

東証スタンダード
証券コード7487

小津産業株式会社

会社説明会資料

2026年2月14日

社長紹介



柴崎 治 代表取締役社長 社長執行役員



趣味ゴルフ・ジョギング
座右の銘:「学びこそ
最大の資産である」

2007年 当社入社
2017年 メディカルサプライ営業部長
2020年 クリーンサプライ営業部長
2022年 ライフサプライ営業部長 兼任
2023年 執行役員 営業副本部長
2024年 第24代社長就任 (現任)
(歴代最年少での就任)



1. 会社概要
2. 当社の目指す事業像
3. 業績報告
4. 株主還元



1. 会社概要

2. 当社の目指す事業像

3. 業績報告

4. 株主還元

創業373年を迎えた小津産業

1653年（承応2年）創業の和紙問屋を起源
現在も創業地で事業を営む

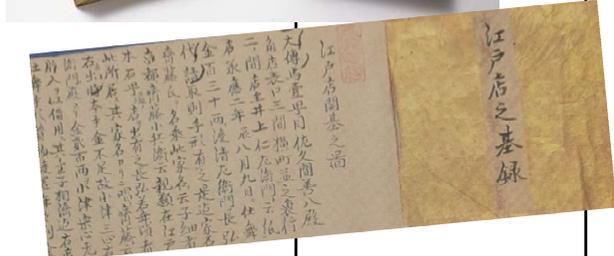
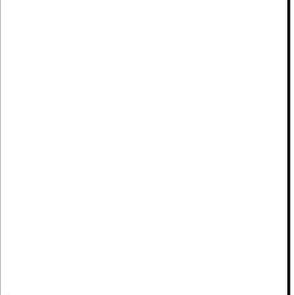
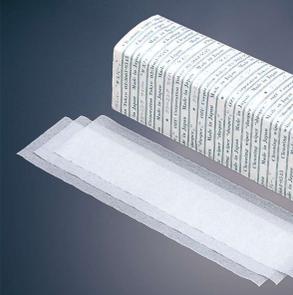


東都大伝馬街繁栄之図（安藤広重）

取扱い製品の変遷



和紙を全国から仕入れて、大名家や寺社仏閣などに販売していたのが当社の始まりです

1600年代	1900年代	1950年代	1950年代	1950年代	1950年代	2000年代
    			 <p data-bbox="972 821 1265 1244">和菓子の包装紙を レンズ拭きへと応用</p>	 <p data-bbox="1265 821 1559 1244">不織布中心へ</p>		

