

## 経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

## ① 目指す姿と数値目標

## 経営理念

金属製品の製造販売をととした「豊かな環境と住まいづくり」の実践により社会のお役に立つ

## ② 中長期の経営戦略

## 1. 新分野・新市場の開拓

既存製品の改良や新製品で環境・社会課題に対応。製品プロモーションで認知度向上と需要獲得。海外市場でも多様な文化に対応し知名度を上げる

## 3. 不動産賃貸事業の最適化

退去法人テナント向けに保有建物の建替え等の再投資を含めた活用検討。ワンルームマンションの居住環境整備で入居率維持・向上

## 2. 原価低減と付加価値向上

短納期化や社会ニーズへの対応で付加価値を高め価格に反映。部品部材の共通化、システム統一、事務処理業務の集約化で原価削減

## 4. 高付加価値製品提供

変化し続ける社会に応える高付加価値製品の提供で高い収益獲得に取り組む

## ③ 対処すべき課題

## ① 国内建設市場の縮小対応

- ・ 人口減少による国内市場縮小傾向を新分野開拓で対応
- ・ 人手不足による建築工事物件減少リスクへの対策
- ・ 資材価格・物流費など高止まりコスト増加への迅速な対応

## ② 経営環境の不確実性への対応

- ・ 地政学的リスクや米国政策動向の影響への対応
- ・ 人件費上昇と調達コスト厳しい状況への対処
- ・ 不安定な為替相場への対策

## ③ 不動産事業の収益化課題

- ・ 退去した法人テナントの新規賃借人早期獲得
- ・ 大規模修繕後の投資回収に向けた入居率維持

## 面接で使えるポイント

- ・ 1924年創業以来『豊かな環境と住まいづくり』を理念に金属製品製造。社会課題解決への企業姿勢
- ・ 国内建設市場が縮小傾向の中で新分野・新市場開拓と海外展開による成長戦略を推進
- ・ 限界利益と売上高経常利益率を経営指標として、高付加価値製品で収益性改善に注力

証券コード 5900

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）

－（推移を描ける期数の開示がありません）

要するに

建築金物、外装用建材、エクステリア製品の製造販売を主力事業とする企業

主力事業・セグメント

- ・ConstructionRel 98.6%
- ・リース 1.4%

強み・特徴（公開データから）

- ・－（判定に必要な数値が未開示）

※要約はAI生成のため誤りを含む可能性があります

暗記する数字3つ

連結売上高  
116億円営業利益率  
2.2%財務健康度  
64点 /100点

将来性 雨 / 就活偏差値 46.6（当サイト算出の参考指標）

平均年収  
595万円

金属製品内 57位/86社

平均年齢  
43.1歳

金属製品内 39位/86社

平均勤続  
15.3年

金属製品内 56位/86社

女性管理職  
1.9%

金属製品内 46位/65社

男性育休  
25.0%

金属製品内 50位/60社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は...）

直近ニュース一言

