

サダマツグループ 中期経営計画（平成24年8月期以降 5カ年計画）

平成23年10月27日

株式会社サダマツ
（証券コード：2736）
〒153-0061
東京都目黒区中目黒2丁目6番20号
京急建設イマビル2階
TEL:03-5768-9957 FAX:03-5768-9958
<http://www.sadamatsu.com>

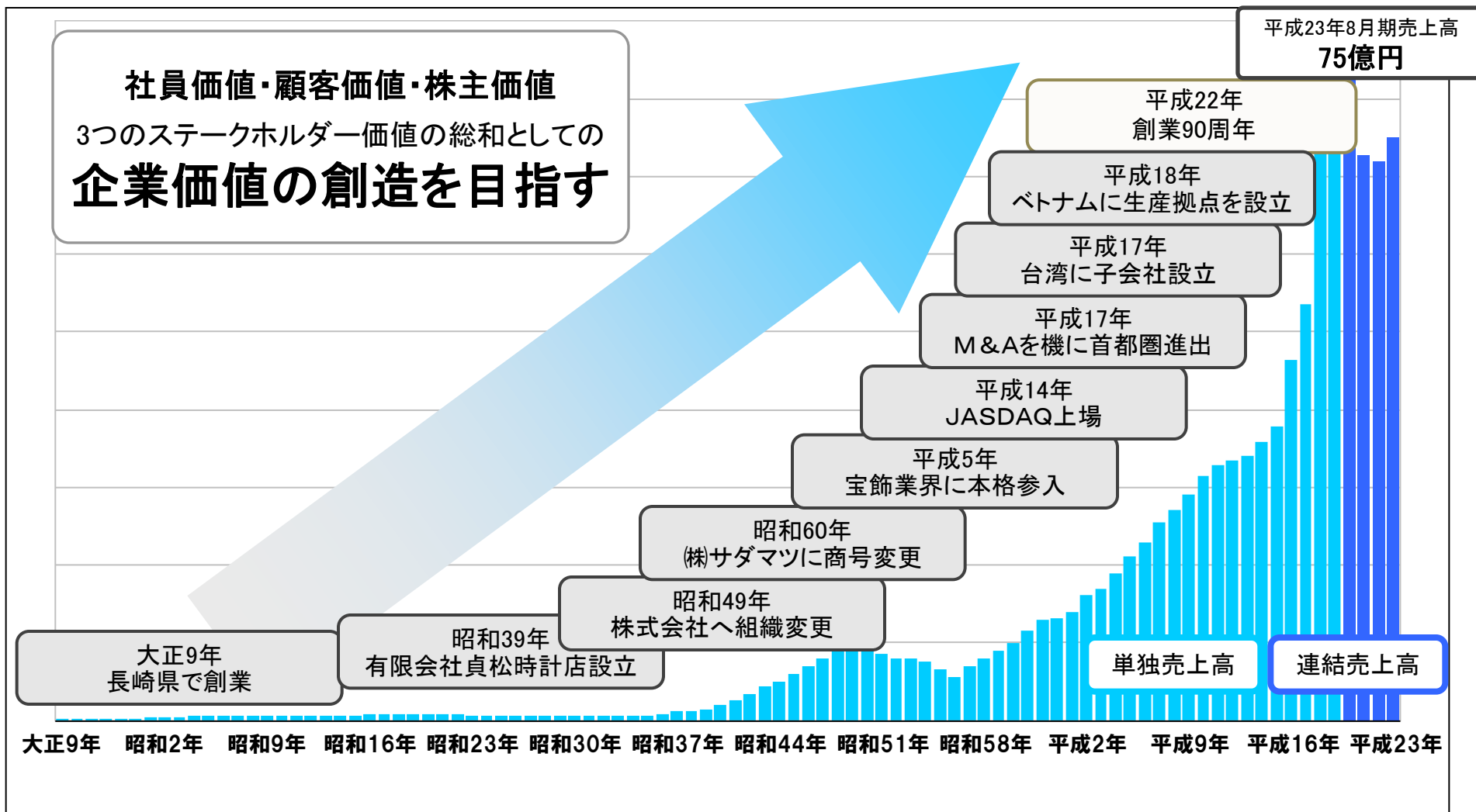


- I. 沿革
- II. 経営理念と戦略フレームワーク
- III. 競合環境と当社のポジション

- IV. 中期経営計画
 - 1. エグゼクティブサマリー
 - 2. 事業計画と数値目標
 - 3. 基本戦略と事業戦略
 - 4. 事業戦略 (1) (2) (3) (4) (5)

