

証券コード 7596

中期経営計画(2016年度~2018年度)

「魚カブランド」クリエーションプラン2018

- 目 次 -

前中期計画の振り返りと「魚力ブランド」クリエーションプラン2018

「新生魚力」クリエーションプラン2016の振り返り	P1
新たな中期経営計画(2016~2018年度)の考え方	P2
売上高の実績推移と「魚カブランド」 クリエーションプラン2018	P3
営業利益・営業利益率の実績推移と「魚カブランド」 クリエーションプラン2018	P4
当期純利益・1株当り当期純利益の実績推移と「魚カブランド」 クリエーションプラン2018	P5

「魚カブランド」クリエーションプラン2018 基本戦略

(1)商品戦略	~時代の変化や顧客ニーズに対応した商品開発~	P7~P9
(2)営業戦略	~お客様に感動を与える売場づくり~	P10~P14
(3)出店戦略	~寿司テイクアウト専門店の出店加速と飲食店舗の出店強化~	P15~P18
(4)人事戦略	~社員のやりがい、働きがいの醸成~	P19~P20
(5)海外戦略	~新たな成長戦略への取り組み~	P21
(6)財務戦略	~株主重視の還元施策~	P22~P23

前中期計画の振り返りと

「魚カブランド」クリエーションプラン2018

「新生魚力」クリエーションプラン2016の振り返り



● **損益状況** (単位 百万円、%)

		2014	年度 実績	漬			2015年度 実績				2016年度 計画		
科目	計画	実績	売上比	計画比	前年比	計画	修正後 計画	実績	売上比	計画比	前年比	計画	前年比
売 上 高	27,700	28,478	100.0	102.8	107.1	31,500	30,500	30,273	100.0	99.3	106.3	35,000	115.6
営業利益	1,310	1,268	4.5	96.8	97.3	1,800	1,300	1,364	4.5	104.9	107.5	2,250	164.9
(営業利益率)	4.7			-0.2		5.8	4.3			-1.3		6.7	
経常利益	1,450	1,640	5.8	113.1	102.9	1,950	1,480	1,480	4.9	100.0	90.2	2,350	158.7
当期純利益	860	1,143	4.0	132.9	134.3	1,250	1,050	1,039	3.4	99.0	90.9	1,550	149.1
1株当り純利益(円)	60.8	80.6		132.6		88.1	74.5	73.8		83.7		106.0	

業績見通しと計画差異の要因

- ・既存店売上高の減少
- ・国内卸売販売高の減少
- ・賃上げ、採用難等に伴う人件費増
- 出店数の計画差異(個別物件の試算厳格化による慎重な出店)
- ・競合出店の更なる激化

数值検証

●出店状況

(単位 店)

	## At	2013年度	2014	年度	2015	年度	2016年度
	業態	実績	計画	実績	計画	実績	計画
	大型店	0	0	0	0	0	0
出	中型店	3	3	4	7	6	3
店	小型店	1	3	0	3	1	3
	寿司テイクアウト専門	1	2	1	5	4	5
数	飲食店						0
	合 計	5	8	5	15	11	11
退店			1	3		1	
	期末店舗数	57	64	59	79	69	90

営業 利益率	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	
経営目標	_	-	4.7	5.7	
実 績	3.1	4.9	4.5	4.5	
1株当り 純利益	2013年度	2013年度	2014年度	2015年度	
経営目標	_	_	60.6	88.1	
実 績	40.7	59.6	80.6	73.8	

要因分析

2016年度 目標 100円

2016年度 目標 **6.0%**

計画未達ではあるが、改善基調にあり 2018年度に向け達成可能な努力目標と位置づける

新たな中期経営計画(2016~2018年度)の考え方



改革の断行による 収益の回復・経営基盤の再構築



中期経営計画(2014年度~2016年度)「新生魚力」クリエーションプラン2016



寿司テイクアウト専門店の出店加速、飲食店の出店強化新たな成長戦略の取り組み(海外事業)



1,500

成長性の確保、シェア拡大による魚力ブランドの確立



◎「魚カブランド」クリエーションプラン2018 計画概要

680 (百万円)

投資額

(単位 百万円、%)

科目	20	16年度		20	017年度		2018年度			
1 1 11	計画	売上比	前年比	計画	売上比	前年比	計画	売上比	前年比	
売 上 高	28,200	100.0	93.2	30,500	100.0	108.2	33,000	100.0	108.2	<u> </u>
営業利益	1,320	4.7	96.8	1,450	4.8	109.8	1,650	5.0	113.8	
経常利益	1,500	5.3	101.3	1,600	5.2	106.7	1,800	5.5	112.5	
当期純利益	1,050	3.7	101.0	1,100	3.6	104.8	1,250	3.8	113.6] /
1株当り純利益	76.1	(円)		78.6			89.4]		
期末店舗数	81	(店舗)		104			141			

