

タチカワブラインドグループ 統合報告書

# Integrated Report 2026

# 目次

## タチカワブラインドグループとは

タチカワブラインドグループのパーパス・経営基本方針・ビジョン	03
価値創造のあゆみ	04
大切にしている価値観の実現に向けて	05
At a glance(2025年12月期)	06
価値創造プロセス	07

## 事業戦略

トップメッセージ	09
前中期経営計画2023-2025の振り返り	12
新中期経営計画2026-2028	13
<b>特集 1</b> 技術本部長インタビュー	14
セグメント別事業概況・戦略	
室内外装品関連事業	15
駐車場装置関連事業	17
減速機関連事業	18
財務戦略	19

## 経営基盤

サステナビリティ基本方針・サステナビリティ推進体制	22
マテリアリティ	23
マテリアリティの目標と取り組み実績	24
リスクと機会	26
環境(E)	
事業活動における環境負荷低減	27
社会(S)	
安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供	29
働きやすく働きがいのある職場環境の実現	31
<b>特集 2</b> 若手社員座談会	32
ステークホルダーとの協働とサプライチェーンマネジメント	34
社会貢献	35
技術力を通じた多様な産業と暮らしへの貢献	36
ガバナンス(G)	
コーポレート・ガバナンス体制	37
役員一覧	38
取締役会の実効性 / 執行役員一覧	39
持続的成長に向けたガバナンスの充実・強化	40

## 会社データ

主要財務データ(連結)	41
会社概要	42
株式情報	43

### 編集方針

本統合報告書は、株主・投資家をはじめとする幅広いステークホルダーの皆さまに、当社グループの価値創造ストーリーをお伝えすることを目的としています。

当社グループについてのご理解を深めていただくべく、「当社グループらしさ」や「重要性」を意識して、できるだけ簡潔にお伝えすることを心がけています。本報告書を通じて、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを深化させ、更なる企業価値向上を目指します。

### 報告対象

立川ブラインド工業株式会社および連結子会社  
(当社グループ)

### 報告期間

2025年度(2025年1月1日～2025年12月31日)  
※一部当該期間の前後の活動に関する記述も含まれます。

### 参照ガイドライン

本統合報告書は、以下のフレームワークおよびガイドラインを参考にしています。  
・IFRS 財団「国際統合報告フレームワーク」  
・経済産業省「価値協創ガイドランス2.0」  
・「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)最終報告書」

### 将来の見通しに関する注意事項

本報告書に記載されている業績見通しなどの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績などはさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。

# タチカワブラインドグループのパーパス・経営基本方針・ビジョン

当社グループでは創業者の立川孟美が大切にしてきた信条を「パーパス」として設定し、「経営基本方針」に基づいて事業活動を行っています。また、中期経営計画において「タチカワビジョン 2028 ～快適な暮らしの創造～」を掲げ、企業価値向上に向けた戦略を実行しています。当社は、「安心・安全・快適」を届けるインテリアメーカーとして、広く社会に貢献します。



# 価値創造のあゆみ

当社グループは、戦後～現在にわたって、時代の要請や社会のニーズを的確に捉え、人々の生活文化の創造に貢献してきました。生産システムの構築に向けた投資を早くから実行し、多品種・短納期・オーダーメイドのビジネスモデルを築き上げ、2010年代以降はマーケティングをさらに強化し、高機能・高付加価値製品を生み出すことで利益率の改善を実現しました。

## 1938年～

1938  
創業



1955年ごろ本社  
文京区龍岡町(現・湯島)

1956  
業界初のアルミ製  
ブラインドの販売を開始

1964  
アコーデオン  
カーテンのヒットを機に  
住宅市場へ本格参入



1968  
総合工場の展開  
全製品の一貫集中  
生産を開始(滋賀工場)



## 1970年代～

1971  
一般家庭向けの  
インテリアブラインド  
「シルキー」の販売開始



1975  
オーダーメイドを支える生産  
管理システムの導入

受注・生産・出荷を一括管理することにより、  
「多品種・短納期・オーダー生産」を確立

Turning Point

1976  
富士変速機と業務資本提携

1986  
ファブリック製品に本格参入

お客様の快適な空間をつくるためファブリック製品  
(布製品)の生産を開始し、提供製品の幅を広げた

Turning Point

1987  
東証2部上場

## 2010年代～

2012  
遮蔽性・断熱性に優れた  
パーフェクトシルキーを販売



2012  
マーケティングの機能強化に  
よる製品の高付加価値化

「安心・安全・快適で環境に配慮した製品を  
提供していくこと」を目的に、製品の高機能化を実現

Turning Point

2015  
東証1部上場



## 2020年代～

2022  
東証プライム市場へ移行

2024  
富士変速機(名証メイン市場)  
完全子会社化

2024  
技術研究棟新設

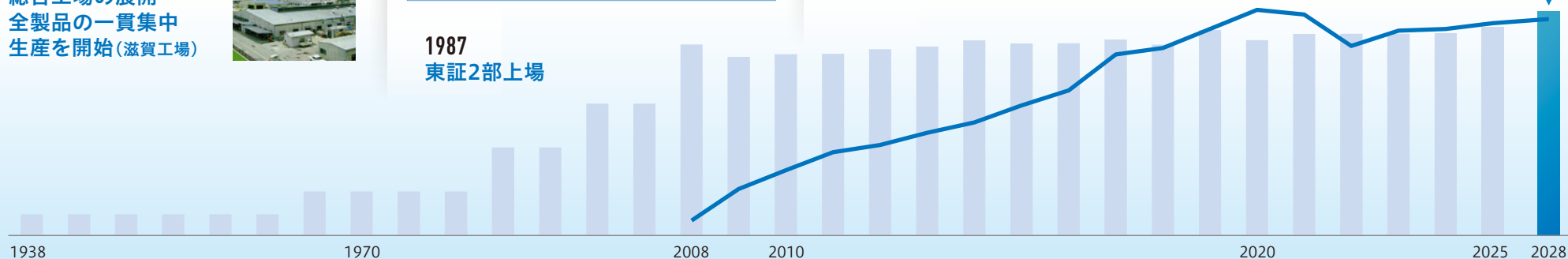


2026  
製品を「選ぶ・触れる・組み合わせる」  
楽しさを体感できる空間  
「新宿ショールーム」開館



売上高目標  
458億円

経常利益率目標  
10.9%



業績推移 ■売上高 ■経常利益率

# 大切にしている価値観の実現に向けて

当社グループの価値観であり、経営基本方針の一つである「建築物内外の生活環境の改善により、社会に貢献する」は、「家庭・企業・都市の中に次代の生活文化を創造すること」と考えており、3つの関連事業を通じて、実現していきます。

大切にしている価値観  
**建築物内外の生活環境の改善により、  
 社会に貢献する**

## 家庭・企業・都市の中に次代の生活文化を創造する

家庭  
HOME

企業  
OFFICE

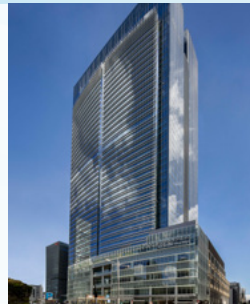
都市  
PUBLIC

### 室内外装品関連事業



#### 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常に追求しています。



#### 高度化するビジネス 空間を、もっと快適に

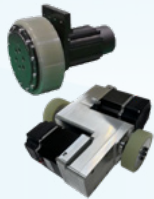
オフィスで働く人たちが仕事に専念できる環境をつくるために、優れた操作性や省エネ効果の高いブラインドなどを取り揃え、あらゆる快適な空間づくりの提案を行っています。



#### 公共施設にふさわしい 快適性を追求

当社のブラインドは、庁舎やホテル、学校、病院、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、多くの人々の暮らしに貢献しています。

### 減速機関連事業



#### 産業から暮らしの分野まで 機械装置の動力源を支え、省人化に貢献

減速機とは、歯車で動力（モータ）の回転速度を減じて大きな力を出す機械装置であり、産業用機械の動力源を担っています。当社の製品は産業分野から暮らしの分野まで、幅広い分野で使用されており、近年では工場の生産システム自動化（FA）ニーズの高まりを受け、産業用ロボットや無人搬送台車などの駆動部分、医療・介護分野の機器等幅広く使用されています。

### 駐車場装置関連事業



#### 都市における駐車場問題の解決や 省スペースの有効活用に貢献

機械式立体駐車場とは、限られたスペースを有効活用し、複数の車を駐車できる装置です。主力製品である「パズルタワー」は、独自技術である「くし歯式」を採用しており、低騒音・低振動、耐震性、省エネを実現しています。近年は、都市再開発のマンション用駐車場の建て替え需要や、海外観光客の増加（インバウンド需要）によるホテル併設の機械式立体駐車場のニーズに対応しています。

# At a glance(2025年12月期)

当社グループは、建築物の開口部、とりわけ窓まわり製品を事業の核とする建築内装部の総合メーカーとして室内外装品関連事業、機械式立体駐車場を扱う駐車場装置関連事業、変速機・減速機の製造販売を行う減速機関連事業の3事業を展開しています。ブラインド・スクリーン類における市場シェアは約40%を占め、業界 No.1のシェアを誇っています。

創業

1938年

売上高

2025年12月期(連結)

426億円

従業員数

連結

1,264人

単体

812人

事業所数(単体)

支店・営業所

国内71カ所

工場・製作所

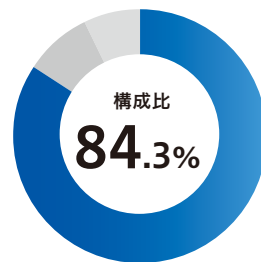
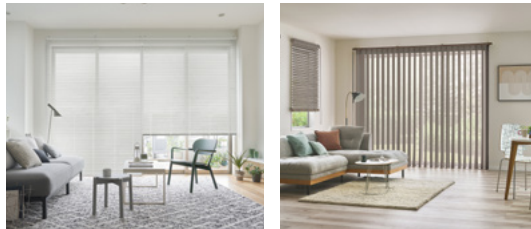
国内5カ所

グループ会社

国内7社、海外1社

8社

室内外装品関連事業



売上高  
359.4億円  
営業利益  
37.2億円

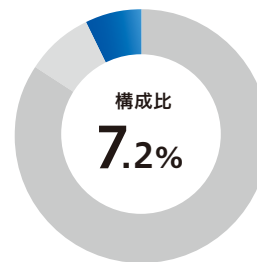
〈事業概要〉

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

駐車場装置関連事業



売上高  
30.7億円  
営業利益  
4.7億円

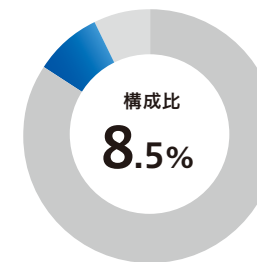
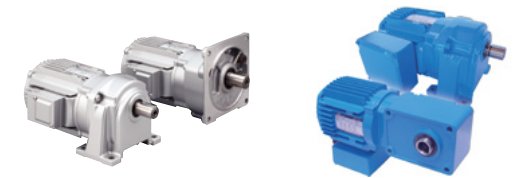
〈事業概要〉

機械式立体駐車場  
装置の製造・販売  
ならびに保守点検

〈主な製品〉

- エレベータ方式・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

減速機関連事業



売上高  
36.0億円  
営業利益  
2.0億円

〈事業概要〉

減速機類の製造  
ならびに販売

〈主な製品〉

- 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

生産拠点



立川ブラインド工業 新潟工場  
(新潟県阿賀野市)



立川ブラインド工業 滋賀工場  
(滋賀県愛知郡)



立川機工株式会社 本社・成東工場  
(千葉県山武市)



富士変速機株式会社 テクノパーク工場  
(岐阜県美濃市)



富士変速機株式会社 美濃工場  
(岐阜県美濃市)

# 価値創造プロセス

当社グループは「建築物内外の生活環境の改善により、社会に貢献する」の価値観のもと、室内外装品関連事業、駐車場装置関連事業、減速機関連事業の3つの事業および製品・サービスを通して、ステークホルダーの皆さまに価値を提供しています。中期経営計画で掲げたビジョン「快適な暮らしの創造」をテーマに、今後も時代のニーズに応じながら、家庭・企業・都市の中に次代の生活文化を創造することで社会に貢献します。



# Business strategy

## 事業戦略

トップメッセージ	09
前中期経営計画2023-2025の振り返り	12
新中期経営計画2026-2028	13
<b>特集 1</b> 技術本部長インタビュー	14
セグメント別事業概況・戦略	
室内外装品関連事業	15
駐車場装置関連事業	17
減速機関連事業	18
財務戦略	19

# トップメッセージ

新中期経営計画をスタート  
「快適な暮らしの創造」をテーマに  
進化を続け、飛躍を実現し、  
企業価値の向上を図ります。



代表取締役 社長執行役員

池崎 久也

## メーカーの基盤である 「ものづくり」のベースを構築

私は2022年に社長に就任して以来、「現状維持は衰退」であり企業の成長のために行動の質・量をどのように変えていくかを考え、実行してほしいと社員に伝えてきました。そして市場動向にあわせて組織の変革や人材の配置を行い、各会議体では経営方針や今後求めていく人材像を明確に示すことにより、常に新しいことにチャレンジし、進化する企業グループへ変わってきたと手応えを感じています。

また、一貫した「現場主義」を唱え、社外ではお客様や仕入先様に、社内では全国の営業拠点・製造拠点そしてグループ会社各社に足を運び、現状の掌握と課題を抽出し、対策を講じてきました。

2023～2025年度における前中期経営計画(以下、前中計)では、「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」を柱として、需要が拡大している調光ファブリック製品や電動製品の強化に注力しました。2024年10月には技術研究棟が完成し、新たな需要を創造する製品の開発を

推進しています。開発のスピード・精度が向上したことにより、これまで以上にクオリティの高い多くの新製品を市場導入することができるようになりました。今後の飛躍に向けて、メーカーの基盤である「ものづくり」のベースができたと考えています。

2025年度の業績は、新設住宅着工戸数の落ち込み等を背景に売上高は未達成となりましたが、室内外装品関連事業、駐車場装置関連事業、減速機関連事業の全セグメントで増収を確保しました。特に主力の室内外装品関連事業では、注力してきた付加価値製品の拡販等により新たな市場を開拓することができ、利益面において目標を達成するとともに、当期純利益は過去最高を計上しました。

## 新中期経営計画をスタート、 「快適な暮らしの創造」をテーマに 飛躍を目指す

2026年度よりスタートする新3ヵ年中期経営計画(以下、新中計)を策定するにあたっては、2030年のありたい姿を、「生活環境を改善することで社

### 2025年度連結業績

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%
販売費および一般管理費	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%

## トップメッセージ

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」「働きがいのある企業」と定めました。この実現に向けて、新中計では「快適な暮らしの創造」をテーマとして「ものづくりと市場づくり」「成長に向けた投資」「社会貢献」に取り組み、飛躍を遂げることを目指します。前中計では自分たちが進化するための基盤づくりに注力したのに対し、新中計はお客様目線で、快適な暮らしに貢献する良い製品を生み出すステップへと進みます。

### ものづくりと市場づくり

室内外装具関連事業の住宅分野においては、今後、人口減少、建築コストや資材価格の上昇、住宅ローン金利の上昇などの影響により、住宅着工戸数は減少傾向が続く見通しです。現在の74万戸から2030年度には70万戸を割り込む水準となるのが想定されるなか、販売数量の減少をカバーして成長を続けていくためには、メーカーとして市場を創造する必要があります。2024年度におけるウィンドー

トリートメントのマーケットは1,854億円、この内ブラインドが309億円、ロールスクリーンが361億円となっていますが、このマーケットサイズを拡大するべく、調光ファブリック製品、電動製品といった付加価値製品の開発や販売の拡大に注力します。また、別のマーケットとしてパネル間仕切にも注力しており、こうした成長製品を基軸に市場づくりを推進していきます。なかでも電動製品においては、住宅のスマートホーム化によりエアコンや照明をはじめ、あらゆる家電がスマートフォンや音声で操作できるようになっていますが、窓まわりのブラインドやロールスクリーンも組み込まれるようになっており、幅広い購買層に向けて販売が伸びています。2025年度における住宅向けの電動製品の売上は大きく伸びており、今後も電動製品の拡充と機能強化を図り、更なる売上拡大に繋げていきたいと考えています。一方、オフィスや公共施設などの非住宅分野では、施主・設計事務所にアピールできる提案の強化に向けて、他メーカーと連携し、ブラインドと空調や照明などと連動して稼働する仕組みの共同開発を

進めていきます。さらに室内装品だけでなく、室外装品の導入を検討します。これらの新製品の企画・開発にあたっては、新技術や新素材に関する情報収集が必要であり、これまで以上に、さまざまな業界との情報共有やアライアンスの推進、国内外の展示会への視察を実施していきます。

駐車場装置関連事業は、大型立体駐車場装置「パズルタワー」がインバウンド需要の高まりを受けてホテルや再開発の商業施設におけるニーズが高まっており、中期的に多くの受注を獲得しています。また、全車室にEV充電システムを装備するなど既設物件の改修・改造や、定期的なメンテナンスにより事業を伸ばしていきたいと考えています。これに付随して、お客様であるホテルに対してブラインドを提案するなど、室内外装具関連事業とのシナジーが生まれてきています。

減速機関連事業は、規格品ではなく、お客様の要望に応じたオーダー製品を迅速に開発・納入できることを強みとしています。たとえば、国内外の半導体工場で使われるAGV(無人搬送台車)向けに多く

の減速機を納入しており、2025年から2026年にかけても多くの注文をいただいています。今後、室内外装具関連事業の販売ルートを活用して販売先を開拓することで、まだまだ伸ばすことができると考えています。

さらにグループ会社の施工力に強みをもつ立川装備株式会社や、主にネット販売や量販店向けのセカンドブランドを扱う立川機工株式会社とも互いの強みを出し合い、グループ全体で成長を図っていきます。以前はグループ間での情報共有が少なかったのですが、前中計より部門間での情報共有、コミュニケーションを取る場を設けており、新中計においてはそのシナジーがあらわれてくると考えています。

### 成長に向けた投資

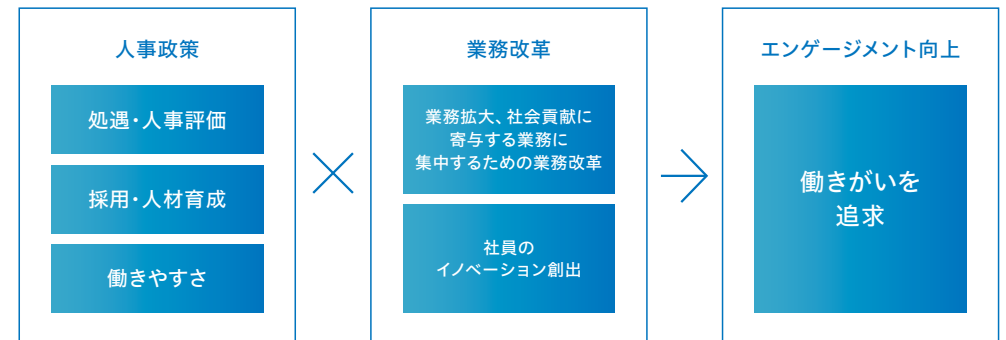
新中計では、成長に向けた投資としてDX投資と人的資本投資に注力します。

DX投資では、生産体制の強化、営業品質の向上に向けたDXを加速します。まず生産体制の強化に

### 長期ビジョンと新中期経営計画の位置づけ



### 人的資本投資



## トップメッセージ

向けては、2027年に札幌製作所を、2029年には新潟にファブリック生産棟を新設し、稼働する計画です。最新の生産ラインを導入し、省人化・自動化を進め、原価低減や人手不足への対応を進めます。次に営業品質の向上に向けては、営業活動や顧客管理のデータ化を進め、訪問状況や販促物の配布など行動実績に基づくデータ分析を活用し、営業活動の更なる高度化を図ります。

また、企業価値の向上には社員の成長が不可欠であると考えています。社員の能力や主体性を伸ばし、働きがいを目指すため、新中計では人的資本に投資してまいります。社員のエンゲージメントを高め、組織力を強化することで、各種施策の着実な実行につなげる好循環を生み出すことに注力していきます。2025年に当社として初めて実施した全社員を対象としたアンケートの結果を踏まえ、処遇や人事評価の見直し、採用や人材育成の強化、働きやすさの向上に取り組むとともに、各部門で1on1ミーティングを行い、コミュニケーションを深めていきます。

