



2019年3月11日

各 位

会 社 名 株式会社 東京ソワール
代表者名 代表取締役社長 村越眞二
(コード番号 8040 東証第2部)
問合せ先 執行役員経営企画本部長 大島 和俊
(Tel 03-5474-6557)

『中期経営計画』(チャレンジ2021)の策定のお知らせ

株式会社東京ソワールは2019年度を初年度とする『2019～2021年度 中期経営計画』
(“チャレンジ2021” Tradition&Transformation)を策定いたしましたので、お知らせいたします。

1. 中期経営計画の策定にあたり

当社を取り巻く事業環境は、人口動態の変化(少子高齢化の進展)、IT技術の進展によるEコマース市場の拡大、経済のグローバル化による衣料品の低価格化等により、地方・郊外の小売店の閉店・業態転換、国内繊維事業者の減少、と大きく変化しております。

このような環境において、当社は収益性の改善に向けた、既存主要販路の店舗及びブランドのスクラップ&ビルド、新たな販路の開拓に向けた、ショッピングセンターでのフォーマルコンセプトショップ「フォルムフォルマ」の展開、アウトレットモールへの出店、自社ECサイトの開設、所有から利用へと消費者の変化を捉え、一部店舗でのレンタル事業の試行などに取り組んで参りました。

こうした事業環境の変化を踏まえ、当社は2021年に向け、卸売事業の活性化に加え、「お客様への直接流通」を拡大・強化し、ICTを活用した「製品の販売とサービスを組み合わせた」価値の提供へ、更には新たな「フォーマルライフの提案」へと、創業以来の伝統であるモノづくりへの研鑽を図るとともに、成長に向けた事業構造の変容を目指した『中期経営計画』を策定いたしました。

“チャレンジ2021” Tradition & Transformation

私たちは、「婦人フォーマル企業」から「総合フォーマル企業」への変容を目指し、挑戦し続けます

2. 目標達成のための事業戦略

お客様との接点は「リアル」から「デジタル」へとシフトしており、ICTインフラの整備と利用が欠かせないものとなっております。また、付加価値の提供も、「モノ」から「モノとコト」を組み合わせたサービスへとシフトしており、この変化に迅速に対応することが生き残るための条件となっております。

このような環境下で、当社においても従来のビジネスモデルのみでの持続的な成長は困難な状況となっております。今後は、お客様とダイレクトにつながり、商品だけではなくサービスもあわせて提供することが成長のためのモデルであり、実現する為には速やかな事業構造の変革・変容が必須であると考え、以下の事業戦略に取り組んで参ります。

事業戦略

- | | |
|------------|-----------------------|
| ①卸売事業の収益改善 | “利益を重視した効率的な運用” |
| ②小売事業の収益拡大 | “顧客との接点最大化による売上拡大” |
| ③新たな事業の開発 | “ビジネスモデルの創造” |
| ④事業基盤の強化 | “事業戦略を支えるインフラの強化と効率化” |

数値目標

2021 年度目標 売上高 175 億円 営業利益率 3.0%以上

(添付資料) 詳細につきましては、添付資料「中期経営計画(2019～2021年)」をご参照ください。

以上

中期経営計画(2019～2021年)

株式会社東京ソワール

1.当社を取り巻く環境

- 少子高齢化・人口減少は、国内需要の減少だけでなく、縫製工場など国内繊維業の衰退を招き、販売員も採用難の状況となっています
- ライフスタイル・価値観の多様化や情報化の進展により、お客様・マーケットは変化し続けており大型小売店の地方・郊外店の閉店・売場廃止・業態転換は、今後も継続する事が公表されています
- シェアリング・エコノミーの拡大は顕著で、流通各社がレンタルショップを開設するなど、今後は小売業のサービスシフトが加速すると思われます
- 選別消費の傾向に加え、節約志向は依然として根強く、購買チャネルのシフトや消費の二極化もあり低価格志向は依然として高い状況です
- エコマース市場は成長し続けており、総合モールとファッションモールが既存販路の需要を取り込む形で成長を続けています
- ショッピングセンターは大手アパレル等が出店を凍結しており、好立地の案件に好条件で出店することも可能な状況となっています

この環境変化は、循環的ではなく構造的な変化であり、
構造的な変化に対応するためには

- 当社がすでに確立しているビジネスプロセスやビジネスモデルを、従来と異なる視点で改めて見直し、収益性を重視した効率的な運用へ変革することが必要です
- 当社の定義する「ビジネスの範囲」を狭めず、外部との連携・協業も視野に入れた多様な可能性を探求し、新たな販路・顧客を獲得するための事業の開発を目指します



2.中期経営ビジョン

“チャレンジ2021” Tradition & Transformation

私たちは「婦人フォーマル企業」から「総合フォーマル企業」への変容を目指し、挑戦し続けます

3.対処すべき課題

- | | |
|------------|-----------------------|
| ①卸売事業の収益改善 | ～利益を重視した効率的な運用～ |
| ②小売事業の収益拡大 | ～顧客とダイレクトに繋がる事業の売上拡大～ |
| ③新規事業の開発 | ～ビジネスモデルの創造～ |
| ④事業基盤の強化 | ～事業戦略を支えるインフラの強化と効率化～ |

4.事業戦略

①卸売事業

卸売事業の収益改善

生産から販売までの業務プロセスを見直し、
収益性を重視した効率的な運用へと変革していく

■収益性を重視した人員配置等の見直し

◎ICT(Information and Communication Technology)の利用による業務の見直し

■百貨店モノポリー店舗※の『ショップ運営』への転換

◎パイロット店舗の開拓・検証によるモデルの確立

※当社一社体制で運営しているフォーマル売場

■原価低減・維持の手法開発と実践

◎個別削減から、アプローチ・視点を変えることによる全体削減

②小売事業

小売事業の収益拡大

ICTの活用、商品の拡充、顧客との接点最大化による売上拡大

■ECの売上拡大とリアル店舗との連携によるオムニチャネル化

◎公式オンラインショップ「フォーマルメッセージ」と
実店舗の「フォーマルメッセージ・ショップ」の連携による
顧客満足度の向上

◎売上拡大に向けたオリジナル・共通商品の展開

■フォームフォルマの出店加速

◎早期に50店舗体制実現に向け出店を加速

③新規事業

新規事業の開発

顧客ニーズの変化に対応した事業の開発

■ レンタル事業への本格的参入

◎ リアル・EC店舗の出店、外部企業との連携ノウハウの構築

■ 新たなコンセプトショップの開発に向けた事業化調査

◎ 上質な商品・サービスを提供する事業化の立案

④事業基盤

事業基盤の強化

事業戦略を支えるインフラの強化と効率化

■ 基幹人材の育成及び強化

◎ 環境の変化に柔軟に対応できる人材の育成

■ ICT活用による業務省力化

◎ 定型的業務の機械化推進

◎ デジタルシフト、サービスシフトへの基幹システムの対応



5.業績目標

2021年数值目標

■売上高 175億円

■営業利益率 3.0%以上