



2025 年 6 月 17 日



各 位

会 社 名 株式会社 ウッドワン

代表者名 代表取締役社長 中本 祐昌

(コード番号 7898 東証スタンダード市場)

問合せ先 取締役総務人事部長 向原 政昭

(TEL. 0829-32-3333)

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応の進捗状況について

2024 年 6 月 20 日に公表いたしました「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」の進捗状況に関して、機関投資家向け決算説明会において、サステナビリティ経営への取り組みを含めて説明いたしましたので、その内容を開示いたします。

詳細については、別紙をご覧ください。

以 上

株式会社ウッドワン

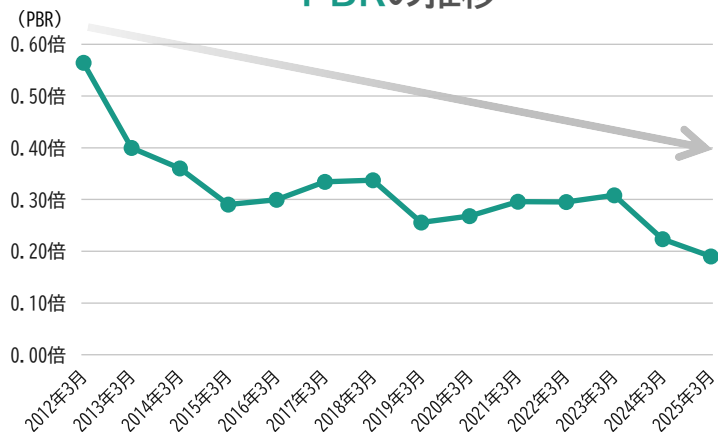
2025年6月17日



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
(アップデート)

1 当社のPBRの推移とROE・PERの推移

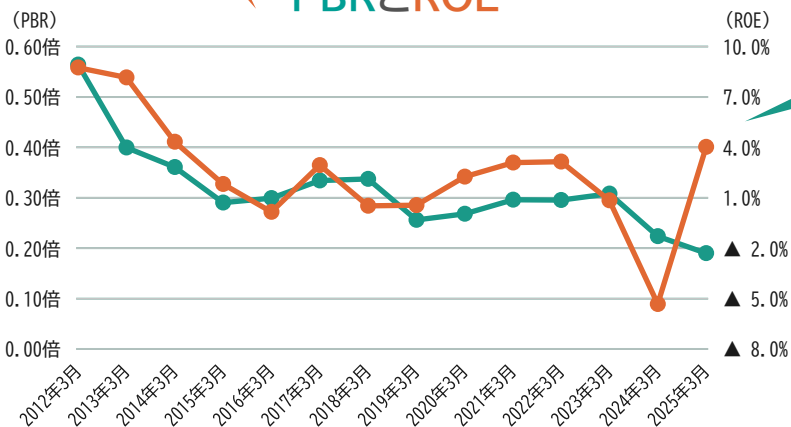
PBRの推移



$$\begin{array}{|c|} \hline \text{PBR} \\ \hline \text{(株価純資産倍率)} \\ \hline \frac{\text{株価}}{\text{1株当たり純資産}} \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{ROE} \\ \hline \text{(自己資本利益率)} \\ \hline \frac{\text{1株当たり当期純利益}}{\text{1株当たり純資産}} \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{PER} \\ \hline \text{(株価収益率)} \\ \hline \frac{\text{株価}}{\text{1株当たり当期純利益}} \\ \hline \end{array}$$

