

2021年5月期 決算概況

証券コード：3501
(東証一部上場)



目次

● 表紙	01
● 目次	02
● 2021年5月期（2020/6～2021/5）連結業績	03
● インテリア事業	04
● 自動車・車両内装事業	05
● 機能資材事業	08
● 事業セグメント別内訳	09
● 連結バランスシート	10
● 中長期経営目標 「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」	11

2021年5月期 (2020/6～2021/5) 連結業績

日本経済は、新型コロナウイルスの感染拡大および長期化が大きなダメージを及ぼした。景気動向は回復基調にあるものの、個人消費が停滞するなど先行きは不透明である。世界経済においては、中国では他地域に先行して景気が回復し、米国ではワクチン接種が後押しとなり景況感が改善した。

(単位：百万円)

	当期	前期	前期比増減		期初計画	期初計画比増減	
			(率)	(額)		(率)	(額)
売上高	79,702	91,512	△12.9%	△11,809	81,400	△2.1%	△1,697
営業利益	1,049	1,557	△32.6%	△508	868	+20.9%	+181
営業利益率	1.3%	1.7%			1.1%		
経常利益	1,211	1,323	△8.5%	△112	860	+40.9%	+351
経常利益率	1.5%	1.4%			1.1%		
当期純利益	409	142	+186.4%	+266	85	+381.7%	+324
当期純利益率	0.5%	0.2%			0.1%		

為替レート	当期	前期
(USD/JPY)	105.95	108.95

※ 当資料の当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を表している。

インテリア事業

カーペットを中心にカーテン、壁紙等を販売

新設住宅着工戸数は前期比4.8%減。非住宅分野でも着工床面積が前期比5.8%減と下回った。

(単位：百万円)

	当期	前期	前期比 (率)	前期比 (額)
売上高	31,024	33,300	△6.8%	△2,275
営業利益	579	472	+22.8%	+107

■ 業務用カーペット [売上高 前期比△2.6%]

ロールカーペット …大型案件を受注したことで売上が増加。
タイルカーペット …特に海外輸出向けがロックダウンによる経済活動への影響から大きく低迷。

■ 家庭用カーペット [売上高 前期比+9.0%]

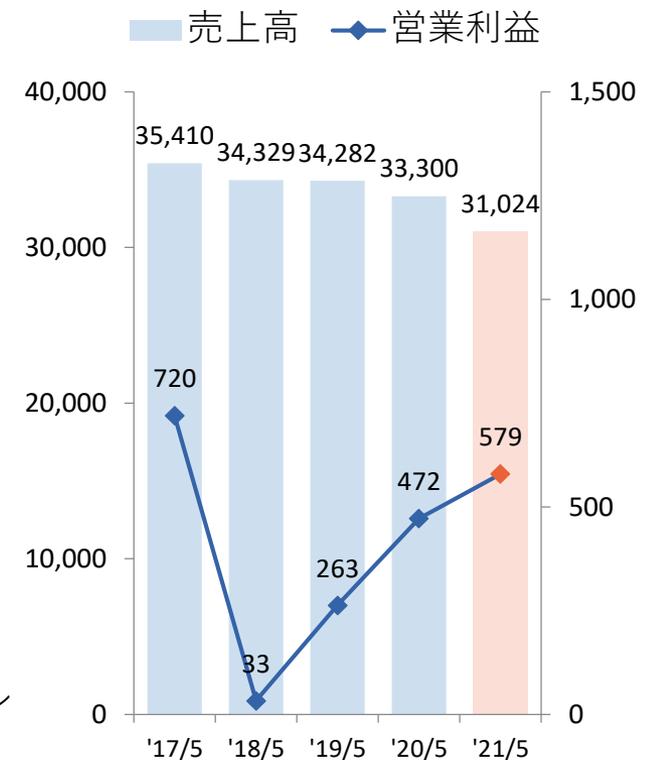
外出自粛によりウェブ向け販売が好調に推移したことや、ホームセンターなどの店舗販売が好調となり、売上が増加。

■ カーテン [売上高 前期比△3.2%]

一般家庭向けが伸び悩んだものの、医療・福祉・教育施設向けは、新型コロナウイルス感染拡大防止のため延期されていた新規納入や取り換え工事が、一部で再開されたことで復調。

■ 壁装関連 [売上高 前期比△11.7%]

新型コロナウイルス感染拡大により住宅、店舗、病院およびホテルの新築・リフォーム需要が減少したことで、壁紙の売上が縮小。



自動車・車両内装事業

新型コロナウイルス感染拡大による経済活動の停滞から日系自動車メーカーの生産台数が減少した。国内の生産台数は前期比1.8%減。海外市場でも当連結会計年度における生産・販売が滞り、前期を下回った。
(単位：百万円)

	当期	前期	前期比 (率)	前期比 (額)
売上高	45,102	54,075	△16.6%	△8,973
営業利益	2,102	2,652	△20.7%	△550

自動車内装事業

フロアカーペット、シート地、天井表皮材等、自動車内装材をトータルで販売

■ 国内 [売上高 前期比△6.0%]

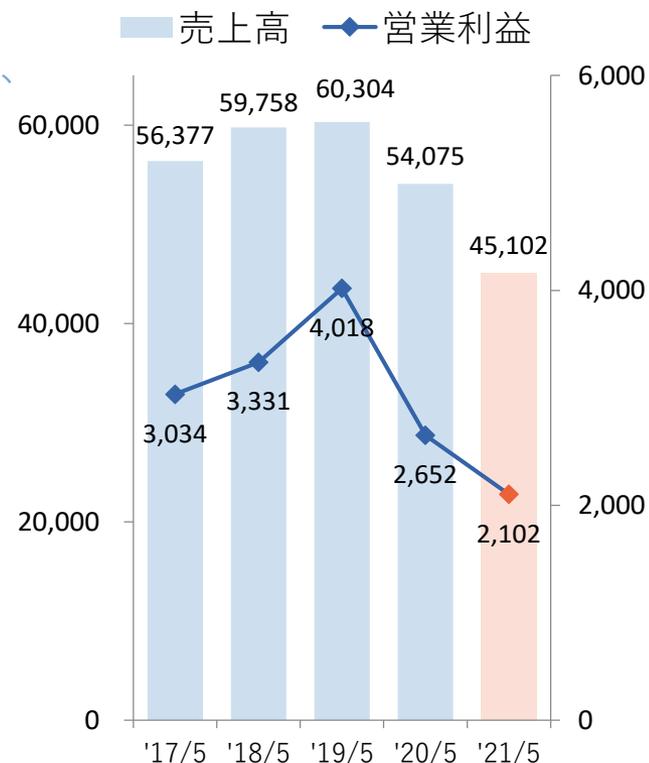
自動車生産は2020年9月には前年同月並みまで回復し、以降も復調傾向が続いたものの、半導体不足などが影響した。

■ 海外 [売上高 前期比△21.1%]