- V. 参考資料

歴史の中で培われた事業ノウハウを糧に、グローバルビジネスという新たなビジネスステージへ



経営理念と経営戦略の深耕をはかり、さらなる成長基盤の構築へ

経営理念

ジュエリーに愛と夢を込めて
「ビジュード・ファミリー」

豊かな気持ち、かけがえのない思い出、ずっと持ち続けていたい夢

私達の使命は、大切なあなたに、
ジュエリーとともに愛と夢をお届けしていくことです。

経営目標:企業価値の創造

3つのステークホルダー価値の総和としての企業価値増大

社員価値の
追求

顧客価値の
追求

株主価値の
追求

経営戦略の基軸

顧客起点で低コスト化と差別化を実現する
バリューイノベーション戦略

×

企業全体の最適化を実現する
全体最適戦略

地方中規模商圏での地域密着型リテールビジネスで培った販売力がこれまでの最大の強み

	活かしていく強み	取り組むべき課題
内部要因	<ul style="list-style-type: none">・「中規模商圏」SCで培った販売力・接客対応力の平準化と生産性向上・「CRM」ビジネスとしての展開・ベトナム生産拠点の有効活用	<ul style="list-style-type: none">・組織戦略と人事戦略の強化・収益構造や収益力の強化・経営管理体制・リスク管理体制の強化・IT環境の整備と強化
	機会	留意点
外部要因	<ul style="list-style-type: none">・震災後の絆需要・地域間消費格差・女性消費者の購買力・アジアへの展開	<ul style="list-style-type: none">・欧米の経済危機と地金等原料高・「本質を問う」消費者ニーズの変化・企業間格差・少子・高齢化現象の進行

⇒当社の優位性を最大限に活かし、事業の拡大と経営力の強化を図る

IV.中期経営計画

(平成24年8月期以降 5カ年計画)

