



株式会社レナウン

中期経営計画

— Target 2023 —

Medium Term Management Plan





商号	株式会社レナウン RENOWN INCORPORATED
設立	2004年3月1日(2006年3月1日商号をレナウンに変更)
事業内容	アパレル製品および雑貨の企画・製造・販売
主要連結 対象会社	株式会社レナウンインクス 株式会社レナウンハートフルサポート 株式会社レナウンアパレル科学研究所 株式会社レナウンエージェンシー 株式会社REDUインターフェイス 株式会社アズール 株式会社ダーバン宮崎ソーイング ブレードブレイ株式会社 I.D.D.イタリア RENOWN I.F.G. HONGKONG LIMITED

経営ビジョン

「豊かな心」になれるコトを提供することで、世界に価値を発信し続けるグループ

全社基本方針

私たちは全ての人々へ
「豊かな心」を提供します。

「お客様」へ向けて

お客様への提供価値・提供方法
(場所・方法・時間など)を磨き上げる
ことで持続的成長を実現

「社会」へ向けて

社会から付託された経営資源を
有効活用し、社会貢献と収益性の
両立による企業価値向上

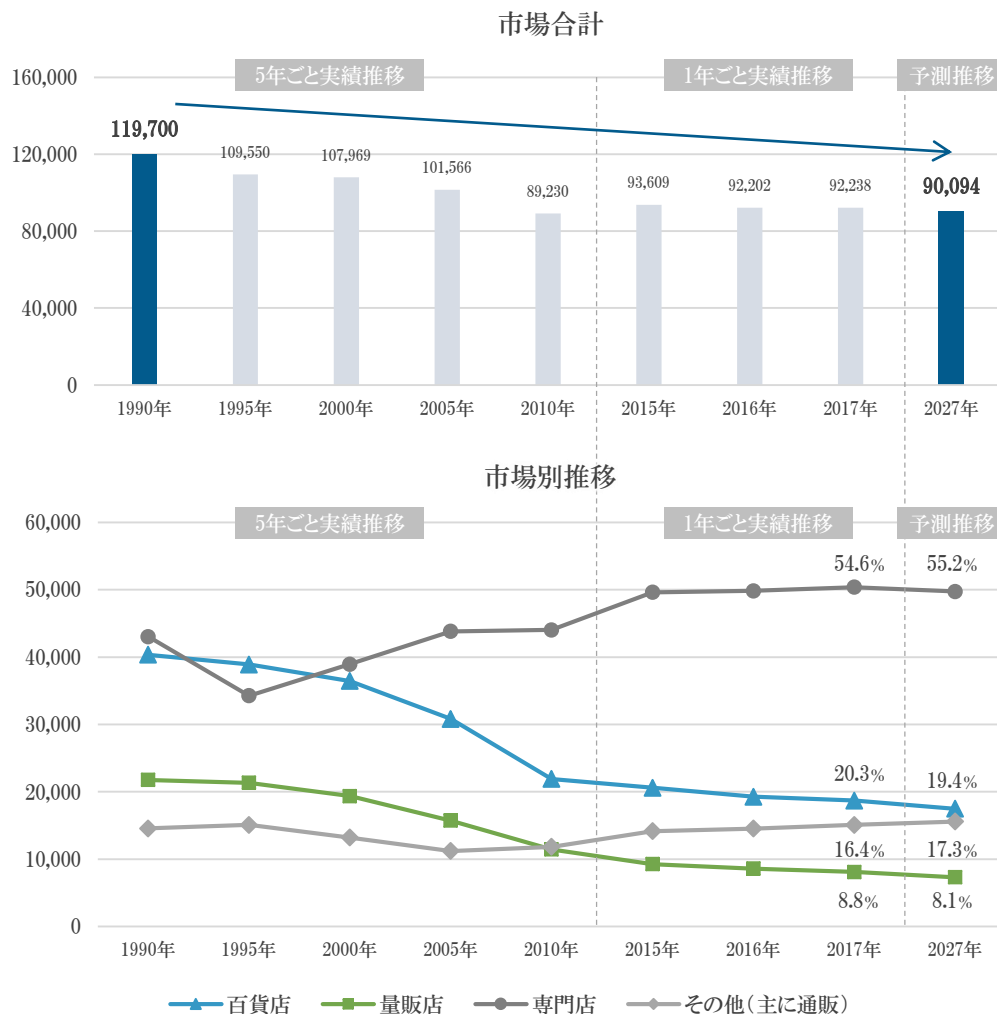
「従業員」へ向けて

やりがいや誇りをもって
企業価値向上と持続可能な成長に
貢献する人材の確保と育成

経営指標

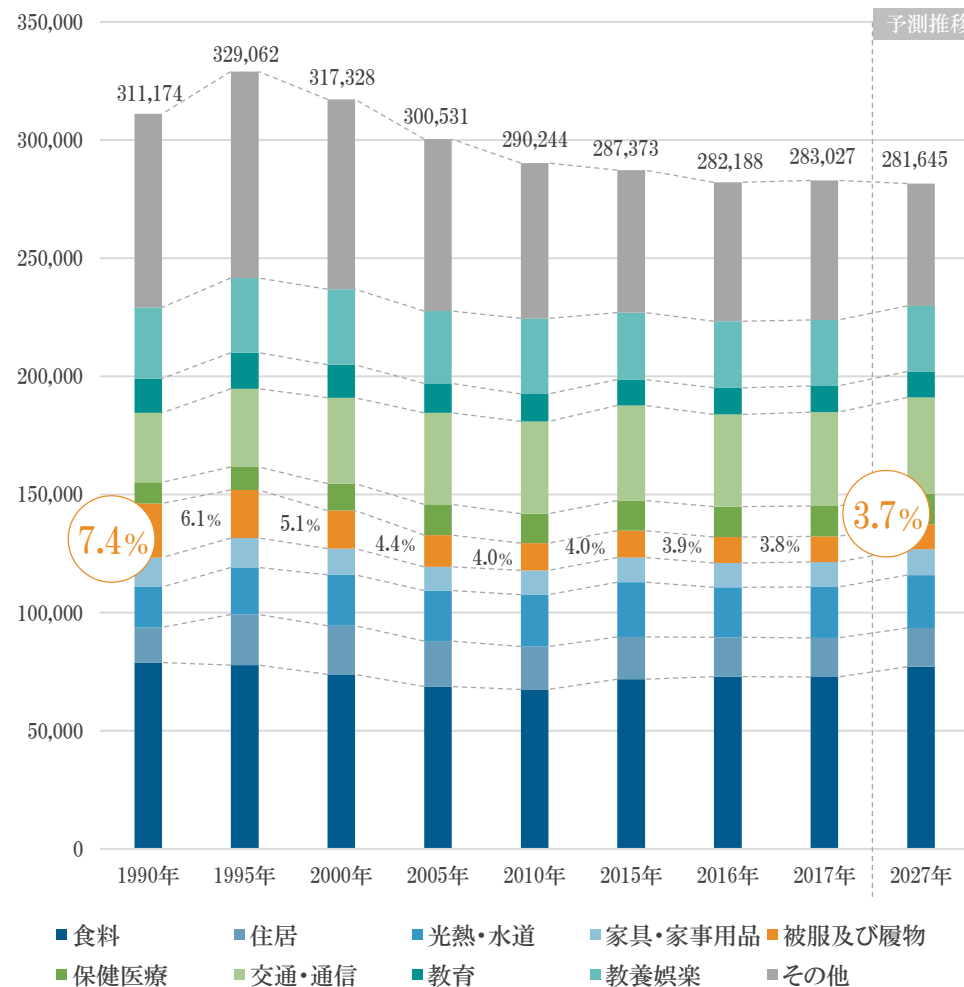
連結営業利益15億円以上

衣料品総小売市場推移 (メンズ+レディス+キッズ)



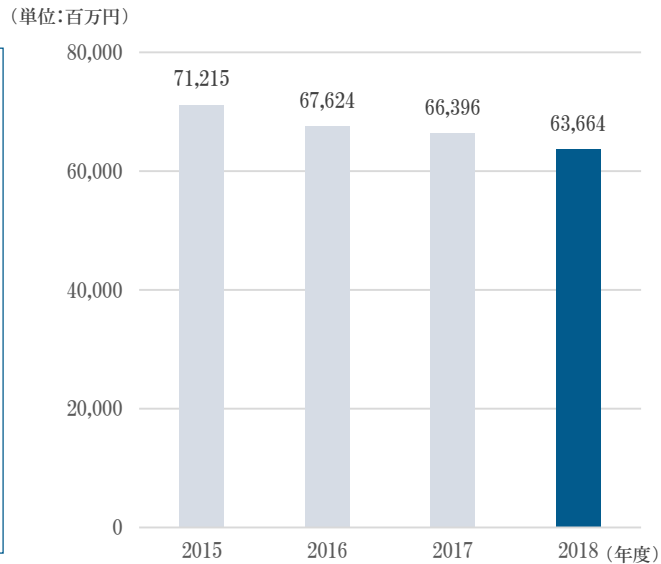
衣料小売における市場は
百貨店・量販店ともに減少傾向

1世帯あたり年平均1ヵ月の支出 (2人以上世帯)



