

小松マテール株式会社
第114期株主通信

2025年4月1日－2026年3月31日

証券コード 3580





“技術と感性”を磨き、 人々と社会をもっと豊かにしたい。

株主の皆様の日頃のご支援に心より感謝申し上げます。

わが国経済は、雇用・所得環境の改善等を背景に、緩やかながら回復傾向が見られたものの、下半期に入って米国の通商政策の大幅変更とそれに伴う円安の進行、台湾をめぐる日中間の摩擦のほか、期末に入って発生した中東における紛争などの影響により、一気に不透明感を増しています。

とりわけ中東情勢の緊迫化とそれに伴うホルムズ海峡の封鎖は、石油由来の原燃料への依存度が大きい当社にとって、今後の企業活動への影響を予測困難なものとしており、一日も早い紛争の鎮静化が待たれます。

当社では、当面の対策として収益構造の見直しを進めるとともに、さらなるトータルコストの削減に努め、製造・営業が一丸となってお客様から求められる付加価値を探り、魅力ある製品づくりとその販売に向けた取り組みを強めているところです。

現在、当社グループは企業価値向上を図り、高収益企業を目指す中期経営計画「KFW-2026」の達成に向け、さまざまな施策の途上にありますが、あらためて企業としての存在意義を確認し、当社のスローガン“技術と感性で人々と社会をより豊かに”をモットーに、世界の人々に“美・感動・快適”を与えられるよう、日々精進してまいります。引き続き、株主の皆様のご理解とご支援をよろしくお願い申し上げます。

2026年6月
代表取締役社長

“驚きや感動”につながる新しい高付加価値をつくろう

Q1 小松マテールにとってどのような1年でしたか。

中山： 上期は順調でしたが、下期に入ると米国関税措置や円安が懸念され、日中関係の軋轢もあり、相当厳しくなると覚悟しました。その影響は一部の市場や製品群の急減速となって現れました。2月に入って中東で新たな紛争が勃発し、ホルムズ海峡の封鎖が中東湾岸諸国への民族衣装の輸送に影響したほか、原燃料価格の高騰により、事業運営に大きな影響を及ぼしかねない状況となりました。

こうした経営環境にも関わらず、まずまずの業績となっています。「好事魔多し」という諺があります。順調なときこそ気を引き締めよという教訓ですが、気を引き締め直した成

果として表れたのかもしれませんが。なお、中間期で次世代素材開発を見据えて出資してきた会社(非上場)で特別損失を計上しました。同社については経営体制が刷新され、改めて価値創造に向けて、ともに歩みを進めています。

Q2 主力の繊維事業はいかがでしたか。

中山： 衣料ファブリック部門は、“高付加価値と環境配慮”を訴求し、ほぼ前期並みをキープしました。欧州ラグジュアリーブランド向けファッションが堅調に推移し、国内ファッションや中東民族衣装が増加しました。一方、中国などアジア向けファッ

ションが減少、用途別でスポーツ・機能分野が苦戦しました。

資材ファブリック部門は、前期を2.9%上回りました。リビング分野の不採算事業から撤退したものの、撥水などの機能を付与した鞆や日傘などの生活関連資材分野が前期に引き続き好調を維持し、大幅に拡大しました。医療・福祉や車輛分野は前期並みで推移しています。

Q3 海外と国内の市場別の動きに変化は見られますか。

中山： 上期までは北米や中東を中心に海外市場において好調を維持しました。欧州ではラグジュアリーブランドを含むファッションが牽引したもの

○ ハイライト

2026年3月期業績

売上高	41,563百万円
営業利益	2,502百万円
経常利益	3,208百万円
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,500百万円

中期経営計画 KFW-2026

- ① 海外事業の拡大
- ② サステナブル商材・事業の推進
- ③ 製品事業の推進
- 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



トップメッセージ

の、スポーツ関連が減少しました。北米はカナダ向けのファッションが引き続き増加しました。アジアは中国向けカジュアルファッションが大幅に減少しました。中東向け民族衣装は、当社ブランドの浸透と高付加価値商品の導入により増加したものの、今後についてはホルムズ海峡の封鎖により、一部製品が現地に届かないなど、先行きが不透明です。

