



平成 26 年 6 月 24 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 サ ン ゲ ッ
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 安 田 正 介
(コード番号 8130 東証・名証第一部)
問 合 せ 先 取 締 役 経 理 部 長 上 原 健
(T E L . 052-564-3331)

中期経営計画に関するお知らせ

当社は、2014 年度から 2016 年度までの 3 カ年を期間とする中期経営計画「Next Stage Plan G」を策定しましたので、お知らせいたします。

以 上

添付：中期経営計画（2014-2016）Next Stage Plan G

※本資料の業績予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成しており、不確実な要素が含まれ変動する可能性を有しております。従いまして、実際の業績は今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

中期経営計画 (2014-2016)

| Next Stage | Plan G



新しいステージに立つサンゲツ

嘉永2年
(1849年) 山月堂創業



1953年 株式会社化
(株)サンゲツ誕生



2014年 中期経営計画(2014-2016)
Next Stage Plan G スタート

第一期 約100年

第二期 約60年

第三の創業へ

- ・ 1849年の山月堂の創業以来1953年の株式会社化迄の家業としての約100年間を第一期
- ・ 1953年の株式会社化以降、創業家のリーダーシップのもとトータルインテリアを供給するブランドメーカーの地位を確立した約60年を第二期とし、
- ・ **社員が経営を担う真の上場企業**として発展を目指すこれからの**サンゲツの第三期**と位置付けています。

中期経営計画 (2014-2016)

Next Stage Plan G

- 事業体制を**再整備・強化**
- 将来の**成長の為の仕込み**を行い
- サンゲツの次のステージを**切り拓く**



3年間

目指すべき姿



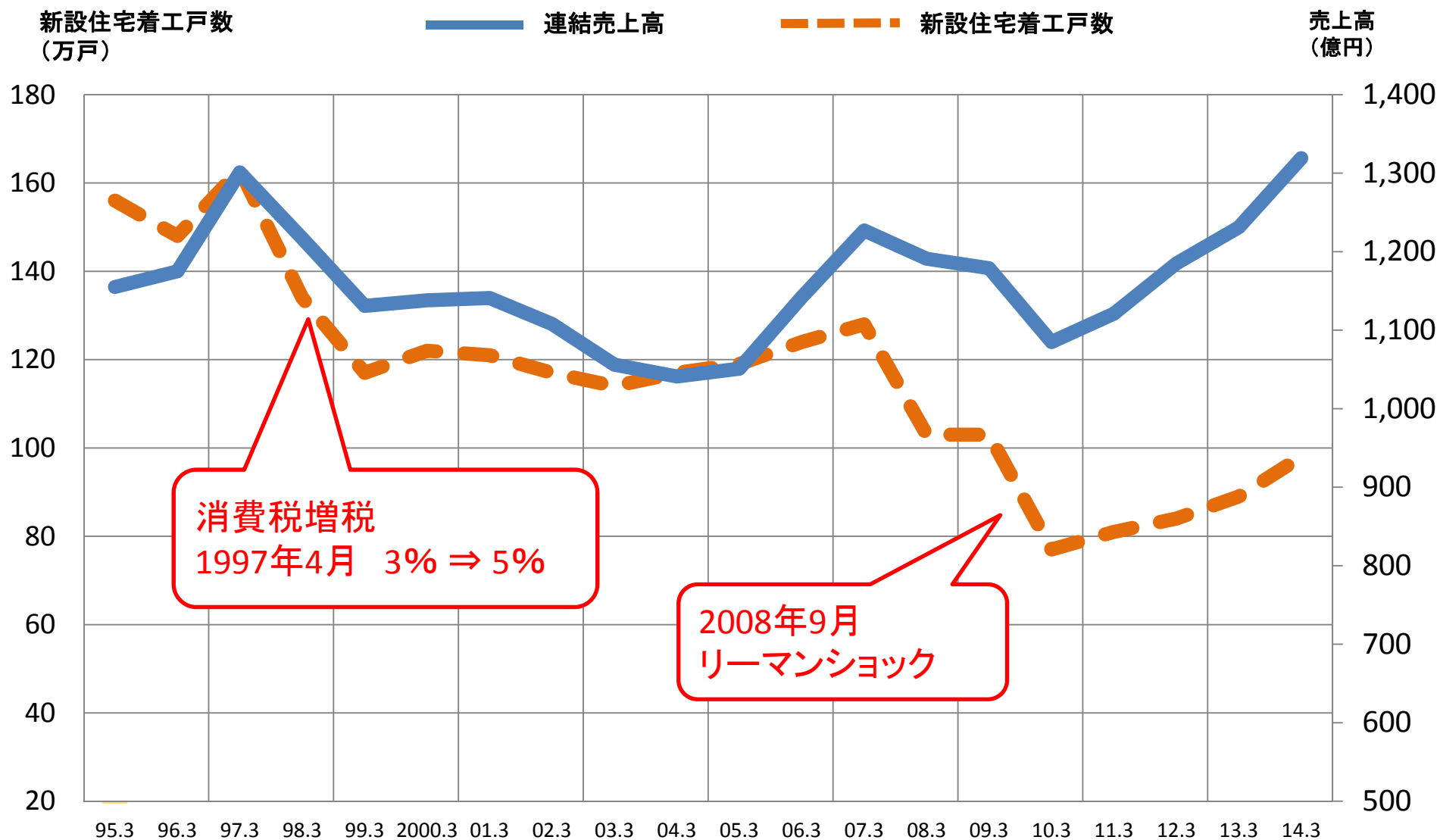
中期経営計画 (2014-2016)

