

修正後の数値目標

「2025年5月期決算短信及び決算説明資料」にて  
(2025年7月11日開示) 数値目標を修正

売上 2, 3 5 0 億円

営業利益 9 3 億円

営業利益率 4 . 0 %

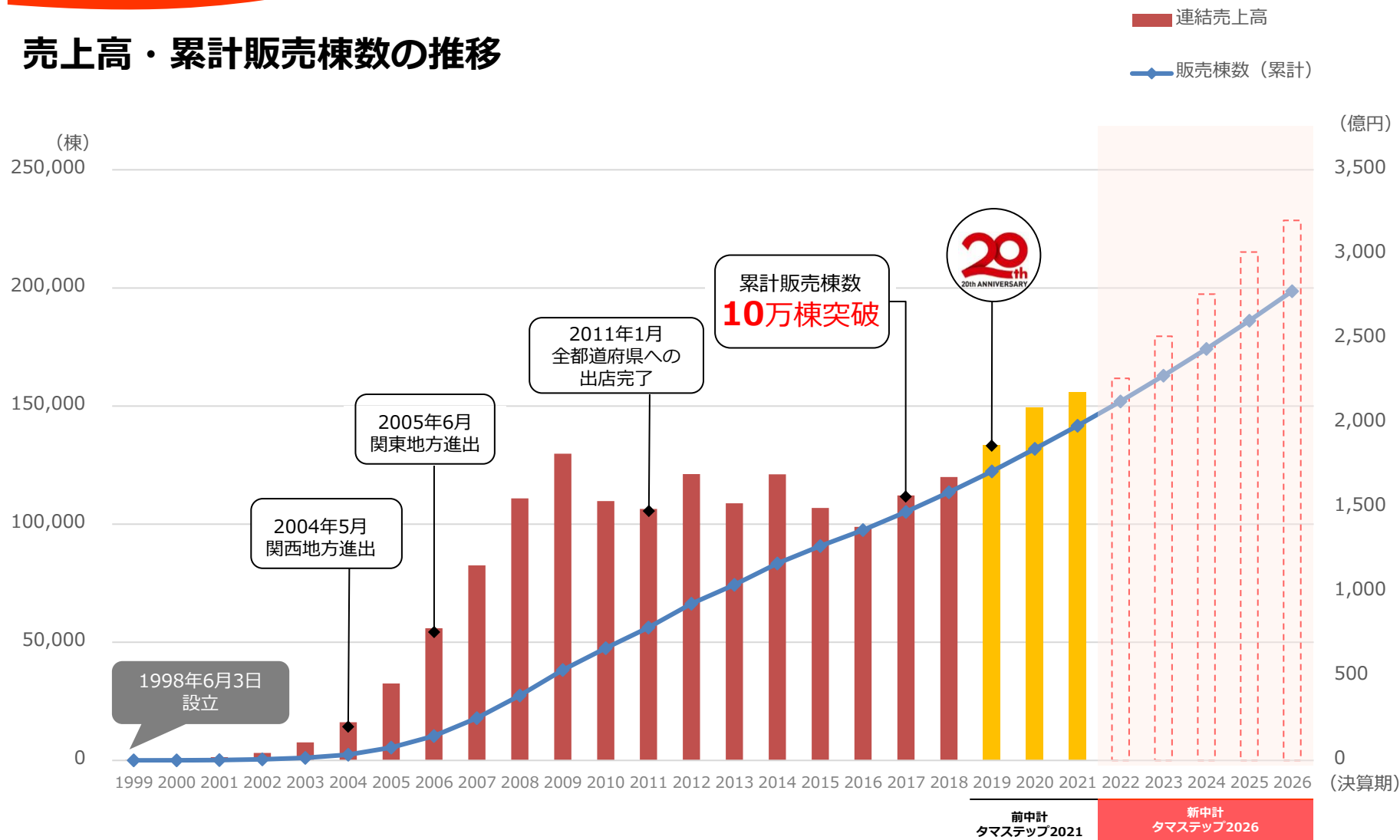
当期純利益 6 0 億円

