



小松マテール株式会社 IRミーティング

2024年5月15日(水)
兜町平和ビル3階 第3セミナールーム

Art in Technology
komatsumateRe

もくじ

- I. 会社概要
- II. 2024年3月期 決算概要
- III. 2025年3月期 業績見通し
- IV. 中期経営計画KFW-2026概要
- V. トピックス紹介



I . 会社概要

I - 1. 会社概要

業 種：繊維の染色加工技術を基盤とした素材製造業

本 社：石川県能美市浜町又167番地

営業所：東京、大阪

(ショールームは各営業所及びミラノ)

工 場：本社、美川

設 立：1943年10月8日

株 式：東証プライム市場

資本金：46億8千4百万円 (外国株主17.2%)

有利子負債 0円、利益剰余金 299億円

売上高：2023年度 366億78百万円

(注) ・連結子会社 国内4社、海外1社
・持分法関連企業 2社



社員数：1,117名 (連結)

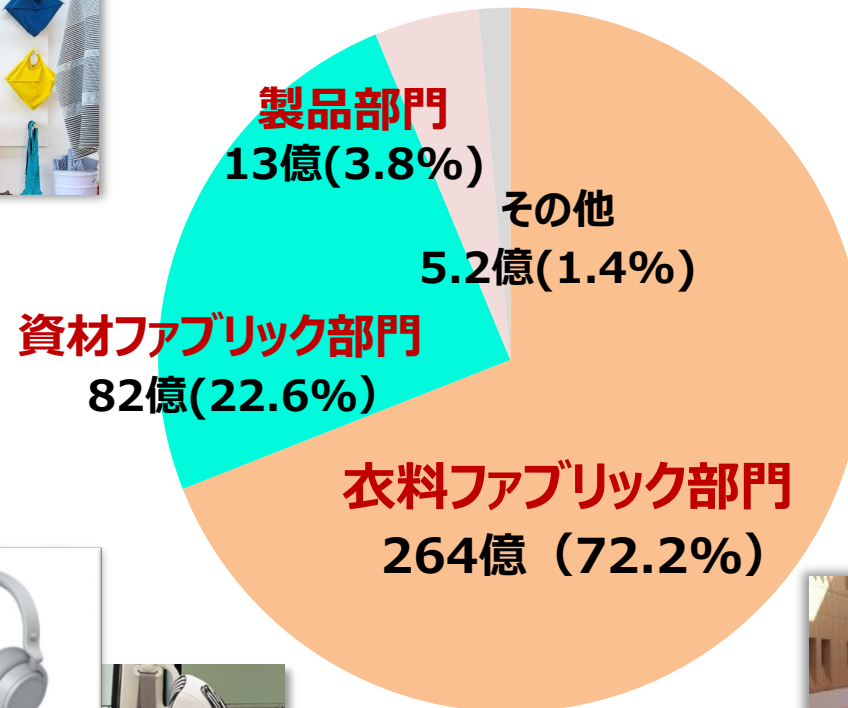
生産規模：約 2億m²/年

シェア：国内シェア14%
織物では33%

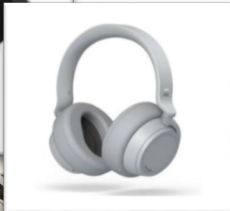


製品部門

2023年度 売上高 366億円



衣料ファブリック



資材ファブリック



I-3. 会社概要 「当社の経営理念」

小松マテレーが企業活動を遂行するにあたって最も基本的な姿勢を示した
価値観であり、全ての活動の指針とするものです。

ここに掲げた三つの理念をもとに、私たちは“驚き”と“感動”があふれる
素材を創造し続ける「化学素材メーカー」を目指します。

小松マテレーは

人々の感動を創造します

高度な技術と豊かな感性の融合により
驚きと感動を与える価値ある商品を
創造しよう

※本経営理念は1993年に50周年
を迎えた際に見直された

小松マテレーは

地球・社会に貢献します

企業活動を通じて
地球環境の保護保全に努め
全世界の人々が
健康で快適な社会づくりに貢献しよう

小松マテレーは

社員と共に成長します

社員がプロとして自らを高め進化することで
企業の成長を図ろう

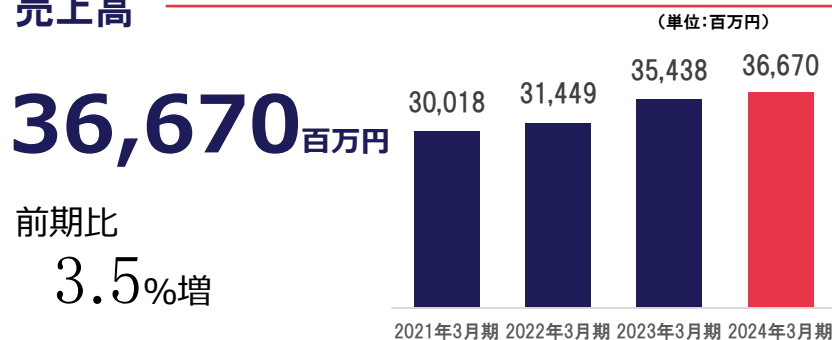
“環境”は1990年代から
当社の優先課題に位置づけ



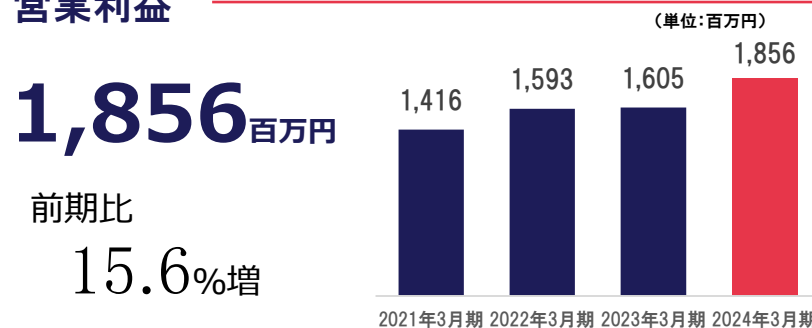
Ⅱ. 2024年3月期決算概要

Ⅱ-1. 決算概要 「2024年3月期 財務ハイライト」

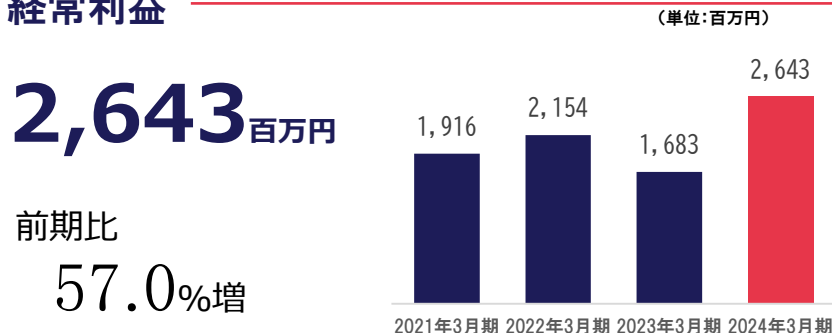
売上高



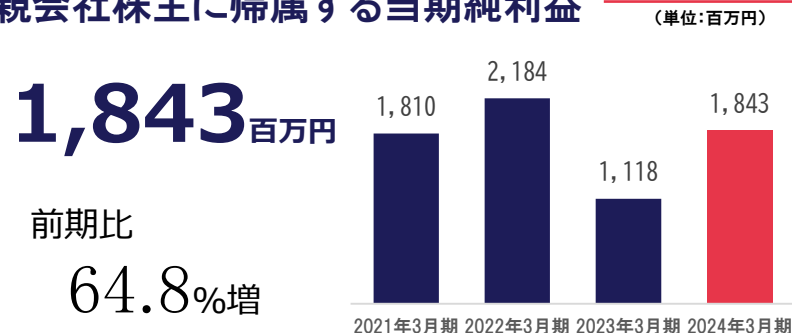
営業利益



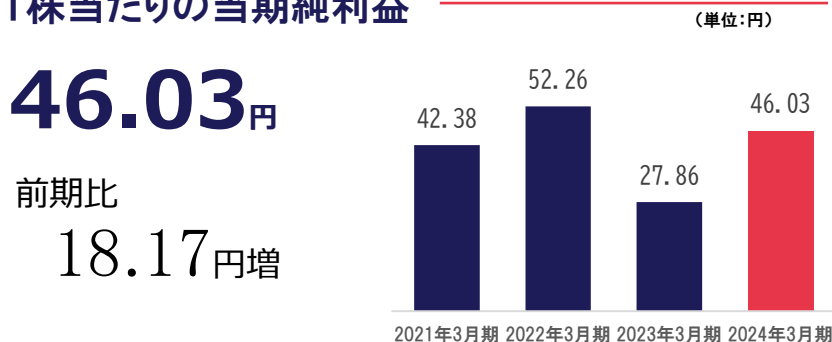
経常利益



