



2026年 8 月31日

各位

会 社 名 株式会社ツインバード
代 表 者 名 代表取締役社長 野水 重明
(東証スタンダード市場・コード番号6897)
問 合 せ 先 取締役企画管理本部本部長 渡邊桂三
(TEL. 0256 (92) 6111)

新 中期経営計画 2026-2030 の策定に関するお知らせ

当社は、2026年度から2030年度の5か年を対象とした「新 中期経営計画 2026-2030」を策定いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 新 中期経営計画 2026-2030 の位置付け

2025年度において、B2B販路の開拓およびFPSC事業の取組みについては一定の成果を上げることができました。一方で、白物家電市場の急激な環境変化により、採算の目途が立たない家庭用冷蔵庫・洗濯機事業の縮小を決定し、収益性の高い商品および販売チャネルへの転換を図る抜本的な収益構造改革を実行してまいりました。その結果は、2026年度第1四半期において、第1四半期としては5年ぶりとなる黒字化を達成するなど、成果として現れ始めております。

これまでにわたり適時開示資料「今後の事業展開について」でお示ししてきた経営方針に基づく取組みについて、その成果が確認できたことから、今後の持続的な成長と企業価値向上に向けた道筋をより明確に示すため「新 中期経営計画2026-2030」として5か年の経営方針および計画を取りまとめました。

2. VISION 2030のアップデート

当社は2023年8月31日に公表した「VISION 2030」をベースに、収益性重視の事業構造への転換や国内製造回帰の進展を踏まえ、事業別の目指す姿をより明確にするため、アップデートしました。

具体的には、業務用向けB2B事業において「人々の健康と福祉に貢献するため、信頼性の高い技術で社会課題を解決する」ことを、生活者向けB2C事業において「燕三条の職人魂と技術で感動体験を創造し、生活者に本質的な豊かさをお届けする」ことを掲げております。

3. 新 中期経営計画 2026-2030の骨子

「売上偏重でなく高収益事業への転換による利益の最大化」を基本方針とし、「収益構造の再構築」「変動費・固定費の最適化」「成長事業の推進」を基本戦略としました。そして、「当社の強みである技術力や柔軟な開発力を活かせる収益性の高い事業領域へ経営資源をシフト」するなど事業ポートフォリオの再設計をはじめとする各事業戦略を推進することにより、キャッシュ創出力を強化するとともに、資本コストや株価を意識した経営の推進により株主還元を最大限重視してまいります。

4. 新 中期経営計画 2026-2030の経営計画数値

	2028 年度	2030 年度
売上高	105 億円	117 億円
営業利益	6 億円	14 億円
営業利益率	6 %	12%
ROE	8 %以上	13%以上
総還元性向	75%~100%	
PBR	1 倍以上	

5. 株主還元施策

上記の企業価値向上策の成果として、キャッシュ創出力を強化し、株主還元を最大限重視する方針です。株主還元方針に関しては、資本コスト水準を上回るROEの達成とPBR 1 倍以上の実現を明確な目標として掲げます。累進配当を行うことを基本方針としつつ、機動的に自己株式の取得を組み合わせることで、本中期経営計画の対象期間全体において総還元性向75%～100%程度となる積極的な資本政策を実行していくことにより、株主の皆様への還元強化を打ち出します。

6. 配当方針

当社は、業績の向上および財務体質の強化を図ることで、安定的かつ持続可能な株主還元（配当・自己株式取得）を行うことを基本方針としております。2011年度以降、減配することなく安定的な配当を継続して実施してまいりました。

これまでの配当方針を抜本的に見直し、配当性向およびDOEを基準として、累進配当を行うものとします。

なお、当社は当社製品のファンを広げることを目的として、株主優待についても継続して実施してまいります。

以上



新 中期経営計画 2026-2030

2026年 8 月31日

株式会社ツインバード 証券コード： 6897

- I. 前 中期経営計画 2023-2025の振り返りと新 中期経営計画 2026-2030の位置付け
- II. VISION 2030
- III. 新 中期経営計画 2026-2030
 - 1. 新 中期経営計画 2026-2030の骨子と重要施策
 - 2. 資本コストや株価を意識した経営
キャッシュアロケーションと株主還元施策

I. 前 中期経営計画 2023-2025の振り返りと新 中期経営計画 2026-2030の位置付け

II. VISION 2030

III. 新 中期経営計画 2026-2030

1. 新 中期経営計画 2026-2030の骨子と重要施策

2. 資本コストや株価を意識した経営

キャッシュアロケーションと株主還元施策

前 中期経営計画 2023-2025の振り返り（1/2）

前 中期経営計画 最終年度の売上高150億円、営業利益8億円の目標に対し、大幅未達
営業損失855百万円の主因は、白物家電市況の悪化を踏まえた棚卸資産の評価損など減損処理
416百万円の計上によるもの

単位：百万円	2023年度	2024年度	2025年度	
			中計目標	実績
売上高	10,303	10,056	15,000	8,998
売上総利益	3,384	2,980	—	2,133
販売費及び一般管理費	3,270	2,975	—	2,989
営業利益	113	4	800	△855
営業利益率	1.1%	0.0%	5.3%	—
当期純利益	108	△101	—	△1,218

前 中期経営計画 2023-2025の振り返り（2/2）

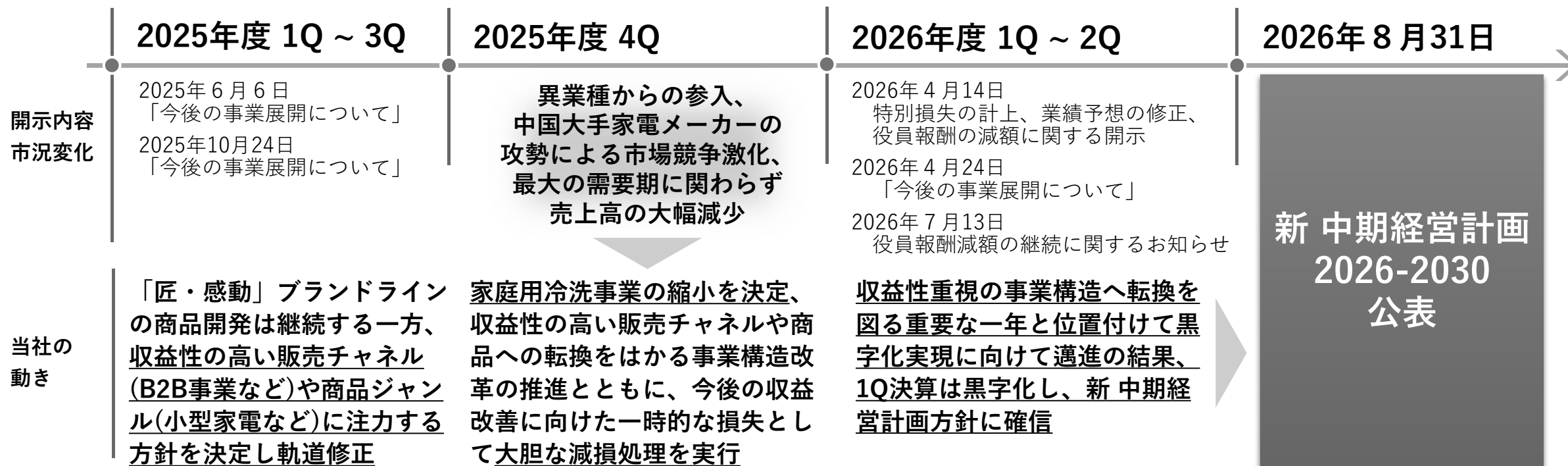
FPSC事業*やソリューション事業を含むB2B事業は順調に推移も、国内家電小売市場の業種の垣根を越えた市場競争激化により、採算の目途が立たない家庭用冷蔵庫・洗濯機事業縮小を決定
2025年度決算において大胆な減損処理を実施、抜本的な収益構造改革を進める次のフェーズへ

