

■参加者様からのご質問について

1. 主力の室内外装品関連事業の競合他社との差別化についてお聞きしたいです。

ブラインド・スクリーンの競合他社が2社あります。株式会社ニチベイとトーソー株式会社です。当社を含めた3社で市場の約8割を占めています。その中で、当社のシェアは約40%でトップシェアを維持しています。

他社との差別化について、当社は高機能製品や高付加価値製品を強化しています。例えば、当社製品は、一般的なブラインドと比べ、スラットという羽根の部分に昇降コードを通す穴がありません。デザイン性や遮蔽性が高く、メンテナンス性にも優れています。「パーフェクトシルキー」(※1)という製品群で展開しており、他社にはないデザイン性の高さや機能性の点で差別化できています。もう1つ、電動製品(※2)のラインナップを強化しています。当社はこの業界のリーディングカンパニーとして、窓まわりの電動化を積極的に推進しています。ブラインドをはじめ、ロールスクリーンやタテ型ブラインド、ファブリック製品のプリーツスクリーンやハニカムスクリーン、カーテンレールなどで電動製品を多く取り揃えています。

また、機構部のコンパクト性、リモコンやスマート家電との連携による操作性、施工性の向上、メンテナンスを必要としなくても電源が取れるバッテリー仕様も展開。これらのバリエーションの豊富さが強みだと考えています。

※1 ヨコ型ブラインド「パーフェクトシルキー」:

<https://www.blind.co.jp/products/category/1>

※2 「スマートインテリアシェード ホームタコス」動画

<https://www.blind.co.jp/products/movie/details/72>

2. 同業他社にはどのような会社がありますか。その中で上場企業はありますか。

当社の同業他社としましては、当社と商品のラインナップが似ており、多品種、短納期、オーダー生産などのビジネススタイルをもつメーカーとして株式会社ニチベイ、トーソー株式会社があります。株式会社ニチベイは商品ラインナップや販売構成が当社と近く、売上規模は当社の7~8割で推移しています。トーソー株式会社は、東証スタンダード市場に上場しています。カーテンレールの売上構成が高く、トップシェアの会社ですが、ブラインド類は当社の売上規模の約4割程度です。

3. 室内外装品関連事業の中期経営計画や成長戦略について教えてください。

現在の中期経営計画(※1)は、将来の飛躍と発展の足場固めという位置付けで、マーケティングや技術の強化、生産体制整備、経営基盤の強化を進めています。施策としては、価格改定を実施。電動製品や間仕切り製品、木製ブラインド、調光できるファブリック製品(※2)など、高単価・高付加価値製品の拡充により、価格戦略と製品戦略を推進しています。

また、本年10月には技術研究棟が稼働(※3)。札幌製作所の移転も計画しています。これらを機に、さらに技術力や生産力の強化を進めていきたいと考えています。

今後の成長戦略としては、技術研究棟の活用による開発力の向上が期待できます。例えば、ベンチャー企業やスタートアップとの連携や他業種のコラボレーションなど、幅広く開発を進める環境が技術研究棟の建設で整いました。今後、注力していく電動製品をはじめ、空調や照明との連動、ペロブスカイト太陽光発電の活用などの先進的な技術研究を現在進めています。

グループの業績向上に向けては、アライアンスによる成長投資を検討。ターゲットとなるリフォームやリノベーション市場を見据え、マンションなどへの出入り業者やホテルや宿泊施設などへ直販が可能な出入り業者との連携を模索しています。さらに、内装材などの商材を拡大しながら、新規事業領域も視野に検討を進めています。

※1 2024年9月14日 個人投資家向け会社説明会資料（大和IR㈱）サイトへリンク）：

<https://daiwair.webcdn.stream.ne.jp/www11/daiwair/qlviewer/pdf/2409147989ulPcF.pdf>