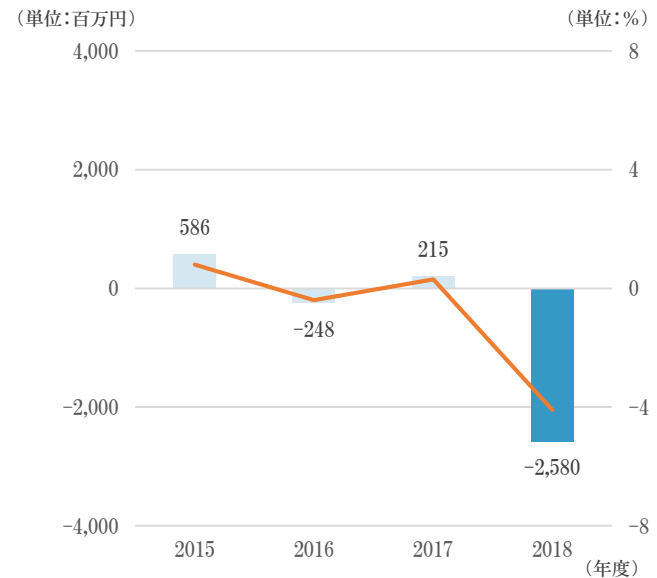
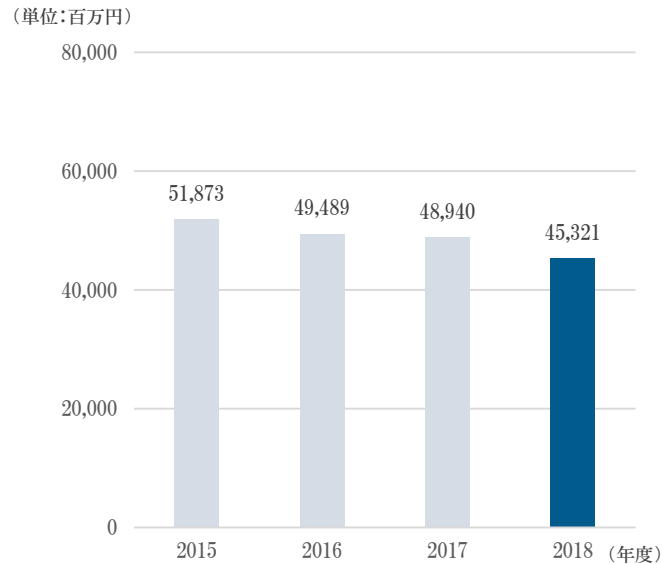
家庭における世帯あたりの月間支出においても、
衣料品にかかる金額は減少傾向

連結

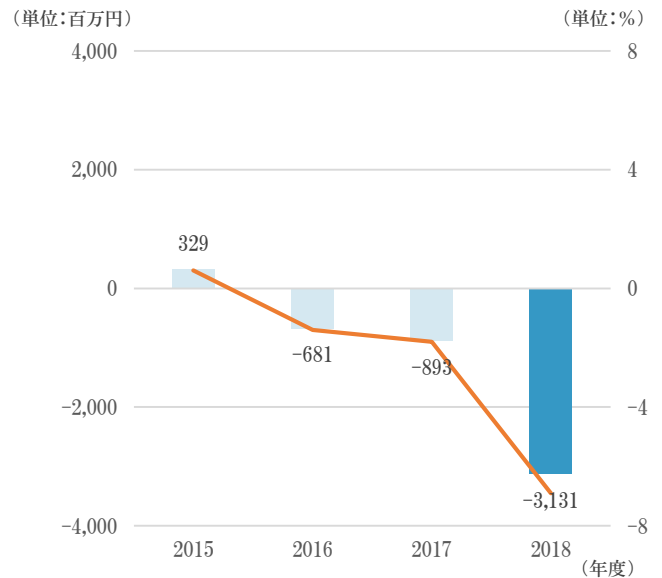


売上高

単体



営業利益



- 連結・単体共に減収、減益
- 単体は3期連続の営業赤字
- 最終年度目標
「連結営業利益15億円」未達



- 外部環境や消費スタイルの目まぐるしい変化に対応できていない
- ブランド戦略は、長い歴史の中でお客様視点からのズレやブレが生じている
- 多様性のある職場環境・働き方の整備は着実に進行
- 不採算子会社の売却、不採算ブランドの撤退を行う

社会・市場・消費者が劇的に変化している中で 変化に対応できていない。

消費者に満足されていない。

■ ブランド	ブランドの新陳代謝が不足
■ マーチャンダイジング	効率重視と、前年踏襲に陥っており、ノウハウが欠落
■ 企画・デザイン	プロダクトアウトに偏り、消費者意識が不足
■ 生産	従来型のスキームを維持
■ 営業	担当店舗の増加で管理業務負担が増。ブランド、企画・商品に対する意識は希薄化
■ 店頭	売場は縮小傾向。 効率重視と魅力の低減、さらに人員の確保は困難で新陳代謝も行えていない

改めて原点に立ち返り、消費者視点での事業運営を徹底すること。
社会・消費者の変化に対応し、新しい事業にチャレンジすることが必要。

レナウンは創業**120**周年を迎えます



戦後のレナウングループ
創設者
尾上 清

- ❖ 「人生を楽しく暮らす」がレナウンの経営理念の原点である。
- ❖ 繊維に限らず、人生を楽しくするものをつくっていくのがレナウンという会社である。



新しさへ立ち向かうチャレンジ精神を常に持ち続け、
ファッションを通じて
お客様の新鮮で心豊かなライフスタイルの創造に貢献する
「感性創造企業」を目指していきます。

