2026年10月30日

各　　位

会　社　名　株式会社カーメイト
(URL https://www.carmate.co.jp/)
代　表　者　代表取締役社長執行役員 徳田 勝
（コード番号 ７２９７）
問合せ先　執行役員 経理部長 矢嶋 純一
Ｔ　Ｅ　Ｌ　（０３）５９２６－１２１１(代表)

中期経営計画（2026年度～2028年度）策定に関するお知らせ

当社グループは、2026年度を期初とした中期経営計画（2026～2028年度）を策定いたしましたので、お知らせいたします。詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

記

１．中期経営計画の概要

中期経営計画「EXPAND CARMATE 2028」は、当社グループが2031年に目指す長期ビジョンを見据え、新たな成長を創出するための第１次（３か年）計画と位置付けております。

「EXPAND CARMATE 2028」は、成長領域への経営資源の集中と事業ドメインの再編を柱に据え、事業基盤の再構築を実行し、次の第２次中期経営計画（2029～2031年度）の成長につなげるものです。
企業理念 「CREATE-創造-」 のもと、「eモノづくり面白カンパニー」として、
人とクルマのより良い未来を創造し、社会に役立つ企業グループへの進化を目指してまいります。

２．基本方針

①新製品、新規カテゴリ拡大

新たな価値創造へ挑戦を加速し、次世代の成長の柱へ育成する

②市場、チャネルの拡大

国内外の市場・チャネルを拡大し、新たな顧客接点の創出による成長基盤の強化を図る

③持続的な企業価値向上

サステナビリティ経営の基盤を構築し、持続的な成長と企業価値向上を実現する

３．業績目標

	中期経営計画 EXPAND CARMATE 2028 （２０２８年度）	長期ビジョン （２０３１年度）
売上高	１８０億円	２００億円
営業利益（率）	１４億円（８％）	２０億円（10％）
ＲＯＥ	８％	１０％

以上

EXPAND CARMATE 2028

中期経営計画

2026-2028年度

株式会社カーメイト

東証STD 7297

■ カーメイトについて

■ 事業環境認識

・振り返り
・取り巻く環境の変化
・当社の現状と目指す姿

■ 中期経営計画「EXPAND CARMATE 2028」の概要

・基本方針
・重点戦略
・数値計画

■ 自動車産業、カー用品とともに60年

創業以来、カー用品の企画・開発・製造を通じて、日本のモータリゼーション発展とともに歩んでまいりました
自動車業界が電動化や自動運転など大きな変革期を迎える中、これからも安全・安心で快適なモビリティライフを支える
製品づくりに取り組んでまいります