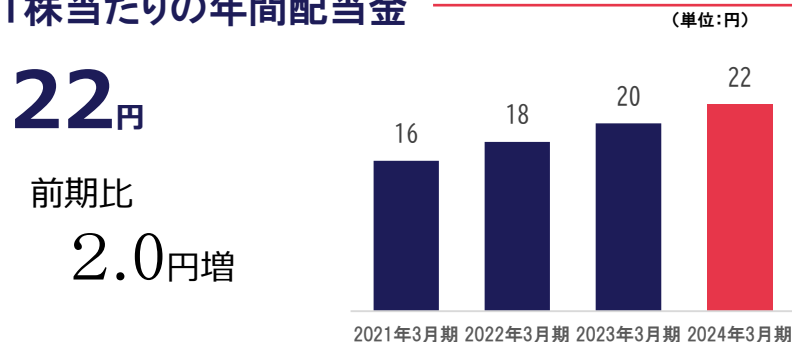
親会社株主に帰属する当期純利益



1株当たりの当期純利益



1株当たりの年間配当金



Ⅱ-2.「2024年3月期 決算概要」

(単位：百万円)

項 目	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	増 減	
			金 額	増減率 (%)
売上高	35,438	36,670	1,232	3.5
営業利益	1,605	1,856	251	15.6
経常利益	1,683	2,643	959	57.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,118	1,843	724	64.8

一株当たり純資産	893.80円	943.89円
一株当たり当期純利益	27.86円	46.03円

期中平均為替 レート	USD	135.50円	144.59円
	EUR	140.99円	156.75円

Ⅱ-3. 決算概要 「連結業績のセグメント別内訳」

(単位：百万円)

セグメント	売上高				営業利益			
	前期実績	2024年3月期実績	増減		前期実績	2024年3月期実績	増減	
			金額	率(%)			金額	率(%)
繊維事業計	34,974	36,147	1,173	3.4	1,565	1,775	210	13.4
衣料ファブリック	25,644	26,479	835	3.3	1,682	1,750	68	4.0
資材ファブリック	7,887	8,290	404	5.1				
製品部門	1,443	1,378	△65	△4.5	△117	25	142	—
その他の事業	463	522	58	12.7	40	81	41	102.5
合計	35,438	36,670	1,232	3.5	1,605	1,856	251	15.6

<コメント>

●衣料ファブリック

中東民族衣装や北米スポーツウェアが海外向けを牽引し、国内向けファッションが増加するも、北米カジュアルウェア、欧州スポーツウェアの減少により全体として堅調に推移。

●資材ファブリック

車輦分野や医療・福祉分野、建材の伸びにより、全体として増加。

●製品部門

自社製品ブランドの市場への浸透を図るも、ユニフォームを中心とした商品事業が減収。

●その他事業

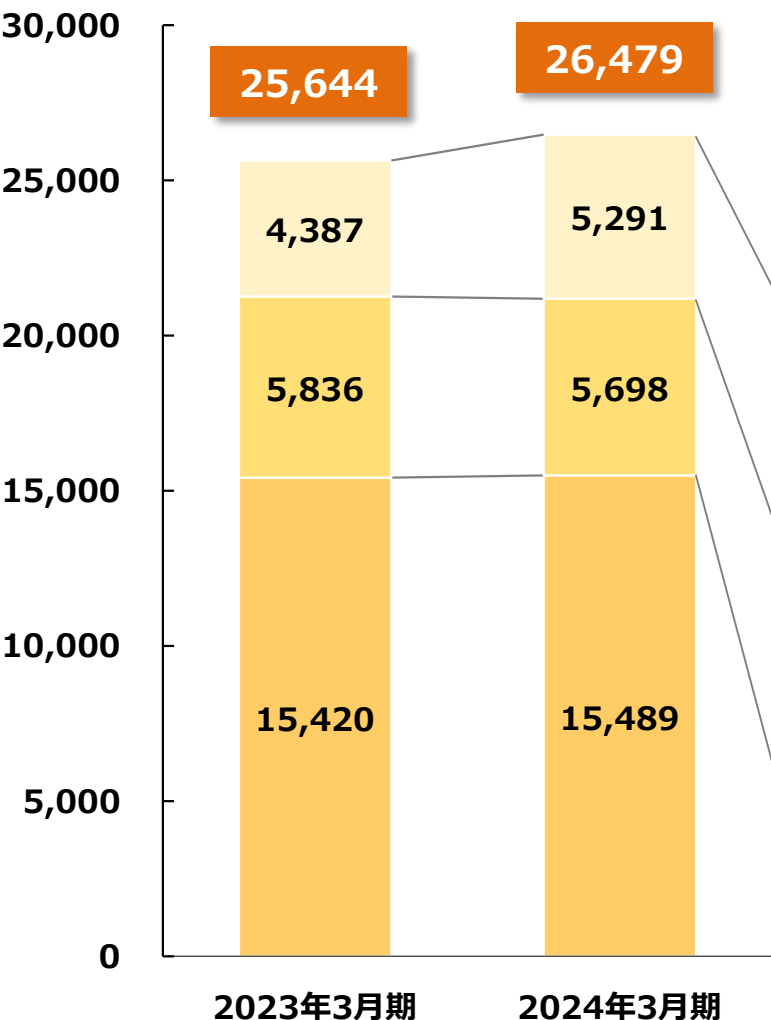
物流事業における外部需要の取り込みによる事業拡大により増加。

Ⅱ-4. 決算概要 「繊維事業(衣料ファブリック部門)」

(単位：百万円)

売上高
(百万円)

衣料ファブリック計 +835 (3.3%増)



民族衣装

+903 (20.6%増)

⇒ KOMATSUブランドの浸透が進むとともに、機能商品の継続導入により大幅増加。

スポーツ・機能

-137 (2.4%減)

⇒ 北米向けの受注が増加したものの欧州向けの減少により微減。

ファッション

+69 (0.4%増)

