

タカラスタンダード株式会社 会社説明資料

証券コード
7981

2025年8月20日

水まわりって、大切だから

Takara standard



1

事業概要

2

特徴・強み

3

取組み施策

4

業績と株主還元の状況

5

トピックス

独自素材「高品位ホーロー」を使った製品を展開する総合住宅設備機器メーカー

社名	タカラスタANDARD株式会社
本社	〒536-8536 大阪府大阪市城東区鳴野東1丁目2番1号
創業	1912年（明治45年）5月30日
代表取締役社長	小森 大
資本金	263億56百万円
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：7981）
業績	売上高 : 2,433億円 営業利益 : 156億円 (2025年3月期)
従業員数	6,560名（2025年3月末現在）

主な事業内容

総合住宅設備機器の製造・販売



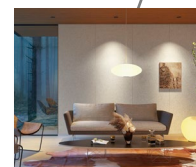
キッチン



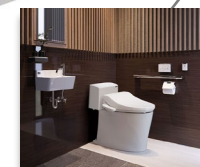
浴室



洗面化粧台



ホーロー壁装材



トイレ

(2026年3月販売終了予定)



給湯機

1912年にホーローのパイオニアとしてスタート。その後、世界最初のホーローキッチンの開発に成功するなど、100年以上ホーローとともに歩んでまいりました

1912年
“日本エナメル株式会社”設立
ホーロー鉄器の製造・販売を開始

1957年
ステンレスシンクの
プレス成型に成功



1962年
ホーローキッチンの
製造を開始
世界初



1971年
“タカラスタANDARD株式会社”に
社名変更



1973年
東京証券取引所
市場 第一部上場

1982年
ステンレス一体型
ユニットバスを商品化



1985年
ホーローシステムキッチンを商品化



1985年
ホーロー壁装材
「エマウォール」発売

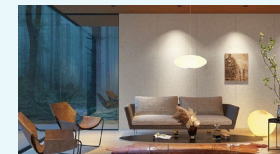


1999年
ぴったりサイズシステムバス発売



2015年
ホーローインクジェット印刷技術を開発

2016年
「エマウォール インテリアタイプ」発売



2022年
創業110周年



2023年
ホーロー3Dインクジェット
印刷技術を開発
世界初

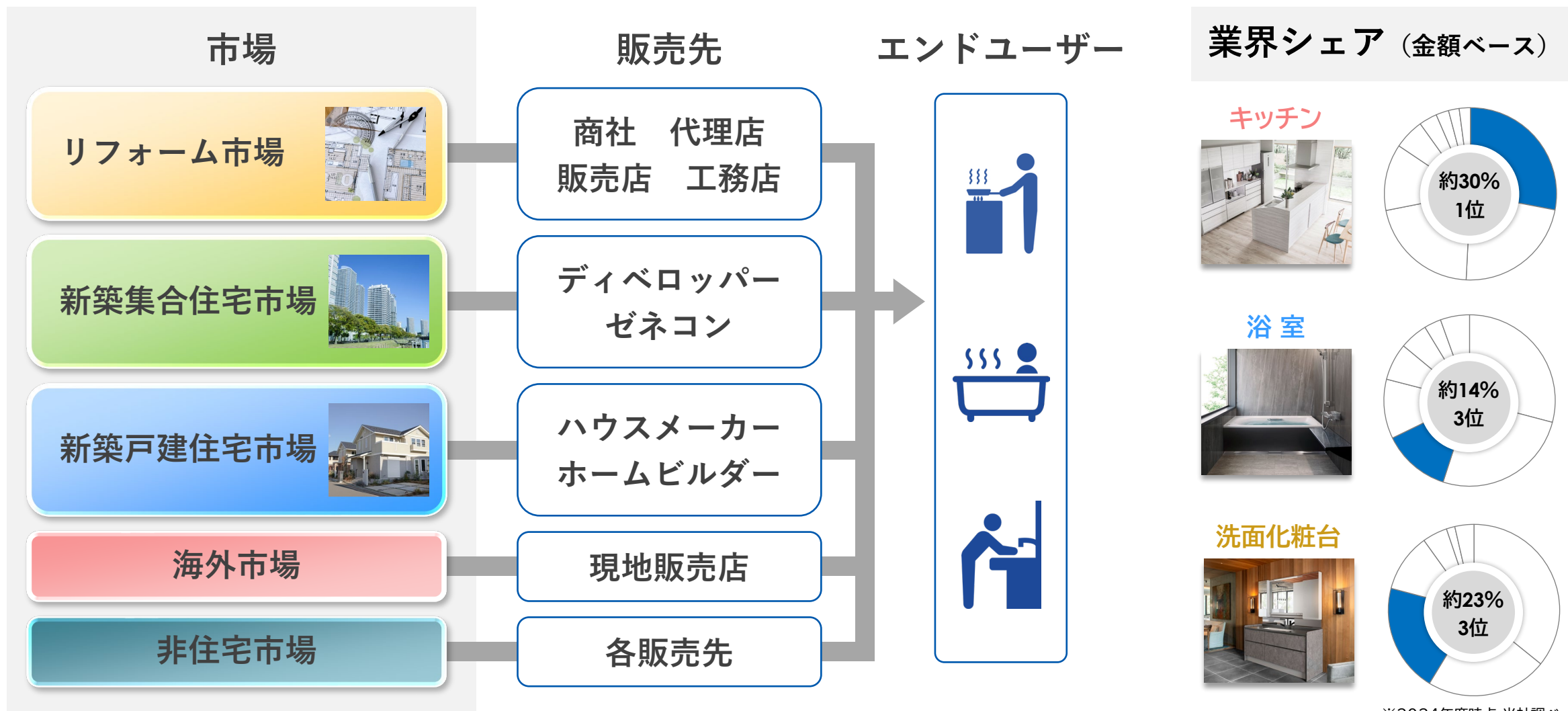
売上高推移



『より快適できれいな暮らしに貢献する』という創業者の想いを受け継ぎ、
これからもその実現を追い求めていく



リフォーム市場、集合住宅市場、新築戸建市場を中心に事業を展開。
海外での展開や、ホーロー壁装材による非住宅部門にも注力



1 事業概要

2 特徴・強み

3 取組み施策

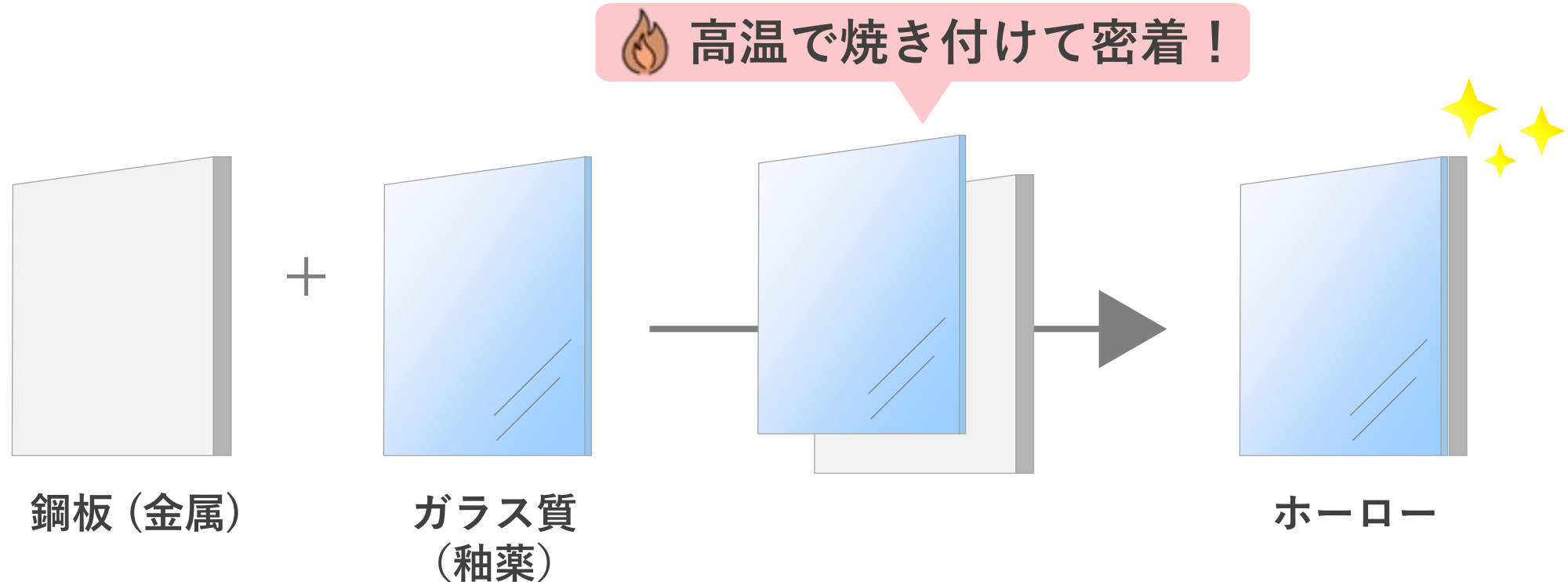
4 業績と株主還元の様況

5 トピックス

ホーローとは？

金属の表面にガラス質の釉薬を焼き付けた複合材料。

金属の強さとガラスの美しさなど、それぞれの長所を最大限に活かした夢の素材です。



タカラスタンドードの独自素材「高品位ホーロー」

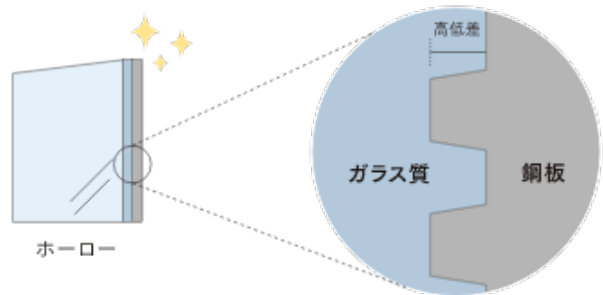
創業以来、「ホーロー」にこだわり、常に研鑽を続けてきました。
長年の経験と技術により、他社に追従を許さない高品質なホーローを独自に開発しました。

ホーローの品質を高めるポイント

POINT.1

2つの異なる素材の密着性

長年培ってきた加工技術と焼成技術により、
高い品質を実現



POINT.2

素材そのものの品質

鋼板

ホーローに最適な鋼板を専門
メーカーと共同開発

釉薬

色柄・光沢など、製品や用途に
合わせて当社独自の配合

特徴・強み①：「高品位ホーロー」の特徴

様々な特徴を持つ高品位ホーローの魅力で、より快適できれいな暮らしに貢献

お手入れカンタン



湿気に強い



キズに強い



熱に強い



マグネットが
使えて便利



ニオイも平気



有害物質を
発散しない



多彩な表現力



キッチン



洗面化粧台



浴室



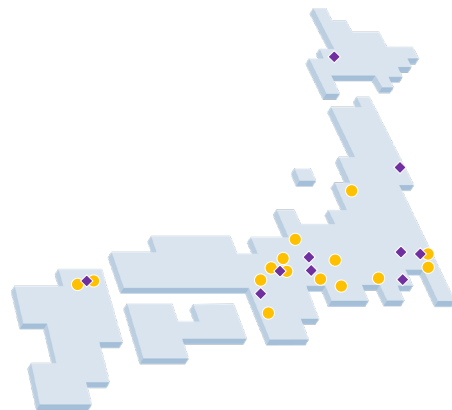
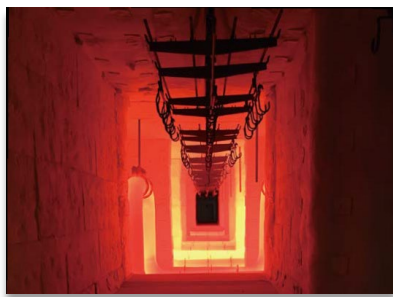
特徴・強み②：安定供給を実現する生産・物流体制

