



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	2
外部環境	3
ありたい姿	4
TGマテリアリティ・KPI	5
サステナビリティ経営	6

中期経営計画 全体像

成長戦略	8
財務戦略	9
財務KPI	10
人財戦略	11
DX戦略	12

セグメント別戦略

コンシューマ事業	14
法人事業	16
地方創生・クオカード事業	18

イントロダクション



前中期経営計画レビュー	2
外部環境	3
ありたい姿	4
TGマテリアリティ・KPI	5
サステナビリティ経営	6

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
- ・デジタル人材の不足
- ・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
- ・デジタルデバイス解消
- ・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TG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



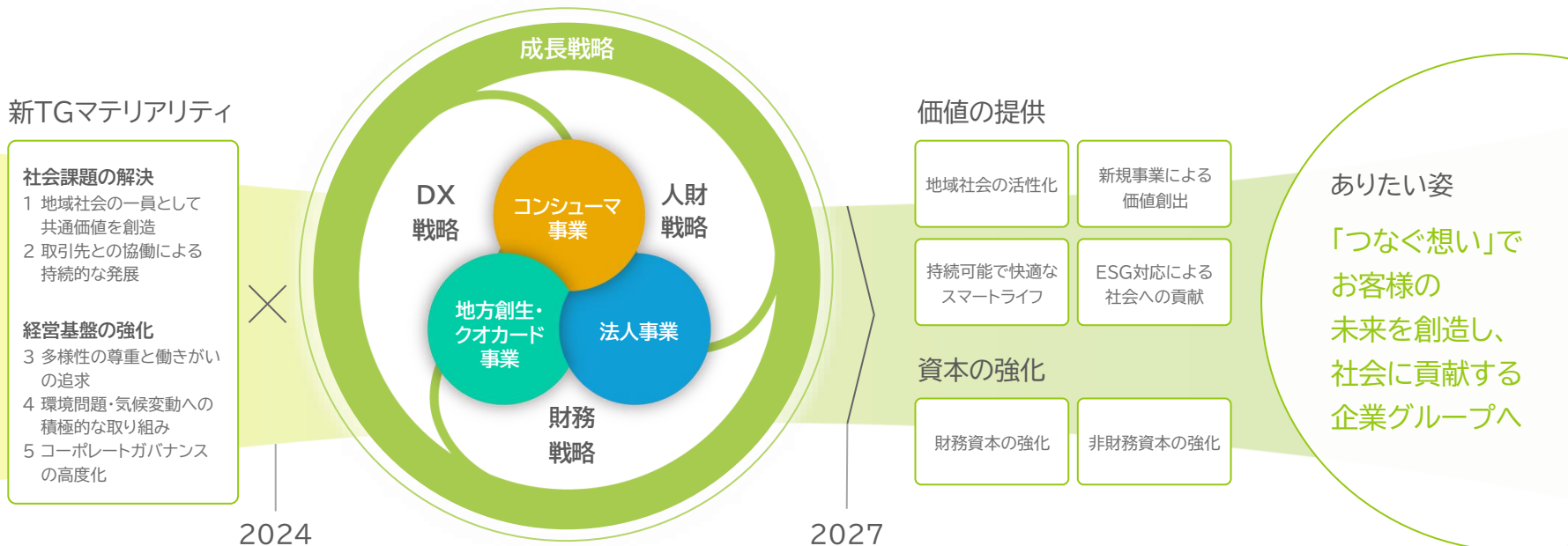
外部環境に対するリスクと機会を再分析し、当社における重要度(強みの活用・社会課題に対する貢献度・脅威の度合い)を掛け合わせ、マテリアリティを見直しました。

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財ポートフォリオの構築	採用者数(新卒、中途)/研修時間・費用/デジタル人財の採用者数/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



