



Integrated Report 2024

SUMINOE GROUP
統合報告書



SUMINOE
GROUP

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している価値観(社訓)
業界の先駆者としての誇りを持ち、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

1. 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。
2. よい製品を生産し、販売し、社会の向上に貢献します。
3. 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。
4. ステークホルダー(利害関係人)との関係を尊重します。
5. 良き「企業市民」として積極的に地域社会に貢献します。
6. 地球環境への影響を重視し、環境保全に取り組めます。

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発行しています。

参考としたガイドライン

ISO26000(社会的責任に関する手引)
経済産業省:「価値協創ガイダンス」
国際統合報告評議会(IIRC):「国際統合報告フレームワーク」

報告対象範囲

住江織物(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

2023年度(2023年6月~2024年5月)
ただし、一部対象期間外の活動も含まれます。

情報開示体系

財務情報	非財務情報
統合報告書(冊子・web)	
<ul style="list-style-type: none"> ・webサイト「IR情報」 ・決算短信 ・事業報告書 	<ul style="list-style-type: none"> ・webサイト「サステナビリティ」 ・コーポレートガバナンスに関する報告書
有価証券報告書	

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。

SUMINOE GROUPを知る

グループ理念 01
編集方針、目次 02
数字で見るSUMINOE GROUP 03
価値創造の歩み 05

価値創造ストーリー

社長メッセージ 07
中長期経営目標 11
マテリアリティ特定 15
価値創造プロセス 19

事業・財務戦略

セグメント情報 21
事業別戦略：インテリア事業 23
事業別戦略：自動車・車両内装事業
(自動車内装事業) 25
事業別戦略：自動車・車両内装事業
(車両内装事業) 27
事業別戦略：機能資材事業 29
海外事業・戦略統括 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

サステナビリティ

サステナビリティとESGへの取り組み 37
環境 39
社会 45
SUMINOE GROUPグループ理念の浸透 51
ガバナンス 53
社長×社外取締役対談 61

データセクション

役員一覧 65
11ヵ年連結財務サマリー 67
会社概要・投資家情報 69

補足事項

1. 当社は、2024年8月29日開催の第135回定時株主総会での決議を経て、2024年12月2日付で「住江織物株式会社」から「SUMINOE株式会社」に商号変更いたします。ただし、本報告書では報告対象期間の商号として「住江織物株式会社」を適用しています。
2. 本報告書では、2023年6月発表のグループ理念・グループ統一ロゴに合わせ、「SUMINOE GROUP」の表記を用いています。一部、2023年6月以前に公表した文書に関連する部分は、従来どおり「住江織物グループ」と表記しています。

At a Glance

創業

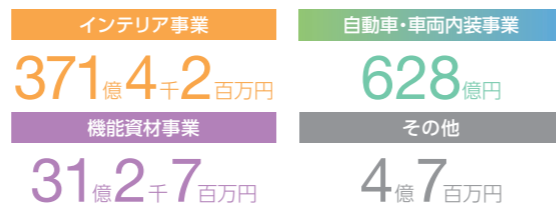
1883年(明治16年)

資本金(2024年5月末時点)

95億5千4百万円

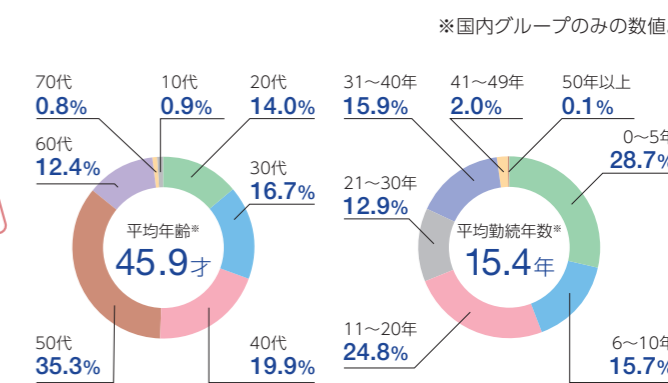
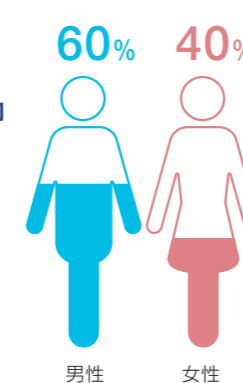
売上高(2024年5月期)

1,034億7千8百万円



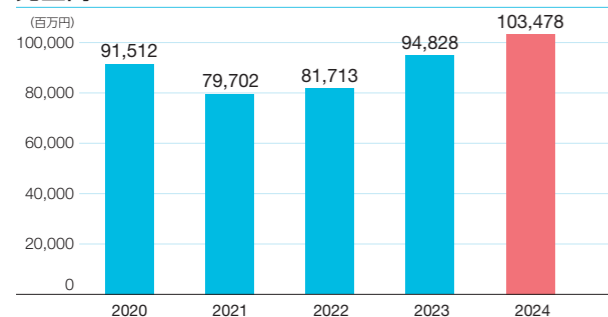
従業員数(2024年5月末時点)

2,812名



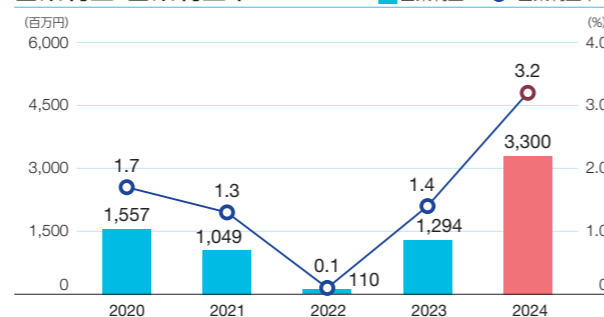
財務データ(各年5月期)

売上高



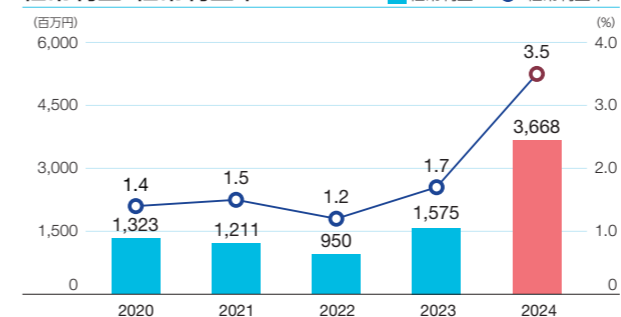
コロナ禍で減少傾向が続いていましたが、当期は海外展開を本格化させた2003年以降で最高額を更新しました。

営業利益・営業利益率



北中米拠点での事業再編が成功するとともに適切な価格転嫁の実施により、コロナ禍以前の水準まで回復し、前期比154.9%増となりました。

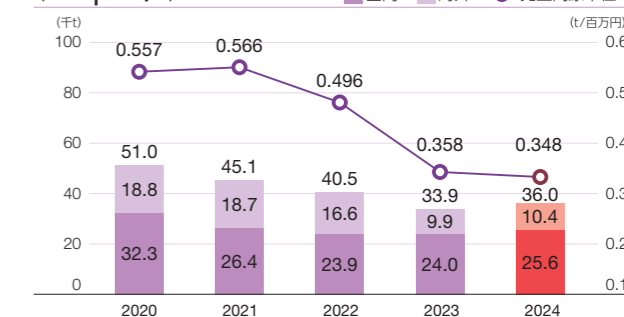
経常利益・経常利益率



売上・営業利益の伸長に加え、為替差益や不動産賃貸料が増加したことから公表値を上回り、前期比132.9%増となりました。

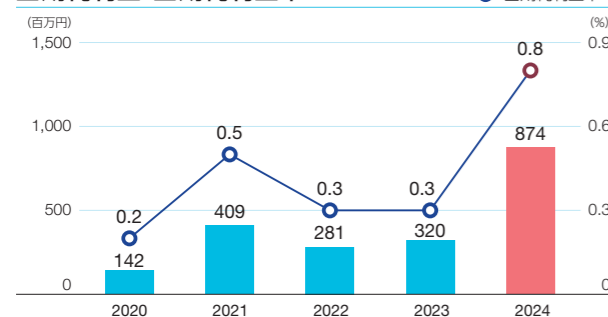
非財務データ(各年5月期) ※国内グループのみの数値。

事業活動でのCO₂排出量(Scope1,2)



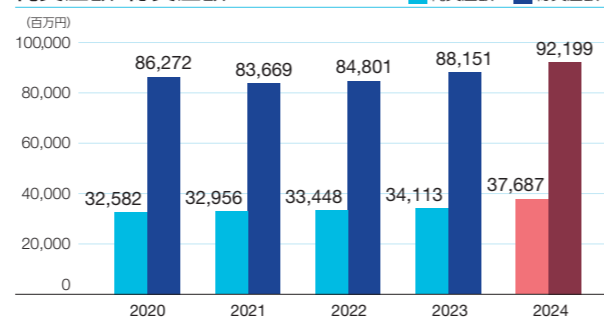
CO₂排出量は前期より2.0千t増えたものの、売上高原単位で換算すると約3%のCO₂排出量を削減することができました。

親会社株主に帰属する当期純利益・当期純利益率



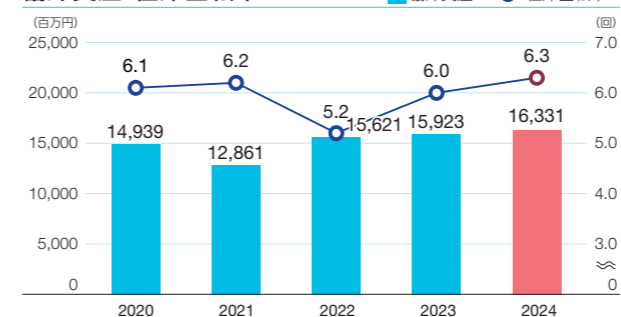
特別損失として持分法適用関連会社の株式譲渡による関係会社株式売却損失引当金繰入額を計上しましたが、売上・各段階利益ともにそれを上回り、前期比172.9%増となりました。

純資産額・総資産額



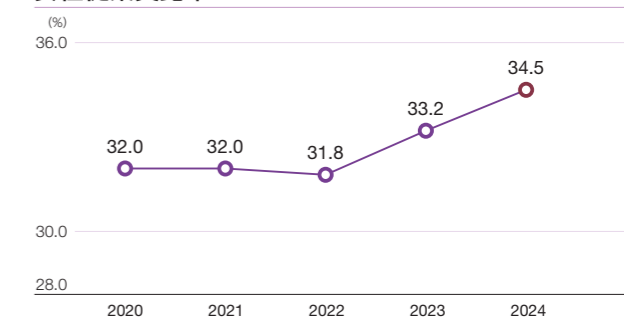
純資産額は、利益剰余金の増加等により前連結会計年度末に比べ35億74百万円の増加、総資産額は有形固定資産の増加等により40億48百万円の増加となりました。

棚卸資産・在庫回転率



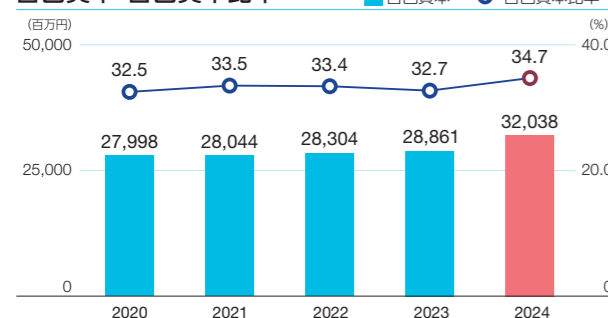
棚卸資産は為替の影響を受け、主に自動車内装事業等で増加となりましたが、実力値では減少しました。引き続き縮減に努めます。

女性従業員比率



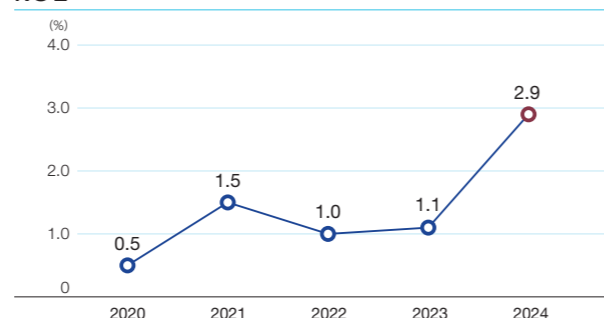
国内グループ従業員の合計は1,608名、そのうち女性従業員は554名。女性従業員比率は34.5%となり、前期から1.3%上がりました。

自己資本・自己資本比率



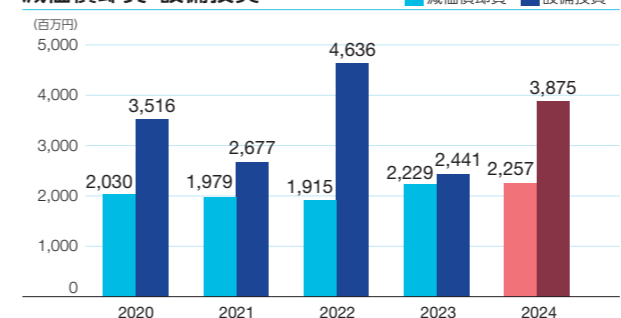
北中米拠点の事業再編による黒字化を実現し、一部の土地や倉庫の売却を実施しました。また、コロナ禍で積み増した有利子負債の圧縮を進めています。

ROE



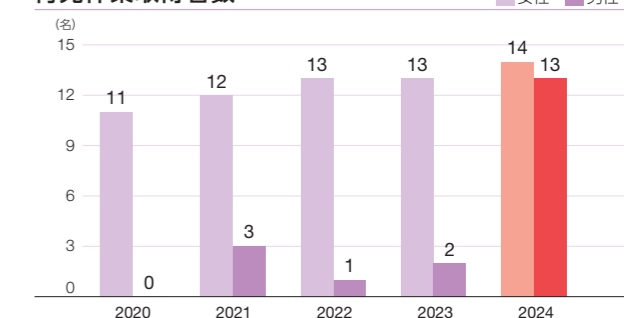
計画を下回ったものの、自動車・車両内装事業やインテリア事業において付加価値の高い分野への取り組みを進めていることから今後3年間での当期純利益の増加を見込み、ROE8.0%を目指します。

減価償却費・設備投資



基幹システム再構築やメキシコ合成皮革新工場への設備投資を計画通り実施しており、今後3年間で投資分の回収を見込んでいます。

育児休業取得者数



働き方改革アクションプラン2023(P50参照)の取り組みにより、男性育児休業取得者数が13名に増加しました。

住江織物の元祖は、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		
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	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	
History グループ沿革									
<p>1883 村田工場創業 大阪・住吉で手織織物の製作を開始</p> <p>1892 絨毯「倭織(やまとおり)」で当社初の特許を取得</p>	<p>1903 本格的な製織設備を持った住吉工場を建設</p> <p>1913 住江織物合資会社を設立</p> <p>1916 力織機によるカーペットの製造を開始</p>	<p>1930 住江織物(株)を設立</p> <p>1937 河内工場を新設。紡毛紡績を開始</p> <p>1949 東京、大阪、京都証券取引所に株式を上場</p>	<p>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</p> <p>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</p>		<p>1987 滋賀事業所を新設</p> <p>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</p> <p>1998 住江織物グループ環境対策宣言「KKR+A」を発表</p>	<p>2003 米国にSuminoe Textile of America Corporationを設立</p> <p>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</p> <p>2013 メキシコにSuminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.を設立</p>	<p>2020 (株)シーピーオーの株式を取得し、子会社化</p> <p>2022 (株)プレテリアテキスタイルの株式を取得し、子会社化</p> <p>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</p>	<p>2024 Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.に合皮革新工場を設立</p> <p>健康経営優良法人2024(大規模法人部門)に認定</p> <p>中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027」の後半目標を発表</p> <p>住江織物(株)、(株)スミノエの商号変更についての定款変更が、定時株主総会にて承認</p>	

Value
提供価値

1891



● **織物の製造技術が評価**
村田工場の技術が評価され、帝国議会議事堂に織物を納入。現 国議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。

1980



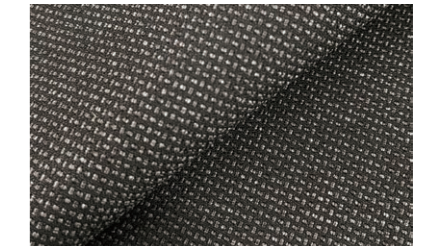
● **国産初のタイルカーペットを製造**
モザイク模様を表現できるほか、傷んだ部分のみを敷き替えられる画期的な製品として注目を集めました。

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。

2024



● **環境対応型製品の開発・提案を推進**
より再生材比率を高めたタイルカーペットや、自社製造の再生繊維「スミトロン®」を使用した自動車用シート表皮材を実現し、各業界が取り組む社会課題解決の一翼を担っています。

1899



● **日本初、手織りワナモケット製作**
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、ゼネラルモーターズ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㎡の織通を手織りで製作**
皇居宮殿最大の宴会場である「豊明殿」に手織織通を納入。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



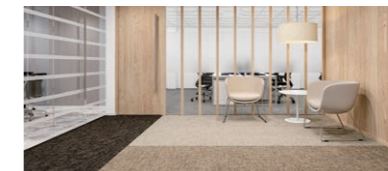
● **無公害カーペット工場を新設**
公害が注目されていた当時、新設の奈良工場には排水処理設備を備え、排水による有害物質の流出を防ぎました。

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。

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。

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。

自動車内装事業の海外展開を収益ドライバーとして、 各事業でさらなる成長を追求し、 グループ全体の企業価値向上に注力してまいります。

伝統と革新の社風こそ競争優位の源泉

当社グループには、今から140年前の創業時に緞通の国産化に成功し、それをきっかけに数々の空間へのイノベーションを成し遂げてきた歴史があります。宮内庁をはじめ宮公庁や国鉄など、国内における数多くのインフラプロジェクトに参画してきました。鉄道分野では、日本で初めて国産化したシート表皮材の製造に成功し、現在でも国内の約8割のシェアを誇っています。また、著名なホテルの内装や快適なオフィスづくりも手掛けています。

伝統的な文化や技術を大切にしながらも、これらの分野での革新を続けている点も特長の一つです。京都府の丹後半島に位置する当社グループの丹後テクスタイルでは、手織りやフックド・ラグ製法で製織する緞帳や緞通をはじめとした手作業を重視した製品を今なお製造しており、迎賓館赤坂離宮や京都迎賓館に納めた手織緞通など、特注品の製造を通じて日本を代表する伝統文化を守り続けています。丹後テクスタイルは、日本国内でこの規模での生産を行っている唯一の工場であり、伝統工芸の技術を未来に引き継ぐ重要な役割を担っています。こうした伝統を尊重する一方で、機能性に富んだ高付加価値のカーペットの開発にも力を入れており、伝統と革新を融合させた新たな製品を市場に送り出すことが当社グループの使命であり、事業における強みでもあると考えます。

代表取締役社長

永田 鉄平

自動車業界における当社グループの位置づけ

現在、当社グループの主力事業である自動車・車両内装事業においても、独自の技術を活かして付加価値の高い製品を提供しています。自動車内装事業においては、「世界でも稀有な存在」と位置づけられるとおり、天井材をはじめ、シート表皮材、フロアカーペット、カーマット、トランクルームやタイヤハウス回りの部材に至るまで、車内のあらゆる内装材をトータルに提供できる数少ないメーカーです。また、シート表皮材のオリジナリティを高めるリボンなどの「加飾材」というニッチな分野において特許を有しており、これにより他社ではできない美しいデザインを実現できる点も強みの一つです。こうした独自性に富んだ技術力と総合的な供給能力は、日系の自動車メーカーはもちろん、非日系の自動車メーカーからも「ほかにはない革新性を持つメーカー」と高く評価されており、それが新たな市場に参入するきっかけとなっています。

さらに自動車内装事業において、加飾材に合成皮革を加えた新たな技術開発を進め、事業拡大を進めています。様々な競合製品が存在するなかで、当社グループは環境配慮や軽量化による燃費向上に貢献する合成皮革の開発にも注力しています。これらに加えて、これまでファブリック事業で培ってきたデザイン力やエンボス加工技術を駆使して、主に北中米市場での受注活動を拡大中です。これにより、合成皮革の分野でさらなる差別化を図り、当社グループの強みを最大限に活かしていく考えです。

今後の戦略は、北中米市場での展開を強化した後、インド市場での事業拡大も視野に入れています。加えて、欧州市場への拠点設立も重要な経営課題として捉えており、グローバル展開を加速させていきます。また、今後の市場動向や需要に応じて、カーマットやフロアカーペットの生産拡大も検討しています。意匠性に優れた高品質の合成皮革を成長エンジンとしてさらなるグローバル化を推進し、世界市場での競争力を一層強化していく所存です。

当社グループは、長年にわたり自動車業界に向けて様々な技術や製品を開発してきましたが、我々にはもしかすると自社を過小評価しているかもしれません。たとえば、当社グループの取り組みは外資系自動車メーカーから高い評価を受けています。工場見学などでは「こんなにすごいことをやっているのか」といった反応をいただくことが多く、私たちが提供している価値の高さを改めて実感しています。なかでも当社グループがトータルサプライヤーであるという強みが、外資系企業から一番の注目されている点です。車内の空間全体をカバーする製品群や繊維加工の技術力によりほかには類を見ない総合的なサービスを提供できることから、多くの関心を集めており、もっと自信を持って事業の拡大に邁進すべきだと考えています。

自動車内装事業における革新と成長の基盤

当社グループは、インテリア業界の先駆者として長年にわたり革新を続けてまいりました。当社グループが誇るポリエステル再生繊維「スミトロン®」はその代表的な例です。「スミトロン®」は30年以上前にカーペット用のポリエステル繊維として開発されました。この三次元捲縮加工によりポリ

ユームのある再生ポリエステル繊維は、カーペット業界において革新的な存在となり、その後、ホットカーペットの表皮材としても広く採用されました。

この技術は時を経て自動車分野へと応用されました。従来はカーペット用の糸として使用されていた「スミトロン®」を、SUVなどのアクティブなイメージに適したシート表皮材として新たに開発したのです。当期に採用されたトヨタ自動車の「ランドクルーザー“250”」の内装材では、50%以上の再生ポリエステル繊維を使用した点が高く評価されました。さらに、トヨタ自動車の工場や事業所から排出されたペットボトルをリサイクルして「スミトロン®」を製造する循環型の取り組みは世界初の取り組みとして注目されています。

このような循環型の取り組みを実現した自動車メーカーとサプライヤーとの協力は、業界全体において先駆的なものです。カーペット用の糸を自動車シート表皮材に転用するという発想も、当社グループの技術力と革新性の象徴であり、30年の時を経て新たなジャンルで再び実を結んだといえます。今後もこうした実績を踏まえて、革新的な取り組みを実現していきます。

経営者から見た当社グループの企業価値

機能資材事業部門で30年以上にわたり仕事をしてきた私自身の経験から見ると、当社グループが誇る技術力、特にカーペット製造や付加工技術は、他社には真似できない独自のものであると自負しています。たとえば、消臭技術や撥水技術、アレルゲン低減技術は、様々な分野での応用が可能となっており、特定の素材に依存せず、多様な繊維にも後から機能を付加することができます。この技術により、家電製品向けの消臭フィルターなど、異業種への展開も成功してきた歴史があります。このように、老舗のインテリアメーカーという立場にとどまらず常に先進的な取り組みを続け、幅広い技術を応用して新たな価値を提供してきたことが、当社グループの奥深さと考えます。

当社グループは、社訓に「誠実」を入れているとおり、信頼を何よりも大切にしています。この姿勢が、長年にわたる取引や信頼関係を築く基盤となっており、異業種のパートナーからも高く評価されています。もっとも、真面目すぎるためか、IR活動においては保守的とみられることがあり、十分な評価を得られていないのが率直な感想です。グループ内を見渡すと、可能性に富んだ技術、製品が多数あり、もっと積極的な広報に努めなければなりません。

直近の経営状況について

2024年5月期の業績は、親会社株主に帰属する当期純利益については、持分法適用関連会社である住商エアバッグ・システムズ株式会社の株式譲渡による関係会社株式売却損失引当金繰入額計上の影響を受けたものの、売上高、営業利益、経常利益は当社が予想していた数値を上回る結果となりました。特に売上高と営業利益においては、過去最高水準に達し、経常利益もほぼ同等の水準を維持しました。

自動車内装事業は円安の恩恵を受けつつも、コロナ禍で

実施した施策の成果が着実に現れました。長らく赤字を計上していた北米拠点については、私が社長に就任して2年間で黒字化するなど、北中米拠点での取り組みが大きな成果を上げています。今後に向けて、新たにメキシコ子会社に30億円を投じ、土地の購入と工場の建設を行いました。また、外資系北米大手自動車メーカーからのフロアカーペットの大型受注も獲得しています。このように、メキシコ子会社への投資は順調に進んでおり、さらなる成長を見込んでいます。

インテリア事業においては、ホテル向けなどの需要が回復し、事業全体の業績を押し上げましたが、家庭用分野ではコロナ禍の内向き消費からの反動が長引き、業績に影響を及ぼしました。その結果、インテリア事業全体では増収ながらも微減益となりました。家庭用カーペットについては、当社グループの得意とする中高級ゾーンにおいて高付加価値商材を開発し、さらなる競争力を高めていきます。

機能資材事業においては、暖冬の影響で繊維系暖房商材の受注が大幅に減少し、業績に大きなマイナス影響を与えました。現在、ベトナム工場の立て直しを進めており、自動車内装事業の製造工場としても活用する計画です。さらに、繊維系暖房商材に加え、夏物やオールシーズン対応の小物家電の開発を進め、OEM事業の拡大にも注力しています。機能資材事業の立て直しと成長を目指し、この数年間で大きな成果を上げることを目標としています。

さらなる海外展開に向けた方針

当社グループは、当面の重点施策として北中米拠点に注力し、そこでのリターンを最大化することを目指しています。事業規模の拡大とともに、営業利益率を目標である5%に引き上げるため、北中米拠点での事業成長が鍵を握っています。

