



2026年5月8日

各 位

会 社 名 T A N A K E N 株 式 会 社
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 中 尾 安 志
(コード番号：1450 東証スタンダード)
取 締 役 専 務 執 行 役 員
問 合 せ 先 本 社 統 括 兼 内 田 政 美
コーポレート本部長
(TEL. 03-6264-5520)

中期経営計画「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」策定に関するお知らせ

当社は2023年、更なる飛躍への10年を展望した長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」にて、以下のとおり当社のあるべき姿を明確にしました。この10年を「Primary」「Secondary」「Final」の3フェーズに分けて中期経営計画を策定し、PDCAを回しながら、あるべき姿の実現を目指しております。

<10年後のあるべき姿>

- ・ 将来にわたりお客様から信頼される会社になる
- ・ 環境に配慮した安全施工を実現する
- ・ 業界のリーディングカンパニーの地位を確実なものにする

今般、「基盤構築の3ヵ年計画」とした「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase」(2023年度～2025年度)をベースに、新たに「基盤強化と施工力強化の3ヵ年計画」として「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」(2026年度～2028年度)を策定しました。引き続き長期ビジョンの実現に向けて、TANAKENブランドの価値向上、人財の量的・質的な強化、安心安全施工のための体制強化を図ってまいります。

以 上

中期経営計画

(2027/3期～2029/3期)

「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」

2026年5月

TANAKEN株式会社

(東証スタンダード 1450)

目次

- 1. 長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」 … 2
- 2. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase」の振り返り … 4
- 3. 事業環境について … 8
- 4. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」 … 11

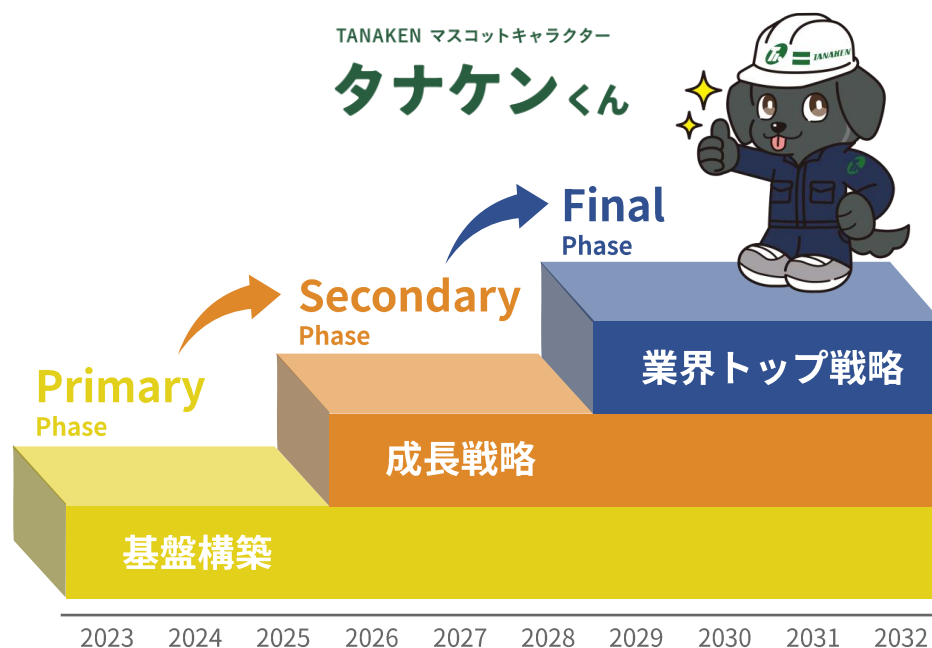
| | |
|--|------|
| 1. 長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」 | … 2 |
| 2. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase」の振り返り | … 4 |
| 3. 事業環境について | … 8 |
| 4. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」 | … 11 |

長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」

- 2023年、創業40周年を機に更なる飛躍への10年を展望した長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」にて当社の「10年後のあるべき姿」を明確にしました。
- この10年を「Primary」（基盤構築）、「Secondary」（成長戦略）、「Final」（業界トップ戦略）の3フェーズに分けて中期経営計画を策定し、PDCAサイクルを回しながらあるべき姿の実現を目指していきます。

