



2023年3月期 決算説明会資料

プライム市場 4620
藤倉化成株式会社

代表取締役社長 加藤 大輔

2023年6月13日

- 藤倉化成の事業概要 P 2
- 2023年3月期 決算概要 P12
- 2024年3月期 業績予想 P19
- 中長期のありたい姿 P25
- 第11次中期経営計画 P28



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。

2022 市場移行

東京証券取引所プライム市場へ移行。



化成品

セグメント別売上高
4,078百万円

売上高構成比
8.0%



電子材料

セグメント別売上高
3,183百万円

売上高構成比
6.3%



塗料

セグメント別売上高
11,790百万円

売上高構成比
23.2%



合成樹脂

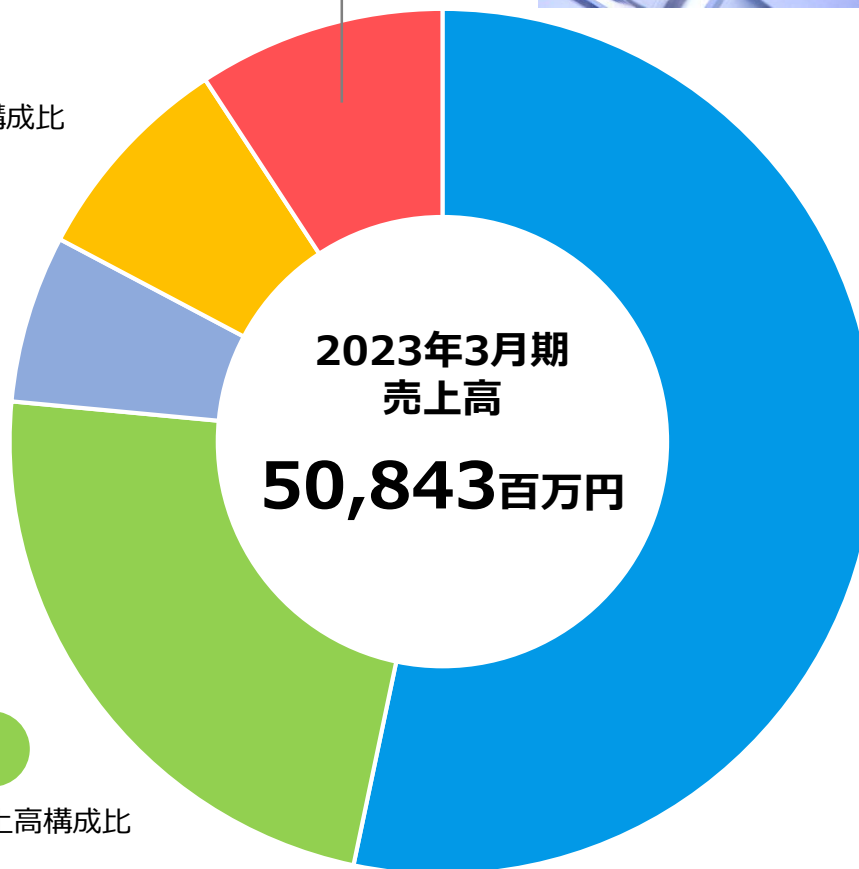
セグメント別売上高
4,694百万円

売上高構成比
9.2%

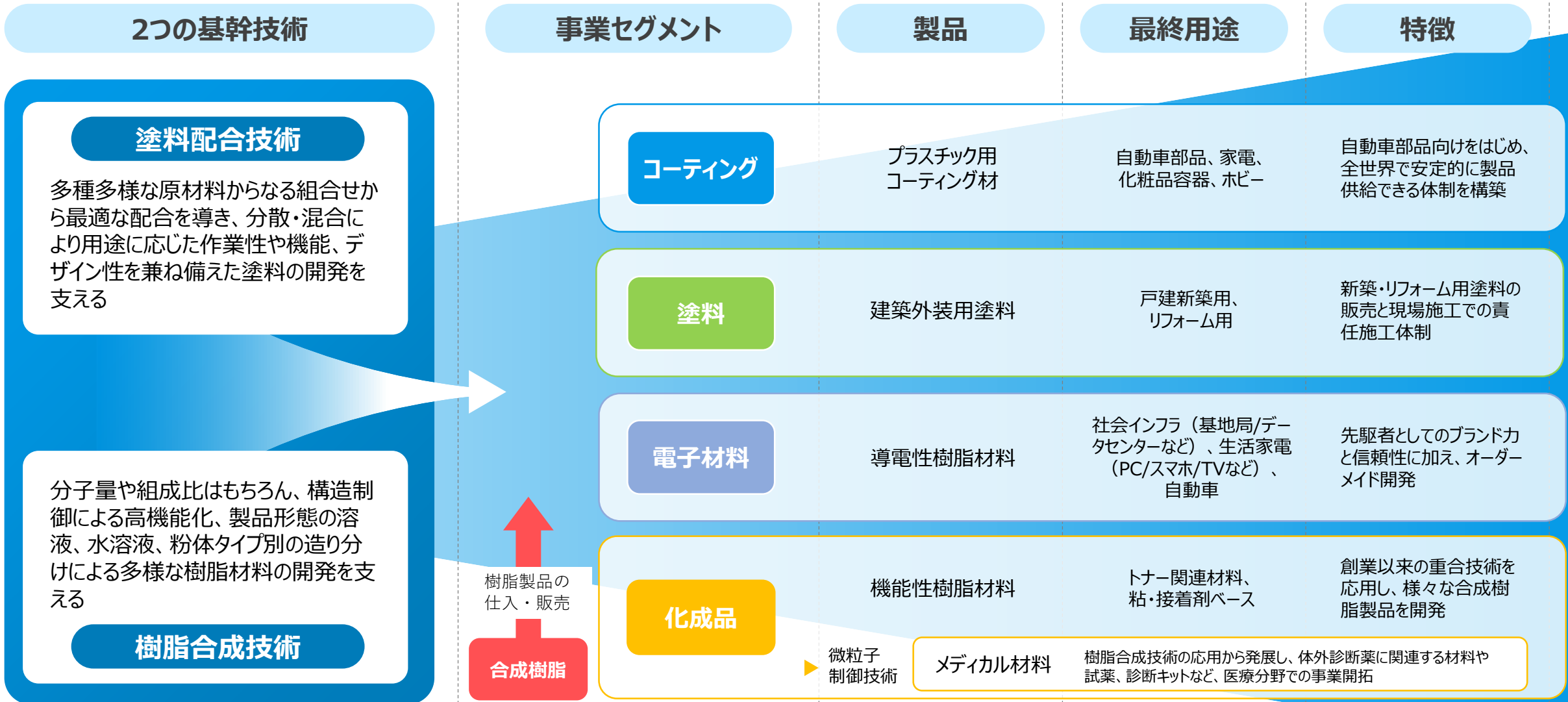
コーティング

セグメント別売上高
27,098百万円

売上高構成比
53.3%



2023年3月期
売上高
50,843百万円



商社機能

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)

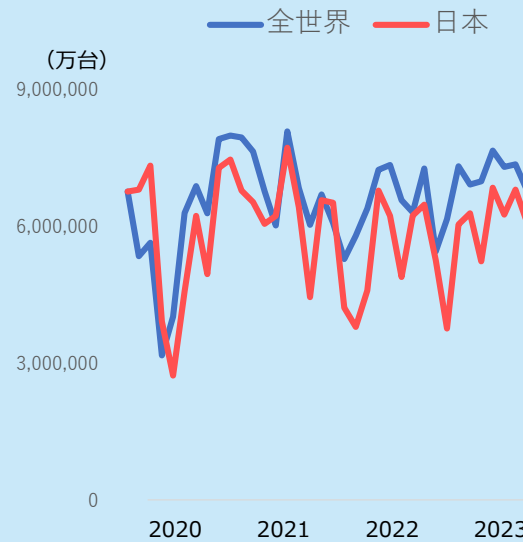
- 無塗装部品の増加
- 原材料費の高騰
- 為替変動によるリスク
- 国内の人口減少による市場自体の縮小

内部要因

外部要因

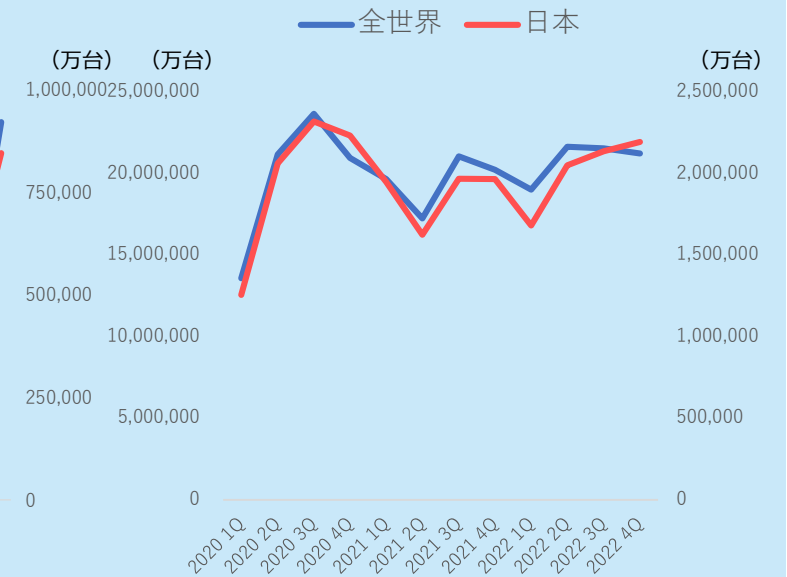
外部環境

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)

