



平成 30 年 2 月 2 日

各 位

会 社 名 ビーピー・カストロール株式会社
代表者の役職名 代表取締役社長 小石 孝之
(コード番号 5015 東証第一部)
問い合わせ先 取締役財務経理部長 渡辺 克己
T E L 03-5719-7750

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2022 年度を最終年度とする新たな中期 5 ヶ年計画（2018～2022）を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 当社事業をめぐる動向

現在の日本の経済環境は、政府の各種政策により長く続いたデフレからの脱却が進みつつあり、2012 年末から続く景気回復は高度経済成長期の「いざなぎ景気」を超え、戦後 2 番目の長さになりました。また、IT、技術革新による新たなビジネスも創出されつつあり、経済の活性化も進行している一方で、消費者による節約志向や選別消費傾向が継続しております。

自動車用潤滑油市場は、自動車業界を取り巻く環境変化に大きく影響を受けますが、国内の自動車販売台数は、若者の車離れ、平均使用年数の長期化、カーシェアリングの活用などから、総じて減少傾向にあります。また、自動車保有台数の増加も鈍化し、今後は横ばいないし減少に転じていくものと予想されます。

このような環境の中、カーメンテナンスへの関心の低下、エンジンオイルの交換サイクルの長期化、コンパクトカー・軽自動車への根強い支持などにより、自動車用潤滑油市場としても、目立った新たな需要の押し上げ要因は見当たらず、今後数年間は売上数量・売上高ともに年率 1～2% ずつ減少していくものと予測しています。業界においては電気自動車への本格的な移行を積極的に進める動きが出てきておりますが、日本国内の市場においてはインフラ整備等の課題もあり電気自動車への移行にはまだ相当な時間がかかるものと予想されます。

また、原油価格は OPEC 及び OPEC 非加盟産油国による減産延長合意を受けて 2017 年後半から再び上昇傾向にあり、為替相場の変動と合わせてその規模によっては今後の原材料価格に影響を与える可能性があります。

中期 5 ヶ年計画（2018～2022）は、こうした市場環境の変化と予測を前提として、その中で更なる成長を実現すべく策定しました。

2. 中期 5 ヶ年計画（2018～2022）の概要

この中期 5 ヶ年計画は、2018 年度から 2022 年度までを計画期間としてスタートしました。基本的には前計画の戦略を継承しつつ、新たな数値目標を定め、成熟した市場環境の中において当社の市場占有率を高めながらビジネスを成長させていきます。そして、長期的な信頼と価値を築き、継続的に

業績を上げていけるベストブランド・マーケターを目指します。

数値目標

5年間を通じて達成すべき数値目標として、2022年度における売上高13,645百万円(当期比7.9%増)、経常利益2,883百万円(同33.7%増)、自動車用潤滑油市場(70万KL)占有率5%(同2ポイント増)を掲げました。この数値目標を達成するために、全社員が今まで以上にひとつのチームとなり、安全で効率の良い業務(オペレーショナルエクセレンス)を常に追求してまいります。

	2018年度(当期予想)	2022年度(目標)
売上高	12,236百万円	13,645百万円
経常利益	2,155百万円	2,883百万円
自動車用潤滑油市場の占有率	3%	5%

3. 中期経営計画の重点施策

(1) 成長に向けた取り組み

自動車用潤滑油市場は、前述のとおり売上数量・売上高ともに年率1~2%減少し、今後数年間推移するものと予測しています。この成熟化した市場において、当社は以下の7つの戦略をもって市場占有率を高め、事業を成長させていくことにチャレンジします。

- ①カストロールブランドを更に強化する
- ②プレミアム・オイルを中心としたマーケティングおよび販売戦略を継続する
- ③市場の変化に即応し付加価値のある差別化された製品及び付帯サービスを提供する
- ④ブランド資産が生かせる近隣製品カテゴリーへ競争力ある製品とともに参入する
- ⑤2つの販売チャネルに焦点を当て、経営資源を集中する
- ⑥業務効率(オペレーショナルエクセレンス)の更なる向上を図る
- ⑦個々の社員のキャリアプランに応じた人材育成・能力開発プログラムの拡充を図る

(2) 重点チャネルへのアプローチ

①カーショップ

本チャネルでは高レベルのマーケット・シェアを持つ強みを生かしながら、これまでの5ヵ年計画に引き続き、合成油セグメントを中心に最新のエンジンに対応したタイムリーな新製品導入や販売促進活動に集中し、オイルカテゴリー全体の販売単価および利益の向上をリードしてまいります。

また、カストロールが全世界で実施するスポンサーシップや他業種とのコラボレーション等を日本市場に合わせて大いに活用し、既存ユーザー層への更なる訴求と新規ユーザー層の開拓に積極的に取り組みます。さらに、カストロールのブランド資産を活用して、近隣製品カテゴリーへ画期的な新製品で新規参入を計り、売上の拡大と同時に、売り場の活性化にも貢献してまいります。

②カーディーラー

純正オイルが中心に取り扱われる「国産車ディーラー・ルート」では、これまでの5ヵ年計画に引き続き、カストロールのプレミアム・オイルの取扱店舗数並びに数量を拡大することが最重点項目に

なります。そのため、これまで以上にディーラー企業に対して、プレミアム・オイルの推奨販売に必要な各種サポートツールやサービス（トレーニング）を開発し、提供してまいります。

また、保有台数に占めるシェアが向上している「輸入車ディーラー・ルート」では、世界規模で展開する BP グループのグローバルネットワークを生かし、現在の高いマーケット・シェアを引き続き維持してまいります。

以上