10年後のあるべき姿

- ▶ ワンストップ（解体・石綿・土壌・地下工事等）のコンサルティング機能を拡充し、**将来にわたりお客様から信頼される会社になる。**
- ▶ 長年蓄積したノウハウを知的資本として有効活用し、開発した技術によって、**環境に配慮した安全施工を実現する。**
- ▶ 都市部での再開発案件・大規模案件・元請案件を主とする、**業界のリーディングカンパニーの地位を確実なものにする。**



1. 長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」 … 2
2. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase」の振り返り … 4
3. 事業環境について … 8
4. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」 … 11

- 中期経営計画「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase」は成長軌道を維持しながら、更なる飛躍を遂げるための「基盤構築の3カ年計画」。「持たざる経営」の競争力の源泉は、人財、技術、アライアンス、組織力、顧客基盤、ブランド等の無形の知的資本。これらを充実させることで競争優位を確保し、企業価値の向上を図る。

更なる飛躍を遂げるための「基盤構築の3カ年計画」

<基本方針>

「持たざる経営」の競争力の重要な源泉である人財、技術、アライアンスを強化する。

1. TANAKENブランドの価値向上

2. 人財の量的・質的な充実

3. 安全施工のための技術開発強化

4. アライアンス戦略・DX戦略の拡充

5. 企業価値向上に寄与するSDGs・ESG経営

中期経営計画「Primary Phase」の振り返り

- 人手不足の影響等により採用環境は厳しく、人員計画は未達となったが、採用担当の増員、採用チャネルの拡充等の採用強化、ブランディング戦略の実施等により、施工人員は2025/3期比で12名純増と改善し、増加に転じた。
- 堅調な受注環境を背景に、これまでの信用と実績の積み上げ及び営業力強化により、元請大型案件の受注が増加。工事の生産性向上とDX戦略による業務効率化により中期経営計画の最終年度（2026/3期）は、売上高、利益ともに計画を大幅達成。

| | 2023/3期 | | | 2026/3期 | | |
|--------|---------|--------|-------|---------|-------|---------|
| | 実績 | 計画 | 修正 | 実績 | 計画比 | 2023/3比 |
| 売上高 | 112 億円 | 140 億円 | — | 148 億円 | +8 億円 | +36 億円 |
| 営業利益 | 15 億円 | 17 億円 | — | 21 億円 | +4 億円 | +6 億円 |
| 経常利益 | 16 億円 | 17 億円 | — | 22 億円 | +5 億円 | +6 億円 |
| 当期利益 | 10 億円 | 12 億円 | — | 15 億円 | +3 億円 | +5 億円 |
| 人員 | 101 名 | 160 名 | 125 名 | 110 名 | ▲15 名 | +9 名 |
| うち施工人員 | 47 名 | 70 名 | 55 名 | 53 名 | ▲2 名 | +6 名 |

