

2023年 8月26日

個人投資家向け 会社説明会

東京証券取引所 プライム市場
証券コード 7989

 立川ブラインド工業株式会社



1. グループ概要
2. 決算概況
3. 成長戦略
4. 株価とPBRの状況
5. 株主還元

1. グループ概要

- 会社概要、事業セグメント
- 室内外装品関連事業における製品紹介
- 事業展開
- 窓まわり製品のリーディングカンパニー
- 多品種、受注生産、短納期（ビジネスモデル）
- 全国事業展開

社名	立川ブラインド工業株式会社 (東証プライム市場 証券コード 7989)
創業	1938 (昭和13) 年 5月 ※1947 (昭和22) 年に株式会社改組
資本金	44 億 7,500 万円
連結総資産	625 億円
売上高	連結 412 億円 (単体 311 億円)
従業員	連結 1,269 人 (単体 808 人) ※パート・契約社員除く
本社	東京都港区三田三丁目1番12号
事業内容	各種ブラインド／間仕切／カーテンレールの 製造・販売・設計施工
拠点	営業拠点 : 14支店 58営業所 (出張所含む) 製造拠点 : 2工場 3製作所 ショールーム : 10ヶ所 (海外1ヶ所含む) ディスプレイスペース : 3ヶ所 連結子会社 : 8社

減速機関連事業

売上高 3,765百万円

営業利益 249百万円



駐車場装置関連事業

売上高 3,530百万円

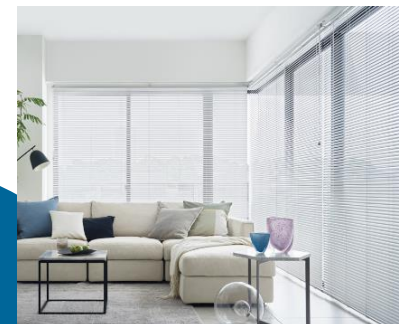
営業利益 294百万円



室内外装品関連事業

売上高 34,000百万円

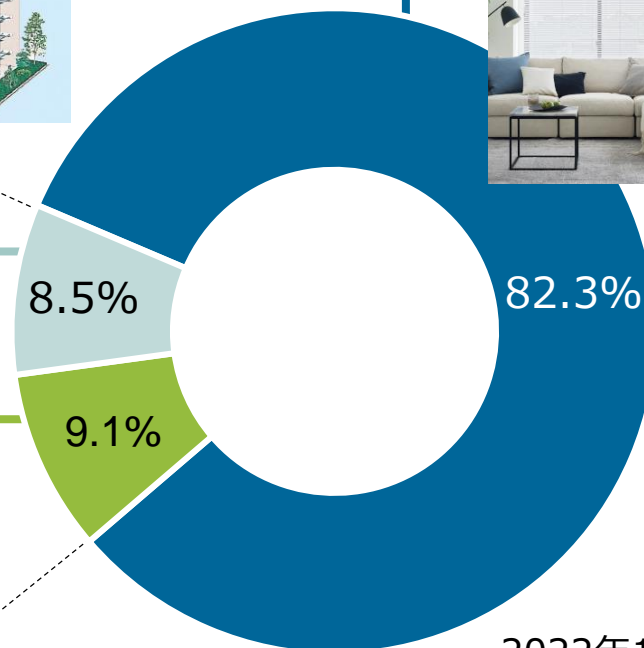
営業利益 3,279百万円



富士変速機(株)

- ・名証メイン市場
- ・資本金：25億750万円
(当社55.53%保有)
- ・従業員：235名
- ・実績：売上 74.8億円 (前年比+4.1%)
経常利益 5.3億円、純利益 3.5億円

[2022年12月31日現在]



2022年12月期実績

主な製品群



ヨコ型ブラインド



タテ型ブラインド



カーテンレール



ロールスクリーン



プリーツスクリーン

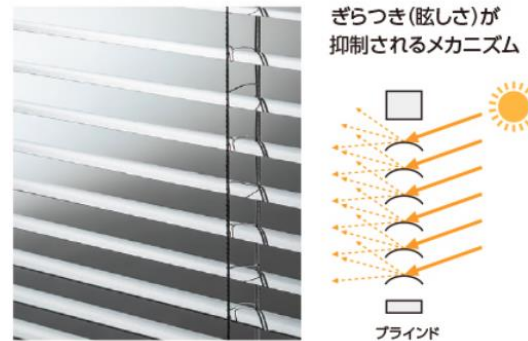


間仕切り

ヨコ型ブラインド『パーフェクトシルキー』

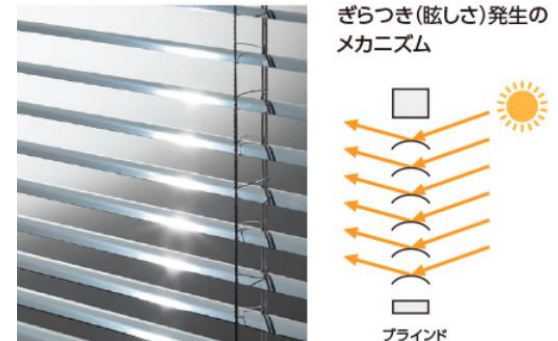


グロスレス遮熱スラット



スラット表面のグロス(ツヤ・光沢)をなくし、まぶしさを感じる強い反射・ぎらつきを抑えます。

一般的なスラット(ツヤのある塗装)