1.エグゼクティブサマリー

計画的な事業運営を遂行し、5年後となる平成28年8月期の連結業績にて
売上高100億円・営業利益10億円を目指します。

地域密着型のリテールビジネスを基軸に、付加価値訴求型のブランドビジネスへの発展を目指す。

フェイズ1:ローコストオペレーションの追求

平成18年8月期～平成23年8月期

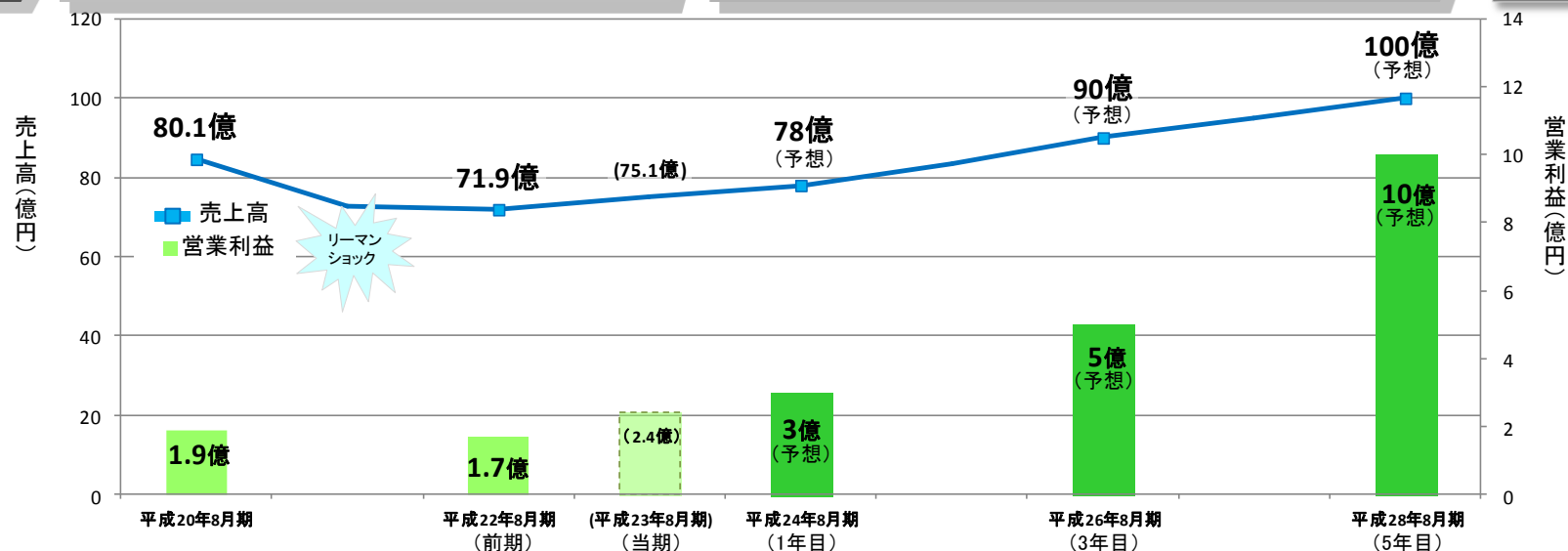
ビジネスモデルの変革期

フェイズ2:ブランディング強化とベトナム工場の有効活用

中期経営計画における基本戦略

- ⑤グローバルビジネスの創造
- ④付加価値ビジネスの創造
- ③将来展望への投資
- ②企業風土の成熟
- ①企業体質の改善

フェイズ3へ



2. 事業計画(数値目標)

国内事業においては、安定的な収益向上をはかり

海外子会社においては、事業規模拡大を目指します。

新たな成長戦略に向けた 当社のポテンシャルを最大有効化

- 組織として科学的にプロセス管理された接客・接客ノウハウ
- CRM
- 地域有力店ショッピングセンターでのテナント型店舗網
- 主要百貨店インショップ型店舗網
- ベトナム子会社でのSPA体制
- 台湾子会社におけるアジアマーケットのネットワーク

<連結業績の数値目標>

単位:百万円

連結	平成23年8月度 実績	平成24年8月度 (1年目)	平成26年8月度 (3年目)	平成28年8月度 (5年目)
売上高	7,506	7,800	9,000	10,000
営業利益	242	300	500	1,000
経常利益	194	240	430	900
純利益	97	100	210	450

<参考:個別業績の数値目標>

単位:百万円

個別	平成23年8月度 実績	平成24年8月度 (1年目)	平成26年8月度 (3年目)	平成28年8月度 (5年目)
売上高	7,430	7,700	8,600	9,500
営業利益	237	290	480	760
経常利益	187	230	410	690
純利益	43	90	200	350

3.基本戦略と事業戦略

基本戦略と事業戦略の積極的な推進で中期経営計画の実現を目指します。

経営目標「企業価値の創造」に向け、一段上の企業ステージへ

<基本戦略>

- ①企業体質の改善
- ②企業風土の成熟
- ③将来展望への投資
- ④付加価値ビジネスの創造
- ⑤グローバルビジネスの創造

<事業戦略>

- (1) 絆需要の喚起と獲得
- (2) 企業独自性の追求
- (3) ブランド別プロモーションの強化
- (4) ITプラットフォームの再整備と強化
- (5) 海外展開の強化・拡大



4.事業戦略-(1)

中期経営計画における基本戦略

- ①企業体質の改善
- ②企業風土の成熟
- ③将来展望への投資
- ④付加価値ビジネスの創造
- ⑤グローバルビジネスの創造

(1) 絆需要の喚起と獲得

震災後の市場環境変化

- ・社会的・経済的な不安要素
- ・国民一人ひとりの価値観の変化
- ・人々の絆やつながりに対する意識の変化
- ・「モノ」「コト」への「本質」を問う意識の変化

ジュエリー



“絆” “つながり”
の象徴

絆需要への対応

喚起策

- ・マスメディアを活用した宣伝広告の強化
- ・自社ブランドの認知訴求

獲得策

- ・絆需要の象徴:ブライダル関連の販売強化
- ・顧客とのつながりを重視したCRM強化

JJA つながり愛キャンペーン



エテルジュール



4.事業戦略-(2)

