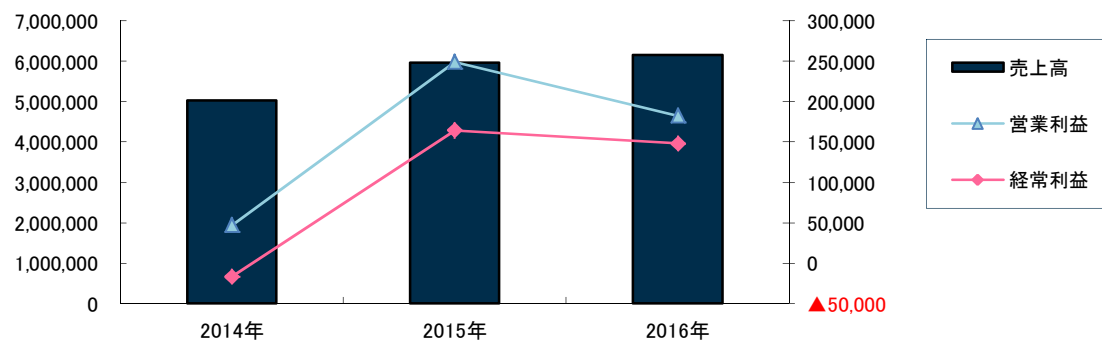


# 中期経営計画2016

株式会社アイデアインターナショナル

## 2016年6月期振り返り

	2014年6月期 ※連結		2015年6月期		2016年6月期		前期比	
売上高	5,031,757	100.0%	5,970,136	100.0%	6,160,506	100.0%	190,370	103.2%
売上原価	2,629,904	52.3%	3,357,644	56.2%	3,523,114	57.2%	165,470	104.9%
売上総利益	2,401,853	47.7%	2,612,491	43.8%	2,637,392	42.8%	24,901	101.0%
販売管理費	2,354,900	46.8%	2,363,169	39.6%	2,454,602	39.8%	91,433	103.9%
営業利益	46,952	0.9%	249,322	4.2%	182,789	3.0%	▲66,533	-
営業外収益	2,805	0.1%	934	0.0%	18,366	0.3%	17,432	1,966.4%
営業外費用	66,675	1.3%	85,989	1.4%	52,915	0.9%	▲33,074	61.5%
経常利益	▲16,917	▲0.3%	164,267	2.8%	148,240	2.4%	▲16,027	-
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	+0	-
特別損失	59,066	1.2%	42,080	0.7%	8,049	0.1%	▲34,031	19.1%
税金等調整前当期純利益	▲75,984	▲1.5%	122,186	2.0%	140,191	2.3%	18,005	-
当期純利益	▲77,780	▲1.5%	103,431	3.1%	223,459	3.6%	120,028	-



### ～黒字体質への転換～

前期に比べて売上高は190百万円増加したものの、為替の影響により粗利率が1%低下したこと、また経費面では戦略的に広告宣伝費を増加させたことにより、営業利益、経常利益は前期を下回りました。

ただし、当期純利益については黒字体質への転換により繰延税金資産を計上したため、前期に比べて120百万円増加しました。

### ■製造卸売事業

ホットプレート等キッチン家電を中心としたインテリア商品ブランド「ブルーノ」が好調に推移したことにより、売上高は3,860百万円となりました。

### ■小売事業

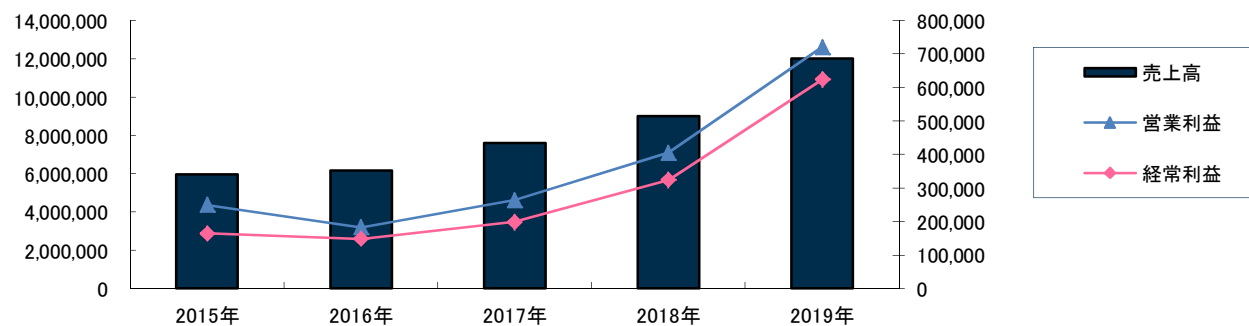
不採算店舗7店舗を閉鎖したものの、トラベルショップ「ミレスト」インテリア雑貨ショップ「イデアセブンスセンス」およびEコマースの売上が前期比を上回り、売上高は2,300百万円となりました。

