

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5月19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」の第2フェーズ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。

第74期の回顧と今後の展開

「中山福NEXT10」第2フェーズの1年目にあたる第74期におきましては、当社の販売先において業界の垣根を越えた販売競争が更に激化したことに加え、消費税率引き上げやその後の消費マインドの低下が続いた影響を受け、大幅な収益の低下を余儀なくされました。また、2020年1月以降は、新型コロナウイルス感染拡大懸念の中、販売先における慎重な対応等の影響を受け、より一層厳しい経営環境が続いております。

一方このような経営環境の変化に対応するため、自社オリジナル商品など収益性の高い商品の販売強化を図り、収益構造の変革に注力しました。

第75期については、このような経営環境を踏まえ、引き続き「中山福NEXT10」における経営戦略に基づき収益力増強を推進して参る所存です。

中期経営計画の展望

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。

経営戦略

ものづくり事業の強化、海外事業の拡大、
卸売事業の拡充、物流体制の強化

中期経営目標

第76期(2022年3月期) 売上高 550億円

経営戦略

ものづくり事業の強化

経営資源を投下し、自社オリジナル商品「ベストコ」の販売を強化します。

また、グリーンパル(株)の製造技術、(株)インターフォルムのデザイン力、(株)ENICYのネット販売力を活用し、グループシナジー効果を最大限発揮します。

海外事業の拡大

販売体制を強化し、既存輸出国の販路拡大を図るとともに、情報収集・マーケティングを充実させインド・欧州・豪州・中近東などの新輸出国の取引拡大に努めます。

卸売事業の拡充

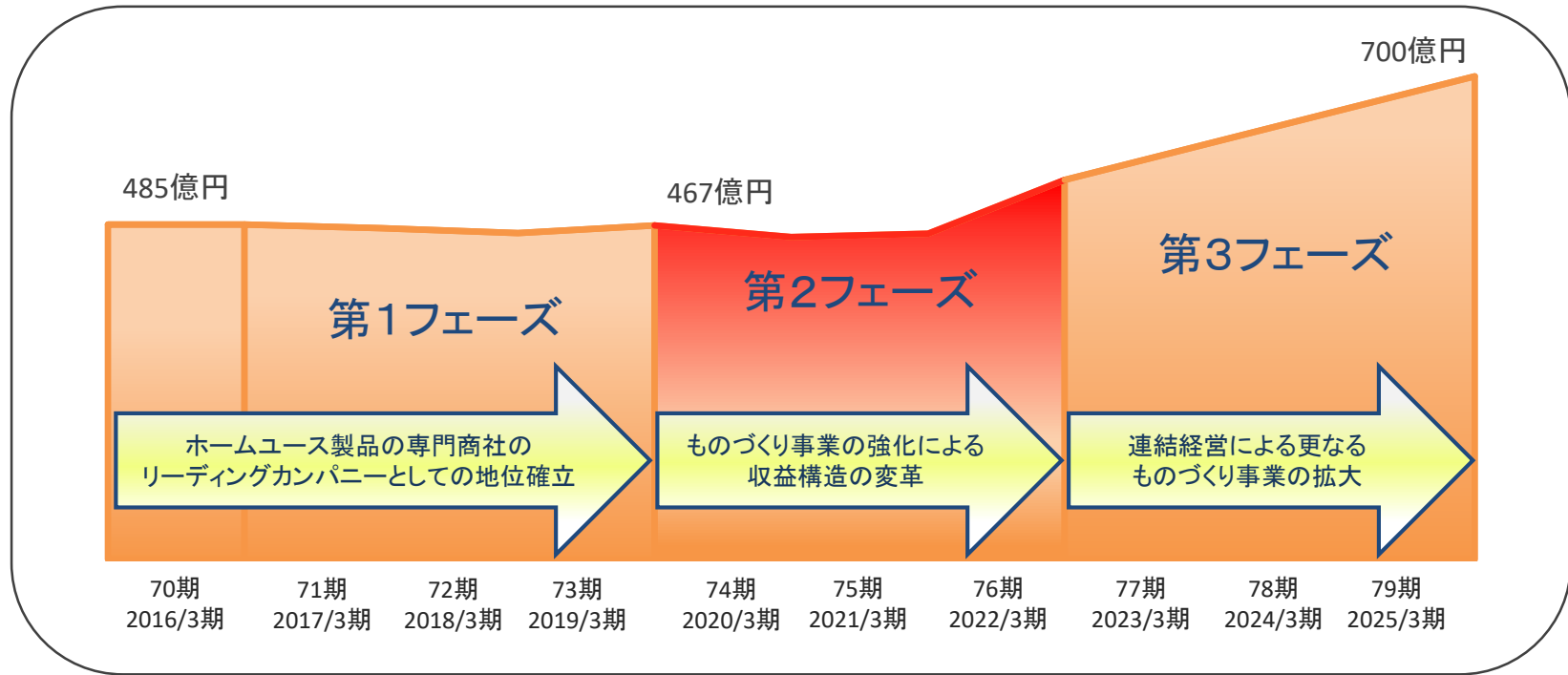
既存市場における個社別採算管理を徹底し、経営基盤を強化すると同時に、新商材の発掘、新規取引先の開拓にも注力します。

物流体制の強化

物流拠点の再編を含む物流部門への投資を拡大し、物流体制の高度化・効率化を推進します。

創業100周年へのロードマップ

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いたします。



第74期における急速な経営環境の変化を踏まえ、第2フェーズはものづくり事業の強化による収益構造の変革を第一義とする事業戦略に軸足を移し、第3フェーズ以降の成長の基盤を構築します。

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。

nf10

NAKAYAMAFUKU NEXT10

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