



平成 23 年 3 月 22 日

各 位

会 社 名 モロゾフ株式会社
代表者名 代表取締役社長 川喜多 佑一
(コード番号 2217 東証・大証第1部)
問合せ先 代表取締役専務 尾崎 史朗
(TEL. 078-822-5000)

中期経営計画『Next M』の結果
および新中期経営計画『MVP88 Step1』について

2009年1月期よりスタートした3ヵ年の中期経営計画『Next M』が、2011年1月末日をもって終了しましたので、その結果についてご報告いたします。また、先般開示しております新中期経営計画『MVP88 Step1』についても再度ご報告いたします。

1. 『Next M』の 概要

『Next M』では【中期経営計画の達成によるすべてのステークホルダーの満足度向上】を中期経営ビジョンとして掲げ、継続した売上向上と利益の確保を目指しました。

また数値目標達成に向け、戦略をアクションプランとリンクさせるためにBSC（バランススコアカード）の考え方を取り入れ、さらにBSCの4つの視点にそれぞれテーマ（4つのM）を持たせ、結びつけることで、よりビジョンの明確化と共有化を図りました。



2. 『Next M』の結果報告 … “4つのM”について

【Must (責務) 財務 2011年1月期売上高270億円、営業利益率0.2%達成】

	計画数値	結果	差異
売上高(百万円)	27,000	26,640	▲360
営業利益率(%)	0.2	1.5	1.3

個人消費の低迷や基軸である百貨店市場が厳しさを増したことから、売上高は26,640百万円と計画数値に未達となりました。

一方で営業利益率につきましては、西神新工場建設に伴う戦略的費用支出の増加があったものの、経費・人件費の抑制を中心とした効率化による利益構造改革を検討する全社的なプロジェクト活動の取り組みなどにより、1.5%と計画数値を上回ることができました。

【Meet (満足) 顧客 顧客のみならず、すべてのステークホルダーの満足度向上】

当社はこれまで企業の社会的責任を果たすため、積極的にCSR活動に取り組んでまいりました。環境への配慮につきましても、六甲アイランド事業所でのISO14001(2008年1月認証取得)に続き、西神工場でも認証取得を目指し、活動を開始しております。

(CSR報告書は当社ホームページに掲載しております。是非ご参照ください。)

また厳しい市場環境のなか、基軸となる百貨店市場に加えて新たな販路の拡大を図るため、2010年9月より全社的なプロジェクトによる検討を開始しました。2011年4月にはそのための専任組織を作り、本格的な取り組みを開始します。