ROEとPBRには
一定の相関性あり

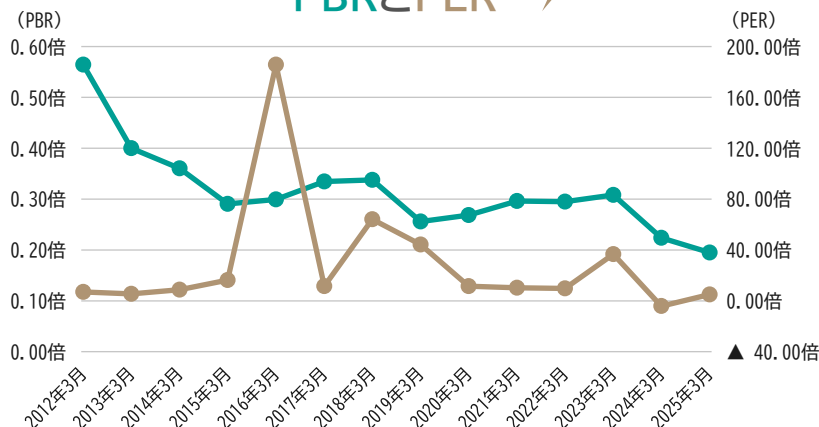
PBRとROE



一過性の
特別利益計上

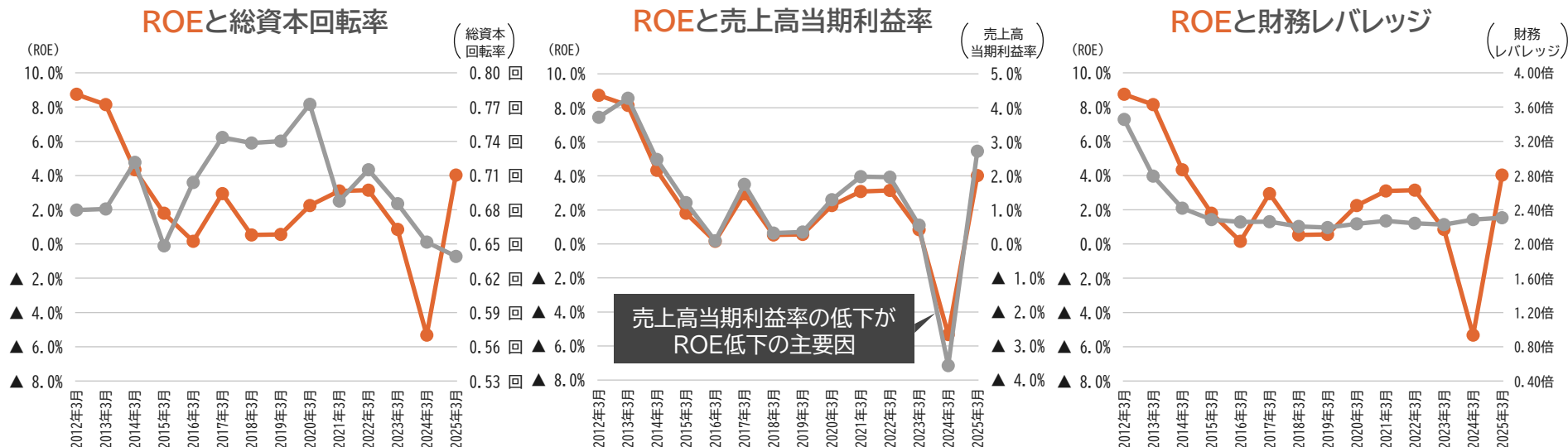
PERとPBRには
相関性なし

PBRとPER



2 当社のROEの推移(総資本回転率×売上高当期利益率×財務レバレッジ)

ROE		総資本回転率 $\left(\frac{\text{売上高}}{\text{総資産}} \right)$		売上高当期利益率 $\left(\frac{\text{当期純利益}}{\text{売上高}} \right)$		財務レバレッジ $\left(\frac{\text{総資産}}{\text{自己資本}} \right)$	
2024年度	4.0%	0.64回	×	2.7%	×	2.31倍	
2023年度	▲5.3%	0.65回	×	▲3.6%	×	2.28倍	



3 ROE改善に向けた取組方針

① 資本コストを意識した経営として、
ROE > 資本コストを目指す

② **2025/3期の資本コスト = 6.29%**

※ 市場金利や株価により変動するため、特に今後、市場金利が上昇した場合、その分、資本コストも上昇

③ まずは
ROE = 5~6%程度以上を目指す

④ **ROE = 4.0%** (2025/3期)

これを分解すると...