そして、さらなる成長を見据えて注目しているのが先にも述べたインド市場です。現在、中国市場においては多くの日系自動車メーカーが厳しい状況に直面しており、地政学リスクが高まっています。そのため、インド市場が今後の成長の柱となることは間違いありません。インド市場は、自動車の生産台数が今後数年で倍増すると予測されており、この状況を踏まえ、現地での合成皮革の製造を視野に入れた投資が必要になると考えています。すでにインドにおいて合弁会社で進出しており、当初は苦戦を強いられたものの、収益性の面から選別受注に努めてきた結果、現在では高い利益率を達成するまでに至っています。

もっとも、インド市場への追加投資に関しては、そのタイミングが極めて重要と考えます。早すぎればリスクが高く、遅ければ市場参入が難しくなる可能性があります。このタイミングの見極めが、今後の成長において重要な経営課題です。市場における成長の可能性をしっかりと捉え、具体的な戦略を策定してまいります。

新たな成長を見据えた商号の変更 “住江織物”から“SUMINOE”へ

当社グループは、創業から141年を迎えて、これから先の100年、200年に向けて成長を続けるために、2024年12

月、「SUMINOE株式会社」に商号変更いたします。

この決定に至った背景には、「住江織物」という名前の伝統を大切にしつつも、業態の変化と成長を見据えた将来への展望があります。現代のビジネス環境において、「織物」という名前を維持したまま売上高2,000億円、3,000億円規模の企業へと成長していくのは難しいと考えたこと、また、グローバル市場での拡大を目指すなかで、「住江織物」という名前が持つ制約を感じたことから、商号変更が必須であると判断しました。また、「住江(すみのえ)」という漢字の読み方も、現代では認知されにくくなっているという現実があります。百人一首の歌に由来する従来の社名は、伝統的な価値を持っていますが、グローバル展開や次世代への継承という観点からみれば、アルファベット表記への変更が自然な選択肢と考えました。

もちろん、伝統的な織物技術は引き続き大切にしつつ、新たなステージでの発展を目指していく所存です。今回の商号変更は、その一環として今後の成長に向けた重要なステップであると確信しています。

また当社の子会社で、インテリア事業の基幹会社である「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」に商号変更します。新しい商号は、メーカーとしてのポジションを強調しつつ、それに付随するトータルでのサービス向上を含めて“お客様に満足をお届けする”という想いを反映したものです。スペース デザイン ビジネスとのシナジーを最大限に活かし、空間全体での提案力を強化していきます。

新たな価値の創出に向けた挑戦

当社グループは、「あらゆる空間に、イノベーションを。」というタグラインのもと、新たな空間価値の創出に取り組んでいます。様々な空間に関わる製品を提供するなかで、既存の製品をさらに使いやすく、そしてより高い付加価値のあるものへと進化させることを目指しています。また、現在の暮らしにおける不便さなどの課題を解消し、新しい形の快適性を提供していくことも重要なテーマといえます。

インテリア事業のスペース デザイン ビジネスの拡大にも注力しており、M&Aによる事業領域の拡大も着実に進めてきました。これによりスペース デザイン ビジネスの売上高はインテリア事業全体の1割強となる40億円以上を占めるまでに成長しています。この分野はまだ成長の可能性を秘めており、今後も有望なM&Aの機会があれば検討していきたいと考えています。特に当社グループがまだ持っていない新たな領域に進出することで、さらなる成長を目指します。

新たな価値の創出とともに、財務基盤のさらなる強化も重要な経営課題です。現時点で自己資本比率が34.7%であり、有利子負債も220億円から180億円に削減したものの、DEレシオ0.5倍を目標に掲げる当社グループとしては、まだ十分とはいえません。目標達成には、有利子負債を150億円程度まで削減する必要があり、金利の上昇に対応するためにも、有利子負債の削減努力を続けてまいります。

併せて、政策保有株式の縮減についても段階的に進め、流動化を図っていきます。これらの取り組みを通じて、財務体質

を一層安定させるとともに、キャッシュ・フローを改善させ、必要な投資を迅速に行える体力を持つ企業を目指していく考えです。今後、想定しているインド市場への投資やその他の新規プロジェクトにおいても、キャッシュを十分に確保することが不可欠です。そのためには適正な利益水準を確保しつつ、最終利益を着実に増加させることに努めてまいります。

グループシナジーの発揮

当社グループでは従来、各部門が独立した企業のように機能することでそれぞれの強みを発揮してきた一方で、グループ全体のシナジーを生み出すことが課題となっていました。自動車内装事業の従業員がインテリア事業の取り組みをほとんど知らないといった状況が一般的でした。

このような状況を改善するため、当社では「ツナグレーション」と称し各部門の従業員が集まる場を設け、意見交換や懇親会を通じて交流を深める取り組みを進めています。

また、デザイン分野でも、インテリアや自動車内装、車両内装などのデザイナーが一堂に会する機会を設けることで、異なる視点を共有し、相互に刺激を受ける環境を整えています。たとえば、イタリアで開催される世界最大規模の家具見本市「ミラノサローネ国際家具見本市」には、これまでは各部門が独自に参加していました。これに対して、視察発表会を行い、各部門のデザインの見え方やアプローチを共有していくことで、相互に役立つ成果を生み出したいと考えています。

こうした取り組みがグループ内での協力体制を強化し、さらなるシナジーを生み出すと考えます。従業員の間でも徐々に「SUMINOE GROUP」という意識が浸透してきていて感じています。今後、シナジーを最大限に発揮していくことで組織全体の成長を加速させるとともに多岐にわたる事業分野でのプレゼンスを強化するために、引き続き取り組んでまいります。

従業員一人ひとりが仕事に誇りを持てる企業へ

経営者として思うことは、従業員にとって当社グループが「この会社でもっと活躍したい」、「ここでしっかりとよい仕事をしたい」と希望を持てる企業でなければならないということです。そのためには、報酬や雇用環境を含む様々な面での改善が不可欠です。会社が成長するためには、従業員が新しいことにチャレンジし、活発に活動することが欠かせません。私が社長に就任して以来、「新しいことに挑戦する」という姿勢を社内に求め続けてきました。

しかし、コロナ禍における業績の低迷が続くなかで、リーマンショック以降の長期的な経済停滞とともに、従業員に対する報酬が低下していました。これに対して、コロナ禍からの反転を契機に、従業員の報酬をしっかりと戻していくことが、従業員の定着や会社の成長には不可欠であると考えており、まだまだ十分な改善とは言えませんので、今後も報酬体系を段階的に引き上げていきます。そのためには最終利益をしっかりと確保していかなければなりません。

変革は確実に進んでいます。とはいえ、まだ道半ばであると感じています。今後、従業員が誇りを持って働ける環境を

作り上げることが、当社グループの目指すべき姿であり、持続的な成長に欠かせないことだと確信しています。

中長期の持続的な成長を目指して

当社グループは、各事業の領域を着実に拡大してきた結果、直近の売上高が1,034億円に達しました。また、当社は2024年5月31日時点においてプライム市場の上場維持基準を充たしていることを確認しました。しかし、株価の変動が激しいため、依然として課題が残っていると認識しています。安定的に上場維持基準への適合を維持するとともに、今後さらなる成長を遂げて2,000億円規模の企業へと飛躍するためには、領域の拡大と利益の厚みを増すことに加え、企業の総合力を強化していくことが不可欠です。そのなかで、強力なブランディング戦略も必要です。

過去を振り返ると、昭和30年代、当社はこれまで高級品であったカーペットの大衆化の実現とテレビコマーシャルにより全国的に知られる成長企業でした。しかし、その後の安定期に入ると、ブランディングに対する取り組みが十分でなくなり、現在は残念ながら中小型の上場企業としてメディアからの注目が少ない状況にあります。この現状を打破し、社会において広く認知されるためには、企業の総合力を高めつつ、積極的にブランディング活動を展開していかなければなりません。

また、企業活動においてサステナビリティの重要性が高まるなか、2024年6月には当社グループの中長期的な企業価値創造を実現していくため、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、マテリアリティ（重要課題）を特定しました。今後は目標に基づいた具体的な取り組みを進めてまいります。

当社グループは、あらゆる空間にイノベーションを起こし続けることで、持続的な成長と企業価値の向上を遂げていく力が備わると確信しています。その力をさらに磨き上げ、みなさまの日常に密接に関わる企業として、一層の貢献を目指してまいります。そして、業績の数値目標を引き上げつつ、最終的な利益の厚みを増していくことで、企業価値の向上を図り、その成果をさらなる成長へと循環させていきます。

引き続きステークホルダーの方々に注目していただける企業グループを目指してまいりますので、今後とも当社の動向に注目していただきますよう、お願い申し上げます。



SUMINOE GROUPの変革の歴史と目指す未来のための取り組み

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。

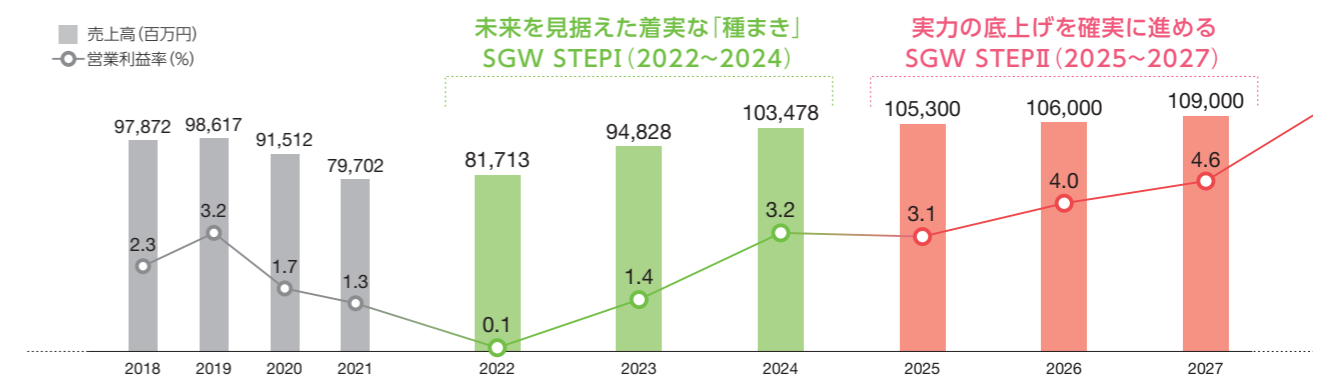
2021年7月には中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」を発表し、2期6年に及び現在進行中で

す。前半3ヵ年STEP I(2022～2024)では未来を見据えた着実な種まきを進めてきました。2024年新たに策定した後半3ヵ年STEP II(2025～2027)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。

このSTEP II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まいります。



中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」の全体像



SGW STEP I (2022～2024)の振り返り

SGW STEP Iの計画と実績

売上高と営業利益は計画達成

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

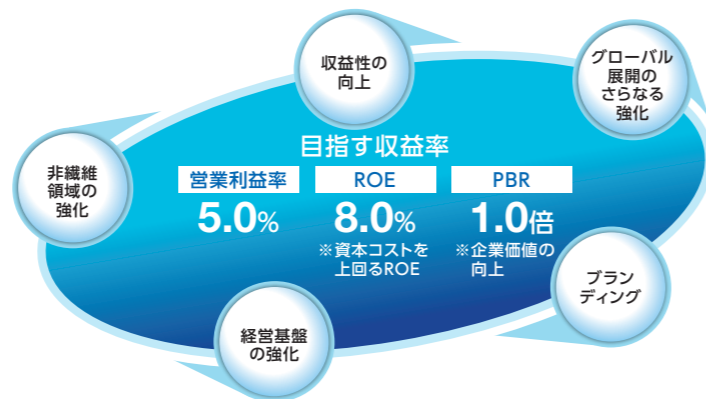
成果

- 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
- 合成皮革工場の実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

SGW STEPII (2025~2027) の方針

STEP IIにおける重点テーマ

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。



各事業の課題および戦略・方針

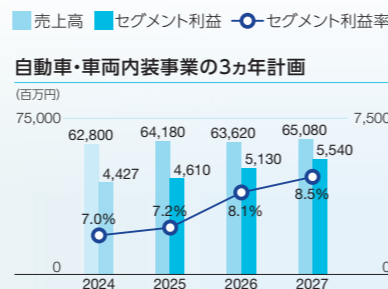
自動車内装事業

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

戦略・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
- 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



車両内装事業

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

戦略・方針

- 1世紀以上にわたる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

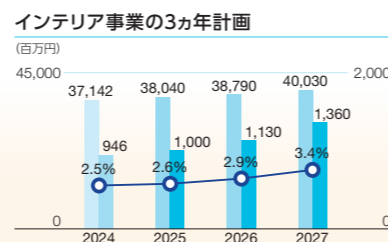
インテリア事業

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

戦略・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みます。
- 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



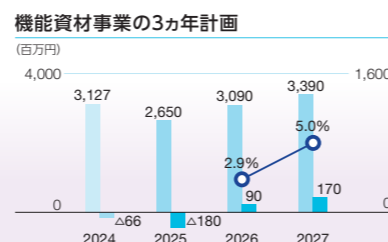
機能資材事業

課題

- 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

戦略・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



連結収支計画

SGW SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027 (百万円/各年5月期)

	2024年 実績	2025年~2027年 計画			STEP IとSTEP IIの 最終年の比較	
		2025年 計画	2026年 計画	2027年 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年 実績	2025年~2027年 計画			STEP IとSTEP IIの 最終年の比較	
		2025年 計画	2026年 計画	2027年 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

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応 ※詳細はP35

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)

PBR 0.5倍(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

方針

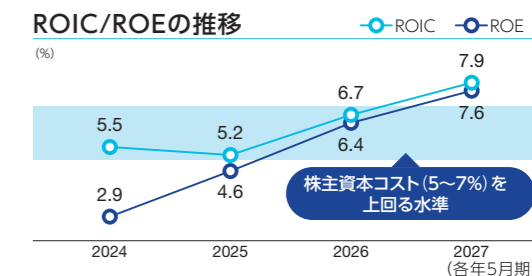
ROE 8.0%(2027/5目標)

ROIC 8.0%(2027/5目標)

PBR 1.0倍(2027/5目標)

WACC 4.0%(2027/5目標)

配当性向 38%(2025/5より)



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

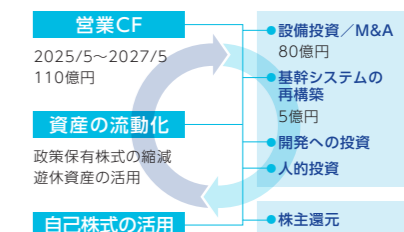
収益率の向上
固定資産の削減
財務体質の改善

- 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



株主還元方針

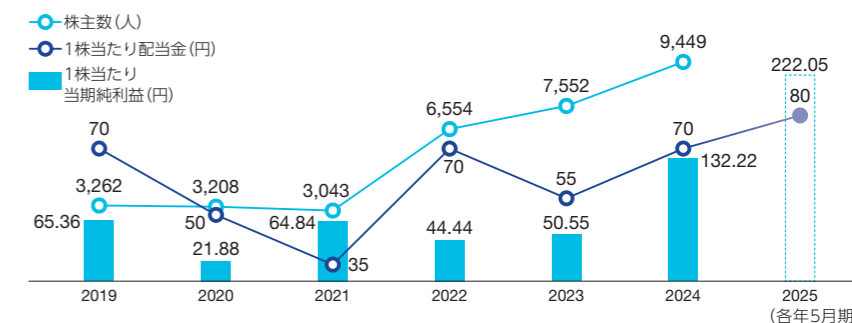
株主還元については、重要な経営課題と考えており、今後も安定的な配当と業績の動向を勘案しながら、適正な成果の配分を継続してまいります。

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70円を維持します。

継続的な還元拡充

- 配当性向33%から38%に引き上げます。2027年5月期は年間配当金140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。



マテリアリティの特定

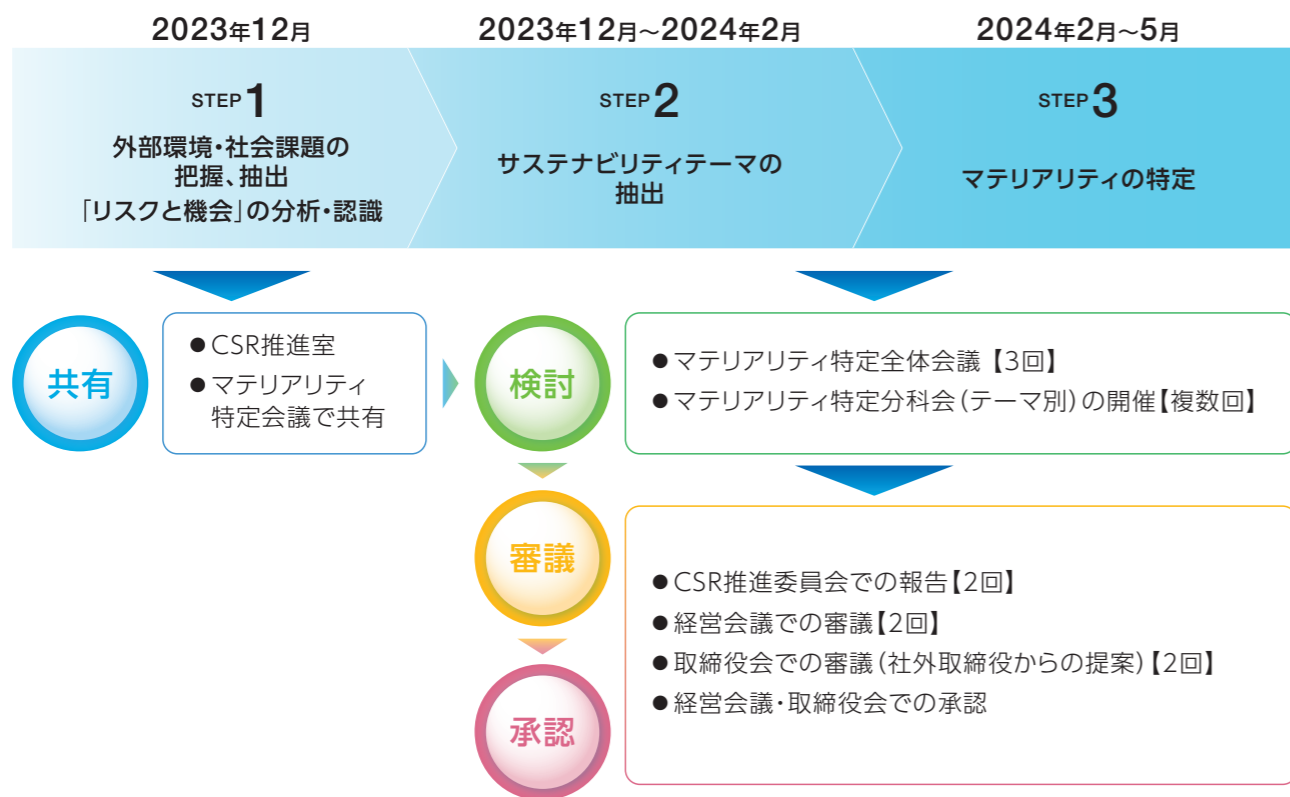
当社グループは、中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」において、5つのサステナビリティ重要課題を特定しました。企業活動において、サステナビリティの重要性が高まるなか、「サステナビリティ基本方針・関連方針(2022年制定)」、「SUMINOE GROUP グループ理念(2023年制定)」といっ

た理念・方針のもと、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、2024年6月に6つのマテリアリティ(重要課題)(以下、マテリアリティとする)を特定しました。

マテリアリティ特定メンバー選出

各部門から選出された社内メンバー14名で構成するマテリアリティ特定全体会議・マテリアリティ特定分科会(メンバーは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)において、有識者のアドバイスも受けながら、特定作業を進めました。

マテリアリティ特定プロセス



STEP 1 ● 外部環境・社会課題の把握、抽出 (CSR推進室)

2023年9月の外部環境・社会課題の把握、抽出後、CSR推進室にてマテリアリティ特定に向けた「リスクと機会」の分析を行いました。

STEP 2 ● サステナビリティテーマの抽出 (マテリアリティ特定全体会議)

投資家が求める「①当社グループのビジネスモデルの持続性、個別性、独自性」と、「②ESG課題」の2つの視点でステークホルダーエンゲージメントを実施し、マテリアリティ特定に繋がるサステナビリティテーマを抽出しました。

- 持続性 個別性 独自性 → 「事業を通して、収益力を上げるマテリアリティ」 → 「価値創造・収益機会」に分類
- ESG課題 → 「事業基盤のためのマテリアリティ」 → 「ESG」に分類

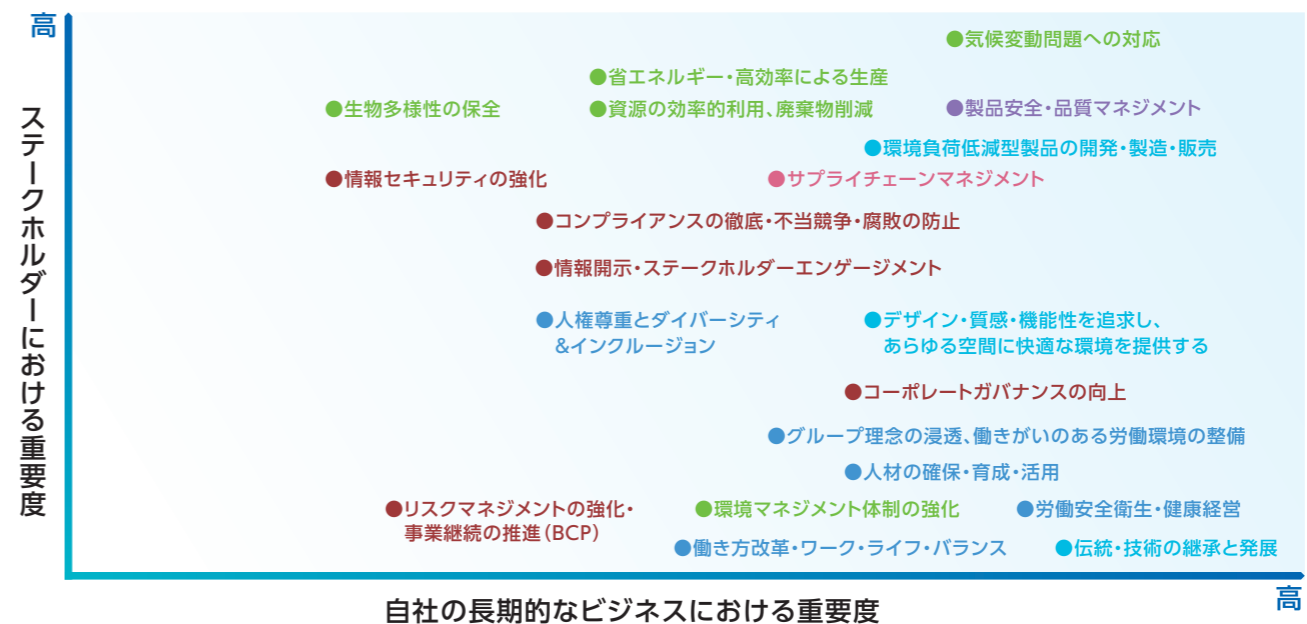
STEP 3 ● マテリアリティの特定 (マテリアリティ特定全体会議・マテリアリティ特定分科会)

マテリアリティ特定全体会議で当社グループの「リスクと機会」を共有し、ステークホルダーエンゲージメントに関する項目を抽出・共有。それらを「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」の二つの軸で分析・評価し、下記の6つのカテゴリーに分類し、マテリアリティを特定しました。

● マテリアリティ特定における主な内容

- ① 価値ある製品の開発・サービスの提供**
マーケティングの重要性、知的財産の取り組み、コア技術の融合、新品群の創出、スペース デザイン ビジネス、SNSを通じたブランド発信、伝統技術製品の発展昇華、モノマテリアル製品・ロングライフ製品・循環型製品の開発、環境配慮型技術・製品の創出
- ② 地球環境の保全**
環境に対する社内体制整備、CO₂排出量削減の取り組み、Scope 3排出量の算定、エネルギー消費量削減・再生可能エネルギー導入計画、環境に関する教育の強化、CDP回答を通じた課題把握、TCFD提言に沿った情報開示
- ③ 人材戦略**
人権尊重、女性活躍推進、人材育成、戦略人事、人事・評価制度の改革、グループ理念浸透、部署間コミュニケーションの強化、エンゲージメント向上、働き方改革の推進
- ④ 製品の安全と品質**
製品・安全に関する社内体制の整備、品質に関わる人材教育、品質に関する内部監査の強化
- ⑤ 持続可能な調達**
サステナブル調達の取り組み、継続的な実施方法
- ⑥ ガバナンスの強化**
コーポレートガバナンス・コードへの対応、取締役会実効性評価アンケート課題への取り組み、後継者計画のあり方、重大なインシデント事故の防止、サイバーセキュリティへの対応

抽出したサステナビリティテーマを6つのカテゴリーに分類



特定した6つのマテリアリティについて、テーマごとに知見を持つメンバーを選出し、中長期視点に立った意見交換を行い、テーマと目標を策定しました(P17、18参照)。

マテリアリティ分科会では、関連部署以外のメンバーも参加し、マテリアリティ特定以外にも自社の社内課題や組織体制仕組み構築といったサステナブル視点に立った有意義な議論がなされました。

SGW課題の、サステナビリティ重要課題
における2024年5月期実績については、
二次元バーコードにてご確認ください。



分類	マテリアリティ(重要課題)	テーマ	目標
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	・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
		●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
		●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
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
		●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
		●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
		●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
		●生物多様性の保全	・生物多様性に配慮した事業活動の実施
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
		●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
		●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
	●働き方改革・ワーク・ライフ・バランス	・柔軟な働き方への対応による、従業員のウェルビーイングの向上、生産性の向上	
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	
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	●サプライチェーン・マネジメント	・持続可能な調達の実現	
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	・実効性の高いコーポレートガバナンスの実践
		●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
		●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・評価を行い、対策を講じ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、パンデミックにおけるBCP対策
		●情報セキュリティの強化	・情報資産を重要な資産としての適正な保護・管理
		●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価値理解の促進

