



2024 年 2 月 27 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 東 京 衡 機
代表者名 代 表 取 締 役 社 長 小塚 英一郎
(コード番号 7719 東証スタンダード)
問合せ先 取 締 役 管 理 担 当 伊集院 功
(TEL. 050-3529-6502)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2025 年 2 月期から 2027 年 2 月期までの 3 ヶ年を対象とする中期経営計画を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 基本方針

《未来志向の経営戦略》

(1) デジタル化の推進

ハードウェア一辺倒の事業から、ソフトウェア、AI、ネットワーク等のデジタル化技術との融合を提案するハード・ソフトを一体化した事業体への発展を目指します。

(2) 持続的成長のための投資

事業の基本である、「先行投資 ⇒ 差別化製品開発 ⇒ 高付加価値提供 ⇒ 高収益」という本来あるべき企業体へ生まれ変わるための 3 カ年といたします。

(3) 人財教育への投資

人財育成ほど確実な投資はありません。高付加価値を生み出し、提供できる人財を育成いたします。

2. 中期経営計画の概要

(1) 対象期間

2024 年度 (2025 年 2 月期) から 2026 年度 (2027 年 2 月期) まで (3 ヶ年)

(2) 各事業年度のミッション

① 2025 年 2 月期のミッション：「事業拡大のためのプラットフォーム作り」

(主な戦略)

- ・社内デジタル化推進により、業務効率化。
- ・顧客サービスのデジタル化推進により、高付加価値製品提供。
- ・リスク管理体制の強化と収益性の高い事業への投資。

② 2026 年 2 月期のミッション：「収益基盤の拡大」

(主な戦略)

- ・売上増加に寄与する核となる事業の特定と強化。
- ・コスト構造の最適化と効率化。

③ 2027 年 2 月期のミッション：「市場の期待に応える」

(主な戦略)

- ・マーケットシェアの拡大と競争優位の確保。
- ・カスタマーエクスペリエンスの向上と顧客ロイヤルティの構築。

(3) 重要な経営指標・目標

	2025 年 2 月期	2026 年 2 月期	2027 年 2 月期
売上高	3,781 百万円	4,110 百万円	4,702 百万円
営業利益	67 百万円	250 百万円	493 百万円
営業利益率	1.8%	6.1%	10.5%

(4) コンプライアンス・ガバナンス強化

上場会社としてステークホルダーの皆様の信頼の下で事業の発展を目指すために、引き続きコンプライアンス・ガバナンス強化に努めます。

① コンプライアンス体制の再構築

- ・経営層のコンプライアンス教育
- ・全社員の継続教育
- ・内部通報制度の強化
- ・リスクベースの監査
- ・経費処理の透明化
- ・役員監督の強化
- ・意思決定プロセスのデジタル文書化

② ガバナンス強化

- ・コーポレートガバナンスコードの厳格な遵守
- ・独立した監査機能の強化
- ・取締役会の機能強化

③ 信頼回復策

- ・全社的なコンプライアンス教育の徹底
- ・透明性のある情報開示
- ・株主・投資家との対話の強化

3. その他

中期経営計画の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上



中期経営計画

2025年2月期～2027年2月期

2024年2月27日(火)
株式会社東京衡機（東証コード 7719）
代表取締役社長 小塚 英一郎

はじめに

企業理念

1.技術への挑戦と顧客からの信頼

常にお客様の立場に立ち、“価値ある商品”を提供します。

2.人間性の尊重

一人ひとりの“能力・意欲・創意を尊重する”とともに、やさしさと温かみのある人間集団を目指します。

3.地域社会への貢献

日々の誠実な活動を通じ、地域からも“信頼される企業市民”であり続けます。

中期3力年経営計画要点

未来志向の経営戦略

1. デジタル化を推進します

ハードウェア一辺倒の事業から、ソフトウェア、A I、ネットワーク等のデジタル化技術との融合を提案するハード・ソフトを一体化した事業体へ発展します。

2. 持続的成長のための投資を行います

事業の基本である、先行投資⇒差別化製品開発⇒高付加価値提供⇒高収益という本来あるべき企業体へ生まれ変わるための3力年とします。

3. 人財教育に投資します

人財育成ほど確実な投資はありません。高付加価値を生み出し、提供できる人財を育成します。

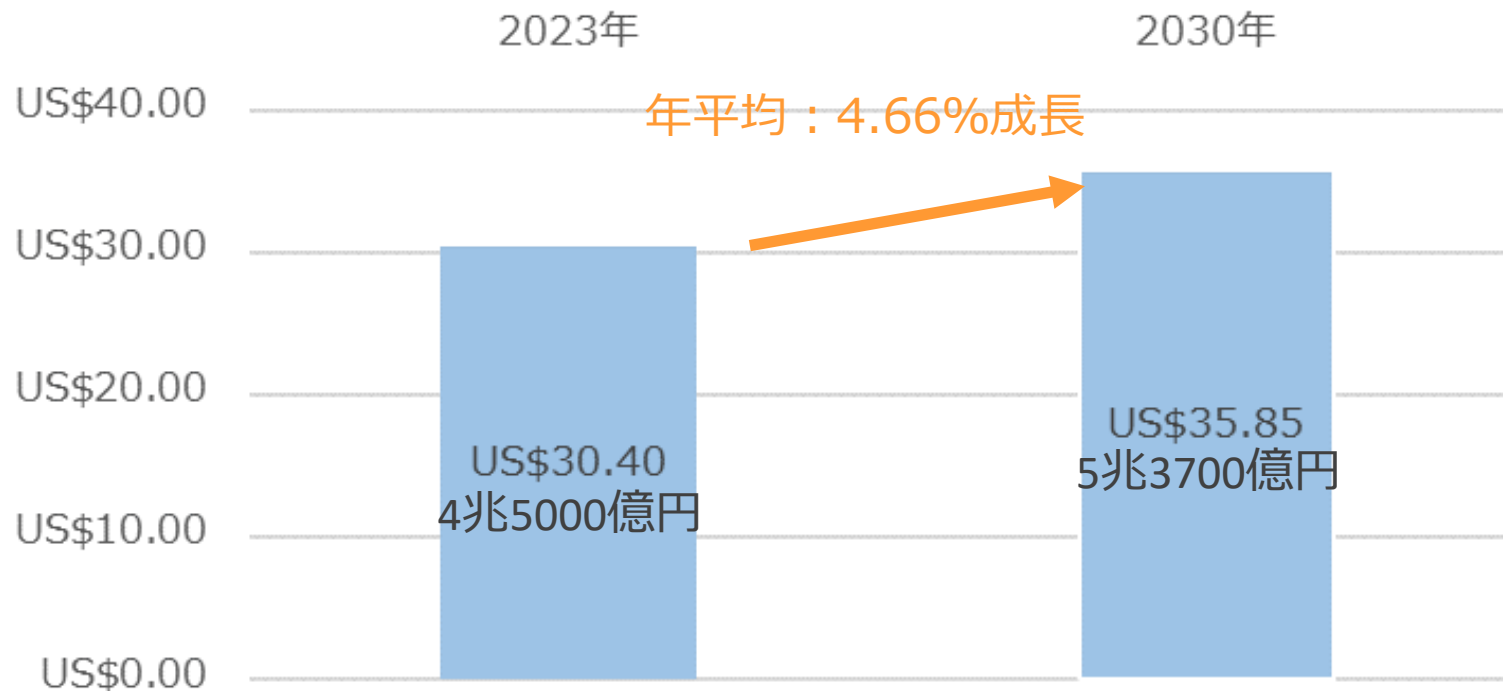
- I． 当社グループ事業の市場規模 & 成長性
- II． 成長機会の特定と脅威への対策
- III． デジタル化事例
- IV． 中期3カ年経営計画
- V． コンプライアンス・ガバナンス強化

