



2024年3月期 第2四半期 決算説明会資料

スタンダード市場 4620
藤倉化成株式会社

代表取締役社長 加藤 大輔

2023年12月19日

- 藤倉化成の事業概要 P 2
- 2024年3月期第2四半期 決算概要 P 7
- 2024年3月期 業績予想 P16
- 第11次中期経営計画 P24
- 参考資料 P34

藤倉化成の事業概要

経営理念

ともに挑み ともに繋ぐ

常にお客様目線で上質な価値を創出する

行動指針

私たちは、全ての仲間と手を取り合い、創出する喜びを分かち合います。

私たちは、失敗を恐れず、常にチャレンジャーであり続けます。

私たちは、お客様と誠実に向き合い、信頼される存在を目指します。

私たちは、こだわりと思いやりをもって、心地良さの実現を追求します。

私たちは、法とその精神を守り、安心・安全なものづくりを約束します。

1938 創業

藤倉工業株式会社（現藤倉コンポジット株式会社）から分離独立し、藤倉化学工業株式会社を設立。航空機用風防ガラス（メチルメタクリレート）、航空機用塗料などを主に生産。



創業時の様子

1938～1970

1958 社名改称

藤倉化成株式会社と社名を改称。

1962 市場上場

東京証券市場第2部に上場。

1964 営業所開設

大阪営業所、名古屋営業所を開設。

1971 事業所開設

栃木県佐野市に佐野事業所を開設。

1972 技術提携

米国レッドスポット社と、プラスチック用塗料、コーティング材の分野で技術提携。

1973 技術提携

米国プラスタロイ社と水系弾性塗料の分野で技術提携。

1971～1990

1986 販売会社設立

建築用塗料の東日本地区販売会社「フジケミ東京株式会社」を設立。

1987 技術提携

米国「レッドスポット社」とスエード調塗料の分野で技術提携。

1990 事業所開設

埼玉県鷲宮町(現久喜市)に鷲宮事業所を開設。

1991～2010

1996 開発研究所新設

鷲宮事業所開発研究所新設。

2000 事業提携

米国「レッドスポット社」、英国「ソネボーンアンドリーク社」と3社でのプラスチック用コーティング分野において包括的三極グローバルネットワーク事業提携。

2001 市場移行

東京証券市場第1部に上場。

2007 工場新設

佐野事業所第三工場を新設。

2008 米社買収・子会社化

米国「レッドスポット社」を買収、子会社化。

2010 英社買収・子会社化

英国「ソネボーンアンドリーク社」（11月「フジケム ソネボーン社」に社名変更）を買収、子会社化。

2011～現在

2012 物流センター新設

埼玉県久喜市に久喜物流センターを新設。

2019 ガバナンス

監査等委員会設置会社へ移行。

2023 市場移行

東京証券取引所スタンダード市場へ移行。



化成品

セグメント別売上高
2,089百万円

売上高構成比
8.0%



電子材料

セグメント別売上高
1,610百万円

売上高構成比
6.1%



塗料

セグメント別売上高
5,525百万円

売上高構成比
21.0%



合成樹脂

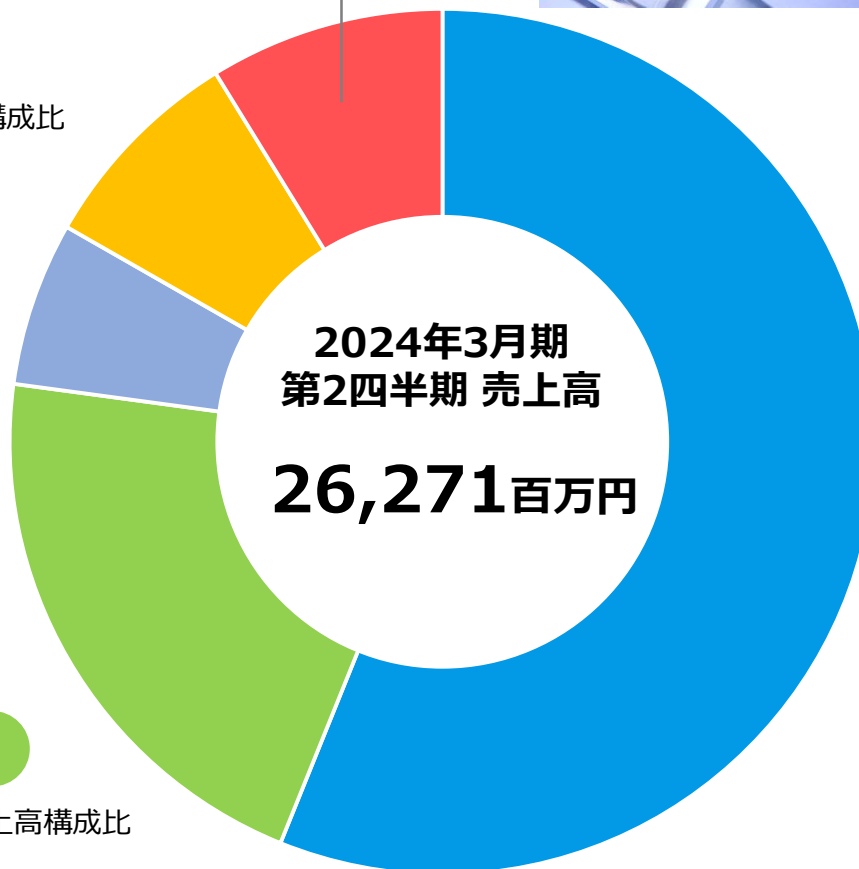
セグメント別売上高
2,307百万円

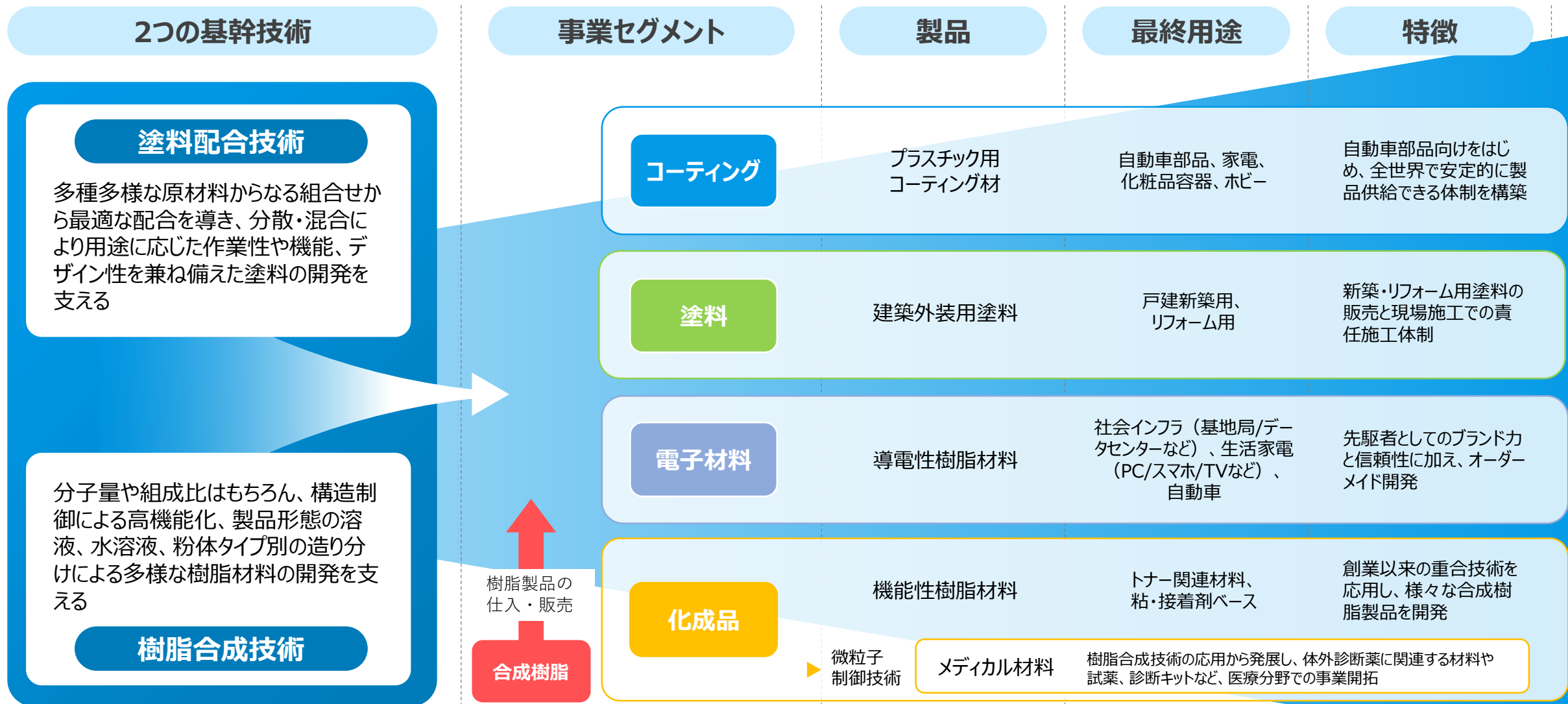
売上高構成比
8.8%

コーティング

セグメント別売上高
14,740百万円

売上高構成比
56.1%





商社機能

2024年3月期第2四半期 決算概要



経済活動の正常化は進んだものの、ウクライナ情勢の長期化や各国の金融引き締め政策など、引き続き国内外ともに不安定な事業環境が継続



住宅着工件数が減少した一方、国内自動車生産台数の回復、北米およびアセアン地域を中心に需要が好調に推移し増収を確保



原材料価格の高騰やエネルギーコストが高止まりした中で、売上増と主に海外での価格改定により収益面は改善



コーティングセグメントを中心に海外関連事業が堅調に推移し増収となり、
収益面では価格改定の効果もあり増益

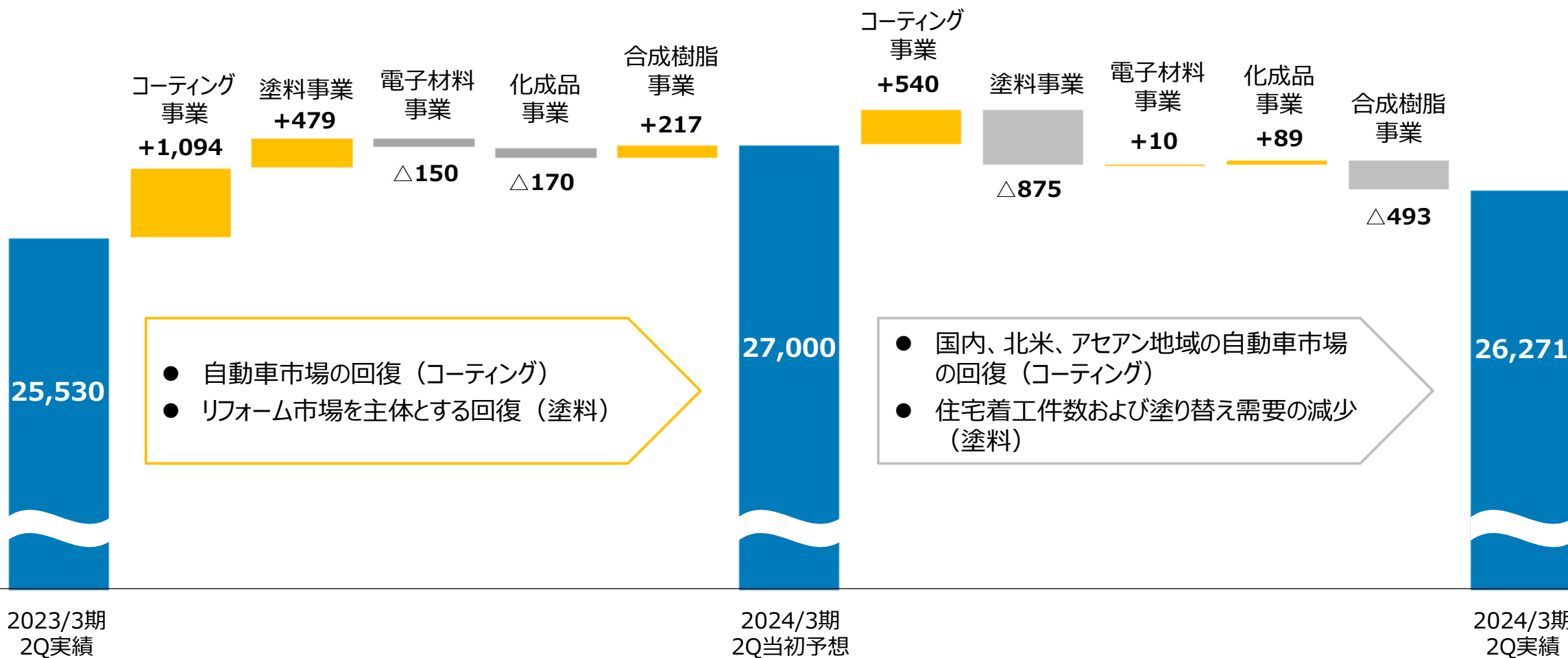
| (単位：百万円) | 2023/3期 2Q | 2024/3期 2Q | | | | | |
|---------------------|------------|------------|--------------|------------|--------------|--------------|---------|
| | 実績 | 実績 | 当初予想 (2Q) | 前期比 (%) | 当初予想比 (%) | 当初予想 (通期) | 進捗率 (%) |
| 売上高 | 25,530 | 26,271 | 27,000 | +2.9% | △2.7% | 55,000 | 47.8% |
| 売上総利益 | 7,099 | 7,595 | - | +7.0% | - | | |
| 販売費及び一般管理費 | 6,877 | 7,082 | - | +3.0% | - | | |
| 営業利益 | 222 | 513 | 500 | +130.9% | +2.6% | 1,300 | 39.5% |
| 経常利益 | 355 | 766 | 600 | +115.8% | +27.7% | 1,500 | 51.1% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 133 | 374 | 400 | +180.3% | △6.5% | 1,100 | 34.0% |

売上高 増減要因分析

(単位：百万円)

当初予想

実績

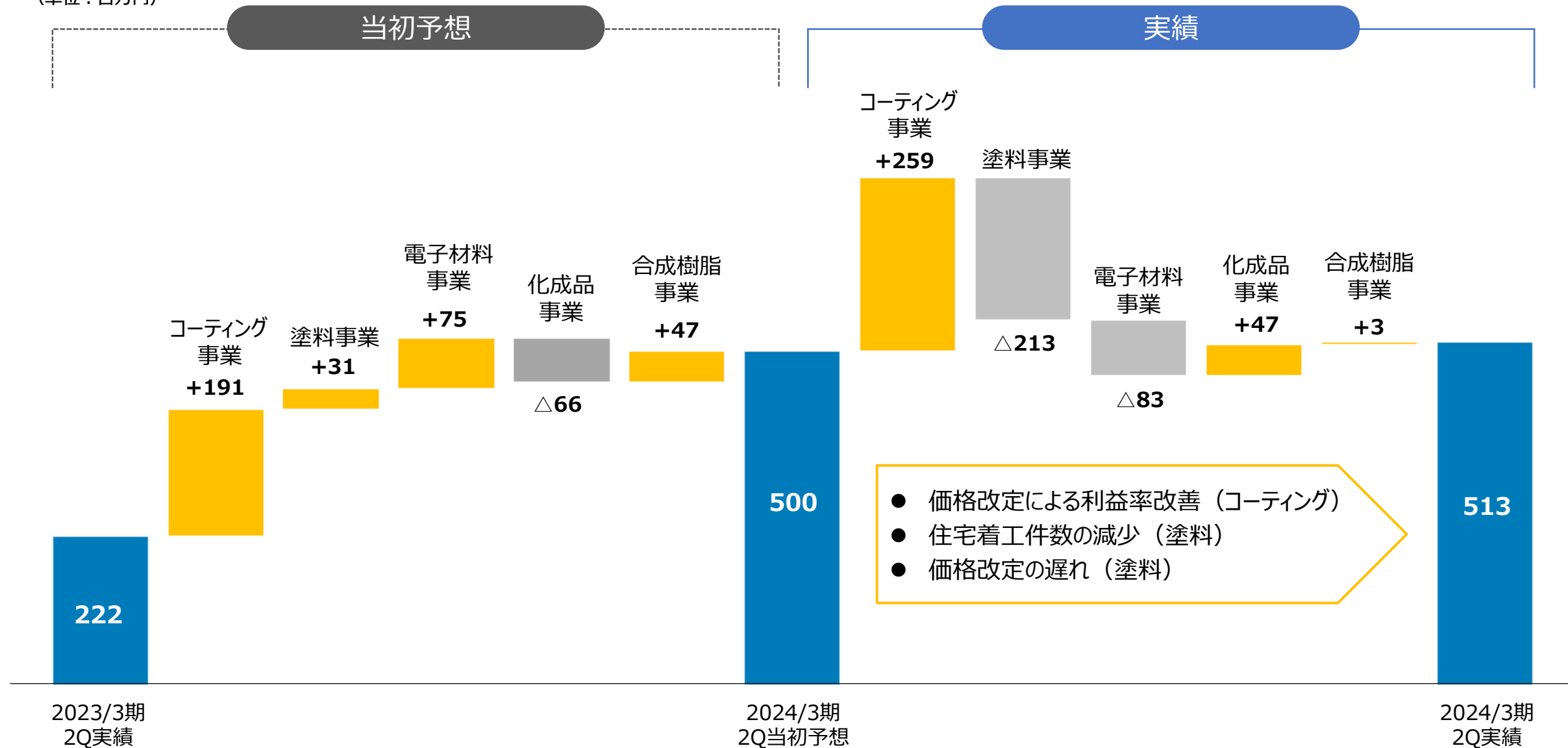


営業利益 増減要因分析

(単位：百万円)

当初予想

実績



セグメント別 実績

(単位：百万円)

| セグメント | | 2022/3期 2Q実績 | 2023/3期 2Q実績 | 2024/3期 2Q実績 | 前々年同期比 (%) | 前年同期比 (%) | トピックス |
|--------|-------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------|--|
| コーティング | 売上高 | 11,744 | 13,106 | 14,740 | +25.5% | +12.5% | <ul style="list-style-type: none"> 自動車市場の好調 化粧品容器、ホビー用塗料が堅調 |