中期経営計画 - Target 2023 -

▼ 基本方針

当社が長年培ってきたレガシーを大切にしながら、
より一層喜んで頂けるよう商品やサービスを磨き上げ、**お客様と深く結びつく。**

外部環境の変化に応じた新たな価値を創造し、未開拓領域に向けても事業を拡大し、
新たなお客様との出会いを増やす。

次世代に残す持続可能な社会の実現に貢献し、
お客様との継続的な繋がりを支える基盤を構築する。

3つの戦略ポイント

戦略
POINT

01

お客様と深く結びつくための「**選択と集中**」

- ① コア3事業の強化
- ② ソリューション事業の再構築
- ③ 事業運営力の強化

戦略
POINT

02

新たなお客様との出会いを増やすための
「**新ビジネスモデル構築**」と「**EC強化**」

- ① 「着ルダケ」事業の本格化
- ② 顧客接点の拡大と融合による利便性向上
- ③ 山東如意科技集团有限公司との連携強化

戦略
POINT

03

お客様との継続的な繋がりを支える基盤を構築する
「**効率的な経営の追求**」

- ① 不採算、低効率な売場・取引の見直し
- ② デジタルトランスフォーメーションによる業務効率・戦略遂行力アップ
- ③ 効率的な組織・人員体制の構築

戦略
POINT
01

お客様と深く結びつくための「選択と集中」

① コア事業の強化



D'URBAN

ダーバン事業



Aquascutum
LONDON

アクアスキュータム事業



Arnold Palmer
arnold palmer lifestyle

アーノルドパーマー タイムレス事業

戦略
POINT
01

お客様と深く結びつくための「選択と集中」

① コア事業の強化 -ダーバン事業-



戦略
POINT
01

お客様と深く結びつくための「選択と集中」

① コア事業の強化 -ダーバン事業-

▶ 宣伝投資による認知度向上

“継承”をテーマに、世代を超えて受け継がれるダーバンのイメージを、交通広告、WEB、新聞などをターゲットに直接リーチするメディアを通じてアプローチ

▶ 新規顧客獲得

アダルト層から若い世代へもアピール

▶ 国内外におけるライセンスビジネスの拡大

グループネットワークを活かし、中華圏を中心に強化

D'URBAN



「正統派ビジネスマンにとって欠かせないブランド」へ

戦略
POINT
01

お客様と深く結びつくための「選択と集中」

① コア事業の強化 - アクアスキュータム事業 -



戦略
POINT
01

お客様と深く結びつくための「選択と集中」

① コア事業の強化 - アクアスキュータム事業 -

▶ リブランディングによる ラグジュアリー化推進

ライセンスブランドとしてではなく、レナウンの保有するビッグブランドとして投資を拡大。

ブランド価値向上と顧客拡大を実践し、収益を最大化

▶ 従来のターゲットである エグゼクティブ層に加え、本物を理解し、 憧れる消費志向層へのアプローチ強化

直営店出店、高感度セレクトショップ、ラグジュアリーECサイトへの出品を開始、マルチチャネル展開による顧客接点の拡大へ



英国伝統を現代的に表現する「British Luxury」を追求

戦略
POINT
01

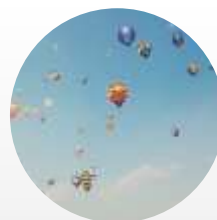
お客様と深く結びつくための「選択と集中」

① コア事業の強化 - アーノルドパーマー タイムレス事業 -



ブランド価値の確立と浸透

MISSION



家族の「時を超える幸せ」
をつくる。

VISION



「子供と一緒に着たい
ブランドNo.1」になる。

戦略
POINT
01

お客様と深く結びつくための「選択と集中」

① コア事業の強化 - アーノルドパーマー タイムレス事業 -



▶ ブランド価値向上に繋がる 宣伝販促計画を実施。

ブランドメディアを活用し、
お客様とのライフタイムバリューを向上。
家族というコミュニティを
今まで以上に一体感のあるものへと変化を促す。



“モノ＝消費”から“コト＝体験”へ

戦略
POINT
01

お客様と深く結びつくための「選択と集中」

② ソリューション事業の再構築

事業全体としては、小規模多ブランド多店舗状態における効率の低下から脱却をめざし、ポテンシャルの高いブランドへリソースを集中させ強化・拡大。

SIMPLE LIFE



Simple lifeは事業体制を一本化

環境配慮型ブランドとして展開。
ブランドの価値向上と持続可能性の両立を図る。

VISION

社会に貢献しながら
ビジネスを成長させる

MISSION

- 自然環境を守る
- 人を活かす
- 地域と寄り添う

③ 事業運営力の強化

戦略
POINT
02

新たなお客様との出会いを増やすための「新ビジネスモデル構築」と「EC強化」

①「着ルダケ」事業の本格化



サブスクリプション型ビジネスウェアトータルサービスとして
新しいスーツの利用の形をご提案。



「所有」から「利用」するファッションへの時代のニーズを捉え、事業展開を加速

2018年にサービス提供を開始し、計画を上回るペースで推移。プランの拡充やシステムの再構築によりサービスレベルを向上し、当初目標としていた、会員数10,000人を2023年度に15,000人にまで上方修正。事業拡大と収益力向上を図る。