I. 当社グループ事業の市場規模・成長性

1. 試験機の世界市場規模・成長性

試験機世界市場

(単位：USD Billion)



出所：当社調査による算出

需要増加要因

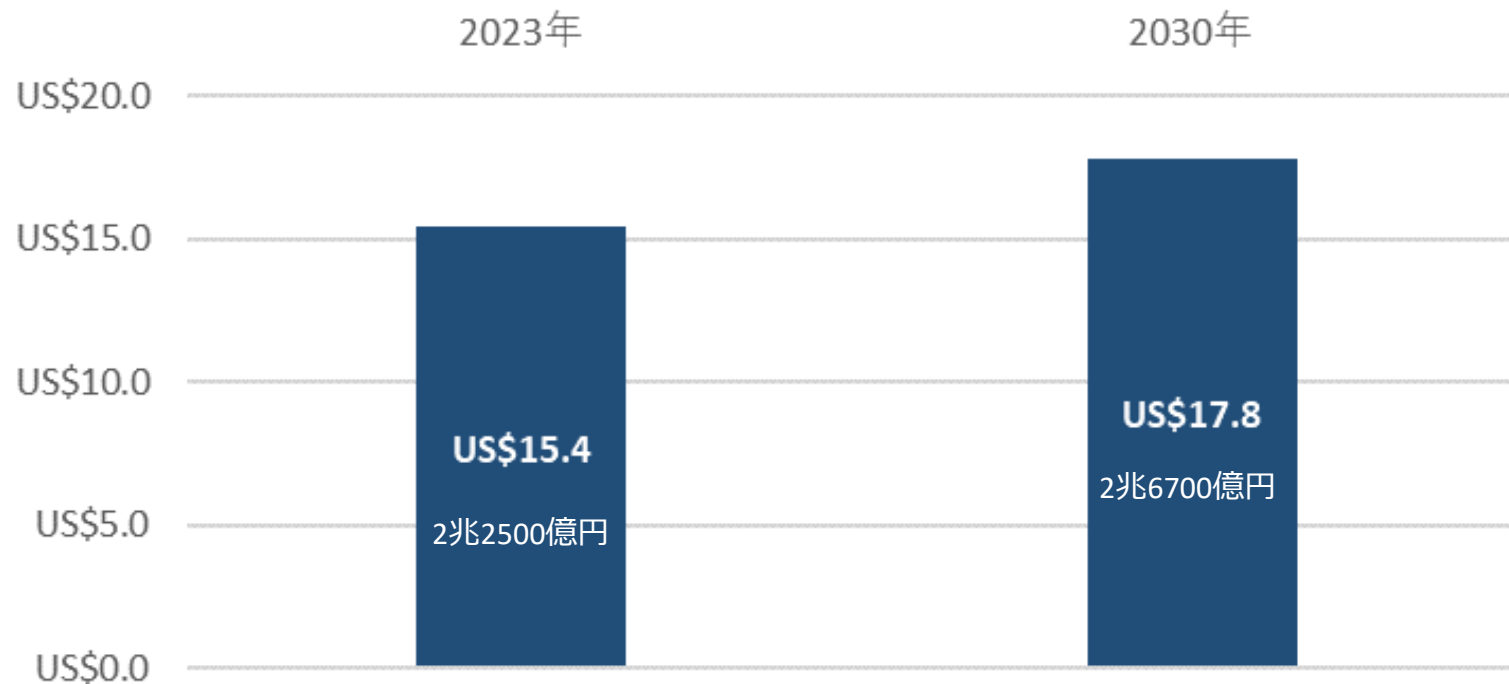
1. グローバル経済及び工業化の進展
 - 建築業界
 - 自動車・輸送機器産業
 - 電子機器産業
2. 品質管理の重要性の認識向上
 - 品質向上を目指す企業の増加
 - 品質規格ASTMやISOなどの製造基準を満たす必要性の増加

I. 当社グループ事業の市場規模・成長性

2. ボルト・ナットの世界市場規模・成長性

ボルト・ナット世界市場

(単位：USD Billion)



出所：当社調査による算出

需要増加要因

1. グローバル経済及び工業化の進展
 - 製造業全般
 - 自動車・輸送機器産業
 - 電子機器産業
2. インフラ開発
 - 橋梁、高速道路、鉄道、建物
3. 技術革新
 - 材料開発
 - 工学技術の進歩

Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策: SWOT分析

1. 試験機事業



Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

1-1. 強みを活用する戦略（SO戦略）

STRENGTH

- ・ リーディングカンパニーとの直接取引・直接口座
- ・ カスタム製品の提供能力とコスト効率の高い製品標準化
- ・ 信頼性の高いメンテナンスと校正サービス
- ・ 強固な顧客関係と豊富な納入実績

