



Integrated Report 2025

SUMINOE GROUP
統合報告書

あらゆる空間に、 イノベーションを。

グループ理念

VISION

わたしたちの目指す未来

時代や地球と調和する
「新しい快適のスタンダード」を織りあげ
よろこび広がる未来の暮らしをつくる。

MISSION

わたしたちが果たすべき使命

暮らしに寄り添う技術とアイデアで
人と社会にやさしい空間を
世界中へ。

SPIRIT

わたしたちが大切に する価値観（社訓）

業界の先駆者としての誇りをもち、
和協、誠実、不屈の精神をつらぬく。

VALUE

事業活動の基本指針

SUMINOE “4C” Values

- | | |
|-------------------|--|
| Challenge | 業界の先駆者としての高度な技術力と幅広い顧客基盤を礎に、新たな事業展開にチャレンジする。 |
| Create | 独自の技術を掛け合わせ、新しい価値を創造する。 |
| Customer | 顧客に誠実に寄り添う力と先見性をもとに、新たな課題を抽出し開発に活かす。 |
| Contribute | 人にも地球にもやさしいモノづくりをこれからも追求し続ける。 |

企業行動規範

- 法令その他の社会的規範を遵守し、公正で健全な企業活動を行います。
- よい製品を生産し、販売し、社会の向上に貢献します。
- 従業員の人格と健康・安全に配慮し、従業員を公正に処遇します。
- ステークホルダー（利害関係人）との関係を尊重します。
- 良き「企業市民」として積極的に地域社会に貢献します。
- 地球環境への影響を重視し、環境保全に取り組みます。

幅広いステークホルダーのみなさまに、SUMINOE GROUPが中長期的にどのように価値を創造し、企業価値向上に向けた取り組みを行っていくのかについてお伝えするため、「統合報告書」を発行しています。

本報告書は、SUMINOE GROUPの持続的な成長に向けた経営戦略や事業概況、業績などの財務情報と、サステナビリティやESGに関する具体的な取り組みなどの非財務情報を総合的に報告することで、当社グループへの理解を深めていただくことを目的としています。

編集にあたっては、IFRS財団「統合報告フレームワーク」や、経済産業省が提唱する「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス2.0」を参照しています。

情報開示体系

財務情報	非財務情報
統合報告書	
有価証券報告書	
- 決算短信・決算説明会資料 - 事業報告書 - IR情報 https://suminoe.co.jp/ir/ 	- コーポレートガバナンスに関する報告書 - サステナビリティ https://suminoe.co.jp/csr/ 

Contents

SUMINOE GROUPを知る

グループ理念	01
編集方針、目次	02
At a Glance	03
価値創造の歩み	05
財務・非財務ハイライト	07

価値創造ストーリー

社長メッセージ	09
価値創造プロセス	15
中長期経営目標	17
マテリアリティ	19
開発の基本理念「KKR+A」	23
事業別戦略：	
インテリア事業	25
自動車・車両内装事業（自動車内装事業）	27
自動車・車両内装事業（車両内装事業）	29
機能資材事業	31
研究・技術開発戦略	33
財務に関する担当役員メッセージ	35

報告対象範囲

SUMINOE（株）ならびに国内外の連結対象子会社
ただし、項目により対象範囲が異なります。

報告対象期間

2024年度（2024年6月～2025年5月）
ただし、一部対象期間外の活動も含まれます。

将来見通しに関する注意事項

本報告書に掲載されている現在の計画、戦略、判断などのうち、歴史的事実でないものは将来の業績などに関する見通しです。これらは当社グループが現在入手可能な情報をもとにした仮定・判断によるため、リスクや不確定な要因を含んでいます。したがって、将来公表される業績などは、様々な要因により見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おき願います。

サステナビリティ

サステナビリティへの取り組み	37
環境	39
グループ理念の浸透に向けて	45
社会	47
社長 × 社外役員との座談会	55
ガバナンス	61

データセクション

11ヵ年連結財務サマリー	69
株主・投資家との対話	71
会社情報	72

補足事項

当社は2024年12月2日付で「住江織物株式会社」から「SUMINOE 株式会社」へ、また子会社「株式会社スミノエ」は「株式会社スミノエ インテリア プロダクツ」へ商号変更いたしました。本報告書においては、原則として新商号を用いて記載していますが、一部過年度の情報や外部資料では旧商号が記載されている場合があります。

At a Glance

数字で見るSUMINOE GROUP

創業
1883年
(明治16年)

資本金(2025年5月末時点)
95億
5千4百万円

国内グループ会社
15社
海外グループ会社
13社

事業概要

インテリア事業

業務用内装材卸売(国内・海外)、内装(カーテン・カーペット・壁紙・緞帳・丹後緞通など)工事、家庭用インテリア製品卸売、EC事業、店舗設計・施工(スペース デザイン ビジネス)、カーテンなどのオプション販売、美術工芸品の製造・販売。



自動車・車両内装事業

自動車関連は、天井材、シート表皮材、カーマット、フロアカーペットなど足元から天井までの自動車内装材を開発・製造・販売。

車両関連は、鉄道およびバスなどの公共交通機関向けに、シート表皮材、クッション材、カーテン、壁装材、床材などの内装材を製造・販売。



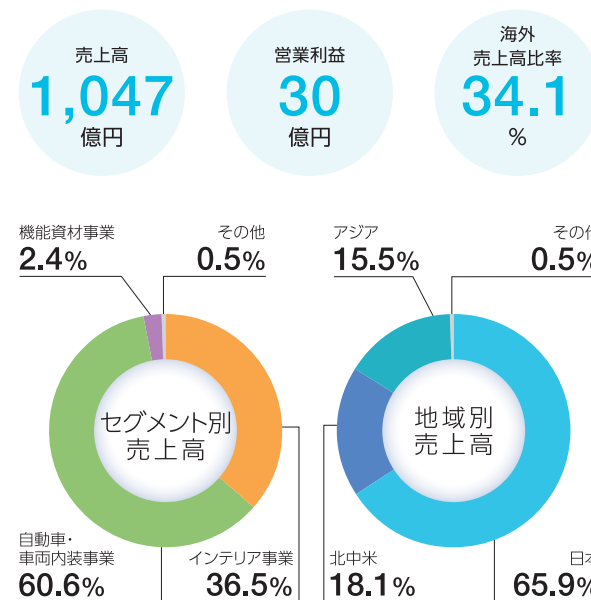
機能資材事業

繊維、非繊維、内装材から家電用品、食品まで、従来の事業領域にとどまらない新たな事業分野への展開を積極的に推進。

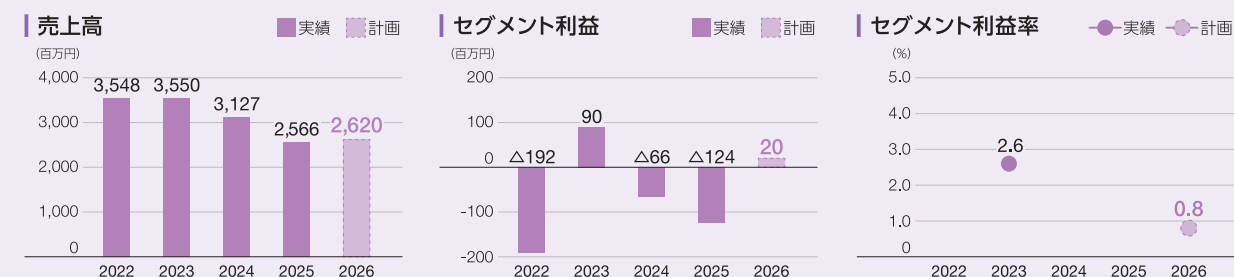
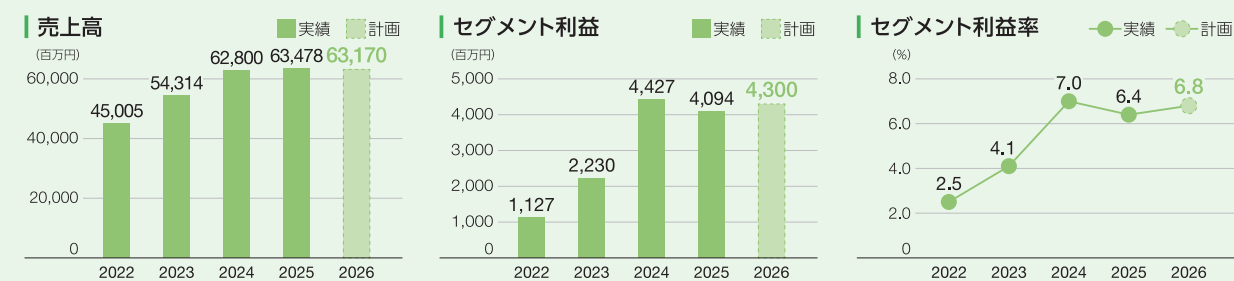
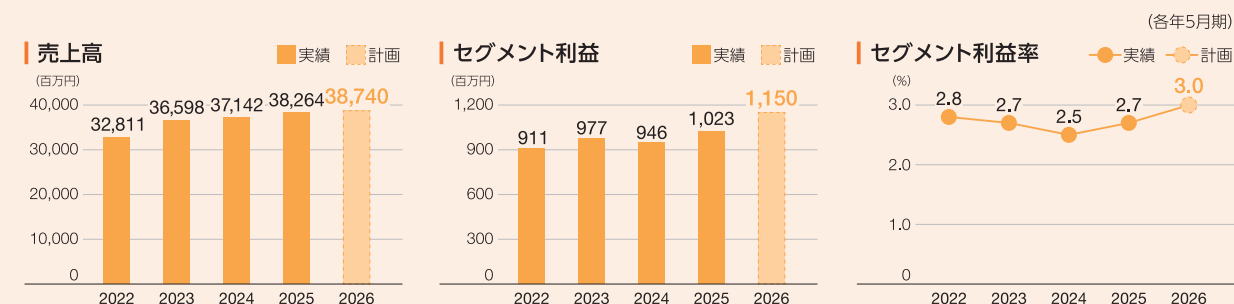
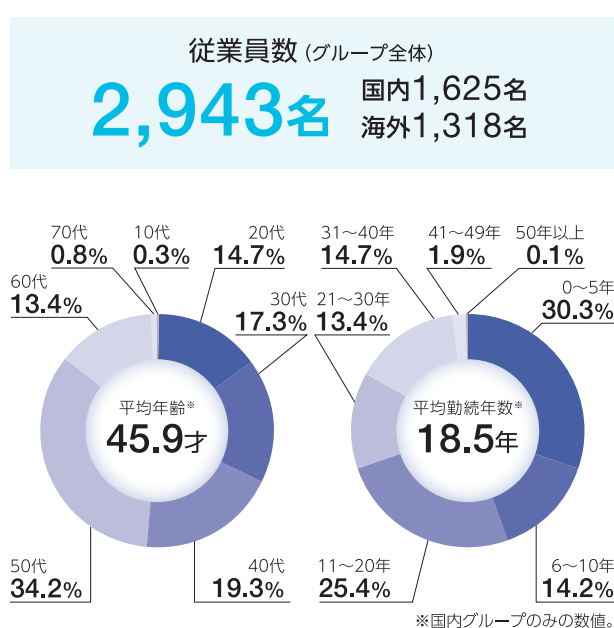
家電事業:繊維系暖房商材、機能材事業:浴室床材、消臭商材、航空機内装材、遮水・遮熱シート、食品商材などの開発・製造・販売。



売上高構成比 (2025年5月期)



従業員 (2025年5月末時点)



価値創造の歩み

SUMINOEの元祖は、米穀商であった村田伝七が1883年に大阪府東成郡住吉村に開いた村田工場。
このささやかな家内工場が、帝国議会議事堂、鉄道、船舶の装飾を受注し、日本の敷物業界の夜明けをひらきました。

1880s	1900s	1930s	1950s	1980s	2000s	2020s	2024-2025
日本の近代化へ貢献			インテリアを		一般家庭に	世界へオンリーワンの商品を	
日本産業革命 グループ沿革	大正デモクラシー	世界恐慌 第二次世界大戦	高度経済成長期 グローバル化進展期	バブル経済 環境問題顕在化 バブル経済崩壊	IT革命 少子高齢化	新型コロナウイルス 感染症の流行	ポストコロナ社会への移行
1883 村田工場創業 大阪・住吉で手織絨通の 製作を開始 1892 絨毯「倭織(やまとおり)」で 当社初の特許を取得	1903 本格的な製織設備を持った 住吉工場を建設 1913 住江織物合資会社を設立 1916 力織機によるカーペットの 製造を開始	1930 住江織物(株)を設立 1937 河内工場を新設 紡毛紡績を開始 1949 東京、大阪、京都証券取引所 に株式を上場	1954 日本で初めて、アメリカより タフティングカーペット機 を導入 1971 奈良工場(現 住江テクノ(株) 奈良工場)を新設し、住吉 工場を廃止	1987 滋賀事業所を新設 1994 初の海外拠点である T.C.H. Suminoe Co., Ltd. をタイに合併で設立 1998 住江織物グループ環境対 策宣言・「KKR+A」を発表	2003 米国にSuminoe Textile of America Corporationを 設立 2005 中国に住江互太(広州)汽車 繊維製品有限公司を合併 で設立 2013 メキシコにSuminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.を設立 2015 米国のBondtex, Inc.を子 会社化	2020 (株)シーピーオーを 子会社化 2022 (株)プレテリアテキスタイル を子会社化 関織物(株)を子会社化 奈良事業所の再編完了 2023 グループ理念および グループ統一ロゴ・タグラ インを発表	2024 プライム市場上場維持基 準に適合 Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.に 合成皮革新工場を設立 住江織物(株)、(株)スミノエ の商号を変更 2025 外資系北米大手自動車 メーカーへフロアカーペット 納入開始

1883

2025

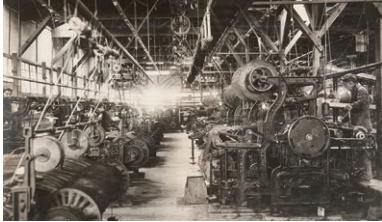
提供価値

1891



● 緞通の製造技術が評価
村田工場の技術が評価され、帝国議会議事堂
に緞通を納入。現 国会議事堂にも赤絨毯など
を納入し続けています。

1913



● 力織機による大量生産の実現
ドイツ・イギリスから技術と力織機を導入し、日
本初、機械織モケットの製造に着手。

1957



● 家庭へのカーペット普及に貢献
カーペットは特注品で高級だった当時に、既製
品かつ一般家庭でも購入できる価格設定の
カーペット「タフトン」を発売。

1899



● 日本初、手織リワナモケット
製作
従来輸入品だった国鉄の座席
シート表皮材の製作を当社が受
注。手織りによるワナモケットを
実現・納入しました。

1931



● 黎明期の自動車産業に参画
米国のフォード社、ゼネラルモ
ーター社が日本で組み立て生産
をしていた自動車にカーペット・
シート表皮材を納入。

1968



● 836㎡の緞通を手織りで
製作
皇居宮殿最大の宴会場である
「豊明殿」に手織緞通を納入。製
織に約1万人、完成までに9ヵ月
を費やした大作です。

1971



● 無公害カーペット工場を
新設
公害が目目されていた当時、新
設の奈良工場には排水処理設備
を備え、排水による有害物質の流
出を防ぎました。

1980



● 国産初のタイルカーペットを製造
モザイク模様を表現できるほか、傷んだ部分の
みを敷き替えられる画期的な製品として注目
を集めました。

1989



● 再生ポリエステル長繊維を開発
使用済みペットボトル由来のポリエステルチッ
プを50%以上使用した糸「スミトロン®」。省資
源化に貢献しています。

1998



● 24時間消臭加工技術を開発
シックハウス症候群の原因物質や生活悪臭を
24時間消臭・分解する「トリプルフレッシュ®」。
人々の健康保護に寄与します。

2011



● リサイクルタイルカーペットを開発
タイルカーペットを同一製品間で循環させる
枠組みを確立。カーペット業界初、新基準のエ
コマークを取得。

2024



● 住江織物はSUMINOEへ
2024年12月2日、住江織物(株)から「SUMINOE
(株)」へ、(株)スミノエは「(株)スミノエ インテリ
ア プロダクツ」へ商号を変更しました。本格的な
海外展開に向けた活動を推進するとともに、非織
維関連を含む各事業の収益力および競争力向上
を目指し、世界に向けた新たな価値創造に挑戦
していきます。

未来へ

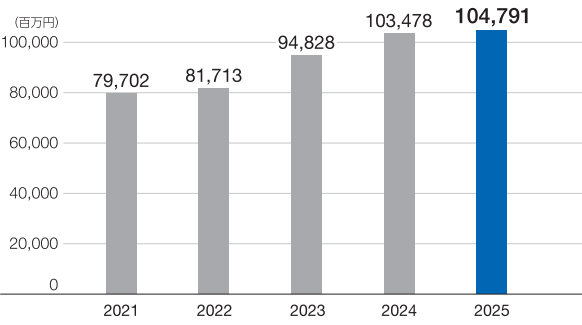


● 伝統技術を未来へ継承
事業変革を推進する一方で、日本の歴史的産
業である手織り技術を守り、育むことで文化の
継承に貢献しています。

財務ハイライト

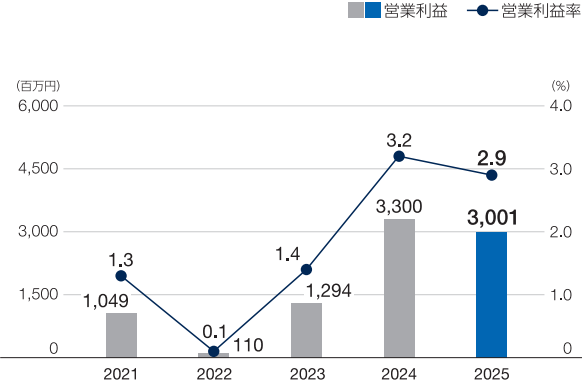
(各年5月期)

売上高



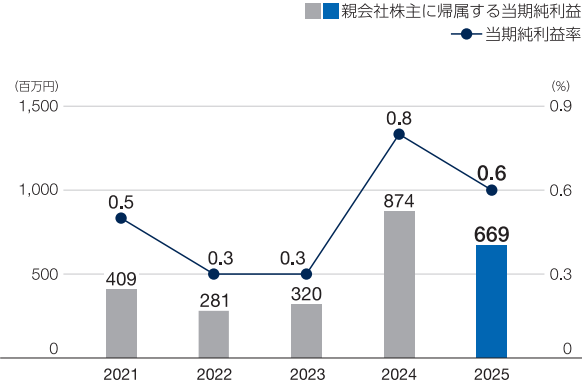
国内での自動車受注車種の販売台数増加や鉄道・バス生産回復需要の取り込み、また、インテリア事業におけるタイルカーペットの納入物件数増加などが寄与し、前期比1.3%増となりました。

営業利益・営業利益率



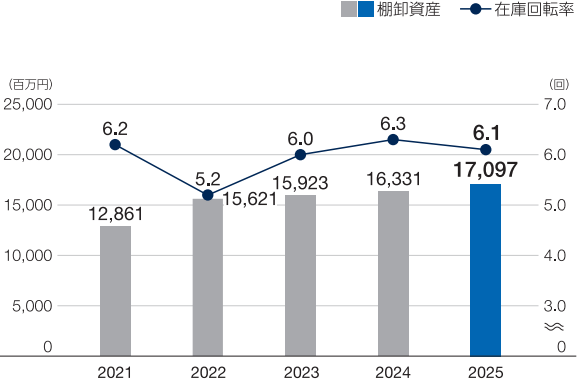
長引く原材料・エネルギー価格の高騰に加え、自動車メーカーの生産計画が変動したことによる生産効率の悪化やそれに伴う物流費の増加などが影響し、前期比9.0%減となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益・当期純利益率



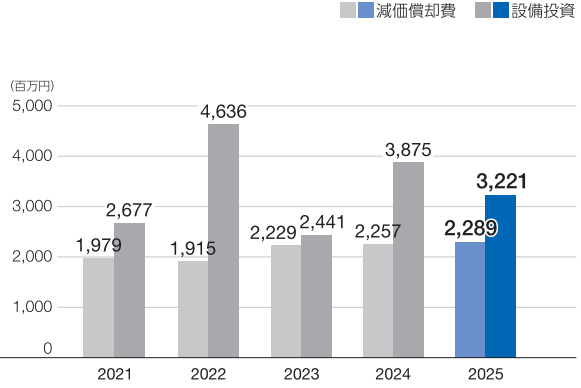
営業外費用として連結子会社の為替差損やシステム障害対応費用を計上し、また、繰延税金資産の取り崩しに伴う法人税等調整額を計上したことなどにより、前期比23.4%減となりました。

棚卸資産・在庫回転率



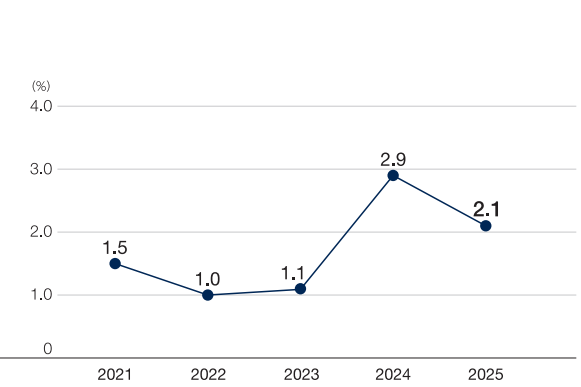
棚卸資産は、主にインテリア事業における新シリーズの展開開始や受注物件に係る在庫調整などの影響により増加しましたが、今後も引き続き在庫水準の適正化を進めていきます。

減価償却費・設備投資



2023年5月期よりメキシコ合成皮革新工場への設備投資を進めており、当期は量産を開始しました。2026年5月期は、タイ子会社への合成皮革仕上げライン設備の導入などを計画しています。

ROE

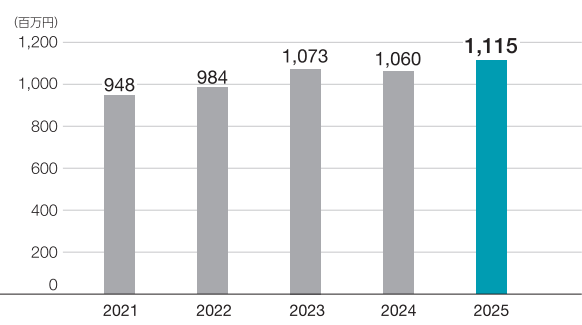


SGW STEPⅡの期間において株主資本コストを上回る水準であるROE8.0%を目指しているものの、当期は主に自動車内装事業の海外拠点が苦戦したことから伸び悩みました。

非財務ハイライト

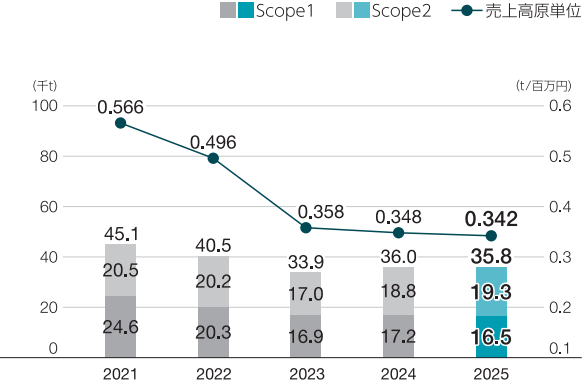
(各年5月期)

研究開発費



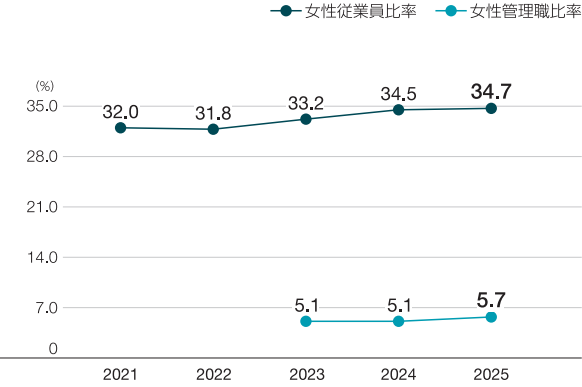
当期は、リサイクル性の向上や脱炭素素材を用いたサステナブルな自動車内装材の開発、スマートテキスタイル関連技術の開発などに注力しました。これらの取り組みも含め、研究開発費は前期比で55百万円増加しました。

事業活動でのCO₂排出量 (Scope1,2)



売上高原単位は前期から1.7%削減し、エコチャレンジ2027 (p.43) で掲げる1.0%削減目標を達成しました。引き続きCO₂排出量削減に努めています。

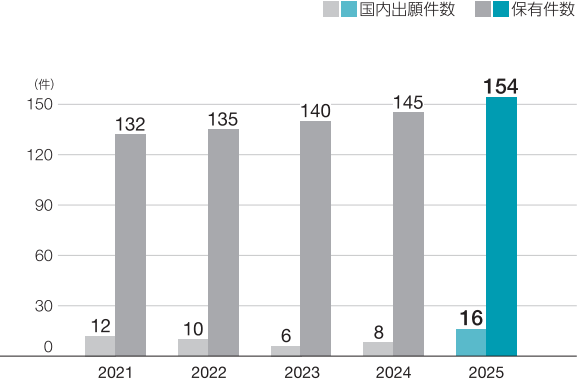
女性従業員比率・女性管理職比率[※] (国内グループのみ)



女性管理職比率は前期比0.6ポイント増の5.7%となりました。多様性を企業成長の源泉と捉え、ダイバーシティの推進に取り組んでいます。

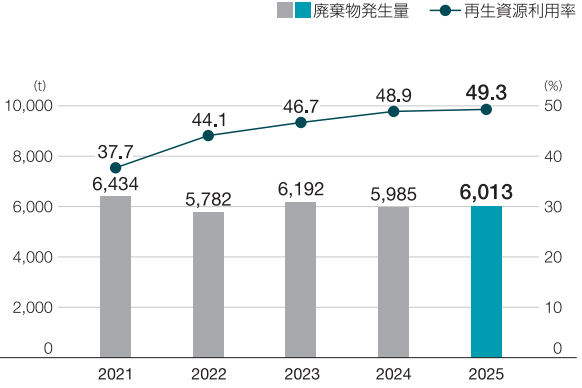
※課長職以上に相当する女性従業員の割合
※2023年5月期より女性管理職比率を算出しています。

特許件数



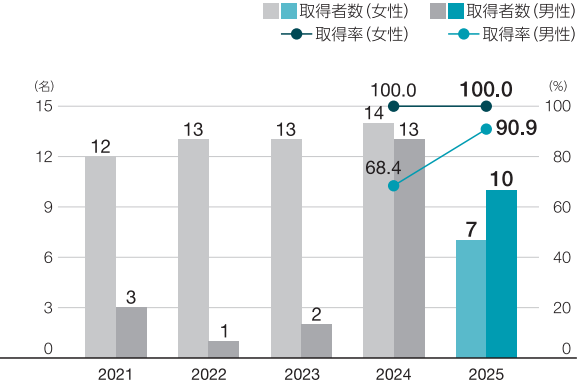
当期は、新機能剤や家電商品などの特許出願により、出願件数は前期比2倍の16件となりました。今後も技術開発と知的財産戦略を両立し、新たな価値創出を目指していきます。

