

第199期定時株主総会

# 「今後の丸善の経営について」

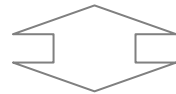
2008年4月25日

# 経営方針

# (1) 経営理念主導の経営

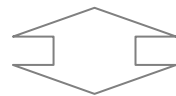
## ミッション

会社の使命・存在意義



## 価値観

丸善の経営陣・従業員全員が共有し、大切にしている考え方

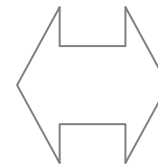


## 行動規範

価値観を体現し、ミッションを果たすために経営陣・従業員が日常取るべき行動

## ビジョン

3年後の具体的な到達目標



2007年

5月上旬

従業員へ  
メッセージ  
発出

5月中旬

従業員  
アンケート

5~6月

従業員代表  
ディスカッ  
ション

6~8月

経営陣  
ディスカッ  
ション

8月末

新経営理念  
制定

<b>丸善の価値観</b>	知に生き、人間を信じる
<b>丸善ミッション</b>	知を <sup>とも</sup> 鑑す 丸善
<b>行動規範</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.本質、本筋、本物を読み。知性は姿に現れる。</li><li>2.現場、現実、現物に迫れ。お客様は目の前にいる。</li><li>3.感謝と笑顔を忘れない。どれだけ人を思いやれるか。</li><li>4.挑戦者たれ。人のためにも拓くべき未来がある。</li><li>5.あたり前の作法を全力で行え。気品が人をつくる。</li><li>6.正直に。透明に。自信をもって清潔に生きる。</li><li>7.強き精神でやり切れ。誇りある自分を築く。</li></ol>
<b>丸善ビジョン</b>	もう一度、丸善になる

