

個人投資家向けイブニングオンライン会社説明会 ミーティングメモ

立川ブラインド工業株式会社（7989）

開催日：2025 年 11 月 26 日(水)

説明者：常務取締役 管理本部長 小野 寿也 氏

1. グループ概要

- ・ 当社はブラインドやロールスクリーンなどの窓まわり製品や間仕切り、カーテンレールを中心に事業を展開するインテリアメーカーです。創業者が大切にしてきた信条である「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」をパーパスとした経営基本方針に基づいて事業活動を行っています。
- ・ 当社グループが大切にしている価値観は、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る社会貢献です。建築物内外の生活環境の改善とは家庭・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、室内外装品、減速機・駐車場装置の三つの事業を通じてその実現を志しています。
- ・ 創業は 1938（昭和 13）年 5 月で、今年で創業 87 年となります。資本金は 44 億 7,500 万円、連結総資産は 638 億円、従業員数は連結ベースで 1,315 人、単体で 854 人です。本社は東京都港区三田にあります。当社の連結子会社は国内 7 社、海外 1 社の計 8 社となります。
- ・ 当社グループには三つの事業セグメントがあります。連結売上高の 8 割以上が窓まわり製品や間仕切り製品などの室内外装品関連事業であり、残り 2 割が減速機関連事業と駐車場装置関連事業となります。減速機関連事業と駐車場装置関連事業は、岐阜に本社を構える子会社の富士変速機株式会社で事業展開をしています。
- ・ 室内外装品関連事業における主な取り扱い製品をご紹介します。スラットと呼ぶ羽根にアルミ製のほか木製や樹脂製のあるヨコ型ブラインドはご家庭からオフィスまで安定した需要を獲得しております。タテ型ブラインドは大きな窓に向いていますので、住宅のリビングルームや商業施設などに多く納入させていただいています。ロールスクリーンやプリーツスクリーンはファブリックを使った製品でソフトな空間を演出します。その他、カーテンレールや空間を柔軟に使い分けることのできる間仕切り製品など、多種多様なラインアップがあります。
- ・ 室内外装品関連事業での用途別の売上構成は、住宅向けが 6～7 割、オフィスや公共施設など非住宅向けが 3～4 割です。納入事例として、東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワーは 2022 年 8 月に竣工し、2023 年 3 月に開業した JR 東京駅直結の地上 45 階地下 4 階の大規模複合施設ですが、こちらのオフィスや執務室に弊社の電動ヨコ型ブラインドや電動ロールスクリーンを納入しています。電動ヨコ型ブラインドは屋上の陽光センサーと連動し、ブラインドの開閉を自動制御しています。関西エリアでは、

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

グラングリーン大阪 北館・南館は2024年4月に竣工し、2024年9月にJR大阪駅前の「うめきた」エリアに完成したオフィス・ホテル・商業施設を構える複合施設ですが、北館のエントランスや南館の執務室などに弊社の電動ヨコ型ブラインドや電動ロールスクリーンを納入しています。

- ・ 室内外装品関連事業の販売先は住宅市場と非住宅市場に大別されます。住宅市場は卸店を通じて工務店やハウスメーカーあるいはインテリア販売店を経由するルートとなり、非住宅市場はゼネコン経由の組工事、もしくは工事店、ビル管理会社などユーザーさまから発注が行われる別途工事となります。多様な購買動機に対応可能であり、この商流を構築していることが当社の室内外装品関連事業における特徴となります。卸店、商社、工事店、ゼネコンなどの取引先は当社のビジネスモデルにおいて欠かせない存在です。
- ・ 当社の強みについてご説明します。一つ目は、ブラインドでは40%強、スクリーンでは40%弱の業界トップシェアを保持していることです。現在、カーテンを合わせた窓まわり製品の市場規模は1,854億円程度ですが、そのうち、当社関連のブラインド類の市場は約901億円と窓まわり市場全体の約半分となります。二つ目は、多品種・受注生産、短納期を特徴としたビジネスモデルであることです。当社がラインアップする製品は色柄、操作方法などを組み合わせると多くの種類があります。これらはほぼ100%受注生産で、窓や空間のサイズに合わせて幅0.5cm、高さ1cm単位で製作し、ご注文いただいてから短いものでは3日ほどで出荷する生産体制を構築しています。開発・販売・生産・施工まで一貫したサイクルを全国の地域に密着した体制で行っている点が当社のビジネスモデルの特徴です。三つ目は、全国をカバーする事業拠点を展開していることです。全国に営業拠点を71カ所、ショールームを9カ所、ディスプレイスペースを2カ所、その他5カ所の生産拠点を置き、地域のインテリアショップと連携しながら、きめ細かな対応を展開しています。
- ・ 子会社の富士変速機が担当している減速機関連事業と駐車場装置関連事業の提供製品とサービスについてご説明します。減速機は、歯車でモーターの回転速度を減速して大きな力を出す機械装置ですが、主に汎用製品と得意先の要望に応じたオーダー製品を提供しています。駐車場装置は業界に先駆けて「くし歯方式」のタワー式パーキングシステム、「パズルタワー」やそのパズルタワーを地下式で対応させた「スーパーパズルGS」などの立体駐車場装置を提供しています。
- ・ 減速機関連事業は伝動機器商社と連携し、装置製造企業など幅広い企業さまに製品を提供しています。汎用製品の基礎技術をベースに、「お客さまの理想をカタチに」という企業理念の下、オーダーメイドの減速機に対応しています。近年は労働人口減少を背景とした工場の生産システムの自動化ニーズの高まりを受け、無人搬送台車や産業用ロボットなど産業から暮らしの分野まで幅広く使用されており、今後も個別品による差別化で売上を伸ばしていきたいと考えています。

