

価値創造モデル

三和グループは、気候変動や労働人口の減少、人権への配慮などグローバルな社会課題を解決しながら、世界中のまちや暮らしに「安全、安心、快適」を提供することで社会に貢献します。そのために、経営資源を最大限に活かし、創業以来培ってきた強みを深化させることで、持続的な成長とサステナブルな価値創造に取り組んでいきます。



日・米・欧の
コア事業の強化、
領域拡大

アジア事業の
利益を伴う成長

防災・環境対応製品と
スマート化製品・
サービスによる
事業拡大

デジタル化と
ものづくり革新による
生産性向上と能力増強

サステナビリティ経営
と人的資本経営の推進

環境



- 脱炭素社会に向けた取り組み
- 水資源の保全
- 廃棄物の削減

ものづくり



- 商品、サービスを通じた
気候変動・防災への貢献
- 品質の確保・向上

人



- 人材育成
- ダイバーシティの推進
- 安全と健康

グループの経営基盤



- コーポレート・ガバナンス
- 人権の尊重
- コンプライアンス

三和グローバルビジョン2030

To be a Global Leader of Smart Entrance Solutions

高機能開口部のグローバルリーダーへ

グループの使命



**安全、安心、快適を提供することにより
社会に貢献します**

ステークホルダーへの提供価値

▶ p.10



これまでの歩み

創業者の高山萬司は1956年に三和シャッター製作所を設立し、「愛情・信頼・勤労」の3つを基本精神として社標を定めました。以降、1960年代にはドア事業に進出し、それ以外の商品にも幅広くウイングを広げる「多品種化戦略」を徹底。更に、2代目の高山俊隆の主導により、1980年代は24時間フルタイムサービスの導入、1990年代以降は「グローバル化」というもう2つの柱を加えて、「多品種化・グローバル化・サービス」の3本柱で成長と発展を遂げてきました。

組織の変遷

1956

三和シャッター製作所として創業

1956年、尼崎市で軽量シャッター事業を開始し、三和シャッター製作所を設立。後発企業だったものの、1960年代にはシャッター業界トップの地位を不動のものに。



1960

1969

三和ドア工業設立

1970

1974

オーバーヘッドドア社と技術提携

1980

1982

24時間フルタイムサービスを全国展開



競争優位が培われた歴史

多品種化

業界No.1の商品数で さまざまな課題を解決

当社グループは、創業以来、防犯・防火・防災など時代の変化に適応した商品を提供しており、多品種化戦略を通じて社会課題の解決を目指しています。

ドア事業参入と優良企業買収により 多品種化を加速

1960年代後半のドア事業参入を皮切りに、シャッター事業で培ったノウハウを活かせる領域へ積極的に展開。自動ドア・間仕切・ステンレス商品など、ブランド力ある優良企業の買収を重ね、多品種化戦略を加速させてきました。



防災・環境対応商品など機能面でも ラインアップを充実

激甚化する自然災害に対応した防水商品や耐風商品を発売するなど、気候変動リスクへの対応を強化。機能面での商品ラインアップを拡充し、持続可能な社会の構築に貢献しています。

グローバル化

世界各地の文化やニーズに 適応し、プレゼンスを向上

地域ごとに異なる法規制や気候、文化風習があり、それに合わせた対応が求められます。当社グループでは、地域ごとの技術や商品の特性を理解しながら商品開発や市場開拓を進め、グローバルにプレゼンスを向上させています。

米国企業との技術提携から アジア・北米への本格進出へ

1974年に米国オーバーヘッドドア社(ODC)と技術提携し、オーバーヘッドドアの製造・販売を開始しました。1986年には香港法人を設立してアジア市場をいち早く開拓。1996年にODCを買収したことで、商品の共同開発や相互販売が本格化しました。



日米欧アの4極体制で高機能開口部の グローバルリーダーへ

2003年のノフェルム(NF)グループ、2014年のオランダ・アルファ社をはじめとするM&Aにより、地域ごとの文化・法規制・商品特性に対応しながら、グローバルなプレゼンスを着実に高めてきました。

サービス

一貫したサポートで商品・ サービスの付加価値を向上

シャッターやドアなどは防犯・防災上で重要な役割を果たします。当社グループでは、高い施工力・メンテナンス力によって、安全、安心、快適という提供価値を増大させています。

一貫したサポート体制の確立と 法定検査・海外サービスへの拡大

販売・取付・修理までの一貫責任体制を基盤に、1982年には24時間フルタイムサービスを全国展開。防火設備の定期検査報告制度の義務化(2016年)や欧米でのサービス会社買収により、国内外でサービス事業を拡大してきました。