Next Stage Plan G

Part.1 現状認識

現状認識

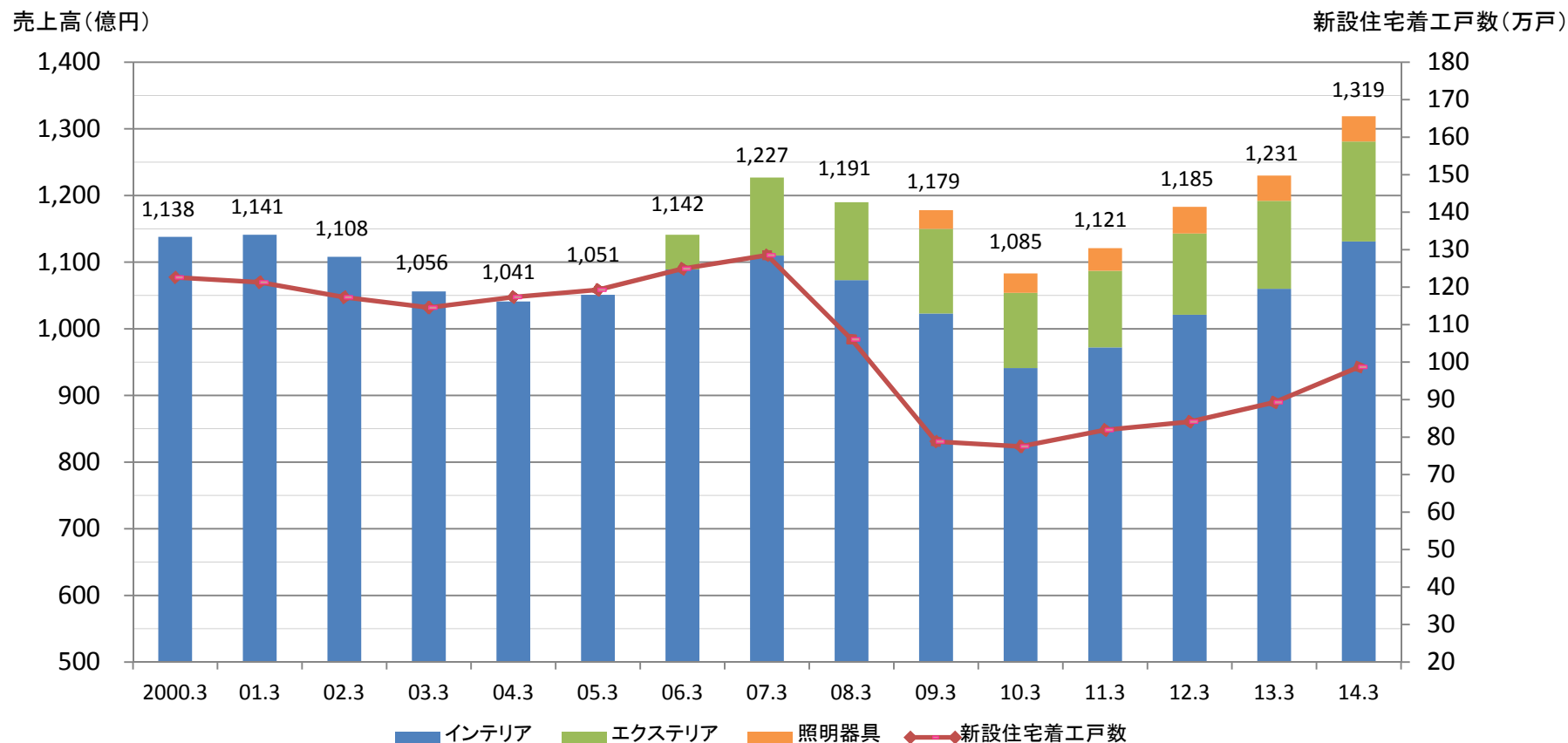
① 連結売上高と新設住宅着工戸数の推移



2004年度までサンゲツの売上は新設住宅着工戸数にリンク。2005年度以降、住宅着工戸数は低迷・減少したが、当社の売上高はリーマンショックによる一時的減少はあったものの、順調に拡大。