お客様のニーズに合わせた様々な製品を各地で生産、物流拠点を整備

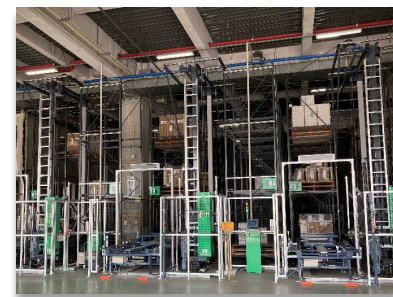
✓ 大規模物件に対応できる生産・物流能力

✓ 拠点の分散配置により、自然災害などのリスク回避

● 生産拠点 計 **15** カ所



◆ 物流拠点 計 **10** カ所

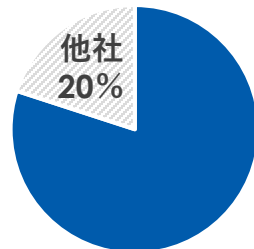


取引先から高い評価を獲得し、新築集合向けキッチン・洗面化粧台は高シェア



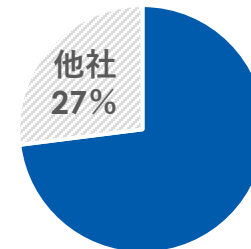
キッチン（台数）

当社 **80%**



洗面化粧台（台数）

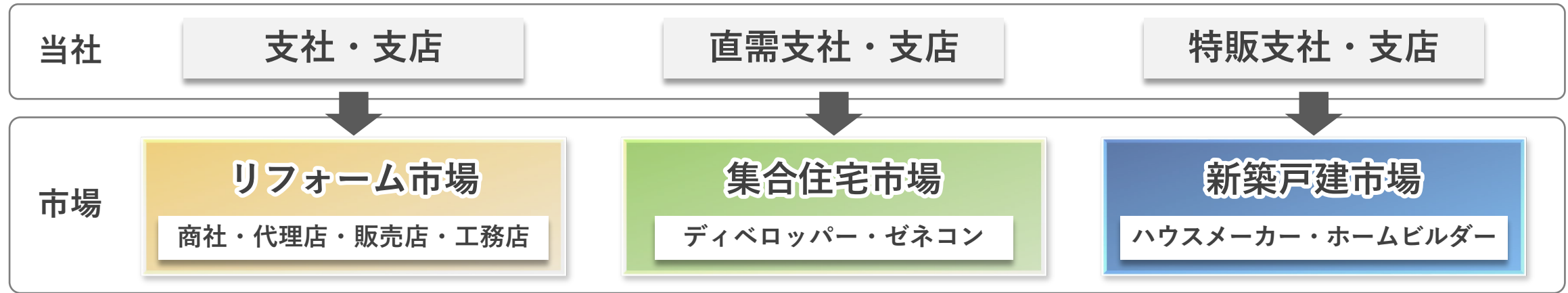
当社 **73%**



※新築集合住宅市場（分譲）における出荷台数シェア（2024年度 当社調べ）

特徴・強み③：専門の営業組織と業界最多のショールーム

各市場に対応した専門の営業組織を配置し、きめ細かな営業活動を実現



お客様が商品を「見て、触れて、納得」いただける地域密着型のショールームを展開

業界最多

全国47都道府県に
約160カ所



ホームページではリフォームの情報収集に役立つWEBコンテンツをご用意

Takara standard
パートナーショップ

当社と提携している高い実績と豊かな経験を持つ、リフォーム店が加盟する組織。水まわりリフォームのパートナーを探することができます。



1 事業概要

