



平成 28 年 4 月 15 日

各 位

会 社 名 株式会社 **ラピーヌ**
代表者名 代表取締役社長 青井康弘
[コード番号 8143 東証 第2部]
問合せ先 執行役員社長室長 尾崎史照
(TEL 06-6358-2256)

中期経営計画「NL2020」に関するお知らせ

当社グループが現在取り組んでおります、2020年2月期をターゲットとした中期経営計画につきまして、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 中期経営ビジョン

M a d e i n G r o b a l

真に愛される誠実なモノづくり、感性に響くデザインとサービスを通じて、
お客様一人ひとりの喜びと満足と感動を生み出す次なるビジネス (VISION) を展開すること。
ラピーヌは、これまででも、これからも未来を豊かに変える、
ライフファッションクリエイターでありたいと願います。

2. 中期経営ミッション

- ミッション1 ブランド力を磨く
- ミッション2 ショップビジネスを伸ばす
- ミッション3 そして、グッドカンパニーへ

※詳細につきましては、添付の資料をご参照ください。

以 上

NL2020

2015.3.1～2020.2.29

ラピーヌグループ中期経営計画

株式会社 **ラピーヌ**

株式会社 **ベルラピカ**

ラピーヌ **夢**ファーム 株式会社

■ 目次

2

NL2020ラピーヌグループ中期経営計画 目次

	頁		頁
中期経営ビジョン	3	Mission3 そして、グッドカンパニーへ	19
中期経営ミッション	4	1. 生産性を上げる	20
Mission1 ブランド力を磨く	5	2. 売り切る力をつける	21
1. ブランドは財産	5	3. 卸売事業の収益改善	21
2. ブランド価値を正しくマーケットへ届ける	6	4. キャッシュフロー重視の経営	22
3. 次の成長へ向けて	11	5. ラピーヌ夢ファーム事業計画	23
Mission2 ショップビジネスを伸ばす	13	5Sの徹底実行(仕事の基本を身につける)	24
1. ベルラピカ事業計画	14	数値目標	25
2. m0851事業計画	16	イベントの活用	26
3. LAGLAIA事業計画	17	経営理念	27

