

東リグループ

# 中期経営計画『SHINKA-100』の概要

(フェーズⅠ : 2015～2017年度 / フェーズⅡ : 2018～2020年度)

2018年5月8日

東リ株式会社

# 東リグループ 中期経営計画『SHINKA-100』の概要

- ◆当社グループはフレキシビリティと強靭さを兼ね備えた事業構造への変革を実現すべく、6カ年の中期経営計画『SHINKA-100』を策定し、成長戦略を推進している。
- ◆2015年度～2017年度をフェーズⅠ、2018年度～2020年度をフェーズⅡとし、本年度はフェーズⅡ初年度となる。
- ◆当社は2019年に『創業百年』を迎える。長年培った経営基盤の更なる強化を図り、「百年の先」を見据えた成長戦略を確実に実行し、事業継続性を高める。



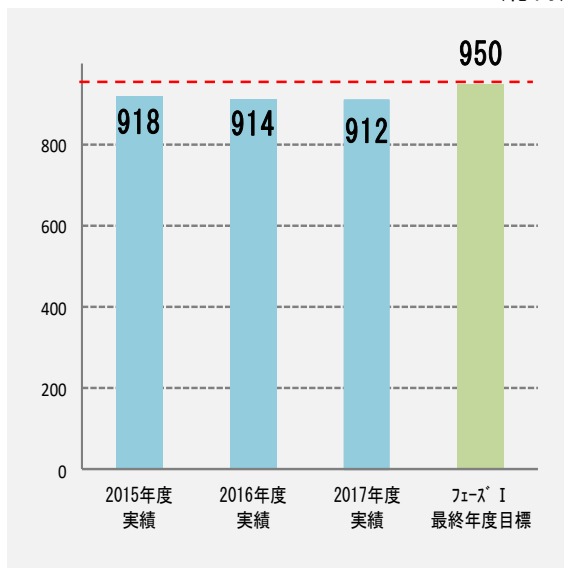
# 『SHINKA-100』 フェーズ I の振り返り



## フェーズ I 期間内の実績

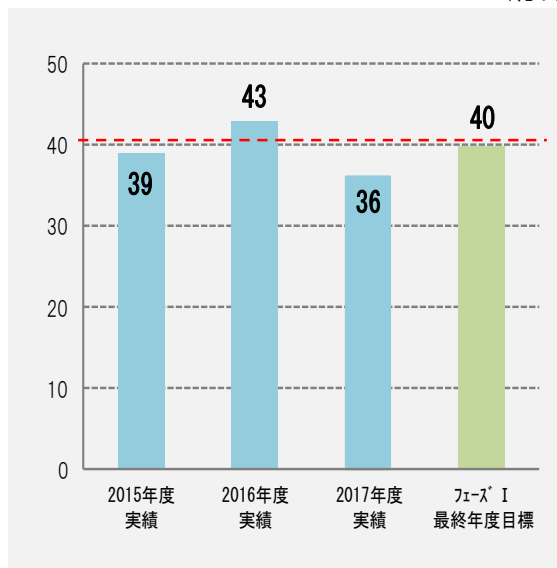
[売上高]

(億円)



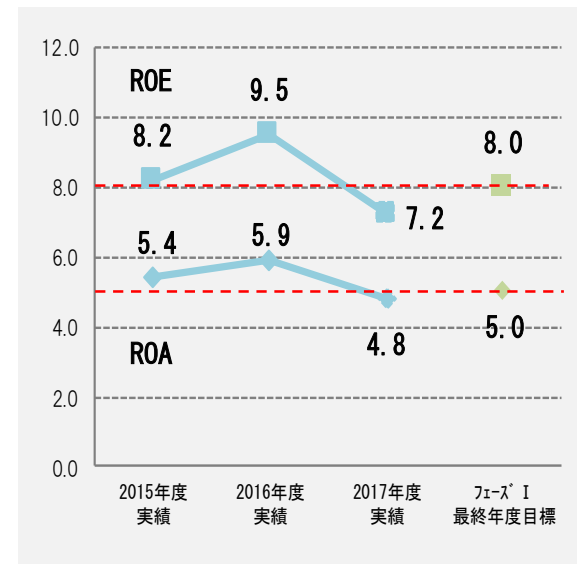
[経常利益]

(億円)



[ROA・ROE]

(%)



