

2019年3月期 決算説明会



2019年6月4日
中央化学株式会社

目次

1. 2019年3月期 実績

2. 2020年3月期 計画

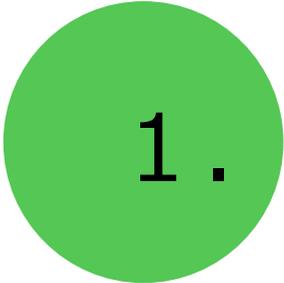
3. 2019年3月期の振り返り

4. 2020年3月期の取り組み方針

「オペレーション改革の断行
成長ステージへのチャレンジ」

「社会環境の変化を踏まえた注力商材」

「中国事業の取り組み方針」



1.

2019年3月期 実績

2019年3月期連結実績

1. 2019年3月期 実績

(百万円)

売上高

523億円

営業損益

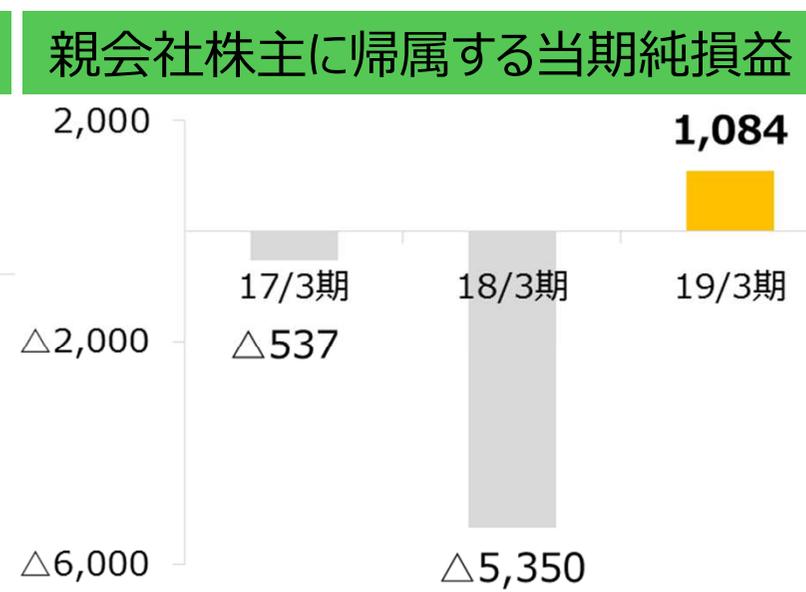
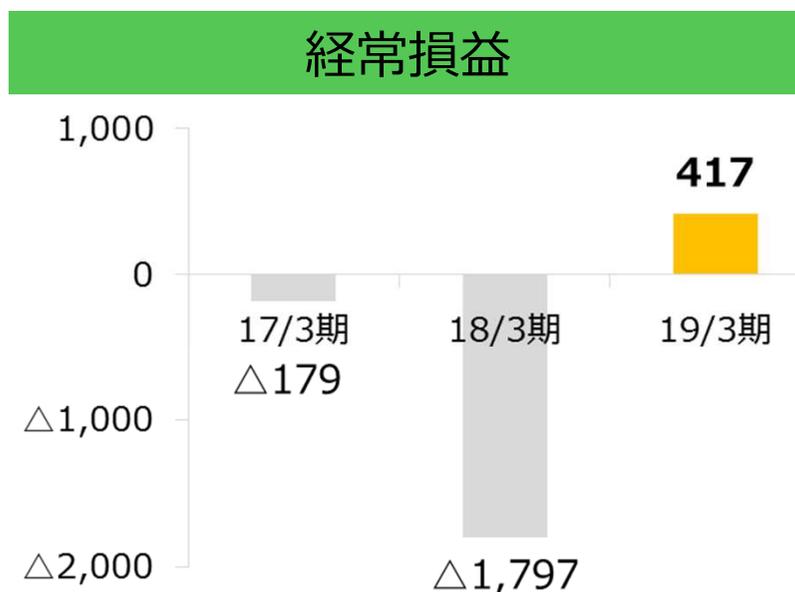
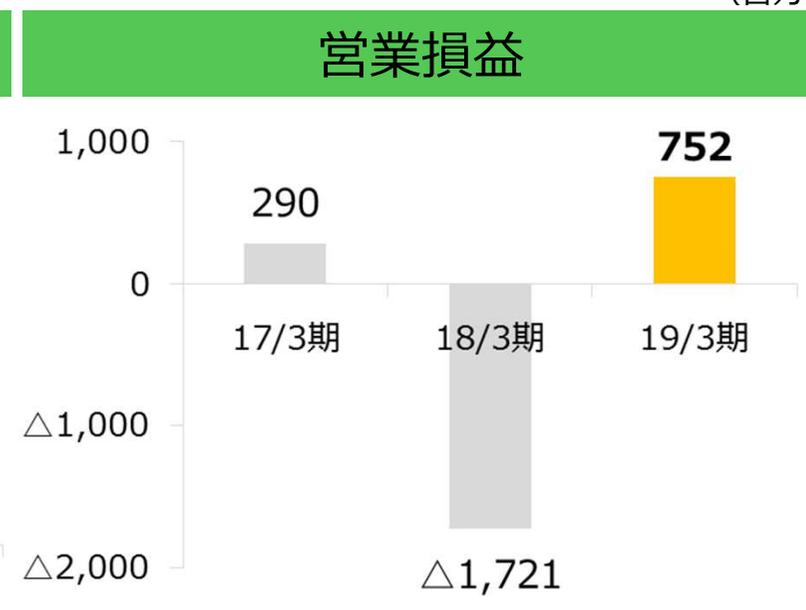
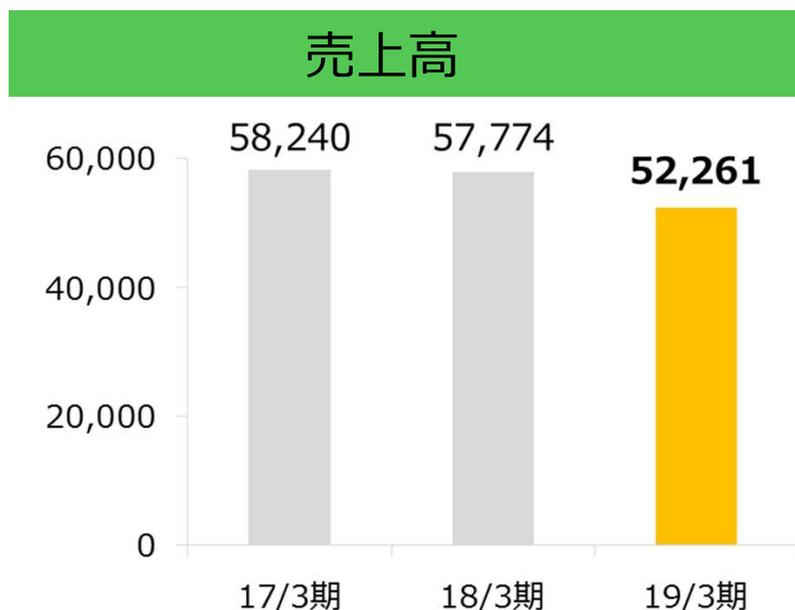
8億円

