

Living Standard
Ethical Standard
Quality Standard



ホーローのパイオニアとして、タカラスタンドールが事業をスタートしたのは1912年のこと。創業以来、ホーローにこだわり、1962年には世界初となるホーローキッチンの開発に成功しました。これまでホーローの技術を磨き続け、快適な水まわりを提案する住宅設備機器総合メーカーとして業界をリードするまでに成長を遂げることができたのも、皆さまの心地よい暮らしを実現したいという想いがあったからです。

昨今の当社を取り巻く状況は、アフターコロナによる生活習慣の変化や、地政学リスクの波及による市場の変化、脱炭素化やデジタル分野における技術開発の加速などと多方面にわたります。このような複雑な時代に向き合い、私たちが進む方向をステークホルダーの皆さまに指し示すための新たな一歩として、本年度より統合報告書を発行することとしました。

本冊子をきっかけに当社への理解を深めていただけてだけでなく、ステークホルダーの皆さまとより深く対話ができる場とすることも大きな目標の一つ。そして、それが持続可能な社会と新たな価値創造につながると考えています。今回、スタート地点に立った私たちの取り組みはまだ道半ばではありますが、企業としての成長と持続可能な社会の実現を目指し、歩みを進めてまいります。「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いだ、私たちの挑戦はこの先も続きます。

当社の原点

より快適できれいな暮らしに貢献する

企業理念

タカラスタンドールにとって大切な3つの“Standard”

Living Standard（住生活水準）

タカラスタンドールは、「水まわり設備機器」と「ホーロー技術」の進化を通じて、より多くの人がより心地良い暮らしを楽しめるようにお手伝いします。

Ethical Standard（倫理規範）

タカラスタンドールは、「社会との調和」、「社員の幸せ」、「環境への配慮」を大前提に、持続的な利益成長の実現を目指します。

Quality Standard（品質基準）

タカラスタンドールは、お客様の「信頼」が最も重要な会社の資産であると考え、製品・サービスの品質向上をすべてに優先させます。

長期ビジョン

『ホーローと共に、光り輝く魅力ある企業へ』

「独自性」を追求し、特別な価値を提供する企業
「新たな事業領域」に挑戦し、顧客を創造する企業
「働きがい」「生きがい」のある企業
社会から「信頼・尊敬」される企業

- 1 目次・理念体系
- 3 事業概要
- 5 沿革
- 7 水まわりに最適な素材「高品位ホーロー」
- 9 トップメッセージ
- 13 価値創造プロセス・ビジネスモデル
- 15 リスク・機会分析
- 17 中期経営計画

事業ハイライト

- 19 既存事業の持続的成長
- 21 DXの取り組み
- 23 海外事業
- 24 オープンイノベーション
- 25 環境問題への取り組み
- 27 人的資本への投資

- 31 財務戦略
- 33 ガバナンス
- 35 取締役・監査役一覧
- 37 コミュニティへの貢献
- 37 SDGs 対応表
- 38 財務ハイライト（主要指標）

編集方針: 本誌はタカラスタンドールの企業活動に関する中で、特に株主・投資家の皆さまにとって重要度が高い情報をまとめ、価値創造のストーリーや未来への展望と併せてお伝えすることを目的としています。

対象範囲: タカラスタンドール株式会社

対象期間: 財務・非財務データの集計期間は特に記載がない限り、2023年度（2023年4月1日～2024年3月31日）です。活動内容については2024年度のものを含む場合があります。

参考にした基準
およびガイドライン: 国際統合報告フレームワーク（IFRS財団）、価値協創ガイダンス2.0（経済産業省）

見通しに
関する注意事項: 「統合報告書2024」の記載内容のうち、歴史的事実でないものは、将来に関する見通しおよび計画に基づいた将来予測です。これらの将来予測には、リスクや不確定な要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績などは、将来の記載とは異なる可能性があります。

事業概要

ホーローと共に、皆さまの暮らしを支えています

私たちはこれまで、ホーローを中心とした当社独自の技術で、新しい商品・市場を創り出し、多くの人々のより心地よい暮らしに貢献してきました。

これからもホーローの可能性を追求し、自由な発想とチャレンジ精神をもって「快適な生活、きれいな生活の実現」に貢献します。

会社概要 (2024年3月31日現在)

●社名: タカラスタンダード株式会社 ●本社所在地: 大阪府大阪市城東区鳴野東1-2-1 ●創業: 1912年(明治45年)5月30日
●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) ●従業員数(連結): 6,616名

売上高

2,347億円

営業利益

124億円

営業利益率

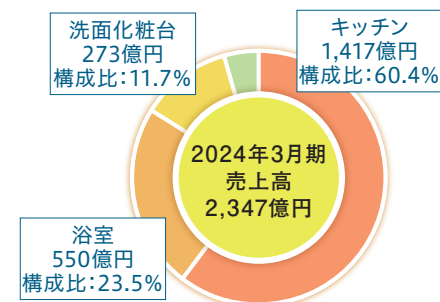
5.3%

ROE

5.2%

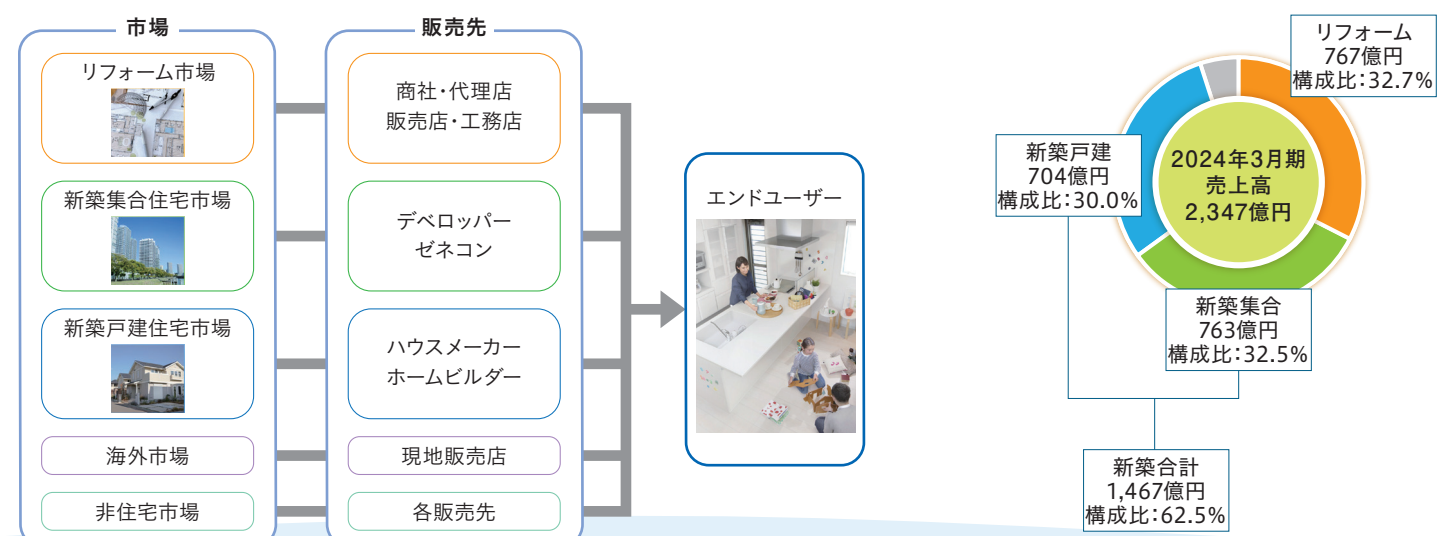
製品展開

幅広いラインナップで快適な暮らしを実現。



市場・販売チャネル

リフォーム市場、新築集合住宅市場、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。



創業

112年

1912年5月(明治45年)設立。世界初のホーローキッチンを開発するなど、よりよい暮らしの提供に貢献してきました。

国内ショールーム数

161ヵ所

実際に商品を見て触れて納得してご購入いただくためにショールームをご用意しています。直接お話しできる場を大切にしています。



生産拠点

15ヵ所

物流拠点

10ヵ所



生産拠点15ヵ所、物流拠点10ヵ所を有しており、マンションのように短期間に大量の納品が必要となる大規模物件にも対応できる体制をとっています。拠点を各地に分散することにより、自然災害などのリスク回避も行っています。安定供給が可能な体制が市場で評価され、マンション向けシステムキッチンシェアは80%を誇ります。

新築集合住宅(マンション)キッチンシェア

約80%

従業員数

6,616名



従業員数は6,000名を超え、社員一人一人が持ち味を発揮し、一丸となって目標に向かって取り組んでいます。

女性管理職比率

5.2%

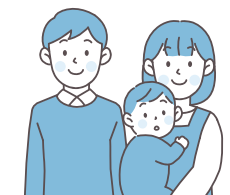
女性が活躍できる企業を目指し、積極的な育成と登用を図ります。全ての女性社員が安心して働き続けられる環境整備を目指します。

育児休暇取得率

男性 79.1%

女性 100%

子育てサポート「くるみん」認定企業。男性従業員の育児休業取得率も女性同様に100%を目指して取り組みを進めています。



従業員満足度

75.2%

多様性の確保、人財育成の強化、働きやすい環境づくりに努めています。働きがいを高めることで従業員満足度の向上を目指します。

CO₂排出量削減率

4.8%

持続可能な社会の実現に向け、事業活動における環境負荷低減、環境保全、環境汚染予防に取り組んでいます。

(2024年3月31日現在)

ホーローと共に挑戦し続ける、タカラスタANDARD

創業以来、ホーローにこだわり、常に研鑽を続けてきたタカラスタANDARD。

他社に追随を許さない、世界でも最高レベルの「高品位ホーロー」を武器に、

快適な水まわりをトータルに提案する住宅設備機器総合メーカーへと成長し、業界をリードし続けてきました。

その長い道のりにあったのは、経営陣、技術陣、営業陣のたゆまぬ努力と情熱。

お客さまの暮らしを見つめ、ホーローと歩んだ110年の軌跡をご紹介します。

1912▶

日本エナメル株式会社を設立。
ホーロー鉄器の製造・販売を開始



1962

世界最初のホーローキッチン
の開発に成功



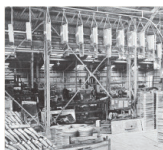
1970

日本万国博覧会に
タカラグループとして出展



1957▶

日本初のステンレス流し台の
プレス成型に成功。
「タカラ」の商標で製造・販売を開始



1950年代

「ステンレス流し台」の
製造・販売を開始

住宅建設ラッシュなどで受注が
増加するも次第に競争が激化。
他社が真似できない付加価値
のある製品づくりを目指し、長
年培ったホーロー技術を生かし
た流し台の開発を進めました。

売上高推移

1912年～

創業当時の
タカラスタANDARD

前身「日本エナメル」創設者
北畠安五郎は留学先のドイツ
でホーローに出会い、技師を日
本に招き、西欧に劣らないホー
ローの生産に成功。第一次世界
大戦により欧州からの販路が
途絶え、日本エナメルの独占状
態となり会社は成長しました。

1960年代

「ホーローキッチン」誕生

1962年、世界初の「ホーロー
キッチン」誕生。1967年には本格
的ホーローキャビネット流し台
「E型シリーズ」発売。斬新なデ
ザインで日本エナメルの独壇
場に。
耐久性や高級感が人気を集め
業界で不動の地位を築きました。

1970年代

消費者の目線を忘れず、
シェア拡大へ

ホーローキッチンのヒット、日本
万国博覧会への出展などにより
「タカラ」ブランドが浸透。
1971年、社名を「タカラスタANDARD
株式会社」へ変更。研究体制も
強化しホーローキャビネットの
カラー化に成功。世界のホーロー
学会からも注目を集めました。

1980年代

水まわりにこだわり、ホーローの
プロフェッショナルへ

この頃からホーローにより、水ま
わり分野で独自の市場を確立。
世間ではシステムキッチンが急
速に普及。「ホーローシステム
キッチンC型」をはじめシリーズ
商品を展開。
洗面化粧台、システムバスなど製
品アイテムを広げていきました。

1990年代

ホーロー技術のさらなる躍進

新開発「窯変ホーロー」の技術を
活用し1990年に部材型システム
キッチン「レミュー」を発売。工芸
品並の美しさを実現しました。
また、1992年発売の「ホーロー
キッチンパネル」は熱に強く、お手
入れがしやすいと大好評で、ホー
ローの可能性を広げた商品に。

2000年代

ホーローへの挑戦は続く

新設住宅着工戸数が減少傾向
をたどり、住環境ではデザイン
性、機能性、快適さなどの質の
高さが求められるようになる中、
当社はリフォーム市場に狙いを
定め、ホーロー製品をはじめと
するさまざまなリフォーム向け
製品を投入していきました。

2010年代

次なる100年を目指して

2012年、100年の節目を迎えた
タカラスタANDARDはこれから
も高品位ホーローという素材
を中核として、更なる商品力の強
化を図り、豊かな暮らしの創造
に努力してまいります。

2012▶

創業100周年
おかげさまで100周年

100

2007

カンタン取替ホーローシステム
キッチン「エマーユフラット」発売



2008

住宅用トイレ
「ティモニ」シリーズ
発売



2016▶

ホーローインクジェット技術の
開発に成功



2022

創業110周年



変わらないものを大切
にしながら、未来に向
けて「進化・変革」する
という思いを込めて、
110周年記念ロゴを
作成。

水まわりに最適な素材「高品位ホーロー」

お客さまにずっと「愛される」商品をつくるために
タカラスタANDARDが辿り着いた答え。
それが、ホーローを越えた「高品位ホーロー」。

ホーローは、汚れや湿気に強く、ニオイも付きにくい水まわり製品に最適な素材。
キッチンや浴室などの住宅設備機器は、高価なものだからこそ、
何年使っても、購入したときと変わらないキレイなままで使ってほしい。
そんな思いがあるからこそ、タカラスタANDARDでは
ホーロー素材にこだわった高品質な製品開発をしています。

