

2014年3月期決算説明会



2014年6月3日
中央化学株式会社
(JASDAQ スタンダート:7895)

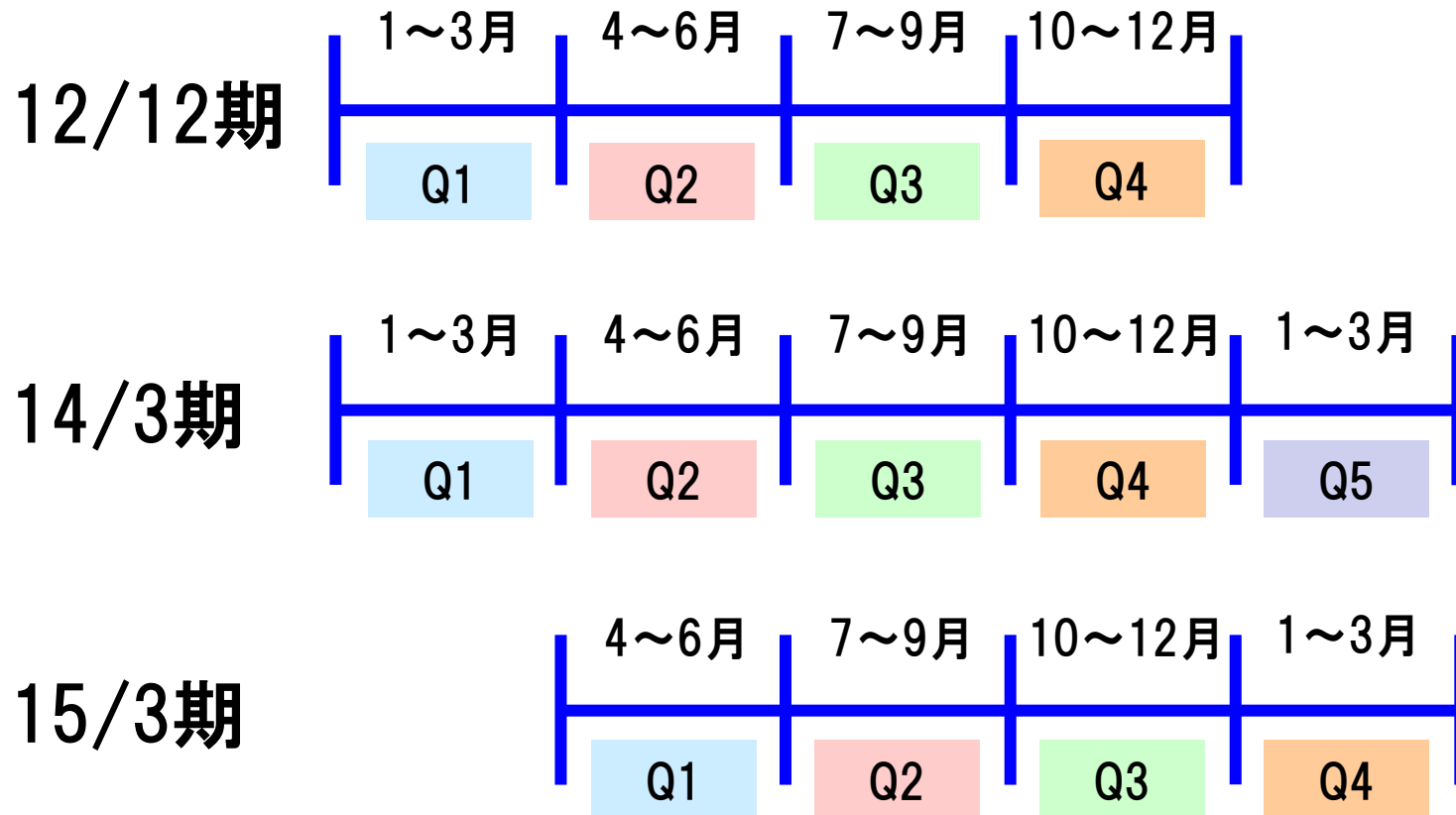
- (I) 2014年3月期の決算実績および
2015年3月期の決算見通し**

- (II) 今後の展望**

2014年3月期決算の実績

 中央化学株式会社

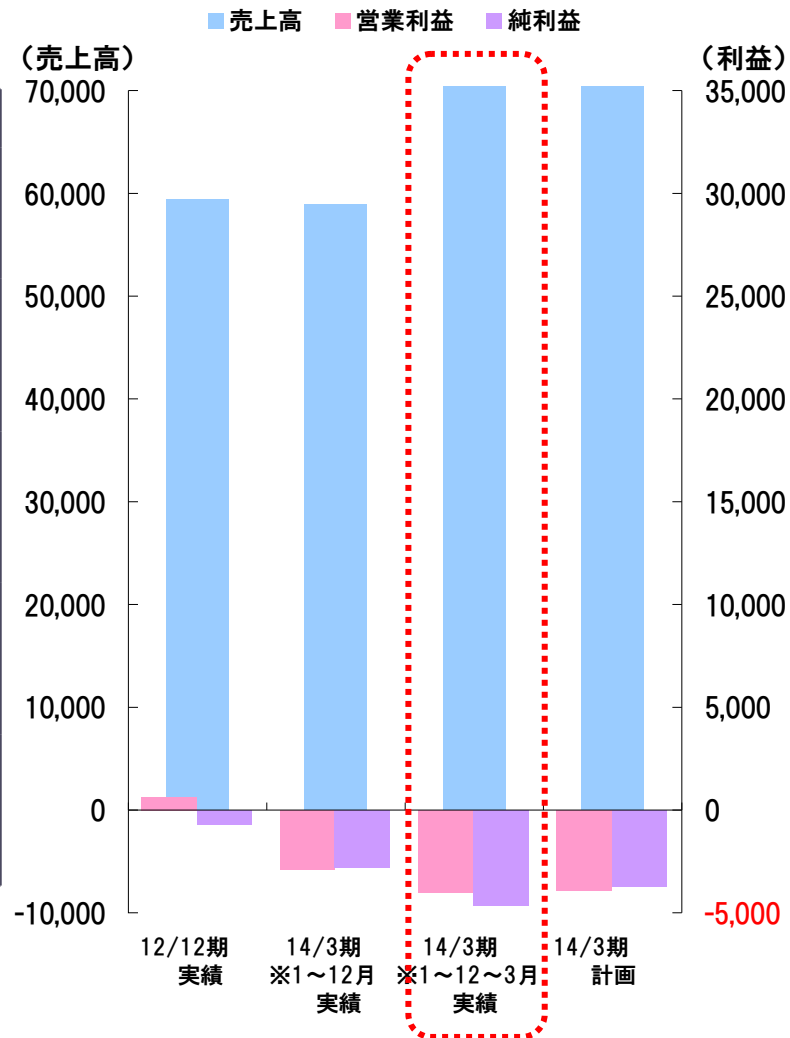
決算期の変更について



14/3期決算の実績

(単位:百万円)

