

The logo for AOKI Holdings, featuring the company name in a red, sans-serif font. A red diagonal line is positioned above the 'A' and extends across the top of the letters.

中期経営計画

2024-2026年度

株式会社AOKIホールディングス

2024年5月10日

- 3 - AOKIグループとは
- 4 - 中期経営計画2024～2026年度策定にあたって
- 5 - 中期経営計画コンセプト
- 6 - 中期経営計画期間における
事業環境分析と今後のテーマ
- 7 - 中期経営計画の骨子
- 8 - 連結業績計画
- 9 - 目標とする経営指標
- 10 - シナジーの発揮とガバナンス強化
- 11 - 事業別戦略サマリー
- 12 - **事業別成長戦略1** ファッション事業
- 15 - **事業別成長戦略2** エンターテインメント事業
- 18 - **事業別成長戦略3** アニヴェルセル・ブライダル事業
- 20 - 株主還元策・資本政策・投資計画

参考資料

- 21 - 経営理念体系とマテリアリティ・KPI
- 22 - ESG経営の強化
(Environment/環境)
- 23 - ESG経営の強化
(Social/社会)
- 24 - ESG経営の強化
(Governance/ガバナンス)
- 25 - 10年後（2033年度）ありたい姿と
長期方針

AOKIグループとは

AOKI Holdings

紳士服専門店をスタートとして、コア3事業を展開
幅広いステークホルダーの「喜び」を創造しています

現在の主要事業

ファッション事業

AOKI

ORIHICA

Fashion

AOKIグループの創業事業。「AOKI」「ORIHICA」を展開。多彩なファッションニーズに対応

エンターテインメント事業

快活
CLUB

カラオケ
C

Fit
24

アニヴェルセル

Entertainment

楽しさ、くつろぎ、ゆとりに満ちた心豊かな時間と空間を、多彩な分野、多彩なスタイルで展開

アニヴェルセル・ブライダル事業

ANNIVERSAIRE

Anniversaire and Bridal

ゲストハウスウェディングスタイルの挙式披露宴施設の運営と記念日をテーマにした商品の企画販売並びにサービスを提供



— Top Message

AOKIグループは「ビジネスマンが日替わりでスーツを着られる世の中にしたい」という創業精神の下、紳士服専門店をスタートとしてファッション事業を展開し、1990年代からは時代の変化と国内マーケット縮小を睨んだポートフォリオ経営を進め、現在のファッション事業、エンターテインメント事業、アニヴェルセル・ブライダル事業のコア3事業を運営しております。

また直近のガバナンス事案において皆様にご心配をおかけした反省を踏まえ、下記施策をすでに実行し、今後も経営の土台とも言える盤石なガバナンス体制構築を継続し、信頼回復に努めてまいります。

今回の「中期経営計画」にあたる3年間は、人財、店舗網、ITインフラ、顧客データ等に関するグループシナジーを発揮しつつ、これまでの事業モデルの見直しを図り、同時に10年先を見据えた事業ポートフォリオ構築に向け、新たな事業を視野に入れる重要な期間であると認識しております。ここに掲げる目標数値やESGの取り組みについては、3年後の目標というだけではなく、その先を見据えたものとしております。

これからも、すべてのステークホルダーの皆様の「喜びを創造するAOKIグループ」として、新たなステージに向け目標達成に取り組んでまいります。

代表取締役社長 田村 春生

主な実施済ガバナンス強化施策

1. 取締役会による監督の強化

- 監査等委員会設置会社へ移行
(2023年6月29日付)
- 社外取締役独立性に関する基準開示

2. 指名・報酬委員会の権限強化

- 委員3名中、独立性の高い社外取締役を過半数(2名)とする
- 指名・報酬にかかる基準、プロセス、評価基準等の明確化に着手

3. 内部統制・コンプライアンス体制の強化

- 組織体制(コンプライアンス室の新設)、コンプライアンス委員会運営の見直し
- グループ全役職員が、コンプライアンス研修を受講済

中期経営計画コンセプト

RISING 2026

経営体制の変化・ガバナンス強化に向き合うことを機に、
改めて当社をとりまく外部環境等の変化を再認識しました。

今回の中期経営計画の期間においては、既存事業モデルの見直しを図り、
AOKIグループ一丸となって、次世代、10年先に向けた成長に資する事業展開を目指し、
ここに創業以来はじめてとなる
中期経営計画の对外公表を行わせていただきます。