太陽の位置とスラット角度の関係により、スラットの表面に太陽光が移り込み、反射が生じます。

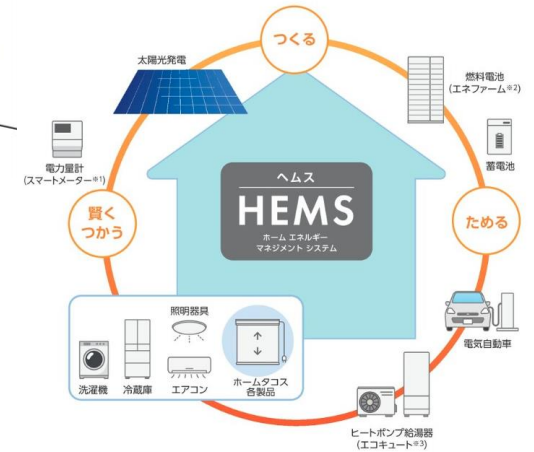
- ・スラット(羽根)に昇降コードを通す穴がないので、穴からの光漏れがなく、室内空間をより快適に。
- ・日射反射を高めて室内温度の上昇を抑え、強い日差しを拡散反射することで眩しさを抑えるスラット「グロスレス遮熱」をラインナップ。
- ・2023年5月のリニューアルで、カラーバリエーションは全257色に。

木製ブラインド『フォレティア』



- ・ 室内に落ち着きとくつろぎを添える天然木を使った木製ブラインド。
- ・ 木材を使った建築物の増加に伴い、オフィスや商業施設などでも木製ブラインドの需要が高まる傾向。
- ・ 市場のニーズが高い、防災性能を持った天然木の新スラットをラインナップ。

窓まわりの電動製品『スマートインテリアシェード ホームタコス』



- ・ リモコンやスイッチで簡単に操作できる窓まわりの電動製品。シーンにあわせて選べる充実のラインナップ。
- ・ 電源プラグをコンセントに差し込むだけの簡単施工。
- ・ 家電や住設機器をまとめて操作できるHEMS（へムス）にも対応。スマート家電リモコンとの連携で、IoT化が可能

※HEMS：Home Energy Management System（家庭で使うエネルギーを把握、管理することで節約するための管理システム）

間仕切『プレイス スウィング』

『アコーディオンカーテン』



『プレイス スウィング』



- ・ スリムなフレームのスタイリッシュなデザインが特長。
- ・ 空間の仕切りやワークスペースづくり、収納の目隠しなどさまざまなシーンづくりに対応。
- ・ 室内を仕切ることで、冷暖房効率を高め「快適」と「省エネ」をかなえます。

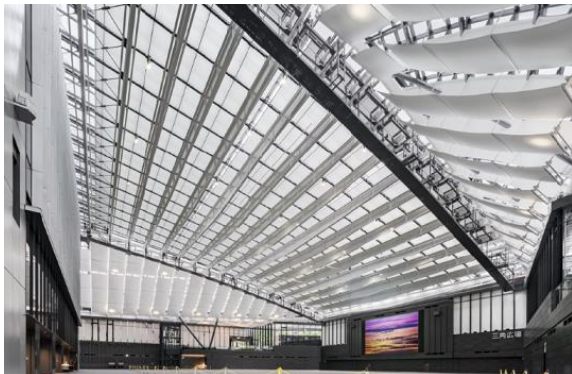
「住宅向け」、「オフィス向け」、「公共施設向け」など多様な用途

光を演出する、
お部屋をコーディネートする。

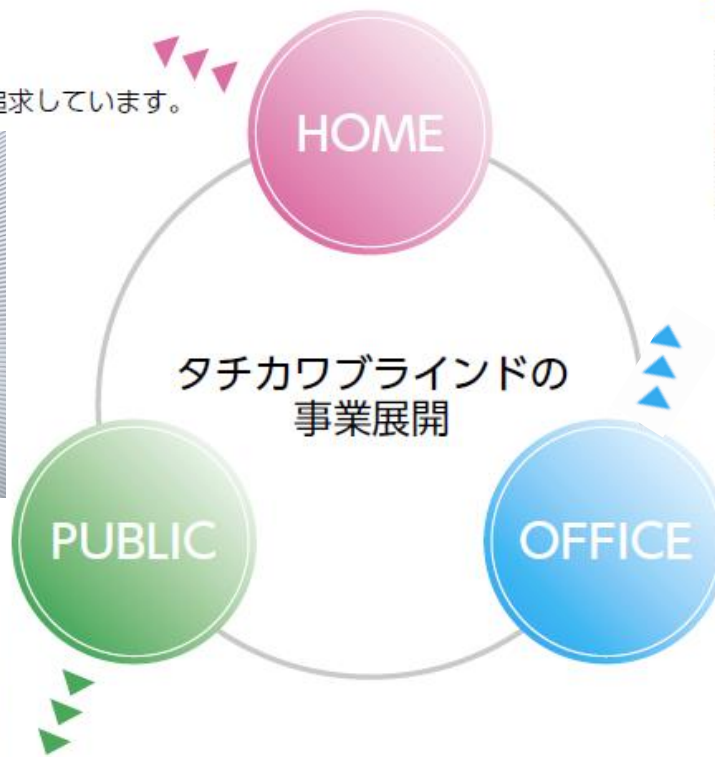
本当にリラックスでき、
快適さを実感できる空間とはなにか…。
私たちは、性能、素材、色彩など、
さまざまな視点からその本質をつねに追求しています。



