



素晴らしい人間環境作り

ニチハ株式会社

東証プライム・名証プレミア 証券コード:7943

2024年3月期 決算説明資料

2024年5月15日



本資料の内容



第1部

1. 2024年3月期決算
2. 2025年3月期業績予想 & 配当状況

第2部

長期ビジョンと第一次中期経営計画(2024年4月～2027年3月) 概要

1. 前中期経営計画の振り返り
2. 長期ビジョン・第一次中期経営計画の位置づけ
3. 第一次中期経営計画(2024年4月～2027年3月)
4. 重要戦略テーマ
5. 資本政策(資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について)

連結業績サマリー



(百万円、%)

	2023/3期 実績	2024/3期		前期比		予想比		2025/3期 予想(注1)
		予想	実績	金額	%	金額	%	
1 売上高	138,063	147,000	142,790	+4,727	+3.4	△4,209	△2.9	148,500
2 営業利益	11,704	10,500	10,205	△1,498	△12.8	△294	△2.8	11,500
3 (営業利益率)	(8.5%)	(7.1%)	(7.1%)	—	—	—	—	(7.7%)
4 経常利益	12,805	12,100	11,856	△949	△7.4	△243	△2.0	12,000
5 親会社株主に帰属する 当期純利益	9,037	8,300	8,066	△970	△10.7	△233	△2.8	8,500

(注1) 2025/3期予想：2024年5月9日発表

(注2) 本ページでは百万円未満の金額を切り捨てにより表示しております

1. 2024年3月期決算

- 1) 2024年3月期 市場動向(国内)
- 2) 市場動向(米国)
- 3) 連結損益計算書
- 4) 国別業績
- 5) 国内事業営業利益の前期比増減要因
- 6) 設備投資・減価償却費



1) 2024年3月期 市場動向(国内)



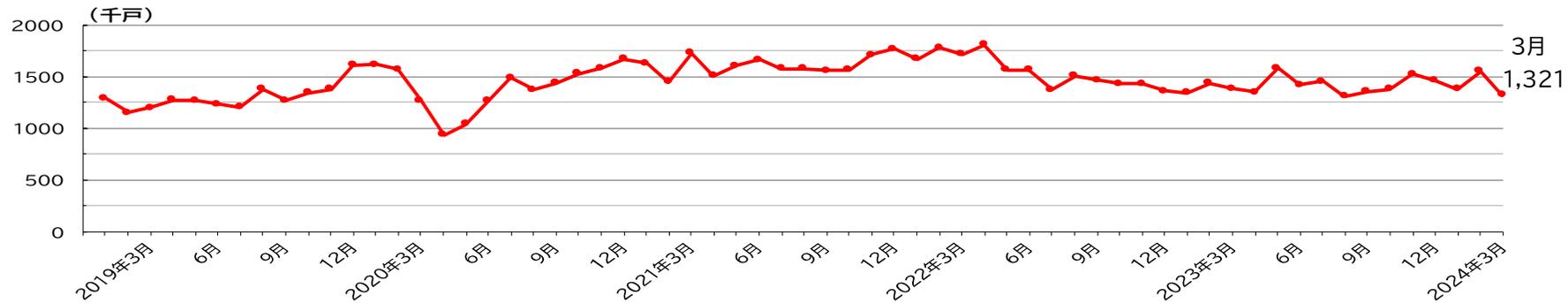
()内は前年同期比増減率 %

国内市場 四半期別推移	年度	上期			下期			通期
		第1四半期	第2四半期	計	第3四半期	第4四半期	計	計
住宅市場								
新設住宅着工戸数 千戸	2022	218	225	443	216	202	418	861
		($\Delta 1.3$)	($+0.0$)	($\Delta 0.6$)	($\Delta 1.6$)	($+0.6$)	($\Delta 0.5$)	($\Delta 0.6$)
	2023	208	207	415	202	182	384	800
		($\Delta 4.7$)	($\Delta 7.7$)	($\Delta 6.2$)	($\Delta 6.3$)	($\Delta 9.6$)	($\Delta 7.9$)	($\Delta 7.0$)
好 一戸建 千戸	2022	104	105	209	101	87	188	397
		($\Delta 4.9$)	($\Delta 7.2$)	($\Delta 6.0$)	($\Delta 10.9$)	($\Delta 7.0$)	($\Delta 9.1$)	($\Delta 7.5$)
	2023	94	96	190	89	78	167	358
		($\Delta 9.0$)	($\Delta 8.7$)	($\Delta 8.9$)	($\Delta 12.0$)	($\Delta 9.7$)	($\Delta 11.0$)	($\Delta 9.9$)
窯業系外装材業界								
業界全体のサイディング販売数量 [日本窯業外装材協会] (JIS規格対象外の12mm厚製品を含む基準) 千坪	2022	7,243	7,327	14,570	7,538	6,977	14,515	29,085
		($+2.4$)	($+2.2$)	($+2.3$)	($\Delta 3.7$)	($\Delta 3.9$)	($\Delta 3.8$)	($\Delta 0.8$)
	2023	6,785	6,754	13,539	7,156	6,083	13,239	26,779
		($\Delta 6.3$)	($\Delta 7.8$)	($\Delta 7.1$)	($\Delta 5.1$)	($\Delta 12.8$)	($\Delta 8.8$)	($\Delta 7.9$)
当社								
窯業系サイディング販売数量 (JIS規格対象外の12mm厚製品を含む基準) 千坪	2022	3,890	3,975	7,865	4,019	3,758	7,777	15,642
		($+0.3$)	($+1.6$)	($+0.9$)	($\Delta 5.3$)	($\Delta 3.7$)	($\Delta 4.6$)	($\Delta 1.9$)
	2023	3,728	3,829	7,557	4,174	3,582	7,757	15,314
		($\Delta 4.2$)	($\Delta 3.7$)	($\Delta 3.9$)	($+3.9$)	($\Delta 4.7$)	($\Delta 0.2$)	($\Delta 2.1$)
業界シェア %	2022	53.7	54.3	54.0	53.3	53.9	53.6	53.8
		($\Delta 1.1$ p)	($\Delta 0.3$ p)	($\Delta 0.7$ p)	($\Delta 0.9$ p)	($+0.1$ p)	($\Delta 0.4$ p)	($\Delta 0.5$ p)
	2023	54.9	56.7	55.8	58.3	注1) 58.9	注2) 58.6	注3) 57.2
		($+1.2$ p)	($+2.4$ p)	($+1.8$ p)	($+5.0$ p)	($+5.0$ p)	($+5.0$ p)	($+3.4$ p)

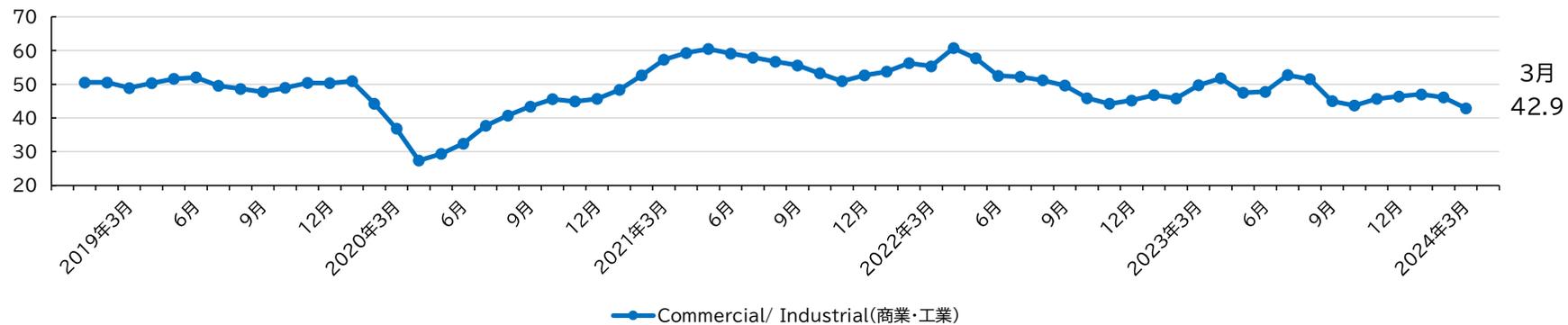
注1),2),3)
過去最高

2) 市場動向(米国)

(1)住宅着工件数(季節調整済み・年率換算)



(2)Architecture Billings Index (ABI)



注)ABIは米国建築士協会(AIA)が商業用ビル等の設計景況感を調査したデータです。

商業・工業用建物等の建設を約9~12ヶ月先行する指標で、50を超えれば増加傾向、50を下回れば減少傾向となります。

ここでは商業・工業のデータを掲載しています。

3) 2024年3月期 連結損益計算書



(百万円、%)

	2023/3期		2024/3期		前期比		2024/3期	前年同期比	
	金額	売上比/構成比	金額	売上比/構成比	金額	%	下期	金額	%
1 売上高	138,063	100.0	142,790	100.0	+4,727	+3.4	74,382	+3,528	+5.0
2 外装材事業	128,274	92.9	133,153	93.3	+4,879	+3.8	69,500	+3,604	+5.5
3 国内	100,707	72.9	102,768	72.0	+2,061	+2.0	52,112	+1,131	+2.2
4 窯業系外装材	90,173	65.3	92,658	64.9	+2,484	+2.8	47,274	+1,130	+2.4
5 金属系外装材	10,533	7.6	10,110	7.1	△423	△4.0	4,838	+0	+0.0
6 海外	27,567	20.0	30,385	21.3	+2,818	+10.2	17,388	+2,473	+16.6
7 米国	24,239	17.6	28,039	19.6	+3,800	+15.7	16,112	+2,993	+22.8
8 (百万US\$)	(184.1)	—	(199.3)	—	(+15.2)	(+8.3)	(110.9)	+17.1	+18.3
9 中国他	3,328	2.4	2,345	1.7	△982	△29.5	1,275	△520	△29.0
10 その他	9,789	7.1	9,637	6.7	△152	△1.6	4,882	△75	△1.5
11 売上総利益	52,310	37.9	50,740	35.5	△1,570	△3.0	26,883	+487	+1.8
12 営業利益	11,704	8.5	10,205	7.1	△1,498	△12.8	6,401	+162	+2.6
13 (為替差損益)	(547)	—	(1,133)	—	(+585)	—	(△70)	(+449)	—
14 経常利益	12,805	9.3	11,856	8.3	△949	△7.4	6,598	+559	+9.3
15 親会社株主に帰属する当期純利益	9,037	6.5	8,066	5.6	△970	△10.7	4,730	+485	+11.4

◆海外子会社 円換算レート	期中平均(AR)	期中平均(AR)	差異
1US\$	131.66	140.67	+9.01
1円	19.50	19.83	+0.33

◆期末評価レート	22/3	23/3	23/3	24/3
1US\$	122.41	133.54	133.54	151.33

(注)その他の内訳は、繊維板事業、工事事業、FP事業、その他事業です

4) 国別業績

(百万円、%)

	社数	売上高		営業利益			
		2023/3期	2024/3期	2023/3期	2024/3期	増減額	%
1 国内	11	157,913	157,278	6,900	6,665	△235	△3.4
2 米国 3 (百万US\$)	1	24,239 (184.1)	28,039 (199.3)	4,240 (32.2)	3,026 (21.5)	△1,213 (△10.6)	△28.6 (△33.2)
4 中国 5 (百万元)	2	4,381 (224.6)	4,313 (217.5)	87 (4.4)	229 (11.5)	+141 (+7.0)	+162.5 (+158.1)
6 調整額		△48,470	△46,840	476	284	△192	—
7 連結	14	138,063	142,790	11,704	10,205	△1,498	△12.8

