



2026年1月13日

各位

会社名 株式会社サーラコーポレーション  
代表者名 取締役社長 兼 グループ代表・CEO  
神野 吾郎  
(コード番号 2734 東証プライム市場、名証プレミアム市場)  
問合せ先 総務部総務・IRグループマネージャー  
市川 伸一  
(TEL. 0532-51-1182)

### 第6次中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、この度、第6次中期経営計画（2026年11月期～2030年11月期）を策定しましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

#### 1. 対象期間

2026年11月期～2030年11月期までの5年間

#### 2. 第6次中期経営計画の概要

第6次中期経営計画（2026年11月期～2030年11月期）では、交差・連携・共創、そして変革（Transformation）による新たな価値創造を「X（Cross）」と定義し、創業120周年を控えるとともに、2030年ビジョンの数値目標は連結営業利益120億円であることから、この「120」を掛け合わせて、同計画の基本方針は「X（Cross）“120”」と決めました。『「暮らしのSALA」 「ビジネスのSALA」のビジネスモデル確立』、『新たな価値創造による事業の創出』、『既存事業の収益力向上と経営改革』、『人口減少（人手不足）・賃金上昇時代における価値提供の源泉となる人材の採用・育成・定着とエンゲージメントの向上』、『DX推進による生産性向上と新たな顧客価値の創出』という5つの重点戦略を掲げ、ビジネスモデルの変革と新たな価値創造の取組みを一層推進し、お客さまの暮らしとビジネスにおいて信頼される地域ブランドの確立に向けて持続的な成長を実現することにより、2030年ビジョンの達成を目指します。

#### 3. 経営数値目標

区 分	第24期 実績 (2025年11月期)	第29期 目標 (2030年11月期)
売 上 高	2,515億円	3,000億円
営 業 利 益	73億円	120億円
当 期 純 利 益	58億円	84億円
売 上 高 営 業 利 益 率	2.9%	4.0%
ROE（自己資本当期純利益率）	6.7%	10.0%
ROIC（投下資本利益率）	3.8%	6.0%

(注) 第29期目標には、為替予約に係るデリバティブ評価損益の影響を織り込んでおりません。

以 上

# 第6次中期経営計画 (2026-2030)



## グループ基本理念

美しく快適な人間空間づくりを通し、  
地域社会から信頼される企業グループとして、豊かな社会の実現をめざします

## グループ2030年ビジョン

### 「私のまちにSALA、暮らしとともにSALA」

- 社会が大きく変わっていく中、SALAは、暮らしやすさを徹底して追求し、安心、安全、快適、便利はもちろんのこと、新しく、楽しい価値を提供していきます。
- お客さま、地域、取引先、株主からはSALAブランドが信頼のあかしとなる、社員にとっては最も働きがいのある会社となることを目指します。
- すべてのステークホルダーとともに持続的な成長を続け、信頼の地域ブランドSALAの確立を目指します。

## 2030年の目指す姿

SALAブランド  
の確立

質の向上

住まい分野の  
飛躍的成長

自ら考え、  
行動する人づくり

社会価値向上

### 2030年の連結数値目標 ※

売上高	営業利益	売上高営業利益率
2,800億円	120億円	4.3%

※2030年ビジョン策定時

# 第5次中期経営計画の振り返り

社内外との連携・共創をテーマに、事業成長に向けたビジネスモデル変革や新たな価値創造をはじめとする重点戦略に取り組んだ。一方、数値計画は未達となり、収益性向上の観点では課題を残す結果となった。

## 重点戦略

## 進捗と主要成果

### 重点戦略1.

ライフクリエイティブ事業  
ユニットでのサービス・  
事業開発と事業形態の変革

- 住まい分野では、**安江工務店と資本業務提携**を実施し、顧客視点で最適かつ市場競争力あるストック住宅ビジネスモデルの構築に着手
- 新たに**農業生産事業、系統用蓄電池事業、不動産投資事業**を開始

### 重点戦略2.

期待を上回る「顧客体験」を  
通じてブランド価値を高める

- 顧客満足度向上に向けて、デジタルチャネル整備やコールセンター設置による利便性向上を推進
- 「暮らしと住まいの研究所」を設置し、外部機関と連携しながら「暮らしやすさ」につながる調査研究を実施

### 重点戦略3.

グループ内外との  
「共創」による事業創造

- 新規事業創造に向けて、協業が見込める**ベンチャーキャピタルファンドやスタートアップ企業への出資**を実施
- 全社員が顧客や地域の課題解決に資する事業・サービス開発に挑戦できる制度として「**SALA事業創造チャレンジ**」の運用を開始

### 重点戦略4.

既存事業分野の収益力向上

- 各事業における業務プロセス改善や、デジタルを活用した生産性向上への取り組みを実施

### 重点戦略5.

「自ら考え、行動する」人が  
集う組織風土への変革

- グループ全社員共通の行動指針「6つのアクション」と連動した行動評価、研修、昇格アセスメントを導入
- 手上げ式の人材公募（社内・社外出向）、教育・研修プログラム等の充実化