さまざまな特長を持つ「高品位ホーロー」の魅力

ホーローだから叶う
10コの「うれしい」

強さと美しさ、さまざまな優れた特性で、
水まわり製品に理想的な素材である
「高品位ホーロー」。
その魅力をご紹介します。



1 お手入れカンタン

汚れが染み込まないので、
ずっとキレイが続く。



2 湿気に強い

染みやカビ、腐食などもなく、
とても長持ち。



3 欠けにくく、衝撃にも耐える

欠けやすいイメージがある
ホーローですが、硬いものを
ぶつけたりした際も安心です。



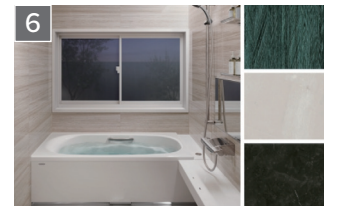
4 マグネットが使える

マグネットが付け外しできる
ので、自分好みのインテリア
を楽しむことも。



5 伝言板としても使える

油性ペンも水拭きで消える素
材なので、ご家族のちょっと
した伝言板としても使えます。



6 多彩な表現力

独自のインクジェット印刷技
術で、リアルな色・柄を表現。



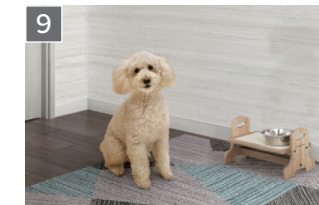
7 熱に強い

木や合成樹脂のように熱で
変形・変色しません。



8 キズに強い

表面のガラス層がキズや衝
撃をしっかりガード。



9 ニオイも平気

ペットやタバコのニオイも染
みつきにくいので毎日が快適。



10 環境にやさしい

ホルムアルデヒドなどの有
害物質を出さない安心素材。

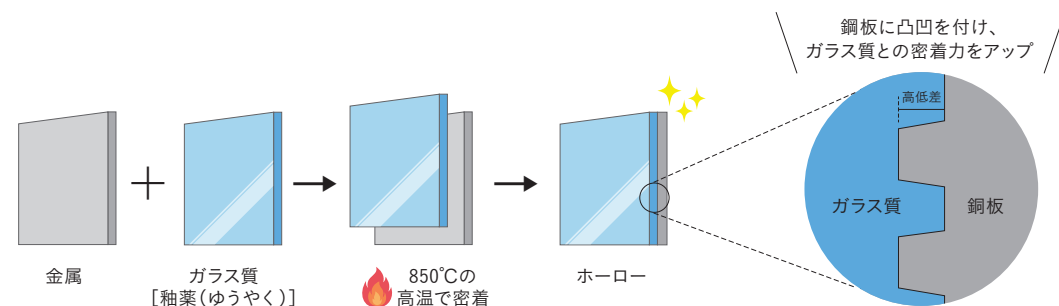
ホーローとはどんな素材？

水まわりに最適な夢の素材。
ホーロー（琺瑯）のヒミツ。

ホーローとは、金属とガラス質が結合した夢の素材。
ガラスは、水、熱、ニオイに強く、さらに見た目も美し
い素材ですが、割れやすいのがデメリット。しかし、
そのデメリットを克服した、割れにくいガラスという
夢の素材がホーローです。

ホーローは割れやすいと思いませんか？
割れないホーローはタカラスタANDARDの自慢。

ホーローの品質を左右するポイントは、素材そのものの品質は
もちろん、鋼板とガラス質という2つの異なる素材の複合性・密
着力。タカラスタANDARDの「高品位ホーロー」は、鋼板に凸凹
を付け、ガラス質との密着力をアップさせているので、鍋の
ホーローとは丈夫さの度合いが違います。

「いいものをお届けする」
それが、タカラスタANDARDの
ものづくりの使命

ホームページで「タカラス
タANDARDが紡ぐものづくり」
をご覧ください。



お客さまにずっと「愛される」商品を作るために、タカラスタANDARDでは品質にこだわっています。だからこそ、人の
作業を大切に、きちんと目で見、手で触れて、品質を確かめています。

各工程での作業は、リレーのバトンを渡すような感覚で、人から人へと引き継がれていき、商品が出来上がります。
多くの人の手を通して、商品が出来上がるからこそ、高い品質を維持できます。

また、ホーローは一種の生き物のようなもの。温度や湿度など、その日の環境によって、加工条件を調整する必要が
あります。そのような日々の微妙な変化に対する細かな調整は、機械では難しく、人だからこそできることなのです。

「確かな品質の商品をお届けする」

それが、お客さまにずっと愛される商品を作るうえで、欠かせないことだと考えています。

ホーローという技術に磨きをかけ 成長戦略を実現し、光り輝く魅力ある企業に

代表取締役社長
小森 大

業界を取り巻く厳しい環境の中で、水まわりを中心とした住宅機器設備メーカーとして、暮らしを豊かにしたいというニーズに応え、シェア拡大を目指す

当社を取り巻く市場環境を振り返ると、住宅業界では人口減少の影響を受け、世帯数自体が年々減り続けています。今後、市場自体がシュリンクしていくことは避けられず、実際に、新設住宅着工戸数は減少傾向にあります。一方、豊富な住宅ストックに支えられ、既存住宅のリフォーム需要は緩やかな増加傾向にあります。その中で、水まわりを中心とした住宅設備機器メーカーとして、お客さまの「暮らしを豊かにしたい」というニーズに応えることにより、市場シェアの拡大を図っていきたいと考えています。また、コロナ禍で顕在化したのが、サプライチェーン寸断というリスク。不安定な国際情勢が続いていることを念頭に、地政学的な視点を踏まえてリスクヘッジを行うことが重要です。そして、私たちが事業を継続していく上で、確実に製品をお客さまにお届けするための人員確保は急務です。さらに、生産の合理化や省人化・省力化にも力を入れていかなければなりません。

環境問題への取り組みを加速させることは 私たちメーカーとしての責務

環境問題の中でも、世界を挙げて取り組みが急がれているのが脱炭素化です。事業活動が続ける上で、環境負荷に配慮しながらものづくりを行っていくことは大きな課題だといえるでしょう。環境問題への取り組みを加速させることは私たちメーカーとしての責務だと考えています。当社も2050年のカーボンニュートラル実現を目指し、中期経営計画で2026年度のCO₂排出量を2020年度比で15%削減、2030年度には30%削減すると目標値を設定しました。これまで、サステナビリティに関する取り組みを前面に打ち出せていませんでしたが、環境問題を経営上の重要な課題と捉え、2024年よりサステナビリティ委員会を新たに発足。インターナルカーボン

プライシングの導入などに加え、工場や事務所への省エネ設備の設置、太陽光発電のような再生可能エネルギーを利用するなどの設備投資にも力を入れていく予定です。他にも、他社と連携し脱炭素の技術を構築したり、ホーローのリサイクルを実現するなど、エコフレンドリーなものづくりを積極的に行っていきたいと考えています。今回、初の試みとなった統合報告書の作成も含め、今年度は環境問題へどのように取り組んでいくかを宣言する一年でした。次年度からは実行フェーズへと移行させ、成果を発信していきたいと考えています。

➡P.25 環境問題への取り組み

先人たちが積み上げてきた事業体制が機能し、 業績は好調に推移 さらなるシェア拡大や収益構造改善に向けた 体制づくりに取り組む

既存事業の収益は、新設住宅着工戸数が減少している中、2023年度は増収増益となりました。市場がシュリンクしている中、増収増益を達成できたことは大きな成果だと捉えています。この成果を牽引したのが、全国約160ヵ所に展開しているショールームの活用と、コロナ禍においても必死で供給を続けてきたことです。地域に根差したショールームや自社で保有している工場・物流拠点など、先人たちが積み上げ作り上げてきた事業体制がうまく機能したことがこの結果につながったと考えています。一方、足元のリフォーム事業にフォーカスを当てると、原材料費や人件費の高騰に伴う価格転嫁の影響もあり低調気味に進行しています。そのような状況ではありますが、お客さまのニーズに合わせた最適な提案など、さらなるシェア拡大に向けた営業力の強化や、商品アイテムの削減による物流費の削減・生産現場の効率化を図るアイテムマネジメントの実施など、今後の収益構造改善に向けた体制づくりに取り組んでまいります。

➡P.19 既存事業の持続的成長

海外事業の足掛かりとなる基盤の構築や、 新規ビジネス創出に向けた取り組みを本格的にスタート

海外事業については、アジア市場への本格参入を視野に体制を整備。先行して海外展開を進めていた台湾、中国、ベトナムにおいては現地の販売代理店網拡大と施工能力増強を図るための体制を整えました。また、新たな展開としてインド、インドネシアの展示会に出展し、パートナーとして連携できる代理店の選定を行っています。

一方、新規事業では当社が培ってきたホーローの製造技術やアセットを最大限活用した新規ビジネス創出に向けた取り組みを本格的にスタートさせ、新たにビジネスディベロップメント本部を創設。例えば、金融機関と協力体制を結び新規事業のマッチングなどを進めています。他にも、大学と連携しホーローの原材料となるフリットをナノレベルまで粉砕するプロセスの開発を行うなど、ホーローの他分野への展開を模索しています。まだ、動き始めたばかりですが、前段階といえる基盤は構築することができました。

➡P.23 海外事業
➡P.24 オープンイノベーション

組織体制や制度を大幅に見直し、 時流に合わせた変革を推進

収益構造改革の観点からDX化を推進するためにTDX推進本部を新たに設置し、戦略案となる設計図を作る構造改革推進部と戦略を実装する情報システム部を統括する体制を整えました。また、エリアマネジメントの一環として販売エリアの見直しと統合を行うことで営業組織を再編しました。

人事制度改革では、多様な働き方を実現するために従来の「エリア総合職」「一般職」を廃止し「総合職」に統合。「多面(360度)評価」を導入するなど、時流に合った制度を採り入れ変革を促進。また、女性が働きやすい職場づくりを推進し、2023年度では5.2%の女性管理職の比率を2026年度には10%にすることを目標に掲げています。今後も社員が生き生きと仕事ができる制度を取り入れていく予定です。

財務戦略では、いままで以上に資本コストを意識した経営を行うために、財務企画部を新設。また、株式市場との対話に積極的に取り組むことを目的にIR部を新設するなど、株価純資産倍率(PBR)向上も含め、資本収益性の改善と企業価値向上を図るための組織体制を構築し、長期的な経営基盤強化を目指します。

➡P.21 DXの取り組み
➡P.27 人的資本への投資
➡P.31 財務戦略



「ホーローと共に、光り輝く魅力ある企業へ」を 実現することが私の使命

当社が掲げる長期ビジョン「ホーローと共に、光り輝く魅力ある企業へ」をしっかりと実現することが私の使命です。2024年度は中期経営計画の下地作りに重点を置きましたが、次年度からはさらに改革を進めてまいります。これからもホーローにこだわり、ホーロー自体が持つポテンシャルを引き出し、さらに進化をさせていきたいと考えています。我々自身も、しっかりと企業として業績を上げ、利益体質を強化するために成長戦略をしっかりと実践していきます。

そして、当社が企業理念として掲げる「Living Standard(住生活水準)」、「Ethical Standard(倫理規範)」、「Quality Standard(品質基準)」の3つのスタンダードを追求していくことが、ステークホルダーの皆さまにとっても社員にとっても魅力ある企業につながると考えています。そのためにも「中期経営計画2026」のテーマである「変革への再挑戦」を実現するべく改革を進め、光り輝く魅力ある企業を目指してまいります。

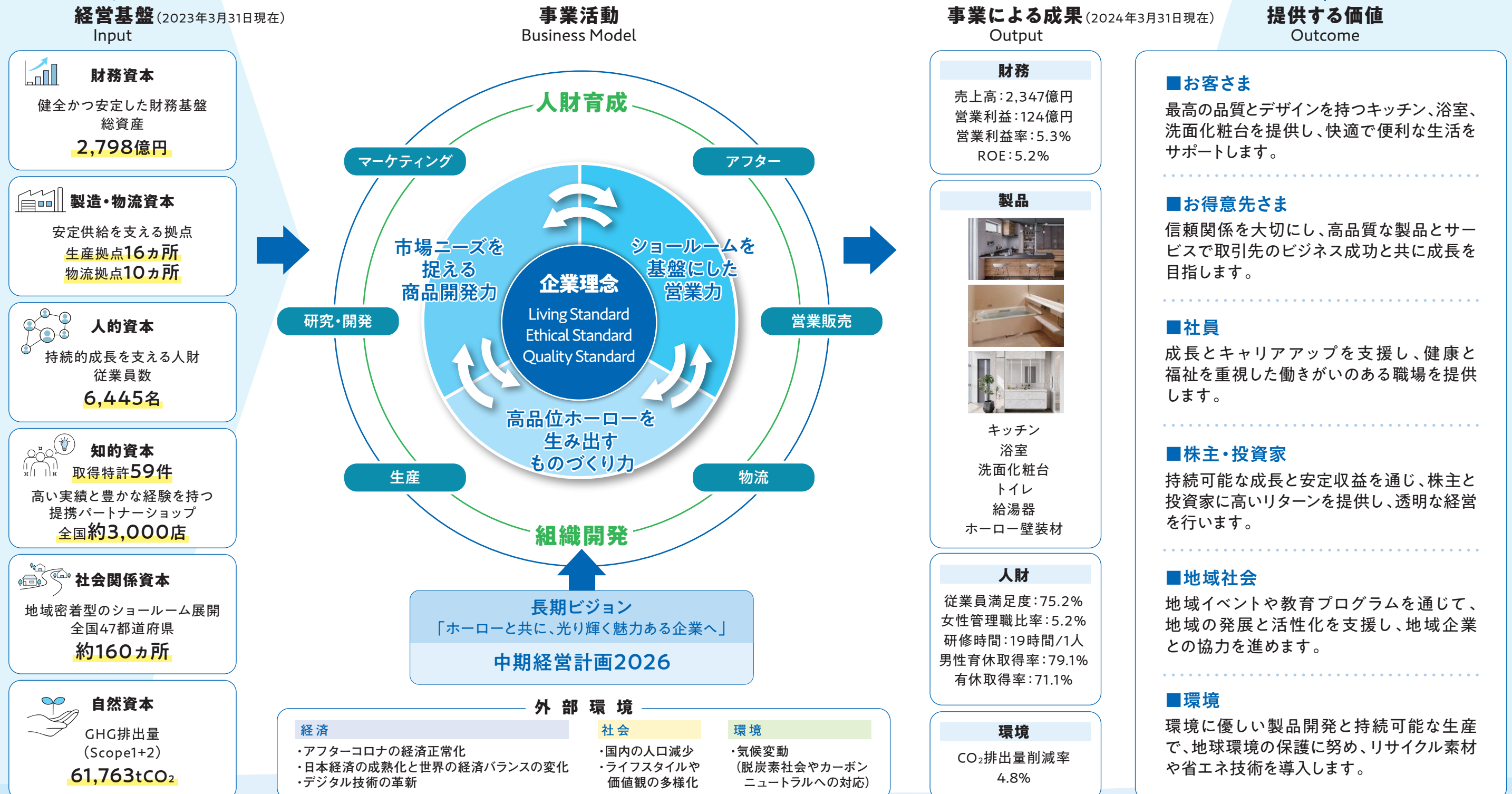
価値創造プロセス・ビジネスモデル

タカラスタンダードは、創業以来築いてきた国内唯一のホーロー製水まわり住宅設備機器メーカーとしての独自性を、確かなものづくり力、全国に展開するショールームを基盤とする営業力、市場ニーズを捉える商品開発力で支え、長年の経験によって培われたさまざまなノウハウを生かして他社との差別化を図り、「より快適できれいな暮らしに貢献する」という理念の実現に向けて価値創造を続けています。