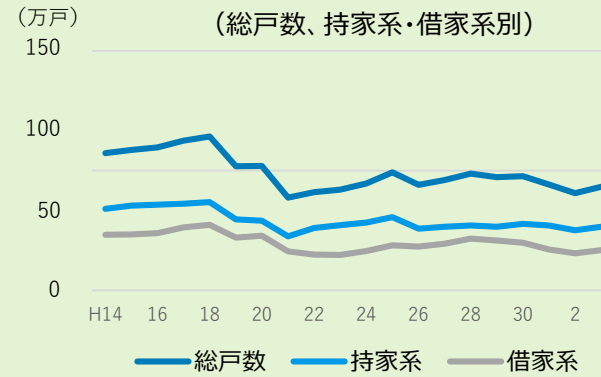
- 原材料費の高騰
- サプライチェーン問題 (BCP)
- 法規制 (化学物質、環境、労働安全)
- 新築住宅施工棟数の減少
- リフォーム市場における競争の激化
- 競合他社の技術力向上

内部要因

外部要因

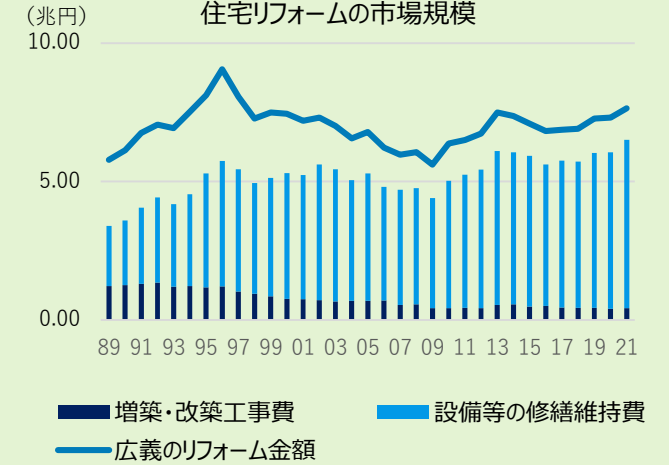
外部環境

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)

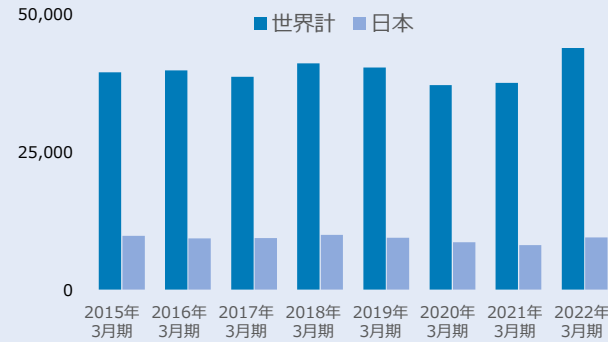
- 原材料費の高騰
- 為替変動によるリスク
- 銀の価格変動リスク

内部要因

外部要因

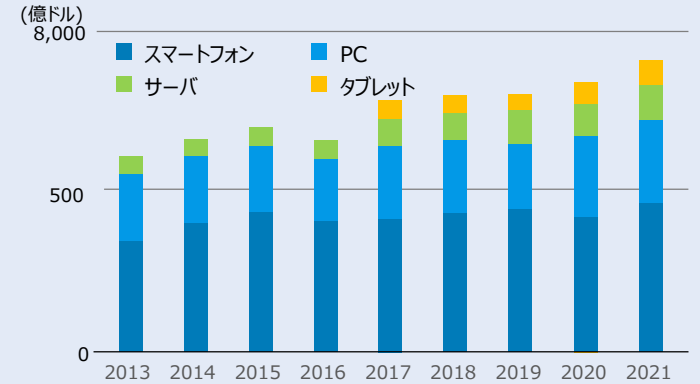
外部環境

世界・日本 電子部品出荷額



出典：電子部品部会 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)

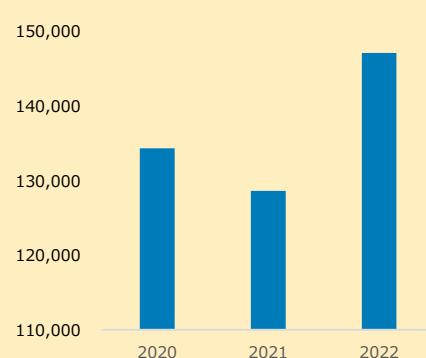
- 環境対応への需要の高まり
- トナー市場の縮小
- 原材料費の高騰
- 為替変動によるリスク
- 体外診断薬の各国の規制強化

