



平成 30 年 4 月 9 日

各 位

会 社 名 株式会社フジ
代 表 者 名 代表取締役社長 尾 崎 英 雄
(コード番号 8278 東証第一部)
問 合 せ 先 常務取締役 企画・開発担当
松 川 健 嗣
(TEL 089 - 922 - 8112)

中期経営計画〔2018-2020（平成 30-32）年度〕の策定について

平成 30 年度から下記のとおり 3 ヶ年の中期経営計画をスタートさせましたので、お知らせいたします。

記

1. 中期経営計画（2018-2020 年度）の基本方針

中期経営計画（2018-2020 年度）は、創業から 50 年という節目を越え、百年企業となるための礎を築く第一歩と位置付けます。経営理念に則り、経営ビジョンの実現に向けて新しく策定した C I（コーポレート・アイデンティティ）を組織内に浸透させ、当社の企業価値と存在価値を高めるために、地域のお客様から圧倒的な支持を得ることを目指します。少子高齢化と人口減少が著しく進行する厳しい経営環境だからこそ、特定の客層をターゲットとするのではなく、あらゆるお客様に来店していただける店舗づくりを行い、フジカンパニーズが持つ多岐にわたる事業を効果的に組み合わせ、利便性と豊かさを提供価値としてフジらしさを追求します。

テ ー マ 『 未来へ向かってのあくなきチャレンジ 』
～成長のための企業文化・人材・利益体質づくり～

【基本戦略】

- (1) お客様の立場で考え、行動することを企業文化として定着させる
- (2) 社員がイキイキと働き、コミュニケーションによる課題解決が可能な組織集団をつくる
- (3) 既存事業の方向性を明確にし、経営資源の有効活用と営業力強化を図る
- (4) 収益性と財務体質を改善し、企業価値の向上を図る

【5つのチャレンジ】

- (1) お客様からの信頼獲得
- (2) 組織間の連携スピードと実行力の向上
- (3) 人材の育成と多様化の推進
- (4) 店舗の営業力向上
- (5) 営業利益の拡大

2. 計画期間

平成 30 年 3 月から平成 33 年 2 月までの 3 年間を計画期間とします。

3. 数値計画（連結）

単位：百万円

	平成 29 年度 (実績)	平成 30 年度 (計画)	平成 31 年度 (計画)	平成 32 年度 (計画)
営業収益	316,638	322,000	328,000	333,000
営業利益	7,238	8,600	9,300	10,000
経常利益	8,938	10,500	11,200	12,000
当期利益	5,602	6,100	6,500	7,100
ROA	5.6%	6.2%	6.5%	6.8%
ROE	7.2%	6.9%	6.9%	7.1%

4. カンパニーズ戦略

フジカンパニーズは、地域の豊かなくらしづくりに貢献するため、それぞれの事業領域において存在価値を高め、グループ全体としての企業価値の最大化を目指します。

グループ戦略 『中四国屈指の「豊かさ創造グループ」への躍進』
(競争力のあるフジカンパニーズづくり)

- ・ 自立した事業集団への成長と「フジカンパニーズ」のブランド確立
- ・ コア領域への挑戦及び事業の再構築
- ・ 内部統制の強化とBCM（事業継続マネジメント）

5. 店舗戦略

(1) 出店とスクラップ・アンド・ビルド

新規出店においては、周辺人口、道路環境、競合環境、敷地面積および法規制による制限等を総合的に勘案し、一定額以上の売上高確保と10年程度での投資回収を見込むものとし、引き続き松山・広島両都市圏を重点エリアとして位置付けながら、各県の県庁所在地およびその周辺の人口集積地域や主要地方都市においても積極的に出店候補地の検討を行います。

スクラップ・アンド・ビルドは、既存店舗における躯体設備等の老朽化、競争力の低下、効率の低下、駐車場不足などの問題を、建て替えによって解決すべく積極的に実施するものとし、また、今後はノンストアリテイル事業を拡大し、ドミナント化の推進や店舗の機能強化と関連付けて、実店舗でカバーできない地域も含めたサービスエリアの拡大やサービスレベルの向上に努め、お客様の買い物に対する利便性創造を目指します。

(2) 店舗運営

事業ビジョン 「競争に勝てる」店舗づくり

- 重点課題
- ・ お客様満足（CS）の追求
 - ・ ローコスト運営
 - ・ 社員の育成と社員満足（ES）の向上
 - ・ 地域に密着した活動
 - ・ 地域シェアの維持・拡大（店舗間競争対策の実施）

6. 事業戦略

(1) スーパーマーケット事業

事業ビジョン	お客様の信頼と期待に応え続ける地域No.1 スーパーマーケット
重点課題	<ul style="list-style-type: none">・マーケットニーズを満たす新しい商品（群）の開発・販売・価格競争力向上と利益確保の両立・サービス品質の向上・フォーマットの再構築・人材育成と組織連携

(2) 衣料・住関連事業

事業ビジョン	買い物を通じてお客様に喜びや価値を提案する地域の生活拠点になる ～お客様とともに未来へつながる売場へ～
重点課題	<ul style="list-style-type: none">・新しい売場づくりと商品の価値を伝えるMDの実施・競争力と独自性のある商品開発への取り組み・事業構造の再構築・ローコスト運営の推進・人と組織の活性化

(3) ノンストアリテイル事業

事業ビジョン	ノンストアリテイル事業の拡大推進
キーワード	<ul style="list-style-type: none">・地域密着、地域貢献・リアル店舗との共存（相互送客）・利用者の利便性向上・生産性の向上

7. 投資計画

少子高齢化や人口減少、業態を超えた競争激化（出店攻勢）によるオーバーストア化が進む中、限られた経営資源の配分は、新規出店よりも既存店を磨き上げることに重きを置きます。投資総額は営業キャッシュフロー内の範囲にとどめることを原則としますが、投資対効果に優れる場合や、事業領域の拡大等につながる案件については、多額のものであっても前向きに検討するものとします。

また、販売データや顧客情報の活用による販売力の向上、店舗運営における省人・省力化の推進および経営の全体最適化とコストメリットの追求に対し、テクノロジーによる解決に向けて投資を行います。

単位：百万円

	平成 30 年度 (計画)	平成 31 年度 (計画)	平成 32 年度 (計画)
新規出店・S & B	3,472	3,250	3,300
既存店改装	1,650	850	2,930
リース物件購入	11,025	0	0
システム投資	990	1,150	600
合計	17,137	5,250	6,830

8. 人事・組織戦略

営業力と生産性の向上に向けて、人材の確保と働き方改革に取り組みます。女性・シニア・パートタイマーの活躍を推進するための制度づくりや配置転換を行うとともに、健康経営を目指して社員のワーク・ライフ・バランスを推進します。

テーマ 「人の強みを伸ばす、活かす。」

重点課題

- ・人材確保
- ・人材育成
- ・能力発揮と人材活用
- ・生産性の向上と働き方改革
- ・組織風土改革

※当リリースに掲載されている予想や見通しは、種々の前提に基づくものであり、将来の計画数値、施策の実現を確約、保証するものではありません。実際の業績は、今後のさまざまな要因により計画数値と異なる場合があることにご留意ください。

以上