⇒ 北米カジュアルウェアが減少したものの、アジア・国内向けが牽引し微増。

2023年3月期

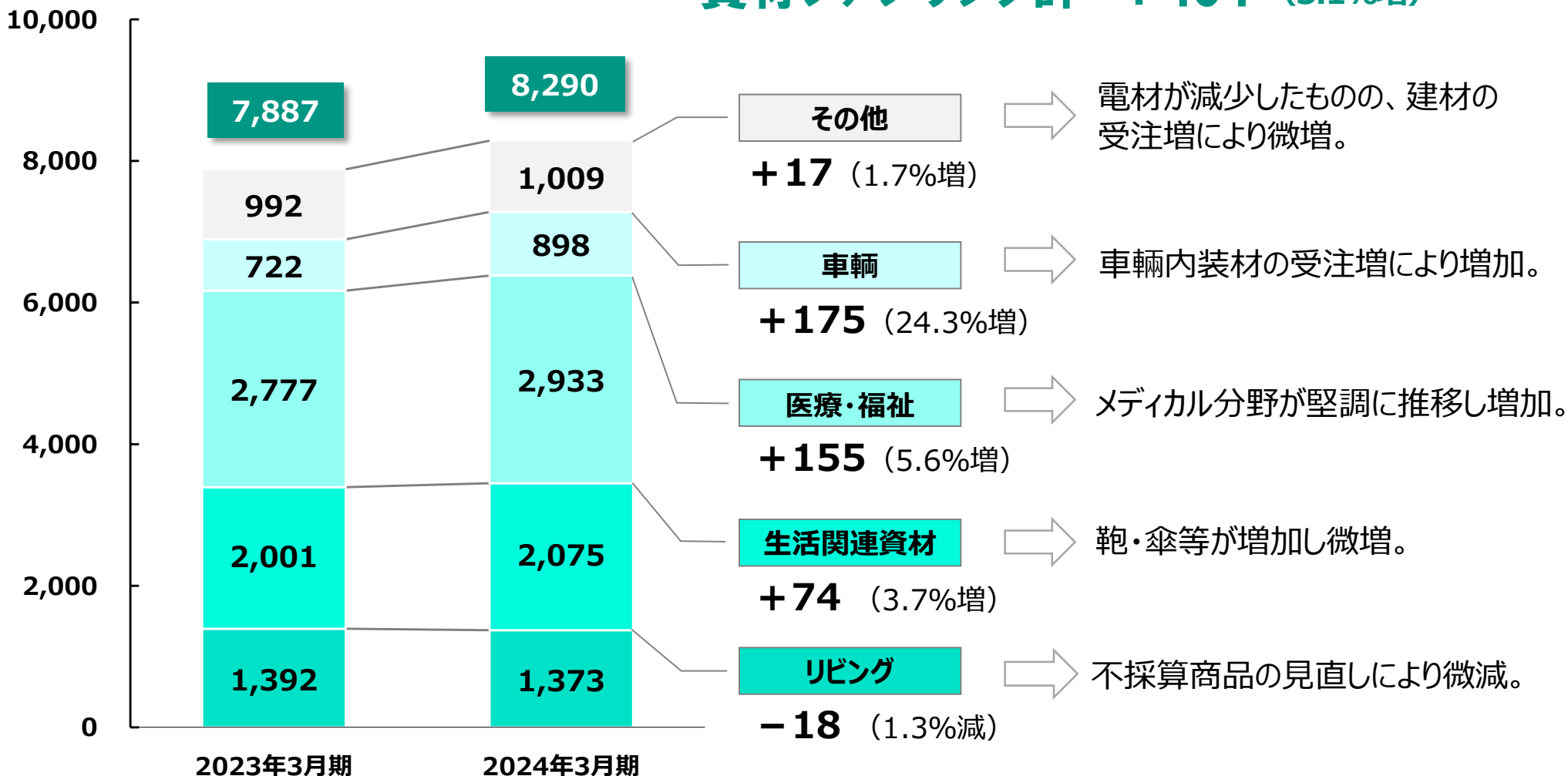
2024年3月期

Ⅱ-5. 決算概要 「繊維事業(資材ファブリック部門)」

(単位：百万円)

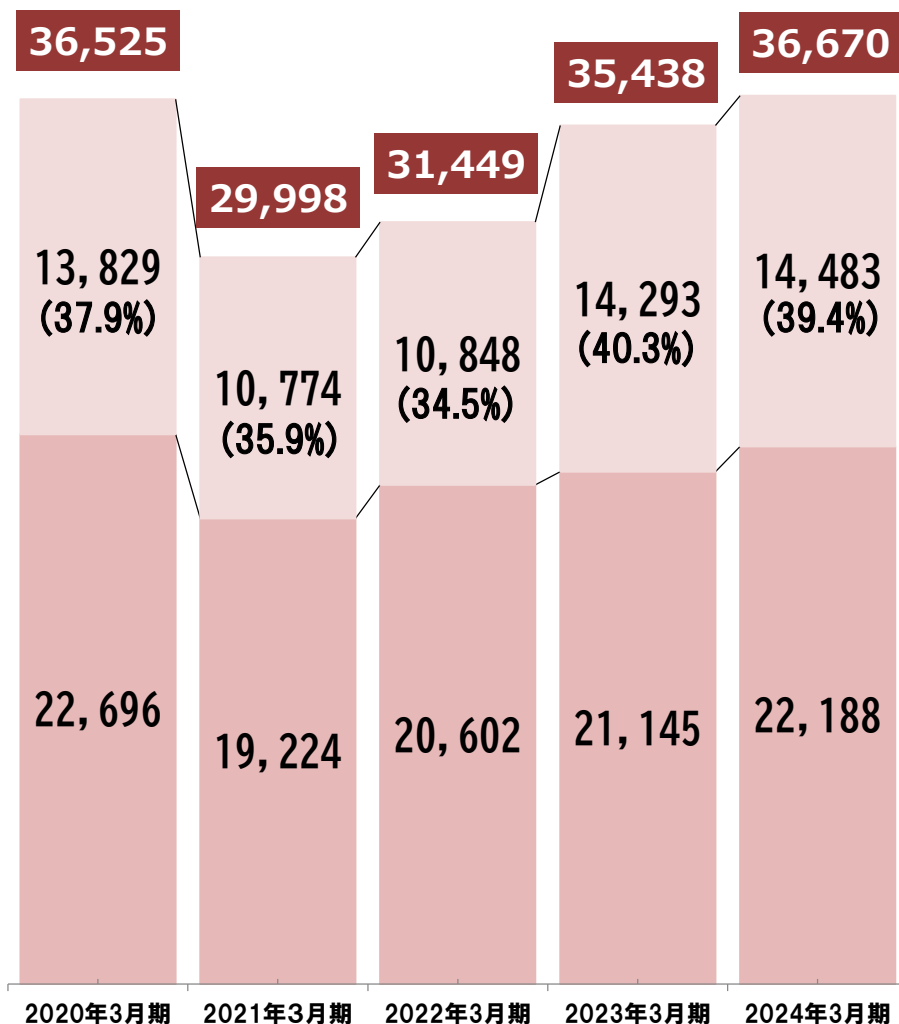
売上高
(百万円)

資材ファブリック計 +404 (5.1%増)



Ⅱ-6. 決算概要 「市場別売上高(国内・海外)」

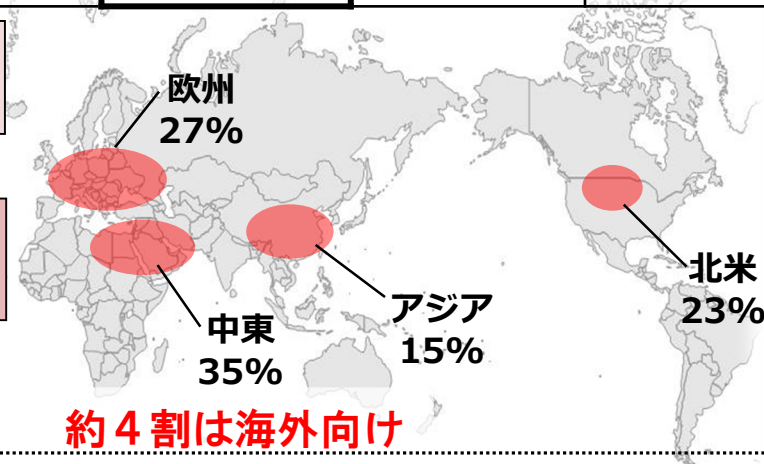
(単位：百万円)



	2023年 3月期	2024年 3月期	増減額	増減率 (%)
欧州	4,546	3,840	△705	△15.5
北米	3,597	3,386	△210	△5.8
アジア	1,943	2,158	215	11.1
中東	4,208	5,097	890	21.2

海外
+189 (1.3%増)

国内
+1,042 (4.9%増)



