

2025年12月期 決算説明会資料

2026年 2月 17日

 **立川ブラインド工業株式会社**

(東京証券取引所 プライム市場 証券コード 7989)

1. 2025年12月期 決算概況 P.02
2. 2026年～2028年
中期経営計画 P.13
3. 2026年12月期 業績見通し P.28
4. 企業価値向上の取組み P.30
(資本コストや株価を意識した
経営の実現に向けた対応)

Appendix



1. 2025年12月期 決算概況

連結業績

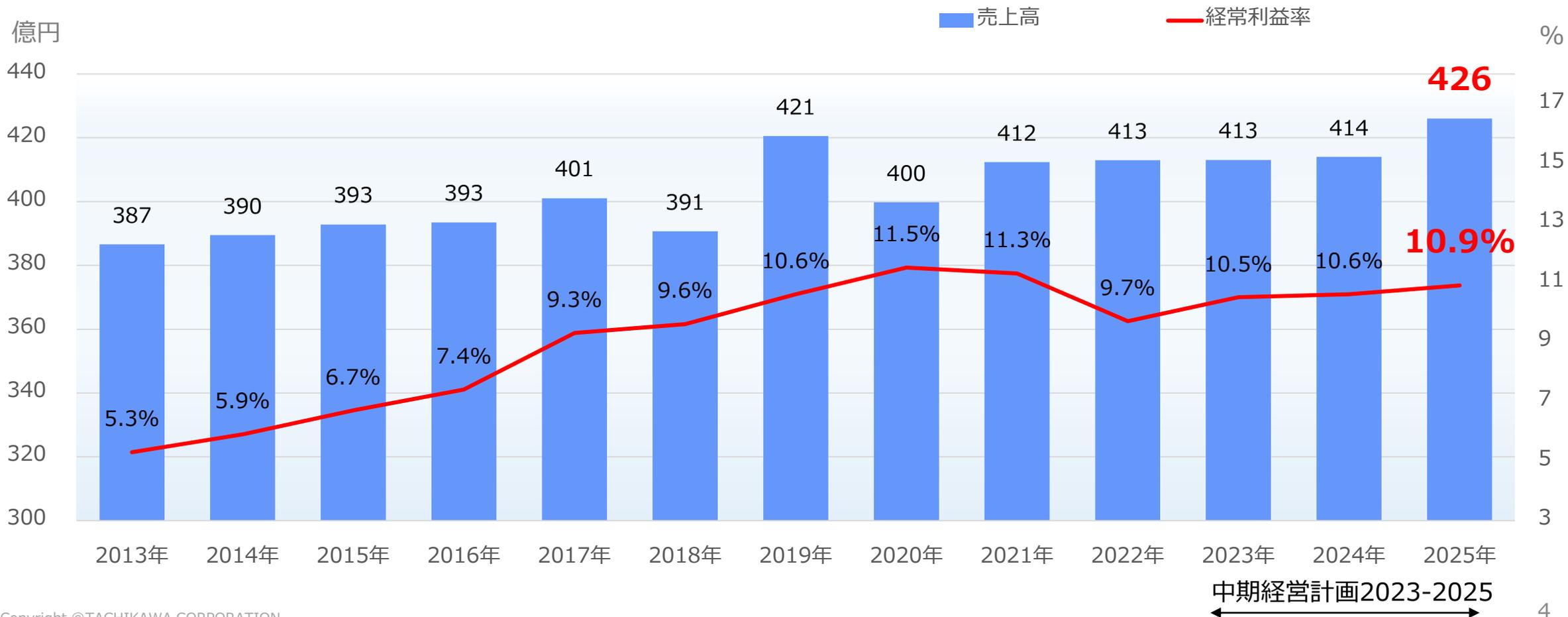
- ・ 室内外装品関連事業で主力ファブリック製品のリニューアルおよび価格改定を推進したことなどにより、連結売上高は増収。
- ・ ファブリック製品のリニューアルを浸透させるため販促費用を積極投下、また従業員の処遇改善などにより人件費が増加。
- ・ 政策保有株式や固定資産の売却益計上、また法人税負担率の減少により、当期純利益は年初予想を上回り過去最高益を計上。
(当期純利益は、年初予想値29億円を期中に32億円に上方修正)

(単位：百万円)

| | 2025年度 | | | | 2024年度 | |
|-----------------|---------------|---------------|--------|-------------------|--------|--------|
| | 金額 | 構成比 | 前年比 | 業績予想比 (11/5発表) | 金額 | 構成比 |
| 売上高 | 42,623 | 100.0% | 102.9% | 99.6% | 41,407 | 100.0% |
| 売上総利益 | 17,529 | 41.1% | 102.4% | — | 17,113 | 41.3% |
| 販売費及び一般管理費 | 13,117 | 30.8% | 102.9% | — | 12,752 | 30.8% |
| 営業利益 | 4,411 | 10.4% | 101.2% | 100.3% | 4,361 | 10.5% |
| 経常利益 | 4,629 | 10.9% | 105.8% | 100.7% | 4,376 | 10.6% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 3,239 | 7.6% | 115.6% | 101.2% | 2,802 | 6.8% |

連結業績推移

人口減少や建築コスト・資材価格の上昇、また住宅ローン金利の上昇などにより住宅着工戸数が減少する中、販売価格の改定を進め、高付加価値製品の拡販により一受注あたりの単価を上げてきたことで、中期経営計画2023-2025の期間は増収増益を確保。



資本効率の改善や総資産の縮減を目的に、固定資産や政策保有株式の除却・売却を推進。
活用見込みのない不動産や稼働率が低くなった福利厚生施設の減損処理、売却活動を推進。

施策

- ・ 自社保有地の売却
- ・ 使用見込みのない固定資産の除却
- ・ 稼働率が低下した福利厚生施設の売却
- ・ 政策保有株式の売却

効果

- ・ 保有コストの削減
- ・ 総資産回転率の上昇
- ・ 総資産額の縮減

貸借対照表への影響

(単位：百万円)

(参考)

| 項目 | 2025年 | 2024年 |
|----------|-------|-------|
| 土地・建物売却 | △18 | △8 |
| 土地・建物減損 | △395 | △282 |
| 固定資産除却 | △132 | △1 |
| 投資有価証券売却 | △158 | △339 |

損益計算書への影響

(単位：百万円)

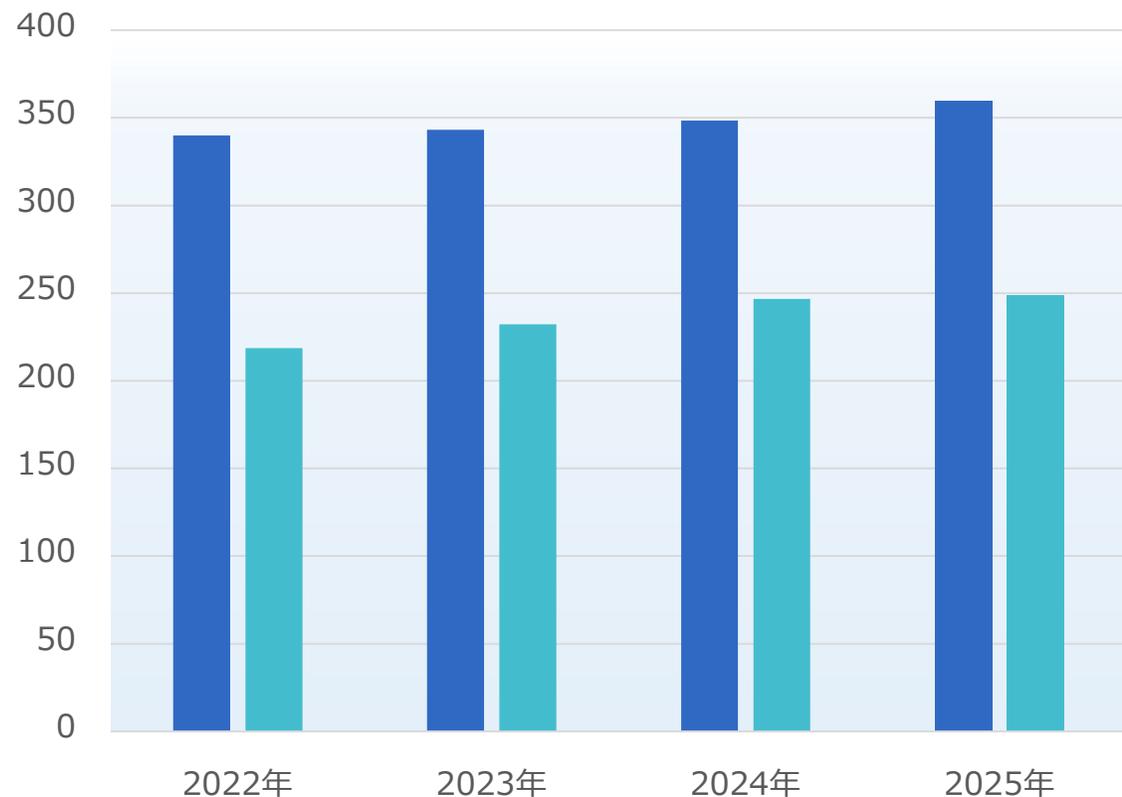
(参考)

| 項目 | 2025年 | 2024年度 |
|-----------|-------|--------|
| 固定資産売却益 | +166 | +3 |
| 投資有価証券売却益 | +403 | +241 |
| 固定資産除却損 | △149 | △1 |
| 減損損失 | △395 | △286 |

室内外装品関連事業

- ・ 主力ファブリック製品の生地柄を、質感・配色・機能性を充実させたラインナップへ大幅リニューアル。
- ・ 調光ファブリック製品や電動製品ホームタコスの売上が大幅に増加。
- ・ 販促費や人件費を増加させる中、販売価格の改定を進めたことなどにより増益を確保。