1966

モータリゼーション黎明期

1976

レジャー化と
モータリゼーション拡大期

1986

バブル期、
車文化成熟と市場拡大期

1996

個性化と
カーライフ多様化の時代

2006
スマートフォン普及
デジタル化と安全意識の高まり

2016

CASE・電動化など
モビリティ変革期

2026

世界情勢

不確実性と技術革新の加速

カー用品市場

カー用品専門店の他、EC、純正、
ディーラーなど様々な形態
（オムニチャネル）へと変化

■ 事業概要

A - 車用品部門［23%］
- 車用小物類全般
- チャイルドシート、チャイルド用品

B - 運搬架台、タイヤ滑り止め部門［24%］
- カーキャリア
- タイヤチェーン

C - ケミカル部門［30%］
- 車用芳香剤、消臭剤
- 洗車ケミカル用品

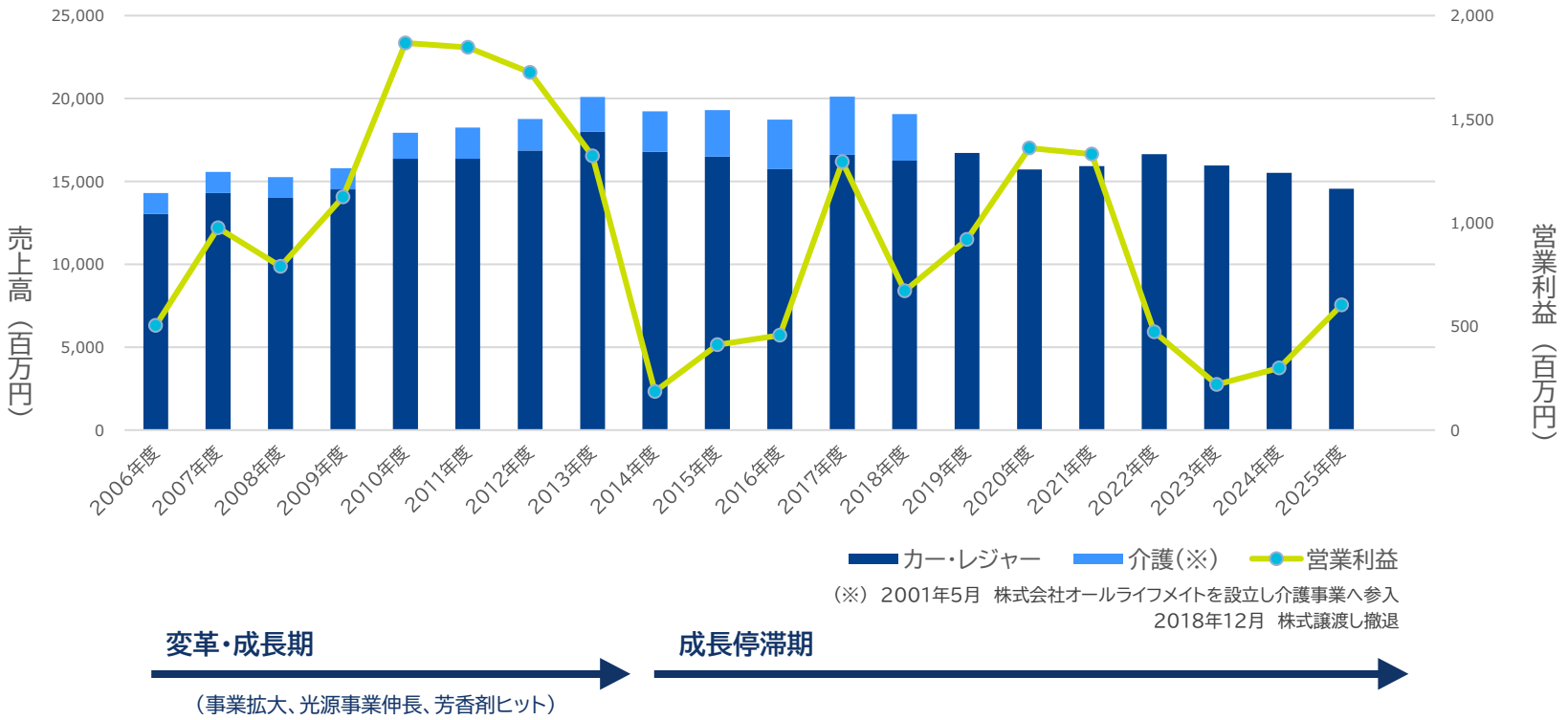
D - 電子・電気機器部門［11%］
- 光源事業
- リモコンエンジンスターター
- 360度カメラ搭載ドライブレコーダー

