



Creating New Value

CHUO REPORT 2026

Company Profile
ESG Report

Creating New Value

～変化を、新しい価値へ～

中央化学は、食品包装容器の開発・製造・販売を通じて、人びとの豊かな食生活と食文化を支えています。これからも、安全を全ての事業活動の基盤に、お客様の声と市場の変化に向き合い、環境性能と機能性を備えた製品を提供するとともに、一人ひとりの創意と挑戦を力に、新しい「つつむ」の価値を皆様と共創してまいります。



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わかりやすくご報告します。

●報告対象期間

当レポートは、2025年度（2025年4月1日～2026年3月31日）の活動を中心に報告しています。

●発行

2026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。



Contents

イントロダクション

- 01 企業理念
- 02 目次・編集方針
- 03 トップメッセージ
- 07 中央化学の歴史
- 09 中央化学は人びとの生活を支えています

中央化学のモノづくり

- 11 中央化学が提案する価値共創
- 13 時代を先取りする製品の開発
- 15 中央化学がデザインする未来
- 21 座談会 新製品「粋角シリーズ」ができるまで
- 25 モノづくりのネクストステージ 中国事業
- 27 センコーグループとのシナジー効果
- 29 “Creating New Value”を支える事業運営体制

サステナビリティ

- 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

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



Top Message

画期的なPET新素材 開発に成功

環境対応でもトップ ランナーを目指す

中期経営計画や構造改革の完遂、画期的な新素材の拡販、センコーグループとのシナジー強化で、2026年度を当社の大きな転換点にします。

代表取締役社長

室園 康博

変化を成長の機会へ — 3つの強みを次の成長につなげる —

食品包装業界を取り巻く経営環境は、大きな転換期を迎えており、原材料価格や物流コストの上昇、人口減少や生活者の節約志向など、市場環境は厳しさを増す一方です。また、環境負荷の低減や資源循環への対応など、お客様や社会から企業に求められる役割も大きくなりました。しかし、こうした社会・市場環境の変化をリスクとしてとらえるだけではなく、新たな価値を創造し、成長するための機会にしていけることが重要だと考えています。中期経営計画「Challenge 2028」においても、「社会・市場環境の変化を成長機会ととらえ、価値創造を進めていく」という考え方を示しました。

創業以来、当社は食品包装容器のパイオニアとして、時代のニーズをとらえながら、付加価値の高い製品を開発・上市してきました。当社には、次の成長につながる3つの強みがあります。1つ目は「環境対応製品の幅広いラインアップと提案力」、2つ目は「中国拠点の強みを活かした日中協業でのスピーディーな新素材開発力」、そして3つ目は「センコーグループとのシナジー」です。これら3つの強みを相互に結び付けながら、「開発の中央化学」としての競争力をさらに磨き、「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」という2028年のありたい姿の実現を目指していきます。

「Challenge 2028」は着実に進展 — 2025年度を振り返って —

2024年度にスタートした5カ年の中期経営計画「Challenge 2028」では、「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。2025年度は、これらの取り組みが具体的な成果として表れた一年でした。

1つ目の「事業基盤の強靱化」では、生産・物流を中心にさまざまな合理化を進めてきました。生産部門においては、合理化設備の導入による省人化、内

製化といった生産効率化を推進し、特に内製化が大きく寄与したことで中計での2023年度対比合理化目標を大幅に上回るコスト削減を実現しています。また物流面でも、センコーグループのノウハウを活用し、東西の交錯輸送の削減、輸配送体制の見直しなどに注力した結果、2025年度は中期経営計画での目標を大きく上回るコスト削減を達成しました。これは一つの大きな施策によるものではなく、現場一人ひとりが積み重ねてきた改善活動の成果です。今後も生産性の向上と物流合理化を継続し、当社の事業基盤をさらに強固なものへと高めていきます。

2つ目の「開発体制の強化・ラインアップ拡充」においても、製品面で大きく前進しました。紙容器「SKS®」では、無地仕様の「SKSライト」の上市などラインアップを拡充。でんぶんを50%以上配合した環境配慮型素材「CHB®」の製品化に加え、高発泡PET素材「CVP®」、新型C-PET素材「NCP®」という新たな素材を製品化しました。これらは、日本の研究開発・生産技術と中国中央化学が一丸となって取り組んできた賜物です。これらを今後の成長を支える製品群へと着実に育てていきたいと思っています。

3つ目の「環境対応への取り組み強化」では、自社の事業活動や使用電力に伴う温室効果ガス排出（Scope1、2）について、再生可能エネルギー由来のCO₂フリー電力の導入を進め、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。

2026年度は飛躍の年へ — 4つの重点施策を新たな価値創造につなげる —

2026年度は、これまで進めてきた事業基盤の強靱化と、新素材・新製品の開発成果を事業に育て拡大につなげる重要な一年です。販売面では、「既存事業の収益基盤の再構築」「成長市場への注力」「センコーグループとのシナジー」「新素材による攻勢」の4つを重点的に推進していきます。

1つ目の「既存事業の収益基盤の再構築」では、重要市場のスーパーマーケットへの販売強化に加え、当社が長年大切にしてきた地域の販売代理店との関係をこれからも重視していく考えです。全国津々浦々の

お客様へ製品をお届けするためには、それぞれの地域を熟知した販売代理店との連携が欠かせません。お客様のニーズをとらえ、当社の強みを活かせる付加価値の高い製品を重点的に提案していきます。

次に、「成長市場への注力」において、大きな可能性があると考えているのが、冷凍食品市場です。その市場に加え、介護・医療関連市場やeコマースなどへの取り組みも強化します。介護分野では、厨房機器メーカーと連携し、機器と容器を組み合わせた提案を進めています。冷凍状態で保管・輸送した食品を容器のまま加熱調理することができれば、調理や配膳の効率化に加え、食器を洗う作業の削減など、人手不足への対応にも寄与します。

3つ目の「センコーグループとのシナジー」では、グループ内の物流ネットワークやお客様とのつながりを活用した新たな販路の開拓に加え、冷凍・冷蔵物流などの機能も活かしながら、当社だけでは実現できなかった事業機会を創出していきます。

そして、4つ目の「新素材による攻勢」の本格化において鍵となるのが、今回開発したPET素材「NCP®」です。冷凍からオーブン調理まで対応できる強みを活かし、これまでの単なる「入れ物」から「調理器具」へと食品包装容器の役割を進化させる、新たな価値提案を進めてまいります。そして高発泡PET素材の「CVP®」は、割れや引き裂きに強く、耐油性や柔軟性に優れ、軽量性も特徴です。独特の柔軟性と復元性を活かして、果物を保護する製品も上市しました。このように新素材を開発するだけで終わるのではなく、お客様が抱える課題の解決につながる製品として市場に浸透させるこ



とが重要です。紙容器を含めた製品ラインアップもさらに充実させ、新たな市場への提案を推し進めています。研究開発、生産、営業が一体となって新しい製品を市場へ届け、2026年度を当社の次の成長ステージへ踏み出す大きな転換点としていく所存です。

厳しい市場環境を、環境対応製品で切り拓く

冒頭でも申し上げたとおり、近年、食品包装容器市場を取り巻く環境はより厳しくなりました。コロナ禍ではテイクアウト・デリバリー需要の拡大を背景に業界全体で生産設備の増強が進みましたが、特需が落ち着いた現在は需給バランスが大きく変化しています。2025年、業界全体の販売数量は5～10％程度減少したと認識しています。その背景には、人口減少に加え、食品価格の上昇に伴う節約志向の高まり、家庭での作り置きなど生活者の行動変化があります。加えて、ナフサをはじめとする原材料価格の上昇も大きな課題です。当社では、中国拠点も活用しながら、品質を確保した原材料の安定調達とコスト抑制に取り組んでいます。

しかし、このような厳しい市場環境だからこそ、単なる価格競争に陥るのではなく、地球環境に配慮した製品づくりそのものを当社の独自の強み・競争力へと昇華させていくことが重要だと考えています。そのため、自社の活動では、再生可能エネルギー由来のCO₂フリー電力の導入などによりCO₂排出量削減を進めるとともに、Scope3については、環境対応製品・商品のラインアップ拡充を通じて削減に取り組んでまいります。高発泡PETによる軽量化、再生PETの活用、石油由来プラスチックを使用しない紙容器、植物由来のでんぷんを50％以上配合した容器といった、環境負荷を低減する製品をさらに充実させていきます。これらの地球環境に優しい製品拡大を図ることで、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

また、当社は1990年から店頭回収リサイクルに取り組んできましたが、今後はポリスチレンのケミカルリサイクルにも注力したいと思っています。これはポリスチレンを熱分解して高純度のスチレンモノマーに戻し、そこからバージン同等のポリスチレン

樹脂を製造するというもので、完全循環型のリサイクルが実現できます。ただし、環境に良いというだけで、お客様に製品を選んでいただけるわけではありません。環境性能だけでなく、機能や価格についてもお客様に受け入れていただける製品にする必要があります。環境性能、機能性、コストのバランスを追求したうえで、環境対応そのものを当社の競争力へと変えていきたいと考えています。

安全最優先の下、「全員創意」で新たな価値を

全ての基盤となるのが「安全」です。当社はメーカーであり、どれだけ優れた製品や技術があっても、安全かつ安定して製品を製造することができなければ意味がありません。中期経営計画でも、3つの経営方針の第一に「安全最優先の下、コスト削減による事業基盤の強靱化」を掲げています。

その具体的な目標が、「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」です。私自身、長年製造現場に携わる中で、安全の重要性を身をもって経験してきました。その経験を社員にも伝えるため、各工場や営業拠点を訪問して安全講話を続けています。安全においては「100－1

はゼロ」です。一人ひとりが安全を自分自身の問題として考え、全員で安全最優先の事業活動を徹底していかなければなりません。

中央化学には創業以来受け継いできた社は「全員創意」があります。一人ひとりが主体的に考え、さまざまなアイデアを出し、議論し、挑戦する。そして、進むべき方向を決めたら全員で一致団結して取り組む、それが「全員創意」です。新素材・新製品という新たな武器も整ってきました。これをしっかりと事業に育て、そこで生み出した成果を次の技術開発や環境対応、ケミカルリサイクルなどへの挑戦に再び投資していきたいと考えています。会社を強靱化し、製品ラインアップを拡充し、環境対応で業界No.1を目指す、この循環を続けることで、企業としての成長と社会への貢献を両立していきます。

これからも、お客様の声に真摯に耳を傾け、信頼され、選ばれ続ける中央化学であるために、安全最優先の下「全員創意」の精神で挑戦を続け、食品包装容器を通じた新たな価値の創造を追求してまいります。そして、社会との共生を大切にしながら、食に幸せと彩りを与え、「人びとの豊かな食生活と食文化に貢献する」という私たちのミッションの実現に努めてまいります。今後とも変わらぬご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

中期経営計画 Challenge 2028

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		2028年度非財務目標	
売上高	581億円	自社温室効果ガス排出量削減 (Scope1・2)	▲26%
経常利益	26億円	環境配慮型製品・商品販売構成	27%
経常利益率	4.6%	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

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、暮らしに必要な不可欠な役割を担ってきました。

「中央化学の歴史」の詳細はこちら



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



1950/1960年代

大量生産・
大量消費の時代

日本は1950年代半ばごろから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。

1970年代

安全・安心と
利便性の時代

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。

1980年代

多様化とライフ
スタイルの時代

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す。

1990年代

環境意識の高まりと
法改正の時代

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」や「容器包装リサイクル法」が施行され、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。

2000/2010年代

多様なニーズに
応える時代

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。

2020年代

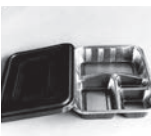
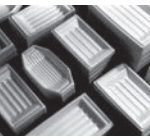
サステナブルな
未来へ

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。

時代のニーズ・課題

大量生産・大量消費	安価で供給	安全・安心	高級感	耐熱素材	食の多様化	エコ	デザイン性	マーケットアウト	ユーザビリティ	環境	機能
-----------	-------	-------	-----	------	-------	----	-------	----------	---------	----	----

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。	 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。	 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。	 CTデリカン 耐熱惣菜容器の元祖とも言えるシリーズ。内外嵌合で防油性に優れた製品です。	 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。	 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。	 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。	 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。	 CF寿司容器 作業性の向上と美しいボリューム感を、シャープな形状でアピールした寿司容器です。	 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。	 CHB® リクラ® プラスチック使用量が50%未満の環境配慮型素材の製品です。素材のナチュラルな質感やつまみ部分のデザインにより、環境配慮とデザイン性を両立しています。
 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。	 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。	 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。	 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。	 SDstyle 料理を引き立て、洗練されたお店の雰囲気をもよおし、おいしさを食卓まで届けます。グッドデザイン賞を受賞しました。	 CVP® フルーツウェア CVP®はPET素材を発売させた軽量化素材です。フルーツをワンタッチで包装でき、作業時間の短縮に貢献します。

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。

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。

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。

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。

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「ガスパリア容器」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。

令和2年(2020年) 3月
タルクを50%以上配合した環境配慮型素材「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「**Ch**allenge 2028」を策定。

令和6年(2024年) 12月
でんぶんを50%以上配合した環境配慮型素材「CHB®」の販売を開始。

令和7年(2025年) 11月
PET素材を主原料とした環境配慮型素材「CVP®」「INCP®」の開発に成功。

中央化学の食品包装容器は、社会のさまざまなシーンでみなさんの生活を支えています

日本で初めてPSP製トレーを開発して以来、中央化学は時代や暮らしの変化に応じ、さまざまな食品包装容器を生み出してきました。食品を守り、運び、その魅力を高める。そして、多様化する食生活や環境課題に応える。食品包装容器は今、私たちの暮らしに欠かせない社会基盤のひとつとなっています。

食品包装容器の役割

食品を守る

軽量で衛生的、耐衝撃性・断熱性に優れたトレーは、60年以上にわたり食品の安全な保存・運搬を支えています。

食品流通を支える

輸送時の保護性と店頭での視認性・陳列性を両立し、効率的な流通と販売を支えています。

商品の魅力を高める

販売形態の多様化に伴い、食品包装容器は食品を守るだけでなく、見た目やデザインで商品の魅力と価値を高める存在へ進化しました。

環境に配慮する

環境意識の高まりを受け、さまざまな環境配慮型容器が、持続可能な社会に貢献しています。

多様な食生活を支える

ライフスタイルや食の変化に伴い、食品包装容器は持ち運びやレンジ対応、保存性など、多様なニーズに応える社会的基盤としての役割を担っています。



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、人びとの豊かな食生活に貢献します。

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。食をとりまく環境が変化する今、容器に求められる役割も進化しています。私たちは単なる「ものづくり」に留まりません。お客様の課題に深く寄り添い、ともに最適な答えを導き出す。その「価値共創」の姿勢を支えるのが、中央化学が誇る3つの強みです。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。