	12/12期	14/3期*				
	実績 (構成比)	実績 1~12月 (構成比)	前期比	実績 1~12~3月 (構成比)	計画 (構成比)	達成率
売上高	59,413 (100%)	58,906 (100%)	△0.9%	71,950 (100%)	72,000 (100%)	100%
営業利益	628 (1.1%)	△2,942 (-)	-	△3,991 (-)	△3,900 (-)	-
経常利益	618 (1.0%)	△2,158 (-)	-	△3,389 (-)	△3,100 (-)	-
当期純利益	△741 (-)	△2,844 (-)	-	△4,621 (-)	△3,700 (-)	-



※2014年3月期は15ヵ月間の変則決算となっております。

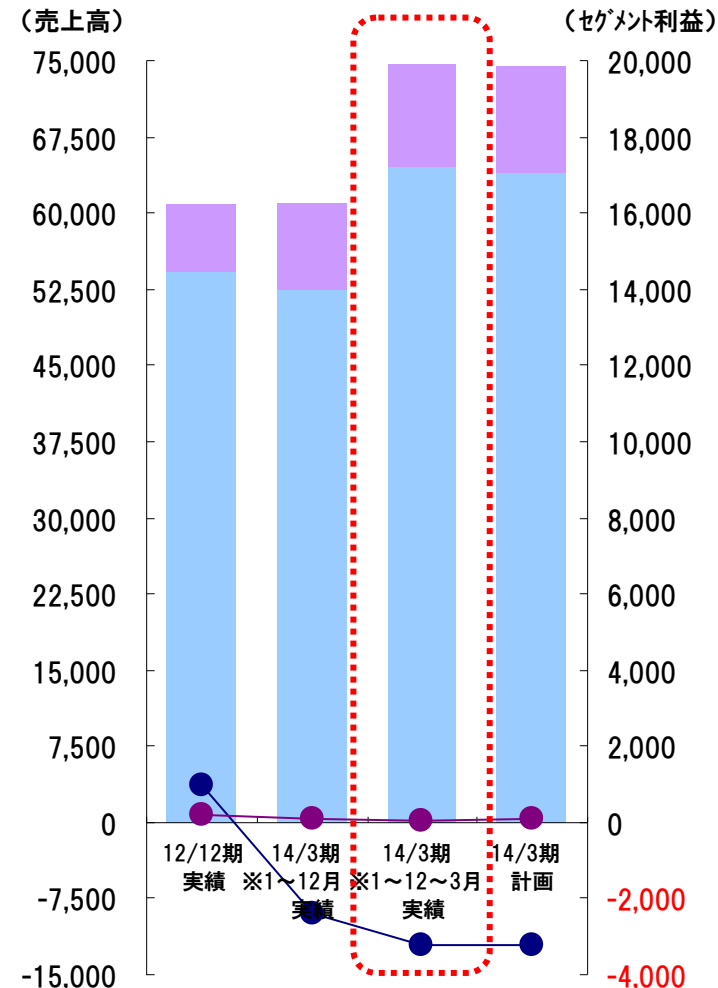
報告セグメントの売上高と利益の実績

(単位:百万円)

		12/12期	14/3期*				
		実績	実績 1~12月	前期比	実績 1~12~3月	計画	達成率
日本	売上高	54,140	52,539	△3.0%	64,429	64,000	100.7%
	セグメント利益	1,001	△2,380	—	△3,197	△3,200	—
アジア	売上高	6,759	8,525	26.1%	10,217	10,500	97.3%
	セグメント利益	222	94	△57.7%	22	100	22%

※2014年3月期は15カ月間の変則決算となっております。

■ 日本売上高 ■ アジア売上高
● 日本セグメント利益 ● アジアセグメント利益



貸借対照表の実績

中央化学株式会社—7—

(単位:百万円)

	12/12期末	14/3期末※	増減額	主な増減要因
流動資産	27,523	25,218	△2,305	
現金及び預金	5,153	4,084	△1,069	
受取手形及び売掛金	11,655	10,421	△1,233	
商品及び製品	5,791	6,277	486	単体+296、中国+135
その他	4,924	4,436	△489	原材料他+433、設備リースバック立替金△831
固定資産	20,543	20,549	6	
有形固定資産	18,784	19,595	811	償却△3,094
(リース資産・純額)	(3,749)	(4,594)	(845)	
無形固定資産	403	426	23	
投資その他の資産	1,355	528	△827	繰延税金資産△731
資産合計	48,067	45,768	△2,299	
負債合計	33,502	35,529	2,027	
有利子負債残高	13,174	14,443	1,269	
(リース債務)	(4,002)	(4,884)	(883)	
純資産合計	14,565	10,239	△4,326	
(自己資本比率)	(30.3%)	(22.4%)	—	
負債純資産合計	48,067	45,768	△2,299	

※2014年3月期は15ヵ月間の変則決算となっております。

キャッシュフローの実績

(単位:百万円)

	12/12期	14/3期※	14/3期の主な要因
営業活動による キャッシュ・フロー	1,999	432	税引前純損失3,362
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,146	△1,847	固定資産取得1,742
財務活動による キャッシュ・フロー	△3,947	△225	長期借入金約定弁済1,438
換算差額	71	323	
キャッシュ・フロー合計	△3,022	△1,316	
期首残高	7,902	5,153	
期末残高	5,153	3,836	

