

2024年5月8日



中期経営計画 KFW-2026

komatsumateRe

小松マテーレ株式会社

会社は全世界の人々の健康・快適・安全・環境を考え、社会貢献を通して存続するもので、小松マテールグループはこの**ESG経営**を実践すべく**全社が連動**して力強い**提案型企業**へ進化の歩みを継続します。

私たちは80年にわたって磨き上げたファブリック加工技術および周辺技術を社会のために活かし、衣料分野から生活・産業資材分野、さらに環境問題解決やインフラ強靱化等、**時代が求める分野に貢献範囲を拡大**しつつ、**高収益企業**を目指します。

ビジョン実現に向け

私たちが伸ばすべき力(キーワード)

技術力(創造力・展開力・応用力)

提案力(顧客目線・実行力・スピード)

信頼度(ブランド・品質・納期)



ステークホルダーへの貢献

顧客 ⇒ 美・感動・快適の提供

社員 ⇒ やりがい・成長・しあわせ

社会 ⇒ 安全・安心・地球環境保全

株主 ⇒ 企業価値向上

KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

これまで「芸術の工業化を目指して」をコンセプトに全世界の人々の美・感動・快適を考え推し進めて参りました。

情報技術は加速度的に進化し、AI活用導入が進む昨今ですが、感性や匠の技術の価値は失われることはないと確信します。

当社の得意な「ファッション」はまさにこの領域であり、私たちは先進技術を積極的に導入しながら、技術に裏付けされた感性の追求を極める強い意思を改めて確認し、実践します。

本計画は、100周年に向けた飛躍につなげる新たな3ヶ年の中期経営計画の基本構想を示すものです。

KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

事業領域

1

海外事業の拡大
ファッション衣料と非衣料分野

2

小松マテーレ式
サステナブル
商材・事業の推進

3

製品事業の推進

基盤強化

4

人材育成の強化と
エンゲージメントの向上

5

製造環境の整備、
福利厚生面の充実

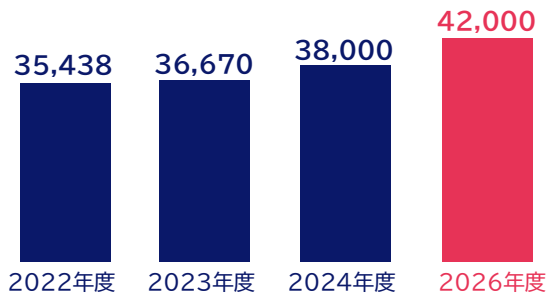
新中期経営計画の数値目標

連結財務ハイライト

売上高

(単位:百万円)

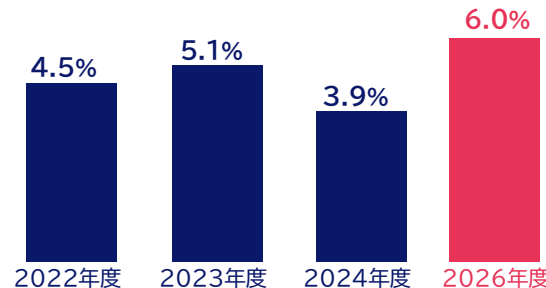
42,000 百万円



2024年度比
10.5%増

営業利益率

6.0%

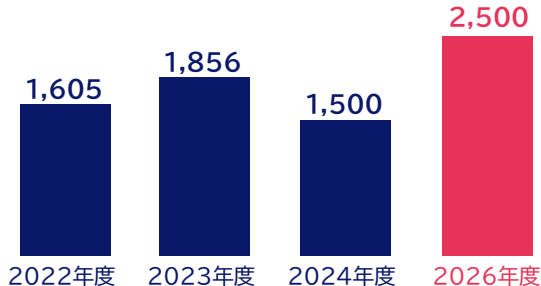


2024年度比
2.1P増

営業利益

(単位:百万円)

