

個人投資家向け会社説明会 ミーティングメモ

小津産業株式会社（7487）

開催日：2024年2月18日（日）

場所：大和コンファレンスホール（東京都千代田区）

説明者：代表取締役社長 兼 会長 兼 社長執行役員 今枝 英治 氏

1. 会社概要

- ・ 当社の創業は江戸時代初期にさかのぼります。江戸幕府ができてちょうど50年後の1653年（承応2年）に創業した「小津屋」を起源として、昨年創業370年を迎えました。現在、日本取引所グループの上場企業は約3,900社ありますが、当社は6番目に創業が古い企業で、卸売業にかぎるともっとも古い企業です。創業地は、東京都の日本橋大伝馬町です。浮世絵の「東都大伝馬街繁栄之図」（作：安藤広重）に当時の大伝馬町の日光・奥州街道が描かれていますが、紺色の暖簾を下げた商家のなか、右側の奥あたりに小津屋があったといわれています。現在も本社は同じ場所で営業しています。日本橋界限には老舗企業が多くありますが、創業地をまったく離れていない会社は少ないと聞いています。当時の取り扱い商品は、紙と木綿です。和紙を全国から仕入れて、大名家や神社仏閣などに販売したのが当社の始まりです。
- ・ 現在、当社の取り扱い商品は、和紙中心から不織布中心に変更しています。エレクトロニクス分野・メディカル分野・コスメティック分野・コンシューマー分野などで使用される機能性の高い不織布や紙製品の企画開発から製造・販売を行っています。
- ・ 当社が取り扱う不織布は多岐にわたりますが、そのなかでも分野を問わず中心となるのが、不織布の「ベンリーゼ」です。「ベンリーゼ」は世界唯一の製法で作られる、人と地球にやさしい再生繊維です。コットン種子の周りにあるうぶ毛（コットンリントー）が原料で、廃棄時にはバクテリアで容易に分解され、土に戻るエコロジー製品です。「ベンリーゼ」の特徴はいくつかありますが、なかでも抜群の吸水スピード、重さの13倍の吸水力、脱落繊維がほとんどないこと、製造方法に起因する不純物の少なさ、繊維が滑らかで肌にやさしい性質が特に優れています。エレクトロニクス分野では「ベンコット」、メディカル分野では「ハイゼガーゼ」や「デンタルガーゼ」、コスメティック分野ではフェイスマスク、コンシューマー分野ではティーバッグなどに用いられています。

2. 取り扱い分野

- ・ エレクトロニクス分野では、半導体、電子部品、航空宇宙、製薬、食品工場などの製造現場で使用される不織布ワイパーの販売・企画を行っています。主力製品は2種類あり、1つは光学レンズ用の製品である「ダスパー」、もう1つは「ベンリーゼ」を用いた「ベンコット」です。どちらも使用用途に合わせて、サイズや厚さが異なる製品展開をして

大和インベスター・リレーションズ株式会社（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

大和インベスター・リレーションズ

Daiva Investor Relations

います。「ダスパー」は、カメラや顕微鏡、内視鏡などのレンズを製造するメーカー向けに販売し、光学レンズを拭くのに用いられています。

- ・ 「ベンコット」は、おもに半導体や電子部品の製造工程で用いられています。スマートフォンなどの電子部品や液晶画面を製造する工場の作業エリアの多くは、クリーンルームと呼ばれる特殊な空間です。髪の毛はもちろん、目に見えないサイズの塵や埃などを排除したクリーンな空間で、作業者は作業着を着て入室します。これらの作業着などにも塵などがほとんど発生しない品質が求められ、作業台や機械を拭く際にも同様の品質が求められます。当社はこうした空間で使用可能な品質の高い不織布を提供し、こぼれた液体の拭き取りや機械の清掃といった生産に関わるさまざまな場面で使用されています。当社の製品は、1960年代から現在に至るまで、半導体や電子部品の製造現場において、長きにわたって使用されています。日本の基幹産業であるエレクトロニクス分野の製造現場で、60年以上も使い続けられていることは当社の誇りです。また、電装化が進む自動車関連産業や医薬品製造の現場、最先端の医療機器の製造工程など、当社の製品を使用するユーザーのすそ野は大きく広がっています。
- ・ 「ベンリーゼ」の特徴はエレクトロニクス分野だけでなく、医療現場でも求められる性能です。メディカル分野では医療現場で高まる安全ニーズを的確に捉え、医療用不織布を主体とする製品を製造・販売しています。不織布ガーゼのほか、手術用ドレープ、使い捨ての検査着、除菌ウェット製品、感染対策用のガウンやN95に代表される医療用の不織布マスクなどさまざまな消耗品を納入しています。また、病院の希望に沿った防水シーツの特注品の製造、処置に必要な製品を複数組み合わせたセット品や小ロットでの納品対応など、お客さまのニーズに柔軟に応える製品を販売しています。
- ・ コスメティック分野では、医療向けの製品を製造している安全性や美容液の浸透効率を高める「ベンリーゼ」の高い密着性、保水力の高さなどの特徴を生かし、自社ブランド製品を市場に投入しています。その一方で、お客さまブランドの製品を製造するOEMにも積極的に取り組んでいます。さまざまな種類の不織布を取り扱う当社のメリットを生かし、化粧品メーカーのニーズに合致する素材を提案、または共同開発できることが当社の強みであり、その柔軟さにメーカーの研究者から高い評価を得ています。国内外を問わず、大手化粧品メーカーのフェイスマスク、コットンパフ、あぶら取り紙などのお客さまブランドの商品を中心に製造・販売しています。
- ・ コンシューマー分野では不織布のもつ可能性を追求し、日々の生活を彩るように素材の姿を変えて提供しています。眼鏡拭きやティーバッグ、航空機や特急列車のヘッドレストカバー、フィットネスクラブに提供しているウェット製品、飲食店のテーブルクロス、箸袋、メモ帳、御朱印帳など、日用品から家具や宝飾品のケースに用いられる人工皮革まで、快適な暮らしを支える幅広い製品を取り扱っています。
- ・ 既存分野と異なる事業として、放射性物質を除去する除染布「五大力」の販売を電力会社向けに行っています。「五大力」とは、放射性セシウムを吸着するシートです。従来品

