



2026 年 2 月 10 日

各 位

会 社 名 立川ブラインド工業株式会社
代表者名 代表取締役社長 池 崎 久 也
(コード番号 7989 東証プライム市場)
問合せ先 執行役員管理本部長 堀 尾 剛 毅
(TEL. 03-5484-6128)

新中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2026 年 12 月期から 2028 年 12 月期までの中期経営計画「タチカワビジョン 2028 ～快適な暮らしの創造～」を策定致しましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

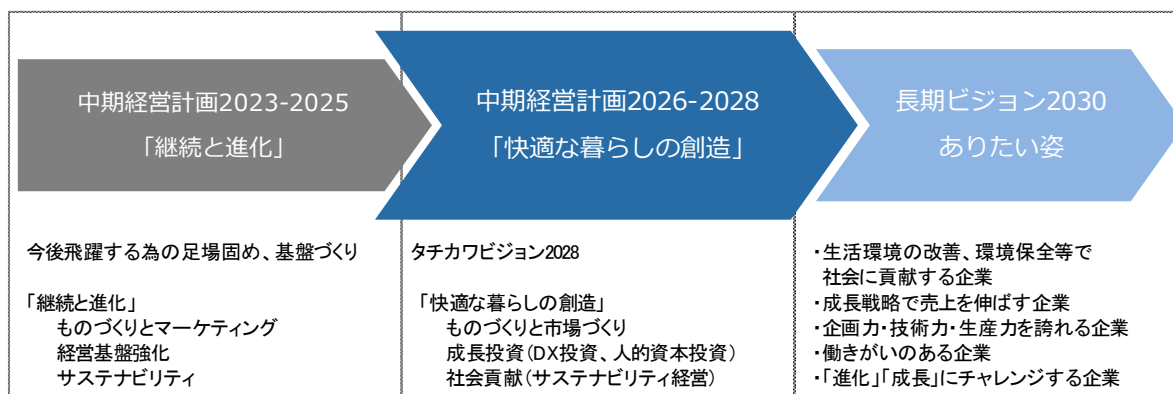
1. 前中期経営計画 2023-2025 「継続と進化」の振り返り

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・施工等を強化する為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。

2. 長期ビジョン

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てまいります。



3. 新中期経営計画「タチカワビジョン2028」の概要

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。

項目	内容	実施項目
ものづくりと市場づくり	<ul style="list-style-type: none">・ 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	<ul style="list-style-type: none">・ 製品の差別化、技術・生産力向上 等・ 新発想・新技術による製品投入・ 知名度、ブランド力向上・ グループシナジー・連携強化・ 事業領域の拡大
成長に向けた投資	<ul style="list-style-type: none">・ DX投資(生産性向上) 効率化、品質向上、省人化に向けた投資を積極的に推進	<ul style="list-style-type: none">・ 営業支援ツール等 デジタル投資・ 製造ラインの最適化、スマートファクトリー化・ 在庫管理の自動化 等・ 情報セキュリティ強化
	<ul style="list-style-type: none">・ 人的資本投資 経営基盤の礎となる人材の確保と育成 働きがいの追求	<ul style="list-style-type: none">・ エンゲージメント強化、社員との対話充実 等・ 処遇、評価・育成制度の見直し・ 会社の仕組の見直し・ 業務量の削減、業務の棚卸
社会貢献	<ul style="list-style-type: none">・ 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	<ul style="list-style-type: none">・ 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への協賛

【室内外装品関連事業】

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
- ・ アライアンス、M&Aによる事業領域の拡大

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

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）

【減速機関連事業】

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
- ・ 富士変速機株式会社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

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
- ・ 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）

【駐車場装置関連事業】

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
- ・ 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
- ・ スマートテクノロジー（車両認識システム等）の導入推進

・ 経営目標

連結業績目標

単位: 百万円

	2025年 実績	2028年 目標	2025年比
売上高	42,623	45,850	107.6%
営業利益	4,411	4,850	109.9%
経常利益	4,629	5,000	108.0%
当期純利益	3,239	3,500	108.0%

環境負荷低減目標

	2028年
CO ₂ 排出量(スコープ1・2) 2021年度比	△22.5%削減
リサイクル率	95.0%以上
廃棄物総排出量 2021年度比	93.0%

※CO₂排出量は、2030年に2021年度比
30%削減目標

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

・株主還元

配当方針として、新たに DOE 基準を設定。4.0%を下限とし、1 株あたり配当は 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してまいります。

		前中期経営計画2023-2025			→	新中期経営計画2026-2028		
配当方針		累進配当方針の継続 総還元性向50%の早期達成				累進配当方針の継続 DOE4.0%を下限に配当		
自己株式の取得		自己株式取得は機動的に実施				自己株式取得は機動的に実施		

		2023年	2024年	2025年	→	2026年	2027年	2028年
1株あたり配当	計画	36円	41円	46円		120円以上をコミット		
	実績	36円	46円	70円				
配当性向		25.1%	31.0%	43.4%				
総還元性向		55.3%	36.8%	43.4%				

・キャッシュアロケーション

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。

キャッシュイン 手元資金	キャッシュアウト	
<div>営業 キャッシュイン 145億円</div> <div>資産売却/ 手元資金活用 85億円</div>	維持投資 45億円	
	成長投資 90億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ファブリック生産棟新設 ・DX投資（スマートファクトリー化等） ・M&A アライアンス等の推進 ・札幌製作所移転 等
	株主還元 95億円	<ul style="list-style-type: none"> ・累進配当の継続 ・DOE4.0%を下限に1株120円以上 ・機動的な自己株式の取得