経常損益

4億円

親会社株主に帰属する
当期純損益

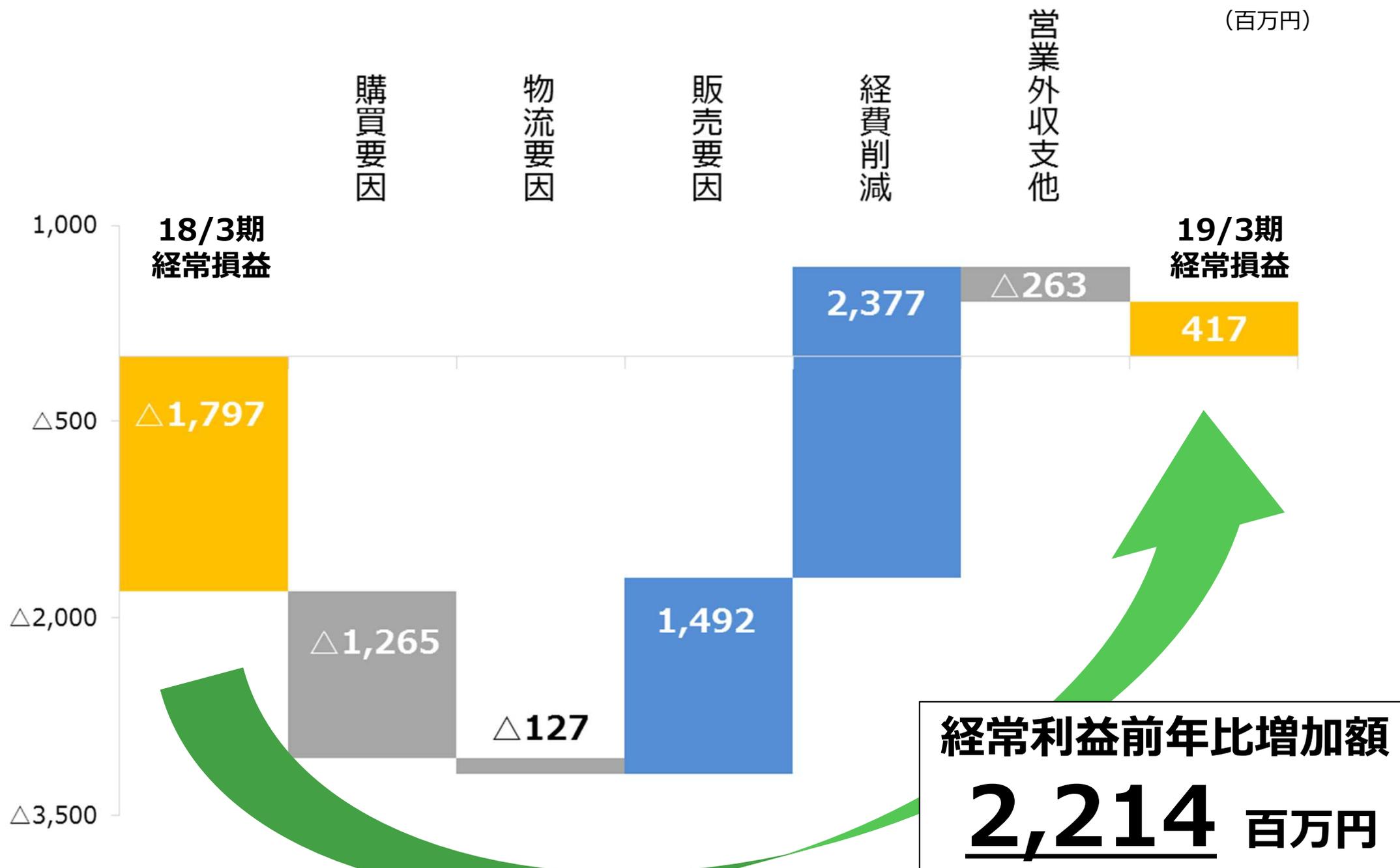
11億円



2019年3月期連結経常損益の増減（前年度対比）

1. 2019年3月期 実績

(百万円)

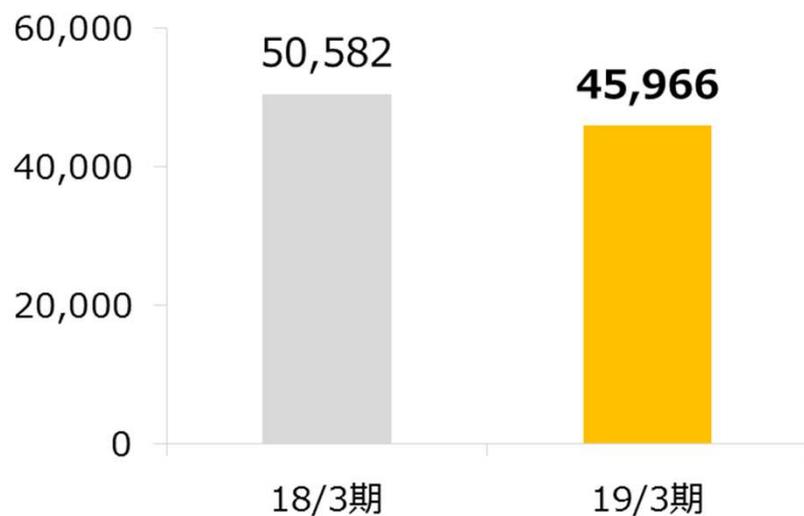


報告セグメントの売上高・損益

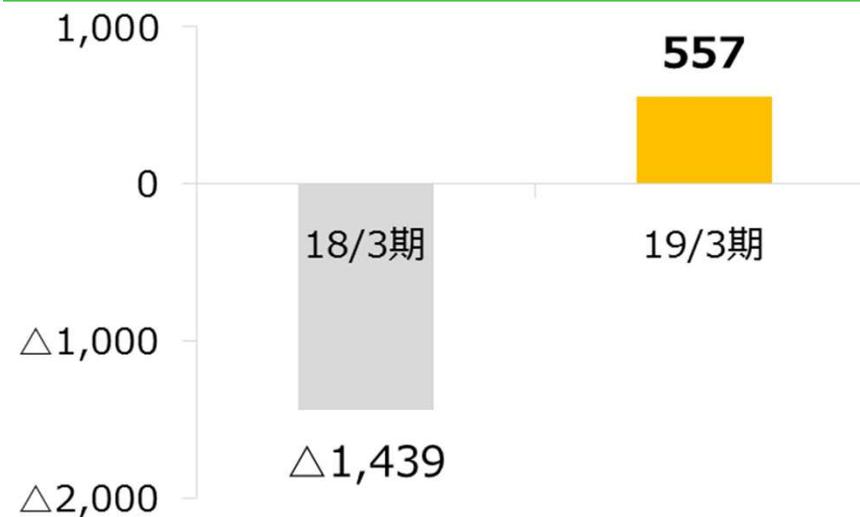
1. 2019年3月期 実績

(百万円)