※マテリアリティの目標に関する施策・指標は、策定中となります。

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「SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027」 P11~14

環境マネジメント P39~44 グループ理念 P01

ガバナンス、コンプライアンス、リスクマネジメント P53~60

サステナビリティ基本方針 P37

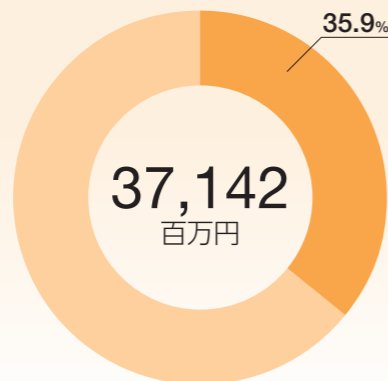
社会課題解決への貢献

資本・強みの強化

インテリア事業



売上高および構成比



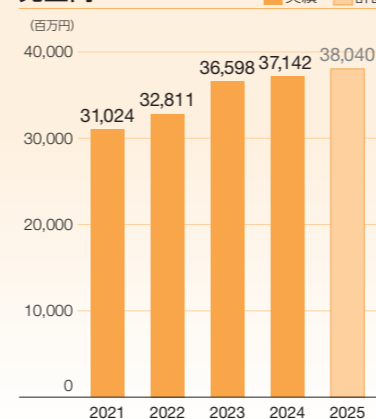
2024年5月期の事業概況

業務用カーペットでは、環境性能が評価されたことによる納入物件数の増加や価格改定効果が売上に寄与し、スペース デザイン ビジネスでは店舗内装などの採用が増加しました。利益面では、急激な円安進行による原材料価格高騰などの影響を受け、前期を下回りました。

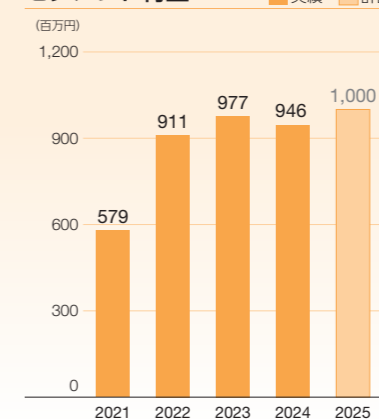
業績推移

各年5月期

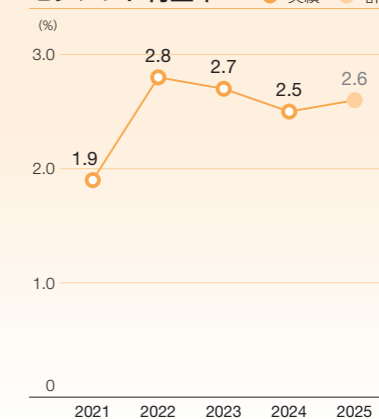
売上高



セグメント利益



セグメント利益率

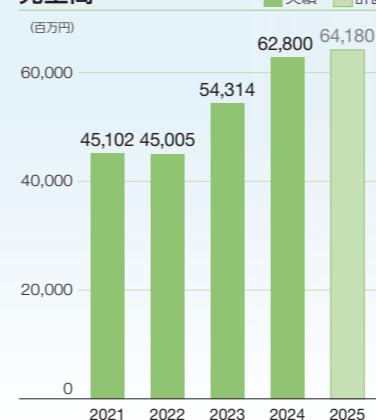


自動車・車両内装事業

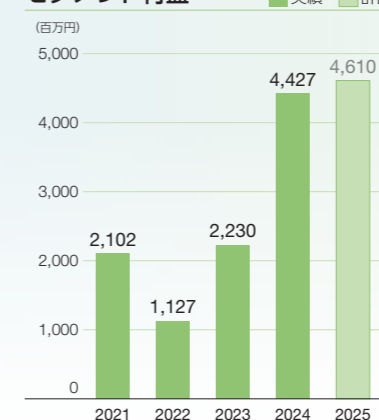


自動車生産台数の増加や為替影響により自動車関連売上は伸長し、車両関連もコロナ禍で落ち込んでいた鉄道・バス向け内装材需要の回復へ着実に対応しました。利益は、事業再編を進めてきた北中米拠点における完全子会社の黒字化により前期を上回りました。

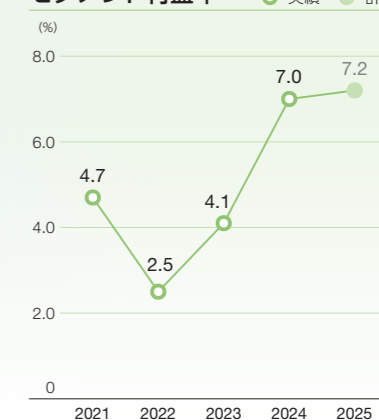
売上高



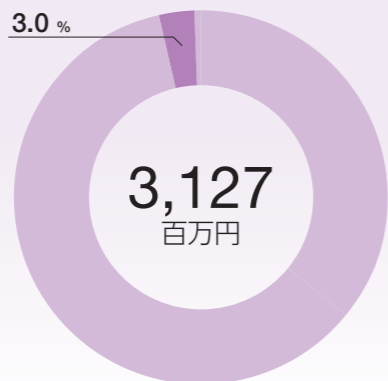
セグメント利益



セグメント利益率

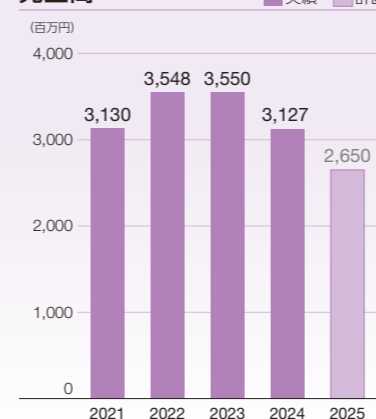


機能資材事業

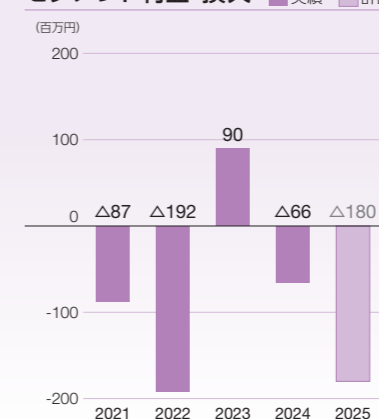


新規採用となった自動開閉式ゴミ箱向け消臭フィルターが堅調に推移した一方、低調な市場環境や消費行動の変化による影響を受け、繊維系暖房商材および浴室床材の受注数が減少し、事業全体の売上・利益は前期を下回りました。

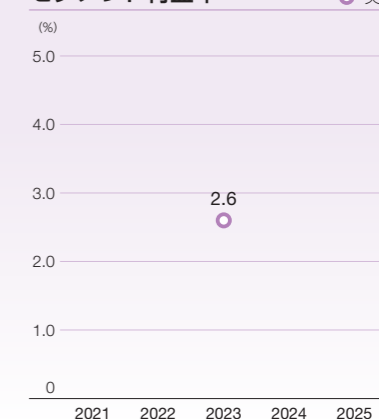
売上高



セグメント利益・損失



セグメント利益率



インテリア事業

事業内容・主要製品

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、美術工芸品製造・販売。



タイルカーペット



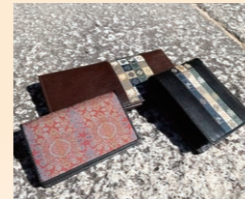
ビニル床材



緞帳



丹後緞通



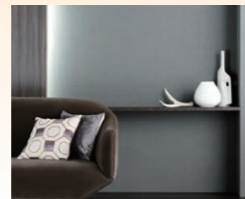
美術工芸品
コインパース・
カードホルダー



ラグ・マット



カーテン



壁紙



襖紙

SWOT分析

- 環境に関する長年の取り組みで培った製品開発力
- メーカーでありながら卸・工事力も併せ持つ販売力
- 空間全体の設計デザインから最終納品までできる体制
- 長年培われた技術に基づいた伝統工芸品の製造・開発力
- 他事業部門との連携による製品企画力と営業力

強み

弱み

- ブランド認知度の低さ
- 主力製品のひとつであるロールカーペットの需要減少
- 地方ショールームの立地による不便さ
- 壁紙とインテリア製品の管理システム・拠点が異なることによる物流の非効率さ

S
W
O
T

機会

脅威

- 環境問題に対する意識の向上に伴う需要増加
- ライフスタイルの変化による内装材への関心の高まり
- インバウンド需要に伴う市場拡大
- 高級志向による日本伝統美術工芸織物品の評価向上

- 住宅着工件数の減少などによるインテリア市場の縮小
- 原油などの原材料やエネルギーコストの高騰
- サプライチェーン減少による原材料の供給不安
- 高齢化や需要減による技能士不足
- 物流問題によるドライバー不足と運送費高騰

特筆すべき製品、サービス

水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」が、インテリア事業を展開していく上で、今後も重要な製品になっていくと考えます。リサイクル製品である「ECOS®」の開発・製品化については、多くの課題をクリアしながら高い品質・安全性・再生材比率を実現し、「環境対応型製品」といえばSUMINOE GROUPというブランド認知も浸透してきました。引き続き「ECOS®」を中心に環境配慮にも重点を置き、ラインアップを拡充していく一方

で、廃タイルカーペットの回収事業者とも協業しながら、お客様とともにサステナブル社会に貢献してまいります。



写真提供：森ビル株式会社

Message

担当役員による振り返りと今後の展望

当社グループ独自の価値ある提案で、国内外での新たな収益機会を創出します。

取締役 インテリア事業部門長 村瀬 典久



事業の概要

当社グループにおけるインテリア事業は、1891年に帝国議会議事堂の内装品として緞通を納入して以来、日本のインテリアの先駆者として快適で安心な室内空間を創造し続けてきました。当社グループ製品の用途は広く、公共施設をはじめ、ホテル、学校、病院、オフィス、そして一般のご家庭に至るまで、デザイン性と機能性を兼ね備えた製品をお届けしています。

また、京都美術工芸所および丹後テクスタイルでは、創業以来受け継いできた西陣織や緞通、緞帳などの伝統織物の製造を行っており、国会議事堂や高級ホテルなど日本を代表する著名物件に多数採用されています。

現在、インテリア事業の基幹会社であるスミノエは、カーテン・カーペットなどのインテリア製品を提供し、日本におけるインテリア製品製造のパイオニアメーカーとして国内はもちろん、海外展開にも取り組んでいます。また、ルノンは壁紙・ふすま紙を主力に製品を提供し、「価値ある製品づくり」を目指して、高品質で機能性の高い製品の開発を行っています。

今後も「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、みなさまに安心してお使いいただけるインテリア製品づくりに鋭意努力するとともに、企業の社会的責任という課題にも積極的に取り組んでまいります。

事業の現況、課題

インテリア事業は、当社グループにおける祖業であるとともに、売上高の約4割を占める中核事業の一つです。特にスミノエは、製品の製造から卸、さらには施工に至るまで一貫通で対応できる点が強みであります。

スミノエでは大型物件を中心に、業務用カーペットをはじめとする当社グループ製品の採用が活発になっています。なかでも、インバウンド需要の拡大に準じて、ホテルやラグジュアリーブランドショップにおいて当社グループ製品に対するニーズが高まっており、こうした潮流を確実に捉えて業績の拡大に繋げていく考えです。また、医療機関についてはカーテンが好調で、特に医療・福祉・教育施設向け「コントラクトFace(フェイス®)」の販売が伸びています。

2024年5月期の業績としては、ラグジュアリーブランドショップを中心に業務用カーペットの売上高が増加しました。また、2023年に、麻布台ヒルズと虎ノ門ヒルズステーションタワーに「ECOS®(エコス)」が採用された実績をきっかけに国内外で多数の引き合いをいただくようになり、当期は首都圏を中心に中小の物件に関する需要が高まったことから「ECOS®」の販売が堅調に推移しました。今後も「ECOS®」の特長を市場へ広く訴求していくことで、需要の拡大を図ってまいります。

また、SUMINOEブランドの認知向上の一環で、2024年5月にスミノエの公式Webサイトやブランドサイトをリニューアルしたところ、お客様からのお問い合わせやサンプル依頼が急増しました。壁装関連では、ルノンが、壁紙見本帳として2023年8月「ルノンホーム(2023-2026)」、2024年1月「ルノンマークII Vol.25」、襖紙見本帳として2025年3月「山水 第25集」を発売しました。壁紙市場が全国的に低価格帯へのシフ

トが続くなか、同社のオリジナル性を訴求続けた結果、販売量が向上きに転じました。襖紙については同業の追従を抑えつつ、新見本帳で市場活性化を図り伸長することができました。

加えて、新たなビジネスの創出としてスペース デザイン ビジネスが順調に進展しています。インテリア事業全体の基幹会社であるスミノエと、空間のイメージやコンセプト、それに合わせた内装材や木工家具までトータルで提案できるシーピーオーおよびプレテリアテキスタイルとが協働で、空間全体の設計・デザインから商品提案、納品から施工に至るまで、一貫して対応できる点が差別化に繋がっています。

次に、インテリア事業の今後の課題として、シェア拡大のみならず収益性をアップさせることが特に重要と捉え、下記施策を実施していく方針です。

- ①収益性の高い一般家庭向けカーペットやカーテンの拡販を図ります。一般家庭向けカーペットは、コロナ禍での巣ごもり需要以降減収傾向が続いています。これを一転し増収させるため、当社グループの長年培った知見を活かし、かつ他社にはできない丹後テクスタイルを基軸とした富裕層向けの製品開発など、異業種を含めた新たな販路拡大を推進します。
- ②カーテンのさらなる売上・収益増加を図るため、高級カーテンの企画・開発を推進します。
- ③海外市場に対し、より積極的な営業をかけ、タイルカーペットその他の商品販促を行い、売上収益の拡大を図ります。
- ④シーピーオーでは、商業施設のほかに、ホテル、オフィス、医療施設にも領域の拡大を進めます。各種内装材の受注に加えて、自社工場で別注家具の製作ができるメリットを活かし、収益の拡大を図ります。
- ⑤プレテリアテキスタイルでは、スミノエショールームを活用し、マンションのオプション販売会を実施します。新築案件を中心に、高級マンションへの内装材拡販を推進し、売上収益増を目指します。
- ⑥住江物流では、物流センターの統廃合を実施し、福岡センターを壁紙中心の物流拠点に更新しました。また、伊勢原センターについては、厚木センターを新設して移設したことで交通の利便性が大幅にアップするとともに新しい設備による物流の効率化を実現。将来的には、さらなるシステムの改善を図り、ソフトとハードの両面で合理化を目指します。このような施策を通して、国内外での新たな収益機会の創出に努めてまいります。

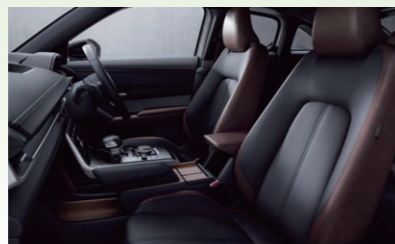
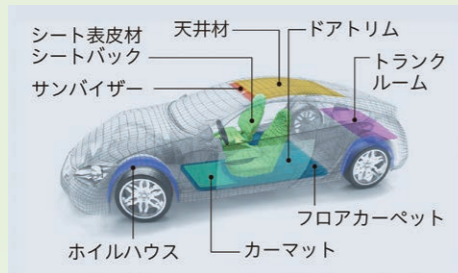
事業間のシナジー

インテリア事業においては、当初から他の事業との連携を深めて、新たな製品の企画、開発に取り組んでまいりました。近年では、車両内装事業との協業で、テーマパークへの製品納入を行いました。また、自動車・車両内装事業とインテリア事業のデザイナーが協業して、次世代自動車のインテリアのあり方をお客様に提案するなど、新たな取り組みも展開しています。今後については、スペース デザイン ビジネスの基幹会社であるシーピーオーを中心に、空間提案をさらに拡大していきます。

自動車・車両内装事業【自動車内装事業】

事業内容・主要製品

自動車内装材(天井材、シート表皮材、フロアカーペット、トランクルーム、カーマット、ほか内装材全般)、自動車外装材(ホイールハウス、エンジンカバーなどの繊維製品)の開発・製造・販売。全日系自動車メーカーに納入。



シート表皮材



フロアカーペット



カーマット

SWOT分析

- 自動車内装のトータルコーディネート力
- グローバルな生産拠点による品質・供給の安定性
- 強靱なグローバルサプライチェーン
- 複数事業の技術融合による新素材の開発・提案力
- メーカーとしての環境対応力

強み

弱み

- 各海外拠点が持つ技術・ノウハウ集約の不十分さ
- 外的要因による価格変動への対応力
- 北中米事業の構造改革着手の遅れ

S
O

W
T

機会

脅威

- CASE・NEVなどの自動車産業界の変革期への対応
- 環境対応型商材の需要増加
- 軽量化・吸音性に優れた繊維系商材の需要増加

- 中国における日系自動車メーカーの販売低迷
- 低価格競争の激化
- 海外自動車内装表皮材メーカーの新規市場参入
- エネルギーコスト高騰による製造原価の上昇

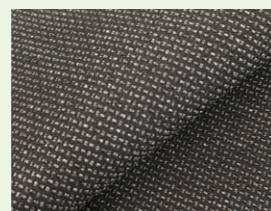
特筆すべき製品、サービス

近年、環境に配慮した製品に対するニーズが高まるなかで、当社グループでは環境にやさしい繊維を用いたシートなどの自動車内装材の提案に努めています。半世紀前から無公害型の工場を建設したことをはじめとして、環境にやさしいモノづくりを追求してきた点が自動車業界から評価され、これらの採用が相次いでいます。

具体的には、再生ポリエステル繊維「スミトロン®」を活用したシート表皮「エコニックス」をはじめとする環境対応型商材が好調です。この「スミトロン®」を使用した「スミテックス®」は、トヨタ自動車米国で販売しているランドクルーザープラダや4ランナーなどで採用されています。

このほか、当社グループでは使用済みタイルカーペット

を用いた国内最高水準の再生材比率が特長である水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」など環境性能に富んだ製品を開発しています。今後も、自動車メーカーのニーズに即して、環境への配慮と経済性を両立したオンリーワン製品の開発に努めてまいります。



Message

担当役員による振り返りと今後の展望

北米事業での収益基盤の確立に注力しつつ、世界最適供給体制の構築を追求していきます。

取締役 産業資材事業部門長 諏訪 和晃



事業の概要

当社グループにおける自動車内装事業の歴史は、90年以上前の1931年にさかのぼります。日本の自動車産業の幕開けであった当時、米国の自動車メーカーにカーペットとシート表皮材を納入したのがきっかけです。戦後になって、1958年に日系自動車メーカーにナイロン製のシート表皮材を納入して以降、当社製品は各社に次々と採用されました。現在ではすべての日系自動車メーカーに製品を納入しています。

当社グループは天井材をはじめ、シート表皮材、カーマット、フロアカーペットなど、足元から天井まで自動車内装材を一貫して供給できるのが他社にはない強みです。加えて、20年以上前から海外進出に挑み、現在では米国やメキシコ、中国、タイ、インドネシア、インドの海外6か国11拠点を製造・販売拠点を拡げ、世界最適供給体制を追求しています。

事業の現況、課題

2024年5月期の自動車内装事業の業績につきましては、円安の為替効果という追い風を受けたことを含めて、車両内装事業と合わせた売上高は628億円、セグメント利益は44億円と過去最高を更新しました。コロナ禍が終息し、自動車市場が回復傾向にあるなかで、加飾事業のグローバル展開および合成皮革などの非繊維商材の技術開発と受注拡大に注力したことが奏功しました。また、環境対応型商材の受注販売も好調に推移しています。

利益面については、原材料の価格が高騰するなかで、原材料調達および生産地の最適化に引き続き取り組んできました。また、ここ数年、半導体不足などを背景に自動車の生産が減少したことによる在庫の増加が課題でしたが、この1年は為替影響を除いた実力値で約6億円の在庫削減を果たし、資本回転率の向上をもたらしています。

収益性向上を目指した取り組みのなかでは、海外における不採算拠点の入れ替えが成果を上げたことから、2024年5月期において北米およびインドの事業が黒字化を果たしました。中国および東南アジア事業は堅調に推移していることを含めて、今後、成長事業への展開に本腰を入れることができると考えます。

特に北中米事業につきましては、メキシコ拠点への投資によってさらなる成長を見込んでいます。取り組みの一つとして、グローバルで拡大する合成皮革市場へのニーズに応えながら、新たな製品開発を進め、当社グループの合成皮革事業の認知度を高めていきます。

また、フロアカーペットの製造ラインを増設し、2024年11月から増産を開始します。これは外資系北米大手自動車メーカーからの大型案件の受注に対応した取り組みです。このほか従来、米国とメキシコの2拠点で生産していたカーマットをメキシコに集約したことで、競争力アップと生産性向上による受注拡大を図っています。

以上のとおり、シートからフロアカーペット、カーマットに至るまで自動車内装材をメキシコにて一括で製造、供給できる体制を整えたことから、

巨大な北米市場において的確な対応ができます。2027年5月期までの中長期経営目標では北中米事業における収益基盤の確立を最優先課題として目標の達成に取り組んでまいります。

当社グループではこれまで日系の自動車メーカーからの受注が中心でありましたが、今後の成長戦略においては米国、欧州、さらには中国などの外資系自動車メーカーに対する拡販を進めていく考えです。電気自動車(EV)を扱う新興メーカーの多くはモノづくりの発想が既存メーカーと大きく異なるほか、部材の調達についても既存の枠を越えたサプライチェーンの構築を志向する傾向にあることから、自動車内装材を一貫して供給できる強みを持つ当社グループにとってビジネスチャンスが大きいと考えます。

さらに2027年5月期以降の市場開拓については、欧州をはじめ、アフリカ、南米を想定しており、マーケット調査を行っています。

なお、日本国内の市場においては大きな伸びが期待できないものの、「スミノエ テイジン テクノ 開発センター」を中心に素材や加工の要素技術を生み出す拠点として重要な位置づけであることには変わりはありません。今後、次世代の自動車内装を見据えて、車内の全員が快適に過ごせるプライベートな空間をテーマとしたインテリアの提案を追求していくことで、新たな付加価値の創出に注力していきます。また、国内の生産拠点に関して老朽化した設備の更新などを含めて生産体制の再構築に取り組んでいきます。

それとともに、日本の研究開発チームが海外6か国計11拠点における製造拠点を支援し、それぞれの機能の強化を推進していくことで、いずれも収益性の高い拠点としての成長を促進していく考えです。

事業間のシナジー

自動車・車両内装事業では、中長期経営目標における強化する取り組みの一つとして、「インテリジェント インテリア 2.0 (I.I.2.0)」を展開しています。これは、ホテル内装を手掛けるインテリア事業と連携して次世代自動車の内装をつくりだす、事業横断プロジェクトです。CASEやMaaSという自動車業界における新たな潮流を踏まえて、時代をリードするカーインテリアの創出を「ONE SUMINOE」として追求していきます。

また、従来求められてきた高品質で低価格の製品だけではなく、よりデザイン性に富んだ自動車内装を提案していくことで付加価値の高いビジネスを目指しています。特に電気自動車に象徴される次世代自動車においては、中国メーカーをはじめとして自動車内装材の加飾にも注力しています。シートの素材がファブリックでも合成皮革でも、加飾としてパイピング(縫い目部分の筒状のふちどり)やリボンなどのアクセントが求められています。こうしたデザインのトレンドに対応し、インテリア事業とタッグを組んで、市場ニーズに即したデザイン提案を強化していきます。

自動車・車両内装事業【車両内装事業】

事業内容・主要製品

主に鉄道・バス用内装材（シート表皮材、カーテン、壁装材、床材、シートクッション材など）の製造・販売。鉄道車両ではJR・私鉄・公営交通各社、バスでは送迎用から路線・観光バスまであらゆるお客様に納入。



モケット(シート表皮材)、カーテン



カーペット



床表示フィルム



スミキューブ®(シートクッション材)、ニット

SWOT分析

- 業界トップのシェア率
- 車両内装のトータル提案力
- 安全性に優れた環境対応型商材
- 自社グループ工場保有による技術力・開発力

強み

弱み

- 生産工場設備の老朽化
- 人材の高齢化
- 交通業界の落ち込みから受ける影響の大きさ
- 海外向け実績の不十分さ

S

W

O

T

機会

脅威

- アフターコロナの旅行者・訪日外国人数の増加
- MaaSの実用化による公共交通機関の利用者増加
- 環境対応型商材の需要増加
- EVバス向けの需要増加

- 少子高齢化による公共交通機関の利用者減少
- テレワーク・時差出勤の定着による出張減少やラッシュ時間緩和による車両保有台数減少
- 原材料価格の高騰

特筆すべき製品、サービス

鉄道各社では環境対応型商材に対するニーズが高まっており、当社グループとしてもこの分野の製品提案を強化しています。20年ほど前からシートクッション材にポリエステル素材を用いています。これは軽量である上、万が一燃えても有毒ガスが発生しない利点があります。それとともに、再生ポリエステルとして利用することが可能です。また、シート表皮材のモケットについても、10年ほど前から使用済みペットボトルをもとにした再生ポリエステルから製造した製品を提案しています。

今後、当社の技術開発センターと連携して、環境対応型

商材の開発を進め、各社に対する提案を強化していく考えです。またほかの事業とも定期的に会議を行い、それぞれが最新の情報を持ち寄ることで新たな価値の創出に向けた取り組みも進めています。



スミキューブ®エア
(ハイブリッドクッション材)



OHフィルム
(簡易施工型オレフィン系表示フィルム)