内部要因

外部要因

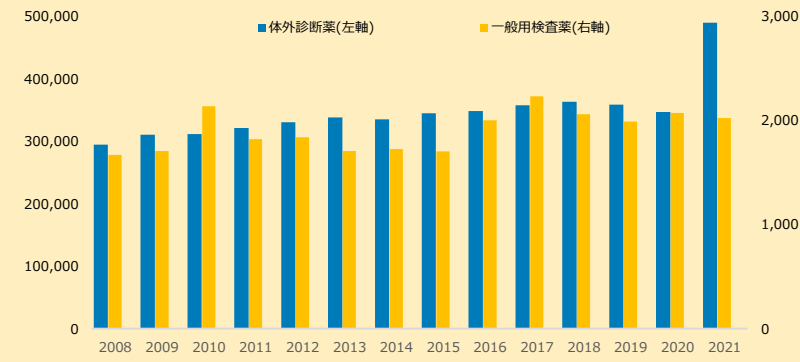
外部環境

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

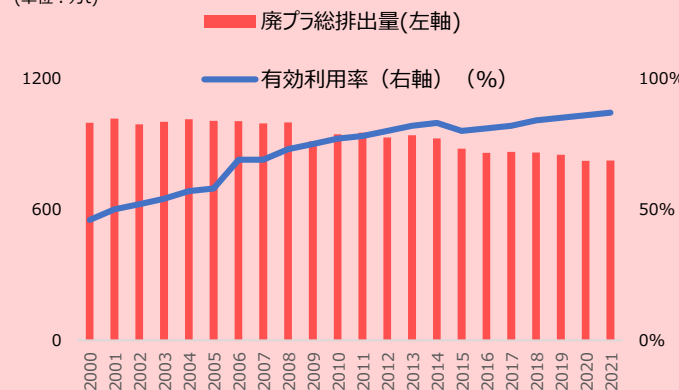
内部要因

外部要因

外部環境

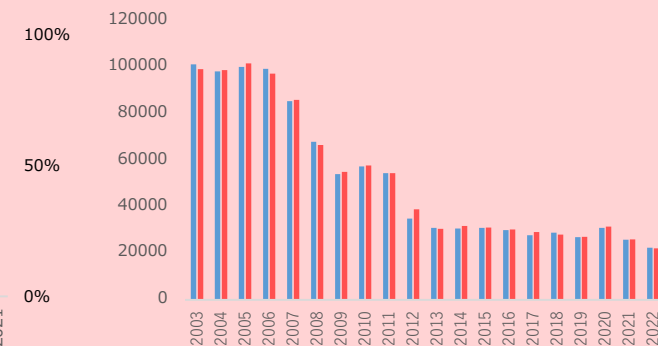
廃プラスチックの総排出量・有効利用率の推移

(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

2023年3月期 決算概要



ウクライナ情勢の長期化や世界的な半導体不足、各国の金融引き締め政策など、国内外ともに不安定な事業環境が継続



自動車生産台数の回復傾向や為替の影響もあり、海外子会社を中心に売上高では増収を確保



利益面では、原材料価格の高騰やエネルギーコストの増加などが収益を圧迫し減益

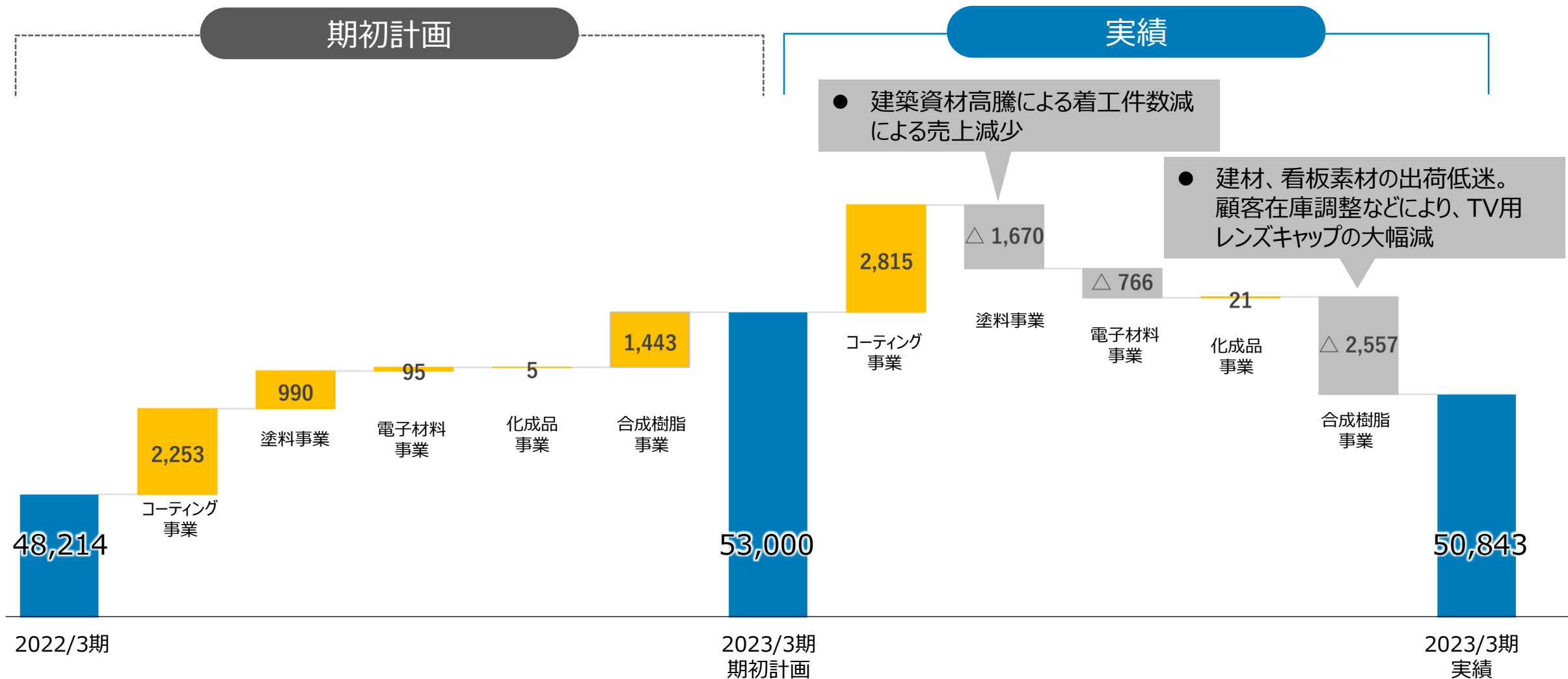


コーティングセグメントを中心に海外関連事業が堅調に推移し増収となるものの、
原材料価格高騰などのコスト増加分の価格転嫁の遅れもあり減益で着地

(単位：百万円)	2022/3期		2023/3期		
	実績	実績	期初計画	前期比 (%)	計画比 (%)
売上高	48,214	50,843	53,000	5.5%	△4.1%
売上総利益	14,186	14,117	-	△0.5%	-
販売費及び一般管理費	12,957	13,766	-	6.2%	-
営業利益	1,229	351	1,450	△71.4%	△75.8%
経常利益	1,449	534	1,650	△63.1%	△67.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	741	10	1,000	△98.7%	△99.0%

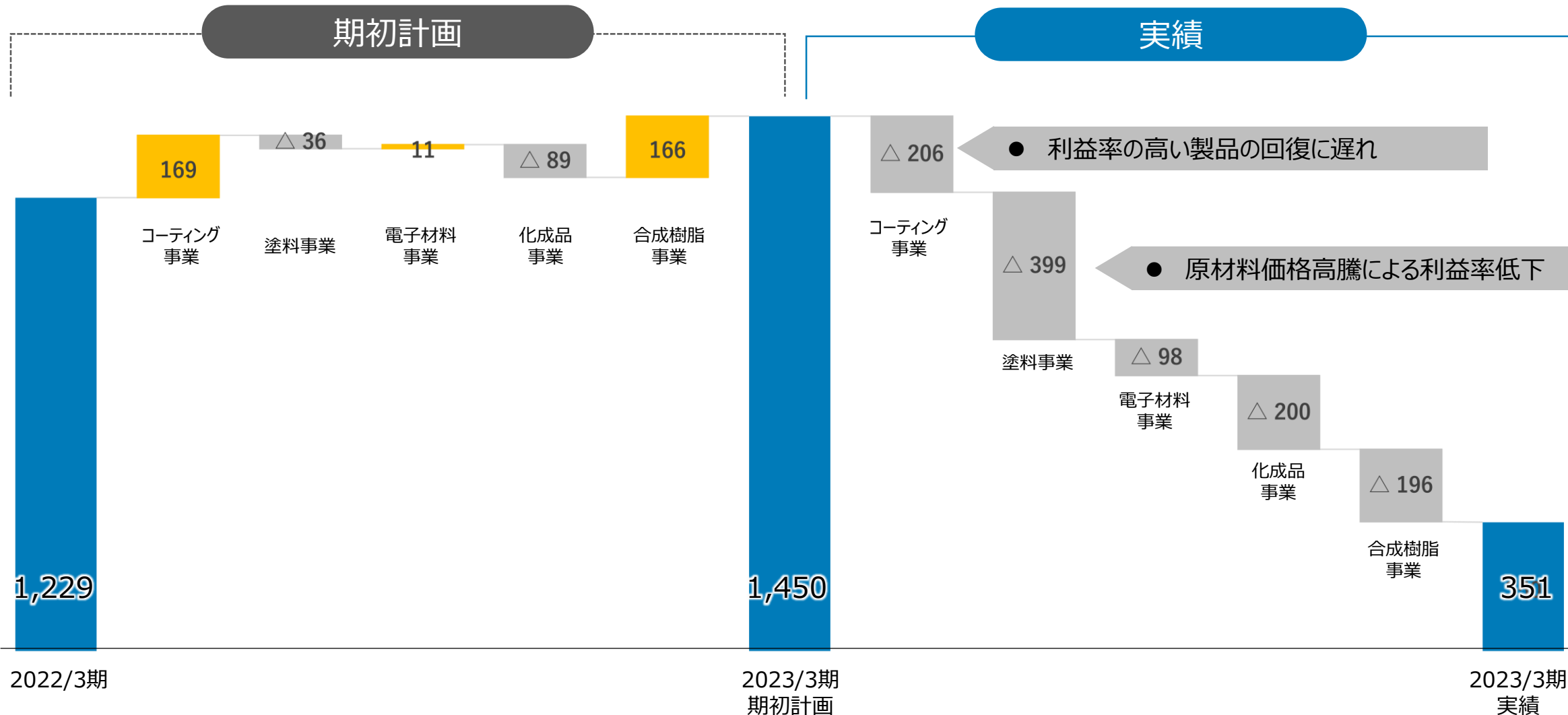
売上高 増減要因分析

(単位：百万円)



営業利益 増減要因分析

(単位：百万円)





資産では製造設備の取得により固定資産が増加、純資産では為替換算調整勘定が増加

(単位：百万円)	2022/3期	2023/3期	
	実績	実績	前期比 (%)
流動資産	31,249	31,426	0.6%
固定資産	21,513	23,481	9.1%
資産合計	52,763	54,907	4.1%
流動負債	11,107	11,914	7.3%
固定負債	3,136	3,394	8.2%
負債合計	14,243	15,309	7.5%
株主資本	34,126	33,188	△2.7%
その他包括利益累計額	1,661	3,471	109.0%
純資産合計	38,519	39,598	2.8%
負債・純資産合計	52,763	54,907	4.1%



減益によりキャッシュ・フローが前期比で大きく減少、有形固定資産の取得や配当金支出、自己株式の取得支出などもあり、現金及び現金同等物の期末残高は減少

(単位：百万円)	2022/3期	2023/3期	
	実績	実績	前期比 (%)
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,583	951	△63.2%
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 811	△ 1,176	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 922	△ 1,237	-
現金及び現金同等物の期首残高	11,782	12,974	10.1%
現金及び現金同等物の期末残高	12,974	11,989	△7.6%
フリー・キャッシュ・フロー	1,772	△ 225	-

2024年3月期 業績予想



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

(単位：百万円)	2023/3期		2024/3期	
	実績	予想	前期実績比 (%)	前期実績比 (額)
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%	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	10	1,100	10900.0%	1,090