E - アウトドア、レジャー、スポーツ用品［12%］
- スノーボード用品
- 自転車関連用品



■ 過去20年の業績

2014年度以降、成長が停滞
確実に成長を実現させる基盤構築が必要



（※）2001年5月　株式会社オールライフメイトを設立し介護事業へ参入
2018年12月　株式譲渡し撤退

変革・成長期
（事業拡大、光源事業伸長、芳香剤ヒット）

成長停滞期

■ 取り巻く環境の変化

・自動車の変化
・顧客価値の二極化、接点の多様化
・競争構造の変化
・社会、コスト環境の不確実性

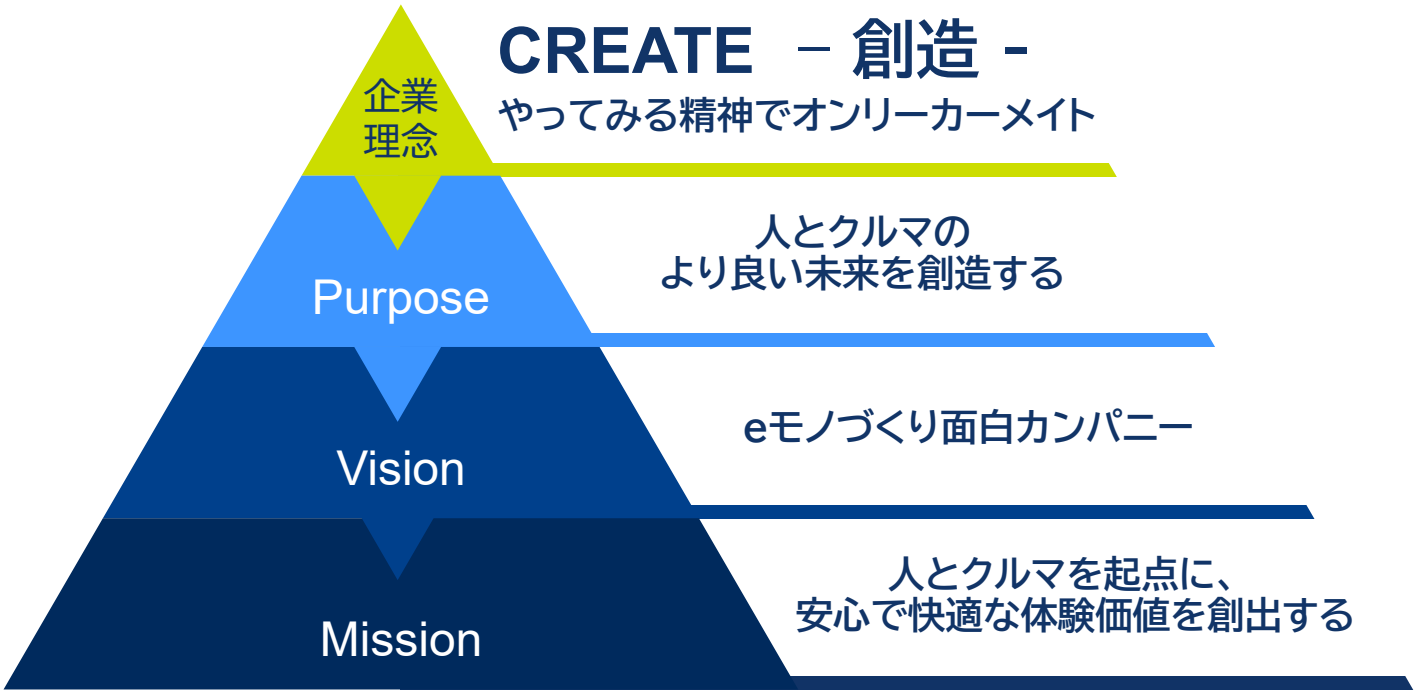
■ 当社の現状

大きな変化を迎えている市場環境の中で、当社の強みを最大限に活かし、
眼前の課題を乗り越える対応力と実行力の強化が課題

	SCM	開発・R&D	組織
強み	強固な販売ネットワーク 国内のブランド力	多種多様な開発・技術力 車両適合データ	経験・ノウハウの蓄積 現場対応力
弱み	調達コストの増加 非効率な販売在庫	開発スピードの不足 テーマ分散	組織分断 人員構成の偏り

■ 当社の目指す姿

企業理念「CREATE-創造-」のもと、eモノづくり面白カンパニーとして、人とクルマのより良い未来を創造し、社会に役立つ集団へと進化する



「eモノづくり」とは
従来の「モノづくり」にexciting（わくわく）、electric（電気的な）、eco-friendly（環境にやさしい）、ee（ええもの、良いもの）、evolve（進化）、extend（拡張）、enhanced（強化された）の“e”の要素を加えた造語