Message

担当役員による振り返りと今後の展望

公共交通機関の内装での豊富な実績を踏まえ、新たな市場の開拓に挑んでいます。

執行役員 車両資材事業部門長 吉澤 朋宏



事業の概要

当社グループでは1896年に、日本初の手織りによるシートモケットの製造に成功したのを契機に、当時の国鉄(現 JRグループ)のシート表皮材に採用されたことが、当事業の立ち上げに繋がりました。それ以降、耐久性や難燃性に富んだシートモケットは、JRグループ各社をはじめ、全国の私鉄、公営交通で利用され、1世紀以上にわたリトップシェアを維持し続けています。

現在では、新幹線をはじめ、鉄道、バス、船舶、航空機などの公共交通機関に、シート表皮材やカーテン、壁装材、床材にいたるまで内装材をトータルで提案しています。時代ごとにシート表皮材に求められるニーズが変わるなかで、それぞれに即した機能と品質を追求し続けています。近年では、安全性と環境性に優れたシートクッション材「スミキューブ®」が高く評価されています。

事業の現況、課題

鉄道をはじめ、バス、船舶のシート表皮材といった内装材は、平均して約10年にわたって使用されることから、その間、過酷な使用に耐える性能、品質が求められます。また、長期的な観点から素材の安定供給とメンテナンスの責任を果たせねばなりません。当社グループはこれまで130年近い年月のなかで公共交通機関の内装材を確実にお届けするという使命を果たし、全国各社との信頼関係を築いてきました。

シート表皮材はかつてウールなどの天然繊維が中心でしたが、時代のニーズに即してポリエステルなどの合成繊維の混合を用いるなど、素材における技術革新を常に追求しています。これによって、軽量化や座り心地、デザインの発色性、清掃のしやすさ、さらには消臭、抗菌といったニーズにきめ細かく応える製品の提供に努めています。現在、日本の鉄道に関しては約5万両、バスは約11万台の規模で定期的な張り替えなどの管理を実施しています。営業拠点は大阪、東京、名古屋、福岡にあり、北は北海道、南は沖縄に至るまで文字通り全国規模でお客様のニーズに応えている点が強みです。

鉄道をはじめとする公共交通機関各社は、数年間にわたるコロナ禍の影響を受けて業績が大きく落ち込みました。この影響により、当事業も新規や継続の案件が相次いで見直しとなり、売上、利益ともに低迷しました。2024年以降、コロナ禍が終息したなかで各社で案件を再開していることから、業績は回復傾向となっています。

当事業としては、案件の一つひとつの確に対応するとともに、新たな需要に対する取り組みに努めています。たとえば、鉄道においては各社が有料の座席予約サービスを始めていることに伴って、車内内装のグレードを上げたいといったニーズが生じています。これに対して、付加価値の高い内装材の提案を進めているところです。

加えて、シートに関しては表皮材とともにクッション材の提案を併せて行っています。このほか、車内の床表示フィルム、滑り止めのマットといったもの

についても住江織物 技術開発センターが手がけている独自の樹脂配合・成形技術を活用して、機能性に富んだ部材を提案中です。

当社グループでは、「K(健康)」「R(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、社会に貢献する技術・製品の研究開発に取り組んでおり、当事業においても新たな部材の企画、開発を通じて、鉄道・バス用内装材以外への市場拡大や新規分野への展開にも注力しています。そのなかでは、自動運転の技術が進み自動車における座席のあり方が変わっていくことから、自動車内装事業と連携した提案営業に取り組んでいるところです。

また、当事業内にはデザイン部を設置し、車両の型式によってすべて異なる内装デザインに一つひとつ対応しています。さらに2023年5月期に子会社化した関織物との連携を通じて、製品の意匠性や機能性の高度化をさらに進めています。関織物は国内では数少ないジャガードモケットを一貫製造できる点が強みです。これによって、コロナ禍の終息に伴い、鉄道やバスの利用客数が回復するなかで、各社のニーズに迅速に対応できる開発・生産体制を整えています。

今後、当事業を拡大していく上では、国内市場にとどまらず海外の公共交通機関に対する提案が必要と考えます。シート表皮材などに求められる機能性や規格が国によって異なるものの、現地の事情に対応していくことで市場の開拓に努める考えです。すでに台湾やインドなどで提案活動を展開しており、今後も受注に向けた取り組みを強化してまいります。

事業間のシナジー

当事業では、鉄道、バスに加えて、航空機や船舶の内装も手がけています。これらについては機能資材事業と連携し、企画から開発、製造までを手がけて、事業間のシナジーを発揮している点が強みです。鉄道についてはシートクッション材から床表示フィルム材などを納入しています。これらは鉄道各社の認証を取得しているほか、万が一燃えても有毒ガスが発生しない素材を用いるなど、いずれも環境性に富んだ素材を用いている点が特長です。

航空機については欧米機材メーカーがデザインからモノづくりを主導するため、日本勢が参入する余地が限られているものの、日系航空会社各社にシート表皮材やカーテン、カーペットといった内装材を納入しています。

このほか、車両のシートにおける豊富な実績を活かして、インテリア事業と連携して劇場や映画館など公共施設における座席シートの提案も進めています。鉄道事業者では商業施設やホテル、劇場、オフィスビルなど多種多様な不動産を保有していることから、今後もインテリア事業と共同で市場を開拓していくことで、新たな収益機会を生み出していく考えです。

機能資材事業

事業内容・主要製品

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、食品商材の開発・製造・販売。



ホットカーペット



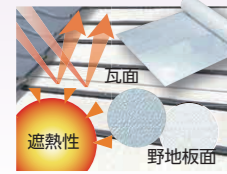
空気清浄機用消臭フィルター



Tispa®シリーズ
「香りでごまかさな 本当の消臭」



柿渋(柿ポリフェノール含有)
サプリメント「柿ダノミ」

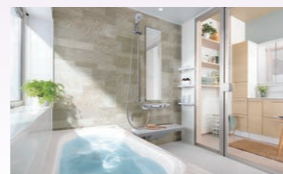


ルーフィング材



クロスキャビン®

※クロスキャビンは
帝人フロンティア
株式会社の
登録商標です。



浴室床材



航空機内装材

SWOT分析

- 独自性のある機能材・機能加工技術
- 環境対応技術力
- 高品質製品・高レベルな開発を実現する組織体制
- 伝統と革新に裏付けされた信頼性

強み

弱み

- OEM事業による需要変動への脆弱な耐性
- 家電商材の季節的要因
- 新規開拓分野でのブランディング浸透の遅れ
- 多分野対応による推進力の分散

S

W

O

T

機会

脅威

- 脱炭素社会、少子高齢化、健康・衛生志向の高まり、DX変革などの外部環境変化による新たなニーズの発現
- 多分野にわたる現顧客層の新たな需要
- 海外事業所を足場とした海外需要の発掘

- パンデミックなどの予期せぬ外部環境の変化
- 市場成熟化、商品低価格化、価格競争激化
- 少子高齢化などによる消費動向の変容
- 海外事業所所在地域の国状変化

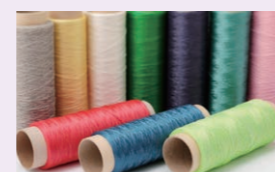
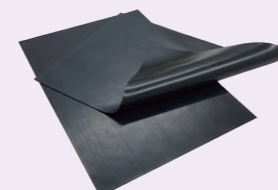
特筆すべき製品、サービス

新たな事業分野を開拓していく事業方針から、お客様や社会の期待に応えるための新しい機能性商材の開発を進めています。

たとえば、樹脂配合技術を活用した制振性能を持った「軽量・発泡制振シート」を開発しています。振動源の温度帯や周波数帯などに応じた柔軟な調整が可能で、使用環境により適した設計ができるのが特長です。現在、この技術を活かして開発した「ブルピタ®」などの新商材の展開に取り組んでいます。

また、住江テクノ滋賀工場で生産する使用済みペットボトル由来の再生原料を用いたポリエステルBCF繊維「スミ

トロン®」は、カーペット用パイル糸としてだけでなく、カーテンや自動車用シート表皮「エコニックス」、靴表皮材やフィルター、各種清掃用品など様々な用途で使用されていますが、2024年5月期にケミカルリサイクル原料を組み合わせるにより再生材比率100%を実現し、より高い環境性能を訴求できるようになりました。



Message

担当役員による振り返りと今後の展望

これまで培ってきた要素技術を活用し、社会の期待に応える製品を通じて、新たな事業領域を創出していきます。



執行役員 機能資材事業部門長 田村 裕史

事業の概要

機能資材事業は、およそ半世紀前に家電メーカー向けホットカーペットのオーバーカバーなどの相手先ブランド製品の製造販売を主に手掛けていた特需部隊が原点です。今日では、当社グループの技術開発力を活かして、繊維商材から非繊維商材、インテリア内装材から家電商材、健康食品(一般食品)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行っています。

具体的な製品としては、家電事業では繊維系暖房商材が中心であり、機能材事業では浴室床材をはじめ、消臭商材、航空機内装材、遮水・遮熱シート、さらには健康食品も扱っています。これらの製品について開発から製造、販売を一貫して行っている点が強みです。今後、当社グループ全体が持つ強みを発揮しつつ、「K(健康)K(環境)R(リサイクル)+A(アメニティ:快適さ)」の開発の基本理念のもと、暮らしに役立つ製品や資材、新たな価値の創造を追求していきます。

事業の現況、課題

当事業では、「新たな事業展開に果敢に挑戦し、新しい企業価値の創出に貢献する」という部門MISSIONのもと、事業の拡大に取り組んでいます。当社グループが有する素材や要素技術を活かしつつ、ほかの事業では手がけにくい領域でのビジネスチャンスを生み出していくことが当事業の使命です。また、新たな価値を創出していく過程で、他事業との連携、協働により付加価値の高い製品開発を追求することも必要と考えます。

2027年5月期までの「SGW STEPII(2025~2027)」においては、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を重点課題として、他事業との連携、協働、独自の素材、加工技術を活用した用途開発に取り組む、新たな成長事業の醸成を図っていきます。

2024年5月期の当事業の業績については、主力製品であるホットカーペットなどの繊維系暖房商材は、市況低迷の影響を受け新規受注数が減少したことなどから減収減益となり、セグメント損失が生じました。繊維系暖房商材以外では消臭・フィルター関連について自動開閉式ゴミ箱向け消臭フィルターの新規採用が寄与した一方で、空気清浄機向け消臭フィルターはコロナ禍における需要反動減からの低迷が続き、売上は前期を下回りました。このほか、浴室床材は、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し、売上は前期を下回りました。

直近の業績が厳しいなかで、事業の構造改革に取り組んでいます。売上全体の約半分を占める繊維系暖房商材については従来、中国・蘇州で製造を行っていましたが、2019年にベトナム工場を立ち上げ、製造を移管しました。加えて、ホットカーペットの主要構成材である不織布を内製化しました。また、不織布の原材料をはじめ、各種部材の現地調達など製造コストの削減、生産性の向上を図っています。ベトナム工場では当事

業の製品にとどまらず、自動車内装材の製造販売も予定しており、これによって工場の稼働率を高め、収益性の向上を図っていきます。

また、繊維系暖房商材に関して、冬場以外での需要を取り込む一環として夏物の冷感商材を開発し、新たな収益機会を創出していきます。すでに電動ファンに冷感生地を装着した商材の開発が進んでおり、2025年の夏物商戦に間に合うように市場への投入を予定しています。

当社グループでは、水平循環型リサイクルカーペット「ECOS®(エコス)」などの環境対応型商材を強みとしており、当事業においても同様の取り組みを進めています。その一つとして再生紙を用いた床材の開発があります。これは環境負荷の低減に資するとともに、ほかの床材と比べて軽量であることから、施工現場で働く人の負担軽減にも繋がる資材として注目しています。床材に限らず、ほかの建材にも活用することが可能であり、製品化を進めているところです。

このほか、先進的な取り組みとして、導電糸と吸水速乾糸を工夫し、水に濡れた際に反応する布を開発しています。既存の水濡れセンサーモジュールでは難しかった、広い面積にわたっての水濡れ・ムレ検知が可能であり、介護用ベッドなどでの利用が考えられます。今後、多忙な介護の現場などで人に代わって水濡れを検知してお知らせすることで、現場の省力化に役立つものと考えます。

食品分野においては、2024年冬に口腔ケアに役立つ機能性食品を上市する予定です。これまでも近畿大学農学部との共同研究により開発したサプリメントを販売しています。これは奈良県産の摘果柿から特許製法により抽出した高純度の柿渋(柿ポリフェノール含有)を使用したものです。今後も産学連携を通じて機能性に富んだ製品を開発し、新たな市場の開拓に注力していきます。

以上のような新素材、新製品を2024年度以降、相次いで市場に投入していくことで市場の開拓に注力し、当事業の業績の回復に努めてまいります。

事業間のシナジー

当事業では、これまで事業間の連携に注力してきました。

インテリア事業から生まれた消臭技術は、脱臭フィルターや消臭剤として展開されており、現在はさらに青果物から発するエチレンガスを吸着して鮮度保持に役立つ素材の開発を、技術・生産本部と連携して進めています。

一方、航空機内装材では、住江テクノとの連携で航空機向けの新たな内装材の開発を進めています。航空機においてCO₂の排出削減が重要な課題であり、耐久性と軽量、環境性能を訴求できる再生ナイロン糸を用いることで、環境対応型商材としての提案を強化しています。

このように社内の各事業・部門との連携を一層強化して、社会の期待に応える付加価値の高い商材の開発に注力してまいります。

海外事業戦略(北中米事業)

Message

海外事業の拡大強化に向けた取り組み

グローバルでの最適供給体制をさらに強固なものにして、海外展開を加速していきます。



産業資材事業部門事業統括部長 山口 敦司

2024年5月期に自動車内装事業海外11拠点すべてで営業利益の黒字化を達成

当社グループの自動車内装事業が海外に初めて進出したのは1994年のタイで、日系自動車メーカー向けシート表皮材用ファブリックの生産からスタートしました。1997年のアジア通貨危機や2011年のタイ洪水被災による工場の長期閉鎖、その翌年にかけての反動増にはグローバルでの供給体制を活かした対応で供給責任を果たすといった、数々の試練を乗り越えて海外展開を推進してきました。タイに続いて、米国、中国、インドネシア、インド、メキシコに拠点を増やしていき、今日では6カ国11拠点で自動車向けの内装材を製造、販売しています。海外事業の開始当初はファブリックから入り、その後、カーペット、カーマット、さらに合成皮革というように変化するニーズに即した供給体制を構築してきた点が当社グループの特長です。多様な商材を扱っていることで、ニーズや市況の変化に柔軟に対応することができ、海外事業の持続的な成長を志向することができています。

近年投資を拡大してきたメキシコ拠点においては、当初はカーマットの生産から入り、カーペット、ファブリック、合成皮革という段階を踏んで事業を拡大してきました。米国拠点が人件費などの高騰で苦戦を強いられてきたなか、北中米での事業に関して、生産の軸足をメキシコに移すなどの戦略で構造改革が進みました。2024年5月期においては、課題であった米国拠点をはじめとして自動車内装事業の海外11拠点すべてにおいて黒字化を達成するとともに、グローバルでの最適供給体制の確立によって海外事業のさらなる成長に向けた基盤が確立できたと考えています。

併せて最適供給体制として、従来はファブリック、合成皮革を日本、中国、東南アジアで生産し、北中米拠点に輸出していましたが、今後北米市場で合成皮革の需要拡大が見込まれることから、製造ラインをこのメキシコに新設するなど、現地化を推進しています。このように強みを発揮できる地域でモノづくりを進めるとともに、お客様のニーズに即し

た自動車内装材を、足元から天井までトータルで提供できる点がほかにはない強みです。

トータルで内装材を供給することが容易ではない理由として、商材によって商流が異なる点が挙げられます。カーペット系であれば自動車業界のTear1や成形メーカー、インテリアデザインは完成車メーカーというように提案先が異なるのに対して、当社グループではそれぞれの商流に即した提案に努めています。その結果として自動車内装材の流行や需要に関する最新の情報を得て、数年先を見越したデザイン提案ができる点が競争優位となっています。

北米の自動車市場での地位をさらに高めていく

当社グループの新たな取り組みとして、日系自動車メーカーに加えて、外資系自動車メーカーに対する受注活動を強化しています。自動車内装をトータルに提案する取り組みで着実に成果を上げているところです。

世界で最も重要な北中米市場の今後については、生産機能を米国からメキシコに移管し、従来米国の生産拠点であったSuminoe Textile of Americaについては、外資系自動車メーカーに対する営業拠点としての機能を強化していくことで、市場ニーズに的確に対応していきます。これによって生産性の向上を図るとともに、今後起こりえるかもしれない地政学リスクへの対応という点でも有効であると考えます。

自動車内装事業の海外拠点の業績として、売上高については2015年5月期から国内を上回っています。利益については2019年5月期に海外が上回り、コロナ禍で一時落ち込んだものの、2024年5月期に再び海外の方が国内を上回る状況です。前述のとおり、自動車内装事業の海外拠点はすべて営業黒字を達成していることから、売上高と利益の海外比率はさらに高まっていくものと見込んでいます。今後、6カ国11拠点を通じて、グローバルでの最適供給体制をさらに強固なものとしていくことで、海外事業の拡大を図ってまいります。

グループの価値創造戦略

Message

中長期的視点に立った取り組み

2050年に向け「ありたい姿」を議論し、さらなる企業価値向上に繋がります。



執行役員 管理本部経営企画室部長 水野 明秀

「シン・ミライPROJECT」を通じて、2050年の「ありたい姿」を議論

当社グループは、中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027」のもとで、経営基盤のさらなる強化を図りつつ、世界に向けた新たな価値の創出に邁進しています。併せて、当社グループの価値を抽出し、「会社の持続的な成長」と「社員の幸せの実現」を検討しながら、2022年に企業ブランディング「シン・ミライPROJECT」を立ち上げました。2023年6月には「SUMINOE GROUPグループ理念」を制定し、中長期的な企業価値の向上を目指した活動を展開中です。

そして、2024年、2050年の「ありたい姿」を見据えたワークショップを実施し、未来からのバックキャストिंगで、「既存の技術」を拡張しつつ、未来のニーズにどう応えられるのかを議論する場を設けました。2050年時点で事業の主軸を担う20代後半から40代の従業員を、各部門から選抜。長期的な観点から事業環境の変化に関する検討をはじめ、2050年に向けたグループの「ありたい姿」と、それに向けた事業の設計と施策の立案などについて議論を重ねました。事業の設計については最終的に経営トップへのプレゼンテーションも行いました。

ワークショップはこれまではない取り組みでありながら、各時代の背景となるニーズに想いを巡らし、当社グループが目指したい技術レベルを使い実現できる製品やサービスとは何かを真剣に検討しました。

「自動化で暮らしが変わる時代」においては、人と社会を繋ぐ空間の提案として、移動空間と居住空間がボーダレスで繋がるような社会で充実した暮らしを提供できる製品を、「人口変動と災害増加への順応が求められる時代」においては、どんな環境でもSUMINOEが活躍できる空間や、

繊維が持つ可能性を活かした食のフィールド(空間)にイノベーションを起こす製品を提案しました。

2024年12月には商号を住江織物株式会社からSUMINOE株式会社に変更することを予定しており、グローバル展開の加速、非繊維領域の拡充とSUMINOEブランドの確立を進めながら、「あらゆる空間に、イノベーションを。」を追求していくSUMINOE GROUPの未来像を示してまいります。

新たなイノベーションの創出によるSUMINOE GROUPの真価を発揮

かつて当社は、明治の時代における織通づくりを起点に、カーペット製造のパイオニアとして、日本におけるインテリアの近代化に大きく貢献してきました。帝国議会議事堂への織通の納入を筆頭に、国鉄における車両のシート地製作などを手がけたほか、1980年代以降はオフィスのオートメーション化に対応したタイルカーペットの供給を通じて、まさにインテリアを牽引する存在でした。もっとも、近年はイノベーションの創出が十分とはいえず、営業利益が同業他社に比べて低い水準にとどまっています。2022年からの「シン・ミライPROJECT」の目的の一つは、こうした現状を打破し、新たなイノベーションの創出を通じて、SUMINOE GROUPの真価を発揮することにあります。

たとえば、環境対応型製品として、水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」が高く評価され、大規模オフィスなどでの採用が進んでいます。また、各部門・部署同士の連携を通じて、SUMINOE GROUPとしてのシナジーを生み出す活動が活発になっています。

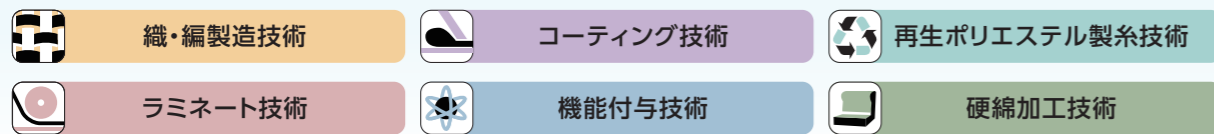
当社グループとしてはこうした取り組みをさらに加速させつつ、2050年に向けた「ありたい姿」を今後開示し、企業価値のさらなる向上を目指してまいります。

開発の基本理念

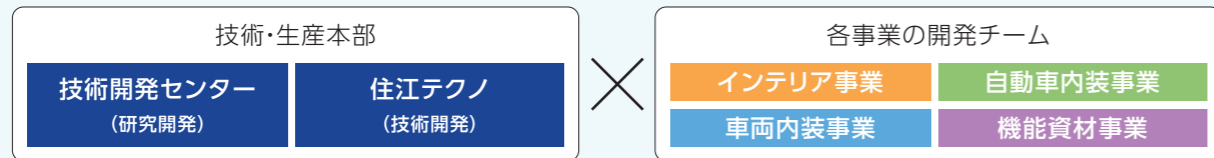


「K(健康)K(環境)R(リサイクル)+A(アメニティ:快適さ)」を開発の基本理念として、環境問題の解決と社会に貢献する技術・製品の研究開発や、産学連携のシーズ開発などに取り組んでいます。これからも、「KKR+A」と長年培ってきたコア技術をベースに、人と環境にやさしい新たな技術・製品の開発を目指します。

コア技術

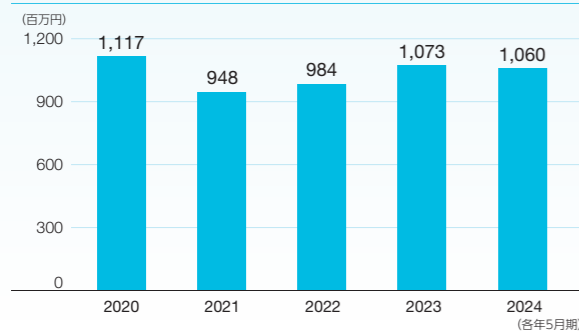


研究開発体制

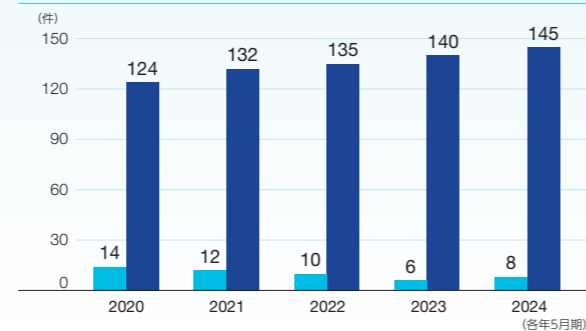


コア技術の研究開発は技術開発センターと住江テクノからなる「技術・生産本部」が担い、各事業の「開発チーム」とも連携して取り組んでいます。

研究開発費



特許件数



住江テクノ製再生PET糸、自動車シート表皮材に初採用

カーペット用途中心であったPETボトル由来の再生ポリエステルBCF*「スミトン®」が、自動車のシート表皮材に初めて採用されました。シート用途に合わせて新たな織度のBCF糸を開発・提案し、従来のファブリックにはなかった強靱でしっかりとした風合いに加え、再生材料という環境面での優位性を評価いただきました。この「スミトン®」を使用したシート表皮「エコニクス」のさらなる拡販を目指し、引き続き技術開発と用途展開を進めていきます。

*BCF:かさ高加工長繊維。遊び毛や毛玉が出にくく、耐久性に優れています。



Topics

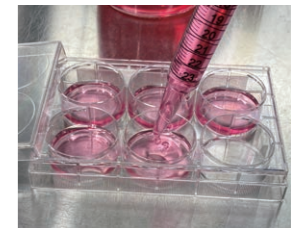
SGW SUMINOE GROUP WAY 2022~2024~2027

研究開発課題と2024年5月期の進捗評価

研究開発課題	進捗	研究開発課題	進捗
浴室内装商品の高機能化	○	天然物を利用した新規商品開発	△
床表示フィルムの改良	○	バイオプラスチック活用の基礎研究	△
複合機能加工薬剤の研究開発・商品化	△	木質バイオマスからの有益物質抽出の基礎研究	×
抗菌・抗ウイルス機能の技術開発と評価技術の構築	○	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	○

抗ウイルス性能評価技術の構築と商品開発

コロナ禍以降の抗ウイルス商品に対する要望の高まりに伴い、抗ウイルス・消臭・防汚加工等の繊維商品に対する機能加工技術の開発に一層注力しています。当社グループは様々な形態の商材を取り扱うため、評価技術および商材に合わせた抗ウイルス加工技術の構築が急務でした。自社内の抗菌・抗ウイルス試験体制を強化し、試験の迅速化や品質向上を実現。耐久性に優れた抗菌・抗ウイルス加工「Vguard(ブイガード)」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。今後もより安全で快適な商品を提供するため、技術革新と品質向上に努めていきます。



抗ウイルス性能評価用測定装置

研究・技術開発戦略

Message

事業領域の拡大と技術向上に向けた展望

市場の変化を先取りし、技術の強みを活かした機能や製品を提供します。



執行役員 技術・生産本部長 服部 太郎

当社はニーズを的確に掴みながら事業領域を着実に広げ、高付加価値の製品を市場に送り込んできました。抗菌・抗ウイルス加工技術や消臭・吸着技術といった既存のコア技術をベースに新たな付加価値を見出す一方、樹脂の配合技術・成型技術を活かし、防振・制振に優れた住空間用の静粛性を高める製品なども開発し、新市場を開拓しています。