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

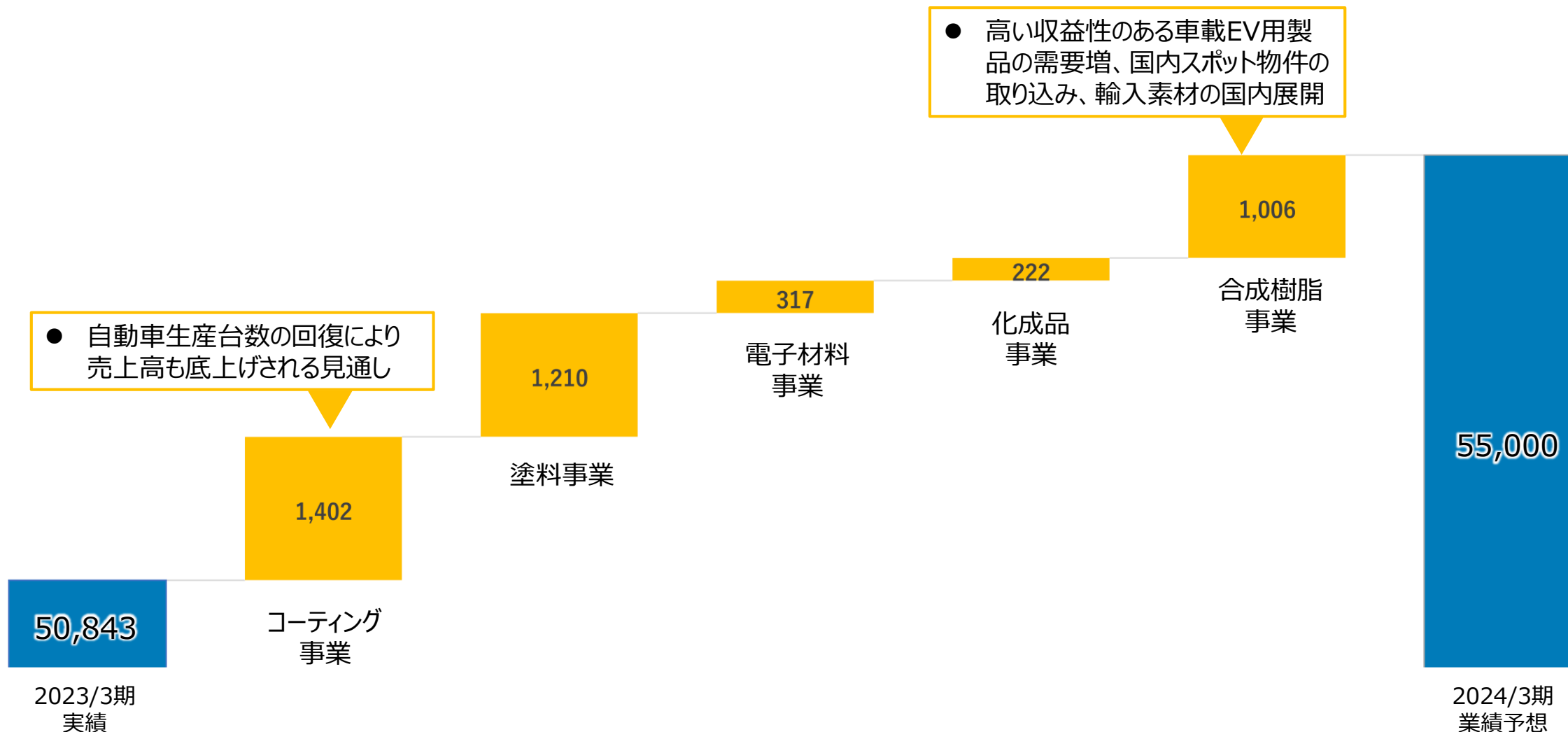
事業環境



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。

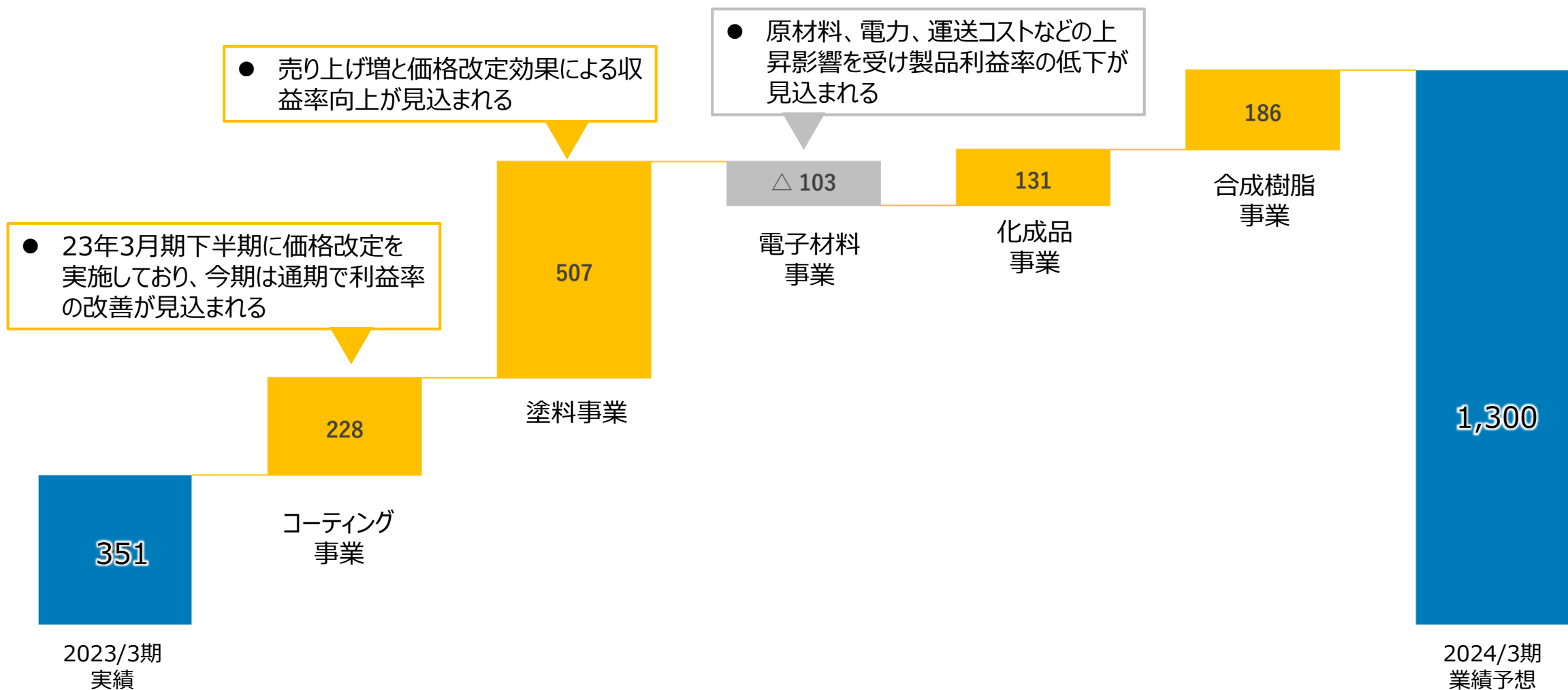
2024年3月期 売上高予想 増減要因分析

(単位：百万円)



2024年3月期 営業利益予想 増減要因分析

(単位：百万円)



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

5,700百万円

+21.4%

セグメント別営業利益

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

4,300百万円

+5.4%

セグメント別営業利益

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

28,500百万円

+5.2%

セグメント別営業利益

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機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

13,000百万円

+10.2%

セグメント別営業利益

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

3,500百万円

+10.0%

セグメント別営業利益

△ **70**百万円



中長期のありたい姿

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

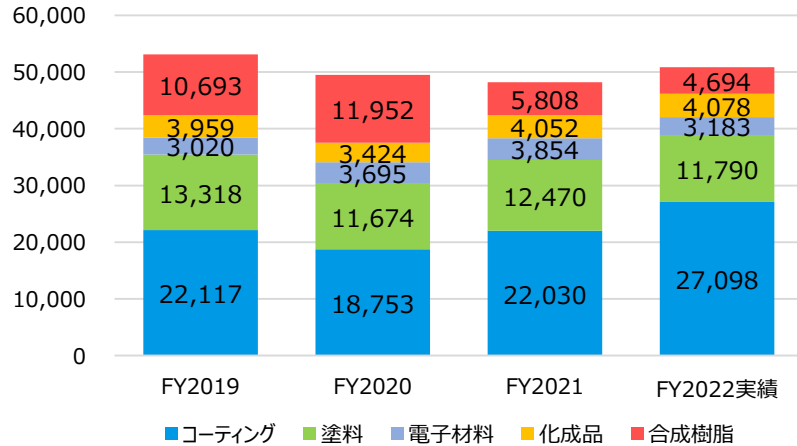
サステナビ
リティの
取り組み

経営基盤の
強靱化

第11次中期経営計画

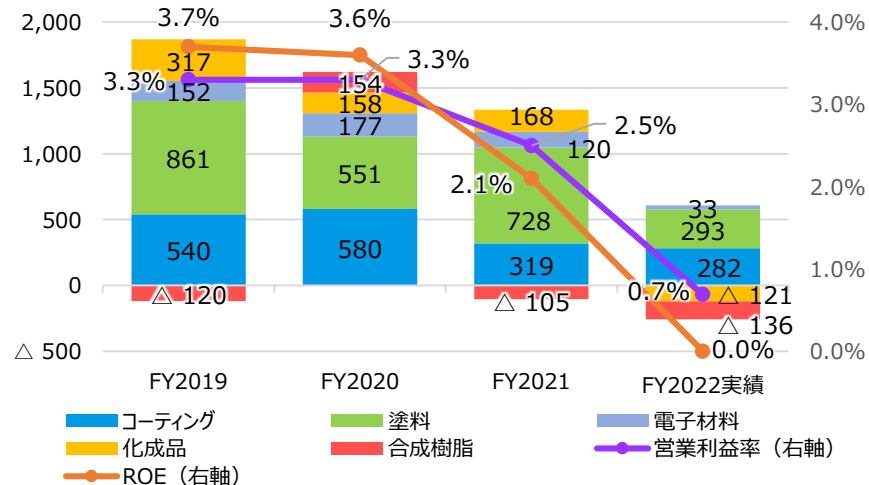
連結売上高実績・見通し

単位：百万円



連結営業利益実績・見通し

単位：百万円



	FY2019 実績 (1年目)	FY2020 実績 (2年目)	FY2021 実績 (最終年度)	FY2021 目標 (2018年時点)	FY2022 実績
売上高	53,107	49,498	48,214	65,600	50,843
営業利益	1,750	1,620	1,229	4,900	351
経常利益	1,990	1,898	1,449	5,100	534
当期純利益	1,235	1,220	741	3,300	10
ROE	3.7%	3.6%	2.1%	9.0%	0.0%



