

各位

会社名 タカスタンダード株式会社
代表者名 代表取締役社長 小森 大
(コード番号 7981 東証プライム市場)
問合せ先 執行役員管理本部財務企画部管掌兼
IR部管掌
梅田 馨 (TEL.06-6180-6677)

「統合報告書2025」発行のお知らせ

タカスタンダード株式会社(本社:大阪市城東区、代表取締役社長:小森大)は、「統合報告書2025」を発行し、当社公式ウェブサイトにて公開いたしましたことをごお知らせいたします。

本報告書は、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様とのコミュニケーションツールとして、当社の価値創造プロセスや持続的な成長に向けた取り組みをより深く理解していただくことを目指して制作いたしました。

「統合報告書2025」では、以下の内容を中心に掲載しております。

- ・ 理念体系、事業の概要、主要国内市場、当社の強み
- ・ トップメッセージ、価値創造のプロセス、ビジネスモデル、リスク機会の分析
- ・ 中期経営計画2026を踏まえた中長期的な成長戦略
- ・ 環境問題、人的資本への投資、財務戦略、ガバナンス、社会貢献活動に関する取り組み
- ・ 財務ハイライト(主要指標)

当社は本報告書を活用して、今後もステークホルダーの皆様との建設的な対話を推進し、さらなる企業価値向上につなげていけるよう努めてまいります。



統合報告書は、当社の公式ウェブサイトにてご覧いただけます。

<https://www.takara-standard.co.jp/ir/>

Living Standard
Ethical Standard
Quality Standard



ホーローのパイオニアとして、タカラストانダード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

タカラストانダードにとって大切な3つの“Standard”

Living Standard（住生活水準）

タカラストانダードは、「水まわり設備機器」と「ホーロー技術」の進化を通じて、より多くの人々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）

タカラストانダードは、「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）

タカラストانダードは、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

主要国内市場について

7

沿革

9

水まわりに最適な素材「高品位ホーロー」

11

トップメッセージ

15

価値創造プロセス・ビジネスモデル

17

リスク・機会分析

19

中期経営計画

事業ハイライト

21

既存事業の持続的成長

23

DXの取り組み

25

海外事業

26

オープンイノベーション

27

環境問題への取り組み

29

人的資本への投資

33

財務戦略

35

ガバナンス

37

取締役・監査役一覧

39

コミュニティへの貢献

39

SDGs対応表

40

財務ハイライト（主要指標）

編集方針:

本誌はタカラストانダード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:

タカラストانダード株式会社

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、2024年度（2024年4月1日～2025年3月31日）です。活動内容については2025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2025」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 (2025年3月31日現在)

●社名: タカ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): 6,560名

売上高

2,433億円

営業利益

156億円

営業利益率

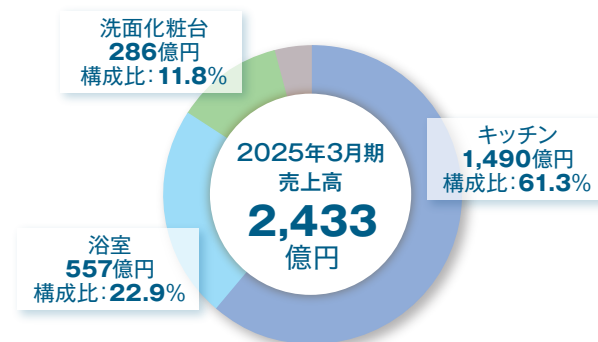
6.4%

ROE

5.8%

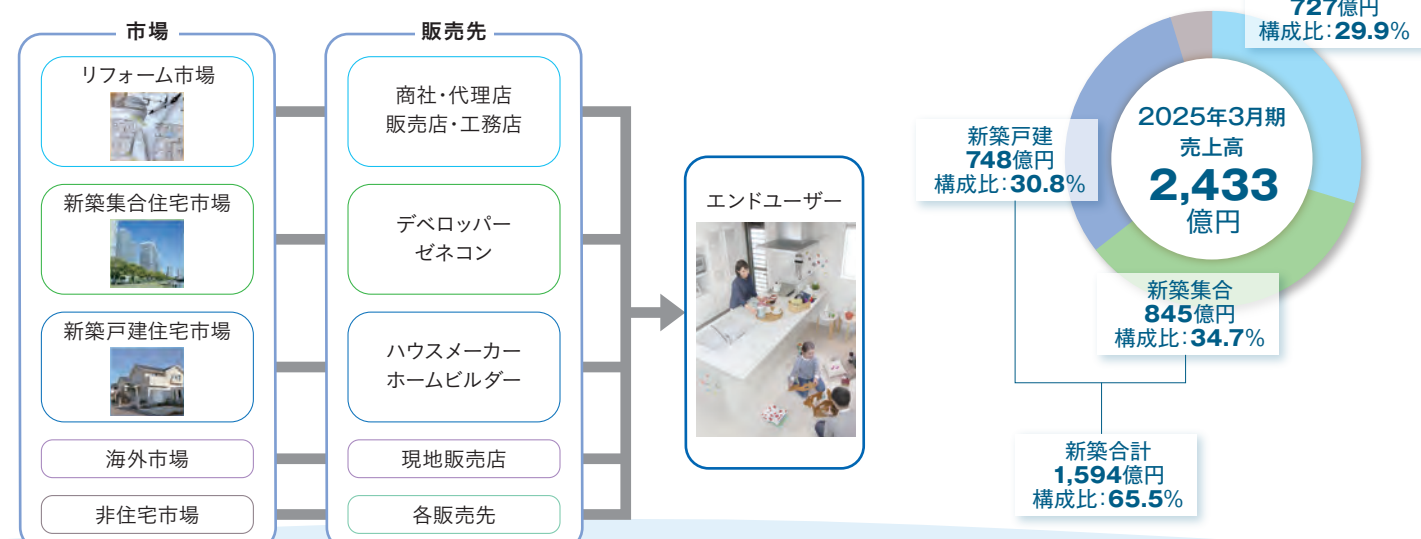
製品展開

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

113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

157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

●生産拠点
◆物流拠点

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

6,560名



従業員数は6,000名を超え、社員一人ひとりが持ち味を発揮し、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

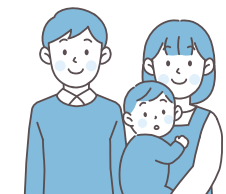
6.3%

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 83.0%
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

75.0%

多様性の確保、人材育成の強化、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

12.5%

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。

(2025年3月31日現在)

※リフォーム市場、新築集合住宅市場、新築戸建住宅市場の詳細はP5～6をご覧ください。

タカラスタダードは、キッチン・浴室・洗面化粧台などの住宅設備機器を中心に、幅広い市場に製品を供給しています。全国の販売網を活かし、3つの主要市場に合わせた販売体制と提案活動を行い、地域や顧客特性に応じたきめ細かなサービスを提供しています。



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



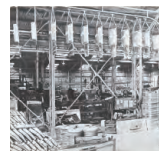
1962
世界最初のホーローキッチン
の開発に成功



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



1971▶
住宅設備機器メーカーの
お手本になるという思いをこめて
タカラスタANDARD株式会社社名変更



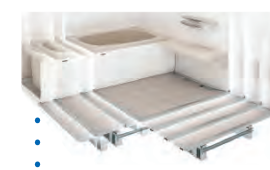
1982
わが国最初のステンレス一体型
ユニットバスを商品化



1992▶
「ホーローキッチンパネル」発売



1999▶
業界初の「びったりサイズ
システムバス」発売



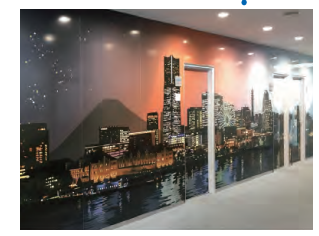
2007
カンタン取替ホーローシステム
キッチン「エマーユフラット」発売



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
Change! 110th

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。

2025
初の海外拠点
台湾支店設立

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
北島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。

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。



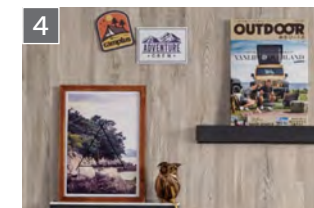
2 湿気に強い

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。



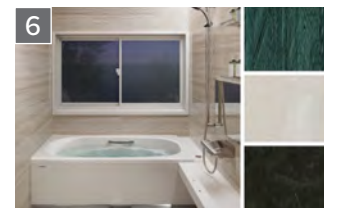
4 マグネットが使える

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。



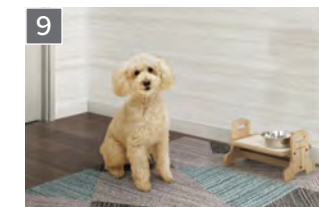
7 熱に強い

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。

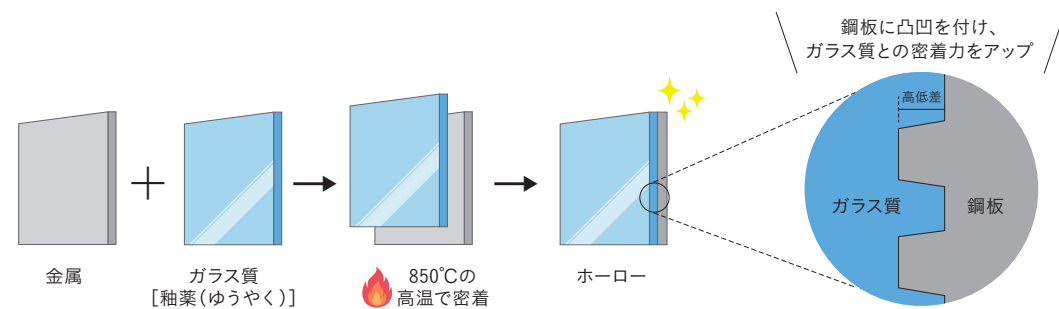
ホーローとはどんな素材？

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

2024年度の総括：変革への確かな一歩

2024年度は、当社にとって「変革への再挑戦」の起点となる1年でした。私が社長に就任してから初めての通期となるこの年は、コロナ禍において変革よりも供給責任を優先してきた過去からの脱却を図るため、企業体質の抜本的な見直しに本格的に着手した年であります。まず、全社横断での課題抽出と制度設計を策定する専門部署を立ち上げ、迅速かつ効果的な意思決定と実行を可能にする組織体制へと再編しました。営業面においては、リフォーム事業において価格帯や商品政策の見直しを進め、従来の「ホーロー製品中心」の販売方針から、当社の幅広い商品群を活用したフルラインアップでの提案へと政策転換し、お客さまのニーズとのズレの是正に取り組みました。新たな事業分野として注力している海外事業およびオープンイノベーションについても、基盤整備を着実に進めてまいりました。さらに、人的資本経営の実装に向けた基盤づくりを目的に、若手社員の登用やプレゼン機会の拡大、女性管理職候補の育成、シニア人材の再活用など、社内の意識改革にも取り組みました。会社全体が「変革」に向けて同じ方向を向き始めたことは、何よりも大きな成果だと感じています。2024年度は、変革の設計図を描き、実装に向けた準備を整えた「助走の年」であり、2025年度以降の飛躍に向けた土台を築いた1年だったと総括しています。

