

Creating New Value

CHUO REPORT

Company Profile
ESG Report

2025

 中央化学株式会社

〒365-8603 埼玉県鴻巣市宮地3-5-1
TEL: 048-542-2511 FAX: 048-540-1227
ウェブサイト: <https://www.chuo-kagaku.co.jp>

 中央化学株式会社

Creating New Value

食品容器のパイオニア中央化学は、
皆様とともに食の未来を創り、
人々の豊かな食生活と食文化に貢献します。

ミッション
存在意義

私たち中央化学は、
人びとの豊かな食生活と食文化に貢献します。

ビジョン
目指す姿

食品容器の価値創造を追求し、
社会との共生を大切にしながら、
食に幸せと彩りを与え続けます。

スローガン

Creating New Value

バリュー
共有の価値観

変革
既存の枠組みに捉われず、
環境変化に柔軟に対応し、常に変革し続ける。

挑戦
新たな市場、新たな事業、環境対応に、
一人ひとりが挑戦し、変革し続ける。

創造
常にお客様のご要望にお応えし、
全員で新たな価値を創造する。

社 是

全員創意



Contents

イントロダクション

- 01 企業理念
- 02 目次・編集方針
- 03 中央化学の歴史
- 05 中央化学が提案する価値共創
- 10 製品ラインアップ

成長ストーリー

- 13 Top Message
- 17 中期経営計画
- 21 社員座談会

中央化学のモノづくり

- 25 中央化学のサプライチェーン

サステナビリティ

- 35 サステナビリティマネジメント
- 37 環境
- 43 社会
- 51 ガバナンス

会社データ

- 53 マテリアルバランス
- 54 ESGデータ集
- 55 中央化学の食品包装容器
- 56 事業概要

編集方針

中央化学グループの企業活動全体をご理解いただくことを目的に毎年発行しています。中央化学グループの会社案内であるとともに、ESG活動の状況や考え方、お取引先様・地域の皆様との交流に関する情報を、分かり易くご報告します。

● 報告対象期間

当レポートは、2024年度（2024年4月1日～2025年3月31日）の活動を中心に報告しています。

● 発行

2025年10月

● 報告対象組織

原則として中央化学グループ（中央化学（株）および国内・海外連結子会社）を対象としており、環境データ、人事データは国内単体で報告しています。

● 参考にしたガイドライン

環境省「環境報告ガイドライン2018年版」

● 免責事項

当レポートは中央化学グループの過去と現在の状況だけでなく、将来についての計画などに関する記述が含まれています。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報に基づいた判断であり、諸条件の変化により、将来の事業活動の結果が予測と異なる可能性があります。



中央化学の歴史

豊かな食生活を支えるプラスチック製食品包装容器は、誕生してから約70年間、
いつの時代も社会のニーズに応えていくことで、暮らしに必要不可欠な役割を担ってきました。

1950/1960年代

〈時代のニーズ・課題〉

大量生産・大量消費

安価で供給

- **昭和32年(1957年)4月**
東京都板橋区蓮沼町において、創業者である渡辺浩二がプラスチック製ジュース壺の製造を開始。その後、昭和34年(1959年)2月に有限会社三和樹脂工業所を設立し、ポリエチレン樹脂製の醤油・ソース壺(タレビン)を開発、製造。
- **昭和35年(1960年)8月**
東京都板橋区清水町において、有限会社南部化成を設立し、本格的にタレビンの製造を開始。
- **昭和36年(1961年)1月**
埼玉県鴻巣市において、中央化学株式会社を設立。
- **昭和37年(1962年)11月**
PSP製トレーの製造・販売を開始。

プラスチック製 食品包装容器の誕生

日本は1960年代半ばごろ高度経済成長が始まり、大量生産・大量消費の時代に突入します。当時、拡大し始めたスーパーマーケットでは、衛生的で経済的、加工しやすく大量生産ができるプラスチック製食品包装容器が使われ始めました。

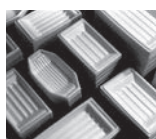
中央化学が生み出した製品



タレビン
当時、陶器製だった弁当用のタレビン容器をプラスチック製にし、爆発的なヒット商品となりました。



Cトレー
ラップ包装に対応できる強度とサイズ展開で、他社に先駆けたPSPトレーです。



舟皿
対面販売が主流だった鮮魚や精肉において、セルフでの加工販売を可能にしました。

1970年代

〈時代のニーズ・課題〉

安全・安心

高級感

- **昭和53年(1978年)6月**
ポリスチレン製卵パックの製造・販売を開始。
- **昭和54年(1979年)6月**
ポリプロピレン製トレーの製造・販売を開始。

利便性と安全・安心が 重要視される

1970年代に入ると、大型のスーパーマーケットやコンビニエンスストア、持ち帰り弁当店も誕生し、それぞれの流通形態に合わせた容器を開発、販売してきました。安全・安心の観点から、中身が分かる透明な食品包装容器が登場するのもこの頃です。

中央化学が生み出した製品



DXHS
高級化へのニーズを受け、銀食器のような質感をもつHIPS素材のDX(デラックス)シリーズを上市しました。



卵パック
当時、塩ビ製だった卵パックを、より環境適性の良いPS素材で製品化したのは中央化学が業界初でした。



PPトレー
耐油性、耐熱性、耐酸性に優れた軽量素材として今なお多くのお客様に支持されているトレーです。

1980年代

〈時代のニーズ・課題〉

耐熱素材

食の多様化

- **昭和57年(1982年)8月**
低発泡ポリスチレン素材の新製品「シーファイン(CF)」の製造・販売を開始。
- **昭和59年(1984年)12月**
中国鉄路对外服務公司へシーファインの生産設備を輸出。
- **昭和60年(1985年)7月**
米国カリフォルニア州に、三菱商事株式会社と合併で、C&M FINE PACK,INC.を設立。
- **昭和62年(1987年)7月**
充填材に天然無機物を使用し、耐熱性に優れ、電子レンジによる加熱に最適で、焼却カロリーの低い「CT」の製造・販売を開始。
- **平成元年(1989年)9月**
電子レンジによる加熱に最適で、焼却カロリーが低く、発泡材を使用しないトレー「CTF」の製造・販売を開始。

コンビニエンスストアの 台頭と容器の多様化

1980年代には、コンビニエンスストアで弁当が販売されるようになり、1988年には、レンジにかけられる耐熱弁当容器が使用されました。バブル経済の影響もあり、カラフルで華やかなトレーも出現し、ライフスタイルに深く根ざすことになりました。

中央化学が生み出した製品



CFタイ
CF素材は成型性が大変良く、細かな模様と光沢が特長です。



CFザル
ざるの網目を模した形状で、スナックやフルーツといった幅広い種類で使用されています。



CTの開発
電子レンジにも対応でき、省石油資源を意識した新素材、CT(PP+タルク)の開発に力を入れました。

「中央化学の歴史」の
詳細はこちら



<https://www.chuo-kagaku.co.jp/corporation/history/>

1990年代

〈時代のニーズ・課題〉

エコ

デザイン性

- **平成4年(1992年)4月**
燃焼時の発熱量が少なく、透明性や表面の光沢に優れ、水蒸気や気体の透過率が低い等の特長を持った新素材アモルファスポリエチレンテレフタレート(A-PET)による食品包装容器「C-AP」の製造・販売を開始。
- **平成5年(1993年)7月**
「サンドイッチ射出成型技術」による量産および高度化研究施設として、埼玉県北埼玉郡騎西町(現埼玉県加須市)に中央研究所を新設。
- **平成5年(1993年)9月**
コア層に廃プラスチックを使用し、スキン層に品質の良い廃プラスチックを用いた大型2層成型品の新リサイクル製品「エコシリーズ」を開発し、チェア、テーブル、ベンチの販売を開始。

消費者の環境への 意識の高まりと法制化

大量消費社会を見直す機運が高まり、1990年代には「再生資源利用促進法」「容器包装リサイクル法」が施行。循環型社会への転換が始まりました。当社は、1990年にトレーリサイクルを開始し、1992年には環境に配慮したA-PET容器を発売しました。

中央化学が生み出した製品



CTデリカン
耐熱惣菜容器の元祖とも言うべきシリーズ。内外嵌合で防汁性に優れた製品です。



CF寿司容器
作業性の向上と美しいポリウム感を、シャープな形状でアピールした寿司容器です。



CT NJシリーズ
電子レンジにも対応でき、耐油性のある和食専用の弁当容器は、ベーシックでシンプルな形状です。

2000/2010年代

〈時代のニーズ・課題〉

マーケットアウト

ユーザビリティ

- **平成14年(2002年)2月**
使用済みトレーからバージン同等のトレーを東芝プラント建設株式会社(現東芝プラントシステム株式会社)などと共同で開発。
- **平成19年(2007年)1月**
創業50周年を迎える。
- **平成20年(2008年)4月**
西日本ハブセンターが完成。
- **平成22年(2010年)5月**
上海万博で唯一の容器供給メーカーとして指名を受ける(上海中央化学有限公司)。
- **平成24年(2012年)7月**
中国上海市に中国各現地法人の統括および管理支援等を目的とする環菱中央化学管理有限公司を設立。
- **平成27年(2015年)2月**
消費期限の延長を可能とする機能性容器である「ガスバリア容器」の製造・販売を開始。
- **平成28年(2016年)6月**
リサイクルPETシートを使用した「CHUO A-PET GREEN」の製造・販売を開始。

多様化する ライフスタイルに対応

環境に配慮した製品への需要が加速し、100%あるいは一部に植物由来の原料を使用した容器が誕生しました。ライフスタイルの多様化でさまざまな機能やデザインの容器が登場したことで包装容器市場が拡大。市場規模は5,000億円とも言われています。

中央化学が生み出した製品



CT沙楽
テーブルウェアとして食卓に並べられる、シンプルなデザインは市場から高い評価を受けています。



CFAキャセロ
カテゴリーに捉われずに和洋中どのジャンルでも、どの組み合わせでも使える食の変化に対応した容器です。



SDstyle
料理を引き立て、洗練されたお店の雰囲気そのままに美味しさを食卓まで提供します。グッドデザイン賞を受賞しました。

2020年代

〈時代のニーズ・課題〉

環境

機能

- **令和2年(2020年)3月**
環境配慮型素材「TALFA®(タルファー)」の製造・販売を開始。
- **令和3年(2021年)8月**
環境配慮型素材「バイオCF」「バイオCT」の製造・販売を開始。
- **令和4年(2022年)12月**
センコーグループホールディングス株式会社の子会社となる。
- **令和5年(2023年)10月**
中国子会社による自製紙製食品包装容器「SKS®」シリーズの販売を開始。
- **令和6年(2024年)6月**
中期経営計画「Challenge 2028」を策定。
- **令和6年(2024年)12月**
でんぷんを配合した環境配慮型素材「CST」の販売を開始。

環境意識の世界的な 高まりとサステナブル 社会実現へ

気候変動が地球規模で待ったなしの課題としてクローズアップされ、社会全体が温暖化防止に向けCO₂の排出抑制に動きます。当社も、石油由来プラスチックの代替素材を活用し、CO₂排出量の削減に資する食品包装容器の開発に取り組んでいます。

中央化学が生み出した製品



SKS®
紙製のサステナブル容器です。閉めやすく外れにくい嵌合設計で、積み重ね機能や積載効率にも優れています。



C-APG OFL
リサイクルPET「C-APG®」を使用した環境配慮型素材の製品です。OFLは青果物のリパックがしやすい本体蓋一体型の容器です。



CST 街デリBOX
植物由来のでんぷんを50%以上配合し、プラスチック使用量を半分に以下にした環境配慮型素材です。耐熱性、耐油性に優れており、弁当や温惣菜容器に最適です。

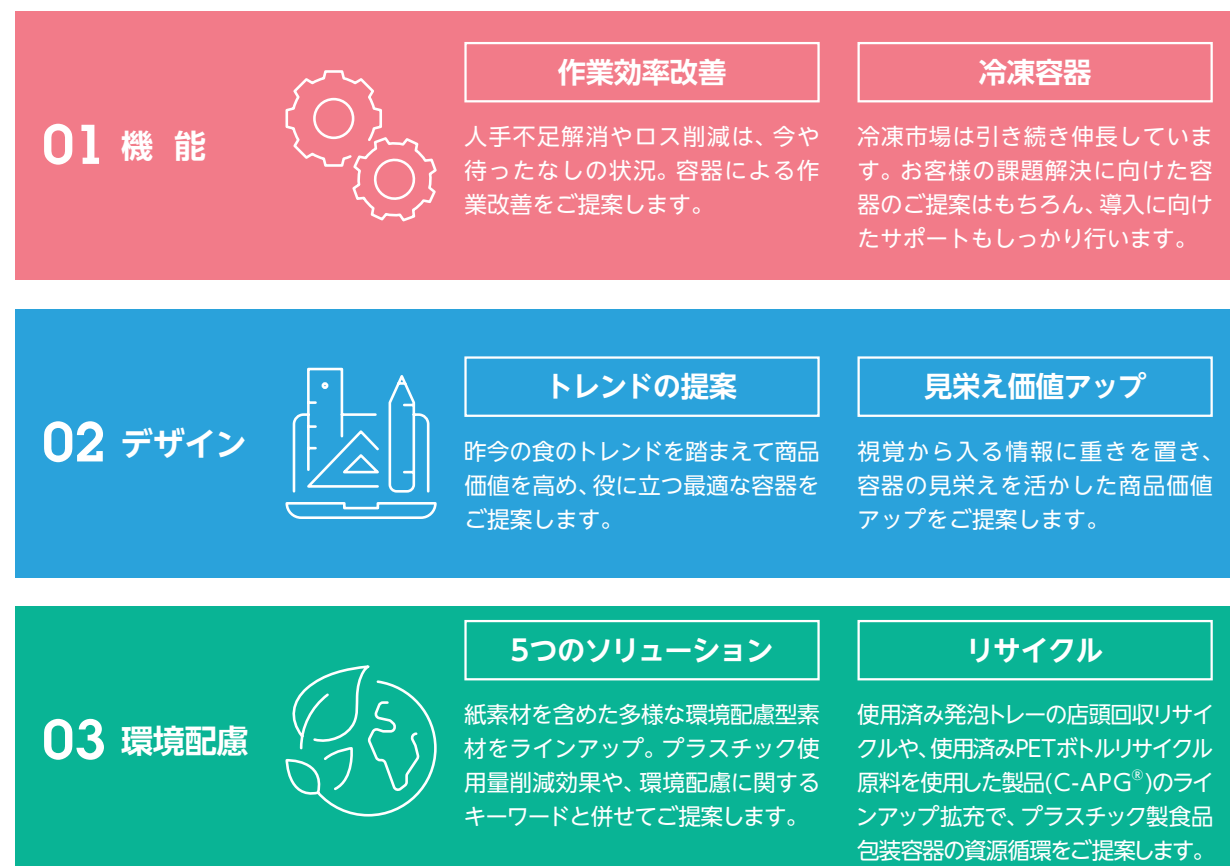
中央化学が提案する価値共創 ～Creating New Value～

食品包装容器メーカーとして、
食の安全・安心をサポートし、
人々の豊かな食生活に
貢献します。

日本における食品包装容器のパイオニア

1961年の設立より業界のパイオニアとして技術開発に重きを置き、さまざまな素材開発、製品開発を行ってきました。これからも、お客様とともに食品包装容器の新たな価値を創っていきたいという思いの下、持続可能な社会に向けたソリューションをご提案しています。

中央化学が提供する3つの価値共創



中央化学の3つの強み



1 時代を先取りする製品の開発・販売

最も環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナーとして、強みを活かした素材・製品を開発し、社会に発信します。

環境対応製品の開発

人びとの豊かな食生活と食文化に貢献することをミッションに掲げる当社の事業活動において、「環境配慮」は最重要の取り組み課題です。中期経営計画「Challenge 2028」では、「もっとも環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナーへ」を掲げ、幅広いお客様のニーズにお応えすべく環境配慮型製品の開発と拡充を推進しております。

特筆すべきは当社が中国に構える3拠点での開発ノウハウです。30年の中国での事業展開において、現在では中国国内のみならず、欧米・東南アジアなどその販売はグローバルに展開しています。そこで当社では、中国事業に集まる世界中の環境配慮への情報・ニーズに対するソリューションを中国事業起点で現地開発しています。例えば、2023年上市の紙容器「SKS®」シリーズは、東莞中央化学（広東省）に機械設備を導入、プラスチック製食品包装容器を生業としてきた当社において初めての紙を主原料とした自製食品包装容器です。また、

植物由来原料であるでんぷん（スターチ）を主原料（配合率50%以上）としたプラスチック配合素材である新製品「CST」は、当社の強みであるコンパウンド（配合）技術を応用して実現した、中国事業発の本

格的な新素材です。

ほかにも人手不足や食品ロスの解消による作業効率化を目指し、環境配慮をサポートする製品など、3R+Renewableに貢献する製品開発を推進しています。



2 モノづくりのネクストステージ 中国事業

プラスチック製食品包装容器は、14億人の人口を有する中国でも、人々の食生活を支えています。そして、中央化学は日本品質の安全・安心のブランドとして市場を牽引しています。

総合的な食品包装容器企業へ

日本の食品包装容器市場のパイオニアである当社は、中国の食品包装容器市場に着目、1994年より中国での事業展開を開始しました。以来当社が日本で培った技術力、デザイン力、そして安全・安心の品質は、中国においても信頼のブランドとして30年以上ご評価をいただいております。

現在は、海城（遼寧省）、無錫（江蘇省）、東莞（広東省）の3工場から中国全市場の需要に対応するとともに、欧米・東南アジアほか世界市場への拡販も積極的に行っています。

このように中国事業は世界の情報が集まる拠点となっております。そこで中央化学グループでは、中国事業を環境配慮型製品の開発拠点と位置付け、プラスチック製食品包装容器のみの取扱いにとどまらない、総合的な食品包装容器企業として活動していきます。

“ ”

ナショナルスタッフを原動力とした中国事業の成長



中国総代表 郁 方銘

中国事業は、上海市を事業拠点とする環菱中央化学管理有限公司が3工場5営業拠点を統括管理する形で運営しております。2012年の設立以来一貫して組織の強靭化および事業効率化を掲げ、ナショナルスタッフを積極的に登用した経営体制での事業運営により、環菱中央化学は設立以来、着実に成長を続けてまいりました。

ナショナルスタッフを積極的に登用した結果、問題解決力・技能を有する多くの従業員が育ちました。環菱中央化学が示す方向性を、優秀なナショナルスタッフの現場改善能力が実現するという好循環が中国事業発展の原動力です。当社の技術を活用した製品のバリューアップはもとより、スタートアップ企業との共創による新製品開発、市場開拓にも取り組み、企業価値向上および持続的成長を実現していきます。

