

2019年3月期 第2四半期 決算説明会



**GOOD
DESIGN**



2018年11月27日
中央化学株式会社

目次

1. 2019年3月期 第2四半期決算実績

2. 構造改革の上期振り返り

3. 今後の取り組み方針

環境問題への対応

社会構造変化への対応

その他取り組み

中国事業



1.

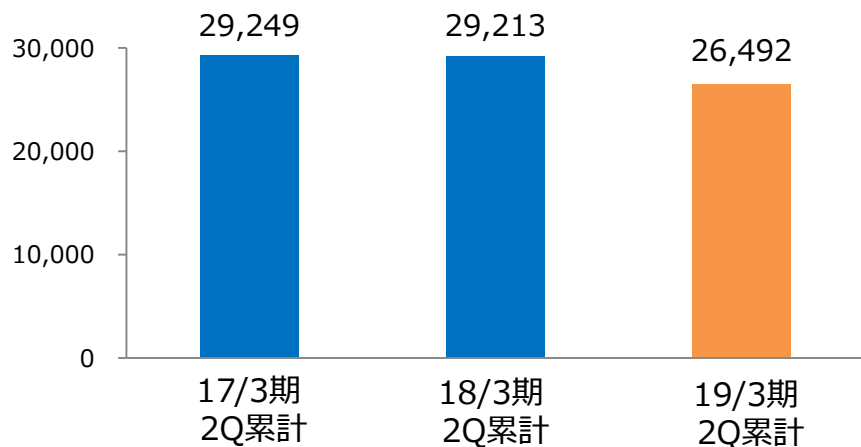
2019年3月期 第2四半期決算実績

2019年3月期 第2四半期連結実績

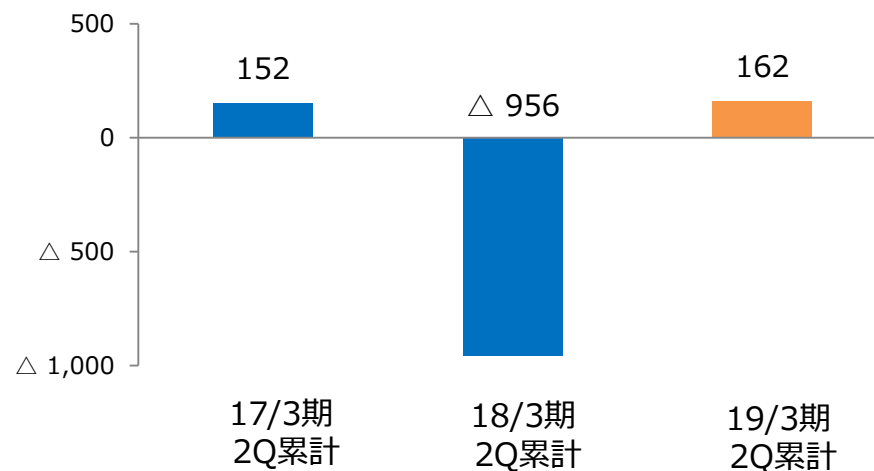
1. 2019年3月期 第2四半期決算実績

(単位：百万円)