2 特徴・強み

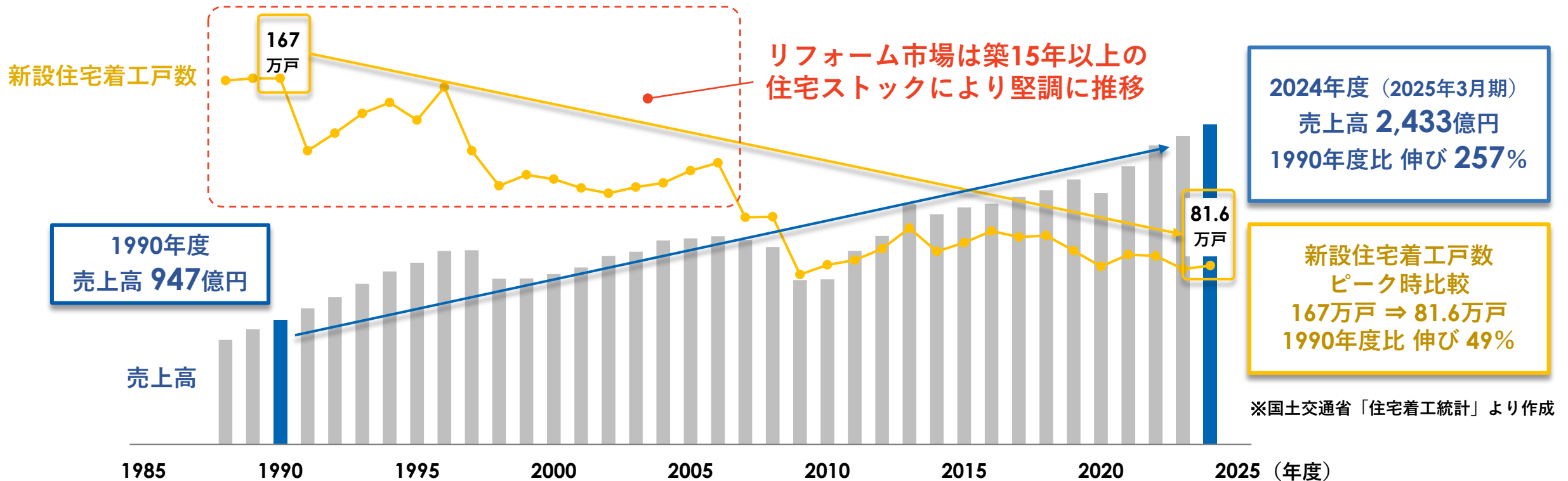
3 取組み施策（国内事業・海外事業・新規事業）

4 業績と株主還元状況

5 トピックス

新設住宅着工戸数と当社売上高の推移

1990年度から住宅着工数は**半減**したものの、当社の売上高は**2.5倍**に拡大



新築着工戸数は減少傾向

新築市場の縮小



住宅ストック数の増加

リフォーム市場は堅調に推移

国内事業 | 水まわり市場における成長の道筋

- 豊富な住宅ストックを背景に市場成長が見込まれる リフォーム市場の売上構成比を高めるていく。
- 縮小が見込まれる新築市場は、高いシェアを持つ新築集合向けの 浴室の拡販によって売上の維持を目指す。

売上高：2,700億円

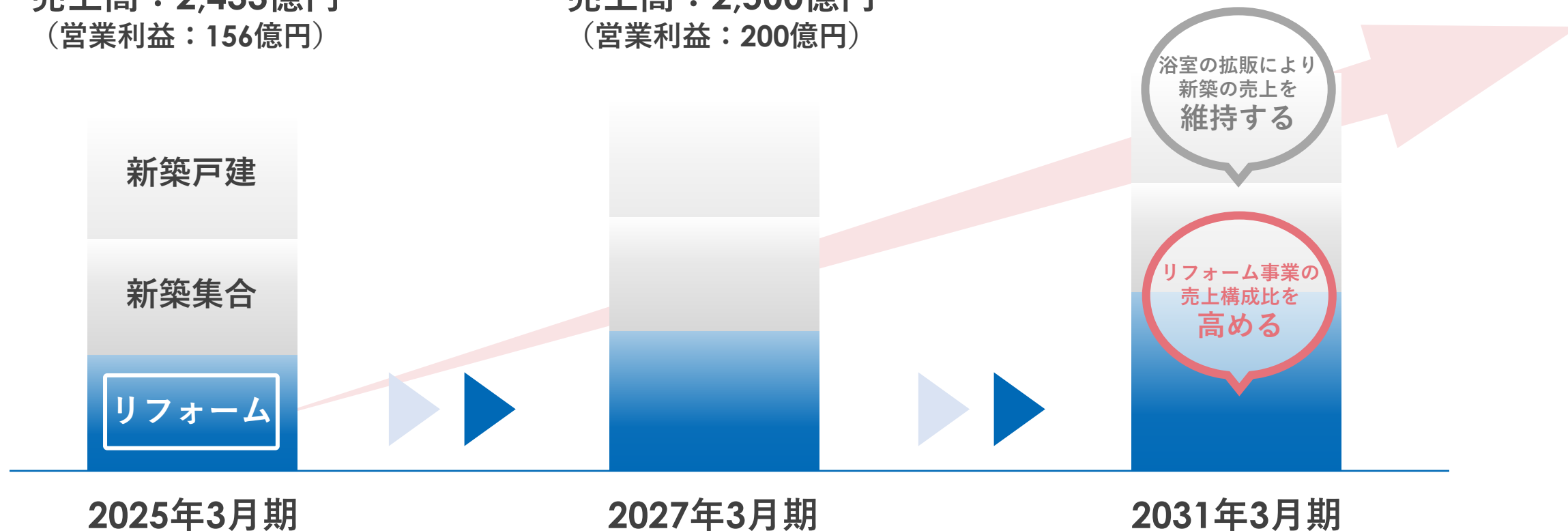
(営業利益：270億円)

売上高：2,433億円

(営業利益：156億円)

売上高：2,500億円

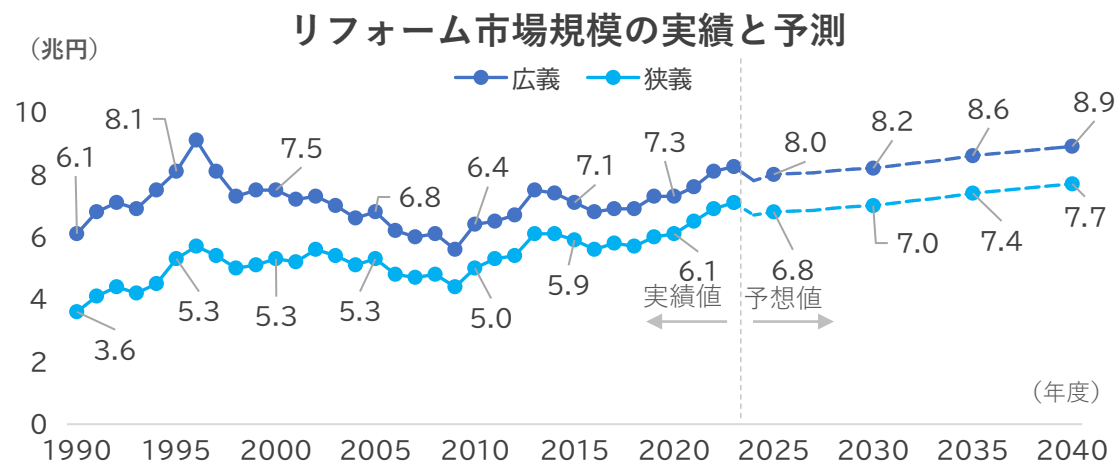
(営業利益：200億円)



市場規模 (2024~2040年の予測)

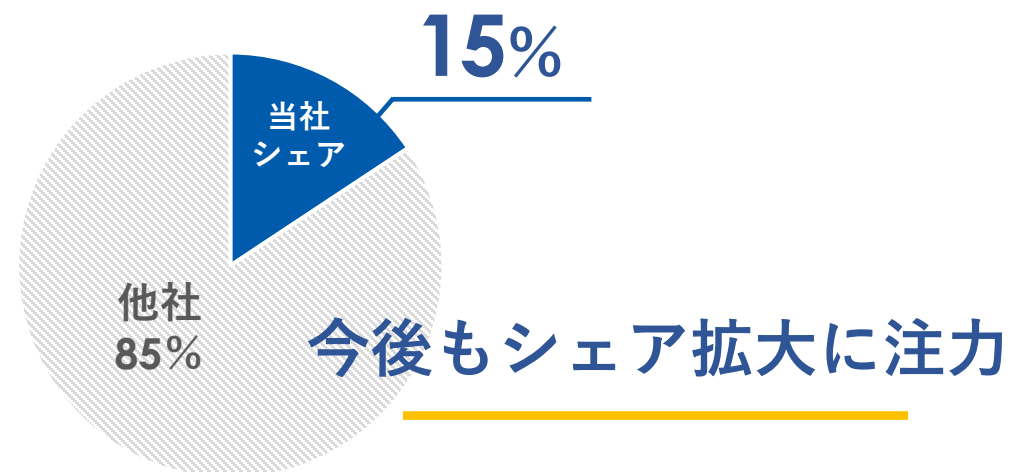
リフォーム市場は堅調に推移すると予測

※出典:野村総合研究所のデータ(2024年)をもとに当社作成



市場シェア

キッチン・浴室・洗面化粧台の売上金額に占める構成比
(2025年3月期・各社決算公表数字より 当社調べ)



