

# 2025年3月期 決算説明資料

2025年5月9日

TANAKEN 株式会社

(東証スタンダード:1450)

# 目次

1 会社概要 2

2 2025年3月期 実績 9

3 2026年3月期 計画 19



1

## 会社概要

(会社概要・企業理念・経営理念/ブランディング/特徴/ビジネスモデル)

2

2

## 2025年3月期 実績

9

3

## 2026年3月期 計画

19



# 会社概要

会社名	TANAKEN株式会社 (2025年4月社名変更)
設立	1982年2月3日
所在地	東京都港区東新橋一丁目9番1号
代表者	代表取締役社長 中尾 安志
資本金	297,156千円
従業員数	102名 (2025年3月末)
主要株主	スリーハンドレッドホールディングス株式会社 59.5% (創業者 田中俊昭の資産管理会社)
事業内容	建築構造物解体工事の施工及び施工管理

TANAKEN マスコットキャラクター

## タナケンくん



## 企業理念

「子供たちに何が残せるか」を常に考え、明日のために今日できることを実行し、社業を通じて「人にやさしい環境づくり」に貢献します。

## 経営理念

TANAKENは、「思いやり・信頼・感謝」というキーワードを経営理念として大切にします。

## ブランディング戦略①（社名変更）

2025年4月、長期ビジョン「TANAKEN “Vision NEXT10”」の実現に向け、TANAKENブランドの認知拡大と理解浸透によるブランド価値の更なる向上を図るため、社名をブランド名である「TANAKEN」に変更しました。

〈TANAKENブランド〉とは・・・

**安心・安全・高品質、  
人にやさしい解体施工**

長年にわたり積み上げた技術と経験で、  
安心・安全・高品質な解体施工を継続し、  
人にやさしい環境づくりに貢献する。



# ブランディング戦略②（タグラインと「タナケンくん」の制定）

タグラインとマスコットキャラクター「タナケンくん」を制定しました。

人にやさしい環境をつくる。



## <タグライン>

人にやさしい環境をつくる。

子供たちに何が残せるか。  
それは、これからもずっと住みやすい環境ではないだろうか。  
一度失えば取り戻すことの難しい環境について、  
何ができるのかと考え続けている。  
私たちは、解体の技術やノウハウで  
人にやさしい環境づくりを目指して社会に貢献していく。  
すべての人にやさしい環境を、つくりたい。

## <マスコットキャラクター>

TANAKEN マスコットキャラクター

タナケンくん



## ブランディング戦略③（キャッチコピー）

TANAKENブランドの認知拡大と理解浸透のため、キャッチコピーを制定しました。

### <キャッチコピー>

つぎはなにができるんだろう

子供たちに何が残せるか。  
それは、これからもずっと住みやすい環境ではないだろうか。  
一度失えば取り戻すことの難しい環境について、  
何ができるのかと考え続けている。  
私たちは、解体の技術やノウハウで  
人にやさしい環境づくりを目指して社会に貢献していく。  
すべての人にやさしい環境を、つくりたい。