● 中央化学の3つの強み

強み1 時代を先取りする製品の開発 環境配慮×4つのデザイン

「環境配慮」は全製品開発に通じるコンセプト

「人びとの豊かな食生活と食文化への貢献」をミッションに掲げる当社にとって、「環境配慮」は全ての製品開発に通底する中核コンセプトです。中期経営計画「Challenge 2028」では、環境対応製品のトップランナーを目指し、開発力の強化と製品群の拡充を推進しています。

2020年代以降は、中国3拠点を中心としたグローバル開発体制を構築し、各国の環境ニーズを迅速に製品へ反映してきました。2023年には紙を主原料とする「SKS®」シリーズ、2024年にはでんぷんを50%以上配合した「CHB®」シリーズ、さらに2025年にはPET単一素材の「CVP®」「NCP®」を展開。素材革新を軸に、3R+Renewableの実現とともに、素材特性を活かした新たな価値創出(Creating New Value)に取り組んでまいります。



顧客の課題に応えるソリューション提案

環境配慮は社会全体で取り組むべき重要なテーマである一方、企業や店舗ごとに直面する課題は多様です。こうした個別課題の中には、食品包装容器の工夫によって解決できる領域が数多く存在します。中央化学では、「新素材」「量感設計」「魅力創出」「効率改善」という4つの視点から容器デザインを再構築し、機能性と付加価値の両立を図っています。単なる包装資材の提供にとどまらず、課題解決型の提案を通じて、お客様の事業価値向上に貢献してまいります。

社会に新しい価値を提案

新素材デザイン

狙いの量目に
ぴったり合う容器を提案

量感デザイン

容器の見映え・機能を活かした
商品価値アップを提案

魅力創出デザイン

容器による
作業効率改善を提案

効率デザイン

強み2 モノづくりのネクストステージ 中国事業

当社の中国事業は1994年、遼寧省海城市から始まりました。以来30年にわたり、プラスチック食品包装容器製造唯一の日系企業として、日本品質の安全・安心を中国市場に提案し続け、その価値は現地社会に浸透。中央化学は中国においても信頼されるブランドとしての地位を確立しています。2020年代以降は、新素材開発の中核拠点として進化し、独自のグローバルネットワークで蓄積した知見をもとに、世界標準の価値を日本へ還元していきます。



強み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。グループが掲げる「人々の生活を支援する」というミッションは、当社の理念とも高い親和性を有しており、今後の協業による相乗効果が期待されます。なかでも注目すべきは、物流を中核とする同グループの強固な顧客基盤とネットワークの活用です。これにより、お客様との接点強化や連携の深化が図られ、サプライチェーン全体の最適化と事業運営の効率向上につながると見込んでいます。



中央化学の強み 1

時代を先取りする 製品の開発

中央化学は「人びとの豊かな食生活と食文化への貢献」をミッションに掲げ、創業以来、時代のニーズを先取りした食品包装容器を通じて、安全・安心な食生活を支えてきました。その原点にあるのが、環境配慮と製品デザインを両輪とする製品開発です。新素材開発、量感設計、魅力創出、効率デザインの「環境配慮×4つのデザイン」を柱に、社会課題や市場ニーズに応える新たな価値を創造しています。

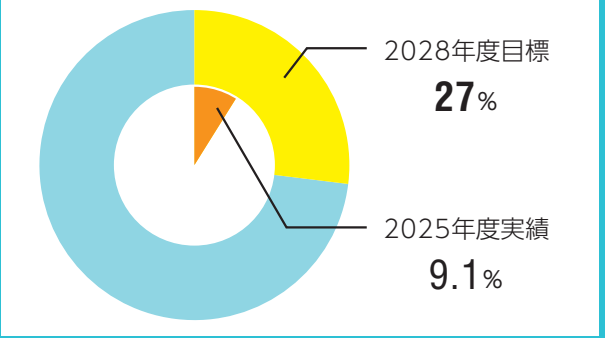
● 開発体制の強化・ラインアップ拡充

中期経営計画「Challenge 2028」では、2028年のありたい姿として「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、開発体制の一層の強化およびラインアップの拡充を推進しております。

環境対応製品の開発と上市

- 「開発の中央化学」としての強みを活かし、最も環境対応に優れた製品群を常に提供できるトップランナーを目指し、独自の柱となる製品ラインアップを拡充
- 中国の現地法人とタイアップし、新製品の開発・販売を加速
- 環境規制の厳しい中国から、日本市場、さらには世界市場に向けて発信

環境配慮型製品・商品の販売構成比



中央化学が発信するグローバルスタンダード

2022年度

紙 SKS®

2024年度

でんぶん配合 CHB®

2025年度

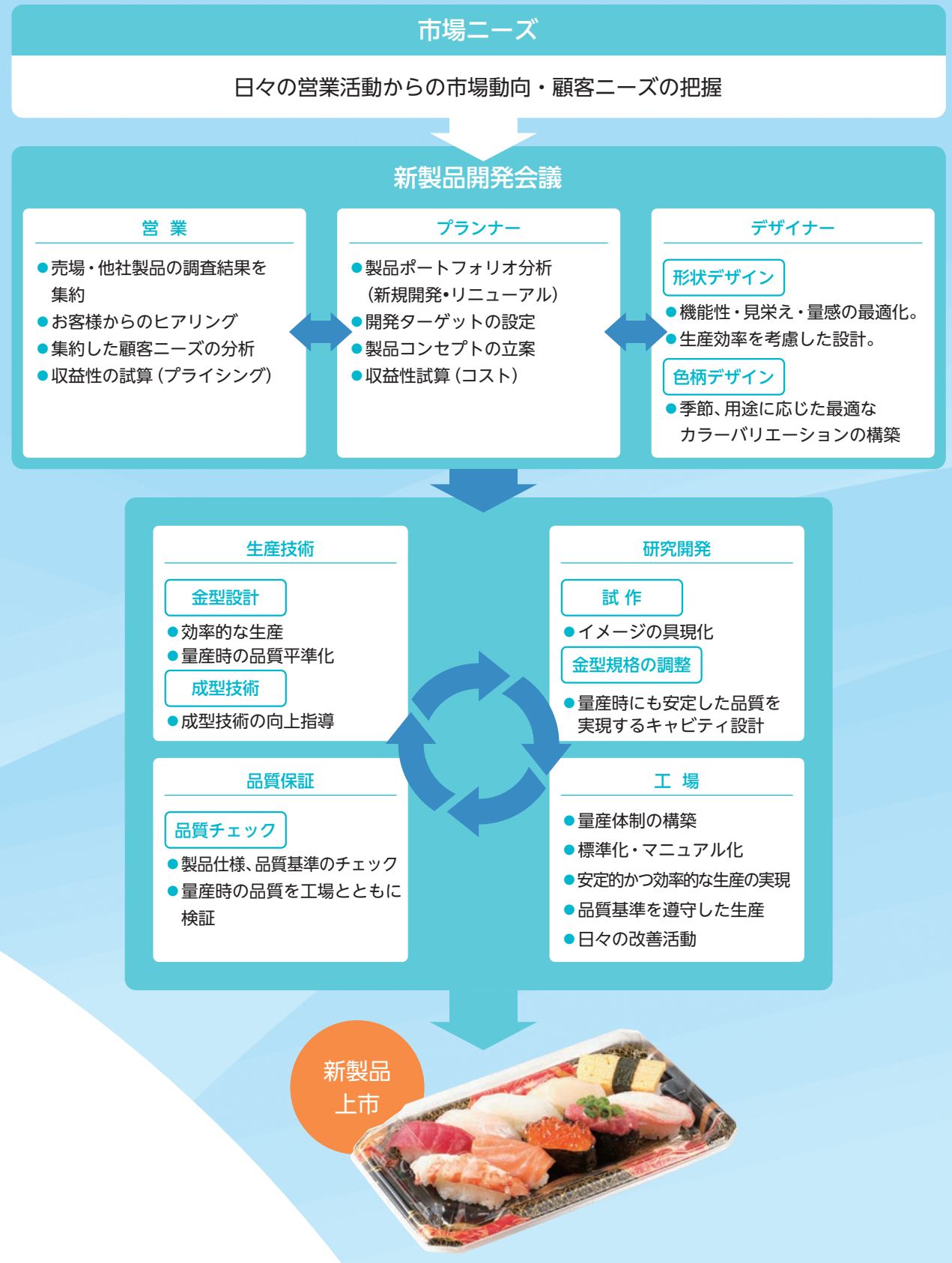
PET素材 CVP®/NCP®



当社開発紙容器 植物由来のでんぶんを50%以上配合 PET単一素材による2種類の新素材

● 最新の顧客課題に応える製品開発体制

お客様の課題解決を原点に、市場分析から企画、デザイン、生産技術、製造まで各部署が連携。確かな技術力と創造力で、新たな価値を持つ食品包装容器を創り続けています。



中央化学が デザインする未来

5つの環境ソリューション

「Challenge 2028」において、「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」を掲げる中央化学。サステナブルな社会の実現を目指し、環境配慮を重要な視点とした製品開発を推進しています。当社では、5つの環境ソリューションを柱に、新たな価値共創に取り組んでいます。



紙

紙を代替素材として使用し、 カーボンニュートラルに貢献

プラスチック以外の原材料を用いた食品包装容器の自社開発・生産に取り組んでいます。

環境負担の少ない紙容器

- 植物由来の原料
- カーボンニュートラル



石油由来のプラスチックの削減

植物由来・天然由来の資源を利用し、プラスチック使用量を削減

用途に合わせて選べる5つの素材

CHB®	TALFA®	バイオCF / バイオCT / バイオTP
植物由来のでんぷんを50%以上配合の耐熱容器です。	天然資源「タルク」を50%以上配合の耐熱容器です。	石油資源の代わりに持続可能な植物由来の有機資源(バイオマス度10%)を使用。バイオCFは低発泡、バイオCTは耐熱、バイオTPは耐熱/断熱性を兼ね備えています。
焼却時CO ₂ 削減50% (当社PP比)	CO ₂ 削減49% (当社PP比)	CO ₂ 削減 バイオCF/CT 7% (当社CF/CT比) バイオTP 3% (当社TP比)
CHB リクラ®	TALFA® OCTAL	

軽量化

発泡素材を使用し、 石油資源の使用量を削減

発泡させることにより軽量化した容器で、石油資源の使用量を削減します。

用途で選べる5つの素材

CVP	CF	SD	PSP	TP
PET素材の特長である耐油性、耐久性を持つ発泡素材	独特の風合いの低発泡素材	耐熱性・断熱性を併せ持つ積層発泡素材	PSを高発泡させた定番素材	PSPの耐熱性・耐油性を強化した素材
石油資源使用量削減		軽量化	発泡素材	



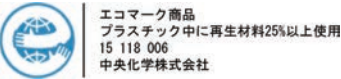
リサイクル

プラスチック製食品包装容器のリサイクルを実現

NCPは次ページで紹介



C-APG®はPETボトルのリサイクル原料を使用した環境配慮型素材です。



C-APG® (OFL)



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再利用します。



HS (HSシリーズ)

PETボトル由来	環境負荷を低減	CO ₂ 排出量27%削減 (当社A-PET比)	工場内端材を再資源化	資源循環を推進	黒色で高い汎用性
----------	---------	--	------------	---------	----------

食品ロスの削減

消費期限を延ばし、食品ロスを削減

魚や肉、野菜、惣菜などの消費期限を延ばす機能性容器で、食品ロス削減に貢献します。

EverValue®	バリアスキンパック	冷凍
特殊加工されたフィルムと容器で、鮮度保持ガスを密閉	酸素や窒素を通さない密閉包装で、食品の鮮度を保持	耐寒CT、耐寒PPを使用し、冷凍からレンジアップまで幅広い温度帯に対応
CHUO KAGAKU CFPTレー	TSレー	耐寒CT (フロズ) 耐寒PP (冷パック)

● 中央化学がデザインする未来 ～環境配慮 × 4つのデザイン～

「人びとの豊かな食生活と食文化に貢献」をミッションに掲げる当社は、素材革新、適量、価値創造、ユーザビリティの4つのデザインを通じて、食品包装容器の新たな価値を社会に提供してまいります。

1 新素材デザイン

創業以来、素材開発を通じて食品包装容器のイノベーションを追求してきた当社は、2025年に中国事業との連携により、リサイクルが進んでいるPETを原料とする2種類の新素材の開発に成功しました。「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、多様化するお客様の環境配慮ニーズに応えてまいります。

CVP® ～Chuo Victory PET～ モノマテリアルで、新しいモノ

PET本来の耐油性・強度を活かしながら、高発泡技術により軽量化を実現しました。柔軟性と弾力性を備え、省資源化と新たな用途展開を可能にする素材です。



- 特長**
- 高発泡で軽量
 - 高い断熱性
 - 耐油性
 - 割れにくい/裂けにくい
 - 緩衝性

フルーツウェア

従来の果実包装資材にはない斬新なデザイン、機能、作業性を考慮した画期的な緩衝包材です。

＼Add a Little Color/ アレンジ例



ウォームデリ

約110℃の耐熱性を実現。保温・断熱性に優れ、多目的なメニューに使用できるマルチ容器です。



NCP® ～New Chuo PET～ 従来機能に、調理という新しさをプラス

0℃以下の耐寒性も備えた中央化学独自のC-PET素材です。リサイクル原料の配合も可能です。耐熱・耐寒性とバリア性を備え、冷凍から加熱調理まで幅広く対応し、食品の品質保持にも貢献します。



- 特長**
- 幅広い温度に対応(冷凍～オーブン調理)
 - 耐油性
 - バリア性
 - 高強度



2 量感デザイン

物価上昇や食品ロス削減への意識が高まる中、適量でも満足感を演出します。

現代の量目ニーズに合う新寿司容器

粹角シリーズ

原料価格の高騰に伴う寿司の量目調整に対応した容器です。容器のサイズ設計や形状にこだわり、ネタやシャリが小さくなった際にも隙間を感じさせず、売場での見栄えを維持します。

詳しい情報は
こちらから



つまり感を訴求

従来品よりも、つまり感を演出できるサイズ設計。盛り付け位置が高く、寿司をしっかり魅せられる。



時代のニーズに寄り添う弁当容器

HS風雅シリーズ

商品の見直しが進む弁当に合わせた設計です。容器サイズや形状を工夫することで、食材を美しく見え、満足感のある売場づくりに貢献します。

詳しい情報は
こちらから



機能 POINT 側壁が立っているため盛り付けがしやすく、独自のおかずストッパーできれいな盛り付けをキープします。



機能 POINT

パチンと閉まる蓋で作業効率がアップします。



3 魅力創出デザイン

色柄・形状・質感で商品の魅力を高め、売場での差別化につなげます。

商品を引き立てるフォルム

CF宝台舟シリーズ

経木舟とトレーを一体化したシリーズです。
食材を囲む枠があることで商品を包み込み、
陳列時や持ち帰り時にズレない設計です。
容器点数の削減と見栄えの維持を両立します。

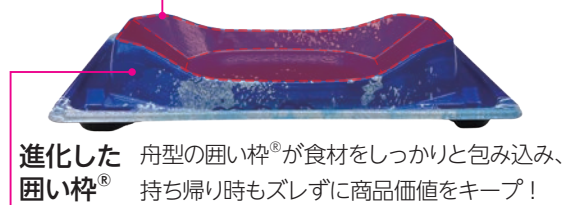


詳しい情報は
こちらから



陳列時、持ち帰り時にズレない設計

美しい曲線 経木舟の美しさを再現!