パーフェクトシルキー



新宿住友ビル三角広場



高度化するビジネス空間を、
もっと快適に。

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



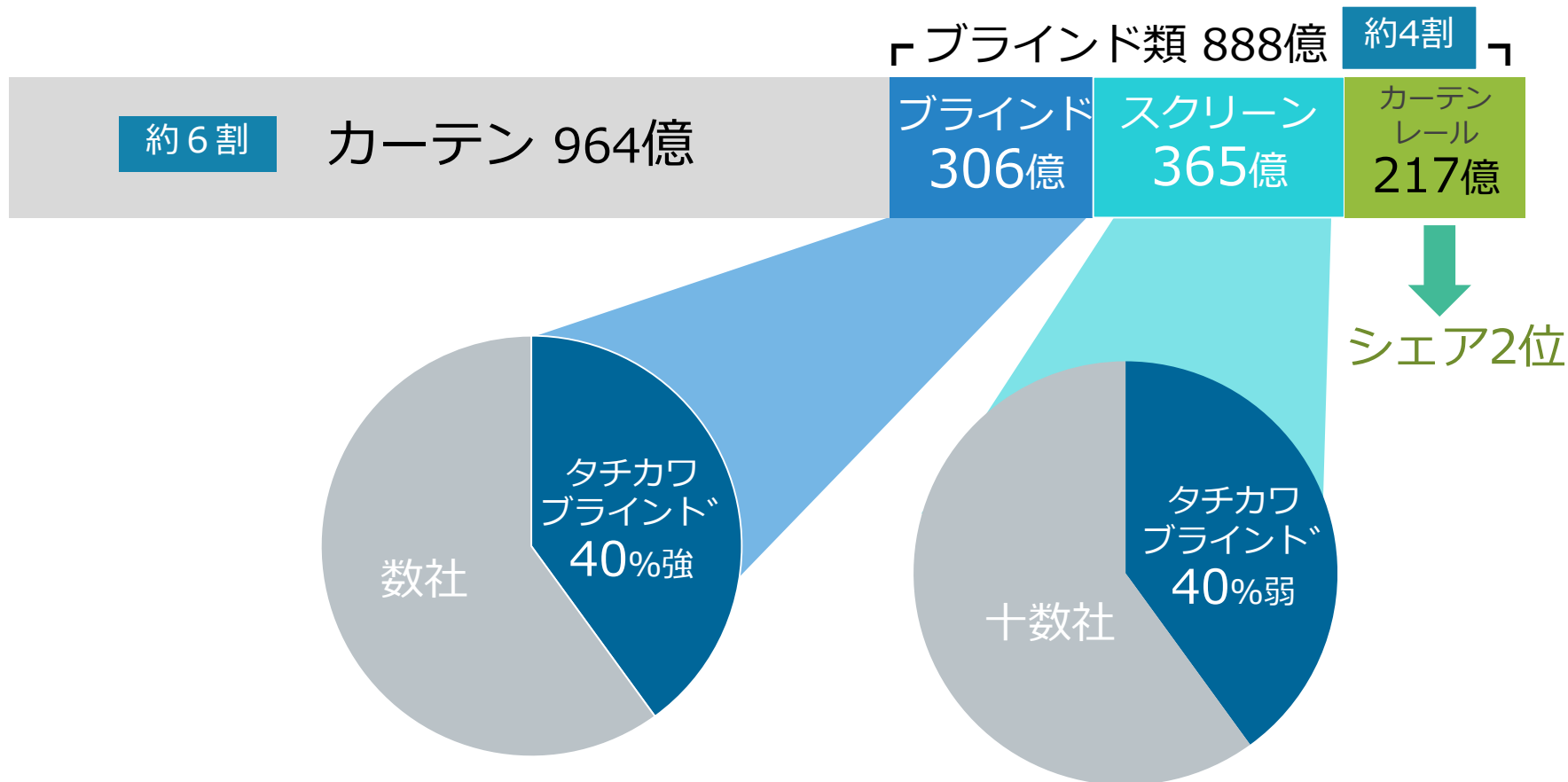
左：丸の内ビルディング
右：東京ミッドタウン八重洲

公共施設にふさわしい快適性を追求。

タチカワブラインドは、今までに庁舎、ホテル、学校、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た確かな実績を誇ります。

強み①

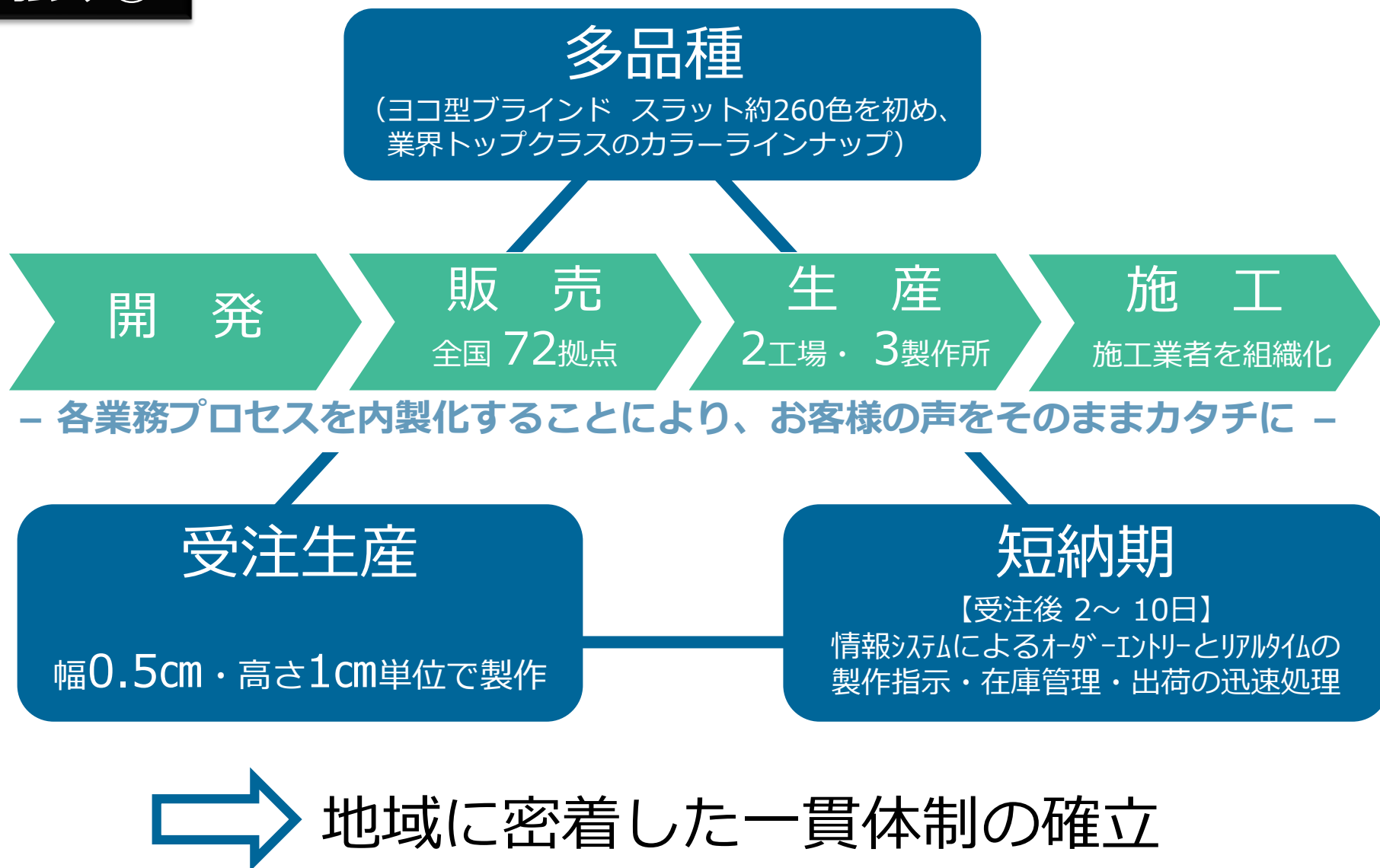
2021年度 窓まわり製品の市場規模
卸売ベース **約1,900億円** (内、ブラインド類 **約888億円**)