なお、当期は生活関連資材や国内向けファッションが増加し、国内での比率が伸長しました。海外比率については42.4%と微減したものの、海外売上高は過去最高となりました。

Q4 「製品部門」がめざましい伸びを示していますね。

中山：製品部門は消費者により近い川下でグッズなどを取り扱っています。この1年はインバウンド客による「天女の羽衣」など高価格の商品のまとめ買いが増加し、金沢・東山の直営店「まてーれ金沢ひがし茶屋街」が売上を伸ばしました。また、2025年2月に子会社化した(株)エヌエスケーエコーマークの貢献により、製品部門は前期比84%増加しています。

(株)エヌエスケーエコーマークは、スポーツウェアやTシャツなどに印刷・熱転写などの技法を使ってマーク

などを加工します。当社と事業で重なる部分が少なく、客層も異なるため、互いの連携で新分野への展開を図ることができています。

Q5 中期経営計画で「事業領域」の拡大を目指していますが。

中山：中期経営計画では、「事業領域」の拡大に向け、①海外事業の拡大 ②サステナブル商材・事業の推進 ③製品事業の推進を掲げています。

1つめの「海外事業の拡大」では、国内と海外の売上比率を2030年までに5対5にするため、グローバルマーケティング室を設け、青山ショールームを拠点に海外に向けた営業活動を強化します。国内で実績のある非衣料分野、たとえば汚泥減容化バイオ製剤「ベリフォーマー」などの海外展開も視野に入れていきます。

また、欧米ブランドを中心に人権面・環境面・製品安全面の配慮の重要性は高まっており、より厳格な国際基準に則った適切な対応を図るべく、GRS (Global Recycled Standard) 認証取得を推進し、昨年3工場での認証を新たに取得しました。

海外の展示会にも積極的に参加し、昨年イタリア・ミラノで開催された素材見本市「ミラノ・ウニカ展」に単独出展しました。こうした見本市は、その場での取引もさることながら、当

社開発商品に対する反響を次の開発戦略につなげる役割があります。

2つめは「サステナブル商材・事業の推進」です。当社が取り扱う素材は石油由来のものが多く、それ自体が豊かな暮らしに欠かせないものとなっています。ただ、中東情勢の緊迫化がもたらす混乱による影響をみますと、非石油由来の素材にも真剣に目を向けるべきだと考えます。

当社は、これまでテキスタイルでサステナブルに特化した「マテレコ」製品を打ち出し、その比率を着実に伸ばしてきました。サステナブルはもはや社会の標準装備だけに、環境にやさしい先端素材である、非石油由来の人工構造タンパク質素材「Brewed Protein (ブリュードプロテイン)」やサトウキビなどの植物を原料とするバイオマス素材「PlaX」の開発に向け、バイオベンチャーとの連携を強めていきます。

建材では、軽くて、強くて、錆びない「カボコーマ」がサステナブルな耐震補強材として期待されています。また、排水から出る汚泥を減容化するバイオ製剤「ベリフォーマー」も大きく伸ばしたいと考えています。

3つめは「製品事業の推進」です。素材の加工が中心であった当社は、一般消費者からは見えづらい存在でした。この数年は、「ファクトリーショップ mono-bo」[mono-

bo オンラインストア」「までーれ金沢ひがし茶屋街」などを通じて、自社素材を使った商品などを直接お届けするようになっていきます。

また、環境負荷低減と高付加価値を両立させる新たな切り口が、製品染め新ブランド「TINTORIANA」の展開です。製品染め技術の柔軟性を生かし、必要とときに必要な枚数だけを必要とされる色で染めて店舗に並べるという新常識を提示します。

Q6 「事業基盤強化」も中期経営計画の大切なテーマですね。

中山：事業基盤強化では、①人材育成の強化とエンゲージメントの向上②製造環境の整備、福利厚生面の充実を掲げています。

1つめの「人材育成」ですが、人材は事業の競争力と付加価値を生み出す最大の経営資源です。当社では従業員の教育に力を注いできましたが、この1年は外部の講師を呼んでの講義や外部研修などを増やし、社員教育の充実による企業力の強化を図りました。