## 数値計画の進捗

営業利益は当初計画の80億円を下回る73億円  
で着地し、営業利益率も計画を下回る2.9%に  
留まった。

	実績	計画
売上高	2,515億円	2,700億円
営業利益	73億円	80億円
営業利益率	2.9%	3.0%
ROE※	6.7%	8.0%

※計画にはデリバティブ評価損益を含まない



## 住まい分野の飛躍的成長に向けた取り組み



株式会社安江工務店との資本提携



リバースモーゲージサービス「ゆとりあん」を提供開始



国内最高水準の断熱等性能等級7※に対応した「SINKA KIWAMI」を販売

※サーラ住宅の施工エリアの省エネ基準の場合

## 電力ビジネス拡大に向けた取り組み

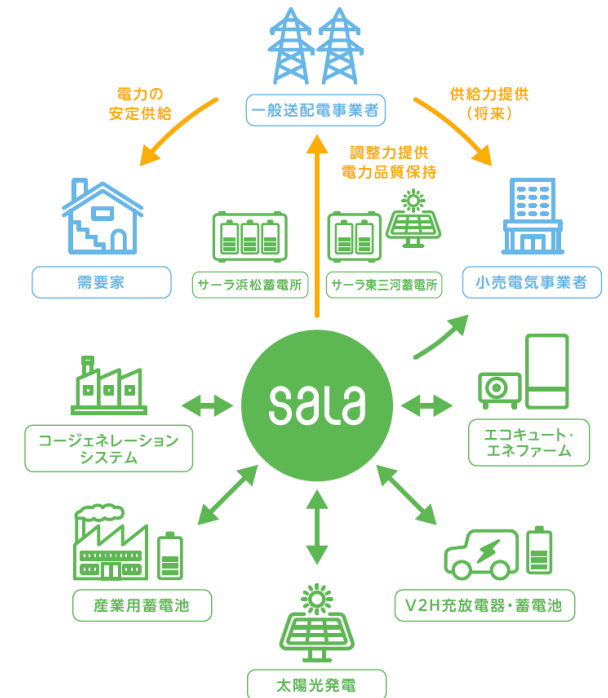


サーラ東三河太陽光併設蓄電所



サーラ浜松蓄電所

### < 事業展開イメージ >



人口減少・高齢化社会の進展による、労働人口減少とマーケット縮小の同時進行をはじめ、持続的成長に向けた課題がより顕在化してくる。地域社会やお客さまの課題を解決し、持続的な成長をしていくためには、環境変化を踏まえた新たな付加価値創出、ビジネスモデルの変革に取り組むことが重要となる。

## 主要な環境変化

社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口減少・高齢化社会の影響の顕在化 (労働人口減少、産業・マーケット縮小、空き家問題の深刻化等)</li> <li>社会インフラの一斉老朽化に伴う更新・維持管理コスト増大</li> <li>働き方の多様化(年齢、性別、場所、雇用形態)</li> </ul>
経済	<ul style="list-style-type: none"> <li>資本市場からの要請の高まり(PBR1倍、ROE8%以上)</li> <li>継続的な賃金上昇</li> <li>金融政策転換に伴う金利上昇</li> </ul>
技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>生成AI等のテクノロジーの進化</li> <li>データ活用高度化の進展</li> </ul>
環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>カーボンニュートラル社会への移行</li> <li>異常気象と自然災害の激甚化</li> <li>水資源や生物多様性保全の重要性の高まり</li> </ul>



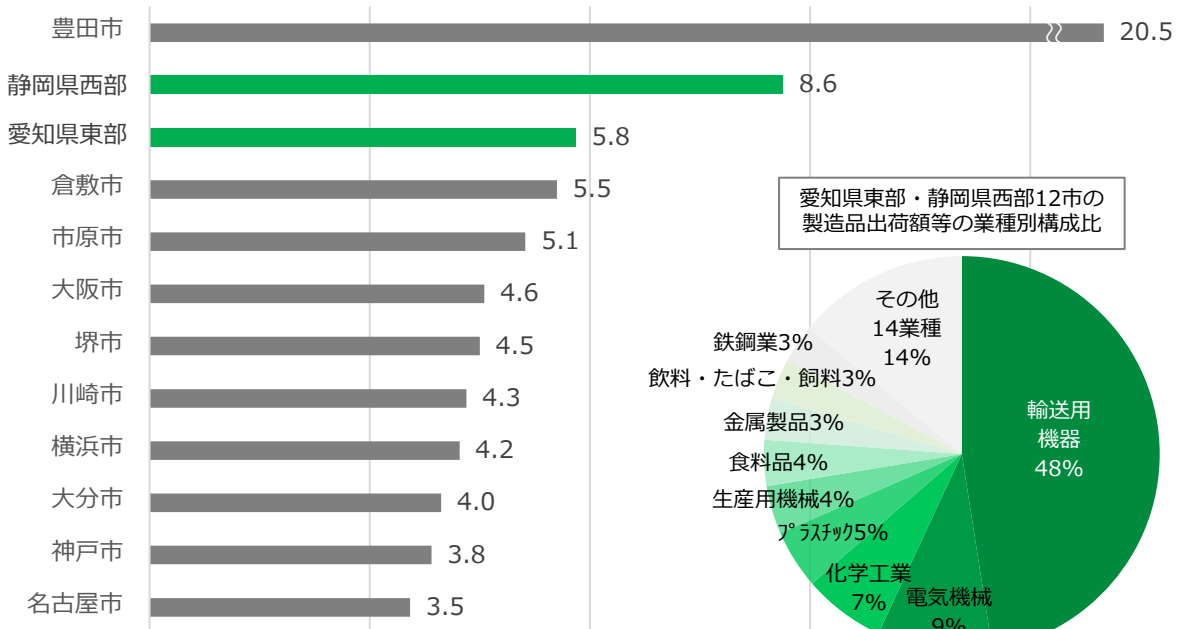
## 事業への影響

<ul style="list-style-type: none"> <li>持続的成長への<b>新たな価値創出、事業エリア拡大</b></li> <li><b>競争力の源泉である人材確保</b> (特に人手不足が想定される施工者・職人・配送者等)</li> <li>事業を通じた社会課題解決</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>資本コストや株価を意識した経営への要請の高まり</li> <li>人件費上昇、資金調達コスト増加を上回る<b>付加価値の創出</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>DX推進による生産性向上・付加価値創出</b></li> <li>技術活用力がもたらす企業間の競争優位性の差異拡大</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>事業およびサプライチェーン全体でのCO<sub>2</sub>排出削減</li> <li>企業価値向上に向けた積極的な非財務情報開示</li> </ul>