中国で順調な回復が続いたが、タイ、インドネシアなどではロックダウンに伴う生産低迷からの回復が鈍く、また北米では寒波や半導体不足の影響で生産が一時的に低下した。

自動車内装事業全体

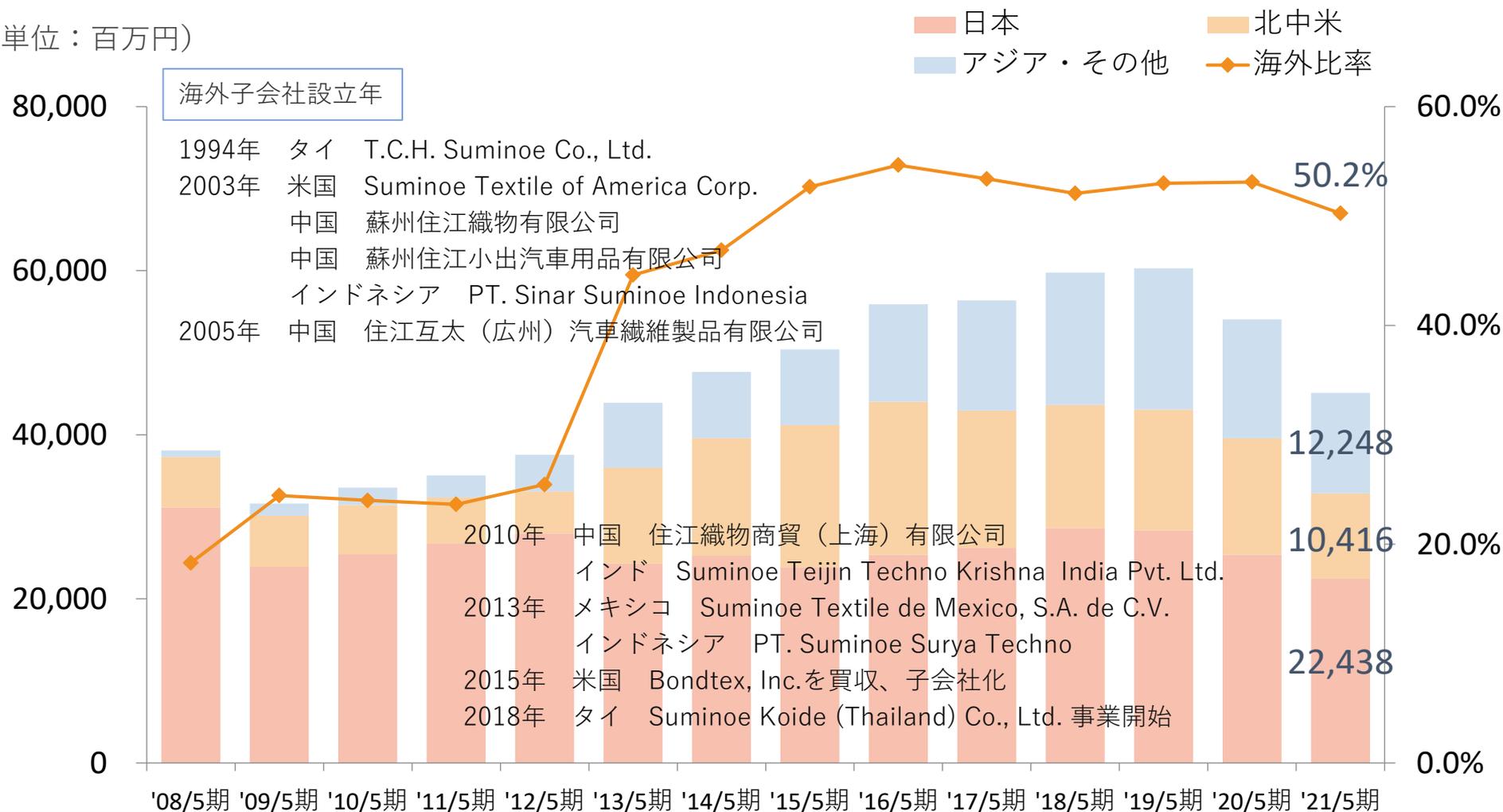
売上、営業利益ともに前期を下回った。



自動車・車両内装事業

自動車・車両内装事業における海外売上高推移

(単位：百万円)



自動車・車両内装事業

車両内装事業

鉄道・バス・航空機・船舶にシート地やカーペット、
リサイクル性に優れたシートクッション材「スミキューブ®」等を販売

■ 鉄道・バス向け

テレワークの推進などによる公共交通機関の利用者数減少が影響し、鉄道内装の需要が減少した。またバスでは、国内旅行やインバウンドの大幅な縮小を受け、新車製造数が大きく低迷した。

車両内装事業全体

売上、営業利益ともに前期を下回った。

機能資材事業

機能性資材、ホットカーペット、独自消臭加工技術によるフィルター等の販売等、
新たな分野で事業を展開

(単位：百万円)

