



平成 21 年 4 月 3 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ポ イ ン ト
代 表 者 代 表 取 締 役 社 長 石 井 稔 晃
(コード番号 2 6 8 5 東 証 第 一 部)
問 合 せ 先 取 締 役 執 行 役 員 管 理 本 部 長 松 田 毅
(T E L : 0 3 - 3 2 4 3 - 6 0 1 1)

中期経営計画策定のお知らせ

当社は、2012 年 2 月期を最終年度とする新中期経営計画 T O P 12 (Take Off Point 2010 -2012) を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

策定の背景と目的

2009 年 2 月期で終了した前中期経営計画 (T O P 9) については、戦略の要であった「複数ブランドの開発と育成による業容拡大と経営安定化」が計画以上に進展し、売上高や利益の実績も計画を大きく超過するなど、多大の成果を上げることが出来ました。

一方、当社を取り巻く事業環境は、世界的な金融危機を背景に企業収益が落ち込み、雇用環境の悪化や個人消費の冷え込みが見られ、急速に景気後退基調に転じております。また、外資系企業の日本進出により、ますます競争が激化しており、「まちづくり 3 法」改正による郊外での大型商業施設開発の規制等、出店環境も大きく変化しております。

このような事業環境が激しく変化する中、新中期経営計画 (T O P 12) においては、当社の DNA (遺伝子) の更なる進化・継承を図ることによるブランド力・組織力の強化に重点をおき、着実な成長を図っていく計画といたしました。

そして、将来の永続的な成長に向けて、国内での新たなマーケットや、海外マーケットへの展開を順次進めることで、企業価値の一層の向上を目指してまいります。

ビジョン・基本方針

ファッションカジュアル市場におけるリーディングカンパニーとなる

ファッショントレンドやオフィススタイルのカジュアル化、低価格志向の強まりを受け、ますます拡大するファッションカジュアル市場。当社は、この市場において、世界のメジャープレーヤーに負けない「リーディングカンパニー」へと成長することを目指します。

1. T O P 9 で確立したブランドポートフォリオを強固にすべく、各ブランドの成長を継続
ローリーズファーム、グローバルワークに続くブランドが次々と育ってきたことは、前中期経営計画 (T O P 9) 最大の成果です。それぞれのブランドが、更にお客様からの支持を広げ、より強いブランドに成長することを目指します。
2. 将来の永続的な成長に向けて、ブランド価値向上やビジネスモデル強化のための投資を積極的に実施

当社は、お客様の期待を超える商品・サービスを提供する存在であり続けるために、物流機能の拡充、中国マーケットへの展開、品質の更なる向上や人材力強化などへの投資を積極的に行なってまいります。

基本戦略

上記基本方針に基づき、以下の4点を戦略の柱とします。

1. 既存ブランドの成長と変革による業容拡大

- ・ 主力ブランドであるローリーズファームのNEWラインによる変革と拡大
- ・ 成長期ブランドをダウンタウン中心に戦略的出店
(ジーナシス・レブシムローリーズファーム・ヘザー・アパートバイローリーズ)
- ・ 出店戦略の多様化(コレクトポイント・旗艦店・複合店)

2. ビジネスモデルの強化による永続的成長

- ・ 商品企画機能の強化(品質の更なる向上・原価コントロール)
- ・ 戦略的広告宣伝の展開
- ・ 店頭販売力強化(エリアマネジャーによるOJT・店舗作業の効率化)
- ・ 物流機能の拡充

3. 将来の成長に向けて新たなマーケットの開拓

- ・ 新ブランドの立上げ
- ・ 中国マーケットへの展開開始(香港・上海)

4. 積極的な人材投資による組織力強化

- ・ 社員の処遇改善を反映した報酬制度の充実
- ・ ブランド間異動・社内公募による活性化
- ・ 積極的な採用や社員登用の継続

投資・財務・組織戦略

- ・ 積極的な出店・改装の継続
- ・ 旗艦店の出店(コレクトポイント原宿)
- ・ 国内新物流センターの設置(2010年)及び海外物流センターの検討

- ・ 配当は連結配当性向30%を基準
- ・ 自己株式の取得は、株価の動向や財務状況等を考慮しながら適切且つ機動的に対応
- ・ 店舗の設備投資については、リース利用を変更しバランスシートを管理

- ・ コーポレートブランドの強化
- ・ コンプライアンスの更なる徹底、内部統制・リスクマネジメントの充実
- ・ CSR(企業の社会的責任)への取組みの拡充

数値目標(連結)

- ・ 2012年2月期の売上高1,150億円、営業利益200億円の達成を目標とします。

(億円)	2009/2期(実績)	2012/2期(目標)	伸び率
売上高	867	1,150	133%
営業利益	157	200	127%

以上

本資料に記載されている将来に関する記述および数値は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。