基本戦略	成果	課題・対策
お客様視点での商品ラインナップ拡充	・「匠プレミアム」ブランドラインを確立、コーヒーメーカーやトースター累計22万台販売 ・難易度の高い ななめドラム式洗濯機の製品化	・家庭用冷蔵庫・洗濯機は急速な市場競争激化により採算に目途が立たず事業縮小 ・小売店PB製品受注でトップラインカバー
財務体質を筋肉質に強化	・原価低減活動や品質改善を継続推進 ・新基幹システムによる自動化・省力化推進 ・固定費の変動費化	・新基幹システムの導入が完了し、投資効果の刈取り推進 ・生産性向上委員会を立上げ全社活動推進
成長事業の進展	・FPSC事業はWHO医療機材品質認証を取得、JICAと連携しアフリカ・アジアに国際貢献 ・韓国市場の家電量販店で匠シリーズ展開	・FPSC事業は国内外展示会出展もあり順調、冷凍機供給に加え完成品の積極的な展開必要

*フリー・ピストン・スターリング・クーラー事業

新 中期経営計画 2026-2030の位置付け

- ✓ 2025年度において、B2B販路開拓やFPSC事業の推進は一定の成果
- ✓ 一方、白物家電市場の急激な環境変化に対しては2025年度にかけて大きな方針転換を決断し、その成果は2026年度 第1四半期実績に効果が現れ始めた
- ✓ 上記の成果および、これまで都度公表の「今後の事業展開について」にて言及の方針も踏まえ、改めて「新 中期経営計画 2026-2030」の5か年計画としてお示しするもの



参考) 2026年度 第1四半期 損益概況

- ✓ 収益性重視の事業構造への転換が進展し、売上総利益率は前年同期比9.3ポイントの大幅改善
- ✓ 販売費及び一般管理費も前年同期比△11.1ポイントと大幅改善
- ✓ 第1四半期としては5年ぶりの黒字化

単位：百万円	2025年度	2026年度		(参考)
	1Q 実績	1Q 実績	前年同期比 差額 増減率	2026年度 通期 業績予想
売上高	2,037	2,449	412 20.2%	9,600
売上総利益	449	768	318 70.8%	
売上高比	22.1%	31.4%	9.3pt	
販売費及び一般管理費	801	692	△109 -13.7%	
売上高比	39.4%	28.3%	-11.1pt	
営業利益又は営業損失 (△)	△351	76	428 -	100
売上高比	-17.3%	3.1%	-	1.0%
経常利益又は経常損失 (△)	△360	90	450 -	75
四半期純利益又は四半期純損失 (△)	△360	65	425 -	45

I. 前 中期経営計画 2023-2025の振り返りと新 中期経営計画 2026-2030の位置付け

II. VISION 2030

III. 新 中期経営計画 2026-2030

1. 新 中期経営計画 2026-2030の骨子と重要施策

2. 資本コストや株価を意識した経営

キャッシュアロケーションと株主還元施策

ツインバードの経営理念とパーパス・バリュー・「VISION 2030」

経営理念

感動と快適さを提供する商品の開発
相互信頼を通じた豊かな関係づくり
快活な職場づくりへの参画と社会の発展への寄与
自己の成長と豊かな生活の実現

パーパス

感動と快適さの提供により、人々の「持続可能な幸せ」を創造する
燕三条地域特性を生かした付加価値創造により、地域経済成長を牽引する
グローバル視点で活動し、国内外の社会課題を解決する

ビジョン「VISION 2030」

「お客様満足No.1」のその先へ
～燕三条発のイノベーションで、世界中の人々に
持続可能な幸せを提供するブランドになる～

バリュー

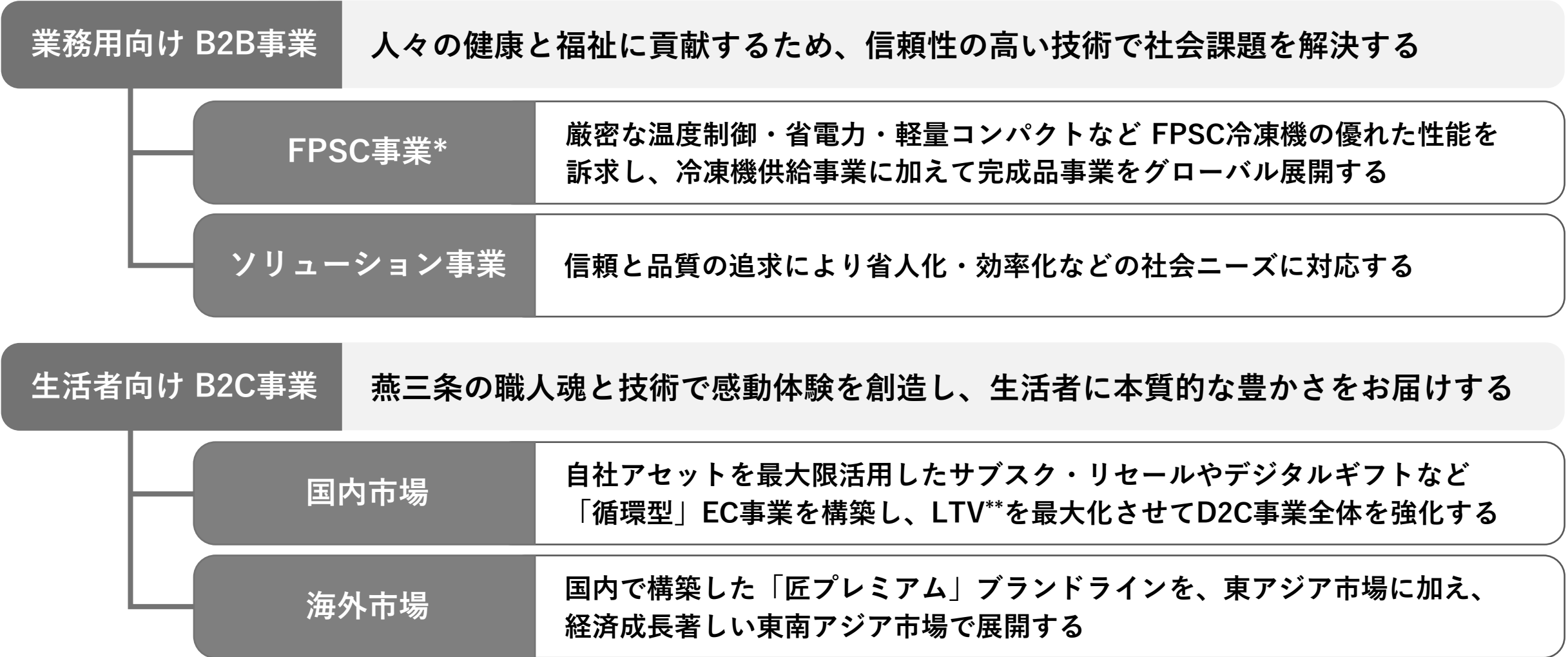
お客様(=エンドユーザー)に寄り添う、お客様第一主義
燕三条の職人氣質でこだわり、最後までやり抜く
スピード感を持ってチャレンジする「まずやってみる」
目的達成のために部署や役職の境目なく互いに助け合う

