

2019年度決算の概要

1. 経営成績

- (1) 連結売上高は、原料価格下落に伴う製品価格改定により、前期比61億円減(3.8%減)の1,555億円となりました。
- (2) 利益面では、高利益製品の販売数量減少により、連結営業利益は前期比5億円減(3.7%減)の124億円となりました。連結経常利益は、持分法投資利益の減少、為替差損益の悪化により、前期比25億円減(16.4%減)の127億円となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は前期比23億円増(43.4%増)の77億円となりました。
(前期は特別損益として、減損損失88億円、投資有価証券売却益24億円を計上しております)

(単位：億円)

	連 結				9/26公表 2019年度 業績予想
	2018年度	2019年度	前年同期比		
			増減	伸び率(%)	
売 上 高	1,616	1,555	△61	△3.8	1,600
営 業 利 益	129	124	△5	△3.7	125
経 常 利 益	152	127	△25	△16.4	130
親会社株主に帰属する当期純利益	53	77	23	43.4	85
R O E (%)	4.1	6.0	1.9	—	—

2. セグメント別連結売上高

(単位：億円)

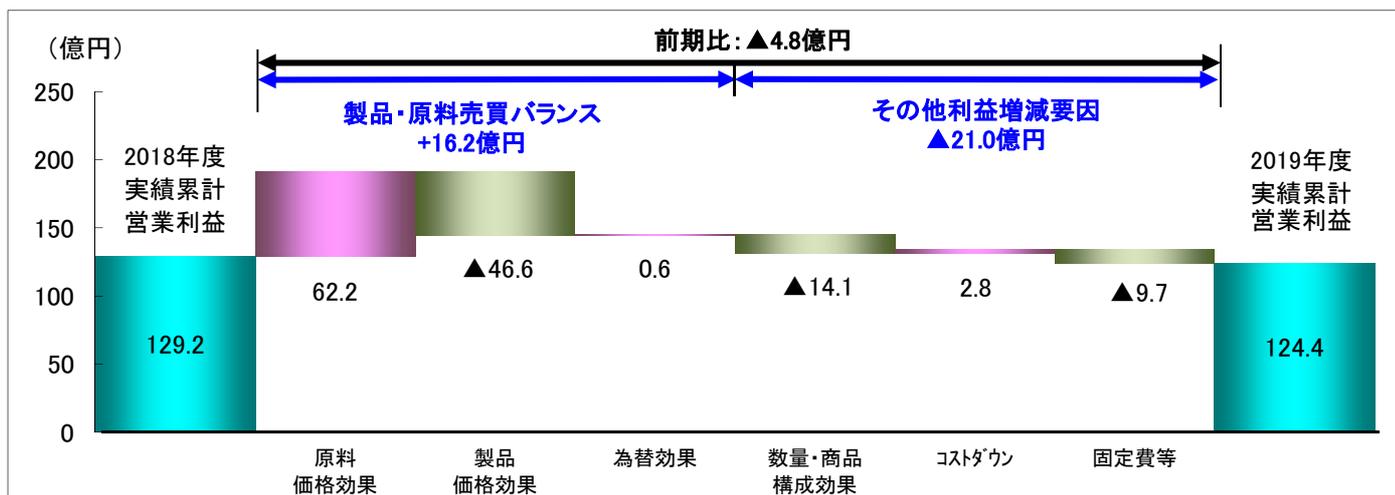
	2018年度		2019年度		前期比	
	売上高	構成比(%)	売上高	構成比(%)	増減	伸び率(%)
生活・健康産業関連	553	34.2	537	34.5	△16	△2.8
石油・輸送機産業関連	431	26.7	428	27.5	△3	△0.8
プラスチック・繊維産業関連	222	13.7	215	13.8	△7	△3.2
情報・電気電子産業関連	228	14.1	210	13.5	△18	△7.8
環境・住設産業関連他	183	11.3	166	10.7	△17	△9.3
合 計	1,616	100.0	1,555	100.0	△61	△3.8