価値創造のプロセスを通じて、中長期の業績目標達成を目指します。



Takara standard の原点
「より快適できれいな暮らしに貢献する」



リスク・機会分析

タカラスタンドを取り巻く事業環境における短期・中期・長期の主要なリスクおよび機会の分析を、経済・社会・環境のトリプルボトムラインに沿って分類し、その対策について下表のようにまとめました。

経済面では、短期的には国際情勢不安や為替変動による原材料費の高騰、2024年問題に象徴される物流費の高騰、政府による賃上り要請などコスト上昇要因が多く、適切なコスト管理、在庫・物流コストの削減、適切なタイミングでの価格改定などの対応が求められます。当社はこれまで国内市場の成長を背景に、より快適な暮らしへのニーズを捉えて順調に成長して参りましたが、2010年代から始まった人口減少が2030年以降さらに本格化し、国内の新設住宅着工戸数はもとより、現在堅調に推移しているリフォーム需要も長期的には減少に転じることがほぼ確実なことから、中長期的には市場縮小リスクへの対策が最も重要であると認識しています。対策として、今後、生活水準の向上とともに水まわり製品市場の成長が見込まれるアジアを中心

とした新興国への進出や、国内の住宅設備関連事業で培った顧客基盤を活用した新規事業の創出が中心的な戦略になると考えています。

社会面では、人口減少と人々の価値観の多様化が最も大きなインパクトを与えるものと考えられます。労働人口の減少による担い手不足をどのように補っていくか、働き方はもとより、働くことそのものへの考え方の変化に対応するためのダイバーシティ&インクルージョンの取り組みはリスクでもあると同時に、チャンスにもなり得るものであり、人財戦略の要諦になると考えています。

環境面については、政府が掲げる2050年カーボンニュートラルまで残された期間が少なくなっていること、また海外市場への進出にあたり国際基準の環境対策が求められることから、より一層積極的な脱炭素施策が必要であると認識しています。

分野	社会環境	リスク・機会		期間			戦略（対策）
				短	中	長	
経済	アフターコロナの経済正常化	リスク	工場生産能力の限界		●		工場新設・設備投資による生産力増強と合理化の推進
			物流費の高騰	●	●		アイテムマネジメントによる在庫・物流費の削減
			政府による賃上げ要請	●	●		エリアマネジメントによる人財の効果的活用
		機会	リフォーム需要伸長	●	●		ショールーム基盤を活用したリフォーム事業の拡大 独自素材である「高品位ホーロー」製品の強化
	日本経済の成熟化と世界の経済バランスの変化	リスク	原材料等資材価格高騰	●	●		サプライチェーンマネジメント強化 適切なタイミングでの価格改定
			世帯可処分所得の伸び悩み		●	●	海外事業の強化、新規事業の創出
			ROE、PBR等財務指標の悪化		●	●	財務戦略による資本の効果的活用
		機会	新興国市場の成長		●	●	海外市場でのシェアの拡大
	デジタル技術革新	リスク	デジタル化の遅れによる機会損失		●		DXを活用した人的生産性の向上、物流の合理化
		機会	デジタル活用による新たな価値創造		●		
社会	国内の人口減少	リスク	新設住宅着工戸数の減少		●	●	海外事業の強化、新規事業の創出
			労働人口減少			●	人財開発・組織開発の推進
	ライフスタイルや価値観の多様化	リスク	働き方の多様化によるコスト増加	●	●		人財の流動化と研修の充実による「働きがい」の向上
		機会	働き方の多様化による生産性向上	●	●		
		リスク	DE&Iのためのコスト増加		●	●	女性活躍やキャリア採用によるイノベーション創出
		機会	DE&Iによる組織の活性化		●	●	
		リスク	調理家電・調理レス食品の台頭		●		海外事業の強化、新規事業の創出
		機会	リフォーム需要伸長	●	●		ショールーム基盤を活用したリフォーム事業の拡大 独自素材である「高品位ホーロー」製品の強化
			EC市場の拡大		●		消耗品を販売するオンラインショップの活用
環境	気候変動	リスク	環境関連規制強化		●	●	規制強化に先駆けた計画的な脱炭素移行
			化石燃料コストの上昇		●	●	再生エネルギーへの移行等のエネルギー調達計画
			カーボンニュートラルのためのコスト負担		●	●	移行コストを盛り込んだ計画的な脱炭素移行
			自然災害の激甚化	●	●	●	豪雨等自然災害に対する事業所ごとの適切な対策の実施
		機会	環境関連市場の成長		●	●	新規事業の創出
			省エネルギー技術革新		●	●	

【タカラスタンド 重要事項】

ショールーム基盤を活用した
リフォーム事業の拡大

▶P19

マネジメント強化による
在庫・物流の合理化

▶P20

DXを活用した人的生産性の向上、
生産物流の合理化

▶P20

海外事業の強化、新規事業の創出

▶P23

環境関連の規制強化に対応する
脱炭素移行

▶P25

人的資本への投資による
「働きがい」の向上

▶P27

適切な財務戦略による
資本の効果的活用

▶P31

タカラスタンドでは、リスク・機会についての分析・評価を実施し、重要事項を決定しています。
本報告書に掲載の主要なリスク・機会分析表については、当社とステークホルダーにとっての重要度が、重要と判断したもののみを掲載しています。

より快適できれいな暮らしに貢献したい

タカラ中期経営計画 2026 のポイント

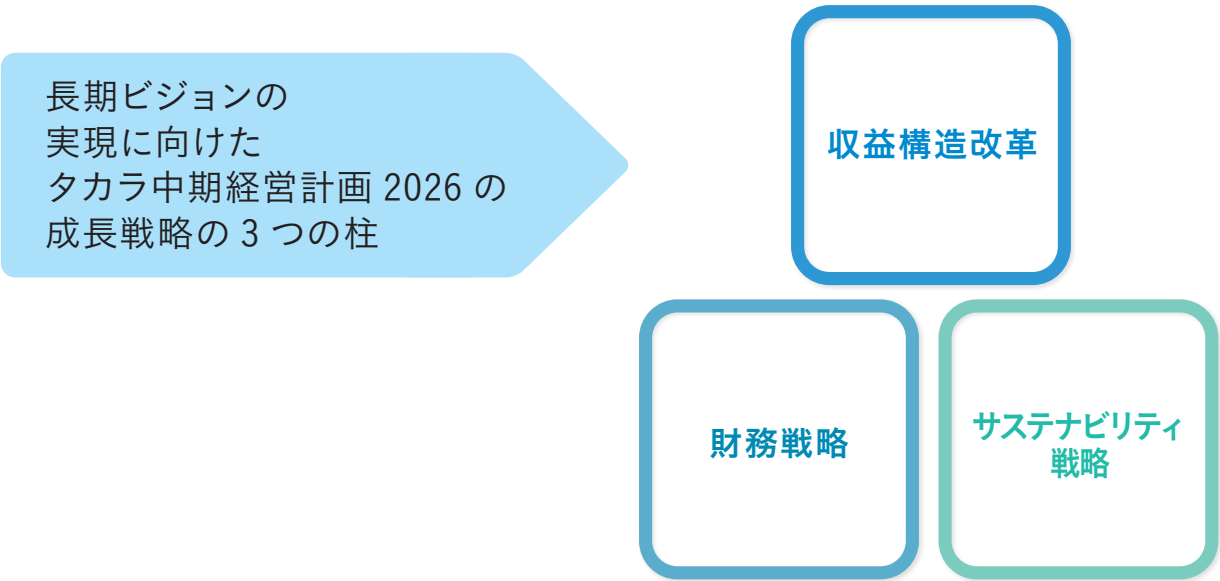


経営企画室長
橋本 明大

新たな中期経営計画を策定するにあたり、まず前の中期経営計画2023を振り返ると、「持続的な成長に向けた土台作り」に取り組み、売上高・営業利益は目標を達成するも、営業利益率目標は未達（稼ぐ力の改革は道半ば）となりました。タカラ中期経営計画2026では、その反省を踏まえ、改めて長期ビジョン『ホーローと共に、光り輝く魅力ある企業へ』の実現に向け、「変革への再挑戦」をテーマに掲げて「収益力強化」と「持続的成長を実現する基盤構築」に取り組んでまいります。

中期経営計画 2026 のテーマ
変革への再挑戦

- 収益力強化
抜本的な構造改革とマネジメントの強化
- 持続的成長を実現する基盤構築
将来を見据えた積極的な投資と社会課題への対応（経営基盤の更なる強化）



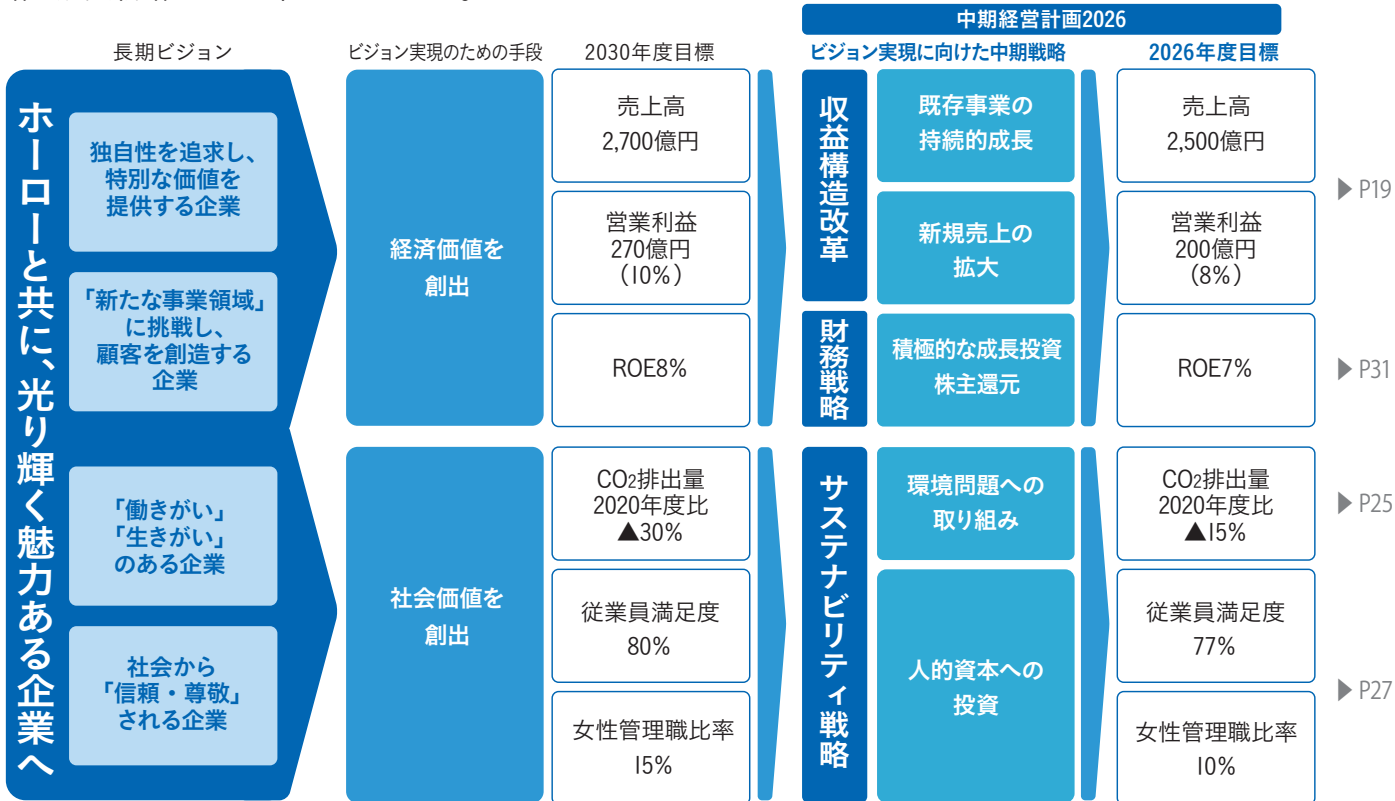
業績目標

業績目標として、財務指標に加え非財務指標を設定し、経済的価値・社会的価値両面から企業価値向上を目指す。

	KPI	2024年3月期 実績	2027年3月期 (2026年度) ※中計最終年度	2031年3月期 (2030年度)
財務指標	売上高	2,347億円	2,500億円	2,700億円
	営業利益	124億円	200億円	270億円
	営業利益率	5.3%	8%	10%
	ROE	5.2%	7%	8%
非財務指標	CO2排出量 (Scope1+2)	58,828tCO2	49,000tCO2 (対2020比▲15%)	41,000tCO2 (対2020比▲30%)
	従業員満足度	75.2%	77%	80%
	女性管理職比率	5.2%	10%	15%