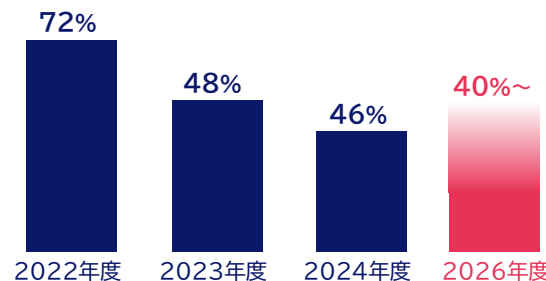
2,500 百万円



2024年度比
66.7%増

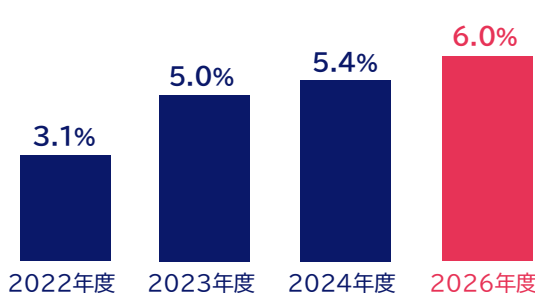
配当性向

40%以上



ROE

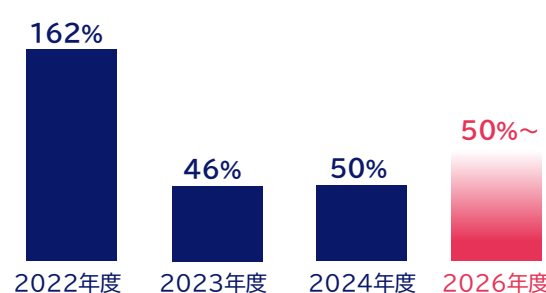
6.0%



2024年度比
0.6P増

総還元性向

50%以上



KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

事業領域

1

海外事業の拡大
ファッション衣料と非衣料分野

2

小松マテーレ式
サステナブル
商材・事業の推進

3

製品事業の推進

基盤強化

4

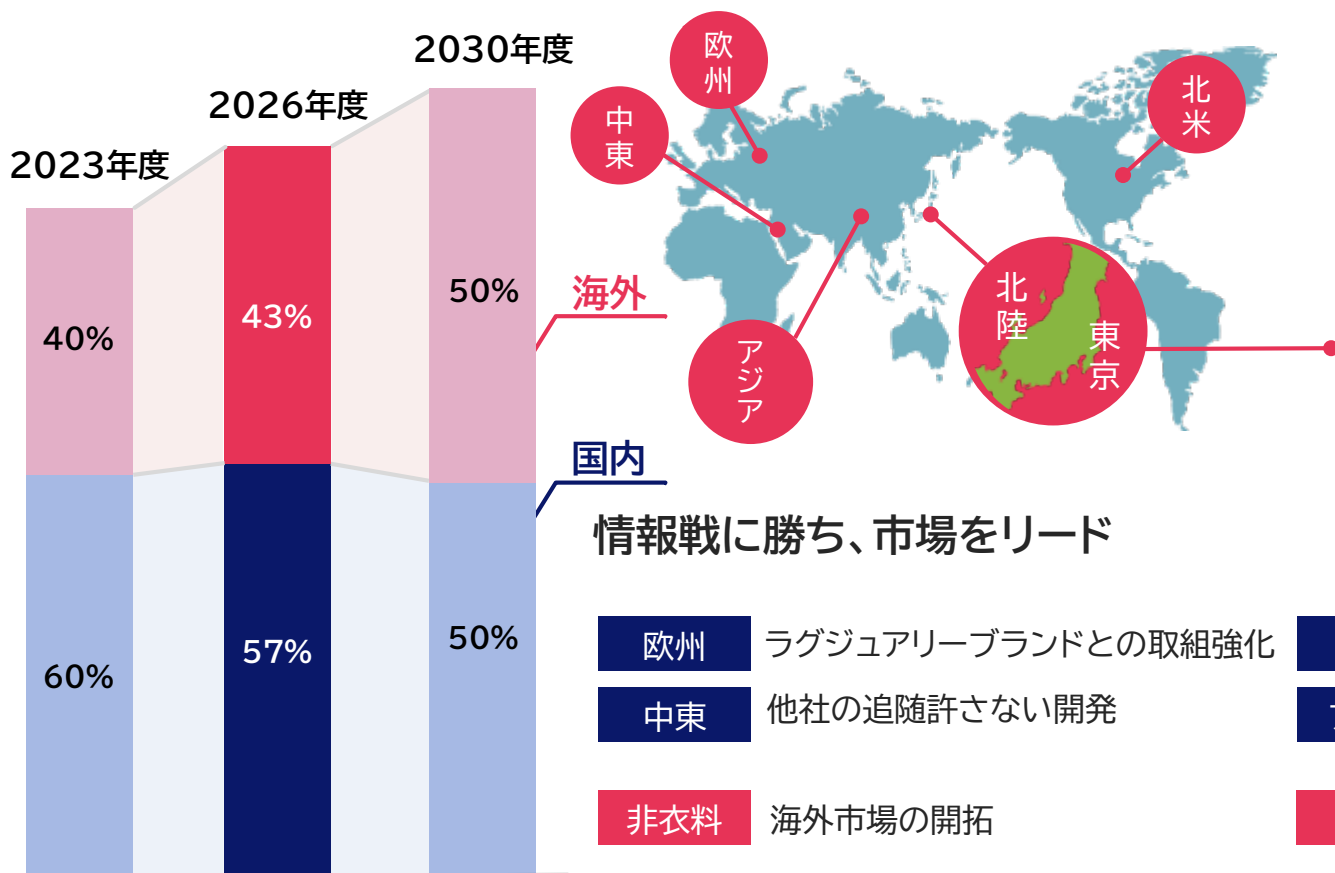
人材育成の強化と
エンゲージメントの向上

5

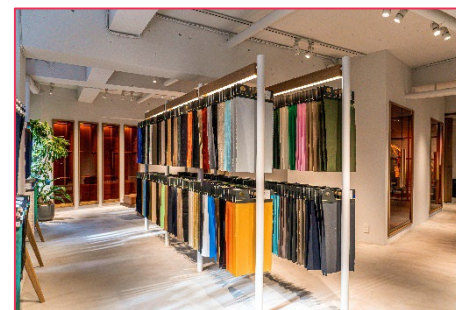
