

Progress 110

2 力年計画

(2003 年度 ~ 2004 年度)

株式会社 ヤギ

はじめに

経済停滞によるデフレ現象と中国の台頭による産業の空洞化に拍車がかかり繊維業界全体が方向性を見失いつつあります。そのような環境において、繊維専門商社が果たさなければならない役割に対する期待は年々大きくなってきております。

前中期計画「NEW AGE 108」で推進してまいりました行動指針 SPEEDY POWERFUL FLEXIBLE を踏襲し、それをより進歩させます「Progress 110」を策定し、実行いたします。

株式会社 ヤギ は、1893年の創業以来本業の繊維一筋に業界の変化とともに発展と進化を続けてまいりました。108年の間に築き上げました信用と信頼を重んじる『終始一誠意』の理念に基づき取引先様との共生の中で収益力の向上と経営基盤の強化を図っていきたく存じます。

株式会社 ヤギ

代表取締役社長

八木 茂夫

中期経営方針

当社は、中期計画“Progress 110”(2003年度～2004年度までの2ヵ年計画)をスタートさせます。

ここ数年、海外生産をベースにした優良アパレル・SPA との取組みが順調に推移し、取扱商品・業務内容・社員意識の変革に方向性をつかむことができました。この流れを大事に育てより発展させていきます。また同時に永年に渡り取引いただいている国内繊維産地の取引先様とも新しい形のビジネスを作り上げていきます。

また、繊維製品の延長上という限られた範囲に限定しておりますが、現状のビジネス以外に目を向け、当社に存在しないビジネスを開発できる土壌を育てていきます。

売上及び利益目標に関しましては、穏やかな増加目標を掲げ、堅実に推移させることにより、より強固な財務体質の確立と経営基盤の安定を図りたいと考えています。

当社において最大で唯一の財産は人です。現状繊維業界で最も望まれている人材は、単一の分野に秀でたエキスパートではなく糸・織物・製品・物流といった広範囲な知識を持ち合わせ、絶え間なく起こる問題を解決できる人と考えています。現在抱えています課題の解決を通して、また知識を得るための機会を従業員に積極的に与えることによりそのような人材を育てます。

取引先様の期待に応えられる人材を育て、繊維業界における役割を果たし、貢献することが繊維専門商社としての最大の責務と考えております。

課題及び施策

海外ビジネスの組織・機能の充実

営業の流れと一体化した物流システムを構築することにより、サービスの質・処理スピード・コストの3点でバランスのとれたトータル競争力を向上させます。

WTOに加盟した中国を世界の加工工場・原材料の市場・二次製品の市場としての三つの視点から捉え、中国国内での販売、仕入れを視野に入れた対応を行います。

また世界の加工工場である中国を中心とした東南アジアをベースに欧米向けのビジネスにも注力していきます。

国内の繊維産業との共存維持

永年培ってきた国内繊維産地の各企業との信頼関係をもとに、各産地の中においても活力のある企業と協力し、新しいビジネスモデルの構築を通して商権の拡大を行います。

特に衣料以外の分野においては、創造性とコーディネート機能を駆使しオリジナル商材及び商権を確立し、取り扱いを増加させます。

アパレル製品の販路拡大

ロ・コストオペレーションを意識した海外生産と物流機能を背景に従来の主力取引先であるアパレル、通販、SPAを中心に販売量を拡大していきます。

市場ニーズに応えた素材から製品までの一貫した提案ビジネスを強化し、従来にはない販路及びビジネスモデルの確立に取り組みます。

組織・管理運営

ここ数年、課をビジネスの独立した単位と考え権限を大幅に委譲してきました。それを一歩進め課の1つ1つを取引先様からの期待に応えるプロジェクトチームのように考えます。本部長・部長が課の存在意義、営業成績、取引先様からの期待を勘案し、課の新設廃止を決定します。

間接部門の業務内容を絶えず見直し、企業全体の管理コストが増加しないよう図ります。徹底したリスク管理と社員の士気高揚のバランスを重視した管理運営を行います。

人事制度・人材育成

ヤギ独自の成果型人事制度を構築することにより、組織としての相乗効果が高まる企業文化を育みます。

繊維専門商社の社員としての必要な能力の理想像を描き、それに向かって OJT、社内研修、社外研修などに積極的に機会を与え社員の能力向上を図ります。

経営目標

売上高

原料・テキスタイルの国内流通量の減少及び値段の下落により、両部門の売上高は減少すると考えています。それを二次製品の売上増で補い、全体として微増で推移させたいと考えています。

経常利益

徹底したリスク管理と営業的なロス排除を行うことにより約10億円を確保したいと考えています。

経営目標

単位:百万円

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
売上	113,614	45,000	115,000	120,000
経常利益	789	182	900	1,000

2002度は決算期変更による5ヶ月の変則決算です。

部門別構成比の目標

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
原料	31.1%	32.4%	28%	25%
テキスタイル	22.3%	23.6%	19%	17%
二次製品	45.6%	42.5%	52%	57%
その他	1.0%	1.5%	1%	1%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