主な取り組み

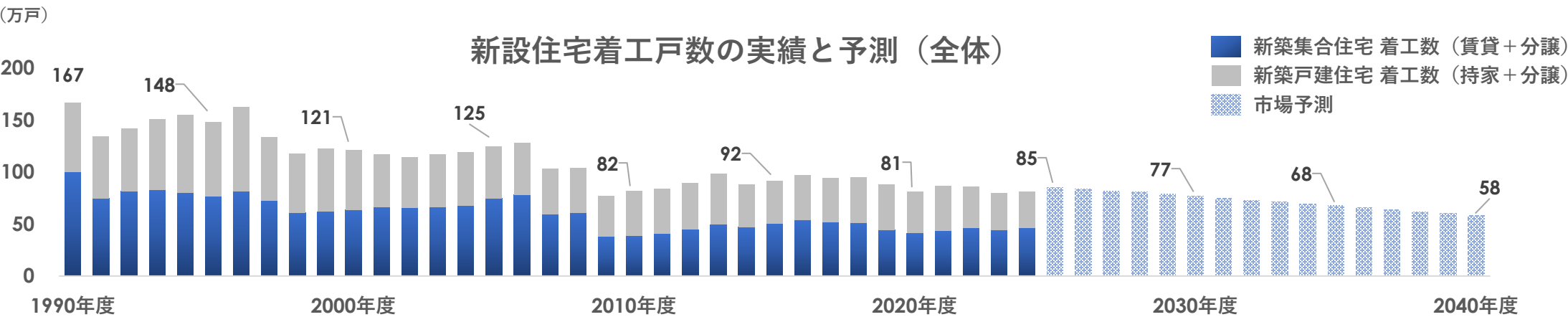
リフォーム主力プレイヤー
への販路拡大

都市部でのマンションリフォーム
(フルリノベーション)
専門部署の設立

リフォーム向け商品の強化
・リフォームに適した構造への見直し
(取り付けやすく、運びやすく)

新設住宅着工戸数（2025～2040年の予測）

人口減少（世帯数減少）に伴い、新築市場は縮小 ※出典：野村総合研究所のデータ（2024年）をもとに当社作成



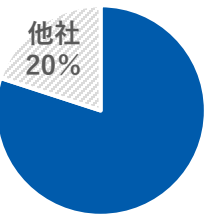
新築集合住宅市場における機種別シェア

圧倒的なシェアのキッチン、洗面化粧台に対し、後発の浴室のシェアは拡大の余地が大きい。



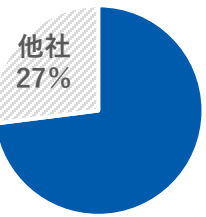
キッチン・洗面化粧台の営業力・提案力とホーローパネルで差別化された独自の浴室を武器にシェアを拡大し、市場縮小の中、売上の維持を図る。

当社 80%



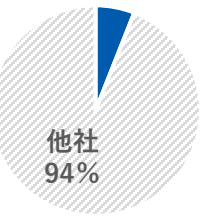
キッチン（台数）

当社 73%



洗面化粧台（台数）

当社 6%



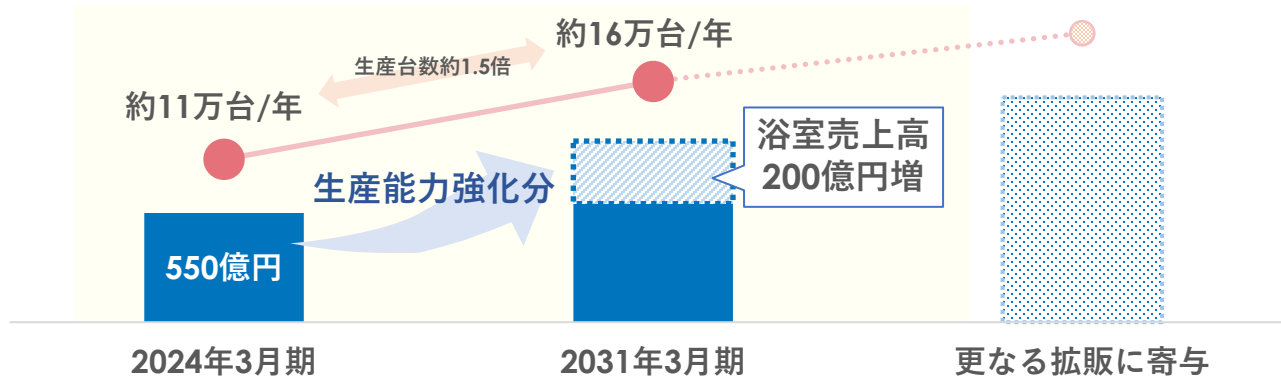
浴室（台数）

※新築集合住宅市場（分譲）における出荷台数シェア（2024年度 当社調べ）

リフォーム及び新築市場での
浴室の販売を強化する為、福岡工場へ成長投資

国内事業 | 福岡工場の投資計画（浴室生産能力の向上）

- ・ 2028年4月以降に新棟の本格稼働予定（投資額 約400億円）
- ・ 生産能力の増強： ホーロー浴室パネル生産台数 約1.5倍（24/3期比）
- ・ 2031年3月期には、売上高200億円増を見込む



福岡工場 新棟 完成予定図

- ・ 最新設備を導入し、生産性向上・収益力強化。更なる利益成長を図る

生産革新

- ・ 工程間自動搬送・自動仕分け
- ・ デジタル活用（製造実行システム（MES）、画像検査）
- ・ 合理化設備の導入（ロボット化、工程短縮）

サステナビリティ

- ・ 焼成効率アップ（高性能バーナー、断熱性アップ、廃熱利用）
- ・ ホーロー釉薬の再利用

システムバスの競争力・商品力強化

- ・ 生産リードタイム短縮
- ・ 省人化（約4割削減）
- ・ 品質向上、トレーサビリティ強化
- ・ 省施工化（現地作業の削減による施工時間短縮）
- ・ デザイン性の高いインクジェット柄の生産強化