容器点数が3点から2点に! 資材管理◎



刺身を魅せる本物志向の容器

HS器枠シリーズ

刺身を美しく魅せるシリーズです。
底面のツマピタリブは刺身のズレ防止と、
盛り付けの標準化をサポートします。



詳しい情報は
こちらから



新機能

ツマをピタッと止めるリブ「ツマピタ」。
美しい見栄えをキープします。



商品の陳列時やお客様が商品を手にした際の傾き、時間経過による盛り付けの崩れを防ぎます。

盛り付けの標準化

盛り付け目安の「ツマピタ」を配置。
不慣れた作業でもバランスよく刺身の盛り付けが可能。

ダイヤ形状の「ツマピタ」に盛ると5点盛に!



4 効率デザイン

人手不足への対応や作業効率の向上といった課題を、容器で解決します。

作業効率を高める工夫

CT宝台膳(重)シリーズ

PC・店舗での「盛り付け」「蓋閉め」「輸送」
それぞれのオペレーション課題を
容器の機能で解決します。



詳しい情報は
こちらから



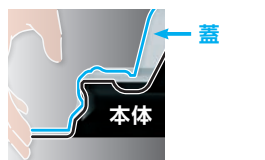
ごはん量目の目安線

推奨のご飯量目が入るよう設定
しているので直感的なオペレー
ションが可能。



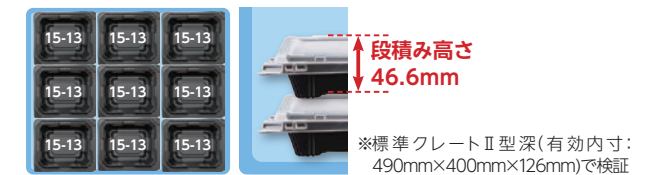
安心の側面外嵌合

輸送時から持ち帰りまで、衝撃
で蓋が開きにくい仕様になって
います。



サイズが違って混載しやすい

クレートにぴったり収まるサイズで作業効率に貢献します。



容器の利用で作業の効率化

CTカインド®シリーズ

介護・医療の現場では人手不足が進み、作業
の効率化が求められています。メラミン食器
からディスポ容器に変更する、または併用する
ことで食事提供後の作業時間を短縮します。



詳しい情報は
こちらから



洗浄作業の削減

提供後の作業を短縮します。

メラミン食器 使用時	配膳	下膳	洗浄	消毒	乾燥
ディスポ容器 使用時	配膳	廃棄	洗浄	消毒	乾燥

作業を削減

メラミン食器→ディスポ容器に
変更することで3工程が不要

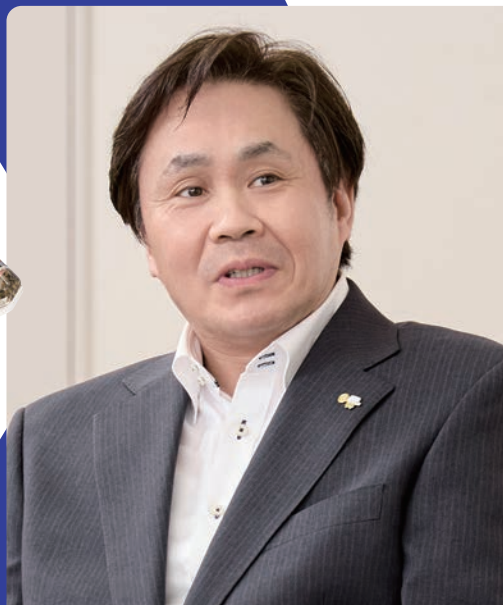
全てディスポ容器
①～③全てディスポ容器



おかず容器をディスポ容器
①ディスポ容器 ②③メラミン食器



油汚れで洗浄に時間がかかるおかずの容器を、
ディスポ容器に変更して作業時間削減に!



生産オペレーション担当
M.O



製品色柄デザイン担当
S.E



製品形状デザイン担当
M.K



製品プランナー
T.M



成型金型開発担当
R.O

座談会 新製品「粋角シリーズ」ができるまで

市場のニーズをとらえた新製品をチーム一丸で開発

ロングセラー製品の後継となる新製品として、2026年2月に上市を開始したデリカ寿司用容器「粋角」シリーズ。開発に関わった5人が、その経緯や直面した課題、こだわったことなどを振り返りました。

新製品「粋角（いっかく）」シリーズの開発における役割と取り組み

T.M 新製品開発では、会社の方針に基づき汎用シリーズの中長期計画を立て、営業からの要望を踏まえつつ、企画立案から上市、販売に至る全体のプロセスを管理するのが私の役割です。今回の「粋角」シリーズでは、実績・評価ともに高い「豊味（とよみ）」シリーズを超えることを目標に掲げました。皆の考えるデザインや機能性といった付加価値の具現化と効率生産の両立をいかに実現するか。これらを重要課題と位置付け、生産技術、研究開発、品質管理、営業などの関係部署をつなぎ、全体最適を図ることこそが自身の務めだと考えています。

M.K 私は製品の形状デザインだけでなく試作品の確認や検証も担当しています。開発において最も心掛けているのは、製品コンセプトの軸から外れないデザインです。顧客課題の解決や、他社品との差別化も常に念頭に置いています。「粋角」シリーズでは、「デリカ寿司で永く使える新定番容器」というコンセ

プトに基づき、重視したのは奇抜さではなく普遍性。それでいて、売り場で埋もれない存在感を持たせることを意識しました。

S.E 私は新製品に施す色柄のデザインを担当しました。今回の企画はサイズラインアップが非常に多いロングセラーの後継シリーズです。今の市場で広く受け入れられる柄を、しっかりと見極める必要性を感じていました。当時は中途入社して日も浅かったため、実際に寿司が置いてあるデリカ売り場を観察・調査したり、市場の理解を深めたりしながら、新製品に最適な色柄を探求しました。

R.O 私の役割の一つは、決定した設計・デザインに即した形状に成型する金型に求められる仕様を検討することです。予算管理、金型メーカーへの製作発注から納入後の生産状況の確認、次回製品へのフィードバックまでを行っています。「粋角」シリーズは既存製品シリーズのリニューアルであり、効率生産ができるかどうか極めて重要となります。そのため金型設計にあたっては、1回の成型サイクルでとれる製品の個数を減らさないことが必要条件でした。

M.O 私は鹿島工場の製造部門に所属しています。粋角が設計どおりに仕上がることを目指して製品化に携わってきました。実は初回テスト時、シートトラブルが発生し、当初の生産性は芳しくありませんでした。しかし、生産・技術本部と協議を重ね、2回目のテストに臨んだところ、見事に問題が解消。安定生産・効率生産が私たちの使命ですから、あのときは本当に安堵しましたね。

生産現場で得られたヒントでコストの課題を無事クリア

M.K 工場でのテストには私も立ち合いました。本シリーズは従来品以上の効率生産を目標に掲げていたものの、当初はその実現に苦戦していました。そんな中迎えた初回テストの際、工場長から「こうすれば安くできるのでは？」と助言をいただきました。各部署の担当者がそれぞれの役割を果たしてきましたが、最後には製造現場の工夫が新製品開発の成功につながったと感じています。

T.M この工場長のアドバイスをきっかけに、従来は難しいとされていた成型・裁断方法に挑戦することになりました。この成型・裁断方法を実現するためには金型の改造が必要になったものの、結果的に生産効率の大幅な向上を実現できました。

R.O 思い起こせば、先代の「豊味」シリーズでは金型に起因するトラブルがあり、製品化までに苦労した経験があります。今回の「粋角」では過去の経験から

得た教訓を活かした適切な事前検証を重ねたおかげで、急遽行うこととなった金型の改造も極めて円滑に進んだと思います。

S.E 実は新たな成型方法の採用は、私が担当する絵柄のデザインにも影響を及ぼしました。製品同士の隙間をなくして切り落とすため、どうしても個々の色柄の位置にわずかなズレが生じてしまうのです。そのため、ズレがあっても見栄えを損なわないデザイン上の工夫が必須でした。

M.K お客様が求めているのは「安いだけの製品」ではありません。価格はリーズナブルでも、商品の価値を高めることのできる寿司容器。それが今回のデザインで追求したポイントです。中身のお寿司がより美しく見える形状や、売り場での映え方を徹底的に意識しました。小さな形状の工夫や機能面の配慮を積み重ねることで、見た目と使いやすさを両立させました。

M.O 製造部門においては、生産アイテムごとに品質条件や材質が変わるため、最適な成型条件を設定



するのが非常に難しい作業となります。「粋角」の製品化でもこの壁に直面しましたが、現場が一丸となって試行錯誤を重ねてクリアしました。

開発を進める中で、各自が気を配ったこと

M.K デザイン面における難しさは、やはり「意匠性」と「量産性」との両立です。デザイン性を追求するだけでなく、実際に工場で安定して生産できる形状に落とし込まなければなりません。ただ、こうした制約の中でベストな形状を模索する作業こそ、私にとって最もやりがいを感じるプロセスです。実際の売場に足を運び、製品に触れてユーザーの視点や現場の課題を整理することが、新しい気づきや改善のヒントにつながっています。

T.M 私も「自分自身も一人の消費者である」という視点を大切にしています。また、まだ世の中になく製品を生み出すのですから、ユーザーのニーズについて仮説を立て課題と解決策を導き出すことは難しいことではありますが、やりがいを感じます。

S.E 私が描いた理想のイメージ（デザイン）、生産上の制約を踏まえたデータ、そして実際の試作サンプル。この3つの間には、どうしてもある程度のギャップが生じます。色柄の開発では、印刷色の指定方法などに独自の工夫を凝らし、可能な限り最初の理想のイメージに近づけるよう拘りました。

R.O 私の所属部門は、上流（営業・マーケティング）と下流（工場）の中間に位置しています。それぞれの要望を落とし込んだ金型を製作することがミッションです。重要かつ難しい課題ですが、過去の仕様を見直してコストの増大を抑制するためにも、日常的に各部門と密に連携してベストな着地点を探るよう努めています。

M.O 私が今回の新製品を初めて成型する際、最も神経を尖らせたのは「賦形（ふけい）性」の確認です。各部の厚みを設計値どおりに、均一に仕上げる。あたり前に思えて、実はこれが意外と難しいものなのです。



テストに立ち会ってくれたメンバー全員で細かい部分まで検証を重ね、理想の設計値までもっていきました。

「粋角」シリーズに込められた数々のこだわりや工夫

S.E 色柄に関しては、伝統的な定番カラーをベースにしながらも、今の時代に合ったトレンド感を意識しています。たとえば「千代R」という赤黒金の柄では、あえて一部の印刷を抜いて白い模様をアクセントとして入れました。重厚感が出やすいカラーですが、「粋角」がターゲットとする価格帯のお寿司には、華やかで軽やかな雰囲気のほうが適していると考えたためです。

M.K 「粋角」のコンセプトは「デリカ寿司で永く使える新定番容器」ですが、実はその後に「豊味のよさにぎり寿司を魅力的に見せる」というフレーズが続いています。永く使っても古臭さを感じさせない普遍性をベースにしつつ、他社製品と差別化するために面構成やエッジのシャープさにこだわり、お寿司を最大限に引き立てる絶妙なバランスを追求しました。

R.O 金型の開発は、「設計・製作・安定生産」が可能かを見極めることから始まります。特に今回は自部門だけでは対応できない仕様があり、量産性を担保するための慎重な判断が求められました。

M.O 高い品質を確保するために現場で最も大事なものは、「設備と製品をよく見る」という愚直な姿勢です。今回はテストの状況を注視していた工場長の発案で、最終的に取数を増やすことができ、劇的に生産効率が向上しました。現場での目線を研ぎ澄ますことで、作業負荷を増やすことなく、生産性を高めることができた好例だと思います。

新製品を上市するうえでの部門を越えた連携の重要性

T.M 汎用製品の開発には、ほぼ全ての部門との連携が不可欠です。プロダクト面では研究開発や生産技術と量産化に向けた技術課題をクリアし、プロモーション面では販促企画の立案と、魅力的なツールの制作を行いながら、営業とともに拡販活動を進めます。関わる全ての人が企画意図を正しく共有し、同じ方向を目指す一連の流れを構築することこそ、プランナーとしての私の使命です。

M.K 開発の初期段階では各営業部と分科会を開催し、日々お客様からいただくリアルなレビューや、新シリーズへの要望を徹底的に吸い上げました。それを量産体制へと落とし込むプロセスでも、生産技術

課や製品開発課をはじめとする多くの部門とのバトンリレーが不可欠でしたね。

S.E 製品開発課には試作対応やフィルム剥がれなどの不良発生の検証を、工場には生産に向けた細かなライン調整を、物流・購買本部には試作から本生産へ移行する際の手続きを担っていただくなど、本当に多くの部署に支えられて形になりました。

R.O 金型の量産性は、製品の特徴によって成型条件が大きく変わるため明確な基準がありません。だからこそ各部門との連携が全てです。どんなに素晴らしいデザインでも、設計どおりに生産できる金型の開発が難しい場合は形状変更をお願いすることもあります。そのため製品開発の初期段階でできる限り確認するように努めており、不明点が残ったら持ち帰って検討し、問題を解決してから次のステップに進めるようにしています。

