



平成 24 年 5 月 7 日

各 位

株式会社 田 谷
代表取締役社長 田 谷 和 正
(コード番号 4679 東証第一部)
問合せ先
取締役兼専務執行役員
経営企画推進室長 田 代 久 士
(TEL 03-5772-8411)

中長期経営計画『MLP2019』について

当社は、2012 年度を初年度とする新たな中長期経営計画『MLP2019』（2012 年度～2019 年度中長期経営計画）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。

1. 企業理念および経営方針

当社の経営の基本となる企業理念および経営方針は以下のとおりであります。

<p>〈企業理念〉 「すべての人に夢と希望を与え、社会に貢献する」</p> <p>〈経営方針〉 現場第一主義の徹底 社会的責任の認識と遂行 価値の創造 最強の美容組織の形成</p>
--

2. 中長期経営計画策定の背景

当社が属する美容業界では、以下のような経営環境の変化があり、その中で事業基盤を強化し経営の効率性と安定性を高め、成長戦略への展開を図れる企業体質を構築するため、新たな中長期経営計画を策定いたしました。

経営を取り巻く環境

[経済環境]	
日本経済の長期停滞、慢性デフレ状態	
[社会環境]	[業界環境・消費環境]
<ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化による人口構造変化と人口減少 ・ 社会保障制度の改革 ・ 被災地復興と原発問題 ・ 企業業績の減少による雇用・所得環境の悪化 ・ 消費増税など家計負担の増加気運 ・ 国際会計基準の導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 美容室のオーバーストア状態による競争激化 ・ 美容師の獲得難 ・ 個人経営とチェーン経営との競合 ・ 消費者の嗜好の変化と価値基準の個別化 ・ 安心、安全を重視した信頼による消費選別 ・ 生活防衛意識の高まりによる節約消費傾向

3. 中長期経営計画の基本方針

- I. 人材育成の充実と、提供サービスの品質向上（田谷クオリティの確立）
- II. 事業基盤の強化
- III. 成長戦略への展開

4. 具体的な取り組み項目

(1) 人事施策

- ① 「デザイナーの質的量的確保」
 - ・ 全国の美容学校への定期的な技術教育支援により親交を深め卒業生の安定的な受入態勢の構築
 - ・ 現役を離れた美容師の再雇用制度「チョコチョコキママさん支援制度」などによる雇用の推進
 - ・ 126 項目の教育カリキュラムによる、デザイナーのランクアップ強化（美容師の技術力の向上）
 - ・ 入社 3 年目にデザイナーデビューを目標とした早期育成プログラム「TAY Aアカデミー」による戦力の早期化
 - ・ 企業規模を生かしたキャリアパスによる、美容師の定着化
- ② 「効率人事の徹底」
 - ・ 店舗特性に適合したデザイナーの効率的な人員配置の実施
 - ・ デザイナーのランクアップ状況に応じたフレキシブルな人事異動の実施

(2) 営業施策

- ① 「有用な技術、サービスの提供」
 - ・ 年間 3 回のシーズン提案により今の時代性を捉えたデザイン・テクニック・薬剤・サービスの開発と提供
 - ・ お客様のあらゆるニーズに対応できる技術力を強化すると共に全国サロンの技術レベルの安定化を図り、お客様に安心・安全・満足を提供
 - ・ 厳選されたヘアケアプロダクツの提供
- ② 「お客様個々に対する個別対応」
 - ・ お客様カルテから得られる 20 項目のパーソナルデータを最大限活用し、お客様個々とのコミュニケーションやデザイン提案を継続的に実施
 - ・ サロン間、美容師間でのお客様情報の引継ぎを円滑に行い、何処でも誰でも安心してご利用いただけるシステムにより生涯取引を実現
- ③ 「お客様の創造」
 - ・ 男性客や今後ますます需要拡大するシニア客層のニーズに対応できるデザイン・テクニック・サービスの開発強化により顧客シェアの拡張
 - ・ 商品販売チャネルの多様化により、全国規模でのヘアケア商品のユーザー獲得
- ④ 「基幹商品（美容施術）の盤石化」
 - ・ 正確な基礎技術をベースとし、洗練されたスピーディなカットによるヘアデザインのベースづくり
 - ・ 主要美容施術であるカット・ヘアカラー・パーマメント・ヘアトリートメント・スタイリングなどによる“テクスチャーチェンジ（質感変化）”を用いて個々のお客様のニーズを捉えたヘアデザインの実現
 - ・ シャンプーやスカルプケア（頭皮）施術によるリラクゼーションサービスの提供

