

中央自動車工業株式会社

東証STD 8117

# 2025年度決算 および 中期経営計画 (2026年度~2028年度)



2026.6.3



はじめに

パーパス for 2030

## 「未来のモビリティ社会における最良のパートナー」

1946年の創立以来、ヒトとモビリティのセントラル(まんなか)に立って、  
よりよい関係を、よりよい未来をつくるために活動してきました。  
「インテグリティ(誠実・真摯)と感謝を文化に」というブランドスローガンのもと、  
未来のモビリティ社会の発展に欠かせない「最良のパートナー」を目指します。

グループブランドスローガン

## 「インテグリティと感謝を文化に」

当社の行動指針である「インテグリティ」と「感謝」。  
今後は当社グループのブランドの核として、一層大切にすべく、  
ブランドスローガンとして継承してまいります。

## 企業理念 / 基本方針 / 基本戦略

### 企業理念

世界のネットワークを通じて環境にやさしく、安全と豊かなカーライフを創造して、社会に貢献する。

### 基本方針

- お客様の潜在ニーズを読み、期待を上回る新しい商品・サービスの開発を通じて需要を創造する。
- 全てのお客様・お取引先様への感謝の念を忘れず、徹底したサービス体制を通じて、信頼とお役に立つ中央を目指す。
- 役員・社員の能力と生活向上を通じて、社会的責任を果たす開発型企業を目指す。

### 基本戦略

- 常に技術革新を追究し、お客様に感動頂けるオンリーワンの「開発型企業」を目指します。
- 経営資源を当社の強みの部門と、新しい事業開発に投下し将来の礎を築くと共に、開発型企業の基盤を強化します。
- 徹底した現場訪問と情報収集の強化をはかり潜在ニーズの先取りをします。
- 教育体制の充実と共に役員・社員は自己成長に努めます。

## 会社概要

設立	1946年5月
資本金	10億100万円
売上高	466億円（2026年3月期）
経常利益	129億円（2026年3月期）
従業員数	348名（2026年3月現在）
株式	東京証券取引所 スタンダード市場 [証券コード:8117]

### 主な子会社

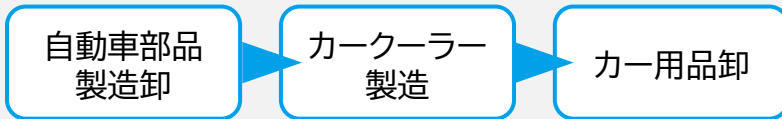
### 関連会社

- 連結子会社
- 持分法適用会社

- セントラル自動車工業(株)
- (株)ABT
- (株)フラッグス
- (株)ケー・エム・エンタープライズ
- 森田産業(株)
- CAPCO PTE LTD (シンガポール)
- CAPCO USA, INC. (米国)
- (株)石川トヨペットカローラ
- エイスインターナショナルトレード(株)

# 中央自動車工業のビジネスモデル

## 国内ビジネス



現在

自動車および、  
その他向けケミカル商材製造  
アルコール検知器製造

メーカー機能

## 海外ビジネス

自動車部品卸(輸出)

現在

自動車部品卸(輸出)  
自社開発ケミカル商材販売  
(輸出)

商社機能



# 中央自動車工業の主な事業

## ケミカル事業(コーティング製品等)

主要顧客:新車販売ディーラー 等

日本全国の新車販売ディーラーやメーカーに  
自社開発ケミカル商品を販売

### ◆ クルマのボディ向け



### ◆ ウィンドウガラス向け



### ◆ シート向け



### ◆ 室内 抗菌防臭抗ウィルス向け



クルマ以外にも施工しています

### ◆ エンジン内部向け



### ◆ (他業種向け)防汚向け



# CENTRAL

中央自動車工業



## アルコール検知器

主要顧客:一般法人、官公庁、輸送事業者等

アルコール検知器「ソシアック」

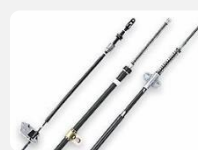
sociac



## 自動車用部品

主要顧客:部品輸入商、代理店等

60数カ国のネットワークを  
活かした自動車用部品の販売



# 目次

<b>2025年度(2026年3月期) 決算概要</b>	<b>8</b>	<b>新中期経営計画</b>	<b>21</b>
2025年度連結業績	9	新中期経営計画の位置づけ	22
セグメント別実績	10	新中期経営計画の計数目標	23
四半期業績推移	11	キャッシュアロケーション方針	24
連結貸借対照表	12	株主還元方針	25
連結キャッシュ・フロー計算書の概要	13	新中期経営計画の全体像	26
配当金について	14	01 事業拡大戦略(国内)	27~29
<b>2026年度(2027年3月期) 業績予想</b>	<b>15</b>	02 事業拡大戦略(海外)	30, 31
2026年度連結業績(予想)	16	03 事業拡大戦略(グループ会社戦略)	32~34
<b>前中計の振り返り</b>	<b>17</b>	04 事業拡大戦略(新規事業戦略)	35
連結業績と株価の振り返り	18	05 人材戦略	36
前中計(2023~2025)係数目標の達成状況	19	06 IT戦略	37
前中計の振り返り	20	07 ブランディング戦略	38
		08 SDGs/ESG戦略	39