M.O 新製品を生産するのは工場ですが、安定生産の実現には、さまざまな部署の支援が欠かせません。テスト生産での皆さんの立ち合いはもちろん、生産・技術本部の適切な情報提供などはいつも現場の大きな支えになっています。

今後に向けた課題と、それぞれが目指したいこと

M.K リーズナブルな価格で商品価値を高めたいという食品包装容器に対するお客様のニーズは今後さらに高まるでしょうし、これまで以上に、生産効率の向上に直結する新しい形状設計にチャレンジしたいですね。お客様に「選ばれる理由」のある製品づくりを目指します。



S.E 他業界から転職してきた私にとって、食品包装容器の世界はまだまだ新しい発見ばかりです。まずは色柄開発の領域を習熟し、デザイナーとして高い専門性を身に付けていきたいと考えています。

R.O 私が所属する部門における今後の課題は、金型開発コストの低減と製品品質・効率生産の両立です。金型に使用するあらゆる材料が値上がりする中で、いかにコストを抑えつつ高品質な金型を開発できるか、喫緊の課題として取り組んでいきます。

M.O 深刻化する人手不足は、生産現場にとって大きな課題です。新製品開発に限ったことではなく、日常の改善活動として今後も現場とともに働く仲間と試行錯誤しながら、省人化・省力化に対応した効率的な生産体制の構築を進めていきます。

T.M 食品加工技術や販売方法が変化する中、私たち中央化学にはまだ開発できていない市場があります。未開拓市場に対して潜在的なニーズや現場の課題をいかに的確に抽出し、次なる革新的な製品開発へとつなげていけるか。ここからがプランナーとしての腕の見せ所だと思っています。

お客様の声を製品開発につなぐ仕事

北海道営業部を代表して「粋角」シリーズの開発に参画するにあたり、最も大切にしたのは、できるだけ多くのお客様の声を伺い、売場で感じられている課題を解決できる製品づくりです。ヒアリングを通じて、シャリの小型化に対応した最適な容器サイズや、売場に応じて選べるサイズ展開、コストを抑えながらも差別化できるデザインの3点を、多くのお客様に共通する課題ととらえ、これら現場のニーズを製品に反映するよう提案しました。営業からの要望をデザインとして具現化するとともに、生産効率との両立を図るため、関係者全員が試行錯誤を重ねた結果、「粋角」を完成させることができ、大きな達成感を得ています。今後は、開発に携わった一人として「粋角」の価値をお客様へ丁寧にお伝えし、より多くの店舗でご採用いただけるよう営業活動に取り組んでまいります。

営業本部 北海道営業部 S.N



中央化学の強み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による安全・安心なブランドとして市場を牽引しています。

● 現場力と技術革新で、グローバルに成長



中国総代表 郁 方銘

1994年の進出以来、日本品質の技術と安全性を基盤に中国市場で信頼を築いてきました。現在は海城・無錫・東莞の3工場が有する開発ノウハウ、圧倒的なスピード感、高い環境対応技術とコストメリットが強みです。

中国事業の原動力は、現場の優秀なナショナルスタッフによる高い問題解決力にあります。私たちは世界的な環境対応の潮流をとらえる戦略拠点としてSKS®、CVP®、NCP®、CHB®などの環境配慮型製品を拡充しています。日中協働の「現場力」と「技術革新」をドライバーにグローバル市場の課題を解決し、世界の食文化の発展に貢献してまいります。

● 中期目標

01 日中共同
技術開発

02 世界の動向を
日本・中国の
市場へ

03 世界マーケット
への拡販

● 中国事業発の環境配慮型製品

中央化学では、中国を研究開発拠点として、日中共同での技術開発を推進しています。

① 環境にやさしいPETから生まれた、2つの新素材。

CVP®

PET本来の耐油性・強度を活かしながら、高発泡技術により軽量化を実現しました。



NCP®

耐熱性・耐寒性を備え、冷凍から加熱調理まで幅広い温度帯に対応。バリア性により食品の品質保持や消費期限の延長にも寄与します。



② 紙容器 (SKS®シリーズ)

多彩なカラーで、エコに新たな価値を演出します。



③ CHB®

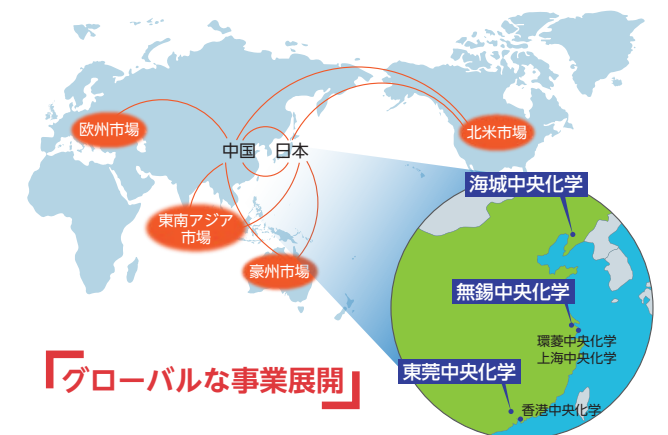
中国発の新技术。でんぷん50%以上配合の環境配慮型容器です。



● 世界の動向を日本・中国の市場へ

当社の食品容器は、日本品質の安全・安心な製品として中国市場でも高い評価をいただいております。また、中国経済の急速な発展とグローバル化とともに、その販売チャネルは中国国内にとどまらず、近隣の東南アジアや米国、欧州へと拡大してまいりました。

近年では、各国・地域で独自の環境方針や規制が導入され、それらに対応した食品容器へのニーズも高まっています。中国事業では多様化するグローバルニーズに応える製品を日本・中国の市場に提供してまいります。



● 世界マーケットへの拡販



2025年10月21日～23日 PACK EX TORONTO (カナダ) 出展時の様子

2025年、中国を世界市場に向けた製品開発・発信の重要拠点と位置付け、中国事業では、欧州・米国・豪州・アジアなど各地の展示会に積極的に参加し、当社が誇る最新技術を世界に向けて発信してまいりました。これらの製品は、グローバル市場でも高い評価をいただいております。今後も中国発のアイデアを日本市場、そして世界市場に適したデザインや仕様として具現化してまいります。

中国から世界へ、そして世界の潮流を日本へ。中国発の技術を搭載した製品を発信し続けてまいります。

General Manager's Voice



日中の技術を融合し、 環境先進工場として世界の食文化を支える

私たちは、中国市場におけるパイオニアとして、日本と同等の高品質を強みに事業を展開してまいりました。現在、中国国内で環境意識が急速に高まる中、食品包装容器メーカーには抜本的な環境対応が求められています。私たちは日中共同体制の下、中国の圧倒的な開発スピードと日本の高度な技術力を融合し、画期的な環境配慮型製品を創出しています。今後も多様化・高度化する市場ニーズを的確にとらえ、「安全・安心の中央化学ブランド」の製品を中国、そして世界へと届けてまいります。

東莞中央化学有限公司 総経理 朱 雷



中央化学の強み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」という考え方は、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。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向上は、特に大きなシナジー効果として期待されます。

● センコーグループとは

センコーグループは、物流事業を中核に、商事・貿易、ライフサポート、ビジネスサポート、プロダクトの5つの事業領域を展開する総合企業グループです。国内外に広がる輸送網と倉庫ネットワークを基盤に、調達から生産、販売までをつなぐサプライチェーン全体の最適化を実現しています。



その中で中央化学はプロダクト事業の中核企業として、食品包装容器分野で業界を牽引し、日本および中国を中心としたグローバル市場で食文化の発展に貢献しています。グループの物流力と製造力を融合させることで、「Moving Global」の理念の下、社会と暮らしに新たな価値を提供し続けています。



● グループシナジーによる物流効率化・サービスの提案

当中期経営計画「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。



● 株式会社ランテック（センコーグループ）との連携



2026年2月の全国スーパーマーケット協会主催の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式会社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・冷蔵輸送に強みを持つ株式会社ランテックより、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ご紹介いただきました。

Stakeholder's Voice



株式会社ランテックは、冷凍・冷蔵輸送をはじめとした定温物流に高い専門性を有し、食品の品質を維持したまま全国へ届ける体制を強みとしています。中央化学株式会社が展開する、冷凍からオープンまで幅広い温度帯に対応可能な食品容器は、当社が今後成長を目指す市場や顧客ニーズとも重なる領域が多く、両社の強みを掛け合わせることで新たな価値創出が可能であると確信しています。今後は3PL領域での連携も視野に入れ、容器と物流の一体提案を推進し、品質保持・作業効率・環境配慮のさらなる高度化を図ってまいります。こうした協働を通じて新たな市場を切り拓き、ステークホルダーの皆様とともに持続的な成長を実現してまいります。

株式会社ランテック 代表取締役社長 舩元 健了様

“Creating New Value”を支える 事業運営体制

社会課題や多様化するニーズに応え、
新たな価値を創造 (Creating New Value) し続ける中央化学。
企画・開発から生産、物流、営業に至るまで、
強固なチームワークで連携する
当社の事業運営体制をご紹介します。



営業



新素材と提案力で、 食の価値創造に挑み続ける

食品市場を取り巻く環境が大きく変化する中、私たちは単なる食品包装容器の提供にとどまらず、お客様の課題解決と新たな価値創造に挑戦しています。
2026年度は、当社独自の新素材である「CVP®」と「NCP®」を成長戦略の中核に位置付け、市場への浸透と新たな用途開発を加速してまいります。
また、センコーグループとの連携を活かし、物流と容器を融合した新たな価値提案にも取り組みます。これからもお客様とともに成長し、持続可能な社会と豊かな食の未来の実現に貢献してまいります。

執行役員 営業本部長 谷 洋平

中央化学の「営業」として、大切にしている3つの取り組み

- 01 新素材による新たな価値提案の推進
- 02 現場の課題に寄り添う提案営業の実践
- 03 センコーグループとのシナジーによる市場創出

01 新素材による新たな価値提案の推進

営業本部では、新素材を活用した価値提案に注力しています。環境配慮や利便性向上へのニーズが高まる中、容器にはこれまで以上に多様な機能が求められています。当社の新素材は、軽量性・耐熱性に加え、食品の魅力を引き立てる意匠性や環境負荷低減にも配慮した特長を持っています。

営業では、これらを活かし惣菜や冷凍食品分野などへ提案を広げています。今後も開発・生産部門と連携し、使い方まで含めた提案を通じて、新たな価値創出と市場への浸透を進めていきます。



02 現場の課題に寄り添う提案営業の実践



営業本部では、売場の課題に寄り添った提案を重視しています。消費者ニーズの多様化により、売場には視認性や作業効率、環境対応といった複合的な価値が求められています。

当社は、調理・盛り付けの効率化につながる容器設計や食品ロス削減に貢献する機能など、現場の課題に即した提案を行っています。また、展示会や日々の営業活動で得たお客様の声を製品改善や新提案へとつなげています。

今後も現場に密着した営業を深化させ、実践的な価値提供を進めてまいります。

03 センコーグループとのシナジーによる市場創出

親会社であるセンコーグループホールディングスとのシナジーを活かし、新たな市場創出に取り組んでいます。冷蔵・冷凍を含めた物流機能と当社の容器提案を融合させることで、単なる製品提供にとどまらない付加価値の高い提案を実現しています。輸配送や保管の効率化、温度帯に応じた最適な容器設計、環境負荷低減に配慮した包装提案など、サプライチェーン全体を視野に入れた取り組みを推進しています。

また、外食・中食や冷凍食品分野を中心に、商品開発や供給体制まで踏み込んだ提案を行い、新たなビジネス機会の創出を進めています。今後もグループの総合力を活かし、お客様の課題解決と持続的な成長に貢献してまいります。





生産・技術



安全最優先の中で徹底的なコスト削減をし、事業基盤の強靱化を図る

中央化学の生産・技術本部では、安全・品質・環境・保安の『4つのゼロ』を基盤としたモノづくりを推進しています。安全最優先の中で設備更新や技術改善による品質の安定化と生産効率の向上を進めるとともに、環境・保安を加えた社会的責任を重視した生産活動に取り組んでいます。また、市場へは環境素材にも注力し素材技術や成型技術の研究を通じて新しい製品価値の創出に取り組んでいます。これからも技術力を磨き、お客様に安心してご使用いただける製品づくりを進めていきます。

執行役員 生産・技術本部長 **阿南 恵司**

中央化学の「生産・技術」として、大切にしている3つの取り組み

- 01 安全・品質・環境・保安の『4つのゼロ』
- 02 生産合理化による品質改善とコストダウン
- 03 生産拠点の効率化と新素材製造技術の鍛錬

安全・品質・環境・保安の『4つのゼロ』

当社は「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』を目標に、安全・品質・環境を一体とした安全衛生活動を推進しています。安全衛生委員会での災害、ヒヤリ・ハット事例の共有やKY活動に加え、社長をはじめ経営による現場啓発を継続しています。さらに、製造プラント企業の安全管理手法を導入し、作業手順の標準化や工事安全計画の徹底により、事故防止と安定操業の実現に取り組んでいます。



4つのゼロ

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、フロン漏えい・漏油・レジパ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CO₂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。

02

生産合理化による品質改善とコストダウン

中期経営計画「Challenge 2028」では、「安全最優先の下、コスト削減による事業基盤の強靱化」を重点方針に掲げています。この方針の実現に向け、生産・技術本部では、安全・品質を最優先としながら、生産効率化と生産体制の最適化を重点施策として推進しています。『4つのゼロ』を基本に、安全・環境を統括的に管理するとともに、東西主要拠点への生産集約や老朽化設備の計画的更新、成型工程の合理化などを着実に進めています。また、製造ラインでは作業者の負荷が大きい工程を洗い出し、自動化装置の設計・導入を推進しています。自動化にあたっては、単なる省人化ではなく、熟練作業者が培ってきた品質を維持できることを重視し、品質の安定化や異常検知機能を備えた設備仕様としています。さらに、新製品の効率的な生産体制の構築や金型コストの低減、生産設備の最適

配置などにも取り組み、持続可能なものづくりを目指しています。2028年度までには約10億円規模の合理化投資を計画しており、100人を超える省力化を実現することで、安全性・生産性の向上を両立し、強固な事業基盤の構築を進めてまいります。