戦略
POINT
02

新たなお客様との出会いを増やすための「新ビジネスモデル構築」と「EC強化」

② 顧客接点の拡大と融合による利便性向上

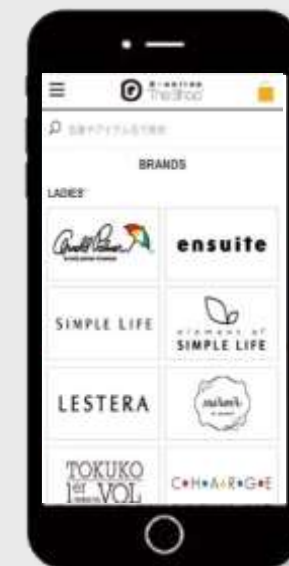
自社ECサイトのR-online“*The Shop*”、AQ onlineのみならず、
他社ECサイトも積極的に活用。

売上高に占める割合を現状の3%から、
2023年度には10%へ拡大

実店舗とECの顧客データや在庫情報の一元化に取り組む事により、
顧客の利便性を向上させる。

R-members clubの会員数80万人を目指す

R-online
“*The Shop*”



③ 山東如意科技集団有限公司との連携強化
コアブランドを中心にグローバルな事業展開を推進

戦略
POINT
03

お客様との継続的な繋がりを支える基盤を構築する「効率的な経営の追求」

① 不採算、低効率な売場・取引の見直し

採算性を高めるために、現状の売場・取引の整理を実施。