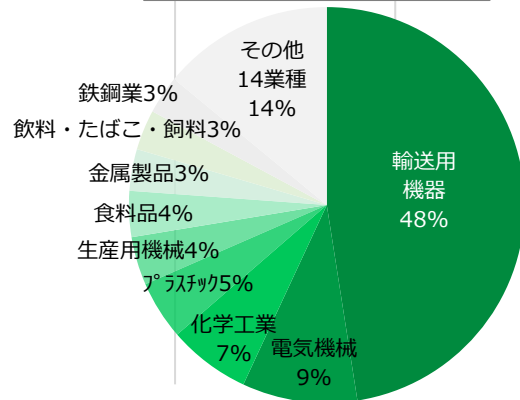
# (参考) 当社の主な事業エリアである愛知県東部・静岡県西部の「地域力」

		愛知県東部（東三河）	静岡県西部（遠州）
	市町村	豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、田原市、北設楽郡設楽町、北設楽郡東栄町、北設楽郡豊根村	浜松市、磐田市、掛川市、袋井市、湖西市、御前崎市、菊川市、周智郡森町
	人口	約72万人	約127万人
	製造品出荷額	約5.8兆円(2023年)	約8.6兆円(2023年)
	農業産出額	約1,600億円(2023年)	約1,100億円(2023年)
三河湾の特色	自動車輸入額全国1位、輸出額全国2位		

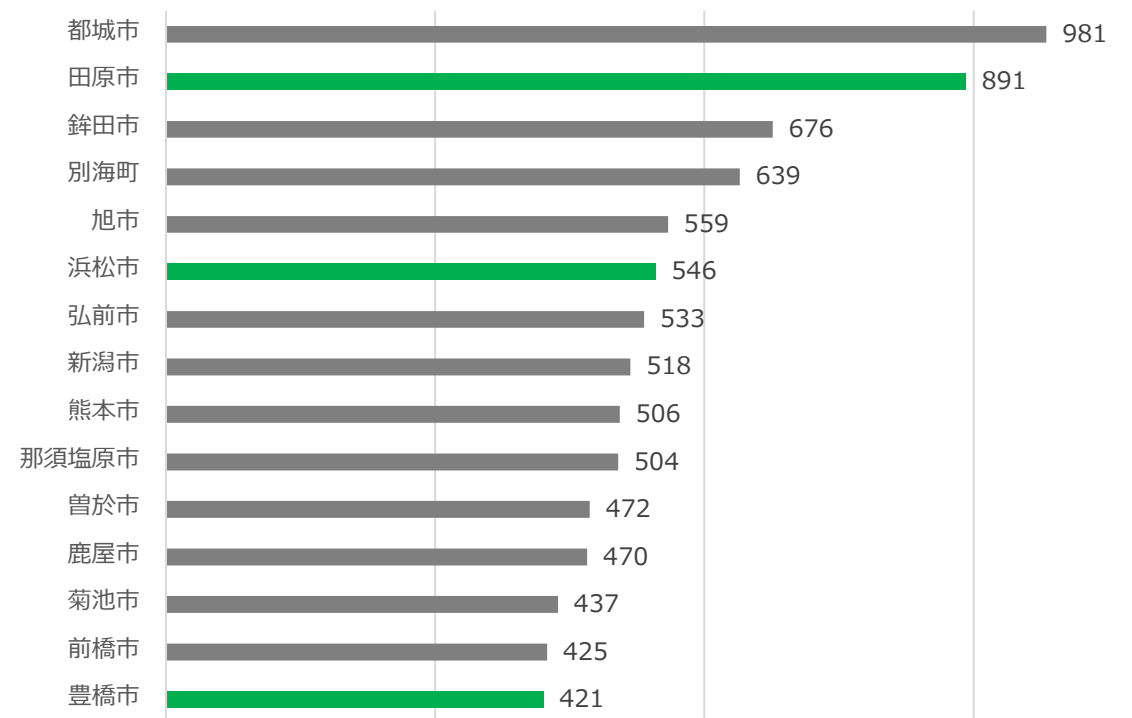
## 製造品出荷額等 全国上位10市町村との比較（2023年）



愛知県東部・静岡県西部12市の製造品出荷額等の業種別構成比



## 農業産出額の全国上位15市町村（2023年）



# sala SALA GROUP 第6次中期経営計画の位置づけ（未来志向からのバックキャスト）

第5次中期経営計画の取り組みをさらに加速すると共に、2030年ビジョンのその先を見据え、これまでの延長線ではない「**Transformation（変革）**」を遂げ、2030年ビジョン達成を目指す。

