



2023年2月21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 取締役管理本部長 小 野 寿 也  
(TEL. 03-5484-6142)

## 中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2023年12月期から2025年12月期までの中期経営計画「タチカワビジョン2025～継続と進化～」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. 中期経営計画 策定の背景

当社グループを取り巻く環境は、新型コロナウイルスの終息が見えず、更に原材料価格の高騰、サプライチェーンの混乱等により先行き不透明な状況が続いております。また、将来に向けては、少子高齢化、住宅着工戸数の減少、労働力の不足、環境問題や気候変動への対応等、事業環境は大きく変化していくものと考えられます。

このような環境の下、当社グループでは、今後も安定した収益を確保できる事業体制の構築に向けて、2023年度からの3年間を対象とする中期経営計画「タチカワビジョン2025～継続と進化～」を策定致しました。

#### 2. 中期経営計画「タチカワビジョン2025～継続と進化～」の概要

##### (1) 基本方針

建築物内外の生活環境の改善による社会貢献を継続しながら、「ものづくりとマーケティング」「経営基盤の強化」「サステナビリティへの取組み」に注力し、時代のニーズに応じて進化させてまいります。主な取組み内容は、以下の通りであります。

##### ① ものづくりとマーケティング

メーカーの原点に立ち返り、「マーケティング」「技術力」「生産体制」を強化してまいります。

##### I. マーケティングの継続・進化

- ・安心・安全・快適・環境を基本とした製品開発と販売促進
- ・電動製品、間仕切製品による新たな快適な住空間の提案
- ・リアルとデジタルを融合させたマーケティングの進化
- ・利益体質強化に向けた基盤づくり

- II. 技術革新
  - ・技術研究棟の新設と活用
  - ・メーカーとしての開発基盤強化
- III. 生産体制の強化
  - ・生産拠点の整備
  - ・拠点毎の生産品目の見直し

② 経営基盤の強化

- I. 戦略に必要な人材の確保と育成
  - ・人材確保と社員育成
  - ・社員の多様性拡大、健康経営の推進
- II. 計画的な事業拠点整備
  - ・エリアマーケティングの強化に向けた事業所の最適化
  - ・職場環境の整備
  - ・環境対策

③ サステナビリティへの取組み

環境（E）	環境負荷低減、気候変動問題への対応
社会（S）	快適な住空間の提供、働きやすい環境の構築
ガバナンス（G）	グループガバナンスを重視した経営

(2) 連結業績目標

	2022年12月期 実績	2023年12月期 業績予想	2025年12月期 目標
売上高	413億円	428億円	445億円
営業利益	38億円	41億円	44億円
経常利益	40億円	43億円	46億円
当期純利益	25億円	27億円	29億円

(3) 資本政策

株主還元については、配当水準を維持または増配を継続することを基本方針とし、2023年から2025年の中期経営計画の期間中は、「年5円増配」を継続してまいります。

	2022年12月期 実績	2023年12月期 配当予想	2025年12月期 計画
1株あたり配当額	31円	36円	46円

※ 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。

タチカワブラインドグループ

# 中期経営計画

<2023 — 2025>



	page
1. 外部環境認識	2
2. 現状分析（SWOT分析）	3
3. 連結業績推移	4
4. パーパス・経営基本方針	5
5. 中期経営計画（2023年 - 2025年）	7
室内外装品事業、減速機事業、駐車場事業	9
サステナビリティ	11
連結業績目標	12
資本政策	13
キャッシュアロケーション	14