当社では、20歳を迎える従業員を対象に「20歳の集い」を開催しているのですが、今年は2年前の能登半島地震の年に入社した人たちが対象でした。そこで20歳を迎えた従業員の生き生きとした表情を見て、

感慨もひとしおでした。従業員の日頃の頑張りに報いるためにも、“やりがい・成長・幸せ”につながる職場づくりに努めていきます。

2つめは「製造環境の整備」です。1943年創業の当社は、あと17年で100周年を迎えます。老朽化が進んだ設備もあり、その更新とともに工場再編が急務となっています。スクラップ&ビルドするだけなら簡単なのですが、お客様にご迷惑をかけないように、工場の稼働を継続させながら順次工場の再編に取りかかります。この計画を「factoRe100(ファクトーレ100)」と命名しており、創業100周年を目的に完成を目指します。

DX化やAI対応を前提とした基幹システムの更新も行っております。これによってグループ会社を含む業務プロセスの革新と効率化が図られるものと期待しています。

Q7 成長をうながす戦略的投資も重要になっています。企業価値向上に向けた抱負をお聞かせください。

中山：企業価値向上のためには、中期経営計画の達成が不可欠だと考えます。本年はその中期経営計画の最終年です。売上高420億円、営業利益25億円の達成は、外部環境を考えると厳しいかもしれません。た



だ、売上高はすでに400億円を超え、営業利益も大幅増益となっております。目標値に限りなく近い着地点を目指します。

当社は“染色技術と高次後加工技術”を強みとしており、国内外のファッションブランドやスポーツブランドから非常に高い評価をいただいています。中期経営計画の達成には、この強みを生かせる領域を大きく伸ばす必要があります。そのためには「付加価値の創出」がカギとなります。「付加価値」というのは、お客様から認められ、かつ“驚きや感動”につながるものです。あわせて、当社は強みを生かせる領域を伸ばすため、「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」をさらに加速させます。

中東情勢の動きなど予測しづらい環境が続いていますが、与えられた環境の中で株主様のご期待に一步でも添うべく、さらに力を蓄え、邁進してまいります。



マテーレトレーディング株式会社として再出発！

本年1月1日より、当社の製品事業関連部門および炭素繊維の事業部門の一部を当社の子会社であるインターリンク金沢株式会社へ移管するとともに、同社の社名を「マテーレトレーディング株式会社」と改め、新体制へ移行いたしました。

今後は当社との連携のもと、素材特性をより分かりやすく訴求できる製品展開を進めるとともに、資材ファブリック部門の事業領域拡大に向け、販売機能の充実および顧客接点の強化に取り組んでまいります。

公式オンラインストア
mono-bo



主な取り扱い商品

●化学素材メーカーがつくる軽量・遮熱日傘 [Higassan®]

軽量・コンパクト・スリムでありながら、遮熱性と99%以上のUV（紫外線）カット率・遮光率を両立した晴雨兼用傘。今まで日傘を使っていなかった男性はもちろん、女性にもおすすめのユニセックス仕様です。



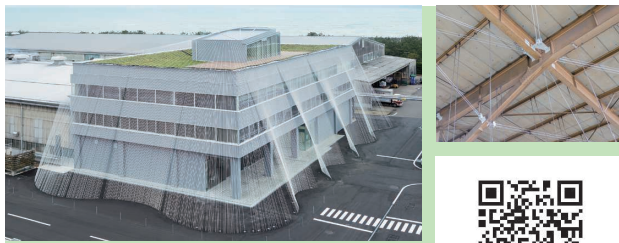
●大人気の「KONBU®」シリーズから新登場！ 「KONBU リュックトート」

無駄のない四角いフォルムで、ノートや書類、A4サイズもすっきり収納設計。リュックとして背負えば軽やかに、トートバッグとして持てばきちんとした印象に。シーンや装いに合わせて使い分けできる便利な2WAY仕様となっています。頼れるリュックトートです。