エネルギー使用量削減・環境負荷低減

- ・ CO2削減
- ・ リサイクル率アップ

上記の効果に加え、ホーロー工場全体の生産能力向上を図り、海外での売上拡大にも繋げる



大胆な大理石柄



豊かな木目柄



マテリアルミックス
大理石柄 × タイル調柄

1 事業概要

2 特徴・強み

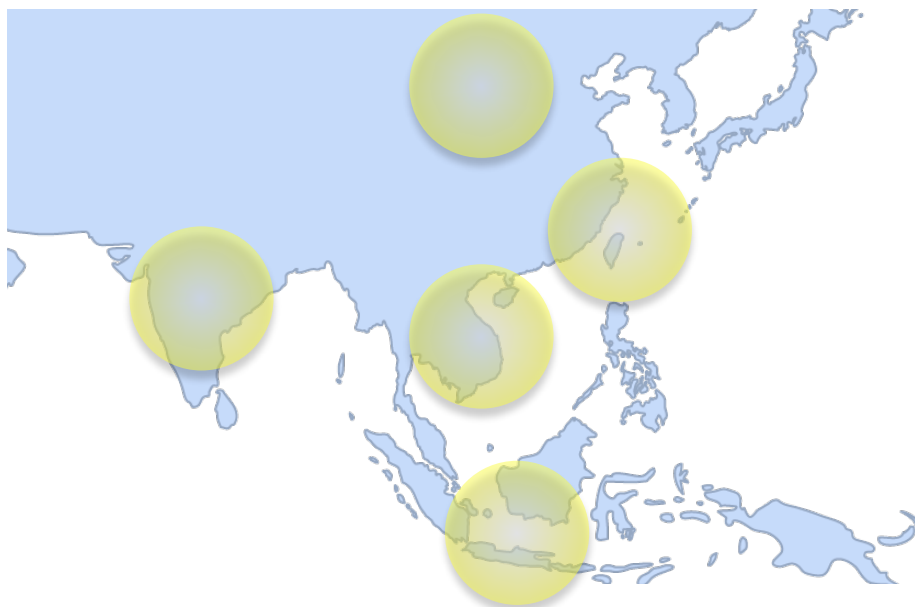
3 取組み施策（国内事業・**海外事業**・新規事業）

4 業績と株主還元の様況

5 トピックス

2024年4月 グローバル事業本部を新設 「Takara Global Vision2030」を掲げ、 日系キッチンブランド“グローバルトップリーダー”を目指す

各国で販売代理店網の構築・拡大を推進



従来から取り組んでいる台湾・中国・ベトナムに加え、インドネシア・インドへの進出を図る。

海外での認知度向上のため、現地の展示会に出展

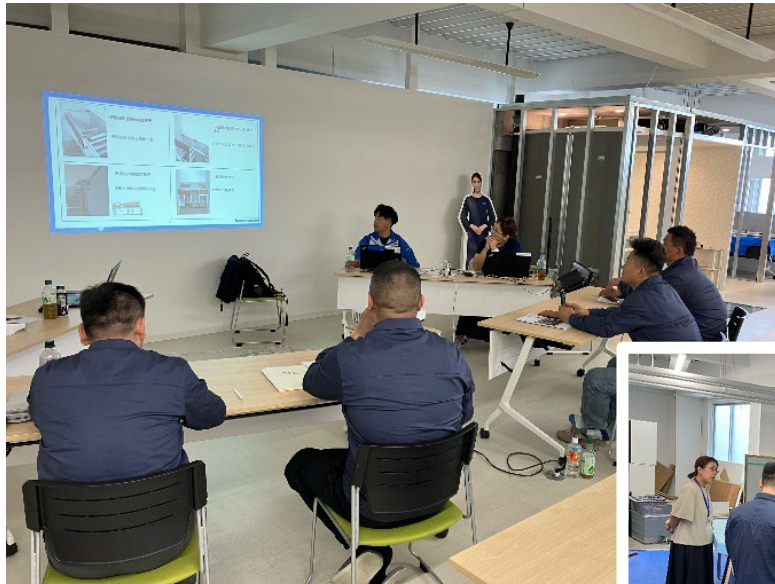


インドで開催された
アジア最大級の建築系展示会
「Economic Times ACETECH展」
(2023年12月・2024年10月)



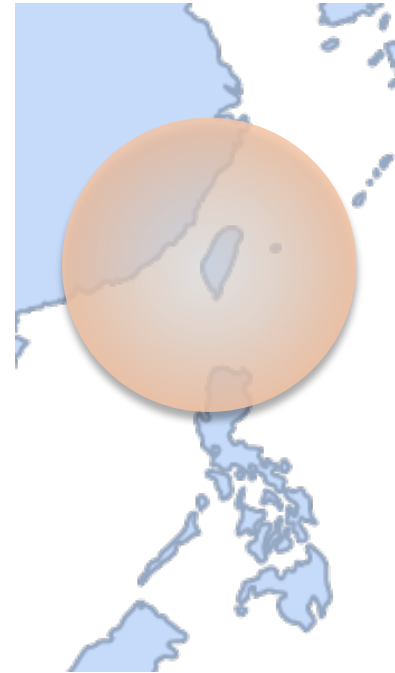
インドネシア最大の
建材・建築・インテリアの展示会
「Indo Build Tech Expo」
(2024年8月)

〔24年10月〕 海外施工研修センター開設



墨田テクニカルベースに海外向け研修センターを開設。
オープン以来、中国・台湾の代理店を対象に4回の研修を実施し、20名の施工エンジニアが参加。

〔25年4月〕 初の海外拠点：台湾支店を設立



- ・ 現地代理店フォローと関係強化
- ・ スピーディーな情報収集と分析
- ・ ホーロー認知度の向上

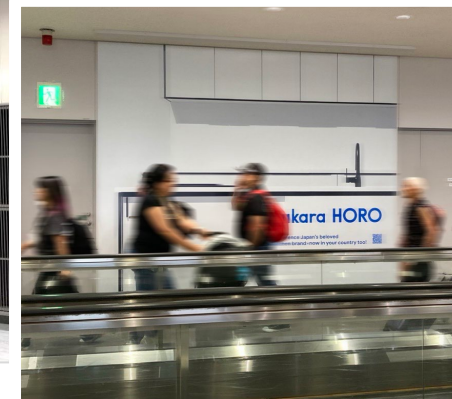
海外専用コミュニケーションタグラインを策定



HORO
YOUR
LIFE

中国・台湾にてSNS公式アカウントを開設

成田空港第一ターミナル（出発ゲート・到着ゲート）に
大型広告看板を掲示。
訪日外国人の認知度拡大を図る。



売上高目標 2031年3月期 **100**億円

1 事業概要

2 特徴・強み

3 取組み施策（国内事業・海外事業・新規事業）

4 業績と株主還元状況

5 トピックス

2025年1月 ビジネスディベロップメント本部を新設

マテリアル事業部

パネル事業部

新規事業企画グループ

自社の経営資源（アセット）を外部で活用
社外と積極的な連携をし、新ビジネスを創出していく

2025年1月 ビジネスディベロップメント本部を新設

マテリアル事業部

パネル事業部

新規事業企画グループ

産学連携により新たな分野へのチャレンジし、フリットを生かした新商品を展開

ファイン
セラミックス



サブミクロン
粒子技術

微細な粒子を製造・
加工し、材料の高密
度化や均一化を実現

フリット
(ホーロー原材料)

宇宙・光学領域

電子領域

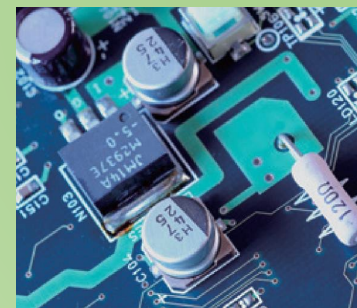
歯科領域



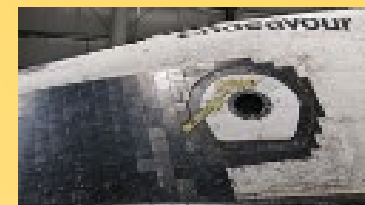
ホーローの原材料の
フリットをさらに進化



▲ 義歯
(コンポジットレジン)



▲ 焼結助剤（接着）
として電子部材へ
応用



▲ 光学用部材
宇宙用部材

2025年1月 ビジネスディベロップメント本部を新設

マテリアル事業部

パネル事業部

新規事業企画グループ



非住宅向け建材（内装・外装のホーローパネル）

販路開拓

- ・ 民間施設への採用
- ・ アートとのコラボレーション

地域ごとの物件への採用



アパホテルのゲート

劣化しないホーローが
高い評価を獲得



大阪・関西万博のステージやトイレに採用



アート作品

現代美術作家・ヤノベケンジ氏
とのコラボレーション

2025年1月 ビジネスディベロップメント本部を新設

マテリアル事業部

パネル事業部

新規事業企画グループ



Takara standard



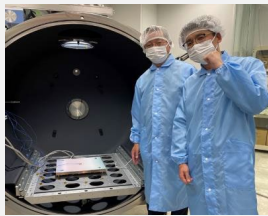
当社の成長を加速させる協業企業



新規事業ビジネスマッチングを実施

<2024年度は事業アイデア3件の実証実験を選定し推進>

- ・宇宙: ホーロー環境性試験（ベンチャー企業と共同実験）
- ・サブスク: 家事代行サービス（協業で事業化PoC推進）
- ・サブスク: ホーローキッチンサブスクサービス（事業スキーム構築）