第10次中期経営計画（FY2019～FY2021）の総括

当社グループは『次世代に繋げる新しい姿の追求』という基本方針のもと、2019年に第10次中期経営計画をスタートしました。しかしながら、新型コロナウイルス感染症による経済活動の制約、部品供給不足による自動車減産や世界的な物流困難、さらに急激な原材料の高騰により、当社業績は大きな影響を受けました。



中期経営計画公表の1年延期について

新型コロナウイルス感染拡大の影響や自動車減産、原材料価格の高騰、ウクライナ情勢に伴う世界経済への影響から2022年に公表予定でありました第11次中期経営計画を1年延期し、今般の公表に至りました。

前中期経営計画で明確となった藤倉化成グループの課題を認識し、再チャレンジする

前中期経営計画での重点施策	成果	課題
新市場への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 「技術戦略推進室」を設置し取り組み着手 領域拡大を目指し「FAN株式会社」を設立 	<ul style="list-style-type: none"> 売上に偏り、成長戦略への意識不足
グローバル市場拡大	<ul style="list-style-type: none"> 海外拠点の整備進行 ナショナルスタッフの経営層への登用 	<ul style="list-style-type: none"> COVID19、原料高による収益への影響
生産対応	<ul style="list-style-type: none"> 工場リニューアルSTEP1（倉庫群）完了 海外拠点の工場建設を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 生産性向上、働き方改革の継続 工場リニューアルの推進
グループ経営強化	<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンスの浸透 人材交流の活性化 情報共有の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンス強化の継続
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 定期研修の定着 	<ul style="list-style-type: none"> ワークエンゲージメントの向上

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。

✔ 《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

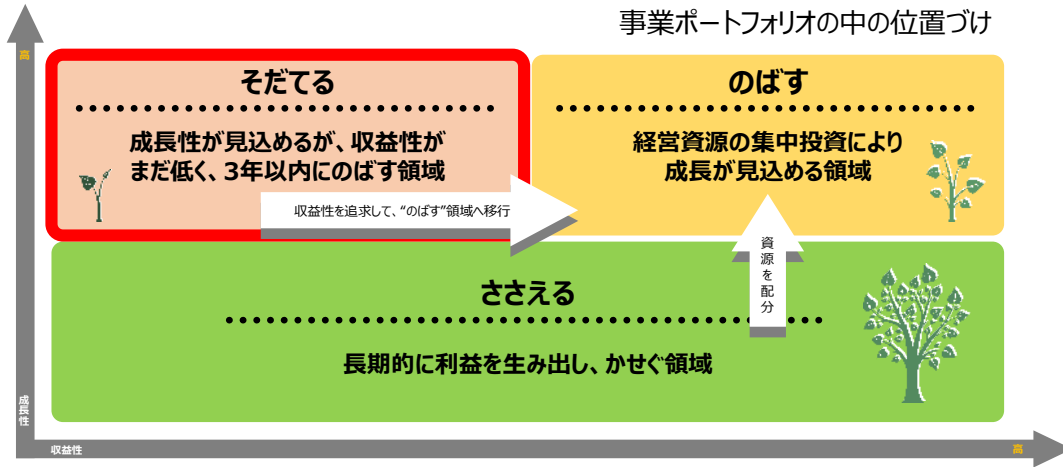
サステナビリティの
取り組み

経営基盤の
強靱化

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

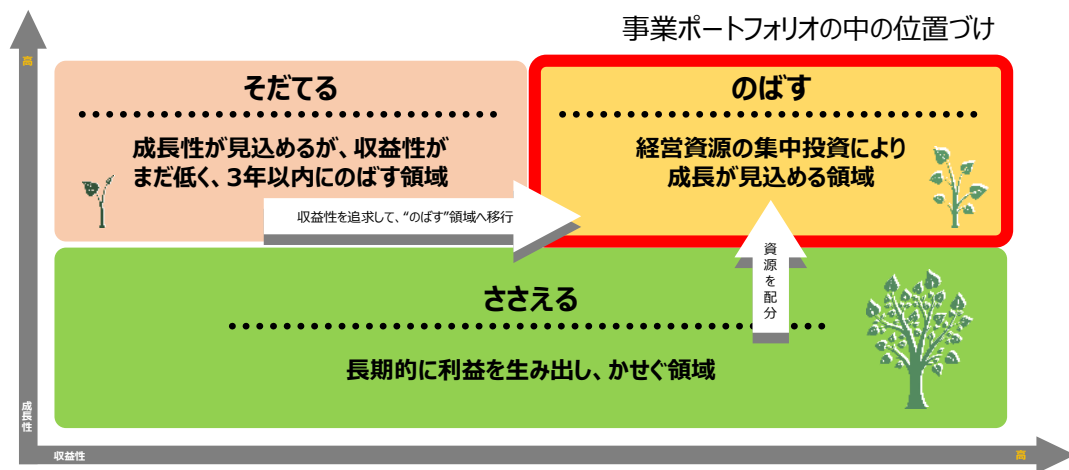


尖った能力と思考



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

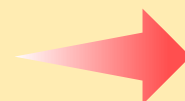


コーティング事業	めっき代替、機能性コーティング、グローバル承認獲得
塗料事業	新規住宅用塗料、塗装工事差別化、非住宅用新規部材
電子材料事業	新規用途の獲得、シェア拡大、環境配慮製品
化成品事業	分子設計による高機能製品、環境配慮製品、新規診断薬・診断薬原料拡販
合成樹脂事業	組立メーカーへの加工品販売の拡大、コーディネートによる社会的課題への貢献、新規商材による北米市場拡大



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

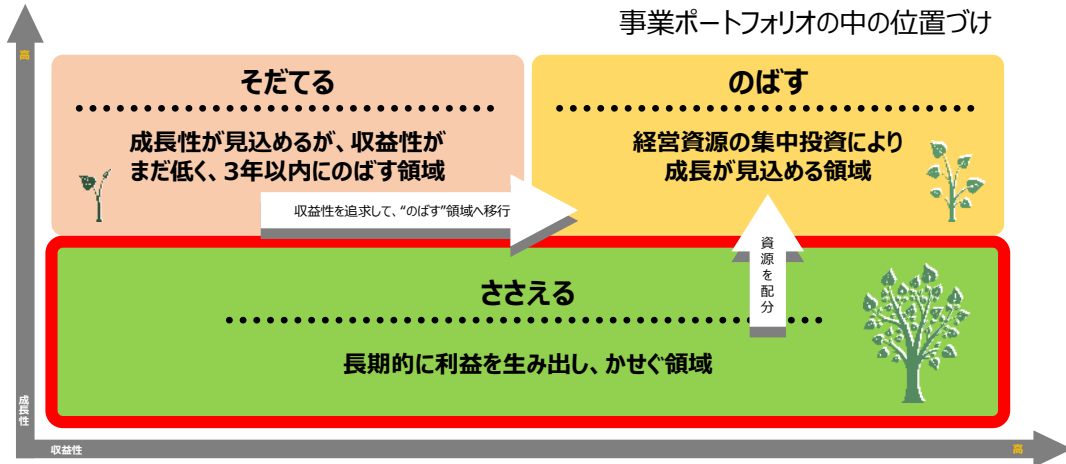


広い視野



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

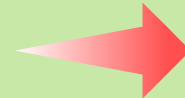


コーティング事業	自動車部品、化粧品容器、ホビー
塗料事業	既存新築用塗料、既存リフォーム用塗料、塗装工事拡大
電子材料事業	既存市場の拡大、信頼性強化と顧客対応、少量多品種対応
化成品事業	既存顧客維持と海外需要の掘り起こし、生産プロセス適正化、既存診断薬拡大
合成樹脂事業	既存市場の強みを活かす、取り扱い素材の拡充、機能性付与による付加価値向上