中期経営計画における基本戦略

①企業体質の改善

②企業風土の成熟

③将来展望への投資

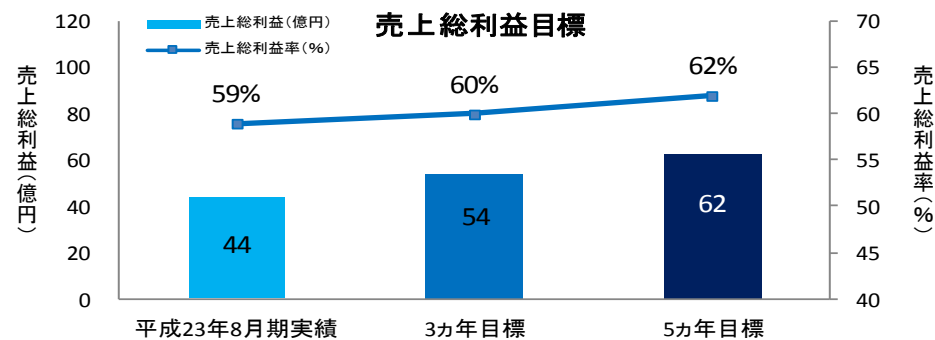
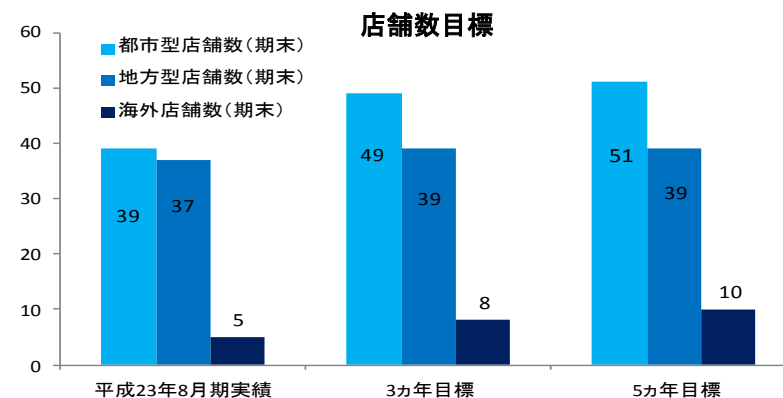
④付加価値ビジネスの創造

⑤グローバルビジネスの創造

(2)企業独自性の追求

- ・企業イメージと店頭イメージの一体化をはかり、絆需要の獲得を加速的に発展させる。
- ・百貨店内インショップ型とショッピングセンター内テナント型のビジネスモデルの整備と強化をはかる。
- ・国内店舗数は、90店舗へ拡大をめざし、海外店舗数は、5店舗から10店舗へ伸ばし、全体100店舗へ。

- ・商品政策における在ベトナム子会社との協業によりサプライチェーンマネジメントの再構築をはかり、商品面での市場競争力を高める。
- ・製造原価を抑えた商品供給力の向上により、売上総利益の向上を図る。



4.事業戦略-(3)

中期経営計画における基本戦略

- ①企業体質の改善 ②企業風土の成熟 ③将来展望への投資 ④付加価値ビジネスの創造 ⑤グローバルビジネスの創造

(3)ブランド別プロモーションの強化

組織再編

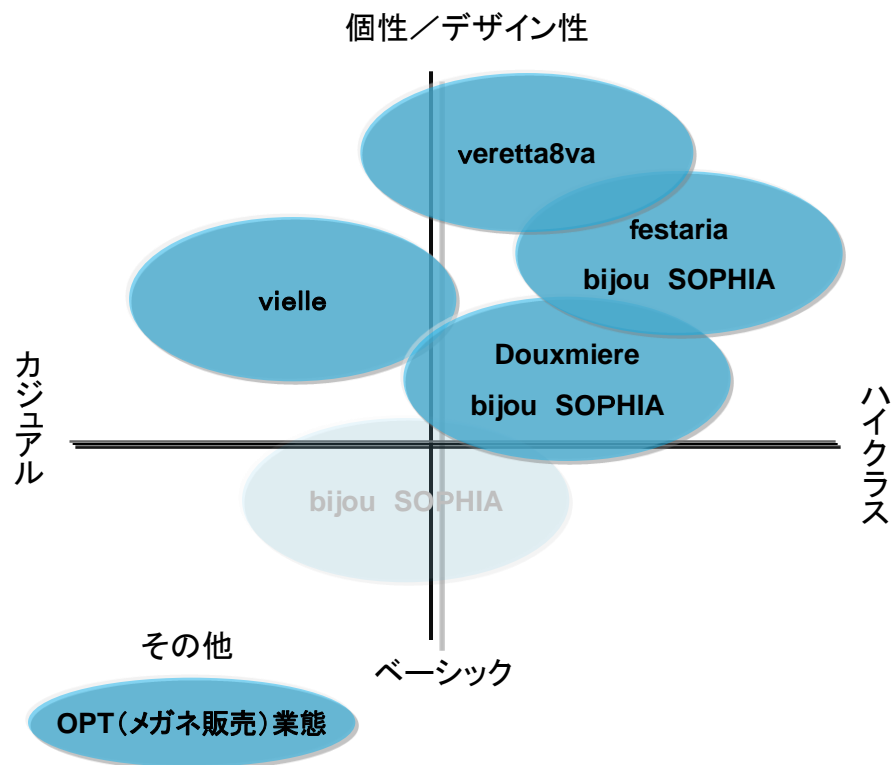
- ・商圏規模や特性に合わせた各ブランドの戦略を強固に進めるため、組織戦略の段階的な見直しを実行し、顧客の固定化や拡大を目指す。