▲ホーローの熱真空テスト

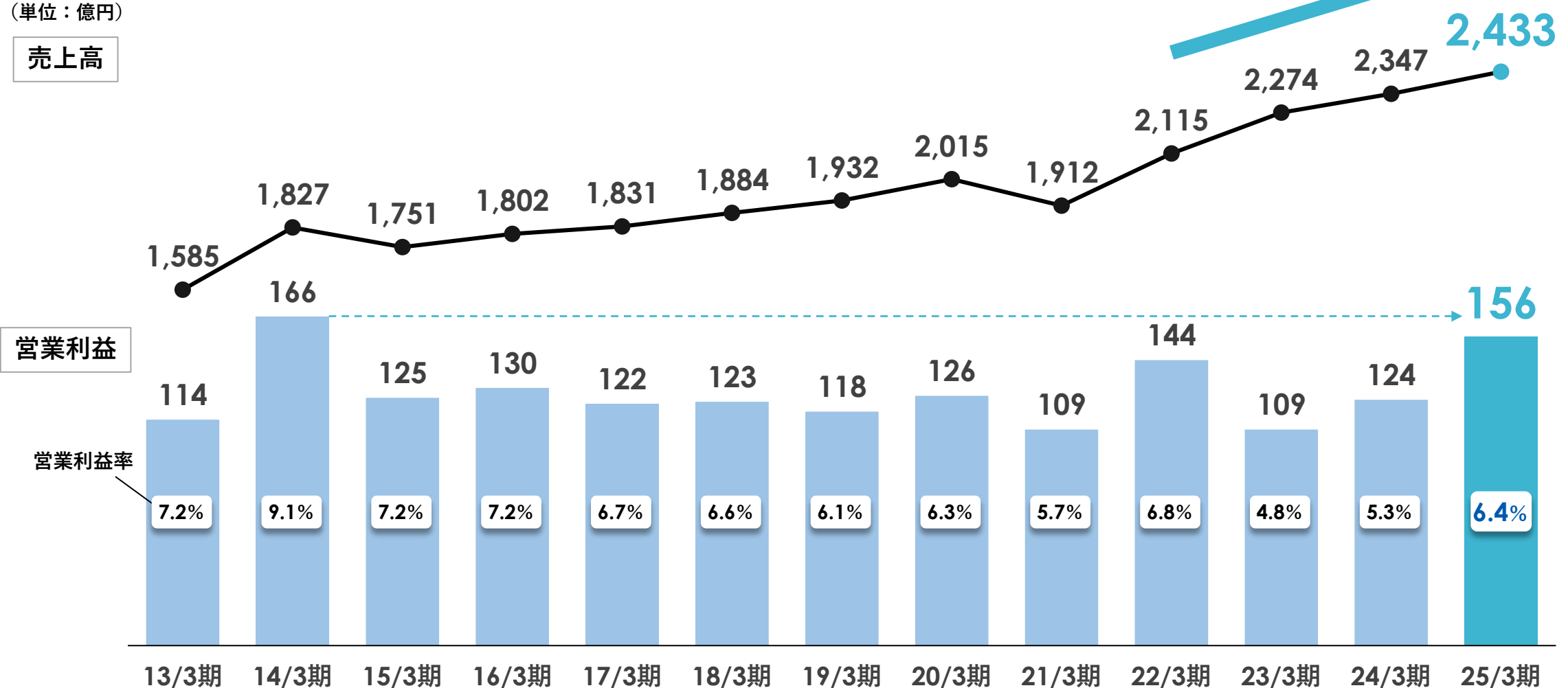
その他、人々の豊かな暮らしをアップデートできる隣接市場との取り組みを模索し
当社の技術アセットを起点とした129件の新規事業アイデアを創出

事業ドメイン

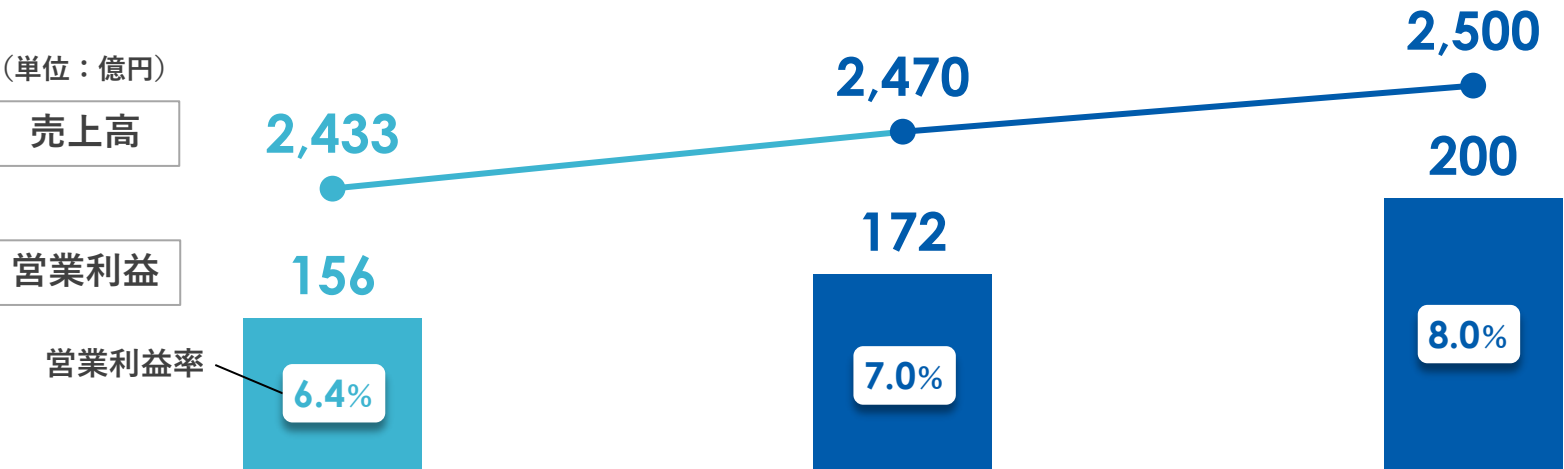
テクノロジー事業 (ホーロー、ガラスフリット、射出成型技術)		ウェルネス事業 (ホーロー、アクリル人造大理石)		地方創生事業 (ショールーム、自社顧客)	
↓		↓		↓	
参入市場		参入市場		参入市場	
宇宙	23件	医療	26件	知育	9件
農業	27件	ペット	34件	サブスク	2件
		葬祭	8件		

- 1 事業概要
- 2 特徴・強み
- 3 取組み施策
- 4 業績と株主還元の状況**
- 5 トピックス

売上高は4期連続で過去最高を更新、営業利益は過去2番目の水準



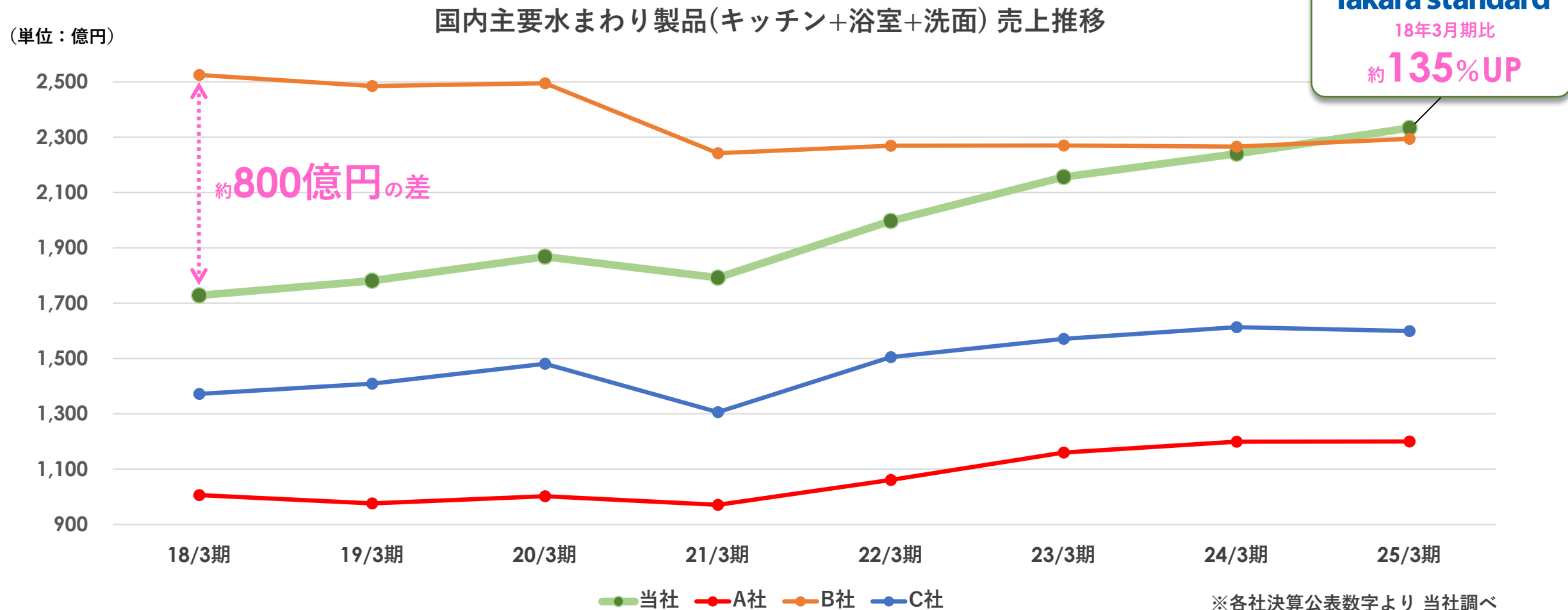
26年3月期、27年3月期ともに売上高・営業利益で過去最高を目指す



	2025年3月期 実績	2026年3月期 予想	2027年3月期 目標
売上高	2,433億円	2,470億円	2,500億円
営業利益	156億円	172億円	200億円
営業利益率	6.4%	7.0%	8.0%
ROE(自己資本利益率)	5.8%	6.7%	8.0%