# 中期経営計画説明資料

## 「タマステップ2026」

# 設立からの軌跡

## 売上高・累計販売棟数の推移



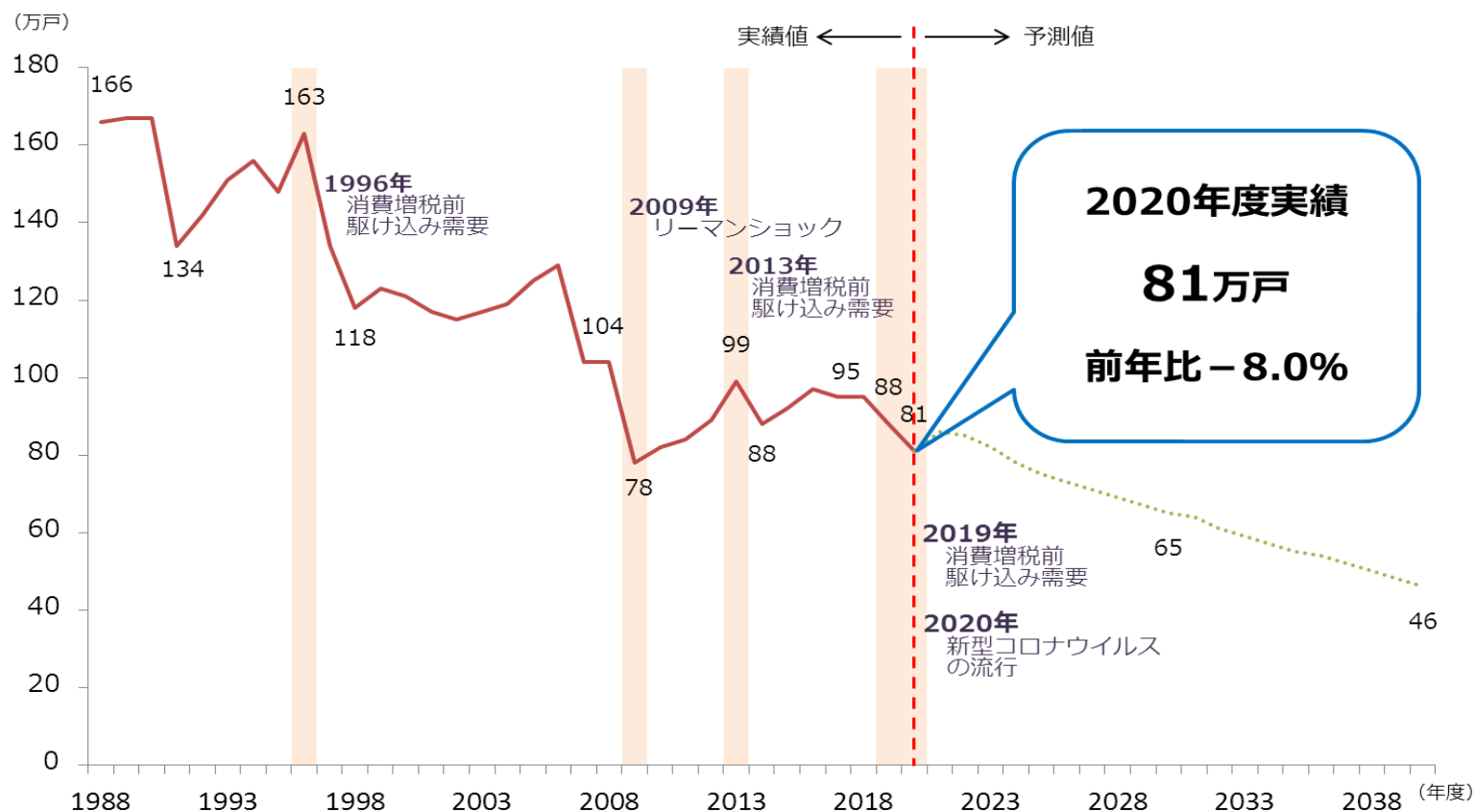
1. 「タマステップ2026」の位置づけ
2. 「タマステップ2026」の基本方針
3. 重点事業領域および主な施策
4. 2026年5月期 数値目標