事業環境の変化に対応した“サービスプロフィットチェーン※”の構築が急務

事業環境

ー デジタル

労働力減少に対応した生産性向上・
効率化と多様なサービスへの対応

- 少子高齢化 → 生産年齢人口減少
- グローバル化
- 消費行動変化 → EC浸透
- サービスレベル要求上昇

ー グリーン

環境に配慮した企業活動による
CSR推進

- 地球温暖化対策
- サーキュラーエコノミー浸透
- 脱炭素社会への世界的取り組み
- 再エネ・省エネ

ー ダイバーシティ

ES・CSにおける
多様化対応への重要性上昇

- 価値観、パーソナリティ、働き方、キャリア等多様化
- 人種・性別・年齢等多様化に対するエクイティ（公平性）意識の向上

今後の事業テーマ

ファッション事業

Fashion

ビジネススタイル・ニーズ多様化に
対応した業態再構築（商品構成・立地）

エンターテインメント事業

Entertainment

客層拡大に向けた各事業の進化と
DX進行による効率化の推進

アニヴェルセル・ブライダル事業

Anniversaire and Bridal

ウェディングを軸に既存アセット（施設・
ノウハウ）を活用した事業領域の拡大

※「従業員満足」「顧客満足」「企業収益」の3つが良い循環を作ること示したモデル

中期経営計画骨子

経営体制の変化を機に、
これまでの事業モデルの見直しを図り、
その先の成長に資する事業を展開していく

ファッション事業

Fashion

現行事業モデルからの
転換・刷新

エンターテインメント事業

Entertainment

店舗モデルの進化と
客層拡大

アニヴェルセル・ブライダル事業

*Anniversaire and
Bridal*

実店舗運営に加えて
ブランドビジネスへ派生

人財

店舗網

ITインフラ

顧客データ

グループ共有ノウハウ・アセットを活用したシナジーの発揮とガバナンスの強化

2024～2026年度の連結業績計画

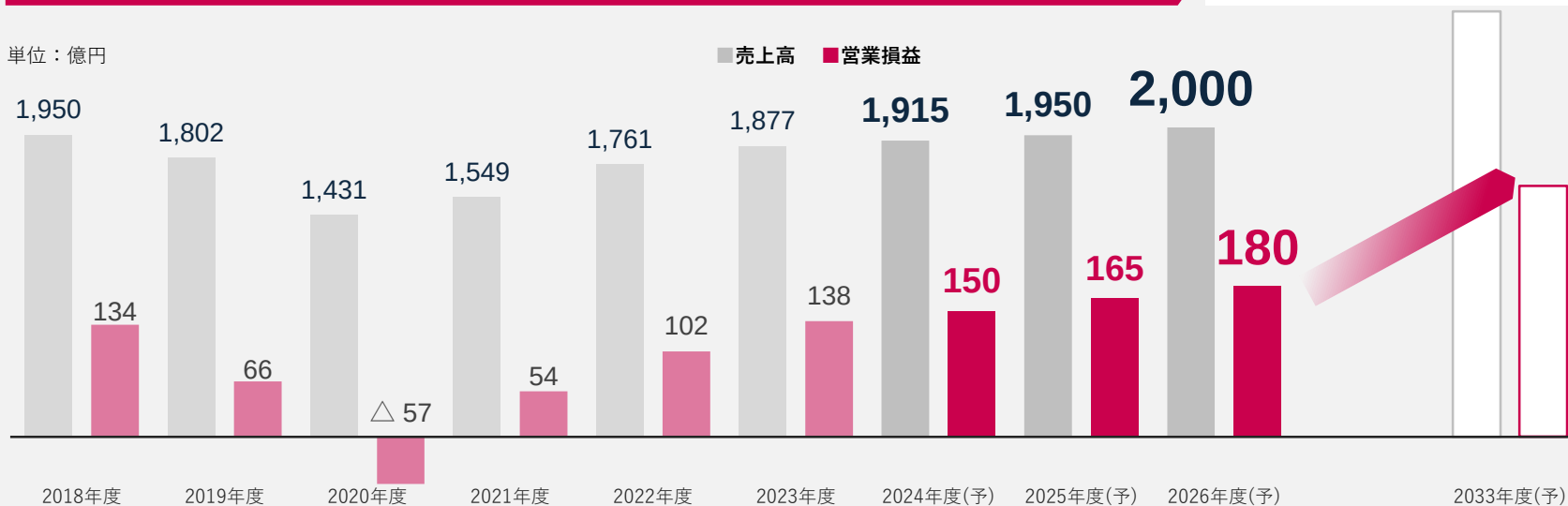
RISING 2026

年10%前後の利益成長で
3年後営業利益180億円へ

各事業の見直しと
新規事業開発を行い
10年後の営業利益
300億円達成を目指す

単位：億円

■ 売上高 ■ 営業損益



新型コロナウイルス
感染症の影響により
収益が悪化

コロナ影響緩和
によりコロナ前の
推移まで回復

年10%前後の利益成長で
3年後営業利益180億円を
達成させる

10年後
営業利益
300億円

経営目標（2026年度 財務目標）

	2023年度実績	2026年度目標	2023 ▶ 2026年度
売上高	1,877億円	2,000億円	+2.2% / 年 ※
営業利益	138億円	180億円	+10.0% / 年 ※
営業利益率	7.4%	9.0%	+1.6pt
ROIC	5.2%	6.7%	+1.5pt
ROE	5.6%	7.0%	+1.4pt
EPS	90円	120円	+30円
PBR	0.7倍	1.0倍	+0.3pt
グループ全店舗数 (直営店舗)	1,334店	1,434店	+100店

- ・日本格付研究所（JCR）の長期発行体格付（2023年10月23日付与）A-をAになることを目標にしております。
- ・当社の株主資本コストは6.5%前後、加重平均資本コストは4.5%前後と想定しております。

※ 年平均成長率（CAGR）

グループ共有ノウハウ・アセットを活用したシナジーの発揮

人財

人財育成・活用 事業間の人財交流

- 3事業間でのジョブローテーションの実施（繁閑に応じた人財活用）
- 異なる事業の体験による新たな発想、発見
- グループ全体をマネジメントできる経営者候補の育成