収益構造改革、財務戦略の取り組みを通じて、 全社が「変革の必要性」を共有し、同じ方向へ

収益構造改革と財務戦略の取り組みについては、一定の成果を上げつつあると評価しています。収益構造改革においては、まず、構造改革推進室を立ち上げ、サプライチェーン全体の業務プロセスにおける各工程の分断、属人化といった全社横断での課題抽出と制度設計の策定を進めました。次のステップとして、2025年1月からは「TDX（タカラスタンダードのDX）推進本部」を発足し、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「IT戦略部」を連携させ、迅速かつ効果的な意思決定と実行を可能にする組織体制へと再編しました。効率化やDXの活用による生産性向上に加え、エリアマネジメントの推進にも注力するなど、収益力強化の基盤構築に努めてまいりました。一方で、原材料価格の上昇や物流費の増加など厳しい外部環境の中でコストコントロールの強化も重要と考えています。また、販売部門では営業・生産・配送の各工程の可視化を進め、受注時点で納期やリスクを判断できる仕組みを構築中です。これにより、受注から納品までのプロセスがより精緻に管理され、無駄の削減と収益性向上の効果を期待しています。

財務戦略においては、中期経営計画2026の開示後も株価がPBRI倍割れの水準が続く中、株主・投資家の皆さまとの対話も重ね、企業価値向上への思いをより一層強くいたしました。対話の中で頂戴したさまざまな意見や当社の財務状況を勘案し、2025年5月に中期経営計画2026のROE目標を7%から8%へアップデート。その達成のための取り組みとして、改善余地が大きいバランスシートについて資本政策を見直し、配当性向の引き上げや大幅な自己株式の取得といった新たな株主還元方針を策定しました。

2024年度は、収益構造改革については数値として成果が大きく表れる段階ではありませんでしたが、全社が「変革の必要性」を共有し、同じ方向を向き始めることができた年になったと考えております。次年度以降、これらの改革を着実に実装し、定量的な成果を結実させていくフェーズとしてまいります。

➡P.23 DXの取り組み
➡P.33 財務戦略

新たな事業分野（海外、オープンイノベーション）の成果は「基盤整備と着実な一歩」

海外事業に関しては、2030年までに海外売上100億円を目指す中で、台湾・中国・ベトナムの3エリアにおける販売体制の整備はほぼ完了し、今後はインド・インドネシアでの展開を加速させるべく準備を着々と進めております。既存エリアについては、各国の市場特性に応じて、現地でのオペレーションの質を高める体制を構築しました。特にベトナムでは総代理店制を導入し、販売の一本化による効率化を実現。台湾では支店を立ち上げ、当社社員が常駐することで、現地の流通管理を強化しています。さらに、製品の輸出方法についても、従来の完成品輸出からノックダウン方式への転換を検討しており、輸送効率と現地組み立ての柔軟性を両立させる新たな設計構造の開発にも着手しています。オープンイノベーションについては、ホーローの原材料であるフリットをさらに微細化した「サブミクロンフリット」の研究開発を推進しています。大学との産学連携の共同研究により、1万分の1まで細かくする技術の開発を進め、特許も出願中です。この特殊なフリットは、義歯などの歯科材のほか、電子基板の放熱機能を持つ接着剤やロケットの耐熱タイルなど、幅広い分野での応用が期待されています。これらの取り組みは、単なる売上拡大ではなく、当社の技術資産を生かした新たな価値創造の挑戦であり、「次の50年」の収益の柱となる可能性を秘めた、非常に重要な取り組みであります。

➡P.25 海外事業
➡P.26 オープンイノベーション

持続可能な成長に向けて、環境・人財への投資を加速

2024年よりサステナビリティ委員会を新たに発足し、環境課題、人的資本経営の議論を深めています。事業活動が続ける上で、環境負荷に配慮したものづくりを行っていくことは大きな課題です。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2026で2026年度のCO₂排出量を2020年度比で15%削減、2030年度には30%削減を目標にしています。製造プロセスの見直しや工場の設備更新を通じて、エネルギー効率の向上による資源の有効活用を図るとともに、製品開発においても、耐久性が高く長寿命なホーロー素材の活用を推進し、環境に配慮した製品づくりによる持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

人的資本経営については、人事制度改革として、総合職・一般職の区分を撤廃し、全社員が公平に成長機会を得られる制度を設計しました。また、工場の現業職とホワイトカラーの垣根をなくす取り組みも開始し、現場の課題に向き合いながら再構築を進めています。女性活躍推進の面では、ショールームアドバイザーとして働く女性社員の雇用形態や働き方に着目し、特に出産・育児期における持続可能な制度設計に取り組みました。さらに、女性管理職候補を対象とした分科会を設置し、現場の声を吸い上げながら、登用支援とキャリア形成の支援を強化しています。シニア人材の活用についても、60歳以上の社員を対象にした学び直し支援や、物流品質向上などの新たな役割への登用を進めました。経験と知見を生かしながら、第二のキャリアを築ける環境づくりを目指しています。これらの取り組みは、単なる制度変更ではなく、「人が活きる会社」への転換を目指す文化づくりの一環です。2024年度はその基盤を築いた年であり、今後は実装と定着を通じて、より多様で持続可能な組織へと進化させていきます。

➡P.27 環境問題への取り組み
➡P.29 人的資本への投資

今後の事業環境の変化への適応と機会の創出

2025年度の事業環境は、昨年度と比べさらに複雑かつ不確実性が高まっていくと感じています。住宅着工数は減少傾向が続いており、人口減少や金利上昇、資材価格の高騰など構造的な課題が顕在化しています。一方で、リフォーム市場の底堅さや、都市部での再開発需要による成長余地など、当社にとっての新たな機会も広がっています。限られた経営資源をどこに投下するか、どの分野で競争優位を築くかという経営判断が、これまで以上に問われる局面です。特にリフォーム市場は緩やかな成長基調にあり、生活者の住環境への意識の変化や、住宅の長寿命化ニーズの高まりを背景に、当社の取り組み次第でさらに拡大の余地があると見ています。この点は、安定的な収益源として大きな期待をかけている分野です。また、さまざまな環境に対応できるよう、社内において、これまでの「人力・馬力」に頼った属人的な業務スタイルから、DXによる業務の可視化や自動化を活用し、人的生産性の向上・持続可能な働き方への転換を進めております。

2025年度は「変化への対応力」が問われる年となります。過去の成功体験にとらわれず、事業環境の変化に柔軟かつ迅速に打ち手を講じることが、企業としての競争力を左右すると強く感じています。

➡P.21 既存事業の持続的成長
➡P.23 DXの取り組み

「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

中期経営計画2026の目標達成に向けて、新築市場でのさらなるシェア拡大とリフォーム市場での拡大を重点的に進めてまいります。具体的には、新築集合市場において後発のシステムバスでのシェア獲得。新築戸建市場では付加価値の高い製品の提供を強化します。また、リフォーム市場においては、新製品の投入や展示方法の改善を続け、顧客の幅広いニーズを獲得してまいります。海外市場での取り組みについて、成長を加速させるため、インドやインドネシアでの展開を推進するとともに、既存エリアにおいては現地のニーズに合わせた製品開発や販売戦略を展開し、地域ごとの特性に応じたアプローチを強化してまいります。また、サステナビリティの取り組みを深化させ、環境に配慮した製品の提供やダイバーシティの向上も図ってまいります。カーボンニュートラルの実現に向けた具体的な取り組みを進めるとともに、社員一人ひとりが働きやすい環境を整備し、多様な人材が活躍できる企業文化を醸成してまいります。

タカラスタンドは、これからも「より快適できれいな暮らしに貢献する」という原点を胸に、品質にこだわり、人や社会、環境を大切に作る企業であり続けます。私たちの長期ビジョン「ホーローと共に、光り輝く魅力ある企業へ」を実現するために、全社員一丸となって取り組んでまいります。



