



2019年5月23日

各 位

会社名 コーナン商事株式会社
代表者名 代表取締役社長 疋田 直太郎
(コード7516 東証第1部)

長期ビジョンの策定に関するお知らせ

当社は、今般中期経営計画を着実に推進していくと同時に、将来にわたる永続成長を展望する長期ビジョン「New Stage 2025」を策定いたしました。これは、2025年までに売上高5,000億円を超え、誰からも愛される存在で“日本を代表する住まいと暮らしの総合企業”になることを将来の“ありたい姿”と定義し、そのために当社が今後取組んでいくべきポイントをまとめたものです。

そして、これの実現のための大きなエンジンがグループ経営力の追求・強化です。当社はますますグループ経営力を強化し、永続的な成長を目指してまいります。

以上

この件に関するお問合せは、IR広報室までお願いします。

TEL 072-274-1622



New Stage 2025

(長期ビジョン 2018－2025)

2019年5月23日

コーナン商事株式会社
(7516)

<http://www.hc-kohnan.com/>

目次

1. 第1次・第2次中期経営計画進捗の成果
2. ありたい姿（長期ビジョン）の概要
3. ありたい姿（長期ビジョン）の実現に向けたスイッチング
4. 長期ビジョンにおける事業部門別目標水準
5. 株式会社建デポの子会社化
6. 成長市場ベトナム
7. CSR活動

1. 第1次・第2次中期経営計画進捗の成果(1)

■ 第1次中期経営計画の実績 ⇒ ツインターボ大作戦

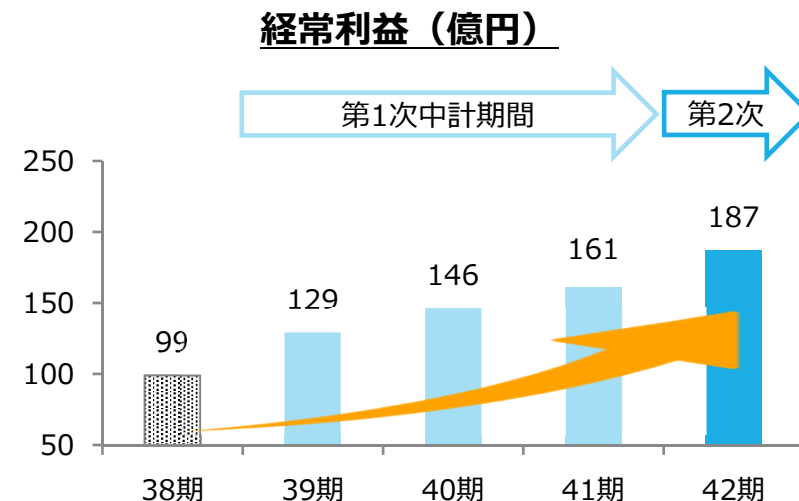
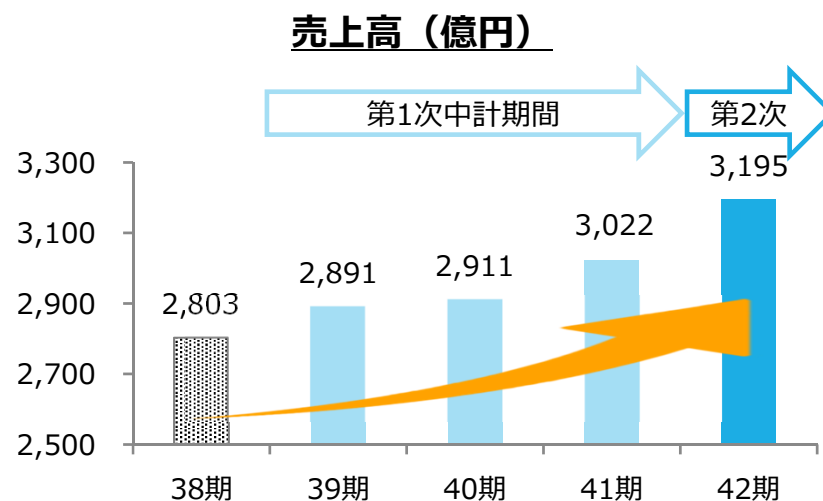
■ 連結売上高：3,022億円 – 3年間で219億円の増収 (当初計画3,000億円)