### 社会貢献

当社はサステナビリティ経営を推進し、さまざまな取り組みを行っていますが、その一つとして、長年にわたり更生保護活動に取り組んでいます。1988年の設立当初から当社グループが支援している更生保護法人立川更生保護財団では、何らかの形で罪を犯した人たちの更生について理解を深め、犯罪や非行のない明るい社会の実現を目指すための運動への協力や助成を行っています。そして2024年からは全国に102カ所ある更生保護施設の窓まわり製品の交換を主として、生活環境の改善を進めて

います。また、青年ボランティア団体であるBBS<sup>※</sup>、更生保護女性会の活動も支援しています。

環境への取り組みは、CO<sub>2</sub>排出量の削減と資源の有効活用に取り組んでいます。2026年1月からは、森林再生プロジェクト「Present Tree」に賛同し、木製ブラインドの売上に応じた寄付を行っています。そして2027年に横浜市で開催される国際園芸博覧会「GREEN×EXPO 2027」に、当社はプロンズパートナーとして参加し、日本の伝統の発信に向けて国産材を使った木製ブラインドや加賀友禅を描いた木製ブラインドなどを提供する予定です。

### 企業価値の向上に向けて

新中計最終年度となる2028年度の業績目標は、室内外装品関連事業を中心に3事業の成長により、

新中期経営計画 連結業績目標 単位:百万円

連結	2025年度	2028年度目標	2025年度比
売上高	42,623	45,850	107.6%
営業利益	4,411	4,850	109.9%
営業利益率	10.3%	10.6%	-
経常利益	4,629	5,000	108.0%
経常利益率	10.9%	10.9%	-
当期純利益	3,239	3,500	108.0%
当期純利益率	7.6%	7.6%	-

売上高は458億50百万円、経常利益は50億円、親会社株主に帰属する当期純利益は35億円を計画しています。加えて、新規事業領域の拡大に向けて、新中計期間中にM&A・アライアンスを実施し、リフォーム需要の取り込みや商材の拡大を図ることで、トップラインをさらに向上させていきたいと考えています。

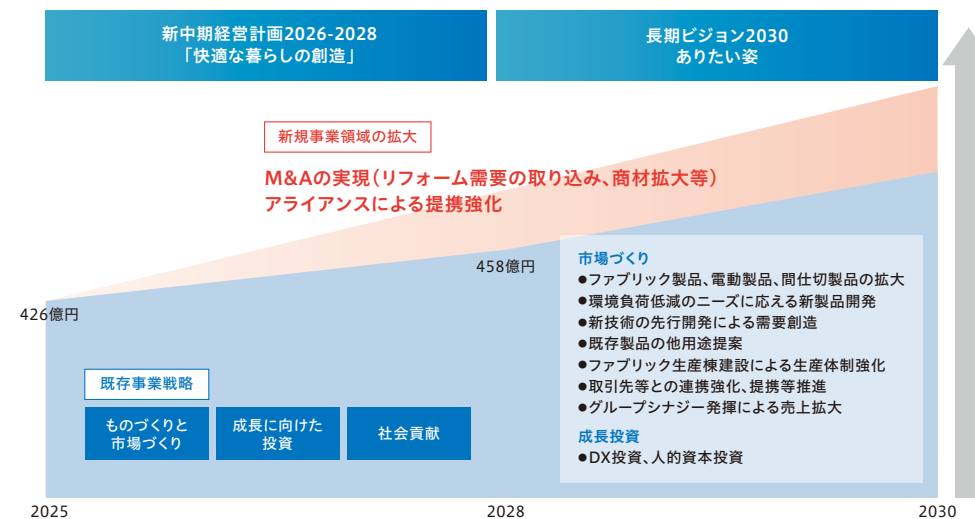
資本コストや株価を意識した経営の推進に向けて「新中計期間中にPBR1.0倍以上」に加え、ROEは8.0%を見据えて改善に取り組み、「2028年度にROE7.0%以上」を実現可能な目標として掲げ、主力事業の強化や資産効率の改善、株主還元強化を進めます。株主還元については累進配当を継続するとともに、新たにDOE4.0%を下限とした基準を設け1株当たりの配当金を120円以上とすることをコミットしました。また成長投資とのバランスをとりながら、経営環境に応じて自己株式の取得も検

討していきます。

2026年1月に、新宿ショールームを新たにオープンしましたが、エンドユーザーだけでなく、ビジネスユーザーの商談・打合せの場としても活用されており、来館者数が増加しています。当社製品の良さを幅広いお客様に知っていただけるようにSNSでの発信も強化しており、当社の製品が欲しいというお客様が増えています。良い製品をつくり、お客様に喜んでいただき、それによって当社が成長し、獲得した利益をもってさらに良い製品をつくるために投資するという良い循環を継続するために、起点となる「ものづくり」をやり切ります。快適な暮らしを創造する企業へと進化する当社グループの今後にご期待ください。

※ Big Brothers and Sisters Movementの略

### 成長戦略のイメージ



# 前中期経営計画2023-2025の振り返り

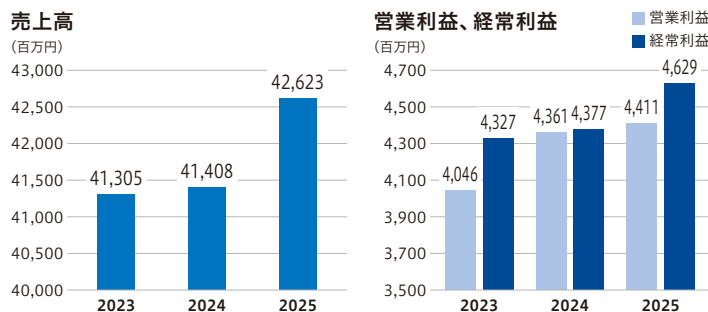
## タチカワビジョン2025

～継続と進化～

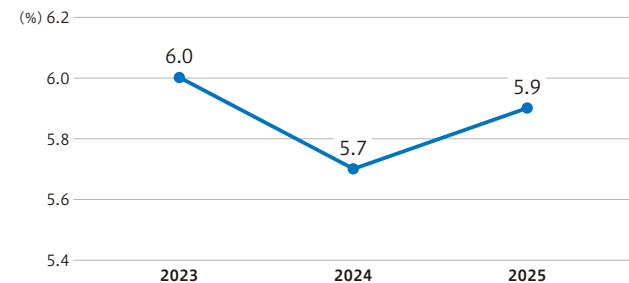
前中期経営計画では、足場固め・基盤づくりと位置付け「継続と進化」をテーマに「ものづくりとマーケティング」、「経営基盤の強化」、「サステナビリティ」に注力し、2024年には「技術研究棟」を新設したことで研究施設の充実と開発スピードの向上を図った他、メーカーとして企画・開発・生産・販促・施工等を強化するための施策を実行してまいりました。業績においては、住宅着工戸数の想定以上の減少等により売上は未達となりましたが、付加価値製品の拡充と価格改定による収益力の向上により、営業利益以下の各段階利益は目標を達成し、当期純利益においては過去最高益となりました。

	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
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>調光ファブリック製品「ルミエ」「エアレ」発売</li> <li>電動製品「ホームタコス」強化、バッテリー仕様導入</li> <li>デジタルマーケティング強化、SNS発信の充実</li> <li>「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</li> <li>パーツ生産拠点「新成形棟」稼働による生産性向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>賞与月数アップ、ベアの継続実施、初任給引上げ</li> <li>キャリアのロードマップ策定・可視化</li> <li>健康経営優良法人2025認定取得</li> <li>ジョブリターン制度導入、研修の充実</li> <li>関東支店新設、事業所移転の推進</li> <li>福利厚生施設などの不要資産売却、および売却に向けた減損計上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ委員会設置、マテリアリティ設定</li> <li>GHG排出量の削減(Scope1、2) 2025年12月累計見込5,535t CO<sub>2</sub>(21年同月累計比88.8%)</li> <li>富士変速機株完全子会社化によるガバナンス強化</li> <li>取締役会の実効性評価実施</li> <li>指名・報酬委員会の設置</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>		

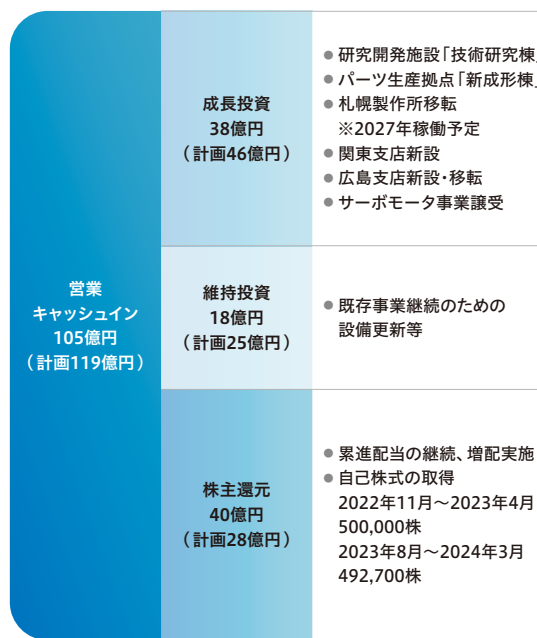
### 業績



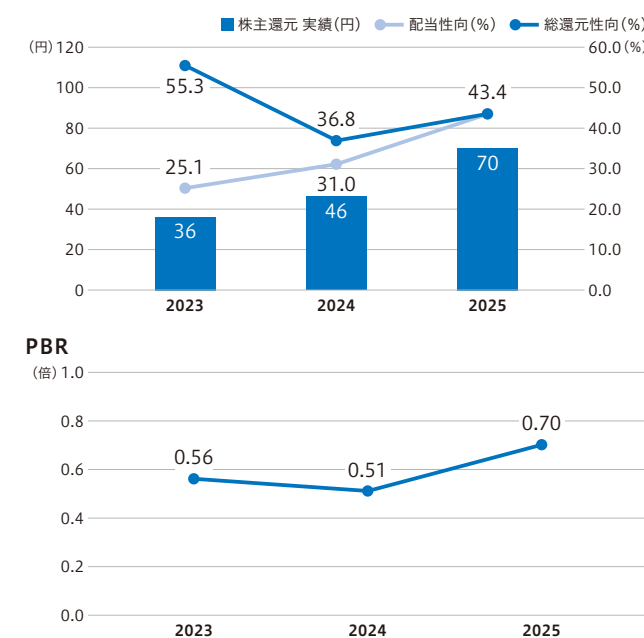
### ROE



### キャッシュアロケーション



### 株主還元



# 新中期経営計画2026-2028

2030年のありたい姿を見据えながら、2026-2028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てまいります。



## 長期ビジョン2030 ありたい姿

- 生活環境の改善、環境保全等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・生産力を誇れる企業
- 働きがいのある企業
- 進化・成長にチャレンジする企業

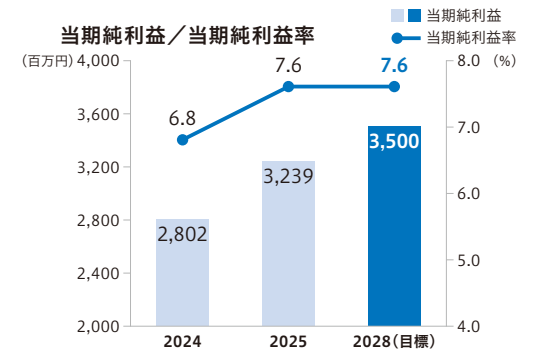
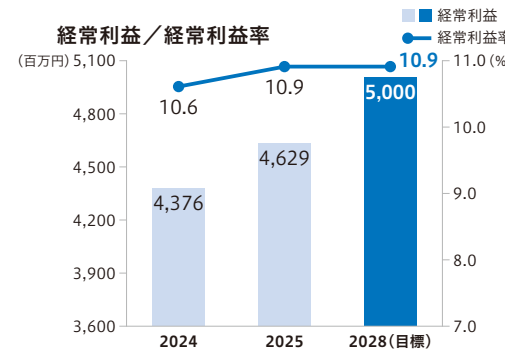
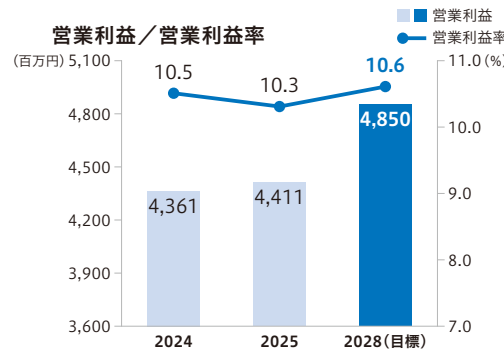
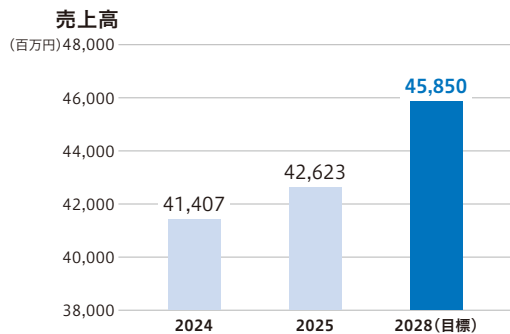
## タチカワビジョン 2028

～快適な暮らしの創造～

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、前中期経営計画の“基盤づくり”から「成長・飛躍」へとステップアップを図ります。

	ものづくりと市場づくり	成長に向けた投資	社会貢献
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 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</li> </ul>	<p><b>【DX投資】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 効率化、品質向上、省人化投資</li> </ul> <p><b>【人的資本投資】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営基盤の礎となる人材確保と育成</li> <li>● 働きがいの追求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>
実績項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品の差別化、技術・生産力向上</li> <li>● 技術研究棟の最大活用</li> <li>● 新発想、新技術による製品投入</li> <li>● 事業領域の拡大</li> <li>● 知名度、ブランド力向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業支援ツール等のデジタル投資</li> <li>● スマートファクトリー化</li> <li>● 在庫管理の自動化</li> <li>● 情報セキュリティ強化</li> <li>● 社員との対話充実</li> <li>● 処遇、評価・育成制度の見直し</li> <li>● 業務の棚卸、業務プロセスの見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境課題への取組み ・環境配慮型製品の拡充 ・自社 CO<sub>2</sub>排出量削減 ・植林活動等推進 ・GREEN × EXPO 2027協賛</li> </ul>

### 業績目標(連結)



## 特集 1 技術本部長インタビュー

社会のニーズをいち早く捉えた技術開発で革新的な製品を形に、そして市場創出へ。「ものづくりと市場づくり」をリードする技術開発を推進します。



取締役 執行役員  
技術本部長

立川 孟視

### 「電動化」の技術開発を加速し、省エネと環境対応のニーズに応える

当社グループは、時代の変化や社会の潜在的なニーズを捉えて技術力を磨き、住環境や空間に新たな価値をもたらす革新的な製品を提供してきました。現在の市況を見ると、住宅分野では新設住宅着工戸数が減少する一方で、リフォームやスマートホームへの需要が増えています。また、非住宅分野においては、首都圏を中心に大規模な再開発が進み、省エネや環境配慮型製品、電動化へのニーズが高まっています。こうした社会の変化を先んじて捉え、中期経営計画で掲げる「ものづくりと市場づくり」をリードする技術開発を推進していくのが技術本部のミッションです。

技術本部において最も力を入れているのは「電動化」の開発を加速させていくことです。開発のスピードと質を高めるために、2024年10月に技術研究棟を新設し、研究設備と関連部門を集約しました。ここで要素技術から既存製品の改良まで多様な研究を同時進行しています。電動化に関しては、画像解析で晴曇を判断するオープンスカイアナライザー「ソラミ」と各種センサーとの連動研究など、快適な室内環境と消費エネルギーの低減につながる電動ブラインドPC制御技術の多角的な研究を進めています。こうした技術を応用し、空調や照明と連携して、室内温度や明るさに応じてブラインドが自動制御される新規技術の共同実証実験も進行しています。

### ユーザー目線に立った技術開発で室内空間の快適性と省エネを両立する

ブラインドの電動化への需要は、非住宅部門で顕著に増加していますが、今後はその技術を住宅部門においても展開し、窓まわりの電動化が当たり前となるような市場を創出するのが、当社の目指すところ。温暖化やエネルギーコスト高騰により、家庭の光熱費負担や環境負荷がますます深刻化しています。天候や気温に応じて自動制御されるブラインドに照明や空調が連動するなど、ブラインドを中心

としたスマートホーム化が実現すれば、省エネと快適空間を同時に実現することができます。

窓まわりの電動化は、電源確保やコスト面が課題ですが、長期間持続する軽量バッテリーによるコードレス化等、ユーザー目線に立った技術開発を進めています。また、健康増進につながるソリューションとして、日の出から日没までの太陽サイクルに連動することでサーカディアンリズム(体内時計)を整えるスマートブラインドの研究開発にも取り組んでいます。

### 「快適な暮らしの創造」をスピーディに具現化する体制

当社の技術開発の強みは、これまで数々の革新的な製品を生み出してきたベテラン社員と、20代を中心とした若手社員が幅広く活躍していることです。なかでも近年は電動部門の人材獲得を強化しており、全体に占める若手社員の割合は半数近くに達しています。若手社員は早い段階で開発の主体となり、製品が形になるまでの一連の工程——設計・試作・評価を経験することで、研究成果を製品化につなげる実行力を高めています。

電動化や環境配慮といった新しい価値を製品に実装するには、既存概念にとらわれない新しい発想が不可欠です。技術本部では、社員が新たなアイデアを報告する機会をつくり、挑戦ができる環境を提供しています。長期ビジョンのゴールである2030年には、現在の若手社員が技術本部の中核となり、「快適な暮らしの創造」を技術力でスピーディに具現化する体制に進化させたいと考えています。

また、当社製品の需要増加を見据え、新設を予定しているファブリック生産棟においてはDX設備の導入を進めて生産性と生産力の向上を図っていきます。

私たち技術本部では、国内トップのブラインドメーカーとして「安心・安全・健康・環境」をテーマに“人を幸せにする”技術力を磨き上げ、時代の要請にいち早く応えるものづくりを実現してまいります。

セグメント別事業概況・戦略

# 室内外装品関連事業

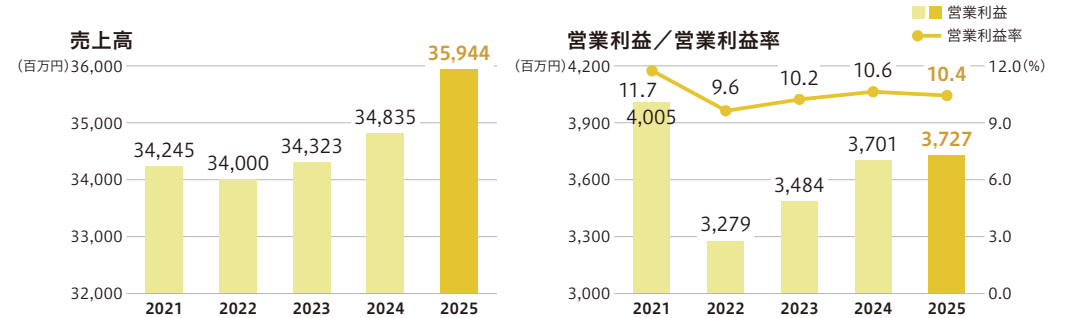


「安心・安全・健康・環境」をテーマに  
窓まわりや間仕切などのインテリア製品を  
生み出し、快適な住空間をご提供します。

強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業界トップシェア・リーディングカンパニー</li> <li>●付加価値を生み出す技術力</li> <li>●多品種・短納期のオーダー生産</li> <li>●全国の充実した販売網</li> </ul>
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>●リフォーム需要の増加</li> <li>●ZEB・ZEH、スマートハウス等の増加</li> <li>●ウェルビーイングの高まり</li> </ul>

## 2025年の業績概況

室内外装品関連事業は、主力製品のロールスクリーン「ラルクシールド」やタテ型ブラインド「ラインドレープ」の生地リニューアルを行い、ラインナップを拡充した他、ファブリック製品を中心に製品開発を進め、電動製品ホームタコスシリーズに昨年発売した採光と眺望を自由にコントロールできる調光タテ型ブラインド「エアレ」をラインナップに加えた他、充電式のバッテリー仕様を拡充するなど、強化を進めております。また、ロールスクリーンやラインドレープを中心に価格改定も実施しており、収益改善にも努めた結果、増益となりました。