※ M&A等成長投資においては、借入金の活用を検討。

※ 中期経営計画の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

中期経営計画

タチカワビジョン2028 ～快適な暮らしの創造～



中期経営計画（2026-2028）	
パーパス	…1
前中期経営計画2023-2025のレビュー	
レビュー（業績）	…3
レビュー（施策）	…4
レビュー（キャッシュアロケーション）	…5
レビュー（株主還元）	…6
長期ビジョンと中期経営計画の位置づけ	
長期ビジョンと中期経営計画の位置づけ	…8
現状分析	…10
全体コンセプト	…11
ものづくりと市場づくり	
室内外装品関連事業	…12
減速機関連事業	…14
駐車場装置関連事業	…15
成長に向けた投資	
DX投資	…16
人的資本投資	…17
社会貢献	…19
業績目標	…20
成長戦略のイメージ	…22
資本コストと株価を意識した経営	
現状分析	…24
取組方針	…26
株主還元	…27
キャッシュアロケーション	…29
バランスシートマネジメント	…30

時代の要請に応え、
住空間におけるインテリアを創造し、
美と憩いを通じて社会に貢献する。

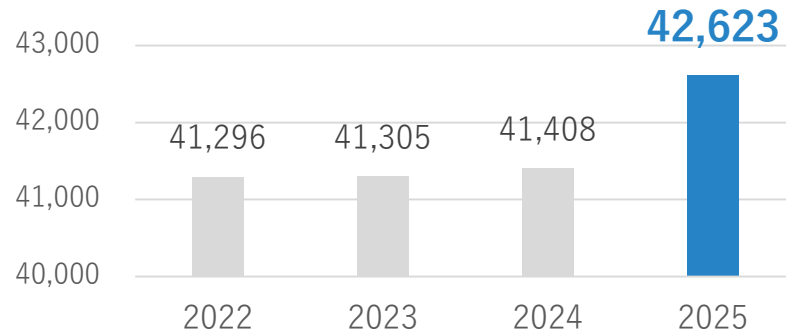
当社は、「安心・安全・健康・環境」を
テーマに、建築物内外の生活環境の改善
により、社会に貢献します。

01

前中期経営計画2023-2025のレビュー

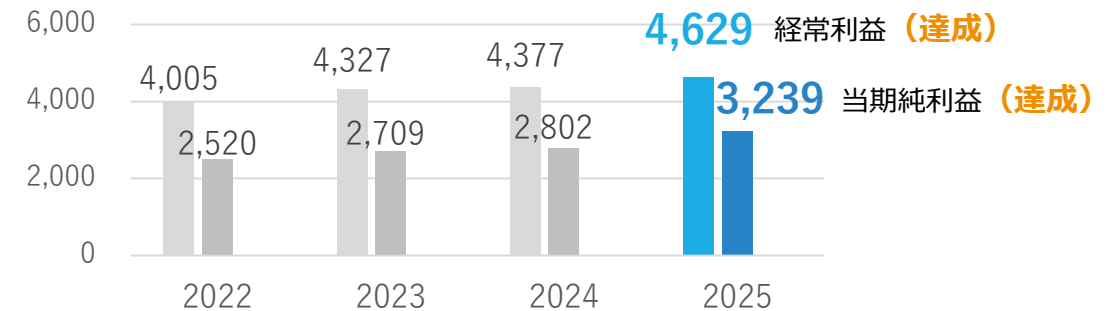
- ・売上高は想定以上の市況の落ち込みにより未達も、価格改定等による収益力強化により利益目標は達成。
- ・増配や自己株式の取得など株主還元を強化した結果、株価は大きく上昇。

売上高



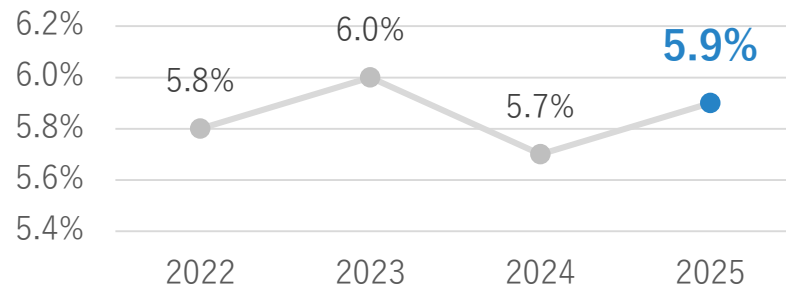
目標 445億円に対し、426億円（達成率95.8%）
対2024年では、新製品効果や価格改定効果等により売上が拡大

経常利益、当期純利益



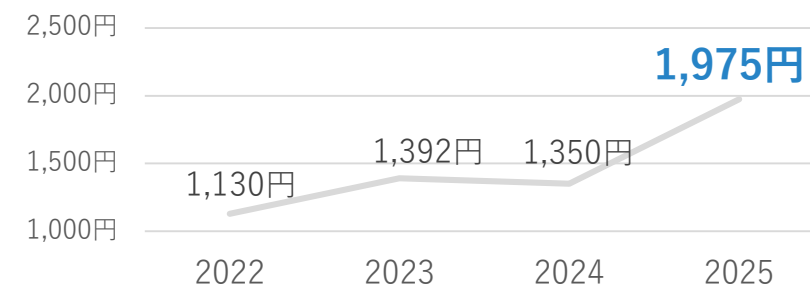
経常利益：目標 46億円に対し、46億円（達成率100.7%）
当期純利益：目標 29億円に対し、32億円（達成率111.7%）過去最高益

