

## 中期経営ビジョンと中期経営方針

Ⅰ.中期経営ビジョン(ありたい姿)		Ⅱ.中期経営方針		Ⅲ. 中期経営目標(平成21年1月期)に達成	
				項目	目標数値
<b>●定量的ビジョン</b> 平成23年度の年間売上高 12億円の達成 経常利益 20百万円(利益率2%目標) 借入金(短期・長期残高計) 2億円までの圧縮 テナント店舗展開 20店舗  <b>●定性的ビジョン</b> 本社機能の強化 本社・店舗間の情報システムの完備 自社ブランド開発 宝飾・観光両部門のヒット商品開発 組織力の強化 経営・営業・経理の三位一体化 情報管理システム 本社・営業店舗情報管理システム構築		○新しい人件費がかからない店の開拓 ○直営店(自社ブランドによる)の経営展開を図る ○観光部門の新規販路開拓を積極的に行っていく ○商品としては、わが社本来のアクセサリ、他店との差別化を実現する ○不採算店舗の閉鎖。中期経営計画のなかでの推進項目に取り入れ実施していく。		売上高のアップ(残高)	1,200,000
				経常利益アップ(年間利益)	20,000
				借入金の圧縮(最終残高)	200,000
				自己資本率(最終目標)	30%
				在庫額の圧縮(月間平均)	240,000
				百貨店展開店舗数(最終目標)	20
①経営理念、②重視する価値、③効率的経営、④生産性  ⑤経営革新、⑥商品・製品の革新、⑦社風の革新  ⑧トップ・幹部・社員のライフプラン、⑨事業再編計画		<目標項目例> ①売上高、②利益(率)、③付加価値(率)、④資産、⑤成長率、⑥損益分岐点、⑦社員数、⑧市場シェア、⑨各種経営指標等			
Ⅳ.機能別中期方針					
(1)最高経営機能	(2)マーケティング機能	(3)生産力・仕入機能	(4)財務・情報機能	(5)組織能力開発機能	
<b>●組織内での統制の一層強化、社員の管理体制を見直す。</b>  <b>●営業の日別、月別計画、仕入在庫管理など管理者への報告(何をいつまでにやるか。出来ているのか。出来ない場合の対策は?)を徹底し各自責任を持てる組</b>  <b>●人員(増減)を再構築し営業部(外)、商品部(内)の歯車が絡み合う組織へ。</b>  <b>●年々高齢化していく中での中高年対策。ベテラン社員の再雇用と熟練販売手法の伝承の場を作る。</b>	<b>●新事業の開発</b>  ・直営店を展開する(アクセサリ雑貨もしくは土産品店)  <b>●マーケティング力のアップを図る(商品力、企画開発力の向上を目指す)</b>  ・マーケット調査による自社商品力の認識 ・自社ブランドの開発。 ・テナント事業の出店	<b>●経営・営業・経理が三位一体となるようにしたい。</b> ・3部門の事務処理の統一化 ・業績の先行管理 3ヶ月先の仕入計画、原価管理の営業・経理の情報共有化を推  <b>●各部門責任者が会社の財務状況を理解し計画を立てられる</b> ・資金繰計画の管理強化 ・金融機関との良好な関係構築 ・経営スタッフ間の財務情報の共有化	<b>●商品管理システムの導入・・・棚卸の効率アップ・本社と店舗間の情報管理の強</b>  <b>●社員同士の情報共有・・・会議体の持ち方の工夫。</b>  <b>●自社のHPの作成・・・マーケット拡大のための情報収集。</b>	<b>●幹部の教育</b>  <b>●社員一人一人の販売に対する意識を高める</b>  <b>●情報機能の活用</b>	