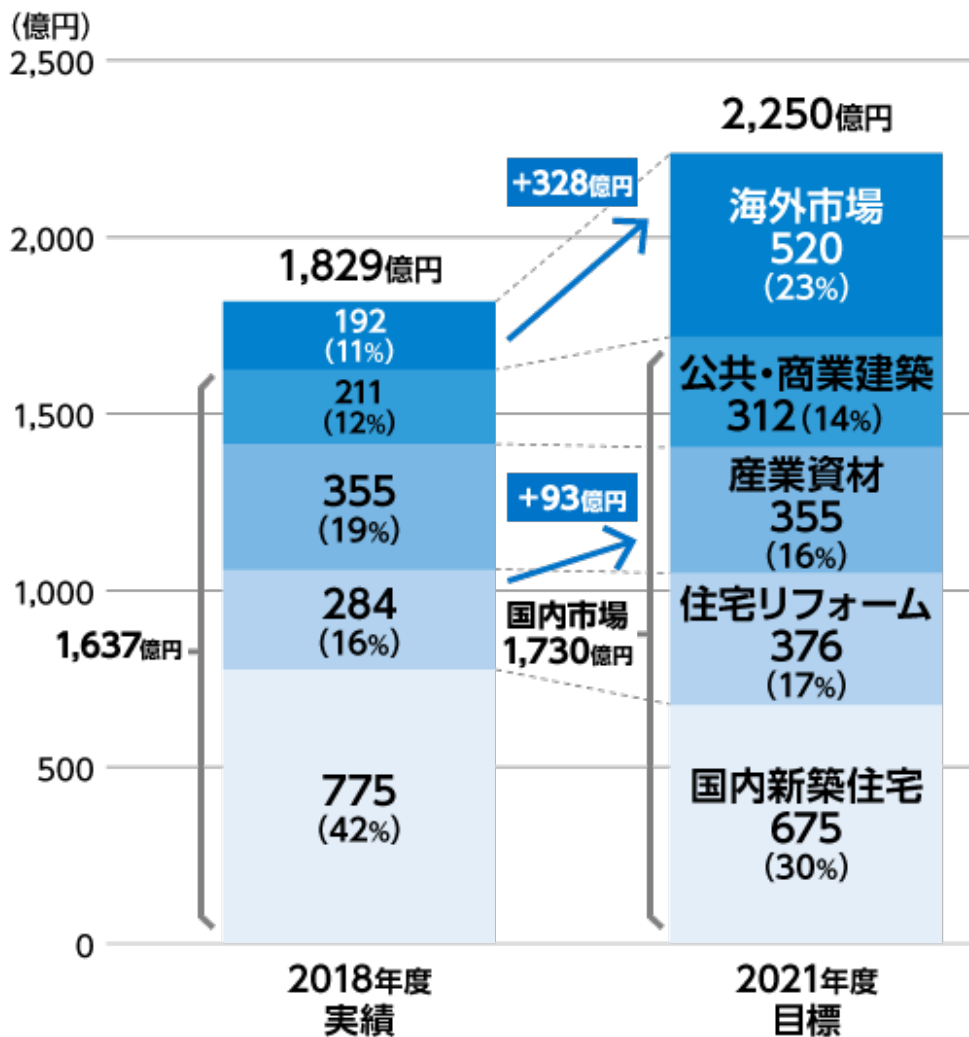
### エンジニアリング事業

M&A及び他社提携による工事領域・エリア・受注先の拡大

- ▶ 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

# 市場別戦略及び目標

## ■ 市場別売上高



### 海外市場

積極投資により、素材事業を中心にグローバル展開を加速

- ▶ 北米木質素材事業(LVL・単板)へ投資、北米市場への進出
- ▶ MDFを中心に木質素材の継続拡大
- ▶ 中国・インドネシア建材事業を安定軌道に乗せ、成長戦略にシフト

### 公共・商業建築分野

M&Aを含めた投資を拡大、成長を加速

- ▶ 製品ラインアップの拡充(新たに医療分野を注力ターゲット)
- ▶ 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
- ▶ 他社連携・M&Aを視野に入れた製品・販売網の拡充

### 産業資材分野

住宅向けの減少を用途開発でカバーし、素材事業を拡大

- ▶ 新市場・分野への用途開発に注力
- ▶ 新素材・研究開発品の開発推進と用途探索

### 住宅リフォーム市場

機能性製品・工法を切り口にリノベーション市場での拡大

- ▶ 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
- ▶ 省施工、省廃棄物等のリフォーム向け製品の拡充に注力