② デジタルトランスフォーメーションによる業務効率・戦略遂行力アップ

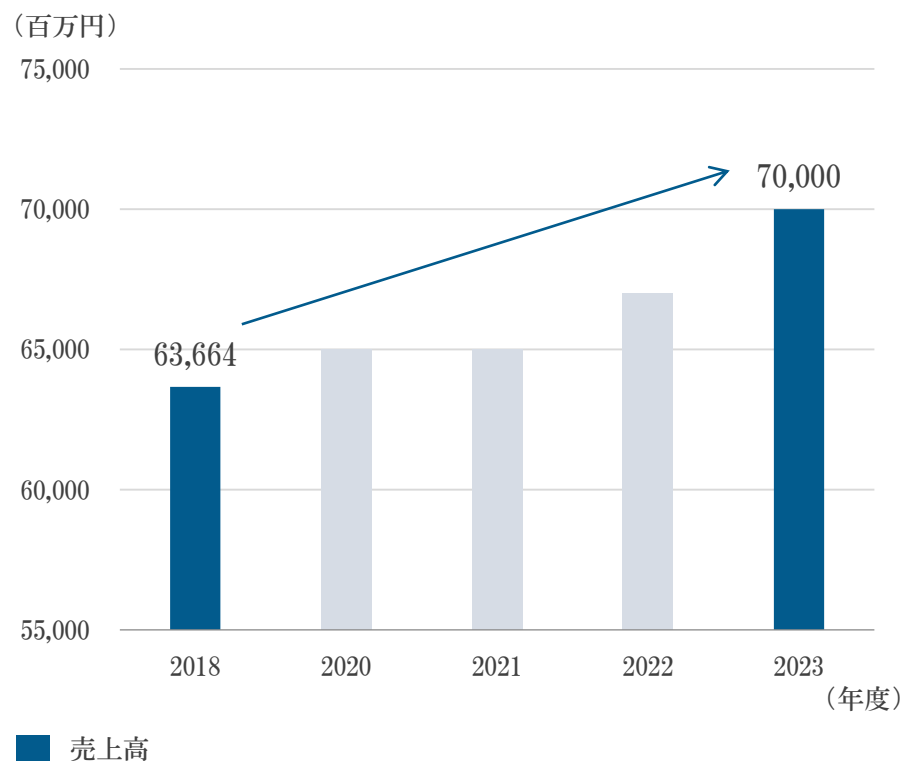
既存システムの刷新や、次世代テクノロジーへの投資について約2.5億円を計画

③ 効率的な組織・人員体制の構築

計画の実行・達成に向けた最適な組織・人員への見直し。成長投資のための固定費削減。

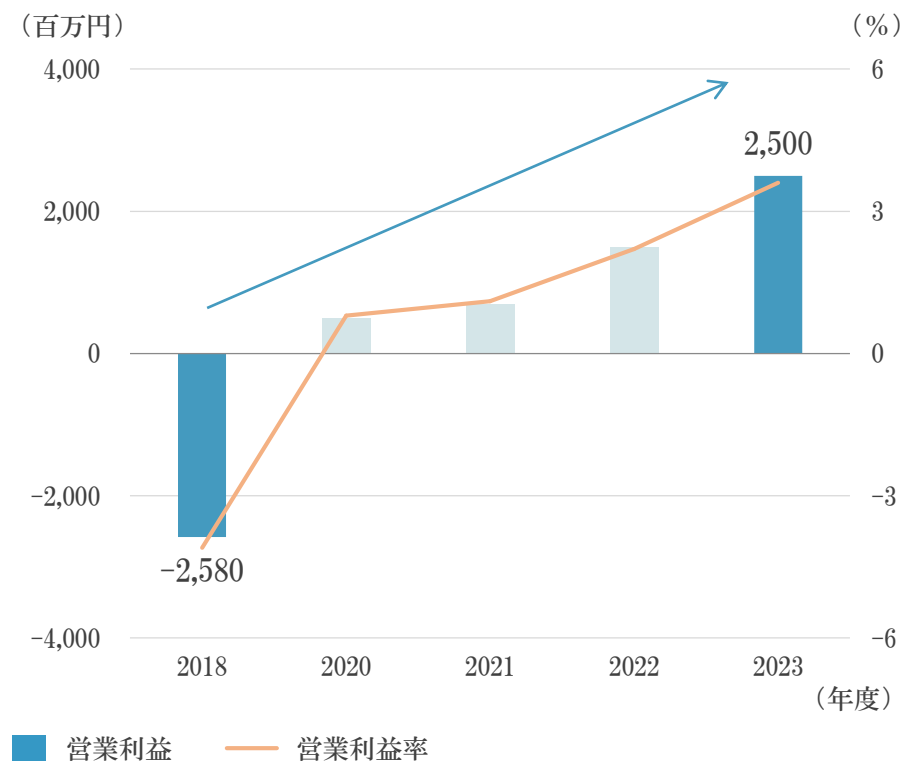
売上高

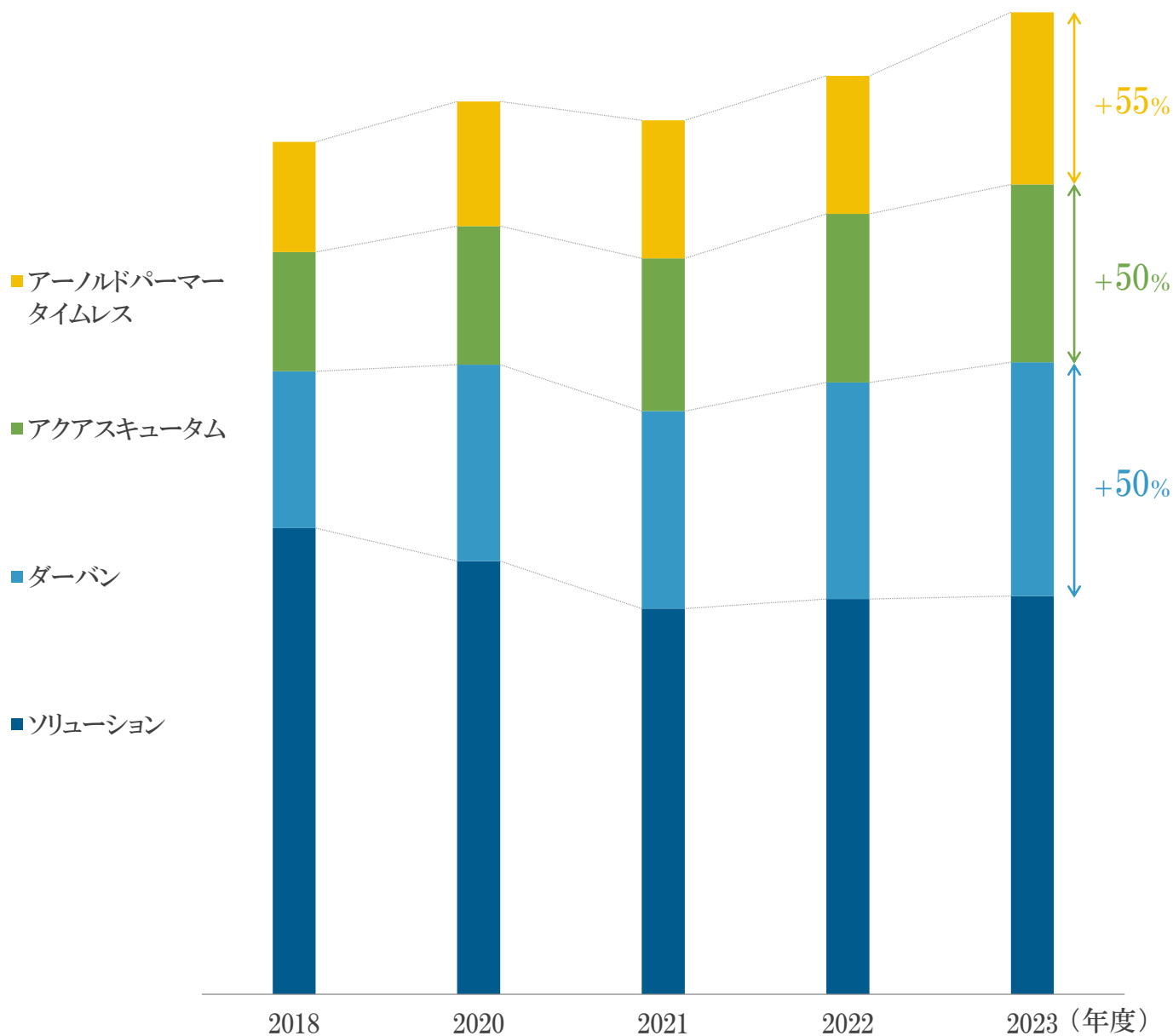
売上高
700億円



営業利益

営業利益
25億円
営業利益率
3.6%





アーノルドパーマー
タイムレス事業



約+55%

アクアスキュータム事業



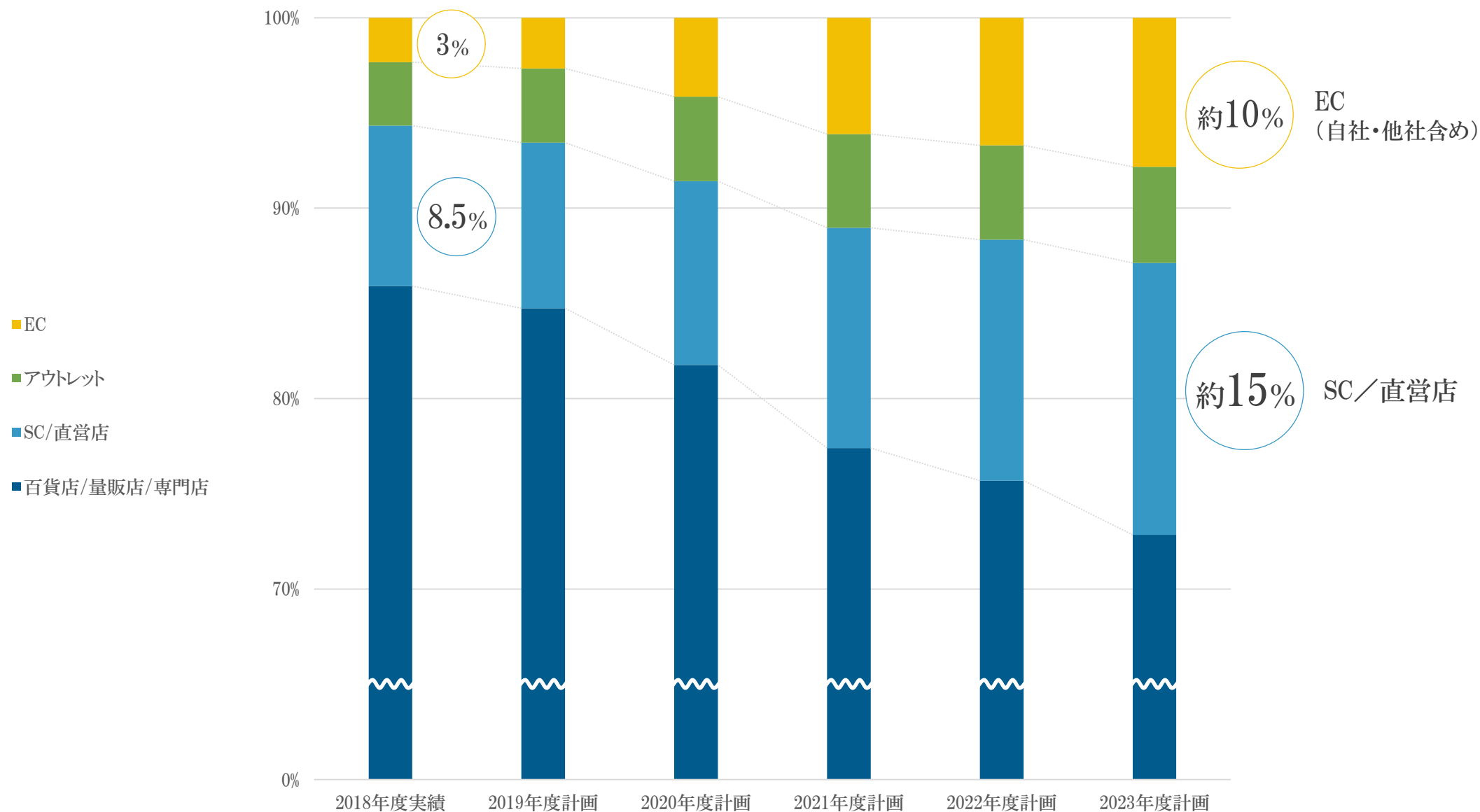
約+50%

ダーバン事業

DURBAN

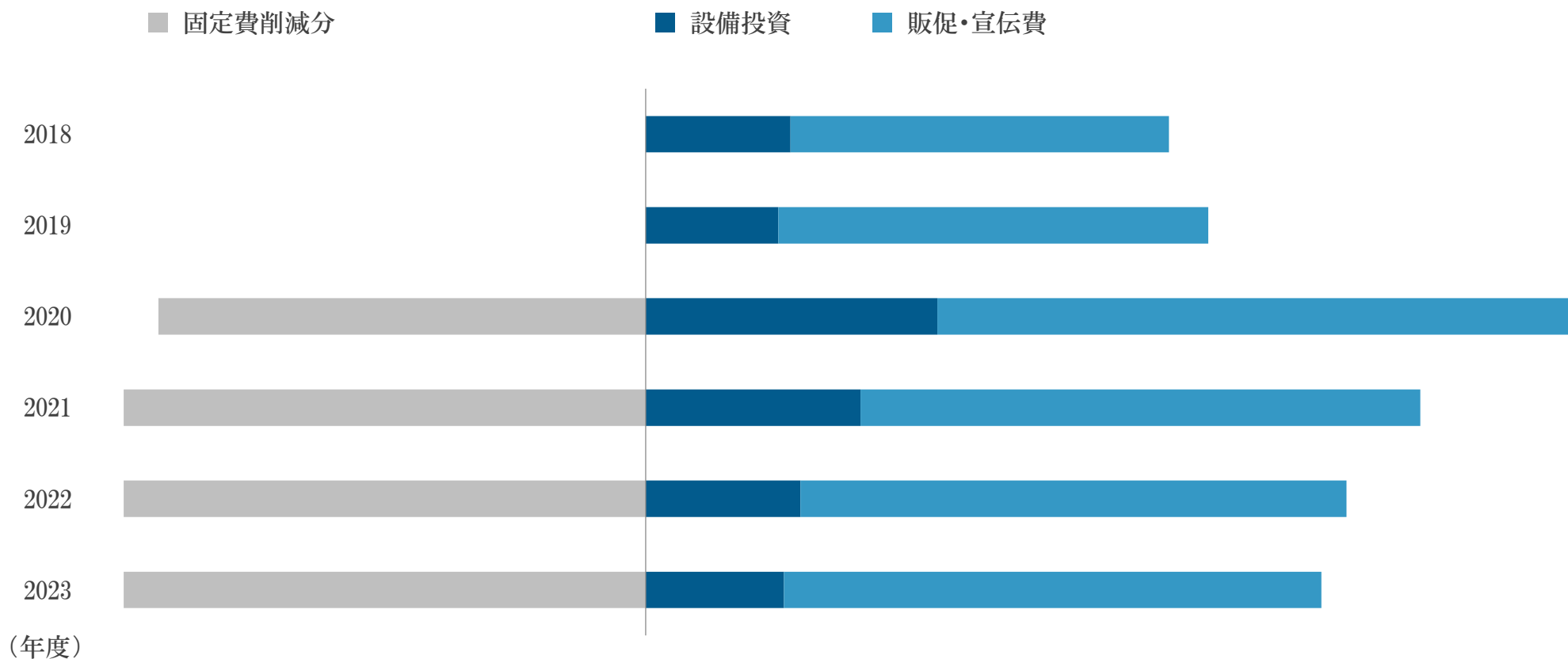
約+50%

※2018年度比



※店頭小売上代ベース

