



SUMINOE
GROUP

2024年5月期 決算概況

住江織物株式会社（東証プライム：3501） | 2024年7月

● 2024年 5 月期 (2023年 6 月～2024年 5 月)連結業績	P. 3
● 連結業績推移 (売上高/営業利益)	P. 4
● セグメント別内訳 > 自動車・車両内装事業 > インテリア事業 > 機能資材事業	P. 5
● 連結バランスシート	P. 11
● 設備投資・減価償却費	P. 12
● 中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」 SGW STEP I (2022～2024) の振り返りとSGW STEP II (2025～2027) の方針	P. 13

2024年 5 月期 (2023年 6 月～2024年 5 月) 連結業績



(単位：百万円)

	当期	前期	前期比増減		業績予想 (2024/1/11付)	業績予想比増減	
			(率)	(額)		(率)	(額)
売上高	103,478	94,828	+9.1%	+8,649	102,200	+1.3%	+1,278
営業利益	3,300	1,294	+154.9%	+2,005	3,100	+6.5%	+200
営業利益率	3.2%	1.4%			3.0%		
経常利益	3,668	1,575	+132.9%	+2,093	3,400	+7.9%	+268
経常利益率	3.5%	1.7%			3.3%		
当期純利益	874	320	+172.9%	+553	1,600	△45.3%	△725
当期純利益率	0.8%	0.3%			1.6%		

(単位：円)

	当期	前期
為替レート 1 \$ =	145.31	136.00

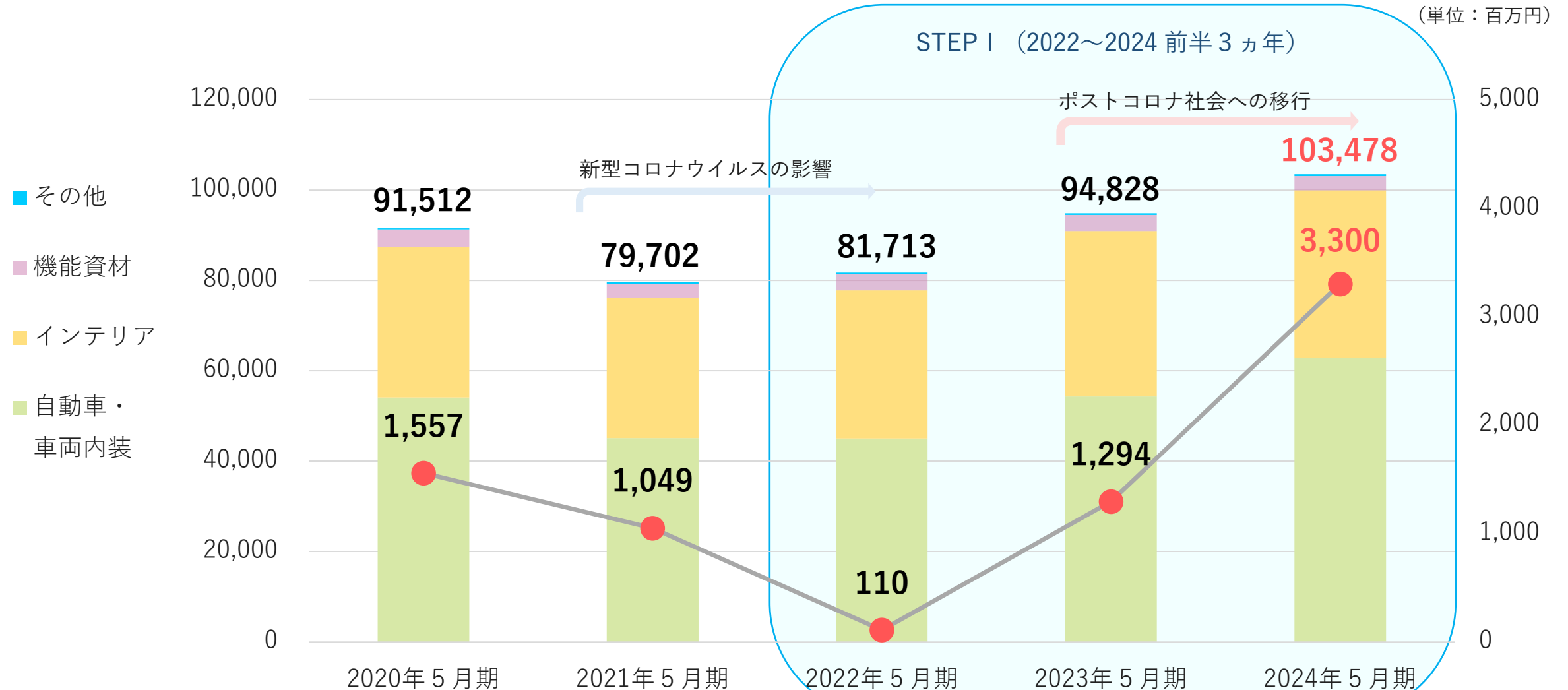
※ 当資料の当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を表しています。

連結業績推移 (売上高/営業利益)

中長期経営目標

SGW SUMINOE GROUP WAY
2022～2024～2027

■ 売上高 (左軸) —●— 営業利益 (右軸)