人にやさしい環境をつくる。



「つぎはなにができるんだろう」

解体を終えると、  
そこにかつてあった建物の記憶は人々から  
急速に消え去っていく。

そして、  
それを見た世の中の人々は想う。

「つぎはなにができるんだろう??」

そうした期待感、ワクワクする気持ちなどの  
感情を呼び起こす仕事を  
TANAKENは提供している。

つぎはなにができるのか？

それはTANAKENが仕事に向かう時の  
モチベーションを表した言葉でもある。

# 当社の特徴



建築構造物の解体に関する工事を

ワンストップで  
受注・施工が可能



解体工事は協力会社が行い、当社は

施工管理、安全管理、  
近隣サポートに集中



施工管理に徹した

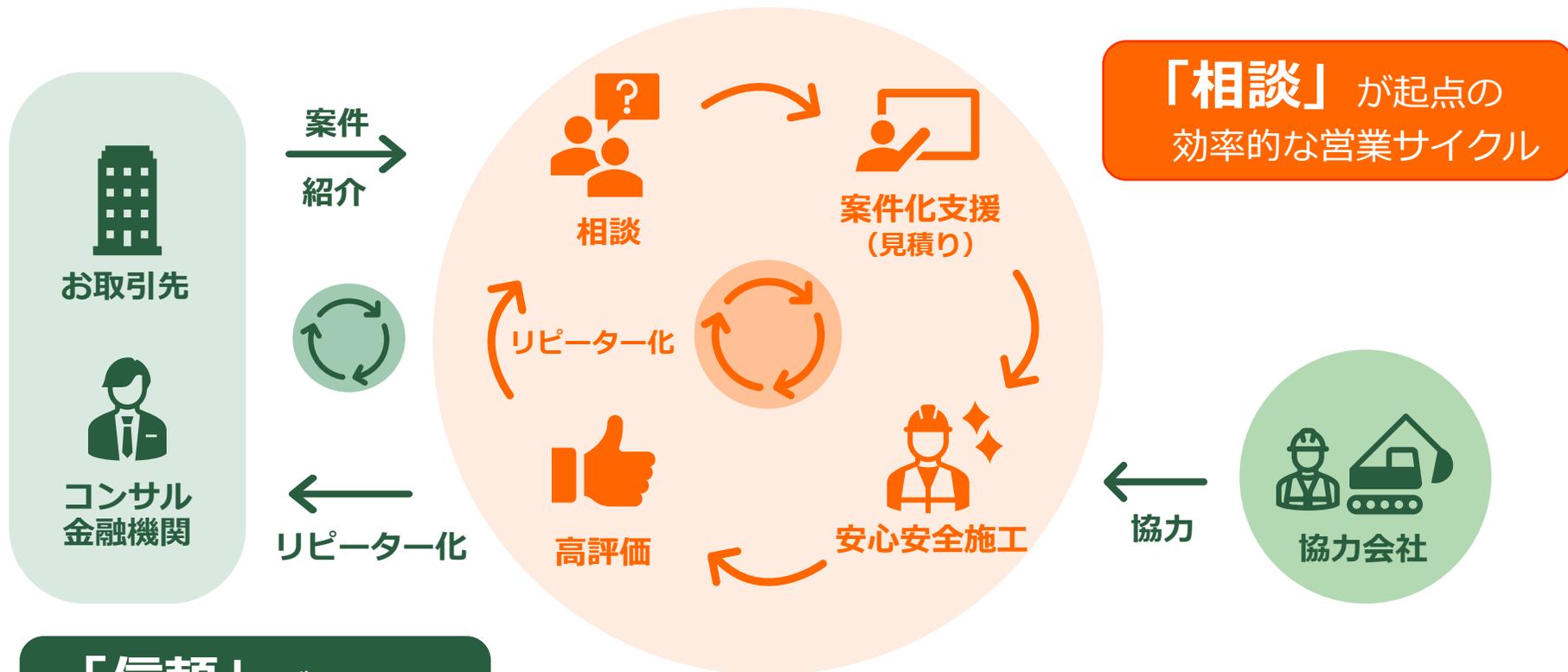
「持たざる経営」により  
高い経営効率を実現

長年にわたり安心安全な施工管理を積み重ね、

収益性と安全性を兼ね備えたビジネスモデルを構築



# ビジネスモデル



「信頼」がベースの  
相談・紹介サイクル

- 相談を起点とした効率的な営業サイクル
- 安心安全な施工管理と丁寧な近隣サポートが高評価
- 信頼がベースの案件相談・顧客紹介サイクル

1 会社概要

2

2 2025年3月期 実績

(損益実績/財務状況/受注状況/施策及び結果/ストック残高/主要計数)

9

3 2026年3月期 計画

19



# 2025/3期 損益実績

- 大型案件の着工ズレ等の影響により計画比減収となったが、工事大型化に伴う生産性向上等もあり、利益面は好調。前期比で増収増益となった。
- 建設業界の人財需給の逼迫等により人財採用は低調に推移し、計画未達となった。

(金額単位：百万円)

	24/3期 実績	25/3期 計画	修正	25/3期 実績	前期比	計画比
売上高	10,676	13,000	12,000	12,286	+1,610	▲714
売上総利益 (率)	2,502 23.4 %	— —	— —	3,310 26.9 %	+808 +3.5 p	— —
販売費及び一般管理費	894	—	—	981	+87	—
営業利益 (率)	1,608 15.1 %	1,600 12.3 %	2,000 16.7 %	2,328 18.9 %	+720 +3.8 p	+728 +6.6 p
経常利益 (率)	1,640 15.4 %	1,650 12.7 %	2,000 16.7 %	2,341 19.1 %	+701 +3.7 p	+691 +6.4 p
当期純利益	1,090	1,100	1,300	1,576	+486	+476
人員 うち施工管理	105名 47名	123名 55名	— —	102名 41名	▲3名 ▲6名	▲21名 ▲14名