# | 2025年度(2026年3月期) 決算概要

## 2025年度連結業績

- 高付加価値商材の拡販とM&A効果で増収増益を達成、11年連続で過去最高益を更新
- テレビCMなど積極的なブランディング投資により販管費が増加、成長基盤の強化が着実に進展

(単位:百万円)	2024年度 実績	2025年度 実績	増減額	増減率	修正予想 (2025.11.13公表)	修正予想比
売上高	41,558	46,692	+5,134	+12.4%	45,500	+2.6%
売上総利益	18,428	19,609	+1,181	+6.4%	-	-
販売費及び一般管理費	7,388	8,232	+844	+11.4%	-	-
営業利益 (売上高営業利益率)	11,040 (26.6%)	11,376 (24.3%)	+336	+3.1%	11,800	△3.5%
経常利益 (売上高経常利益率)	12,421 (29.9%)	12,931 (27.6%)	+510	+4.1%	13,000	△0.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高当期純利益率)	8,681 (20.9%)	9,645 (20.6%)	+964	+11.1%	9,350	+3.2%

## セグメント別実績

- 両事業とも2ケタ増益、自動車処分事業では売上高100億を初めて達成
- 海外販売はオリジナル商材の拡販が進むとともに、M&Aで加わった子会社も業績拡大に寄与

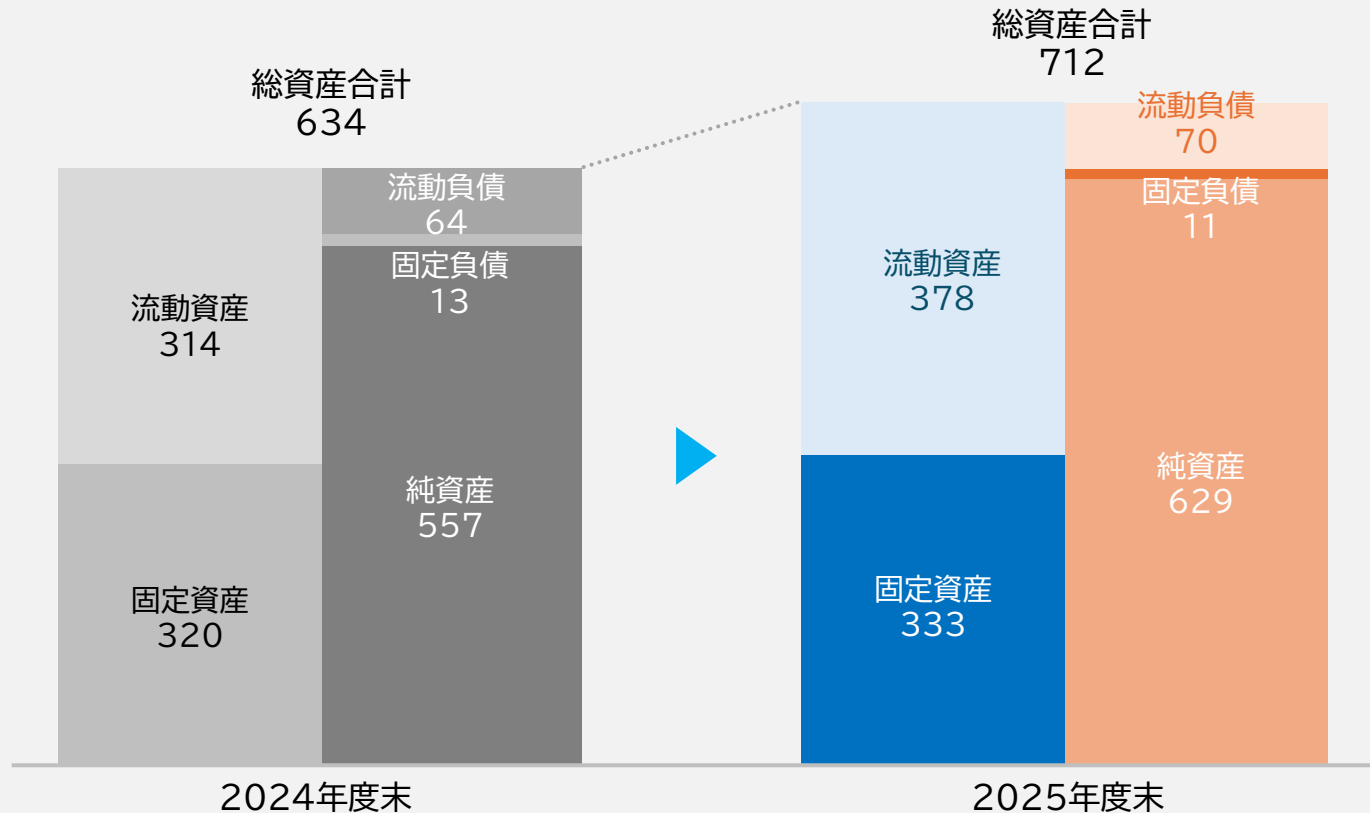
(単位:百万円)	2024年度 実績	2025年度 実績	増減額	増減率	増減理由
自動車部品・用品等販売事業 (売上高構成比)	32,385 (78%)	35,914 (77%)	+3,529	+10.9%	既存事業の新規開拓と高付加価値商材の拡販が進展
国内販売 (事業内構成比)	24,406 (75%)	25,393 (71%)	+987	+4.0%	アルコール検知器は前期比27%増の1,571百万円
海外販売 (事業内構成比)	7,979 (25%)	10,521 (29%)	+2,542	+31.8%	既存事業が堅調だったことに加えて、M&Aによるプラス効果
自動車処分事業 (売上高構成比)	9,172 (22%)	10,778 (23%)	+1,606	+17.5%	中古車市場の活況を背景に取引案件が増加
合計	41,558 (100%)	46,692 (100%)	+5,134	+12.4%	