Made in Global

Optimal Sourcing, Production & Sales

2020年に向けたミッション

Mission1 ブランド力を磨く

Mission2 ショップビジネスを伸ばす

Mission3 そして、グッドカンパニーへ

1. ブランドは財産



付加価値を積み重ね、ブランド力を磨く。

常に変化するビジネス環境の中でブランドを守り、育てる努力が欠かせない。

2. ブランド価値を正しくマーケットへ届ける

- (1) 誇れるものづくり
- (2) ブランド価値を際立たせる売場づくり
- (3) お客様とのコミュニケーション機会の拡大



(1) 誇れるものづくり

「人を磨く」 商品は人を映す鏡。まず、自分自身を磨く。チャレンジ精神を持ち、自由な意見を交わし、誠実なものづくりに結束するチームを築く。

「商品を磨く」

◆素材

優良素材の確保・オリジナル素材の開発・マテリアルイノベーションへの投資

◆デザイン

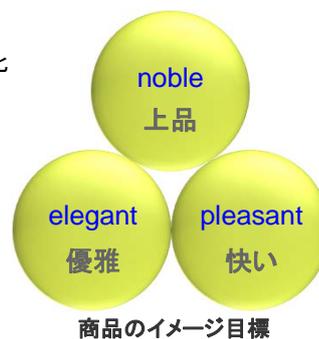
ブランドコンセプトの表現・イメージ目標の具現化

◆パターン

着心地と機能性の追求

◆ファクトリー

一流ファクトリーとの協業と発展



(1) 誇れるものづくり

「富士服飾研究所」

縫製技術レベル日本一を目指す

1級、2級技能士の育成

縫製技術指導セミナーの実施



「安全・安心・信頼」

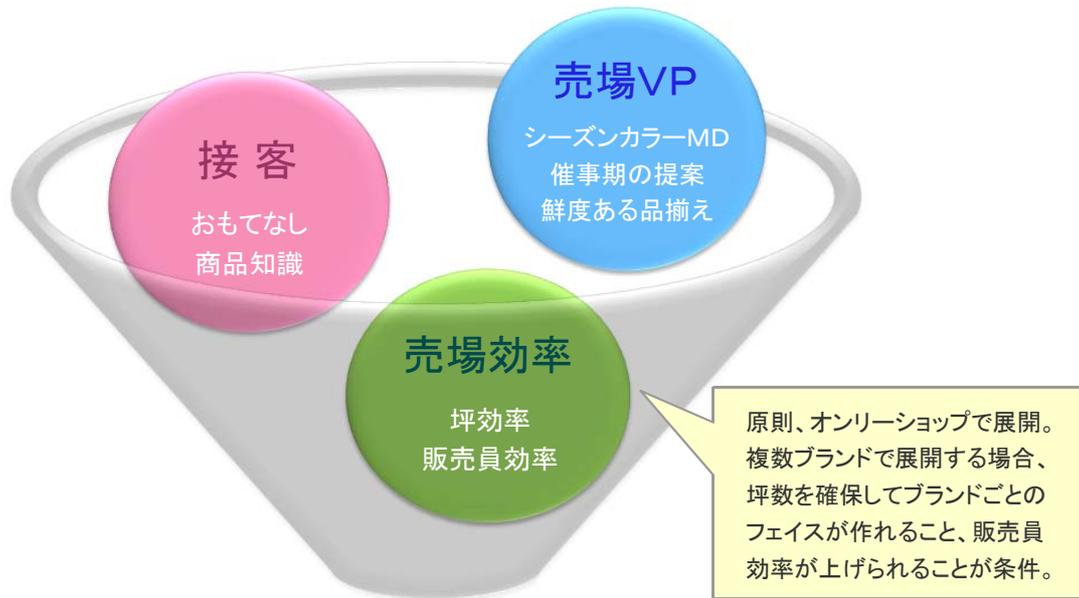
愛商品精神

品質管理の徹底

確かなトレーサビリティ



(2) ブランド価値を際立たせる売場づくり



(3) お客様とのコミュニケーション機会の拡大



SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の活用

- ・ Facebook
- ・ Instagram
- ・ Twitter

ホームページ(ブランドサイト)の充実

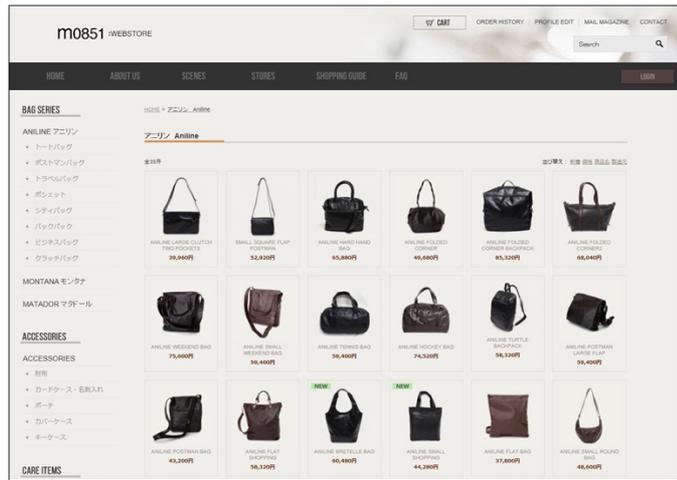
- ・ ラピーヌ
- ・ 富士服飾研究所
- ・ ベルラピカ
- ・ 夢ファーム
- ・ MISS J
- ・ m0851
- ・ ラグライア
- ・ Scrap Book



3. 次の成長へ向けて

(1) Webビジネスへの対応

- ・ 2020年 Web売上高目標 **5 億円**
- ・ **オンラインショップ** の拡充



(2) ネクストコア・ブランドの育成



1. ベルラピカ事業 (ミセス向けセレクトショップ)
2. m0851事業 (インポートレザーアイテム)
3. LAGLAIA / Scrap Book 事業 (セレクトショップ)

1. ベルラピカ事業 (ミセス向けセレクトショップ)

(1) ミセス向けセレクトショップの拡充



BELLMILAN (ベルミラン)



Le LAPIS (ルラピス)



売上目標 2016年 13.8 億円 ⇒ 2020年 18 億円

2. m0851事業 (インポートレザーアイテム)

- (1) カナダ モントリオール本社への日本マーケットに関する情報提供、新商品開発の提案
- (2) Webビジネスの拡大
- (3) ジュビロ磐田  オフィシャルバッグサプライヤー