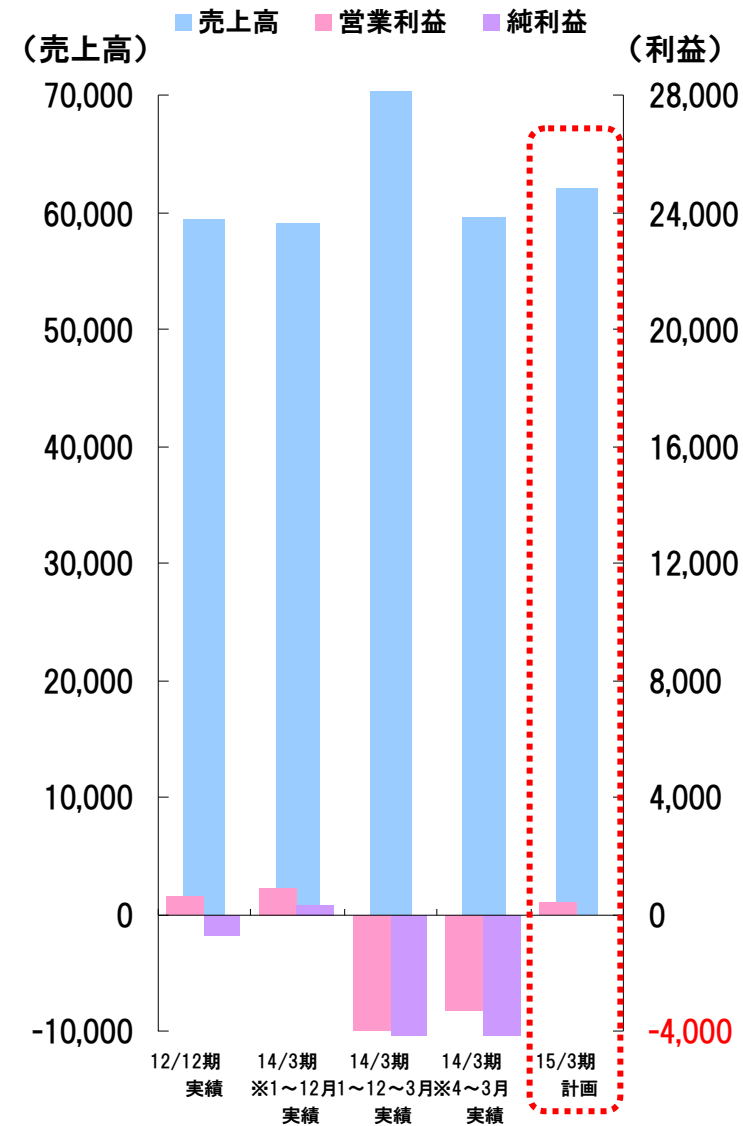
※2014年3月期は15ヵ月間の変則決算となっております。

15/3期決算の見通し

(単位:百万円)

	12/12期	14/3期*			15/3期	
	実績 (構成比)	実績 1~12月 (構成比)	実績 1~12~3月 (構成比)	実績 4~3月 (構成比)	計画 (構成比)	前期比 4~3月
売上高	59,413 (100%)	58,906 (100%)	71,950 (100%)	59,526 (100%)	62,000 (100%)	104.2%
営業利益	628 (1.1%)	△2,942 (-)	△3,991 (-)	△3,299 (-)	400 (0.6%)	-
経常利益	618 (1.0%)	△2,158 (-)	△3,389 (-)	△2,906 (-)	100 (0.2%)	-
当期純利益	△741 (-)	△2,844 (-)	△4,621 (-)	△4,257 (-)	0 (0.0%)	-

※2014年3月期は15ヵ月間の変則決算となっております。



報告セグメントの売上高と利益の見通し

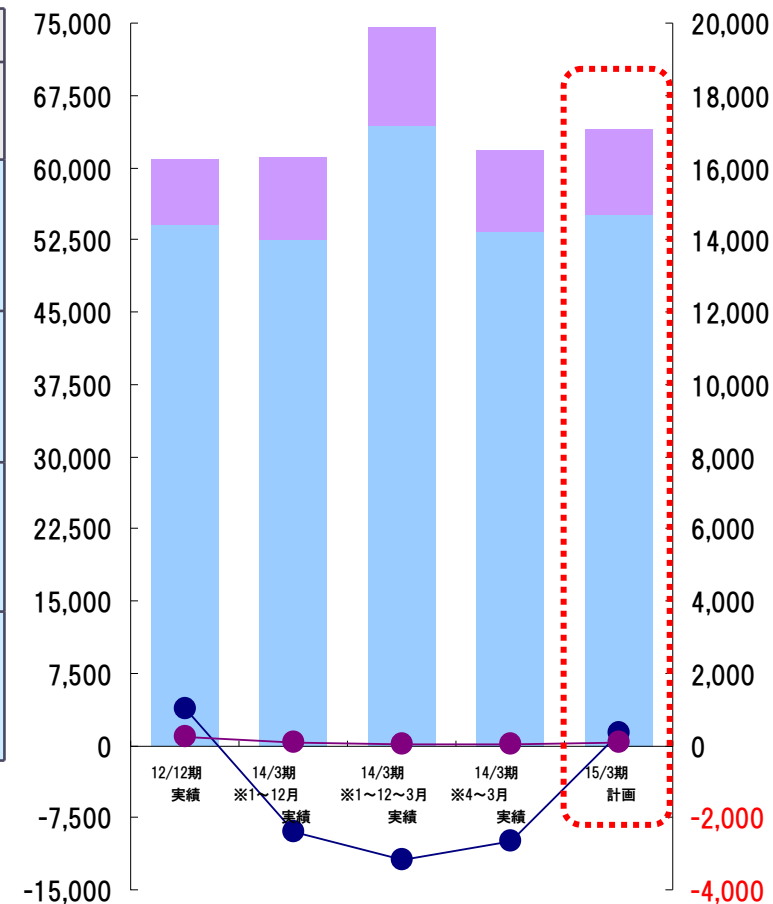
(単位:百万円) (売上高)

日本売上高 アジア売上高
日本セグメント利益 アジアセグメント利益

(セグメント利益)

		12/12期	14/3期*			15/3期	
		実績	実績 1~12月	実績 1~12~3月	実績 4~3月	計画	前期比 4~3月
日本	売上高	54,140	52,539	64,429	53,267	55,135	103.5%
	セグメント利益	1,001	△2,380	△3,197	△2,634	360	—
アジア	売上高	6,759	8,525	10,217	8,484	8,823	104%
	セグメント利益	222	94	22	2	55	—

