



2026年6月8日

各 位

会 社 名 川 辺 株 式 会 社
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 岡 野 将 之
(コード番号：8123 東証スタンダード市場)
問 合 せ 先 取 締 役 経 営 管 理 統 括 本 部 長
有 田 二 郎
電 話 03-3352-7110

「中期経営計画2026」策定に関するお知らせ

当社グループは、2026年4月から2029年3月までの3年間を計画期間とする「中期経営計画2026」を策定しましたので、下記のとおりお知らせ致します。

記

当社グループは、「中期経営計画2026」（2026年4月～2029年3月）を策定致しました。

中期経営計画では「グループシナジーの最大化」を基本方針に掲げ「新規売上の獲得」「コスト削減」「生産性向上」それらによる「収益の拡大」であります。

これまで当社グループは、川上に位置するレインボーワールド株式会社、株式会社ソルティアーが生産機能を担い、当社が仕入・卸売・小売を行う体制を構築して参りました。

今後はこの体制をさらに進化させ、レインボーワールド株式会社、株式会社ソルティアーにおける営業機能を強化し、小売店や問屋への直接販売を拡大して参ります。

生産拠点を有する強みを最大限に活用し、「コスト競争力」「商品供給スピード」「小ロット対応」「OEM提案力」を強化することでお客様への価値提供を行います。

「中期経営計画2026」は、「心動かす企業になる 心動かす人になる」をテーマに「モノを売る会社」からデジタルの力で商品のストーリーや背景、そして価値を伝え、「価値を創り提供する会社」へと変化する3年間にして参ります。

計画内容につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

FY2026—FY2028
中期経営計画2026

川辺株式会社

1. 中期経営計画2023NEXT 振り返り
2. 中期経営計画 骨子
3. 基本方針プロセス
4. セグメント 事業別 取組み方針
5. セグメント 事業ポートフォリオ戦略
6. 重点戦略
7. 重点戦略1
8. 重点戦略2
9. 重点戦略3
10. 重点戦略4
11. サステナビリティ戦略
12. 財務戦略
13. 業績目標
14. 資本政策と株主還元
15. 将来予測に関する記述

2023年4月期—2026年3月期
中期経営計画2023
〈NEXT〉

振り返り

■業績数値

FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
<p>売上高 125.51億円</p> <p>営業利益 1.23億円</p> <p>経常利益 2.05億円</p> <p>当期純利益 1.24億円</p>	<p>売上高 130.68億円</p> <p>営業利益 2.52億円</p> <p>経常利益 3.55億円</p> <p>当期純利益 2.66億円</p>	<p>売上高 127.69億円</p> <p>営業利益 3.07億円</p> <p>経常利益 4.17億円</p> <p>当期純利益 4.11億円</p>	<p>売上高 130.36億円</p> <p>営業利益 1.92億円</p> <p>経常利益 3.21億円</p> <p>当期純利益 1.86億円</p>
<p>売上総利益率 36.0%</p> <p>売上販管費率 35.0%</p> <p>営業利益率 1.0%</p> <p>当期純利益率 1.0%</p>	<p>売上総利益率 38.9%</p> <p>売上販管費率 37.0%</p> <p>営業利益率 1.9%</p> <p>当期純利益率 2.0%</p>	<p>売上総利益率 41.1%</p> <p>売上販管費率 38.7%</p> <p>営業利益率 2.4%</p> <p>当期純利益率 3.2%</p>	<p>売上総利益率 43.2%</p> <p>売上販管費率 41.7%</p> <p>営業利益率 1.4%</p> <p>当期純利益率 1.4%</p>

売上は前年水準で推移しながらも、中期経営計画に掲げたグループ連携によるコスト削減により、
 売上総利益率は、**36.0%⇒38.9%⇒41.1%⇒43.2%**と大幅に改善。
 しかし、売上販管費率は、**35.0%⇒37.0%⇒38.7%⇒41.7%**と上昇し、営業利益に影響。
 販管費増は、人件費高騰の要因もあるが、フレグランス店舗出店やマーケティング活動への先行投資によるもの。

■資産数値

FY2022		FY2023		FY2024		FY2025	
総資産	121.88億円	総資産	126.95億円	総資産	124.07億円	総資産	127.46億円
純資産	64.07億円	純資産	68.62億円	純資産	70.87億円	純資産	74.43億円
自己資本比率	52.6%	自己資本比率	54.1%	自己資本比率	57.1%	自己資本比率	58.4%
棚卸資産	30.0億円	棚卸資産	31.2億円	棚卸資産	31.4億円	棚卸資産	28.5億円
ROE	1.9%	ROE	3.8%	ROE	5.8%	ROE	2.5%
ROA	1.0%	ROA	2.1%	ROA	3.3%	ROA	1.5%
ROIC	1.0%	ROIC	1.9%	ROIC	2.3%	ROIC	1.4%
1株当たりの当期純利益	68.2円	1株当たりの当期純利益	146.2円	1株当たりの当期純利益	225.6円	1株当たりの当期純利益	102.4円
配当金	15円	配当金	80円	配当金	50円	配当金	50円
配当性向	22%	配当性向	54.7%	配当性向	22.2%	配当性向	48.8%