に比べて軽く、低コストで大量に生産でき、放射性汚染水や汚染土壌の除染用途で販売・拡販活動を進めています。

3. 4つの分野を支えるグループ体制

- ・ 当社のグループ企業には、主要な会社としてウェット製品の製造を行う株式会社ディプロ、アグリ分野を担う日本プラントシーダー株式会社、過酢酸の除菌剤を販売しているエンビロテックジャパン株式会社、不織布の加工を行うオヅテクノ株式会社と株式会社旭小津があります。これらの子会社が当社を支え、製造商社機能を強化し、付加価値を生み出す技術力や開発力をベースに高機能な不織布事業を展開しています。
- ・ 株式会社ディプロは、愛媛県にあるウェット製品の製造会社です。近年、堅調に推移しているウェットティッシュ市場において、市場競争力を高めて事業を拡大するために、さらなる品質の向上と生産能力を強化する新本社工場を2020年2月に竣工しました。工場がある四国中央市は名水の産地であり、多くの水を使用する製紙・紙加工において、日本屈指の生産量を誇ります。水がきれいな土地柄で、ディプロもその水を用いて加工しています。また、陽圧管理の徹底により化粧品や医薬部外品の製造ができるクリーンな環境を整え、高い付加価値をもつ製品を生産しています。
- ・ ディプロでは、最新の防爆設備により除菌製品だけでなく、よりグレードの高い、殺菌も可能なアルコール濃度の高い製品も製造し、多様化するユーザーニーズに対応しています。単に不織布を販売するだけでなく、これを加工することによって新たな付加価値を創出する商社としてさらなる向上を目指しています。
- ・ アグリ分野を担う日本プラントシーダー株式会社は、均一に種子を封入したテープ状の不織布「シーダーテープ」を、全国の農業協同組合や農業法人、および韓国に販売しています。「シーダーテープ」の不織布にも「ベンリーゼ」が使われているため、土に埋めるだけで分解され自然に還ります。手軽に等間隔で農作物や花の育成が行え、高齢化の進む農業の省力化に貢献しています。
- ・ ニンニクの鱗片のように不揃いで加工しにくいものは、1つずつ手で埋めると、作業員10人でも1日1反しかできません。そのため、ニンニクのシーダーテープ化に4年前から挑戦し、昨年ようやく機械が完成しました。この機械があれば、作業員2人で1日3～4反できます。1人での作業も可能です。日本だけでなく、韓国や中国においても農業の高齢化が進んでいます。今年から韓国の済州島で、韓国のパートナーと一緒にこの農法で試験を行います。生産効率は15倍程度改善する見込みです。現在は韓国だけですが、この試みが成功すれば、より人口の多い中国への展開も期待できる有望な商品です。
- ・ エンビロテックジャパン株式会社は、当社と全国共同農業組合連合会（全農）とアメリカの化学薬品会社による合弁会社です。過酢酸製剤の仕入れ・販売、および仲介を行っています。食品添加物としての過酢酸製剤は、鮮度保持の目的で欧米を中心に多くの国で使われています。日本国内では、2016年10月に厚生労働省により食品添加物として