※2014年3月期は15カ月間の変則決算となっております。



今後の展望

 中央化学株式会社

今後の展望

1. 国内事業の取組み

2. 中国事業の取組み

3. 業績アップに向けて

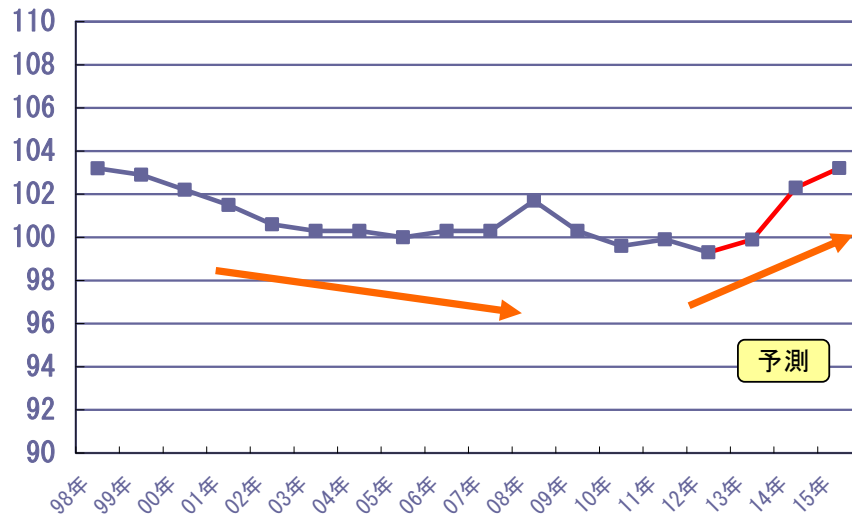
1.国内事業の取組み

国内事業の 取組み

1.国内事業の取組み(国内の業界環境①)

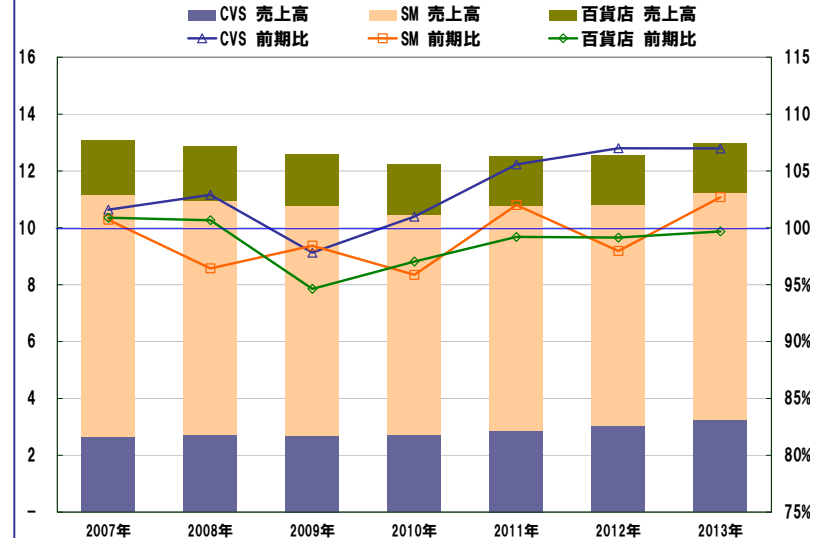
1. 消費税アップの影響は限定的
2. 食品包装容器市場は横這いから微増
3. 業態間の競争激化(スーパー、コンビニ、ドラッグストア等)
4. 原材料価格は高止まり

- 消費者物価指数は、1998年をピークとして低下傾向にあったが、政府の経済政策により回復の兆しが高まっている。



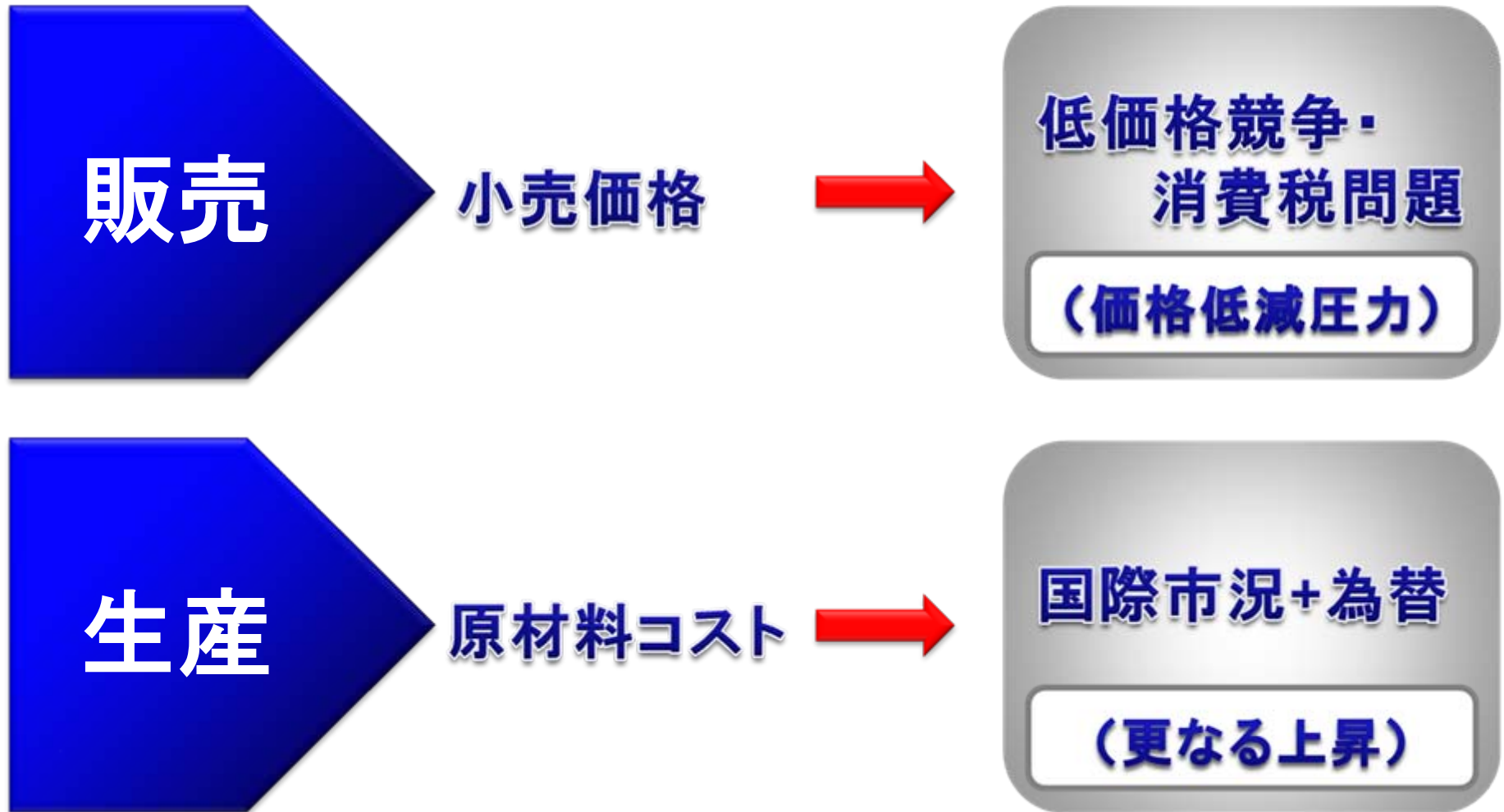
- * 98～12年 出所:総務省統計局 消費者物価指数(平成17年基準)
- * 13～15年 出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティング