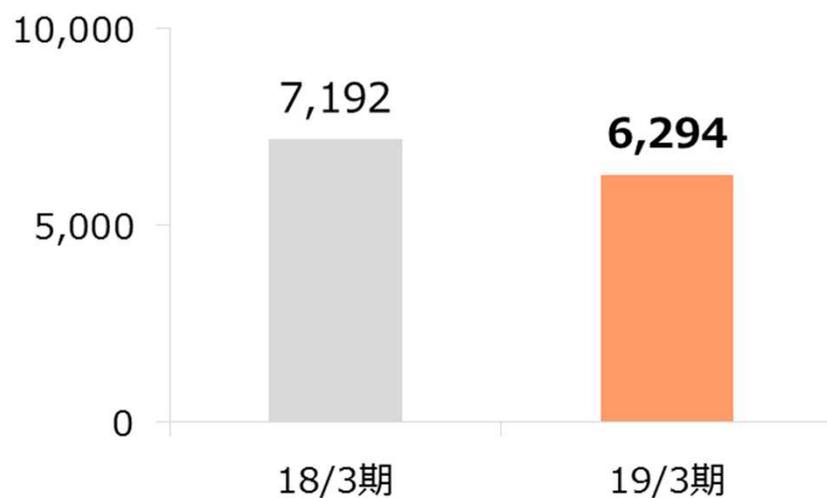
日本 売上高



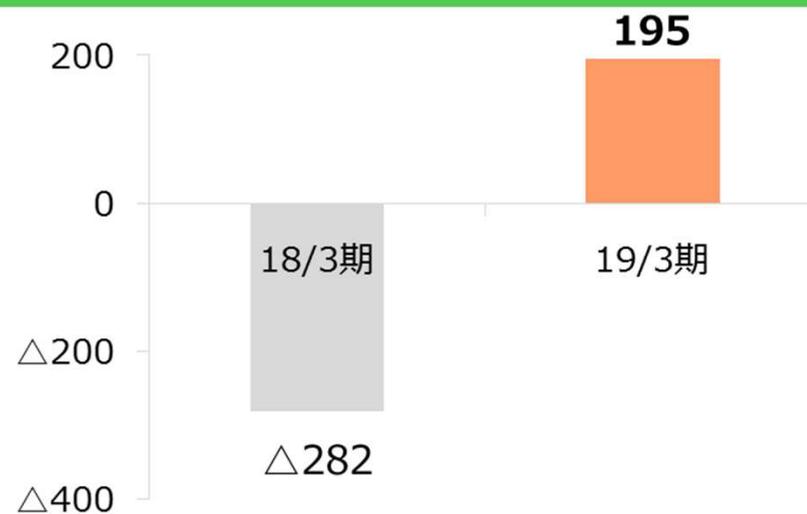
日本 セグメント損益



中国 売上高



中国 セグメント損益



貸借対照表の連結実績

1. 2019年3月期 実績

	18/3期	19/3期	増減	(百万円)
流動資産	21,079	20,622	△457	
現金及び預金	2,110	3,667	1,557	
受取手形及び売掛金	9,025	7,868	△1,157	
棚卸資産	7,766	7,495	△271	
その他	2,178	1,592	△586	
固定資産	19,214	17,432	△1,782	
有形固定資産	18,185	16,440	△1,745	
無形固定資産	465	419	△46	
投資その他の資産	564	573	9	
資産合計	40,293	38,055	△2,238	
負債合計	37,311	31,786	△5,525	
有利子負債残高	16,268	13,434	△2,834	
純資産合計	2,982	6,269	3,287	
自己資本比率	7.4%	16.5%	9.1%	
負債純資産合計	40,293	38,055	△2,238	

(百万円)

	18/3期	19/3期
営業活動によるキャッシュフロー	2,392	3,581
投資活動によるキャッシュフロー	△2,654	355
財務活動によるキャッシュフロー	△2,327	△2,360
現金及び現金同等物に係る換算差額	72	△19
現金及び現金同等物の増減	△2,517	1,557
現金及び現金同等物の期首残高	4,582	2,104
現金及び現金同等物の期末残高	2,104	3,661