3. セグメント別連結営業利益

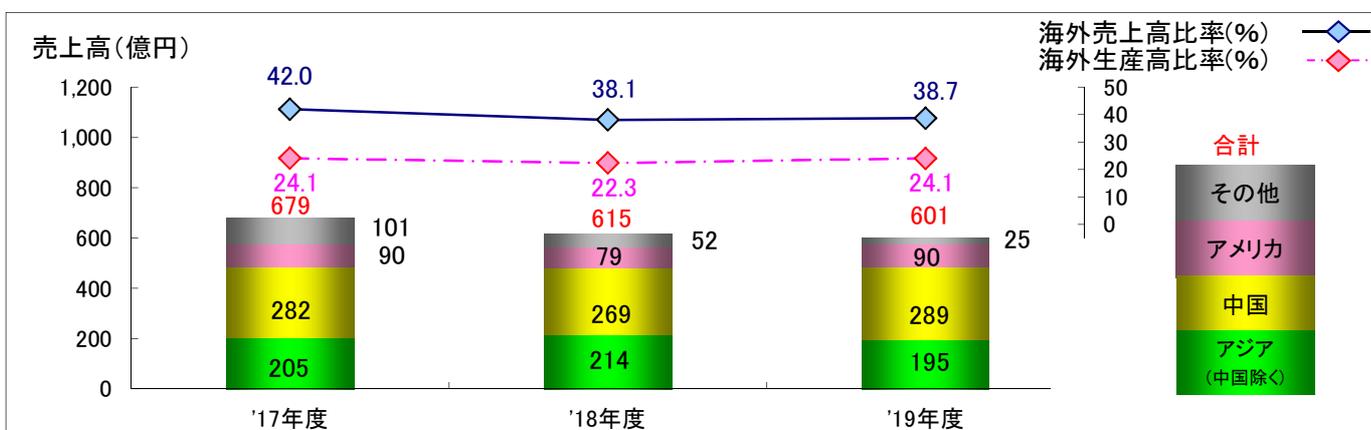
(単位：億円)

	2018年度	2019年度	前期比	
			増減	伸び率(%)
生活・健康産業関連	11.8	15.9	4.1	35.2
石油・輸送機産業関連	30.6	37.4	6.8	22.3
プラスチック・繊維産業関連	33.9	30.0	△3.9	△11.4
情報・電気電子産業関連	40.0	29.4	△10.7	△26.6
環境・住設産業関連他	12.9	11.7	△1.3	△9.7
合 計	129.2	124.4	△4.8	△3.7

4. 連結営業利益の増減分析（前期比）



5. 連結海外売上高の推移



6. 配当の状況

2020年3月期の期末配当は、2月4日に公表の通り1株当たり70円（年間140円）とさせていただきます。

なお、今後とも連結配当性向30%以上をめどに、安定配当を実施するという基本方針に基づき、配当を実施して行く予定ですが、2020年度の間中および期末配当予想につきましては、現段階では未定とし、業績予想の開示が可能となった段階で速やかに公表いたします。

	1株当たり配当金（円）			配当性向（連結）
	中間	期末	年間	
2016年度	45.0	55.0	100.0	21.6%
2017年度	55.0	55.0	110.0	26.2%
2018年度	60.0	65.0	125.0	51.5%
2019年度	70.0	70.0	140.0	40.2%
2020年度(予想)	未定	未定	未定	-

（注）2016年10月1日付で普通株式5株につき1株の割合で株式併合しております。これに伴い、上表の配当金額は株式併合後の数値に換算し記載しております。

7. 2020年度業績予想（連結）

新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大や、原油および石油関連製品相場の急落等、先行き不透明な事業環境を踏まえ、現段階では業績予想を合理的に算定することが困難であると判断し未定といたします。今後、算定が合理的に可能となった段階で、配当予想も含め、速やかに公表いたします。

8. 主な設備投資と減価償却費

(1) 設備投資額（検収ベース）、減価償却費の推移

(単位：億円)

	連 結	
	2019年度	2020年度(予定)
設備投資額	8 2	1 4 2
減価償却費	9 1	9 6

(注)2020年度設備投資額は、生産部門の効率化・合理化、保守・保安・環境対応、SAPシステム導入等により増加。

(2) 主な設備投資（検収ベース）

(単位：億円)

投資アイテム		稼働時期	総投資額	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
サノカセイ(タイランド)	永久帯電防止剤製造設備	2021年4月	3 9	5	2 3	1 1	-
単体	界面活性剤製造設備	2022年7月	5	-	0	1	4

9. トピックス

(1) 株式会社日本触媒との経営統合について

株式会社日本触媒と当社は、2019年11月29日付「株式会社日本触媒と三洋化成工業株式会社との共同株式移転による経営統合に関する最終契約締結のお知らせ」で公表いたしましたとおり、同日付の両社それぞれの臨時取締役会において、共同株式移転の方式により両社の親会社となる統合持株会社「Synfomix 株式会社」を設立し、経営統合を行うことを決議し、両社間で対等の精神に基づいた最終契約を締結いたしました。

本最終契約では、2020年10月1日を統合持株会社の成立日と予定しておりましたが、昨今の新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の世界的な感染拡大や原油および石油製品相場の急落等を踏まえ、本経営統合の合意の基礎となった両社の業績等ならびに金融、経済、市場その他の事業環境の見通しが不透明となったことから、両社はそれぞれの臨時取締役会において、本経営統合の2021年4月1日への延期および本最終契約において合意した株式移転比率の見直しを行うことを決議し、本最終合意に関する覚書を締結いたしました。本経営統合の内容については、統合持株会社の成立日を含む本経営統合のスケジュールおよび株式移転比率を除いて、2019年11月29日に公表した内容から重要な変更はありません。