製造環境の整備、
福利厚生面の充実

欧・米・中東・アジアの取り組みを更に強化

グローバルマーケティング&セールsteam(GMST)を設け、青山ショールームを拠点とし、さらに海外の営業拠点の設置も視野に。



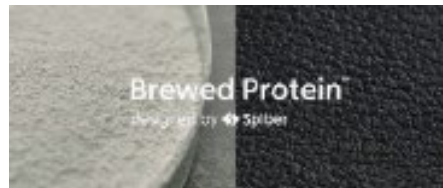
パリでの個展



青山ショールーム

テキスタイル でのサステナブル

mateReco®



建材 でのサステナブル



汚泥減容化バイオ製剤

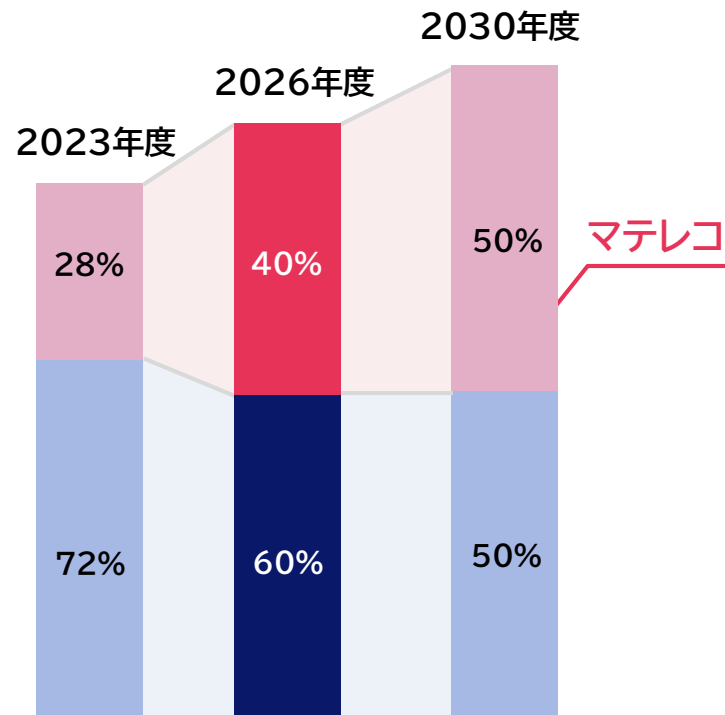


小松マテーレならではのサステナブルを推進

サステナブルだけでなく
高感性も兼ね備え
驚きと感動を与える事業・商品を創造

- ・ 人々の夢をかなえるファッション衣料を「マテレコ」「ブリュードプロテイン(スパイバー社)」にて
- ・ 耐震補強材に美を加えた「カボコーマ」にて
- ・ 地球環境にやさしく廃棄物削減を「ベリフォーマー」にて