| | 営業利益 | 745 | 59 | 509 | △31.6% | +769.6% | |
| | 営業利益率 | 6.3% | 0.4% | 3.5% | △2.8pt | +3.1pt | |
| 塗料 | 売上高 | 6,269 | 5,921 | 5,525 | △11.9% | △6.7% | <ul style="list-style-type: none"> 主要顧客の新築着工件数の減少 リフォーム市場における塗り替え需要の低迷 |
| | 営業利益 | 402 | 234 | 52 | △87.1% | △77.8% | |
| | 営業利益率 | 6.4% | 3.9% | 0.9% | △5.5pt | △3.0pt | |
| 電子材料 | 売上高 | 2,080 | 1,750 | 1,610 | △22.6% | △8.0% | <ul style="list-style-type: none"> PC、スマートフォン市場低迷による生産台数減 原材料価格高騰による利益率低下 |
| | 営業利益 | 82 | △65 | △ 73 | - | - | |
| | 営業利益率 | 3.9% | △3.7% | △ 4.5% | △8.4pt | △8.2pt | |
| 化成品 | 売上高 | 2,001 | 2,170 | 2,089 | +4.4% | △3.7% | <ul style="list-style-type: none"> トナー用樹脂市場の回復遅れ、粘着剤用樹脂の好調 メディカル試薬販売の新市場向け拡大 |
| | 営業利益 | 116 | 36 | 17 | △85.7% | △54.2% | |
| | 営業利益率 | 5.8% | 1.7% | 0.8% | △5.0pt | △0.9pt | |
| 合成樹脂 | 売上高 | 2,938 | 2,583 | 2,307 | △21.5% | △10.7% | <ul style="list-style-type: none"> TV用レンズキャップの需要減 リチウムイオン電池用増粘剤の需要増 |
| | 営業利益 | △46 | △42 | 8 | - | - | |
| | 営業利益率 | △1.6% | △1.6% | 0.3% | +1.9pt | +1.9pt | |



取引量の増加による債権債務の増加 為替換算調整勘定の増加

| (単位：百万円) | 2023/3期 | 2024/3期 2Q | | |
|-----------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | 実績 | 実績 | 前期比 (%) | 備考 |
| 流動資産 | 31,426 | 33,643 | +7.1% | 現金および売上債権の増加 |
| 固定資産 | 23,482 | 24,157 | +2.9% | |
| 資産合計 | 54,908 | 57,800 | +5.3% | |
| 流動負債 | 11,914 | 12,834 | +7.7% | 借入金および仕入債務の増加 |
| 固定負債 | 3,395 | 3,401 | +0.2% | |
| 負債合計 | 15,309 | 16,234 | +6.0% | |
| 株主資本 | 33,188 | 33,316 | +0.4% | |
| その他包括利益累計額 | 3,472 | 5,131 | +47.8% | 為替換算調整勘定の増加 |
| 純資産合計 | 39,598 | 41,566 | +5.0% | |
| 負債・純資産合計 | 54,908 | 57,800 | +5.3% | |



利益面改善により現金及び現金同等物が増加

| (単位：百万円) | 2023/3期 2Q | 2024/3期 2Q | |
|------------------|------------|------------|---------|
| | 実績 | 実績 | 前期比 (%) |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △295 | 1,194 | - |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △802 | △661 | - |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △532 | △501 | - |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 12,975 | 11,990 | △7.6% |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 11,901 | 12,368 | +3.9% |
| フリー・キャッシュ・フロー | △1,097 | 532 | - |

コーティング

- 環境配慮型めっき代替塗料の新車型への採用
- 安全性向上を目的としたセンサー部品用ハードコート採用
- インドTier-1への新規参入をはじめとした売上拡大

化成品

- そだてる領域であるウレタン樹脂の実績化による売上拡大
- メディカル分野における未参入国での売上拡大

合成樹脂

- リチウムイオン電池用増粘剤の拡販による収益増

2024年3月期 業績予想

2024年3月期の外部環境（セグメント別）

コーティング

事業環境



国内においては主要自動車メーカーの生産台数などから、当社を取り巻く自動車関連市場も伸びるものと想定。海外でも自動車生産台数の回復が続くものの、原材料費の高騰が利益面での悪化要因として懸念される。

塗料

事業環境



戸建住宅関連は低調を予想するが、集合住宅の改修は堅調に推移し、都心を中心に需要が徐々に回復してくると見られる。高付加価値製品の拡販も期待され、前年比増を予想。

電子材料

事業環境



IT機器メーカーの在庫調整も進み電子部品需要の回復が見込まれるが、その度合いは緩やかであると想定。技術面では次世代通信規格への対応などの開発競争環境が激しさを増すものと予測。

化成品

事業環境



アフターコロナの中、出社率は上昇するがペーパーレス化により、トナー市場の縮小は止まらないものと想定。一方で高齢化の進行、糖尿病人口の増加などにより診断薬市場の拡大は続くものと捉えている。