廃棄物発生量・再生資源利用率



当期は、海外拠点の生産設備増強により生産量が増加したため、廃棄物発生量が増加しました。

育児休業取得者数・取得率 (国内グループのみ)



働き方改革アクションプラン2024の実施 (p.52) や「両立支援マニュアル」の社内周知 (p.52) を通じて、男女ともに育児休業を取得しやすい職場風土と環境の整備を進めています。

※2024年5月期より育児休業取得率を算出しています。

社長メッセージ

SUMINOEは
伝統と革新を融合し、
実力の底上げを図りつつ、
企業価値の向上を
目指します

代表取締役社長
永田 鉄平

社名変更の意図

グローバルブランド強化と一体感醸成を目指して

SUMINOE GROUPでは、持続的な成長に向けてグローバル展開の加速および非繊維領域の拡充を進めるなかで、変革の動きをさらに強めています。その象徴として、2024年12月に社名を「住江織物株式会社」から「SUMINOE株式会社」へと変更しました。

140年を超える歴史と「住江織物」という名称には大きな誇りがある一方で、時代を経て「住江(すみのえ)」を「スミエ」や「住之江」と誤解されることが生じていました。今後、織物だけにこだわらず、世界戦略を展開していく上で誰にでも正しく理解される名称に統一することが必要だと判断した結果、「SUMINOE」の表記を採用した次第です。

今回の社名変更は単なる呼称の刷新ではなく、ブランド戦略の転換点でもあります。海外ではすでにアルファベット表記の「SUMINOE」が浸透していたため、違和感なく受け入れられました。今後は国内外で同一のグループロゴを掲げ、グローバル市場での認知度をさらに高めてまいります。

また、この変更は企業グループの一体感を強める契機となっています。名刺やロゴが統一されたことで、従業員が共通の旗印のもとで働いている実感が高まりました。国内外のグループ会社からは「グループ間の距離が縮まった」との声が寄せられ、本体とグループ会社の一体感がこれまで以上に強まりつつあります。私はこの一体感こそが新しい価値を生み出す原動力になると確信しています。

伝統を大切にしつつ、革新に挑み続ける姿勢を明確にすること。それが今回の社名変更に込めた私の想いです。「SUMINOE」という新たな旗印のもと、従業員とともに挑戦を重ね、持続的な成長を通じてステークホルダーの方々の期待に応える企業価値を築いてまいります。

2025年5月期の振り返り

中長期経営目標の成果と課題を踏まえて、実力の底上げへ

2025年5月期を振り返りますと、当社グループの連結売上高は前期を上回る1,047億円を計上し、二期連続で1,000億円台を確保しました。自動車・車両内装事業は、国内市場での自動車販売台数の回復に加え、鉄道やバスの内装材需要増加を取り込み、増収となりました。インテリア事業では、

環境性能に優れた水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」の拡販や、スペース デザイン ビジネスの伸長が寄与し、着実に業績を伸ばしました。一方、機能資材事業は、暖冬の影響による繊維系暖房商材の需要減少や、浴室床材の顧客における生産体制変更の影響を受けて減収赤字となり、収益改善が大きな課題として残りました。

利益面では、営業利益は30億円にとどまり、前期から減益となりました。経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益についても同様に減益となっています。その背景には、自動車メーカーの生産計画変動やそれに伴う物流費の増加に加え、連結子会社における為替差損やシステム障害対応費用といった一時的な要因がありました。結果として、ROEは2.1%、PBRは0.5倍にとどまり、株主資本コストを下回る状況が続いています。私はこの現実を真摯に受け止め、企業価値の向上に直結する収益力と資本効率の改善を最優先課題と認識しています。

現在は中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」の前半3ヵ年(SGW STEPI)での「種まき」を2024年5月期までに終え、2025年5月期から「実力の底上げ」を図る後半3ヵ年(SGW STEPII)に移行しています。初年度である2025年5月期は、SGW STEPIIの方針のもとで各種施策を推進したものの、前述した自動車メーカーの生産計画変動が想定以上に長期化したことなどの影響を受け、売上高および各段階損益ともに計画未達となりました。

SGW STEPIの成果と課題、そして現在当社グループを取り巻く外部環境も踏まえ、収益性の改善と資本効率の向上を同時に進めていく覚悟です。

次のステージへの土台づくりを経て、培った基盤を起点に持続的な成長と企業価値の進化を確実に実現してまいります。

SGW STEPIIの重点テーマ

収益性と資本効率を高め、持続的成長の基盤を強化

当社グループが今後、持続的に成長していくためには、収益性と資本効率の改善を同時に進め、企業価値が株主資本コストを上回る水準へと高めていくことが不可欠であると考えます。そのために、SGW STEPIIでは、「収益性

社長メッセージ

の向上」「非繊維領域の強化」「グローバル展開のさらなる強化」「経営基盤の強化」「ブランディング」という5つの重点テーマを掲げました。これらを通じて、2027年5月期に営業利益率5.0%、ROE8.0%、PBR1.0倍の達成を目指しています。

SGW STEPⅡで掲げる「実力の底上げ」という言葉には、単に既存事業を改善するだけでなく、新たな価値を創出し、次の成長ステージへと踏み出していくという想いを込めています。市場環境は大きく変化しており、従来の延長線上の取り組みだけでは十分ではありません。新しい事業領域への挑戦や、既存事業の構造転換を通じて、成長力を一段高いレベルに引き上げていきます。

まず「収益性の向上」についてです。自動車・車両内装事業では、北中米拠点において外資系自動車メーカーへの対応を強化するとともに、メキシコ合成皮革工場の稼働を本格化させました。さらにタイ工場には合成皮革の仕上げライン導入を決定し、効率的な生産体制を構築していきます。鉄道やバス向けの内装材では、防災・安全対策へのニーズを背景とした需要も着実に取り込んでおり、事業全体として安定的な収益基盤を築きつつあります。

インテリア事業では、現場において「適正な利益を確保する意識」の浸透を進めています。見積りの在り方や原材料・エネルギーコストの転嫁方法といった小さな改善が収

益に大きく寄与するため、製品や企業価値に見合った適正価格の設定を徹底してきました。こうした取り組みにより、利益水準の底上げが着実に進みつつあります。

また、環境対応型製品である水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®」の拡販を強化しているほか、富裕層向けの新たな商材としてヨーロッパからの輸入オーダーラグシリーズ「Epilogue」、当社グループオリジナルのオーダーラグコレクション「itten」などを展開しています。これにより、デザイン性と環境性能を兼ね備えた付加価値型商品のラインアップが整い、市場での存在感が高まってきています。こうした高付加価値商品群の拡充こそが、収益性改善に直結すると考えます。

当社グループの売上構成は自動車・車両内装事業で約60%、インテリア事業と機能資材事業で約40%を占めています。近年の自動車分野は市場変動が大きく、変動の少ないインテリアや鉄道車両、バスといった領域での収益基盤の拡充を進めています。鉄道分野では高付加価値商品やデザイン強化に取り組むほか、バス分野ではさらなるシェア拡大を図っています。また、インテリア事業は付加価値戦略により収益力が着実に向上しており、機能資材事業も赤字から脱却し、黒字化が見えてきました。今後はこの40%の領域で収益性を高め、自動車分野の成長と併せて全体の安定性を確保し、外部環境の変動に左右されにくい体制を築いていきます。

次に「非繊維領域の強化」です。合成皮革事業は、当初2027年5月期の目標としていた売上高100億円を、2024年5月期に前倒しで達成しました。メキシコ工場を成長ドライバーとして、安定的な受注と生産効率向上を進め、さらなる拡大を図ります。また、機能資材事業では、従来の繊維系暖房商材依存から脱却するため、フィルター商品群の拡充や家電カテゴリー向け新商品の開発を進めています。この取り組みを通じ、非繊維領域を次なる収益の柱へと育てたいと考えています。

一方、「グローバル展開のさらなる強化」も重要なテーマです。北中米では外資系自動車メーカーとの取引拡大を進め、フランスの自動車用ファブリックメーカーであるTESCA groupとの提携を通じて世界規模での展開を強化しています。TESCA groupが生産設備を持つ拠点につい

てはSUMINOE GROUPが活用し、逆にTESCA groupの製造拠点のない地域についてはSUMINOE GROUPの生産設備を活用することで、相互に提携しながら補完し、全世界をカバーする取り組みを進めています。これにより、従来は日系自動車メーカー中心であった事業構造を見直し、より幅広い顧客基盤を築きながら、収益の安定化と成長機会の拡大を目指しています。

「経営基盤の強化」については、ROE2.1%、PBR0.5倍という現状を重く受け止めています。ROE8.0%達成に向け、収益率の向上、資産の有効活用、財務レバレッジの利用を進めます。政策保有株式の縮減や在庫適正化といった取り組みに加え、資本効率を重視した経営を徹底します。さらに、株主還元については配当性向を38%に引き上げ、2027年5月期には1株当たりの年間配当金70円(株式分割前換算で140円)を目標とするなど、株主・投資家のみなさまへの還元強化も進めています。

ROIC/ROE向上のための取り組み

●収益率の向上 ●資産の有効活用 ●財務レバレッジの利用

収益率の向上 経費の削減 財務体質の改善

- 北中米拠点の収益拡大
- インテリア事業の収益率改善
- 現預金・借入金の適正化

在庫の適正化 固定資産の活用 内部留保の活用

- 在庫回転率による管理
- 生産設備の稼働率向上
- 株主還元・人的資本への投資

最後に「ブランディング」です。冒頭でお伝えしたとおり、社名を「SUMINOE」に変更し、グローバルでのブランド統一を果たしました。私は、このブランド強化を通じて、当社グループの存在感をグローバル市場で高めるとともに、従業員一人ひとりが誇りを持ってブランドを体現する文化を育てていきたいと考えます。

以上のような変革を通じて、SUMINOE GROUPを「新しい快適のスタンダード」を創造する存在へと成長させたいと考えています。環境負荷の低減や社会課題の解決に応える製品を生み出し、収益性と資本効率の改善を

両立させることで、株主・投資家のみなさまに持続的に評価される企業価値を築いてまいります。

なお、米国での関税措置の問題については、自動車メーカーの対応方針は必ずしも明確でなく、生産・販売台数への影響は依然として不透明です。このため、2026年5月期の計画はSGW STEPⅡの策定時よりも保守的な数値を設定せざるを得ませんでした。一方で、EV車の好調による上振れの可能性が残されています。ただし、中国メーカーの台頭は無視できず、アジア市場でも競争が強まっています。こうした状況に対応するため、当社グループは日系以外の自動車メーカーとの取引拡大に注力しています。欧州メーカーや米国のビッグ3、アジア各社に向けた提案活動を強化しており、すでにメキシコ拠点では外資系自動車メーカーからの受注、量産が始まっています。今後、受注の減少リスクを補いつつ、新たな成長機会の獲得に取り組んでいきます。

新たな価値の創出に向けて

技術革新と環境対応を軸に、次の成長ステージへ

当社は歴史的に日本初の技術、製品を数多く生み出してきた経緯があります。反面、ここ近年においてはやや停滞感があったのは否めません。当然ながら、さらなる成長には新たな価値創出が不可欠です。既存技術の改良に加え、一歩先を見据えた新しい製品や技術の開発が必須であり、次世代を担う従業員には社内外に目を向けて好奇心を高めるように働きかけています。これによって日常業務の中から発想を広げ、次のステージに向けた挑戦を推し進めたいと考えています。そして、SGW STEPⅡの基本姿勢である「実力の底上げ」に向けて、現状に安住することなく、技術開発や事業構造の変革を通じて新しい価値を創出し、次の成長機会に繋げていきます。

技術開発の面では、当社グループが長年培ってきた織・編製造技術をはじめ、コーティング、ラミネート、再生ポリエステル製糸といったコア技術をさらに発展させ、次世代に向けた新製品の開発に注力しています。スマートテキスタイルのような高機能素材をはじめとする新しい用途開発は、社会課題の解決に直結するものであり、当社グループの成長余地を大きく広げるものです。機能資材事業で

社長メッセージ

は、従来の繊維系暖房商材需要の減少を受け、ベトナム拠点を活用した新用途展開を進めており、事業の再成長に繋げていきます。

環境対応は、未来の挑戦において欠かすことのできない要素です。水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®」をはじめ、省資源・省エネルギーに資する製品を開発・拡販しており、これをさらに拡大してまいります。私は、環境対応と技術開発を結びつけることが成長の源泉になると考えています。温室効果ガス削減や再生資源利用率の向上を具体的な目標とし、それを製品やサービスに落とし込むことで、社会的価値と収益性を両立させていきます。

また、事業間のシナジーを活かす取り組みも成長の重要な機会です。インテリア事業が持つデザインや感性を自動車内装に応用し、高級車向けには丹後織通の技術を

展開するなど、異なる事業領域を組み合わせることで新たな付加価値を生み出しています。さらに、オフィスや商業施設などにおけるスペース デザイン ビジネスの連携も進めており、あらゆる空間で当社グループの強みを発揮することを目指しています。

さらに、未来を起点とした活動を通じて従業員が自らの創造力を発揮し、社会に新しい価値を届ける企業文化を築いていきたいと考えています。

このように、当社グループは技術革新、環境対応、事業間シナジー、グローバル展開といった複数の成長機会を追求しています。私は、「あらゆる空間に、イノベーションを。」という姿勢で新たな価値を生み出し、SUMINOE GROUPを未来に向けて進化させてまいります。

化」を掲げていますが、その根幹を成すのが人材戦略です。私は、これからの人材に求められるのは、指示を待つのではなく、自ら発信し、周囲を巻き込みながら牽引する力であると考えています。また、グローバル展開を加速する上で、語学力や海外経験を備えた人材が欠かせません。そのために育成と採用を強化し、多様な人材が能力を発揮できる環境を整えています。

組織文化の醸成においては、世代や部門を越えて従業員が自由に意見を交わす場を設け、現場の声を経営に反映させる取り組みを続けています。私は、従業員の多様な意見や発想を尊重し、柔軟で創造性の高い組織づくりを進めることで、変化の激しい時代に対応できる企業体質を育てていきたいと考えています。

また、社名を「住江織物」から「SUMINOE」へと変更したことで、グローバル市場での認知度向上に向けて新たな一歩を踏み出しました。このブランド強化を成功させるには、外部への発信だけでなく、従業員一人ひとりが誇りをもってブランドを体現することが不可欠です。私は、ブランドを単なる名称ではなく、従業員が共有する価値観として浸透させ、グループ全体で「SUMINOE」という旗のもとに結束することが重要だと考えています。

今後、人材育成と組織文化の進化、そしてブランド力の強化を一体的に進めることで、SUMINOE GROUPを次の成長ステージへと導いていきます。従業員が誇りを持って働き、世界で通用するブランドを確立することこそが、持続的な成長と企業価値の向上を実現する原動力になると確信しています。

利益の確保・改善と時価総額の向上

従業員を含めてステークホルダーの期待に応える経営を追求

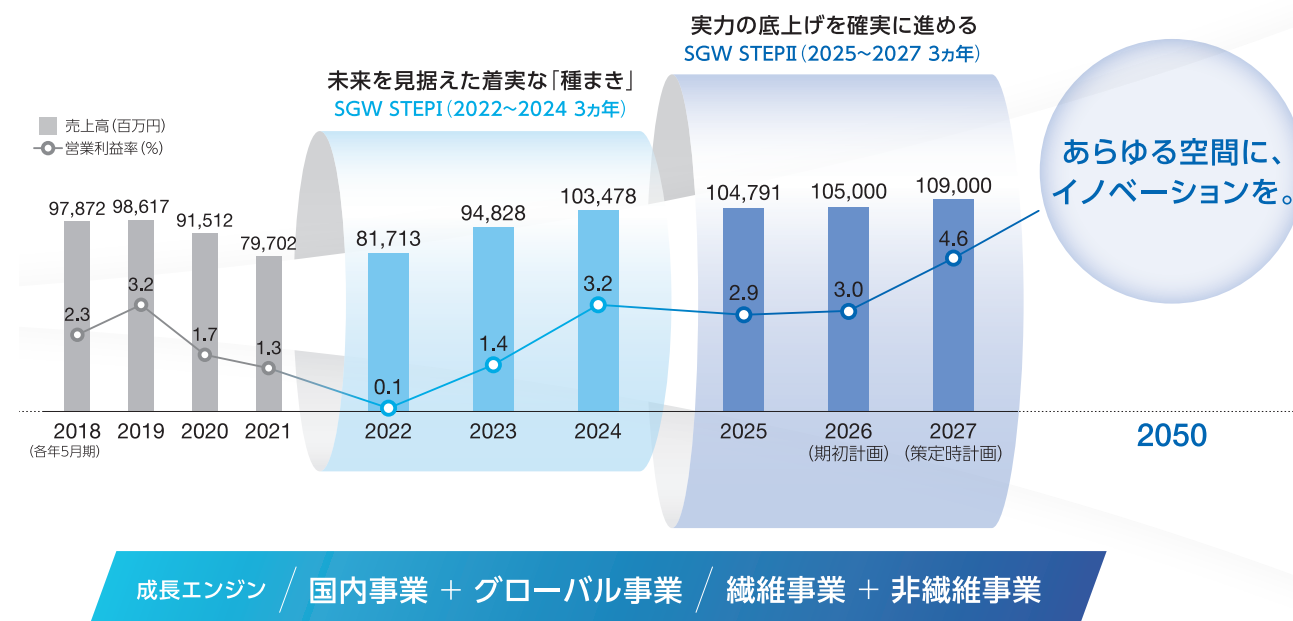
最後に、当社グループは利益の確保・改善と時価総額の向上に全力で取り組む方針です。2026年5月期は、売上高1,050億円、営業利益31億円を計画し、さらにSGW STEPⅡの最終年度である2027年5月期では、売上高1,090億円、営業利益50億円、経常利益50億円、親会社株主に帰属する当期純利益26億円を目指すとともに、ROE8.0%、PBR1.0倍の達成を目標としています。



株主・投資家のみなさまに対しては、配当性向を従来の33%から38%に引き上げ、2027年5月期には1株当たりの年間配当金70円を目指すほか、株主優待の充実などを通じて株主還元を強化します。併せて、決算説明会や機関投資家との面談、スモールミーティングや1on1、個人投資家説明会の機会を増やすなどIR活動を充実させ、英文対応や開示の質的向上を進めることで、透明性の高い経営を追求していきます。

一方、従業員に対しては、グループ理念を基盤に主体的に挑戦できる環境を整え、成長を後押ししてまいります。お取引先様やお客様に対しては、高品質かつ環境対応型の製品・サービスを提供し、信頼に応えていきます。そして社会に対しては、「新しい快適のスタンダード」を創造する存在として、持続可能な未来に貢献することをお約束します。

これらの取り組みを通じて、SUMINOE GROUPを、すべてのステークホルダーに価値を提供し続ける企業へと進化させてまいります。株主・投資家のみなさまをはじめ、多様な関係者との信頼関係を礎に、持続的な成長と企業価値の向上を実現していく所存です。引き続き、みなさまのご支援を賜りますようお願い申し上げます。



人材の育成と組織文化の醸成

多様な人材が能力を発揮できる組織づくりこそ持続的成長の原動力

当社グループが持続的成長を成し遂げていく上での源泉は、人材にあると考えます。製品や技術の力を最大限に発揮するためには、それを生み出す従業員一人ひとりの

意識と行動が何より重要です。社長就任以来、私はグループ理念の浸透に力を注ぎ、その成果として社内文化が少しずつ前向きに変化してきていることを実感しています。従業員が自ら考え、主体的に行動する姿勢が芽生えつつあり、これをさらに広げていくことが私の使命です。

SGW STEPⅡの重点テーマの一つに「経営基盤の強

価値創造プロセス

SUMINOE GROUPは、グループ理念に基づき、社会に貢献する価値を創造し、持続可能な社会の実現と企業価値の向上に繋がります。



中長期経営目標

2021年7月、中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」を発表し、2期6年におよび現在進行中です。前半3か年では未来を見据えた着実な種まきを進めてきました。2024年6月よりスタートした「SUMINOE GROUP WAY 2025～2027 STEPⅡ」(以下、SGW STEPⅡ)は、実力の底上げを確実に進める期間として位置づけています。

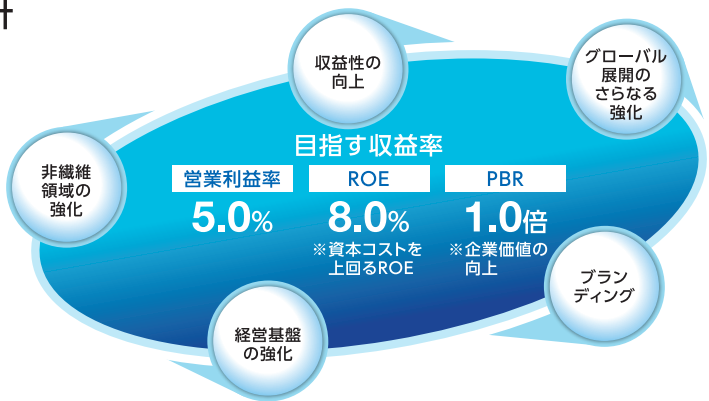
足元では、自動車内装事業において、中国での日系自動車メーカーの生産縮小・撤退影響を大きく受けるとともに、米国の政権による保護主義的な政策への転換に端を発し、世界経済全体の先行き不透明感がさらに強まっていますが、外資系自動車メーカーへの販促活動が実を結び兆しが見え始めているほか、機能資材事業の黒字化計画などから、最終年度である2027年5月期の計画および目指す収益率は据え置いています。

このSGW STEPⅡを推進することで、持続的な成長とさらなる企業価値向上を目指していきます。

SGW STEPⅡ(2025～2027)の方針

重点テーマ

5つの重点テーマを追求するとともに、実力の底上げを確実に進めていくことで2027年5月期までに目標の収益率を目指します。



具体的な取り組み

収益性の向上 成長事業への注力および既存事業の強化により、安定した収益基盤の確保と継続的な収益性の向上を目指してまいります。	- メキシコ子会社に新設した合成皮革工場における顧客ニーズに対応する高品質な製品の安定的な供給(自動車内装) - 独自の加飾技術による差別化(自動車内装) - 鉄道各社における安全・防災対策取り組み強化に適う非常脱出はしごなどの提案と対応(車両内装) - 中高級ゾーンに対応する付加価値型製品群のラインナップ拡充とシリーズ化による顧客への訴求力向上(インテリア) - 環境対応について訴求力のある水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」のシェアアップ(インテリア)	- プロダクトポートフォリオの見直しによる高付加価値分野への注力(インテリア) - 夏物家電商材の開発および拡販(機能資材) - 部門を越えた連携によるシナジー効果の最大化(全事業) - 適切な利益確保および持続可能なサプライチェーン構築のための価格転嫁活動の実施(全事業) - 設備投資および生産体制の再構築・効率化による生産性の向上(全事業)
グローバル展開のさらなる強化 ダイバーシティの拡大とグローバル戦略のアップデートにより、海外市場でのプレゼンスを高めてまいります。	- 国内外拠点の連携を強化し、海外での展示会出展やプレゼンテーションなどによる外資系自動車メーカーへの販路拡大(自動車内装) - ベトナム拠点の生産体制再編によるコスト競争力の強化および世界供給体制の最適化(自動車内装・機能資材)	- グローバルでのインテリア製品拡販に向けた体制構築(インテリア) - グローバル人材の採用と育成(全社) - キャリア申告制度の活用(全社)
非繊維領域の強化 繊維で培ったコア技術をさらに進化させ、非繊維商材の開発および受注拡大に注力します。	- メキシコ子会社に新設した合成皮革工場を活用した新規素材の開発(自動車内装) - 鮮度保持などの新機能追加で、フィルター商品群を拡充(機能資材)	合成皮革やスペース デザイン ビジネスなど、新たな付加価値のある製品・サービスの開発・拡販による他社との差別化(全事業)
経営基盤の強化 サステナビリティ経営の推進やコーポレートガバナンスの強化により透明性を高め、資本コストの抑制に繋がります。	- 当社グループの成長を支える人材の育成・確保(全社) - 政策保有株式の縮減(全社)	基幹システムの再構築(全社)
ブランディング 国内外における「SUMINOE」の認知度を高めるため、企業の総合力を高めつつ、積極的なブランディング向上施策を推進してまいります。	- ブランド戦略室を中心としたSUMINOEブランド価値の競争力強化(インテリア) - 部門を越えた交流によるグループ内協力体制の強化(全社) - コーポレートブランドの広告出稿(全社)	- インナーブランディング推進によるグループ理念・経営方針の浸透(全社) - 業務ツールなどを通じた企業ロゴの露出強化(全社)

連結収支計画・実績

	2024年		2025年	2026年	2027年	STEPⅠとSTEPⅡの最終年の比較	
	実績	実績	実績	期初計画	計画	(率)	(額)
売上高	103,478	104,791	105,000	105,000	109,000	+5.3%	+5,521
営業利益 営業利益率	3,300 3.2%	3,001 2.9%	3,100 3.0%	3,100 3.0%	5,000 4.6%	+51.5%	+1,699
経常利益	3,668	2,514	3,350	3,350	5,000	+36.3%	+1,331
親会社株主に帰属する当期純利益	874	669	1,500	1,500	2,600	+197.3%	+1,725
為替レート 1ドル=円	145.31	152.60	144.00	144.00	125.00		

売上高の拠点別内訳

	2024年	2025年	2026年	2027年	STEPⅠとSTEPⅡの最終年の比較	
	実績	実績	期初計画	計画	(率)	(額)
売上高	103,478	104,791	105,000	109,000	+5.3%	+5,521
国内	67,793	69,507	69,400	73,000	+7.7%	+5,207
北中米	18,469	19,060	19,900	18,700	+1.2%	+230
中国	8,098	7,285	6,300	7,900	△2.5%	△198
アジア	9,116	8,937	9,400	9,400	+3.1%	+282

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状分析

株主資本コスト 5～7%

SGW STEPⅡ策定時の算出方法
…CAPMで算出、リスクフリーレート(約1.0%)
+ベータ値×市場リスクプレミアム(約6.0%)
リスクフリーレートは国内長期金利より参照、
ベータ値は自社計算

ROE 2.1%(2025/5実績)

PBR 0.5倍(2025/5実績)

ROEは資本コストを下回った状態が続いており、PBRも1倍割れの状態で継続して推移している

2025年5月期は、自動車内装事業の北中米拠点において、自動車メーカーの生産計画が変動したことに伴う生産効率の悪化が想定以上に長引いたことに加え、中国での日系自動車メーカーの販売苦戦の影響を受け、各段階利益が当初計画を下回りました。当社では、SGW STEPⅡの期間において株主資本コストを上回る水準のROEを目指しているものの、前述の要因からROEは2.1%となりました。

自動車内装事業を取り巻く市場環境が不確実性を増している状況下で、今後株主資本コストを上回る水準のROEを達成するために、まずはSGW STEPⅡのもとで本業における利益率の改善が最重要課題であると認識しており、加えて資本コストの抑制を図ることも必要であると考えています。

