



平成 19 年 5 月 11 日

各 位

会 社 名 ア ッ ギ 株 式 会 社
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 藤 本 義 治
(コード番号：3529 東証、大証各第1部)
問 合 せ 先 執 行 役 員 経 営 企 画 室 長 根 本 達 彦
(TEL 046-235-8107)

第 3 次 中 期 経 営 計 画 に つ い て

当社グループは、「企業ブランド価値の向上」を目指して、2007 年から 2009 年までの 3 年間を実行期間とする「第 3 次中期経営計画」を策定しましたのでお知らせいたします。

第 3 次中期経営計画 2007 年～2009 年 ATSUGI Challenge 2009

『はじめに』

当社グループは、本年 12 月に創立 60 周年を迎えます。

これも一重にお客様のご支持の賜物と存じ、厚く御礼申し上げます。

さて、当社グループは創立以来、女性の美と快適さに貢献する企業として日本のストッキングの歴史を常にリードしてまいりました。

今後とも、良き伝統を引き継ぎながら、環境の変化に積極的に対応し、新時代を切り開く企業に生まれ変わることを目標に、挑戦し続けてまいります。

また、企業理念に則り法令を遵守し、社会に貢献できる企業となるために、全従業員が精進してまいりますので、ご支援賜りますようお願い申し上げます。

『第 2 次中期経営計画の総括』

2004 年から 2006 年までの第 2 次中期経営計画は、引続く厳しい市場環境の下で構造改革を進めた結果、目標とした売上高 300 億円は、プレーンストッキングの市場規模縮小とインナー商品の競争力不足等で未達に終わりましたが、経常利益 20 億円については徹底したコスト削減と高付加価値商品の開発に努めた結果、達成することが出来ました。

尚、ROE3%については経常利益を達成することにより可能と考えておりましたが、想定以上に純資産が増えたことで、僅かに目標に届きませんでした。

項目	目標		結果
売上高	300 億円	→	247 億円
経常利益	20 億円	→	21.7 億円
R O E	3%	→	2.99%

(注) ROE の 2.99% は当社経常利益から支払うべき税金を控除後の金額をベースとして計算しております。

『第 3 次中期経営計画の数値目標』

項目	2006 年実績		2009 年目標
連結売上高	247 億円	→	260 億円
連結営業利益	20.7 億円	→	26 億円
営業利益率	8.4%	→	10%

『第 3 次中期経営計画に向けての課題』

第 3 次中期経営計画は企業の更なる発展を目指し、成長戦略へギアチェンジ致します。

第 1 次中期経営計画から第 2 次中期経営計画で築きあげた経営体質をベースに、更に強固で揺るぎ無いものとし、成長に向けて確かな一歩を歩んでまいります。成長戦略の実行と更なる構造改革により、企業ブランド価値の向上を図り、お客様に新しい価値を提供してまいります。

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 営業力強化 2. 更なる合理化の推進 3. 技術力及び商品開発力の強化 4. 人材の育成 |
|--|

企業価値の拡大を目的とし、4 つの課題を柱に目標達成に向けて尽力してまいります。

1. 営業力の強化

第 2 次中期経営計画に引続き営業力の強化を最優先課題として取り組んでまいります。

(1) 新商品開発の新たな方向性を目指します。

少子高齢化社会に対応するために、シルバーマーケット向け商品開発と市場開拓を積極的に進めてまいります。レッグウェアとインナーウェアのコラボレーション企画の拡充を進め、トータルの売場提案を勧めてまいります。

素材メーカーとの共同開発を推進し、新たなシーズの探求を進め、高付加価値商品の開発を進めます。

産学共同開発等の取組みを推進し、快適性の追及と健康志向を目的とした商品開発を進めてまいります。

(2) アツギブランドの再構築

60周年記念キャンペーンを実施し、アツギブランドの訴求を図ってまいります。

高付加価値ナショナルブランドの育成を図り、ブランドロイヤルティを高めてまいります。企業ブランド価値向上を目指し、企業ブランド訴求を意図した販促、広告活動を行ってまいります。

(3) 販売ルート、地域別戦略

販売ルート別に戦略を明確にして拡販を図ってまいります。

開拓の遅れているルートとして通信販売、インターネット販売の強化を進めます。

海外販売は、中国を中心に直営店の増設と代理店の整備拡大で強化を進めてまいります。

2. 更なる合理化の推進

コスト競争力強化により利益計画の達成を目指します。

(1) ローコストオペレーションの実現

SCMの精度アップを図り、最適在庫水準の達成とリードタイムの短縮を実現致します。

(2) グループ経営の強化

前期に刷新した人事情報システムを活用し要員管理の徹底を図り、グループ人員の最適化を追求し、グループ全体の組織体制の構築を進めます。

グループ会社の再編を進めることにより、経済合理性の追求とガバナンスの強化を進めてまいります。

(3) 海外生産会社の合理化推進

国内生産と海外生産の最適化を追及し、生産コストの削減を進めてまいります。

生産工場は、現地マネジメント人材の育成を図り効率的な運営を進めると共に、一層の生産性改善を進めてまいります。

3. 技術力及び商品開発力の強化

当社の最大の強みである技術力及び商品開発力を更に磨き、安定した品質の商品提供と、差別化商品の開発を進めてまいります。

(1) 技術認定制度の進展

2006年に導入を開始した技術認定制度を更に進展させ、技術力の継承及び向上に向けて取り組んでまいります。

マイスターの育成を図り、全体の技術水準の底上げを進め、現場力の更なる向上を図ります。

(2) 研究開発組織の拡充

研究開発組織の統合、拡充を進め、事業間の枠に囚われない新商品開発の実現を目指します。

(3) 新規参入分野の研究開発

少子高齢化社会に対応するためにシルバー市場への本格進出を進めてまいります。

健康志向商品やメディカル関連商品の拡充を図ります。

新規事業分野の進出を図る事を意図した産学共同開発等の取組みを推進してまいります。

4. 人材の育成

企業の発展の源は人材育成であることを認識し、有能な人材の確保、育成に注力してまいります。また、目標達成に向けて社員の意識改革を進めてまいります。

(1) 2007年問題への対応

要員管理をベースとした長期的視野に立った採用計画を推進致します。

採用方法についても従来型を脱却し、多様な採用手法を進めてまいります。

業務スキルの伝承を踏まえた高齢者雇用制度の活用を進めてまいります。

(2) 人材育成、能力開発

次期の経営を担うマネジメント層の人材育成、能力強化を進めてまいります。

積極的な人材登用を進めてまいります。

(3) 組織体制の見直し

事業内容規模に見合う組織の形成と要員管理の徹底を図り、企業体質の強化を図ります。

本資料に記載されている内容は、現時点で入手可能な情報に基づいております。

記載内容は、様々な要因により、これらの業績見通し等と異なる結果となる可能性がありますことをご承知おき下さい。

なお、実際の業績に影響を与える要因には、経済情勢、原油価格、製品の需要動向および市況、為替レートならびに金利の動向等が含まれますが、これらに限定されるものではありません。