



# 2024年3月期 決算説明資料

2024年5月9日  
株式会社ティーガイア

# 免責事項

---

資料中の業績見通し数値は、現時点において入手可能な情報から得られた判断・予想に基づくものですが、リスクや不確実性を含んでいる情報から得られた多くの仮定及び考えに基づきなされたものであります。実際の業績は、さまざまな要素によりこれら業績見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。

実際の業績に影響を与える要素には、事業環境、経済情勢の悪化、法令その他の関連する規制の動向、訴訟における不利な判決等がありますが、これらに限定されるものではありません。

1. 2024年3月期 連結決算概要
2. 2025年3月期 連結業績予想
3. 新中期経営計画(2025年3月期～2027年3月期)
4. 参考資料

# 1. 2024年3月期 連結決算概要

# 2024年3月期 連結決算概要(累計期間)

モバイル事業の復調・効率化が進み営業増益  
連結範囲の変更による売上総利益、販管費のグロスアップあり

(単位:億円)	23/3期 累計	24/3期 累計	前期比
売上高	4,536.0	4,489.5	99.0%
売上総利益 (売上総利益率)	707.6 (15.6%)	747.4 (16.7%)	105.6% (+1.0p)
販管費	637.7	666.9	104.6%
営業利益 (営業利益率)	69.9 (1.6%)	80.5 (1.8%)	115.1% (+0.3p)
営業外損益 (カード退蔵益他)	46.4	43.3	93.4%
経常利益	116.3	123.9	106.5%
純利益 ※1	79.3	70.1	88.3%
回線契約数 (万回線)	358.9	338.0	94.2%

24/3期 通期計画 ※2	計画比
4,595.0	97.7%
749.0 (16.3%)	99.8%
667.0	100.0%
82.0 (1.8%)	98.2%
42.0	103.3%
124.0	99.9%
66.0	106.3%

※1 純利益:親会社株主に帰属する当期純利益

※2 2024年2月2日公表の通期連結業績予想へ差し替えております

# 2024年3月期 連結決算概要(会計期間)

3Qに引き続き、4Qにおいても1回線あたりの単価改善、店舗の効率化等により営業増益  
 例年通り4Qの回線契約数は3Qから増加。省令等の改正(2023/12)の影響、買換えサイクルの長期化等もあり前年同期比では減少

(単位:億円)	1Q			2Q			3Q			4Q		
	23/3期	24/3期	前年同期比	23/3期	24/3期	前年同期比	23/3期	24/3期	前年同期比	23/3期	24/3期	前年同期比
売上高	1,084.9	<b>964.3</b>	88.9%	1,043.3	<b>1,064.1</b>	102.0%	1,154.8	<b>1,261.3</b>	109.2%	1,252.9	<b>1,199.6</b>	95.7%
売上総利益 (売上総利益率)	173.3 (16.0%)	<b>171.6</b> (17.8%)	99.0% (+1.8p)	172.8 (16.6%)	<b>186.4</b> (17.5%)	107.9% (+0.9p)	173.2 (15.0%)	<b>188.3</b> (14.9%)	108.7% (Δ0.1p)	188.2 (15.0%)	<b>201.0</b> (16.8%)	106.8% (+1.7p)
販管費	150.6	<b>161.2</b>	107.0%	159.2	<b>171.0</b>	107.4%	162.9	<b>163.5</b>	100.4%	164.8	<b>171.0</b>	103.8%
営業利益 (営業利益率)	22.7 (2.1%)	<b>10.3</b> (1.1%)	45.8% (Δ1.0p)	13.6 (1.3%)	<b>15.3</b> (1.4%)	112.8% (+0.1p)	10.2 (0.9%)	<b>24.7</b> (2.0%)	241.4% (+1.1p)	23.3 (1.9%)	<b>29.9</b> (2.5%)	128.4% (+0.6p)
営業外損益 (カード退蔵益他)	9.9	<b>8.2</b>	83.2%	10.2	<b>9.5</b>	93.4%	12.1	<b>11.7</b>	97.2%	14.1	<b>13.7</b>	97.5%
経常利益	32.6	<b>18.6</b>	57.2%	23.8	<b>24.8</b>	104.5%	22.4	<b>36.5</b>	163.3%	37.4	<b>43.7</b>	116.8%
純利益	23.8	<b>11.1</b>	46.8%	17.5	<b>17.2</b>	98.3%	13.5	<b>9.6*</b>	71.7%	24.4	<b>32.0*</b>	131.0%
回線契約数 (万回線)	90.1	<b>76.9</b>	85.3%	84.2	<b>82.4</b>	97.9%	86.2	<b>87.2</b>	101.2%	98.1	<b>91.3</b>	93.1%

※3Q、4Qにおいては、Relay2減損の影響が純利益に含まれております。  
 (3Q:のれん等減損▲約14億円、4Q:税効果等を計上+約2.6億円)

# 2024年3月期 セグメント別業績

(単位:億円)	モバイル事業				ソリューション事業				スマートライフ・クオカード事業			
	23/3期 累計	24/3期 累計	前期比	計画比	23/3期 累計	24/3期 累計	前期比	計画比	23/3期 累計	24/3期 累計	前期比	計画比
売上高	3,815 [84.1%]	<b>3,778</b> [84.2%]	99.1%	102.2%	376 [8.3%]	<b>414</b> [9.2%]	110.0%	76.4%	341 (300) [7.5%]	<b>296</b> (246) [6.6%]	86.7% (83.0%)	76.2%
営業利益	40.3 [57.7%]	<b>71.2</b> [88.5%]	176.5%	134.9%	25.8 [36.9%]	<b>16.0</b> [20.0%]	62.2%	50.9%	1.2 (16.0) [1.7%]	<b>▲ 5.3</b> (8.0) [▲6.7%]	- (52.1%)	-
純利益	25.8 [32.5%]	<b>43.0</b> [61.3%]	166.4%	139.6%	20.3 [25.6%]	<b>▲ 0.9</b> [▲1.4%]	-	-	29.9 (11.0) [37.8%]	<b>27.1</b> (6.0) [38.7%]	90.6% (57.8%)	88.2%
回線 契約数 (万回線)	325.4	<b>305.3</b>	93.8%	-	33.4	<b>32.6</b>	97.7%	-	-	-	-	-
事業環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来店客数は復調傾向</li> <li>・独自商材中心に1回線あたりの単価アップ、値引きの抑制</li> <li>・店舗の効率化も進み、営業増益</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>・デバイス販売における収益の伸び悩み</li> <li>・営業システム稼働開始にともなう償却費等、システム関連費用が先行</li> <li>・連結範囲の変更(連結子会社3社増)</li> <li>・Relay2ののれん等を減損</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>・PIN・ギフトカードの取扱高は低調</li> <li>・QUOカード/QUOカードPay発行は前2Qに自治体大型案件があり発行高減少</li> <li>・モバイルから人員異動により人件費増加</li> <li>・退職金は期初想定どおり</li> </ul>			

[ ] 内の数値はセグメント別構成比、( )内の数値:スマートライフ・クオカード事業単体(子会社配当金を除く)「その他」に該当する金額は本表では記載を省略しております。

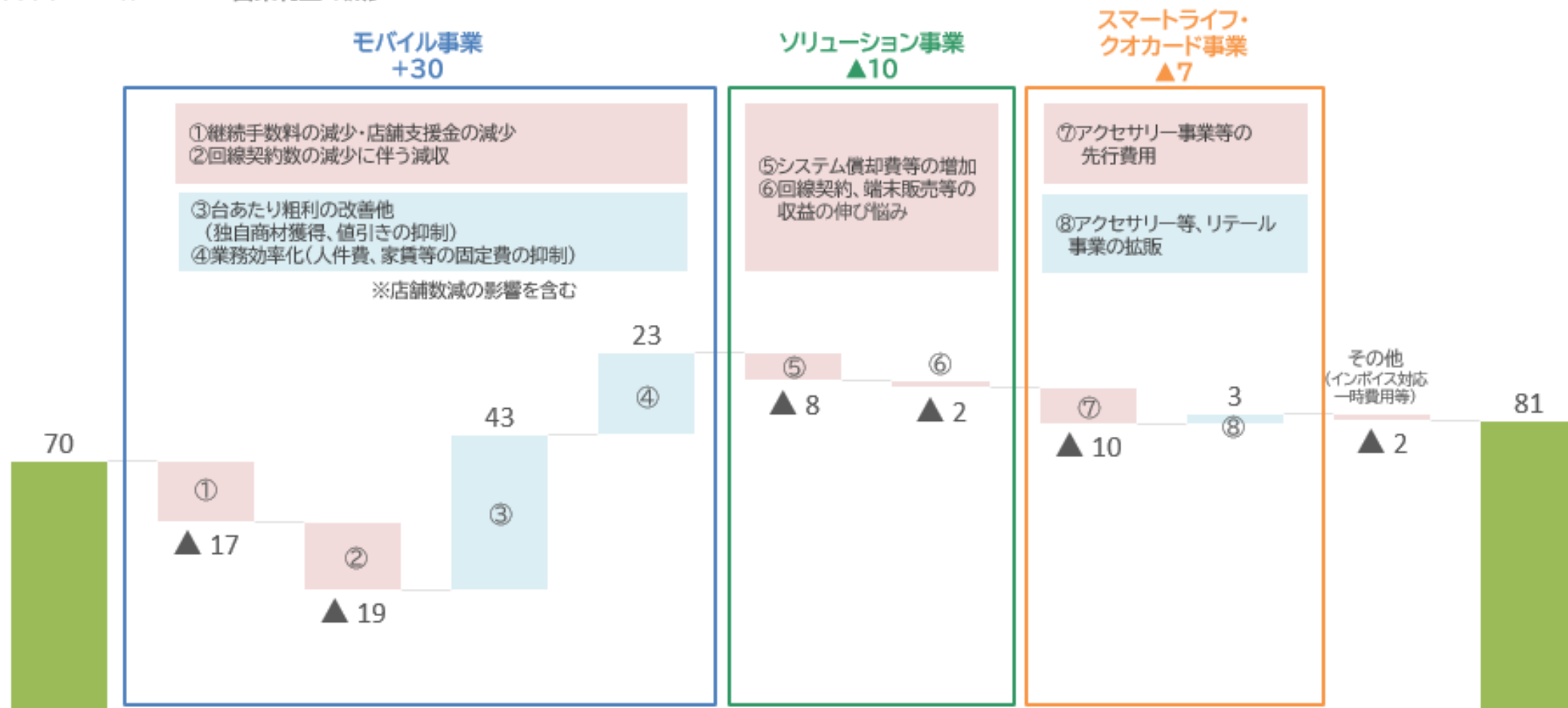
# 2024年3月期 連結決算概要(増減理由)