	当期	前期	前期比 (率)	前期比 (額)
売上高	3,130	3,928	△20.3%	△798
営業利益	△87	79	-	△166

■ 空気清浄機等に内蔵される消臭フィルター ■ 浴室床材

好調に推移。

■ ホットカーペット

前期の暖冬の影響で当期の新規受注が大きく減少。

■ ルーフィング材 ■ 土木用資材

■ 航空機内装材 ■ スミトロン®

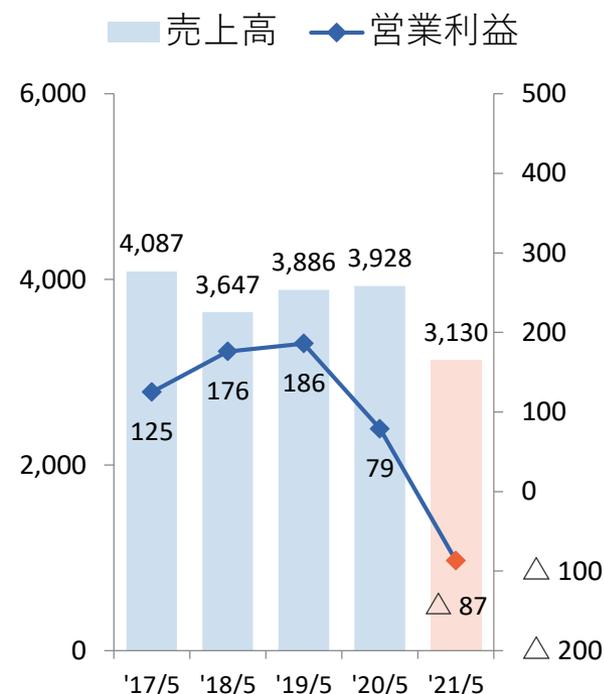
新型コロナウイルス感染拡大による影響で減少。

■ 学童向けマット 等

売上が振るわなかった。

機能資材事業全体

売上、営業利益ともに前期を下回った。



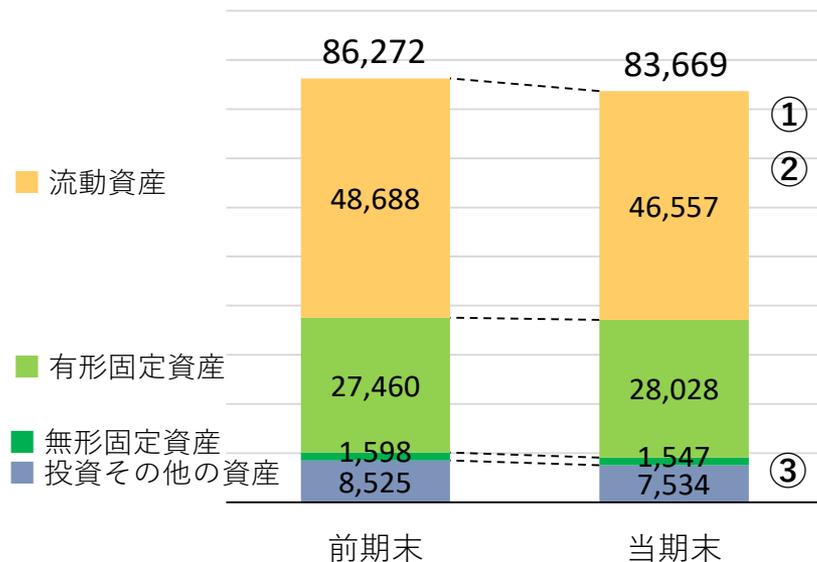
連結業績の事業セグメント別内訳

(単位：百万円)

	当期	前期	前期比増減		期初計画	期初計画比増減		
			(率)	(額)		(率)	(額)	
売上高	インテリア	31,024	33,300	△6.8%	△2,275	32,400	△4.2%	△1,375
	自動車・車両内装	45,102	54,075	△16.6%	△8,973	45,400	△0.7%	△297
	機能資材	3,130	3,928	△20.3%	△798	3,200	△2.2%	△69
	その他	445	207	+114.8%	+238	400	+11.3%	+45
	合計	79,702	91,512	△12.9%	△11,809	81,400	△2.1%	△1,697
営業利益	インテリア	579	472	+22.8%	+107	510	+13.7%	+69
	自動車・車両内装	2,102	2,652	△20.7%	△550	2,180	△3.6%	△77
	機能資材	△87	79	-	△166	△170	-	+82
	その他	73	43	+69.4%	+30	80	△8.2%	△6
	調整額	△1,619	△1,690	-	+70	△1,732	-	+112
	合計	1,049	1,557	△32.6%	△508	868	+20.9%	+181

連結バランスシート

<資産>



① 売上債権（受取手形及び売掛金・電子記録債権）

前期末比△978百万円の19,993百万円となった

② たな卸資産

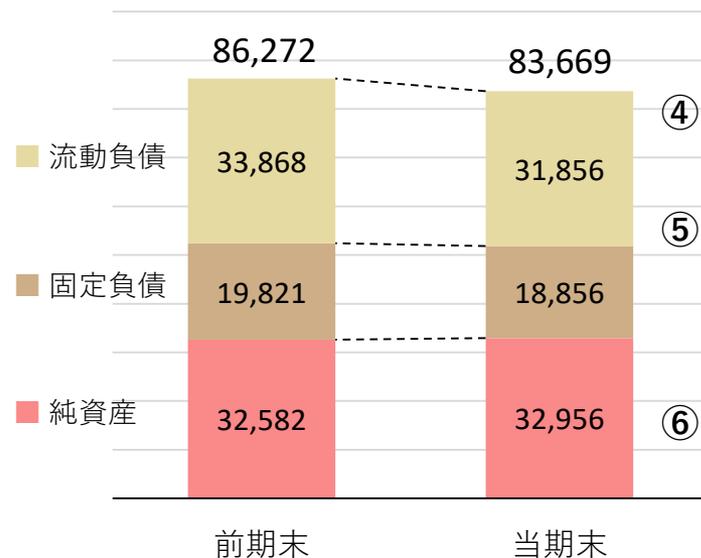
前期末比△2,078百万円の12,861百万円となった

③ 投資有価証券

前期末比△1,071百万円の4,916百万円となった

<負債・純資産>

(単位:百万円)