認可されました。豚肉や牛肉を出荷する際の殺菌、コンビニエンスストアの弁当や総菜を製造する際の野菜の殺菌、製造ラインの除菌など国内の導入事例が増えています。今後も、食品添加物としての過酢酸製剤の認知度を高める啓発活動を行うとともに、国内外における販促活動を積極的に展開します。

- ・ 事例の1つとして、アメリカの加工現場を紹介します。チェリーを日本に出荷する際に、鮮度保持を行うために過酢酸で処理をします。加工の際には、何度も繰り返して過酢酸をかけます。何度も過酢酸を通すことによって、日本に到着するまでの間にチェリーが痛むのを防ぎます。
- ・ 過酢酸製剤の泡除菌剤「パーサンフォーム」は、食品工場のタンクや製造ラインの除菌作業で使用します。泡のため液だれを起こさず、根を張ったカビも含めて殺菌できます。

4. 当社の目指す事業像

- ・ 当社は「わたしたちは、『伝統とは継続的な開拓の歴史』との認識のもと、お客さまの満足や喜びを第一に考えた新しい付加価値を提案し、豊かな暮らしと文化に貢献してまいります」を企業理念としています。この理念を守りつつ、継続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、現状に満足することなく全社をあげてものづくりを継続し、新しい事業、新しい商品を構築します。
- ・ 当社では、2022年5月期から2024年5月期までの3か年計画、「中期経営計画2024 (Leap into the Innovation)」を進めています。「紙と不織布」の技術力を基盤とした「価値創造企業」への飛躍を実現するため、当社グループ一丸となって取り組んでいます。主要戦略として「製造基盤の強化」「海外展開の拡充」「新規事業の確立」「グループ経営基盤の強化」を掲げています。最終年度である2024年5月期末までの数値目標は、2023年7月13日発表の修正数値で、売上高100億円、営業利益4億7,000万円としています。

5. 業績報告

- ・ 2024年1月11日に発表した2024年5月期第2四半期の概要を説明します。連結売上高は51億8,600万円、売上総利益は16億6,800万円、営業利益は3億5,100万円、経常利益は4億3,800万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は3億1,300万円です。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に伴う感染対策製品の需要減や、東アジアにおけるコスメ市場の変化などの影響を受け、対前年同期比で減収となりました。しかし、収益性の高い製品の販売に注力したことで売上総利益率は向上し、販売管理費の下振れにより利益面では前年同期並みの水準を確保しました。
- ・ 2024年5月期の業績予想は、連結の売上高100億円、営業利益は4億7,000万円、経常利益は5億5,000万円、親会社株主に帰属する当期純利益は3億8,000万円です。売上高は、感染対策製品の需要減少や東アジアのコスメ市場の変化により、前年に比べて減収の見込みですが、収益性の高い製品の販売や営業活動の強化、新製品・新商品の開発

など、メリハリの利いた経費使用により、営業利益はほぼ前年水準を確保できる見込みです。

- ・ 2024年5月期の取り組み骨子は、ディプロ製品や過酢酸製剤を重点販売製品として位置づけ、グループをあげて拡販を進めます。新型コロナウイルス感染症が5類感染症に変更になったことで、感染対策としてのウェット製品の需要は落ち着きましたが、依然として病院の現場からは問い合わせが多く、コロナ禍前の2019年よりも販売量は増えています。高濃度アルコールウェットティッシュや、体にやさしい薬用成分を配合するなど特徴ある製品とものづくりを続け、今後も現場のニーズに合った製品ラインナップの拡充を目指します。
- ・ 過酢酸製剤は、オンラインセミナーを定期的で開催することで、より具体的な使用方法や改善事例の紹介などを行い、拡販に努めています。今期は4回開催し、延べ250社を超える企業が参加しました。セミナー参加企業の多くが、製品を購入しています。今後も拡販を促進します。
- ・ 放射性物質を除去する除染布「五大力」の販売では、引き続き電力会社などへの提案と用途開発を進めます。東日本大震災後は、緊急時の対策としてより重要視されています。当社の「五大力」は現行品と比較して軽量です。現行品は鉱物のゼオライトで除去する仕組みになっています。しかし、「五大力」は軽量で持ち運びが容易であり、緊急時には放射性汚染水などの除染用途として、少ない人数で迅速に対応することが可能です。また、低コストで大量に生産できるため、電力会社側からみたコストメリットもあります。今後も日本各地の電力会社へのアプローチを続けます。
- ・ 原料価格の高止まりは継続すると想定されるなか、外部環境変化に迅速、かつ的確に対応を行い、収益確保に努めます。また、昨今の環境変化を受けて販売・製造・購買の各機能の拡充を目的に、海外の販売拠点および加工場拠点の再構築の検討に着手します。
- ・ 今後も当社は経営環境の変化に迅速に対応しつつ、中長期的な経営戦略に基づき、経営資源の最適な配分を行い、企業価値向上に全力で邁進するとともに、社会環境や日本文化の発展に貢献し、グループ力を結集した価値創造企業になることで、400～500年続く企業を目指します。