ブラインド類、スクリーン類でNo.1シェア

(社) 日本インテリア協会「2021年度のインテリア事業の概況」他より推定

強み②



強み③

支店・営業所

国内 **72**カ所

ショールーム

国内 **9**カ所

ディスプレイスペース

国内 **3**カ所

製造拠点

国内 **5**カ所



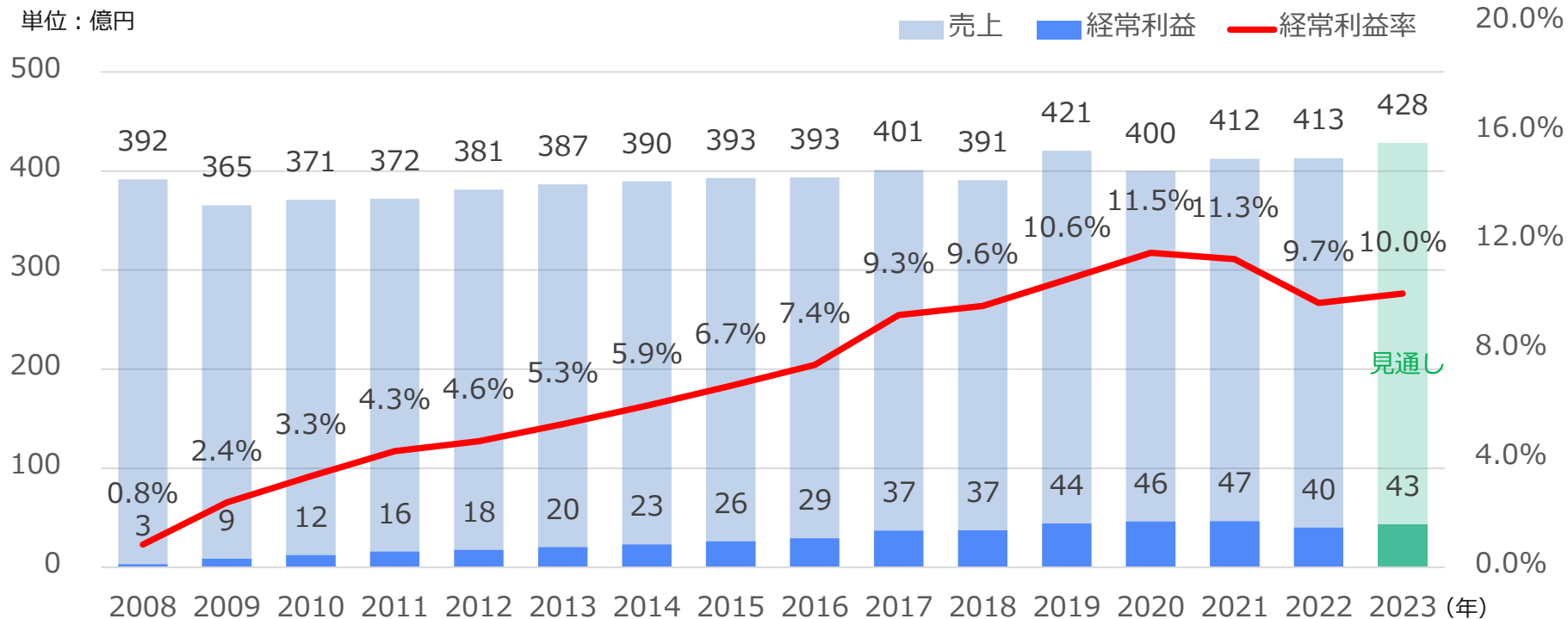
2. 決算概況

- 2023年12月期 業績見通し
- 連結業績推移
- 資産、負債、純資産の状況
- ROE、ROAの推移

	2022年12月期	2023年12月期			
	通期 [実績]	第2四半期 [実績]	前期比 (%)	通期 [予想]	前期比 (%)
売上高	41,296百万円	20,414百万円	+0.2	42,800百万円	+3.6
営業利益	3,822百万円	2,129百万円	△9.8	4,070百万円	+6.5
経常利益	4,005百万円	2,306百万円	△6.5	4,300百万円	+7.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,520百万円	1,482百万円	△4.5	2,700百万円	+7.1