# 2025/3期 財務状況

- 有利子負債なくキャッシュポジションも高水準、自己資本比率72%と良好な財務内容を維持、資金調達にも余力あり（既存借入枠40億円）。
- 大型工事受注に伴う資金負担にも十分対応できる体制を確保。

（金額単位：百万円）

	24/3期	25/3期	前期比	備考
流動資産	7,735	9,949	+2,214	
うち現預金	2,401	4,116	+1,715	
うち完成工事未収入金	4,451	5,457	+1,006	
固定資産	1,384	1,433	+49	
流動負債	2,032	3,044	+1,012	
うち有利子負債	—	—	—	借入枠の利用なし
固定負債	97	115	+18	
純資産	6,990	8,223	+1,233	
総資産	9,119	11,383	+2,264	
自己資本比率	76.7%	72.2%	▲4.5p	
ネットキャッシュ	2,401	4,116	+1,715	

## 2025/3期 受注状況

- 堅調な受注環境を背景に、当期受注高133億円、繰越受注高81億円と順調に推移。
- 安心安全施工をベースとした信用力・技術力・財務内容により受注工事は大型化。
- 既存取引先に加えて、再開発、新規開拓に注力し、受注の更なる積み上げを図る。

(金額単位：百万円)

	22/3期 実績	23/3期 実績	24/3期 実績	25/3期 実績	前期比
前期繰越受注高	4,427	4,545	5,381	7,069	+1,688
当期受注高	9,942	12,082	12,364	13,376	+1,012
当期完工高	9,824	11,246	10,676	12,286	+1,610
当期繰越受注高	4,545	5,381	7,069	8,160	+1,091

# 2025/3期 営業戦略及び結果

## <基本方針>

中期経営計画の最終年度売上高140億円達成に向け、更なる営業力の強化を図る。

	主要施策	結果
1	<b>&lt;都市再生案件の取込&gt;</b> ・ 再開発、商業施設、物流センター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。	✓ 信用と実績により大型案件が増加。元請工事も高水準を維持。案件情報の入手に注力。
2	<b>&lt;顧客基盤の充実&gt;</b> ・ 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に加えて、新たな顧客を取り込むことで顧客基盤の更なる拡充を図る。	✓ 紹介を中心に新規開拓は順調。 ✓ 実績が評価され、リピーター案件も増加。
3	<b>&lt;地下関連工事の受注拡大&gt;</b> ・ 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、湧水対策等）の受注に注力し、受注拡大を図る。	✓ プロジェクトへの適切な提案により、上屋解体から地下解体を取り込む流れを構築。
4	<b>&lt;環境改善関連工事の受注&gt;</b> ・ 増加が予想される石綿除去、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。	✓ 受注状況は堅調。石綿調査・除去、土壌汚染対策等の体制を強化中。
5	<b>&lt;情報管理と人材育成&gt;</b> ・ CRMシステムの有効活用により、顧客満足度の向上によるリピート案件の増加、人材育成による営業力強化を図る。	✓ CRMシステムの有効活用により顧客満足度は向上し、相談増加。人材育成にも注力。