ROE



ROEは5.9%
2024年に連結子会社富士変速機㈱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。

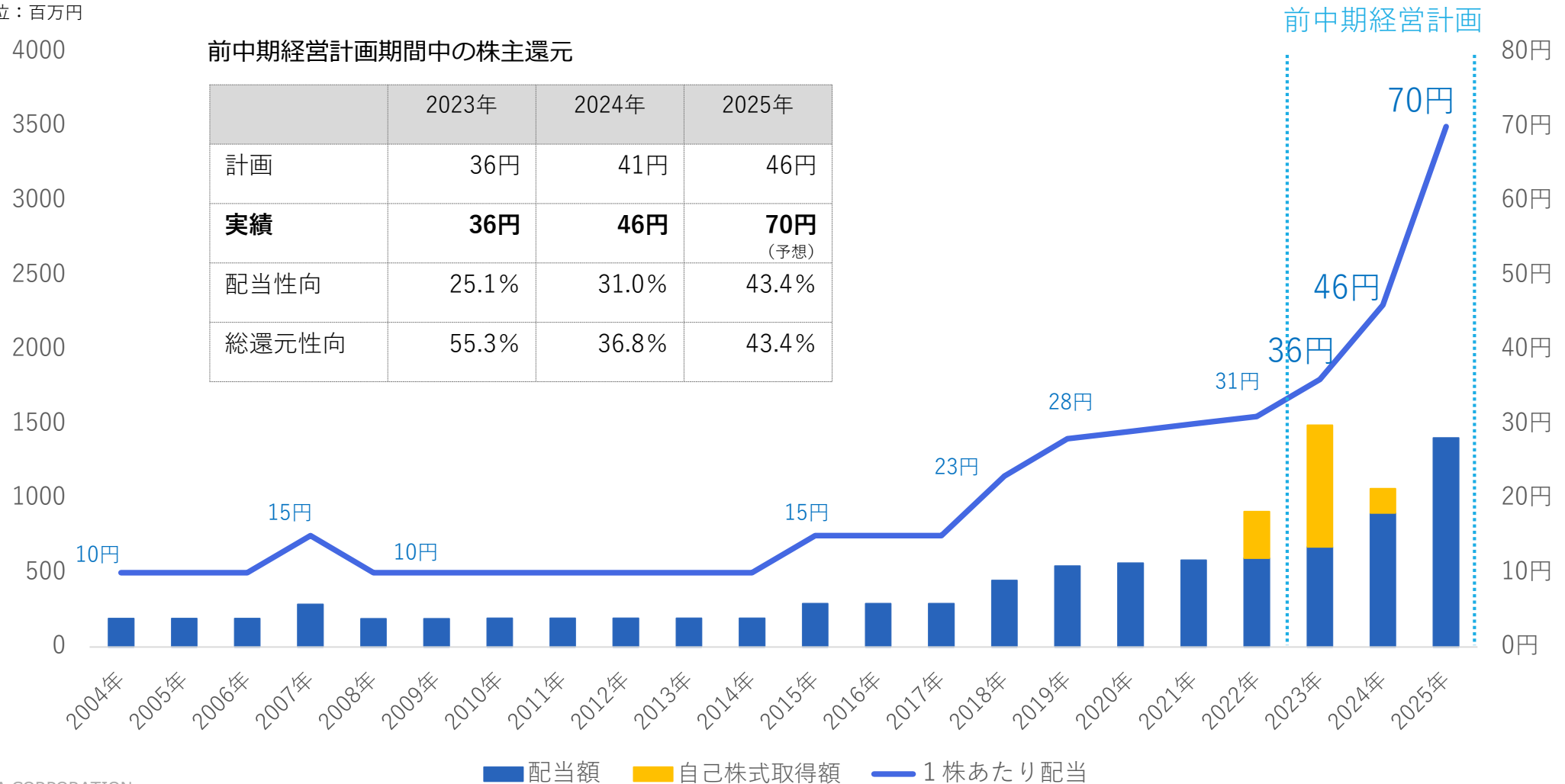


配当は、当初 5円ずつの増配（2023年 36円 2024年 41円 2025年 46円）にて計画したが、更なる充実を図り 2025年は70円まで増配。16期連続減配なし かつ 8期連続の増配。

単位：百万円

前中期経営計画期間中の株主還元

	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%



02

長期ビジョンと中期経営計画の位置づけ

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

中期経営計画（2026-2028）

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り組み
社会・環境課題解決に向けた取り組み

- ・環境課題への取り組み
 - ・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

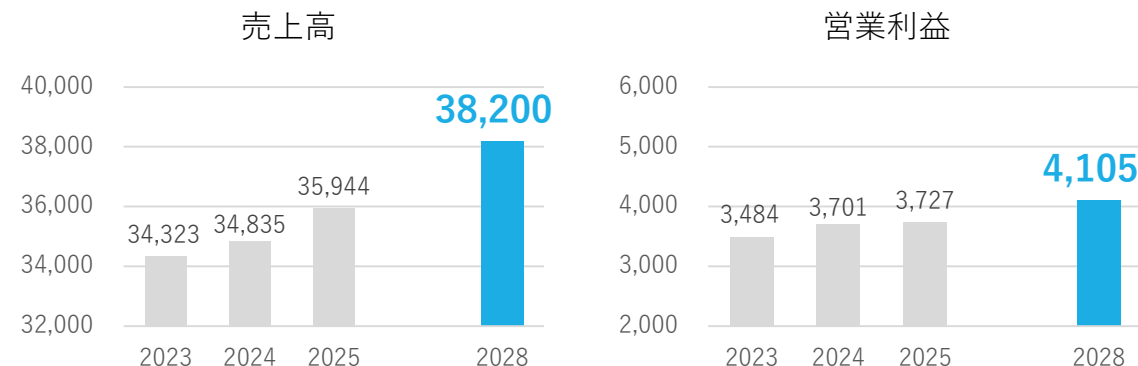
- ・ デジタル販促の専門性向上とデジタルツールの拡充
- ・ 五感を刺激するマーケティングなど新しい販促にチャレンジ
- ・ 新規展示会への出展による市場開拓（賃貸、非住宅分野開拓）
- ・ 2026年1月開設の「新宿ショールーム」を有効活用し、幅広い購買層へ訴求

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



室内外装品関連事業

需要が高く今後も売上が拡大する製品群と位置付けているタチカワブラインドの高単価・付加価値製品。
メーカーとして新しい製品を生み出しながら、住宅新築需要が縮小する中でも市場を創造し、売上を拡大する。