■ 営業利益（億円）  
 ■ 売上高（億円）

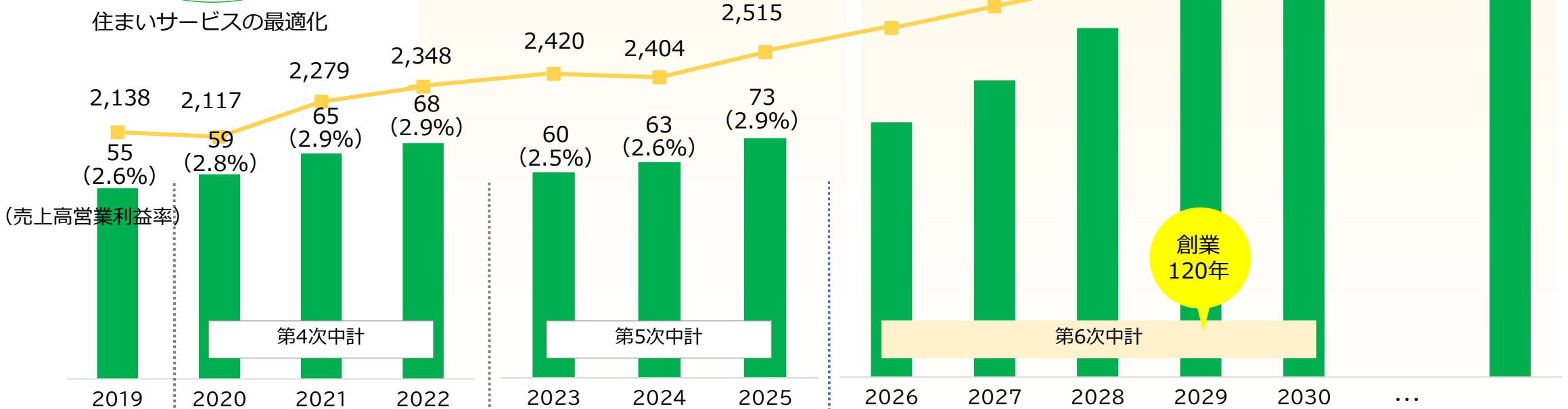


連携・共創をテーマに  
**事業・ビジネスモデルの変革と  
 新たな価値創造に取り組む**

- ・安江工務店のグループイン
- ・系統用蓄電所の開所
- ・不動産投資事業の開始
- ・農業生産事業への参入



「暮らしのSALA」  
 「ビジネスのSALA」の確立



住まいサービスの最適化

(売上高営業利益率)

第4次中計

第5次中計

第6次中計

創業  
120年



# 第6次中期経営計画において目指す姿

サーラグループは創業以来、地域社会の課題解決を通じ、暮らしと産業の発展に寄与してきた。そして、地域の期待に応え続けることで信頼を築き、2029年には創業120周年を迎える。今後も地域とともに持続的な成長を実現するため、カーボンニュートラルや労働力不足、空き家・相続問題といった急激な環境変化に対応する。取り組むべき領域を明確化し、「暮らしのSALA」および「ビジネスのSALA」を確立することで、お客さまの暮らしとビジネスの双方において、最も信頼される「地域No.1ブランド」の地位を確固たるものとする。



## 基本方針

# X (Cross) “120”

X (Cross)

枠を越えた先で、X : Cross (交差・連携・共創) し、  
変革 (Transformation) を成し遂げ、**新たな価値を創造する**

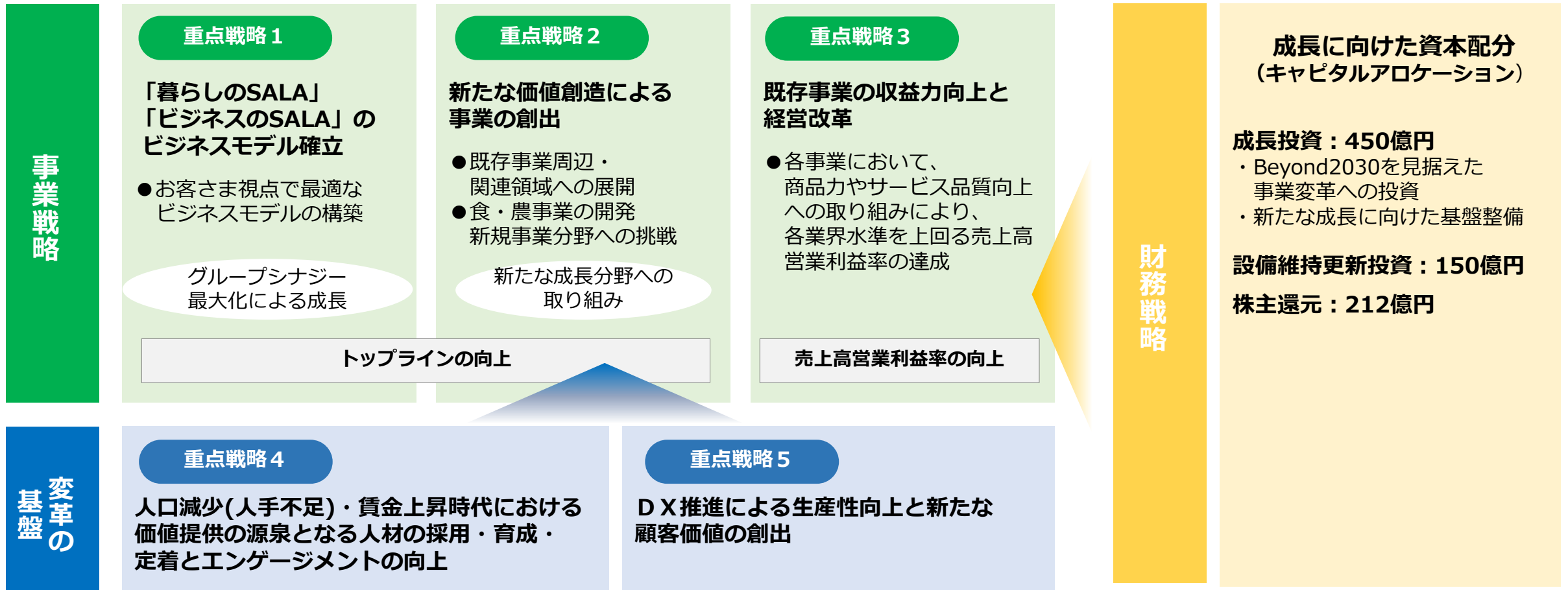
120

- ・ 創業120年 (2029年10月10日)
- ・ 営業利益120億円 (2030年ビジョン数値目標)