■ 連結経常利益：161億円 – 3年間で62億円の増益 (当初計画150億円)

■ 第2次中期経営計画初年度 ⇒ アクセルオン大作戦

■ 連結売上高：3,195億円 – 過去最高を更新 (当初計画3,100億円)

■ 連結経常利益：187億円 – 過去最高を更新 (当初計画170億円)



1. 第1次・第2次中期経営計画進捗の成果(2)

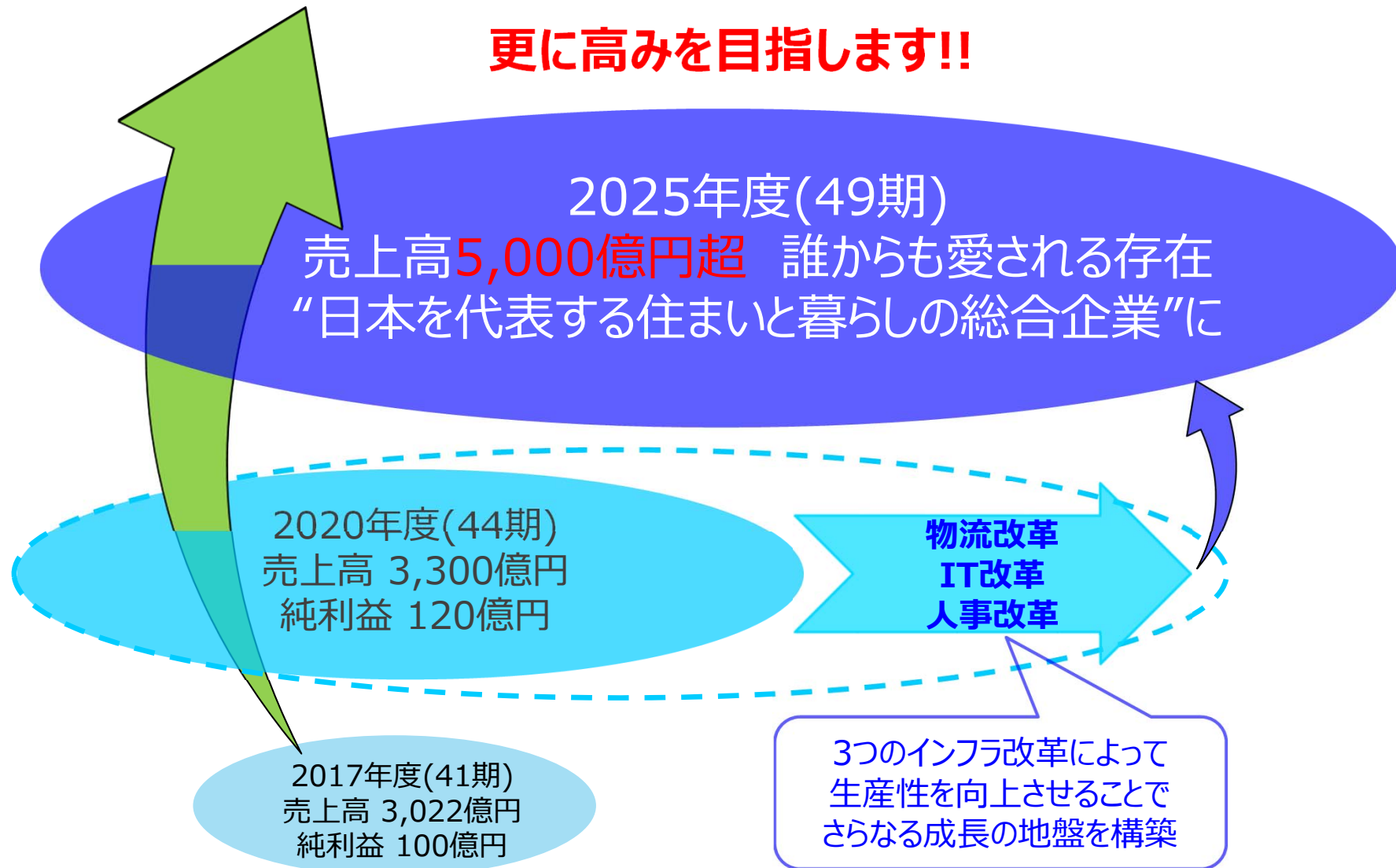
■ 期別主要取組み実績

年次	38期	第1次中期経営計画期間			第2次中計期間
		39期	40期	41期	42期
コンプライアンスおよびコーポレートガバナンスを重視した経営体制の強化 					
商品戦略		<ul style="list-style-type: none"> 「DIYラボ」スタート、HI売場の刷新 免税サービス開始 	<ul style="list-style-type: none"> 海外ECサイトへ出店 PRO向けE-shop「職人楽座」開設 	<ul style="list-style-type: none"> PB商品開発の組織体制を整備 法人向け掛購入専用「コーナンコーポレートカード」を導入 	<ul style="list-style-type: none"> 新プライベートブランド「PortTech」誕生 カスタムリフォーム展開
人事戦略		<ul style="list-style-type: none"> 女性店長登用 レジ店舗リーダー制度スタート 	<ul style="list-style-type: none"> 採用HPリニューアル 店長マイスター制度スタート 園芸マイスター制度スタート 	<ul style="list-style-type: none"> 確定拠出年金制度、社員持株会制度の充実 年間休日1日増 eラーニング導入 	<ul style="list-style-type: none"> 社内研修の充実 女性店長、女性バイヤー登用 確定拠出年金制度の充実 電子マニュアル導入
投資戦略	・300店舗達成		<ul style="list-style-type: none"> 園芸館新モデル店舗オープン 	<ul style="list-style-type: none"> 新レジオペレーション導入 	<ul style="list-style-type: none"> 新ハンディターミナル導入 カーシェアリングサービス導入 コーナンどうぶつ病院展開
	・16店舗出店	・11店舗出店	・12店舗出店	・10店舗出店	・22店舗出店
財務戦略	<ul style="list-style-type: none"> 在庫管理部門の新設 		<ul style="list-style-type: none"> ベトナム1号店ビンタン店出店 	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社ビーバートザンを子会社化 ROE9.9% 	<ul style="list-style-type: none"> ベトナム2号店トワードック店出店 ROE9.9%
	<ul style="list-style-type: none"> 期末借入金残高1,165億円 期末在庫高707億円 	<ul style="list-style-type: none"> 期末借入金残高1,054億円 期末在庫高653億円 	<ul style="list-style-type: none"> 期末借入金残高1,006億円 期末在庫高596億円 	<ul style="list-style-type: none"> 期末借入金残高953億円(連結) 期末在庫高625億円(連結) 	<ul style="list-style-type: none"> 期末借入金残高989億円(連結) 期末在庫高683億円(連結)

