



平成18年5月9日

各 位

上場会社名 株式会社 ヤオコー
(コード番号 8279 東証第一部)
代表者 代表取締役社長 川野幸夫
問合せ先責任者 常務取締役IR広報室長 大塚 明
(TEL 049-246-7002)

第5次中期経営計画について

当社グループは、このたび第50期(平成19年3月期)から第52期(平成21年3月期)までの3カ年を計画期間とする第5次中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせします。

I. 計画概要

1. 基本的な考え方

当社は平成6年3月に第1次中期経営計画(平成7年3月期から平成9年3月期)を策定し、それ以降これまで4次にわたり、中期3カ年経営計画を策定し、その達成に向けて経営努力を重ねてまいりました。今回の第5次中期経営計画は、その期間中(平成19年7月)に当社設立50周年を迎え、当社としても大きな節目でありますとともに、これを機会に新たな飛躍を図る大切な3カ年と位置付けております。

現状、日本経済は長く続いたバブル崩壊後のデフレ状態をようやく脱し回復基調にありますが、一方、流通・小売業界、特にスーパーマーケット業界は、オーバーストア状態の中で、引き続き厳しい競争が続いており、企業間の格差も拡大しつつあります。こうした中で、当社は『ライフスタイルアソートメント型スーパーマーケットとしてミールソリューションの充実を図る』ことを基本経営目標として掲げて、これまで一貫してその実現に努力してまいりました。その結果、当社の業績はお陰様で17期連続の増収・増益となっております。

第5次中期経営計画におきましても、引き続き『ライフスタイルアソートメント型スーパーマーケットとしてミールソリューションの充実を図る』ことを基本として、お客様の圧倒的なご支持、ご信頼をいただけるよう一層の経営努力を行なう所存であります。

2. 計画目標

(1) 計画期間

平成18年4月1日～平成21年3月31日の3カ年

(2) 主要目標数値

【長期目標数値】

- ・売上高: 1兆円
- ・店舗数: 首都圏に標準化された店舗500店

【第5次中期経営計画の目標数値 ヤオコー+三味】

① 業績(最終年度)

- ・営業収益 2,112億円
- ・経常利益 85億円

② 経営指標(最終年度)

- ・売上高経常利益率 4%
- ・総資産経常利益率 12%

③ 店舗数(最終年度) 108店舗

II. 計画概要

1. 経営方針

- ・当社の企業理念である『生活者の日常の消費生活をより豊かにすることによって、地域文化の向上、発展に寄与する』の実践を通して、ライフスタイルアソートメント型スーパーマーケットのトップ企業を目指す。

2. 基本経営戦略

1) ヤオコブランドの確立

- ・『ライフスタイルアソートメント型スーパーマーケットとしてミールソリューションの充実』を図ることにより、他社との差別化・独自化を進め、『ヤオコブランド』として確立する。

(注)ライフスタイルアソートメント型スーパーマーケット

ライフスタイルアソートメント型SMとは、生鮮、日配、デリカなど毎日の食生活をより豊かにするための新鮮で美味しい食材やおかず・ご馳走を豊富に品揃えし、インスタ加工・製造等により出来立て・つくりたて商品をお客様に提供するとともに、メニュー提案や食事に関する問題の解決のため専門的・総合的な提案を行なうSMのことをさします。ライフスタイルアソートメント型SMの場合は、地域のお客様(カスタマー)のニーズに合わせて店毎に品揃え等が異なるため所謂個店経営を基本としております。

具体的には

- ①当社のあるべきマーチャライジング(MD)やミールソリューションを具体的に明確にし、そのコンセプトに基づいて商品開発・品揃えを抜本強化するとともに、
- ②坂戸千代田店で実施してきた生産性アップの成果の全店展開
- ③さらには川越南古谷店、ワカバウオーク店など大型店の個別MDの積極展開などに取組む。