# 2025/3期 主要施策及び結果

	主要施策	結果
1	<b>&lt;TANAKENブランドの価値向上&gt;</b> <ul style="list-style-type: none"><li>社名変更、採用パンフレット・採用サイトの新規作成、ブランドPR策を実施。</li><li>TANAKENブランドの認知拡大と理解浸透により競争力、人財確保を強化。</li></ul>	✓ タグライン制定、ブランドサイト新設等、各種PR策を実施。
2	<b>&lt;人財採用強化&gt;</b> <ul style="list-style-type: none"><li>人事担当増員、採用ブランディング実施、採用チャネル拡充により採用強化。</li><li>施工管理者のみならず、全職種で即戦力、次世代社員の採用を強化。</li></ul>	✓ 採用サイト作成、チャネル拡充等、採用強化したが計画未達。
3	<b>&lt;人財マネジメント体制強化&gt;</b> <ul style="list-style-type: none"><li>人事制度、評価制度、処遇を見直し、制度面の再構築を実施。研修制度を拡充。</li><li>週休二日制、現場サポート強化により働き方改革を推進し、時間外労働を削減。</li></ul>	✓ 人事制度、評価制度、処遇見直しを実施し、来期から本格稼働。
4	<b>&lt;施工管理体制強化&gt;</b> <ul style="list-style-type: none"><li>営業、計画、施工の連携強化により大規模現場への対応力を増強。</li><li>協力会社とのパートナーシップ拡充、施工管理を中心としたアライアンス探索。</li><li>TANAKEN安全協力会による安全衛生指導・教育支援の強化。</li></ul>	✓ 大規模現場への対応力強化のため業務フロー見直しを実施。 ✓ アライアンス強化を推進中。
5	<b>&lt;技術開発の強化&gt;</b> <ul style="list-style-type: none"><li>既存工法の更なる安全施工技術開発、専門業者・専門家との新工法開発。</li><li>現場ITサポートシステムレベルアップ、BIM三次元モデルの更なる活用。</li></ul>	✓ 大学、専門業者との共同開発、共同研究を実施中。
6	<b>&lt;DX強化&gt;</b> <ul style="list-style-type: none"><li>社内ネットワーク環境の改善及びセキュリティ強化を図る。</li><li>DX化による業務効率化、ペーパーレス化等により生産性向上を図る。</li></ul>	✓ システム化を進め、セキュリティ強化、生産性向上を図った。

# ビジネスモデルの強化（フロービジネスのストックビジネス化）

- 安心安全施工をベースに、「相談」を起点とした効率的な営業サイクルを構築。
- 一方、絶えず受注を取り続ける必要があるフロービジネスであり、ストック化が課題。
- 中長期的な視点に立った相談ベースの提案営業（2～3年先）に注力。
- 営業案件ストックの持続的な維持拡大により、安定的な受注獲得に繋げる。
- 営業案件ストック残高は、400億円超を維持していく。

## 営業案件ストック残高

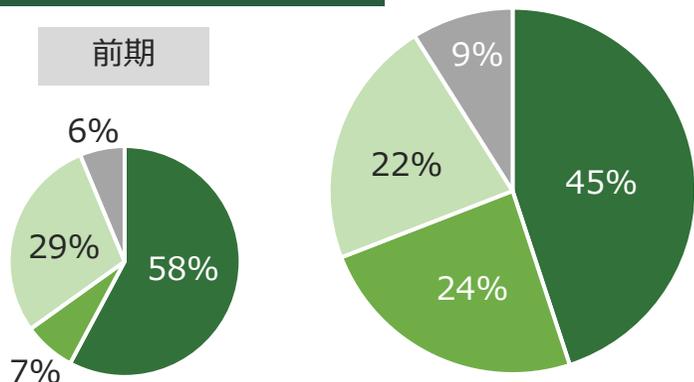
（金額単位：百万円）

	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	前期末比
件数	185	182	206	146	▲60
金額	41,661	46,263	56,329	59,506	+3,177

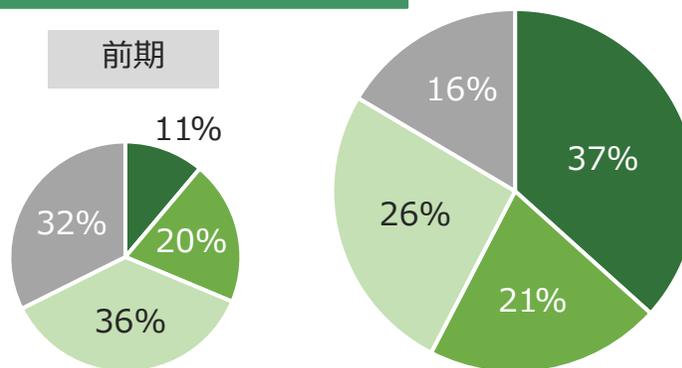
# 営業先別・請負先別の売上高

- デベロッパー、エンドユーザーを中心とした営業展開に変更はない。
- 分離発注も増加傾向にあるが、工事大型化に伴うゼネコンからの受注も増加。

## 営業先別売上高



## 請負先別売上高



(金額単位：百万円)