## 営業利益 前期比増減

※連結影響子会社の増加影響等はNETして表示

■ 営業利益の増加 ■ 営業利益の減少 ■ 営業利益

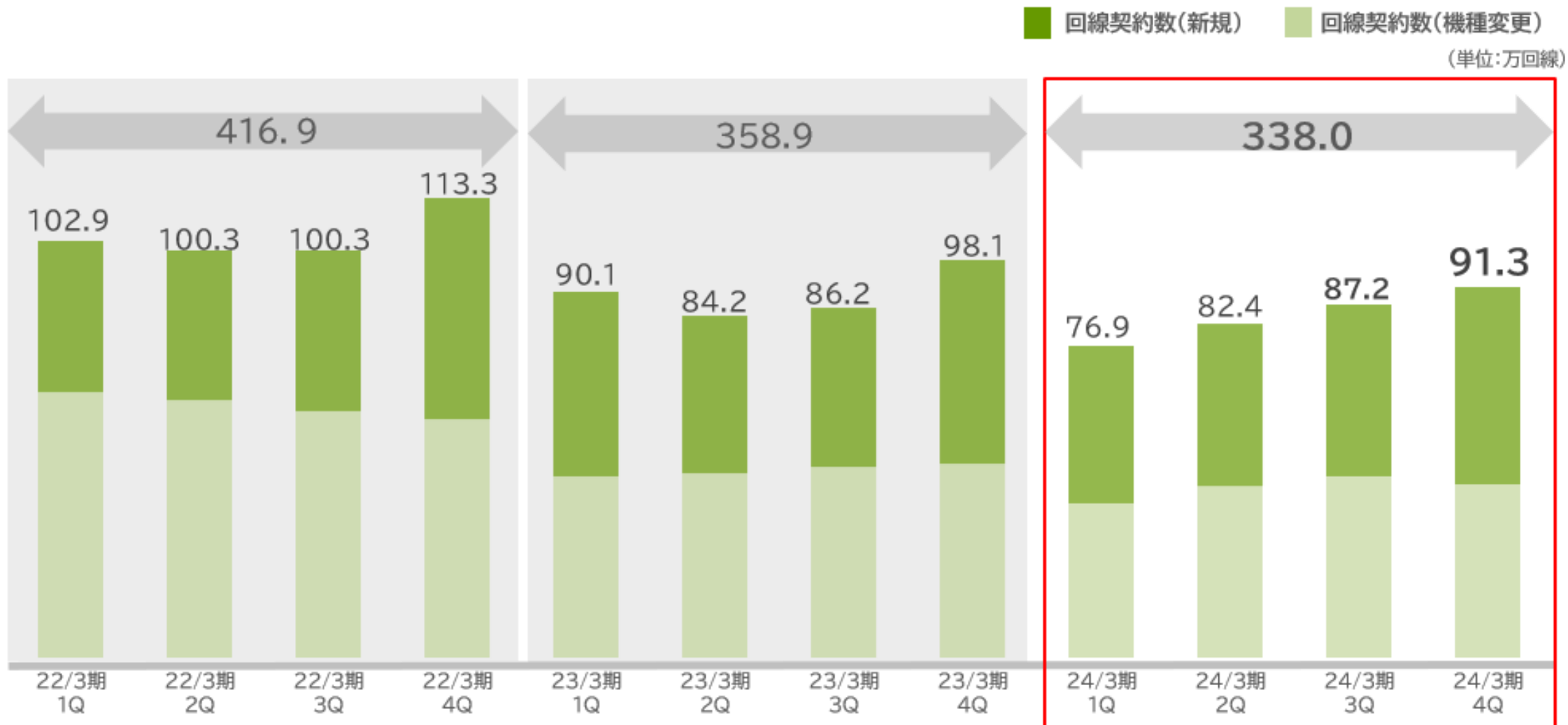
(単位:億円)





# 全社回線契約数推移

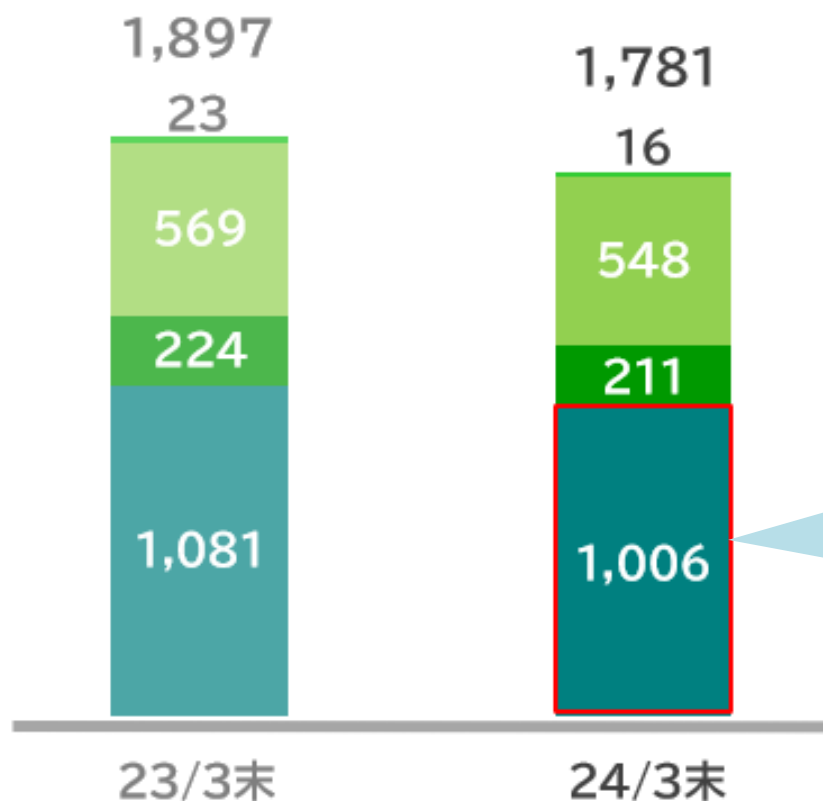
物価上昇、買い替えサイクルの長期化に加え、省令等の改正の影響により新規・機種変更ともに伸びは鈍化傾向



# 全社販売拠点数推移

当社判断により、地域ごとの店舗配置の見直し・サブブランド店の統合・不採算店の閉鎖を実施

- キャリアショップ
- 併売店等
- 量販店
- アクセサリーショップ・その他  
(Smart Labo・UNiCASE・ECサイト含む)



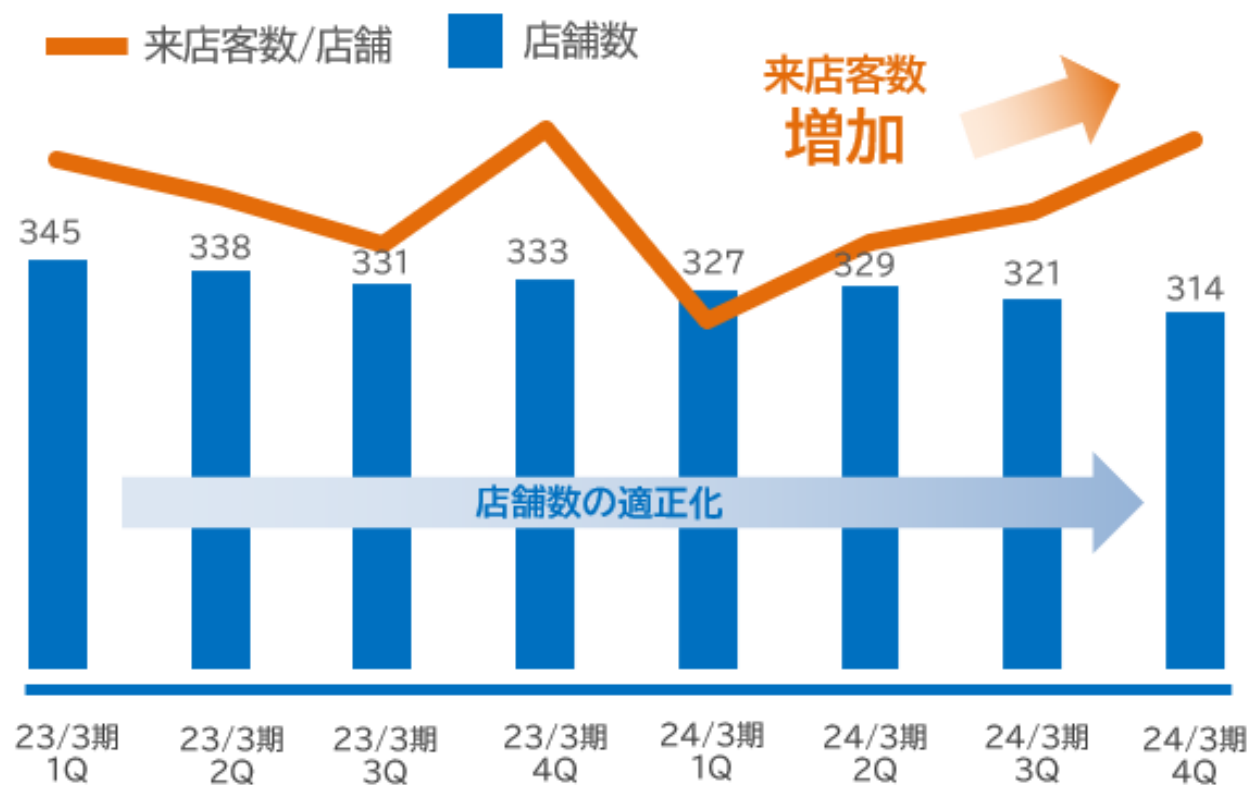
## キャリアショップ数推移

	23/3末		24/3末		増減数	
	店舗数	内)直営店	店舗数	内)直営店	店舗数	内)直営店
ドコモ	368	211	346	201	▲ 22	▲ 10
au	327	80	296	73	▲ 31	▲ 7
SB	309	42	296	40	▲ 13	▲ 2
YM	31	4	29	2	▲ 2	▲ 2
UQ	11	8	5	2	▲ 6	▲ 6
楽天	35	28	34	27	▲ 1	▲ 1
計	1,081	373	1,006	345	▲ 75	▲ 28

# モバイル事業 主要KPI推移

店舗統廃合の影響で、総来店客数は前期比97.5%と減少  
一方で、店舗運営の効率化により店舗あたりの来店客数は増加し収益改善

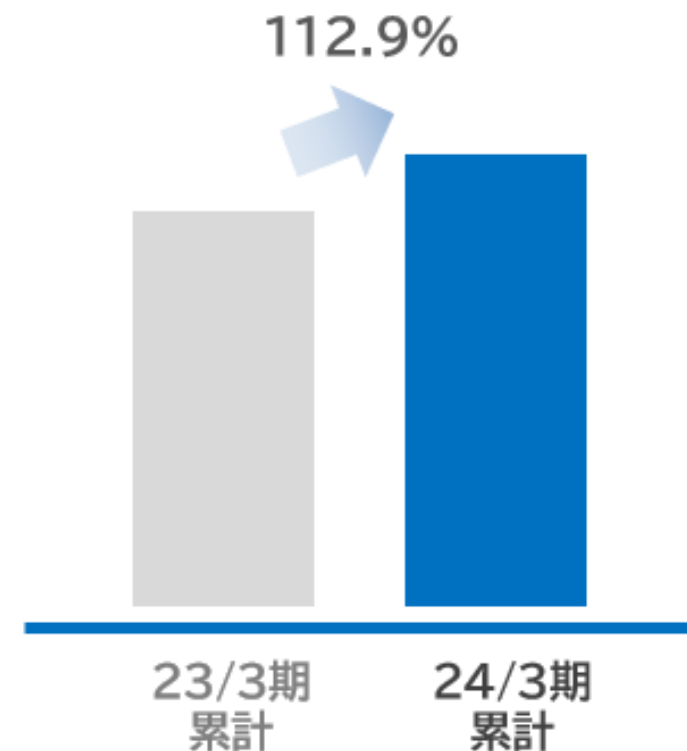
## 直営キャリアショップ<sup>※</sup>来店客数/店舗 ・ 店舗数推移



※ドコモ、au、SoftBankショップの合計値（当社調べ）

独自商材はセキュリティ商材中心に堅調に推移

## 当社独自商材<sup>※</sup> 売上総利益



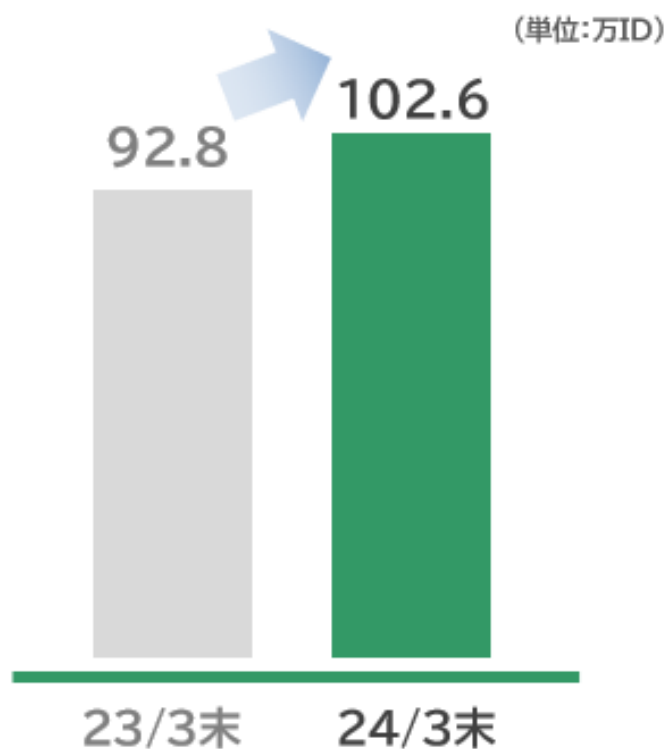
※当社独自商材…スマホアクセサリ、ガラスコーティング、セキュリティ商材など、通信キャリアの回線契約・端末販売以外のサービス・商材

