



2020年5月19日

各 位

会社名 株式会社 サンゲツ
代表者名 代表取締役 安田正介
社長執行役員
(コード番号 8130 東証・名証第一部)
問合せ先 取締役執行役員 伊藤研治
(TEL. 052-564-3314)

長期ビジョン及び新中期経営計画策定に関するお知らせ

このたび、当社グループは10年後の2030年を見据えたSangetsu Group長期ビジョン【DESIGN 2030】及び2022年度(2023年3月期)を最終年度とする3ヵ年の中期経営計画(2020-2022)【D.C.2022】を策定しましたので、下記のとおり概要をお知らせいたします。

記

1. 長期ビジョン及び新中期経営計画策定の背景

当社グループは、2017年度から2019年度までの3ヵ年の中期経営計画「PLG 2019」において、成長のための事業戦略、人的資源の強化、収益管理体制の強化、ESG/CSR方針、資本政策の5つを基本方針とし、これに基づく個別施策を着実・確実に実行してまいりました。その結果、2019年度の連結業績は、売上高161,265百万円(前年同期比0.5%増)、営業利益9,268百万円(同57.2%増)、経常利益9,844百万円(同46.9%増)となりましたが、米国の子会社Koroseal Interior Products Holdings, Inc.関連の無形資産の減損を行ったことにより、親会社株主に帰属する当期純利益は1,432百万円(同60.0%減)となりました。

一方、当社グループを取り巻く環境は、新型コロナウイルス(COVID-19)の影響による世界経済全体の変調のみならず、気候変動リスク、少子高齢化と人手不足の深刻化、DATA Science・IT技術の浸透、ESGに対する意識の高まり等、今後も速いスピードでの変化が継続すると考えられます。

当社グループは2014年からの過去6年間、「Next Stage Plan G」「PLG 2019」の2つの中期経営計画に沿って事業の変革に努めてまいりましたが、不透明かつ急激な変化を伴う環境下、改めて長期的なビジョンを明確にした上での改革の遂行と持続的な成長を目指すべく、Sangetsu Group長期ビジョン【DESIGN 2030】及び、そのファーストステップとして、3ヵ年の中期経営計画(2020-2022)【D.C.2022】を策定いたしました。

2. 長期ビジョン【DESIGN 2030】

社是「誠実」

ブランドステートメント “Joy of Design”

【2030年に目指すビジョン】

サンゲツグループは“スペースクリエーション企業”へ

【長期ビジョン達成へのアプローチ】

■経営の基本

・デザイン経営

デザインによるブランド価値の向上と事業転換

■経営・事業の基盤

・多様性のある専門人材

現場力を含む多様性ある専門人材が活躍する組織

・DX（デジタルトランスフォーメーション）の実践

DATAによる事業の効率化と転換

■主要機能

・サービス売りへの完全転換

サービスを付加価値の源泉とする事業

■事業エリア

・環太平洋地域

環太平洋地域各国での強固な事業とグローバルな展開

■目指す企業像

・内装企業からスペースクリエーション企業へ

デザイン・人材・DATA・サービスによるグローバルな
スペースクリエーション企業

【サンゲツグループが実現を目指す社会的価値】

サンゲツグループは、

Inclusive (みんなと) : 平等で健康的なインクルーシブな社会の実現

Sustainable (いつまでも) : 地球環境を守るサステイナブルな社会の実現

Enjoyable (楽しさあふれる) : より豊かでエンjoyイアブルな社会の実現

社会の実現に貢献します。

【定量目標】

2030年3月期	連結売上高	2,250億円
	連結営業利益	185億円

3. 中期経営計画(2020-2022)【D.C.2022】 ※D.C.=Design & Creation

2017年3月期と中期経営計画(2017-2019)「PLG 2019」3ヵ年の結果

(単位：百万円)