-
- ・ 駐車場装置関連事業では、限られたスペースを有効活用し、複数の車を駐車できる機械式立体駐車場を設計・製造・販売しています。機械式立体駐車場装置の標準的な工期は4～6カ月であり、受注から竣工・引き渡しまで1～2年ぐらいの期間を要します。お引き渡しをした後は、安全・安心にご使用いただくため定期的に安全動作確認を行う保守点検契約を締結します。標準的な稼働期間は20年～30年であるため、その契約期間は長期となり、保守点検売上が安定的な収益源となるのがパーキングビジネスの特徴です。経年劣化による部品交換や車の大型化に対応するための改造・改修対応も行っています。当社独自技術の「くし歯式」によるハイスピードの入出庫、動線の短縮化による省電力の実現、および独自の構造による高い耐震性が当社の駐車場装置の強みとなっています。
 - ・ 標準的な32台収用タイプのパズルタワーの場合、入出庫の昇降速度は1分間に最大で130mの高速運転。最上階への入庫は54秒以内。最上階からの出庫は64秒以内。エレベーター式パレットタイプと比べて電気料金は2分の1と低コストとなります。ホテル、福祉施設、病院、高層マンションなどあらゆるニーズに対応しています。

2. 2025年12月期第3四半期の決算概況

- ・ 当社は2009年のリーマンショック時に利益を大きく落としましたが、2010年以降、マーケティング機能の強化に努め、中でも製品戦略として高機能・高付加価値製品を発売して需要を開拓していくことで利益率を高め、2009年から2021年まで13期連続で経常利益増益を続けてきました。急激な原材料価格の高騰により、2022年は減益決算となりましたが、2023年からの中期経営計画で業績を建て直して持続的成長を続けていくための体制づくりを進めています。
- ・ 11月5日に2025年第3四半期決算を発表しました。中期経営計画最終年度の2025年度は主力の室内外装品事業においてファブリック製品の生地柄リニューアルを行い、同時に価格改定を進めてきたことで、売上高・営業利益・経常利益は計画を上回って進捗しています。また、当期純利益は政策保有株式や不動産の売却により特別利益が発生したことで前年比約120%と大きく増加しており、通期予想を上方修正するなど堅調に推移しています。
- ・ 2025年9月末の連結貸借対照表では、総資産が646億円、純資産が545億円と売上規模420億円に対して保有資産額は非常に高い状態です。昨年、上場子会社を完全子会社化したことにより自己資本比率は84.5%まで上昇しました。財務の健全性は高いのですが、資産額の高さがROEの改善スピードを遅くしていることもあり、ここは上場会社としての当社の課題と認識しています。来年から始まる次期中期経営計画では株主還元の更なる強化を検討しています。

