

TAJIMA Report 2024

田島ルーフィング株式会社

事業を通して
社会的課題を
解決する企業へ



TAJIMAレポート2024作成にあたり

当社のサステナビリティに関する報告は、「SDGs Report進捗報告書」の発刊（【初版】2023年9月）を始め、当社の基本姿勢、方針、体制など、幅広くホームページなどを通じて発信してきました。このたび、社会情勢の変化と社会が求める情報の多様化などの外的背景を鑑みて、さらなる情報発信や開示を通じて、当社への理解を深めていただくことが必要と考え、本レポートを発刊することといたしました。本レポートにて当社の方針や考え方、主要なパフォーマンスデータなどを集計・報告してまいります。取り組みの具体例や最新情報などは、当社企業ホームページの「SDGs Report 進捗報告書」などもご覧ください。

期間：2024年12月期（2023年12月21日～2024年12月20日）

※一部2024年12月21日以降の内容などを含む

組織：田島ルーフィング株式会社

Webサイトでの公開：<https://tajima.jp/>

将来の見通しや期待値などに関する注意事項

本レポートには、田島ルーフィング株式会社の事業計画、業績および経営戦略に関する将来の見通し、当社予想、社会的インパクトの期待値などが含まれております。そのような記述は、その時点までに入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断や試算に基づいております。したがって、実際の業績や経営戦略、社会的インパクトなどは当社の事業環境などの変化により、本レポートに記載した内容とは異なる可能性があることにご留意いただければ幸いです。どうぞよろしくお願いいたします。



TAJIMAのパーパス

豊かで快適に暮らせる生活空間の創造を通じて
人々の幸福と社会の持続的発展に貢献する

当社の企業理念、経営理念、経営ビジョン、サステナビリティ方針のすべてがパーパスに繋がっています

企業理念

田島ルーフィング株式会社は、
企業理念として

「和：Harmony」

「革新：Innovation」

「技術：Technology」

を掲げ、豊かな生活空間の創造
に取り組みます



armony

和



nnovation

革新



echnology

技術

経営理念

存在意義

私たちは防水材料と床材の製造において、お客様が求める最高の技術と品質を追求し、豊かで快適に暮らせる生活空間の創造を通じて人々の幸福と社会の持続的発展に貢献します

経営の姿勢

人の和を築き、人を信頼し、人を育てる

行動規範

昨日の姿に留まることなく、つねに革新するしなやかな会社となる最高の技術と品質により、新しい価値と信頼を創造し続ける

経営ビジョン

事業を通じて社会的課題を解決する

新築市場とともにリニューアルマーケットのトップブランドを確立する

独自技術に磨きをかけ、お客様の価値観を超える価値を提供する会社となる

自由闊達で風通しの良い、社員が働き甲斐のある会社をつくる

収益性の向上を図り、成果を分かち合う会社となる

サステナビリティ方針

私たちは豊かで快適に暮らせる生活空間の創造を通じて人々の幸福と社会の持続的発展に貢献することを目指します

私たちは人の和と同様に、これからも地球環境との和を考え続けます

私たちは昨日の姿に留まることなく、つねに革新するしなやかな企業となります

私たちは快適で健康的な生活空間を守る技術創造のためにあります

Contents

1. 田島ルーフィングについて

TAJIMAのパーパス	2
TAJIMAの歩み	4～5
企業文化とビジネスモデル	6～7
トップメッセージ	8

2. 価値創造ストーリー

価値創造プロセス	9
当社を取り巻く社会的課題への対応	10～11
CAPITAL	12
事業紹介/製品紹介	13～15
中期経営計画	16～17

3. 企業価値向上に向けた取り組み

ステークホルダーエンゲージメント	18
サプライチェーン・サステナビリティ	19～20
防水事業部責任者メッセージ	21
床材事業部責任者メッセージ	22
住建事業部責任者メッセージ	23
管理本部責任者メッセージ	24
環境統括責任者メッセージ	25
取締役および執行役員	26
コーポレート・ガバナンス	27～29

4. データセクション

主要データの推移および分析	30～31
企業概要/拠点	32



PDFの使い方

コンテンツカテゴリ

目次及び各ページ上部のタブをクリックすると、その記事の先頭に移動します

ナビゲーションボタン

目次に移動



1ページ戻る 1ページ進む

TAJIMAの歩み

- 1919年 創業者 田島武長が東京・三河島に
応用化学研究所を創業

➡ 現 田島ルーフィング 防水事業部

- 1925年 「ギルソイドルーフィング」の
特許を公告、翌年に特許取得

- 1938年 田島応用化工(株)に改称

- 1939年 日本岩綿工業(株)設立

➡ 現 田島ルーフィング 住建事業部



当時のカタログ



- 1970年 冷工法防水材料「ガムロン」製造開始

- 1975年 田島化建(株) に改称

- 1977年 「ACフロア28」発売

- 1981年 「ライナールーフィング」発売

- 1986年 (株)タジマに改称

- 1990年 「屋上緑化システム」発売



- 2019年 田島ルーフィング(株)
創立100周年

- 2023年 経済産業省「GXリーグ」へ参画



創立100周年ロゴマーク

1919

1950

1970

2000

2019

- 1950年 床用タイルの製造販売を開始

- 1952年 タイル部門独立
三星アスファルトタイル(株)設立

➡ 現 田島ルーフィング 床材事業部

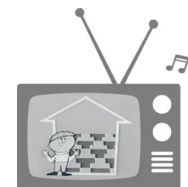
- 1955年 屋根葺材「三星シングル」製造開始

- 1961年 不織布ルーフィング製造開始

- 1965年 田島ルーフィング(株)に改称

- 1965年 田島応用化工(株)に改称

- 1965年 三星ロックスター(株)に改称



Pタイル
テレビコマーシャル

- 2006年 田島応用化工(株) に改称

- 2007年 オリジナルデザインフィルム
「ORIFY」発売

- 2014年 田島ルーフィング(株) と
(株)タジマが統合

- 2016年 田島ルーフィング(株) と
田島応用化工(株) が統合



UDフロアシステム



● 防水事業 ● 床材事業 ● 住建事業 ● 統合後

TAJIMAの歩み

当社には「日本初」や「世界初」がたくさん存在します。

「世の中にないものを、自分たちで創り出す」ことは、メーカーならではの醍醐味です。

お客様から寄せられる期待や予感を形にできた嬉しさであり、ひとことでは語れない挑戦の連続は、苦しさ楽しさの積み重なりでもあります。



日本初

ギルソイドルーフィング



初の純国産ルーフィング。
保存時にルーフィング同士が接着しないよう、表面にギルソナイトをまぶし、施工性が向上した画期的製品。特許を取得、官庁の指定材料となった

アスファルトタイル

防水材製造でアスファルトを扱っていたことから、戦後、進駐軍から突如オーダーを受け、本国にもないグリーンタイルを**塩化ビニル樹脂を用いてゼロから開発**した



Pタイル

耐久性を保ち、コストを抑えた画期的床材。発売から60年余のロングセラー。学校・病院の廊下・階段で見かけることも。**日本で初めて農業用ビニルフィルムを再利用**



緑化防水



防水施工の上に緑化システムを搭載。**日本で初めて当社が事業化。**屋上は、人が集まる癒しの空間に変わった

ACフロア28



発泡層の入った長尺シートを日本で初めて製造。発泡層によるクッション性が最大の特徴

世界初

現場で火を使わない「ガムロン」防水

アスファルトの物性を改良し、**シールのように粘着層を持つ防水材は世界初。**都心の超高層ビル、地下駐車場やトンネルなどの垂直面や曲面にも使われている



不織布ルーフィング

芯材に不織布を使用、**「裂けないルーフィング」が世界で初めて誕生した。**防水用の不織布からルーフィングまで一貫して自社内で製造しているのは当社だけ



企業文化とビジネスモデル

企業文化

創業者の想いと挑戦に端を発する「ものが人にもたらす物語」

100年の流れは建築技術の歩みと経済発展の歴史にそのまま重なります

TAJIMAの100余年 「追究と創造」



創業者・田島武長は幼いころ、東京市民の飲み水がどこから出ているのか、好奇心からその入り口を突き止め、自分の疑問を自分で解くような好奇心旺盛な少年でした。学んだ化学を活かし、起業ののちに発明した製品が特許を取り、世に広まります。

それは、創ることと壊すことを繰り返す、道なき道への踏み出しでした。

当社には、創業者の人生哲学と経営信念が深く根ざしています。

1919年、三河島で創業した応用化学研究所は、関東大震災による工場焼失やダンピング競争など、幾度もの困難に直面したが、「七転び八起き」ならぬ「七転び八起され」と語られるように、支え合いながら何度でも立ち上がってきました。そうした逆境を乗り越える粘り強さと挑戦の精神が、企業の根幹を形成してきました。

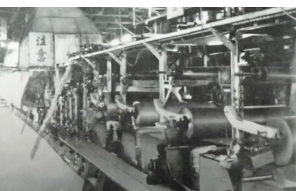
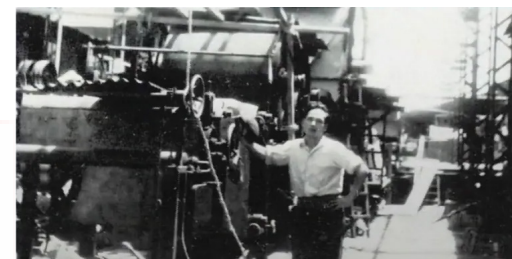
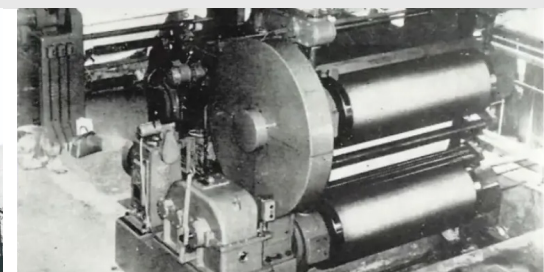
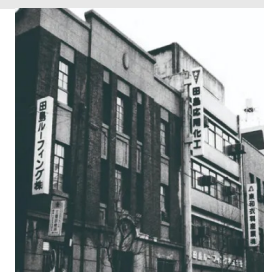
商売においては、「買い手と売り手、双方利益を得るのが商売」という信念のもと、公正さと誠実さを重視しました。他社が自然災害の際、価格を大幅に引き上げたなかでも、「ネダンアゲテハナラヌ」と冷静さを貫き、他人の不幸に乗じた利益追求を拒む姿勢は、強い倫理観と顧客本位の価値観を物語っています。また、「ものの真の価値を知ってもらうのが宣伝だ」「メーカーとは新しいものの良さをすることだ」と語るように、

品質と技術革新への飽くなき追求も企業文化の一部です。

武長の「工夫しろよ」「考えろよ」という口癖に象徴されるように、現場の自律性と創造力が尊重されてきました。

経営については、「一カ所を耕して、何人か食えるようにし、また別の場所を耕す」という言葉にあるように、着実に基盤を築き、周囲に利益を還元することが使命とされています。また、「従業員一人ひとりが会社の経営者になって、自分の会社だと思えるようになることが理想」と語るように、全員参加型の経営を志向して、社員の主体性を何より重視していました。

