

平成 27 年 1 月 14 日

各 位

会 社 名 タ マ ホ ー ム 株 式 会 社
 住 所 東 京 都 港 区 高 輪 三 丁 目 22 番 9 号
 代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 兼 C E O 玉 木 康 裕
 (コード番号：1419)
 問 合 せ 先 執 行 役 員 経 営 企 画 部 部 長 齋 木 洋 成
 T E L . 03-6408-1200

タマホーム 中期経営計画の策定について

タマホーム株式会社は、創業 20 周年を迎える平成 30 年 5 月期を最終年度とする中期経営計画「タマステップ 2018」を策定しましたので、お知らせいたします。

当社は、平成 10 年に創業して以来、「より良いものをより安く 提供することにより 社会に奉仕する」という経営理念の元、「低価格良質住宅」市場のパイオニアとして邁進してまいりました。タマホームグループは、さらなる飛躍を図るため市場環境に迅速に適応し、事業チャンスの最大化と効率化を推進するとともに、株主還元を努めてまいります。

1. 現在、進行中の中期経営計画「タマステップ 2016」について

シェアアップに向け、積極的に出店をしましたが、想定した新店効果は得られず、販売棟数が伸びなかった結果、住宅周辺事業の売上も停滞しています。また、非土地保有顧客の成約率向上を目指して展開した戸建分譲事業は一定の成果を出しており、引き続き事業の拡大に向け本格展開してまいります。新規事業については、費用先行が続く中、展開先が拡大しリソースが分散してしまいました。

また、消費税増税の影響や我が国の人口減少などの外部要因に対応するため、新たな成長を目指した戦略の転換が必要と判断しました。

2. タマステップ 2018 の基本方針

「“面”の展開から“層”の拡大による成長へ」

店舗網拡大による面の拡大だけでなく、多様な商品・サービスを展開することで顧客層の拡大を図って新たな成長軌道の基盤をつくる

3. 経営数値目標

	2015/5 期予想	2018/5 目標
販売棟数 *	7,430 棟	10,150 棟
売上高	1,492 億円	2,000 億円超
営業利益率	1.5%	3.5%
R O E	0.3%	15%
D / E レシオ	1.2 倍	1.2 倍

* 引渡棟数ベースで戸建分譲住宅含む

4. 基本戦略

- (1) 低価格良質住宅を中心として注文住宅事業を強化
- (2) 戸建分譲事業を中心として不動産事業を拡大
- (3) リフォーム等の住宅周辺事業を強化
- (4) 確実な戦略転換を実現する組織・ガバナンスの改革とリソースの集約

5. 重点事業領域及び主な施策

(1) コア事業

①注文住宅事業

- 低価格良質住宅の充実、ハイエンドへの取り組み開始により顧客層の拡大を目指す
- 販売ラインを多様化し、顧客層の厚みを図る。既存の価格帯に加え、ベーシックライン（低価格帯）、ハイライン（高価格帯）の層の厚い商品展開をする。

(2) 成長事業

①戸建分譲住宅事業

- 来店者の 6 割を占める非土地保有者（＝住宅 1 次取得者）を対象に、低価格良質住宅中心の分譲開発を行う

②周辺事業

- 当社設立後 17 年を経て、リフォーム期を迎える OB 顧客へのサービス強化を中心に LTV（Life Time Value）の向上を追求

(3) 新規事業

①不動産仲介事業

- 事業の本格化により、総合住宅産業に向けた基礎作りに着手

(4) 新たなプロモーション戦略

- プロモーション戦略の転換「認知から理解へ」
業界トップクラスの認知度を誇るものの、低価格・ローコスト住宅のイメージに限定されているため、本来もっている高品質な商品の理解を目指したプロモーションへ転換する。

以 上