## 連結貸借対照表の概要

- 現預金、受取手形及び売掛金、投資有価証券の増加などにより総資産は増加
- 増加した自己資本を中期経営計画の各戦略に投資し、経営基盤を強化⇒キャッシュアロケーション方針策定

(単位:億円)

総資産 **77.5**億円、純資産 **72.5**億円の増加



## 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

- 営業CFは堅調に増加し、M&Aや設備投資の実行による支出があるなか、期末現預金も増加
- 安定した事業基盤(キャッシュ創出)を背景に、成長投資と株主還元の両立を進める

(単位:百万円)	2024年度 実績	2025年度 実績	主な増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,459	9,050	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 税金等調整前当期純利益の増加が主因</li> <li>● 負ののれん発生益 △600</li> </ul>
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,605	△425	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 森田産業の取得を含む子会社株式取得や有形固定資産の取得、貸付金回収が寄与し、支出は425百万円にとどまる</li> </ul>
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,629	△3,155	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 配当金支払額の増加</li> </ul>
現金及び預金の増減額	3,217	5,483	
現金及び預金の期末残高	23,560	29,250	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業CFの増加を背景に、投資・財務CFの流出を吸収</li> </ul>

## 配当金について

- 配当政策を経営上の重要課題とし、「安定かつ高配当」を継続
- 皆様の日頃のご支援にお応えするため、創立80周年記念配当を実施

(単位:円)	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
中間配当(1株あたり)	9.33	11.33	13.00	18.00	22.67	26.00
期末配当(1株あたり)	10.66	12.00	17.67	25.33	30.33	35.00
記念配当(1株あたり)	-	-	-	-	-	80周年記念配当 3.00
年間配当(1株あたり)	20.00	23.33	30.67	43.33	53.00	64.00
1株当たり純利益	70.34	85.26	114.21	143.62	157.23	174.58
連結配当性向(%)	28.4%	27.4%	26.9%	30.2%	33.7%	36.7%
(単体配当性向)	(29.8%)	(29.8%)	(30.3%)	(30.2%)	(34.7%)	(41.2%)

※2025年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施。それ以前の一株当たりの数値は分割考慮後の数値

※2025年度は創立80周年記念配当3円を含んでおります。

# | 2026年度(2027年3月期) 業績予想

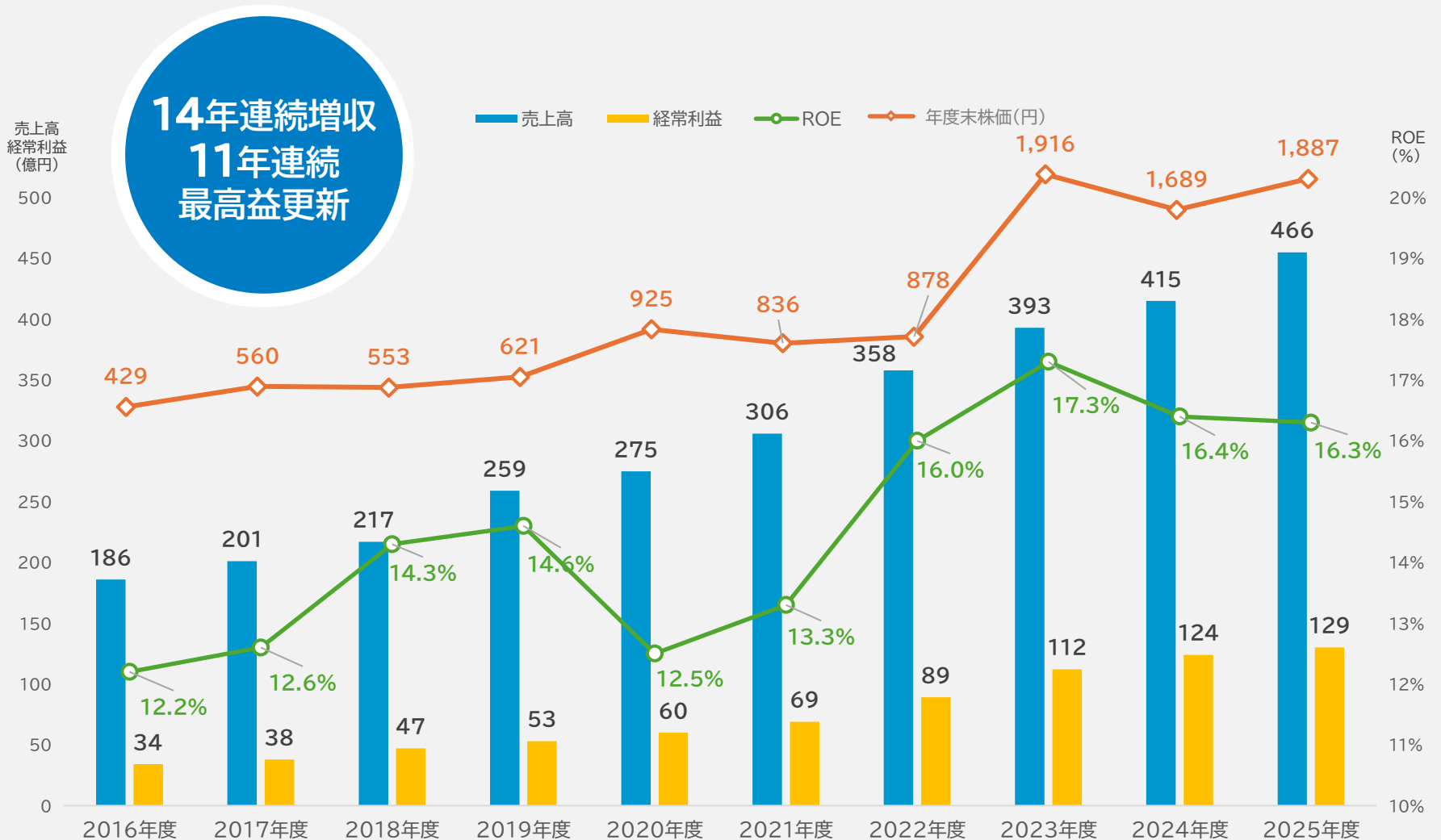
## 2026年度連結業績(予想)