合成樹脂

事業環境



既存エントリー市場の構造変化が進み、合成樹脂を取り巻く外部環境は依然として厳しさが継続。アフターコロナによる変化もあり、一部海外市場の回復も期待。



自動車市場やリフォーム市場の回復を見込み増収を維持しつつ、
価格交渉やコスト削減を進めることで収益性を改善

| | 2023/3期 | 2024/3期 | | |
|---------------------|---------|---------|-----------|-----------|
| | 実績 | 予想 | 前期実績比 (%) | 前期実績比 (額) |
| (単位：百万円) | | | | |
| 売上高 | 50,843 | 55,000 | +8.2% | +4,157 |
| 営業利益 | 351 | 1,300 | +270.4% | +949 |
| 営業利益率 (%) | 0.7% | 2.4% | +1.7pt | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 10 | 1,100 | - | +1,090 |

合成樹脂

素材販売だけでなく加工部材の販売強化、顧客層の拡大を加速。海外素材の国内展開強化、米中東南アジアでの三国間貿易の再構築に注力。

セグメント別売上高予想

5,700百万円

+21.4%

セグメント別営業利益予想

50百万円

化成品

独自の重合・粒子制御技術を活用した非トナー分野での製品展開を加速させ、売上を拡大させる。診断薬分野では、開発済み案件の確実な立上、海外市場での販路拡大などにより更なる成長を目指す。

セグメント別売上高予想

4,300百万円

+5.4%

セグメント別営業利益予想

10百万円

コーティング

バイオマス原料を用いた塗料やCO₂削減につながる低温・短時間乾燥に対応した塗料などの開発をより一層促進。新規案件の立上、海外現地メーカーへの参入などにより売上の拡大を図る。

セグメント別売上高予想

28,500百万円

+5.2%

セグメント別営業利益予想

510百万円

+80.9%

塗料

住宅関連市場を主戦場としつつも土木関連などの非住宅市場や海外市場など、新たな市場への展開を推進。更なる意匠性の向上や高性能化に向けた開発だけでなく、工物品質の向上やサービス供給体制の強化も同時に進めていく。

セグメント別売上高予想

13,000百万円

+10.2%

セグメント別営業利益予想

800百万円

+173.3%

電子材料

顧客密着対応や積極的な営業活動、主要原材料の内製化による差別化などで新規採用による売上の拡大を図る。利益面では収率改善や物流改革などを通じたコスト低減活動による収益性の向上に取り組む。

セグメント別売上高予想

3,500百万円

+10.0%

セグメント別営業利益予想

△ **70**百万円

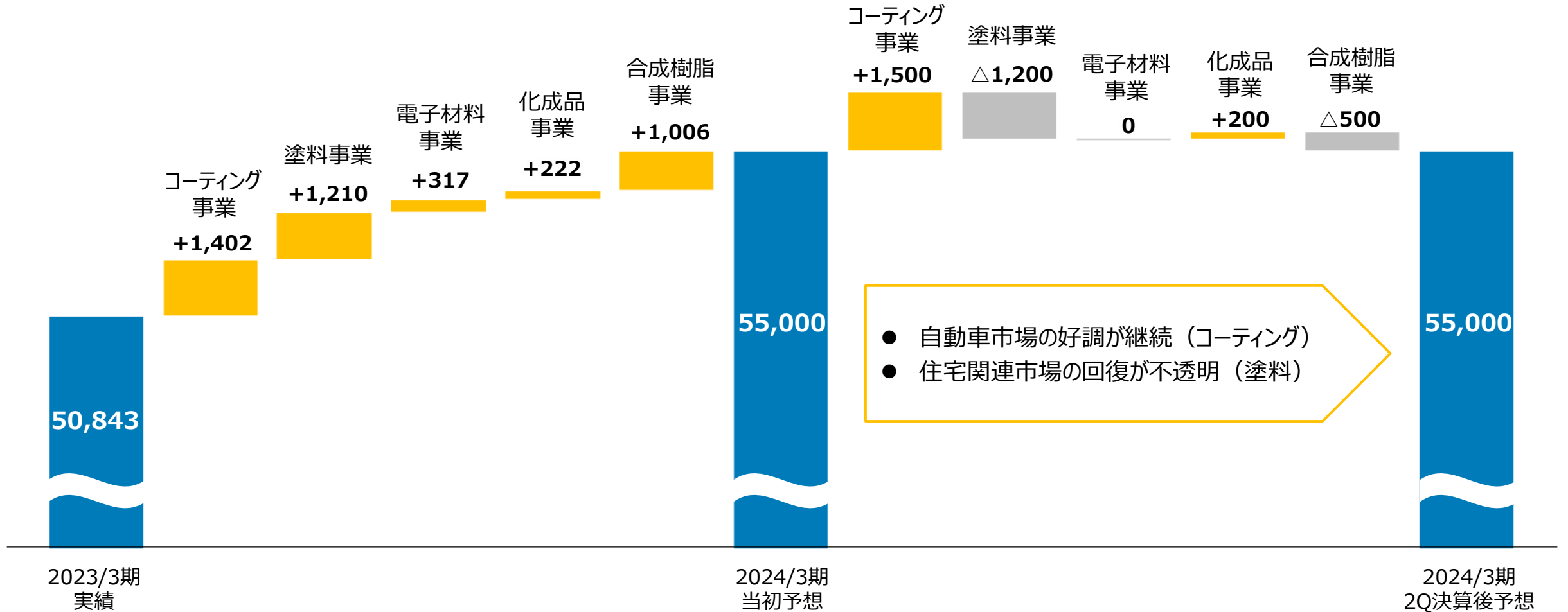


2024年3月期 売上高予想 増減要因分析

(単位：百万円)

当初予想

2Q決算後乖離予想



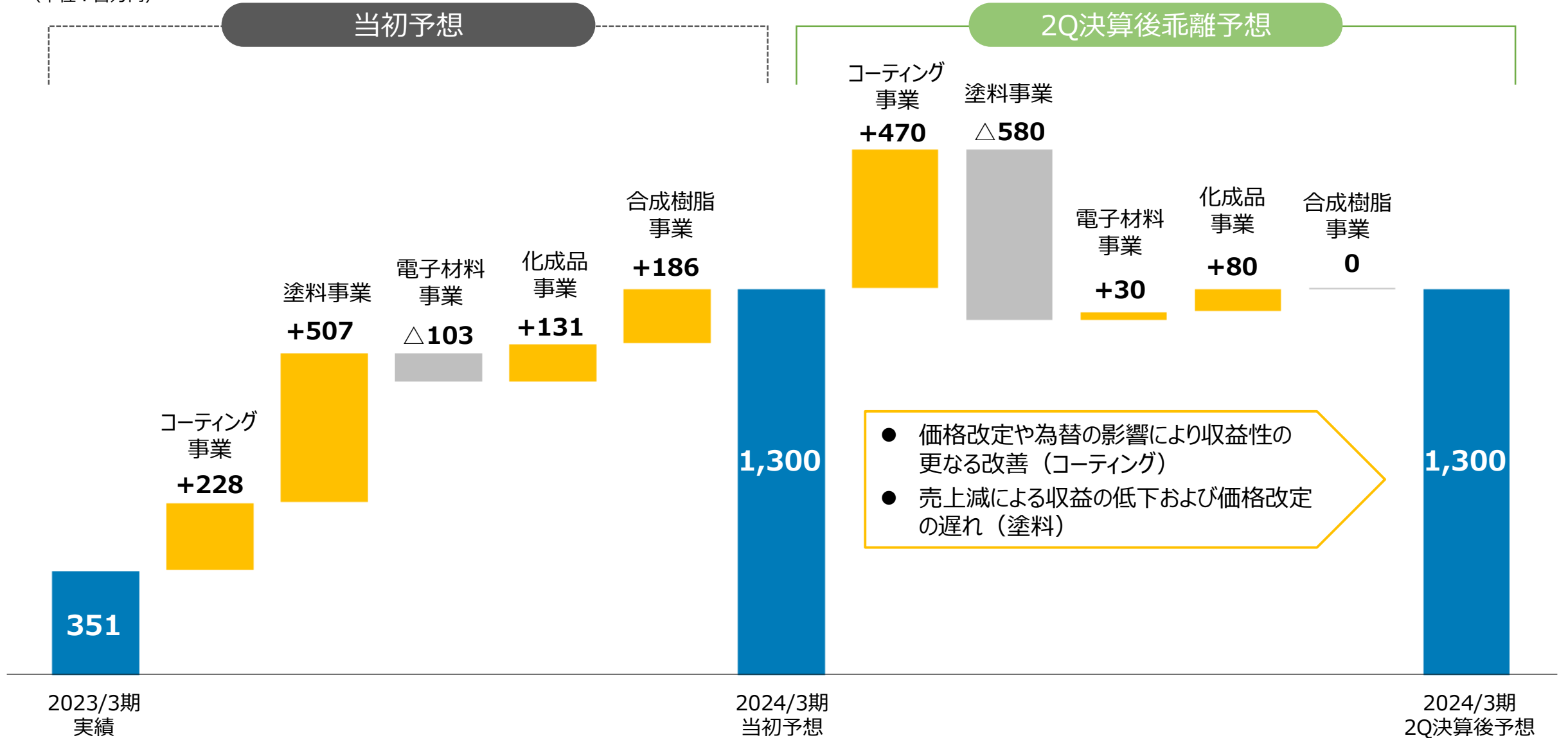
- 自動車市場の好調が継続 (コーティング)
- 住宅関連市場の回復が不透明 (塗料)

2024年3月期 営業利益予想 増減要因分析

(単位：百万円)

当初予想

2Q決算後乖離予想



- 価格改定や為替の影響により収益性の更なる改善（コーティング）
- 売上減による収益の低下および価格改定の遅れ（塗料）

コーティング

為替などの不確定要素はあるが、未参入市場への取組強化による更なる売上の上積みとともに、新製品の拡充や原材料の現地調達を進め、利益面での積み増しを図る。

塗料

住宅関連市場が低調に推移する中、新規ユーザーの獲得や新市場への参入促進による売上増、価格改定や物流効率化による収益性の改善により当初予想とのマイナス乖離縮小に取り組む。