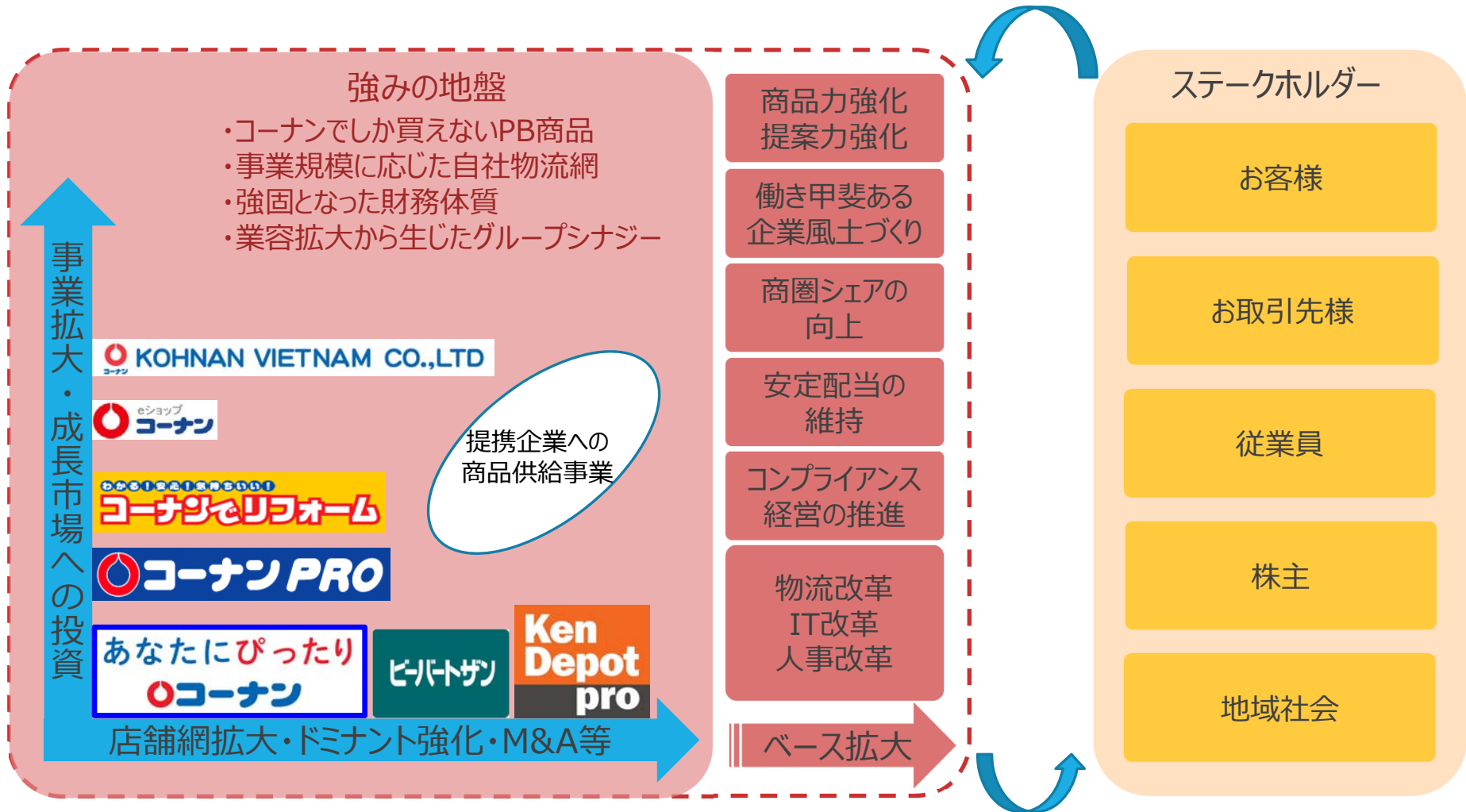
第1次中計で経営の基盤を強化し、第2次中計で成長戦略を一気に加速します。

2. ありたい姿（長期ビジョン）の概要(1)

更に高みを目指します!!

