



2019年4月26日

各 位

ハウスコム株式会社
代表取締役社長 田村 穂
(JASDAQコード番号：3275)
問合せ先 経営企画室長 瀬戸 聖治
電 話 03-6717-6939

中期経営計画策定のお知らせ

当社は、この度、2022年3月期を最終年度とする3か年の中期経営計画を新たに策定し、2019年4月26日開催の取締役会において決議いたしましたので、別紙の通りお知らせいたします。

なお、従来、当社は単体決算の会社として2021年3月期を最終年度とする3か年の中期経営計画に基づき事業活動を進めてまいりましたが、事業成長が当初予定よりも進んでいること及び今期より連結決算が開始される状況を踏まえて、最新状況を反映した新しい中期経営計画（連結決算ベース）を策定し、今後の成長に向けた取り組みをスタートいたしました。

以 上

ハウコム株式会社 中期経営計画

2020年3月期～2022年3月期

2019年4月26日

1. 数値目標(1/2)

(1)損益計画(連結)

(単位:億円)

	2020年3月期 (予想)	2021年3月期 (計画)	2022年3月期 (計画)
営業収益	130.3	136.1	142.1
営業利益	11.7	12.2	12.6
経常利益	14.0	14.6	15.0
当期純利益	9.2	9.5	9.7
一株あたり利益	119.8円	123.1円	125.7円

1. 数値目標(2/2)

(2)店舗数・仲介件数の計画

	2019年3月期 (実績)	2020年3月期 (予想)	2021年3月期 (計画)	2022年3月期 (計画)
新規出店	14店	12店	12店	12店
退店	—	2店	2店	2店
期末店舗数	178店	188店	198店	208店
仲介件数	76,323件	79,986件	82,800件	85,600件

※上記店舗数、仲介件数は直営店によるものです。

2. 事業戦略(1/5)

(1)事業環境と経営の方向性

<事業環境>

①賃貸住宅の潜在的な需要数＝世帯数

首都圏、愛知県では2025年まで増加、大阪府は2020年まで増加すると予想されている。

②経済状況による需要喚起

「経済状況 → 企業活動 → 人の移動」の流れにより需要が喚起される。

③お客様の行動様式の急速な変化

インターネット上の各種サービスの普及と、スマートフォンの浸透により、お客様の情報検索の仕方、意思決定の仕方が急速に変化している。

2. 事業戦略(2/5)

<経営の方向性>

今後数年間は賃貸住宅市場の拡大と業界の変革が継続する時期であると捉え、積極的な出店と競争力の強化・市場の取り込み、実現手段としての不動産テックの活用を重視した経営を行う。

また並行して、事業面において収益源の多様化を推し進めるとともに、東証本則市場への市場変更を視野に入れて経営管理体制の適正な運営の継続を図る。

2. 事業戦略(3/5)

(2)事業戦略と重点施策

＜広がるハウスクムの事業ドメイン＞

「賃貸仲介業」から「賃貸サービス業」へ

そして「賃貸サービス業」から「住まいのサービス業」へ

＜2022年3月期の姿＞

THE LIVE DESIGN COMPANY

～ 地域社会で最も人によりそう住まいのデザインカンパニー～

2. 事業戦略(4/5)

(3)事業戦略と重点施策

<コンセプトと事業戦略>

「リアル(店舗)」、「テクノロジー」、「リアルとテクノロジーの融合」を3つのコンセプトとして掲げ、以下の戦略を推し進めます。

- | | |
|---------------------|---------------|
| ①既存店の競争力強化 | [競争力・全体の底上げ] |
| ②新規出店による規模の拡大 | [成長の源・規模の拡大] |
| ③新商品、新規事業による収益源の多様化 | [成長の種・収入の安定化] |
| ④成長を支える内部体制 | [組織と仕組みの充実] |

2. 事業戦略(5/5)

<重点施策>

①人材とサービスの磨き上げ

②地域密着営業の強化

③反響・集客の強化(不動産テック、メディアサービス等)

④働き方改革の継続と多様な働き方の推進

⑤3年間で36店舗の新規出店

⑥家主様向け商品の開発、販売強化

⑦新規事業の強化

(リフォーム事業の拡大、WEBサービス等)

⑧経営管理体制の強化

お客様
満足度向上へ

競争力
強化へ

規模拡大

次の成長へ