| 重点施策 | 実施状況 |
|--|--|
| <p>■ TANAKENブランド価値向上 ブランディング戦略の実施によるブランド価値の向上</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 本社移転、社名変更、タグライン制定、マスコットキャラクター制定、ブランドサイト新設、ホームページ等リニューアル、トレインチャンネル、デジタルサイネージ等での広告等、ブランドPRを展開することでTANAKENブランドの認知拡大と理解浸透を図った。 |
| <p>■ 営業の施策 都市再生案件の取込、顧客基盤の充実、地下関連工事の受注拡大等</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 上場による信用と実績の積み上げ、案件情報入手への注力により、大型元請案件の受注が増加し、元請率は90%超と高水準を維持。新規開拓は銀行紹介を中心に順調に推移した。 ■ CRMシステムを導入し、情報共有及び対応力を強化。人財育成へ活用中。 ■ 適切な提案により地下解体工事の受注が増加。アスベスト関連需要の取込も順調。 |
| <p>■ 人財採用・育成の施策 人財採用の強化、人財マネジメント体制の強化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 採用担当増員、採用サイトの新設、採用チャネル拡充、ブランディング戦略実施等、採用体制を強化。採用環境は厳しく、人員計画は未達となったが、施工人員は増加に転じた。 ■ 処遇を見直し、2026年度から新卒初任給の引上げを実施。 ■ 人事制度、評価制度、処遇見直し、人事マネジメントシステム導入等、体制強化を図った。 |
| <p>■ 技術開発の施策 既存工法の更なる安全施工技術の開発、新工法の開発等</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 2023年に強化プラスチック製の鳥籠養生工法の特許を取得し、専門会社と実用化に向けて試験実施中。また、大学研究室と技術開発に取組中。 ■ 現場ITサポートシステムのレベルアップ、BIM三次元モデルの更なる活用を図った。 |
| <p>■ アライアンス強化の施策 協力会社とのアライアンス強化、垂直・水平のアライアンス強化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ TANAKEN安全協会の加盟会社増加。合同パトロール、情報交換、勉強会等を通じて、協力会社とのパートナーシップを更に拡充。 ■ 石綿調査会社、土壌調査会社と業務提携を締結し、対応力を強化。案件は随時検討中。 |
| <p>■ DX強化の施策 DX戦略による業務効率化・セキュリティ強化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 電子帳簿保存法・インボイス制度に対応。安否確認、電子稟議、営業支援、勤怠管理、電子契約・請求、人事管理等にかかるシステムを順次導入。 ■ 端末暗号化・バックアップサーバー移設等、情報漏洩リスクを低減、BCP対応力を強化。 |
| <p>■ サステナビリティ・SDGs 都市再生への貢献、リサイクル等</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 建設廃棄物、使用済作業着、使用済ヘルメット等のリサイクル実施。 ■ アスベスト除去、地下工事、土壌改良、汚染土壌浄化にかかる工事実施。 |

1. 長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」 … 2
2. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase」の振り返り … 4
- 3. 事業環境について … 8**
4. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」 … 11

元請解体工事市場は4,043億円に

- 高度経済成長期に建設されたビルやインフラの老朽化、都市部を中心とした再開発の活発化等により解体工事件数は増加。「はつり・解体工事業」の完成工事高は1兆3,653億円と前年度比17.9%の増加、そのうち元請完成工事高は4,043億円（元請比率29.6%）と前年度比44.3%の大幅増加となった。

（建設工事施工統計調査報告 国土交通省（令和5年度実績））

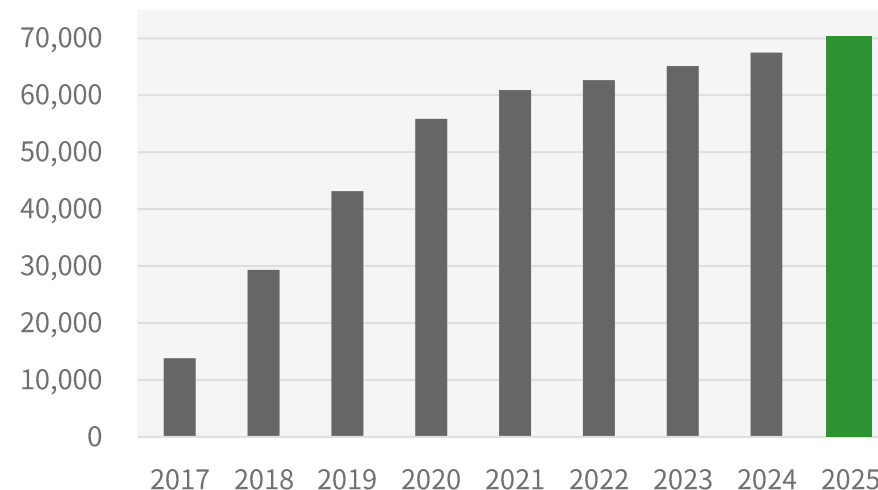
人手不足とコスト負担増加が続く

- 深刻な人手不足、人件費の上昇、産業廃棄物の処理費高騰、資材価格の上昇等により採算が悪化し、小規模事業者を中心に倒産件数は増加傾向。
- 利益率を確保するために下請けから脱却し、元請けとして直接受注するビジネスモデルへ転換する動きが強まっている。