## 中期戦略

人口の減少とともに住宅着工戸数は減少を続けていく見通しの中でも、売上・利益を拡大していくため、室内外装品関連事業では、製品を基軸として特にファブリック製品・電動製品・間仕切製品を中心に、省エネ等のニーズに応える先行開発と生産体制の強化を図ってまいります。また販売促進面でも、デジタル販促の充実や新規展示会への出展によるチャネル開拓、新設した新宿ショールームでの幅広い購買層への訴求など、メーカーとしての需要開拓、市場づくりを推進いたします。

中期経営計画 業績目標 (2028年度)

売上高	営業利益
<b>38,200</b> 百万円	<b>4,105</b> 百万円

### 製品を基軸とした成長戦略

- 今後需要の拡大が見込まれ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と、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

### 販促政策

- 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

- 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、スマートファクトリー化の推進により、品質と生産性を向上
- 2027年 札幌製作所竣工・移転(物流拠点統合)

セグメント別事業概況・戦略

# 室内外装品関連事業

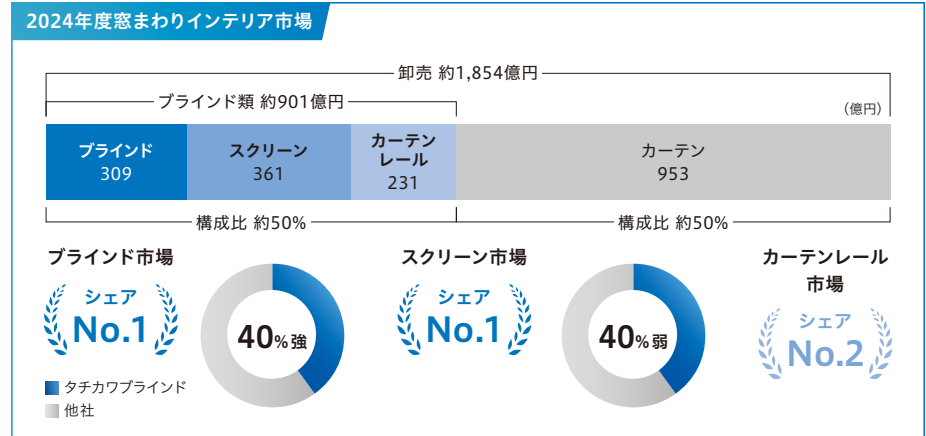
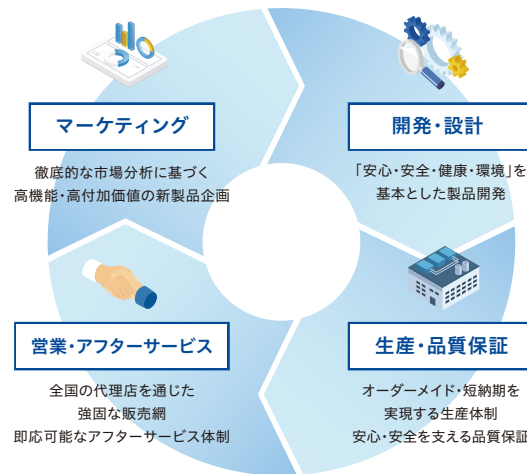
## ビジネスモデル

室内外装品関連事業では、ブラインドや間仕切製 品を通じて、住宅やオフィス、公共施設などさまざ まなシーンにおいて、人にやさしい快適な空間づく りの提案を行っています。多品種・短納期・オーダー メイドが特徴で、生産体制の構築と地域密着型の 事業展開により、お客様のニーズにきめ細かく対応 している点が、当社のビジネスモデルの強みです。

多品種

短納期

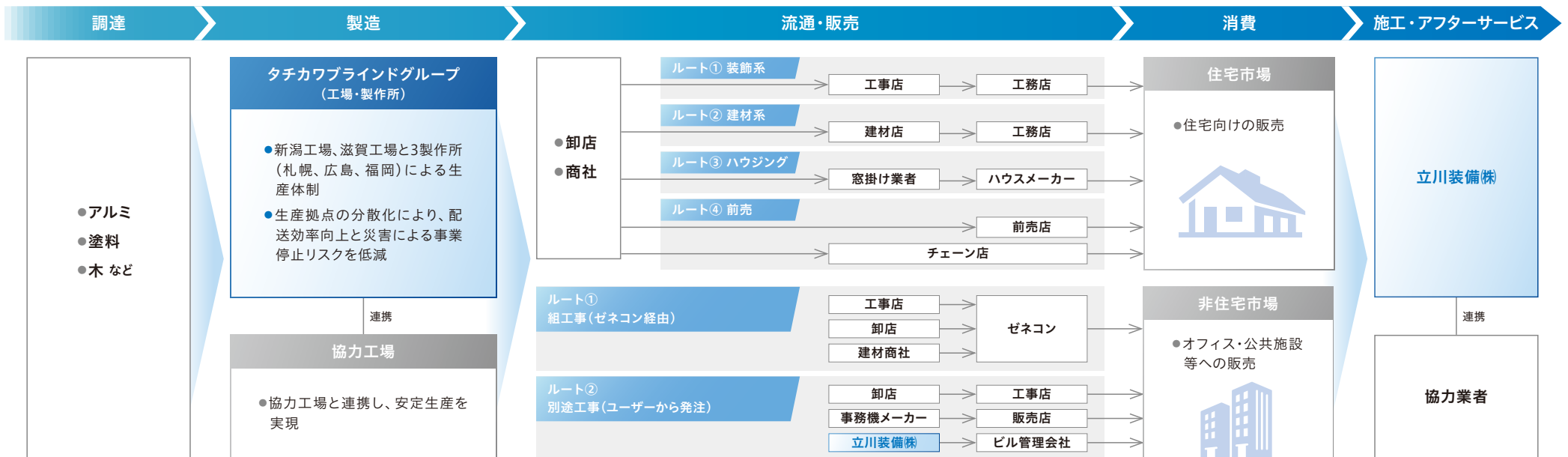
オーダー  
メイド



出所) 日本インテリア協会「2024年度のインテリア事業の概要」他より推定

## 商流

室内外装品関連事業の商流は、住宅市場と非住宅市場それぞれで異なり、住宅市場は卸店・商社を經由し、建材系やハウスメーカー、販売店等を通じてエンドユーザーの元に届けられます。非住宅市場は、大きく分けて物件に組み込まれているものと、別途施主等から発注を受けるものに分けられます。



セグメント別事業概況・戦略

# 駐車場装置関連事業

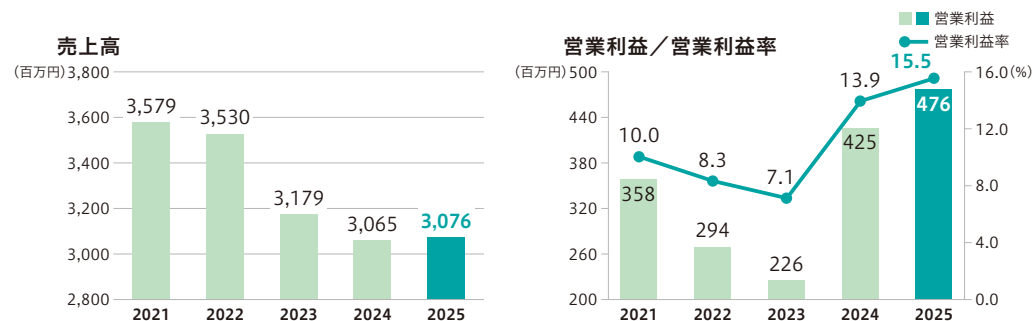


減速機で培った歯車技術を応用した立体駐車場事業を展開し、都市再開発からホテル、福祉施設、病院、高層集合住宅などあらゆるニーズに応えています。

強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>●くし歯式採用による出庫スピード</li> <li>●価値を付与する技術力</li> <li>●長期修繕対応による継続的な収益確保</li> </ul>
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>●都市再開発のマンション用駐車場増加</li> <li>●インバウンド増加によるホテル併設の機械式立体駐車場需要の高まり</li> <li>●EV充電ニーズ</li> </ul>

## 2025年の業績概況

立体駐車場の主力製品「パズルタワー」の売上において、新設物件は前年並を確保した一方、既存物件に対する付加価値提案により、改修工事が増加しました。営業利益は、採算性を重視し、新設のパズルタワーの利益率が改善したほか、利益率の高い改修工事の増加により大幅増益となり、利益率も15.5%と伸長しました。



## 中期戦略

再開発や高層マンションなどをターゲットとした立体駐車場のハイスペック仕様「BEYOND」の訴求や、アライアンスを含めた相互販売提携の推進により、新規需要を開拓してまいります。また、全車室EV充電システムやオートゲートクローズシステムといったテクノロジーを訴求し、新設だけでなく改造改修提案も強化いたします。

### 中期経営計画 業績目標 (2028年度)

売上高 **3,600** 百万円 | 営業利益 **500** 百万円

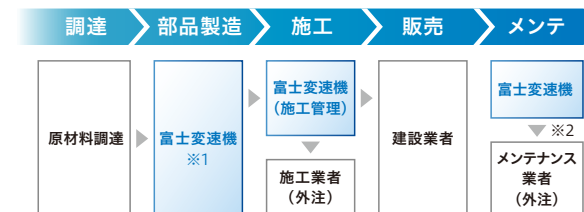
### 立体駐車場「パズルタワー」の販売強化

- 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「BEYOND」によるホテル・再開発・高層マンション受注獲得
- 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
- 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
- スマートテクノロジー(車両認識システム)の導入推進

## 商流



※1 ●美濃工場  
ギヤードモータの製造  
●テクノパーク工場  
上記ギヤードモータを使用した立体駐車場装置の製造

※2 ビジネスモデル  
●納入した立体駐車場装置の保守契約  
・安全動作確認  
・稼働期間:20~30年  
●改造・改修  
・劣化部品交換等  
・車の大規模対応(車室高改修等)  
・EV充電対応等  
・利便性向上(出庫予約・オートゲートクローズ等)

# 減速機関連事業

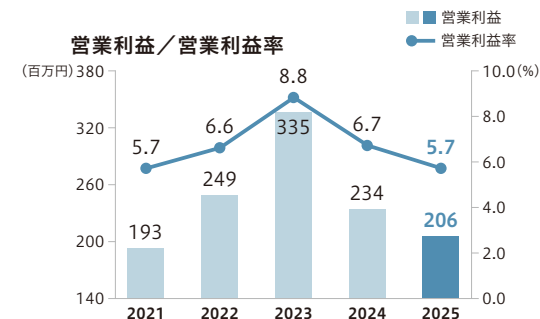
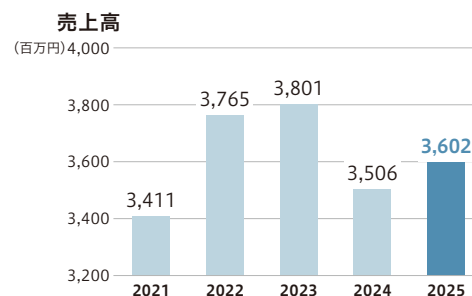
“お客様の理想をカタチに。”をコンセプトに、産業機械の動力源を支える減速機を製造し、新たな価値と創造を駆使した製品開発・サービスを幅広い分野に提供しています。



強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 個別の顧客ニーズに応える技術力</li> <li>● 定番品のアレンジ力</li> <li>● 代理店との強固な関係</li> </ul>
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 物流倉庫や工場などの自動化・省人化</li> <li>● ナットランナーや医療介護分野、養殖用など特定用途向けのニーズ</li> </ul>

## 2025年の業績概況

減速機関連事業は、工作機械市況が緩やかな回復基調となる中、汎用減速機の売上が堅調に推移したほか、顧客ニーズに応えた個別製品の開発による提案営業に注力し、売上高は増収となりました。一方、営業利益は、原材料の高騰や外注費の値上対応などにより減益となり、営業利益率も前年の6.7%から5.7%と低下いたしました。



## 中期戦略

今後、物流倉庫や工場などの自動化・省人化の流れを受けて、AGV(自動搬送台車)などの需要拡大が見込まれており、バッテリー駆動サーボモータを中心に拡販を図ってまいります。また、特定用途向けのオーダーメイドによるギヤードモータ開発に注力してまいります。

### 中期経営計画 業績目標 (2028年度)

売上高 **4,050** 百万円 | 営業利益 **245** 百万円

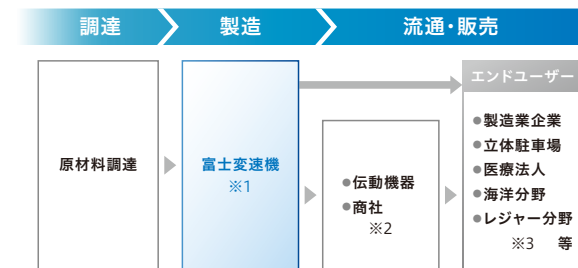
### サーボモータを中心とした需要開拓

- 物流自動化など需要が旺盛な AGV 用途強化  
得意とする重量型の AGV 展開として、DC(直流)入力バッテリー駆動サーボモータを強化
- 減速機とサーボモータのセット販売強化
- 展示会などでの新規顧客開拓

### オーダーメイド差別化戦略

- 特定用途向けのギヤードモータ開発
  - ・ ナットランナー向け
  - ・ 養殖用ギヤードモータ向け
  - ・ 医療介護昇降機向け
  - ・ 船舶用シャッター開閉機向け 等
- 将来の増産を見据えた減速機生産棟の新設

## 商流



※1 営業—技術—製造部門が連携し、お客様とともにご要望のギヤードモータ応用製品を構築 (“お客様の理想をカタチに。”) 2025年3月サーボモータ専門チーム発足 P.36

※2 室内外装品関連事業の商社の機械部門とも連携強化

※3 産業の分野から暮らしの分野まで幅広い分野で貢献

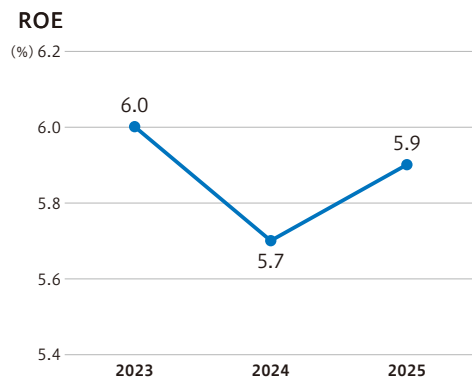
富士変速機株式会社 <https://www.fujihensokuki.co.jp/>

# 財務戦略

## 持続的な企業価値向上と 新たな資本政策について

### 前中期経営計画2023-2025の 総括と現況分析

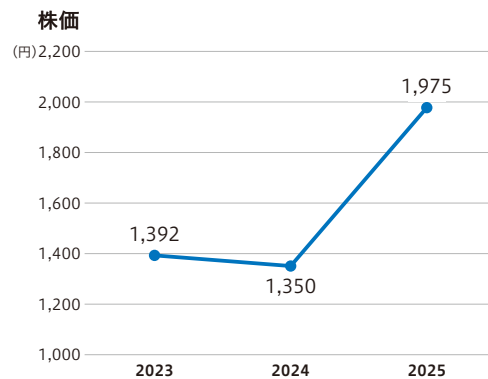
2023年度から2025年度までの前中期経営計画(以下、前中計)を振り返りますと、売上高は想定以上の住宅着工戸数の落ち込みにより未達となりましたが、価格改定効果等による収益力強化により、経常利益は目標46億円に対し46億2,900万円、当期純利益は目標29億円に対し32億3,900万円となり、目標を達成しました。当期純利益は、過去最高益を計上しております。ROEは、連結子会社の富士変速機株式会社を完全子会社化した際に自己株式の活用で自己資本が増加したため、2024年に5.7%まで低下しましたが、2025年度は5.9%と



なっております。加えて、増配や自己株式の取得などの株主還元を強化した結果、株価は2025年末で1,975円となり、2022年度の1,130円から大幅に改善しました。

施策面においては「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、調光が可能なファブリック製品や電動製品といった成長製品を強化するとともに、2024年に「技術研究棟」を稼働させるなど、飛躍に向けた足場固めに注力いたしました。

前中計の3年間のキャッシュアロケーションは、営業キャッシュイン105億円を原資に技術研究棟を新設し、減速機関連事業においては今後の発展に向けてサーボモータ事業を譲り受けるなど、成長投資に38億円、また株主還元に40億円を投じました。成長投資は、大型システム開発の実施時期変更等により計画を下回りましたが、一方で株主還元は28億円の計画に対し、増配と自己株式の取得を進めた結果、40億円と計画を大きく上回る結果となりました。



### 新中期経営計画2026-2028の 全体像

2026年度から2028年度までの新中期経営計画(以下、新中計)策定にあたり、現状分析でのリスクは、人口減少による労働力不足や住宅着工戸数の減少、原材料価格の継続的な上昇、さらには災害リスクなど多岐にわたると捉えています。一方で、省エネ需要やウェルビーイングの高まり、AIやDXの本格的な普及による生産性の大幅な向上など、売上の拡大や成長投資に関連する機会が多数あり、こうした環境のなかでリスクへの対策とビジネスチャンスを売上拡大につなげるための新中計を立案しました。

新中計のテーマは「快適な暮らしの創造」です。「ものづくりと市場づくり」、「成長に向けた投資」に注力しながら、「社会貢献」をもって飛躍を遂げる3年間といたします。「ものづくりと市場づくり」においては、的確な市場分析のもと、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し、メーカーとして需要創造を図ります。成長投資についてはDX投資と人的資本投資を中心に据え

ます。そして社会貢献では、サステナビリティへの取り組みを強化し、特に環境課題解決に向けて邁進してまいります。

### 資本政策と株主還元の強化

当社では資本コストをCAPM法で算出しており5.5~6.0%と認識しておりますが、当社の2025年度のROEは5.9%であり、資本コストを上回る水準に至っておりません。一方、2025年度は期中に配当予想の上方修正を行ったことなどが評価され、株主の期待値であるPERは12.3倍に上昇し、PBRは0.7倍まで上昇しました。

当社のROE5.9%を収益性、効率性、安全性の3つの指標に分解し、自社の状況を分析しました。直近年度において、売上高当期純利益率は7.6%まで上昇させている一方、資産効率に関する指標は同業他社の水準を下回っており、総資産回転率は0.65回転と売上高に対する保有資産が多い状態です。また自己資本比率が83%と非常に高く、財務レバレッジに関しては1.20倍と資本効率の改善が

### 改善に向けた方針



## 財務戦略

課題となっております。

こうした現状分析を踏まえ、中期経営計画2026-2028(以下、中計)の期間中にPBR1.0倍以上、ROEは2028年12月期に7.0%以上の達成を目標としました。PBRは1倍以上の早期実現と、ROEは8%を視野に入れて改善を目指してまいります。

改善に向けた方針はROEを構成する3指標で考えています。売上高当期純利益率の改善においては既存事業の強化策に加え、M&Aやアライアンスによって事業領域の拡大を進めてまいります。また、総資産回転率や財務レバレッジといった資産効率・資本効率の指標においては、現預金の積極的な活用や売却可能な資産の売却を進めること、そして株主還元強化や有利子負債の活用により、改善を図ってまいります。それに加えIR活動を引き続き強化することで、投資家の皆様の期待値であるPERを改善してまいります。

株主還元は、累進配当を継続しながら新たに

DOE基準を導入し、DOE4%を下限とした配当を行うこととしました。これにより、初年度2026年の配当は年間120円と、前年の70円を大幅に上回り、配当性向は70%以上を見込んでおります。

今後は自己資本の増加を抑制する必要があり、株主配当の強化以外に、経営環境や株主構成などを勘案しながら、自己株式の取得も検討してまいります。2025年まで16期連続減配せず、8期連続増配を行ってききましたが、今後3年間も増配の継続を計画しております。

### 成長を支える投資戦略と人的資本

成長投資の一つ目はDX投資です。生産体制強化に向けたDXでは、今後需要が拡大するファブリック製品の生産体制を整備し、品質向上と省人化・自動化を進めてまいります。またアナログな業務が残る部材調達システムなどもAIを駆使した管

理ヘシフトする計画です。さらに営業品質向上に向けたDXとして行動実績に基づくデータ分析から営業活動をさらに高度化するよう検討しております。情報セキュリティが非常に重要であると捉えており、強化を図りながらDXを加速してまいります。