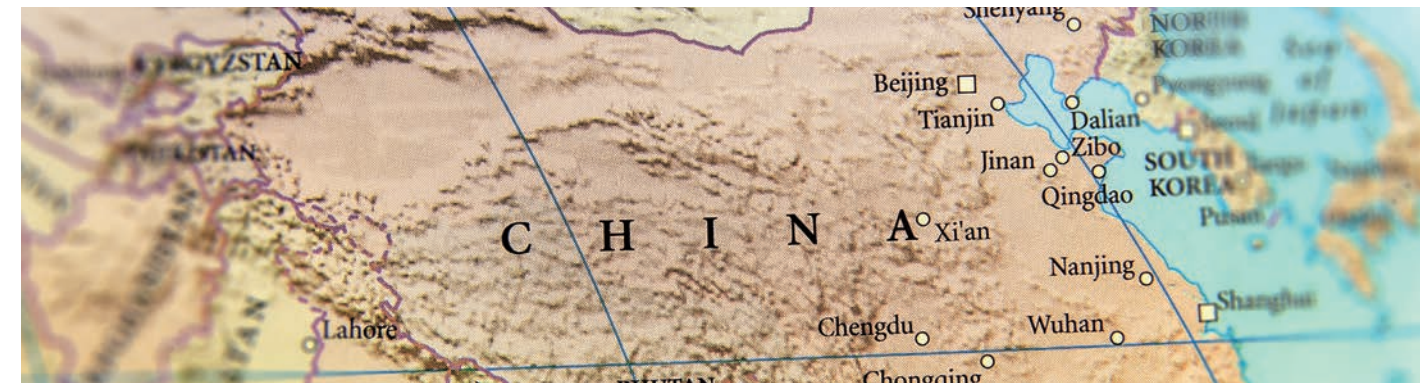
中国事業は製造・販売拠点としての役割に加え、新たに環境配慮型製品の開発拠点の役割を担うことになりました。日中協働で推進するプロジェクトの成功において、彼らの自主的な取り組みは欠かすことのできない重要な要素であり、この「現場力」こそが、中国事業発展のドライバーです。

“ ”

中央化学を世界へ発信

中国事業は欧米・東南アジアなど世界各国への販売チャネルを有しております。環境意識の高まりは世界的潮流です。そこで中国事業では、世界各国で開催される展示会において、独自開発の環境配慮型製品を中心に中央化学のソリューションを提案しています。

2024年度はシンガポール、アメリカ（シカゴ）、韓国（ソウル）、オーストラリア（メルボルン）、イギリス（ロンドン）、フランス（パリ）で展示会を開催。紙容器「SKS®」シリーズが好評をいただき、各地でご採用をいただいております。今後も積極的に世界に中央化学の新たな取り組みを発信していきます。



中国事業を主軸とした環境配慮型製品の開発

環境問題への対応は世界的な潮流です。中国事業から世界へソリューションを発信し続けます。

紙容器（「SKS®」シリーズ）

環境への配慮は中国のみならず全世界の課題です。なかでも自然由来のサステナブルな食品包装容器のニーズは世界的に高まっています。そこで当社は中国の工場に、紙容器の製造ラインを導入し、自社製品の開発・販売に着手しました。日中連携の下、これまで培ってきた技術力を活かした、プラスチック製食品包装容器メーカーとしての紙容器製造への挑戦は、環境への配慮だけでなく、プラスチックには出せない色合いや、これまでの紙容器ではなかった重ね陳列を可能にする底面形状（下駄形状）、閉めやすく外れにくい蓋など機能性の高さを実現。お客様より高い評価をいただいております。



「SKS®」シリーズ

でんぷん配合容器（CST）

中国では分解性プラスチック製食品包装容器の使用が推奨されています。この方針に対応するため、当社では中国発の技術を当社日本事業の技術開発力でアレンジ。プラスチックに自然由来のでんぷん（スターチ）を配合した新素材「CST」を中国現地で開発（海城中央化学 遼寧省）。植物由来のでんぷんを50%以上配合し、プラスチック使用量を半分に削減し環境にやさしいだけでなく、耐熱・耐油性を持つ、機能性に優れた素材が誕生しました。



CST 街デリBOX

3 センコーグループとのシナジー効果

当社は2022年12月よりセンコーグループの一員となりました。センコーグループがミッションに掲げる「人々の生活を支援する」は当社の理念とも共通するものがあるため、今後シナジー効果が発揮されると期待しています。特に大きなシナジー効果として期待されるのは、物流面を中核としたセンコーグループの持つお客様とのつながり・連携を強めることによる事業効率のアップが挙げられます。

センコーグループとは

センコーグループは、物流事業を中心に、商事・貿易、ライフサポート、ビジネスサポート、プロダクトなど、多様な事業を国内外で展開する企業グループです。物流の枠を越えた価値創造に挑み人々の暮らし、社会の発展に貢献しています。

物流のみならず、高齢化社会、健康、食、生活を支える事業展開で人々と社会に新しい価値を届けるセンコーグループにおいて、中央化学はプロダクト事業の中核企業です。食品包装容器で業界を牽引し、日本の食文化の発展に貢献するのみならず、中国を中心に世界の食文化の創造に邁進する中央化学の事業活動は、センコーグループのスローガン「Moving Global」に通じるものであります。

グループシナジーによる物流効率化

2024年度策定の当社中期経営計画「Challenge 2028」で掲げる経営方針「安全最優先の下、コスト削減による事業基盤の強靱化」において、物流効率化は中心的施策です。当社では、幅広い業界・業種のお客様に総合力を駆使して物流ソリューションを提供しているセンコーグループの協力により、当社ロジスティクス関連業務の解析・検討を実施。物流インフラの整備と効率化、交錯輸送の削減、輸配送体制の見直しによるコスト削減に着手しております。また、車両・燃料調達においても、センコーグループとしてのコスト削減が実現しております。



(株) ランテック (センコーグループ) との連携

2025年2月の全国スーパーマーケット協会主催スーパーマーケット・トレードショー (SMTS) 内の当社展示商談会では、センコーグループの (株) ランテックにも協力をいただきました。徹底した品質管理で、冷凍・冷蔵の食品輸送に強みを持つ (株) ランテックより、全国で展開する1ケースからの小口輸送サービスについて紹介しました。



製品ラインアップ

当社は食品包装容器の価値創造を追求し、社会との共生を大切にしながら、食に幸せと彩りを与え続けるというビジョンの下、人々の豊かな食生活と食文化に貢献するご提案をさせていただきます。

01 機能

人手不足解消や作業効率改善、食品ロス削減に貢献できる機能を搭載した製品を取り揃えています。

容器で作業効率改善

刺身容器「宝台」、寿司容器「宝台閣」、弁当容器「宝台膳」には盛り付け位置を一周囲う「囲い枠®」を搭載。食材のズレを防止する機能によって盛り付け作業を効率的に行うことができ、持ち帰り時にも見た目をキープできます。また、病院や介護施設、給食事業者といった人手不足に悩む市場をターゲットに「カインド®」を開発。食器洗浄作業の負担を軽減することで、業務の効率化をサポートします。

宝台



宝台閣



宝台膳



カインド®



冷凍からレンジまで

「フロズ」は弁当や軽食、おかず、セットメニューにおすすめな冷凍対応容器です。耐寒素材の蓋をラインアップするほか、トップシール包装などお客様の使用環境に応じてさまざまな包装形態に対応することができます。「冷パック」は冷凍自販機対応の耐寒フードパックです。自販機の落下衝撃による開封や割れを防げるよう、2カ所で嵌合する設計と耐寒PP素材を採用しています。

フロズ



冷パック



機能性容器で品質長持ち

特殊加工されたフィルムと容器で、鮮度保持ガスを密閉する「ガス置換トップシール包装 (MAP)」や、酸素や窒素を通さない密閉包装で食品の鮮度を保持する「バリアスキンパック」といった機能性容器をラインアップ。生鮮食材や惣菜などの消費期限を延長させることで食品ロス削減に貢献します。

CFPトレー



TSトレー





02 デザイン

食材を引き立て美味しそうに魅せるフォルムや、当社独自のカラーバリエーションで、売り場に存在感を放つ商品づくりをサポートしています。

商品を引き立てる容器フォルム

「鮮烈」は「プレミアムエッジ®」という天面と四隅の角が鋭角な蓋を組み合わせることで、発泡素材特有の丸みのある形状が軽減し、シャープな見栄えを実現しています。「美栄え桶」はラップトレイですが、シャープな四隅の形状により、身蓋セット容器に引けを取らない高級感を演出することができます。

鮮烈



美栄え桶



商品を彩るカラーバリエーション

他にはないカラーバリエーションで売り場の一押し商品を目立たせたり、季節ごとに使い分けることで他の商品と差別化を図ることができる製品を取り揃えています。

「鮮鋭」シリーズの「スパークルB・OR」柄は、瑠璃色ベースの涼しげなスパークルBと、安心感や温かさを感じさせるスパークルORのカラーを、季節ごとに使い分けることで旬ネタ商品を売り場で鮮やかに演出します。「デュオ」シリーズの「ネオB・P」柄は他にはないネオカラーで、定番の売り場で目に留まる商品を作り出します。

スパークルB (鮮鋭)



スパークルOR (鮮鋭)



ネオB (デュオ)



ネオP (デュオ)



03 環境配慮

地球温暖化防止には二酸化炭素をはじめとした温室効果ガス排出を抑制することが不可欠です。中央化学ではプラスチックの代替素材として自然由来の原料を主原料とした製品を提供しています。

Reduce

植物由来のでんぷんを50%以上配合したCST素材や、天然資源「タルク」を50%以上配合したTA素材で石油由来プラスチック使用量およびCO₂排出量を削減します。

CST (Chuo Starch®)



街デリBOX

TA (TALFA®)



DINER

プラスチック
使用量
※
▲50%
(当社PP比)

※ 燃焼時のCO₂排出
量50%削減
(当社PP製品比)

Renewable

石油由来プラスチックの代わりに、紙や持続可能な植物由来の有機資源 (バイオマスプラスチック) を代替素材として使用することで、CO₂排出量を削減し、カーボンニュートラルに貢献します。

紙



SKS®

バイオTP (BTP)



めん鉢

バイオCT (BCT)



はるか

バイオCF (BCF)



宝台



バイオマス
使用部位: 容器本体の一部
No.230231



バイオマス
使用部位: 容器本体の一部
No.190087



バイオマス
使用部位: 容器本体の一部
No.190442

Recycle

使用済みPETボトルを原料として使用し、プラスチック製食品包装容器のリサイクルに貢献します。

C-APG®



OFL



ベジマグ



SDL

CO₂ 排出量
※
▲27%
(当社A-PET比)



エコマーク認定番号
15 118 006

CHUO A-PET
green®

※ 同重量における当社素材間の比較結果です。(当社調べ)
個別製品間で比較する場合は形状・サイズ毎にCO₂削減効果は異なりますので営業担当までお問い合わせください。

Top Message

ニーズに応える新製品開発と成長を支える経営基盤強化の実行

中期経営計画「Challenge 2028」の完遂に向け、環境対応を含めたあらゆるニーズに応える製品ラインアップの確立を図り、人びとの豊かな食生活と食文化に貢献します。

代表取締役社長

室園 康博

事業の成長は「全員創意」とともに

私たち中央化学株式会社は、1961年の設立以来、食品包装容器のパイオニアとして、豊かな発想と技術革新を通して社会に貢献してまいりました。その事業活動の根底には、創業者が示した「全員創意」という社是がありました。これは「経営トップから新入社員まで、全員が自分の頭で考え、創意工夫を凝らして世のため、人のためとなる価値を生み出す」ことを目指すものです。

この「全員創意」の考え方が浸透し、時代のニーズを的確に捉えた当社特有の付加価値の高い製品をタイムリーに開発・発売することで、お客様に高い評価をいただいています。スーパーマーケットでの店頭回収リサイクルを1990年に先行して着手したのも当社です。また、環境意識の高まりや日本の食文化ならではの容器へのこだわりに応えるべく、お客様の多様なニーズ・環境要求に対応したラインアップを幅広く取り揃えていることが当社の強みだといえます。

当社の競争優位性は、昔も今も変わらず時代のニーズをいち早く捉え、課題解決に取り組んだ結果といえるでしょう。これからも、「もっとも環境対応に優れた製品群を提供できる唯一無二の存在」になることを目指してまいります。そのうえでは、「独自の柱となる製品ラインアップ」を拡充し、市場においてご評価いただくことが事業成長の要になると考えています。

重要な理念体系を全社に浸透させるための「相互コミュニケーション」

2024年度に当社では、これまでの社是「全員創意」の基盤になる考え方として、社会からの要請に応えられる企業となれるよう、当社のMission（存在意義）を「人々の豊かな食生活と食文化に貢献する」と定め、それを目指す指針としてVision（目指す姿）、Value（共有の価値観）を明確にしました。これらは、今まで中央化学で謳われていた経営理念

を変わることなく継承する一方、改めて定めたVisionとValueは社員の意識を方向づけ、それぞれの役割を全うすることで計画実現につながることを表す、非常に重要なものだと思っています。

こうした認識の下、理念や中央化学の進む方向性を社内へ浸透すべく、現在私が先頭に立って中国を含めた各拠点での車座ミーティングを展開している最中でもあります。ミーティングの中では、現場での自身の経験を踏まえた安全講話なども行っているのですが、社員から経営に対するさまざまな提言を率直に聞くことができる貴重な場となっています。早々に効果が目に見える活動ではありませんが、これからも社員との相互コミュニケーションを繰り返し重ねることで、理念体系をはじめ、何事に対しても原理原則・こだわりの重要性、また安全の大切さの浸透を図っていきたいと考えています。

中期経営計画「Challenge 2028」の展開状況

定量面では一部製品のダウングレード発生等により初年度はやや苦戦

当社を取り巻く事業環境として、食品価格の高騰が継続していることから節約志向が続き、消費者の買い上げ点数が減少する傾向にありました。このような中、当社としても原料価格の高騰を起因とした製品販売価格の値上り要請を余儀なくされる状況となりました。その結果、一部製品について包装容器の小型化・製品スペックのダウングレードが発生したことや、全体的な販売点数減、値上り交渉タイミングの判断の難しさ等も相まって、中期経営計画初年度の収益面はやや苦戦を強いられる形となりました。

定性面では計画以上の合理化効果と画期的な環境配慮型製品の開発に奏功

このように収益面ではやや苦戦を強いられたものの、中期経営計画内で掲げる方針に基づく各取り組みは順調に進捗しているものと手応えを感じています。

1つ目の方針「安全最優先の下、コスト削減による事業基盤の強靱化」では、効率生産を目的とした設備の開発・改修や、倉庫の効率的活用、輸送効率改善を進めることができています。これら一連の取り組みが奏功し、当初計画では最終年度となる2028年度までに、100人超の省力化として約6億円の効果、および物流合理化による約10億円の効果を狙っていたのですが、現在はこれらへさらにプラスで数億円以上の合理化実現の目途をつけることができました。激しい価格競争は今後も継続していくと思われ、安全・高品質を変わることなく担保した上で、一層の事業基盤の強化に努めてまいります。

2つ目の方針「開発体制を強化し、ラインアップ拡充による事業拡大」では、当社は「価値共創」「環境」をキーワードに研究開発を進めています。これを体制面でより担保すべく、それまで生産・技術本部の中にあった研究開発部を、2024年度に研究開発本部として組織改編しました。また同じく2024年度では、植物由来のでんぷん（スターチ）を配合した環境配慮型素材「CST（Chuo Starch®）」の販売を開始いたしました。この素材は、本社研究開発本部と中国事業が合同で開発し、中国現地法人で製造、日本で販売を行うものであります。中国事業は、中国本土の市場のみならず欧米市場・東南アジア市場への販売ルートを持っており、世界のニーズを理解しているといえます。グローバルマーケットを熟知した中国事業との連携を強化し、今後とも日本市場へ新たなソリューションを提供していく予定です。

3つ目の方針「環境対応への取り組み強化（業界No.1を目指す）」では、5つの環境ソリューションを掲げ、環境へ配慮した製品の提供を行っています。2024年度はこの中の一つ、中国現地法人（東莞中央化学）で製造、日本で販売をする紙容器「SKS®」シリーズの販売基盤を充実させることができました。お客様のご要望を取り入れて機能を充実させるとともに、プラスチックでは表現できない色柄の実現やカラーバリエーションの充実を図ることで、着実にお客様からの支持を増やすことができています。

成長のための投資を戦略的かつ計画的に遂行していく

当社が扱う製品は、人々の生活に不可欠な「社会的インフラストラクチャー」の一つであり、また、個食化が進む中で食品包装容器の需要は今後も増えていくことが考えられます。よって当社もしっかりと市場と向き合い、お客様のニーズに応えていくことが変わることなく重要であると考えています。

このような考えの下、営業面では成長市場に対して着実に拡販していくとともに、大きなテーマとして、新素材で新市場を着実に開拓していくことへ取り組んでまいります。投資計画は、①工場効率化投資、②新素材開発投資、③物流効率化投資、④業務効率化投資（情報化投資など）を検討しています。2025年度からそれらの効果の発現を見込んでいるもの、中期経営計画で掲げる長期的・抜本的改革につながるものなど、その範囲は広範にわたりますが、着実に計画を実行することで、将来の安定的成長につなげていきたいと考えています。

また、当社では2025年度下期に、環境配慮型新製品の上市を予定しています。これからも「CST」および「SKS®」シリーズの充実と拡販による新市場の開拓、需要が高まる冷凍食品や介護施設でのワンウェイユースといった新しいニーズへの対応、そして環境配慮型製品の開発による革新的ソリューションの提供などを鋭意強化し、お客様の多様なニーズ・環境要求の全てに対応するラインアップの構築に努めてまいります。

圧倒的なスピード感／環境対応技術／コストメリットをもたらす中国事業

当社では、1994年から1996年にかけて中国に生産・販売拠点を設けたのが中国事業のはじまりです。国際社会でのプレゼンスを高める中国において約30年の事業展開の実績を有し、当社の主力工場としては現在、海城中央化学有限公司、無錫中央化学有限公

司、東莞中央化学有限公司の3工場を現地に展開しています。中国事業を通じては、圧倒的なスピード感と高いレベルでの環境対応技術力、コストメリットといったものを率直に感じており、これからも日中両事業の持つグローバルな販売網を活かし、世界の食文化への発展に貢献してまいりたいと考えています。

物流部門だけでなく人財育成面においてもセンコーグループの一員としてのシナジーを追求

当社はセンコーグループとしての新経営体制の下、物流改革においてはロジ・ソリューション（株）（物流コンサルタント）の協力を得ながら、物流効率化実現に向けてさまざまな検討を進めてまいりました。当社の課題を大別すると、①品揃え・製品補充体制の見直し、②輸配送体制の見直し、③生産拠点の見直しにあると認識しています。親会社のノウハウやセンコーグループの全国物流網を活かし、物流インフラの整備と効率化を進めることで解決できる課題も見えてきました。また、病院や幼稚園、保育園への給食配送などこれから計画する取り組みにおいても、センコーグループの一員としてのメリットを最大限享受できるよう、緊密な連携を図ってまいります。

さらに、センコーグループは人財育成についても秀でている存在でもあります。物流部門の取り組みとは別に、人財育成についてもセンコーグループ協力の下、各種階層別研修を活用していきます。

「全員創意」で発展し、「Challenge 2028」を完遂する

5カ年の中期経営計画を策定し1年が経過しました。2028年度に掲げるありたい姿の実現に向けて万策を全うする、経営計画を必達させることが、私に課せられた使命であると真摯に認識しています。

なお、メッセージ冒頭の方で車座ミーティングをご

紹介させていただきましたが、そのほか昨年度募集した従業員提案を通じては、専門的なところから会社全体に至るまで、多岐にわたる業務改善の提言がなされる等、社員が多くのアイデアを持っていることを実感するに至りました。このことはまさに「全員創意」の証左でもあり、彼ら彼女らの意見・声をしっかり引き上げることができれば、その結果として中期経営計画に掲げた目標は確実に達成できるであろうと強く確信する次第です。