現状認識

②セグメント別売上高で見る2005年度以降の売上拡大の要因



2005年 9月 ... 株式会社サングリーンを子会社化(エクステリア)

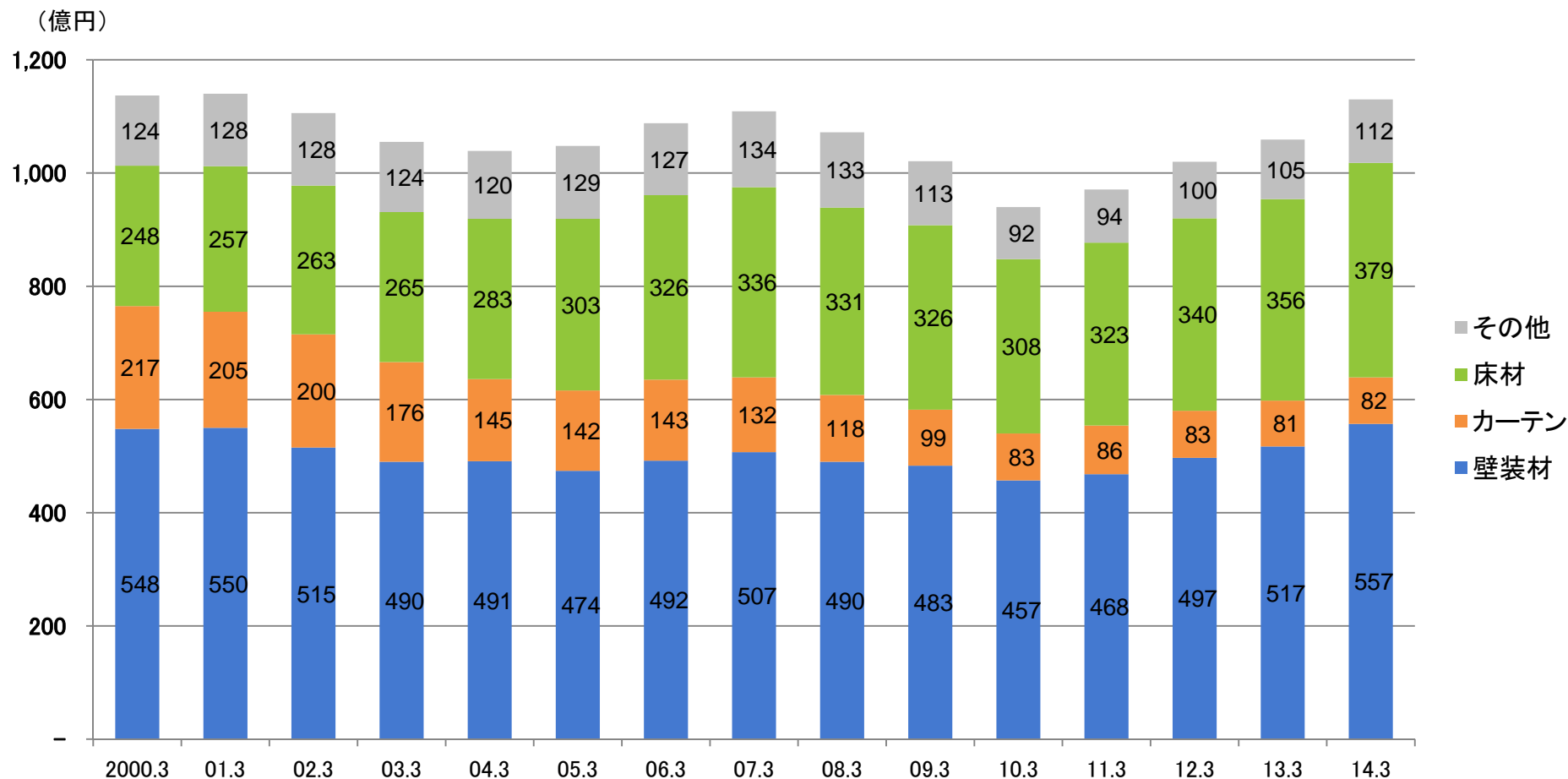
2008年 7月 ... 山田照明株式会社を子会社化(照明器具)

【2005年度以降の成長要因】

- 2005年の株式会社サングリーン、2008年の山田照明株式会社のグループ入り
- インテリアセグメントでは住宅リフォーム分野での拡販、非住宅分野向け商品の拡充・販売の拡大