- コンビニの食料品売上げは順調に増加。
- 昨年落ち込んだスーパーの食料品売上げは2011年水準に回復。
- 百貨店の食料品売上げはほぼ前年並みで推移。

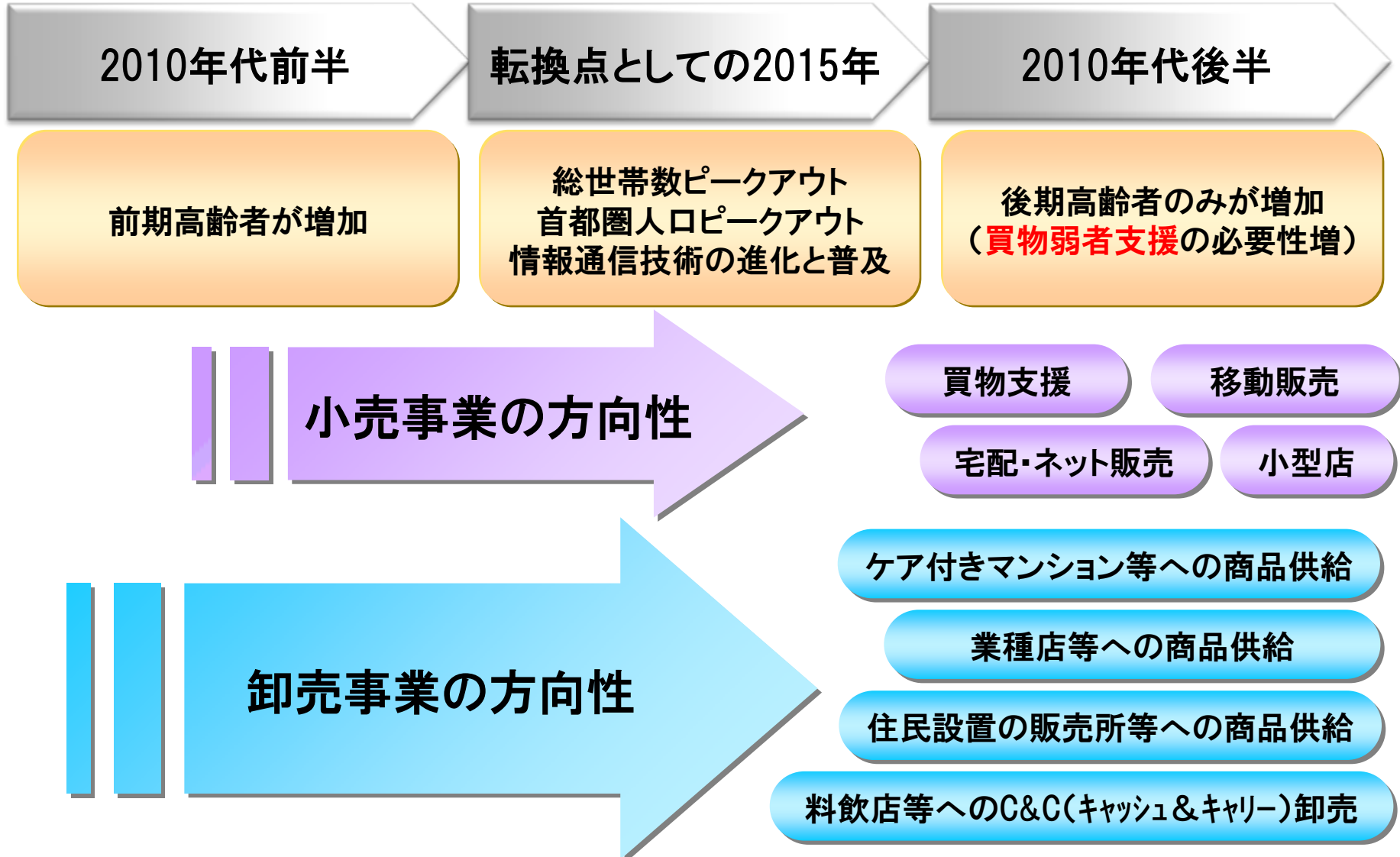


- 出所:CVS ...フランチャイズチェーン協会販売統計(日配食品)
- SM ...チェーンストア協会販売統計(食料品売上高)
- 百貨店...全国百貨店協会売上高概況(食料品売上高)

1.国内事業の取組み(国内の業界環境②)



1.国内事業の取組み(人口減少・高齢化をふまえたSMの新事業開拓の方向)