自己資本比率が52.6%から58.4%と**5.8ポイント上昇**し経営の安定性が増加。

また、棚卸資産も一時的に上がったものの3年間で**1.5億円**圧縮。

一方で、ROE、ROAでは資産効率が上がらず、今後資産の有効活用による効率改善が必要。
配当に関しては、50円/年を目標に、中期経営計画最終年度配当性向**40%以上**の目標は達成。

■CF数値

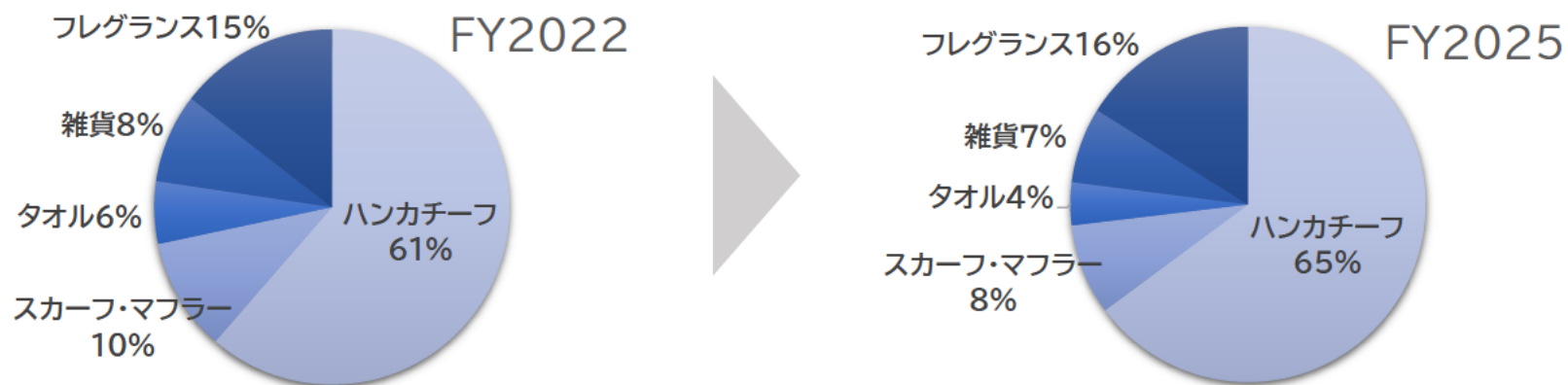
FY2022		FY2023		FY2024		FY2025	
営業CF	8.37億円	営業CF	3.43億円	営業CF	3.84億円	営業CF	7.10億円
投資CF	2.06億円	投資CF	△3.18億円	投資CF	△1.40億円	投資CF	△1.81億円
財務CF	△7.68億円	財務CF	△1.31億円	財務CF	△3.64億円	財務CF	△1.09億円
現金及び現金同等物	15.85億円	現金及び現金同等物	14.79億円	現金及び現金同等物	13.60億円	現金及び現金同等物	17.83億円
有利子負債	25.85億円	有利子負債	24.86億円	有利子負債	22.74億円	有利子負債	22.57億円

営業CFが7億台まで戻り、本業で現金を生む力は改善。
有利子負債も3年間で約3.3億円減少し、現金及び現金同等物も約2億円増加。
財務基盤改善が図れた3年間となり、次期中期経営計画で攻めに転じられる基盤作りとなった。

■アイテム別売上数値

(百万円)

	FY2022	FY2025	対比
ハンカチーフ	7,705	8,456	109.7%
スカーフ・マフラー	1,290	1,076	83.4%
タオル	714	509	71.3%
雑貨	1,017	896	88.1%
フレグランス	1,825	2,099	115.0%
合計	12,551	13,036	103.9%

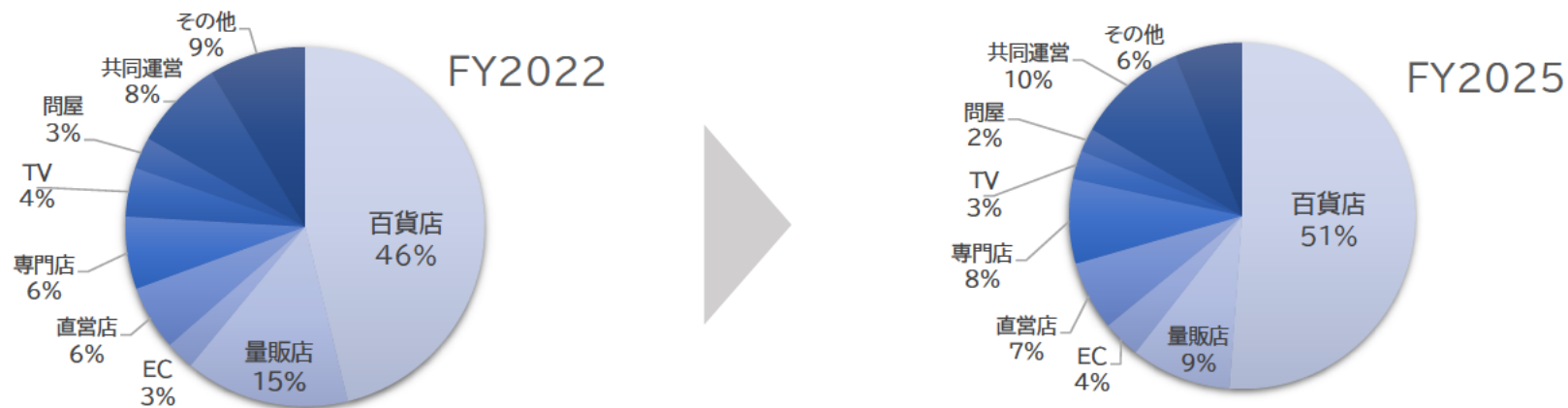


ハンカチーフ売上が約10ポイント伸長。インバウンドの増加による伸長。
 また、フレグランスは売上金額は小さいものの15ポイントと計画通りに伸長。
 暖冬の影響でスカーフ・マフラーが16ポイント減、タオル・雑貨も減で、新アイテムも急務。