OPPORTUNITIES

- ・ カーボンニュートラルへの対応と新市場への展開
- ・ 特殊試験機市場でのトップシェア目標
- ・ メンテナンス・サービスの地域拡張と納入後サポートの強化。
- ・ 新興市場および未開拓セグメントへの進出

STRENGTH



OPPORTUNITIES



1. 顧客軸の展開: 当社顧客のリーディングカンパニーの製品開発を試験機と周辺サービスにより徹底的にサポートする。
目標: 大型特殊試験機市場でトップシェアを目指す。

2. 市場拡大: カスタム製品と標準製品の双方を提供し、新興市場と未開拓セグメントに進出。
目標: 新市場でシェアを獲得し、製品販売を拡大。

3. サービス地域拡張: 信頼性の高いメンテナンス・サービスで顧客満足度を向上させ、サービスエリアを拡大する。
目標: 地域拡張でサポートを強化し、サービス市場のシェアを拡大。

Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

1-2.弱みを克服する戦略（WO戦略）

1. 稼働率の変動と特殊品対応の課題：
⇒ 特殊試験機市場のニーズに応える製品開発で稼働率を安定させる
2. スタッフの高齢化による技術伝承の問題：
⇒ 見積り、設計過去データ等のノウハウをデジタル化し、省力化と正確性を両立させる

OPPORTUNITIES

- ・ カーボンニュートラルへの対応と新市場への展開
- ・ 特殊試験機市場でのトップシェア目標
- ・ メンテナンス・サービスの地域拡張と納入後サポートの強化。
- ・ 新興市場および未開拓セグメントへの進出

OPPORTUNITIES



WEAKNESS



WEAKNESS

- ・ 稼働率の変動と特殊品対応の課題
- ・ スタッフの高齢化による技術伝承の問題
- ・ 技術革新の遅れと競争力の欠如
- ・ 工場設備の老朽化。

3. 技術革新の遅れと競争力の欠如：
⇒ 事業提携先・株式会社先端力学シミュレーション研究所（以下ASTOM）との共同提案、コラボレーションを強化することにより、試験機のソフト化・デジタル化に対応する

4. 工場設備の老朽化：
⇒ 最新のエコフレンドリー設備への更新で生産効率と環境貢献を実現する

Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

1-3. 脅威を回避する戦略（ST戦略）

STRENGTH

- ・リーディングカンパニーとの直接取引・直接口座
- ・カスタム製品の提供能力とコスト効率の高い製品標準化
- ・信頼性の高いメンテナンスと校正サービス
- ・強固な顧客関係と豊富な納入実績

STRENGTH



1. 油圧式試験機需要減少：

⇒ 油圧式からネジ式への需要変化に対応し、ネジ式で世界シェアを有する事業提携先Zwick Roell製品を販売することで、需要減少に対応する

2. 新技術適応と市場低迷：

⇒ リーディングカンパニーとの関係を利用し新技術を迅速に取り入れ、カスタム製品で市場差別化

3. 原材料コスト増：

⇒ 製品標準化と直接取引でコスト増を抑え、供給チェーン最適化推進

4. 新規競合の参入：

⇒ 強固な顧客関係を活かし、カスタム製品で競合と差別化を図る

THREATS

- ・特定製品への需要減少と製造業の人手不足
- ・新技術への適応遅れと市場の長期低迷
- ・原材料と部品のコスト増
- ・新規競合他社の市場参入。

THREATS



Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

1-4. 弱みと脅威の対応戦略（WT戦略）

1. 稼働率の変動と特殊品対応の課題、および特定製品への需要減少と製造業の人手不足
⇒ AI,機械学習を活用した見積りおよび設計プロセス自動化システム開発に投資し、稼働率の安定化を図ります

2. スタッフの高齢化と技術革新の遅れ、および新技術への適応遅れと市場の長期低迷
⇒ 事業提携先、ASTOM、Zwick Roell社と連携し、最新技術の習得と導入を促進します。

3. 技術革新の遅れと競争力の欠如、および原材料と部品のコスト増
⇒ コスト削減と製品価値の向上を目的とした技術改革に注力します。供給チェーン管理を最適化し、原材料コストの増加を吸収します

WEAKNESS



WEAKNESS

- 稼働率の変動と特殊品対応の課題
- スタッフの高齢化による技術伝承の問題
- 技術革新の遅れと競争力の欠如
- 工場設備の老朽化。

THREATS



THREATS

- 特定製品への需要減少と製造業の人手不足
- 新技術への適応遅れと市場の長期低迷
- 原材料と部品のコスト増
- 新規競合他社の市場参入

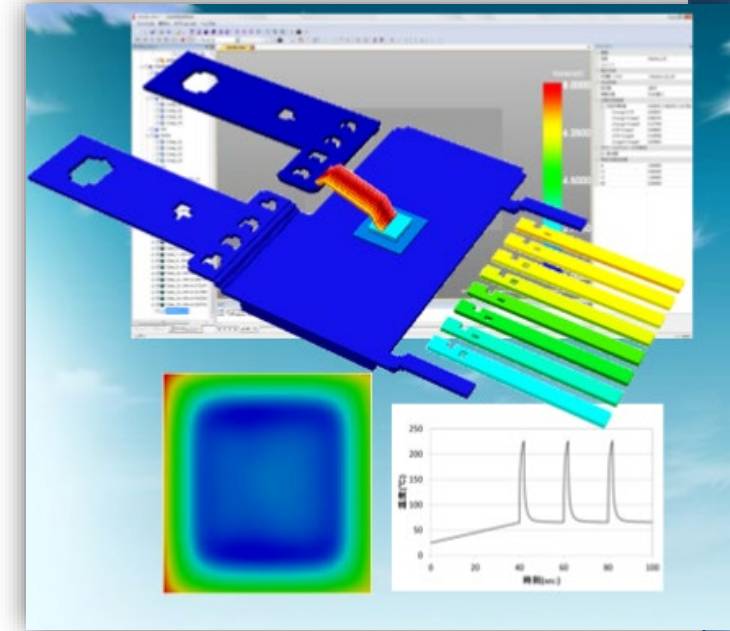
Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