約4割は海外向け

● 海外市場

- ＜欧州＞ スポーツ分野が減少。
- ＜北米＞ スポーツウェアが好調も、カナダ向けのファッション分野が減少。
- ＜アジア＞ 中国・韓国向けファッション分野が増加。
- ＜中東＞ KOMATSUブランドの浸透が進むとともに、機能商品の継続導入と受注増により大幅増加。

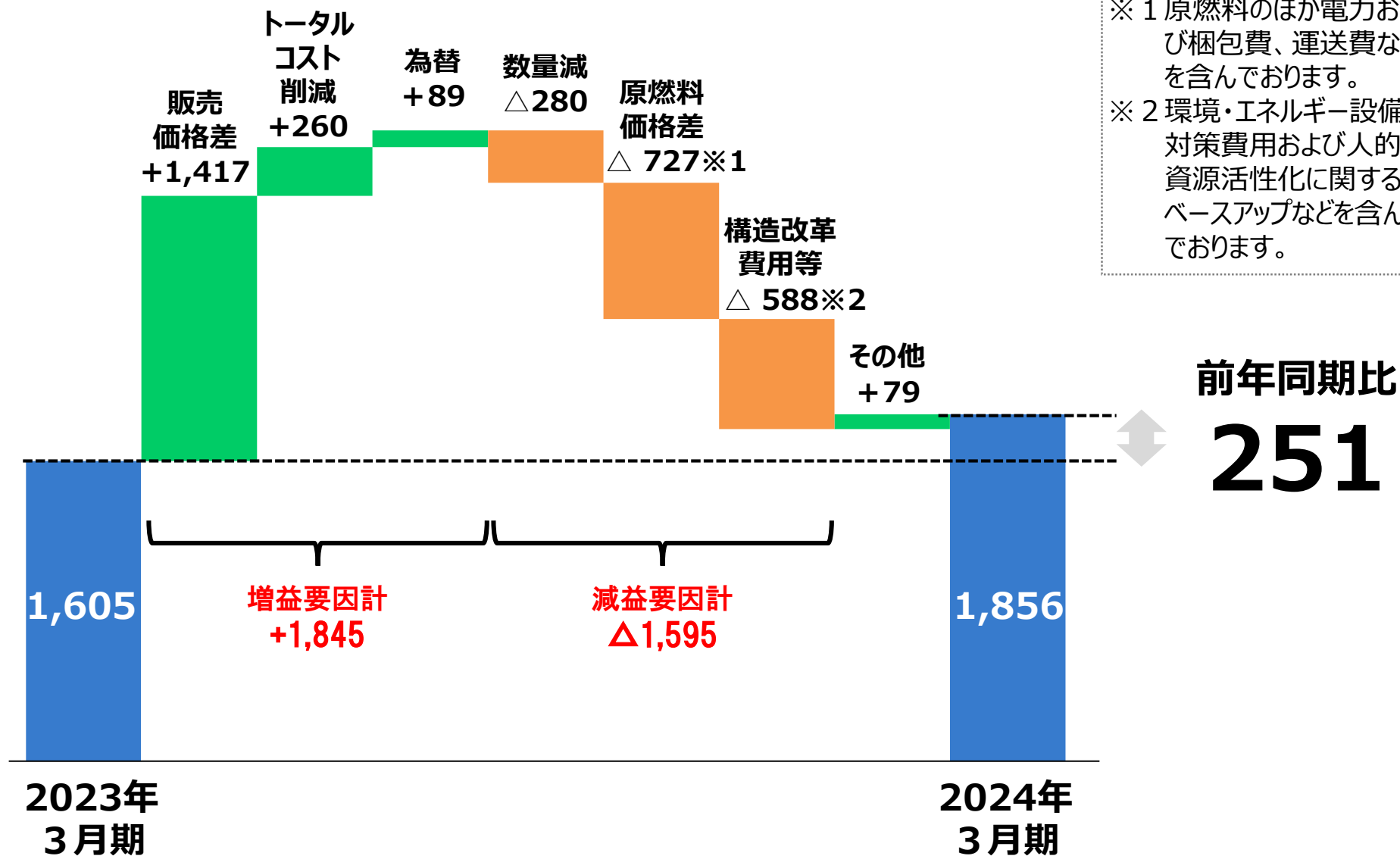
● 国内市場

ファッション、医療・福祉分野、建材を中心に堅調に推移し増加。

Ⅱ-7. 決算概要 「営業利益増減分析」

(単位：百万円)

- ※ 1 原燃料のほか電力および梱包費、運送費などを含んでおります。
- ※ 2 環境・エネルギー設備対策費用および人的資源活性化に関するベースアップなどを含んでおります。



Ⅱ-8. 決算概要 「剰余金の配当について」

【当社配当基本方針】

- ◆株主に対する利益還元を重要課題のひとつとし、安定的な配当を継続的に行います。
- ◆配当性向は当期純利益の30～50%を目安としております。
(来期以降、配当性向目安40%以上を目標とする)

●今期の期末配当は、

1株当たり10円といたします。

よって、今期中間配当金額と合わせた年間配当金は、前期比2円の増配となる1株当たり22円（普通配当20円、記念配当2円）となります。

※配当性向は 48%となります。

※中間配当金の総額：402,137,610円

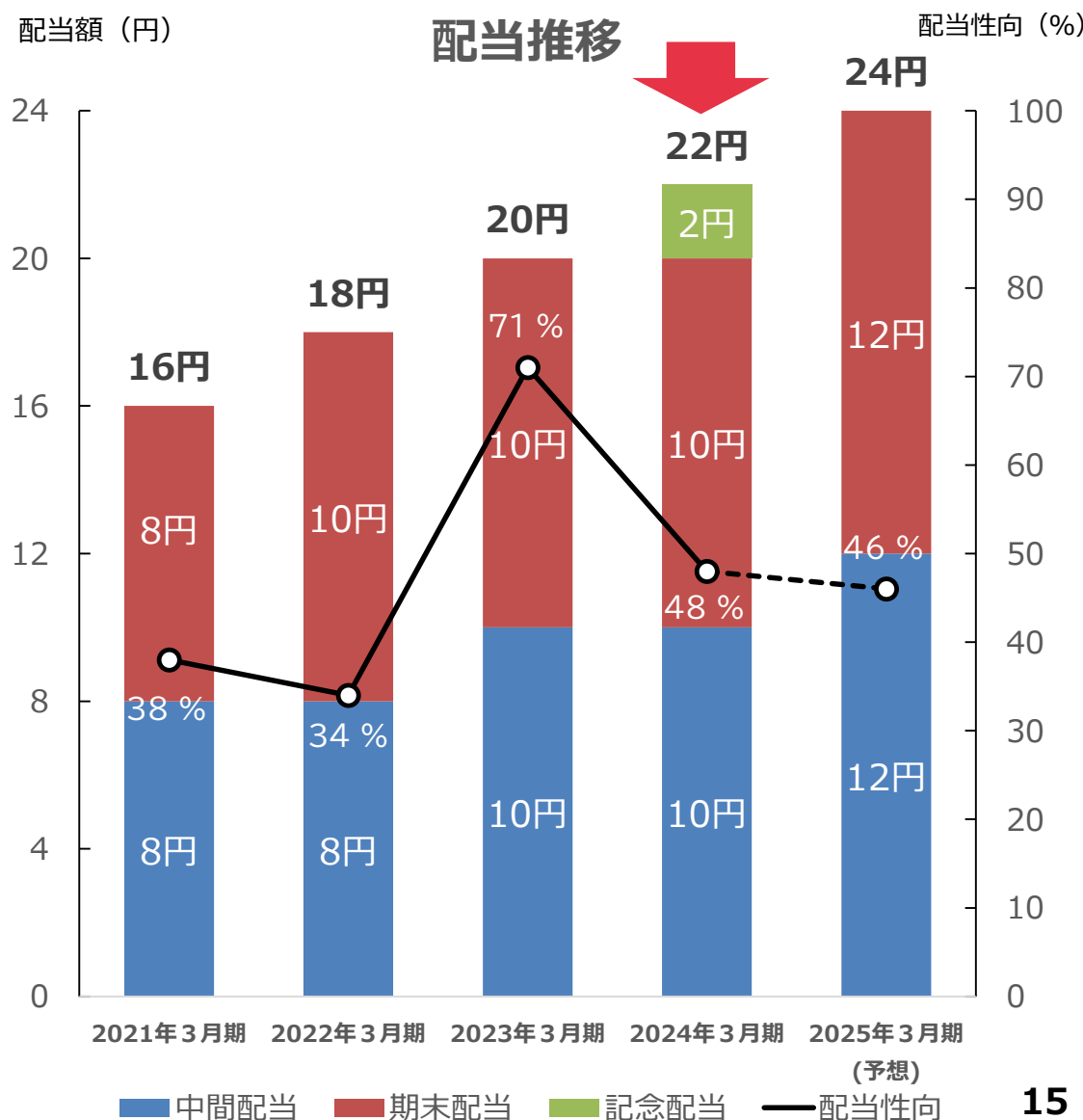
※剰余金の配当が効力を生ずる日：

2024年6月24日(月)