### 少子高齢化



2030年には、  
人口の1/3が65歳  
以上に

### 労働力不足



2030年には、  
15～64歳の人口が  
2010年比17%減少

### 住宅着工戸数



2030年には、  
70万戸まで減少



- 労働力不足により、人材確保が困難になることが懸念される。
- 住宅市場が縮小する中での売上拡大・利益確保が課題。

## 強み（Strong）

- ・窓まわり製品のリーディングカンパニー
- ・高品質な製品力
- ・多品種、受注生産、短納期
- ・強固な財務体質
- ・全国の販売網

## 弱み（Weakness）

- ・人員不足、人員構成の歪み
- ・事業拠点、生産拠点の老朽化
- ・新素材・新技術等への投資不足
- ・当社知名度、ブランド認知度の低下

## 機会（Opportunity）

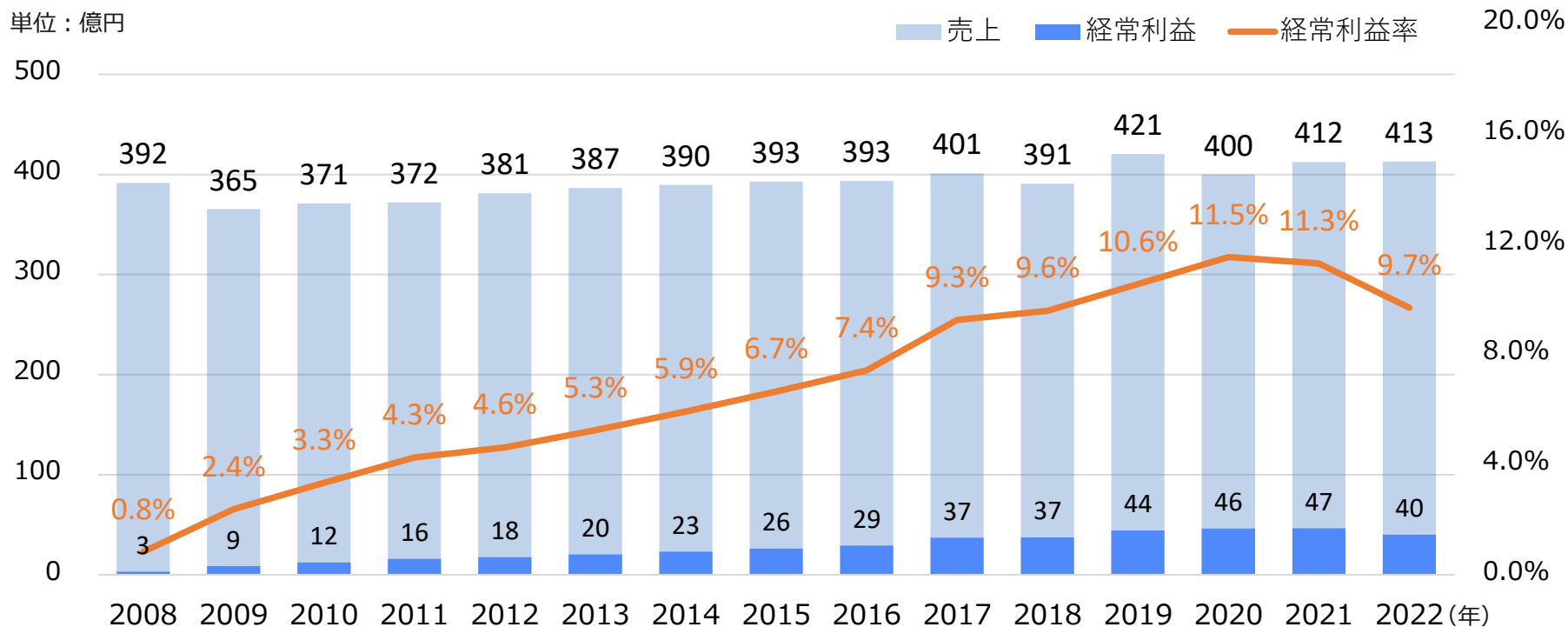
- ・サステナビリティ意識の高まり
- ・当社製品購入層の世代交代
- ・リフォーム市場の伸長
- ・ウィズコロナ、アフターコロナ
- ・加速するDX