■販路別売上数値

(百万円)

	FY2022	FY2025	対比
百貨店	5,793	6,671	115.2%
量販店	1,861	1,224	65.8%
EC	326	460	141.1%
直営店	731	842	115.2%
専門店	816	1,028	126.0%
TV	554	347	62.6%
問屋	357	290	81.2%
共同運営	1,026	1,353	131.9%
その他	1,087	821	75.5%
合計	12,551	13,036	103.9%



インバウンドの影響で百貨店売上の比率が**15ポイント**上昇。
 新規販路開拓で専門店売上も**26ポイント**上昇。
 EC売上が**41ポイント**上昇しているが、構成比では**4%**と今後の課題である。

■FY2023-FY2025 振り返りとFY2026-2028に向けた課題

	成果達成事項	課題事項
商品戦略	ハンカチーフオリジナル商品の開発 インバウンド対応商品の充実 キャラクター商品の充実 フレグランス 強固なブランド獲得	オリジナル商品認知度アップ 猛暑酷暑など季節対応商品の対応 為替や原料高によるコスト対策 契約ブランド数増による最適化
営業戦略	EC売上の拡大 専門店新規販路の拡大 百貨店に幹事店の確保 フレグランス店舗数増	主力販路の店舗閉店や売場縮小 直営店の収益確保 販売員確保と販管費管理 デジタル活用への転換
財務資本	借入金返済財務健全性 純資産増加による自己資本比率増 在庫圧縮(28億台へ) 安定配当による株主還元	資産の運用 未来への積極投資 ROA・ROE・ROICの改善 PBRの改善
人的資本・ESG	社内教育の環境作り 女性活躍推進の環境作り 積極的サステナブル活動 ガバナンスの開示	若手人材の確保 デジタル人材の確保と教育 中核人材教育 脱炭素やCDP気候変動対応

FY2026—FY2028
中期経営計画2026

「心動かす企業になる 心動かす人になる」

■中期経営計画 骨子

中期経営計画では「グループシナジーの最大化」を基本方針に掲げ「新規売上の獲得」「コスト削減」「生産性向上」それらによる「収益拡大」です。

これまで当社グループは、川上に位置するレインボーワールド(株)、(株)ソルティーが生産機能を担い、川辺(株)が仕入・卸売・小売を行う体制を構築して参りました。今後はこの体制をさらに進化させ、レインボーワールド(株)、(株)ソルティーにおける営業機能を強化し、小売店や問屋への直接販売を拡大して参ります。生産拠点を有する強みを最大限に活用し、「コスト競争力」「商品供給スピード」「小ロット対応」「OEM提案力」を強化することでお客様への価値提供を行います。

川辺(株)に於いては、長年築き上げてきた全国の販売ネットワークと取引基盤を活用し、従来型売場に加え、催事・イベント・期間限定ショップなどの販売拠点の拡大を行います。また、生産機能を有するグループの総合力を活かし、別注OEM案件の獲得強化を進めるほか、新たな販路開拓にも積極的に取り組み、新しい売上獲得に取り組んで参ります。

身の回り品事業に於いては、保有するファッションライセンス、キャラクターIPコンテンツのほか、「47都道府県企画」や無染色「ナチュラルベーシック」といったオリジナル企画などの独自資産を活用し、集客が期待できる空港や駅、観光地などでマーケット拡大を推進致します。

また、傘事業に参画し猛暑酷暑など気候変動に対する事業として売上の拡大に努めて参ります。

フレグランス事業に於いては、有力ブランドとの取組みを強化し、旗艦店の出店、百貨店出店を加速する一方で、店舗の質的転換を行い、売上高追及と共に稼げる事業部へと変換して参ります。

