



2021年5月13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 執行役員管理統括 古川 雅啓
(TEL 046-235-8107)

次期中期経営計画公表の延期および2022年3月期に取り組むべき経営課題に関するお知らせ

当社は、2022年3月期より開始を予定しておりました次期中期経営計画の公表を延期するとともに、2022年3月期に取り組むべき経営課題を設定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 次期中期経営計画の公表の延期の理由

当社グループは、2018年5月11日に公表いたしました2019年3月期から2021年3月期までの3年間を実行期間とする中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』ならびに本計画を達成するための補強策として2019年5月10日に公表いたしました3つの構造改革（事業構造改革、業務構造改革、コスト構造改革）に鋭意取り組むとともに、2020年3月31日には、あらためて本構造改革の内容を検証したうえで、当社グループの主力事業である繊維事業を中心に更なる施策を立案し、当社グループが目指す中期ビジョンとして公表しております。

2021年3月期をもって中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』が終了することに伴い、当社グループは、中期ビジョンに沿った新たな中期経営計画を策定し、公表する準備を進めてまいりました。しかしながら、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による在宅勤務の急拡大や外出自粛などに伴う「新しい生活様式」が当社の主力商品であるストッキング需要の急速な減少を招くなど、当社グループを取り巻く経営環境はこの1年間で急激に変化しております。また、依然として新型コロナウイルス感染症拡大の収束が見通せない中、今後の事業活動への長期影響は避けられず、当社グループを取り巻く経営環境は極めて不確実性の高い状況にあることなどから、これらの現状を鑑み、現段階で数値計画を含む中期的な経営計画を公表することは株主の皆様の投資判断に混乱を生じさせてしまう可能性があるかと判断し、次期中期経営計画の公表を延期することといたしました。

2. 今後について

新型コロナウイルス感染症拡大による当社グループの事業活動への影響について、適正かつ合理的な算出が可能となった段階で新たな中期経営計画を策定し公表いたします。

上記のとおり、次期中期経営計画の公表は延期することといたしましたが、『ATSUGI VISION 2020』を総括したうえで、当社グループが2022年3月期に取り組むべき経営課題を設定いたしましたので、次ページ以降をご参照ください。

『ATSUGI VISION 2020』の総括と2022年3月期に取り組むべき経営課題

『ATSUGI VISION 2020』の数値目標と実績 (単位：百万円)

項目	2018年3月期実績		2021年3月期当初目標	2021年3月期目標(修正後)	2021年3月期実績
連結売上高	23,963百万円	→	25,000百万円	23,000百万円	16,228百万円
連結営業利益	849百万円	→	1,500百万円	1,200百万円	2,593百万円
連結営業利益率	3.5%	→	6%	5.2%	-

『ATSUGI VISION 2020』期間業績推移 (単位：百万円)

項目	2018年3月期実績	2019年3月期実績	2020年3月期実績	2021年3月期実績
連結売上高	23,963百万円	21,870百万円	19,621百万円	16,228百万円
連結営業利益	849百万円	903百万円	461百万円	2,593百万円
連結営業利益率	3.5%	-	-	-

1. 『ATSUGI VISION 2020』の総括

中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』においては、「更なる利益率の向上」に重点を置き、これまで培ってきた商品企画から開発、生産、販売、物流まで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維持しながら、利益創出の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ることにより強固な事業基盤の構築を目指し、これらを実現するため、「企画・開発と営業戦略の融合」、「繊維事業におけるバランスの改革」、「製造原価の低減」、「女性の美と快適に「健康」をプラス」、「生産性の向上」の5つの課題に重点的に取り組むとともに、あわせて「事業構造改革」、「業務構造改革」、「コスト構造改革」の3つの構造改革に注力してまいりました。