## 業績計画

積極的な広告戦略を展開し、ブランド認知度を高め、売上を拡大させる。本部負担費等経費を最小現に抑えて、営業利益率を向上させる。

(単位:千円)

	2015年6月期 実績	2016年6月期 実績	2017年6月期 計画	2018年6月期 計画	2019年6月期 計画
売上高	5,970,136 100.0%	6,160,506 100.0%	7,616,654 100.0%	9,000,000 100.0%	12,000,000 100.0%
売上原価	3,357,644 56.2%	3,523,114 57.2%	4,171,514 54.8%	5,040,000 56.0%	6,840,000 57.0%
売上総利益	2,612,491 43.8%	2,637,392 42.8%	3,445,140 45.2%	4,005,000 44.5%	5,280,000 44.0%
販売管理費	2,363,169 39.6%	2,454,602 39.8%	3,181,121 41.8%	3,600,000 40.0%	4,560,000 38.0%
営業利益	249,322 4.2%	182,789 3.0%	264,019 3.5%	405,000 4.5%	720,000 6.0%
営業外収益	934 0.0%	18,366 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
営業外費用	85,989 1.4%	52,915 0.9%	65,610 0.9%	81,000 0.9%	96,000 0.8%
経常利益	164,267 2.8%	148,240 2.4%	198,409 2.6%	324,000 3.6%	624,000 5.2%
特別利益	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
特別損失	42,080 0.7%	8,049 0.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
税金等調整前当期純利益	122,186 2.0%	140,191 2.3%	198,409 2.6%	324,000 3.6%	624,000 5.2%



人材戦略

さらなる業績拡大のために組織力の強化が必須であり、次のような施策を含む組織改革を実施する

組織改革

マネジメント層の強化、人材育成、店舗人材の採用

商品戦略

さらなる業績拡大のために商品力の強化が必須であるが、次のような施策を含む商品企画開発を実施する

商品企画開発

3つのオリジナルブランドの価値を高めるための商品開発

好調な「ホットプレート」に続き、新たなオリジナルキッチン商品を投入し、「ブルーノ」のブランド価値向上を目指す  
 トラベル商品を様々な切り口で商品開発し、「ミレスト」のブランド価値向上を目指す  
 好調なスキンケア商品の新しいシリーズを開発し、「テラクオーレ」のブランド価値向上を目指す

販売戦略

さらなる業績拡大のために販売力の強化が必須であるが、次のような施策を含む販売戦略を実施する

卸売事業

既存取引先への営業強化

専門店を中心とした既存取引先への営業を強化し、売り上げ拡大を図る

ギフトプレミアムの売上拡大

組織体制を見直し、OEM・ギフトプレミアム案件を積極的に取り組む

国内・海外の仕入商品を強化し、売上拡大を図る

オリジナル商品が手薄なジャンルを補完するため、仕入れ商品を強化する

小売事業

好調なトラベルショップ「ミレスト」等出店をさらに加速するため積極的に投資する

都内、都内近郊関東圏、名古屋、大阪を中心に15店舗の新規出店を計画

店舗運営の効率化

店舗拡大に伴う採用・教育体制を強化する

Eコマース

ECサイトを強化し、売り上げ拡大を図る

ブランド別にオリジナルサイトを独立させ、大幅に売上拡大を目指す

積極的な人材登用

売り上げを拡大すべく、優秀な人材を積極的に採用・登用する

プロモーション戦略

さらなる業績拡大のために商品認知度の向上が必須であるが、次のような施策を含むプロモーション戦略を実施する

プロモーション

積極的に広告を展開し、3つのオリジナルブランドの認知度を飛躍的に向上させる

インテリア雑貨ブランド「ブルーノ」、トラベル商品ブランド「ミレスト」、オーガニック商品ブランド「テラクオーレ」の認知度を飛躍的に向上させるため、効果的な広告を積極的に展開する