解体工事業許可業者数は7万社に迫る

- 解体市場の拡大に伴い、建物解体工事業の許可業者数は前年度比3.6%増加し、約6.9万社（令和7年3月末）に達した。
- 建設関連企業の解体市場への新規参入や、創業者株式売却による投資ファンドの業界参入等、新たなプレイヤーも増加している。

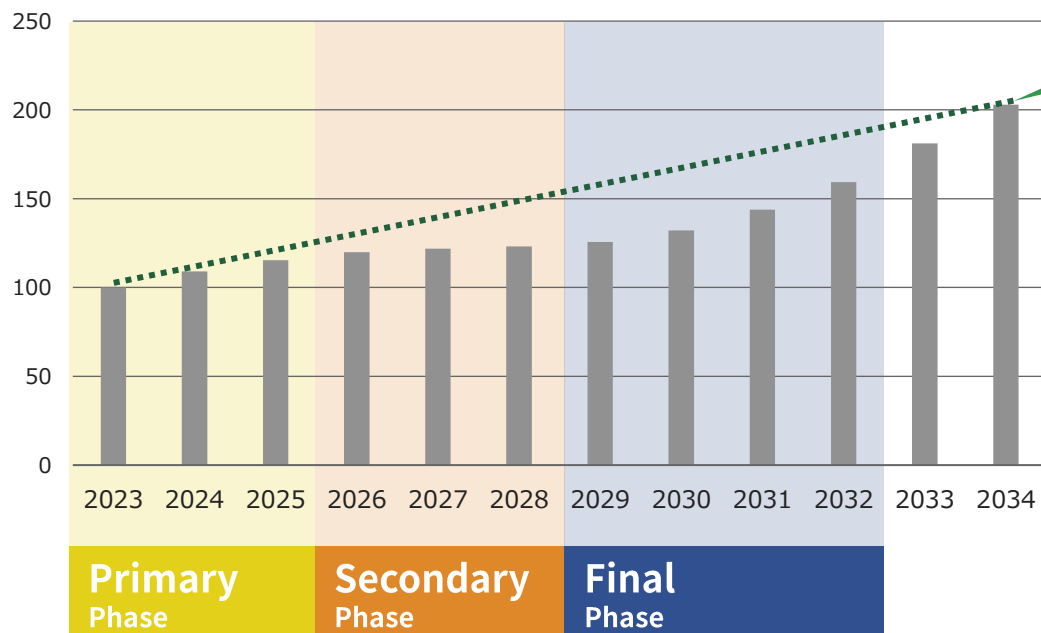
＜解体工事業の許可業者数の推移（国土交通省資料より作成）＞



解体市場規模は今後も拡大

- コンクリートの建物は新築から40年～50年後に解体されることから、毎年の解体市場は約45年前に建設された建物の数量に依存すると考えられる。
- そこで45年前の建設投資額（非住宅）を5年間の移動平均で時系列的に計算し、2023年度を100として以後の解体市場の推移を下図に示した。その結果、2034年度には市場規模は倍増する見通しとなった。

＜解体市場の見通し（2023年度を100とする時系列傾向値）＞
（国土交通省 建設投資額（非住宅）より当社作成）



市場規模が倍増する見通し



TANAKEN マスコットキャラクター

タナケンくん

®

1. 長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT 10”」 … 2
2. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase」の振り返り … 4
3. 事業環境について … 8
4. 「TANAKEN “Vision NEXT 10” Secondary Phase」 … 11

- 中期経営計画「Primary Phase」は売上・利益ともに計画を達成したが、「基盤構築の3カ年計画」の最重要課題であった人財確保が難航し、長期ビジョン実現に向けた施工体制強化に課題を残した。
- 中期経営計画「Secondary Phase」は「成長戦略」の位置づけ。「Primary Phase」をベースに、ブランディング戦略によるTANAKENブランドの価値向上、人財採用・育成の強化、施工体制見直しにより安全強化と生産性向上を図っていく。