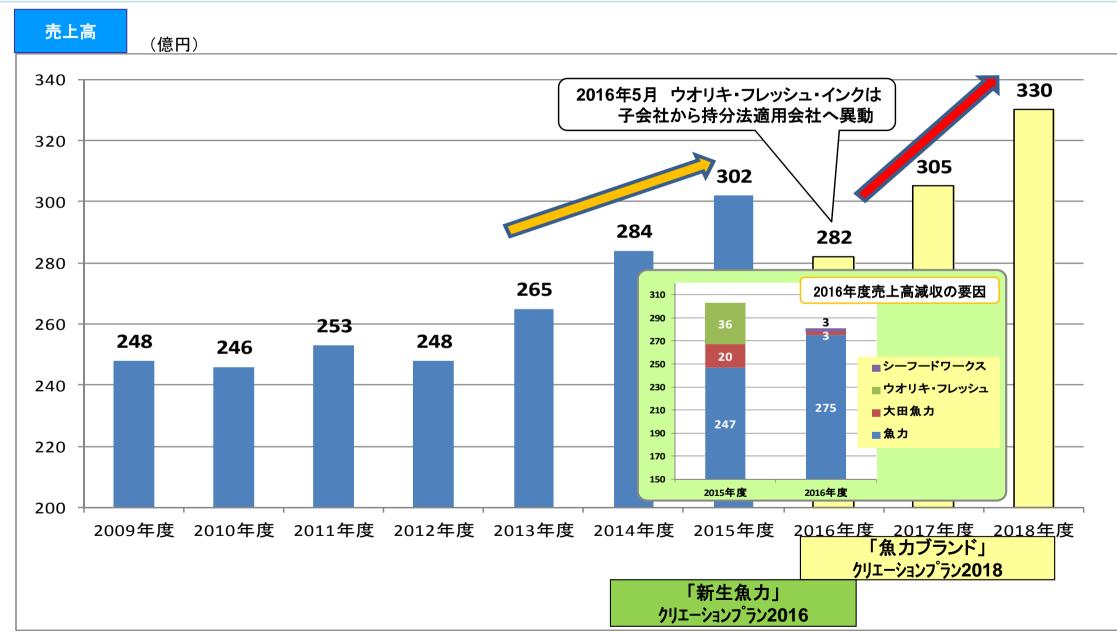
1.000

2018年度の目標

- ■売上高 330億円への挑戦
- ■店舗数140店舗の実現

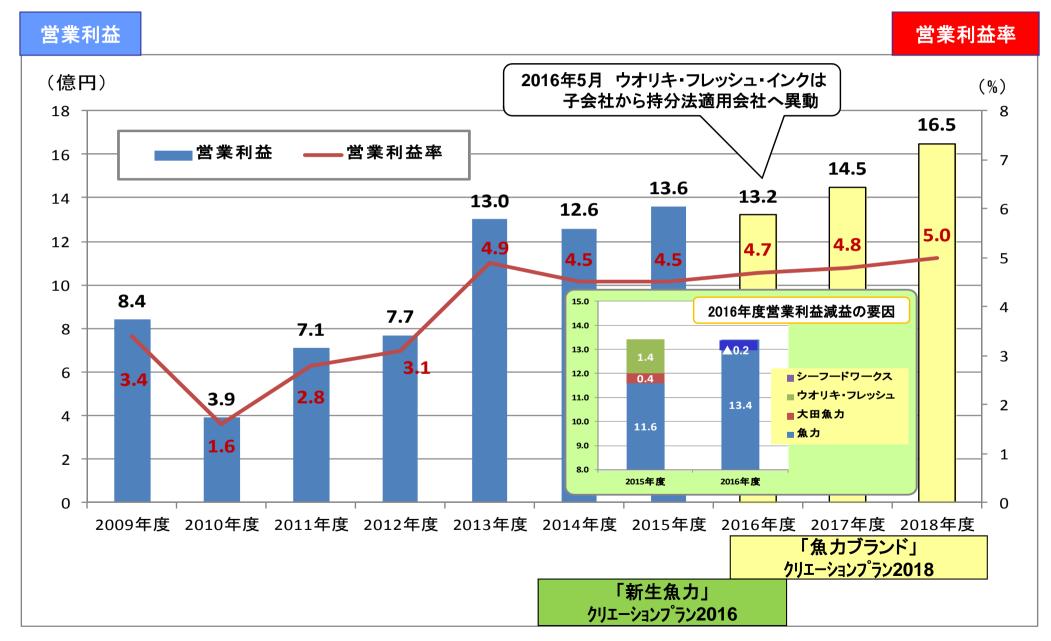
売上高の実績推移と「魚カブランド」クリエーションプラン2018





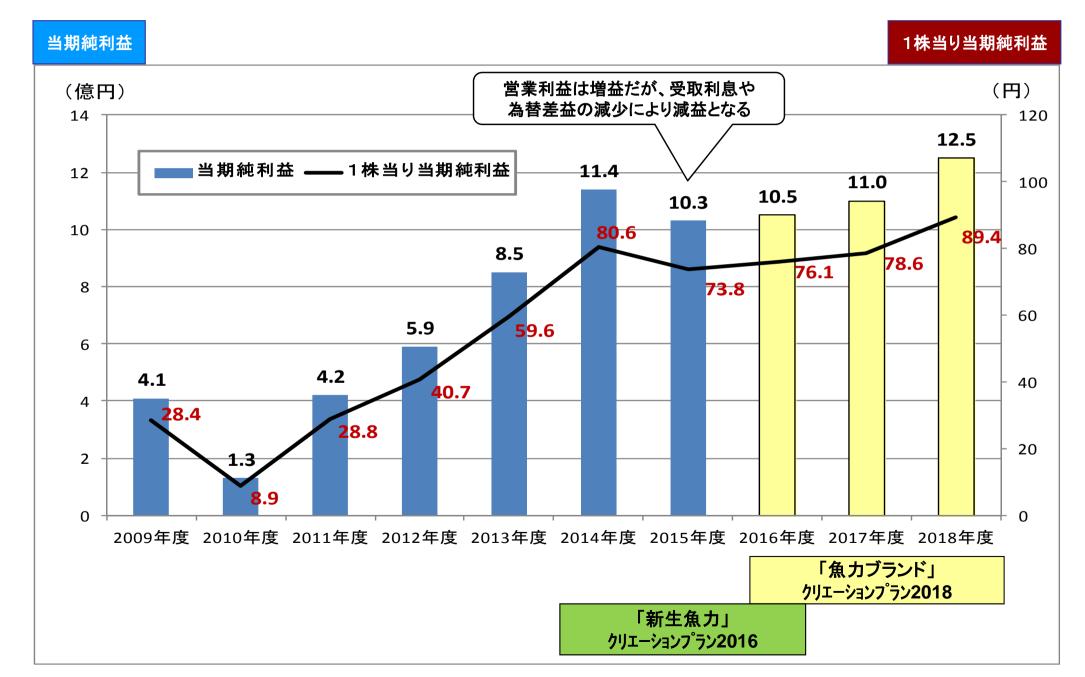
営業利益・営業利益率の実績推移と 「魚カブランド」クリエーションプラン2018





当期純利益・1株当り当期純利益の実績推移と 「魚力ブランド」クリエーションプラン2018





「魚力ブランド」クリエーションプラン2018 基本戦略

基本戦略 ~6つの基本戦略の概要~



(1))商品戦略

~ 時代の変化や顧客のニーズに対応した商品開発~

- ・テイクアウト寿司の業態別品揃えの確立 (鮮魚売場併設、魚力海鮮寿司、Sushi力蔵、かげん)
- 鮮魚専門店ならではの高付加価値商品の開発
- ・鮮魚惣菜の開発と標準的品揃えの確立
- 豊洲新市場移設に合わせた新物流体制の構築

(2)営業戦略

~ お客様に感動を与える売場づくり~

- ・店舗改装による既存店の活性化
- ・産地直送フェア、歳事イベント強化による集客力アップ
- ・接客技術の改善によるCSの向上 ~CS推進プロジェクトの推進~