基本戦略

長期ビジョンの実現に向けて、中期経営計画 2026 は①収益構造改革、②財務戦略、③サステナビリティ戦略を成長戦略の3つの柱として進める。

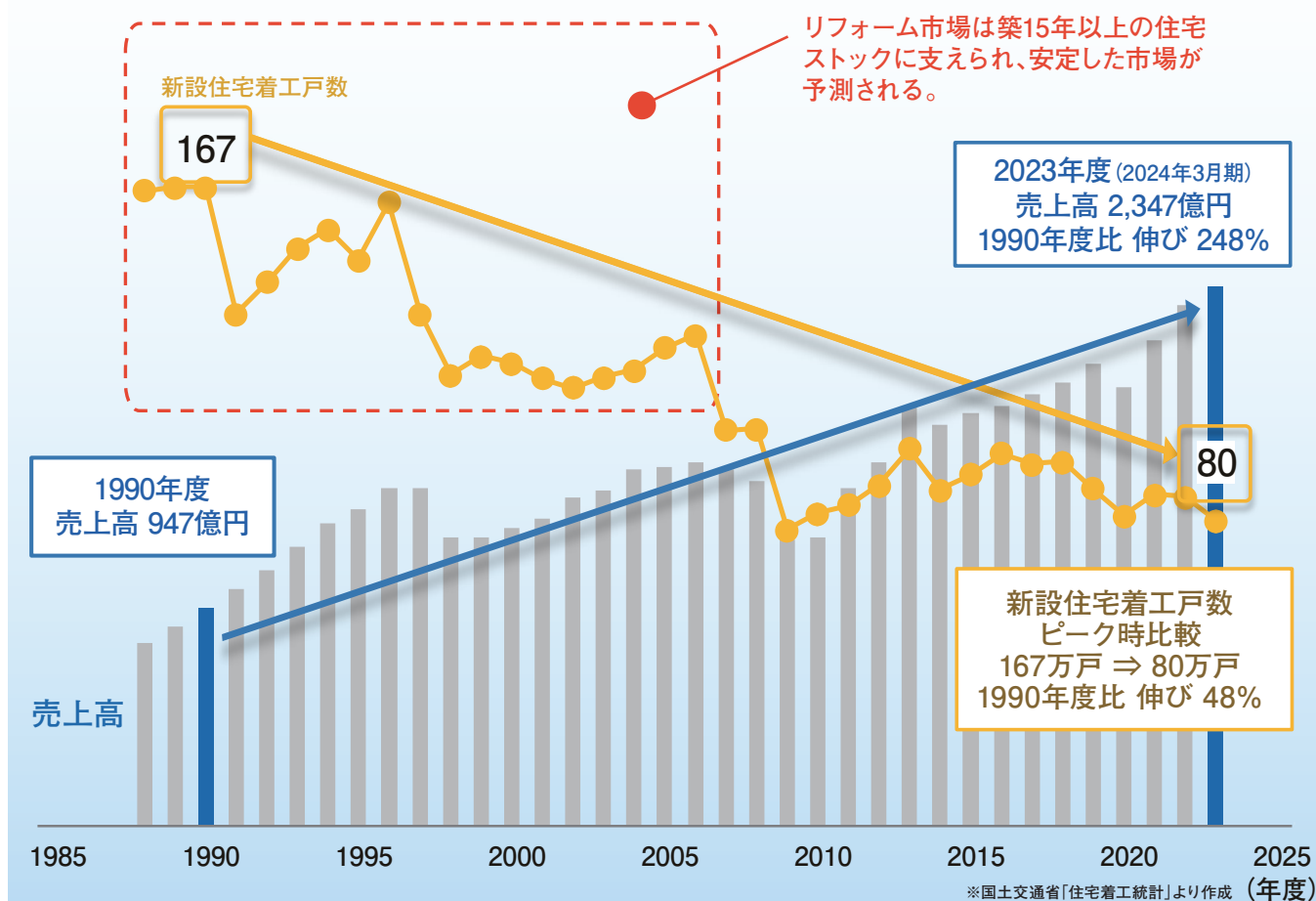


当社を取り巻く水まわり市場の動向と業績の推移



営業本部
副本部長
吉田 昌弘

新設住宅着工戸数は人口および世帯数減少を背景として、1990年の167万戸をピークに2023年は80万戸まで減少する中、当社の業績は基本的に右肩上がりに増加してきました。その要因は新築集合住宅市場（マンション）でシェアを拡大し、現在ではキッチンにおいて約80%のシェアを獲得していることや、製品単価のアップ、高機能化が寄与していること、また豊富にある既存住宅のリフォーム需要を獲得できた結果です。今後もさらに成長していくためには、引き続き新築市場が縮小傾向となる中であって、新築市場では高シェアを維持するとともに、豊富な住宅ストックを背景とするリフォーム市場でのさらなる需要獲得が重要と考え、持続的成長のための取り組みを推進してまいります。



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

持続的成長のための取り組み

TDX - Takara standard Digital Transformation -



人的生産性向上

在庫・物流費削減

営業基盤再構築



収益力強化

DXによりサプライチェーン全体の業務を抜本的に見直し、「人的生産性の向上、在庫・物流費の削減、営業基盤の再構築」に取り組み、収益力強化を図ります。ポイントは、単なるデジタル化ではなく、仕事のやり方をゼロベースで見直し、業務構造そのものの改革を推し進めること。そのために、精度のあるデータを一気通貫で活用し、人の介在を極力なくしていくことが必要となります。

詳しくは21・22ページをご覧ください。

エリアマネジメント

徹底した業務の標準化による業務集約

- ▶工務・アフター部門の相互サポート強化
- ▶人事・総務・経理業務の標準化とセンター化

収益管理体制の強化

- ▶エリア統括組織の設置、エリアマネージャーの育成
- ▶重複業務をこなす事務センターの設置
- ▶エリア内の人員の流動化

これまでの営業母店別・工場別のマネジメントを見直し、経営資源を機動的・効果的に活用することで、業務負荷に比例して増加してきた人員・人件費の抑制に取り組みます。そのために、間接部門を中心とした業務の標準化による業務集約と収益管理体制の強化を進めてまいります。

アイテムマネジメント

商品アイテムの削減

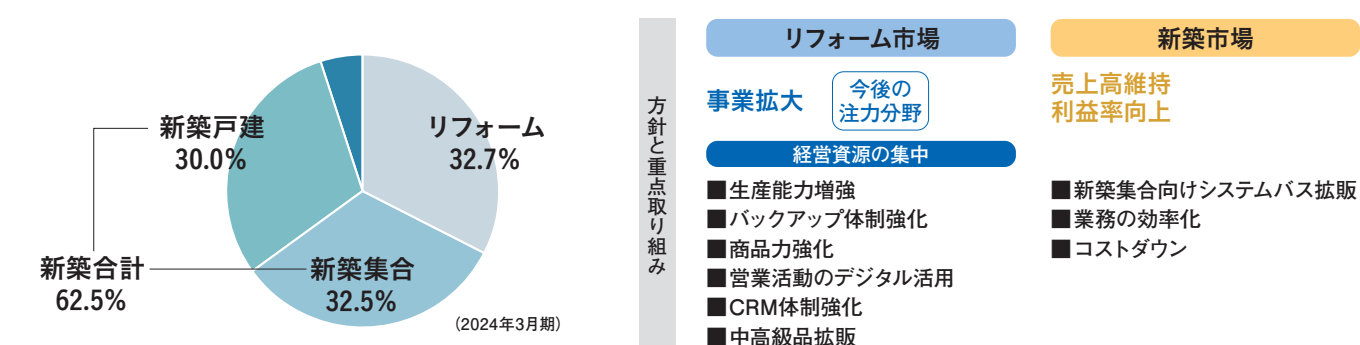
- ▶販売僅少品の廃番
- ▶生産性を阻害する商品の廃番
- ▶構造・部品の共通化

アイテム数を適正に保つ仕組みの構築

- ▶定期的な「現場意見の集約」と「廃番決定会議」の実施
- ▶モデルチェンジに合わせた商品ラインアップの見直し

ユーザーニーズの高まりにより増加し続ける商品アイテムに関し、アイテム管理の在り方を抜本的に見直し、商品開発力の強化と生産現場の効率化、在庫削減による物流費の抑制に取り組みます。そのために、まずは商品アイテムの削減とアイテム数を適正に保つ仕組みづくりを進めてまいります。

リフォーム事業拡大



今後縮小が予測される新築市場での売上構成比が高い当社におきましては、持続的な成長に向け、競争力のあるショールーム基盤を活用し、リフォーム売上を伸ばしていく必要があります。そのための方針と重点取り組みは記載の通りとなりますが、新築市場では売上高維持と利益率向上を、リフォーム市場では事業拡大のための経営資源の集中を進めていきます。特に、差別化商材であるホーローを中心とした商品力の強化と生産能力の増強、営業活動のデジタル化による販売力の強化に注力してまいります。

タカラスタンダードのDX基本戦略



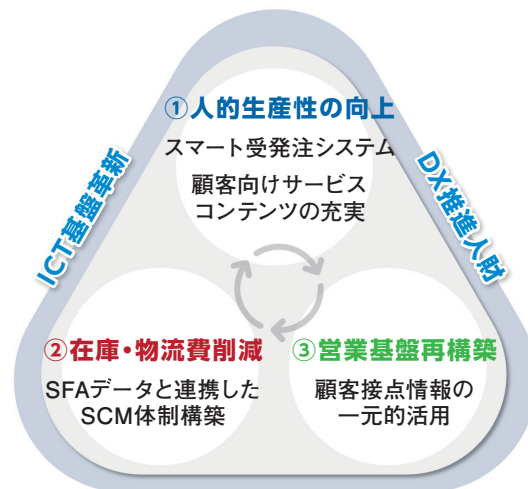
当社はデジタルトランスフォーメーション（DX）戦略の一環として「人的生産性の向上」「在庫・物流費削減」「営業基盤再構築」の3つの主要領域に焦点を当て、人手を解放するスマート発注システムや顧客サービスの充実、SCM体制の構築、顧客接点情報の一元活用を進めます。

執行役員
TDX推進本部長
吉井 剛仁

DX Takara standard
Digital Transformation

取り組み

達成すべき目標に対して、複合的な観点から改革を行う



目標

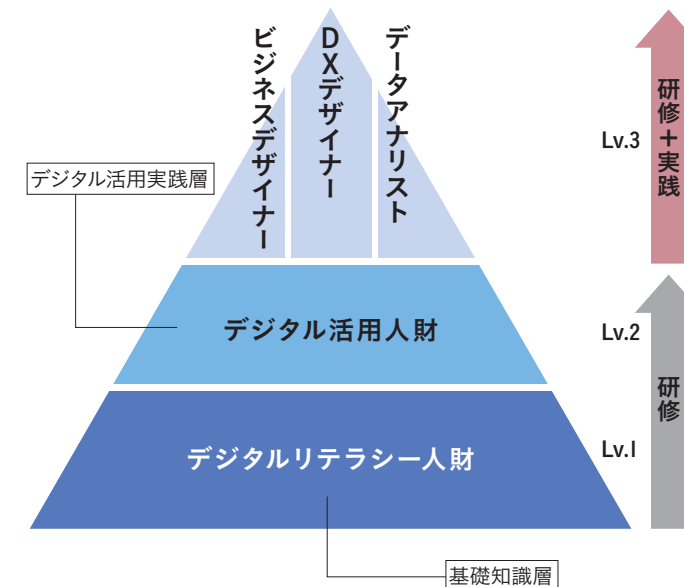
- 事務作業効率化
- 物流効率化
- 調達業務効率化
- 製品在庫▲30%
- リフォーム売上拡大につながるサイクルの構築



- DXを推進できる人財を育成
- データを活用するための基盤と環境の構築

②当社のデジタル人財と目指す姿

デジタル人財の育成を重視し、DX推進を目指しています。業務変革や新規ビジネスの立案、データ活用の検証を通じて全体のDXを進め、評価制度やデータ環境の整備も行い、持続的な成長を目指します。



ビジネスデザイナー

DX視点を生かし業務変革や新規ビジネスの立案、DX推進全体に一貫し関与・貢献する

DXデザイナー

関係者の巻き込みを図り、適切な協力関係を構築しながら施策の具体化を行うプロネッドマネージャー

データアナリスト

業務変革や新規ビジネスの創出に向けた立案に対しデータを活用して実現性の検証や導出を行う

デジタル活用人財

自分の職場においてAIやノーコードアプリなどを活用し、職場でDXを実践できる

人財育成に当たり必要な事



③ ICT基盤

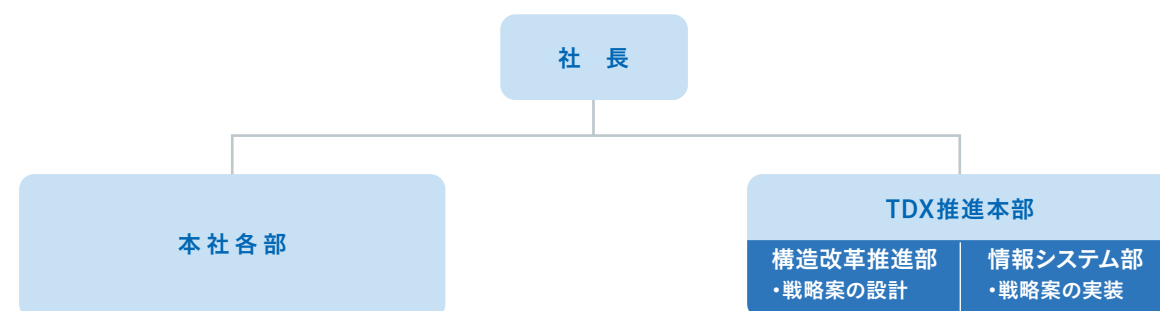
DX戦略の実現に向けて、最新のIT基盤の整備に取り組んでいます。これにより、業務効率の向上とセキュリティの強化を図り、迅速かつ安全なサービスの提供を実現します。また、クラウドコンピューティングやAI技術を活用することで、データ分析能力を高め、より高度な意思決定をサポートできる環境を整備します。

DX推進体制

① 組織体制

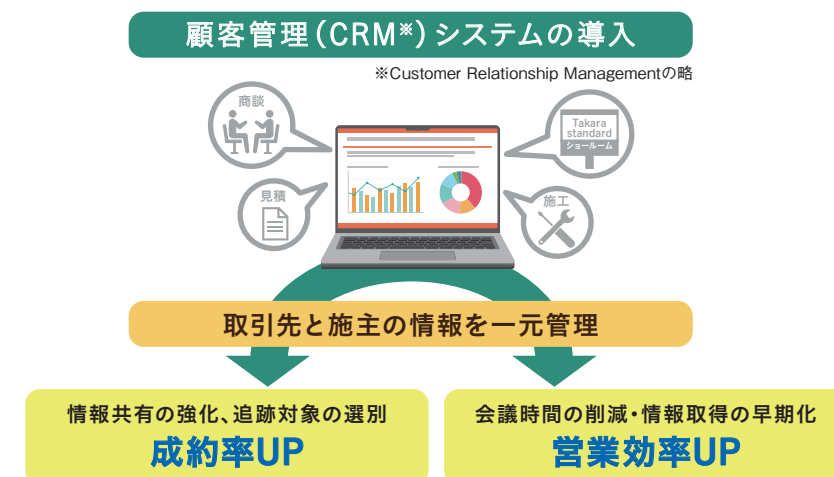
DX戦略をはじめとする会社全体のパフォーマンスや収益の最大化を実現するため、「TDX推進本部」を新設しました。戦略構想の設計部隊である構造改革推進部とその構想を実現する情報システム部を連携させ、迅速かつ効果的な意思決定と実行を可能にし、持続的な成長と競争力強化を目指します。

TDX推進本部は、全社一丸となってDX推進を加速し、未来のビジネスチャンスを生み出します。



DX取り組み事例

デジタル技術の活用を推進し、販売活動を変革するためのDXの取り組みが評価され、「2023 CRMベストプラクティス賞」を受賞。



CRMベストプラクティス賞

一般社団法人CRM協議会主催。IT技術を活用して顧客管理（CRM）を実施し、成果を上げている企業・団体から選定し、CRM推進のモデルケースとして広く役立てていくことを目的に実施。