当社の強み 『ベンリーゼ』

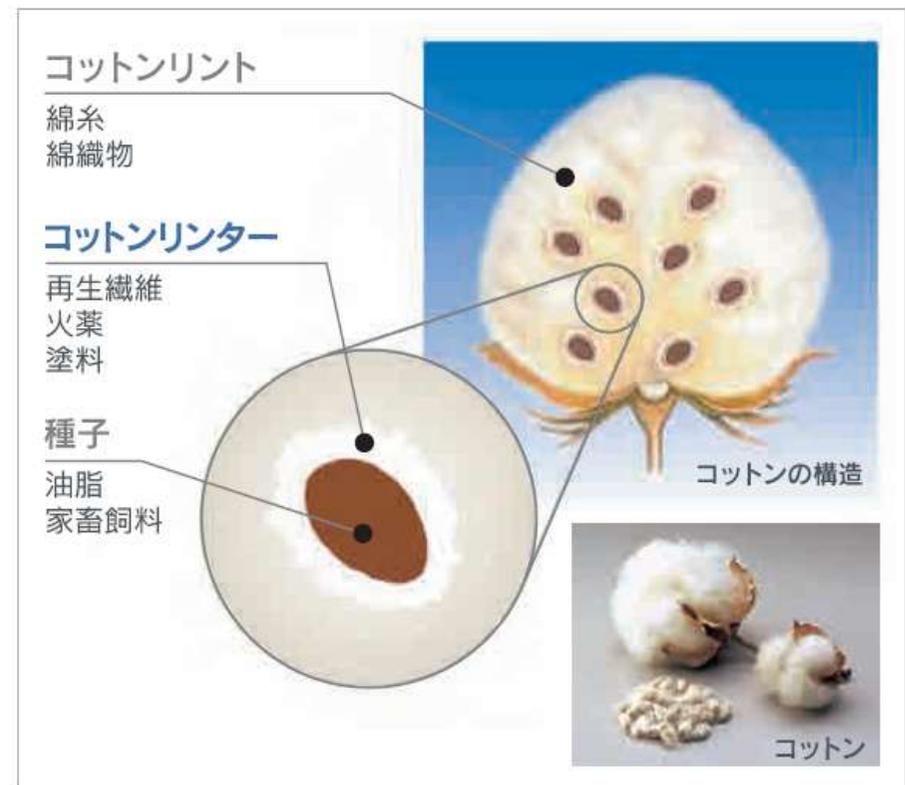


世界で唯一の製法で作られ、人と地球にやさしい再生繊維

コットン種子のまわりのコットンリント（うぶ毛）が原料で、
廃棄時にはバクテリアで容易に分解され、土に還ります

- 抜群の吸水スピードと吸水力
→ 自重の13倍!!
- 脱落繊維がほとんどない
- 溶液への不純物の抽出がない
- 繊維が滑らかで肌にやさしい

クリーン分野 「ベンコット」
ウェルネスケア分野 「ハイゼガーゼ」
化粧用フェイスマスク
コンシューマー分野 不織布マスク



現在の取扱い分野



クリーン
(電子・食品・製薬)



ウェルネスケア
(医療・介護・コスメ)



エコプロダクツ
(鉄鋼・電力・建設)

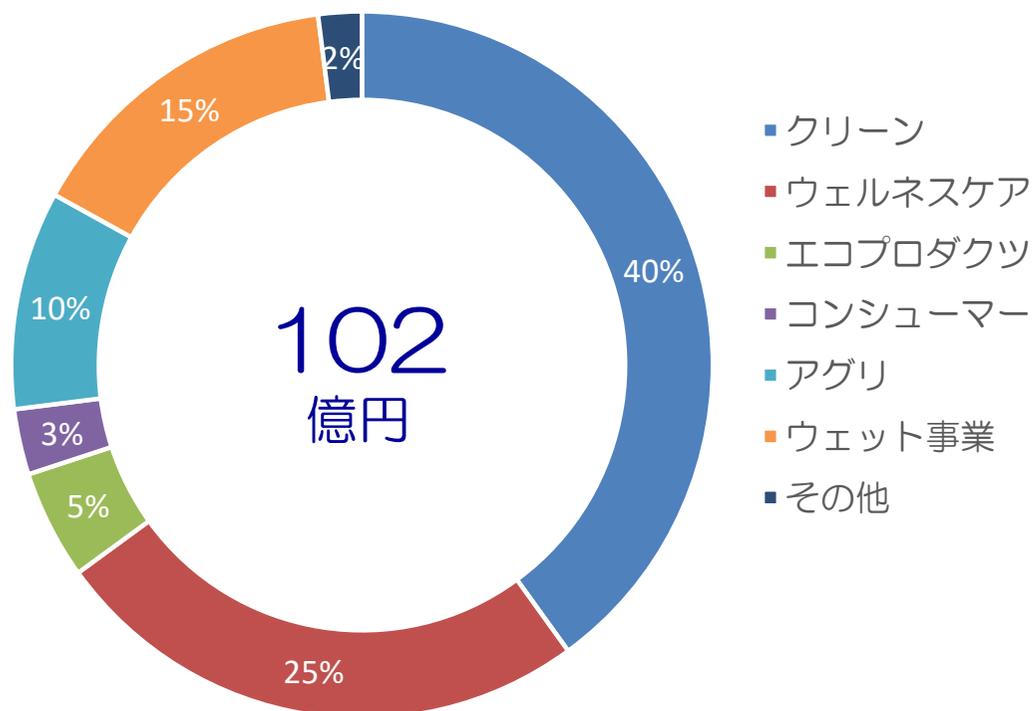


コンシューマー
(一般消費者向け)

2025年5月期の業績



連結売上高構成比
(連結調整前、構成組換後、参考値)