ブランドプロミス

心にささるものだけを。

VISION 2030（事業別・アップデート版）

2023年8月31日開示のVISION 2030をベースに、収益性重視の事業構造への転換や国内製造回帰の進展などを踏まえアップデート



*フリー・ピストン・スターリング・クーラー事業

**顧客生涯価値

I. 前 中期経営計画 2023-2025の振り返りと新 中期経営計画 2026-2030の位置付け

II. VISION 2030

III. 新 中期経営計画 2026-2030

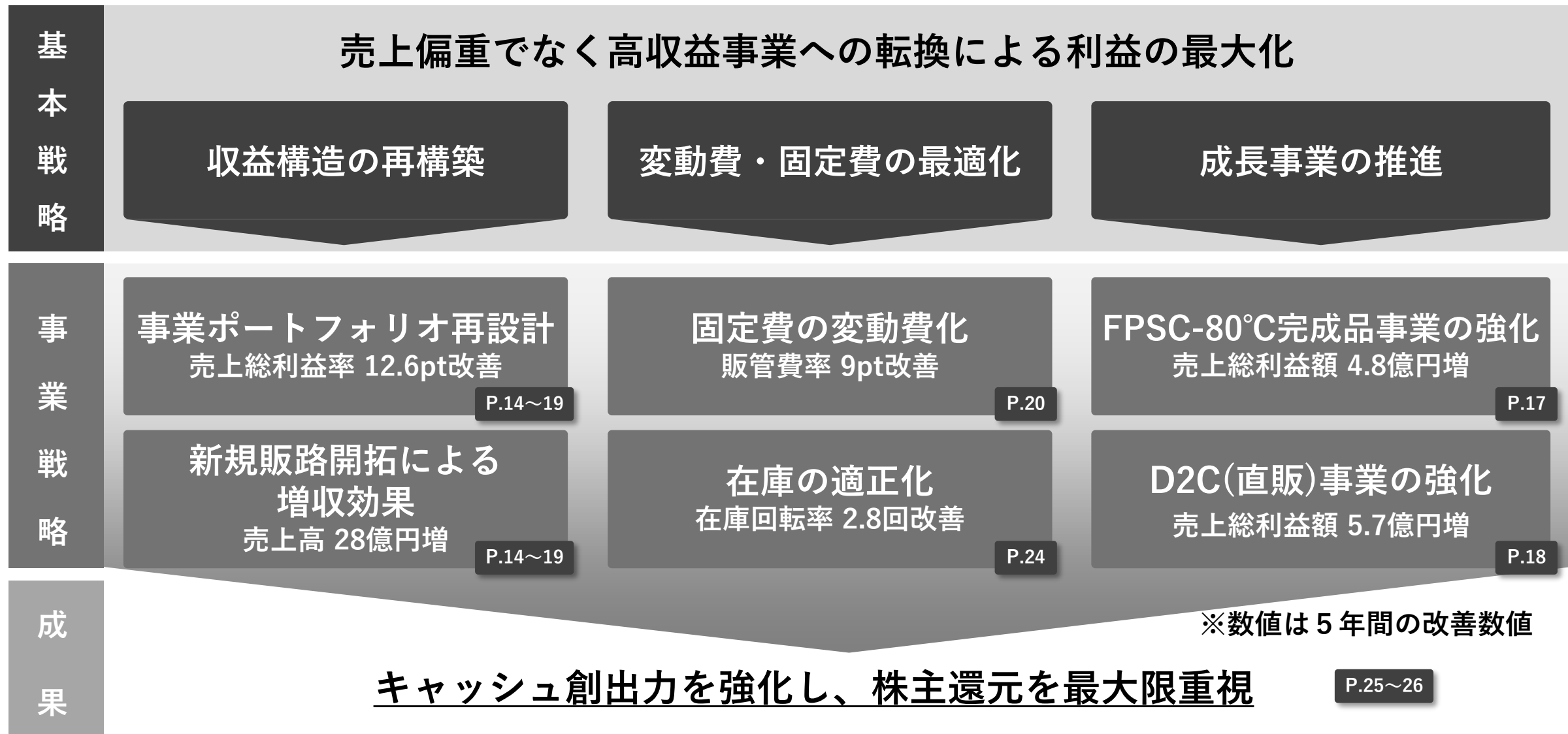
1. 新 中期経営計画 2026-2030の骨子と重要施策

2. 資本コストや株価を意識した経営

キャッシュアロケーションと株主還元施策

新 中期経営計画 2026-2030の骨子

※ P.○ は参照先スライド番号



	2028年度	2030年度
売上高	105億円	117億円
営業利益	6億円	14億円
営業利益率	6%	12%
ROE	8% 以上	13% 以上
総還元性向	75% ~ 100%	
PBR	1倍 以上	

事業ポートフォリオ再設計による収益性改善の方針

売上向上だけでなく高収益事業への転換による利益の最大化		
収益機会の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進
事業ポートフォリオ再設計 売上総利益率 1.7pt改善	固定費の変動費化 販管費率 5pt改善	FPSC・80℃冷凍庫事業の強化 売上総利益率 4.8pt改善
新規販路開拓による 増収効果 売上高 10億円増	在庫の適正化 在庫回転率 2.8回改善	D2C(通販)事業の強化 売上総利益率 5.7pt改善

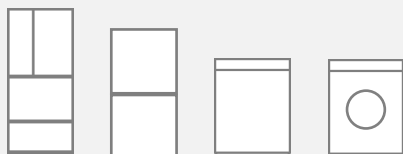
当社の強みである技術力や柔軟な開発力を活かせる収益性の高い事業領域へ経営資源をシフト

2025年度

家庭用冷蔵庫 洗濯機事業



※生成AIによるイメージ画像



2026年度～2030年度

業務用向け B2B事業

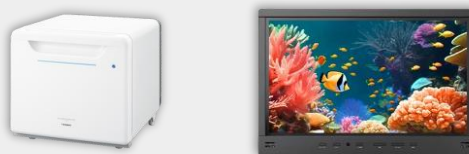
FPSC事業

高い信頼性を誇る独自の極低温冷却技術



ソリューション事業

柔軟な開発力で社会課題の解決に寄与



生活者向け B2C事業

D2C事業

自社ECのプラットフォーム化
循環型ビジネス(サブスク・リセール)
B2B・ギフト家電製品販売



量販店向け事業

収益性の高い小型家電
「匠プレミアム」の
対面販売に注力



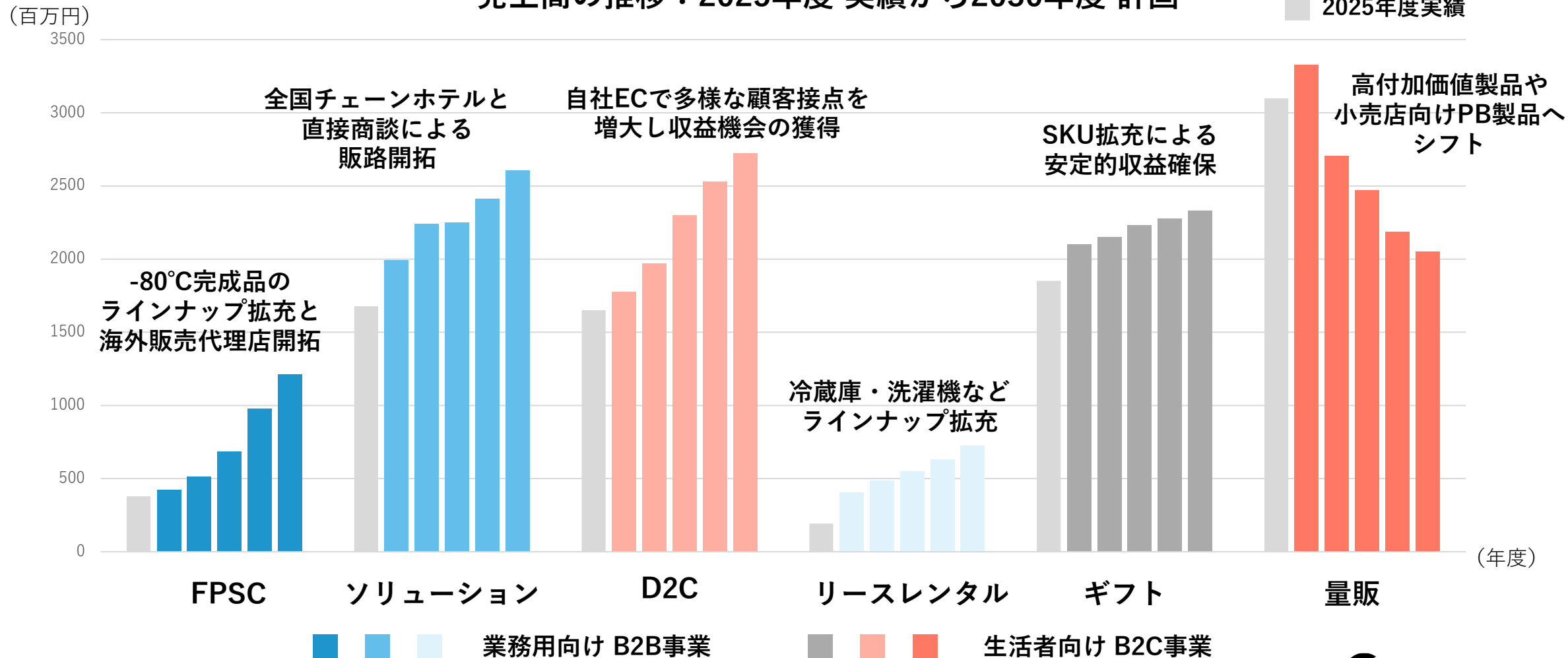
売上総利益率 25年度実績 23.7%→28年度計画 32.7%→30年度計画 36.3%(12.6pt改善)