(1) 経営理念主導の経営

(2) 「従業員」第一主義

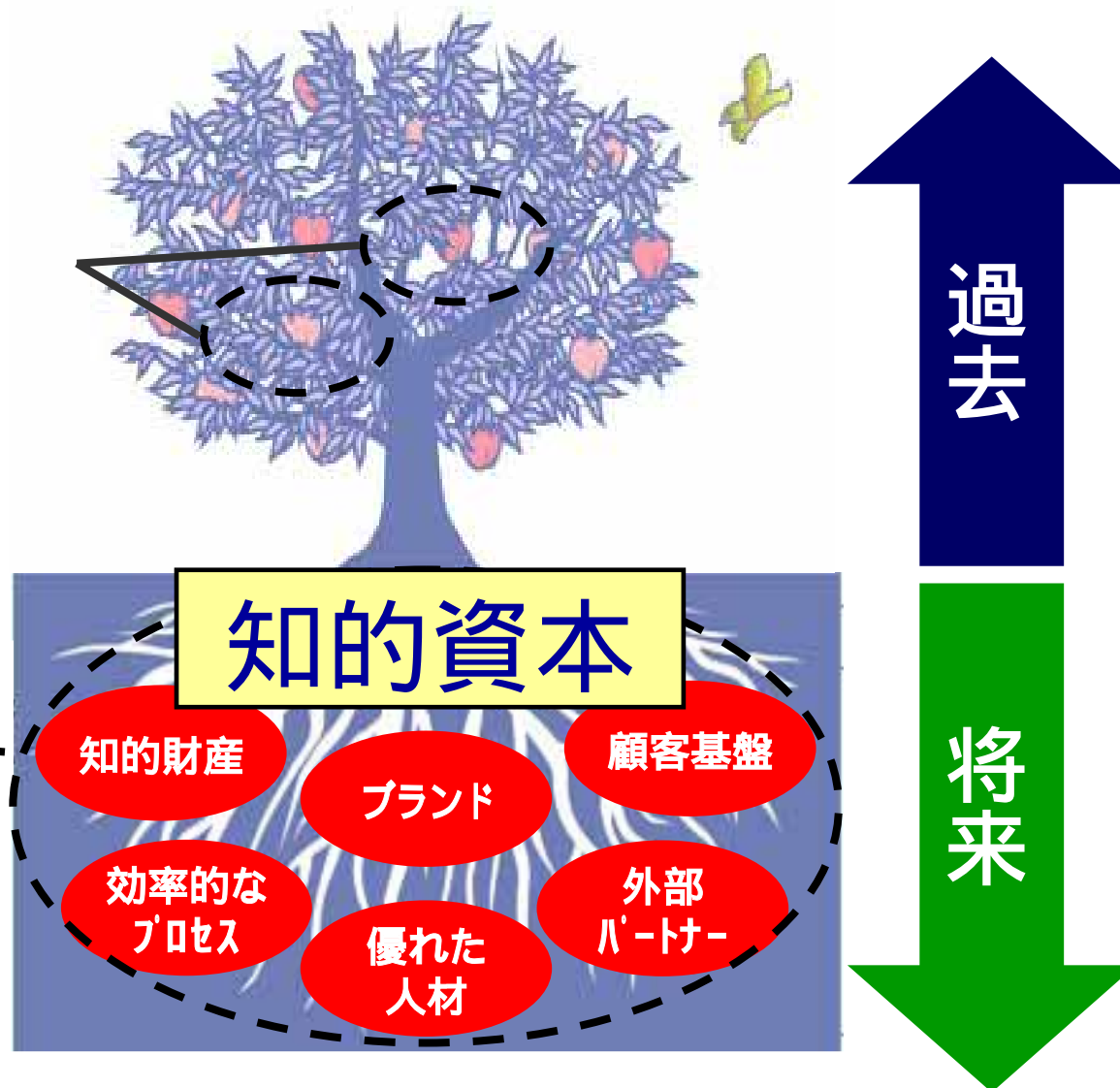
(3) 知的資本経営の導入

果実: 売上・利益

「目に見える」企業  
活動の結果

根: 知的資本

「目に見えない」  
企業価値創造の  
原動力



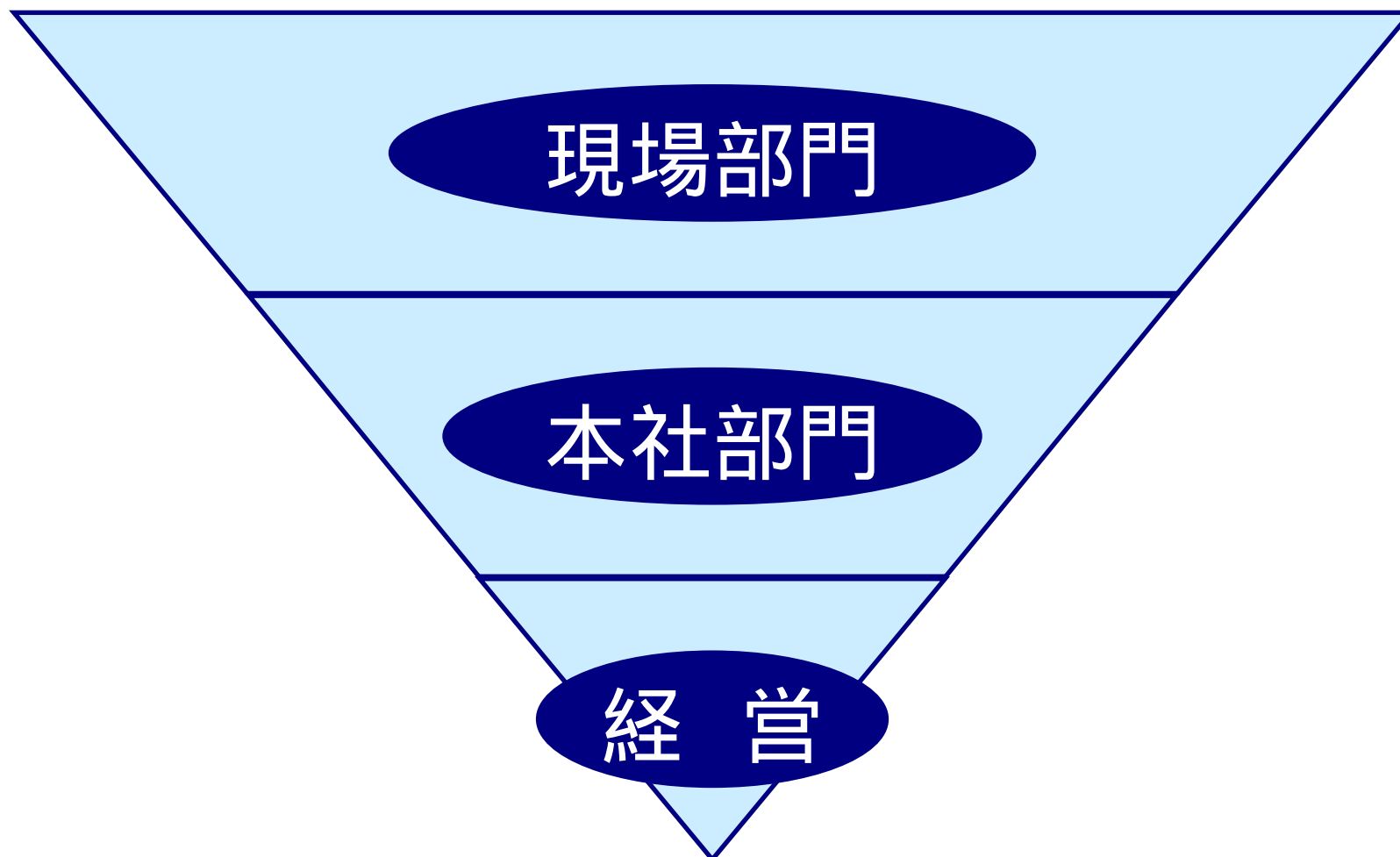