電子材料

売上においては当初予想通りを見込み、収益面では原材料価格高騰を反映した価格改定、高利益新商品の拡販により当初予想を上回る水準を見込む。

化成品

トナー市場の縮小に備えた製品群の拡充で新市場、新分野を伸ばすとともに、安価原材料の採用、不採算製品の整理などにより売上、収益において当初予想の上振れに繋げる。

合成樹脂

各商材の需要低迷により売上においては当初予想からのマイナス乖離が懸念されるが、収益面ではEV関連材料が貢献し予想通りの着地となる見込み。

株式に関する取り組み

✔ 自己株式1,866,878株の消却実施

✔ 政策保有株式の縮減

設備投資 & 環境整備

✔ 佐野事業所リニューアル
第2STEPの推進

✔ そだてる領域への成長投資

- 次世代ハードコート開発用研究設備投資
- 新試薬製造のための設備投資

✔ 人的資本活用に向けた
社内環境整備

第11次中期経営計画

2030年のありたい姿

共創×進化×化学の力で新たな価値を提供する



ステークホルダーとの**共創**で
持続的に価値を提供



変化のスピードを超える
技術とサービスで**進化**



環境変化に適応し
化学を通して社会課題へ貢献



2030年のありたい姿
共創×進化×化学の力で
新たな価値を提供する

第11次中期経営計画

次世代に繋げる新しい姿の構築

経営理念

ともに挑み ともに繋ぐ

常にお客様目線で上質な価値を創出する

社会課題

モビリティ環境の変化

DX社会の実現

豊かで安心なインフラ

快適便利な暮らしと住まい

健康増進と余暇の充実

気候変動への対応

提供できる価値

コーティング

高機能、CO2削減（省工程、省エネ、バイオマス）、高意匠、グローバル

塗料

高意匠、高耐久、環境（省工程、水系化、乾式化）、施工品質

電子材料

5G、IoT、EV、自動運転、医療、介護

化成品

環境（低エネルギー、バイオマス、脱VOC）、高機能樹脂、体外診断薬（診断新項目）、試薬原料

合成樹脂

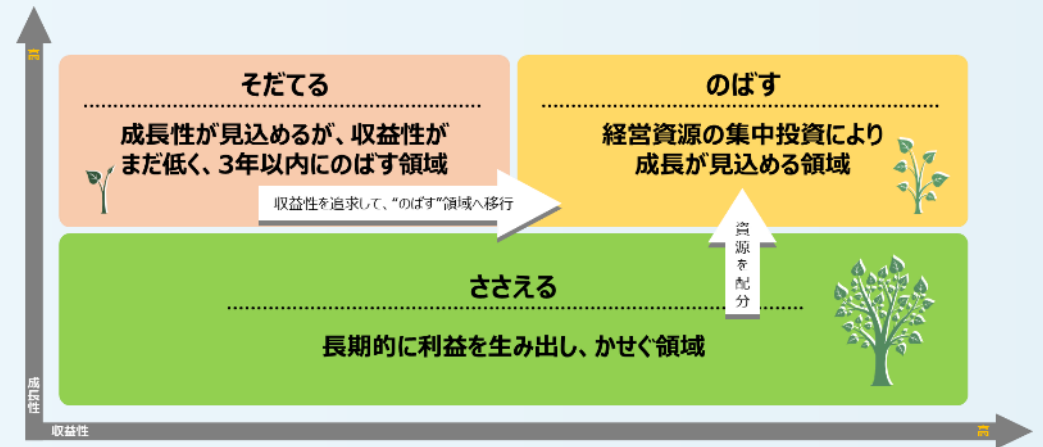
カーボンニュートラル素材、マテリアルリサイクル・ケミカルリサイクル

課題解決のための取り組み

事業ポートフォリオの導入

「次世代に繋げる新しい姿の構築」の達成と事業の持続的成長のため、事業ポートフォリオを導入し推進する

当社の事業ポートフォリオの考え方



事業領域
3つの戦略

技術開発の
拡充

注力事業の
強化

基盤事業の
収益性拡大

経営領域
2つの戦略

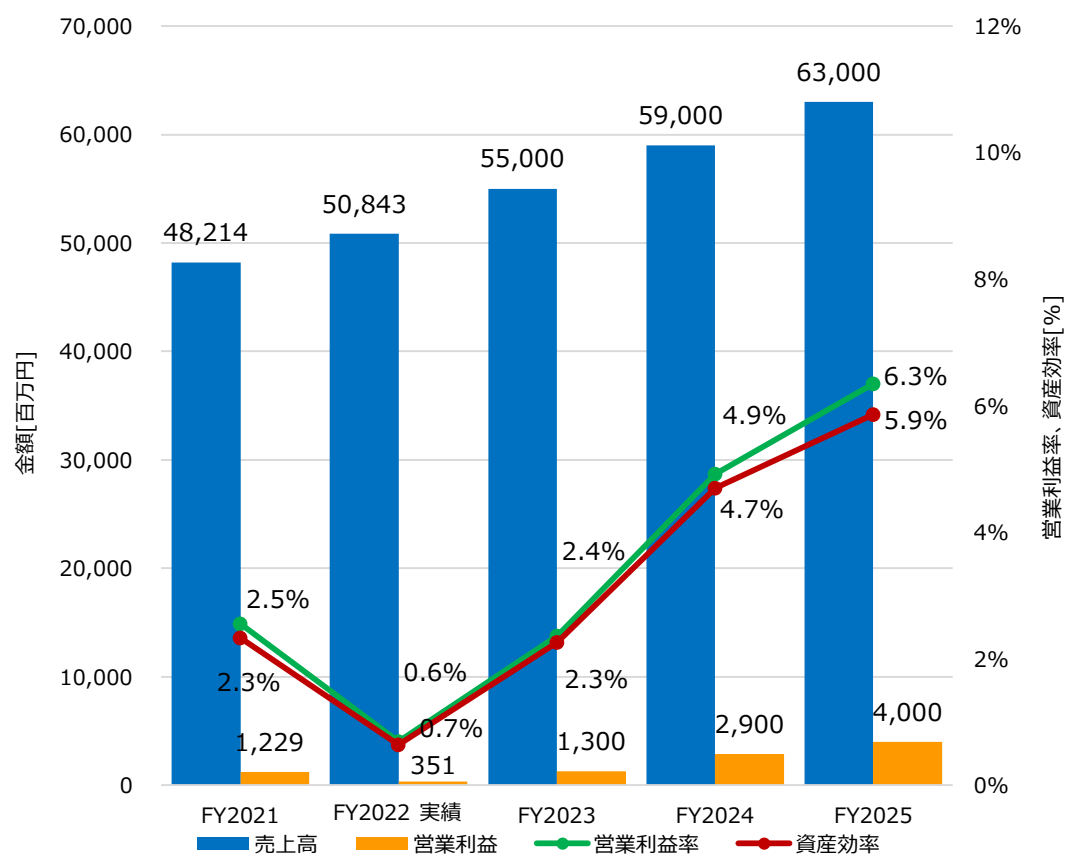
サステナビ
リティの
取り組み

経営基盤の
強靱化

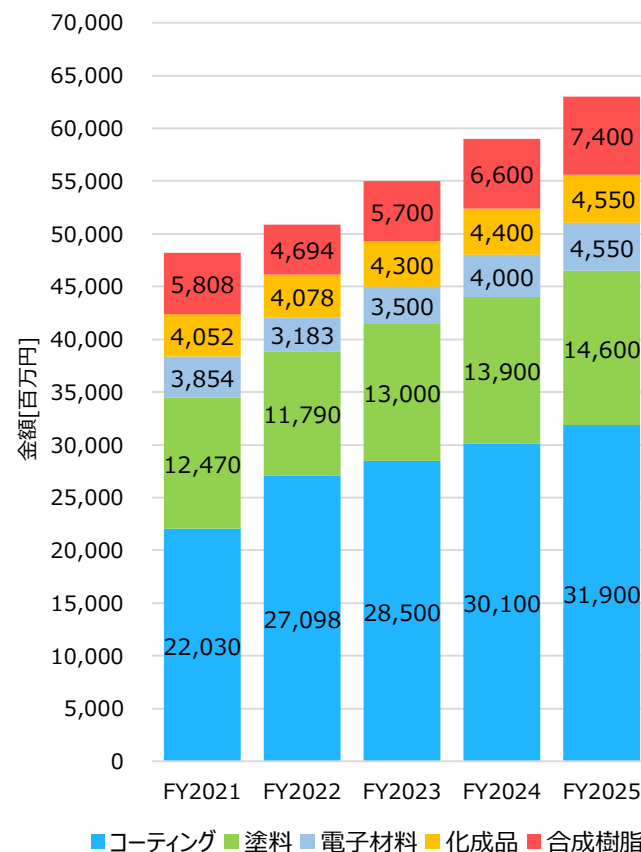
第11次中期経営計画 連結売上高・営業利益目標

連結売上高・営業利益目標

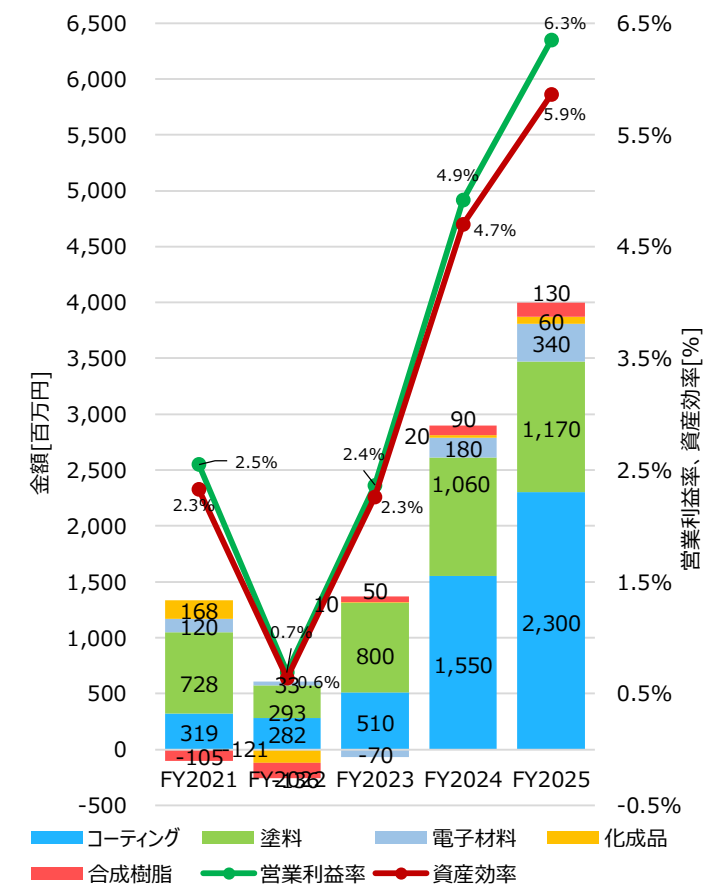
* 資産効率 = 営業利益 / 総資産



セグメント別売上高目標



セグメント別営業利益目標



✔ 《事業領域》3つの戦略

技術開発の
拡充

注力事業の
強化

基盤事業の
収益性拡大

✔ 《経営領域》2つの戦略

サステナビリティの
取り組み

経営基盤の
強靱化

- 事業ポートフォリオ戦略に基づき投資を実行。
- 研究開発については継続して重点的に投資を行うとともに、設備についても環境対応や効率化なども踏まえて投資を実行。
- 人的資本や知財・無形資産、DXの推進、ガバナンスの強化などの分野についても投資を強化。



投資
40~50
億円

研究開発投資

- 環境対応型塗料・樹脂の開発
- 高機能塗料・樹脂の開発
- 知財戦略の推進
- 原材料・実験データの活用（DX推進）

25~30
億円/年

設備投資

- 生産設備の新規導入・改修
- 物流の効率化
- グローバル供給体制の強化
- 各種システムの強化（DX推進）

佐野事業所リニューアルに関する大型投資
(キャッシュアウトは第12次中期経営計画以降)
を計画。

15~20
億円/年



株主還元

総還元性向目標
70%以上

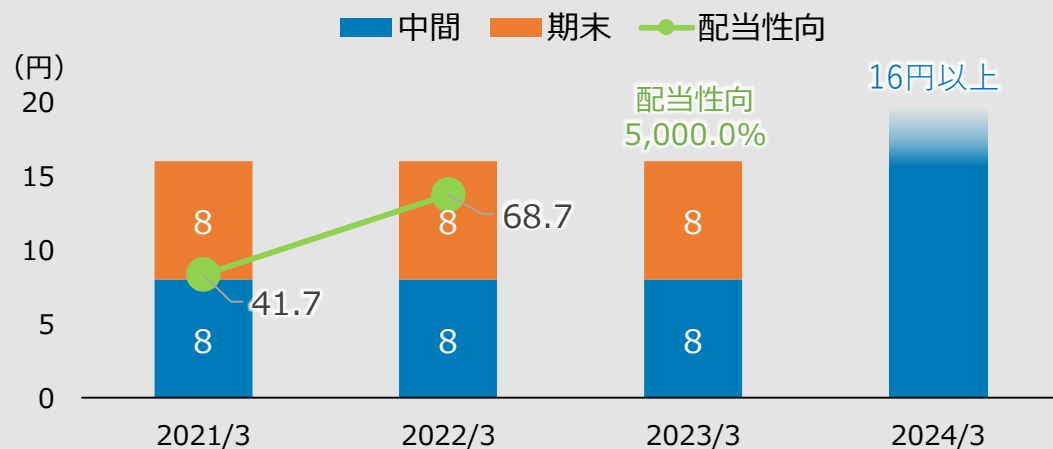
| | 2023/3 (実績) | 2024/3 (予想) | 2026/3 (中長期目標) | ROE向上のための方針 |
|----------------------------------|----------------|----------------|-------------------|---|
| ROE | 0.0% | 2.9% | 8.0% | <ul style="list-style-type: none"> ■ 8.0%以上の水準を維持 |
| (収益性) ①売上高純利益率 当期純利益 ÷ 売上高 | 0.0% | 2.0% | 4.5% | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新商品の投入とコスト削減に努め、各セグメントの利益率を向上させる |
| (資産効率性) ②総資産回転率 売上高 ÷ 総資産 | 1.0回 | 1.1回 | 1.2回 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 保有資産の適宜見直しを行い、効率的な資産活用に努める ■ 売上高の増加 |
| ③財務レバレッジ 総資産 ÷ 自己資本 | 1.4倍 | 1.4倍 | 1.4倍 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 最適資本構成の追求を行うものの、現状水準の継続を想定 ■ 機動的な自己株式取得の検討 |