●熱可塑性炭素繊維複合材料

「カボコーマ®・ストランドロッド」

軽い・強い・錆びない等、炭素繊維の高い性能を生かした熱可塑性炭素繊維複合材料。新耐震基準を満たしていない鉄骨造の工場・倉庫に対して操業への影響を最小限に抑えられる「カボコーマ®・ストランドロッド」を使った耐震補強工法を提案し、災害に強い社会の実現に近づけられるよう事業を進めています。



【動画】工場の操業を止めずに耐震補強！



排水処理から出るゴミをかぎりなくゼロに

汚泥減容化バイオ製剤「ベリフォーマー®」が「グッドデザイン賞」と「ものづくり日本大賞」を受賞！

当社とバイオベンチャー(株)片岡バイオ研究所が共同開発した汚泥減容化バイオ製剤「ベリフォーマー®」が、「2025年度グッドデザイン・ベスト100」と「第10回ものづくり日本大賞 中部経済産業局長賞」を受賞しました。オーダーメイドのバイオ製剤と適切な運転管理技術の組み合わせにより、排水処理から発生する大量の余剰汚泥を最大100%削減できる革新的な技術で、環境負荷を減らすとともにその経済性・実用性が持続可能な社会に貢献できるものとして評価されたものです。

当社では2つの受賞を契機として、「ベリフォーマー®」の普及を加速させ、2026年度で3億円、2030年度で10億円の売上を目標としております。




Bellefomer®

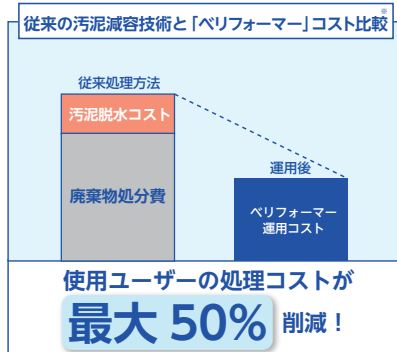
排水処理の現場に合わせて調合する微生物剤と運転管理技術の組み合わせにより、高い汚泥減容効果を実現

特長

排水処理施設において、新たな設備や機械などの導入は一切不要です。本剤を投入し適切な運転管理をすることにより、微生物の分解速度と増殖速度のバランスをとることで、その結果、余剰汚泥の発生を減らすことができます。

開発の経緯

排水処理場では好気性の細菌や微生物によって排水中の有機物などを処理していますが、排水そのものの分解処理速度より活性汚泥に含まれる微生物の繁殖・増殖が勝るため、大量の余剰汚泥が発生し、その処分のための設備が必要となります。この余剰汚泥の最終的な焼却処分時のCO₂排出、埋立地の確保、人手の確保も課題となり、処分費用の高騰が社会問題化しています。



※) 当社事例





連結業績セグメント別の概況

衣料ファブリック部門

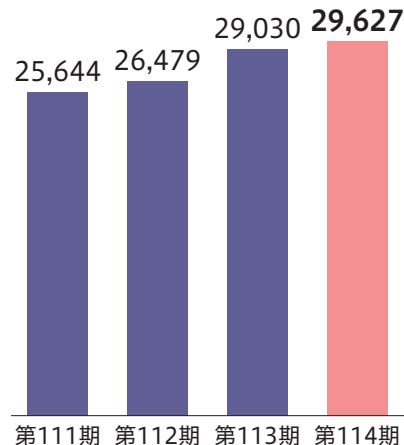
売上高

29,627百万円

前期比 2.1%増

衣料ファブリック部門に関しては、高感性・高機能素材や環境配慮型商品の提案を国内外の市場に積極的に展開し、拡販を進めてまいりました。当連結会計年度では、特に海外向けでは欧州ラグジュアリーブランド向けファッション用途や北米向けファッション、中東民族衣装向け素材が売上を牽引したことから、当部門全体としては増収となりました。

(単位:百万円)



■ 新ブランド「TINTORIANA®」ロゴマーク

TINTORIANA



製品染めの新ブランド『TINTORIANA®』を発表

“製品染め”を事業として再構築するため、新ブランド「TINTORIANA®」を展開します。ファッション業界では、在庫リスクと廃棄物を減らす動きが加速しています。当社は製品染めブランド「ガメダイ®」で、在庫商品や古着の染め替えのノウハウを磨いてきました。また、2002年から製品染めで定評のあるイタリアのティントリア・エミリアーナ社と技術交流を重ね、製品染めによって独特の表情感・風合い・色彩表現を發揮させることに成功しました。