社員からの意見を反映した形で経営や現場が改善された場面に社員が遭遇すると、それに触発されて士気が上がり、さらなる新しい提言が生まれるという好循環が当社の中で巡っています。そうした社員のモチベーションが一層向上するよう、人事制度・研修制度・専門職制度をこの1年かけて見直し、2026年度から本格的に新人事制度をスタートさせる段取りも進めています。

社事である「全員創意」は終わりのないテーマとも言えますが、そこから生まれる一つひとつの取り組みは着実に成果を生み出し、当社理念体系の最上位であるMission「私たち中央化学は、人びとの豊かな食生活と食文化に貢献します」へ、我々は歩みを続けています。これからもその歩みを全うすべく、現行中期経営計画を通じて会社の体質をより強固なものとし、環境対応を含めた製品ラインアップを充実させてまいります。そして、業界内だけでなく社会全体の中で「開発の中央化学」としてのプレゼンスと認知向上に努めてまいりたいと考えています。

ステークホルダーの皆様方におかれましては、変わることなくご指導・ご鞭撻の程を何卒宜しくお願い申し上げます。どうぞこれからの私たち中央化学の展開にご期待ください。



中期経営計画

Challenge 2028

これからの中央化学の進む方向性を社内外に明示し、事業の成長発展に向けた新たな中期経営計画「Challenge 2028」を策定しました。

中期経営計画では、2028年のありたい姿を「もっとも環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナーへ」と定め、「安全最優先の下、コスト削減による事業基盤の強靱化」、「開発体制を強化し、ラインアップ拡充による事業拡大」、「環境対応への取り組み強化（業界No.1を目指す）」という3つの経営方針を打ち出しました。

中期経営計画
の考え方2024年
年初予算

コスト削減により事業基盤を強化しつつ、独自の柱となる製品ラインアップを拡充していく

2028年
ありたい姿

もっとも環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナーへ

Mission
&
Vision

人びとの
豊かな食生活と
食文化に貢献する

Visionの実現に向け
計画を確実に実行

外部環境の変化

- 少子高齢化
- 環境意識の高まり
- 市場競争激化
- 働く人の多様化

3つの経営方針

- 1 安全最優先の下、コスト削減による事業基盤の強靱化
- 2 開発体制を強化し、ラインアップ拡充による事業拡大
- 3 環境対応への取り組み強化（業界No.1を目指す）



センコーGの一員としての強み
（総合物流力）

2028年ありたい姿

もっとも環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナーへ

2028年度財務目標

売上高 581億円
経常利益 26億円
経常利益率 4.6%

2028年度非財務目標

自社温室効果ガス排出量削減
(Scope1・2) ▲26%
環境配慮型製品・商品販売構成 27%
女性管理職比率 10%以上

設備投資：280億円（うち戦略投資：200億円）

支える土台

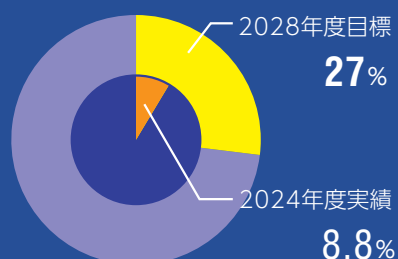
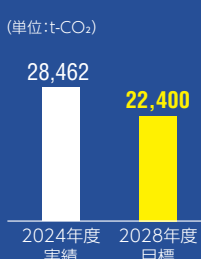
競争力（技術開発・販売・生産）／経営基盤（人財・財務・情報）の強化

2024年度の振り返り

昨今の厳しい事業環境下、当社は幅広い施策によって事業基盤強化や環境対応に取り組んでまいりました。

この1年間で工場と物流の合理化、改善施策への取り組みがいくつも始まっており、数値目標には若干届かなかったものの大きな手応えを感じております。

2025年2月に開催した「スーパーマーケット・トレードショー2025」では環境ソリューションや人手不足対策などを明確に打ち出した展示が好評を博すなど、2028年ありたい姿に向けて着実に歩みを進めております。

環境配慮型製品・商品の
販売構成比温室効果ガス
排出量削減

経営方針

1

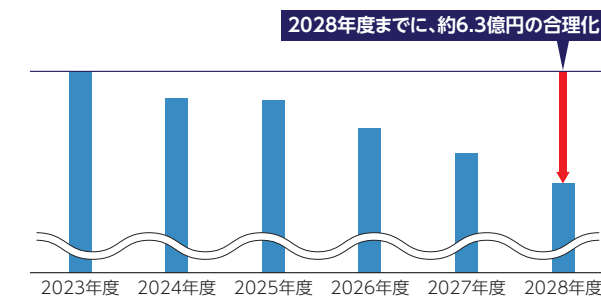
安全最優先の下、コスト削減による
事業基盤の強靱化

生産と物流の合理化による16億円のコスト削減により、会社の強靱化を図る

生産効率化

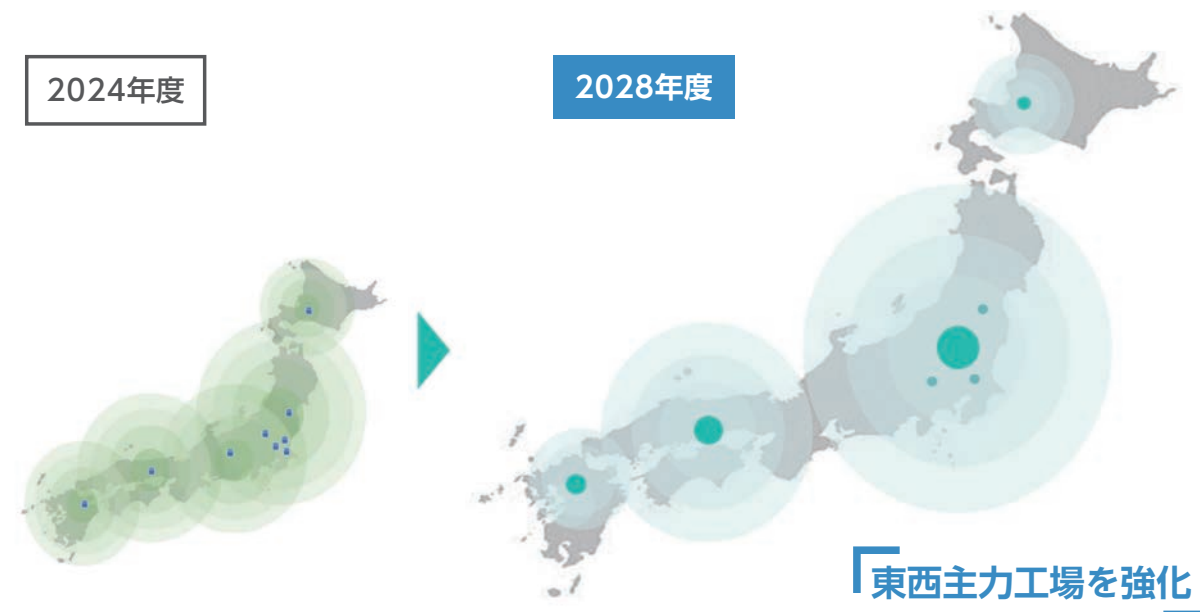
- 成型工程の合理化、作業負荷軽減
(2028年度までに9.5億円を投資し、100人超の省力化)
- 新製品の効率的生産体制の構築と、金型償却投資の抑制
- 国内8工場のうち、東西に主要拠点を設け効率運用を目指す
- 「4つのゼロ」(保安事故ゼロ、労働災害ゼロ、環境事故ゼロ、品質重大クレームゼロ) 達成に向け、全社の環境安全を統括的に運営
- 老朽化設備の「見える化」による計画的な更新

合理化による費用削減目標



2024年度

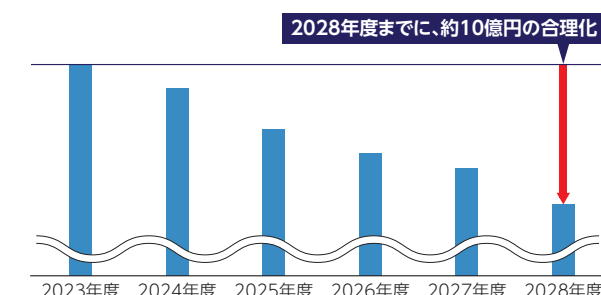
2028年度



物流効率化

- センコーグループとのノウハウとシナジーを最大限に利用した物流改革
センコーグループの物流網を利用した配送の安定化のほか、物流インフラの整備と効率化を進める
- 東西にメイン生産拠点を配置し、交錯輸送を大幅削減
- 全社倉庫の一元管理化
※ 在庫補充をタイムリーに行うことで、欠品防止、長距離路線便の軽減に寄与

合理化による費用削減目標



経営方針

2

開発体制を強化し、
ラインアップ拡充による事業拡大

独自の柱となる製品ラインアップの拡充

プラスチック使用量を削減

軽量化・薄肉化・発泡技術の開発による省資源への取り組み。



デリグー（深型）

エコ素材でCO₂排出量削減

バイオマス由来原料使用でCO₂排出量を約7%削減。



宝台閣

機能性容器で食品ロス削減

【Ever Value】

鮮度保持ガスを容器内に密封。
加工オペレーションを
改善することで
消費期限を延長。



CFPトレー

新素材でさらなる環境対応

再生可能資源である紙を使用した積み重ね可能な
サステナブル容器。



SKS®

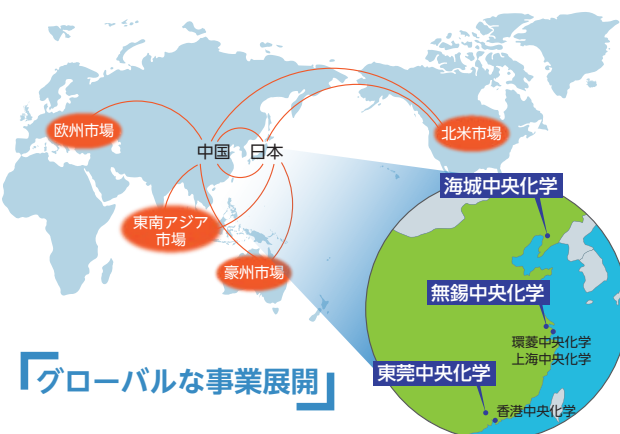
中国事業とのタイアップ

日中共同
技術開発

中国事業では、新たな環境配慮型素材に着目し、日中連携の下で製品開発を進めており、食品包装容器の総合企業を目指す取り組みを行っています。同国には環境対応型のスタートアップが多く、開発スピードが速く生産コストも安いと、今後もこの強みを最大限活用していく方針です。

中国から日本市場、さらに世界市場に向け発信

国際社会でのプレゼンスを高める中国において日系企業としての技術力、デザイン力、安全・安心の品質は中国市場においても厚い信頼を獲得してきました。日中両事業の持つグローバルな販売網を活用し、世界の食文化の発展へ貢献します。とりわけ環境問題への対応は世界的な潮流であり、中国独自の素材開発に加え、紙製品やバイオマスを主原料とした環境対応容器、木製カトラリー等、幅広い製品・商品ラインアップを実現し、全世界へ供給しています。

世界の動向を
日本・中国の市場へ世界マーケット
への拡販

「グローバルな事業展開」

経営方針

3

環境対応への取り組み強化（業界No.1を目指す）

当社は、「もっとも環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナー」を目指して、生産・物流の徹底した合理化、環境配慮型製品の開発と上市、使用済みプラスチックのリサイクルの高度化などあらゆる環境対応への取り組みを推進し、社会全体の温室効果ガス削減に貢献できる、業界No.1企業を目指します。

環境配慮型製品の開発と上市

当社は、環境負荷の低減に資する環境配慮型製品の開発により製品ラインアップを拡充、お客様ごとのあらゆる環境課題に対して、最適なソリューションを提供します。

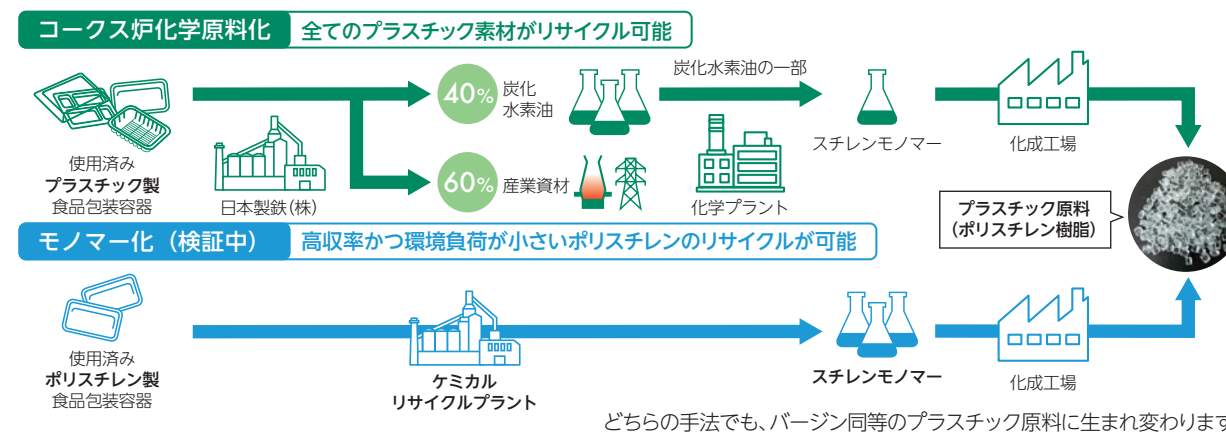
リサイクル原料を活用した製品

当社CHUO A-PET GREEN®(C-APG)は、使用済みPETボトル由来のリサイクル原料を活用した環境配慮型製品です。新規の石油由来プラスチックの使用量およびプラスチック廃棄物の削減により、温室効果ガス削減に貢献します。



使用済みプラスチックのリサイクルの高度化

当社は、ケミカルリサイクル技術を活用した使用済みプラスチックの再資源化を進めています。既存のケミカルリサイクル手法および現在検証中の新たなケミカルリサイクル手法によって、再び食品包装容器に生まれ変わる完全循環型リサイクルを目指します。



どちらの手法でも、バージン同等のプラスチック原料に生まれ変わります。



社員座談会

「全員創意」でステークホルダーの期待に応えていく

中期経営計画の実現、またステークホルダーからの期待へ応えていくために挑戦していることなどについて、営業／研究開発／生産／物流部門の各領域から社員が集まり座談会を開催いたしました。

それぞれの立場・目線から捉えた
中央化学の競争優位性とは

栗原 研究開発本部に所属する私は現在、新素材の開発をメインとしています。具体的には、新素材開発の計画立案⇒ラボ試作⇒評価⇒方針決めを繰り返してトライし、試作評価の良好なものは生産機を用いてスケールアップ試験へ移行。そこで生産可能と判断されたものが、関係部門との細かい連携のうえ、上市に至ります。そういった中では中国拠点との連携機会も多いのですが、日本の素材を中国に展開したり、中国で製造するタルク原料を改良してもらって日本で試験を行うなど、研究開発面で中国との連携は大きな強みとなっています。

望月 私は現在、生産・技術本部の山梨工場にて主に成型分野に携わっています。特定のユーザー様で

は2社購買で取引されており、そうしたユーザー様の中から当社製品は品質が安定しているとのご評価をいただくことができます。それが生産・販売についての大きな自信となり、会社全体としての確固たる強さ、またお客様からの信頼獲得につながっていると考えています。

染谷 現在私は営業本部の管理職として、製品開発や営業サイドへの販売支援等に主に従事しています。先にお話が出たように、その中では中国拠点とのやり取りも含まれるのですが、コスト競争力や技術力、中国市場に集まる世界中のトレンド情報の活用など、企画・開発から販売支援まで横断的に携わる立場からしても、中国事業の展開は他社には類を見ない当社ならではの競争優位性になっていると考えています。

竹内 現在私は物流・購買本部に所属し、物流費削

減と業務効率化に向けた物流全般のデータ管理、分析および可視化、ツールの作成、変動費予算策定と予実分析などに携わっています。物流面においては、センコーグループの一員としての総合物流力が大きな強みとなっています。一例ですが、当社だけで車両が足りなかった場合、当社製品はとても軽いものが多いので、重量は重いけれども荷台スペースには余裕がある飲料関係と一緒に運ぶことができないか等の検討をセンコーグループと連携し進めております。

中期経営計画実現に向けての
それぞれのチャレンジとは

竹内 2028年度までの11億円の合理化実現に向けて、作り過ぎや不動態在庫抑制を含む徹底した在庫管理による経費削減や、横持ち運賃（生産工場から販売エリアへの物流輸送費）の削減等に努めています。特に横持ち運賃の削減に関しては、品揃えを含めてこれまで各拠点に任せていたものを本社での一元化とすることにより、輸送効率化とムダのない品揃えの実現を目指しています。

望月 安全面の取り組みとして指差呼称やヒヤリ・ハット活動等を軸に、労働災害0（ゼロ）を目指しています。特にヒヤリ・ハット活動においては、現場での「気づき」を声に出して共有することを重視しており、現場作業者の危険に対する感度向上や、危険箇所の抽出・改善に一丸となって取り組んでいます。またもう一つ、工場に与えられたテーマである合理化に向けては、変わることなく技能の継承というものを大切にしながら、生産ラインの生産品目変更による金型交換作業の省力化や、新規自動設備の導入を進めています。

染谷 環境対応の目玉として紙の包装容器を事業化してから約2年になるのですが、営業サイドとしても、紙の取り扱いに対する知識や経験値がまだ不足していると率直に捉えています。これからのビジネスの中で紙の位置付けを明確に示すことで、環境配慮を志向するお客様への選択肢の一つとしての認知を広め、環境対応で業界No.1を目指す中央化学の大きな柱として紙容器事業を成長させたいと思います。

栗原 現行中期経営計画で新製品売上のさらなる積み増しが計画される中で現在、中国を巻き込んだ大型新素材の開発を進めています。そこにおいては当然リサイクル性という視点、そして市場の声・ニ



ズの取り込みが重要なものとなります。これからも営業部門の染谷さんと連携を図り、素材開発を正しい方向へ適宜調整しながら進めていきたいと考えています。そして先に申し上げたように問題なく安定生産へとつなげ、売上増に貢献していけたらと思っています。

仕事を通じて感じる
やりがいや働きがい

染谷 先に申し上げた内容と対比する視点となりますが、新たな紙事業推進のためにこれまでの経験を活かしつつ、新たな知識習得であったり市場ニーズ把握、製品開発、販促・営業支援など能動的に活動できるところに、やりがいや働きがいを感じます。また、部門横断的に色々な対話をしながらそういった一連の活動の先に、当社としての優位性が出るようなバリューチェーンを仕立てることができた時にはさらに大きな喜びを感じています。

栗原 新素材開発において、複雑な試作を繰り返し、本生産実機を用いた試作試験を計画どおり完了できた時は、時間をかけて事前打ち合わせや準備をして良かったと充実感を得るとともに、次につなげようという意気込みを持てます。

望月 工場の生産ラインは1ラインで多種多様な形状の製品を生産しており、自動ライン（無人ライン）を確立する上ではハードルが上がります。そうしたハードルを前に対応する設備を考え、メーカーと打ち合わせ、ラインとして運用が確立した時にやりがいと安心感が生まれます。

竹内 外注生産品の入庫場所を販売エリアの最寄り物流へ直納する形とし、また輸入製品のコンテナ受入場所を変更することで、横持ち運賃や入出庫料の削減を進めることができました。11億円の合理化実現に向けては小さな施策かもしれませんが、これ