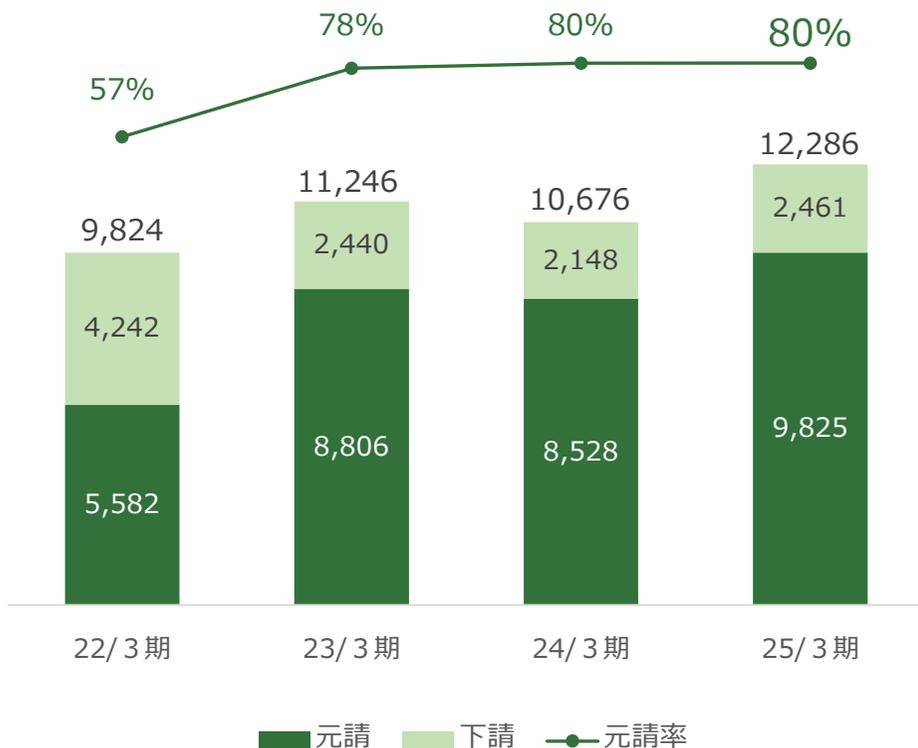
	営業先別売上高				請負先別売上高			
	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期
■ デベロッパー	5,381	3,951	6,170	5,525	3,680	3,490	1,185	4,510
■ ゼネコン	2,184	2,283	778	2,964	3,250	2,443	2,159	2,567
■ エンドユーザー	1,121	3,975	3,060	2,700	1,755	4,182	3,875	3,190
■ 組合等	1,139	1,038	668	1,098	1,139	1,131	3,457	2,020
合計	9,824	11,246	10,676	12,286	9,824	11,246	10,676	12,286

