

nf10

NAKAYAMAFUKU NEXT10

創業100周年に向けた10年間の成長戦略

第2フェーズ

(2020年3月期 ~ 2022年3月期)

2019年5月14日

中山福株式会社

2015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、2016年5月に発表いたしました「中山福NEXT10」の進捗状況についてご報告申し上げます。

「中山福NEXT10」第1フェーズ（2017年3月期～2019年3月期）においては、経営戦略に基づいた施策を実行し、収益力の増強に努めてまいりましたが、中期経営目標である売上高500億円に対し、実績売上高484億円と未達成の結果となりました。

当社では「中山福NEXT10」第2フェーズ（2020年3月期～2022年3月期）を迎えるにあたり、売上高550億円を中期経営目標と定めるとともに、経営ビジョンを再定義いたしました。引き続き、次の100年を生き抜く企業となるべく成長戦略「中山福NEXT10」を推進し、創業100周年である2025年3月期には売上高700億円の達成を目指す所存です。

第2フェーズの展望

経営理念

社会と共存し、社業を通じて、株主の皆さま、仕入先、得意先、社員その他の関係者の方々の「幸」の実現と、社会の発展に貢献する。

経営ビジョン

ホームユース製品の販売と情報発信を通じて、市場の発展、自社の成長を実現するとともに、人々の暮らす環境を豊かにする。

中期経営目標

第76期（2022年3月期） 売上高550億円

経営戦略

自社オリジナル商品の強化、海外市場への販路拡大、新規販売チャネルの開発、既存市場におけるシェア拡大

自社オリジナル商品の強化

グループ企業との連携も含めた魅力的な商品開発と情報発信に注力します。

海外市場への販路拡大

日本製品の輸出取引および現地での販売拡大に努めます。

新規販売チャネルの開発

新商材の発掘や開発、テクノロジーの活用を通じて、新規市場への進出を図ります。

既存市場におけるシェア拡大

既存市場の採算管理を徹底し、経営基盤の強化に努めるとともに、経営資源を投下することでシェアの拡大に努めます。

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。



創業100周年を迎えるにあたり、次の100年を生き抜ける企業になるために