販売チャネル別 売上高の推移

事業	売上高をなく高収益事業への転換による利益の最大化		
戦略	収益機会の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進
事業	事業ポートフォリオ再設計 売上総利益率 1.7%改善	固定費の実効性向上 販管費率 0.4%改善	FPSC・80℃冷凍事業の強化 売上総利益率 4.8%改善
戦略	新規販路開拓による 増収効果 売上高 10%増	在庫の適正化 在庫回転率 2.0倍改善	D2C(通販)事業の強化 売上総利益率 5.7%改善

収益性の高いFPSC、ソリューションおよびD2Cチャネルに注力し、経営資源を集中投下

売上高の推移：2025年度 実績から2030年度 計画



事業ポートフォリオ再設計による収益性改善計画

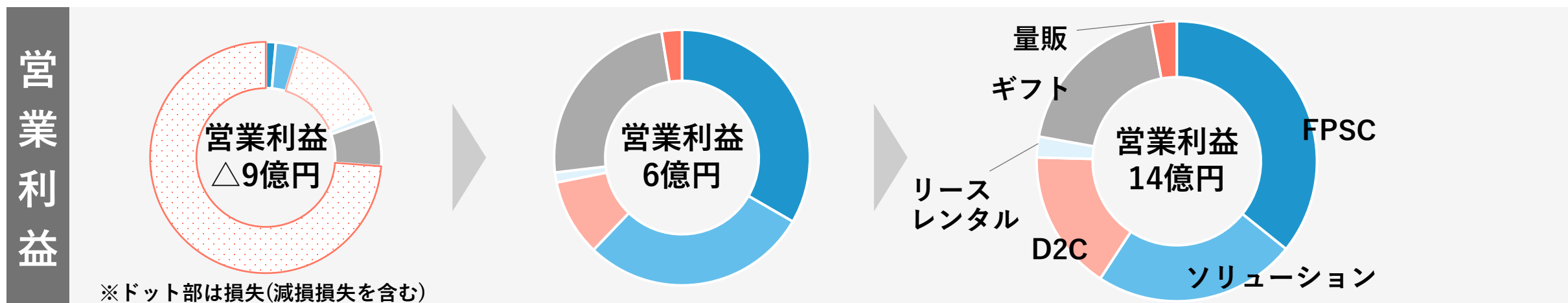
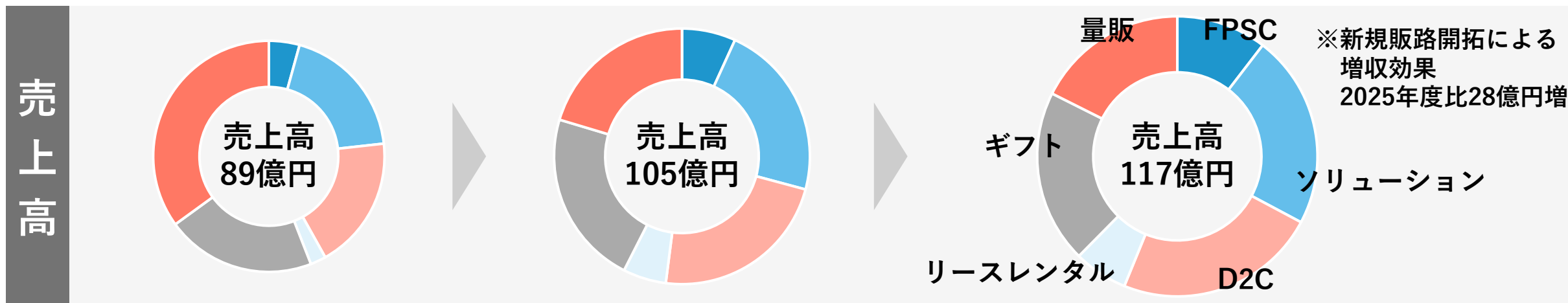
	売上高ではなく高収益事業への転換による利益の最大化		
事業	収益機会の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進
事業	事業ポートフォリオ再設計 売上総利益率 12.4%改善	固定費の実動費化 期間費用率 5%改善	FPSC・D2C冷凍事業の強化 売上総利益率 4%改善
事業	新規販路開拓による 増収効果 売上高 20億円増	在庫の適正化 在庫回転率 2.0回改善	D2C(通販)事業の強化 売上総利益率 5%改善

事業ポートフォリオ再設計による収益性改善に加え、2028年度以降はFPSC・D2Cの事業拡大を加速

2025年度 実績

2028年度 計画

2030年度 計画



■ ■ ■ 業務用向け B2B事業 ■ ■ ■ 生活者向け B2C事業

FPSC-80℃完成品事業の強化

売上向上だけでなく高収益事業への転換による利益の最大化			
収益機会の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進	
事業ポートフォリオ再設計 売上総利益率 1.7%増	固定費の変動費化 販管費率 0.9%減	FPSC-80℃冷凍庫事業の強化 売上総利益率 4.8%増	
新規販路開拓による 増収効果 売上高 20%増	在庫の適正化 在庫回転率 2.8回増	D2C(直販)事業の強化 売上総利益率 5.7%増	

冷凍機供給で培ったFPSC技術や信頼性を基盤に、-80℃完成品ラインナップ(1L/ 25L/ 80L)と国内外販売網を構築、医薬・バイオ向け超低温ソリューション事業へ転換し、大きな収益貢献

