

成長戦略

当社グループは、「住・社会インフラの創造・マネジメント」「ケミカル材料を基にしたソリューション」の2つを大きな活動領域とし、新築住宅、住宅リフォーム、水周りに関する社会インフラ、住宅資材、車輻・輸送、エレクトロニクス、ライフサイエンスなどの分野で、他社との差別化を図った事業を展開する事業ポートフォリオを構築しています。

当社グループでは、事業ポートフォリオ内の個々の事業を、事業の相対的な強さと今後の成長余地で「中核」「成長」「育成・創造」に区分し、この3段階の区分を使って、中長期的に持続的成長を実現できるように組み合わせた成長戦略を立てています。

例えば、住宅における新築住宅は「中核」であり、住宅リフォームは「成長」に分類しています。

このうち、「成長」事業は、現在の中期経営計画において高成長を期待する事業であり、成長実現のために、研究開発、設備投資、関連事業のM&Aなどにおいて、優先的な予算配分を行っています。一方、「中核」事業は、既にマーケットにおいて確固たる地位を築いた事業であり、安定的な収益を見込める事業です。キャッシュ・フローの視点で見れば、「中核」で稼いだキャッシュを、「成長」「育成・創造」に再投資し、グループ全体としての中長期的な成長を実現させていくイメージです。

このように、現在の収益と将来の収益をバランスさせながら、成長戦略を遂行していますが、近年の技術革新と急激な市場の変化などから、「成長」を見込んでいた事業においても、その成長が見込めなくなるケースがあり、「中核」事業についても、そのまま何もせずに手をこまねいては、収益確保が難しくなることが想定されます。

このため、「成長」事業についてはその対象となる市場の将来性（事業の成長余地）に変化はないか、「中核」事業については常に事業をよりシャープに変革したり、新領域を深耕する余地はないかを厳しく精査し、必要に応じて、成長戦略の見直しを行っています。

