



(財) 財務会計基準機構会員

各 位

平成 22 年 5 月 14 日

会 社 名 株式会社ゴールドウイン

代表者名 取締役社長 西田 明 男

(コード番号 8 1 1 1 東証 1 部)

問 合 せ 先 取締役常務執行役員

管 理 本 部 長

二 川 清 人

TEL (03) 3481-7203

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、このたび、平成 23 年 3 月期（第 60 期）を初年度とする平成 25 年 3 月期（第 62 期）までの中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

【中期経営計画の概要】

《基本方針》

「収益力の強化・安定化を背景に、事業運営体制とビジネスモデルの刷新を実行することにより、会社の持続的成長を目指す。」

《重点課題》

- (1) 収益力の強化
 - ①黒字事業の収益拡大
 - ②赤字事業の収益事業化

- (2) 財務体質の強化
 - ①資本強化
 - ②自己資本比率向上

- (3) 成長戦略の推進
 - ①マルチブランド戦略遂行によるシナジー創出と商圏拡大
 - ②自主店頭管理に基づく実需型ビジネスへの業態転換の徹底
 - ③新規事業の開発（商材開発、ブランド開発、ビジネスモデル開発）
 - ④海外戦略（スキービジネスの欧米展開強化、アジアにおける海外事業の強化）

- (4) その他課題
 - ①人事制度改革
 - ②新基幹システムの導入

注) 本資料に記載する計画数値は、現時点において入手可能な情報に基づき、独自の判断により作成したものでありますが、業績予想とも異なり、また、実際の業績は、今後さまざまな要因によって計画数値と異なる場合があります。

新中期経営計画

2011年3月期～2013年3月期
(第60期～第62期)

2010年5月14日

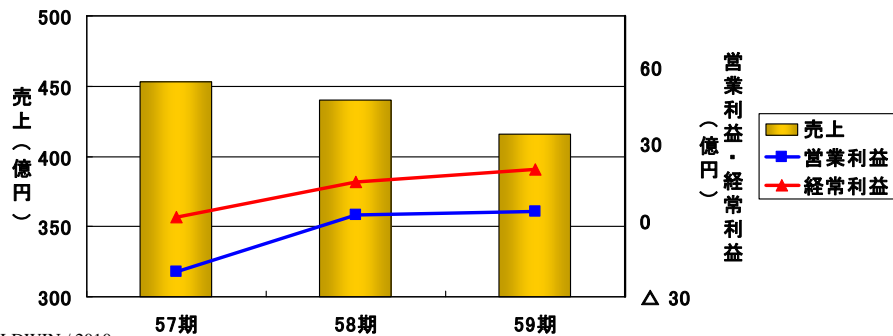
1. 57-59期中期経営計画総括
2. 新中期経営計画における基本方針
3. 新中期経営計画における重点課題
4. 経営戦略ミッション

① 基礎収益力の回復

➤ 連結損益実績

単位:百万円

	57期実績	58期実績	59期実績	57-59期増減
売上高	45,348	44,056	41,559	△3,789
営業利益	△2,009	192	363	+2,372
経常利益	128	1,546	2,020	+1,892



Copyright GOLDWIN / 2010

3

➤ アクションプラン達成状況

	57期	59期	削減額・改善率
● 販売ロス削減			
返品率	13.7%	9.2%	4.5%
値引率	3.4%	2.9%	0.5%
● 調達改革			
調達原価率	27.8%	25.1%	2.7%
原価削減額			23億円
● 物流改革			
物流費比率	4.7%	4.5%	0.2%
物流費削減額			2.6億円
● 人員体制見直しによる人件費削減			
人員削減		130人	3.5億円

Copyright GOLDWIN / 2010

4

② 財務改革

単位:百万円

	57期実績	58期実績	59期実績	57-59期増減
総資産	45,551	38,479	39,006	△6,545
たな卸資産 (回転月数)	9,063 2.4ヵ月	7,916 2.2ヵ月	8,136 2.3ヵ月	△927 -
売上債権 (回転月数)	10,248 2.7ヵ月	9,352 2.6ヵ月	9,208 2.7ヶ月	△1,040 -
有利子負債	14,585	10,462	9,895	△4,690
純資産	14,130	12,894	14,381	+251
純資産比率	31.0%	33.5%	36.9%	5.9ポイント