-80℃完成品ラインナップ拡充



25Lサイズ冷凍庫

医薬/細胞治療薬・検体の搬送・保管

2026年度
上市 計画



80Lサイズ冷凍庫

一時保管、ラボスペースの有効活用

2028年度
上市 計画



1Lサイズ冷凍庫

医薬/細胞治療薬・検体の搬送

2030年度
上市 計画

※ 画像は開発中のものであり、実際の製品とは仕様・デザインが異なる場合があります。
※※ 製品画像は生成AIによるイメージ画像です。

国内外販売網の構築



海外販売代理店の開拓

欧州・韓国・インド・インドネシア
米国はキャビネットのみ供給



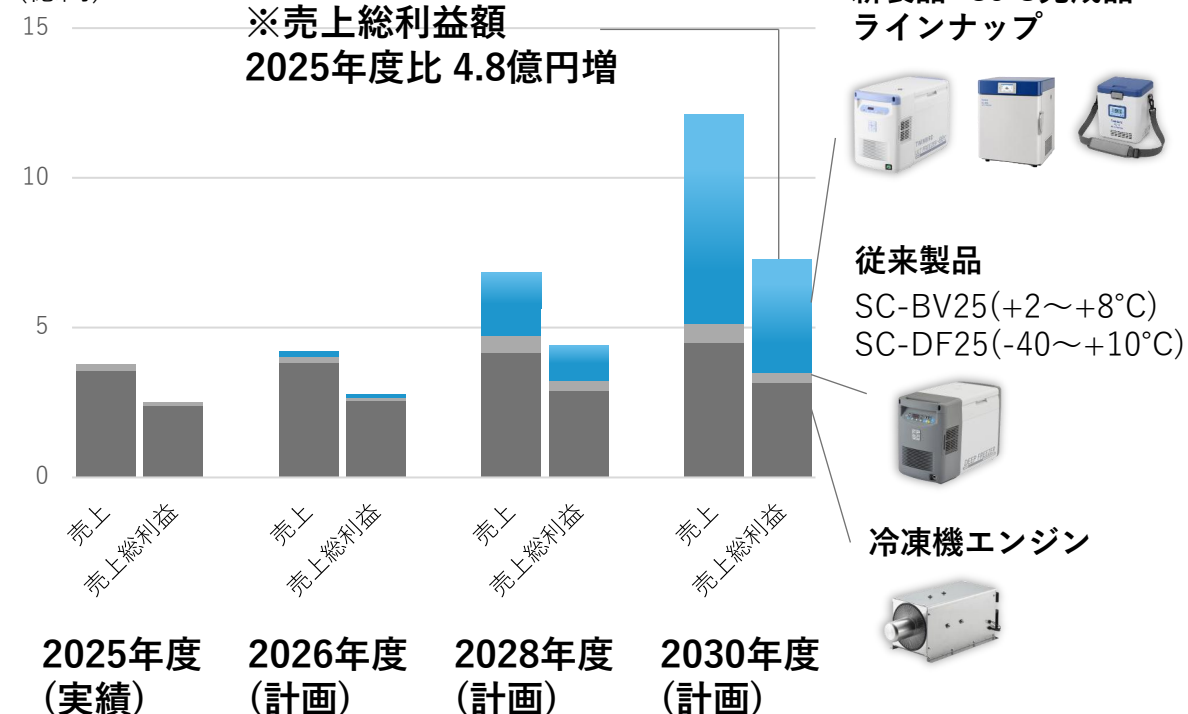
国内販売網の強化

理化学機器卸・医薬品卸・製薬企業・研究機関など

売上および売上総利益の計画

医薬・バイオ向けで需要の高い-80℃完成品ラインナップを投入し、加えて保守点検サービスを提供

(億円)



D2C(直販)事業の強化

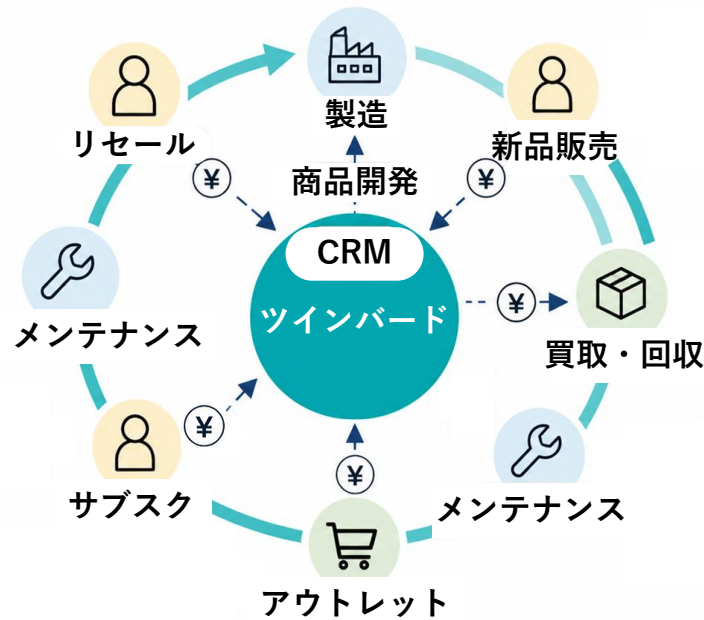
売上向上だけでなく高収益事業への転換による利益の最大化		
収益機会の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進
事業ポートフォリオ再設計 売上総利益率 1.2%改善	固定費の実効性向上 販管費率 1%改善	FPSC 80℃冷凍庫事業の強化 売上総利益率 5%改善
新規販路開拓による 増収効果 売上高 10億円増	在庫の適正化 在庫回転率 2.5回改善	D2C(直販)事業の強化 売上総利益率 5%改善

自社ECのプラットフォーム化により、集客及び会員数の拡大やサブスクリプションサービスなど多様な顧客接点を増大し、LTV(顧客生涯価値)最大化による収益機会を獲得

従来：製品を販売する 売切完結型の事業モデル

自社アセットを最大限活用した「循環型」EC事業の構築

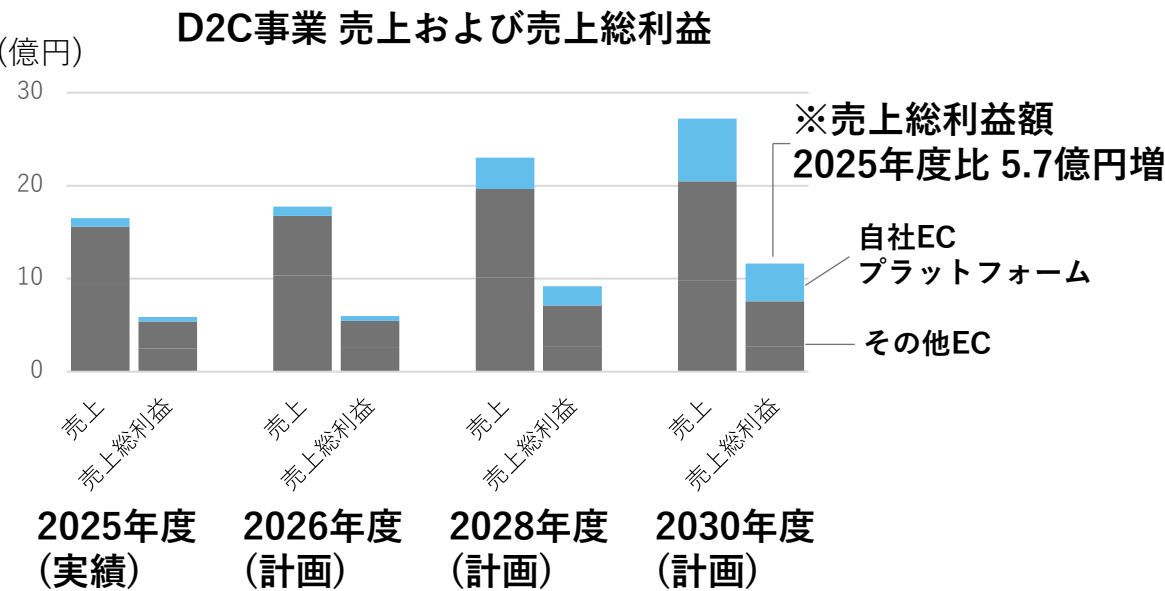
具体的な取組み



- 集客・会員増 (クーポンなど)
- サブスクリプション・リセール
- アウトレット
- デジタルギフト
- ギフトチャネル向け製品販売*
- 業務用向け製品販売*
- D2C専用製品販売*
- *5年間で100~150SKU 追加

D2C事業 目標KPI

	単位	2025年度	2026年度	2028年度	2030年度
会員数	千人	47	55	78	122
購入者数	千人	12	13	38	70
注文数	千件	13	13	41	74
平均決済単価	千円	6	6	8	9



ソリューション事業の展開

売上高ではなく高収益事業への転換による利益の最大化		
収益機種の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進
事業ポートフォリオ再設計 売上総利益率 17.4%向上	固定費の実動費化 販管費率 5.4%削減	FPSIC 80℃冷凍庫事業の強化 売上総利益率 4.8%向上
新規販路開拓による 増収効果 売上高 20%増	在庫の適正化 在庫回転率 2.8回/年	D2C(通販)事業の強化 売上総利益率 5.7%向上