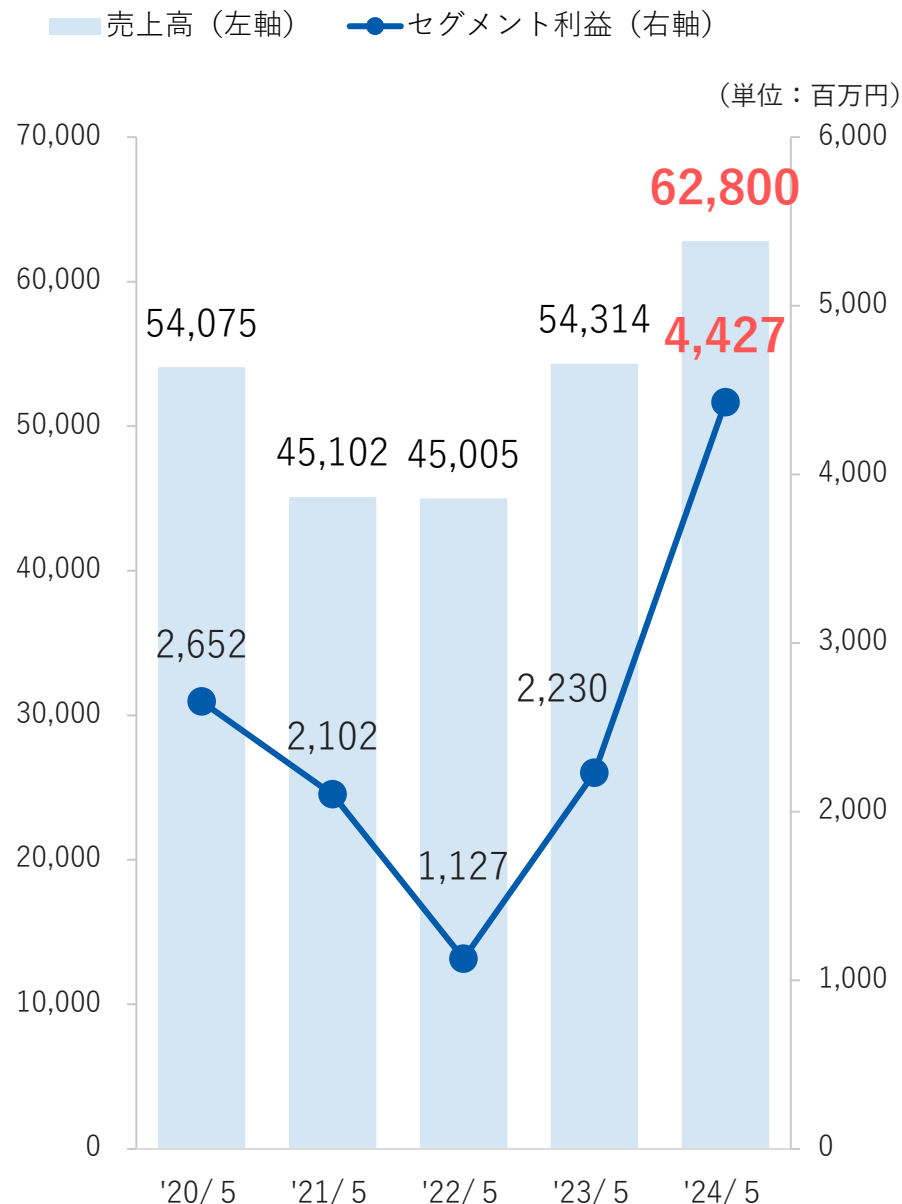
セグメント別内訳

(単位：百万円)

		当期	前期	前期比増減		売上高比率 (当期)
				(率)	(額)	
売上高	自動車・車両内装	62,800	54,314	+15.6%	+8,486	60.7%
	インテリア	37,142	36,598	+1.5%	+543	35.9%
	機能資材	3,127	3,550	△11.9%	△422	3.0%
	その他	407	365	+11.5%	+42	0.4%
	合計	103,478	94,828	+9.1%	+8,649	100.0%
		当期	前期	前期比増減		
				(率)	(額)	
セグメント利益または損失(△)	自動車・車両内装	4,427	2,230	+98.5%	+2,196	
	インテリア	946	977	△3.2%	△31	
	機能資材	△66	90	—	△156	
	その他	76	60	+25.6%	+15	
	調整額	△2,083	△2,064	—	△18	
	合計	3,300	1,294	+154.9%	+2,005	

セグメント別の詳細は
次のスライドでご説明します

自動車・車両内装事業



事業環境

国内自動車 生産台数

前期比

+3.2%

海外自動車

前期比

生産台数 増

当 社

売上高

前期比

+15.6%
(+8,486百万円)

セグメント利益

前期比

+98.5%
(+2,196百万円)

増収増益 となりました。

売上高は、
自動車生産台数増加や為替の寄与により自動車関連売上が堅調に推移し、
車両関連も鉄道・バス向け内装材需要の回復に着実に対応しました。

セグメント利益は、
事業再編による北中米拠点をはじめとするすべての海外拠点の黒字化や、
原材料・エネルギー価格高騰に伴う適正な
価格転嫁が奏功しました。

事業別売上の詳細は
次のスライドでご説明します

自動車内装 (国 内)

売上高
前期比
+12.9%

+

- 半導体・部品供給不足緩和
- 日系自動車メーカーの国内生産が回復

自動車内装 (海 外)

売上高
前期比
+15.8%

+

- 事業再編を進めてきた北中米拠点の黒字化
- 中国拠点では、日本での完成車組み立て生産分の売上が堅調に推移
- 東南アジア拠点では、独自商材の細幅織物「GRACE CORD® (グレースコード)」など加飾事業の売上が伸長

