



2021年10月5日

各 位

会社名 株式会社 さいか屋
代表者名 取締役社長兼社長執行役員 井出 陽一郎
(コード番号 8254 東証第2部)
問合せ先 企画開発本部総合企画部長 石川 浩二
(TEL:046-845-6820)

2022年2月期～2024年2月期 さいか屋営業指針について

当社は、2022年2月期を初年度とし、2024年2月期までの3ヵ年を対象にした営業指針を策定しましたことをお知らせいたします。

百貨店業界におきましては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、依然として厳しい状況が続いております。このような状況の中、2021年5月26日より親会社となりました株式会社 AFC-HD(コード番号 2927)との資本業務提携を背景としたシナジー効果を生み出す取り組みを実現するとともに、継続的・安定的な百貨店事業を確立させるための四大改革(営業改革、外商改革、人事制度改革、後方部門改革)推進、創業150年企画開催などを軸とした営業指針を全社一丸となって実行し、常態的な黒字化実現による企業価値向上を目指してまいります。

(※営業指針の詳細につきましては添付本資料をご参照くださいませ。)

なお、新中期経営計画につきましては、新型コロナウイルス感染症拡大の収束時期を含めて、合理的な中期業績見通しが可能となった時点で公表させていただきます。

以上

2022年2月期～2024年2月期
さいか屋 営業指針

常態的な黒字化実現による企業価値向上

2021年10月5日
株式会社さいか屋

アジェンダ

1. 当社、業界を取り巻く環境
2. 基本方針
3. 四大改革の推進
4. シナジー効果
5. 創業150年記念
6. 個別店舗戦略

1. 当社、業界を取り巻く環境

(1) 業界の動向

業界全体	新型コロナウイルス感染症拡大	郊外中型店や地方店
百貨店売上高が年を追って縮小 ↓ 小売業界におけるプレゼンスの低下	①インバウンド需要の収縮 ②大手アパレルの業容縮小や外出機会減少によるファッション衣料低迷 ③将来不安を反映した消費マインドの低下 ↓ 逆風下の営業展開	独自の営業戦略(外商、リモート販売など)が奏功 リビング用品や健康維持商材などが堅調 ↓ 知恵と工夫次第で光明が差す状況

(2) さいか屋の消長

- 創業148年に当たる昨年は、「2010年の事業再生計画スタート」から「2015年の川崎店閉店・移設」を経て、2021年2月の横須賀店閉店を発表しました。
- その後、お客様、地元商店街、行政、お取引先様などの支援を受けて、横須賀店のリスタートを表明し、2021年3月「YOKOSUKA SHOPPING PLAZA」を開店いたしました。
- 2021年5月には、財務基盤の強化、シナジー効果による営業力の強化を目的とし、AFC-HDと資本業務提携を締結。同社より第三者割当増資を受け連結子会社となりました。

2. 基本方針

当社は、「常態的な黒字化の実現による企業価値の向上」を目指して営業指針を策定いたしました。営業指針実行におきましては、新型コロナウイルス感染症拡大による事業環境の変化やSDGsに代表される社会的要請への対応を踏まえ、以下の基本方針を着実に実現してまいります。

基本方針

- 店舗成長戦略の策定
- ローコストオペレーション
- 顧客満足の最大化
- 経営資源(人材、資産)の最大活用

基本方針を
実現するために

四大改革を推進

営業改革

外商改革

継続的、安定的な
百貨店事業の確立

人事制度改革

後方部門改革

シナジー効果

AFC-HDとの資本業務
提携を背景とした財務
基盤・営業力の強化

創業150年

2022年1月からの「さ
いか屋創業150年記念
企画」による営業力向
上およびお客様のすそ野
拡大

3. 四大改革の推進

営業改革

MD政策

収益性を重視したMD政策の推進、顧客満足度の高い品揃えの実現

- マーケットに対応した店舗別最適MDの構築
- 編集平場、消化仕入、定期賃貸借のバランスチェック
- 地域密着MD、地場産業とのコラボレーション推進
- コト対応・ソリューション対応の深化

販売政策

最大の顧客満足を最小のコストで実現する仕組みづくり

- 適正要員配置、自主運営部門の選定と人材投入
- フロア・部門・催事別収支の検証
- 行政・周辺商店街との連携および顧客戦略強化による集客力の向上

外商改革

生産性向上

一人当たり売上高

- 口座体系の見直しと優良顧客の開拓
- 顧客情報の管理とデータ活用
- 販路拡大、好適商材の発掘

収益力アップ

一人当たり営業利益

- 個人別算定利益意識の醸成
- 高益率商材の拡販
- 計画的・効率的な営業活動の推進
- 組織販売増強、システム販売開発

人事制度改革

営業改革・外商改革を支える体制整備

- 人材の登用と育成、専門的能力の向上
- 直間比率の見直しと是正による偏りの修正
- 組織体系と評価制度の見直し
- 環境変化と社会的要請への対応、働き甲斐のある職場風土の醸成