(注) 売上高には、セグメント間の内部売上高または振替高を含んでおります

5) 2024年3月期 国内事業営業利益の前期比増減要因



国内事業営業利益		(億円)	
2023/3期	2024/3期	通期増減	下期増減
69.0	66.6	△2.4	+4.5

		(億円)	
		通期	下期
1	売上要因 (販売数量減・価格改定・国内子会社等)	+38.1	+6.2
2	在庫増減(製造固定費)	+0.9	+1.0
3	資材・エネルギーコストアップ・ダウン	△17.3	+8.6
4	物流費コストアップ	△7.6	△4.9
5	固定費増加	△16.5	△6.4
6	国内事業 計	△2.4	+4.5

6) 連結 設備投資・減価償却費

(億円)

	2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
1 設備投資	38.6	107.6	118.8	98.6	93.0	47.4
2 減価償却費	48.2	46.5	47.7	48.1	33.5	53.0

(注) 設備投資…資産計上基準

減価償却費…長期前払費用を除く

✓償却方法の変更
定率法→定額法
従来比△13.3億円

✓2023/3期に大型投資
(米国新工場・名古屋工場)
一巡

2. 2025年3月期 業績予想 & 配当状況

- 1) 2025年3月期 業績予想
- 2) 2025年3月期 国別業績予想
- 3) 配当状況



1) 2025年3月期 業績予想



(百万円、%)

		上期			下期			通期		
		前期比			前期比			前期比		
		金額	%		金額	%		金額	%	
1	売上高	72,000	+3,591	+5.3	76,500	+2,117	+2.8	148,500	+5,709	+4.0
2	外装材事業	67,300	+3,646	+5.7	71,500	+1,999	+2.9	138,800	+5,646	+4.2
3	国内	50,700	+43	+0.1	52,600	+487	+0.9	103,300	+531	+0.5
4	窯業系外装材	45,200	△183	△0.4	47,700	+425	+0.9	92,900	+241	+0.3
5	金属系外装材	5,500	+227	+4.3	4,900	+61	+1.3	10,400	+289	+2.9
6	海外	16,600	+3,602	+27.7	18,900	+1,511	+8.7	35,500	+5,114	+16.8
7	米国	15,100	+3,172	+26.6	17,000	+887	+5.5	32,100	+4,060	+14.5
8	(百万US\$)	(104.0)	(+15.6)	(+17.7)	(117.0)	(+6.0)	(+5.4)	(221.0)	(+21.6)	(+10.9)
9	中国他	1,500	+429	+40.2	1,900	+624	+49.0	3,400	+1,054	+45.0
10	その他	4,700	△54	△1.1	5,000	+117	+2.4	9,700	+62	+0.7
11	営業利益	4,500	+695	+18.3	7,000	+598	+9.4	11,500	+1,294	+12.7
12	(営業利益率)	(6.3%)	—	—	(9.2%)	—	—	(7.7%)	—	—
13	経常利益	4,800	△458	△8.7	7,200	+601	+9.1	12,000	+143	+1.2
14	親会社株主に帰属する当期純利益	3,400	+64	+1.9	5,100	+369	+7.8	8,500	+433	+5.4

(注1)その他の内訳は、繊維板事業、工事事業、FP事業、その他事業です

◆市場前提条件

住宅市場／窯業系外装業界	数量・前期比
新設住宅着工戸数 千戸	790 (前期比△3.6%)
業界全体のサイディング販売数量 千坪	26,000 (前期比△2.9%)

(注)新設住宅着工戸数は2024年1～12月の予想

◆海外子会社 円換算レート

	期中平均(AR)
1US\$	145.00 (前期:140.67)
1元	20.00 (前期:19.83)

◆設備投資・減価償却費

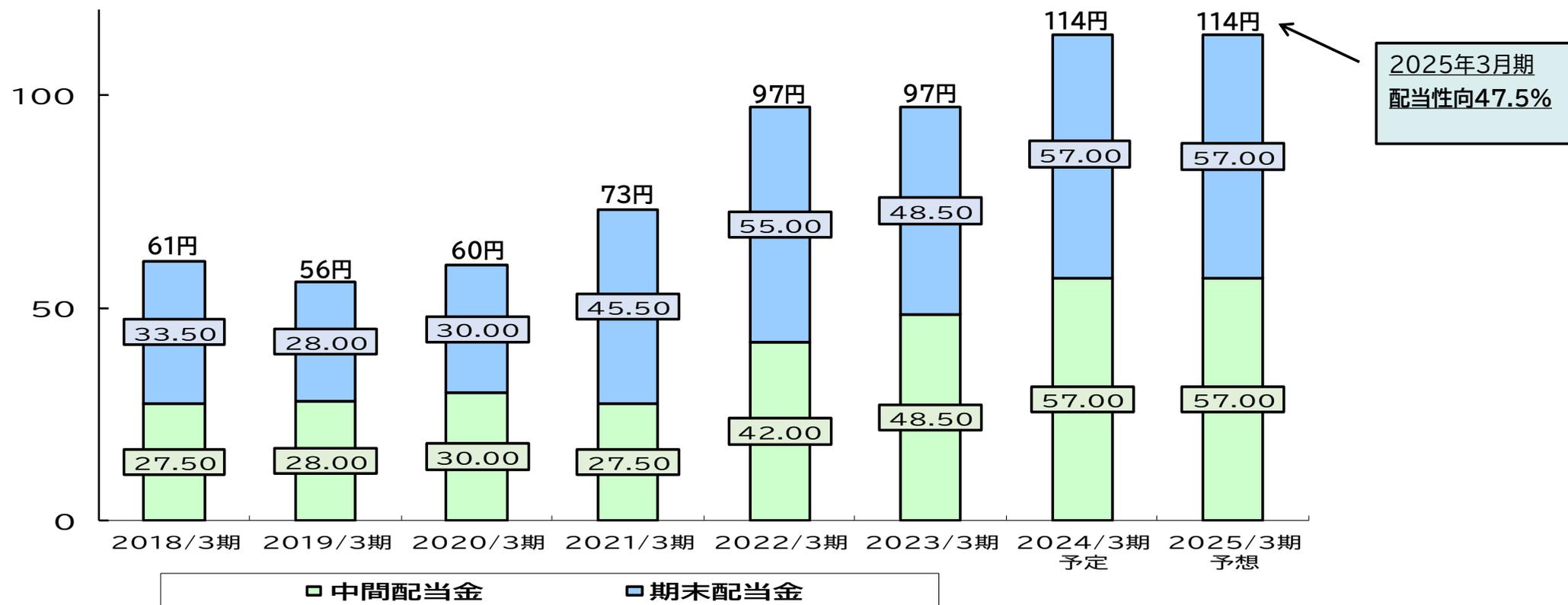
	通期
設備投資	6,014(前期:4,744)
減価償却費	5,412(前期:5,307) [二子ハ2,295 米国1,731]

2) 2025年3月期 国別業績予想

(百万円、%)

	社数	売上高		営業利益			
		2024/3期	2025/3期	2024/3期	2025/3期	増減額	%
1 国内	11	157,278	159,400	6,665	4,800	△1,865	△28.0
2 米国 3 (百万US\$)	1	28,039 (199.3)	32,100 (221.0)	3,026 (21.5)	5,800 (40.0)	+2,773 (+18.4)	+91.6 (+85.9)
4 中国 5 (百万元)	2	4,313 (217.5)	4,200 (210.0)	229 (11.5)	400 (20.0)	+170 (+8.4)	+74.5 (+73.0)
6 調整額		△46,840	△47,200	284	500	+215	+75.9
7 連結	14	142,790	148,500	10,205	11,500	+1,294	+12.7

3) 配当状況



3. 長期ビジョン・第一次中期経営計画 概要

- 1 前中期経営計画の振り返り
- 2 長期ビジョン・第一次中期経営計画の位置づけ
- 3 第一次中期経営計画
(2024年4月～2027年3月)
- 4 重要戦略テーマ
- 5 資本政策(資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について)



数値目標の振り返り

前中期経営計画の業績目標値と実績

	実績			(億円) 当初目標
	22/3月期	23/3月期	24/3月期	24/3月期
売上高	1,285	1,380	1,427	1,340
営業利益	125	117	102	160
営業利益率	9.8%	8.5%	7.1%	11.9%
ROE	9.5%	7.8%	6.6%	10%程度

3ヶ年総括

- 想定以上に、市場縮小が進行した一方、製品価格の改定効果とシェアアップにより、売上高は計画を超過
- 営業利益は国内市場の縮小、及びエネルギーや資材価格高騰等の影響を大きく受け、計画未達
- ROEは利益計画の未達を主因に、目標に届かず

「達成すべき重点課題」の振り返り

- 前中期経営計画で掲げた重点課題については、一部を除き順調に進捗

達成すべき重点課題	取組事項、結果	評価
生産能力の大幅増強	<ul style="list-style-type: none"> ・ 名古屋工場の生産能力増強は計画通り完了 ・ 米国第二工場の竣工、本格生産を開始 	◎
海外市場開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主力の米国コマーシャル事業において、売上US\$50百万増加（2020年対比2023年。増収率+60%） ・ 米国での営業体制増強に着手し、更なる拡販に向けて取り組み中 	○
非住宅市場開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2023年度の国内非住宅売上は94億円（2020年度対比+23億円、132%） ・ 商業施設向けの売上は順調に拡大 ・ マンション向けは長谷工コーポレーション様との工法開発により、拡販への態勢強化 	○
金属事業拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鋼材市況高騰を要因とする市場縮小により売上は未達 ・ 窯業の塗装技術を応用した新商品を上市、シェアは若干上昇 	△
ESGの取組強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ マテリアリティ策定 ・ 「CO2排出量を2030年に半減、2050年カーボンニュートラル」との目標設定 	○

長期ビジョン・2030年に目指す姿 -Challenge Global to 2030-

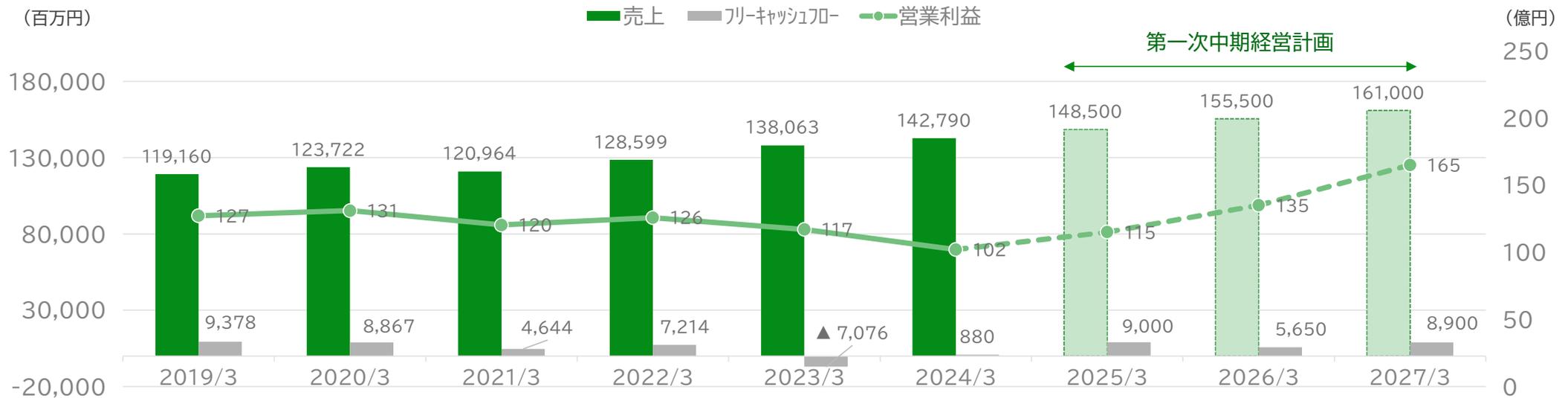
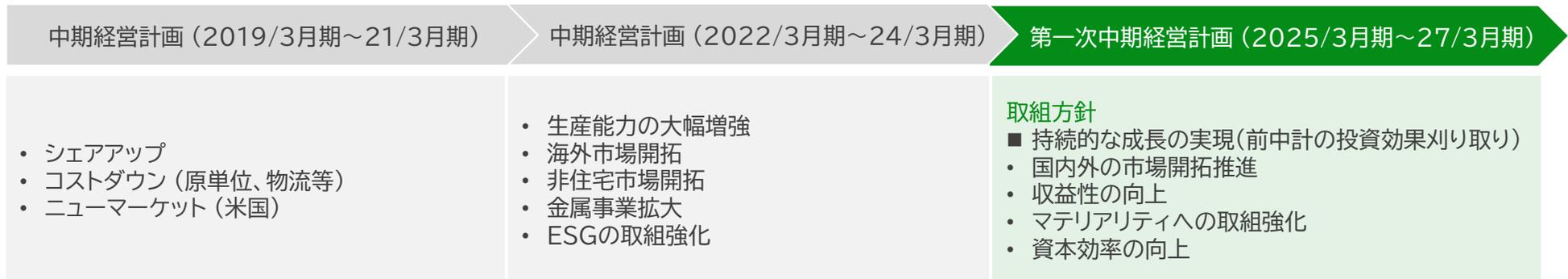
	2030年度目標
	31/3月期 (億円)
売上高	1,850
(内 国内非住宅)	190
(内 米国事業)	480
営業利益	220
(内 米国事業)	115
営業利益率	11.9%
ROE	10%
ROIC	9%