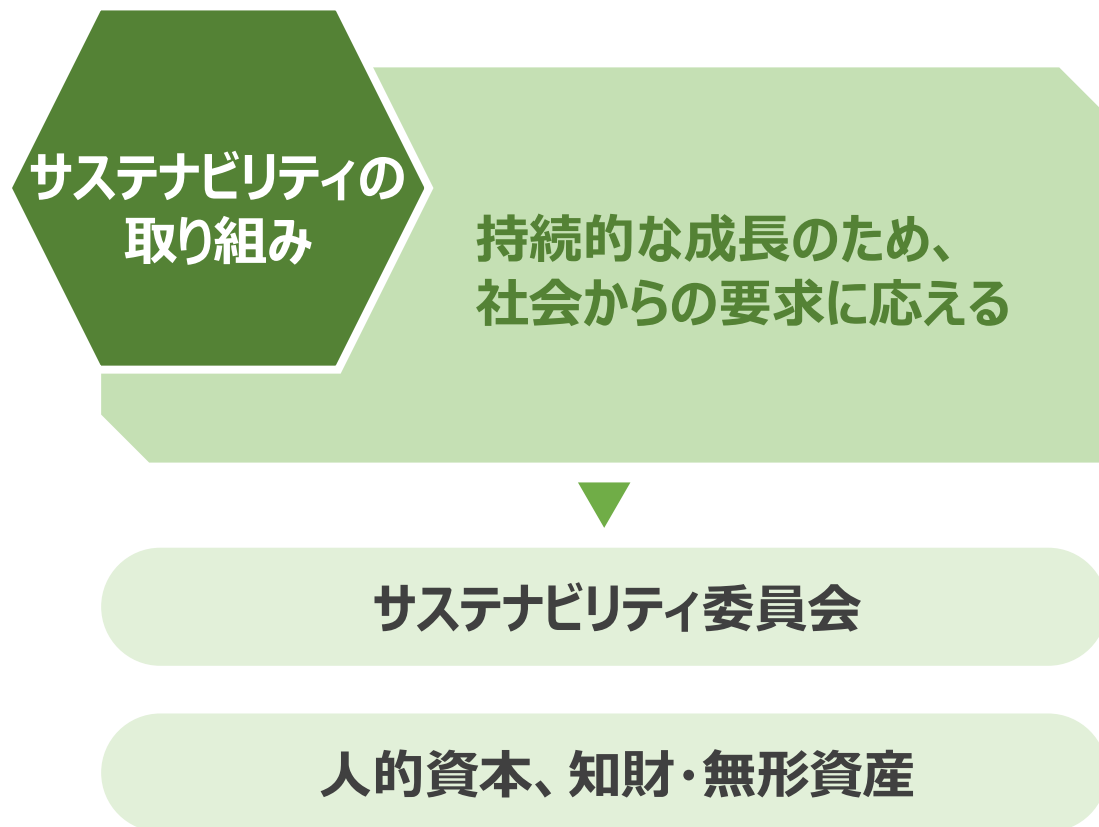
人的資本の考え方

- 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

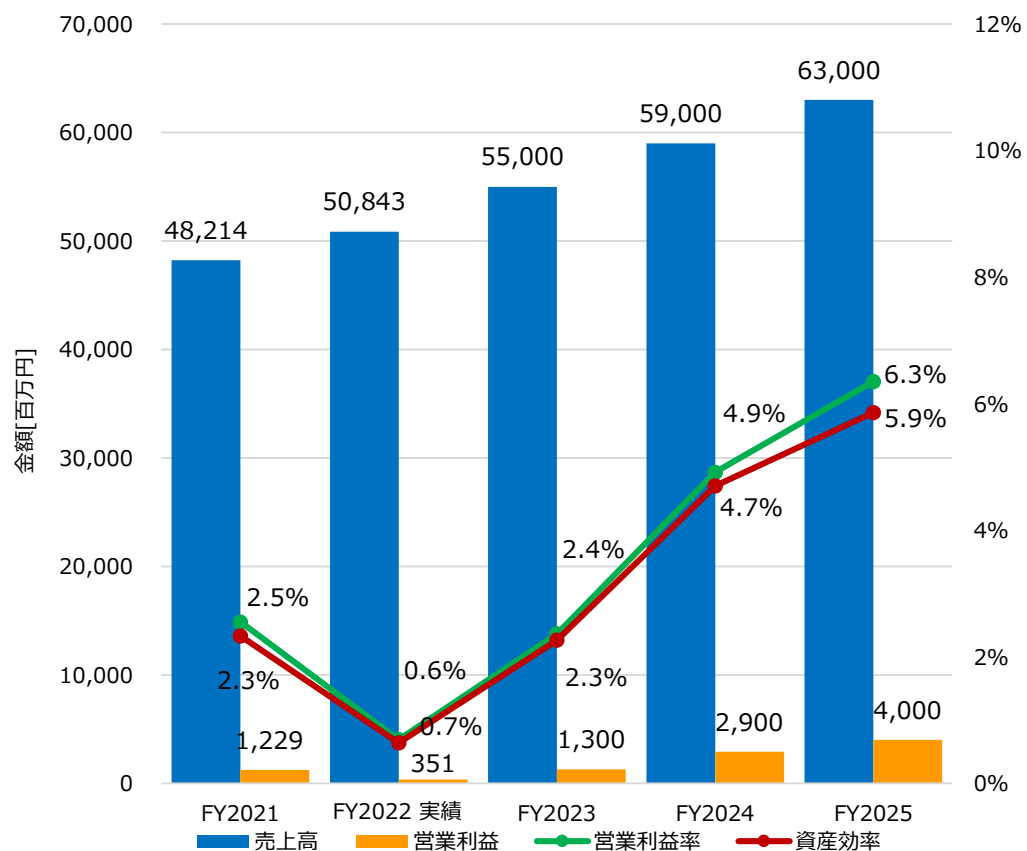
✓ 経営領域を推進する“2つの戦略”



