



平成 17 年 12 月 16 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ポ イ ン ト  
代 表 者 代 表 取 締 役 社 長 黒 田 博  
( コ ー ド 番 号 2 6 8 5 東 証 第 一 部 )  
問 合 せ 先 常 務 執 行 役 員 管 理 本 部 長 遠 藤 洋 一  
( T E L : 0 3 - 3 2 4 3 - 6 0 1 1 )

## 中期経営計画策定のお知らせ

当社は、平成 21 年 2 月期を最終年度とする新中期経営計画を下記のとおり策定いたしましたので、その概要につきましてお知らせいたします。

### 記

#### 1. 策定の趣旨

現行の中期経営計画が平成 18 年 2 月期（今期）をもって終了するにあたり、平成 19 年 2 月期を初年度とする 3 ヶ年の経営目標・指針となる新中期経営計画を策定いたしました。

現中期経営計画につきましては、社内インフラ整備のもと、ローリーズファーム、グローバルワークといった年商 100 億円を超える 2 ブランドを確立し、目標売上高、目標利益を 2 年で前倒し達成する等、十分な成果をあげることができました。

しかし、カジュアルウェア業界を取り巻く環境は、外資系ファッション各社の日本市場参入等もあり、年々競争の厳しさを増しています。

その中であって当社としては、ファッションカジュアル市場のリーディングカンパニーを目指し、新中期経営計画のもと、ローリーズファーム、グローバルワークの成長過程において得たナレッジをその他ブランドに展開活用し、一層の企業力強化を図ってまいります。

#### 2. 中期経営計画の概要

来期からの 3 ヶ年は、以下の 4 つの基本戦略を軸として取り組んでまいります。

##### 複数ブランドの開発育成による業容拡大と経営安定化

当社成長戦略の基本となる戦略であり、ローリーズファーム、グローバルワークで成果をあげているビジネスモデルを既存の他ブランドに展開し、より一層の業容拡大と経営安定化を図ってまいります。

また少子高齢化に対応したブランドを複数開発し、その次の中期経営計画における基幹ブランドとするべく育成してまいります。

##### ブランド定着による収益力の維持向上

主力ブランドであるローリーズファーム、グローバルワークにつきましては、プロモーションの強化、既存店の積極的な改装により、引き続きブランドクオリティの維持・活性化を図ってまいります。また、ファッション性が高い場所での旗艦店設置も検討していく予定です。

##### 成長継続のための人材力・組織力強化

当社では、今期より「次世代幹部育成プログラム」と称し、人材育成に特に力をいれております。新中期経営計画においても、成長の原動力として人材育成は最重要項目として位置付けています。特に店舗数増加に対応したエリアマネジャーの育成強化と新ブランド

開発に向けたブランドマネジャー、マーチャンダイザーの育成に力を入れてまいります。  
また顧客満足（CS）への取組の一環として社内にCS専担部署（サービス・商品品質管理）を設置し、お客様へより一層の安心・満足感を提供してまいります。

### コーポレートガバナンスの整備と確立

当社では、今期より執行役員制度を導入し、経営の監督機能と業務執行機能の分離を図っております。これをさらに推進し、経営責任の一層の明確化と迅速な意思決定を実現するため、内部統制プロセスの見直し、経営諮問委員会の設置等を実施し、コーポレートガバナンスの整備と確立を行ってまいります。

### 3. 収益計画

以上の取組みにより、平成 21 年 2 月期の経営成績（連結ベース）は、次の数値を目標としております。

単位：億円	平成 18 年 2 月期 (見込み)		平成 21 年 2 月期		3 カ年伸び率
		構成比		構成比	
売上高	480	100.0%	760	100.0%	58.3%
売上総利益	291	60.6%	463	60.9%	59.1%
営業利益	95	19.8%	137	18.0%	44.2%
当期純利益	51	10.6%	75	9.9%	47.1%
店舗数	296		535		80.7%

ブランドの売上規模および店舗数については、以下のように計画しております。

単位：億円 (店舗数)	平成 18 年 2 月期 (見込み)		平成 21 年 2 月期		3 カ年伸び率
		構成比		構成比	
<b>主力ブランド</b> ローリーズファーム グローバルワーク	355 (192)	74.0% (64.9%)	475 (265)	62.5% (49.5%)	33.8% (38.0%)
<b>準主力ブランド</b> ジーナシス レイジブルー	78 (54)	16.2% (18.2%)	154 (130)	20.3% (24.3%)	97.4% (140.7%)
<b>その他既存ブランド</b> ヘザー ハレ その他	47 (50)	9.8% (16.9%)	81 (90)	10.6% (16.8%)	72.3% (80.0%)
<b>新規ブランド</b> アンダーカレント他			50 (50)	6.6% (9.4%)	

以上