このように、誠実な商売、価値創造への情熱、社員の成長を促す厳しさと愛情、そして共に歩む経営という理念が融合した企業文化は、時代を超えて当社の発展を支え続けています。



企業文化とビジネスモデル

ビジネスモデル

当社は、防水材や床材などの「半製品」を提供する建築資材メーカーです。当社の製品は建物が建てられる過程で、現場での適切な施工を通じてはじめて性能が発揮されます。製品単体ではなく施工を含めたプロセス全体で空間に価値を与えることが重視されます。

営業面では、施主・設計事務所・元請けなど多様な顧客に対して多角的に提案を行い、それぞれのニーズに応じた課題解決型の営業活動を展開しているのが特徴です。

受注し建材を供給することによって最終的な収益を得ますが、単に製品を売るのではなく、確実な施工や価値のある空間づくりの全体に、責任をもって関わることで、他社との差別化を図っています。

「屋根で守り、床で支える」すなわち、「ひとの幸せ」を真ん中に考える会社として、安全で快適な空間の提供を通じて社会に貢献します。

長年の品質・技術・信用を軸に、高評価に値する「三星」マークのもとに、これからも建築に関わるあらゆる課題に全方位で取り組んでまいります。



トップメッセージ

「屋根で守り、床で支える」

建材でひとの幸福と社会の発展に貢献する

当社は2019年に大きな節目となる創業100周年を迎えることができました。これもひとえに、社員をはじめご愛顧いただいております皆様のおかげと、深く感謝申し上げます。そして次の100年においても、田島グループの不変のミッションである「最高の技術と品質を追求し、お客様と確固たる信頼を築き、風雨から建物を守り、豊かな生活環境を創造する」に挑み、社会への貢献を行ってまいります。

2024年にスタートした中期経営計画HIT2026では、一年目から売上高など目標を上回る成果を残せました。社員の力を始めステークホルダーの方々の理解や協力のもとに達成できたものと考えております。

HIT2026は「和」「革新」「技術」という企業理念が基になっていますが、この企業理念をSDGs・CSR(「DX推進」と「働き方改革」、「GXリーグへの参画」など)にも結び付けて取り組んできました。限りある地球の資源をいかに有効活用するかが世界的課題となっている今日、当社でも事業をサステナブルなものにしていく必要があるからです。

私は社員の皆さんに「明るく、楽しく、元気よく」をモットーに働いてもらいたいと思っています。そのために田島ルーフィングの製品を好きになってほしいです。好きなことに関わっていれば楽しくなる、さらに楽しいことをやっていれば自然と

新しいアイデアが生まれ次のステップに進めると考えているからです。

次のステップはより良い製品を創ることです。現在、高耐久や断熱、リサイクル材の使用、施工の簡易化などの環境や人に配慮した付加価値の製品を創り出し「豊かで快適に暮らせる生活空間の創造を通じて人々の幸福と社会の持続的発展に貢献する」という当社のパーパスに沿う良い流れになっていると自負しております。

社員の皆さんには、人の暮らしを快適にする製品、扱いやすい製品、安全・安心な製品を提供し続ける使命感をもって働いてもらいたいです。

良い製品を創るにはいろいろな意見に耳を傾け多様性を受け入れる力も重要です。多様な意見が存在するなか、お互いの意見を伝え合うことで「気付き」を得て、その「気付き」について考察し「価値」に変え、「価値」を実現するために「創造」し、お互いに共有することでより良い製品を創り出していくことになります。この流れが持続可能・成長・発展に繋がると信じています。それが経営理念でいう「和」そのものです。

事業全体の生き残り成長においては、メーカーとしてより良い製品(品質と新製品)、営業顧客サービスなどに力を入れ、

100年超の歴史を通じて達成してきた自負があります。

長きにわたり存続し建設業界で築いた位置付けを踏まえると、既存の事業を価値の創造により「維持拡大」させていくことが戦略であり、そのためにはこれからもお客様から信頼される製品を提供し続けることが大事と考えています。

日々変化していく社会のなかで、自由闊達な職場環境を整え、未来を創造し続ける社員とともに、今日までに各事業で培った機能性と技術力、磨かれたデザイン性と環境への配慮を生かし、製品・工法の開発、サービス向上を通じて、人々の幸福と社会の発展、グローバルな課題の解決に貢献する企業を目指してまいります。

これからも変わらぬご支援とご愛顧を賜りますよう、お願い申し上げます。

田島ルーフィング株式会社
代表取締役社長 松原 幸雄

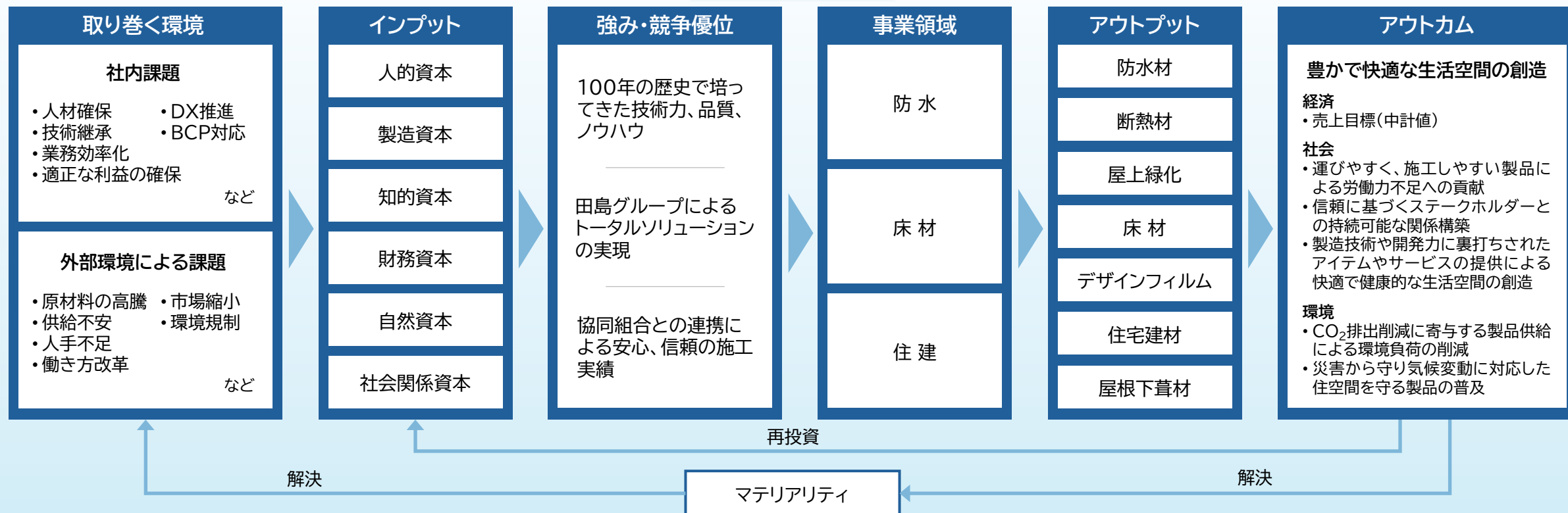


価値創造プロセス

当社は、これまでの歴史を通じて蓄積してきた財務・非財務資本を活かしながら、経営理念である「和」「革新」「技術」のもと、ビジネスを展開し、企業価値の向上と持続的な社会の実現し、「トータルソリューションカンパニー」を目指してまいります。



人々の幸福と社会の持続的発展に
貢献する



当社を取り巻く社会的課題への対応

当社を取り巻く社会的課題

近年、当社を取り巻く環境の変化スピードはいっそう加速しており、迅速な対応と解決が求められる課題も増えています。
当社における社内外の課題を下記に示します。

主な社内課題

人材確保、技術継承、リーダー育成	BCP対応、 リスク管理と安定供給体制づくり
業務効率化、生産性向上、DX推進	適正な利益の確保、コスト削減

人材の確保と技術の継承、業務のDXによる効率化、さまざまリスクに対応できるBCPの体制構築や供給網の強化、これらは経営基盤の安定に不可欠です。加えて、収益性を意識したコスト削減・適正な利益の確保が、企業の競争力を高める鍵となります。それぞれの課題は互いに関連し、総合的に取り組むことで組織の強化と事業の成長に繋がると考えます。

主な外部環境による課題

原材料の高騰と供給不安	市場縮小、 人口減少に伴う住宅需要の減退
人手不足と働き方改革対応	環境規制、脱炭素への対応強化

外部環境の変化は企業経営に大きな影響を及ぼします。とくに原材料の高騰や供給不安は利益圧迫や供給停止リスクに繋がりがやすく、慎重な対応が必要です。人手不足と多様な働き方への対応も競争力維持には不可欠です。また、住宅市場の縮小や環境規制の強化により、ビジネスモデルの転換や新市場開拓、環境対応技術のさらなる強化が求められています。これらの課題をチャンスと捉え、戦略的な対応を進めてまいりたいと考えています。

リスクと機会、主な取り組み

一方で環境の変化は、新たなリスクと機会を生み出します。経営上のリスクを適切に把握し、その軽減のための取り組みについて、生産・人事・販売・環境対応などの機能ごとに洗い出し、以下にまとめました。

	リスク	機会	リスク軽減、機会最大化を目指す主な取り組み	
1	生産・供給	- 設備の老朽化 - 原材料の供給不安 - 物流の不安定化	- 省力化、業務効率化、生産性向上 - 持続可能な工場運営と供給体制の強化	- 生産拠点のDX・IoT化による効率向上 - 生産設備の予防保全強化 - サプライチェーン強化 - 原材料の複数社購買・代替材料開発による調達リスク低減 - 物流の多様化
2	人材	人材不足	- 多様な人材の活用 - 優秀な人材の確保 - 業務見直しによる全社最適化	- ダイバーシティ推進及び再雇用制度の確立 - 採用チャネル多様化 - 技能継承と人材育成を目的としたOJT・研修の強化 - 業務効率化 - 働き方改革の推進 - コミュニケーション・連携の強化
3	市場・競争	- 市場構造の変化 - 価格競争の激化 - 新技術・新製品へのシフト加速	- 新規市場・新規顧客の開拓 - 差別化戦略 - 販路拡大による売上	- 改修市場・新規市場への展開 - 高付加価値製品・環境対応型製品の強化 - 改修市場・非住宅市場・海外・異業種との連携 - デジタルマーケティングの活用
4	環境・規制	- 法規制、環境対応の加速 - SDGsによる社会的責任の高まり - CSR・ESG評価の強化	環境対応や活動を通じた企業価値の向上	- 脱炭素・環境配慮型製品の開発 - SDGs・CSR活動の推進 - リサイクル・再生材活用によるコスト削減及び廃棄物削減 - 外部評価機関からの評価
5	経営・財務	- コスト上昇 - サイバー攻撃や情報漏洩リスク	適正な利益確保	- コストダウン施策(省力化・省エネ・業務効率化) - 差別化戦略による価格競争からの脱却 - サイバーセキュリティ強化