※△は減少



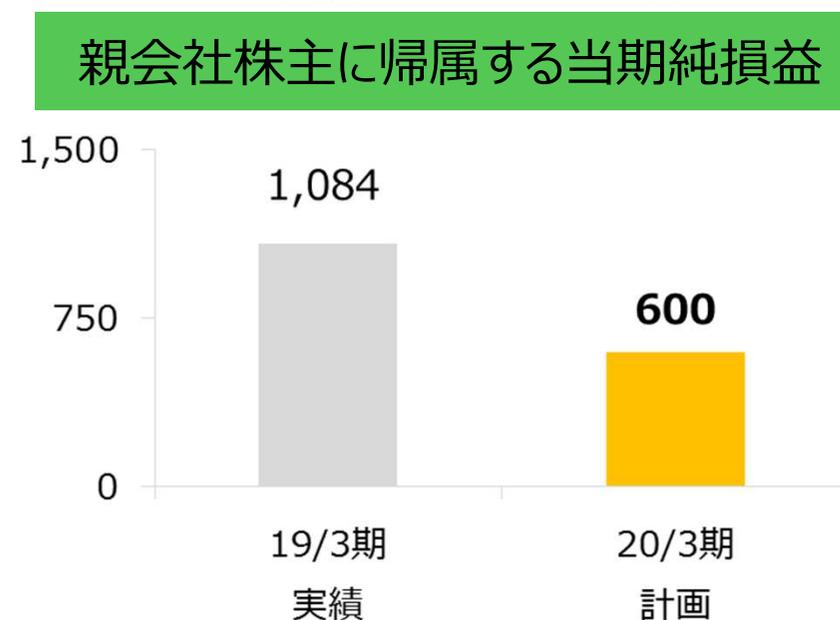
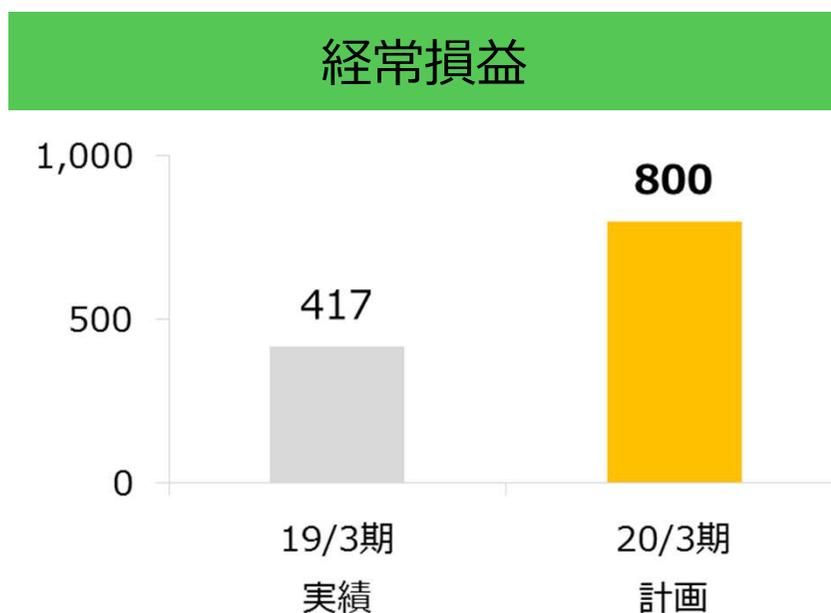
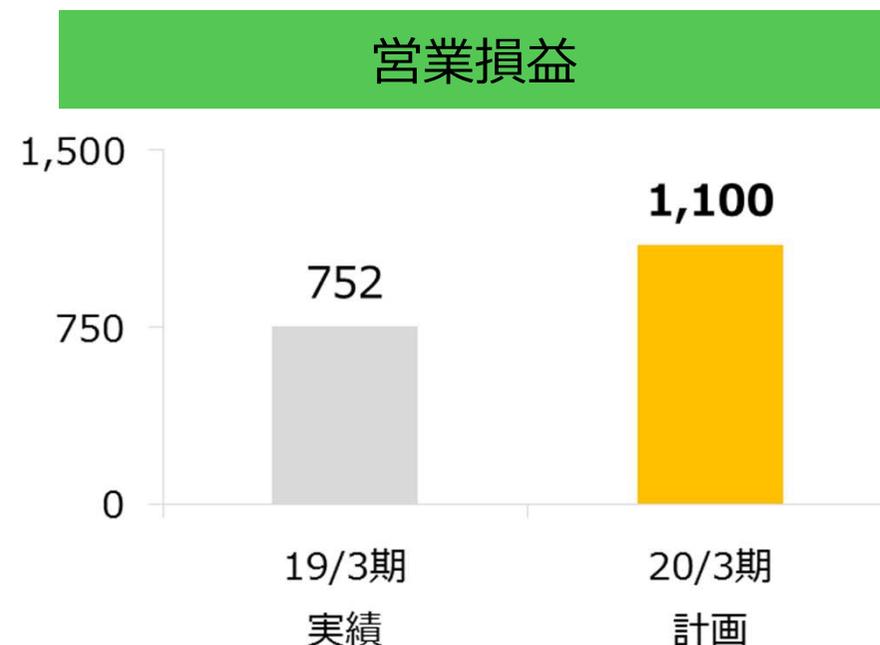
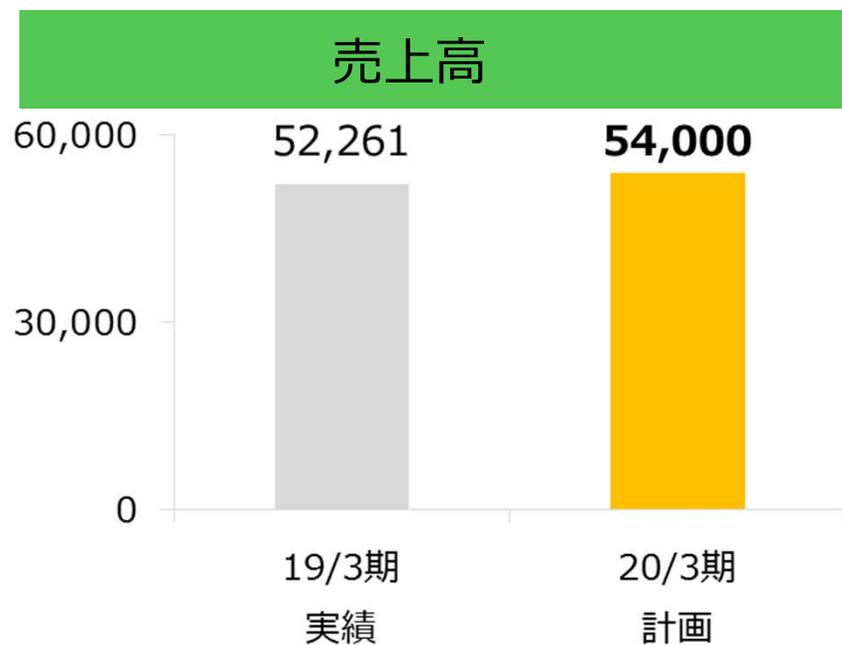
2.