③ 成長戦略の立案遂行

- 1) 「C3fit」「MAXIFRESH PLUS」を開発し市場投入する等新商圈確保に向けたチャレンジを開始した。
- 2) ネット販売についてはGW WEBストアを全社共通のプラットフォームとして立上げ、取扱いブランドを拡大、売上も伸長した。
- 3) 新規戦略事業である「SPEEDO」についてはFINA規定変更の影響等の要因も有り、当初計画通りの伸長を果たせず60期以降に課題を残した。

➤ 第57-59期 重点課題総括

① 基礎収益力の回復

基礎収益力の回復は実現したが、当初計画の達成は未達に終わった。

② 財務改革

財務改革については本社ビル売却や在庫削減などが寄与し、総資産、有利子負債の圧縮を実現するなど概ね計画通り達成できた。

③ 成長戦略

成長戦略については新ブランドを導入するなど諸施策を行ったが、全体としては不十分であり課題を残した。

➤「収益力の強化・安定化を背景に、事業運営体制とビジネスモデルの刷新を実行することにより、会社の持続的成長を目指す。」

① 収益力の強化

② 財務体質の強化

③ 成長戦略の推進

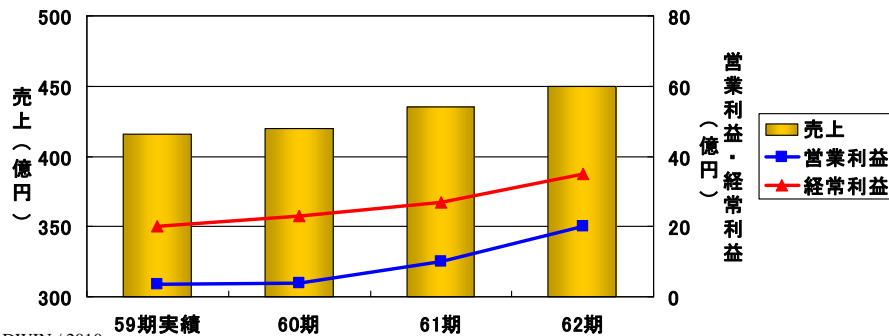
④ その他の課題

① 収益力の強化

➤ 連結 損益計画

単位:百万円

	59期実績	60期計画	61期計画	62期計画
売上高	41,559	42,000	43,500	45,000
営業利益	363	400	1,000	2,000
経常利益	2,020	2,200	2,700	3,500



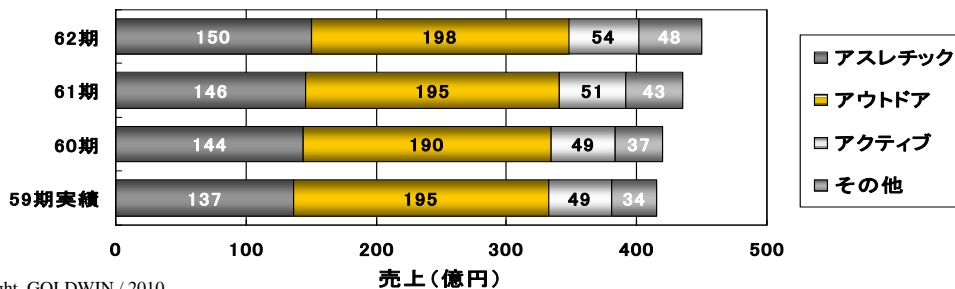
Copyright GOLDWIN / 2010

① 収益力の強化

➤ スタイル事業別の売上予想

単位:百万円

	59期実績	60期	61期	62期
アスレチックスタイル事業	13,707	14,400	14,600	15,000
アウトドアスタイル事業	19,559	19,000	19,500	19,800
アクティブスタイル事業	4,879	4,900	5,100	5,400
その他事業	3,414	3,700	4,300	4,800
合計	41,559	42,000	43,500	45,000