さらにこれら製品の性能等を自社内で評価・検証する体制を強化するなど、品質向上のための総合評価技術も高めています。

また、メーカーとして環境保全に向けた対応を進め、今後も生産工場での廃棄物削減や再生可能エネルギーへの転換など、環境にも配慮した事業活動に努めてまいります。



Message

営業利益5%以上を早期に達成し、ステークホルダーのみなさまへの還元の上昇に努めてまいります。

代表取締役常務 管理本部長
薄木 宏明

売上高は2003年以降で最高額を更新

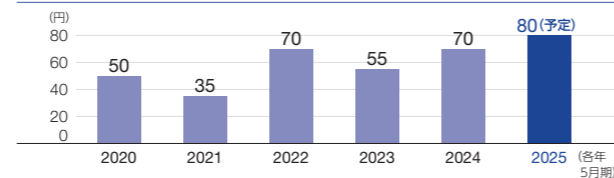
2024年5月期の連結売上高は、2024年1月に公表しました通期連結業績予想を上回り、2003年に海外展開を本格化して以降で初めて1,000億円を超えました。その要因の一つとして、主力事業である自動車・車内内装事業において、自動車内装事業が伸びたほか、コロナ禍で落ち込んでいた鉄道・バス向け内装材における需要の回復が想定を上回ったことが挙げられます。自動車内装事業については、1994年にタイに製造・販売拠点を設立し、特に2003年以降は、アジア・北中米を中心に海外進出を加速してきました。現在海外拠点の売上高は、連結売上高の約3割を占めるまでになり、事業規模の拡大に繋がっています。また、インテリア事業においては、国内市場の需要増が見逃せないなか、4年前から取り組んでいるスペース デザイン ビジネスを拡大中です。店舗物件の開発からデザイン設計を手がけるシーピーオー、および大手デベロッパーのマンションを中心に

カーテン等のオプション販売や室内空間の設計・デザインを手がけるプレテリアテキスタイルの子会社が連結業績に寄与しています。加えて、為替相場が円安に進行したことで売上高が増加したのも事実です。売上高が1,000億円を超えたとはいえ、円安効果を差し引くと900億円台の後半が実力値であり、この点は、財務担当として冷静に捉えています。

利益面については、車両内装事業での増収に加え、自動車内装事業における原材料やエネルギー価格高騰等を踏まえた適正な価格転嫁対応などが奏功し、営業利益および経常利益ともに公表値を上回りました。一方、当社の持分法適用関連会社である住商エアバッグ・システムズの当社保有株式のすべての譲渡を決議したことに伴い、約9億円の特別損失を計上しました。この影響で親会社株主に帰属する当期純利益が8億円台にとどまり、公表値を下回る結果となりました。

なお、2024年5月期の期末配当は、従来予想のとおり、1株当たり35円としました。また、今回の特別損失の計上により、2025年5月期以降の連結業績に住商エアバッグ・システムズが与える影響はなくなりました。

配当金の推移



収益性の向上と財務体質の強化に注力

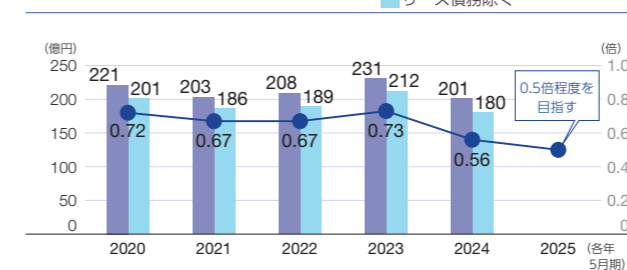
2025年5月期に向けては、収益性のさらなる向上に対する取り組みを重視しています。自動車内装事業に関して、メキシコ子会社で合成皮革の量産体制を構築し、内製化を可能にしたことから、収益性の向上が見込めます。加えて、利益率の高い合成皮革は日系自動車メーカーに限らず、外資系自動車メーカーでも需要が高まっていることから、販売促進を強化していく考えです。さらには、メキシコでビジネスモデルを確立した後、ほかの拠点での水平展開も可能と見込んでいます。

今後、北中米拠点での事業拡大に伴い収益を安定化し、有利子負債を圧縮することで金利の支払いを抑え、また、米子会社の税務上の繰越欠損金を活用しながら北中米拠点3社を合わせたキャッシュ・フローの創出を見込んでいます。

なお、当社はDEレシオ0.5倍を経営指標としています。これに対して、コロナ禍においては緊急事態に備えて有利子負債を220億円まで積み増したものの、奈良事業所に保有している3万坪の土地のうち約3分の1を売却したほか、神奈川県内の物流倉庫を売却して最新鋭のレンタル倉庫を利用するなど、固定資産の圧縮によるキャッシュ・フローの創出を進めています。2024年5月期末時点で、有利子負債は180億円となっており、この有利子負債にはメキシコ子会社への設備投資やM&Aの費用を含みます。2024年5月期のDEレシオは0.56倍となりましたが、今後、有利子負債を150億円程度に下げること、さらにDEレシオ0.5倍程度の維持を目指します。

米子会社が黒字転換したことでキャッシュ・フローを創出できる体制となったことを財務体質の強化に繋がるとともに、棚卸資産の縮減や資産の有効活用にも引き続き努めてまいります。

有利子負債額とDEレシオ推移



PBRをはじめ各経営指標の向上への取り組み

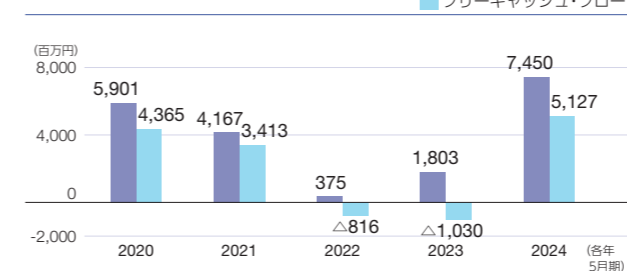
財務面の目下の課題としましては、第一にPBRを早期に1倍以上にすることです。そのためには、営業利益率を少なくとも5%以上に、そしてさらに引き上げていく必要があると考えます。現状、自動車・車内内装事業は7~8%の水準をクリアしているのに対して、インテリア事業が3%程度にとどまっている状況です。この点、スペース デザイン ビジネスなど付加価値の高い事業を伸ばすとともに、歴史のある当社グループならではの中高級ゾーンの製品を開発・拡販していくことで営業利益率の向上に努めていきます。

営業利益率の向上と併せて、2027年5月期に向けた主な経営指標として、ROE、PBR、ROIC、WACCを設定し、企業価値最大化のための取り組みを積極的に進めていきます。株主資本コストは、CAPM(資本資産価格モデル)を用いて算出し、5~7%と現状分析しています。それに対し2024年5月期実績のROEは2.9%であるように、これまでのROEはそれを下回って推移し、エクイティスプレッドがマイナスの状態が続いていました。中長期経営目標後半3か年の最終年度はROE7.6%、ROIC7.9%を計画しており、早期に資本コストを上回るROEおよびROICを達成し、エクイティスプレッドをプラスにすることが急務であると考えています。そのため、まずは営業利益率をはじめとする収益率の向上・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。

また、前半3か年は、未来を見据えた着実な「種まき」の期間として、高い成長力を見込んで、海外、特に北中米拠点への投資を進めてきたことから、北中米拠点はキャッシュ・フローの創出が可能となったことは前述のとおりであります。実力の底上げを着実に進めていく局面へと移ってきた後半3か年は、その北中米拠点を推進役とし、投資キャッシュ・フローとのバランスをとりながら営業キャッシュ・フローを最大化していく財務運営が必要となります。

これからの後半3か年は企業価値向上の実現に向け、2027年5月期に「ROE8%以上」、「ROIC/ROEが資本コストを上回る状態」を目標として設定します。これらを達成すれば、必然的に目標とする経営指標についても改善していくものと見込んでいます。

キャッシュ・フローの推移



グループの持続的成長と企業価値向上を推進

当社は2021年以来、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画を作成し、上場維持基準を充たすための取り組みを進めてまいりました。その結果、2024年5月末時点で流通株式時価総額の基準を充たしたことから、8月に「プライム市場上場維持基準への適合に関するお知らせ」を提出しました。

2022年度から株主優待制度を導入したこともあり、一時4,000人程度だった株主様の数が2024年5月末には9,000人を超えるまでに増えています。また、1日平均売買代金についても7,000万円から8,000万円を維持できており、今後もPBR1倍を達成できる施策を講じていくことで、安定的にプライム市場の上場維持基準に適合するよう、当社グループの持続的成長と企業価値の最大化を目指してまいります。

当社の上場維持基準への適合状況

	株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率	1日平均売買代金
当社の適合状況および推移					
2021年6月30日 ^{※1} (移行基準日時点)	-	27,068 単位	54.4億円	35.2%	0.07億円
2024年5月31日 ^{※1}	9,449人	42,137 単位	109.3億円	54.8%	0.70億円 ^{※2}
プライム市場上場維持基準	800人	20,000 単位	100億円	35%	0.20億円
適合状況	適合	適合	適合	適合	適合

※1 当社の適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。
※2 東京証券取引所が2023年1月から12月までの上場維持基準(売買代金基準)への適合状況を確認した結果の通知をもとに記載しています。

すでにお伝えしましたとおり、財務を管掌する立場として営業利益率5%以上を早期に達成することで、2024年2月に公表しました配当性向38%のもとで、配当金を中長期経営目標どおり現状の70円から140円程度へと倍増させることを目標としています。ステークホルダーのみなさまの期待に応えられるようにしっかりと対応してまいります。





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(P53参照)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)を本委員長とし、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、その後取締役会にて承認を得ています。

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

当社グループでは、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、国際規格・国際基準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

住江織物グループは、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。詳細は二次元バーコードをご参照ください。

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 <small>(環境)</small>	住江織物グループ 第二次環境対策宣言
S <small>(社会)</small>	<div style="width: 45%;">SUMINOE GROUP 人権方針</div> <div style="width: 45%;">健康経営宣言</div>
	<div style="width: 45%;">住江織物グループ 安全衛生方針</div> <div style="width: 45%;">ワーク・ライフ・バランス基本方針</div>
	<div style="width: 45%;">人材育成基本方針</div> <div style="width: 45%;">SUMINOE GROUP サステナブル調達基本方針 2024年5月期制定</div>
	<div style="width: 45%;">ダイバーシティ&インクルージョン基本方針</div> <div style="width: 45%;">製品の安全・品質に関する基本方針 2024年5月期制定</div>

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。

2024年5月期に制定した2つのサステナビリティ関連方針および取り組み

① サステナブル調達への取り組み

SUMINOE GROUP サステナブル調達基本方針

SUMINOE GROUPは、持続可能な社会の実現に向け、調達活動においては品質、価格、納期、サービス、技術開発力のみならず、E(環境)、S(社会)、G(ガバナンス)等社会的責任への配慮も含めたサステナブル調達を推進します。

- 1) パートナーシップを心がけます
- 2) 公平・公正な取引を行います
- 3) 人権・労働・安全衛生・コンプライアンス
- 4) 環境

責任ある調達活動を通じて、SUMINOE GROUPとサプライヤーの皆さまで持続可能な社会の構築と発展に挑戦し、貢献することで、共に企業としての価値を向上させていきたいと考えております。この考えのもと、2024年6月に「SUMINOE GROUP サステナブル調達基本方針」と「SUMINOE GROUP サステナブル調達ガイドライン」(第1版)を制定しました。2025年5月期にサプライヤー様へ展開し、浸透を図ってまいります。

サプライヤー行動規範

- | | |
|----------|-----------------|
| 1.人権 | 4.コンプライアンス |
| 2.労働安全衛生 | 5.製品・サービスの安全・品質 |
| 3.環境 | 6.地域社会との共生 |

「サステナブル調達ガイドライン」制定のプロセス

ステップ	内容
STEP1	国際規範等を参照し、CSR推進室にて骨子を作成
STEP2	コンサルティング会社との意見交換(複数回)
STEP3	各部門仕入担当部署責任者との協議会実施(3回)
STEP4	CSR推進委員会にて審議
STEP5	経営会議/CSR・内部統制審議会にて審議
STEP6	取締役会にて決議

(2023年3月~2024年5月)

人権尊重への取り組み

「SUMINOE GROUP 人権方針」の制定に伴い、現在人権デューディリジェンス(以下、「人権DD」という。)への取り組みを進めています。人権DD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あります。2025年5月期は、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とサプライヤー様へのアンケートにて社内外の実態調査を行う予定です。

② 製品の安全性と品質

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。

従業員一人ひとりが「製品の安全性と品質」を正しく理解し、積極的に安全性、品質向上の取り組みを実践するために、「製品の安全・品質に関する基本方針」を定め、安全確保、品質管理の構築・運用を目指します。

製品の安全・品質に関する基本方針

SUMINOE GROUPは、「よい製品を生産し、販売し、社会の向上に貢献する」ことを目指します。市場のニーズに適応し、お客様に健康で豊かな生活づくりに貢献する安全で安心な品質の製品・サービスを提供するために、創業以来培ってきたモノづくりの強みを活かし、製品ライフサイクル全般にわたり、安全・品質に関する管理をおこない、品質の維持・向上を図ります。

行動指針

- 1.法令で定める安全基準を満たし、十分な製品安全性を確保できる設計・製造・販売を行い、供給者としての責任を果たします。
- 2.製品・サービスの品質に関して適用される法規制を遵守するとともに、自社の品質基準および顧客要求事項を遵守します。
- 3.顧客や消費者に対して、製品・サービスに関する正確で誤解を与えない情報を提供します。

取り組みについて

・品質マネジメントシステム構築
ISO9001シリーズ(国内主要生産拠点)、IATF16949*(海外生産拠点)の認証取得と維持。試験業務の国際認証ISO/IEC17025の認証取得と維持。
*IATF16949は、自動車産業の国際的な品質マネジメントシステム
・化学物質・有害物質の管理
「SUMINOE GROUPグリーン調達ガイドライン」を制定し、環境汚染の可能性がある化学物質・有害物質を特定し、安全な管理を行う。

E Environment
環境

KKR+Aのテーマのもとに

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。また、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、2022年4月には「住江織物グループ 第二次環境対策宣言 ～KKR+Aのテーマのもとに～」を発表しました。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。住江織物グループ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します。

住江織物グループ 第二次環境対策宣言 ～KKR+Aのテーマのもとに～

<p>1 健康と環境に配慮した製品を提供します。</p> <p>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。</p>	<p>3 循環型社会に対応します。</p> <p>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みます。</p>
<p>2 地球温暖化防止に取り組めます。</p> <p>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。</p>	<p>4 CO₂排出量削減を推進します。</p> <p>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。</p>

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。

資源を未来へ ～サーキュラーエコノミーへの製品での取り組み～

当社グループはサーキュラーエコノミー*の実現を企業の提供価値のひとつに掲げており、長く資源循環の考えに根差したモノづくりを進めてきました。社会における環境意識はさらに高まっており、KKR+Aの理念から生まれた、高い再生材比率・CO₂削減貢献率を持つ水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」や、使用済みペットボトルから再生したポリエステル長繊維「スミトロン®」といった、循環型製品の拡販を推し進めています。

* サークュラーエコノミー:資源を循環させて廃棄物や汚染を減らし、持続可能な社会を目指す経済活動。

水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®(エコス)」

「ECOS®」は、従来埋め立て処分されていた使用済みのタイルカーペットを回収し、裏材(バックング)の塩ビ樹脂をチップ化して新しいタイルカーペットの裏材に再生するという水平循環型の「ECOS® Recycle System」により製造されています。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「ECOS® LXシリーズ」において、再生材比率72%、CO₂削減貢献率49%を実現しました。

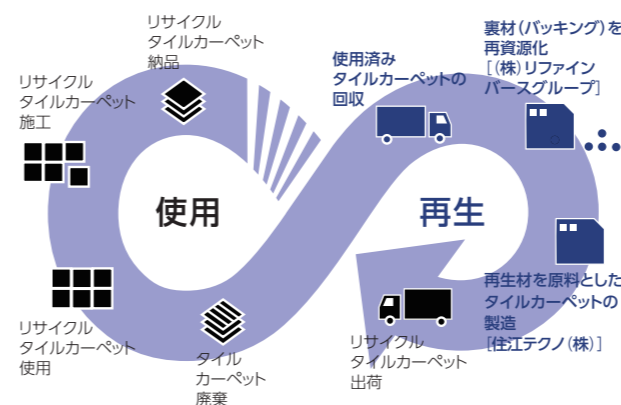
また、2020年からは使用パイル糸をすべて原液着色糸に切り替えて染色工程を廃止し、水使用量・電気使用量・排水といった、製造時にかかる環境負荷を大幅に削減しています。

さらに、2023年には「ECOS NEO™(エコス ネオ)」シリーズを発売。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)。

高い再生材比率とCO₂削減貢献率を実現してきた「ECOS®」の理念は市場で高く評価され、2023年の首都圏大規模プロジェクト、2024年5月期には首都圏を中心とした多数の物件に採用されました。

*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™」

再生ナイロン糸を表面のパイルに使用
使用済みのタイルカーペットを再資源化した再生材を裏材(バックング)に使用

再生材比率 **81%** CO₂削減貢献率 **61%**

*ECOS NEO™ EXの場合

再生ポリエステル長繊維「スミトロン®」

「スミトロン®」は、カーペットの構成要素で最も重要なパイル材料の自社製造を目的に、当初から“環境にやさしい糸”を目指して開発がスタートし、使用済みペットボトルから再生したポリエステル長繊維として1989年に誕生しました。以降、主に家庭用途やコントラクト用途などインテリア用カーペットの素材として使用されてきましたが、地球環境の保全が世界規模で喫緊の課題となり、市場においてSUMINOE GROUPの環境対応力に期待が寄せられるなか、使用済みペットボトルの再資源化に加え、原液着色糸であり染色廃液が出ない、摩耗による褪色に強いなどの「スミトロン®」の特性が着目され、自動車シート表皮材に採用されるなど、インテリア用途以外にもその可能性を広げています。

E Environment
環境

気候変動問題への取り組み

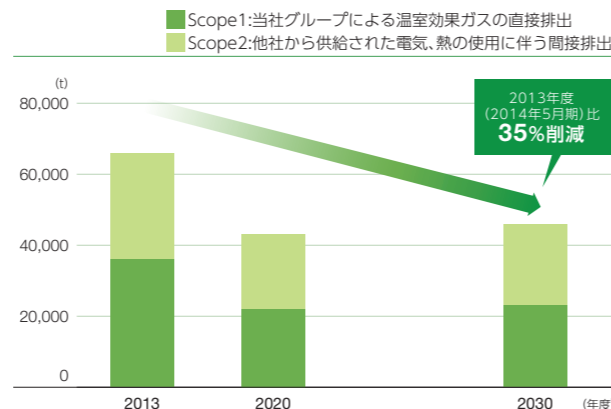
温室効果ガス排出量削減目標

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。

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。

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。

温室効果ガス排出量削減への事業活動での取り組み

海外・国内拠点のエネルギー変換と、住江テクノ(株)奈良工場・滋賀工場の再編を2022年5月期に完了し、生産と物流の効率化を図りました。2023年5月期には海外生産拠点のT.C.H. Suminoe Co., Ltd.に太陽光発電設備を導入し再生エネルギー利用を進めるなど、事業活動における温室効果ガス排出量削減に取り組んでいます。

GHG排出量 (Scope3) の算定

2023年6月よりまずは国内グループ主要6社(住江織物(株)、スミノエ テイジン テクノ(株)、(株)スミノエ、ルノン(株)、住江テクノ(株)、住江物流(株))でGHG排出量Scope3の算定をスタートしました。

2023年度は、年間で45.5万tCO₂、なかでもカテゴリー1が74.7%を占める算定結果となりました。

引き続き2024年度からは、算定対象を2社(尾張整染(株)、帝人テクロス(株))追加し、また2025年度には海外グループ会社を追加していく計画で、算定を進めていきます。

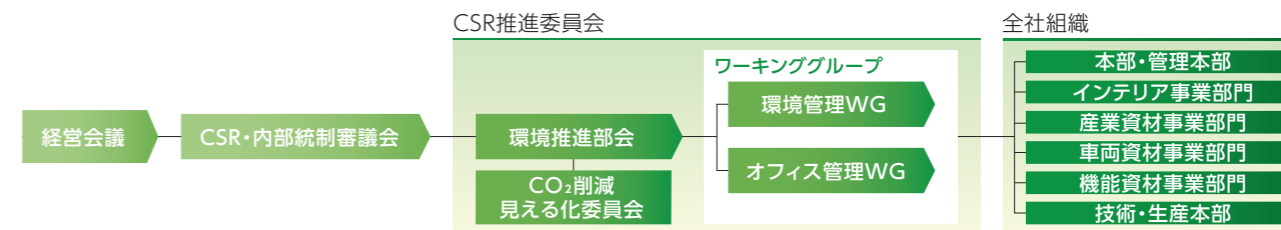
環境マネジメントシステムの導入状況

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。その後順次導入し現在国内5海外1の生産事業所においてISO14001の認証を、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7回済 (2022年4月)	第7回済 (2023年7月)	第6回済 (2024年10月)	第5回済 (2023年7月)

環境推進体制

CSR推進委員会内に環境推進部会を置き、立案・決定された環境施策を全社組織で実行しています。



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。

① 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、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」を発足させました。

② 戦略

中期経営計画に合わせ、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。2021～2023年度の3か年は「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」のもと「エコチャレンジ2024」に取り組まれました。

また、2022年4月に「住江織物グループ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。

③ 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。

④ 指標と目標

1. エコチャレンジ2024
 - 2021～2023年度の3か年を行動期間とし、事業活動によるCO₂排出量を2020年度比3%削減(売上高原単位)。
2. 住江織物グループ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、国内グループ主要6社*の算定をスタートしています。2024年度からは、対象を2社*に加え、当社グループの現状を把握し、のちに具体的な施策を検討していきます。

* P41 GHG排出量(Scope3)の算定を参照

E Environment
環境

エコチャレンジ2024

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、そして使用・廃棄・リサイクルまでの製品のライフサイクル全体を通して、環境と深い関わりを持っています。

そのため当社グループでは、事業活動全体が環境に与える影響を把握するよう努め、環境負荷低減に努めています。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、ペットボトルから再生された原綿やポリエステルペレットなどの再生材料を積極的に使用するなど、環境にやさしい製品づくりを進めつつ、「エコチャレンジ」の目標を掲げ、グループ全社で取り組んでいます。

エコチャレンジ2024行動目標と2023年度実績

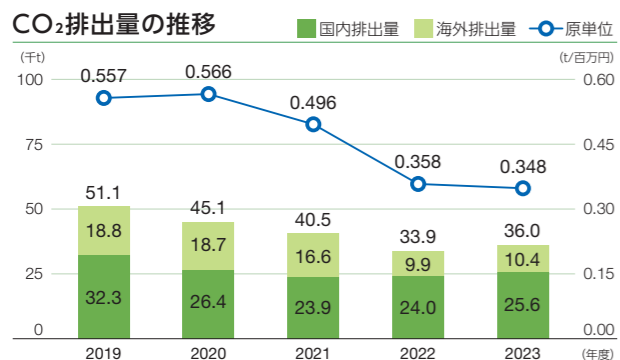
取り組み項目	指標	2023年度最終目標値	基準年度	2023年度実績	評価
1 地球温暖化防止	CO ₂ 排出量の削減(使用エネルギー)	3%削減(原単位)	2020年	38.5%削減(原単位)	○
2 省資源	再生資源利用率の向上(国内主要工場 ^{※1})	3%向上	2020年	31.4%向上	○
3 廃棄物の3R	産業廃棄物発生量の削減	3%削減(原単位)	2020年	28.4%削減	○
	再資源化率の向上	65%以上	—	45.0%	△
	埋立処分率の低減	10%以下	—	38.6%	△
4 環境汚染防止	大気汚染防止(N ₂ O排出量削減)	3%削減(原単位)	2020年	25.5%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	—	87.6%	△
6	製品のLCA評価促進 ^{※2}	LCA評価 18アイテム	—	60アイテム	○
7	環境に配慮した技術の開発促進 ^{※2}	3件	—	2件	△
	環境に配慮した製品の開発促進 ^{※2}	9件	—	8件	△
8	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。
 ※1 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
 ※2 目標値・実績値は2021~2023年度の累計

2023年度実績

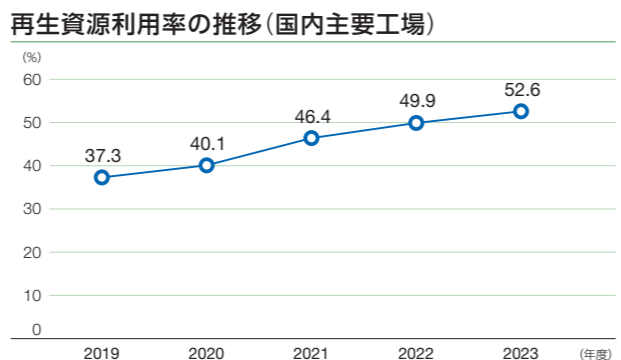
①地球温暖化防止

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。2023年度は新たに国内7拠点を算入したため、排出量は増加しましたが、原単位は減少しました。



②省資源

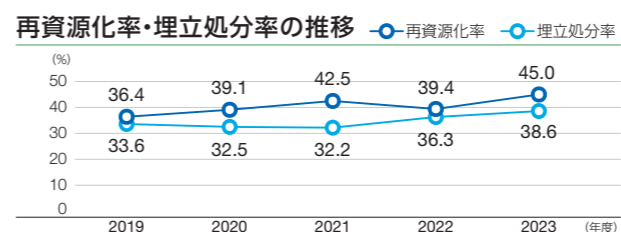
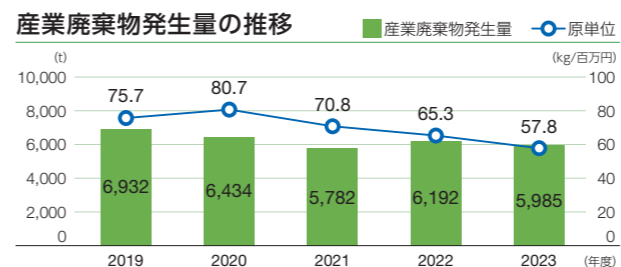
再生資源を原材料に積極的に投入、省資源化を進めています。