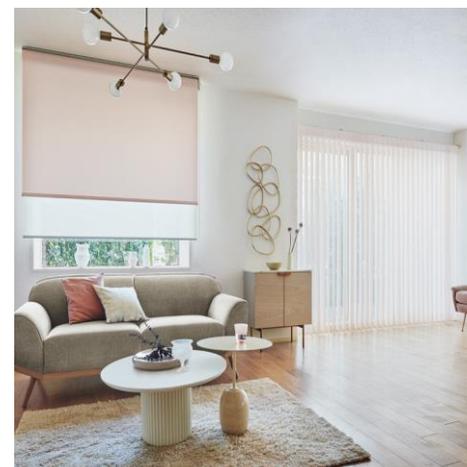
売上：億円



利益：億円



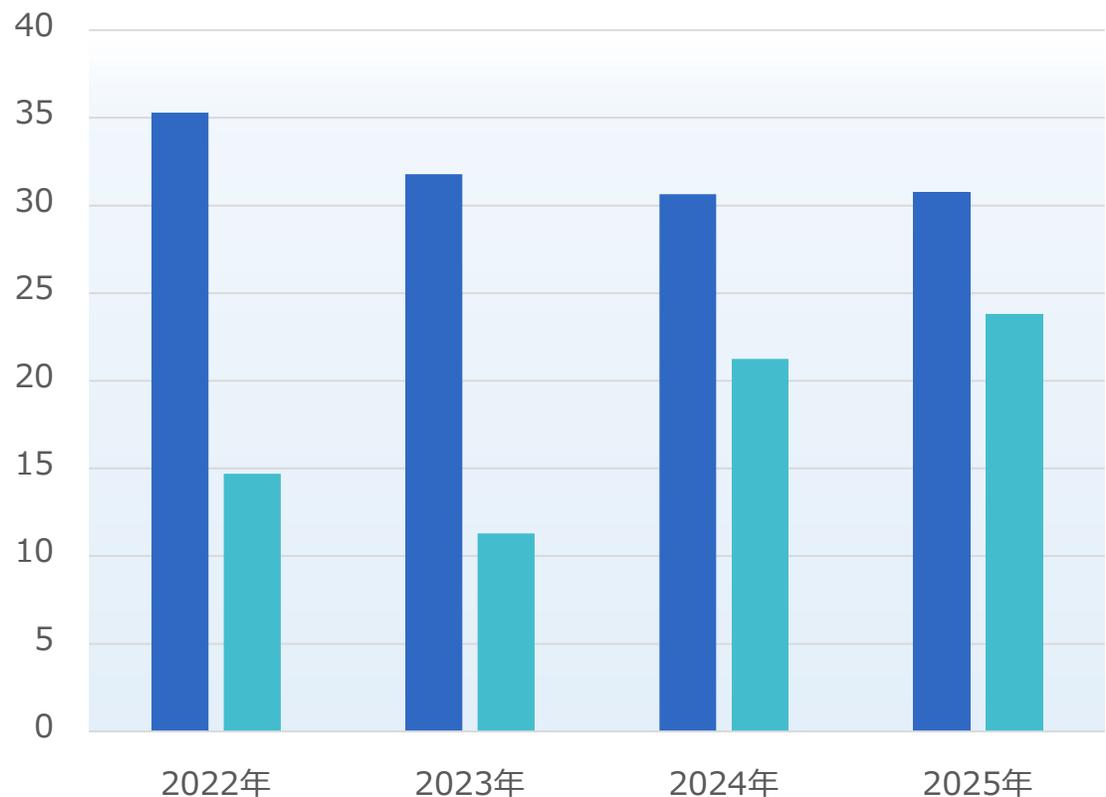
| 売上高 | 前年比 |
|-----------|--------|
| 359億44百万円 | 103.2% |
| 営業利益 | 前年比 |
| 37億27百万円 | 100.7% |



駐車場装置関連事業

- ・インバウンド需要に伴うホテル建設や高層マンションの建設、都市再開発などが活発化している中、パズルタワーの新設工事が増加したほか、既設物件に対する改修案件が堅調に推移。
- ・採算性を重視した結果、パズルタワーや改修工事の利益率が改善し増益。

売上：億円



利益：億円



売上高

前年比

30億76百万円

100.4%

営業利益

前年比

4億76百万円

112.0%

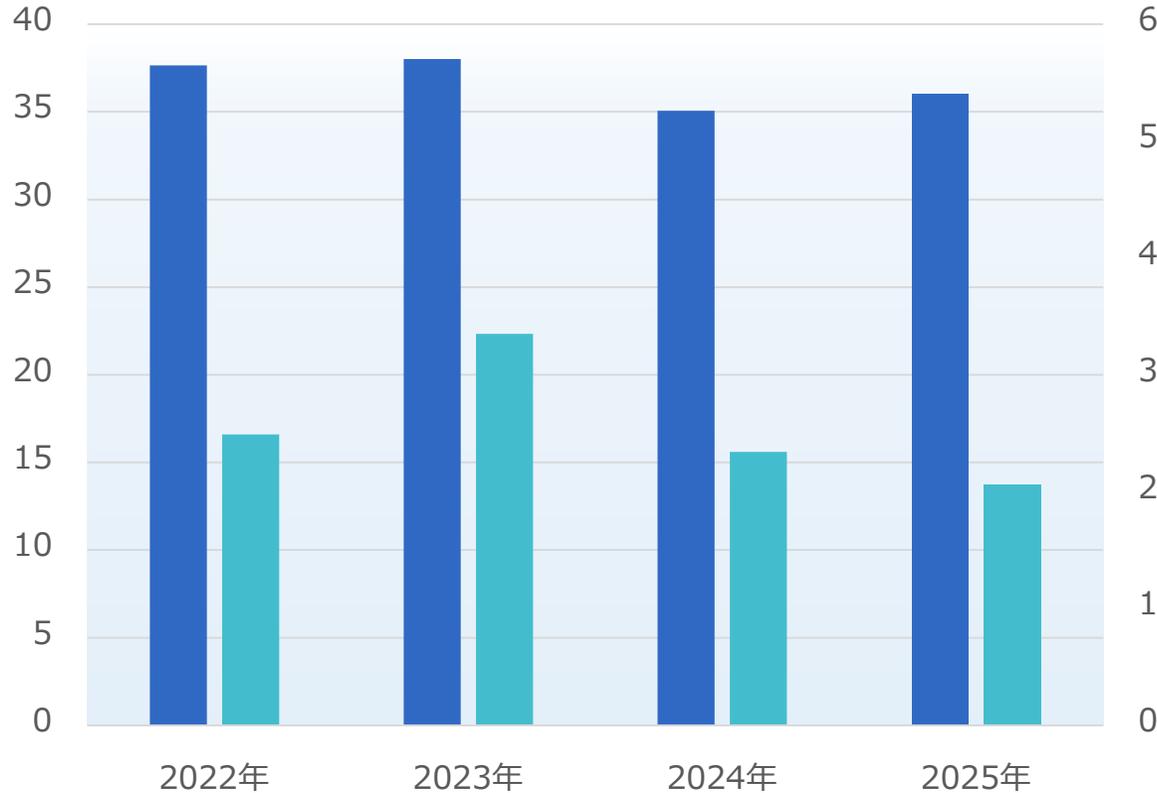


減速機関連事業

- ・産業用工作機械需要が回復する中、汎用減速機の売上が増加。
また無人搬送台車（AGV）等の需要増加に対応した製品を拡販し増収。
- ・コスト低減に努めるも、材料費の高騰や外注費の値上げにより減益。

売上：億円

利益：億円



| 売上高 | 前年比 |
|----------|--------|
| 36億02百万円 | 102.7% |
| 営業利益 | 前年比 |
| 2億06百万円 | 88.3% |



- ・ 福利厚生施設の減損処理や政策保有株式の売却により資産の縮減を進めたが、現預金の増加や、株価上昇による投資有価証券の増加などにより、総資産は約39億円増加。
- ・ 株主還元を強化してきたが、有価証券評価差額金の増加などもあり、純資産は約33億円増加。株主還元の更なる強化が課題。

単位：百万円

| 項目 | 2024年 12月 | 2025年 12月 | 増減 |
|--------|--------------|---------------|--------|
| 流動資産 | 39,563 | 41,228 | +1,664 |
| 固定資産 | 24,279 | 26,506 | +2,227 |
| 流動負債 | 7,916 | 8,669 | +752 |
| 固定負債 | 2,937 | 2,712 | △224 |
| 純資産 | 52,988 | 56,353 | +3,364 |
| 総資産 | 63,842 | 67,735 | +3,892 |
| 自己資本比率 | 83.0% | 83.2% | +0.2% |

主な増減要因

- 現預金 +2,137
- 受取手形及び売掛金 △1,401
- 棚卸資産 +67
- 有形固定資産 +32
(札幌製作所建設、福利厚生施設の減損損失)
- 投資有価証券 +1,828
(株価の上昇、社債購入)
- 未払金 +201
- 設備電子記録債務 +476
- 役員退職慰労引当金 △311
- 利益剰余金 +2,194 (利益計上、配当)
- 有価証券評価差額金 +653

- ・ 営業活動によるキャッシュ・フローは堅調に増加。
- ・ 現預金は成長投資や株主還元積極的に配分し、当面使用予定のない現預金を、社債の購入や定期預金への預入りに充当。

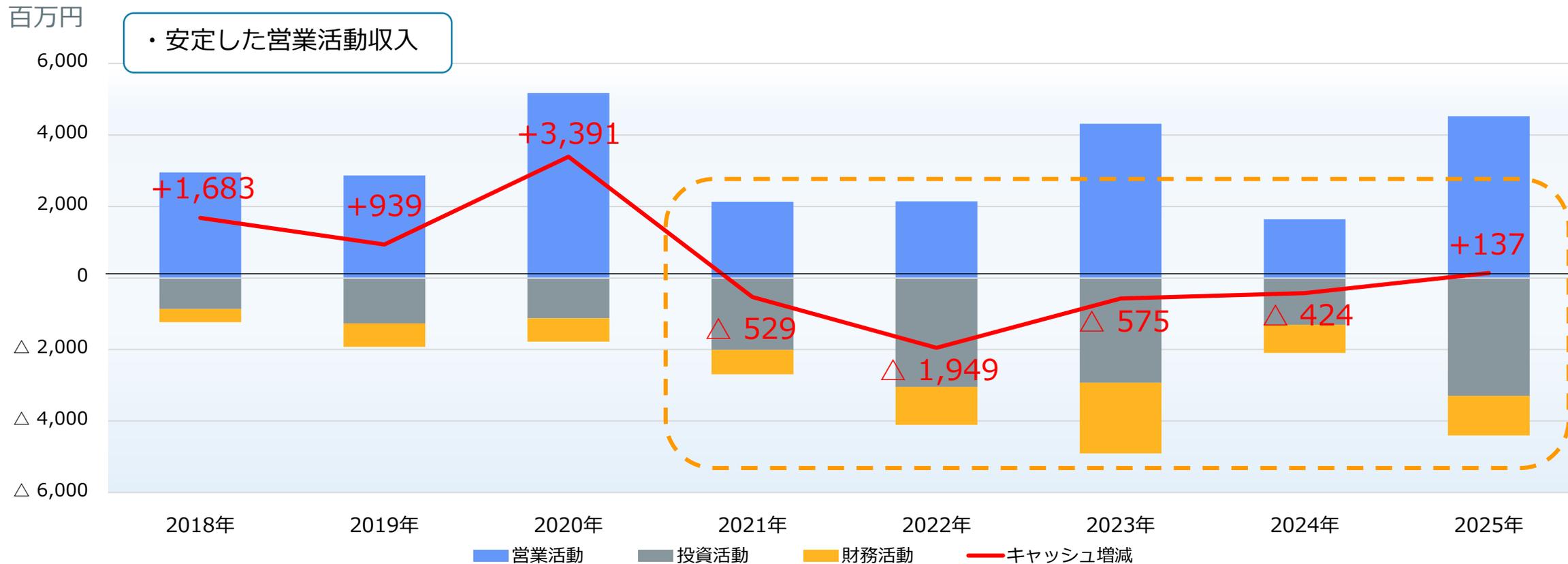
単位：百万円

| 項目 | 2024年 12月 | 2025年 12月 |
|--------------------------|--------------|----------------|
| 営業活動による キャッシュ・フロー | +1,643 | +4,522 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | △1,305 | △ 3,293 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | △786 | △ 1,101 |
| 現金及び現金同等物の 増減額(前年同期比) | △424 | +137 |
| 現金及び現金同等物の 期末残高 | 14,977 | 15,114 |