からも一つひとつの取り組みを着実に積み重ねていきたいと思います。

キャリアアップや多様な働き方に対する支援制度の活用状況

栗原 センコーグループの研修に参加させていただいています。年度前半開催の第1部では、後輩や周囲にやる気を起こさせるコミュニケーションのポイントや、問題の原因を深掘りしていくロジックツリーという手法を学ぶことができました。普段考えないことを学び、業務のうえで考える手段を増やすことができたと感じています。年度後半の第2部ではより具体的な内容となり、実務で活かしていきたいと考えています。

竹内 現在、統合管理ツールを用いてデータベースを作成し、それを基に生産数量や生産のタイミング等の提案を行っている状況にあります。今後、そこでのヒトによる分析・判断を取り除き、AIを使ってより高精度な未来予想ができるよう、センコーユニバーシティのデータサイエンス研修に参加して、物流予測の可視化や予測に影響する要因抽出が可能なdotData (AIツール) の習得を目指しています。労働人口の減少に歯止めが効かない中、AIツールによる各拠点業務の簡素化は必須のテーマと考えます。また率直に言って、当社のDX環境はやや見劣りする部分があるのも事実です。これからAIツールの活用方法の習得および導入を進めていくことで、高精度な生産計画や、適正な物量による保管スペースの効率化等の実現を目指したいと考えています。

望月 当社では、フレックスタイム制度が導入されたり、子育てと仕事の両立に関する諸制度が整っているなど、働きやすい職場づくりを目的とした取り組みが相応に充実しています。しかし、職場自体がそれらを活用できる環境になっていなければ何ら意

味はありません。このような観点の下、工場では育休の間、人員が減少しても問題が起きぬよう、週単位で生産工程を確認して優先停止号機を決め、臨機応変に稼働できるラインを定めています。これにより、現場作業者の負荷を減らすとともに、育休を取りやすい環境を整えています。

社は「全員創意」が根付く組織風土 働きやすい会社への変容

染谷 これまでの当社はどちらかというとトップダウン的な企業文化にあったのですが、ここにきて最近では望月さんがお話されたように体制・制度面も大きく変わり、若い人たちにとって非常に働きやすい環境や風土になってきたのではないかと率直に感じています。なお私は、紙容器開発や新素材といった新しいチャレンジを行う事業推進部の中で働いているのですが、若い部下たちは決して上からの指示待ちではなく、各自能動的に色々な意見を出すことができます。その中から良いアイデアについてはすぐ取り入れるようなスタンスで組織を回し、まさに全員創意を実践している状況にあると言えます。勿論、経験値に基づいて判断しなければならぬ部分もあります。その点に留意しながら、アイデア取り入れ後の効果検証も皆でしっかりと行い、全員創意の実効性向上を図っているところでもあります。

栗原 今、新しいプロジェクトの中で難しいことにトライしている真っ只中にあるのですが、そうした難関をクリアすべく、研究／生産／営業など、関係部署とのコミュニケーションがとても増えてきていると感じています。こちらまさに全員創意でより団結力が上がってきていることを実感しています。

望月 生産現場では、全ての従業員が全員創意を意識し、同じ立場で日々業務に取り組んでいます。昨



今では、以前と比較して多くの女性が工場の業務に携わっており、工場現場の改善に大いに貢献しています。今後は男女問わず誰もが安全に働けるよう、負荷の高い重労働は作業改善し、快適な職場環境を作り上げることが新たな目標になっています。

竹内 染谷さんから働きやすい環境や風土変化についてお話が出ましたが、そういった観点から私の方では、部活動の再開を評価点として挙げておきたいと思います。私は陸上部と、街道を歩く会に所属しているのですが、普段接することがない他部署の方と交流できるようになりました。また、物流・購買本部では公式キャラクターであるトレーマン®をワンポイントに入れたポロシャツを作成したのですが、それぞれのご家庭で大人気のようでした。

染谷 フォトコンテスト、カレンダー、ピンバッジなど、トレーマン®がインナーブランディングの中で積極的に扱われるようになり、以前にも増して会社の雰囲気も明るくなってきましたよね。他方、当社は年間約70億枚程の容器を生産しているにも関わらず、一般生活者における認知が低いことを大変もったいなく思っています。当社の名前は知らないけれども、この日本に住むほとんどの方々が間違いなく当社製品を手にとされている計算になる訳でもあり、トレーマン®を活用した販促支援など、当社のアウトナーブランディングへも積極的に取り組んでいきたいと考えています。

今後の抱負 ステークホルダーの 期待に応えていくために

栗原 時代に合った素材開発、環境負荷が少ない素材、単身世帯や共働き向けの冷凍食品向け素材、リサイクル性に優れた素材などが引き続き求められています。光沢や柄、透明性などの容器の見栄えの良さも根強く要求されており、それら期待に添える素材開発に努めていく所存です。性能とコストと生産性を踏まえた開発となり、大変な一面もありますが、食品包装容器に何が求められているかアンテナを巡らせつつ、原材料情報や製造手段などに関する新しい情報を常に収集し、開発の糧としていきます。また現在は、これからの中央化学を担うとも言える大型の新素材開発の真っ最中にあるのですが、上市後の拡販を見据え、その新素材を安定的に生産できる技術確立にも注力してまいります。



望月 お客様に安心してご使用いただける製品が、信用のおける製品となり、会社の信用や信頼、評価へとつながります。これからも4つのゼロ（保安事故ゼロ・労働災害ゼロ・環境事故ゼロ・品質重大クレームゼロ）をトッププライオリティとしながら、日々の生産活動に努めてまいります。また、環境素材が世の中の動きとして求められたり期待されたものであることをしっかりと認識のうえ、需要が高まり生産量が増加した時に、新規素材に対応した成型条件を見極め安定生産できるよう、生産体制の一層の整備や強化に努めてまいります。

竹内 物流2024年問題や働き方改革によって、今まで走行できていた距離が急に走れなくなったという事象が過去にありました。そして最近では物流費の高騰が懸念される状況ともなっています。今後に向けては、営業部門とより一層密に協業しながら輸配送効率を図り、例えば毎日配送していたものを2日に1回としてまとめるなど、お客様のところに届ける回数の削減などに取り組んでいく方針です。それにより、ドライバーの負担軽減やCO₂排出量削減に貢献できたらと考えています。

染谷 会社には社会的責任があります。私たち中央化学としても、社会が抱える課題というものに対して、しっかりと改善提案をし続けたり、社会課題解決に資する価値ある製品提案に努めてまいりたいと考えています。その代表格が、先に栗原さんのお話から出た現在開発中の新素材でもあります。またこの新素材を問わず、チームワークを重んじながら製品開発を進める中で、新たな知識、考え方、社内外コミュニケーションなど社会との接点を深め、企業価値向上につなげていくことが自身の成長にも通じるとも考えています。自身の成長と会社としての成長の好循環を上手く回しながら、ステークホルダーの皆様方の期待に応えてまいりたいと考える次第です。

中央化学のサプライチェーン

衛生的で安全・安心なモノづくりをモットーに、各部門の連携で、お客様の期待に応えています。



マーケティング

社会・環境課題の解決策を考え、顧客視点に立ち、新たな価値の提供につながる製品開発と販売促進を行っています。



リサイクル

使用済み食品包装容器を自主的に回収し、3つの手法(ケミカル・マテリアル・サーマル)でリサイクルを推進するとともに、リサイクル原料を活用した製品を提供することで温室効果ガス(CO₂)排出量の削減に貢献しています。



原材料・資材調達

食品包装容器として最も重視しているのは、原材料の安全性です。加えて、サプライチェーンにおける人権の尊重・公正な取引への関心が高まっており、取り組みのさらなる強化を進めています。



ロジスティクス

在庫管理から配送まで、トータルでの効率的なロジスティクスの実現に取り組んでいます。



サプライチェーン全体でのCO₂削減に貢献する原材料を積極的に選んでいます。



素材・製品開発

最も環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナーとして、強みを活かした素材・製品を開発し、社会に発信しています。



製造

国内8カ所、中国3カ所の工場で、保安事故ゼロ・労働災害ゼロ・環境事故ゼロ・品質重大クレームゼロの4つのゼロを掲げ、高品質の製品をリーズナブルな価格で生産できる体制を実現しています。



品質保証・品質管理

お客様へ安全・安心な製品をお届けするために、食品衛生法などの法規制、業界自主基準を遵守し、品質保証を徹底しています。



営業

北海道から九州まで全国の営業拠点、中国の営業拠点を通じて、お客様へパッケージに関する総合提案と市場の要望に即した食品包装容器を販売しています。





顧客課題に寄り添った提案



マーケティング部では、製品企画から販促企画までを一貫して担っています。お客様の課題やニーズを把握し顧客視点に立った製品企画を推進するとともに、トレンド情報を踏まえたメニュー提案、パンフレット・SNS・展示会など多様なチャネルを活用しながら製品の魅力を発信することで、お客様にとって有益な情報提供にも注力しています。

SNSの発信



LINE、Instagram、YouTubeを活用し、お客様へ情報発信を行っています。LINEでは新製品や会社情報のトピックスをタイムリーに配信し、Instagramでは気になるトレンド情報や採用事例をご提供しています。また、YouTubeでは容器の特徴を動画で解説し、機能面の違いを分かりやすくお伝えしています。企画、制作、運用を自社内でい、お客様との新たなコミュニケーションツールとして展開しています。

マーケットインの製品企画



売りたいモノではなく「求められるモノ」をつくる。製品企画課では、現場の声や売り場の観察をもとに、市場ニーズに合った容器を企画しています。使いやすさ・売りやすさ・選ばれやすさを徹底的に追求したマーケットイン発想のモノづくりを行っています。

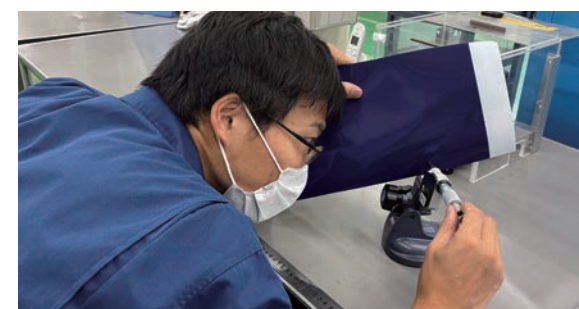
フレール



フレールとは女性のみで構成されたマーケティングチームです。市場調査や全国エリア営業スタッフとの情報交換を通して、販促資料やトレンド情報を発信しています。2024年度からはフレール起案の新製品開発もスタートしました。企画立案から販促までを一貫して担っています。フレール企画初の新製品「デュオ」は、本体と蓋が一体型の仕切り付きオードブル容器で、その機能とこれまでにない色柄が支持を集め、全国で採用が広がっています。



素材開発の歴史



当社では、創業以来、お客様の多様なご要望にお応えして、素材の開発に取り組んでまいりました。近年では、食品ロス削減を目的としたバリア素材や、冷凍食品向け素材の開発に加え、プラスチック使用量の削減では、バイオマスプラスチックや天然素材の活用にも力を入れております。今後も、持続可能な社会の実現に向け、SDGsの観点を踏まえながら、新たな容器のあり方を提案できるような素材開発に努めてまいります。

産学連携について



自社開発に加え、専門知識を有する大学との連携を通じて、機能性容器の開発を進めています。大学教授による専門的な講義や、学生の実験結果を活用しながら、特許を取得するなど、社会に貢献する容器の開発に取り組んでいます。また、インターンシップを通じて当社に興味を持ち、入社を希望する学生も増加しており、実際に入社後も活躍しています。

知的財産権についての当社の方針



製品・技術・ブランドといった知的財産の保護にも注力しています。その手段として、特許権、実用新案権、意匠権、商標権を取得しています。商談会の場を活用し、食品包装容器における特徴をどのように保護しているかについて、具体的な事例を交えてご紹介しました。

分析業務について



素材開発や品質向上を目的とした分析・評価はもとより、お客様のご使用時におけるご要望や、生産現場が抱える課題に対しても、解決に向けた分析・評価を実施しております。また、関係部署と連携しながら、常にお客様の視点に立った評価を行うことで、安心してご使用いただける製品づくりに取り組んでいます。



国内8拠点・海外3拠点での生産体制

当社は、国内8拠点・海外(中国)3拠点の工場にて安全最優先の下、安全・安心・高品質な製品の供給に取り組んでおります。

4つの 0	保安事故ゼロ 当社は、自然災害(地震・台風等)への対応や火災防止等への対応を行い従業員の安全の確保を図る。	労働災害ゼロ 当社は、安全衛生管理体制の確立と、作業環境の改善を図り、従業員の労働災害・健康障害の防止および健康保持を図る。	環境事故ゼロ 当社は、フロン漏洩・漏油・レジンペレット管理等を行い環境汚染防止を図る。エネルギー原単位の改善やCO ₂ 排出量削減の取り組みを行い地球温暖化対策を図る。	品質重大クレームゼロ 当社は、品質保証体制の確立と、関係法令や業界自主基準の遵守、自社基準を設け製品の衛生・安全性の確保を図る。

安全衛生委員会

当社は、安全衛生管理体制の確立と、従業員の労働災害・健康障害の防止および健康保持を推進することを目的として安全衛生規程を定めています。また、安全衛生管理体制を確立するため安全衛生委員会を設置、本社をはじめとした各拠点にて、月例の安全衛生委員会を開催、労働災害や安全に関する重要事項の情報共有、危険予知活動を行い、労働災害防止および安全な業務遂行のための情報発信を行っています。本社・各工場では安全衛生委員会に産業医も参加、年間の活動計画に基づき、その時期に合った安全や衛生に関する情報発信を行うことにより、従業員への啓発を行っています。また、職場委員からの安全衛生に関する改善要望などを議論し、改善も図っています。



社長による労働安全衛生の啓発活動

安全は事業活動の基盤であり、最も優先される事項であるとともに、「自らづくり、育むもの」であるとの認識から、社長が各工場や事業所に赴き、労働安全衛生の重要性を語る、「安全講話」と題する啓発活動を行っています。この取り組みは、2023年6月の就任以来、継続しています。従業員には過去の事例を踏まえ、労働安全衛生のあるべき姿を追求し続け、創意工夫をもって課題解決を図るよう指導しています。また必要に応じて安全規程・ルールを改め、周知と遵守を促進することでゼロ災害実現に努めています。



工場における労働安全の取り組み

当社では毎月、工場ごとに安全衛生委員会を実施し安全衛生活動に取り組んでいます。非正常作業前にKYT(危険予知トレーニング)を行い安全に作業できる環境づくりや、ヒヤリ・ハット事象発生時の報告の徹底、その事象に基づいたケーススタディによる討議、管理監督者が担当以外の部門パトロールを行い自部門では気づきにくい危険箇所の発見などを通じて、危険リスクの最小化および労災発生を抑制を図っています。



品質基準

「食」に関わる企業として、製品の衛生・安全性の確保は私たちの第一責務と考え、関係法令や業界自主基準以上の自社基準を設けて衛生・安全性の確保に努めています。

安全に関するコンプライアンス

当社では食品に直接触れるプラスチック製食品包装容器の衛生・安全性が何よりも重要と考えています。関係法令「食品衛生法」「食品安全基本法」や業界自主基準の遵守はもちろんのこと、自社基準を設けて製品の衛生・安全性を担保しています。

容器包装の安全に関する規制

改正食品衛生法が2020年6月に施行され、プラスチック製食品器具・容器包装分野において、

- ①ポジティブリスト(PL)制度、
 - ②一般衛生管理、適正製造規範、
 - ③営業届出制
- が導入されました。

2025年6月には、PL制度が完全施行されました。国が制定するPLへの適合遵守、サプライチェーン間における適合情報の説明伝達が求められます。

容器包装分野におけるポジティブリスト(PL)

PLとは、使用できる物質とその量が記載されたリスト。PL制度とは、PLに記載された物質以外は使用を原則禁止する仕組みです。食品包装容器のリスクは、食品との接触により容器中に含まれる化学物質が食品に移行し、人が食べてしまうことです。このリスクを回避・管理するためにPLが用いられます。

ポジティブリスト(PL)

使用できる物質のリスト

原則使用を禁止した上で、リスク評価に基づいて安全に使用できる範囲(用法・用量など)を付記した物質のリスト

ネガティブリスト(NL)

使用できない物質のリスト

原則使用を認めた上で、毒性や環境影響などの科学的評価に基づいて使用を制限する物質のリスト

品質維持のための活動

当社では、改正食品衛生法への適合情報をお客様へお伝えしています。また、当社の取り組みとして、全社での制度改正の勉強会の開催、情報更新、一般社団法人化学研究評価機構(JCII)やPETトレイ協議会などの業界団体を通じて継続的に情報収集に努めるほか、品質管理部門と工場で情報共有を行い、衛生・安全性の確保に努めています。

中央化学のサプライチェーン



営業



顧客課題の把握・ソリューションの提供

日々の営業活動においては、お客様の声に真摯に耳を傾け、現場で直面している課題や作業上の悩みを丁寧にヒアリングすることを心掛けております。特に人手不足、作業効率化、環境配慮といったテーマに対する関心が高まっており、当社の製品特性を活かした具体的な解決策を提案することで、お客様の業務改善に貢献できるように努めています。例えば、本体・蓋の2点セット容器から、ラップ対応のトレーをご提案することで、お客様においては、プラスチック使用量の削減による環境配慮、蓋を嵌める工程の削減による作業効率の向上など、「包装する」という容器の基本機能のみにとどまらない、複数面のメリットを実感いただける提案活動を心がけております。



でんぷん CST Chuo Starch Tray

カーボンニュートラルに貢献
でんぷん 50%以上配合
PP 50%未満
耐熱温度 130℃
耐油性 ○
耐水性 (チルド) △
耐水性 (冷凍) ×

植物由来のでんぷん (Starch) を 50%以上配合
耐熱性・耐油性があり、弁当や惣菜に最適です。

CO₂の削減
CO₂の削減
CO₂の削減
CO₂の削減
CO₂の削減

CST街デリBOX

掛け紙を使用して
オリジナルデザインを
演出できます。

積み重ねやすい！
ぴったり重なる積み重ね機能で
持ち帰り時に安心。

裏面に
バイオマーク50
表示

環境対応製品の提案強化

また近年、環境配慮に対する社会的な関心の高まりに伴い、容器に対するお客様ニーズも「使いやすさ」や「コスト性」だけでなく「環境負荷の低減」へ大きくシフトしています。こうした背景を踏まえ、当社では紙素材を使用した環境配慮型容器「SKS®」シリーズの提案を強化いたしました。採用いただいたお客様からは、紙ならではの温かみのある風合いやナチュラルなデザイン性が、店頭での訴求力向上やブランドイメージの強化につながったと多くの声をいただいております。また、お客様に具体的な商品化をイメージしやすいように、商談時には実際に盛り付けたサンプルを持参するなどし、初めて紙容器をご利用いただくお客様にも安心してご使用いただけるような、お客様に寄り添った提案活動を行っております。



紙 SKS Stackable Kraft Paper Sustainable Tray

「紙折箱」始めました！
積み重ね可能な紙製サステナブル容器

SKSの動画が見られます！
QRコードからアクセス！

SKSの4つのポイント

- 1 環境**
植物由来の紙容器で環境に優しい容器！
CO₂の削減
CO₂の削減
CO₂の削減
CO₂の削減
- 2 省スペース**
効率の良い積み重ねができる設計でパックサードの省スペース化に貢献！
60%減！
SKS302
- 3 嵌合性能**
嵌合性に優れており、ご箱の破損を軽減します！
SKS302
- 4 積載効率**
積載量 60%削減！
倉庫スペースを減らし、CO₂排出量削減にも貢献します！
SKS302