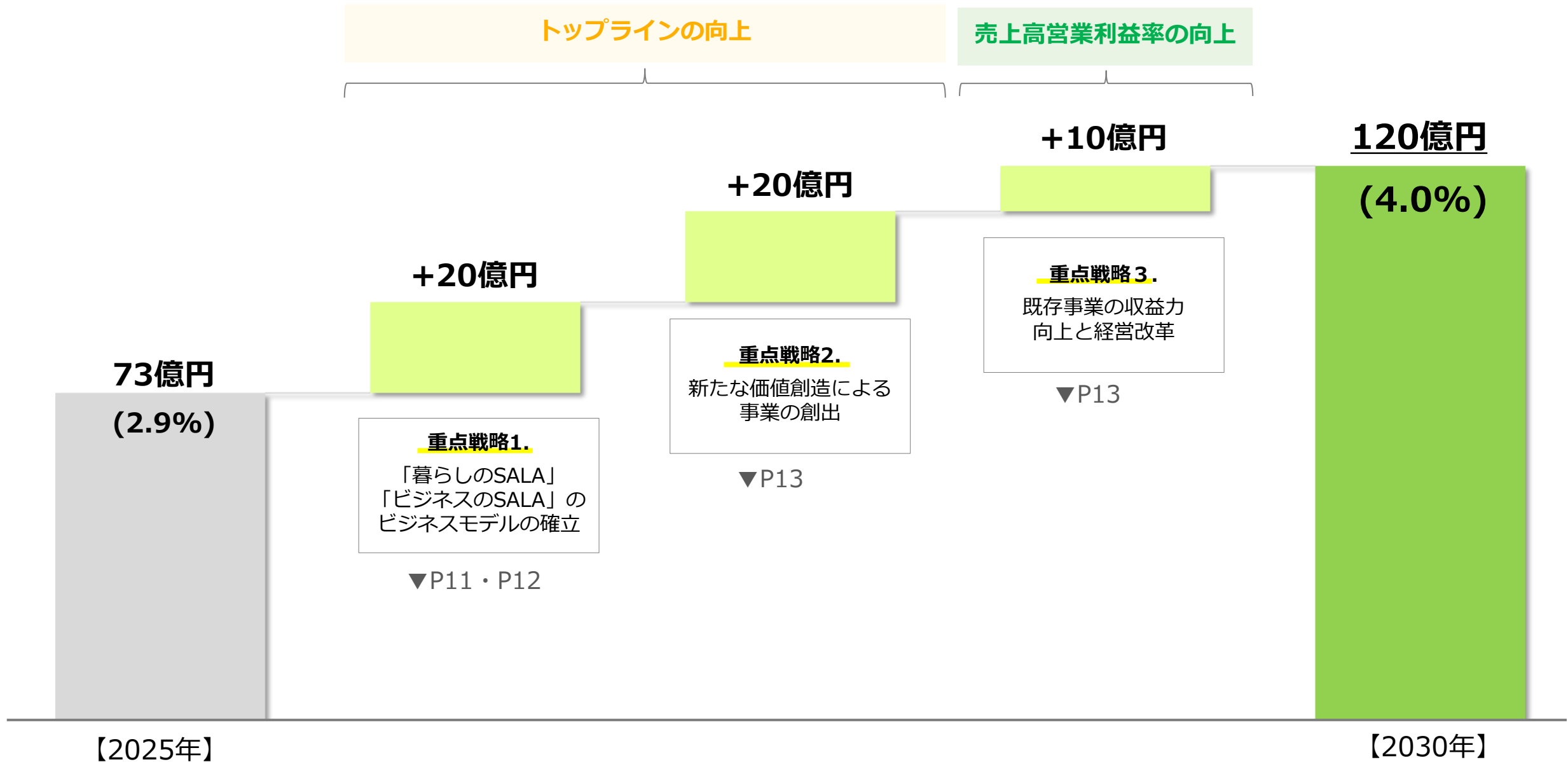
グループの顧客基盤・アセットを活用することにより、グループシナジーの最大化を目指すとともに、既存エリアの深耕および新規エリア拡大を行うことで、顧客基盤の拡大を図る。

また、「E: Energy、Environment」、「食: 食・農」、「住: 住まい・暮らし、社会・産業インフラ」の領域において柱となる事業創出に向け、新たな価値創造に取り組む。