IoTによるスマート化など 新たなソリューションを創出

IoTを活用した商品やサービスのスマート化など新しいソリューションを生み出し、新たなビジネスモデルを拡大しています。

1990

1986

三和捲閘(香港)有限公司設立

2000

1996

オーバーヘッドドア社をM&A

2010

2003

ノボフェルムグループをM&A

2009

ウェインダルトン社のドア事業を買収

2020

2014

オランダのアルファ社をM&A

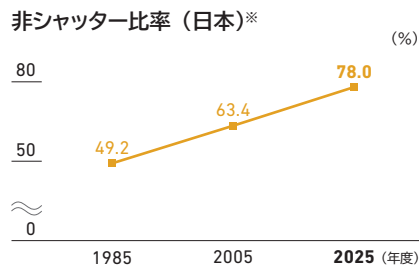
2019

鈴木シャッターを
M&A

2023

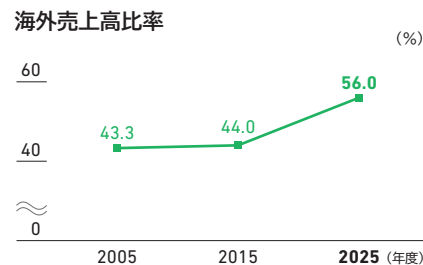
三和ファサード・ラボを設立

日本国内では、多品種化戦略の推進によって商品構成が大きく変化。ドア商品をはじめ間仕切りやエントランス、メンテナンスサービス事業などの非シャッター比率が増加しています。

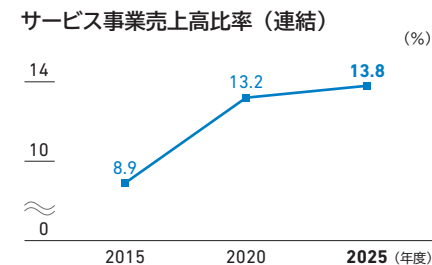


※国内連結売上高から重量・軽量シャッターを除いた商品の割合

米州、欧州、アジアを中心としてM&Aにより海外事業を拡大。2022年度以降、海外売上高がグループ全体の半分以上を占めています。



日本での防火設備の法定検査や災害対応、欧米でのサービス会社のM&Aによって、現在はサービス事業が大きく伸長しています。



競争優位を活かし、グローバルリーダーとして急成長

多品種化・グローバル化・サービスの3つの競争優位を軸に、当社グループは持続的な成長を実現してきました。特に近年は成長が加速しており、2025年度は2020年度比で売上高約1.5倍、営業利益約2.4倍となりました。グローバルリーダーとして、さらなる飛躍を目指します。

売上高※1

約1.5倍

4,271億円 ▶ 6,607億円

営業利益※1

約2.4倍

331億円 ▶ 791億円

営業利益率※1

4.3pt向上

7.7% ▶ 12.0%

ROE※1

5.4pt向上

12.4% ▶ 17.8%

M&A件数※2

60件

(国内9件、海外51件)

※1 2020年度比

※2 創立以来

2025年度

サービス売上高(連結)

913億円(売上比率13.8%)

海外売上高

3,699億円(売上比率56.0%)

防災・環境対応商品の売上高(連結)

2,188億円(売上比率33.1%)

売上高(連結)

6,607億円

価値創造の源泉

当社グループの経営基盤を支え、価値創造の源泉となるのが、財務、知的、技術・製造、社会関係、人的、自然の6つの資本です。
これらの資本を最大限に活用することで、さまざまな社会課題を解決する事業活動を展開していきます。

