



前期を振り返って

2026年2月期の連結業績は、売上高639億円、営業利益19億円、当期純利益16億円となり、2026年1月に修正を公表した業績予想も上回る結果を達成することができました。中期経営計画の1年目として、良いスタートを切ることができたと感じています。

背景には、激しい気候変動に伴う課題解決をはじめ、お取引先さまからの年間を通した多岐にわたる要望に機動的にお応えできたことなど、さまざまな要因があります。しかし、何よりも大きかったのは、厳しさを増す市場の中で試行錯誤し、積極的に新しいことに挑戦してきた仲間たち、すなわち全社員の力です。

成長の裏側にある「痛み」と葛藤

一方で、私たちにとって、成長の裏側にある課題が浮き彫りになった1年でもありました。多様化する市場のニーズに応じて、魅力的な商品をスピード感を持って生み出そうとすればするほど、その工程は複雑で高度なものとなります。その結果、商品を提供する上で大前提となる品

代表取締役 社長執行役員

滝 一夫



質の確保の難度も上がることになります。クリエイティブとクオリティをどう両立させるか。これは、タキヒヨーが今後さらなる成長を目指すためには避けて通れない課題であると考えています。良品を納期通りに、数量通りに納めるという「当たり前」がいかに難しく、そしていかに重要であるかを、社員一人ひとりが痛みを伴いながら再認識させられたのです。

さらに視点を世界に転じれば、昨今の地政学的なリスクの高まりや、それに伴うエネルギー供給の懸念、インフレの進行など、私たちを取り巻く外部環境は予断を許さない、極めて不透明で不安定な状況にあります。自らではコントロールできない突発的な事態がサプライチェーンを揺るがす中、常に最悪のケースを想定した危機感を持つことが不可欠です。高度化する社内の課題と、予測困難な世界情勢。この内外の試練に直面している今だからこそ、私たちは決して焦ることなく、地に足をつけて進む必要があるのです。

原点回帰の「バックホーム」と信用の蓄積

こうした経験から、今期の大テーマとして「バックホーム」を掲げました。これは決して後ろ向きの意味ではなく、信用のためにまず足元を固めようという強い決意の表れです。私たちの経営哲学である「信用第一」「謙虚利中」「客六自四」の根幹は「信用第一」です。当たり前のこ

とを当たり前に行うことが信用を重ねることになり、その信用が強固な「信頼」へと変わる。消費者の嗜好が多様化・複雑化する現代だからこそ、私たちはプロフェッショナルとしてお客様の期待に着実に応えなければなりません。単なる「モノ」の製造にとどまらず、消費者の「買う理由」を創出することまでを含めた本質的な「ものづくり」に真摯に向き合うことこそが、当社の存在意義なのです。

未来への展望と次なる挑戦

次なる挑戦へ向け、私たちは一歩ずつ着実に進んでまいります。まずは経営課題として、成長の土台となる生産体制と品質管理の強靱な基盤を再構築いたします。

また、中長期的な視点では、ダイバーシティの推進が不可欠です。社外取締役の比率を増やし、多様なバックグラウンドを持つ人材の活躍を後押しすることで、新しい視点を取り入れ、既存の枠にとらわれない柔軟な発想を生み出してまいります。

私たちが今日あるのは、どのような苦境にあっても我々を信じ、伴走してくださった株主の皆さまのおかげです。改めて、心より感謝申し上げます。苦難の中で蒔いてきた種は、人の力を通じて確実に芽吹き始めています。まだまだ改革は道半ばではありますが、株主の皆さまにおかれましては、私たちの歩む足跡が確かな道となって続くよう、共に歩を進めていただければ幸いです。

原点に立ち返り、未来を切り拓く — 信用を礎に進むタキヒヨーの挑戦