調光ファブリック製品

調光タテ型ブラインド
「エアレ」



調光ロールスクリーン
「ルミエ」



電動製品

ホームタコスシリーズ



木製ブラインド
ホームタコス フォレティアエグゼ

間仕切

パネル間仕切
「プレイス」



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

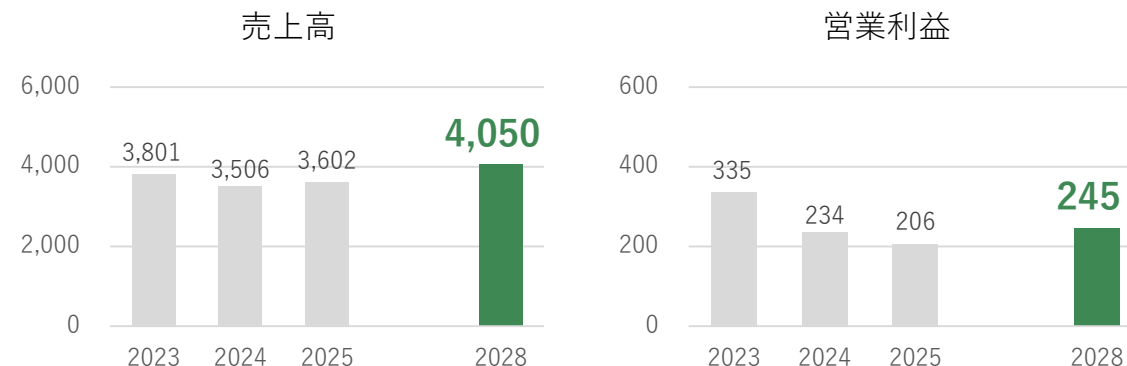
- ・ 特定用途向けギヤードモータの開発と差別化戦略
 - ナットランナー（自動車組立ライン等のねじ締め設備向け）
 - 養殖用ギヤードモータ向け等他社切替提案強化
 - 医療介護昇降機向け
 - 船舶用シャッター開閉機向け 等
- ・ 将来的な増産を見据えた減速機生産棟の新設（2030年竣工予定）

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

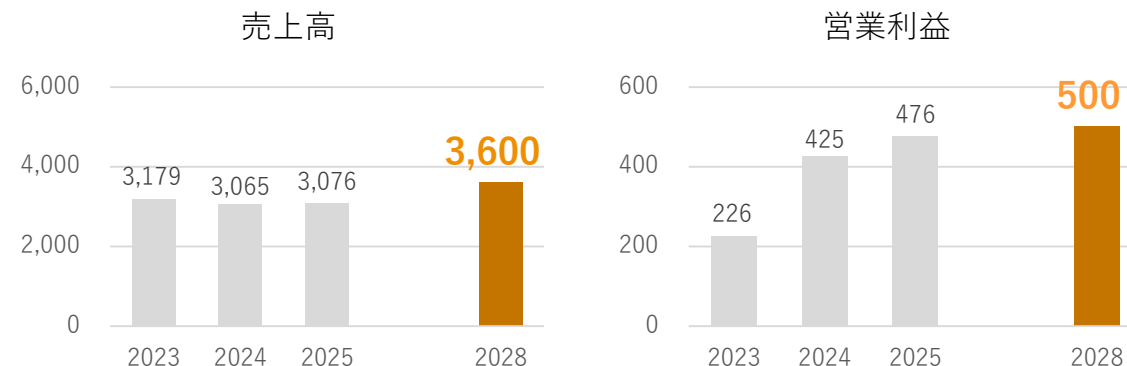
- ・ 改造改修等における継続的な付加価値提案
オートゲートクローズシステム、WEB出庫予約システム、
全車室EV充電システム 等
- ・ スマートテクノロジー（車両認識システム等）の導入推進

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、主力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



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。

会社の成長

高い意識と能力を備えた
組織により、会社施策を実行
優秀な社員を確保

組織力の向上

社員の意欲や能力アップが
組織力を大幅に向上



社員の働きがい向上

人事政策×業務改革
主体的な成長
社員のイノベーション創出

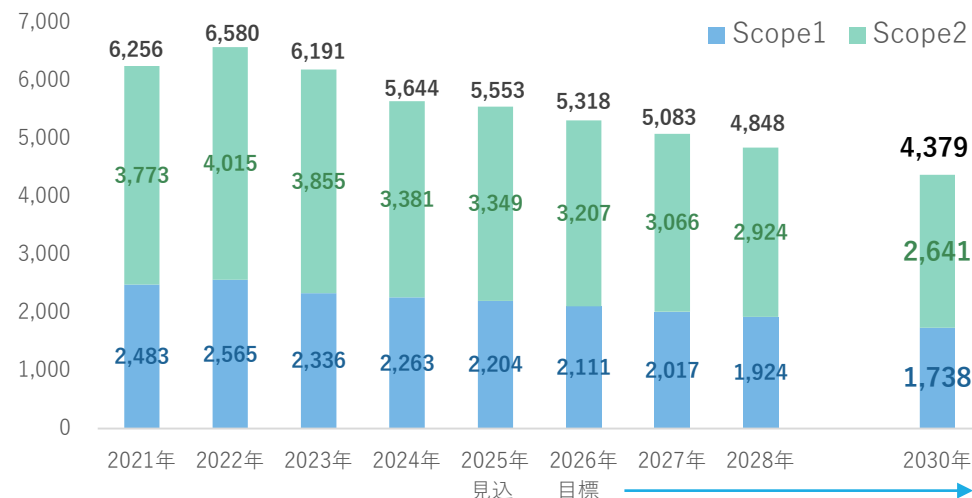
社員のエンゲージメント向上

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

トウントウ

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	2025年比
			目標	
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%	