基本方針

- 安定的な配当を基本とし今後の収益予想、配当性向等を十分に考慮し将来の事業展開に見合った配当を実施
- 第11次中期経営計画期間中 総還元性向70%以上を目指し配当を実施
- 年間配当金16円以上の維持
- 株主還元及び資本効率の向上と機動的な資本政策を遂行するため自己株式取得も検討

| | | 2022/3 実績 | 2023/3 実績 | 2024/3 目標 |
|-------|----|-----------|-----------|-----------|
| 配当金 | 年間 | 16.0円 | 16.0円 | |
| | 中間 | 8.0円 | 8.0円 | 16.0円以上 |
| | 期末 | 8.0円 | 8.0円 | |
| 総還元性向 | | 68.7% | 9,433.9% | 70.0%以上 |
| 配当性向 | | 68.7% | 5,000.0% | 44.8%以上 |

1 株当たり年間配当金の推移



自己株式の取得実績

| | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 |
|----------|--------|--------|--------|
| 自己株式の取得額 | - | - | 4.4億円 |

PBR向上に対する考え方

PBR
(株価純資産倍率)

=

PER
(株価収益率)

×

ROE
(自己資本利益率)

中計最終年度(FY2025年)目標 : 8.0%

売上高・利益率の向上

- 中期経営計画の達成
- 注力事業への集中投資

資本効率の向上

- 安定的な株主還元の充実
- 政策保有株式を縮減
- 内部留保の活用
- 資本効率を意識した経営

非財務項目の強化

- コーポレートガバナンスの強化
- 人的資本への投資

共創×進化×化学の力で新たな価値を提供する

ために必要な人材の育成



サステナビリティ委員会を設置し
直面する経営課題に対して
議論を開始。
人材育成に関しては
経営の最重要テーマとして設定。

人材戦略の方向性

✓ 人材の適材適所配置

- 自己申告制度
- 人事部門との多様な面接制度

✓ ワークエンゲージメント向上による能力の最大発揮

- 従業員サーベイ
- 育児・介護と仕事を両立できる体制の整備
- 理念浸透活動

✓ 多様性の拡充

- 女性管理職の育成、積極的なキャリア採用、シニア社員の活用
- 様々なライフイベントに対応する各種制度の充実
- ナショナルスタッフの経営層への登用

✓ イノベーションを創出する組織

- 挑戦を後押しする社風
- 加点主義の評価制度の整備
- 人とつながる文化の醸成

達成すべきKPIの設定

サステナビリティ委員会にて次年度以降の目標数値設定を目指し検討を実施

参考資料

コーティング

事業環境



脱炭素化などの環境対応への流れが加速し、工法変更などに対応した製品開発がより一層求められるようになる。
新興国での自動車生産が増加し、海外を基軸とした事業がより一層拡大する。

塗料

事業環境



省エネ基準適合義務化などによる住宅を取り巻く環境関連への取り組みが一層強化される。
労働力の観点では人口減少や高齢化、残業規制などによるリフォーム市場への影響が考えられる。

電子材料

事業環境



様々な分野において電子部品に対する需要は旺盛で、関連する材料市場としても高成長が予測される。
その中で、貴金属を中心とした資源枯渇や環境規制などによる主要原材料における安定確保が懸念される。

化成品

事業環境



樹脂などの化学素材に対しては、CO₂削減など環境側面からの技術深耕や製品開発の流れが加速する。
同時に、ディスプレイやセンサー類の高機能化に対応できる各種素材の開発が求められるようになる。

合成樹脂

事業環境



合成樹脂メーカーを巻き込んだ素材開発が進み、カーボンニュートラルに応じた持続可能な仕組みが整備される。
それに伴い、既存市場の構造改革が進み需要の減少が見込まれる。

そだてる
技術開発の
拡充

固有技術を核に研究開発を拡充する領域

- 新たな高付加価値製品の開発
- 技術戦略推進室の取り組み
- 共創文化の育成
- 新事業領域の探索
- 特許戦略



| | |
|----------|--|
| コーティング事業 | CO ₂ 排出削減への開発推進、フィルム市場、樹脂要素技術の深化 |
| 塗料事業 | 新素材開発、外装ワンストップリフォーム展開、土木分野 |
| 電子材料事業 | 電子部品、半導体、モジュール、自動車、医療、介護、グローバル展開 |
| 化成品事業 | ファインケミカルの深耕、バイオマスによる脱炭素、診断薬新分野 |
| 合成樹脂事業 | 環境汚染低減商材、カーボンニュートラルへの貢献商材、マテリアルリサイクル・ケミカルリサイクル商材 |



人的資本の考え方

- 高い専門性をもつ技術職
- 優れた先見性をもつ営業職

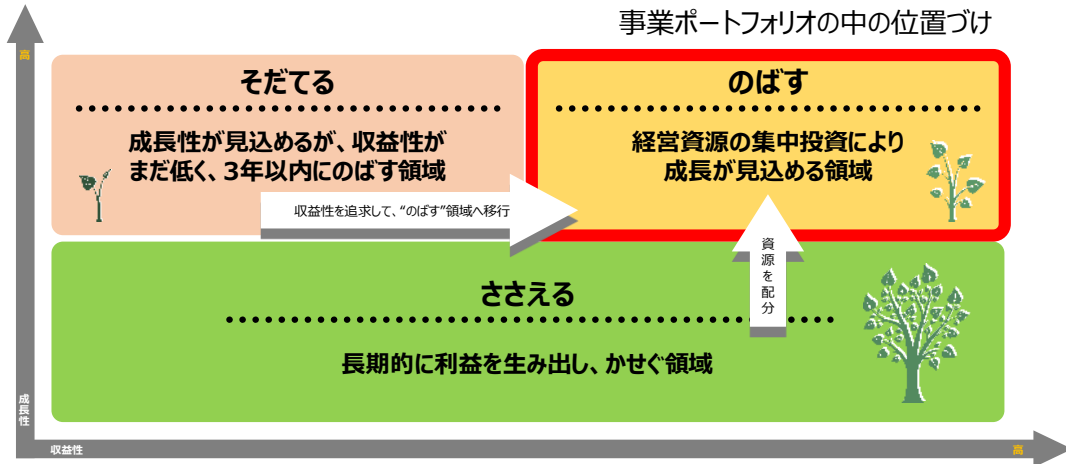


尖った能力と思考



当社の強みを極大化するための領域

- シェア拡大の為の強みの把握
- 営技一体での拡販への取り組み



| | |
|----------|--|
| コーティング事業 | めっき代替、機能性コーティング、グローバル承認獲得 |
| 塗料事業 | 新規住宅用塗料、塗装工事差別化、非住宅用新規部材 |
| 電子材料事業 | 新規用途の獲得、シェア拡大、環境配慮製品 |
| 化成品事業 | 分子設計による高機能製品、環境配慮製品、新規診断薬・診断薬原料拡販 |
| 合成樹脂事業 | 組立メーカーへの加工品販売の拡大、コーディネートによる社会的課題への貢献、新規商材による北米市場拡大 |



人的資本の考え方

- 営業的視点をもつ技術職
- 技術的視点をもつ営業職

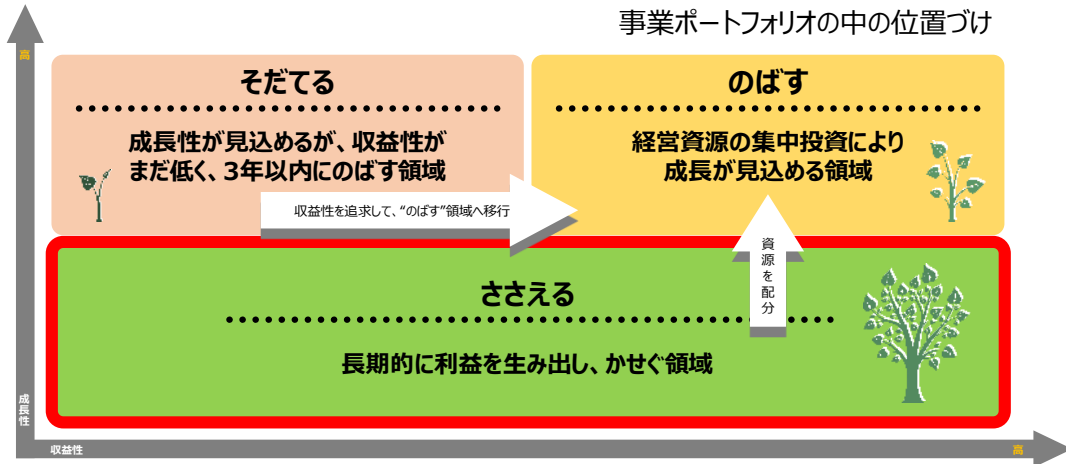


広い視野



会社の基盤となる利益を生み出す領域

- 全社一丸での生産性向上
- 限界利益、固定費の規律徹底
- 資本効率性に基づく行動

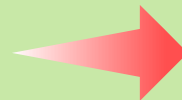


| | |
|----------|--------------------------------------|
| コーティング事業 | 自動車部品、化粧品容器、ホビー |
| 塗料事業 | 既存新築用塗料、既存リフォーム用塗料、塗装工事拡大 |
| 電子材料事業 | 既存市場の拡大、信頼性強化と顧客対応、少量多品種対応 |
| 化成品事業 | 既存顧客維持と海外需要の掘り起こし、生産プロセス適正化、既存診断薬拡大 |
| 合成樹脂事業 | 既存市場の強みを活かす、取り扱い素材の拡充、機能性付与による付加価値向上 |



人的資本の考え方

- 改善意識をもつ社員
- やりきる力をもつ社員



まとまる力まとめる力

✓ 経営領域を推進する“2つの戦略”

