

平成 27 年 11 月 11 日

各 位

本社所在地 大阪市中央区久太郎町三丁目 6 番 8 号
会 社 名 夢の街創造委員会株式会社
代 表 者 代表取締役社長 中村 利江
(コード番号：2484 東京証券取引所 JASDAQ 市場)
問 合 せ 先 取締役 業務支援本部管掌
洲崎 由佳
TEL：03-6880-3852
URL：<http://www.yumenomachi.co.jp/>

中期経営計画策定に関するお知らせ

この度、当社グループでは、2014 年 11 月に公表しました中期経営計画の見直し（ローリング）を行い、2016 年度から 2018 年度（平成 28 年度 8 月期から平成 30 年度 8 月期）までの 3 ヶ年を期間とする中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

記

1. 基本方針

当社グループは、「夢の街創造委員会」という社名に込められた以下の意味を経営理念として共有し、社員の行動指針としております。

夢の街：「あったらいいな」をカタチにする「夢の卵」。

創 造：「ゼロ」から創り出す。

委員会：委員会活動のように活発に！

当社グループのメインビジネスである「出前館事業」の持続的成長、「通信販売事業」の再成長により、グループ収益の最大化を図るとともに、経営理念を実践し、2つのメインビジネスとシナジーの高い新たなビジネスの柱を構築することで、さらに事業機会の拡大を継続してまいります。

2. 成長戦略

(1) 「出前館事業」の持続的成長

「出前館事業」の成長率に関しては、マーケット全体の伸び率を上回っているとは言うものの、デリバリーポータルサイトの No.1 企業として、さらに絶対的な地位を確立するためには、より高い成長率を持続する必要がありますと認識しております。また、中長期的な成長目標として、WEB からの発注によるデリバリー流通金額のシェア 50%を「出前館」で獲得することを目指しております。

本計画期間においては、「出前館」システムの各種機能追加によるユーザビリティ向上、「出前館」の認知度向上によるユーザー数及びユーザー層のさらなる拡充、クレジットカードおよび「Amazon ペイメント」決済可能な店舗数の拡大による利便性向上、提携先やサービスの拡大による基盤強化等に取組んでまいります。

また、持続的な成長のためには、加盟店舗数の増加、さらには魅力的な加盟店の増加という点も重要となるため、新規で宅配サービスを導入する店舗へのノウハウ提供、既存店舗に対するオーダー数増加および注文単価向上のための提案やコンサルティング等の各種施策についても引続き実施し、業界のリーディングカンパニーとして、デリバリー市場自体の拡大にも貢献したいと考えております。

(2) 「通信販売事業」の再成長

「通信販売事業」におきましては、コールセンターのオペレーターが電話でセールス活動を行い、全国の飲食店に対して、店名やお店のロゴ入りのオリジナルラベルを貼付した高級焼酎やワインを通信販売しております。本計画期間においては、従来のマスマーケティングから One to One マーケティングへの転換を図り、各飲食店のニーズを適切に捉えた商品やサービスの提案を行うことで、顧客とのリレーションシップを強化し、再成長に向けた顧客基盤と販売の仕組みづくりに取り組めます。

また、本年5月から取扱いを開始しましたワインの売上伸長を加速化するため、焼酎と同様に、各飲食店の顧客特性や客単価等のニーズに応じた商品の提案が出来るよう、現在は白・赤各1種類ずつとなっているワインの商品ラインナップを拡充いたします。

販売チャネルについては、現在は TEL セールスによる販売がメインとなっておりますが、「出前館事業」における E-Commerce サイトの運営及びマーケティングに関するノウハウを活用し、「通信販売事業」における電話以外のチャネル構築にも取り組んでまいります。

(3) 新たなビジネス拡大

2つのメインビジネスに関連性のある新しい事業の柱の構築により、グループとしてのシナジー発揮による事業機会の継続的な拡大を実現するため、新規事業およびサービスの計画、子会社および関連会社の成長、新たな M&A の検討を図ってまいります。海外における事業展開に関しましては、既存の海外事業の黒字化と成長に加え、「出前館」の運営により培って来たノウハウをベースに、今後の成長が見込めるエリアへの展開を図ります。

(4) 経営基盤の強化

「出前館事業」において、より高い成長率を実現するため、ユーザビリティを向上し、注文成約率を高めるためのソフトウェア開発投資を計画しております。また、新たなサービス提供のためのソフトウェア開発投資も継続いたします。

中長期的な成長目標である、WEB からの発注によるデリバリー流通金額のシェア 50%を「出前館」で獲得するためには、「出前館」の認知度向上によるユーザー数およびユーザー層の大幅な拡大が必須となるため、本計画期間においては、マーケティング戦略へのコスト投下も積極的に行う予定としております。

また、上記と並行し、コスト効率を高めるための施策を行うことで利益率の継続的な改善に取り組む、経営効率を高めてまいります。

3. 業績目標（連結）

（百万円）

	中期経営計画（平成 28 年 8 月期～平成 30 年 8 月期）			
	平成 27 年 8 月期 （実績）	平成 28 年 8 月期 （計画）	平成 29 年 8 月期 （計画）	平成 30 年 8 月期 （計画）
売上高	3,661	4,000	4,570	5,130
営業利益	546	650	918	1,150
経常利益	541	656	937	1,170
当期純利益	96	343	516	670

当社グループでは、経営環境の変化に適切に対応するため、中期経営計画は毎年見直しを行うローリング方式を採用しております。

【注意事項】

当資料に記載されている業績予想ならびに将来予想は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社グループが判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が内在しております。そのため、様々な要因の変化により、実際の業績は記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることを予めご承知おき願います。

以上