中央化学のサプライチェーン

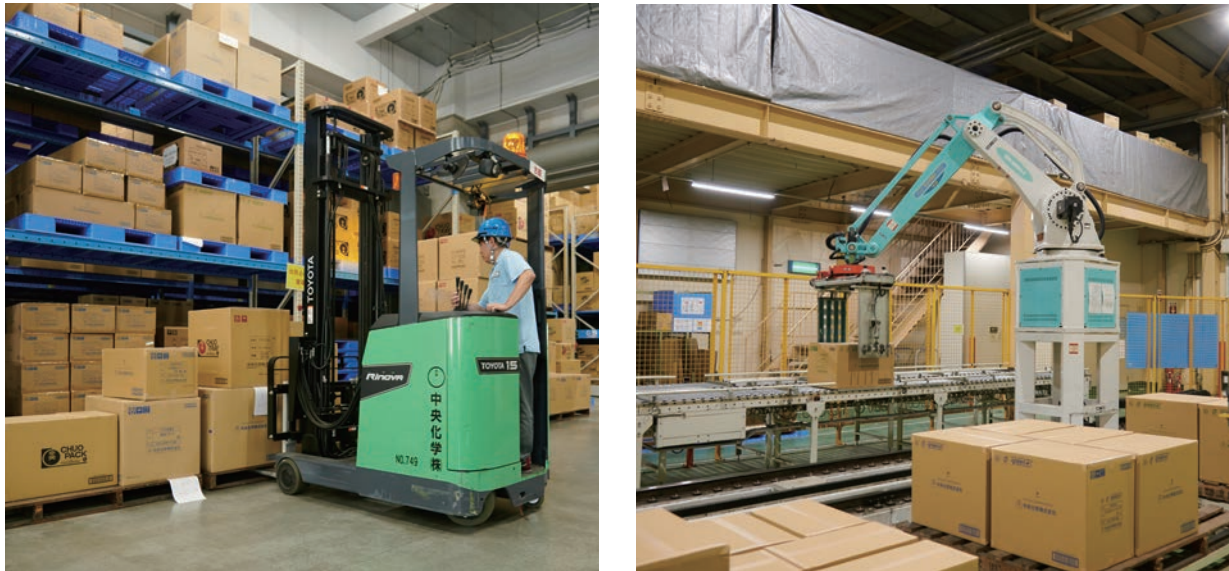


ロジスティクス



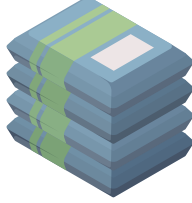
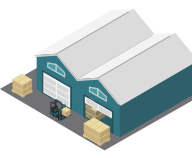
物流効率化による生産・補充体制と輸送体制の強化

北海道から九州まで国内工場8拠点、物流拠点9拠点で展開しており、市場から求められる製品を安定的かつ効率的に供給できる体制を整えています。物流部門では、品目別適正在庫管理による欠品防止、横持ちの一元管理による配送拠点別の品揃え強化、センコーグループの物流網を活用した輸送効率化などを推進しています。



在庫計画・効率配送

当社の効率化の推進 (生産・物流合理化によるコストダウン) については、創業から60年以上の歴史の中で培われた生産・物流ノウハウと実績、生産性や品質向上を実現できる全員の総合力で取り組んでいます。

	調達 調達先見直し (国内外) による 調達コスト削減		生産 適正在庫の維持・管理、生産拠点の最適化によるコスト削減
	保管 外部倉庫保管品の内製化 (拠点集約、需給バランス最適化による保管効率改善)		配送 生産拠点見直し (需要地生産) による輸送コスト、輸送距離削減



公正な取引／社会貢献

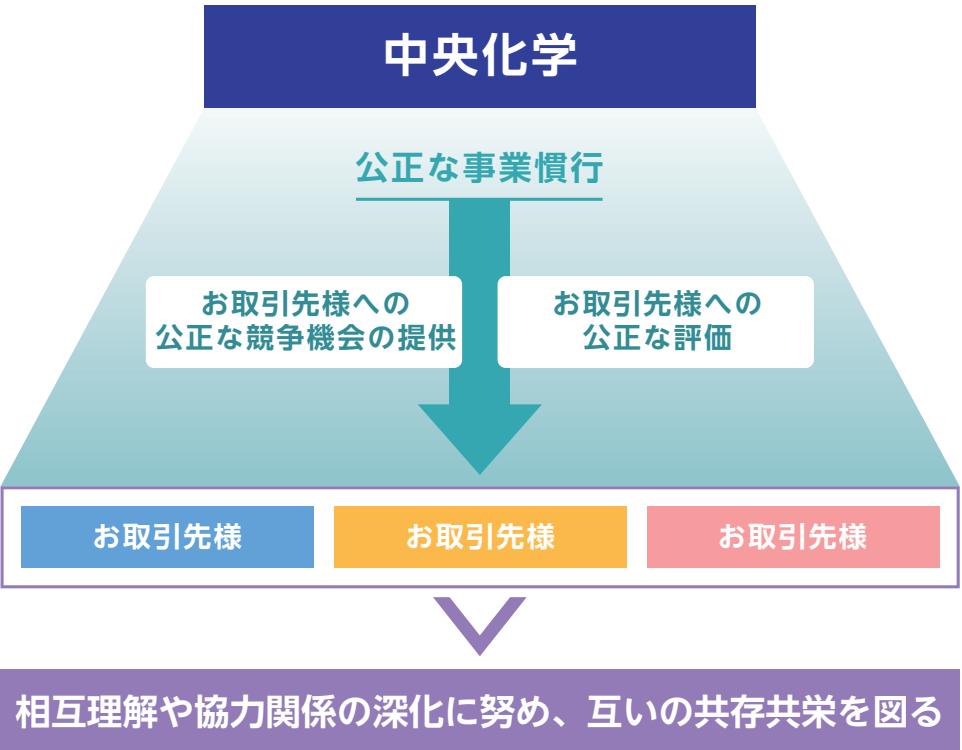
私たちは購買取引に関連する法令およびセンコーグループ社内規定類を遵守します。また、私たちは国内外の企業に対し公正・公平な自由競争による機会を提供し、相互信頼に基づいた持続可能な発展・成長を目指します。

基本的な考え方

私たちは関係する法令の遵守など、公正な事業慣行を通じて誠実に購買業務に取り組みます。また、国内外の企業に対して公平に競争の機会を提供します。お取引先様については商品やサービスの品質・価格・供給能力などを総合的に考慮しつつ、お取引先様との相互理解の深化と信頼関係の構築に努め、適切なパートナーシップによる共存共栄を目指します。

原材料の安全性確保と安定購買

私たちは関連法規はもとよりさらに厳しい業界自主基準への適合が確認された原材料のみを購入することにより、製品の安全性を確保しています。また、大規模な自然災害などの不測の事態に際しても供給責任を果たせるよう、日々調達リスクの特定や低減に努め、BCP（事業継続計画）の策定や危機管理体制の強化に取り組んでいます。



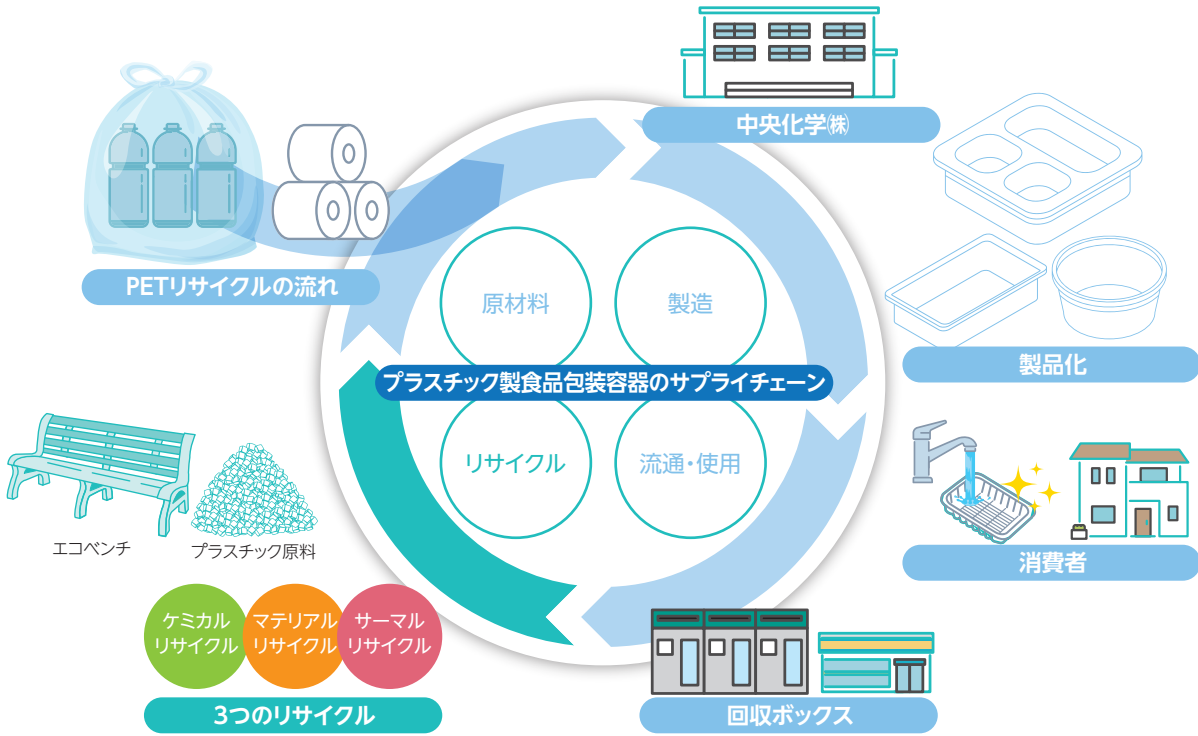
CSR調達

私たちは企業としての社会的責任を全うするため環境負荷の少ない原材料の調達や児童労働・強制労働の排除、差別やハラスメントの禁止、労働者の安全衛生の確保などを考慮に入れた調達活動を推進します。



リサイクルで推進する資源循環

当社はサプライチェーン全体を通したさまざまな資源循環に取り組んでいます。安全・安心を第一に環境負荷低減が見込めるリサイクル原料の活用、使用済みプラスチック製食品包装容器の自主的な回収によるリサイクルなどを通して資源循環を推進していきます。



詳しくはP.41、42 [中央化学のリサイクル](#)をご覧ください。

中央化学のリサイクル三原則

当社では独自に掲げる「リサイクル三原則」に基づき、プラスチック製食品包装容器のサプライチェーン全体を通したさまざまな資源循環に取り組んでいます。

①衛生安全性の確保 プラスチック製食品包装容器にリサイクル原料を使用する際には、衛生安全性を厳守します。	②循環型リサイクルシステムの構築 当社で使用する全ての素材がリサイクルできるシステムづくりに挑戦します。	③経済性の確保 経済合理性の伴った、息の長いリサイクル活動を推進します。
---	---	---

サステナビリティマネジメント

当社は食文化を豊かにしたいという想いで、さまざまなステークホルダーの皆様の声に耳を傾けて、機能性やデザイン性、環境対応による食品包装容器の価値創造を追求してきました。これからも変わらずステークホルダーの皆様の声を聞くとともに、気候変動への対応、少子高齢化、労働力不足など、多くの社会課題に真摯に対峙して、その解決に努めていきます。



外部環境の変化

① 少子高齢化

② 環境意識の高まり

③ 働く人の多様化

④ 市場競争激化

事業を通じて中央化学が取り組むSDGs

E 〈環境〉

気候変動への対応

開発・生産・物流の各部門でCO₂排出量削減に取り組み、気候変動への対応を行っています

13 気候変動に具体的な対策を

循環型社会の形成

35年前から店頭回収をはじめリサイクルを推進。プラスチックごみ問題解決に貢献します

12 つくる責任 つかう責任

S 〈社会〉

人財育成と風通しの良い企業風土

従業員のワーク・ライフ・バランスを重視し、働きやすい環境づくりに取り組んでいます

8 働きがいも 経済成長も

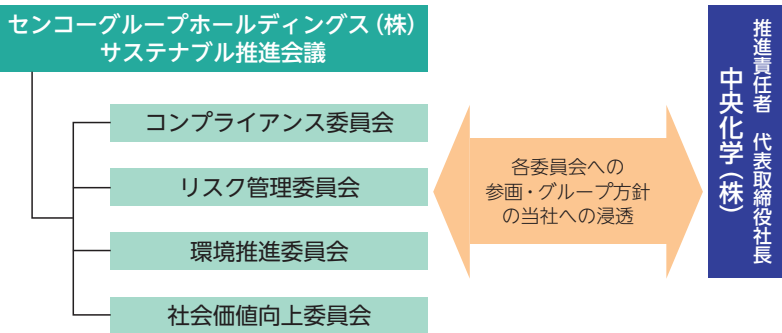
多様性と自主性の尊重

従業員の多様性を尊重し、差別のない平等なキャリアアップの機会を提供しています

10 人や国の不平等をなくそう

サステナビリティ推進体制

センコーグループホールディングス(株)のサステナブル推進会議の各委員会に当社も参画し、グループで一体となったサステナビリティ活動を推進しています。



ステークホルダーごとの重点的な取り組み

ステークホルダー	事業との関係	取り組み	対話	該当ページ
お客様	ニーズにマッチした安全・安心な製品・商品の提供	マーケットインの製品企画・SNSの発信 環境配慮型素材・製品の開発 安全に関するコンプライアンスの遵守と品質維持のための活動 ★ニーズを捉えたラインアップ拡充	●展示会での製品・商品情報の提供 ●製品の安全・安心に関する情報提供 ●勉強会の共催によるニーズの把握	P.27 P.30 P.31
サプライヤー企業協力会社	持続可能な社会の実現に向け、公正で公平な取引に基づく相互発展	公正・公平な取引 CSR調達 ★グループシナジーによる物流効率化	●お取引先様への公正な競争機会の提供 ●お取引先様への公正な評価	P.33
従業員	「豊かさ」と「成長」を実感できる機会の提供 心理的安全性の高い職場づくり	人財育成とダイバーシティマネジメント推進 ワーク・ライフ・バランスの促進 ★経営基盤の強化	●従業員満足度調査 従業員代表制度 ●社長との定期的対話 ●ホットライン	P.43-44 P.45-46 P.47-48
監督官庁・自治体	事業に関わる法令の情報を積極的に収集し、法令遵守の徹底	埼玉県地球温暖化対策推進条例への対応	●温室効果ガス(CO ₂)排出量の報告	P.39
地域社会	地域に根差した共生と発展	環境啓蒙活動やボランティア活動などを通じた社会貢献	●工場周辺の清掃活動 ●工場見学の受け入れ・環境出前授業 ●地域イベントへの参加・協賛	P.50
株主	センコーグループの一員として、グループの企業理念に即した活動	ガバナンス体制の構築	●株主総会 ●センコーグループとの情報交換	P.35 P.51
地球環境	環境対応に優れた製品群を提供することで地球環境保全に貢献する	新たな使用済み食品包装容器の回収とリサイクル体系の構築 環境配慮型素材・製品の開発 事業系廃棄物の削減 ★環境対応への取り組み強化	●事業活動における省エネ活動の推進 ●低環境負荷製品の開発・提供 ●使用済み食品包装容器の店頭回収リサイクル運用	P.12 P.20 P.34 P.37-38 P.39 P.40 P.41-42 P.53 P.54

★ 中期経営計画で定めた目標

中期経営計画「Challenge 2028」

https://www.chuo-kagaku.co.jp/wp-content/uploads/2024/06/keieiikeikaku_challenge2028_202406.pdf



環境

カーボンニュートラル社会の実現に向けて

パリ協定に基づき、日本政府は温室効果ガスを2030年までに46%削減（2013年度比）することを目標に掲げています。当社もこの政府目標に貢献すべく、中期経営計画で具体策を策定し、積極的に取り組んでいます。



環境マネジメント

→ P.39

地球温暖化防止

→ P.40

中央化学のリサイクル

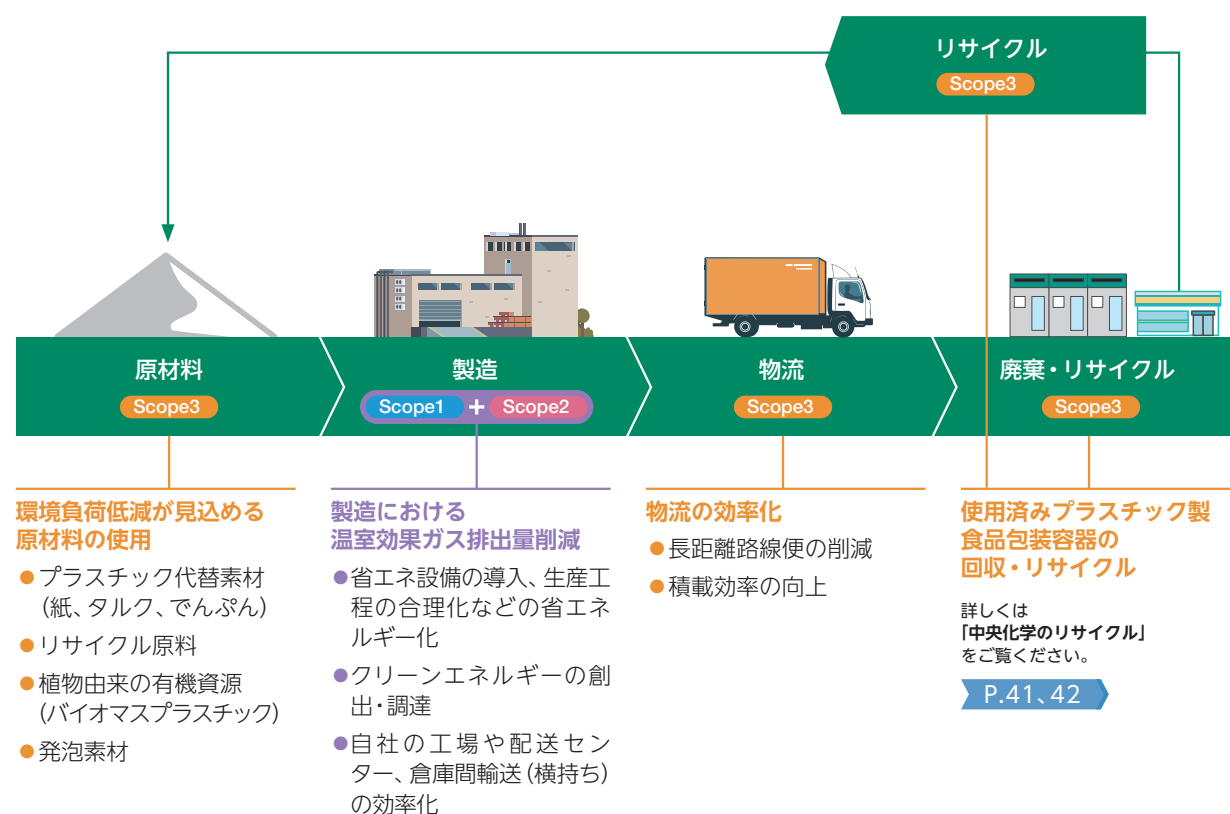
→ P.41-

排出量削減に向けた取り組み

当社は、原材料の調達から使用済み食品包装容器の廃棄・リサイクルに至るまで、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量削減の取り組みを推進していきます。