人工構造タンパク質材料

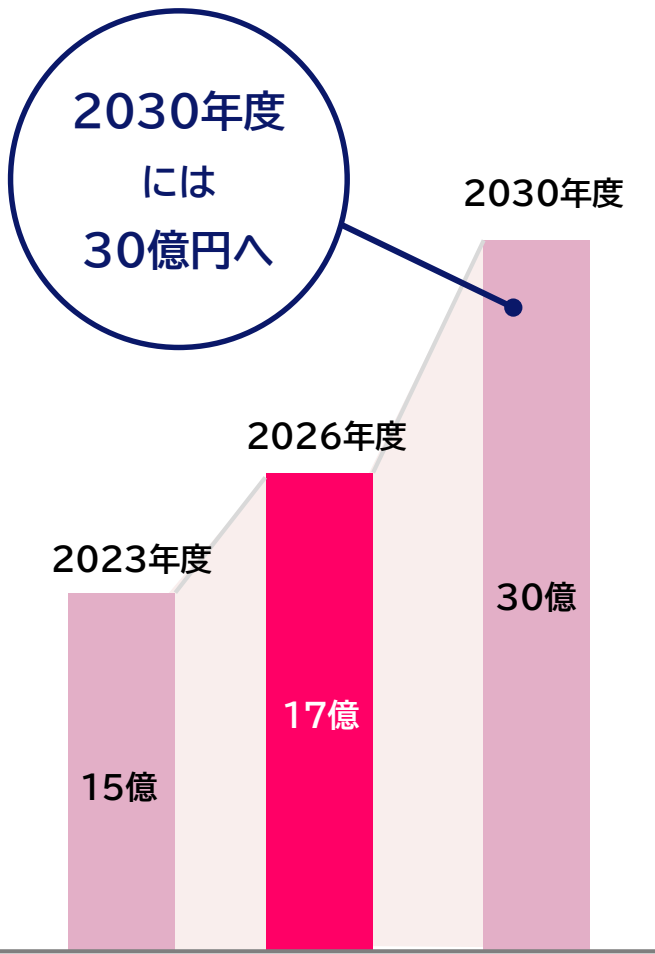




「toC」素材の感動をダイレクトに発信

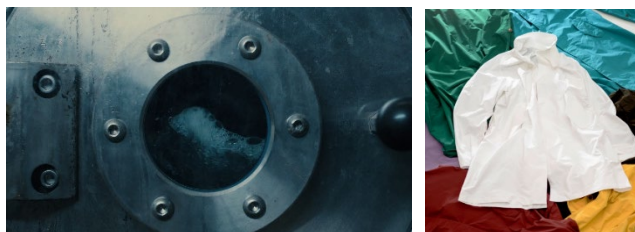
80年の歴史で培った超部品の技術をグッズとして形に変えて発信。

⇒「超部品メーカーからアパレルへの転身」ではなく、
素材の感動を直接届けたいという思いから。



「toB」製品・半製品ビジネスの推進

- ・生地売りから製品売りへ
- ・5Rに貢献するビジネスへ



KFW-2026

スローガン

Art in Technology

技術と感性で人々と社会をより豊かに

事業領域

1

海外事業の拡大
ファッション衣料と非衣料分野

2

小松マテーレ式
サステナブル
商材・事業の推進

3

製品事業の推進

基盤強化

4

人材育成の強化と
エンゲージメントの向上

5

製造環境の整備、
福利厚生面の充実

人的資本の拡充に向けた3つの優先課題

主な指標

1 人材開発

- ・企業力強化を目的とした、社員教育の実現
- ・研修の継続実施
- ・キャリアプランの実現を目指し、OJT・Off-JTを活用した人材育成
- ・職場における部下育成(1on1ミーティングの実施)