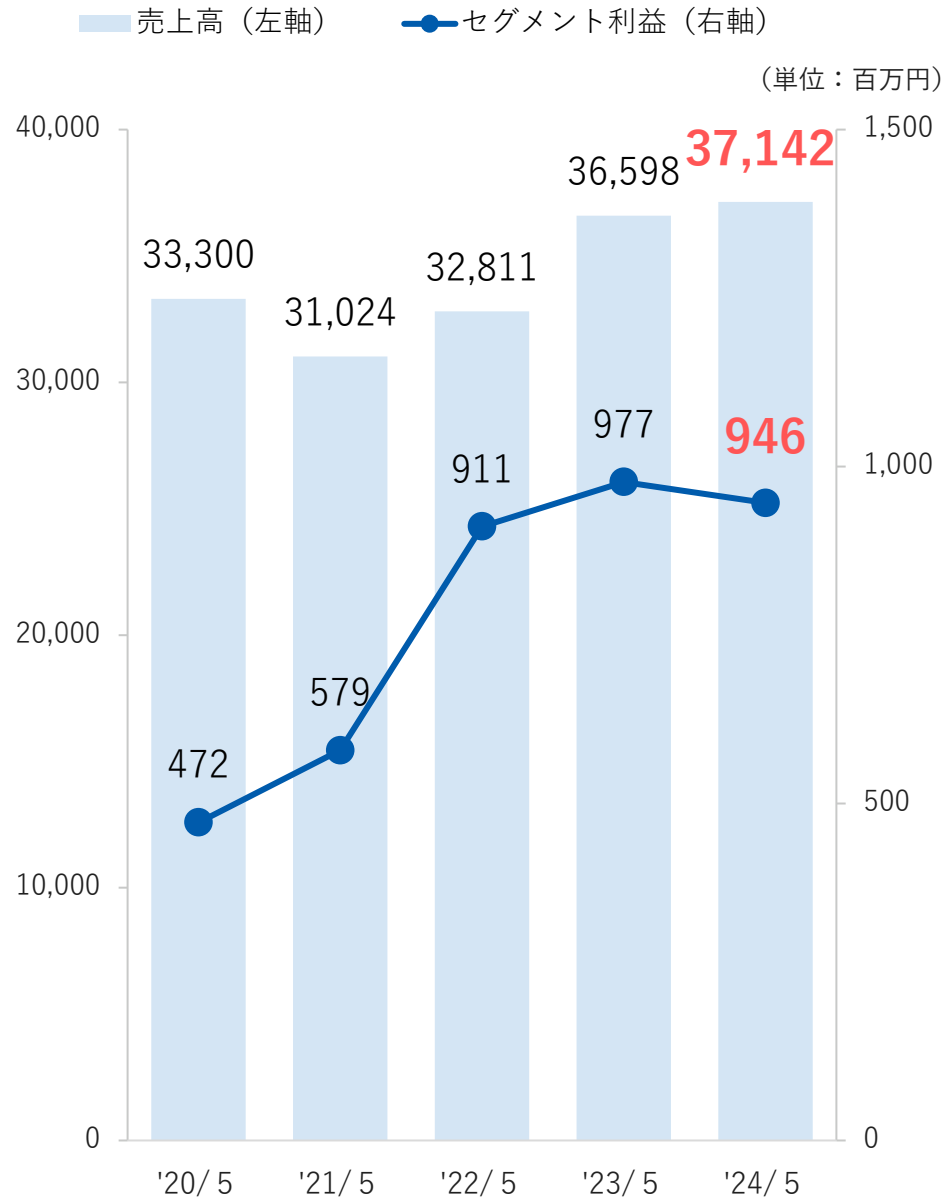
車両内装

売上高
前期比
増加

+

- インバウンド需要や外出機会の増加により回復してきた鉄道・バス向け内装材の需要へ着実に対応
- 2022年7月にグループ会社化した関織物(株)による売上増加および市場シェア拡大

インテリア事業



事業環境

新設住宅着工戸数

前期比

△5.7%

着工床面積

前期比

△10.7%

当 社

売上高

前期比

+1.5%
(+543百万円)

セグメント利益

前期比

△3.2%
(△31百万円)

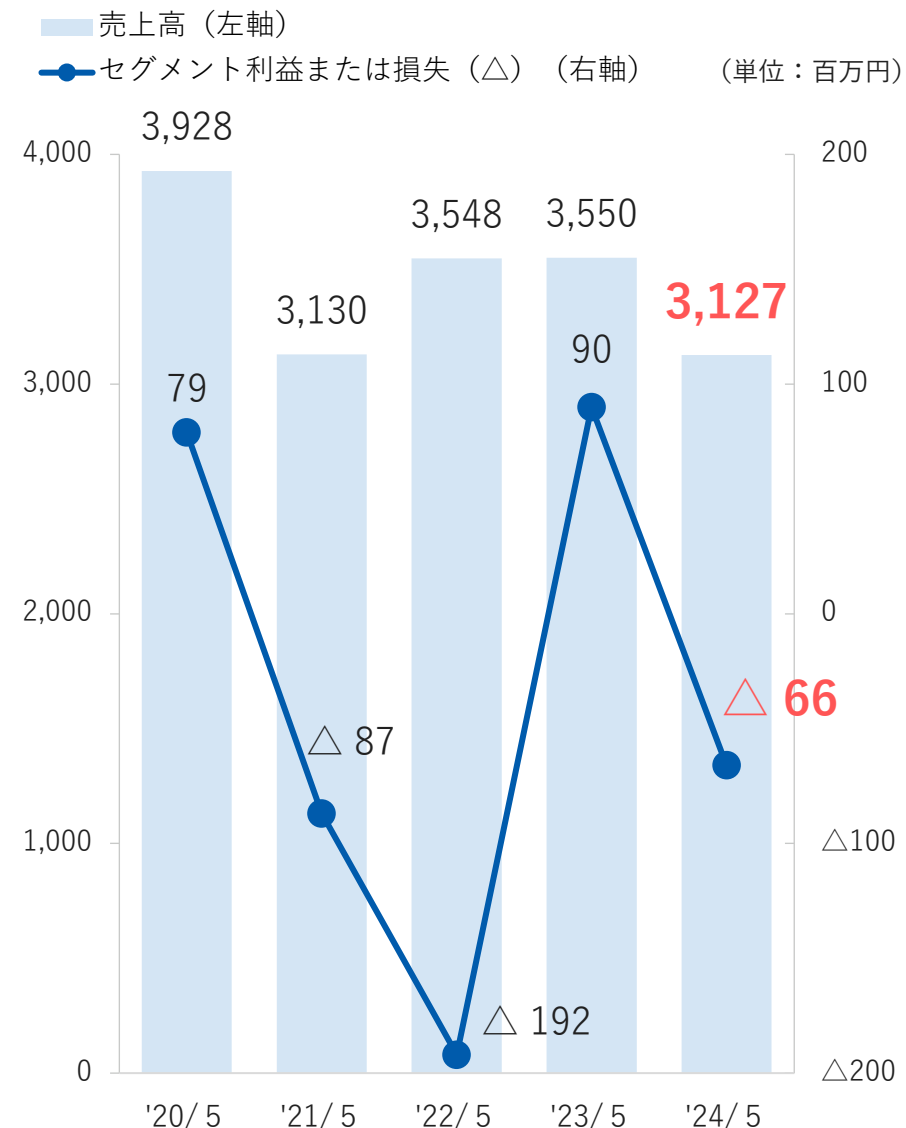
増収減益 となりました。

売上高は、
タイルカーペットを中心に納入物件数が増加し、スペース デザイン ビジネス
も寄与したことで、前期を上回りました。

セグメント利益は、
家庭用カーペットの減収や急激な円安による原材料価格高騰の影響を受けた
ことから前期を下回りました。

製品別売上の詳細は
次のスライドでご説明します

業務用 カーペット	売上高 前期比 +2.7%	+	● 環境性能の高さが評価され、水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®（エコス）」の納入物件数が増加 ● 積み重ねた技術力と信用力によりロールカーペットの受注が好調
家庭用 カーペット	売上高 前期比 △14.9%	-	● 外出機会の増加による消費動向の変化により市場停滞が続き、販売需要が減少
カーテン	売上高 前期比 △0.7%	+	● 医療・福祉・教育施設向け「コントラクトFace（フェイス®） Vol. 20.1」販売が伸長 ● 一般家庭向けカーテンの販売が低調
壁装関連	売上高 前期比 +2.2%	+	● ルノン(株)が販売する2024年3月発売の襖紙見本帳「山水 第25集」が堅調に推移
スペー デザ ビ	売上高 前期比 +9.4%	+	● ショップ内装やタワーマンションへのオプション販売などの受注物件数が増加



当 社

売上高
前期比
△11.9%
(△422百万円)

セグメント損失
前期比
—
(△156百万円)

減収減益 となりました。

新規採用となった自動開閉式ゴミ箱向け消臭フィルターが堅調に推移した一方、低調な市場環境や消費行動の変化による影響を受け、繊維系暖房商材および浴室床材の受注数が減少し、売上・利益ともに前期を下回りました。

繊維系暖房商材	売上高 前期比 減少	—	● 市況低迷の影響を受け新規受注数減少
消臭フィルター	減少	+	● 自動開閉式ゴミ箱向け消臭フィルターの新規採用
機能性浴室床材	減少	—	● コロナ需要後の反動減で、空気清浄機向け消臭フィルターが停滞
		—	● 外出機会の増加による消費行動の変化から新規受注数が減少