3. 成長戦略

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

-
- ・ 2023～2025 年までの中期経営計画「タチカワビジョン 2025～継続と進化～」では、建築物内外の生活環境の改善による社会に貢献するという経営方針を継続しながら、「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り組み」に注力し、時代のニーズに応じて進化させていくことを基本方針としています。この3年間は今後飛躍するための足場固め・基礎づくりの期間と位置づけており、セグメントごとの重点課題に取り組んでいく内容となっています。
 - ・ 今後、市場環境は新設住宅着工戸数の減少や少子高齢化が進み、一方でリフォーム需要の伸長が期待されます。当社事業の中核となる室内外装品関連事業では安心・安全・快適に加え、環境や健康にも配慮した製品開発と販売促進を強化しています。快適な住空間の提案として、既存の空間を仕切る間仕切りや、どなたでも簡単に操作できる電動製品を次の主たる製品と位置づけ、製品開発に注力していきます。
 - ・ 昨今は窓まわり市場において調光のできるファブリック製品の需要が拡大しています。これまで調光ファブリック製品は調光ロールスクリーン「デュオレ」のみでしたが、2023年7月に調光ロールスクリーン「ルミエ」、2024年2月には調光タテ型ブラインド「エアレ」を立て続けに発売し、新たな需要を開拓してきました。電動製品や間仕切り、調光ファブリック製品に共通するのは、ニーズが高く、高機能・高単価製品という点です。
 - ・ 製品の質感や操作などを実際に手に取ってご覧いただくことも重要ですので、全国9カ所にショールームを展開する中で、2026年1月16日に新宿ショールームをオープンします。新宿ショールームは駅から近く、他の住宅設備メーカーのショールームも集中しているエリアのため利便性が高いと考えています。
 - ・ 本中期経営計画期間中に二つの大型設備投資を実施しました。一つ目は、2024年10月に稼働を開始した技術研究棟です。技術研究棟には総額7億2,000万円を投じており、各拠点に点在していた各種試験設備を集約させたほか、最大高さ8mの製品検証設備、実際の設置場所や使い方を想定した環境下で実証実験を行える試験室など研究・評価設備を充実させ、研究開発のスピードと質を向上させています。二つ目は、生産面での投資です。2023年4月に子会社の立川機工においてブラインドなどの樹脂部品の生産拠点を新設し、樹脂部品の生産性向上・外注部品の内製化による収益性の向上を図りました。加えて当社では現在、札幌製作所移転と北海道内の物流拠点との統合を推進しており、こちらは2027年竣工予定です。
 - ・ 減速機関連事業においては、2024年1月に株式会社東光高岳さまからサーボモータ事業を譲り受けました。今後、省人化の流れを受けて物流倉庫の無人搬送機などが拡大すると考えており、バッテリー駆動のACサーボモータはこの無人搬送台車（AVG）に適していると捉えています。駐車場装置関連事業においては新規物件獲得に向けて、高層マンション向け立体駐車場の訴求と既存保守物件への付加価値提案としてEV充電システムなどを訴求し、需要を獲得していきます。
 - ・ 減速機関連事業、駐車場装置関連事業を担っている富士変速機株式会社は長らく名古屋

証券取引所に上場していましたが、2024 年 10 月に株式交換を行い、完全子会社となりました。完全子会社化した目的は四つあります。一つ目はグループガバナンスの強化です。二つ目はグループ内の営業協働体制の強化です。立体駐車場装置を納入するホテルやマンションは窓まわり製品の販売ターゲットでもあり、これら物件の営業情報を着工前の段階から相互に共有し、活用しています。三つ目の上場維持コストの低減、四つ目の非支配株主持分利益の取り組みは連結業績の改善につながります。

- ・ 連結営業キャッシュフローは 2025 年までの 3 年間で 120 億円以上を見込んでおり、これを原資に成長投資や株主還元を強化しています。成長投資は技術研究棟や札幌製作所の移転、サーボモータ事業譲り受けなどが中心となります。今後は成長製品であるファブリックの生産強化をさらに推進していくことを計画しており、これを次期中期経営計画の柱としています。
- ・ 株主還元は累進配当方針を継続しています。2024 年下期から増配ペースを引き上げており、当初発表した金額は 28 億円でしたが、現在は 42 億円まで拡大しています。また、サステナビリティへの取り組みとして、当社グループは 2030 年までに温室効果ガス排出量を 2021 年度比 30%削減する目標を定めています。一部製造拠点での再生可能エネルギー電力への切り替え、照明の LED 化や営業車両の低燃費車への移行などを進めた結果、2024 年度は 5,644t-CO₂ と、基準年度である 2021 年度に対して約 10%削減しています。
- ・ 環境面における社会貢献として、環境配慮型製品の開発を進めています。カーボンニュートラルの意識の高まりを背景に天然木を使用した製品の需要が高まっており、当社は木製ブラインドの拡充を進めています。国産のヒノキやスギを使用した木製スラット、アマニ油を原料とした自然塗料を塗装したスラット、さらには適切に管理された森林で生産された木材を使用して FSC 認証を得たスラットなどを導入しました。
- ・ 社会貢献活動への取り組みにも力を入れています。1988 年 10 月に当社の創業者である立川孟美が更生保護事業の必要性に思いをいたし、私財を寄付して財団法人立川更生保護財団を設立しました。立川更生保護財団では犯罪や非行を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「社会を明るくする運動」への協力、また保護観察などの実施のほか、地域のさまざまな犯罪予防・非行防止を目的に保護司への協力を行っています。
- ・ 中期経営計画の最終年度である 2025 年の通期業績予想は、売上高 428 億円、営業利益 44 億円、経常利益 46 億円、当期純利益 32 億円です。売上は住宅着工戸数の減少が想定以上だったことなどにより、当初の中期経営計画の目標から未達の見通しですが、利益面に関しては目標達成を見込んでいます。当期純利益については、保有不動産や政策保有株式の売却が発生したことで、目標の 29 億円を大きく上回る 32 億円を計上できる見通しであり、当社の過去最高益を更新します。

