

2020年3月期 決算説明会資料



2020年6月3日
中央化学株式会社

目次

1. 2020年3月期 実績

2. 2020年3月期 振り返り

3. 2021年3月期 取り組み方針

4. 中国事業 取り組み

新型コロナウイルス感染症への当社対応 (2020年5月末時点)

基本方針

- ・従業員及びその家族の健康と安全が最も重要である
- ・「食」に携わる事業会社として、製品の供給責任を履行する

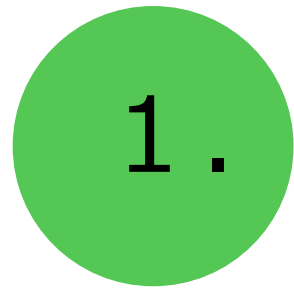
日本

- ✓ 勤務形態 : テレワーク、時差出勤、シフト制等の導入
- ✓ 健康・衛生管理 : マスク着用、手洗い・うがいの徹底、3密を避ける
- ✓ 生産・供給体制 : 工場・物流拠点・営業拠点での衛生管理を徹底し、供給責任を果たすべく最適の体制構築

中国

- ✓ 健康・衛生管理を徹底
- ✓ 2月上旬より3工場とも稼働を再開、供給責任を履行
- ✓ マスク等、衛生管理必需品を日中間で相互融通

※2020年5月末時点で当社グループ従業員に感染者は確認されておりません。



1. 2020年3月期 実績

2020年3月期連結実績

1. 2020年3月期 実績

(百万円)