【2025年5月公表】持続的な企業価値の向上に向けて、投資家・株主との対話も踏まえ、2027年3月期におけるROE目標を7%から8%に変更。長期的には、ROE10%以上を目指す。

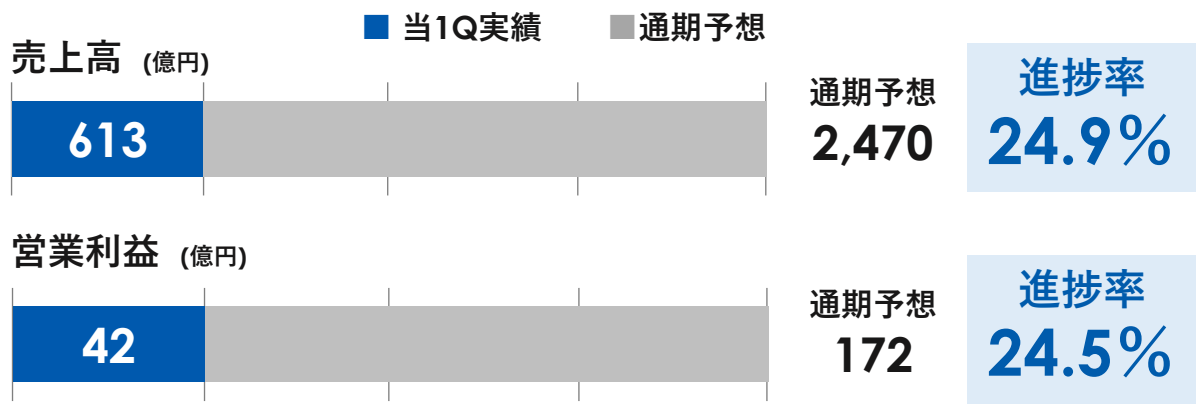
2025年3月期はキッチン+浴室+洗面化粧台の合計金額 業界 No1 を達成



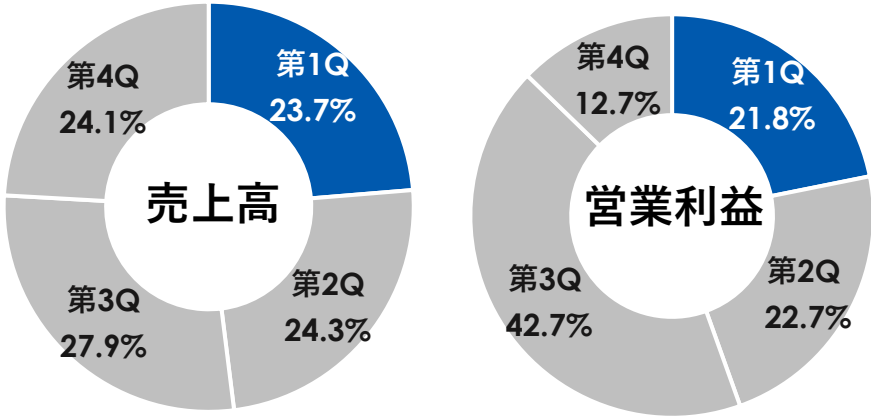
売上高は1Qとして過去最高を達成、営業利益は前期比35%超の伸び。

	2026年3月期 1Q 実績	増減率
売上高	613億円	+ 7.1%
営業利益	42億円	+ 35.8%
営業利益率	6.9%	+ 1.5P

業績予想進捗率



(参考) 四半期別業績構成比 (過去5年平均)



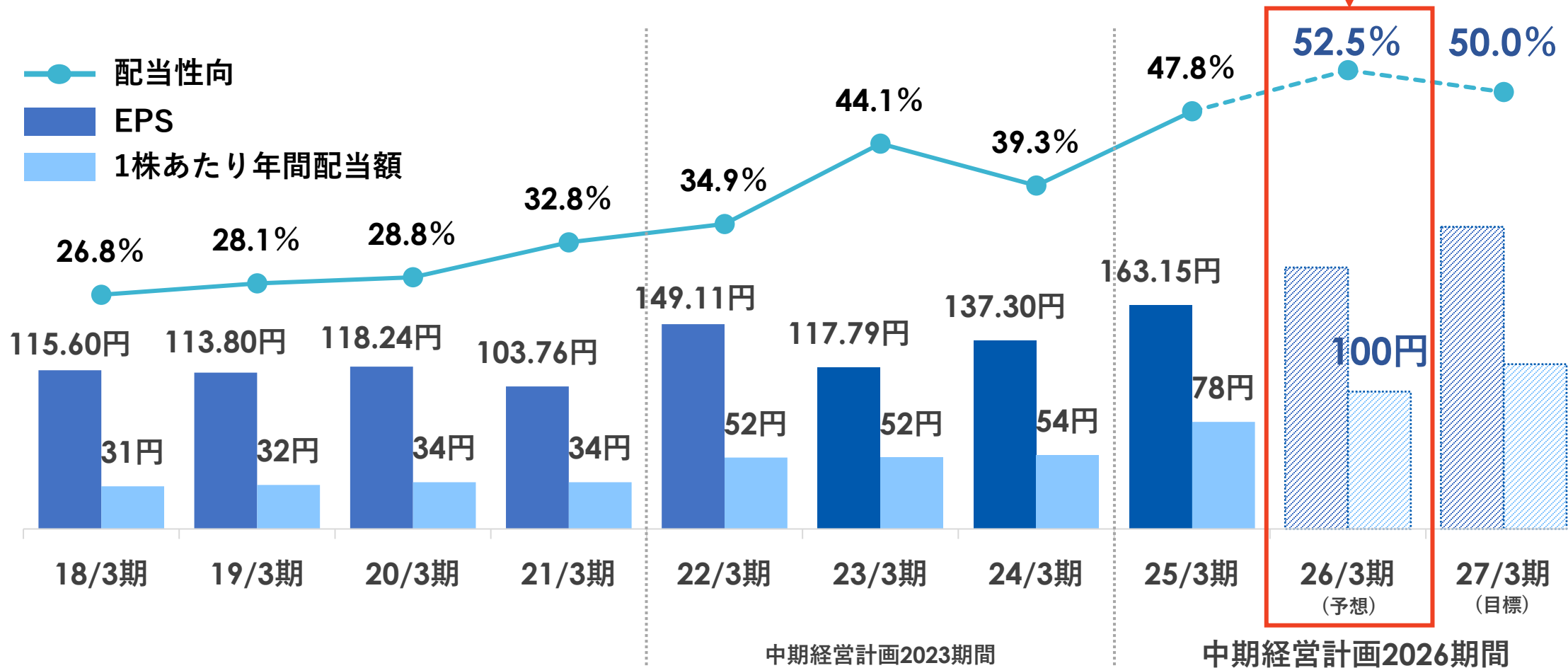
2027年3月期のROE8%の実現に向けて、株主還元方針をより積極的な内容に改定

株主還元方針		新株主還元方針
株主還元方針	配当金	配当性向50% (現中計期間3年総額 約200億円) 利益成長に伴う累進配当
	自己株式取得	26/3期～27/3期 約220億円の取得 (現中計期間3年総額 約240億円)
株主還元の考え方		持続可能な成長基盤の構築に向けて、成長投資や経営基盤強化等に資本を積極的に配分するとともに、財務の健全性を維持しながら、株主還元の充実を図る 現中計期間においてROE8%実現に向けて、配当に加え自己株式の取得による株主還元も積極的に活用する

中計2026終了(2027年3月期)以降については、その時点での財務状況や投資案件によるものの、2031年3月期の**KPI(ROE10%)**や**株価向上**を強く意識して決定