株主還元方針

株主還元については、重要な経営課題と考えており、今後も安定的な配当と業績の動向を勘案しながら、適正な成果の配分を継続していきます。

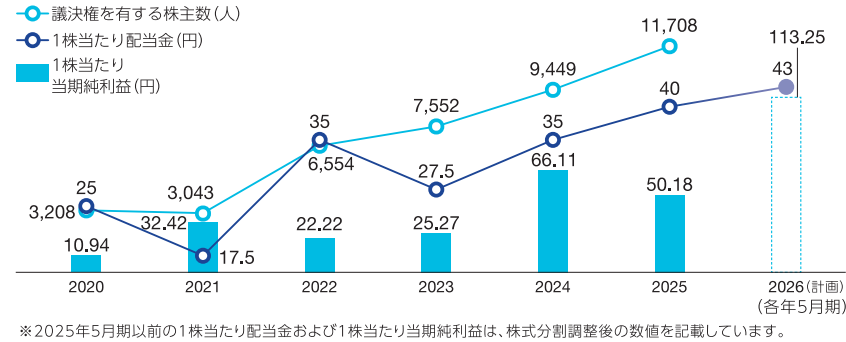
なお当社は、投資単位の引下げが株式の流動性を高め、より幅広い投資家層の拡大に繋がる有効な施策の一つであると考え、2025年3月1日を効力発生日として普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施しました。

安定した株主還元

- 配当時期については、中間および期末の年2回を基本とします。
- 急激な環境悪化など不測の事態を除き、年間配当金下限35円を維持します。

継続的な還元拡充

- 配当性向3.3%から3.8%に引き上げます。2027年5月期は年間配当金70円を目指します。
- 自社製品を含む株主優待制度を引き続き実施します。



IR活動の充実 ※関連ページはp.71

当社では、当社グループの持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図るとともに市場理解の醸成に向けて、株主および投資家との建設的な対話に積極的に取り組んでいます。2025年5月期は、年2回の決算説明会のほか、代表取締役社長による個人投資家向け会社説明会への登壇やIR担当役員による機関投資家との個別面談を実施しました。また、建設的な対話を促進するため、適時開示と併せて、中立な立場での情報提供を行うスポンサードレポートや機関投資家向けに開催する決算説明会の書き起こしサービスも利用するなど、IR関連情報の発信にも注力しています。今後も、充実した情報開示や個別面談、会社説明会などの機会を増やすことで株主・投資家のみならずコミュニケーションを図り、当社グループのさらなる理解促進と透明性の確保に努めていきます。

マテリアリティ

SUMINOE GROUPは、企業活動におけるサステナビリティの重要性が高まるなか、「サステナビリティ基本方針・関連方針」、「グループ理念」のもと、ステークホルダーにおける重要度と自社の長期的なビジネスにおける重要度を踏まえた上で、中長期的な価値創造を実現していくため、6つのマテリアリティを策定しました。

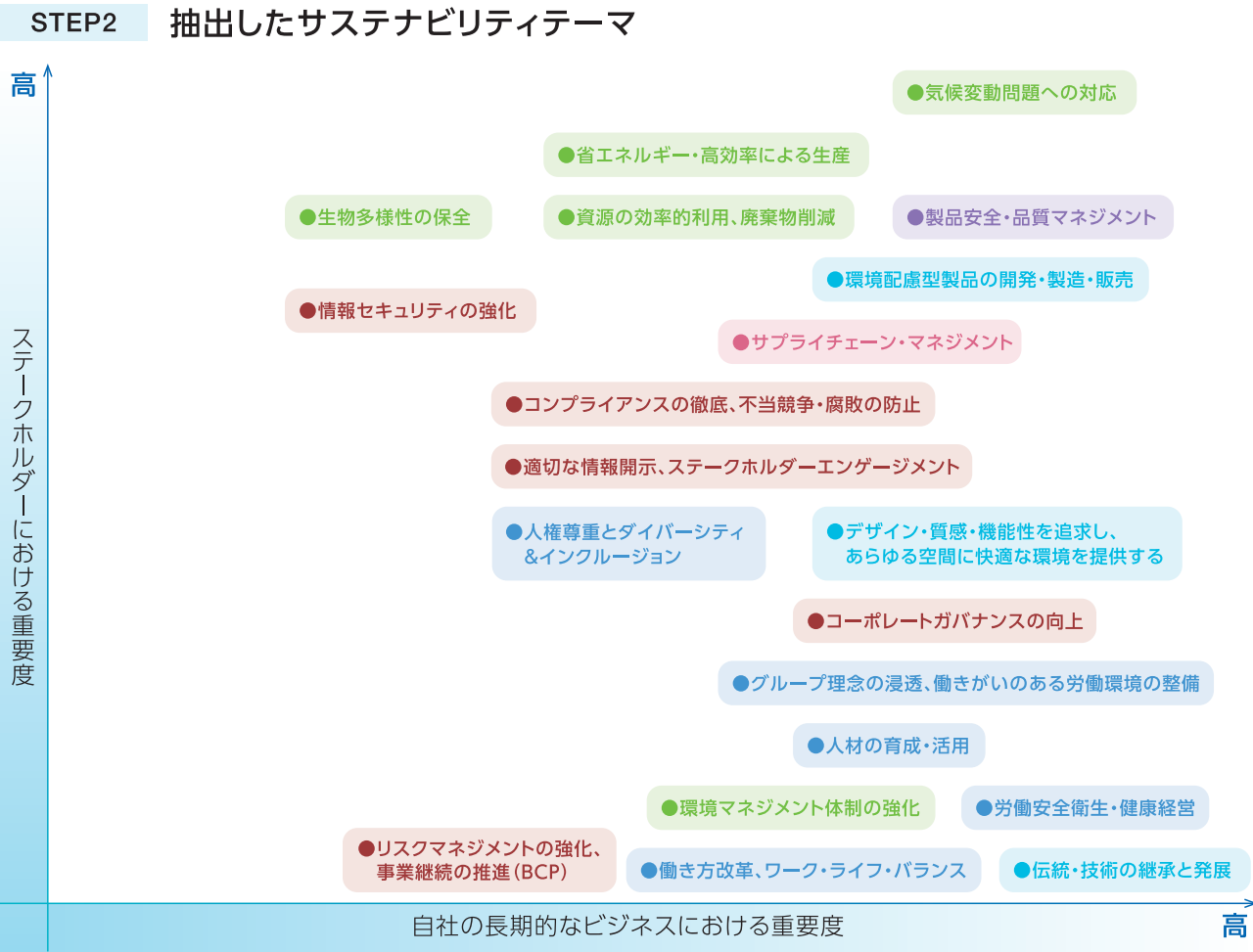
当社グループのマテリアリティの特徴として、ESG課題以外に、価値創出・収益機会として「価値ある製品・サービスの提供」の項目を追加しています。この項目は、当社グループの環境配慮型製品をはじめとした、サステナビリティに関連するビジネス全般の持続性・独自性を課題として認識することで競争優位性を高め、企業価値向上に貢献するものと考えます。

マテリアリティの策定プロセス



〔※1〕 マテリアリティ特定全体会議
CSR推進室を事務局とし、本部・管理本部、事業部門長と連携した部長クラスで編成。

〔※2〕 マテリアリティ特定分科会
6つのマテリアリティそれぞれについて検討するため、マテリアリティ特定会議内の主幹部署のメンバーで編成。



今後の課題

マテリアリティの理解・浸透と併せて、KPIの集計方法と社内体制の確立に努めます。

マテリアリティ一覧

分類	マテリアリティ(重要課題)	テーマ	目標	主な取り組み		進捗・モニタリング指標 (KPI)	2024年度目標 (2025年5月期)	2024年度実績	2026年度目標 (2027年5月期)
価値創造・収益機会	イノベーションを通してSUMINOEブランドの社会的価値を向上させる 価値ある製品・サービスの提供	● デザイン・質感・機能性を追求し、あらゆる空間に快適な環境を提供する	● 社会ニーズに適合した機能製品、健康に役立つ製品、高付加価値製品の開発 ● 空間提案型ビジネスの推進 ● SUMINOEブランドの強化	● 戦略的な知的財産の活用・保護 ● コア技術の深化と融合による新たな価値(新製品)の創出 ● 非繊維関連ビジネス、スペース デザインビジネス ^(※) の拡大 ● SUMINOEブランド認知度の向上 (※)「面」を彩る製品の製造販売・提案にとどまらず、「空間」全体の設計・デザインにも領域を拡大し、お客様のご要望をさらに高いレベルで具現化する		● 特許・実用新案・意匠 出願件数 ● スペース デザイン ビジネスの売上伸長を含めたシナジー効果 ● SUMINOEブランドの発信	● 出願 15件以上 ● 複数件 ● webサイト・SNS・展示会・広告・プロモーション、各メディアへの発信 産業資材事業部門「デザインプレゼンテーション」など	● 出願 16件、意匠出願件数 5件 ● 複数件あり ● webサイト・SNS・展示会・広告・プロモーション、各メディアへの発信 産業資材事業部門「デザインプレゼンテーション」テーマ「Liberate-「時間・空間の制約」からの解放」国内14回、海外2回開催	● 出願 15件以上 ● 複数件 ● webサイト・SNS・展示会・広告・プロモーション、各メディアへの発信
		● 伝統・技術の継承と発展	● 伝統・技術の継承と、新たな価値の創出 ● 創業150年、その先への事業継続	● 歴史的・著名建築物への内装材納入の継続 ● モノづくりの技術・知識の伝承 ● 伝統工芸における受注・生産・地域産業との協業の維持		● 伝統・技術・モノづくりを継承する人材育成(OJT、研修)	● 都度、複数回	● 都度、複数回実施(p.48参照)	● 都度、複数回
		● 環境配慮型製品の開発・製造・販売	● 製品ライフサイクルでのCO ₂ 排出量の削減 ● 循環型社会への貢献 ● 新技術開発による環境配慮型製品の創出	● 製品のLCA評価、EPD環境製品認証取得の促進 ● サークュラーエコノミーの実現に向けた技術・製品開発 ● 環境配慮型技術・製品の創出		● 第三者評価EPD環境製品認証取得件数 ● 環境に配慮した新技術件数 ● 環境配慮型製品の新たなアイテム数	● タイルカーペット11アイテム ● 1件 ● 3アイテム	● タイルカーペット0アイテム ● 1件 ● 2アイテム	● タイルカーペット4アイテム ● 1件 ● 3アイテム
E環境	KKR+Aの開発基本理念と環境対策宣言で「地球との調和」を推進する 地球環境の保全	● 気候変動問題への対応	● 事業活動での温室効果ガス排出量の削減	● 温室効果ガス排出量削減(Scope1-3) ● 再生資源利用、廃棄物削減等の推進 ● 環境推進部会・研修・認証取得等を通じた体制強化 ● 生物多様性に関する研修・座学の実施		● Scope1,2排出量の売上原単位比削減率(2023年度基準)	● 1.0%削減	● 1.7%削減	● 3.0%削減
		● 省エネルギー・高効率による生産	● エネルギー消費量の削減 ● 再生可能エネルギーの活用			● 再生資源利用率の向上(2023年度基準)	● 1.0%向上	● 0.8%向上	● 3.0%向上
		● 資源の効率的利用、廃棄物削減	● 3R(リデュース・リユース・リサイクル)の推進			● 産業廃棄物発生量の削減(2023年度基準)	● 1.0%削減	● 0.7%削減	● 3.0%削減
		● 環境マネジメント体制の強化	● 環境に関する社内体制の整備 ● 従業員への環境課題に関する理解・浸透			● 脱炭素、CO ₂ 削減に関する研修の実施回数 (※1)海外7社7拠点、(※2)国内8社9拠点	● (※1)1回	● (※1)1回	● (※2)1回
S社会	多様な人材が働きがいを持ち、安全・安心にイキイキと活躍できる組織風土をつくる 人材戦略	● 人権尊重とダイバーシティ&インクルージョン	● 人権尊重の遵守、あらゆるハラスメントの防止 ● 雇用に関する様々な場面において、差別を行わない公正な処遇 ● 多様性のある組織風土づくり	● 人権デュー・デリジェンスの推進・人権教育 ● 女性活躍の推進 ● 多様性を受容・尊重する環境・制度の整備		● 人権・ハラスメントに関する研修の実施回数(国内グループ会社) ● 女性管理職比率(2023年度5.1%)(国内グループ会社)	● 1回 ● 5.5%	● 1回 ● 5.7%	● 1回 ● 6.0%
		● 人材の育成・活用	● 次世代リーダー・グローバル人材・DX人材の育成 ● 人材のグループ最適配置 ● 社会の変化に応じた最適な人事・評価制度による人材の活性化	● 人材研修・DX教育の実施 ● 人材ポートフォリオの最適化 ● 環境変化に対応した人事・評価制度の見直し		● 人材研修時間(従業員1人当たりの平均研修時間)(国内グループ会社) ● 人事・評価制度の改定	● 把握および定義決め ● 準備	● SUMINOE人事部、グループ会社管理部主管の研修(通信教育含む) ● 目標管理シートに個人MISSIONの記載欄を新設	● 目標設定(2025年度) ● 改定
		● グループ理念の浸透、働きがいのある労働環境の整備	● インナーブランディング推進による、グループ理念・経営方針の浸透 ● 部署間コミュニケーションによるグループ総合力の向上 ● 従業員エンゲージメントの向上	● グループ理念研修の実施 ● 全方向コミュニケーションの実施 ● 従業員エンゲージメントの向上		● 「グループ理念研修」の受講率 (※1)国内グループ会社、(※2)海外グループ会社 ● 「歩き廻る経営」(※3)の訪問拠点数 (※3)社員と経営幹部の双方向コミュニケーション ● 「ツナグ輪—ケーション」(※4)、 「ツナグ講演会(後援会)」(※5)実施回数 (※4、5)ツナグをキーワードにしたグループ会社の垣根を越えたコミュニケーション活動 ● 働きやすさアンケート 「従業員エンゲージメント」指数 上司3.10、一般社員2.70 (4点を満点とした平均指数)(2023年度実績)	● (※1)100% ● 10拠点 ● (※4)3回、(※5)2回 ● - (隔年実施のため)	● (※1)100% ● 10拠点 ● (※4)4回、(※5)2回 ● - (隔年実施のため)	● (※2)100% ● 拠点は計画に基づく ● (※4)3回、(※5)2回 ● 0.03ポイントアップ(2025年度)
		● 労働安全衛生・健康経営	● 労働災害の未然防止 ● 従業員の健康の維持	● 従業員の安全確保、健康推進		● 重大な労働災害件数	● 0件	● 0件	● 0件
Gガバナンス	よい製品を生産し、販売し、社会の向上に貢献する 製品の安全と品質	● 製品安全・品質マネジメント	● 法規制の遵守、供給者責任の遂行 ● 製品の安全と品質の向上 ● 自社の品質基準および顧客要求事項の遵守 ● 化学物質・有害物質の適切な管理 ● 製品・サービスの安全性に関する情報提供	● 品質マネジメントシステムの構築、品質人材の育成 ● ローテーションによる製品安全・品質に関する内部監査の実施 ● グリーン調達の実施 ● 製品・サービスに関する正確で誤解を与えない情報提供		● 法規制違反件数 ● ローテーションによる内部監査の実施部署数	● 0件 ● 15部署	● 0件 ● 15部署+再監査4部署	● 0件 ● 部署数は監査計画に基づく
		● サプライチェーン・マネジメント	● 持続可能な調達の実現	● サステナブル調達のサプライヤーへの浸透		● サステナブル調達に関する「同意書」締結「アンケート」回答(回収率) (※1)国内グループ会社(5社)の対象としたサプライヤー (※2)国内グループ会社(13社)の対象としたサプライヤー(2025年度) (※3)海外グループ会社(13社)の対象としたサプライヤー(2026年度)	● (※1)80%	● (※1)「同意書」80.6% 「アンケート」81.7%	● (※2・※3)80%
		● コーポレートガバナンスの向上	● 実効性の高いコーポレートガバナンスの実践	● コーポレートガバナンス・コードの開示の対応 ● 取締役会の構成の適正化、多様性の実現 ● 後継者計画の構築と運用 ● 取締役会実効性評価 ● 社外役員への現場理解、情報提供サポート		● 取締役会実効性の分析・評価・課題の開示	● 1回	● 1回	● 1回
ガバナンス	透明性の確保を通じて企業の信頼の基盤を構築する ガバナンスの強化	● コンプライアンスの徹底、不当競争・腐敗の防止	● コンプライアンスを重視した企業活動の実践 ● グループガバナンスの構築	● 従業員、役員へのコンプライアンス研修 ● 内部通報制度の実効性向上、通報窓口の周知 ● コンプライアンス監査の実施 ● コンプライアンス意識調査		● 重大な法令違反件数 ● コンプライアンス研修の実施 (※1)従業員、(※2)役員	● 0件 ● (※1)階層別研修計画による(※2)1回	● 0件 ● (※1)階層別研修計画で実施(※2)1回	● 0件 ● (※1)階層別研修計画による(※2)1回
		● リスクマネジメントの強化、事業継続の推進(BCP)	● リスクの特定・分析・評価・対策を講じリスクを軽減することによるレジリエンスの向上 ● 災害・事故の未然防止 ● 災害時やパンデミックにおけるBCP対策	● リスク課題の共有と対策 ● 内部統制によるリスク評価の実施 ● 災害・事故の未然防止活動と発生時の情報共有、対策		● 防火訓練、BCP安否確認訓練の実施回数 (BCP訓練は、SUMINOE(株)本社・(株)スミノエ インテリア プロダクツ本社)	● 1回	● 1回	● 1回
		● 情報セキュリティの強化	● 情報資産を重要な資産として認識し、適正な保護・管理	● セキュリティ管理体制の整備 ● 業界団体のセキュリティガイドラインへの準拠		● 重大な情報セキュリティ事故件数	● 0件	● 1件	● 0件
		● 適切な情報開示、ステークホルダーエンゲージメント	● 法令、規則に準じた会社の財務情報、非財務情報の適時開示 ● 株主・投資家との対話による企業理解の促進	● 投資家との対話機会の促進 ● 各種媒体の取材およびアプローチによる企業価値の発信		● 個人投資家向けセミナーの実施回数 ● 機関投資家との1on1ミーティングの実施回数	● 2回 ● 10回	● 3回 ● 36回	● 2回 ● 20回

KKR+A (開発の基本理念)を軸に 事業を通じて社会課題の解決を目指す。

「K(健康)K(環境)R(リサイクル)+A(アメニティ:快適さ)」を開発の基本理念として、環境問題の解決と社会に貢献する技術・製品の研究開発や産学連携のシーズ開発などに取り組んでいます。これからも、「KKR+A」と長年培ってきたコア技術をベースに、人と環境にやさしい新たな技術・製品の開発を目指します。

開発の基本理念

当社グループは、業界の先駆者として、健康や環境に配慮した先進技術の開発や応用を推し進め、1998年には「KKR+A」を発表しました。以降、これを開発の基本理念とし、室内環境改善やリサイクル材の活用をはじめとした、人と環境にやさしい技術・製品の開発に取り組んでいます。

健康 環境 リサイクル アメニティ
KKR+A

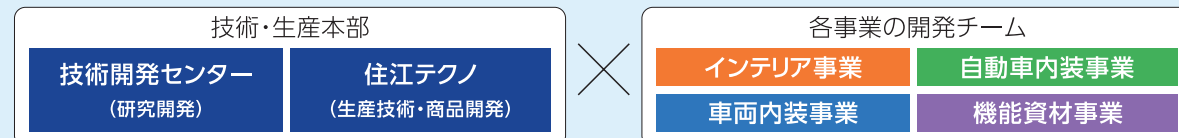
コア技術

- 織・編製造技術
- 樹脂配合技術
- 再資源化技術
- センシング技術

- コーティング技術
- 機能付与技術
- 硬綿加工技術

コア技術の研究開発は、技術開発センターと住江テクノからなる「技術・生産本部」が担い、各事業の「開発チーム」とも連携して取り組んでいます。
※関連ページはp.33

研究開発体制



K 健康

当社グループは約20年前から抗菌加工技術に取り組み、約10年前からは抗菌・抗ウイルス加工を施した主に医療・福祉・教育施設向けのカーペットやカーテンの販売を開始しました。コロナ禍以降、抗ウイルス商品に対する要望の高まりに伴い、性能評価技術の構築や商品開発に一層注力し、試験の迅速化や品質向上を実現しました。また、抗菌・抗ウイルス加工「Vguard」を開発し、タイルカーペットやカーテンに向けた商品展開を進めています。



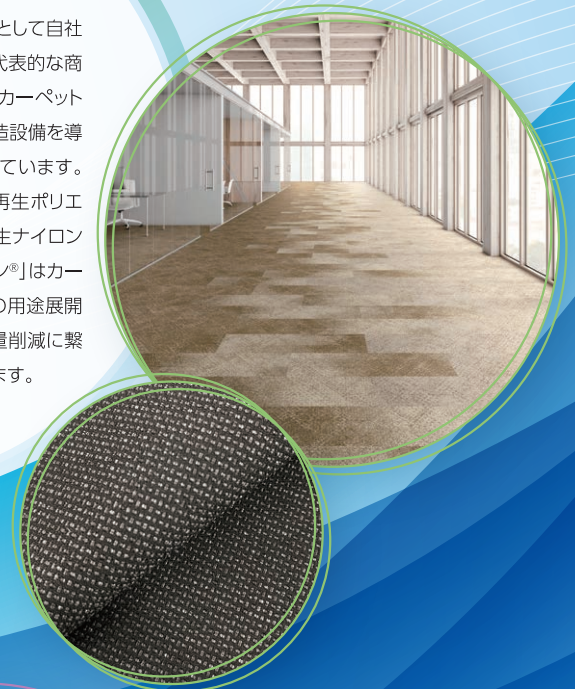
K 環境

繊維とプラスチックはどちらも人々の生活の近くにあり、触れる機会の多い素材です。環境にやさしい樹脂製床材の成型技術を用いた電車内の床表示フィルムは、耐久性に優れるだけでなく滑りにくく燃えにくいという特長があり、身近な場所で安心と安全を守っています。また新たに、それを自動車内の傷防止目的の内装用品としても展開し、拡販を開始しています。



R リサイクル

当社グループは、メーカーの社会的責任として自社商品の環境負荷低減に取り組んでいます。代表的な商品の一つが、水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」。リサイクルに最適な製造設備を導入し、国内最高水準の再生材比率を実現しています。その他にも、使用済みペットボトル由来の再生ポリエステル糸「スミロン®」や、廃漁網由来の再生ナイロン糸「SEACLE(シーフル)」があり、「スミロン®」はカーペットだけでなく自動車用シート表皮材への用途展開も進めています。また近年では、CO₂排出量削減に繋がる木粉混シートの開発にも取り組んでいます。



A アメニティ:快適さ

カーテンやカーペット、壁紙といったインテリア製品をはじめとする身の回りにあるモノに、消臭加工やアレル物質吸着加工などを施すことで、快適な空間づくりに貢献しています。また、新商材の制振シート「ブルピタ®」は、たとえば自動車ドアトリム材のデッドニング材料として使用するとロードノイズや車外雑音の低減効果を発揮するもので、振動によるストレスからの解放に役立ちます。



インテリア事業

担当役員による振り返りと今後の展望

SUMINOEブランドの認知と収益性の向上を目指す

取締役 インテリア事業部門長 村瀬 典久



事業の概要・概況

インテリア事業は、SUMINOE GROUPの祖業であり、会社を成長させてきた基幹事業です。グループ内の他事業がOEMの受託を中心とするのに対し、当事業は日本のインテリアの先駆者として、ブランドの認知向上と企業イメージの確立という役割を担ってきました。

当事業では、スミノエ インテリア プロダクツがタイルカーペットやカーテン、ラグ・マット、ルノンが壁紙や襖紙、シーピーオーが造作家具を主力としており、室内空間の

トータルインテリアを提案することが可能です。

商流で切り分けると、BtoB向けとBtoC向けの販路があり、両販路ともにエンドユーザーとの接点があるのが特徴です。

2025年5月期は、インバウンド需要によるホテル建設ラッシュで採用物件数が多かったことや、スペース デザイン ビジネスが好調に推移したことで、売上高382億64百万円、セグメント利益10億23百万円と、SGW STEPⅡの初年度計画を達成しました。

これまでの取り組みで見えてきた強み・課題

私たちの強みの一つは、明治時代から受け継がれ近代国家のイメージづくりに貢献してきた製織技術です。その代表として、創業以来続く丹後テクスタイルの手織緞通があり、その他にも、手織緞帳、ハンドフックの緞通、自動織機によるフックド・ラグ製品などがあります。これまでに、国会議事堂や著名なホテル、ブランドショップに採用された実績が物語るように、製品に対する信頼感は極めて高いと自負しています。これに加え、製品開発力も強みとしており、インテリアメーカーの中でも環境対応型製品にいち早く着目し、2011年に水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS[®]（エコス）」を発売しました。近年は、ビルやホテルのオーナー自らが、リサイクル素材を活用した製品を積極的に指定するケースが増加し、デザインや機能性の要望も多様化しています。これらの幅広いニーズにも柔軟に対応し、新たな価値ある製品を開発・提供できる点も、他社より秀でていると認識しています。

しかし、課題もあります。従来のビル・ホテルといった新築物件向けの商流は、事業構造上どうしても薄利多売となる傾向があります。そのため、従来の商流にとらわれず、年々伸長するペット関連市場などの異業種にも着目し、機能性や意匠性を活かした製品の提案型営業を強化しています。他方で、一般家庭向けのカーペットやカーテンは、品質やデザイン面で他社との差別化が可能で、ブランド価値向上と収益性向上を両立させる重要な柱と考えています。現状では厳しい市況となつてはいますが、当事業の強みであるこの市場を再度、掘り起こしていきたいと思っています。

SGW STEPⅡ達成に向けて～見通しと打ち手～

SGW STEPⅡの最終年度である2027年5月期の売上高・セグメント利益達成目標は、現状の進捗から考えると前倒しでの達成も視野に入ってきました。ただ、次期中計ではセグメント利益率5%を見据えており、この実現には、

まずは現在定めている事業方針と施策を確実に実行することが重要で、新製品の開発や新市場の開拓、ブランド認知度の向上がポイントになります。

新製品開発では、幅広いニーズへの柔軟な対応力を活かし他社との差別化を図り、収益性を引き上げ、高い技術で製造された製品により得られる満足感と価格に見合う特別な体験を提供できる中高級ゾーンの強化が重要です。具体的には、2025年6月に中級ゾーンのオーダーラグシリーズ「Epilogue（エピローグ）」を投入し、すでに展開している高級ゾーンの「itten（イッテン）」、最高級ゾーンの「REI（レイ）」と合わせて、積極的な拡販に努めます。近年のオフィスの在り方が単に働く場ではなく、社員同士のコミュニケーションを取る場、安らぎを与える場へと変貌したことによって、一般家庭向けのオーダーラグコレクション「itten」が、BtoBの空間へも大きく伸長しています。今後もユーザーの要望に柔軟な対応をしてまいります。

