



2021年5月7日

各 位

会社名 株式会社 魚 力
代表者名 代表取締役社長 山田雅之
(コード番号 7596 東証第一部)
問合せ先 取締役経営企画室長 山田虎生
(TEL. 042 - 525 - 5600)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2021年度から2023年度の3カ年を対象とする新たな中期経営計画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. 新たな中期経営計画策定の趣旨

前中期経営計画(2018~2020年度)における目標①「内部資源の活用により売上高330億円を達成する」について、多くの退店を伴う店舗のスクラップ・アンド・ビルドへの取り組みにより計画未達となりましたが、不採算店の削減、特にコロナ下の2020年度における店舗オペレーションの改善などにより各利益は計画を大幅に上回りました。また、目標②「新規事業において会社の核となる魚ビジネスを確立する」については、魚力商事㈱が行う卸売事業において国内外の販路開拓が進み、その売上高や利益の規模はグループ業績に貢献できるまでに拡大しています。

当社を取り巻く経営環境を見つめ直し、これに対応するため2021年度から2023年度の3カ年を対象期間とする中期経営計画を策定いたしました。魚価高騰・エネルギー価格上昇による仕入・物流コストの増加をはじめ経営環境は厳しさを増しています。一方、海外における魚介類への需要は高まっています。他方、東証市場再編、SDGsに関する取り組みなど新たな課題も生まれています。

2. 基本的な考え方

①チャレンジ戦略：創業100年に向け新しい可能性にチャレンジする

②仕入・販売戦略：

仕入、物流などのコスト増に対応すべく、魚力の現場第一を改めて徹底する。特に、好適な立地に競争力のある条件で、的を絞った出店を行うことを徹底する

③人材戦略：人を大切にし、育てる施策を実行する

④財務戦略：安定した収益基盤に基づく株主還元により株主価値を高める

3. 目 標

①プライム市場への定着、SDGsへの積極的な取り組みなど上場企業としての使命を果たし、世界基準企業への道を切り拓く

②内部資源の活用により売上高380億円を達成する(M&Aなどを含まない売上高)

③輸出を含む卸売事業を拡大し新たな収益の柱へ育てる

(以下次葉)

4. 損益計画の概要

(百万円、%)

	2021年度			2022年度			2023年度		
	計 画	売上比	前年比	計 画	売上比	前年比	計 画	売上比	前年比
売上高	33,500	100.0	104.5	35,100	100.0	104.8	38,000	100.0	108.3
営業利益	1,410	4.2	103.1	1,530	4.4	108.5	1,750	4.6	114.4
経常利益	1,700	5.1	101.9	1,730	4.9	101.8	1,950	5.1	112.7
当期純利益	980	2.9	106.6	1,080	3.1	110.2	1,230	3.2	113.9
1株当たり純利益	70.26円			77.43円			88.18円		
期末店舗数	95店			100店			105店		

5. 基本戦略

(1) チャレンジ戦略：

- ・プライム市場へ移行、グローバルな投資家に認められる企業となる
- ・輸出を拡大、日本の食文化を世界に普及
- ・SDGsへ取り組み強化
(トレーサビリティを備えたフードバリューチェーン構築、漁業者支援)

(2) 仕入・販売戦略：

- ・「旬の魚」商品の割合を高め、品質で差別化
- ・バイイングパワーに磨きをかける
- ・的を絞った新規出店。必要であれば退店も辞さない
- ・飲食事業の構造改革（物流合理化、オペレーション見直し、寿司店中心の店舗網へ再編）

(3) 人材戦略：

- ・人材の育成（義務教育的研修、マネジメント研修）
- ・労働環境の改善、事業継続性の確保

(4) 財務戦略：

- ・連結配当性の方針に基づく安定配当の継続
- ・所有株式数、保有期間に応じたきめ細かい優待制度

※本資料は当社グループの計画、経営判断、業績予想などが含まれておりますが、これらは現時点での予測であり、実際の業績は様々なリスクや、不確定要素に左右され、本資料において確約するものではありません。従いまして、実際は国の諸施策、市場動向などの変動により大きく異なることになり得ることをあらかじめご承知おきください。

以 上