# 1. 「タマステップ2026」の位置づけ

## 外部環境の変化

- 人口・世帯数の減少に伴い、長期的な新設住宅市場の縮小傾向は継続

### 新設住宅着工戸数の実績と予測

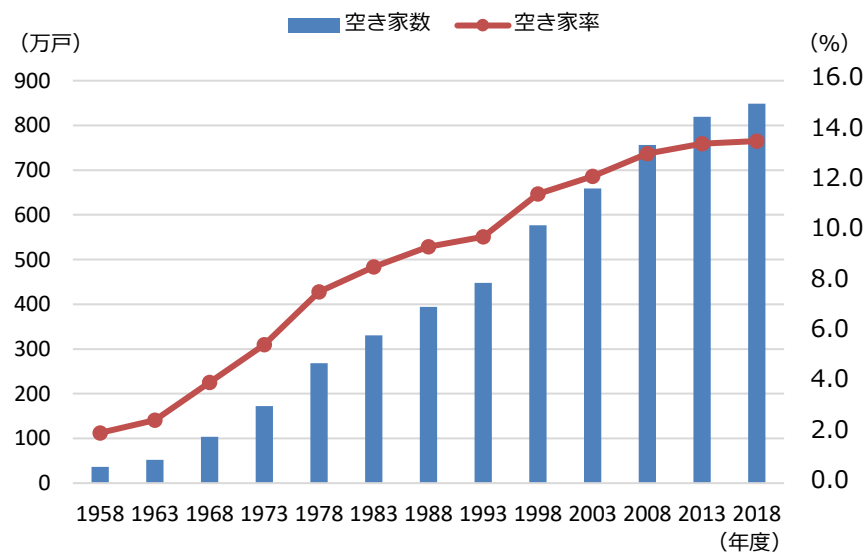


出典：実績値は国土交通省「住宅着工統計」・予測値は株式会社野村総合研究所「リリース資料」より。

## 外部環境の変化

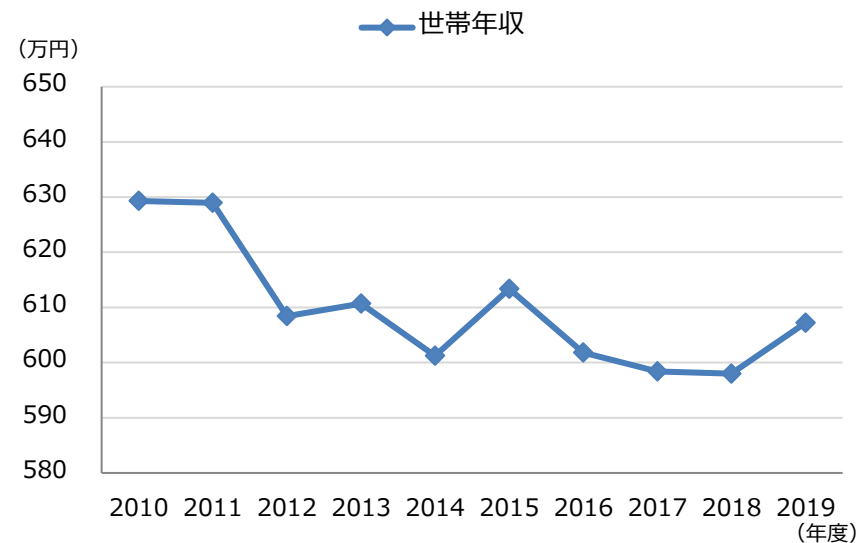
- 新型コロナウイルスの影響により、働き方や戸建住宅へのニーズの変化
- 活用されていない空き家数の増加
- 低水準で推移する金利と低下傾向にある世帯年収