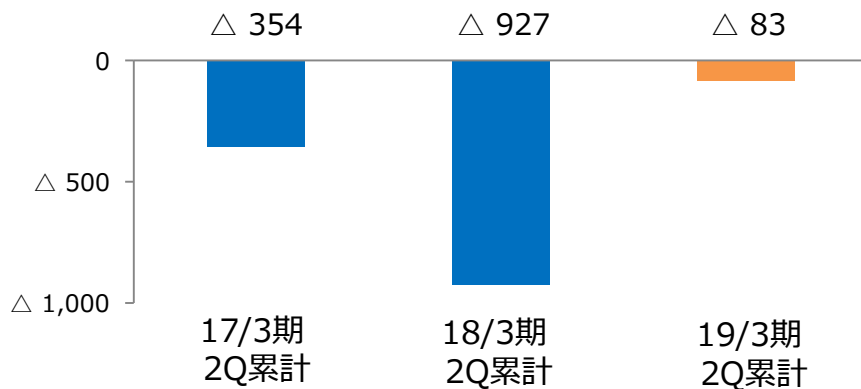
売上高



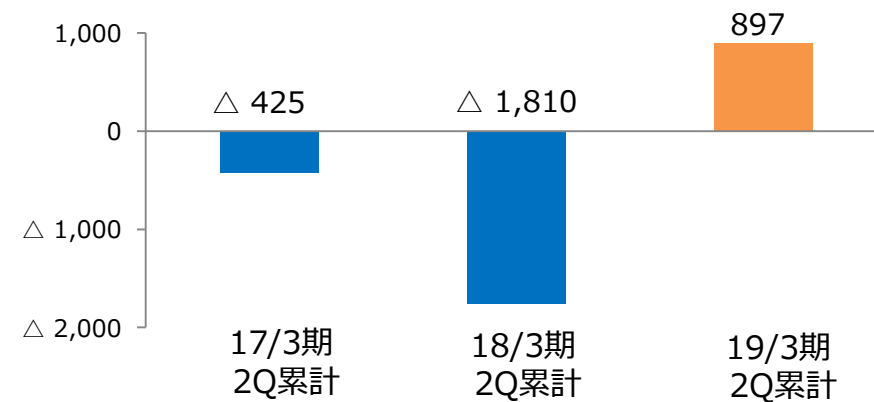
営業損益



経常損益



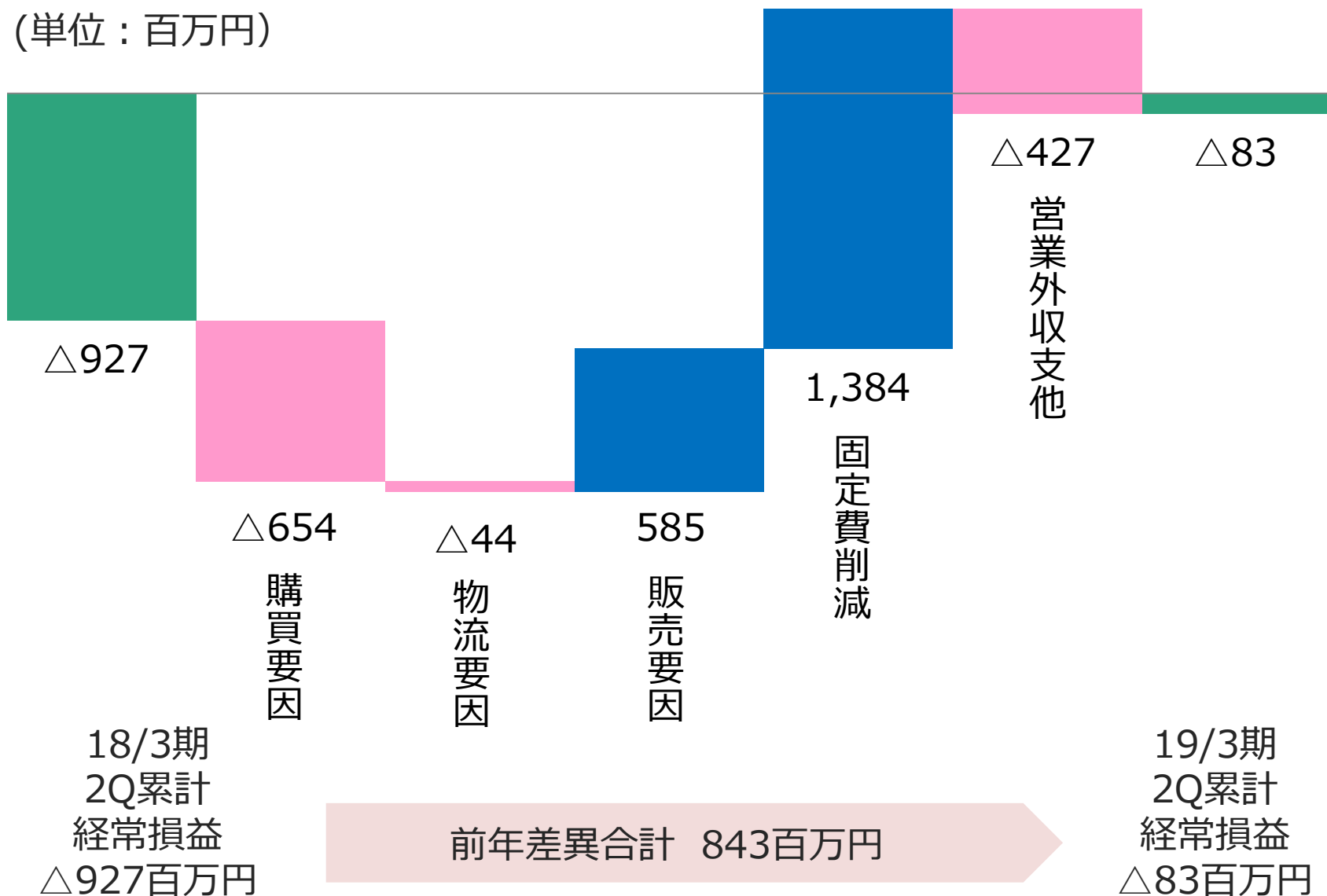
親会社株主に帰属する四半期(当期)純損益



連結経常損益の増減（前年対比）

1. 2019年3月期 第2四半期決算実績

(単位：百万円)



報告セグメントの売上高・損益

1. 2019年3月期 第2四半期決算実績

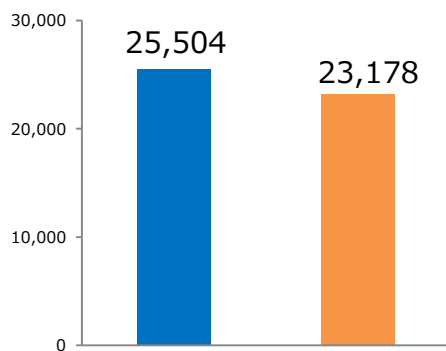
(単位：百万円)