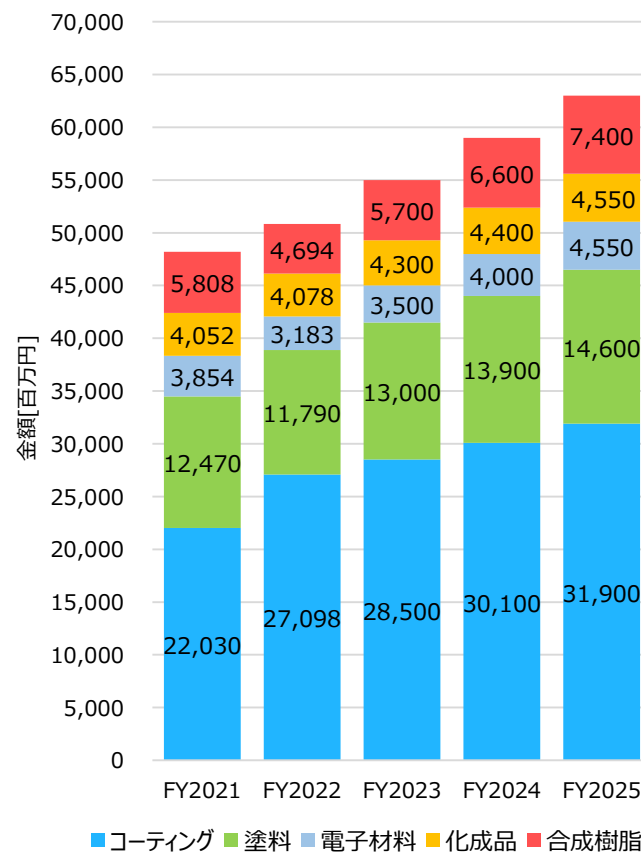
第11次中期経営計画 連結売上高・営業利益目標

連結売上高・営業利益目標

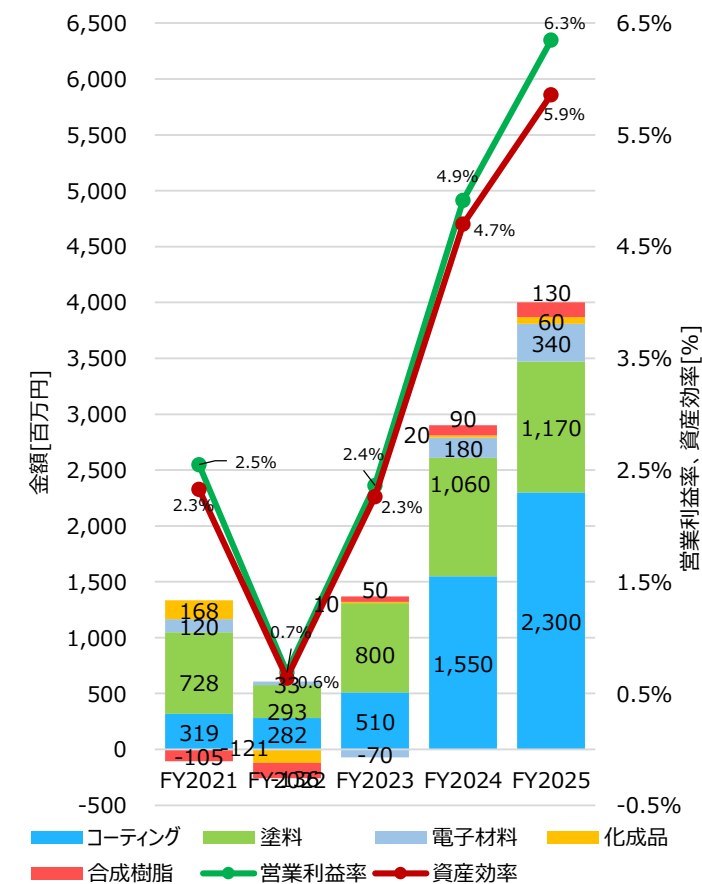
* 資産効率 = 営業利益 / 総資産



セグメント別売上高目標



セグメント別営業利益目標



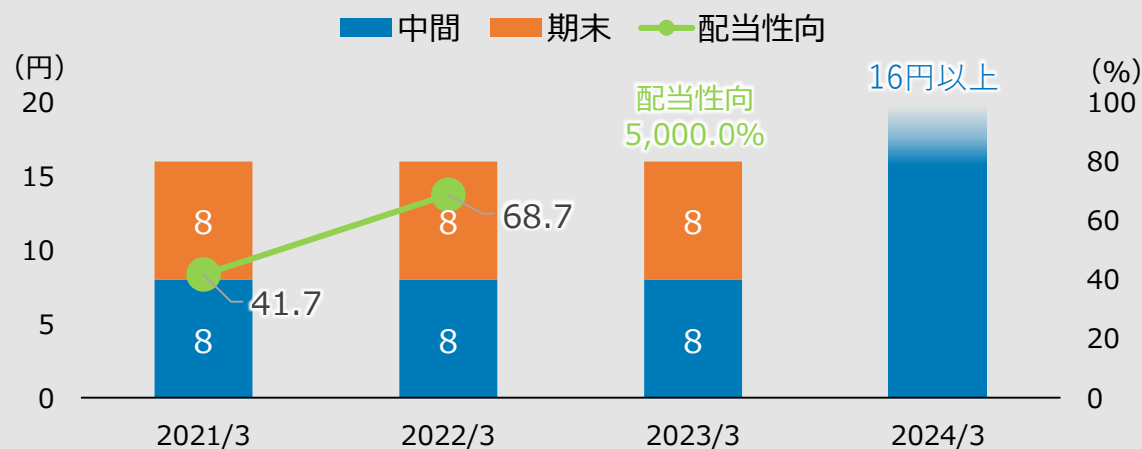
基本方針

- 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

※2023/3 配当金は、2023年6月開催の定時株主総会に付議する予定です

	2022/3 実績	2023/3 実績	2024/3 予想
配当金	年間	16.0円	16.0円
	中間	8.0円	8.0円
	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

	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

- 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

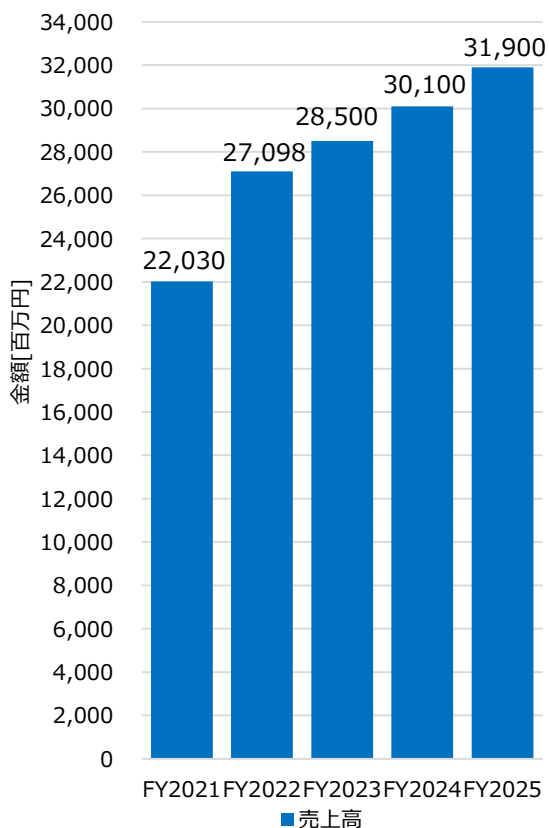
参考資料

コーティング事業

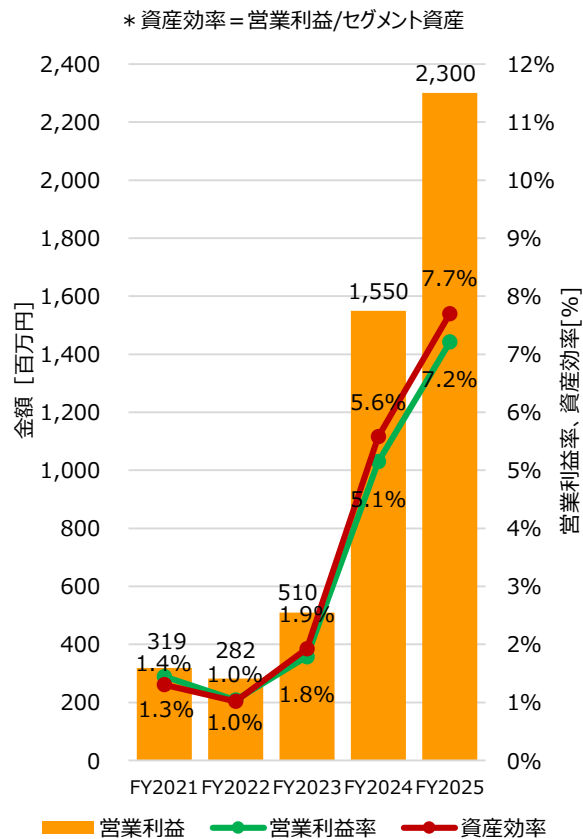
セグメント方針

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

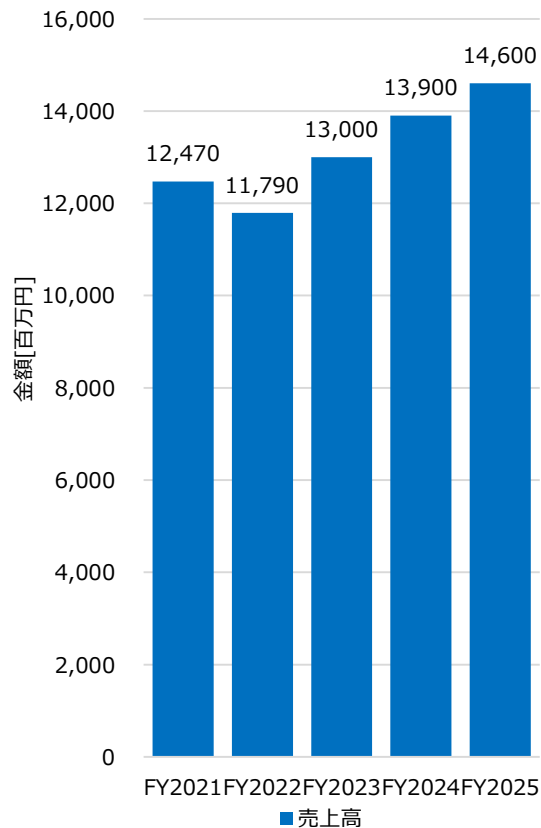
機会：脱炭素社会への転換、EV化の拡大 リスク：サプライチェーンの大きな変化

塗料事業

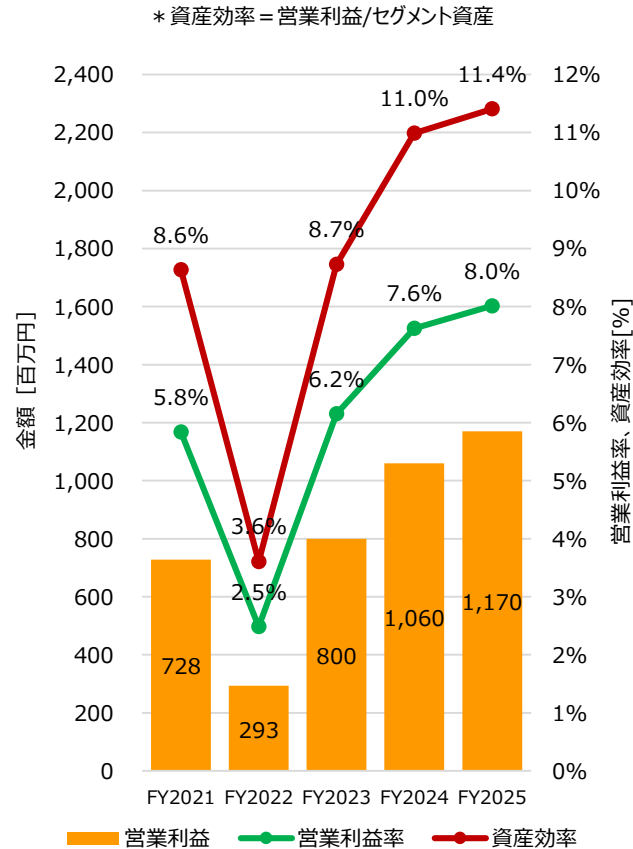
セグメント方針

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

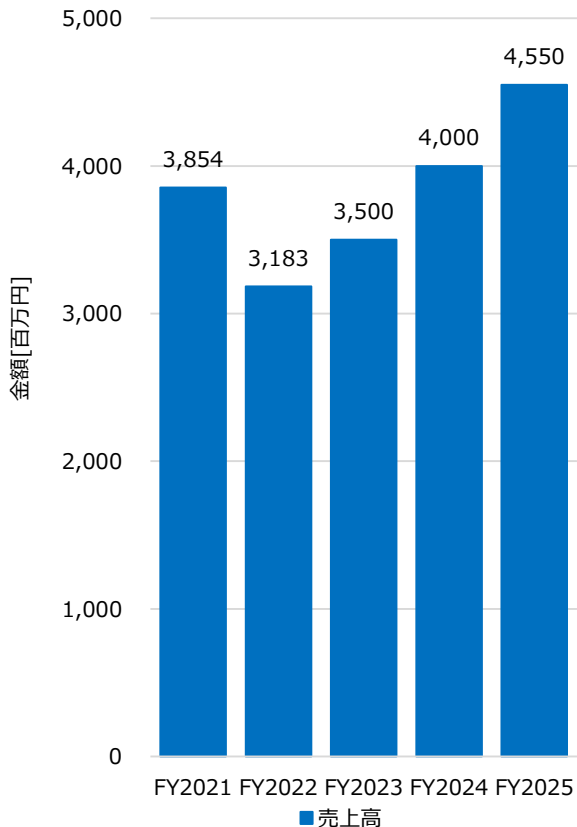
機会：住宅長寿命化への貢献、工事力による事業拡大 リスク：国内住宅着工件数の減、塗装技能者の高齢化