新市場の開拓では、グループ全体が持つ技術を活かして異業種との連携や提案を加速させます。ペット向けの滑り止め・防水カーペットや、健康機器とセットで販売されるマットなど、「視点を変えれば商機はまだ多くある」という認識のもと、販売先を拡げてまいります。新市場の開拓や製品開発力向上を目的とした組織再編も進行中で、ターゲットとする顧客ごとに人員配置を行う営業体制へのシフトや事業間で顧客基盤を共有しながら営業活動を行うことで、より多くの商機をつかむというシナジー効果の向上も図っていきます。

ブランド認知度向上の手段の一つに、BtoCチャネルの強化とデジタルの世界における発信があり、2024年にエンドユーザーとの接点となるwebサイトを刷新したところ、お問い合わせやサンプル請求が大幅に増加しました。今後もSNSとの連動も含めたデジタル戦略を強化することで、ブランド認知度向上に努めていきます。

日本のインテリアの先駆者である当事業は、SUMINOE GROUPの基幹事業であることを念頭に置き、ブランド価値向上と収益性向上の両立に尽力してまいります。

自動車・車両内装事業（自動車内装事業）

担当役員による振り返りと今後の展望

新しい快適のスタンダードをつくるため、ニーズの深掘りにまい進する

取締役 産業資材事業部門長 諏訪 和晃



事業の概要・概況

自動車・車両内装事業は、売上高で634億78百万円と、当社グループ全体の約6割を占めています。セグメント利益ベースで見ても40億94百万円となっており、まさにグループの基幹事業と言えます。

そのなかで自動車内装事業は、日系自動車メーカーを中心に、シート表皮材をはじめフロアカーペットやカーマットなど、多様な内装製品を採用いただいております。近年では、電気自動車(EV)メーカーでの採用も進んでいます。

企画段階からシート表皮材やフロアカーペット、カーマットなどの自動車内装の提案を行い、コンセプトにふさわしい価値ある製品として承認されると、パーツ製造メーカーに各種製品を同一品質でかつ安定的に供給する、という事業スキームです。

2025年5月期は、北中米拠点における自動車メーカーによる生産計画の変動などにより生産効率の低下が想定以上に長引いたことや、中国市場における日系自動車メーカーのシェア減少が想定を上回った点などが利益の

押し下げ要因となりました。しかし、自動車内装事業を取り巻く市場環境は不確実性を増しているものの、事業全体としては堅調に推移しています。

これまでの取り組みで見えてきた強み・課題

天井材、シート表皮材、カーマット、フロアカーペットなど、車内の多様な部位で最適な商材を揃え、トータルで提案できる企業は、当社グループだけだと考えます。この点は、間違いなく世界的にもほかに例を見ない強みです。

たとえば、新型車種の開発時においてはコンセプト段階から参画し、各部位に最適な素材やデザインの提案を行っています。また、「上質な快適性や特別感のある素材を」という自動車メーカーのニーズに、ホテルのロビーなどでも採用される「丹後緞通」と呼ばれる高級敷物の技法を駆使したハンドメイドによる高密度なボリューム感のあるフロアマットを提案し、採用されたという事例もあります。このようにインテリア事業や機能資材事業、車両内装事業で培った技術や柔軟性でニーズに合う幅広い商品を揃えられる総合力も強みです。

一方で、生産体制の最適化と効率化は、依然として取り組むべき重要な課題です。現在、北中米拠点における生産体制の再構築として、メキシコ拠点への生産集約と強化をさらに進めています。これにより、北中米拠点全体での生産効率の向上と、コスト競争力の強化を図っています。

もっとも、今後の動向としては、米国トランプ政権による輸入関税政策がどの程度影響するかを引き続き注視する必要があります。ただし、日系自動車メーカーの現地での生産動向や総合的なコスト面を踏まえれば、メキシコを中心とした生産体制の方針自体は、今後も維持すべき方向性と捉えています。

こうした特殊な外部環境の変化に対応しながら、当社グループの強みである「提案力」をさらに高めていくことが、次期中計に向けての成長ストーリーとなります。自動車業界では、内装トレンドの変化により、ファブリックから合成皮革へのニーズの移行が進んでおり、そうした潮流を的

確に捉えた素材・製品の開発と生産が求められています。

さらに、営業先の拡大も今後の重要なテーマです。グローバル市場での競争力を高めるためにも、提案の幅を広げ、新たな顧客基盤を構築することが課題です。

SGW STEPⅡ達成に向けて ～見通しと打ち手～

不確定要素はあるものの、日系自動車メーカー各社の生産台数見通しは概ね据え置かれており、現時点ではSGW STEPⅡの目標を維持し、成長を目指してまいります。

生産面では、メキシコおよびタイの拠点を軸に合成皮革の供給体制を強化しており、現在は市場ごとの提案力強化に取り組んでいます。

注力市場である北中米では、外資系北米大手自動車メーカーへの足掛かりを得たことから、さらに展開を進めます。一方、インド、タイ、インドネシア、ベトナムなどの東南アジアは、日系自動車メーカーのシェアが高く市場成長も著しいため、営業活動を積極的に展開していきます。これら2市場が今後の成長の要所です。

地域別対応に加え、総合的な提案力の強化がより重要です。たとえばシート表皮材については、従来は要望に応じることが中心でしたが、今後は機能や付加価値を備えた仕様を先回りし、裏材を取り付ける加工や裁断加工を含めて当社グループで対応するといったように、事業領域の拡大を図ります。その実現には部門を越えた技術・製品のシナジーが不可欠であり、営業・開発・デザインの各現場では社員一人ひとりのマインドセット改革が求められます。

顧客の固定化や業務のルーチン化は反省すべき点です。「今ある仕事が明日も続くとは限らない」という危機感を共有し、挑戦を続けてまいります。

自動車・車両内装事業（車両内装事業）

担当役員による振り返りと今後の展望

公共交通機関向けの内装材だけではなく、 グループの総合力を発揮して 多角的な提案力を高めていく

執行役員 車両資材事業部門長 吉澤 朋宏



事業の概要・概況

車両内装事業は、新幹線や鉄道、バス、船舶といった公共交通機関向けのシート表皮材をはじめとした内装材の製造・販売を行う部門です。1896年に、日本初となる手織りのシートモケットの製造に成功しました。その後、旧国鉄（現JRグループ）のシート表皮材に採用されたのをきっかけに採用車両が拡大し、現在では鉄道車両のシート表皮材として業界トップのシェアを誇っています。同様にバス用のシート表皮材でも国内シェアトップクラ

スの地位を守っています。安定したシェアを維持していることから、コロナ禍による車両製造台数の減少や既存車両の改修頻度の低下といった影響を受けつつも、売上高は回復傾向が継続しています。鉄道車両のシート表皮材は、10～15年周期で張替え需要が生じ、バスは車両製造時の納入以後、張替え需要は生じないのが一般的です。それだけ当事業のモケット（シート表皮材）が、丈夫で長持ちする素材でありサステナブルな商材という証左でもあります。

また、当事業は顧客企業の予算編成や年度ごとの事業計画に左右される側面もあり、顧客動向を踏まえた張替え需要の予測と、それに基づく生産計画の策定が重要となります。そのため顧客鉄道会社との信頼関係を築き、車両運用スケジュールを詳細に把握できるよう努めています。

これまでの取り組みで見えてきた強み・課題

公共交通機関の基本原則は、何よりもまず「安全の確保」です。そのため、当事業のシート表皮材にも耐久性や難燃性などの品質が求められます。さらに、サステナブルの観点でも汚れが目立ちにくく長持ちするというニーズがあり、これらを満たせることが強みです。また市場において高いシェアを維持し、安全で高品質な製品を安定して供給できる体制を築いていることによる信頼関係から、鉄道会社をはじめとする顧客企業と緊密な関係性を構築できていることも強みとして挙げられます。

車両内装の市場は安定しているものの、急拡大の成長が見込める領域ではなく、シートの張替え需要も顧客の年度予算や車両メンテナンスの計画に左右されます。だからこそ、需要を確実に捉えるために、当事業では顧客企業の車両メンテナンススケジュールや実施場所までを把握し、最適なタイミングでの生産・出荷を可能にする関係性を構築しています。

鉄道会社は昨今、安全対策への予算は増額するものの内装関連については減額する傾向があり、当社グループとしても動向を注視しています。また原材料コストの上昇もあり、原価低減を進めていますが、サプライヤーには小規模な事業者も多く、マーケットリーダーとして持続可能なサプライチェーンを構築する責務があるとも認識しています。そのため、仕様変更などを含む多角的な対応が求められます。こうした制約を踏まえつつ、効率化を進めながら技術革新にも努め、収益機会をどう拡大していくかが今後の重要な課題です。

SGW STEPⅡ達成に向けて ～見通しと打ち手～

コロナ禍による車両製造、メンテナンスの需要減から回復した市場環境を踏まえて、当初設定した当事業のSGW STEPⅡの目標数値は維持していく方針です。

先に触れたように、原価低減を進めつつ、コスト上昇については価格転嫁の検討を含め顧客企業にもご理解いただく必要があると考えています。また、今後の収益性維持・向上のカギとなるのは、提案力のさらなる強化と、事業の垣根を越えたシナジーによる技術革新だとみています。そして、良いモノを幅広く提供できる企業であることを認識いただきたいと思います。

近年、観光車両を中心に求められるデザインが多様化しており、当事業でもデザイン力の強化に注力しています。シート表皮材にとどまらず、床材やカーテンなども含めた空間全体の提案力を発揮していきたいと考えています。実績として、JR西日本観光列車「はなあかり」ではシートだけではなく、タイルカーペットやカーテンなどの内装材一式を納入し、モチーフである「日本の四季を彩る草花」を表現する色使いや質感を評価いただきました。

総合的な提案力向上のため、付加機能を提案するという視点も有用と考えます。たとえば、パーソナル空間として求められる静粛性には新商材での対応を検討するなど、今後より幅広い視点で商品開発を行い付加価値創出を進めていく構えです。

収益機会を増やす観点から、昨今ニーズが高まっている安全対策の商材提案も進めており、グループ会社である丸中装栄と連携して、非常脱出はしご、侵入防止ネットなどの商品ラインアップを強化しています。この例に限らず、事業の垣根を越えて、顧客基盤の情報共有、技術連携を図り、多角的な提案へと結びつけていきます。

グループの総合力を発揮し車両内装という枠組みにとらわれることなく、空間そのものの価値を見つめ直し公共交通機関に新しい提案を届けてまいります。

機能資材事業

担当役員による振り返りと今後の展望

2026年5月期の黒字化は至上命題。 春夏向け家電やスマートテキスタイルなど 事業構造の再構築を進めていく

執行役員 機能資材事業部門長 田村 裕史



事業の概要・概況

機能資材事業は、SUMINOE GROUPのなかで、インテリア事業と自動車・車両内装事業以外の分野を担う役割を持ち、非繊維領域にも注力する、グループ内で最も挑戦的な部門です。家電カテゴリーでは秋冬向けのホットカーペットや電気毛布、非家電カテゴリーでは浴室床材や消臭フィルターなどを手掛け、付加価値のある機能を持った素材を起点とした商品展開に取り組んでいます。

2025年5月期の売上高は25億66百万円、利益面では期初計画より良化したものの、マイナス1億24百万円となりました。暖冬などの影響によって、秋冬向けが中心となる家電事業の市況が低迷したことに加えて、浴室床材における品質問題が一部モデルの受注減を招いたことも一因となりました。

これまでの取り組みで見えてきた強み・課題

これらの状況を踏まえ、私たちは収益改善と体質強化に向けて、コスト構造の改革と事業運営の見直しを進めてまいりました。主力生産拠点であるベトナム工場では、秋冬向け家電のみの生産では、夏が最盛期、冬が閑散期となってしまうため、他事業の製品製造を受託して年間を通した稼働率の平準化を図り、効率化を推し進めています。また、中国拠点は貿易会社として存続していましたが、2024年末に解散し、人件費などの固定費の削減を進めました。

家電カテゴリーでは、近年の季節動向を鑑みて、春夏向け商品の開発にも着手しており、2025年春夏市場には就寝時に使う冷感マットを上市し、今後、新たな主力商品としての成長を期待しています。

非家電カテゴリーでも、現時点では事業全体を牽引する新たな柱となる商品が育っていない点は課題です。浴室床材は品質問題の改善対策を終え、継続して受注してまいりますが、中長期的に市場規模を予測した場合、新設住宅着工戸数の減少など、厳しさがあります。

繊維系暖房商材、消臭商材、食品商材などすべてのカテゴリーで楽観視できる状況にはなく、赤字からの脱却のためには、持続的な収益を生む商品ポートフォリオの再構築が急務です。

SGW STEPⅡ達成に向けて ～見通しと打ち手～

私たちは現在、SGW STEPⅡのなかで、「新たな事業展開に果敢に挑戦し、新しい企業価値創出に貢献する」という部門MISSIONを掲げ、それを部門に所属する部署、部員、それぞれのミッションに落とし込んで、取り組みを加速させるよう進めています。

2026年5月期は、当初の目標から、まずは足元の収益基盤を固めることを優先して目標値を再設定しました。2027年5月期においては、売上高目標を33億90百万円、

セグメント利益目標を1億70百万円と、赤字脱却後の黒字化を確実なステップとすることを目指しています。これを実現するため、収益性の重視を明確化しました。ベトナム工場では、これまでの数量を確保して稼働を優先する受注生産体制から、利益確保を重視した受注生産体制へ移行し、先に触れたように、家電事業の春夏向けアイテムの投入によってさらなる生産平準化を進めていきます。

同時に、新規商材の育成にも注力しています。たとえば、スマートテキスタイルの「Swetty」は、水濡れやムレを検知するシステムで、技術開発センターと連携して開発を進めているものです。実用例として、土木分野におけるコンクリートの含水率管理や水濡れ検査機器など、現場の省力化・省人化ニーズに応えるソリューションとして期待されています。また、鮮度保持機能を有したフィルター商材や、機能性表示を取得した口腔ケア商品などを2025年度内に本格販売する計画です。再生紙を原料とするなど環境訴求できる商材は、SGW STEPⅡ中に上市を果たせるように開発を進めています。

これらの新商品は、ゼロからではなく、既存の技術を土台に応用することでスピーディに商品化することを基本思想としています。当社グループの製造、技術リソースを使った、インテリア事業や自動車内装事業と連携した商品開発など、既存事業とのシナジー強化による販路拡充も同時並行的に行います。

今後も、社内外のリソースやグループ企業、外部パートナーとの連携を最大限に活かし、筋肉質な事業体制を構築してまいります。足元を固めつつ、新たな領域へ挑み続けることで、機能資材事業としての役割を果たしていきたいと考えています。

研究・技術開発戦略

技術と人材の力を結集し、
SUMINOEらしい価値を創出していきます

執行役員 技術・生産本部長
服部 太郎



「KKR+A」(開発の基本理念)を軸に、
人と環境にやさしい技術・製品の開発を推進

当社グループは創業以来、社会に貢献する技術・製品の研究開発に取り組んでいます。1998年に「インテリア環境宣言」を発表し、「K(健康)K(環境)R(リサイクル)+ A(アメニティ:快適さ)」を開発の基本理念として、室内環境改善やリサイクル材の活用をはじめとした、人と環境にやさしい技術・製品の開発に取り組んできました。

長年にわたって培ってきたコア技術としては、祖業である織物製造技術をはじめ、編物製造技術、コーティング技術、再資源化技術、センシング技術、樹脂配合技術、機能付与技術、硬綿加工技術などがあり、これらを研究開発の基盤として、「KKR+A」に即した技術・製品の創出に注力しています。

当社グループの研究開発体制としては、研究開発を担う技術開発センターおよび生産技術・製品開発を担う住江テクノからなる「技術・生産本部」が核となり、各事業の開発チームと連携しながら市場ニーズに応えるモノづくりを追求しています。

様々なコア技術があるなかで、繊維製品に対する機能性の付与が大きな柱の一つです。たとえば、触媒作用によって空気中の悪臭原因物質を分解する「トリプルフレッシュ®」や、抗菌・抗ウイルス加工「Vguard」をカーペット、カーテン、壁紙などの家庭向けや車両向けのインテリア製品に施すことで、快適な空間づくりに貢献しています。

もう一つの取り組みの柱は用途の拡大です。多岐にわたる繊維製品に加えて、鉄道の床表示フィルムや浴室床材などに使用される樹脂系の素材についても、ノウハウを活かしながら開発を行っています。様々な技術を用いてお客様のニーズに応えるなかで開発の対象領域を広げつつあります。

工場の技術力を活かした製品づくりと
資源循環型開発の推進

「技術・生産本部」という名称のとおり、当社グループでは研究開発と生産が一体となった価値の創出に努めている点が強みと言えます。本部の傘下には国内工場として滋賀工場と奈良工場の2つの工場があり、それぞれが特長ある製品づくりを行っています。

滋賀工場では「スミトロン®」というポリエステル長繊維を製造しています。これは使用済みのペットボトルを再利用してつくられた再生素材で、当初はカーペットの意匠、風合いなどを特徴づけるパイル糸として開発しました。近年では、自動車内装事業との連携で市場を開拓し、日系自動車メーカーにおいてシートファブリックに採用されています。

一方、奈良工場は従来、カーペットの製造を主に手がけてきました。現在の主力製品はオフィスなどで使用されるタイルカーペットで、50センチ角のカーペットは当社が国内で最初に製造しました。

また、タイルカーペットのリサイクルにいち早く取り組み、敷き替えの際に回収したタイルカーペットの裏材のPVC(塩化ビニル樹脂)を再利用する、水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」を、10年以上前から生産・販売しています。同製品は製法の設計から設備の組み立てまで、すべてを自社で構築しており、まさに当社グループの技術を結集した製品です。

伝統と人材力を活かし、繊維領域の価値創出を目指す

中長期経営目標では「非繊維領域の拡充」を掲げる一方、繊維領域についても、アイデアと製品価値の向上によって差別化を図っていくことが重要だと考えます。たとえば、グループ企業の一社である丹後テクスタイルでは、手織緞通の伝

統技術を受け継ぎ、熟練の技術と最新の設備を組み合わせでお客様のご要望に応える製品づくりに努めています。

社員一人ひとりの技能の向上と伝承は、滋賀工場および奈良工場でも取り組んでいます。各個人の技能を集約したスキルマップを作成し、各自の成長を促す仕組みとしています。

加えて、若手の創意工夫を促進する取り組みとして、入社1年目から3年目までの社員を対象にした「若手会」という活動を行っています。メンバーが選んだテーマについて1年間かけて取り組む活動です。異なる部署のメンバーが集まって、自由な発想のもとで研究や製品のアイデア出しに取り組んでいます。

また当社グループには、過去1年間の評価実績に加え、今後1年間さらなる活躍を期待する若手・中堅社員に支給する「ミライ手当」という制度があります。当本部ではこれを立候補制とし、社員が自発的にテーマを定めた「ミライ改善活動」に対して支給することとしています。

このように社員のやる気を促す仕組みづくりをすることで、新たな価値の創出に繋がることを目指しています。

独自技術を活かした新製品開発で次なる価値を創出

以上のような取り組みを経て、当社グループらしい価

値が次々に誕生しています。その一つがセンシング技術の開発です。水濡れ検知システム「Swetty」は布が水に濡れたことを検知するものです。電車シートの濡れを把握するのに役立つほか、おむつ着用者向け排尿検知の用途、また、水濡れ・ムレ状態のみならず乾燥状態も検知することができるため、工事現場での漏水・乾き検知システムとしての用途など、多方面での活用が期待されています。

また、機能性の付与に関しては、前述の「トリプルフレッシュ®」も当社グループが誇る技術の一つです。カーペット、カーテン、壁紙などのインテリア製品や自動車内装材などに加工することで、臭い物質の吸着と分解を繰り返し行うことができます。

このほか、開発中のものとしては、環境中に存在する電磁波を活用した「ヒト・モノ判別センサ」があります。これは布でヒトとモノを判別できるもので、当社グループ独自の水濡れ検知技術と大学の研究成果を合わせ、開発した技術です。センサ自体に電源が不要なため省電力センサとして用いられ、自動車のシートベルト誤作動や置き去り防止システムなどへの活用を検討しています。

今後もグループの力を結集して、可能性に富んだ新技術、新製品の開発を積極的に進めていきます。

技術・生産本部 主要技術一覧

開発の基本理念	コア技術	要素技術	開発の基本理念から生まれる技術・製品		技術・製品展開事業
健康 (K)	機能付与技術	抗菌・制菌	銀抗菌、キトサン加工		
		抗菌・抗ウイルス	Vguard		
		アレル物質吸着	アレルブロック®		
環境 (K)	機能付与技術	吸着分解	エチレン吸着分解加工		
		防汚	撥水・撥油加工		
	樹脂配合技術	樹脂配合	OHフィルム		
			PHフィルム		
		多層積層	浴室床材		
	織・編製造技術+センシング技術	回路・配線／データ解析	ヒト・モノ判別センサ	※周辺に飛んでいる電磁波を有効利用し、生体が物体かを判別。	
リサイクル (R)	混練技術	混練	水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」		
	再資源化技術	紡糸	ペットボトル由来の再生ポリエステル糸「スミトロン®」		
			廃棄漁網由来の再生ナイロン糸「SEACLE(シーフル)」		
	バイオマス材料の活用	混練	木粉混オレフィン系シート	※バイオマス材料を製品に活用することで、CO ₂ 削減等の環境負荷低減に寄与。	
アメニティ: 快適さ (A)	樹脂配合技術	制振	制振シート「ブルピタ®」		
	機能付与技術	消臭	トリプルフレッシュ®		
		忌避	防ダニ加工		
			防虫・防蚊加工		
	織・編製造技術+センシング技術	回路・配線／データ解析	水濡れ・ムレ検知システム「Swetty」	※導電糸を用いた布帛センサで、水やムレ(極微量)を計測。	

開発中技術 インテリア事業 自動車内装事業 車両内装事業 機能資材事業

財務に関する担当役員メッセージ

収益性向上と資本効率改善を通じて 持続的成長を目指してまいります

代表取締役常務 管理本部長

薄木 宏明



2025年5月期の振り返り

増収の一方で利益面が課題

2025年5月期の連結売上高は1,047億円と前期比1.3%の増収となりました。国内自動車関連における受注車種の販売台数増加や、鉄道・バス向けの内装材需要の回復を着実に取り込んだことに加えて、インテリア事業では当社グループが製造・販売する、環境性能に優れた水平循環型リサイクルタイルカーペットの認知度が上がっていることを背景にオフィスビルを含めた採用の拡大などが、売上増に寄与しました。

営業利益については30億円と、2025年4月11日に開示した通期業績予想の修正値はやや上回ったものの、前期を1割程度下回りました。その主な要因は、自動車内装事業における中国での現地自動車メーカー伸長による日系自動車メーカーの販売低迷やメキシコ合成皮革新工場の立ち上げ遅延、加えて受注引き取りの遅れによる利益計画の未達などです。一方、インテリア事業ではタイルカーペットを中心に適切な価格改定を進め、収益率が改善しました。

親会社株主に帰属する当期純利益は、連結子会社の為替差損が約4億円、サイバー攻撃に伴うシステム障害対応費用が約1億500万円発生し、営業外費用として合計約5億500万円の負担がありました。さらに、今後の業績見通し等を踏まえ、繰延税金資産の回収可能性について慎重に検討した結果、繰延税金資産の一部を取り崩したことで、親会社株主に帰属する当期純利益は6億69百万円と、23.4%前期を下回りました。

中長期経営目標における現況

構造改革の成果を踏まえた利益確保が急務

中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY STEPⅡ(2025～2027)」では、営業利益率5.0%、ROE8.0%、PBR1.0倍を目標としています。しかし、2025年5月期は営業利益率2.9%、ROE2.1%、PBR0.5倍にとどまる結果となりました。中国での日系自動車メーカーの販売低迷やメキシコ合成皮革新工場の立ち上げ遅延などの影響により、当初の計画よりも1年ほど遅れた状態で推移しています。しかし、北中米拠点での構造改革は着実に進んでいます。今後、収益性の向上と資本効率の改善を進めることで、SGW STEPⅡの最終目標数値を必ず達成したいと考えています。

2026年5月期については、売上高1,050億円、営業利益31億円、経常利益33億500万円、親会社株主に帰属する当期純利益15億円を計画しています。メキシコでは、外資系自動車メーカー向けフロアカーペットの生産が始まっており、加えて、合成皮革の内製化が収益押し上げに寄与すると見込んでいます。メキシコ工場の投資回収が最大の焦点であり、今後の収益拡大における重要拠点であると認識しています。

インテリア事業については収益改善における重要拠点であると認識しています。なかでも、富裕層をターゲットとした中級から高級品の品揃えを充実した上でブランディングを強化し、これら付加価値の高い商品の販売に注力していきます。当社グループでは空間の設計から施工までを手がける「スペース デザイン ビジネス」を展開しており、タワーマンションの空間デザインなどをターゲットにしたビジネスの拡充も図っているところです。これによって収益性の向上を進めていきます。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

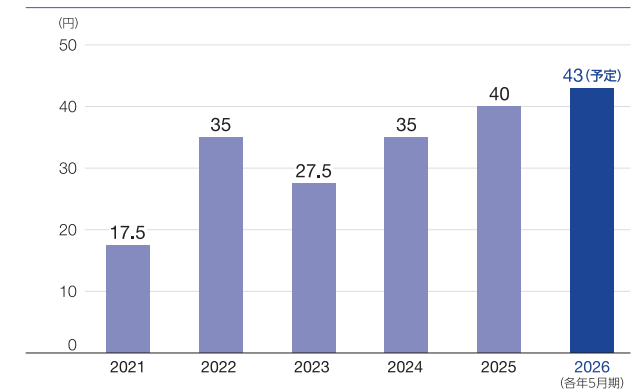
株主還元の強化と資本市場での信頼回復に注力

当社のROEは2025年5月期において2.1%となり、当社が認識する株主資本コストである5～7%を下回りました。PBRも0.5倍にとどまっており、その最大の要因は、四期連続で増収となった一方、二期連続で最終利益の水準が計画を下回ったことにあると認識しています。今後、情報開示の拡充や経営課題の改善を実現し、株主・投資家のみなさまとの信頼関係の構築や資本市場からの適切な評価に繋げていく考えです。

株主還元については、2024年5月期より1株当たり配当金の下限を35円(株式分割考慮後)とする一方、配当性向を33%から38%に引き上げました。2025年5月期の年間配当金は40円とし、今後も安定した株主還元を継続してまいります。2026年5月期は年間配当金43円を予定しています。さらには、株主還元方針のもと、2027年5月期には目標である年間配当金70円を実現したいと考えます。なお、自己株式の活用については流通株式数に配慮しつつ、必要に応じて機動的に対応していく考えです。また、政策保有株式の縮減を継続し、資本効率の改善も進めます。

株主構成については、経営企画室を中心としたIR活動が奏功したほか、2025年3月に実施した株式分割や株主優待制度の拡充などの効果により、株主数が1万人を超える水準にまで増加しました。一方で機関投資家の比率が減少しています。この課題については、安定配当を基盤としつつ、業績の改善と資本効率の向上を着実に実行することで、資本市場における評価を高めていきたいと考えています。