		18/3期 2Q累計	19/3期 2Q累計	前期差
日本	売上高	25,504	23,178	△2,326
	セグメント損益	△773	312	1,085
中国	売上高	4,368	3,872	△496
	セグメント損益	37	108	71

※18/3期 2Q実績の
為替レート1元=16.92円
※19/3期 2Q実績の
為替レート1元=16.47円

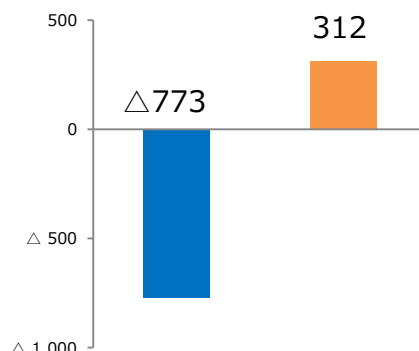
日本

売上高



18/3期
2Q累計 19/3期
2Q累計

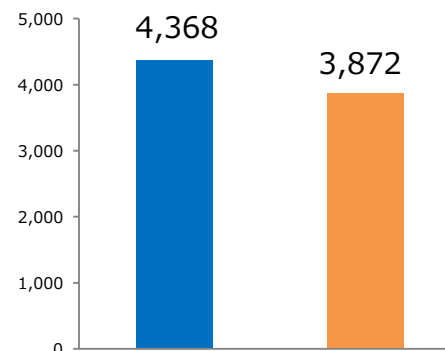
セグメント損益



18/3期
2Q累計 19/3期
2Q累計

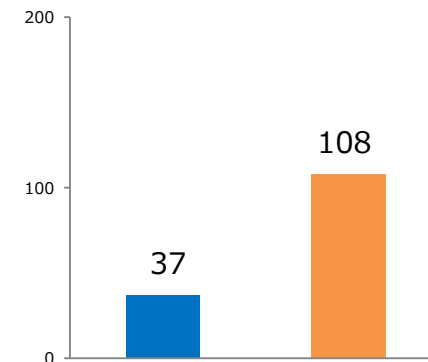
中国

売上高



18/3期
2Q累計 19/3期
2Q累計

セグメント損益



18/3期
2Q累計 19/3期
2Q累計

貸借対照表の連結実績

1. 2019年3月期 第2四半期決算実績

(単位：百万円)

	18/3期 期末実績	19/3期 2Q末実績	前期末差
流動資産	21,079	21,177	98
現金及び預金	2,110	3,506	1,396
受取手形及び売掛金	9,025	8,626	△399
棚卸資産	7,761	7,460	△301
その他	2,180	1,582	△598
固定資産	19,214	18,551	△663
有形固定資産	18,185	17,529	△656
無形固定資産	465	448	△17
投資その他の資産	563	574	11
資産合計	40,293	39,728	△565
負債合計	37,311	33,686	△3,625
有利子負債残高	16,268	14,853	△1,415
純資産合計	2,982	6,041	3,059
自己資本比率	7.4%	15.2%	7.8%
負債純資産合計	40,293	39,728	△565

キャッシュフローの連結実績

1. 2019年3月期 第2四半期決算実績

(単位：百万円)

	18/3期 2Q累計	19/3期 2Q累計
営業活動によるキャッシュフロー	669	931
投資活動によるキャッシュフロー	△1,148	694
財務活動によるキャッシュフロー	△203	△214
現金及び現金同等物に係る換算差額	71	△15
現金及び現金同等物の増減	△610	1,395
現金及び現金同等物の期首残高	4,582	2,104
新規連結に伴う現預金増加額 ※	39	—
現金及び現金同等物の期末残高	4,011	3,500

