



2022年4月21日

各 位

会 社 名 株式会社 田 谷
代表者名 代表取締役社長 保 科 匡 邦
(コード番号 : 4679 東証スタンダード市場)
問合せ先 経営企画グループ長 富 岡 亮 平
(TEL. 03 - 6384 - 2231)

中期経営計画『T-ip60』の策定に関するお知らせ

当社は、2022年度を初年度とする中期経営計画『T-ip60』（2022年度～2024年度）を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

記

1. 「中期経営計画」策定の背景

当社が属する美容業界では、昨今の新型コロナウイルスの影響に伴う社会基盤の揺らぎや消費者心理の変化により、産業構造の変革期に直面しております。外出自粛等が続いたことでの店舗型産業である美容室経営への打撃、接触が当然の美容施術に対するお客様の心理的・物理的不安や、美容師自身の接客意識の変化、今まで当たり前であったものが当たり前でなくなり、当社におきましても試行錯誤を重ねて運営してまいりました。

そして、コロナ禍の社会で加速したDX（デジタルトランスフォーメーション）が、人々の生活をより良い方向へ導く未来が予測されるなか、美容業界においても従来の延長線上にない変革が求められております。

当社といたしましても、この変革期に対応すべくDXを推進した美容室経営を実践すると同時に、いつの時代でも美容業にとって不変である人材・美容技術を発展させていくことで、「デジタルと人の融合」を目指してまいります。そのうえで、2024年度の当社創業60周年に収益力の安定性を高め、成長基盤を確立させるため、ここに中期経営計画『T-ip60』を策定するものであります。

2. 「中期経営計画」について

[名称]

『T-ip60』

～ TAYA innovation & power 60th ～

[計画期間]

- ・ 2022年度から2024年度(当社創業60周年)の3年間

3. 具体的な取り組み項目

(1) 成長戦略 (innovation)

① インフラ構築

- ・ 全店にPOSレジを導入し、顧客情報・予約管理・会計管理を一体化させ、業務負担を軽減
- ・ 顧客情報の一元管理により、顧客ステータスや個人に合わせた、きめ細かなアクションを実施
- ・ 通常料金の見直しや電子ポイントシステムを導入することで、お客様へ新しい価値の提供と再来店の動機づけをし、来店的好循環を生み出す

② 販促活動

- ・ 販促チームを発足し、効果的なSNSの活用や世代に合わせた販促を推進
- ・ 自社のWEBサイトを集客ページとIRページに分離し、よりターゲットを明確にしたWEBサイトの運用
- ・ 話題性のあるタレントを起用し、パブリックイメージの浸透を図る

③ 商品販売の拡大

- ・ 市場ニーズの高い商品の導入や、OEM商品の開発および積極販売
- ・ TAYAアプリとECサイトを連動させることによる、EC販売のシェア拡大
- ・ 顧客以外の購買者へのEC販売の認知向上と拡販を図る

(2) 人材・技術教育戦略 (power)

① 組織

- ・ 抜本的な組織改革により、適材適所に人材を配置
- ・ 店舗と本部のオペレーションを再構築し、効率的な連携を図る
- ・ 本部をスリム化し、意思決定のスピードと戦略の実効性を高める

② 人材

- ・ 美容師の所得増加を実現するシステムを構築
- ・ 美容学校との連携、WEBを活用した採用で全国から人材を確保
- ・ キャリアパスを充実させ、人材の定着化を図る

③ 技術教育

- ・ 若年層や大人世代、それぞれの髪質やお悩みに合わせた施術メニューの開発・展開
- ・ 店長教育、社員教育を通じて、個人能力向上と店舗能力向上の相互作用を実現
- ・ 早期育成プログラム「TAYAアカデミー」から「スーパージュニア」を選抜し、特別レッスンにより戦力供給スピードを高める

(3) コーポレート戦略

① 収益施策

- ・ 材料の適正使用、OEM商品の積極販売による商品原価低減、印刷物のデジタル化など経費の徹底管理で合理的なコスト削減
- ・ 本部のスリム化による一般管理費の圧縮
- ・ 本部収益拡大のための新たな収益源を創出

② 店舗施策

- ・ 新規出店 (期間中: 13 店舗)
 - ・ 店舗改装 (期間中: 14 店舗)
 - ・ 店舗閉鎖 (期間中: 7 店舗)
- ※ 新規出店は、規模ではなく収益性を最重要視、立地・集客面を勘案しコンパクトサロンを目指す
- ※ 直営店経営のみならず、あらゆる出店形態を展開

③ ESGの推進

当社は「すべての人に夢と希望を与え社会に貢献する」という企業理念のもと、これまでも環境への配慮や、地域社会への貢献、透明性のある経営体制の構築に取り組んでまいりました。また、当社のSDGsアンバサダーとして、トランスジェンダーで建築家の「サリー楓さん」を起用し、当社の姿勢とポリシーを全面的に訴求してまいりました。すべての人に平等で差別のない技術やサービスを提供することは、まさに美容室だからこそできる社会課題です。

今後最優先となる持続可能な社会の実現と持続的成長を目指し、更なるESG推進を図ってまいります。

4. 「中期経営計画」の業績目標

「デジタルと人の融合」による経営改善を推し進め、最終目標年度に収益力の安定性を高め、成長基盤を確立させるため、以下の業績目標を達成してまいります。

- ・ 初年度 経常利益の黒字化
- ・ 次年度 当期純利益の黒字化
- ・ 最終年度 収益力の安定性を高め、成長基盤を確立する

【数値目標】

(単位：百万円、%、円 銭、%、店)

	2022年度(第49期) [2023年3月期] 【初年度計画】		2023年度(第50期) [2024年3月期] 【次年度計画】		2024年度(第51期) [2025年3月期] 【最終目標年度計画】	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比
売上高	7,420	100.0	7,570	100.0	7,920	100.0
売上原価	6,408	86.4	6,450	85.2	6,629	83.7
売上総利益	1,011	13.6	1,120	14.8	1,290	16.3
販管費	996	13.4	986	13.0	976	12.3
営業利益	15	0.2	133	1.8	314	4.0
経常利益	17	0.2	135	1.8	317	4.0
当期純利益	△46	—	122	1.6	303	3.8
EPS	△9.21		24.44		60.71	
ROE	△3.2		8.4		18.1	
期末美容室数	81		84		90	

※ I F R S の強制適用による業績や指標への影響は考慮しておりません。

以 上