### 国内新築住宅市場

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

- ▶ 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
- ▶ 重点流通との協業体制と重点顧客への提案体制の強化

国内市場

# 北米木質素材事業への展開

長期ビジョンで掲げる素材事業のグローバル展開及び海外市場での拡大を加速させるため、資本・業務提携先 伊藤忠商事の連結子会社であるカナダ単板工場 CIPA社、米国LVL※工場 PWT社のグループ化により、北米における木質素材事業の展開を開始し、世界最大の木造住宅市場である北米市場に進出します。



## CIPA Lumber Co. Ltd. (CIPA社)

設立 1968年4月30日  
所在地 カナダ  
ブリティッシュコロンビア州デルタ市  
資本金 23,000千加ドル(1,955百万円)  
事業内容 単板製造業、木材仕分け業



## PACIFIC WOODTECH CORPORATION (PWT社)

設立 1998年1月7日  
所在地 米国  
ワシントン州バーリントン市  
資本金 26,000千米ドル (2,860百万円)  
事業内容 構造用LVL及び  
Wood I-Joistの製造・販売

( ) 内の資本金の円表示は、1加ドル85円、1米ドル110円で換算

※LVL (Laminated Veneer Lumber: 単板積層材) : 丸太を薄く切削した単板を、繊維方向にすべて平行にして積層・接着して製造される木材加工製品。用途として住宅の柱や梁などの構造材や、家具や建材の部材として使用される。

# 米国住宅市場 及び 需要見通し

■ 直近の米国の住宅着工件数は、年間約120万戸  
 (日本の新設住宅着工戸数：95万戸の約1.2倍  
 床面積では2～3倍レベル)

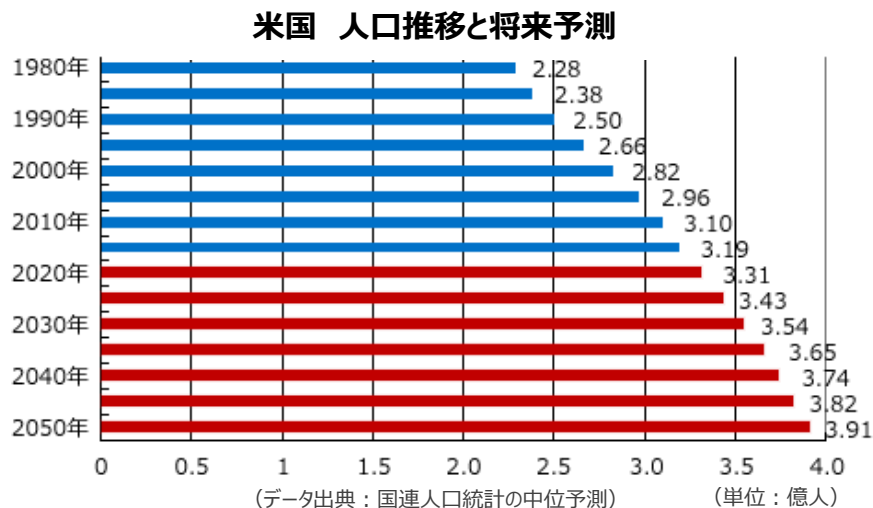
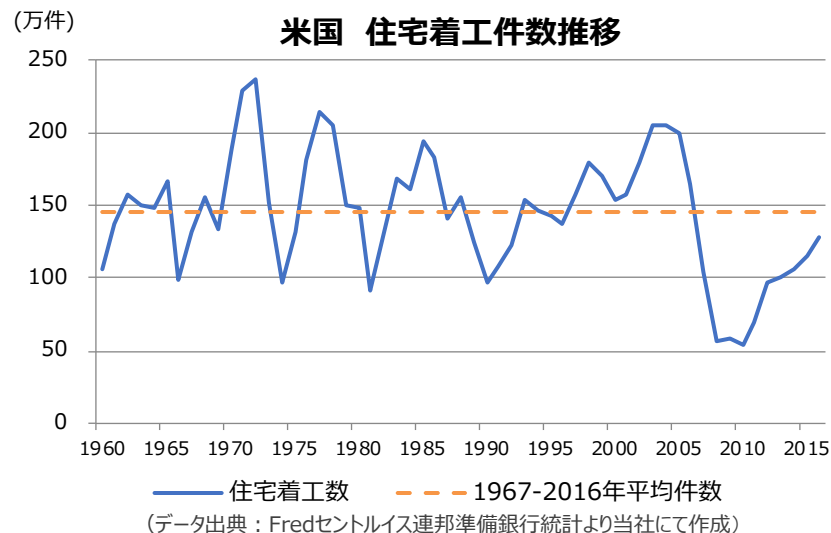
■ 全体の6割を一戸建て住宅が占め、そのほとんどが木造住宅（世界最大の木造住宅市場）