④ 仕入債務（支払手形及び買掛金・電子記録債務）

前期末比△2,055百万円の16,241百万円となった

⑤ 有利子負債（短期・長期・社債）

前期末比△1,494百万円の18,689百万円となった

⑥ 利益剰余金

前期比+220百万円の10,672百万円となった

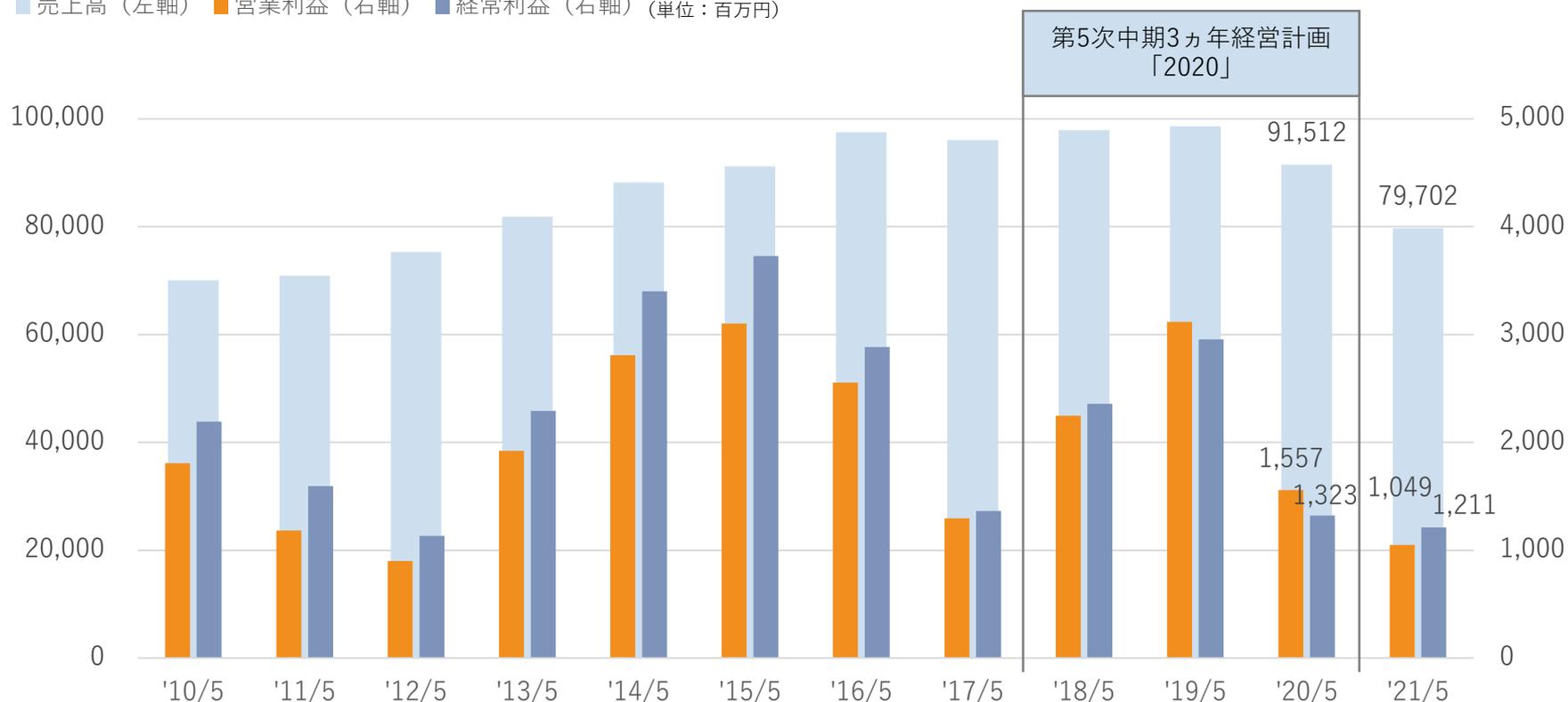
中長期経営目標

 SUMINOE GROUP WAY
2022~2024~2027

連結業績推移

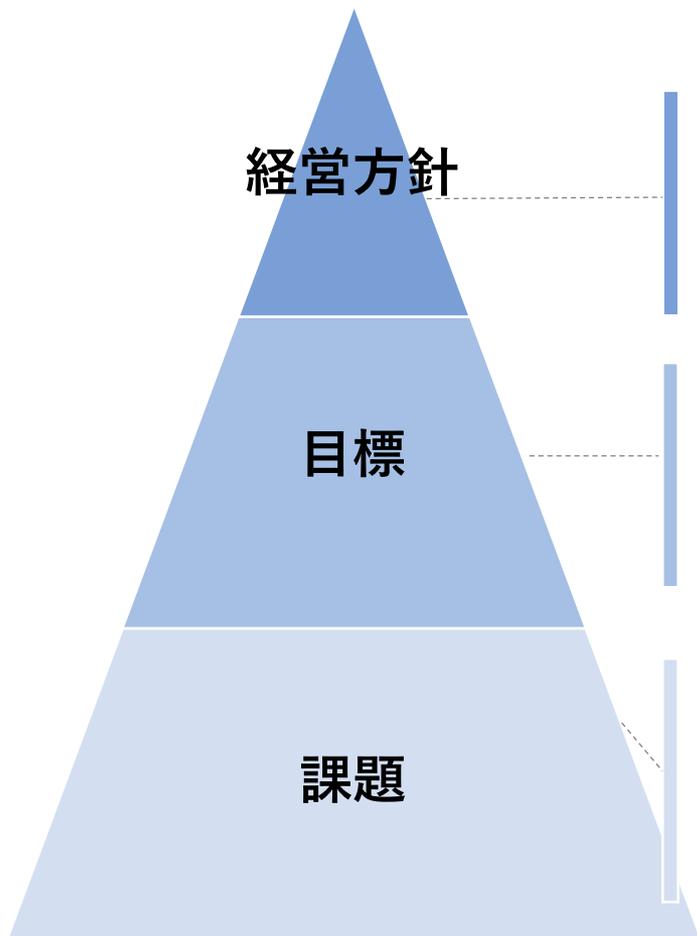
前中期3ヵ年経営計画「2020」は、売上高、営業利益ともに上昇傾向でしたが、米中貿易摩擦の長期化や消費税増税、新型コロナウイルス感染拡大などの影響を受け、最終年度である2020年5月期は前期を下回る結果となりました。

■ 売上高（左軸） ■ 営業利益（右軸） ■ 経常利益（右軸）（単位：百万円）



SUMINOE GROUP WAYの方針

中長期的な「ありたい姿」を見据え、2027年5月期までの方針を定めました。



SGW SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027

- より良いビジネスモデルを構築し 社会が必要とする企業としてグローバルに成長する
- 健全な利益を上げ 次の成長への投資をする
- ESG経営を強化する
- 売上拡大、成長への基盤づくり
- 財務体質の改善
- 社員の幸せにつながる職場づくり
- 会社と社員のビジョンの共有
- CO2排出量の削減、環境対策商材の開発・販売
- コスト競争力の強化
- オンリーワン商材の開発
- 抗菌・抗ウイルス加工商材の拡販
- 安全・安心な職場環境
- 多様な人材の活躍・人材育成
- ガバナンスの強化
- 基幹システムによる業務効率改善
- 企業ブランド価値の向上

SUMINOE GROUP WAYの方針



SUMINOE GROUP WAY
2022～2024～2027

財務目標

非財務目標

経営方針

- より良いビジネスモデルを構築し 社会が必要とする企業としてグローバルに成長する
- 健全な利益を上げ 次の成長への投資をする
- ESG経営を強化する

売上拡大、成長への基盤づくり

- ・ 営業利益率5%以上
- ・ 成長の基盤づくりに向けた投資計画
- ・ 環境対応型商材の開発と販売促進

財務体質の改善

- ・ DEレシオ改善
- ・ 在庫回転率アップ
- ・ 自己株式の活用

社員の幸せにつながる職場づくり

- ・ 健康に働ける職場環境づくり、人材育成、多様な人材の活用

会社と社員のビジョンの共有

連結売上高
797億円

2021年5月

連結売上高
934億円

2024年5月

連結売上高
1,000億円以上

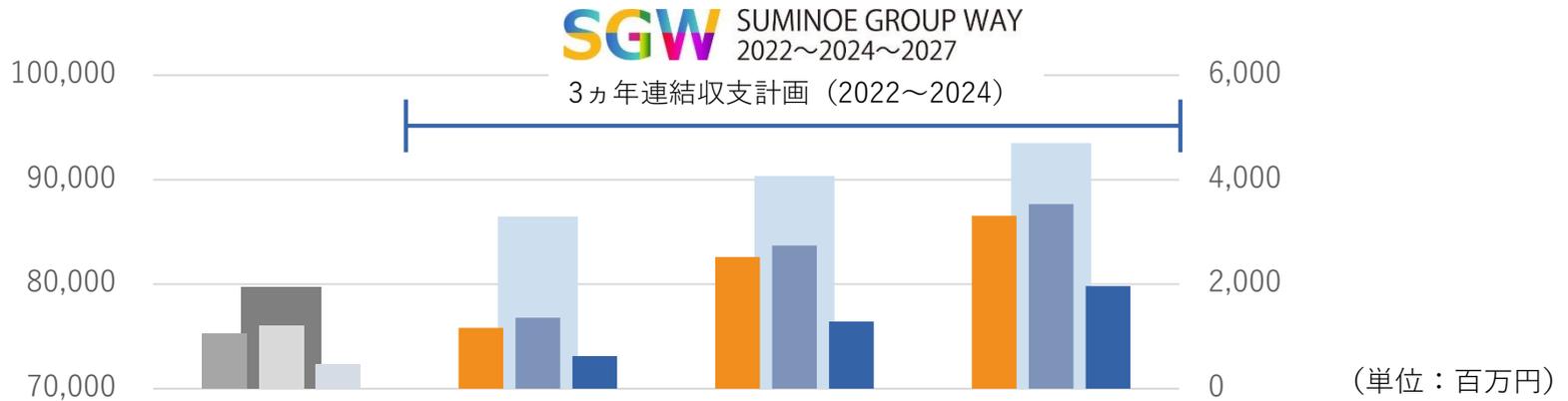
2027年5月

財務目標

- 売上拡大、成長への基盤づくり
- 財務体質の改善

3カ年連結収支計画

■売上高（左軸） ■営業利益（右軸） ■経常利益（右軸） ■親会社株主に帰属する当期純利益（右軸）



	実績	SGW SUMINOE GROUP WAY 3カ年連結収支計画（2022~2024） 2022~2024~2027				
	2021/5期	2022/5期	2023/5期	2024/5期	2021/5期比	
売上高	79,702	86,480	90,360	93,490	+13,787	+17.3%
営業利益 (営業利益率)	1,049 (1.3%)	1,160 (1.3%)	2,520 (2.8%)	3,300 (3.5%)	+2,251	+214.5%
経常利益	1,211	1,350 1,860	2,730	3,530	+2,318	+191.3%
親株主に帰属する 当期純利益	409	620 1,130	1,280	1,960	+1,551	+378.7%
ROE (%)	1.5	2.2 4.0	4.5	6.6	—	—
DEレシオ (倍)	0.67	0.58	0.64	0.56	—	—