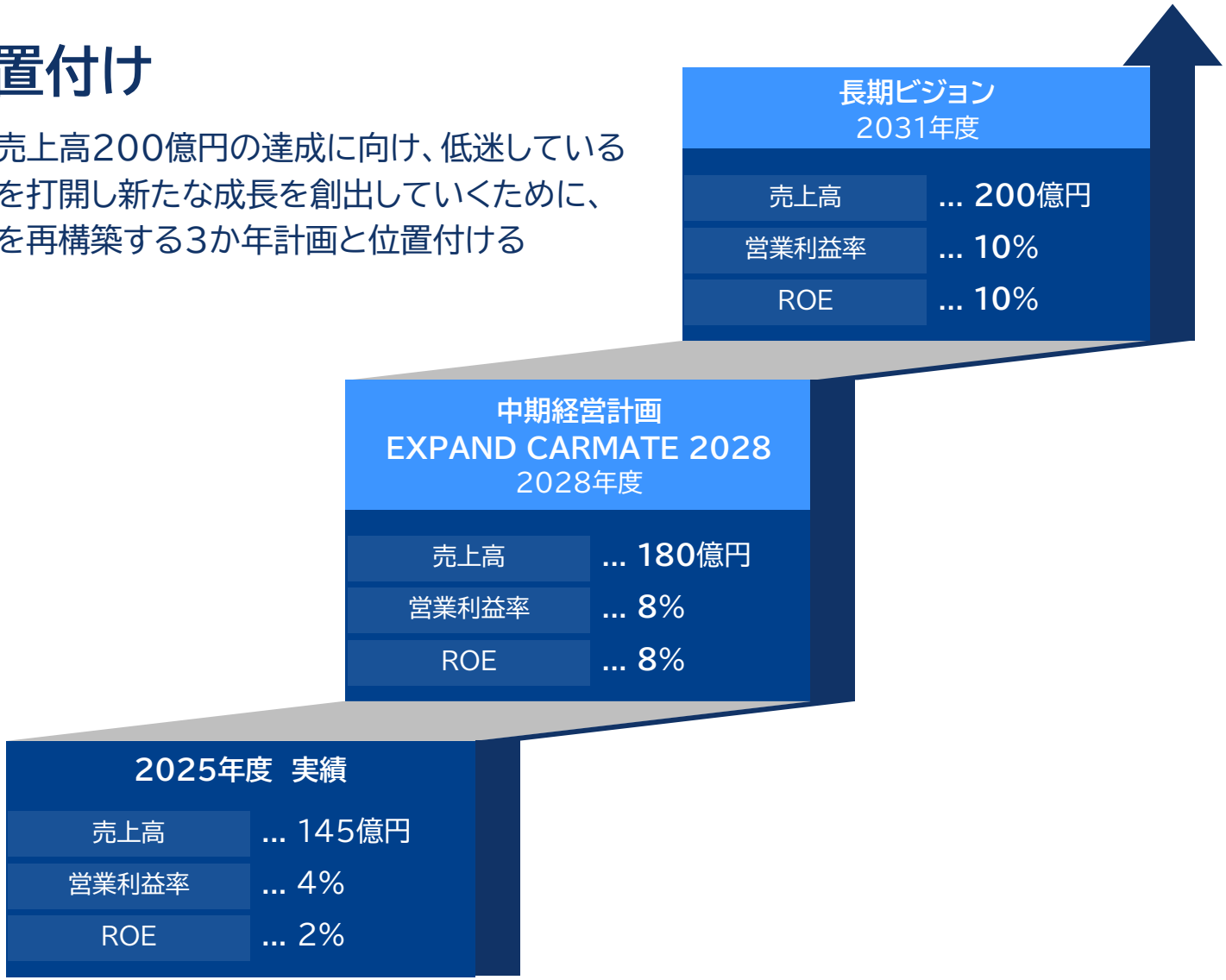
EXPAND CARMATE 2028

【 2026-2028年度 】

基盤を再構築し、新たな成長を創り出す3年間

位置付け

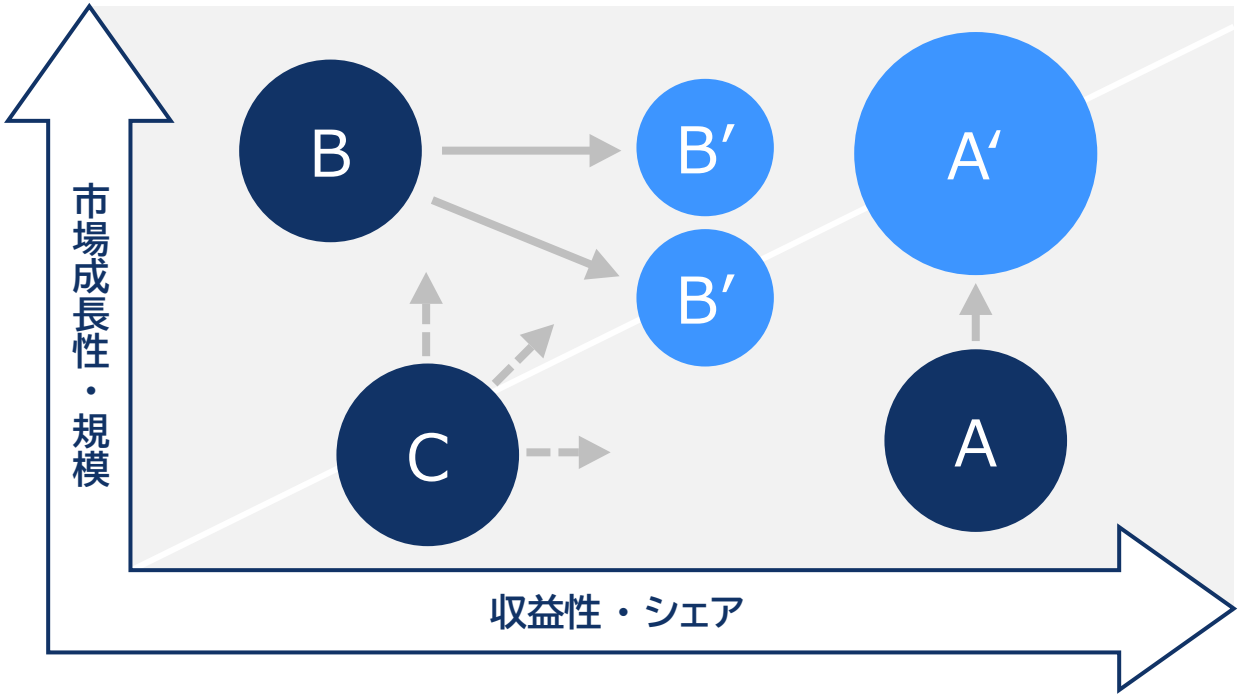
連結売上高200億円の達成に向け、低迷している現況を打開し新たな成長を創出していくために、基盤を再構築する3か年計画と位置付ける