連結バランスシート

(単位：百万円)

	2023年 5 月期	2024年 5 月期	前期比増減
流動資産	48,880	50,949	+2,069
有形固定資産	29,976	30,914	+938
無形固定資産	1,656	1,510	△145
投資その他の資産	7,638	8,824	+1,185
資産 計	88,151	92,199	+4,048

特記事項

うち、現金および預金

● 前期末比 +1,223百万円の8,303百万円

うち、棚卸資産

● 前期末比 +408百万円の16,331百万円
(為替差+614百万円 実力差△206百万円)

	2023年 5 月期	2024年 5 月期	前期比増減
流動負債	36,008	35,479	△528
固定負債	18,029	19,031	+1,002
負債 計	54,037	54,511	+473
純資産	34,113	37,687	+3,574
負債・純資産 計	88,151	92,199	+4,048

うち、借入金(リース債務除く)

● 前期末比△3,189百万円の18,090百万円

うち、利益剰余金

● 前期末比+991百万円の12,198百万円

うち、自己株式

● 前期末比+1,204百万円の△2,709百万円

設備投資・減価償却費

設備投資の主な案件

● 2024年 5 月期

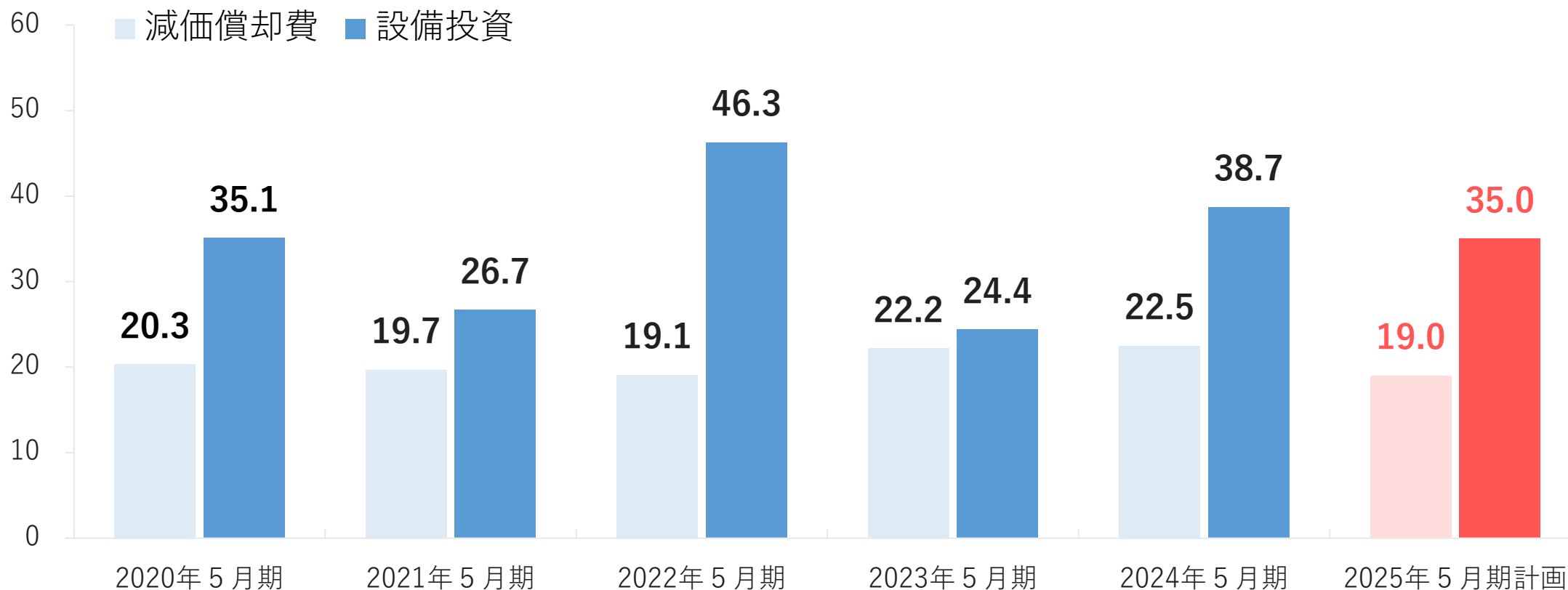
- ・ 基幹システム再構築 子会社への展開開始
- ・ メキシコ子会社合成皮革製造工場への設備導入

● 2025年 5 月期

前期から継続して

- ・ 基幹システム再構築 子会社への拡充
- ・ メキシコ子会社合成皮革製造工場への設備導入

(単位：億円)



中長期経営目標

「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」

SGW STEP I（2022～2024）の振り返りとSGW STEP II（2025～2027）の方針



SUMINOE
GROUP

住江織物株式会社から **SUMINOE 株式会社**へ

グローバル展開の加速、非繊維領域の拡充をすべく、2024年12月に商号を変更。変革の動きをさらに強めます。

※ 本商号変更は、2024年8月29日開催予定の第135期定時株主総会において、「定款の一部変更」が承認されることが条件となります。

- | | | |
|----|---------------------------------|------|
| 01 | 長期的ビジョンにおける中長期経営目標の役割 | P.15 |
| 02 | 中長期経営目標 STEP I の振り返り（2022～2024） | P.20 |
| 03 | 中長期経営目標 STEP II の方針（2025～2027） | P.23 |
| 04 | 資本コストと株主還元 | P.33 |

01

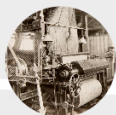
長期的ビジョンにおける 中長期経営目標の役割

- ・ SUMINOE GROUPの変革
- ・ 中長期経営目標の全体像
- ・ 目指す未来と、そのための取り組み
- ・ 目指す未来を創造するために

当社グループは、1883年に大阪住吉の地に誕生して以来、インテリアのパイオニアメーカーとして、さまざまな繊維製品をお客様に提供し、時代のニーズに応えながら事業領域を拡大してまいりました。

そして2024年、わたしたちは新たな転換点に突入します。

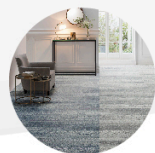
1883



日本の近代化に貢献



インテリアを一般家庭に



140年の歴史
住江織物株式会社

環境づくり・環境ケアを先駆けて

長年の実績を力に、
まだない未来創造に
転換していく。

CHANGE! 2024

- ・グローバル展開の加速
- ・非繊維領域の拡充
- ・SUMINOE ブランドの確立

あらゆる空間に、 イノベーションを。

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

目指す未来
2050

SUMINOE 株式会社

商号変更による
決意表明

変更予定日
2024年12月2日※

SUMINOE 株式会社
(SUMINOE Co., Ltd.)