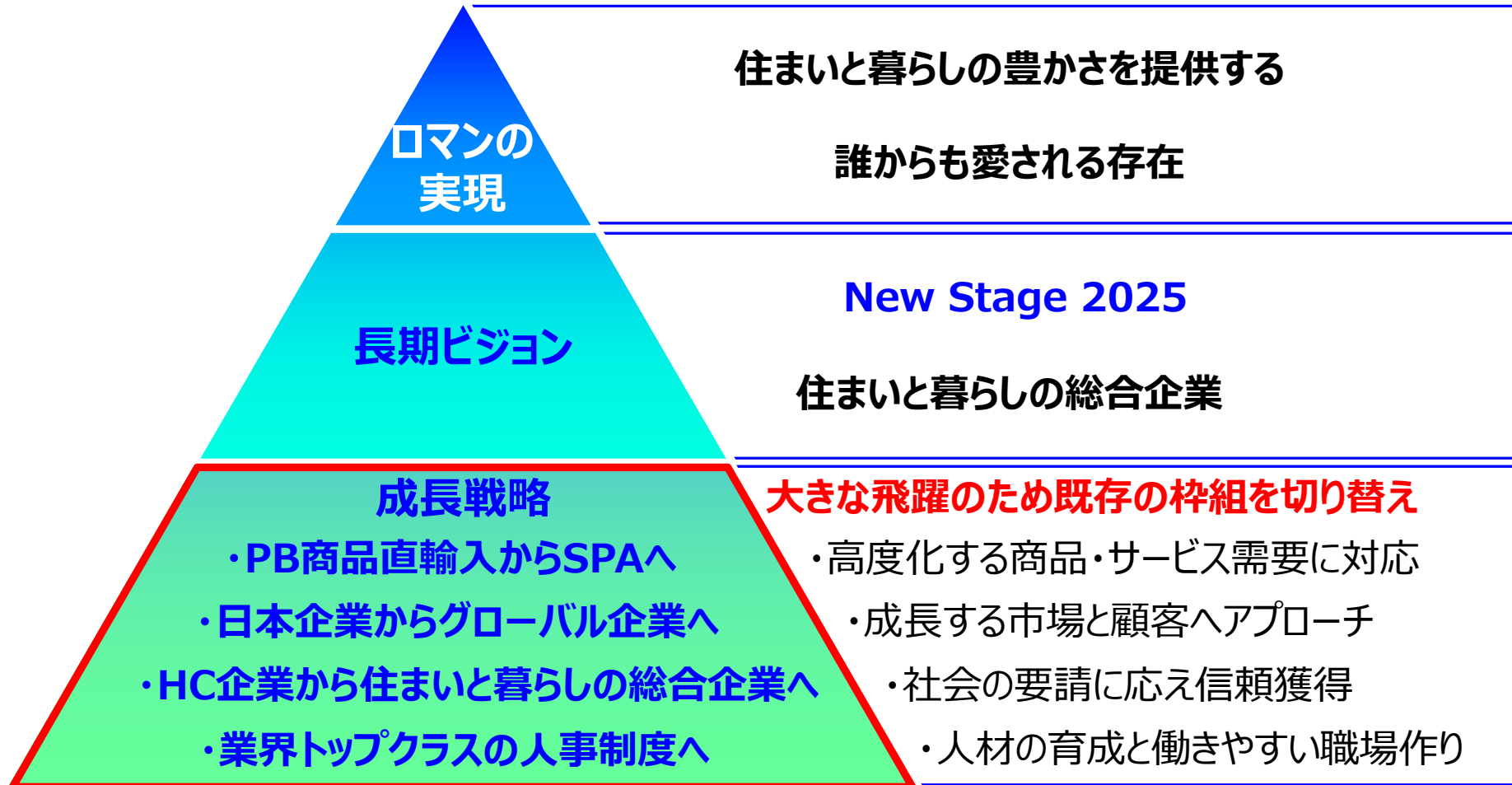


2. ありたい姿（長期ビジョン）の概要(2)



持続的な成長と事業活動が社会全体への貢献に繋がる、CSV経営(※)を目指します。

3. ありたい姿（長期ビジョン）の実現に向けたスイッチング(1)



