

平成 18 年 1 月 31 日

各 位

会 社 名 株式会社レナウンダーバン
ホールディングス
代表者名 取締役会長 渡辺 省三
(コード番号 3606 東証第一部)
問合せ先 広報室長 伊東 甲二
(TEL : 03-5496-8485)

中期経営計画に関するお知らせ

当社は、平成 19 年 2 月期を初年度とする中期経営計画を策定しましたので、以下のとおりお知らせいたします。

この計画の実行により、3 年目の平成 21 年 2 月期には、連結ベースで、売上高 1,410 億円、経常利益 70 億円の目標達成を目指します。

1. 計画策定の背景

平成 16 年 3 月 1 日に株式会社レナウンと株式会社ダーバンの共同持株会社として設立された当社は、設立から約 2 年間、両社の経営資源を結集して事業の拡大を推進すると共にグループ企業の再編等を通じて収益力の向上を図り、企業改革を進めてまいりました。

また、昨年 9 月には、グループ内における迅速且つ効率的な経営戦略策定及び実施を可能とするべく当社と株式会社レナウン及び株式会社ダーバンを平成 18 年 3 月 1 日付で合併し、新会社の商号を株式会社レナウン（以下、「株式会社レナウン」）とすることを取締役会で決議し、昨年 12 月 27 日の臨時株主総会において承認されました。

加えて、昨年 11 月には、当社がいち早くアパレル業界におけるリーディングカンパニーに返り咲くことを目的に、積極投資資金確保の為、約 100 億円の第三者割当増資を実施いたしました。

更に、本年 1 月には習志野インテリジェント・ジャンクション（当社物流拠点）の固定資産の譲渡により、バランスシートのスリム化、有利子負債の圧縮による支払利息負担の軽減を図り、財務体質の強化を図る等、体制を整えてまいりました。

このように、当社では経営体制の整備と第三者割当増資による強力な財務基盤の構築等により、新たな企業体への変革に向け、様々な施策等が着実に実行に移されつつあります。こうした最近の当社内部での環境の変化、また当社を取り巻く業界及びマーケット環境の変化等を踏まえ、筋肉質な企業体質への転換を図るべく、中期経営計画を策定しました。

2.基本戦略

(1)成長戦略への積極的な投資

第三者割当増資により調達した資金は、中核事業の確立、黒字体質の安定化及び収益基盤の強化等を図るべく、基幹ブランド「アクアスキュータム」事業の更なる業容拡大、新規ブランド開発及び既存ブランド再構築のために、積極的に活用する。

(2)有利子負債の削減

営業キャッシュフローを増加させ、資産の有効活用を推進し、有利子負債の圧縮を加速する。

(3)グループ再編及び組織体制の整備

当社グループ内再編を更に加速させ、経営効率の改善及び営業力の強化を図る。

3.戦略方針

(1)成長戦略への積極的な投資

基幹ブランド「アクアスキュータム」事業の更なる業容拡大

第三者割当増資に伴う最大の経営施策である『アクアスキュータム事業の拡大』について具体的な施策等を検討する『アクアスキュータム事業戦略委員会』を発足（平成17年12月設置、委員長：当社社長）し、委員会において下記課題についての基本構想の策定を行う。

基本戦略構想策定

- ・2010年には、小売ベース全世界売上1,000億円強を目標。
（2005年時点400億円強、中期計画最終年の2008年時点約800億円）
- グローバル戦略の策定～グローバルブランドへの変革へ
- ・マネジメントの強化
 - 英国アクアスキュータム社 川島会長就任（平成17年12月1日）
 - 同社CEOの採用
 - 同社クリエイティブディレクターの採用
- ・アクションプランの策定（CI、販売チャンネル、北米本格進出、プロモーション活動の強化、ニューライン導入、ライセンスビジネス強化）

国内戦略

- ・グローバル戦略と連動した国内出店、店舗政策及びブランドイメージの刷新
- ・メインラインの活性化（プロモーション強化、VMD、商品ラインアップの増強、コレクションの充実）
- ・UKレーベルの積極展開（団塊ジュニアをコアターゲットとし、アクアスキュータム155年の伝統と技術を活かした初のニューライン）

新規ブランド開発及び既存ブランド再構築

新規及び既存ブランドについて具体的な施策等を検討する『ブランド戦略委員会』を発足（平成 17 年 12 月設置、委員長：当社社長）し、委員会において下記課題についての基本構想の策定を行う。

選択と集中の観点から、これまで事業ドメインのシフトを図ってきた百貨店ミセス・ミッシー部門の中で競争力のある「エンスウィート」、「アクアスキュータム・レディス」等に対して積極策を展開。更に新世代ミッシーというゾーニングに向けて新ブランド「マグレブ」を投入。

「アーノルドパーマー・タイムレス」、「マーノ」等の新流通向けブランドの更なる業容の拡大。

ヤングキャリアに向けては「ア・プライマリー」の拡大を基軸にし、初の 20 代向け自社ブランドである新ブランド「グラッシー」を発信し、マーケットに攻勢。

メンズにおいては、基幹ブランド「ダーバン」、「アクアスキュータム・メンズ」等を始め、「ニブリック」、「ロシヤス」等の新規ブランドを積極的に展開することにより、マーケットシェアの拡大に邁進。

M&A、アライアンス、コラボレーション等により、当社のブランドポートフォリオにはないブランドを効率良く取り込んでいくことを積極的に推進。

(2)有利子負債の削減

実質有利子負債「0」の実現

習志野インテリジェント・ジャンクション（当社物流拠点）の固定資産の譲渡に加え、株式会社レナウンネクステージの事業再編に伴う遊休固定資産売却等を今期中に実施し、今期末において有利子負債残高をほぼ現預金の範囲内に圧縮することにより、概ね実現する予定。

更なる有利子負債削減に向けた計画の策定

成長戦略への積極投資による営業キャッシュフローの増加を返済原資に充当し、加えて効率的な事業運営に向けての拠点再配置を推し進めることで、資産を有効に活用することを積極的に推進。

(3)グループ再編及び組織体制の整備

グループ再編

株式会社レナウンネクステージは昨年 8 月末で転身支援制度の実施、事業所再編等の事業再構築を行った。更に、「株式会社レナウン」での合併効果をより顕在化させるために、株式会社レナウンネクステージを「株式会社レナウン」発足に先立ち、現株式会社レナウンに吸収合併する。その後、本年 3 月 1 日付で「株式会社レナウン」本体で株式会社ダーバンの GMS・小売店事業本部と統合することで、脆弱な

事業の抜本的再構築を図り、更なる経営効率の改善及び営業力の強化を図る。

新会社組織体制

「株式会社レナウン」はメンズ、レディースの総合アパレルとして、百貨店、GMS・小売店、その他チャネルを含めた全ての流通チャネルを揃えることで、経営効率及び販売効率を追求していく。その為に、ダーバン事業本部、レディース事業本部、GMS・小売店事業本部、生産本部、管理本部の5本部制とし、販売軸の観点から事業本部主体の組織とする。

4. 計数計画

< 連結 >

(単位:百万円)

	平成19年2月期 (2006年度) 計画	平成20年2月期 (2007年度) 計画	平成21年2月期 (2008年度) 計画
売上高	118,000	131,000	141,000
経常利益	900	3,100	7,000

以上