



山喜株式会社

当社の中期戦略について

山喜グループ中期計画(ローリング)
(2016年度～2018年度)

2016年7月

<前3カ年計画の反省>

■最終年度(2014年度)数値目標と結果

連結売上高(目標):200億円

(結果):174億円 **未達**

当期純利益(目標):3.5億円

(結果):3.48億円 **ほぼ達成**

■差異要因

- ・直営店事業の不振、海外事業の伸び悩み
- ・初年度におけるドル高による原価上昇

経営環境の変化と経営課題の変化

■経済環境の変化

- ・新興国の経済成長の鈍化
- ・経済政策の功罪⇒為替変動等のリスク高まる
- ・国内消費の伸び悩み、インバウンド需要縮小

■ライフスタイルの変化

- ・消費が「モノ」から「コト」へ。
- ・節電意識の希薄化⇒夏物衣料不振
- ・カジュアル化の一層の進行
- ・リアルからネットへ⇒WEB販売拡大

■国内小売市場の変化

- ・小売業の構造変化と再編
- ・量販店における衣料品の縮小

■経営課題の変化

(過去数年の経営課題)

- 直販事業の建て直し、M&Aによる事業拡大
(・直営店縮小、CHOYA事業譲受)

「山喜中期戦略」
の基本方針

＜中期計画の基本方針＞

■メーカー機能強化

- ① 得意先様とのサプライチェーンを強化し、国内卸売り販売シェアを拡大

■オリジナル商品・ブランドの強化刷新

- ② 商品力による競争力強化

■直販販路強化

- ③ WEB販売およびコンセ展開拡充

■海外販売の拡大

- ④ 日本メーカーによる素材開発力と当社海外生産背景の連携

①国内卸販売シェア拡大



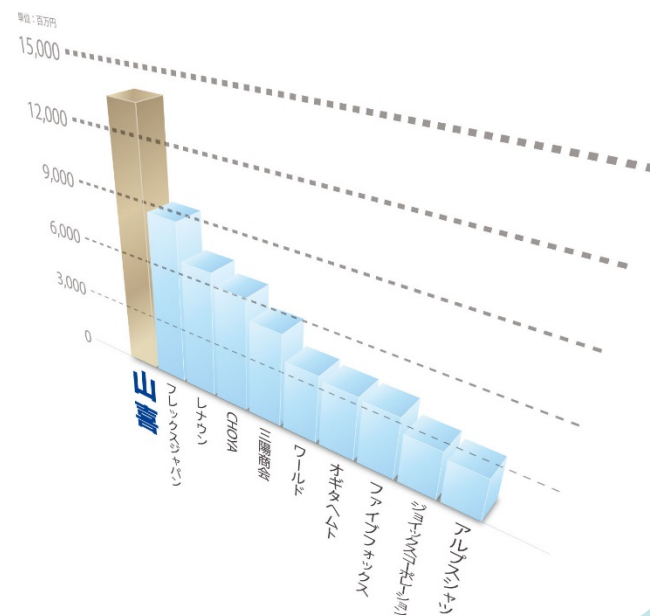
■布帛シャツ日本国内販売額第1位

(出典:織研新聞2014年度メンズアパレルランキング)

■低価格ゾーンの拡大

■レディース商品拡大

■新規市場開拓



②オリジナル商品・ブランドの強化刷新

n 量販・専門店販路向け

Swan ブランド

n 百貨店販路向け

CHOYA ブランド

⇒シャツメーカーとしての「YAMAKI」
のブランド力強化



③国内販売の直販強化



■WEB販売売上高2.7億円(2015年度)

➔ **6億円** (2018年度)

■当社ブランドコーナー出店81ヶ所(2016年3月現在)

➔ **80ヶ所** (2018年度末)

④ 海外販売の強化

■ 海外販売売上 10.6億円 (2015年度)



14億円 (2018年度)



日系素材メーカーの素材開発力

+ 山喜の縫製管理機能

+ バングラ生産のコスト競争力の連携

⑤老朽設備の更新投資

■国内工場等の設備更新投資

7億円 (2016～2018年度)

⇒維持管理費の削減と生産効率化



經營指標目標

2018年度 (2019年3月期, 3カ年最終年度)

■ 連結売上高 : 200億円超

■ ROE : 5%

(親会社株主帰属当期純利益 : 3億4千万円)

n 連結有利子負債 : 38億円





IR活動窓口

山喜株式会社 経営企画部

Tel:06-6764-2211

URL:<http://www.e-yamaki.co.jp>