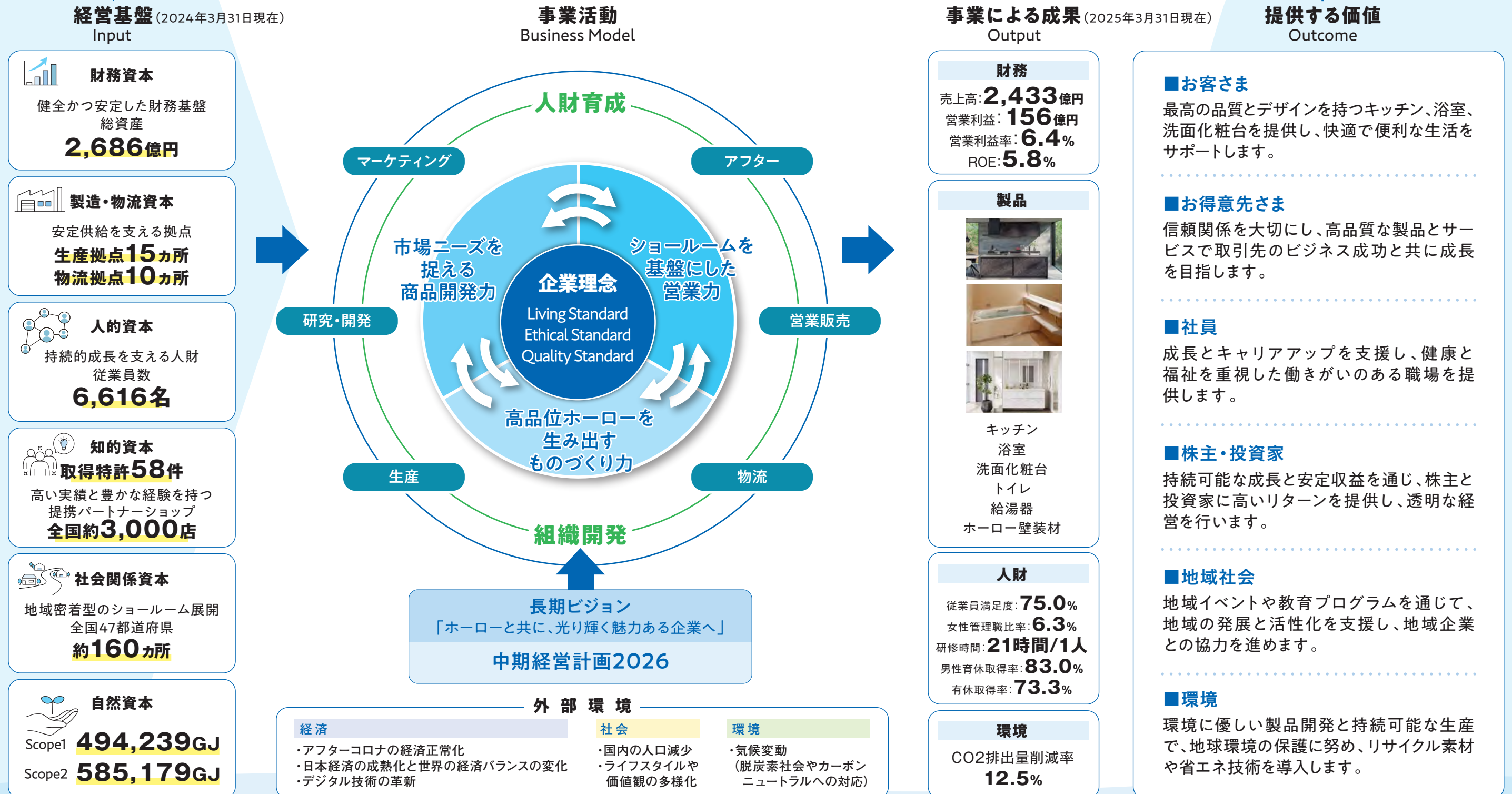
価値創造プロセス・ビジネスモデル

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

タカラスタンダー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、物流費の高騰、政府による賃上
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・エクイティ&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
		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
環 境	気候変動	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		●	●	

【タカラスタンダード 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

▶P21

DXを活用した人的生産性の向上、
生産物流の合理化

▶P23

海外事業の強化、
新規事業の創出

▶P25

環境関連の規制強化に対応する
脱炭素移行

▶P27

人的資本への投資による
「働きがい」の向上

▶P29

適切な財務戦略による
資本の効果的活用

▶P33

タカラスタンダードでは、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

中期経営計画 2026 の進捗

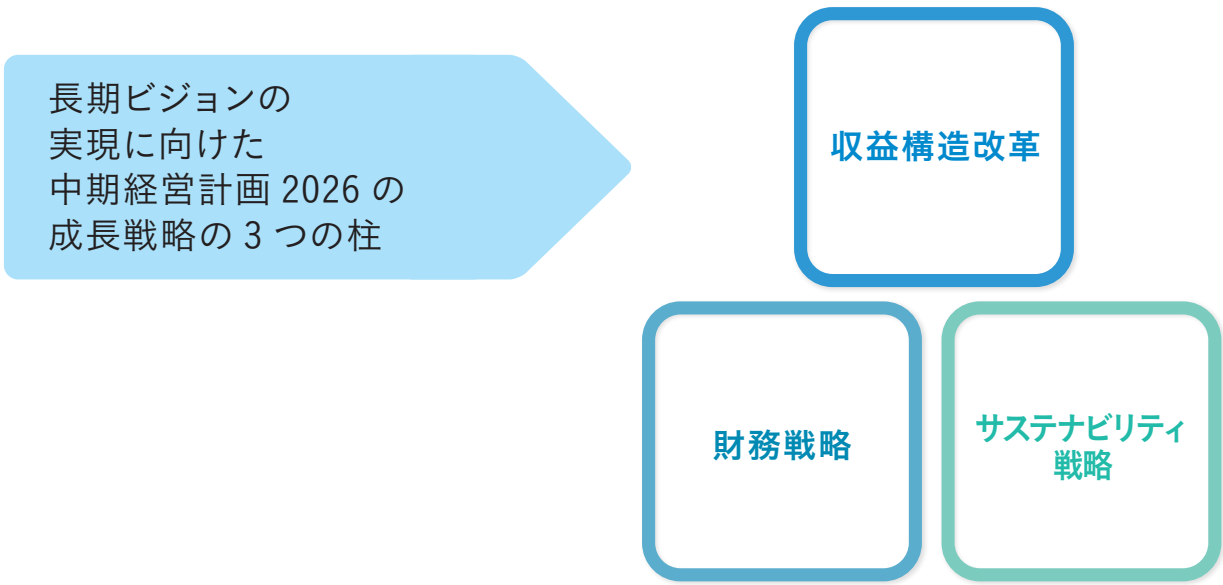


執行役員
経営企画室長
橋本 明大

中期経営計画2026の初年度である2024年度は、最終年度である2026年度に向け、業績目標に対しては順調な滑り出しができました。売上高は過去最高の2,433億円を達成。営業利益は過去2番目の水準となる156億円となりました。一方でROEは2025年5月に目標値を8%に引き上げる新たな財務戦略を公表。収益構造改革・財務戦略ともに着実な1歩を踏み出しました。サステナビリティ戦略についてもCO2排出量の削減を着実に実施できており、引き続き、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「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）



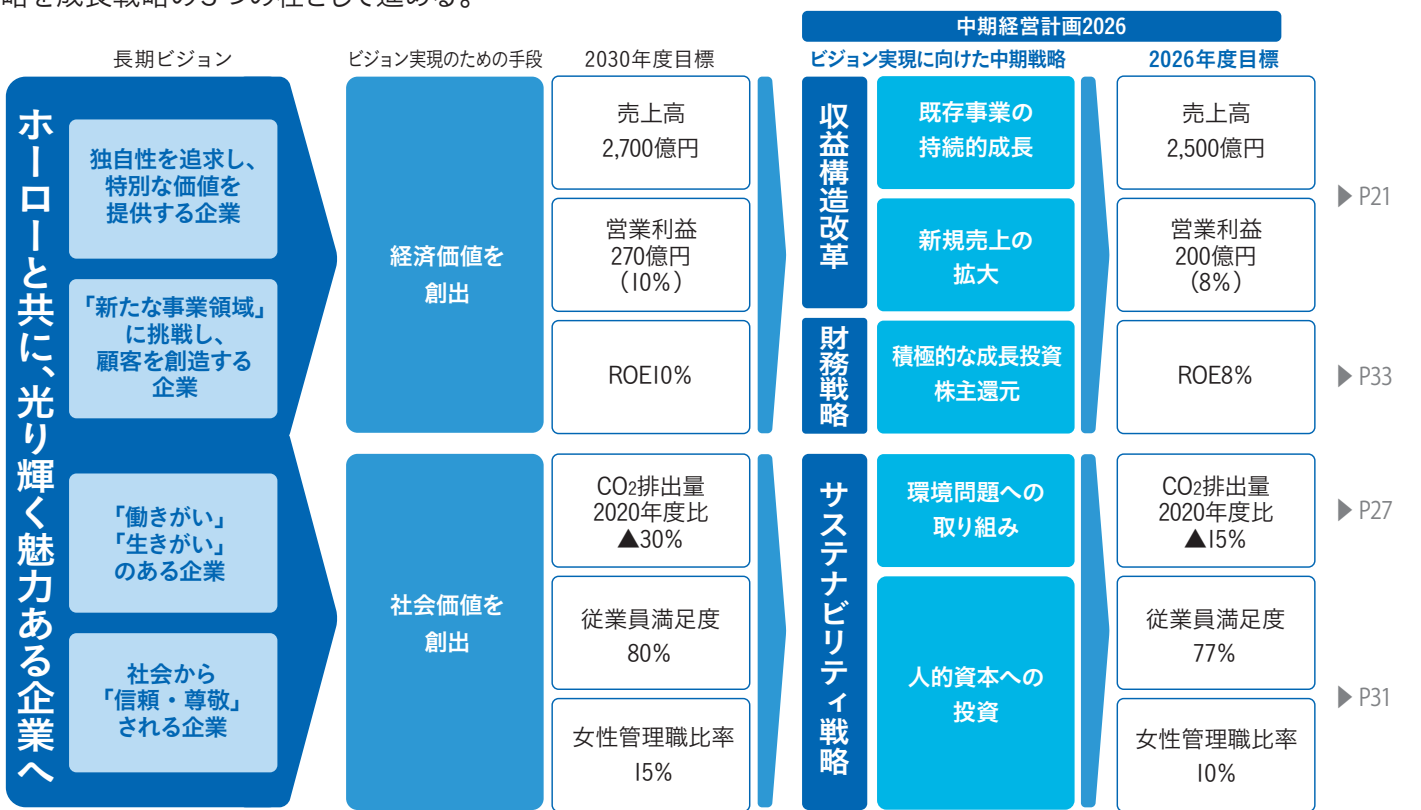
業績目標

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	2025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	2,433 億円	2,500 億円	2,700 億円
	営業利益	156 億円	200 億円	270 億円
	営業利益率	6.4 %	8 %	10 %
	ROE	5.8 %	8 %	10 %
非財務指標	CO2排出量 (Scope1+2)	51,504tCO2	49,000tCO2 (対2020比▲15%)	41,000tCO2 (対2020比▲30%)
	従業員満足度	75.0 %	77 %	80 %
	女性管理職比率	6.3 %	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