■ PWT社が手掛けるLVLは、米国木造住宅用の梁などの構造材として不可欠な部材

■ 短期的には、米国の景気動向や住宅ローン金利の指標となる長期金利等の影響を受ける。

■ 米国は先進国ではめずらしく将来的にも人口増（約200万人/年）が予測されており、中長期的には安定的な住宅需要が見込める。

■ 中長期には、日本国内で培った素材・建材の技術等を活かし、伊藤忠商事とも連携しながら、米国住宅市場での拡大の可能性も視野に入れる。





# 経営基盤の強化

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を強化する。

## 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る

## 経営基盤の強化

### 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経営を実践する

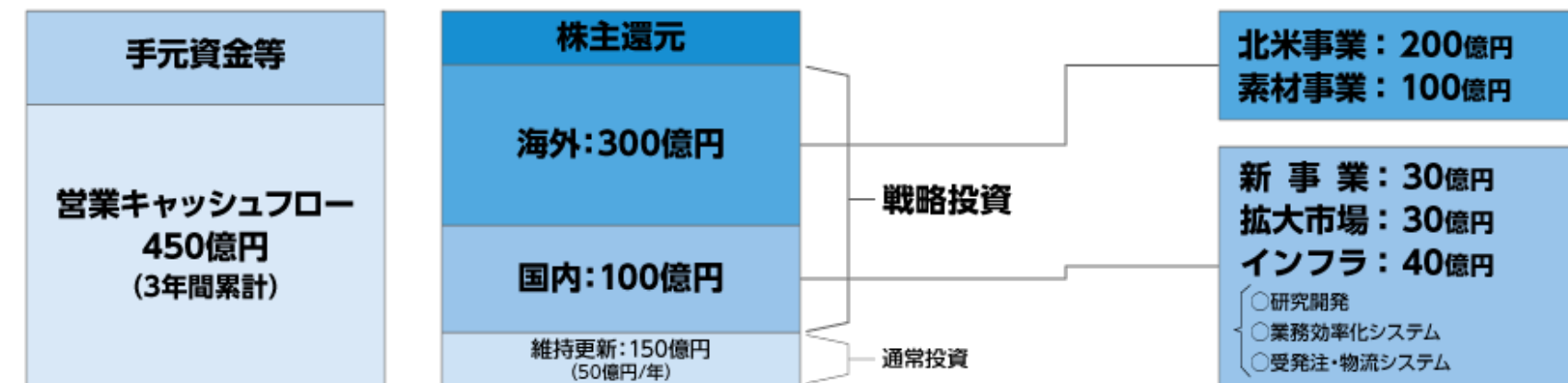
### 強く、柔軟な事業インフラの再構築

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する

# 成長・基盤強化に向けた投資 及び 財務基盤の最適化

## 成長・基盤強化に向けた投資

- 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
- 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
- AI、IoT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



## 財務基盤の最適化

### 効率性目標

- ・ROA : 7%
- ・ROE : 10%

- 固定資産回転率の向上  
(非効率資産の圧縮、設備投資の厳選)
- 運転資本回転率の向上  
(BCPを考慮した在庫の最適化)