■ 成長する領域へ経営資源を集中する

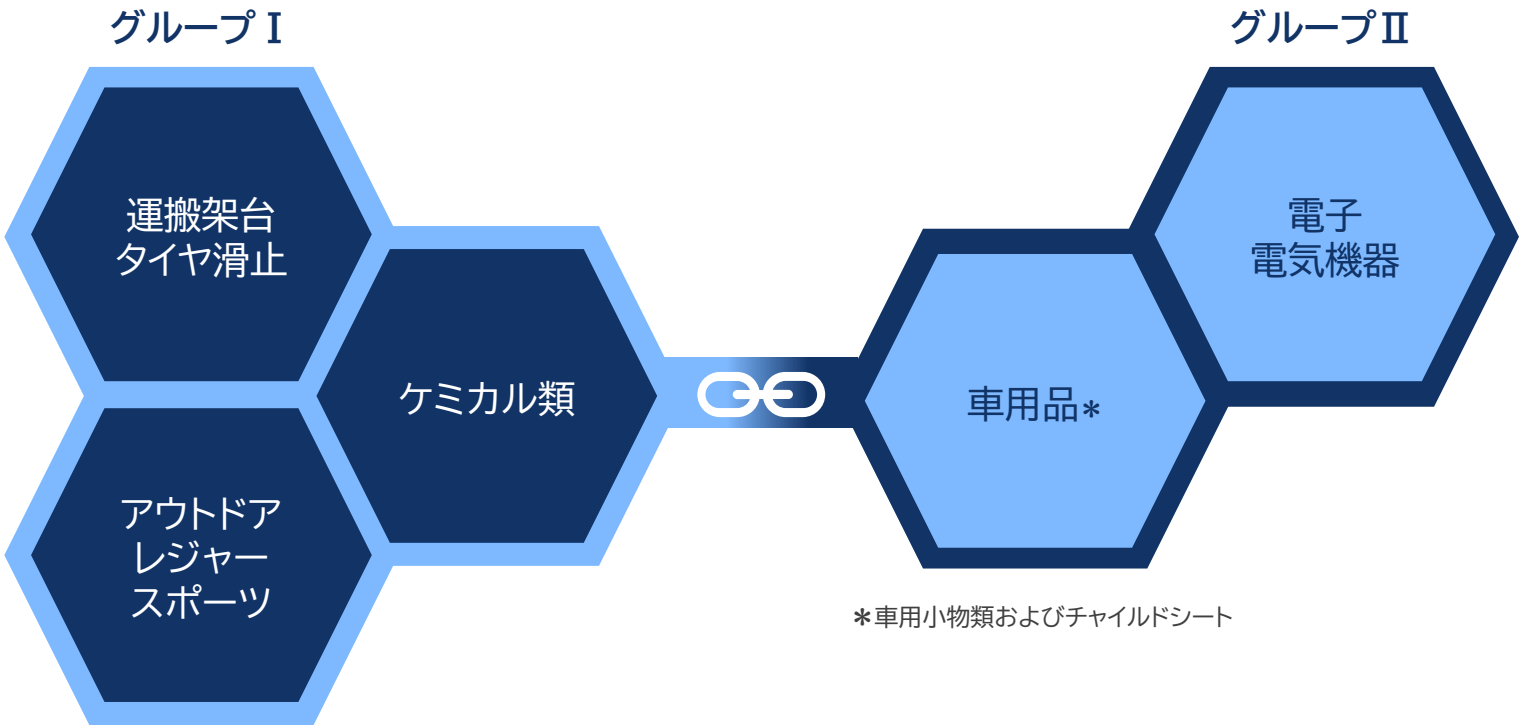
プロダクト ポートフォリオ マネジメント［PPM］

A：集中投資
B：選択投資
C：合理化、事業転換



■ 事業ドメイン再編

グループⅠ： 積極的な成長投資により売上拡大を加速　（前頁PPMのA・Bに該当）
グループⅡ： 成長と技術資産の収益最大化を両輪で推進（同、B・Cに該当）
既存5部門を2つの集合体に再編し、シナジー効果の増幅と戦略の明確化を図る



