

平成 20 年 6 月 4 日



各 位

会 社 名 株式会社 中 村 屋  
代表者名 代表取締役社長 長沼 誠  
(コード番号 2204 )  
問い合わせ先 CSR推進室  
TEL: 03-5454-7153

## 中村屋グループの中期経営計画に関するお知らせ

中村屋グループは、2009年3月期から2011年3月期を対象期間とする新たな3ヵ年間の中期経営計画『イノベーションプラン N21』を策定いたしましたので、お知らせいたします。

### 記

#### 1. 中期経営計画『イノベーションプラン N21』の概要

中村屋グループは進むべき方向と達成すべき目標を明確化させ、そこに至る計画に次のように取り組んで参ります。

##### 【経営理念】

当社グループの経営理念「新たな価値を創造し、健康で豊かな生活の実現に貢献する」を実現するために「お客様満足の追求」「品質第一主義の徹底」「自主自立の確立」を経営方針として位置づけ、企業価値の向上を図って参ります。

##### 【経営ビジョン】

「菓子・食品企業としての価値ブランドの確立をめざす」を掲げ、歴史と伝統に裏づけされたブランドを磨き上げ、企業価値の向上を実現して参ります。

また、3ヵ年の中期方針として定めた「成長戦略の推進と新たな分野への参入」「経営効率による企業体質の強化」「資産活用計画の推進」をもとに、「時流を的確に把握し、コスト構造を変化させ、持続的成長に邁進する」をスローガンに改革・革新を加速させて参ります。

##### ※経営指標目標

2011年3月期

連結売上高	455億円
連結売上高営業利益率	5.7%
連結ROE	5.7%

## 2. 全体戦略の骨子

### (1) 品質保証システムの推進

品質をすべてに最優先させ、各プロセスでの品質管理体制と監査体制の強化によって、自主管理と社内監査を推進し、おいしさと安心・安全を提供して行くことを実現して参ります。

### (2) CSR経営の推進

コンプライアンスの徹底とステークホルダーの満足度向上によって企業の社会的責任を果たし、社会から存在を認められる企業であり続ける経営を進めて参ります。

### (3) キャッシュフロー経営の推進

キャッシュフローの創出により財務体質を強化し企業成長のためにキャッシュを重点的かつ積極的に活用して参ります。

### (4) ブランド経営の推進

ブランド体系の整備と戦略展開によりブランドを構築し、ブランドの価値の向上を継続的に推進して参ります。

### (5) 強い経営の推進

「ビジネスモデルの強化」「経営システムの効率化」「企業風土の改革」により強い経営を推進して参ります。

## 3. 事業戦略の骨子

### (1) 菓子事業

中村屋グループの中核事業として、基盤を強化し、収益の拡大を図るためにお客様の上質化ニーズに対応した高品質・高付加価値商品の開発を加速して参ります。また、百貨店販路を中心とした月餅の専門店「円果天」や駅構内等でのお土産菓子ショップなど、新ショップの展開を積極的に推進し、収益拡大を図って参ります。

さらに当社の強みである技術力を活かし、コア商品である中華まんじゅう類の新製品開発・改良に取り組み、新たな販路開拓によって当社の収益基盤を安定的に拡大して参ります。

### (2) 本店飲食事業

既存業態の改善と新たなビジネスモデルの創出により事業を再構築するとともに、お客様の上質化ニーズに対応した商品・メニュー開発を強化し収益の向上を図って参ります。

### (3) 食品事業

新商品開発と新販路開拓及び効率的なビジネス展開への転換を図る中で、市販用食品ではブランド力の強いレトルトカレーを中心に新製品開発を進め、業務用食品では調理技術を活かしたメニュー開発と新規販路開拓により売上の拡大と収益の改善を図って参ります。

### (4) 不動産賃貸事業およびその他部門事業

不動産賃貸事業は安定した収益確保に努めて参ります。また、スポーツ事業では競合他店に対する差別的優位性を確保するため、お客様視点に立ったリニューアルの実施とサービスの向上を図り、売上の拡大と収益の改善を図って参ります。

#### 4. 機能戦略の骨子

##### (1) マーケティング戦略

マーケティング機能の強化を図り、既存市場の深耕と新規市場への積極的な参入で拡大成長を図ります。戦略カテゴリー商品である中華まんじゅう、焼菓子、米菓、パックデザート、レトルトカレーを重点的に拡大して参ります。

##### (2) 技術戦略

新技術をベースとした独創的な新製品を開発するために技術機能を「製品開発技術」「生産技術」「基礎技術」に区分し三位一体で機能を強化させ、お客様のニーズに的確に対応して参ります。

##### (3) 生産戦略

安全な製品の供給と自製率の向上及び生産性のアップによって製造高と製造利益の拡大を図ります。また、グループ全体の生産機能を効率化させ、ライン特性に合わせた生産機能の再編・統合を進める中で、品質向上、生産性向上によって競争力のある供給体制を図って参ります。

##### (4) 購買戦略

購買機能を拡大しグローバルに調達先を選択・選別・開発し、安心・安全な原材料を安定的に調達し、新たな有利購買への取り組みにより調達コストを削減して参ります。

##### (5) ロジスティックス戦略

調達、生産、物流、販売のSCMを推進する中でERPシステム活用により在庫管理を徹底させ在庫削減と商品の鮮度向上を進めるとともに、グループ全体の領域で物流ネットワークの再編・統合を図って参ります。

##### (6) 人事戦略

人材採用と人材育成によって自立した人材の個々の力の最大化を図りマネジメントの強化と戦略推進力を高めて参ります。

また、多様な人材の活用にも積極的に取り組み、職場環境の改善や処遇・制度の見直しを進め、従業員一人ひとりの主体的な挑戦によって活力のある会社を実現して参ります。

以 上