### 健全性目標

- ・自己資本比率 : 40%
- ・D/Eレシオ : 0.5倍

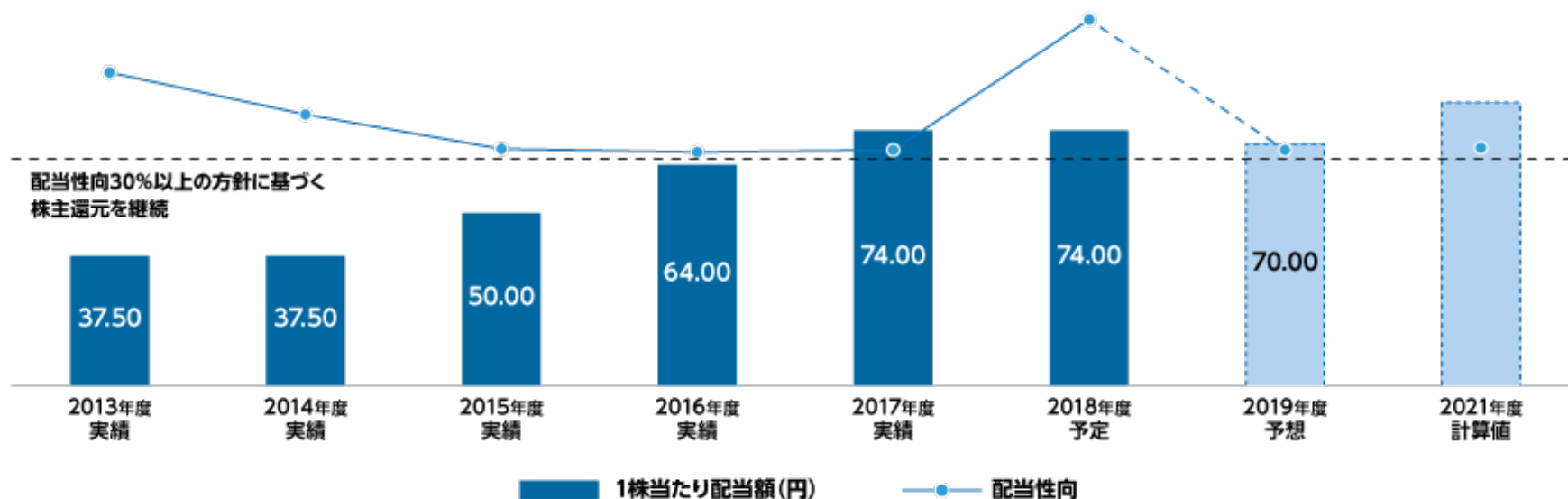
- 最適なバランスのBSマネジメント
- 成長を支える投資資金の調達



# 資本政策・株主還元

## 資本政策の基本方針

- R O E 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る。
- 株主還元方針は、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る。
- 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、総合的に判断する。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する。



# ESG経営の実践

中期経営計画「GP25 2nd Stage」達成に向け、必要な経営基盤強化として、特に重要な項目を「中期ESG計画」として策定。中期経営計画の最終年度に向けた目標を設定し、より連動性を高めて一体で取り組む。

## 「中期ESG計画」（2019-2021年度）における主なテーマ及び目標

**E**



温室効果ガス排出削減

温室効果ガス 国内総排出量  
2021年度：26%削減（2013年度比）

炭素固定化の推進

木質素材事業による炭素固定化量：  
1,100,000t-CO<sub>2</sub>/年

再生可能エネルギーの利用促進

再生可能エネルギー利用率：50%以上

生物多様性に配慮した木材調達の推進

床基材国産木材の利用率：45%

**S**



品質管理体制強化

重大製品事故：0件 製品監査実施カバー率：100%

働き方改革の推進

年次有給休暇取得率：70%

ダイバーシティ推進

女性管理職比率などダイバーシティ8項目を指数化：+20pt

人財育成の強化

若手社員キャリアプラン研修受講率：100%  
マネジメント層養成研修プログラム受講率：70%

**G**



ガバナンス強化

グループ企業理念浸透度：+10pt  
グループ企業理念浸透プログラム実施率：100%

リスクマネジメント推進

調達、システムBCP3ヶ年事前対策の計画完了率：100%

コンプライアンス徹底

重大コンプライアンス違反：0件

# 価値創造プロセス

- 事業活動を通じた社会課題解決を追求することにより、経済的・社会的価値の創造を目指す。
- また、事業を支える財務、事業インフラ、ESGの3つの視点から経営基盤の強化を図る。

