



平成 27 年 12 月 11 日

各 位

会 社 名 株式会社ナイガイ  
代表者名 取締役社長 今泉 賢治  
(コード番号：8013 東証第一部)  
問合せ先 取締役管理部門担当 市原 聡  
(Tel 03-6230-1654)

### 2016~2018 年度 第 3 次中期経営計画（レッグ・ソリューション 2018）のお知らせ

当社グループは、この度 2016 年度を初年度とする、第 3 次中期経営計画（レッグ・ソリューション 2018）を策定いたしましたのでお知らせいたします。

#### 記

当社グループが、2013 年度より取り組んでまいりました現中期経営計画（レッグブランディング 2015）は、今年 2015 年度で最終年度となります。

第 2 次中期経営計画では、公表直後の 2013 年年初より急激な円安の進行に見舞われ、海外からの製品調達による原価上昇圧力が当初の利益計画を下押しした結果、初年度より計画修正を余儀なくされました。また、その後もアベノミクスの進行とともに円安がさらに進行し、再度にわたり計画を修正せざるをえない状況で推移いたしました。海外生産の拡大を伴う生産地の適地適産シフト、高付加価値商品の積極的投入、紳士肌着の展開スタート、レッグウェア新ブランドの展開、EC ビジネス拡販などの施策を確実に実行した結果、当初計画には至らなかったものの初年度より黒字化を定着させることができ、次次中期経営計画につながる一定の成果は出せたものと考えております。

2016 年度からスタートする新たな第 3 次中期経営計画（レッグ・ソリューション 2018）では、2020 年の当社創業 100 周年を視野に、これまでの「黒字化の定着」から「さらなる収益力の強化」を目指してまいります。

基本戦略としては、レッグウェア事業を核に、既存販路への卸売りでは、マーケティングおよび需要予測の強化により、返品率を抑えた販売効率の改善に取り組むとともに、複数の基幹ブランドを育成することで盤石なブランドポートフォリオ体制を確立強化してまいります。また、全国の小規模小売店への販売拡大のため、WEB 卸（BtoB）のビジネスモデルの構築に取り組んでまいります。

新ビジネス分野としては、e-ビジネス市場での成長戦略の芽を育てるため、自社開発による高機能高付加価値な商品提案を強化し、WEB と実店舗を効果的につないだ、オムニチャネルによる、消費者との双方向コミュニケーションで育成するレッグ・ソリューション型ビジネスモデル（消費者の足に関する悩みや様々なニーズを解決する靴下の開発、販売）の構築を推し進めます。

第 3 次中期経営計画では、これらの基本戦略を確実に実行していくことで、最終年度の 2018 年度には、グループ連結売上高 190 億円、経常利益率 3%の達成を目指してまいります。

以 上

# 2016～2018年度 第3次中期経営計画

レッグ・ソリューション2018

～ソリューション型市場創造への挑戦～



## 経営の基本主張

豊かな人間生活の創造を目指し、誠実を持って信頼の輪を広げ、  
若々しい情熱と行動力に満ちて、無限の可能性に挑戦する



# 中期経営計画ロードマップ



## 第2次中期経営計画実績 レッグ・ブランディング2015 ～持続的安定成長基盤の構築～

第2次中期経営計画では、当社グループの持続的成長基盤を構築するため、卸売事業のシェア安定化と通販事業のシェア拡大を推し進め、連結黒字化を定着させてまいりました。

卸売事業では紳士肌着事業への参入と合わせてレッグウェアでの新ブランド展開を軸に、既存百貨店販路の活性化による安定的なシェア率を確たるものとし、量販店販路では大手GMSとのPB取り組み強化によるシェア拡大を目指してまいりました。

通信販売事業では、急成長の副作用で収支バランスが崩れ始めたテレビ通販事業の抜本的構造改革に着手し、減収ながら収益力を回復させる一方で、インターネット通販は積極的な拡販策を駆使し増収増益を継続してまいりました。

また、SCM戦略では、計画期当初より想定を超える急激な円安進行に見舞われ、大幅な海外調達原価の上昇リスクに直面しましたが、適地適産にこだわった「ものづくり」を基本に、アジア地域に生産拠点を拡張するなど原価削減に努める一方で、国内生産力を活かした高付加価値商品開発を同時に推し進めることで、円安リスクを抑えつつ、消費者価値の高い商品提供で市場のニーズに応えてまいりました。