### 空き家数および空き家率の推移



出典：総務省「2018年住宅・土地統計調査」より

### フラット35利用者世帯年収推移



出典：一般社団法人 住宅金融普及協会「フラット35利用者調査報告」より

**新設住宅市場は縮小傾向。空き家数が増加する中でも、戸建住宅に対する需要は依然として高い傾向にある**

## 中期経営計画策定の背景

### タマステップ2021総括

- **注文住宅事業**

地域特性を生かした「地域限定商品」等の販売が好調に推移  
規格化により価格を抑えた「ベーシックライン商品」の販売が好調に推移

- **不動産事業**

資金回転率の高い、10区画未満の分譲用地の仕入を強化したことで、  
販売棟数が伸長

- **リフォーム事業**

オーナー様への認知活動に伴い、安定した事業成長

- **ガバナンス**

不採算事業の整理を行い、経営資源を主力事業へ集中することによる拡大



## 中期経営計画策定の背景

### 課題認識

- **注文住宅事業**

地域特性を生かした「地域限定商品」等の販売が好調に推移  
規格化により価格を抑えた「ベーシックライン商品」の販売が好調に推移  
→ **各都道府県での販売シェアを高める**

- **不動産事業**

資金回転率の高い、10区画未満の分譲用地の仕入を強化したことで、  
販売棟数が伸長  
→ **優良な分譲用地の仕入確保と強化**

- **リフォーム事業**

オーナー様への認知活動に伴い、安定した事業成長  
→ **引渡後のお客様へ幅広く提案し、成約率の向上を図る**

**前中期経営計画「タマステップ2021」の基本方針である  
「事業改革にて新たな事業の柱を構築」を踏襲し、  
各事業の拡大成長を図る**

## 2. 「タマステップ2026」の基本方針

## 基本方針

新築住宅着工棟数**No.1**を目指し、  
4つの事業の柱を中心に成長する

～ 4つの事業：注文住宅・戸建分譲・リフォーム・不動産 ～

### 3. 重点事業領域および主な施策

## 注文住宅事業

### 各都道府県で新築住宅着工棟数シェアNo.1を目指す

- 地域特性に合わせた販売戦略を策定し実施する

- **商品・価格**

規格住宅、地域限定商品等の販売強化  
高付加価値商品をラインナップに追加

- **販路**

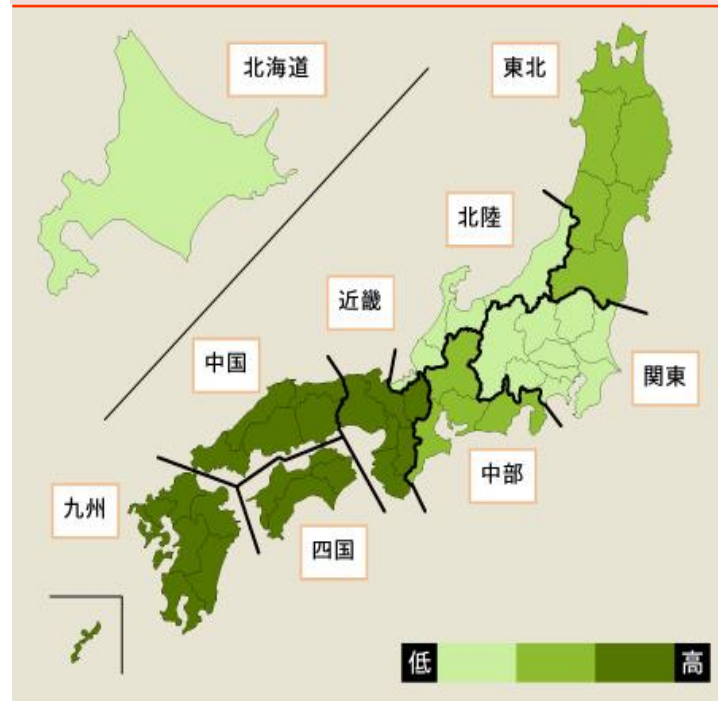
空白エリアへの出店

- **プロモーション**

商品・サービスの品質を全面アピール

#### 地域別シェア分布

(2021年5月期累計着工棟数)