事業提携戦略① 株式会社先端力学シミュレーション研究所



1-2. 弱みを克服する戦略（WO戦略）：技術革新の遅れを克服する

1. 顧客の製品開発の高速化とコスト削減: 力学シミュレーションを活用することで、物理的な試験に先立って製品の挙動を予測し、設計段階での問題点を事前に特定できます。
2. 高度な技術力の獲得: CAE（※）の専門知識を取り入れることで、当社の技術力が向上します。
3. 新規市場への進出: CAE技術を駆使した新製品やサービスを開発することで、当社は従来の鉄鋼業界や輸送機器メーカーだけでなく、新規市場への進出を目指します。例えば、航空宇宙産業や自動車産業における軽量化材料の試験など、新たなニーズに応える製品を開発し、提案します。
4. 顧客満足度の向上: 試験機の精度向上や新サービスの提供は、顧客満足度を高めることに直結します。
5. 知識共有と人材育成: 事業提携は、両社間での知識共有の機会を提供します。当社の従業員が最新のCAE技術を学び、人材育成に寄与します。



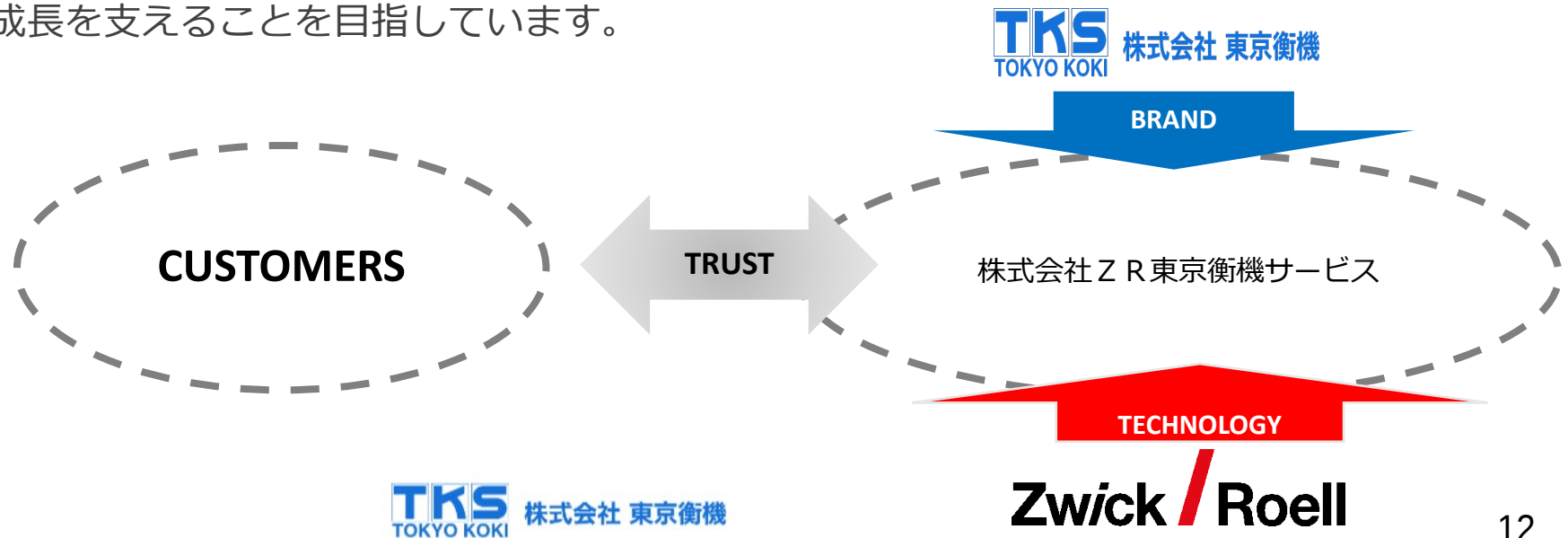
※ CAE : CAE (Computer Aided Engineering) は、製品設計や開発プロセスを支援するためのコンピュータソフトウェアを使用する技術です。シミュレーション、解析、最適化などのプロセスを通じて、物理的な試験を行う前に製品の性能を予測・改善します。

Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

事業提携戦略② Zwick / Roell

1-3. 脅威を回避する戦略（ST戦略）：油圧式試験機の市場縮小に対する対策

1. 現在、当社は油圧式試験機の市場で高いシェアを占めています。しかし、環境保護と持続可能性を重視する動向が強まる中、顧客のニーズは油圧式からネジ式試験機へと移行しつつあります。
2. この市場の変化に対応するため、ネジ式試験機で世界的にシェアを持つZwick Roellとの事業提携を利用し、同社の製品を販売することで油圧式の需要減少を補填します。
3. さらに、この提携によりZwick Roellの最先端技術を導入することが可能となり、製品ポートフォリオの多様化と技術力の向上を図ることができます。
4. この戦略は、市場の変化に柔軟に対応し、製品ラインナップを現代の顧客ニーズに合わせて進化させることで、事業の継続的な成長を支えることを目指しています。



Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策: SWOT分析

2.エンジニアリング事業

STRENGTH

- 独自のゆるみ止め技術による高品質製品の提供
- 革新的な製品開発能力
- 仕入先との強固な信頼関係、信頼性の高いサプライチェーンの構築
- 安定した財務基盤：6期連続の黒字経営と効率的な組織運営

STRENGTH



WEAKNESS



WEAKNESS

- 仕入れから販売までのプロセス管理の複雑化
- 単品製造によるコスト削減の限界
- 営業力と内部管理態勢整備が必要
- 整備途上の与信管理システム

OPPORTUNITIES

- 公共工事の増加による新規受注のチャンス
- 国際標準（NAS準拠※）製品によるグローバル市場への進出機会
- 受賞製品（ハイパーロードスプリング、スマートハイパーロードナット）によるブランドイメージの向上
- 大手ゼネコンとの技術協力による新規事業開発の可能性

OPPORTUNITIES



THREATS



THREATS

- 製造業従事者の減少による労働力不足
- 仕入調達コスト上昇による利益圧縮
- 新規参入企業による市場競争の激化
- 環境規制の強化による製造コスト増加と運用上の制約