※2 間仕切「ブレイス」「ブレイス スウィング」：<https://www.blind.co.jp/products/category/10>

木製ブラインド「フォレティア エグゼ」：<https://www.blind.co.jp/products/category/2>

調光タテ型ブラインド「エアレ」：<https://www.blind.co.jp/products/category/12>

※3 技術研究棟竣工：<https://www.blind.co.jp/news/details/314>

4. 減速機関連事業と駐車場装置関連事業の現状と今後の成長戦略について教えてください。

減速機関連事業は、2024年度は主要取引先の在庫調整などの影響を受け、低調な業績です。ただ、工作機械市場並びに半導体装置市場は今後回復が見込まれており、来年以降、受注も回復する見通しです。また、サーボモータ事業の譲受を実施。今回譲受したバッテリー駆動用 AC サーボモータは無人搬送装置（AGV）への採用が見込まれます。人手不足に対応する生産・物流現場の自動化対応にも需要が期待できます。

駐車場装置関連事業は、今後、非住宅の市場環境が緩やかに伸びていくと捉えています。またインバウンド需要から、ホテルの建設も好調に推移すると見込まれ、成長が期待できると考えています。立体駐車場の長所は、工期が長いこと。2026年以降、大型物件の計上も予定されています。また、富士変速機では、電動 EV 車の増加に合わせ、パーキング施設内での充電設備や Web を使った出庫予約システム、人感センサなどの活用による開発を進め、さらに差別化できると考えています。

5. 室内外装品関連事業の市場停滞を考え、これからはモーター分野や減速機分野へのシフトといった未来は考えているのでしょうか。

今後、新設住宅着工戸数は、現在の 80 万戸程度の水準から 2030 年度までに 70 万戸程度まで減少することが見込まれております。このような状況においても、売上額を伸ばしていく為に、価格改定の継続検討と高機能・高単価製品へのシフトを進め、電動製品や間仕切製品、手動製品では、調光ファブリック製品や木製ブラインド等、ニーズが高く高付加価値・高単価の製品を拡販し、単価アップによる売上拡大と需要創造を進めていく考えです。

また、本年 10 月から稼働しております技術研究棟の活用をはじめ、成長分野への積極投資を進めながら、相対的に台数の減少が見込まれる中での生産体制・生産拠点の最適化も進め、経営の効率化も推進致します。

次期中期経営計画期間中においては、グループとしての業績拡大に向け、アライアンスによる成長投資も検討しております。

6. 富士変速機株式会社を完全子会社化しましたが、シナジー効果について補足となる説明がありましたらお願いします。

富士変速機とは 1976 年の資本業務提携を締結した際に出資し、同社が 1993 年に名古屋証券取引所に上場して以来、親子上場の状態が続いておりました。親子上場は、その構造上、少数株主との間に利益相反関係が生じることから、近年は解消に動く会社が多く見られました。当社でも親子上場の解消を検討するなか、「完全子会社化」か「外部売却」の選択肢がありましたが、どちらがより富士変速機の企業価値を最大化させられるか、を検討致しました。

当社には約 50 年にわたり富士変速機と資本関係を構築し、ともに経営を行ってきた実績があり、第三者からの買収提案を受入れるよりも、富士変速機の経営に悪影響を与えるリスクは少ないことから、当社による完全子会社化が富士変速機にとってベストの選択肢と考えました。

富士変速機が今後、企業価値を最大化させていくには、大規模な設備投資や一時的なコスト増加になる取組みが必要になるケースもありますが、上場会社を維持した状態では短期的な利益を追求されるため、実施が困難になるケースも想定されます。非上場会社として、タッチカフブラインドの完全子会社となり、経営資源や営業力を活用しながら、グループ全体の企業価値向上を目指す姿が、双方にとってベストの選択肢と考えました。

完全子会社化後は、人材交流などを行い、タッチカフブラインドの地域に密着した営業体制を活用することで、営業力を強化してまいります。

また、両社の共通する販売ターゲットであるホテルやマンション等の営業情報を、個別物件の着工前段階から相互に共有・活用することで、効率的かつスピード感を持った受注獲得活動を展開してまいります。

7. 本年も9月に入っても猛暑日が続いています。より“断熱性を高める”・“太陽光線を弱める機能を高める”製品開発を考えているのでしょうか。

タッチカフブラインドグループは、サステナビリティの取組み「安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供」に基づき製品づくりを行っております。