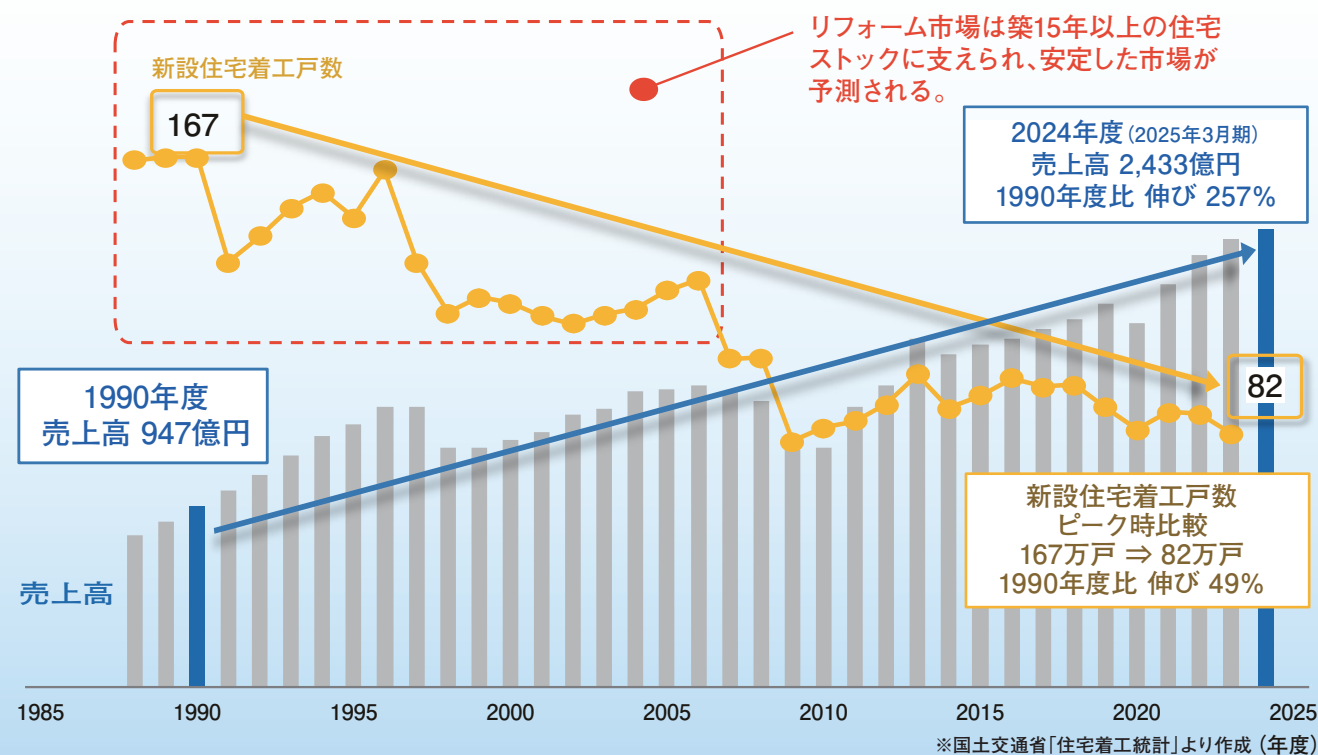
執行役員
営業本部 副本部長
吉田 昌弘

2024 年度の振り返り

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2024年は82万戸まで減少する中、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（マンション）市場でシェアを拡大し、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において、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。

2025 年度の取り組み

まず、リフォーム市場の認識と方向性については、市場規模は豊富な住宅ストックを背景に、今後も堅調に推移していくと予測していますが、現状、当社のシェアは推定15%と捉えており、まだまだ伸びしろがあります。リフォームの主力プレーヤーへの販路拡大や都市部でのマンションリフォーム専門部署の設立、リフォーム向け商品の強化など、シェア拡大に向けて新たな取り組みを推進していきます。一方、新築市場の認識と方向性については、新築市場は人口減少に伴い、新設住宅着工戸数も年々減少してきており、市場は今後縮小傾向が見込まれています。そのような中、当社の現状は、分譲の新築集合住宅においてキッチン、洗面化粧台は圧倒的なシェアを確保しているものの、浴室は後発のため、シェアを拡大する余地が大いに残っています。今後は、分譲マンションでのシステムバスの販売強化を本格的に図っていきます。



新築着工戸数は減少傾向

新築市場の縮小

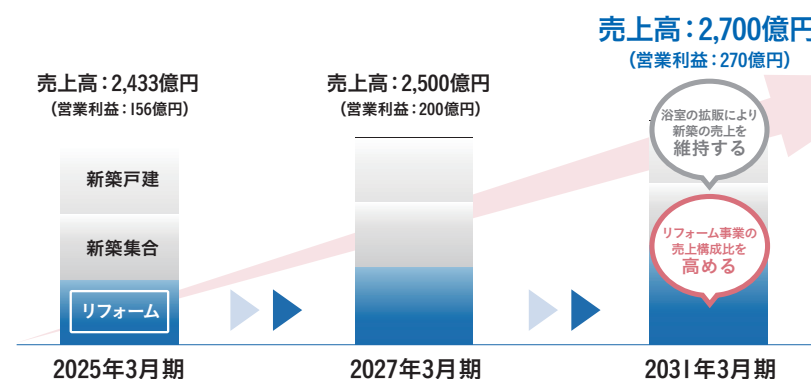
住宅ストック数の増加

リフォーム市場は堅調に推移

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での**浴室の拡販**によって 売上の維持を目指す。

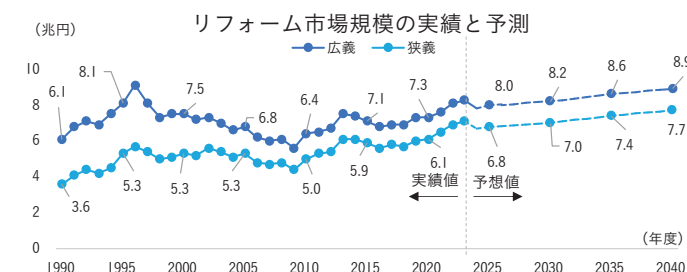


国内事業 | リフォーム市場の認識と方向性

市場規模 (2024~2040年の予測)

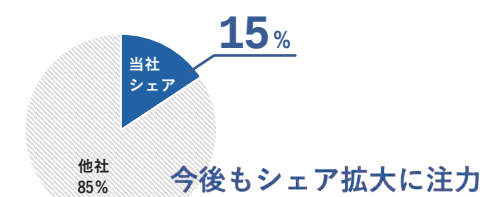
リフォーム市場は堅調に推移すると予測

※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ーヤーへの販路拡大

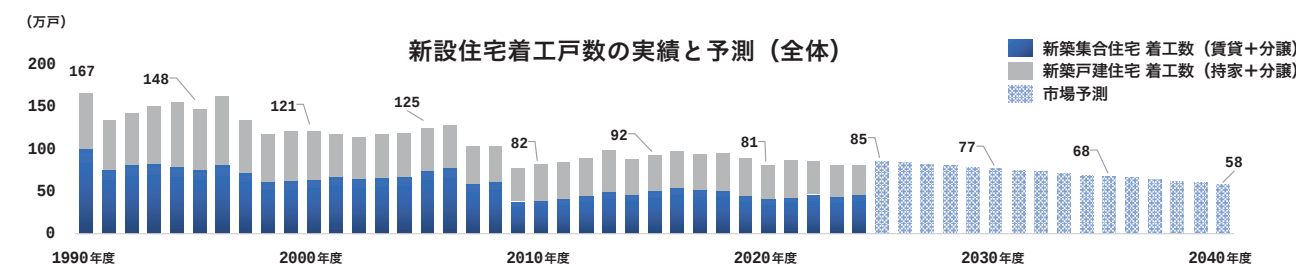
都市部でのマンションリフォーム (フルリノベーション) 専門部署の設立

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 (取りつけやすく、運びやすく)

国内事業 | 新築市場の認識と方向性

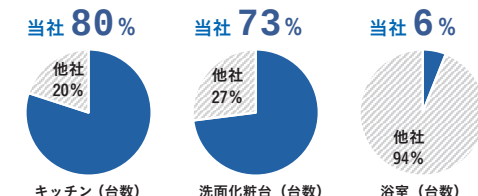
新設住宅着工戸数 (2025~2040年の予測)

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。

リフォームおよ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

タカラスタンダードのDX基本戦略



執行役員
TDX推進本部長
吉井 剛仁



2024 年度の振り返り

2024年度は主に計画を立てることが中心となりましたが、予定していたプランは順調に実行されました。サプライチェーン管理の改革の範囲を決めたり、成功するための具体的な方法を考案。計画を実際にどう進めるかの具体的なプランを作成しました。さらに、在庫を減らして管理しやすくするための短期的な取り組みも行っています。また経済産業省の定める「DX認定事業者」に認定をされるなど、全社一丸となって、DX推進を加速させてまいりました。

DX 認定制度とは デジタル技術による社会変革に対して経営者に求められる事項を取りまとめた「デジタルガバナンス・コード」に対応し、DX推進の準備が整っていると認められた企業を国が認定する制度です。

2025 年度の取り組み

2025年度は構想策定から詳細な実行プランの策定と短期テーマの実施に注力します。具体的には、構想策定内容の具体的な実行プランのスケジュールと総投資額及びROIを策定いたします。さらに、短期テーマ(6テーマ)の活動が予定されています。これらの取り組みすべてに共通するコンセプト「平準化×標準化」を図ることで、戦力を最大限に活用し、人的生産性の向上を実現します。

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

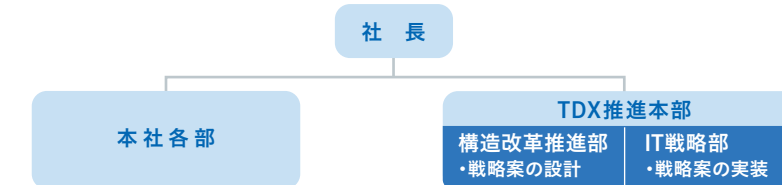
- 事務作業効率化
- 物流効率化
- 調達業務効率化
- 製品在庫▲30%
- リフォーム売上拡大につながるサイクルの構築