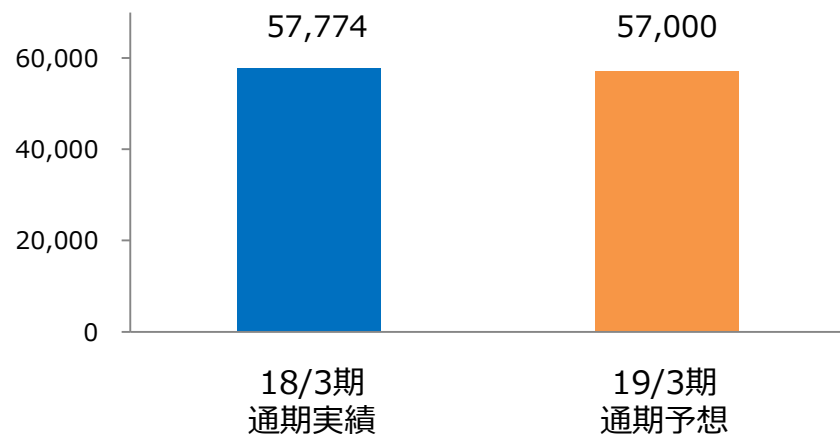
※連結子会社化した香港中央化学有限公司の現預金残高

2019年3月期 連結決算の通期見通し

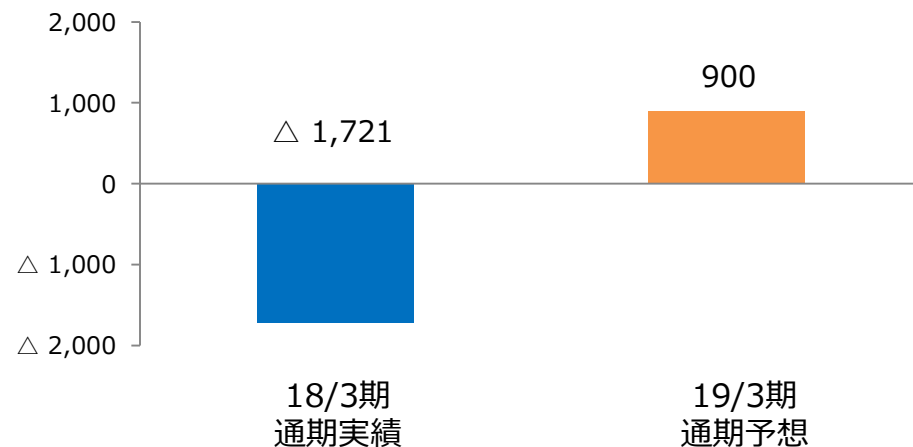
1. 2019年3月期 第2四半期決算実績

(単位：百万円)

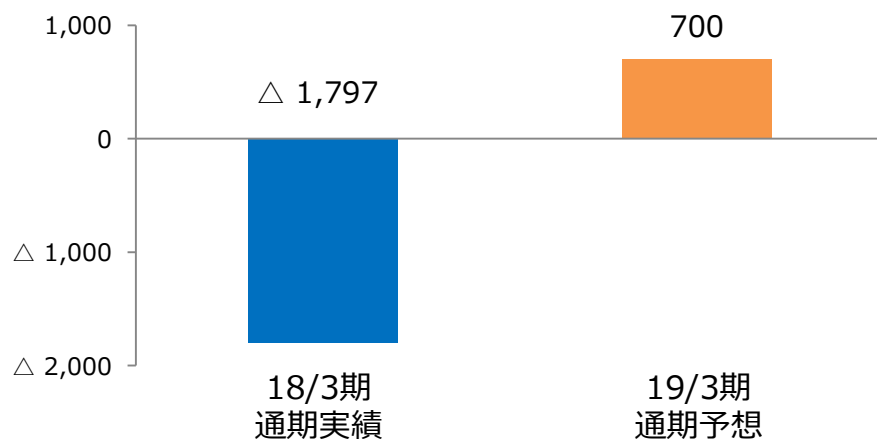
売上高



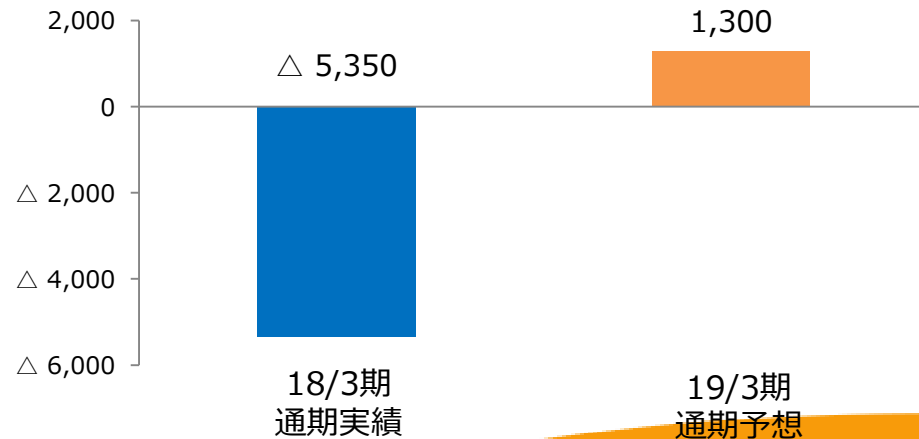
営業損益



経常損益



親会社株主に帰属する当期純損益





2.

