



平成 27 年 4 月 13 日

各 位

会 社 名 株式会社フジ
代 表 者 名 代表取締役社長 尾 崎 英 雄
(コード番号 8278 東証第一部)
問 合 せ 先 専務取締役 企画・開発本部長
佐 伯 雅 則
(TEL 089 - 922 - 8112)

中期経営計画（2015-2017（平成 27-29）年度）の策定について

平成 27 年度より 3 ヶ年の中期経営計画をスタートさせましたので、お知らせいたします。

中期経営計画（2015-2017 年度）では現在や将来の事業環境を見据えた上で、計画の最終年度で創業 50 周年に当たる平成 29 年度までに到達すべき目標や姿を明確にし、その先の将来へ向けでも成長を続けることができる経営基盤づくりを目指して参ります。

記

1. 中期経営計画（2015-2017 年度）の基本方針

中期経営計画（2015-2017 年度）は、半世紀にわたる事業活動の集大成として中四国エリアにおける当社の企業価値と存在価値を高め、地域のお客様から圧倒的な支持を得ることを目指します。経営ビジョン「中四国くらし密着ドミナント」の実現に向けて、お客様の期待に応えていくためには我々自体が生まれ変わり、ブランドバリューを高めていく必要があります。また、フジカンパニーズ（当社及び子会社、関係会社で構成する企業グループ）が持つ多岐にわたる事業を効果的に組み合わせ、事業ドミナント（※）をさらに強化することで競争力と収益力を高めていくことを目指します。

※ドミナント…一定の地域において、占有率を高め同業他社と比較して優位性を確保する戦略。

テ ー マ 『 成長し続ける企業へ 』 ～50 周年、さらに未来へ～

基本戦略 (1) 「フジブランド」による価値創造と既存事業の再構築
(2) 中四国におけるドミナント深耕のための事業拡大
(3) コスト構造改革と人と組織の活性化による経営基盤の強化

重点施策

- ・お客様満足の向上
- ・SC機能の改善と抜本の見直し
- ・SMを基軸にした事業領域拡大
- ・連携推進による新たな価値創造
- ・コストマネジメントと財務体質強化
- ・人材の育成と組織改革

2. 計画期間

平成 27 年 3 月から平成 30 年 2 月までの 3 年間を計画期間とします。

3. 数値計画（連結）

単位：百万円

	平成 26 年度 (実績)	平成 27 年度 (計画)	平成 28 年度 (計画)	平成 29 年度 (計画)
営業収益	311,941	314,000	323,000	326,000
営業利益	5,318	6,500	8,000	9,300
経常利益	5,955	7,000	8,500	10,000
当期利益	2,906	3,100	4,600	5,800
ROA	3.7%	4.4%	5.2%	5.9%
ROE	4.5%	4.7%	6.6%	7.7%

4. カンパニーズ戦略

フジカンパニーズが担うべき役割は、地域のお客様一人ひとりの暮らしを支え、豊かさを感じていただけるシーンを創造することと認識しています。私たちは、地域の豊かなくらしづくりに貢献するために、それぞれの事業領域において存在価値を高め、グループ全体の企業価値の最大化を目指します。

グループ戦略 『中四国屈指の「豊かさ創造グループ」への躍進』
(競争力のあるフジカンパニーズづくり)

- ①自立した事業集団への成長
- ②グループシナジーの追求

5. 出店戦略

ドミナントエリアをより強固なものにするために出店を行います。出店エリアは松山、広島両都市圏を重点エリアとし、広島市以外の広島県内及び四国の県庁所在地への出店も検討いたします。出店形態としてはSM（スーパーマーケット）もしくはNSC（近隣購買型ショッピングセンター）とし、新しいチャレンジとして、より小商圈に対応した売場面積 300 坪以下の小型SMの事業モデルづくりを推し進めます。

6. 事業戦略

(1) スーパーマーケット事業

事業ビジョン 「食生活提案型スーパーマーケット」

- 重点課題
- ・販売競争力を高めるための商品力・販売力・管理力向上
 - ・オペレーション改革による生産性の向上
 - ・事業モデルの再構築とそのための方針の整備
 - ・お客様の利便性を高めるための機能付加
 - ・従業員の知識、技術、接客レベルの向上
 - ・安全安心を担保する仕組みづくり

(2) 衣料・住関連事業

事業ビジョン 「アクティブ世代（※）を中心とした快適で楽しい生活提案」
※55歳以上の元気に充実した日々を送る世代

重点課題

- ・専門分野に特化した競争優位に立てる核カテゴリーづくり
- ・直営とフランチャイズ、テナントを組み合わせた売場最適化
- ・ブランド育成と荒利益率向上のための商品開発
- ・適正規模化の推進
- ・ローコスト運営の推進

(3) テナント（ディベロッパー）事業

事業ビジョン 「地域、SC規模ごとに最適なテナントリーシングによる魅力的なSCの構築」

重点課題

- ・地域一番店SCのリニューアル推進
- ・衣料・住関連売場の損益改善に対応したテナント導入
- ・今後の出店形態にフィットするテナント開発
- ・テナントパートナーシップの強化

(4) ノンストアリテイル事業

事業ビジョン 「地域に密着したノンストアリテイル事業の実現」

重点課題

- ・ネットショップの事業規模拡大
- ・ネットスーパーの黒字化に向けた事業再編
- ・移動販売事業への参入と既存買物支援事業の継続性の確保

7. 財務戦略

企業価値向上のためにキャッシュフローを重視し、財務基盤の強化を行います。

- ① 有利子負債の圧縮
- ② 自己資本比率の向上
- ③ 売上高経常利益率の改善

8. コーポレートガバナンスとCSR

(1) コーポレートガバナンス

経営の意思決定が経営理念の実現や価値創造にとって有効な判断となることや、組織として企業倫理の逸脱を防止すること、及び会社が抱えるリスクを認識し事業継続することを目的とした内部統制の体制づくりを推進します。

(2) CSR

経営理念を基に事業活動を通じて社会的責任を果たすことを継続します。また、環境調和型企業として持続可能な社会の実現を目指します。

※当りリリースに掲載されている予想や見通しは、種々の前提に基づくものであり、将来の計画数値、施策の実現を確約することや保証するものではありません。実際の業績は、今後の様々な要因により計画数値と異なる場合があることにご留意ください。

以上