- DXを推進できる人材を育成
- データを活用するための基盤と環境の構築

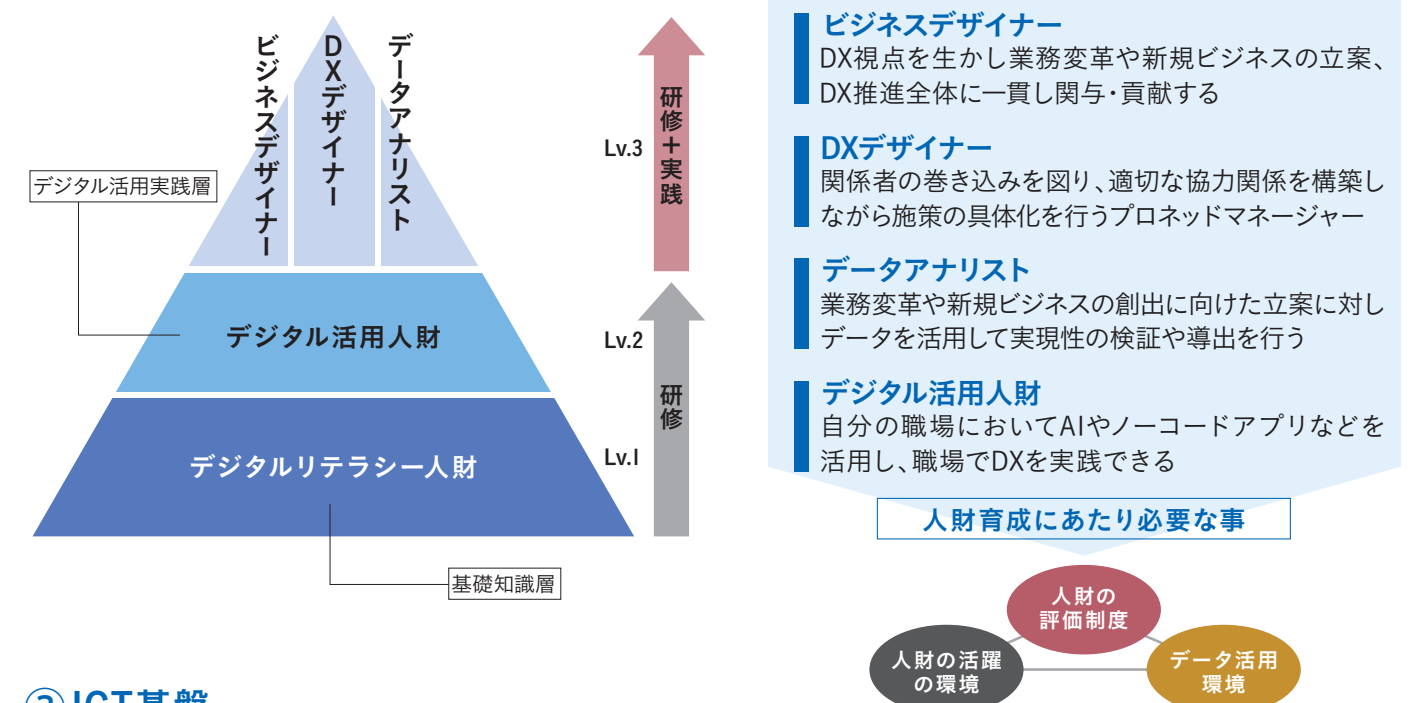
DX推進体制

① 組織体制



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。



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関連 主な受賞歴・メディア掲載

受賞	2023年8月	一般社団法人CRM協会 CRMベストプラクティス賞 受賞 CRMベストプラクティス賞は、一般社団法人CRM協議会が主催し、顧客中心主義経営(CCRM)を実現し成果を上げた企業・官公庁・団体・自治体を表彰する賞です。
	2023年8月	Salesforce SFUG CUP 大企業部門 優勝 Salesforceユーザーが卓越した導入事例を共有することにより、さらなるSalesforceの活用を促進することを目的に開催する、(株)セールスフォース・ジャパンによる年次最大のイベント。
メディア掲載	2023年10月17日	TECH.ASCII.jp 「コロナ禍で過去最高売上を達成！Salesforceでデータドリブン営業を実現したタカラスタンダード」
	2023年12月15日	SalesZine 「営業の情報をタイムリーに共有！ 成約率11%UPを実現したタカラスタンダードのSFA活用×営業改革」
	2024年9月9日	Case HUB.News 「タカラスタンダード、Salesforceと企業データベースLBC で営業変革」
	2025年3月21日	SalesZine 「事業成長をリードする存在に NECネットエスアイ・タカラスタンダードに聞く「営業企画」の役割と期待」

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、
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。執行役員
グローバル事業本部長
石山 登一

2024年度の振り返り

2024年度は、海外事業体制の再構築を図るべく、グローバル展開に最適な事業インフラの整備に取り組みました。攻めの営業体制を構築するため、代理店ガバナンスの強化と販売チャネルの整備に着手し、海外基本契約や販売規約の見直し、ブランドガイドラインの整備を進めました。また、既存販売店への来場誘導支援や新規市場へのアプローチも強化しています。さらに、ショールーム運営を支えるサポート体制の構築、店舗ガイドラインの策定、商品・接客・施工に関する研修の充実化により、販売・サービス品質の向上を図りました。プレミアムブランディングの一環として、SNSプラットフォームの開発や素材コンテンツの拡充、台湾・ベトナムに加え、インド・インドネシアでの展示会出展を積極的に展開し、認知度の向上と代理店候補企業の開拓を推進しました。これらの取り組みにより、2024年度は海外事業の持続的成長に向けた土台づくりを進めた1年となりました。

2025年度の取り組み

2025年度は、「売りの基盤づくり」をテーマに掲げ、販売体制の強化と持続的成長に向けた事業基盤の整備を推進します。具体的には、中国・台湾・ベトナムの3カ国でショールーム出店を加速し、顧客接点を拡大します。新規市場であるインドとインドネシアでは、有望な代理店候補企業との契約締結を進めます。代理店ごとのパフォーマンス格差を是正し、高位での平準化を図ることで、接客品質の向上と成約率の改善を目指します。さらに、プレミアムブランディング施策として、各国の有力SNSを活用した情報発信を強化し、認知度と集客力を高めます。これらの取り組みを支える基盤として、グローバル展開に不可欠なインフラ整備にも注力し、拡販とオペレーション体制の強化を進めます。

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。

初の海外拠点となる台湾支店を設立



- ・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



中国・台湾にてSNS公式アカウントを開設

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

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

2024年度の振り返り

私たちは、自社のアセットが見える化し、内外の環境を整理することに注力しました。その結果、技術アセットを基にした1,000件の新規事業アイデアを創出し、その中から152件に絞り込むことができました。さらに、具体的な成果として、3件の実証実験を選定し、実施しました。例えば、宇宙分野ではベンチャー企業と共同でホーローの環境性試験を行い、サブスクリプションサービスとしては家事代行サービス企業と協業して実証実験を推進しました。また、ホーローキッチンサブスクリプションサービスの事業スキームも構築しました。

2025年度の取り組み

2025年度の取り組みについてですが、テーマは『新規事業の種まきと早期の芽生え』です。具体的には、以下の3つの取り組みに注力します。まず、自社アセットを活用した事業アイデアの実証実験推進と事業化検討を進めます。これにより、新しいチームを立ち上げ、トライ&エラーのサイクルを加速させることを目指します。次に、新規事業のPRやIRを通じて、社内外での認知を高め、企業価値の向上につなげていきます。最後に、自社アセットを活用した新ビジネスを1件、確実に事業化することを目指します。特に家事代行サービスの事業化に注力し、これを成功させることで、誰もが憧れ始めるイノベーション組織の序章となるよう努めていきます。

Takara standard



当社の成長を加速させる協業企業

- ◎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

<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リプションサービス（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

宇宙	23件
農業	27件

医療	26件
ペット	34件
葬祭	8件

知育	9件
サブスク	2件

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めます

経営企画室
マネージャー
武知 大介

2024 年度の振り返り

2024年度は、CO₂排出量を削減傾向に向けるべく「CO₂排出量を減らすこと」を大きな目標として取り組みました。その結果、前年より約3,000トン減少し、合計で51,504トンとなりました。これは、当初の目標であった56,000トンを上回る成果です。この成果の背景には、いくつかの工夫があります。まず、工場で使う電気や燃料の量を減らすために、省エネ設備の導入や使い方の見直しを進めました。また、非化石証書の調達も行いました。さらに、社員一人ひとりが環境への意識を高めるよう、社内での啓発活動も行いました。これらの取り組みが積み重なり、目に見える成果につながったと考えています。

2025 年度の取り組み

2025年度は、CO₂排出量を2020年度比で約9.5%削減することを目標（CO₂排出量目標52,000トン）に掲げています。これは、環境への負荷を減らし、持続可能な社会づくりに貢献するための大切なステップです。この目標に向けて、今年度は次の2つの成果を目指して取り組みます。

1. 営業拠点での電力使用によるCO₂排出のゼロ化

環境にやさしい電力への切り替えや、非化石証書の活用を通じて、営業拠点での電力使用によるCO₂排出を実質ゼロにすることを目指します。

2. 省エネ投資計画の拡大

2024年度に実施した工場の省エネ診断結果をもとに、エネルギーの使い方を見直し、効率の良い設備への投資を進めます。これにより、長期的なエネルギー使用量の削減につなげます。

また、これらの取り組みを進めるために、社内の体制も強化しています。環境分科会を中心に、各部門が連携して進捗を管理し、効果を検証しながら、確実に目標達成を目指します。

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

省エネ型ガスバーナーで、
ガス使用量及びCO₂排出量低減電気ボイラーからガスボイラー
への切り替えを推進各事務所における
省エネ設備等の導入照明のLED化や
高効率な空調設備の導入

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

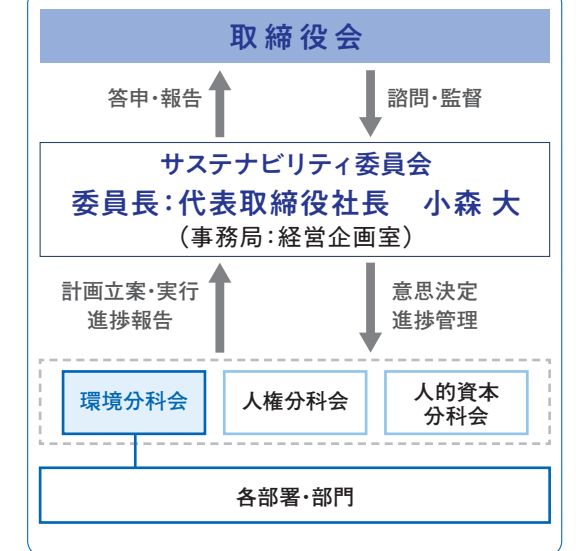
■物理リスク(4℃シナリオ)

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15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】

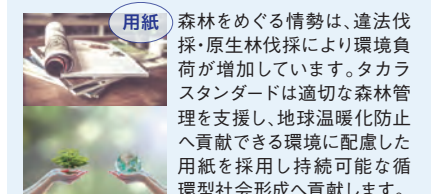
本社 大阪支社 横浜支店 北関東支社
東関東支社 宇都宮営業所 京都支店
神戸支店 広島支店 四国支店
大阪工場 和歌山工場 福岡工場
東北物流センター 福岡物流センター

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

2024 年度の振り返り

2024年度は、人的資本の強化に向けた取り組みが着実に進展した1年となりました。女性管理職比率の向上や、等級・キャリア段階に応じた研修体系の整備により、従業員の成長支援が強化されました。新入社員から管理職層までを対象とした多様な研修が実施され、特に技術職や管理職層において意識の向上が見られました。また、ダイバーシティ施策に関する社内調査では、柔軟な働き方の推進や性別による給与格差の是正など、特に女性社員からの改善要望が多く寄せられ、男女間の意識差が明確になりました。これらの課題は、今後の施策立案において重要な示唆となります。

2025 年度の取り組み

2025年度は、キャリア支援の強化、DE&Iの推進、組織風土の醸成を三本柱とし、研修成果の現場活用や公平な職場環境の整備、エンゲージメント向上に向けた施策を展開します。人的資本を企業成長の基盤と位置づけ、持続可能な組織づくりを目指していきます。

■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で、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、企業理念の実現のために、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することで、経営戦略と人財戦略の連動を図っております。具体的には組織づくりのキーパーソンとなる管理職育成の強化、手挙げ式の研修の拡充、社外交流型研修への派遣などの研修施策を行う一方で、社内公募の拡充など自律的なキャリア構築を推進してまいります。あわせて、DX戦略をリードするDX人財の育成や従業員のデジタルスキルの開発など、リスクリングについても推進してまいります。

