



2019年4月1日

各 位

会 社 名 株式会社オークワ
代表者名 代表取締役社長 神吉 康成
(コード8217 東証第1部)
問合せ先 常務取締役執行役員管理本部長
兼 I R 室長 東川 浩三
TEL 073-425-2481

中期経営計画策定のお知らせ

当社は、2020年2月期から2022年2月期までの3ヶ年を対象とする中期経営計画を策定しましたのでお知らせいたします。

記

当社は、昭和34(1959)年に和歌山県新宮市に第1号店を出店して以来、近畿および東海の1府7県に160店舗(2019年4月1日現在)を展開するリージョナルチェーンとして拡大してまいりました。近年においては、エリア拡大にあわせ、物流センターや食品工場の増設などのインフラ整備を進めるとともに、不採算店舗の閉鎖や、店舗の競争力アップを図る大型改装を積極的に実施してまいりました。

しかしこの間、人口減少や業界の垣根を越えた競争の激化など、経営環境は大きく変化してきております。本年、創立から60年目という節目を迎えるにあたり、変化著しい時代においてもご支持いただける店舗づくりを目指し、新生オークワとして始動いたします。

<中期スローガン>

「持続的成長発展につながるオークワブランドを確立し、地域社会へ貢献し続けるリージョナルチェーンを目指す」

～オークワブランディング計画の始動～

1. 三つのRに挑戦

① Reborn (生まれ変わる)

- ・経営理念に則り、より一層のお客様の生活文化の向上を促す
- ・営業力を一丸化できる組織に改編し、商品力と販売力を最大限に引き出す
- ・人生100年時代を見据えた、商品とサービスの創造、雇用環境の整備

② Real (現場最優先)

- ・現場、現物、現実を旨とするお客様第一主義の売場作り
- ・リアル店舗ならではの五感に訴える心地良い買物空間の創造
- ・チェーンストア経営による効率化を活かしながら、地域ニーズに応える個店対応

③ Refresh (リフレッシュ)

- ・お客様へ、四季を通じ、豊かな食生活、安全、安心をお届けする
- ・従業員へ、元気で明るい働き甲斐のある職場を提供する
- ・店舗設計を見直し、新時代のベストフォーマットを追求する

2. 重点施策

① 店舗戦略

- ・新規出店により商圈を拡大しつつ、スクラップ&ビルドと既存店の改装に重点
- ・次世代型店舗フォーマットの開発

② 商品戦略

- ・「手作りに応える」「簡便に応える」「こだわりに応える」商品開発と豊富な品揃えで、当社ならではの魅力的な商品群を構築
- ・店舗インスタ商品の選択と集中、および、食品工場やPCセンターで製造・加工を行うセントラルキッチン化の推進により、店舗作業の軽減、鮮度アップ、利益の拡大

③ 販売戦略

- ・生鮮と惣菜を軸とする季節感と五感に訴える売場作り、安全と品質に信頼できる商品管理加工食品および日用品の価格感度商品の低価格ニーズへの対応により、顧客満足度を向上
- ・ミレニウム世代からシニア世代までを集客するための販促手段への対応と、こだわり・違いを伝える手法のブラッシュアップ

④ 人事戦略

- ・教育プランの拡充、出店地域に重点を置いた採用、女性が活躍できる環境整備、外国人労働者の採用拡大など、人財の確保とスキルアップにより、従業員満足度を向上
- ・連休取得やOJTの強化のために組織的フォロー体制を強化

⑤ 環境対策・社会貢献

- ・太陽光発電などの再生可能エネルギー利用の推進
- ・食品ロス削減やトレーのリサイクルなどの取組み強化による省資源化の推進
- ・防災への取組み強化

3. 業績目標（連結）

2022年2月期の目標数値

営業収益 2,700億円

経常利益 45億円

(注) 当資料には当社の計画や戦略、業績に関する予想及び見通しに関する記述が含まれています。実際の業績は、経済動向や個人消費動向、法改正等、様々な要因により異なる結果となり得る可能性があることをご承知おきください。

以上