当社を取り巻く社会的課題への対応

マテリアリティ

企業経営における経営課題は、短期的な環境変化への対応に止まらず、中長期的な未来(2030年)に想定される姿から影響を及ぼすさまざまな要素を洗いだしました。田島グループの根幹を支える企業理念と存在意義(パーパス)への影響度をふまえて、重要課題として設定しました。

企業理念とパーパス		重要課題(マテリアリティ)	2030年の目標	具体的な取り組み	社会的価値
和	人の和を築き 人を育てる	新しい働き方の創出とダイバーシティの実現 1 	- 社員一人ひとりが自己実現できる環境の整備 - 時間と場所にとわれない働き方の実践 - 慣習的残業ゼロ、有給休暇取得率の向上 - あらゆる人々が働き続けられる会社	- 自己の成長と組織への貢献を明確化(MBO導入) - キャリアデザインプログラムの開始 - 新しい働き方の創出とダイバーシティの実現、企業文化の醸成 - エンゲージメントサーベイの課題に対して、人事制度や採用教育を含めた施策の検討を開始	- 個々の多様性を尊重しながら誰もが活躍できるダイバーシティの実現 - 多様な人材の活躍によるイノベーション - 雇用の創出
		人材教育 2 	- 社員一人ひとりの成長に必要な教育の提供 - 生産性向上コンテンツの開発・実施 - サステナブルパフォーマンスを実現するため、社員の心身の健康教育・指導 - 施工に関わるすべてのステークホルダーに対する人材教育の実施	- 公募型教育の推進 - 全社基礎教育の実施 - SDGsに取り組み機運を高め理解度を上げる取り組みによりモチベーション、モラルの向上 - 床診断士、防水技能員養成所などの取り組み	- 労働人口減・少子高齢化社会に対応した生産性向上 - サステナブルパフォーマンス(持続可能な働き方)の実現
	地球環境との 共生	CO ₂ 排出削減 3 	CO₂排出量 2030年に2013年度比50%削減(SBT スコープ1,2対象)	- 各製造拠点にカーボンニュートラルガス、再エネ電力を順次導入 - 製造設備の省エネルギー化の推進 - 物流業界におけるCO₂削減	CO₂排出削減による地球温暖化防止
		廃棄物削減&循環型社会への対応 4 	2030年に総排出量※を2017年度比30%削減 2020年実績(2017年度比 9.7%減) ※総排出量…産業廃棄物+有価物の合計量 2023年全8工場ゼロエミッション達成(リサイクル率※97%以上) ※リサイクル率…(社内リサイクル量+外部リサイクル量+有価物量)÷(総発生量+社内リサイクル量)×100	- ゼロエミッションの達成 3R活動を推進し、総排出量削減 - リサイクル材使用の模索・検討	- 天然資材の有効活用による消費抑制 - 環境への負荷低減 3R活動推進による廃棄物削減
革新・ 技術	新たな事業機会 への挑戦	CO ₂ 排出削減に寄与する製品開発 5 	CO₂排出削減に寄与する製品の販売比率50%以上(2020年度汎用製品と比較)	- 高耐久製品の普及促進 - ロングライフ、メンテナンス低減	CO₂排出削減による持続可能な社会づくりへの貢献
		労働力不足対策に貢献する製品開発 6 	- 製商品の軽量化を推進 - 労働力不足に貢献する製品開発の推進 - 標準施工に対する労働量を50%削減を目標	- 既存製品の軽量化による施工効率向上 - 高性能化による短工期・省力化	生産性の向上や高齢者・女性が活躍できる建設市場への転換
		防災・気候変動対策に貢献する製品開発 7 	- 強風対策仕様採用物件で屋根材・防水材の飛散ゼロに - 避難所に指定される体育館の環境性能の向上(屋根断熱防水改修・高機能床材の採用促進)延べ工事件数500件 - 防災・気候変動対策に貢献する製品の開発、普及(全都道府県で採用へ)	- 応急防水シート(スーパーブルーシート)採用 - ヘリサイン30都道府県で採用 - 土木・インフラ市場への取り組み強化 - ガラス飛散防止フィルムの普及推進	レジリエンス性能の向上による災害に強い建物・まちづくりに貢献
	快適で健康的な 生活空間を守る	快適で健康的な生活空間に繋がる製品開発 8 	快適で健康的な生活空間の創造に繋がるソリューション型商品、サービスの提供を推進	劣化による断熱・遮熱性能を回復する防水改修断熱工法の普及	すこやかで快適な生活への貢献、健康寿命の延長

CAPITAL

※データはすべて2024年12月20日時点
※()内は対前年比

人的資本

企業理念「和」
～人の和を築き、人を信頼し、人を育てる～

従業員数	1,149人 (+17人)	・ 社員の成長を支援し 組織の成長へ繋げる
平均 勤務年数	17.1年	・ 従業員エンゲージメン トの向上への取り組み
年間平均 研修時間	93.7時間/1人	・ 全社研修 ・ 各種職種別研修 ・ 自己啓発 など

財務資本

事業の成長に必要な財務基盤の構築

純資産	27,790百万円 (+14.9%)	・ 長期を見据えた バランスシートの改善
売上高	66,607百万円 (+2.1%)	・ 安定した売上の確保
経常利益	3,154百万円 (+7.4%)	・ 継続的な利益の創出

製造資本

高い技術を誇る製造設備

生産拠点	全8工場	・ 製造設備の増強・更新
有形 固定資産	13,788百万円 (Δ1.5%)	・ 生産効率の向上 ・ コスト削減
設備投資額	1,232百万円 (+174.6%)	・ 製品品質の改善の 強化

自然資本

製品を通じた環境への貢献

CO ₂ 排出量	22,020t (Δ8.2%)	・ 高耐久製品の開発
生産重量※	127,482t (Δ7.5%)	・ 環境に配慮した素材の使用 ・ リサイクル材の活用 ・ 廃棄物削減 ・ 再利用促進 ・ 環境負荷の最小化

※製品製造で使用される原材料の年間総重量

知的資本

100余年で培ってきた技術革新、ノウハウ、ブランド

特許権保有 件数	93件	・ 100余年のノウハウと 特許で競争優位性を確保
商標権保有 件数	369件	・ 商標による持続的な 田島ブランドの価値向上
意匠権保有 件数	6件	・ 機能とデザインを追求 した製品は意匠で差別化

社会・関係資本

ステークホルダーとの信頼関係

東西アスファルト事業 協同組合	147社	・ 左記協同組合との 強固な連携 ・ サプライヤーとの 持続可能な取引 ・ 地域社会とのかかわり
全国防水改修工事業 団体連合会	572社	
全国三星床工事業 協会	164社	
三星住宅防水事業 協同組合	65社	

事業紹介/製品紹介 防水事業

アスファルト防水

屋上防水進歩の過程は、アスファルト防水の歴史といっても良いでしょう。最も信頼され、多くの実績を誇る熱工法、粘着層のついた常温工法「ガムクール」、バーナーであぶりながら施工するトーチ工法「ポリマリット」、進化した次世代型工法「プライムアス」が日本の屋上を守ります。



シート防水

塩ビ樹脂を原料としたルーフィングシートを、接着剤やアンカーとディスクで下地に固定し、シート相互を貼り合わせて防水層を作るビュートップや、耐候性に優れた加硫ゴムシートを接着剤で貼り付けるプラストシートなど、シンプルで工期の短さが魅力の防水です。



塗膜防水

液体状の防水材を、コテやローラーなどで塗り広げて連続皮膜を作る工法です。塗膜防水の種類は多種多様なものが流通しています。特にウレタンゴム系塗膜防水「オルタック」シリーズは、さまざまな工法を取り揃え、新築・改修を問わず対応が可能です。



事業紹介/製品紹介 床材事業

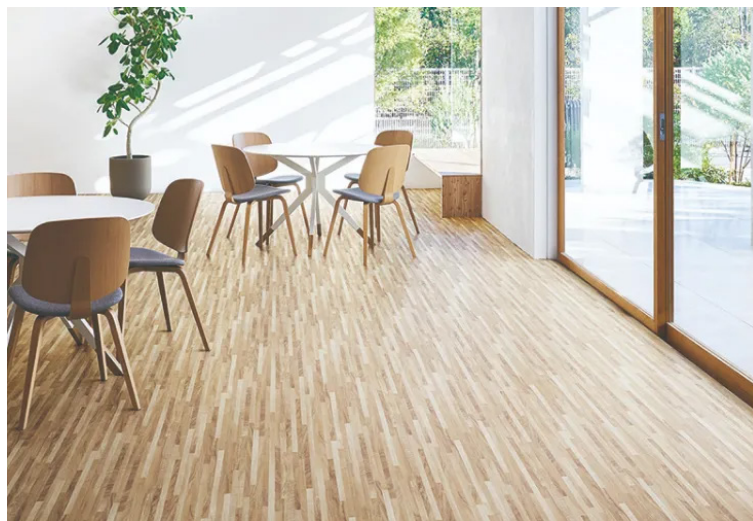
ビニル床タイル

我が国初のビニル床タイルとして「Pタイル」を1953年に発売。それ以来、塩ビ樹脂の加工性を活かして、様々な仕様やデザイン、サイズのビニル床タイルを開発し、公共施設から店舗まで多岐にわたり使用されています。



ビニル床シート

熱溶接工法により、シームレスな床仕上げが可能。そのうえ、ノーワックスメンテナンス対応のためメンテナンスしやすいのが特長です。汚れ防止や衝撃吸収などの機能を付加した製品もあり、文教施設から医療・福祉施設まで幅広くお使いいただけます。



カーペットタイル

歩行音を抑え、静かで落ち着いた空間を演出するカーペットタイル。ベーシックなものから、柄・素材感などテクスチャーにこだわったシリーズまでをラインアップ。好みに合わせてデザインを楽しむことができます。オフィスをはじめ文教施設など、様々な建物に使用されています。



事業紹介/製品紹介 住建事業

屋根下葺材

戸建住宅の勾配屋根を、雨漏りから守る屋根下葺材。改質アスファルトを使用した高耐久品「マスタールーフィング」や、信頼と実績を誇るベストセラー「ライナールーフィング」、多くの支持を集めている汎用ルーフィング「Pカラー」「PカラーEX+」など、多様な要望にお応えします。



ベランダ防水材

木造住宅のバルコニーには、木造用防水工法が最適です。塩ビシート防水「ロクシート」、環境対応型ウレタン塗膜防水「パティオール」、改質アスファルトシート複合FRP防水「ハウタン防水」などの各種工法を用意しました。