げ

2) 人材の開発・教育・研修の体系的・計画的な推進

- ・ライフスタイルアソートメント型SMの基本である個店経営と全員参加の商売を実践できる専門能力を持った主体的な人材を育成する。

具体的には、店の運営の中心的な担い手であるパートタイマー社員(パートナーさん)の教育、育成を抜本的に強化するとともに、並行して技術研修や処遇改善にも積極的に取組む。

3) ドミナントの強化等エリア戦略の明確化と新たな店舗フォーマットの開発

- ・近時の競争激化および同質化競争の進展等を踏まえ、埼玉県を中心とした当社のドミナントエリアの強化を図るとともに、新たなMDに対応した新しい店舗フォーマットの開発に取組む。

具体的には、新規出店や既存店の改装によりドミナント地域の営業基盤・ネットワークを一層強化するとともに、各地区の基幹店の競争力強化を図る。また、東京都下等人口密集地域への出店に対応した新たなコンセプト・MDに基づく店づくりにも積極的に取組む。

4) 組織力・総合力のアップ

- ・近時のコンプライアンス強化や会社法制の見直し等への組織的な対応を図るとともに、今後100店舗体制に向けて、当社としても従来の意思決定や業務運営の大幅な見直し等組織的な対応を強化する。

具体的には、

- ①コンプライアンス強化については、法令順守や内部統制の整備等の観点から必要な組織体制の整備を行なうとともに、改めて当社の創業精神・企業理念の徹底のための教育研修の強化
- ②意思決定・業務運営の見直しについては、各店における主任、担当、パートナー等によるチーム体制(『メンバー制度』)の明確化や商品開発等における各取引先との『取引から取組みへの転換』さらには社内タスクフォースによる重要テーマの部門横断的な検討など組織的な取組を強化する。

5) 設立50周年記念事業の積極的推進

- ・2007年7月の当社設立50周年記念事業として、営業面の活動(記念セール等)の他、研修センターの建設など当社の新たな飛躍に繋がる各種投資や顧客・地域・社会への貢献活動等に積極的に取組む。

Ⅲ. 3ヵ年計画計数

(単位:億円未満四捨五入)

| | | 第49期 (平成18年3月期) | | 第50期 (平成19年3月期) | | 第51期 (平成20年3月期) | | 第52期 (平成21年3月期) | |
|---------------------------------|----------|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|--------|
| | | 実績 | 対前期比 | 計画 | 対前期比 | 計画 | 対前期比 | 計画 | 対前期比 |
| 単 体 | 営業収益 | 1,561 | 106.3% | 1,710 | 109.5% | 1,932 | 113.0% | 2,106 | 109.0% |
| | 売上高 | 1,489 | 106.1% | 1,632 | 109.6% | 1,844 | 113.0% | 2,010 | 109.0% |
| | 営業利益 | 60 | 103.7% | 65 | 108.3% | 74 | 113.8% | 80 | 108.1% |
| | 売上高営業利益率 | 4.0% | — | 4.0% | — | 4.0% | — | 4.0% | — |
| | 経常利益 | 59 | 102.7% | 64 | 108.5% | 73 | 114.1% | 80 | 109.6% |
| | 売上高経常利益率 | 4.0% | — | 3.9% | — | 4.0% | — | 4.0% | — |
| ヤ オ コ ー 十 三 味 | 営業収益 | 1,564 | 106.3% | 1,714 | 109.6% | 1,937 | 113.0% | 2,112 | 109.0% |
| | 売上高 | 1,489 | 106.2% | 1,632 | 109.6% | 1,844 | 113.0% | 2,010 | 109.0% |
| | 営業利益 | 63 | 105.2% | 68 | 107.9% | 77 | 113.2% | 85 | 110.4% |
| | 売上高営業利益率 | 4.2% | — | 4.2% | — | 4.2% | — | 4.2% | — |
| | 経常利益 | 62 | 104.4% | 67 | 108.1% | 77 | 114.9% | 85 | 110.4% |
| | 売上高経常利益率 | 4.2% | — | 4.1% | — | 4.2% | — | 4.2% | — |