店舗網

全国の店舗網を活かした 事業間のシナジーと 新たな収益機会の創出

- 約1,400店舗の開発・運営データ活用による効率経営の実現
- 遊休スペースの活用、複合店舗およびグループ内転貸の実施
- 他社転貸および駐車場有効活用

ITインフラ

グループ横断的な ITインフラ基盤と 業務効率の向上

- 基幹業務オンライン化のコラボフローシステムのグループ導入
- DX活用による店舗オペレーションの効率化

顧客データ

3事業展開による 幅広い顧客層の獲得と データの活用

- グループ全会員数、4,000万人データの活用
- グループ名簿を活用した広告事業の展開

ガバナンス強化に向けた今後の施策

「ガバナンス検証・改革委員会」からの80数項目におよぶ提言に関しては、既に実施済（4ページ記載）に加え、下記内容を対応中

1. 社外取締役の監督機能強化

- 取締役会審議、社外取締役の評価に関する運用改善

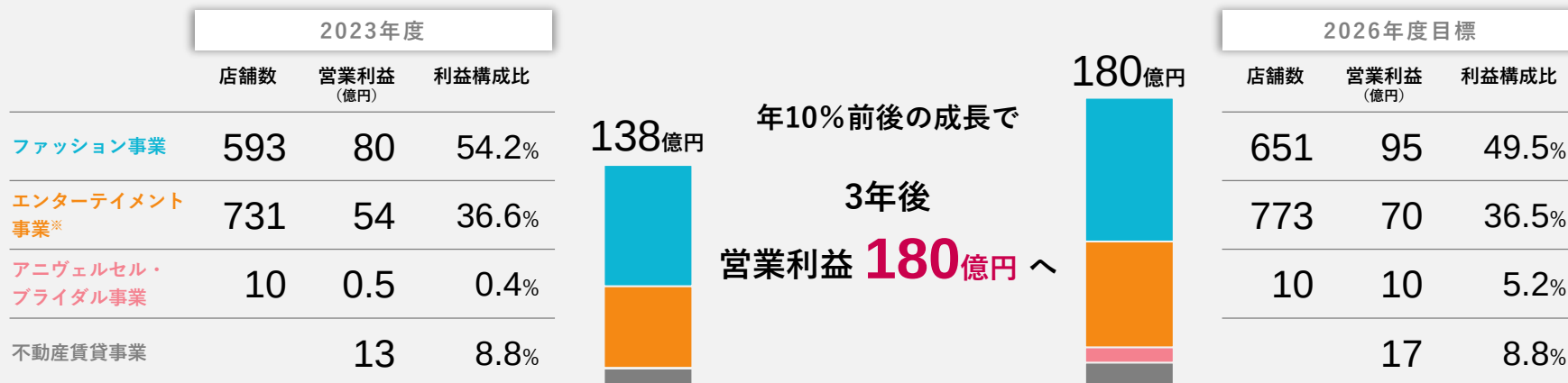
2. 指名報酬委員会の実効性、 権限強化

- サクセッションプラン（スキル・マトリックス、360度評価、次世代候補者の指名・育成）の策定・実行

3. 取締役会構成

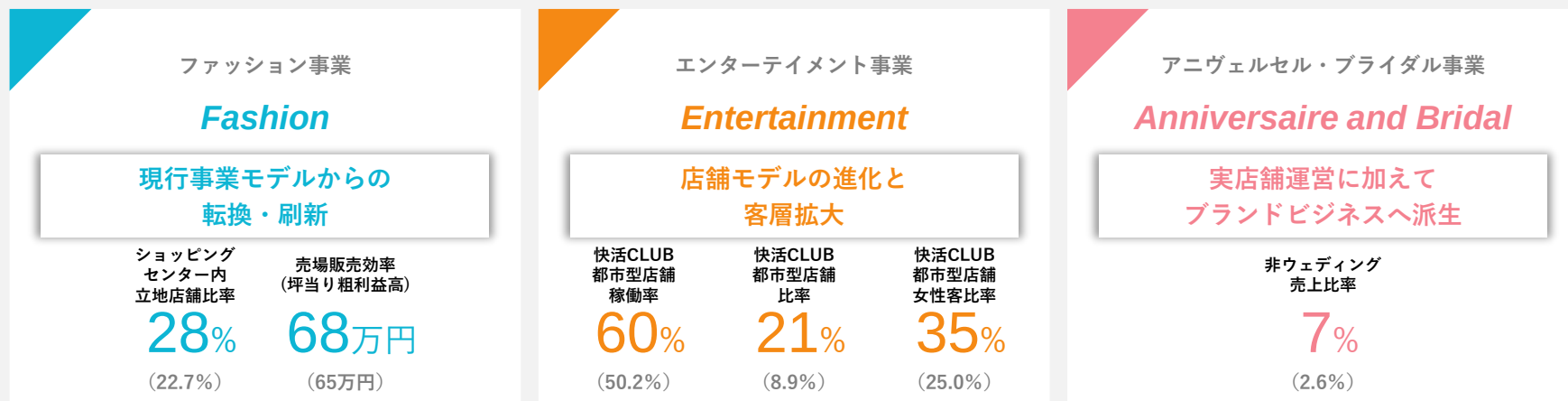
- 社外取締役過半数
- 女性取締役比率25%以上

各事業の利益の現状と成長イメージ



※自遊空間の直営店舗含む

事業別戦略・重点施策と2026年度の重点指標・目標



※ () 内数値は2023年度実績

中計期間基本戦略

現行事業モデルからの転換・刷新

- 店舗施策：売場効率の改善とORIHICA未出店地域への出店強化
- 商品施策：ウェルネス・スポーツウェア市場への進出とコラボ先の拡大
- DX施策：AI技術の活用によるEC強化と店舗業務の平準化の推進