中長期経営目標による
決意の具現化

SGW SUMINOE GROUP WAY
2022～2024～2027

STEP I (2022～2024) → STEP II (2025～2027) の
2段階で、着実に未来への基盤づくりを目指します。

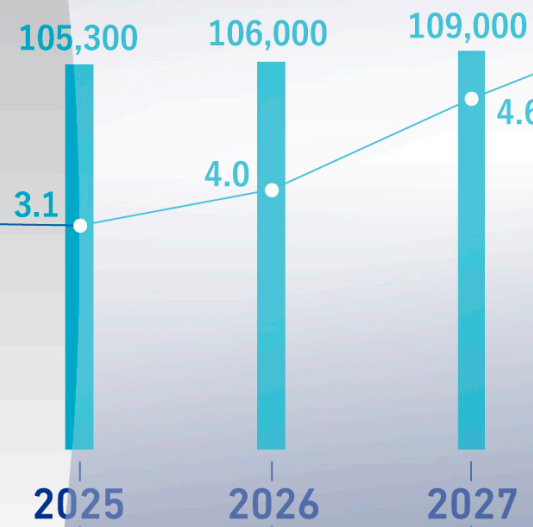
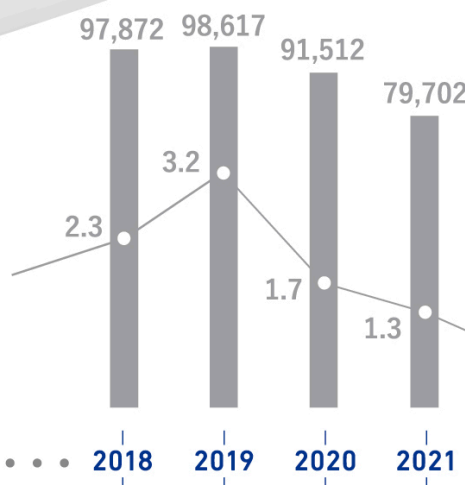
※ 本商号変更は、2024 年 8 月 29 日開催予定の第 135 期定時株主総会において、「定款の一部変更」が承認されることが条件となります。

中長期経営目標の全体像

実力の底上げを確実に進める
SGW STEP II (2025~2027 3ヵ年)

■ 売上高(百万円)
● 営業利益率(%)

未来を見据えた着実な「種まき」
SGW STEP I (2022~2024 3ヵ年)



あらゆる空間に、
イノベーションを。



2050

成長エンジン

国内事業＋グローバル事業 / 繊維事業＋非繊維事業

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
未来のくらしをつくる。

これまで培ってきたコア技術をベースに、
そして空間の理想像を柔軟に描く創造力で、
社会を変える新たな価値を創造していきます。

わたしたちの取り組み

グローバル展開の加速

ラインアップの充実と人材育成を進め、製造・販売拠点を拡充。世界最適供給体制を強化します。



非繊維領域の拡充

繊維にとどまらない基盤となるコア技術を活かし、「あらゆる空間」への価値創造を行います。



SUMINOEブランドの確立

住江織物からSUMINOEへ。国内だけでも繊維だけでなく新たな企業像を世界で確立します。



3セグメントによる事業リスク分散と技術の横展開

- | | | | |
|---------------|-----------|------------|----------------|
| 基盤となる
コア技術 | ● 織・編製造技術 | ● コーティング技術 | ● 再生ポリエステル製糸技術 |
| | ● ラミネート技術 | ● 機能付与技術 | ● 硬綿加工技術 |

市場ニーズに合わせて変化してきた力
伝統のブランド力

わたし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
ともにし、2022年から
「シン・ミライPROJECT」
を推進しています。



理念の共有・浸透

グループ全体で定期的に研修を実施し、グループ理念の浸透を図ります。



部門横断・共有

- 部門間コミュニケーション
「ツナグ輪—ケーション」
- 社長・管理本部役員と年代別従業員との座談会「ツナグ座談会」
ミーティング



2050年バック キャスティング プロジェクト

経営が指名した次世代を担うメンバーで複数のチームを結成。コア技術や異業種との共創を活かし、SUMINOE GROUPの可能性を広げます。



センサー・デジタルファブリック
によるCUBE スマートハウス



植物を
育てる布



繊維革命で、災害時に
誰も取り残さない社会へ

02

中長期経営目標 STEP I の振り返り (2022~2024)

- ・ 中長期経営目標
- ・ 実績と今後の課題

未来に向けて着実に「変わる」ため、
中長期経営目標を策定しました。

SGW (SUMINOE GROUP WAY)

と名付けたこの計画は

2期・6年に及び、既に進行中です。

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
- コスト競争力の強化
- 成長の基盤づくりに
向けた投資計画
- オンリーワン商材の開発
- 環境対応型商材の開発と
販売促進
- 抗菌・抗ウイルス
加工商材の拡販

財務面

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
- 基幹システムによる
業務効率改善

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

非財務面

会社と社員の ビジョンの共有

- 企業ブランド価値の向上
- ガバナンスの強化

あらゆる空間に、 イノベーションを。

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。

未来を見据えた 「種まき」を着実に実行

SGW STEP I の計画と実績 ▶ 売上高・営業利益は計画達成

	2024/5 計画	2024/5 実績		2024/5 計画	2024/5 実績
売上高（百万円）	93,490	103,478	ROE（%）	6.6	2.9
営業利益（百万円）	3,300	3,300	設備投資 （3ヵ年累計 ：百万円）	10,000	10,953
営業利益率（%）	3.5	3.2			

成果

- アメリカ・メキシコ両子会社の生産体制再構築で北中米拠点の黒字化を達成（自動車内装事業全ての海外拠点が黒字化）
 - 適切な価格転嫁の実施
 - 水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®」のもつ高い環境性能の認知拡大
 - スペース デザイン ビジネスの拡大
-
- 合成皮革工場の設立による新たな展開への種まき
 - グローバルサプライヤーとして北中米市場での認知拡大に取り組み、外資系メーカーからの受注を獲得

今後の課題

自動車内装事業

- 事業横断による情報共有で提案力を強化
- 北中米拠点の経営基盤強化と収益拡大
- 外資系メーカーへの提案強化と新規商材の拡販



車両内装事業

- 生産体制の最適化・効率化による収益拡大
- 機能性商材の開発と拡販による販売拡大



インテリア事業

- SUMINOE ブランドの認知拡大
- 家庭用商材の販売回復に向けた戦略の実行



機能資材事業

- 既存事業、既存製品カテゴリーからの拡大
- ベトナム拠点の人材と生産設備の有効活用



中長期経営目標 STEPⅡの方針（2025～2027）

- ・ 重点テーマ
- ・ 各事業の方針 > 自動車内装事業 > 車両内装事業 > インテリア事業 > 機能資材事業
- ・ 技術開発の方針
- ・ 3ヵ年連結収支計画
- ・ マテリアリティ