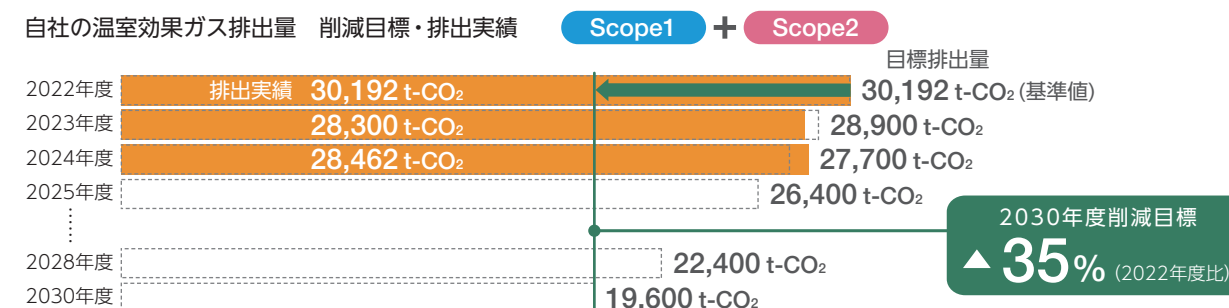
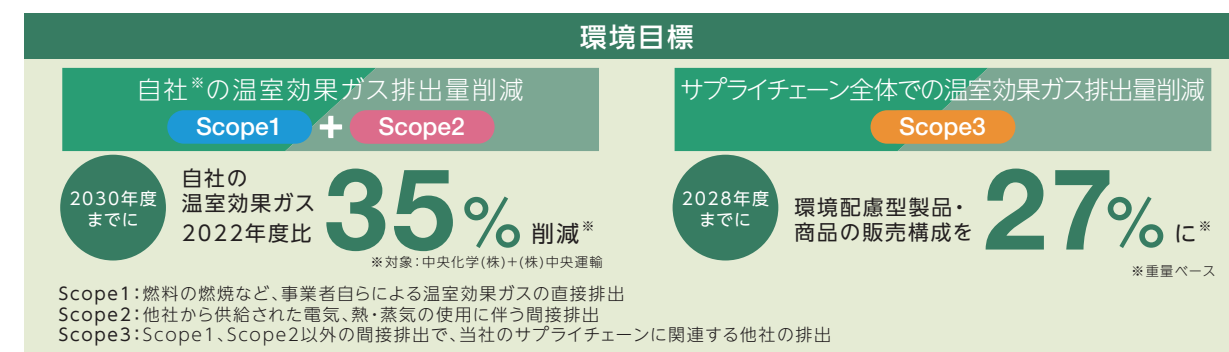
自社の排出量(Scope1・2)の削減のため、工場やオフィスにおける省エネルギー活動を徹底し、太陽光パネルの設置やCO₂フリー電力の調達など、クリーンエネルギーの創出・調達を検討していきます。

サプライチェーン全体の排出量(Scope3)の削減については、プラスチック代替素材や植物由来の有機資源、リサイクル原料を活用した製品など環境配慮型製品・商品のラインアップの拡充のほか、物流における輸送距離の短縮や積載効率の向上、使用済み食品包装容器の回収・リサイクルなどの取り組みを進めていきます。

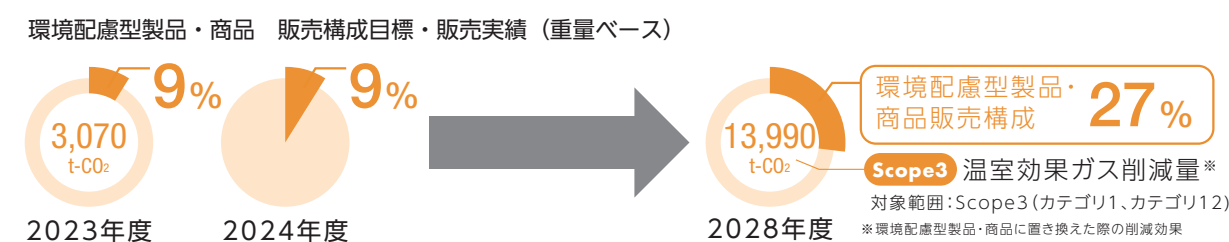


中期経営計画「Challenge 2028」の環境目標

中期経営計画では①自社の温室効果ガス排出量(Scope1・2)の削減、②サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量(Scope3)の削減に資する、環境配慮型製品・商品の販売構成に関する環境目標を設定しました。



2024年度の温室効果ガス排出量は28,462t-CO₂で、前年度より微増でした。工場の省エネ設備の導入・更新により、Scope2に関わる電力使用量は減少しましたが、電力会社毎のCO₂排出係数の増減を受けた結果、排出増となりました。2025年度は省エネ設備の導入に加え、CO₂フリー電力の調達を進め、温室効果ガス排出量を削減します。



2024年度の重量ベースの販売構成は9%で、前年度と同割合でした。2024年度は、「CST (Chuo Starch®)」の上市や紙容器「SKS®」シリーズの新アイテム追加を進めた一方で、対象容器の軽量化・小型化も進んだことで、販売構成は伸びませんでした。2025年度以降も紙製品をはじめとした環境配慮型製品・商品の拡充を進め、販売構成を伸ばしていきます。



環境マネジメント

環境基本方針、企業行動基準に沿って、環境マネジメントシステム推進や地域環境条例への対応を行っています。



環境基本方針

私たちは、社是である全員創意の精神で、企業理念にうたわれている地球環境の保全と限りある資源の保護に努め、国内外の地域文化を尊重し、社会の調和に努めます。

企業行動基準（環境活動について）

- ①地球環境の保全や環境に関する法令を遵守し、省エネルギーや、省資源・環境負荷低減素材・製品の開発・販売・廃棄物の削減などの環境活動を推進する。
- ②地球温暖化防止のため、CO₂排出量削減、省エネルギー対策を積極的に推進する。
- ③製品開発にあたっては、省資源、CO₂排出量削減、非石油資源の利用を図った設計・素材開発を行い、次世代の製品を創出する。
- ④リサイクルにあたっては、衛生・安全性の遵守、経済性の確保を図り、循環型社会の形成に寄与する。
- ⑤廃棄物の削減と再資源化を推進して、適正な処理・処分を行う。
- ⑥当社製品の環境への関わりについて環境啓蒙活動を推進する。

環境マネジメントシステム

岡山工場では、ISO14001：2015に基づく環境マネジメントシステムを運用しており、外部審査員による定期審査を受け、認証を継続しています。

また、全国の工場では生産・技術本部が主体となり、省エネルギー、省資源活動、生産性の向上、品質向上などをテーマに省エネ推進活動を行っています。なお、生産・技術本部内で活動の進捗を毎月報告・共有するなど、積極的に推進しています。引き続き、エネルギーの効率的運用や廃棄物の再資源化、CO₂排出量の削減などにも取り組んでいきます。

埼玉県地球温暖化対策推進条例への対応

埼玉県地球温暖化対策推進条例（2009年施行）に対応するため、埼玉県内の工場では事業活動や燃料の使用に伴う温室効果ガス（CO₂）の排出抑制などに取り組んでいます。毎年、各事業所で事業活動に伴う電気、ガス、燃料などのエネルギー使用量を把握し、温室効果ガス排出量を算定し、「地球温暖化対策計画書」、「地球温暖化対策計画実施報告書」として埼玉県に報告しています。2024年度は第3計画期間の5年目となり、目標である基準排出量（7,800t-CO₂）より20%削減を上回る、27.6%の削減ができました。



埼玉県からの審査結果のお知らせ

地球温暖化防止

当社は全社一体となって、温室効果ガス（CO₂）排出量削減に向けた取り組みを進めています。より効果的に排出量削減を推進するため、算定方法の見直しを行いました。

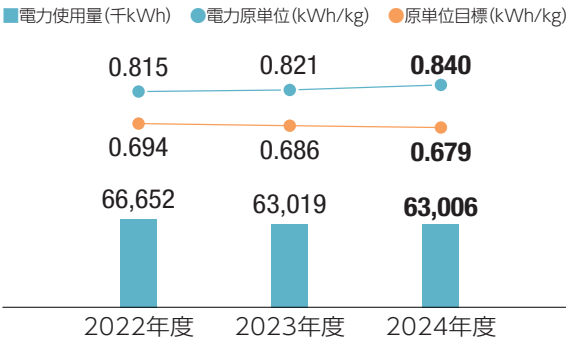


エネルギー使用量の削減

電力使用量

2024年度の電力使用量は63,006千kWhで、前年度より13千kWh減少しました。中空押出機モーター・真空ポンプのインバーター化、コンプレッサーの更新など省エネを推進しましたが、生産活動における電力原単位の削減目標（前年度比1%削減）は未達成でした。

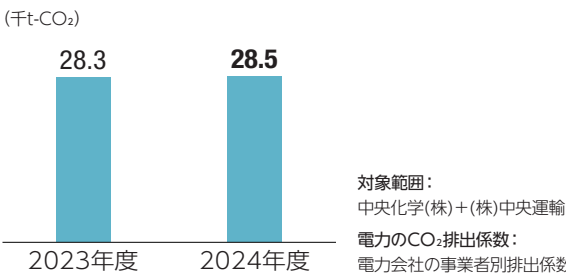
電力使用量、電力原単位の実績と目標



対象範囲：国内8工場および各倉庫、各営業所における電力使用量
電力原単位：国内8工場の電力使用量を、自社の生産活動量で除した指標

事業活動におけるCO₂排出量 (Scope1+2)

2024年度のCO₂排出量は28.5千t-CO₂で、前年度より0.2千t-CO₂増加しました(前年度比0.6%増)。総電力使用量は減少した一方、電力会社毎の排出係数の増減を受け、全体ではCO₂排出増となりました。



物流におけるCO₂排出量

2024年度のCO₂排出量は、前年度から減少し7.6千t-CO₂となりました。輸送量の減少に伴い、CO₂排出量は前年度から減少しました。積載効率の向上や、生産工場から配送センターにいったん在庫してお客様へ配送する横持ち輸送の効率化などの取り組みによって、コスト削減とともに、環境への負荷低減を図っています。

物流におけるCO₂排出量

項目	2023年度	2024年度
輸送量 (千トンキロ)	29,575	26,079
CO ₂ 排出量 (千t-CO ₂)	8.7	7.6

対象範囲：中央化学(株)が輸送委託した運送業者 ((株) 中央運輸含む)

省エネ改善活動

当社では、各工場の工場長、部署長、生産技術担当者からなる省エネ委員会を月1回開催し、省エネ活動の進捗確認や実績に基づいた目標策定などの推進体制を整え、意識向上を図っています。2024年度は中空押出機モーター・真空ポンプのインバーター化、コンプレッサーの更新などの省エネ施策を実施しました。

ハイブリッドカーの導入

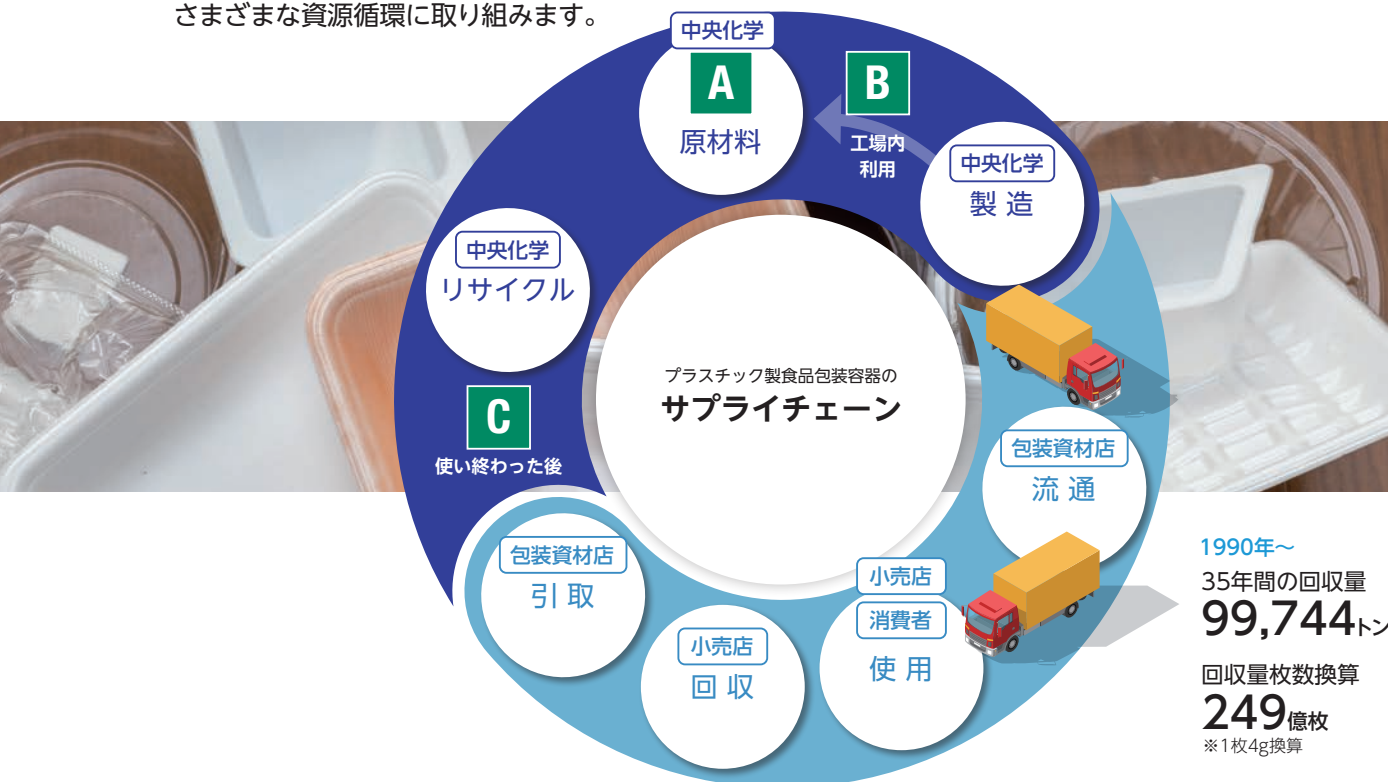
当社では、ガソリン使用量削減によるCO₂排出量削減を目的とし、ハイブリッドカーの導入を進めています。2024年度はハイブリッドカーが合計104台となり、全社用車に占める割合は82.5%になりました。

バッテリー式フォークリフトの導入

生産、物流現場で用いるフォークリフトをエンジン式からバッテリー式に切り替えています。現在、所有する全240台のフォークリフトのうち、2024年度までに全体の96%にあたる231台を切り替えました。今後も、計画的に切り替えていきます。

中央化学のリサイクル

当社では、リサイクル原料の活用から、使用済みプラスチック製食品包装容器の回収・リサイクルに至るまで、さまざまな資源循環に取り組めます。



A 作るとき 使用済みPETボトルのリサイクル原料の活用

当社、C-APG®は、使用済みPETボトルのリサイクル原料を活用しています。容器の元となるリサイクルPETシートは、PETボトルリサイクル大手のウツミリサイクルシステムズ(株)との合併企業であるAPETウエスト(株)で製造しています。



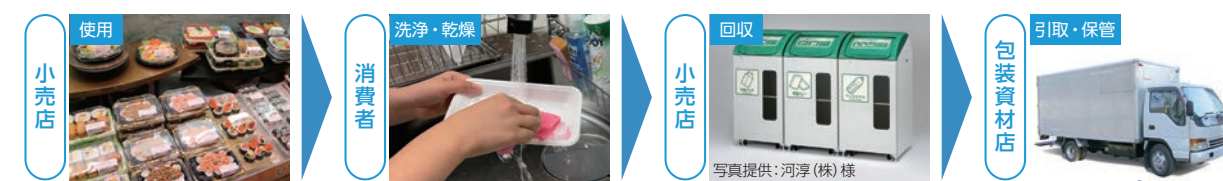
B 工場内利用 工場内端材の活用

製造工程で生じた工場内端材や規格外品は、社内再生原料として加工後、原材料として再利用します。



C 使い終わった後 使用済みプラスチック製食品包装容器の回収・リサイクル

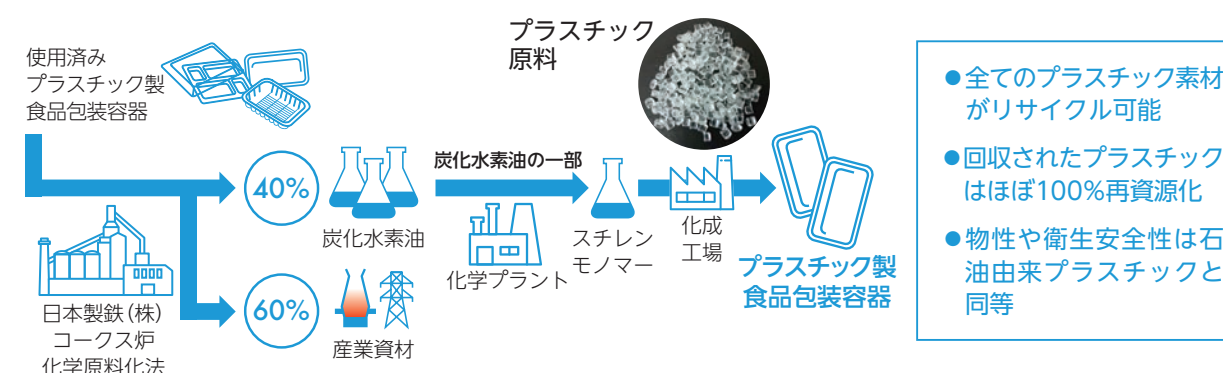
消費者・小売店・包装資材店の皆様のご協力の下、使用済みプラスチック製食品包装容器を小売店の店頭などで自主的に回収しリサイクルしています。



3つのリサイクル 回収した使用済みプラスチック製食品包装容器は、地域のリサイクル事業者と協力して最適な手法でリサイクルされます。

1 化学的に再生 ケミカルリサイクル

使用済みプラスチック製食品包装容器は、日本製鉄(株)のコークス炉化学原料化により炭化水素油等に再生されます。炭化水素油の一部はプラスチック原料に生まれ変わり、食品包装容器の原材料の一部として利用されます。



2 原材料に再生 マテリアルリサイクル

使用済みの発泡スチロール(PS)トレーはリサイクル原料に再生され、当社エコベンチなどさまざまなプラスチック使用製品に利用されます。



3 化石燃料の代替 サーマルリサイクル

使用済みプラスチック製食品包装容器は、固形燃料となり製紙会社のボイラー燃料などに利用されます。



持続可能な企業成長のための 人財育成と組織風土改革

従業員一人ひとりの成長が、中期経営計画の達成と持続可能な企業成長につながるとの考えの下、4つの重点テーマを設定し、人財育成と組織風土改革に取り組みます。



人財育成と組織風土改革のための4つの重点テーマ

全ての従業員が「豊かさ」と「成長」を実感できる会社を目指し、①柔軟な働き方の導入、②学びと教育・研修制度の充実、③評価制度の見直し、④心理的安全性の高い職場づくり、の4つのテーマで取り組みを進めていきます。