現状認識

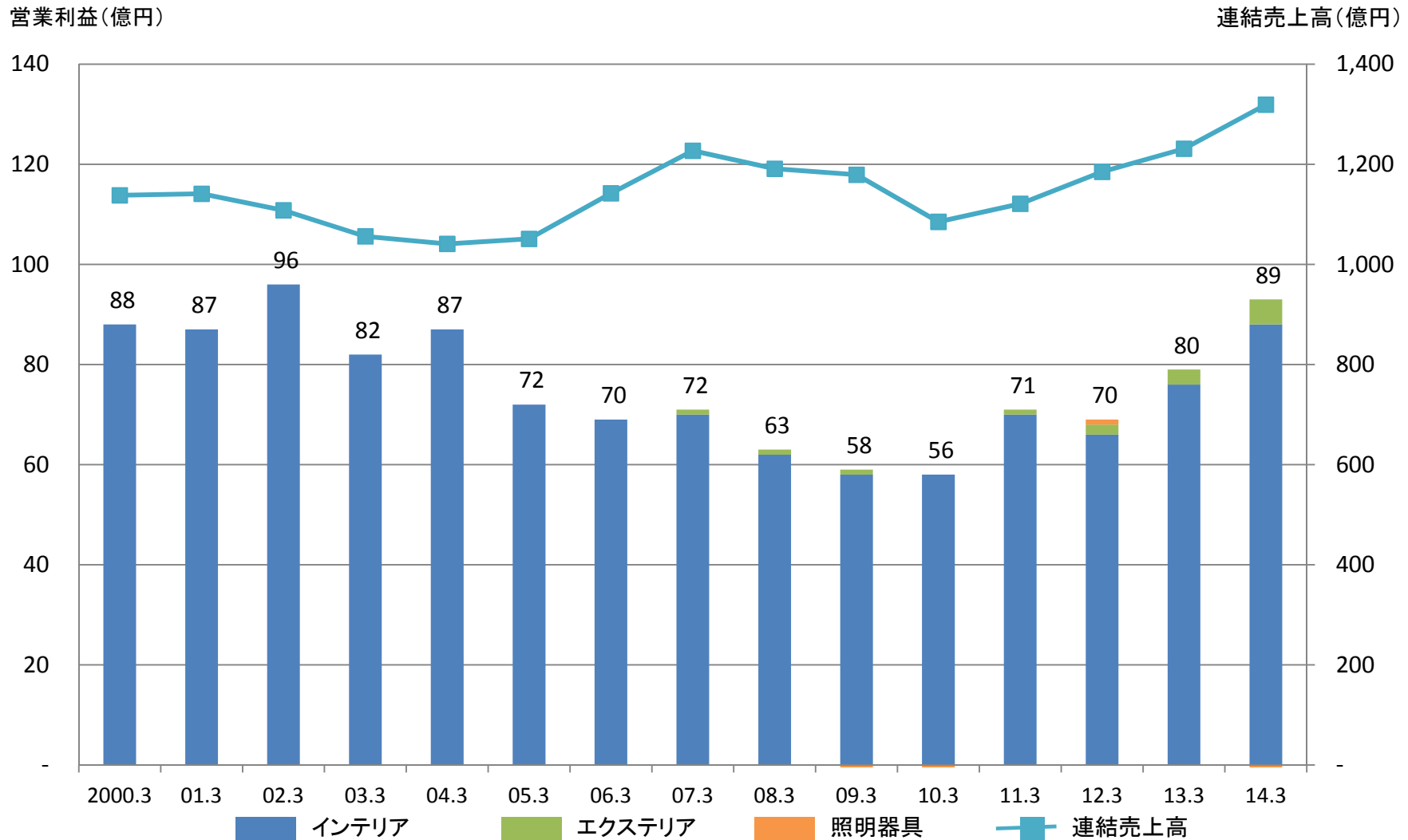
③ インテリア事業商品別売上高推移



サンゲツ単体で行っているインテリア事業商品別売上高の2000年3月期と前期の比較では、
 ○主力の壁装材の売上はほぼ横ばい（業界全体の売上は減少しており、サンゲツのシェアはアップ）
 ○カーテンの売上は217億円より82億円へダウン
 ○床材の売上は248億円より379億円へアップ（床材は非住宅分野向け依存度が大）

