

井筒屋グループ 中期3ヵ年経営計画(2022年度～2024年度)について

当社グループでは、「井筒屋グループ 中期3ヵ年経営計画(2022年度～2024年度)」を策定いたしております。本計画につきましては、コロナ禍により加速・顕在化した環境変化を踏まえ、従来型の規模や量を追求する事業モデルを見直す契機と捉え、量から質への「新たな事業モデルへの道筋をつける中計」と位置づけ、中長期の戦略実現に向けた検討・準備と、グループ保有資産の更なる強化に努めてまいります。

記

1. 当社グループのビジョン

グループビジョン：「地域小売業のリーディングカンパニーとして発展していく」

事業戦略：サステナビリティを基盤とした“質”の追求

当社グループに関わる全てのステークホルダー（顧客、取引先、従業員、株主）ならびに地域社会とのつながりの“質”を深化させ、地域共創基盤として持続可能な地域社会の発展に寄与してまいります。

営業戦略：リアルとデジタルの両面からお客様へ上質な人生を提案する

顧客情報を統合し諸施策に活用することで、店舗やネットショッピング等複数のチャンネルを通じて顧客ニーズへ対応してまいります。

2. 戦略の方向性

【短中期】

● 店舗における百貨店らしさの追求(競争優位性の確立・差別化)

自主編集運営ゾーンの刷新等による店舗価値の向上を図ってまいります。

● 効率的な店舗運営と効果的な販売促進体制の維持(収益性の維持・向上)

SNS活用等効果的な宣伝経費運用により高収益構造の維持に努めてまいります。

【中長期】

● デジタルデバイスを基軸とした顧客単価向上(顧客接点の創造)

井筒屋アプリの導入により顧客統合基盤を構築し、効率的な営業施策を推進してまいります。

● 優良顧客基盤×デジタルデバイスの活用(新たな収益基盤の確立)

将来的には、統合された顧客情報を活用し、顧客の求めるソリューションを提供してまいります。

3. 最終年度(2024年度)の数値目標 ※収益認識会計基準適用後

| 連結業績 | 2023年2月期 | 2024年2月期 | | 2025年2月期 |
|-------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| | 実績(2022年度) 本中計1年目 | 目標値(2023年度) 本中計2年目 | 実績(2023年度) 本中計2年目 | 目標値(2024年度) 本中計3年目 |
| 売上高 | 225億円 | 226億円 | 225億円 | 227億円 |
| 営業利益 | 11億円 | 8億円 | 9億円 | 9億円 |
| 営業利益率 | 5.2% | 3.5% | 4.4% | 4.0% |
| 経常利益 | 10億円 | 6億円 | 9億円 | 8億円 |
| 経常利益率 | 4.8% | 2.7% | 4.2% | 3.5% |

※2024年度の数値目標につきまして、2023年4月公表時は 営業利益を8億円 経常利益を6億円としておりましたが、業績を踏まえ記載の通り修正いたしました。

以上