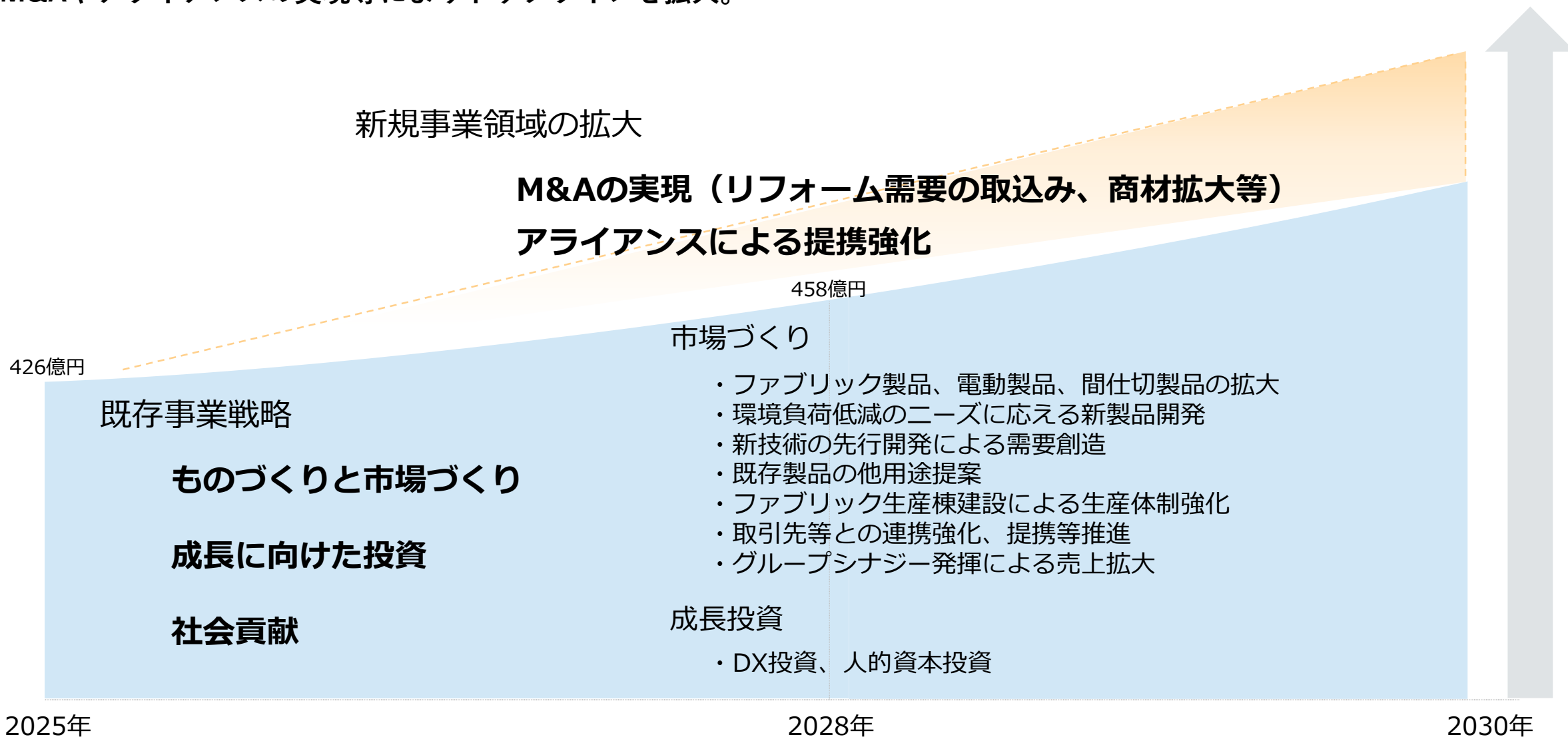
※M&Aによる収益拡大は含めておりません。

セグメント別では、売上構成の8割強を占める室内外装品関連事業を中心に、各セグメント増収増益を計画。

単位：百万円

セグメント別		2024年	2025年	2028年	2025年比
				目標	
室内外装品関連事業 売上構成比 83.3%	売上高	34,835	35,944	38,200	106.3%
	営業利益	3,701	3,727	4,105	110.1%
	利益率	10.6%	10.4%	10.7%	
減速機関連事業 売上構成比 8.8%	売上高	3,506	3,602	4,050	112.4%
	営業利益	234	206	245	118.4%
	利益率	6.7%	5.7%	6.0%	
駐車場装置関連事業 売上構成比 7.9%	売上高	3,065	3,076	3,600	117.0%
	営業利益	425	476	500	104.9%
	利益率	13.9%	15.5%	13.9%	