連結売上高 102億円

連結営業利益 4億円

ROS 4.2%

ROE 2.2%

資本金 13億円

連結従業員数 285名

クリーン分野



半導体、電子部品、航空宇宙、製薬、食品工場等の製造現場で
使用される不織布ワイパーの企画・販売
日本を始め全世界の先端技術産業を側面からサポート

「ダスパー」
カメラや顕微鏡、内視鏡など
レンズを製造している
メーカー向けに販売



「ベンコット」
スマートフォンや自動車等に
使われる電子部品の
製造エリアで使用



ウェルเนสケア分野



病院・介護施設で使用される感染対策製品や防災製品および国内外の化粧品メーカー向けスキンケア製品を販売



エコプロダクツ分野



インフラを支える製造環境の改善製品や除染関連製品を販売
「エコ」をキーワードに、幅広い製品の開発も行う

「五大力」
放射性セシウムを吸着する不織布



「オイルテイクアウェイ」
油吸着シート
国土交通省型式承認済
海上でも使用可能



コンシューマー分野



マスクやウェット製品など、一般消費者向けの製品の企画・販売



4つの分野を支えるグループ体制



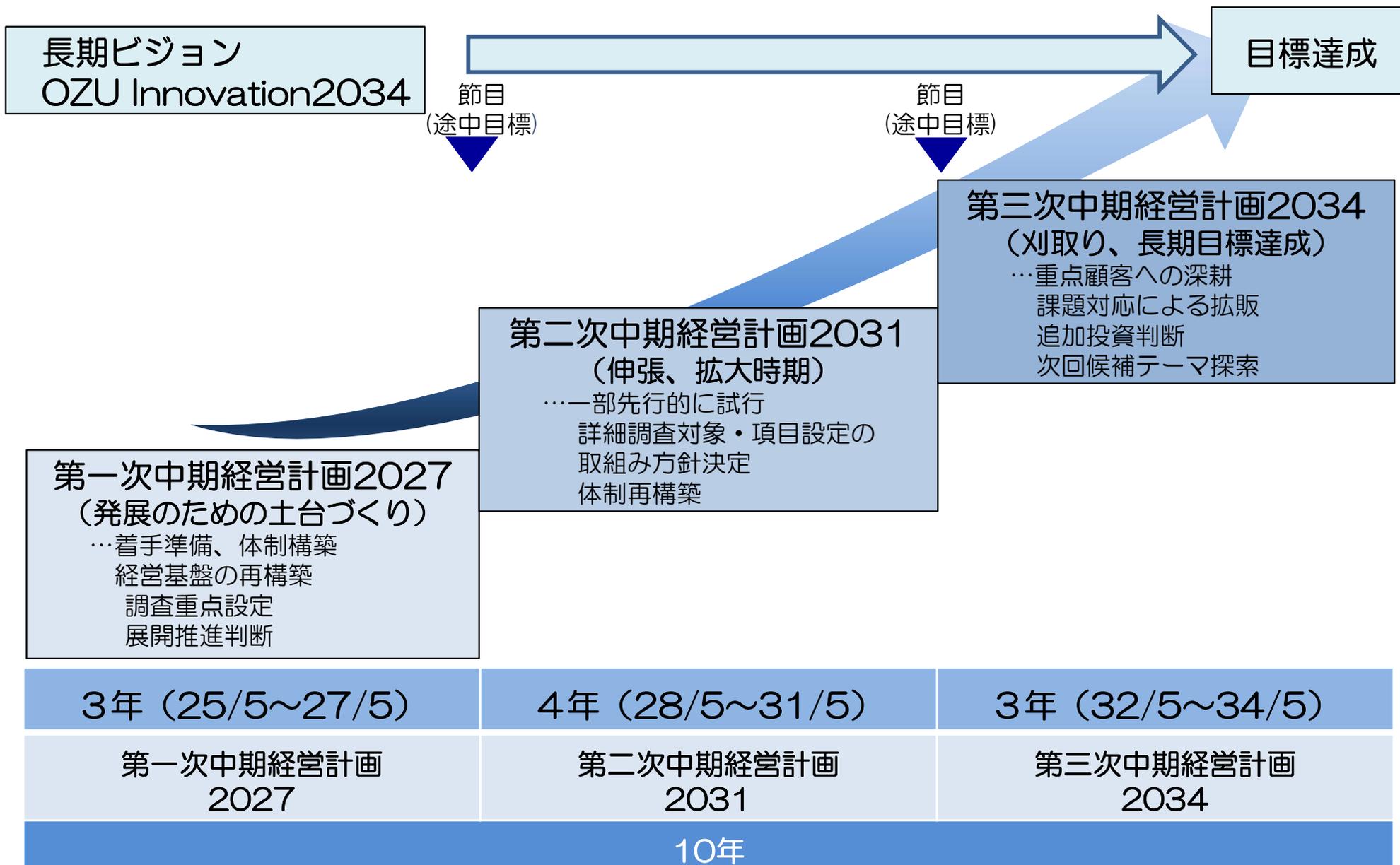
製造商社機能を強化するグループ体制
付加価値を生み出す技術力・開発力でシナジー効果を発揮
高機能不織布事業を展開





1. 会社概要
2. 当社を目指す事業像
3. 業績報告
4. 株主還元

事業拡大戦略の具体化の背景



長期ビジョンの基本方針



目標

- わたしたちは、「より清潔・より快適」を提供する会社を目指します
- わたしたちは、社会のニーズに応え、
お客さまの利便性、快適性、生産性の向上に寄与する
「製品・サービス」を生み出し、提供することによって
社会の発展に貢献します

目指す姿・事業像

“自ら製品を企画・開発・生産する機能を備えた商社” への発展

数値目標：2034年5月期

目標、目指す姿・事業像の実現により

連結ベース売上高：150億円

(現状の1.5倍の規模を目指す)