それらの事業戦略と連動し、変革を成し遂げる基盤整備として人材・デジタルへの取り組みを強化する。



# 第6次中期経営計画における成長シナリオ（営業利益）

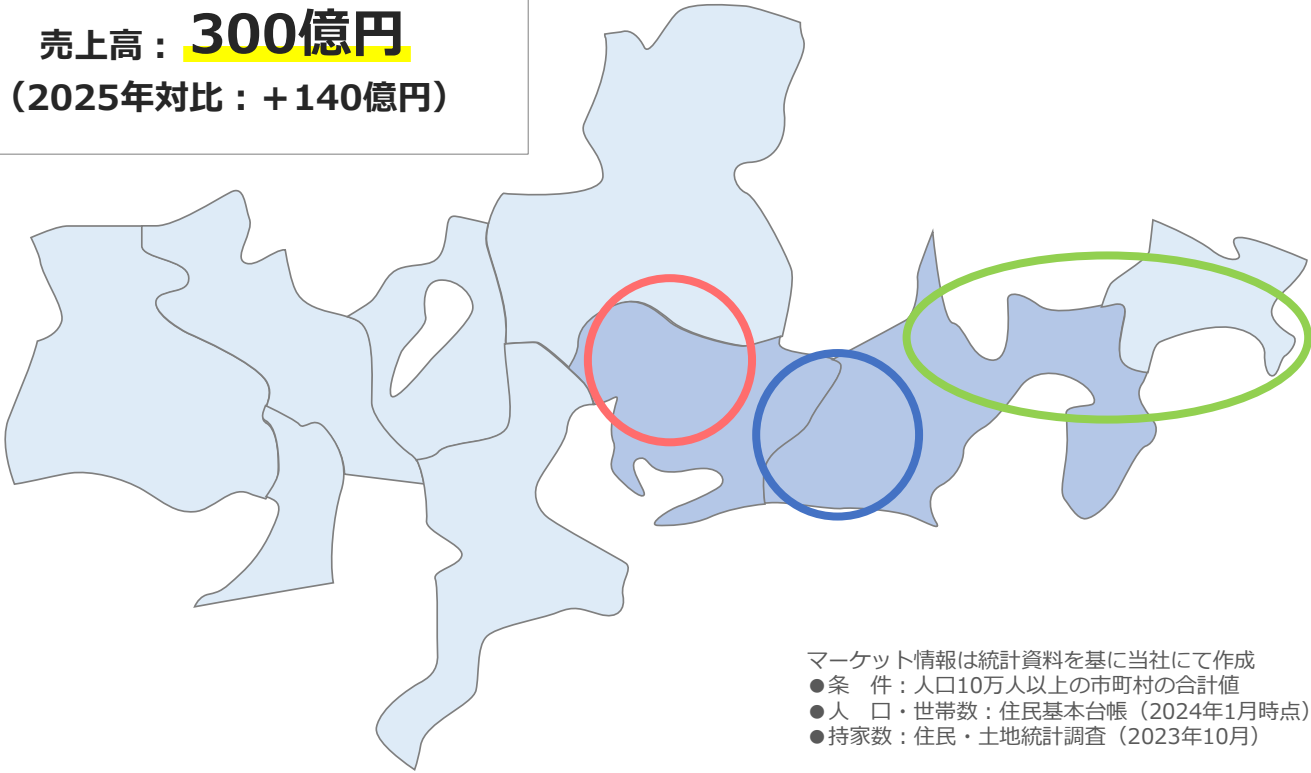




住まい事業インテグレーションにより、リフォームを中心としたお客さま視点で最適なストック住宅ビジネスモデルを構築する。これまでのサラグループ各社と安江工務店の強みを融合したビジネスモデルを、先行して名古屋・西三河エリアで構築し、展開する。そして、2030年以降、独立系リフォーム会社で全国No.1を目指す。

**重点戦略1**  
「暮らしのSALA」「ビジネスのSALA」のビジネスモデル確立

リフォーム事業 2030年目標  
売上高：**300億円**  
(2025年対比：+140億円)



マーケット情報は統計資料を基に当社にて作成  
●条件：人口10万人以上の市町村の合計値  
●人口・世帯数：住民基本台帳（2024年1月時点）  
●持家数：住民・土地統計調査（2023年10月）

**エリア全体**  
お客さま満足が高く、高利益率を確保する安江工務店の事業モデルを展開する

**名古屋エリア(西三河・尾張)**  
住まい事業インテグレーションを先行して実施（新しい事業モデルの確立）

**マーケット情報**  
人口：384万人  
世帯数：185万世帯  
持家数：92万戸

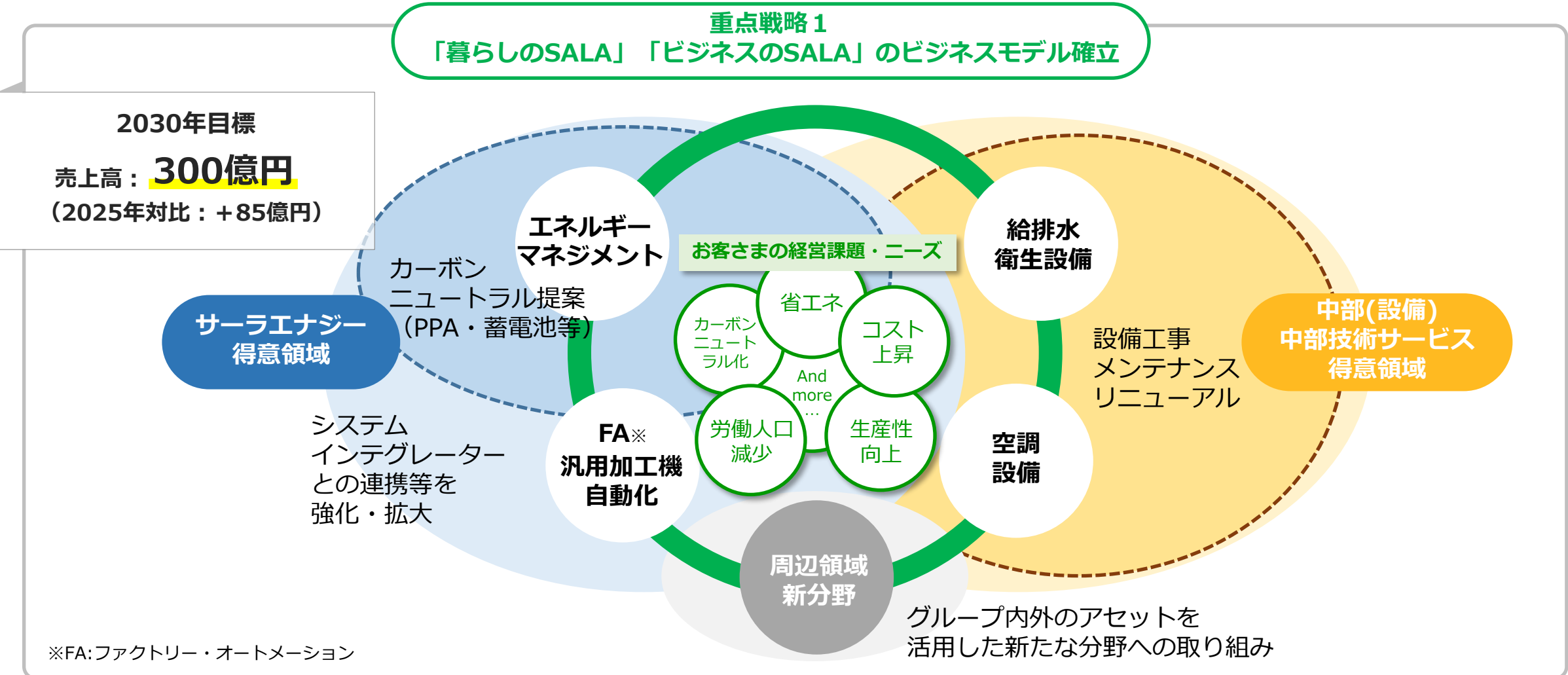
**愛知県東部・浜松エリア**  
顧客チャネル・サープラザ等の活用に加え、新規顧客開拓手法や事業モデルの横展開によりトップライン・収益力を向上