「TINTORIANA®」は、当社が長年培った染色技術と独自設計の高圧染色機「染料役者」を用いており、通常の原反染めでは得られない独特の風合いやビンテージ感のほか、様々な後加工を展開することができます。

当社は新ブランド「TINTORIANA®」を通して「必要なだけを染め、つくり過ぎず、捨てることを前提としない」という製品染めの新常識を提示し、環境に配慮したサステナブルなソリューションを提案してまいります。

当社の青山ショールーム(東京・南青山)で本年2月24日～3月10日に開催された製品染め展示会では、約70社(約150名)のお客様にご来場いただき、余剰在庫の活用という製品染めの試みが新しい価値として評価されました。

今後もスモールサイジング×高パフォーマンスなものづくりを推進しつつ、在庫リスクと廃棄物を減らすサステナブルなビジネスモデルを追求してまいります。



資材ファブリック部門

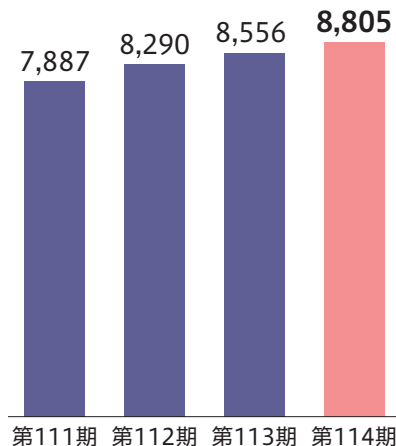
売上高

8,805百万円

前期比 2.9%増

資材ファブリック部門につきましては、車輛、医療・福祉、リビング分野がほぼ前年同期並みに推移した一方、生活関連資材分野の受注が大幅に増加したことにより、当部門全体として増収となりました。

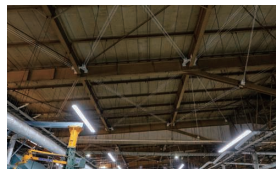
(単位:百万円)



炭素繊維の撚り線を用いた耐震補強工法が繊維学会「技術賞」を受賞

当社が開発した熱可塑性炭素繊維複合材料「カボコーマ®」を撚り線にして、老朽化した工場建屋の耐震補強に用いる工法が、2025年度繊維学会「技術賞」を受賞しました。

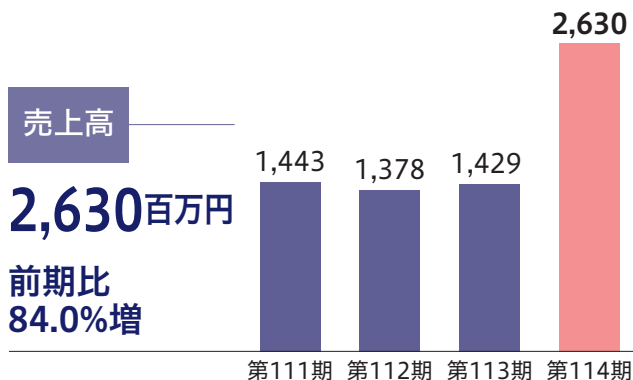
工場の耐震補強では、鋼材の補強材が広く用いられますが、重くて長い鋼材の使用には足場も大規模となり、24時間稼働の工場では稼働停止が避けられませんでした。当社の耐震補強工法では、軽くて強く、錆びない「カボコーマ®」の特性をさらに生かすため、能登半島に伝わる組紐技術を応用した芯鞘構造の撚り線にし、運搬しやすいロール状に丸めました。100m巻でも8.8kgと軽く、片手で持ち運びができます。