現状認識

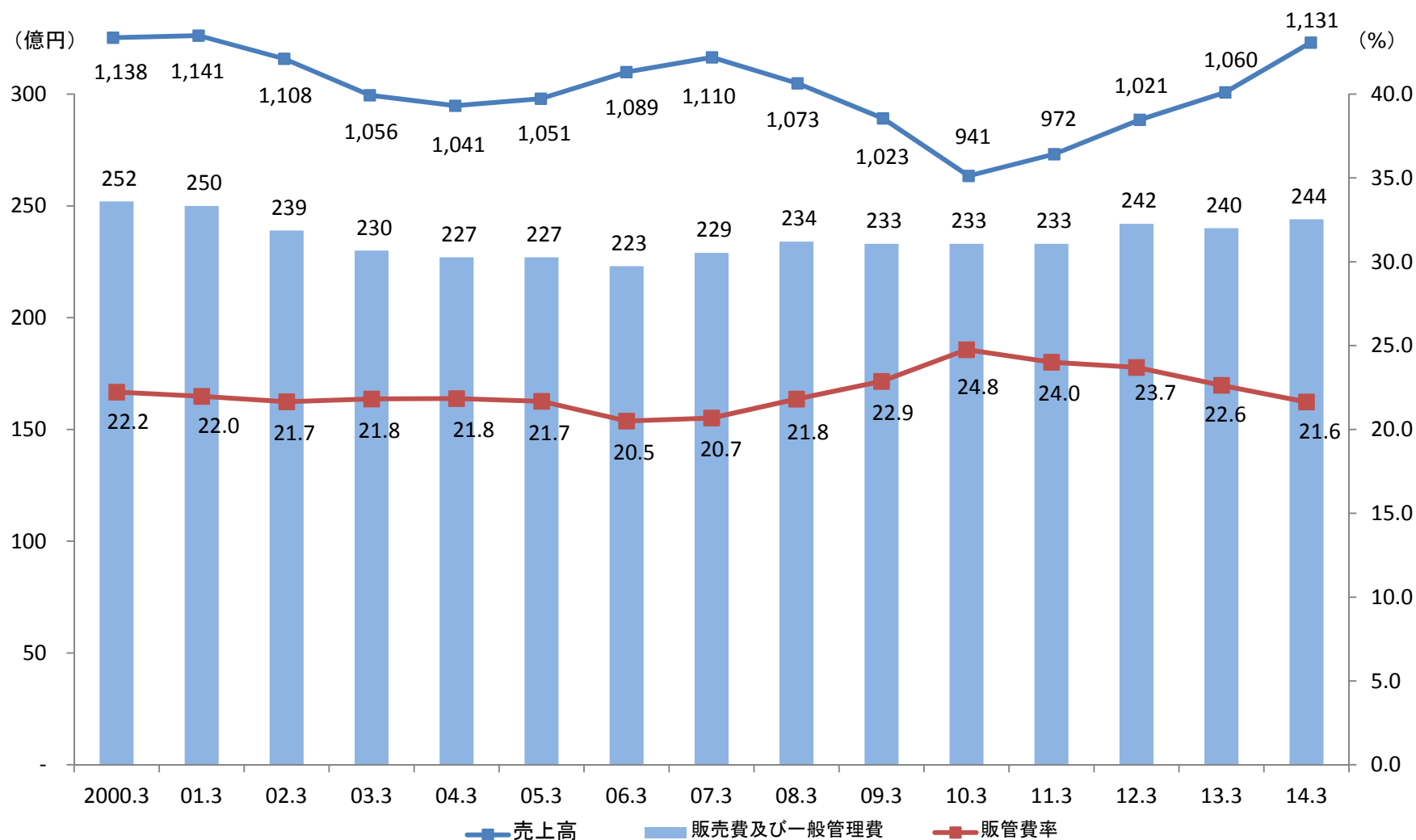
④ セグメント別連結営業利益の推移



エクステリア事業・照明器具事業は売上拡大には寄与したが、営業利益への寄与は限定的。

現状認識

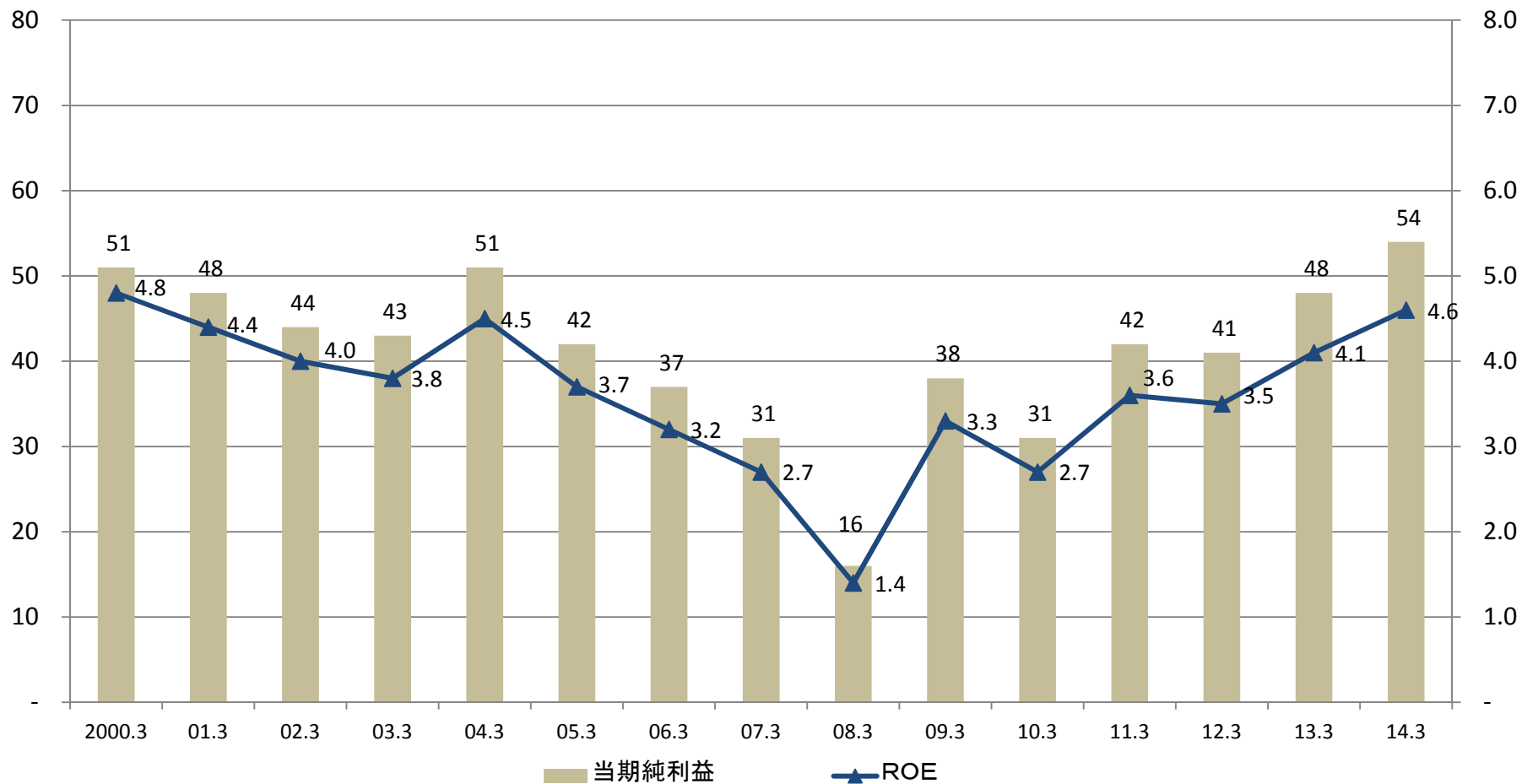
⑤ サンゲツ単体の販売管理費推移



サンゲツ単体の販管費は2000年3月期以来、ほぼ横ばい。
 売上の増加に伴い販管費率は過去5年間減少。
 販管費削減努力の一方で、物流設備、事務所設備の老朽化、人材投資不足が課題として顕在化。

連結売上高(億円)

ROE(%)



2014年3月期の純利益は54億59百万円と過去15年間の最高益を達成。
しかし、ROEは4.6%に留まっている。

中期経営計画 (2014-2016)

