



2019年3月15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)

### 中期経営計画最終年度の業績予想について

中期経営計画『Remorozoff 2022 ~変革~』「1st Step」(2018年1月期~2020年1月期)の最終年度につきまして、「2019年1月期決算短信」で公表いたしましたとおり、業績予想は下記のとおりとなりましたのでお知らせいたします。

#### 記

#### 1. 「1st Step」最終年度(2020年1月期)の業績予想について

	2018年 1月期 実績	2019年 1月期 実績	2020年1月期		
			2016年9月 発表 当初目標	2018年2月 発表 修正目標	今回発表 業績予想
売上高(百万円)	29,600	29,547	29,000	29,200	29,500
営業利益率(%)	8.1%	7.4%	6.2%	6.8%	6.1%
(営業利益:百万円)	( 2,405 )	( 2,189 )	( 1,800 )	( 2,000 )	( 1,800 )

#### 2. 2020年1月期の見通しについて

「1st Step」の売上高につきましては、相次ぐ百貨店の店舗閉鎖や消費税引き上げの影響などが懸念されることにより、楽観視できない状況にありましたが、それぞれの販路に対応した商品、ブランド戦略および新規店舗の出店が順調に進んでいることから、目標を上回ると見込んでおります。

しかしながら損益面では、生産性の向上とサステナビリティの実現を目的とした「西神工場の焼菓子ライン再構築」の投資(累計17.7億円)等による減価償却費の増加や、人手不足を背景とした運送費や物流加工費などの物流関連諸費用の増加、人材確保や従業員の処遇改善のための人件費の増加に加え、原材料価格も上昇傾向にあることから、営業利益率につきましては目標を下回る見通しであります(なお営業利益額は当初発表目標の18億円を達成する見通しであります)。

最終年度であります2020年1月期につきましても、引き続き中期経営計画に掲げる販路、商品・ブランド、生産、組織のそれぞれの戦略を完遂することで、上記見通しを上回る結果を挙げられますよう全力で取り組んでまいります。

#### 【ご参考】

「1st Step」の戦略概要

##### ※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
3. 生産性向上とサステナビリティの実現を目指した焼菓子ラインの再構築

##### ※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。