柔軟な働き方の導入

●働きやすい職場づくり

多様な人材が個性を活かし能力を発揮できるよう、個々のライフスタイルに合わせた環境の整備を進めます。

●出退勤システムの構築

人事諸手続きのDX化を推進し、従業員が利用しやすい出退勤管理システムの構築を進めます。

●社内公募制度の導入

挑戦意欲のある社員が自らキャリア開発してスキルを伸ばしていくために、社内公募制度の導入も検討しています。

学びと教育・研修制度の充実

●センコーグループ研修への参加

センコーグループの多様な研修に積極的に参加し、人脈の形成やグループとしてのシナジー効果を高めていきます。

●営業研修の充実

業界の現状把握と当社の強みを活かした提案のための研修制度を整えます。

●資格取得支援制度の導入

業務遂行に必要な資格（特に公的資格）の取得を支援し、従業員の自己研鑽意欲を促進します。

評価制度の見直し

●定昇制度の見直し

従業員の取り組みが正しく処遇に反映される評価制度の構築を検討しています。評価者に対する教育も強化します。

●専門職制度の導入

従業員が自身のキャリアをデザインできる環境を整備し、その一環として「専門職制度」の導入を検討しています。

●表彰制度の見直し

会社とともに働く仲間の活動・行動を表彰する表彰制度の見直しを行い、さらなる「中央化学愛」を醸成していきます。

心理的安全性の高い職場づくり

●個を尊重する風土

アンコンシャスバイアス（無意識の思い込み）への理解を深め、多様な価値観を受け入れる取り組みを行います。

●ハラスメント対策の充実

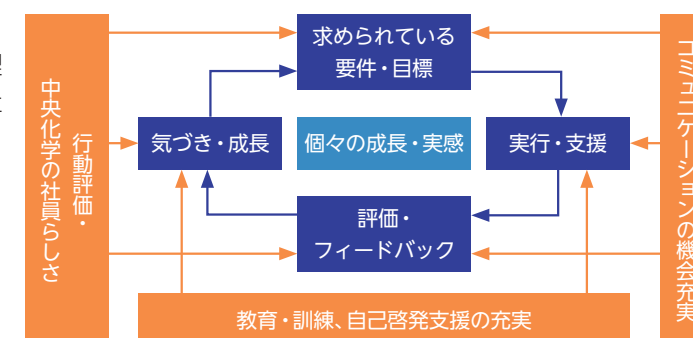
全従業員を対象にハラスメント研修を実施します。また、相談窓口の再周知も行います。

●メンタルヘルス対応

ストレスチェックの結果を分析して早期発見や予防対策を講じるなど、メンタルヘルス対応を継続・強化していきます。

人財を成長させる仕組み

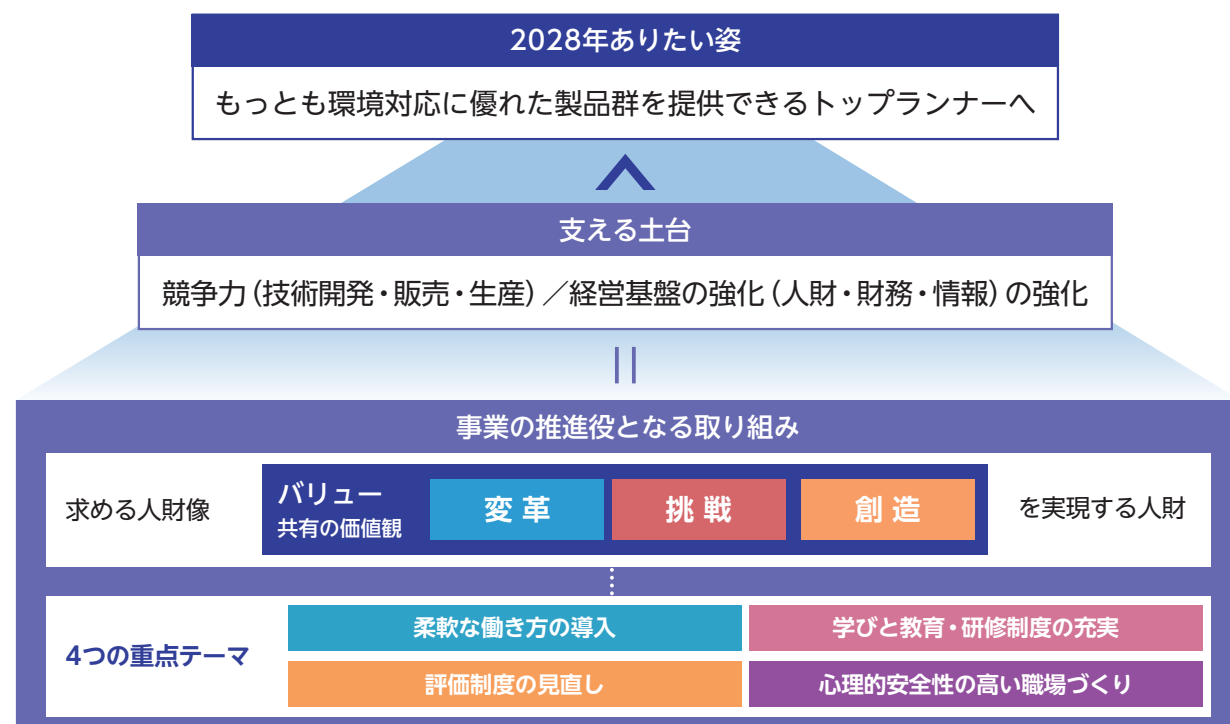
会社が従業員に求めていることを明確にし、個々の社員の個性とパフォーマンスに対する理解を深め、コミュニケーションを活性化して、社員と会社の成長を実現します。



人財育成と組織風土改革の目標

中期経営計画のありたい姿「もっとも環境対応に優れた製品群を提供できるトップランナーへ」を実現するためには経営基盤の強化が必須であり、なかでも人財育成と組織風土改革が重要と考えています。

自分らしさを発揮できる職場環境の改善や、キャリアアップのサポートなどの取り組みを推進し、バリューに掲げた「変革」「挑戦」「創造」の3つを実現して、新たな社会的価値を生み出す企業を目指します。



人財育成とダイバーシティマネジメントの推進

従業員が共有する価値観として「変革」「挑戦」「創造」の3つを定めました。
常に挑戦を続け、新たな価値を創造しお客様に提供できる会社を目指すため、
多様な個性を尊重し生き生きと働ける企業風土を築きます。



人財育成

学びと教育・研修制度の充実

従業員の能力開発プログラムとして、内定者研修（入社前課題提出）や新入社員研修、管理職研修といった階層別研修を実施しています。今後は階層別研修の充実を図るほか、部門別研修などの実施も予定しています。

	現 状	今 後
管理職層	●部長研修 ●中級管理職研修	●中級管理職研修 ●評価者研修
中間層	●初級管理職研修 ●新任リーダー研修 ●マーケティング研修 ●経営戦略研修 ●コンプライアンス研修	●初級管理職研修 ●新任リーダー研修 ●マーケティング研修 ●経営戦略研修 ●経験学習
新人層	●新入社員研修 ●ロジカルシンキング	●新入社員研修

新入社員教育

新入社員の育成においては、インストラクター制度を導入しており、指導役の先輩社員がインストラクターとして1年間、日々の業務の中で指導にあたっています。
新入社員の育成を通して、インストラクターも人財育成の重要性を改めて学ぶなど自身の成長につながっています。



新入社員研修の様子

女性活躍推進法に基づく改革

当社では、国籍や性別などを問わず、全員が活躍できる企業を目指すとともに、女性従業員が働きやすい環境を整え、本人の能力や意欲、キャリアビジョンを考慮しながら、人財の配置、育成、活用を実施していきます。
2024年度にも女性管理職が誕生し、現在8名の女性管理職が活躍しています。また、センコーグループの女性管理職比率UPプロジェクトに参加しており、意識調査アンケートなどの結果を踏まえ、グループ他社と施策を共同実施するなど、センコーグループの一員としての強みを活かし、2028年度までに女性管理職比率10%以上を目指します。

シニア人財の活躍促進

当社では優秀な人財の発掘や次世代への技術伝承・人財育成を加速するため、ベテラン人財の一層の活躍を促進しています。従業員のライフプランに即した就業の機会を提供し、各人の豊富な業務知識、経験および技能などのキャリアを生かせる雇用の拡充を図っています。
2023年度に引き続き、2024年度にも、定年後再雇用社員の処遇改善を実施しました。

社員紹介制度

事業競争力を強化して持続的成長を遂げるためには、優秀な人財を確保し、必要な「指導・育成」を行うとともに、職場への定着を図り、従業員一人ひとりが実力を高め、能力を最大限発揮していくことが必要です。
当社は社員紹介制度を活用し、従業員から知人や親戚などの紹介を受けることにより、優秀な人財の確保と、入社後の定着率向上につなげています。

センコーグループ多様性プロジェクトへの参画

2024年度より、センコーグループ各社が集まる女性活躍推進プロジェクト：Female Manager Project (FM-Pro)に参加しています。各会社の女性管理職およびその候補者を中心に組成され、女性ならではの視点で、経営・人事制度・採用・人財育成など幅広いテーマに沿った議論を重ね、経営層に提言を行いました。それらの提言施策を具現化する取り組みをしています。
このプロジェクトは、2025年度から多様性を取り入れた未来創造ミッション：Forward Diversity Mission Project (FDM-Pro)へと進化しました。この活動を通して、一人ひとりが持ち味を発揮し、生き生きと働くことができる企業文化を醸成するために、経営層を巻き込みながら継続的な取り組みの体制を確立していきます。

Column

2度の育児休業を取得して



広報・総務部
池田 由樹

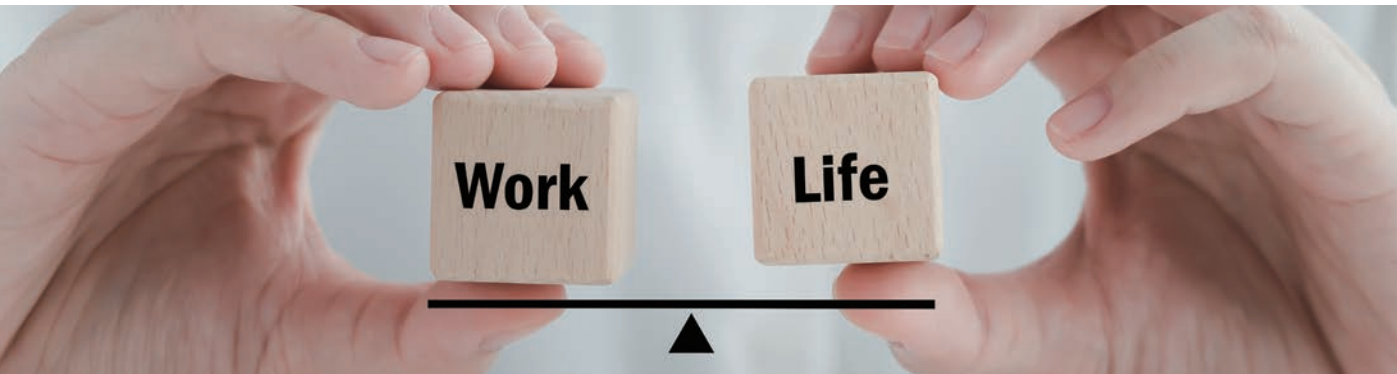
第一子、二子ともに育児休業を取得しました。第一子の時は、慣れない赤ちゃんのお世話に四苦八苦しながらも、成長を間近で感じることができ、毎日がゆったりと過ぎていたのを覚えています。そして復帰後は時短勤務に変更させていただきましたが、帰宅後も家事や育児のタスクがたくさんあり、育休中とは打って変わって毎日が慌ただしかったです。子どもの体調不良の際は、看護休暇・時間休や在宅勤務を利用したりして、会社の制度をフルで活用していました。そして第二子の出産後も育児休業を取得しました。育休中は赤ちゃんのお世話だけでなく上の子のお世話もあり、第一子の時とは違い毎日がバタバタであつという間に時間が過ぎていきました。復帰後は勤務先が本社から東京オフィスに変更になり、新しい環境で仕事をしながらも2人の子どもの育児や家事に、毎日奮闘しています。新たに制定されたフレックスタイム制度は、雨の日の朝の保育園の送迎の際など、普段よりもバタバタとする日にととても助けられています。これからしばらくはまた慌ただしい毎日になりそうですが、会社の制度を活用しながら、仕事と家庭を両立させ充実した毎を送りたいと思っています。

8

10

ワーク・ライフ・バランスの促進支援

当社の持続的成長のためにも、従業員にとって働きやすい環境の整備が重要との観点から、ワーク・ライフ・バランスの促進を支援しています。
また、より働きやすい環境の整備に向け、検討を進めています。



両立支援の取り組み

当社では、育児・介護と仕事の両立を目指し、制度の拡充を図っています。育児休業からの復帰にあたり、子どもが生まれる前と同じ働き方が難しくなることが多々あります。当社では実際に復帰する従業員の声を聞き、育児短時間勤務などの制度活用や、従業員が安心して働き、能力を十分に発揮できる環境づくりに努めています。

育児・介護と仕事の両立を支援する制度

制度	内容
育児休業制度	3歳に満たない子を養育する従業員は、育児休業制度を利用することができます（法令では原則、子が1歳になるまでを限度として利用可）。
子の看護休暇制度	小学校3年生までの子を養育する従業員は、子の看護休暇制度を利用することができます。制度を利用しやすい組織風土づくりにも注力しています。
介護休暇制度	介護環境の変化に合わせて介護休暇の申請ができるよう、法令よりも取得条件を緩和しています。また、介護休暇においては、会社所定の要介護基準表に従業員が必要事項を記入することで簡単に取得申請ができ、その結果、利用者が増加しています。
短時間勤務制度	小学校3年生までの子を養育する従業員は、短時間勤務制度を利用することができます（法令では、子が3歳になるまで利用可）。また、介護を必要とする家族がいる従業員も利用が可能です。

リフレッシュ休暇

当社では、年1回、従業員が希望する日に特別休暇を与える「リフレッシュ休暇制度」を導入しています。当社で働くことに対するモチベーション向上および休暇取得の奨励によるワーク・ライフ・バランスの向上を進めています。

長時間労働の防止策とノー残業デー

当社では、長時間労働を減らし、仕事の生産性を向上させることを目的に、土日および22時以降の就業を極力控えるように努め、また、事業所ごとにノー残業デーを設定し、長時間労働防止の取り組みを推進しています。

全社を挙げて長時間労働の防止策を推進することで、仕事の進め方が見直されるとともに、プライベートの充実によるリフレッシュや自己啓発につながり、さらなる生産性の向上にもつながると考えています。

従業員満足度調査

2023年度よりセンコーグループ統一従業員満足度調査を実施しています。従業員が日ごろどのような気持ちで仕事をしているのか、働いている職場の状況について調査し、従業員が働きがいを持てる職場づくりに役立てています。

在宅勤務制度の整備

2024年度より在宅勤務制度を拡充し、在宅勤務を希望する従業員は業務に支障がなければ週に2回の在宅勤務を認めています。
フレックスタイム制度とあわせて時間や場所にとらわれない働き方を実現しています。

フレックスタイム制度導入

2025年度よりフレックスタイム制度を導入しました。6:00～10:00および15:00～22:00をフレキシブルタイムとして定め、各従業員が出退勤の時間を自由に選択できるようになりました。
日によってお子さんを幼稚園に送り届けてから出社したり、ご家族の通院付き添いの日は早上がりするなど、さまざまな事例に活用されています。

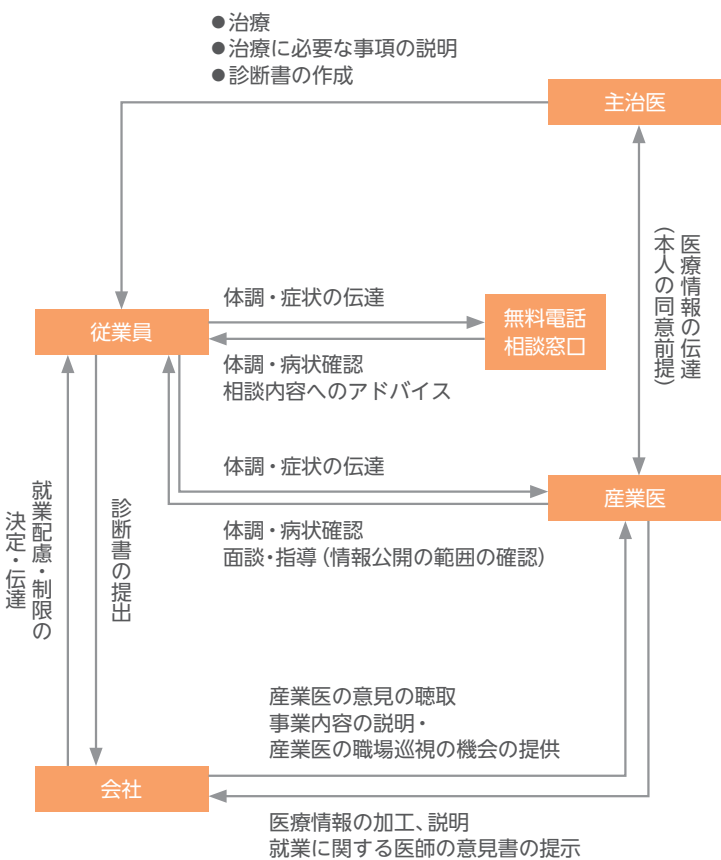
男性育休に関する意識調査

当社が所属するセンコーグループは、2026年度男性育児休業取得率50%の目標を掲げています。目標達成のためには現状把握が必要との考えから、男性従業員の意識調査を実施しました。2024年度中に配偶者が出産された男性従業員のうち100%が育休や特別休暇を取得し、意識の高まりが現れています。

メンタルヘルスケアを含む心身の健康管理

当社では、メンタルヘルスケアの一環として、従業員やその家族が心身に関する不調・不安や悩みごとなどを気軽に相談できる、外部の健康・医療相談窓口を設置しています。また、不調の早期発見・未然防止のため、ストレスチェック結果に基づき、希望者に対し、専門家による面談を実施しています。長期休業復帰時には主治医・臨床心理士・産業医と連携し、復職プランの実施など、無理なく職場復帰できるようフォローを行い、早期の職場復帰を支援しています。今後も、従業員一人ひとりが健康で生き生きと、個々の能力を活かして働ける職場環境を目指します。

メンタルヘルスの相談窓口と連携体制





社内コミュニケーション

当社では、働きやすい職場づくりのため、社員同士のコミュニケーションを活性化させるべくさまざまな取り組みを実施しております。



部活動

クラブ活動を通じて社員相互の親睦と健康増進、教養の向上など、生き生きと働ける明るい職場づくりを目指しています。

現在、「陸上部」、「テニス部」、「アートサークル」、「街道を歩く会」、「釣友会」、「スノーボード部」の6チームが活動しています。

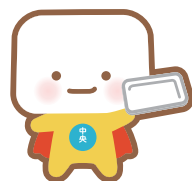
当社では、今後も多くの方々に参加していただけるよう、支援してまいります。



リレーマラソン大会参加時の陸上部

トレーマン®

当社の公式キャラクター「トレーマン®」は、誕生以来、環境教室の語り部として、また、製品のセールスマンとして皆さんに愛されてきました。中期経営計画「Challenge 2028」の目標に向かって出発した2024年度、トレーマンもニューデザインで生まれ変わりました。すでに製品提案や展示会、カレンダーなどさまざまなシーンに登場しています。昨年はトレーマン（ぬいぐるみ）との思い出の写真を従業員から募集して開催した「トレーマンフォトコンテスト」も大盛況でした。中央化学のことをより深く知っていただくためのスポークスマン、トレーマンをよろしくお願いします。