基盤強化と施工力強化の3カ年計画

<基本方針>

長期ビジョン実現に向けて基盤構築の3カ年をベースに、更なる基盤強化と施工力強化を図る。

1. TANAKENブランドの価値向上

2. 人財の量的・質的な強化

3. 安心安全施工のための体制強化



- 中期経営計画「Secondary Phase」では、成長軌道を維持しながら、TANAKENブランドの価値向上、人財確保、生産性向上、安全強化を図り、計画最終年度の2029年3月期には以下の目標達成を目指す。

2029年3月期計画

売上高： **200** 億円

営業利益： **26** 億円

R O E： **15** % 以上

配当性向： **30** % 以上

施工人員： **80** 名

営業施策の概要

▶ 都市再生案件の取込

- ・ 再開発、商業施設、物流センター、データセンター、マンション・団地建替等の大規模な都市再生案件を中心に、元請工事案件の受注に注力し、受注拡大を図る。

▶ 顧客基盤の充実

- ・ デベロッパー、ゼネコン及びエンドユーザー等の既存顧客基盤に加えて、新規開拓（紹介ルートの開拓も含む）を強化し、顧客基盤の更なる拡充を図る。既存顧客について個別対応方針を作成し、中期的観点から営業展開する。
- ・ CRMシステムを有効活用したフォロー体制により顧客満足度向上を図る。また、案件データ管理強化により提案力向上を図る。

▶ 地下関連工事の受注拡大

- ・ 積極的に地下解体関連工事（杭抜き、CD工法、BG工法、地中障害対応、流動化土打設等）の受注に注力。地下部工事を取り込むことで受注拡大を図る。

▶ 環境改善関連工事の受注

- ・ アスベスト除去、土壌汚染対策工事等について、協力会社と連携して積極対応し、環境改善分野の需要取り込みを図る。

▶ 人財育成と生産性向上

- ・ CRMシステムの有効活用、営業ノウハウ・情報の共有、OJTの活用等により、営業スキルアップと生産性向上を図る。
- ・ 見積を作成できる人財の育成、見積作成業務の統一化及びマニュアル化による精度向上と効率化を図る。

主要施策の概要

▶ TANAKENブランドの価値向上

- TANAKENブランドの認知拡大と理解浸透を図るため、継続的にPR策を展開していく。
- ホームページ、ブランドサイト等のリニューアルや内容充実化を図る。

▶ 人財採用・育成の強化

- 採用チャネル拡充による採用強化。特に新卒、キャリアを含めて施工人員の採用を強化する。
- 人財マネジメントを強化し、配置転換、ジョブローテーションの実施により多能化及びスキルアップを図る。
- 次世代リーダーの養成、研修制度の充実、外部研修の活用等により人財育成を強化する。

▶ DX強化及び生産性向上

- インフラセキュリティ強化及び業務効率化を更に進める。また、AI活用についても検討していく。
- 業務プロセス、教育・評価制度を整備し、組織全体のスキル底上げと業務標準化を図る。

▶ 施工体制の強化

- 現場全体管理を徹底し、意識改革を図ることで安全施工体制を強化する。
- 現場マネジメント研修制度を確立し、レベルに応じた研修により施工管理者を育成。また、協力会社・未熟練工への教育強化。
- 現場準備から着工後フォローまで現場支援（現場事務配置等）を強化。業務プロセスを適宜見直し、効率化と安全強化を図る。

▶ 技術開発

- 既存工法の更なる安全施工技術の開発、専門業者・専門家との協働による新工法の開発。
- 現場ITサポートシステム強化等により、施工現場の安全性向上と業務効率化を図る。

▶ アライアンス強化

- 協力会社とのパートナーシップを拡充し、安全施工に向けた質・量の向上を図る。
- 施工管理を中心とした垂直・水平のアライアンスを強化する。

▶ SDGsへの取組

- 健康経営による働き方改革、都市再生への貢献、リサイクルの推進、カーボンニュートラルの推進等。

本資料にある内容には、
将来に対する見通しが含まれている場合がありますが、
実際の業績は様々な重要要素により、
これらと大きく異なる結果となりえることをご了承ください。

IRに関するお問い合わせ先

TANAKEN株式会社 コーポレート本部

<https://www.tanaken-1982.co.jp>

(IRお問い合わせフォームからお願いいたします。)

TANAKEN マスコットキャラクター

タナケンくん