長期ビジョンの骨子



戦略推進上の基本的な考え方

【事業拡大戦略1】

現在の商品、現在のお客さまを軸とした展開

⇒当該戦略への取組みから新規事業への発展も視野に入れる

【事業拡大戦略2】 新規事業の探索

⇒当該戦略への取組みから現在の商品のブラッシュアップも想定

※両戦略ともに、着実な事業成長に向け、提携・買収を積極的に活用

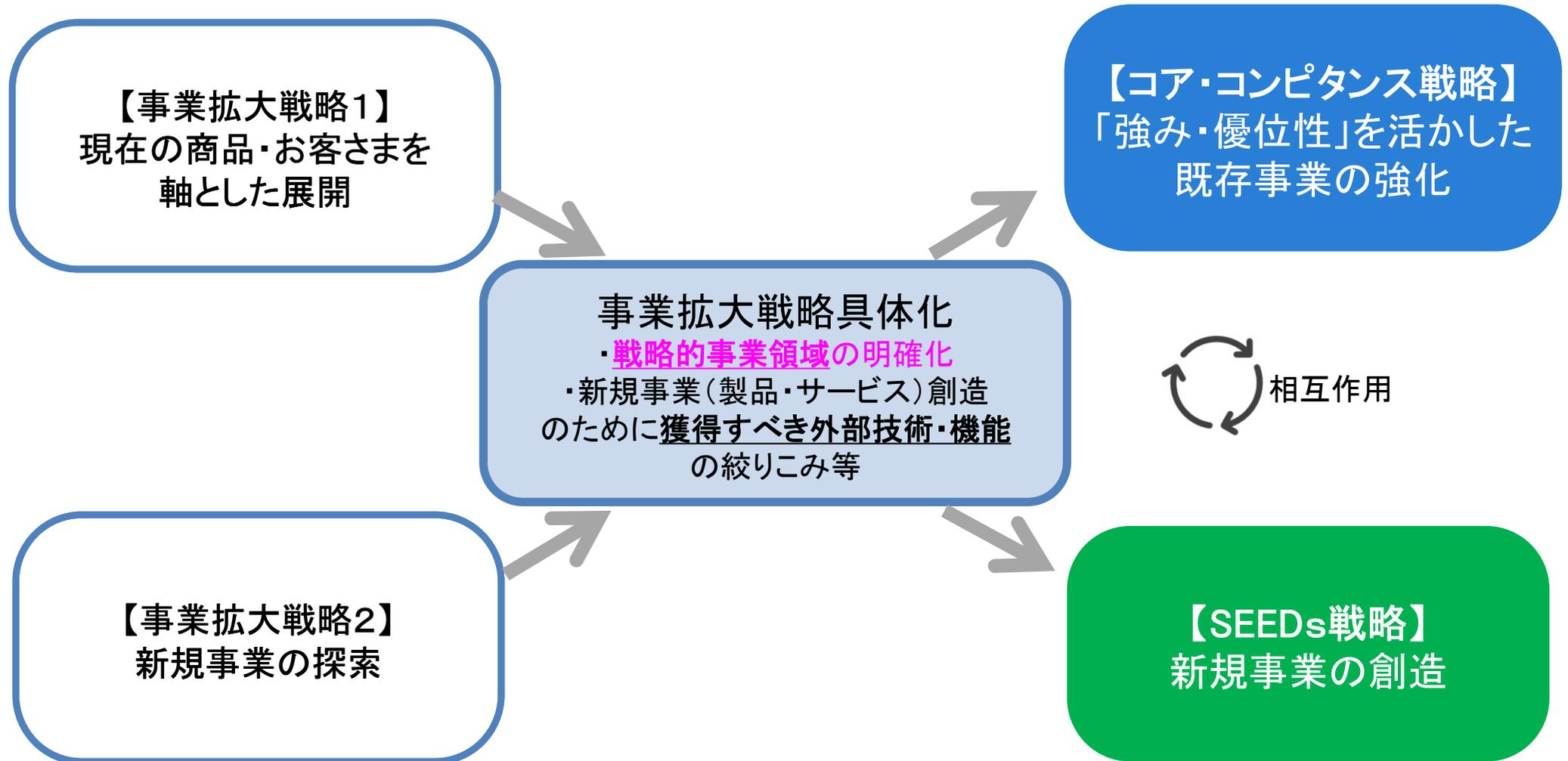
戦略の具体化に向けた実施事項

- 当社事業特性の分析
⇒当社が有する「強み・優位性」を認識
- 当社の事業領域および当該市場の競争環境・成長性の分析
⇒成長が期待できる事業領域の選定
- 不織布が有する特性と新規事業（製品・サービス）との親和性の分析
⇒新規事業（製品・サービス）創造のため獲得すべき外部技術・機能を絞り込み