2020年3月期 計画

2020年3月期連結計画

2. 2020年3月期計画

(百万円)





3.

2019年3月期の振り返り

— 強靱な会社体質への変貌とモノ作りの原点回帰 —

1. 経営方針

- 「品質」と「収益」をすべての取り組みにおいて最優先する
- 企業体質、風土の「構造」の「改革」に全力で取り組む
- 「人」を尊重し、大切にし、「人」を育てる
- すべての活動、業務において「スピード」を重視する
- 責任の所在を明確にし、視解化（見える化）と目的共有をなし得る企業に変革する

2. 構造改革のレビュー

- ✓ 「経営戦略室」を創設（2018年4月1日）
木目細かな事業計画PDCA、及び、全社に亘るコスト削減を遂行
- ✓ 組織をスリム化、社内意思疎通を迅速化
- ✓ 採算管理、生販バランスにより販売を適正化
- ✓ 販売に見合う生産、物流体制を構築
- ✓ 「事業推進室」を創設（2018年10月1日）
成長ステージへのチャレンジに向け、オペレーション改革に着手
- ✓ 中国生産体制を5工場から3工場に再編、
新鋭機を導入し省人化・効率化を推進



4.

2020年3月期の取り組み方針

● オペレーション改革を断行し、成長ステージへチャレンジ

1. 2020年3月期スローガン

**「 全員創意、
変える意識、
変わる中央化学 」**

2. 事業戦略

■ 汎用容器事業の基盤強化

①品質

- ・品質管理、品質保証の強化徹底
- ・コア技術の底上げ
- ・クレーム撲滅

②競争力

- ・価格競争力強化（原価低減）
- ・生販物のマッチング
- ・安定供給

③提案力

- ・ニーズに沿った製品開発
- ・木目細かな営業活動
- ・お客様の困り事への迅速な対応

■ 新市場、新製品へのアプローチ

社会情勢の変化	ポテンシャル
人手不足の深刻化	アウトパック・スチコン調理
ライフスタイルの変化	冷凍・ロングライフ
高齢化・単身世帯の増加	宅配・宅食
消費税増税（軽減税率対応）	テイクアウト

3. オペレーション改革元年

- **生産・販売・物流（生販物）コア機能の底上げ、機能間連携強化**
 - ・「品質」×「原価」×「提案力」
 - ・自社の強みと環境変化、時代の流れを掛け合わせ、新たな価値を提供
 - ・人材育成（人は石垣、人は財）