主な増減要因

- 営業活動
 - ・ 税金等調整前利益 +4,619
 - ・ 減価償却費 +1,183
 - ・ 売上債権の減少 +659
 - ・ 法人税の支払 △1,557
 ※前期は支払条件の早期化を進めたため、営業キャッシュ・フローが例年より減少
- 投資活動
 - ・ 有形固定資産の取得 △809
 - ・ 有形固定資産の売却 +185
 - ・ 投資有価証券の売却 +561
 - ・ 投資有価証券の取得 △1,015(社債購入)
 - ・ 定期預金の預入れ △2,000
- 財務活動
 - ・ 配当金の支払 △1,042(増配)

2021年以降設備投資や株主還元積極的に現預金を活用



・設備投資

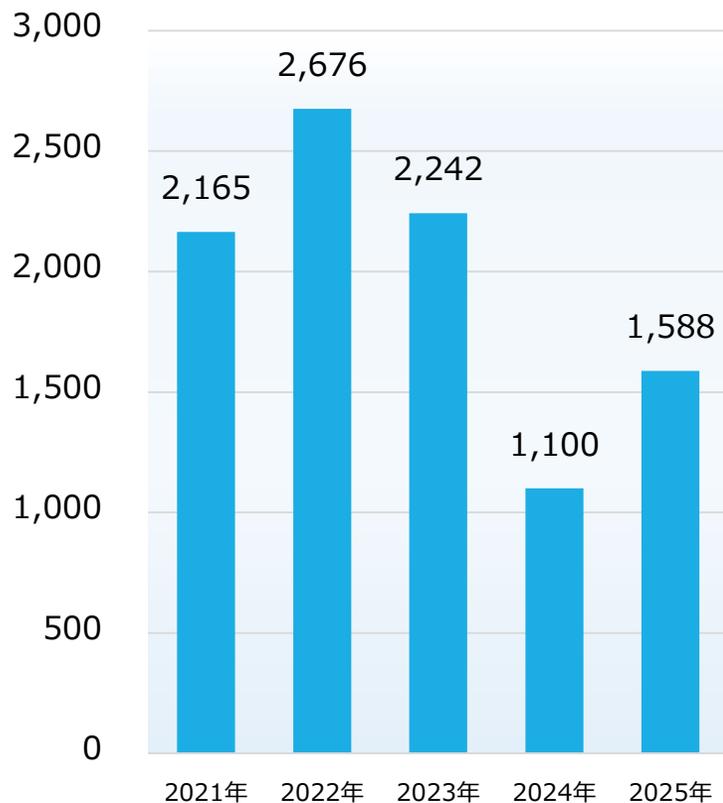
| | | |
|--------|---------|----------|
| 21-22年 | 滋賀工場塗装棟 | 3,320百万円 |
| 22-23年 | 樹脂部品成形棟 | 601百万円 |
| 23-24年 | 技術研究棟 | 719百万円 |
| 24-25年 | 札幌製作所 | 618百万円 |

・株主還元

| | | |
|--------|--------------|----------|
| 22-24年 | 自己株式の取得 | 1,295百万円 |
| 23-25年 | 累進配当の継続、増配実施 | |

①設備投資額

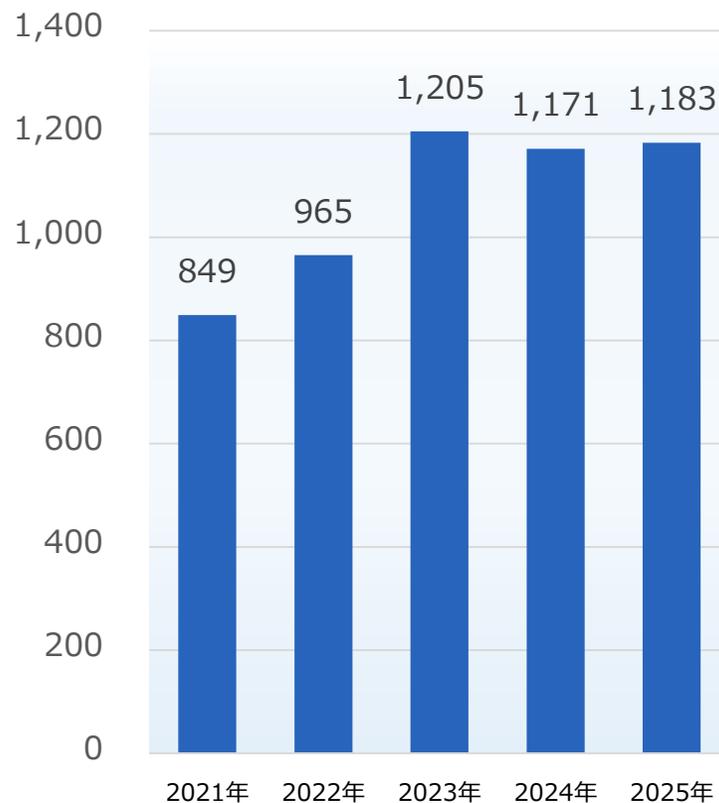
(単位：百万円)



- ・ 主な設備投資
 - 2022年 滋賀工場の塗装設備購入
 - 2023年 立川機工の新成形棟建設
 - 2024年 船橋に技術研究棟建設
 - 2025年 事業拠点の移転(札幌製作所、広島支店)

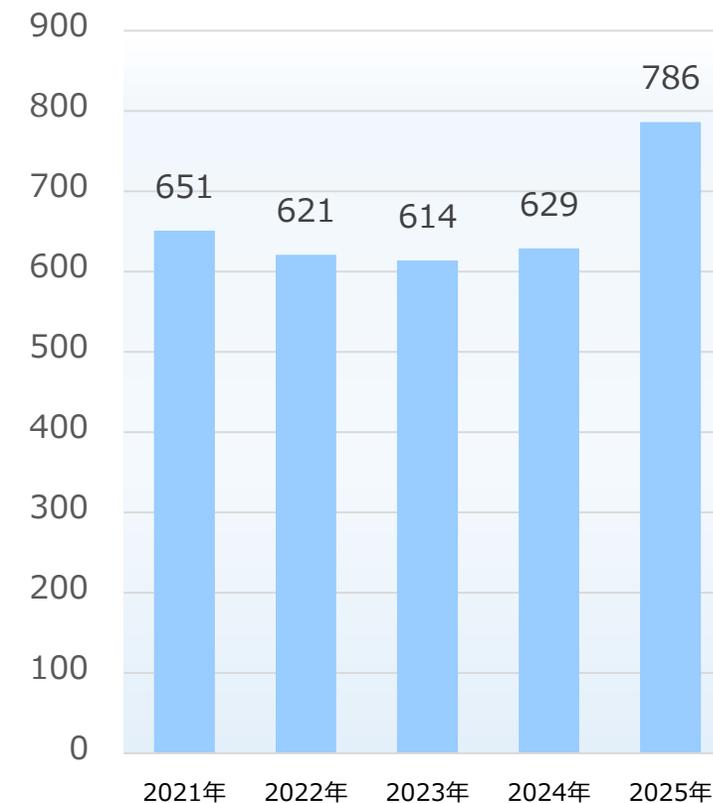
②減価償却費

(単位：百万円)



③研究開発費

(単位：百万円)



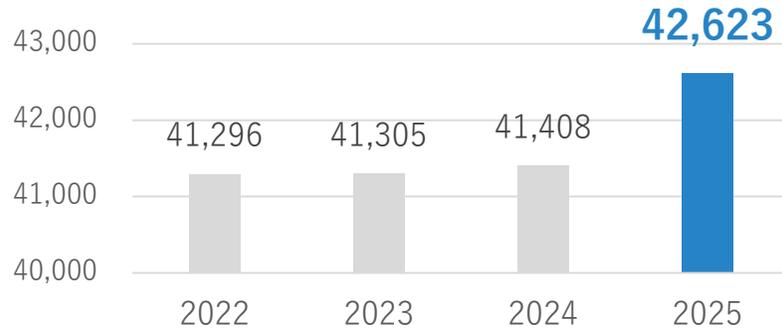
- ・ 研究開発費
 - 2024年技術研究棟建設以降
開発活動の促進



2. 2026年～2028年 中期経営計画

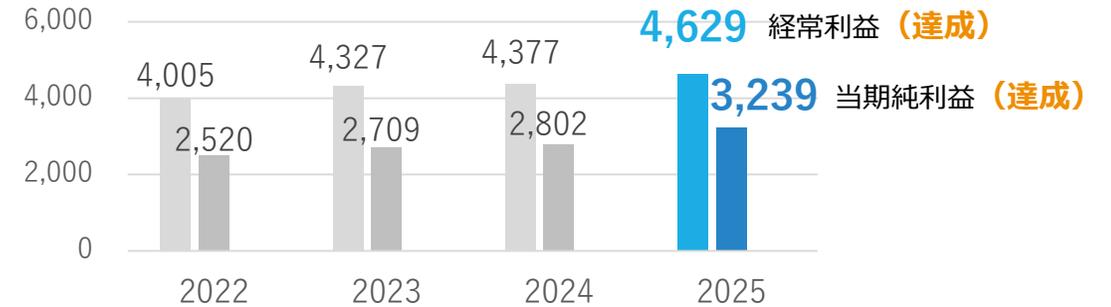
- ・売上高は想定以上の市況の落ち込みにより未達も、価格改定等による収益力強化により利益目標は達成。
- ・増配や自己株式の取得など株主還元を強化した結果、株価は大きく上昇。

売上高



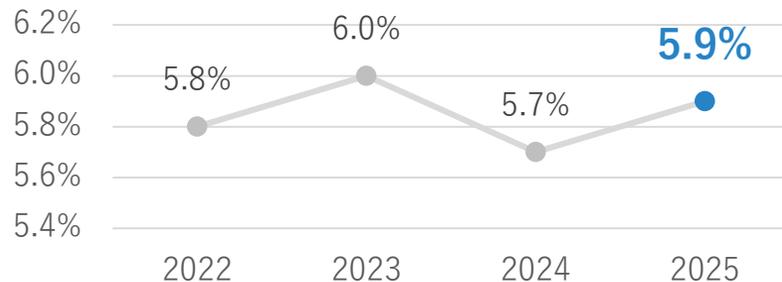
目標 445億円に対し、426億円（達成率95.8%）
 対2024年では、新製品効果や価格改定効果等により売上が拡大

経常利益、当期純利益



経常利益：目標 46億円に対し、46億円（達成率100.7%）
 当期純利益：目標 29億円に対し、32億円（達成率111.7%）**過去最高益**

ROE



ROEは5.9%
 2024年に連結子会社富士変速機(株)を完全子会社化した際に自己株式を活用し自己資本が増加した為、ROEは低下。

株価



計画を上回る増配や自己株式の取得などで、株価は直近3ヶ年で大幅に上昇

「ものづくりとマーケティング」「経営基盤の強化」「サステナビリティ」を柱に、飛躍に向けた足場固めに注力。成長製品の強化と、メーカーとして重要な研究開発施設を稼働。