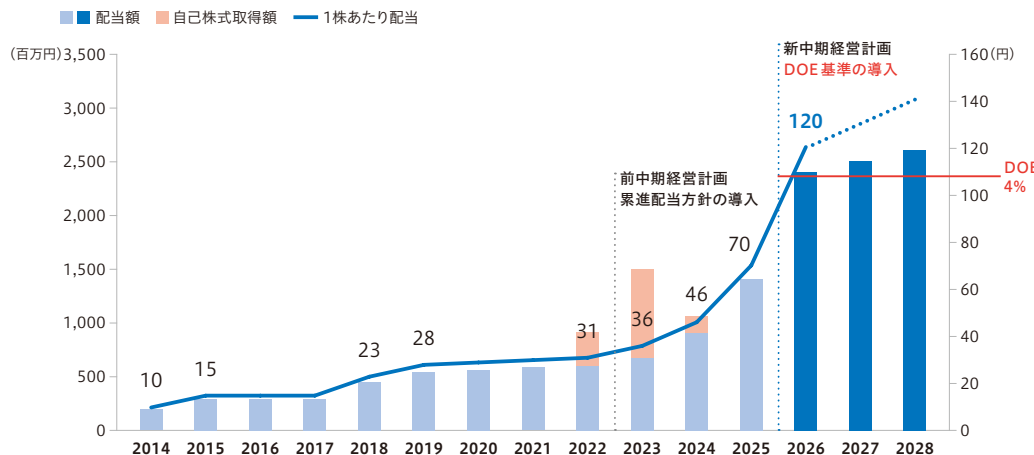
それに加えて人的資本への投資は中計の重点施策です。主体性を伸ばし、働きがいを追求し、社員のエンゲージメントを高めていくため、働きがいの測定・把握も進めてまいります。社員全員を対象とするアンケートを実施し、社員の声を確認したところ、処遇や人事評価の見直し、採用や人材育成の強化、働きやすさの向上といった「人事政策」と、業務の棚卸や業務プロセスの見直しによる「業務改革」に取り組む必要があることがわかりました。社員の満足度と能力を向上させることで組織力を高め、会社の施策実行につながる好循環を確立してまいります。

投資戦略において、中計のキャッシュアロケーションは、期間中の営業活動で獲得する現預金

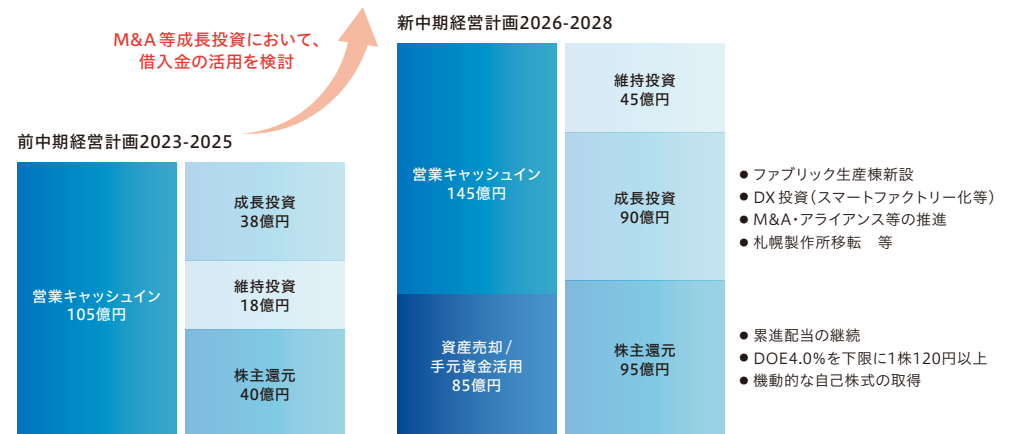
145億円に加え、資産売却により獲得する現預金、また現在保有している現預金からの充当による総額230億円を設備投資や株主還元を活用してまいります。現行設備の老朽化対策などの維持投資45億円の他、今後の成長に向けた投資として90億円を投じていく計画です。成長投資については、DX投資や人的資本投資の他に、事業領域の拡大を目指したM&A・アライアンスへの投資などを計画しています。

株主還元につきましては、現時点では株主配当や自己株式取得の資金として95億円を計画しています。株主還元の強化により自己資本の積み増しを抑制し、今後の成長投資案件の規模によっては借入金による資金調達を行うことで、自己資本比率を相対的に低減させることを検討しております。借入などで調達した現預金を、成長投資に費やし、収益力の強化につなげていくことで、当社の課題である資本効率の向上を実現してまいります。

#### 資本コスト・株価を意識した経営(株主還元)



#### キャッシュアロケーションの投資計画



# Management foundation

## 経営基盤

サステナビリティ基本方針・サステナビリティ推進体制	22	社会(S)	
マテリアリティ	23	安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供	29
マテリアリティの目標と取り組み実績	24	働きやすく働きがいのある職場環境の実現	31
リスクと機会	26	<b>特集 2</b> 若手社員座談会	32
環境(E)		ステークホルダーとの協働とサプライチェーンマネジメント	34
事業活動における環境負荷低減	27	社会貢献	35
		技術力を通じた多様な産業と暮らしへの貢献	36
		ガバナンス(G)	
		コーポレート・ガバナンス体制	37
		役員一覧	38
		取締役会の実効性 / 執行役員一覧	39
		持続的成長に向けたガバナンスの充実・強化	40

# サステナビリティ基本方針・サステナビリティ推進体制

当社グループは、2023年2月にサステナビリティ委員会を設置し、その後3月にサステナビリティ基本方針の策定やマテリアリティの特定、TCFD提言に基づく情報開示を行いました。サステナビリティ委員会を中心としたグループ全体のサステナビリティ経営の推進に向けた体制整備を行っております。当社グループのサステナビリティに関する基本的な考え方は以下のとおりです。

## サステナビリティ基本方針

タチカワブラインドグループは、事業を通じて E (環境)・S (社会)・G (ガバナンス)に関する重要課題解決に取り組むことにより、グループの継続的な成長と持続可能な地球環境・社会の実現を目指します。



## サステナビリティ情報開示

TCFD 提言に基づく情報開示、SDGs 達成に向けた取り組みについては当社のコーポレートサイトにて開示を行っております。詳細は当社コーポレートサイト (<https://www.blind.co.jp>) よりご確認ください。

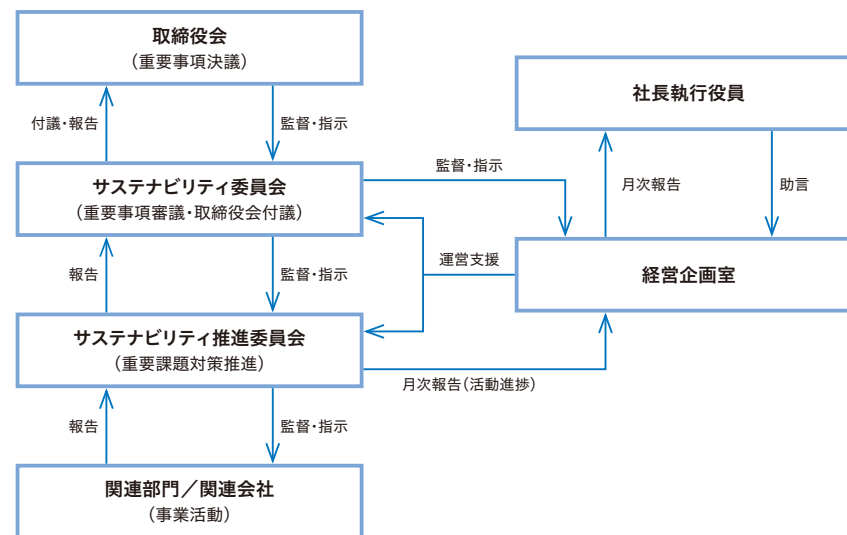
## サステナビリティ推進体制

当社グループでは、サステナビリティに関する基本方針や重要課題(マテリアリティ)の特定、重要課題に基づく目標設定等の重要事項の審議を行うため、取締役会の諮問機関としてサステナビリティ委員会を設置し、年2回以上の頻度で実施しています。

サステナビリティ委員会は、社長執行役員を委員長とし、委員は各本部長により構成されております。重要課題への取組を推進するため、サステナビリティ委員会の下にサステナビリティ推進委員会を設置し、経営企画室がそれらの運営を支援しています。

サステナビリティ委員会はサステナビリティ推進委員会と連携し、当社グループに関連するリスク、機会の特定と評価、対応策検討と推進を行います。経営企画室はサステナビリティ推進委員会の運営を支援するとともに、重要課題への取り組み状況を取りまとめ、月次で社長に報告し、助言を受けています。

サステナビリティ推進委員会での検討結果はサステナビリティ委員会に報告され、サステナビリティ委員会での検討内容は年2回以上、取締役会に報告されています。



# マテリアリティ

当社グループは、サステナビリティ基本方針を踏まえ、重点的に取り組む課題として、6つのマテリアリティ(重要課題)を特定しました。マテリアリティの解決に取り組むことにより、グループの継続的な成長と持続可能な地球環境・社会の実現を目指してまいります。

## マテリアリティ(重要課題)

ESG	マテリアリティ	マテリアリティの特定背景	貢献するSDGs
E (環境)	事業活動における環境負荷低減	気候変動をはじめとする環境問題が世界的に喫緊の課題となる中、事業活動における環境負荷低減は企業としての責務であると考えています。当社グループでは環境に配慮した製品開発や事業活動におけるCO <sub>2</sub> 排出量削減の取り組みのほか、オーダーメイドを基本とした製造体制により無駄な廃棄物を出さないことを意識しています。今後も持続可能な社会の実現に向けて、事業活動における環境負荷低減を行うことは、当社グループにとっても重要課題の一つと考えています。	      
	安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供	当社グループは創業以来、布製や木製のブラインドの販売から歩みはじめ、今日では窓まわりの製品のみならず、間仕切りや電動製品などさまざまなインテリア製品の提供を通じて、人々の暮らしをより快適にする空間づくりの提案を続けてまいりました。時代の変化とともに健康や環境、安全・安心に対する人々の意識がますます高まる中、継続的なマーケティング活動と製品開発強化を行い、常にお客様に安心・安全・快適で環境に配慮した製品を提供し続けることが、当社グループにとっての重要課題の一つと考えています。	   
S (社会)	働きやすく働きがいのある職場環境の実現	当社グループは経営基本方針の一つに、「会社の繁栄と社員個人の幸福の一致」を掲げており、ものづくりを行うメーカーとして、「人」こそが価値創造の源泉と考えています。そのため、社員の育成や多様性の促進、健康経営の推進といった人的資本に関する取り組みをさらに強化することは当社グループにとって重要課題の一つであると考えています。	  
	ステークホルダーとの協働とサプライチェーンマネジメント	当社グループの事業活動は、原料調達から販売に至るまでのサプライチェーン全体において、代理店や取引先をはじめとする多くのステークホルダーの皆様を支えられて成り立っています。原材料の世界的なひっ迫や価格高騰が続く中、ステークホルダーの皆様と協働し、適切なサプライチェーンマネジメントを追求することは重要課題の一つと考えています。	 
G (ガバナンス)	技術力を通じた多様な産業と暮らしへの貢献	当社グループの減速機関連事業および駐車場装置関連事業は、子会社の富士変速機が保有する減速機(ギヤードモータ)の技術力を基盤として、産業分野から暮らしの分野におけるあらゆるお客様の課題解決に貢献しています。今後も技術力を強みとして、お客様の理想をカタチにし、産業社会の発展と人々の暮らしに貢献することは重要課題の一つと考えています。	  
	持続的成長に向けたガバナンスの充実・強化	当社グループでは、コーポレート・ガバナンスの強化を重要な経営課題と認識し、経営効率を高め、グループ全般の重要事項に関する適切かつ機動的な意思決定に対応できる経営管理組織の充実に努めております。今後も持続的成長に向けて、ガバナンスの充実・強化を図ることは重要課題の一つと考えています。	 

## マテリアリティの特定プロセス

- ### 1 サステナビリティテーマの抽出・整理

GRIやSASB等のガイドラインや事業環境におけるリスク・機会等を踏まえ、当社の価値創造プロセスに関連性のあるサステナビリティテーマを抽出しました。
- ### 2 自社およびステークホルダーにとっての重要度評価

「自社にとっての重要度」と「ステークホルダーにとっての重要度」の2つの評価軸に沿って、抽出したサステナビリティテーマの重要度評価を行いました。
- ### 3 マテリアリティ案の特定

重要度評価をもとにマテリアリティ(重要課題)となるテーマ候補を絞り込み、自社の価値創造プロセスとの関連性を踏まえてマテリアリティ案を特定しました。
- ### 4 マテリアリティの審議・決定

特定したマテリアリティ案について、サステナビリティ委員会にて審議を行い、取締役会に付議・決議いたしました。

# マテリアリティの目標と取り組み実績

マテリアリティ	マテリアリティ詳細	目標(あるべき姿)	2025年度実績(KPI)	主な取り組み(2025年度)
<b>E</b> (環境) 	<b>事業活動における環境負荷低減</b>	<b>GHG 排出量30%削減</b> Scope1、2について2030年度に2021年度比で30%削減する	<ul style="list-style-type: none"> <li>GHG(温室効果ガス)排出量(Scope1・2) 5,443t-CO<sub>2</sub> 2021年度比87.0% 目標 5,511t(目標達成率102.0%[達成]) ※前年度比 96.4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業拠点の照明 LED 化</li> <li>省エネ生産の推進</li> <li>業務車両の低燃費車への切替え</li> <li>屋根の遮熱塗装、空調効率向上施策</li> <li>サプライチェーンの見直しによるCO<sub>2</sub>削減施策推進</li> <li>主要グループ会社のサステナビリティ推進委員選任</li> </ul>
	<b>資源の有効活用、廃棄物の削減</b>	製造拠点における廃棄物リサイクル率95%以上を継続し、資源の循環を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>リサイクル率(サーマルリサイクル含む) 99.1%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>廃棄物の分別徹底(環境保全委員会)</li> <li>廃棄物処分場の定期視察による法令遵守</li> </ul>
	製品製造段階の廃棄量を削減し、CO <sub>2</sub> 排出量削減に貢献する	<ul style="list-style-type: none"> <li>廃棄物総排出量(生産5拠点) 639,562kg (年間目標698,288kg)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品製造段階の廃棄量削減(端材の有効活用)(環境保全委員会)</li> </ul>	
<b>S</b> (社会) 	<b>安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供</b>	<b>環境の変化や時代のニーズに応じたマーケティング</b> デジタルを活用したマーケティング体制を構築し、販売促進強化と事務生産性の向上を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルマーケティングを活用した販売促進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram 製品(エアレ)モニターキャンペーン</li> <li>UGC活用コンテンツ「Instagramの中の#タチカワブラインド」2025年4月 ホームページ公開</li> <li>インフルエンサーとのタイアップ投稿</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>リポストでのUGC※活用によるリアルな施工例の発信やモニターキャンペーンによるフォロワー獲得</li> <li>UGC※を活用したエンドユーザーへの訴求 ※ユーザー生成(投稿)コンテンツ</li> <li>YouTubeでの新製品タイアップ動画配信</li> </ul>
	<b>環境配慮型製品の開発</b>	安心・安全・快適を基本とした製品を市場導入する	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025年度市場導入環境配慮型製品 ラルクシールド2025、ラインドレープ2025、エアレ機構部拡充、カーテンレール2025、RFリモコン対応製品拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>電動製品ホームタコスのバッテリー仕様水平展開</li> <li>施工や搬入に配慮した製品仕様開発</li> <li>ユーザーニーズに合致する製品仕様開発推進</li> </ul>
	技術研究棟を活用し、建築物の省エネにつながる製品の研究開発やノウハウの蓄積、サステナブルな製品の開発をスピーディーに推進・市場導入できる体制を構築する	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術研究棟活用                             <ul style="list-style-type: none"> <li>遮光性・静音性・恒温恒湿試験評価</li> <li>ブラインドPC制御と空調連動実証実験実施</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術研究棟を活用した取り組み                             <ul style="list-style-type: none"> <li>開発拠点集約による試験等の効率化</li> <li>空調メーカーとの実験データ共有</li> </ul> </li> </ul>	
<b>働きやすく働きがいのある職場環境の実現</b>	<b>人材の育成</b>	研修や資格取得支援の内容見直し、新規企画実行により、人材の育成を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>各種研修の実施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>新入社員の集合研修(集合) 受講者数21名</li> <li>フォローアップ研修(集合) 受講者数21名</li> <li>3年目研修(集合) 受講者数20名</li> <li>主事・主事補研修(集合・WEB) 受講者数30名</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修プログラムの見直し</li> <li>金融リテラシー向上、資産形成の支援を目的に新入社員研修において金融講座を実施</li> <li>アーカイブ研修の継続推進</li> </ul>
	<b>社員の多様性拡大(ダイバーシティ)</b>	再雇用社員や地域限定社員の見直し、新規企画実行、女性社員の積極活用により社員の多様性拡大を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性管理職 目標5名 現行4名</li> <li>女性経営補佐職 目標14名 現行13名</li> <li>育休取得者 目標25名 現行13名</li> <li>男性育休取得者 目標7名 現行2名</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>昇格試験の女性受験割合改善</li> <li>育児・介護休業法改正対応(2025年4月～)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>看護休暇の対象拡大</li> <li>短時間勤務制度の拡充</li> </ul> </li> </ul>
	<b>健康経営の推進</b>	ワークライフバランス向上、健康管理強化により、社員の活力と健康増進につなげる	<ul style="list-style-type: none"> <li>残業月45時間超過者数延べ78名 (目標90名)</li> <li>有休平均取得日数 12.1日</li> <li>3月 健康経営優良法人2025(大規模法人部門)認定取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>時間単位有給休暇制度の導入</li> <li>健康経営優良法人2025認定取得</li> <li>健康経営優良法人2026認定取得に向けた対応実施</li> </ul>

主な取り組み▶ P.27～28

主な取り組み▶ P.29～30

主な取り組み▶ P.31～33

# マテリアリティの目標と取り組み実績

マテリアリティ	マテリアリティ詳細	目標(あるべき姿)	2025年度実績(KPI)	主な取り組み(2025年度)	
<b>S</b> (社会)  ステークホルダーとの協働とサプライチェーンマネジメント 主な取り組み▶ P.34~35	<b>取引先との関係強化</b>	外注委託先(製品製造)および工事業者(製品取付)の事業承継状況を正確に把握し、適時・適切な対応・連携を行い、事業の安定性・持続性の向上を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>取付け工事業者との協業体制の強化 ・安全大会の実施(協業体制強化、6~9月)</li> <li>立川装備 自社施工部門設置 …自社施工、職人育成 名古屋、福岡 [既存] 東京、大阪</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>立川装備協力業者安全衛生計画 ・方針・目標・重点項目・重点施策説明</li> <li>事故事例の発生要因と正処置説明 ・熱中症対策義務化の報告と対策指導</li> <li>工事業者不足エリアのデータベースによる職人不足エリアの把握と対策検討</li> <li>工事業者も含めた施工研修の実施</li> </ul>	
	<b>個別製品強化による多様な産業と暮らしへの貢献</b>	少子高齢化進展に伴う社会課題の解決に貢献する個別減速機を提供し、持続可能な社会発展に貢献する	<ul style="list-style-type: none"> <li>バッテリー駆動用ACサーボモータの開発・改良</li> <li>技術主導による拡販に向けた取り組み</li> <li>AGV減速機の特種対応強化(物流分野)</li> <li>特殊減速機の提案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>モータ特性・構造調査、価格抑制施策</li> <li>サーボモータ専任チーム発足 ・展示会出展によるPR</li> <li>客先要求に合わせた専用設計提案</li> <li>ナットランナー用、プラント用、医療機器用等</li> </ul>	
	<b>技術力を通じた多様な産業と暮らしへの貢献</b>	<b>駐車場装置利用者の安全性や快適性の追求</b>	駐車場装置の安全性と快適性を追求し、付加価値提案の強化を図ることで、利用者の安心・安全・快適性の向上を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>保守協力業者への再教育の実施</li> <li>安全大会の実施(6月)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>点検作業に立ち会い、作業中の安全、品質に問題があった場合は、その場で指導(安全・品質向上)</li> <li>安全大会に併せ「技術講習会」実施 ・安全大会・講習会を録画・Web配信</li> </ul>
	<b>電気自動車(EV)の普及への対応</b> 主な取り組み▶ P.36	脱炭素施策であるEVシフトを踏まえた駐車場装置の開発・改良により、車両の多様化に対応できる製品を提供する	<ul style="list-style-type: none"> <li>パズルタワー「BEYOND」のPR・受注獲得活動の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EV充電対応車の拡充(74車種)</li> <li>既存機へのシステム対応の改修提案資料作成</li> <li>「BEYOND」営業活動の支援、保守活動に向けたマニュアル整備</li> </ul>	
<b>G</b> (ガバナンス)  持続的成長に向けたガバナンスの充実・強化 主な取り組み▶ P.40	<b>サステナビリティ情報の積極的開示</b>	投資家をはじめとしたさまざまなステークホルダーに当社のサステナビリティへの取り組みを定期的にわかりやすく発信し、投資家からの持続的経営支援体制の強化を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>決算短信の適時開示 英文同時開示</li> <li>決算説明会資料の開示</li> <li>株主総会招集通知、株主通信発信</li> <li>統合報告書発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ、人的資本開示の充実継続</li> <li>統合報告書 新規項目等</li> <li>財務戦略インタビュー、中計進捗状況、取締役会の実効性評価</li> </ul>	
	<b>ステークホルダーとのエンゲージメントの強化</b>	投資家との対話の機会を定期的に設け、企業認知度の向上を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>投資家向け説明会の実施 3回 (機関投資家向け2回(3月、8月)、個人投資家向け1回(11月))</li> <li>IRミーティングの実施 11回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>会社説明会オンライン開催 ・平日イブニング開催(前回対面式) 参加者757名</li> <li>生保投資部門へのアプローチ他</li> </ul>	
	<b>コーポレートガバナンスの強化</b>	取締役会の実効性を高め、取締役会がその役割・責任を適切に果たし企業価値につなげる	<ul style="list-style-type: none"> <li>取締役会の実効性評価の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>課題の抽出と対応を行い、取締役会の運営見直しや、社外役員へのサポートを実施</li> <li>社外役員との事前協議による取締役会での議論充実</li> </ul>	
	<b>コンプライアンスの強化</b>	社員のコンプライアンス意識を高め、違反や不正の起きない企業風土を醸成する	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンプライアンス研修の実施</li> <li>交通安全指導の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>近年増加しているリスク等への対応</li> <li>安全運転規定の周知徹底</li> </ul>	