売上高

480億円

営業利益

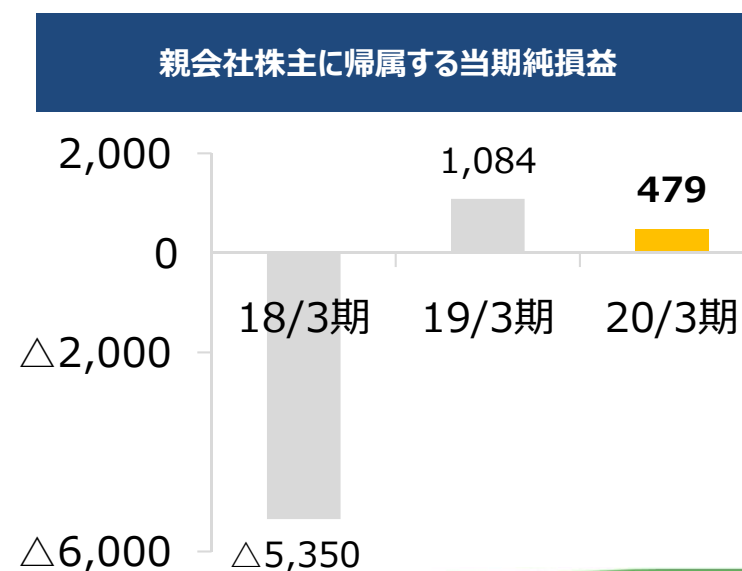
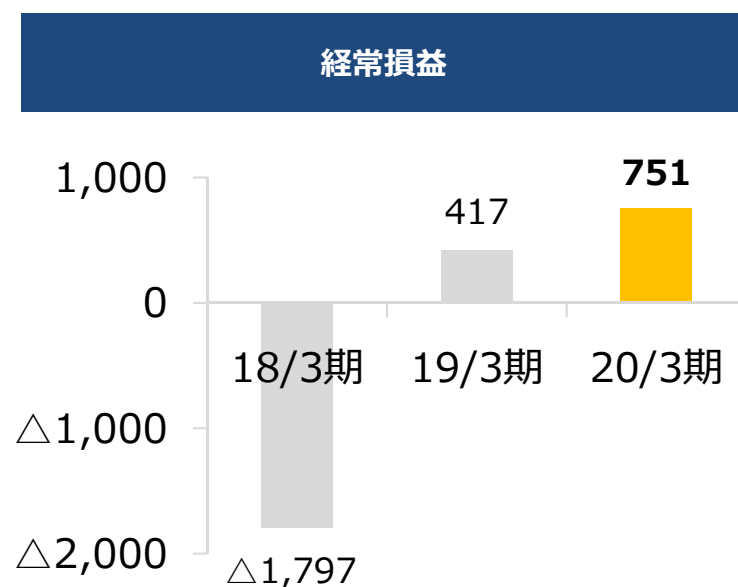
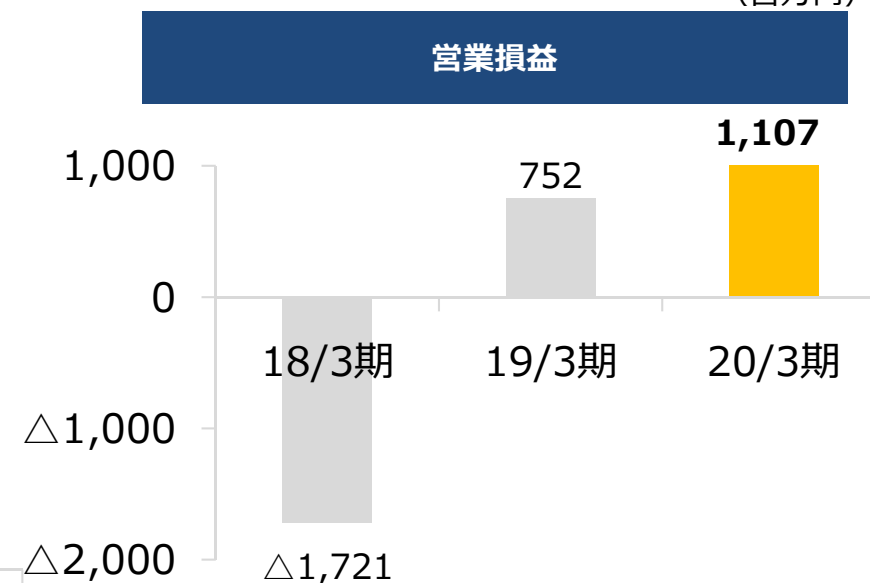
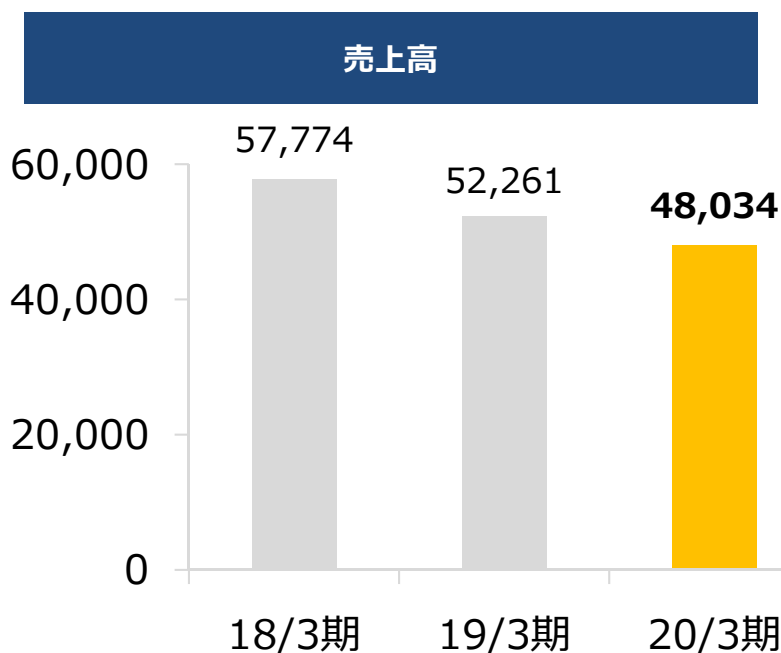
11億円

