



平成 30 年 5 月 11 日

各 位

会社名 ア ツ ギ 株 式 会 社
代表者名 代表取締役社長 工藤 洋志
(コード番号：3529 東証第1部)
問合せ先 取締役執行役員管理統括 岡田 武浩
(TEL 046-235-8107)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社グループは、2018 年から 2020 年までの 3 年間を実行期間とする新たな中期経営計画を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせします。

中期経営計画 2018 年～2020 年 『ATSUGI VISION 2020』

I. 前中期経営計画『ATSUGI VISION 2017』の振り返り

前中期経営計画『ATSUGI VISION 2017』においては、円安進行による輸入コスト上昇、中国における人件費の上昇、国内消費動向等の当社を取り巻く環境の変化に耐えうる安定的な収益基盤の構築を目指し、そのための課題として、①「製造原価の低減」、②「強いアツギブランドの構築」、③「営業戦略の強化」、④「海外販売の拡大」、⑤「人事戦略の強化」の 5 つを設定し、重点的に取り組んでまいりました。

実行期間を終え、売上においては、厚手のタイヤにおけるインバウンド需要の取り込みや、ドラッグストア、コンビニエンスストア、EC など一部の販売ルートでの拡大、インナーウェアにおけるスポーツ関連商品の伸長など一定の成果も得られましたが、全体としては、変化の激しい国内販売ルートへの対応に苦戦し、また、中国を含めた海外販売の拡大において進捗が遅れるなど、当初の目標として掲げた連結売上高 250 億円には届きませんでした。

一方で営業利益においては、技術支援体制の強化による生産工場における生産性の改善、原料・資材費の削減、製品単価のアップなどが寄与し、当初の目標として掲げた連結営業利益 7.5 億円を達成し、一定の収益を確保することができました。

このように、一定の成果が得られた分野もありますが、その一方で、更なる製造原価の低減、変化の激しい国内流通業界を見据えた企画・開発および営業戦略の強化、海外販売の拡大には引き続き課題を残す結果となり、安定した収益基盤の構築は依然として道半ばとなっております。

『ATSUGI VISION 2017』の数値目標と実績

項目	2015年3月期実績		2018年3月期目標	2018年3月期実績
連結売上高	234億円	➡	250億円	239億円
連結営業利益	2億円	➡	7.5億円	8.4億円
連結営業利益率	0.9%	➡	3%	3.5%

『ATSUGI VISION 2017』期間業績推移

(単位：百万円)

項目	2015年3月期実績	2016年3月期実績	2017年3月期実績	2018年3月期実績
連結売上高	23,446	23,964	23,281	23,963
連結営業利益	209	867	1,040	849
連結営業利益率	0.9%	3.6%	4.5%	3.5%

II. 新中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』の概要

当社グループは、長年にわたる皆様のご支援により2017年12月に創立70周年を迎えることができました。商品企画から開発、生産、販売、物流まで責任を持って手がける一貫体制を持つメーカーという当社グループ最大の強みを存分に活かし、今後も価格を上回る価値ある商品を皆様に提供してまいります。前中期経営計画の結果を踏まえて、2018年度からスタートする新中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』の3年間は、「更なる利益率の向上」に重点を置き、これまで培ってきた当社の強みを維持しつつ、利益を創出していくための新たな施策によって次の時代を見据えた事業構造への転換を図り、持続的な成長を可能とする強固な事業基盤の構築を進めてまいります。

III. 新中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』の数値目標

項目	2018年3月期実績		2021年3月期目標
連結売上高	239億円	➡	250億円
連結営業利益	8.4億円	➡	15億円
連結営業利益率	3.5%	➡	6%

IV. 新中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』において取り組むべき課題

1. 企画・開発と営業戦略の融合
2. 繊維事業におけるバランスの改革
3. 製造原価の低減
4. 女性の美と快適に「健康」をプラス
5. 生産性の向上

1. 企画・開発と営業戦略の融合

メーカーとしての原点であるモノ作りにおいて更に優位性を発揮するため、本社の研究開発棟を本格的に稼働して商品の企画・開発を進め、営業戦略との融合を図ることにより強いアツギブランドを育成していきます。

- ① 顧客満足度の向上を図るため、消費者とのタッチポイントを増やします。
- ② 販売ルート別に商品戦略と営業戦略を組み立て、推進します。
- ③ インバウンド需要を積極的に取り込み、拡大します。

2. 繊維事業におけるバランスの改革

今後成長の見込める商品の販売強化や販売ルートの多様化を推し進めることにより、繊維事業における販売商品、販売ルート、販売地域の偏りを是正し、新たな収益の柱を構築します。

- ① 主力となるストッキング、タイツの販売を維持しつつ、ソックス、インナーウェアを強化して商品販売構成の是正を図ります。
- ② 国内流通企業への卸売販売に加え、国内外の直営店の多店舗展開や自社ECサイトによる販売を強化して直営比率の向上を図ります。
- ③ 日本製商品の輸出に加え、中国製商品の中国国内販売の拡大、越境ECサイトによる販売体制の整備、欧州などの新たな市場開拓をスピーディに進め、海外販売比率の拡大を図ります。

3. 製造原価の低減

収益性向上のための継続的課題である製造原価の低減に引き続き重点的に取り組み、為替の変動や原材料・人件費上昇などの外部環境の変化に耐えられる体質を確立します。

- ① 生産工程の更なる見直し、最新鋭機器の導入、ブランドの統廃合などにより、生産工程の効率化を追求していきます。
- ② 在庫の適正化、生産リードタイムの短縮などにより、サプライチェーンを最適化し、資本効率の向上を図ります。
- ③ 商品の包装形態の見直しや、資材・原料の調達ルートの最適化を追求し、コスト構造の改善を図ります。

4. 女性の美と快適に「健康」をプラス

産官学の共同研究プロジェクトへの参画などを通じて、健康に関連する独自商品の開発を進め、これまでの「女性の美と快適」への貢献に加えて、今後は「健康」という切り口からも新たな価値を提供し、社会に貢献できる企業を目指します。

5. 生産性の向上

人口減少・少子高齢化時代を見据え、女性をはじめとした多様な人材の登用を促進するため、人材育成やITなどの先端技術の導入による働き方改革を推進し、従業員が生き活きと働くことができる職場環境を整備し、労働生産性の向上に繋げていきます。

V. 新中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』における設備投資計画

当社グループの今後の更なる成長を見据え、一貫体制を持つメーカーとしての特徴の強化および生産性の向上、保有資産の有効活用を目的として、以下の内容で総額約 40 億円規模の設備投資を計画しています。

- ① 生産設備、インフラ施設の増強・リプレイス
- ② 生産工程の効率化・省力化のための設備投資
- ③ 既存の土地・建物の有効活用のための設備投資
- ④ 新しい物流システム構築のための設備投資

以上

本資料に記載されている内容は、現時点で入手可能な情報に基づいております。
記載内容は、様々な要因により、これらの業績見通し等と異なる結果となる可能性がありますことをご承知おきください。
なお、実際の業績に影響を与える要因には、経済情勢、原油価格、製品の需要動向及び市況、為替レートならびに金利の動向等が含まれますが、これらに限定されるものではありません。