※国交省統計調査の地域区分

## 注文住宅事業

### 長く安心して住めることを追求した商品

- 地震に強い家づくり 最高ランク「耐震等級3」
- 当社標準仕様の住宅が連続した震度7クラスに耐えられる耐震性能を持つことを実証

#### ■ 耐震実験によって高い耐震性を実証

耐震等級3は、数百年に1度発生する地震※の1.5倍の力でも倒壊・崩壊しないレベルの高い耐震性を確保。

暮らしをしっかりと守る、安全で安心な住宅空間を築きます。

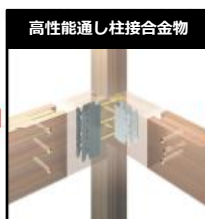
※数百年に1度発生する地震とは、阪神淡路大震災クラスの地震。

#### ■ 性能にこだわった構造



耐力面材

構造用面材を壁全体に張ることにより、荷重を壁面全体へ分散します。また、耐力壁をバランス良く配置することで荷重を建物全体へ分散します。



高性能通し柱接合金物

通し柱の削り取り部分を最小限に抑えることで柱の断面欠損が小さくなり、梁仕口のせん断速度が大きくなります。木材の変形や柱・梁の接合部のずれが小さくなり、しっかりと繊維を固定します。また金物の塗装には、耐食性に優れた塗装を採用、長年の使用による劣化を防ぎます。



剛床構造

24mmの構造用合板を土台や梁に直接留めつけて、床全体を一体化します。一般的な根太工法に比べ、横からの力に対する強度が2倍になり、地震の横揺れにも効果を発揮します。また、2階の床には厚さ12.5mmの硬質石膏ボードを敷き詰めて防音対策を施しています。



世界最大級の耐震実験施設「E-ディフェンス」にて連続加振実験を実施。複数回の震度7クラスの地震に対して当社標準仕様の住宅が高い耐震性能を有していることを実証

## 耐震性と耐久性に優れた家

## 注文住宅事業

- 環境に配慮した商品開発
- 省エネ地域区分に応じた高断熱性能 最高ランク「断熱等性能等級4」

#### ■ 高い断熱性能を実現した商品「大地の家」



- ・ 外壁に外張り断熱と充填断熱を併せたダブル断熱
- ・ 窓に樹脂トリプルガラス、玄関に高断熱玄関ドア
- ・  $Ua$  値=0.37 を実現
- ・ 非居室（トイレ・洗面脱衣室）に冷暖房設備を標準搭載
- ・ 温度差（ヒートショック）の少ない住環境を実現し、経済的（冷暖房費用の軽減など）で快適な暮らしを実現

#### ■ 断熱等性能等級の最高等級4・健康的な室内環境



#### ■ 省エネ地域区分による販売エリア

5・6・7地域仕様	4地域仕様	3地域仕様
<b>0.37</b> W/(m <sup>2</sup> ・K)	<b>0.37</b> W/(m <sup>2</sup> ・K)	<b>0.36</b> W/(m <sup>2</sup> ・K)