■社内環境整備に関する方針

・働きやすい環境づくり

新人事制度では、専門職コースの新設、勤務地区分を選べるコース設定など、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おります。また、男性の育児参加を促す施策として、子供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ております。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83.0%の男性社員が育児休暇を取得いたしました。また、従業員の社会貢献活動を支援することを目的として、ボランティア休暇制度を導入しました。さらに2025年度より、介護が必要な家族を持つ従業員が安心して働き続けられる環境を提供することを目的に、介護短時間勤務制度を導入します。今後も、社員一人ひとり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



人的資本戦略の深化：制度定着から個の最大化へ

■企業理念の実現と社員の働きがい創出する新人事制度

2024年度に導入した新人事制度は、年功序列の排除や等級制度の再設計、キャリアコースの再構築など、従来の枠組みにとらわれない抜本的な改革でした。制度導入から1年が経過した2025年度は、これらの制度を現場に定着させ、社員一人ひとりが自律的にキャリアを描き、挑戦できる環境づくりに注力しています。

そのために、企業理念に基づいた人財像を「人財ポリシー」として定義し、その要素を等級要件に反映。さらに、等級要件に基づいた評価制度を設計することで、評価される人財が増えるほど企業理念が実現されるという、明確なストーリーを描いています。人的資本戦略は、経営戦略と密接に連動しながら、企業価値の向上に貢献しています。

■投資の戦略：制度を土台にした重点施策の展開

タカラスタンダードは、人的資本への投資ビジョンとして、2030年度に「多様な個の最大化による企業価値の最大化」を掲げています。2025年度は、2024年度に導入した新人事制度の定着を図りながら、以下の4つの重点テーマに取り組んでいます。

DE&Iの推進

多様な人財が「違い」を尊重し合い、それぞれの強みを発揮できる職場づくりを進めています。女性管理職比率は前年度の5.8%から7.8%へと着実に上昇。2026年度の目標である10%に向け、育成・登用を加速しています。

DX人財の育成

全社員のデジタルリテラシー向上と、DX推進人財の育成を通じて、業務の効率化と新たな価値創造を目指しています。将来を見据えたリスク支援にも取り組み、変化の激しい事業環境に対応できる人財基盤の強化を図っています。

次世代リーダーの育成

若手社員の早期選抜とリーダーシップ開発を通じて、持続可能な組織づくりを推進。ジョブローテーションや社内公募制度を活用し、多様な経験を通じて「個」を伸ばす仕組みを整えています。

各種研修の充実

「チャレンジ人財」「育成／成長人財」「自律自走人財」の育成を軸に、社員のキャリア志向や成長意欲に応じた研修制度を拡充。研修時間・費用も前年から増加し、DXやリスクに関する研修も体系的に整備しています。

Change for the “Next Standard”



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	2024	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%	75.0%	77.0%	働きがい高めることで、従業員満足度（「タカラで働いて良かった」のポジティブ回答率）、2026年度77%を目指す。
	自己都合離職率	3.9%	3.6%	4.7%	4.2%	3.3%	
	一人あたりの研修費用		19,472円	28,643円	31,732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	21時間	25時間	
	男性育休取得率	45.0%	70.2%	79.1%	83.0%	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	8.7時間	10.0時間	全社的にDXを推進し、従来の業務の在り方を見直すことで、人的生産性の向上に取り組むとともに、社員に時間を意識した働き方を促すため、最終退社時間の設定や、打ち合わせ方法の見直しにも取り組んでいる。
	有休取得率	56.6%	67.8%	71.1%	73.3%	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。
	職場問題・ハラスメント相談件数	18件	60件	64件	51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。2024年度よりフリーランスの方に向けてもハラスメント相談窓口を設置し就業環境の整備に努める。
	ストレスチェック実施率	96.0%	96.2%	95.0%	95.0%		管理監督職向けにラインケアのeラーニング研修を実施することで、職場環境改善をサポート。また、高ストレスはハラスメントも関わって来るため、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。
	高ストレス者数割合	15.5%	16.1%	14.5%	15.1%		
多様な人財の活躍 	男女賃金格差(全労働者)	64.4%	65.0%	66.8%	68.7%	70.0%	等級や役割においての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%
	女性役員数	0人	0人	1人	2人		2025年6月25日から3名体制となり、女性役員比率は27.3%となる。
	女性管理職割合	2.5%	3.6%	5.2%	※6.3%	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。 ※2025年4月1日現在は7.8%
	キャリア採用管理職割合	9.9%	11.3%	11.8%	13.4%	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%	28.9%		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%	43.3%	50.0%	
	障がい者雇用率	2.25%	2.40%	2.51%	2.76%	2.80%	

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。



管理本部 執行役員
財務企画部管掌
梅田 馨

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて

2024年度の振り返り

当社は、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ってまいりました。

2025年度の取り組み

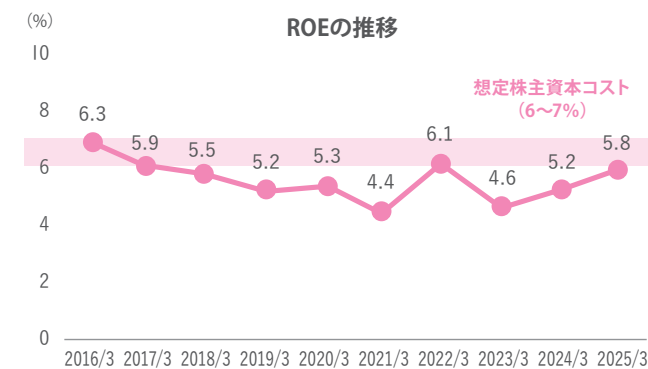
2025年5月には、投資家・株主との対話を踏まえ、中期経営計画のROE目標を7%から8%への引き上げを行うとともに、大幅な株主還元を実施する新方針を公表しました。配当に加え自己株式の取得による株主還元も積極的に活用することで、改善余地が大きいバランスシートについて財務戦略の改革を行ってまいります。

ROE・株主資本コスト及びPBRの推移と課題認識

中期経営計画のKPIとして採用しているROEは、例年の水準から向上せず、株価の低迷も相まってPBRも低迷が続いており、当社としては現状を下記のように分析しています。

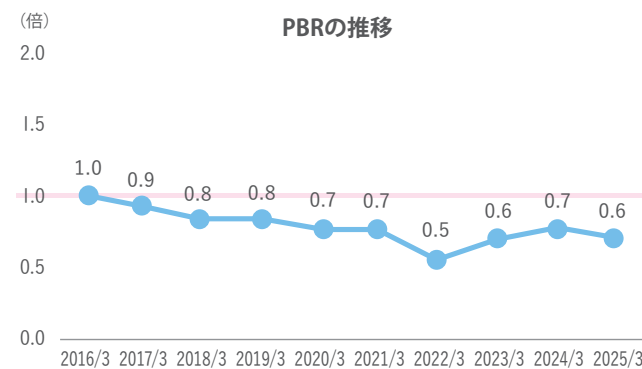
資本収益性

- 増収傾向にある中で、利益成長の停滞と純資産の増加により、ROEは想定株主資本コストを下回る水準で推移。
- 資本収益性の向上へ向けて収益力の向上に加え、バランスシートについても見直しが必要。



PBRの現状

- 当社のPBRは長期にわたり1倍割れで推移。
- ROEの低迷に加え、事業環境が変化する中、成長戦略についての情報開示が不足。
- 成長に向けたエクイティストーリーの公表とIR活動による市場との積極的な対話の更なる推進が必要。



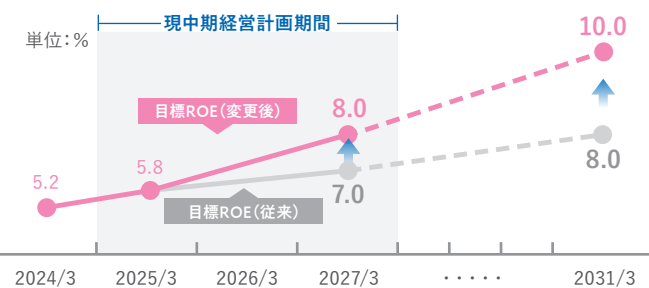
上記に加え、投資家との対話に積極的に取り組む中、さまざまな意見をいただいております。当社は課題を下記のように認識し、中期経営計画のROE目標を引き上げるとともに新株主還元方針を策定するに至りました。

	投資家の主な指摘ポイント	課題認識
KPI	- 業績目標の達成の合理性が低い - ROEは8%が最低ライン(7%は低い)	投資家の求める水準を踏まえROE目標の見直しが必要
財務戦略	- 現状の財務戦略ではROE目標の達成は厳しいのではないか - 豊富なキャッシュの用途を開示すべき	ROEを向上させるため、財務戦略の大幅な改革が必要

KPIの見直し	ROE目標: 2027年3月期 7% → 8%、2031年3月期 8% → 10%
資本政策の見直し	新株主還元方針の策定: 配当性向 50%、2年 総額約220億円の自己株式取得の実施

KPIの見直し: 目標ROEの変更

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8.0%に変更し、長期的には、ROE10.0%以上を目指します。



資本政策の見直し

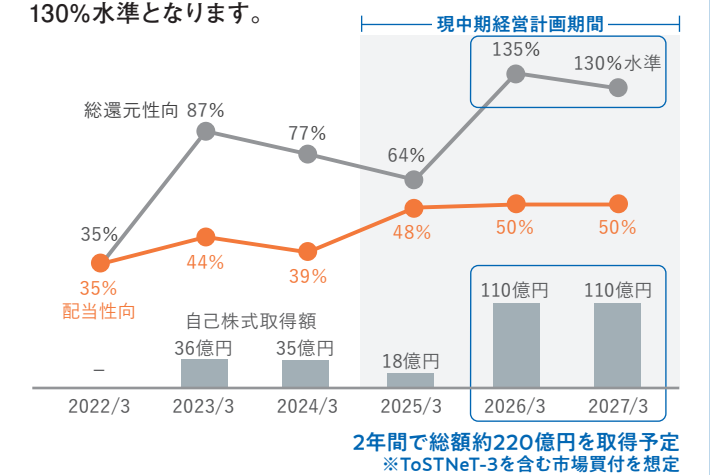
ROE8%の実現に向けた新株主還元方針の策定

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します。

新株主還元方針	
株主還元方針	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	2026年3月期 ~2027年3月期 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