社内報

社内のさまざまな部署、従業員の活躍を全社員で共有し、さらに全社員で中央化学を盛り上げていくための社員専用ウェブ媒体「みんなあつまれ！ちゅうおうひろば」はオープン2周年を迎えました。展示会などのイベントの報告や、各部署の紹介など、普段は接することのない他部署の活動を知ることができると社員に好評です。ここでもトレーマンは大活躍です。



地域社会貢献

環境や食に関する学習支援や地域清掃活動などを行い、地域とのつながりを大切にしています。



環境学習応援隊

埼玉県では、学校における環境学習を支援するため、環境問題や環境教育に関心が高い企業などを「環境学習応援隊」として登録し、学校に派遣しています。当社は県内の小中学校にプラスチック製食品包装容器の機能・役割やリサイクルの大切さを化学実験や工作を通じて、楽しく伝えています。2007年の活動開始から2024年度末までに小中学校、高校、ショッピングモール、スーパーマーケット店舗内で通算45回の授業を行いました。昨今では、生涯学習グループなどへの環境に関する啓発活動にも積極的に取り組んでいます。また、騎西工場（埼玉県加須市）におきましては、2024年度は「環境教室・リサイクルセンター見学」や、県内の小学生を対象とした「夏休み親子環境教室」を合計8回開催しております。今後も環境教室の開催を通じて、社会貢献を進めてまいります。



騎西工場での夏休み親子環境教室の様子

地域清掃活動（関東工場、山梨工場、岡山工場）

工場周辺の美化清掃活動を毎月1回、実施しています。関東工場で2024年度に拾ったごみの総重量は、合計で約51.1kgとなりました。山梨工場では2025年3月で美化ボランティア運動実施回数が、2008年に開始して以来204回を数えました。岡山工場では岡山県が運営しているごみ拾いSNSにて清掃活動を広く発信しています。



関東工場の地域清掃活動の様子

花火大会への協賛

当社本社の所在する埼玉県鴻巣市のさらなる発展を願い、鴻巣市商工会青年部主催で毎年10月に開催されているこのす花火大会。関東最大級の15,000発を超える花火が打ち上げられることで有名なこの大会に、当社は2024年の第21回大会に協賛いたしました。また、大会翌日には有志社員の36名による清掃活動にもボランティアとして参加。当社はこれからも地域に寄り添い、地域とともに発展してまいります。



このす花火大会翌日の清掃ボランティア活動の様子

ガバナンス コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの充実・強化を経営上重要な課題として位置付けており、経営の透明性、健全性を高め、企業価値の最大化に取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、意思決定の迅速化と業務執行の効率化を目的に執行役員制度を採用しています。取締役の任期については1年とし、取締役の責任の明確化を図っています。

また、内部監査機能を担う社長直轄の監査・内部統制推進室を設け、実効性を高めています。会社の機関としては、会社法に規定する取締役会および監査役会を設置するとともに、主要な協議機関として社長室会などを設置しています。

① 取締役会

取締役会は、毎月1回開催するほか、必要に応じて機動的に臨時取締役会を開催し、経営に関する重要事項を審議・決議するとともに、業務の執行を逐次監督しています。

② 監査役会

監査役会は、監査方針や監査計画を策定し、監査役が取締役会やその他の重要会議に出席し、適宜意見を述べています。また監査・内部統制推進室および会計監査人と連携を図ることにより情報収集、取締役からの直接聴取、重要書類の閲覧を行うなど、取締役の業務執行の適法性、妥当性を幅広く検証しています。

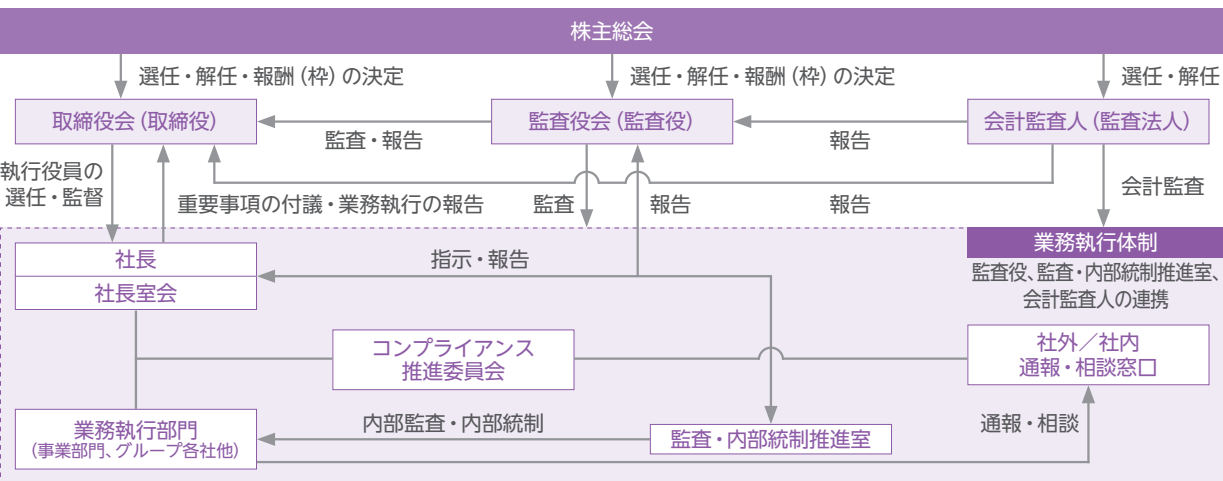
③ 社長室会

社長室会は、常務執行役員以上で構成され、原則毎月1回開催しており、取締役会付議案件の事前審議や、業務執行にかかる課題の審議・決定などを行っています。

④ 監査・内部統制推進室

社長直轄の組織として、監査・内部統制推進室が各部門の内部監査を実施します。監査・内部統制推進室は、監査役との連携を図り、会社の業務および財産の状況を監査し、経営の合理化および効率化に資することを目的に、事業年度ごとに策定される内部監査計画に基づく監査を実施しています。

コーポレート・ガバナンス体制図（2025年6月24日現在）



コンプライアンス／リスク管理

法令を遵守し、企業倫理に従ったコンプライアンス経営の実践と実効性の高いリスク管理活動で、お客様、お取引先様、地域社会、従業員などの全てのステークホルダーから信頼される企業を目指しています。

コンプライアンス基本方針

当社および役員、従業員は、コンプライアンス基本方針に基づいて行動し、法令等と別に定める企業行動基準、社内諸規則・規程などを誠実に遵守します。

コンプライアンス基本方針

<https://www.chuo-kagaku.co.jp/compliance-policy/>



コンプライアンス推進体制

当社は、法令、定款、社内規程および社会倫理の遵守に取り組む基本姿勢を明確にした「コンプライアンス基本方針」とその具体的な行動規範を示した「企業行動基準」の周知徹底を図っています。

取締役会で選任されたコンプライアンス担当役員を委員長とするコンプライアンス推進委員会が中心となり、会社のコンプライアンス体制の維持・向上を図り、取締役および従業員に対する啓発・教育を継続実施しています。

また、コンプライアンス基本方針、企業行動基準において宣言したとおり、社会秩序や健全な企業活動を脅かす反社会的勢力に対しては、一切の関わりを持たず、毅然とした態度で臨むことを堅持します。

内部通報制度

当社は、内部通報制度の整備・充実に取り組んでいます。従業員がコンプライアンスに反する行為を発見した場合、メールまたは電話で直接相談・通報できるコンプライアンス相談窓口「ホットライン」を、社内外（弁護士事務所）に設けています。また、お取引先様などからの相談・通報窓口もウェブサイト内に設置し、対応しています。

相談・通報を受けた案件に対しては、運用規定に基づき助言および解決に向けた対応を行い、制度の利用に際しては、プライバシー保護、不利益処分の禁止など相談者・通報者の保護を保証しています。

コンプライアンス講習会

当社では、コンプライアンス意識の醸成に向けて、社内講習会を開催しています。ハラスメント防止の研修を全社で行っているほか、外部の専門家を招いて実務者を対象とした講習会を開催するなど、当社従業員のコンプライアンスへの理解を深め、意識の向上を図っています。

2024年度は、コンプライアンス関連トピックの毎月のメール配信に加え、事業所においてパワハラ・セクハラ・その他不適切行動の防止に関する啓発活動を実施しました。



知的財産権と秘密管理の基礎知識の普及

当社では、従業員に対し定期的に知的財産権と秘密管理に関する勉強会や情報交換会を実施しています。特に新入社員研修時には、基礎を説明する機会を設け、知識の底上げを図っています。

中央化学企業行動基準の知的財産権についての理解、先願主義・第三者の権利不可侵・権利の本質の3つのポイントを軸に、知的財産権とは何か、権利を取得するときのメリットとデメリットといった基本的な内容を学びます。また、社内で定義する「秘密」の具体的な扱い方を提示し、秘密管理に対しての共通認識を養っています。

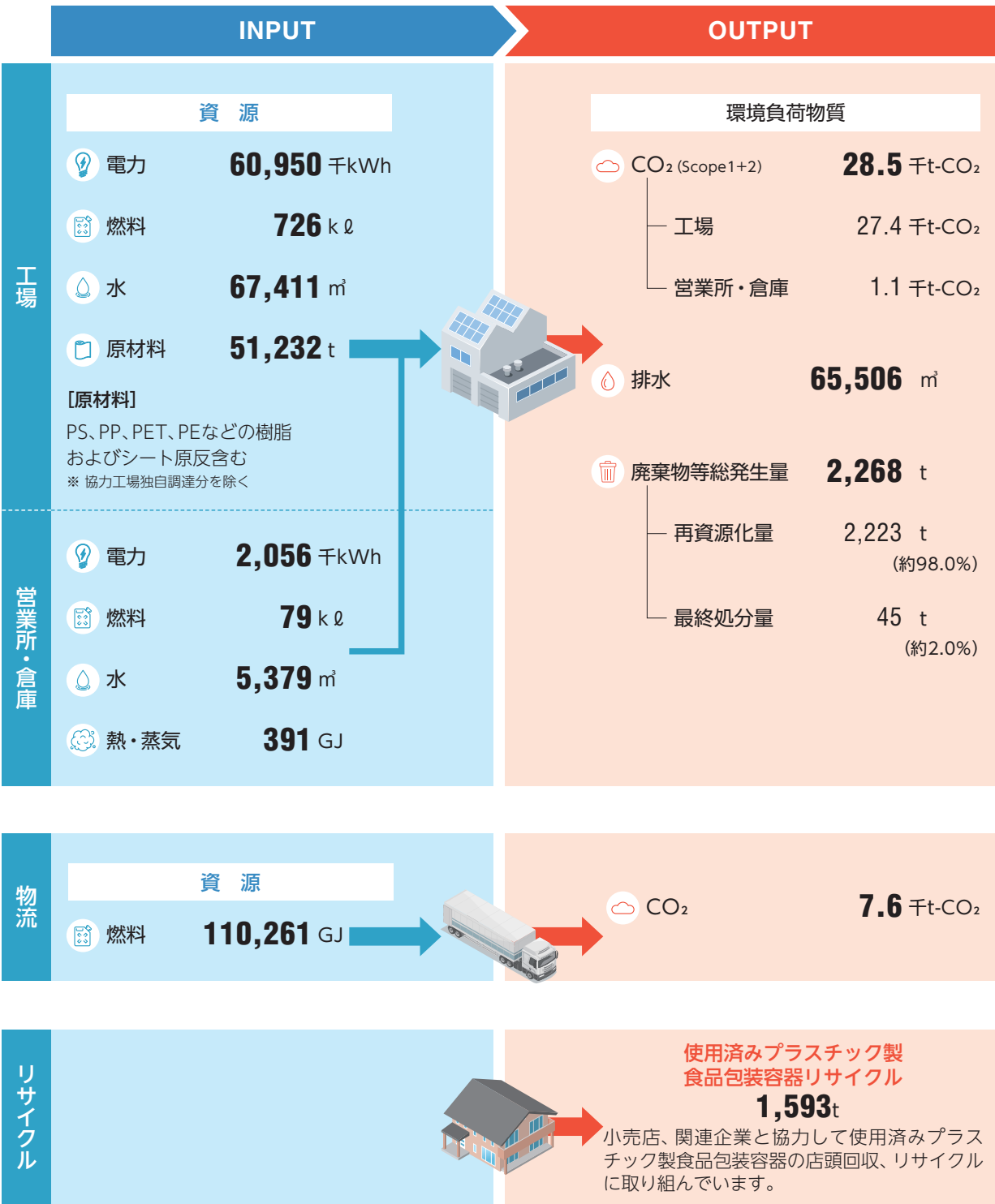
また、2024年度は製品開発に深く関わるマーケティング部を含め、3部署に知財勉強会を実施し、「知的財産権の営業効果」や「開発フローと知財業務」、「知的財産権のトラブル事例の紹介」といった実務に役立つ内容を共有し、知財知識の向上を図りました。





マテリアルバランス

事業活動の過程で投入したエネルギーや資源（インプット）と、事業活動によって発生した環境負荷物質（アウトプット）を把握し、環境負荷の低減につなげています。



対象組織
電力・燃料・熱・蒸気・CO₂(Scope1+2): 中央化学(株) + (株)中央運輸、(株)中央運輸の数値は「工場」に含む
水使用量・排水量: 中央化学(株) 単体
廃棄物等総発生量: 中央化学(株) 国内8工場
物流の燃料・CO₂: 中央化学(株)が委託輸送した輸送業者および(株)中央運輸

対象物
廃棄物等総発生量: 産業廃棄物、一般廃棄物、資源として引き取られたものの総量
再資源化量: マテリアルリサイクル、ケミカルリサイクル、サーマルリサイクル(熱回収)されたものの総量

ESGデータ集

環境

		単位	2023年度	2024年度
CO ₂ 排出量	Scope1	千t-CO ₂	2.1	2.1
	Scope2		26.2	26.4
	Scope3		192.2	190.3
	カテゴリ1 原材料の購入・製造など		94.9	95.2
	カテゴリ2 資本財投入		3.4	3.7
	カテゴリ3 エネルギー関連		4.4	4.4
	カテゴリ4 物流		8.7	7.6
	カテゴリ5 廃棄物		0.5	0.6
	カテゴリ6 出張		0.4	0.5
	カテゴリ7 通勤		0.5	0.5
水使用量	カテゴリ12 販売した製品の廃棄		79.5	77.9
	総発生量	千m ³	73.9	72.8
	廃棄量(最終処分量)	t	2,396	2,268
	再資源化量		47	45
廃棄物等総発生量	再資源化率	%	2,349	2,223
	ハイブリッドカー保有数	台	98.1	98.0
	ハイブリッドカー保有率	%	104	104
ハイブリッドカー導入			83	82.5

対象範囲
Scope1・2: 中央化学(株) + (株)中央運輸 Scope3: 中央化学(株) 単体
水使用量: 中央化学(株) 単体
廃棄物等総発生量: 中央化学(株) 国内8工場

社会

		単位	2022年度	2023年度	2024年度
総従業員数(役員・派遣・受入出向者を除く) ※1※2	全体	人	1,155	1,125	1,109
	男性		919	896	866
	女性		236	229	243
正社員数 ※1	全体	人	941	903	879
	男性		748	715	677
	女性		193	188	202
平均勤続年数(正社員) ※1	全体	人	17.3	16.5	16.9
	男性		18.8	18.1	18.6
	女性		10.6	10.8	11.1
障がい者雇用率(各年6月時点)		%	2.16	2.08	2.08
新卒採用者数	全体	人	25	17	15
	男性		14	10	7
	女性		11	7	8
女性管理職比率(課長以上) ※1		%	1.94	2.47	2.87
総従業員における報酬額の男女比(男性賃金に対する女性賃金の割合)			72.3	71.5	70.6
平均時間外労働(正社員)		時間/月	8.5	7.7	10.2
平均有給休暇取得日数(正社員)		日	9.7	10.1	10.1
育児・介護制度利用状況	育児休業	男性	3	2	3
		女性	9	7	6
	育児休業取得率	男性	93	43	100
		女性	100	100	100
	介護休業	男性	0	0	0
		女性	1	1	0
	介護休暇	男性	11	10	8
		女性	14	15	19
	短時間勤務	男性	0	0	0
		女性	12	13	12
	子の看護休暇	男性	10	14	12
		女性	25	19	19

対象範囲: 中央化学(株) 単体
※1 2025年3月31日時点
※2 総従業員数については、2023年度のレポートにおいてパート社員、技能実習生を含めていなかったため遡及修正しました。

中央化学の食品包装容器

中央化学の食品包装容器は、さまざまなシーンで使われ、食品によって求められる形状や機能、役割が異なります。
消費者のライフスタイルの変化とともに、食品包装容器も日々進化しています。

産地



守る

安全

効率

手で触ると傷みやすい
青果を守ります



OFL

工場



盛付

効率

守る

アウトパックにも対応
できる容器の形状を
取り揃えています



デリグー (深型)

流通現場



効率

守る

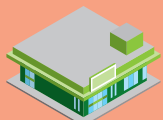
軽量

配送用什器に最適なサイズで
物流問題に貢献します



宝台膳

店舗



衛生

鮮度

情報

スタッフの作業性や売り場
での見栄えを向上させます



鮮烈

家庭



簡便

衛生

保存

テーブルウェア形状の
容器で食卓を彩ります



沙楽

SNSで最新の容器情報を配信

LINE

LINE登録で最新情報をお届けします。



Instagram

トレンド情報を週2回発信しています。



YouTube

便利な機能検証動画をアップしています。



事業概要

中央化学は1961年に設立。1994年～1996年にかけて中国に進出し、現在は日本と中国の間で互いの利点を活かした事業を展開しています。

拠点情報

● 事業所・営業所

- 1 本社
- 2 東京オフィス
- 3 北海道営業部
- 4 東北営業部
- 5 首都圏第一営業部
- 6 首都圏第二営業部
- 7 中部営業部
- 8 北陸営業部
- 9 関西営業部
- 10 中四国営業部
- 11 九州営業部

▲ 工場

- 12 北海道工場
- 13 東北工場
- 14 鹿島工場
- 15 関東工場
- 16 騎西工場
- 17 山梨工場
- 18 岡山工場
- 19 九州工場

■ 配送センター

- 20 北本配送センター
- 21 中部配送センター
- 22 関西配送センター

● 子会社 (日本)

- 23 株式会社中央運輸

● 子会社 (中国)

- 24 環菱中央化学管理有限公司
- 25 海城中央化学有限公司
- 26 上海中央化学有限公司
- 27 無錫中央化学有限公司
- 28 東莞中央化学有限公司
- 29 香港中央化学有限公司

▼ 関連会社

- 30 APETウエスト株式会社

会社概要 (2025年3月31日現在)

会社名
中央化学株式会社

本社所在地
埼玉県鴻巣市宮地3-5-1

設立
1961年1月 (創業1957年)

資本金
72億1,275万円

売上高 (連結)
47,135百万円 (2025年3月期)

従業員数 (連結)
1,534名

事業内容
食品包装容器およびその関連資材の製造・販売を主な事業としています。