2026年度 戦略目標 ()内は2023年度実績

ショッピング
センター内
立地店舗比率

28%

(22.7%)

売場販売効率
(坪当り粗利益高)

68万円

(65万円)

重点施策

AOKI
AOKI

店舗施策

商品施策

DX施策

従来施策と課題

- 未出店エリアへの出店と
ドミナント形成
- パジャマスーツ®等
新たなニーズへの対応
- 業務支援端末（会計前捌き・顧客
検索・在庫検索）の導入と活用

中計期間重点施策

- 郊外型からの脱却（ショッピングセンター・
GMSでの展開ロールモデル構築）
- レディース・カジュアル売上構成拡大と
ウェルネス・スポーツウェア市場への進出
- AI技術の積極活用による運営支援
およびEC強化

店舗施策

商品施策

DX施策

ORIHICA
→E

ORIHICA

- 店舗改廃による利益改善推進
- ORIHICAオリジナル「THE THIRD
SUITS®（サードスーツ）」展開拡
大によるビジカジニーズへの対応
- イージーウェブショップ※全店展開
によるOMO推進

- 未出店地域への出店強化と新たな店舗形態の
検討（立地・規模に合わせて類型化）
- コラボ先の拡大と新規アイテムへのトライアル
（例:ビジネス×スポーツ）
- RFIDを活用した物流・在庫管理と
店舗業務の更なる平準化

※オンラインショップと店舗がスムーズに連動し、更に使いやすくなった新しいショッピングスタイル

重点施策1

店舗施策

AOKI

AOKI

- 郊外立地から施設集客が見込めるショッピングセンター・GMSテナントへの移転・打ち替え
- 郊外店舗への他テナント併設・小坪化による売場効率改善（坪売上98万→105万）
- クイックオーダースーツ※・AOKIレンタルサービスの全店展開による売場効率改善と少在庫化

