

各 位

平成 22 年 4 月 14 日

## 新中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、平成 22 年 1 月に発表した「事業再構築計画」に今後の事業戦略を加えた「新中期経営計画」（平成 22 年 3 月 1 日～平成 25 年 2 月 28 日）を策定しましたので下記のとおりお知らせいたします。

### 記

#### 1. 新中期経営計画の概要

##### (1) 当社の現状

当社は平成 22 年 1 月、経営改革を実行し、ステークホルダーからの信頼を回復するため、事業の再構築施策を中心とした「事業再構築計画」を公表し、計画を推進しています。

また、平成 22 年 2 月期決算においては、当該事業再構築施策の実行に伴う損失処理を実施し、連結で 291 億円の特別損失を計上しました。さらにその後、平成 22 年 4 月 10 日には「個別業績予想の修正に関するお知らせ」にて一部資産の減損損失および連結子会社に対する株式評価損等の特別損失を見込み、単体で当期純利益を 96 億円下方修正しました。これらによってこれまでの負の遺産を一掃しております。今回、事業再構築計画で公表した施策に、新たな事業戦略を加えた本計画を策定しました。

現在、エコポイント・地デジ効果により事業環境は好転しており、経営陣の刷新、取締役数の大幅削減による意思決定の迅速化等、本計画を推進するための体制も整備されています。今後、現経営陣が本計画を着実に実行し、業績の改善及び企業体質の改革を行っていきます。

##### (2) 経営目標、新中期経営計画の骨子

###### 【経営目標】

- ・ 平成 25 年 2 月期 連結営業利益 60 億円を達成
- ・ 連結債務償還年数（＝有利子負債 / 償却前経常利益）5 年以内
- ・ 平成 25 年 2 月期 九州における家電販売のトップシェア獲得

###### 【新中期経営計画の骨子】

- ・ 不採算店舗の撤退及び抜本的人事制度の見直し等の事業再構築施策の実行
- ・ 事業戦略に基づいた経営改善施策の実行

#### 【年度別の計画】

計画 1 期目 (H23/2 期)	不採算店舗の撤退及び人事制度の見直し等、事業再構築施策により黒字化
計画 2 期目 (H24/2 期)	経営改善施策や事業戦略を確実に実行することにより利益を上積み
計画 3 期目 (H25/2 期)	新たな事業戦略と成長分野への投資強化により、営業利益目標 60 億円を達成

### (3) 新中期経営計画の概要

#### 【売上げの成長】

- ・ 大型店の強化
- ・ 中小型店の強化
- ・ オール電化への対応強化
- ・ 人材教育・設備投資

#### 【損益の改善】

- ・ 不採算店舗からの撤退
- ・ 抜本的人事制度の見直し
- ・ 子会社の整理

#### 【実行体制の強化】

- ・ 資金繰りの安定
- ・ ビックカメラとの連携強化
- ・ 意思決定の迅速化

## 2. 事業戦略

### (1) 事業戦略の考え方

当社の業績安定、成長のポイントとなる、事業規模が大きくコア事業である家電量販事業の建て直し、市場の成長が見込まれるオール電化事業の成長を実現していくことで、業績の回復を目指します。

### (2) 家電量販事業：投資計画（人材・システム・設備）

競争力の維持・強化のため、人材・設備投資を積極的に行い、競争力を高め中期的な成長のための基礎を築きます。

- ・ 成長分野に対応する人材教育への投資（オール電化研修、店長研修など）
- ・ 店舗を維持・活性化するためのシステム・設備投資
- ・ 新スタイル店への設備投資

### (3) 家電量販事業：店舗戦略の概要

店舗戦略は、店舗の規模を基準に 2 つのグループに分け、それぞれの顧客層に適応したビジネスモデルを採用します。大型店と中小型店の戦略をそれぞれ明確にし、お客様の求める価値を提供します。

#### ①大型店の戦略

価格戦略を強化し販売価格を見直すとともに、接客レベルを他社よりも高いレベルに向上させ、価格・サービス・接客面での優位性・競争力を強化します。

- ・店頭表示価格の切り下げ
- ・新スタイル店の展開によるイメージの刷新
- ・価格面のバランスを考慮した商品構成の見直し
- ・全店舗による価格戦略を強化するための新システムの構築
- ・経営のコストダウン効果を販売価格へ転嫁

※新スタイル店：新C Iによる新業態店舗。取り扱う商品・サービスに関する専門性を強化したスタッフを配し、徹底的に安さにこだわった価格訴求を行っていく。

## ②中小型店の戦略

中小型店は、店舗・店員とお客様の距離が比較的近いこと、お客様とのコミュニケーションを重視した接客を行い潜在的な需要を発掘していきます。また、店舗ごとに行っていた販促・運営を見直し、エリア戦略を重視した販促活動や、成功体験を店舗間で共有できる体制の整備により、新しいビジネスチャンスを確実に掴んでいきます。

## (4) 家電量販事業：オール電化事業

オール電化事業は、今後マーケットの拡大が予測されるため、当社の重要な成長戦略の一つと位置づけます。オール電化の販売は、当社のような顧客との距離が近い中小型店舗を多数有し、自社で一貫したサービスを展開できる企業に有利に働くと考えられます。

今後、中小型店舗およびFC店舗における販売およびベストサービスとの連携を強化し、平成25年2月期に、オール電化事業の売上を現状より150億円増を達成します。

## (5) その他の事業、子会社の戦略

- ・FC事業  
お客様との距離感を活かし、オール電化の販売を強化します。
- ・アウトレット事業  
店舗数は現在の水準を維持し、収益力の底上げ、ノウハウの蓄積を徹底します。
- ・法人営業  
営業力のある人材を投入・再編成し、抜本的な建て直しを行います。
- ・国内子会社  
各社の独立性を高め、採算性・コスト競争力を向上し、子会社統制を整備します。
- ・海外事業  
苦戦している会社の整理・建て直しを最優先に取り組み、中長期的には現地資本と当社のノウハウの融合を図るビジネスモデルによる進出を検討します。

## (6) (株)ビックカメラとの提携

(株)ビックカメラとの提携会社「B&B」は、初年度3店舗出店し、店舗転換前と比べ売上は180%、お客様数は200%伸長する等、提携の効果が現れています。B&Bで得たノウハウを当社のマーケティング活動に活用していくことは勿論、今後は共同商品開発の強化、人材交流を含む業務提携の強化などを行っていきます。

### 3. 事業再構築計画の進捗状況

#### (1) 不採算店舗の撤退

新中期計画の骨子の公表以降、店舗撤退に係るプロジェクトチームにより、撤退スケジュールおよび撤退コストの精緻化を実施しております。撤退予定 63 店舗のうち、既に撤退が完了した 11 店舗を含み、平成 22 年 9 月末までに 42 店舗の閉鎖を完了する予定です。他の店舗につきましても順次撤退を進めていき、九州を中心とする黒字店舗に経営資源を集中していきます。

#### (2) 人事制度の見直し

役員数の削減および報酬の大幅カットは既に決定していますが、これに加え、効率的な費用構造と従業員のモチベーション向上を確立するために早急に新人事制度の策定に着手します。

#### (3) 不稼動不動産の処分

不動産処分委託先を選定し、売却を開始しました。

#### (4) さくらや清算

平成 22 年 2 月期において必要な損失処理を実施済みです。

以上