**マーケット情報**  
人口：163万人  
世帯数：72万世帯  
持家数：43万戸

**静岡・関東エリア**  
グループ各社間の連携によるビジネスモデルを検討し展開

**マーケット情報**  
人口：1,032万人  
世帯数：508万世帯  
持家数：279万戸

グループ一体でお客さまの経営に寄り添い、課題やニーズに応え、設備導入だけでなく、導入後のメンテナンスやリニューアル、経営課題を解決するソリューション提案を行うスマートエネルギー・ファシリティソリューションビジネスを構築する。



※FA:ファクトリー・オートメーション

社会課題・顧客課題の解決、また暮らしやすさ（Well-being）に資する新たな価値創造に向けて挑戦する。各事業において、商品力やサービス品質向上に取り組み、お客さまから「真っ先に選ばれる存在」になる。

## 重点戦略2 新たな価値創造による事業の創出

### 2-1. 既存事業周辺・関連領域への展開

- ① 電力事業の拡大
- ・電力事業を次の成長分野として、エネルギー分野の柱の一つへ
  - ・電力小売の収益化に向けた電力調達ポートフォリオの最適化と体制構築

- ② 不動産投資事業の拡大
- ・投資金額、投資エリアを拡大し、250億円規模の不動産ポートフォリオを構築
  - ・SPCを活用した不動産証券化ビジネスへの参入

### 2-2. 食・農事業の開発と新規事業分野への挑戦

- ・生産から流通、加工・消費までのフードバリューチェーンにおける価値創造への取り組み（食・農事業）
- ・グループ内外との共創による社会課題・顧客課題の解決や暮らしやすさ（Well-being）に繋がる新規事業開発

新規事業  
の創出



事業基盤  
の強化

## 重点戦略3 既存事業の収益力向上と経営改革

### 3-1. 業界水準を上回る営業利益率の達成

- ・業務プロセスの可視化及び具体的な業務改革による収益向上
- ・お客さまの声を基にした、顧客体験価値（CX）向上への取り組み
- ・投下資本効率（ROIC）を意識した経営資源の最適配分



事業戦略を推進するため、変革を牽引する人材の育成、持続的成長に向けた人材確保、および最適な人的リソースの配置を行う。  
また、事業戦略の実現に向け、デジタルや生成AI・Vertical AIを活用することで「仕事の仕方」を変革し、高付加価値業務へのシフトと顧客体験（CX）の向上を実現する。

## トップラインの向上

## 売上高営業利益率の向上

### 重点戦略4

人口減少(人手不足)・賃金上昇時代における価値提供の源泉となる人材の採用・育成・定着とエンゲージメントの向上

### 次世代リーダーと専門人材の育成

エッセンシャル  
ワーカーの確保

戦略的人材配置に  
よる事業成長の加速

多様な人材の確保と  
活躍推進による組織活性化

### 重点戦略5

DX推進による  
生産性向上と  
新たな顧客価値の創出

DX-3

ビジネス伴走サービスの拡大  
(デジタルサービス・クラウド環境支援等)

DX-  
2~3

デジタルクリエイティブ領域への挑戦  
(サイトデザイン、EC、スマホアプリ)

DX-2

データ活用ビジネス・ソリューション  
(自社含む顧客の経営情報の可視化・高度化)

DX-1

自社業務デジタル化  
(スタートアップ企業のサービス利用・業務提携等)

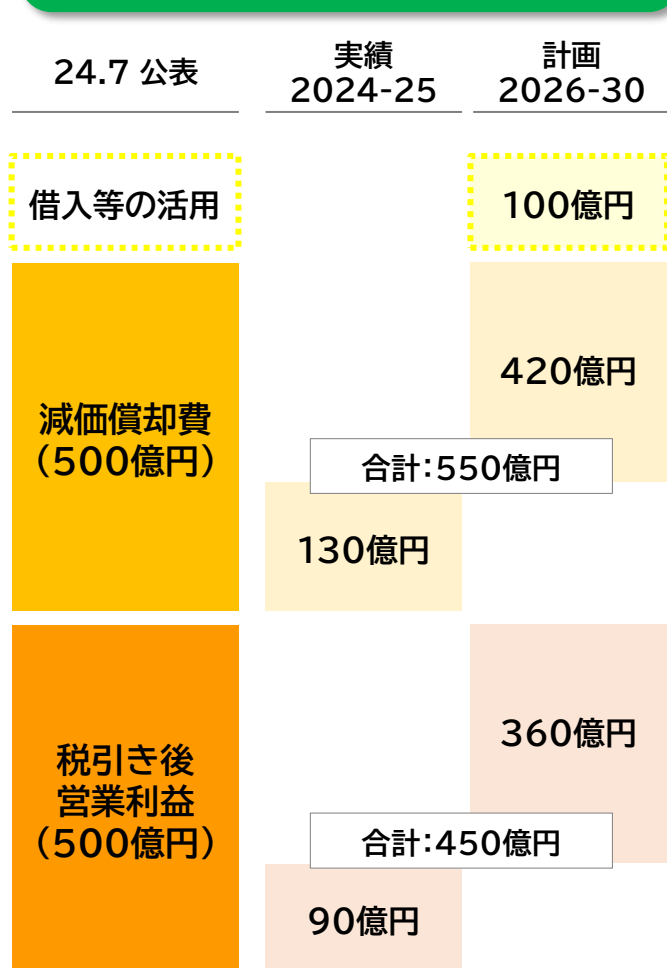
ITシステムの環境整備：データとAIの活用環境の整備・クラウド環境の構築・情報セキュリティの強化