郊外型標準店舗面積150坪から120坪への転換
（坪効率改善・小スペース・少在庫のローコスト運営へ）



ORIHICA



ORIHICA

- 未出店エリアへの積極出店による認知向上とブランドイメージ醸成（インバウンド需要も取り込みながら海外展開も視野に拡大）
- レディース専門等の商品特化型 / 少在庫でのショールーム型など新たな店舗形態の検討
- デジタル基幹店舗の企画推進（会計業務の改善、RFIDの更なる活用、OMO強化）

ブランディング強化による200店舗体制の実現
（“トレンド”×“テクノロジー”による多角的な店舗展開へ）



※サイズ・スタイルを自由に選択、スベアスラックスなどのアイテムが追加可能な最短4日で仕上がる「オーダー感覚スーツ」

重点施策2

商品施策

AOKI

AOKI



- レディース・カジュアル商品構成拡大
(レディース・カジュアル売上構成30%⇒45%)
- 機能性商品を軸としたウェルネス領域への商品展開と
アシストウェア商品開発

ORIHICA

ORIHICA



- スポーツ感覚でも着られる「BIZSPO」展開開始
- 高級ライン「LUXE」の提案強化による客層の拡大
- コラボ先拡大での認知度アップ
(現状はCLASSY、サッカーJ1リーグ「川崎フロンターレ」等)

重点施策3

DX施策

AOKI

AOKI

- AIカメラ導入による省人化運営支援と
買物動線分析等売場改善
- AI×ECでの商品提案
(レコメンド、生成AI活用等)

ORIHICA

ORIHICA



- チャットスタイリングサービス導入
によるデジタル接客強化
- RFID全店導入・活用による
店舗作業軽減と在庫効率改善
- SNS活用による社内インフルエンサー
育成、DtoC販売経路の確立

中計期間基本戦略

店舗モデルの進化と客層拡大

- 全事業出店コスト低減と投資効率向上
- 不採算店舗については、基準に従い統合・整理を実施

2026年度 快活CLUB戦略目標 ()内は2023年度実績

都市型店舗
稼働率

60%

(50.2%)

都市型店舗
比率

21%

(8.9%)

都市型店舗
女性客比率

35%

(25.0%)

重点施策

従来施策と課題

中計期間重点施策

快活
CLUB

快活CLUB

- 郊外ロードサイド中心の店舗構成
- 男性を中心とした特定顧客層への依存
- 個人利用を想定したコンテンツ中心

カラオケ
COTE D'AZUR
コート・ダジュール

コート・ダジュール

- 団体利用を想定した大型ルーム構成
- 従来のカラオケ全盛期店舗運営モデル

FIT
24

FiT24

- 中上級者に支持される店舗環境
- 競合店舗の出店増加による競争激化

- 都心、駅前など好立地への出店拡大
- 店舗モデルの進化により幅広い年齢層および女性を含めた新規顧客層を拡大

- 消費動向の変化に対応した店舗モデルの進化
- プロモーション強化によりファミリーを中心とした客層を拡大

- 中上級者を中心に各レベル別で店舗環境を最適化
- グループ内顧客相互利用による客層拡大

快活CLUB

店舗形態の進化

快活
CLUB

新プロトモデル開発により客層を広げ、新規顧客を増やすことで市場規模を拡大する

既存店

- 新コンテンツへの入れ替えによる新たな客層の取り込み
- 郊外不採算店舗をショッピングセンター店舗へ打替え
- 駅近店舗に関しては都市型店舗へのリニューアル（既存店リニューアルは年30～40店舗を継続）

新店

- 郊外店舗
 - ・ ショッピングセンターに適合した新店舗モデルの開発
 - ・ ショッピングセンター内に3ヶ年で5～10店舗程度の新規出店を行うと同時に将来の海外展開を視野
- 都心店舗
 - ・ 幅広い年齢層や女性をターゲットに現状の都市型店舗をリブランディング
 - ・ 都心好立地を含め年20店舗以上の出店を継続

店舗DXインフラ

- 自動入退店システムやセルフレジの年50～80店舗導入拡大による省人化
- アプリ予約機能の改善などによる顧客利便性の向上

体制

- 効率的な店舗運営体制を業態ごとに分業し、より専門性を持てる体制に進化



コート・ダジュール



ビジネスモデルの 深耕・進化

利用シーンの変化に対応した
ビジネスモデルに進化することで、
お客様に選ばれる店となる

既存店

- 時間帯別ターゲット客層の明確化
- 利用シーンの変化に合わせた店舗形態の進化
- ファミリーを中心とした新規顧客の獲得
- 利用シーンに合わせたメニュー開発
- 新たな店舗モデルへ、年2～3店舗のスクラップ&ビルド