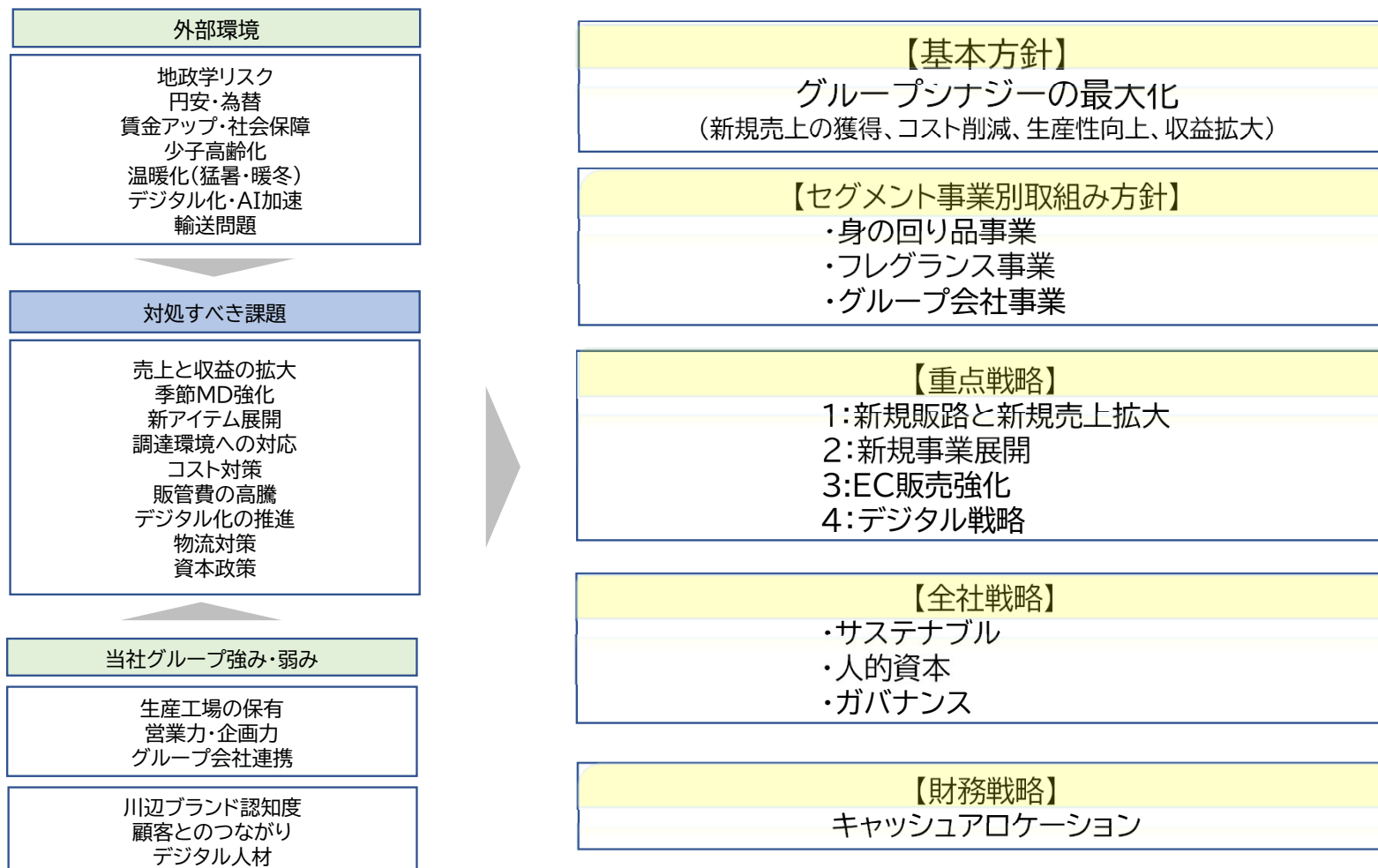
身の回り品事業、フレグランス事業において、EC戦略は欠かせない重点施策であり、B2B、B2C双方に於いてデジタル販売を強化して参ります。

