



平成 27 年 10 月 2 日

各 位

会社名 株式会社 チヨダ
代表者名 代表取締役社長 舟橋 浩司
(コード番号 8185 東証第一部)
問合せ先 専務取締役 田木 敬
(TEL. 03-3316-4131)

中期経営計画に関するお知らせ

当社は、平成 30 年 2 月期を最終年度とした 3 ヶ年の中期経営計画を下記の通り策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 業績計画

3 ヶ年の業績計画（平成 28 年 2 月期から平成 30 年 2 月期まで）は以下のとおりであります。

<連結>

(単位：百万円)

	平成 28 年 2 月期 (予想)		平成 29 年 2 月期 (計画)		平成 30 年 2 月期 (計画)	
	予想	売上比 (%)	計画	売上比 (%)	計画	売上比 (%)
売上高	143,900	100.0	144,700	100.0	145,500	100.0
売上総利益	70,200	48.8	71,200	49.2	71,900	49.4
販売費及び 一般管理費	60,600	42.1	60,600	41.9	60,500	41.6
営業利益	9,600	6.7	10,600	7.3	11,400	7.8
ROE	6.8%		7.9%		8.5%	

<単体>

(単位：百万円)

	平成 28 年 2 月期 (予想)		平成 29 年 2 月期 (計画)		平成 30 年 2 月期 (計画)	
	予想	売上比 (%)	計画	売上比 (%)	計画	売上比 (%)
売上高	105,500	100.0	107,500	100.0	109,000	100.0
売上総利益	51,000	48.3	52,400	48.7	53,400	49.0
販売費及び 一般管理費	42,000	39.8	42,600	39.6	43,000	39.4
営業利益	9,000	8.5	9,800	9.1	10,400	9.5
出店数	40 店		30 店		30 店	
閉店数	55 店		20 店		20 店	

平成 29 年 2 月期、平成 30 年 2 月期の出退店には、業態の変更に伴う出退店は含まれておりません。

2. 中期経営計画の重点施策

<靴事業>

- (1) 商品戦略 ～PBとNBのハイブリッド政策の推進～
 - ① 高付加価値プライベートブランド商品の開発、プレミアムラインの取組み
 - ② プライベートブランド、ライセンスブランド商品の構成比引き上げ
 - ③ グローバルブランド各社との取組み強化
 - ④ 受発注から配送までのシステム再構築

- (2) 店舗戦略 ～店舗活性化の推進～
 - ① 「東京靴流通センター」のコンセプト刷新、インショップ型「シュープラザ」の開拓、既存店の業態変更など店舗のリニューアルによる顧客層の拡大
 - ② 繁華街など人口密度の高い駅周辺立地への積極出店、不採算店の閉鎖による収益性の改善
 - ③ 女性目線を意識した店舗環境の整備

- (3) 財務方針 ～株主還元と持続的成長のための投資～
 - ① 中期経営計画期間中、連結配当性向 50%かつ連結総還元性向 100%を目処とする株主還元の実施
 - ② 財務の効率化を推進しつつ、持続的成長のための事業拡大、M&A投資等を図る

- (4) 人事・組織戦略
 - ① 新人事制度の導入
 - ② 本社と地区本部との業務分担の見直し及び連携強化
 - ③ 女性管理職登用の積極化

<衣料事業>

- (1) 販売戦略
 - ① 営業改革・商品改革・販促改革からなる「三位一体改革」の推進により、既存店売上高の増加を重点施策とする。
 - ② 実需型定番商品を幅広く展開するとともに、季節イベント関連商品の取扱い増加により、新規顧客を開拓することで、客数増加を図り、あわせて、コーディネート販売を強化し、客単価の上昇も図る。

- (2) 出退店・改装戦略
 - ① 新業態「マックハウス・スーパーストア」、首都圏駅近型「マックハウス・メンズストア」の出店に注力
 - ② 改装を積極的に実施し、「マックハウス」への店名統一を推進
 - ③ 不採算店閉鎖を大量実施することにより、収益体質を強化

なお、本中期経営計画は、種々の前提に基づき策定したものでありますが、将来業績を証するものではなく、経営環境の変化等により変動する可能性があることにご留意ください。

また、平成 29 年 4 月より消費税が 8 %から 10%に上がることを前提としております。

以上