- 売上拡大による増益を見込む一方、人的資本、DX、ブランディング、研究開発への戦略投資を継続
- 中東情勢の影響は限定的も、その動向の変化は注視

(単位:百万円)	2025年度 実績	2026年度 予想	増減額	増減率
売上高	46,692	50,000	+3,308	+7.1%
営業利益 (売上高営業利益率)	11,376 (24.3%)	12,400 (24.8%)	+1,024	+9.0%
経常利益 (売上高経常利益率)	12,931 (27.6%)	13,800 (27.6%)	+869	+6.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高当期純利益率)	9,645 (20.6%)	9,500 (19.0%)	△145	△1.5%
1株当たり当期純利益	174.58円	171.90円	△2.68円	—
1株当たり普通配当金	61円	63円	+2円	—
1株当たり記念配当金	3円	—	—	—

# 前中期経営計画の振り返り

## 連結業績と株価の振り返り



※2025年4月1日付けで普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。2024年度以前の株価については、株式分割を考慮した理論値で記載しております。

## 前中計(2023年度～2025年度)計数目標の達成状況

主要計数目標 (単位:億円)	22年度実績	25年度目標	25年度実績	達成率	22年度比
売上高 (対前年伸び率)	358 (117%)	448 (108%)	466 (112%)	104%	130%
(内国内)	200	270	254	94%	127%
(内海外)	92	98	105	107%	114%
(内自動車処分事業)	67	80	107	134%	160%
営業利益	83	115	113	98%	136%
売上高営業利益率	23.3%	25.7%	24.4%	-	-
経常利益	89	130	129	99%	145%
売上高経常利益率	25.1%	29.0%	27.7%	-	-
ROE	16.0%	10%以上目標	16.3%	達成	-
年度末株価(円)	878	-	1,887		215%
時価総額	528	-	1,133		215%

※2025年4月1日付けで普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。2022年度の株価については、株式分割を考慮した理論値で記載しております。

## 前中計の振り返り

戦略  
①

### 人的資本投資

- 多様な人材が活躍できる環境の整備(エンゲージメント強化)
- 「学びなおし環境」の整備(教育体制の充実)
- 待遇改善

戦略  
②

### ビジネス拡大戦略

- 4件のM&Aの実行
- 営業提案力向上への投資
- 研究・開発への積極投資
- 企業ブランディングの強化

戦略  
③

### SDGs/ESG投資

- 自社商品の空きびんリサイクルの取り組み強化、GHG算定継続等
- 地域に根差したスポーツ支援、アルコール検知器販売による飲酒運転撲滅への貢献、人権方針の策定等
- インテグリティと感謝を企業文化にするための社内啓発、コンプライアンス研修の定期実施、監査等委員会、経営諮問委員会による経営監視体制強化

# 新中期経営計画

## 新中期経営計画の位置づけ

パーパスfor2030  
「未来のモビリティ社会  
における最良のパートナー」

### 新中期経営計画 2026-2028

経営基盤強化(人的資本投資含む)と  
新規事業開発を加速(M&A含む)  
するための積極投資を図る3カ年

### 前中期経営計画 2023-2025

- ✓ 4件のM&A実行により約50億円の増収寄与
- ✓ 国内営業強化による増収増益
- ✓ 海外事業構造変革による利益率の向上
- ✓ 売上466億円、株価1,887円に成長

## 新中期経営計画の計数目標

●売上高29%増、営業利益28%増(ともに25年度比)の成長を目指す

売上高

**600**億円

25年度比 **29%増** ↑

営業利益

**145**億円

25年度比 **28%増** ↑

ROE目標

**15%**以上

25年度目標比 **5pt増** ↑

(単位:億円)	25年度実績	28年度目標	25年度比
売上高	466	<b>600</b>	129%
(内国内)	254	<b>330</b>	130%
(内海外)	105	<b>160</b>	152%
(内自動車処分手業)	107	<b>110</b>	103%
営業利益	113	<b>145</b>	128%
売上高営業利益率	24.4%	<b>24.2%</b>	-
経常利益	129	<b>160</b>	124%
売上高経常利益率	27.7%	<b>26.7%</b>	-
ROE	16.3%	<b>15%以上</b>	-

