

今後の成長戦略

当社はこの度『中期経営ビジョン 2009』の実現に向けた『今後の成長戦略』を策定いたしましたのでお知らせいたします。

記

『今後の成長戦略』について

当社は、2009年2月に『中期経営ビジョン 2009』を発表し、『HAPPY創造企業をめざして』の旗印の下、経営ビジョンとして以下の4項目を掲げました。

1. 事業構造の変革と既存事業の効率化・質の向上の実現
2. 企画提案力の強化と顧客価値の創造
3. 効率経営の推進
4. 社会の一員としての使命を果たす企業への成長

更に、この『中期経営ビジョン 2009』の実現に向け、「販路戦略」「ブランド戦略」「経営基盤強化に向けた施策」を「3つの重点戦略」と定め、取り組みをスタートしてまいりました。

昨今の厳しい市場環境の中、消費者の購買動向も大きな変化をみせております。こうした変化に対応し、新たな成長を確実に実現するため、「3つの重点戦略」を、より具体的な戦略に落とし込んだ以下の『今後の成長戦略』を策定し、更なる事業力の強化を目指してまいります。

『今後の成長戦略』

- 【1】 「バーバリー事業」の更なる強化
- 【2】 「エポカ事業」「ポール・スチュアート事業」を次世代基幹事業として強化・拡大
- 【3】 百貨店との取組み強化
- 【4】 新販路に向けた事業の積極展開ならびにストア事業の拡大
- 【5】 東アジアを主とする海外事業の積極展開
- 【6】 次期基幹事業の開発・育成
- 【7】 事業運営の効率化
- 【8】 全社にわたる「原点回帰」の実践

『今後の成長戦略』 具体策

【1】 バーバリー事業の更なる強化を図ります

- ▶ 顧客起点に立った「商品開発力」と「販売サービス」の向上による事業力の強化
- ▶ アウトレット業態への進出による新たなS C Mの構築
- ▶ アジア市場における「バーバリー・ブルーレーベル」「バーバリー・ブラックレーベル」の販売検証の為の試験店舗のオープン（バーバリー社・三陽商会・三井物産の連携）

【2】 エポカ事業及びポール・スチュアート事業を次世代を担う基幹事業と位置づけ強化・拡大を図ります

- ▶ ブランド価値を最大活用した「新ラインの開発」や「サブライセンスビジネスの展開」による事業規模の拡大
- ▶ エポカ・ザ・ショップ並びにポール・スチュアート直営店を軸とする「ストア事業」への取組みと規模の拡大
- ▶ 都市型ファッションビルなどの新たな販路への展開と商品開発
- ▶ アウトレット業態への本格的進出

【3】 主販路である百貨店との取組みを強化してまいります

- ▶ 当社の強みである「ものづくり」を生かし、顧客ニーズを的確にとらえた商品の開発
- ▶ 顧客起点の考え方に基づく「販売サービス」の更なる向上
- ▶ 百貨店と連携した積極的な「プロモーション活動」などによる集客力の強化

【4】 新販路に向けた事業の積極展開ならびにストア事業の拡大を図ってまいります

- ▶ 既存事業における販路の多角化の推進
- ▶ 「ストアビジネス事業部」「セレクトショップ事業部」の組織強化による都市型ファッションビルなどにおける「ストア事業」の拡大
- ▶ 「櫛カイラニ・インターナショナル」の設立による婦人服ヤングカジュアル市場への積極的参入
- ▶ 「SANYO iStore」をはじめとする通信販売（Web・TV・通販カタログ等）への取組み強化

【5】 東アジアを主とする海外事業の積極展開を図ってまいります

- 既展開3ブランドの出店加速と、新たなブランドの投入による中国国内販売事業の拡大
- 現地（中国）企画商品の開発による顧客ニーズへの対応強化

【6】 次期基幹事業の開発・育成を推進してまいります

- 百貨店・新販路に向けた「新婦人服基幹ブランド」の開発
- 成長市場に向けた新ブランドの開発と「テスト・マーケティング」などによる新規事業の効率的な立ち上げ、推進

【7】 事業運営の効率化を図ってまいります

- 事業構造の全社的かつ聖域なき再点検と改善による効率化の推進
- 商品調達（企画・生産・物流）の構造改革断行による効率化とコストダウンの推進
- 不採算ブランド・不採算店舗の見直し及びスクラップによる効率化の推進
- 国内物流拠点の集約化による効率の向上

【8】 全社にわたる「原点回帰」の実践を推進してまいります

- 当社の強みである「ものづくり」を更に強固にするための企画生産部門の強化（研修を通じてのスキルアップと意識改革など）
- 顧客起点の徹底による販売サービスの質の向上（セールストレーナー制度の充実、本社と店頭間のコミュニケーションの緊密化など）

以上