配当金の推移



※2025年3月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、株式分割調整後の数値を記載しています。

投資回収の見通し

成長投資の着実な成果創出と資本効率の改善

当社は持続的な成長を実現するため、事業基盤の強化に向けた投資を進めています。2025年5月期には、メキシコ合成皮革新工場の建設をはじめ、基幹システムへの投資やサイバーセキュリティ対策を実施しました。これらの投資は一時的に負担となりましたが、将来の収益基盤強化に不可欠な取り組みであると考えています。

2025年5月期以降については、SGW STEPⅡの最終年度に稼働を予定しているタイ拠点での合成皮革仕上げラインの設置や、インド・北中米拠点において成長投資を継続してまいります。また、M&Aについては目下のところ大型案件は予定していないものの、スペース デザイン ビジネス関連などの比較的小規模な案件を積み上げていく考えです。

今後、これらの成長投資を着実に成果に結び付けるとともに、政策保有株式の縮減などを並行して進め、資本効率の改善を実現していきたいと考えています。

資本市場との対話

幅広い投資家との対話による市場評価の向上を目指して

当社は資本市場との対話を重視しており、IR活動を積極的に展開していく考えです。代表取締役社長による決算説明会やIR担当役員による機関投資家との個別面談などを実施し、幅広い投資家と建設的な対話を適宜行っています。また、研究開発に関して水濡れ検知システムや産学連携で進めているヒトとモノを判別するセンサといった新技術や新製品の開発が相次いでいることもあり、ニュースリリースやSNSを通じた情報発信を強化していきます。

加えて、非財務領域については、統合報告書やwebサイトを通じた情報発信を重視しています。今後も環境、社会、コーポレートガバナンスに関する情報を積極的に開示していきます。こうした取り組みは社外のステークホルダーへの情報発信にとどまらず、社内の目標管理や牽制機能にも活用できると考えます。

最後に繰り返しますが、これから先、収益性の向上を追求した財務戦略を通じて、株主価値を高めるとともに、株価の適正な評価に繋げてまいります。

サステナビリティへの取り組み

サステナビリティ基本方針/関連方針に関する基本的な考え方

SUMINOE GROUPでは、ESG経営を推進するなかで、中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」に取り組んでいます。なかでも、CSRやサステナビリティ領域においては、国際基準・国際規格から注力すべきサステナビリティ課題を特定し、事業活動を通じた課題解決に取り組むことが重要であると考えています。この考えのもと、当社グループが持続可能な成長をしていくための指針として、サステナビリティ基本方針/関連方針を定めています。

サステナビリティ基本方針

SUMINOE GROUPは、経営理念に基づいた「企業行動規範」「企業行動基準」を遵守し、健全で透明性の高い経営と社会・環境に調和した事業活動を通じて、継続的に成長することで、持続可能な社会の実現に貢献します。

サステナビリティ関連方針

サステナビリティ基本方針の下位方針として、各種個別に制定したのが、サステナビリティ関連方針です。

サステナビリティ基本方針/関連方針の体系

サステナビリティ基本方針

サステナビリティ関連方針

E (環境)	SUMINOE GROUP 第二次環境対策宣言	
	SUMINOE GROUP 人権方針	健康経営宣言
	SUMINOE GROUP 安全衛生方針	ワーク・ライフ・バランス基本方針
	人材育成基本方針	SUMINOE GROUP サステナブル調達基本方針
S (社会)	ダイバーシティ&インクルージョン基本方針	製品の安全・品質に関する基本方針

詳細は二次元バーコードをご参照ください。



G(ガバナンス)においては、企業活動におけるコンプライアンスの徹底に向けた方針として、SUMINOE GROUPの「企業行動規範」と「企業行動基準」を定めています。また、サステナビリティ基本方針/関連方針を整備し、その方針に沿って取り組みを進め、進捗の確認・評価を行うことで、ガバナンスの強化に取り組んでいます。

サステナビリティ推進体制とガバナンスおよびリスク管理

当社グループでは、コーポレートガバナンスとCSR推進体制(p.61参照)のもと、年に3回CSR推進委員会を開催しています。代表取締役常務(管理本部長)を委員長とし、CSRやサステナビリティ領域に関する活動指針や重要課題、優先的に対応すべきリスクなどについて審議を行い、経営会議/CSR・内部統制審議会に報告し、取締役会にて承認を得ています。

サステナビリティ推進の現況

2022年度より、サステナビリティ基本方針/関連方針、グループ理念、マテリアリティの策定を計画的に行っています。2024年度は、マテリアリティの策定、サステナブル調達の取り組みなどに注力し、CSR推進委員会で議論を行いました。

CSR推進委員会

メンバー構成

委員長	代表取締役常務(管理本部長)	
委員*	本部・管理本部	6名
	産業資材事業部門	4名
	車両資材事業部門	1名
	機能資材事業部門	1名
	インテリア事業部門	3名
	技術・生産本部	3名
事務局	CSR推進室 2名	
オブザーバー	常勤監査役	1名
	内部監査室	1名

※執行役員・各事業部長・部長クラス、また各グループ会社の役員クラスなど



主な議題

実施回	開催月	主な議題
第1回	2024年9月	2023年度のCSR計画 実績・評価 - グループ理念研修(2回目)の計画 - ツナグ講演会(後援会)の実施報告 - ハラスメント防止研修の計画 - スキルマトリックスの定義について
第2回	2025年3月	- インナーブランディングの活動報告 - マテリアリティのグループ施策・KPIの設定について - エコチャレンジ2027行動目標、2024年度上期結果報告 2024年度上期のGHG排出量(Scope1,2,3)の算定状況
第3回	2025年7月	- 各部署MISSIONの共有 2024年度サステナブル調達の実施報告 - ツナグ輪(ワ)ークーションの実施報告 - 働き方改革アクションプラン2024の実績報告 - 女性活躍推進法に基づく行動計画の目標・実績報告 2024年度社内法務勉強会の実績報告

今後の活動方針

サステナビリティ課題の重要性が高まり、CSR推進委員会の議題、審議事項が年々増加していることから、議題に対し委員全員で議論できる十分な時間をとるようにしました。

今後も、課題に対する議論を充実させ、経営会議/CSR・内部統制審議会、取締役会への報告と審議事項の提案を行い、サステナビリティを推進し、企業価値向上に繋がります。

Environment
環境

地球環境の保全 KKR+Aの開発基本理念と環境対策宣言で「地球との調和」を推進する

環境マネジメント

当社グループは、業界の先駆者として、健康や環境に配慮した先進技術の開発や応用を推し進め、1998年には「インテリア環境宣言」とともに「K(健康)K(環境)R(リサイクル)+A(アメニティ:快適さ)」を発表しました。以降、「KKR+A」を開発の基本理念とし、室内環境改善やリサイクル材の活用をはじめとした、人と環境にやさしい技術・製品の開発に取り組んでいます。また、全事業活動にわたる環境基本理念を掲げ、行動指針・行動目標に沿って、環境負荷の低減など、環境保全に積極的に取り組んでいます。2022年4月には「SUMINOE GROUP第二次環境対策宣言 ～KKR+Aのテーマのもとに～」を発表。グローバル戦略を推進し、当社グループの製品を多くの人々にご使用いただくこと、KKR+Aを世界各地に広げていくことを目指し、その実現に向けてグループ一丸となってチャレンジしていきます。

環境基本理念

近年、地球環境の悪化が急速に進んでいます。その地球に暮らしている私たち人類が地球環境の維持と改善に努め、美しい自然を子孫に譲り渡すことは人類共通の使命であります。SUMINOE GROUPはこのことを認識し、従業員全員が環境保全に積極的に取り組むことによって、住みよい豊かな社会をつくります。

SUMINOE GROUP 第二次環境対策宣言 ～KKR+Aのテーマのもとに～

1

健康と環境に配慮した製品を提供します。

製品に使用する材料の法的な規制や制限に対してのグリーン調達ガイドラインに基づき、使用薬剤の化学物質の適正管理を行うことで、お客様に対して安全・安心な製品を提供します。

2

地球温暖化防止に取り組めます。

製造時における材料、副資材、水、エネルギーのロス低減による資源の有効活用を図るとともに、省エネ設備の更新推進、品質向上、製品の軽量化、容器・梱包の簡素化、減量化を図ります。

また、材料・製品の輸送効率、材料の使用効率、製造時の廃棄効率を追求し、サプライチェーン全体における省資源・省エネルギー化を推進します。

3

循環型社会に対応します。

ライフサイクルにおいて、産業廃棄物の削減、資源の循環に貢献するため、積極的にリサイクル材を活用し環境保全と資源の有効活用に取り組めます。

4

CO₂排出量削減を推進します。

脱炭素社会実現の一端を担うため、原料、製造、輸送、使用、廃棄といった製品のライフサイクル全体にわたって、環境負荷を総合的かつ定量的に評価するライフサイクルアセスメント(LCA)手法に基づく「ローカーボン製品」を開発し提供します。

環境行動指針

- 1 企業活動全般にわたって環境を汚染することのないように配慮しつつ、積極的に省エネ・省資源・リサイクルを推進します。
- 2 環境に配慮した技術と商品を開発することにより、生産から販売、廃棄に至るまで商品ライフサイクルを通して環境保全に努めます。
- 3 地域社会とのコミュニケーションを通じて社会との共生をはかり、全従業員が小さなことでもできることから行動を起こします。
- 4 環境保全推進のため社内体制の整備と、全従業員の環境意識の高揚に努めます。

気候変動問題への対応

当社グループは、気候変動問題を重要な経営課題の一つに位置づけています。地球温暖化による自然災害の激甚化、資源制約、規制の強化などで、当社グループの事業継続やサプライチェーンに与える影響は看過できないものとなっています。

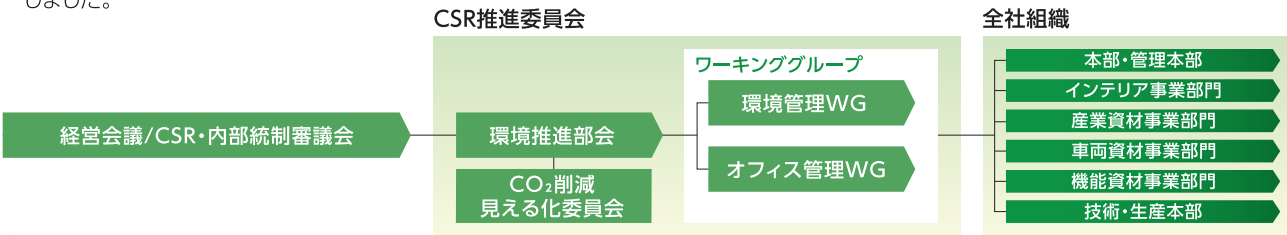
一方、脱炭素社会への移行は、新たな事業機会の創出やイノベーションの促進に繋がると認識しています。当社グループでは、持続可能な成長と気候変動への対応の両立を目指し、気候変動リスクの低減および脱炭素社会の実現に向けた取り組みを推進しています。

TCFD提言に沿った情報開示

当社グループは、2022年7月、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)に賛同しました。TCFD提言に沿って、気候変動問題に関わる当社グループの情報開示を進めていきます。

ガバナンス

- 気候変動問題を含む環境問題全般に関わる施策について、各本部・部門の代表委員で構成されるCSR推進委員会内に設けた環境推進部会で立案し、CSR推進委員会で審議・決定しています。また、CSR推進委員会での審議・決定事項は経営会議/CSR・内部統制審議会に報告し、承認を得る体制を取っています。
- 中長期経営目標に合わせて設定した環境問題全般に関わる行動目標「エコチャレンジ」を掲げて事業活動に取り組み、年度ごとに結果を評価し、当報告書などで報告しています。
- グループ全体の温室効果ガス排出量の把握、分析、削減戦略立案に当たる組織として2021年5月に「CO₂削減見える化委員会」を発足しました。



戦略

中長期経営目標に合わせ、環境問題全般に関わる行動目標「エコチャレンジ」を設定し、事業活動における環境負荷低減に取り組んでいます。2024～2026年度の3カ年は「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」のもと「エコチャレンジ2027」に取り組んでいます。

また、2022年4月に「SUMINOE GROUPの温室効果ガス排出量削減目標」を策定し、温室効果ガス(CO₂)排出量の長期的な削減目標を設定しました。当社グループ開発理念の中核である環境対応型商材の開発とその拡販について、脱炭素社会への移行に伴う機会と捉え、さらに強化・注力していきます。

リスク管理

環境推進部会を中心に、気候変動リスクおよび機会を識別・評価し、リスクの最小化と機会獲得に向けた各種方針・戦略の策定、取り組みのモニタリングに関する管理を行っています。

※当社グループにおける気候変動リスクおよび機会、ならびにそれらが事業および財務に与える影響の分析については、当社webサイトをご参照ください。
▶ <https://suminoe.co.jp/csr/esg/env/attempt/>

指標と目標

1. エコチャレンジ2027

2024～2026年度の3カ年を行動期間とし、事業活動によるCO₂排出量を2023年度比3%削減(売上高原単位)。

2. SUMINOE GROUPの温室効果ガス排出量削減目標

2030年度(2031年5月期)までに事業活動によるCO₂排出量を2013年度比35%削減(売上高原単位)。

当社グループの温室効果ガス排出量削減目標においては、指標をScope1,2としています。

Scope3については、2023年度より第一段階として、国内主要6事業会社の算定をスタートし、2024年度からは国内主要2事業会社を、2025年度からは海外7事業会社を新たに対象に加え、現在排出量開示に向けて進めています。当社グループの現状を把握し、具体的施策を検討していきます。GHG排出量(Scope3)の算定状況(p.41)をご参照ください。

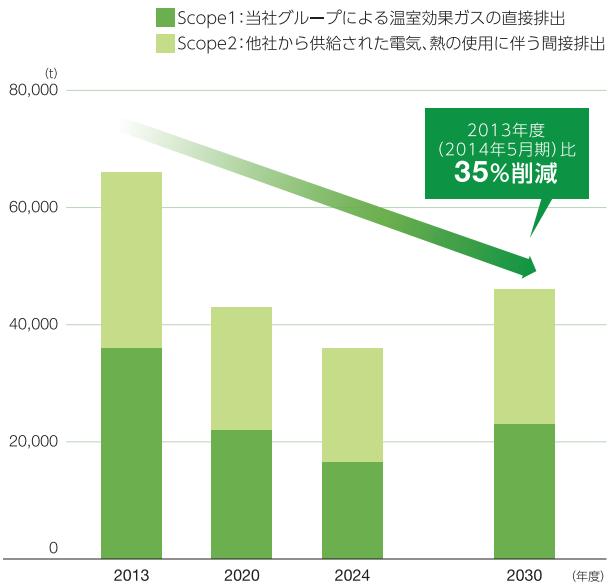
Environment
環境

温室効果ガス(CO₂)排出量削減目標

中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」の方針のもと、2022年4月、温室効果ガス(CO₂)排出量の長期的な削減目標を設定しました。

当社グループ全社を対象とし、事業活動におけるCO₂排出量を2030年度(2031年5月期)までに2013年度(2014年5月期)比35%削減することを目標としました。

■ 温室効果ガス(CO₂)排出量売上高原単位削減目標



※Scope3 (Scope1,2以外の事業活動に関連する他社の間接排出)については算定中。

物流改善、生産拠点の一元化、エネルギー効率向上と使用燃料の変更、働き方改革ほか、事業活動によるCO₂排出量の削減に対する具体的な取り組みを実施するとともに、環境対応型商材の拡販の両軸で、脱炭素社会の実現に貢献していきます。

環境マネジメントシステム導入状況

2000年度に生産事業所である奈良事業所がグループとして初めてISO14001認証を取得しました。その後順次導入し、現在国内では5拠点、海外では1拠点の生産事業所においてISO14001の認証を、国内1事業所でエコアクション21の認証を取得しています。

	ISO14001:2015				エコアクション21:2017
	奈良事業所・滋賀事業所	帝人テクロス(株)	尾張整染(株) 本社工場・石川工場	T.C.H. Suminoe Co., Ltd.	丹後テクスタイル(株)
審査登録機関	日本規格協会	日本品質保証機構	日本品質保証機構	TÜV NORD CERT GmbH	持続性推進機構
登録番号	JSAE 235	JQA-EM1519	JQA-EM3114	44 104 24 80 0060	0009522
登録	2000年5月	2001年4月	2003年3月	2006年7月	2013年7月
更新	第8回済 (2024年5月)	第8回済 (2025年4月)	第7回済 (2023年7月)	第6回済 (2024年10月)	第6回済 (2025年7月)

事業活動によるCO₂排出量 (Scope1,2)削減への取り組み

2023年12月より国内主要工場である住江テクノ奈良工場において、太陽光発電のオンサイトPPA[※]を導入しています。これにより発電された電力は工場内で直接利用されており、2024年度の奈良工場における全体の電力使用量のうち、太陽光発電の使用率は5.7%となりました。

また、海外生産拠点であるタイ子会社T.C.H. Suminoeでは、2022年度より太陽光発電設備を導入しており、太陽光発電使用率は、28.3%に達しています。

今後も再生可能エネルギーの導入を推進し、事業活動におけるCO₂排出量の削減に取り組んでいきます。

※オンサイトPPA:企業の敷地内に太陽光発電設備を設置し、発電した電力を直接利用する仕組み。

GHG排出量 (Scope3) の算定状況

当社グループは、2023年6月からGHG排出量 (Scope3) の算定をスタートしています。まずは国内主要拠点6社^{※1}から始め、2024年度からは尾張整染本社工場/石川工場と帝人テクロスの2社3拠点を追加し、段階的に進めています。

2024年度は、年間で47万tCO₂、なかでもカテゴリー1 (購入した製品、サービス) が79%を占める算定結果となりました。

引き続き2025年度からは、対象に海外7拠点^{※2}を追加し、算定を進めていきます。

※1 国内主要拠点6社:SUMINOE(株)、スミノエ テイジン テクノ(株)、(株)スミノエ インテリア プロダクツ、ルノン(株)、住江テクノ(株)、住江物流(株)
※2 海外7拠点:Suminoe Textile of America Corporation、Bondtex, Inc.、Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.、住江互太(広州)汽車繊維製品有限公司、住江織物商貿(上海)有限公司、T.C.H. Suminoe Co., Ltd.、PT. Sinar Suminoe Indonesia

サーキュラーエコノミーの推進

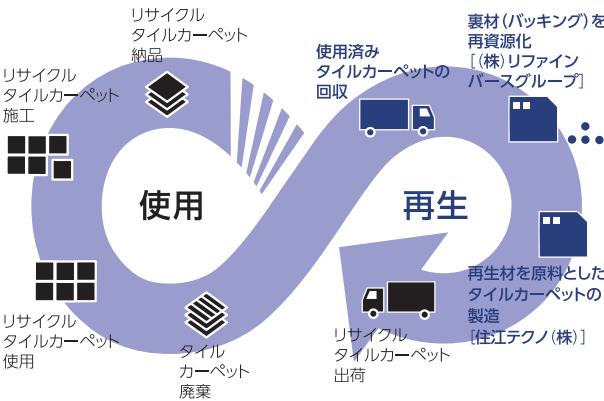
当社グループは、サーキュラーエコノミーの実現を企業の重要な提供価値の一つと位置づけ、長年にわたり資源循環の考えに基づくモノづくりを推進してきました。環境意識の高まりを背景に、開発の基本理念「KKR+A」の一つである「R(リサイクル)」に根差した技術から、高い再生材比率とCO₂削減貢献率を両立した水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS[®](エコス)」、および使用済みペットボトルを原料とした再生ポリエステル長繊維「スミトロン[®]」などを主力製品として、循環型製品の展開を加速させています。今後も当社グループは、製品のライフサイクル全体を見据えた資源循環の取り組みを通じて、持続可能な社会への貢献と企業価値の向上を目指していきます。

タイルカーペットを廃棄せず資源化する「ECOS[®] Recycle System」の構築と拡大

水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS[®](エコス)」は、『ECOS[®] Recycle System』により、従来であれば埋め立て廃棄されていたタイルカーペットを回収し、主原料にして再生利用しています。2011年の発売以降、再生材比率^{※1}・CO₂削減貢献率^{※2}を向上させながらラインアップを拡充し、2022年には、オフィスや商業施設などで幅広くご利用いただけるナイロン汎用品「ECOS[®] LXシリーズ」において、再生材比率72%、CO₂削減貢献率49%を実現。また、2020年以降は全製品のパイル糸を原液着色糸に切り替え、環境負荷の高い染色工程を削減したことで、水使用量・電気使用量・排水を削減しています。さらに、2023年発売の「ECOS NEO[™](エコス ネオ)」シリーズでは、裏材(バックング)に加え、表面のパイルにも再生材(再生ナイロン糸)を使用することで、国内最高水準の再生材比率81%、CO₂削減貢献率61%を達成しています(ECOS NEO[™] EX)。サステナブルな低炭素社会の実現のために資源の効率化・循環的な利用を図り付加価値の最大化を目指します。

※1 再生材比率:製品に使用されている再生材料の全体質量比。
※2 CO₂削減貢献率:同一面積当たりの、リサイクル原材料を使用していない製品とECOS[®]のCO₂排出量の比較値。CO₂排出量は自社LCA値(LCA:ライフサイクルアセスメント。製品の環境影響度を、原材料調達から、生産、流通、使用、廃棄・リサイクルに至る製品のライフサイクル全体で定量的に評価する手法。地球温暖化への影響はCO₂排出量で評価される)。

水平循環型リサイクルシステム (ECOS[®] Recycle System)

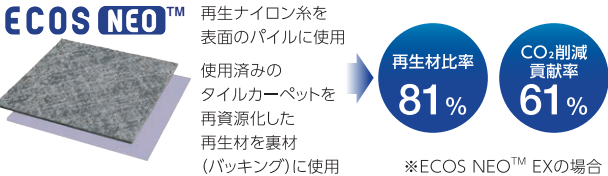


業界トップクラスの再生材比率

「ECOS[®]」は、全製品で、高い再生材比率とCO₂削減貢献率を達成しています。

● 代表的なシリーズの最高値			
	再生材比率	CO ₂ 削減貢献率	
ECOS [®] LXシリーズ	72%	49%	
ECOS [®] iDシリーズ	70%	49%	
ECOS [®] LPシリーズ	69%	47%	

国内最高水準の再生材比率、CO₂削減貢献率「ECOS NEO[™]」



※ECOS NEO[™] EXの場合

再生ポリエステル長繊維「スミトロン[®]」を使用した循環型製品の展開

「スミトロン[®]」は、使用済みペットボトル由来のポリエステルチップを50%以上使用した再生ポリエステル長繊維です。カーペットパイル材料の自社製造を目的に、“環境にやさしい糸”を目指して開発され、1989年に誕生しました。以降、主に家庭向け・コントラクト向けのインテリア用カーペットに使用されてきましたが、近年、地球環境の保全が喫緊の課題となるなか、ペットボトルの再資源化や、原料着色により染色工程の環境負荷が低く、摩耗による褪色に強いといった特性が評価されて自動車用シート表皮材に採用されるなど、「スミトロン[®]」は、その環境性による用途の広がりを見せています。

また、「スミトロン[®]」の製造で培われた製糸技術を、再生漁網ナイロン糸「SEACLE(シークル)」に応用しています。

Environment
環境

エコチャレンジ2027への取り組み

当社グループの事業活動は、製品の開発・設計から資材調達、生産、販売、物流、さらには使用後の廃棄・リサイクルに至るまで、製品のライフサイクル全体を通じて環境と密接に関わっています。そのため、事業活動が環境に与える影響を正確に把握し、環境負荷の低減に継続的に取り組んでいます。特に、使用済みタイルカーペットから再生された塩ビパウダーや、ペットボトル由来の再生原綿・ポリエステルペレットといった再生資源の積極的活用を通じて、環境にやさしい製品づくりを推進しています。

当社グループでは、環境に関する行動目標として「エコチャレンジ2027」を策定し、2024年度から2026年度までの3ヵ年を行動期間として、グループ全体で持続可能な社会の実現に向けた各種取り組みを推進しています。

行動目標と実績

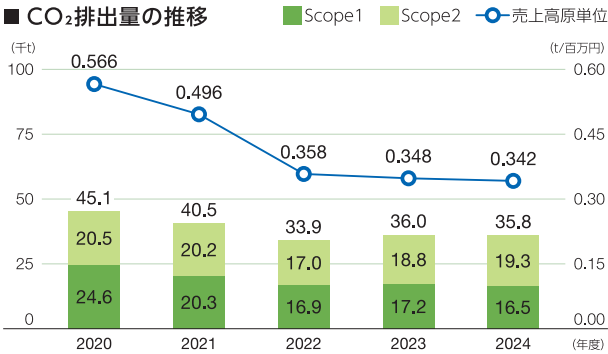
	取り組み項目	指標	最終目標値	基準年度	2024年度目標値	2024年度実績	評価
1	地球温暖化防止	CO ₂ 排出量の削減(使用エネルギー)	3%削減(原単位)	2023年	1%削減(原単位)	1.7%削減(原単位)	○
2	省資源	再生資源利用率の向上(国内主要工場※)	3%向上	2023年	1%向上	0.8%向上	△
3	廃棄物の3R	産業廃棄物発生量の削減	3%削減(原単位)	2023年	1%削減(原単位)	0.7%削減(原単位)	△
		再資源化率の向上	65%以上	—	65%以上	42.5%	△
		埋立処分率の低減	10%以下	—	10%以下	40.0%	△
4	環境汚染防止	大気汚染防止(N ₂ O排出量削減)	3%削減(原単位)	2023年	1%削減(原単位)	2.0%削減(原単位)	○
5	グリーン活動推進	事務用品のグリーン購入率向上(国内)	95%以上	—	95%以上	87.0%	△
6	環境に配慮した技術の開発促進		3件	—	1件	1件	○
	環境に配慮した製品の開発促進		9件	—	3件	2件	△
7	事業活動における生物多様性の保全活動		—	—	—	—	—

原単位:分母を連結売上高にして計算
排出係数:CO₂、N₂Oの排出係数は国内は温対法、海外は2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventoriesに基づく各国の排出係数で算出。
※国内主要工場:住江テクノ(株)滋賀工場/奈良工場、帝人テクロス(株)、尾張整染(株)本社工場/石川工場