より快適できれいな暮らしに貢献したい

だからタカラは海外にホーロー製品をお届けします

「Takara Global Vision2030」を掲げ、海外事業を加速させる。

グローバル事業本部長
石山 登一

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

持続的な成長に向けて、ここ数年で足がかりを作りつつある海外、特にアジア市場への本格進出を図ります。ホーロー素材を生かした唯一無二のキッチンメーカーとして、グローバル市場におけるプレゼンスを高め、プレミアムとして選ばれるキッチンブランドを目指します。

2030年度KPI
海外売上高=100億円ROS=20%
市場シェア=1%超

リソース有効活用

- ・キッチン+内装パネルへのリソース集中
- ・営業生産性向上
- ・成長市場への重点攻略
- ・エンドユーザーアプローチ
- ・販売チャネル整備及びガバナンス強化

成長基盤構築

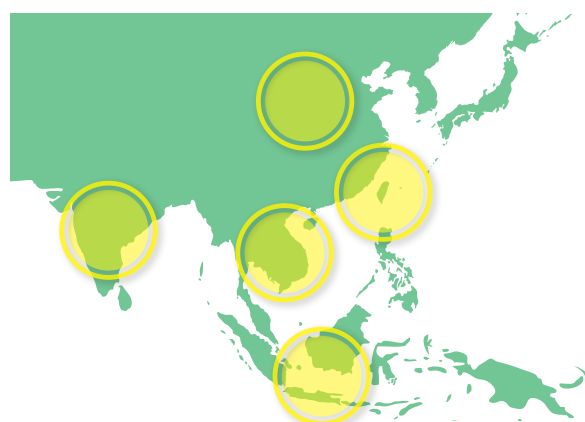
- ・お客さま目線の最適商品提供
- ・グローバルサプライチェーンの確立
- ・戦略的パートナーとの連携(JV等)
- ・管理支援体制・インフラ整備
- ・海外マネジメント人材育成

プレミアムブランディング

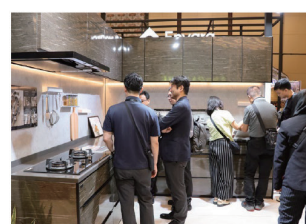
- ・プレミアム市場における認知度向上
- ・上質価値の提供(商品及びサービス)
- ・CRM体制強化
- ・ホーロー価値の対価適正化
- ・首尾一貫したブランド訴求

当社の高品位ホーローは、高温多湿なアジアで高い評価を得ています。
今後もより一層の売上拡大を目指し、海外でのさらなる取り組み強化を図ってまいります。

各国で販売代理店網の構築・拡大を推進



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
アジア最大級の住設・建材展示会
「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)

より快適できれいな暮らしに貢献したい

だからタカラは第二創業につながる新しい事業を創出していきます

急激なビジネス変化に対応していくために、オープンイノベーションを中心に
新しいビジネスを生み出す仕組みを創り、収益の柱を創っていきます。

ビジネスディベロップメント本部
マネージャー
夜久 裕威

当社は、50年永続できる新規ビジネスの創出を目指しています。これは、単に新しい製品やサービスを提供するだけでなく、長期的に持続可能で、社会に貢献できる当社の第二創業につながるビジネスモデルを構築することを意味します。私たちは、顧客起点で人々の豊かな暮らしをアップデートできる新規ビジネスの創出に注力しています。顧客の顕在化されていない課題を発掘し、それを解決することができるモノやサービスの提供を目指しています。具体的には、当社のアセット(ヒト・モノ・カネ・ノウハウ)を起点とした新規ビジネスアイデアを創出することで革新的なモノやサービスを開発し、市場に投下することで新規市場開拓をしていきます。また、資本業務提携など積極的に行い、暮らしに隣接している市場に参入することで新たな当社の顧客を獲得し、持続的な成長を目指します。

Takara standard



当社の成長を加速させる協業企業

オープン
イノベーション
(投資・共創)

- ◎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

スタートアップや
ベンチャーへの
協業・出資

外部パートナーを活用したオープンイノベーション

2023年度
STAGE①「分析」

成長要素

- ・当社のプロフィール作成
※アセットの棚卸
- ・アイデア策定の具現化

伴走支援
(外部活用)

タカラストانダード

2024年度～
STAGE②「機会」

投資⇒業務提携⇒資本提携(株式購入)

伴走支援
(外部活用)

リターン(ナレッジ、モノ、財務)

ベンチャーや
スタートアップ企業プラスの効果
「本業へのシナジー」成長要素に
直結できる
加速要素

より快適できれいな暮らしに貢献したい

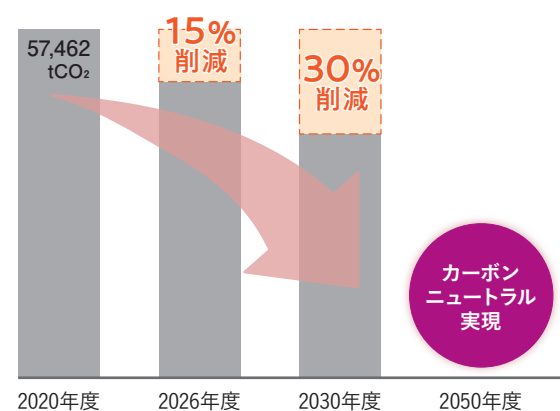
だからタカラは環境問題に取り組みます

経営企画室
リーダー
武知 大介

タカラスタンダードは、持続可能な社会の実現に貢献するため、環境問題を経営上の重要課題として位置づけ、事業活動における環境負荷を低減するとともに、環境保全および環境汚染の予防に取り組みます。

環境方針

- ◎環境負荷に配慮した製品、サービスを開発します。
- ◎あらゆる事業活動において、環境負荷軽減に取り組みます。
- ◎環境保全に関する法令を遵守することに加え、社会的に要請される環境課題へ取り組むことに努めます。

CO₂削減目標2026年度 CO₂排出量削減目標2020年度比 **15%削減**2030年度 CO₂排出量削減目標2020年度比 **30%削減**CO₂排出量削減目標(対2020年度比)*

※削減目標対象範囲: Scope1+Scope2

事業活動におけるCO₂排出量削減に向けた取り組み

生産拠点における省エネ設備の導入、燃料転換

ホーロー製品の生産工場では、製造工程で使用する焼成炉でエネルギーを多く消費します。当社では、高断熱材の使用や焼成炉から出る排熱を再利用するなどエネルギーの消費を抑制する取り組みを推進しています。また、焼成炉で使用するガスバーナーを省エネ型ガスバーナーへ順次更新を進めており、燃焼効率を向上させ、ガス使用量及びCO₂排出量低減に努めています。



樹脂製品の生産工場である関東工場では、樹脂製品の製造工程で使用する設備の熱源について、電気ボイラーからガスボイラーへの切り替えを推進しています。これにより消費エネルギー量を削減すると共にCO₂排出量低減に貢献しています。



各事務所における省エネ設備等の導入



当社の営業所・工場・物流センターなどの各拠点では、照明のLED化や高効率な空調設備の導入を進めています。

TCFDに基づく情報開示

ガバナンス／リスク管理

気候変動を中心とした環境問題に関するリスク・機会の把握・分析、課題や対策の検討は、代表取締役社長が委員長を務めるサステナビリティ委員会の下部組織である「環境分科会」が担っています。当分科会は経営企画室長が分科会長を務め、年4回以上開催し、TCFD提言への対応および戦略と指標の進捗、経営計画との整合を審議し、その結果をサステナビリティ委員会へ年2回以上答申します。またサステナビリティ委員会を通じて、取締役会へ答申・報告します。当分科会の事務局である経営企画室は、分科会の運営のほか、各部門と連携しTCFD提言への対応推進・進捗管理を行います。また、シナリオ分析を通じた気候変動のリスクと機会の把握及び対応策の検討を行い、環境分科会へ提案・報告します。

戦略

■移行リスク(1.5℃未満シナリオ)

分類	シナリオ	リスク	影響度	機会	影響度
政策や法規制	炭素税課税の導入	資材やエネルギーの調達コストが増加し、製造コスト、販管費が増加	大	—	—
	森林環境規制等の強化	木質資材の調達難度、調達コストが増加し、製造コストが増加	大	—	—
市場と技術	石油化学、鉄鋼業界における脱炭素に向けたダイベストメントや事業ポートフォリオの見直しが進展	鋼材や樹脂資材、木質資材の調達難度、調達コストが増加し、製造コストが増加	大	—	—
	得意先・消費者の行動変化 節水・省エネ性・継続使用性の高い商品の選好	—	—	お手入れが容易で、長く使い続けられるホーロー製品等の存在感が高まる	中
	得意先の行動変化 製造工程におけるGHG排出量の多い製品の需要が減少するリスクがある	製造工程におけるGHG排出量の多い製品の需要が減少するリスクがある	中	木材製品の需要が増加	中

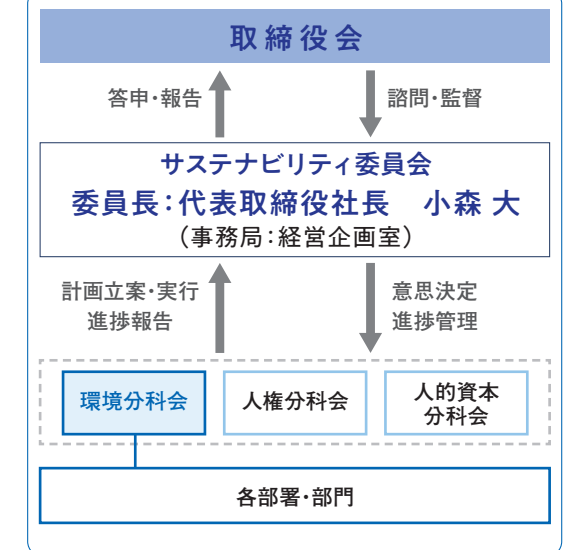
■物理リスク(4℃シナリオ)

分類	シナリオ	リスク	影響度	機会	影響度
慢性的	気温上昇で熱中症リスクが上昇	作業環境は、直射日光下ではないが、一定程度の影響は受ける	中	—	—
急性的	異常気象の激甚化・頻度が増加	被災による操業停止災害によるサプライチェーン寸断	小	災害リスクの高まりによって、強靱な供給体制のある存在感が高まる(2011年の震災時にも継続供給を実現)	大

■環境問題に関して取り組んでいる主な事項

目的	対応策
GHG排出量の削減	太陽光パネルの設置、モーダルシフトの推進(エコシップ、鉄道利用を促進)
気象災害に対するレジリエンスの強化	製造、物流拠点の分散化や在庫の確保といったBCPへの継続的な取り組みの推進
梱包資材の省資源化	梱包を必要最低限に切り替えることで、省資源、ごみの削減、輸送・開梱作業の効率化を推進

ガバナンス体制図



その他の取り組み

太陽光発電でよりクリーンなエネルギー利用を

全国の支社・支店・工場・物流センター、全14カ所の社屋に太陽光発電設備を設置し、環境および省エネルギーに配慮しています。

【設置社屋】

本社 大阪支社 横浜支店 埼玉支店
千葉支店 宇都宮支店 京都支店
神戸支店 広島支店 四国支店
大阪工場 和歌山工場
東北物流センター 福岡物流センター



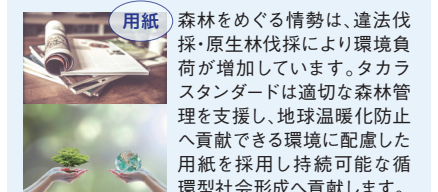
植物由来素材でリサイクル可能なタカラの制服

着用する制服のジャケット、パンツ、スカート、九分袖トップス裏地には、植物由来ポリエステル、ブラウス生地緯糸には再生ポリエステルを使用するなど環境に配慮した素材を使用しています。また不要になった制服は、回収され、再度制服に加工などを行い、二次製品に変えて再利用することができます。



カタログでも地球環境保護を徹底

お客さまにお渡しするカタログでも「環境に配慮した用紙」「植物油インキ」を採用し地球環境保護に貢献します。



カタログなどに使用されるインキを「植物油インキ」などの再生産可能なインキに変更しています。石油系溶剤に比べてVOCの排出が少なく、環境負荷低減に貢献します。

より快適できれいな暮らしに貢献したい

だからタカラは人財を大切にします

イノベーションを起こす人財・イノベーションを生み出す組織を実現し、
選ばれ続ける会社を目指す。



管理本部 人事部
マネージャー
笠原 直樹

国内の人口減少や経済の急速なグローバル化、デジタル技術の目覚ましい進歩など、企業を取り巻く環境はここ数年で大きく変化しています。社員それぞれの働き方や価値観の多様化も進む中で、当社にも従来の考えにとらわれない新しい人事制度が必要になっていました。会社の成長は社員の成長があってこそ実現します。これからも収益力を高め、持続的な成長を続けるためには、社員が当社で働いてよかったと思える制度、そんな社員の成長を支える制度、また、新たな人に当社を選んでもらえる制度が必要だと考え、過去に例を見ない抜本的な改革を行いました。当社が目指す“ホーローと共に光り輝く企業”の中で働く社員がもっと生き生きと仕事ができるようになってほしい。今回の新たな人事制度はそのような思いが込められたものとなっています。

■人財の多様性の確保を含む人財の育成に関する方針

・多様性の確保

今後、新たな事業領域への挑戦や海外進出を本格的に行っていくにあたり、多様性の確保は欠かせません。多様な人財が集まり活躍できる環境を作ること、イノベーションに繋がると考えています。女性管理職やキャリア採用管理職の登用・育成、障がい者雇用の促進など、多様性確保のための各指標を設定し、継続的に推進しています。また、多様な人財をマネジメントする管理職に対して、ハラスメントやアンコンシャスバイアスなどの研修を実施することで多様性を活かす組織・環境づくりを進めてまいります。

・人財育成の強化

新人事制度では、全社共通の求める人財像として「チャレンジ人財」「育成／成長人財」「自律自走人財」の3つを人財ポリシーとして掲げ、それを基に人財育成体系を再構築しています。

■社内環境整備に関する方針

・働きやすい環境づくり

2024年度からの新人事制度では、専門職コースの新設、勤務地区分を選ぶコース設定など、多様な価値観やライフスタイルに合わせた制度を構築しています。また、男性の育児参加を促す施策として、子どもが生まれる従業員だけでなく、組織の長である管理職に向けても育休研修を実施しました。育児をする社員への理解を深めることで、当連結会計年度においては79.1%の男性社員が育休休暇を取得しました。今後も、社員一人一人が働きやすい環境を整備してまいります。