※NAS（National Aerospace Standard）：航空宇宙業界で部品やプロセスの品質と安全性を保証するための米国の規格です。製造、品質保証、テストに関する基準を定め、製品の信頼性と互換性を向上させます。

Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

2-1. 強みを活用する戦略（SO戦略）

STRENGTH

- 独自のゆるみ止め技術による高品質製品の提供
- 革新的な製品開発能力
- 仕入先との強固な信頼関係、信頼性の高いサプライチェーンの構築
- 安定した財務基盤：6期連続の黒字経営と効率的な組織運営

STRENGTH



OPPORTUNITIES

- 公共工事の増加による新規受注のチャンス
- 国際標準（NAS準拠）製品によるグローバル市場への進出機会
- 受賞製品（ハイパーロードスプリング、スマートハイパーロードナット）によるブランドイメージの向上
- 大手ゼネコンとの技術協力による新規事業開発の可能性

OPPORTUNITIES



1. 公共工事への積極的な参入：独自のゆるみ止め技術と高品質製品を前面に出し、公共工事の増加から生じる新規受注のチャンスを活用します
2. グローバル市場への進出：革新的な製品開発能力と国際標準（NAS準拠）製品を活用して、グローバル市場への進出します
3. 知的財産権の強化：取得済特許及び申請予定の特許を通じて、企業のブランドイメージを向上させ、市場での認知度を高めます
4. 大手ゼネコンとの技術協力：強固な信頼関係と技術協力を深め、新規事業開発の可能性を探ります。

Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

2-2.弱みを克服する戦略（WO戦略）

1. プロセス管理の最適化：

⇒ 仕入れから販売までのプロセスをデジタル化し、自動化することで、プロセス管理の複雑化を解消します。

2. 生産効率の向上

⇒ 単品製造に依存せず、標準化された製品ラインを拡充してコスト削減を図ります。

OPPORTUNITIES

- 公共工事の増加による新規受注のチャンス
- 国際標準（NAS準拠）製品によるグローバル市場への進出機会
- 受賞製品（ハイパーロードスプリング、スマートハイパーロードナット）によるブランドイメージの向上
- 大手ゼネコンとの技術協力による新規事業開発の可能性

OPPORTUNITIES



WEAKNESS



WEAKNESS

- 仕入れから販売までのプロセス管理の複雑化
- 単品製造によるコスト削減の限界
- 営業力と内部管理態勢整備が必要
- 整備途上の与信管理システム

3. 営業力と内部管理の強化：

⇒ 営業チームのトレーニングと内部管理体制の整備を強化し、新規市場開拓と販売促進に注力します

4. 与信管理システムの改善：

⇒ 整備途上の与信管理システムを最新技術で更新し、リスク管理能力を高め、回収リスクを最小化します

Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

2-3. 脅威を回避する戦略（ST戦略）

STRENGTH

- 独自のゆるみ止め技術による高品質製品の提供
- 革新的な製品開発能力
- 仕入先との強固な信頼関係、信頼性の高いサプライチェーンの構築
- 安定した財務基盤：6期連続の黒字経営と効率的な組織運営

STRENGTH



1. 労働力不足への対応:
⇒ 生産プロセスの自動化と効率化を進め、労働力不足の影響を最小限に抑えます

2. 仕入調達コストの上昇への対策:
⇒ コスト削減を目的とした代替設備や生産研究開発に注力します

3. 市場競争の激化への対処:
⇒ 高品質製品の提供とデジタル化を通じて、市場における差別化戦略を強化します

4. 環境規制の強化への適応:
⇒ 製造プロセスのグリーン化を進め、環境負荷の低減を実現することで、規制に先んじた対応を図ります。

THREATS

- 製造業従事者の減少による労働力不足
- 仕入調達コスト上昇による利益圧縮
- 新規参入企業による市場競争の激化
- 環境規制の強化による製造コスト増加と運用上の制約

THREATS



Ⅱ 成長機会の特定と脅威への対策

2-4. 弱みと脅威の対応戦略（WT戦略）

1. プロセスの効率化：

⇒ デジタルツールとERPシステムを導入し、プロセス管理を簡素化して、与信管理システムを改善します

2. 生産効率の向上：

⇒ 新規生産設備を導入して、単品製造のコスト問題と労働力不足に対応します

3. 競争力の強化：

⇒ デジタル技術の活用及び知的財産権保有推進により参入障壁を築き、新規参入企業との競争を排除します



WEAKNESS

- 仕入れから販売までのプロセス管理の複雑化
- 単品製造によるコスト削減の限界
- 営業力と内部管理態勢整備が必要
- 整備途上の与信管理システム

THREATS

- 製造業従事者の減少による労働力不足
- 仕入調達コスト上昇による利益圧縮
- 新規参入企業による市場競争の激化
- 環境規制の強化による製造コスト増加と運用上の制約