- ・販売技術・加工技術の強化による競合との差別化
- ・対面コーナーを活用した魚力ファン(固定客)づくりの推進

(3)出店戦略

~寿司テイクアウト専門店の出店加速と飲食店舗の出店強化~

- ・駅ビル、駅近の物件を中心とした小売店有望新規物件の交渉強化
- 駅ビル、駅ナカ、百貨店等の出店先に合せた「寿司のテイクアウト専門店」の出店加速
- ・飲食事業の拡大 新規出店の強化

(4)人事戦略

~社員のやりがい、働きがいの醸成~

- ・新規出店に備えた新卒採用と即戦力となる中途採用の強化 ~ 新卒採用教育プロジェクトの推進~
- ・女性社員の活躍推進と環境整備
- ・時短の推進とワークライフバランスの充実

(5)海外戦略

~新たな成長戦略への取り組み~

- ・ウオリキ・フレッシュ・インクの業容拡大に向けた資本政策の変更
- ・合弁会社設立(シーフードワークス)による高鮮度凍結魚の輸出販売

(6)財務戦略

~株主重視の還元施策~

- -連結配当性向方針に基づく安定配当の継続(配当性向方針50%)
- ・機動的な自己株式取得による資本効率の改善
- ・M&A、資本・業務提携の推進

基本戦略

(1)商品戦略

~時代の変化や顧客ニーズに対応した商品開発~



テイクアウト寿司の業態別品揃えの確立(鮮魚売場併設、魚力海鮮寿司、Sushi力蔵、かげん、)

