



平成 29 年 2 月 16 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ア マ ナ
代 表 者 代表取締役社長 進藤 博信
(コード番号 2402 東証マザーズ)
問合せ先 取締役管理部門担当 田中 和人
TEL : 03-3740-4011

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、平成29年2月16日開催の取締役会において、平成29年度(2017年度)を初年度とする「中期経営計画 | 後期(2017年12月期～2019年12月期)」を策定しましたので、その概要についてお知らせいたします。

以上

1 中期経営計画策定の目的

メディアの多様化や企業自らが情報発信する時代へと事業環境が大きく変化するなか、当社グループではメディア変革期における持続的な成長のため、2013年から中長期的な観点で経営計画の策定に取り組んでまいりました。2013年を初年度とする“中期経営計画 | 前期”においてはビジネスモデルの変革を行い、2016年には収益力向上の基盤となる仕組み作りに注力しました。新たな“中期経営計画 | 後期”においては、生産性向上によって収益力を強化し、企業のコンテンツパートナーとして持続的成長の礎を構築してまいります。

2 中期経営計画の基本方針

時代のニーズを捉えた新しいアマナ価値を創造するための

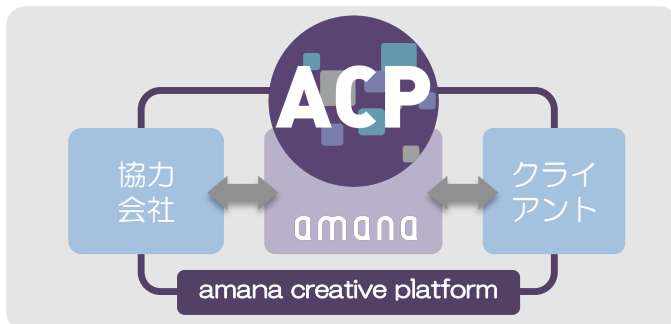
- 労働集約型から知恵集約型ビジネスモデルへの転換
- 一人ひとりの生産性向上



3 中期経営計画における基本戦略

- クリエイティブプラットフォームによる生産性向上
- 仕事環境の最適化による制作力の更なる強化
- インバウンドマーケティングによる営業の効率化
- VHL マネジメントによる収益力の向上

■ クリエイティブプラットフォームによる生産性向上
 当社独自のクリエイティブプラットフォーム：acpの進化を促進。多様化と拡大を続ける当社事業の全案件情報を一元管理し、情報をリアルタイムに補足。課題の可視化、ナレッジの共有と活用を容易にすることで、知恵集約型のビジネスモデルへ転換し、生産性向上を図ります。



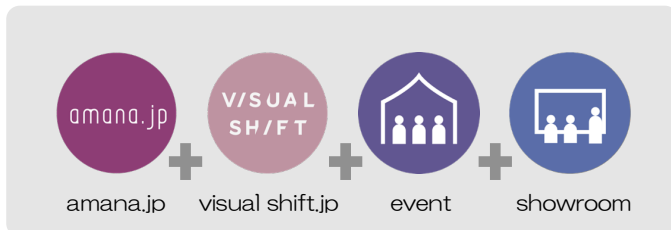
■ 仕事環境の最適化による制作力の更なる強化

ロケーションの再編によりチーム連携を強化。同時に、制作のためのファシリティ機能を、「モノからコトへ」と価値観が変化する時代に求められるビジュアル制作に最適なものに転換することで、組織としての制作力をさらに強化します。



■ インバウンドマーケティングによる営業の効率化

価値ある情報の発信とインタラクティブなビジュアル体験の提供を通じて「アマナ価値」を高め、コンテンツパートナーとしてクライアントに選ばれる、インバウンドマーケティングを推進します。

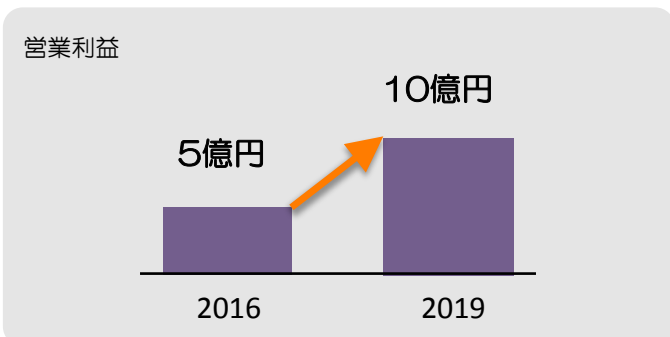


■ VHL マネジメントによる収益力の向上

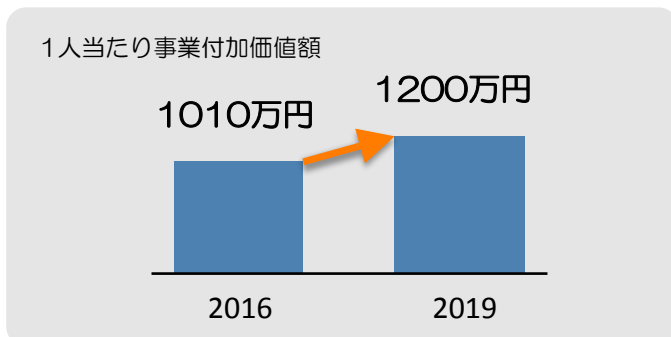
縦軸となるマーケット別営業組織、横軸となるクリエイティブサービス別組織、それぞれの執行責任者による収益力の向上を図るとともに、営業組織軸と制作組織軸のクロスポイント（交点）となる分野に、新しいマーケットを創出します。



4 数値目標



営業利益 10億円(+100%)



1人当たり事業付加価値額 1,200万円(+18.8%)