付加価値訴求

- ・マーケティング機能を強化し、戦略的な付加価値訴求のため、現在のショップブランド(業態)および商品ブランドの整備を実施。
- ・積極的なブランドプロモーションにより、新たなブランド価値の創造を目指す。

現在の宝飾小売事業のブランド(ショップブランド、商品ブランド)展開



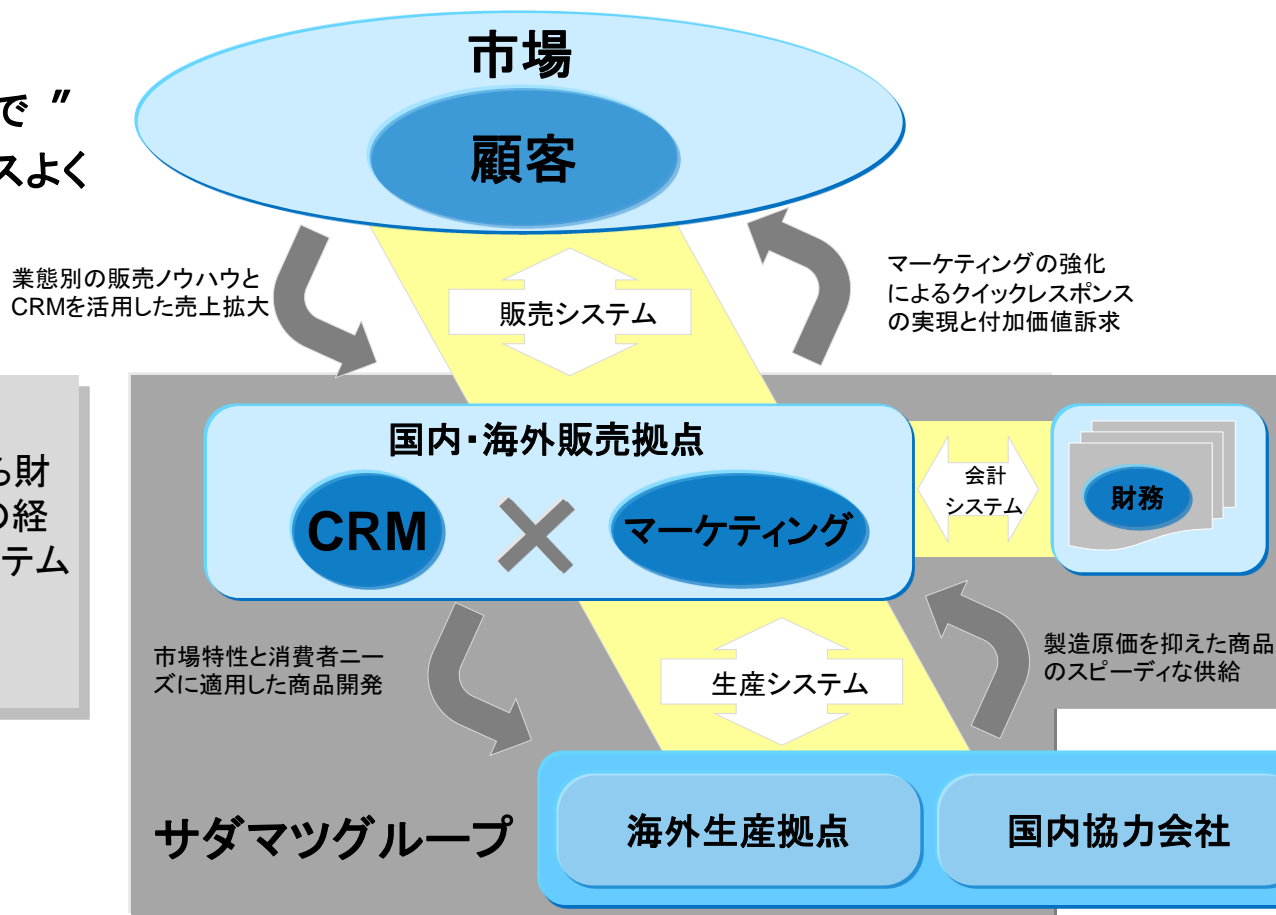
4.事業戦略-(4)