鮮魚売場併設

【江戸前寿司】

Sushi力蔵

【ニューヨークスタイルのロール寿司】



- ・江戸前寿司のセット寿司を中心に、単品にぎり、巻物、巻き寿司、バラちらし、丼、押し寿司などを品揃えする。
- ・生魚は鮮魚売場で卸した 生ネタを使用する市場寿司 など鮮度抜群の品揃えで ある。



- ・ニューヨークスタイルの ロール寿司や新食感の創作 寿司などを中心に、伝統的な 江戸前寿司も品揃える。
- ・店舗によっては、魚惣菜や 弁当を品揃えする。

魚力海鮮寿司

【江戸前寿司の単独店舗】

かげん

【ハイグレードな江戸前寿司】



- ・駅ビル、駅ナカを中心に出店 していることもあり、江戸前 寿司、巻物、巻きずし、丼など を品揃えする。
- ・店舗によっては、魚惣菜や 弁当を品揃えする。



- ・百貨店への出店業態であり、 江戸前寿司の中でも本まぐろ やウニ、いくらなどが入った ハイグレードなセット寿司を 中心に展開。
- また、ニューヨークスタイル のロール寿司や丼、押し寿司 なども品揃えする。

基本戦略 (1)商品戦略

~時代の変化や顧客ニーズに対応した商品開発~



鮮魚専門店ならではの高付加価値商品の開発

■対面コーナーでの、生魚の調理や下ごしらえの対応など、 付加価値を付けた、鮮魚専門店ならではの販売





■鮮度抜群の生魚や貝類のお造りや、盛合など 高付加価値商品として販売



鮮魚惣菜の開発と標準的品揃えの確立



基本戦略

(1)商品戦略

~時代の変化や顧客ニーズに対応した商品開発~



豊洲新市場移設に合わせた新物流体制の構築

2012年度

2013年度

2014年度

2015年度

2016年度

2016年11月7日

冷 凍

品 等

2013年 ㈱日本アクセスへ業務委託 4月

(株)日本アクセス 川崎物流センター



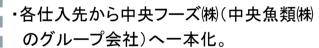
- ・物流センター(八王子)から、㈱日本アクセスへ冷凍品、 加工品、チルド定番商品の物流拠点変更。
- ・配送・在庫管理業務のアウトソーシング化。

小 売

生

魚

^{2014年}中央フーズ(株)へ業務委託



買付や振分情報のシステム化を図る。





卸 売

(国内)

2012年7月~ 大田市場(大都魚類)



- ・大田市場を活用した卸先への 配送網の整備。
- ・国内スーパー等への商品提供

物 流 体 制 の 再 構 築

豊 洲 新 市 場 開 場



~ お客様に感動を与える売場づくり~



店舗改装による既存店の活性化

■ 前期は6店舗の改装を実施

立川ルミネ店 ≪4月オープン≫



【店舗概要】 -駅ビルー店 名: 立川ルミネ店

所 在 地:東京都立川市曙町2-1-1

立川ルミネ店B1F

開店日:平成27年4月27日

改装の:立川駅に隣接する商業施設のデポイントロッパーによる全面改装に伴いレ

イアウトを変更するとともに集中

レジ化する。

イートインコーナー併設。

川越店 ≪8月オープン≫



【店舗概要】 一百貨店一店 名:川越店

所 在 地:埼玉県川越市脇田町

105アトレマルヒロ B1F

開店日:平成27年8月7日

改装の:川越駅前の商業施設。

ポイント 競合店対策による

食品フロアの改装。

名鉄百貨店一宮店≪11月オープン≫



【店舗概要】一百貨店一

店 名:一宮店

所 在 地:愛知県一宮市新生1-1-1

名鉄百貨店一宮店B1F

開店日:平成27年11月1日

改装の:商業施設の老朽化、

ポイント 食品フロアの売場経年

劣化に伴う改装(10年ぶり)

大宮店 ≪2月オープン≫



【店舗概要】 -駅ビルー

店 名:大宮店

所 在 地:埼玉県さいたま市大宮区錦町630

大宮ルミネ2_1F

開店日:平成28年2月23日

改装の:商業施設の老朽化、食品

ポイント フロアの売場経年劣化に伴う改装

■ 東京駅店(売場移設)、あきる野店(売場増床) ≪3月オープン≫

2016年度計画 小岩店4月15日改装オープン + プチリニューアル実施

既存店売上高・客数のアップ

~ お客様に感動を与える売場づくり~



産地直送フェア・歳事イベント強化による集客アップ

■2015年度 産地直送フェア実績

5月
ニュージーランドフェア
青森深浦フェア
6月
北海道フェア
九州フェア
境港フェア
9月
東京都漁連フェア

10月
北海道フェア
オーストラリアフェア
11月
熊本天草フェア
2月
九州フェア
3月
北海道フェア









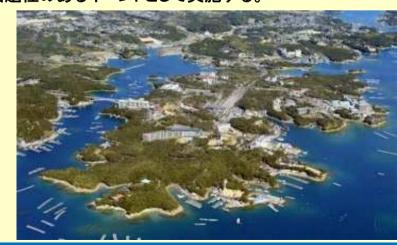
■2016年度 産地直送フェア

青森深浦フェア(第3回)