【為替前提 145円/ドル】

- 日本の住宅関連市場の縮小が避けられない中、事業の中心を国内住宅市場に加えて、国内非住宅市場及び海外市場に拡大
- 「開発から調達、生産、営業、物流までのバリューチェーン、資本効率、リスク管理など、あらゆる面でGlobalに通用する」企業を目指す
- 2030年度は連結売上高1,850億円、営業利益220億円を目標とする
- 第一次中期経営計画(25/3月期～27/3月期)は長期ビジョンの第一フェーズと位置づけ

第一次中期経営計画の位置づけ

- 第一次中期経営計画では、前中計における取組を高い成長に繋げるとともに、ステークホルダーをより一層意識した持続的成長を実現



重要戦略テーマ

長期ビジョン

Challenge Global to 2030

『Globalに通用する 企業を目指す』

- 日本の住宅関連市場の縮小が避けられない中、事業の中心を国内住宅市場に加えて、国内非住宅市場及び海外市場に拡大
- 「開発から調達、生産、営業、物流までのバリューチェーン、資本効率、リスク管理など、あらゆる面でGlobalに通用する」企業を目指す



第一次中期経営計画における重要戦略テーマ

- 1 国内外の市場開拓推進**
 - ・ 前中計における生産能力増強投資の効果刈り取りによる成長の加速
 - ・ 国内 更なるシェアアップ、非住宅分野への拡販
 - ・ 海外 米国を中心として、継続した成長を実現
- 2 収益性の向上**
 - ・ 製品ラインアップの高付加価値品シフトによる収益力UP
 - ・ 施工用部材の開発販売強化
 - ・ 適地生産の拡大による物流コスト削減
 - ・ 省力化投資等による生産性向上
 - ・ 人件費等のコストアップに対し、適宜製品価格の見直しを検討
- 3 マテリアリティへの取組強化**
 - ・ 燃料転換によるCO2削減の検討、産廃物の有効利用等
 - ・ 人的資本経営の推進
- 4 資本政策**
 - ・ 成長投資と株主還元への配分を優先したキャッシュフローアロケーション
 - ・ ROIC向上、財務レバレッジの適正化、資本コスト低減を通じたPBR改善

財務目標①

	実績	➔	第一次中計目標
	24/3月期 (億円)		27/3月期 (億円)
売上高	1,427		1,610
(内 国内非住宅)	(94)		(140)
(内 米国事業)	(280)		(384)
営業利益	102		165
(内 米国事業)	(30)		(79)
営業利益率	7.1%		10.2%
自己資本比率	72.0%		70%以下
配当性向	51.0%		45%以上
ROE	6.6%		9%
ROIC	5.1%		8%

財務目標② | 地域別

- 米国事業の拡大、および国内事業の収益性改善、国内非住宅向け売上の拡大が当社の業績を牽引

	売上高		営業利益	
	実績 24/3月期	第一次中計 27/3月期	実績 24/3月期	第一次中計 27/3月期
	(百万円)		(百万円)	
国内 (国内非住宅)	118,896 (9,429)	125,100 (14,000)	6,665	7,200
米国 (百万US\$)	28,039 (199.3)	38,400 (265.0)	3,026 (21.5)	7,950 (55.0)
中国 (百万元)	4,313 (217.5)	4,400 (220.0)	229 (11.5)	600 (30.0)
調整額	△8,458	△6,900	284	750
連結	142,790	161,000	10,205	16,500

(注) 売上高には、セグメント間の内部売上または振替高を含む

国内事業

継続したシェアアップ

- 国内住宅市場全体は縮小傾向も新規顧客獲得、既存顧客シェアアップにより継続的な成長を実現

商品MIXの改善

- 商品ラインナップの高付加価値品シフト
- 施工用部材の拡販

コストダウンの推進

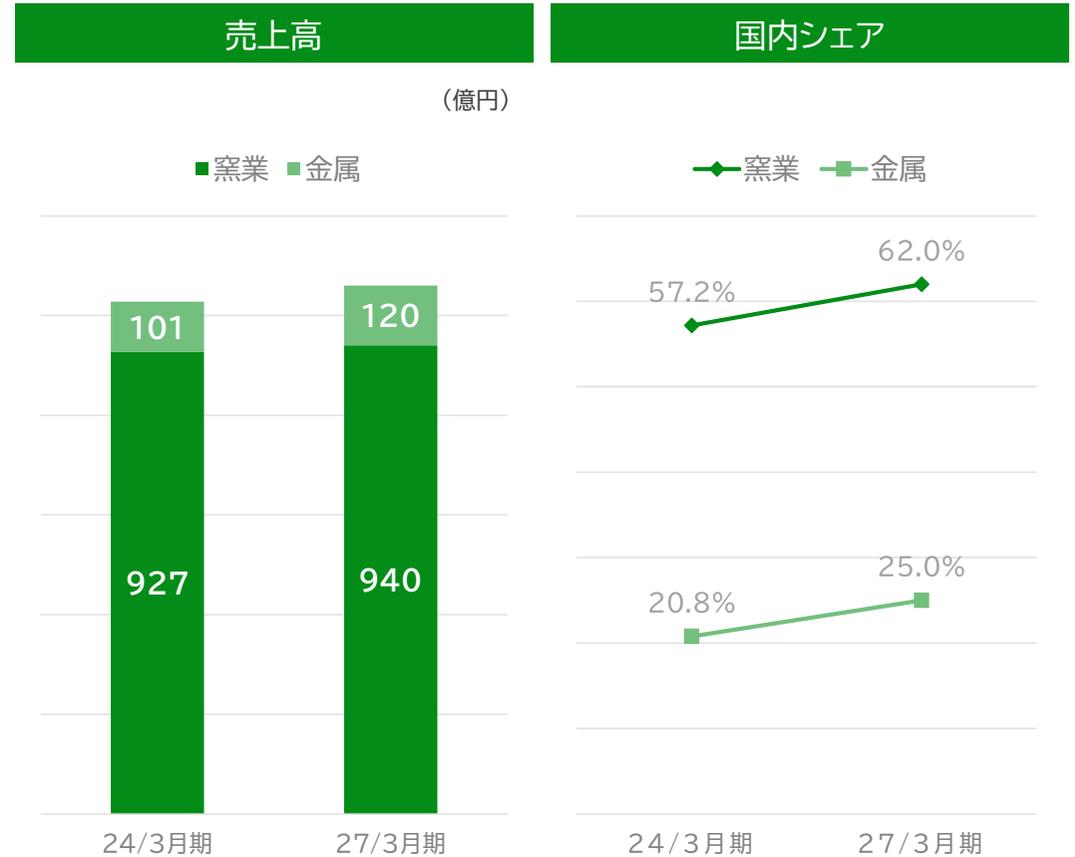
- 適地生産の拡大による物流コスト削減
- 設備改造を含めた稼働率向上、不良品削減策の実施
- 間接コスト削減

非住宅市場の開拓

- 意匠性や施工性を武器に異素材から当社品への切替を促進
- 営業リソースを住宅分野から非住宅分野へシフト

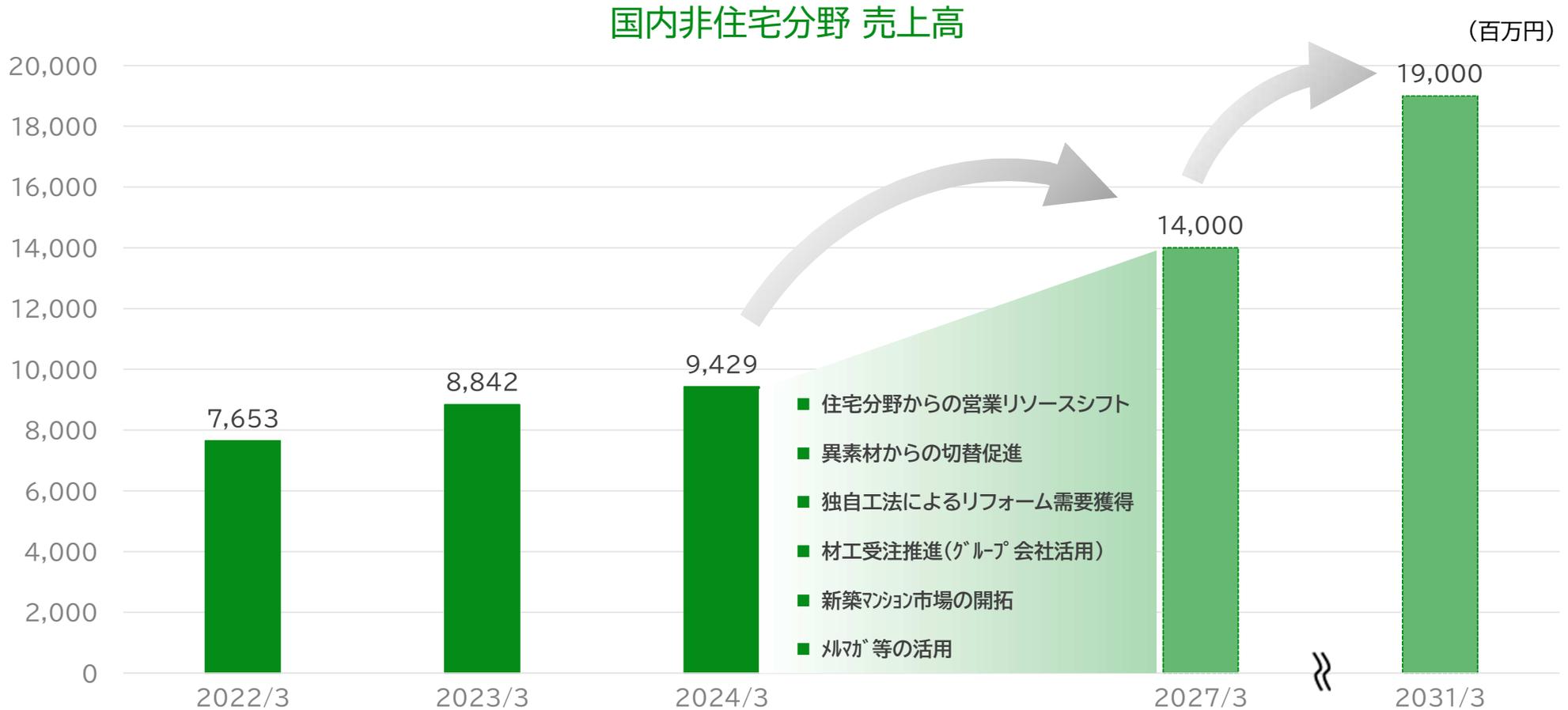
金属系外装材の拡販

- 高付加価値品による差別化、工法面の強化
- 生産性向上によるコスト競争力強化



国内事業(非住宅分野)