新店



- 利用シーンの変化に合わせた出店形態・店舗規模の開発

FiT24



ターゲットの再定義と サービスレベルの向上

初級者から中上級者までが共存し習慣化できる
店舗環境とサービスにより、顧客満足度No.1の
24時間マシン特化型ジムを目指す

既存店

- スクラップ&ビルドによる収益性改善
- 初級者から中上級者の属性ごとにエリアを見直し、各属性のニーズに対応
- DXを活用した店舗運営効率と顧客利便性を向上

新店



- 店舗面積とフィットネスマシン投資の最適化により高効率店舗モデルを開発し、年5店舗程度の新規出店
- インドアゴルフ事業との組み合わせによる集客力向上

※イメージ

中計期間基本戦略

実店舗運営に加えてブランドビジネスへ派生

- 既存店投資精緻化・効率化による損益改善
- 設備投資を伴わない受託事業へのトライアル

2026年度 戦略目標 ()内は2023年度実績

非ウェディング
売上比率

7%

(2.6%)

重点施策

従来施策と課題

中計期間重点施策



ブライダル事業

- 全店舗統一した商品・サービスの展開
- 自主販促推進による販売費の最適化

- リソース配分を見直し、主力基幹2店舗※を徹底強化
- 他8店舗のオペレーション見直しによる、更なる効率化・標準化の経営効率改善

※表参道店、みなとみらい横浜店



基幹店ブランド事業

- 飲食をメインとしたカフェ運営
- ブライダルを優先した内装・オペレーション

- 好立地を活かしたハイブランドとのコラボ企画の推進
- オリジナルメニューのギフト販売による販路拡大
- MICE※のプロモーション強化と、内装・設備の変更

※ミーティング、インセンティブ、コンベンション、エキシビション/イベントの総称



プロデュース事業

- 25年間で培ったブライダルの運営ノウハウ
- 高額な設備投資による新規出店

- 培ったブライダルのノウハウ（ソフト）の新たな活用
- 既存の店舗アセット（ハード）に依存しないブライダル受託の展開

ブライダル事業

既存店投資精緻化・
効率化による損益改善

- 店舗特性ごとにメリハリをつけた戦略的投資の実施
- 主力基幹店（表参道店・みなとみらい横浜店）の徹底強化の更なる推進
- 徹底した効率化・標準化の進行によるブライダル事業の経営効率改善



基幹店ブランド事業

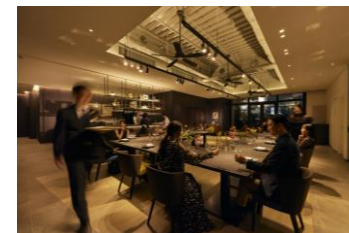
■ 物販の推進

- ・ 表参道店のアイコンとなっているアニヴェルセルカフェ × ハイブランドなどのコラボ企画の実施およびオリジナルメニューのギフト販売による販路拡大



■ MICE強化

- ・ 表参道店・みなとみらい横浜店の好立地と最新トレンドのバンケットで、イベント・パーティ誘致による認知度向上および売上拡大



プロデュース事業

■ ブライダル受託の加速

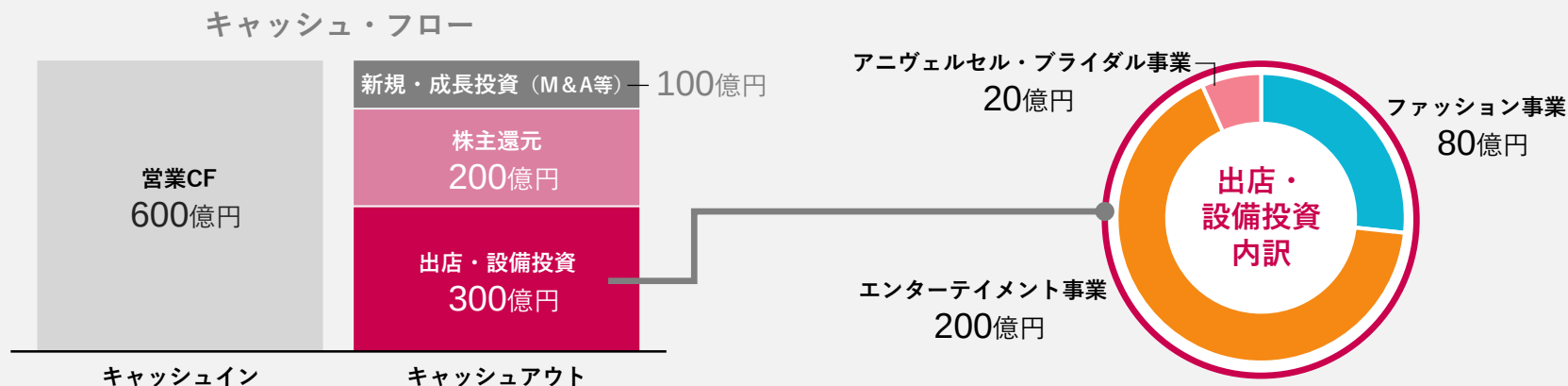
- ・ 直営ウェディングで培ったノウハウを活かし、設備投資を伴わない受託事業へのトライアル