## 脅威（Threat）

- ・少子高齢化
- ・労働力不足
- ・住宅着工戸数の減少
- ・原材料の高騰
- ・運送コストの増加

- ・ 2022年は、原材料高騰等により増収減益となったものの、2021年まで13期連続増益。
- ・ 経常利益率は、年々上昇傾向にある。

単位：億円



2012年  
パーフェクトシルキー発売



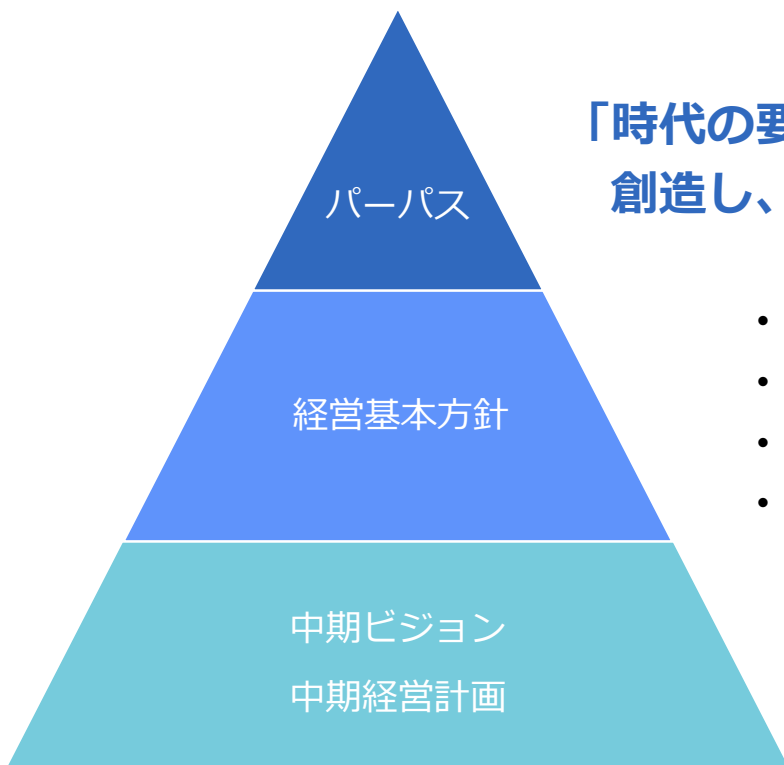
2019年  
プレイス スウィング発売



2022年  
滋賀工場 塗装棟稼働



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。



**「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。」**

- 建築物内外の生活環境の改善により、社会に貢献する。
- 品質及び価格で十分な競争力を有する製品を生産する。
- 主たる製品において、シェアの大半を占有する。
- 会社の繁栄と社員個人の幸福が一致する経営を行う。

タチカワビジョン2025 ～継続と進化～



	page
1. 外部環境認識	2
2. 現状分析（SWOT分析）	3
3. 連結業績推移	4
4. パーパス・経営基本方針	5
5. 中期経営計画（2023年 - 2025年）	7
室内外装品事業、減速機事業、駐車場事業	9
サステナビリティ	11
連結業績目標	12
資本政策	13
キャッシュアロケーション	14

## 中期経営計画（2023 – 2025）

### タチカワビジョン2025 ～継続と進化～

建築物内外の生活環境の改善による社会貢献を継続しながら、「ものづくりとマーケティング」、「経営基盤の強化」、「サステナビリティへの取組み」に注力し、時代のニーズに応じて進化させてまいります。

#### 室内外装品関連事業

- マーケティングの継続・進化
- 技術革新
- 生産体制の強化
- 戦略に必要な人材の確保と育成
- 計画的な事業拠点整備

#### 減速機関連事業

- 個別品の差別化戦略
- カタログ品の販売強化

#### 駐車場装置関連事業

- 新規物件獲得強化
- 付加価値提案による改造・改修物件の獲得

#### サステナビリティ

- E** • 温室効果ガス排出量の削減
- 環境配慮型設計の推進
- S** • 人にやさしい快適な環境づくり
- 健康経営の推進
- 社員の多様性拡大
- G** • コーポレートガバナンス強化
- リスクマネジメントの強化
- コンプライアンスの徹底

## ものづくりとマーケティング

マーケティング、技術革新、生産体制整備を三位一体に、メーカーとして企画・開発・生産・販促を強化

### マーケティングの継続・進化

- ① 「安心・安全・快適・環境」を基本とした製品開発と販売促進
- ② 電動製品、間仕切製品による新たな快適な住空間の提案
- ③ デジタルマーケティングの強化と、リアルとデジタルを融合させたマーケティングの進化
- ④ 利益体質強化に向けた基盤づくり



### 技術革新

- ① 技術研究棟の新設と活用  
当社独自の新技术、新素材、新製法研究  
環境負荷低減に貢献する製品開発
- ② メーカーとしての開発基盤強化  
既存製品の機能向上  
製品・部品の統合、少材料化/軽量化

### 生産体制の強化

- ① 生産拠点整備  
生産・物流拠点の最適化  
設備の計画的更新
- ② 拠点毎の生產品目の見直し  
主力製品、電動製品、間仕切製品の  
生産体制最適化