経常利益

7.5億円

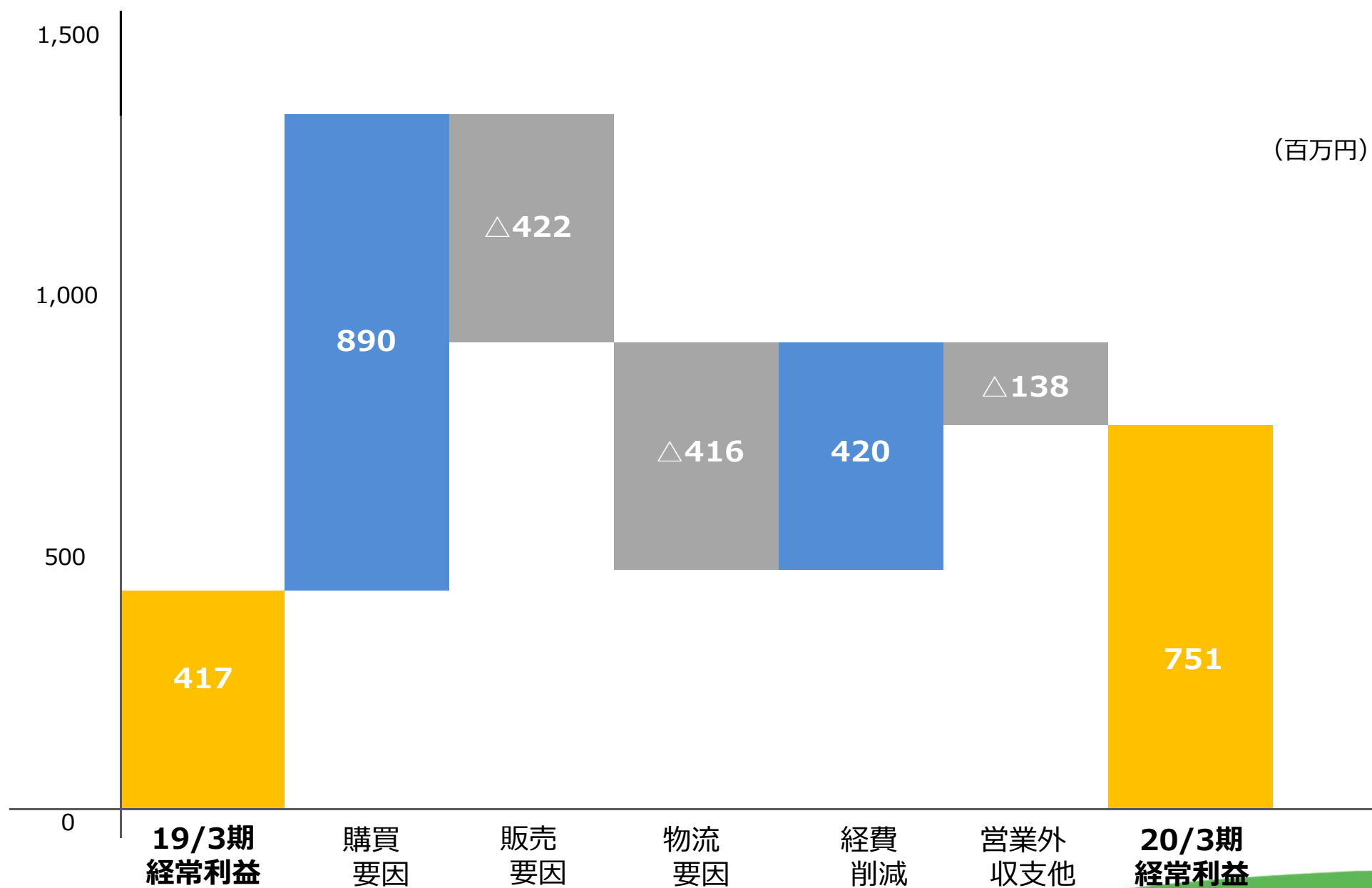
親会社株主に帰属する
当期純利益

4.7億円



2020年3月期連結経常利益の増減（前年度対比）

1. 2020年3月期 実績

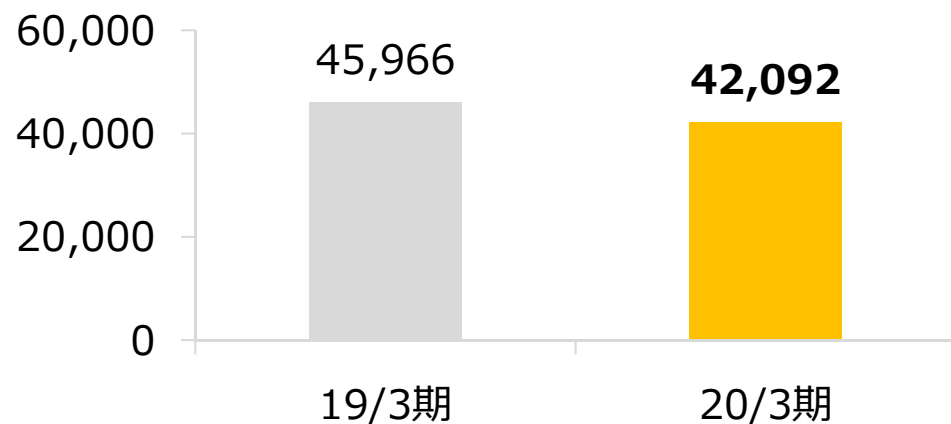


報告セグメントの売上高・利益

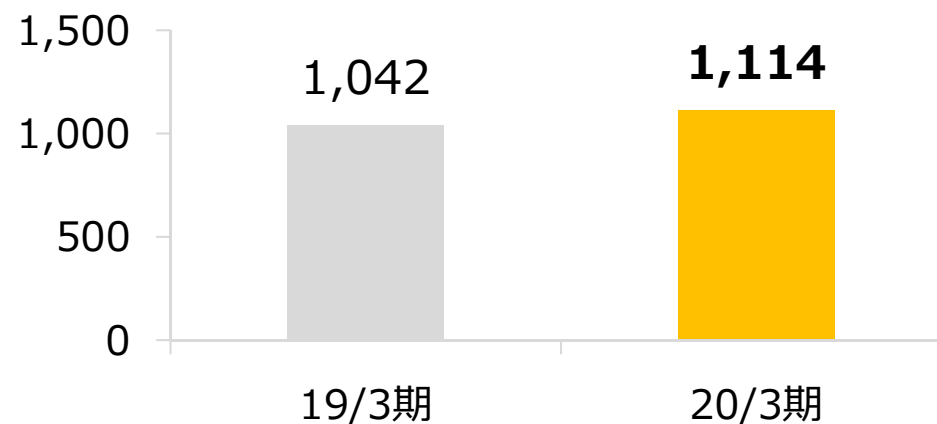
1. 2020年3月期 実績