- 各施策の実施により、第一次中期経営計画期間は年率約15%の売上増加を実現させる



海外事業

米国事業の拡大・成長

- 営業人員拡充によるチャネルビジネスの成長加速、エリア拡大
- 新規ナショナルチェーンストアの開拓
- モジュラーハウス等への用途開拓
- カナダへの営業拠点設置
- インオーガニック戦略による成長

米国第二工場の投資効果刈り取り

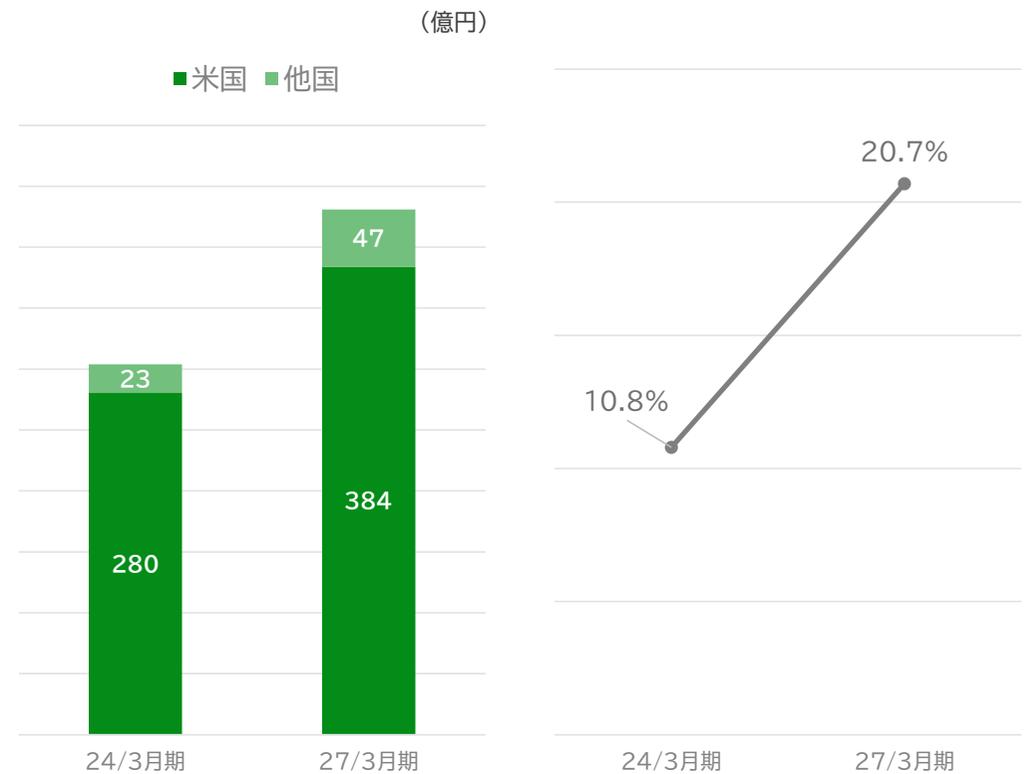
- 第二工場生産品の販売比率上昇に伴う収益性の向上
- 現地生産による顧客の利便性向上

豪州、アジア(中国含む)、欧州への拡販

- 納品リードタイム短縮、施工支援体制拡充
- インオーガニック戦略(業務提携含む)による成長

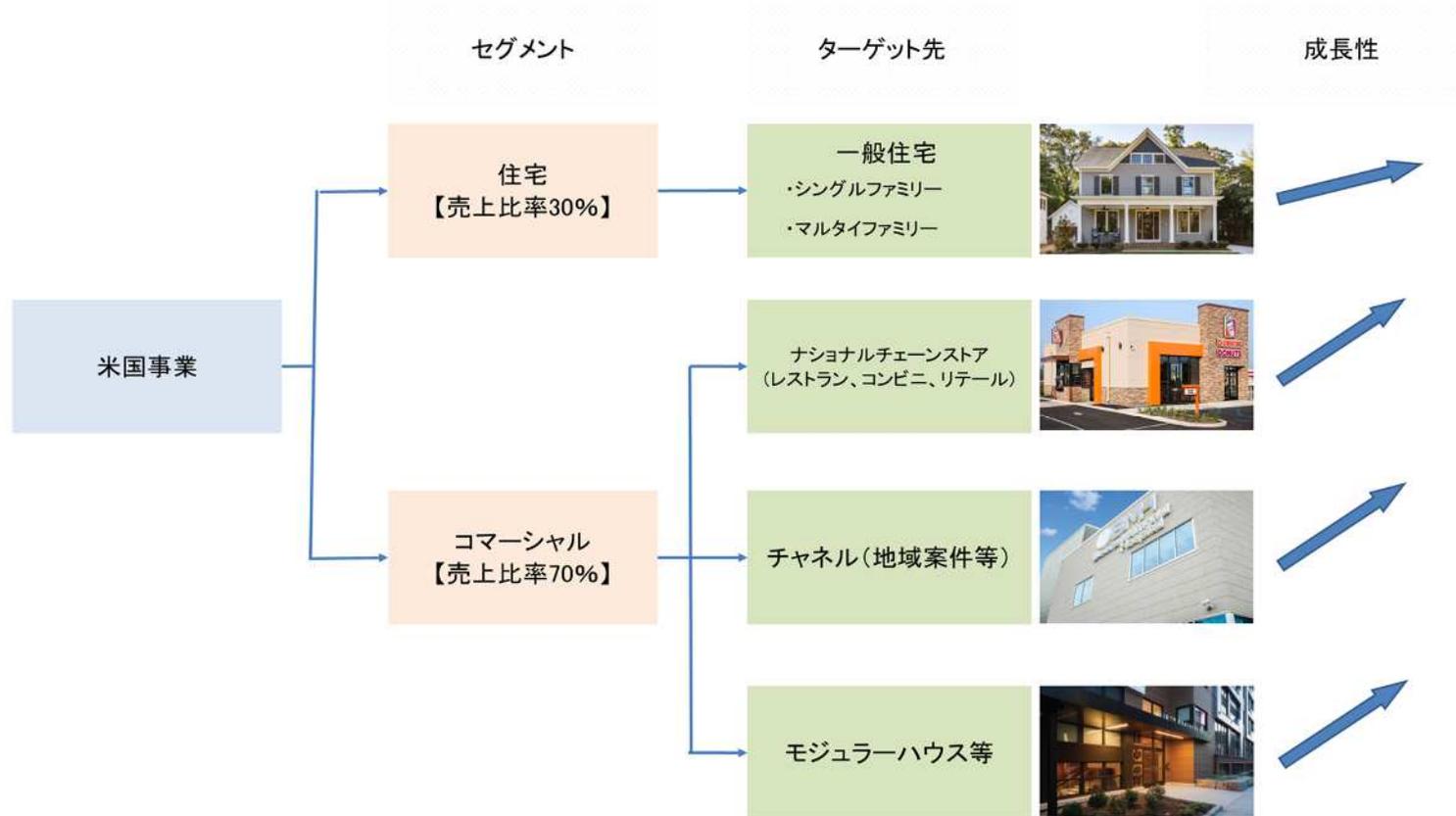
売上高

米営業利益率



米国事業の状況

- 米国事業は非住宅物件を中心とした商業分野が売上の7割を占める
- 米国市場において当社品はマイナーシェアであり、営業力増強による新規開拓でシェア拡大を推進



米国事業の市場環境・競争環境

- 住宅市場では、大手競合メーカーとの差別化を意識しながら地域密着による拡販を目指す
- 主力のコマーシャル市場では、競合品に対する当社品の優位性を訴求し、市場でのプレゼンスを向上させる

市場環境

競争環境

住宅



- 近年は金利高等の影響を受け、住宅着工戸数は一時期の勢いを欠いているが、中長期的には人口増加を背景に底堅い住宅需要を見込む

- 全米で圧倒的シェアを有する大手競合メーカーが存在しており、工場周辺の南東部エリアにて地域密着型の営業を展開

コマーシャル



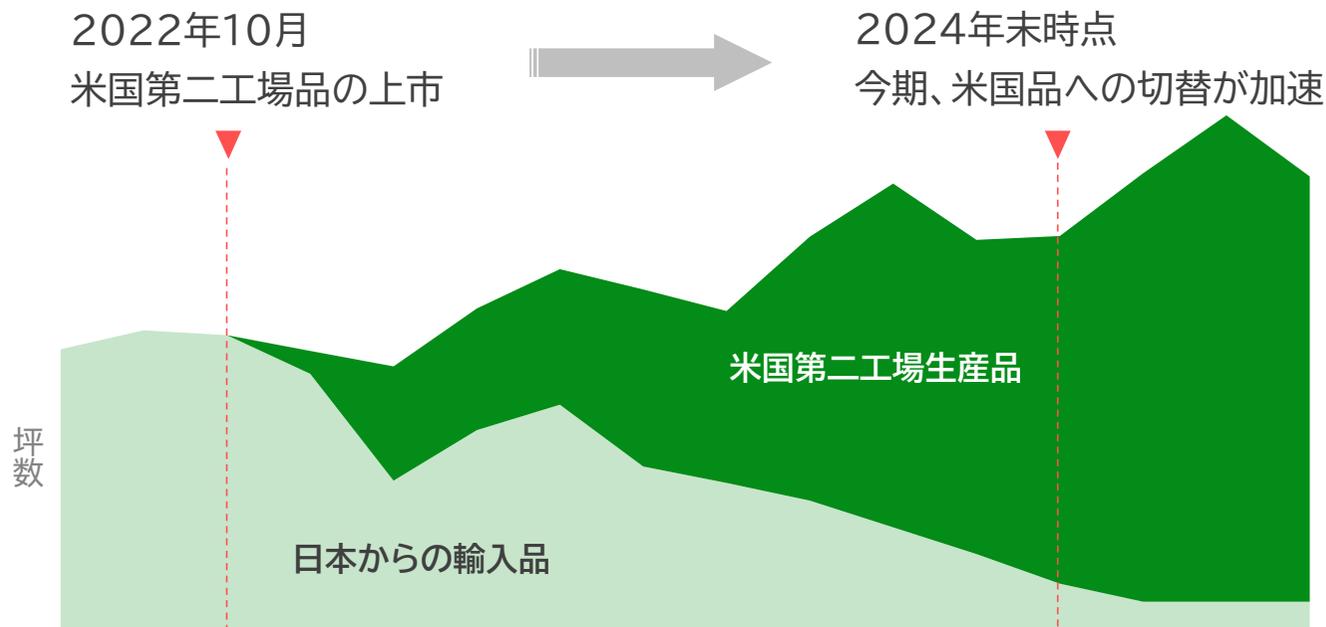
- 中長期的に堅調な市場成長を見込む

- 意匠性や高耐久性に加え、乾式施工による工期の短縮等の点で異素材比で優位性あり
 - 当社が主力とする高意匠の中厚サイディングを製造販売するメーカーは稀少
- 非住宅、大手チェーン等への採用が拡大し、当社のプレゼンスは着実に向上している状況

