



平成29年4月7日

各 位

上場会社名 株式会社タカキュー  
代表者 代表取締役社長 大森 尚昭  
(コード番号 8166)  
問合せ先 常務取締役管理本部長 佐藤 立育  
(TEL 03-5248-4100)

## 中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2020年度までの中期経営計画(2017~2020年度)を策定いたしましたので、お知らせいたします。

### 1. 中期経営計画の策定について

当社は創業以来の「お客様最優先」の経営理念のもと、「Enjoy Fashion! Enjoy Life!」をテーマに掲げ、「ファッションアパレル専門店をコアとしたライフスタイル提案企業」として独自のポジショニングにおいて、日本を代表するファッション専門店になることを目指してまいります。

本中期経営計画は、当社を取り巻く厳しい経営環境、少子高齢化や価値観の多様化など市場環境の変化に対応し、既存事業の再構築と新たな市場への挑戦を骨子とした経営方針・経営目標を策定いたしました。

### 2. 中期経営計画の基本方針

当社は、上記経営理念の下、「日本一お客様に喜ばれる販売員になる・日本一お客様に喜ばれる商品を提供する」という行動理念を掲げ、お客様満足を追及し、変化を恐れず、新たな挑戦を続ける企業文化の醸成を目指して事業に取り組んでおります。

今回策定した中期経営計画では、以下の重点施策に取り組むことで、事業の更なる拡大を図ってまいります。

#### 1) 既存事業の再構築と収益性の向上

##### 《営業力の強化》

##### ①接客改革

「日本一お客様に喜ばれる販売員」の育成のため、接客教育の体系化と人事制度化の実施  
(ロールプレイング大会の体系化、研修制度の充実、スタイル・コーディネイト評価制度の導入等)

##### ②会員改革

ITを活用した会員サービスの進化、会員一人ひとりに対応した販促・ご案内の実現  
(顧客管理システムの刷新によるワンツーワン・マーケティングの実施等)

##### 《商品力の強化》

「日本一お客様に喜ばれる商品」を提供する為に、MDをコアにお客様(現場の声)を起点とした  
ビジネスモデルの構築

##### ①商品改革

(商品開発プロセスの見直しによる利益を生む商品改革、PBブランドの再構築、ランキングMDの  
精度向上、MDサイクルの短サイクル化によるシーズン企画精度向上等)

- ②新しいコンテンツの開発による新たな売上の確保  
(新ブランド導入、パターン・オーダーやビジネスシューズの強化等)
- ③品質改革によるお客様満足の上  
(指定検品所体制の強化等)

《店舗開発力の強化》

- ①店舗フォーマットの確立による競争力の強化  
(地域、商圈特性に合わせた各業態の出店フォーマットの確立等)
- ②積極的な設備投資による新規出店と既存店の活性化  
(年間20店舗以上の新規出店と既存店活性化投資等)

2) 新たな成長戦略への挑戦

- ①グランバック事業承継によるビッグサイズ事業への参入と拡大(2020年度目標、売上高30億円)
- ②ECビジネスの強化(2020年度目標、売上高15億円、売上高構成比5%)
- ③新業態の開発・出店(ライフスタイル提案型ファミリー業態、オーダー専門業態等)
- ④新規事業の開発(異業種とのコラボレーション、M&A、イオングループ企業との連携強化)

3) 経営基盤の強化

- ①働き方改革(働きやすい職場環境づくりの推進と優秀な人材確保の為の社員採用拡大)
- ②店舗・本部の効率化推進と高コスト体制の改革
- ③ダイバーシティの推進
- ④コーポレート・ガバナンス体制の充実

3. 経営目標

	2016年度 (実績)	2017年度 (目標)	2018年度 (目標)	2019年度 (目標)	2020年度 (目標)
売上高	240億円	265億円	278億円	290億円	300億円
経常利益	6億円	6.5億円	8億円	9.5億円	12億円
当期純利益	1.1億円	1.5億円	3億円	4億円	5.5億円
経常利益率	2.6%	2.5%	2.8%	3.2%	4.0%
ROE	1.5%	2.0%	4.0%	5.0%	7.0%

4. 株主還元の基本方針

経営基盤の強化や事業展開への備えなどに配慮しつつ、業績に応じ、おおむね30%の配当性向を基本に安定的な配当の実施を心掛けてまいります。

(注)この資料に記載されております業績の予想数値につきましては、本資料の発表日現在で得られた入手可能な情報に基づいて作成したものであり、今後の様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

以上