③廃棄物の3R[※]

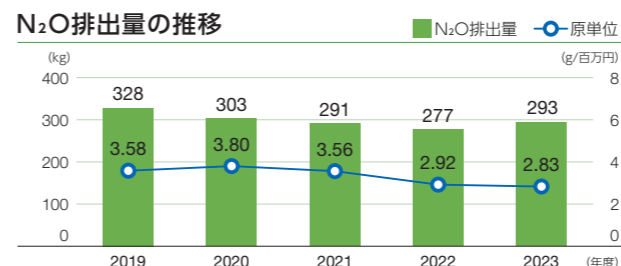
生産に投入される材料ロス削減や不適合品の撲滅、また資源の有効活用など、廃棄物発生量の抑制に努めています。

※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)



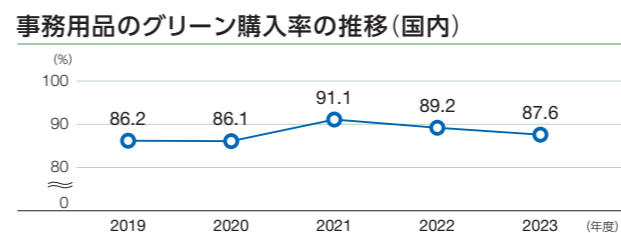
④環境汚染防止

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。2023年度は新たに国内7拠点を算入したため、排出量は増加しましたが、原単位は減少しました。



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製品のLCA[※]評価促進

2015年度より自社内で製品のLCA評価を行っています。2021~2023年度で60アイテムを評価しました。

※LCA:製品の原材料調達から、生産、流通、使用、廃棄に至るまでのライフサイクルにおける投入資源、環境負荷およびそれらによる地球や生態系への潜在的な環境影響を定量的に評価する手法、ライフサイクルアセスメントの略称。

⑦環境に配慮した技術・製品の開発促進

2023年度新規技術・製品

環境に配慮した技術の開発促進

抗菌・抗ウイルス加工技術[Vguard(ブイガード)]

環境に配慮した製品の開発促進

抗菌・抗ウイルスタイルカーペット
[ECOS[®] LX-1000V、iD-4000V、iD-4100V]

⑧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。

S Social 社会

人的資本

当社グループは、企業の持続的成長の源泉は人材であり、最も大切な資産と考えています。専門性と創造性に富む個性豊かな人材を育成していきます。

目指す組織に向けた人材戦略

SUMINOE GROUPグループ理念 (VISION・MISSION・SPIRIT・VALUE)

事業活動の基本指針
SUMINOE “4C” Values (P01を参照)

人事方針
サステナビリティ基本方針/関連方針



「住江織物が求める人物像」

	自律	挑戦	共創
全体	自ら考え主体的に行動できる人	変わることを恐れず、多様な視点で一步上を目指せる人	対話を重ね、協働の中で新しい価値を生み出せる人
若手	状況や問題を理解し、自ら考えて主体的に取り組む	失敗を恐れず、積極的に取り組む	周囲と積極的にコミュニケーションをとり、協力しながら目標を達成する
中堅	リーダーシップをとり、自身だけでなく周囲に対しても行動を促す	先を見据え、現状に満足せず問題解決に向けて実行する	社内外問わず人に働きかけ、共により良い価値を作り上げる
管理職	広い視野を持って組織・業務を構想し、上司や部下と連携するために主導的な役割を果たす	現状に捉われないことと、覚悟を持って新しいアイデアや方法に挑戦する	より広い視野で社内外の関係者とコミュニケーションをとり、組織全体を目標達成に向けて導く

求める人物像を中心とした教育

2023年度に策定した「住江織物が求める人物像」について、階層別研修や自己啓発研修のプログラムを連動させるように見直しました。特に、新入社員においては、「自律」「挑戦」「共創」の1年目に求める状態を明確にし、各部署で育成計画書を作成して、計画的なOJT(職場内訓練)に活用しています。

また、自己啓発研修の一環として、組織マネジメント、リーダーシップ、テクノロジーとイノベーションなど3千本以上の多種多様な動画を視聴できるeラーニングを導入するなど、従業員の成長をサポートしています。



管理職のマネジメント力強化の取り組み

住江織物では、2024年1月、2月に、「マネジメント力強化研修」を国内の管理職94名に実施しました。

マネジメント力強化が会社にとって重要課題であると捉え、3つの研修プログラム(「メンバーへの指導育成方法」、「メンバーの能力発揮」、「メンバーとの関係性向上」)から参加者が選択し、受講しました。

キャリア申告の取り組み

住江織物では、従業員が今後の自分のキャリアについて考え申請する制度を2023年6月に導入しました。申告内容を各部門長による人材の育成会議や面談等に活用しています。毎年申告可能であり、今後も人的資本強化に活かしていきます。

スキルアップ研修の実施

当社グループは、全従業員の成長を促進するため、グループ全体で階層や役割に応じた研修、各テーマを設定して自発的に参加するスキルアップ研修を行っています。2023年度のスキルアップ研修では、仕事効率アップに繋がる「Excel・PowerPoint活用術」と、プレゼン力向上を目指した「プレゼン力向上セミナー」を実施しました。

今後も様々なテーマを企画し、従業員のスキルアップを目指していきます。

教育体制

	階層別	役割別	選択別	選択型(自己啓発)	
管理職	マネジメント研修	評価者研修	OJT担当者研修	スキルアップ研修(テーマ別)	
中堅	監督職研修				
	指導職研修				
若手	3年次研修		通信教育	語学研修	eラーニング
	2年次研修				
	新入社員研修				

研修受講者数

	計	男性	女性
階層別、役割別、スキルアップ研修	334名	240名	94名
通信教育、語学研修、eラーニング	122名	65名	57名

地域限定社員制度の導入

住江織物では、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新たに設けました。

今後も人材の活性化と安心して働ける職場環境を実現し、バランスのとれた人的資本の強化に取り組んでいきます。

S Social 社会

多様な人材の活躍

当社グループでは、2022年6月に策定した「ダイバーシティ&インクルージョン基本方針」のもと、人材の多様性の受容、個人の尊重、活躍を推進しています。また、多様性を高めていくことが会社を成長させると考え、企業風土の醸成に注力していきます。

女性活躍の推進

SUMINOE GROUPの女性活躍推進

当社グループでは、女性活躍をキャリアアップ(育成、登用)×継続就業(仕事と生活の両立など)と位置づけ、男女ともに活躍できる環境づくりを進めています。

女性活躍に関する実績(国内グループ)

各年5月末時点

項目		2023	2024
新卒採用者数	男性	21名	16名
	女性	20名	16名
女性管理職比率 ^{*1}		5.1%	5.1%
男女間賃金格差 ^{*2}	全労働者	73.0%	72.6%
	正社員	75.8%	72.0%
	パート	68.5%	73.3%

^{*1} 国内グループの課長職以上に相当する女性従業員の割合
^{*2} 住江織物(株)のみ

女性活躍推進法に基づき、住江織物(株)および国内グループ5社において、各社での課題分析のもと、行動計画を策定し、その取り組みと目標を公表^{*}しています。

^{*}公表場所:厚生労働省「女性活躍推進企業データベース」

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

各年5月末時点

会社	項目	目標値	2024実績値
住江織物(株)	女性新卒採用比率	35%以上	46.2%
	男女別育児休業取得率	男性25%以上 女性100%	88.9% 100%
(株)スミノエ	女性新卒採用比率	40%以上	60%
	男女別育児休業取得率	男性25%以上 女性100%	66.7% 100%
ルノン(株)	女性管理職者数の増加	1名以上増	0名
	月平均残業時間	40h以内	9.1h
住江テクノ(株)	継続勤務年数の男女差異	2年以内	2年1ヵ月
住江物流(株)	女性管理職比率	30%以上	33.3%
尾張整染(株)	月平均残業時間	20h以内	1.4h

Topics

ダイバーシティ推進に関する講演会を実施(2024年4月)

当社グループにおけるダイバーシティ推進の重要課題は「女性活躍」とし、女性社員のキャリア形成に向けた意識向上を目的に、当社社外取締役の澁谷裕子氏を講師に、講演会を開催しました。

前半は、澁谷氏から、「女性活躍についてSUMINOE GROUPの皆に伝えたいこと、期待すること ~一人ひとりが将来のキャリアを描き、チャレンジ意欲を高めていくために~」をテーマに、同氏の経歴とモチベーショングラフや、仕事と家庭を両立させながら働くリアルな姿を経験を交えながら、発信いただきました。

後半は、参加者からの「経営者としてのやりがい」「多様性を社内に浸透させるためには」「モチベーションを上げる秘訣」「SUMINOE GROUPには何が一番足りないか」などといった質問に対して、意見をいただきました。



参加者からの声



ご自身の歩みを、ありのままお話しして下さったことで、今後の自分のキャリアを考える上で参考にしやすいと感じました。



活躍されている方は、努力もされ、目標を持って自分磨きをされているということがわかりました。



人材は限られた資源であり、生産性や収益を上げるためには、多様性の尊重と活用が重要になることを再認識しました。

シニア社員の活躍の推進

少子高齢化に伴う働き手不足、次世代への技術やノウハウ等の継承が今後より大きな課題になると予想されることから、シニア社員(60歳定年退職後の再雇用者)の活用は人的資本の活用において重要です。

Topics

シニア社員アンケートの実施

2024年5月期は、住江織物(株)在籍の(1)シニア社員、(2)シニア社員の上司、(3)50代後半社員に対し、職場環境の実態、働き方の要望や期待、どのような業務に取り組みたいか、会社への要望などを把握するためのアンケートを行いました。

「どのような働き方がしたいか」という質問については、50代後半社員は「これまでどおり第一線で活躍したい」との意見が一番多く、シニア社員では「知識・経験・技術の継承に注力したい」「現役世代のサポートに回りたい」との意見が一番多く、年代ごとの違いが顕著に現れました。また、「どのような業務に取り組みたいか」という質問については、50代後半社員では「現在の部署で経験したことがある業務」が一番多くありましたが、「過去に所属経験がない別部署の業務」、「部署をまたぐ新規プロジェクト」の回答も2割を占めており、未経験の業務にも興味があるという意見がありました。こうした未経験分野であっても前向きに挑戦してみようという意見はシニア社員になっても継続して持ち続けてもらいたいと考えます。

今回のアンケート結果をもとにシニア社員がより活躍できるための職場環境の構築と施策を検討していきます。

住江織物(株)在籍	人数	回答率
(1)シニア社員	33名	87.9%
(2)シニア社員の上司	30名	83.3%
(3)50代後半社員	117名	80.3%

「ツナグ」をキーワードとした当社グループの取り組み

ツナグ輪っけ

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です。この考えのもと、営業、デザイン、調達、技術開発など様々な業種、またはその組み合わせで、グループを知ること、そして応用することを目的とした交流会(ツナグ輪っけ)を実施しています。

2023年度は、営業担当、調達担当、技術開発担当×開発営業担当でそれぞれ交流会を実施し、部門や会社の垣根を越えた発表・意見交換を行ったことで、SUMINOE GROUPについて理解を深めると同時に、グループのシナジー効果を考えるきっかけとなりました。グループ一体となってさらなる成長を目指す、その取り組みの一環として今後も交流会を実施していきます。

Topics

ツナグ講演会(後援会)(2024年7月)

豊富な経験と実績を持ち合わせた社内講師による部門・世代を超えた技術・ノウハウ、マインドなどの継承を行う「ツナグ講演会(後援会)」を開始しました。第1回目はスミノエ テイジン テクノ(株)開発センター元開発センター長が「仕事(開発)の心得」というテーマで、「お取引先様との信頼関係構築の大切さ」、「仕事に対する心構え」「仕事のヒントを得た瞬間」「開発者として心がけてほしいこと」について講演しました。



参加者からの声



生の声を聴くことができ、非常に親近感がありました。



開発経験の長い方の目線で語られる数々は、経験の浅い開発担当にとって様々な気づきを得る機会となり、組織の財産になると思います。

S Social 社会

安心安全な職場環境

当社グループは、従業員一人ひとりの安全と健康を企業成長の基盤とし、いきいきと働くことが「社員の幸せ」に、さらには「良い会社」に成長すると考えます。

労働安全衛生

労働安全衛生の推進・労働災害の原因と防止策を討議

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ついての意見交換や活動報告を実施しています。2023年度は労働災害度数(休業)が2.75となりました。

2023年度は、特に非常時作業時の不安全行動による労働災害が多く発生したため、作業内容について、起こりうる危険に対する安全対策を事前に書面で確認する「KYミーティング実施記録」の運用を住江テクノで開始し、中央安全衛生部会で共有しました。

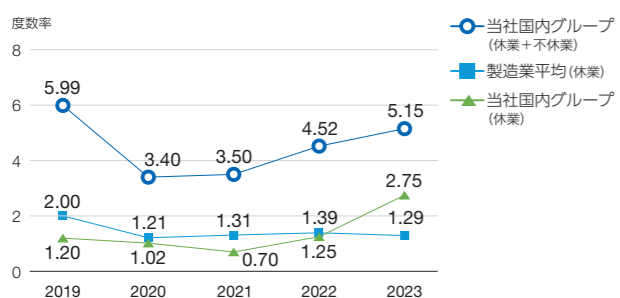
労働災害未然防止活動(住江テクノ(株))

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。2023年度は滋賀工場にて、感電・過電流・トラッキング安全体感装置を使用して、現場で発生する電気災害の疑似体験をしました。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、2024年度は、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ています。

第三者による新たな着眼点を活用し、安全・安心な職場環境をさらに整えるべく、活動を進めていきます。

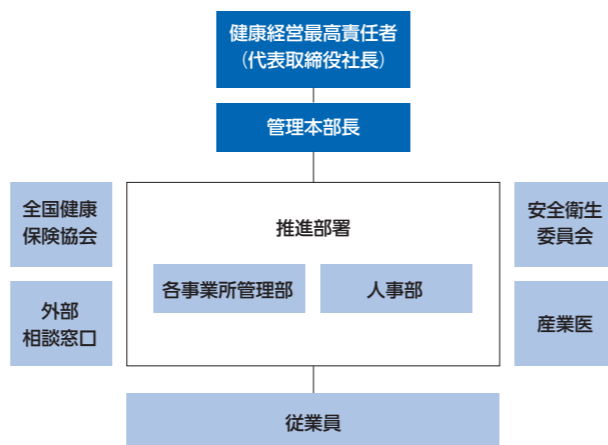
国内グループ労働災害度数率*推移



出典:厚生労働省「令和5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

住江織物(株)健康推進体制



住江織物では、健康推進体制のもと、健康経営を推進しています。

「健康経営優良法人認定」の取得

住江織物では、当社グループの「健康経営宣言」の考えに基づき、健康経営に力を入れて取り組んでいます。その実績が認められ、「健康経営優良法人2024」に認定されました。



2023年度は、産業医による健康相談に力を入れ、希望者以外にも健診結果がよくなかった社員や時間外勤務の多い社員を中心にアドバイスを実施しました。生活習慣病等対策については、ガン健診の費用補助拡大により、受診者が増加したほか、「歯の健康について」等の健康セミナーを計4回実施し、健康推進への意識向上に注力しました。これからも、社員一人ひとりの健康に対する「意識」を高める取り組みを実施していきます。

ワーク・ライフ・バランス

両立支援制度の充実

育児や介護をしながら働く社員を支援するため、両立支援制度(育児・介護に関わる制度)を拡充していくとともに、制度への理解を促進し、誰もが制度を利用しながら、安心して働き続けられる環境づくりを進めています。

各年5月末時点

項目/性別		2023	2024
育児関係	休業取得者数	男性	2名
		女性	13名
	休業復帰者数	男性	2名
		女性	12名
短時間勤務取得者数	男性	0名	
	女性	22名	
在宅勤務取得者数	男性	33名	
	女性	21名	
介護関係	休業取得者数	男性	0名
		女性	0名
	短時間勤務取得者数	男性	0名
		女性	0名
	在宅勤務取得者数	男性	4名
		女性	1名

利用者からの声

- 育児休暇を通じて、「育児の大変さ」を身をもって知ると同時に、「妻への感謝」の気持ちも大きくなりました。子供と向き合う時間もですが、夫婦でともに悩み、話し合う時間が取れたことは非常に良かったです。
- 短時間勤務制度を利用し、就業時間の前後を短縮して子供の保育園送迎に充てています。子供との時間も大切にしながら、仕事を続けられることはとてもありがたいです。

働き方改革アクションプラン2023

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。初年度の目標は未達となりましたが、2024年度はその目標を達成できるように施策の深化と継続を推進していきます。

SUMINOE GROUP 働き方改革アクションプラン2023

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

働きやすさアンケート(社内意識調査)2024の実施

中長期経営目標の一つである「社員の幸せに繋がる職場づくり」を目指すには、従業員エンゲージメントを把握し、課題や取り組みを明確にする必要があります。

当社グループでは、CSR活動の定点観測(職場環境、企業風土、マネジメント、女性活躍、コンプライアンス意識)として2年に1回「働きやすさアンケート」を実施しています。2024年1月には国内グループ約1,700名を対象に、上司・一般社員*で区分し、選択式・記述式の設問を設け、実施しました。

アンケート結果から、全体としては前回よりも働きやすさは改善傾向であったものの、課題として、男女ともにマネジメント職への意欲が低いこと、女性活躍の数値については依然低いままであることが挙げられます。また「昇進昇格等の処遇」、「成果や努力への評価」、「仕事の割当や人の配置の適切さ」の設問では、上司と一般社員との認識の差が大きく出る結果となりました。

今後はさらに女性管理職のロールモデルとの交流の機会や人事・評価制度の見直しなど、マネジメント職への意欲を上げる取り組みと、上司と一般社員の認識の差を改善する具体的な取り組みを検討していきます。

また本アンケートで、エンゲージメント指数、女性活躍指数、企業ホットライン通知認識指数を抽出し、これをもとに目標を設定することで、今後はより具体的な取り組みを推進していきます。

* 上司:管理職、一般社員:管理職を除く正社員・契約社員 を指す。

アンケート結果と2026目標

		2024実績	2026目標
エンゲージメント指数	(上司)	3.10	3.13
	(一般社員)	2.70	2.73
女性活躍指数	(上司)	2.52	2.57
	(一般社員)	2.51	2.56
企業ホットライン通知認識指数	(上司)	3.13	3.18
	(一般社員)	2.72	2.77

*4点を満点とした指数

S Social
社会

SUMINOE GROUP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、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「SUMINOE GROUPグループ理念」を策定しました。

シン・ミライPROJECT推進による企業価値向上の概念図



「会社の持続的な成長」と「社員の幸せの実現」の両輪を回転させることで
中長期的な企業価値の向上を目指す

グループ理念浸透のための施策 ①

「SUMINOE GROUPグループ理念研修」の実施

2023年10月から2024年2月にかけて、「SUMINOE GROUPグループ理念」の理解と浸透を目的に、国内グループ社員全員を対象とし、各拠点において延べ1,100名の対面研修、およびビデオ研修を実施しました。

研修内容

- 社長メッセージ
- ブランディングを進めた背景
- SUMINOE GROUPの軌跡
- SUMINOE GROUPグループ理念の説明
- 今後のインナーブランディング



グループ理念浸透のための施策 ②

インナーブランディング「行動づくり」

SUMINOE GROUPグループ理念の理解、従業員の意識改革、行動の変化を進める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進めています。



従来の各部門での会議は短・中期における業務の課題に対するものが主でしたが、今回初めて長期視点での議論が行われたこと(1)は、インナーブランディング活動における現段階での大きな成果と考えます。

グループ理念浸透のための施策 ③

「部門MISSION」の策定

グループ理念の実現のために、まず部門として何ができるのかを考え、部門ごとにMISSIONを策定しました(1)。

策定にあたってはAs is /To be分析を基本とし、各部門で進めました。

次の段階としてそのMISSIONを部署・個人に落とし込んでいきます(II III)。

その後、行動目標の設定や成果の共有を行います(IV V)。

【産業資材事業部門】

人々に愛される内装材を創出し世界中の移動空間を彩りたい。

培われてきた技術を継承し、安心で快適な空間を提供する。高品質な素材と革新的なアイデアで、自動車内装の新たなスタンダードを築く。

【車両資材事業部門】

国内の公共交通機関である鉄道・バス向けの内装材のトップメーカーとしての責任感を持ち、この先も安定した供給を継続する。

鉄道・バスユーザーの求める製品を供給するとともに、安定した品質確保、技術継承の存続を目指す。

【機能資材事業部門】

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。

市況や事業環境の変化により従来型事業が低迷するなかで、当部門に与えられた役割である新事業創出に注力し、これを具現化していくことで、部門のみならず、SUMINOE GROUPの発展に繋げていく。

【インテリア事業部門】

伝統を誇りに、人と環境が活きる空間を未来へ。伝統を造ってきた部門としての矜持を持ち、人と環境にやさしい商品や空間の未来形を社会へ提供し貢献する。

【技術・生産本部】

確固たる生産基盤の上に価値創造の循環をつくる。技術を生み、社員の成長と幸福を実現するための基盤を強化し、購買動機に紐付いた新技術・商品開発による価値創造で社員・企業・技術がともに成長していく循環を目指す。

【本部・管理本部】

グループの総合力を高めるため、環境・制度を整備し、業務の高度化・効率化を追求する。

法的義務、社会規範を遵守する。能動的思考でグループ課題や、サステナビリティ課題に取り組むことで、企業価値を向上させ、間接的に利益に貢献する。

今後のインナーブランディング

全従業員が、「SUMINOE GROUPグループ理念」を自分のなかに取り込み、当社グループの提供価値や強みを理解し、個々が果たすべきMISSIONが明確になった段階がグループ理念が浸透した状態であり、それが「理念の実現」に繋っていくと考えます。もちろん部門、部署、個人で継続した研修の実施や成果の共有が必要となります。

Message

グループ理念の浸透を後押し

インナーブランディングはグループ理念を浸透させ、会社や社員の変化を後押しするものです。

社員に行動の変化を求めるためには、会社がまず変化する必要があります。そして、グループ内のシナジー、イノベーションの創出には、環境整備、制度構築が必須です。そのため現在、経営企画室・CSR推進室を中心に、SUMINOE GROUPのありたい姿、マテリアリティ(重要課題)の社内外への発信、グループ全体のコミュニケーション活性化を推進しています。

伝統と歴史を持つ当社グループは、お客様から高い信頼をいただいている一方、保守的な企業風土があることは否めません。個々(部署・個人)として成果を上げる力は十分ありますが、ひとつにまとまって動く、グループの総合力を発揮するという点においてはまだまだ多くの課題があります。

グループ内のシナジー、イノベーションの創出を従業員各々が自分ごととして、行動の変化に繋げてこそ、グループの持続的成長、企業価値の向上も実現できると考えます。長期視点に立って成果を生み出せるよう、グループ全体でインナーブランディングに取り組んでいきます。



CSR推進室 推進グループ
グループリーダー
渋谷 栄一

G Governance
ガバナンス

ガバナンスの強化

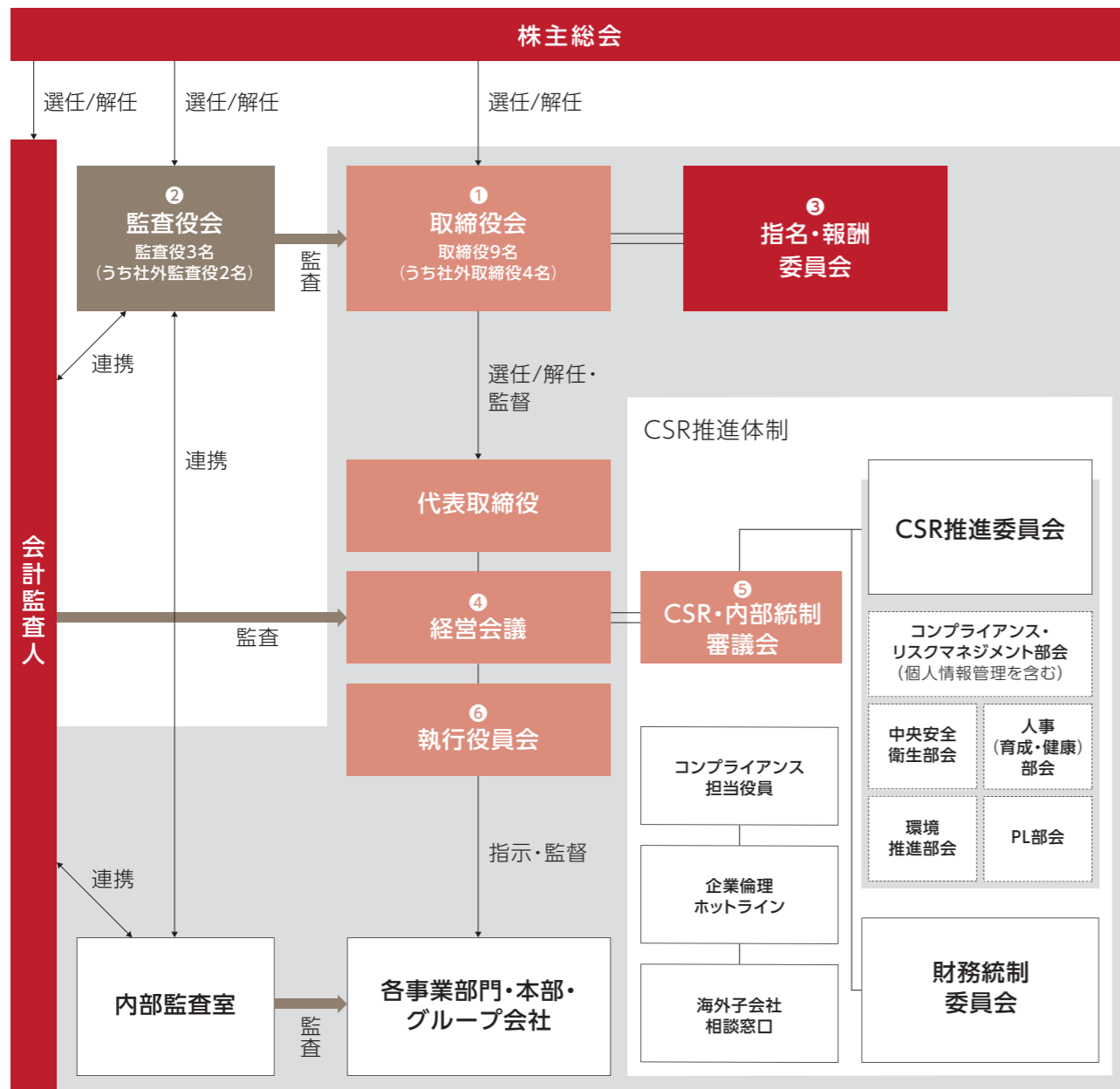
基本的な考え方

当社はコーポレート・ガバナンスの目的は経営の健全性、効率性の確保にあると考えており、すべてのステークホルダーに配慮し、常に最適な経営体制の整備に努めています。また安定した利益を継続して確保できるよう企業価値を高めていくことに努めていきます。その実現