※想定為替レート： 2021/5期 105.95円 3カ年目標 103.00円

セグメントごとの成長戦略 —インテリア

取扱商材： カーテン、カーペット、ラグ・マット、壁紙 等



スミノエ 「U Life® Vol.10」



スミノエ 「ECOS® iDシリーズ」



スミノエ 「HOME® RUG MAT」



ルノン 「空気を洗う壁紙®」

強み

- 長年培ってきた高いレベルの環境対応型商材の開発力と企画販売力
- 空間全体の設計・デザインおよびコーディネート提案

外部環境

- 環境商材の需要の高まり
- 住宅着工件数の減少
- 原材料価格の高騰による収益悪化リスク

セグメントごとの成長戦略 — インテリア

(単位：百万円)	実績		SGW SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027				3カ年連結収支計画 (2022~2024)	
	2021/5期	2022/5期	2023/5期	2024/5期	2021/5期比			
売上高	31,024	33,750	34,430	35,120	+4,095	+13.2%		
営業利益	579	400	450	520	△60	△10.3%		
営業利益率	1.9%	1.2%	1.3%	1.5%	—			



(業務用カーペット)

- ECOS® タイルカーペットの拡充と販売強化
- 後染め糸から原液着色糸へ移行



(家庭用カーペット)

- オーダーラグ販売の新業態立ち上げ
- 折りたたみ仕様ラグの充実



(カーテン)

- ブランドカーテンの販路別の戦略強化
- ハウジング向け商品の開発
- 抗ウイルス加工を中心としたコントラクトカーテンの機能性商品の拡充



(壁紙)

- 抗ウイルス加工壁紙の発売



(スペース デザイン ビジネス)

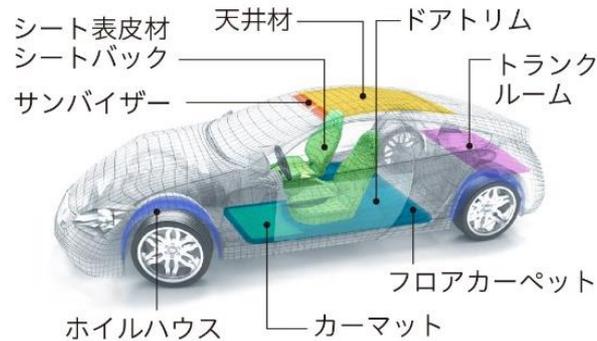
- 新規得意先の拡大
- オフィス・ホテル等へのビジネス拡大

(その他)

- ブランドイメージの発信強化と浸透
- 直営EC事業の強化

セグメントごとの成長戦略 —自動車・車両

取扱商材： シート表皮材、床材、天井材 等



京浜急行電鉄新造車両1000形



神姫バス 連節バス「Port Loop (ポートループ)」

強み

- 天井材からカーペット、カーマットまで、自動車内装材をトータルで提供
- 長年にわたり培ってきた高い技術力と提案力
- インテリア事業との開発・デザイン面での連携
- 車両事業での高い市場シェア
- 内装材への抗菌・抗ウイルス加工

外部環境

- 脱炭素社会へ向けた取り組みの強化
- 国内自動車生産台数の減少
- CASE、MaaS
- EV新興メーカーの台頭
- 価格競争の激化
- テレワークの浸透による通勤・出張の減少
- 車両保有台数の減少
- アフターコロナの旅行者拡大

セグメントごとの成長戦略 —自動車・車両

(単位：百万円)	実績	SGW SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027		3カ年連結収支計画 (2022~2024)		
	2021/5期	2022/5期	2023/5期	2024/5期	2021/5期比	
売上高	45,102	48,980	51,910	54,170	+9,068	+20.1%
営業利益	2,102	2,800	3,590	4,170	+2,067	+98.3%
営業利益率	4.7%	5.7%	6.9%	7.7%	—	

—自動車

(国内)



- 合皮デザインでの差別化
- 次世代自動車内装の開発
- 最適調達による原価低減
- 高収益性/新規部位/少工数生産/環境商材の開発
- 新工法によるファブリック素材の開発
- 海外への横展開



(海外)

- 北中米
 - 各社での生産バランスの最適化
- 中国
 - ファブリック素材への加飾能力強化
- タイ
 - 未参入車種の新規受注
- インドネシア
 - セーフガード対応のための現地調達および現地生産化

—車両

- 抗ウイルス加工のモケット・カーテンの拡販、合皮シートの開発
- 環境にやさしいファブリックの開発

(鉄道)



- 改造・張替工事の受注拡大
- 難燃軽量カーペットの開発・販売
- 新触感スキューブの提案・受注
- 高機能・低価格の床表示フィルムの開発・拡販
- 安全対策商材の拡販

(バス)



- 抗ウイルス加工モケット・カーテンの拡販
- シェアの拡大

セグメントごとの成長戦略 —機能資材

ホットカーペット



消臭・フィルター関連



柿ポリフェノールサプリメント 「柿ダノミ®」



浴室床材



航空機向け内装材

リサイクルポリエステル長繊維「スミトロン®」

スマートテキスタイル

他

強み

- 消臭や抗ウイルスなど機能加工の活用
- 従来分野や業界に捉われない事業領域の拡大
- 多様な用途開発を推進する体制
- 顧客ニーズに応える細かな商品開発の推進

外部環境

- 衛生意識の高まり・健康志向
- 在宅時間の増加・プライベート志向
- 環境負荷低減への貢献
- 高齢化社会への対応

セグメントごとの成長戦略 —機能資材

(単位：百万円)	実績 2021/5期	SGW SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027		3ヵ年連結収支計画 (2022~2024)		
		2022/5期	2023/5期	2024/5期	2021/5期比	
売上高	3,130	3,410	3,680	3,840	+710	+22.7%
営業利益	△87	△140	150	190	+277	—
営業利益率	—	—	4.1%	4.9%	—	—

事業・商品の価値向上、開発営業力の強化

- ・ 繊維系電気暖房商材の生産供給体制の最適化
- ・ 機能材、加工技術の活用による新たな用途開発の推進
- ・ 消臭加工や抗ウイルス加工など機能加工製品の拡販
- ・ 航空分野の品質マネジメントシステムJISQ9100による徹底した品質管理と製品供給を推進
- ・ 「柿ダノミ®」に次ぐ新たな健康食品の開発推進
- ・ スマートテキスタイルの事業化推進
- ・ 開発部門との連携と開発営業力の強化



