

3か年中期ビジョン(2013年～2015年)

単位:千円

	2012年実績	2013年	2014年	2015年
売上	241,500	260,000	270,000	300,000
粗利率	16.0%	18.3%	20.0%	20.0%
粗利益	38,640	47,580	54,000	60,000
営業利益	-5,000	1,900	5,000	8,000
経常利益	-5,600	1,300	4,500	6,000
人員(非正規含む)	13	12	14	18

ビジョン	<b style="color: red;">生き残る為の開発・開拓基本ビジョン (数年後も生き残れる商材開発、開拓、顧客開発等の開発的な全ての基本要素)	1	ネット売上の商材を青果以外の特産品を取り扱い、売上の20%のしめ、顧客リスト5000件の確保
		2	自社製品の拡充でオリジナル加工品を強化
		3	量販手以外の直販比率(小売り、業務用配達比率)を高める
	<b style="color: red;">生き残る為の組織・体制・会社構造ビジョン (数年後の経営組織、IT、管理システム、人材基盤、業務提携、ネットワーク、グループ化等の基本要素)	1	社内の加工場を整備し、品質と衛生面で問題のなう様にする(AV機の導入)
		2	卸の人員の一部を業務用直販に振り向け、更に新規に採用する
		3	市場内の卸で自社と競合しない身売りがあればM&Aをする

中期経営方針	売上基盤・収益構造方針	(ビジョンを受けて既存・新規の商材、チャネル、差別化、重点地域等の基本的な収入基盤)	1	創業30周年2015年に売上3億円を目指す
			2	直販(小売り、業務用直販)が全体の20%、6000万円を目指す
			3	ネット売上は6000万円を目指す
	財務・損益関係方針	(財務強化項目、原価、特定経費科目等の戦略的な構造変化をする科目)	1	卸売上比率の低下で粗利率を20%維持
			2	2014年債務超過を解消し、賞与3か月を目指す
			3	
	顧客開発・育成方針	(既存顧客の管理と育成の方針、新規顧客開発の方向性と方針、差別化する顧客管理等)	1	ネット売上の為、地域産品の開拓
			2	顧客リスト5000件をめざし、PPC、facebook、フロントエンド商品の提供を行う
			3	
	商材開発・開拓方針	(ビジョンを受けて商材の開発、研究、改良又は開拓に関する具体的な方針等)	1	乾燥加工品の品数を10品まで増やす
			2	病院介護向けの加工食品の開発
			3	
	人材育成・組織方針	(ビジョンを受けて人材の採用から育成、能力開発、グループ化、経営組織に関する計画等)	1	ネット売上、直販売上アップの為、営業員を増員(ネット専属は2名)
			2	乾燥加工品の産業振興センターとの共同開発を増やす
			3	女性従業員の比率を高める