(1) 経営理念主導の経営

(2) 「従業員」第一主義

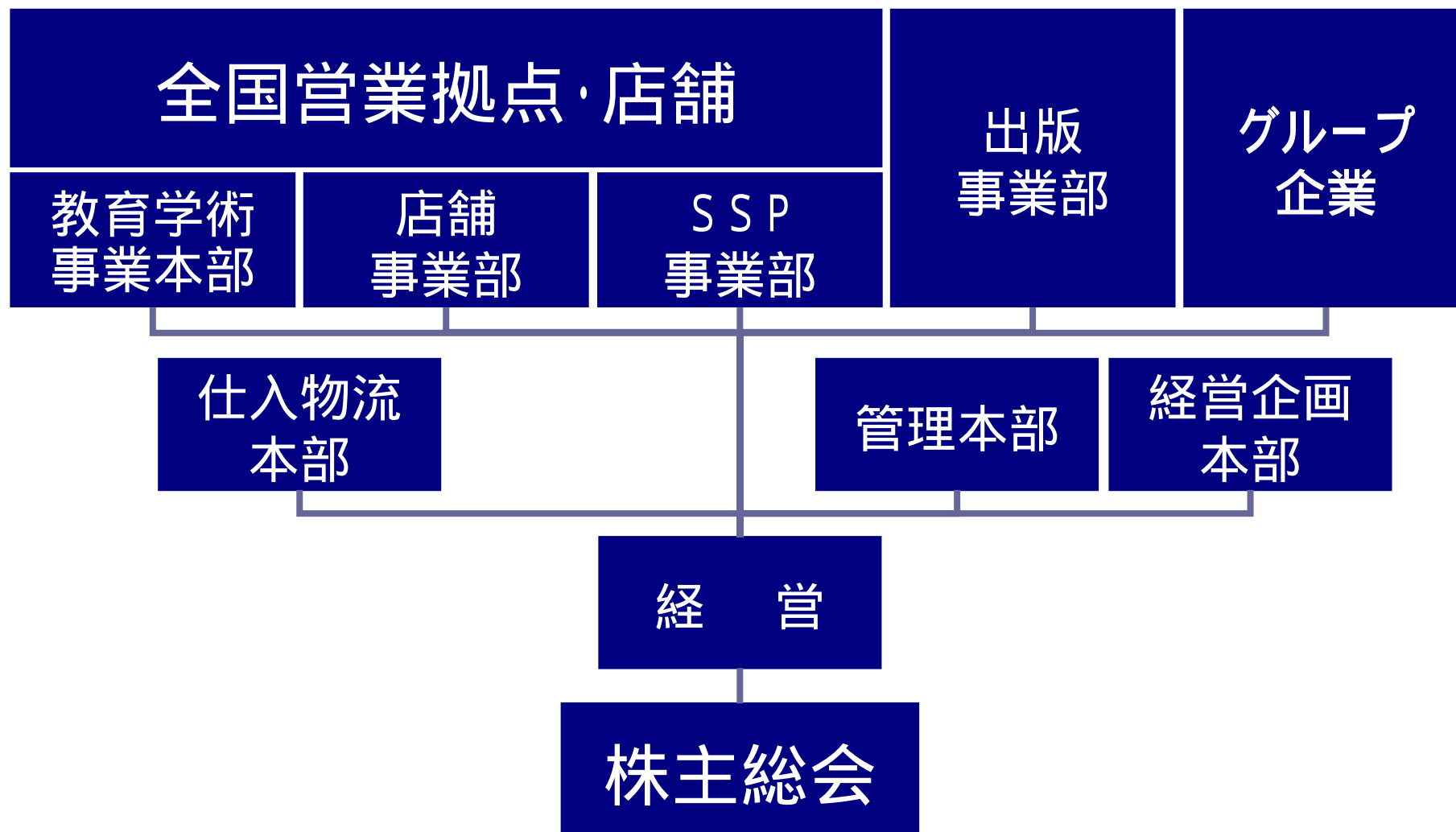
(3) 知的資本経営の導入

(4) 徹底した現場主義

お客様・地域社会



# お客様・地域社会



(1) 経営理念主導の経営

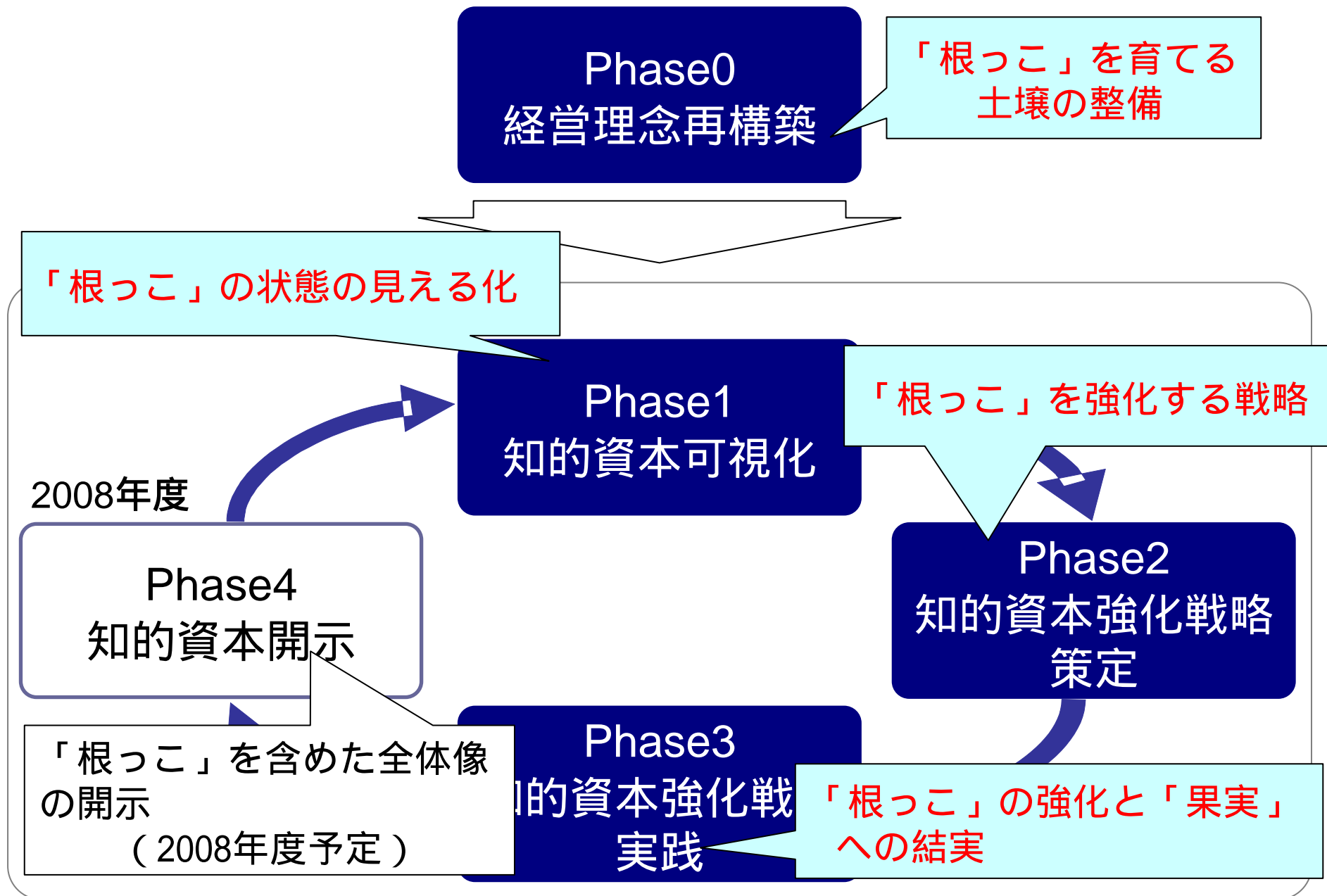