成果

ものづくりとマーケティング

- ・調光ファブリック製品「ルミエ」「エアレ」発売
- ・電動製品「ホームタコス」強化、バッテリー仕様導入
- ・デジタルマーケティング強化、SNS発信の充実
- ・「技術研究棟」稼働による研究施設の充実と開発スピード向上
- ・パーツ生産拠点「新成形棟」稼働による生産性向上

経営基盤の強化

- ・賞与月数アップ、ベアの継続実施、初任給引上げ
- ・キャリアのロードマップ策定・可視化
- ・健康経営優良法人2025認定取得
- ・ジョブリターン制度導入、研修の充実
- ・関東支店新設、事業所移転の推進
- ・福利厚生施設などの不要資産売却、及び売却に向けた減損計上

サステナビリティ

- ・サステナビリティ委員会設置、マテリアリティ設定
- ・GHG排出量の削減（Scope1、2）
2025年12月累計見込 5,553t-CO2
21年同月累計比 88.8%
- ・富士変速機(株)完全子会社化によるガバナンス強化
- ・取締役会の実効性評価実施
- ・指名・報酬委員会の設置

課題

- ・足場固め、基盤づくりと位置付けてきた前中期経営計画を終え、更なる成長に向けた投資が必要。
- ・市場環境が縮小する中、高付加価値製品の拡販と市場を創造していく製品開発を推進。
- ・優秀な人材の確保に向け、社員のエンゲージメントを高める施策と人的資本への投資が必要。

営業キャッシュイン105億円を原資に、技術研究棟の新設や減速機関連事業におけるサーボモータ事業譲受等の成長投資に38億円、また積極的な増配と自己株式の取得を実施し株主還元として40億円を投じた。



2030年のありたい姿を見据えながら、2026-28年の3ヶ年においては「快適な暮らしの創造」をテーマに積極的な成長投資と市場の創造、社会貢献により企業価値を高める。

中期経営計画2023-2025
「継続と進化」

中期経営計画2026-2028
「快適な暮らしの創造」

長期ビジョン2030
ありたい姿

**積極的な成長投資と市場の創造、
社会貢献により企業価値を向上。**

- ものづくりと市場づくり
- 成長のための投資（DX投資、人的資本投資）
- 社会貢献（サステナビリティ経営の推進）

- 生活環境の改善で社会に貢献する企業
- 成長戦略で市場を創造し、売上を伸ばす企業
- ものづくりと品質に拘り、企画力、技術力、生産力を誇る企業
- 働きがいのある企業
- 進化・成長にチャレンジする企業

今後飛躍する為の足場固め、基盤づくり

- ものづくりとマーケティング
- 経営基盤の強化
- サステナビリティ

人口減少による住宅着工戸数の減少や災害リスク等 リスク面は多岐にわたるが、一方で省エネ需要を取り込むことでの売上拡大、ウェルビーイングの高まり、AI・DXの本格的な普及による生産性の大幅な向上など、当社にとっての機会も多数。

| | | リスク | 機会 |
|-----------|-----------|--|---|
| 当社を取り巻く環境 | 室内外装品事業運営 | <ul style="list-style-type: none"> ・超高齢化社会（人口の1/4が65歳以上の高齢者） ・労働力不足、人材確保困難 ・サプライチェーンの事業承継問題 ・新設住宅着工戸数の減少（70万戸割れ時代の突入） ・一戸あたりの窓数減少 ・原材料価格の継続的上昇 ・中国製など安価な海外品の台頭 ・物流規制等 労働規制強化によるビジネスモデル転換 | <ul style="list-style-type: none"> ・リフォーム需要の増加 ・ZEB・ZEH、スマートハウス、LCCM住宅の増加 ・ウェルビーイングの高まり ・太陽光発電、ペロブスカイト量産 ・都市の非住宅物件木造化 ・AI、DXの急拡大 ・業界再編の流れ ・首都圏を中心とした大型再開発 ・デジタル化対応による生産性向上 |
| | 減速機 駐車場 | <ul style="list-style-type: none"> ・主要取引先依存 ・半導体需要で中国製が台頭 | <ul style="list-style-type: none"> ・自動化・省人化ニーズの高まり（サーボモータ需要） ・電気自動車の普及・立体駐車場でのEV充電ニーズ |
| | 気候変動 | <ul style="list-style-type: none"> ・自然災害リスクの増加 ・CO₂排出量規制等の強化による対応コスト増加 ・調達コストの増加 ・Scope3を含めた気候変動開示の義務化の流れ ・建築物LCA算定の義務化（カーボンフットプリント） | <ul style="list-style-type: none"> ・省エネ意識の高まり ・環境配慮型製品のニーズ拡大 ・建築物の省エネ基準の更なる引上げ ・Scope3排出量削減による企業価値増 |
| | コンプライアンス | <ul style="list-style-type: none"> ・コーポレートガバナンス ・リスクマネジメント（災害、サイバーセキュリティ等） | <ul style="list-style-type: none"> ・適切なコンプライアンス対応による市場からの評価 |

メーカーとして「ものづくりと市場づくり」「成長に向けた投資」「社会貢献」に注力し、成長・飛躍へとステップアップ

テーマ | 快適な暮らしの創造 ~社会貢献から企業価値を向上~

ものづくりと市場づくり

安心、安全、健康、環境をテーマに
住空間における快適な製品を提供

的確な市場分析、ニーズ分析等による
メーカーとしての需要創造

- ・製品の差別化、技術・生産力向上
- ・技術研究棟の最大活用
- ・新発想、新技術による製品投入
- ・事業領域の拡大
- ・知名度、ブランド力向上

成長に向けた投資

DX投資
効率化、品質向上、省人化投資

人的資本投資
経営基盤の礎となる人材確保と育成
働きがいの追求

- ・営業支援ツール等のデジタル投資
- ・スマートファクトリー化
- ・在庫管理の自動化
- ・情報セキュリティ強化
- ・社員との対話充実
- ・処遇、評価・育成制度の見直し
- ・業務の棚卸、業務プロセスの見直し

社会貢献

サステナビリティへの取組み
社会・環境課題解決に向けた取組み

- ・環境課題への取組み
 - ・環境配慮型製品の拡充
 - ・自社CO₂排出量削減
 - ・植林活動等推進
- ・GREEN×EXPO2027協賛

室内外装品関連事業

強み/
経営資源

業界トップシェア
リーディングカンパニー

付加価値製品を生み出す
技術力

全国の充実した販売網

製品を基軸とした成長戦略

メーカーとしての市場づくりに注力

- ・ 今後需要が拡大する調光ファブリック製品を中心にファブリック製品を強化
- ・ 電動製品を中心とした新技術の先行開発により、需要を創造
- ・ パネル間仕切「プレイス」の非住宅ニーズを汲み取り需要を創造
- ・ 省エネニーズの高まりを受け 室外装品を導入し、新たな市場を開拓
- ・ 既存製品の他用途提案による売上拡大

販促政策

販売促進面での市場づくり

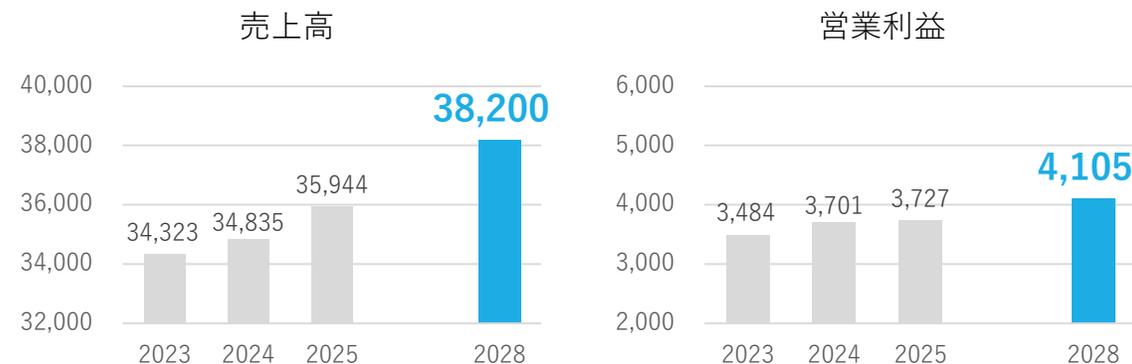
- ・ デジタル販促の専門性向上とデジタルツールの拡充
- ・ 五感を刺激するマーケティングなど新しい販促にチャレンジ
- ・ 新規展示会への出展による市場開拓（賃貸、非住宅分野開拓）
- ・ 2026年1月開設の「新宿ショールーム」を有効活用し、幅広い購買層へ訴求

技術開発・生産体制強化

高機能製品の先行開発と成長製品の生産体制整備

- ・ 技術研究棟を活用した先行開発の推進
IoT機能強化、太陽光発電、生地新構造、機能塗料開発 等
- ・ 「ファブリック生産棟」を新設し、生産体制を大幅強化
スマートファクトリー化を推進
- ・ 2027年 札幌製作所竣工・移転（物流拠点統合）

業績目標



減速機関連事業

(富士変速機株式会社)

強み/
経営資源

個別の顧客ニーズに応える
技術力

定番品のアレンジ力

代理店との強固な関係

オーダーメイド品の拡大による成長戦略

サーボモータを中心とした新規需要開拓

- ・ 譲受先「東光高岳」からの既存顧客への深耕
- ・ 富士変速機の強みを活かした減速機とサーボモータのセット販売強化
- ・ 物流自動化等需要が旺盛なAGV用途強化
 - 得意とする重量型AGV展開
 - 中・大型で高効率な“DC（直流）入力のバッテリー駆動サーボモータ”の強みを発揮
 - 展示会での新規顧客開拓

個別品展開と生産体制強化

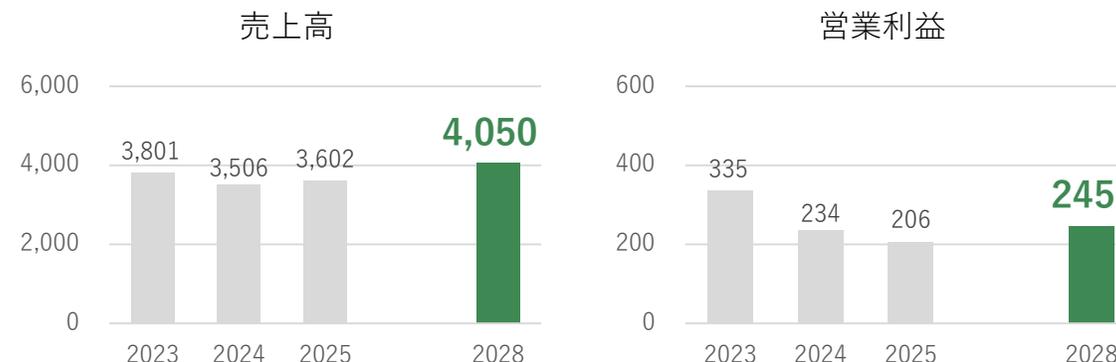
- ・ 特定用途向けギヤードモータの開発と差別化戦略
 - ナットランナー（自動車組立ライン等のねじ締め設備向け）
 - 養殖用ギヤードモータ向け等他社切替提案強化
 - 医療介護昇降機向け
 - 船舶用シャッター開閉機向け 等
- ・ 将来的な増産を見据えた減速機生産棟の新設（2030年竣工予定）