米国事業の経済性

- 米国第二工場品上市により、これまで日本から輸入していた中厚サイディングの数量は減少
 - 現地生産によるコストの効率化、顧客対応の迅速化等により、米国事業の収益拡大を実現する

日本からの輸入品と米国生産品の構成変化について



業績面へのインパクト

- 第二工場稼働により、償却費を始めとする固定費負担は増加しているものの、日本からの海上輸送コスト削減効果が大きく、限界利益率は向上
- 稼働改善に向けては、①従業員の定着、技術習得向上、②日本からの技術・設備スタッフ投入、③加工工程のボトルネック解消、等に取り組中
- 第二工場品出荷比率の上昇に伴い、米国事業の収益性は改善していく見通し

当社におけるマテリアリティ

ニチハにおけるマテリアリティの定義

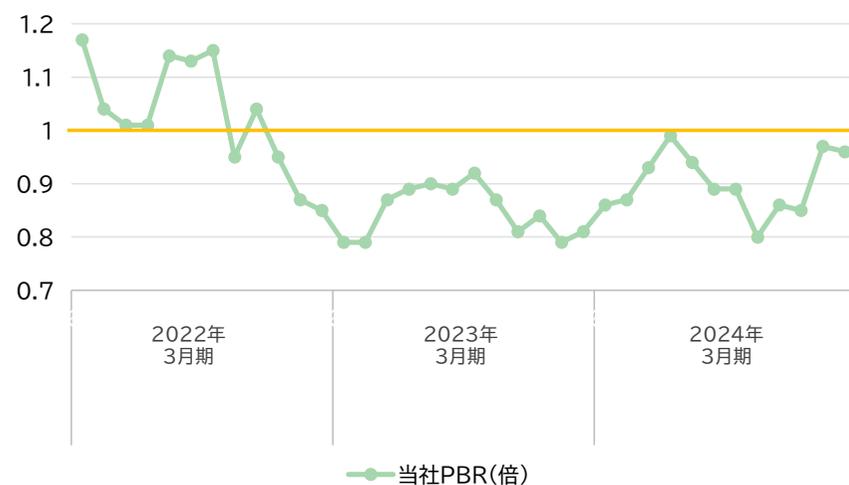
環境・社会のサステナビリティに影響を与える課題のうち、ニチハの強み、特徴を生かして貢献していくべき重要課題（この課題への取組が、ニチハの中長期的な競争優位性、価値創造力の持続化、強化にも繋がる）

マテリアリティ	事業活動	
地球温暖化の防止	CO ₂ 排出削減	自社CO ₂ 排出削減
		サプライチェーンでのCO ₂ 排出削減
	環境貢献商品の拡充	自社製品によるCO ₂ 固定化
		自社製品の長寿命化
循環型社会の形成	資源の循環利用	産業廃棄物の有効利用
		自社製品のリサイクル推進
	木材資源の保護	間伐材・端材の有効利用
		持続可能な森林経営への貢献
人権の尊重	従業員の人権尊重	ハラスメントの防止
	サプライチェーンにおける人権尊重	人権に配慮した調達推進
人的資本経営の推進	人材の育成・活用	人材の育成
		ワークライフバランス推進
	ダイバーシティの推進	女性の活躍促進
		高齢者の活躍促進
	多様性を尊重する職場づくり	
安全な職場づくり	労働安全衛生の確保	

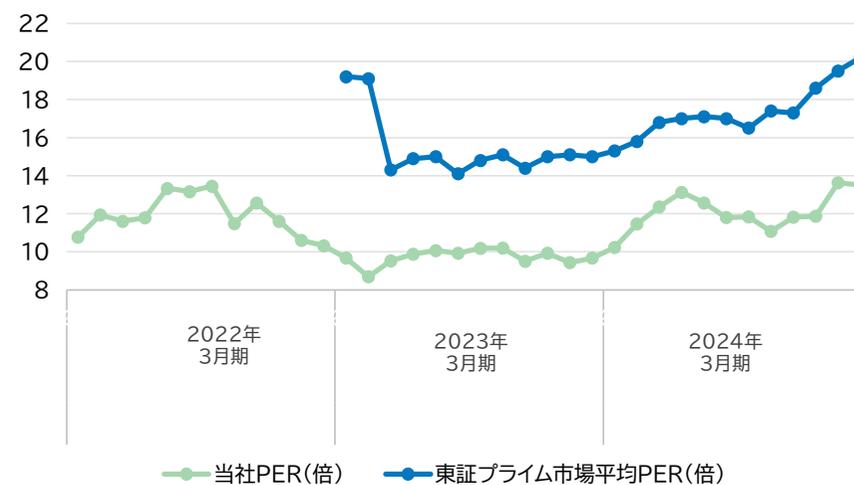
市場からの評価に対する現状認識

- ・ PBR…足下では1倍前後となっているものの、前中計期間を通してみれば、0.8~0.9倍と1倍を割れる水準で推移
- ・ PER…足下では15倍前後となっているものの、前中計期間を通して概ね9~12倍と東証プライム平均(14~18倍)を下回る水準で推移

■PBRの推移



■PERの推移



資本コストに対する現状認識

- 当社では株主資本コストの水準について、CAPM(Capital Asset Pricing Model)により算出した6.8～7.4%と認識。ただし、市場の期待水準は7～9%と把握しており、資本収益性の目標設定においては、この市場期待値も意識。
- WACC(Weighted Average Cost of Capital)については、CAPMによる株主資本コストと負債コストを加重平均して6.2～6.7%と算出。

CAPMによる株主資本コスト

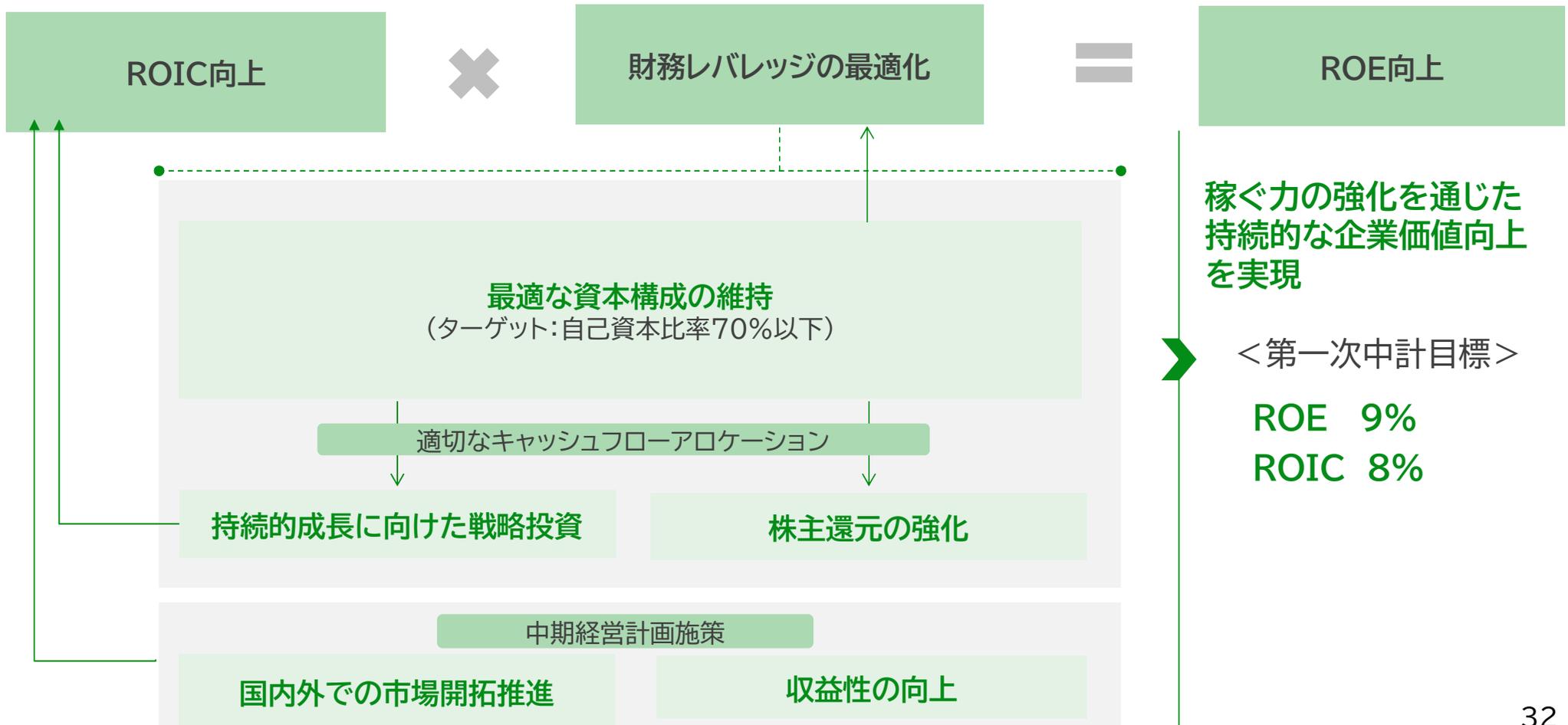
リスクフリーレート	+	マーケット リスクプレミアム	×	ベータ(β)	=	株主資本コスト
0.8%		5.5～6.0%		1.1		6.8～7.4%

資本収益性の目標設定

ROIC	>	WACC	(市場期待値6～8%も意識)
ROE	>	株主資本コスト	(市場期待値7～9%も意識)