ROA／総資産経常利益率 ROE／自己資本純利益率

◆連結経営指標については、2年目の2016年度に経常利益・ROA・ROEの3つの指標で目標水準に達した。

◆売上高目標については、3カ年を通じて未達成となった。

## ■ フェーズ I 期間内の実績

重点戦略	フェーズ I での主な成果	フェーズ II への積み残し課題
進化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇<u>独自商品の拡大</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ワックスメンテナンス不要な床材「NWシリーズ」の拡充</li> <li>⇨新継ぎ目接着工法「JS工法」、「不燃腰壁シート」の開発</li> </ul> </li> <li>◇<u>次世代を支える基幹商品の開発・発売</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨新タイルカーペット「GA-100T」の開発・発売</li> </ul> </li> <li>◇<u>簡易施工商品の開発</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨簡単リフォーム床材「LAYフローリングピタフィー」の開発</li> </ul> </li> <li>◇<u>量販店チャネルの売上拡大</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇<u>市場別販売戦略の実践</u></li> <li>◇<u>業際市場に向けた商品開発</u></li> <li>◇<u>種まき営業活動の拡大</u></li> </ul>
深化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇<u>東璃（上海）貿易有限公司の売上拡大</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨現地法人設立による着実な市場浸透</li> </ul> </li> <li>◇<u>海外事業基盤の整備</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇<u>海外市場対応商品の開発</u></li> <li>◇<u>米国市場での売上回復</u></li> </ul>
真価	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇<u>働き方のダイバーシティへの対応</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨多様な人材の積極的活用に向けた制度設計</li> </ul> </li> <li>◇<u>新基幹システムの設計完了</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇<u>更なる利益体質への取組み</u></li> <li>◇<u>在庫効率の改善</u></li> </ul>

◆フェーズ I では中長期経営戦略に基づき、多様な成長戦略を推進した。

◆フェーズ I における成果と反省をふまえ、フェーズ II では、未来志向を高めた成長戦略を推進する。

## ■ 『SHINKA-100』 フェーズⅡの位置づけ

- ◆当社は、2019年に『創業百年』を迎える。  
グループ一丸となって成長戦略と事業基盤強化を推し進め、「百年の先」に向けた更なる発展性を追求する。

## ■ 東リグループが目指す姿

- ◆コア事業である床材事業とカーペット事業の事業構造を盤石にするとともに、海外事業やインテリア周辺事業の拡大、次なるヒット商品の育成など、“明日の成長エンジン”を育み、事業構造の強化を図る。  
また、成長戦略を支えていくための事業基盤を整備強化し、事業推進力を高める。

## ■ 重点方針（中期6カ年）

### （1）コア（中核的）事業の再強化

⇒強靱な事業基盤を築くために、コア事業の強化に注力する。

### （2）「伸びしろ」経営の推進

⇒様々な視点や切り口で、「伸びしろ」を創出する。

### （3）グローバルイズムの醸成

⇒これまでの枠組みにとらわれず、広い視野で新たな可能性を追求する。

## ■ 重点戦略

### “3つの「SHINKA」”

① 「進化」 ～コア事業の進展と創造～

② 「深化」 ～深掘りによる成長性の追求～

③ 「真価」 ～成長と信頼を支える事業基盤の強化～

◆フェーズⅠでは、重点戦略の3つの「SHINKA」をベースに重点戦略を推し進めた。フェーズⅡでは、3つの「SHINKA」を更にバージョンアップし、より具体的な施策を掲げ、新たな取組み課題を加える事で成長戦略を明確に描く。

## ■ 重点戦略

### ① 「進化」 ～コア事業の進展と創造～

◆フェーズⅠで推し進めたコア事業の成長戦略を更に進化させると共に、「百年の先」を見据えたハードルの高い技術開発に挑戦し、事業領域の拡大によるコア事業の創造を図る。

取  
組  
み  
テ  
ー  
マ

- ◎ 技術研究・製品開発の強化
- ◎ 商品力のレベルアップ
- ◎ 生産拠点・物流体制の最適化実現
- ◎ 業際事業探索活動の推進
- ◎ 商品提案力の強化



## 重点戦略

### ② 「深化」 ～深掘りによる成長性の追求～

◆成長戦略を更に深掘りし、質的・量的拡大を図る。10億円プロジェクトや海外事業など、“明日の成長エンジン”を育み、力強い事業構造へと変革していく。

取  
組  
み  
テ  
ー  
マ

- ◎ 10億円プロジェクトの推進※
- ◎ 海外事業の拡大
- ◎ CR (コーポレート・リレーション) 活動の強化推進
- ◎ 壁装材事業の深化
- ◎ カーテン事業の再建