サステナビリティの 取り組み

持続的な成長のため、
社会からの要求に応える

サステナビリティ委員会

人的資本、知財・無形資産

経営基盤の 強靱化

弛みなき変化と
持続的な成長を支える
経営基盤の強靱化の推進

DXの推進

株主還元、資本政策

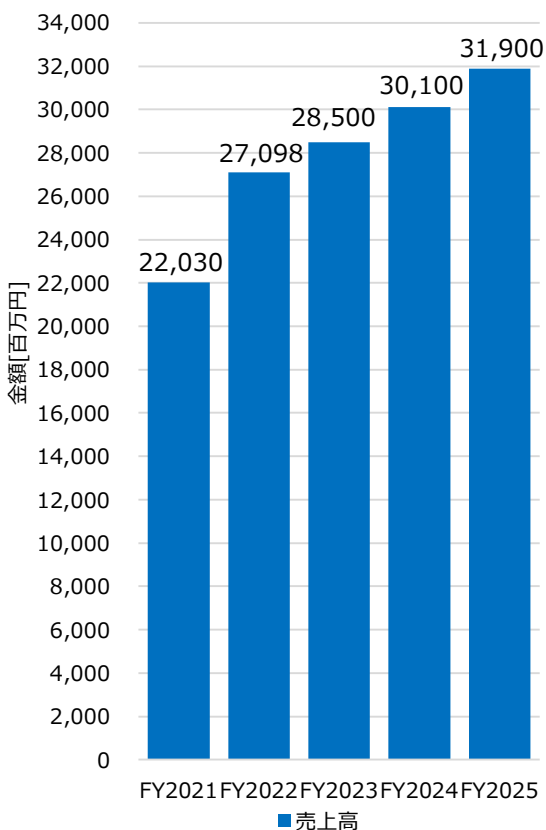
ステークホルダー向け情報の充実

コーティング事業

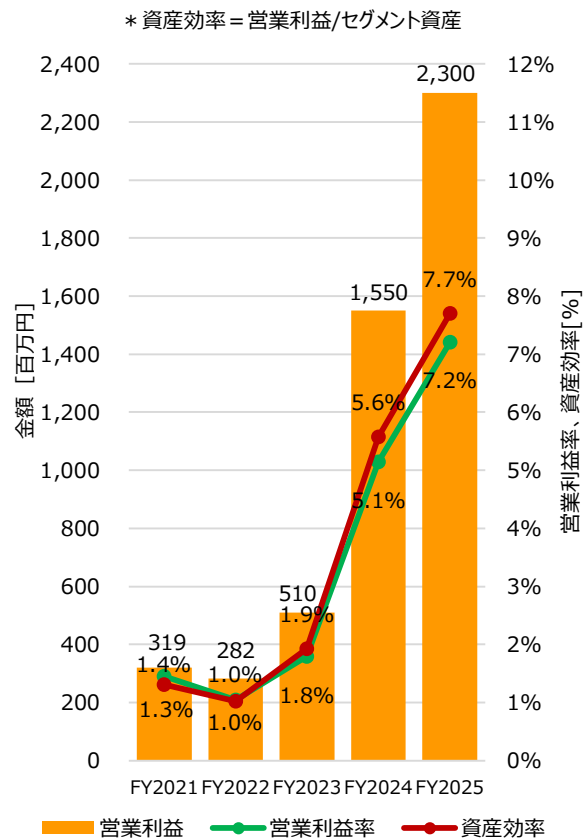
セグメント方針

次世代に繋ぐ機能を追求し、グローバルで新たな価値を提供する

売上高目標



営業利益目標



そだてる
技術開発の
拡充

- CO₂排出削減への開発推進
- フィルム市場
- 樹脂要素技術の深化

のばす
注力事業の
強化

- めっき代替
- 機能性コーティング
- グローバル承認獲得

ささえる
基盤事業の
収益性拡大

- 自動車部品
- 化粧品容器
- ホビー

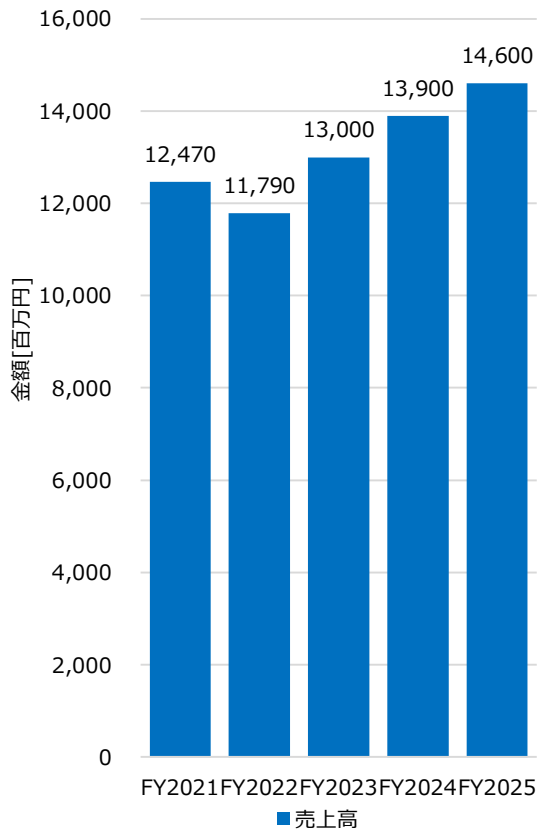
機会：脱炭素社会への転換、EV化の拡大 リスク：サプライチェーンの大きな変化

塗料事業

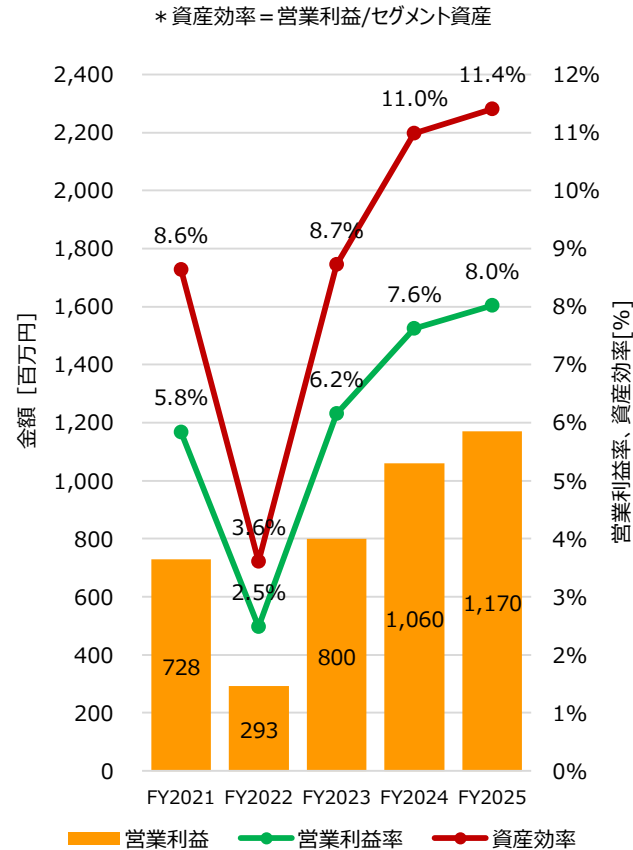
セグメント方針

材料力と工事力との共創で、ハウジングから社会の未来に貢献する

売上高目標



営業利益目標



そだてる
技術開発の
拡充

- 新素材開発
- 外装ワンストップリフォーム展開
- 土木分野

のばす
注力事業の
強化

- 新規住宅用塗料
- 塗装工事差別化
- 非住宅用新規部材

ささえる
基盤事業の
収益性拡大

- 既存新築用塗料
- 既存リフォーム用塗料
- 塗装工事拡大

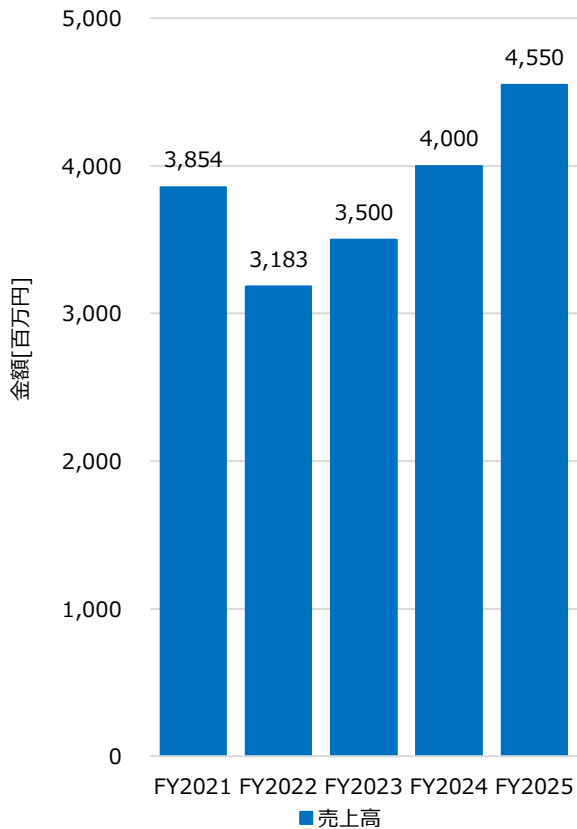
機会：住宅長寿命化への貢献、工事力による事業拡大 **リスク**：国内住宅着工件数の減、塗装技能者の高齢化

電子材料事業

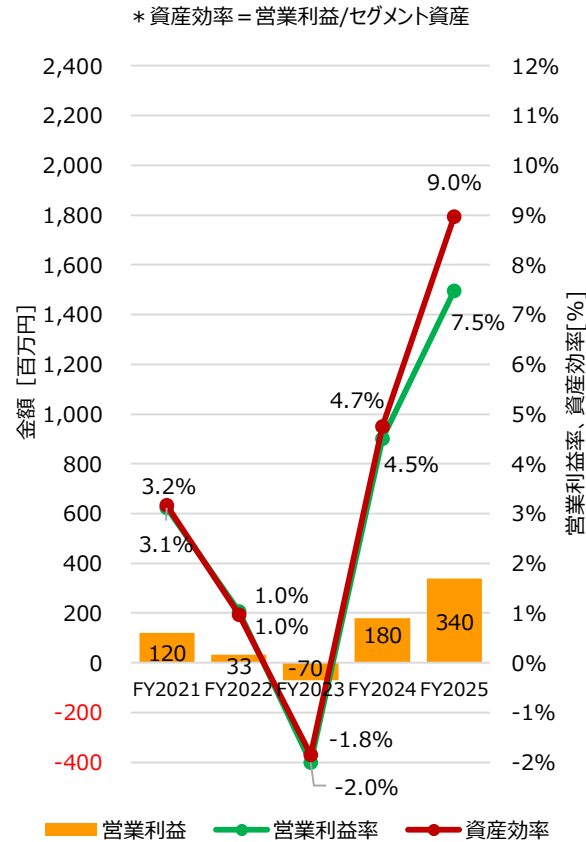
セグメント方針

ドータイト®の歴史と強みを活かし、最先端の電子材料分野で持続的に成長する

売上高目標



営業利益目標



そだてる
技術開発の
拡充

- 電子部品、半導体、モジュール
- 自動車、医療、介護
- グローバル展開

のばす
注力事業の
強化

- 新規用途の獲得
- シェア拡大
- 環境配慮製品

ささえる
基盤事業の
収益性拡大

- 既存市場の拡大
- 信頼性強化と顧客対応
- 少量多品種対応

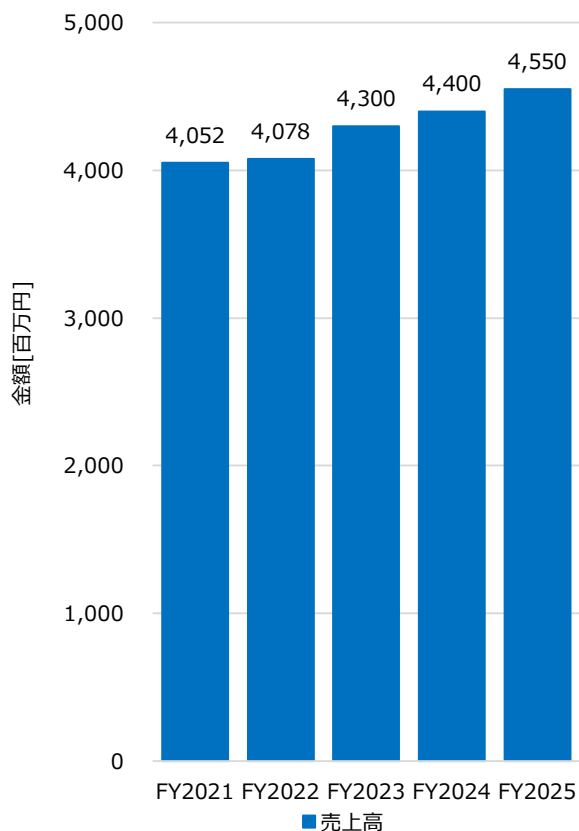
機会 : DX、IoT、EV化による材料市場の高成長 リスク : 海外顧客の現地調達化