# ソリューション事業 主要KPI推移

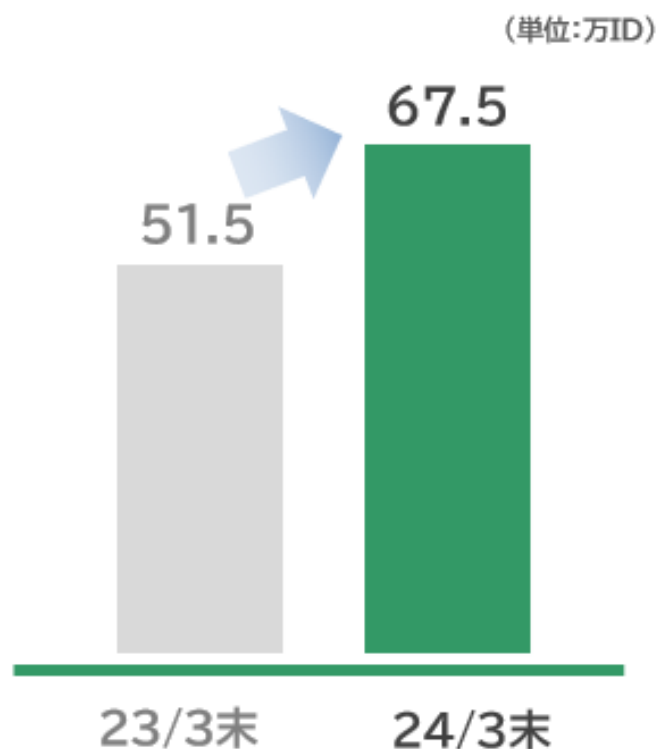
独自商材は堅調に推移

## movino star ID数

movino star : 法人向け通信回線一括管理サービス



## ヘルプデスク ID数(※)



## TG光 累計回線数(再卸含む)

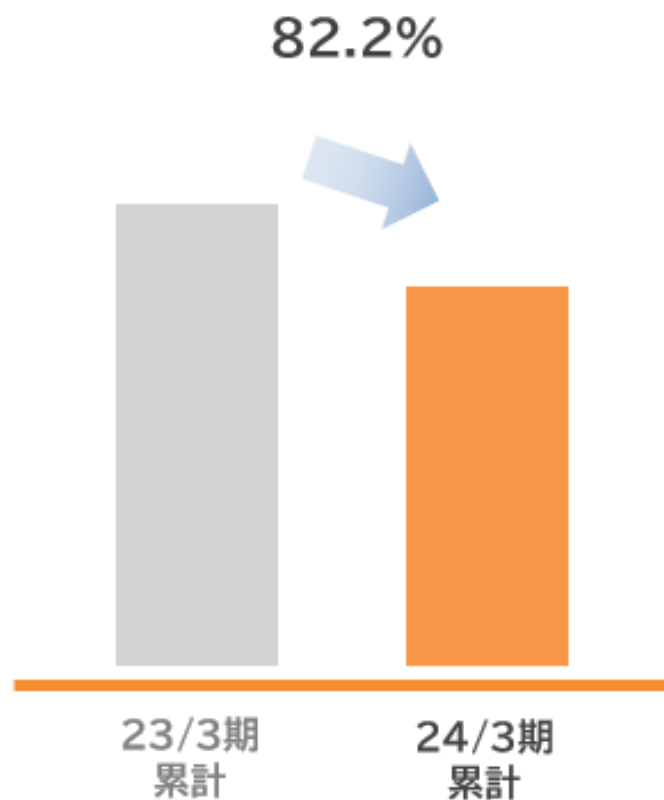


※今年度より、ヘルプデスクに、セキュリティデスク(24時間365日対応)のID数も加えた指標に変更いたしました。前期実績についても遡及適用しております。  
補足資料: 四半期実績推移(Excel)もご参照ください。

# スマートライフ・クオカード事業 主要KPI推移

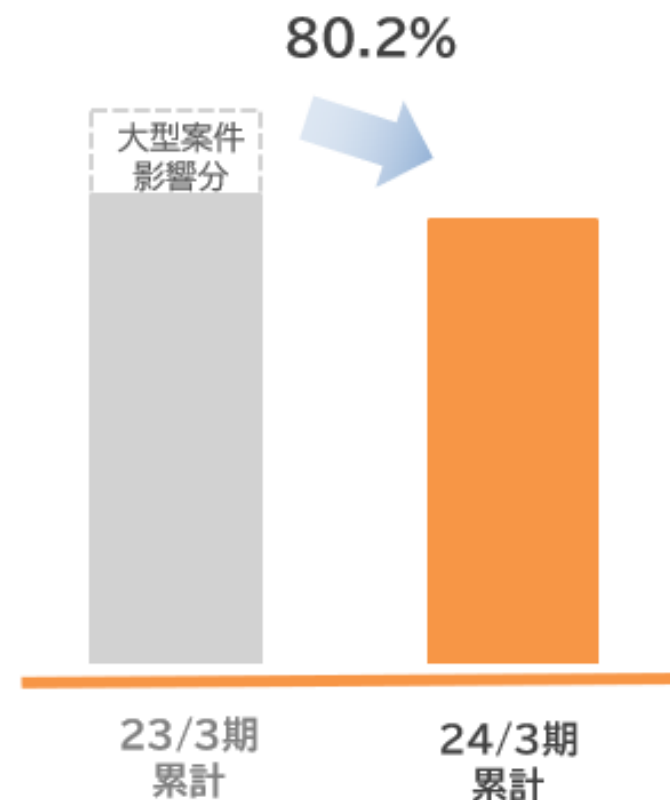
デジタルギフトは伸長しているものの、ゲーム需要等の落ち着きにより、全体は低調に推移

PIN・ギフトカード  
取扱高



前年に自治体向けの大型案件あり、減少。一方で、その影響を除くと堅調に推移

QUOカード・QUOカードPay  
発行高



# (参考)資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

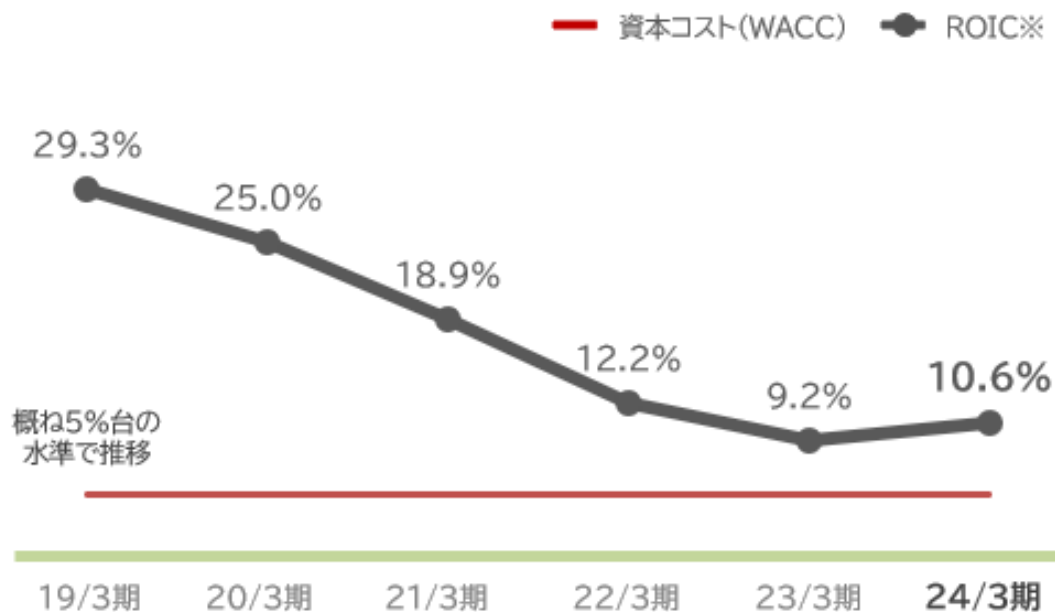
## 資本コストを上回るROICを維持

21/3期新型コロナの影響に備えた資金の確保・大型M&Aのための長期借入や22/3期からのモバイルの事業環境悪化等の影響もあり利益率が低下したものの、事業環境の回復や当社の業務効率化・独自商材の拡販等によりROICは回復基調。各種KPIのモニタリングを徹底し、新中期経営計画で掲げる計画達成に取り組む。

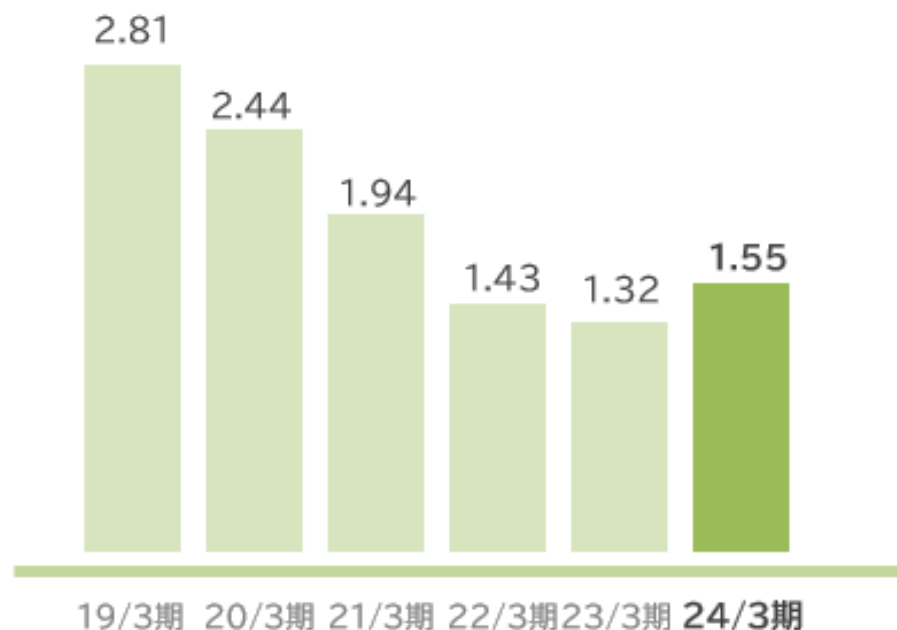
## 市場評価は回復基調

当社株価もROIC同様に事業環境悪化等の影響を受けていたものの、PBRは1倍以上を堅持。今期は回復基調。引き続き、増益による株主還元強化に取り組むことで、株価回復を目指す。

## 資本コストとROIC



## PBR



※ 資本コストはCAPMベースにて算出(リスクプレミアム:7%、ベータ:週次TOPIX比較の例)  
ROICは、カード退蔵益を含めて計算しております。

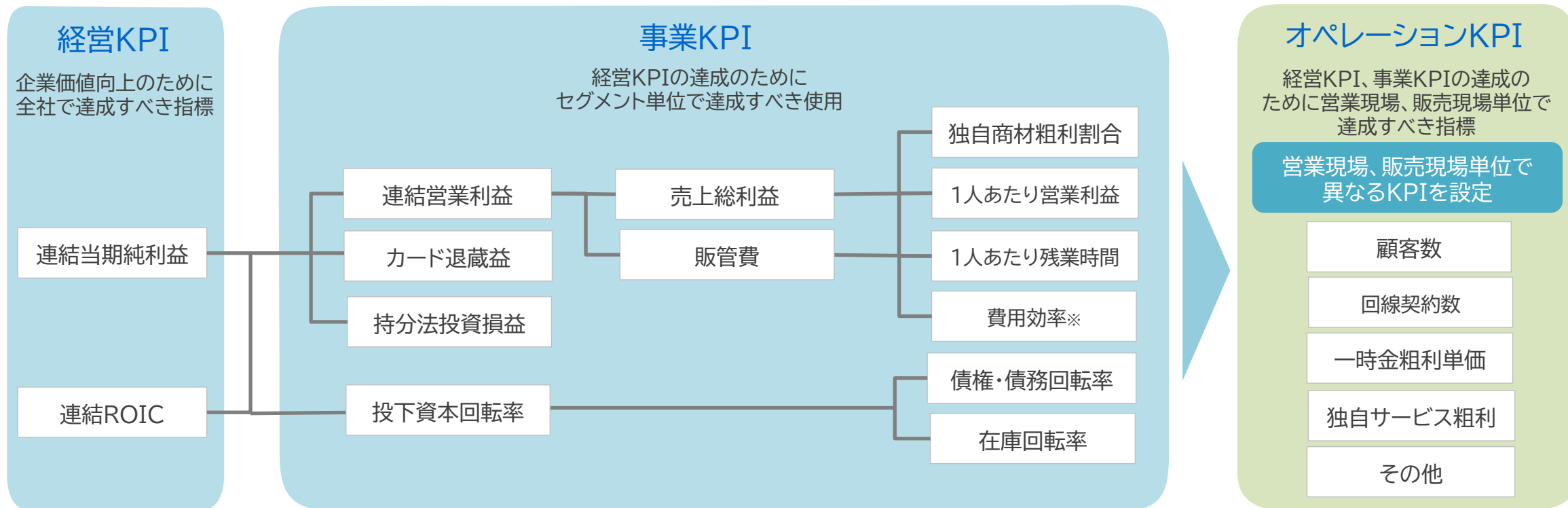
# (参考)資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