これらを成長施策を支える基盤が、デジタルマーケティングです。

SNS、動画配信、UGCなどを通じて顧客との接点を拡大し、ブランド認知向上とファン形成を推進し、企業価値向上へと繋げて参ります。

これまでは「モノを売る会社」でした。これからはデジタルの力で商品のストーリーや背景、そして価値を伝え、「価値を創り提供する会社」へと変化する3年間に参ります。

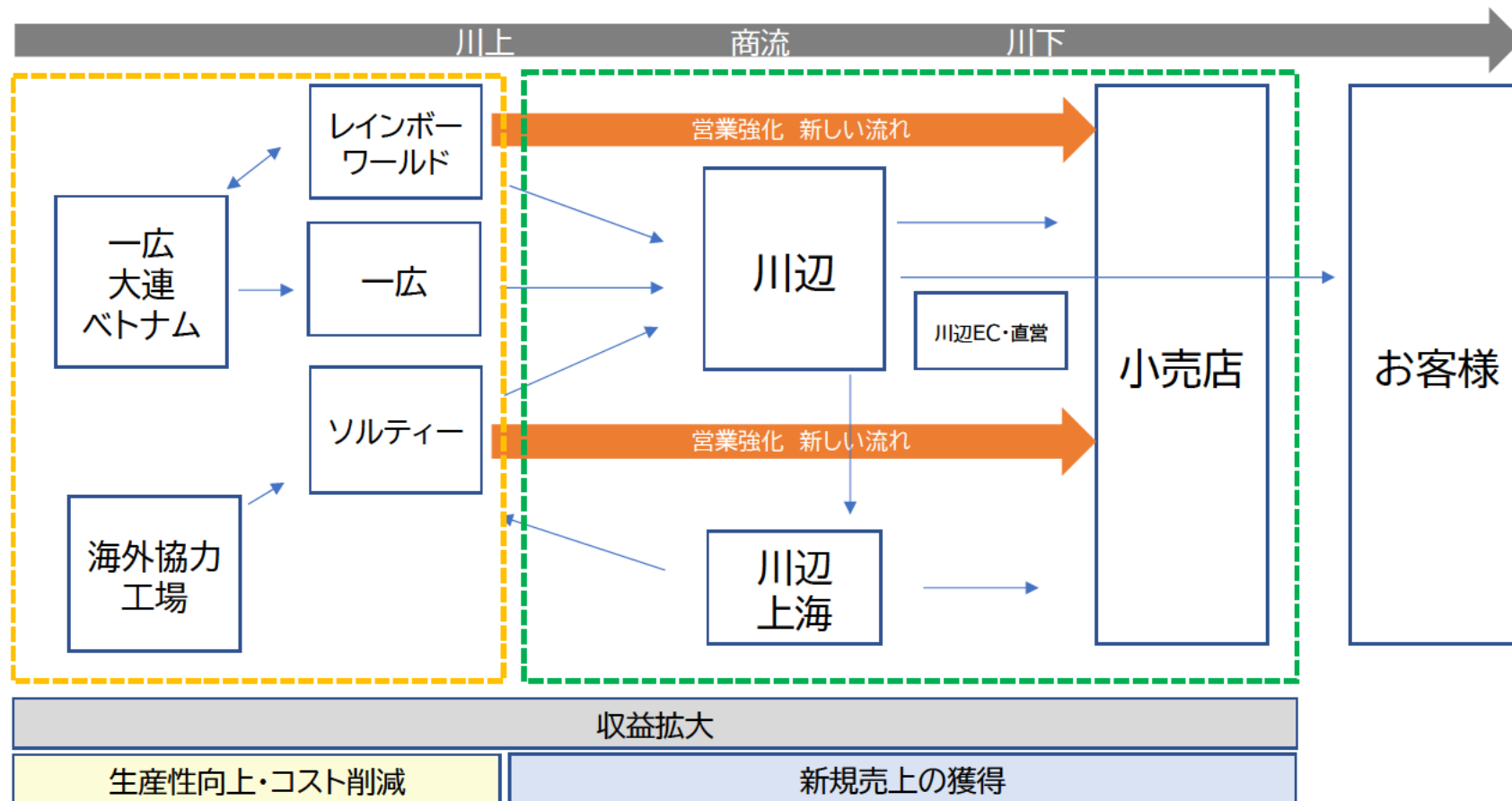
■ 中期経営計画 基本方針プロセス



■中期経営計画 基本方針プロセス

グループシナジーの最大化

(新規売上の獲得、コスト削減、生産性向上、収益拡大)