実行期間を終えた総括としては、売上においては、直営店の出店などによる新規販売ルートの開拓や、ヨガウエアなどの健康・スポーツ関連商品の積極展開、コロナ禍におけるマスクの発売など、新たな販路・アイテムに積極的に進出することにより販売ルートおよび販売商品の構造改革に挑み、一定の成果も見られましたが、インバウンド需要の減少や天候不順等の外部環境の変化、更に2021年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大による取引先小売店舗の臨時休業、在宅勤務の急拡大や外出自粛などに伴う主力のストック需要の急速な減少等の影響を大きく受けた結果、売上は計画を下回り、当初の目標値はもとより修正目標に対しても大幅な未達となりました。

営業利益においては、生産子会社の一部拠点の統廃合や人員削減を進めるなど製造原価の低減に取り組み、本社においても希望退職者募集を実施するなどの合理化を断行したほか、生産性向上のための基幹システムの見直し等に着手いたしましたが、実行期間を通じて売上が想定を大きく下回って推移したことに伴い、当初の目標値はもとより修正目標に対しても大幅な未達となりました。

なお、神奈川県海老名市の本社および物流センター機能を移管・集約して最適な配置を行い、その後に現在の土地・建物を再開発して不動産収益を底上げする計画を掲げておりますが、主力事業である繊維事業における業績悪化等を踏まえ、本計画は足元の財務状況を勘案しつつ慎重に進めております。

以上のとおり、中期経営計画『ATSUGI VISION 2020』は全体として不本意な結果となりましたが、最終年度において、当社がかねて強化を志向していたインナーウエアの販売構成比の高い株式会社レナウンインクスを完全子会社化するなど、少しずつではありますが、構造改革は着実に前進しており、これらを成果として結実させるためにも、今後の取り組みが重要となってまいります。

2. 2022年3月期に取り組むべき経営課題

当社グループの2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響等により、売上、利益ともに大幅に下落極めて厳しい結果となりました。新型コロナウイルス感染症の拡大による事業活動への影響は当面継続することが想定され、現在の経営環境は不透明かつ非常に厳しい状況にありますが、まずは足元の業績悪化を食い止める必要があります。このため、2022年3月期においては、「事業構造改革」、「業務構造改革」、「コスト構造改革」の3つの構造改革を引き続き推進していくとともに、喫緊の課題である以下の3点にスピード感をもって対処し、早期に黒字化への道筋を描けるよう尽力してまいります。

(1) 売上高の回復

新たに子会社となった株式会社レナウンインクスを除く連結ベースの売上高をコロナ以前の2020年3月期水準まで引き上げることを当面の目標に据え、増販施策に取り組んでまいります。特に、当社の祖業であり代名詞ともいえるストッキングについては、全社を挙げて市場シェアを取り戻し、売上回復に注力いたします。そのうえで、ソックス、インナーウェアの拡大をはじめ、自社オンラインショップの更なる充実化や越境ECの強化などによるEC販売の拡大、海外販売の拡大などの事業構造改革を着実に進めていくことにより、売上の減少に歯止めをかけ、成長軌道への回復を図ります。

(2) 株式会社レナウンインクスとのシナジー創出

両社における業務の協業・統合を本格化し、外部仕入品の自社工場による内製化を含む両社工場の共通化、両社が展開するインナーウェア商品の共通化、物流機能や管理部門の統合による合理化等によりグループの利益創出に努めてまいります。また、株式会社レナウンインクスの主力商品である紳士肌着を当社が持つ幅広い販売ルートで展開することをはじめ、当社の自社EC・直営店舗で販売することにより両社の売上拡大を図ります。更に、現在、当社が取り組んでいるシューアッパー、スポーツ・健康関連などの新規事業に株式会社レナウンインクスの持つ企画力や商品力を融合し、新たな事業の創出を目指してまいります。

(3) 国内基幹工場のアツギ東北株式会社の収支改善

現在進めている事業構造改革に基づき、インナーウェアの製造設備を導入することにより国内で高機能、高付加価値のインナーウェアの生産体制を確立するなど、生産アイテムの構成を抜本的に見直して単価アップを図るとともに、ロスの削減等の効率化に徹底的に取り組むことにより収支改善を図ってまいります。

以 上