成長戦略 “抗菌・抗ウイルス” —全部門

インテリア

- 業務用カーペット、カーテンでの商材の拡充
- 家庭用カーペットでの商材の拡充と他の機能とのコンビネーション強化
- 抗ウイルス加工壁紙の開発

自動車・車両（車両）

- 抗ウイルス加工のモケット・カーテン・カーペットの拡販

技術・生産

- 空間に対する機能性（消臭、抗菌、抗ウイルス等）商品の開発

自動車・車両（自動車）

- 抗菌・抗ウイルス加工の標準化
- 数量確保により低価格化を実現

機能資材

- 各分野での商材の開発・販売
- 抗菌・抗ウイルス「スミノエフレッシュフィルター」の拡販

住江織物グループが商品展開する抗菌・抗ウイルス加工技術



抗菌

抗ウイルス



消臭

抗菌

抗ウイルス

抗アレルギー



消臭

抗菌

抗ウイルス

抗アレルギー

防ダニ

※クレンゼ®は倉敷紡績株式会社の登録商標です。

研究・技術開発

- 浴室床材の後継モデルの開発および受注
- 床表示フィルムの改良
- 複合機能加工薬剤の開発・商品化
- 新規消臭フィルターの開発
- 空間に対する機能性（消臭、抗菌、抗ウイルス等）商品の開発
- スマートテキスタイル：水濡れ検知システムや発電繊維の商品化に向けた取り組み
- 奈良式柿渋を用いた新規商品開発
- バイオプラスチック活用の基礎研究
- 木質バイオマスからの有益物質抽出の基礎研究

外部環境

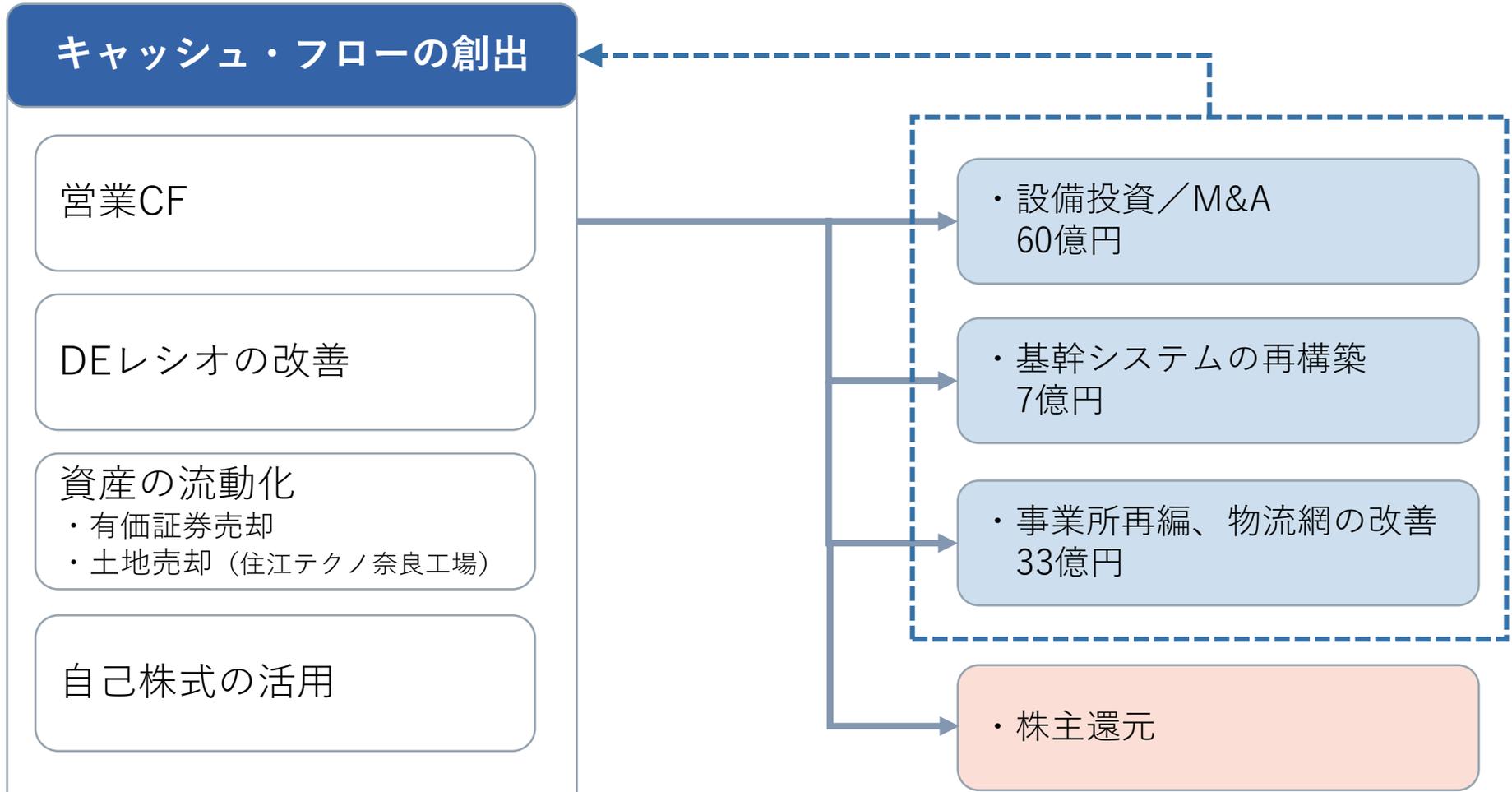
- 安心安全に対する意識の高まり
- 高齢化による介護産業の変革や働き手不足
- バイオ・バイオマスプラスチックを用いた商品需要の高まりおよび従来の石油由来製品の展開に伴うリスク
- 当社保有特許に対する知財紛争リスク