化成品事業

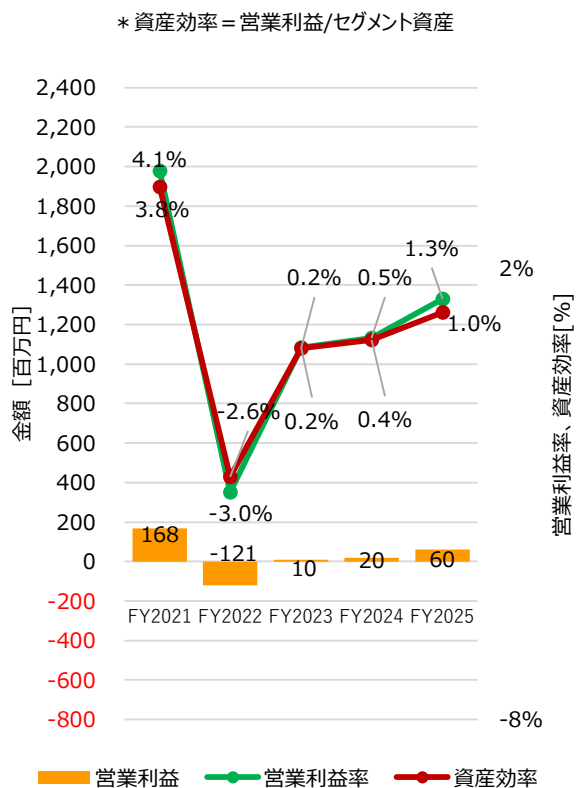
セグメント方針

創業からの樹脂重合技術を基盤として、ファインで高機能な技術と製品で進化する

売上高目標



営業利益目標



そだてる
技術開発の
拡充

- ・ ファインケミカルの深耕
- ・ バイオマスによる脱炭素
- ・ 診断薬新分野

のばす
注力事業の
強化

- ・ 分子設計による高機能製品
- ・ 環境配慮製品
- ・ 新規診断薬・診断薬原料拡販

ささえる
基盤事業の
収益性拡大

- ・ 既存顧客維持と海外需要の掘り起こし
- ・ 生産プロセス適正化
- ・ 既存診断薬拡大

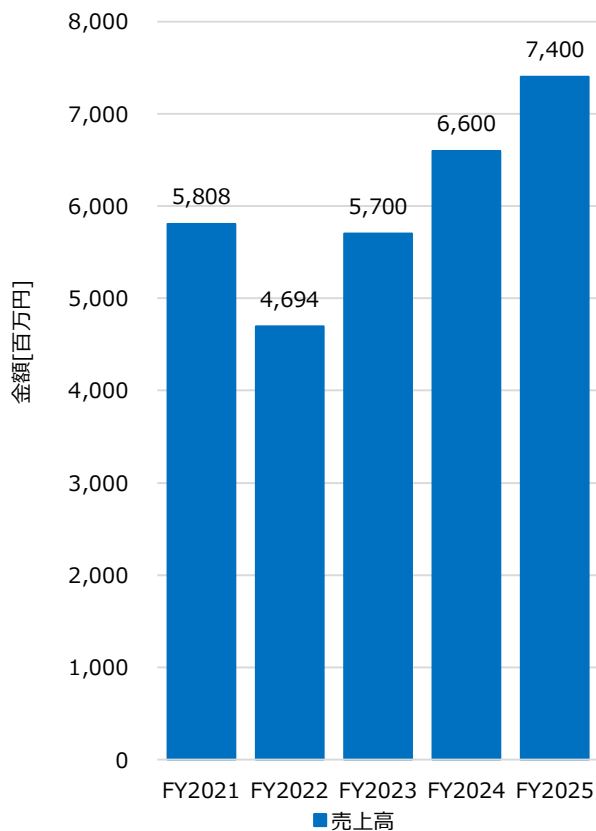
機会：脱炭素、DX、IoTによる新素材分野での市場拡大 リスク：市場シュリンクによる提供価値の縮小

合成樹脂事業

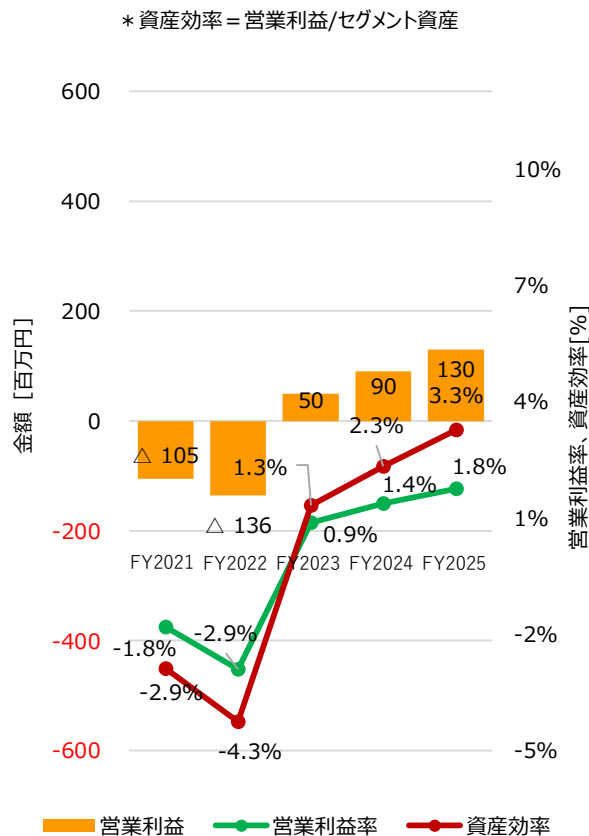
セグメント方針

幅広い顧客層への積極的提案で、社会的課題解決に貢献する

売上高目標



営業利益目標



そだてる
技術開発の
拡充

- 環境汚染低減商材
- カーボンニュートラルへの貢献商材
- マテリアルリサイクル・ケミカルリサイクル商材

のばす
注力事業の
強化

- 組立メーカーへの加工品販売の拡大
- コーディネートによる社会的課題への貢献
- 新規商材による北米市場拡大

ささえる
基盤事業の
収益性拡大

- 既存市場の強みを活かす
- 取り扱い素材の拡充
- 機能性付与による付加価値向上

機会：環境商材などの新たな市場への価値提供 リスク：既存エントリー市場の構造変化

財務データ推移

| (単位：百万円) | 2014/3期 | 2015/3期 | 2016/3期 | 2017/3期 | 2018/3期 | 2019/3期 | 2020/3期 | 2021/3期 | 2022/3期 | 2023/3期 |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 売上高 | 72,166 | 69,560 | 73,741 | 62,780 | 57,431 | 55,207 | 53,107 | 49,498 | 48,214 | 50,843 |
| 売上原価 | 56,317 | 53,267 | 56,156 | 46,215 | 40,682 | 38,708 | 37,911 | 35,862 | 34,028 | 36,726 |
| 売上総利益 | 15,849 | 16,293 | 17,585 | 16,565 | 16,749 | 16,499 | 15,197 | 13,636 | 14,187 | 14,118 |
| 販売費及び 一般管理費 | 13,513 | 14,085 | 14,573 | 13,487 | 14,160 | 13,598 | 13,447 | 12,017 | 12,957 | 13,767 |
| 営業利益 | 2,335 | 2,208 | 3,012 | 3,077 | 2,588 | 2,901 | 1,750 | 1,620 | 1,229 | 351 |
| 経常利益 | 2,719 | 2,583 | 2,977 | 3,348 | 2,808 | 3,169 | 1,990 | 1,898 | 1,449 | 534 |
| 当期純利益 | 1,606 | 1,249 | 1,766 | 2,400 | 2,001 | 2,033 | 1,235 | 1,220 | 741 | 10 |

SWOT分析

プラス要因

S

Strength (強み)

- 日米英の3社を中心にグローバルな開発と供給体制を構築
- ニッチな市場での高いシェア
- 多様な顧客ニーズに応える技術開発力
- 要望に対して自社で樹脂原料の設計から行える開発体制

マイナス要因

W

Weakness (弱み)

- 自動車業界への偏重

O

Opportunity (機会)

- 環境対応、高性能製品の需要増
- 電気自動車市場の拡大に伴う、鉄、ガラス代替部品の増加
- 新興国における自動車市場の拡大

T

Threat (脅威)

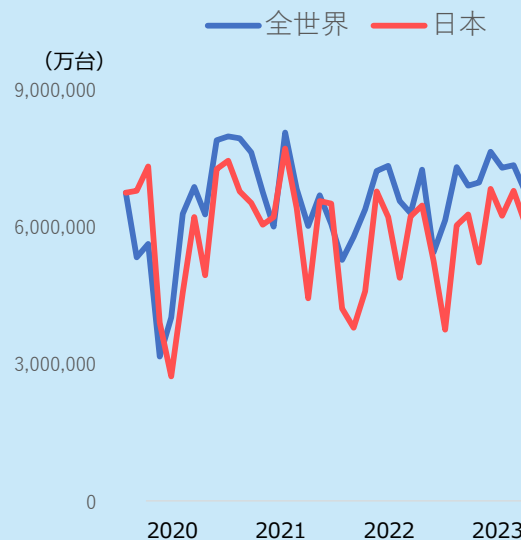
- 無塗装部品の増加
- 原材料費の高騰
- 為替変動によるリスク
- 国内の人口減少による市場自体の縮小

内部要因

外部要因

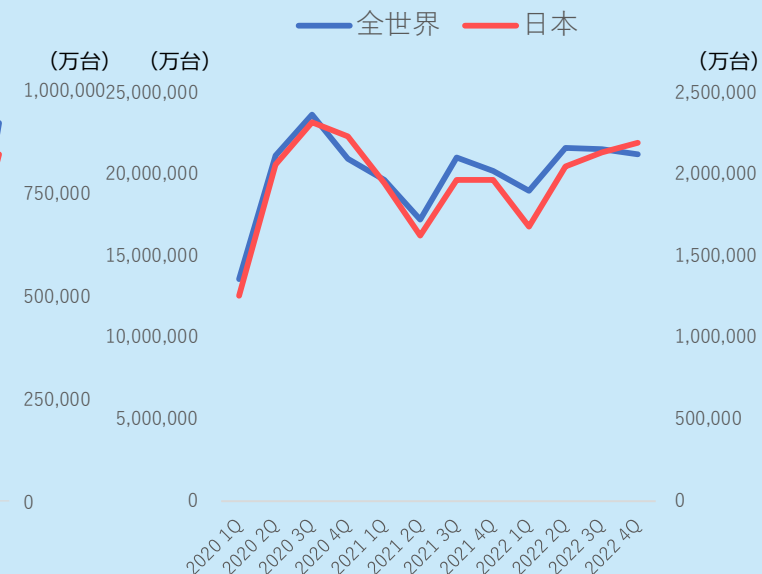
外部環境

四輪車世界生産台数 (月次)
2020~2023



出典：マークラインズ社データから、当社にて作成

四輪車世界生産台数 (四半期)
2020/1Q~2022/4Q



主な取引業界

自動車市場・家電市場
化粧品容器市場・ホビー市場

目安となるKPI

顧客内シェア、顧客満足度

SWOT分析

プラス要因

S

Strength (強み)