2 柔軟な働き方の推進

- ・ワークライフバランス改善に向けた取り組み
- ・定年引上げに伴う人事制度（給与体系、技術の伝承）
- ・個々の人材育成プランの設計
- ・年次有給休暇の取得率向上

3 多様性・共生・尊重

- ・障がい者の活躍の場を提供
- ・男性の育児休業取得率の向上
- ・女性の活躍推進
- ・社内環境・設備の整備

指標	2023年度実績	2026年度目標
社員一人当たりの研修費用	1万円	4万円以上
新卒者における離職率 (入社3年以内)	11.1%	10%以下
年次有給休暇の取得率 取得日数/付与日数(※) (※)繰越日数を除く最大20日	40.4%	70%以上
障がい者雇用率	2.3%	3%以上
男性の育児休業取得率	23.1%	50%以上
管理・監督職に占める 女性の割合	12.6%	20%以上

効率的で働きやすい作業環境

事務所及び工場の作業環境改善の推進。



DX化による業務プロセス革新・効率化

30年振りの基幹システムの更新など顧客サービス向上、生産性の向上を実施するための戦略的投資を行う重要な期と位置付け。

- 1 時間を企業ブランド価値に変える生産体制の追求
- 2 川上、川下との情報連携強化
- 3 デジタルを活用した生産合理化による高収益化



キャッシュ・アロケーション(3年累計)

持続的な成長への戦略投資と株主還元とのバランス

持続的な成長への戦略投資と安定的および継続的な株主還元を基本にバランスの取れた投資を実施。

資金調達

自己資本

持続的な成長投資に自己資本を活用

営業
キャッシュフロー
70~90億円

- ・純利益30~40億円
- ・償却費40~50億円

投資

- ・設備・研究開発投資
- ・環境負荷低減投資
- ・社内環境・設備の整備

成長投資
30~50億円

戦略投資
30~40億円

- ・M&A・アライアンス
- ・DX投資

株主還元

投資進捗を踏まえて機動的な自己株式取得を
実行

自己株式取得

株主還元
25~30億円

配当性向を40%以上を目安にしつつ
総還元性向50%以上を目指す

持続的な社会の実現に向けて(SDGsへの取組み)

小松マテールグループでは、2021年より、これからの持続可能な社会の実現(SDGsの実践)のため『小松マテール・サステナビリティ・ビジョン』として、2030年に向けて次の5つの項目の取組を推進している。

1

気候変動対策

2

循環型社会づくりへの貢献

3

人々の感動の創造

4

防災・減災への取組

5

地域貢献と社員の成長

小松マテール・サステナビリティ・ビジョン SDGsへの取り組み



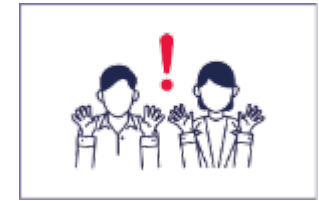
持続可能な社会の実現に向けた
取り組みをさらに加速させるため、
環境目標を数値の見直した。