スマートテキスタイルの提案



投資・資本政策について

- ・ 既存事業の強化と事業規模拡大のため、積極的に設備投資とM&Aを行います。
- ・ 最適な資本構成を目指します。



プライム市場上場維持を目指した取り組み

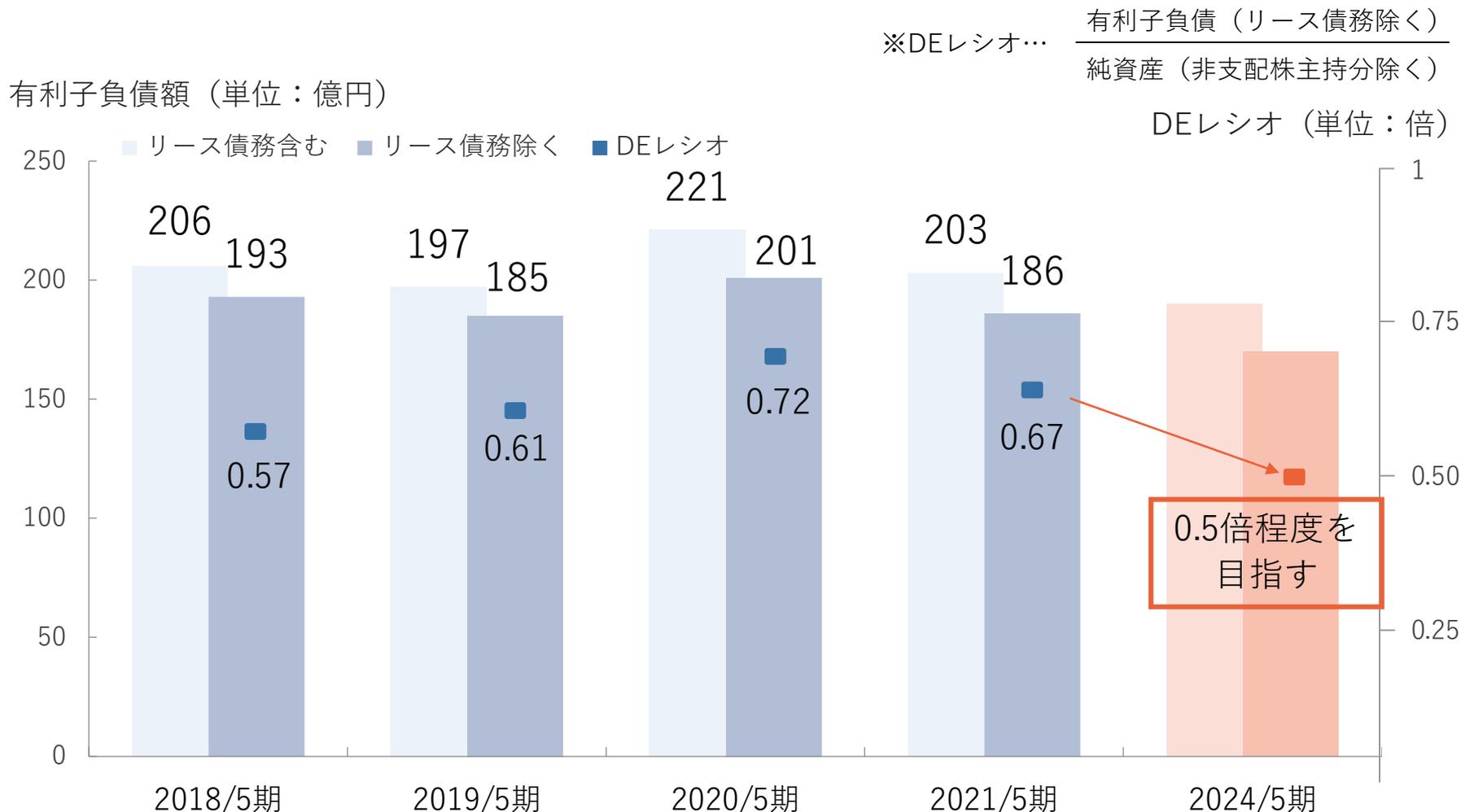
2022年4月、東証市場が再編され、新市場区分へ移行します。当社グループはプライム市場上場維持基準をクリアするため、あらゆる施策を講じます。

- 既存事業の強化、積極的な設備投資・M&Aによる企業価値の拡大
- 積極的なIR活動による、投資家とのコミュニケーションの強化と知名度向上
- 株主還元策の強化
- 流通株式数の増加に向けた取り組み 等

	プライム市場上場維持基準	当社グループの状況
株主数	800人以上	○
流通株式数	20,000単位以上	○
流通株式時価総額	100億円以上	未達
売買代金	1日平均売買代金0.2億円以上	未達
流通株式比率	35%以上	○

DEレシオ改善計画

有利子負債を圧縮してDEレシオを改善し、企業価値の向上につなげます。

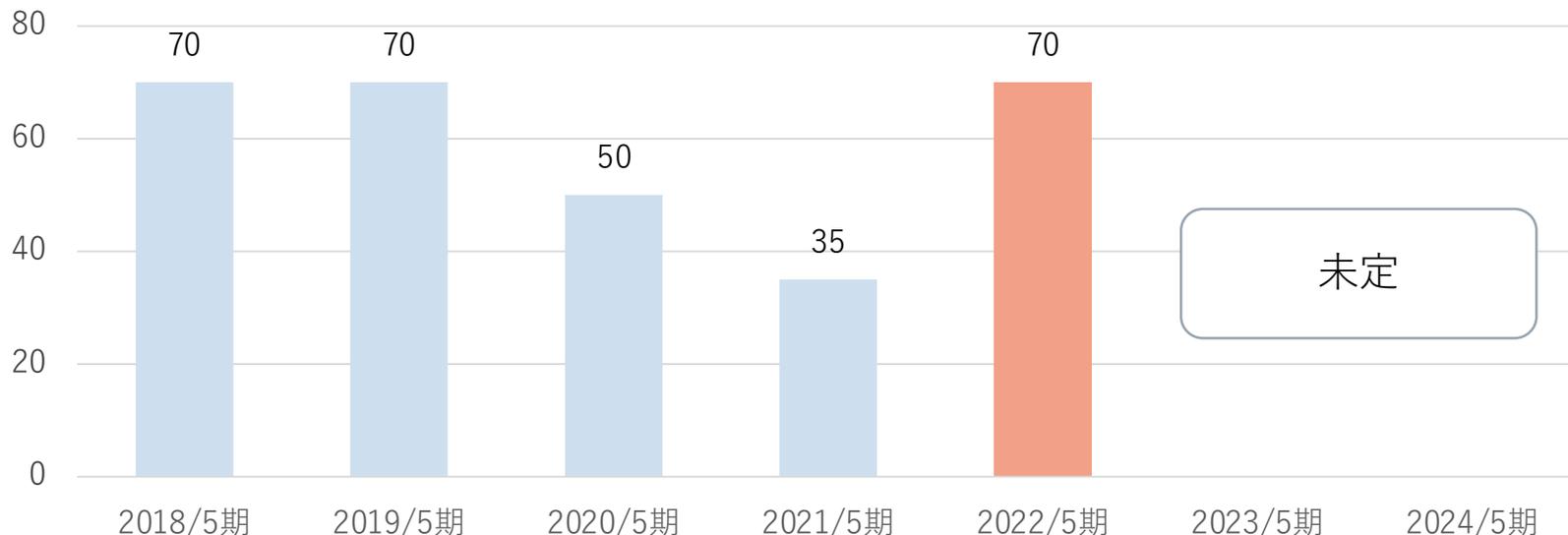


株主還元について

株主のみなさまへの安定的な配当を前提とし、業績の動向と事業拡大への投資を勘案しながら、適正な成果の配分を行います。

配当時期については中間および期末の年2回を基本といたします。

(単位：円)



