



平成 20 年 5 月 7 日

各 位

本店所在地 東京都中央区銀座七丁目 4 番 12 号
会 社 名 シンワアートオークション株式会社
代表者名 代表取締役社長 倉田 陽一郎
(コード番号：2437 大証ヘラクレス S)
問合せ先 経営管理部長 熊谷 智美
電話番号 03-3569-0005 (代表)
[\(http://www.shinwa-art.com/\)](http://www.shinwa-art.com/)

第 20 期に向けた経営指針に関するお知らせ

当社は、本日公表の平成 20 年 5 月期の「業績予想の修正」を受け、大幅な経費削減を盛り込んだ第 20 期（平成 20 年 6 月 1 日から平成 21 年 5 月 31 日）に向けた経営指針を策定いたしましたので、その概要を下記の通りお知らせいたします。

記

1. 本指針のねらい

現在、当社では、積極的にアジア戦略を拡大し、コンテンポラリーアートオークションを中心に新たな分野を開拓し、新たな富裕層を取り込んでいるところでありますが、第 20 期は 2007 年 9 月より顕著になってまいりました国内市場の低迷に対応するため、短期的に厳しさを増している事業環境の中で利益を確保しながら、今後グローバルカンパニーとして展開していくための「新たな飛躍に向けた基盤づくり」と位置付け、どのように将来の成長に向けて踏み出していくかについての指針を示したものであります。

2. 日本のオークション業界を取り巻く環境と現状

現在の日本の美術品取引業界は、デフレとインフレの狭間にあり、2007 年 9 月以降、作品の動きが急激に鈍化し、ある種の真空状態ともいえる状況に陥っています。昨年からの美術品ブームの始まりの兆候が見えてきただけに出口に光が見える状況での停滞となっています。

3. 日本のオークション業界の展望

日本の美術品オークション業界は、直近の 2～3 年間の伸びは鈍化しているものの、業界そのものは非常に大きな成長余力を残しており、21 世紀における高級品の換金市場としてのオークション市場は、数千億円規模にまで成長していくと考えられます。

その条件として、日本のオークション会社がグローバル化し、国際的な競争力を持ち、世界中の参加者を日本に呼び込んでいくことが重要となります。海外からのオークション参加者が日本の市場を刺激し、潜在的に巨大な需要のある国内市場の活性化を図り、日本市場を成長させていくのです。

また、オークションのアイテムもこれまでの近代美術中心から、コンテンポラリーアート、宝石、時計、その他高級品の育成が重要となります。

4. 重点戦略と経費削減

【重点戦略】

プライオリティ1：近代美術の規模の維持に全力を尽くす

- 1) 国内富裕層営業の更なる強化
- 2) 業者営業の強化

プライオリティ2：グローバル・オペレーション確立への第一歩を踏み出していく

- 1) アジアマーケティングの更なる強化
- 2) 海外オークション会社との連携を深め、アジアにおけるプレゼンスを高める
- 3) コンテンポラリーアートを中心にアジアの富裕層を日本に呼び込む

プライオリティ3：成長アイテムの強化

- 1) コンテンポラリーアートの拡大
- 2) 西洋美術の強化
- 3) 宝石、時計の拡大

【経費削減】

聖域なき経費削減を実行し、短期的な収益不安を短期で払拭する

経費削減内容：

- | | |
|------------------|---|
| 1. 役員報酬の最大5割削減 | 社長・専務 50%削減、
その他役員 25%削減、役員賞与なし |
| 2. アドバイザリー報酬の見直し | 最大50%削減 |
| 3. 広報費 | 30%削減目標 |
| 4. 交通費 | 20%削減目標 |
| 5. 接待交際費 | 50%削減目標 |
| 6. 大阪営業所経費 | 大幅削減 |
| 7. カタログ作製費用 | 10%削減目標 |
| 8. 通信費 | 10%削減目標 |
| 9. その他 | 役職員が自ら可能な経費削減に努める |
| 10. 人員 | 自然減のみ、基本的に補充なし
・給与、賞与削減は行わない
・2009年度新卒内定は1名のみ |

1から8までの項目の削減により、最低でも1億5千万円の経費削減が可能となり、第20期の販売管理費を10億円以下とすることが可能となります。これにより、たとえ第20期の近代美術

オークション全6回開催の1回当たりの平均落札総額が4億円になったとしても、最低2億円を上回る経常利益を確保できることとなります。

5. 中長期拡大戦略

- 1) 年間取扱総額1000億円企業を目指す
- 2) グローバル戦略を推進し、世界中のコレクターを日本に呼び込む
- 3) 東京以外のアジアでのオークション開催
- 4) 近代美術の再評価
- 5) コンテンポラリーアートの拡大
- 6) その他オークションアイテム（宝石、時計、西洋美術等）の拡大
- 7) ブランド力の強化
- 8) 国際競争力の強化
- 9) 海外オークションハウスとの提携・アライアンス模索

以 上