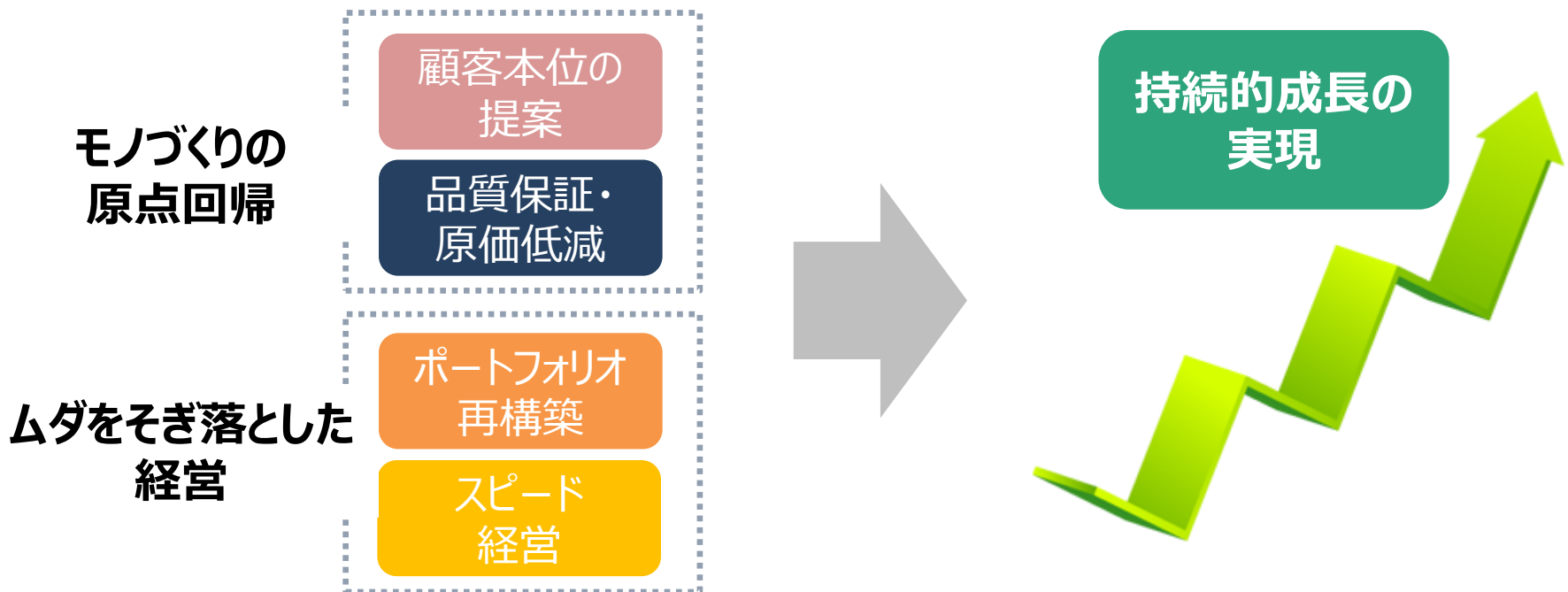
構造改革の上期振り返り

●モノづくりの原点回帰

- (1) 市場ニーズに対応した製品提案力の強化 (顧客本位の提案)
- (2) 品質と競争力を生み出す仕組み構築 (品質保証・原価低減)

●「量的拡大を前提とした経営」 → 「ムダをそぎ落とした経営」への転換

- (1) 収益性の高い製品群・エリア・分野へのリソースシフト (ポートフォリオ再構築)
- (2) 組織スリム化・機能間連携強化によるスピード経営 (スピード経営)



- 4つの方針をもとに足元の課題に取り組む。

① 機能間連携の強化

- ・意思決定の迅速化・信賞必罰を狙い、期初に組織をスリム化。
- ・構造改革の進捗を管理する経営戦略室を創設。(4月1日付)

② オペレーション改革

- ・生産、販売、物流の製造業3大機能の連携を推進し、モノ造り体制の再整備、ルールの明確化、あらゆる無駄の排除等、「会社の仕組み」を抜本的に作り直すことを目的として事業推進室を創設。(10月1日付)

③ 選択と集中

- ・取引採算の改善を図るべく、不採算取引の見直し、販売価格・経費の徹底管理を実施。
- ・総花的製品ポートフォリオを見直し、当社強みを生かせる素材、製品に経営資源を投入。

④ 生産拠点の最適化

- ・日本では、鹿島工場から東北工場、鴻巣工場から関東工場への設備移管を実施。
- ・中国では、海城、無錫、東莞の3工場体制に集約。



3.