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。



課題

- 事業横断による情報共有で提案力を強化
- 北中米拠点の経営基盤強化と収益拡大
- 外資系メーカーへの提案強化と新規商材の拡販

方針

グローバル戦略をアップデートすることで収益力向上の道筋をつけるとともに、北中米拠点における本格成長に向けた投資を進め、海外市場でのプレゼンスを高めます。

- 合成皮革の提案体制の整備とさらなる受注拡大
- シートの加飾材などオンリーワン製品の新規受注と拡販
- 技術プレゼンとデザインプレゼンによる新規顧客の発掘

市場動向

- コロナ禍や半導体不足に起因する社会経済活動悪化からの回復
- 為替の変動、原材料価格・労務費の高騰
- SDGs観点の広がり

- 中長期的な人口減少
- 次世代交通サービスMaaSの実用化など新たな需要の拡大



グローバル展開の加速



6ヵ国11拠点の自動車内装事業の海外拠点にベトナム拠点を加えることで、世界最適供給体制をより強化し、また海外でのSUMINOEブランドの認知度を高めることで外資系メーカーへの拡販につなげます。

非繊維領域の拡充



2027年5月期目標の合成皮革売上100億円は、2024年5月期で達成するに至りました。今後は、メキシコ合成皮革工場を新たな成長エンジンに加え、安定的な受注獲得と生産体制の最適化・効率化で競争力強化を進めてまいります。

車両内装事業の方針

課題

- 生産体制の最適化・効率化による収益拡大
- 機能性商材の開発と拡販による販売拡大

方針

1世紀以上にわたりトップシェアを誇るマーケットリーダーとして、伝統的な日本の文化や技術を守るとともに、技術革新にも取り組みます。

- 効率的かつ安定的な生産体制の確保
- 技術とノウハウの安全かつ適切な管理体制の構築
- 他事業との連携による新市場の創出

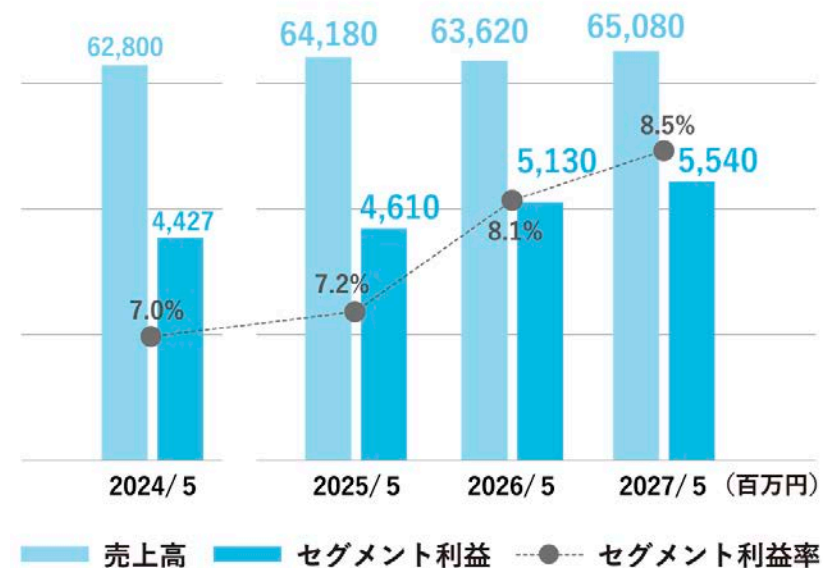
市場動向

- コロナ禍や半導体不足に起因する社会経済活動悪化からの回復
- 為替の変動、原材料価格・労務費の高騰
- SDGs観点の広がり

- 中長期的な人口減少
- 次世代交通サービスMaaSの実用化など新たな需要の拡大



▶自動車・車両内装事業の3ヵ年計画



インテリア事業の方針

課題

- SUMINOE ブランドの認知拡大
- 家庭用商材の販売回復に向けた戦略の実行

方針

業界の先駆者としての誇りを胸に、既存事業の収益力強化と新たな価値創造に取り組めます。

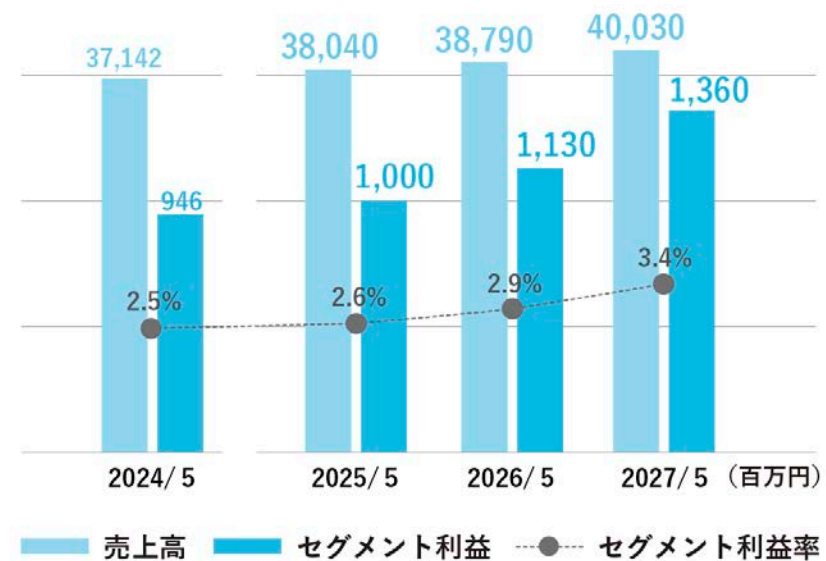
- 新たな需要の掘り起こしと他社との差別化
- 中高級ゾーンへの積極的な市場展開
- 市場変化に対応した物流効率化による販売強化
- スペース デザイン ビジネスとのシナジー創出