2024年度実績

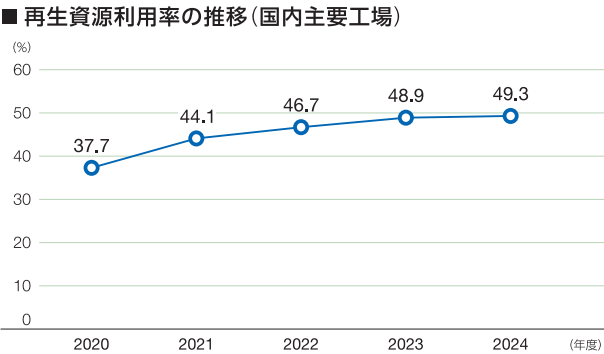
①地球温暖化防止

企業活動が地球温暖化に及ぼす影響をCO₂排出量で確認しています。総排出量の内訳を従来の国内・海外から、2024年度よりScope1,2に変更しています。



②省資源

再生資源を原材料に積極的に投入し、省資源化を進めています。

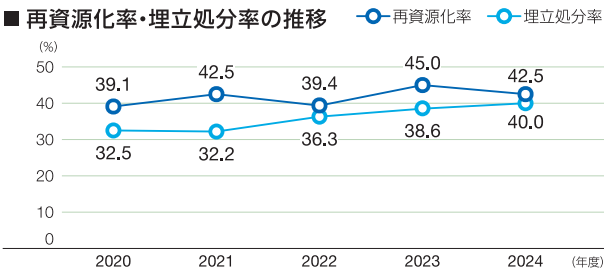
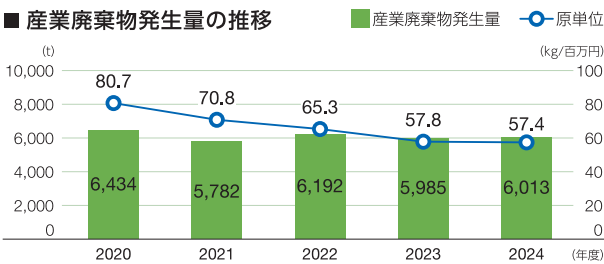


③廃棄物の3R※

生産に投入される材料ロス削減や不適合品の撲滅、資源の有効活用など、廃棄物発生抑制に努めています。

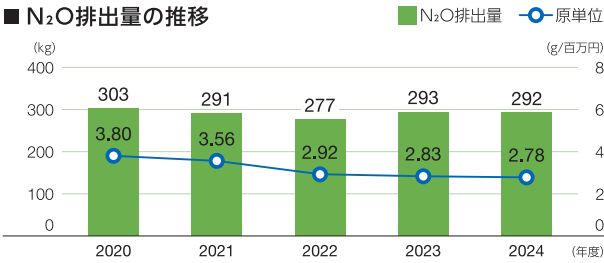
2024年度は海外拠点の生産設備増強で生産量が増加したため、廃棄物発生量は増加しましたが、原単位は減少しました。

※Reduce(リデュース:発生抑制)、Reuse(リユース:再使用)、Recycle(リサイクル:再生利用)



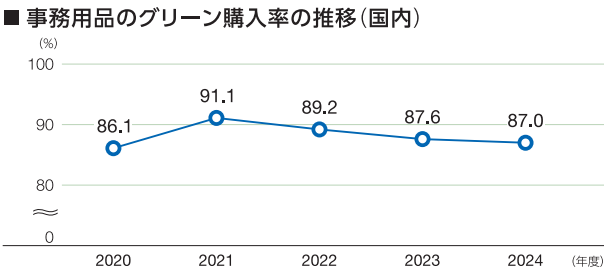
④環境汚染防止

大気汚染物質の代表として一酸化二窒素(N₂O)の排出量の推移を確認しています。



⑤グリーン活動推進

資源採取から廃棄に至る、ライフサイクル全体にわたる環境負荷の低減を考慮した物品などの積極的な購入に努めています。



⑥環境に配慮した技術・製品の開発促進

環境に配慮した技術の開発促進

「ヒト・モノ判別センサ」

室内の微弱な電磁波を利用して人とモノを判別できる電源を必要としない省エネルギーセンシング技術

環境に配慮した製品の開発促進

1.再生糸使用カーテンの拡充

医療・福祉・教育 コントラクト用カーテン
「コントラクト Face vol.21」

2.古紙床材プロジェクトへの参加

丸三製紙(株)と協働し、大阪・関西万博 BLUE OCEAN DOMEの古紙原料サステナブル床材を開発

⑦事業活動における生物多様性の保全活動

取り組み方針

1.事業活動が生物多様性に及ぼす影響の低減

- 生産事業所内および周辺の生物多様性のモニタリング調査を行う。
- 植樹を行う場合は、外来種ではなく、地域に自生している在来種を使う。
- 事業所周辺の清掃を定期的に行い、草刈りなどで環境を整備する。
- 生物資源を原材料として使用する場合は、持続可能性を確認する。
- リサイクル原材料を使用した製品開発とリサイクルシステムの構築を積極的に行う。
- 環境マネジメントシステムに生物多様性の保全活動を組み入れる。
- 事業所ごとに取り組める新たな生物多様性の保全活動を推進する。

2.サプライチェーン全体での生物多様性への影響低減に向けたお取引先様への活動

- 「グリーン調達ガイドライン」「サステナブル調達ガイドライン」で、お取引先様への生物多様性保全活動の協力を依頼する。

3.社会貢献活動

- 森林保全活動を行う団体を支援する。
- みどりの募金活動に協力する。

取り組み実績

事業所ごとに特色のある活動を実施しています。

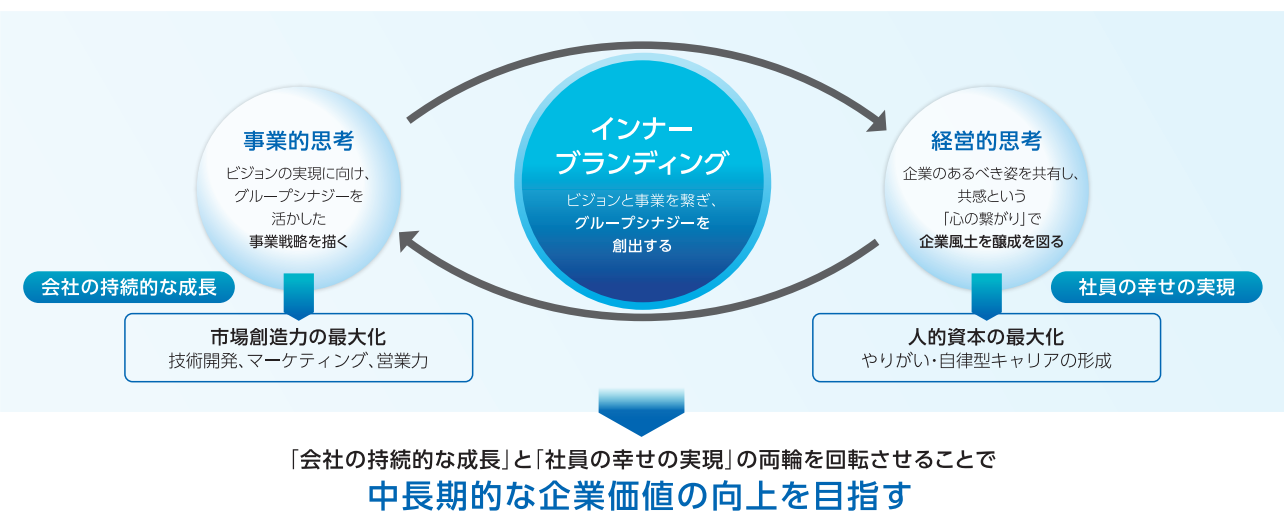
事業所	取り組み
住江テクノ(株) 滋賀工場	工場敷地内で「ささゆり」を増殖
尾張整染(株) 本社工場	「一宮平成ホテルの会」賛助会員

グループ理念の浸透に向けて

目指す未来を創造するために、私たちが空間に貢献できるイノベーションとは？

グループ全体でその想いをともにするため、2022年から「シン・ミライPROJECT」を推進しています。
2023年6月にはグループ理念を策定しました。

企業価値向上の概念図



グループ理念浸透の目的

役員・従業員がグループ理念に共感し、組織を支える企業風土の醸成と組織力向上に繋げることで、当社グループの市場創造力と人的資本の最大化を、さらには中長期的な企業価値の向上を目指します。

グループ理念浸透に向けた計画

グループ理念の理解、従業員の“意識改革”、“行動変化”を促すためのカリキュラムをもとに、インナーブランディングを推進しています。



2024年度は、計画に基づき、Ⅱ部署orグループ部署MISSIONの策定とⅢ個人MISSIONの策定を行いました。Ⅳ行動目標の設定については、個人の「目標管理シート」にMISSIONの記載欄を新設しました。

グループ理念浸透の施策①

グループ理念研修2回目「経営メンバー座談会」動画視聴
部署・個人のMISSION策定の解像度を上げるため、グループ理念研修2回目として、部門ごとの「経営メンバー座談会」の動画を収録し、部門での視聴を行いました。さらに、従来からの課題でもあるグループを知る機会の提供として、全部門の動画を全従業員が視聴できるようイントラネットに掲載しました。

■「経営メンバー座談会」動画のテーマ

- 社長メッセージ
- 社長と各部門の経営メンバーによるSUMINOEブランドや部門に対する想いと未来像



■ 社長と各部門の経営メンバーから発信された主なメッセージ

- 先人の過去の遺産に甘んじていないか
- 今を疑え、これで良いのか、自発的に、前向きに
- 失敗を恐れない、チャレンジ精神、アグレッシブに
- 80%は目の前の仕事、20%は新たな思考を持つこと
- イノベーションは今あるものの改良とゼロから生み出すものの2通りある
- ビジネスの潮目を見極めよう、何かを失う時に、人は深く考え、次のビジネスモデル構築のチャンスとなる
- 私たちの生み出した製品は、人々の生活の中に残り続けるものだ
- 私たちは、人々の生活空間に快適さを届ける大きな使命がある、そのための発想力を磨こう

部署MISSIONの策定

「経営メンバー座談会」の内容を踏まえて部門MISSIONの実現のため、部署として果たすべき使命、今後目指すべき姿を、部署MISSIONとして策定しました。グループを知る機会の提供として、全部門の部署MISSIONを全従業員が閲覧できるようイントラネットに掲載しました。

■ 部署MISSIONの例

- スミノエ テイジン テクノ(株)
開発センター/デザイン部
世の中の人々をときめかせるデザインで、移動空間内装の未来を切り開く

個人MISSIONの策定

部署MISSIONの策定後、その実現のため、自身が果たすべき使命、今後の業務にどう繋げていくかを考え、個人MISSIONを策定しました。

グループ理念浸透の施策②

従業員アンケート調査の実施

個人MISSIONの策定が完了する段階で、「グループ理念の浸透(インナーブランディング推進)に関する従業員アンケート」を実施しました。単に従業員の意識調査だけでなく、本アンケートへの回答を通じて、従業員がインナーブランディング推進についてより深く考え、“意識変化”または“行動変化”を促す機会となるような設問としました。

■ 回答結果からの考察

回答者の93%が、インナーブランディングを推進する意味を理解しており、「グループ理念と自身の仕事はどう関係するかを考えるようになった」「自身の業務をグループの価値向上に繋げて考えるようになった」といった“意識変化”がみられました。一方、「部署やグループ会社間のコミュニケーションの機会が増えた」「顧客に対して、理念に沿った姿勢、行動をとるようになった」などの“行動変化”は徐々に表れているものの、「特に行動の変化はない」という回答も多く、まだまだ“行動変化”には、結びついていないことがわかりました。

企業価値向上に向けて

今後もグループ全体でインナーブランディングを推進し、グループの総合力を活かして企業価値の向上を目指します。

■ 今後の主な取り組み

- 経営メンバーからの定期的なメッセージ
- グループを知る機会の提供
- 理念やブランドをもとにした活動実績としての成果の共有
- 理念やブランドをテーマとした部署間コミュニケーションの機会の提供
- 定期的な部署でのディスカッション

人材戦略 多様な人材が働きがいを持ち、安全・安心にイキイキと活躍できる組織風土をつくる

目指す組織に向けた人材戦略



人権

人権に関する考え方

事業活動を通じて直接的または間接的に人権への負の影響を及ぼす可能性があることを認識し、事業活動に関わるすべての人々の人権を尊重する姿勢を明確に示す基本方針として、2023年6月に「SUMINOE GROUP人権方針」を策定・公表しました。人権尊重の取り組みを継続的に推進し、人権尊重の責任を果たすように努めています。

ハラスメント防止研修の実施

従業員がイキイキと働きやすい職場環境を構築するために、毎年国内グループ会社を対象にハラスメント防止研修を実施しています。

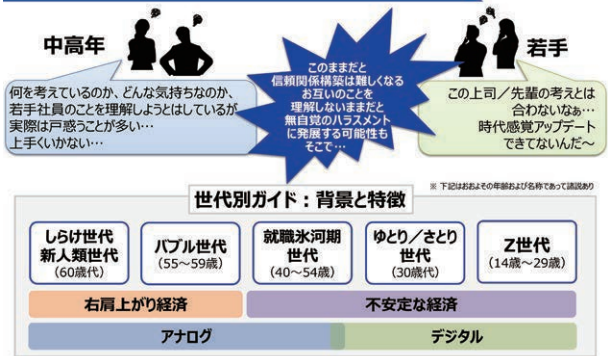
これまで様々なテーマで実施してきましたが、2024年度は、「育ってきた時代背景などを理由に、それぞれの持つ“当たり前”が異なることで、お互いを理解するのが難しい状況にあり、その結果、無自覚のハラスメントが生じやすくなっている」点に着目し、「世代間ギャップ」をテーマとしました。

実施後のアンケートでは、受講者の96.1%が「役に立った」と回答しており、「世代差の理解が深まったことで、今後の職場での対応に活かせると思った」などの感想がありました。

今後も、働きやすい職場環境に繋がる研修を実施していきます。

年度	テーマ
2022年	コミュニケーション向上
2023年	モラルハラスメント
2024年	世代間ギャップ

世代を超えてお互いへの理解を深めるために



公益財団法人21世紀職業財団研修資料より引用

ダイバーシティ&インクルージョン

女性活躍推進に関する取り組み状況

当社グループでは、女性の活躍推進を「キャリアアップ（育成・登用）」と「継続就業（仕事と生活の両立など）」の両面から捉え、男女ともに活躍できる職場環境の整備を進めています。

女性活躍推進法に基づく行動計画として、国内グループ6社がそれぞれ課題を分析し、個別に計画を策定しています。

女性活躍推進法に基づく行動計画に定める数値目標と実績

会社	項目	目標値	2024年度実績
SUMINOE (株)	女性新卒採用比率	35%以上	36%
	男女別育児休業取得率	男性100% 女性100%	100% 100%
(株)スミノエ インテリア プロダクツ	女性新卒採用比率	40%以上	50%
	男女別育児休業取得率	男性100% 女性100%	100% 100%
ルノン(株)	女性管理職比率	2%以上	0%
住江テクノ(株)	男女の平均勤続年数の差	2年未満	1年5ヵ月
住江物流(株)	女性管理職比率	40%以上	37.5%
尾張整染(株)	月平均残業時間	20h以内	1.4h

目標達成に向け、当社グループでは主に以下3つの取り組みを推進しています。

- ①会社説明会や選考の場で、男女問わず働きやすい環境であることを積極的にアピール
- ②管理職候補となる女性従業員には管理職育成研修の受講を推奨し、キャリアアップを支援
- ③「両立支援マニュアル」を社内に周知するとともに、働き方改革アクションプランの実施など、多角的な施策を通じて誰もが活躍できる職場環境づくりを推進(p.52)

多様性を広げる外国籍人材の採用

当社グループは、多様な価値観や文化を積極的に取り入れることでダイバーシティ&インクルージョンを推進し、イノベーションの創出を図っています。

2024年度には、国内グループ会社において外国籍人材を9名採用しました。

今後も多様な人材を積極的に採用し、グローバルな視点を持つ組織風土の醸成に努めていきます。

働きがいのある職場環境の整備

当社グループでは、全方向コミュニケーションの推進を重要な取り組みの一つとして位置づけています。職場における人間関係や情報共有の円滑化は、心理的安全性の確保やグループ総合力の向上、さらには従業員エンゲージメントの向上にも繋がると考えています。

ツナグ講演会（後援会）

取り組みの考え方と目的

豊富な経験と功績を持ち合わせた社内講師が、部門・世代を越えた技術・ノウハウ・マインドを継承することで、グループの総合力向上を図ります。

取り組み内容

2024年度は、講師へのインタビュー形式で2回実施し、全従業員が視聴できるようオンラインで配信しました。

1回目は、「インテリア事業と産業資材事業の2部門での営業経験を通じて、伝えておきたいこと」をテーマに、産業資材事業部門の駒形氏(当時 顧問)が登壇し、両部門における事業特性や営業手法の違い、営業担当者としての心構えなどについて講演しました。

2回目は、「製造部門・海外拠点・監査役での経験談と今後のSUMINOE GROUPに期待すること」をテーマに、市川氏(当時 常勤監査役)が登壇しました。技術・生産本部長が聞き手となり、製造現場での苦労や海外赴任で得た経験などについて、対話を通じて掘り下げました。また講演のなかでは、当社グループの中長期経営目標の重要テーマである「グローバル展開の加速」や「非繊維領域の拡充」の実現に向けて、積極的な人材育成の重要性についての提言もありました。

参加者からは、「普段接する機会の少ない方の貴重なお話を伺うことができ、大変有意義だった」や、「今後もチャレンジする気持ちを忘れず、実務に活かしていきたい」といった感想がありました。今後も豊富な経験を持つ社内講師による講演会を開催していきます。



ツナグ輪(ワ)ークーション

取り組みの考え方と目的

当社グループの製品、サービス、技術のさらなる開発・展開に繋げ、社会的価値・経済的価値を創出するには、事業部門やグループ会社の垣根を越えて協働し、グループのシナジー効果の最大化を図ることが不可欠と考えています。

そのため、事務局がテーマを設定し、そのテーマに関連する従業員が集まり情報・意見交換を行うことで、社内ネットワークと個々の共創意識の構築を目指しています。

取り組み内容

2024年度は、「営業事務担当者交流会」「SUMINOE GROUPの目指す(提供する)「快適」を考える交流会」「東京支店(五反田ビル)交流会」を実施しました。

実施後のアンケートでは、“もっとこのような社内交流の機会がほしい”との意見が挙がっています。今後も引き続き様々なテーマで実施していきます。

テーマ	内容(抜粋)	参加人数
営業事務担当者交流会	日々の業務、仕事の流れ	18名
	業務で大切にしていること	
	仕事を効率的に行うコツ	
SUMINOE GROUPの 目指す(提供する) 「快適」を考える交流会	仕事とプライベートで「快適」と感じるのはどのような時か?	9名
	開発の基本理念(KKR+A)、VISION(新しい快適のスタンダード)について、どのように考えているか?	
	仕事の場面でどのような「快適」を追求していきたいか?	
東京支店(五反田ビル)交流会	各部門の取り扱い商材、販売ルート、販促方法等を説明	10名
	代表的な製品の紹介	



安全衛生

労働災害未然防止に向けた安全衛生活動の強化

当社グループでは、中央安全衛生部会において、各グループ会社の安全衛生推進者が年3回集まり、労働災害の未然防止に向けた意見交換や活動報告を行っています。

2024年度は、住江テクノで実施した第三者機関による職場診断の結果を共有し、各事業会社の安全衛生活動への活用を図りました。また、2020年12月の住江テクノ滋賀工場の重大事故の発生を受け策定した安全スローガン「朝来たままの姿で元気に帰宅します!」が記されたポスターと横断幕を新グループ名で新たに生産事業所に設置しました。

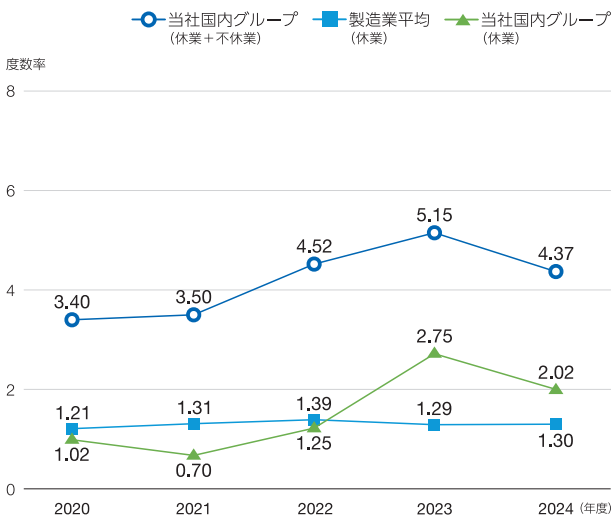
住江テクノにおける労働災害未然防止活動

住江テクノでは、労働災害の未然防止活動として、設備の危険性を実際に体験する安全体感教育を実施しています。

2024年度は奈良事業所に勤務するSUMINOE GROUP従業員を対象に、感電・過電流・トラッキング安全体感装置を使用した、現場で発生する電気災害の疑似体験を実施しました。設備の危険性について身をもって感じることは、作業者の安全意識向上に効果的との意見が多く、今後も継続して実施していきます。

また、第三者機関による職場安全診断を奈良・滋賀両工場にて実施しました。普段は何気なく行っている業務であっても、第三者の視点から見ると、思わぬ危険が潜んでいる可能性を指摘されました。この気づきを踏まえ、今後は不安全行動の有無にも改めて目を向け、安全・安心な職場環境づくりをさらに推進していきます。

国内グループ労働災害度数率*推移



出典:厚生労働省「令和6年度労働災害動向調査」
*労働災害度数率:100万労働時間当たりの労働災害による死傷者数

健康経営

「健康経営優良法人」2年連続2度目の認定

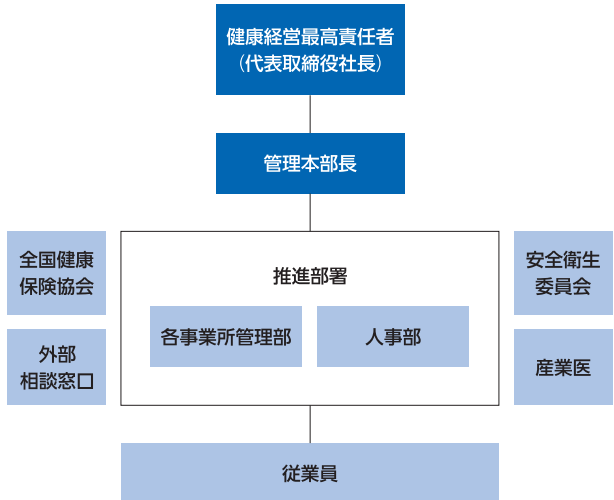
SUMINOEでは、健康推進体制のもと、グループ全体で掲げる「健康経営宣言」に基づき、健康経営の推進に取り組んでいます。

2024年度は、他社の担当者との意見交換や健診施設の見学を通じて、さらなる改善を目指して取り組みを進めました。これらの活動が評価され、当社は2年連続で「健康経営優良法人」に認定されました。



今後は、ウォーキングイベントなど、従業員が興味を持ち、積極的に参加できるような企画を実施し、健康への意識向上と職場環境の充実を図っていきます。

SUMINOE (株)健康推進体制



健康セミナーの定期的な実施

従業員の健康意識向上を目的に、2022年より3ヵ月に1回、産業医による健康セミナーを実施しており、これまでに「健康診断の見方」や「睡眠と健康」など通算11回様々なテーマで実施しています。セミナー後のアンケート結果を参考にし、次回のセミナーに活かしています。

参加者からは、「日頃の生活習慣を見直すきっかけになった」「運動が大切だと痛感した」などの前向きな感想がありました。

今後も引き続き様々なテーマで実施し、健康への意識向上を目指していきます。

ワーク・ライフ・バランス

両立支援制度の充実

育児や介護と仕事の両立を支援するため、育児・介護に関する両立支援制度の拡充を進めています。また、制度への理解を促進し、誰もが制度を活用しながら、安心して働き続けられる環境づくりを推進しています。

項目/性別		2023年度	2024年度
育児	休業取得者数	男性 13名	10名
		女性 14名	7名
	短時間勤務取得者数	男性 2名	0名
		女性 23名	22名
	在宅勤務取得者数	男性 37名	10名
		女性 27名	12名
介護	休業取得者数	男性 0名	1名
		女性 1名	1名
	短時間勤務取得者数	男性 0名	1名
		女性 0名	0名
	在宅勤務取得者数	男性 4名	5名
		女性 3名	9名

「両立支援マニュアル」の社内周知

従業員一人ひとりが制度を正しく理解し、必要なときに適切に活用できるよう、「両立支援マニュアル」を作成し、社内に周知しています。マニュアルでは、育児・介護に関する各種制度の内容や申請手続き、利用事例などをわかりやすくまとめており、安心して働き続けられる環境づくりを支援しています。



地域限定社員制度

SUMINOEでは、ワーク・ライフ・バランス促進の一環として、仕事と生活の両立を支援し、従業員の柔軟な働き方を実現することを目的に、本人の申請により転居を伴う異動が免除される制度を設けています。

働き方改革

働き方改革アクションプラン2024の実施

従業員のウェルビーイング(精神的・身体的・社会的に満たされている状態を指す)やパフォーマンス向上の施策として、「働き方改革アクションプラン」を2023年度より実施しています。

2024年度は、目標未達となりましたが、今後目標を達成できるように施策を深化させながら継続していきます。

働き方改革アクションプラン2024

指標	目標値	2023年度実績	2024年度実績
1.月次所定時間外労働(残業時間) 70h超過者	0名	31名	36名
2.年次有給休暇取得率	70%	63.6%	57.4%
3.男性の育児休業取得率	100%	68.4%	90.9%

「所定時間外労働(=残業)に関する考え方」の策定と周知

本アクションプランにおける3つの指標のうち、「月次所定時間外労働(=残業時間)70h超過者数0名」を達成するための施策の一つとして、「所定時間外労働(=残業)に関する考え方」を策定し、国内グループ全社に周知しています。

内容は、①「法定労働時間」と「所定労働時間」の違いなど基本的な内容の解説、②労働時間に係る従業員の抱える疑問を解消するための説明、③長時間働くことによる定量的な評価ではなく、限られた時間の中で成果を出すことを評価する、などの各社の考え方の説明の3つで構成しています。単に関係法令や就業規則等のルールを説明するだけでなく、残業時間、出張、休日出勤など従業員が働く上での疑問を想定し、Q&A形式で解説することでわかりやすい内容となるよう工夫しています。

さらに、労働法の基礎勉強会も併せて行うことで、労働時間に関する内容理解を促進しています。

今後も働き方改革を促進するための施策を行い、ワーク・ライフ・バランスの充実を図ります。

製品の安全と品質 よい製品を生産し、販売し、社会の向上に貢献する

SUMINOE GROUPは、安全で安心な品質の製品・サービスを提供することを通して、お客様の満足度の向上と社会に貢献することが、企業の責任と考えています。創業以来培ってきたモノづくりの強みを活かし、安全の確保、徹底した品質管理体制の構築・運用を目指します。

品質マネジメントシステムの構築

当社グループは、「製品の安全・品質に関する基本方針」のもと、製品の安全性を確保するとともに、お客様の満足度向上と品質の維持・向上に継続的に取り組んでいます。

この取り組みの一環として、国際規格ISO 9001に準拠した品質マネジメントシステム(QMS)を導入し、全社的な継続的改善活動を推進しています。さらに、当社グループが展開する自動車関連および航空宇宙関連の製品・部品については、より高度な品質要求に対応するため、IATF 16949およびJIS Q 9100の業界特有の品質マネジメント規格の認証も取得しています。