後方部門改革

効率的な後方業務体制の構築

- 経営企画、営業戦略部門の業務精度向上
- 総務、管理、経理部門の再構築
- ロジスティック改革の推進
- 保有資産の有効活用と遊休資産の見直し

4. シナジー効果

2021年5月26日より親会社となったAFC-HDと業務改善に取り組み、そのシナジー効果により、コストの見直しおよび合理化、営業力の強化などを推進いたします。

AFC-HDとのシナジー効果による業務改善

コストの見直しおよび合理化

- 親会社(AFC-HD)からの資金借入【**実行済**】
本件により、新規・成長分野への投資による売上増大が見込まれるほか、借入利率の低下に伴い、年間約1億円の支払利息が削減されます。

営業力の強化

- AFC-HDとの通信販売コンテンツやECインフラの活用
- AFC-HD商材の販売拡充
(健康食品・サプリメントなど)
- 未使用スペースの効果的活用

コストの見直しおよび合理化 + 営業力の強化 → 企業価値の向上

5. さいか屋創業150年

創業1872年(明治5年)10月20日

創業150年を迎えるにあたり、当社藤沢店、横須賀店、川崎店の所在する地域の皆様や永年お引き立ていただいておりますお客様へ、これまでのご愛顧に感謝を含め「創業150年記念企画」を2022年1月より実施いたします。既存顧客のロイヤリティ向上に加え、新たな顧客を創出することでお客様のすそ野拡大をはかります。

さいか屋創業150年企画実行の概要（2022年1月～2022年12月）

全館 企画

- 特別限定品や特別お買得品をご用意
- 大感謝祭（春・秋の2回開催を予定）
 - 創業150年記念企画商材の販売
 - 福袋・150年感謝袋（初商、創業月の2回開催）

コラボ 企画

- お取引先様とコラボレーションした当社限定の創業150年オリジナル記念商品を販売
- 地元企業や近隣商店・学校関連とのコラボレーション企画
 - 地元新江ノ島水族館とのコラボレーション企画 他

外商 企画

- 外商常得意様に向けたスペシャルなイベントを開催
- 彩華会(さいかかい)・・・限定の逸品を販売、外商常得意様向けイベントの開催（春・秋の2回開催予定）
 - 大絵画展（開催月未定）
 - 3月:薩摩焼15代沈壽官展
 - 7月:九谷焼米久和彦作陶展
 - 10月:15代酒井田柿右衛門展

物産 展

- 新規出店や新商品の開発をはじめ、お客様からの支持が高い商品を豊富に取り揃え物産展を開催
- 北海道物産展（春・秋の2回開催予定）
 - 駅弁大会（1月開催）・・・鉄道開業150周年との相乗効果を狙った催しを検討

既存顧客のロイヤリティ向上 + 新たな顧客の創出 ➡ お客様のすそ野拡大に伴う売上高の増加



顧客ロイヤリティを向上させ、継続的な成長をはかります。

6. 個別店舗戦略

店舗	ストアコンセプト	キーワード
藤沢店	SHONAN ライフスタイルストア ＜地域との共生、地元密着＞	<ul style="list-style-type: none">▶ We are Shonanian「湘南マインド百貨店」▶ 価値観の高い品揃えとホスピタリティあふれる売場づくり▶ 中規模店の強みを活かした買い回り環境の整備
横須賀店	食べる・遊ぶ・楽しむ 「横須賀ぐらし」 ＜地域との共生、地元密着＞	<ul style="list-style-type: none">▶ デイリーユースとギフトニーズに対応したコンパクトストア▶ 時間消費型MDとサービスを融合させたお気に入り空間 ＜南館の再構築および未使用スペースの活性化＞▶ 三浦半島をメイン商圈とするロイヤリティ顧客の拡大
川崎店	地元に愛される サテライトストア	<ul style="list-style-type: none">▶ 立地条件と顧客ニーズにマッチしたMD選定、イベント開催▶ 外商拠点としての存在価値向上▶ お客様に寄り添ったおもてなし空間の提供

なお、新中期経営計画につきましては、新型コロナウイルス感染症拡大の収束時期を含めて、合理的な中期業績見通しが可能となった時点で公表させていただきます。