【Most (最上) 業務プロセス 次世代をにらんだブランド品位の創造】

生産体制面では将来への先行投資として、また事業所の統廃合による効率化を目指して西神新工場を建設し、2010年6月から稼働いたしました。

物流面では深江浜事業所で運営しておりました物流機能をアウトソーシングし、2009年8月には新たに北港物流センターが稼働いたしました。

また品質面では全社品質保証体制のもと品質管理体制は整備されておりますが、より一層の安心・安全の確保のため、さらなる強化を図っております。

【Master (伝承) 人材と変革 企業理念の伝承、技術の伝承と教育】

従業員の能力開発および育成とモチベーションアップを目指して、職種別の評価基準を整理し人事評価制度の見直しを行いました。

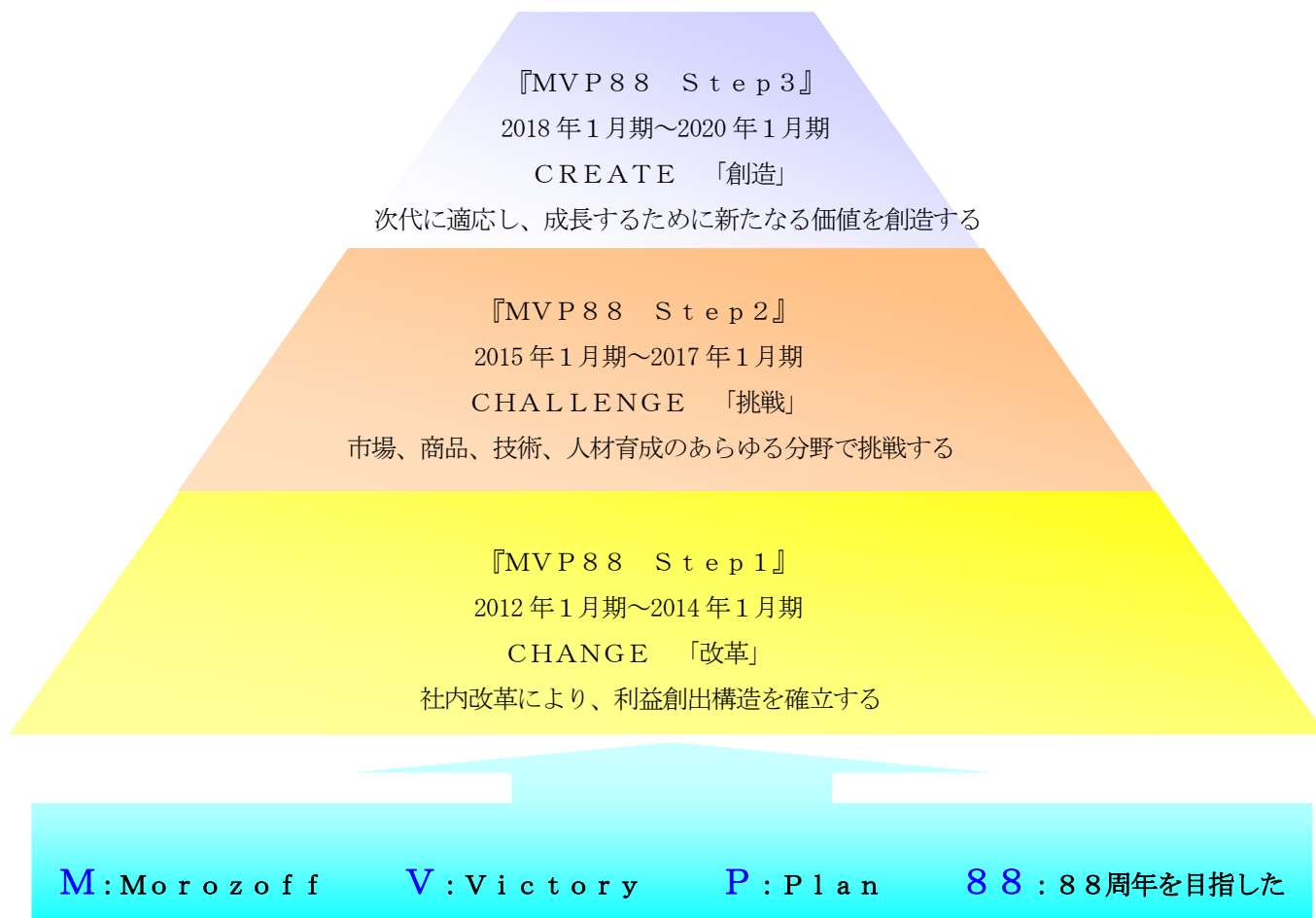
この新人事評価制度は『M-MAP(モロゾフマップ)』と名付け、従業員の能力を最大限に引き出すための新しい制度として2011年2月より運営を開始しております。

『Next M』で行った西神新工場建設と、それに伴うチョコレートの新規設備導入は、当社の将来に向けた大きな布石となります。しかし今後も当社を取り巻く環境は厳しい状況が続くと想定されます。そこで厳しい環境下でも利益を確保できる筋肉質の企業体質への変革を図ることが重要課題となります。

3. 新中期経営計画について

2019年の8月8日に当社は創立88周年を迎えます。そこで88周年を目指した長期計画として、『MVP88』を掲げました。この経営計画を3段階のステップに分割し、段階的な取り組みを行うことで【100周年への礎】を築いていきます。

そしてこの第一ステップとなる新中期経営計画『MVP88 Step1』では高効率経営を目指し、商品の選択と集中、組織・人員体制の改革、経営資産や資源の合理的活用などを行うことで利益創出構造の確立を図ります。



『MVP88 Step 1』

◆ 目標数値 売上高 27,000百万円 営業利益率 2.2%

◆ 基本戦略

- ① 市場動向を見据えた売上確保への取り組み
- ② 高効率な営業活動の実現に向けた組織体制の確立
- ③ 商品の選択と集中による利益創出手法の確立
- ④ 経営資産、資源の合理的活用と効率生産の実行
- ⑤ 総人件費、総経費のコントロール

以上

本資料の見通し、計画などに関する記述は本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の予測であり、実際の実績はこれとは異なる可能性があります。