IR活動を積極的に行うことで、株主のみなさまとのコミュニケーションを強化してまいります。

非財務目標 — ESGの取り組み

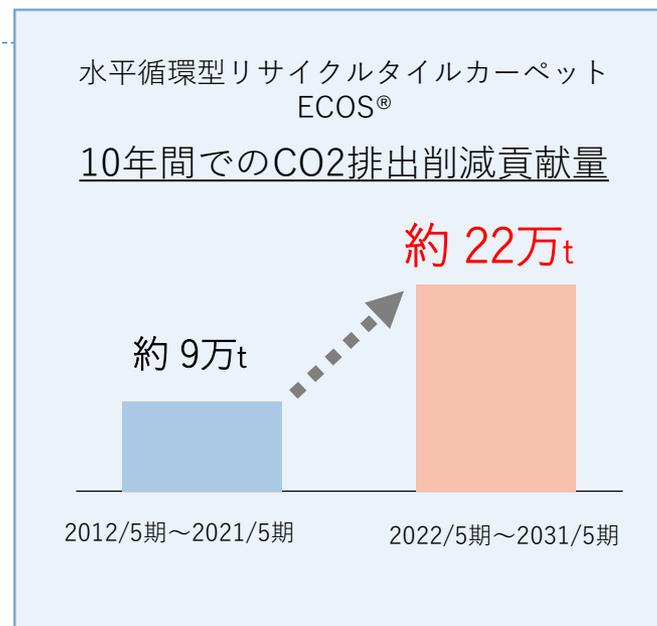
- 社員の幸せにつながる職場づくり
- 会社と社員のビジョンの共有

CO2排出量削減への取り組み

1990年に「スミトロン®」を開発して以来、当社グループ製品によるCO2排出量の削減に取り組んできました。

2021年6月、CO2排出量削減と環境負荷低減をさらに強化するため、CO2削減見える化委員会を発足しました。

- 製品でのCO2排出削減貢献量
 - ・ タイルカーペットの循環型リサイクル
 - ・ 「スミトロン®」等再生糸の使用量拡大
 - ・ 再生PET綿・再生樹脂材の使用量拡大
- 事業活動でのCO2排出量の削減
 - ・ 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



「K（健康）K（環境）R（リサイクル）+ A（アメニティ：快適さ）」の開発理念をベースとした研究開発をさらに加速させ、脱炭素社会に貢献します。

（CO2削減に貢献する環境対応型商材の例）

水平循環型リサイクルタイルカーペット 「ECOS®」

- 2011年発売
- 業界トップクラスの再生材比率最大84%、CO2削減率最大43%を達成
- これまでの10年間で約9万tのCO2を削減
- 次の10年間で約22万tの削減を目指す



表面のパイル糸に原液着色糸を使用した「ECOS®」

「スミトロン®」

- ペットボトルの再生ポリエステルチップを50%以上使用
- 耐候・耐熱性に優れているため長期使用が可能
- 環境負荷が少ない原液着色方式



原液着色糸への転換

従来、カーペット表面のパイル糸の染色は、染色処理に伴う排水処理が必須で、大量の水・電力を使用する「後染め」方式で行って来ました。現在、排水の問題がなく、水・エネルギーの削減からCO2排出量も少ない「原液着色糸（紡糸段階で顔料による着色を施した糸）」の使用に転換しています。



社員の幸せにつながる職場づくりに取り組みます。

● 社員への取り組み

1. 安全・安心な職場環境の整備

- 人権方針の見直し、発信、教育、周知
- ハラスメント防止研修の実施
- 労働災害発生件数ゼロ
- 「健康経営優良法人認定」取得

2. ダイバーシティ&インクルージョン

- 在宅勤務、時差勤務制度
- 両立支援（仕事と育児・介護）
- 時間単位有休取得、フレックスタイム制度
- 女性活躍の推進
- 障がい者雇用
- 外国人従業員の採用
- シニア社員の活躍

3. 人材育成、人材活用

- 人材教育
 - ITリテラシー
 - ステージ別教育 等
- キャリア申告制度
- ジョブローテーション
- 人事・評価制度の見直し

4. 全方向コミュニケーション

- 企業理念、経営方針の浸透、進捗の共有
- 情報の適時開示を協議し発信
- 部署間コミュニケーションの実施

● 社会貢献活動

- 災害時における貢献
- 貧困・飢餓への支援寄付

これまでの取り組みをさらに推進し、法令・企業倫理を遵守し社会から信頼される企業を目指します。

- 基幹システムの再構築
- 社外取締役による経営の意思決定の強化
- 歩き回る経営による双方向コミュニケーション
- コンプライアンス研修の継続実施
- 「企業倫理ホットライン」のさらなる周知
- グローバル・リスクマネジメントの強化
- BCP行動計画

当目標期間に強化する取り組み

当目標期間に強化する取り組み

- **奈良事業所再編** P.36
 - ・ 事業所内の配置再編・効率化
 - ・ テクニカルセンターと住江テクノ開発チームの連携強化
- **スペース デザイン ビジネスの強化** P.37
 - 「面」から「空間」全体の設計・デザインへ
- **インテリジェント インテリア 2.0** P.38
 - 自動車内装・車両内装・インテリア事業の協業による、次世代自動車内装の開発
- **企業ブランディング**
 - 当社グループのステークホルダーに、理念・事業を深く理解し、共感していただくため、IR活動や広報活動を強化
- **CO2排出量削減への取り組み**
 - 事業運営、製品ライフサイクルにおけるCO2排出量の削減
- **働き方改革**
 - 健康に働ける職場環境づくり、人材育成、多様な人材の活用
- **基幹システムの再構築**
 - 事務作業の効率化、収支・在庫データ等の一本化、IT人材補強
- **財務体質の改善**
 - ・ DEレシオ改善（有利子負債の圧縮） ・ 在庫回転率アップ ・ 自己株式の活用

奈良事業所再編

時代に即した事業所を実現します。

- 生産能率向上

不要な生産設備の売却

生産設備を集中させることで生産能率の向上

- サプライチェーン効率化

物流倉庫増築、物流センターの集中による外部倉庫費の削減、作業効率化

- 研究開発強化

研究開発棟を技術開発の共通の場として新設し、事業部間の連携強化によるシナジー効果の発揮、新製品開発のスピードアップ

- 環境負荷低減

染色設備、排水処理場の撤去による環境負荷の低減



現在建設中の新研究開発棟

スペース デザイン ビジネスの強化

「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・デザインにも事業領域を拡大し、お客さまのご要望をさらに高いレベルで具現化していきます。

店舗設計に関する深い知見と卓越した施工ノウハウを持つ株式会社シーピーオーが2020年に当社グループに加わって以降、徐々に相乗効果が出てきています。今後、シーピーオーが得意とする店舗のほか、保育園・学校、医療施設へと事業領域を拡大していきます。



次世代自動車のインテリア

ホテル内装を手掛けるインテリア事業部門と、自動車・車両内装事業部門がタッグを組み次世代車内装をつくりだす事業横断プロジェクト“インテリジェントインテリア 2.0”を進めています。CASE・MaaS時代の新たなカーインテリアを“ONE SUMINOE”で探求していきます。

I.I.2.0

Intelligent Interior 2.0

自動運転技術が進むと、
乗っている人全員が自由に過ごせるプライベート空間に
+
カーシェアリングが進むと、
自動車は様々な人が共有するパブリック空間に



当資料の将来見通しに関するリスク情報

当資料における当社の今後の計画、戦略等の将来見通しに関する記述は、現時点で予測可能な合理的判断に基づいて作成されたものであり、実際の業績は、今後様々な要因で異なる場合がございます。