気候変動対策



循環型社会づくりへの貢献

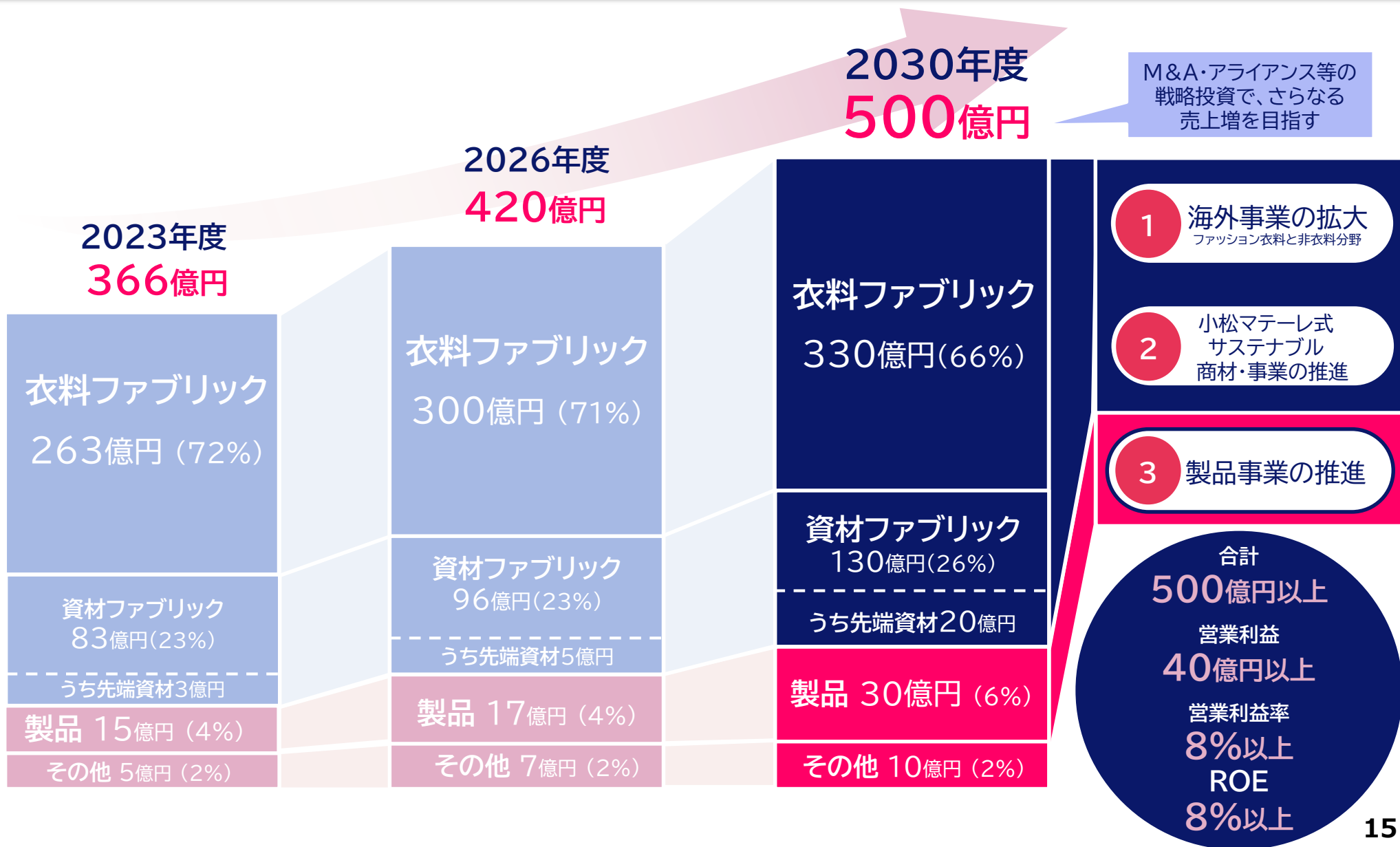


人々の感動の創造

適用範囲	小松マテール(株)グループ (小松マテール、コマクソン)			
策定期間	2021年度～2030年度			
目的	項目	基準年 2013年度	実績 2023年度	達成目標 2030年度
1.気候変動対策	温室効果ガスの削減：CO ₂ 重量原単位	4.74t-CO ₂ /t	▲22% (3.69t-CO ₂ /t)	▲46%
	①水の削減：水重量原単位	275m ³ /t	▲28% (197m ³ /t)	▲25%※ ⇒ ▲40%
2.循環型社会づくり への貢献	②廃棄物の削減：廃棄物重量原単位	0.190t/t	▲66% (0.0642t/t)	▲70%※ ⇒ ▲80%
	廃棄物のリサイクル率(埋立処理削減)	99.6%	99%	98%以上
	③有害化学物質の削減： 揮発有機溶剤(VOC)使用量重量原単位	0.96t/t	▲37% (0.60t/t)	▲30%※ ⇒ ▲50%
	撥水加工の非フッ素化推進： 非フッ素比率	6.6%	42%	50%※ ⇒ 100%
3.人々の感動の 創造	環境配慮商品(mateReco)の拡大： 売上比率	10% (2019年度)	29%	50%

※ 2021年度計画策定当初目標値

長期構想 将来事業イメージ(2030年度)



本資料中の業績予想、見通しについての記載は、現時点における将来の事業環境・経済状況等の仮定・推測に基づいています。実際の業績は様々な要因の変化により、これと異なる結果となる可能性があることをご理解願います。