	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
売上高	135,640	156,390	160,422	161,265
前年比	101.2%	115.3%	102.6%	100.5%
売上総利益	40,104	47,572	50,720	52,925
売上比	29.6%	30.4%	31.6%	32.8%
販売費及び一般管理費	32,532	42,538	44,824	43,656
売上比	24.0%	27.2%	27.9%	27.1%
営業利益	7,572	5,033	5,895	9,268
売上比	5.6%	3.2%	3.7%	5.7%
経常利益	8,368	5,698	6,699	9,844
当期純利益	6,570	4,514	3,579	1,432
売上比	4.8%	2.9%	2.2%	0.9%
総資産	169,344	171,419	170,875	164,101
自己資本	110,371	105,242	99,139	93,244
ROE	6.01%	4.19%	3.50%	1.49%

1. 基幹事業の質的成長による収益の拡大

<インテリアセグメント>

- (1) デザイン力の発展的強化と戦略的調達の推進
- (2) サービス機能の拡充と高度化
- (3) 代理店との協業深化と営業体制の強化

<エクステリアセグメント>

- (4) エクステリア事業の質的・地理的拡大

2. 基幹事業のリソースに基づく次世代事業の収益化

<海外セグメント>

海外各国における

- (1) 強固な経営基盤の構築
- (2) 最適モデルの追求と徹底した現地化
- (3) ブランディングとプロダクトポートフォリオの強化

<スペースクリエーションセグメント>

- (4) 専門能力拡充によるスペースクリエーション事業の展開

3. 経営・事業基盤の強化

- (1) 業務執行の能力強化と効率化
- (2) DATA の高度活用体制の整備

4. 社会的価値の実現

- (1) 地球環境：地球環境への負荷低減
- (2) 人的資本：多様な人材が活躍する組織

- (3) 社会資本：サプライチェーンの安心・安全・魅力の向上
コミュニティ参画
- (4) ガバナンス：コーポレートガバナンスの強化

5. 定量目標(KPI)

(1) 経済的価値

2023年3月期目標

- ・連結売上高 1,720 億円
- ・連結営業利益 120 億円
- ・連結純利益 85 億円
- ・ROE 9.0%
- ・ROIC 9.0%
- ・CCC(キャッシュ・コンバージョン・サイクル) 65 日

(2) 社会的価値

2023年3月期目標

①地球環境

事業活動(Scope 1 & 2)における環境負荷の低減

- 1) GHG 排出量(Scope 1 & 2)：30 % 削減 (2018 年度比) ※2031 年 3 月期目標
- 2) 使用エネルギー量：4 % 削減 (2018 年度比)
- 3) 廃棄物総廃棄量：4 % 削減 (2018 年度比)
- 4) リサイクル率：83 % 以上

②人的資本

1) 社員の健康と能力開発

- ・特定保健指導実施率、がん検診受診率、有所見率、メタボ率の改善
(※健康保険組合データが揃う 2020 年 8 月以降に目標設定予定)
- ・非喫煙率：80% 以上

2) ダイバーシティ&インクルージョンの推進

- ・女性管理職比率：20% 以上
- ・障がい者雇用率：4% 以上

③社会資本

- ・児童養護施設リフォームでのスペースクリエーション：年間 30 件
- ・社員の積極的な参加 マッチングギフト：7,000 S-mile

④国際イニシアティブへの賛同表明

- ・国連グローバル・コンパクト

(3) 資本政策

資本政策

- ・自己資本を 900~950 億円 の範囲で維持する。

- ・ 3年間の総額ベースで 総還元性向を略 100%とする。
- ・ 自己株式取得および配当に関しては、安定増配を念頭に、新型コロナウイルス感染症の業績に与える影響を見極め都度決定する。

資本配分政策

- ・ 未定
3年間の業績見通しが明確になり次第決定。

※ 中期経営計画の詳細につきましては、5月26日(火)公開予定の動画にてご説明いたします。
なお当日の配布資料は同日弊社ホームページに掲載いたします。

※ 本資料は、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。

以 上