PBR1倍の実現に向けての中期経営計画2024～2026年度期間における目標



中期経営計画期間のキャピタル・アロケーション



経営理念

社会性の追求

ビジネスそのもので、世の中のためになろうということです。
つまり、たゆまぬ努力の継続により、顧客満足を創造し実践してゆくことです。

公益性の追求

社会性の追求をした上でさらに、適正利潤を確保し適正配分することです。
つまり、税金等を支払うことにより社会還元してゆくことです。

公共性の追求

ビジネス以外でも、世の中のためになる生き方を追求することです。
つまり、チャリティの開催、地域社会発展に寄与する文化活動の推進、
あるいは個人として、ボランティアな精神活動に心掛けてゆくことです。

グループコンセプト

人々の喜びを創造する

サステナビリティビジョン2030

“喜び”のイノベーションで、よりよい未来を

グループのマテリアリティ KPI・目標数値（2030年度）

業態開発・イノベーション

商品・サービスを通じた新たな価値の提供を

KPI ● 環境配慮型商品の開発・発売件数 累計50件

人財 一人ひとりに働きやすさ・やりがい

KPI ● 女性管理職比率 20%以上（課長職相当以上）
● 正社員一人当たり教育訓練費 80千円以上
● 従業員満足度（組織サーベイの結果）
すべての項目（充実・教育・連帯感・信頼・公正）で4.0以上
● ストレスチェック結果 高ストレス率6.0%未満

環境 地球環境に優しさを

KPI ● CO₂排出量 2017年度比1店舗当たり50%削減（49.5 t-CO₂）
（Scope1+2）

地域社会 地域に活気と発展を

KPI ● 地域貢献活動の継続実施

人権 責任あるサプライチェーンを

KPI ● CSR基準書の締結数 100工場以上

ガバナンス より健全な経営体制を

KPI ● コンプライアンス学習会の受講人数 全グループ社員
● 通報窓口の認知度 100%

地球環境との関わりを重要テーマとして、環境課題に対応

業態開発・イノベーション 商品・サービスを通じた新たな価値の提供を

- 多様化するニーズや環境問題などの社会課題解決のために、新たな業態・商品・サービスを開発

- 環境配慮型商品の開発・発売（目標：累計50件）

「AOKIウール・エコ・サイクル®」で回収したスーツ・礼服から
ウールエコシューズを開発

ウールエコシューズ



シェアサイクルサービス
「HELLO CYCLING」の
ステーションを設置



EV充電器
の設置



一 環境

地球環境に優しさを

- CO₂削減への積極的な取り組み
- 環境負荷の少ないサービス、商業空間の創造

- CO₂排出量の削減（目標：2017年度比1店舗あたり50%削減）

- ・ 太陽光発電の新たな設置方法の検討等

- 廃棄ロスの削減

- ・ 不要な衣類を回収する“OKAERIエコプロジェクト”の推進
- ・ 食品ロスの低減

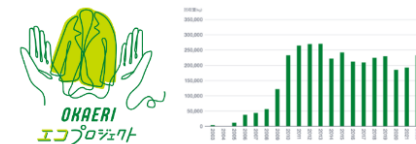
1店舗当たりのCO₂排出量

実績		目標	
2017年度 (基準年)	2022年度	2030年度	2050年度
99.0	88.3	49.5	0.0

ソーラーカーポートの設置



OKAERIエコプロジェクト



衣類回収の実績

人財価値+社会価値を高める活動を推進し企業価値を向上

人財価値

一人財

一人ひとりに
働きやすさ・やりがい

- 従業員がやりがいを持って働く環境づくり
- 一人ひとりの異なる個性や志向、能力に応じたキャリア形成の支援
- 人財の多様性を最大限に活かす風通しの良い組織文化の醸成