- ・ 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。

※2022年度から「収益認識に関する会計基準」等を適用



2012年
パーフェクトシルキー発売



2015年
東証市場第1部指定



2019年
プレイス スウィング発売



2022年
滋賀工場 塗装棟稼働



2023年6月末

【貸借対照表】

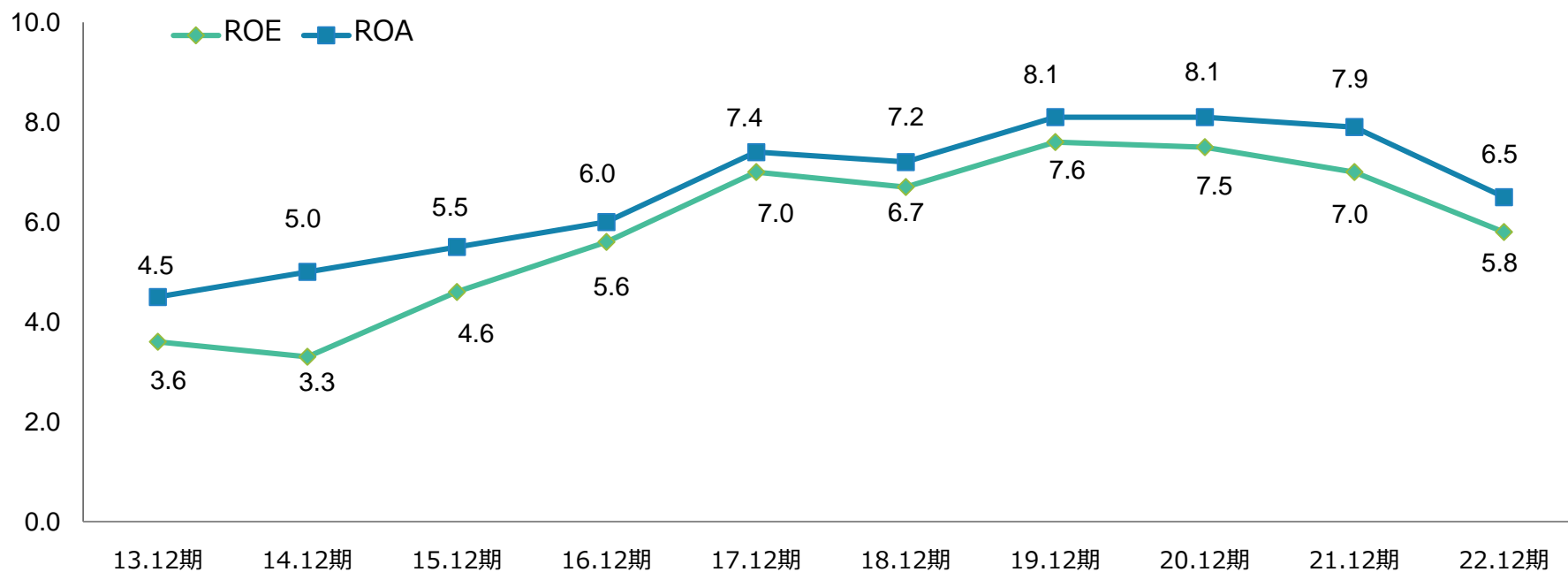
単位：百万円 ()内は前期末比増減

総資産 61,565 (△1,020)	
流動資産 38,800 (△1,166) 63.0%	負債 12,080 (△1,874) 19.6%
固定資産 22,765 (+145) 37.0%	純資産 49,485 (+853) 80.4%

自己資本比率 73.3%

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
ROE (自己資本当期純利益率)	3.6%	3.3%	4.6%	5.6%	7.0%	6.7%	7.6%	7.5%	7.0%	5.8%
ROA (総資産経常利益率)	4.5%	5.0%	5.5%	6.0%	7.4%	7.2%	8.1%	8.1%	7.9%	6.5%

(単位：%)



3. 成長戦略

中期経営計画「tachikawaビジョン2025 ～継続と進化～」

- ・セグメント別の取り組み（室内外装品、減速機、駐車場装置）
- ・サステナビリティへの取り組み
- ・連結業績目標
- ・キャッシュアロケーション

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」
 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

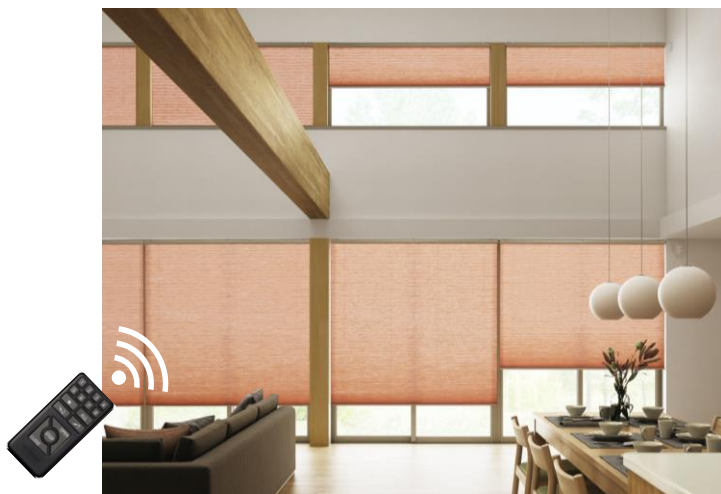
- E**
 - 温室効果ガス排出量の削減
 - 環境配慮型設計の推進
- S**
 - 人にやさしい快適な環境づくり
 - 健康経営の推進
 - 社員の多様性拡大
- G**
 - コーポレートガバナンス強化
 - リスクマネジメントの強化
 - コンプライアンスの徹底