グループシナジー

タチカワブラインドとのシナジー効果

- ・ タチカワブラインドの商流を活用した建材系・機械系卸への減速機拡販
- ・ 各種展示会への積極的な出展による定番品・オーダーメイド品の販売強化

業績目標



駐車場装置関連事業

(富士変速機株式会社)

強み/
経営資源

くし歯式採用による
出庫スピード

価値を付与する
技術力

長期修繕対応
継続的な収益確保

強みを活かした成長戦略

立体駐車場「パズルタワー」の販売強化

- 物件工期を見据えた長期的なスペックイン活動
- ハイスペック仕様“ビヨンド”によるホテル・再開発・高層マンション受注獲得
車高の高い車にも対応し、収容車の寸法・重量を顧客の要望に合わせてカスタマイズ
- 低コストパズルタワーでの需要発掘
- 施工体制強化と原価先行管理による収益力向上
- アライアンスを含めた相互販売提携推進による新規需要開拓

付加価値提案強化

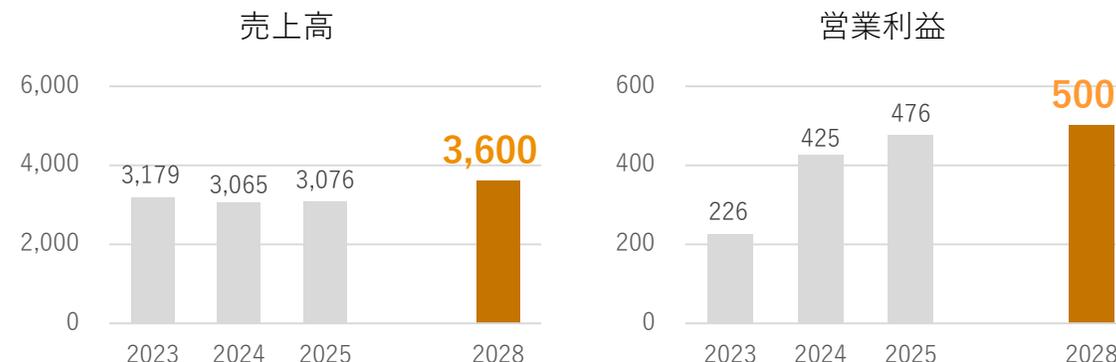
- 改造改修等における継続的な付加価値提案
オートゲートクローズシステム、WEB出庫予約システム、全車室EV充電システム 等
- スマートテクノロジー（車両認識システム等）の導入推進

グループシナジー

タチカワブラインドとのシナジー効果

- 非住宅物件のスピーディな情報共有と、窓まわり製品・立体駐車場の相互提案
- 主要顧客であるハウスメーカー等へのグループ連携受注

業績目標



セキュリティを強化しながらDXを加速させることで、生産面・営業面を中心に品質および生産性の向上、業務効率化を実現。また AI等データ活用により、最適な在庫管理なども推進する。

01 生産体制強化に向けたDX

生産性・品質の向上、省人化・自動化

スマートファクトリー化

新潟にファブリック生産棟を新設し、主カファブリック製品ロールスクリーンを中心とした最新の生産ラインを導入。

部材調達システム

アナログな在庫管理から脱却し、AIを駆使した在庫管理へシフト。在庫の適正化を推進。

製造原価算出システム

標準原価管理と原価差額分析の高度化を推進。

02 営業品質向上に向けたDX

営業品質・顧客管理・生産性向上

営業支援ツール

営業活動の進捗や情報をリアルタイムで可視化し、行動実績に基づくデータ分析から営業戦略向上。

顧客管理システム

顧客情報（名刺）の取込みや商談内容、カタログサンプル帳の配布、製品展示などの情報をデータ化・分析し、営業活動に活用。

与信管理・証票類等電子化

アナログな業務の電子化を推進し、業務効率とコスト削減を実現。社員のエンゲージメント向上にも繋げる。

企業価値向上には社員の成長が不可欠。主体性を伸ばし、働きがい追求することによりエンゲージメントを高める。社員の満足度と能力を向上させることで組織力を高め、これを会社の施策実行に繋げていく好循環を確立する。

人事政策

処遇/人事評価

- ・ 処遇改善（ベアの継続、賞与月数5ヵ月）
- ・ 社員資格の見直し
- ・ 貢献に応じた給与配分
- ・ 人事評価制度の見直し
人事考課システムの導入
評価基準と賞与への反映度合い見直し

採用/人材育成

- ・ 新卒・中途採用強化（ダイレクトリクルーティング等）
- ・ 実践的な研修プログラム、eラーニング充実
- ・ キャリア形成、キャリアパスの明示
- ・ 主要ポストのサクセッションプラン作成

働きやすさ

- ・ 多様性の充実（育児・介護等支援）
- ・ ライフステージに合わせた地域限定制度
- ・ 職場環境の改善、事業所整備・移転
広島支店新設・移転、札幌支店改修 他



業務改革

業績拡大、社会貢献に
寄与する業務に集中する為
の業務改革
社員のイノベーション創出

- ・ 業務の棚卸、業務量削減
- ・ 業務プロセスの見直し
- ・ DXの推進
- ・ 社内コミュニケーション強化

エンゲージメント向上

働きがい追求

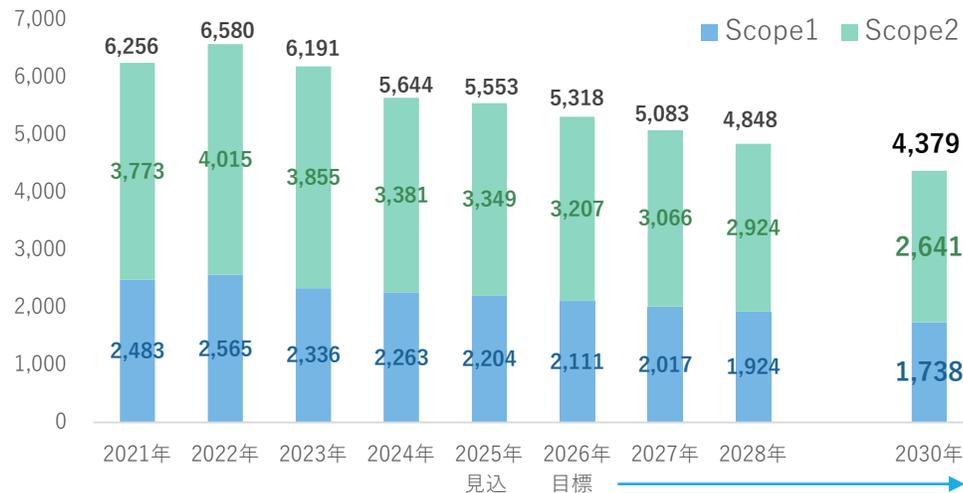
働きがいの測定・把握

エンゲージメントサーベイの実施
1on1ミーティングの実施

サステナビリティ経営を継続し、社会貢献活動にも注力。自社の環境負荷低減活動においては、グループ生産拠点の再エネ切替や省エネ生産等を推進し、CO₂排出量を削減。また、植林活動やGREEN×EXPO 2027に賛同し、寄付や協賛等実施。

① 環境負荷低減活動

グループCO₂排出量削減 目標



(2021年度比) 2028年 : △22.5% 2030年 : △30.0% 削減

資源の有効活用・廃棄物削減 目標

リサイクル率 : 95.0%以上 廃棄物総排出量 : 2021年度比 93.0%

② 環境改善に向けた取組み

森林再生プロジェクト「Present Tree」

木製ブラインドの売上に応じた寄付を行い、木材を扱う企業として地球環境保全に貢献



木製ブラインド フォレティア

2027年横浜で開催される2027年国際園芸博覧会「GREEN×EXPO 2027」へ協賛

※タチカワブラインドは、GREEN×EXPO 2027のブロンズパートナーです。

資金提供 特典として「加賀友禅ブラインド」を展示

製品提供 (予定) 木製ブラインド

伝統文化の普及と継承に賛同



©Expo 2027

トウソク

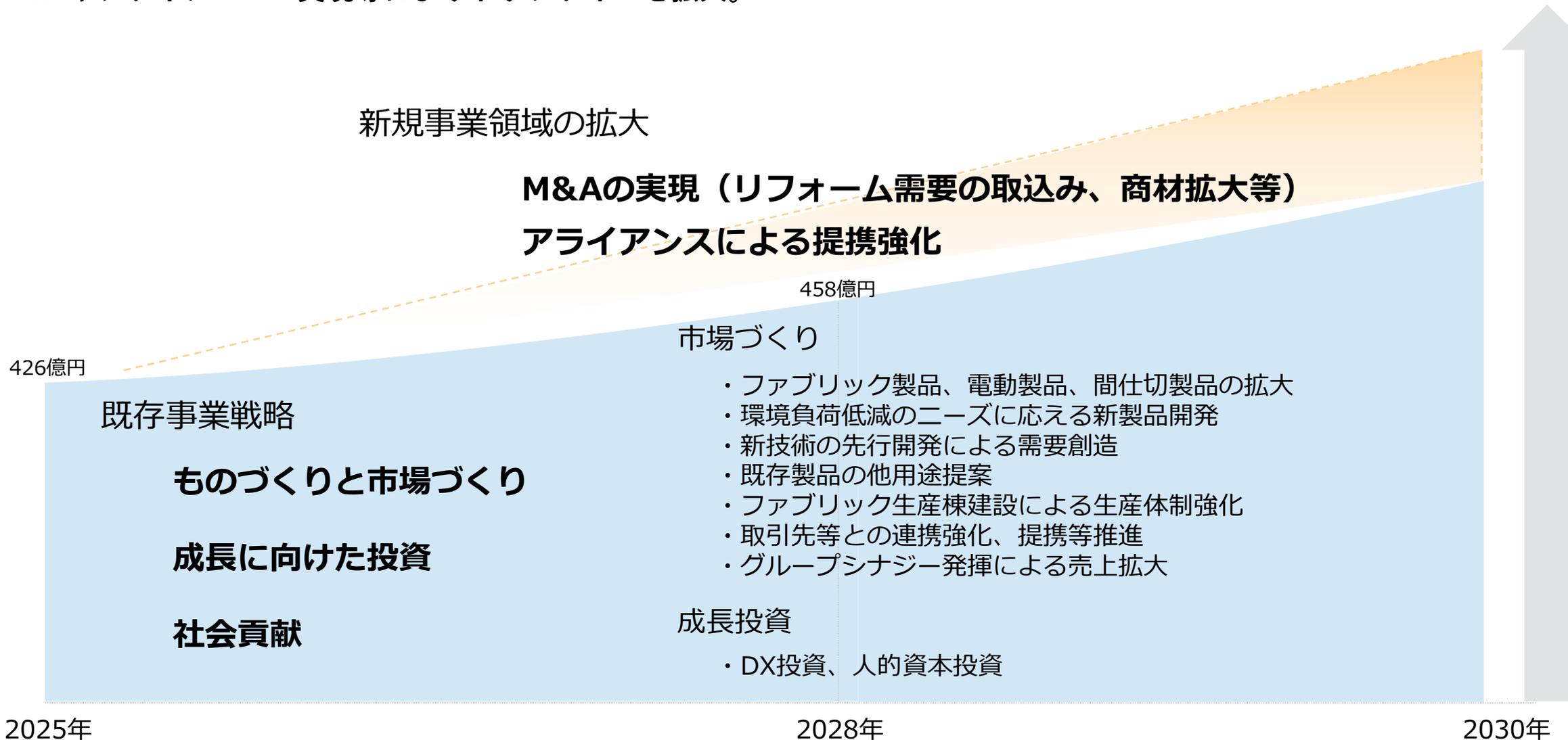
本中期経営計画の最終年度となる2028年の連結業績目標は、売上高458億円（2025年度比107.6%）
 経常利益50億円（2025年度比108.0%） 当期純利益35億円（2025年度比108.0%）を計画。