※マテリアリティおよびマテリアリティに基づく目標・KPIについては、今後サステナビリティ委員会において定期的に見直し、取り組んでまいります。

# リスクと機会

当社グループでは、「人口動態の変化」や「気候変動」、「デジタル化の進展」、「コンプライアンス意識の高まり」を事業に大きな影響を与える事象として認識しています。持続的な成長に向けて、各事象が事業に与える影響(リスクと機会)を特定し、対応策を講じています。

事象	リスク	機会	事業への影響	主な対応策
<b>人口動態の変化</b> 少子高齢化により、労働人口を中心に人口が減少	全事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●労働力の不足による競争力の低下</li> <li>●社員の労働負荷の増加</li> <li>●人材獲得競争の激化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新卒・キャリア採用の強化</li> <li>●社員の育成体制の強化(人材の育成)</li> <li>●キャリアのロードマップの明確化</li> <li>●ワークライフバランスの最適化と健康管理強化</li> <li>●社員が安心して働ける制度の導入</li> </ul>	
	全事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性や再雇用社員の積極活用による多様性拡大の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性社員の積極的活用、再雇用制度の見直し</li> </ul>	
	室内外装品	<ul style="list-style-type: none"> <li>●住宅着工戸数の減少によるインテリア製品の需要減退</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●高付加価値製品・サービスの開発</li> <li>●リフォーム市場をはじめとする、成長分野に対する販売強化</li> </ul>	
	減速機	<ul style="list-style-type: none"> <li>●労働力の不足を受けた自動化・省人化ニーズの高まりによる販売拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●無人搬送台車向け製品など、自動化・省人化ニーズに応える減速機の販売強化</li> </ul>	
<b>気候変動</b> 地球温暖化の懸念から脱炭素の流れが加速	全事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●環境配慮型製品の需要増加(消費者の行動変化)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●遮熱や断熱といった省エネに寄与する製品や素材の開発</li> </ul>	
	駐車場装置	<ul style="list-style-type: none"> <li>●電気自動車の普及による関連駐車場機能・サービスの需要増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●EV充電システムを搭載した機械式立体駐車場の販売強化</li> </ul>	
	全事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●CO<sub>2</sub>排出量規制等の強化による対応コスト増加</li> <li>●仕入先の脱炭素に向けた投資による原材料等への価格転嫁、調達コストの増加</li> <li>●災害による自社拠点の被災・サプライチェーン寸断による操業停止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●営業、製造拠点の省エネ化の推進</li> <li>●リサイクル材や新素材利用の検討</li> <li>●事業継続計画書(BCP)に基づく、災害時の事業復旧体制の構築(パンデミック対応含む)</li> <li>●生産拠点の分散化による事業停止リスクの低減</li> </ul>	
<b>デジタル化の進展</b> AIやIoTといったデジタル化の進展	室内外装品	<ul style="list-style-type: none"> <li>●購買層のデジタル世代への移行</li> <li>●デジタル技術を活用した製品訴求による需要増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●公式HPやInstagramを活用した、デジタルマーケティングの強化</li> <li>●リアルとデジタルを融合させたマーケティングの進化</li> </ul>	
	全事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●AIやIoTを活用した安全性や快適性を追求した製品の対応が遅れることによる需要減退</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●電動製品の機能強化による「快適性」「利便性」の追求</li> <li>●AIを活用した「安全性」「快適性」の追求(駐車場装置)</li> </ul>	
<b>コンプライアンス意識の高まり</b> 法令等要請の高まり	全事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●長時間労働・ハラスメントをはじめとした人権問題の発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●人権方針策定とコンプライアンス研修の実施(社員のコンプライアンス意識向上)</li> </ul>	

# 事業活動における環境負荷低減

## TCFD 提言に基づく情報開示 (2023年2月 TCFD 提言に賛同表明)

当社グループは、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」の提言に基づき複数の気候シナリオにおける気候変動による事業インパクト分析を行い、事業への影響が大きく、発生の可能性が高いとされるリスクと機会を特定し、対応策を設定し、活動を推進しています。



### ガバナンス

当社グループでは気候関連問題への対応方針や施策の検討のため、取締役会の諮問機関としてサステナビリティ委員会を設置し、それらの取り組みを推進するためサステナビリティ推進委員会を設置しています。

### 2025年開催実績

サステナビリティ委員会	3回実施	2024年度 GHG 排出実績レビュー、2025年度 GHG 排出目標設定他
サステナビリティ推進委員会	12回実施	毎月実施(各部門・関係会社の GHG 排出実績と取り組み協議他)

### 戦略(対応策)

事業インパクト分析に基づき特定したリスクおよび機会に対し、以下対応策を実施しております。

リスクと機会への対策	対応策
1 CO <sub>2</sub> 排出量・省エネ規制強化	① 営業、製造拠点の省エネ化の推進…照明のLED化、営業車両の電気自動車等への移行 ② 太陽光発電設備の導入
2 低炭素技術活用への移行	③ 高効率生産設備の導入 ④ CO <sub>2</sub> フリー電力への切替え ⑤ 生産拠点の生産品目や物流拠点の見直し(物流コストの削減)
3 原材料等調達価格上昇	① 仕入先の脱炭素化の取り組み状況の把握と代替手段の検討 ② リサイクル材や新素材利用の検討
4 投資家の評判変化	① 積極的なIR活動の実施
5 環境配慮型製品の需要増加	① 環境配慮型製品の開発…遮熱や断熱といった省エネに寄与する製品や素材の開発 ② リサイクル素材等の活用 ③ 石油由来の樹脂材料使用量の削減
6 自然災害激甚化	① サプライチェーンを含んだ事業継続計画(BCP)の適宜更新と強化 ② 各生産拠点での生産品目の見直し ③ 老朽化設備の更新

(気候変動による事業インパクト分析)。(参照シナリオ)は下記参照

TCFD 提言に基づく情報開示 [https://www.blind.co.jp/\\_assets/img/company/sdgs/index/TCFDteigenjyouhoukaizai2303.pdf](https://www.blind.co.jp/_assets/img/company/sdgs/index/TCFDteigenjyouhoukaizai2303.pdf)

### リスク管理

サステナビリティ委員会はサステナビリティ推進委員会から報告されたリスクと機会を統合し、それぞれを発生可能性、影響度、対応策の有無などで評価し、重要度の決定、優先順位付けを行っています。

### 指標と目標

当社グループは、気候関連のリスクと機会を管理するための指標として、Scope1、2のGHG排出量を定めています。

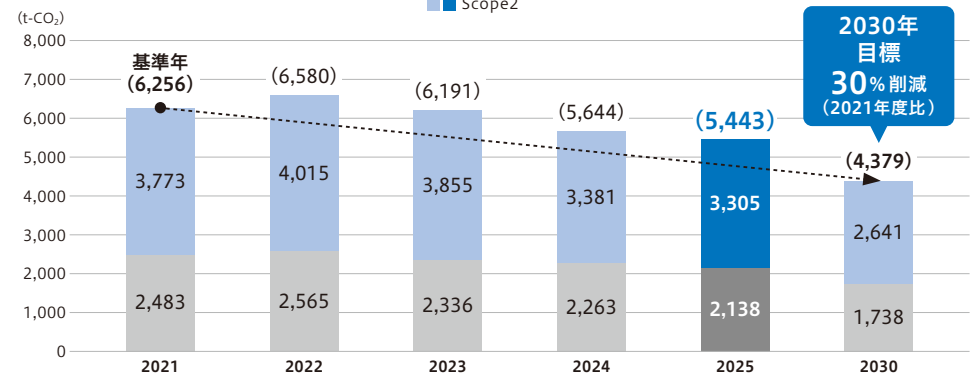
### 2025年度 GHG 排出量 実績数値

	単位 t-CO <sub>2</sub>	対前年比		対基準年比	
Scope1 (燃料系)	2,138	▲125	94.5%	▲345	86.1%
Scope2 (電力)	3,305	▲76	97.8%	▲468	87.6%
合計	5,443	▲201	96.4%	▲813	87.0%

#### (2025年度の主な取り組み)

- 事業拠点の照明LED化
  - 省エネ生産の推進
  - 業務車両の低燃費車への切替え
  - 屋根の遮熱塗装、空調効率向上施策
  - サプライチェーンの見直しによるCO<sub>2</sub>削減施策推進
- ※ グループ内での生産拠点の最適化による配送距離の短縮化等
- 主要グループ会社のサステナビリティ推進委員選任

### 温室効果ガス(GHG)排出量(連結ベース)



※ Scope1：当社グループの燃料(ガソリン・灯油等)使用に伴う直接排出

※ Scope2：当社グループがCO<sub>2</sub>を排出する発電方法による電気の購入・使用に伴う間接排出

## 事業活動における環境負荷低減

### ISO14001に基づく環境に配慮したモノづくり

環境にやさしい企業を目指して、立川ブラインド工業株式会社の生産全5拠点と、富士変速機株式会社の生産全2拠点で、ISO14001認証を取得し、環境マネジメントシステムに基づき、環境方針、環境目標を設定し、環境保全委員会を中心に環境に配慮したモノづくりに取り組んでいます。

#### 廃棄物リサイクルへの取り組み

生産加工工程における材料ロスの低減、製品梱包仕様の見直しによる廃棄物の削減や廃棄部材等のリサイクル・リユースを通じ、CO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。

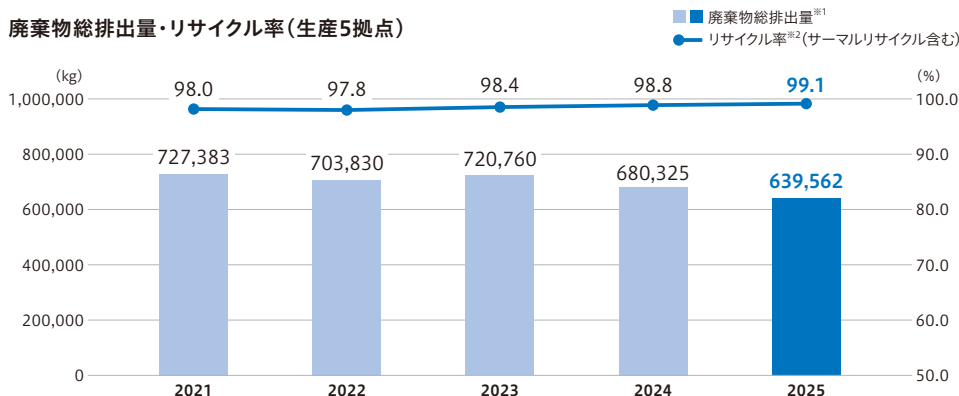
- 製造拠点における廃棄物リサイクル率95%以上を継続し、資源の循環を図る
- 製品製造段階の廃棄量を削減し、CO<sub>2</sub>排出量削減に貢献する

#### 〈主な取り組み〉

- 廃棄物の分別徹底
- 分別による有価引取りの推進
- アルミ材等のマテリアルリサイクルの実施
- 製品製造段階の廃棄量削減
- 端材の有効活用／樹脂成形品の再生利用
- 使用済みシンナーの再利用
- 部材梱包資材の見直し・再利用
- 廃棄処分場の定期視察による法令遵守

#### 実績推移

##### 廃棄物総排出量・リサイクル率(生産5拠点)



※1:主な内訳は、産業廃棄物、リサイクル紙、段ボール、一般廃棄物、焼却ゴミ

※2:リサイクル回収不可の廃棄物(焼却ゴミ)を除いた廃棄物の割合

### 技術研究棟での環境に向けた取り組み

#### 環境配慮型製品の開発

技術研究棟では、快適な室内環境と建物で消費するエネルギーの低減に貢献する、電動ブラインドPC制御を用いて空調負荷低減に向けた実証実験等を技術研究棟内に研究設備と関連部門を集約するとともに、関連企業とも共同で実施しています。

通年での空調負荷低減効果の実証実験により、連動方法・効果やノウハウを蓄積し、スピード感をもって、脱炭素社会の実現に向け、環境配慮型製品の具現化に向けた取り組みを推進してまいります。



技術研究棟

#### オープンスカイアナライザー「ソラミ」(画像解析センサー)

太陽光の強さや雲の分布状況を解析し、西日の時間帯や薄曇りの日でも、晴れか曇りかを高精度に判断できる晴曇判断センサーです。電動製品と組み合わせることで「省エネ」と「快適性」の向上に貢献します。

また、政府が脱炭素社会の実現に向けて取り組んでいるZEB(ネット・ゼロ・エネルギービルディング)計画の推進にも貢献してまいります。



ソラミ

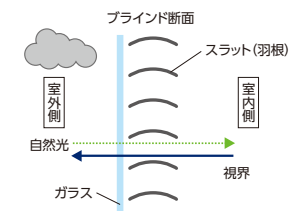
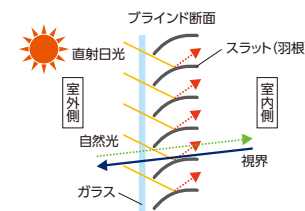
#### 特長

##### ● 晴れているときは

太陽の直射日光が室内にいる人の視界に入らず、また効率的に自然光を採り込めるようスラット(羽根)の角度を自動調整します。

##### ● 曇っているときは

スラット(羽根)を水平にして自然光を室内に採り込むとともに視界を確保します。また、ブラインドを全開(スラットを上昇)に制御することもできます。



# 安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供

## 木製ブラインドの環境配慮への取り組み

当社は、ブラインドや間仕切をはじめとするインテリア製品を通じて、「人にやさしい快適な環境づくり」を提案するとともに、環境負荷を低減しながら、事業を通じて持続可能な社会の実現を目指しています。2024年には木製ブラインドに、木部材の伐採から製品の出荷に至るまで、適切に管理されているFSC®認証材を使用したスラット(羽根)を新たにラインナップし、2026年からは、環境配慮と顧客参加型の環境貢献を目指し、森林再生プロジェクト「Present Tree」に参加しています。P.35

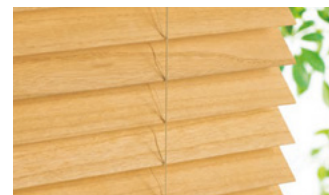
### 国産材(ヒノキ・スギ)の活用

国内の森林保全に貢献する「国産材(ヒノキ・スギ)」を活用しています。国産材の活用は、「植える→育てる→伐る→使う」のサイクルを守ることによってCO<sub>2</sub>吸収率の向上や自然災害の防止につながるから注目されています。国内の豊富な森林資源を活用することで、森林環境の保全・活性化にもつながり、持続可能な循環型社会に貢献します。



### 国内工場での自然塗料の塗装

国内の自社工場において、塗装の工程から、加工・出荷を一貫して行うことにより、輸送によるCO<sub>2</sub>排出の削減で環境保全に貢献します。さらに、アマニ油を原料とした自然由来の塗料は、製造工程においても有害物質を発生させないため、環境保全につながります。



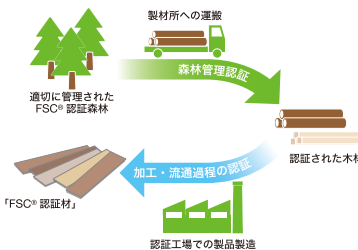
木目の個性が活きる、自然塗料を施した「桐」

### 持続可能な森林活用、保全に貢献する「FSC®」認証材の使用



FSC®認証とは、責任ある管理された森林と、限りある森林資源を将来にわたって使い続けられるよう適切に調達された木部材に対する国際認証制度です。当社は2023年12月に、加工・流通過程の管理を認証する「FSC®-CoC認証」を取得しました。木部材の伐採から製品の出荷に至るまで、適切に管理されたFSC®認証材を使用することで、SDGsの貢献につながり、環境負荷を低減しながら、持続可能な社会の実現に貢献します。

FSC®認証とは(Forest Stewardship Council®/ 森林管理協議会)  
<https://www.jp.fsc.org/jp-ja>



※当社木製ブラインド「フォレティア」のネイチャー(スラット・ボトムレール)はFSC®100%認証材を使用しております。

## デジタルマーケティングへの取り組み

### Instagramでの情報発信強化とコーポレートサイトでUGCを活用

SNSでの口コミなどが製品選定に大きな影響を及ぼす中で、Instagramの公式アカウントの情報発信力や拡散力を高める取り組みを継続。注目の高いコンテンツを投稿し、継続的なフォロワー獲得に注力しています。また、新製品発売に合わせたモニターキャンペーンの実施や当社製品を使用するユーザーがInstagramに投稿したUGC(ユーザー生成コンテンツ)を集めたコンテンツ「Instagramの中の#タチカワブラインド」をコーポレートサイトに展開するなど、デジタルを活用した販売促進に取り組んでいます。



Instagramの中の#タチカワブラインド  
[https://www.blind.co.jp/Instagram\\_select](https://www.blind.co.jp/Instagram_select)

### コーポレートコンテンツ「お役立ちコラム」

時事や時節、トレンドを絡めた自社製品の紹介コラムを年間24回(月2回)配信。オウンドメディアによる顧客接点の創出を図り、認知向上や指名買いにつながるコンテンツづくりに取り組んでいます。

タチカワブラインド「お役立ちコラム」  
<https://www.blind.co.jp/column/>



### YouTuberやインフルエンサーによる情報発信

社名や製品の認知拡大に向けて、インテリアや窓まわりの情報発信力が高いYouTuberやインフルエンサーによるタイアップ投稿を実施。それぞれのチャンネルや媒体ごとのユーザーに対して、広く当社製品の情報を発信しています。

## 安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供

### 2025～2026年6月導入製品の紹介(2025年度の研究開発の成果)

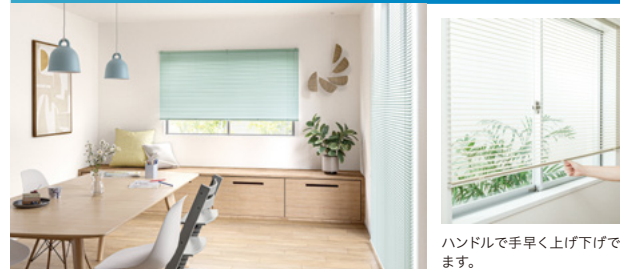
#### 間仕切「プレイス」下荷重仕様



#### 間仕切「プレイス」に下荷重仕様を新発売

- パネルの重量を床面で支える構造の「下荷重仕様」
  - ・既存の天井下地を利用して設置が可能で、大掛かりな下地工事が不要なため、設置場所の制約を受けにくいのが特長
  - ・工期短縮や工事費削減につなげることができ、既存オフィスや店舗の改修工事などに最適で、間仕切でフレキシブルな空間が実現可能