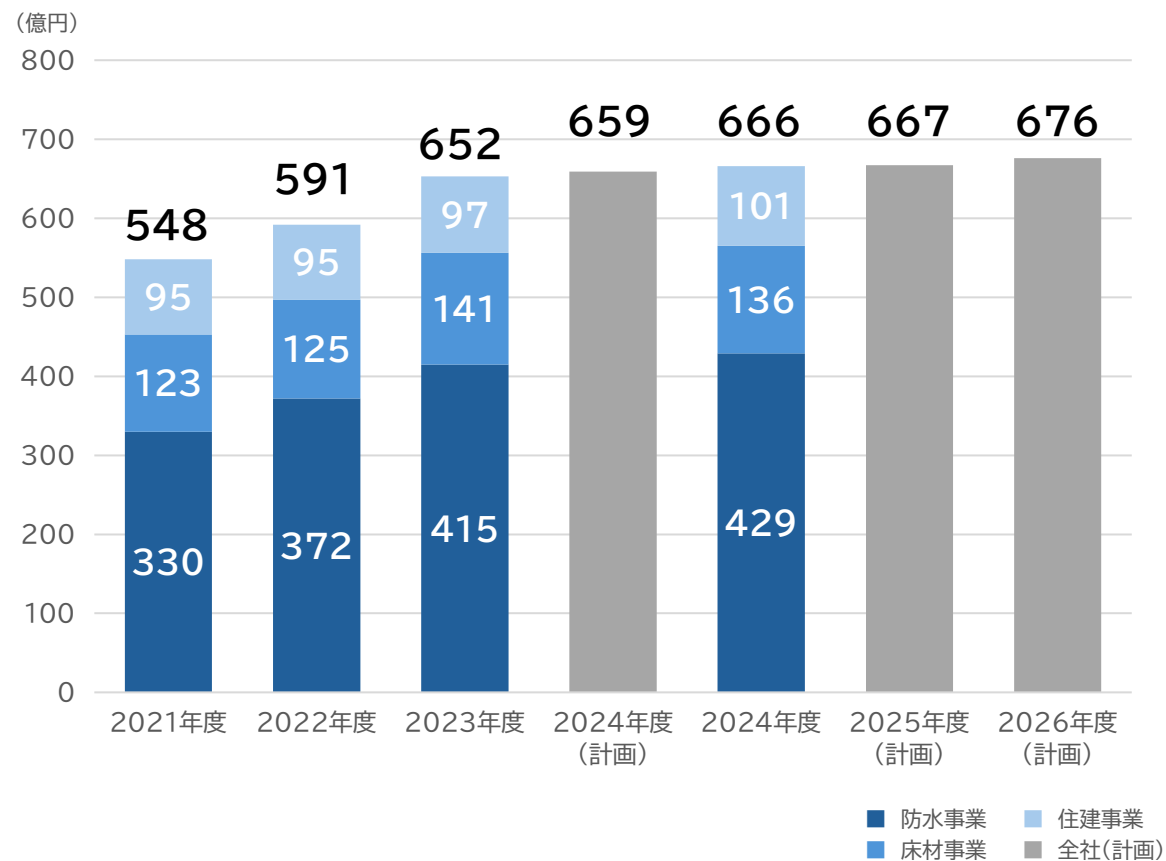
屋根材

建物のフォルムを決定する勾配屋根には、曲面や多面、急勾配など要求される形状が多岐にわたります。軽く柔軟な性能をいかに発揮するアスファルトシングル「ロアーニⅡ」、「ロアーニⅡスクエア」、「オーヴァン」はあらゆる状況にも対応し、屋根の表情を豊かにします。



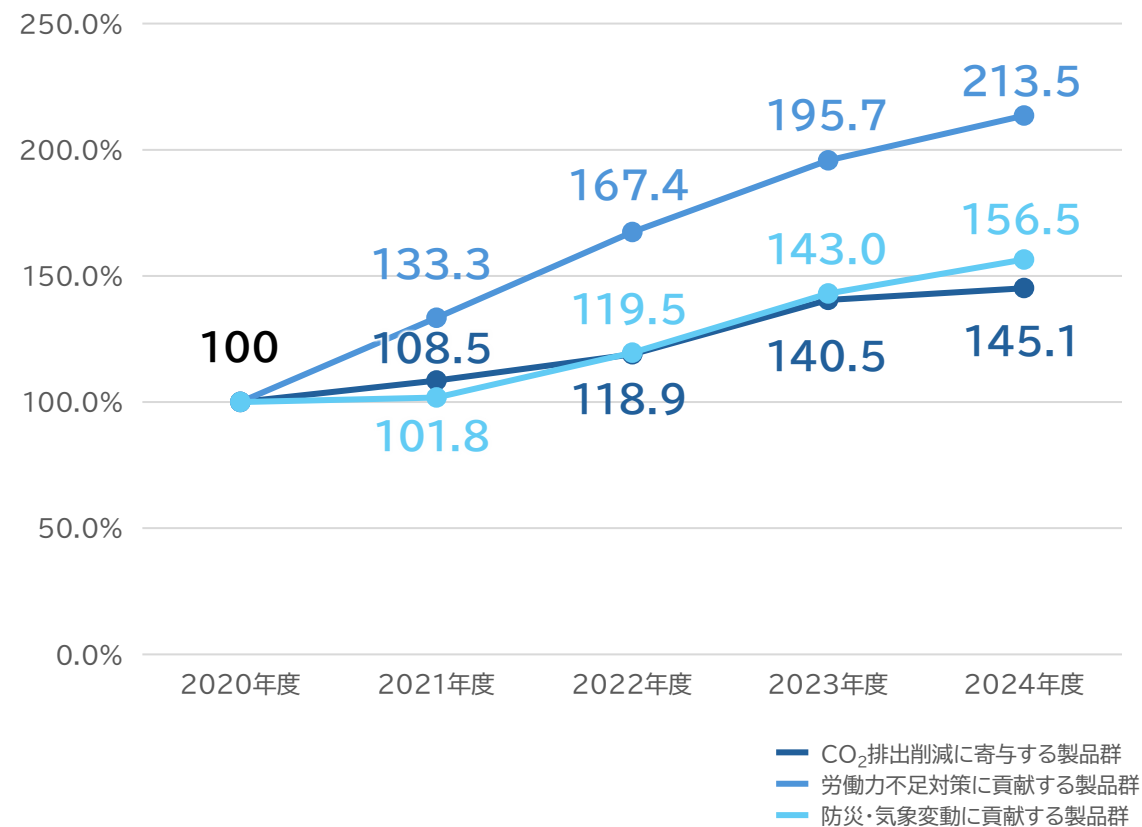
中期経営計画 HIT2026

売上高



サステナビリティ売上高の推移

対象品目別2020年度売上実績対比(%)



※売上高は田島ルーフィング単体

中期経営計画 HIT2026

HIT2023

前中期経営計画のレビュー

2021年よりスタートしたHIT2023(計画期間;2021年度～2023年度)では、会社損益の体質の強化に取り組みました。コロナ禍収束による工事需要の回復を迅速に捉えて売上に繋げ、防水・床材・住建の事業部に即した計画と実行を進め、コスト削減および価格改定の実施などにより採算改善を図りました。その結果、3期連続で経常黒字を達成しました。

HIT2026

次の成長、そして持続可能な収益力確保のための投資を計画

HIT2026(計画期間;2024年度～2026年度)においては、持続可能な収益力確保のための基盤強化に向けた投資を計画しています。償却費負担により利益水準が一時的に頭打ちとなりますが、投資対象を下記の3分野に集中し次の成長ステージへ繋がります。

1. 「人的資本への投資」
2. 「生産設備への投資」
3. 「情報システムへの投資」

HIT2026

成長のドライバー

弊社は2021年よりサステナビリティ経営への取り組みを開始しました。社会的な課題解決への貢献を目指した製品の開発・販売に注力し、それら対象製品の売上高を「サステナビリティ売上高」として捉え、每期その進捗を確認しています。

【サステナビリティ売上高対象品目】

1. CO₂排出削減に寄与する製品
2. 労働力不足対策に貢献する製品
3. 防災・気候変動対策に貢献する製品

上記3つのカテゴリー製品の売上高は年々増加しており、今や事業全体の成長のドライバーとして機能しています。

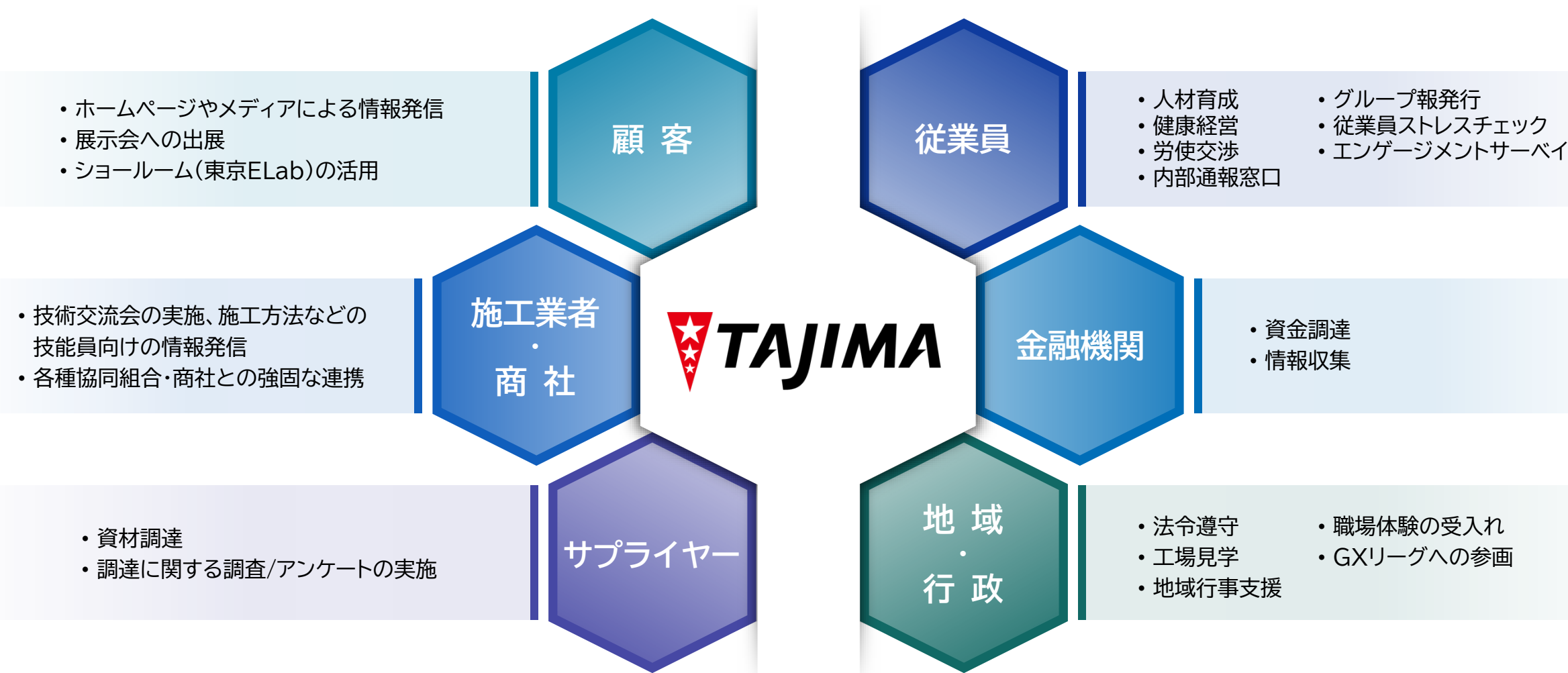
計画の進捗と見通し

当社の属する建設業界では首都圏での再開発工事や半導体をはじめとした大規模工場が竣工し、コロナ禍からの回復が鮮明な改修市場と併せて、活発化する需要へ応える活動が求められました。一方で物流業界・建設業界で時間外労働時間の上限規制などが始まりました。いわゆる「2024年問題」に社会全体の課題として、どう取り組んでいくべきかが問われ、同時に企業を取り巻く環境は、需要回復下で働き手不足が顕在化し人材採用に苦戦する状況が続いています。当社は建設資材の供給の一翼を担う企業としての責任を果たすよう、各部連携して課題解決に取り組んでまいりました。