(2) 「従業員」第一主義

(3) 知的資本経営の導入

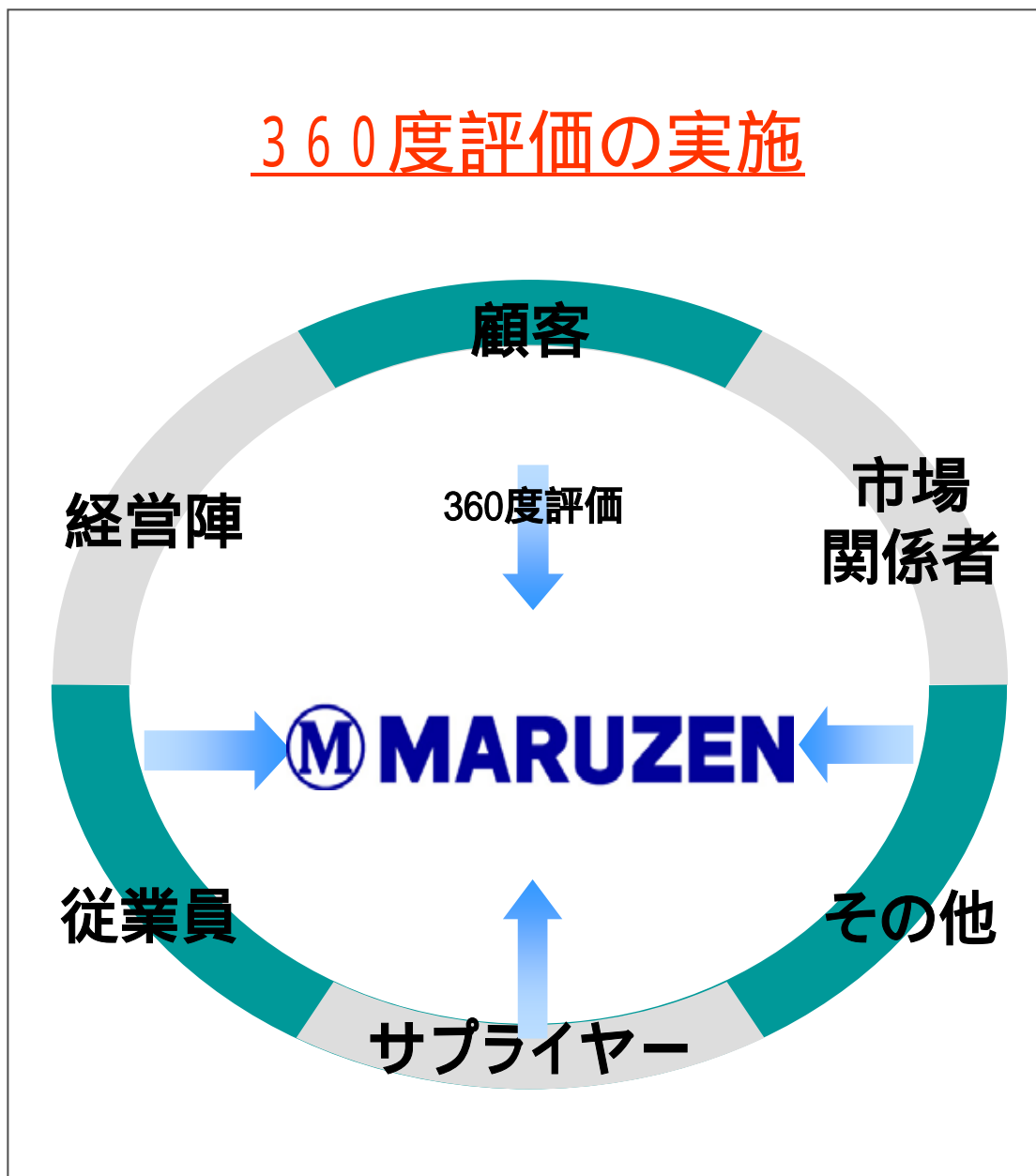
(4) 徹底した現場主義

(5) 正直で透明な企業運営

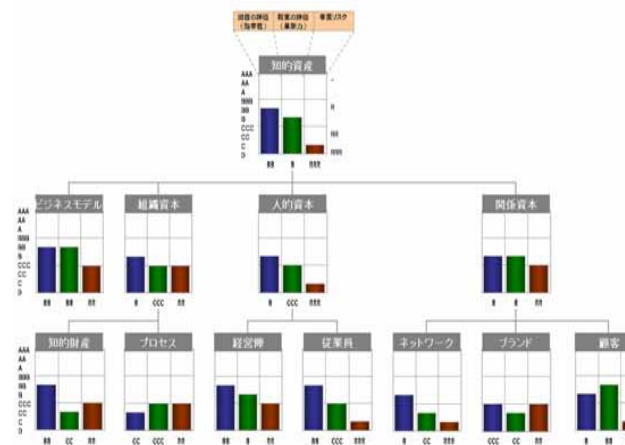
# 知的資本経営の導入



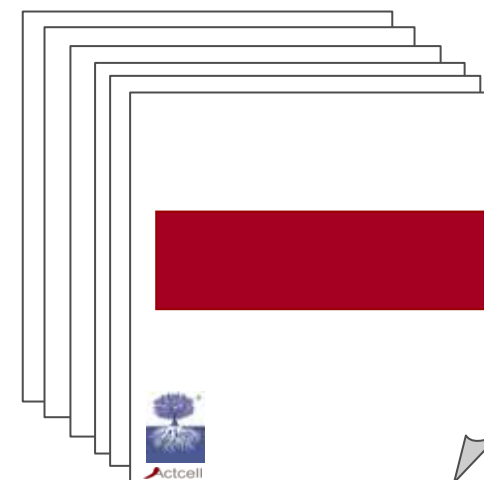