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

電動製品



スマートインテリアシェード ホームタコス

電源プラグをコンセントに差すだけの簡単施工
リモコンやスイッチ操作で快適な空間を創出

間仕切



パネル間仕切 プレイス

窓まわり製品だけでなく空間もデザイン

ものづくりとマーケティング

リアルとデジタルの融合により、マーケティング活動を進化

リアルマーケティング

- 代理店と連携したリアル店舗での販促強化
- 新製品発表会
当社主催の新製品展示会を全国開催

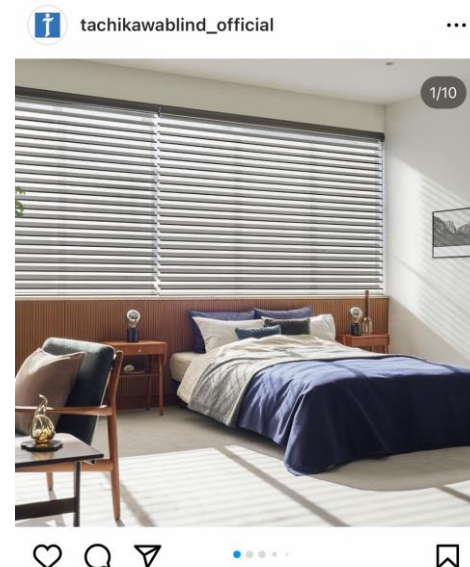


デジタルマーケティング

- SNSを活用した情報発信と広告宣伝



インスタグラム公式



- バーチャルショールーム
ホームページ内で銀座ショールーム館内を
360°パノラマビューで閲覧可

ものづくりとマーケティング

技術革新、生産体制の強化

2022年11月 滋賀工場塗装棟新設
国内2拠点目の塗装拠点



2025年 札幌製作所移転
道内物流拠点との統合

2024年 9月 技術研究棟新設
新技術 新素材 新製法等の研究施設

2023年4月 新成形棟新設
樹脂部品の生産拠点、外注部品の内製化



経営基盤の強化

戦略に必要な人材の確保と育成

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

計画的な事業拠点整備

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

2023年5月 関東支店・関東ショールーム開設



減速機関連事業

差別化提案による販路開拓

標準品のアレンジ対応



各種装置や機器の個別設計・製作

無人搬送機向け開発



車輪駆動装置として使用

養殖用ギヤードモーター



養殖池の水車回転用に使用

駐車場装置関連事業

付加価値提案による物件獲得



高層タワー式立体駐車場「BEYOND」

これまでのパーキングシステムをさらに進化



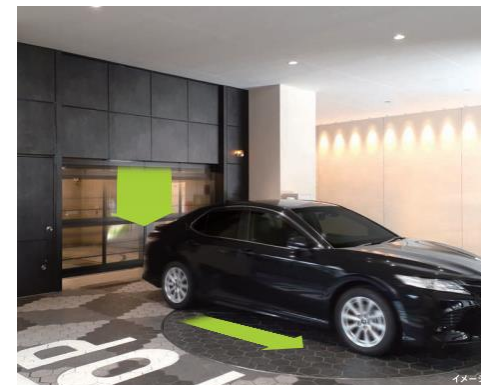
- ・高層タワーで業界一の入出庫時間
- ・入庫可能な車種拡大
- ・多彩な仕様とオプションで、様々なシーンに対応

EV充電システム



IT技術の活用

- ・オートゲートクローズシステム



当社は、サステナビリティ経営を推進する為、中長期的な企業価値の向上において重要かつ優先的に取り組むべきマテリアリティ（重要課題）を特定しました。

マテリアリティ	今後の取り組み	貢献するSDGs
<p>E 事業活動における環境負荷低減</p>	<ul style="list-style-type: none"> GHG排出量30%削減(2021年度比) 廃棄物の削減 環境配慮型設計の推進 	     
<p>S 安心・安全・快適で環境に配慮した住空間の提供</p> <p>働きやすく働きがいのある職場環境の整備</p> <p>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</p> <p>技術力を通じた多様な産業と暮らしへの貢献</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人にやさしい快適な住空間の提供 安心・安全の追求 取引先との関係強化 働きやすい職場環境の整備 健康経営の推進 人材の育成 社員の多様性拡大 	      
<p>G 持続的成長に向けたガバナンスの充実・強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンスの強化 リスクマネジメントの強化 コンプライアンスの徹底 	 