(総資本回転率) (売上高当期利益率) (財務レバレッジ)

$$\frac{\text{売上高}}{\text{総資産}} \times \frac{\text{当期純利益}}{\text{売上高}} \times \frac{\text{総資産}}{\text{自己資本}} = 0.64\text{回} \times 2.7\% \times 2.31\text{倍}$$

... ROE向上に向けては、総資本回転率や財務レバレッジを変えていく方法もあるが、そもそも売上高当期利益率が低く、ここを改善しなければ大きな効果は見込めない。

⇒ **まずは(連結)当期利益率を3~4%まで引き上げることに注力**
(営業利益率で5~6%程度)

⑤ 施策 (実施事項)

売上高の維持・拡大を図る中で利益率の改善を狙う [◎ 利益率対策 ★ 売上高対策]

利益率のみにフォーカスを当てすぎると縮小均衡に陥る(売上高を減らして利益率を上げる)こともあるため、売上高施策とセットで利益率施策を展開。

基本
戦略

無垢商品や省施工商品といった付加価値が高い商品を核とした内装建材等の拡販
国内のリフォーム・非住宅市場や海外市場といった新たな市場のさらなる開拓

商品戦略

◎★ お客様に選ばれ喜ばれる商品の開発

- 新たなブランド(WO)による高級ゾーンの取り込み(もう1ランク上へ)
- 暮らし方に配慮した収納商品の拡充
- 国産材を活用した新たな顧客層の取り込み(フォレストワン庄原工場稼働)

営業販売戦略

★ 需要のある地域・マーケットへのリソースの集中

- 主要都市等での新規開拓やリフォーム・非住宅市場への人員の重点配置など

★ 事業価値(ニュージーランド循環型林業経営)を活かした提案力の強化

- ニュージーランド原材料を核とした商品、サービスの拡充による販売先の開拓と関係構築

★ 海外子会社による海外販売の強化

- インドネシア子会社による同国国内+米州・豪州などでの販売先開拓

製造コスト競争力・事業収益向上策

◎ 生産移管・集約化

- 海外工場(JNL・JPC)・国内工場を含めた一貫生産体制の再編

◎ DX推進

- 営業生産性向上による顧客接点の増強、生産の高効率化と品質の向上

◎ 販管費削減対応強化

基盤整備策

○ 利益率計画(収益計画)の経営管理へのビルトイン

- 細分化した集団の採算管理に利益率計画を落とし込み、経営陣を含めて進捗管理

○ 新人事制度

- 会社戦略、目標と連動した評価制度で運用実施



取組施策の進捗状況



1 商品戦略の進捗

施 策	2024年度(実績)	2025年度(計画)
お客様に選ばれ 喜ばれる商品の 開発	● 新たなブランド『WO』による高級ゾーンの取り込み ● 暮らし方に配慮した収納商品の拡充 ● 国産材を活用した新たな顧客層の取り込み	● 5月発売開始。見積案件は堅調に推移 ● 『仕上げてる棚板』拡充 ● 『シカクム』、『スリム側板』発売 ● 国産材および地場産材の製材拠点として、庄原に新工場を竣工 ● 広島ショールームに続き、新宿、大阪に順次実物展示による提案機会を拡充 ● eraboリニューアル発売 ● 各ショールームへゾーン収納の提案ブースを設置 ● 国産材(桧)無垢フローリング発売



2 営業販売戦略の進捗

施 策	2024年度(実績)	2025年度(計画)
需要マーケットへのリソースの集中	● 新規開拓やリフォーム・非住宅市場への人員の重点配置など ● リフォーム・非住宅売上前年比 110% ● 専担部署として開発営業部を組成 ● 「リフォーム産業フェア」「非住宅木造建築フェア」へ出展	● リフォーム、非住宅市場への提案商品(建具・床材・壁材等)の拡充を検討
海外子会社による海外販売の強化	● インドネシア子会社による同国国内+米州・豪州開拓 ● インドネシア子会社の売上倍増	● 増産体制構築に向けた設備投資