市場動向

- 外的要因による社会の変化
- コロナ禍の終息
- サプライチェーンの弱体化

- 新設住宅着工戸数の減少
- オフィスや商業施設建設の都市集中

▶ インテリア事業の3ヵ年計画



機能資材事業の方針

課題

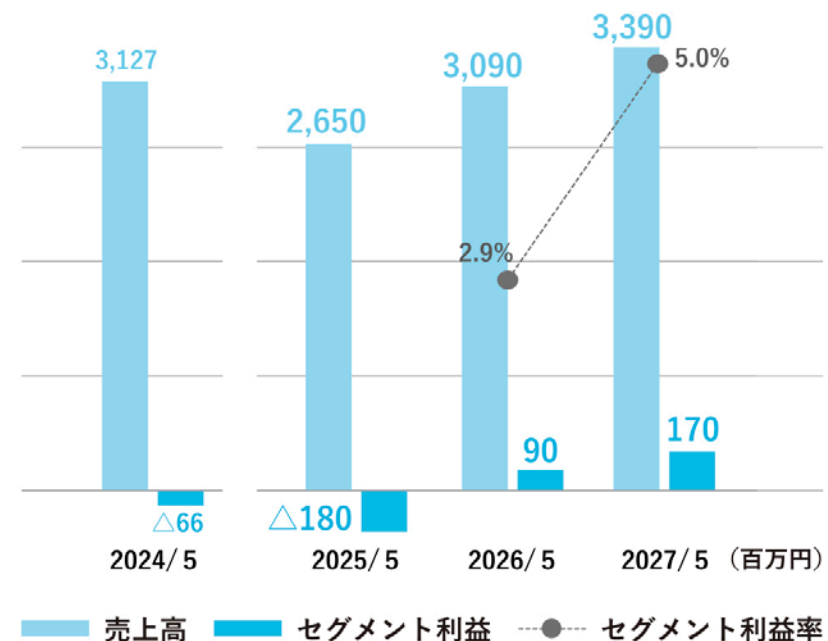
- 既存事業、既存製品カテゴリからの拡大
- ベトナム拠点の人材と生産設備の有効活用

方針

全社に展開する技術の源泉として、スマートテキスタイルなど新機能開発に取り組み、新たな成長事業の醸成を図ります。

- 社会課題や市場ニーズに即した製品開発の推進
- スマートテキスタイルなど次世代に向けた新領域への開発強化
- 他事業との連携によるベトナム拠点の運営の最適化
- 独自の素材や加工技術を応用した用途開発と他分野への進出

▶ 機能資材事業の3ヵ年計画



市場動向

- 気候変動やコロナ禍後の生活スタイル変化による消費者ニーズ・購買動向の変化
- 為替の変動、原材料価格・労務費の高騰
- SDGs観点の広がり

技術開発の方針

グループ力の強化と人材育成を基盤に、研究・技術力を強化。世の中に存在する数多くのニーズに対し、「あらゆる空間に、イノベーションを。」生み出してまいります。



強化&融合

吸着加工
技術

難燃
技術

樹脂配合
技術

加工
技術

分析評価
技術

+

NEW

新規・知財連動型のコア技術の創出

グループ力の強化

- グループ各社のコミュニケーション推進によるシナジー効果の創出
- SUMINOE GROUP全体の知的財産の見える化

人材育成

- 開発事例・データの見える化による技術および品質の共有推進
- 測定機器の動画マニュアル作成による汎用化
- 試験業務と既存開発業務、新規開発業務の再編、および各従業員の育成
- 海外人材や中途のキャリア人材を積極的に採用

3ヵ年連結収支計画（1）

SGW SUMINOE GROUP WAY
2022～2024～2027

	2024/5	2025/5	2026/5	2027/5	STEPⅠとSTEPⅡ 最終年の比較	
(百万円)	実績	計画	計画	計画	(率)	(額)
売上高	103,478	105,300	106,000	109,000	+5.3%	+5,521
営業利益	3,300	3,300	4,200	5,000	+51.5%	+1,699
営業利益率	3.2%	3.1%	4.0%	4.6%		
経常利益	3,668	3,400	4,200	5,000	+36.3%	+1,331
親会社株主に 帰属する 当期純利益	874	1,500	2,100	2,600	+197.3%	+1,725
為替レート 1ドル（円）	145.31	144.00	131.00	125.00		

売上高の拠点別内訳

	2024/5	2025/5	2026/5	2027/5	STEPⅠとSTEPⅡ 最終年の比較	
(百万円)	実績	計画	計画	計画	(率)	(額)
売上高	103,478	105,300	106,000	109,000	+5.3%	+ 5,521
国内	67,793	68,900	71,100	73,000	+7.7%	+5,207
北中米	18,469	18,700	17,300	18,700	+1.2%	+230
中国	8,098	8,000	7,800	7,900	△2.5%	△198
アジア	9,116	9,700	9,800	9,400	+3.1%	+282

3ヵ年連結収支計画（2）

セグメント別内訳

		2024/ 5	2025/ 5	2026/ 5	2027/ 5	STEPⅠとSTEPⅡ最終年の比較	
(百万円)		実績	計画	計画	計画	(率)	(額)
自動車・ 車両内装事業	売上高	62,800	64,180	63,620	65,080	+3.6%	+2,279
	セグメント利益	4,427	4,610	5,130	5,540	+25.1%	+1,112
インテリア事業	売上高	37,142	38,040	38,790	40,030	+7.8%	+2,887
	セグメント利益	946	1,000	1,130	1,360	+43.7%	+413
機能資材事業	売上高	3,127	2,650	3,090	3,390	+8.4%	+262
	セグメント利益	△66	△180	90	170	—	+236
その他	売上高	407	430	500	500	+22.7%	+92
	セグメント利益	76	90	130	170	+123.3%	+93
調整額	セグメント利益	△2,083	△2,220	△2,280	△2,240	—	△156
合計	売上高	103,478	105,300	106,000	109,000	+5.3%	+5,521
	営業利益	3,300	3,300	4,200	5,000	+51.5%	+1,699

社会的責任に関する国際規格、サステナビリティに関する国際基準から導き出した、中長期経営目標における課題をもとに、社内外のステークホルダーへのインタビューや調査を経て、マテリアリティを特定しました。

分野	マテリアリティ（重要課題）	テーマ
価値創出 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 ● 伝統・技術の継承と発展 ● 環境配慮型製品の開発・製造・販売
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 ● 省エネルギー・高効率による生産 ● 資源の効率的利用、廃棄物削減 ● 環境マネジメント体制の強化 ● 生物多様性の保全
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 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 サプライヤーと共に持続可能な社会の構築を実現する 持続可能な調達	● 人権尊重とダイバーシティ&インクルージョン ● 人材の育成・活用 ● グループ理念の浸透、働きがいのある労働環境の整備 ● 労働安全衛生・健康経営 ● 働き方改革、ワーク・ライフ・バランス ● 製品安全・品質マネジメント ● サプライチェーン・マネジメント
G (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	● コーポレートガバナンスの向上 ● コンプライアンスの徹底、不当競争・腐敗の防止 ● リスクマネジメントの強化・事業継続の推進（BCP） ● 情報セキュリティの強化 ● 適切な情報開示、ステークホルダーエンゲージメント

資本コストと株主還元

- ・ 方針
- ・ 資本コストを上回るための取り組み
- ・ キャッシュ・アロケーション
- ・ IR活動の充実
- ・ 株主の皆さまへの還元

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%

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：2.9%（2024/5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

