



平成30年2月28日

各 位

会 社 名 モロゾフ株式会社
代表者名 代表取締役社長 山口 信二
(コード番号 2217 東証第1部)
問合せ先 専務取締役 山岡 祥記
(TEL. 078-822-5000)

中期経営計画の見直しに関するお知らせ

当社は平成30年2月28日開催の取締役会において、中期経営計画『Re morozoff 2022～変革～』「1st Step」(2018年1月期～2020年1月期)の最終年度の目標数値および戦略概要の一部を下記のとおり変更することを決定いたしましたのでお知らせいたします。

記

1. 「1st Step」の目標数値の変更

① 変更内容

| | 2020年1月期目標 | |
|-------|------------|-----------|
| | 変更前 | 変更後 |
| 売上高 | 29,000百万円 | 29,200百万円 |
| 営業利益率 | 6.2% | 6.8% |

② 変更理由

「1st Step」の初年度にあたる平成30年1月期は、売上高が堅調に推移したことに加え、全社を上げて生産性の向上に取り組んだことにより、売上高、利益とも目標数値を大きく超える好調な業績を上げることができました。

しかしながら「1st Step」の当社を取り巻く環境は、相次ぐ百貨店の店舗閉鎖や消費税引き上げの影響が懸念されることなど、楽観視できない状況にあります。また「1st Step」の追加戦略として、生産性の向上とサステナビリティの実現を目的として、主力工場であります西神工場の焼菓子ラインの再構築(投資額総額 約1,500百万円)に着手しており、これによる減価償却費の増加も見込まれます。

これらの要因を総合的に勘案し、今回目標数値を変更することといたしました。

2. 「1st Step」戦略概要の変更

変更内容 : 生産戦略の中に次の項目を追加

「3. 生産性向上とサステナビリティの実現を目指した焼菓子ラインの再構築」

【ご参考】

「1st Step」の戦略概要

※販路戦略

1. ブランド価値向上を目指した委託店舗の強化
2. 新販路の強化と既存販路戦略の継続による売上高と利益の拡大
3. 喫茶レストラン事業の改革

※商品・ブランド戦略

1. 販路戦略に対応した商品、ブランド戦略の実現
2. 異業種とのアライアンスの推進

※生産戦略

1. 販路戦略および商品・ブランド戦略に対応した柔軟な生産体制の構築
2. 製造総費用比率の低減に向けた生産性向上施策の実行
- 3. 生産性向上とサステナビリティの実現を目指した焼菓子ラインの再構築（今回追加）**

※組織戦略

1. 中期人員計画に基づく組織および人員体制の構築
2. 次世代人材の育成と女性活躍施策の推進

以 上

本資料の見通し、計画などに関する記述は本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の予測であり、実際の実績はこれとは異なる可能性があります。