- -5月20日(金)~22日(日)
- まぐろ、たい、ぶり、さくらます、ひらめ、そい等を販売
- ・深浦町や現地漁業関連組合との「6次産業化」の取り組みの一環でもあり、全社挙げて積極的に販売する。

伊勢志摩フェア

- -5月23日(月)~27日(金)
- ・伊勢まぐろ、伊勢真鯛、伊勢えび、ぶり、焼き海苔等を販売
- ・伊勢志摩サミットに合せて三重県や地元漁連の協力のもと、 話題性のあるイベントとして実施する。



~ お客様に感動を与える売場づくり~



産地直送フェア・歳事イベント強化による集客アップ

■歳事イベントの開催



2月 節分・恵方巻



マグロ解体実演販売



7月 土用丑の日



12月 クリスマスセール



12月 歳末大感謝セール

~ お客様に感動を与える売場づくり~



接客技術の改善によるCSの向上 ~ CS推進プロジェクトの推進~

2015年度の取り組み

- ●CSの推進を全社的かつ迅速に展開する為、新たに「CS推進 プロジェクト」を設置、日本一の接客を目指す。
- 接客技術や販売技術を指導する専属部署として「営業管理部」に「CS推進課」を新たに設置し、CSスキルの強化と全従業員への周知徹底を図る。
- 外部機関を活用し、当社としてのCSの考え方を明確にするとともに接客技術の向上を図る。
- 各店に「CSリーダー」を配置して、社員へのCSに関する指導を行うとともに、ご不満やご要望などの「お客様の声」を吸い上げ、社員の接客や店舗づくりへ反映させる。
- ●デベロッパー様や各協会主催のロールプレインコンテストにも 精極的に参加し、異業種の接客を学び、技術を更に高める。

「第21回SC接客ロールプレイングコンテスト 東京大会「食品・飲食・サービス部門」優勝 ⇒ 全国大会出場



一般社団法人 日本ショッピング センター協会 認定

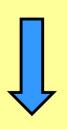
SC接客マイスター検定1級認定

他に目黒店パート社員も認定

競技の様子

2016年度の取り組み

- ●接客の重点3項目
 - ①接客 ~ お客様へ尽くす
 - 「ありがとう」と言ってもらえる接客
 - ・お客様に「一番の笑顔」をプレゼント
 - ②売場クリンネス ~ お客様目線
 - お客様に「また来たい」と思わせる清潔感のある売場
 - お客様目線での管理がいき届いた綺麗な売場
 - ③売場プレゼンテーション ~ 売場がステージ
 - ・わかりやすい商品提案、商品説明
 - ・お客様からの第一印象が大切
 - ●CSリーダーの研修を定期的に実施
 - ⇒ 全従業員への周知徹底を図る





CS日本一への挑戦 ~ありがとうと言ってもらえる接客~

~ お客様に感動を与える売場づくり~



販売技術・加工技術の強化による競合との差別化

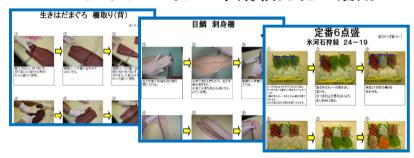
対面コーナーを活用した魚力ファン(固定客)づくりの推進

■新入社員技術教育の強化 ⇒ 早期戦力化

- ・半期、年度の目標を定め、加工技術を修得させる。
- 1年間で店舗の一通りの業務全般をマスターできるよう 年間の教育プログラムを見直す。

■マニュアルの活用によるOJT強化

・店舗のパソコンでいつでも照会可能(全86種類) ⇒ パート・アルバイトの早期戦力化に活用



■ドリーム社員制度によるパート社員の技術力アップ

- ・店長、担当課長が推薦する店舗勤務2年 以上のパートアルバイト社員に対して、 会社がその調理技術を評価する制度。
- ・難易度に応じた課題に合格することで、 50~100円を時給に加算し、パート社員 のモチベーションアップを図る。



・対面コーナーで、お客様のご要望、ご不満、ご意見をお聞きして、売場の改善や品揃えの充実、接客向上などに反映する。



・従来より店舗に配置している「お魚アドバイザー」が お客様のお買い物のサポートをする。調理・メニュー 提案、お魚の情報などをお伝えしてする。





基本戦略 (3)出店戦略



~寿司テイクアウト専門店の出店加速と飲食店舗の出店強化~

駅ビル、駅近の物件を中心とした小売店有望新規物件の交渉強化

店舗展開の考え方

首都圏の集客力の高い駅ビル/百貨店を中心に店舗展開。1店舗当りの売上が高く効率的な店舗運営を実現する。 ドミナント出店を形成、効率的な配送体制や店舗マネジメントを実現