3. LAGLAIA / Scrap Book 事業 (セレクトショップ)

(1) 都市圏の商業施設にドミナント戦略で出店

(2) LAGLAIA : 30代女性をターゲットとした服と雑貨のセレクトショップ

Scrap Book : 20代後半から30代前半の女性をターゲットとした雑貨中心のセレクトショップ



二子玉川 / 東京

LAGLAIA (ラグライア)



渋谷ヒカリエ / 東京

Scrap Book (スクラップブック)



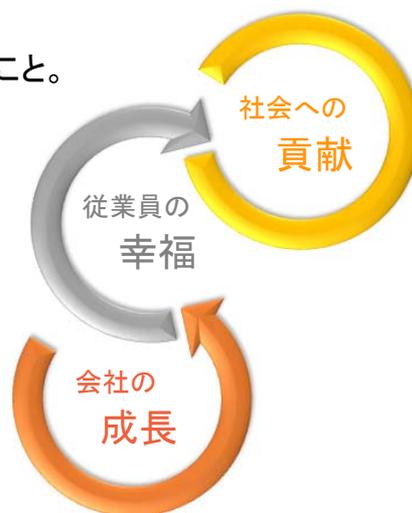
売上目標 2016年 5.8 億円 ⇒ 2020年 25 億円

会社経営の目的は

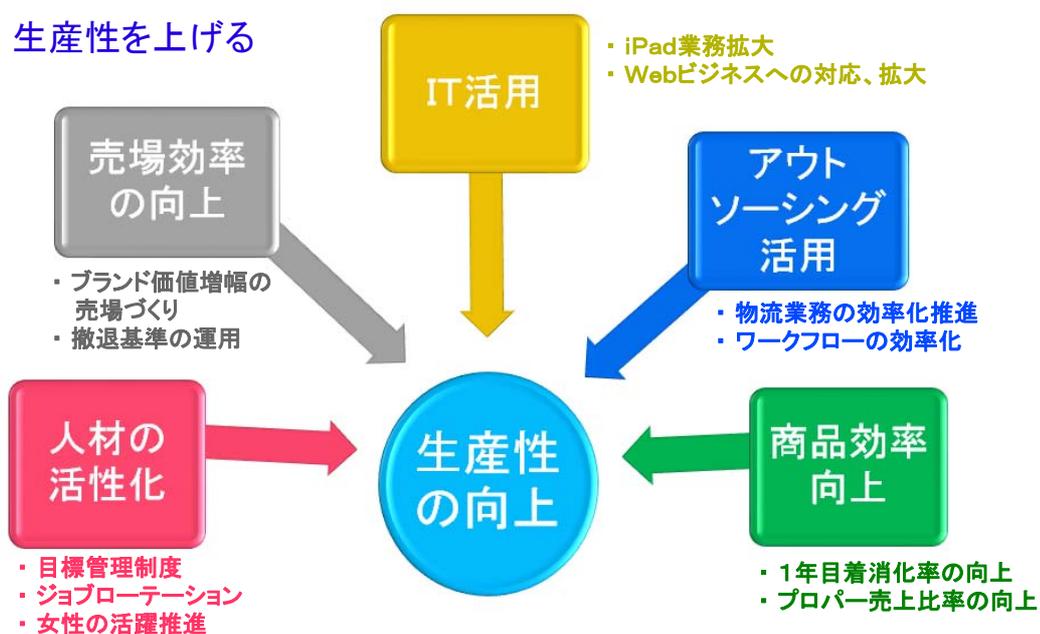
「従業員や会社を取り巻く人々が幸福になる」こと。

一人一人の成長と、着実な業績向上により

「人が成長100年企業」を目指します。



1. 生産性を上げる

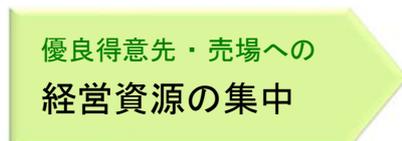


2. 売り切る力をつける



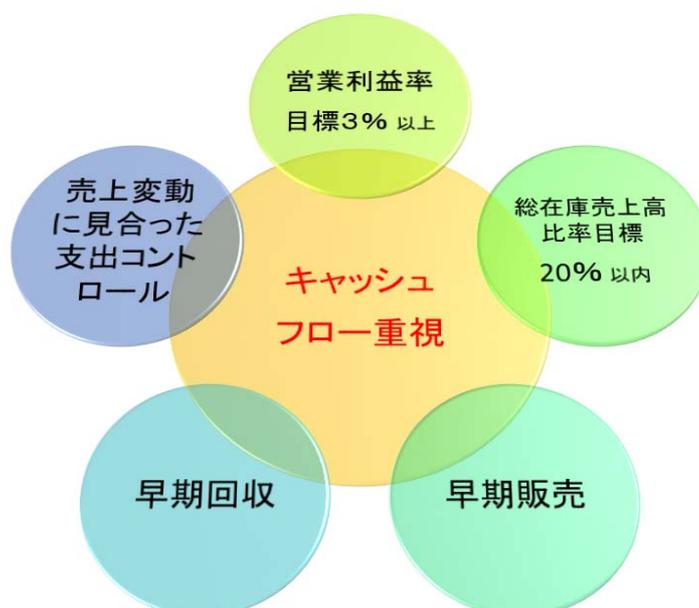
- ◆ プロパー売上比率の向上（正価販売はお客様の支持を裏付ける指標）
- ◆ ショップスタッフの販売力向上（接客技術・商品知識・おもてなしの心）

3. 卸売事業の収益改善



- ◆ 売上・利益の更なる拡大
- ◆ 営業コストの効率UP

