



2021年1月29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 代表取締役副社長 山岡 祥記  
(TEL. 078-822-5000)

### 中期経営計画の見直しに関するお知らせ

当社は2021年1月期より新たな中期経営計画『Re morozoff 2022～変革～』「2nd Step」(2021年1月期～2023年1月期)をスタートさせておりますが、新型コロナウイルスの影響を踏まえ、2020年1月30日に公表いたしました当中期経営計画の目標数値を下記の通り変更いたします。

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早期に実行に移し、この目標数値の達成に全力で取り組んでまいります。

#### 記

#### 1. 「2nd Step」の目標数値の変更

##### ① 変更内容

	2023年1月期	
	変更前	変更後
売上高	29,600百万円	28,000百万円
営業利益率	5.0%	4.5%

##### ② 変更理由

『2nd Step』の初年度にあたる2021年1月期は、新型コロナウイルスの感染拡大の影響による外出自粛や事業、行動の制限を受けて、当社は売上高、利益とも大きな影響を受けることとなりました。今後も「With コロナ」「After コロナ」が続いていくと考えられ、それにより人の移動や行動が一定の制限を受け、景気や雇用所得環境の悪化、個人消費の低迷などが続くことが想定されます。また、この影響により百貨店などの店舗閉鎖やギフト需要の縮小、お土産需要の低迷などの流れも続くと考えております。

このため売上高は、中期経営計画の最終年度である2023年1月期までに、『2nd Step』の各種戦略を実行したとしても、コロナ前の水準まで回復することは困難であると想定しており、「2nd Step」の最終年度である2023年1月期の売上高の目標数値を296億円から280億円へ見直しすることといたしました。

また損益面では、生産性の向上による人件費の圧縮や諸経費の節減、売上高の変動に対応した柔軟な生産体制の構築を図ってまいりますが、売上高減少の影響に加えて、物流費用の上昇などのコストアップも見込まれることから、これらの要因を総合的に勘案し、営業利益率の目標数値を5.0%から4.5%へ変更することといたしました。

なお、「2nd Step」の基本的な戦略の骨子は変更いたしません。目標数値の変更とともに個別の戦術に追加や修正を加えております。また「新ブランド戦略」の中に、「鎌倉ニュージャーマンの子会社化とブランド再構築」を追加し、首都圏でのブランド強化を目指してまいります。

## 2. 「2nd Step」の戦略概要の変更

変更内容：新ブランド戦略の中に次の項目を追加

### 「2. 鎌倉ニュージャーマンの子会社化とブランド再構築」

#### 【ご参考】

「2nd Step」の戦略概要

#### ※新ブランド戦略

1. 首都圏を中心とした新ブランドの開発、投入
2. 鎌倉ニュージャーマンの子会社化とブランド再構築（今回追加）

#### ※市場、商品・ブランド戦略

1. 委託チャネルのビジネスモデルの強化
2. 安定した収益獲得のための納品チャネルの拡大
3. 市場戦略実現に向けた商品開発

#### ※生産戦略

1. 持続的な安定供給を目指した生産体制の確立
2. 市場戦略および商品戦略の実現を目指した最適な生産体制の確立

#### ※人事・組織戦略

1. 安定した労働力の確保と将来組織体制の確立を前提とした総額人件費の抑制
2. 「CSR推進活動」を基盤とした「SDGs」への取組み強化

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。