4. 企業価値向上の取り組み

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

-
- ・ 当社の株価は 2022 年 10 月まで 1,000 円から 1,100 円で推移しましたが、2022 年 11 月と 2023 年 8 月に自己株式の取得を発表し、また 2023 年 2 月に中期経営計画で発表したことなどを背景に上昇傾向となりました。2024 年 8 月のいわゆる令和のブラックマンデーにより株価水準はいったん下がりましたが、その後、増配スピードを上げるため、2024 年 11 月と 2025 年 8 月、11 月と配当予想を上方修正してきたことなどにより、現在の株価水準は 1,900 円から 2,000 円まで上昇しています。
 - ・ 直近の株価上昇を受け、PBR は 11 月 5 日時点で 0.73 倍と昨年末の 0.5 倍を大きく改善させてきましたが、1 倍超の早期実現に向け、PBR をその構成要素である ROE と PER に分解し、それぞれ対策を講じています。ROE は中期経営計画に掲げた取り組みを進めることで収益性を向上させてきたほか、資産・資本の効率性向上にも努めています。当社では売上規模に対して保有する総資産が多い状態にありますので、活用見込みのない不動産や政策保有株式の売却、また継続的な増配を進めてきました。一方、今年、PER が年初の 9 倍前後から 12 倍超に上昇しています。PER が上昇した要素はいくつか考えられますが、当初の計画より増配ペースを引き上げてきたことなどが評価されたものと考えています。引き続き IR 活動を強化していきたいと考えています。

5. 株主還元

- ・ 当社は株主還元方針として累進配当を掲げており、この中期経営計画の期間中は当初、年 5 円の増配を予定していましたが、総還元性向 50%以上の目標を早期に達成するため、昨年より増配ペースを引き上げてきました。
- ・ 2024 年は当初の予定配当額を 5 円増配させた 46 円の配当を行いました。2025 年の配当は年初に見込んでいた 55 円を二度にわたり上方修正しており、当初の中期経営計画より 24 円高い年間 70 円の配当を予定しています。今年の業績見通しに対し、配当性向は 44%となり、還元目標に掲げている総還元性向 50%については来年以降の早い時期に達成できるものと考えています。
- ・ 2024 年までは安定配当を方針としており、記念配当を実施した 2007 年以外は年間 10 円配当としていましたが、2015 年から徐々に増配を続け、2021 年には 30 円台まで上昇しています。現中期経営計画の期間では累進配当を掲げており、さらに増配ペースを引き上げた結果、今期 70 円まで上昇させました。過年度を振り返りますと、16 期連続で減配は行っておらず、また 2018 年から 8 期連続で増配を継続させていただいています。
- ・ 当社は株主の皆さまの日ごろのご支援にお応えするとともに、当社株式の投資の魅力を高め、幅広く当社株式を保有していただけることを目的として 2011 年より株主優待制度を実施しています。その内容は、12 月 31 日の基準日時点で 100 株以上を保有していただいている株主さまを対象に保有株式数および保有期間に応じ、500 円から 5,000 円のオリジナルクオカードを贈呈させていただきます。
- ・ 配当と株主優待の利回りを具体的にシミュレーションしてみます。条件としては、1 株

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

当たりの年間配当額は 2025 年 12 月期予想の 70 円、株式保有期間は 3 年未満、株価は 2025 年 10 月末の終値である 1,893 円とします。最低単元株数の 100 株をご購入いただいた場合、投資金額 18 万 9,300 円に対し、年間配当の 7,000 円と株主優待の 500 円を合わせて 7,500 円が得られるため、実質利回りは 3.96%となります。今後も株主還元の充実を図り、株主や投資家の皆さまのご期待に添えるよう取り組んでいきます。