●来期配当金額予想は、

前期比2円増配の1株当たり24円を予定しております。

※配当性向は 46%の予測となります。





Ⅲ. 2025年3月期 業績見通し

Ⅲ-1.「2025年3月期 業績見通し」

(単位：百万円)

項 目	2024年3月期 実績	2025年3月期			増減（通期比較）	
		上期予想	下期予想	通期予想	金額	増減率 (%)
売上高	36,670	18,000	20,000	38,000	1,330	3.6
営業利益	1,856	700	800	1,500	△356	△19.2
経常利益	2,643	1,050	1,150	2,200	△443	△16.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,843	1,300	800	2,100	257	13.9

一株当たり当期純利益	46.03円
------------	--------

52.43円

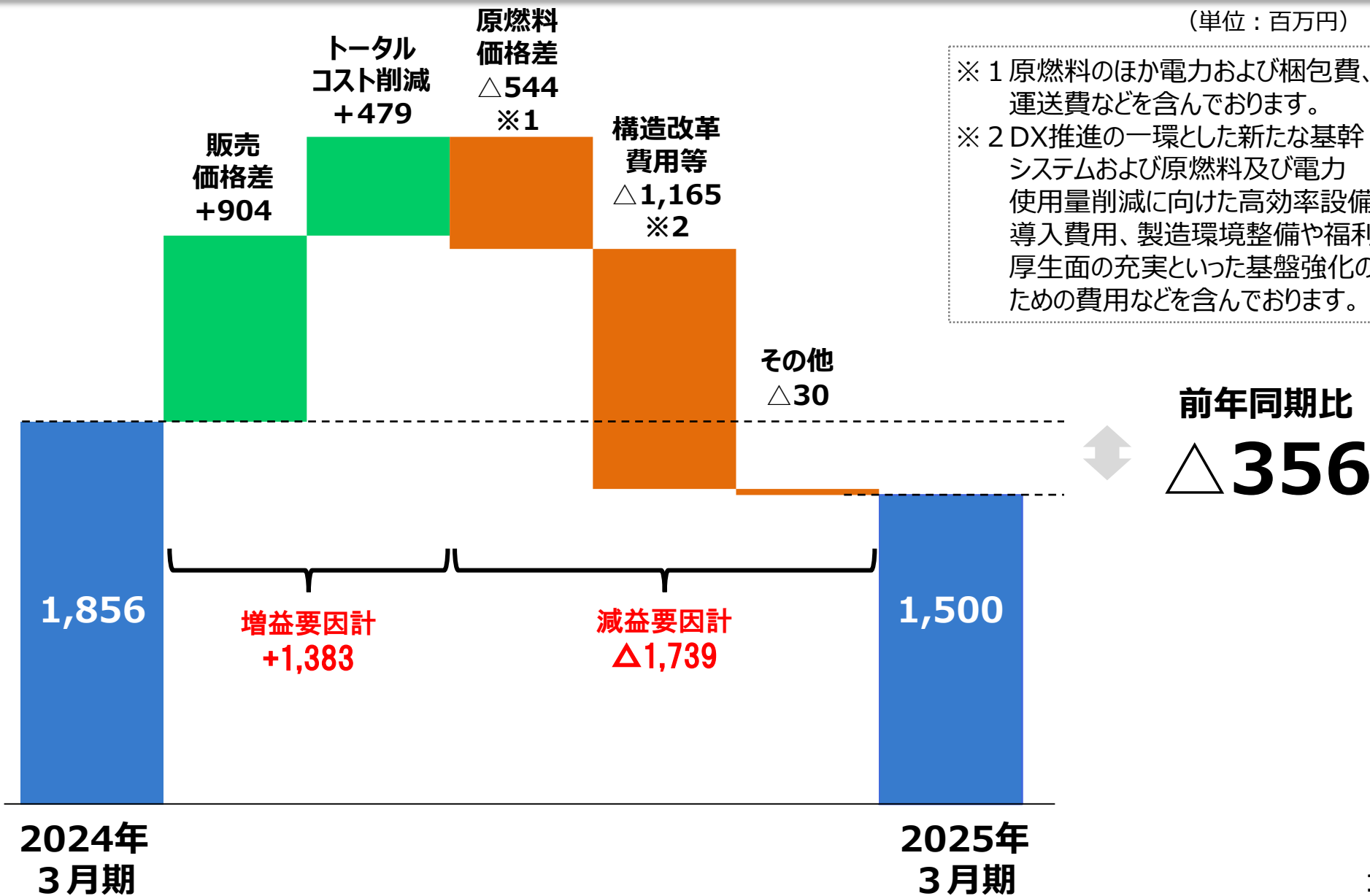
期中平均 為替レート	USD	144.59円
	EUR	156.75円

140.00円
152.60円

Ⅲ-2. 業績見通し「2025年3月期 営業利益増減分析」

(単位：百万円)

- ※ 1 原燃料のほか電力および梱包費、運送費などを含んでおります。
- ※ 2 DX推進の一環とした新たな基幹システムおよび原燃料及び電力使用量削減に向けた高効率設備の導入費用、製造環境整備や福利厚生面の充実といった基盤強化のための費用などを含んでおります。



Ⅲ-3. 業績見通し「対処すべき課題」

①グローバルな事業拡大と開発体制の強化

- 海外売上高の拡大のため、今まで培ったブランド力と実績を活かして新規市場開拓を続け、また、販売体制・拠点を整備し、衣料分野及び資材分野においてグローバルな事業展開を推進する。
- 営業主導の戦略的マーケティング及び目的対象を明確にした攻略型マーケティングを実施していくため、生産・販売・技術開発が一体となった、強力かつ全社横断型の開発体制を強化する。