取組方針1

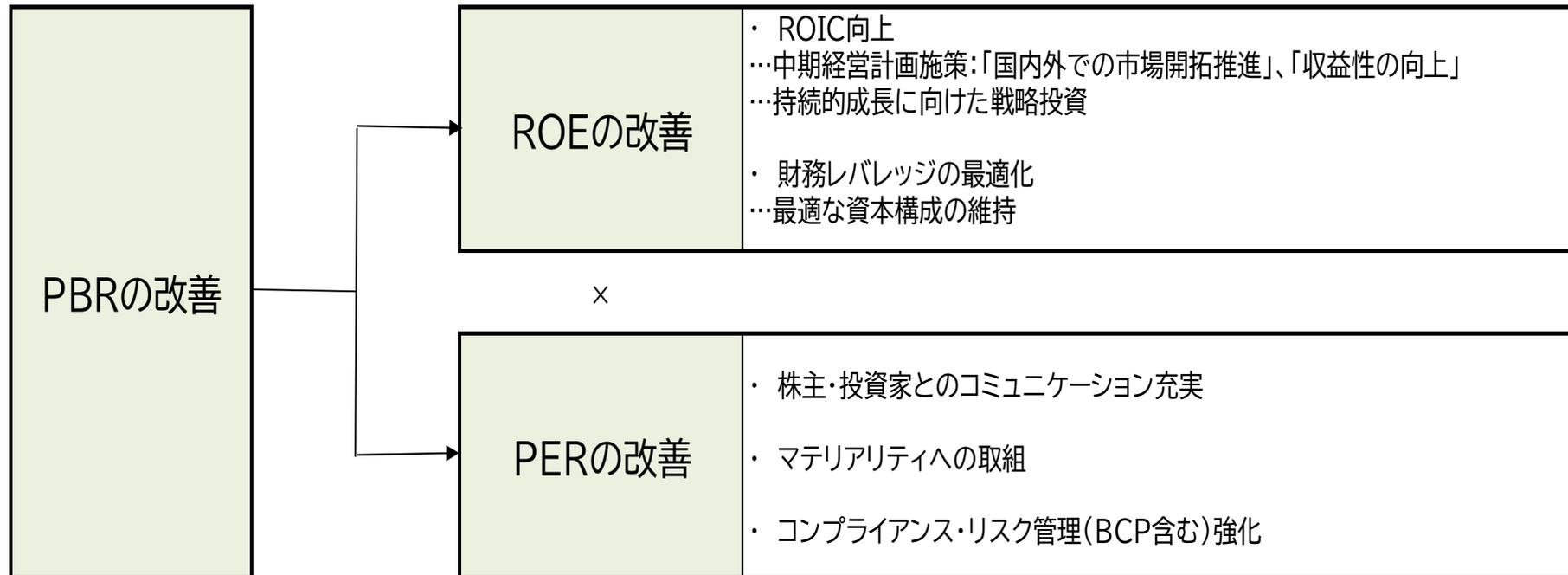
- ROICの向上と財務レバレッジの最適化により、ROEの向上を図る



取組方針2

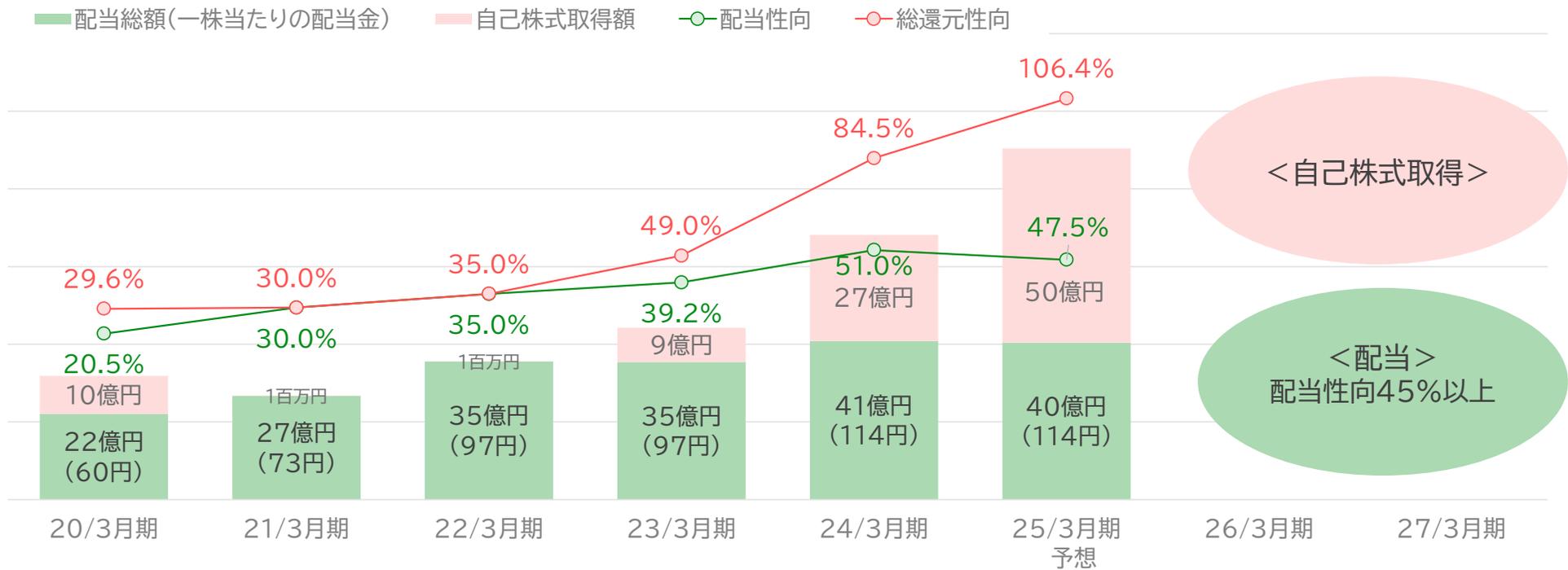
- ROEの改善…2027年3月期のROE9%以上
- PERの改善…資本コストの低減につながる諸施策を実施する

→PBRをまずは安定的に1倍超へ改善、更なる企業価値向上に取り組む



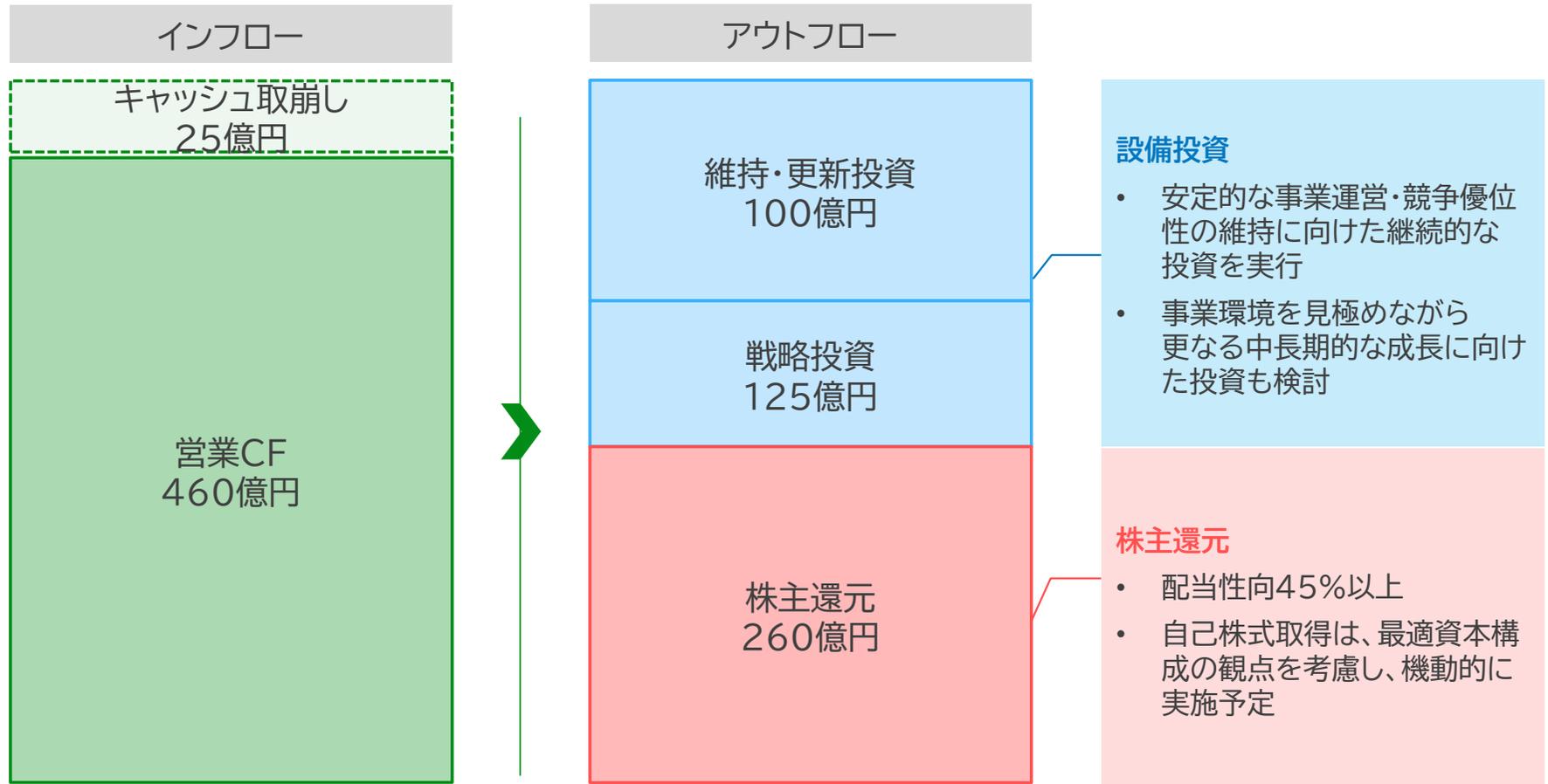
株主還元方針

- 配当
 - 業績に応じた利益還元を基本としつつ、安定的な配当の維持に努めることを基本方針とし、配当性向をこれまでの40%から45%以上に引き上げ。
- 自己株式取得
 - 最適資本構成の観点から適切と判断した場合等には、機動的に自己株式取得を行う



キャッシュフローアロケーションの方針(第一次中計期間)

- 稼いだキャッシュはまず維持・更新投資、及び成長、合理化のための戦略投資に充当。次に安定的で充実した配当と自己株式取得に充当。



役員報酬制度の改革

役員報酬制度については、企業価値向上と連動性の高い制度への見直しを実施予定。

(譲渡制限付株式報酬制度(RS)導入は2024年6月の株主総会付議事項)

【設計方針】

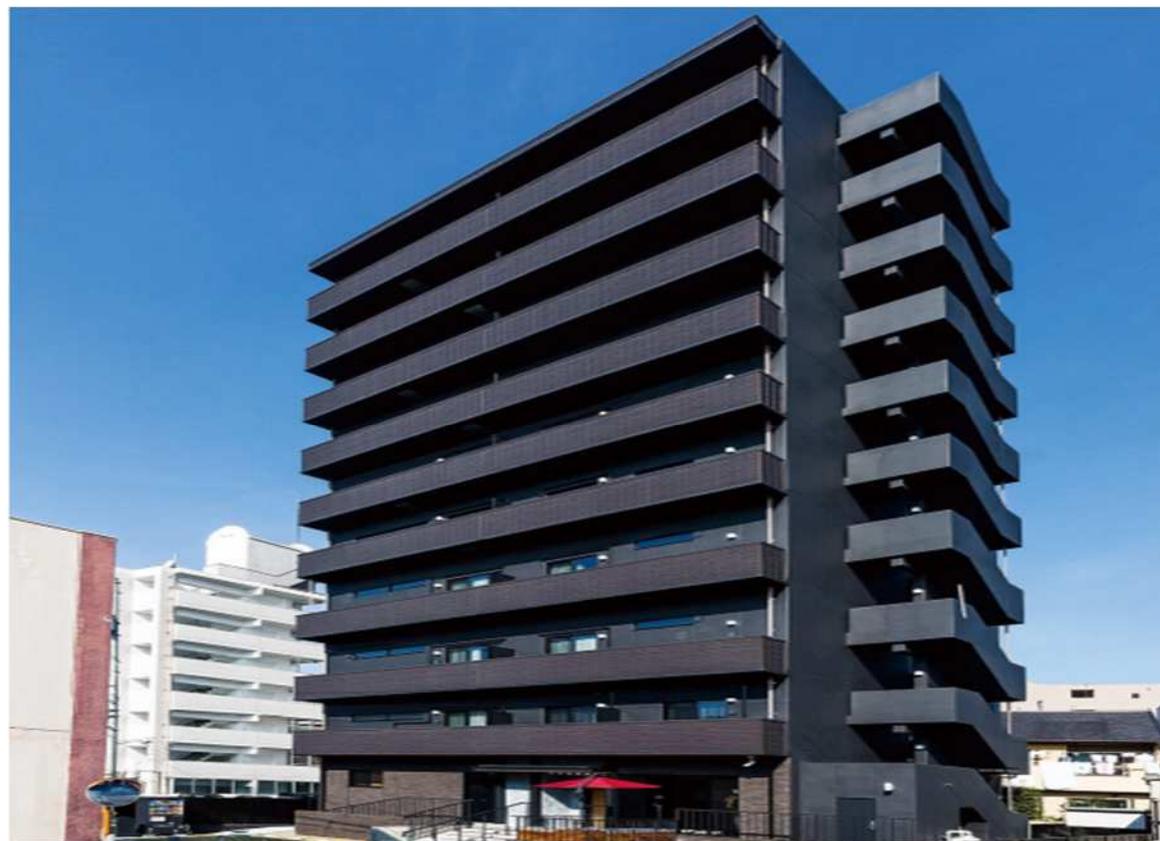
- ① 業績および中長期的な企業価値と連動させること
- ② ステークホルダーへの説明責任を果たすことができる、公正かつ合理的で透明性の高い報酬体系、報酬決定方法とすること
- ③ 財務指標だけでなく、非財務的な貢献も評価すること