- 5 6 7 省エネ地域区分5・6・7地域
- 4 省エネ地域区分4地域
- 3 省エネ地域区分3地域

※販売エリアは1・2地域（北海道）および8地域（沖縄）は対象外



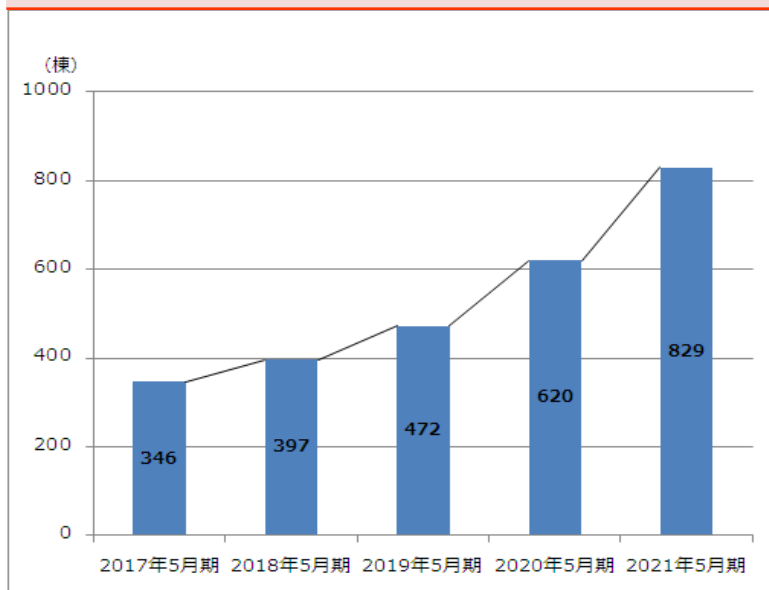


## 戸建分譲事業

### 適正価格の良質住宅を中心とした分譲開発

- 資金回転率を重視し、10区画未満の小規模分譲地を中心に仕入、販売
- 地方中枢都市を中心としたエリアでの分譲用地仕入、販売の体制を構築
- 「良質低価格」の商品と安心なアフターサービスの提供

戸建分譲事業 販売棟数推移





## リフォーム事業

### 保証延長工事を中心にリフォーム事業を強化

#### 引渡後5年経過

- 省エネ対応商品を販売

#### 引渡後10年経過

- 引渡から10年経過したオーナー様向けに、保証期間の延長を目的とした有料の保証延長工事を提案

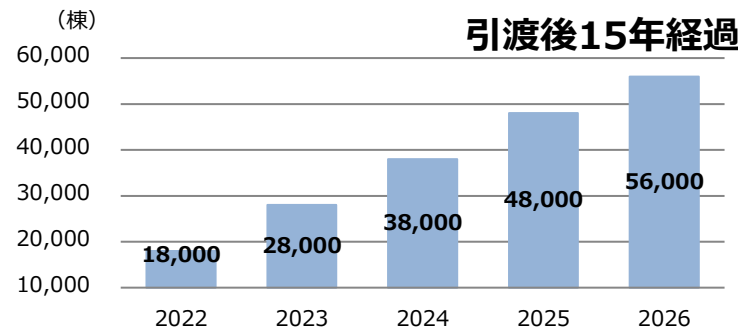
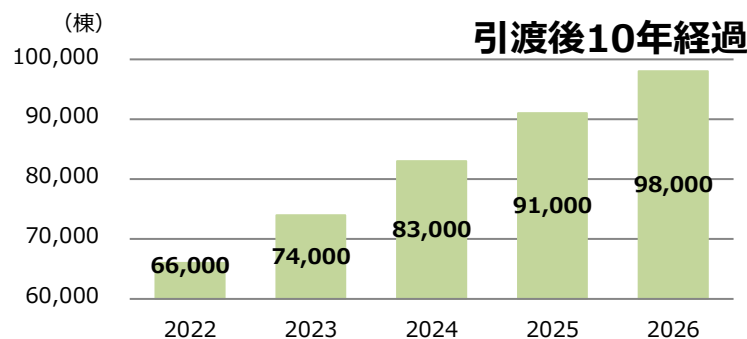
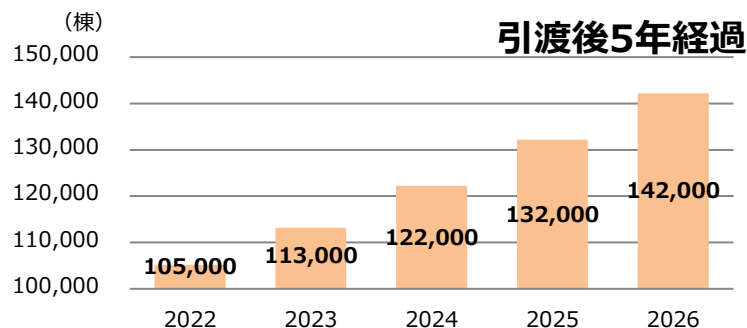
#### 引渡後15年以上経過