#### ヨコ型ブラインド「シルキー」ハンドル操作



#### 操作性と安全性を両立したコードレスの“ハンドル操作”を発売

- 直感的な操作とコードがない安全設計
  - ・操作するコードなどが無いチャイルドセーフティ製品
  - ・ブラインド下部に設けたハンドルを上下に動かすことで片手で軽くスムーズに操作可能

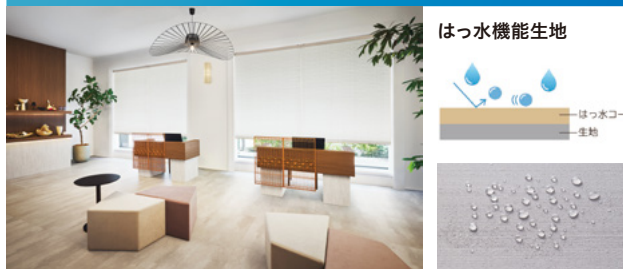
#### ハニカムスクリーン「ブレア」



#### 高い断熱性で注目が集まるハニカムスクリーン「ブレア」の電動製品を拡充

- 電動製品「ホームタコス」の仕様を拡充 **トピックス**
    - ・コンセント仕様とバッテリー仕様に対応。電源の有無にかかわらず設置可能で新築、リフォーム、掛け替えなどさまざまな用途に対応
- ※「HomeLink」は、株式会社リンクジャパンの登録商標です

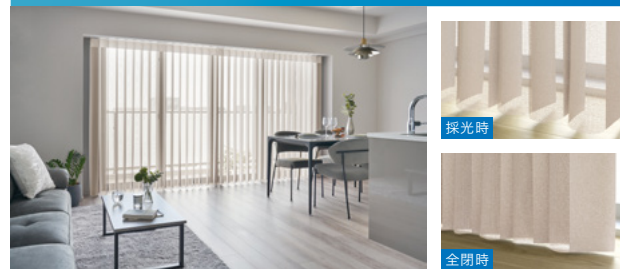
#### プリーツスクリーン「フィユ」「ペルレ」



#### ラインナップをリニューアルし、多様化する窓に対応

- 生地ラインナップを刷新。機能性、意匠性、メンテナンス性を強化
  - ・当社のファブリック製品で唯一の和の 카테고리「TOKI(トキ)」を展開。住宅のみならず、店舗やホテルなどさまざまな和空間に調和するラインナップ
  - ・洗濯ができないプリーツスクリーンに、水拭きがしやすいはっ水機能生地シリーズ「フィユルクリア」で快適な住環境に寄与
  - ・需要が高まる遮光生地、遮熱生地を強化
- 電動製品「ホームタコス」の仕様を拡充 **トピックス**
  - ・コンセント仕様とバッテリー仕様に対応。電源の有無にかかわらず設置可能

#### 調光タテ型ブラインド「エアレ」

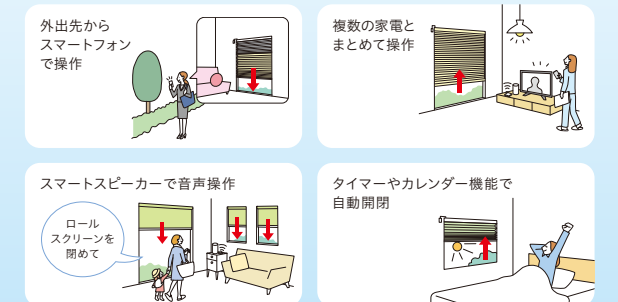


#### 美しいウェーブの柔らかな意匠と調光機能が特長の「エアレ」から電動などの新たな仕様や新生地をぞくぞく拡充

- 電動シリーズ「ホームタコス」に対応(2025年5月発売) **トピックス**
  - ・コンセント仕様とバッテリー仕様に対応。電源の有無にかかわらず設置可能で新築、リフォーム、掛け替えなどさまざまな用途に対応
  - ・スマホ操作に対応し、外出先での開閉やさまざまな家電との連動が可能に
- 織りの表情を活かした生地や遮光生地の新色を追加(2026年3月発売)
  - ・糸の織りによって生まれる豊かなテクスチャーが特長の新生地「メーレ」を発売
  - ・需要が高まる遮光生地「マージ」に人気の新色グレーを追加

### トピックス 電動製品「ホームタコス」対応製品の拡充

住宅ではスマートホーム化が進み、スマートフォンや音声などで操作できる住宅設備機器や家電製品に注目が集まる中、窓まわり製品においても電動の需要が高まっています。当社では、早くから窓まわりの電動製品「ホームタコス」の対応製品拡充やスマホ操作、HEMS機器との連携、コンセントの有無による設置場所の制約がないバッテリー仕様の導入など新たな仕様の拡充に取り組んできました。

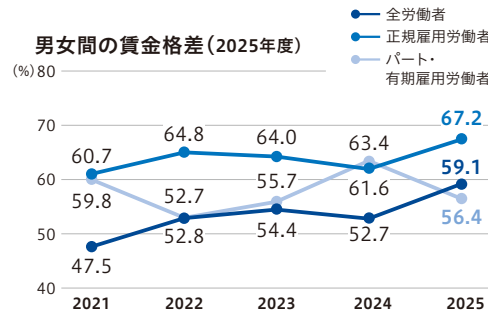


# 働きやすく働きがいのある職場環境の実現

## 社員の多様性拡大

個性や価値観を尊重し、より多くの人材が活躍できる環境づくりに努めております。働き方の多様性が広がり、地元志向も高まる中で、当社では勤務地を限定した採用を中途採用だけでなく、新卒採用においても広く推進しています。また、男性の育児休業取得について、対象社員に対する育児休業制度の周知や意向確認を徹底するなど、100%取得できる職場環境の構築を目指し、育児休業取得率向上につながる取り組みを進めて参ります。

	2021	2022	2023	2024	2025
新卒総合職 地域限定採用率 (単体)	0.0%	6.1%	0.0%	25.0%	26.3%
女性管理職比率 (単体)	1.2%	1.2%	1.8%	1.9%	2.4%
男性育児休業 取得率 (単体)	6.7%	0.0%	0.0%	46.2%	14.3%



## 健康経営の推進

社員本人や家族のためにも「心身の健康」を第一に考えており、ワークライフバランスの最適化に向けた取り組みの強化を推進しております。有給休暇取得促進日の設定や時間単位の有給休暇制度の導入を進めた他、2026年度は、1人当たりの取得日数の目標を14日以上に引上げる等、新たな休暇制度の導入等を進めてまいります。

また、DXの推進による業務効率化を進めることで、長時間労働の抑制に努めてまいります。社員の健康づくりに向けた取り組みの一環として策定した健康経営宣言、健康経営推進体制および行動目標を当社コーポレートサイトに掲載し、社内外へ発信した他、健康経営の強化を図り、経済産業省が実施する健康経営優良法人認定制度にて、2026年3月に2年連続で「健康経営優良法人2026」(大規模法人部門)に認定されました。

	2021	2022	2023	2024	2025
年次有給休暇取得日数(単体)	10.2日	10.6日	11.6日	12.0日	12.1日
定期健康診断受診率(単体)	98.6%	98.3%	99.8%	100.0%	100.0%
ストレスチェック受検率(単体)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



## 人材の育成と職場環境の整備

### 人材育成方針

将来にわたって企業が成長していくために最も重要な資産は人材であり、社員個々の能力を十分に発揮できるよう、適材適所の配置を行い、組織に良い循環をつくるのが企業の成長につながると考えております。人材育成にあたっては、研修や資格取得支援などの充実を図るとともに、キャリアのロードマップを示すことで、社員が安心感とビジョンを持って仕事ができるような育成体制を構築してまいります。

### 人材の育成(従業員のキャリア支援)

研修をはじめとした育成体制を充実させ、働く社員の不安を取り除き、安心感とビジョンを持って仕事ができる環境を整えてまいります。



### 研修制度 2025年度階層別研修実施内容(単体)

研修名	目的と主な研修内容	対象者	人数
新入社員研修	[基礎知識習得/エンゲージメント向上] マナー、会社組織、人事制度、製品知識、業界知識、福利厚生、システム操作	新入社員	21人
フォローアップ研修	[エンゲージメント向上] 入社半年間の振り返り、モチベーション向上、仕事の進め方	新入社員	21人
3年目研修	[エンゲージメント向上] 求められる役割、製品知識、キャリアロードマップ、キャリアデザイン	新卒入社 3年目社員	20人
主事・主事補研修	[幹部社員の育成] 人事制度、人事考課、労務管理、ハラスメント、メンタルヘルス、コンプライアンス	主事・主事補 昇格者	30人

### 職場環境の整備

社員が働きやすい環境の整備を計画的に進めており、労働環境の改善に努めております。2025年度は、仕事と育児の両立をより一層進めるため、育児・介護休業法の改正に対応するだけでなく、短時間勤務制度を柔軟に取得できるよう取得パターンを増やした他、短時間勤務制度養育両立支援休暇制度の対象者を小学校就学前から小学校3年生修了までの子を養育する社員に拡大しました。

社員が働きやすい環境の整備を更に進めるため、2026年度は、1on1ミーティングの運用を開始し、職場での対話を充実させるとともに、エンゲージメントサーベ이를導入し、社員のエンゲージメントや働きがいを高めることで、社員の意欲と能力を最大限に引き出し、組織全体のパフォーマンス向上につなげてまいります。

## 特集 2 若手社員座談会

社会のニーズを捉え、自らの力で  
ものづくりから市場づくりにつなげていく——  
タチカワブラインドの未来を担う若手社員が  
それぞれのミッションと想いを語ります。



東京法人支店  
第一営業部 営業二課  
**Y.U**  
2016年入社

営業統括本部  
販売促進部 宣伝課  
**M.K**  
2016年入社

営業統括本部  
販売促進部 MD課  
**M.S**  
2017年入社

技術開発部  
開発1課  
**H.O**  
2021年入社

製造技術部  
滋賀製造技術課  
**N.H**  
2021年入社

### 私たちが目指すゴールは 「ものづくりと市場づくり」の実現

**M.S** 中期経営計画「タチカワビジョン2028」の柱に「ものづくりと市場づくり」が掲げられましたが、担当部署として市場ニーズを捉えた商品開発はずっと意識してきました。今中計で強調されたことで、あらためて「私たちが市場をつくっていこう」という思いが高まりました。

**H.O** 最近の動きとして、新たな市場づくりに成功した好例が2024年2月に発売した「エアレ」だったと思います。カーテンのような生地を用いたタテ型ブラインドで、カーテンのもつ柔らかさや光の透過性と、ブラインドの調光機能や操作性の双方のメリットを兼ね備えています。

**N.H** 柔らかな生地をブラインドのように均質に加工するのは、高度な製造技術が必要でした。そこは開発と製造が密に連携して、量

産に向けた製法や設備を組み立てていきました。

**M.K** 窓まわりのインテリアを決めるとき、ブラインドとカーテンで迷う方は一定層いると思います。とくに女性は柔らかさのあるカーテンを好む層が多いですね。私の友人が新居に移る際も最初はカーテンを検討していたのですが、当社のショールームを紹介したところ、迷わず「エアレ」を選んでくれたんです！

**Y.U** 住宅部門の営業からは、ご家族で意見が分かれるときも「エアレ」は提案しやすい製品だと聞きます。私はオフィスビルや大学、公共施設などを手がけるゼネコンや設計事務所を中心に非住宅部門の営業をしていますが、「エアレ」はサロンやカフェのような空間にもフィットするので引き合いが多いですね。

私たち営業は、ものづくりと市場をつなぐ立場だと考えています。市場に近い立場として、お客様からの声や全国の納品実績といったデータをまとめて、販売促進・技術部門にリアルタイムで共有しています。

**M.S** そこからお客様のニーズを先取りして「こんなものが欲しかっ

た!」と言っていただくことが私たちのゴールですね。

私が最近力を入れているのが、共働き家庭にも喜ばれる製品をいかに作り出すか。ロールスクリーンやタテ型ブラインドなどのファブリック製品では、汚れがついてもサッと水拭きできるお手入れのしやすさをポイントとした「フィールクリア」を発売しました。花粉やホコリもつきにくいので健康で快適な空間づくりにもつながる自信作です。

**H.O** M.Sさんたちから「汚れがつきにくい生地はないか」と打診が来て、技術部門でもファブリック開発者がさまざまな加工技術や生地を検討して完成したものですよね。

**N.H** 製造部門では新製品やリニューアル製品ができるたびに、製造ラインを改良したり、増やしたりして対応しています。大変ではありますが、これまでにない新たな製品が仕上がったときはものづくりの楽しさを実感します。高品質のものづくりがあってこそ、着実な市場づくりにつながっていく。製造技術として、この部分は大切にしたいと思っています。

## 特集 2 若手社員座談会

### 市場のニーズを先取りしながら 高付加価値とブランド力を高めていく

**Y.U** 資材・エネルギー価格の高騰を受けて建設業界ではコストカットや計画見直しが相次いでいますが、こうした時代だからこそ、当社製品は拡販しやすいと私は考えています。省エネ性能のある遮光・遮熱ブラインド、メンテナンス性を備えたスクリーンなど、当社製品は結果的にランニングコストを抑えることにつながる。その価値をアピールするようにしています。

**N.H** 今後、高付加価値の製品をさらに増やしていくことも重要ですね。製品価値と生産性の向上に向けて、新設を予定しているファブリック生産棟では設備のDX化を図ります。そのために現在、センサーやAI、ロボティクスなど最先端技術の検証を進めています。

**M.K** 当社製品の価値をお客様にわかりやすく魅力的に伝える最初の接点となるのが、カタログやサンプル帳などの販促物です。私たち宣伝課では「見やすさ」「わかりやすさ」「伝わりやすさ」にこだわり、新製品やリニューアル製品の発売に合わせて販促物の製作を進めています。サンプル帳は最近、写真と仕様、価格表を同時に見られる紙面構成にリニューアルしたところです。

**Y.U** 提案したい製品の情報が一覧できることで、お客様の購買意欲や関心も高まります。最近、カタログやサンプル帳も、どんどんバージョンアップしていると感じます。

**M.K** 紙媒体に加え、WEBコンテンツの充実にも力を入れています。「タチカワブラインド」は広く浸透していますが、若い世代に向けたブランディングはこれから。ホームページなどWEBサイトはもちろん、SNSのショート動画なども活用して、知名度とブランドイメージを高めていきたいと考えています。

**Y.U** 営業でも、当社のブランド力を実感する場面は多いですね。当社の製品を選ぶことが施主さんのステイタスや安心感につながるようなブランドイメージを高めた。そのためにメンテナンスを含めた幅広い営業展開を図っていききたいと考えています。

**H.O** 私は間仕切の製品開発を担当していますが、2026年5月に発売した「プレイス」シリーズの新製品は、他メーカーでも取り扱いが

少ない、下荷重タイプの間仕切です。「天井の強度不足で設置を諦めていた」というお客様の声に応えたものです。パネルの自重を床で支えるので、大がかりな下地工事をしなくても設置できます。市場そのものをつくり出すポテンシャルをもった製品だと自負しています。開発の役割は、新規技術の追究はもちろんのこと、お客様や仕入れ先の業者、営業の声によく耳を傾け、市場の今と未来をしっかり捉えることだと考えています。

### 私たちが思い描き、創り出す。 タチカワブラインドの未来

**H.O** 入社して今年で6年目ですが、当社は若手でも大きな仕事を任されるのでやりがいを感じています。先ほど話した「プレイス」の新製品は、初めて自分が一連の開発工程を担当しました。「下荷重仕様にする」というアイデアだけでゼロからのスタート。行き詰まったときはアイデアや経験豊富な先輩と一緒に考えてくれて、なんとか突破できました。ラフスケッチの段階から試行錯誤を重ねてきたので、わが子のような存在です(笑)。いずれは街やオフィスを歩けば、自分が手がけた製品でいっぱいというぐらいの大ヒット製品を生み出したいですね。

**Y.U** 私はタチカワブラインドを更なるブランドに育てるという大目標がありますが、営業として最大のミッションはお客様との人間関係を地道にコツコツ築いていくことだと考えています。施工の現場にも足を運び、お客様の悩みや困りごとを解決していくことも自分の役割と捉えています。そうした積み重ねから、長くお付き合いいただける信頼関係を築いていきたいですね。

**N.H** 製造現場も一番大切なのは、信頼関係だと考えています。私が働く滋賀工場の製造技術部はBBQ、ボウリング大会、忘年会と恒例行事があります。そのときは部署や世代を超えて和気あいあいと楽しんでいます。新たな製造ラインをつくるときは各工場にも足を運びますが、働きやすく安心・安全な製造現場をつくるのも私の役割だと考えています。

**M.K** 私はインテリアやデザインが好きなので、今の仕事が本当に

楽しいです。プライベートでも新しい商業施設や新商品展示会を見て回って、販促物のアイデアにつなげています。今後も自分がやりたいことを大切に主体的に行動し、企画力・調整力、デジタル分野の知識などスキルアップを図っていききたいと思います。

**M.S** さきほどH.Oさんがおっしゃったように、若いうちから自分の裁量をもって経験を積めるのが当社の良さだと思います。そのぶん自分の仕事が「会社の利益につながっているか」も早いうちから突きつけられます。市場が期待する製品であれば売上がつながりますし、高付加価値・高品質であれば利益が生まれやすい。市場づくりを意識して、仕事の精度を上げていきたいです。

**Y.U** ブラインドや間仕切といった当社製品は、暮らしに不可欠な製品です。その性能やデザイン次第で、日常がもっと豊かに快適になる可能性を秘めています。それぞれの仕事を通じて、皆さまの生活を安心・安全・健康・環境の面からワンランクアップするお手伝いのできる会社にしていききたいと思います。

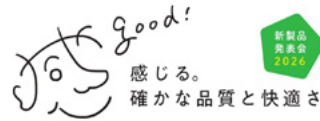


# ステークホルダーとの協働とサプライチェーンマネジメント

## タチカワブラインド新製品発表会2026開催

「タチカワブラインド新製品発表会2026“感じる。確かな品質と快適さ”」を4月16日(木)から7月30日(木)までの期間、横浜会場を皮切りに全国14会場で開催。

当発表会は、「感じる。確かな品質と快適さ」をテーマに、今年発売の新製品やリニューアル製品を中心に展示します。会場では、五感マーケティングの視点を取り入れた「見て・聞いて・触れて・感じる」体験型展示により、製品の魅力を紹介。



調光タテ型ブラインド「エアレ」



ブリーツスクリーン「フィユベア」

### 主な展示内容

名称	『タチカワブラインド新製品発表会2026』
テーマ	“感じる。確かな品質と快適さ”
期間	4月16日(木)から7月30日(木)
場所	全国14会場
シーンに応じた、豊富なコーディネート提案	オフィスやホテル、店舗など、さまざまな空間に合わせて選べる調光タテ型ブラインド「エアレ」や、間仕切「プレイス」などの活用方法やコーディネートをご紹介
優しい光を導く、余白のある空間	人気の調光シリーズや、ブリーツスクリーン「ペルレ」で創り出す、シンプルでありながら、ほっと落ち着ける空間づくりをご紹介
おうち時間をもっとスマートに	ホームタコス(電動製品)のスマホ操作を中心に利便性をご紹介
環境にも、人にも、心地よい選択	2026年より開始した「Present Tree」など、当社のサステナビリティへの取組みをご紹介

2026年度新製品発表会 <https://www.blind.co.jp/event/exhibi/2026>

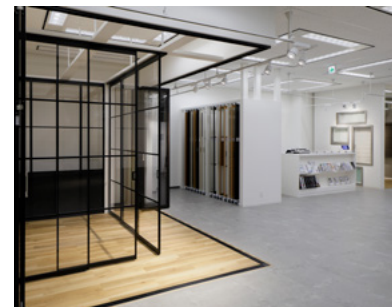
## 「新宿ショールーム」オープン

### 銀座ショールーム 51年の歴史を受け継ぎ新宿へ

銀座ショールームで担ってきた展示・体験拠点としての機能を、2026年1月16日より新宿ショールーム(新宿エルタワー B1F)へ移行いたしました。

新宿ショールームは、新宿駅から徒歩約3分の好立地に位置しており、より多くのお客様にご来館いただけるアクセス環境を備えています。当社が展開する多彩な製品や色柄バリエーションの中から、お客様のニーズに合わせた最適な製品をご提案いたします。

