



2020年 3月13日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ナ イ ガ イ
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 今 泉 賢 治
(コード番号：8013 東証第一部)
問 合 せ 先 取 締 役 管 理 部 門 担 当 市 原 聡
(Tel 03-6230-1654)

「第4次中期経営計画（ナイガイ・ニューバリュー2021）」の
進捗状況及び目標の見直しについて

記

1. 「第4次中期経営計画（ナイガイ・ニューバリュー2021）」の進捗状況について

(1) 第4次中期経営計画の進捗概要と計画見直しの背景について

第4次中期経営計画初年度にあたる昨年以降、日本経済を取り巻く外部環境では、異常気象、米中貿易摩擦や香港のデモの長期化による景気減速への影響、消費税増税、大型商業施設の相次ぐ閉鎖等、様々な要因が複合的に重なり、当社を取り巻く事業環境も極めて厳しい状況が続いております。

こうした厳しい外部環境変化に伴い、個人消費を支える消費者の価値観や行動も、極めて慎重な姿勢に変わってきており、従来型のビジネスモデルの延長線では、こうした変化に十分に対応できない状況が顕著となりつつあり、今後もこの傾向は続くものと予測しております。

当社におきましても、第4次中期経営計画の初年度にあたる2020年1月期では、ホームウェア事業の健闘、ハッピーソックス導入によるリテール事業の拡大、百貨店内における自主運営型ショップ展開の開始など、成果の見込める施策もありましたが、全般的にはこうした外部環境変化に伴う、個人消費の落ち込みに加えて、既存流通販路の相次ぐ閉店や売り場縮小により、卸売事業の規模縮小傾向に歯止めがかからない状況が続きました。

また、昨年度は、当社におけるテレビ通販事業の規模縮小に伴い、今後の持続可能性を検証した結果、株式会社ナイガイ・イムを解散し、同社のテレビ通販事業の休止を決定いたしました。ネット通販事業(ECビジネス)を営むセンチレーワン株式会社におきましても、EC競合激化により売上が伸び悩む状況が続いており、事業採算が悪化してきたことから、抜本的な事業構造改革に着手することいたしました。さらに、海外事業におきましても、香港の長引くデモによる在外子会社の内販ビジネス不振等も加わり、これらの事業環境においても複合的な下押し要因が重なった結果、第4次中期経営計画の定量目標につきましては、初年度より下方修正せざるを得ない見込みとなりました。

このような状況認識の中、当社といたしましては、今後は、第4次中期経営計画で掲げました、消費者に支持されるナイガイ4つの価値創造（存在価値、商品価値、人財価値、企業価値）を目標にした戦略施策を軸とし、スピードをもって、まずは卸売偏重の事業構造から、卸売ビジネスと小売ビジネスを両輪とする盤石なビジネスポートフォリオへの再構築を図ることが喫緊の課題と考え、これを最優先命題として、第4次中期経営計画の各施策の軌道修正を行い、早期の業績回復に取り組んでまいります。

(2) 第4次中期経営計画における基本戦略の進捗状況（2020年3月13日現在）について

① BtoB革新（卸売り事業革新による競争力強化）

百貨店内で当社単独運営ショップ展開及び服飾雑貨企業との協同による連合自主運営ショップ展開等を開始し、自前の店舗オペレーションにより直接消費者に販売するBtoBtoCビジネスモデル構築に着手しております。

今後はさらに、自主運営形態の百貨店インショップ展開を拡大してまいります。

また、量販店向け卸売ビジネスにつきましては、当社の独自性のある商品開発力を活かして、新たに、カテゴリー専門チェーン業態販路特有の消費者ニーズを満たす商品開発・提案を強化し、新規卸ルートの拡大に着手してまいります。

② BtoC構築（小売事業モデルの構築）

スウェーデン発で世界90カ国に展開する「ハッピーソックス」ブランドの日本国内における直営店事業をスタートし、現在、常設6店舗＋アウトレット1店舗を展開。さらに全国でポップアップショップを随時展開するとともに、新規店舗開発を積極的に推し進め事業規模を拡大しております。

また、レグウェアのネット通販事業拡大に向けて、自社開発のナイガイ・ブランドに加え、ライセンスブランドの販売を行う「ナイガイ・オンラインショップ」の展開も開始いたしました。

これらの小売事業活動を手始めに、今後はネットとリアルを融合した、消費者にとって利便性の高い、小売スタイルの開発に注力し、小売事業セグメントの拡大を図ってまいります。

③ 『ナイガイ』ブランディング（ナイガイ4つの価値創造）

ナイガイの存在価値創造につきましては、ブランディング広報委員会（現在は広報室）を設置し、ナイガイの企業ブランディングに資する広報活動をメディア、SNSを通じて積極的に展開を開始するとともに、“ナイガイを体験する場”としての「足ノ駅」ポップアップイベントを開催し消費者との直接接点の拡大に向けた取り組みを開始いたしました。さらに、地域貢献事業としては、港区シティー・ハーフマラソン大会に協賛するなどの社会活動を通じて、ナイガイの存在価値創造に向けた取り組みを展開しております。

また、今年度は当社創業100周年にあたるため、各販路で創業100周年イベントを開催し、企業認知活動に注力してまいります。

新たな商品価値創造につきましては、株式会社ミライロとの協業により、障害者やシニア層の不満、不具合を解消し、すべての人の健康で快適な生活をサポートするレグウェアの開発に注力するとともに、お客様にとって利便性の高い販売手法の開発研究に着手いたしました。

2. 第4次中期経営計画の定量目標の見直しについて

以上の事業環境変化及び事業進捗を踏まえ、第4次中期経営計画2年目にあたる本年度からは、新たに、ナイガイの人財価値創造に資する若手・女性人財の上級職登用を促進し、変化に敏感で柔軟な対応力のある組織・人事体制への刷新、改編を行うとともに、商品戦略では、消費者に選ばれ、支持されるモノ・コトづくりを実現するマーケティング力及びマーチャンダイジング力を外部企業との連携も含めて徹底的に強化いたします。さらに、チャネル戦略では、従来型の百貨店、量販店に依存する卸売ビジネス偏重からの脱却を図り、新流通販路（カテゴリー専門チェーン業態販路）の開拓、並びに直接消費者へ販売する小売事業（リアル&E C）拡大を重点戦略として全社で取り組んでまいります。

現在進行中の第4次中期経営計画におきましては、当初より公表しております各戦略施策を、スピードをもって着実に進めてまいり所存ですが、現時点での内部要因の変化及び外部環境の将来予測から見ても、事業ポートフォリオの再構築を優先して遂行する過程では、当初の第4次中期経営計画の定量目標達成は難しいと判断するに至り、当面は上記に掲げた主要戦略を着実に実行するとともに、抜本的な事業構成の見直しを推し進め、早期に業績を回復させ、再成長軌道に戻すことに全力を尽くすこととし、これに伴い、当初定量計画につきましても以下の通り見直しを行うことといたしました。

なお、現時点では、新型コロナウイルスによる業績への影響額につきましては具体的な予測が難しいため含んでおりません。

(百万円)	当初計画		見直計画	
	連結売上高	連結経常利益	連結売上高	連結経常利益
2020年1月期	18,500	3%以上の達成	16,741	△177
2021年1月期	19,000	〃	17,000	100
2022年1月期	20,000	〃	17,500	150

以上