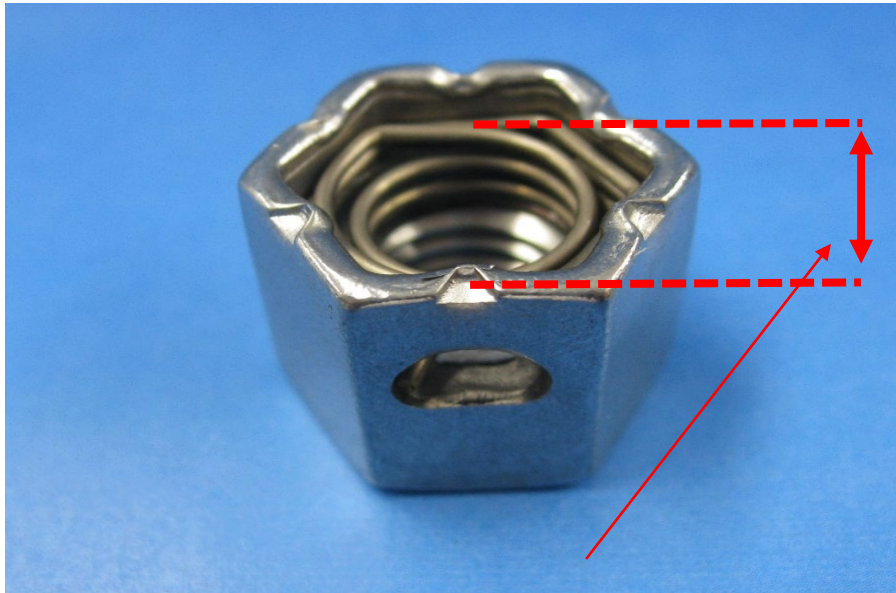
Ⅲ デジタル化事例

エンジニアリング事業におけるデジタル化

※ ゆるみ止めの技術・内部構造を解析し、3Dデジタル化により可視化しました。

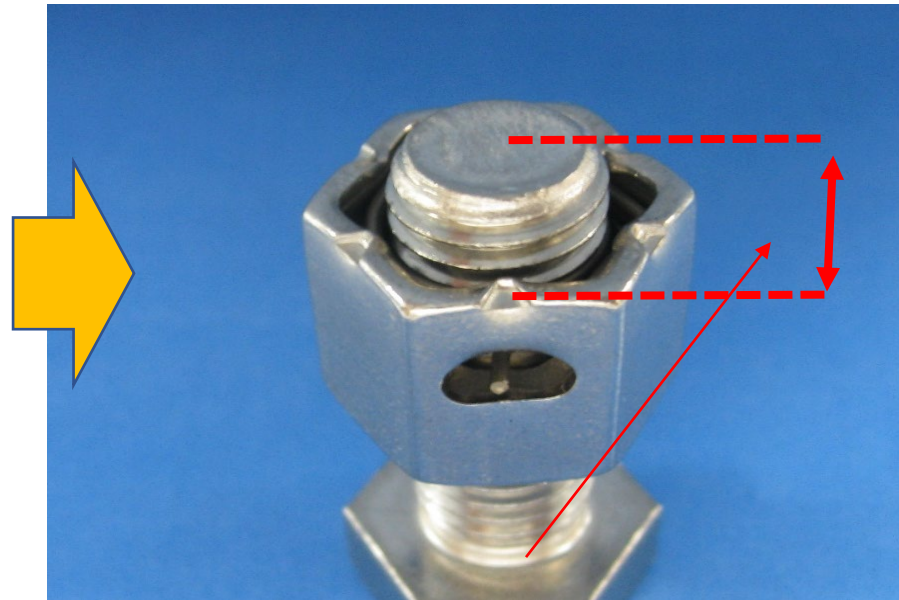
従来の主力製品説明サンプル① 写真

ボルト取付前



スプリング内径がボルトより小さい

ボルト取付後



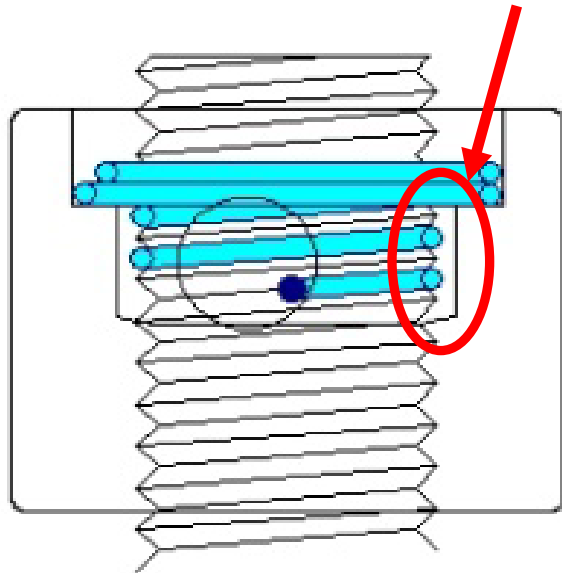
スプリング拡張しボルトに密着
強い緊縮力で緩みを防止

Ⅲ デジタル化事例

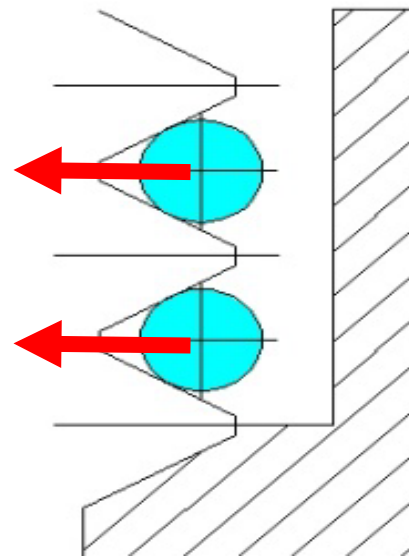
エンジニアリング事業におけるデジタル化

従来の主力製品説明サンプル② 平面図

取付け完了後、スプリングが3周に
渡りボルトに密着



スプリングが常にボルトに緊縮



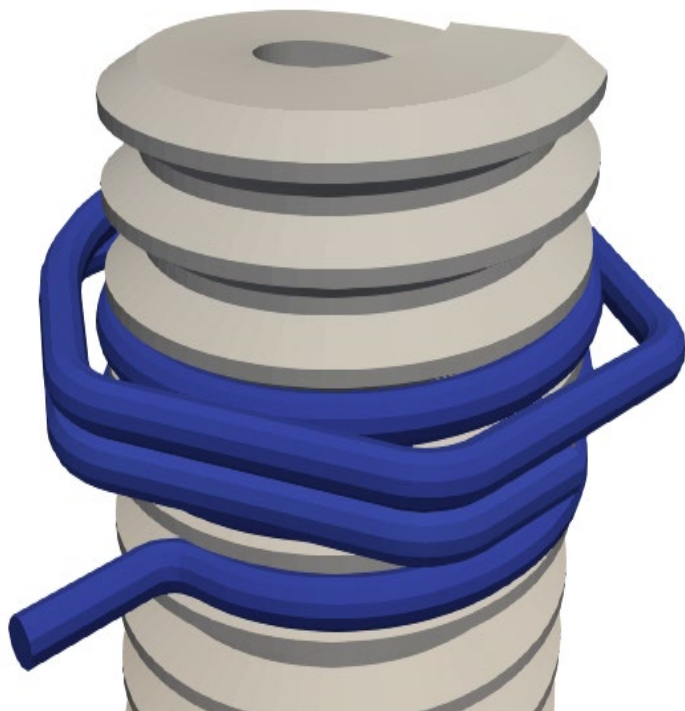
スプリングがボルト 3 周に渡り拡径し強固に緊縮
緩み回転を防止

Ⅲ デジタル化事例

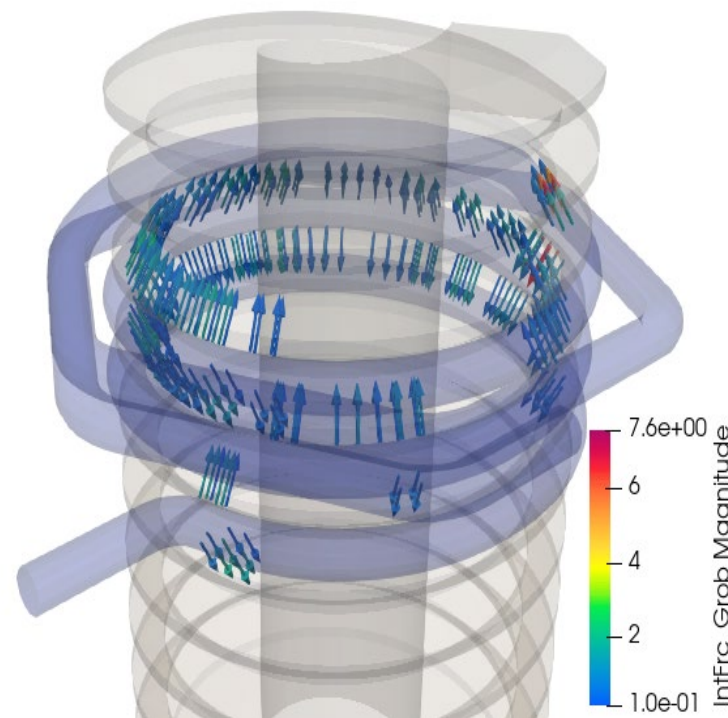
エンジニアリング事業におけるデジタル化

写真や平面図ではわかりにくく内部構造を3Dデジタル化により可視化

接触力の可視化



ボルトがスプリングから受ける接触力



IV 中期3カ年経営計画

各事業年度のミッション

1. 2025年2月期のミッション: 事業拡大のためのプラットフォーム作り
目標売上高: 3781百万円
(主な戦略) ① 社内デジタル化推進により、業務効率化。
② 顧客サービスのデジタル化推進により、高付加価値製品提供。
③ リスク管理体制の強化と収益性の高い事業への投資。
2. 2026年2月期のミッション: 収益基盤の拡大
目標売上高: 4110百万円
(主な戦略) ① 売上増加に寄与する核となる事業の特定と強化。
② コスト構造の最適化と効率化。
3. 2027年2月期のミッション: 市場の期待に応える
目標売上高: 4702百万円
(主な戦略) ① マーケットシェアの拡大と競争優位の確保。
② カスタマーエクスペリエンスの向上と顧客ロイヤルティの構築。

IV 中期3力年経営計画

計画数値の前提

当社の中期経営計画における数値目標および見通しは、可能な限り正確かつ現実的な基準に基づいて策定されています。ただし、これらの見通しは、現時点で確定している事業活動や戦略のみに基づくものであり、事業提携やその他の戦略的パートナーシップによる影響は含まれておりません。

また、2023年2月期決算で特別損失として計上した貸倒引当金（売掛金未回収）については、その回収により発生する可能性のある特別利益を計画に含めておりません。

事業提携やその他の戦略的パートナーシップが実現した場合、または売掛金の特別な回収が生じた場合には、迅速に情報を更新し、その影響を透明に報告いたします。