経営基盤の強化

戦略に必要な人材の確保と育成

人材確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新卒・中途採用の強化</li> <li>・年齢構成の是正</li> <li>・処遇改善・定着率の向上</li> </ul>
社員育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修プログラムの見直し</li> <li>・中途採用向け研修強化</li> <li>・資格取得支援</li> </ul>
多様性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・女性管理職の増加</li> <li>・地域限定社員制度の活用</li> <li>・育児、介護休業制度の斡旋</li> </ul>
健康	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康診断受診率100%</li> <li>・時間外労働削減/ 有給休暇取得率向上</li> </ul>

計画的な事業拠点整備

エリア マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国 支店営業所の最適化 (移転/統合等)</li> </ul>
働きやすい 職場環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・照明LED化の推進</li> <li>・リフォーム・建替え</li> </ul>
環境対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>・太陽光発電装置の設置推進</li> </ul>

・2023年5月 関東支店・関東ショールーム開設予定

事業戦略・マーケティング

	減速機関連事業	駐車場関連事業
経営環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 工作機械市況はピークアウトの気配</li> <li>・ 材料は高止まり</li> <li>・ 自動化需要が継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ホテル需要活性の兆し</li> <li>・ 高層マンション増加</li> <li>・ GHG排出量削減によるEV車増加</li> </ul>
販売政策	<p>カタログ品</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 代理店強化、新規チャネル開拓</li> </ul> <p>個別品</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 物流倉庫・省人化設備等への開拓深耕</li> <li>・ 歯車加工、動力伝達技術の市場攻略</li> <li>・ 医療、介護分野攻略</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高層パズルタワーの優位性訴求</li> <li>・ 既存保守物件への付加価値提案</li> </ul>
開発項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ カタログ品バリエーションの拡大</li> <li>・ 個別品展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 無人搬送機向け開発</li> <li>・ 食品機械用拡充</li> <li>・ 養殖用ギヤードモータ</li> <li>・ 階段昇降機用ギヤードモータ</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オートゲートクローズシステム</li> <li>・ WEB出庫システム</li> <li>・ EV充電拡充</li> </ul>

当社は企業価値向上に向け、SDGsへ賛同すると共に、サステナビリティ経営を推進。  
 今後、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、統合報告書の発行を予定しております。

テーマ	今後の取組み	関連するSDGs
<b>E</b> 環境負荷低減 気候変動問題への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>GHG排出量30%削減(2021年度比)</li> <li>廃棄物の削減</li> <li>環境配慮型設計の推進</li> <li>TCFD提言に沿った情報開示</li> </ul>	     
<b>S</b> 快適な住空間の提供 働きやすい環境の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>人にやさしい快適な住空間の提供</li> <li>安心・安全の追求</li> <li>働きやすい職場環境の整備</li> <li>健康経営の推進</li> <li>社員の多様性拡大</li> </ul>	   
<b>G</b> グループガバナンスを 重視した経営	<ul style="list-style-type: none"> <li>コーポレートガバナンスの強化</li> <li>リスクマネジメントの強化</li> <li>コンプライアンスの徹底</li> </ul>	 

