

中期経営計画「VALUE UP 2018」策定 単品販売から空間提案強化へ転換 リリカラ

リリカラ(株)は、このほど2016年度スタートの3年の中期経営計画「VALUE UP 2018」を策定した。2016年から2018年にかけての日本経済は、オリンピック開催に向けた準備やインバウンド需要が牽引する形で建設投資の活性化が見込まれる一方、2017年4月の消費税増税によって新築需要の低迷と消費低迷が見込まれる。

そうした経営環境下にあって、まず同社では新築需要依存度を下げ、非住宅分野やリフォーム分野の強化を図るべく、さらにインテリア事業とスペースソリューション事業のシナジーを創出するために目指す企業イメージとして「顧客の付加価値を実現するためにインテリア領域でソリューション提案を行う企業」という理念を掲げた。

その理念の下に策定された中期経営計画「VALUE UP 2018」の基本方針は、個別商品の単品販売から空間提案の強化を図るというもの。事業別には、インテリア事業においては、空間をパッケージ化してトータル提案することにより、オリジナル性の高い商品群の開発に取り組む、またスペースソリューション事業では営業並びに工事体制の革新を図り、より専門性の高いサービス提供に努めるとともに、ホテルや医療施設を中心とした施設のリノベーションを行う事業を「リノベーション事業」として開始する。

これら取り組みにより、2018年12月期に売上高418億円、営業利益12億円、経常利益11億円、当期純利益6億円を目指す。

インテリアビジネスニュース(646号)より引用