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。

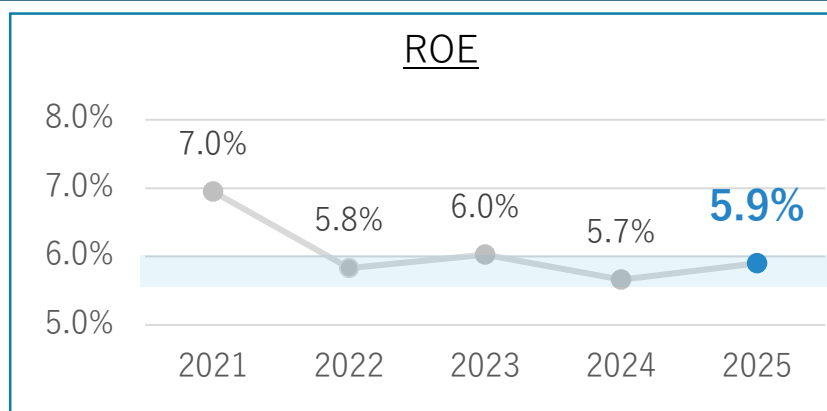


04

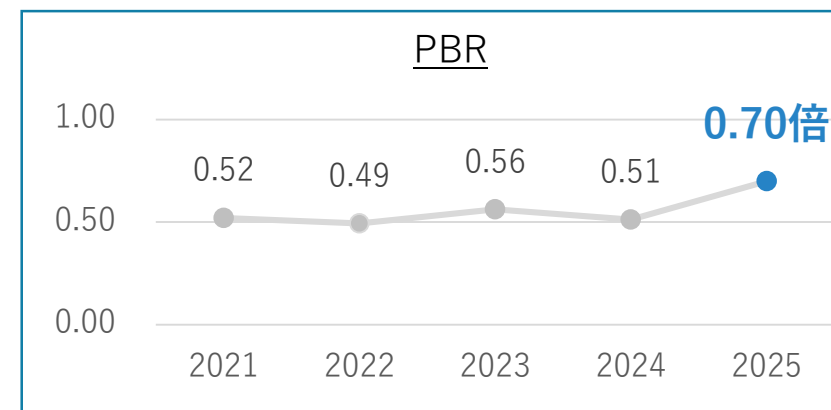
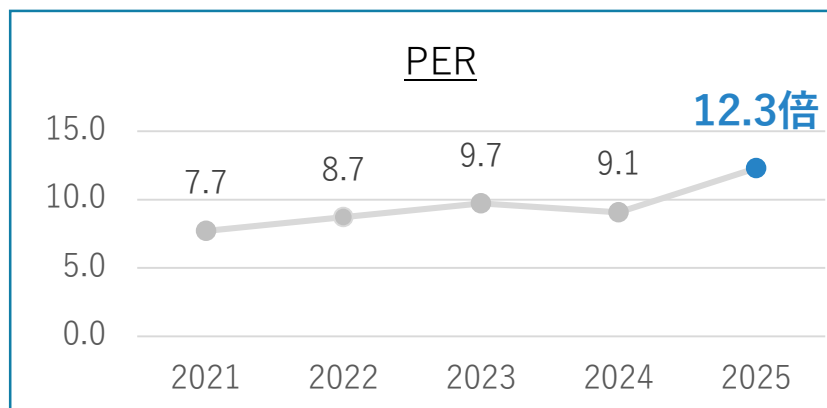
資本コストと株価を意識した経営

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。

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

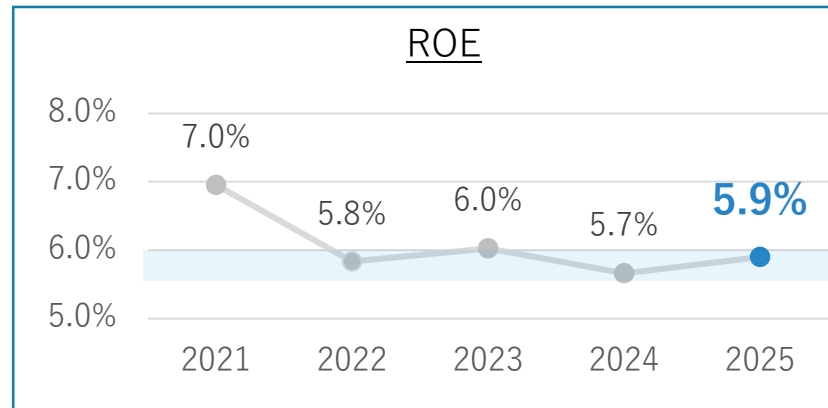


資本コスト（CAPM）
5.5～6.0%程度

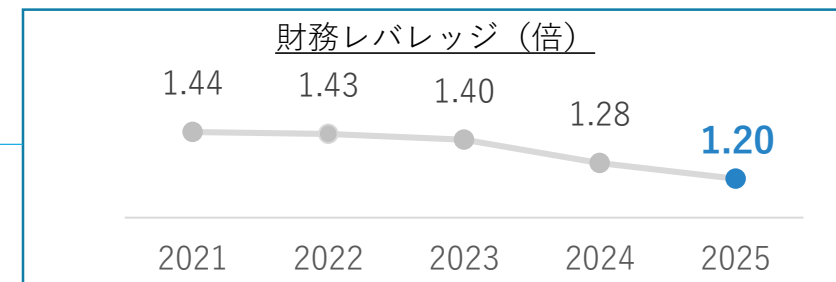
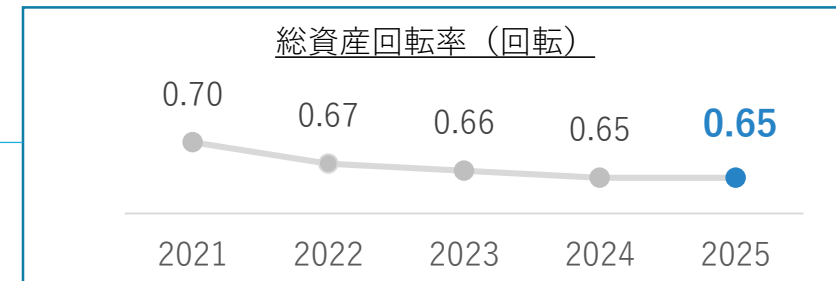
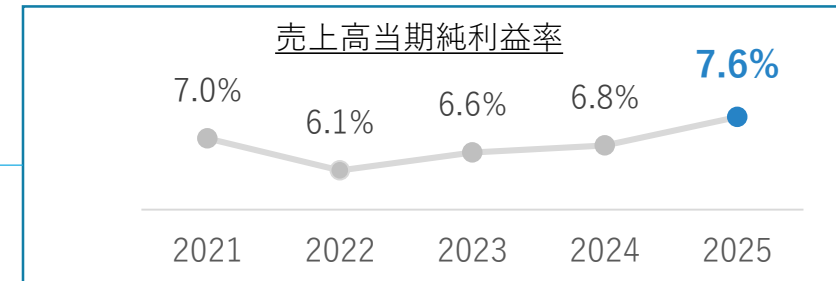