- 自社グループで販売から施工まで一貫して行える販売体制
- 自社グループ責任施工体制による安定した施工品質
- 強固な顧客基盤
- 顧客ニーズに応える技術開発力とデザイン提案力

マイナス要因

W

Weakness (弱み)

- 住宅市場への偏重
- 塗装業者の人材確保
- 少量多品種生産体制の構築

O

Opportunity (機会)

- 既存の参入メーカーでのシェア拡大
- 集合住宅、土木分野等の未参入市場への販売機会

T

Threat (脅威)

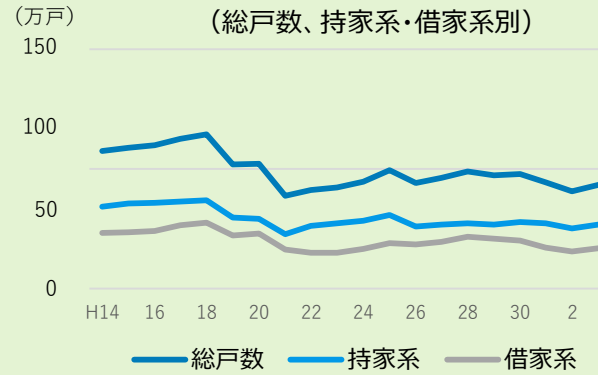
- 原材料費の高騰
- サプライチェーン問題 (BCP)
- 法規制 (化学物質、環境、労働安全)
- 新築住宅施工棟数の減少
- リフォーム市場における競争の激化
- 競合他社の技術力向上

内部要因

外部要因

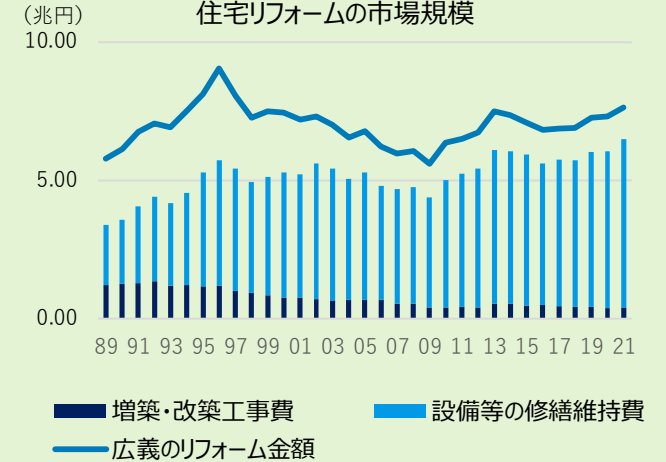
外部環境

新設住宅着工戸数の推移
(総戸数、持家系・借家系別)



出典：国土交通省 令和4年度 住宅経済関連データ

住宅リフォームの市場規模



注) ①「広義のリフォーム市場規模」とは、住宅着工統計上「新設住宅」に計上される増築・改築工事と、エアコンや家具等のリフォームに関連する耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額を言う。
②推計した市場規模には、分譲マンションの大規模修繕等、共用部分のリフォーム、賃貸住宅所有者による賃貸住宅のリフォーム、外構等のエクステリア工事は含まれていない。
③本市場規模は、「建築着工統計年報」(国土交通省)、「家計調査年報」(総務省)、「全国人口・世帯数・人口動態表」(総務省)等により、公益財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センターが推計したものである。

主な取引業界

新築戸建て市場・リフォーム塗装市場 etc.

目安となるKPI

新築主要3社、リフォーム主要7社の獲得棟数・シェア

SWOT分析

プラス要因

S

Strength (強み)

- 導電性材料のパイオニアとして長年培ったノウハウ、ブランド力
- 強固な顧客基盤

マイナス要因

W

Weakness (弱み)

- 新たなエレクトロニクスとのリレーション構築
- 少量多品種生産体制の構築
- 高度化する顧客要望への対応

O

Opportunity (機会)

- 自動車業界のCASEへの注力による電装部品の増加
- 5GやDX、IoTの進化に伴う電子部品、RFIDなどの需要増
- ヘルスケアや介護需要の増加に伴うIT技術やロボットなどの導入

T

Threat (脅威)

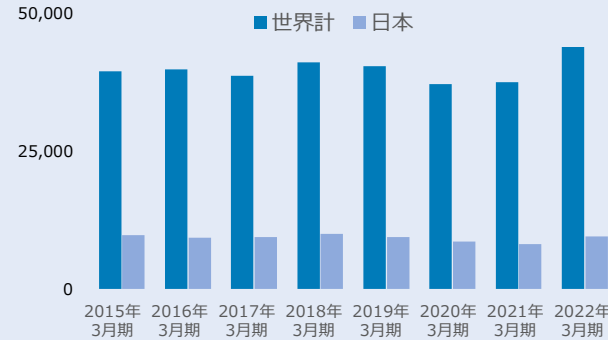
- 原材料費の高騰
- 為替変動によるリスク
- 銀の価格変動リスク

内部要因

外部要因

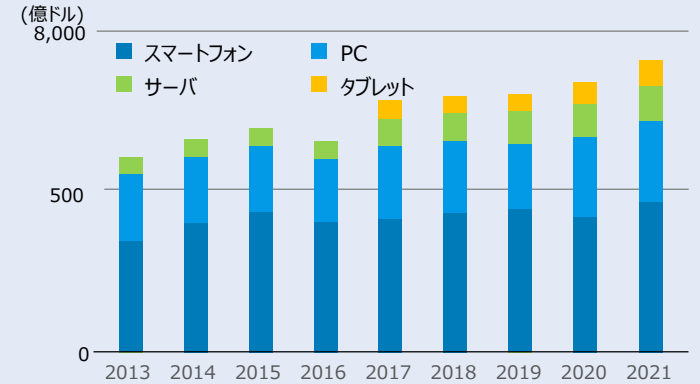
外部環境

世界・日本 電子部品出荷額



出典：電子部品協会 電子部品グローバル出荷統計より当社作成

世界の情報端末出荷額の推移



出典：総務省 半導体市場の動向

主な取引業界

電子部品市場・電子機器市場 etc.

目安となるKPI

新商品化率、顧客満足度

SWOT分析

プラス要因

S

Strength (強み)

- 幅広い分野で利用可能な応用力に基づく多様な顧客基盤
- 高い技術力に基づいた機能と安全性を併せ持つ製品群
- 原料の樹脂から自社で設計できる開発体制
- 試薬メーカーとして多様な企業と連携した開発力

マイナス要因

W

Weakness (弱み)

- 顧客の固定化
- 医療分野に求められる高度な品質保証体制の構築
- 設備の老朽化

O

Opportunity (機会)

- 環境対応への需要の高まり
- インクジェット市場の拡大
- 新興国市場における検査市場の拡大
- 高齢化による各種検査ニーズの増加

T

Threat (脅威)

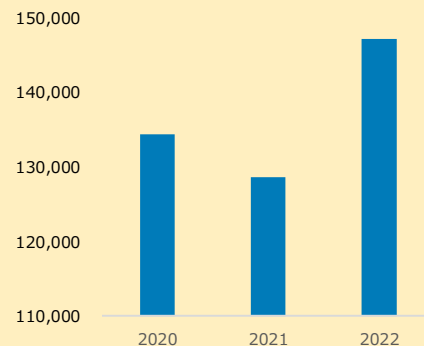
- 環境対応への需要の高まり
- トナー市場の縮小
- 原材料費の高騰
- 為替変動によるリスク
- 体外診断薬の各国の規制強化

内部要因

外部要因

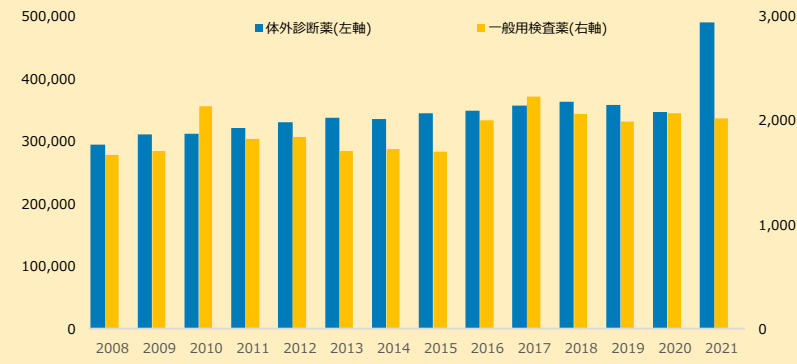
外部環境

事務機械販売実績



出典：経済産業省 事務機械販売実績 より当社作成

体外診断薬、検査薬市場の推移



出典：一般社団法人日本臨床検査薬協会臨床検査薬等の売上金額 より当社作成

主な取引業界

OA市場・自動車市場
電子機器市場 体外診断薬市場 etc.

目安となるKPI

新商品化率、限界利益率

SWOT分析

プラス要因

S

Strength (強み)

- 合成樹脂専門商社として仕入れ先との幅広い関係性
- 多様な顧客基盤
- 海外販売網
- 市場ニーズへの対応力

マイナス要因

W

Weakness (弱み)

- 汎用樹脂の価格競争対応
- 既存事業の縮小と新規事業への移行の遅れ

O

Opportunity (機会)

- 車載用製品、電池用製品等の付加価値製品の需要拡大
- 廃プラスチックリサイクル市場でのシェア拡大
- 環境商材への新たな需要

T

Threat (脅威)

- 半導体不足等による減産
- 原材料費や物流コストの高騰
- 為替変動によるリスク
- 短い市場サイクル
- 合成樹脂市場の構造変化

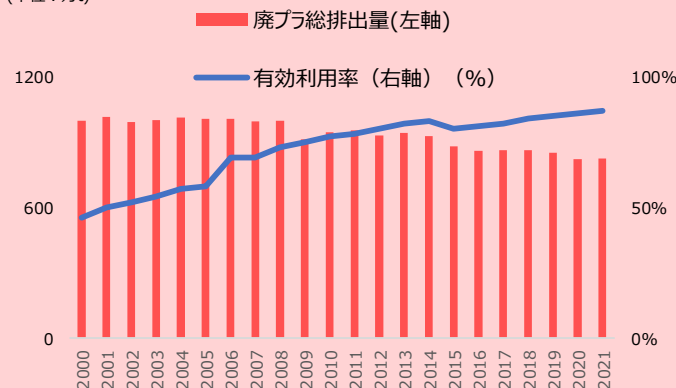
内部要因

外部要因

外部環境

廃プラスチックの総排出量・有効利用率の推移

(単位：万t)



SHEET (アクリル板) 生産・出荷の推移

■ SHEET 生産 ■ SHEET 出荷計



出典：石油化学工業会統計資料 より当社作成

主な取引業界

自動車市場・電子機器市場・建材
廃プラスチックリサイクル市場 etc.

目安となるKPI

新規顧客獲得数



当資料で用いられている業績予想ならびに将来予測は国内および諸外国の経済状況、
当社の事業に関連する業界の動向についての見通し、その他当社業績へ影響を与える
要因について、現在入手可能な情報をもとにした予想を前提としております。

これらは、市況・競合状況・当社新製品の採用の可否など多くの不確実な要因の影響を受けます。
従いまして、当予測と実際の業績が大きく異なる場合があることをご了解いただきますようお願い致します。



IRお問い合わせ先 : fkkir@fkkasei.co.jp