03

生産拠点の効率化と新素材製造技術の鍛錬

全国のお客様へ製品を安定かつ効率的にお届けするため、生産拠点の最適化と供給体制の強化を進めています。現在は、国内東西の生産拠点で全素材の生産を完結できる体制を構築し、需要変動にも安定供給を維持できる生産ネットワークの整備に取り組んでいます。また、物流面ではセンコーグループとのシナジーを最大限に活用し、輸送効率やリードタイム、コストなどを総合的に判断した最適な生産工場の選定を進めることで、サプライチェーン全体の最適化を図っています。さらに、2026年度からは環境配慮型新素材であるCVP®・NCP®について、市場ニーズの拡大を見据えて国内生産工場の選定・生産体制の構築に向けて検討を

開始します。今後も、安全・品質を最優先に、生産と物流を一体で最適化することで、お客様へ安定した製品供給を実現してまいります。



VOICE ~従業員の声~

岡山工場は、西日本を支える当社最大の生産拠点として、多様な食品包装容器を安定供給しています。「安全は全てに優先する」の理念の下、安全・品質・生産性の向上に取り組み、「全員創意」の精神で改善を積み重ねながら、技術力と現場力でお客様に信頼されるものづくりを続け、中央化学の成長を支えています。

岡山工場 工場長 **初岡 薫**





研究開発



新素材で食品包装容器の価値を拓く

— 環境適応型素材で新しい価値を社会に提案 —

中央化学の中期経営計画「Challenge 2028」で掲げている“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”の実現に向けて、さまざまな活動に取り組んでおります。優先テーマとして中国拠点に導入した高性能PET設備を主軸として、新素材の開発に日中の営業・生産部門と連携して取り組み、この度、高発泡体PET(CVP®)、耐寒性を向上させたC-PET(NCP®)の2種の開発に成功しました。既に上市している紙容器(SKS®)、でんぷん配合容器(CHB®)とともに、今後も当社の優れた環境適応型素材の特性を最大限に活かした技術開発を推進し、安定した量産体制を整え、お客様のニーズに適した製品展開を進めてまいります。

常務執行役員 研究開発本部長 **朝夷 修司**

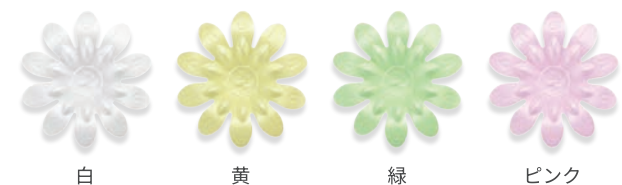
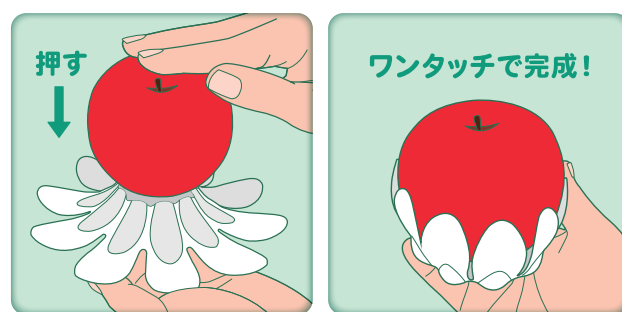
中央化学の「研究開発」として、大切にしている3つの取り組み

- 01 新素材のさらなる機能向上と市場に適した価格達成に邁進し販売数アップに貢献する
- 02 新製品開発のスピードアップを図り、最適なタイミングで上市する
- 03 デザイン・技術・ブランドの知的財産を保護し、当社製品の価値を高める

新素材のさらなる機能向上と市場に適した価格達成に邁進し販売数アップに貢献する

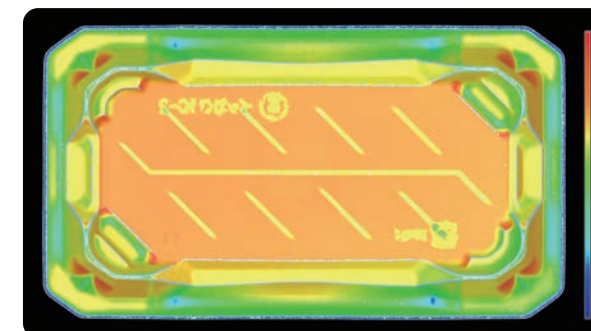
CVP®は、PET素材を高発泡にすることで軽量化と弾力性を実現しました。また、電子レンジに対応した耐熱性と発泡を活かした断熱性を付与できました。更に割れや裂けが生じにくい弾力を生かした青果包材「フルーツウェア」を開発しました。花びら形状で中央部に置いた青果物の重みでワンタッチ装着ができ、作業時間の削減が期待されます。今後は、安定した機能の発現およびさらなる機能向上に向け中国拠点、生産技術部と協業し開発を進めます。

NCP®は、結晶化PETをベースに耐熱性および低温時の耐衝撃性を向上させました。ターゲットとする冷凍食品や高温調理市場は成長市場であり、コストが重要となります。コストダウンに向け配合の最適化、生産安定性、歩留まり改善、さらに耐寒性向上を達成するため日中連携して開発を進めております。



新製品開発のスピードアップを図り、最適なタイミングで上市する

新製品の開発ではデザインレビュー (Design Review) を行い、各設計フェーズにおいてチェックしながら生産への移行可否判断を進めております。近年ではプランナー、デザイナーとエンジニアとの連携を強化して企画の方向性に重点を置いた開発を進めております。ここで失敗すると後工程が全てムダになるため、企画段階で8割の方向性を固めることがポイントになります。特に大事なことは開発・設計部門の技術者だけでなく、営業、製造、品質保証など製品開発に関わる全ての部門が参加し、それぞれの視点で議論します。その中で信頼性・安全性などを脅かす問題を排除し、機能・性能・コスト・法令などの要求仕様を満たす開発が可能となりました。DR効果による技術、ノウハウを蓄積することでスムーズな製品化ができるようになり上市までのスピードアップを実現しました。



3D測定器での測定

設計どおりに製品ができているか、3D測定器を用い、製品の厚み（濃淡の違い）や製品寸法、賦形性などを確認しています。

デザイン・技術・ブランドの知的財産を保護し、当社製品の価値を高める

当社では、デザイン・技術・ブランドといった知的財産を重要な経営資源と位置付け、その保護と活用を推進しています。まず社内教育においては、主に開発部門を対象に知財勉強会や啓発活動を実施し、特許・意匠・商標に対する理解と意識の向上を図っています。これにより、日常業務の中で自然に知財を意識した行動が取れる体制づくりを進めています。次に、展示会への参画を通じて市場動向や競合技術の把握に努めるとともに、自社技術や製品の強みを発信しています。その過程で得た知見を出願戦略へ反映し、より効果的な権利取得につなげています。さらに、従来の「保護」ととどまらず、取得した知的財産を事業成長に活かす取り組みを強化しています。具体的には、知的財産の

価値を社内で共有し、製品開発やブランドづくりに活かす取り組みを進めています。今後も知的財産を大切な経営資源として活用しながら、当社製品の競争力と信頼性の向上に努めてまいります。



当社マスコットキャラクター「トレーマン®」



VOICE ～お客様の声～

15年以上にわたり貴社の知財活動をご支援しています。社員向け勉強会などを通じて知的財産への理解向上に継続的に取り組まれている点が印象的です。また、展示会へ積極的に参画し、市場や技術動向の把握に努める姿勢にも感心しています。知的財産を経営資源として大切にされており、今後のさらなる発展と知財活動の充実を期待しております。

弁理士法人 アイピールーム 代表 弁理士 打越 佑介 様





サプライチェーンにおいて共創を通じて持続可能な取り組みを目指します

中央化学の物流・購買本部では、全国における輸配送ネットワークの強化を図り、ビジネスパートナーとの協力体制の構築により、お客様へ安定した製品供給を支えています。加えて、環境負荷の低減や輸配送の効率化に努めるとともに、労働時間の適正化や、安全な荷役作業、さらなる品質の向上に努め、社会課題に対しては、物流DXを活用し、物流構造改革を推進していきます。これからも持続可能性を確保し、柔軟性や適応力を兼ね備えた物流ネットワークの構築に取り組んでいきます。

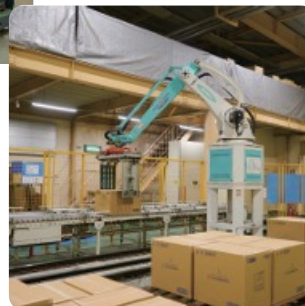
取締役 執行役員 物流・購買本部長 清藤 竜信

中央化学の「物流・購買」として、大切にしている3つの取り組み

- 01 輸配送体制の強化と物流効率化のさらなる推進
- 02 安定供給のための最適な生産計画および輸配送効率の実現
- 03 原材料の安定調達と最良な品質の確保

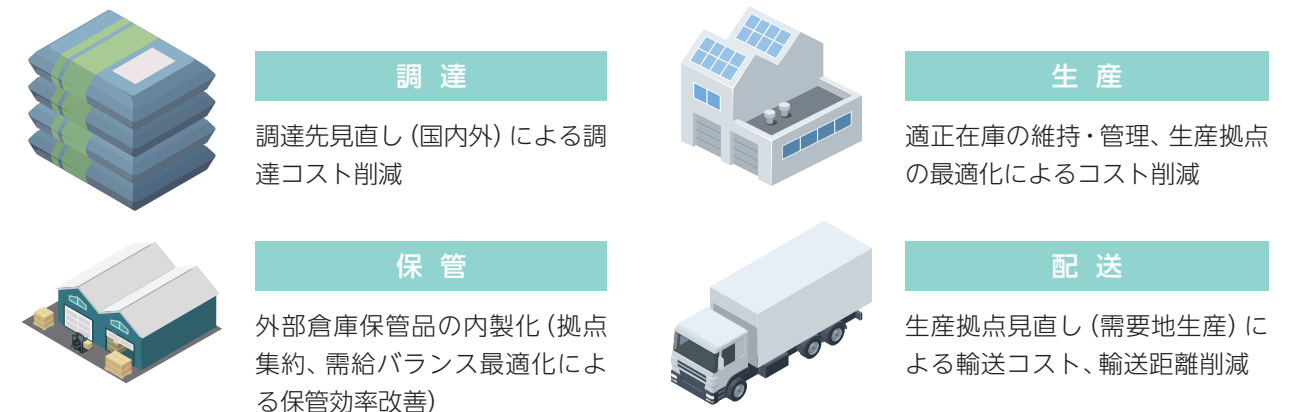
輸配送体制の強化と物流効率化のさらなる推進

北海道から九州まで国内7工場、8カ所の物流拠点を展開し、全国のお客様へ安定的に供給できる体制を構築しています。インフラ面では、地域ごとの需要動向や供給状況に応じて、各工場、各拠点と連携して計画的な生産および保管体制ならびに輸配送体系網を整備し、最適化を図っております。物流部門においては、品目別の適正な在庫管理を推進することで、欠品リスクの低減を図り、また、拠点間横持ちの一元管理の取り組みにより、無駄な横持ちコストの削減に努めております。さらに、グループ会社の輸配送能力の向上を図りながら、環境負荷の低減と、安全・安心な物流体制の強化に取り組んでいきます。今後も、センコーグループの拠点ならびに配送スキームを最大限活用することにより、さらなる物流効率化を推進していきます。



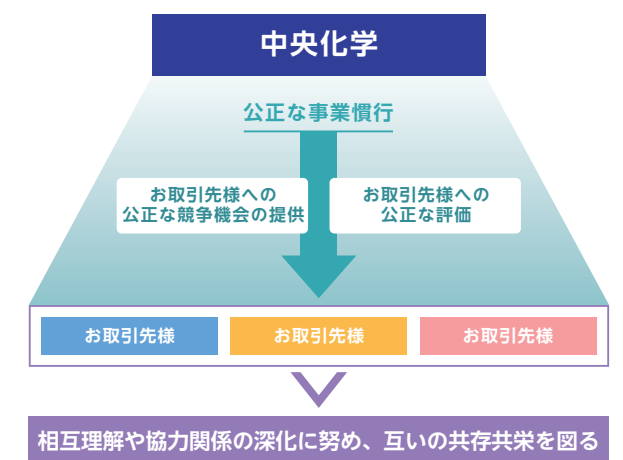
安定供給のための最適な生産計画および輸配送効率の実現

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。



原材料の安定調達と最良な品質の確保

関係法令を遵守し、公正、ならびに、品質・環境・社会的責任を重視して、購買活動を実践しております。お取引先様とは、原材料の安定取引および持続可能な調達活動を通じて、相互理解と信頼関係の構築、維持に努めております。また、安全性や業界自主基準への適合が確認された原材料のみを確保し、製品の安全・安心・品質面を支えています。さらに、環境負荷の少ない原材料の調達や、リサイクル推進による資源循環、人権・労働安全衛生面への配慮など、環境・社会課題の解決にも取り組んでおります。加えて、自然災害などの不測の事態に備え、調達リスクの低減活動やBCP体制をなお一層強化してまいります。



VOICE ～関係会社の声～

当社は、プラスチック食品包装容器メーカーである中央化学株式会社の物流子会社として、物流を通じて人びとの豊かな食生活と食文化に貢献することを経営の重要課題と位置付けています。

環境面では、積載率の向上やエコドライブの推進などを通じてCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

社会面では、安全を最優先に労働災害・交通事故の防止、人材育成、多様な人材が活躍できる職場づくりを推進しています。

ガバナンス面では、法令遵守の徹底、情報セキュリティの強化、リスク管理体制の充実を図り、健全で透明性の高い企業経営を実践しています。

株式会社中央運輸 代表取締役社長 西村 誠一



環境

業界No.1を目指す
環境対応への取り組み

「環境対応のトップランナー」を目指し、生産・物流の合理化や環境配慮型製品の開発、リサイクルの高度化を推進。温室効果ガスの削減を通して社会に貢献し、業界をリードするNo.1企業を目指します。

● 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。2025年度は第4計画期間の1年目となり、基準排出量（7,800t-CO₂）に対して48%削減するという目標には達しませんが、42.5%の削減ができました。

