



平成 20 年 10 月 14 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 サ ダ マ ツ
代表者の役職氏名 代表取締役 貞松 隆 弥
社 長
(J A S D A Q ・ コード 2 7 3 6)
問い合わせ先 執行役員 磯野 絃 一
管 理 部 長
電 話 番 号 0 3 - 5 7 6 8 - 9 9 5 7

平成 21 (2009) 年 8 月期から平成 23 (2011) 年 8 月期の中期経営計画について

当社グループは、このたび企業のビジネスモデル変革に伴う経営環境の整備が一定レベルに達したことを受け、中期経営計画を策定いたしましたので、その骨子をお知らせいたします。

1. 中期経営計画の狙い

当社グループは、平成 14 (2002) 年のジャスダック上場後 6 年を経過致しましたが、段階的にその事業規模を拡張させてまいりました。また、その事業規模の変化に適応すべく経営構造の大変革を断続的に推進してまいりました。中でも 2005 年に行いました「M&A による首都圏進出」はその象徴的なものであり、以降も「福岡・東京に 2 極化した本部機能の東京への移転統合」、「物流センター設立による物流機能の一元化」および「ベトナム子会社設立による生産機能の確立」等、短期的に経営環境の適正化を図ってまいりました。加えて「店舗のスクラップ&ビルド」に関しては、今なお推進しております。このような施策の結果、平成 20 (2008) 年 8 月期末には各事業分野でのインフラ整備が一定レベルにまで整ったことを受け、平成 21 (2009) 年 8 月期以降、3 ヶ年という中期的な視野で経営戦略を捉えてまいります。国内基軸事業では安定的な業績を確立し、海外子会社においてはグループ事業の将来性をグローバルに追及するバランス感覚を重視し、企業運営を進めてまいります。

つきましては、企業運営における柔軟性と計画性の融合を強化し、企業価値を発展させていくために、「サダマツグループ中期経営計画」を策定いたしました。

2. 経営戦略

年次単位の経営戦略を明確にし、計画的に取り組むことで計画の効率的実施を行います。

<平成 21 (2009) 年 8 月期>

- ・ 国内基軸事業における業務や拠点の統廃合によるコスト削減の恒常化。
- ・ 台湾市場におけるコスト削減の恒常化と、基礎販売力およびCRMの強化。
- ・ ベトナム工場における品質向上を中心とした生産機能の強化と他社供給先との試験的取引の開始。

<平成 22 (2010) 年 8 月期>

- ・ 「付加価値ビジネス」への本格参入に向けた資本投下と、都内優良立地への旗艦路面店の確保。
- ・ 台湾市場での業務の統廃合による効率化。
- ・ ベトナム工場での海外大口供給ルート獲得による生産量の確保及び生産コストの低減。

<平成 23 (2011) 年 8 月期>

- ・ 国内におけるブランド及び業態の統廃合とCI（コーポレートアイデンティティ）による企業価値の訴求。
- ・ 当社グループとしての中国本土市場への店舗進出。
- ・ 当社グループ間業務のシグナ効果の最大化によるグローバルビジネスの安定化。

3. 事業計画における業績目標

平成 21 (2009) 年 8 月期以降、3 年間の事業計画における業績目標を以下のとおりとします。

(単位：百万円)

	平成 21 (2009) 年 8 月期	平成 22 (2010) 年 8 月期	平成 23 (2011) 年 8 月期
売上高	7,700	8,300	8,600
営業利益	320	576	665
経常利益	250	473	561

注 1：上記数値は前述の 1.2.及び開示時点での経済環境を踏まえた業績目標であり、各会計年度の決算発表時に行う業績予想とは異なる場合があります。

注 2：中期（3 年）の業績目標については毎期見直しを行うローリング方式をとっております。

以上

その他当社グループの情報に関しては、以下 URL をご覧ください。

URL： <http://www.sadamatsu.com>（当社ホームページ/トップ）

<http://www.b-sophia.co.jp/IR>（IR サイト）

ご注意：ここに掲載されている情報のうち、過去の歴史的事実以外のものは将来の見通しであり、これらは現在入手可能な情報及び現在推測可能な経済状況からなる当社の経営者の判断に基づいております。従って、実際の業績はこれらと異なる結果となる場合がございます事をご了承ください。