コア事業は積極的に販促・宣伝費を投入し、ブランドの認知度向上や新規顧客の獲得。
 また、ダーバン50周年、アクアスキュータム170周年などのイベントにも積極的に投資を行いアピールを強化。
 増加する支出については、固定費の削減を行い効率的な資産運用を実施。



株主還元

株主への利益還元を経営の最重要課題の一つとしつつ、グループ全体の財務体質の強化と内部留保との調和を図りながら、その利益に見合った配当を目指してまいります。

安定的な黒字を計上できるようになり、早期に配当できるよう、当社グループの収益基盤の強化を図ってまいります。

CSR活動推進委員会発足

CSR憲章を策定中。持続可能な開発目標(SDGs)で掲げられた目標に向かって、製品の製造工程における透明性や正当性の確保、脱プラスチックの取組みなどを優先的に推進。

生産工場の適正運用

国内外の工場において監査を実施。不正・不当な労働を許さない健全な事業運営に取り組む。



国内外の工場監査体制の確立

ダイバーシティ&インクルージョン

～多様性の認識と受け入れ～

若手育成

女性活用

シニア活用

ワークライフバランス

～多様な働き方の推進～

仕事と育児の両立支援推進

時間管理施策推進

組織風土改革

レナウングループは、性別、人種、年齢や障がいの有無、LGBT等に関らず、個人の個性や能力を活かし活躍できる企業集団を目指しています。



RENOWN
INCORPORATED

連絡先

株式会社レナウン

マーケティング&コミュニケーション統括部

広報・IR室

TEL:03-4521-8089

- 本資料のいかなる情報も、弊社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。
- また、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後、予告なしに変更される事があります。
- 万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社及び情報提供者は一切責任を負いませんのでご承知おきください。