- 引渡後10年に拘らない継続した保証延長工事の提案

#### その他

- 少額のスポット工事にも対応
- 人財の確保およびスキルアップを図り、オーナー様とのより良い関係性を構築

### 引渡後経過年数別ストック数推移（累計）



## 不動産事業

- **マンション事業**

都市部を中心とした需要の高いエリアでの積極的な仕入を行い、消費者ニーズに合わせた新築マンション、中古マンションの販売を強化する

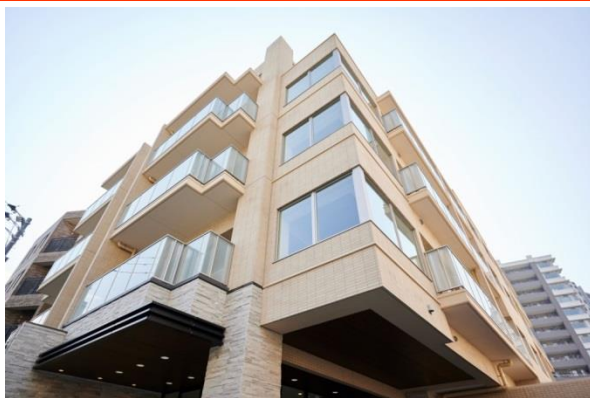
- **オフィスサブリース事業**

東京主要7区（※）および首都圏近郊エリアを中心とし、お客様のニーズを意識した提案をすることで新規受託案件を増やす

- **オフィス区分所有権販売事業**

仕入エリアは東京主要7区（※）、販売エリアは全国区とし、市場動向を的確に捉えた仕入を行い、商品価値を高めることで販売を強化する

※東京主要7区は千代田区・中央区・港区・新宿区・渋谷区・豊島区・品川区



## 4. 2026年5月期 数値目標

数値目標

新築住宅着工棟数 **No.1**

受注棟数 **10,500** 棟

販売棟数 **8,700** 棟

数値目標

売上高 2,350 億円

営業利益 93 億円

営業利益率 4.0 %

当期純利益 60 億円

# A p p e n d i x

## 国産材活用への取り組み

- 国産材使用率を高めることで、低炭素社会に向けた取り組みに貢献
- 生産者と利用者のつながりを密にすることで林業の価値を向上し、地域経済を発展
- 花粉の出にくい「花粉症対策苗木」の植林

### 「タマストラクチャー」



ウッドデザイン賞受賞  
JAPAN WOOD DESIGN  
AWARD 2015

「タマストラクチャー」は2013年度グッドデザイン賞を受賞しました。

高品質・低価格の国産木材を安定的に生産・供給する独自の流通システム



※大安心の家・大安心の家[愛]・[暖]の構造躯体による国産材使用比率。その他商品の国産材使用比率は異なります(2021年5月時点、自社調べ)。

# タマホームグループのCSR

## ■ CSR基本方針「5つのHappy」

### Corporate Governance

「5つのHappy」に取り組み、株主様をはじめとしたすべてのステークホルダーの皆様のために、健全性、透明性のある経営を通して継続的な企業価値向上に取り組んでいます。