当社では今回の受賞を契機に、この技術の普及に努め、老朽化した工場建屋の安全性向上と事業継続性に貢献します。

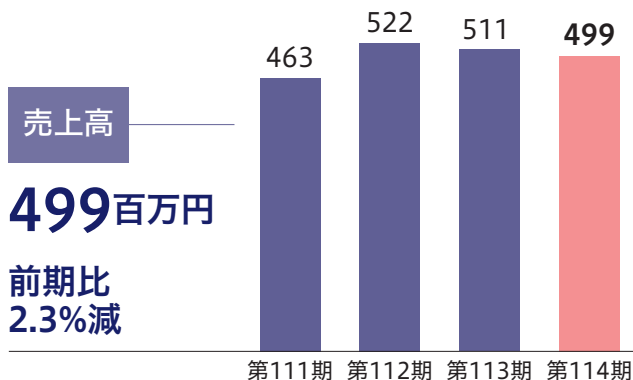
製品部門

(単位:百万円)



その他の事業

(単位:百万円)

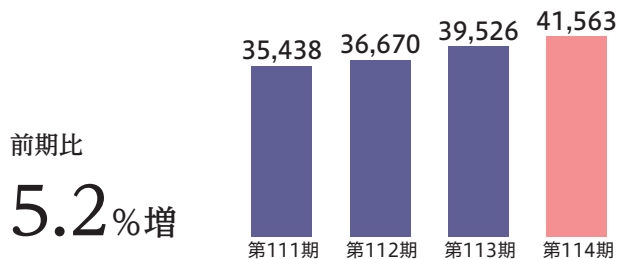




連結財務ハイライト

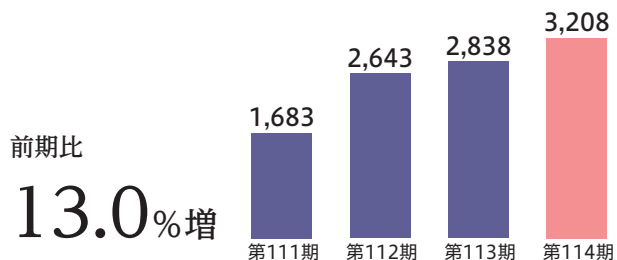
●売上高

41,563百万円 (単位：百万円)



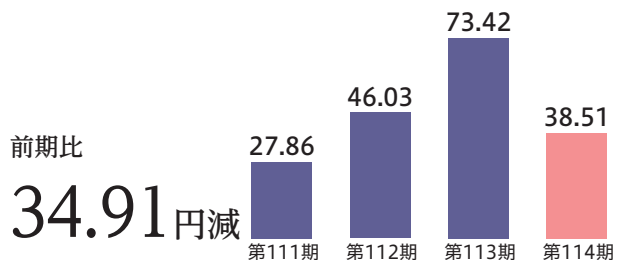
●経常利益

3,208百万円 (単位：百万円)



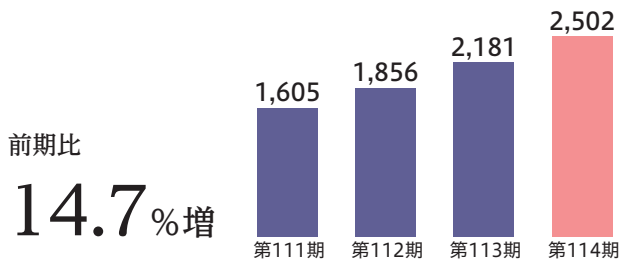
●1株当たり当期純利益

38.51円 (単位：円)



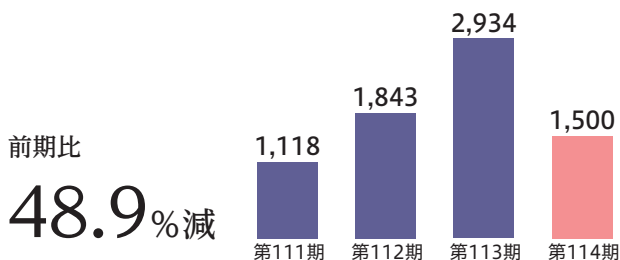
●営業利益

2,502百万円 (単位：百万円)