(3) 店舗施策

- ① 「効率的な店舗展開」
 - ・ スクラップ&ビルドや移転、ブランド転換による効率面の改善
 - ・ 既存店舗リニューアルによる経営資源の再活性化の推進
 - ・ ドミナント方式でのエリア出店によるシェアの拡大

(4) コーポレート施策

- ① 「収益力の向上」
 - ・ 基幹商品による収益力の強化
 - ・ OEM商品やマス取引による材料費、商品原価の低減
 - ・ 投資効率にあった広告宣伝の実施

- ・経費の徹底管理と調達方法の見直しによる合理的なコスト削減
 - ・本社のスリム化堅持
- ②「CSR（企業の社会的責任）の徹底」
- ・内部統制システムの確実な運用
 - ・リスク管理体制の強化、情報の社内共有化
 - ・法律、社会制度の変化への迅速な対応
 - ・経営の透明性と健全性の向上

5. 中長期経営計画の目標

企業体質の再構築の基準として、当社の目標とする経営指標を達成することを目標といたします。

【目標とする経営指標】

- ・自己資本当期純利益率（ROE）：10%
- ・売上高経常利益率：10%
- ・1株当たり当期純利益（EPS）：150円

【中長期経営計画最終目標年度】

2019年度（平成32年3月期）

【計画期間】

中長期経営計画期間である2012年度から2019年度の8年間で、4ヵ年毎の2つのステージに分け、それぞれの位置づけを以下のとおりといたしました。

◎第1ステージ【中間目標年度：2015年度（平成28年3月期）】

収益力の強化を主眼とし、企業の基礎体力をつける。

既存店の充実を第一とし、低成長の中においても収益計上が図れる仕組み作りを行う。

新規出店は年間3店舗程度に止め、早期に利益体質となるサロン作りの標準化を図る。

◎第2ステージ【最終目標年度：2019年度（平成32年3月期）】

既存店による収益基盤をベースに、成長戦略への展開を図る。

新規出店を年間5店舗以上に加速し、成長基盤（年3.5%平均）を確立する。

目標経営指標の達成。

【数値目標】

（単位：百万円、%、円、%、店、人）

	2011年度(第38期) 〔平成24年3月期〕 (実績)		2015年度(第42期) 〔平成28年3月期〕 【第1ステージ】		第38期 比較増減 金額	2019年度(第46期) 〔平成32年3月期〕 【第2ステージ】		第42期 比較増減 金額
	金額	売上比	金額	売上比		金額	売上比	
売上高	12,518	100.0	13,600	100.0	+1,082	15,500	100.0	+1,900
売上総利益	1,968	15.7	2,300	16.9	+332	3,125	20.2	+825
営業利益	505	4.0	790	5.8	+285	1,555	10.0	+765
経常利益	502	4.0	785	5.8	+283	1,550	10.0	+765
当期純利益	161	1.3	370	2.7	+209	750	4.8	+380
EPS	32.02		74.34		+42.34	150.69		+76.35
ROE	3.7		7.1		+3.4P	10.9		+3.8P
期末美容室数	147		160		+13	181		+21
期中平均スタッフ数	1,862		2,003		+141	2,264		+261

※IFRSの強制適用による業績や指標への影響は考慮していません。