前期の新店

大泉学園店 (平成27年4月開店)

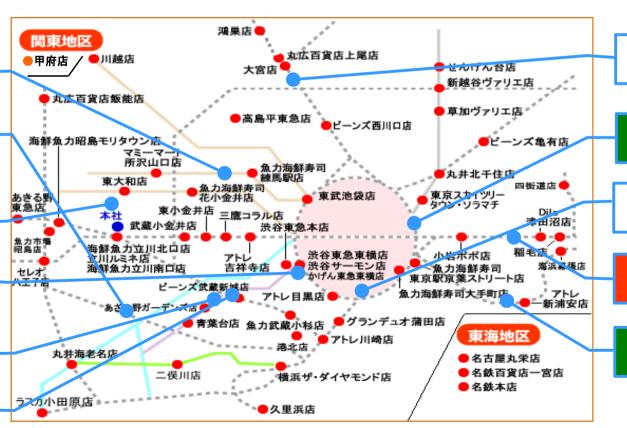
かげん 町田店 (平成28年2月開店)

立川立飛店 (平成27年12月開店)

渋谷シンクス店 (平成28年2月開店)

たまプラーザ店 (平成27年9月開店)

二子玉川店 (平成28年2月開店)



浦和店 (平成27年11月開店)

Sushi 力蔵 上野店 (平成28年2月開店)

品川店 (平成27年4月開店)

かげん 船橋店 (平成28年2月開店)

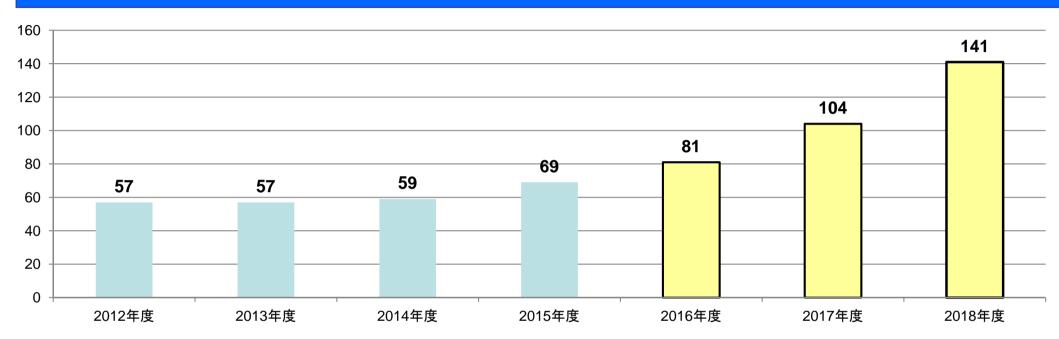
Sushi 力蔵 イクスピアリ店 (平成27年8月開店)

基本戦略 (3)出店戦略



~寿司テイクアウト専門店の出店加速と飲食店舗の出店強化~

年度別出店計画と期末店舗数の推移



年度別	業態	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
出店計画	未吃	実績	計画	計画	計画
	大型店	O	1	O	O
	中型店	6	2	3	2
出店数	小型店	1	O	O	O
	寿司専門	4	8	10	15
	飲食店	О	2	10	20
	合計	11	13	23	37
退店		1	1	О	O
期末后	与舗数	69	81	104	141

基本戦略 (3)出店戦略





駅ビル・駅ナカ・百貨店等の出店先に合せた「テイクアウト寿司専門店」の出店加速

テイクアウト寿司専門店



駅ビル、駅ナカを中心に、江戸前寿司、丼などのテイクアウト寿司の専門店として出店

出店店舗 魚力海鮮寿司 東京駅京葉ストリート店

魚力海鮮寿司 Dila津田沼店

Sushi力蔵



【商品・品揃えの特徴】

ニューヨークスタイルのロール寿司や新 食感の創作寿司などを中心に、伝統的な 江戸前寿司も品揃えする。

[出店先] 駅ビル、駅ナカを中心に展開

出店店舗

Sushi力蔵 武蔵小金井店 Sushi力蔵 舞浜店 Sushi力蔵 上野店

かげん



【商品・品揃えの特徴】

江戸前寿司の中でも、まぐろやウニなどが入ったハイグレードなセット寿司を中心にニューヨークスタイルのロール寿司や丼、押し寿司など品揃えする。

[出店先] 百貨店中心に展開

出店店舗

かげん渋谷東急東横店 かげん船橋店 かげん町田店



飲食事業の拡大 → 新規出店の強化

■ 海鮮魚力

<概要>

- ・小売事業同様、築地直送の旬の魚のメニューをメインとした海鮮居酒屋
- ・個室を設置した落ち着いた雰囲気の店
- ・魚と相性のよい厳選したこだわりの本格 焼酎、地酒を品揃え
- ・ランチタイムには、旬の魚盛りだくさんの 定食を提供