Next Stage Plan G

Part.2 基本方針と具体的施策

中期経営計画 基本方針

事業基盤の整備

物流設備、事務所設備の新設・更新
I Tシステムの再構築
人材投資の拡大

インテリア事業の着実な強化

リフォーム(住宅／非住宅)分野での拡販
非住宅分野向け商品の強化
床材商品の拡充
カーテン事業の再建

新規事業分野への注力

業際の拡大と連結会社収益力の向上

本格的海外事業の推進

海外市場向け商品の開発

中期経営計画 具体的施策

1) 社員が経営を担う事業基盤の整備

- A. 組織の見直し
- B. 人事制度改革
- C. 組織運営ルールの見直し
- D. ITシステムの再構築

2) 事業戦略の再構築

- A. 既存事業の拡張
- B. 成長戦略の推進

3) ステークホルダーの評価向上

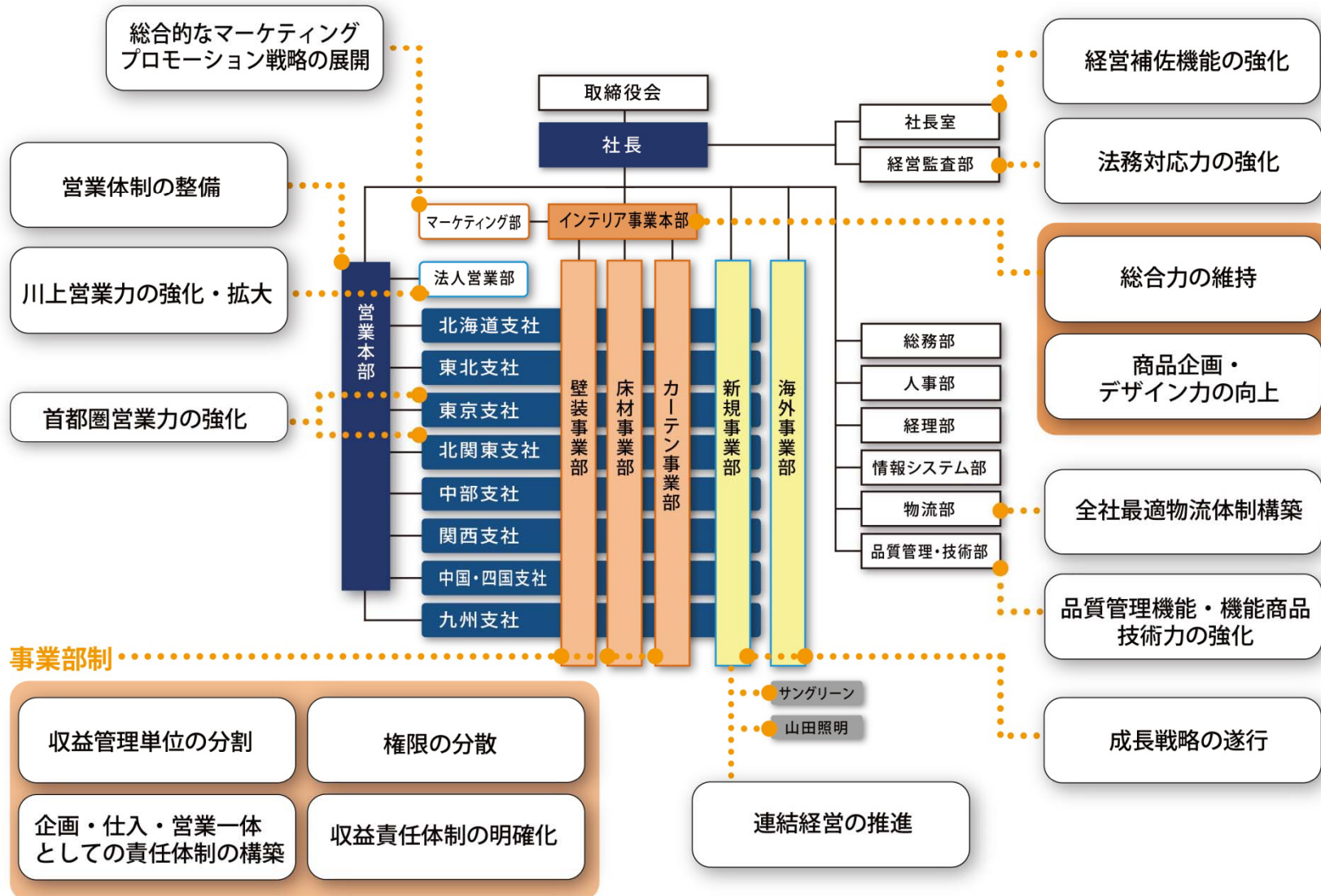
- A. 資本政策とIR政策
- B. 社会貢献活動
- C. 環境経営

4) 創業以来の理念・社是・考えの継承

中期経営計画 具体的施策

1) 社員が経営を担う事業基盤の整備

A. 組織の見直しとその狙い



中期経営計画 具体的施策

1) 社員が経営を担う事業基盤の整備

B. 人事制度改革

- 評価制度・昇格制度の改革
- 給与制度改革
- 女性社員の職域拡大、活用の高度化
- 中途採用者の拡大
- 教育・研修の充実

■ 中期経営計画 具体的施策

1) 社員が経営を担う事業基盤の整備

C. 組織運営ルールの見直しと明確化

- 組織目標の明確化
- 予決算制度の再整備
- 権限規定の見直し
- リスク管理の強化

D. ITシステムの再構築

中期経営計画 具体的施策

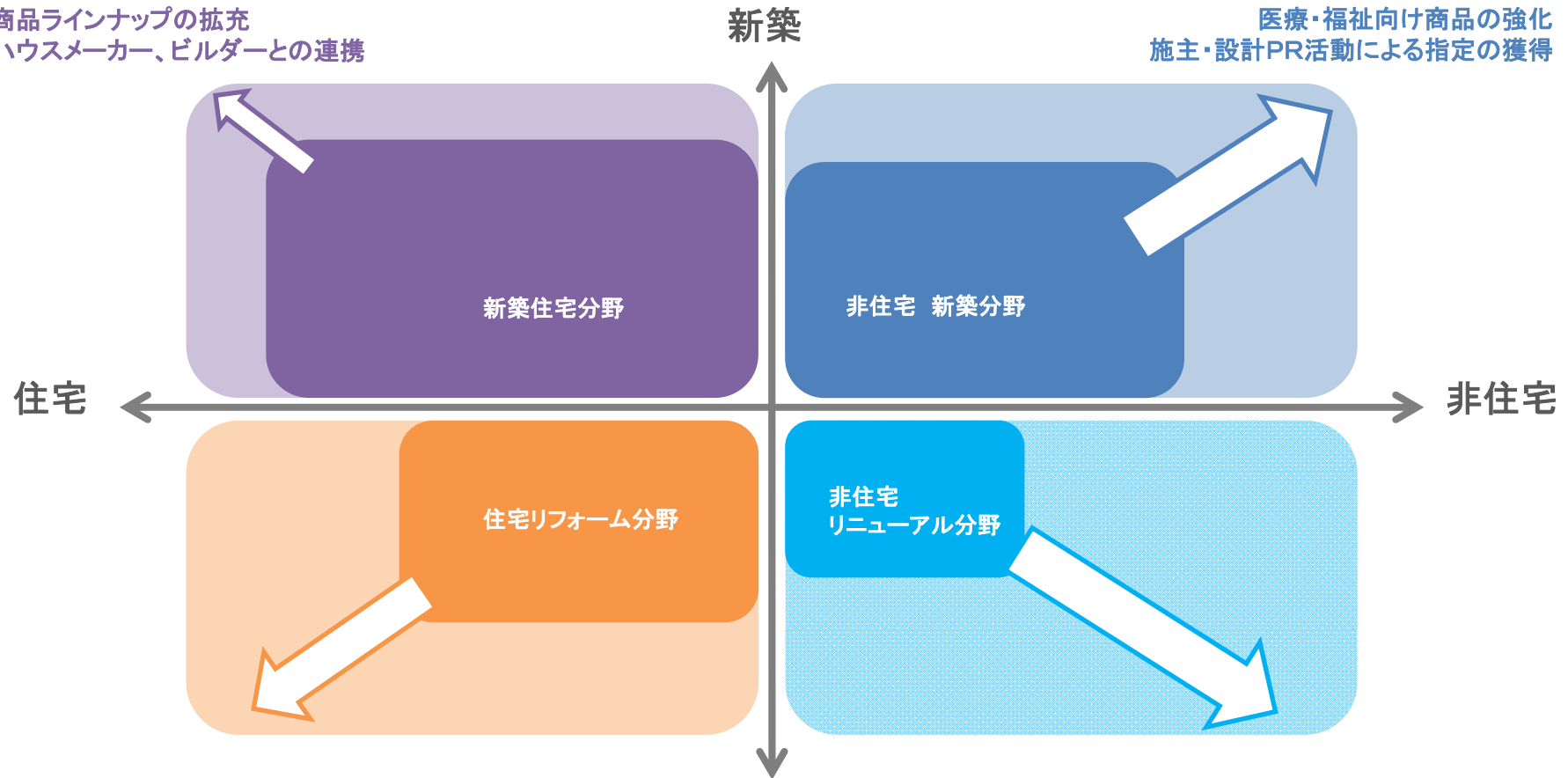
2) 事業戦略の再構築

A. 既存インテリア事業の拡張戦略

【分野別マーケティング戦略の明確化とその方針】

商品ラインナップの拡充
ハウスメーカー、ビルダーとの連携

医療・福祉向け商品の強化
施主・設計PR活動による指定の獲得