選ばれ続ける会社、Takara standard を目指す



2024年4月～ 新人事制度の導入

■制度改革の背景

「中期経営計画2023」の基本戦略の一つとして「ワークスタイル変革」を掲げ、組織風土改革や多様な働き方を実現する働き方改革など、さまざまな取り組みを行ってきました。これらに加え、これからさらに働き方や人財、社員の価値観が多様化することが見込まれる10年後、20年後の未来を見据えて、従来の考え方に捉われない新しい人事制度をスタートしました。

社員のチャレンジを公正に評価する体制を築くことで社員のエンゲージメントを高め、社員の発展と会社の発展の両方を実現し、タカラスタンダードとしてさらなる成長を追求するための人財基盤、組織基盤の強化を目指します。

■慣習的な年功序列の廃止による若手社員の早期登用

若手社員の早期登用を図るため、昇格の条件を明確化。各等級で求められる能力を養っていけば、年次に関わらずキャリアアップができるようになりました。昇格要件に働き方やチームマネジメントについての項目を設定したことに加え、チャレンジ度も評価の指標となるので、社員の挑戦する姿勢を評価し、応援する仕組みとなっています。現在最年少の支店長は40代ですが、昇格要件を満たせば最短で20代の支店長が誕生する可能性もあります。

■多様な働き方を実現するため、キャリアコースを再設定

従来の「エリア総合職」「一般職」を廃止し、「総合職」に統合。総合職の中に転勤範囲の区分を3つ設け(全国型／エリア限定A型／エリア限定L型)、キャリアと転勤の範囲を分離し、全員が同じ等級要件の下で、公平にキャリアアップできる制度となっています。5年ごとにキャリアコースを選択しなおすことができるので、自身のライフプランに合わせた働き方を選択できるようになりました。例えば、当社では約800名のショールームアドバイザーが正社員として働いていますが、地域密着で働き続けるという選択だけでなく、将来的には経験を生かして全く別の職種にキャリアチェンジすることも可能になっています。

また、手挙げ式の研修の拡充、社外交流型研修への派遣、社内公募制度の促進などにより、社員自らによる自律的なキャリア構築の実現を目指しています。

その他、定年後の多様な働き方と賃金バランスの実現を目指す「ネクストキャリア制度」や、上司、同僚、部下といった全方向の関係者による評価のフィードバックをすることで、自らの行動変容を促す「360度評価」、退職した社員を再び雇用する「アルムナイ採用(カムバック採用)」の運用を開始しています。タカラスタンダードは、社員のエンゲージメントを高めることにより、さらなる成長と企業価値の向上を図り、より豊かな社会の実現を目指してまいります。

Change for the “Next Standard”

企業理念 3つの “Standard”		
Living Standard (住生活水準) / Ethical Standard (倫理規範) / Quality Standard (品質基準)		
NEW 人財ポリシー	①チャレンジ人財	②育成／成長人財
NEW 等級制度	NEW 評価制度	NEW 賃金制度
人財ポリシーを等級要件に反映し、キャリアパスを明確に設定	等級要件と評価項目をリンクさせ、簡潔な評価ルールを設定	等級・評価制度の連動した処遇でメリハリのある賃金を設定

制度改革の主なポイント

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 【1】等級制度 【2】働き方改訂 【3】評価制度 【4】ネクストキャリア制度 【5】採用強化 【6】社会貢献活動 | <ul style="list-style-type: none"> 「年功序列の排除」「等級要件の再設定」「役職の廃止」 「総合職への統合」「勤務地区分の設定」「専門職コースの設定」 「評価方法の刷新」「自己評価制度」「多面(360度)評価の導入」 定年後の多様な働き方と賃金バランスの実現 「リファラル採用」「アルムナイ採用(カムバック採用)」 「ボランティア休暇」「ドナー休暇」 |
|---|--|

事業ハイライト 人的資本への投資

人的資本戦略 実績 開示データ集

分類	項目	2021	2022	2023	2026目標	取り組み内容
働きがい (やりがい+働きやすさ) 	従業員満足度	73.7%		75.2%	77.0%	働きがい高めることで、従業員満足度（「タカラで働いていて良かった」のポジティブ回答率）が2026年度77%を目指す。
	自己都合離職率	3.9%	3.6%	4.7%	3.3%	
	一人あたりの研修費用		19,472円	28,643円	30,000円	次世代経営リーダー、DX人財、グローバル人財など、中長期の経営戦略に沿った人財開発を強化。
	一人あたりの研修時間		14時間	19時間	25時間	
	男性育休取得率	45.0%	70.2%	79.1%	100.0%	2023年度より、育休研修導入。子供が生まれる従業員だけでなく、管理職約500名が研修を受講することで、育休取得への理解を促すと同時に取得しやすい環境整備を図り、男性育休取得率100%を目指す。
	平均時間外	14.6時間	13.6時間	10.3時間	10.0時間	働き方改革として、最終退社時間を設定することで、従業員に時間を意識した働き方と生産性向上を促す。 2023年度は最終退社時間を20時⇒19時半に前倒し。
	有休取得率	56.6%	67.8%	71.1%	75.0%	月イチ有休取得促進、アニバーサリー休暇、ヘルスケア休暇など、有休が取得しやすい環境づくり、計画的な有休取得を促進することで、2026年度75%を目指す。
	労災件数	18件	19件	24件		生産部門においては、全工場毎月2時間操業を止め、工場で働く従業員全員で安全の事を考える時間を設けることで、安全が最優先されるという意識付けを行っている。
	職場問題・ハラスメント相談件数	18件	60件	64件		2022年度より、外部窓口設置・ポスター掲示により相談しやすい環境を整備したことで相談件数が増加。 問題が大きくなる前に表面化させ、早期解決を目指すとともに全社員への教育、管理職へのハラスメント教育を強化。
	ストレスチェック実施率	96.0%	96.2%	95.0%		2022年度から、高ストレス職場の管理監督職向けに研修を実施し、職場改善をサポート。 また、高ストレスはハラスメントも関わってくるため、ストレスチェックと併せてハラスメントチェックを同時に実施している。
多様な人財の活躍 	男女賃金格差（全労働者）	64.4%	65.0%	66.8%	70.0%	等級や役割における男女間賃金格差はないが、勤続年数の差によって差異が生じる状況が発生。女性が長く働ける環境の整備、女性のキャリアアップ支援を行うことで、賃金格差を解消していく。2024年度からの新人事制度では「総合職」「一般職」の区分がなくなり、能力ある女性がキャリアアップしやすくなる。 ※参考：男女賃金格差の職位別詳細／管理職:89.5%、監督職:79.4%、社員:79.3%、契約社員:79.4%
	女性取締役数	0人	0人	1人		2024年7月から2名体制となり、女性取締役比率は22%。
	女性管理職割合	2.5%	3.6%	5.2%	10.0%	次期管理職候補である女性従業員に対しての研修実施、計画的な育成と積極登用を行うことで、2026年度は女性管理職割合10%を目指す。
	キャリア採用管理職割合	9.9%	11.3%	11.8%	15.0%	採用区分に関わらず能力のある社員を管理職に登用。また、管理職のキャリア採用も積極的に行っていく。
	キャリア採用比率	40.5%	41.4%	42.6%		採用段階から、性別・年齢・国籍・価値観・障がいの有無などに関わらず、多様な人財を採用することで、組織に多様性を持たせ、イノベーション創出や組織活性化を図っていく。
	新卒女性採用比率	39.7%	43.3%	39.0%	50.0%	
	障がい者雇用率	2.2%	2.4%	2.5%	2.8%	

人的資本への投資：2030年度ビジョン

多様な「個」の発揮による
企業価値の最大化

個を伸ばす、個を生かす、個を尊重する。
選ばれ続ける会社、Takara standardへ

人的資本への投資：3年間の取り組み

①人財の流動化

【経営リーダー人財育成】
20代、30代からの経営人財選抜、リーダーシップ開発を行い、次世代リーダーとしての潜在能力が高い若手社員の早期選抜を図ります。

【ジョブローテーション促進】
さまざまな経験で「個」を伸ばし、さまざまな環境で「個」を発揮し、多様な「個」の掛け合わせによる組織開発を行います。

【社内公募】
自律的なキャリア形成による「働きがいの創出」と人財の育成を図ります。

②研修の充実

【DX人財育成】
DX人財育成と全社員のデジタルリテラシー向上により、デジタル投資効果を最大限に高めていきます。

【研修プログラムの充実】
「タカラスタンダードはヒトを育てる会社」と社員が実感できる研修プログラムを充実させ、キャリア志向や成長意欲に応じたメリハリのある研修制度を実現していきます。

【イノベーション人財育成・組織開発】
専門性の高いプロフェッショナル人財を採用・育成し、プロフェッショナルな人財同士の多様な組み合わせにより、イノベーションを生み出す組織開発を行います。

③ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン

【多様性を認め合う企業風土醸成】
DE&I研修により、多様な人財が「違い」を尊重し、多様な「個」を発揮できる企業風土を目指します。

【女性活躍推進】
キャリア志向が高い女性の積極的な育成と登用を図り、全ての女性社員が安心して働き続けられる環境を整備します。

【キャリア採用の推進】
他社経験を生かした、社内にはない発想や価値の創出を期待するとともに、キャリア採用者の管理職登用を図ります。



資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて

持続可能な成長基盤の構築を目指し、成長投資や経営基盤強化に資本を積極的に配分しつつ、財務の健全性を維持しながら株主還元の充実を図ってまいります。

管理本部 執行役員 財務企画部管掌 梅田 馨

■現状分析

当社は近年、株価純資産倍率(PBR)が1倍を下回る状態が続いており、資本収益性の改善と企業価値向上が課題となっています。以下に、現状の課題と対応策について分析します。

資本収益性の現状

当社のROE(自己資本利益率)およびROIC(投下資本利益率)は、増収傾向にある中での利益成長の停滞と純資産の増加により、指標は改善せず、特に2022年度以降は、資材・エネルギー価格の高騰が利益率に影響を与えています。これにより、資本収益性の向上に向けた利益構造とバランスシート双方の改善が必要です。

資本コストの現状

市場の期待値を下回るROEおよびROICにより、エクイティスプレッドおよびEVAスプレッドがマイナス圏で推移しています。このため、PBRは1倍を下回る状況が続いています。安定的にエクイティスプレッドおよびEVAスプレッドがプラスとなる資本収益性を達成し、さらなる向上を目指す必要があります。

PBRの現状

PBRが1倍を割れている要因として、ROEおよびROICの低迷に加え、事業環境が変化中での成長戦略の情報開示が不足しています。成長に向けたエクイティストーリーの提示とIR活動による市場との積極的な対話が求められています。

当社の財務戦略は、資本収益性の向上を最優先課題とし、利益構造およびバランスシートの改善を図る必要があります。また、市場との対話を通じて成長戦略の透明性を高め、エクイティスプレッドおよびEVAスプレッドのプラス化を目指すことが求められます。これにより、PBRの改善と企業価値の向上を実現することが可能であると考えています。

■取り組み方針

「長期的な企業価値向上」を最重要目標として掲げ、持続可能な成長へ向けた各施策の実行および連動した財務戦略により、ROE、PERの改善およびPBRの向上に努め、企業価値向上を図ってまいります。

財務戦略の基本構成

PBR(株価純資産倍率)の向上は、ROE(自己資本利益率)とPER(株価収益率)の両方の改善によって達成されます。具体的には、ROEは「当期純利益率」と「総資産回転率」、そして「財務レバレッジ」の掛け算で構成されます。また、PERは市場評価の向上を意味します。

具体的な取り組み方針としては、

- ①ROEの向上：2026年度には7%、2030年度には8%、将来的には10%以上を目指します。
- ②PERの向上：IR活動の体制強化と開示情報の拡充、投資家との積極的な対話を通じて市場評価の向上を図ります。
- ③当期純利益の向上：既存事業の持続的な成長と新規事業の拡大による利益成長を追求します。特に高付加価値商品の構成比率をアップさせることに注力します。
- ④総資産回転率の向上：非事業資産の縮減(政策保有株式や遊休資産の売却)、在庫水準の適正化を進めます。
- ⑤財務レバレッジの適正化：成長投資に資本を配分するとともに、株主還元の充実により純資産を削減します。

以上のように、効率的な資産運用を通じて、総資産回転率の向上を図るとともに、バランスシートの改善に努め、健全な財務体質を維持します。当社はこれらの取り組みを通じて、持続的な成長と企業価値の最大化を目指してまいります。

■取り組み内容

当社は、長期的な企業価値の向上を目指し、株主還元の充実と収益性の改善に向けた施策を推進しています。

【ROE改善】

企業成長に向けては、新規売上の拡大と既存事業の持続的な成長を推進しています。特に、デジタル技術を活用した業務効率化や海外事業の基盤構築に注力しており、オープンイノベーションを通じて新規事業の開発にも取り組んでいます。これにより、さらなる事業拡大と収益力向上を目指しています。

また、高付加価値商品の生産能力増強のための成長投資や、政策保有株式の縮減や遊休資産の売却、在庫水準の適正化など、資本の効率化にも取り組んでいます。

株主還元においては累進配当を採用し、配当性向を40%としています。さらに機動的な自己株式の取得を行い、資本構成を最適化することで、企業価値の向上を図っています。

【PER改善】

環境への取り組みも重要な要素です。CO₂排出量の削減目標として、2026年度までに15%、2030年度までに30%の削減を掲げ、持続可能な社会の実現に貢献しています。