# 元請率・リピート顧客率

- デベロッパー、エンドユーザー、再開発が堅調に推移し、元請率は高水準を維持。
- 安心安全施工をベースとした解体工事が高評価、リピート顧客案件も順調。

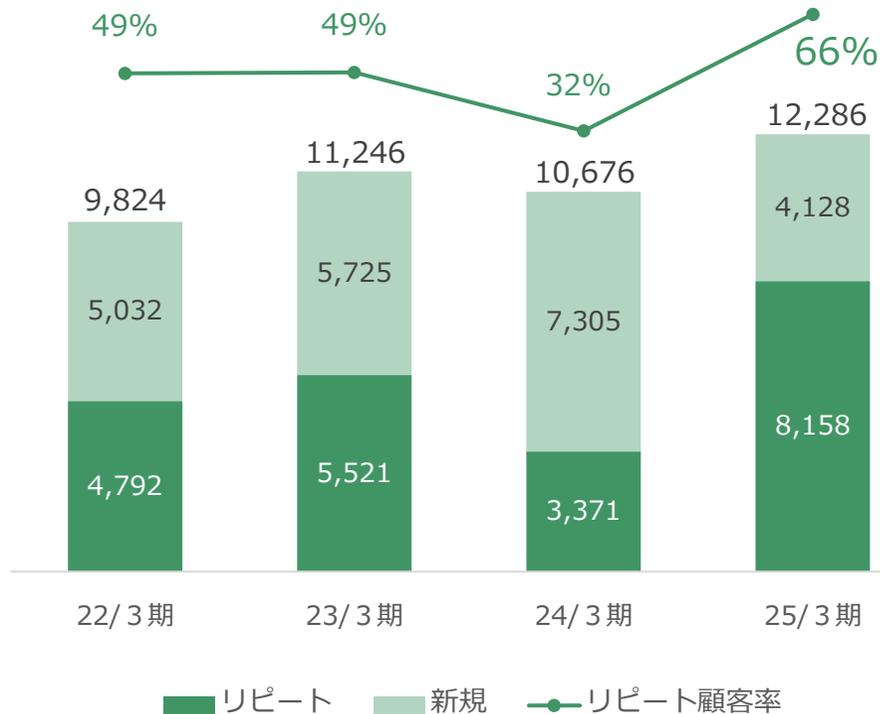
## 元請率

(金額単位：百万円)



## リピート顧客率

(金額単位：百万円)