今後とも、当社の中期経営計画へのご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

IV 中期3カ年経営計画

1. 東京衡機グループ（連結ベース）

	第116期	第117期	第118期	中期3カ年経営計画					
	2022/2月期	2023/2月期	2024/2月期見込	2025/2月期計画	前年比	2026/2月期計画	前年比	2027/2月期計画	前年比
売上高	4,039	3,055	3,400	3,781	+ 381	4,110	+ 329	4,702	+ 592
売上原価	2,763	2,031	2,217	2,602	+ 385	2,786	+ 184	3,130	+ 344
粗利	1,276	1,024	1,183	1,179	▲ 4	1,324	+ 145	1,572	+ 248
販管費	1,078	959	1,068	1,112	+ 44	1,074	▲ 38	1,079	+ 5
営業利益	198	65	115	67	▲ 48	250	+ 183	493	+ 243

原価率	68.4%	66.5%	65.2%	68.8%	3.6%	67.8%	▲1.0%	66.6%	▲1.2%
粗利率	31.6%	33.5%	34.8%	31.2%	▲3.6%	32.2%	1.0%	33.4%	1.2%
販管费率	26.7%	31.4%	31.4%	29.4%	▲2.0%	26.1%	▲3.3%	22.9%	▲3.2%
営業利益率	4.9%	2.1%	3.4%	1.8%	▲1.6%	6.1%	4.3%	10.5%	4.4%

IV 中期3力年経営計画

2. 東京衡機

	第116期	第117期	第118期	中期3力年経営計画					
	2022/2月期	2023/2月期	2024/2月期見込	2025/2月期計画	前年比	2026/2月期計画	前年比	2027/2月期計画	前年比
売上高	326	285	315	457	+ 142	389	▲ 68	389	+ 0
売上原価	23	10	8	23	+ 15	33	+ 10	34	+ 1
粗利	303	275	307	434	+ 127	356	▲ 78	355	▲ 1
販管費	297	260	369	395	+ 26	330	▲ 65	330	+ 0
営業利益	6	15	△ 62	39	+ 101	26	▲ 13	25	▲ 1

原価率	7.1%	3.5%	2.5%	5.0%	2.5%	8.5%	3.5%	8.7%	0.2%
粗利率	92.9%	96.5%	97.5%	95.0%	▲2.5%	91.5%	▲3.5%	91.3%	▲0.2%
販管费率	91.1%	91.2%	117.1%	86.4%	▲30.7%	84.8%	▲1.6%	84.8%	0.0%
営業利益率	1.8%	5.3%	-19.7%	8.5%	28.2%	6.7%	▲1.8%	6.4%	▲0.3%