今後の取り組み方針



環境問題への対応

プラスチック食品容器の重要性

- プラスチック食品容器は小売業の販売、流通などの発展に大きく貢献した。
- 食品の衛生安全や食品流通を支える機能など社会に大きく貢献し、日常生活に不可欠な存在となった。

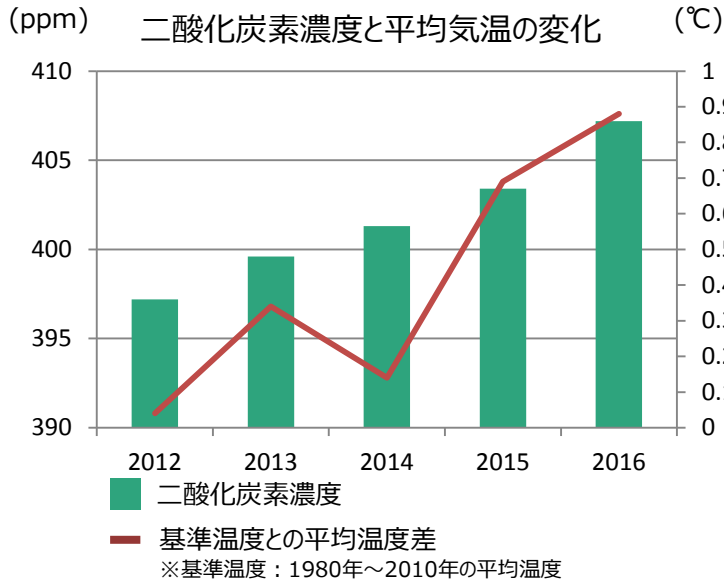
小売業では衛生的、
効率的に食品を
取り扱えるようになった。



産地や生産現場、
食品の持ち運びなど様々な
シーンで活躍している。



地球温暖化問題

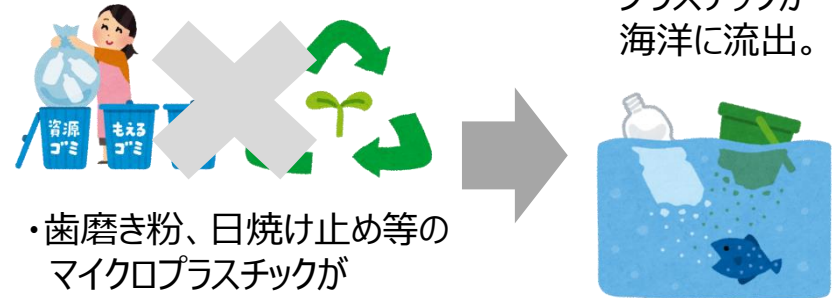


- 二酸化炭素濃度が上昇することで、平均気温が上昇し、大雨災害や水質変化といった環境に影響が出る可能性がある。
- 環境省では、現在「COOL BIZ」「WARM BIZ」「エコドライブ」等の運動を展開。

出典：気象庁「二酸化炭素濃度の観測結果」
「日本の年平均気温偏差 (°C)」
環境省「日本の気候変動とその影響」
環境省 COOL CHOICE

海洋プラスチックごみ問題

- ・適切な廃棄、リサイクルが行われていない。



- ・歯磨き粉、日焼け止め等のマイクロプラスチックが排水溝を通じて海洋へ。

G7 「海洋プラスチック憲章」 抜粋

- ・2030年までにプラスチック包装の最低55%をリサイクルまたは再使用

環境省 「プラスチック資源循環戦略」 抜粋

- ・リデュース、リユース等の徹底
- ・効果的、効率的で持続可能なリサイクル
- ・再生材、バイオプラスチックの利用促進

3Rの推進

店頭回収リサイクル

- 1990年から30年近くリサイクル活動を行い、地域に適したリサイクル方法を提案。



マテリアルリサイクル

→プラスチックの原料として再利用

熱で溶かす

原料に再生



再生ペレット

サーマルリサイクル

→破砕、固形化してボイラー燃料に

固形燃料化

石化燃料の代替

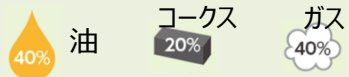


ケミカルリサイクル

→製鉄所設備を利用して熱分解

燃やさず熱分解

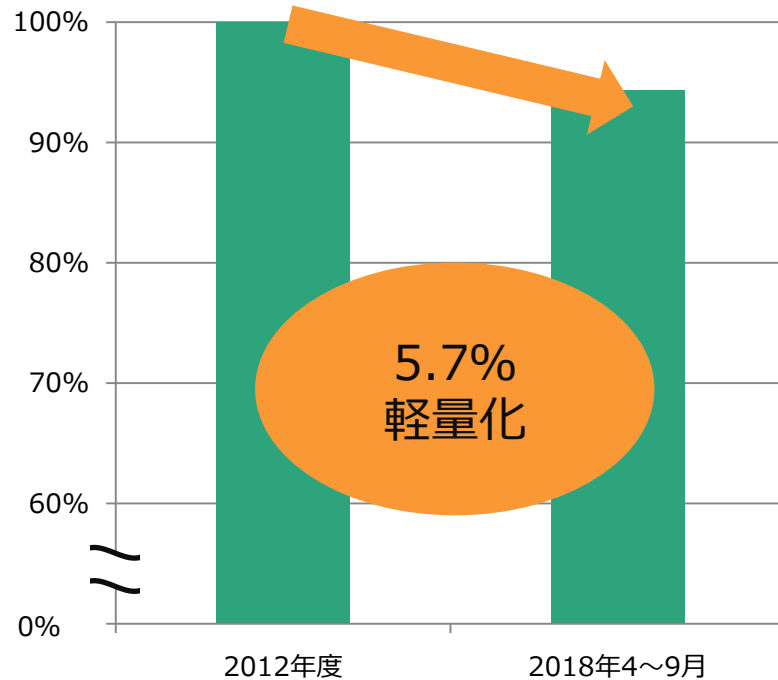
100%リサイクル



製品の軽量化

- 製品の軽量化を促進し、原料やCO₂排出量の削減を促進。
- CNTレー1枚あたり、2012年度比で5.7%軽量化。

CNTレー1枚あたり軽量化の割合(2012年度比)