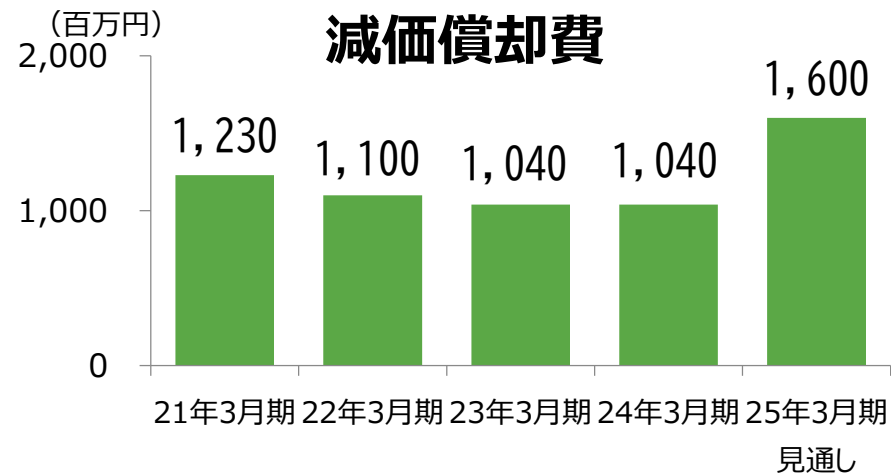
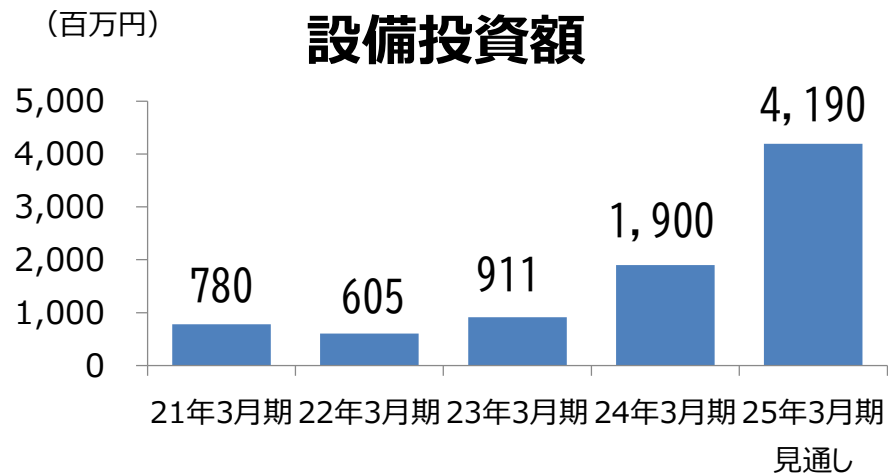
②サステナブルな社会の実現に向けた取り組み

- 「小松マテレ・サステナビリティ・ビジョン」に掲げた5つの課題への取り組みを加速させ、中でも地球環境にかかわる課題については、社会・顧客のニーズに応えるべく優先的に取り組む。
- 環境配慮型素材群「マテレコ」の売上比率について2030年度に50%にまで拡大を目指す。
- 社員目線を重視した職場改革を目指し、研修プログラムによる人材開発、柔軟な働き方の推進、多様性の尊重、福利厚生の実施を中心、社員が自ら学び成長できる環境づくりに取り組む。

③中長期的な収益力強化のための施策

- DX推進の一環として新たな基幹システムの導入や、原燃料及び電力使用量削減に向けた高効率設備の導入といった設備投資を進める。
- 従来からの加工ロス削減への取り組みや付加価値の高い商品の投入を継続・強化するとともに、「カボコーマ」や「ベリフォーマー」をはじめとする先端材料・技術等の成長分野や、「スパイバー株式会社」との共同開発による新規事業への積極的な投資により収益力の強化を図る。

Ⅲ-4. 業績見通し 「設備投資額・減価償却費推移」



設備投資額 内訳

(単位：百万円)

項 目	2024年3月期 実績	2025年3月期 見通し
製造関連投資	820	790
開発関連投資	40	100
環境関連投資	380	660
システム関連投資	200	2,300
その他	460	340
合計	1,900	4,190



IV. 中期経営計画KFW-2026概要

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

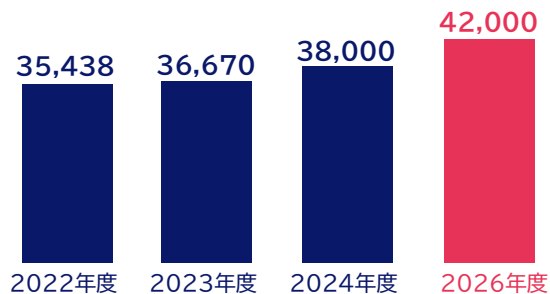
IV-4. KFW-2026概要「新中期経営計画の数値目標」

連結財務ハイライト

売上高

(単位:百万円)

42,000 百万円

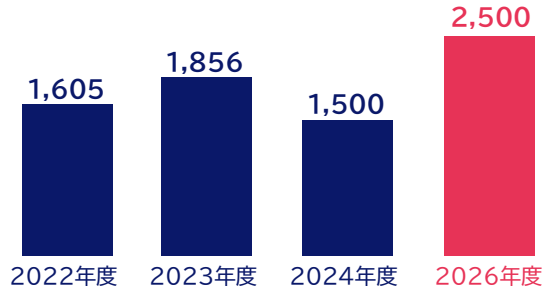


2024年度比
10.5%増

営業利益

(単位:百万円)