中期経営計画 全体像



成長戦略	8
財務戦略	9
財務KPI	10
人財戦略	11
DX戦略	12



～2024年3月期

2025年3月期～

前中期経営計画

TG Universeの実現

▶ P.2

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

▶ P.14

法人事業

▶ P.16

地方創生・
クオカード
事業

▶ P.18

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

▶ P.9



人的資本

▶ P.11

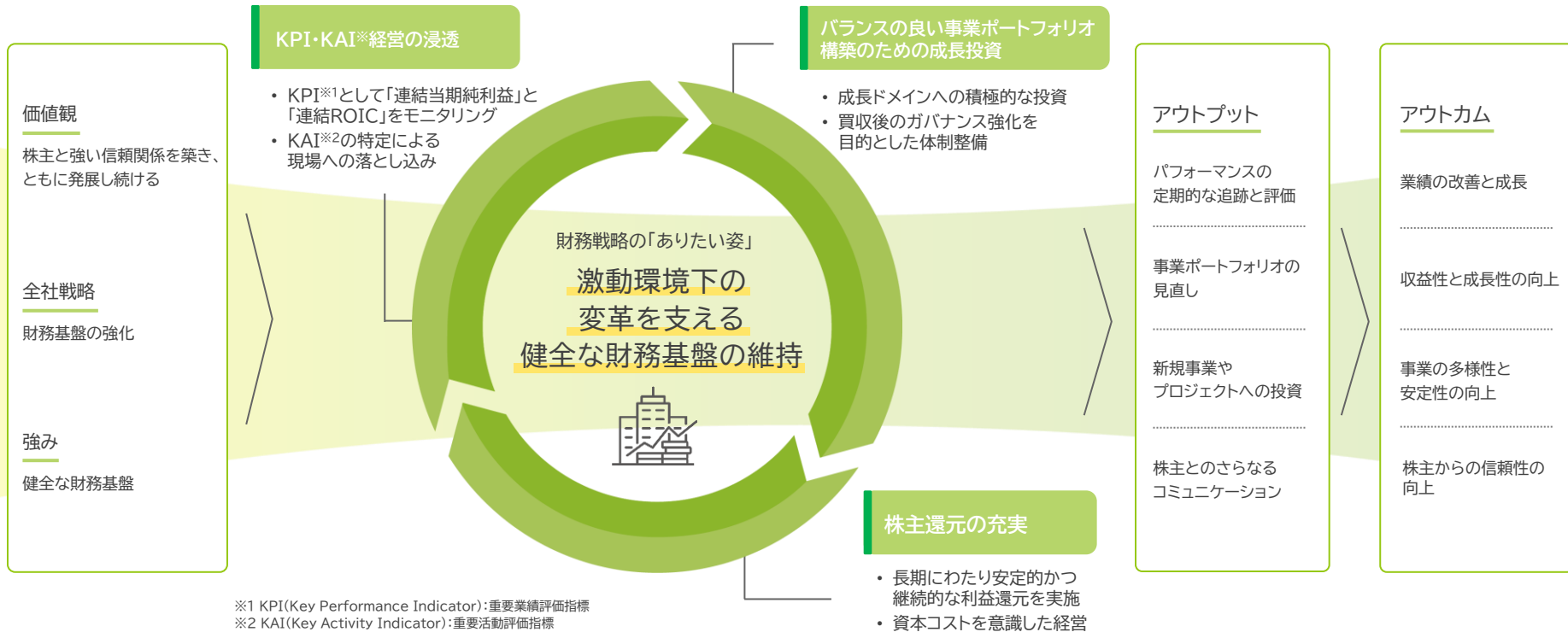


デジタル活用

▶ P.12



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。

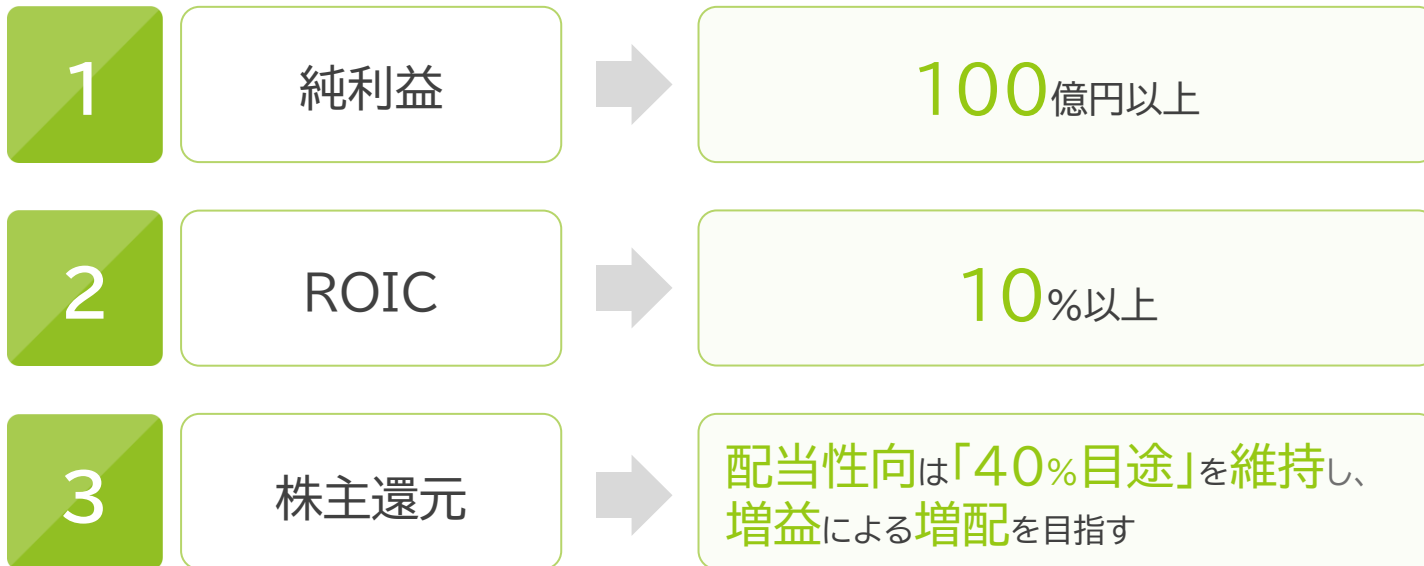


※1 KPI(Key Performance Indicator):重要業績評価指標

※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。

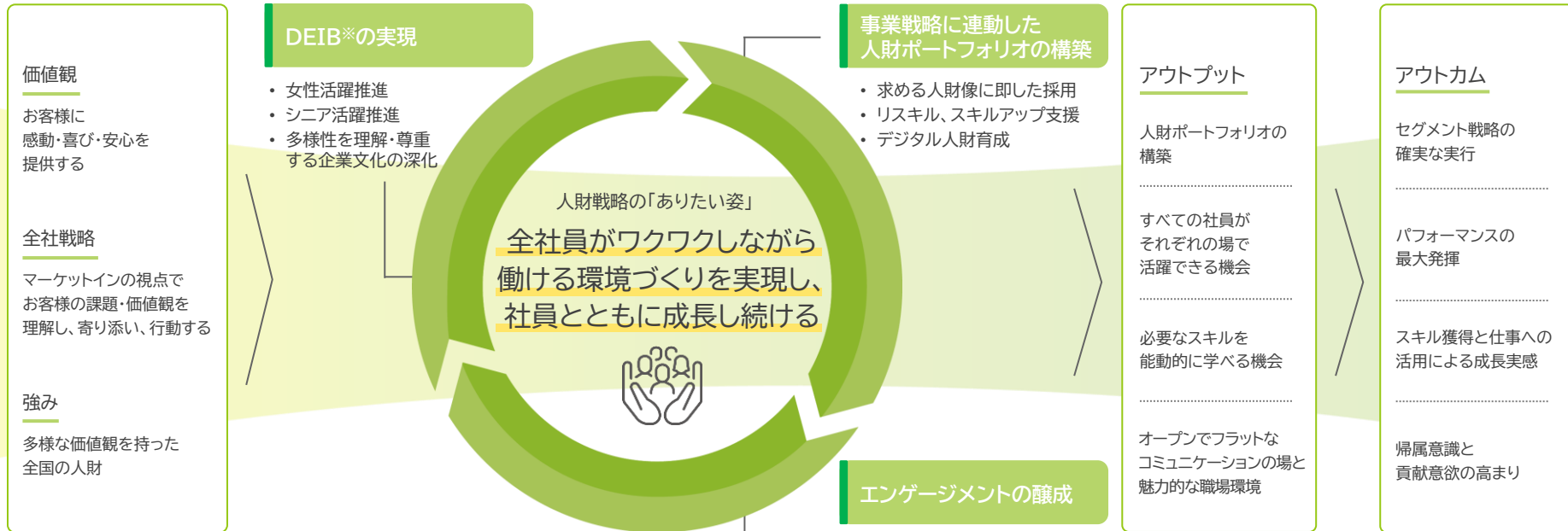
また、部門別KPIのモニタリングを徹底することで、さらなる資本効率の向上を目指し、株主還元の充実につなげていきます。





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、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

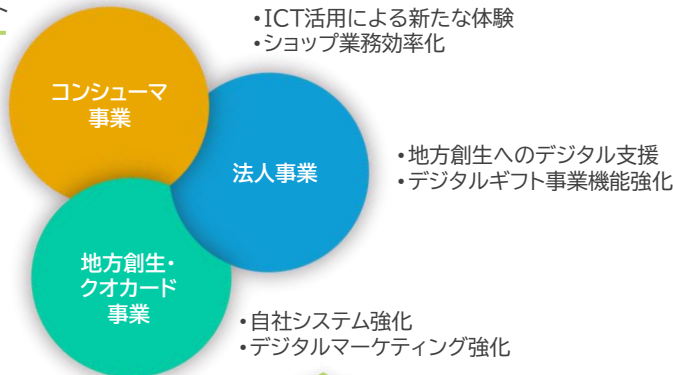
法人事業

- デジタル人材の不足
- 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

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

デジタル人材の育成強化

- 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

※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):デジタル人材育成・活用機関

セグメント別戦略



コンシューマ事業 14

法人事業 16

地方創生・クオカード事業 18



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
- ・デジタル人材不足
- ・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

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

つなぐ

- ・さらなる業務の効率化
- ・セキュアなネットワーク構築

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

つなぐ

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

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と、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