省エネ・快適性向上への取組みとして、遮熱・断熱性能などを有した機能性の高いスラットを拡充、導入しております。

タテ型ブラインド「バーチカルブラインド」やヨコ型ブラインド「パーフェクトシルキー」、「シルキーRDS」などで展開している「グロスレス遮熱」(※1) スラットは、遮熱性能が高く、室内の温度上昇を抑える効果があるため、冷房効率を高め省エネに繋がります。さらに、スラットのツヤをなくしたことで、眩しさが抑えられ、心地よい明るさの室内環境をかなえます。

その他、リモコンやスイッチで開閉などの操作ができる電動製品「スマートインテリアシェード ホームタコス」(※2) の提供や、環境に配慮した製品として、自然塗料を施した「桐スラット」や天然木を使用した防災の「木スラット(防災)」など、人や環境に優しく快適に使用できる製品開発を行っております。

今後も、窓まわりから省エネや暮らしの「安心」「安全」「快適」に貢献してまいります。

※1 「グロスレス遮熱」スラット

https://www.digicata.blind.co.jp/pib2407/book/index.html#target/page_no=41

※2 窓まわりの電動製品「スマートインテリアシェード ホームタコス」動画

<https://www.blind.co.jp/products/movie/details/72>

※3 木製ブラインド「フォレティア エグゼ」

<https://www.blind.co.jp/products/category/2>

8. ブラインドも日進月歩に発展開発されていますが、御社の特許件数は何件になりましたか。

2024年8月末時点で、当社が保有している特許権の件数は、427件(内、海外53件)です。今期の開発研究費は、開発に係る人件費等も含め650百万円程度を計画しております。今後につきましては、今年10月から本格的に稼働致しました技術研究棟を活用し、開発面の投資を強化してまいります。

9. 原材料価格の高騰に対応して販売価格の引き上げは実施しているのでしょうか。

販売価格引き上げで原材料上昇分をどの程度カバーできていますか。

2022年度より、順次、製品ごとに販売価格の改定を実施しております。

ここ数年 原材料価格が高騰しておりますが、当社では販売価格を改定する際、製品ごとの販促物

の入替が必要になり、これの費用が大きくなることから、製品のリニューアル時期や販促物の改廃時期などを勘案しながら、製品ごとに販売価格の改定を進めてまいりました。

これまで、間仕切製品や非住宅向け製品、また今年5月にリニューアルした木製ブラインドの価格改定の他、物流諸経費の収受額見直しを進めてきましたが、本年下半年からは主力製品であるアルミブラインドの価格改定を進めております。

その他、収益改善委員会の活動により、今期においては、原材料上昇を概ねカバー出来ている状況であります。

10. 株主還元について教えてください。

当社では、株主還元方針として「累進配当」を掲げており、現在の中期経営計画の期間中は、「年5円」の増配を実施しております。中期経営計画の最終年度である2025年は「年間46円」の配当を予定しており、8期連続の増配となりますが、当社の潤沢な自己資本からは、累進配当を長期間継続していくことが可能であり、今後の増配ペースを検討しているところであります。投資家の皆様におかれましては、「連続増配銘柄」として、当社株式を長期間保有して頂きたいと考えております。

株主還元指標としては「総還元性向50%」を掲げております。2023年は自己株式の取得時期が集中したことで55.3%となりましたが、自己株式の取得は機動的に実施するものであり、継続的に総還元性向50%を達成するには、配当性向を上昇させていくことが必要と考えております。

中期経営計画の最終年度2025年には配当性向30%前後を見据えていますが、将来的な利益計画とあわせ、配当性向の更なる引き上げを検討しております。

また、12月末の株主様を対象に実施しております株主優待と合わせまして、当社株式の保有に魅力を感じていただければと思います。

尚、配当性向30%の早期実現を目的に、2024年12月期および2025年12月期の配当予想を当初計画より、さらに5円増配することとし、11月6日に配当予想の修正を東京証券取引所にて開示させていただきました。これにより、2024年12月期の配当性向は、30%を超える見通しです。