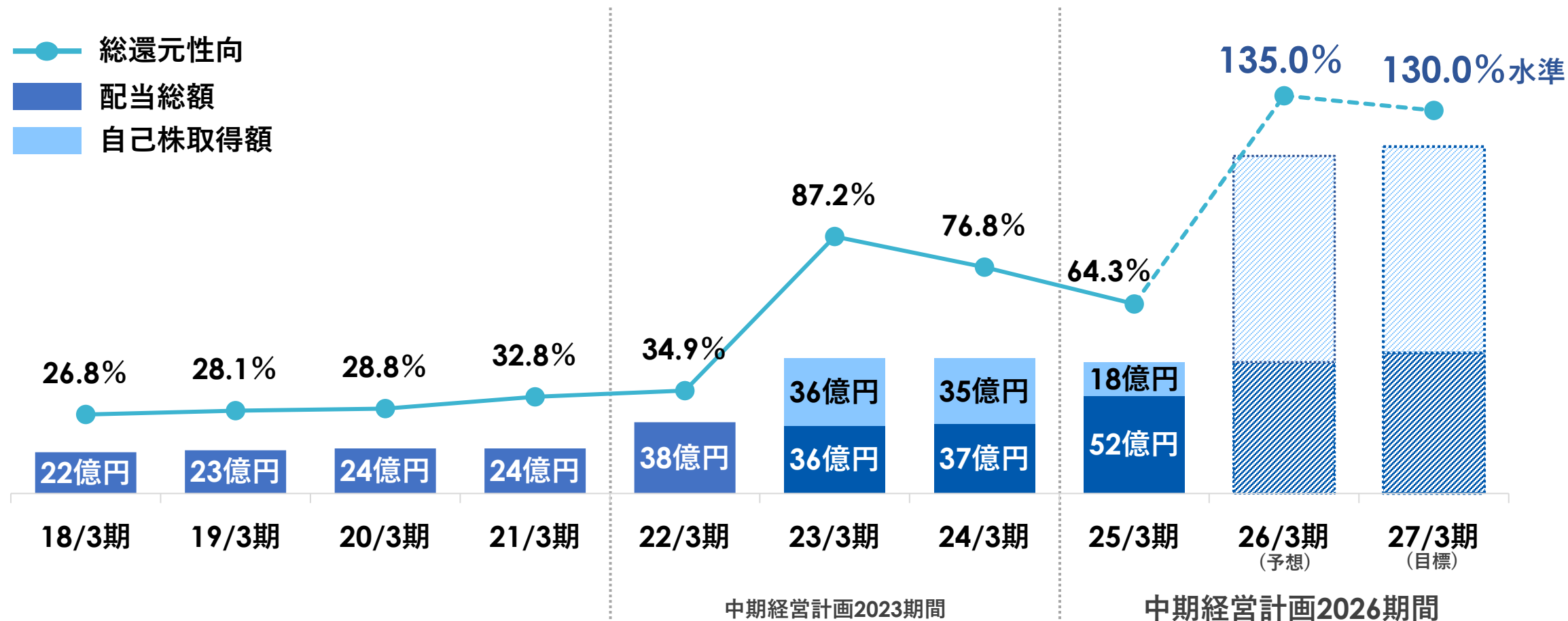
株主還元：配当性向

- ・ 当社では従前から安定配当を基本に、記念配当を除き現在まで33期連続で減配なし
- ・ 26年3月期の年間配当額は100円を予想（中間50円、期末50円）
- ・ EPS成長を続けながら、今後も直接的な株主還元を強く意識していく



株主還元：総還元性向

- ・ 前中期経営計画期間から自己株取得を推進し、総還元性向は高水準で推移
- ・ 目標ROE8%の達成、更には早期のPBR1倍クリアに向け、更に加速
- ・ 26/3期および27/3期は、純資産の縮減に向け、総還元性向の目標を130%水準に設定



早期のPBR1倍に向けて、利益成長・財務戦略の取り組みを加速していく



- 1 事業概要
- 2 特徴・強み
- 3 取組み施策
- 4 業績と株主還元の様況
- 5 トピックス**

ESGの取組みを通じて、中長期的な企業価値の向上を目指します

E（環境）

- 当社の独自素材「高品位ホーロー」はサステナブル素材
- 2030年度 CO2排出量削減目標 [2020年度比30%削減]
- 社屋に太陽光設備を設置し、環境と省エネルギーに配慮



S（社会）

- 様々な子育てサポートで女性が活躍できる環境づくりを実現
- こどもたちの心を育てる「こころの劇場」協賛
- 障がい者アートを活用したノベルティ展開



G（ガバナンス）

- プライム市場上場企業として、健全な企業経営につながるガバナンス体制の強化
- IR活動を通じて、幅広いステークホルダーとの建設的な対話を実施



当社が考えるSDGsを
ホームページで公開中。

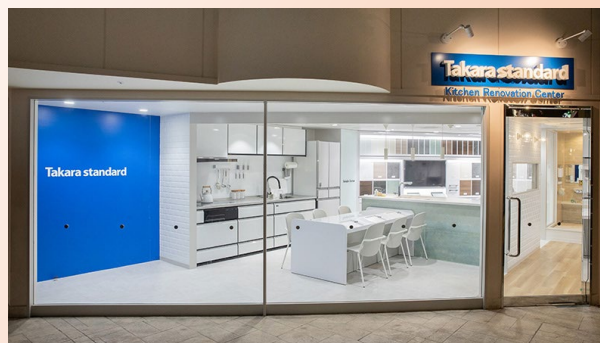


こども未来プロジェクト ～ こどもの未来を創る取り組みを推進 ～

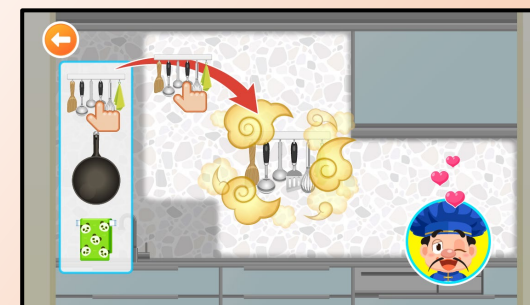
子どもたちの心を育てる
「こころの劇場」協賛
(2021年～)



「キッザニア甲子園」で
モノづくりの楽しさを体験
(2022年～)



知育アプリ「ごっこランド」
リリース
(2025年)



こども未来プロジェクト ～ こどもの未来を創る取り組みを推進 ～

「こども食堂」「児童養護施設」のキッチンリフォームを支援
業界で初めてキッチンを寄贈



土屋太鳳さん出演、宮崎美子さんを迎えたテレビCM放映中



CMのテーマは「人生これから」、CM内では、60歳を過ぎてから、YouTubeや料理やボルダリングなどさまざまなチャレンジをしながら人生を楽しんでいる宮崎さんが、より人生をより前向きに楽しく快適に過ごすためにリフォームをしよう！とショールームに訪問。楽しく会話をしながら、リフォームのニーズを引き出し、リフォーム後の健やかで快適な暮らしをイメージさせる土屋さんの姿などが描かれています。

本日のまとめ

① 事業内容

- ◎ 創業以来、ホーローとともに歩み、成長を続ける総合住宅設備機器のトップメーカー
- ◎ 主力製品はキッチン・浴室・洗面化粧台
- ◎ 事業展開の中心は、リフォーム市場、集合住宅市場、新築戸建市場
- ◎ 海外での展開や、ホーロー壁装材による非住宅部門にも注力

② 特徴・強み

- ◎ ホーロー技術のリーディングカンパニー ⇒ 独自素材「高品位ホーロー」
- ◎ 大規模物件に対応できる生産・物流体制の構築により、高いシェアを獲得
- ◎ 各市場に対応した専門の営業組織を配置し、きめ細かな営業活動を実現
- ◎ 業界最多 全国約160ヶ所に地域密着型のショールームを展開し、商品力を訴求

③ 取組み施策

- ◎ リフォーム市場・新築市場でのシェア拡大を図り、変化する市場環境に対応
- ◎ 浴室の拡販に向けて、福岡工場に400億円の成長投資を実施
- ◎ 海外事業・新規事業の展開を通じて、事業領域を拡大

④ 業績と株主還元

- ◎ 2026年3月期も増収増益を見込み、売上高は5期連続で過去最高の予想
- ◎ 株主還元方針は累進配当（配当性向 50%水準）、2年総額 約220億円の自己株式取得を予定
- ◎ 現在の株価での配当利回りは約4%、今後も利益成長を目指し、株主還元の充実を図る

⑤ トピックス

- ◎ ESGの取組みを通じて、中長期的な企業価値の向上を目指す
- ◎ こどもの未来を創る取り組みを推進
- ◎ テレビCMによるブランディング展開

< IRお問い合わせ先 >

タカラスタANDARD株式会社
管理本部 IR部

TEL 06-6180-6677

E-mail ir@takara-standard.co.jp

水まわりって、大切だから

Takara standard

本資料は、2025年8月20日現在の計画に基づく予測が含まれています。これらの計画と予測は、リスクや不確定要因を含んだものであり、実際の業績が当社の計画と異なる結果となる可能性があります。