3 製造コスト競争力・事業収益向上策の進捗

	施 策	2024年度(実績)	2025年度(計画)
生産移管・集約化	● 海外工場(JNL・JPC)・国内工場を含めた一貫生産体制の再編	● JNLギスボン工場土地建屋等売却(2025年5月7日適時開示済み)	● アイテム別の生産拠点を見直し、生産拠点の移管・集約化
DX推進	● 高効率・高収益化の実現を目指したビジネスフローの改革、コア業務へのリソースシフト (営業部門だけでなく製造・間接部門含めた取り組みへ変更)	● 営業部門:事務機能を共通のデジタル基盤上で連携・集約化 ● 製造部門:デジタル技術を活用した生産計画・在庫管理の高度化を目指したプロジェクトが進捗	● 間接部門:経営基盤強化・高効率化を目指した業務プロセス改革の取り組み開始
販管費削減対応強化	● 全社的なコストの見直しを実施	● 全社的なコストの見直しを実施。販管費比率前期比0.6pt減少	● インフレ環境下で一定のコスト増加を想定しつつも、抑制対策を実施

4 基盤整備策の進捗

	施 策	2024年度(実績)	2025年度(計画)
利益率計画(収益計画)の経営管理へのビルトイン	● 細分化した集団の採算管理に利益率計画を落とし込み、経営陣を含めて進捗管理	● 各採算部門に対して利益目標を明示し、月次で実績と乖離をモニタリング	● 資本コストを意識した投資効果検証プロセスの導入
新人事制度	● 会社戦略、目標と連動した評価制度で運用実施	● 会社戦略目標と連動した目標設定が定着化	● 成果指標と人事評価の連動強化

第6回「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」テーマ別賞を受賞

2025年2月19日 環境省が主催する第6回「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」の金融部門(資金調達者部門)において、テーマ別賞「サーキュラーエコノミー(循環経済)賞」を受賞

【受賞理由】

木材というバイオ素材の利用を振興しつつ、ニュージーランドの自社森林でFSC認証を取得するなどの持続可能な森林経営を行っている。

また、木くずや未利用材を利用した自社バイオマス発電で、日本の製造拠点から生じるGHG排出量を実質ゼロとする、積極的な取り組みがみられる。

事業に結びついたKPI設定により、資金調達を通じて社会のカーボンニュートラル・サーキュラーエコノミーの事業モデルが構築されており、今後の取組発展が期待され、サーキュラーエコノミー賞となった。

【当社の取り組みについて】

- ・ 持続的な森林経営による二酸化炭素の吸収・固定
- ・ バイオマス発電所由来の再生可能エネルギー
- ・ クリーンな材料調達の証明
- ・ 製品ごとの環境価値の見える化

➤ 「Mizuhoポジティブ・インパクトファイナンスPR0」の実行



【ESGファイナンス・アワード・ジャパンについて】



環境省が主催する、ESG（環境、社会、ガバナンス）金融の普及・拡大とその質の向上につなげることを目的とした表彰制度です。

パラアートの可能性を世界へ！one's artプロジェクト



【公式Webサイト】

URL:<https://onesart.jp/>

アートの可能性を、 ここ広島から。

活動母体であるウッドワンは、広島県廿日市市の豊かな自然環境の中、木という素材が持つ個性を生かし、製品づくりに取り組んできました。また、地域貢献の一環としてグループ会社であるウッドワン美術館への協賛を行っています。

木だけでなく、人もまた豊かな環境の中で、「その人らしさ」を育みます。人の根源から湧き上がるアートは、生命力そのもの。

わたしたちは、障がいのある人の雇用によって彼らのアート活動を支え、のびのびと才能を発揮できる場所をつくります。そして、その人それぞれに寄り添った柔軟な視点で事業を創出し、人と人、人と世界が出会う場所づくりを目指します。