4. キャッシュフロー重視の経営



5. ラピーヌ夢ファーム事業（障がい者福祉サービス事業）

水耕栽培による葉もの野菜の栽培と販売。

高品質・安定供給の実現、取引の拡大を図る。



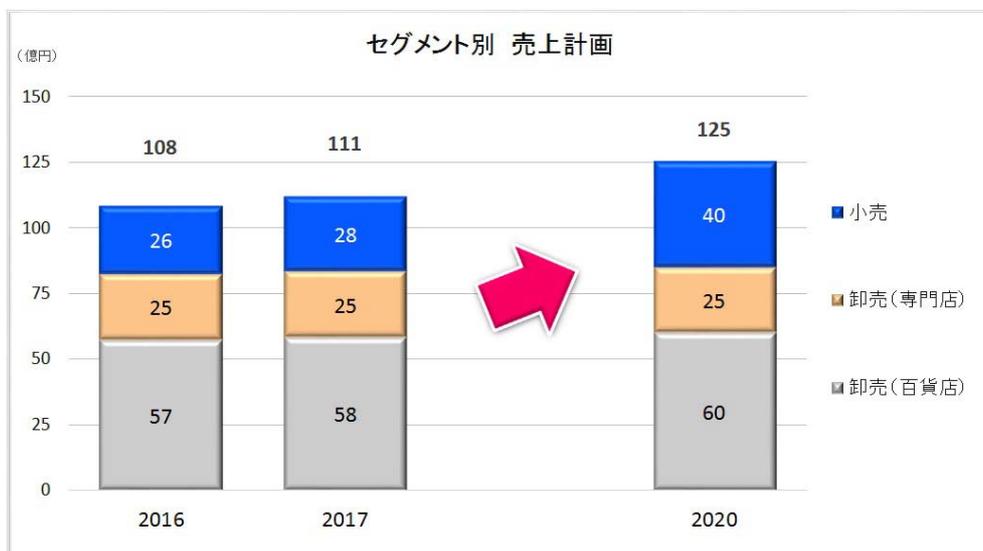
- 整理（Seiri）
- 整頓（Seiton）
- 清掃（Seisou）
- 清潔（Seiketsu）
- 躰（Shitsuke）

3つのテスト

- ① 真実かどうか ② みんなに公平か ③ みんなのためになるか

■ 数値目標

25



2020年目標 売上高 **125億円** 営業利益率 **3%**

■ イベントの活用

26

「 継続は力なり 」

2017年	ラピーヌ 創業 70周年
	ミスジェイ ブランド 25周年
	富士服飾研究所 開設 25周年
2018年	ラピーヌブランシュ ブランド 45周年
	ピエールカルダン ライセンス契約 30周年
	ベルラピカ 設立 10周年
2019年	マダムジョコンダ ブランド 40周年
	ラフェスタ シック ブランド40周年
	バイスバーサ ブランド 35周年
	ラ ジョコンダ ブランド 20周年
2020年	ラピーヌ 設立 70周年

Truth & Trust

真実と信頼の経営

私たちは

良心の結合による真実と信頼の経営を展開して

1. 社会の生活文化の向上に貢献します。
2. 社員の幸福と豊かな生活を創造します。
3. 会社の積極的安定と成長を達成します。