単位：百万円

| 連結 | 2024年 | 2025年 | 2028年 | |
|-------|--------|--------|--------|--------|
| | | | 目標 | 2025年比 |
| 売上高 | 41,407 | 42,623 | 45,850 | 107.6% |
| 営業利益 | 4,361 | 4,411 | 4,850 | 109.9% |
| 利益率 | 10.5% | 10.3% | 10.6% | |
| 経常利益 | 4,376 | 4,629 | 5,000 | 108.0% |
| 利益率 | 10.6% | 10.9% | 10.9% | |
| 当期純利益 | 2,802 | 3,239 | 3,500 | 108.0% |
| 利益率 | 6.8% | 7.6% | 7.6% | |

※M&Aによる収益拡大は含めておりません。

既存事業において成長戦略と市場創造により収益拡大を着実に図りながら、新規事業領域の拡大を平行して進め、M&Aやアライアンスの実現等によりトップラインを拡大。





3. 2026年12月期 業績見通し

2026年の連結業績見通しは、売上高435億円（前年比102.1%）
 経常利益47億円（前年比101.5%） 当期純利益32.8億円（前年比101.2%）を計画。

単位：百万円

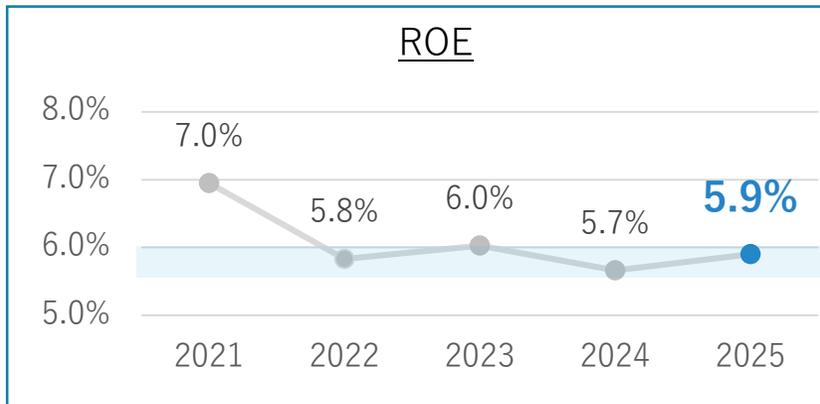
| 連結 | 2025年 | 2026年 | | | |
|-------|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 通期 | 上期 | 前年同期比 | 通期 | 前年比 |
| | | | | | |
| 売上高 | 42,623 | 21,500 | 103.5% | 43,500 | 102.1% |
| 営業利益 | 4,411 | 2,300 | 109.8% | 4,500 | 102.0% |
| 利益率 | 10.3% | 10.7% | | 10.3% | |
| 経常利益 | 4,629 | 2,400 | 109.7% | 4,700 | 101.5% |
| 利益率 | 10.9% | 11.2% | | 10.8% | |
| 当期純利益 | 3,239 | 1,580 | 91.1% | 3,280 | 101.2% |
| 利益率 | 7.6% | 7.3% | | 7.5% | |



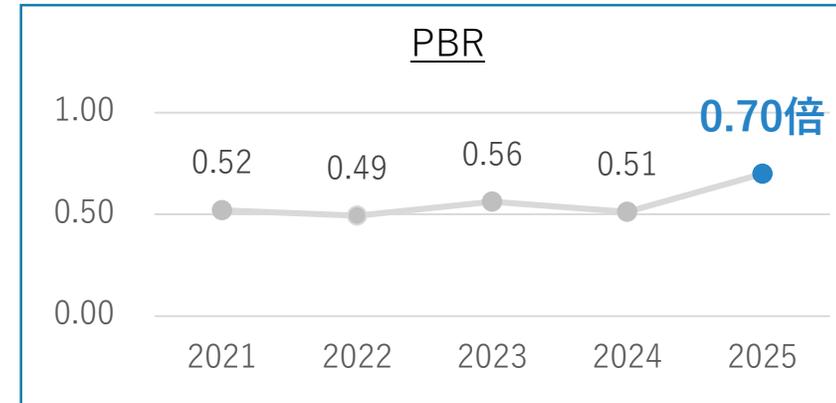
4. 企業価値向上の取組み (資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応)

資本コストを上回るROEを計上出来ておらず、PBRは1倍割れの状態が続いている。
増配等により株価が上昇しており、PER・PBRは上昇傾向。

$$\text{PBR (株価純資産倍率)} = \text{ROE (株主資本利益率)} \times \text{PER (株価収益率)}$$

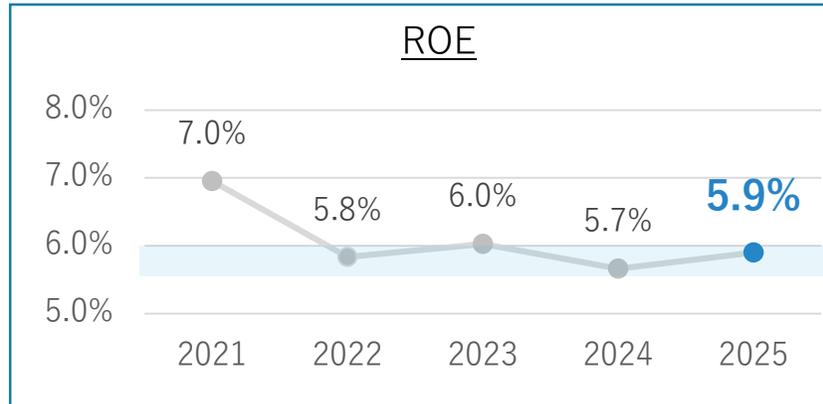


資本コスト (CAPM)
5.5~6.0%程度

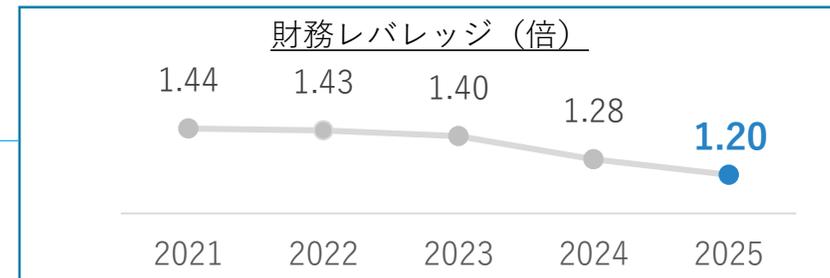
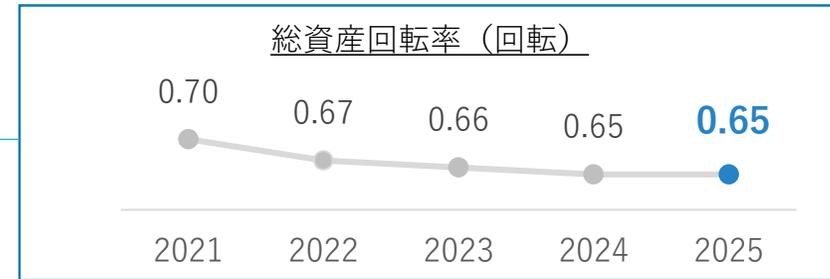
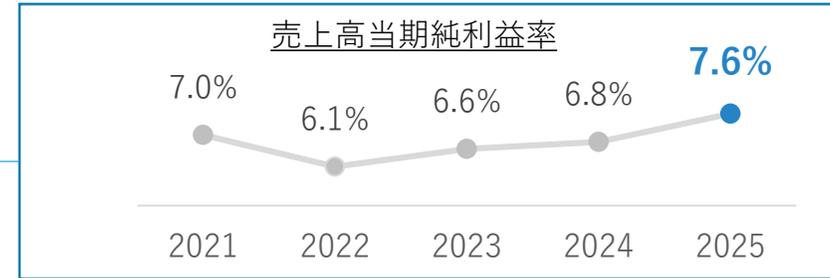