また、人的資本への投資を強化し、専門人財の育成や多彩なキャリアパスの提供を通じて組織の成長と多様性を推進しています。

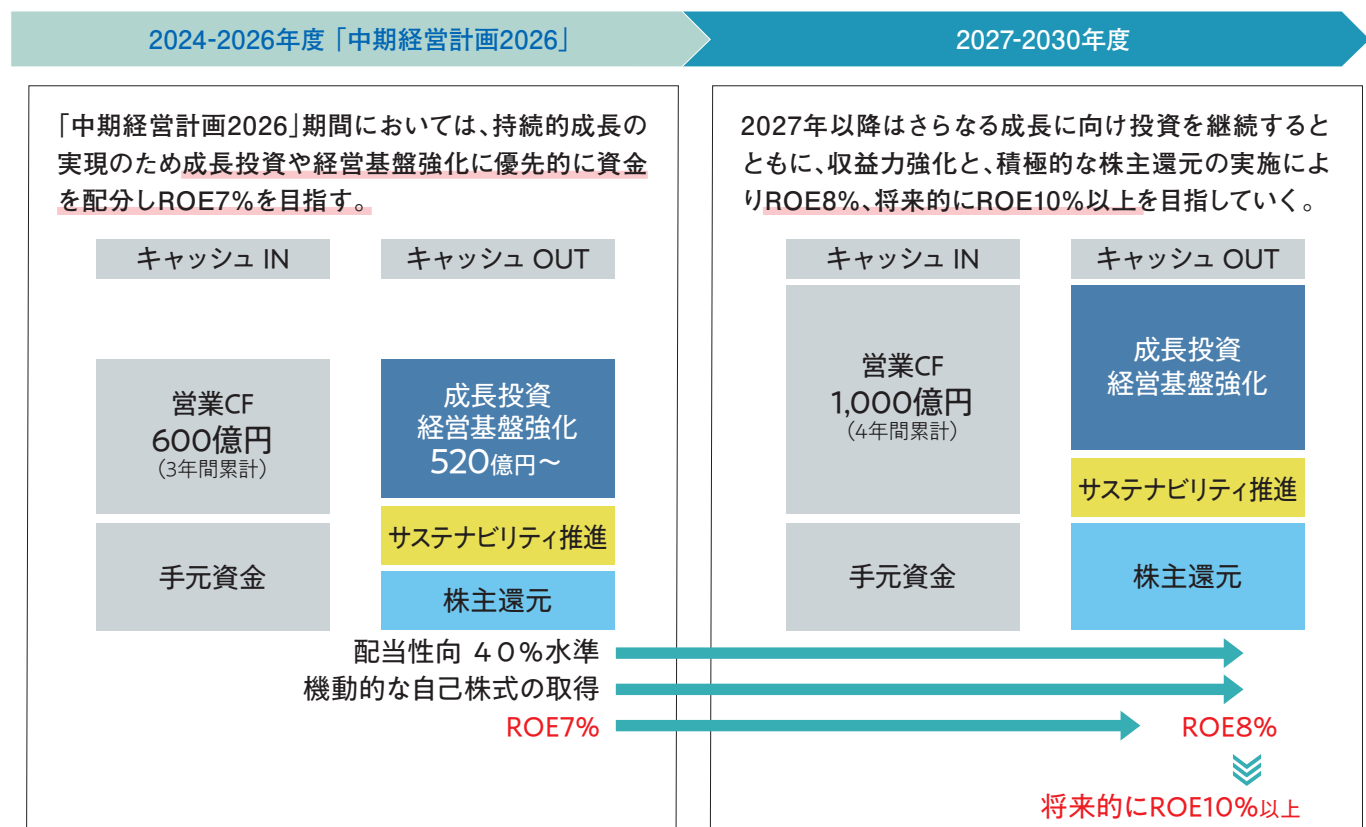
最後に、IR活動の充実を図り、投資家向け説明会やIRサイトの刷新、統合報告書の発行などを通じて、財務・非財務情報の発信力を強化しています。これにより、投資家との透明性の高い対話を促進し、長期的な信頼関係の構築を目指しています。

■キャッシュアロケーション

2024年度から2026年度までの「中期経営計画2026」期間において、営業キャッシュフロー(CF)600億円を見込み、そのうち520億円以上を成長投資および経営基盤強化に充てる予定です。具体的には、成長投資や経営基盤強化に加え、サステナビリティ推進や株主還元にも資金を配分します。株主還元については、配当性向40%水準とし、機動的な自己株式の取得を行い、ROE(株主資本利益率)7%を目指します。

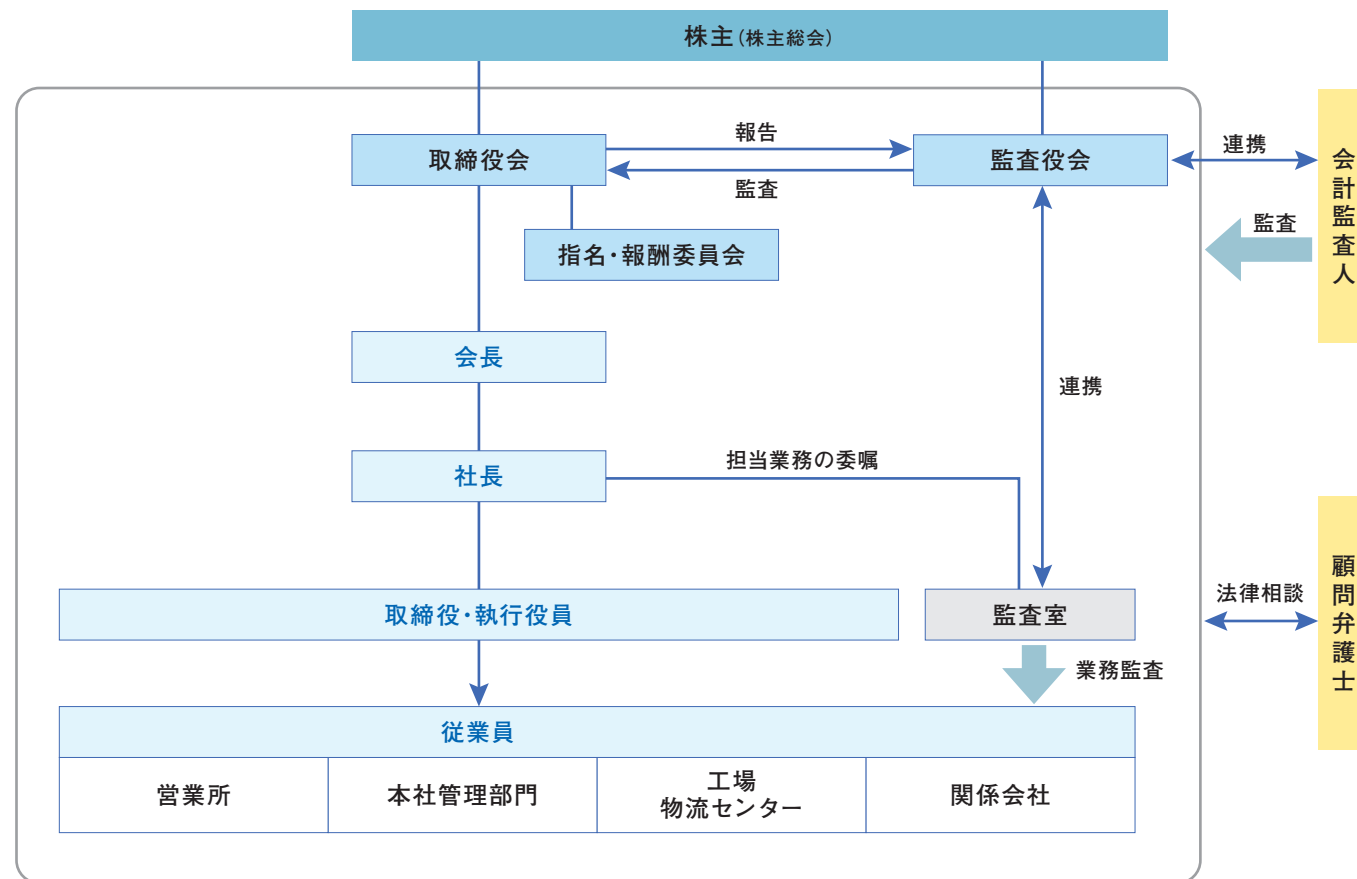
2027年度以降は、さらに成長に向けた投資を継続しつつ、収益力強化と積極的な株主還元の実施により、ROE8%、将来的にはROE10%以上を目指します。この期間には、営業CF1,000億円を見込み、成長投資および経営基盤強化、サステナビリティ推進、株主還元資金を配分します。

これらの戦略により、当社は持続可能な成長を実現し、株主価値の向上を図るとともに、社会的責任を果たす企業としての地位を確立していきます。



巻末に財務指標を抜粋した資料を掲載しています。合わせてご覧ください。

コーポレート・ガバナンス体制図と解説



コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、経営における健全性と透明性を高め、会社の持続的な成長と高い収益力を追求するために、経営上の組織体制や仕組みを整備し、必要な諸施策を迅速に実施していくことが重要と考えており、コーポレート・ガバナンスの強化を経営上の最優先課題の一つに掲げています。また、当社がコーポレート・ガバナンスの体制として採用している監査役会制度は、監査役会が取締役会を監査する体制としています。

監査役4名のうち2名を社外監査役とし、公正中立的立場からの監視を実施しており、経営の監視機能は十分に機能する体制を整えています。

■取締役会

取締役会は9名の取締役（うち社外取締役3名）で構成され、監査役出席のもと開催し、当社の重要な業務執行を決定し、取締役の職務執行を監督しています。社外取締役には会社経営に関する豊富な経験、見識を有し、公正中立的な立場からの助言、監督を行える方を招聘しています。また、激変する経営環境の変化に迅速かつ的確に対応できる経営体制の確立を目指して、経営の意思決定機能・業務執行の監督を担う取締役と、業務執行を担う執行役員の役割と責任を明確にし、経営戦略決定の迅速化及び監督体制・業務執行体制の更なる強化を図っています。

■監査役会

当社は監査役会制度を採用しており、4名の監査役（うち社外監査役2名）で構成されています。監査役会は取締役の職務執行に関して適法性および妥当性の観点から監査を行い、経営の透明性の確保および監視機能強化に努めています。社外監査役には、会社経営に関する豊富な経験、見識や企業法務・企業財務等の専門性を有している方を招聘しています。

監査役は取締役会のほか、重要会議に出席し、必要に応じて意見の表明を行うとともに、重要な意思決定の過程と業務の執行状況の把握に努めています。また、代表取締役との面談並びに意見交換を適宜行うとともに、内部監査、監査役監査、会計監査の実効性を高め監査の質的向上を図るために監査役間で監査結果の報告、意見交換などを行い、相互連携の強化に努めています。

■指名・報酬委員会

当社は取締役の指名、報酬について客観性、透明性を確保するため、指名・報酬委員会を任意で設置しています。同委員会の委員は社内取締役と社外取締役で構成し、半数は社外取締役と定めています。

経営陣幹部と取締役の報酬決定

〈方針〉

取締役（非業務執行取締役を除く）の報酬は、会社業績と職責を反映させた体系とし、月例報酬である基本報酬と短期インセンティブ報酬としての業績連動報酬（賞与）、長期インセンティブとしての役員持株会の3種類で構成しています。非業務執行取締役の報酬は、役割と独立性の観点から、基本報酬のみとしています。

〈手続き〉

取締役の報酬については、客観性、透明性を確保するため、半数を社外取締役で構成する任意の指名・報酬委員会が株主総会で決議された報酬総額の範囲内で、審議を行い、取締役会が決定することとしています。

経営陣幹部の選解任、取締役・監査役候補の指名

〈方針〉

経営陣幹部、取締役候補者については、経営判断に必要な多様な知識・経験・能力を有した人財をバランスよく選定しています。監査役候補者については、会社経営に関する豊富な経験・見識、財務・会計・法務に関する知見などを有した人財を選定しています。

〈手続き〉

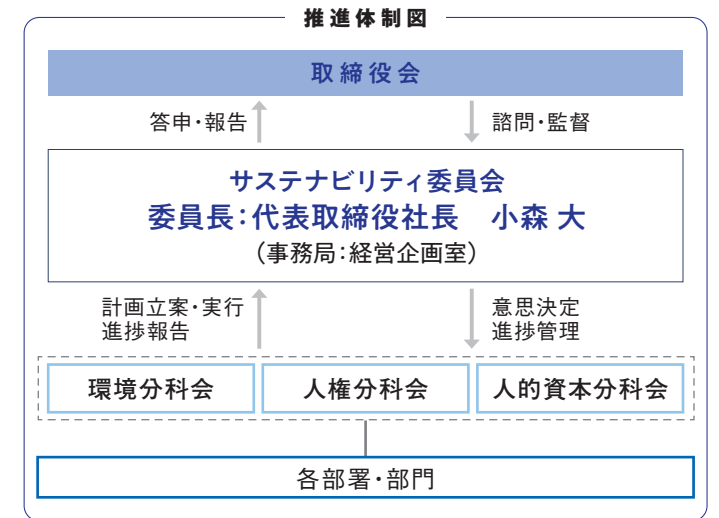
経営陣幹部、取締役候補者については、客観性、透明性を確保するため、半数を社外取締役で構成する任意の指名・報酬委員会にて審議を行い、取締役会が決定することとしています。

監査役候補者については、方針に基づき、社長、人事担当取締役が起案し、監査役会の同意を得た上で、取締役会が決定することとしています。

サステナビリティ推進体制

■サステナビリティ委員会の位置づけ

当社は2024年7月1日付で代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しました。サステナビリティへの対応は、当社にとって重要な経営課題であるという認識のもと、事業活動を通じて持続可能な社会の実現へ貢献してまいります。当社の事業活動における再生可能エネルギーの活用やエネルギー使用量の削減、省エネ・節水などの製品の企画・普及によるCO₂削減によって脱炭素社会の実現に貢献するとともに、産業廃棄物の削減や、梱包資材の再利用などにも取り組みます。人的資本への投資として、人材育成の強化、働き方改革やダイバーシティの推進、さらには従業員の持続的な処遇改善につなげる「ワークスタイル変革」により、一人一人が能力を発揮できる環境・制度の整備を図る取り組みを継続してまいります。なお、TCFDに基づく開示については、26ページをご覧ください。



サステナビリティ方針

タカラスタンドグループは、企業理念である

Living Standard (住生活水準)

Ethical Standard (倫理規範)

Quality Standard (品質基準)

に基づき、事業活動を通じて、社会課題の解決に取り組むことにより、持続可能な環境・社会の実現に貢献し、企業価値の向上を目指します。

1. 事業活動を通じて「より心地よい暮らし」を提供し続けるとともに、社会課題の解決に取り組み、持続可能な環境・社会の実現に貢献します。
2. あらゆる事業活動において環境負荷軽減・環境保全に取り組み、自然との共生を目指します。
3. 多様な個性を尊重し、能力を十分に発揮できる風土づくりに努め、健康的で働きがい・生きがいのある企業を目指します。
4. 法令やルールを順守し、公正かつ誠実な事業活動を行うとともに、多様なステークホルダーとの信頼関係の構築を目指し、公正な情報開示と建設的な対話に取り組みます。

取締役・監査役一覧

取締役・監査役のスキルマトリックス

当社の中長期的な経営の方向性や事業戦略に照らして、「中期経営計画2026」の実現に向け、当社の取締役会がその意思決定機能および経営の監督機能を適切に発揮するために備えるべきスキル(知識・経験・能力)を特定しました。特に期待する分野を、①企業経営、②財務・会計、③コンプライアンス・リスクマネジメント、④グローバル、⑤営業・マーケティング、⑥人事戦略、⑦調達・製造・物流、⑧DX・IT、⑨ESGの分野と定義しています。