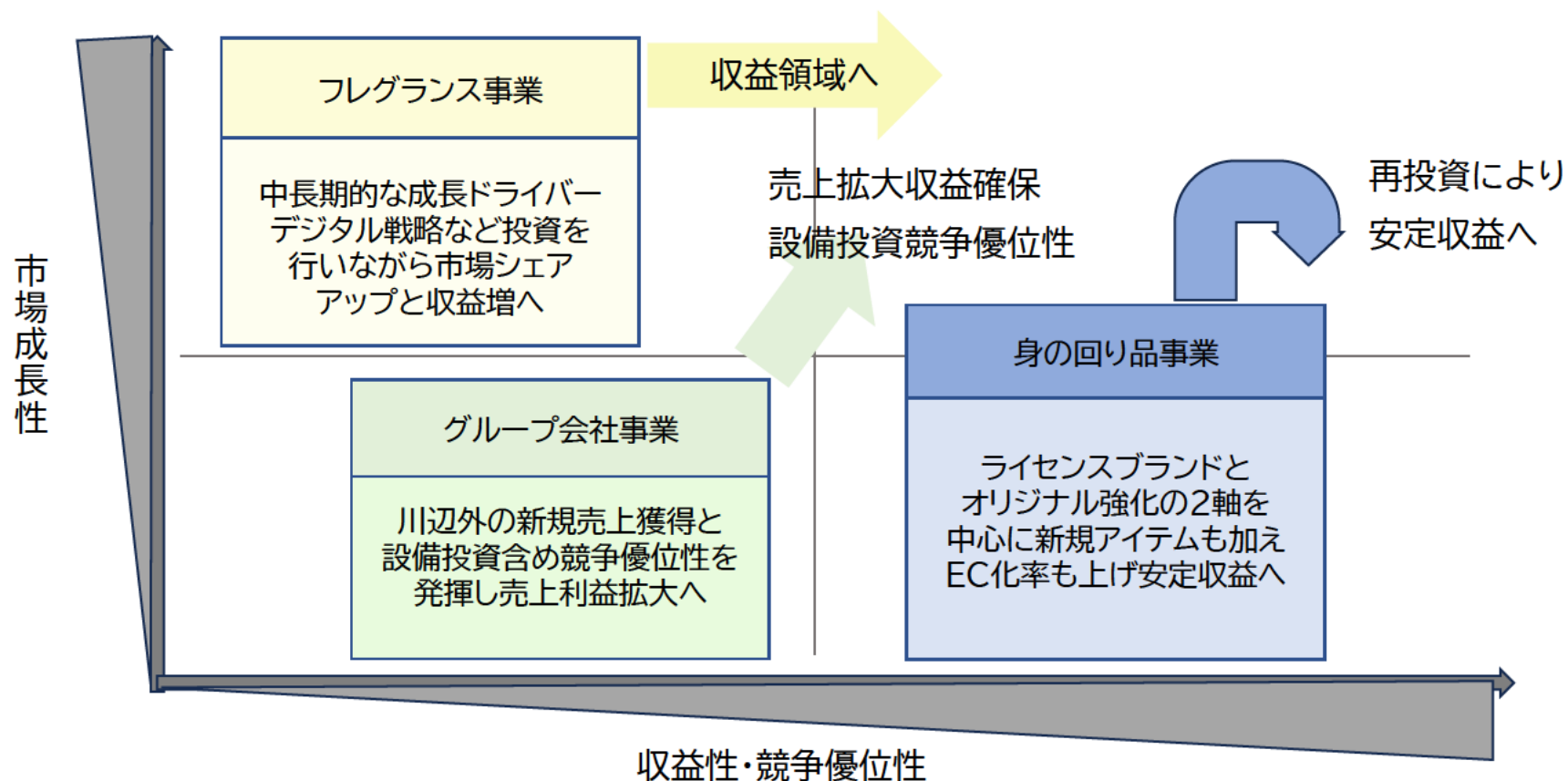


■セグメント 事業別 取組み方針

事業分類	身の回り品事業	フレグランス事業	グループ会社事業
取扱い	ハンカチーフ スカーフ・マフラー タオル 雑貨	フレグランス コスメ	レインボーワールド ソルティー 川辺上海
取組方針	新規売上拡大と 安定収益確保	収益性改善と市場拡大	新規営業売上と 万全な生産体制強化
取組事項	イベント強化 オリジナル強化 デジタル推進強化 EC販売強化	収益黒字化 デジタル推進 EC販売強化 販管費管理	新規売上 川辺外売上強化 資材の万全な調達 中国売上拡大

■セグメント 事業ポートフォリオ戦略

全ての事業を安定収益事業に

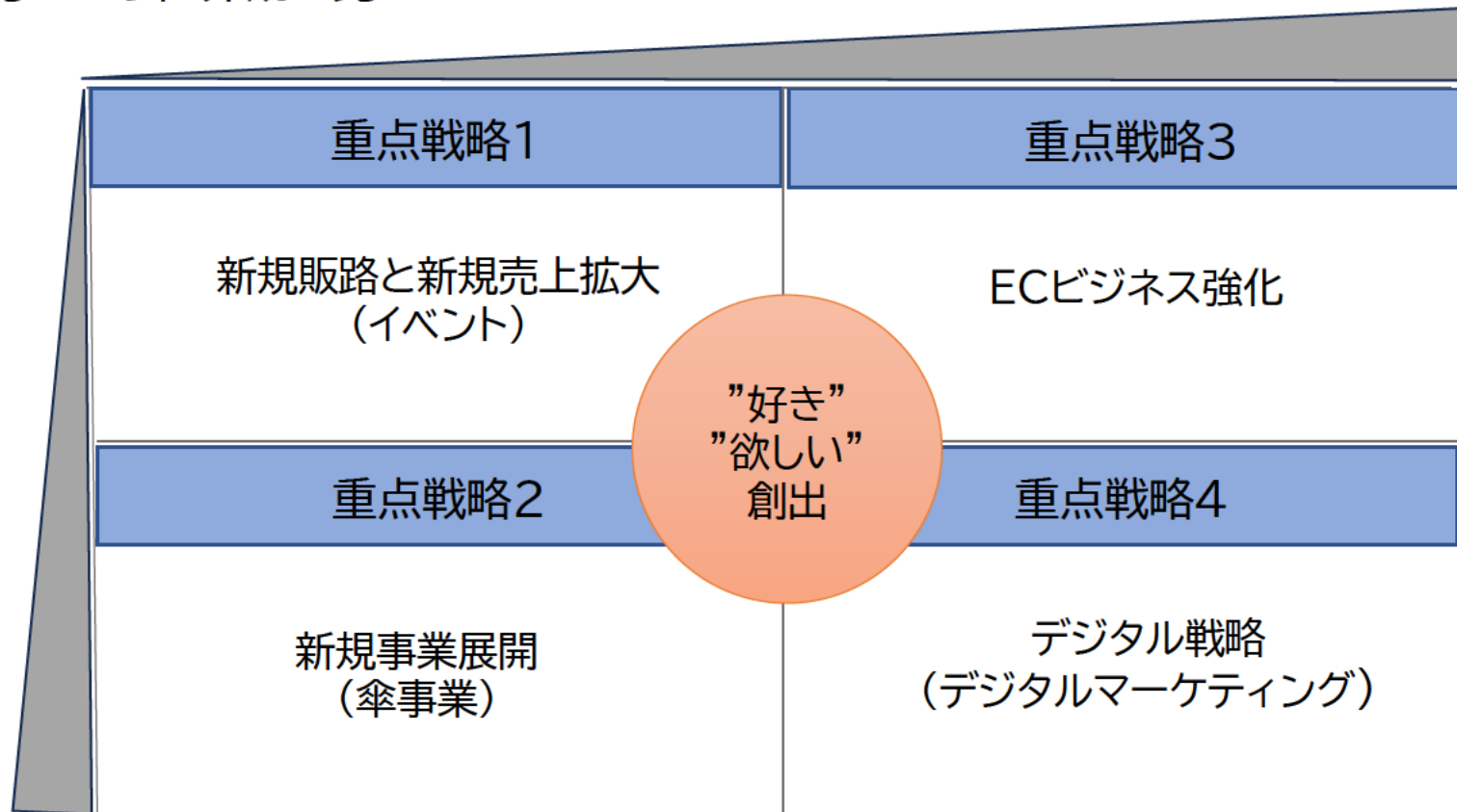


重点戦略

“好きだから買う” “欲しいから買う” を創出
商品売るから世界観を売るへ

価値の提供

お客様の
拡張



重点戦略1

新規販路と新規売上拡大(イベント)

