



2021年5月10日

各 位

会 社 名 井村屋グループ株式会社
代表者名 代表取締役社長 中島 伸子
(コード番号 2209 東証・名証第一部)
問合せ先 執行役員 経営戦略室長 尾崎 弘二
(TEL 059-234-2146)

新・中期3カ年計画「Be Resilient 2023 ～新しい時代をしなやかに生きる～」の策定について

井村屋グループ株式会社では、2021年度から2023年度までの3カ年を計画期間とする新・中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

記

(1) 計画策定の意図

井村屋グループは、2021年度をスタート年次とする新・中期3カ年計画として、「**Be Resilient 2023 ～新しい時代をしなやかに生きる～**」を策定いたしました。

新型コロナウイルスがもたらしたニューノーマル（新常态）といわれる社会環境で持続的成長を図っていくために、強い変革意識を持ちながら、挑戦を重ねてまいります。

そして、新しい時代に生き残っていくため、この中期3カ年計画の変革課題を『**バランス経営**』と決めました。しなやかでバランスのとれた経営を行い、持続可能な「継承」を目指して、目標達成に向けて、邁進してまいります。

(2) 2023年度の井村屋グループのKPI

<財務指標>

- 売上高 465億円
- 営業利益 19億円（売上営業利益率 4.0%）
- 海外事業売上高比率 7.5%

※当社は、2021年度より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、当該基準に基づいた指標となっております。

<非財務指標>

- 温室効果ガス排出削減 2013年度比 35%減
- 国内事業廃棄物量削減 2019年度比 50%減
- 女性管理職比率 15%以上

(3) 中期3カ年計画達成のための経営戦略

①既存国内事業の更なる深化

人口動態変化やコロナ禍の消費動向変化（内食拡大・非接触購買ニーズの増加等）がもたらす流通業界のあらゆる変化を察知し、変貌する市場に時宜を得た提案を続け、「お役立ち経営」の幅・深さを広げていく。

②海外事業戦略の推進

従来から引き続き海外事業戦略を推進。海外輸出・既存進出事業（中国・米国）をサポートしシナジーを高める。また IMURAYA MALAYSIA SDN. BHD. のあるマレーシアを始めとして、ASEAN 進出の基盤づくりをスタート。

③新規事業の販路拡大・既存事業の付加価値増強

国内新規事業として清酒・水・和菓子事業を旗揚げ。販路はこれまでの流通事業で培ったリソースをフル活用し井村屋グループの新たな特色を育成する。また、SOY 事業に「健康性」を組み合わせるなど既存事業の付加価値増強を図る。

④コストイノベーション戦略

DX 活用がもたらす「生産性向上」「働き方改革」「売り方改革」「SCM つながり改革」等によるコストイノベーションを図る。

⑤財務基盤の強化

グループ全社の利益管理意識の向上を図るとともに、会社創業時に掲げた「経理はオープン」の考え方を遵守し、推進する。

⑥ESG・SDGs 経営の推進

エコロジカルはエコノミカルの環境方針の下、「温室効果ガス削減」「食品ロス削減」を追求し、無駄コストを削減。さらに、社会課題の影響を考慮しマテリアリティ（重要課題）を特定し ESG 経営・SDGs 活動を経営戦略として進めていく。

⑦人財価値を高める多様な人財マネジメントの構築

将来的なデジタル・AI 領域の高まりを受け、JOB 型労働を含めた人事制度の見直しに着手する。また、2021 年 1 月に制定した「井村屋グループ credo」の下、従業員のエンゲージメントを高めることは創業時の「人こそ我が宝」の考えに通じ、現在求められている従業員の「自発力」を高めることを目指す。社会の変化とともに働き方についての研究や多様な人材の発掘、リモートワーク等多様な働き方に対応する評価制度の構築を推進していく。

以 上