埼玉県からの審査結果のお知らせ

● 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。

01

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。

02

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。

03

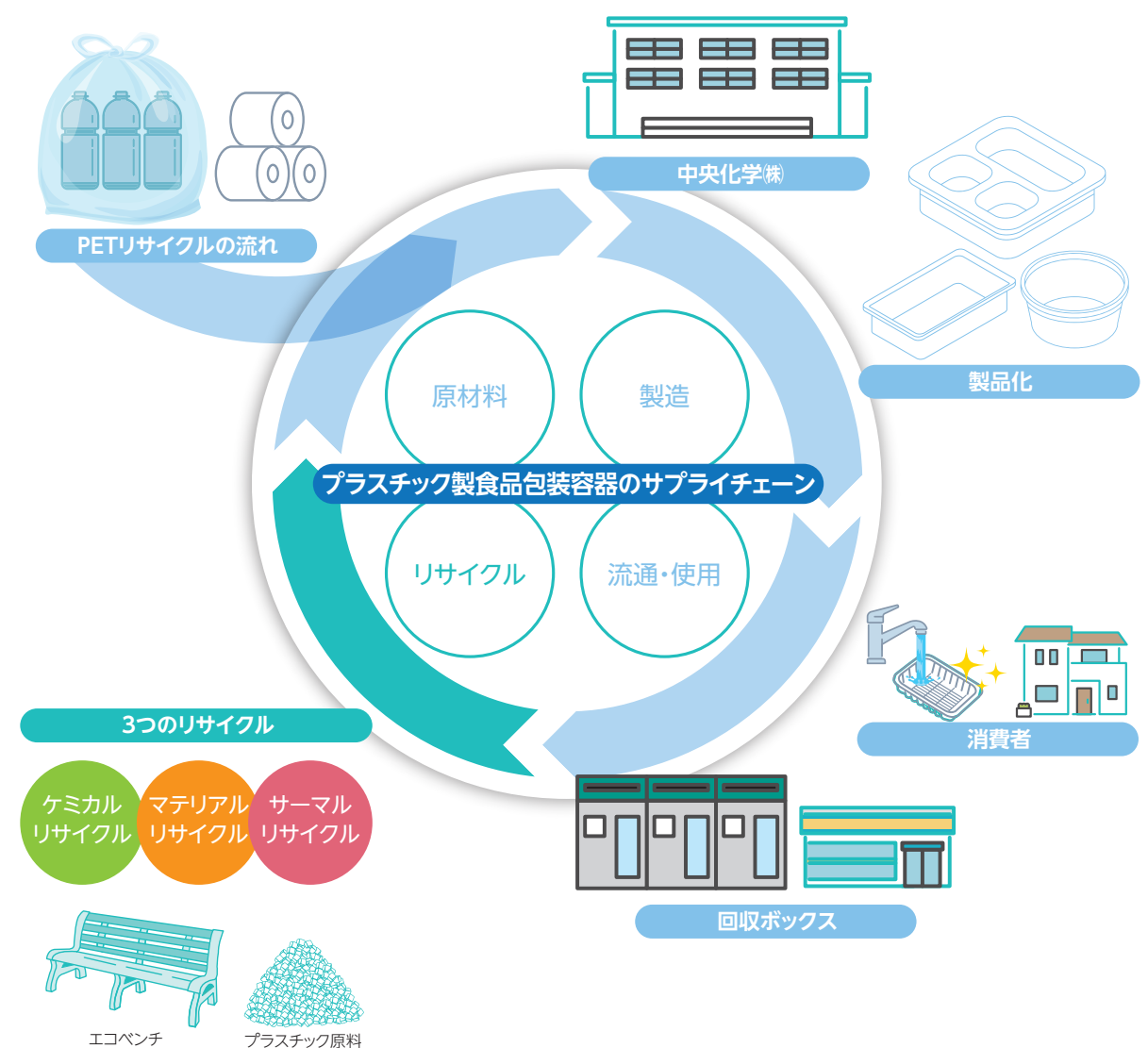
経済性の確保

経済合理性を伴った、息の長いリサイクル活動を推進します。

● 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の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。



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。

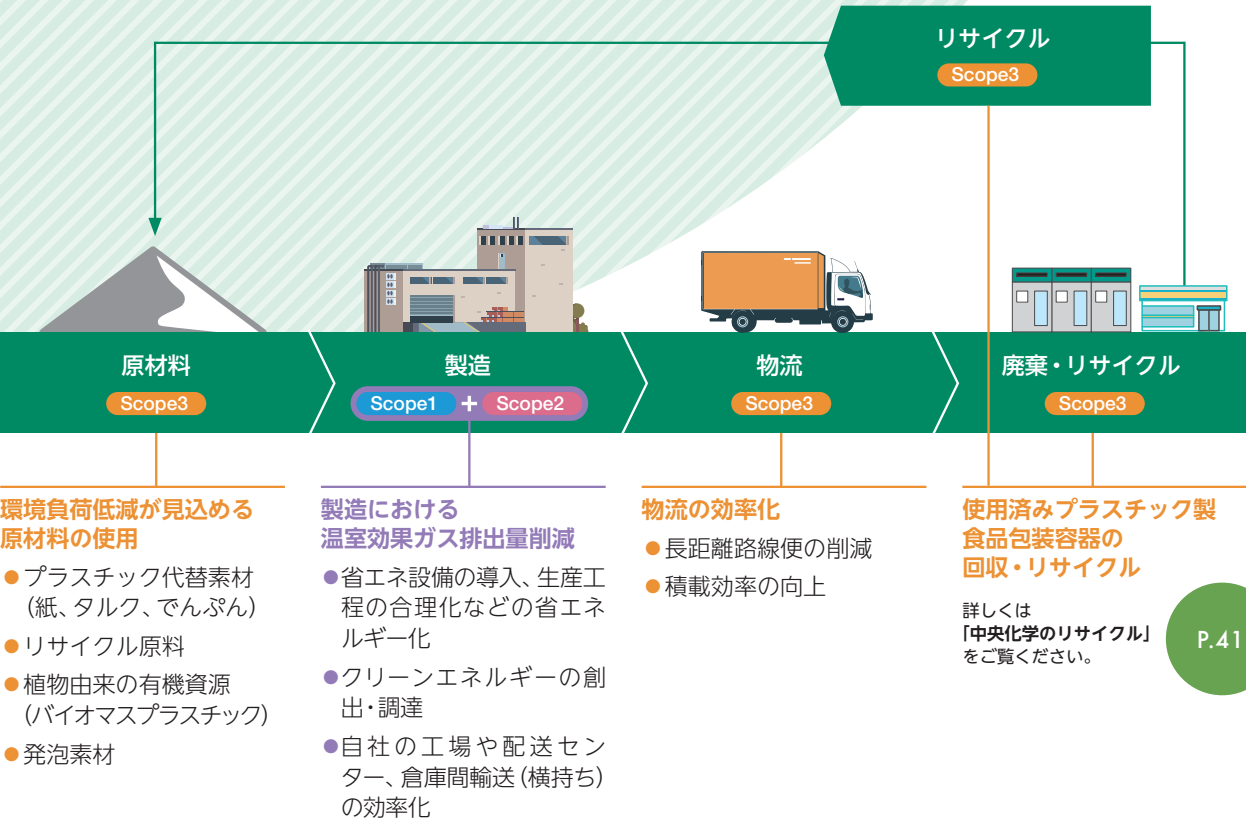


● 排出量削減に向けた取り組み

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。

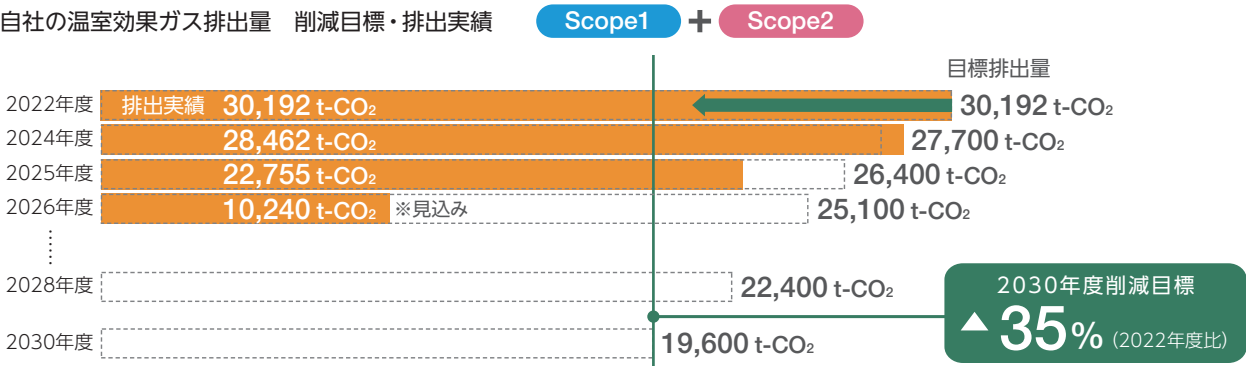
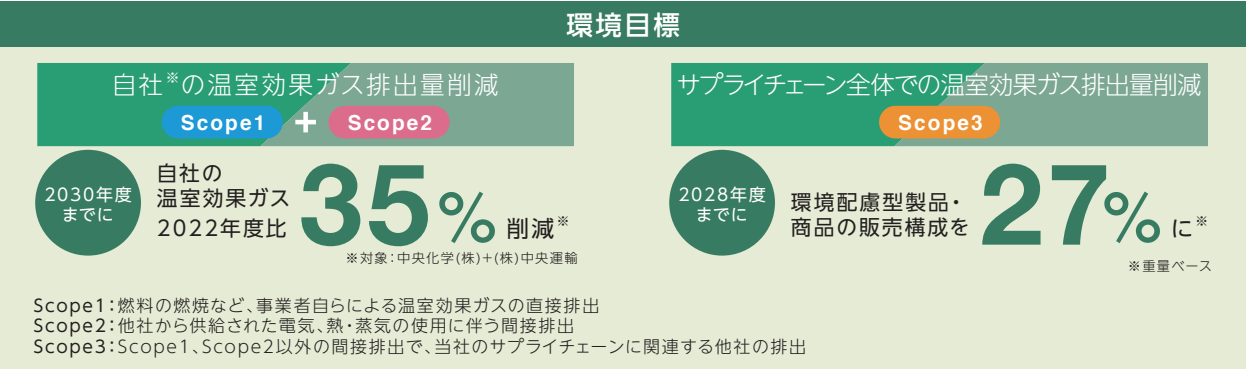
自社の排出量(Scope1・2)の削減のため、工場やオフィスにおける省エネルギー活動を徹底し、太陽光パネルの設置やCO₂フリー電力の調達など、クリーンエネルギーの創出・調達を検討していきます。

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)の削減に商品の販売構成に関する環境目標を設定しました。



① 自社の温室効果ガス削減

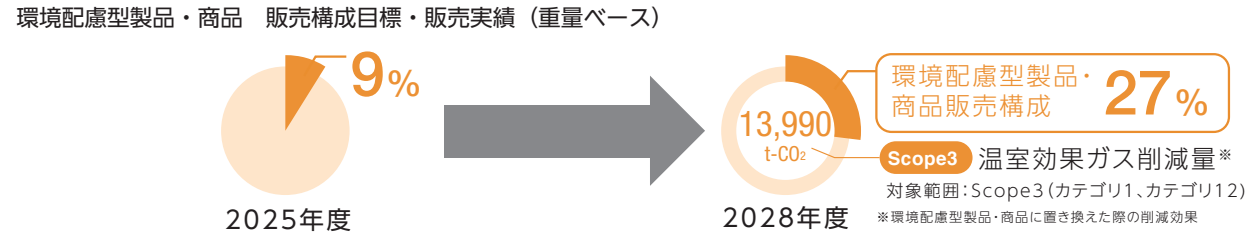
2025年度の温室効果ガス (Scope1・2) 排出量は22,755 t-CO₂となりました。排出量削減に向けた主な取り組みとして、2025年度から当社国内工場のうち5工場でCO₂フリー電力(※)の調達を開始しました。こうした取り組みを進めた結果、前年度から約5,700 t-CO₂削減し、2025年度の目標排出量26,400 t-CO₂を達成しました。また、CO₂フリー電力の導入により、2026年度の温室効果ガス排出量も目標排出量を大きく下回る見込みです。

今後も、省エネルギー化に寄与する生産設備や物流車両の導入・更新を進めます。また、再生可能エネルギーの活用についても、太陽光発電設備の導入などを含め、継続して検討していきます。

※非化石証書等を用いた実質CO₂フリーの電力

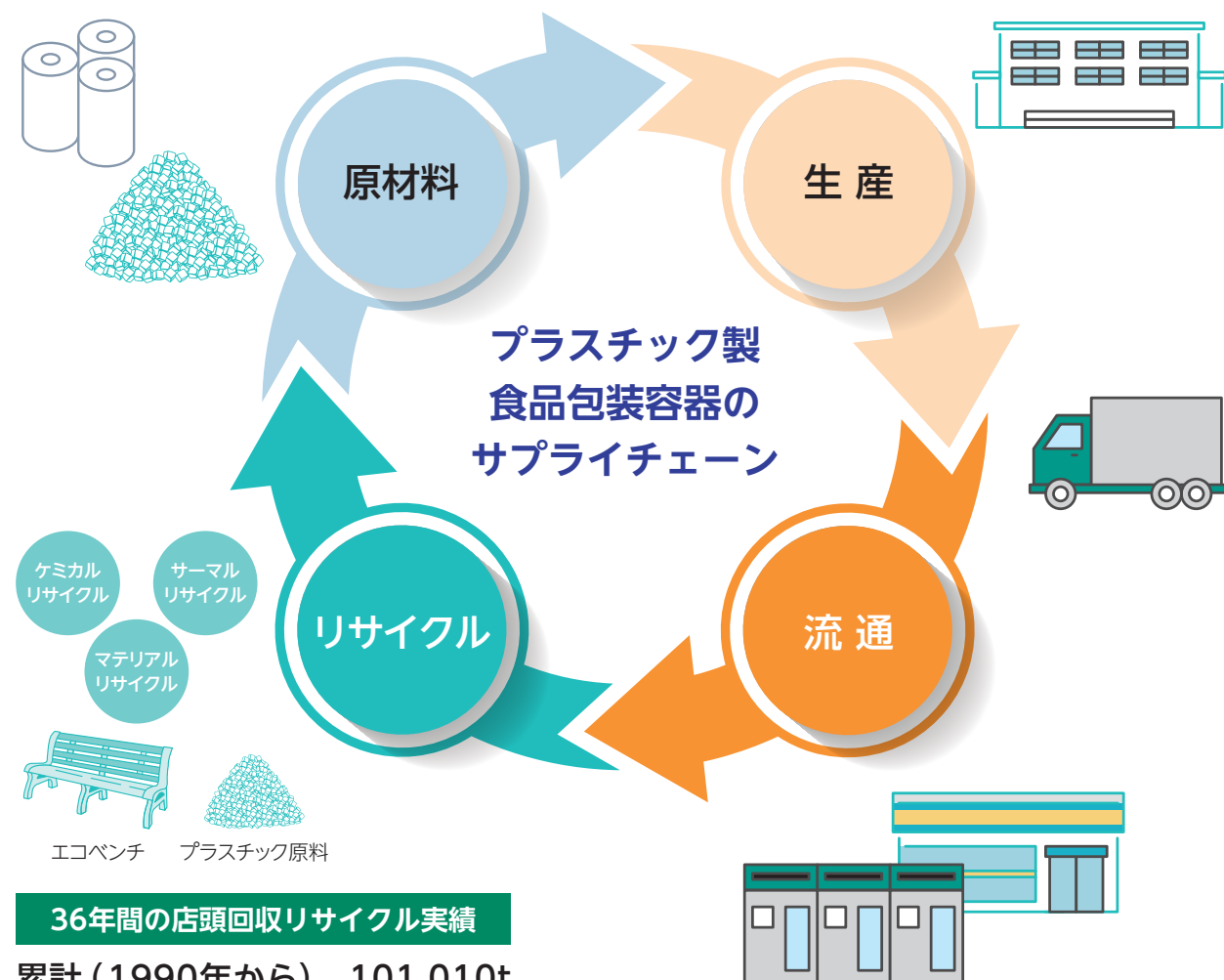
② 環境配慮型製品・商品の販売構成

2025年度の重量ベースの販売構成比は9.1%となりました。2025年度は、PET新素材「CVP®」「NCP®」の開発を完了するとともに、「CHB®」「SKS®」シリーズのアイテムを拡充し、環境配慮型製品・商品の販売拡大に向けた基盤を強化しました。2026年度からは、これらの新素材を活用した新製品の展開や拡販をさらに進め、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量の削減に貢献します。