*車用小物類およびチャイルドシート

■ 重点戦略 ［3つの柱］

◇ 新創製品、新規カテゴリ拡大

新たな価値創造へ挑戦を加速し、次世代の成長の柱へ育成

◇ 市場、チャネルの拡大

国内外の市場・チャネルを拡大し、新たな顧客接点の創出による成長基盤の強化を図る

◇ 持続的な企業価値向上

サステナビリティ経営の基盤を構築し、持続的な成長と企業価値向上を実現する

◇ 新創製品、新規カテゴリ拡大

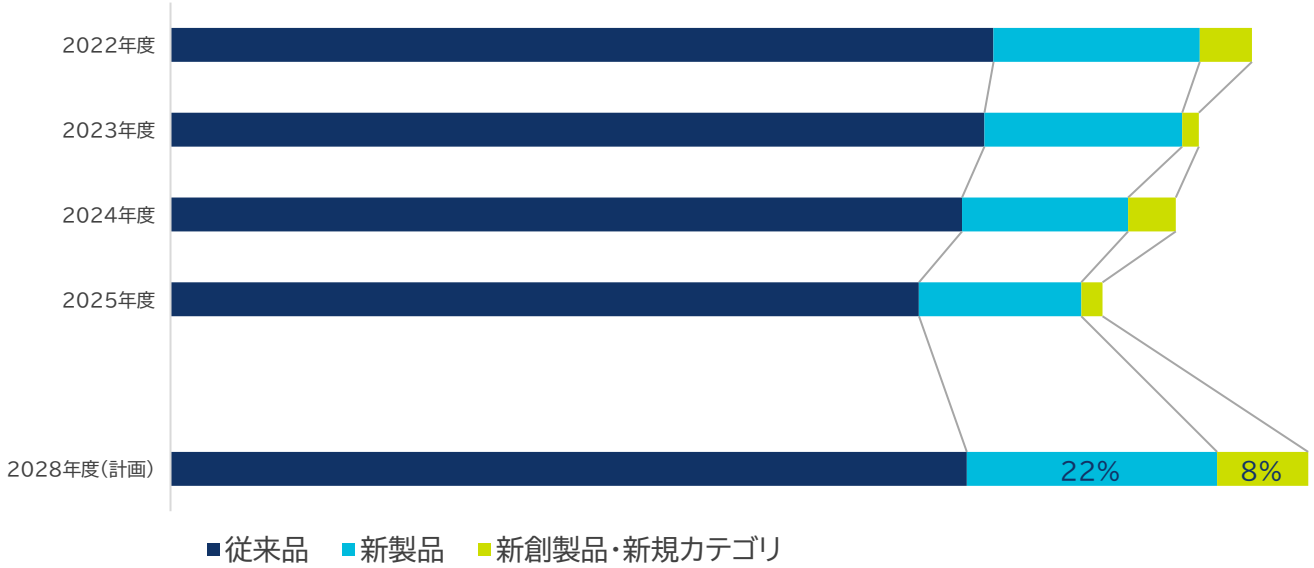
新たな価値創造へ挑戦を加速し、次世代の成長の柱へ育成

2028年度、新製品売上構成比30%を実現させる
うち、新創製品・新規カテゴリ製品の売上構成比を8%とする



◆新創製品　一例
IRIE(アイリー)
「爆風ハンディファン　BK」
ドローン用の羽とモーターを採用し
最大風速は約15m/s。(社内測定値)

【 従来品と新製品の売上高構成比 】



グラフは単体ベース。 連結ベースの構成比は今後集計・開示してまいります。

◇ 市場、チャネルの拡大

国内外の市場・チャネルを拡大し、新たな顧客接点の創出による成長基盤の強化を図る

➡ 国内市場

・得意先様との更なる取り組み強化（再構築）
・品質、ブランド力を強化し、常に選ばれる製品開発
・リピーター・ファン層の獲得

➡ 海外市場

・車両適合力と技術力を活用して、国内の5倍以上の日本車が流通している世界市場へアプローチを強化
・持続的基盤の構築（生産・デリバリー）
・重点攻略エリア▸中国・北米・その他アジア