フロア全体のカラースキームは、シックな印象のモノトーン系でコーディネートしております。住宅向け窓まわり製品のカラーラインナップ全色を備え、実際に手に取って比較しながらご検討いただける環境を整えました。展示スペースがワンフロアとなり、製品選定から色決めまでスムーズに行うことができ、間仕切のパネルカラーサンプルも約2mの高さのサイズでご覧いただくことができます。大小さまざまな窓シーンや間仕切シーンの展示、また、モデルルームでは生活シーンを体感いただけます。



### 新宿ショールームの概要

開館	2026年1月16日(金)
コンセプト	窓まわりや間仕切製品を『選ぶ・触れる・組み合わせる』楽しさを体感
展示面積	455㎡(ワンフロア構成)
場所	東京都新宿区西新宿1-6-1新宿エルタワー B1F
営業時間	10:00~18:00
休館日	水曜と祝日(土日が祝日の場合営業)
ご利用案内	各ショールーム・ディスプレイスペースでは、製品サンプルや生地見本を実際にご覧いただき、操作体験や光の透け具合をテストする「テストイングウィンドウ」も完備しています。理想のお部屋づくりをサポートいたしますので、ぜひご相談ください。さらに、窓のサイズや間取りがわかる図面、床材や壁紙のサンプルをお持ちいただくと、具体的なご案内がスムーズに行えます。

WEB予約はこちら <https://www.blind.co.jp/showroom/details/2>

## 社会貢献

### /// 森林再生支援 ///

#### 売上の一部を「Present Tree」へ寄付 木製ブラインドを通じた森林再生支援を開始

当社は、2026年1月5日(月)から木製ブラインド「フォレティア」シリーズの売上の一部を「Present Tree」に寄付し、森林再生活動を支援しています。2024年には木製ブラインドに、木部材の伐採から製品の出荷に至るまで、適切に管理されているFSC®認証材を使用したスラット(羽根)を新たにラインナップし、環境負荷を低減しながら持続可能な社会の実現に貢献してまいりました。(FSC®-C195138)

このような取り組みをさらに進め、環境配慮と顧客参加型の環境貢献を目指し、森林再生プロジェクト「Present Tree」に参加しています。

🌐 Present Tree.について <https://env-r.com/>



認定NPO法人 環境リレーションズ研究所が2005年1月にスタートさせた森林再生プロジェクトです。被災林や造林未済地などに樹を植えて、10年かけて天然林に近い森に再生していきます。これまで、国内60ヶ所・海外2ヶ所に444,930本(2026年4月13日時点)を植樹しています。



### /// 社会貢献活動 ///

#### 立川更生保護財団が 「令和7年度 瀬戸山賞」を受賞

当社グループが設立当初から全面的に協力している更生保護法人立川更生保護財団は、令和7年度 瀬戸山賞を受賞しました。本受賞は、永年にわたり更生保護事業の活動に深い理解と思いがこもった手厚い支援を行ってきたことが評価されたものであります。



更生保護法人  
日本更生保護協会  
大林副理事長より  
表彰を受ける池崎理事長  
(2025年9月)

#### 「こども夢プロジェクト2025 in 小樽」 を視察

特定非営利活動法人日本BBS連盟等が主催する“こども夢プロジェクト2025 in 小樽”を池崎理事長が視察しました。本プロジェクトは、児童養護施設の子どもたちが一つの目標に向かって互いに助け合い、思いやる気持ちや達成感を感じ、自らの成長や生き抜く力を身につけてくれることを願って実施されるイベントです。



子どもたちと一緒に  
レクリエーションに参加  
(2025年7月)

### /// 2027年国際園芸博覧会 ///

## 2027年国際園芸博覧会 GREEN×EXPO 2027 In YOKOHAMA



#### 横浜市で開催される

#### 2027年国際園芸博覧会「GREEN×EXPO 2027」に協賛 —— 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。

当社は「快適な暮らしの創造」をテーマに、製品を通じて持続可能な森林活用と環境保全に取り組んでいます。

植物の自然資本としての多様な価値を見つめ直し、自然との共生や幸福感を新たな晴日の風景とする博覧会のテーマに賛同し「GREEN×EXPO 2027」へ協賛することといたしました。空間づくりを通じて次世代の暮らしのあり方を提案してまいります。

#### 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

#### 「GREEN×EXPO 2027」の概要

グリーン社会の実現に向け、自然の力の活用や循環を意識したアクションにより、地球規模の課題解決に取り組むことをビジョンとする国際園芸博覧会です。



©Expo 2027 2027年国際園芸博覧会  
公式マスコットキャラクター  
「トクンクトクン」

開催場所	(神奈川県横浜市) 旧上瀬谷通信施設
開催期間	2027年3月19日(金)~ 2027年9月26日(日)
開催者	公益社団法人 2027年国際園芸博覧会協会
テーマ	幸せを創る明日の風景 Scenery of the Future for Happiness
参加者数	1500万人 ・地域連携やICT(情報通信技術) 活用などの多様な参加形態を含む ・有料来場者数:1,000万人以上

🌐 「GREEN×EXPO 2027」について  
<https://expo2027yokohama.or.jp/>

# 技術力を通じた多様な産業と暮らしへの貢献

## /// 減速機を通じた社会課題の解決 ///

### サーボモータ専任チームの発足 “お客様の理想をカタチに。”

連結子会社の富士変速機株式会社では、“お客様の理想をカタチに。”をモットーに、顧客に寄り添った高付加価値な特殊用途向け個別製品の設計・開発を強みとしています。2024年4月に市場導入した「バッテリー駆動用ACサーボモータ」により、工場の自動化はもとより、建設現場の大型工事車両や電動カート等のモビリティ機器駆動部など、産業から暮らしの分野まで搬送台車の可能性を拡げました。また、2025年3月に「サーボモータ専任チーム」を発足、2025年度は8件の展示会に出展し、「減速機+サーボモータ+制御」のユニット提案による訴求活動を行いました。特に自社製のAGVデモ機によるPRは来場者の反響が大きく、今後も専任チームによる技術的フォローを強化し、お客様の課題解決につなげてまいります。

### <2025年度 出展展示会>

展示会名	場所	会期
機械要素技術展	ポートメッセなごや	4/9~11
MEX金沢	石川県産業展示館	5/15~17
関東グランドフェア	幕張メッセ	7/3~4
中部グランドフェア	ポートメッセなごや	9/4~5
関西グランドフェア	インテックス大阪	9/18~19
ダイドーコネクティブフェア	グランキューブ大阪	9/25~26
メカトロテックジャパン	ポートメッセなごや	10/22~25
メッセなごや	ポートメッセなごや	11/5~7

### 主な出展製品

- AGV用ギヤードモータ(デモ機)
- バッテリー駆動用ACサーボモータ
- ホイールギヤ
- VX・VCシリーズギヤードモータ
- 軸上減速機



(ダイドーコネクティブフェア [9/25~26])

## /// 利用者の安全性・快適性のためのステークホルダーとの協働 ///

### 安心・安全で快適な駐車場装置の提供のために

駐車場装置関連事業は、立体駐車場装置を設置後、長期にわたり利用者が安心・安全・快適にご使用戴くため、継続して保守点検を行います。これら保守点検業者は、長期保守点検ビジネス(ストック型ビジネス)を支える、当社にとって重要なステークホルダーです。

このビジネスの持続性を維持するため、保守協力業者の点検作業に計画的に立ち会い、教育・指導を行うとともに、年に1回「全国安全衛生大会」と「技術講習会」を実施し、立体駐車場装置の安全と品質向上、協力業者との連携体制の強化を図っています。

### <2025年度の実績>

#### 保守協力業者の再教育(全国45社)

事故発生件数	0件	改善指摘件数	362件
--------	----	--------	------

#### 全国安全衛生大会 2025年6月20日開催

安全衛生大会(1部)	
参加社数(Web含む)	63社
主な内容	安全衛生計画(課題・重点項目) 災害発生報告(事例等) 安全衛生に関する周知事項(法改正) ① 化学物質管理者の選任(2024年4月~施行) ② 保護具管理責任者の選任(2024年4月~施行) ③ 熱中症対策の義務化(2025年6月~施行)

技術講習会(2部)	
参加社数(Web含む)	57社
主な内容	立駐内事故・クレーム事例、点検実査報告の共有 データロガー機能、チェーン緩み検出調整方法



安全衛生大会・技術講習会の様子

## /// 駐車場装置 社会課題解決への貢献 ///

### 時代の変化に応じた リニューアル対応

駐車場装置を長期間ご利用いただくため、時代の変化に応じた改修にも対応致します。詳しくは、当社コーポレートサイトでご確認ください。

既存機への電気自動車対応 ~脱炭素インフラへの貢献~

🌐 [バスルタワリニューアルパンフレットはこちら](https://www.fujihensokuki.co.jp/wp-content/uploads/2024/05/pdf_07.pdf)  
https://www.fujihensokuki.co.jp/wp-content/uploads/2024/05/pdf\_07.pdf

次世代パーキングシステム

🌐 [バスルタワビヨンドのカタログはこちら](https://www.fujihensokuki.co.jp/wp-content/uploads/2023/02/pdf_07.pdf)  
https://www.fujihensokuki.co.jp/wp-content/uploads/2023/02/pdf\_07.pdf

改修のお問合せ先

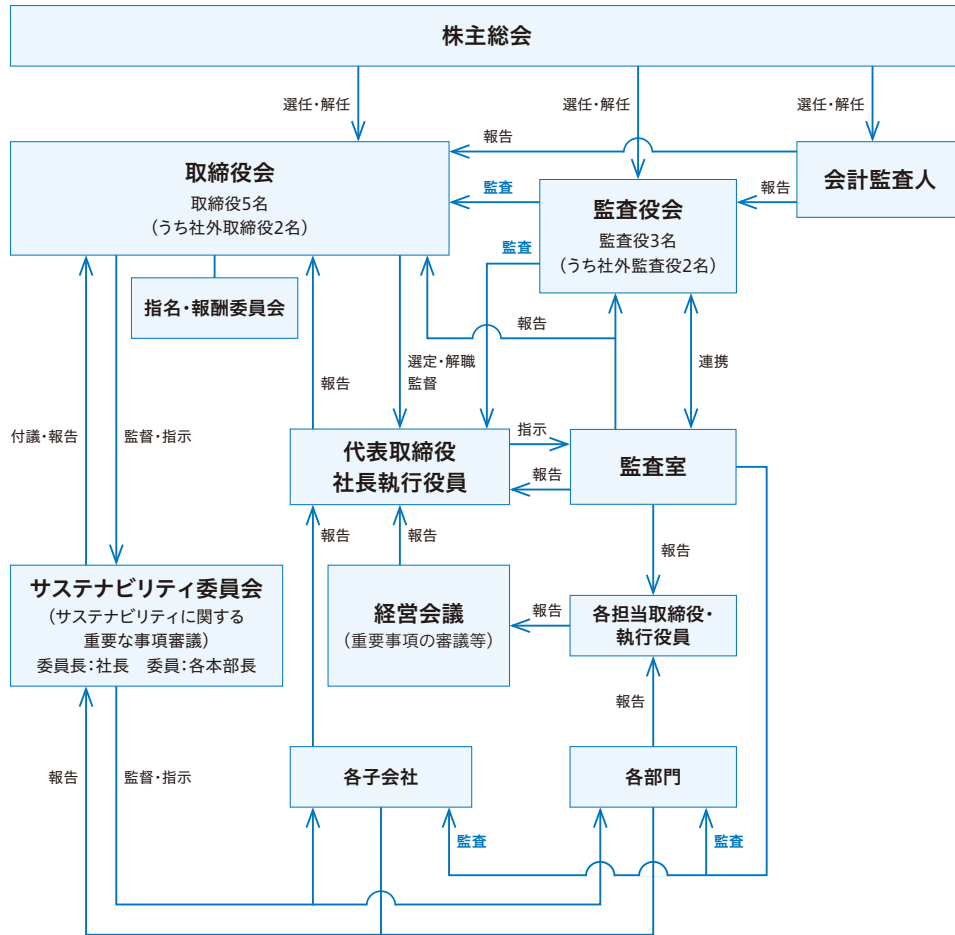
🌐 [コーポレートサイト/事業所一覧](https://www.fujihensokuki.co.jp/about/office/) https://www.fujihensokuki.co.jp/about/office/

# コーポレート・ガバナンス体制

## コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

当社では、コーポレート・ガバナンスの強化を重要な経営課題と認識し、経営効率を高め、当社およびグループ全般の重要事項に関する適切かつ機動的な意思決定に対応できる経営管理組織の充実に努めております。

## コーポレート・ガバナンス体制



## 主な会議体の概要

当社は、監査役会制度を採用し、コーポレート・ガバナンスが有効に機能する体制づくりを進めております。また、2023年2月に「サステナビリティ委員会」を設置し、グループ全体のサステナビリティの取り組みを推進するとともに、2023年11月に取締役会の諮問機関として取締役の指名・報酬に関する事項についての妥当性を審議し、取締役会へ答申する「指名・報酬委員会」を設置し、運営しております。

主な会議体	概要
取締役会	取締役会は、代表取締役社長執行役員が議長となり、取締役5名（うち社外取締役2名）で原則月1回、その他必要に応じて開催しており、会社の業務執行上の重要事項の意思決定ならびに業務執行状況の監督をしております。また、取締役の業務執行を監査するため、監査役全員が出席しております。
監査役会	監査役会は、監査役3名（うち、社外監査役2名）で構成されており、常勤監査役が議長を務め、原則月1回開催しており、客観的かつ独立した立場で取締役の職務執行を監査しております。監査役は、取締役会その他主要な会議に出席し意見を述べるほか、業務執行状況、財産状況の調査および監査を実施し、社内監査部門および会計監査人と連携を図り、コーポレート・ガバナンスの充実に努めております。
指名・報酬委員会	取締役の指名、報酬の決定等に係る手続きの公正性・透明性・客観性を強化し、コーポレートガバナンスの充実に図るため、取締役会の諮問機関として設置しております。委員会は、取締役会の決議により選定された取締役および監査役である委員5名（うち社外取締役2名、社外監査役1名）で構成されており、委員長は、指名・報酬委員会の決議により独立社外取締役の中から選定しております。
経営会議	取締役会および社長執行役員を補佐する目的で経営会議を原則週1回開催しており、取締役会に付議すべき事項などについて審議等を行っております。
サステナビリティ委員会	サステナビリティ委員会は、社長執行役員を委員長とし、委員は各本部長により構成されており、サステナビリティに関する基本方針や重要課題（マテリアリティ）の特定、重要課題に基づく目標設定、サステナビリティ関連の情報開示に関する事項等の審議を行い、審議結果を取締役会へ付議しております。また取締役会で決議・指示された事項の進捗管理およびモニタリングを実施し、定期的にと取締役会へ報告を行っております。

# 役員一覧

		取締役					監査役		
氏名・役職		代表取締役 社長執行役員 <b>池崎 久也</b>	取締役 専務執行役員 <b>小野 寿也</b>	取締役 執行役員 <b>立川 孟視</b>	社外取締役 <b>加藤 昌子</b>	社外取締役 <b>後藤 英夫</b>	常勤監査役 <b>栗原 斉</b>	社外監査役 <b>芹澤 真澄</b>	社外監査役 <b>齊藤 次郎</b>
主な略歴		1988年4月 当社入社 2019年3月 当社取締役営業推進部長就任 2021年4月 当社常務取締役営業部門担当兼マーケティング本部長就任 2022年3月 当社代表取締役社長就任 2022年5月 更生保護法人 立川更生保護財団理事長 就任(現) 2026年3月 当社代表取締役 社長執行役員 就任(現)	1988年4月 当社入社 2019年3月 当社取締役人事部長就任 2020年3月 当社取締役管理本部長兼人事部長就任 2024年3月 当社常務取締役管理本部長兼社長室長就任 2025年3月 当社常務取締役管理本部長兼社長室長兼IR・サステナビリティ推進室管掌就任 2026年3月 当社取締役 専務執行役員 社長室長兼経営企画室長兼グループシナジー担当兼IR・サステナビリティ担当就任(現)	2013年4月 当社入社 2019年7月 当社販売促進部長 2021年4月 当社取締役販売促進部長就任 2022年3月 当社取締役マーケティング本部長就任 2023年3月 当社取締役技術本部長就任 2024年3月 当社取締役管理本部副本部長 総務・人事担当就任 2025年3月 当社取締役マーケティング本部長兼技術本部管掌就任 2025年8月 当社取締役技術本部長就任 2026年3月 当社取締役 執行役員技術本部長就任(現)	2012年12月 東京弁護士会弁護士登録(現) 2020年4月 南北法律事務所入所 2022年4月 東京弁護士会 子どもの人権と少年法に関する特別委員会副委員長 2023年3月 当社取締役就任(現) 2024年4月 東京弁護士会 子どもの人権と少年法に関する特別委員会事務局長 2024年11月 くれたけ法律事務所入所(現)	1987年4月 (株)住友銀行入行 2015年4月 (株)三井住友銀行 執行役員投資銀行統括部長 2017年4月 (株)三井住友フィナンシャルグループ執行役員ホールセール企画部長 2019年12月 (株)SMBC信託銀行 常務取締役兼常務執行役員 (株)三井住友フィナンシャルグループ常務執行役員 2021年6月 SMBC日興証券(株) 社外取締役(監査等委員) 2024年3月 当社取締役就任(現) 2025年3月 (株)ADワークスグループ専務取締役CFO就任(現)	1983年5月 当社入社 2018年3月 当社取締役管理本部長兼人事部長就任 2019年3月 当社取締役管理本部長兼情報システム部長就任 2020年7月 当社取締役監査室長就任 2021年3月 当社取締役退任 当社監査室長 2022年3月 当社常勤監査役就任(現)	1991年4月 東京弁護士会弁護士登録(現) 1991年4月 三宅坂法律事務所入所 1998年6月 新宿西口法律事務所入所(現) 2016年4月 東京弁護士会副会長 2017年5月 東京都弁護士協同組合監事 2020年3月 当社監査役就任(現) 2022年6月 (公財)日本医療機能評価機構 代表理事 副理事長 2024年4月 日本司法支援センター 東京地方事務所所長(現) 2025年6月 日本精鉱(株)社外監査役 就任(現)	1977年10月 警視庁警察官採用 2012年2月 葛飾警察署長 2016年9月 浅草警察署長 2018年8月 警視庁退職 2018年10月 (株)ヤナセ総務部長付 2023年3月 当社監査役就任(現)
スキルマトリックス	在任年数	7年	7年	5年	3年	2年	4年	6年	3年
	企業経営・経営戦略	●	●	●		●	●		
	営業	●							
	マーケティング	●		●					
	技術・品質	●		●					
	財務・会計		●			●	●		
	人事戦略	●	●	●			●		
	法務					●		●	
	ガバナンス コンプライアンス	●	●		●	●	●	●	●

※スキルマトリックスの項目は、事業環境の変化および職務経験に応じて見直しております

# 取締役会の実効性

## 取締役会の実効性評価

当社取締役会は、東京証券取引所の定める「コーポレートガバナンス・コード」に基づき、2025年度の取締役会の実効性評価を実施しました。今回の実効性評価では、昨年度評価時の課題に対する改善の取り組みを評価項目に追加しアンケートを実施しました。それらの評価項目に対する現状分析を行い、取締役会において実効性評価結果を協議し、2026年度の改善項目を設定しました。当社取締役会は、継続的に改善に向けた取り組みを進め、取締役会の実効性を高め、継続的な企業価値向上につなげてまいります。

評価手法	書面によるアンケート(5段階評価および自由記述)
対象者	全取締役7名 (社内取締役5名、社外取締役2名)
評価項目	取締役会の構成、取締役会の運営、社外役員の事業活動の理解、重要課題の議論等 計10項目
評価期間	2025年12月期

### 評価結果

2024年度の課題であった取締役会での議論の活性化や内容の充実、社外役員の当社事業や組織の理解度向上を図るため、以下の取り組みを実施しました。現行の取締役会の実効性および運営に大きな問題は無いと考えていますが、評価結果を更なる実効性の向上につなげ、改善の取り組みを進めてまいります。

