

平成 30 年 8 月 7 日



上場会社名 株式会社 ケーヨー
代表者名 代表取締役社長 醍醐 茂夫
(コード番号 8168 東証 1 部)
問い合わせ先 常務取締役管理本部長 寺田 健次郎
TEL 043-255-1111

中期経営計画の見直しに関するお知らせ

最近の業績動向を踏まえ、2017 年 1 月 5 日に公表いたしました「中期経営計画の策定に関するお知らせ」について、中期目標の見直しを決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. 見直しの理由

当社では、2017 年 1 月 5 日に 2020 年を最終年度とする中期経営計画を策定し、公表しておりましたが、次の事象を鑑み最終年度を 2022 年とした上で、当該数値目標を見直すことといたしました。

当初計画では、時間をかけて利益を棄損させずに商品統合をおこない数値達成を図る計画でしたが、改装の計画を早めることにより、短期間で商品統合の効果をより享受できる計画へと変更いたしました。また、合わせて収益改善の見込めない不採算店の閉鎖も行うことで売上高は減少となりますが、利益率を改善することで利益計画を達成してまいります。

2. 中期目標

【修正前】		➡	【修正後】	
	2020 年度			2022 年度
売上高	1,550 億円		1,170 億円	
営業利益率	4.5%		5.0%	

※参考：中期経営計画の概要（別紙）

以上

D2 ケーヨーデイツー

株式会社 ケーヨー

中期経営計画の概要

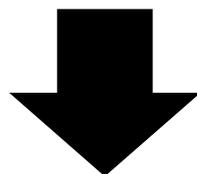
(最終年度 2022年度)

2018年8月7日

(東証1部：証券コード 8168)

DCMとの商品統一

「利益を棄損させずに商品統合を時間をかけて行う。」



「早期のシナジー享受の為、改装計画を変更し、商品及びゾーニングの統一のスピードを上げる。」

2.基本方針

選ばれる店づくり

～お客様のニーズを掴む～

従来の「暮らし総合店」という画一的な品揃えから脱却し、ホームセンターとしての専門性も追求しながら、ケーヨーデイツーとしての強みづくりをしていく。

また、お客様のニーズに合わせた便利な買物と安さを提供し、品揃え枠の拡大によるお客様の生活スタイルに合った商品やサービスを立地特性に合わせて提供し続ける事で企業価値の向上を図る。これらのことをDCMホールディングスとのシナジー効果により、スピーディに実現させる。

3.重点戦略

① 荒利益の重視

- ✓ DCMホールディングスへのグループインに伴うシナジー効果を発揮する。
- ✓ 「DIY・園芸・ペット・家庭用品」を核としたホームセンターとしての部門構成を確立する。
- ✓ お客様の生活スタイルに合った品揃えを構築する。

3.重点戦略

D2 ケーヨーデイツー

②立地特性に合わせたパターンの構築

- ✓ 立地・規模別に分類し、立地特性に合った品揃え・サービスを導入することで、お客様から選ばれる店づくりを行う。

D2 ケーヨーデイツー



PET & GREEN

3.重点戦略

③ コスト構造の改革

- ✓ 販促分配率を適正にする。
 - ✓ オペレーションコストを中心に改善する。
-

3.重点戦略

④ 不採算（店・部門）の利益改善

- ✓ 商品部門別荒利益を重視し、売場面積と扱い品種を店別に適正化する。
- ✓ 不採算店をグループ分けし、パターン別（集客・荒利益・コスト）の対策を行う。
なお、収益改善の見込めない店舗については閉鎖も行う。

3.重点戦略

⑤ サービスの充実

リフォーム

宅配

取付・交換

組立

ペット
トリミング

カーペット

庭木の剪定

灯油

- ✓ リフォームや取付サービス等の拡大を図る。
- ✓ 画一的ではなく、立地・規模毎に必要なサービスの組合せを行う。

4.中期目標

D2 ケーヨーデイツー

2022年度
売上高 1,170億円、営業利益率 5.0%