(百万円)

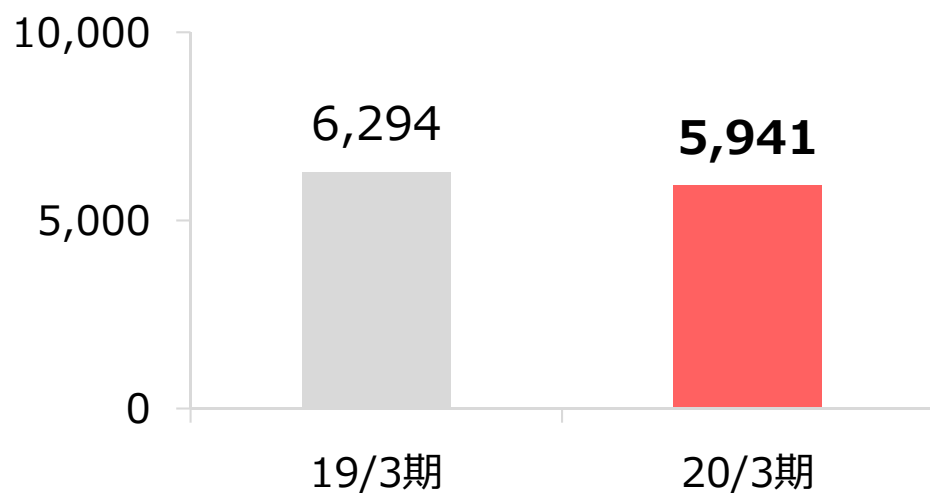
日本 売上高



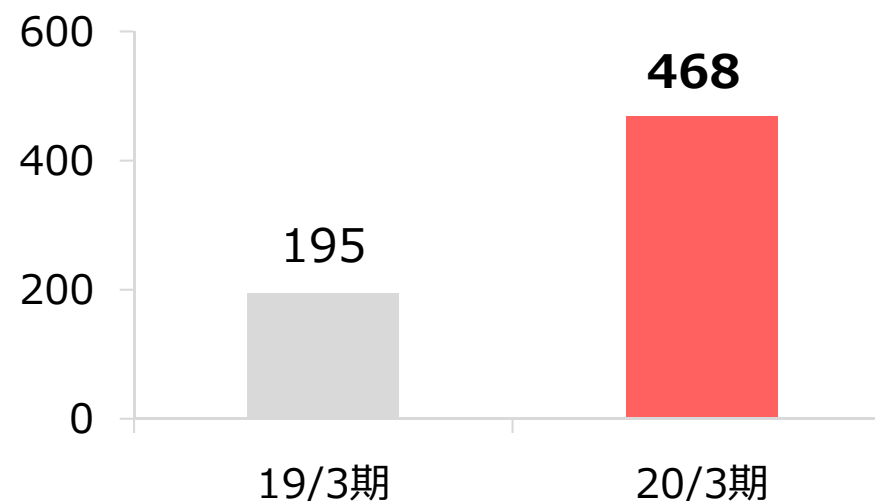
日本 セグメント利益



中国 売上高



中国 セグメント利益



(注) 上記セグメント利益は、セグメント間取引消去及び各報告セグメントに配分していない全社費用合計△475百万円差引前の営業利益になります。

連結貸借対照表

1. 2020年3月期 実績

(百万円)