1) 病院用・ホテル用冷蔵庫の販路拡大

病院用 : アフターサービスを含めた信頼性と実績で販路開拓

売上高 2025年度 3億円 2028年度 4.5億円 2030年度 5.5億円

ホテル用 : 全国チェーンホテルと直接商談による販路拡大

2025年度 主力既存取引先4社 販売台数 5,000台/年 実績

2028年度 販売台数 15,000台/年 計画

+ 電子レンジ・ドライヤー・電気ケトルなどの追加販売

売上高 2025年度 1億円 2028年度 3.5億円 2030年度 6億円



TR-241 病院用
小型冷蔵庫



TR-V32 ホテル用
小型冷蔵庫

2) 半導体製造装置メーカー向け工場設備用金属床材の供給増

既存取引先 2026年度 売上見込 2億円 2027年度 売上計画 4億円

現在1社のみ供給にて横展開の推進



※生成AIによるイメージ画像

3) レンタル・リース法人向け冷蔵庫・洗濯機の販売強化

主力既存取引先8社へ 電子レンジ・冷蔵庫・洗濯機のラインナップを提案

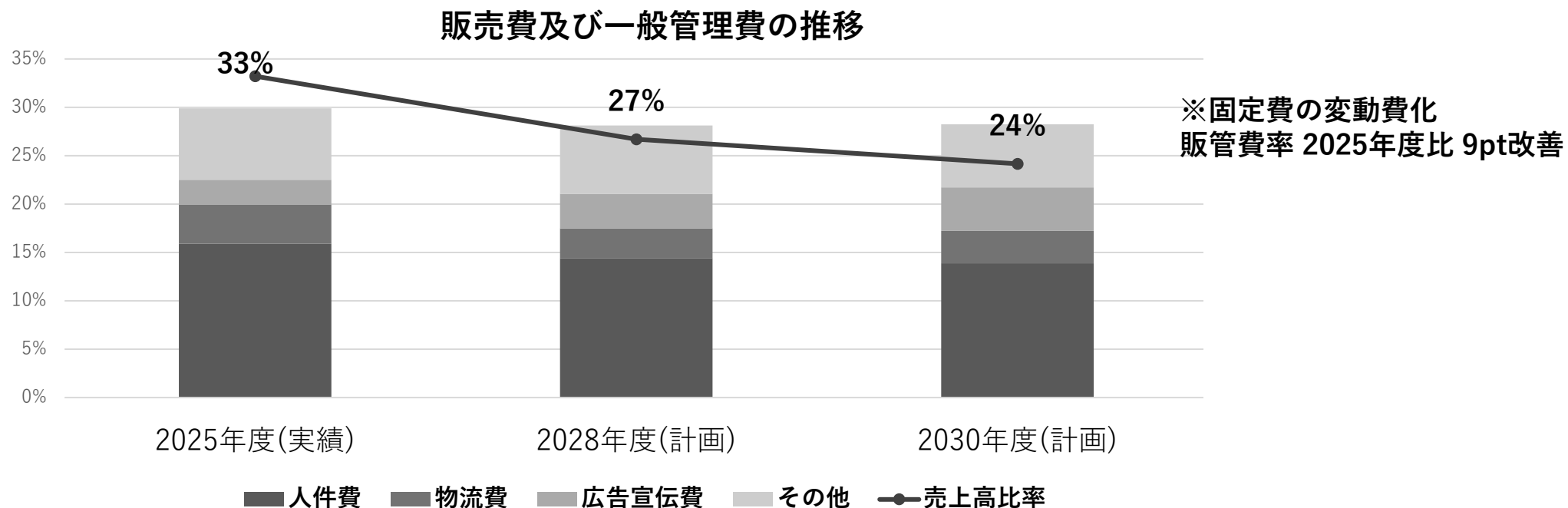
売上高 2025年度 2億円 2028年度 5.5億円 2030年度 7億円

変動費・固定費の最適化

売上高を高く収益事業への転換による利益の最大化		
収益機会の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進
事業ポートフォリオ再設計 売上高利益率 1.7%改善	固定費の変動費化 販管費率 9pt改善	FPSC 80℃冷凍庫事業の強化 売上高利益率 4.8%改善
新規販路開拓による 増収効果 売上高 10%増	在庫の適正化 在庫回転率 2.8回改善	D2C(通販)事業の強化 売上高利益率 5.7%改善

販売費及び一般管理費の売上高比率を 2025年度 33%から2028年度 27%、2030年度 24%へ改善

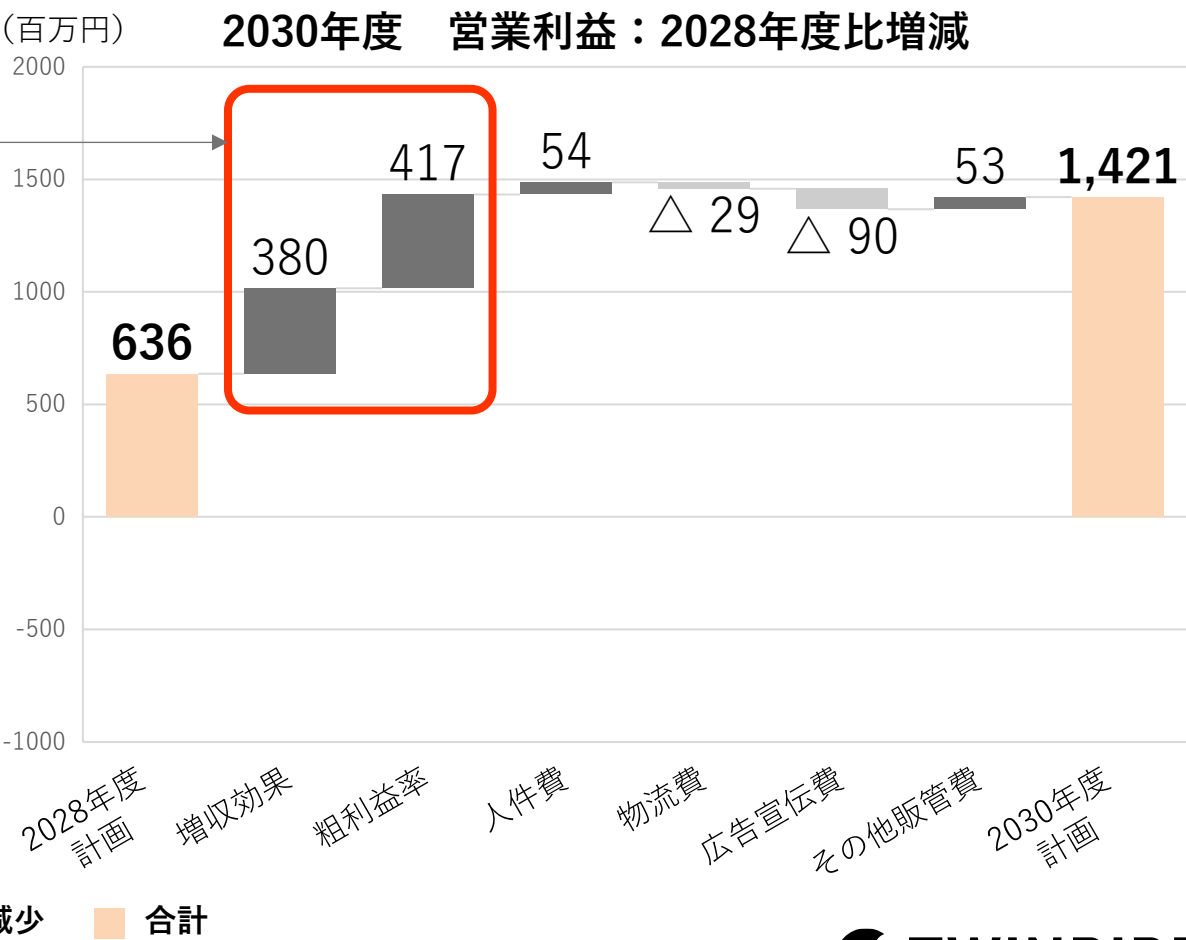
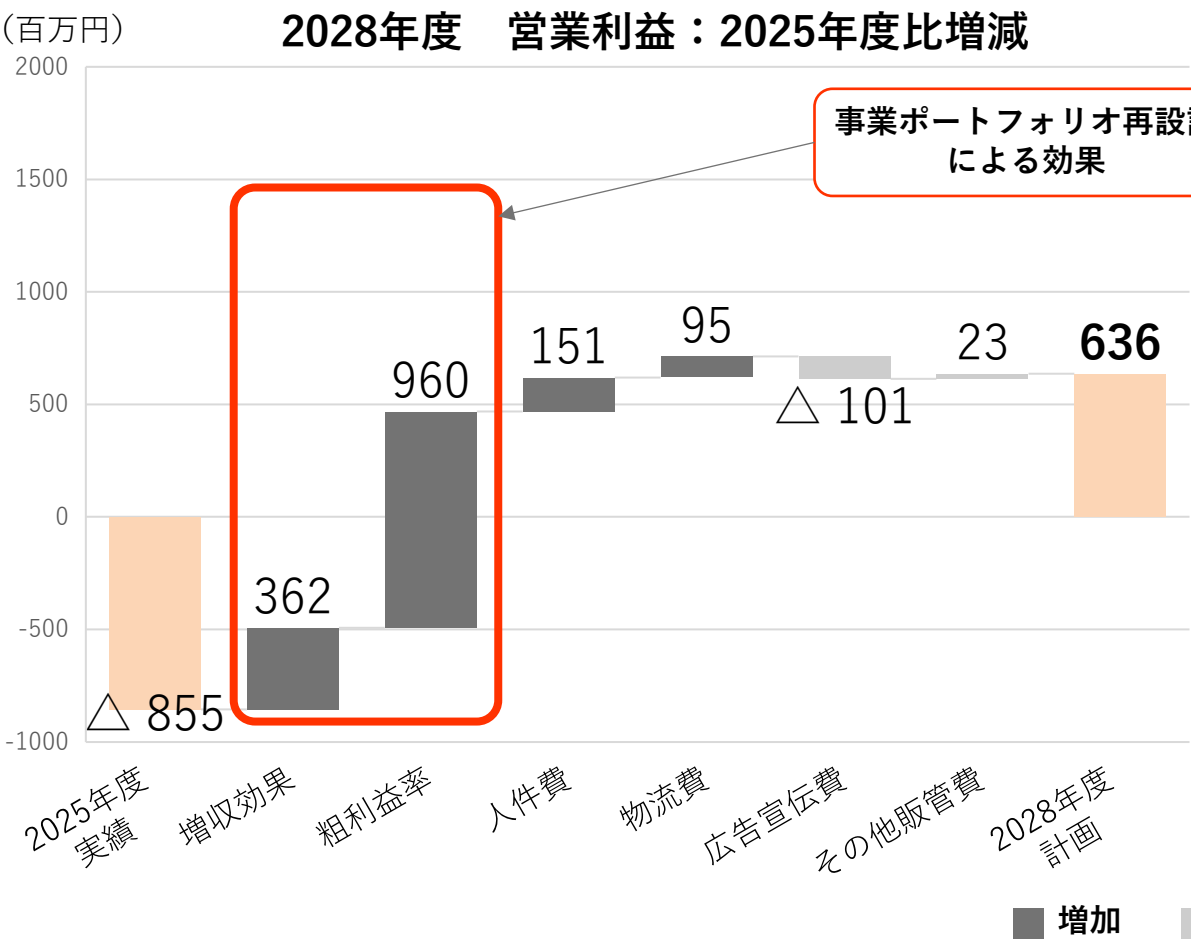
- (1)人件費 1人当たり人件費は増加を見込む一方、新基幹システム・AI 活用など業務効率化を推進
製造部門などの繁忙期に外部委託を活用し固定費を変動費化
- (2)物流費 家庭用冷蔵庫・洗濯機事業の縮小に伴い、外部保管料、運搬費の削減により売上比率が低下
- (3)広告宣伝費 D2C事業拡大に伴い、費用増加を見込む
- (4)その他 FPSC新製品開発費、D2C事業拡大など成長投資を見込むも、新基幹システム投資の償却費負担が大きく減少