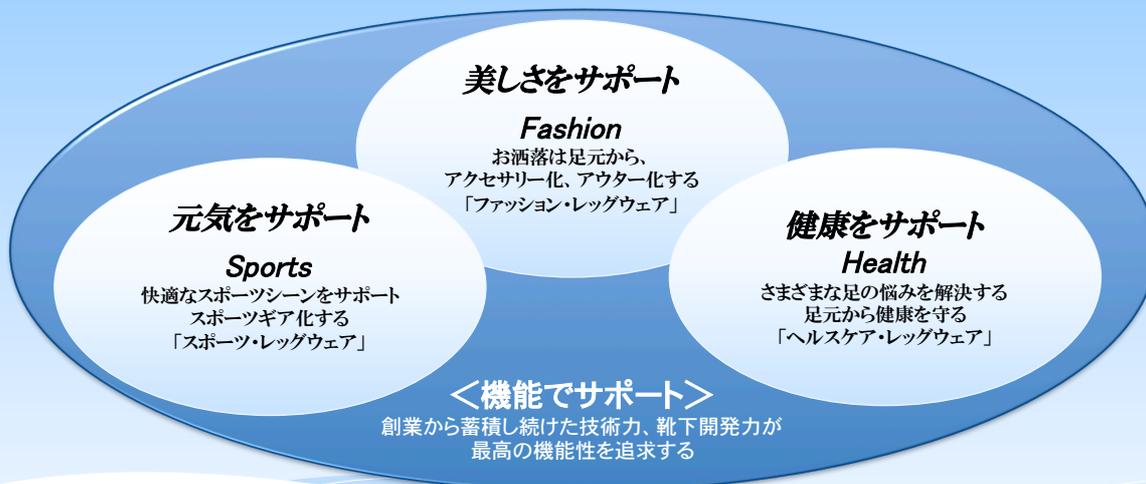
これらの結果、第2次中期経営計画3か年の業績は、テレビ通販の収益構造改革による減収と紳士肌着、婦人新ブランドの進捗遅延に加え、想定を超える急激な円安の進行の影響もあり、当初計画達成には至りませんでした。経常利益、当期純利益では黒字を定着させ、第3次中期経営計画につなぐ体制を整えることができました。

(単位:百万円)	2013年度(実績)	2014年度(実績)	2015年度(予測)
連結売上高	17,501	17,411	18,000
経常利益	93	102	100

\* 実績については、2015年度より適用した在外子会社連結時の為替換算方法の会計方針変更により、遡及修正した数値となっています。

## 第3次中期経営計画コンセプト

ナイガイは、レッグウェアを通して、消費者の足の悩みを解決する  
「レッグ・ソリューションカンパニー」  
を目指します



ナイガイの創業以来蓄積された靴下技術に裏づけされた  
「高品質」「高感度」「高機能」なレッグウェアを通して  
健康・快適・豊かなライフスタイルをサポートします

## 第3次中期経営計画目標

(レッグ・ソリューション2018)

～ソリューション型市場創造への挑戦～

2016年度を初年度とする3ヵ年計画(レッグ・ソリューション2018/第3次中期経営計画)では、最高の技術力に裏付けられた機能的なレッグウェアを通して、様々な足の悩みを解決する、ソリューションビジネスモデルの構築を目指し、新たな市場創造に挑戦します。

また、既存事業領域では、盤石な収益体質を構築し、外部環境変化によるリスクに備えた「強い企業グループ」を実現するため、既存卸売事業の収益力向上、通販事業のさらなる拡大を推し進めてまいります。

主力の既存レッグウェア事業では、機能別組織体制による組織能力の向上を図るとともに、ブランド戦略ではポートフォリオ設計を意識したバランスの良いブランド選択を徹底し、主軸ブランドの複数育成に注力してまいります。

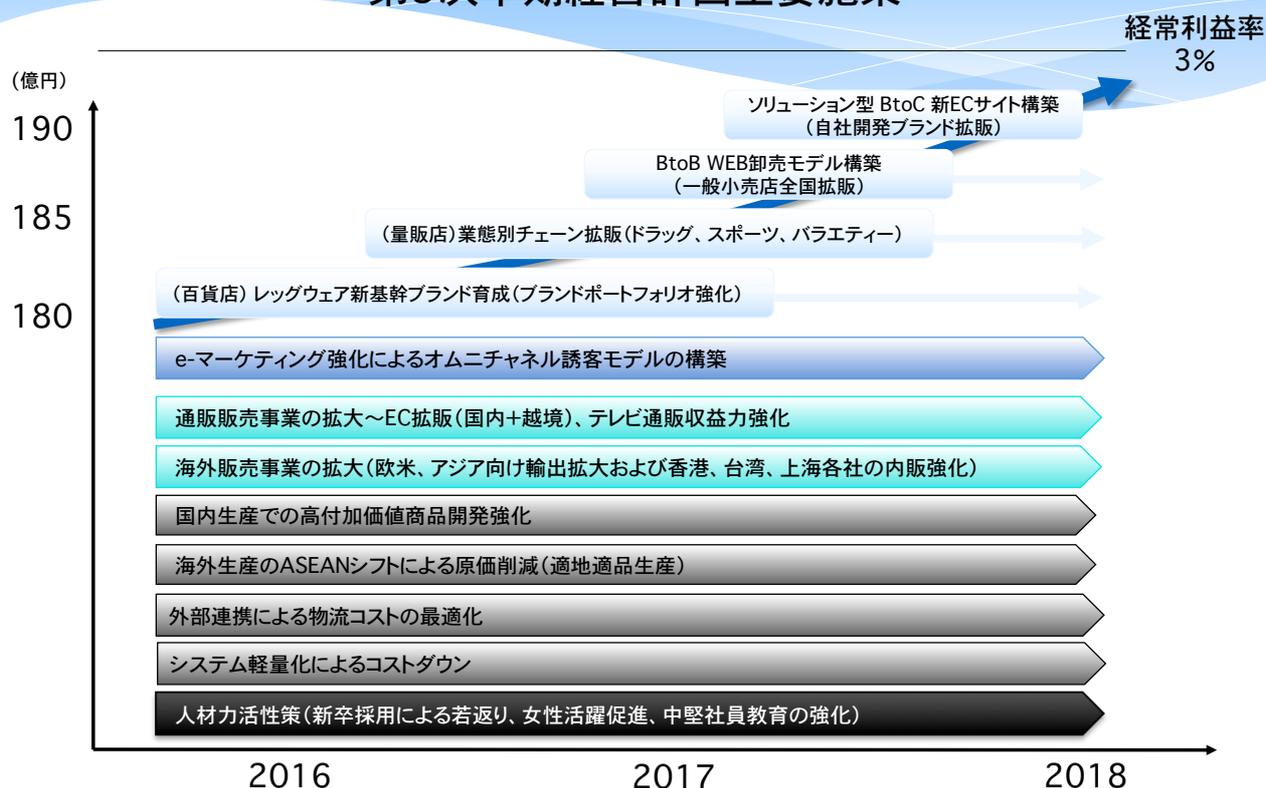
通販事業では、インターネットを活用した「eビジネス」のさらなる拡大を推し進め、自社開発商品専門のBtoCモデル構築と、全国の小売店向けBtoBサイト構築に取り組んでまいります。