## 360度評価の実施

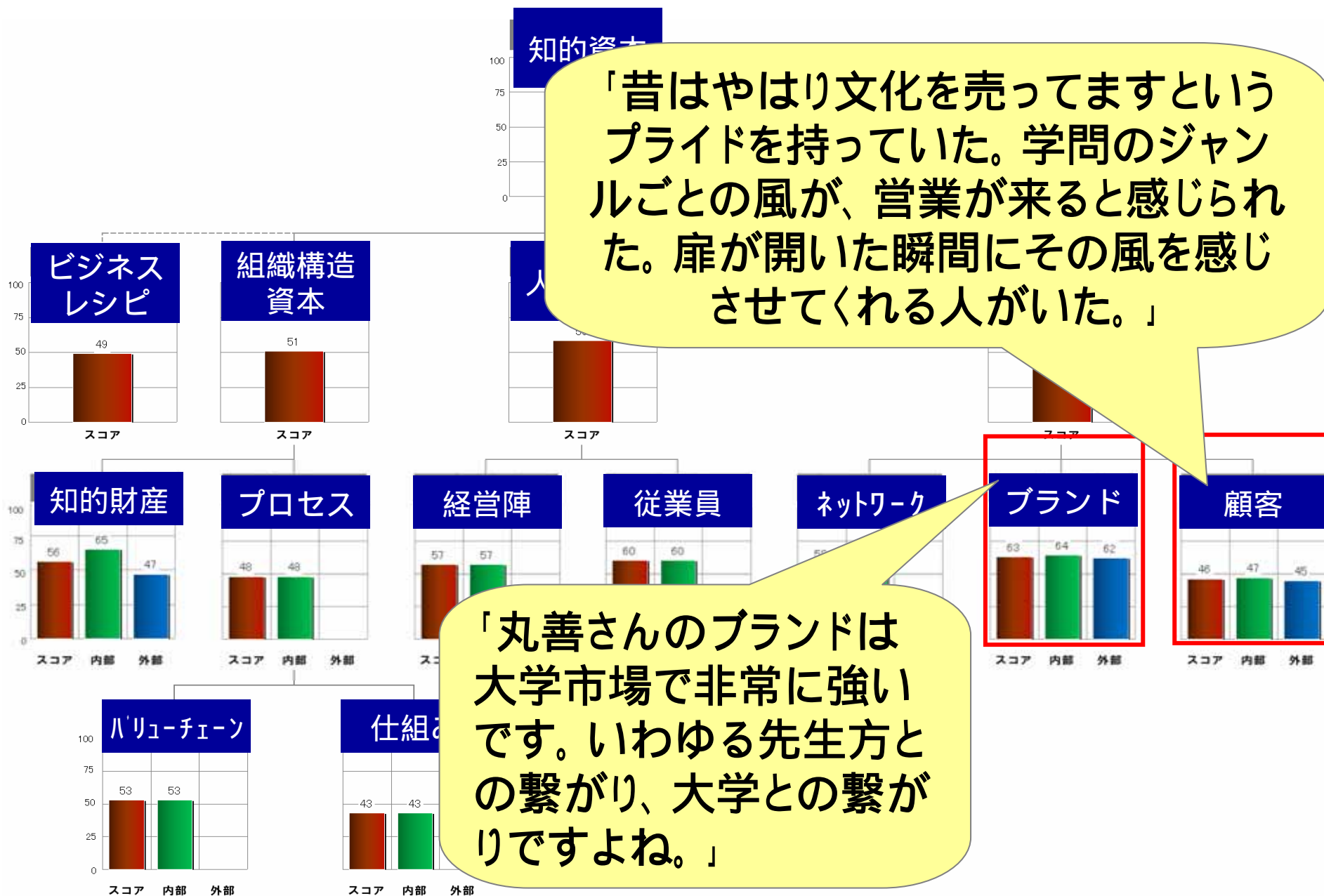


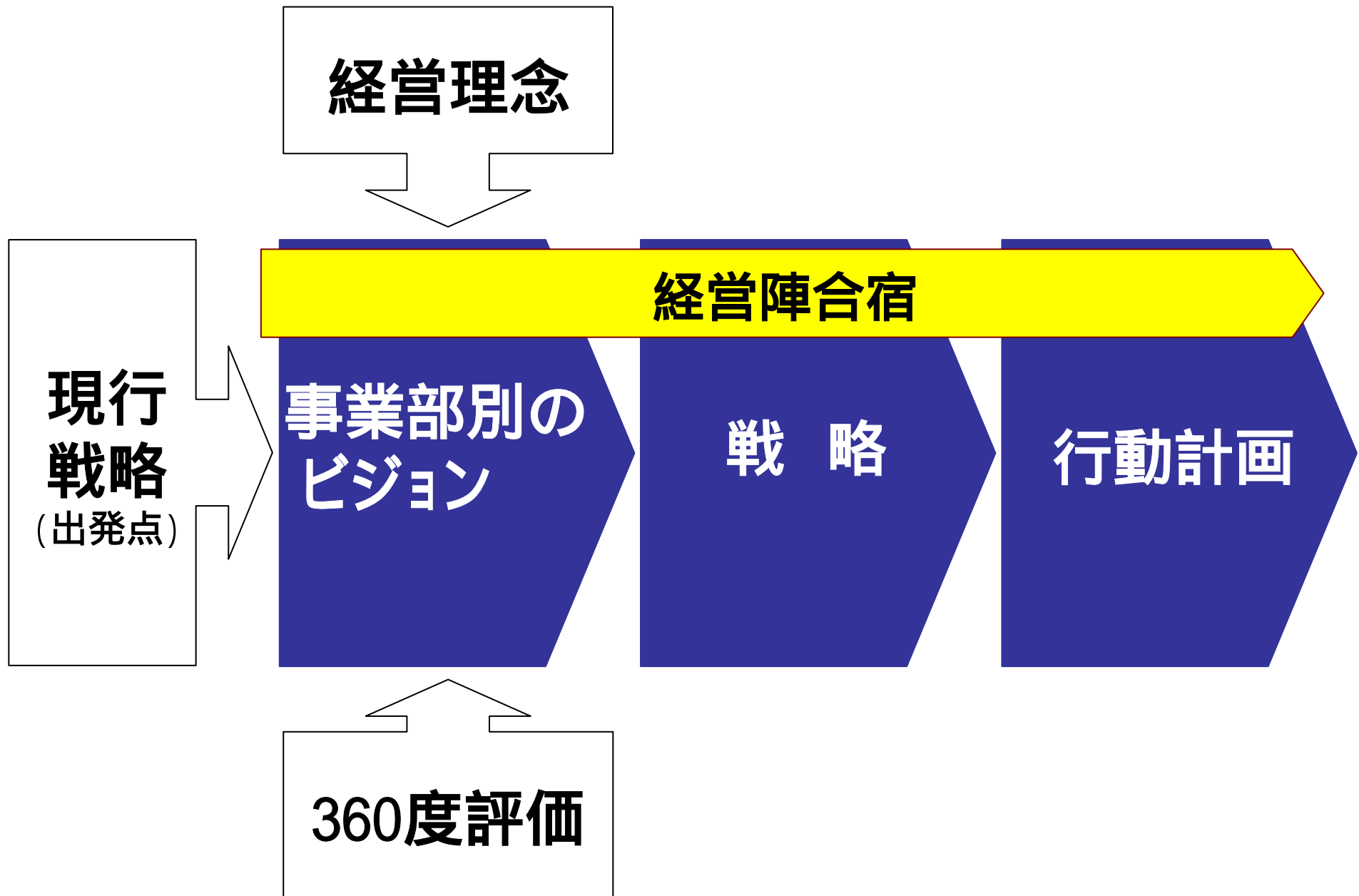
## スコア



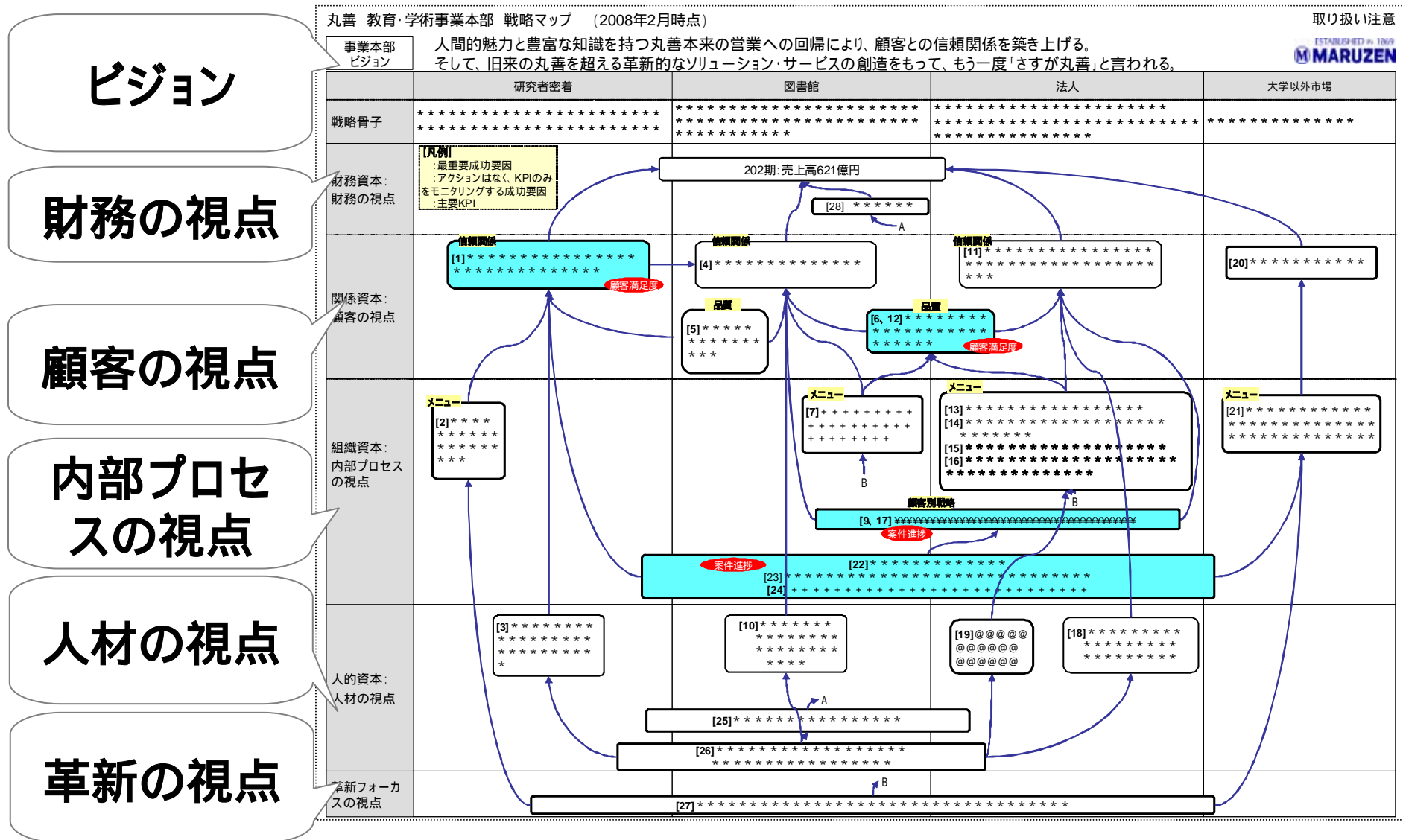