- ◆上記定量目標は既存事業成長目標
- ◆既存以外の成長施策としてM&Aにも注力
- ◆経営指標目標の上方修正
  - 営業利益率10%以上 ⇒ 20%以上
  - ROE10%以上 ⇒ 15%以上

現状の株主資本コストは7~8%と認識しており、ROEは継続して株主資本コストを上回る水準を維持してまいります。

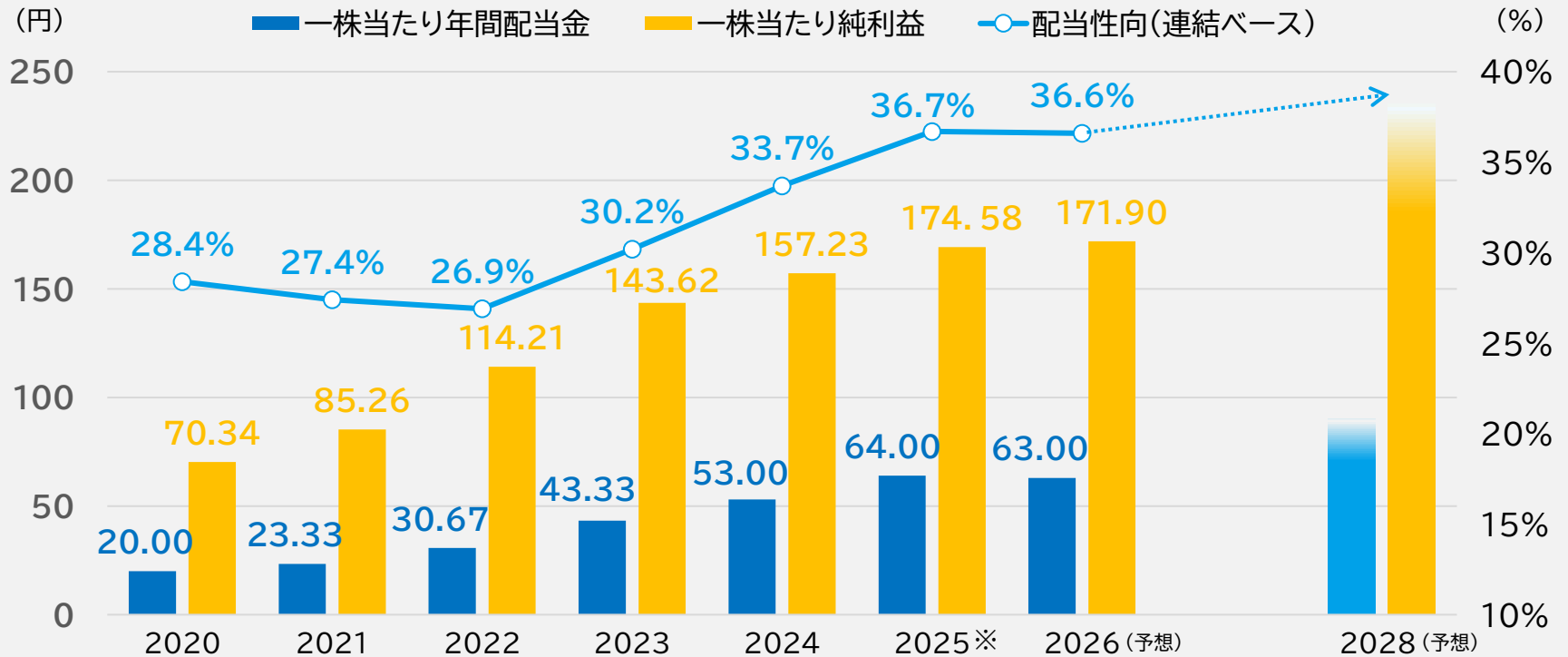
## キャッシュアロケーション方針

- 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて、新たにキャッシュアロケーション方針を策定
- 手元資金と営業キャッシュフローを、基盤強化、成長投資、株主還元に適正に配分