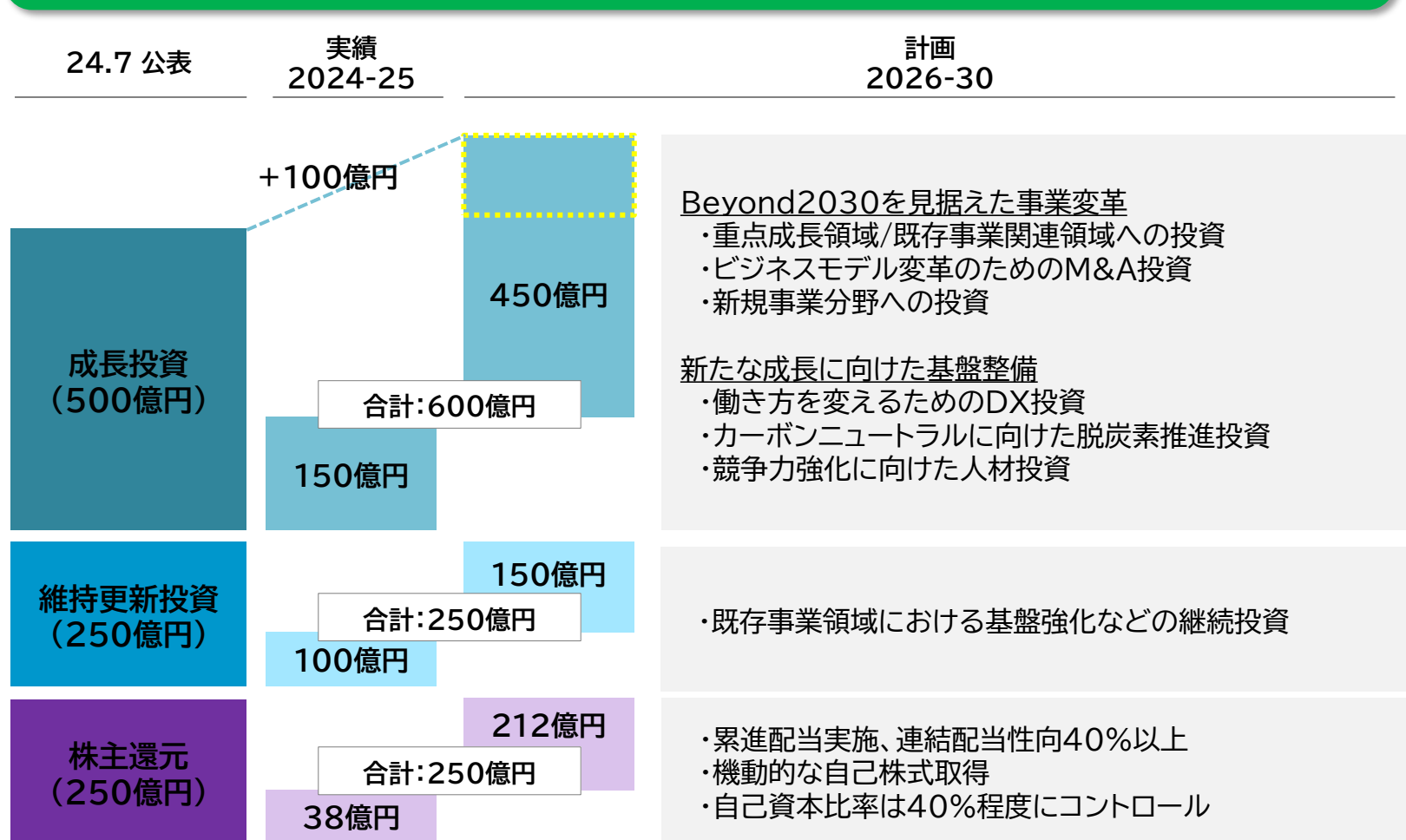
# 財務戦略／成長に向けた資本配分（キャピタルアロケーション）

2024年7月に公表したキャピタル・アロケーション方針にもとづき、事業変革に向けた成長領域や収益性の高い事業ノウハウを持つ企業のM&A、新規事業等への投資、そして競争力の源泉となるDX・人材投資等、5年間で、450億円の成長投資を実施する。株主還元の強化と合わせて資本収益性向上を図る。

## キャッシュイン



## キャッシュアウト



## 1. 連結数値目標

	2025年 (実績)	2026年 (初年度計画)	2028年 (3年目計画)	2030年 (5年目計画)
売上高 ※1	2,515億円	2,600億円	2,800億円	3,000億円
営業利益	73億円	75億円	100億円	120億円
当期純利益 ※2	58億円	52億円	70億円	84億円
売上高営業利益率	2.9%	2.9%	3.6%	4.0%
ROE ※2※3	6.7%	5.6%	7.6%	10.0%
ROIC	3.8%	3.6%	4.4%	6.0%

※1：2030年の売上高計画は、エネルギー原料価格の高騰を加味し、2030年ビジョン策定時の当初計画2,800億円から上方修正

※2：計画にはデリバティブ評価損益を含まない。2025年実績は、デリバティブ評価益18億円の影響を含む

※3：自己資本比率は40%程度にコントロールする

## 2. CO<sub>2</sub>排出量 (Scope1,2) の数値目標

	2025年 (実績)	2026年 (初年度計画)	2028年 (3年目計画)	2030年 (5年目計画)
全社	25,760 t	25,000 t	22,000 t	17,000 t
基準年比 (2021年)	△24.5%	△27%	△36%	△50%

**(将来に関する記述等についてのご注意)**

本資料に記載されている数値計画等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

**お問い合わせ先**

株式会社サーラコーポレーション 総務部 総務・IRグループ

TEL : 0532-51-1182 Email : ir@sala.jp