➡ 自動車販売市場

・新車販売・中古車販売ルート開拓強化
・安心品質な製品で用品販売を推奨し、純正ルートへの拡大を図る

◇ 持続的な企業価値向上

サステナビリティ経営の基盤を構築し、持続的な成長と企業価値向上を実現する

➡ 環境への取り組み

・環境に配慮した製品開発・サステナブルな製品設計
・プラスチック容器削減

➡ 社会、人的資本

・安全・安心な製品とサービスの提供
・成長を生み出す人財育成、挑戦を支える評価・報酬制度の見直し

➡ ガバナンス

・コーポレートガバナンス・コードへの対応
・適時適切な情報発信の強化

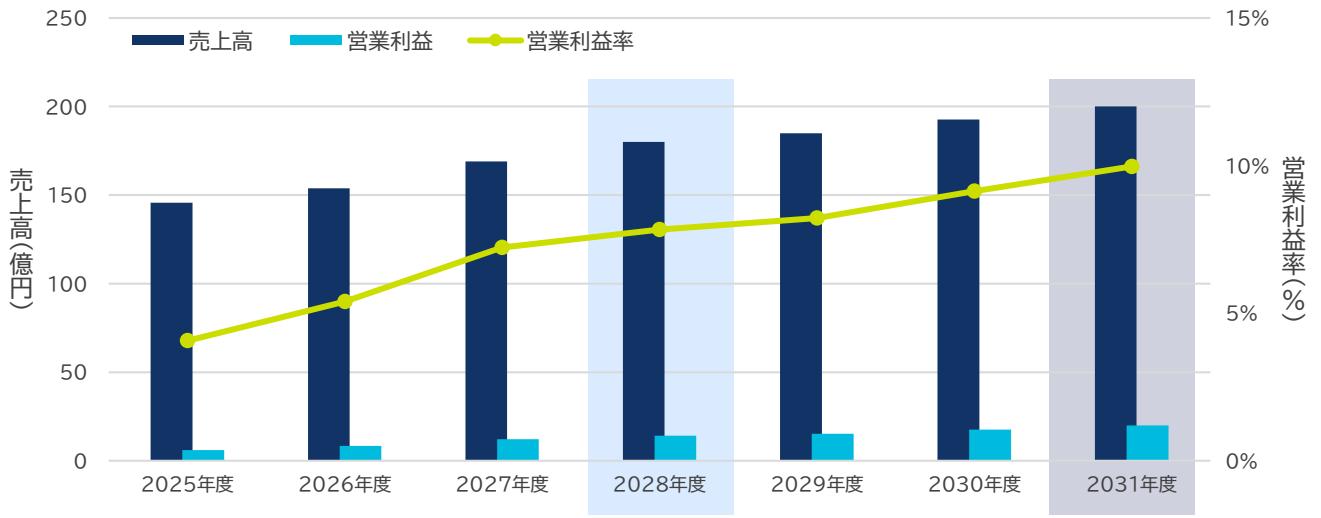
➡ 組織改革

・組織連携強化・ドメイングループ再編
・スピードある意思決定

本計画期間では、サステナビリティ経営の基盤整備を優先し、具体的な非財務目標については検討・実践を重ねながら、段階的に設定・開示してまいります。

■ 業績目標

	2028年度	2031年度
売上高	180億円	200億円
営業利益	14億円	20億円
営業利益率	8%	10%
ROE	8%	10%



■ キャッシュアロケーション
～2028年度

収益基盤構築や国内外における継続的な成長とともに、
株主還元を両立させるアロケーションを実現させる

IN

基礎的営業キャッシュ・フロー
（CF＋研究開発費）
70億円

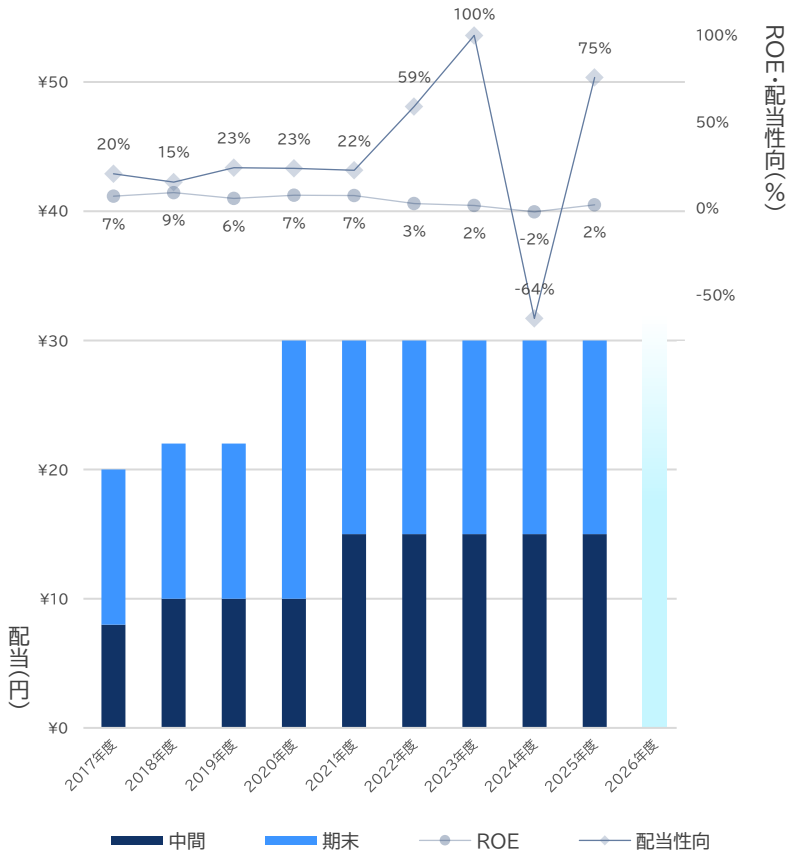
手元資金

OUT

成長投資	事業投資	50億円＋α	開発力強化事業ポートフォリオ再構築
	その他投資	20億円＋α	AI・デジタル投資 人的資本投資
株主還元	配当	7億円	株主還元方針
資本	内部留保	－	－