2025年度～2030年度 営業利益 増減の内訳

前述の施策とその効果により、2028年度および2030年度の計画数値を達成する

- (1)収益性の高い販売チャネルへのシフト (2)不採算事業の縮小 (3)増収効果 (4)固定費の変動費化



I. 前 中期経営計画 2023-2025の振り返りと新 中期経営計画 2026-2030の位置付け

II. VISION 2030

III. 新 中期経営計画 2026-2030

1. 新 中期経営計画 2026-2030の骨子と重要施策

2. 資本コストや株価を意識した経営

キャッシュアロケーションと株主還元施策

資本コストや株価を意識した経営

現状認識とROE分解により課題を洗い出し、資本コスト水準を上回るROE改善の方針を策定

現状認識

キャッシュ創出に課題がありROEは過去5年間右肩下がり
で推移し資本コスト水準と乖離

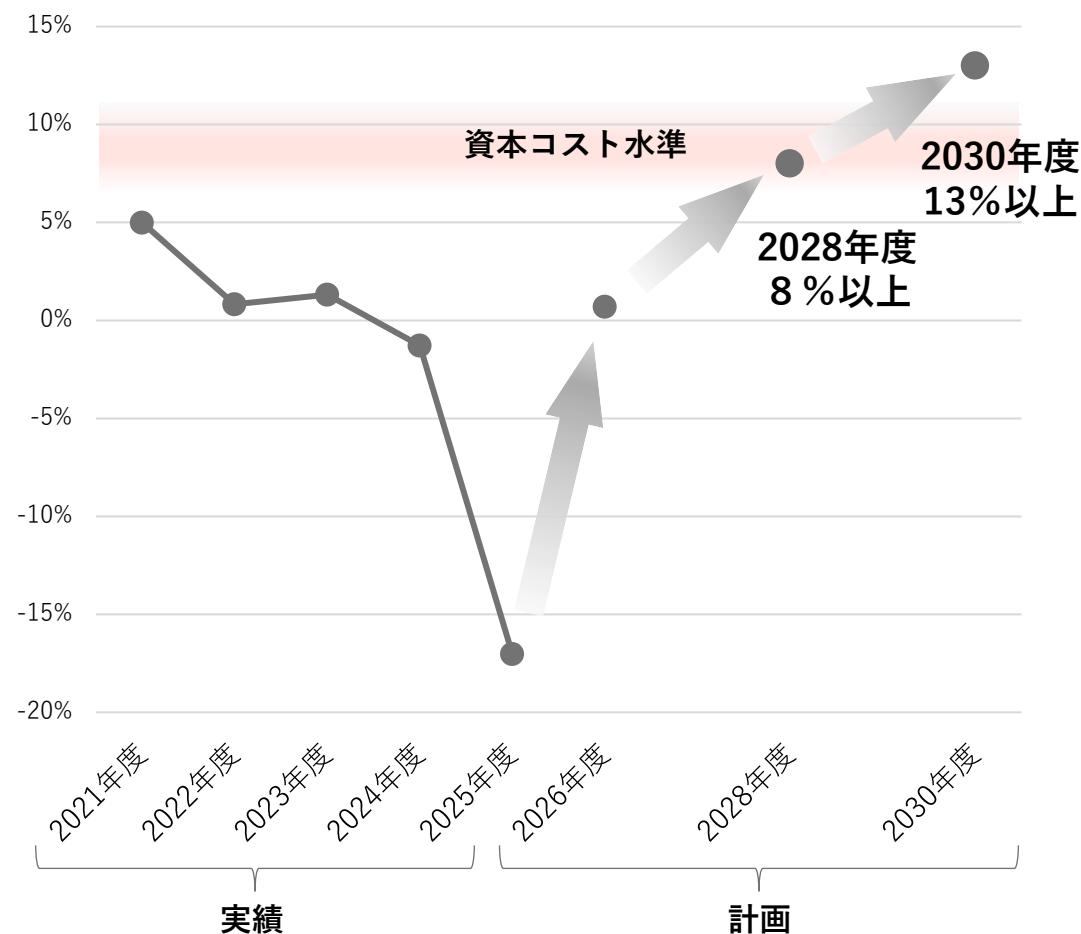
課題

売上高当期純利益率が低い
棚卸資産回転率、固定資産回転率が低い
自己資本の適切な圧縮

改善方針

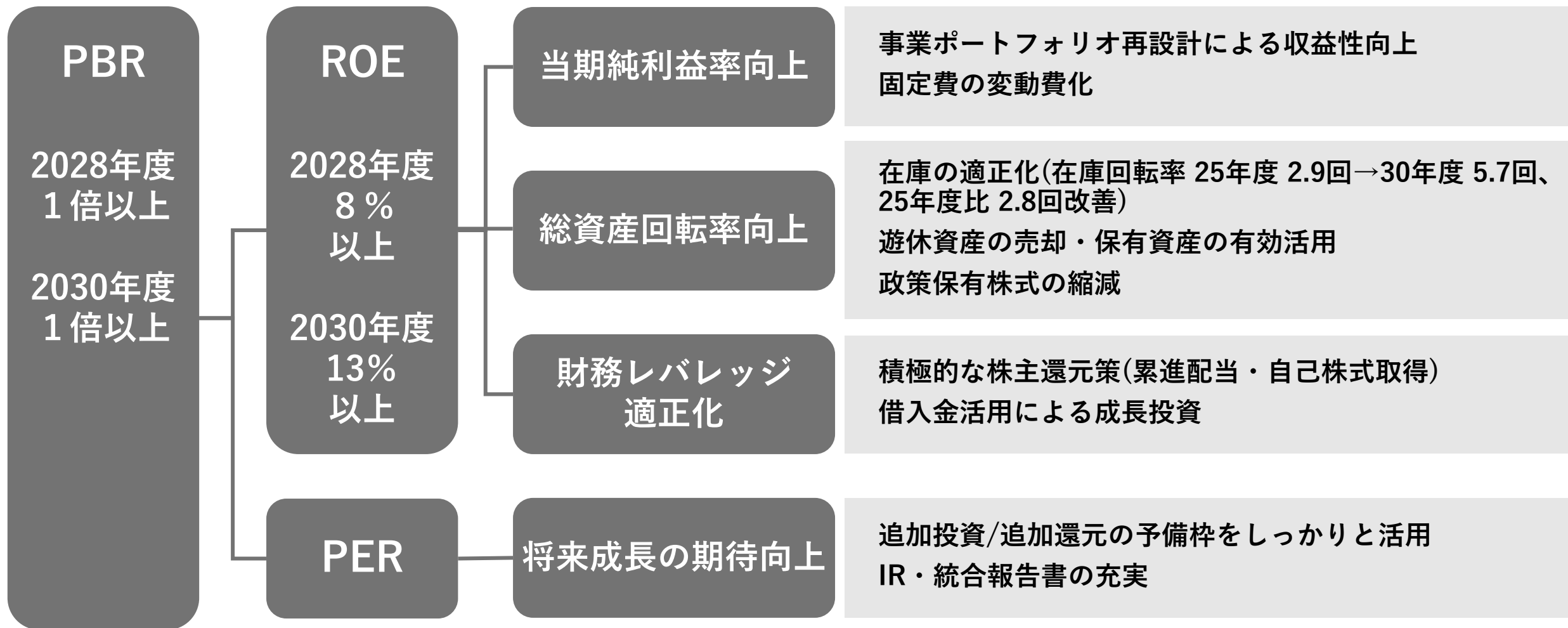
2030年度にROE13%以上とした計画数値を設定
収益性向上による当期純利益率向上
在庫の適正化等による総資産回転率向上
積極的な株主還元、借入金活用による財務レバレッジ強化

ROEの推移と計画



売上高でなく高収益事業への転換による利益の最大化		
収益機会の再構築	変動費・固定費の最適化	成長事業の推進
事業ポートフォリオ再設計 売上総利益率 12.4%向上	固定費の変動費化 営業利益率 5%向上	FPSC/80℃冷凍庫事業の強化 売上総利益率 4.8%向上
新規販路開拓による 増収効果 売上高 20%向上	在庫の適正化 在庫回転率 2.8回改善	D2C(直販)事業の強化 売上総利益率 5.7%向上