- **お客様第一主義**
 - ・物流、業務機能を営業本部へ移管、S C M総合力を強化
 - ・マーケティング、製品設計、研究開発機能を拡充、お客様ニーズに迅速に対応

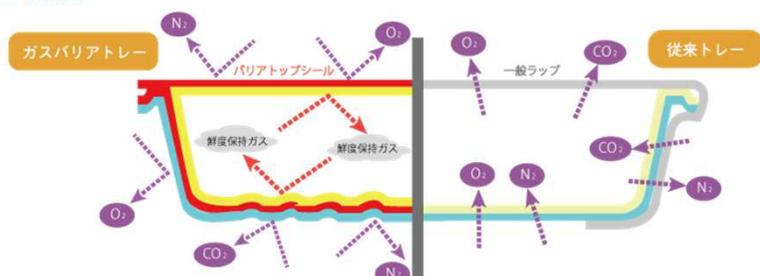
- **現場第一主義**
 - ・現場起点の全社カイゼン活動を推進
 - ・視解化（視える化） + 言える化 + 聴ける化



社会環境の変化を踏まえた注力商材

社会環境変化を踏まえた注力商材 「ロングライフ容器」

4. 2020年3月期の取り組み方針



- 空気を遮断することで、品質低下を招く要因を遮断した容器。

鮮度保持



ロングライフ容器：6日目



従来品：6日目

ガス置換で菌の増殖を抑え、食品の鮮度を保つ。

消費期限延長が可能

※食品によって消費期限延長できないものもある。

食品ロスへの対応



日本では
年間**643万t**※の食品ロスを出している。

※出典：環境省「我が国の食品廃棄物等及び食品ロスの発生量の推計値（平成28年度）の公表について」より <https://www.env.go.jp/press/106665.html>

メリット

・退色や酸化の防止



・製造や在庫管理の効率化が可能





石油資源使用率

25%減

※想定値

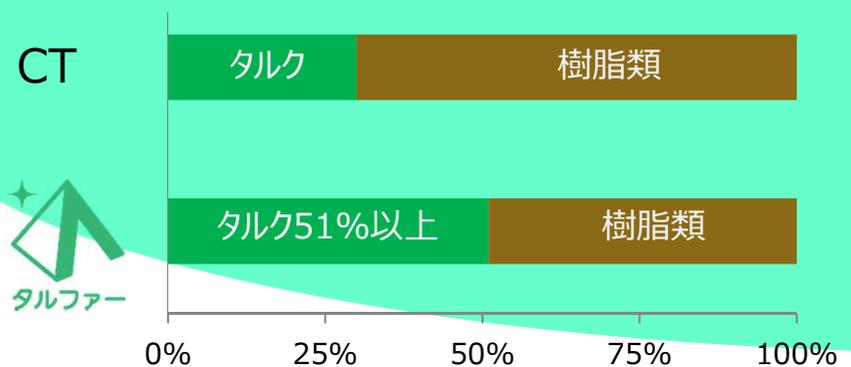


タルクの活用で、石油資源の使用を抑えた素材。

特徴

①タルク配合率51%以上

②焼却も可能



- ・製品は焼却も可能
⇒発生する熱量は紙と同等
- ・有毒ガスの発生も無し

環境問題への対応

社会環境変化を踏まえた注力商材「C-APG」

4. 2020年3月期の取り組み方針



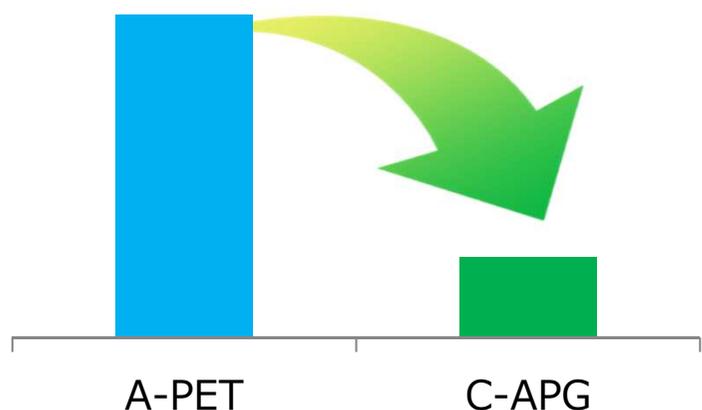
C-APG断面図



再生原料 バージン原料

再生原料をバージン原料で挟む二種三層構造により、更なる高い安全性を担保

単位あたり二酸化炭素排出量



・二酸化炭素排出量を**1/4**にカット

クイック



クイックは、料理を作るのに必要な食材とレシピがセットとなったミールキット用の容器。素材としてはC-APGを使用しており、「ライフスタイルの変化」に対応しているだけでなく、「環境問題」にも対応している。