	19/3期	20/3期	増減
流動資産	20,622	18,468	△2,154
現金及び預金	3,667	2,845	△822
受取手形及び売掛金	7,868	7,360	△508
棚卸資産	7,495	6,778	△717
その他	1,592	1,485	△107
固定資産	17,432	16,140	△1,292
有形固定資産	16,440	15,127	△1,313
無形固定資産	419	385	△34
投資その他の資産	572	626	54
資産合計	38,055	34,608	△3,447
負債合計	31,786	27,943	△3,843
うち有利子負債残高	13,434	12,345	△1,089
純資産合計	6,269	6,665	396
自己資本比率	16.5%	19.3%	2.8%
負債純資産合計	38,055	34,608	△3,447

キャッシュフローの連結実績

1. 2020年3月期 実績

(百万円)

	19/3期	20/3期
営業活動によるキャッシュフロー	3,581	2,344
投資活動によるキャッシュフロー	355	△765
財務活動によるキャッシュフロー	△2,360	△2,283
現金及び現金同等物に係る換算差額	△19	△117
現金及び現金同等物の増減額	1,557	△821
現金及び現金同等物の期首残高	2,104	3,661
現金及び現金同等物の期末残高	3,661	2,839

※△は減少



2. 2020年3月期 振り返り

①「汎用容器事業の基盤強化」「成長市場へのアプローチ」の事業戦略を着実に推進

▶環境課題への対応、原価・品質へのこだわり、市場ニーズへのアクセス強化

②オペレーション改革の進捗

▶素材・製品、モノ造り、SCMの切り口で、競争力を強化

▶▶2020年度の新体制で深掘りしていく

③基本の徹底

▶2011年より取り組んでいる「全社カイゼン活動」の原点に立ち返り、全員参加型で全社に亘って5Sを徹底

④組織・人事

▶事業推進室機能を発展的に解消、その機能を経営戦略室に移管

▶▶全社重要課題を経営戦略室が一元的に対応

⑤中国事業の収益力向上

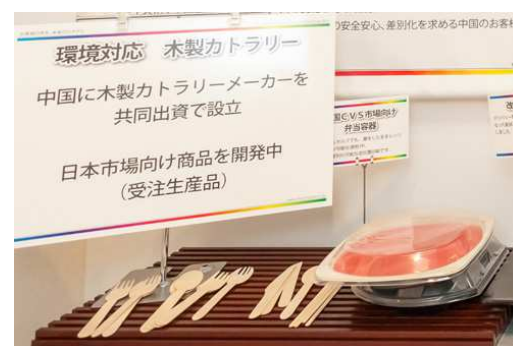
▶生産効率改善、品揃え拡充、環境配慮型製品への取り組み等により収益基盤を着実に強化

展示商談会2020の開催

2. 2020年3月期 振り返り

本年2月に東京、広島で開催（新型コロナウイルス感染防止の為、他5会場は中止） 当社事業戦略のご説明、新素材・新製品のご紹介等を行う

東京会場(大崎)



中四国会場(広島)





3.

2021年3月期 取り組み方針

事業戦略

- ✓ 汎用容器事業の基盤強化
- ✓ 成長市場へのアプローチ

会社スローガン

- ✓ 社員全員の総力を結集して飛躍に向かう
- ✓ 働きやすい会社、風通しの良い会社となる

人材育成方針

- ✓ 製品に愛着を、目標と利益に責任感を、仕事にスピード感を
- ✓ チームワークを大切に、互いに助け合い、全社で連携する
- ✓ 役割と責任を果たし、社会に貢献する

環境課題

- ✓ CO₂排出削減
- ✓ 海洋プラスチックごみ削減

打ち手

- ①プラスチック食品容器業界におけるリサイクル・パイオニア企業として、再生PET事業、ケミカルリサイクル等を強化する
- ②「CO₂排出削減」を重要課題と捉え、環境配慮型素材「TALFA（タルファー）」とリサイクル素材「C-APG」を拡販する
- ③環境配慮型製品の品揃え拡充として、バイオCT・バイオCFを開発・上市する
- ④中国事業との連携を含め紙・木材等、非プラスチック製品とのコラボを推進する