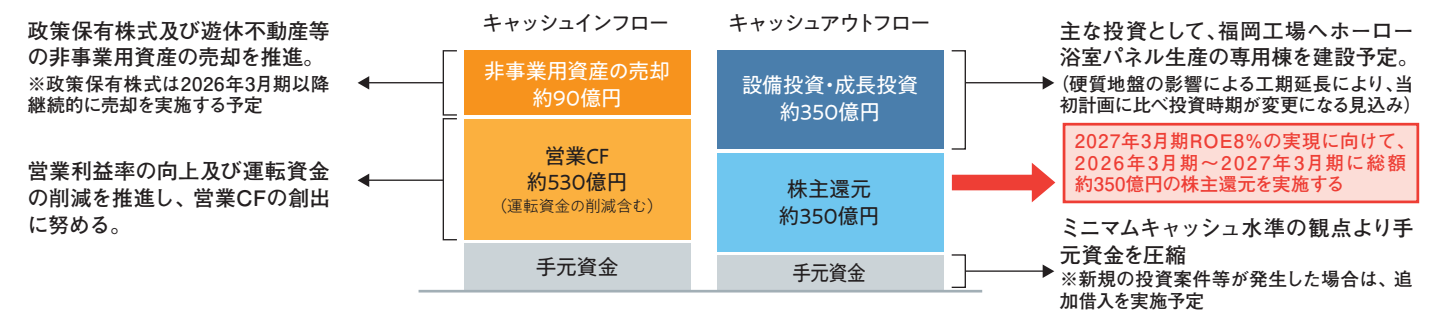
株主還元詳細

2026年3月期から2027年3月期にかけて、総額約220億円の自己株式の取得と配当性向50%を併せて、2年間の総還元性向は130%水準となります。



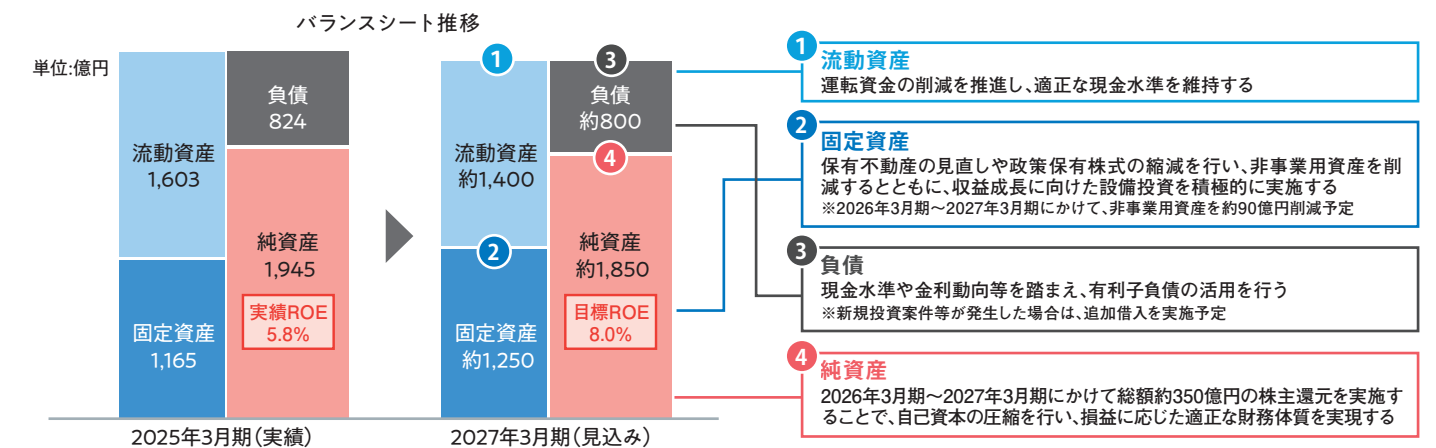
キャッシュアロケーション(2026年3月期~2027年3月期)

営業CF及び非事業用資産の売却によるキャッシュインを用いて、成長投資及び株主還元を実施します。

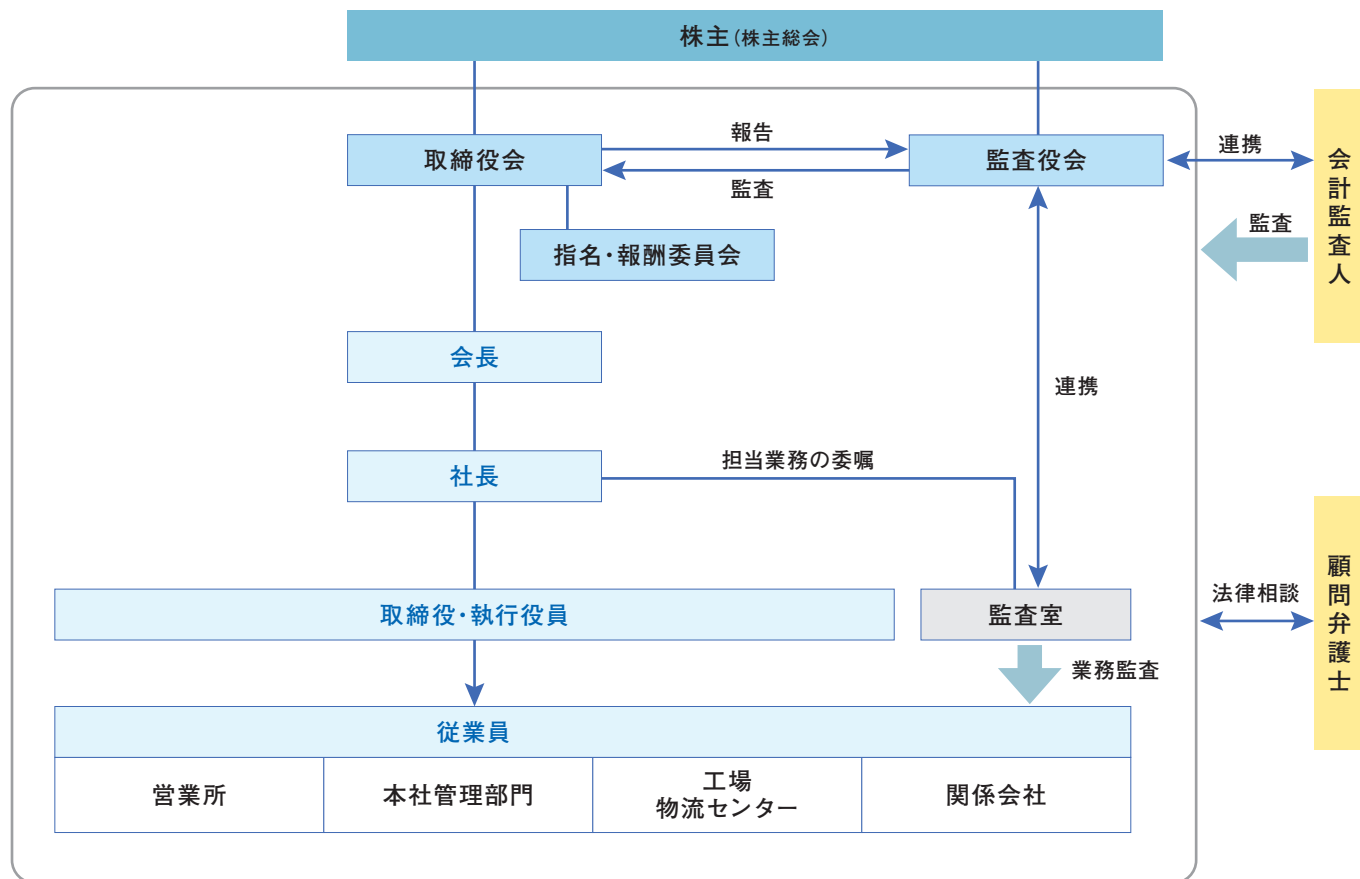


バランスシートマネジメント

バランスシートに関する当社の現状認識を踏まえ改善に取り組み、改善により創出した資金は、成長投資や株主還元の原資として活用します。



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、会社の永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3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8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、3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、過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〉

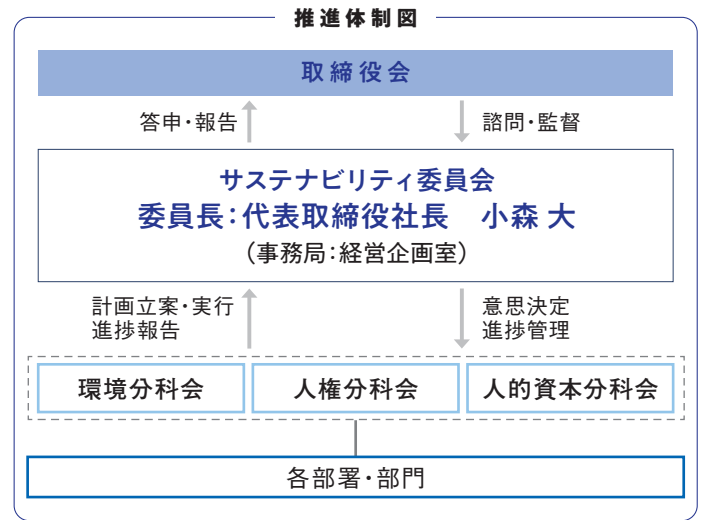
経営陣幹部、取締役候補者については、客観性、透明性を確保するため、過半数を社外取締役で構成する任意の指名・報酬委員会にて審議を行い、取締役会が決定することとしています。監査役候補者については、方針に基づき、社長、人事担当取締役が起案し、監査役会の同意を得た上で、取締役会が決定することとしています。

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、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、サステナビリティ委員会の下部組織として、「環境分科会」、「人権分科会」及び「人的資本分科会」を設置しております。当委員会は年2回以上開催し、当社グループが環境・社会とともに持続的に成長するために、サステナビリティに関する方針や課題についての重要事項を取締役会へ答申・報告するほか、中長期的な企業価値の向上に重きを置いた経営戦略上の重要な議論・意思決定などを行います。取締役会は、当委員会からの答申・報告に基づいて、重要事項の諮問及び監督を行います。

また、各分科会では立案・推進する活動計画の進捗管理を行います。サステナビリティ委員会と連携し、経営戦略に基づいた実務レベルのより具体的な施策を検討・実行する役割を担っております。



サステナビリティ方針

タカラスタンダードグループは、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	2024年度 取締役会 出席状況	2024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	12/12回	—	●	●		●	●				●
	 井東 洋司	代表取締役 副会長執行役員	男性	12/12回	—			●			●	●	●	
	 白坂 佳道	取締役 専務執行役員	男性	9/9回	—		●	●		●	●			
	 吉川 秀隆	取締役	男性	12/12回	—	●		●	●	●				●
	 前田 和美	取締役 (独立社外)	女性	12/12回	—				●		●			
	 澤村 環	取締役 (独立社外)	女性	9/9回	—					●			●	
	 飯村 幸生	取締役 (独立社外)	男性	—	—	●	●		●			●		●
監査役	 近藤 裕	常勤監査役 (独立社外)	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		●	●		●				
	 藤田 さえ子	監査役 (独立社外)	女性	—	—		●	●						●