海鮮魚力立川北口店



コース料理

■ 魚力海鮮寿司

<概要>

- ・鮮魚専門店直営のお手頃な価格で本格 的なお寿司を、カウンター席やテーブル席 で提供
- ・ランチタイムはお得なセットメニューを提供
- ・ディナータイムは本格的な江戸前寿司を ご用意



魚力海鮮寿司大手町店



ランチメニュー

新司店の展開 従来の海鮮居酒屋・

+

新業態の開発

基本戦略 (4)人事戦略

~社員のやりがい、働きがいの醸成~



新規出店に備えた新卒採用と即戦力となる中途採用の強化 ~ 新卒採用教育プロジェクトの推進~

求める人財像

- 新卒採用の復活 将来の角力を担う人財を確保する為。また全社員
 - 将来の魚力を担う人財を確保する為、また全社員の年齢ピラミッド の構成上、若年層が薄い為2014年度入社より採用活動再開。
- 中途採用の実施 同業他社で販売力・技術力のある経験豊富な転職潜在層へ人財 を求める。また、各分野のマネジメント層の戦略的採用も実施。
- パート・アルバイトの人員確保 新規出店要員を中心に人員確保。

魚屋さんで働いてみよう

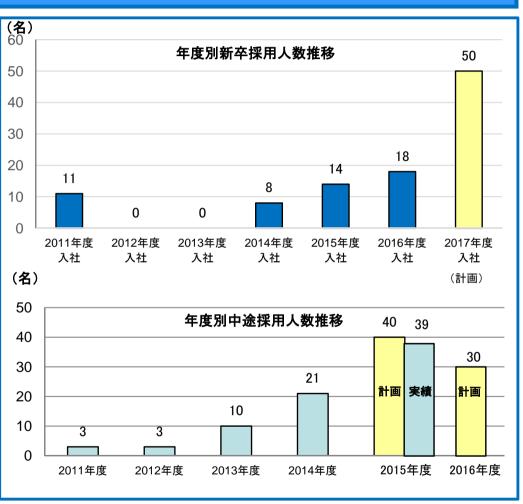
パート・アルバイト募集サイト

人財確保への積極的投資

- 会社説明会の都心での開催
- 採用活動の一部アウトソーシング
- WEBサイトを活用した中途社員用の募集活動強化
- WEBサイトを活用したパート・アルバイトの一括募集管理
- 新聞折り込み、フリーペーパーの広告掲載の継続

制度変更による採用の強化

- 社員紹介制度/パートアルバイト紹介制度の導入
- 再雇用制度の導入



- 新規出店に伴う要員確保
- 経営幹部の人財確保

基本戦略 (4)人事戦略

~社員のやりがい、働きがいの醸成~



女性社員の活躍推進と環境整備

女性活躍推進法に基づく行動計画

- ■計画期間 平成28年4月1日からの2年間
- ■当社の目標と取り組み内容

①正社員の女性比率の向上

- ・採用活動における女性が活躍できる会社であること のアピール及び女性向け採用媒体の活用
- ・優秀なパート・アルバイト社員の正社員への登用
- 女性の中途社員並びに専門的技術職の積極的採用

②女性社員の離職率の改善

- 子育て支援バックアップのための管理職研修の実施
- •ワークライフバランスに配慮した人事制度の見直し
- ・女性社員対象のキャリアプランの形成

時短の推進とワークライフバランスの充実

■時短の推進

・2016年度の総労働時間は、前年に比べ11時間の 時短を実現

■長時間労働の削減

- ・週間での残業管理や総労働時間管理を店長と担当 課長で実施。
- ・店舗の業務改善や作業シフトの見直しによる生産性 の向上を図る。

■今期の検討課題

- ・ストレスチェック(長時間労働者対策)
- 有給休暇の取得率向上対策
- ・短時間勤務制度の導入
- •福利厚生制度の充実

人事諸制度の抜本的見直し ⇒ 社員の"やりがい、働きがい"の醸成

基本戦略 (5)海外戦略

~新たな成長戦略への取り組み~



ウオリキ・フレッシュ・インクの業容拡大向けた資本政策の変更

→ 伊藤忠商事㈱の出資比率引き上げ(平成28年5月2日)

【会社概要】

名称 : UORIKI FRESH. INC.