(2) 新型リチウムイオン電池「全樹脂電池」の事業化に向けて

当社が、子会社である APB 株式会社（以下、APB）とともに開発を進める次世代型リチウムイオン電池「全樹脂電池」は、界面制御技術を有する当社が開発した樹脂を用い、活物質に樹脂被覆を行い、樹脂集電体に塗布をすることで電極を形成しています。独自の製造プロセスにより従来のリチウムイオン電池よりも製造工程を短縮することで、製造コスト・リードタイムの削減と、これまでにない高い異常時信頼性とエネルギー密度を実現しています。

APB は、計 7 社を引受先とする第三者割当増資により総額約 80 億円を調達し、全樹脂電池の量産技術の確立、製造販売の開始に向け、福井県越前市に工場用地及び建物を新たに取得し、2021年の操業開始を予定していることを発表しました。また当社は、全樹脂電池の事業化を加速する上で要素技術のライセンス供与は不可欠と判断し、APB に対してライセンス供与を行うこととしました。当社は引き続き、全樹脂電池に経営資源を投入し、APB と共同で全樹脂電池の開発を進めていきます。

(3) バイオ・メディカル事業の進捗

当社は、機能性タンパク質「シルクエラスチン」の研究開発を進めています。シルクエラスチンは細胞親和性が高く弾性に富み、細胞の分化・増殖の足場として適していることから様々な治療に展開が期待されます。京都大学大学院医学研究科形成外科学講座との共同研究では、共同開発した新規治療材料シルクエラスチンスポンジを用い、2018年に京都大学医学部附属病院で下腿難治性皮膚潰瘍を対象として医師主導治験を行い安全性を確認しました。今後は当社が中心となり本材料の有効性を確認する目的の企業治験を本年度中に実施し、4年以内に新規医療機器とし

て承認を得ることを目標に事業化に向けた開発を推進します。このほかにも広島大学大学院整形外科教室との共同研究では、変形性膝関節症の次世代治療技術の創生をめざし半月板再生材の開発を進めています。

また、当社が製造し、医療機器メーカーのテルモ(株)が販売する中心循環系非吸収性局所止血材「マツダイト (ペットネーム:Hydrofit® (ハイドロフィット))」は、2014年の販売開始後、日本国内の多くの心臓血管外科領域の手術で使用されていますが、これまでは適用範囲が、「胸部大動脈」「弓部分岐動脈」の置換手術における「人工血管」との吻合部に制限されていました。多数の臨床結果を重ね、有効性・安全性に問題がないことが改めて確認されたことから、当初よりターゲットとしていた血管全体への適応範囲の拡大について準備を進め、本年3月に脳血管を除く血管全体の吻合部への適用拡大が承認されました。

今後も臨床現場のニーズに応え、患者のQOL向上に貢献できるよう当社保有技術を活かした他社にはないユニークな製品の開発を検討してまいります。

(4) 化粧品ブランド「Cheriage」の販売開始

当社は、パーソナルケア事業の育成、新しい高付加価値化粧品原料の市場開拓の推進とともに、末端化粧品ビジネスの円滑な立ち上げを目的として、昨年10月にBeauty & Personal Care部を新設いたしました。ユーザーニーズを迅速にとらえ、化粧品分野に精通したリーダーを中心に、新しい価値を提案できるよう開発を進めています。

昨年12月には化粧品ブランド「Cheriage」を立ち上げることを発表いたしました。「Cheriage」は、当社がスポンサーを務める京都にゆかりのある中国人女子プロゴルファーの石姉妹とのコラボレーションによって生まれました。「もっとかわいく、もっとつよく」をブランドイメージに掲げ、化粧品を使うことで外見のかわいさだけでなく、内面までキラキラ輝く強い女性になれるよう応援します。厳選した美容成分を含む4商品(洗顔フォーム、バリアミスト、ルージュ、アイライナー)をラインアップし、本年4月より中国向け越境ECモールにて販売を開始しました。日本での販売についても今後検討してまいります。

(5) 柔軟で多様な働き方を支援

当社は、多様な人材が活躍できる働きがいのある職場を目指して、「変える。」をスローガンに働き方改革に取り組んでいます。これまで「服装の自由化」、「働く時間の柔軟化」(コアタイムなしのフレックスタイム制度や時間単位有給休暇制度導入)、「働く場所の柔軟化」(外勤・出張における空き時間を活用したレンタルオフィス勤務、モバイル勤務)などを進めてきました。昨年4月からは、従業員それぞれのワーク・ライフバランスの向上や仕事の生産性向上などに繋がると考え、全社員を対象として在宅勤務制度を導入いたしました。並行して、ICTの活用(仮想デスクトップサービスVCC導入やコミュニケーションシステムの刷新)にも注力し、働き方の効率化と多様化を支援するために規制の緩和や制度・システムの拡充を図っています。この他にもLGBTへの取り組みを積極的に進めるなど、従業員一人ひとりが自分に合ったワーク・ライフバランスを実現し、誇りを持ち意欲的にいきいきと働ける職場環境づくりに取り組んでいます。