当社が契約しているブランドやキャラクター商品をただ売るイベントではなく、適切な場所で“欲しい”を作る知的財産(IP)ビジネスへと転換する、そのようなイベントと位置付けています。キャラクター、アニメ、地域企画、スポーツ、文化など、様々な推しがファンの共感を生み、価格競争や割引競争から離れ、「好きだから買う」「欲しいから買う」を創るイベントを様々な適切な場所で開催します。



モール

アウトレット

駅・空港

百貨店

雑貨専門店

重点戦略2

新規事業展開(傘事業)

本中期経営計画より本格的に傘事業を行います。

これまでの「ひびのこづえ」「ニコライ バグマン」の婦人傘に加え、新たに紳士傘「BOSS」を本年度よりデビューさせます。

次年度は、更にキャラクターブランドを含めオリジナル傘などラインナップを充実させ本格始動します。

日本の傘マーケットは約1500億円市場です。約30社以上のプレーヤーが存在すると言われていますが、その市場規模はハンカチーフ市場の約7倍です。IPを中心に競争のない”欲しい“を創出していきます。



また新たな価値を創造するために、アライアンス、M&Aの取組を積極的に行い、新事業へと繋げていきます。

重点戦略3

ECビジネス強化

売上実績: FY2023 3億円 → FY2025 4.6億 53%増

売上目標: FY2026 6億円目標 FY2028 10億円目標

オリジナルのブランディングをデジタルマーケティングで推進し、ECでの購入導線を磨きます。

売上の柱は、ファッションライセンス、キャラクターライセンスですが、今後はオリジナルに注力していきます。

川辺オリジナルのブランディングをECと共に、高付加価値商品の強化、自社EC比率向上、UGC活用による広告効率アップ、顧客LTV向上を通じ、収益性の高いデジタル販売基盤を作ります。



オリジナル47都道府県企画「47 JAPAN」

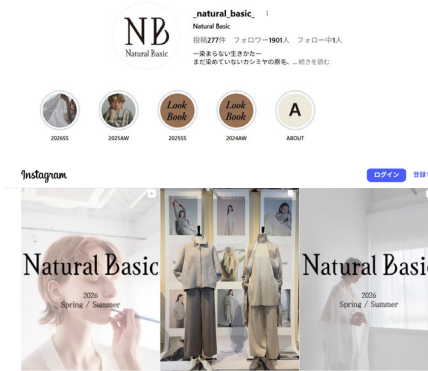
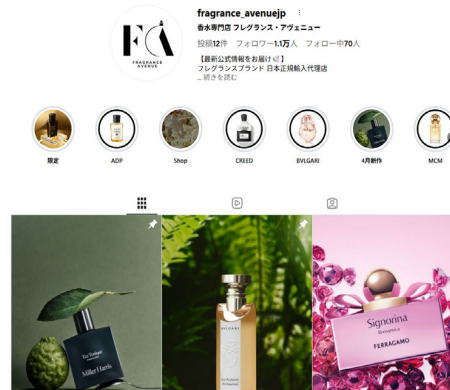
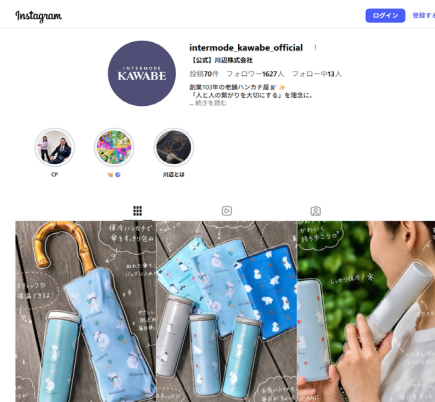


オリジナル猫がスポーツする「NO SPORTS NO LIFE」

重点戦略4

デジタル戦略(デジタルマーケティング)

川辺のブランディング、ファン作りをデジタルの力で。
 オリジナル商品及び事業活動など、そのストーリーや背景、価値をデジタルの力でお客様に伝え、
 それらを自社の資産価値へと転換していく。認知拡大→ファン化→LTV向上。
 デジタルでお客様との接点を増やし「モノを売る会社」から「価値を創り提供する会社」へ転換していきます。