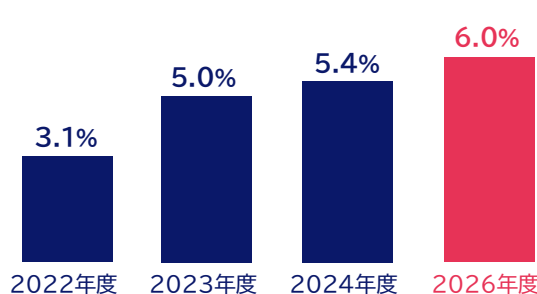
2,500 百万円



2024年度比
66.7%増

ROE

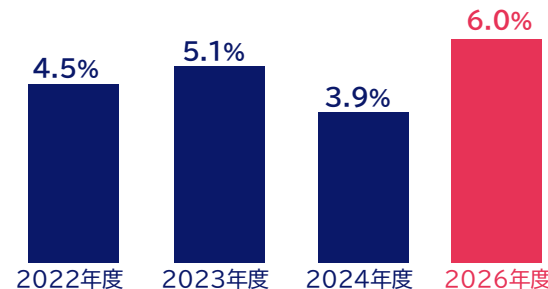
6.0%



2024年度比
0.6P増

営業利益率

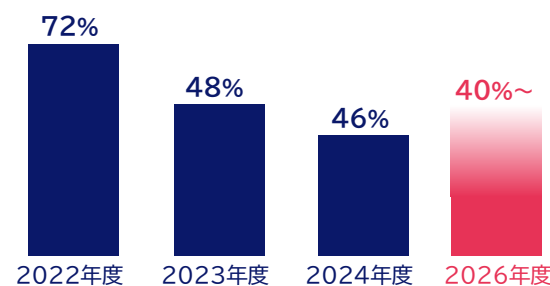
6.0%



2024年度比
2.1P増

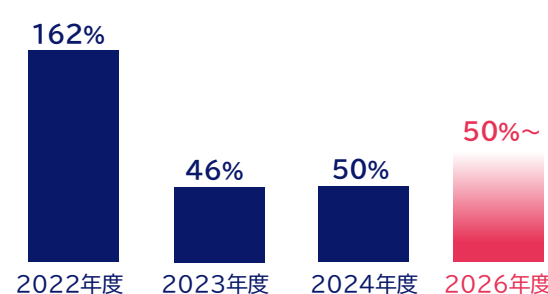
配当性向

40%以上



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

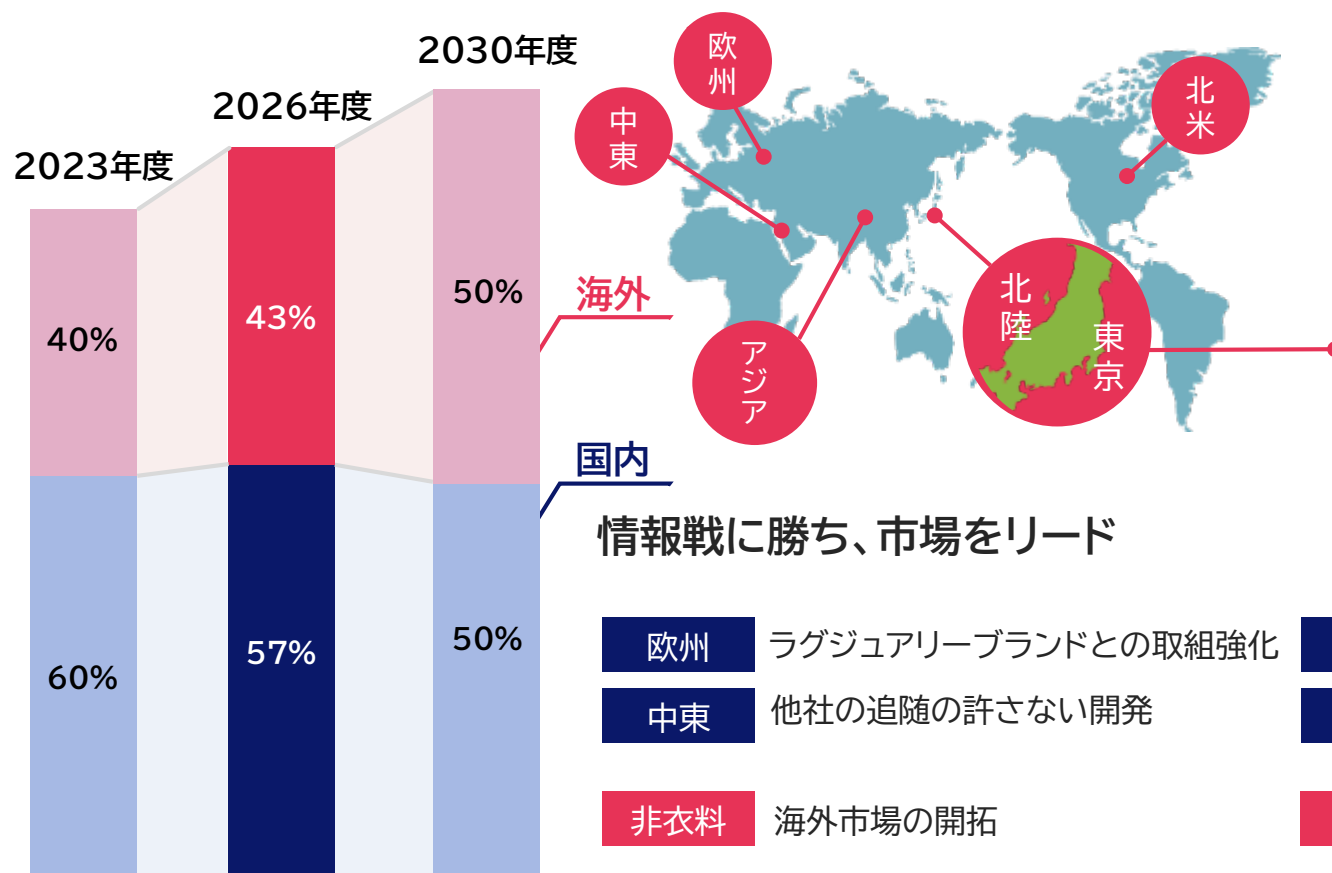
人材育成の強化と
エンゲージメントの向上

5

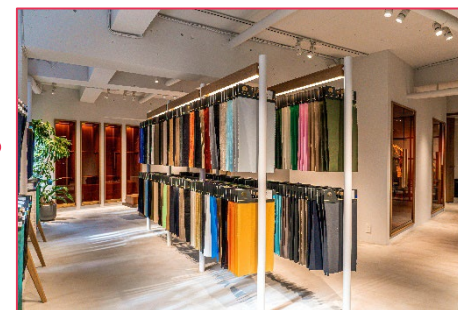
製造環境の整備、
福利厚生面の充実

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。



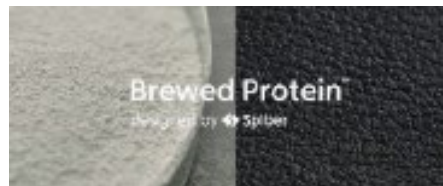
パリでの個展



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

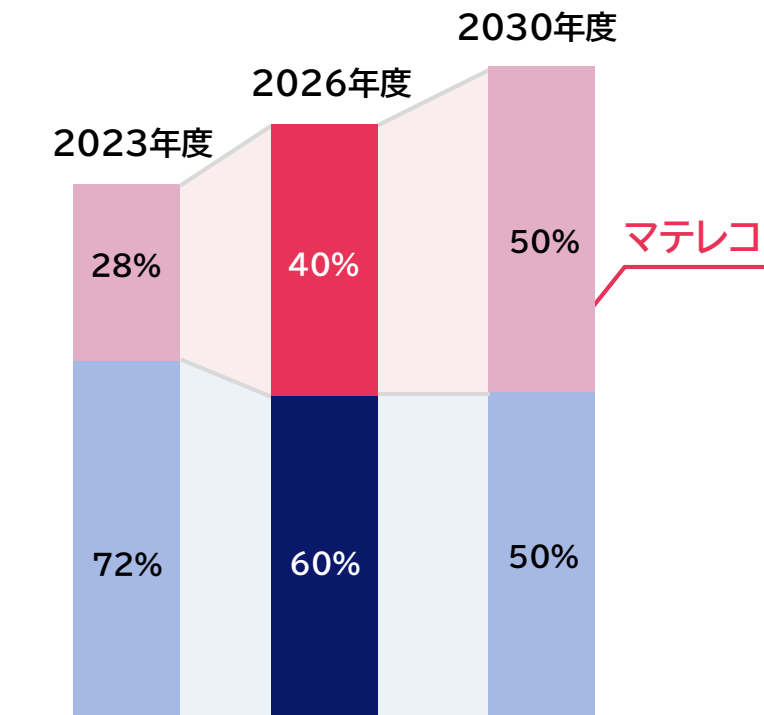


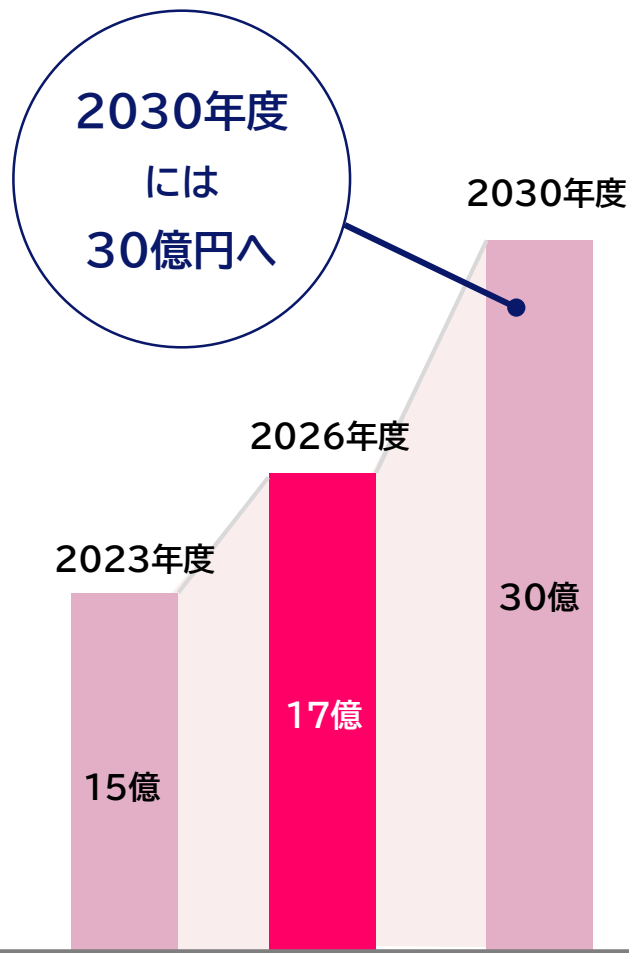
小松マテーレならではのサステナブルを推進

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





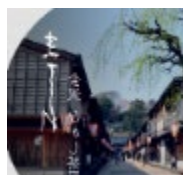
「toC」素材の感動をダイレクトに発信

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。

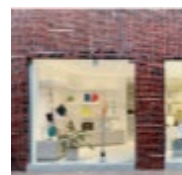
⇒「超部品メーカーからアパレルへの転身」ではなく、
素材の感動を直接届けたいという想いから。