【報酬構成】



- ① 従来 of 報酬構成と比べて、固定報酬の割合は減少
- ② 賞与は業績評価、非財務的貢献により評価
- ③ LTIの約半分は業績評価、非財務的貢献により評価。現状のストックオプションからRSにシフト予定

ご参考資料



四半期別業績推移



	2023/3期				2024/3期				
	上期		下期		上期		下期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
・売上高 (百万円)									
1	連結	32,100	35,108	36,484	34,369	32,827	35,581	39,416	34,966
2	ニチハ	27,009	28,303	29,232	28,436	27,689	28,096	30,572	26,084
3	好窯業系サイディング	17,628	18,437	19,125	19,280	18,349	18,445	20,261	17,300
・営業利益 (百万円)									
4	国内	1,828	1,628	1,544	1,899	1,201	1,563	2,588	1,313
5	海外	720	1,220	1,279	1,106	727	562	1,081	884
6	調整額	99	△32	119	288	△302	52	196	338
7	連結・営業利益	2,648	2,817	2,943	3,294	1,626	2,178	3,867	2,534
・窯業系サイディング販売数量等(業界統計対象外製品を含む、シェアと業界販売数量はJIS規格対象外の12mm厚製品を含む基準)									
8	販売数量 (千坪)	4,426	4,546	4,541	4,333	4,215	4,308	4,658	3,998
9	販売単価 (円/坪)	3,982	4,055	4,211	4,448	4,353	4,282	4,350	4,327
10	業界シェア (%)	53.7%	54.3%	53.3%	53.9%	54.9%	56.7%	58.3%	58.9%
・窯業系サイディング販売数量等(輸出売上を除く。JIS規格対象外の12mm厚製品を含む基準) (注)									
11	販売数量 (千坪)	4,243	4,369	4,398	4,083	4,027	4,143	4,501	3,845
12	販売単価 (円/坪)	3,838	3,880	4,053	4,119	4,194	4,204	4,287	4,254
13	業界シェア (%)	53.7%	54.3%	53.3%	53.9%	54.9%	56.7%	58.3%	58.9%
・市場環境(業界販売数量は12mm厚製品を含む)									
14	一戸建着工戸数 (千戸)	104	105	101	87	94	96	89	78
15	前年同期比 (%)	△4.9	△7.2	△10.9	△7.0	△9.0	△8.7	△12.0	△9.7
16	窯業系サイディング業界販売数量 (千坪)	7,243	7,327	7,538	6,977	6,785	6,754	7,156	6,083
17	前年同期比 (%)	+2.4	+2.2	△3.7	△3.9	△6.3	△7.8	△5.1	△12.8

(注) 従来は業界統計対象外の輸出売上を含めた窯業系サイディング売上高全体(ニチハ)をベースに算出しておりましたが、国内販売単価の推移を適切に表示することを重視し、過去の数値も含め輸出売上を除いて算出しております。

2024年3月期 下期 国別業績



(百万円、%)

	社数	売上高		営業利益			
		2023/3期	2024/3期	2023/3期	2024/3期	増減額	%
1 国内	11	79,716	79,203	3,443	3,901	+457	+13.3
2 米国 3 (百万US\$)	1	13,118 (93.8)	16,112 (110.9)	2,248 (16.0)	1,841 (12.7)	△407 (△3.3)	△18.1 (△20.6)
4 中国 5 (百万元)	2	2,460 (123.4)	2,212 (109.5)	137 (7.1)	124 (6.1)	△13 (△0)	△9.6 (△13.4)
6 調整額		△24,441	△23,146	408	534	+125	—
7 連結	14	70,853	74,382	6,238	6,401	+162	+2.6

(注) 売上高には、セグメント間の内部売上高または振替高を含んでおります

2025年3月期 上期国別業績予想



(百万円、%)

	社数	売上高		営業利益			
		2024/3期	2025/3期	2024/3期	2025/3期	増減額	%
1 国内	11	78,074	78,500	2,764	1,800	△964	△34.9
2 米国 3 (百万US\$)	1	11,927 (88.3)	15,100 (104.0)	1,185 (8.7)	2,490 (17.2)	+1,304 (+8.4)	+110.0 (+95.8)
4 中国 5 (百万元)	2	2,100 (107.9)	2,040 (102.0)	104 (5.3)	60 (3.0)	△44 (△2.3)	△42.7 (△44.2)
6 調整額		△23,694	△23,640	△250	150	+400	—
7 連結	14	68,408	72,000	3,804	4,500	+695	+18.3

(注) 売上高には、セグメント間の内部売上高または振替高を含んでおります

2025年3月期 下期国別業績予想

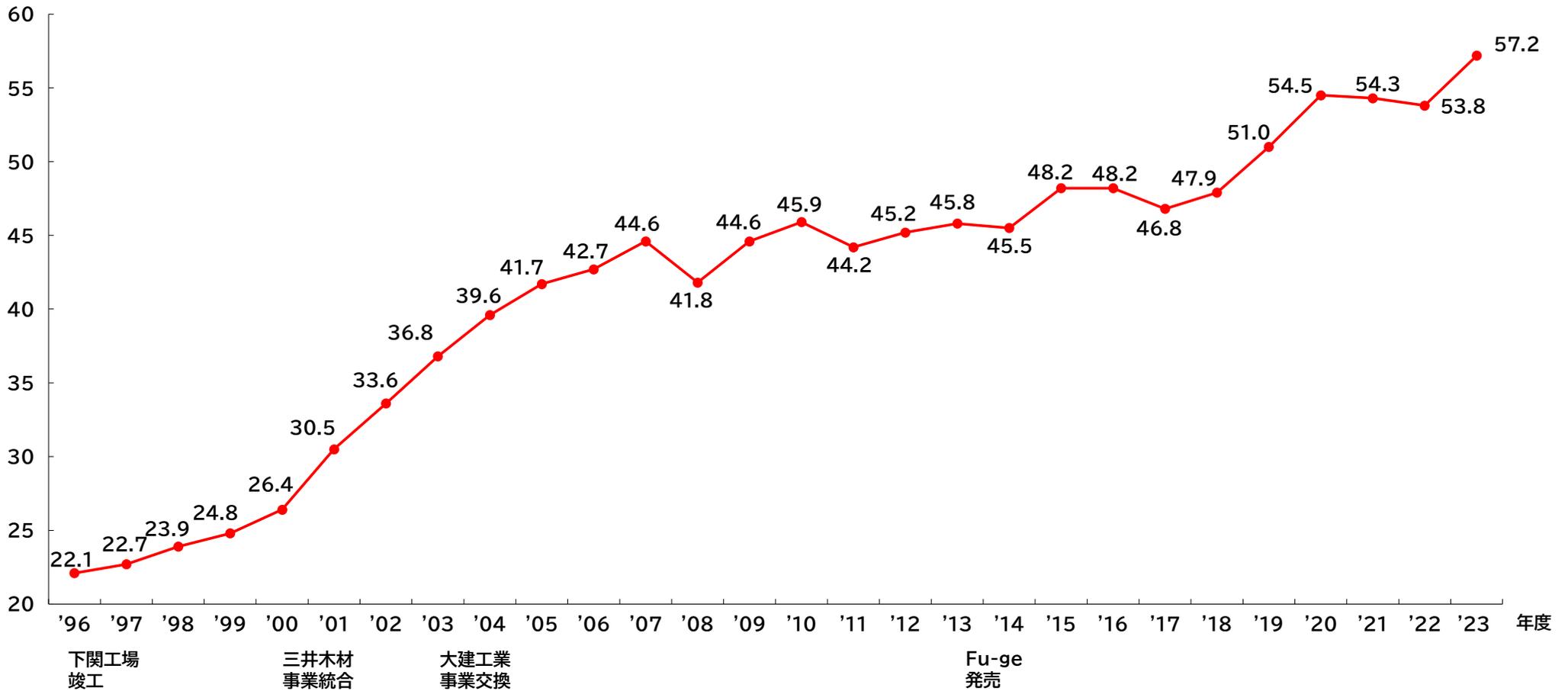


(百万円、%)

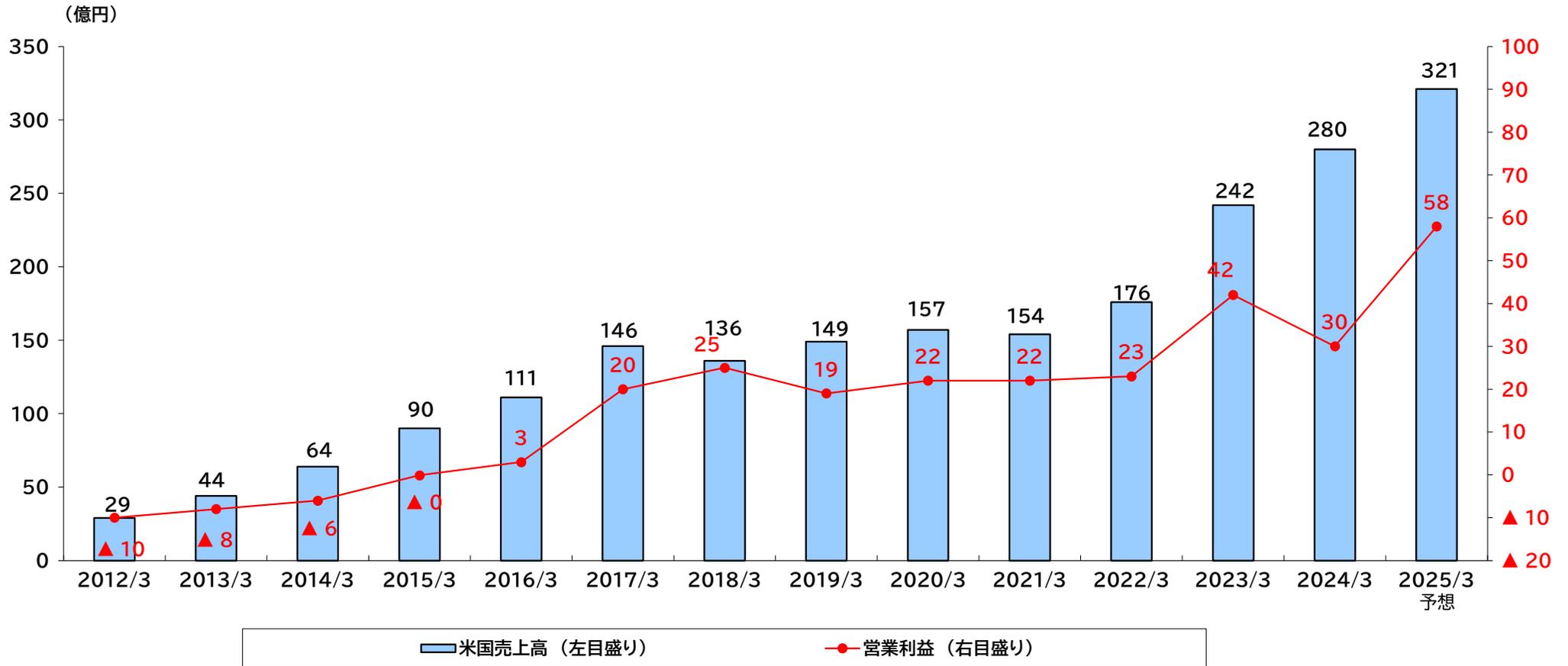
	社数	売上高		営業利益			
		2024/3期	2025/3期	2024/3期	2025/3期	増減額	%
1 国内	11	79,203	80,900	3,901	3,000	△901	△23.1
2 米国 3 (百万US\$)	1	16,112 (110.9)	17,000 (117.0)	1,841 (12.7)	3,310 (22.8)	+1,468 (+10.0)	+79.8 (+79.1)
4 中国 5 (百万元)	2	2,212 (109.5)	2,160 (108.0)	124 (6.1)	340 (17.0)	+215 (+10.8)	+172.8 (+174.9)
6 調整額		△23,146	△23,560	534	350	△184	—
7 連結	14	74,382	76,500	6,401	7,000	+598	+9.4