- ✓ 資本コストを上回るROE水準を明確化
- ✓ PERの相場を保守的に見積もりつつ、ROE達成によるPBR 1 倍以上の蓋然性も検証済

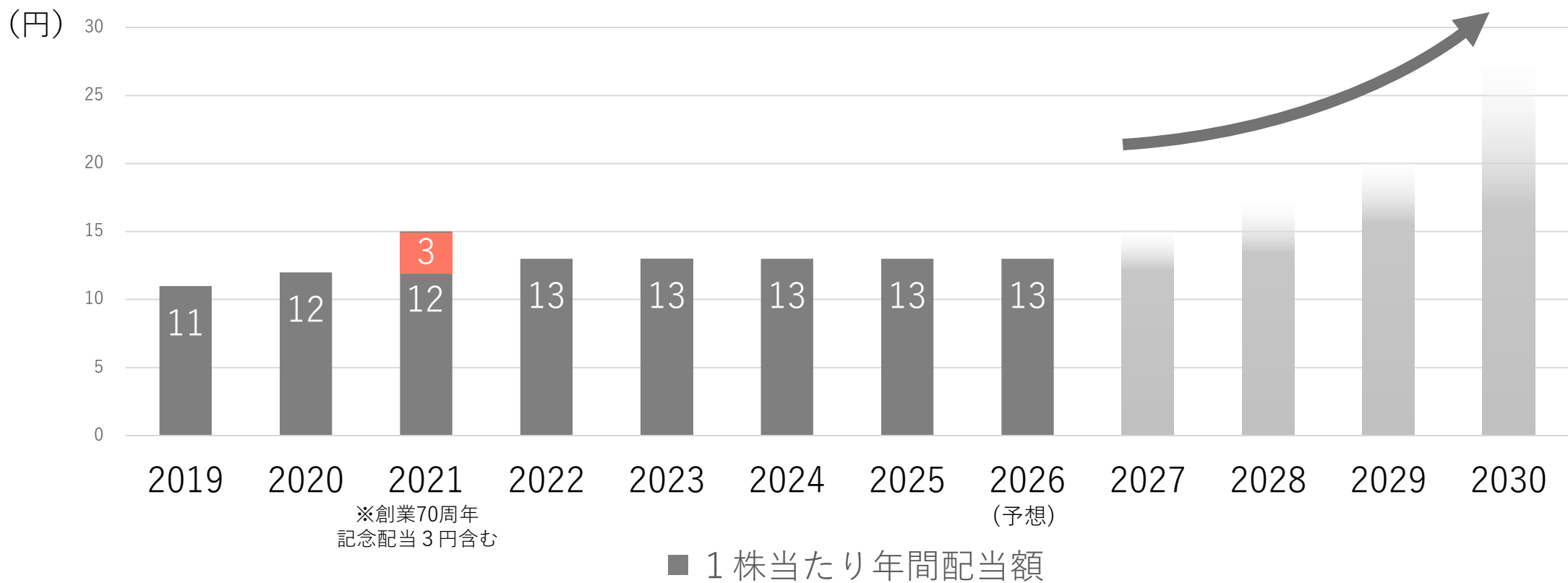


- ✓ 営業CFを基礎とした約60億円(5年間累計額)キャッシュは、経営数値計画の達成に向けて優先的に株主還元
- ✓ 累進配当と自己株式取得により、75%～100%の総還元性向を想定



1株当たり年間配当額の推移と配当方針

当社は業績を向上させ財務体質の強化を図ることで、安定的かつ持続可能な株主還元（配当・自己株式取得）を行うことを基本方針としています。2011年度以降減配なく、安定的な配当を継続して実施してまいりました。新 中期経営計画 2026-2030期間は配当性向及びDOEを基準とし、累進配当を行うものとします。なお、当社は当社製品のファンを広げることを目的として、株主優待も継続して実施してまいります。





IRに関するお問い合わせ先

株式会社ツインバード 取締役最高財務責任者 企画管理本部 本部長 渡邊 桂三 (TEL : 0256-92-6111)

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する意見や予測等は、資料作成時点で一般に認識されている経済・社会等の情勢及び、当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されており、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更される可能性があります。万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社及び情報提供者は一切責任を負いませんのでご承知おきください。