成長市場へのアプローチ①

3. 2021年3月期 取り組み方針

市場

ニーズ

対応素材・製品

成長市場

食品廃棄ロス削減、人手不足問題
⇒機能製品拡販

ロングライフ容器



耐寒CT



C-PET

テイクアウト・宅配分野
⇒継続的な商売の市場ニーズ
に添う企画・提案

CT



CF



環境・医療/介護分野
⇒市場ニーズに添う企画・提案

TALFA
(タルファー)



SD



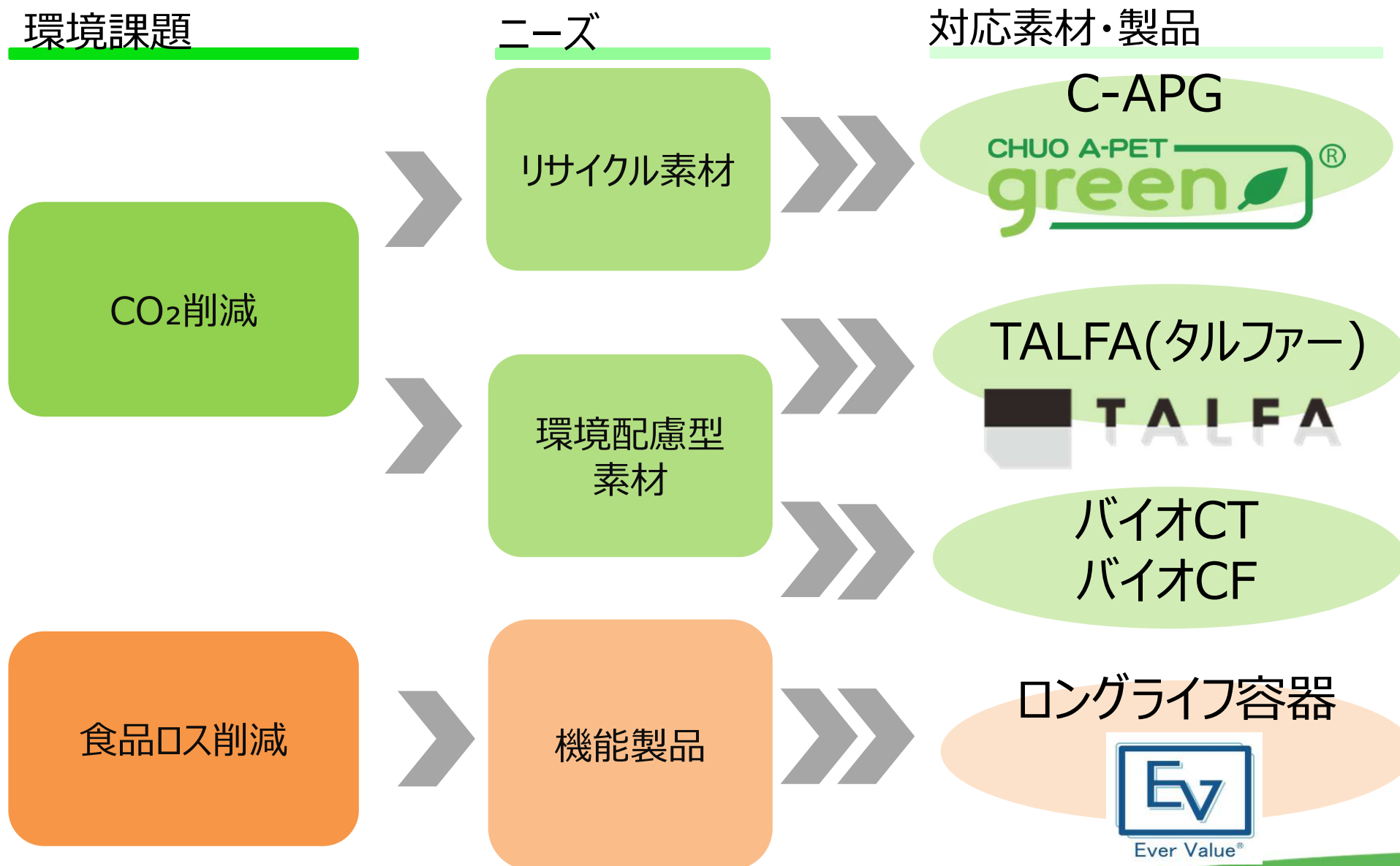
新市場

「オンライン/ネット販売」
⇒お客様と連携した取り組み・注力

C-APG



【環境配慮型製品と機能製品】



【リサイクル素材：C-APG】



エコマーク



PET
再利用品

PETボトルリサイクル推奨マーク



2035年までに使用済みプラスチック100%
リユース・リサイクル等により、有効利用
〈政府方針/プラスチック資源循環戦略〉

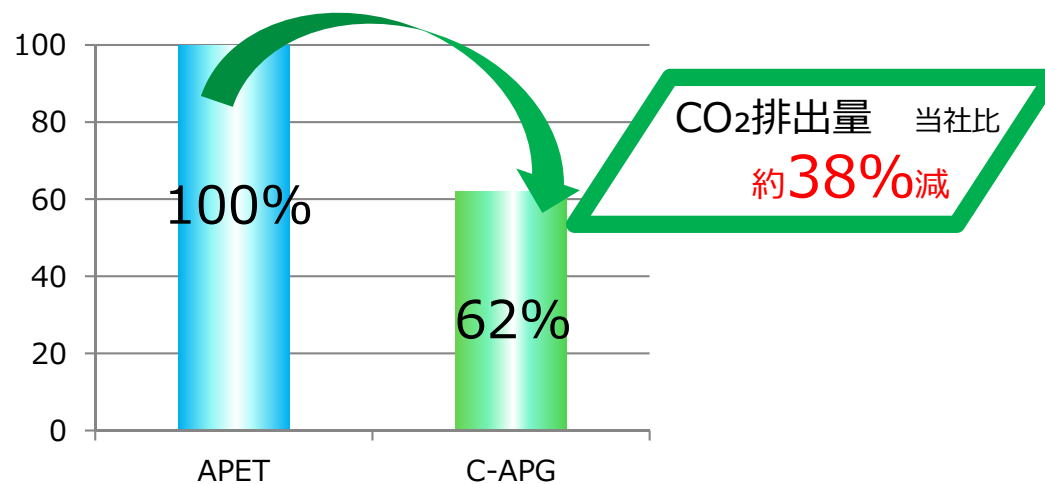


C-APG：PETボトルのリサイクル原料を
使用したリサイクル素材です

Recycle



● CO₂排出量



▼当社PET製品の70% がC-APG素材です