4つの既存枠組の切り替え(=スイッチング)で企業体質をより強固なものにします。

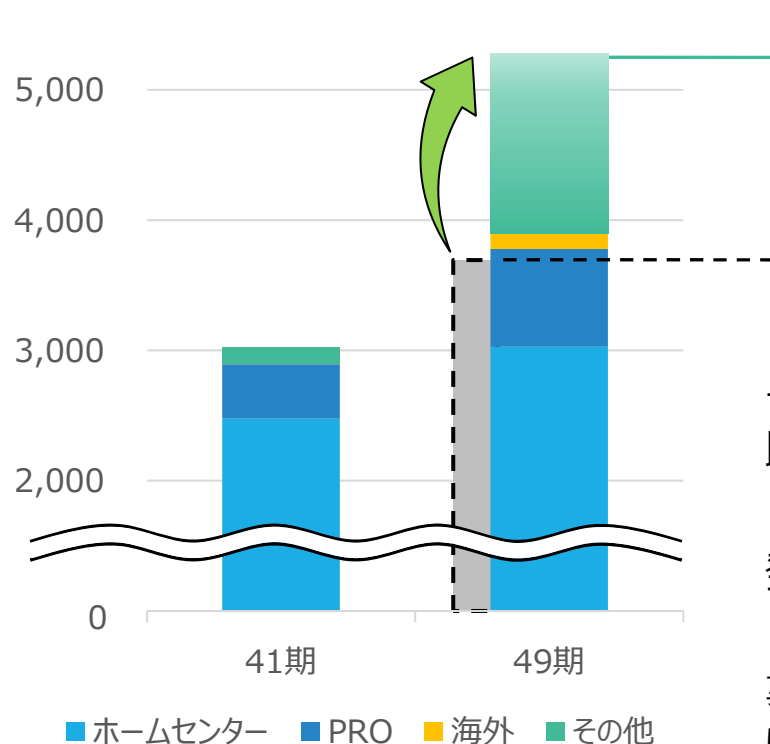
3. ありたい姿（長期ビジョン）の実現に向けたスイッチング(2)

年次	第2次中期経営計画期間		長期ビジョン ～49期
	42期	43期～44期	
さらなるグループ経営力の追求			
商品戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・新プライベートブランド「PortTech」誕生 ・カスタムリフォーム展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・PB商品の提携企業への供給拡大 ・災害対策用品供給体制の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・SPA化推進による独自性の高い商品価値の創出 ・PB比率のさらなる向上と収益力拡大 ・ECとリアル店舗の連携による顧客利便性向上 ・HC業界に留まらない商品供給事業の拡大
人事戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・社内研修の充実 ・女性店長、女性バイヤー登用 ・確定拠出年金制度の充実 ・電子マニュアル導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・半日休暇制度の導入 ・年間休日1日増 	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な個人や働き方に対応するダイバーシティの推進 ・教育体系の充実によるスキルアップ支援の増進 ・女性店長、女性管理職の登用機会拡大
投資戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・新ハンディターミナル導入 ・カーシェアリングサービス導入 ・コーナンドうぶつ病院展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・新物流センターの稼働 ・“コーナンPay”スタート ・楽天ポイントカード導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・ASEAN諸国への店舗展開も視野へ ・円滑な供給が可能で災害に強い物流投資への強化 ・従業員が効率よく働けるシステムづくりのための投資 ・顧客の効率と利便性を向上させる社内システムの刷新
財務戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ROE9.9% ・ベトナム2号店 ・トウドック店出店 	<ul style="list-style-type: none"> ・株式会社建デポを子会社化 ・ベトナム3号店 ・タンフーイオン店出店 ・戦略的な外部負債の活用 ・ROE10%達成 	<ul style="list-style-type: none"> ・外部負債を積極的に活用しながら、ROEの更なる向上を目指す

第2次中計の重点戦略を踏まえた大きな課題に取り組み、持続的な成長を実現します。

4. 長期ビジョンにおける事業部門別目標水準

(億円)



New Stage 2025
売上目標 5,000億円超

第1次中計期間の売上高成長率の延長
3,700億円（年間伸び率2.5%）

- ・ホームセンターは新規商品開発とサービスを一層充実させることでコーナンファンを増やし、既存の商圈シェア率を向上させることに注力します。
- ・PROは建デポの子会社化によるシナジー効果を発揮し、成長を加速させます。
- ・M&A等による未開拓分野への進出、リフォーム、BtoB事業など、成長市場への経営資源を投入する機会をしっかりと捉え、さらなる発展を実現します。

**3つのインフラ改革によって新規地盤を確かなものとし、
4つのスイッチングで企業として次のステージへ進出します。**

5. 株式会社建デポの子会社化



株式会社建デポ – 会員制建築資材卸売業

売上高 335億円 店舗数 66店舗

プロ顧客向け建築資材の会員制卸売店舗「建デポプロ」を運営

■ ホームセンター業界売上高ランキング(2017年度)