電子材料事業

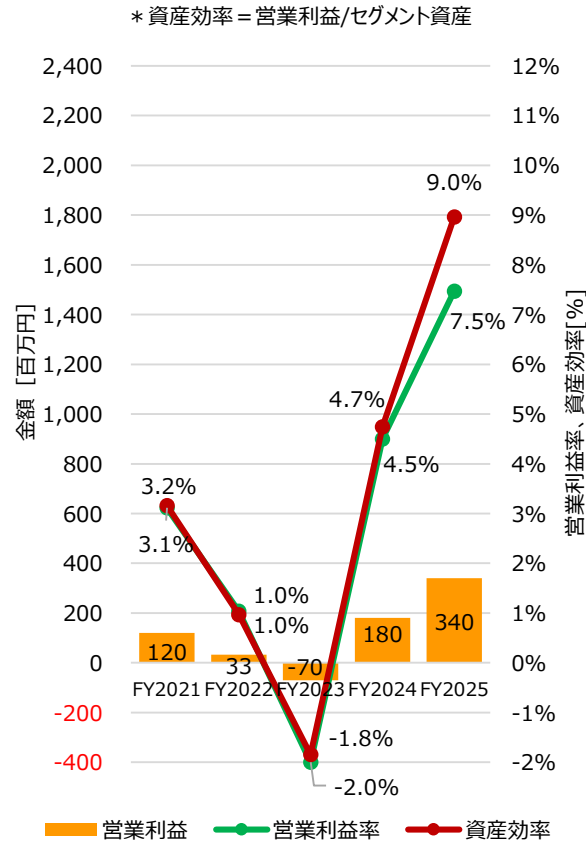
セグメント方針

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

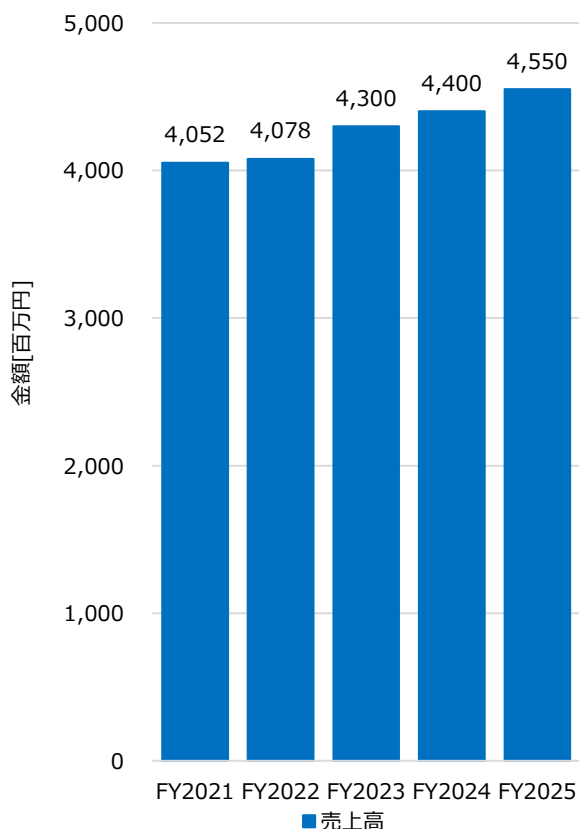
機会 : DX、IoT、EV化による材料市場の高成長 リスク : 海外顧客の現地調達化

化成品事業

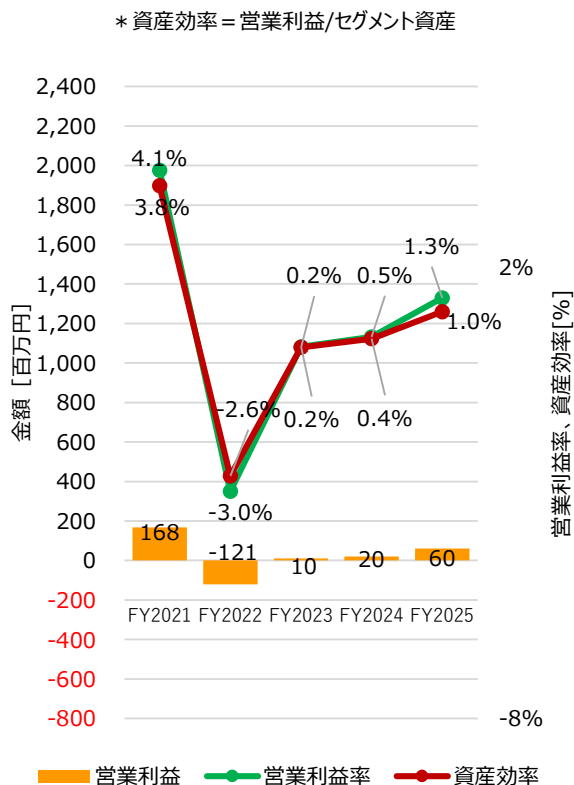
セグメント方針

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

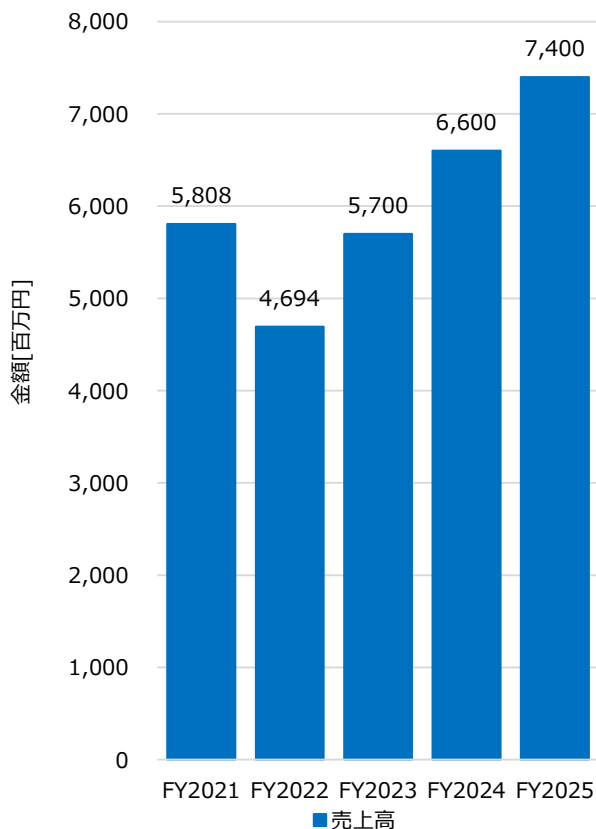
機会：脱炭素、DX、IoTによる新素材分野での市場拡大 **リスク**：市場シュリンクによる提供価値の縮小

合成樹脂事業

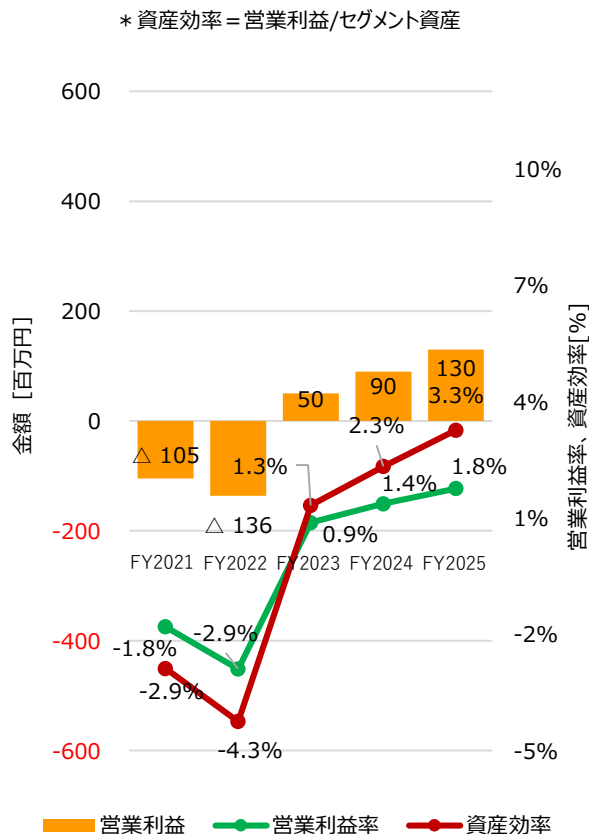
セグメント方針

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



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