1. D & Iの推進

●女性活躍推進

- ・女性管理職（課長職相当以上）比率（目標：20%以上）
- ・男性の育児休業取得推進
- ・えるぼし認定（3つ星）取得（AOKI-HDで2023年取得済）

●管理職向けD&I学習会の実施



2. 労働環境の整備・向上

- ・心理的安全性の高い職場風土づくり
- ・産業医や相談窓口などの周知徹底
- ・高ストレス率の低減（目標：6.0%未満）



3. 従業員満足度の向上

●やりがいを持って働く環境

- ・公正な評価制度の拡充/表彰制度の推進
- ・多様な働き方の制度拡充

●教育に対する投資

- ・正社員一人当たり教育訓練費 80千円以上

社会価値

一 地域社会 地域に活気と発展を

- 全国に店舗を要するAOKIグループにとって地域社会の活気と発展は不可欠
- 文化活動やスポーツ振興への支援

●文化活動

- ・AOKIグループハーモニーコンサート

●スポーツ協賛

- ・長野マラソン
- ・川崎フロンターレ、横浜ビー・コルセアーズなど

●地域貢献の推進



一人権

責任あるサプライチェーンを

- 素材メーカーや製造委託先および物流会社などと協働

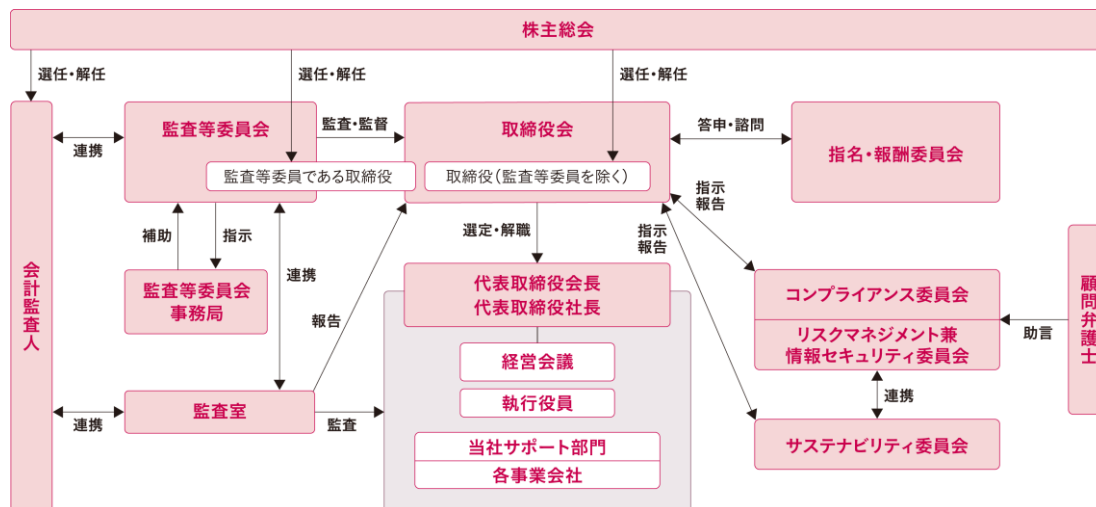
●AOKIグループ人権方針の策定（2023年5月）

●サプライヤー行動指針の策定、取引先に送付

●ファッション事業で「CSR基準書」を締結（目標：100工場以上）

より健全な経営体制を推進するとともに盤石なガバナンス体制構築を継続

コーポレート・ガバナンスの体制



1. 取締役会による監督の強化

- 監査等委員会設置会社へ移行（2023年6月29日付）
目的：経営の透明性の向上/意思決定の迅速化
- 社外取締役独立性に関する基準開示
- 社外取締役比率、女性取締役比率の向上
社外取締役比率：46.2%、女性取締役比率：23.1%

今後の施策

- 社外取締役の更なる監督機能強化
- 取締役会審議、社外取締役の評価に関する運用改善
- 取締役会構成目標
社外取締役比率：過半数、女性取締役比率：25%以上

2. 指名・報酬委員会の権限強化

- 委員3名中、独立性の高い社外取締役を過半数（2名）とする
- 指名・報酬にかかる基準、プロセス、評価基準等の明確化に着手

今後の施策

- サクセッションプラン（スキル・マトリックス、360度評価、次世代候補者の指名・育成）の策定・実行

3. 内部統制・コンプライアンス体制の強化

- 組織体制（コンプライアンス室の新設）、コンプライアンス委員会運営体制の見直し
- グループ全役職員が、コンプライアンス研修を受講済

10年後（2033年度） ありたい姿

消費者のライフステージ全体を網羅する事業の
創出・変革で持続的成長を続ける

営業利益目標

300億円

ROE目標

10%以上

EPS目標

180円以上

長期方針

1. M&Aなども視野にいたした
新規事業を確立

2. 既存事業・新規事業の
海外展開を実現

3. 商品・サービスにおける
提携およびコラボレー
ションを実現

予測に関する注意事項

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、本資料作成時点で当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクと不確実性を含んでおります。従いまして実際の業績等は今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。