ROEを分解すると、売上高当期純利益率は着実に上昇しているが、総資産回転率と財務レバレッジが低水準であることが課題。

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

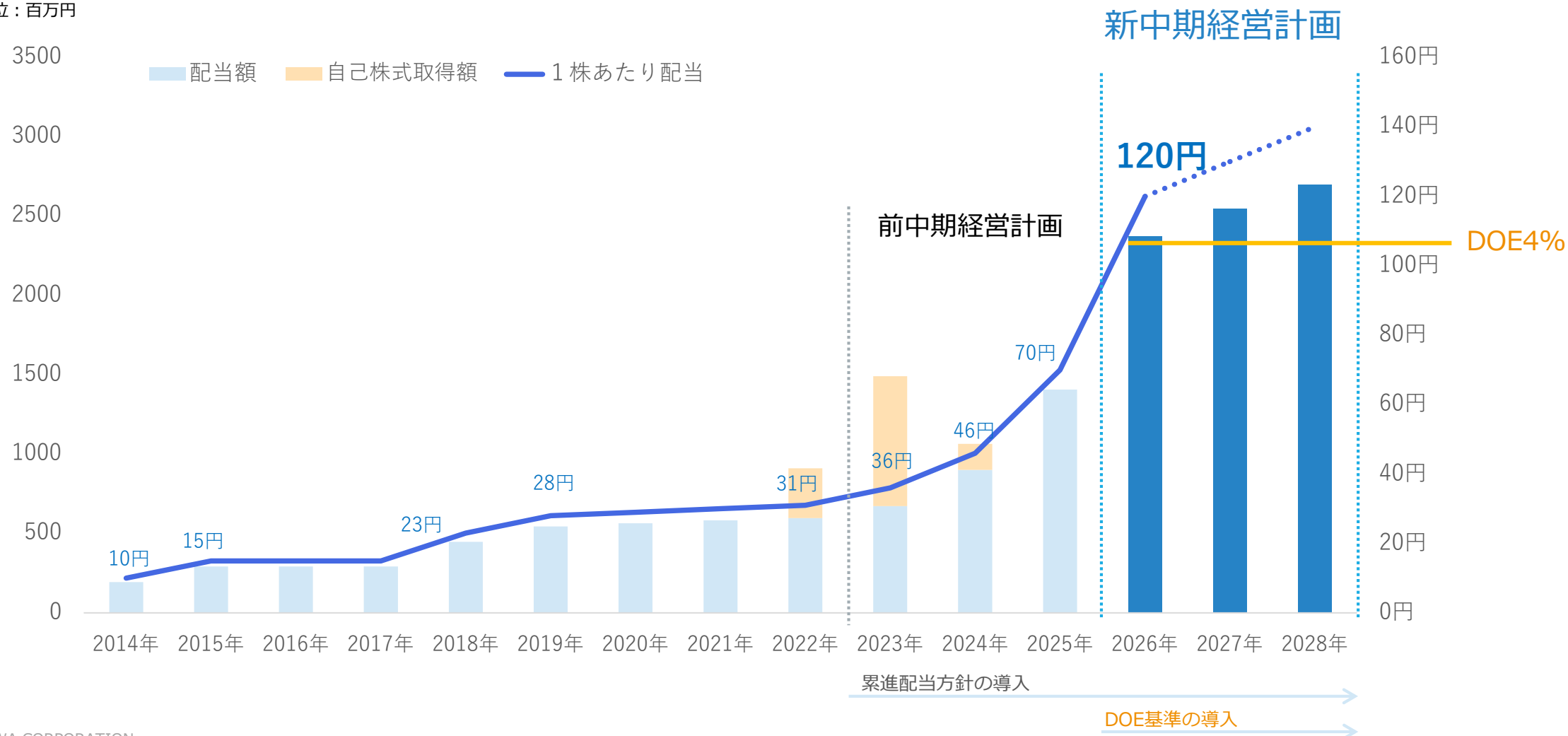
	2023年	2024年	2025年
計画	36円	41円	46円
実績	36円	46円	70円 (予想)
配当性向	25.1%	31.0%	43.4%
総還元性向	55.3%	36.8%	43.4%

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。

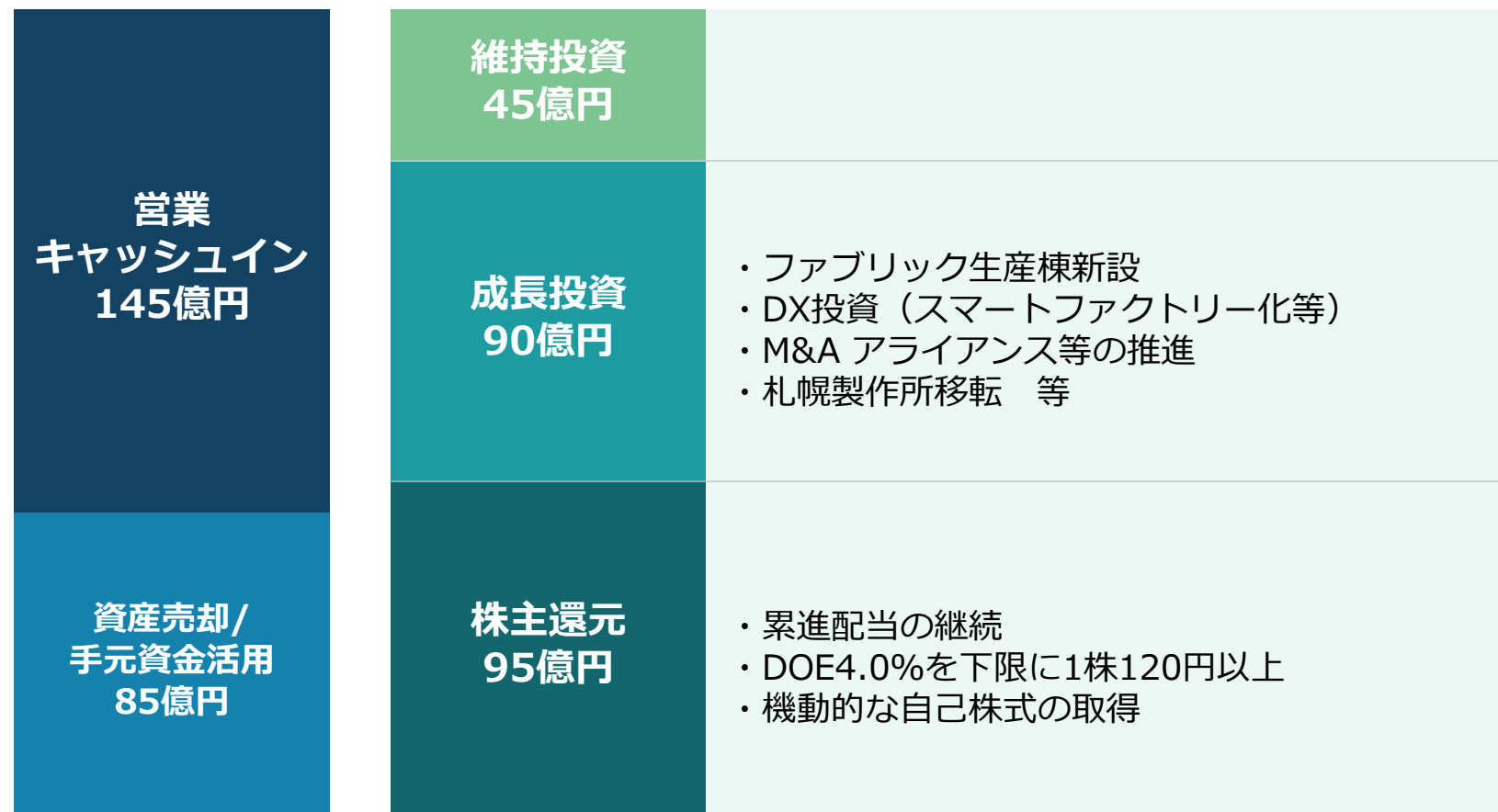
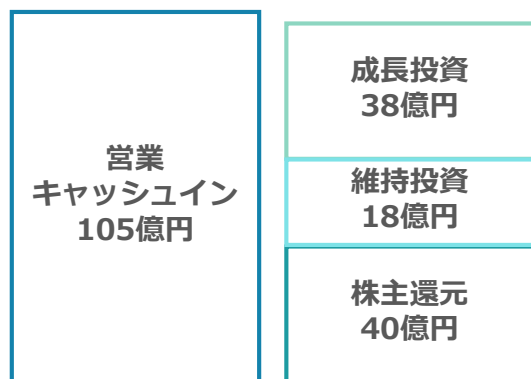
キャッシュアロケーション