11. ROEの改善にあたり目標設定は行っているのでしょうか。

当社のROEは6.0%であります。昨年は、分子である収益については概ね計画通りに進めることが出来ましたが、総資産や自己資本の抑制については、単年度の取組みでは指標に与える影響が大きく出ず、ROEは前年の5.8%から、0.2%の改善にとどまっています。

ROEの目標値については、公表しておりませんが、8%への改善を意識し、社内では2030年迄に8%に向上させるために必要な収益額、株主還元の強化方策を検討しております。

株主還元については、累進配当の方針の下、増配ペースを速める検討をしておりますが、総還元性向50%を早期に達成するだけではROE8%に届かず、収益力を今以上に上げていくことと、両輪で取り組んでいくことが必要です。

「事業領域の拡大の取組みによる収益力の向上」と、「株主還元の強化による自己資本の抑制」を並行して進めることで、8%の早期達成を目指してまいります。

12. PBRについて、どのように認識しており、どのような株価対策を考えていますか。

今後の方針や取組みについて教えてください。

当社のPBRは現在0.50倍と、1倍を下回っております。2023年3月の東証からのPBR改善に向けた取組みの検討要請を受け、社内で現状分析や改善に向けた取組みを検討し、その内容を

2023年8月に開示致しました。PBRの構成要素のうちROEについては「主力事業の収益性を上げていくこと」の他「株主還元の強化、設備投資や株主還元への現預金の積極的な活用、棚卸資産の抑制」などの取組みにより、資産・資本を抑制し、効率性を高めていくこととし、取組みを進めております。

もう一つのPBRの構成要素としてPERがあります。当社のPERは現在8~9倍と、上場会社平均の約15倍に比べて低い水準にあります。株価対策としては、このPERを上げていく必要があります。PERを向上させるため、現在、会社説明会や決算説明会の年2回開催、統合報告書などの開示資料を充実させ、IR活動を強化しております。

現在の当社の事業の状況や取組み内容についてはご理解頂けているものと思いますが、将来的な成長に関するビジョンの説明が不足している、と認識しています。

13. 中期経営計画におけるキャッシュアロケーションについて、具体的に教えてください。

2023年から25年までの連結営業キャッシュフロー119億円を原資に、成長投資に53億円、維持投資に27億円、株主還元38億円を計画しております。

成長投資についてですが、技術研究棟に7.5億円を投じ、先ほどご説明致しましたとおり、開発力の強化を図ります。次に、札幌製作所の移転では、2027年竣工を目指し、総額25.5億円を計画し、北海道内の物流拠点と統合することで、生産体制のみならず、物流の最適化も図ってまいります。

事業所の拠点整備としては、2023年5月に開設した関東支店およびショールームの新設に2.2億円、更に広島支店移転候補地の土地購入も行いました。

子会社においては、樹脂部品の製造子会社である立川機工において、2023年に成形棟を5.8億円の新設し、動線の改善による生産性向上と、樹脂成型部品の内製化による収益改善を推進いたしました。また、富士変速機においては、2億円を投じ、サーボモータ事業を譲り受け、減速機事業の強化を図っております。

また、アライアンスに向けた投資も強化していく方針であり、積極的にキャッシュを投じていく計画であります。

株主還元としては、当初計画通り、累進配当を実施しており、更にこれまで2回にわたり、自己株式の取得を実施致しました。

今後も累進配当の継続と、機動的な自己株式の取得により、株主還元も強化して参ります。

[ご参考]

IRライブラリー <https://www.blind.co.jp/company/ir/library/>

- ・中期経営計画「タチカワビジョン2025~継続と進化~」
- ・2024年12月期 第2四半期決算説明会資料
- ・タチカワブラインドグループ 統合報告書2024

[将来見通し等に関する注意事項]

本資料における当社グループの今後の計画、戦略等の将来見通しに関する記述は、現時点で予測可能な合理的判断に基づいて作成されたものであり、実際の業績は、今後様々な要因で異なる場合がございます。