「戦略的事業領域の明確化」、
「新規事業（製品・サービス）創造のため獲得すべき
外部技術・機能の絞り込み」等 「事業拡大戦略の具体化」 を実施

事業拡大戦略のイメージ図



【相互作用】

- コア・コンピタンス戦略による投資を、新規事業の探索・創造に繋げる
- SEEDs戦略による投資を、既存事業の強化に繋げる

事業拡大戦略の具体化の骨子



事業拡大戦略の基本的な考え方

既存事業の「強み・優位性」を活かす 【1】コア・コンピタンス戦略
将来の新規事業(製品・サービス)のタネとなる技術・機能等を獲得する 【2】SEEDs戦略
両輪による事業拡大戦略へ具体化

戦略

コア・コンピタンス 戦略

(既存事業の強化・拡大)

成長性の高い分野で当社の強みと優位性を活かす

取扱製品を拡大しながら

サービスの提供を実施

強み・優位性の一層の強化を目指すアプローチ



製品・サービスと顧客を繋ぐ

クリーンルーム関連領域の

ソリューションプロバイダーを目指す



相互作用

SEEDs 戦略

(新規事業の創造)

新規事業(製品・サービス)の“タネ(SEEDs)”となる
技術・機能等を保有する企業・団体との提携により

高付加価値の新規事業(製品・サービス)を

創造するアプローチ