## KPI・KAI経営の浸透

中長期的な企業価値向上のために2023年3月期より経営KPI(連結当期純利益・連結ROIC)のモニタリングを開始。

セグメントごとに設定した事業KPIをオペレーションKPIまで落とし込み、さらにはオペレーションKPIを達成するための具体的なKAIを設定。社員一人ひとりがそれぞれのKPI達成に取り組む。

## KPI管理体型(ロジックツリー)



※ 費用効率 = 販管費 / 売上総利益

# (参考)主要財務指標の推移

通期 (単位:%)	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期
自己資本比率	22.8%	26.1%	30.4%	27.4%	29.2%	30.2%	31.2%
自己資本当期純利益率 (ROE)	30.9%	33.3%	24.8%	21.9%	15.7%	11.0%	9.2%
投下資本利益率 (ROIC) <sup>※3</sup>	21.6%	29.3%	25.0%	18.9 % <sup>※1</sup>	12.1%	9.2%	10.6%
売上高営業利益率	2.6%	2.9%	2.9%	3.3% <sup>※2</sup>	2.2%	1.5%	1.8%
純資産配当率 (DOE)	9.3%	10.0%	8.2%	7.0%	6.2%	5.8%	5.5%

※1 21/3期は、新型コロナウイルスの影響に備えた資金の確保と大型M&Aのための長期借入により、負債増。

※2 22/3期から適用となった会計基準の変更を21/3期に遡求適用しております。

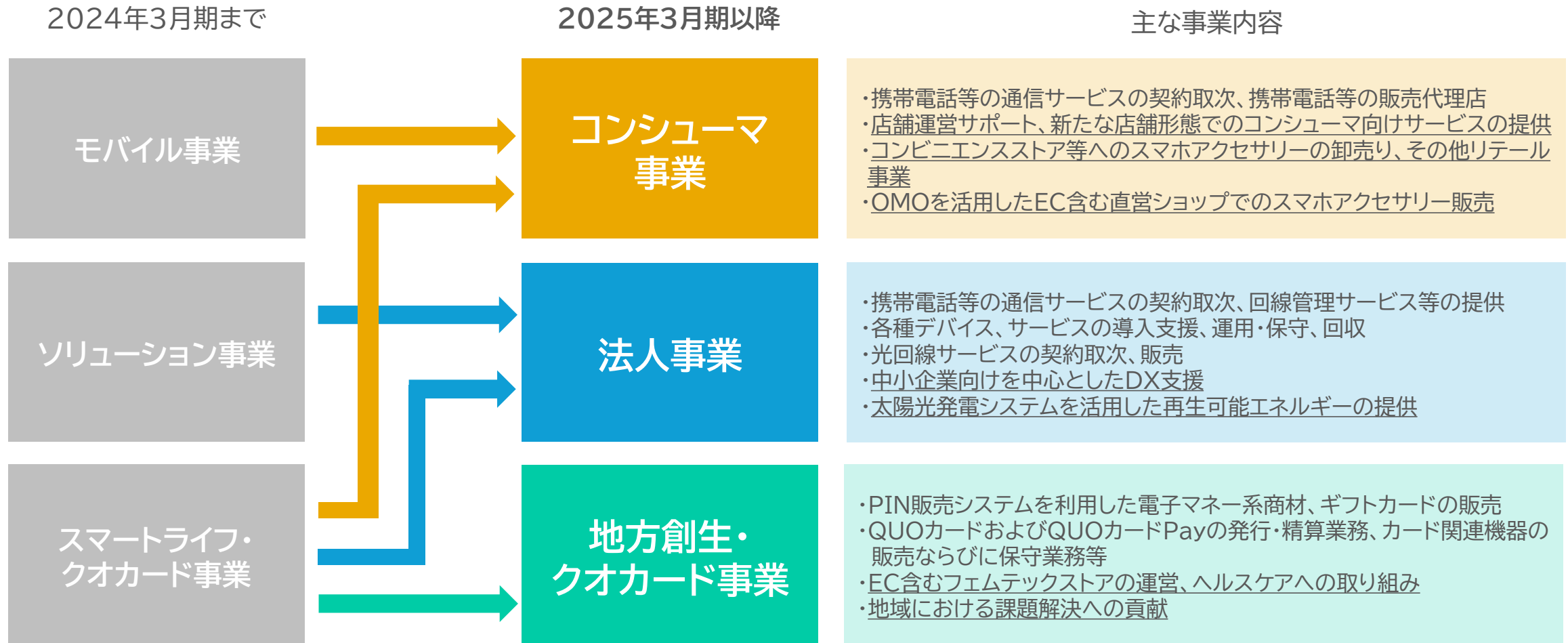
※3 カード退蔵益を含めて計算しております。



## 2. 2025年3月期 連結業績予想

# 中期経営計画の実現に向けた組織改編

マーケットインの視点をベースに、お客様が主役のビジネスへの転換を目指し、組織改編を実行



※下線部は移管、拡充した事業

# 2025年3月期 全社連結業績予想

コンシューマ事業の伸長と法人事業の復調等を見込む  
カード退蔵益は発行額増加により、前期比増を見込む  
希望退職募集の一時費用(特別損失約17億円)を見込む

(単位:億円)	24/3期 通期実績	25/3期 通期計画	前期比
売上高	4,489.5	4,184.0	93.2%
売上総利益	747.5	756.0	101.1%
販管費	667.0	668.0	100.2%
営業利益	80.5	88.0	109.3%
営業外損益 (カード退蔵益他)	43.4	55.0	126.8%
経常利益	123.9	143.0	115.4%
純利益	70.1	80.0	114.1%

純利益:親会社株主に帰属する当期純利益

# 2025年3月期 セグメント別業績予想<sup>※1</sup>

コンシューマ事業は引き続き堅調、法人事業は増益。地方創生・クオカード事業はシステム投資等により減益を見込む

(単位:億円)	コンシューマ事業			法人事業			地方創生・クオカード事業		
	24/3期 実績 <sup>※2</sup>	25/3期 計画	前期比	24/3期 実績 <sup>※2</sup>	25/3期 計画	前期比	24/3期 実績 <sup>※2</sup>	25/3期 計画	前期比
売上高	3,878.2	3,498.0	90.2%	437.1	458.0	104.8%	218.7	254.0	116.1%
売上総利益	585.2	575.0	98.3%	122.2	134.0	109.6%	47.0	57.0	121.3%
営業利益	73.0	75.0 <sup>※3</sup>	102.7%	15.0	22.4 <sup>※3</sup>	148.6%	▲ 6.1	▲14.5 <sup>※3</sup>	—
純利益	43.5	47.6	109.3%	▲ 0.7	12.5	—	26.3	25.7	97.7%

- ※1 2025年3月期より、「コンシューマ事業」、「法人事業」、「地方創生・クオカード事業」へ報告セグメントを変更しました。  
 ※2 2024年3月期実績は、新セグメントにて再集計した結果を表示しております。(売上高はセグメント調整前の参考値。)  
 ※3 2025年3月期よりコーポレート部門の賦課経費負担を見直しました。計画値には次の影響が含まれております。  
 コンシューマ事業: +約7億円、法人事業: ▲約6億円、地方創生・クオカード事業: ▲約4億円  
 ※4 希望退職募集に伴う一時費用は、非表示の「その他」セグメントに含めております。

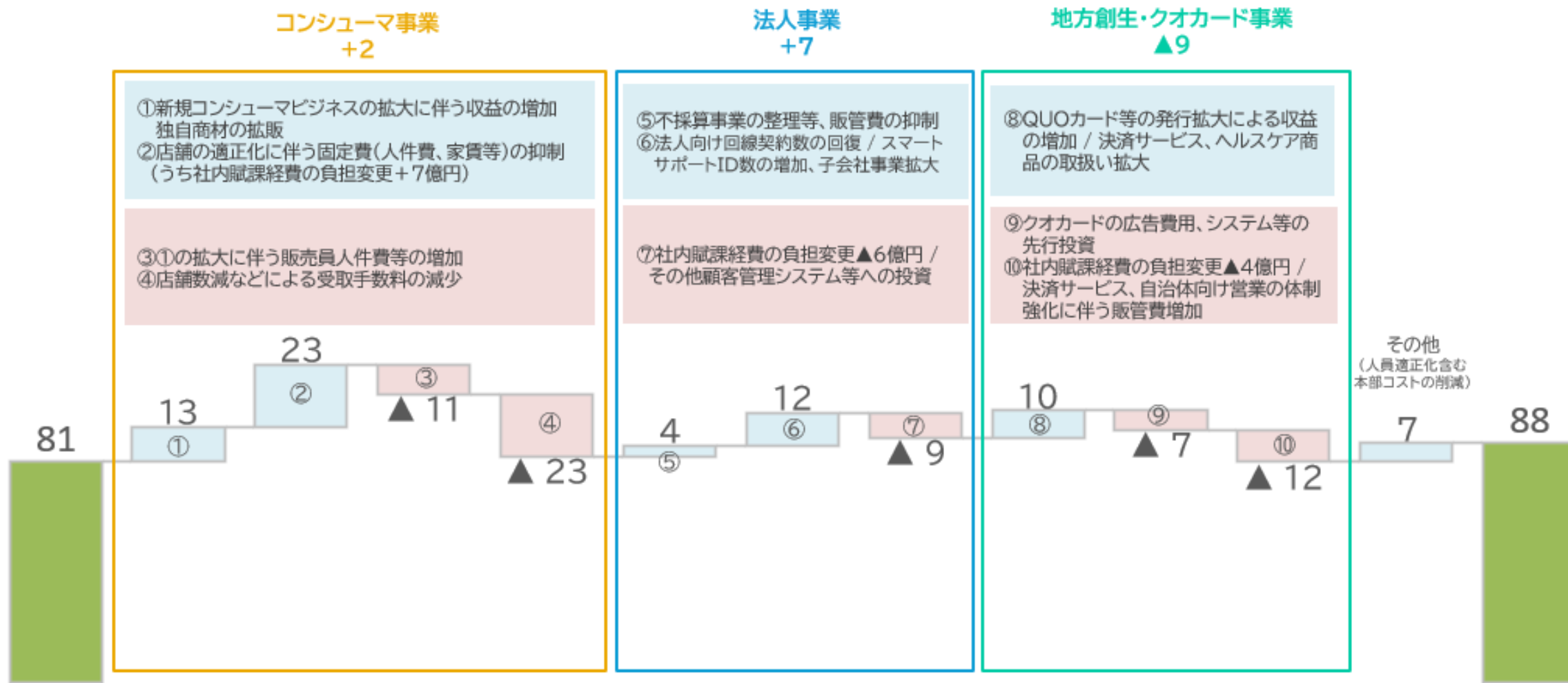
# 2025年3月期 全社連結業績予想(増減理由)

## 営業利益 前期比増減

※2024年3月期実績は新セグメントに組み替えて比較

■ 営業利益の増加 ■ 営業利益の減少 ■ 営業利益

(単位:億円)



# 株主還元策

## 25/3期 配当予想

年間配当金: **75円/株**  
(中間:37.5円/株、期末:37.5円/株)