● 中央化学のリサイクル

当社は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を通じて、プラスチックの資源循環を推進しています。既存のリサイクル手法に加えて、新たなケミカルリサイクル手法の導入に向けた検証を進め、プラスチックリサイクルの高度化を図ります。



36年間の店頭回収リサイクル実績

累計（1990年から） 101,010t

253億枚 ※1枚4g換算

流通

使用済みプラスチック製食品包装容器の店頭回収

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舗などで自主的に回収しております。



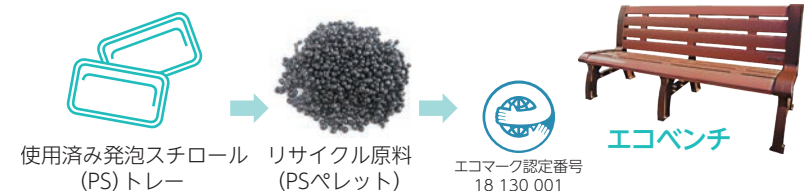
リサイクル

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 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)トレイ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製品に利用されています。



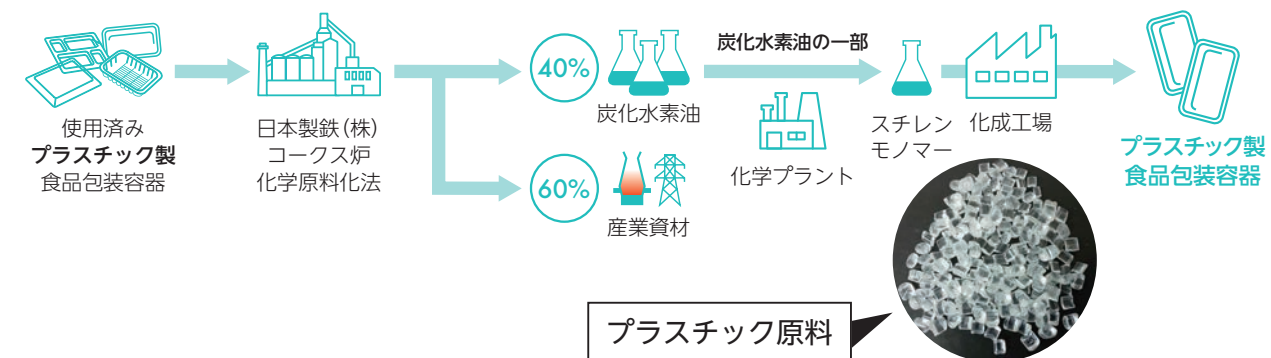
② 化石燃料の代替／サーマルリサイクル

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。



③ 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、日本製鉄株式会社のコークス炉化学原料化法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。

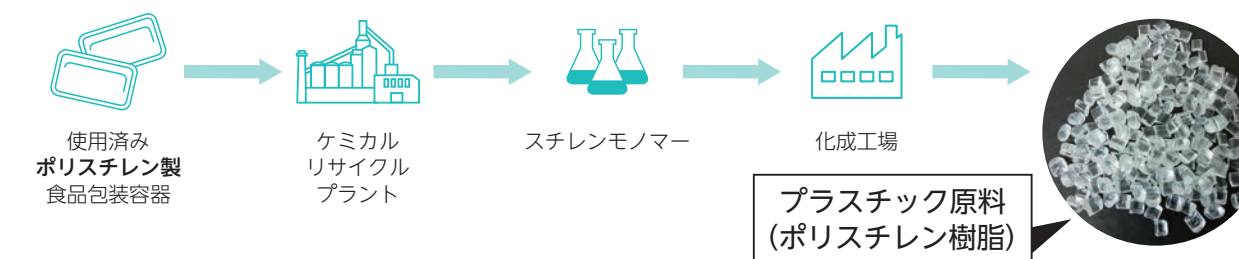


- 全てのプラスチック素材がリサイクル可能
- 回収されたプラスチックはほぼ100%再資源化
- 再生プラスチック原料の物性や衛生安全性は石油由来のプラスチックと同等

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。

モノマー化（検証中） 高収率かつ環境負荷の小さいポリスチレンのリサイクルが可能



社会

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。



ダイバーシティマネジメント

→ P.45-



ワーク・ライフ・バランス

→ P.47-



社内コミュニケーション

→ P.49-



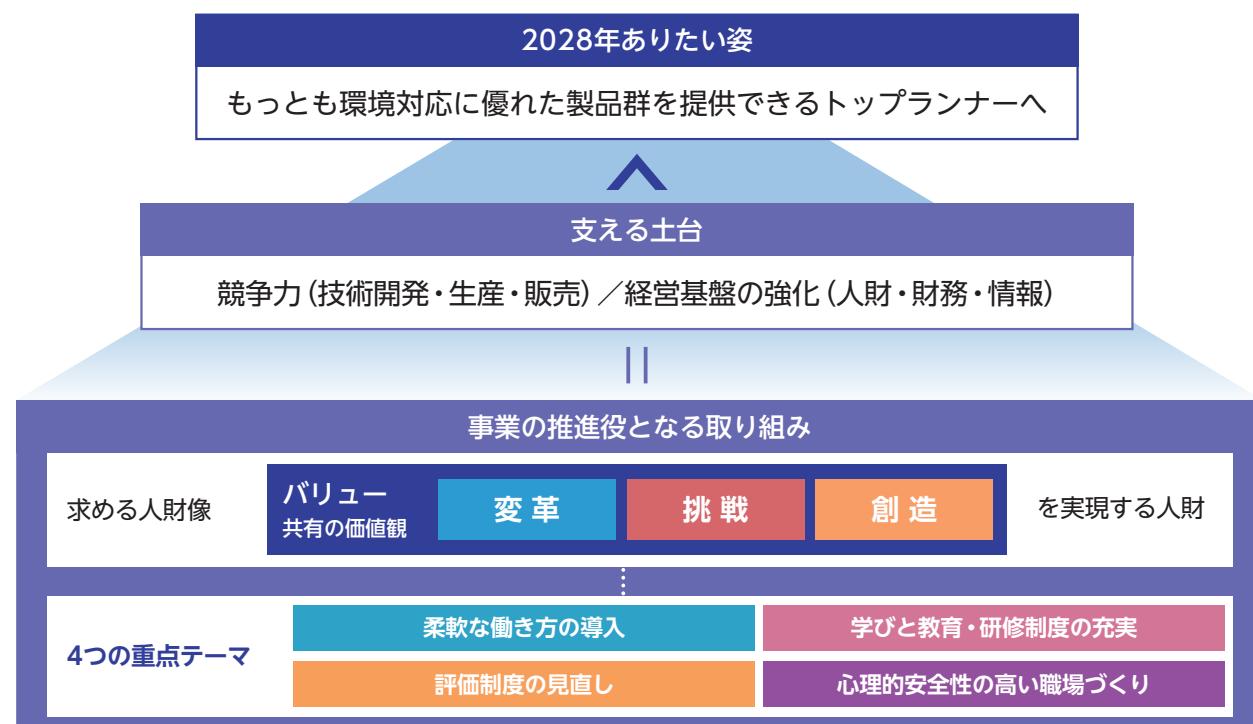
地域社会貢献

→ P.50-

● 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

多様な人財が個性を活かし、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、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。

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。

● 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。

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。

心理的安全性の高い職場づくり

● 個を尊重する風土

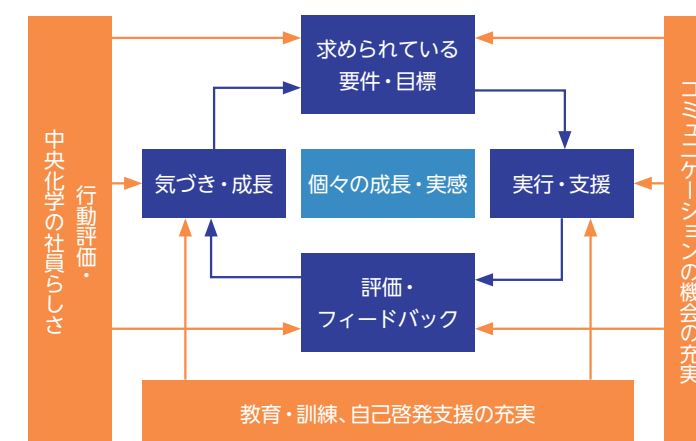
アンコンシャスバイアス (無意識の思い込み) への理解を深め、多様な価値観を受け入れる取り組みを行います。

● 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

○社員教育

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	●中級管理職研修	●グループ管理職研修 ●グループ部長研修 ●評価者研修
中間層	●初級管理職研修 ●新任リーダー研修	●戦略経営研修 ●経験学習 ●新任管理職研修 ●グループリーダー研修
新人層	●新入社員研修 ●ビジネスマナー研修	●マーケティング研修 ●データサイエンス研修 ●情報セキュリティ研修 ●新入社員研修 ●ビジネスマナー研修

○学びと教育・研修制度の充実

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。
2025年度には7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で実施するなど、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

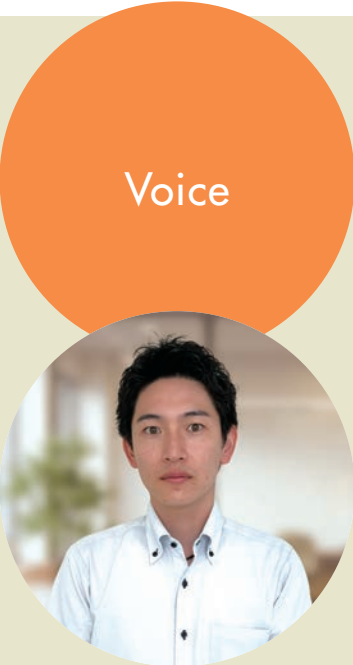
当社では優秀な人財の発掘や次世代への技術伝承・人財育成を加速するため、ベテラン人財の一層の活躍を促進しています。従業員のライフプランに即した就業の機会を提供し、各人の豊富な業務知識、経験および技能などのキャリアを生かせる雇用の拡充を図っています。

社員紹介制度

事業競争力を強化し、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。



育児休業で得た、かけがえのない経験

育児休業は、子どもが生まれる前から家庭で話し合い、先輩社員の取得実績や上司からの後押しもあって取得を決めました。育児休業中は、妻が里帰りをしていたため、生後2カ月の子どもの育児を一人で担う時間があり、育児の大変さを実感しました。一方で、子どもと向き合う貴重な時間を過ごすことができ、育児への考え方や家族への感謝の気持ちも深まりました。取得前は仕事への影響に不安もありましたが、実際には緊急時以外の連絡はほとんどなく、上司が対応してくださったことで安心して育児に専念することができました。育児休業を通じて親になった実感や責任感が増し、これから取得を考えている方にも、育児休業の取得をぜひおすすめしたいです。

首都圏第二営業部 K.K

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取得できる「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、長時間労働の防止に向けた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の導入

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。
日によって子どもを幼稚園に送り届けてから出社したり、家族の通院付き添いの日は早上がりするなど、さまざまな場面で活用されています。

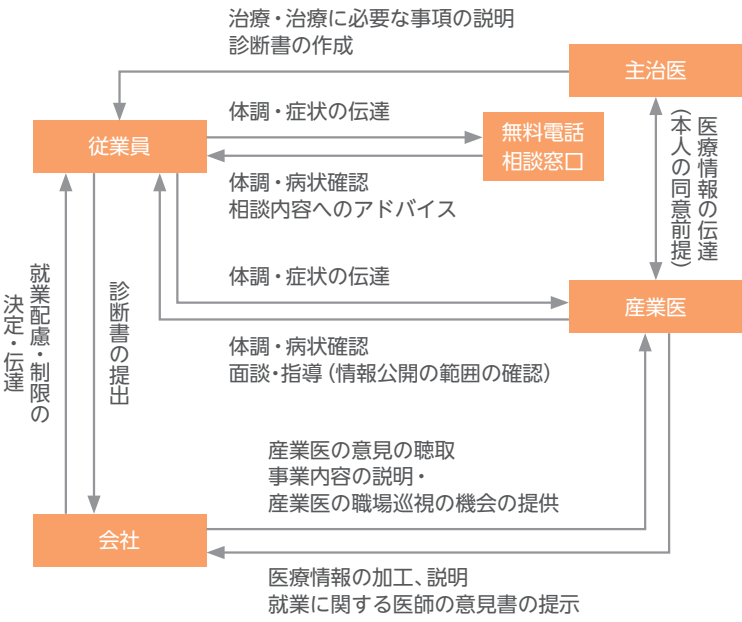
男性育休に関する意識調査

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し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、ストレスチェックの結果に基づき、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