## コメント集

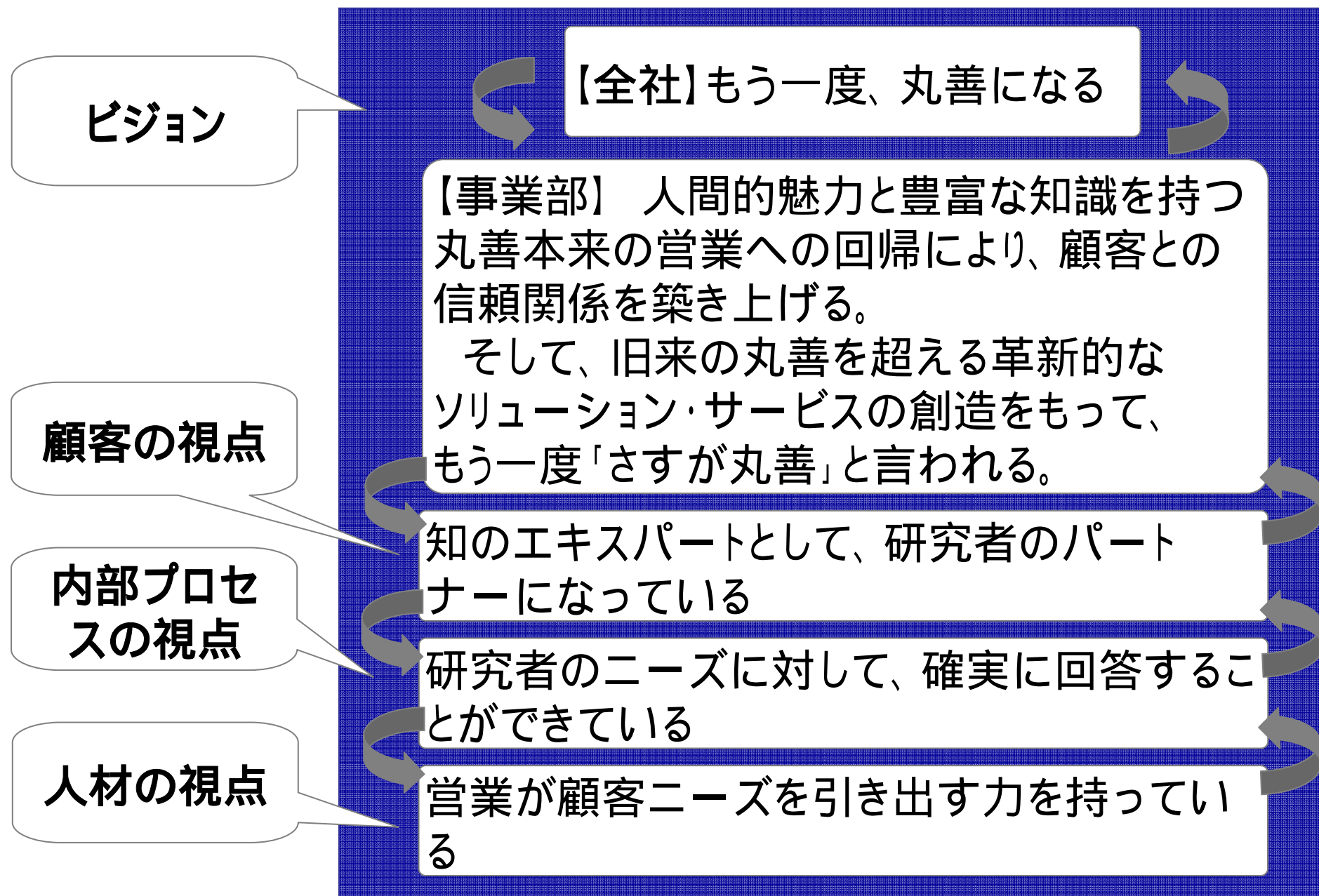






# 知的資本経営 ~ Phase2 戦略マップの例 ~





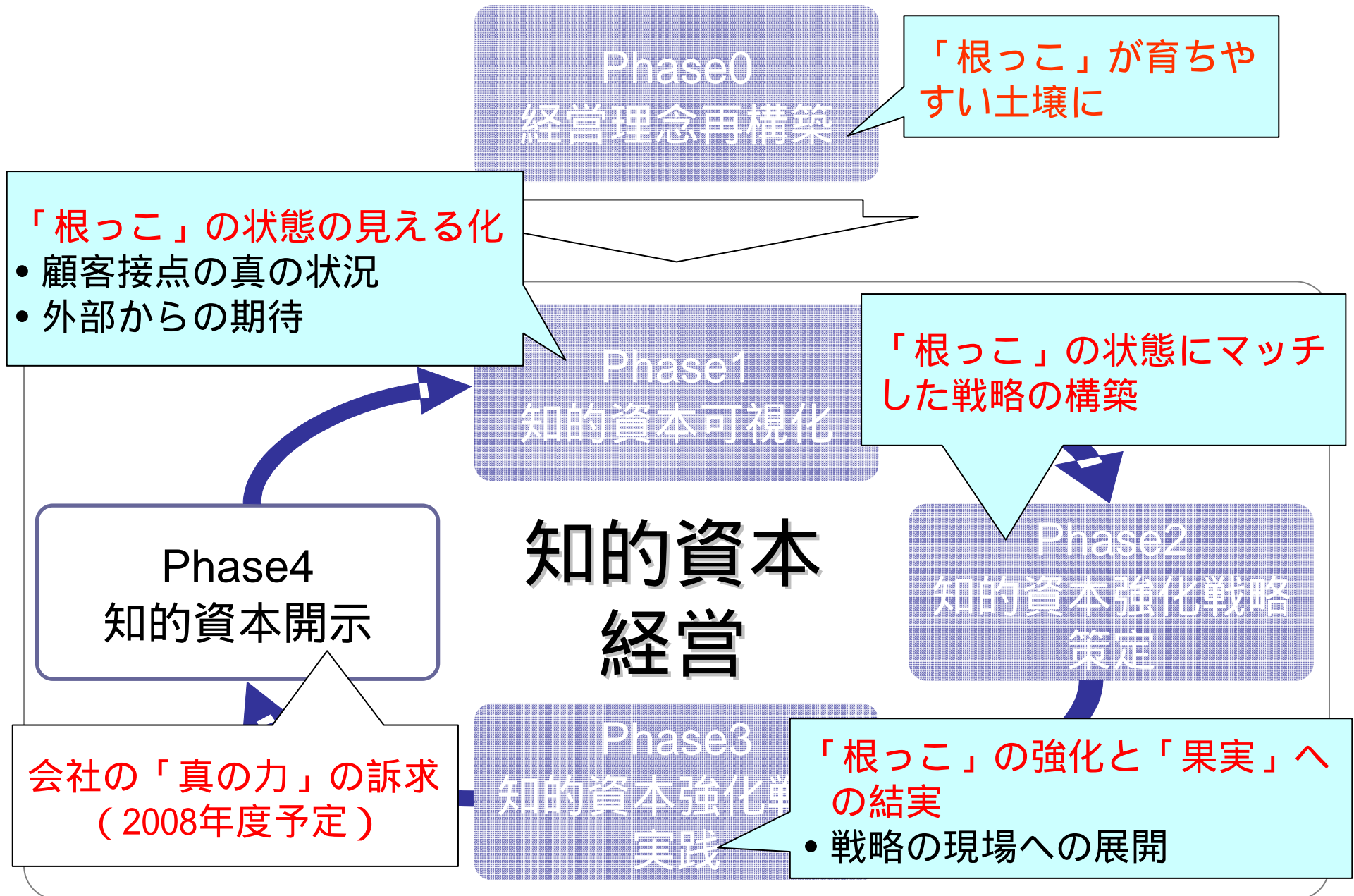
事業部

「誰が」、「何時までに」、  
「何を」。

支店

現場への  
展開

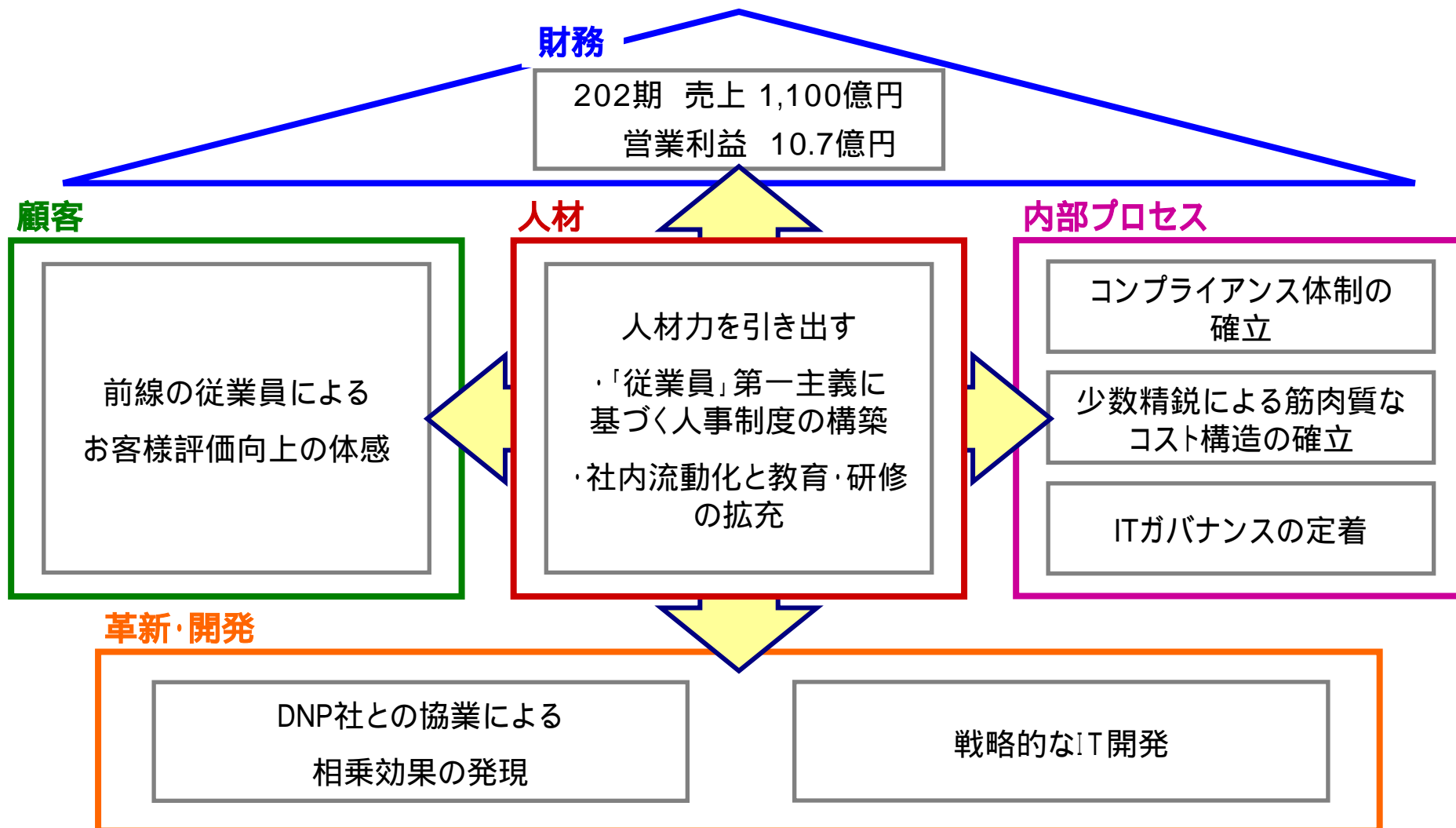
部署



# 中期事業計画200 戦略概要

～もう一度、丸善になる～

# 丸善ビジョン「もう一度、丸善になる」の実現



## 事業ビジョン

- 人間的魅力と豊富な知識を持つ丸善本来の営業への回帰により、顧客との信頼関係を築き上げる。
- そして、旧来の丸善を超える革新的なソリューション・サービスの創造をもって、もう一度「さすが丸善」と言われる。