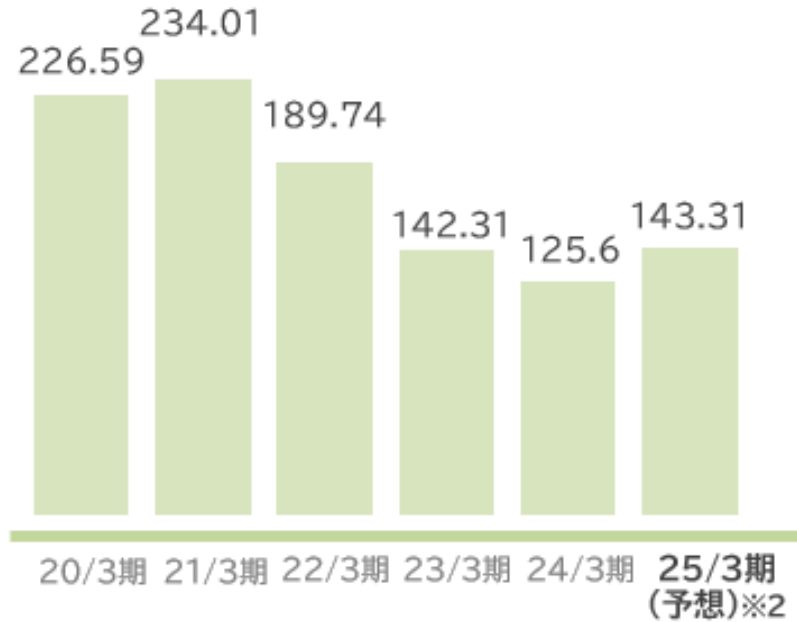
## 配当の基本方針

連結  
配当性向 **40%**を目途※1

長期にわたり安定的かつ  
継続的な利益還元を実施

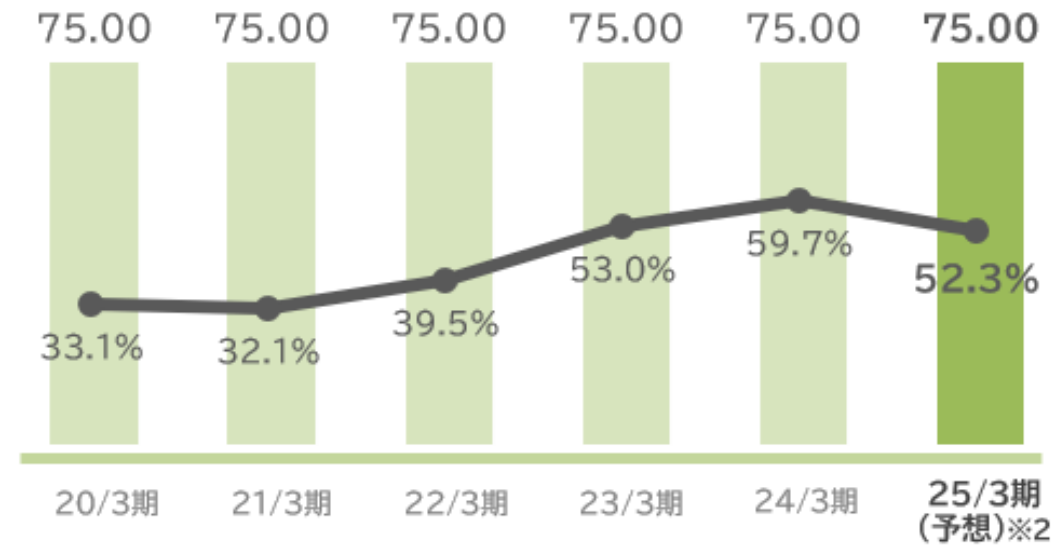
## 1株当たり当期純利益

(円)



## 1株当たり配当額と配当性向

(円) ■ 1株当たり配当額 ● 配当性向



※1 23/3期より連結配当性向を「30%以上」から「40%を目途」に変更しております。

※2 25/3期(予想)の1株当たり当期純利益および配当性向は、24/3期末における期中平均株式数(予想)に基づき算出。

# 希望退職募集について

効率的で競争力のある体制を構築することを目的として、主に間接人員の削減による構造改革を実施

## ●募集目的

当社は、事業環境の変化に対処するため、中期経営計画(2025年3月期～2027年3月期)のもと新たな成長戦略を展開し、組織改編とともに事業の再構築に取り組むこととしております。その実行にあたり一層の収益力の向上と経営基盤の強化のため人員構成の適正化を図り、効率的な体制を構築していく必要があることから、希望退職募集を実施することといたしました。

## ●概要

- |         |   |
|---------|---|
| ① 募集対象者 | 2024年9月30日現在で45歳以上かつ勤続年数5年以上の従業員(販売職除く)       |
| ② 募集人数  | 200名程度  |
| ③ 募集期間  | 2024年7月1日から2024年8月9日まで(予定)                    |
| ④ 退職日   | 2024年9月30日                                    |
| ⑤ 優遇措置  | 特別に算定した退職時加算金を支給します。また希望者に対しては再就職支援を予定しております。 |


## ●今後の見通し

本日付で公表した2025年3月期通期連結業績予想には、退職時加算金などの支払いに伴う特別損失約17億円を見込んでおります。

# 3. 新中期経営計画

(2025年3月期～2027年3月期)

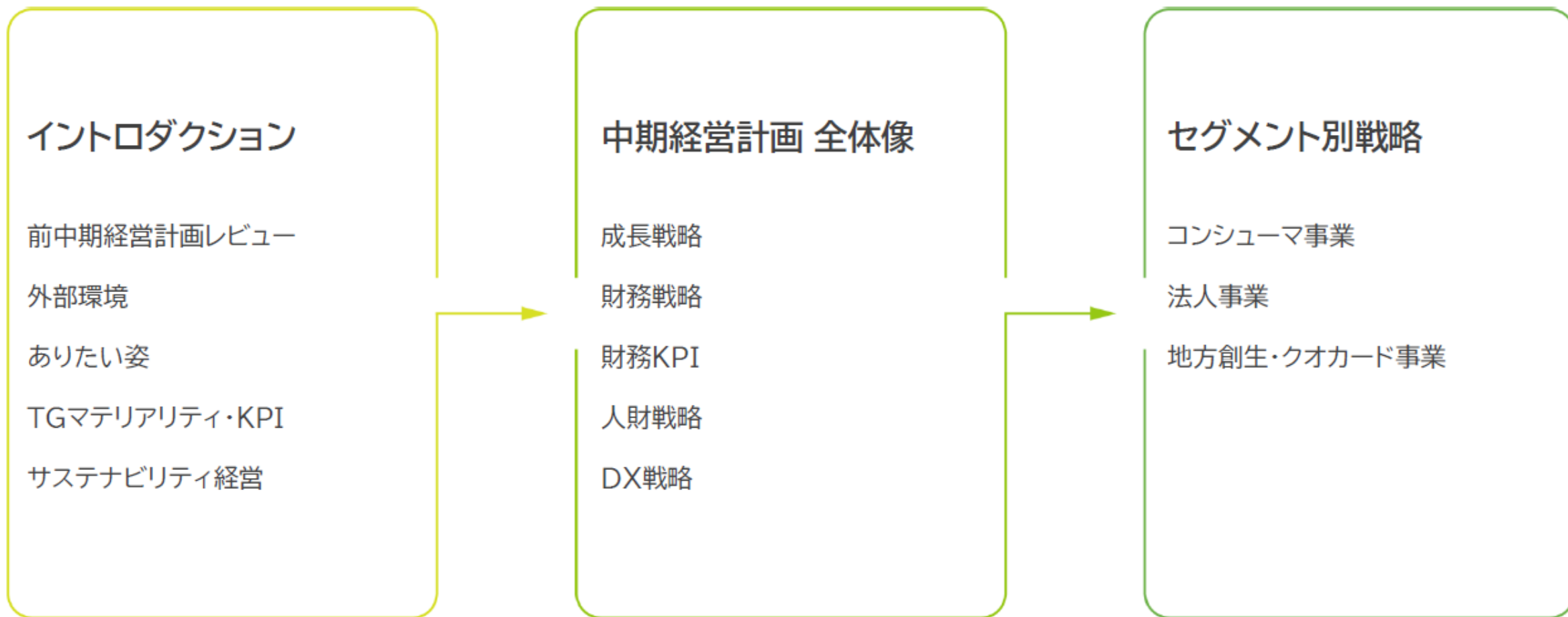




# 中期経営計画

(2025年3月期～2027年3月期)

株式会社ティーガイア



# イントロダクション



前中期経営計画レビュー

外部環境

ありたい姿

TGマテリアリティ・KPI

サステナビリティ経営

# 前中期経営計画レビュー

(2022年3月期～2024年3月期)

## 基本戦略

1

### Edge Enablerとして更なる躍進

- 他社パートナーシップ強化
- 現場密着型で確固たる業界地位の確立

2

### Unique Branded Serviceの創出

- 自社ブランド保有とバリュー創出
- 市場変化対応で経営安定化

3

### 「エコシステム インデックス」評価

- 投資判断基準  
(強みを活用/プラス連鎖/変化を先取り/ESG)

4

### 人×技術

- 当社の強みである人財の最大活用
- ICT手の内化

## 成果

- 既存ビジネスの環境変化に迅速に対応
- 新たなパートナーシップ推進

- 「UNiCASE」買収
- クオカード事業拡大
- OMOの実行

- 複数の少額出資実行
- 複数の新規ビジネス着手

- 各種システム刷新
- BPR推進による生産性向上
- 人財強化着手

## 課題

- 外部環境依存へのさらなる対応
- お客様のニーズを捉えた当社オリジナルサービスの提供

- 新たな自社ブランド事業の創出
- 第4の柱を引き続き模索

- 大型M&Aの実現
- 少額出資先とのシナジー具現化

- 従業員エンゲージメント、リテンション対応
- さらなる生産性向上
- デジタル人財採用および育成

10年後を想定した社会の変化

人口減少

- ・労働人口の減少
- ・企業収益の低下
- ・自治体の機能衰退

AI技術の進化

- ・通信技術の進歩
- ・デバイスの多様化

リアルとオンラインの融合

- ・実店舗の役割の明確化
- ・ウェブ販売の普及

持続可能性

- ・環境社会問題への関心の高まり
- ・SDGs達成への貢献

当社におけるリスクと機会

リスク

- ・労働力の減少
- ・デジタル人財の不足
- ・オンライン接客への対応
- ・地球温暖化や人権問題など ESGリスクへの対応

機会

- ・全国の人財活用
- ・デジタルデバイド解消
- ・実店舗の価値の変化
- ・環境社会問題への積極的対応
- ・地方創生への貢献

当社の取り組み

- ・シニア、女性、外国人の活躍推進
- ・デジタル活用機会のさらなる提供
- ・企業へのDX支援の促進
- ・お客様への感動体験の提供
- ・ヘルスケアの課題解決などを通じた社会への価値提供
- ・気候変動や人権問題への取り組み

新TGMマテリアリティへ反映

# 「つなぐ想い」でお客様の未来を創造し、 社会に貢献する企業グループへ

当社の強み

全国の人財・拠点

つなぐ

お客様

取引先

地域



感動



喜び



安心





外部環境に対するリスクと機会を再分析し、当社における重要度(強みの活用・社会課題に対する貢献度・脅威の度合い)を掛け合わせ、マテリアリティを見直しました。

TGマテリアリティ	小項目	KPI	SDGs取り組み項目
1 地域社会の一員として 共通価値を創造	ビジネスを通じた地域社会との共生	地方創生事業案件数	
	お客様満足度の向上と感動体験の提供	NPS(顧客ロイヤリティ指標)	
	誰一人取り残されないデジタル社会の実現	来店客数/リモート接客数/eネットキャラバン開催数(参加者数)/スマホ教室開催数(参加者数)など	
2 取引先との協働による 持続的な発展	持続可能なサプライチェーンの構築	CSR調達アンケートの回答率	
	取引先とのさらなる関係深化	1社当たりサービス提供数、新規取引先数	
	デジタル活用による豊かな暮らしの実現	DX推進指標スコア/売上高に対するデジタル投資額の割合	
3 多様性の尊重と 働きがいの追求	事業戦略に連動した人材ポートフォリオの構築	採用者数(新卒、中途)/研修時間・費用/デジタル人材の採用者数/研修時間・費用	
	DEIBの実現	社外評価取得/女性管理職比率/男性育児休業取得率/男女賃金格差/障がい者雇用率	
	エンゲージメントの醸成	エンゲージメントスコア/定着率/有給休暇取得率/平均勤続年数	
4 環境問題・気候変動への 積極的な取り組み	温室効果ガス排出量の削減	温室効果ガス排出量Scope1、2削減率(2019年度比)/再生可能エネルギー電力比率	
	再生可能エネルギー事業の推進	再生可能エネルギー容量	
	当社ネットワークを活用した災害時の支援	災害時支援事例(定性)	
5 コーポレート ガバナンスの高度化	コンプライアンスの徹底	コンプライアンス研修受講率(数)/重大なコンプライアンス違反件数	
	ガバナンスの維持・高度化	取締役会自己評価(定性)/事業会社の自律と持続的成長への支援(定性)	
	情報開示の充実	各種KPI開示/積極的な英文開示(定性)	

