

2004年2月27日

各 位

会 社 名	株 式 会 社	や ま や
代表者の役職名	代表取締役会長	山 内 英 房
	(コード番号 9994	東証第二部)
問い合わせ先	常務取締役経営企画室長	松 本 庄 司
T E L	(0 2 2) 3 6 3 - 1 3 2 4	

やまやグループ中期3ヵ年経営計画に関するお知らせ

当社は、2004年2月26日開催の取締役会において、2005年3月期を初年度とする、「やまやグループ中期3ヵ年経営計画」を決議いたしましたのでお知らせいたします。

尚、本計画の内容につきましては、別添資料の通りですので、ご参照ください。

以上

2004年2月27日

2004年度 やまやグループ 中期3ヵ年経営計画
(2005年3月期 ~ 2006年3月期 ~ 2007年3月期)

やまや 経営企画室

YaMaYa Growth Plan

やまやは、今、急上昇する !!



All For Customers

すべてはお客様のために!

1 中期グループ経営戦略

酒D Sからの脱却・・・酒類を中心とした嗜好品専門店「やまや」ブランドの確立

お客様の多様化するニーズに対応するマーチャンドライジング力を培い、そのようなニーズを満たす売場をS P F (Specialty store retailer of Private label Food)業態として、専門店を創ってまいります。

やまやグループ各社は、“お客様のためのワールドリカーシステム”を共有目標として、責任の明確な機能分業体制を創ってまいります。

システムによって、“マイフェイバリット嗜好食品を安心してお安く”を提供価値とする有機的なバリューチェーンを創ってまいります。

株式会社やまや

多様化・高度化するお客様ニーズを満たせる存在であり続けるために、「酒類を中心とした嗜好品専門店(Specialty store retailer of Private label Food & Beverage)」として営業力・MD力を強化し、お客様が求める品質・機能の商品を“エブリデーロープライス”で安定提供できるようダイレクトソーシング・自社物流の全店ネットを推し進め、さらに店舗の地域的守備範囲を広げてまいります。

天候の変化、為替の変動など農産物を原料とする酒類の特徴から、お客様ニーズをもとに国際的マーチャンドライジング活動をするネゴシアン機能を貿易部主体に拡充してまいります。

(ネゴシアン、すなわち、お客様と原料生産農家、醸造家をつなげる酒商の役割を強化し、お客様の变化を的確に商品政策に反映してまいります。

海外ネゴシアン活動をしております貿易部は、やまや商流株式会社と同様に、機能責任体制の明確化とやまや社以外への機能提供のため、独立させてまいります。)

料飲店様、ホテル、旅館のプロのお客様に対応できるプロフェッショナルとなってまいります。

やまや商流株式会社

イオングループ各社様、外食チェーン店様、HC・ドラッグチェーン様のニーズを満たせる「小売出身の酒類嗜好品専門卸」としてのワールドリカーシステムベンダー機能を強化し、小売連合のマスマーチャンドライジングの中核となってまいります。

株式会社やまやの店舗に対して、全店ネットの商品供給を行ってまいります。

滋賀県米原の関西物流センターを本年、秋に稼働させたいと考えています。やまやグループのダイレクトソーシング、センター直納体制で実現してまいります。本年は、株式会社やまやの中部、近畿への店舗出店を関西物流センターによって、サポートしてまいります。北陸、近畿、中部の既存店の共同配送（共配）体制を全店ネットのDC体制に切り替えます。また、店舗終業後の夜間配送、夜間納品を実施してまいります。

大和蔵株式会社

お客様視点で、商品開発できる川下メーカーとして、宮城の地酒を生産し、お客様をグループ内に限定せず、広く供給してまいります。酒質スペックを重視し、プロフェッショナルの日本酒ネゴシアンとなってまいります。