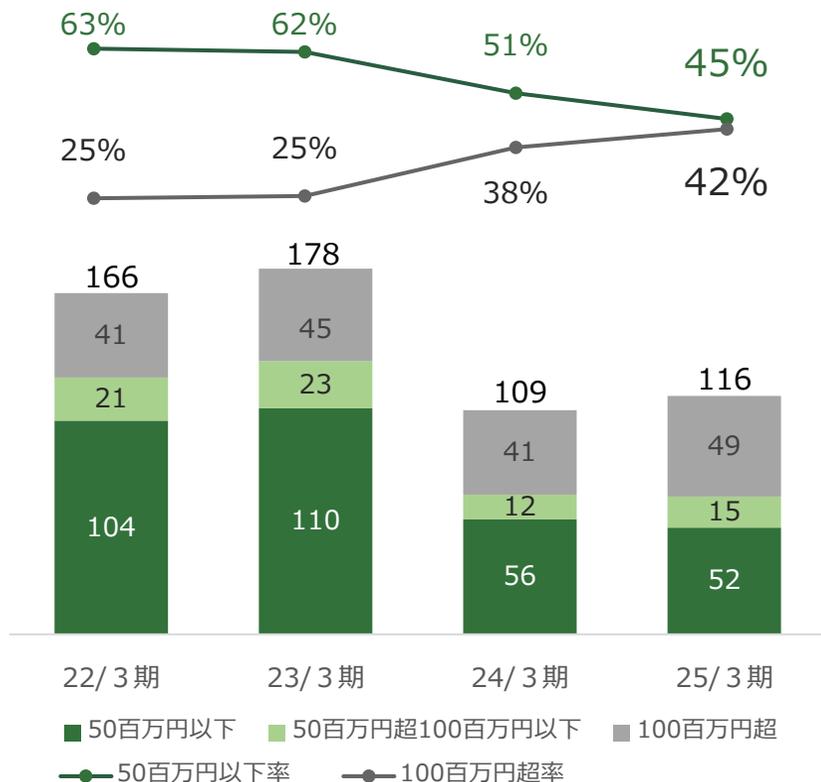


# 規模別、工期別の工事件数

- 安心安全施工による信用力・技術力・良好な財務により受注工事の大型化が進む。
- 工事大型化に伴い、工期3カ月以内の工事はここ数年で大幅に減少。

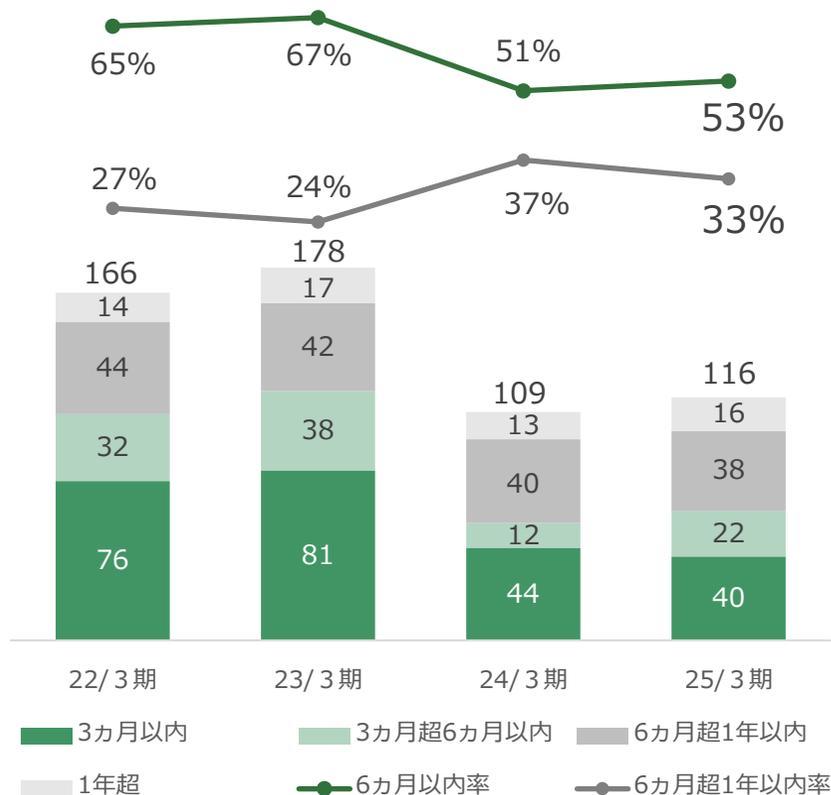
## 規模別工事件数

(単位：件)



## 工期別工事件数

(単位：件)



1 会社概要

2

2 2025年3月期 実績

9

3 2026年3月期 計画

19

(中期経営計画/計画概要/営業戦略/主要施策/配当政策)



# 中期経営計画の概要

- 中期経営計画「TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase (FY2023～2025)」は、10年後を展望した長期ビジョンの実現に向けた「基盤構築のための3カ年計画」。
- 持たざる経営の競争力の源泉である人財、技術、アライアンスを強化していく方針。

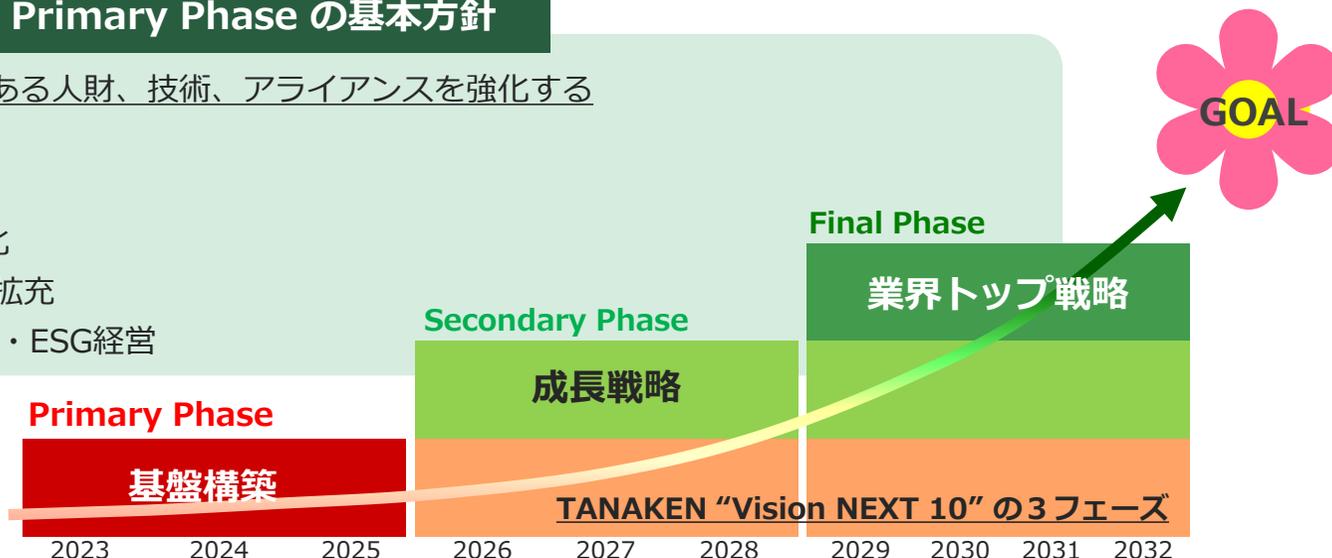
## TANAKEN “Vision NEXT 10” における10年後のあるべき姿