当社は企業理念にある「新たなコミュニケーションの提案を通じ、お客様に感動・喜び・安心を提供します」を経営の拠り所とし、マテリアリティの解決を通じて持続可能な社会の実現に貢献します。財務・非財務資本をドライバーに3つの事業を展開し、社会の発展と企業の成長の好循環を目指します。

“ プロダクトアウトからマーケットインへ ”

中期経営計画

成長戦略

新TGマテリアリティ

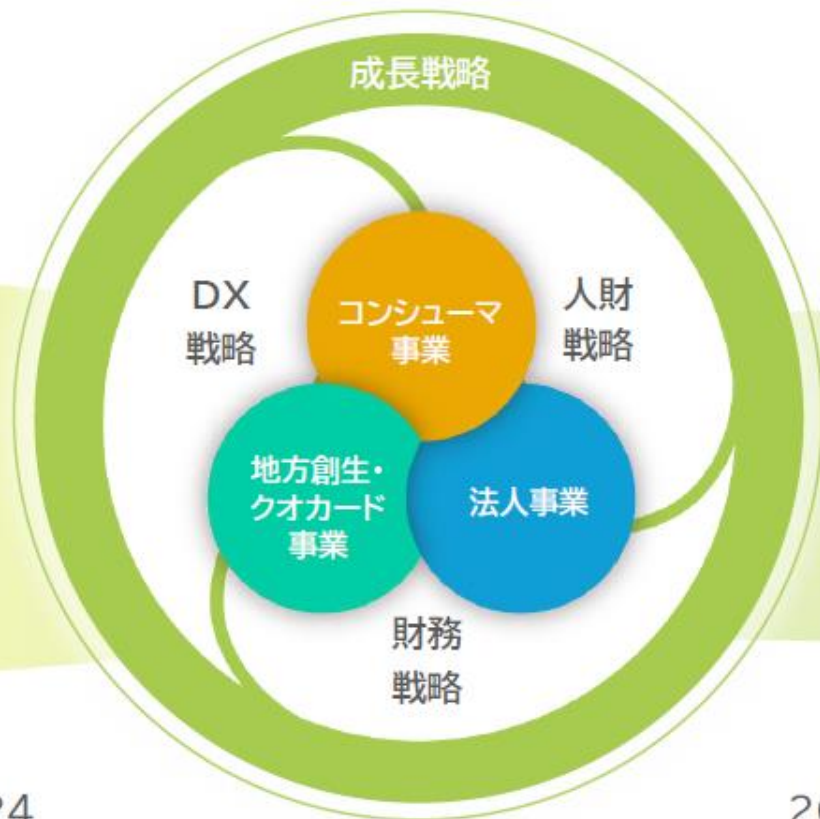
社会課題の解決

- 1 地域社会の一員として共通価値を創造
- 2 取引先との協働による持続的な発展

経営基盤の強化

- 3 多様性の尊重と働きがいの追求
- 4 環境問題・気候変動への積極的な取り組み
- 5 コーポレートガバナンスの高度化

2024



2027

価値の提供

地域社会の活性化  
新規事業による価値創出

持続可能で快適なスマートライフ  
ESG対応による社会への貢献

資本の強化

財務資本の強化  
非財務資本の強化

ありたい姿

「つなぐ想い」で  
お客様の  
未来を創造し、  
社会に貢献する  
企業グループへ

企業理念



# 中期経営計画 全体像



成長戦略

財務戦略

財務KPI

人財戦略

DX戦略



～2024年3月期

2025年3月期～

## 前中期経営計画

TG Universeの実現

モバイル

ソリューション

スマート  
ライフ・  
クオカード

コンシューマ  
事業

法人事業

地方創生・  
クオカード  
事業

### 成長戦略1

マーケットイン視点でお客様が主役のビジネスへ

### 成長戦略2

地域密着で社会課題の解決へ

### 成長戦略3

戦略的パートナーとの連携・協業によるビジネスの拡大へ

## 経営基盤



財務基盤

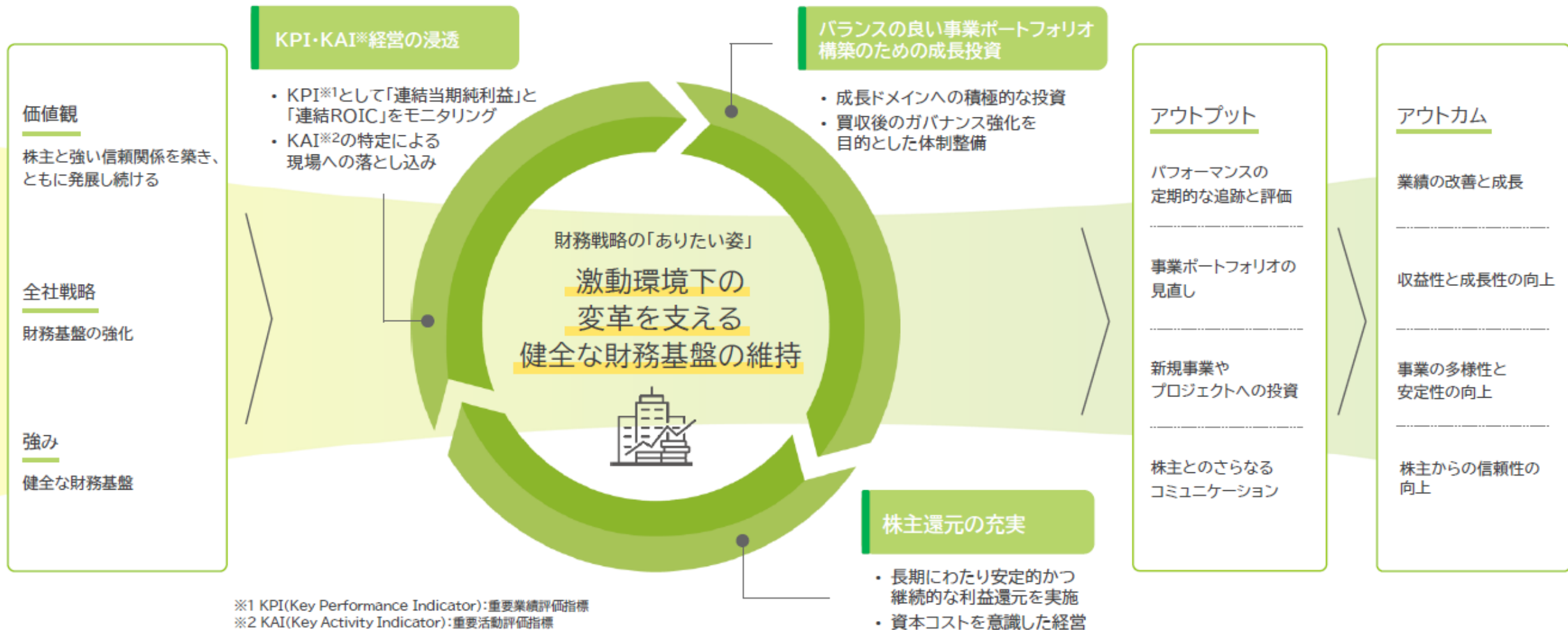


人的資本



デジタル活用

当社グループには成長のための投資が必要であり、財務面からそれを支えるべく、健全な財務基盤を維持することが最も重要であると考えています。すべてのステークホルダーの皆様のご要望に応じていくためには、財務基盤を毀損することなく、成長のための投資を実現し、シナジー効果を取り込みながら既存事業を含めさらなる底上げを図っていきます。

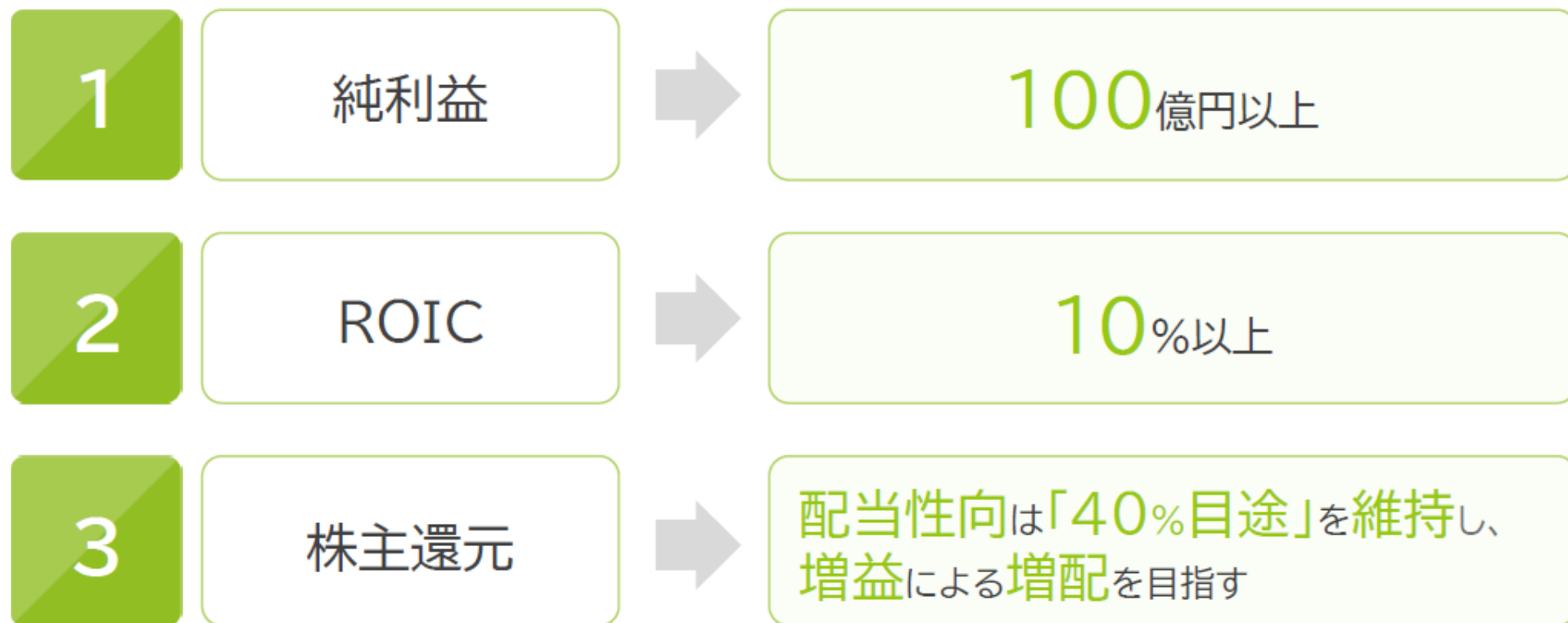


※1 KPI(Key Performance Indicator):重要業績評価指標  
 ※2 KAI(Key Activity Indicator):重要活動評価指標



安定して純利益100億円以上を達成できる経営体制を目指していきます。

また、部門別KPIのモニタリングを徹底することで、さらなる資本効率の向上を目指し、株主還元の充実につなげていきます。





当社グループは、1992年の創業当初より「人」を経営の中心に据えてきました。人と人、人とデジタルをつなぎ、ありたい姿を実現していくためには、お客様が求める価値の本質を理解し、寄り添い、行動することが大切です。これは当社の社員が果たすべき重要な役割です。