### 2024年度の課題に対する主な取り組み

- 社外役員への取締役会付議事項の情報提供時期を早め、また事前協議の早期化により、取締役会での議論の充実を図りました。
- 月次報告とは別に、各部門のトピックや重要課題、改善の進捗状況を取締役会で取り上げ、解決に向けた意見交換を実施しました。
- 社外取締役に当社事業内容や課題等の理解を深めてもらうため、工場やショールーム、展示会の視察を行いました。

### 課題への対応(2026年度の取り組み事項)

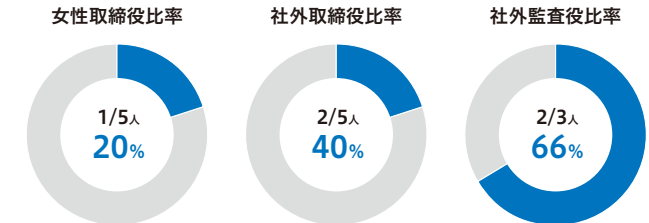
- 議案に関する資料の更なる早期提供
- 各部門の課題の詳細な分析、及びPDCAの循環

## 社外取締役・社外監査役のサポート体制

当社は、取締役会の実効性の更なる向上を図るために、社外取締役および社外監査役に対し、以下のような支援を行っています。

- 社外役員連絡会を月1回開催し、取締役会の議事内容を説明することで、社外役員の理解が深まるよう、運営しております。
- 取締役会の審議予定の関連資料を事前に情報端末で閲覧できるよう情報提供し、議論の活性化につなげています。
- 当社主催の新製品発表会や事業所等の視察の場を設け、当社事業への理解を深めるよう、さまざまなサポートを推進しています。

## 役員構成(2026年3月27日現在)



# 執行役員一覧



常務執行役員  
田中 久晶  
営業統括本部長



常務執行役員  
佐藤 弘  
製造本部長



上席執行役員  
松田 富生  
東京支店長



執行役員  
堀之内 諭史  
関西支店長



執行役員  
堀尾 剛毅  
管理本部長



執行役員  
木場 久勝  
流通営業部長



執行役員  
藤堂 孝夫  
九州支店長

# 持続的成長に向けたガバナンスの充実・強化


## IR活動の強化

当社は、株式市場での認知度を向上させ、株主等のステークホルダーから適切な評価を得るために、IR活動を強化しております。機関投資家・アナリスト向け決算説明会、個人投資家向け会社説明会や、機関投資家とのIRミーティングの開催により、当社の経営戦略や事業活動に対する理解を深めていただき、建設的な対話の実現に努めております。2025年度は、2024年度対面開催した個人投資家向け会社説明会を、会社員等が参加可能な平日の19時からのオンライン開催としたことで、関東4県以外の参加者の増加も合わせ、参加者は757名と2024年度より556名増加し、多くの投資家にPRすることができました。

### 〈取り組み実績〉

#### 機関投資家・アナリスト向け決算説明会

期末説明会(3月)	1回
中間説明会(8月)	1回



決算説明会の動画と書き起こしは、コーポレートサイトのIR情報(下記)でご覧いただけます。

コーポレートサイト/IR情報  
<https://www.blind.co.jp/company/ir/library>

#### 機関投資家IRミーティング

2025年度開催	11回
----------	-----

#### 個人投資家向け会社説明会

2025年度実施	1回
----------	----

- グループ概要
- 株主還元
- 企業価値向上の取り組み
- 成長戦略
- 決算概況

#### 個人投資家向け会社説明会 (イブニングオンライン)

2025年度に実施した個人投資家向け会社説明会では、グループの概要から企業価値向上の取り組み、成長戦略等を発表し、またInstagramの当社の公式アカウントで投稿している動画や納入物件の画像を活用し、当社製品の特長をわかりやすくPRしました。



参加者から見た会社説明会の様子

### 〈概要〉

日時	2025年11月26日(水) 19:00~19:50
収録場所	大和証券本社ビル17階「スタジオ・ハーモニー」
開催方法	オンライン動画ライブ配信
参加数	757名 (2024年対面開催時201名)
実施内容	会社説明(40分) 質疑応答(10分)

#### 参加者からのご質問と当社回答

参加者からのご質問と当社の回答は、コーポレートサイトのIR情報の「個人投資家への皆様へ」(下記)でご覧いただけます。

コーポレートサイト/IR情報「個人投資家への皆様へ」  
<https://www.blind.co.jp/company/ir/info/individual/>

## コンプライアンス研修、内部通報体制

### コンプライアンス研修

当社は社員のコンプライアンス意識醸成のため社内イントラで「リスク管理/法令遵守マニュアル」を常時掲載しているほか、階層別研修等で「コンプライアンス・リスク管理」の講義を実施しています。2025年度は、新入社員研修と幹部社員の育成を目的とした主事/主事補研修対象者にアーカイブ研修として、主管部門が作成した「コンプライアンス・リスク管理」の動画を視聴してもらいレポート等を提出する方法で講義を実施しました。アーカイブ動画は、研修後もイントラで継続視聴できる体制にしております。

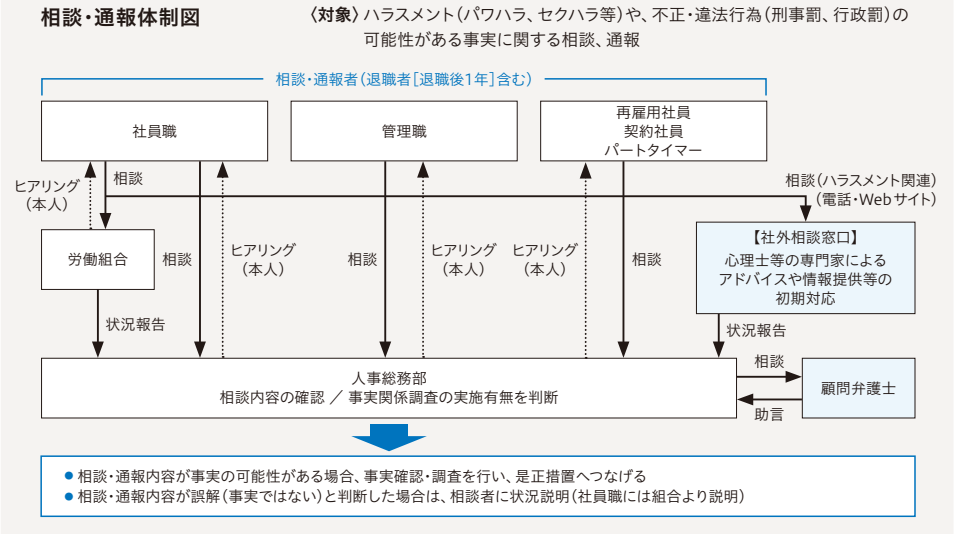


〈研修項目〉倫理行動指針、行動規範/誇大広告の禁止/知的所有権の尊重/ソーシャルメディアとの関わり等

### 内部通報体制

当社は、コンプライアンス経営を推進し、持続的な成長を図るため、社員が安心して働けるための「相談・通報体制」を整備・運用しています。

#### 相談・通報体制図



※2023年3月1日からハラスメント関連の社外相談窓口を設置し、社内イントラネットで案内

# 主要財務データ(連結)

	2016年12月期	2017年12月期	2018年12月期	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期
<b>経営成績(百万円)</b>										
売上高	39,349	40,105	39,066	42,054	39,980	41,236	41,296	41,305	41,407	42,623
売上総利益	16,943	17,422	17,239	18,319	17,675	17,891	16,929	16,873	17,113	17,529
営業利益	2,867	3,643	3,675	4,379	4,535	4,557	3,822	4,046	4,361	4,411
経常利益	2,923	3,714	3,747	4,443	4,615	4,663	4,005	4,327	4,376	4,629
親会社株主に帰属する当期純利益	1,741	2,281	2,320	2,762	2,900	2,868	2,520	2,708	2,802	3,239
<b>財政状態(百万円)</b>										
総資産	49,165	51,448	53,046	56,381	57,779	60,687	62,586	63,142	63,842	67,735
純資産	35,526	38,001	39,578	42,197	44,432	47,173	48,632	50,442	52,988	56,353
<b>キャッシュ・フロー(百万円)</b>										
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,461	2,940	2,954	2,867	5,167	2,128	2,140	4,314	1,643	4,522
投資活動によるキャッシュ・フロー	△362	△632	△868	△1,272	△1,124	△2,011	△3,040	△2,928	△1,305	△3,293
財務活動によるキャッシュ・フロー	△415	△385	△395	△651	△653	△679	△1,064	△1,978	△786	△1,101
現金及び現金同等物	10,517	12,442	14,126	15,065	18,456	17,927	15,978	15,402	14,977	15,114
<b>1株当たり情報(円)</b>										
1株当たり年間配当金	15	15	23	28	29	30	31	36	46	70
1株当たり当期純利益	89.50	117.23	119.25	141.96	149.04	147.40	129.74	143.20	148.63	161.17
1株当たり純資産	1,606.69	1,731.64	1,813.28	1,941.46	2,053.92	2,186.83	2,287.34	2,477.47	2,636.03	2,803.47
<b>財務指標</b>										
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	5.6	7.0	6.7	7.6	7.5	7.0	5.8	6.0	5.7	5.9
総資産経常利益率(ROA)(%)	6.0	7.4	7.2	8.1	8.1	7.9	6.5	6.9	6.9	7.0
自己資本比率(%)	63.6	65.5	66.5	67.0	69.2	70.1	70.1	72.9	83.0	83.2
株価収益率(PER)(倍)	9.9	12.4	9.0	9.2	8.4	7.7	8.7	9.7	9.1	12.3
株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.55	0.84	0.60	0.67	0.61	0.52	0.49	0.56	0.51	0.70
配当性向(%)	16.8	12.8	19.3	19.7	19.5	20.4	23.9	25.1	31.0	43.4
<b>その他</b>										
研究開発費(百万円)	686	667	672	705	629	651	621	614	629	790
設備投資(百万円)	489	557	674	622	1,348	2,165	2,676	2,242	1,100	1,588
期末従業員数(人)	1,167	1,168	1,234	1,232	1,243	1,252	1,269	1,289	1,315	1,264

# 会社概要

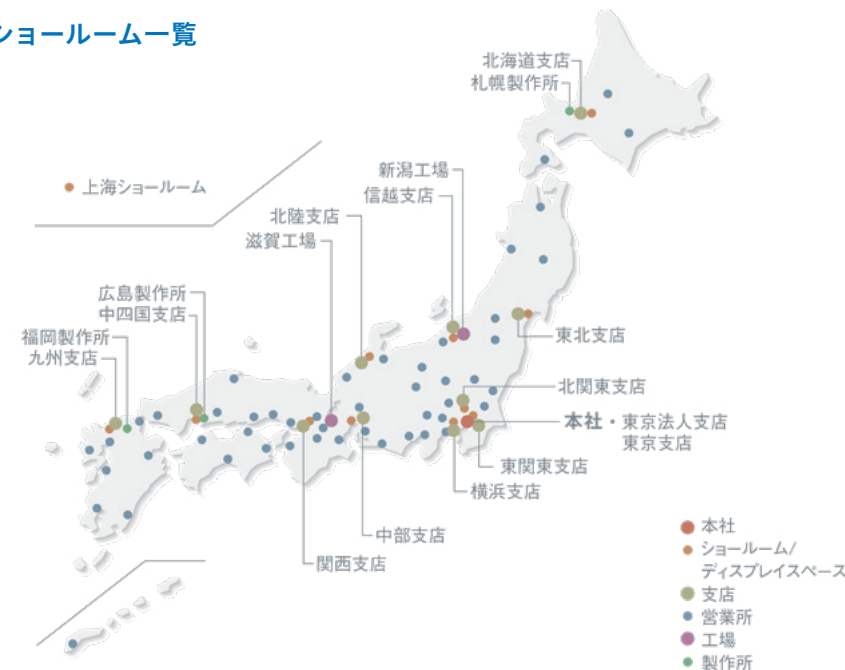
## 企業概要

社名	立川ブラインド工業株式会社
代表者	代表取締役 社長執行役員 池崎 久也
所在地	東京都港区三田三丁目1番12号
創業 / 設立	創業:1938年(昭和13年)5月30日 / 設立:1947年(昭和22年)10月22日
資本金	44億7,500万円
従業員数	連結:1,264名 単体:812名 ※パート・契約社員等を除く (2025年12月31日時点)
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 各種ブラインドの製造および販売ならびに設計施工</li> <li>2. 各種間仕切の製造および販売ならびに設計施工</li> <li>3. カーテンレールその他建築材料の製造および販売ならびに設計施工</li> <li>4. 室内外装品の製造および販売ならびに室内外の設計施工</li> <li>5. ブラインド、間仕切、その他建築材料、および室内外装品等の輸出入販売</li> <li>6. 二段式駐車場装置の販売ならびに設計施工</li> <li>7. 前各号に附帯する一切の業務</li> </ol>

## 関連会社

社名	所在地	事業内容
富士変速機株式会社	岐阜県岐阜市中洲町18	変速機、減速機、各種駐車場装置等の製造、販売
立川機工株式会社	千葉県山武市松ヶ谷口2687	各種ブラインド、カーテンレール、間仕切および部品等の製造、販売
立川装備株式会社	東京都渋谷区代々木2-16-4	各種ブラインド、カーテンレール、間仕切の取付工事および室内外装品の設計、施工、販売
立川布帛工業株式会社	新潟県五泉市今泉709-1	布製ブラインドの製造
滋賀立川布帛工業株式会社	滋賀県愛知郡愛荘町東円堂923-1	布製ブラインドの製造
タチカワサービス株式会社	東京都港区三田3-1-12	当社グループ内の各種業務受託
タチカワトレーディング株式会社	東京都港区三田3-1-12	ブラインド等の部品、資材および製品の輸出入
立川窗飾工業(上海)有限公司	中華人民共和国上海市嘉定区葉城路1630号	各種ブラインド、間仕切等の製造、販売および関連業務

## 事業所・ショールーム一覧



## ショールーム・ディスプレイスペース・支店/工場

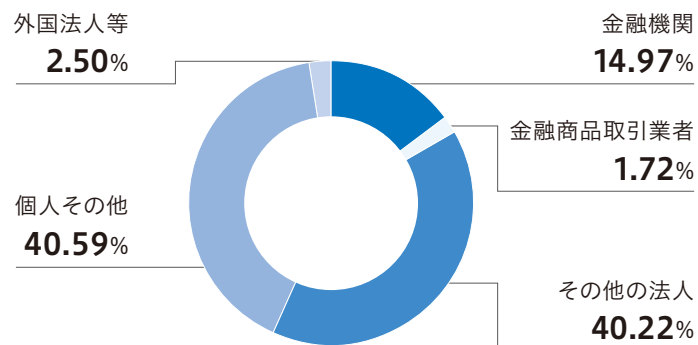
<b>新宿ショールーム</b> 〒163-1590 東京都新宿区西新宿1-6-1 新宿エルタワー B1F Tel.03-6900-4400	<b>東京法人支店</b> 〒108-8334 東京都港区三田3-1-12 Tel.03-5484-6160	<b>中四国支店・広島ショールーム</b> 〒730-0822 広島県広島市中区吉島東 1-24-16-1 Tel.082-298-2300
<b>北海道支店・札幌ショールーム</b> 〒060-0063 北海道札幌市中央区南3条西 12-325-3 Tel.011-231-8051	<b>信越支店・新潟ディスプレイスペース</b> 〒950-0813 新潟県新潟市東区大形本町 1-2-23 Tel.025-270-8111	<b>九州支店・福岡ショールーム</b> 〒810-0074 福岡県福岡市中央区大手門 1-4-5 Tel.092-751-5731
<b>東北支店・仙台ショールーム</b> 〒980-0004 宮城県仙台市青葉区宮町 5-1-12 Tel.022-275-1311	<b>横浜支店・横浜ショールーム</b> 〒231-0021 神奈川県横浜市中区日本大通15 横浜朝日会館2階 Tel.045-662-0808	<b>新潟工場</b> 〒959-2215 新潟県阿賀野市六野瀬 783-1 Tel.0250-68-2731
<b>北関東支店・さいたまショールーム</b> 〒331-0815 埼玉県さいたま市北区大成町 4-80-1 Tel.048-652-4211	<b>中部支店・名古屋ショールーム</b> 〒451-0066 愛知県名古屋市中区西区児玉 3-4-4 Tel.052-532-5080	<b>滋賀工場</b> 〒529-1325 滋賀県愛知郡愛荘町東円堂 923-1 Tel.0749-42-3300
<b>東関東支店</b> 〒260-0044 千葉県千葉市中央区松波 2-8-1 TTKビル1階 Tel.043-252-2821	<b>北陸支店・金沢ディスプレイスペース</b> 〒921-8015 石川県金沢市東力4-181 Tel.076-291-1146	
<b>東京支店</b> 〒108-8334 東京都港区三田3-1-12 Tel.03-5484-6170	<b>関西支店・大阪ショールーム</b> 〒531-0071 大阪府大阪市北区中津2-3-5 Tel.06-6374-1800	

# 株式情報 (2025年12月31日時点)

## 株式情報

上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	7989
発行可能株式総数	40,000,000株
発行済株式総数	20,763,600株
株主数	22,678名
配当基準日	12月31日(期末配当) 6月30日(中間配当)
単元株式数	100株
公告方法	電子公告によります。 【公告掲載 URL】 <a href="https://www.blind.co.jp/company/ir/others/epr/">https://www.blind.co.jp/company/ir/others/epr/</a> ※事故その他のやむを得ない事由によって電子公告による公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 東京都千代田区丸の内1丁目4番5号
特別口座管理機関	三井住友信託銀行株式会社 / 三菱UFJ信託銀行株式会社 ※2024年10月28日(立川ブラインド工業(株)と富士変速機(株)の株式交換)以前より富士変速機株式の特別口座の株主様は、特別口座管理機関が三菱UFJ信託銀行株式会社となります。

## 所有者別持株比率 (単元未満株式を除く)

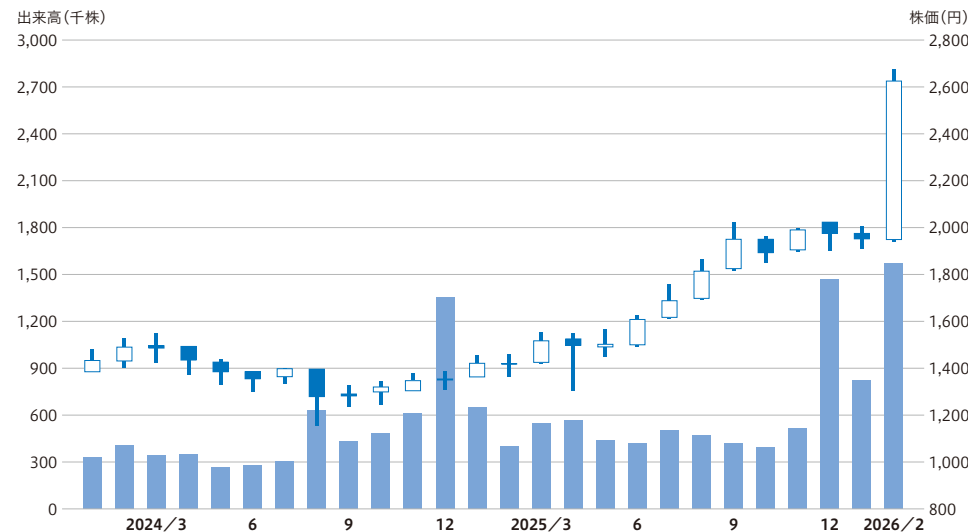


## 大株主の状況

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)*
有限会社立川恒産	4,117	20.48
タチカワブラインド取引先持株会	1,819	9.05
更生保護法人立川更生保護財団	1,331	6.62
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,023	5.09
立川 光威	498	2.48
日本生命保険相互会社	369	1.84
株式会社りそな銀行	360	1.80
タチカワ社員持株会	312	1.55
株式会社三菱UFJ銀行	251	1.25
光通信KK投資事業有限責任組合	241	1.20

※上記のほか当社所有の自己株式662千株があります。

## 株価および出来高の推移





 **タチカワブラインド**

〒108-8334 東京都港区三田3丁目1番12号

<https://www.blind.co.jp/>