### Happy Earth



地球環境に対して、我々ができることは何なのか考え、すべての人々が安心して暮らすことができるよう、環境保全活動に取り組んでいます。

### Happy Community



地域に住まう人たちとのつながりを大切に、地域の発展に貢献するとともに、人々の笑顔を作り出すことに取り組んでいます。

### Happy Life



より良いものを適正価格で提供することを通じて、お客様の安心安全と、快適な住まい・暮らしを実現することに取り組んでいます。

### Happy Work



従業員の成長への意欲を大切に、安心して夢・目的を実現できる快適な職場環境をつくることに取り組んでいます。

### Happy Business



公正な事業運営、公正な取引を行い、お取引先とお互いに発展し続けられる関係の構築に取り組んでいます。



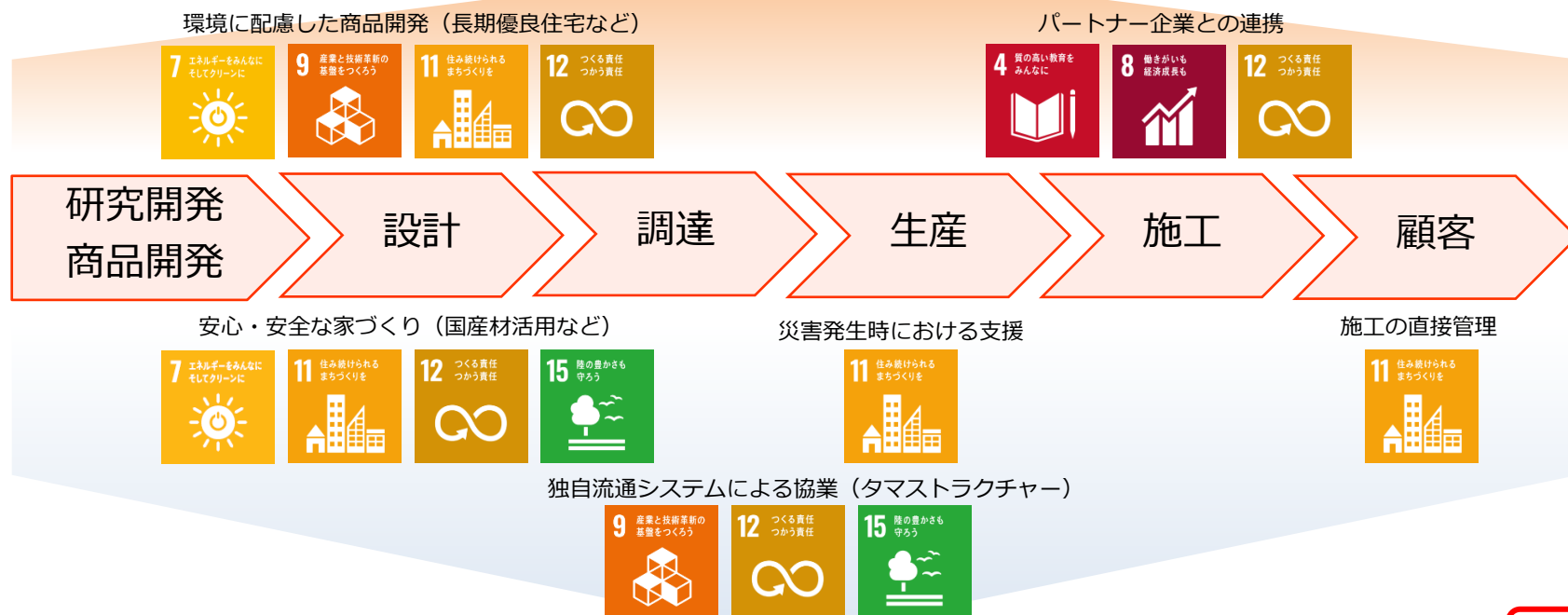


## ESG・SDGsへの取り組み

- 従業員をはじめすべてのステークホルダーとともに、持続可能な未来を築く企業に成長すべく、ESG経営を推進していきます。
- ハウスメーカーとして、SDGsにおける11の目標に貢献します。



### ■ サプライチェーンにおけるマッピング



## 地域交流

- “木っずすぺ〜す”による木育の推進
- “見て触れて森を感じる”森林ツアー
- 1more Baby 応援団への支援
- 災害発生時における支援

### ■ “木っずすぺ〜す”による木育の推進



木育推進の取り組みを2016年から始めています。木の良さを体験して頂き、国産材使用の意義を考えるきっかけをつくる、という木育推進の考えから、「木っずすぺ〜す」というネーミングで、国産材で木質化した木育スペースの設置を進めています。

### ■ “見て触れて森を感じる”森林ツアー



### ■ 災害発生時における支援



### ■ 1more Baby 応援団への支援



The TamaHome logo is displayed within a red rectangular box. The text "TamaHome" is in white, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the "e".

< お問い合わせ先 >

タマホーム株式会社 経営企画部

TEL : 03-6408-1200

<https://www.tamahome.jp/>

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向および市場環境や当社の関連する業界の動向、その他内部・外部要因により変動することがあります。  
従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。