



平成28年9月2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 山口 信二
(コード番号 2217 東証第1部)
問合せ先 専務取締役 山岡 祥記
(TEL. 078-822-5000)

新中期経営計画「Remorozoff 2022 ～変革～」に関するお知らせ

現在進行中の中期経営計画「MVP88」は【100周年への礎】を築くことを目的に、2012年度～2020年度の9年間を3段階に区切って実行していくことといたしておりました。Step1 CHANGE「改革」、Step2 CHALLENGE「挑戦」では、筋肉質な企業構造への変革と、新たな取組みへの挑戦を目指した各種戦略を実行したことで、売上高、営業利益率とも当初の目標を大きく上回る見込みとなり、相応の成果を上げることができました。しかしながら当社を取り巻く環境は、引き続き盛り上がりを欠く個人消費や原材料価格の継続的な上昇などに加え、2019年には消費税率の引き上げも予定されており、予断を許さない状況にあります。

このような環境を踏まえ、現在の中期経営計画「MVP88」はStep2の最終年度である本年度末で終了し、新たな中期経営計画「Remorozoff 2022 ～変革～」をスタートいたします。この新中期経営計画は2017年度～2022年度の6年間を2段階に区切り、『1st Step』と『2nd Step』として策定いたしました。現在実行中の中期経営計画をさらに深化させることで、変革を継続的に進めながらブランド価値の向上を図り、経営理念の実現と持続的成長を目指してまいります。

■「Remorozoff 2022 ～変革～」の概要

【スローガン】

Remorozoff 2022 ～変革～

Re-design・・・販路、商品、生産、組織の再構築
Re-turn・・・利益水準の底上げ
Re-lation・・・お客様とのつながり、将来への架けはし

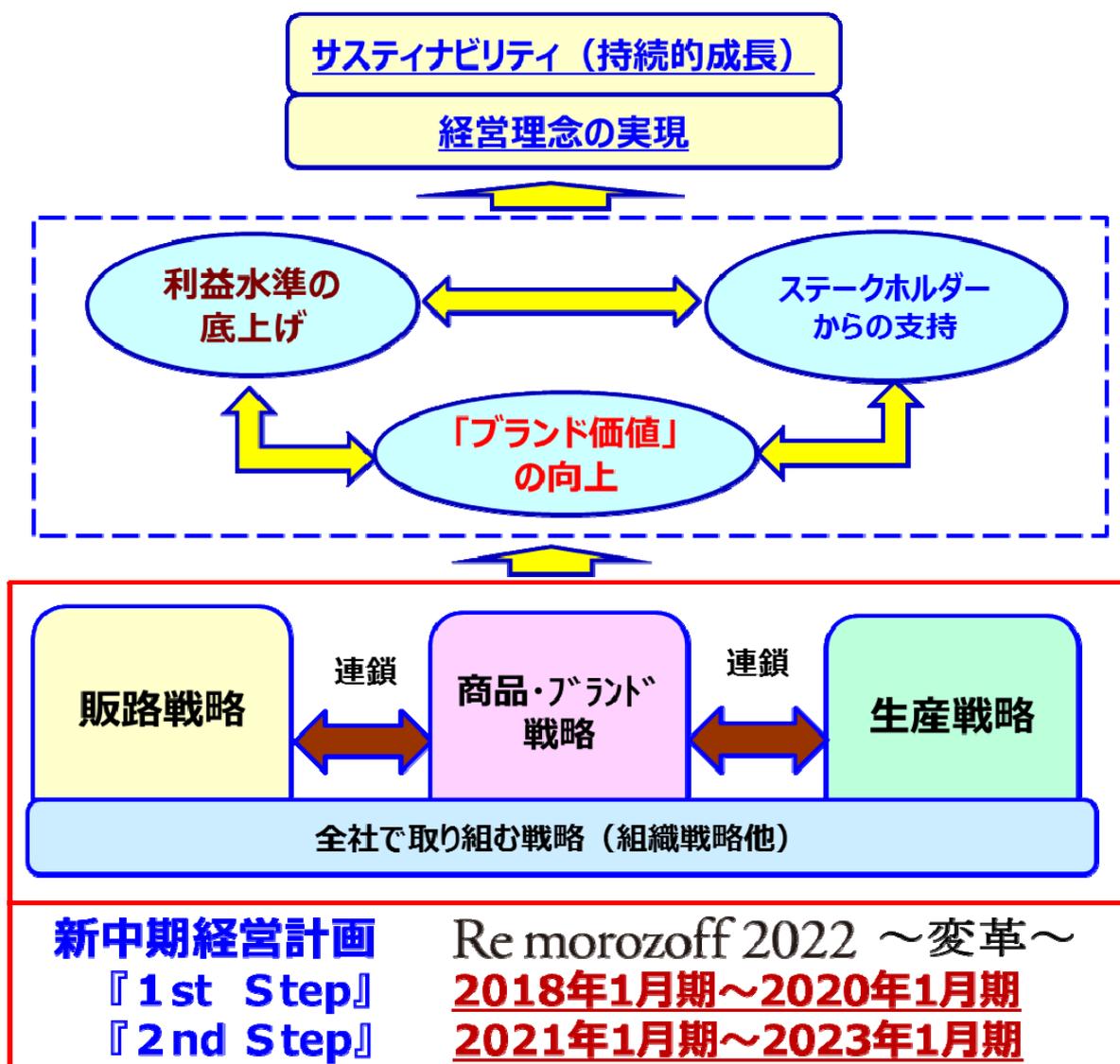
【基本コンセプト】

すべての面で変革を続けることで、ブランド価値のさらなる向上と利益水準の底上げにつなげ、すべてのステークホルダーの満足度を高めるとともに、経営理念とサステナビリティ（持続的成長）を実現していきます。

【戦略骨子】

「販路」「商品・ブランド」「生産」「組織」のすべての分野で常に変革を続けながら、それらを有機的に連携させることで、その効果の最大化を図り、中期経営計画の目標達成につなげていきます。

【新中期経営計画の概念図】



■ 「1st Step」目標数値

	2017年1月期業績予想	2020年1月期目標
売上高	28,850百万円	29,000百万円
営業利益率	5.7%	6.2%

■ 「1st Step」戦略概要

※販路戦略

1. ブランド価値向上を目指した委託店舗の強化
2. 新販路の強化と既存販路戦略の継続による売上高と利益の拡大
3. 喫茶レストラン事業の改革

※商品・ブランド戦略

1. 販路戦略に対応した商品、ブランド戦略の実現
2. 異業種とのアライアンスの推進

※生産戦略

1. 販路戦略および商品・ブランド戦略に対応した柔軟な生産体制の構築
2. 製造総費用比率の低減に向けた生産性向上施策の実行

※組織戦略

1. 中期人員計画に基づく組織および人員体制の構築
2. 次世代人材の育成と女性活躍施策の推進

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。