繊維素材を核として、機能性付加により

価値を高め、これまでにない

「新しい製品・サービス」の創造を目指す

内容

両戦略が相互に作用することを目指す

- コア・コンピタンス戦略による投資を、新規事業の探索・創造につなげる
- SEEDs戦略に基づく投資を、既存事業の強化につなげる

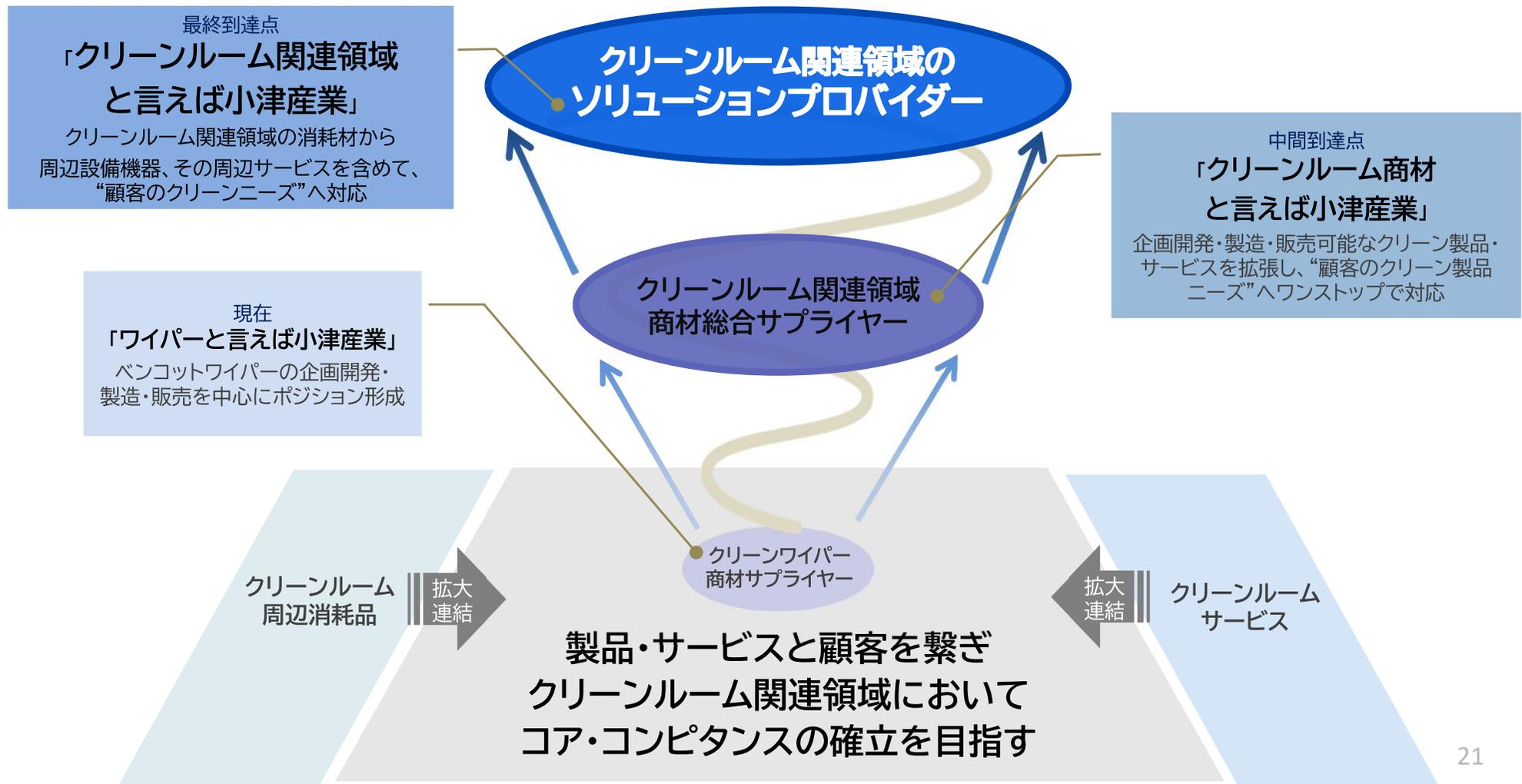
コア・コンピタンス戦略



目指す姿

クリーンルーム関連領域のソリューションプロバイダーを目指す

商材・サービスと顧客を繋ぐ、バリューチェーンエコシステムを構築





目指す姿

当社が保有する素材・技術・経験・ノウハウに外部の技術を融合させることで、新たな機能性付加価値を創造し、市場ニーズに応える製品・サービスを産み出すことを狙う

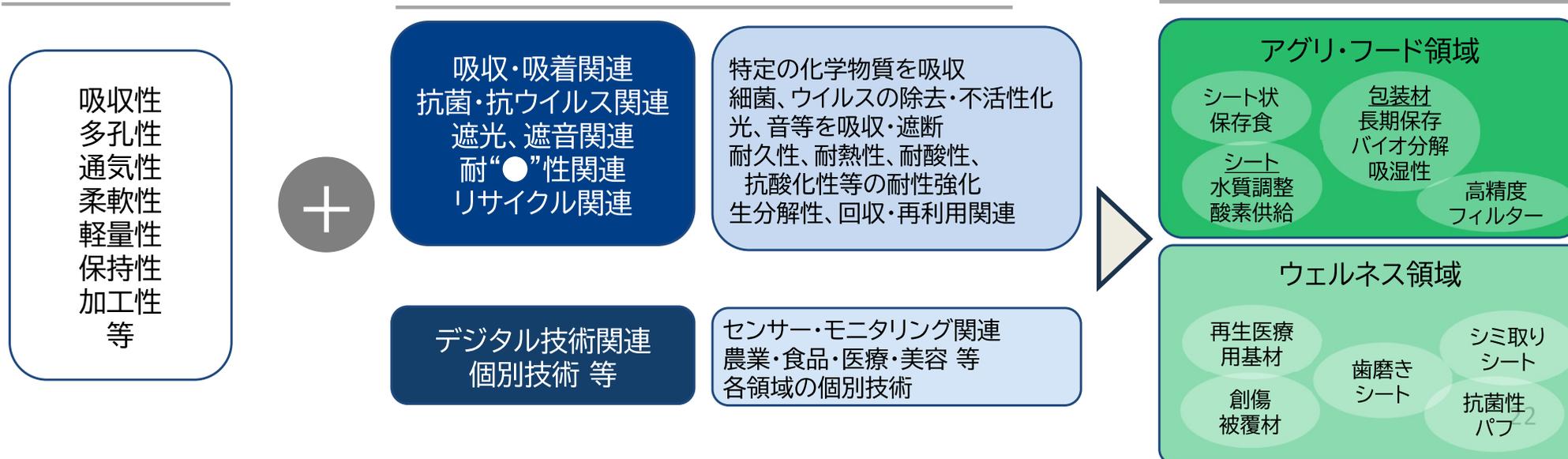
ターゲット

- 既存リソース、狙う市場との親和性から、「吸収・吸着関連」、「抗菌・抗ウイルス関連」、「遮光、遮音関連」、「耐“●”性関連」と「リサイクル関連」の5領域が最優先ターゲット付加機能
- ターゲット領域関連の個別技術とデジタル技術もターゲット付加機能

既存特性

ターゲット付加機能(技術等)