SCM戦略では、高付加価値なジャパंकオリティの取り組み強化と、ASEAN生産拠点構築によるさらなる原価削減に取り組むとともに、物流インフラ、情報システムインフラのさらなる効率改善によるコスト削減に取り組んでまいります。

これらの基本戦略に基づく諸施策を、着実に実行し、グループ各企業との連携を徹底することで、第3次中期経営計画では2018年度連結売上高190億円、経常利益率3%達成を目指してまいります。

(単位:百万円)	2016年度	2017年度	2018年度
連結売上高	18,000	18,500	19,000
経常利益率	2.0%	2.5%	3.0%

## 第3次中期経営計画主要施策



## 各事業の取組みポイント

### <レグウェア事業>

#### 第2次中期経営計画からの継続取り組み

- ・紳士アンダーウェアの拡大
- ・婦人新ブランド「URUNA」の育成
- ・チェーン店販路の拡大深耕(ドラッグ、スポーツ、バラエティーチェーン)

#### 第3次中期経営計画での新たな取り組み

- ・新基幹ブランドの育成(ブランドポートフォリオの強化)
- ・WEB卸販売モデルの構築(BtoB)
- ・オムニチャネルへの挑戦(店舗とネットの誘客促進)
- ・ソリューション型機能商品開発の強化、拡大

#### <株式会社NAP> ~量販店向けカジュアルシャツの企画・製造・販売

- ・新商品開発による売上拡大(紳士・婦人)
- ・専門店販路への販売拡大
- ・原価削減による収益力強化

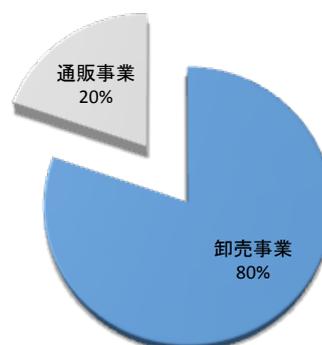
#### <ロンデックス事業> ~高品質のゴム系製品の製造・販売事業

- ・ゴム系の多用途提案の販売強化(紙おむつ、インナー、その他)
- ・ゴム製品事業の拡大(サポーター、成型インナーなど)

#### <海外事業> ~輸出入および香港、上海、台湾の販売子会社事業

- ・靴下海外生産のASEANインフラの構築
- ・他社向け海外生産製品OEMの拡大
- ・靴下の欧米および中国、アジア向け輸出の拡大
- ・中国、台湾での内販強化

### 122期セグメント別構成比



#### <株式会社ナイガイ・イム>

##### ~QVCを主販路とするテレビショッピング通販事業を展開

- ・基幹ブランドへの放送枠集中による販売効率の改善
- ・ECによる放映後の在庫販売強化
- ・適正在庫の維持と在庫循環システムの構築

#### <センチーレワン株式会社>

##### ~バッグおよびレグウェアのECビジネス展開

- ・主力の楽天、Amazonの安定成長に注力
- ・海外チャネル参入による拡販

将来予測に関する留意事項

本資料に記載されているデータや将来予測の内容は現時点での分析に基づいたものであり、今後様々な要因により変化することがあります。

※本資料では将来的な会計基準変更等による影響は考慮しておりません。