2025年度は計画の2年目、目標達成の鍵となる年です。働き方改革・CSRなど迅速にクリアしなければならない課題があるなか、自社の強みを改めて認識して「ありたい姿」の達成に向け邁進いたします。そのために引き続き成長のドライバーに該当する製品の開発・販売に注力するとともに、前述の3つの重点分野への投資を実施します。

ステークホルダーエンゲージメント

当社の企業理念である「和」の考えを大切にし、ステークホルダーの皆様とともに新たな価値の創出を目指すことで、社会課題への解決と持続的発展の実現を目指してまいります。



サプライチェーン・サステナビリティ

サプライチェーンマネジメント

当社がSDGsに取り組むうえでサプライチェーンについて把握する必要性があると考え、サプライチェーンマネジメント委員会を立ち上げました。

図に示されたように当社がSDGsに取り組むうえで自社だけでなく関係する川上、川下のサプライチェーン上のパートナーまで含めて目を配り、問題点を取り上げ、その課題に取り組み、解決していく必要があります。

一方で建設業界は一般消費財の業界に比べてライフサイクルが長く、連鎖の結束力が弱いことから、カーボンニュートラルやゼロエミッションに対するサプライチェーン全体としての成果が出にくい事業の形態となっています。そこで、当社ではまず2030年に向けて、自社のカーボンニュートラルとゼロエミッションの目標を定め、取り組みを進めると同時に、サプライチェーンの川上への定期的なアンケート(労働環境の調査含む)を実施し状況を把握しました。



サプライチェーン・サステナビリティ

アンケート

当社が原材料や商品を購入しているメーカーを中心とした94社に、CO₂削減への取り組みとサステナビリティ調達に関するアンケートを依頼し75%以上の会社から回答をいただきました。

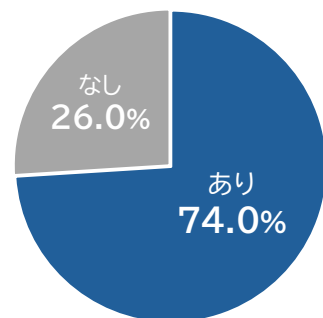
CO₂排出量削減への取り組み

取引先との協力体制を点検 ～CO₂排出量削減計画の把握～

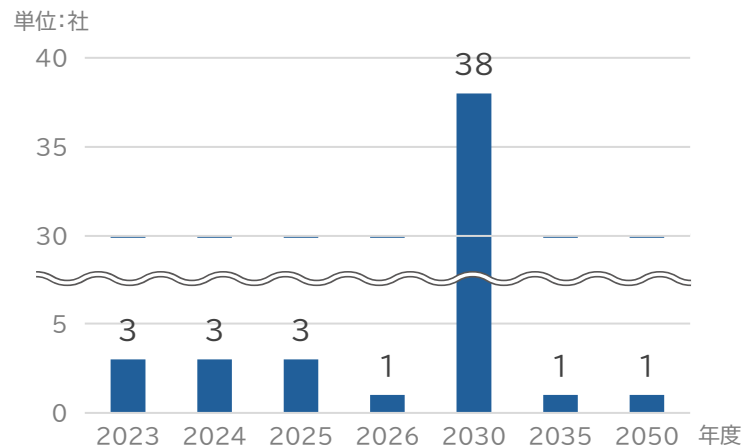
SDGsの重要課題である2050年のカーボンニュートラル実現に向けて、当社は取り組みを進めています。一方、サプライチェーンの状況は定期的なアンケートを実施し把握に努めています。2024年7月に実施したサプライチェーンマネジメントのCO₂排出量削減の取り組み調査結果の概略です。(※2024年9月3日集計)

CO₂排出量を把握している会社は74%。その中の9割以上が削減目標を設定しており、削減目標年度は2030年としている会社が75%超です。

CO₂排出量の把握



CO₂排出量削減目標の設定年度



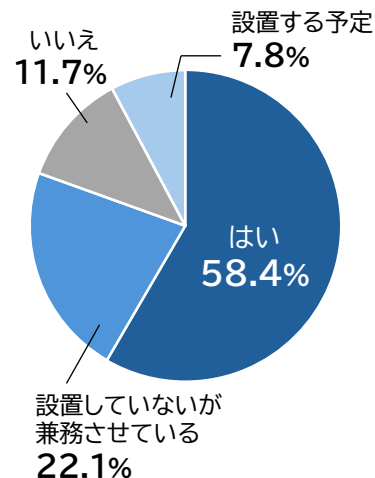
サステナビリティ調達アンケート

取引先の活動把握 ～各社で進むサステナビリティへの取り組み～

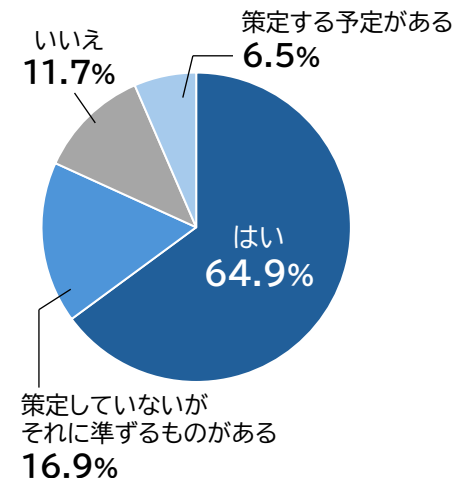
サステナビリティ調達アンケート調査を実施し、「ガバナンス」「人権・労働」「労働安全衛生」「環境」「公正な企業活動」「品質・安全性」「情報セキュリティ」「社会貢献」の分野に関して各社の状況調査をしました。

CSRの取り組みの推進部署および責任者を設置している(兼務を含む)会社は80.5%、CSRの取り組みの方針・規範を策定している(方針等に準ずるものがある)会社は併せて81.8%、CSR活動の教育を社員に行っている会社は83.1%です。当社のサプライヤーの多くがCSRに関しての取り組みを行っています。

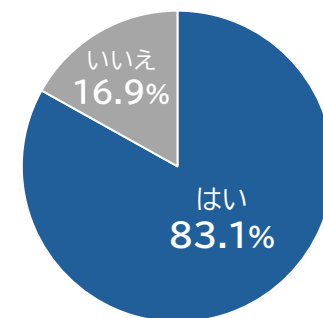
CSR取り組みの推進部署・責任者を設置している



CSR取り組みの方針・規範を策定している



CSR活動の教育を社員に行っている



防水事業部責任者メッセージ 専務取締役 防水事業本部長 沢田太郎

防水事業部の取り組むべき課題について

現在、防水業界は大きな変貌を遂げています。従前から生活の安寧を保つ防水は重要な社会貢献であると捉えてきましたが、今日、環境負荷低減といったワンランク上の社会貢献が求められています。これに対応することはすなわち社会的な要請に応えることであり、得意先を含めた防水業界の地位向上のためにも取り組むべき使命であると考えています。その使命を果たすための本事業部課題について示します。

■ 現在取り組んでいる課題

付加価値提案による環境負荷軽減の実現

従来、同業他社との競争は価格によって展開されてきました。しかしながら、現在は環境対策や高耐久化といった施主から見た「付加価値」が評価される時代へと変わりつつあります。本事業部は、かつての一本柱であった熱アスファルト系防水の市場が漸減するなかでも、断熱防水や高耐久なトップコートへの転換といった付加価値工法の提案を推し進めてまいりました。この取り組みは単なる利益追求ではなく、同時に環境負荷低減を実現する社会的意義を持つと考えています。

人材の力と育成

防水業者や得意先から、「田島ルーフィングの人材の層の厚さ」に対する評価をしばしばいただきます。これは、適切な人材の採用と、継続的に実施してきた教育・研修制度によるものであり、現場における信頼の基盤となっています。また、

近年当社の成長を支えてきたのは、若手を中心とした新たな営業手法への挑戦です。この「若手」という言葉は、単なる年齢を指す言葉ではなく、新たな価値を市場に提案しようとするすべての意欲ある社員によって成し遂げられた成果と捉えています。引き続き人材育成を強化してまいります。

営業の業務改善

人手不足による業務の過多が散見されています。これに対し、人員の補充および業務の要否選択を進め、「得意先にとって価値のある売上」を追求する業務運営を徹底します。

■ 中長期的に取り組むべき課題

高耐久・環境負荷低減型商品の普及

改修市場の成長を背景とし、今後はさらなる高耐久性を全面に押し出した防水の普及を図ります。製品が長持ちすることによるライフサイクルCO₂の低減や、初期コストではなくライフサイクルコストに基づく提案を行うことで、環境対応要請に応えることにより、信頼獲得を目指します。

社会的要請に応える使命の自覚

太陽光発電の屋上設置など、屋根に求められる機能が拡張しています。また防水と同時に断熱・遮熱機能を備えた付加価値は環境対応要請に応えるものであり、私たちの製品は単なる建材を超えた社会貢献の一端を担っています。これを

受動的ではなく能動的に、そして潜在需要を引き出せるよう働きかけることで、事業部の健全な成長に繋げていきたいと考えます。

防水業界の未来を見据えた組織づくり

防水は「人々の当たり前の生活を支える」という点で大きな社会貢献と考えてきました。しかしその当たり前さゆえに価格競争に陥りやすい構造であったことは事実です。しかし今、私たちが目指すべきは業界の競争軸を価格から価値へと転換することです。そのために「社会的要請に応えること」こそが本事業部のパーパス、存在意義であるという認識を事業部全体で共有していきます。

社会や市場の要請に応えることは単に売上を得ることに留まらず、働く社員の誇りやモチベーション、そして働きやすさにも繋がると考えています。防水事業部は、事業の継続とさらなる成長を実現しつつ、社会に選ばれ続ける会社となるべく、防水を通じた社会価値の創出にいっそう注力してまいります。