6. 質疑応答

Q1. 主力の室内外装品関連事業における競合関係について教えてください。

A1. 主力の室内外装品関連事業の内、ブラインド類やスクリーン類における競合他社は主に非上場の株式会社ニチベイと東証スタンダード市場に上場しているトーソー株式会社の 2 社があり、当社を含めた 3 社において市場の約 8 割を占めています。その中でも当社はシェア 40%程度であり、トップシェアを維持しています。

Q2. 室内外装品関連事業における競合他社との製品の差別化について教えてください。

A2. 当社が競合他社との差別化で力を入れている点は、①調光ファブリック製品の強化、②高機能・高単価製品の拡充と大きく二つあります。一つ目の調光ファブリック製品の強化としては調光タテ型ブラインド「エアレ」がこれに当たります。皆さまのご要望にお応えして同業他社に先駆けて発売しましたが、当社独自の製品であり、優位性を確保しています。二つ目の高機能・高単価製品の拡充では電動製品に注力しており、ほぼ全ての窓まわり製品を電動化し、さらにコンセントのないところにも電動製品を設置できるバッテリー仕様も発売しています。

Q3. 室内外装品関連事業の中期経営計画、成長戦略について教えてください。

A3. 現在の中期経営計画は足場固め・基盤づくりと位置づけて取り組んでいますが、次期中期経営計画では成長に向けた投資を進めていきます。製品政策としては、技術研究棟を活用しながらメーカーとして市場を創造できる製品を積極的に先行開発します。特に需要の高いファブリック製品や間仕切り製品、電動製品、そして省エネ需要対応として室外へ設置する製品など幅広く市場導入したいと考えています。また、ファブリックを中心に最新設備を導入しながら生産体制を抜本的に見直し、品質の向上と省人化を図っていきます。あわせてトップラインを上げるための M&A やアライアンスも次期中期経営計画では本格的に推進する予定であり、こちらについては投資枠をもうけながらリフォーム需要に向けた運営拡大にも取り組んでいきます。

Q4. 販売促進活動におけるデジタルとリアルの融合を具体的に教えてください。

A4. 現在は特に若い購買層の方を中心に SNS などでの情報収集する購買習慣があります。当社は、B to B のビジネスモデルですが、メーカーからユーザーへ直接訴求し、指名買い

を狙う目的でデジタルの販促にも注力しています。一方、リアルの販促として卸店や販売店など得意先への販促も強化します。また、一般ユーザーの方にショールームなど、実際に製品を手にとって生地質感などを確認いただく機会も必要であり、こうしたリアルな販促も重要と考えています。デジタルとリアルの融合をうまく図りながらマーケティングの強化を図っています。

Q5. 為替相場、特に円高の局面は御社にどのような影響がありますか。

A5. 当社においては樹脂部品、木部材、カーテンレール部品などを海外から調達しており、年間の取引額は約 700 万ドルとなります。そのうち 9 割は中国や台湾からの仕入れとなります。為替変動の影響としては、例えば円安が 1 円進むと年間で 700 万円程度、円安が 5 円進んだ場合は年間 3,500 万円程度、調達コストが増加する計算となります。当社の売上総利益率は 41%台ですが、3,500 万円の原価が増加した場合でも利益率では 0.1%程度であり、海外調達の為替影響は経営を大きく左右するほどではないというのが現状です。直接のドル建て取引だけではなく、国内の仕入先との取引価格が間接的に為替の影響を受けるケースもありますので、影響額はもう少し大きくなると考えています。為替リスクは継続的に注視し、調達先の見直しやコスト管理を行いながら影響をできるだけ抑える運用を進めていきます。

Q6. トランプ関税の影響について御社ではどのように見えていますか。

A6. トランプ関税の導入により米国向け輸出品に対して高い関税を課せられる状況にありますが、当社の三つのセグメントとも海外売上比率が比較的低いため直接の影響は大きくないと見えています。一方で米国の関税政策は世界経済全体に波及効果があり、為替や原材料価格、国際的なサプライチェーンにも影響を及ぼし、当社の収益力の低下につながる可能性があります。こうした間接的なリスクは十分に考慮すべきと認識しています。そのため当社としては、直接影響は限定的ですが、環境変化には敏感に対応するという姿勢の下で各国の動向を継続的に注視しながら、必要に応じた調達・販売面での対応を検討していきます。

以上