ROEを分解すると、売上高当期純利益率は着実に上昇しているが、総資産回転率と財務レバレッジが低水準であることが課題。

ROEの分解

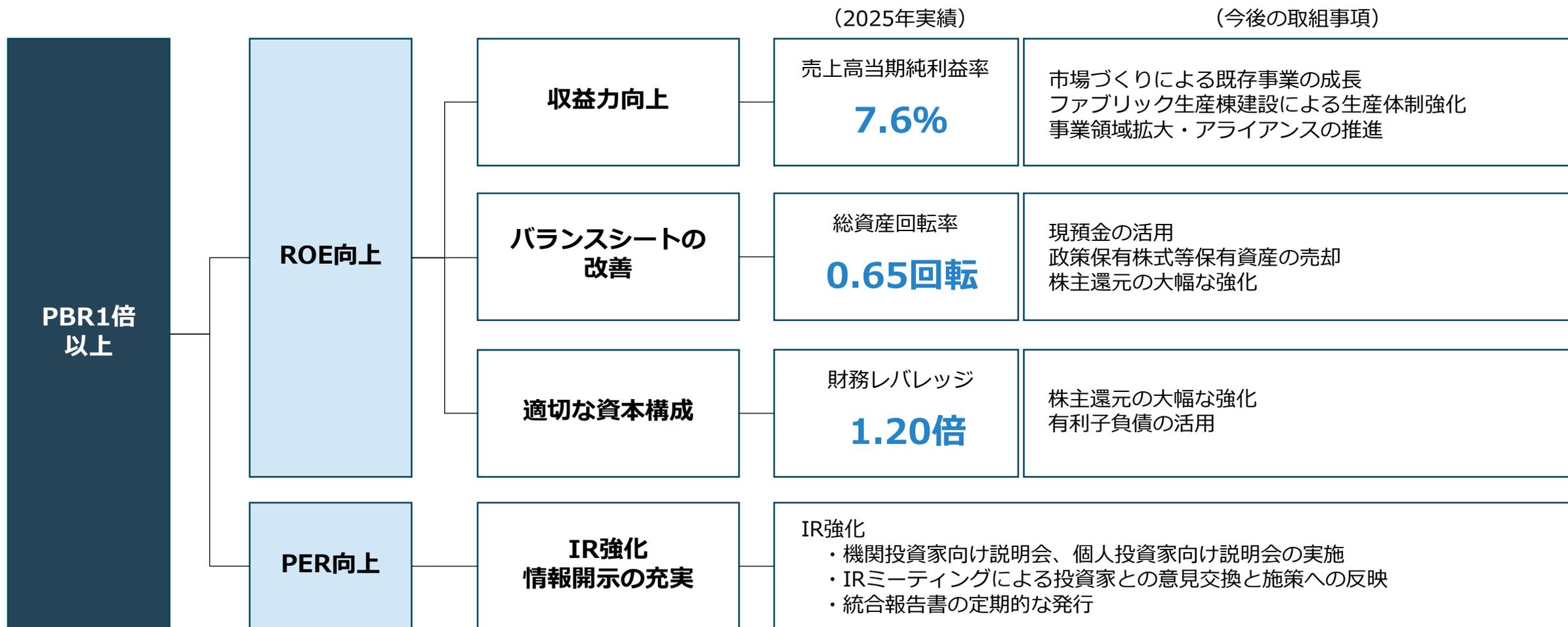


資本コスト (CAPM)
5.5~6.0%程度



主力事業の強化や資産効率の改善、株主還元の強化、IR強化等に取り組み、資本コストや株価を意識した経営を推進。

目標：中期経営計画期間中に **PBR1.0倍以上** 2028年12月期に **ROE7.0%以上**



株主還元はDOE4.0%を下限とし、累進配当を継続しながら年間配当 1株120円以上をコミット。
自己株式取得については、経営環境に応じて機動的に実施を検討。

株主還元

中期経営計画2023-2025

- ・総還元性向50%の早期達成
- ・減配せず累進配当を継続
- ・自己株式取得は、経営環境に応じて機動的に実施

配当/
自己株式取得

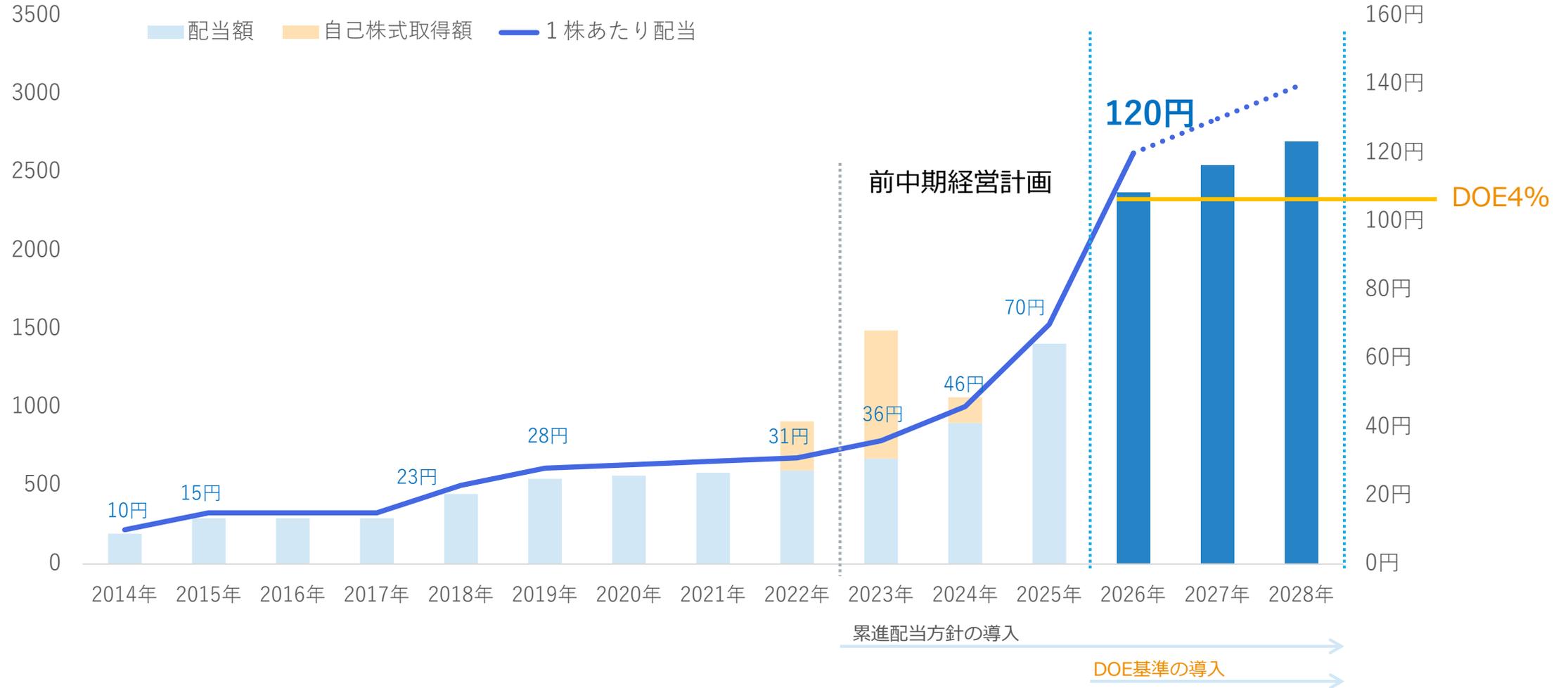
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------|------------|------------|--------------------|
| 計画 | 36円 | 41円 | 46円 |
| 実績 | 36円 | 46円 | 70円 (予想) |
| 配当性向 | 25.1% | 31.0% | 43.4% |
| 総還元性向 | 55.3% | 36.8% | 43.4% |

新中期経営計画2026-2028

- ・累進配当を継続
- ・ **DOE4.0%** を下限とし、指標として導入
- ・年間配当は、**1株120円以上**
- ・自己株式取得は、経営環境に応じて機動的に実施