トルク



ベジマグ



VCN



SDL



旬花



FST



クイック

【環境配慮型素材：TALFA(タルファー)】

Reduce



New Release



R-DON

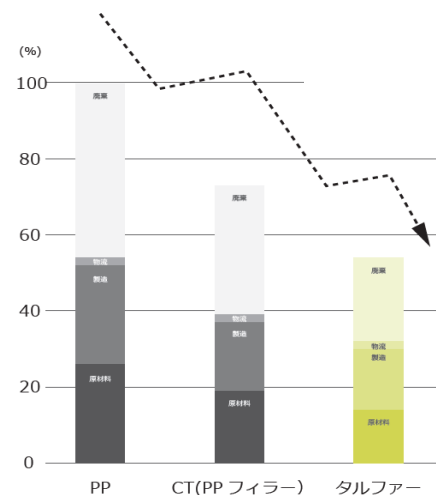


DINER

TALFA(タルファー)のCO₂排出削減効果

タルクが主原料のTALFA(タルファー)は、プラスチック50%以下の環境配慮型素材です。

TALFA (タルファー)のCO₂排出量は、当社PP素材と比較して▲46%、CT(PPフィルター)と比較しても▲26%削減しています。原材料・製造・廃棄の各ステージにおいても、CO₂を削減しています。



CO₂排出量 当社比
 PP素材比**46%減**
 CT素材比**26%減**

【環境配慮型素材：バイオCT・バイオCF】

バイオCT・バイオCF

2030年までにバイオマスプラスチックを
約200万トン導入
〈政府方針/プラスチック資源循環戦略〉

バイオCT：
持続可能な、植物由来の有機性資源を使用した
プラスチックになります。当社では、10%以上バイオ
マス原料が含有しているものをバイオプラスチックと
定義します。