※10億円プロジェクトとは・・・年間売上高10億円超の中核商品育成への取組み

## ■ 重点戦略

### ③ 「真価」 ～成長と信頼を支える事業基盤の強化～

◆事業の成長と発展に向けて、ブランド力や品質への信頼を高めながら、あらゆる面での効率化を図り、より筋肉質な企業グループを構築し、事業推進力を高めていく。

取  
組  
み  
テ  
ー  
マ

- ◎ 製造原価率圧縮への挑戦
- ◎ 人材育成
- ◎ 企業価値の向上
- ◎ 業務改善の実現とIT進化への対応
- ◎ SCM強化とBCP推進

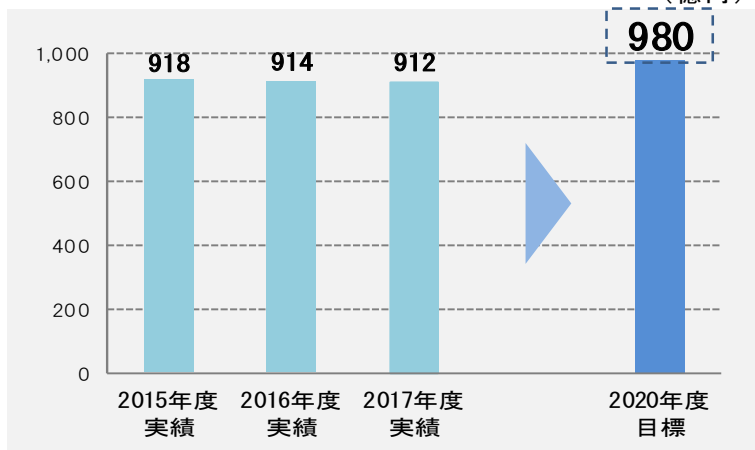
# 『SHINKA-100』 フェーズⅡ について



## ■ 経営指標

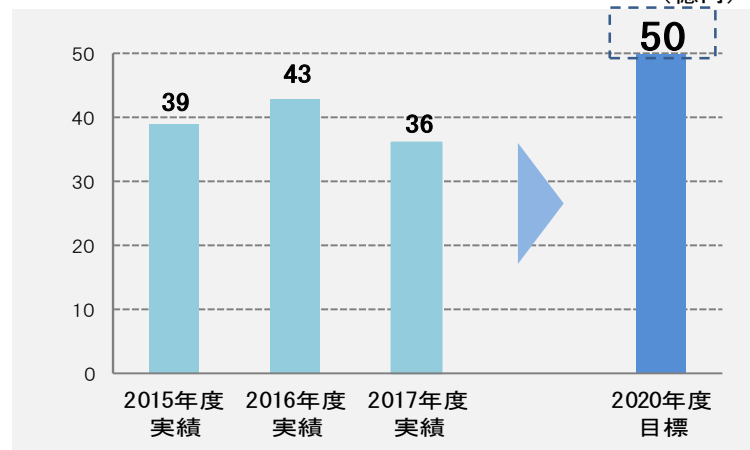
### [売上高]

(億円)



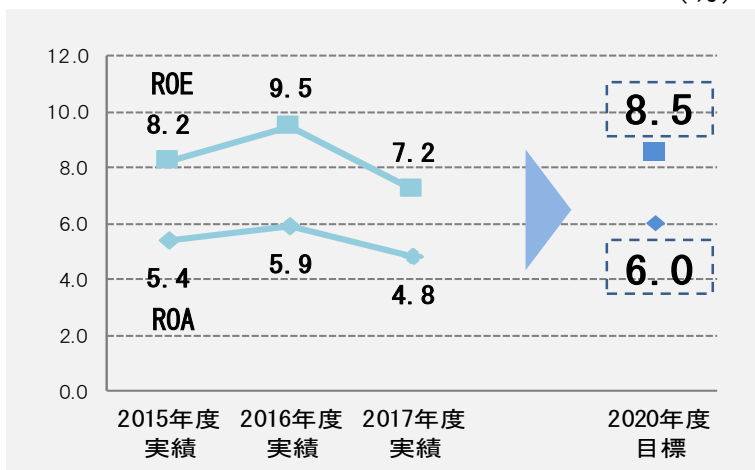
### [経常利益]

(億円)



### [ROA・ROE]

(%)



ROA／総資産経常利益率    ROE／自己資本純利益率

連結経営指標	2020年度 目標指標
売上高	980億円
経常利益	50億円
ROA	6.0%以上
ROE	8.5%以上

## ■ 免責事項

本資料に記載されている業績予想につきましては、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。