## 株主還元方針

- 2024年度より配当方針を単体⇒連結ベースで30%以上に変更
- 安定した配当を継続しつつ、適宜自己株式の取得も検討

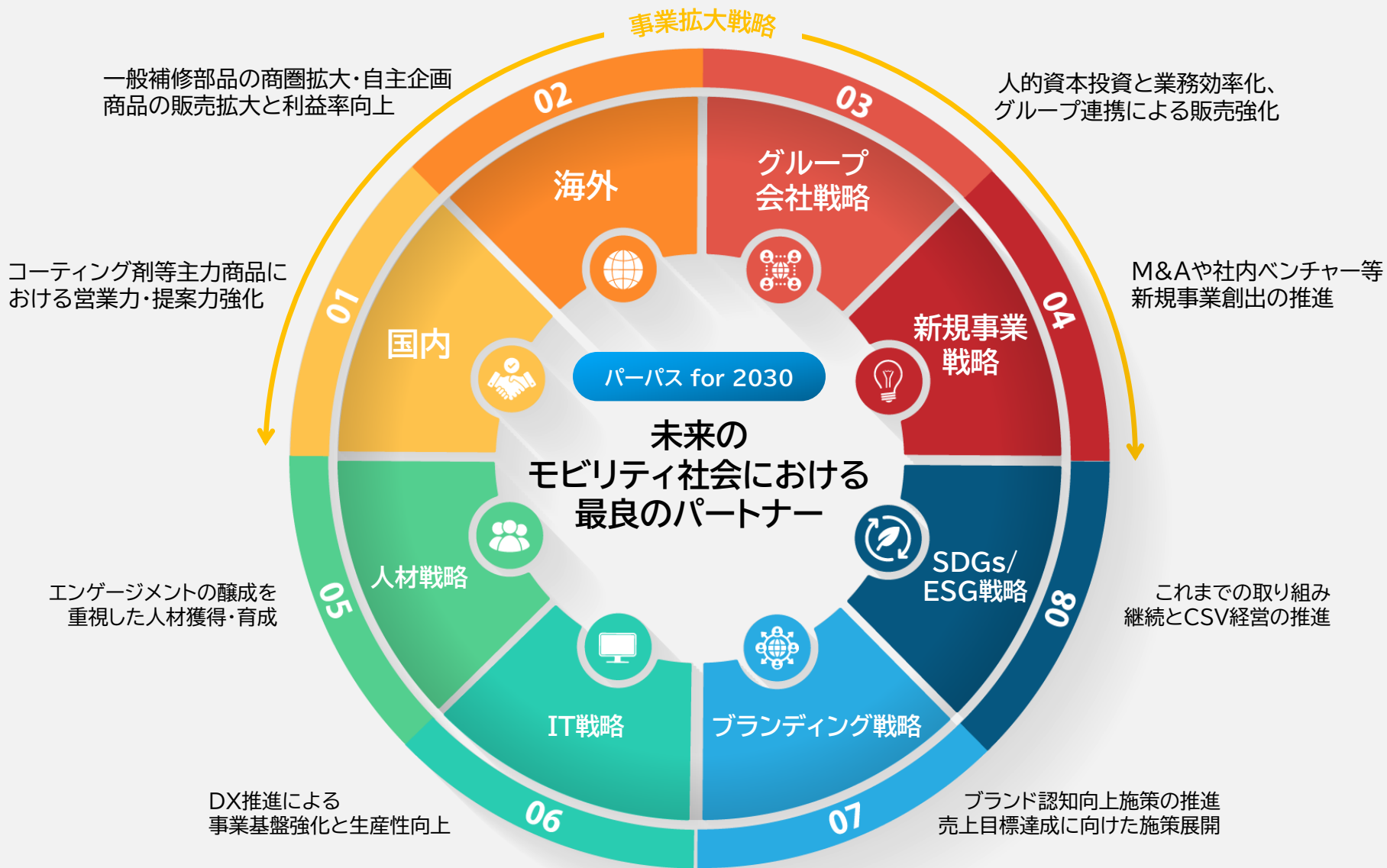


※2025年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施。それ以前の一株当たりの数値は分割考慮後の数値

※2025年度は80周年記念として3円の特別配当を実施を予定しております

2024年12月に公表した「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」を踏まえ、その後の進捗および環境変化も勘案しつつ、引き続き資本コストや株価を意識した経営を推進し、企業価値の持続的な向上に取り組んでまいります。

# 新中期経営計画の全体像



- 首都圏の営業力を強化し、コーティング施工率・プレミアム比率を向上
- 新規商品導入、拡販による収益力向上

## 既存

- ボディコーティング施工率・プレミアム比率向上
- 首都圏の営業力強化(人員増)
- ボディコーティング以外の商品導入強化
- ソシアック(アルコール検知器)のさらなる知名度向上施策と人員増強による提案力強化



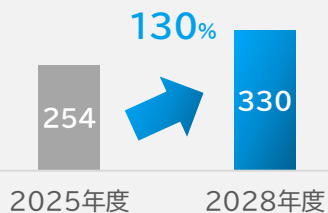
上: プレミアムコーティング施工作業  
右: 営業講習による提案力の強化



## 新規

- プロテクションフィルムの早期販売、施工拠点の設置
- 燃料添加剤(新規商品)の市場投入
- カーエアコン向け商品。初年度に市場投入予定
- 生理活性香料の共同開発継続

国内売上  
2028年度目標(億円)