2022年12月期

実績

2023年12月期

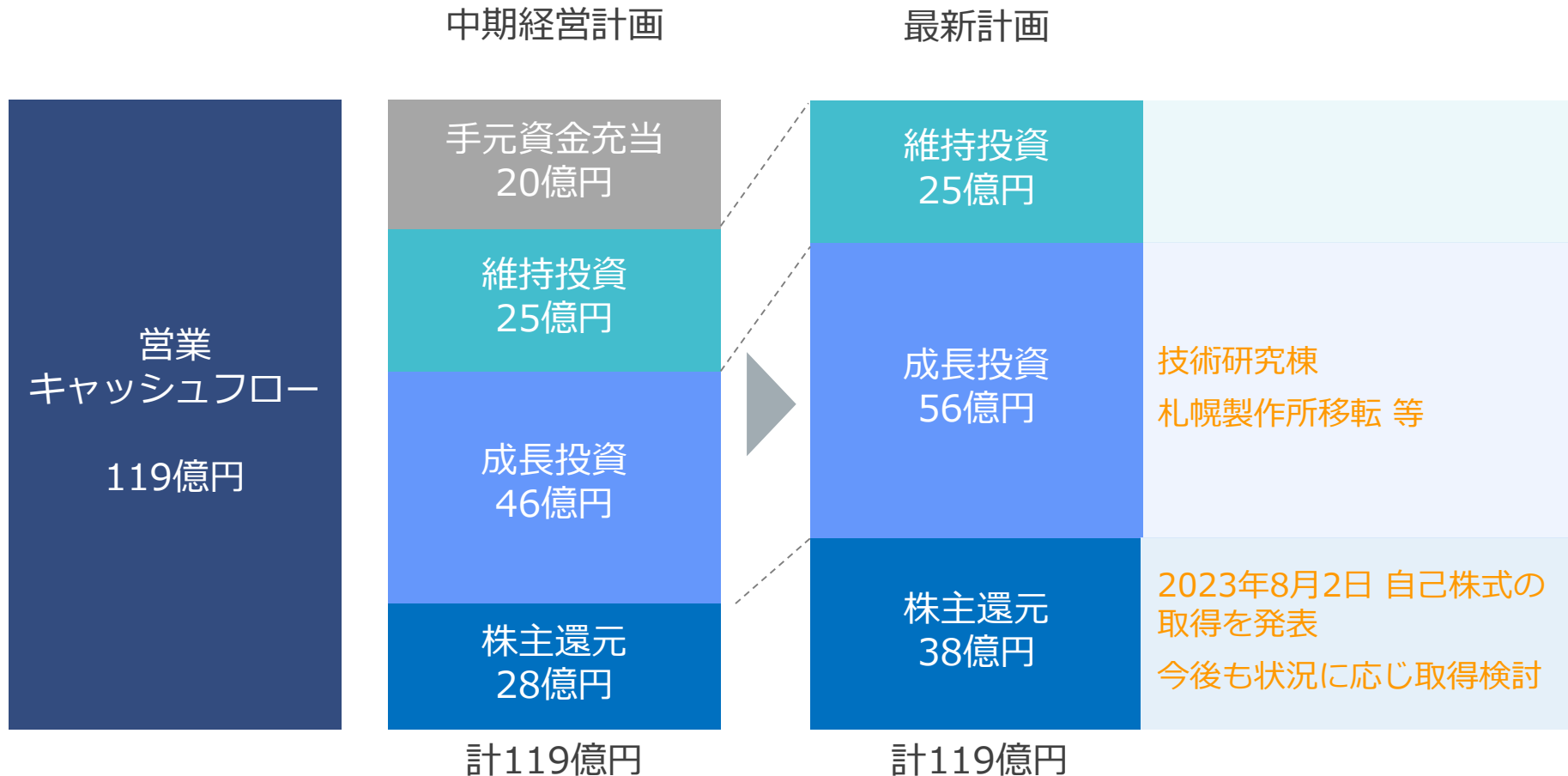
業績予想

2025年12月期

	2022年12月期 実績	2023年12月期 業績予想	2025年12月期	22年比
売上高	413億円	428億円	445 億円	+7.8%
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	+15.1%
経常利益	40億円	43億円	46 億円	+14.9%
当期純利益	25億円	27億円	29 億円	+15.1%

キャッシュアロケーション

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を強化
 最新では、中期経営計画段階よりも更に積極的に投資する計画



4. 株価とPBRの状況

- ・ 株価とPBRの状況

株価とPBRの状況



$$\text{PBR} = \text{ROE} \times \text{PER}$$

0.5~0.6倍 5.8% 8.5~9.5倍

項目	現状	対策
収益性	売上高純利益 6.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主力事業の強化 ・ 現預金の活用 ・ 保有資産の売却 ・ 株主還元強化
効率性	総資産回転率 0.67回転	
財務健全性	財務レバレッジ 1.43倍	