- 1 ワンストップ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
- 2 蓄積したノウハウを有効活用し、開発した技術により環境に配慮した安全施工を実現する
- 3 都市部での再開発・大規模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

## TANAKEN “Vision NEXT 10” Primary Phase の基本方針

「持たざる経営」の競争力の源泉である人財、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



# 2026/3期 計画概要

- 中期経営計画（「基盤構築のための3カ年計画」）の最終年度として、競争力の源泉である人財、技術、アライアンス等の基盤構築に注力する方針に変わりない。
- 受注環境は堅調だが、人手不足等の影響により原価上昇が懸念され、売上、利益ともに中期経営計画どおりとする。人財採用は低調であり、人員計画は修正する。
- TANAKENブランドの認知拡大と理解浸透を図るとともに、新人事制度、新評価制度、処遇改善をベースに、採用チャネルを拡大し、人財確保を目指す。

(金額単位：百万円)

	24/3期 計画	実績	25/3期 計画	実績	計画比	26/3期 中期計画	修正計画
売上高	12,000	10,676	13,000	12,286	▲714	14,000	修正なし
営業利益	1,385	1,608	1,600	2,328	+728	1,700	
経常利益	1,400	1,640	1,650	2,341	+691	1,750	
当期利益	945	1,090	1,100	1,576	+476	1,200	
人員	124名	105名	123名	102名	▲21名	160名	125名
うち施工管理	55名	47名	55名	41名	▲14名	70名	55名

# 2026/3期 営業戦略

## <基本方針>

中期経営計画を達成するとともに、来期以降に向けて受注の更なる積み上げを図る。

## 主要施策

### <都市再生案件の取込>

1. 再開発、商業施設、物流センター、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>

2. 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、顧客紹介ルートの開拓を強化し、新たな顧客を取り込むことで顧客基盤の更なる拡充を図る。

### <地下関連工事の受注拡大>

3. 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、湧水対策等）の受注に注力。地下部の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>

4. 増加が予想されるアスベスト除去、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。

### <情報管理と人材育成>

5. CRMシステムを有効活用したフォロー体制により、顧客満足度向上によるリピート案件の増加、人材育成による営業力の強化を図る。また、案件データ管理を強化し、提案力向上を図る。

# 2026/3期 主要施策

## 主要施策

1

### <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」のための各施策を実施し、採用、競争力を強化する。

2

### <人財採用強化>

- 新卒、キャリア採用ともに採用チャネルを拡充し、即戦力・次世代社員の採用を強化する。
- 特に施工管理者の採用に注力し、計画達成を目指す。

3

### <人財マネジメント体制強化>

- 新人事制度、新評価制度を本格稼働させ、大幅な処遇改善を図る。また、研修制度を拡充する。
- 人事マネジメントシステムの導入検討を進める。

4

### <施工管理体制強化>

- 大型工事、高難易度工事への対応力を強化した新業務フローを着実に実行し、安全管理を強化する。
- TANAKEN安全協力会による安全衛生指導・教育支援の実施、現場支援体制の強化を図る。

5

### <アライアンスの強化>

- 既存協力会社とのパートナーシップ拡充、紹介窓口の拡大による新規開拓強化により、協力会社の増強を図る。
- 施工管理を中心とした資本提携・業務提携等のアライアンスを探索し、検討を進める。

6

### <技術開発の強化>

- 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を進める。
- 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る。

7

### <DX強化>

- 社内ネットワーク環境の改善及びセキュリティの強化を図る。
- DX化による業務効率化、ペーパーレス化等により生産性向上を進める。

# 配当政策

## 25/3期 配当予定

1株当たり配当金	55円00銭
1株当たり当期純利益	181円21銭
配当総額	478百万円
配当性向	30.4%

## 基本方針

当社は、継続的な成長と株主の皆様への利益還元を経営の最重要目標として位置づけており、継続的な成長のための財務体質の強化と株主の皆様への継続的かつ安定的な利益還元とのバランスを勘案しつつ、株主の皆様への利益還元を充実していくことを基本方針としています。

## 配当予定

1株当たり配当金を50円（予想）から55円に増額、配当性向30%以上の水準を確保いたします。



## 本資料における注意事項

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、  
これら見通し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 管理本部

TEL：03-6264-5520

受付時間：9:00-17:00（土日祝日及び当社休業日を除く）