中期経営計画における基本戦略

- ①企業体質の改善 ②企業風土の成熟 ③将来展望への投資 ④付加価値ビジネスの創造 ⑤グローバルビジネスの創造

(4)ITプラットフォームの再整備と強化

“商品開発から顧客の手に渡るまで”
スピーディーに、正確に、レスポンスよく



サプライチェーンマネジメントと販売から財務にわたる業務と当社連結子会社間の経営の効率化を目指して企業内のITシステムの再整備を実施する。

サダムツグループ

海外生産拠点

国内協力会社

4.事業戦略-(5)

中期経営計画における基本戦略

①企業体質の改善

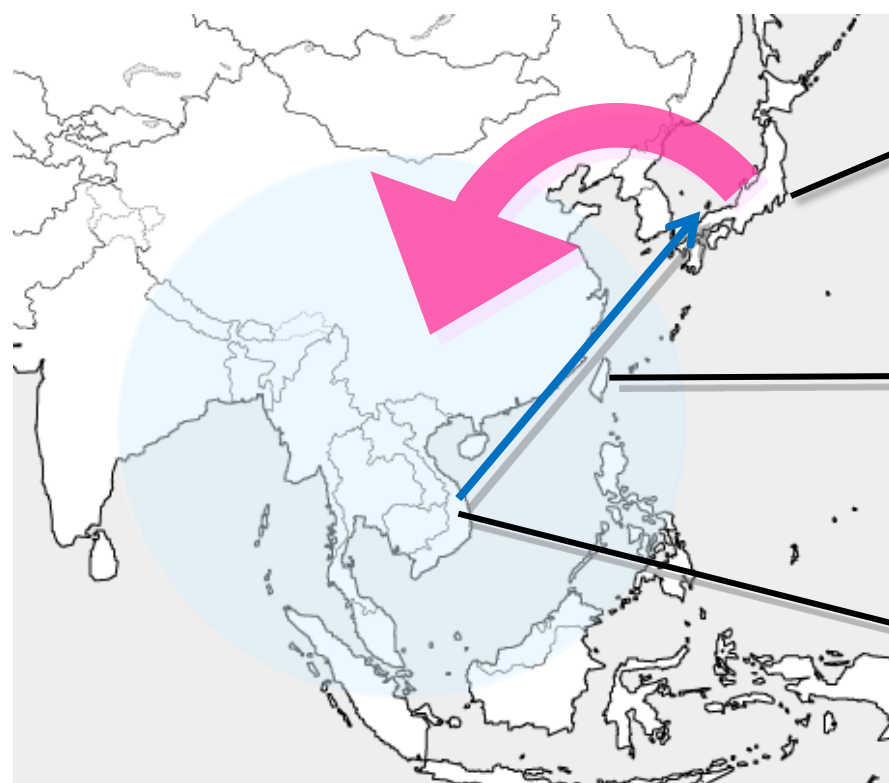
②企業風土の成熟

③将来展望への投資

④付加価値ビジネスの創造

⑤グローバルビジネスの創造

(5)海外展開の強化・拡大



サダマツ単体

日本での自社ブランドの訴求を行い、製造原価の低減につとめ、拡大された収益を持ってさらに国内のブランディング強化に向けての再投資を行う。

台湾子会社

中国本土をはじめアジア諸国への進出に向けたインフラ整備に取り組む。
中国本土への店舗網を確立し、発展的な収益構造を目指す。

ベトナム子会社

サダマツグループ生産拠点としての機能を一層強化し、グループ間のシナジーを超えた効果を生み出すため、他社OEMの受注生産体制の確立を目指す。

会社概要

SADAMATSU CO., LTD.

会社名	株式会社サダマツ
本社	東京都目黒区中目黒2丁目6番20号2階 (登記上の本社 長崎県大村市本町458番地9)
資本金	743百万円(平成23年8月31日現在)
従業員数	連結:469人(平成23年8月31日現在)
事業年度	毎年9月1日から翌年8月31日まで
定時株主総会	11月
基準日	8月31日
1単元の株式数	1,000株
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
上場取引所	大阪証券取引所 ジャスダック市場
証券コード	2736

～経営理念～

ジュエリーに愛と夢を込めて
「ビジュード・ファミリーユ」

豊かな気持ち、かけがえのない思い出、ずっと持ち続けていたい夢