プロテクション  
フィルム施工の様子



## 研究開発

- ボディコーティングの施工自動化
- 次世代コーティングの研究継続
- ソシアックの新機能・新商品の研究開発推進

## コーティング施工率・プレミアム比率の向上

- 営業力強化による新規開拓の推進



ロボプレ技能コンテストの実施



四季の気候を再現する人工気象室

- 首都圏の営業力強化
- コーティングビジネスの新規開拓の強化を継続
- 研究開発への投資強化による次世代コーティングの開発
- 異業種向けのビジネス拡大

## ソシアック(アルコール検知器)の拡販

- 知名度向上施策と人員増強による提案力強化
- 新機能・新商品の研究開発



周辺システムとの連携を活用し、販売増につなげる

### 周辺システム

点呼システム、クラウド管理、インターロックシステム、スマホ連携



Bluetoothでスマホと連携可能



展示会でのソシアックブース出展

## 東京支社の有効活用

- ショールームやラウンジなどを新たな商談・ビジネス拡大の場として有効活用



2025年5月新築、移転



大型スクリーン設置のショールーム



演出什器でコーティング特性を体感

天候に合わせた色調の照明に切り替えられるビット



## (新規事業)プロテクションフィルム

プロテクションフィルムの早期販売、  
施工拠点の設置



## 新商品投入

新商品「燃料添加剤」、  
「新エンジンオイル添加剤」の  
市場投入

⇒26年度に販売開始

MT-10-FUEL  
燃料添加剤MT-10  
新エンジンオイル添加剤

- 一般補修部品の商圏拡大と、自主企画商品(PBを含む)の販売拡大
- 海外事業における利益率向上

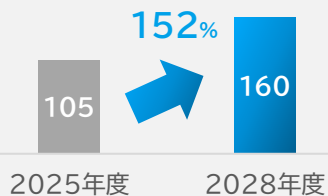
## 既存

- 商品企画部への人的投資
  - ブランディング/ロジスティクス等の機能強化
- JCAPの地域、バイヤー、商品別の導入率、提案進捗、受注順位等のデータ管理徹底と適切な評価
- グループ企業との人的交流・連携強化による販路拡大

自主企画商品の売上構成比30%超  
(25年度20%弱)

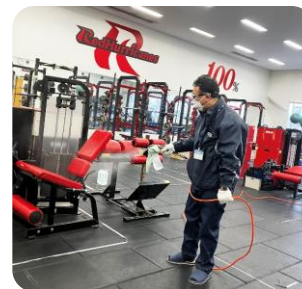


海外売上  
2028年度目標(億円)



## 新規

- チタニア海外向け営業強化
- ベトナムでのコーティング施工店舗の運営
- 成長地域の企業への出資検討
- 海外M&A戦略の強化



C.A.W 抗菌・防臭チタニア  
施工の様子



## 重点メーカー部品および プライベートブランド部品の販路拡大

- 現地ニーズに合う商品の充実と販路拡大を推進



- プライベートブランド「J.C.A.P」シリーズの拡販
- 各国のニーズに対応し、創業来培ってきたノウハウ・技術力を駆使し自社開発ならではの強みを発揮

## ベトナムでのコーティング施工店舗運営

- ボディコーティング等、自主企画商品を活用した国内のビジネスモデルを海外に展開



ベトナムでのコーティング施工の様子

## ●グループ会社各社とのシナジー(間接部門の効率化、人材交流)を加速

## 株ABT



損害保険会社の全損認定車両処分関連業務(抹消登録、廃車手続き、引き取り等)。全国約150社のパートナーと連携し、自然災害時等の車両処分ニーズにも対応

**使用済み自動車回収量の確保:**  
東京海上日動火災保険(株)との連携強化

**実証実験継続:**  
サーキュラーエコノミー構築実証試験



解体処理業者との提携



テールランプの回収



エアバッグの回収

国内

自動車処分事業

## 株フラッグス



国内外のネットワークを通じたSUV車向けカスタムパーツを企画製造販売。  
ドレスアップとオートキャンプに適した商品企画を行い、SNSによる訴求力でファンを獲得。



カスタムパーツの豊富さでコアなファンを獲得。上:三菱デリカ 下:トヨタランクル

**開発力・品質・供給体制:**

自動車メーカーとの連携による開発力の強化  
生産工場との連携による品質と供給体制の向上  
中国、タイ⇒新製品のタイムリーな納品体制構築

**営業推進:**

大手カー用品販売店との関係強化と中央自動車工業との連携によるディーラー販路の拡大

国内

カスタムパーツ

## ●グループ会社各社とのシナジー(間接部門の効率化、人材交流)を加速

### 森田産業(株)



自動車補修部品の輸出・販売。北中南米における大手バイヤーとの長年にわたる信頼関係を構築するなど顧客基盤に強み

#### 人材育成:

メーカー/商品の社内外勉強会の開催。当社とともに中南米でのプレゼンス向上

海外

自動車補修部品

### (株)ケー・エム・エンタープライズ



自動車補修部品の輸出・販売。主要サプライヤーとの長年にわたる信頼関係とフィリピンを中心とした東南アジア諸国の大手バイヤーとの継続的な販売体制を構築

#### グループ連携強化:

仕入先、顧客との関係強化を継続し、グループ連携の深化により業容を拡大

海外

自動車補修部品

### セントラル自動車工業(株)

#### セントラル自動車工業株式会社

CPCブランド(コーティング)製品の製造・販売を手掛ける

#### 商品の安定供給:

設備メンテナンスと改良を実施

#### 省人化:

生産ラインの一部自動化

国内

コーティング製品



## ●グループ会社各社とのシナジー(間接部門の効率化、人材交流)を加速

### (株)YOOコーポレーション



YOO CORPORATION  
株式会社 YOO コーポレーション

独自の特許技術とノウハウにより光がない状態でも「抗菌・抗ウイルス」「防臭」「防汚」「防カビ」効果が長期間持続するコーティング溶剤を製造

国内

海外

原料

当社との連携強化と各代理店との関係強化:

研究開発投資の強化とブランディング推進

- 当社において、「C.A.W抗菌・防臭チタニア」というブランドで、全国のカーディーラー様を通じて販売をしております



「SIAAマーク」とは、一般社団法人抗菌製品技術協会(SIAA)のガイドライン(性能・安全性)を満たした製品に与えられるシンボルマークです。2021年3月、C.A.W 抗菌・防臭チタニアは「抗菌マーク」と「抗ウイルスマーク」を取得しました。