のため社外取締役の選任、監査役制度の機能強化を図るなかで、経営の迅速かつ機動的な意思決定と業務執行の監督機能としての取締役会と業務執行責任を担う執行役員制度を導入しています。

コーポレートガバナンスとCSR推進体制図

2024年5月末時点



ガバナンス体制

①取締役会(2023年度開催回数:10回)

9名の取締役(うち、社外取締役4名)で構成し、業務執行の監督および重要事項の決定を行っています。9名のうち4名を社外取締役(うち、3名独立社外取締役)とすることで、経営の透明性と客観性を高め、業務執行を監督するとともに戦略性の高い意思決定を行っています。

2023年度の主な審議事項

【決議事項】

- 財務報告に係る内部統制の評価報告書
- 内部統制基本計画
- 役員報酬ならびに譲渡制限付株式報酬としての自己株式処分について
- Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.のカーペット設備投資
- 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

【報告事項】

- 監査計画、監査報告
- 取締役会実効性評価
- 取締役会の実効性に関する審議
- 有価証券報告書の提出について(サステナビリティ報告の追加)
- 東証プライム市場「計画に基づく進捗状況」の提出について
- SUMINOE GROUPグループ理念の研修
- マテリアリティ(重要課題)の特定の進捗報告
- マテリアリティ(重要課題)の特定の報告
- サステナブル調達(基本方針・ガイドライン)について
- IR活動について
- ハラスメント等通報実績

取締役会出席状況

2024年5月末時点

役職	氏名	取締役会出席状況
代表取締役社長	永田 鉄平	100%(10回/10回)
代表取締役常務	薄木 宏明	100%(10回/10回)
常務取締役	丸山 敏朗	100%(10回/10回)
取締役	木村 栄一郎	100%(10回/10回)
取締役	村瀬 典久	100%(10回/10回)
社外取締役	清水 春生	100%(10回/10回)
社外取締役	野村 公平	100%(10回/10回)
社外取締役	種田 ゆみこ	100%(10回/10回)
社外取締役	澁谷 裕子 ^{*1}	100%(7回/7回)
常勤監査役	市川 清一	100%(10回/10回)
社外監査役	園田 篤弘	100%(10回/10回)
社外監査役	片山 貴文	100%(10回/10回)

*1 2023年8月就任

②監査役会(2023年度開催回数:9回)

監査体制

当社は監査役会設置会社であり、監査役3名(うち、社外監査役2名)で監査役会が構成され、取締役会に出席しています。

常勤監査役は、経営会議、執行役員会議など社内的重要会議への出席、稟議書などの重要書類の閲覧、業務執行部署等への

往査、内部監査部門(内部監査室)との連携、会計監査人からの監査結果などの聴取および意見交換、連結子会社のグループ会社監査役連絡会の定期的な開催などにより、取締役の業務執行について監査を行っています。

監査役会では、常勤監査役から社外監査役へ、経営会議、執行役員会、内部監査での状況等を報告し、情報の共有化を図っています。

2023年度の主な審議事項

- 監査の基本方針
- 監査計画
- 監査役職務分担
- 監査重点項目
- その他の監査役職務の執行に関する事項
- 会計監査人の再任・評価・報酬
- 重要会議の情報共有

監査役会出席状況

2024年5月末時点

役職	氏名	監査役会出席状況
常勤監査役	市川 清一	100%(9回/9回)
社外監査役	園田 篤弘	100%(9回/9回)
社外監査役	片山 貴文	100%(9回/9回)

③指名・報酬委員会(2023年度開催回数:1回)

取締役の指名や報酬等に関する評価・決定プロセスを透明化・客観化することで監督機能の強化を図り、コーポレートガバナンス体制をより一層充実させるため、取締役会の諮問機関として設置しています。

委員会は、代表取締役、独立社外取締役および取締役会の決議によって選任された社外取締役の委員5名で構成し、委員の過半数を独立社外取締役などの社外役員で構成することでその独立性を確保しています。

④経営会議/⑤CSR・内部統制審議会

経営会議は原則毎週開催し、経営上の重要事項について報告・審議を行い、特に重要事項については取締役会に上申します。CSRに関する重要事項および財務報告に関わる内部統制の評価については、CSR・内部統制審議会が審議し、常勤監査役1名がオブザーバーとして参加しています。

CSR・内部統制審議会の主な審議事項

- ビジネスと人権
- サステナブル調達
- マテリアリティ(重要課題)特定の進捗報告
- マテリアリティ(重要課題)特定の報告
- SUMINOE GROUPグループ理念の浸透
- 働き方改革アクションプラン2023実績
- GHG排出量算出
- エコチャレンジ2024行動目標、実績報告
- その他部会報告

⑥執行役員会(2023年5月期開催回数:12回)

月1回開催する執行役員会は経営会議メンバーと執行役員で構成され、会社の重要方針、決定事項の伝達、各執行部門の業務内容報告、問題事項について審議を行っています。

G Governance

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への取り組み

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らず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分析・評価を実施しています。

取締役会の実効性評価のプロセス

次のプロセスで取締役会の実効性を分析・評価しました。

- ①当社グループの現状を踏まえた「取締役会の実効性に関するアンケート」の作成
- ②全取締役・監査役による「取締役会の実効性に関するアンケート」への回答
- ③回答内容の集計・分析および評価結果の作成
- ④取締役会での評価結果の共有

取締役会の実効性に関するアンケート

選択回答式を用いて全25問、各設問5点満点のアンケートを実施しました。設問の内容と平均値は以下のとおりです。

設問内容	平均値	
	2022年度	2023年度
1.取締役会の役割・機能	3.43	3.27
2.取締役会の構成・規模	4.00	4.40
3.取締役会の運営	4.13	4.02
4.監査機関との連携	3.65	3.73
5.社外取締役との関係	3.80	3.67
6.株主・投資家との関係	3.53	3.78
7.総括	3.67	3.75
全体	3.74	3.80

「1.取締役会の役割・機能」、「3.取締役会の運営」、「5.社外取締役との関係」については昨年平均より下回ったものの、全体平均は2022年度より0.06ポイント上回りました。

アンケートの結果、取締役会の構成のバランスが取れていること、取締役会では議論が活発に行われていることなどから、実効性が確保されていると評価しました。

今後の課題

- ①中長期的な視点での経営戦略等の議論の不足
(具体的には、後継者計画に関する議論、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が挙げられる。)
- ②取締役会での議論に必要な情報の事前提供
- ③監査機関との連携
- ④取締役会以外での議論の場の提供
- ⑤株主や投資家に対する働きかけ

昨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

2023年度SUMINOE GROUPグループ理念、マテリアリティ、サステナブル調達などの議論が行われました。

②社外役員向けの会社理解の機会充実

2024年1月にはSUMINOE GROUPグループ理念の研修動画の視聴、2月には産業資材事業部門の社内展示会に招待し、当社が今後目指す方向性について紹介しました。



SUMINOE GROUPグループ理念 研修資料



産業資材事業部門による社内展示会

③内部管理体制・リスク管理体制に関する報告の充実

2023年度に発生したインシデントやハラスメント通報・相談対応などの報告を行いました。

今後も取締役会の運営課題への対応を進めていくほか、取締役会のさらなる機能向上を図るべく、継続的に取締役会の実効性評価を行っていきます。

役員のトレーニング

知識の研鑽の機会を提供

取締役・監査役に対しては、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。(→P55, 59)

また、社外取締役に対しても取締役会実効性評価で指摘された課題に対応し、当社グループをより理解できるよう機会の充実を図っています。就任時に当社グループの経営戦略や事業内容・状況の説明を行うとともに、工場・事業所視察や担当役員からの説明などを適宜行っています。

内部監査室および会計監査人との緊密な連携

社外取締役と社外監査役は、経験や専門性に基づき、取締役会の意思決定の妥当性・適正性の確保のために適宜必要な発言を行い、業務執行を監督しています。

さらに社外監査役は、中立の立場から監査に必要な情報を積極的に入手し、ほかの監査役と共有し、監査環境の強化に努めています。

社外取締役と社外監査役は、内部監査室・会計監査人と緊密な連携を保ち、監査の実施過程についての報告を適宜求めるとともに、監督・監査効率の向上を図っています。これらの監督・監査により不備・欠陥が確認された場合は、内部監査室がその是正・監督を実施し、内部統制を評価しています。

監査の状況

監査役会では、監査役監査の実効性をより一層高めるため、常に各関連組織の連携強化を図っています。

常勤監査役は、社外監査役に経営会議・執行役員会・内部監査の状況などを報告し、緊密に情報を共有しています。

監査役と内部監査室は、監査役が内部監査室から監査状況を聴取し、その指摘事項のフォロー・検証を行うほか、内部監査室が必要に応じて監査役の業務監査に立ち会っています。

監査役と会計監査人は、期初に会計監査人から監査

役へ監査計画の説明をするほか、期中には会計監査の実施状況についての定例会合を開催しています。また必要に応じ、内部監査室・CSR推進室を交え、内部統制評価などを中心とする監査課題の共有と、連携強化を目的とする会合を開催しています。ほかにも、会計処理などに関する情報交換や、監査日程に関する意見交換を適時実施するほか、期中や期末の会計監査人の監査に監査役が立ち会うなど、緊密な連携を図っています。

内部監査の状況

内部監査室は2名で構成され、代表取締役社長、経営会議、CSR・内部統制審議会が直轄しています。内部監査室は「内部監査規程」と「内部監査実施要領」に基づき、国内外の全グループ会社の業務の適正性のほか、財務報告にかかる内部統制を含む内部統制システム・プロセスの整備、運用状況の年度計画を策定し監査しています。

2024年5月期には、アメリカ・メキシコ・インドネシア・タイ・ベトナム・中国の6カ国、9社の海外グループ会社の往査を行いました。財務報告にかかる内部統制は、当社を含めたグループ会社16社(うち海外7社)を対象に評価し、業務プロセスにかかる内部統制は16社中5社(うち海外1社)を対象に評価しました。

これらの内部監査結果は、代表取締役社長や経営会議をはじめ、監査役・会計監査人・財務統制委員会にも報告し、課題提起・改善提案を行うことで、内部統制システムの向上を図っています。また、監査役とは連絡会を随時実施するなど、相互連携を強化しています。

今後もガバナンス、リスクマネジメントの事項、範囲の変化、拡大に対応すべく企業価値向上の支えとなるよう活動していきます。

G Governance

ガバナンス

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員に応じて支給します。

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。

株主との建設的な対話に関する方針

当社グループは、経営戦略や事業環境への理解を深めていただき、適切な評価を得るため、株主との建設的な対話の実現に努めています。

毎年国内各地で、機関投資家向けおよび一般投資家向けのIRを実施し、決算発表時には、主要な株主に対し決算内容や今後の取り組みについて説明・意見聴取を行っています。

また、未公表の重要事実の取り扱いについては、株主間の平等を図ることを基本とし、金融商品取引法などの関連法令を遵守することはもちろん、インサイダー取引防止を目的とした社内規程「インサイダー取引防止規程」に基づき、徹底した情報管理に努めています。

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。

基幹システムの再構築

基幹システムの再構築についてはグループ全体でトップダウンにより進めています。

不正を防止しつつ業務の効率化を図るため、各事業を「見える化」する様々なシステムの再構築を進めています。

①各部門への生産管理システムの展開(国内)

本システムによって、営業から調達への発注状況、調達から営業への生産状況、そして材料・仕掛品・製品の在庫状況を「見える化」することで、製販一体の体制構築に寄与します。

国内の各事業部門は繊維業界に特化した生産管理システムを順次導入しており、2023年度はスミノエ テイジン テクノ営業部門が本稼働し、引き続き、住江織物産業資材事業部門や住江テクノへの展開に着手しています。

②生産管理システムの改善(海外)

海外グループ会社の内部統制強化にはIT統制が最も有効な手段と判断し、特にリスクが大きい在庫管理を中心に取り組みを進めています。2023年度は、Bondtex(米国)の生産管理システム活用による在庫管理精度向上に取り組み、現在は、Suminoe Textile de Mexico(メキシコ)の生産管理システムバージョンアップに着手しています。

③債権債務管理システムおよび会計システムの展開

帳票の廃止によるペーパーレス化や、債権債務の残高明細情報の一元化により、作業効率を向上させることなどを目的として、2022年に住江織物で導入した債権債務管理・会計システムのグループ横展開および機能拡充を図っています。2023年度は、納品書・請求書の電子化を本稼働しました。

今後、経費精算クラウドサービス導入・管理会計強化などの機能を拡充し、また不正防止にも取り組んでいきます。

④ホストコンピューターの移行対応

長年にわたり当社グループで基幹システムの最重要基盤として利用しているホストコンピューター(メインフレーム)の2030年販売終了を受け、現在オープン系プラットフォームへの移行(リホスト対応)を進めています。

歩き回る経営による双方向コミュニケーション

社員と経営幹部の双方向コミュニケーションにより各現場での問題点を討議

当社グループは、経営幹部と社員が情報共有し、双方向コミュニケーションを図るために、2018年5月期より「歩き回る経営」を実践しています。これは役員(取締役・執行役員)が、国内外のグループ会社などを訪問し、各現場の従業員と意見交換を行うものです。

2024年5月期は、国内の事業所10拠点、海外ではSuminoe Textile de Mexico(メキシコ)の1拠点、合計11拠点を対象としました。従業員からは、債権債務管理に関する新システム導入により日々の業務効率が向上したなどの意見があった一方、施設・設備の老朽化や従業員の高齢化と人手不足、グループ関連会社との交流機会が少ないなどが課題として指摘されました。

役員が実際に職場環境を視察し、現地従業員と直接コミュニケーションを取ることで、より実効的な職場環境の改善に繋がることができるこの取り組みは、今後も継続して実施する予定です。

2024年5月期訪問実績

〈国内拠点〉10拠点

- 住江織物(株)
東関東営業部、西関東営業部
- スミノエ テイジン テクノ(株)
北陸事務所、愛知事務所
- (株)スミノエ
中部ブロック、中四国ブロック
- ルノン(株) 名古屋営業所
- 住江物流(株) 厚木センター
- 尾張整染(株) 本社工場
- 関西ラボラトリー(株)

〈海外拠点〉1拠点

- Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.

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}	152	138	—	13	5
監査役 ^{*2}	15	15	—	—	1
社外役員	23	23	—	—	7

※1 社外取締役を除く ※2 社外監査役を除く

コンプライアンスの徹底

基本方針

法令・企業倫理を遵守した企業活動

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。

推進施策

日常的にコンプライアンスを意識する風土づくり

当社グループは、従業員のコンプライアンス意識醸成のために様々な取り組みを行っています。

その一つとして「コンプライアンスガイダンス」を、国内グループ会社の全従業員に配布し、入社時・階層別研修時のコンプライアンス関連講義等で継続的に活用しています。また、朝礼時には企業行動規範を読み上げることでコンプライアンスの日常的な意識づけに努めています。

コンプライアンス研修

役員研修、幹部社員研修の実施

社外講師を招き、研修を継続的に実施しています。2023年度は、役員を対象に「拡大するサイバーセキュリティの脅威に備えて」をテーマに、情報セキュリティマネジメント研修を行い、情報セキュリティの重要性、経営層が負う責任、個人情報保護の必要性を学びました。

また、全従業員に対しては、2023年度に制定した「SUMINOE GROUP 人権方針」の意義を広めるために、「ビジネスと人権とサステナブル調達について」をテーマに研修を実施し、コンプライアンスに対する意識の強化を図っています。

個人情報保護説明会の実施

個人情報の漏洩リスク低減のため、個人情報を取り扱う機会が多い国内グループ会社数社を対象として、個人情報保護法とその取り扱いに関する社内ルールについての説明会を実施しています。2022年には対象会社の全従業員（一部グループ会社は幹部社員）に、それ以降は新入社員を対象に毎年実施し、2024年6月～8月の

説明会では58名が参加しました。また、取り扱いの社内ルールについては、従業員が常時確認できるように、リスクマネジメントマニュアルとコンプライアンスガイダンスに記載しています。

社内勉強会の継続実施

2023年に引き続き、一部の国内グループ会社を対象に下請法勉強会を実施しました。同勉強会では、下請法の概要に加え、指導基準の変更を鑑み当社グループが実施した電子記録債権・手形サイトの短縮や、労務費等の価格転嫁についてなど、事業者として知っておかなければならないことについて説明しています。2024年6月の説明会には110名が参加し、アンケートでは回答者の全員が役に立ったと回答しました。ほかにも、「契約書の注意点」、「秘密保持契約」、「法務（入門編）」など、テーマごとに勉強会を実施しており、今後も継続していく予定です。

内部通報制度

通報相談窓口の設置

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。

今後も社内研修などを通じて、通報受付窓口の周知および利用の啓蒙を継続していきます。

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	2023	2024
企業倫理ホットライン（社内窓口）	0	1
同上（社外窓口）	0	0
健康相談窓口（ハラスメント相談含む）	9	3
ハラスメント相談窓口	8	6
計	17	10

リスクマネジメント

リスクマネジメント体制

各委員会での審議・検討後、経営会議/CSR・内部統制審議会に報告

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、住江織物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。



サイバーセキュリティへの取り組み

当社は、昨今のサイバー攻撃増大の情勢を受け、「住江織物グループ 情報セキュリティポリシー」に準拠し、標的型メール訓練や、端末へのハッキングを検知防御、外部業社による常時監視の導入など、各種取り組みを行っています。

今後、コンサルティング会社によるリスクアセスメント結果に基づき、セキュリティ対策ロードマップを策定し、すべての事業活動を網羅するセキュリティ対策の強化に向けて、全社的な取り組みを推進していく予定です。

事業継続計画（BCP[※]）行動計画

安否確認訓練の実施

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。

住江織物とスミノエの本社では、「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。

また、リスクマネジメントマニュアルに記載の「海外勤務に関する危機対応マニュアル」において、海外グループ会社の緊急事態にも迅速に対処できるように備えています。

※Business Continuity Planningの略称。災害・事故などの緊急事態発生時に、事業の継続や復旧を速やかに行うために策定される計画。

知的財産

知的財産権にまつわる啓発活動

知的財産権には、特許、実用新案、意匠、商標などがあります。知的財産権を保護し、有効活用するためには、従業員が内容を正しく理解し、知識を深めていく必要があります。そのため、入社時には知的財産権の教育を実施し、企業における知的財産権の重要性を認知させることと、住江織物本社や、奈良事業所で定期的開催されている技術会議の場で当社グループの知的財産権取得状況や情報を報告しています。また、毎月当社グループ関連技術に関する他社特許を監視し、関連部署ごとに情報を発信し、常に最新の特許情報を共有しています。

現在、有効特許は、当社グループで約150件保有しており、消臭関連技術や、リサイクルカーペットに関する技術など自社製品に有効に活用しています。また、具体的な製品化に向けた出願のみならず、将来の事業展開を見据えた先行技術特許出願にも注力しています。

今後も、知的財産権に関する教育、情報共有を実施し、戦略的に知的財産権を活用、保護していきます。



代表取締役社長
永田 鉄平

社外取締役
澁谷 裕子

社外取締役の提言を踏まえて、 持続可能な未来に向けた成長と 企業価値の向上を目指します。

ガバナンスの実効性をより高めていくため、永田鉄平代表取締役社長が、澁谷裕子社外取締役から経営の状況についてご意見をいただきました。澁谷社外取締役は、株式会社高島屋にて商品バイヤーなどを経て、現在、同社の執行役員MD本部副本部長として仕入部門を統括されています。これまでの豊富な海外勤務経験などをもとに、当社グループに対して忌憚のないご意見を伺いました。

インテリア市場の次なる成長の鍵は需要の創出

永田 澁谷さんは、当社の社外取締役に就任されて約1年ですが、この間、当社グループを取り巻く環境をどのように捉えていますか？

澁谷 いつの時代も、経営において波風が立たない年はありません。2024年5月期も例外ではなく、日本国内では天災が相次ぎ、海外では地政学リスクが深刻化しています。こうした要因により、原材料やエネルギーコストが大幅に上昇し、ビジネス全般に大きな影響を与えました。一方で、為替変動も見逃せません。円安が海外事業の売上を押し上げましたが、最近では円高に推移しており、今後の為替動向には引き続き注視する必要があります。

永田 おっしゃるとおり、為替の急激な変動は経営にとって難しい問題です。経営者としては1ドル110円から120円くらいの安定した為替水準が理想です。円安で海外事業の売上や利益が押し上げられる一方で、原材料価格やエネルギーコストが増加し、これが事業に負の影響を与えています。また、海外では、中国の経済減速が我々にとって大きなリスクです。しかし、特に自動車内装事業においては、海外展開がさらに重要になっており、アジアでの市場拡大のためにも状況を注視しながら、機動的に対応していく必要があります。

ちなみに、インテリア業界の現状について澁谷さんはどのように把握していますか？

澁谷 インテリア業界のB to B分野には、今後もチャンスがあると思います。たとえば、インバウンド需要の増加が見込まれることによる外資系ホテルの進出で、新しいプロジェクトや需要が期待されます。また、コロナ禍で家庭内消費が活発化した時期がありました。現在は少し落ち着いていますが、長期的には生活空間を豊かにするニーズは依然として大きいと考えています。日本では人口が減少し、世帯数も減少傾向にありますが、消費者のライフスタイルや嗜好の変化を捉えれば、インテリア業界にはまだまだチャンスがあるのではないのでしょうか。

永田 インテリア業界は昭和の頃から、家庭の豊かさとともに発展してきました。当時はカーテンがただ窓を覆うだけのものでしたが、次第に個人の趣向やデザイン性が重視されるようになり、当社もその流れに対応して成長してきました。しかし、現在の日本では、インテリアにかかる予算が限られているのが現状です。消費者の支出はスマートフォンやゲームといった分野で増えている一方、インテリアの分野に回るお金が少ない状況です。インテリアメーカーとして、我々にも責任があります。業界全体として、もっとインテリアの良さを広め、関心を高めていく必要があります。特に情報発信力がまだまだ弱いので、家庭内のインテリア分野を活性化させるための取り組みが必要だと感じています。

澁谷 シンガポールに駐在していた際、現地の人々がファッションにはあまりお金をかけない一方で、住まいにはしっかりと投資しているのが印象的でした。コンドミニアムと呼ばれる高級レジデンスに住む外国人や現地の富裕層のみならず、公団に住む一般の中間層の人々が、リノベーションやインテリアにお金をかけ、自分らしい暮らしを実現しているのです。特に若い世代がインテリアに積極的にお金を使う傾向がみられました。

一方日本では、家の中にお金をかける習慣がありません。永田社長の「おっしゃるとおり、インテリアへの関

心はどう広めていくかが大きな課題ですね。B to C分野のインテリア市場をどう活性化させるかが、当社グループにとっても重要なテーマになると思います。

社外取締役が事業をより深く理解するための取り組みを促進

永田 続いて、当社のガバナンスについてご意見をいただければ幸いです。

澁谷 取締役会における議論は活発に行われていると率直に感じています。特に社外取締役の方々は経営の状況を深く理解した上で、弁護士や会計士といった専門分野から知見を述べています。取締役会は、重要な決議事項を取り扱う場であることは当然として、それ以外に報告事項を踏まえてボードメンバーが議論を深める場合も多く見受けられます。

永田 取締役会の運営に対して肯定的なご意見をいただき、安心しました。もっとも、いくつかの課題があることは承知しています。一つに、四半期ごとの発表や決算数値に関する取りまとめが遅く、取締役会直前の共有となっている点です。これを改善するために、基幹システムの再構築などを進めているところです。

一方、社外取締役のメンバー構成については、澁谷さんが指摘されたようにバランスが取れていると自負しています。企業経営の経験者をはじめ、弁護士や会計士など多様なバックグラウンドを持つ方々が集まっており、豊富な知見をもとに有意義な議論が行われています。社外取締役の方々からは、私たちが気づかない外部からの視点で指摘をいただくことも多いです。

当社では事業をより深く理解していただくための取り組みを進めているところです。2023年度は住江テクノ奈良工場で取締役会を開催し、工場視察を行いました。2024年度は、グループ理念の研修動画の視聴、また産業資材事業部門による社内展示会の見学により、今後当社が目指していく方向性を共有しました。またさらに、大阪府松原市にある事業所で取締役会を開催し、拠点の視察を予定しています。今後でもできる限り工場や拠点を視察していただく機会を設け、我々の事業をより深く知っていただく考えです。

澁谷 この一年間の業務執行について申しますと、2023年11月に住江テクノ奈良工場で小火が発生するという事故がありました。このとき、生産現場では常に事故のリスクが潜んでいる点を取締役に述べました。現場で災害が発生した際にどのように対応するかとともに、事前にごう防止するかについて議論しました。業務の安心安全についてはその場限りの議論ではなく、今後の取り組みのモニタリングに努めていきます。