ターゲット市場領域・新製品・サービス



事業拡大投資



投資の目的

具体化した「コア・コンピタンス戦略」、「SEEDs戦略」など、事業拡大に資する成長基盤に充当する

投資原資

- ① 営業キャッシュ・フロー
- ② 余剰現預金
- ③ 換価可能資産（純投資目的の有価証券）

投資の目安

投資原資のおよそ3割程度を 事業拡大投資として使用予定
投資金額や財務状況を勘案し、最適な投資原資にて対応

予備的投資枠

投資機会に応じて、予備的投資枠の予算を確保
機能的な対応が可能な体制構築を計画



1. 会社概要
2. 当社を目指す事業像
3. 業績報告
4. 株主還元

直近の業績動向



前年同期比、売上高 微増 ↗ 増益 ↗

26/5 2Q	実績	前年同期比
売上高	54.7億円	+1.6億円
営業利益	3.8億円	▲0.2億円
経常利益	5.0億円	+0.4億円

計画を上方修正 ↗

26/5 通期	計画	前期比
売上高	105億円	+2.8億円
営業利益	4.1億円	▲0.2億円
経常利益	5.7億円	▲1.1億円

ポイント

- 前年同期比、売上高は微増、利益面は増加
- クリーン分野において、国内外のAI関連需要が堅調に推移
- ウェルネスケア分野は、ウェット製品やコスメ製品の需要が堅調に推移
- 人材確保や新規事業開発に戦略的に投資した結果、営業利益は減益
- 受取配当金、為替差益の増加等により経常利益は増益

計画の上方修正

- 上記要因により、25年7月に公表した予想値を上回る見通し
- 売上高+2.0億円、営業利益+0.8億円、経常利益+1.1億円、親会社株主に帰属する当期純利益+0.8億円

主要動向（クリーン）



クリーン分野（電子・食品・製薬等）

- 国内外ともにAI関連は堅調に推移
- 半導体の需要も底堅く推移
- 需要旺盛の継続が予想されるAIやデータセンター関連への拡販
- エンビロテックジャパンと連携し、食品分野への新規販売先を開拓
- 中国から東南アジアへの生産シフトに伴い、東南アジア市場へ注力

【取扱製品例】

「ワイパー(ベンコット®)」



「航空用ワイパー」



「厚手紙ワイパー」



「熱中症対策 汗拭きシート」



主要動向（ウェルネスケア）



ウェルネスケア分野（医療・介護・コスメティック等）

- 医療・介護現場でのウェット製品は、引き続き堅調に推移
反面、コスメ製品需要が前年比伸び悩む
- 在宅介護製品、防災備蓄製品の開発・拡販
- メディカルとコスメの融合を図り、製品開発を継続
- ウェルネスケア（＝心身健康）に寄与する製品の開発を目指す

【取扱製品例】

「ワイパー」



「流せるおしりふき」



「フェイスマスク」



「ウェットシート」



主要動向（エコプロダクツ）



エコプロダクツ分野（鉄鋼・電力・建設等）

- 工場向け消耗資材の販売は堅調に推移
- 反面、除染布（五大力）の大きな採用実績なし
- 環境対策品オイルテイクカーを軸とした環境にやさしい製品を幅広い分野に拡販
- 除染布事業の安定化を目指し、新規採用、リプレイス需要の安定的な取込みを目指す
- 「エコ」をキーワードとした新製品開発

【取扱製品例】

「油吸着材（オイルテイクカー）」



「汗拭きシート（ノアクールシートC1000）」



「除染布（五大力）」



主要動向（コンシューマー）



コンシューマー分野（一般消費者向け）

- マスク販売の安定した需要が継続
- ドラッグストア等向け除菌ウェット製品が堅調に推移
- 株式会社ディプロ製のウェット製品、マスク製品等の拡販
- 現在の商品カテゴリーにとらわれない不織布コンシューマー製品開発継続
- 新たな販売網であるECサイトの立上げと本格稼働