床材事業部責任者メッセージ 専務取締役 床材事業本部長 高橋芳徳

床材事業の取り組むべき課題について

事業の「体質改善」から「体質強化」を行っていかねばなりません。それを進めていくために、以下の事業ビジョンを掲げ、日々邁進しています。

- あらゆる空間に床からの技術で最高の心地良さを実現させる(ミッション;事業使命)
- 床のことなら田島と言われるソリューション集団になる(ビジョン;期間目標)
- 顧客との対話から技術の田島を再構築する(バリュー;手段)

これらの事業ビジョンを実現するために、

- 市場で勝つ戦略:お客様の潜在ニーズを掘り起こし、問題解決を提供することで構築できる、「田島でこそ」の市場を多く創出する。
- 収益構造改善の戦略:徹底したコスト効率化を目指し、聖域なくムダ・ムリ・ムラを取り除き、変動する市場環境にアジャストできる収益体質にする。

主に以上の2つの戦略を進めています。

近時点での注力している市場で勝つ戦略は、

- 現場活動による物件攻略と得意先との関係性強化による、売上ベース市場への継続アプローチ
- 施主営業の強化・拡大による、新しい市場、チャネルの獲得
- ファンづくり/顧客づくりによる、床材専門メーカーとしてのポジションの確立

であり、同様に注力している収益構造改善の戦略は、

- 原材料見直し、ロス低減をさらに進めて高効率生産体制を構築する
 - 在庫、販売単価、発送費を適正な管理を行って収益性を向上させる
 - 効率的(効果的な)な経費(管理可能費)の使用
- です。

私たち床材事業は、床仕上げ材の材料、工法を世の中の人々へ届けることで、

- 素材の使用感や機能などが快適安全な暮らしを、デザインや質感、色の美観は心地よさなどの心理的な満足感を与える
- 社会の持続的発展に対し、再生可能資源やリサイクル素材の活用、耐久性による長寿命化で環境負荷の低減に貢献する
- メンテナンスのしやすさや、衛生面に貢献する機能は生活の質を向上させる

以上の主な3点で、人々の幸福に対して貢献したいと考えております。

これは、田島ルーフィング全体のパーパスである「豊かで快適に暮らせる生活空間の創造を通じて人々の幸福と社会の持続性に貢献する」を床材事業の観点から実現するものです。



住建事業部責任者メッセージ 取締役 住建事業本部長 山崎肇

住建事業の取り組むべき課題について

当事業が提供する製商品の市場は転換の時期にあります。かつて成長の軌道にあった新築戸建て住宅は、近年婚姻率や出生率の低下などを背景に、縮小傾向が続いています。この先も新築戸建て住宅の着工戸数が増加に転じることは難しい状況といえます。そのような市場環境の中、本事業が取り組んでいる課題と中長期的に取り組むべき課題について示します。

■ 現在取り組んでいる課題

新築から改修へ

新築住宅は減少傾向にあるものの、改修時期を迎える既築の市場はハウスメーカーの住宅から一般工務店で建設した住宅にいたるまで、幅広く存在しています。そこで、ハウスメーカールートと一般市況ルートの双方から、〈屋根下葺材〉〈住宅防水材〉〈屋根材〉の各分野で、お客様に納得いただけるような、たとえば屋根下葺材でいえば粘着系の材料といった、改修に適した高品質の防水材料とその納まりに関するノウハウ(ハード+ソフト)を普及させます。

改修を主にした新製品開発とその製造・販売は、数年内にその効果を実感できるようにします。

高付加価値化

年々、建築物のライフサイクルCO₂はその重要度が増しております。そこで、耐久性の高い防水材料を提供することで、

住宅のロングライフ化が図られライフサイクルCO₂の低減に寄与できます。

下葺材であれば、JIS品から汎用改質アスファルト品へ、汎用改質アスファルト品は高耐久改質アスファルト品へ、高耐久改質アスファルト品は超高耐久改質アスファルト品へとシフトさせていきます。

■ 中長期的に取り組むべき課題

新規分野の開拓

1. 中小規模物件の板金屋根改修工事では、板金によらず塩ビシート防水を用いるケースが増大しています。未着手であったその分野に精緻な調査から開始して、ビジネスの機会を見出せるようにします。
2. 住宅、非住宅を問わず建築物として重要性の高い、勾配屋根を有した木造建築を対象に、防水性と耐久性がもっとも高い材料を積極的に提案し、これまで接点のなかったお客様との関係を構築していきます。

資源循環・BCP対策

1. 戸建て住宅の屋根改修や解体で発生する木系の廃材を利用するなど、リサイクル原料として捉えられる素材を活用した新製品開発や、環境配慮型サプライチェーンの構築を目指すビジネスパートナーとの連携を模索します。

2. BCP対策として、原材料の調達から製品製造まで、お客様に安定供給し続けられるレジリエンスの高い技術を構築していきます。

以上のように、さまざまな施策によって収益をより向上させ、魅力ある事業へと発展します。

また、防水・雨仕舞の観点から、より良い住環境を提供できるように、お客様から信頼される『技術力の田島ルーフィング』を発信し続けます。

明るい未来へ向けて、住建らしさ = 一体感を持って臨んでいきます。



管理本部責任者メッセージ

取締役 管理本部本部長 佐宗康臣

取り組むべき課題

社会・時代の要請に対応し、継続的に成長し成果を分かち合えるような経営基盤を構築し、あらゆるステークホルダーからの信頼と評価を得る。

このような企業経営が円滑に進む会社の実現を目指して、次の成長を支える経営基盤の強化を加速します。

100年超の歴史を支え築きあげてきた土台をさらに盤石にするために、当社は、さらなる発展を目指し変化に柔軟に対応し「革新する、しなやかな会社」になることが求められています。そのためには事業を支える人材や組織体制、財務状況などの経営基盤を強化し、お客様をはじめとしたあらゆるステークホルダーから信頼を得ることが重要です。次の100年に向けて、企業理念「和」の原点を忘れずに、会社を支える人材の確保・育成や安定した財務体質の実現を通じた経営基盤の強化が円滑に進むよう会社全体をサポートする仕組みづくりが重要なミッションと考えます。社員が仕事の楽しさと自らの成長・成果を実感でき、やりがいをもって働けることができる会社、そして成果を分かち合える会社の実現を目指してまいります。

具体的には、当本部の総務・経理の各機能において以下の取り組みに着手していきます。

■ 総務機能

価値を創造し事業を発展するベースは「人」であることを念頭に、「全社員が生き生きと安心して働ける職場」と「各々が働きがいを感じられる組織」を整備・維持することで、人材の定着と育成に繋げ、組織の持続的な成長を支えます。

以下に核となる4項目を掲げました。

1. 生産性、ワークライフバランスの向上

当社に合った柔軟な働き方の選択肢を提供し、社員がワークライフバランスを確立できる環境を整えます。

2. 企業の魅力向上

会社の魅力は、優れた人材を引き寄せ、維持するためのカギとなります。企業の持っている社会的価値観や文化が企業の魅力を高めます。

3. 人的資本の活用と確保

企業の継続は人的資本に大きく依存します。ワークエンゲージメントの向上は、生産性と従業員の満足度を高め、企業の成長を促進します。従業員のニーズとスキルに合わせたトレーニングとキャリア開発の提供が不可欠です。

4. エンゲージメントサーベイの実施と改善

定期的なサーベイの実施により従業員エンゲージメント向上を図り、結果に基づく施策を着実に実施します。同時に「人事制度の改善」「人事戦略の立案」にも反映します。

■ 経理機能

1. 財務基盤の強化

当社のバランスシートは、業界慣習上売上債権の回収サイクルが長いこと、営業推進などの観点から多くの保証金を預かっていることなどの要因で、現状売上高対比総資産が大きくなっています。加えて、2027年度より適用開始

される新リース会計基準により総資産がさらに増加する見込みです。自己資本比率やROAなど、財務指標の維持向上のため、適正な対応を検討してまいります。

2. 生産性の向上

インボイス制度や電子帳簿保存法への対応で、経理部のみならず経費立て替えを行う全社員が複雑化した制度対応に苦慮しています。また、会計システムの変更や手形からでんさい※への切り替えなどにより、各営業所での事務負担も増えています。これに対し、経費精算システムの変更や一部業務の経理部への移管により全社的な生産性向上を図ってまいります。

3. 有益で精度の高い数値情報の提供

月次損益の早期確定により、各事業部にタイムリーな情報提供を行います。また、各事業部からの情報収集に基づき業績見込みを修正し経営に報告します。

現状、損益計算に使用する情報は、物流、生産、会計の異なる3システムからアウトプットし加工が必要なため、担当者が限定されています。各新システム導入を機に、多くの人が簡単に情報取得できる体制を整えてまいります。

※一般社団法人全国銀行協会「株式会社全銀電子債権ネットワーク(でんさいネット)」が取り扱う電子記録債権



環境統括責任者メッセージ

取締役 生産本部本部長 浅野裕司

当社における環境への取り組みについて

当社ではさまざまな切り口、視点で、環境への取り組みを進めております。ISO14001認証、SDGs、GXリーグ参画、再生エネルギー使用などは、社外の方々にもイメージできる取り組み事例だと思います。その他にも、530活動や3R活動と称した社内活動を続けてまいりました。日常業務のなかでも、全社員が環境への関わりを意識し、職場ごとの特性を生かした取り組みを推進しています。企業の環境への関心は、毎年高くなり、その責任も問われております。当社は、これからも地球と社会へ向けた環境への取り組みを続けてまいります。

■ 530活動から3R活動へ

メーカーである当社は、工場で原材料から、仕掛品・製品を生産しています。エネルギー使用量やCO₂発生量、そして産業廃棄物発生など、環境への影響を考えるともっとも影響が大きいのは、やはり生産活動であるといえます。

製造現場では、数十年前から530活動（ゴミゼロ）として、製造時に発生する産業廃棄物削減に取り組んでおりました。当時の環境への関心は、現在ほど高くなく、利益を求める活動であったと記憶しています（当時の削減目標を53%としたことからゴミゼロ活動と称していました。その後、達成いたしました）。

今日では、

1. 産業廃棄物削減とリサイクル推進
2. CO₂削減
3. 省エネルギーの推進

に取り組んでおります。これらを推進するにあたり、3つのR（Reduce、Reuse、Recycle）の視点で、3R活動を進めています。

3R

Reduce（リデュース）

製造時の産業廃棄物発生を減らすこと（530活動）です。製造現場でのカイゼン活動の積み重ねがポイントです。

Reuse（リユース）

社内でのリサイクル活動です。物の分類が大切で、事業所によっては20種類ほどに分別し、リサイクルを行います。

Recycle（リサイクル）

再生利用・マテリアルリサイクルで、埋め立て処理をしない社外でのリサイクルと位置づけています。きちんと分類されたマテリアルは、社内では廃棄物でも立派な原材料です。

各製造現場では、3Rの視点で生産活動を行っていますが、どうしても再利用できないものは、最終処分（埋め立て処理）となります。埋め立て処理撲滅（※ゼロエミッション）を目標とし、製造過程で生ずる廃棄物や物の分類を徹底し、最適なリサイクルを継続してまいります。