※日本スーパーマーケット協会「2020年のスーパーマーケット業界の展望と課題」より

1.国内事業の取組み:経営方針

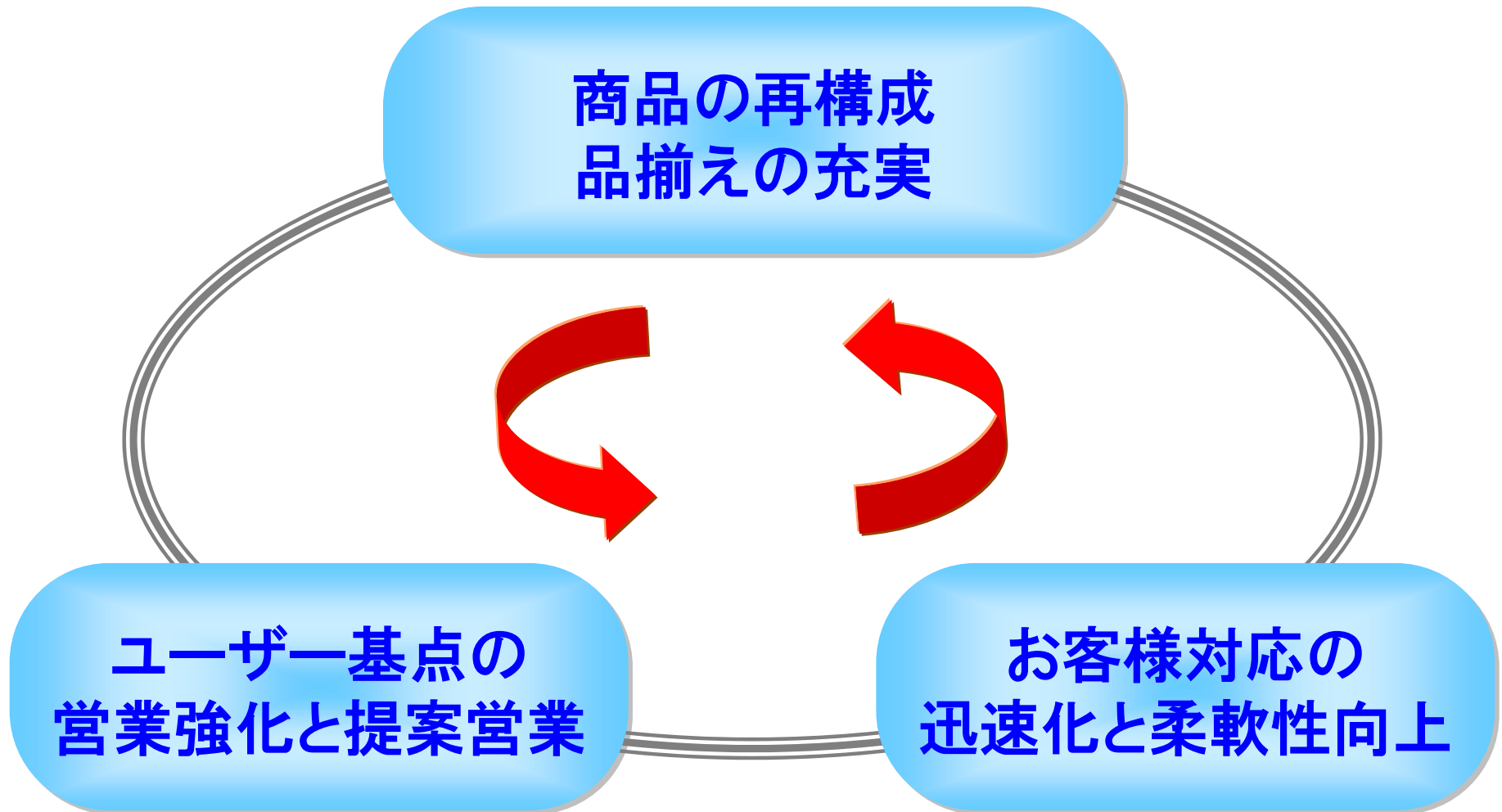
**基礎体力の強化と
市場ポジショニングの回復**

戦闘力の強化(競争力+創造力)

共創型ビジネスモデルの追求

ビジネスパートナーとの協業推進による全体収益力向上

1.国内事業の取組み:基本戦略



1.国内事業の取組み:採算是正

円安の進行

原料価格の高騰

物流費の上昇

電気料金の値上げ

価格是正

代替品の提案

仕様変更の提案

セールミックスの改善

1.国内事業の取組み:研究・開発推進

騎西R&Dセンター開設 (2014年1月末)

