

# 過去7期の推移と中計BBI5年間のロードマップ

## 【ブランドミッション】

ジュエリーに愛と夢を込めて「ビジュ・ド・ファミリー」  
豊かな気持ち、かけがえない思い出、ずっと持ち続けていたい夢

ブランドビジョン:「世界の人々の  
願いをともに叶える象徴となる」

(注)BBIとは、ブランド・ミッション、ブランド・ビジョン、インパーソナルドリームの略称であり、サダマツがジュエリーのビジネスに対してどのような哲学をもって企業価値・株主価値・顧客価値・従業員価値を創造していこうとしているのかを取りまとめたものです。サダマツでは、BBIを、10月半ばに発表する予定の中期経営計画において実現していきたい目標やビジョンを表象したものであると位置づけており、また今年度を「BBI元年」と社内で命名し、すでに各種のBBIへの取り組みを始めています。

BBI元年:「最高のブランド  
になると決意する」

「精神価値でNo.1になる」と決意する

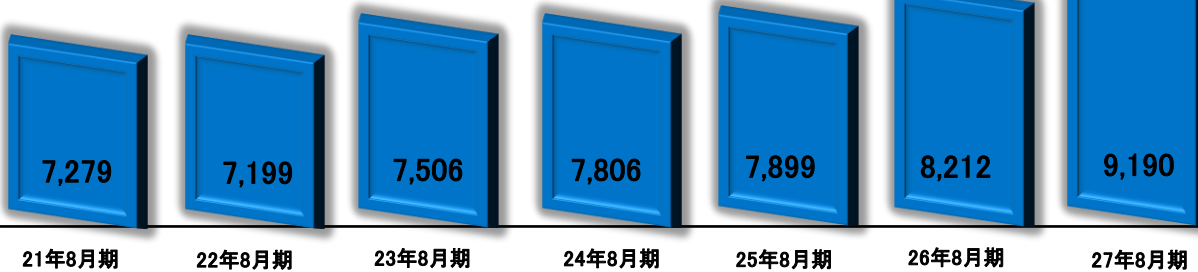
[27年8月期(先期)の主な進展]

- ・「Stand By Meドラえもん」×WUASのコラボ
- ・新宿伊勢丹ザ・ステージへの新年始めからの登場
- ・「百貨店バイヤーズ賞プラス受賞」
- ・有力百貨店の優良店舗での増床実現
- ・年度後半としては上場来最高の売上と営業利益を記録

[意識していく重要な企業価値・株主価値の指標や規範]

- \*コーポレートガバナンスコード
- \*「伊藤レポート」
- \*「統合報告」
- \*価値創造

25年8月期:「文化ブランド  
になると決意する」  
Wish Upon A Star本格始動



22年8月期:「ミッションを練り直す」

26年5月「WUAS×小松美羽」コラボの出雲大社奉納

「最高のブランドになると決意する」

[サダマツのイノベーションと成長の基軸]  
独自のUSP商品であるWUASの  
競争優位性を進化させる

Wish Upon A Star; 夢を叶える、星のダイヤモンド