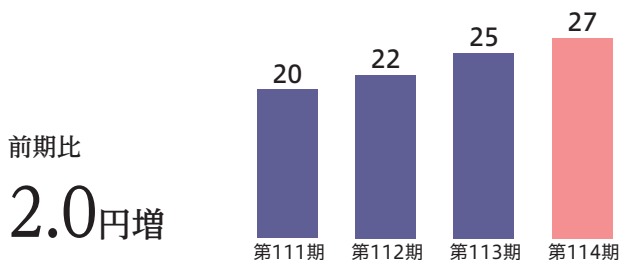
●親会社株主に帰属する当期純利益

1,500百万円 (単位：百万円)



●1株当たり年間配当金

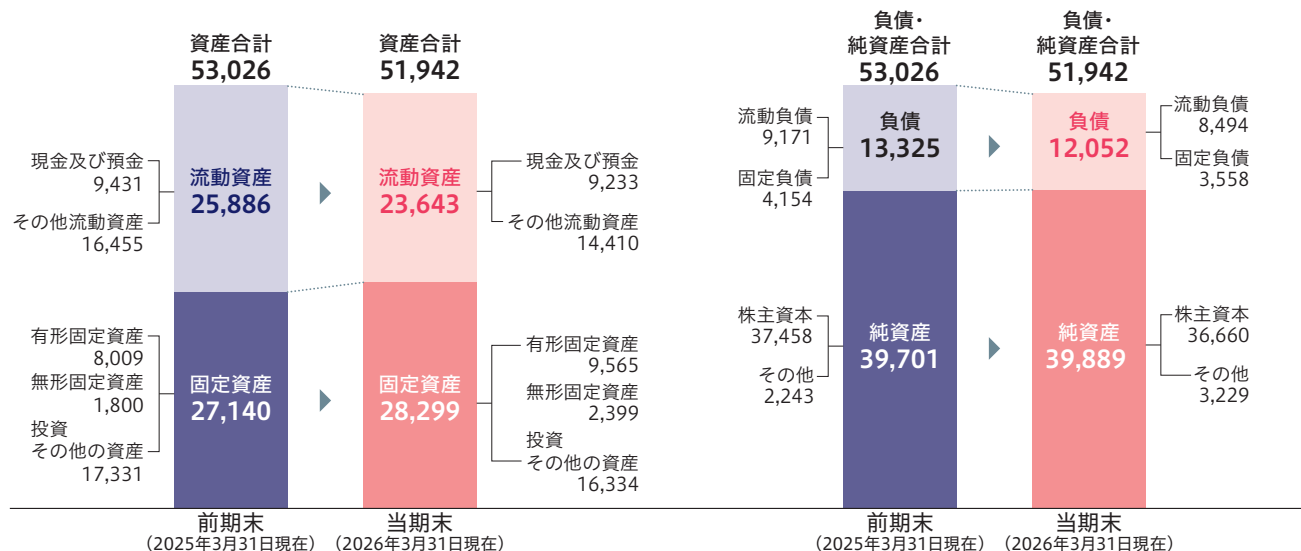
27円 (単位：円)