2022年12月期

実績

2023年12月期

業績予想



2025年12月期

売上高

413億円

428億円

445億円

室内外装品事業

340億円

357億円

371億円

減速機事業

38億円

39億円

41億円

駐車場事業

35億円

32億円

33億円

営業利益

38億円

41億円

44億円

経常利益

40億円

43億円

46億円

当期純利益

25億円

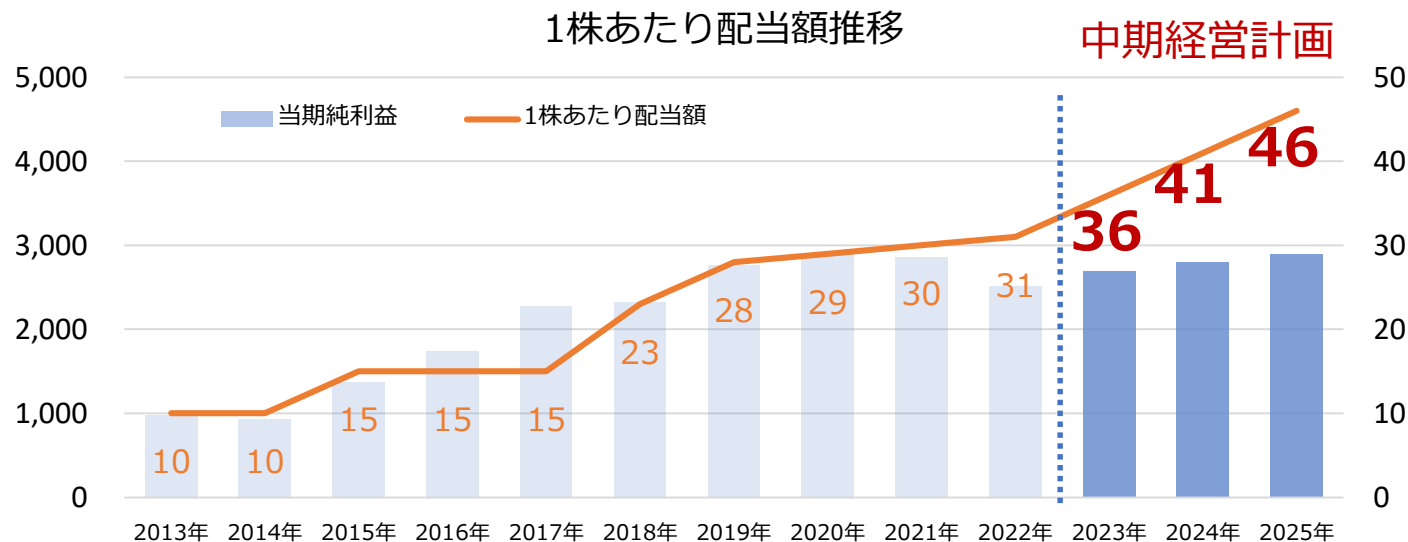
27億円

29億円

## 株主還元方針

- ・ 減配せず、配当水準を維持 または 増配を継続する。
- ・ 2023-2025年の中期経営計画期間中は、「年5円増配」を継続する。
- ・ 経営環境を総合的に勘案し、必要に応じて自己株式の取得を実施する。

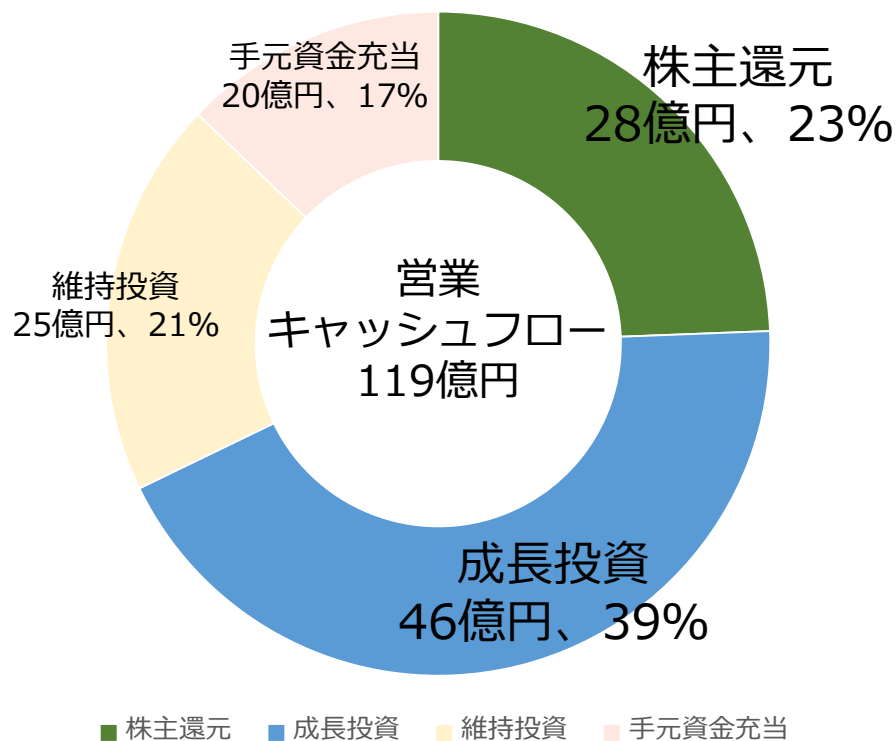
2025年まで、8期連続増配を予定。





2023年から2025年までの連結営業キャッシュイン119億円を原資に、株主還元と成長投資合計で74億円（構成比62%）を投じる計画。

## キャッシュアロケーション



# タチカワブラインド

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。