## 中期経営計画「GP25 2nd Stage」

### 成長戦略と経営基盤強化

#### 事業・市場戦略

素材事業

海外市場

公共・商業建築分野

建材事業

産業資材分野

エンジニアリング事業

住宅リフォーム市場

国内新築住宅市場

財務

事業インフラ

ESG(CSR)活動

中期ESG計画

### 経済的・社会的価値の創出

#### 事業を通じた価値創造 (CSV)

- 国産木材の活用促進
- 安全・安心・健康・快適な空間づくり
- 耐震化の推進
- 未利用資源の有効活用
- 木質資源の循環利用
- CO<sub>2</sub>の排出抑制
- 省施工

#### 価値創造の基盤強化

最適化された財務基盤

強靱な事業インフラ

ESGにより強化された経営基盤

### 経営目標

財務指標

非財務指標

#### 社会課題・ニーズ



- 低炭素社会の実現
- 循環型社会の実現
- 水資源への対応
- 生物多様性への対応
- 南洋材の保全
- 労働力の減少
- ダイバーシティの推進
- 働き方改革の推進
- 地域社会の発展
- 国内林産業の活性化
- 自然災害への備え
- 安全・安心・健康・快適な住環境の整備
- 超高齢社会への対応

さらなる価値創造の基盤構築に向けた投資

**2020年3月期**

---

**業績予想**

# 2020年3月期 業績予想

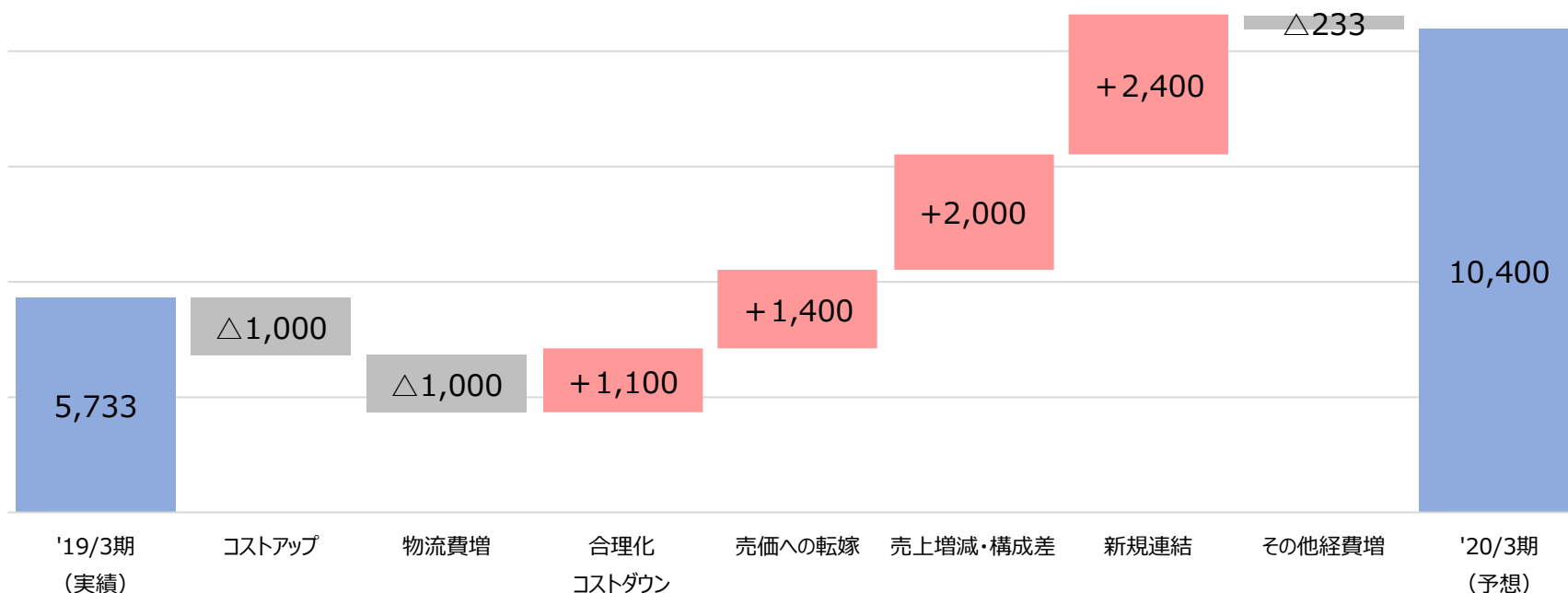
- ◆売上高は新規連結による売上増などにより14.8%の増収を計画
- ◆営業利益は、原材料価格及び物流費の上昇に対して、合理化コストダウン、売価への転嫁  
新規連結効果に加え、前期のトラブル影響がなくなることにより81.4%の増益を計画