所在地:アメリカ合衆国/ニュージャージー州

代表者:取締役兼CEO 上月 健

設立年月日:平成20年2月6日

資本金 :40,816 ドル

出資比率 :伊藤忠商事㈱ 51%、㈱魚力 49%

事業内容:米国での生鮮・冷凍水産物卸売業

【主要取扱商品】

マグロ・・・韓国(メバチマグロ)産他

エビ・・・タイ、インドネシア産他

サーモン・・・ノルウェー、スコットランド、カナダ産他

【卸売先】

Wegmans (食品スーパー)

Genji(寿司テイクアウト店<WholeFoods内>)

AFC(寿司テイクアウト店<Publics内>)

今後のビジネス展開

・大手総合商社として海外で幅広く事業展開している伊藤忠商事㈱ の流通・物流網を活用するビジネスモデルの構築

合弁会社設立(シーフードワークス)による

高鮮度凍結魚の輸出販売

【会社概要】

名称:株式会社シーフードワークス

所在地:東京都立川市曙町二丁目8-3

代表者:代表取締役 山田雅之

設立年月日: 平成28年4月1日

資本金:60百万円

出資比率 : (株) 魚力 51%、(株)フードワークス49%

事業内容:高鮮度凍結魚・清魚の製造加工、販売

惣菜・弁当の販売

【会社設立の背景】

・世界各国で和食が注目される中、日本食レストランの増加を背景に魚介 類に対する海外での需要は高まっている。

安全性の高い刺身用冷凍魚や、加工技術者を含めた人員不足に対応するため、高鮮度で加工度の高い食材に対する需要は、今後更に高まる。

【主要取扱商品】

- 市場買付や全国各地の漁港水揚げの魚の高鮮度凍結での販売
- ・養殖魚の高鮮度凍結での販売 (丸魚、フィーレ)

• 今後のビジネス展開

・東南アジア(シンガポール、ベトナム等)のレストラン向けの 高鮮度凍結魚の販売

基本戦略 (6)財務戦略

~株主重視の還元施策~



コーポレート・ガバナンスコードの各原則に基づき、株主重視並びに株主公平性の観点から施策を検討・決定する

連結配当性向方針に基づく安定配当の継続 (配当性向方針 50%)



機動的な自己株式取得による資本効率の改善

- 過去4回の自己株式取得を実行(平成25年2月~平成27年11月) 自己株式保有高(平成28年3月末現在) 632,663株 ※発行済株式総数に対する割合 4.33%
- 今回の取得規模(平成28年5月6日 取締役会決議)
- (1) 取得し得る株式の総数 <u>250千株(上限とする)</u> (発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合1.79%)
- (2) 株式の取得価格の総額

350百万円(上限とする)

(3) 取得期間 平成28年5月6日~平成29年4月28日

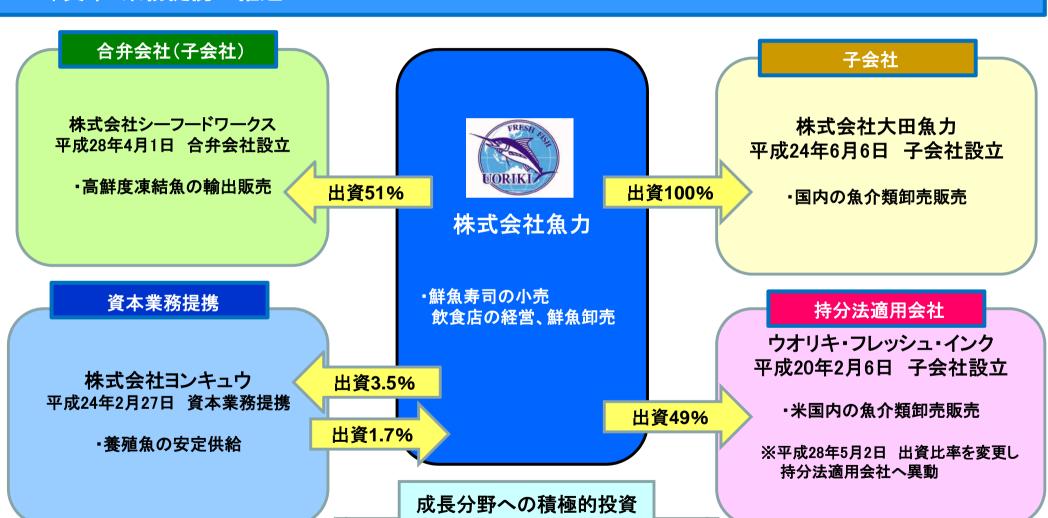
今期配当予想

I				
		第2四半期末	期 末	合 計
	平成29年3月期	20円 00銭	20円 00銭	40円 00銭

基本戦略 (6)財務戦略 ~株主重視の還元施策~



M&A、資本・業務提携の推進



M&A、資本·業務提携



本資料に関する注記事項

本資料には、当社及び当社グループの計画、経営判断、業績予想などが含まれておりますが、 これらは現時点での予測であり、実際の業績は様々なリスクや不確定要素に左右され、本資料において確約するものではありません。従いまして実際は、国の諸施策、市場動向等の変動により大きく異なることになり得る事をあらかじめご了承下さい。