PBR：0.5倍（2024/5実績）

方針

ROE：8%

（2027/5目標）

PBR：1.0倍

（2027/5目標）

配当性向：38%

（2025/5より）

ROIC：8%

（2027/5目標）

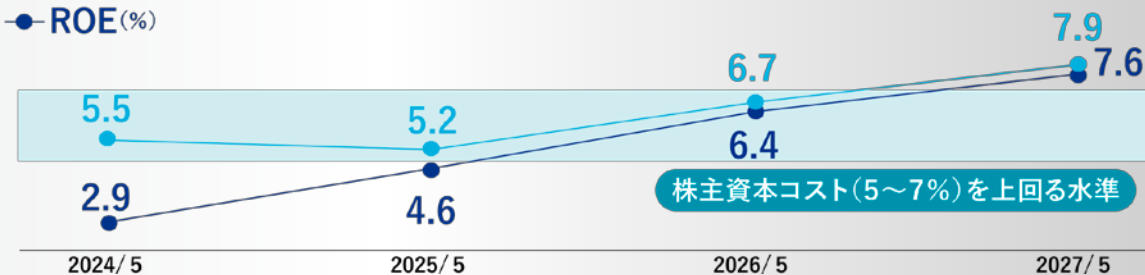
WACC：4%

（2027/5目標）

ROIC/ROEの推移

— ROIC (%)

— ROE (%)



資本コストを上回る 企業価値向上のための取り組み

市場の期待を上回る価値創造の実現を前提に、
ROE 8 %以上を達成するため、
収益率の向上・資本効率の向上・
財務レバレッジの利用に徹底して取り組みます。

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

キャッシュ・アロケーション



情報発信と相互対話の さらなる強化

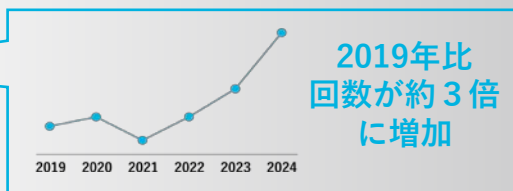
引き続き、統合報告書やホームページのサステナビリティ活動の内容更新など、IR 関連情報の発信に積極的に取り組めます。また、IR 面談や会社説明会などの機会を増やすことで株主・投資家の皆さまとコミュニケーションを図り、当社グループへのさらなる理解と透明性の確保に努めてまいります。

IR活動によるコミュニケーションの強化

- 個人投資家・機関投資家向け説明会の回数増
- 開示資料の充実化
- 英文開示への対応
- ホームページ・SNSを活用した積極的な情報発信
- 広報活動による認知向上

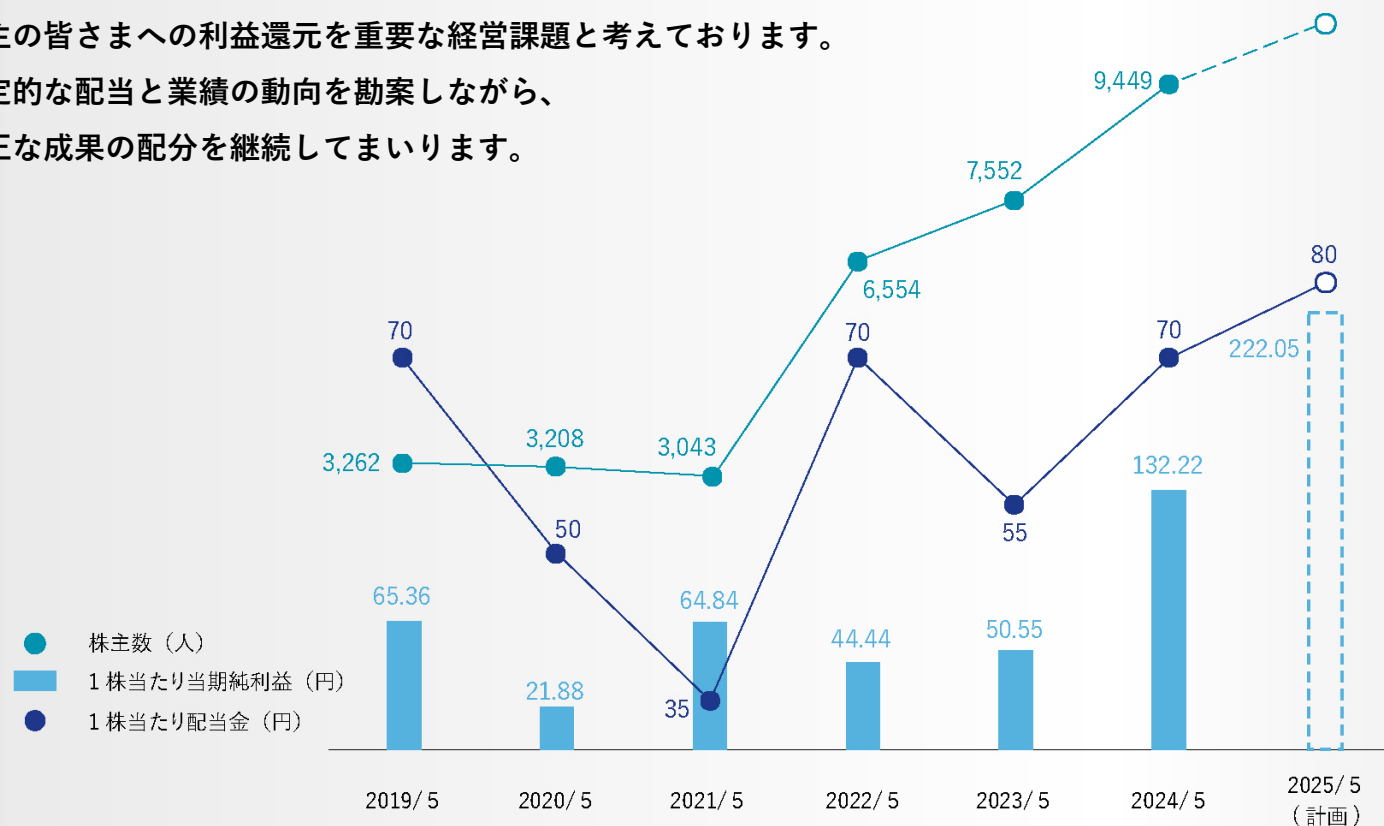
株主・投資家との対話の実施状況

- 機関投資家・アナリスト向け決算説明会
- スモールミーティング
- 1 on 1 ミーティング
- 個人投資家向け説明会



株主の皆さまへの利益還元を重要な経営課題と考えております。

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まいります。



株主数 (人)	3,262	3,208	3,043	6,554	7,552	9,449	-
1株当たり当期純利益 (円)	65.36	21.88	64.84	44.44	50.55	132.22	222.05
1株当たり配当金 (円)	70	50	35	70	55	70	80

株主還元方針

安定した株主還元

01 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。

02 急激な環境悪化など不測の事態を除き、下限70円を維持します。

継続的な還元拡充

03 配当性向33%から38%に引き上げます。2027/5は年間配当金140円を目指します。

04 自社製品を含む株主優待制度を引き続き実施します。

将来に関する記述等についてのご注意

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。