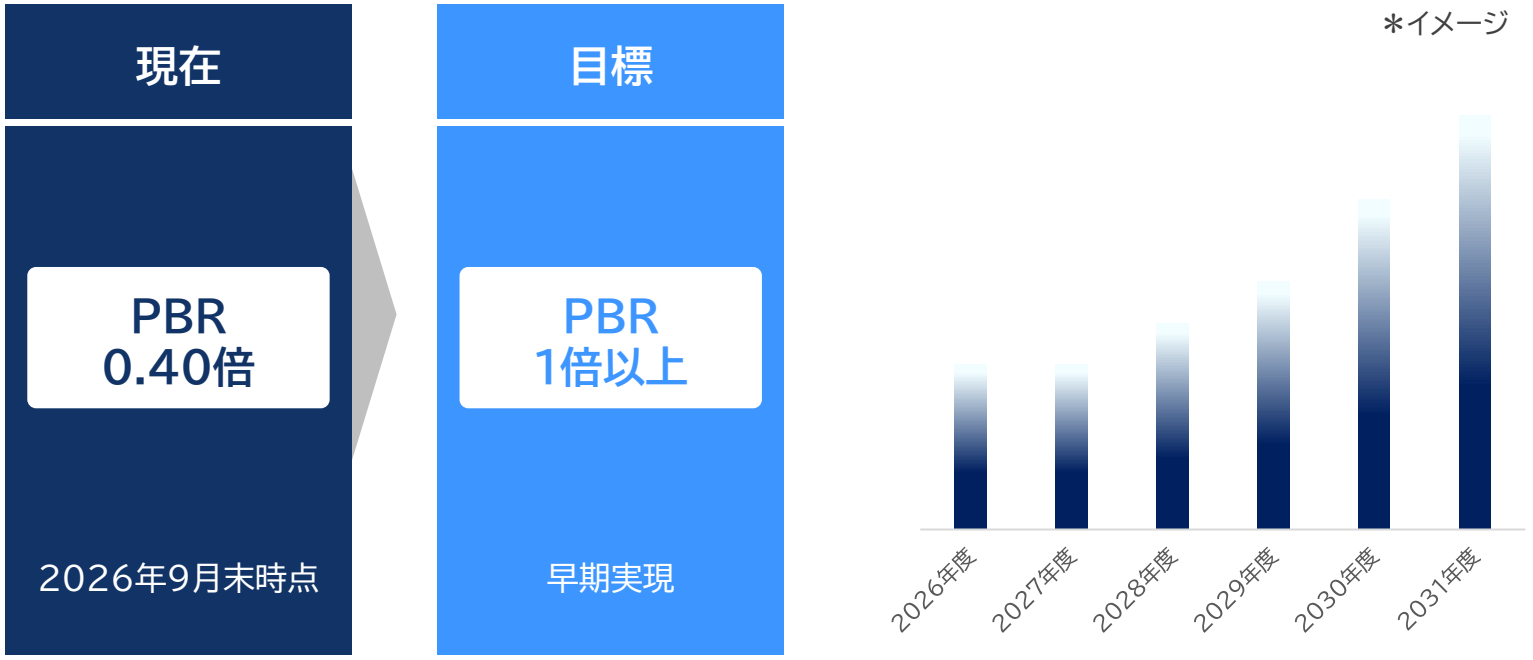
■ ROE・株主還元方針

ROE▸2028年度目標8%（2025年度1.9%）
株主還元方針▸配当性向30%以上を目安とした安定配当



■ PBR 1倍以上について

中期経営計画を遂行し、収益性向上と資産効率化を実現させ、PBR1倍以上の早期達成を目指す



ともに走った、60年。
これからも、ずっと。



1965年、後付けヘッドレスト「オートピロー」の開発から
私たちの“モノづくり”は始まりました。
当時、クルマにはヘッドレストがなく、交通事故が社会問題となっていた時代。
「オートピロー」は“むち打ち防止に役立つ”製品として注目され、
翌1966年、カーメイトが誕生しました。

それから60年。
カー用品をはじめとする多彩な製品を世に送り出してまいりました。

これからも私たちは、支えてくださったすべての方々への感謝を胸に、
企業理念である「CREATE ー創造ー」のもと、
新たな価値を創造し続けてまいります。


Carmate