人的資本の価値を最大限に引き出し、企業価値向上に向けた経営を実現するために、当社は次の3つの柱を中心に人財戦略を展開していきます。



※ DEIB((Diversity, Equity, Inclusion & Belonging): 多様な人財がありのままの個性を認め合い、誰もが公平に活躍するためのチャレンジや成長の機会が得られ、心理的安全性の高い職場で個々が輝き、一体感や信頼感を持って帰属する企業文化を醸成すること





当社グループは、前中期経営計画期間では「導入期」として、DXの基盤を築いてきました。

2025年3月期からの3年間は「展開期」として業務のデジタル化による生産性の向上や新規デジタルビジネスの創出を進め、その後の「発展期」につなげていきます。

## 外部環境

### コンシューマ事業

- リアル店舗のあり方の変化と実店舗の価値の変化
- 顧客ニーズの変化
- オンラインショップの一般化
- デジタルデバイス
- スマートフォンへの機能集約

### 法人事業

- デジタル人財の不足
- 生成AI等最新技術の拡大
- セキュリティとプライバシー
- SaaS※1アプリケーションの一般化
- 企業ニーズの変化
- 業務デバイスの多様化

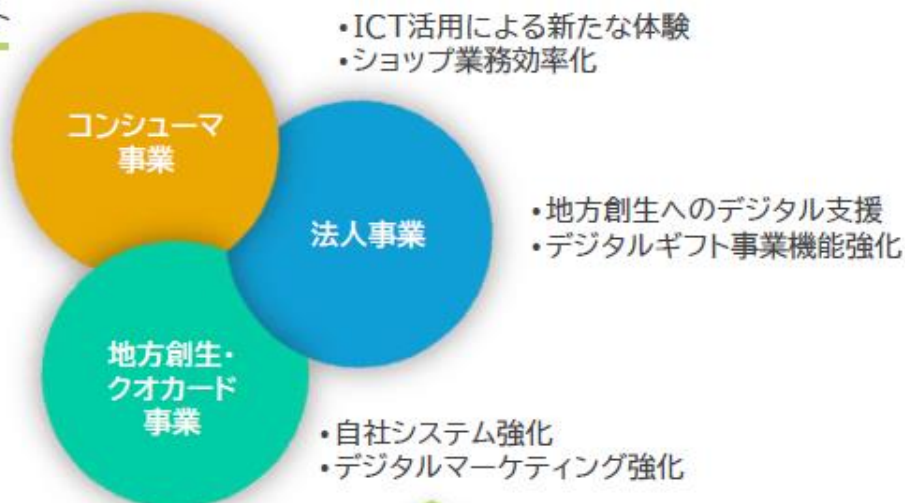
### 地方創生・クオカード事業

- 少子高齢化、労働力不足
- 地方創生の停滞
- ICT教育の拡大
- デジタルデバイス
- デジタル決済の普及

※1 SaaS(Software as a Service):クラウド上にあるソフトウェアをインターネット経由で利用できるサービス

※2 DH(Digital Hub):デジタル人財育成・活用機関

## アウトプット



## アウトカム

新たなデジタル  
ビジネスの創出

業務の  
デジタル化による  
生産性向上

DX戦略の「ありたい姿」

ヒト・技術・情報の循環によりさらなる高度化を進める

ヒト

デジタル人財の育成強化

- 全社IT基礎研修
- DH※2プラン

技術

デジタル共通基盤の構築

- Microsoft 365活用
- 認証基盤整理
- ゼロトラスト対応

情報

デジタルトレンド対応

- 生成AI等最新技術の活用
- サイバーセキュリティ対応

# セグメント別戦略



コンシューマ事業

法人事業

地方創生・クオカード事業



市況感/事業環境  
リスクと機会

- ・物価高と法規制
- ・5G通信の普及促進
- ・業界再編
- ・採用競争の激化
- ・コロナ禍後の人流回復

お客様が求めるもの

- ・新たな感動体験
- ・実店舗での接客
- ・デバイスのさらなる活用
- ・デジタルに関する相談窓口
- ・地域とのつながり



新たな取り組み

オリジナルショップへの挑戦

**目指す姿** お客様への新たな感動体験を提供

**課題** 従来のコンセプトとは異なる新たなショップの形が必要

**打ち手** ショップ運営ノウハウと接客力を活かした当社オリジナルショップを展開

お客様のニーズ

- ・お客様の「知りたいな」「あったらいいな」「触れてみたいな」
- ・実店舗・接客に求める安心感

つなぐ

当社の提供価値

- ・お客様のニーズに寄り添う新サービス
- ・知識豊富なスタッフによる安心の接客

目指す姿

「ありがとう」を超えるサービスの提供により、さらなる事業成長を目指す



さらなる強化

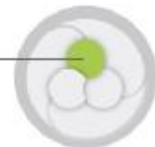
キャリアショップの成長

**目指す姿** 成熟した業界において持続的に成長し続ける企業

**課題** お客様満足度を上げるべく、リアルとICTを駆使した新たな接客が必要

**打ち手** 人材育成による提案力の強化とICT活用での最適な店舗オペレーション





## さらなる強化

### キャリアショップの成長

- 業界環境が変化するなかでのシェア拡大
- オンライン販売への参画によるお客様接点の創造
- 人財教育体制の再構築とエンゲージメント向上
- 採用強化による地域活性化への寄与

### 既存事業の拡大

- OMO※戦略によるビジネスチャンスの拡大
- リテール事業の販路・商材拡大

※ OMO(Online Merges with Offline): オンラインとオフラインの融合

「ありがとう」を超えるサービスの提供により、さらなる事業成長を目指します

## 新たな取り組み

### オリジナルショップへの挑戦

- 次世代ショップ運営による新市場の創出
- これまでのショップ運営ノウハウを活かしたサービスの多角化
- 顧客へのコンサルティング、修理対応等を含む総合サービスの提供
- AIと最先端の新技术の体験の場の提供
- 高いブランド力を持つ戦略的パートナーとの協業
- 顧客との関係を構築し、継続したサービスを行うための会員システムの構築





- 市況感／事業環境  
リスクと機会
- ・国内の成長率鈍化
  - ・労働力減少
  - ・デジタル人財不足
  - ・デジタルデバイド
  - ・注目されるESGへの注目

- お客様が求めるもの
- ・自社に合わせたソリューション提案
  - ・DX推進のサポート
  - ・業務効率化
  - ・窓口のワンストップ化
  - ・セキュアなネットワーク構築
  - ・ESG経営の高度化



新たな取り組み

中堅・中小企業向けソリューションの開発

**目指す姿** マーケットイン視点で、お客様のニーズに的確に対応できる体制

**課題** ニーズにお応えできる体制整備とさらなる人財強化が必要

**打ち手** 中堅・中小・業種別向けソリューションの開発とCRM構築によるナレッジ蓄積・全社共有できる体制を構築

お客様のニーズ

- ・安心できるDX推進のサポート役
- ・さらなる業務の効率化
- ・セキュアなネットワーク構築

つなぐ

当社の提供価値

- ・お客様に寄り添うワンストップソリューション
  - ・お客様の業務を全面サポートする「スマートサポート」・BPO※サービス
- ※ BPO(Business Process Outsourcing): 業務やビジネスプロセスを専門企業に外部委託すること

目指す姿

最適なITソリューション提案でお客様のDX推進をサポートする



さらなる強化

モバイルソリューション・スマートサポートの強化

**目指す姿** 総合ネットワークサービスプロバイダーへの進化

**課題** 商材ラインアップ拡充と、マーケティングと体制の強化が必要

**打ち手** これまでの各種取り組みのさらなる成長



### さらなる強化

#### モバイルソリューション・ スマートサポートの強化

- PC+スマートフォンの「統合スマートサポート」サービスへの発展  
(既存スマートサポート+ Microsoft 365/Google Workspace)
- BPO事業におけるICT活用による業務品質改善と生産性向上
- ネットワーク・セキュリティ提案とその提供体制強化
- 専門資格取得による人財強化提案力
- グループ会社・他本部との連携による案件創出
- パートナー企業との連携強化・拡大、商材拡充による収益拡大

最適な  
ITソリューション提案で  
お客様のDX推進支援



### 新たな取り組み

#### 中堅・中小企業向けソリューション

- CRM構築で営業ナレッジを集約し、マーケットインの視点で業界特有の課題解決
- 中堅・中小企業向けソリューション「まるっと情シス」の開発
- 中堅・中小企業営業特化の組織創設
- 業種別専任組織の創設(現場ノウハウを集約)
- 業種別・企業規模別に応じた最適な提案をサポートできる営業支援の実現







市況感／事業環境  
リスクと機会

- ・デジタル田園都市国家構想
- ・国内の成長率鈍化
- ・少子高齢化
- ・データ利活用の加速
- ・ヘルスケア分野の拡大
- ・インバウンド需要の高まり

お客様が求めるもの

- ・感謝の伝達
- ・充実したコンテンツ
- ・決済の利便性向上
- ・デジタル相談窓口
- ・健康の維持・向上
- ・地域とのつながり



新たな  
取り組み

地方創生事業への注力

**目指す姿** 事業を通じて各地域の社会課題を解決

**課題** 各地域・自治体に密着できる体制が必要

**打ち手** 地域・自治体のエージェント化、データ活用による地域経済圏の確立、ヘルスケア事業の推進、農業事業・再生可能エネルギー等全社横連携によるESG推進

お客様のニーズ

- ・地域経済の活性化
- ・地域住民の健康促進

- ・大事な人への感謝伝達
- ・楽しいコンテンツ利用
- ・決済の利便性向上

当社の提供価値

- ・全国の人財・拠点
- ・当社独自のノウハウ

- ・使いやすいデジタルギフト商材
- ・多彩な決済サービス

つなぐ

目指す姿

事業を通じて  
社会課題を解決し、  
利益を追求しながら  
社会に貢献する



さらなる  
強化

決済サービス事業の成長

**目指す姿** デジタルギフトや決済手段を通じた、お客様の「感謝」と「喜び」をサポート

**課題** マーケティング強化と販路・コンテンツの拡大が必要

**打ち手** PIN・ギフト市場における販路拡大・コンテンツ拡充、新システム導入・デジタルマーケティング強化、コンビニエンスストアとの連携、海外事業の推進



## さらなる強化

### クオカード事業

- 唯一無二のクオカード ブランドの飛躍的進化を目指す  
➡ リアルとデジタルの強みの融合等により  
事業基盤を大きく拡充

### 決済サービス事業

- ギフトカード競争環境の中での勝ち残り、  
販路・コンテンツの拡大
- コンビニエンスストアをはじめとしたパートナーとの  
関係強化による収益の最大化と関連ビジネスの創出
- PIN関連システムの最適化と販路開拓
- 「あっとギフト」キャンペーン支援システムの運用開始
- ウェブマーケティングを通じた、デジタルマーケティングノウハウの蓄積
- 海外事業における商材拡大

事業を通じて  
社会課題を解決し、  
利益を追求しながら  
社会に貢献する



## 新たな取り組み

### 地方創生事業への注力

- 地域のインサイダーとして、  
行政・地方銀行・地場企業と連携
- 多様なステークホルダーと地域課題解決事業を  
コーディネート
- 地域活性化起業人・企業版ふるさと納税積極活用
- データ連携基盤や行政との連携体制を整備し、  
地域経済圏を確立
- ヘルスケア事業連携による地域住民の健康増進
- まちのデジタル保健室とフェムテック※の  
融合によるヘルスケア事業の拡大

※ 女性特有の健康課題をテクノロジーで解決する商品・サービス






# 中期経営計画

(2025年3月期～2027年3月期)

株式会社ティーガイア



## 4. 參考資料



## TGビジョン ～わたしたちの目指す姿～

- 新たなコミュニケーションの提案を通じ、お客様に感動・喜び・安心を提供します。

## TGミッション ～わたしたちの使命～

- 社員とその家族を大切にし、働く喜びを実感できる企業であり続けます。
- ビジネスパートナー・地域社会・株主と強い信頼関係を築き、ともに発展し続けます。
- リーディングカンパニーとして、変化を先取りし、新たなビジネスに挑戦し続けます。