(注) 売上高には、セグメント間の内部売上高または振替高を含んでおります

窯業系サイディング シェア推移



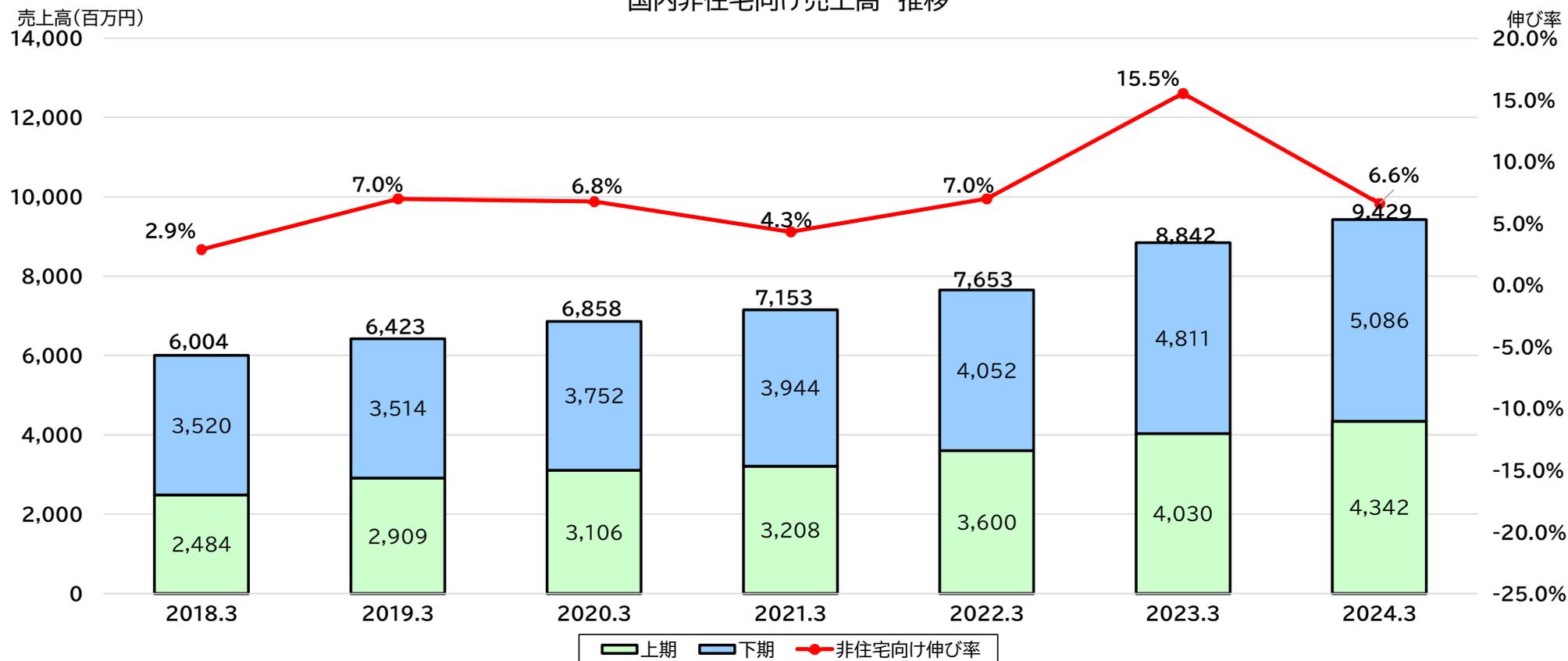
米国 業績推移



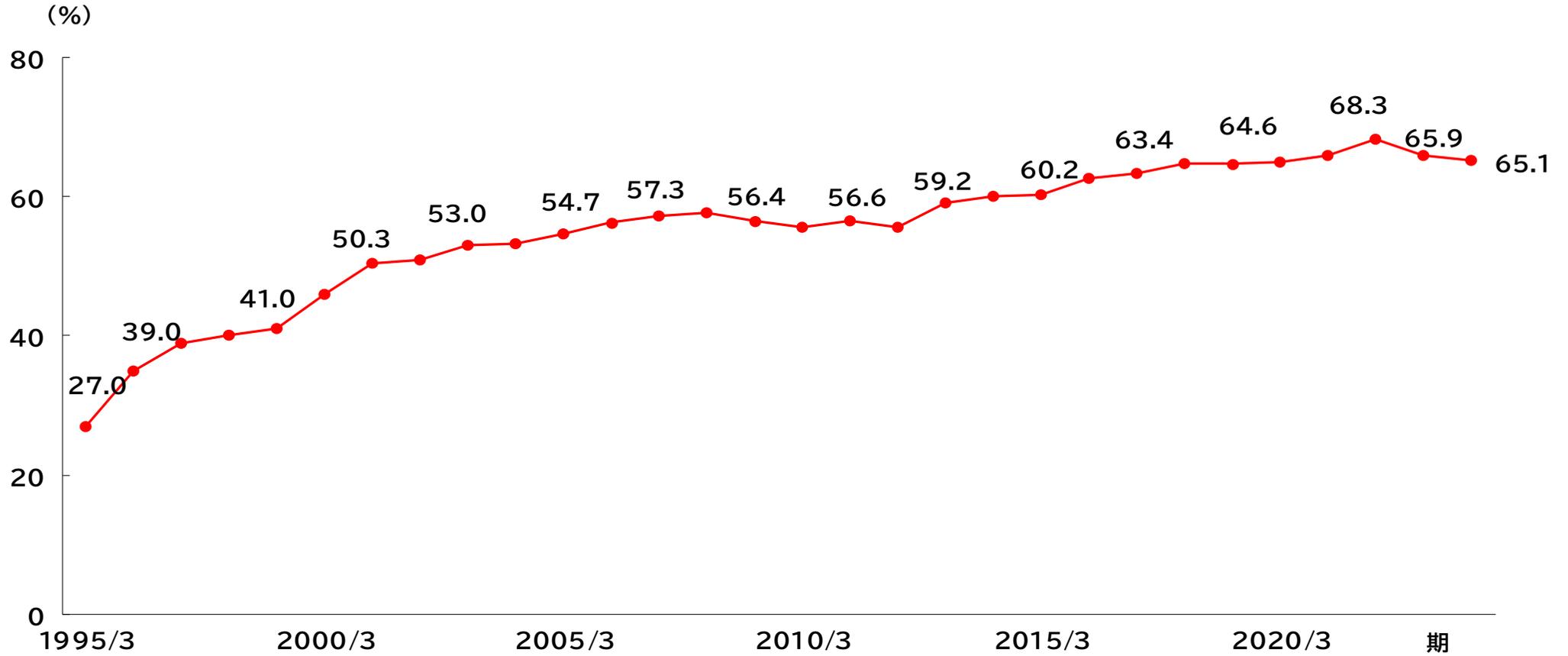
国内非住宅市場推移



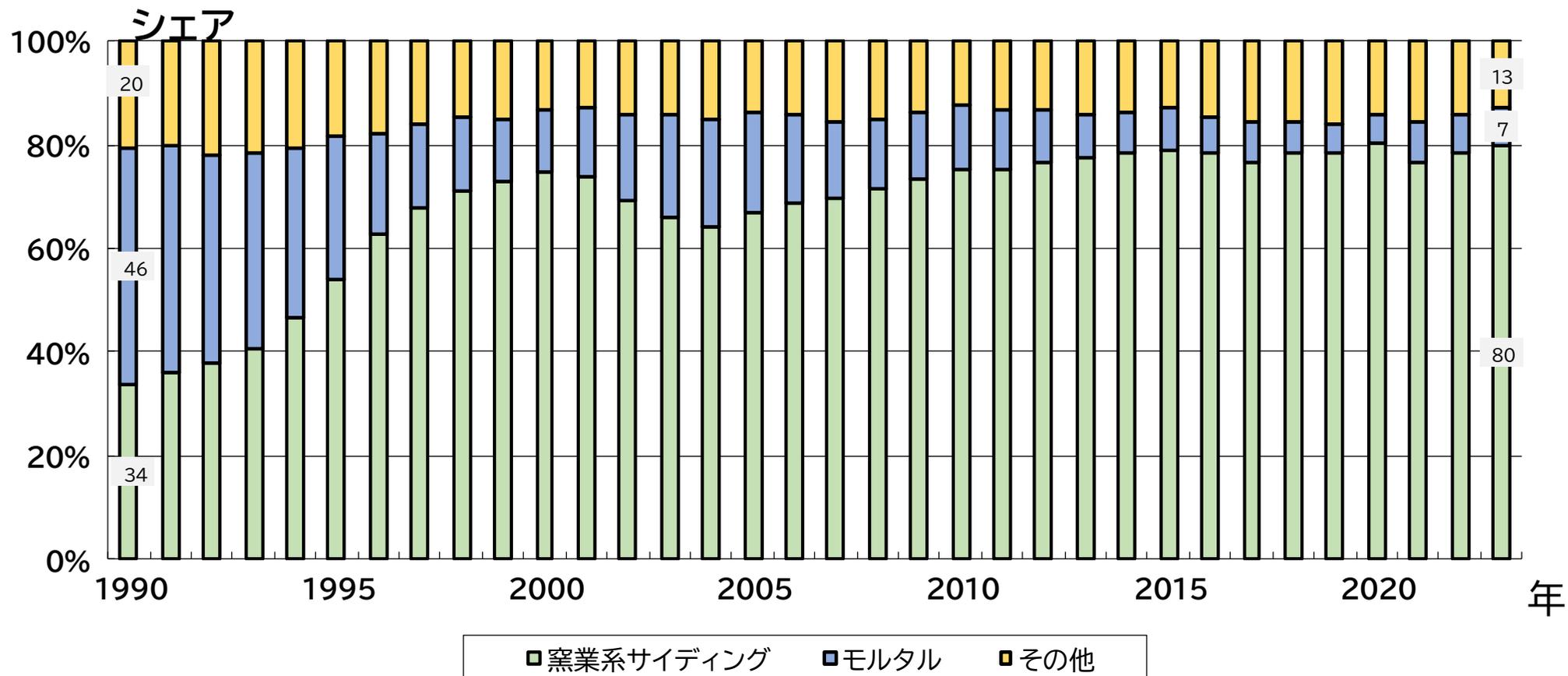
国内非住宅向け売上高 推移



(ニチハ)窯業系サイディング 高級品(16mm以上厚)売上高構成比率推移



一戸建住宅における窯業系サイディングシェア推移(国内)



注意事項

本資料は、株主・投資家の皆様への情報提供を目的としたものであり、
売買を勧誘するものではありません。

また、本資料には将来の見通しや計画等に関する記述が含まれております。
それらにつきましては、各資料の作成時点における経済環境や事業方針などの
一定の前提に基づいて作成しているため、確約や保証を与えるものではありません。