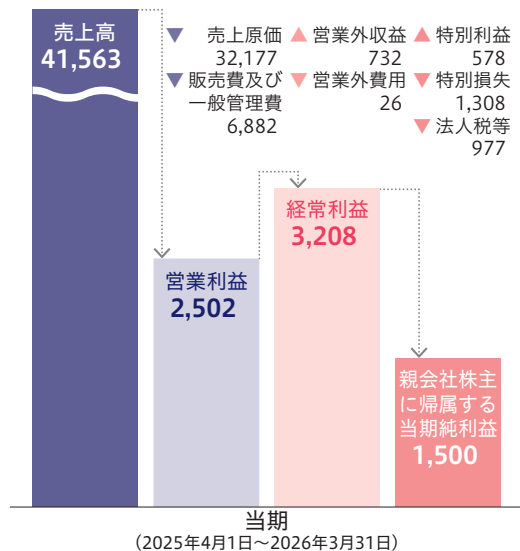


連結決算概要

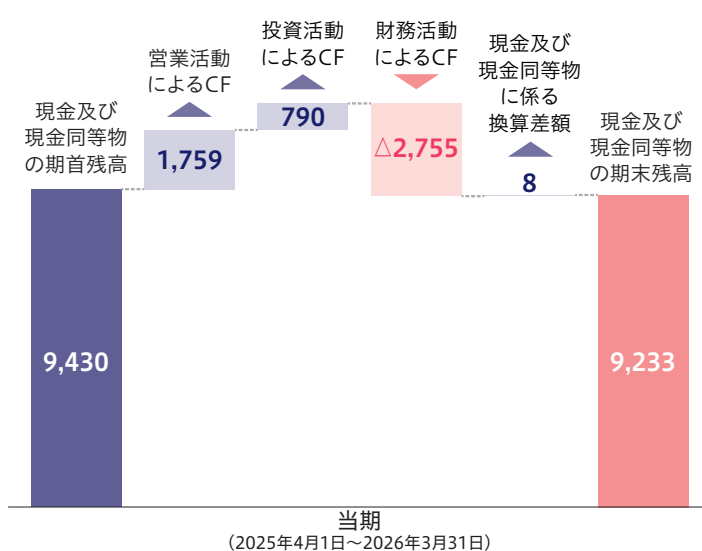
● 連結貸借対照表の概要 (単位：百万円)



● 連結損益計算書の概要 (単位：百万円)



● 連結キャッシュ・フロー計算書の概要 (単位：百万円)





コーポレートCM「世界をもっとカラフルに。」篇を制作、石川エリアで放送中



当社はこのたび、新たなコーポレートCM「世界をもっとカラフルに。」篇を制作し、現在石川エリアにて放映を行っております。

当社のYouTubeチャンネルでも公開しておりますので、ぜひご覧ください。



〈30秒編〉



〈15秒編〉

YouTubeリンク



株式情報 2026年3月31日現在

発行済株式総数	株主数
39,240,999株	7,198名

※2025年11月14日付で実施した自己株式の消却により、発行済株式の総数は390万株減少しております。

所有者別分布状況

個人その他 8,689千株 (22.14%)	金融機関 10,244千株 (26.11%)	その他の法人 11,483千株 (29.26%)	外国法人 7,461千株 (19.02%)
	証券会社 405千株(1.03%)	自己株式 955千株(2.44%)	

大株主（上位10名）

株主名	持株数 (千株)	持比率 (%)
THE SFP VALUE REALIZATION MASTER FUND LTD.	3,968	10.36
東レ株式会社	3,749	9.79
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	2,926	7.64
株式会社北國銀行	2,001	5.22
小松マテール松栄会	1,919	5.01
日本生命保険相互会社	1,284	3.35
JP MORGAN CHASE BANK 385642	1,267	3.31
三谷産業株式会社	892	2.32
第一生命保険株式会社	775	2.02
三井住友信託銀行株式会社	730	1.90

※持比率は自己株式を控除して計算しております。

会社情報

会社の概況

商号	小松マテール株式会社
設立年月日	1943年10月8日
資本金	46億8,042万円
本社	〒929-0124 石川県能美市浜町ヌ167番地
本社製造部	同上
美川製造部	石川県白山市鹿島町1号7番地1
大阪営業所	大阪府大阪市北区梅田二丁目2番22号 ハービスENTオフィスタワー8階・9階
東京営業所	東京都港区南青山二丁目5番17号 ポーラ青山ビルディング12階
北陸営業所	石川県能美市浜町ヌ167番地 小松マテール株式会社 本社2階

グループ会社

株式会社コマクソン	石川県能美市
株式会社コマツインターリンク	石川県能美市
マテールレーディング株式会社	石川県金沢市
株式会社エヌエスケーエコマーク	東京都新宿区
小松美特料(蘇州)貿易有限公司	中国・江蘇省蘇州市
小松美特料(蘇州)咨询有限公司	中国・江蘇省蘇州市
吉田産業株式会社	福井県鯖江市

当社コーポレートサイトをリニューアル！

このたび、コーポレートサイトをリニューアルいたしました。デザインの刷新に加え、製品情報をよりわかりやすく整理するとともに、IR情報の充実を図っております。ぜひご覧ください。



公式SNSで情報発信中！



小松マテール株式会社

<https://www.komatsumaterere.co.jp/>