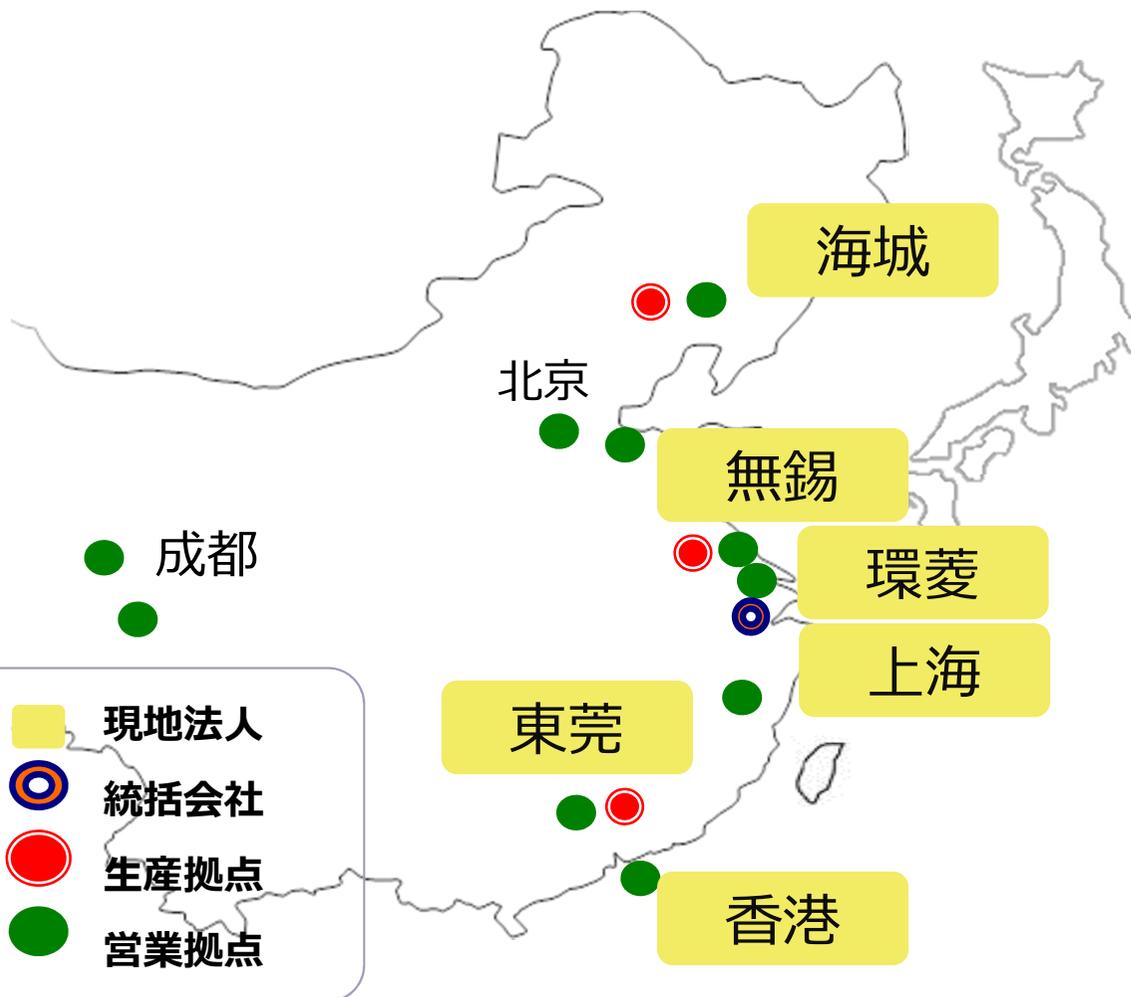
アプローチ

- ・地球温暖化問題
⇒二酸化炭素濃度の上昇により、平均気温が上昇
- ・宅配市場



中国事業の取り組み方針

統括会社環菱中央化学をはじめ、6現地法人。
製造拠点は華北、華東、華南に3拠点（海城、無錫、東莞）。
営業拠点は10ヶ所。



《打ち手》

- **国内市場での拡販**
 - ・ 生産供給の安定化
 - ・ 生販連携
- **新たな市場ニーズへの対応**
 - ・ 市場ニーズ、環境対応に沿った素材、製品提供（A-PET、PLA等）
 - ・ 海外市場での拡販
- **競争力向上のための内部改革**
- **日中連携の強化**

本資料は当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的として作成されたものではありません。

資料に掲載されている事項は、資料作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性及び完全性を保証または約束するものではありませんのでご了承ください。