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

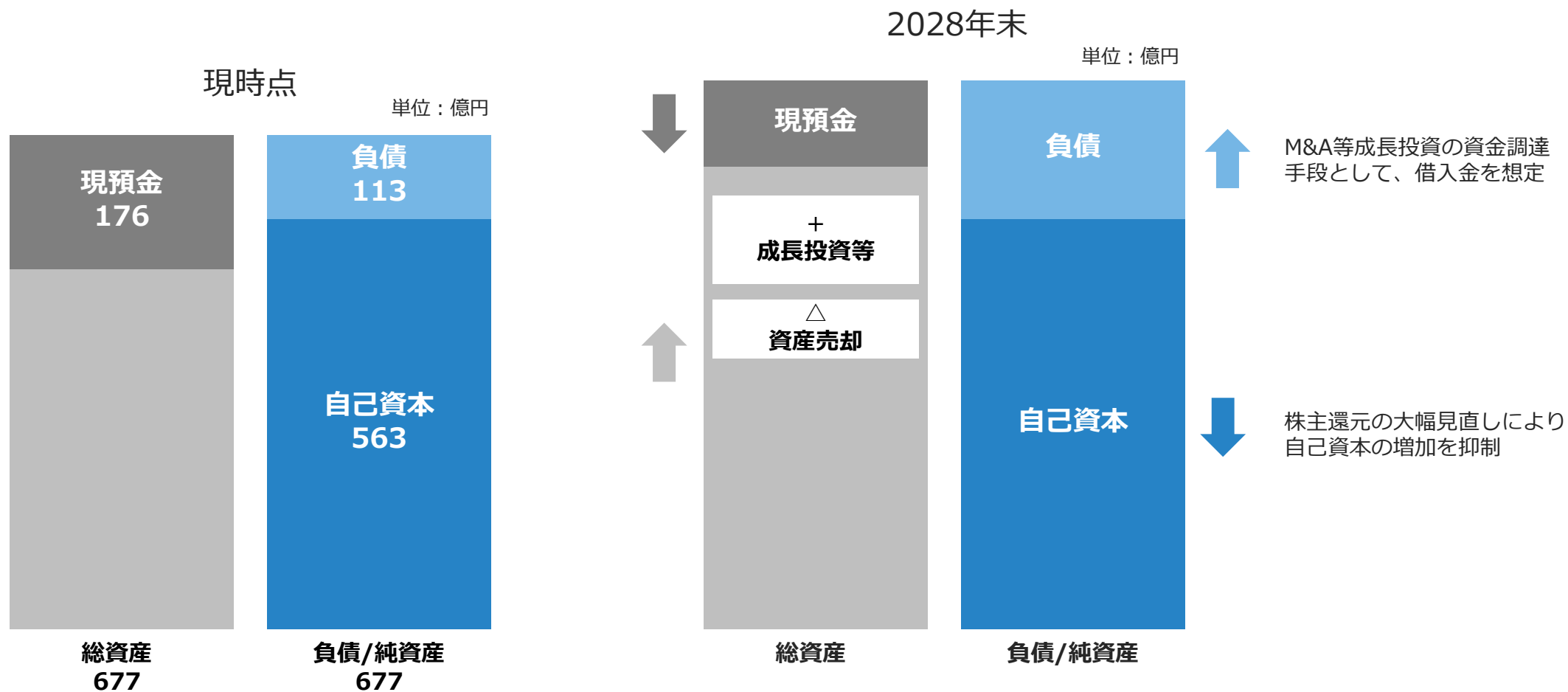
中期経営計画2023-2025



※ 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





本資料には、業績見通しや目標、計画等の将来に関する記述が含まれております。
当社が現時点において入手している情報、予測に基づくものですが、正確性を保証する
ものではなく、今後予告なく変更されることがあります。また、実際の業績は、今後
様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。