Copyright GOLDWIN / 2010

② 財務体質の強化

1) 資本強化 第62期末純資産 200億円

2) 自己資本比率向上 第62期自己資本比率 50%

⇒株主価値の向上と安定配当による株主への収益還元を実現する

③ 成長戦略の推進

➤ マルチブランド戦略遂行によるシナジー創出と商圈拡大

- ◇ 新規ブランドのM&Aないしライセンス導入
- ◇ 「C3fit」「MAXIFRESH PLUS」に続く機能型PBの開発と既存ブランドとのコラボによる横断展開
- ◇ 共通素材開発等調達に於ける情報共有の促進や店舗に於ける複数ブランドのコラボ展開等、効率化と総合力発揮を目指す

➤ 自主店頭管理に基づく実需型ビジネスへの業態転換の徹底

- ◇ 従来型ホールセールから自主店頭管理型ビジネスへ業態転換を更に進める
- ◇ 直営および自主管理売上構成比を35%⇒50%に高める

③ 成長戦略の推進

➤ 新規事業 C3fit / MXP

開発委員会
GTC共同での
完全差別化技術

ブランド横断展開による市場対応
C3fit × マルチブランド展開

C3fit
EL・DAN・TNF・HH・GW・etc..

オリジナルブランド
育成の為の投資

海外への可能性



C3fit: 差別化技術を搭載した新アイテムの投入



C3fit: ブランドアライアンスによる相乗効果



MXP: 新規流通開拓
GMS・肌着売場



C3fit: 海外展示会における出展イメージ(画像は東京マラソンエキスポ)

③ 成長戦略の推進

➤ スキービジネスの欧米展開強化

SKIビジネスにおいてディストリビューター制を導入し、グローバル展開を推進。
(新展開の北米市場を加え、全体で受注実績が前年の販売実績比115%)

SKI市場におけるドメスティックフォーマットからグローバルフォーマットへの変革を行い、グローバルシェアの拡大を目指す。



ITALY一極

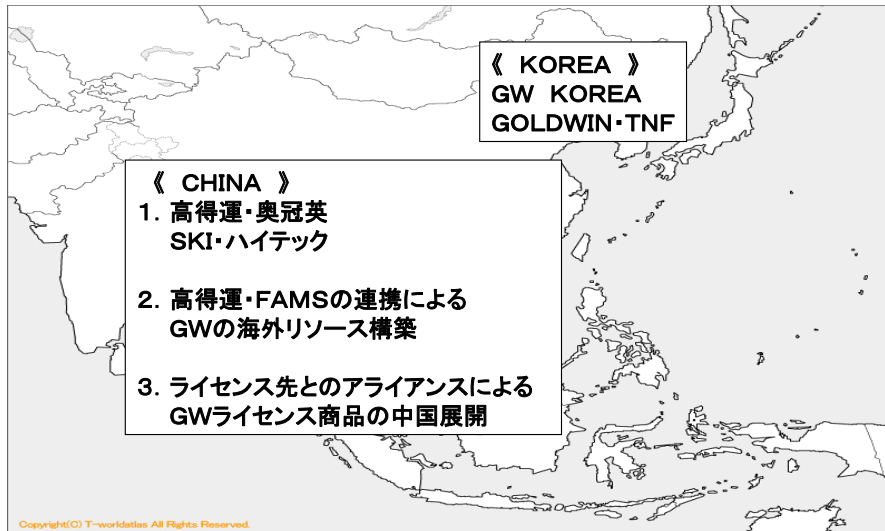


欧米へのディストリビューターによる多様化



③ 成長戦略の推進

➤ アジアにおける海外事業の強化



④ その他の課題

➤ 人事制度改革

- 1) 成果主義の徹底と貢献度に基づくメリハリのある
処遇制度の確立
- 2) 将来当社の根幹を担う経営人材の育成
- 3) 海外戦略に対応するグローバル人材の育成
(海外研修制度の実施)
- 4) その他、社員の能力啓発に向けた諸施策の実行

➤ 新基幹システムの導入

- 1) オープン系システム「SAP」への移行を段階的に推進する
- 2) 上記移行により監査時間の短縮と、決算の早期開示を実現
- 3) 上記移行に伴う業務の合理化と人件費削減の推進

強い経営

選択と集中を強め、キャッシュフロー経営の視点から、財務体質を強化し企業価値を高める

速い経営

顧客ニーズの変化に俊敏に対応し、商品企画から調達・販売までのプロセスを短縮化し、その運用システムを構築する

きれいな経営

情報開示の透明性と環境への配慮を重視し、社会的に開かれた企業を目指す