※リサイクル率97%以上と定義。2023年度に、8つの生産拠点すべてで、ゼロエミッションを実現しました。

■ 未来に向けて

ここまで当社の製造現場における廃棄物削減という視点での環境への取り組み事例をご紹介しました。他にも快適な職場環境（精神的、肉体的負荷が少ない）も大切な視点と捉え、工夫を凝らした活動を継続していきます。

さらに社内だけではなく、ステークホルダーや地域社会の方々から、当社に求められる環境への要望・期待は何かを熟慮し、しっかりと応えてまいりたいと思います。



取締役および執行役員

代表取締役会長	田島 常雄	
代表取締役社長	松原 幸雄	最高経営責任者
専務取締役	沢田 太郎	営業本部本部長
専務取締役	高橋 芳徳	開発本部本部長
常務取締役	柿澤 祐司	営業本部副本部長
取締役	佐宗 康臣	管理本部本部長・経営企画部部長
取締役	島 武之	床材営業部統括部長
取締役	浅野 裕司	生産本部本部長・床材生産部部長
取締役	松矢 篤司	防水営業部部長
取締役	山崎 肇	開発本部副本部長・住建開発部部長
取締役	斎藤 智彦	管理本部副本部長・経理部部長
監査役	朝倉 弘明	
執行役員	福本 一郎	市場開発部部長
執行役員	加藤 友海	防水開発部部長
執行役員	酒井 和夫	営業企画部部長
執行役員	鈴木 竹春	生産本部副本部長

スキルマトリックス

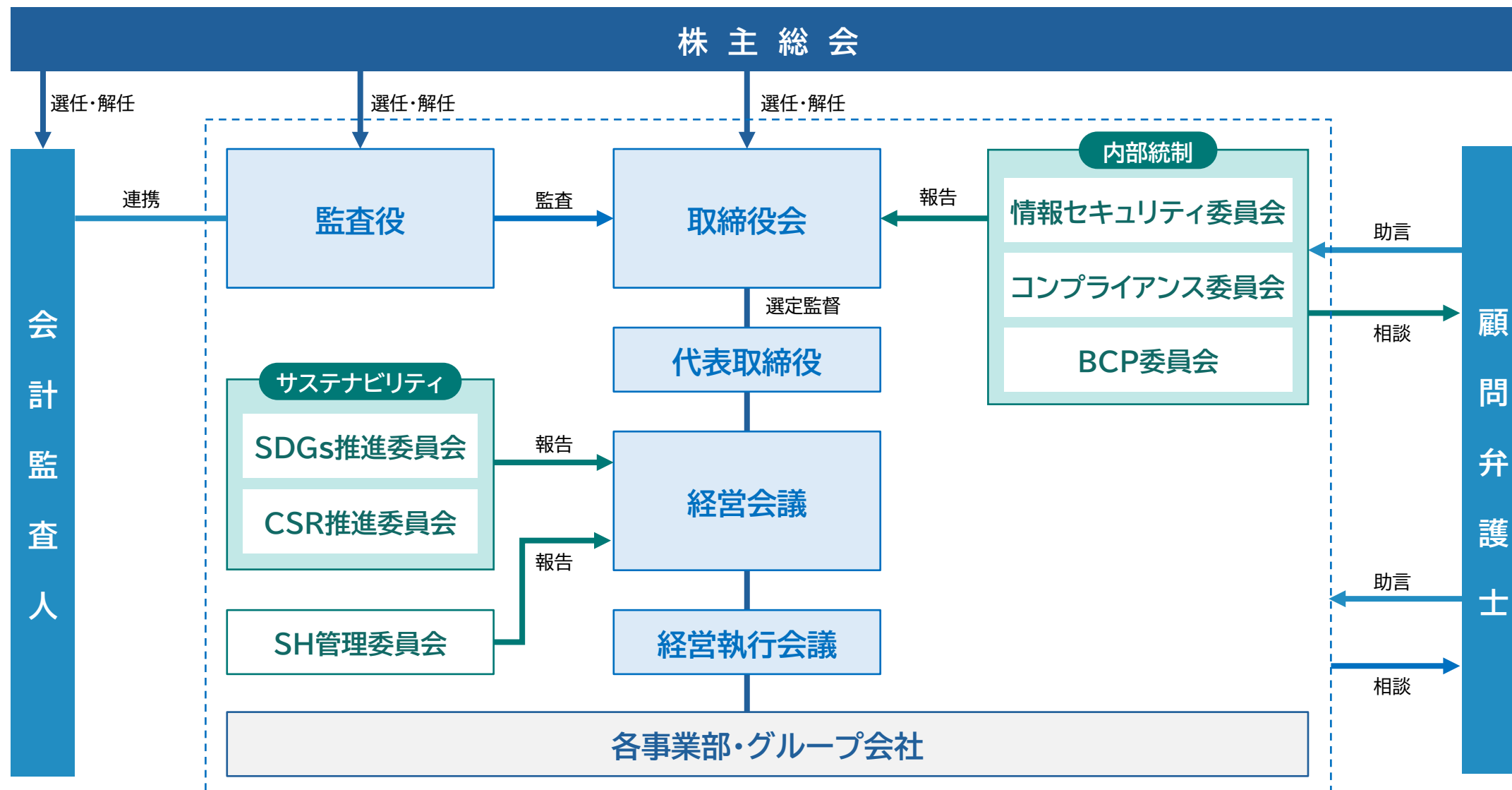
氏名	役職	生産/技術	研究開発	営業/物流	財務/経理	人事/総務	管理/企画
田島 常雄	会長		●				
松原 幸雄	社長			●		●	●
沢田 太郎	専務			●			
高橋 芳徳	専務	●	●				
柿澤 祐司	常務			●			
佐宗 康臣	取締役				●	●	●
島 武之	取締役			●			
浅野 裕司	取締役	●	●				
松矢 篤司	取締役			●			
山崎 肇	取締役	●	●				
斎藤 智彦	取締役				●		●

※各取締役固有の知見、経験による専門的な知見にもとづいて、執行部門に対する有益な助言、監督が期待されるスキル、専門的な分野についてマークしております。なお、各取締役に特に期待するスキル・専門的な分野であり、各取締役の有するすべてのスキル・専門的知見を表すものではありません。

略歴(常務取締役以上)

氏名	略歴、地位及び担当(重要な兼職の状況)		氏名	略歴、地位及び担当(重要な兼職の状況)	
田島 常雄	1983年3月	当社入社	沢田 太郎	1987年4月	当社入社
	1987年3月	当社取締役		2013年3月	当社取締役
	1991年3月	当社取締役副社長		2018年3月	当社常務取締役
	1992年3月	当社代表取締役社長		2020年3月	当社専務取締役 営業本部長(現任)
	2005年3月	当社代表取締役会長(現任)	高橋 芳徳	1984年4月	当社入社
松原 幸雄	1983年4月	当社入社		2016年12月	当社取締役
	2015年3月	当社取締役		2018年3月	当社常務取締役
	2018年3月	当社常務取締役		2021年3月	当社専務取締役 開発本部長(現任)
	2019年3月	当社専務取締役	柿澤 祐司	1987年4月	当社入社
	2022年3月	当社代表取締役社長(現任)		2019年3月	当社取締役
				2021年3月	当社常務取締役 営業本部副本部長(現任)

コーポレート・ガバナンス



コーポレート・ガバナンス

内部統制の強化

当社は、内部統制の体制を見直し、内部統制システムの運用の強化を図りました。

従来から情報セキュリティ委員会はありましたが、コンプライアンス委員会、BCP委員会は設置されておらず、これらの機能を担う会議体の連携が不明確な状態で存在していました。また、会議体の開催は不定期であり、何か問題が発生した場合でも取締役会に報告する仕組みがありませんでした。そこで、情報セキュリティ・コンプライアンス・事業リスクの3つの委員会を設置し取締役会に対して直接定期的な報告を行う体制にすることによって内部統制を強化することといたしました。

■ 情報セキュリティ委員会

当社では、社内の管理すべき情報の明確化、および社内の機密情報管理体制の構築を目的として、2017年9月に情報セキュリティ委員会を設置しました。2022年4月には、改正個人情報保護法の施行に伴い、具体的な情報セキュリティインシデントに対応のための工程を作成しました。

第一段階として、生産本部、開発本部、営業本部、物流本部、管理本部から各1人のメンバーを選出することで、全社での取り組み事項としての認識を共有しました。第二段階では、保有する個人情報を棚卸するとともに管理状況を把握、第三段階では個人情報保護管理規定やプライバシーポリシーの改訂と歩を進めてまいりました。その間、継続的に情報セキュリ

ティ強化、情報漏えい事案の対応・記録を行うとともに、情報セキュリティに関する教育を行い社員の情報セキュリティに関する意識を醸成することで、情報漏えいのおそれがある事案に対して速やかに対応できる体制を整えてまいりました。

現在、技術的安全管理措置としてのセキュリティ導入および人的安全管理措置としての継続的な社員研修を最重要課題として取り組んでおります。

■ コンプライアンス委員会

ハラスメント相談窓口、公益通報窓口を設置しており、2024年の実績は、ハラスメント相談窓口1件、公益通報窓口0件でした。

コンプライアンス強化のための取り組みとして、2024年10月から毎月「コンプライアンスマガジン」を配信しています。情報漏洩やハラスメントなどの事案をもちこみ、幅広い法律、時事を取り扱っております。併せて、全社基礎教育でコンプライアンス関連のe-ラーニングを行っています。2024年は情報セキュリティやハラスメントについてのe-ラーニングを実施しました。世間で話題になっていることや社内問題に合わせて内容を変更・追加しております。

また、新入社員研修でもコンプライアンス研修を行っており、業務を行ううえで遭遇する可能性の高いコンプライアンスリスクについて説明することで、早い段階からコンプライアンス