ファクトリーショップ
mono-bo



まてーれ
 金沢ひがし茶屋街



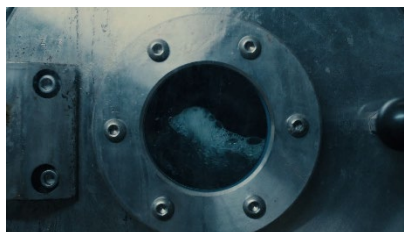
mate-mono
青山ショールーム



mono-bo
通販サイト

「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

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

主な指標

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



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への取り組み)

小松マターレグループでは、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『小松マターレ・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

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%
2.循環型社会づくり への貢献	①水の削減：水重量原単位	275m ³ /t	▲28% (197m ³ /t)	▲25%※ ⇒ ▲40%
	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

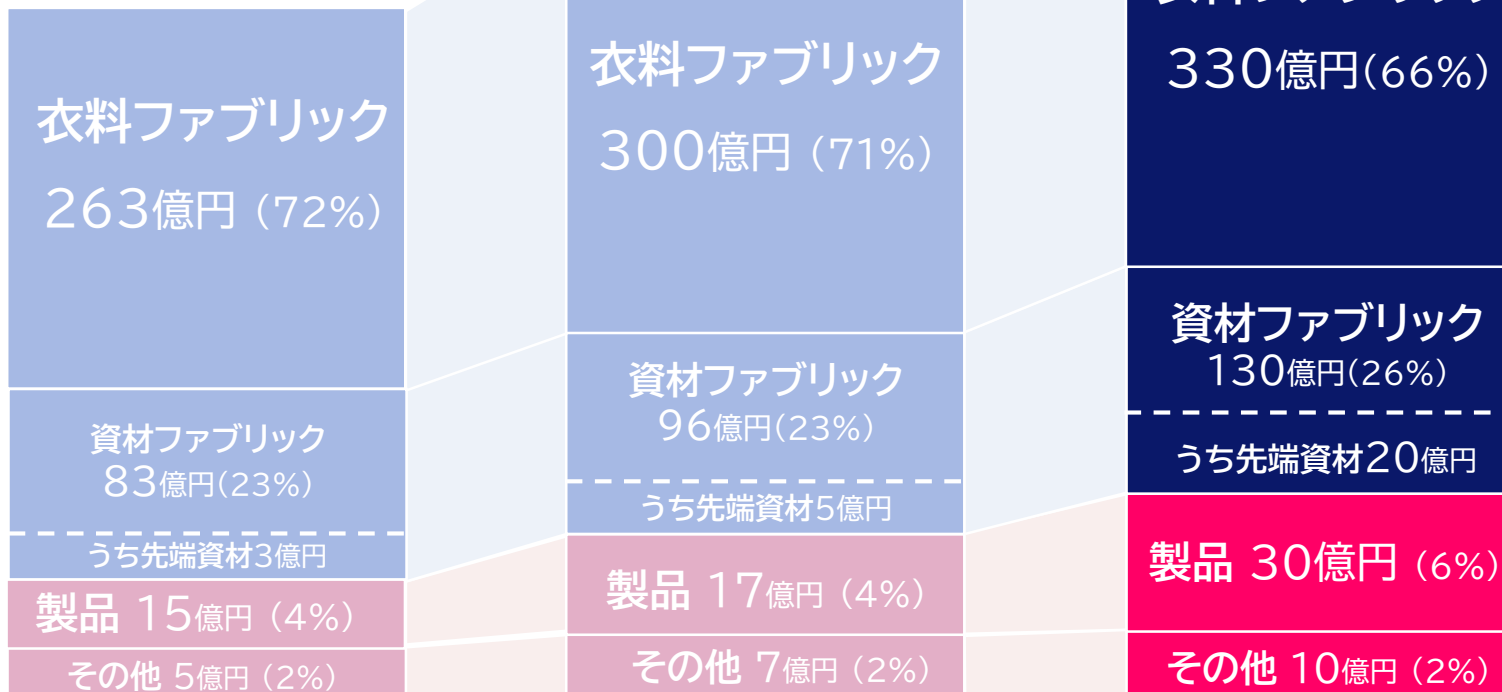
IV-15. KFW-2026概要 「長期構想 将来事業イメージ(2030年度)」

2030年度
500億円

M&A・アライアンス等の
戦略投資で、さらなる
売上増を目指す

2026年度
420億円

2023年度
366億円



1 海外事業の拡大
ファッション衣料と非衣料分野

2 小松マテレー式
サステナブル
商材・事業の推進

3 製品事業の推進

合計
500億円以上
営業利益
40億円以上
営業利益率
8%以上
ROE
8%以上



V. トピックス紹介

1. ポリエステル改質加工ファブリック『MAWUS』をリニューアル
2. 炭素繊維複合材料『カボコーマ』の新用途開拓

V-1. トピックス紹介「ポリエステル改質加工ファブリック『MAWUS』をリニューアル」

ポリエステル改質加工ファブリック

MAWUS®

マーバス
since 1980

1980年に誕生した『MAWUS\マーバス』。
小松マテール独自のポリエステル改質加工技術により
ポリエステルをより快適にした素材です。

Multi
purpose

[多用途]

Anti-
static

[制電性]

Water
absorption
& quick dry

[吸水速乾性]

Ultra
washable

[洗濯耐久性]

Soil
release

[汚れ除去性]



吸水 速乾 制電 汚れ除去

洗濯耐久

撥水性の分子

ポリエステル繊維

マーバスのオリジナル改質加工技術

ポリエステルには疎水性の特徴があります。これを「グラフト」重合と呼ばれる加工技術でポリエステル繊維を親水性に改質することで、「制電性」「吸水速乾性」「汚れ除去性」を発揮させることができます。さらに、優れた「洗濯耐久性」を併せ持ち、それぞれの機能の効果を持続させます。

※「グラフト」とは枝の意。



制電



吸水



速乾



洗濯耐久



汚れ除去

機能	試験方法	規格値
制電性	摩擦帯電圧	初期 ≤500V, 100HL ≤3000V
吸水性	滴下法	初期 ≤10 秒, 100HL ≤10 秒
速乾性	残留水分率	初期 ≤45 分, 100HL ≤60 分
SR (汚れ除去) 性	ダイヤベスト法	初期 ≥3 級, 100HL ≥2 級

Art in Technology

komatsumateRe

小松マテール株式会社

本社：石川県能美市浜町2-167 TEL:0763-55-1111(代表)

東京営業所：東京都中央区銀座3-10-6 マルイト銀座第3ビル4F TEL:03-2549-3980(代表)

大阪営業所：大阪府北区南堀田2-2-22 ハービス ENT オフィスタワー 9F TEL:06-4344-4161(代表)

MAWUSの検索はこちら



JP EN

1980年に誕生したブランド「MAWUS®（マーバス）」をリニューアルし、5月8日～10日に東京・青山で当社単独開催した「アクティブ素材展」のメインとして発表いたしました。

「アクティブ素材展」では、当社の多様な加工技術による「機能性」と「ファッション性」を融合させた独自素材を展示いたしました。



V-2. トピックス紹介「炭素繊維複合材料『カボコーマ』の新用途開拓」

熱可塑性炭素繊維複合材料

CABKOMA®

(カボコーマストランドロッド)



◎ 新たな用途展開

高強力で軽量である特徴を活かした大型鉄骨建屋補強の新工法

◎ 本工法の特徴

- ・ 既存の工場建屋の設備を稼働しながら補強工事が可能
- ・ 建て替えと比べて工事費を大幅に節減
- ・ 震度6強でも倒壊しない耐震性に補強

◎ 新工法認定の取得

現在、設計事務所、建設業者およびアカデミアと連携し、新工法としての認定取得に向けて取り組んでいる

■ 施工事例



当社第2工場天井(耐震補強)

カボコーマのデザイン性が高く評価され、2024年に国内にオープンした欧州ラグジュアリーブランドの直営店の外観にも採用



質疑応答

Art in Technology
komatsumateRe
小松マテール株式会社



ご清聴ありがとうございました。

Art in Technology
komatsumateRe
小松マテール株式会社