IV 中期3力年経営計画

3. 東京衡機試験機

	第39期	第40期	第41期	中期3力年経営計画					
	2022/2月期	2023/2月期	2024/2月期見込	2025/2月期計画	前年比	2026/2月期計画	前年比	2027/2月期計画	前年比
売上高	2,722	2,514	2,856	3,275	+ 419	3,470	+ 195	3,670	+ 200
売上原価	1,877	1,749	1,971	2,271	+ 300	2,363	+ 92	2,468	+ 105
粗利	845	765	885	1,004	+ 119	1,107	+ 103	1,202	+ 95
販管費	714	721	753	950	+ 197	931	▲ 19	907	▲ 24
営業利益	131	44	132	54	▲ 78	176	+ 122	295	+ 119

原価率	69.0%	69.6%	69.0%	69.3%	0.3%	68.1%	▲1.2%	67.2%	▲0.9%
粗利率	31.0%	30.4%	31.0%	30.7%	▲0.3%	31.9%	1.2%	32.8%	0.9%
販管費率	26.2%	28.7%	26.4%	29.0%	2.6%	26.8%	▲2.2%	24.7%	▲2.1%
営業利益率	4.8%	1.8%	4.6%	1.6%	▲3.0%	5.1%	3.5%	8.0%	2.9%

IV 中期3カ年経営計画

4. 東京衡機エンジニアリング

	第5期	第6期	第7期	中期3カ年経営計画					
	2022/2月期	2023/2月期	2024/2月期見込	2025/2月期計画	前年比	2026/2月期計画	前年比	2027/2月期計画	前年比
売上高	365	408	452	484	+ 32	639	+ 155	1,008	+ 369
売上原価	198	254	251	309	+ 58	390	+ 81	628	+ 238
粗利	167	154	201	175	▲ 26	249	+ 74	380	+ 131
販管費	146	148	151	202	+ 51	202	+ 0	208	+ 6
営業利益	21	6	50	△ 27	▲ 77	47	+ 74	172	+ 125

原価率	54.2%	62.3%	55.5%	63.8%	8.3%	61.0%	▲2.8%	62.3%	1.3%
粗利率	45.8%	37.7%	44.5%	36.2%	▲8.3%	39.0%	2.8%	37.7%	▲1.3%
販管费率	40.0%	36.3%	33.4%	41.7%	8.3%	31.6%	▲10.1%	20.6%	▲11.0%
営業利益率	5.8%	1.5%	11.1%	-5.6%	▲16.7%	7.4%	13.0%	17.1%	9.7%

V コンプライアンス・ガバナンス強化

コンプライアンス体制の再構築

1. **経営層のコンプライアンス教育**: 定期的な研修を実施し、コンプライアンスの重要性を経営層に徹底。
2. **全社員の継続教育**: 全従業員対象の年間コンプライアンスプログラムを展開。
3. **内部通報制度の強化**: 秘密保持と報告者保護の保証。
4. **リスクベースの監査**: リスク評価に基づく監査計画と第三者監査の実施。
5. **経費処理の透明化**: ルールの明確化とデジタル化による内部統制の厳格化。
6. **役員監督の強化**: 行動監視と独立した監査等委員会によるガバナンス強化。
7. **意思決定プロセスのデジタル文書化**: 透明性と実効性を確保した意思決定の厳格化。

V コンプライアンス・ガバナンス強化

ガバナンス強化

1. コーポレートガバナンスコードの厳格な遵守

- ・ 上場企業として日本のコーポレートガバナンスコードに基づき、その精神を社内文化として浸透させる。
- ・ ガバナンスコードに沿った行動基準を設定し、全従業員がこれを遵守するための教育を徹底する。

2. 独立した監査機能の強化

- ・ 内部監査部門の独立性と権限を強化し、不正の早期発見と再発防止に努める。
- ・ 監査役員の選任に際しては、外部の独立性を有する専門家を積極的に起用する。

3. 取締役会の機能強化

- ・ 取締役会において、経営判断の透明性を高めるための議事録の質の向上や株主とのコミュニケーションの活性化を図る。
- ・ 経営監視機能の強化と客観的な意思決定を推進する。

V コンプライアンス・ガバナンス強化

信頼回復策

1. 全社的なコンプライアンス教育の徹底

- コンプライアンス違反を防ぐための教育を全社員が受けることを義務付け、継続的な学習体制を構築する。
- 定期的なセルフチェックとアセスメントを通じて、個々のコンプライアンス意識を評価し、改善に繋げる。

2. 透明性のある情報開示

- 定期的な開示資料に加え、ウェブサイトや株主総会でのQ&Aセッションを通じて、経営状況に関する透明性を高める。
- 社外とのコミュニケーションを強化し、株主、投資家、顧客、従業員との信頼関係を築く。

3. 株主・投資家との対話の強化

- IR（Investor Relations）活動を活発化し、株主・投資家の声を経営に反映させる。
- 定期的な投資家向け会議の開催と、経営層による直接的な対話を促進する。

この資料に記載されている業績予測および将来の見通しは、当社が現在入手可能な情報に基づいて慎重に判断し作成したものです。不確実性を伴う予測であることをご理解ください。将来の市場動向、経済状況、法規制の変更、その他予測不可能なリスク要因の影響を受ける可能性があります。

従って、これらの要因の変動や未知のリスクの実現により、実際の業績が本資料に記載されている予測や見通しと大幅に異なることがあります。投資家の皆様やステークホルダーの方々が、経営判断や投資判断を行う際には、この点を十分に考慮されるようお願い申し上げます。

なお、当社は新たな情報や将来の事象に応じて業績予測を更新する義務を負うものではありませんが、経営陣は適時かつ適切な情報提供を通じて、透明性の高い経営を心掛けております。今後の業績予測や事業計画に関する更新情報は、当社の公式発表を通じてご提供いたします。

当社の未来に向けた取り組みへの理解とご支援を賜りますよう、重ねてお願い申し上げます。

本資料に関するお問い合わせは下記までお願い致します。

株式会社東京衡機 管理部

〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町22番14号N.E.SビルN棟5階

<https://www.tksnet.co.jp/>

E-mail: somu@tksnet.co.jp