戦略目標

(1) 冷凍、チルド食品など温度帯の異なるカテゴリーの拡充

料飲店様に業務用の食品をご提供できるようにやまや商流ベンディングのコールドチェーンを創ってまいります。

（滋賀県米原の物流センターには、冷凍、冷蔵の設備を導入いたします。既存物流センターも、チルド、フローズン設備の拡充を予定しております。）

(2) キャッシュ&キャリアに加え、キャッシュ&デリバリーの推進

料飲店様、高齢のお客様に接近するため、配達を強化いたします。3年後に全売上比10%達成を目指します。

(3) 通年ギフト売場の定着

専門店として、ギフトマーケットに期待される売場作りに努めます。

(4) 店舗の大規模化と3年後200店舗を達成

やまやのフルラインで、売場面積 1,000 m²を目指します。

(5) 商品供給システムの更なる改革

グループの強みであるロジスティックスをさらに強化。商流と物流の改革を推進することで粗利率アップを図ります。

(6) 新人事制度の確立

独創性のあるマーチャндаイジングを持続し、1,000 億円のセールスポリュームをマネジメントできるコアリーダーを輩出する環境を築き、キャリアアップの意欲を創出する人事制度を創ってまいります。

(7) 情報システムの活用によるカテゴリーマネジメントの推進

最新のITを活用し、専門店として、専門分野の商品及び売場拡縮による粗利率アップを実現するため、カテゴリーマネジメント推進のためのシステムを構築し、市場環境に合わせ、500 m² ~ 1,000 m²に各カテゴリーを適正配分してまいります。

2 数値計画

(1) 中期利益計画(連結)の概要

2004年4月～2007年3月(3ヵ年) 概 要 (連 結)

	2004/3(予想)	前年比	2005/3計画	前年比	2006/3計画	前年比	2007/3計画	前年比
営業収益	640億円	106%	745億円	116%	870億円	117%	1000億円	115%
売上総利益	108億円	106%	128億円	119%	157億円	123%	185億円	118%
粗利率	16.9%	-	17.2%	+0.3%	18.0%	+0.8%	18.5%	+0.5%
販売費及び一般管理費	97億円	104%	111億円	114%	133億円	120%	152億円	114%
経常利益	12億円	117%	17億円	142%	24億円	141%	33億円	138%
当期利益	6億円	112%	8億円	133%	11億円	138%	16億円	145%
1株当り当期利益	61円	112%	81円	133%	112円	138%	162円	145%
総資産	275億円	105%	305億円	111%	324億円	106%	340億円	105%
株主資本(純資産)	133億円	105%	139億円	105%	149億円	107%	163億円	109%
借入金	80億円	100%	104億円	130%	113億円	109%	115億円	102%
ROA (総資産利益率)	2.2%	+0.2%	2.6%	+0.4%	3.4%	+0.8%	4.7%	+1.3%
ROE (株主資本利益率)	4.5%	+0.3%	5.8%	+1.3%	7.4%	+1.6%	9.8%	+2.5%
自己資本比率	48%		46%	-2.0%	46%		48%	+2.0%
売上高経常利益率	1.9%	+0.2%	2.3%	+0.4%	2.8%	+0.5%	3.3%	+0.5%
新店出店数	10店	+1店	20店	+10店	20店		22店	+2店
閉店数	3店	-2店	5店	+2店	5店		5店	
累計店舗数	153店	+7店	168店	+15店	183店	+15店	200店	+17店

計 画 の 前 提

既存店売上高 毎期、前年度比106%

販管費率 上限15%

計画には、M&A、増資を含まない

外部小売販売 3期目の目標、店舗売上高の10%

出店時期 毎期上期に集中する

(2) 中期投資計画 (概要)

	2004/3 (予想)	2005/3 計画	2006/3 計画	2007/3 計画
新規出店 設備投資額	4 億円	10 億円	10 億円	11 億円
(出店数)	(10 店)	(20 店)	(20 店)	(22 店)
(退店数)	(3 店)	(5 店)	(5 店)	(5 店)
新規出店 差入保証金増加額	1 億円	6 億円	6 億円	6 億円
新規出店 在庫増加額	2 億円	4 億円	4 億円	4 億円
改装投資額	1 億円	3 億円	3 億円	3 億円
(改装店舗数)	(7 店)	(30 店)	(30 店)	(30 店)
物流関連投資額	3 億円	16 億円	5 億円	1 億円
システム投資額	2 億円	1 億円	1 億円	1 億円
合計	13 億円	40 億円	29 億円	26 億円

(3) 中期資金計画 (概要)

	2004/3 (予想)	2005/3 計画	2006/3 計画	2007/3 計画
投資等	13 億円	40 億円	29 億円	26 億円
減価償却費	9 億円	9 億円	11 億円	10 億円
内部留保金	5 億円	7 億円	9 億円	14 億円
借入金増加額	1 億円	24 億円	9 億円	2 億円