これらの規格に基づき、製造プロセスにおける工程管理の徹底、不適合品の発生防止対策の強化、トレーサビリティ体制の整備に注力することで、各製造現場での品質リスクの「見える化」と業務プロセスの「標準化」を図り、品質保証力のさらなる向上を目指していきます。

品質マネジメントシステム認証取得状況

取得事業所		更新年月	認証機関
ISO 9001	住江テクノ(株) 奈良工場*	2025年5月	日本規格協会ソリューションズ
	スミノエ テイジン テクノ(株)	2023年1月	日本規格協会ソリューションズ
	帝人テクロス(株)	2023年7月	日本品質保証機構
	尾張整染(株)	2023年7月	日本品質保証機構
	Suminoe Textile of America Corporation	2023年1月	ANAB
	Bondtex, Inc.	2024年8月	NSF ISR
	Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.	2025年5月	DQS GmbH
	Suminoe Koide (Thailand) Co., Ltd.	2023年3月	INTERCERT
	PT. Suminoe Surya Techno	2025年6月	Quay Audit UK Limited
IATF 16949	Bondtex, Inc.	2024年8月	NSF ISR
	Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.	2025年5月	DQS Holding GmbH
	住江互太(広州)汽車纖維製品有限公司	2023年12月	NQA
	蘇州住江小出汽車用品有限公司	2024年5月	NSF ISR
	T.C.H. Suminoe Co., Ltd.	2024年5月	TÜV Rheinland
	Suminoe Teijin Techno Krishna India Pvt. Ltd.	2023年8月	TÜV Rheinland
JIS Q 9100	SUMINOE(株) 機能資材事業部門	2024年4月	日本検査キューエイ

※住江テクノ(株)奈良工場には事業所・関連会社として、住江テクノ(株)滋賀工場、住江物流(株)奈良センターが含まれます。

品質確認監査の実施

品質マネジメントシステムの有効性を継続的に維持・改善するため、定期的な品質確認監査を実施しています。

2024年度は、グループ会社を含む5部門、19部署において品質監査を実施し、製品の設計、製造、検査、出荷に関わる全プロセスについて、手順の遵守状況および記録の管理状況を確認しました。

化学物質・有害物質の管理徹底

製品の安全性確保と環境負荷の低減を両立させるため、国内外の法規制を遵守し、厳格な管理体制を構築しています。その一環として、原材料調達先に対しては「グリーン調達ガイドライン」を通じて有害物質の適正管理を要請し、持続可能なサプライチェーンの確立を目指しています。

今後も健康障害防止と環境への影響を最小限に抑える取り組みを継続していきます。

持続可能な調達 サプライヤーとともに持続可能な社会の構築を実現する

責任ある調達活動を通じて、SUMINOE GROUPはサプライヤーとともに持続可能な社会の構築と発展に挑戦し、貢献することで、ともに企業としての価値を向上させていきたいと考えています。

サステナブル調達のサプライヤーへの浸透

2024年6月に「サステナブル調達ガイドライン(第1版)」を策定し、2024年12月よりサステナブル調達の対象とするサプライヤーの定義を定め、その定義に合致するサプライヤーへガイドラインを周知しています。サプライヤーには、ガイドラインにおける行動規範をご理解いただくとともに、必要な社内体制を構築し継続的な運用と改善へのご協力をお願いしています。

「同意書」締結および「サステナブル調達アンケート」回答の依頼

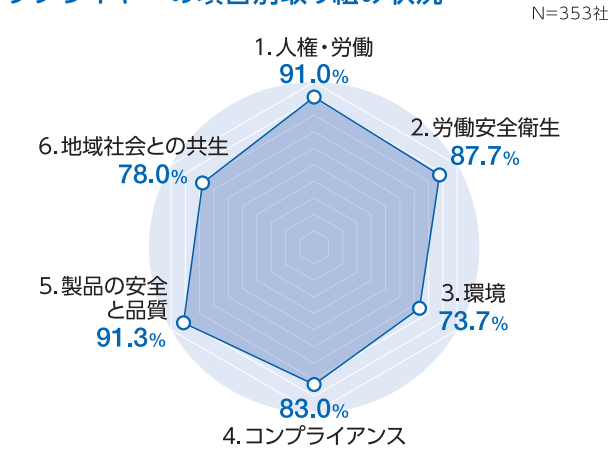
SUMINOEでは、ガイドラインの周知と併せて、ガイドラインの主旨と内容に賛同いただける場合は「同意書」の締結を、また、サプライヤーの取り組み度合いを当社およびサプライヤーで把握するために「サステナブル調達アンケート」への回答を依頼しました。アンケートへの回答を行うことで、取り組みが不十分な項目を把握いただき、その改善に向けた取り組みを依頼しています。

「同意書」締結および「サステナブル調達アンケート」回答の結果

サプライヤー432社に展開し、「同意書」締結は348社、「サステナブル調達アンケート」は353社より回収しました。

	目標(%)	2024年度回収率(%)
同意書	80%	80.6%(348社)
アンケート	80%	81.7%(353社)

「サステナブル調達アンケート」によるサプライヤーの項目別取り組み状況



今後の取り組み

今後は、「同意書」の締結と「サステナブル調達アンケート」の回答をいただけていないサプライヤーには、引き続き協力への働きかけを行います。また、SUMINOE GROUPでの実施会社の範囲拡大を計画しています。

人権デューディリジェンス

人権デューディリジェンスは、事業活動に関連して発生しうる人権侵害のリスクを特定し、防止・解消への措置を講じ、その効果を確認することで人権尊重の取り組みの実効性を高めていく継続的プロセスです。

2024年度は、当社グループが対応すべき人権リスクの特定について、サステナブル調達で掲げる人権尊重への取り組みと併せて社内の実態調査のためのアンケートを行い、リスク順位の把握を行いました。

	リスク 順位	項目	平均点 (3点満点)
社内	1	ハラスメント	2.50
	2	差別の禁止	2.73
	3	労働時間	2.74

社長 × 社外役員との座談会



社外監査役
天知 秀介

社外取締役
種田 ゆみこ

代表取締役社長
永田 鉄平

社外取締役
清水 春生

社外取締役
野村 公平

中長期経営目標「SGW STEPⅡ」への意見 海外最大投資をいち早く収益化へ

永田 当社はSGW STEPⅡにおいて、資本コストを意識した経営の徹底を図っています。そして、海外事業の拡大を重点課題に掲げています。北中米やタイでの合成皮革分野への設備投資や工場運営を収益向上に結びつけ、持続的な成長を実現することが不可欠です。本日は、これまでの取り組みをどう評価し、何を強化すべきかについて、率直なご意見をお願いしたいと思います。

清水 企業経営の経験者としてまず申したいのは、当社の成長戦略においてメキシコ拠点が極めて重要な位置を占めている点です。自動車関連事業において、将来性の高い合成皮革分野に果敢に投資したことは、先見性のある判断であり高く評価できます。国内市場では成長余地が限られるなかで、メキシコという新たな市場に「金のなる木」を植えたというべき挑戦です。

現状、当社は米国、メキシコへ相当規模の投資をしているものの、まだ十分な利益を確保できる状況にあるとはいえません。今後はこの投資をいかに早期に収益基盤へと転換させるかが最大の課題です。そして、メキシコへの

投資を確実に成功させることが、当社の持続的な成長と企業価値向上の鍵を握ると強く認識しています。

永田 清水さんのご指摘のとおり、当社としてこの地域には最大規模の投資をしてきたものの、その回収ができていないのが実情です。特に米国拠点は黒字転換したものの、その累積赤字が当社の企業価値を下げ、利益率を低迷させてきた要因であると痛感しています。したがって、最大の課題はこの過去の負債を解消し、投資を確実に回収していくことです。産業資材事業部門の人材とともに、この回収を必ず実現し、企業価値の向上に繋げてまいります。

種田 メキシコ案件をはじめとする投資を確実に成功させるためには、資本コストを意識した経営の徹底が欠かせません。2025年7月に公表された「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」のアップデートで改めて示された営業利益率5.0%、ROE8.0%、PBR1.0倍という目標値は、投資家への強いメッセージであり、正しい方向性だと考えます。

ただし、課題はそれを実際の現場で従業員にどう実感させ、日々の行動に繋げるかです。外部から見れば美しいストーリーでも、中間層の従業員にとっては自分の業務と

徹底したガバナンス強化で企業価値を押し上げ、成長への確信を市場に示してまいります

当社は、中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY (以下、SGW)」の後半期(STEPⅡ)を迎えています。後半期では資本コストを意識した経営の徹底をはじめ、海外拠点の強化、持続的な企業価値の向上など、多面的な課題に取り組む必要があります。こうした背景のもと、当社代表取締役社長をはじめ、社外取締役3名および社外監査役1名による「ガバナンス座談会」を開催。経営戦略の妥当性、今後の重点施策、ガバナンス体制の実効性について、各自の専門的視点から活発な議論を展開しました。

数値目標が結びつかず、「役員がやること」と受け止められている面がありませんか。投資は営業利益の改善を前提に初めて回収可能となります。その意味でも、一人ひとりが資本効率改善に直結する行動を理解し、自らの役割を意識することが必要です。数字を現場に落とし込み、全員が腹落ちしてこそ、企業価値の向上が実現できます。

野村 メキシコ拠点への投資を成功させることは当社にとって絶対条件であると同時に、その上で経営をP/L(損益計算書)的な発想だけで捉えるのではなく、B/S(貸借対照表)的な発想で資本の使い方を検証することが必要だと考えています。つまり、どの事業にどれだけの経営資源を投入し、そこからどれだけ利益を上げているかを明確に示さなければ、株価は上がらないということです。PBRが0.5倍という現状は、この視点が十分に浸透していないことの表れでしょう。

SGW STEPⅡではメキシコ拠点の成功を柱としつつ、新しい事業や小さくても効率的な収益源を社内から掘り起こすことも必須です。効率的に利益を上げている子会社の事例もあるように、従業員が自主的に手を挙げ、独立採算的に挑戦できる仕組みをつくることは成長の原動力になります。経営資源の投入と投資回収を冷静に見極め、小さくても成功を積み重ねることは、当社の企業価値を押し上げると 생각합니다。

永田 ご指摘のとおり、営業利益率5.0%、ROE8.0%、PBR1.0

倍という目標は個々の社員にそのまま通じるものではありません。現在、当社グループでは、グループ理念に基づく各部門のミッションを部署、グルーピング部署、個人に落とし込む活動をしており、プランディングも含め、個人の意識改革や、挑戦を促す企業風土の醸成について話合っています。

清水 海外事業を成功させるためには、工場が確実に利益を生み出す体質をつくることが何より重要です。私の経験上、赤字経営に陥る企業は共通して設備の稼働不良や工程内不良を放置する甘さがあります。不良品は「お金を捨てている」と同じであり、工程内不良をゼロにする仕組みを徹底しなければ利益は積み上がりません。海外子会社の経営は特に親会社からの監視の目が甘くなりがちですが、「必ずやる、できるまでやる」という文化を根付かせれば、SGW STEPⅡの強力な推進力になると考えています。

永田 厳しいご指摘のとおり、「必ずやる、できるまでやる」という文化を根付かせていくことが重要であり、経営トップとして肝に銘じて進めていきます。続いて、天知さんからもご意見をいただけますでしょうか。

天知 メキシコへの投資の成功に向けては、企業体質の改善とともに人材の力が欠かせません。過去に製造業を経営してきた経験から、事業の成否を左右する大きな要因の一つは、技術を正しく評価できる人材の有無にあります。新しい製造技術を採用する際には、複数の選択肢から

社長 × 社外役員との座談会

最適なものを選び抜く必要がありますが、その意思決定を誤れば大きな失敗に繋がります。だからこそ、研究開発や生産技術に精通し、専門的な知見を持つ的確に判断できる人材を育成することが重要です。失敗事例は表に出ないものですが、実際には成功よりも失敗の方が多いのが現実です。そうしたリスクを回避するには、取締役役専門性を備えた人材を登用し、配置する仕組みを整えることが不可欠だと考えています。

また、グローバル展開を加速させるなかで、海外赴任を一部の人材に固定化すると、新しい人材が育たず、組織の成長も阻害されます。実際に他社では、同じ部門に長くとどまる従業員を昇進対象とせず、海外や他部門での経験を積んだ人材を積極的に登用する制度を設け、成果を上げています。当社においても、異動や登用のルールを明確化し、多くの従業員に海外経験を積ませる仕組みを整えることが重要です。



永田 経営者としての経験に基づくお話、たいへん参考になります。残念ながら、当社では海外赴任を敬遠する傾向があるのは否めません。国内だけに勤務していても給与や地位が上がる現状では、手を挙げる人材に限られるのは事実です。しかし、若い世代を中心に海外に送り出すことで、大きな成長を遂げる例は多々あります。実際に30代の従業員を海外へ派遣しており、最初は戸惑っていても海外経験を経て、自身にとって必ずプラスになるものです。今後は短期駐在も活用し、部門内の困り込みを解きながら、グローバル人材を積極的に育成していきます。

企業価値の向上に必要な取り組みとは？

これからの成長を見据えて

守りと攻めの体制を見直し、

必要な施策を迅速に講じていくべき

永田 続いてSUMINOE GROUPが企業価値の向上にもっとも必要な取り組みは何でしょうか。みなさまのお考えをご教示ください。

野村 情報セキュリティについては、これまで大きな事故がなかったのに対して、2024年に海外子会社で情報セキュリティ事案が発生しました。当社の対応は迅速で損害の拡大を防止されましたが、取締役会や社外役員への具体的な報告体制には改善の余地があったと考えています。経営において情報は「ヒト・モノ・カネ」に次ぐ第4の経営資源と位置づけられており、その保護には相応のコストを投じる覚悟が欠かせません。完璧を目指せば際限なく費用は膨らみますが、保安設備の整備や継続的な点検・教育を怠れば、一度の事故で甚大な損害を被るリスクがあります。

特に28社に及び国内外の子会社では、現地従業員を含めた研修を継続的に実施し、マニュアル遵守を徹底することが重要です。また、役員自身が現場に足を運び、セキュリティの重要性を直接伝えることも有効だと考えます。情報セキュリティは利益を直接生むものではありませんが、損害を未然に防ぐ「見えざる利益」を生み、企業価値を守る基盤となります。今こそ経営課題として優先度を高めるべきです。

種田 海外事業における最大のリスクは、親会社のコントロールが必ずしも十分とはいえない点にあると考えています。駐在員を派遣しているながら、もしも十分な統制が効いていないとすれば重大な課題です。グループ全体が連結経営である以上、親会社が責任を持って子会社に対する教育や指示を徹底し、他社ですでに発生したセキュリティ事案を「必ず自社でも起こり得る」と想定して、点検と対策を未然に打つべきです。

特に、情報セキュリティの問題は人事や生産だけでなく、財務や経理の基盤を揺るがす可能性があります。子会社で扱われる数値が不正に操作されるリスクを軽視すべきではなく、財務データの正確性を担保する管理体制を再点検する必要があります。起きてから直すのでは遅く、

起きる前に親会社主導で徹底的に手を打つことを強く求めたいと思います。

清水 野村取締役役のセキュリティ指摘、種田取締役役の親会社による海外子会社統制の指摘を踏まえると、私はまず「現場の声が確実に上がる仕組み」と「本体の財務・経理が即時対応できる力」の2点を強化すべきだと考えます。内部通報が機能し、現場からの警告がトップに届けば、不正やリスクを早期に摘発できます。加えて、親会社が子会社を監督・指導し、必要なときに速やかに介入して止められる体制を整えることが不可欠です。現場と親会社の双方向のコミュニケーションと実効的な統制が、グループ全体の信頼性を高めると確信しています。

永田 率直なご意見をありがとうございます。当社は事業部門の拡大に伴い、管理部門の存在感が相対的に弱まってきた面が否めません。売上規模が600億円から1,000億円を超えるまで成長するなかで、事業部門主導の体制が強まる一方、管理部門は受け身になりがちでした。しかし、情報セキュリティや子会社統制といった課題に対応するには、管理部門が主体的に責任を持つ姿勢が不可欠です。今後は管理部門を再び強化し、全社的なリスク管理体制を確立してまいります。



天知 企業価値を守る上ではセキュリティや統制といった守りが欠かせませんが、それだけでは十分ではありません。価値をさらに高めていくには、攻めの戦略、すなわちブランドをどう育てていくかが極めて重要です。

ブランドを考える際に認知度と価値を分けて整理することが必要と考えます。単に名前を知られていることと、顧客が高い対価を払ってでも選ぶ力とは別物です。ブラ

ンド価値を高めるには、新製品やサービスの開発や既存製品の品質維持・向上といった取り組みに加え、価値を損なわない仕組みの構築が不可欠です。

その基盤となるのは、当社グループが掲げるVISION・MISSION・SPIRIT・VALUEを従業員一人ひとりが理解し、日々の業務で実践することです。加えて、グループ各社の社名や製品名を「SUMINOE」で統一することは、従業員のブランド意識を高め、全員がブランドアンバサダーとして行動する契機となります。理念浸透とブランド統一を両輪として進めることが、当社のブランド力を真に高める道だと確信しています。



種田 天知監査役がお話しになったように、社内でのブランド価値の醸成は大切ですが、同時に外部への発信力も欠かせません。当社には「よい製品をつくっている」という強い自負があり、従業員も自分の仕事の価値を理解していますが、それが社外には十分に伝わっていないのではないかと懸念しています。ブランド認知度を高める上で、財務IRや広報などの体制をさらに強化すべきだと提言します。広報・IRに長けた人材をより社内でも育成し、他社の優れた事例も積極的に学ぶべきです。業績が苦しい時期であっても、数字を示すだけでなく「どう見せるか」に意識を向け、継続的に改善していく必要があります。社内の人材を育てることこそが、長期的なブランド強化に繋がるはずです。

野村 天知監査役が指摘されたブランド価値の強化、そして種田取締役役が述べられた広報・IR力の強化という論点を踏まえると、それを株主価値に繋げる視点が不可欠です。株主・投資家にわかりやすく株価との関係を説明する

社長 × 社外役員との座談会

ことが欠かせません。「この部門はオンリーワンだ」「この商品は高収益だ」といった明快なメッセージが必要ではないでしょうか。

株主優待で個人株主が増えても、それだけで株価が上がるわけではありませんが、3年、5年と株を中長期に保有してくれる個人株主がいること自体が企業の特徴となります。短期的な株価変動に一喜一憂するのではなく、PBR0.5倍という壁を突破する道筋を社長が堂々と示すことが求められます。難解な財務指標ではなく、右肩上がりの未来を投資家が理解できるような表現で伝えることに注力してください。

たとえば、先日テレビ番組で当社の電車座席用のモケットシートが取り上げられた際、社会的な露出を即座に活用して、なぜ知名度が高くないのかを社内で議論する姿勢が必要です。こうした機敏な対応が、ブランド認知度を高め、株主からの信頼を得て株価向上に繋がるのではないかと考えます。

永田 これまでのご意見を踏まえますと、人材とブランドが企業価値向上の要だと実感しています。当社グループでは先程申しあげたとおり、現在インナーブランディングを進めており、SUMINOE GROUPがどんな会社で何をを目指すのかを従業員一人ひとりが自信を持って語れるよう、理念浸透に取り組んでいます。その成果も少しずつ見え始め、収益率改善に向けた種まきが実を結びつつあります。

今後の課題は、この取り組みを株主・投資家や市場にどう伝えるかです。PERやPBRの目標値との差は依然大きいですが、当社の成長力を自ら確信し、より積極的な言葉で説明していくことが必要だと考えています。従業員とともに自信を持って歩みを進め、株主・投資家に納得いただける企業価値の向上を実現してまいります。

ガバナンス体制の実効性について

取り組むからには徹底してこそ。

目指すは現場と数字で支える統制

永田 最後になりますが、当社のガバナンス体制の実効性について、先日みなさまにも取締役会の実効性に関するアンケートにご回答いただき、結果についても報告させていただきました。それを踏まえて、改めてご意見いただければと思います。



野村 今後の持続的な成長に向けて、ガバナンス体制の強化もまた重要な課題です。現状、基本的な枠組みは整っていますが、その運営において実効性を高める工夫が必要だと考えます。多様性の観点からは、まず、役員に技術・生産部門出身者を、執行役員に女性を登用することが課題です。取締役会では「いつまでに、誰が責任を持って改善するのか」を明確に示す進捗管理を徹底すべきです。メーカーである当社においては、不良や労災を即時に報告するなど、バッド・ニュース・ファーストの文化が欠かせません。

さらに、子会社統制を強化するには、経営陣が現場を歩いて従業員と直接対話する「歩き廻る経営」が有効です。加えて、基幹システム再構築は予定通りに完了させ、確実に稼働させることが必要です。こうした一つひとつの取り組みの積み重ねこそ、ガバナンス体制を真に機能させる基盤になると考えています。

天知 ガバナンスの目的は、①経営の健全性の確保、②情報開示を含む透明性の向上、③説明責任の履行、④企業価値の持続的成長の確保の4点にあると認識しています。当社においてはおおむね具体策が講じられ、着実に進んでいると評価しています。

ただし注意すべきは、グループに小規模会社が多いことから、監査や執行の現場で相当数の要員が割かれ、経営資源が分散してしまう点です。結果的に効率を欠き、資源の浪費を招く懸念があります。したがって、既存子会社の統合・再編の可能性を検討することや、今後のM&Aについても代替策を含めて幅広く議論することが必要です。

種田 天知監査役や野村取締役のご意見を踏まえつつ、私は経営を支える数字の重要性を強調したいと思います。経営者が的確に判断を下すには、管理部門が事業部門と

伴走し、必要な数値をタイムリーに提供する体制が欠かせません。実際に利益を生み出すのは事業部門ですが、その判断を支える数字の報告が遅れたり、情報が不十分であったりすれば、リスク管理も意思決定も機能しません。

特に海外子会社については、親会社がしっかりと管理し、数値を通じて現状を正しく把握できるようにすることが必須です。数字を適切に扱える人材を育成・採用し、経営の前線と後方が一体となって動くことが、ガバナンス強化への最も早道だと考えます。



清水 ガバナンスの強化については、「やるなら徹底的にやる」というトップの覚悟が何より重要です。中途半端であれば効果はなく、徹底することで初めて浸透します。かつて私が経営していた会社では、グループ全体に共通

ルールを設け、「5S（整理、整頓、清掃、清潔、躰）」「5T（定位、定量、定時、定姿、定質）」などの基本を徹底し、仕事のスピードも「2日以内」「2時間以内」といった明確な基準を定めました。さらに、ユニフォームや設備に至るまでデザインを統一し、組織全体の一体感と効率性を高めました。

こうした取り組みはコストがかかるものの、互換性や透明性を生み、結果として組織の統制力を高めます。結局のところ、ガバナンスを実効性あるものにできるかどうかは、トップが本気でやり抜くかどうかにかかっています。

永田 本日は社外取締役・監査役のみなさまから、貴重かつ率直なご意見をいただき、心より感謝申し上げます。議論を通じて、私自身が日頃感じている課題と重なる指摘も多く、改めて方向性の正しさを確信するとともに、まだ十分に組み立てていない点を強く自覚いたしました。

ご指摘のとおり、中途半端な対応では成果に繋がりません。清水取締役のお言葉を借りれば「やるなら徹底的にやる」。この姿勢で管理部門の機能強化、人材育成と若手登用、そして技術系人材の取締役登用など、課題の解決に一歩一歩着実に取り組んでまいります。本日のご助言を必ず実行に繋げ、SUMINOE GROUPのさらなる成長をお約束します。



取締役・監査役紹介（2025年8月28日時点）

												
氏 名	永田 鉄平	薄木 宏明	村瀬 典久	諏訪 和晃	清水 春生		野村 公平	種田 ゆみこ	加藤 恭子	川西 浩文	天知 秀介	宮本 敏彦
役 職	代表取締役社長	代表取締役 常務取締役	取締役	取締役	社外取締役 (独立役員)		社外取締役 (独立役員)	社外取締役 (独立役員)	社外取締役	常勤監査役	社外監査役	社外監査役
年 齢	68	61	64	64	78		77	58	58	62	68	60
在任期間	8年	5年	3年	1年	9年		7年	4年	-	-	1年	-
経 歴	1980年4月 当社入社 2012年8月 執行役員 機能資材事業部門長 2016年11月 管理本部経営企画室部長 CSR推進室部長 2017年8月 取締役 上席執行役員 2019年8月 インテリア事業部門長 株式会社スミノエ (現株式 会社スミノエ インテリア プロダクツ)代表取締役社長 2021年8月 代表取締役社長(現在) 株式会社スミノエ (現株式 会社スミノエ インテリア プロダクツ)取締役会長	1986年4月 当社入社 2010年8月 管理本部経理部長 2017年8月 同本部購買部長 執行役員 2019年8月 上席執行役員(現在) 管理本部副本部長 2020年1月 同本部経営企画室部長 2020年8月 取締役 2021年8月 代表取締役常務取締役 (現在) 管理本部長(現在)	1983年4月 当社入社 2007年6月 株式会社スミノエ (現株式 会社スミノエ インテリア プロダクツ)近畿ブロック 販売部部长 2007年7月 同社近畿ブロック長 2020年8月 執行役員 2021年8月 上席執行役員(現在) インテリア事業副部門長 株式会社スミノエ (現株式 会社スミノエ インテリア プロダクツ)代表取締役社 長(現在) 同社営業部統括部長 2022年8月 取締役(現在) インテリア事業部門長 (現在)	1983年4月 当社入社 2005年9月 産業資材事業部門 東関東営業部長 2006年7月 同部門海外営業部長 2020年8月 執行役員 2021年8月 Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V. COO 2022年4月 Suminoe Textile of America Corporation COO Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V. CEO(現在) Bondtex, Inc. CEO(現在) 2022年8月 上席執行役員(現在) 2024年8月 取締役(現在) 産業資材事業部門長(現在) スミノエ テイジン テクノ 株式会社代表取締役社長 (現在) Suminoe Textile of America Corporation CEO(現在) 住江互太 (広州) 汽車繊維製 品有限公司董事長(現在) T.C.H. Suminoe Co., Ltd. CEO(現在)	1970年2月 株式会社大金製作所 (現株式会社エクスセディ) 入社 1994年6月 同社取締役 2006年6月 同社代表取締役社長 2015年4月 同社取締役会長 2016年6月 同社相談役 バンドー化学株式会社 社外取締役監査等委員 2016年8月 当社社外取締役(現在) 2019年6月 芦森工業株式会社社外取 締役(現在)		1977年4月 西川・野村法律事務所 (現野村総合法律事務所) 設立(現在) 2015年6月 株式会社エムケイシステム 社外取締役(現在) 2015年9月 株式会社ジェイテックコー ポレーション社外監査役 2016年6月 アルインコ株式会社社外 取締役監査等委員 2018年8月 当社社外取締役(現在)	1994年10月 朝日監査法人(現有限責任 あずさ監査法人)入所 1998年4月 公認会計士登録 2008年8月 株式会社ブレイン取締役 (現在) 2008年11月 税理士登録 2019年6月 株式会社ショーエイコーポ レーション社外取締役監査 等委員(現在) 2020年6月 コタ株式会社社外取締役 2021年8月 当社社外取締役(現在) 2025年6月 新田ゼラチン株式会社社 外取締役(現在)	1990年4月 株式会社高島屋入社 2015年3月 同社MD本部特選・宝飾品 DV副DV長 2019年3月 同社MD本部ラグジュア リー・レディスファッション・ コスメDV副DV長 2020年3月 同社MD本部婦人服・特 選・宝飾品部部长 2021年3月 同社MD本部化粧品・特 選・宝飾品部部长 2025年3月 同社執行役員MD本部副 本部長(現在) 2025年8月 当社社外取締役(現在)	1988年5月 当社入社 2018年6月 住江物流株式会社 代表取締役 2019年12月 当社ISRプロジェクト リーダー 2021年8月 執行役員 2022年8月 CIO 2024年8月 顧問 2025年8月 常勤監査役(現在)	1979年4月 鐘淵化学工業株式会社 (現株式会社カネカ)入社 2009年4月 同社カネカロン事業部長 2011年6月 同社執行役員 2015年6月 同社取締役・常務執行役員 2019年6月 セメダイン株式会社代表 取締役社長 2023年6月 同社非常勤顧問 2024年6月 同社非常勤顧問退任 エア・ブラウン株式会社 監査役(現在) 2024年8月 当社社外監査役(現在) 2024年10月 bwdホールディングス 株式会社顧問 2025年4月 同社取締役(現在)	1988年4月 丸紅株式会社入社 2013年4月 同社機能アパレル部長 2019年4月 丸紅インテックス株式会社 出向 2025年4月 同社代表取締役社長(現在) 2025年8月 当社社外監査役(現在)
ス キ ル	経営全般	●	●	●	●		●				●	●
	海外事業	●			●		●					●
	営業マーケティング	●		●	●		●		●		●	●
	サステナビリティ			●			●		●			
	製造技術	●										
	財務会計		●					●		●		
	法務リスクマネジメント		●	●			●	●		●	●	
	ITデジタル		●							●		