・ IRの強化

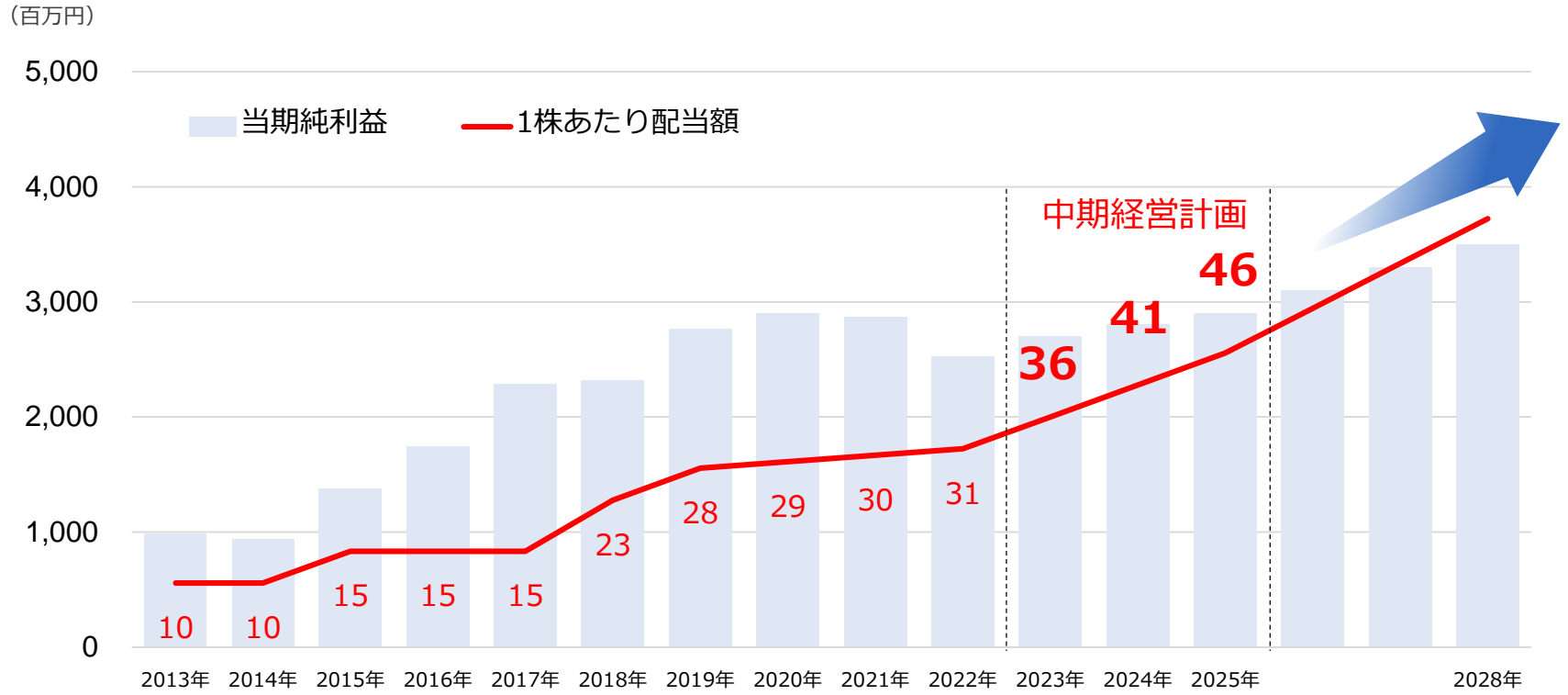
5.株主還元

- 株主配当
- 総還元性向
- 株主優待制度のご紹介
- 配当、優待シミュレーション

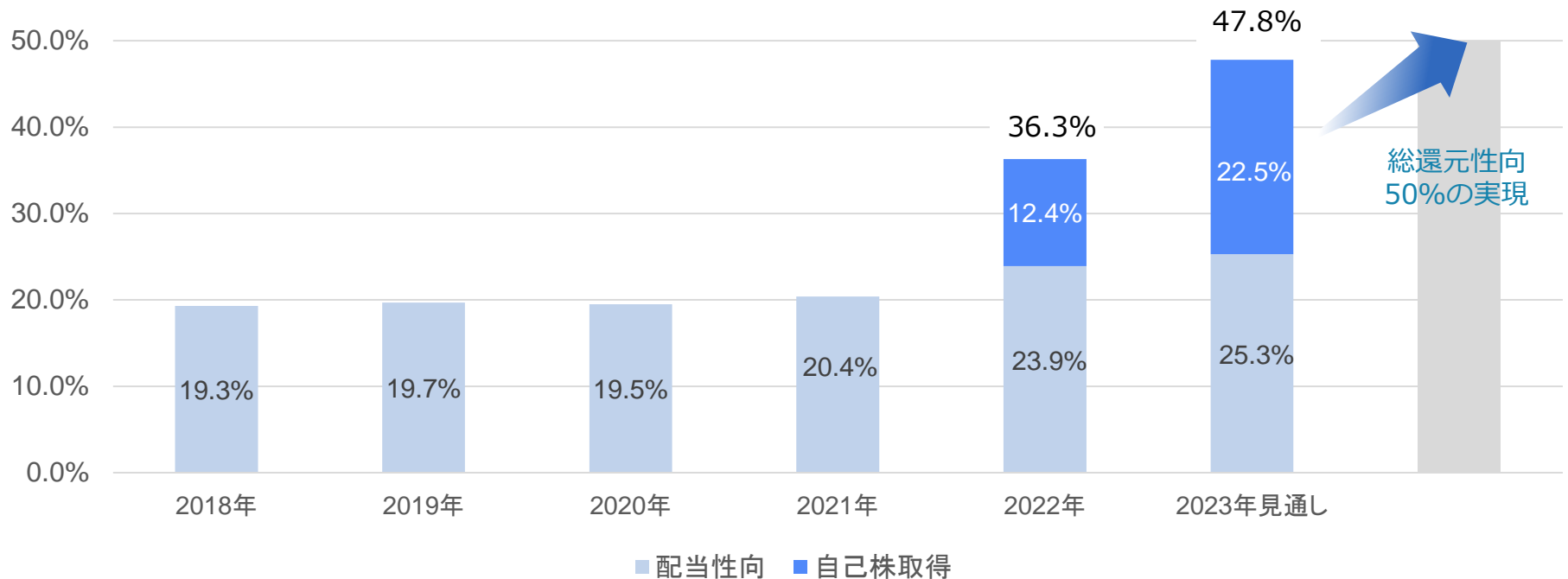
株主配当の方針

- 減配せず、配当水準を維持 または 増配を継続。
- 2023-25年の中期経営計画期間中は、**年5円増配**を継続。

1株あたり配当



総還元性向



- 機動的な株主還元策として、自己株式の取得を実施。
- 増配の継続 および 自己株式の取得により、**総還元性向50%**の実現を目指す。

[自己株式取得]

2022年11月～2023年 4月 595百万円

2023年 8月～2024年 5月(推進中) 上限 700百万円

【オリジナルクオカード贈呈】

12月31日時点で当社株式を 100株以上保有している株主様に、保有株式数・保有期間に応じて、オリジナルクオカードを贈呈。

保有株式数		保有期間	
		3年未満	3年以上
100株以上	300株未満	クオカード 500円分	クオカード 1,000円分
300株以上	500株未満	クオカード 1,500円分	クオカード 2,000円分
500株以上	1,000株未満	クオカード 3,000円分	クオカード 4,000円分
1,000株以上		クオカード 4,000円分	クオカード 5,000円分



クオカードイメージ

- 1株当たり年間配当額 36円（2023年12月期予想）
- 株式保有期間 3年未満
- 株価 1,267円（2023年7月31日 東証終値）

株式数	投資金額	年間配当額		優待（クオカード）		配当+優待	
		配当利回り	優待利回り	実質利回り			
100株	126,700円	3,600円	2.84%	500円	0.39%	4,100円	3.24%
300株	380,100円	10,800円	2.84%	1,500円	0.39%	12,300円	3.24%
500株	633,500円	18,000円	2.84%	3,000円	0.47%	21,000円	3.31%
1,000株	1,267,000円	36,000円	2.84%	4,000円	0.32%	40,000円	3.16%

当社ホームページでさまざまなIR情報を掲載しています。ぜひご覧ください。



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

タチカワブラインド IR 検索

ホームページはこちら



ご清聴
ありがとうございました。

将来見通し等に関する注意事項

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