6. 株主還元策

- ・ 当社は株主の皆さまに対して、長期的かつ安定した利益還元を行うことを基本方針としつつ、併せて当社グループの企業体質の強化と将来の事業展開に備え、内部留保の確保を総合的に勘案し、株主還元を行います。加えて、株主の皆さまへの利益還元を充実するため累進配当、つまり業績に多大な影響を与える事象の発生がないかぎり減配を行わず、増配を目指して業績向上に努めます。当社はおかげさまで厚い内部留保を確保しています。この配当方針は、減配をしないことを宣言することで、今後の業績を向上させていく経営陣の覚悟を示したものです。今期の配当金は、前期同様に普通配当25円を予

定しています。

- 株主優待は、毎年5月末日の株主名簿に記載された1単元以上の株主さまに贈呈しています。内容は100株以上の株主さまにはクオカード、200株以上の株主さまには当社オリジナルのティッシュペーパーとトイレットペーパーの詰め合わせです。本日のお土産品のトイレットペーパーは、市販されているものより高級で、一般流通していません。この優待品のトイレットペーパーやボックスティッシュには、京花紙を使用しています。京花紙とは、高知県で土佐和紙の伝統的な技術を駆使して作られた家庭紙のことで、柔らかな和紙の風合いと肌さわりの良さが特徴です。この京花紙をバラの模様を漉いて株主優待品として使用しています。昨年は500株以上の株主さまに対しては、トイレットペーパー32個とボックスティッシュ6個の詰め合わせを贈呈しました。株主さまからは毎年、高い評価をいただいています。

7. 質疑応答

Q1. 創業370年の老舗企業として成長してきた実績はすごいと思います。御社のビジネスモデルと今後の成長戦略を教えてください。

A1. 創業当時の当社は紙と木綿を取り扱っていましたが、現在はコットンを原料とする「ベンリーゼ」を中心とした不織布製品が主力です。当社は、伝統とは継続的な開拓の歴史と認識し、その時代ごとのさまざまな要請に的確かつ迅速に対応してきました。当社は長い歴史のなかでその時代ごとのニーズに応え、自ら変化させることで事業を継続し、発展させてきたと自負しています。現在の3か年計画の中期経営計画では、紙と不織布の技術力を基盤とした価値創造企業への飛躍を目指すことを掲げています。ここで掲げている目標が、当社のビジネスモデルです。当社は卸売業に分類されますが、単に商品を仕入れて販売するのではなく、お客さまのニーズに合致するように仕入れた不織布に加工を施して提供するビジネスを展開しています。すなわち仕入れた不織布に付加価値をつけて販売しています。今後も当社はお客さまや社会のニーズに合致する独自商品の企画力・開発力を一層高める会社として、もっと川上製造業に近づいた会社を目指します。当社の主力製品である不織布は、生分解・海洋生分解する環境負荷の小さい製品であり、この製品の拡販が持続可能な社会の構築に貢献すると考えています。新たな機能を付与した不織布製品を拡販し、社会発展に貢献しつつ、当社も成長していくことを目指しています。

Q2. 創業370年の歴史を守ってこられたこれまでの役員の方々はとても素晴らしいです。しかし、株価の動きがあまりありません。今後の株価対策はございますか。

A2. 当社も株価の動きはあまりないとの認識であり、課題であると考えています。当社は昨年累進配当、すなわち今後業績に多大な影響を及ぼす事象の発生がないかぎり、減配しないの方針を発表しました。これは当社を支えていただく株主の皆さまに感謝の意

を表すとともに、今後は業績を向上させるとの経営陣の覚悟を示したものです。現在、当社は次期中期経営計画の作成に取り組んでいます。次期中期経営計画の策定にあたり、当社は長期的にどのような会社を目指すのか、どのような成長戦略をとるのか、成長戦略を実現するための具体的な施策は何かについての議論を行っています。次期中期経営計画はこうした議論や検討を重ねて決定します。昨年、東京証券取引所が、資本コストや株価を意識した経営への取り組みやPBR（株価純資産倍率）1倍割れの対応を会社に開示するよう要請したことにより、自己株式の取得や増配などの株主還元強化を公表した会社が散見されます。当社は自己株式の取得や増配といった株主還元強化のみで株価対策を行うことは考えていません。当社の業績を着実に向上させること、当社の事業、成長戦略などをわかりやすく株主さまや投資家の皆さまに説明し、ご理解をいただくことが大切であり、株主還元は当社の事業成長戦略と整合性のとれたものであることが必要であると考えています。次期中期経営計画が確定した際にはわかりやすい開示を心がけますので、今しばらくお待ちください。

以上