## ビジョン実現に向けた戦略の骨子

ソリューションシフト  
の強化

タイプ別営業による  
営業品質の向上

営業のコア業務  
への集中

## 事業ビジョン

- 誰よりも顧客視点に立ち、商品特性を熟知し、販売方法を極め、常に時代を拓く売場とサービスを創造する。
- お客様から「さすが丸善」と賞賛され、祖業としての誇りを取り戻している。

## ビジョン実現に向けた戦略の骨子

店舗タイプの  
確立による  
丸善ブランドの向上

顧客中心ループの  
確立による  
収益改善

店舗マネジメントの  
強化

## 事業ビジョン

- **カルチャー市場**における量的かつ質的ナンバーワンになる。
- **実業**を取り込むことによって、より**精度の高いノウハウ**を蓄積し、書店業界に精通したコンサルティングができています。
- 書店業界活性化支援を柱とした、**書店業界になくてはならない存在**となる。

## ビジョン実現に向けた戦略の骨子

顧客基盤の  
継続強化

FC店舗の経営と  
新市場開拓

店舗経営改善  
ソリューションの  
提案営業

## 事業ビジョン

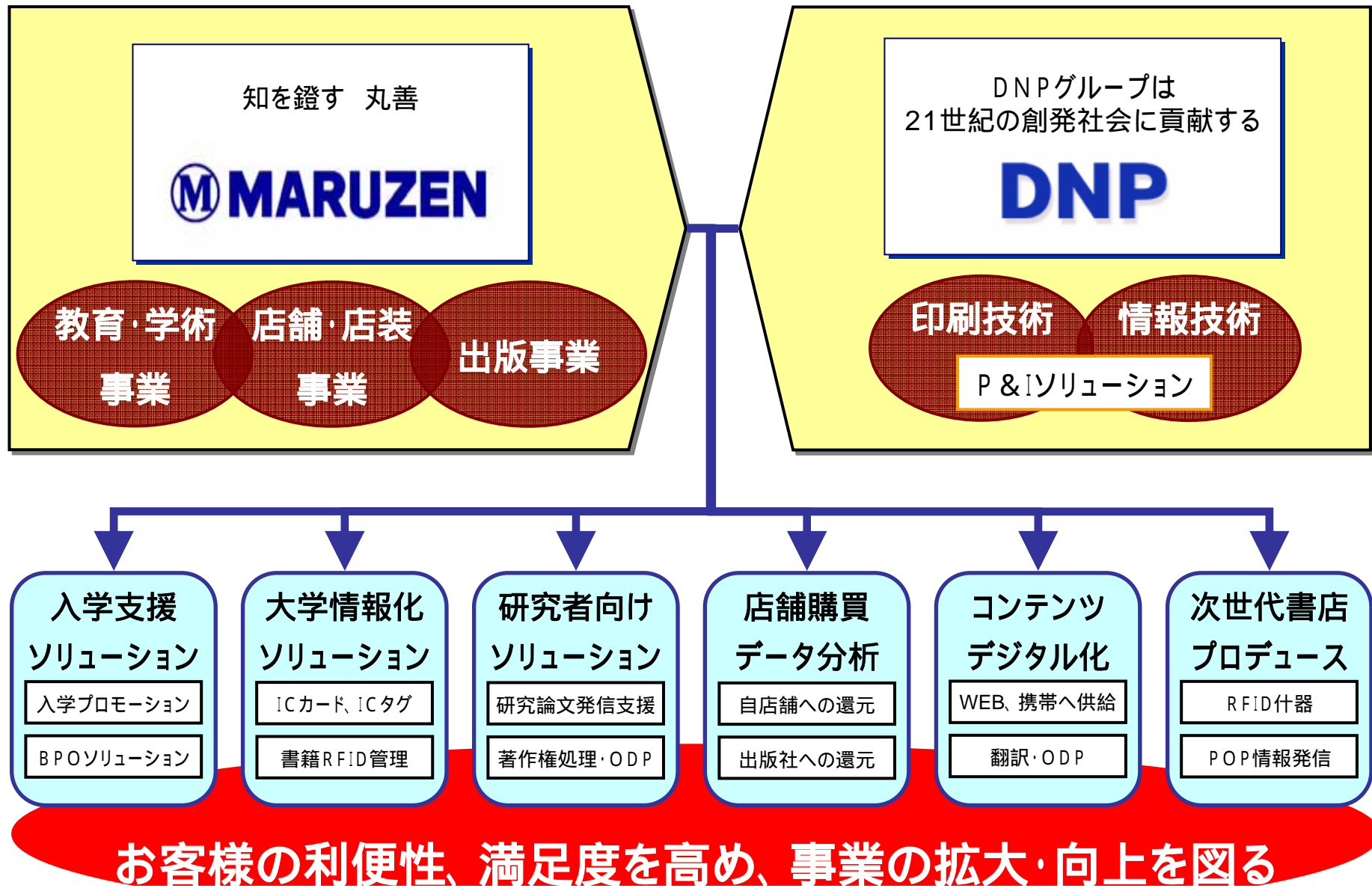
- 分野別に市場特性・競合分析が十分になされたうえでの事業ドメインが確立されており、各分野の担当者が著者・読者・販売状況を営業とともに常にウォッチすることにより、読者に問うべき内容の書籍・映像メディアが間断なく発売され、「さすが丸善」と評されている。

## ビジョン実現に向けた戦略の骨子

マーケティング  
視点を基軸にした  
企画創出

年間刊行計画の  
遵守・高度化

事業部運営基盤の  
整備



# 中期事業計画200 収益計画

～もう一度、丸善になる～

# 収益計画(連結)



	2009年1月期 (200期)		2010年1月期 (201期)		2011年1月期 (202期)	
	計画	対前比	計画	対前比	計画	対前比
(単位:億円)						
<b>売上高</b>	1,050	102.4%	1,070	101.9%	1,100	102.8%
<b>営業利益</b>	6.2	204.7%	8.7	140.3%	10.7	123.0%
売上高営業利益率	0.6%		0.8%		1.0%	
<b>経常利益</b>	1.7	38.2%	3.9	229.4%	5.2	133.3%
売上高経常利益率	0.2%		0.4%		0.5%	