



アサヒペン150Plan
●2019-2021

中期3か年経営計画

はじめに

アサヒペングループは、新たに中期経営計画
「アサヒペン 150Plan 2019-2021」を発表します。

前中期経営計画(2016-2018)を振り返りますと、
国内景気は緩やかな回復基調が続いているものの、
消費者の日常生活関連商品に対する低価格志向が根強く、
これを背景に企業間の価格競争が激しく、
厳しい経営環境が継続しました。

このような中で、
アサヒペングループ一体となって、
営業体制の強化、新商品の開発や新規販売チャネルの開拓など
に尽力しました。

しかしながら、天候不順の影響に加え、
営業戦略の具体性や商品開発の積極性に
不十分な面があったことなどから、
前中期経営計画は最終目標数値を達成できない結果となりました。

このような結果をうけて、
アサヒペングループは、
社是 と

「暮らしを彩り 住まいをまもる」
今後の経営環境をふまえたうえで、
新たに中期経営計画

「アサヒペン 150(ワツ フィフティ)Plan 2019-2021」
を策定しました。

経営理念 に立ち返り、

社是

- 誠意を貫く 信用第一主義
- 不可能を可能にする 積極経営
- 高収益高賃金を実現する 生産性向上

経営理念

「暮らしを彩り 住まいをまもる」
をスローガンに、
優れた製品とサービスをお客様に提供し、
住生活の質的向上と充実に貢献する。

経営環境

- 不透明な世界経済情勢
- 少子高齢社会
- 原材料価格の高騰
- 物流費の高騰
- 他社との競争激化
- ホームセンター業界の統廃合 等

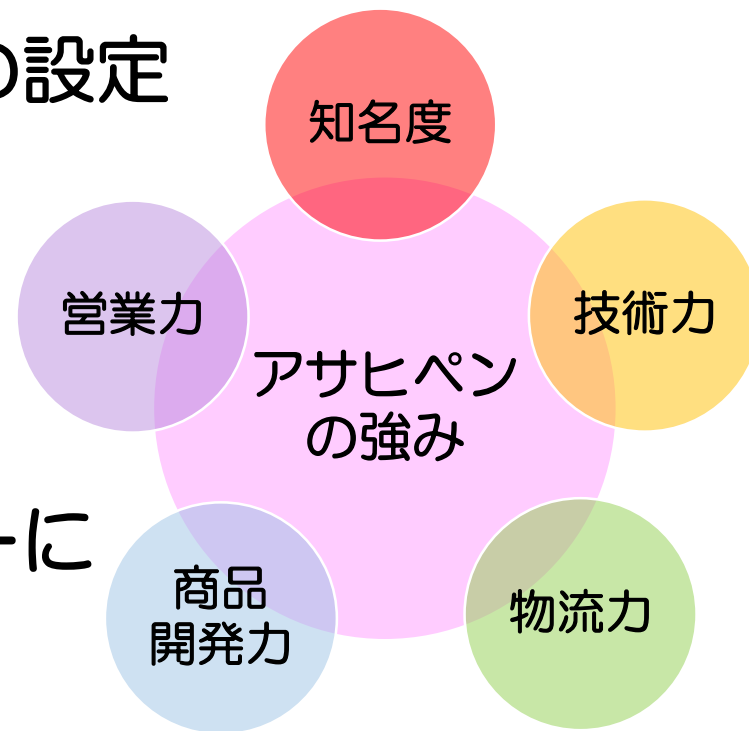
中期経営計画基本方針

- アサヒペングループは2019年度を初年度とする中期3か年経営計画を策定しております。
- 新しい中期経営計画は『アサヒペン150Plan』というスローガンのもと

既存分野（国内向け家庭塗料・インテリア用品）の収益構造の上に、成長分野（塗装用品・補修材・輸入商材）、新規分野（工業用塗料・ネット事業・輸出事業）を重ね、さらなる企業価値の向上に取り組んでまいります。

実行計画

- 営業力の強化とカテゴリー別成長戦略の設定
- 新規販売チャネルの開拓
- 商品開発のスピード化
- 『簡単・きれい・便利・楽しい』をキーに
高付加価値商品の開発
- 新規事業への取り組み
- グループ連携強化による経営改善、コスト削減



中期経営目標

当社グループでは中期的な経営目標として

- グループ売上高 **150** 億円
- 新商品売上構成比 **10**%
- 営業利益率 **5.5**%以上

(百万円)	2018/3実績	2019/3	2020/3	2021/3
売上高	13,289	14,000	14,500	15,000
営業利益	600	650	730	850
経常利益	685	750	830	900
当期純利益	507	510	550	600