

平成 22 年 11 月 12 日

各 位

会 社 名 はるやま商事株式会社
代表者名 代表取締役社長 治山正史
(コード番号：7416 東証第一部)
問合せ先 社長室室長 横山健一郎
(TEL 03-5909-8450)

中期経営計画（2012年3月期～2014年3月期）策定のお知らせ

当社はこのたび、2012年3月期からの3年間を対象とする中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画の基本戦略

当社の中核事業である紳士服業界は、金融危機による消費不況の環境下であり、団塊世代の大量退職や少子化問題、更にはクールビズ、カジュアル化および価格競争の影響等から、市場規模は縮小傾向にあり、当社は新たな成長戦略を必要としております。上記を踏まえた上で、シェアの拡大と、業績の向上を達成すべく、「既存事業の強化」と「未来への種まき」という2点を基本戦略として、ブランドポートフォリオの最適化を図りつつ、新たな仕組みを構築してまいります。2014年3月期に売上高700億円、経常利益50億円を目指し、企業価値の一層の向上に努めてまいります。

2. 中期経営計画の概要

(1) 事業力の強化

●店舗力の強化を図り、出店・移転・改装を加速

①新売上予測システムを構築し出店・移転を効果的に実施

現在の売上予測システムを抜本的に再構築し、新データの追加等により、売上予測精度を大幅に向上させます。その上で、西日本を中心とした現状の店舗展開に加え、出店余地の残る東日本エリアを中心に商圈特性を考慮し、また予測データを最大限活用し、最適なブランドによる新店舗の積極的展開を行ってまいります。その一方で周辺環境の変化に即した店舗の移転を早期に実施いたします。3カ年計画の終了する2014年3月末までに420店舗体制を目指します。

②店舗デザインの刷新

過去の成功体験から脱却し、市場のニーズと時代の流れに沿った新たな店舗デザインの構築を図り、新デザインによる新規出店を実現します。

また、改装店舗の外装・内装にも新デザインを適用し、店舗イメージの刷新に努め、ブランドイメージの向上を目指してまいります。

●レディス事業の強化

①売上に占めるレディス構成比の向上

紳士服専門店として成長を遂げてきた当社は、近年就職活動用のレディススーツの開発にも成功し、現在ではキャリア向けのスーツ展開にも積極的に取り組む等、レディス分野を強化してまいりました。既存店舗内のレディス売上比率が着実に伸びつつあることを追い風に、現状数パーセント程度に留まっているレディス分野の売上比率を2014年3月末までに25%にまで引き上げることを目標に、今後も周辺商品の充実を図り、女性客の取り込みを実施してまいります。

②店内のレディス売場面積の増床

上記レディス売上比率の向上に伴い、店舗内のレディス売場面積を現在より増床することで、豊富な種類・サイズと在庫量を確保し、商品の訴求力と顧客満足度を高めてまいります。

(2) 事業基盤の強化

●S C Mの構築

有力アパレル・商社と戦略的に提携し、生産から店頭までのS C Mを構築することにより、直接貿易も含めてS P A比率を30%まで高めます。

これにより、売上総利益率の向上を図ります。

●「物流・MD」システムの新構築

①生産から店頭までの一貫した物流システムの構築

現在、取引メーカーからの店舗直送形式を取っておりますが、物流形態の効率化及び迅速化に努めるべく、段階的に通過物流型へ移行します。物流倉庫は倉庫管理の専門業者へ委託し、当社は投資リスクを回避しつつ、効率的な運用を目指します。

②適正在庫の更なる適時投入

現在の週2回配送体制を一新し、当社専用の物流倉庫から「毎日配送」を実現することで、倉庫および店舗在庫の最適化を図ってまいります。店舗が必要とする商品在庫を必要とするタイミングで投入していくことで、在庫数および在庫金額の抑制に努め、機会ロスと無駄を徹底して省きます。

●Eコマースの売上高を倍増

①各事業部間の更なる連携を強化

現在、同業他社の中で他を圧倒するEコマース関連の売上を誇っているものの、市場スピードに対応すべく更なる強化・施策が必要との認識のもと、盤石な体制を目指してまいります。具体的には各事業部が個別展開しているEコマース部門を一体化し、物流体制の効率化、顧客の相互活用、店舗との連動等により、Eコマース全体での相乗効果を狙います。

②効果的なプロモーション戦略

顧客データベースを活用した効果的な販売促進を徹底することで、集客力を高め、売上向上を目指します。

③物流体制の抜本的な見直し

多品種少量生産傾向にあり拡大しつつある売上点数への対応および随時物流に即した体制を早期に構築し、今後の売上増への準備を進めてまいります。

以上3点により、現状2%弱に留まっているEコマース売上比率を2014年3月末までに7%にまで引き上げることを目指してまいります。

(3) 海外市場への進出を検討

●Eコマースによる国外での販路の拡大

縮小傾向にある国内市場に対して、海外市場の台頭は目を見張るものがあり、このエリアへの戦略が今後の企業活動に大きく影響を及ぼすこととなることから、国外への販路の拡大も行ってまいります。中国市場においては、平成22年11月よりインターネットサイト「志商門」にて紳士服の販売を開始しており、今後も更なる中国市場およびアジアでのEコマースによる事業展開を検討してまいります。

●リアル店舗出店への検討

インターネット上での店舗運営および、独自の市場調査により成長著しいアジア市場におけるリアル店舗の出店を検討します。

(4) 「人的資源」強化の為、制度の見直し

●中期経営計画各項目が実現できる体制づくり

①組織体制の見直し

中期経営計画策定に伴い、目標実現をより可能とする組織体制づくりを実施します。既に平成22年10月より新体制に移行しており、今後も状況に即応した体制に変化させていきます。

②権限の更なる委譲

新組織体制では管掌役員に権限を大幅に委譲し、迅速な執行体制を構築します。

●教育制度の見直し

中期経営計画実現に向けて、新たな人材育成が必要となり、研修制度を更に充実させることによって目標達成に即した戦力となる多様な人材を確保・育成していく方針です。

3. 中期業績目標（連結）

（単位：百万円）

	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期
売上高	52,330	55,000	60,000	70,000
売上総利益率（%）	54.3%	56.0%	56.0%	57.0%
販売費及び一般管理費	26,877	28,900	30,700	35,000
経常利益	1,719	2,000	3,000	5,000
店舗数（店）	375	384	397	420
1店舗平均売上高	139	143	151	166

※1店舗平均売上高はネットショップ売上も含む。

以上