【取扱製品例】

「マスク（マスマイク）」



「除菌ウェットワイパー（ケアウィル®）」



「メガネふき」





1. 会社概要
2. 当社を目指す事業像
3. 業績報告
4. 株主還元

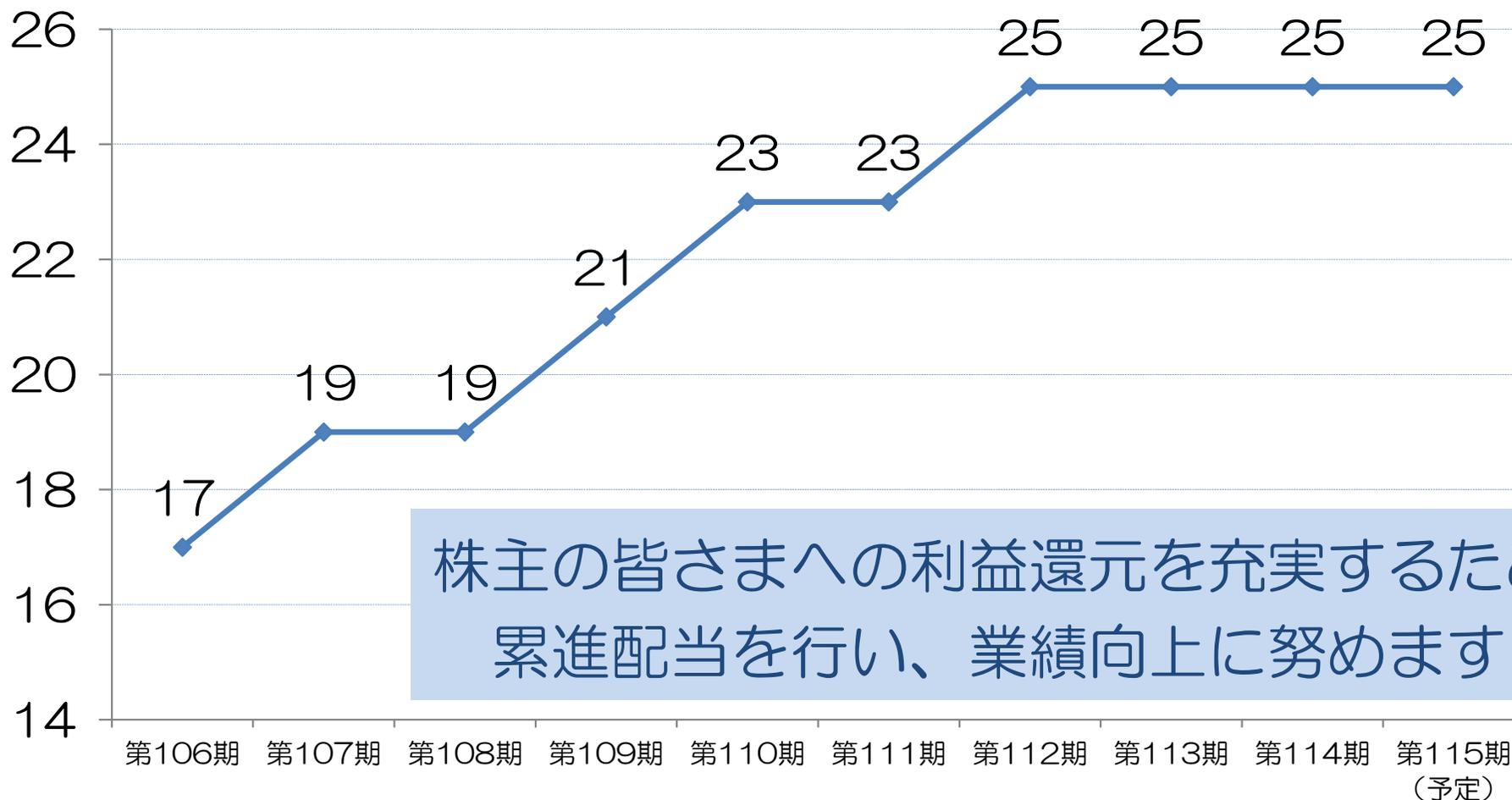
配当金



配当金 普通配当25円（第115期 予定）

長期的かつ安定した利益還元を継続して行う

単位：円



株主の皆さまへの利益還元を充実するため
累進配当を行い、業績向上に努めます

株主優待



株主優待

毎年5月末日の株主名簿に記載された
1単元以上保有の株主様に贈呈

100株以上200株未満
クオカード1,000円

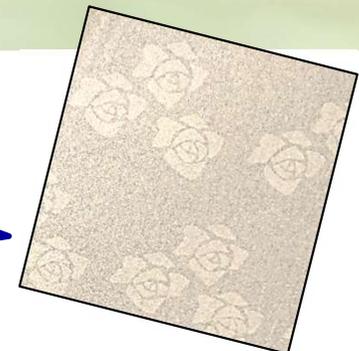
200株以上500株未満
ティシュペーパー、
トイレットペーパー詰合せ
3,300円相当

500株以上
ティシュペーパー、
トイレットペーパー詰合せ
6,600円相当

株主優待（500株）の参考例



柔らかな和紙の風合いを
もつ京花紙のトイレット
ペーパーが好評です





ご清聴ありがとうございました

<IRに関するお問合せ>

小津産業株式会社	経営企画室
電話	: 03-3661-9400
E-mail	: soumu@ozu.co.jp
ホームページ	: https://www.ozu.co.jp/



免責事項

本説明会および本資料における業績見通し等は、現時点で入手可能な情報により当社が判断したものです。実際の業績は様々なリスク要因や不確実な要素により、業績予想と大きく異なる可能性があります。

そのような要因の例としては、経済情勢の変化、為替レートの変動、法律・行政制度の変化、当社製品の販売力の低下、事故や震災等がありますが、これらに限定されるものではありません。