(注)・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、取締役会の開催回数が他の取締役と異なります。
・飯村幸生氏及び藤田さえ子氏は2025年6月25日開催の第151回定時株主総会において新たに選任されたため、2024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おります。そのため、IR部管掌役員のもと、IR部が株主との対話(面談)や投資家からの取材に対応しておりますが、面談の目的および内容の重要性に応じてIR部管掌役員にて対応を行うこととしております。また、株主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部その他同席のもと、面談を行うこととします。また、IR部管掌役員や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おります。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おります。

2024年度 対話の実施状況

	対応者	面談社数・回数
機関投資家との面談	代表取締役社長 IR担当役員 IR部長 IR担当者	海外：11社 15回 国内：20社 29回
機関投資家説明会	代表取締役社長	2回
個人投資家説明会	代表取締役社長	2回
株主総会	全ての取締役 及び監査役	1回

社内へのフィードバック

■主なフィードバックの内容

●取締役会(計6回)
・資本収益性の改善
・IRの活動状況
・株主の状況
●経営層・関連部署(適宜)
上記含む、各関連テーマ

■対話を踏まえて取り入れた事項

・株主資本コストを意識したROE目標の引き上げ
・資本収益性の改善と株主還元の充実に向け、増配と自己株式取得を実施
・本決算及び2Qにおいて、機関投資家向け決算説明会を新たに実施
(代表取締役社長が登壇)
・個人投資家向け説明会に代表取締役社長が登壇
・当社初の統合報告書を発行
・3Q決算説明資料の日英同時開示

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。



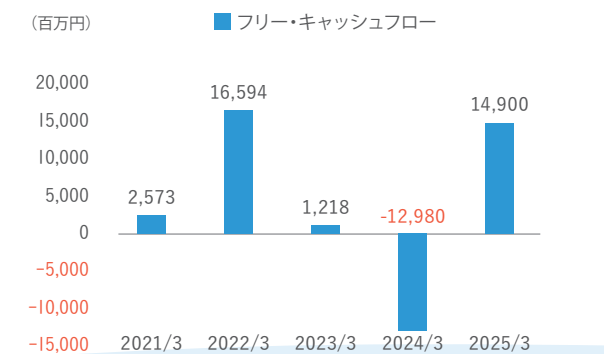
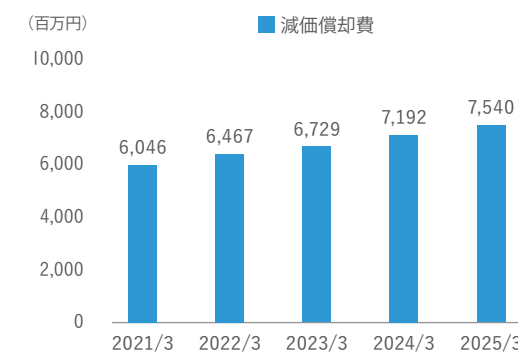
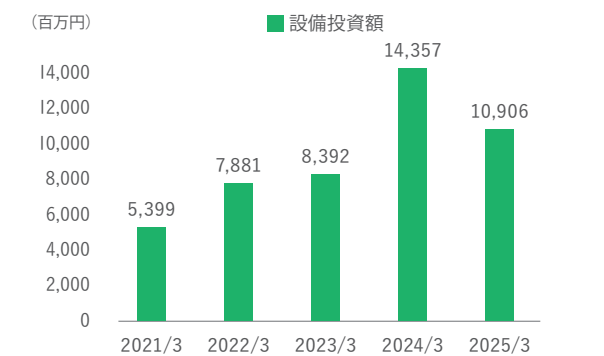
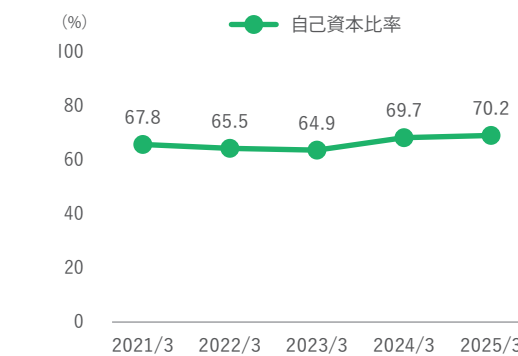
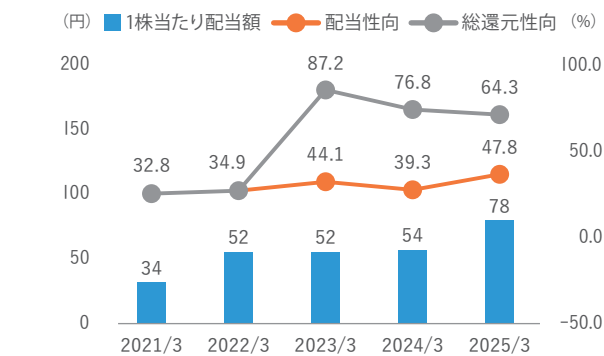
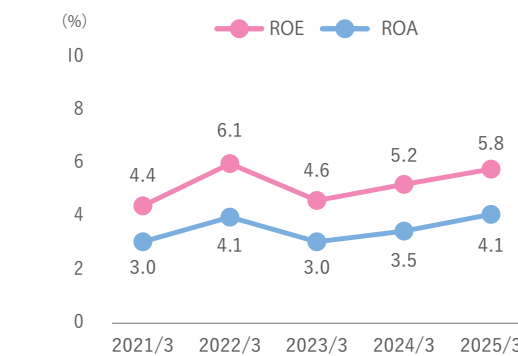
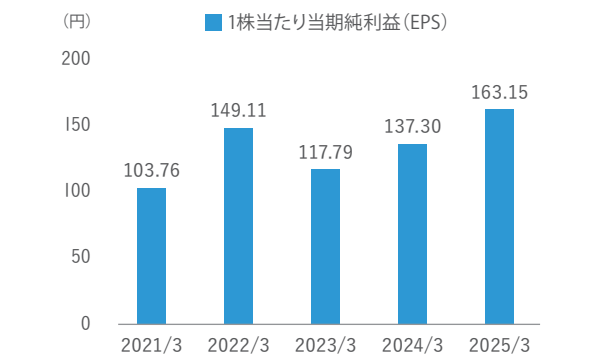
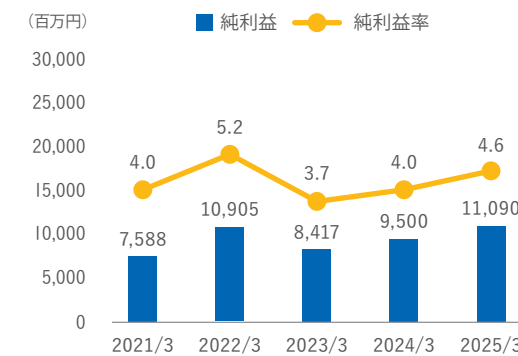
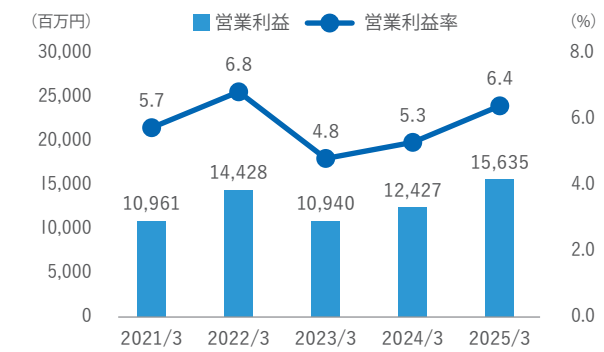
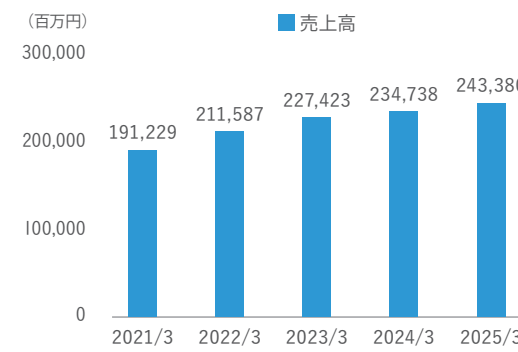
SDGs対応表

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	11 持続可能な都市とコミュニティ、14 海洋資源の持続可能な開発
	「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	12 持続可能な消費と生産、13 気候変動への対応
	エコ水栓・エコシャワー、節水トイレなどの節水製品	6 安全な水と衛生
モノづくりへの取り組み	キッチン、バス、あらゆる場所で省エネ性能の高い製品	7 持続可能なエネルギー、13 気候変動への対応
	健康を考えた機能製品	3 良好な健康と福祉
地球環境への貢献	環境に配慮した物流体制	7 持続可能なエネルギー、8 持続可能な産業と雇用、12 持続可能な消費と生産、13 気候変動への対応
	梱包資源削減と廃棄物軽減で環境を守る	12 持続可能な消費と生産
	太陽光発電でよりクリーンなエネルギー利用	7 持続可能なエネルギー、12 持続可能な消費と生産、13 気候変動への対応
	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	7 持続可能なエネルギー、12 持続可能な消費と生産、13 気候変動への対応
	資源を大切に環境を守るさまざまな取り組み	5 ジェンダー平等、12 持続可能な消費と生産
	植物由来素材でリサイクル可能な制服を採用	8 持続可能な産業と雇用、12 持続可能な消費と生産
コミュニティへの貢献	「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	8 持続可能な産業と雇用、13 気候変動への対応、15 陸域生態系の保護
	働きがいのある会社への取り組み	5 ジェンダー平等、8 持続可能な産業と雇用
	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	5 ジェンダー平等、8 持続可能な産業と雇用
	充実の福利厚生で社員全員に「安心」と「働きがい」を	3 良好な健康と福祉、5 ジェンダー平等、8 持続可能な産業と雇用
	子ども食堂への寄付	1 貧困をなくそう、3 良好な健康と福祉、10 公平な社会と豊かさ
	子どもたちの心を育てる「こころの劇場」協賛	4 質の高い教育をみんなに、10 公平な社会と豊かさ
	キッズニア甲子園でものづくりの楽しさを体験	4 質の高い教育をみんなに、8 持続可能な産業と雇用
	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	4 質の高い教育をみんなに、8 持続可能な産業と雇用、17 持続可能な都市とコミュニティ
	児童養護施設のキッチンリフォームを支援	1 貧困をなくそう、3 良好な健康と福祉、9 産業と雇用イノベーション
	障がい者アートを活用したノベルティ展開	8 持続可能な産業と雇用、10 公平な社会と豊かさ
	ショールームに「ユニバーサルマナー検定」導入	8 持続可能な産業と雇用、10 公平な社会と豊かさ

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。▶