株主還元はDOE4.0%を下限とし、累進配当を継続しながら年間配当 1株120円以上をコミット。
 自己株式取得については、経営環境に応じて機動的に実施を検討。

単位：百万円



営業キャッシュインと手元資金や負債の活用等により成長投資と株主還元を大幅に増加。
成長投資は90億円、株主還元はDOE4.0%を下限に95億円を計画。

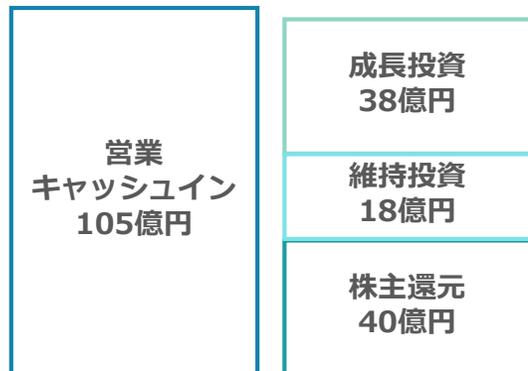
キャッシュアロケーション

中期経営計画2026-2028

キャッシュイン
手元資金

キャッシュアウト

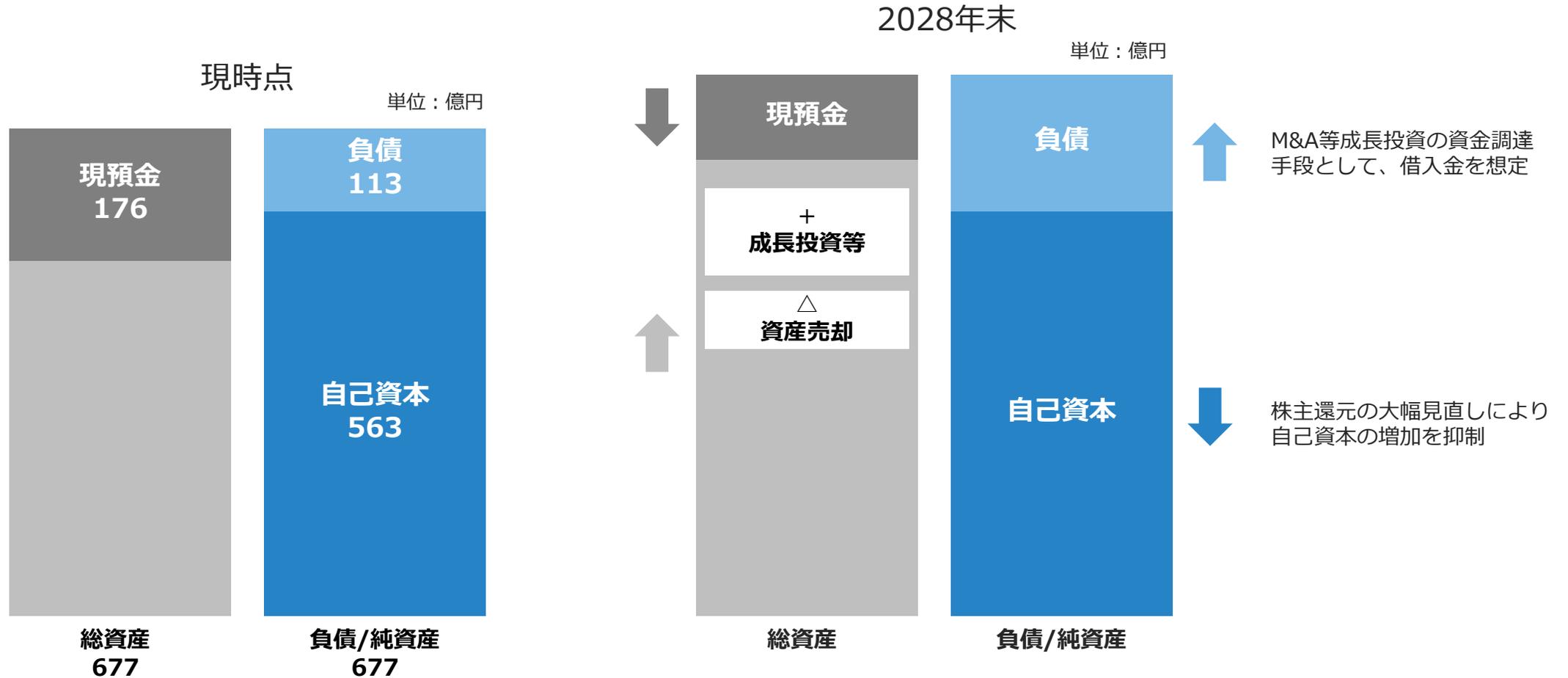
中期経営計画2023-2025

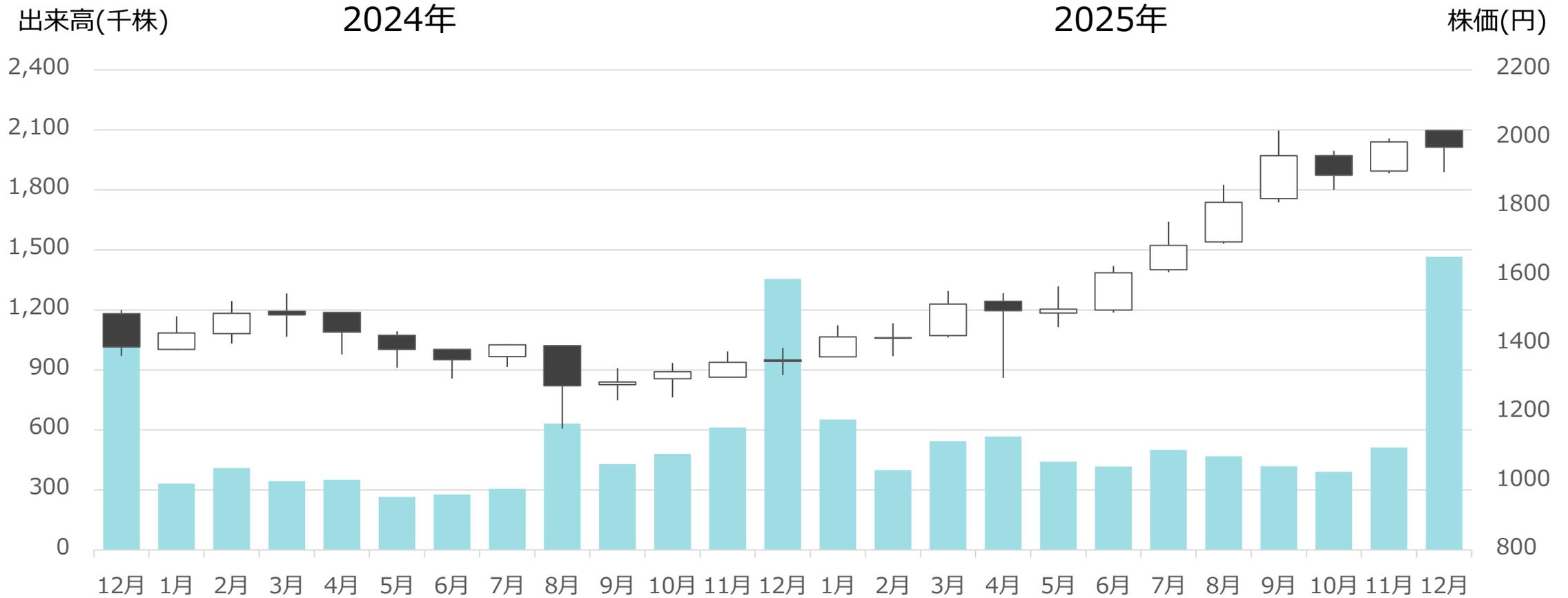


※ M&A等成長投資においては、借入金の活用を検討。

現預金は、成長投資と株主還元を活用。M&A等においては借入金などの負債活用を検討。
積極的な株主還元により自己資本の増加を抑え、財務レバレッジの改善を進める。

バランスシートマネジメント





↑
2024年11月
配当予想
の修正

↑
2025年8月
業績・配当予想
の修正

↑
2025年11月
業績・配当予想
の修正

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。

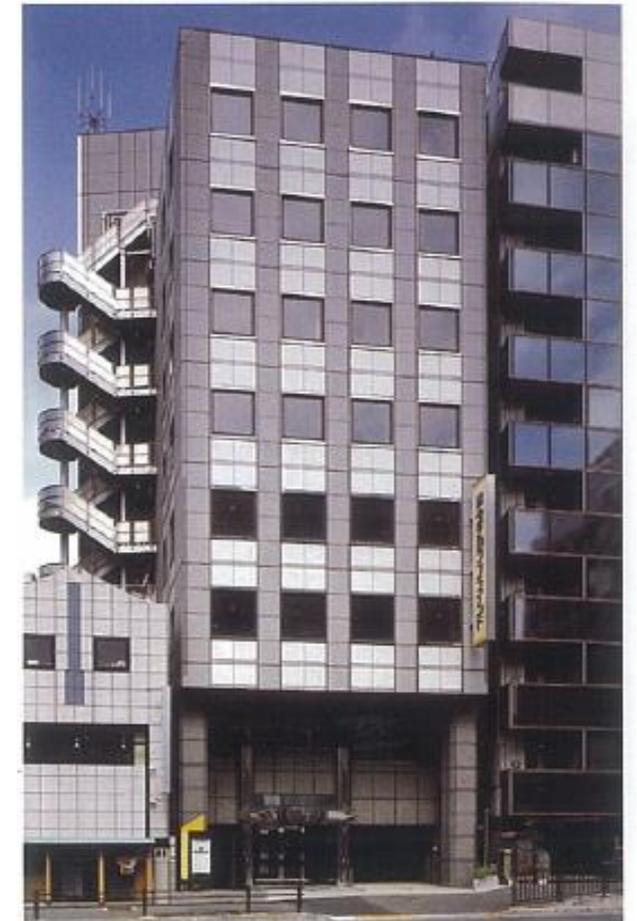
〔 東京証券取引所 プライム市場 証券コード7989 〕

【お問合せ先】 経理部 IR推進課
03-5484-6128 / tachikawa-ir@blind.co.jp
<https://www.blind.co.jp>



Appendix

| | |
|-------|---|
| 社名 | 立川ブラインド工業株式会社 証券コード7989 |
| 創業 | 1938(昭和13)年5月 ※1947(昭和22)年に株式会社改組 |
| 資本金 | 44億7,500万円 |
| 連結総資産 | 677億円 |
| 売上高 | 連結 426億円、単体 326億円 (2025年12月期) |
| 従業員 | 連結 1,264人、単体 812人 (2025年12月末現在) |
| 本社 | 東京都港区三田三丁目1番12号 |
| 事業 | <p>各種ブラインド／間仕切／ カーテンレールの製造・販売・設計施工</p> <p>【営業拠点】 全国 14支店 57営業所(出張所含む) 【製造拠点】 2工場 3製作所 【ショールーム】 10カ所 (海外1カ所含む) 【ディスプレイスペース】 2カ所 【連結子会社】 8社</p> |



支店・営業所 国内71カ所
 ショールーム 国内11カ所
 ディスプレイスペース



2工場・3製作所



- 《主要拠点にショールーム
 ディスプレイスペースを設置》
- 新宿ショールーム (2026年1月オープン)
 - 札幌ショールーム
 - 仙台ショールーム
 - さいたまショールーム
 - 横浜ショールーム
 - 名古屋ショールーム
 - 大阪ショールーム
 - 広島ショールーム
 - 福岡ショールーム
 - 上海ショールーム . . . 海外 (中国)
 - 新潟ディスプレイスペース
 - 金沢ディスプレイスペース

※2025年12月31日現在

売上高(営業利益)
2025年12月期

室内外装品
関連事業

359.4 億円
(37.2億円)
構成比 84.3%

事業概要

各種ブラインド、
可動式間仕切り等の製造
ならびに販売

主な製品

- ブラインド
(ヨコ型・タテ型)
- ロールスクリーン
- 間仕切り
- カーテンレール



ヨコ型ブラインド「パーフェクトシルキー」

駐車場装置
関連事業

30.7億円
(4.7億円)
構成比 7.2%

機械式立体駐車装置の
製造・販売ならびに保守点検

- エレベーター方式・
くし歯式立体駐車場
- 地下式駐車場
- 軽自動車用立体駐車場



エレベーター方式・
くし歯式立体駐車場

減速機
関連事業

36.0億円
(2.0億円)
構成比 8.5%

減速機類の製造ならびに
販売

- 汎用減速機
(ギヤードモータ)
- 特殊減速機
- シャッター駆動装置



汎用減速機
(ギヤードモータ)

用途は、「住宅向け」だけでなく、「オフィス向け」、「公共施設向け」など多様

光を演出する、
お部屋をコーディネートする。

本当にリラックスでき、
快適さを実感できる空間とはなにか…。
私たちは、性能、素材、色彩など、
さまざまな視点からその本質をつねに追求しています。



パーフェクトシルキー〔リビング〕



プレイス〔医療・福祉施設〕



公共施設にふさわしい快適性を追求。

タチカワブラインドは、今までに庁舎、ホテル、学校、医療・福祉施設、スポーツ施設など、都市のシンボルとなる建築物をはじめとしたさまざまな公共施設に納入した確かな実績を誇ります。

高度化するビジネス空間を、
もっと快適に。

オフィスで働く人たちが
仕事に専念できる環境をつくるために。
優れた操作性や省エネ効果の高い
ブラインドなどを取り揃え、あらゆる
快適空間づくりの提案を行っています。



左：東京ミッドタウン八重洲
電動ヨコ型ブラインド「ローリー-ESSタコスⅡ」
電動ロールスクリーン

右：グラングリーン大阪 北館・南館
動ヨコ型ブラインド「ESS35タコスⅡ」
電動ロールスクリーン 他

豊富なバリエーションを取り揃え、快適な環境づくりに貢献

■ ヨコ型ブラインド

パーフェクトシルキー

スラットにコードを通す穴がなく、遮断性・遮光性・意匠性に優れた最上級のヨコ型ブラインド。



シルキーシェイディRDS/
シルキーRDS

光漏れを低減し、意匠性を高めたシルキーシェイディRDS。スタンダードなシルキーRDS



■ プリーツスクリーン

ゼファー/フィュー/ペルレ

プリーツ状に加工した生地を上下に開閉することで採光をコントロール。すっきりしたフォルムのスクリーン。



■ 木製ブラインド

フォレティアエグゼ/フォレティア

天然木を使用し、多彩なカラーや樹種をラインナップした意匠性に優れた木製のブラインド。



■ デザインブラインド

アフタービートエグゼ/アフタービート

3つのマテリアル(アルミ・木・ファブリック)の組み合わせが魅力のデザインブラインド。



■ ハニカムスクリーン

ブレア

ハニカム(蜂の巣)構造の生地がつくる空気層により断熱性が高く、意匠性に優れたスクリーン。



■ ロールスクリーン

ラルクシールド

生地デザイン、カラー、機能が豊富なロールスクリーン。ワイドサッシから小窓まで幅広く対応。



調光ロールスクリーン ルミエ/
デュオレ

2枚のレースの間にドレープを配した立体構造のルミエ。2枚のボーダー柄の生地を前後に配したデュオレ。



■ 間仕切

プレイス/プレイス スウィング

多彩な収納方式と出入りの方法で、仕切りや目隠し、扉など幅広いシーンにおすすめのパネル間仕切り。



■ タテ型ブラインド

ラインドレープ

スラットのデザイン、カラー、機能が豊富な住宅向けタテ型ブラインド。



調光タテ型ブラインド エアレ

U字状の生地で、タテ型ブラインドのスタイリッシュさとカーテンの優しい雰囲気を併せ持つタテ型ブラインド。



■ カーテンレール/
ピクチャーレール

デザイン性、機能性に優れた豊富なラインナップとカラーバリエーションで、用途や部位に合わせて選べる。