永田 ご指摘のとおり、現場の安全安心は経営の最優先課題であり、ご指摘を踏まえてしっかり取り組んでまいります。

社外取締役のみなさまにモニタリングに注力いただいた例として、米国子会社の黒字化が挙げられます。その過程では、様々な課題に直面しましたが、多くの意見交換を経て、最終的に経営として必要な判断をしながら進めてきたことが、現在の結果に繋がったと考えます。

従業員の意識改革とダイバーシティの推進

永田 澁谷さんは、この一年間、当社グループの従業員と対



話の機会を持っていただくなど、業務執行の現場に対する理解を深めていただきました。こうした取り組みを通じて、気づかれたことをお教えください。

澁谷 はい、社外取締役として永田社長や取締役のみなさまと頻りに接する一方で、SUMINOE GROUPで働く方々の意識や企業文化を知るために、従業員のみなさまとの対話も心がけたいと考えてきました。

そこで感じたのは、従業員の多くが真面目で誠実に業務に取り組んでいるということです。実際に、「いい人が多い」という言葉が印象的で、会社全体に温かい雰囲気があることが伺えます。

もっとも、従業員の方々から話をよく聞くと、仕事に対する誇りは高いものの、組織に対するロイヤリティにはまだ改善の余地があると感じます。なかでもキャリアのステップアップに関して、従業員のなかには閉塞感を感じている方もおり、これをどのように改善していくかが課題だと思います。また、当社グループが持つ強みや魅力を従業員自身がもっと自覚できるようにする取り組みが重要だと感じました。

永田 澁谷さんのおっしゃるとおり、我々の社風として真面目で大人しい人が多いという傾向があります。多くの従業員が一定の範囲内で一生懸命に仕事をしています。しかし、自ら進んで仕事をアグレッシブに取りに行く姿勢が足りないかもしれません。

実は私が社長に就任して以来、こうした状況を変えるために社外向けのIRだけではなく、社員へのグループ理念の浸透にも取り組んできました。従業員が当社グループの強みや特色を再認識し、あらためて業界の先駆者としての誇りを持ち、プライドを持って取り組んでほしいと考えています。

グループ理念の策定とともに、人事制度や報酬制度も少しずつ改革を進めています。努力した人への報酬を手厚くすることで、その努力が報われる仕組みを整えています。こうした改革を通じて、当社グループのよき伝統を守りつつ、さらに成長していく会社にしていきたいと思っています。

澁谷 企業を変革するには、永田社長をはじめとする経営陣、事業部長、部長、そしてマネージャークラスの皆さん全員の取り組みが不可欠です。上層部が変わらなければ、その下の階層も変わりにくいというのは現実です。意識改革の促進は簡単なことではありませんが、全社的な取り組みが必要だと考えています。その点、商号の変更を決定したことは大きなメッセージであり、会社にとって転機をもたらすと思います。重要なステークホルダーである従業員の意識改革や企業のさらなる成長に繋がることを期待します。



永田 人材の活用としてのダイバーシティ&インクルージョンもまた当社グループにとって大きな課題と考えます。

澁谷 私としては、女性従業員の管理職への登用が優先すべき課題と考えます。どの企業でも目標達成に向けて努力しているなかで、当社グループとしても意識的に取り組むことが求められています。もっとも、支援態勢が十分でないまま登用することは、本人にとっても会社にとっても好ましくない場合があるため、慎重さは必要と思います。

私が実施した従業員との対話では、「イノベーションは多様な人材から生まれる」という意見が出ており、イノベーションを促進するためには、多様な人材の登用が不可欠だと改めて感じた次第です。また、「女性は上位ポストを目指さない」という日本社会にありがちな固定観念についても、アンコンシャス・バイアス(無意識の偏見)が影響していると考えます。実際のところ、キャリアを積極的に伸ばしたいと考える女性は少なくなく、そうした人材が成長できる環境を整えることが重要だと感じています。

永田 女性従業員の活躍推進に向けて、ご経験を踏まえてご助言をいただければ幸いです。

澁谷 女性管理職の育成や登用に関しては、得意分野や経験がある領域から始めることがよいのではないかと思います。いきなり経験のない分野で管理職を任されると、本人にとって負担が重いものです。年次にかかわらず、実力がある人にチャレンジの機会を与えるべきだと思いますが、現場のプレーヤーの実力と管理職としての能力は別物であり、両方のスキルが欠かせません。

また、当社グループはB to B分野のビジネスが中心であることから、外部の人と接する機会が少ないことが課題だと思います。私の経験上、小売業では日々お客様と接し、そのなかで世の中の流れや変化に気づかされることが多くありますが、社内業務をしているだけでは、それに気づかないこともあるかもしれません。外部の研修機関やビジネスパートナーとの接点を増やすことは、視野を広げるための一つの方策として有効だと感じています。

永田 ダイバーシティについて私個人としては、性別を問わずすべての従業員が上位職を目指して活躍する必要があるとは思っていません。従業員一人ひとり、それぞれの価値観があり、ライフサイクルにおける事情があるはずで、そのなかで、当社グループとしてはキャリアを積みたく望む従業員が活躍できる環境を整えることが当然のことと考えます。

現状、キャリアアップを望む女性従業員の割合が少ないということが、働きやすさアンケート(社内意識調査)の結果で出ていますが、まずは女性が目標にできるロー

ルモデルを社内ですべて育てていくことが大切だと考えます。実際、自動車内装事業の開発センターで女性の副センター長を任命し、デザインや企画に関わる重要な役割を担っていただいています。さらに、国内子会社の監査役に初めて女性3名を任命しました。

一方で、若手の早期登用も進めており、グループ全体で多様性を尊重する風土が少しずつ根付きつつあります。今後、女性や若手が活躍する姿を現すことで、「私もそこにいけるかもしれない」と思えるような環境を作っていくことが、経営者の使命だと考えます。

さらなる海外展開とインテリア事業の収益改善

永田 当社グループは中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY2022~2024~2027」のもとで、未来に向けて着実に「変わる」ことを追求しています。この点、澁谷さんのご意見をいただけますでしょうか。

澁谷 まず国内市場における成長は、他社からのシェア奪取や外部から何か新しい要素を取り込まない限り、容易ではないと感じます。これはどの業界でも同様の課題であり、いかに新たな収益源や成長機会を見つけるかが重要なポイントになると思います。

この点、当社グループが追求すべき課題として、海外市場のさらなる開拓が挙げられます。当社グループには海外に13社のグループ会社があり、従業員のおよそ4割が海外で活躍しているという事実からも、すでにグローバルで展開している企業といえます。そして、米国子会社を筆頭にいずれも成長フェーズに入っています。もちろん、海外事業においても様々な課題があるものの、さらなる成長を見据えて海外市場での事業展開はますます重要になっていきます。

永田 当社の売上構成は、自動車・車両内装事業が60%、インテリア事業が35%、機能資材事業が5%を占めています。これから先、成長を目指す上で、自動車・車両内装事業は日系自動車メーカーとの強い関係に加えて、外資系自動車メーカーへの進出も進んでいることから、この分野での収益拡大が鍵となります。

一方で、我々の祖業であるインテリア事業は、過去、営業利益率が1%程度と低迷してきたことから、これを改善することが当面の課題だと考えています。最近では営業利益率が3%に上昇したものの、私としては少なくとも5%に引き上げたいと考えています。この改善が実現すれば、連結での営業利益率5%以上の達成が見込める上、インテリア事業で働く従業員たちにも「我々の事業も利益を上げている」という意識が生まれ、子会社の待遇改善にも繋がります。自動車・車両内装事業の規模拡大とともに、インテリア事業の収益改善に重点を置いた経営のかじ取りが欠かせません。

澁谷 現在、海外に13社、国内含めて30社ほどのグループ企業を抱えているなかで、グループ全体のシナジーについてはどのようにお考えでしょうか。特に人材面や事業面での連携が、どのように効果を発揮しているか、あるいはその強化の可能性について、お伺いしたいです。

永田 当社グループでは、自動車・車両内装事業とインテリア事業、機能資材事業などの連携が進んでいます。また、インテリア製品にとどまらず、室内空間の設計・デザ

インを手掛ける事業が伸長しています。このほか、商品性能評価および消費科学的評価を行う関西ラボラトリーと、試験機器を販売するグループ会社との連携が進んでおり、これによってグループ内で試験機器の調達が可能となっています。また、グループ内で試験業務ができる強みを発揮することで製品開発においてもプラスとなり、新しい価値を創出することができると考えています。

従業員への目標浸透と経営層との連携強化を推進

永田 中長期経営目標の進捗について、澁谷さんはどのように評価していますか？

澁谷 売上高と営業利益の拡大に向けた取り組みを着実に進めている点を評価します。今後、利益目標をいかに達成していくかが問われています。そのなかで、私が抱えている懸念点は、一般従業員への目標の浸透度にまだ課題があるのではないかとことです。私自身は従業員との対話を通じて、事業部長クラスの方々は目標をしっかり理解し、それに向かって取り組んでいるものの、一般の従業員には目標が十分に伝わっていない印象を受けました。会社の目標と一人ひとりの従業員の目標をどのように結びつけていくかが重要なポイントであり、目標を従業員に確実に伝え、個々の目標と繋げるための工夫や努力を今後も継続していく必要があると考えます。

永田 ご指摘の点、真摯に承ります。現在、当社グループでは、経営層から従業員までのコミュニケーションを重視しており、従業員にグループ理念をしっかり理解してもらい、日々の業務に反映できるよう努めているところです。その施策として、グループ理念研修があります。1回目の研修のなかで、社長メッセージとして、理念に対する私の想いを説明しました。これから実施する2回目となるグループ理念研修は、社長と事業部門長と執行役員、事業部長クラスの3者が、経営目標やグループ理念、各部門の部門MISSIONについて座談会を行い、それをビデオ配信することで、浸透度を高めようと考えています。

このような取り組みは初めてですが、社内報や、従業員へのメッセージだけではなく、座談会での経営層の生の声、本音を聴いていただくことで、経営目標を理解し、従業員に期待していることを直に感じていただけたと思います。グループ理念や部門MISSION、部署MISSIONを、個々の目標に落とし込むことにより、行動の変化が生まれ、組織全体の目標達成に繋がると信じています。

ちなみに、2018年から「歩き回る経営」という活動を行っています。これは経営陣が各事業所を訪問し、現地の従業員と直接コミュニケーションを図る取り組みです。各事業所でミーティングを行い、従業員との親睦を深める場も設けています。また、海外視察の際は現地採用の従業員との交流を大切にしています。このような取り組みを通じて、従業員一人ひとりの信頼関係を築き、会社全体の連携を強めていくことを目指しています。

澁谷 私自身、海外に駐在した経験があるため、海外の従業員とのコミュニケーションの重要性を実感します。社長や取締役が直接顔を見せ、現地での交流を大切にすることは現地の方のエンゲージメントを高める点においても大きな意味がありますね。

未来を見据えた成長戦略と環境への挑戦

永田 最後に、当社グループの長期的な展望についてご意見をいただけますか？

澁谷 10年後、20年後の未来を思い描くのは容易ではないものの、これまで当社グループはインテリア事業や車両内装事業などインフラに関連する分野で市場ニーズに合わせて変化してきた点が強みです。そして、モビリティのあり方が変わるなかで、環境への配慮や持続可能性がますます重要な課題となっていくでしょう。当社グループは環境に配慮した新素材の開発を進めており、この点もまた強みとなるはずで、廃棄物の処理を含めた環境保護対策が求められるなかで、世の中の期待に機敏に応えることが、今後の成長の鍵になります。

永田 当社グループでは中長期経営目標のなかで、サステナブル経営の実現に向け「2050年」の「ありたい姿」からバックキャストで当社グループが今後どのような戦略で、何を行っていくべきか、また何を守り、何を捨てるのかを考える取り組みを行いました。これは次世代を担うと期待する20代後半から40代の従業員に「2050年にどんな会社になりたいか」を議論してもらったものです。それぞれのチームで、将来的に何を果たしたいかを発表してもらった内容を踏まえ、組織でイノベーションを創出するために「自社の技術(シーズ)」と「顧客のニーズ」を結び付けていく検討を進めていきます。私が入社したとき、当社の売上は約300億円でした。42年が経過してようやく1,000億円を超えました。今後、売上高を1,500億円、2,000億円と増やしていくためには、機能資材事業やインテリア事業をもっと大きくし、さらに新しい事業の軸をつくる必要があります。M&Aを通じて新たな軸をつくる、もしくはほかの方法で成長を図るなど、社内での議論をさらに深めていきます。



澁谷 当社グループにおける研究開発も多方面で取り組んでいることから、今後、画期的な要素技術が生まれてくると考えます。そのなかから、将来の成長に繋がるものが生まれてくことに期待しています。「あらゆる空間に、イノベーションを。」という言葉には、本当に多くの可能性が込められているはずで、これから先、様々な空間で革新を起こすことができる言葉です。このフレーズは、当社グループの幅広い事業領域においてまだまだ挑戦できる可能性を示しているように思います。

永田 本日は様々なご意見、ありがとうございました。



取締役・監査役紹介

スキル	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」をもとに、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

スキル・マトリックス

2024年8月30日時点

氏名	在任期間	当社が取締役・監査役に特に期待するスキル							選任理由	
		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
① 代表取締役社長 永田 鉄平	7年	●	●	●		●			CSRの推進、経営計画のとおりまとめ、IRの責任者を務めました。また、インテリア事業部門の中核グループ会社代表取締役社長を務め、機能資材事業部門における豊富な業務経験も有しています。	
② 代表取締役常務 薄木 宏明	4年	●					●	●	●	経理部長に就任し、経理全般の責任者を務めました。経理分野における豊富な業務経験を有しています。
③ 取締役 村瀬 典久	2年	●		●	●			●		インテリア事業部門の中核グループ会社代表取締役社長を務めており、同部門における豊富な業務経験を有しています。
④ 取締役 諏訪 和晃	-	●	●	●						産業資材事業部門において、海外主要子会社2社の責任者を務めており、豊富な海外勤務経験と業務経験を有しています。
⑤ 社外取締役 独立役員 清水 春生	8年	●	●	●						株式会社エクセディの経営者として培われた豊富な経験と幅広い見識とともに、当社のコーポレートガバナンスの一層の向上に資する有用な意見・提言をいただくことを期待し、選任しました。
⑥ 社外取締役 独立役員 野村 公平	6年				●			●		弁護士として長年培われた豊富な法律知識を有し、他社の社外取締役および社外監査役としての優れた見識と幅広い経験を活かし、客観的立場から社外取締役の職務を適切に遂行していただくことを期待し、選任しました。
⑦ 社外取締役 独立役員 種田 ゆみこ	3年						●	●		公認会計士、税理士として長年培われた豊富な会計・税務知識と知見を有し、所属会社での経営経験および社外取締役としての幅広い見識から、当社のコーポレートガバナンスの一層の向上に貢献いただくことを期待し、選任しました。
⑧ 社外取締役 澁谷 裕子	1年		●	●	●					株式会社高島屋の執行役員として培われた豊富な経験と幅広い見識とともに、当社のコーポレートガバナンスの一層の向上に貢献いただくことを期待し、選任しました。
⑨ 常勤監査役 市川 清一	4年		●			●	●	●		当社グループ基幹工場での長年にわたる製造管理経験と主要海外グループ会社における経営・監督経験から得た知識を有しています。
⑩ 社外監査役 片山 貴文	4年	●	●	●						丸紅株式会社で培われた繊維部門における豊富な経験と見識を監査体制に活かしていただくことを期待し、選任しました。
⑪ 社外監査役 天知 秀介	-	●		●				●		鐘淵化学工業株式会社(現 株式会社カネカ)での豊富な経験と見識、セメダイン株式会社代表取締役としての経営経験を当社の監査体制に活かしていただくことを期待し、選任しました。

※上記一覧表は、各人の有する全ての知見や経験を表すものではありません。

各年5月期

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
損益状況												
売上高(百万円)	88,219	91,182	97,529	96,038	97,872	98,617	91,512	79,702	81,713	94,828	103,478	
営業利益(百万円)	2,809	3,101	2,553	1,297	2,247	3,118	1,557	1,049	110	1,294	3,300	
営業利益率(%)	3.2	3.4	2.6	1.4	2.3	3.2	1.7	1.3	0.1	1.4	3.2	
経常利益(百万円)	3,401	3,729	2,883	1,364	2,358	2,956	1,323	1,211	950	1,575	3,668	
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	1,968	1,815	245	26	1,083	467	142	409	281	320	874	
EBITDA(百万円)	4,449	4,964	4,447	2,917	3,973	4,888	3,588	3,028	2,026	3,524	5,557	
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)	4,479	3,701	1,453	983	3,519	4,760	5,901	4,167	375	1,803	7,450	
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△1,221	△1,231	△3,211	△2,170	△244	△1,448	△1,536	△754	△1,191	△2,834	△2,323	
フリーキャッシュ・フロー(百万円)	3,257	2,470	△1,757	△1,186	3,274	3,311	4,365	3,413	△816	△1,030	5,127	
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△895	△2,756	119	354	△843	△4,964	△1,702	△3,174	△2,074	△52	△4,204	
財務状況												
総資産(百万円)	85,841	90,126	86,878	90,254	92,182	87,975	86,272	83,669	84,801	88,151	92,199	
有利子負債(百万円)	15,501	15,134	16,959	18,946	19,396	18,548	20,184	18,689	18,999	21,280	18,090	
株主資本(百万円)	21,552	22,860	22,614	22,111	22,664	20,560	18,641	18,878	19,711	19,458	21,431	
株主資本比率(%)	25.1	25.4	26.0	24.5	24.6	23.4	21.6	22.6	23.2	22.1	23.2	
1株当たり情報^{※1}												
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	26.09	24.07	3.25	3.50	143.66	65.36	21.88	64.84	44.44	50.55	132.22	
1株当たり純資産(円)	409.77	466.15	441.61	441.23	4,515.26	4,469.04	4,438.11	4,438.67	4,470.49	4,549.75	4,742.69	
1株当たり年間配当金(円)	6	6	7	7	—	70	50	35	70	55	70	
配当性向(%)	23.0	24.9	215.4	—	48.7	107.1	228.5	54.0	157.5	108.8	52.9	
その他データ												
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	6.6	5.5	0.7	0.1	3.2	1.4	0.5	1.5	1.0	1.1	2.9	
設備投資 ^{※2} (百万円)	1,502	1,422	820	2,722	1,171	1,617	3,516	2,677	4,636	2,441	3,875	
減価償却費(百万円)	1,640	1,862	1,893	1,620	1,725	1,769	2,030	1,979	1,915	2,229	2,257	
研究開発費(百万円)	371	380	348	289	268	254	1,117	948	984	1,073	1,060	
従業員数(名)	2,554	2,604	2,786	2,830	2,850	2,899	2,822	2,724	2,640	2,779	2,812	

※1 当社は、2017年12月1日を効力発生日として普通株式10株につき1株の割合で株式併合を実施しました。

2018年5月期の1株当たり年間配当金については、当該株式併合の影響を考慮し「—」として記載しています。

※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。

SUMINOE GROUPの拠点

海外グループ会社

中国

- ①住江互太(広州)汽車繊維製品有限公司
- ②蘇州住江小出汽車用品有限公司
- ③蘇州住江織物有限公司
- ④住江織物商貿(上海)有限公司

インド

- ⑤Suminoe Teijin Techno Krishna India Pvt. Ltd.

ベトナム

- ⑥Suminoe Textile Vietnam Co., Ltd.

タイ

- ⑦Suminoe Koide (Thailand) Co., Ltd.
- ⑧T.C.H. Suminoe Co., Ltd.

インドネシア

- ⑨PT. Sinar Suminoe Indonesia
- ⑩PT. Suminoe Surya Techno

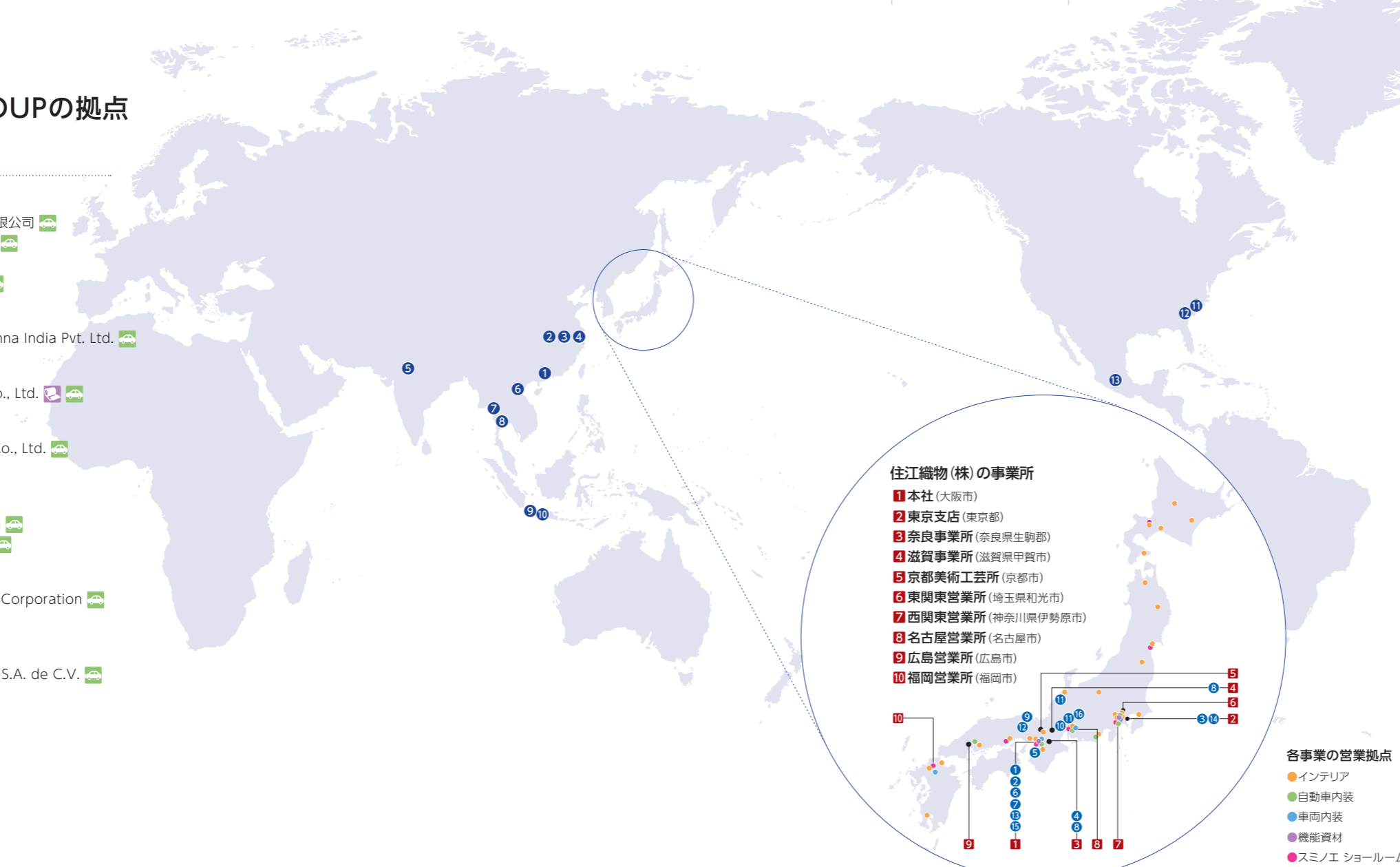
アメリカ

- ⑪Suminoe Textile of America Corporation
- ⑫Bondtex, Inc.

メキシコ

- ⑬Suminoe Textile de Mexico, S.A. de C.V.

- 🏠 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
- 🎨 美術工芸織物



住江織物(株)の事業所

- ① 本社(大阪市)
- ② 東京支店(東京都)
- ③ 奈良事業所(奈良県生駒郡)
- ④ 滋賀事業所(滋賀県甲賀市)
- ⑤ 京都美術工芸所(京都市)
- ⑥ 東関東営業所(埼玉県和光市)
- ⑦ 西関東営業所(神奈川県伊勢原市)
- ⑧ 名古屋営業所(名古屋市)
- ⑨ 広島営業所(広島市)
- ⑩ 福岡営業所(福岡市)

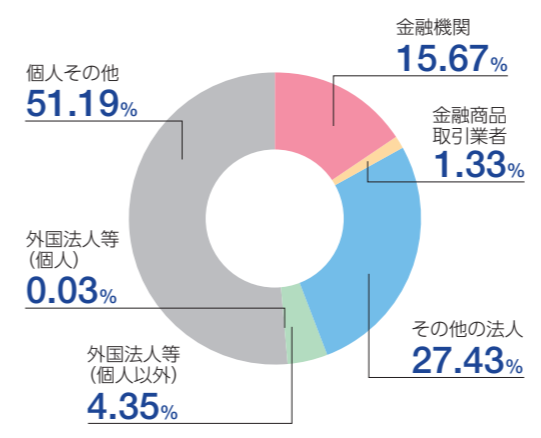
各事業の営業拠点

- 🟡 インテリア
- 🟢 自動車内装
- 🟠 車両内装
- 🟣 機能資材
- 🟠 スミノエ ショールーム

会社概要(2024年5月31日現在)

会社名	住江織物株式会社 Suminoe Textile 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	258名(連結2,812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	2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	7,682,162株
株主数	10,608名

大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社高島屋	924	13.69
日本生命保険相互会社	476	7.06
丸紅株式会社	366	5.43
林テレンプホールディングス株式会社	233	3.45
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)	178	2.65
住江織物従業員持株会	147	2.18
住江織物共栄会	144	2.15
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	133	1.98
東レ株式会社	129	1.92
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	117	1.74

※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(926,816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。



本書に関するお問い合わせ先

住江織物株式会社 CSR推進室
〒542-8504 大阪市中央区南船場3-11-20
TEL: 06-6251-6817 FAX: 06-6251-6806
E-Mail: csr@sin.suminoe.co.jp
URL: <https://suminoe.co.jp/>