バイオマスマーク

バイオCTは、バイオマスマーク認定を取得しています

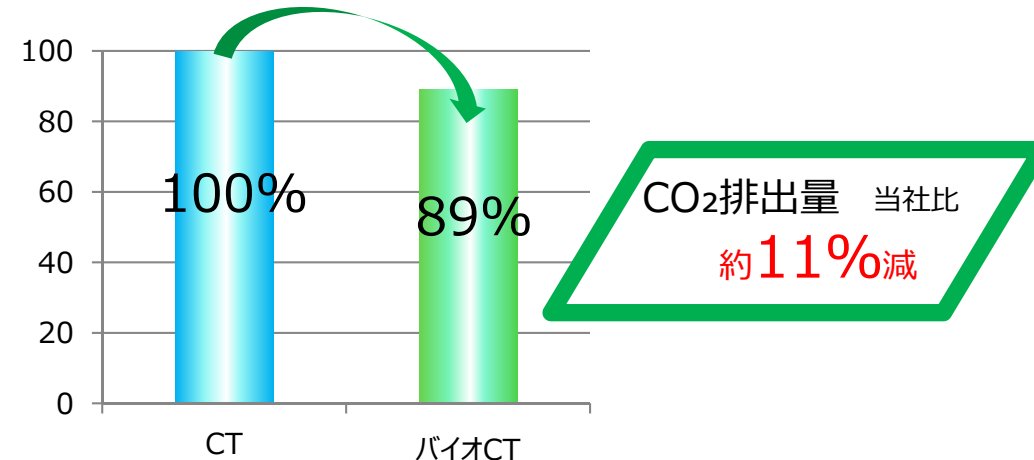
Reduce



●カーボンニュートラル



●CO₂排出量



【食品ロス削減素材：ロングライフ容器】



ロングライフ容器



2030年までにサプライチェーン全体で2000年度対比で食料の廃棄を半減
〈政府方針/食品ロス削減推進法〉

●年間の食品ロス

612万t

家庭系食品ロス

284 t

事業系食品ロス

328 t

出展：農林水産省「食品ロス量（平成29年度推計値）の公表について」

●ロングライフのメリット

鮮度保持

6日目



ガスバリア



ラップ包装

食品ロス削減

廃棄コストや
手間の削減

遠方に届く

地方の生産品を
手軽に入手

人手不足解消

計画生産が可能



中国事業 取り組み

国内販売の強化

- 海城、無錫、東莞の3工場で最適生産を実現し、競争力を強化する
- 在中国、日系CVSチェーン向けに新製品を販売する
- 東北地区で成長著しい現地CVSチェーン向けに拡販を行う

海外市場、新たな市場ニーズへの取り組み

- 本社商品部と連携し、また、海外展示会等を活用して、海外市場での木目細かいマーケティングを進める
- 環境配慮型製品の品揃えを拡張する
(木製カトラリー事業への参画、PET製品の増販等)

競争力向上のための内部改革

- 日本、中国で連携して新素材・新製品の開発を強化する
- 省人化投資を進め、生産効率を改善する
- 結果にこだわる風土に向けて人事制度を修正する

■ 全体方針

一段の収益力強化、成長の加速に向けて、外部環境の変化に迅速に対応し、生産、技術、営業、物流、管理基盤を確立する

■ 打ち手

既存事業の拡張

- 市場ニーズにマッチした新製品を上市、拡販
- コンビニ、ケータリング等高成長市場向けの取り組みを強化
- 日本本社と連携し、海外市場開発

新規事業への取り組み

- 市場ニーズを先読みし、新素材・新技術に着手
- 環境配慮型製品販売を加速（木製カトラリー、パルプ製容器等）

● 収益基盤の強化

⇒2年前に5工場を3工場に集約が完了し、生産効率、工場間のシナジー創出等により着実に収益力が上がっている

● 木製カトラリー事業への参画

⇒世界的に環境意識が高まる中、木製カトラリー事業に資本参加。製品を日本及び海外に販売



● 国内外展示会への参加

⇒2019年は中国で開催された「広州交易会」、「香港HOFEX」、ハンガリー「中国ブランド商品（中東欧）展示会」に出展
今後もシンガポールやドイツなど国内外の展示会に出展を予定しており、引き続き市場開拓と拡販を進める



● 安定操業と供給責任を履行

⇒新型コロナウイルス感染拡大が深刻になりながらも、安全・健康を最優先するとともに、2月上旬より操業を継続、顧客への安定供給を果たした

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。