

nf10

NAKAYAMAFUKU NEXT10

創業100周年に向けた10年間の成長戦略
進捗状況のご報告

平成30年5月11日
中山福株式会社

平成27年3月をもって創業90周年を迎えた当社が、次の100年を生き抜くために、創業100周年に向かって取り組むべき成長戦略として、平成28年5月に発表致しました「中山福NEXT10」の進捗状況についてご報告申し上げます。

なお、経営理念、経営ビジョンに変更はありませんが、経営戦略については経営環境の変化に応じた修正を加えております。

nf10 第72期の回顧と今後の展開

第72期におきましては、ネット通販市場の更なる拡大や他業態との競合などにより、当社の主な販売先における価格競争が激化したことに加え、人手不足を背景とする人件費や運賃の上昇により、大幅な収益の低下を余儀なくされました。

一方、このような経営環境の変化に対応するため、射出成形工場を有するグリーンパル株式会社を買収し、自社オリジナル商品の強化を図るとともに、新規販売チャネルの開拓を担う部署を新設し事業領域の拡大を図りました。

第73期については、引き続き「中山福NEXT10」における経営戦略に基づき、連結経営の強化による収益力の増強を第一義とする事業戦略を展開する所存です。

■ 経営ビジョン

創業100周年を迎えるに際しての当社の目指すべき姿

消費者のニーズに対応した幅広い商品の調達力、企画提案力に裏打ちされた強力な営業力、高度な物流システムを基盤とする効率的な物流ネットワークを有し、国内では業界のリーディングカンパニーとしての地位を確立するとともに、海外市場にも確固たる基盤を有するホームユース製品の専門商社を目指します。

■ 経営戦略

経営ビジョンに到達するための4つの戦略

●既存市場におけるシェア拡大

少子高齢化を背景に既存市場の縮小が予想される中、厳しい環境下での消耗戦に勝ち残ることで市場シェアの拡大を図ります。

●新規販売チャネルの開発

新設した新規販売チャネルの開拓に特化する部署を中心に、グリーンパル株式会社ほか連結子会社が企画開発する商品の販売強化など、グループ企業とのシナジー効果を発揮して販売チャネルの拡大を図ります。

●海外市場への販路拡大

訪日外国人の増加による日本製品の認知度向上を追い風と捉え、主に中国、東南アジアへの輸出取引の拡大を図ります。

●自社オリジナル商品の強化

「ベストコ」のブランディングを強化するとともに、グリーンパル株式会社の製造技術や株式会社インターフォームのデザイン力を活用した新商品の開発に注力します。

■ NF10 中期経営計画の考え方

創業100周年までの9年間で3つのフェーズ(中期計画)として成長戦略を展開致します。

	第1フェーズ(中期計画)			第2フェーズ(中期計画)			第3フェーズ(中期計画)		
70期 28/3期	71期 29/3期	72期 30/3期	73期 31/3期	74期 32/3期	75期 33/3期	76期 34/3期	77期 35/3期	78期 36/3期	79期 37/3期
485 億円	480 億円	473 億円	500 億円	目指すべき売上高 イメージ 700億円			目指すべき売上高 イメージ 1000億円		

急速な経営環境の変化を踏まえ、第1フェーズはビジネスモデルの変革も展望しつつ、収益構造の強化に注力し、第2フェーズ以降の成長の基盤を構築します。

「中山福NEXT10」およびその他の報告書等で使用する主な用語の定義は以下の通りです。

「経営理念」

当社が企業として存在する価値や意義について定めたもので、全ての経営判断の根拠となる考え方。

「経営方針」

経営理念をより具体的な事業活動に則して定義したもので、当社の事業活動の基本的なあり方や役職員の行動の指針となるもの。

「経営ビジョン」

経営理念に基づき企業活動を継続する結果、到達すべき将来像として、概ね5～10年後の当社のあるべき姿。

「経営戦略」

経営ビジョンに到達するために展開する中長期の施策で、新市場へのアプローチや、管理体制の構築など、経営資源を重点的に投下する分野を定めること。

「事業戦略」

経営戦略に基づき、単年度毎に実施する具体的な施策や方針。

「経営計画」

経営戦略に基づく年度毎、あるいは3～5年程度の期間で定める数値目標。



創業100周年を迎えるにあたり、
次の100年を生き抜ける会社になるために

将来見通しに関する注意事項

本資料に掲載されている業績見通し等に関する内容につきましては、本資料の作成日現在において想定できる経済情勢、市場動向および計画などに基づき作成したものであり、その内容の正確性を保証したり、将来の計画数値、施策の実現を確約したりするものではなく、実際の業績は今後の様々な要因によって変動する可能性があります。