	氏名	役職	性別	2023年度 取締役会 出席状況	2023年度 監査役会 出席状況	企業経営	財務・会計	コンプライア ンス・リスク マネジメント	グローバル	営業・マー ケティング	人事戦略	調達・製 造・物流	DX・IT	ESG
取締役	 渡辺 岳夫	代表取締役会長	男性	12/12回	—	●	●	●	●	●				●
	 小森 大	代表取締役社長 社長執行役員	男性	9/9回	—	●	●	●		●	●			●
	 井東 洋司	代表取締役 副会長執行役員	男性	12/12回	—	●	●	●			●		●	●
	 鈴木 秀俊	取締役 専務執行役員	男性	12/12回	—	●	●	●				●	●	●
	 白坂 佳道	取締役 専務執行役員	男性	—	—	●	●	●		●	●		●	
	 吉川 秀隆	取締役	男性	12/12回	—	●		●	●	●	●			
	 橋本 健	取締役 (独立社外)	男性	12/12回	—	●	●			●		●	●	
	 前田 和美	取締役 (独立社外)	女性	9/9回	—	●		●	●		●			
	 澤村 環	取締役 (独立社外)	女性	—	—	●		●		●			●	
監査役	 中嶋 新太郎	常勤監査役	男性	12/12回	13/13回	●	●	●		●		●		●
	 波田 博志	常勤監査役	男性	12/12回	13/13回	●	●	●		●				
	 近藤 裕	常勤監査役 (独立社外)	男性	12/12回	13/13回	●	●		●		●		●	
	 飯田 和宏	監査役 (独立社外)	男性	12/12回	13/13回		●	●						

(注)・小森大氏及び前田和美氏は、2023年6月29日開催の第149回定時株主総会において新たに選任されたため、取締役会の開催回数が他の取締役と異なります。
・白坂佳道氏及び澤村環氏は2024年6月26日開催の第150回定時株主総会において新たに選任されたため、2023年度の出席はございません。
・各人が保有するスキル等のうち、主なもの最大6つに●印を付けています。なお、上記一覧表は、各人の有する全ての知見や経験を表すものではありません。

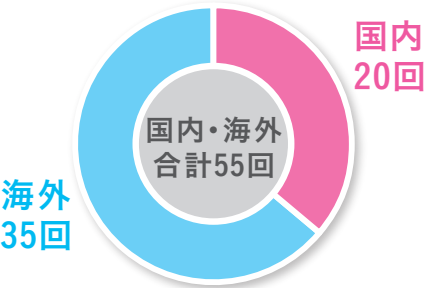
株主・投資家との建設的な対話に関する方針

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のために株主・投資家と対話を行い、当社の経営方針や財務状況等に関して理解を得て、信頼と正当な評価をされることが重要と認識しています。そのため、IR担当役員のもと、IR部の担当者が株主との対話(面談)や投資家からの取材に対応していますが、面談の目的および内容の重要性に応じてIR担当役員にて対応を行うこととしています。また、株主・投資家から社外取締役を含む取締役や監査役に対する面談の要請があり、その依頼内容から対応の必要性が認められる場合には、IR担当者その他同席のもと、面談を行うこととします。また、IR担当役員やIR部を中心に本社各部署間で連携を図る体制とし、対話を通じて株主からいただいた意見・要望については、経営陣幹部にフィードバックを行い、課題を共有して対処してまいります。投資家との対話の際は、当社の持続的成長、中長期における企業価値向上に関わる事項を対話のテーマとしています。また、インサイダー情報が外部に漏洩することのないよう、情報管理に留意しています。

2023年度 対話の実施状況

1.対話の実績		
	主な対応者	実施回数
株主総会	全ての取締役および監査役	1回
個人投資家説明会	IR部門長	2回
個別面談	IR部門長および担当役員	55回

2.個別面談の株主・投資家概要



3.対話の主なテーマ	
テーマ	主な内容
事業概要	当社の特長・強み、シェア、市場環境
決算の状況	売上の状況、営業利益の増減要因
事業戦略	国内事業の取組施策、海外事業の展望
経営方針	資本収益性・PBR、資本政策、ESG、IR

4.社内へのフィードバック		
	主な内容	実施回数
取締役会	・資本収益性の改善 ・IRの活動状況 ・株主の状況	6回
経営層、関連部署	株主・投資家との対話の重要なテーマ	適宜

5.対話を踏まえて取り入れた事項			
	要望事項	当社対応	内容
資本収益性	資本コストを意識した資本収益性の改善	株主還元の充実	資本収益性の改善と株主還元のより一層の充実を目的に、増配と自己株式取得を実施。
		決算説明資料の四半期作成	従来作成の2Qおよび期末に加え、1Qと3Qも新たに作成。
IR強化	開示資料の充実	英文開示の拡充	決算短信の各Qのサマリー英訳に加え、期末の全文英訳も実施。その他の開示も随時対応。
	投資家の認知度向上	IRサイトのリニューアル	各種コンテンツの拡充を和英とも実施。
		スポンサードリサーチレポートの導入	機関投資家から認知度の高いシェアードリサーチ社のレポートを導入。

コミュニティへの貢献 / SDGs対応表

支えていただいているコミュニティへの貢献、さまざまな立場の方々との共生を重視した取り組みを行っています。さらに、企業価値の持続的向上を目指し、SDGsにも積極的にも取り組んでいます。

子ども食堂への寄付

キッチン販売する当社は「食」の支援を通して、社会に貢献したいという想いから、子ども食堂に寄付をし、すべての人の暮らしを、より心地よくしたいと考えています。



ユニバーサルマナー検定導入

全国のショールームアドバイザーを対象に「ユニバーサルマナー検定」を導入しています。どのようなバックグラウンドをお持ちのお客さまにも配慮した適切なご案内ができるよう、知識と技術の習得を進めています。



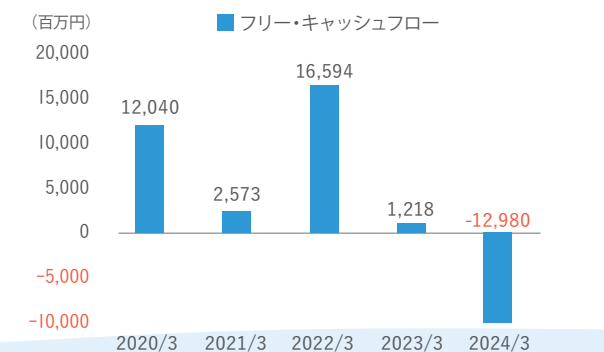
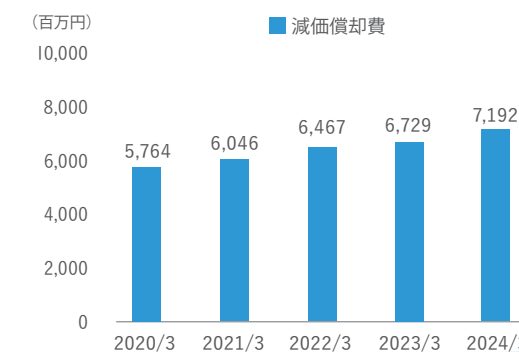
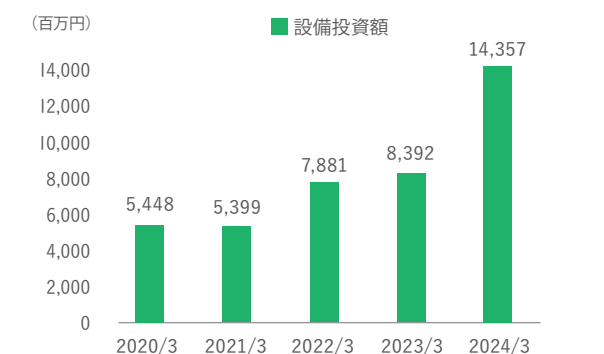
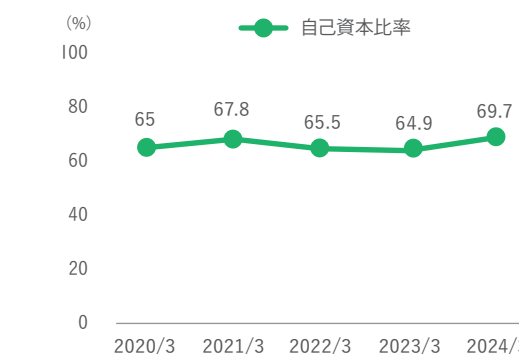
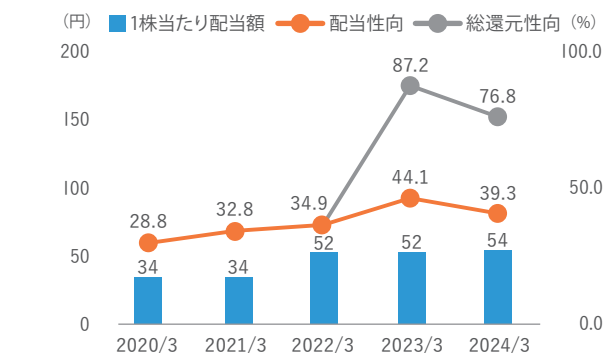
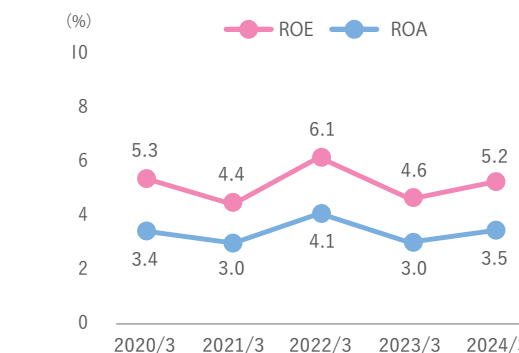
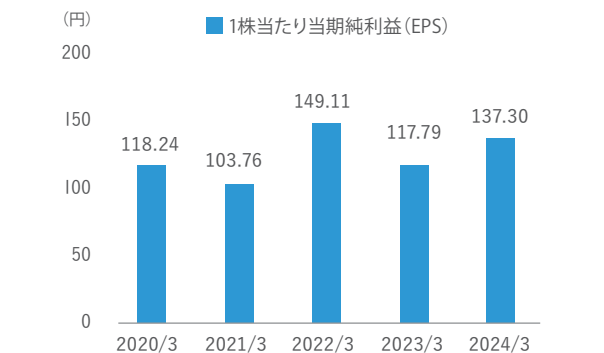
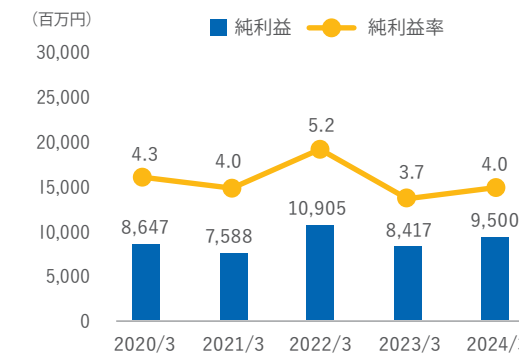
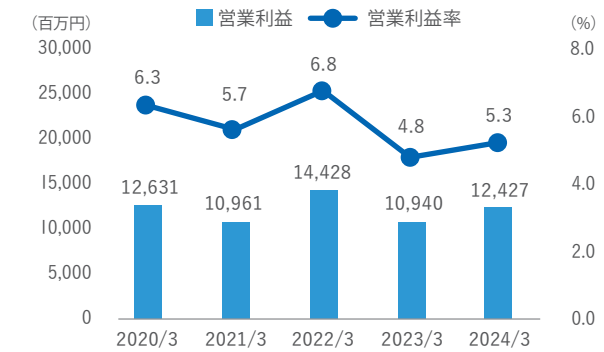
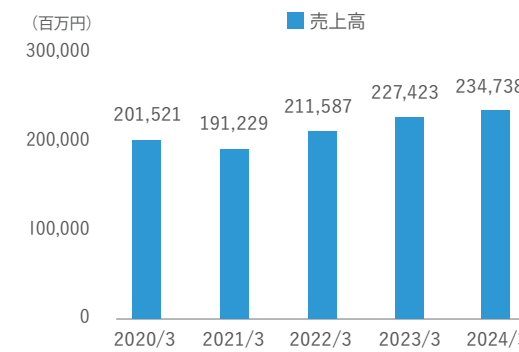
SDGs対応表

タカラスタンダードは、暮らしを第一に、使う人を想い続けたからこそ、たどり着いた「高品位ホーロー」という別格の素材を中心に、さまざまな取り組みを行いSDGsの目標達成にも貢献し、持続可能な社会の実現を目指します。

	当社の取り組み内容		対応するSDGs目標				
商品を通じた貢献	強度と美しさが続くサステナブル素材「ホーロー」への取り組み	長く使い続けることでゴミの削減へ お手入れも水で流せるので、水質汚染を防ぐことにも貢献					
		「インクジェット印刷技術」で天然木を伐採せずとも本物のようなデザインを再現できるので、森林資源を守り、地球にも優しい					
	モノづくりへの取り組み	エコ水栓・エコシャワー、節水トイレなどの節水製品					
		キッチン、バス、あらゆる場所で省エネ性能の高い製品					
		健康を考えた機能製品					
地球環境への貢献	環境に配慮した物流体制	CO ₂ 排出量を削減する「ホワイト物流」を採用					
		梱包資源削減と廃棄物軽減で環境を守る					
	資源を大切に環境を守るさまざまな取り組み	太陽光発電でよりクリーンなエネルギー利用					
		タカラのショールームに展示している商品は、捨てることなく、販売し再利用					
		植物由来素材でリサイクル可能な制服を採用					
		「環境に配慮した用紙」「植物油インキ」を採用したカタログで地球環境保護を徹底					
	働きがいのある会社への取り組み	さまざま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					
		充実の福利厚生で社員全員に「安心」と「働きがい」を					
コミュニティへの貢献	子どもの未来を創る取り組み	子ども食堂への寄付					
		子どもたちの心を育てる「こころの劇場」協賛					
	子どもたちの未来を創る取り組み	キッズニア甲子園でものづくりの楽しさを体験					
		小中学生向けキャリア教育教材「おしごと年鑑2024」への協賛					
	誰もが平等な社会に	障がい者アートを活用したノベルティ展開					
ショールームに「ユニバーサルマナー検定」導入							

財務ハイライト

※直近の財務諸表から主要指標を抜粋掲載しております。



最新の財務情報はホームページでご覧いただけます。▶