環境への取り組み

3. 今後の取り組み方針

CHUO-APET GREEN (C-APG)

11 社会責任あるまちづくりを  12 つくる責任 つかう責任 

- 最新のリサイクル技術の活用、業界自主規制基準に適合した「安全と環境」を両立できるリサイクル環境を整備。それにより限られた資源の有効活用へ貢献し、今後更なる拡販を行う予定。

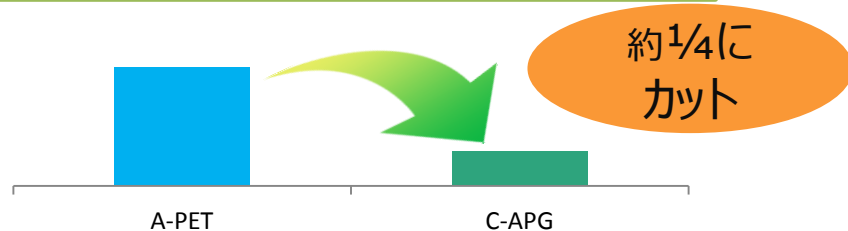
二種三層構造

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



再生原料 バージン原料

単位あたりCO₂排出量比較



カリエ



ベジマグ



旬花



環境教室

11 社会責任あるまちづくりを  12 つくる責任 つかう責任 

- 環境教室を通してリサイクル意識の向上を促進。



清掃活動

- 地域貢献活動の一環として、工場周辺の清掃活動を実施。





社会構造変化への対応

問題①(生産年齢人口の減少)

- 生産年齢人口は1995年をピークに年々減少し、2015年に比べ2030年には**909万人減少**見込み。

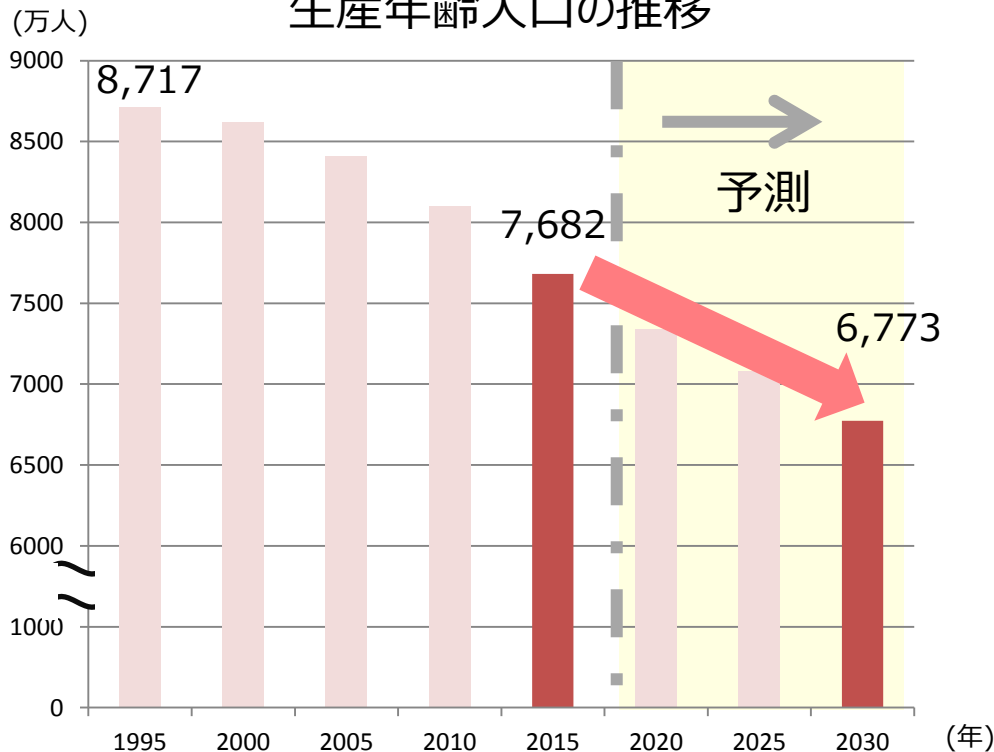
▶「生産能力」が**ダウン**、「生産方法の見直し」が必要。

問題②(食品ロス)