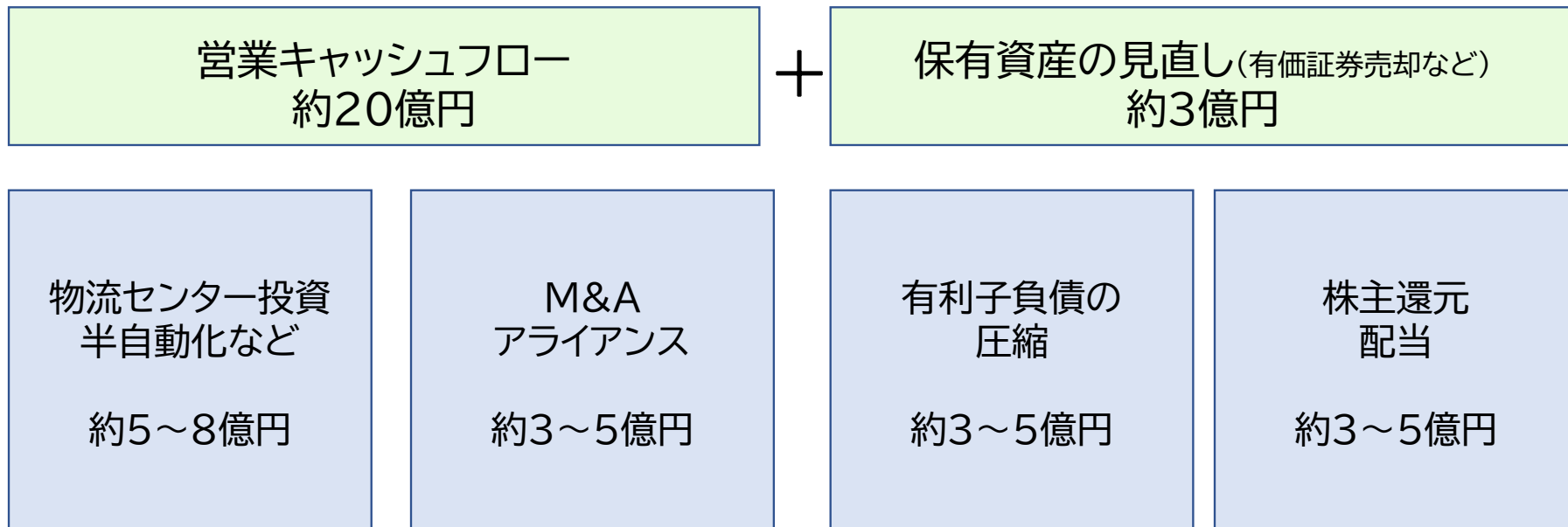
また、SNSやEC連動などのデジタルマーケティングだけでなく、システムの最適化による数字管理のスピードを上げ、KPIへの意識付けの為に、デジタルシステムの導入、DX化も合わせて進めていきます。

ESG活動

E 環境	S 社会人的資本	G ガバナンス
<p>◆カシミア回収事業</p> <p>不要になったカシミア製品回収 サーキュラーエコノミーの実践</p>	<p>◆ダイバーシティ</p> <p>女性活躍の推進 育児休暇取得率の向上</p>	<p>◆IR力の強化</p> <p>株主との対話含め納得して 頂くIR力の強化</p>
<p>◆無染色ナチュラルベーシック</p> <p>染色工程で使用する水量削減 自然本来の風合いを活かす設計</p>	<p>◆従業員の健康労働環境配慮</p> <p>従業員の心身の健康増進 健全な労働環境の確立</p>	<p>◆迅速な意思決定の環境</p> <p>意思決定判断が遅くなる 挑戦しない文化などの排除</p>
<p>◆絶滅危惧種保護募金活動</p> <p>KATOKOA商品売上一部を寄付 啓発デザインの商品展開</p>	<p>◆人権の尊重</p> <p>従業員顧客すべての基本的人権保護 差別やハラスメントの排除</p>	<p>◆リスク管理</p> <p>気候変動・サイバー攻撃 SNS炎上や情報リスク管理の徹底</p>
<p>◆環境配慮型素材の活用</p> <p>環境配慮した素材及び生地の使用 パッケージの簡素化・再利用</p>	<p>◆社会地域との繋がり</p> <p>新宿区、今治市など事業所地域と連携 少年スポーツへの商品寄付</p>	<p>◆攻めのガバナンス</p> <p>M&A、新規事業、DX投資 成功確率を上げるための管理</p>

キャッシュアロケーション方針(FY2026-FY2028)

当社は、3カ年で創出する営業キャッシュフローを原資に、成長投資と財務健全性の確保、株主還元のバランスを重視した資本配分を行って参ります。



■業績目標

(百万円)

	FY2025実績	FY2026業績予想	FY2028計画
売上高	13,036	13,118	14,000
営業利益	192	215	350
経常利益	321	350	500
経常利益率	2.4%	2.6%	3.5%
ROE	2.5%	3.1%	5.5%
ROA	1.5%	1.9%	3.0%
ROIC	1.4%	2.6%	3.5%

■資本政策と株主還元

当社は、資本効率を意識した経営に推進するとともに、中長期的な企業価値向上と安定的・持続的な株主還元の両立を図って参ります。グループ全体の資本効率及び最適な資本構成を踏まえながら、段階的に資本政策の高度化を図って参りたいと考えています。

お陰様でこれまでの3年間で、有利子負債の減少の他、棚卸資産の減少を遂げ、財務体制の基盤が健全な状態となり、純資産が増え、自己資本比率が増加し、安定的な経営を行える環境となりました。

一方で、営業活動におけるROE、ROA、ROICは改善が必要な段階に来ております。

外部環境の変化に対応すべく新たな投資、そして成長分野への投資を行い、収益力向上、資本効率を意識した積極的経営及び株式市場との対話を通じ、株主資本を意識した経営を行って参ります。

本中期経営計画期間の配当については、成長分野への投資及び財務基盤の安定を行いながらも、これまでの配当実績を基準とし、安定的な株主還元を継続し企業価値の向上に努めて参ります。

■将来予測に関する記述

本資料で記述されている業績予想並びに将来予測は、現在における入手可能な情報に基づき当社が判断した内容であり、潜在的リスク及び不確実性が含まれており、その確実性を保証するものではありません。

このため、今後様々な要因の変化により、実績の業績は記述されている内容と大きく異なる場合があることをご承知頂きますようお願い致します。