スキルの定義

経営全般	企業経営経験や事業部門における豊富な経験を有し、当社グループ理念を実現するために、長期的な視点でビジネス変革をリードするスキル
海外事業	事業をグローバルで展開する当社グループにおいて、成長分野である海外事業でのマネジメント経験を有し、経済条件や文化に精通し、グローバルな視点で企業経営戦略をリードするスキル
営業マーケティング	営業・マーケティングに関する豊富な知識・経験・ノウハウを有し、営業領域の事情に精通し、顧客のニーズ、当社グループの資本、シーズを把握した上で、成長領域を見極め、ビジネス変革をリードするスキル
サステナビリティ	気候変動、社会課題、ガバナンス等広範囲なサステナビリティの専門分野の有識者、あるいは企業のサステナビリティ領域に関する豊富な経験を有し、社会からの企業に対する要求事項を理解し、サステナビリティ経営をリードするスキル

製造技術	製造開発に関する豊富な知識・経験を有し、知的財産・技術資本を充実させ、開発の基本理念「KKR+A」のもとに、製造のオペレーションや技術のイノベーションをリードするスキル
財務会計	企業経営に関する領域が専門の公認会計士、あるいは、会計・税務・財務に関する幅広い知識・経験を有し、事業の収益性を評価し、経営資源の配分、成長投資(M&A含む)といった高い資本効率を実現し、財務基盤を強化し、財務戦略をリードするスキル
法務リスクマネジメント	法務・リスクマネジメント、コンプライアンスの領域における専門家(弁護士資格を有する者)、あるいは、企業の法務・リスク領域における豊富な経験を有し、事業に関わる規制、コンプライアンス、リスク管理および内部統制の整備・運用について、合法かつ会社の有益な判断ができるスキル
ITデジタル	IT、DXへの幅広い知識・経験を有し、オペレーションの改善、事業やビジネスの変革を推し進め、経営基盤とコスト競争力の強化を行い、企業や社会の課題認識と解決策を示すことができるスキル

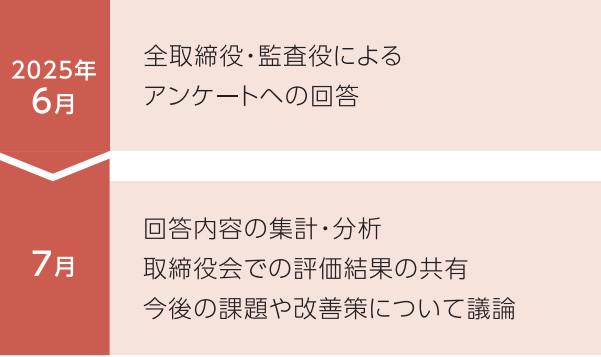
ガバナンス

取締役会の実効性評価

■ 取締役会の実効性評価の取り組み

当社は、取締役会の実効性について一層の向上を図るとともに、ステークホルダーのみなさまへの説明責任を果たすことを目的に、取締役会の実効性に関する評価・分析を行っています。

■ 取締役会の実効性評価のプロセス



■ 取締役会の実効性に関するアンケート

全25問、各設問5点満点のアンケートを実施しました。設問内容と平均値は以下のとおりです。

設問内容	平均値	
	2023年度	2024年度
1.取締役会の役割・機能	3.27	3.20
2.取締役会の構成・規模	4.40	4.30
3.取締役会の運営	4.02	3.95
4.監査機関との連携	3.73	3.43
5.社外取締役との関係	3.67	3.52
6.株主・投資家との関係	3.78	3.52
7.総括	3.75	3.55
全体	3.80	3.64

アンケートの結果、取締役会メンバーの属性および経歴が多岐にわたっており、バランスの取れた構成であること、またそれを背景に活発な議論がされていることが確認でき、実効性が確保されていると評価しました。

今後も適切な実効性評価と分析を行い、取締役会で課題への対応に努めていきます。

■ 今後の課題

- ①中長期的な視点での経営戦略などの議論の充実
- ・重要課題の進捗、報告、議論など
(グループガバナンス・投資案件・安全衛生・品質など)
- ・幹部社員などからの事業戦略の説明
- ②取締役会以外での議論の場の提供
- ・社外役員に対する当社グループ製品の紹介や工場を含めた各事業所の見学を通じた事業への理解を深める機会

■ 2023年度の課題への取り組み

- ①中長期的な視点での経営戦略などの議論の充実
(具体的には、指名報酬に関する議論、役員トレーニング計画の作成など)
- ↓
- マテリアリティについて取締役会での議論を進めています。また、役員トレーニングを定期的を実施しています。
- ②取締役会での議論に必要な情報の事前提供
- ↓
- 取締役会メンバーに対し、事務局より簡潔で見やすい資料を早期に提供しています。
- ③監査機関との連携
- ↓
- 監査役会と内部監査部門(内部監査室)の連携を強化しています。内部通報制度の利用状況について、半期ごとに取締役会で報告をしています。
- ④取締役会以外での議論の場の提供
- ↓
- 当社本社ビル以外での取締役会を年に一度開催し、社外役員にはSUMINOE GROUPの事業活動の理解を深めるための機会を提供しています。
- ⑤株主や投資家に対する働きかけ
- ↓
- 2024年度は、個人投資家向けセミナーを3回、機関投資家との1on1ミーティングを35回実施しました。また、決算情報や適時開示情報は、webサイト上で文書による発表をしたほか、機関投資家向け決算説明会や個人投資家向けのIRセミナーについては、講演内容の書き起こしを掲載するなど情報の提供方法を工夫しました。

役員報酬

■ 取締役の個人別の報酬などの内容に関わる決定方針に関する事項

当社グループは、任意の指名・報酬委員会に諮問し、その答申に基づき取締役会において取締役の個人別の報酬などの内容に関わる決定方針を決議しています。

①基本報酬の個人別の報酬などの額、および非金銭報酬の内容および額または数の算定方法の決定に関する方針

取締役の報酬などについては、各職責や世間水準を踏まえた額とし、基本報酬および株式報酬で構成しています。基本報酬は月例の固定報酬として、株主総会で定められた報酬枠の範囲内で各役位に応じて支給しています。株式報酬は、当社グループの企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを付与するとともに、株主と一層の価値共有を進めることを目的としています。当該目的を踏まえ相当と考えられる金額を、株主総会で定められた報酬枠の範囲内で、社外取締役を除く取締役を対象に、退任または退職するときまで処分することを認めない譲渡制限付株式報酬として毎年、一定の時期に支給しています。

②取締役の個人別の報酬などの内容についての決定に関する事項

個人別の配分などについては、独立した社外取締役を主要な構成員とする任意の指名・報酬委員会で審議を行い、同委員会の答申に基づき、社外取締役、社外監査役も出席する取締役会で審議し、決議しています。

■ 監査役の報酬などの額または算定方法に関わる決定方針に関する事項

監査役の報酬については、株主総会で定められた報酬枠の範囲内で、監査役の協議により決定しています。

役員区分	報酬などの総額(百万円)	報酬などの種類別の総額(百万円)			対象となる 役員の員数(名)
		基本報酬	業績連動報酬	非金銭報酬	
取締役 ^{※1}	130	120	—	10	6
監査役 ^{※2}	15	15	—	—	1
社外役員	27	27	—	—	7

※1 社外取締役を除く ※2 社外監査役を除く

政策保有株式

■ 合理性のある適切な保有

各企業との円滑な取引関係の維持、金融機関との安定的かつ継続的な関係の強化など、企業価値の向上に資すると認められる場合に、政策的な目的により株式を保有することとしています。

政策保有株式については、半期ごとに取締役会に報告し、個別に相手先企業との関係状況、相手先企業のガバナンス状況を踏まえ、投資に見合った便益が得られるか、リスクがあるか、経済合理性のある適切な保有であるかなど、保有目的の検証を行っています。また、保有目的が解消した株式については随時売却を行っています。

議決権の行使については、適切な議決権行使が当該企業の中長期的な価値向上と持続成長に繋がるものと考え、当該企業の状況や取引関係などを踏まえた上で議案に対する賛否を判断し、原則としてすべての政策保有株式について議決権を行使しています。

なお、当社グループ株式を保有する企業から売却の意向が示された場合は、基本的に同意しています。

ガバナンス

コンプライアンスの徹底

法令・企業倫理を遵守した事業活動

当社グループは、コンプライアンス経営を実践するための基本方針として「企業行動規範」「企業行動基準」を定めています。役員および従業員は、基本方針をよく踏まえ、自らの考えや行動が法令・企業行動規範に沿ったものであるよう、常に心がけています。

役員トレーニング

社内役員に対しては、それぞれの職責や業務上必要な知識の研鑽のために様々な研修機会を設けています。

年度	テーマ
2022年	「企業活動をめぐる人権課題と役員・経営幹部の職責」 -「ビジネスと人権」の議論とガバナンスの課題の検討-
2023年	「拡大するサイバーセキュリティの脅威に備えて」
2024年	「CGコードと関連する外部環境の変化について」

従業員へのコンプライアンス意識の浸透

■ コンプライアンス研修の実施

毎年実施している階層別研修のカリキュラムに、コンプライアンス研修を組み込んでいます。コンプライアンスとは何か、なぜ重要なのかを研修の都度説明し、従業員のコンプライアンス意識の再確認を行うとともに、階層ごとに必要な知識の習得を促しています。

■ 不当競争防止のための取り組み

業務に関する様々な法律についての社内説明会や勉強会を実施するなど、法令違反リスク低減のための継続的な取り組みを行っており、不当競争防止についても注力しています。

下請法については、毎年基礎的な勉強会を行うことで、従業員の法令への理解および遵守意識の維持向上に努めており、2025年6月には、下請法勉強会（基礎編）を実施しました。また、法改正へも対応、遵守できるように、改正に関する最新情報を都度勉強会やイントラネットで発信しています。その他、事業部門に対して下請法遵守状況のヒアリングを行い、対応が不十分な場合は改善を要請し、後日状況を確認するという活動も毎年行っています。

独占禁止法については、カルテル・談合に関して、2025年2月に社内説明会を実施し、独占禁止法の内容、違反しないための留意点および社内ルールについて説明しました。また、リスクマネジメントマニュアルを改定するとともに、内部監査室による監査の実施など、今後、独占禁止法遵守のための取り組みを積極的に行っていきます。

内部通報制度

当社グループでは、役員・従業員が社内で法令・企業倫理に反する行為を発見した際の通報受付窓口として、社内外に「企業倫理ホットライン」を設置しています。

■ 各種相談窓口の相談状況

各年5月末時点（件数）			
通報相談窓口		2024	2025
企業倫理ホットライン（社内窓口）		1	0
同上（社外窓口）		0	0
健康相談窓口（ハラスメント相談含む）		3	5
ハラスメント相談窓口		6	8
計		10	13

知的財産の保護

知的財産権（特許権・意匠権・商標権など）は、重要な経営資源であり、それらを創造・保護し、有効活用していくことは、企業の成長戦略や社会の発展に不可欠な要素です。当社グループにおいても、新規事業に対する、特許権・意匠権・商標権の出願・権利取得を推進することで、新規事業を保護し、円滑に進めることができる環境を実現しています。2024年度は、前年度を上回る特許出願実績がありました。また、知的財産の重要性を従業員に周知させる啓蒙活動や、他社の知的財産を尊重し、侵害しないための調査や情報提供を定期的に実施しています。

ステークホルダーエンゲージメント

歩き廻る経営による双方向コミュニケーション

2017年より社内役員が国内外のグループ会社を訪問し、各地の従業員と意見交換しコミュニケーションを図る「歩き廻る経営」を実施しています。

2025年5月期は、計10回で16拠点を訪問し、開発・生産・営業の様々な拠点で役員と従業員の双方向の思い（課題や期待など）を直接伝え合うことで、一体感を形成する機会となりました。

2025年5月期訪問実績		
国内拠点 (16拠点)	6月	帝人テクロス(株)
	8月	住江織物(株) (現SUMINOE(株)) 奈良事業所 技術開発センター
	10月	尾張整染(株) 石川工場
	11月	(株)スミノエ(現(株)スミノエ インテリア プロダクツ) 北日本支社 札幌営業所
	12月	ルノン(株)松原センター 住江物流(株) 松原センター
	1月	SUMINOE(株) 京都美術工芸所 (株)スミノエ インテリア プロダクツ 京都営業所 住江テクノ(株) 奈良工場
	3月	(株)シーピーオー 本社・八王子工場
	4月	(株)プレテリアテキスタイル
	5月	(株)スミノエ インテリア プロダクツ 広島営業部 ルノン(株) 広島営業所 SUMINOE(株) 広島営業部 スミノエ テイジン テクノ(株) 第5営業部

リスクマネジメントの強化

リスクマネジメント体制

当社グループでは、各本部・部門の代表委員で構成されるCSR推進委員会にて、リスクに対する事前対策・緊急時対応などリスクマネジメント活動全般の諸事項の審議を行い、経営会議/CSR・内部統制審議会に報告、承認を得る体制を取っています。

また財務統制委員会では、SUMINOEと国内外グループ会社から報告されたリスクに基づき、財務諸表の重要な虚偽表示リスクを中心に、そのリスク評価を検討し、経営会議/CSR・内部統制審議会に報告しています。これにより一定レベルのリスク軽減を実現していますが、引き続きIT化を推進し、さらに軽減できる体制を確立させていきます。

企業価値向上に向けた内部統制強化

2024年度は、「内部統制がもたらす企業価値とは何か」を考え、現在の内部統制の状況を見つめ直し、時勢、各シチュエーションに合ったものへ改善すべく、まずは現状を整理するためにグループ全社の企業情報、業績、内部統制監査状況などの調査に取り組みました。また、内部監査員のスキルの向上、強化のための教育訓練として、公認内部監査人(CIA)資格取得に向けた外部セミナーの受講を開始しました。

これらの取り組みのなかで、内部統制監査として注視、管理すべき項目の不足が確認でき、往査時の監査項目の追加とヒアリング内容の改善に繋げることができました。

これにより、往査先への内部統制の重要性、管理項目の周知ができ、牽制となり、これらを繰り返すことで内部統制の強化となり、ひいては企業価値向上に繋がるものと考えています。

基幹システムの再構築

2018年6月から、生産管理システム、債権債務システムなど国内外での業務標準化・効率化、横断管理、またシステム統制などの実現に向け、基幹システムの再構築を進めています。現在進行中のプロジェクトの進捗は全体の80%程度であり、2027年9月までの完了を目指しています。

事業継続計画

企業としての信頼を継続させるためには、緊急事態発生時に正確な情報を迅速に発信することがキーだという考えのもと、安否・被災状況などの情報収集を重視したBCP行動計画の策定に取り組んでいます。

SUMINOEとスミノエ インテリア プロダクツの本社では、BCP安否確認訓練を毎年実施し、緊急事態発生時を想定した従業員の安否確認訓練を実施しています。

サイバー攻撃への対応

2024年7月、当社グループの米国・メキシコの子会社がサイバー攻撃を受けたことが判明しました。確認後、関係当局へ報告し、ネットワーク・システムを停止して被害拡大を防止しました。またバックアップを活用し、現在はすべて復旧しています。調査の結果、影響は米国・メキシコの子会社に限定され、SUMINOEおよび他のグループ会社への影響は確認されていません。

現在再発防止対策として、コンサルティング会社によるリスクアセスメントを実施し、その結果をもとに策定したロードマップに沿い、グループ全体のセキュリティレベル向上の取り組みを進めています。さらに、セキュリティインシデントの未然防止、発生時の対応を目的とした組織「SUMINOE GROUP CSIRT」の構築、運営を予定しています。

情報セキュリティの強化

サイバーセキュリティ対策

当社グループでは、2018年に情報資産の情報セキュリティ対策として「情報セキュリティポリシー」の策定を行って以来、情報セキュリティの継続的な評価・見直し・改善を行いながら、ポリシーの遵守を徹底し、様々な脅威からの情報資産保護に努めています。

■ 取り組み事例

- 標的型メール訓練(2024年)
- SOC(Security Operation Center) サービス導入(2025年)
- 次世代ファイアウォール導入(2025年)
- 遠隔地バックアップの構築(2025年)

上記取り組みに加え、ログ保全および分析ソリューションの導入、インシデント対応訓練を実施する予定です。

11ヵ年連結財務サマリー

各年5月期

	2015	2016	2017	2018		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
損益状況												
売上高(百万円)	91,182	97,529	96,038	97,872		98,617	91,512	79,702	81,713	94,828	103,478	104,791
営業利益(百万円)	3,101	2,553	1,297	2,247		3,118	1,557	1,049	110	1,294	3,300	3,001
営業利益率(%)	3.4	2.6	1.4	2.3		3.2	1.7	1.3	0.1	1.4	3.2	2.9
経常利益(百万円)	3,729	2,883	1,364	2,358		2,956	1,323	1,211	950	1,575	3,668	2,514
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	1,815	245	26	1,083		467	142	409	281	320	874	669
EBITDA(百万円)	4,964	4,447	2,917	3,973		4,888	3,588	3,028	2,026	3,524	5,557	5,291
キャッシュ・フロー状況												
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	3,701	1,453	983	3,519		4,760	5,901	4,167	375	1,803	7,450	2,283
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△1,231	△3,211	△2,170	△244		△1,448	△1,536	△754	△1,191	△2,834	△2,323	△2,254
フリーキャッシュ・フロー(百万円)	2,470	△1,757	△1,186	3,274		3,311	4,365	3,413	△816	△1,030	5,127	29
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△2,756	119	354	△843		△4,964	△1,702	△3,174	△2,074	△52	△4,204	773
財務状況												
総資産(百万円)	90,126	86,878	90,254	92,182		87,975	86,272	83,669	84,801	88,151	92,199	94,976
有利子負債(百万円)	15,134	16,959	18,946	19,396		18,548	20,184	18,689	18,999	21,280	18,090	20,925
株主資本(百万円)	22,860	22,614	22,111	22,664		20,560	18,641	18,878	19,711	19,458	21,431	21,324
株主資本比率(%)	25.4	26.0	24.5	24.6		23.4	21.6	22.6	23.2	22.1	23.2	22.5
1株当たり情報※1												
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	120.34	16.26	1.75	71.83		32.68	10.94	32.42	22.22	25.27	66.11	50.18
1株当たり純資産(円)	2,330.73	2,208.04	2,206.17	2,257.63		2,234.52	2,219.06	2,219.33	2,235.24	2,274.87	2,371.35	2,354.28
1株当たり年間配当金(円)	30	35	35	35		35	25	17.5	35	27.5	35	40
配当性向(%)	24.9	215.4	—	48.7		107.1	228.5	54.0	157.5	108.8	52.9	79.7
その他データ												
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	5.5	0.7	0.1	3.2		1.4	0.5	1.5	1.0	1.1	2.9	2.1
設備投資※2(百万円)	1,422	820	2,722	1,171		1,617	3,516	2,677	4,636	2,441	3,875	3,221
減価償却費(百万円)	1,862	1,893	1,620	1,725		1,769	2,030	1,979	1,915	2,229	2,257	2,289
研究開発費(百万円)	380	348	289	268		254	1,117	948	984	1,073	1,060	1,115
従業員数(名)	2,604	2,786	2,830	2,850		2,899	2,822	2,724	2,640	2,779	2,812	2,943

※1 当社は、2017年12月1日付で普通株式10株につき1株の割合で株式併合を行っています。
また、2025年3月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、併せて過年度も調整後の数値を記載しています。
※2 2020年5月期以降、有形固定資産と無形固定資産のほか、投資およびIFRS第16号「リース」の適用によるリース資産の増加額を含めて記載しています。

株主・投資家との対話

株主・投資家との対話における体制と取り組み

当社は、当社グループの持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図るべく、株主および投資家（以下、株主等）との建設的な対話に積極的に取り組み、その意見や要望を経営に反映させ、株主等とともに成長していくことが重要であると認識しています。そのため、株主等との対話を促進するための体制を整備し、中長期経営目標や事業別戦略に対する理解を得ることを目的として、株主総会、決算説明会、機関投資家面談、個人投資家説明会などにより株主等との対話の場を設けています。機関投資家向けおよび個人投資家向け説明会には、主に当社代表取締役社長がメインスピーカーとして登壇しています。また、投資家との個別面談は代表取締役常務、IR担当役員および経

営企画室を中心に、株主との面談は総務部を中心として、それぞれ建設的な対話を行っています。

なお、対話を通じていただいたご意見は、適宜経営会議にフィードバックを行っています。

■ 主なテーマ・関心事項

- 業績・市場環境の現況および見通し、中長期的な成長に向けた施策について
- 収益性向上策について
- 株主還元方針について
- 株価および資本コストに関する取り組みについて
- ESGの取り組みについて

■ 2025年5月期 対話実施状況

内容	当社対応者	参加者	回数／年
定時株主総会	代表取締役社長、社内外取締役／監査役、執行役員	株主	1回
機関投資家向け決算説明会	代表取締役社長、代表取締役常務、IR担当役員	機関投資家、アナリスト	2回
個人投資家向け会社説明会	代表取締役社長	個人投資家	3回
個別面談	代表取締役常務、IR担当役員、経営企画室、総務部	機関投資家、アナリスト、議決権行使担当ほか	28件（延べ）

投資家向け情報提供サービスについて

当社は、株主・投資家間に情報格差が生じないよう、公平、迅速かつ正確に情報開示を行うことを基本指針としています。建設的な対話を促進するため、適時開示と併せて、中立的な立場での情報提供を行うスポンサードレポートや機関投資家向けに開催する決算説明会の書き起こしサービスも利用しています。

- スポンサーレポート（シェアードリサーチ）
<https://sharedresearch.jp/ja/companies/3501>
- 決算説明会の書き起こし（ログミーFinance）
<https://finance.logmi.jp/companies/1235>

個人投資家向け会社説明会への参加

当社グループについての理解促進のため年2回を目安に、個人投資家向け会社説明会に参加しています。2025年5月期は、リアル開催2回、オンライン開催1回の会社説明会に参加し、当社代表取締役社長から会社・事業概要や業績推移、中長期経営目標について、質疑応答も交えながらご説明しました。3回開催したうち、1会場ではブース出展も行い、経営企画室IR担当が直接個人投資家と対話する機会も持つことができました。



グループ会社一覧

- 株式会社スミノエ インテリア プロダクツ
- ルノン株式会社
- 株式会社シーピーオー
- 株式会社プレテリアテキスタイル
- 住江物流株式会社

- 株式会社ソーイング兵庫
- スミノエ テイジン テクノ株式会社
- 丸中装束株式会社
- 住江テクノ株式会社
- 丹後テクスタイル株式会社

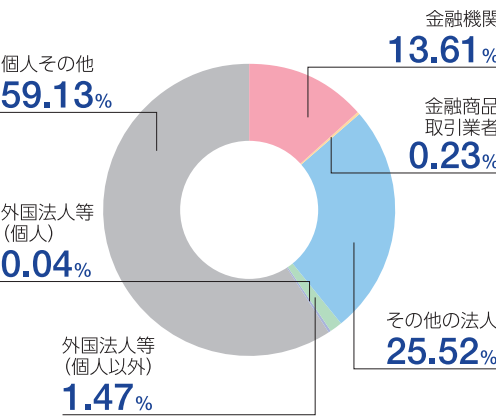
- 帝人テクロス株式会社
- 尾張整染株式会社
- 関織物株式会社
- 関西ラボラトリー株式会社
- インテック株式会社

会社情報（2025年5月31日現在）

会社概要

会社名	SUMINOE株式会社 SUMINOE Co., Ltd.	決算日	毎年5月31日
本社所在地	〒542-8504 大阪市中央区南船場三丁目11番20号	定時株主総会	毎年8月下旬
創業	1883年（明治16年）	単元株式数	100株
合資会社創立	1913年（大正2年12月25日） 住江織物合資会社	上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
株式会社設立	1930年（昭和5年12月26日） 住江織物株式会社	証券コード	3501
資本金	95億5千4百万円	株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社
従業員数	263名（連結2,943名）	会計監査人	有限責任 あずさ監査法人
URL	https://suminoe.co.jp/		
連結子会社数	28社		
持分法適用関連会社数	1社		

所有者別株式分布状況



株式の状況

発行可能株式総数	30,000,000株
発行済株式総数	15,364,324株
株主数	12,976名

大株主

株主名	持株数（千株）	持株比率（%）
株式会社高島屋	1,849	13.97
日本生命保険相互会社	953	7.20
丸紅株式会社	733	5.54
林テレンプホールディングス株式会社	466	3.52
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（退職給付信託ユニチカ口）	357	2.70
SUMINOE 共栄会	307	2.32
SUMINOE 従業員持株会	286	2.16
明治安田生命保険相互会社	231	1.74
ヒューリック株式会社	150	1.13
株式会社池田泉州銀行	147	1.11

※1 持株数は千株未満を切り捨てて表示しています。
※2 当社は自己株式（2,119,604株）を保有していますが、上記大株主からは除いています。また、持株比率は、自己株式を控除して計算しています。
※3 当社は2025年3月1日付で、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。



本書に関するお問い合わせ先

SUMINOE株式会社 CSR推進室
〒542-8504 大阪市中央区南船場3-11-20
E-Mail: csr@sin.suminoe.co.jp
URL: <https://suminoe.co.jp/>



ユニバーサルデザイン
(UD) の考えに基づいた
見やすいデザインの文
字を採用しています。