	企業名	売上高(億円)
1	DCM HD	4,435
2	カインズ	4,142
3	コメリ	3,419
4	コーナン	3,160
5	ナフコ	2,255
...		
23	HIひろせ	366
–	建デポ	337
24	ハンズマン	322
25	グッデイ	315

	企業名	売上高(億円)
1	DCM HD	4,435
2	カインズ	4,142
3	コーナン	3,497
4	コメリ	3,419
5	ナフコ	2,255

※建デポは卸売業の為ランキング対象外

■ 業態別売上高(2018年度)

	売上高	構成比	業態別	合計
ホームセンターコーナン	2,626	74%	H C計 2,643億円 75%	3,532億円
ビーバートザン	37	1%		
コーナンPRO	479	14%	P R O計 843億円 24%	
ビーバプロ	27	1%		
建デポプロ	337	10%		
その他	26	1%		

※建デポは2018年3月期売上、コーナン商事、ビーバートザンは2019年2月期売上

■ 店舗数(2018年度末時点)

	コーナンPRO ビーバプロ	建デポプロ	グループ計
関東	12	41	53
近畿	48	2	50

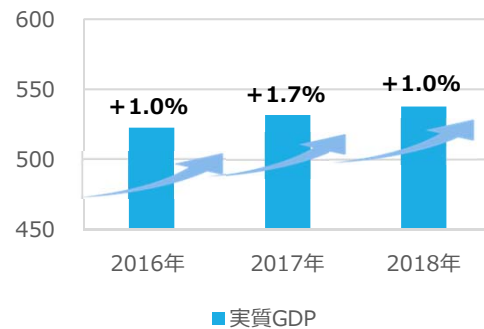
今般の子会社化により、当社は業界内で売上高第3位へと躍進する見込みです。プロ顧客向け小売店の先駆者である当社が卸売業である建デポと力を合わせることで、建築資材について圧倒的な販売力を発揮し、首都圏においても関西同様職人の皆様にとって力強いサポーターとなります。

6. 成長市場ベトナム

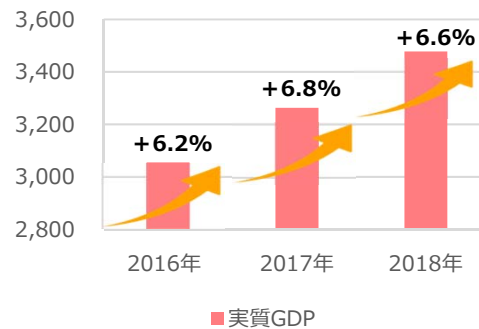
ベトナム長期ビジョン 2025年（49期末）30店舗目標

当社は2016年7月、まだホームセンター業態が無かったベトナムへと進出しました。ベトナムの人々にDIY用品や生活雑貨品など、幅広い商品をお届けすることで、毎日をもっと快適で便利にするお手伝いをしています。これから先も急速な経済成長で充実していく暮らしをバックアップする役割を担い、ベトナム社会の一員として共に成長していきます。

■日本
(兆円)



■ベトナム
(兆ベトナムドン)



▲2019年4月にオープンしたベトナム タンフーイオン店

7. CSR活動

■ 子供の教育への貢献

大阪教育ゆめ基金、堺市子ども教育ゆめ基金に平成22年から継続的に寄付を行い、自治体の教育活動に貢献しています。



大阪府松井知事より感謝状を頂きました。

■ 災害発生時の物資供給

大規模災害等発生時に必要物資の供給のため、大阪府との間で「災害時における物資供給及び防災活動への協力に関する協定書」の締結をしています。



人命救助等への貢献のため協定書を締結しました。

■ 緑化活動

大阪府のみどりの風の形成事業への協力や大阪都市緑化フェア出展を通じた緑化活動を継続的に行っており、みどりの風感謝祭にて感謝状を頂きました。



フェンスをセットバックして植栽した寝屋川仁和寺店です。

■ その他のCSR活動

- ・「コーナンDIYの森」活動
- ・太陽光発電によるクリーンな電力供給
- ・自然災害発生時における義援金寄付や、募金活動などの災害復興支援

コーナン