(百万円)	'19/3期 (実績)	'20/3期 (予想)	前年同期比	'22/3期 (中期経営計画目標)
売上高	182,962	210,000	+14.8%	225,000
営業利益	5,733	10,400	+81.4%	12,000
営業利益率	3.1%	5.0%	+1.9pt	5.3%
経常利益	6,838	11,100	+62.3%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,402	6,000	+36.3%	7,000
1株当たり当期純利益(円)	174.55円	230.62円	+56.07円	-
配当金(円)	74円	70円	△4円	-
配当性向(%)	42.4%	30.4%	△12.0pt	30%以上
ROE(%)	7.8%	9.8%	+2.0pt	10%

# 2020年3月期 営業利益増減要因 予想

- ◆コストアップ：輸入合板、木材チップ、石化製品等の価格上昇
- ◆物流費増：運賃単価及び保管料の上昇
- ◆合理化・コストダウン：各種購買品の見直し
- ◆売価への転嫁：原材料価格及び物流費の上昇等を受け、建材事業を中心に対応
- ◆売上増減・構成差：前期の調達及びシステムトラブル影響がなくなることによる改善等
- ◆新規連結：海外の素材事業、国内の無垢床材事業、リフォーム事業、LVL用単板加工事業

(単位：百万円)



# 2020年3月期 セグメント別 売上予想

- ◆ 素材事業：北米木質素材事業の新規連結、畳表、ダイライト基材の壁材等の売上拡大
- ◆ 建材事業：無垢床材事業の新規連結を含む、公共・商業建築分野での売上拡大
- ◆ エンジニアリング事業：内装工事の受注増、リフォーム事業の新規連結、リノベーションの売上増

(百万円)	'19/3期 (実績)	'20/3期 (予想)	前年同期比	'22/3期 (中期経営計画目標)
素材事業	61,843	82,930	+34.1%	90,000
建材事業	89,485	93,820	+4.8%	95,000
エンジニアリング事業	18,063	19,670	+8.9%	28,200
その他	13,569	13,580	+0.1%	11,800
合計	182,962	210,000	+14.8%	225,000

# 2020年3月期 市場別 売上予想

- ◆海外市場：北米木質素材事業の新規連結効果により拡大
- ◆公共・商業建築分野：各施設別の機能建材の拡販及び無垢床材事業の新規連結
- ◆住宅リフォーム市場：リフォーム会社の新規連結及びリノベーション事業拡大等による売上増

(百万円) 上段：売上高、下段：構成比	'19/3期 (実績)	'20/3期 (予想)	前年同期比	'22/3期 (中期経営計画目標)
海外市場	19,241	<b>38,000</b>	<b>+97.5%</b>	<b>52,000</b>
	10.5%	<b>18.1%</b>	<b>+7.6pt</b>	<b>23.1%</b>
公共・商業建築分野	21,158	<b>25,000</b>	<b>+18.2%</b>	<b>31,200</b>
	11.6%	<b>11.9%</b>	<b>+0.3pt</b>	<b>13.9%</b>
産業資材分野	35,590	36,000	+1.2%	35,500
	19.5%	17.1%	△2.3pt	15.8%
住宅リフォーム市場	28,429	<b>32,500</b>	<b>+14.3%</b>	<b>37,600</b>
	15.5%	<b>15.5%</b>	△0.1pt	<b>16.7%</b>
国内新築住宅市場	77,522	77,500	△0.0%	67,500
	42.4%	36.9%	△5.5pt	30.0%
その他	1,023	1,000	△2.2%	1,200
	0.6%	0.5%	△0.1pt	0.5%
国内市場	163,721	172,000	+5.1%	173,000
	89.5%	81.9%	△7.6pt	76.9%
合計	182,962	210,000	+14.8%	225,000
	100.0%	100.0%	-	100.0%



キノウを超える、ミライへ。

DAIKEN

本資料は情報提供を目的としており、本資料により何らかの行動を勧誘するものではありません。  
本資料（業績予想を含む）は、現時点で入手可能な情報に基づいて、当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその確実性・完全性に関する責任を負いません。  
ご利用に関してはご自身の判断にてお願い致します。  
本資料に掲載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって生じ得るいかなる損失に対しても当社は責任を負いません。