- YOOコーポレーションが自社ブランドで展開する、チタニアと同じ成分(リン酸チタニア)を使用した商品は、全国の様々な場面で抗菌・防臭・抗ウイルス効果を発揮。安心・安全・快適な環境づくりに貢献しています

スタジアム

体育館

劇場

空港

鉄道・バス

引越業

寺社仏閣

船舶(客船)

等



鉄道やバスなどの公共交通機関にも展開



劇場での抗菌作業の様子



親子で使用する遊戯室での抗ウイルス作業



多くの人が訪れる文化財でも衛生対策が重要に

- M&A、社内ベンチャー、オープンイノベーションを通じた新たな収益の柱を創出
- 新規事業創出に向けた情報収集を一層強化

### 新規事業創出への3つの取り組み

1

#### M&A

- M&Aの推進(安全、健康、環境、モビリティのスコープで新たな事業創出を目指す)



2

#### 社内ベンチャー企画具体化

- 社内ベンチャー「SOIL」案事業化
- 先進的な技術を持つスタートアップとの実証実験の継続



3

#### スタートアップとのオープンイノベーション

- スタートアップ投資先とのシナジー創出(エアロネクスト)
- コーティング剤の施工自動化・新機能の研究継続(画像はイメージ)



## 従業員エンゲージメントの醸成を重視した人材獲得・育成・組織整備を推進

### 採用

- 新卒人材を15名程度継続採用
- 女性社員採用注力継続  
⇒新卒に占める割合30%程度
- 中途採用も積極的に実施

### 人員配置

- 事業戦略と連動し、成長分野への人材転換を戦略的に進める
- 事業部間のジョブローテーションを促進

### 組織・環境整備

- 2026年4月より新しい人事システムの運用を開始  
⇒全社員の潜在能力を最大限に開放する組織づくりを実施
- 女性が活躍できる環境整備と能力開発

### 育成

- デジタル人材育成強化のためにITパスポートの取得を推奨  
⇒IT活用能力向上を促進
- 学びなおし環境としての研修制度の再整備
- 人事制度改革の推進、次期経営層育成を加速

### 報酬制度

- 従業員向け株式報酬制度導入による株価上昇に対する従業員のエンゲージメント向上  
⇒資本コストと株価を意識した経営の深化
- 従業員持株会制度による資産形成支援

### 人的資本への投資

- インテグリティと感謝を当社グループの文化にすることへの共感
- 既存事業の深化と新規事業への持続的な挑戦ができる人材

- DX推進による事業基盤強化
- 基盤整備・人材強化・成長投資を通じて、社内生産性向上と顧客価値向上を実現



### 推進体制

- 経営企画室・情報システム部を中心とする情報セキュリティ委員会にてPDCAを推進
- 経産省のサプライチェーン強化に向けたセキュリティ対策評価制度★3認証取得に向けた施策を展開

期待される成果 生産性向上 | 収益性改善 | 顧客満足度向上 | 信頼性向上 | 中長期成長基盤確立

- ステークホルダーとのコミュニケーションの量・質を高め、共感を持つ“ファン”を増やす

ロゴ

CENTRAL

中央自動車工業

パーパス

2030年の当社のあるべき姿

未来のモビリティ社会における  
最良のパートナー

キャッチコピー

何してル？  
セントラル

TVCMやWEB広告などマス広告を活用し  
企業認知、ブランド認知の施策を展開

企業認知 目標	2026年度	2027年度	2028年度
	30%	▶ 40%	▶ 50%

「何してル？」に対する答えとなる当社  
事業活動についての理解促進施策を  
各ターゲット別に展開

- **顧客**: 地域密着営業の強化、ブランドの認知を高め、ロイヤルカスタマーを増やす
- **リクルート**: 自社SNS(インスタグラム、YouTube)の運用強化、若年層向け事業理解促進コンテンツの充実
- **投資家**: ビジネス誌への特集記事や個人向けIR説明会などへの参加強化

顧客



連結売上高目標

600億円  
(25年度比29%増)

従業員

モチベーション、  
エンゲージメント向上入社3年目定着率100%  
エンゲージメント指数向上

リクルート

競争力のある  
人材採用増

投資家



個人株主数増

1.5万人以上  
(26年3月比約2倍)

## ●これまでの取り組み継続と下記施策への注力によるCSV経営の推進



- 空きびんリサイクル回収率の向上(80%超目標)
- 環境・健康・安全をキーワードとした商品開発



- アルコール検知器の拡販による飲酒運転撲滅推進
- 公的機関への定期的な寄付活動



- リスクマネジメント委員会、情報セキュリティ委員会によるガバナンス強化の推進
- グループガバナンスの強化
- インテグリティと感謝を企業文化にすること



※CSV(Creating Shared Value)経営とは、企業が本業の事業を通じて「社会課題の解決(社会価値)」と「利益・競争力の向上(経済価値)」を同時に実現する経営手法です。

「インテグリティ」と「感謝」が企業文化となり、  
仕事を通じて社会のお役に立てる  
もっといい会社を目指してまいります。

未来のモビリティ社会における最良のパートナーを目指して



※本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる結果となる可能性があります。