素材開発推進

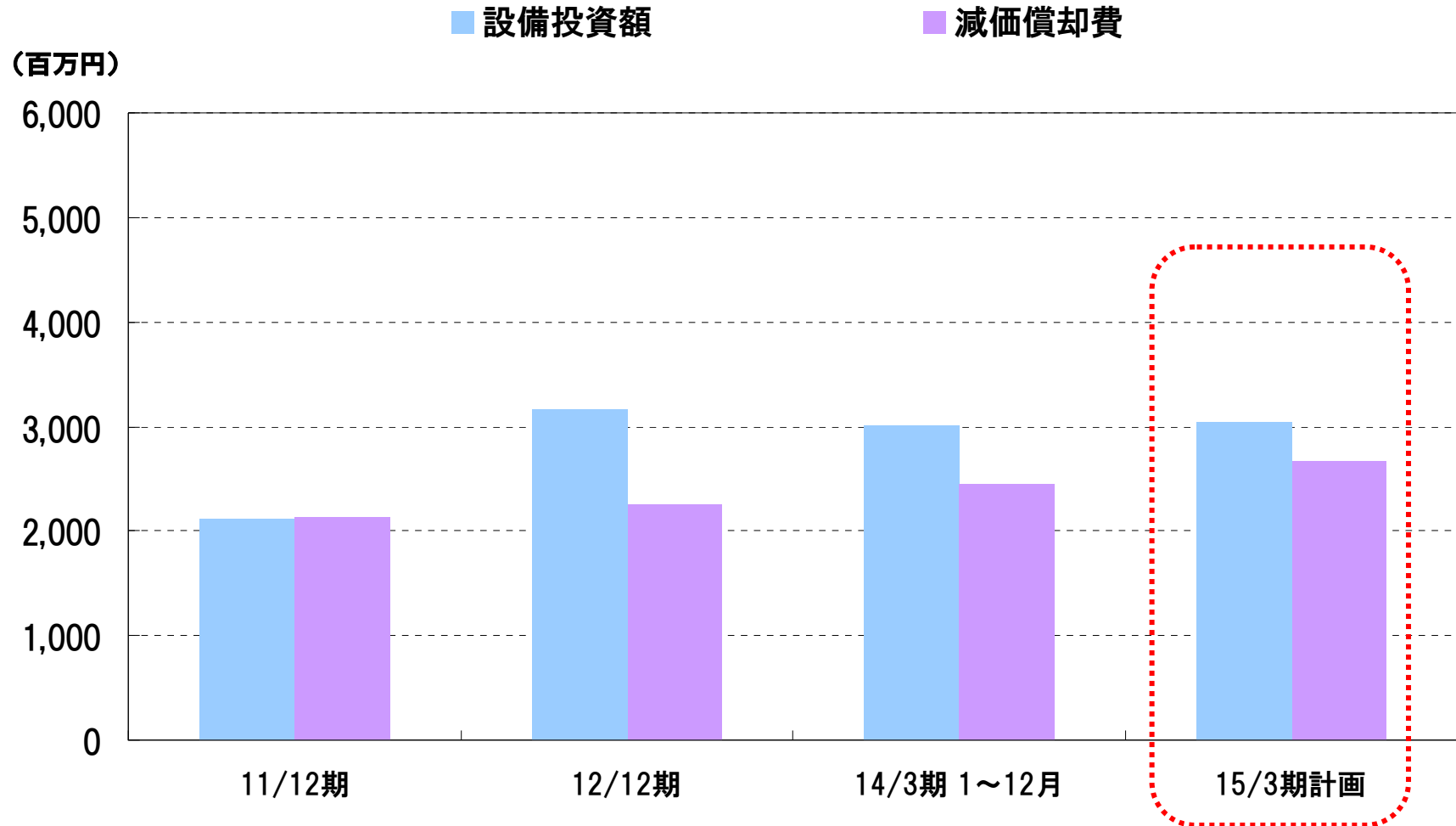
製品の機能強化

試作品の納期短縮

生産性向上

市場ニーズへの対応力向上

1.国内事業の取組み：設備投資・減価償却費



※ 14/3期は決算期変更(12月31日を3月31日)に伴い、2013年1月1日～2014年3月31日までの15ヵ月の変則決算となります。

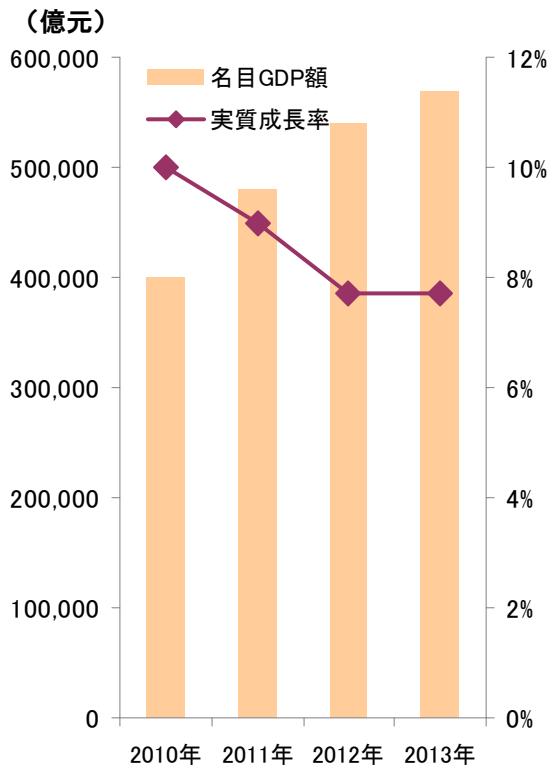
2.中国事業の取組み

中国事業の 取組み

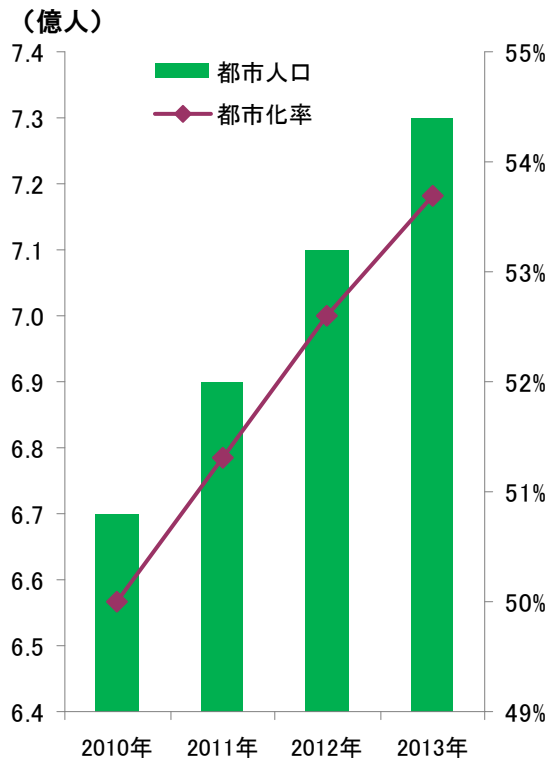
2.中国事業の取組み:事業環境

1. 経済成長と食文化の高まりによる食品包装容器市場の継続的拡大
2. 安心・安全・衛生、高級志向の高まり
3. 巨大マーケット

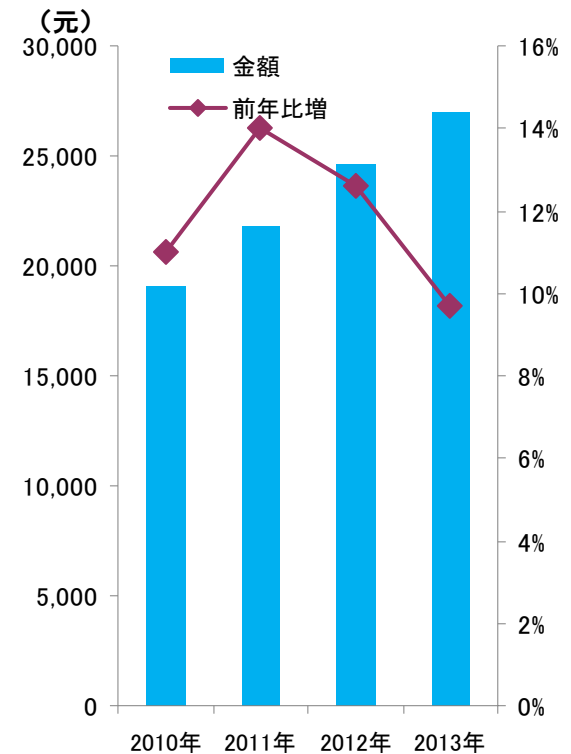
GDP成長率



都市人口と都市化率



都市家庭の可処分所得



2.中国事業の取組み:ビジョン

「オール中国中央」の総合力を活かし、継続的拡大を目指す



海城中央化学有限公司



環菱中央化学管理有限公司



無錫中央化学有限公司



北京雁栖中央化学有限公司



東莞中央化学有限公司



上海中央化学有限公司

管理拠点1箇所
生産拠点5箇所
営業拠点7箇所
(香港、成都)