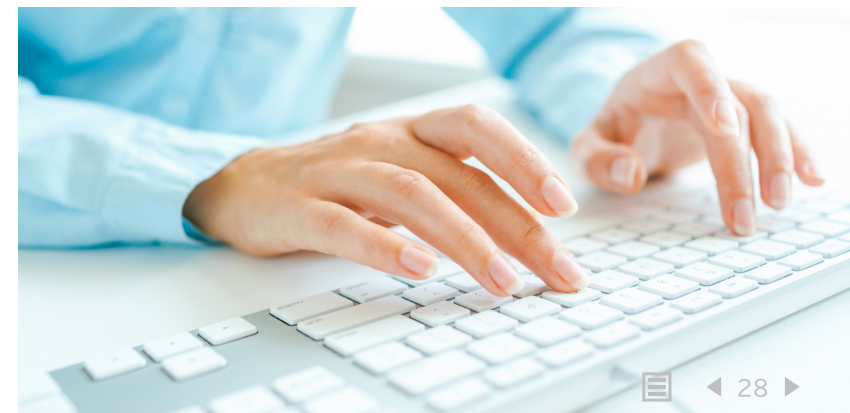
違反の予防を行い、企業価値の向上を図っています。

■ BCP委員会

災害発生などの非常事態が起きた場合にも事業を継続または迅速な回復ができるよう、「資材調達」、「工場稼働」、「従業員の安全」の観点から対策しております。

資材調達や工場稼働を行う際のリスクを洗い出し、業務の優先順位を付けて事業継続方針を作成し、適時見直す体制を整えています。

地震や台風、噴火、疫病などが発生したときに従業員やその家族の安全を確保することを重視した方針も決めました。災害時のマニュアルを予報予防、災害発生時、災害後の三段階に分けて作成し、備蓄品や設備の随時見直しを行っております。また、非常時に適切な対応が取れるようにするため、防災訓練はもちろん、安否確認システムを全社一斉送信して操作訓練を行っております。



コーポレート・ガバナンス

人権

当社は、事業活動を通して、すべての人権が尊重され、安心して活躍できる社会の実現を目指します。そのために、人権方針に則り、サプライヤー、お客様、社員といったあらゆるステークホルダーの人権の尊重に努めています。



田島ルーフィング人権方針

私たち、田島ルーフィング株式会社は、企業理念として「**和:Harmony**」「**革新:Innovation**」「**技術:Technology**」を掲げており、「**和:Harmony**」では他者を尊重し、人の和を築くことを目標としています。

私たちは人権を尊重していくことを田島ルーフィング人権方針(以下「本方針」という。)で表明いたします。

1. 国際規範や法令の遵守

私たちは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」、「国際人権章典」および国際労働機関「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」に規定された規範を支持、尊重いたします。

2. 人権方針の適用範囲

本方針は、田島ルーフィングの全社員および全役員に適用されます。

私たちは、サプライヤーやビジネスパートナーに対しても本方針を共有し、同様に人権への尊重を期待いたします。

3. 人権デューデリジェンス

私たちは、人権デューデリジェンスの仕組みを構築し、人権への負の影響の調査や特定・評価を行い、その是正や軽減に努めます。

4. 教育

私たちは、人権尊重の取り組みの重要性を理解し、行動に移すために社員および役員を対象に定期的に教育を実施します。

5. ステークホルダーとの対話

私たちの事業に関連する人権問題についてステークホルダーとの対話に努めます。

6. 是正

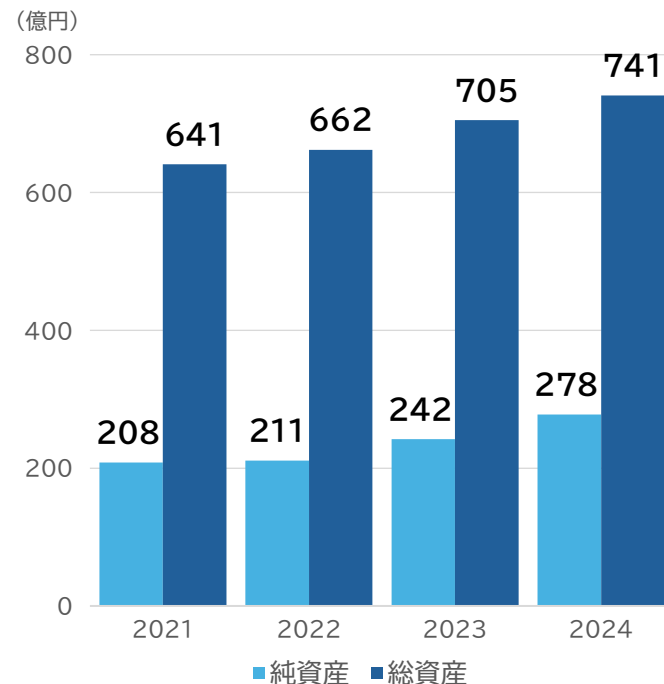
私たちは、社内ホットラインを設け、人権に対する負の影響があった場合にも適切な手続きを通して是正していきます。

主要データの推移および分析

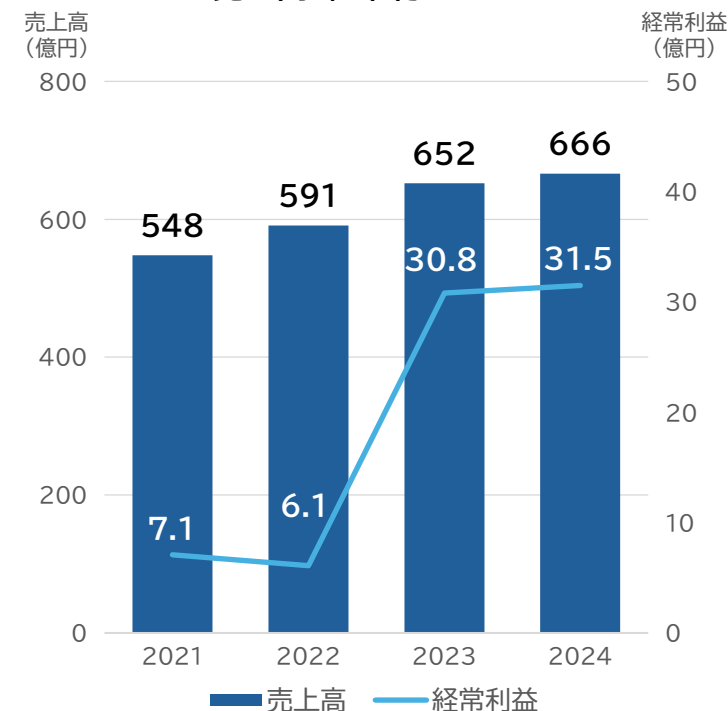
財務データ

貸借対照表(百万円)	2021	2022	2023	2024
流動資産	35,374	38,660	43,867	46,758
固定資産	28,702	27,496	26,679	27,319
資産合計	64,076	66,156	70,547	74,077
流動負債	21,291	23,617	25,488	26,412
固定負債	21,996	21,393	20,888	19,875
負債合計	43,288	45,011	46,376	46,287
株主資本	20,700	21,240	24,109	27,668
資本金	82	82	82	82
資本剰余金	1,480	1,480	1,480	1,480
利益剰余金	19,137	19,678	22,547	26,105
評価・換算差額等	87	▲94	60	121
純資産合計	20,787	21,145	24,170	27,790
損益計算書(百万円)	2021	2022	2023	2024
売上高	54,841	59,166	65,214	66,607
売上原価	40,146	45,254	47,924	48,977
売上総利益	14,694	13,912	17,289	17,629
販売費及び一般管理費	14,462	13,563	14,217	14,377
営業利益	232	348	3,071	3,252
営業外収支	482	267	17	▲98
経常利益	714	616	3,088	3,154
特別損益	▲642	0	▲150	0
税引前当期純利益	71	616	2,938	3,154
法人税、住民税及び事業税	9	13	17	18
法人税等調整額	0	0	0	▲469
当期純利益	61	602	2,921	3,605

純資産・総資産



売上高・経常利益



貸借対照表

- 安定した利益計上により、純資産は順調に拡大
- 自己資本比率をはじめとする財務諸比率(流動比率、固定比率など)も改善中

損益計算書

- 原油価格の高騰に見舞われた2022年度は粗利率の悪化により減益を余儀なくされるも、以降は増収増益基調
- とくに2023年度以降はコロナ禍明けの需要の取り込みによる大幅な増収、増益を達成

主要データの推移および分析

非財務データ

項目		数値	定義
従業員数	合計	1,149 人	正社員+嘱託社員+契約社員 2024年12月20日時点
	男性	873 人(76%)	
	女性	276 人(24%)	
平均勤続年数	合計	17.1 年	2024年12月20日時点
	男性	18.8 年	
	女性	12.4 年	
平均年齢	合計	41.5 歳	2024年12月20日時点
	男性	42.8 歳	
	女性	37.8 歳	
新卒採用者数	合計	19 人	
	男性	13 人(68%)	
	女性	6 人(32%)	
社会人採用者数	合計	58 人	2023年12月16日～2024年12月15日に入社した 正社員数
	男性	30 人(52%)	
	女性	28 人(48%)	
男女賃金差※		70.9 %	1個月単位で支給した月例賃金及び賞与の合計金額 (月例賃金には基本給・各種手当を含み、通勤費は除く)
女性役員数		0 人	役員とは、取締役、監査役を指します
障がい者実雇用率		2.37 %	

項目		数値	定義
1人当たり月平均総労働時間		155.3 時間	
年間休日数		123 日	
1人当たり 年次有給休暇取得日数		14.3 日	分子:2023年12月16日～2024年12月15日 の取得日数の合計 分母:上記期間の対象労働者の合計
育休取得率	合計	64.7 %	分子:2023年12月16日～2024年12月15日 の間に育休(出産時含む)を取得した人数 分母:2023年12月16日～2024年12月15日 の間に子供が生まれた人数
	男性	45.5 %	
	女性	100 %	
ホットライン		1 件	
1人当たりの教育研修時間		93.7 時間	生産部はOJTを含みます
新規採用離職率		7.2 %	正社員+嘱託社員+契約社員 2023年12月16日～2024年12月15日
新卒3年後定着率		80 %	2021年4月1日入社者対象
全体に対する 60歳以降の割合		6.2 %	分子:2024年12月16日時点の60歳以上の人数 分母:正社員+嘱託社員+契約社員+非常勤
休業災害度数率		4.7	労働災害件数/延労働時間数
労働災害強度率		0.13	損失日数/延労働時間数
労働災害件数		10 件	

※差異は、男女間の勤続年数の違い、男女間の職種構成の違い等により生じています。

企業概要/拠点(2024年12月20日現在)

企業概要

商 号	田島ルーフィング株式会社
創 立	1919(大正8)年6月5日
設 立	1938(昭和13)年1月19日
本 社	〒101-8575 東京都千代田区岩本町3-11-13 田島ビル
従業員数	1,149人
資本金	8,232万円(払込資本金)
Webサイト	https://tajima.jp/

拠点

防水	小台工場、宮城工場(東京都足立区) 埼玉工場(埼玉県鶴ヶ島市) つくば工場(茨城県桜川市)
● 生産拠点	床材 埼玉第二工場(埼玉県鶴ヶ島市) 岡山工場(岡山県瀬戸内市)
住建	小台第二工場(東京都足立区) 石岡工場(茨城県石岡市)
● 物流拠点	埼玉、大阪、他
● 事業所	本社、東京事業所、東京第二事業所、大阪支店
● 営業所	札幌、盛岡、仙台、北関東、千葉、横浜、多摩、静岡、名古屋、新潟、金沢、神戸、広島、高松、福岡



あたりまえの豊かさをささえる、
あたりまえじゃない技術。