競争優位	多品種化			グローバル化		サービス
	財務資本	知的資本	技術・製造資本	社会関係資本	人的資本	自然資本
経営資本	安定した財務基盤 ▶ p.21~	社会課題を解決するソリューション提案 ▶ p.35	デジタルを活用した強固なバリューチェーン ▶ p.19~	グローバルネットワーク ▶ p.25~	PDCAを実践するグローバルで多様な人材 ▶ p.39~	持続可能な資源管理 ▶ p.37~
主な指標 (2025年度)	総資産 5,478億円 ROE 17.8% D/Eレシオ 0.13倍	研究開発費(連結) 78億円 商品ラインアップ(三和シャッター工業) 19分類105製品 施工技術者数(日本) 約4,000名	設備投資 142億円 うちIT投資 22億円 生産拠点 58カ所 (うち海外 39カ所)	米州の販売代理店 約450社 各地域でのシェアNo.1分野 6分野 日本の営業ネットワーク 約350所課	連結従業員数 13,174名 (海外従業員比率 63.7%) 研修延べ受講者数(三和シャッター工業) 6,448名	総エネルギー投入量(三和シャッター工業) 319,505GJ 取水量(三和シャッター工業) 114,309m³ CO ₂ 排出量(連結) 66,136t
強化に向けた施策	● 資本効率の向上 ● 財務の健全性維持 ● 新たな成長に向けた財務資本の充実	● 安定した品質の確保、向上 ● 気候変動リスクなど社会課題を解決する商品の研究開発 ● 施工技術者の確保と育成	● 生産能力増強と製造ネットワーク最適化による生産性向上 ● ERP導入などデジタル化を通じた業務プロセス改善	● 最適なグローバル供給体制の構築 ● 多様なステークホルダーの要望を適切に把握、反映	● 人材の確保と育成 ● 安全で健康な職場づくりとウェルビーイングの推進 ● エンゲージメント向上による組織パフォーマンスの最大化	● 事業プロセスの省エネルギー化 ● 再生可能エネルギーの活用
2027年度目標	SVA※ 460億円 ROE 19.0% ROIC 18.5%	1人当たり年間研修時間(三和シャッター工業) 38時間 防災・環境対応商品売上高(連結) 2,300億円	メンテナンス・サービス事業売上高 1,020億円 スマート製品・サービス売上高 160億円	海外売上高比率 56.0% M&A投資(3カ年累計) 500億円	女性従業員比率(連結) 25%以上(2030年度) 女性管理職比率(連結) 20%以上(2030年度)	CO ₂ 排出量(Scope1+2)の削減(三和シャッター工業) 2019年度比 30%削減 (2030年度) 水使用量原単位(工場・事務所)(三和シャッター工業) 2020年度比 30%削減 (2030年度) 廃棄物排出量原単位(工場・事務所)(三和シャッター工業) 2020年度比 60%削減 (2030年度)

※SVAは当社独自の付加価値指標

ステークホルダーへの提供価値

当社グループの事業活動は、多くのステークホルダーに支えられています。お客さま、お取引先などのビジネスパートナー、地域・社会に暮らす方々、株主・投資家、従業員やその家族といったあらゆるステークホルダーに対して活発なコミュニケーションを図り、そこで得られたご意見や評価などから課題を把握して事業活動に反映しています。これからも、社会からの声を活かした事業や社会貢献活動により、さまざまな価値を提供していきます。

	三和グループのアクション	関連する指標(2025年度)	提供する価値、効果
お客さま 	● 24時間365日対応の修理受付 ● 気候変動などのニーズへの対応 ● 日本全国約350所課の拠点網 ● 世界28の国と地域の強固なネットワーク構築 ● 商品・サービスのスマート化推進	● お客さま相談件数(三和シャッター工業) 11,083件 ● 一般修理件数(三和シャッター工業) 127,472件	● 商品・サービスを通じて、安全・安心・快適で暮らしやすい社会を実現
お取引先 	● 調達先や工場協力会社から成る「三和会」を通じた情報共有や相互研鑽 ● 米州ODCディストリビューターとの継続的な関係強化	● ディストリビューターネットワーク(米州ODC) 約450社 ● グリーン調達比率(三和シャッター工業主要購買先) 86.0%	● QCDE※のレベルアップと長期的な相互発展 ※QCDE: Quality(品質)、Cost(価格)、Delivery(納期)、Environment(環境)の略
施工技術者 	● 施工研修センターや各地域における施工技能のスキルアップと継続的な採用・育成 ● 毎月の安全衛生定例会での情報交換、福利厚生サポート ● 年2回の施工技術者向け広報誌の発行	● 取付資格(国内) 19分類 105製品 ● サービス売上比率(連結) 13.8%	● 施工品質の向上とエンゲージメントの強化
従業員 ▶ p.39~ 	● 地域別経営戦略に連動した人材の確保、戦略的配置、能力開発 ● 安全で健康な職場づくりとウェルビーイングの推進 ● エンゲージメント向上による組織パフォーマンスの最大化	● 海外従業員比率(連結) 63.7% ● 女性従業員比率(連結) 20.9%	● 個と組織の成長によるエンゲージメント向上 ● 働きがいと魅力あふれる企業の実現
地域社会 	● 防災・減災への取り組み ● 環境保全活動 ● 地域貢献・社会貢献活動	● 防災・環境対応商品売上比率(連結) 33.1% ● 社会貢献支出額(連結) 1,538万円	● よき企業市民として持続可能で豊かな社会の実現に貢献
株主・投資家 	● 適時・適切な情報開示 ● 株主・投資家との対話、経営への反映	● 個別ミーティング(機関投資家・アナリスト) 377回 ● 個人投資家向け説明会 2回 1,075名の参加	● 企業活動の透明性向上 ● 持続的な成長と企業価値の向上