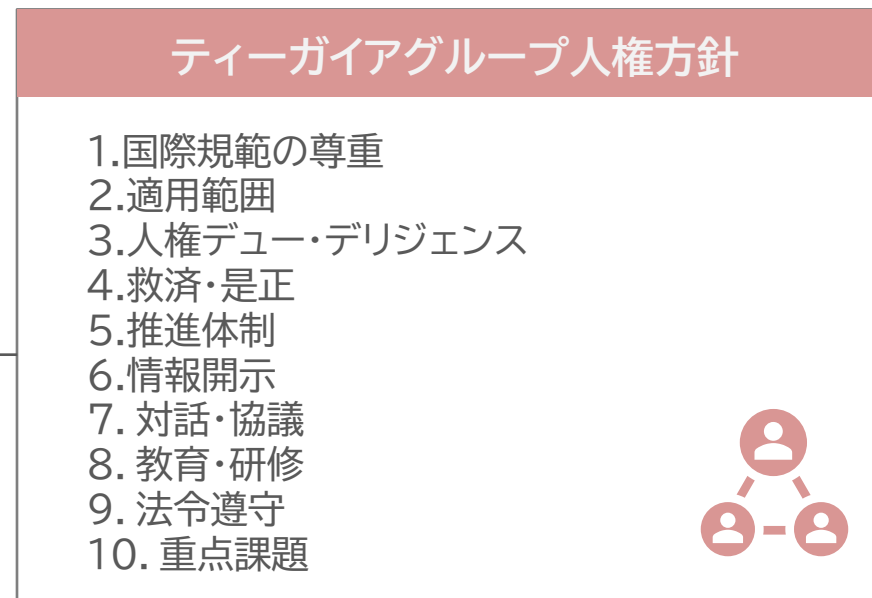
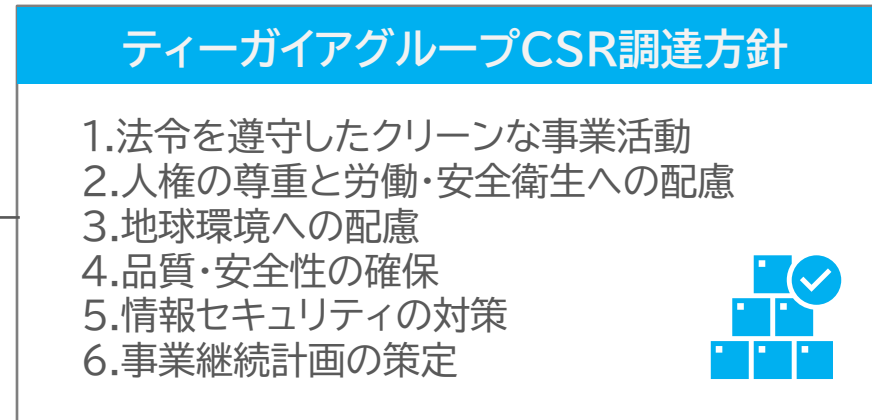
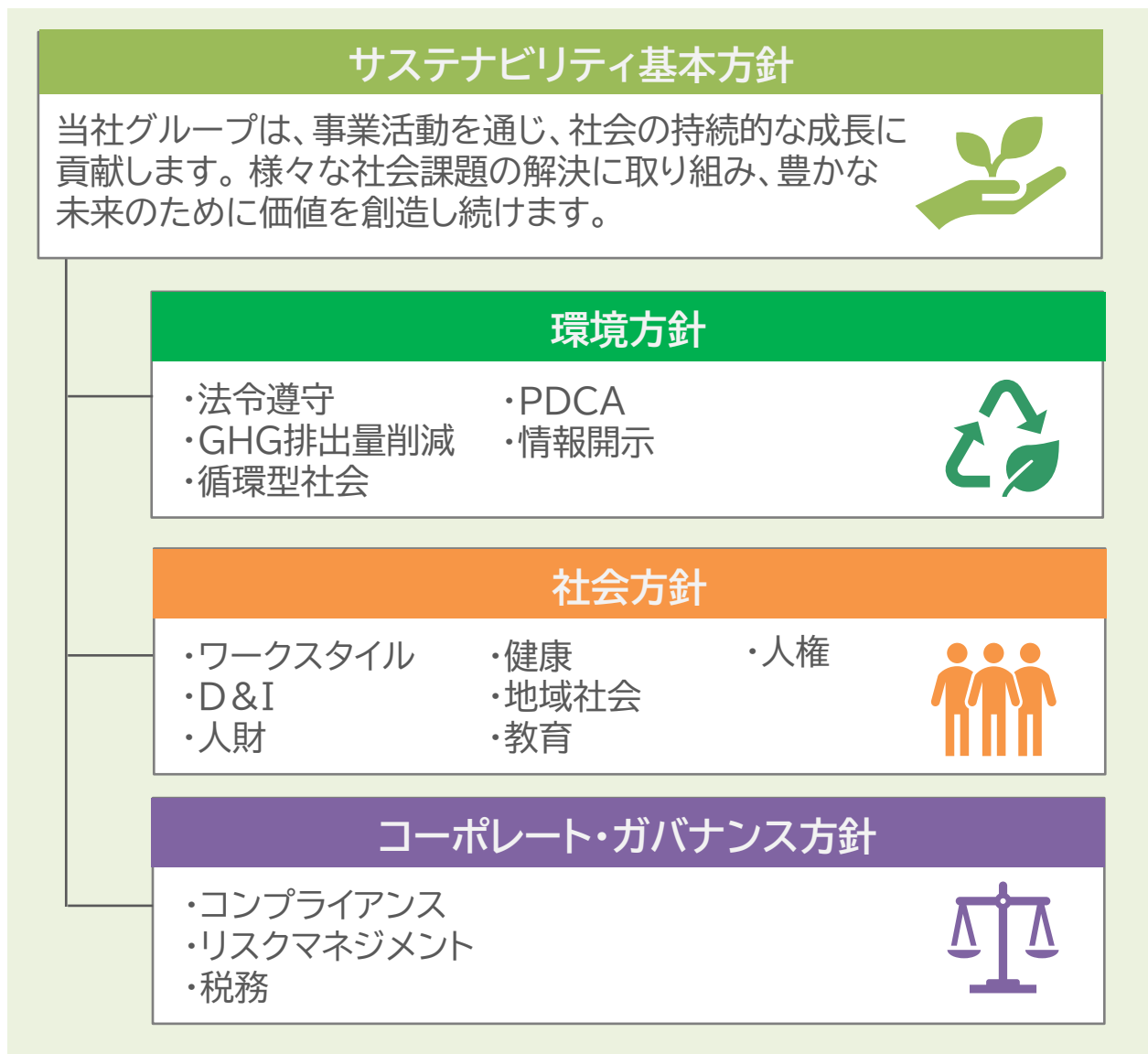
## TGアクション ～わたしたちの行動指針～

- 「ありがとう」を超えるサービスを追求します。
- 情熱とスピード感を持ち、積極果敢に挑戦します。
- コミュニケーションを大切にし、風通しの良い職場をつくります。
- 多様性を尊重し、最高のチームワークを実現します。
- プロフェッショナルとして日々の自己研鑽に努めます。
- いかなるときも高い倫理観に基づき誠実に行動し、コンプライアンスを徹底します。



# サステナビリティに関する取り組み

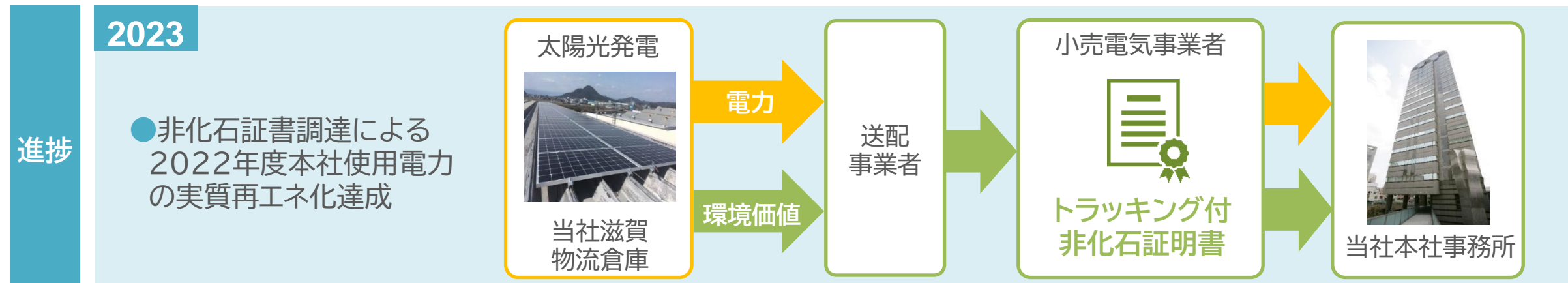
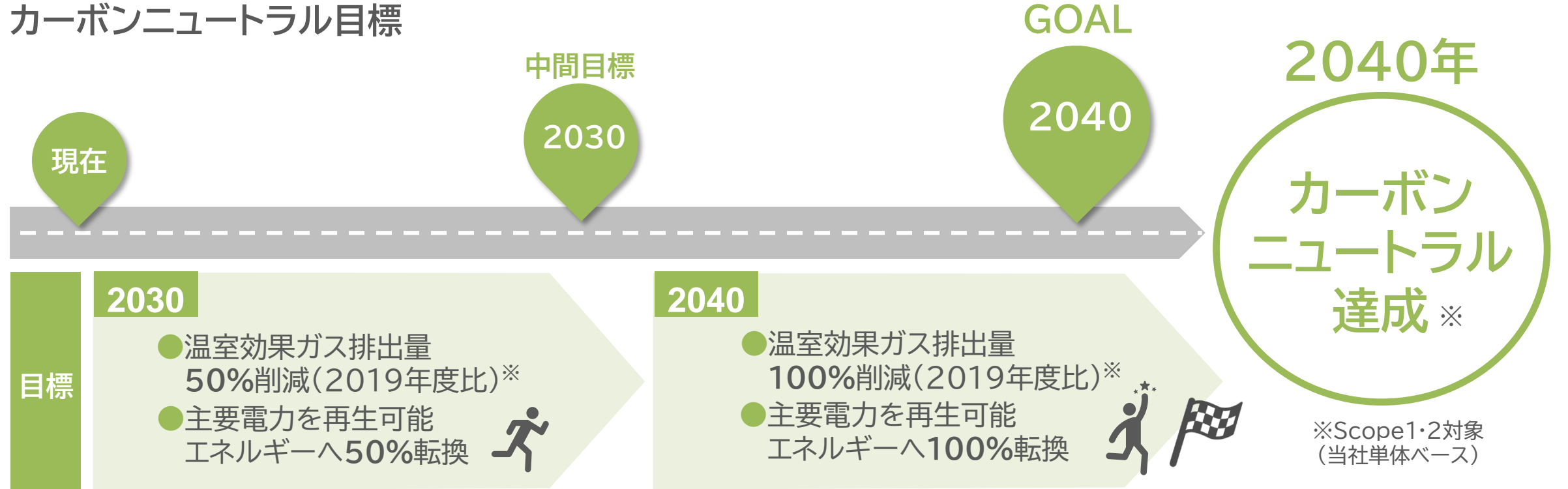
## ティーガイアグループサステナビリティ方針



各方針・ガイドラインの内容の詳細は当社コーポレートサイトをご確認ください。  
<https://www.t-gaia.co.jp/company/csr/philosophy.html>

# サステナビリティに関わる取り組み

## カーボンニュートラル目標



# サステナビリティに関わる取り組み

## 社外への賛同・参加

- ✓ 気候関連財務情報開示タスクフォース
- ✓ TCFDコンソーシアム
- ✓ 気候変動イニシアティブ
- ✓ 国連グローバル・コンパクト
- ✓ 再エネ100宣言RE Action



## 社外からの評価・賛同

- ✓ プラチナくるみんプラス
- ✓ D&I Award 3年連続最高位認定取得
- ✓ PRIDE指標 3年連続ゴールド受賞
- ✓ スポーツエールカンパニー2024 「ブロンズ認定」
- ✓ えるぼし
- ✓ 健康経営優良法人 5年連続認定
- ✓ Business for Marriage Equality に賛同
- ✓ CDP マネジメントレベル「B」認定
- ✓ EcoVadis ブロンズ獲得
- ✓ DX認定





**T·GAIA**

未来を拓く、明日への飛躍