リフォーム向け商品の開発によるストック需要への対応
代理店との連携による需要の取り込み
中古住宅流通での賃貸物件における入居支援の取り組み

商業施設改修用商品の開発
ビルメンテナンスへの対応

■ 中期経営計画 具体的施策

2) 事業戦略の再構築

B. 成長戦略の推進

a. 新規事業

- 連結経営政策の明確化により、サングリーン・山田照明との事業シナジーの拡大を実現すると共に、両社収益力を強化
- インテリア・エクステリア周辺事業／商品の拡大

b. 海外事業

- 塩ビ壁紙・リアテック等の海外での拡販
- 海外市場向け商品の開発による本格的海外市場開拓

中期経営計画 具体的施策

3) ステークホルダーの評価向上

A. 資本政策とIR政策

- 資本政策の見直し
- 株主への透明性向上、IR活動の強化

B. 社会貢献活動

- 社員中心の社会貢献活動の実行

C. 環境経営

- 環境対応型商品の開発
- 環境ブランディングの向上
- 環境情報の整備

中期経営計画 具体的施策

4) 創業以来の理念・社是・考えの継承

【社是「誠実」】

【サンゲツ三則】



創造的な
デザイン

信頼される
品質

適正な
市場価格

をモットーに、

インテリアを通じて社会に貢献し、豊かな生活文化の創造に寄与してまいります。

中期経営計画 (2014-2016)

Next Stage Plan G

Part.3 定量目標

2014-2016年度 目標

本中期経営計画 “Next Stage Plan G”の定量目標は以下の通り定めています。

2016年度 収益目標 (連結ベース)

売上高 1,400億円

当期純利益 63億円

将来の成長の為の**基盤整備に先行投資**を行いつつ、**史上最高益の更新**を目指します。

2017-2019年度 目標

今中期経営計画をベースに、次期中期経営計画の最終2019年度(2020年3月期)には

- 新規事業・海外事業・連結会社での本格的収益の実現
- インテリア事業収益の着実なる拡大
- 新たな資本政策の導入

により、

ROE
8 - 10%

を達成することを目標とします。