ライフプラン支援金制度（企業型確定拠出年金制度）の導入

従業員一人ひとりの将来設計と資産形成を支援するため、2026年度に新たに導入しました。会社が拠出する掛金をもとに従業員自身が運用商品を選択し、老後資金の形成を行う制度です。
また、会社拠出分に加えて従業員自身が掛金を追加拠出することもでき、将来に向けた資産形成をより積極的に進めることが可能です。掛金や運用益には税制上の優遇措置もあり、従業員が長期的な視点で豊かなライフプランを築けるようサポートしています。

社員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」、「スノーボードクラブ」、「ツーリング倶楽部」の7つのクラブが活動しています。当社では、今後も多くの従業員が参加できるよう、活動を支援してまいります。



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。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2年連続で開催しました。優秀作品を掲載した卓上カレンダーはお客様にも好評です。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

社内の各部署の取り組みや、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3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2025年度末までに、小中学校や高校、ショッピングモール、スーパーマーケットなどで、出前授業や環境教室を通算46回実施しました。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おり、昨年は中学1年生に向けた「職業講話」も実施しています。また、騎西工場（埼玉県加須市）におきましては、2025年度は、「環境教室・リサイクルセンター見学」と、県内の小学生を対象とした「夏休み親子環境教室」を開催しました。また、海外の企業・団体も受け入れ、環境に関する学習機会を提供しました。今後も環境教室を開催していく予定です。



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2025年度に拾ったごみの総重量は、合計で約33.6kgとなりました。

山梨工場では2026年3月時点で美化ボランティア運動実施回数が、2008年の開始以来、216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。



花火大会への協賛

当社設立の地、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20,000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回大会と2025年の第22回大会に協賛しました。また、大会翌日には30名以上の有志社員による清掃ボランティアにも参加。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。



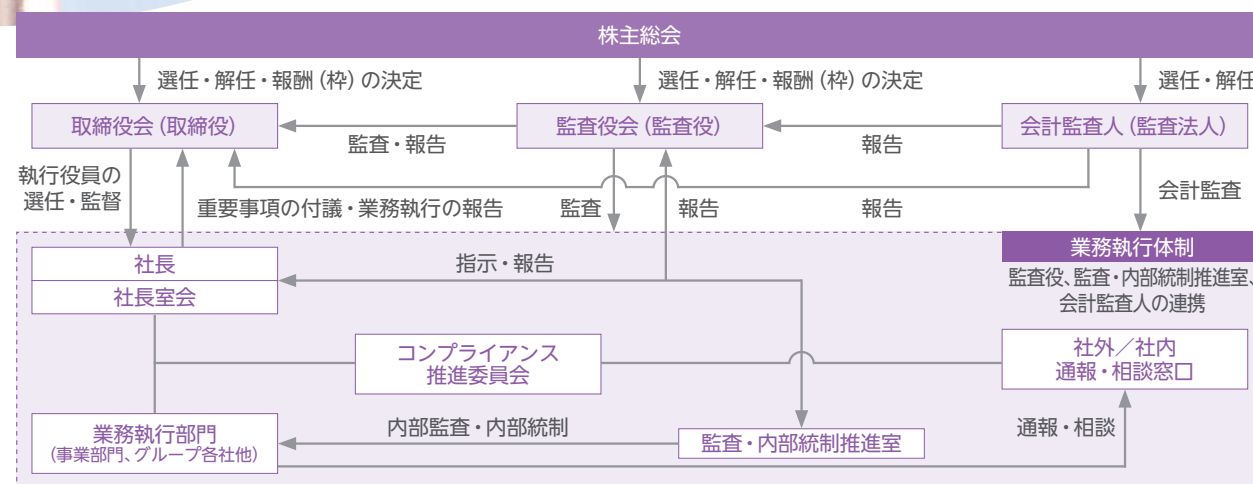
ガバナンス コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの充実・強化を経営上の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として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、内部監査の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。

コーポレート・ガバナンス体制図（2026年6月22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を通じて、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、「コンプライアンス基本方針」および「企業行動基準」に基づき、法令・定款・社内規程・社会倫理の遵守を徹底しています。コンプライアンス推進委員会を中心に、体制の維持・向上と役員・従業員への教育啓発を継続的に実施しています。また、反社会的勢力とは一切関係を持たず、毅然とした姿勢で対応します。

○ コンプライアンス教育と内部通報制度

当社では、社内講習会や外部専門家による研修を通じ、コンプライアンス意識の向上に取り組んでいます。2025年度は毎月の関連情報配信に加え、コンプライアンス遵守およびハラスメント防止に関する啓発活動を実施しました。また、社内外に「企業倫理ヘルプライン」を設置し、相談者のプライバシー保護と不利益処分の禁止を徹底しています。

○ 知的財産権と秘密管理の基礎知識の普及

当社では、新入社員研修や開発部門向けの知財勉強会を定期的に開催し、知的財産権と秘密管理に関する基礎知識の普及に取り組んでいます。特許・意匠・商標などの具体的な事例を交えながら理解を深め、従業員一人ひとりの意識向上と、知的資産の適切な保護・活用を推進しています。

● 品質保証・品質管理

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の責務と考え、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であると考えています。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

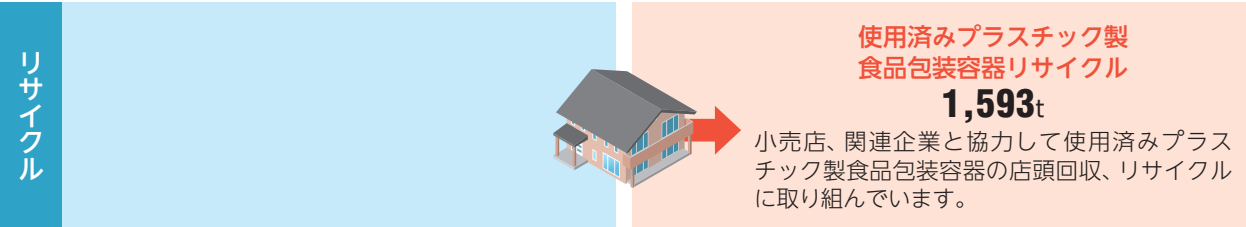
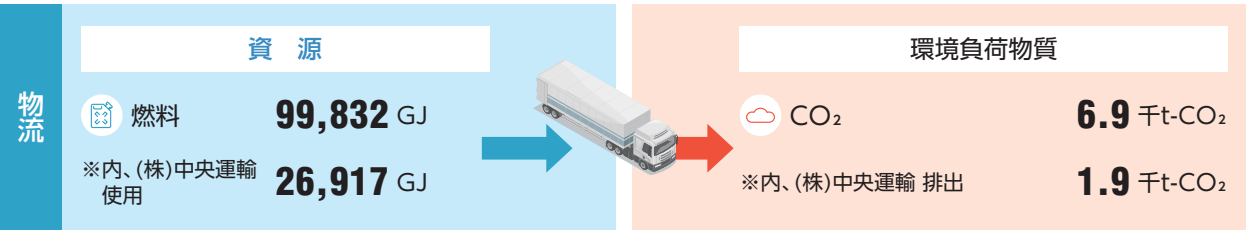
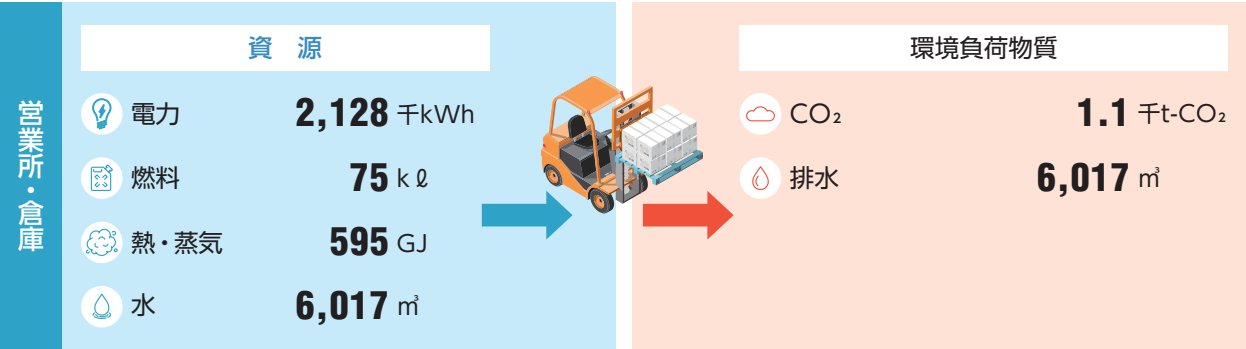
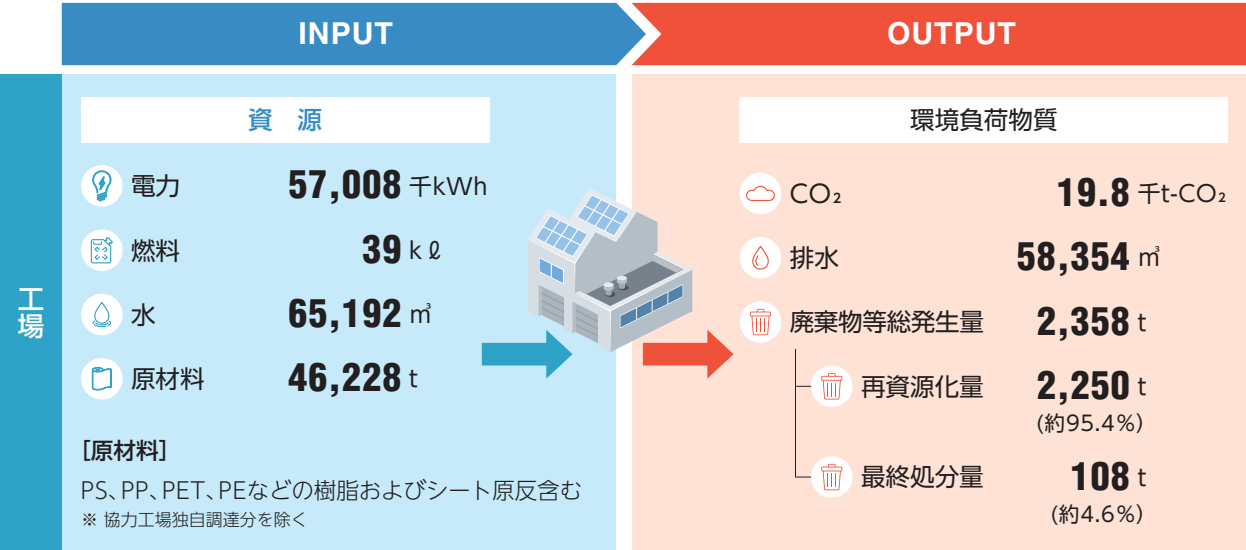
品質維持のための活動

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、一般財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。



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
工場、営業所・倉庫：中央化学(株) 国内全事業所
ただし、廃棄物等総排出量は工場のみ対象
物流：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	2025年度
CO ₂ 排出量	Scope1		2.1	2.1	2.1
	Scope2		26.2	26.4	20.6
	Scope3		192.2	190.3	172.6
	カテゴリ1 原材料の購入・製造など	千t-CO ₂	94.9	95.2	82.1
	カテゴリ2 資本財投入		3.4	3.7	4.4
	カテゴリ3 エネルギー関連		4.4	4.4	4.1
	カテゴリ4 物流		8.7	7.6	6.9
	カテゴリ5 廃棄物		0.5	0.6	0.5
	カテゴリ6 出張		0.4	0.5	0.5
	カテゴリ7 通勤		0.5	0.5	0.4
	カテゴリ12 販売した製品の廃棄		79.5	77.9	73.7
水使用量		千m ³	73.9	72.8	71.2
廃棄物等総発生量	総発生量	t	2,396	2,268	2,358
	廃棄量（最終処分量）		47	45	108
	再資源化量		2,349	2,223	2,250
	再資源化率	%	98.1	98.0	95.4
ハイブリッドカー導入	ハイブリッドカー保有数	台	104	104	105
	ハイブリッドカー保有率	%	83	82.5	83.3

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	2023年度	2024年度	2025年度
総従業員数（役員・派遣・受入出向者を除く） ^{※1※2}	全体	人	1,125	1,109	1,051
	男性		896	866	813
	女性		229	243	238
正社員数 ^{※1}	全体	人	903	879	840
	男性		715	677	642
	女性		188	202	198
平均勤続年数（正社員） ^{※1}	全体	年	16.5	16.9	16.3
	男性		18.1	18.6	18.1
	女性		10.8	11.1	10.7
障がい者雇用率（各年6月時点）		%	2.08	2.08	1.94
新卒採用者数	全体	人	17	15	20
	男性		10	7	11
	女性		7	8	9
女性管理職比率（課長以上） ^{※1}		%	2.47	2.87	6.31
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）			71.5	70.6	72.5
平均時間外労働（正社員）		時間／月	7.7	10.2	14.2
平均有給休暇取得日数（正社員）		日	10.1	10.1	10.3
育児・介護制度利用状況	育児休業	男性	2	3	5
		女性	7	6	5
	育児休業取得率	男性	43	100	50
		女性	100	100	100
	介護休業	男性	0	0	0
		女性	1	0	1
	介護休暇	男性	10	8	8
		女性	15	19	13
	短時間勤務	男性	0	0	0
		女性	13	12	9
	子の看護休暇	男性	14	12	14
		女性	19	19	18

対象範囲：中央化学(株) 単体
※1 2026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。

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・営業部

- 1 本社
- 2 北海道営業部
- 3 東北営業部
- 4 首都圏第一営業部
- 5 首都圏第二営業部
- 6 中部営業部
- 7 北陸営業所
- 8 関西営業部
- 9 中国営業部
- 10 九州営業部

▲ 工場・研究開発

- 11 北海道工場
- 12 鹿島工場
- 13 関東工場
- 14 騎西工場
- 15 山梨工場
- 16 岡山工場
- 17 九州工場
- 18 鴻巣オフィス(研究開発)

■ 配送センター

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

● 子会社(日本)

- 22 株式会社中央運輸

● 子会社(中国)

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

会社概要 (2026年3月31日現在)

会社名

中央化学株式会社

本社所在地

東京都品川区大崎1丁目6番4号
新大崎勤業ビル

設立

1961年1月(創業1957年)

資本金

72億1,275万円

売上高(連結)

45,788百万円(2026年3月期)

従業員数(連結)

1,484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。

CHINA

JAPAN

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。