- 日本では年間646万tの食品ロスが出ており、これは国民1人あたり1日の食品ロスに換算すると、お茶碗1杯分廃棄していることになる。

▶「消費期限の延長」が必要。

生産年齢人口の推移



※生産年齢人口：15歳～65歳

出典：総務省国勢調査及び人口推計
(2010年までは国政調査)

日本の年間食品ロス
(売れ残り、規格外品、返品、
食べ残し、直接廃棄)
646万t



全国民が毎日
お茶碗1杯分
を捨てていることに相当する



機能製品

問題①

生産年齢人口の減少

当社の提案

スチコントレー[®]



特徴



- C-PET素材を使用することで、耐熱220℃まで調理可能な容器。
- スチームコンベクション(スチコン)にも対応。

計画
生産が
可能



一度にまとめて仕込みを行うことが可能。

作業
効率UP



容器に盛付け後、そのまま調理ができるので、誰でも均一に作れ安定した商品を提供できます。

メリット

製造や在庫管理の効率化が可能
例)深夜生産の回避



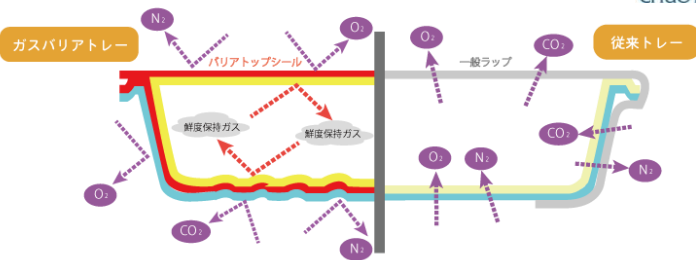
問題②
食品ロス

当社の提案

ロングライフ容器



特徴



- 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。

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



鮮度
保持



生肉



従来品：6日目



ロングライフ容器：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。



その他取り組み

●ボイスピッキングシステムの導入

お客様へのサンプル製品のピッキング作業を、音声に従って行うシステムを導入。



効率アップ

作業時間改善

・作業時間を38%短縮

作業精度向上

・ミスの軽減

判り易い操作性

・シルバー人材の雇用促進



中国事業



- 北京、上海の生産拠点を夫々海城・無錫に統合。(5→3工場)
- 最新の成形機を5台導入し、労働集約型→自動化を進め、生産性を高めることにより、中国市場の高成長を取り込む基盤を整備。
- 欧米・東南アジア等の 海外市場への戦略拠点としても位置付け、本事業を強化していく。

中国事業(市場環境と販売戦略)

- 既存セグメントの間屋網を中心とした汎用品市場に於いては差別化は困難だが、新素材・製品投入や販促強化による需要掘り起こしを行う。
- 成長セグメントのネット生鮮・コンビニエンスストア（以下CVS）・宅配・外食市場については今後も高い成長率が期待され、機能性製品・素材や環境対応素材等の開発に注力。

既存セグメント

成長セグメント

市場特性

- 問屋経由の汎用品市場
- 市場規模は大きい、価格競争が激しく、新製品が直ぐに模倣される市場
- パッキング後の異物混入等、『安心・安全』ニーズの拡大

- ネット生鮮：
Eコマース企業がネット生鮮に進出商品の少量化、調理済食材が増加し、アウトパック加工にシフト
- CVS：
内陸部中心に出店が拡大
レンジアップ対応等の高付価値の対象市場
- 宅配・外食：
輸送に耐えられる、インJECTION製品が主流

課題・対応策

- 市場を築いたパイオニアとして、強固な問屋網を持ち、品質への評価も高い。一方、新製品・素材投入の遅れから、シェアを落としており、同投入によりシェア回復を行う
- 顧客各社との取組の成功事例等の共有をグループ間で進め、中国全土の販売・拠点網を活かした販売に繋げる
- 海外市場向け製品開発・販売拡大に向け活動に注力

- レンジアップ対応等の新素材を梃子に、アウトパック事業者や宅配・外食事業者の開拓推進
- ケータリング市場への機能性製品の提案、製品開発を推進
- 大手を中心にプラスチック代替の環境対応素材を求めるニーズが高まっていくことが想定され、日本事業と連携して、素材・製品の開発を推進



添付資料

添付資料

(単位：百万円)

	17/3期 通期実績 (構成比)	18/3期 通期実績 (構成比)	19/3期	
			予想 (構成比)	前期差 (前期比)
売上高	58,240 (100.0%)	57,774 (100.0%)	57,000 (100.0%)	△774 (98.7%)
売上総利益	14,033 (24.1%)	11,971 (20.7%)	—	—
営業損益	290 (0.5%)	△1,721 (—)	900 (1.6%)	2,621 (—)
経常損益	△179 (—)	△1,797 (—)	700 (1.2%)	2,497 (—)
親会社株主に 帰属する四半期 (当期)純損益	△537 (—)	△5,350 (—)	1,300 (2.3%)	6,650 (—)

※19/3期計画は5月10日開示済みの業績予想修正ベース

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。