2.中国事業の取組み:基本戦略

現地化 推進

- ・中国人主導による経営体制構築
- ・ローコストプロデューサーへの変貌

「安心・安全」のブランド力で
継続的拡大を目指す

市場対応力 強化

- ・成長市場の取り込み
- ・市場ニーズに即した事業展開

本邦容器開発ノウハウの活用

「世界の工場」から「世界の市場」へ
大きく変化する中国で事業規模拡大を志向

3.業績アップに向けて

業績アップに
向けて

3.業績アップに向けて:自律自走

中央化学

研究開発

品揃え

販売戦略

側面サポート

経営インフラの提供

海外原料調達

海外展開支援

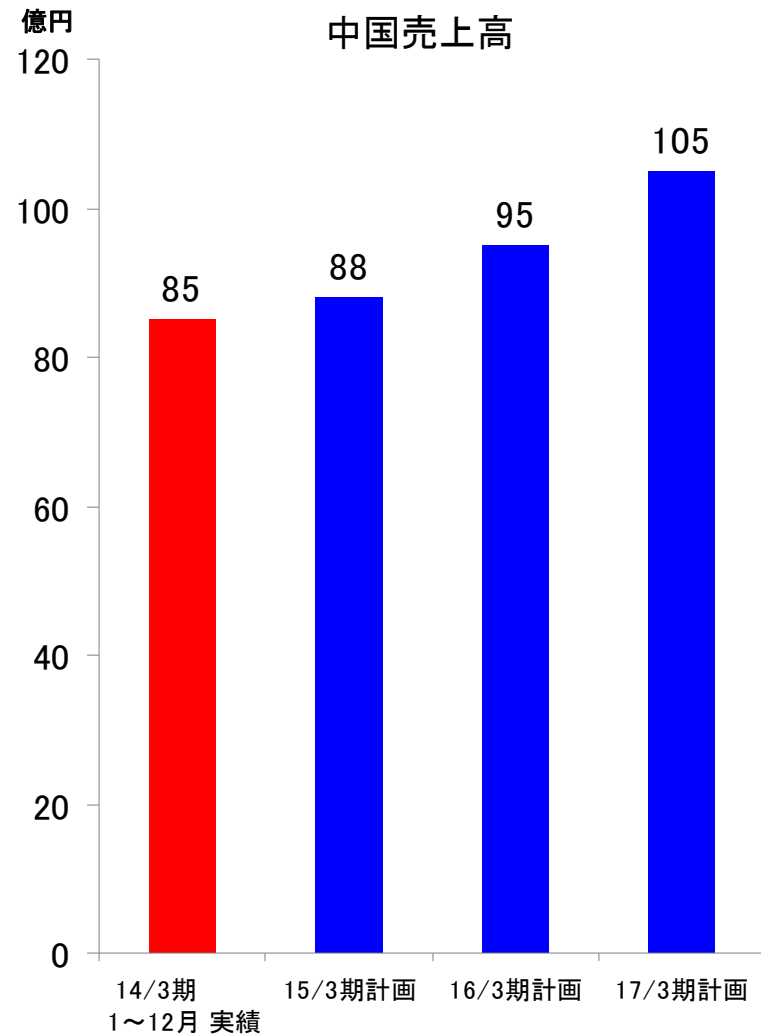
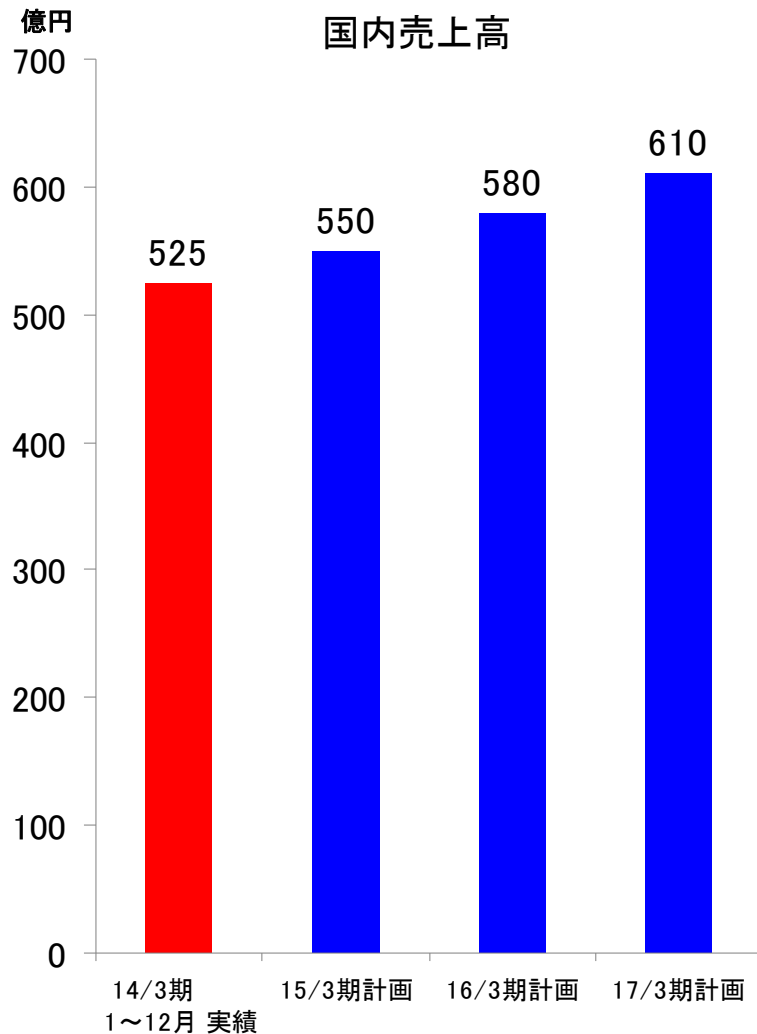
人的支援

三菱商事

3.業績アップに向けて:経営方針(5つのキーワード)



中期計画(売上高の推移)



注1:中国売上高は兄弟会社間取引を消去

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又は約束するものではありませんのでご了承ください。

IRに関するお問合せ先：広報部
電話番号：048-540-2604