

2020年3月期決算説明  
長期ビジョン「G-STEP30」  
新中期経営計画「G-STEP30 1st」

2020年5月25日

**ユニチカ株式会社**

1. 2020年3月期決算について
2. 長期ビジョン「*G-STEP 30*」について
3. 新中期経営計画  
「*G-STEP 30 1st*」の概要

# 業績の概要

自動車用途や半導体用途等の需要減少、天候不順、火災の影響などにより減収。

営業利益は、高分子や繊維事業の販売減少や、火災などの影響により減益。

金融費用や為替要因などにより、営業外損益はマイナスに影響。

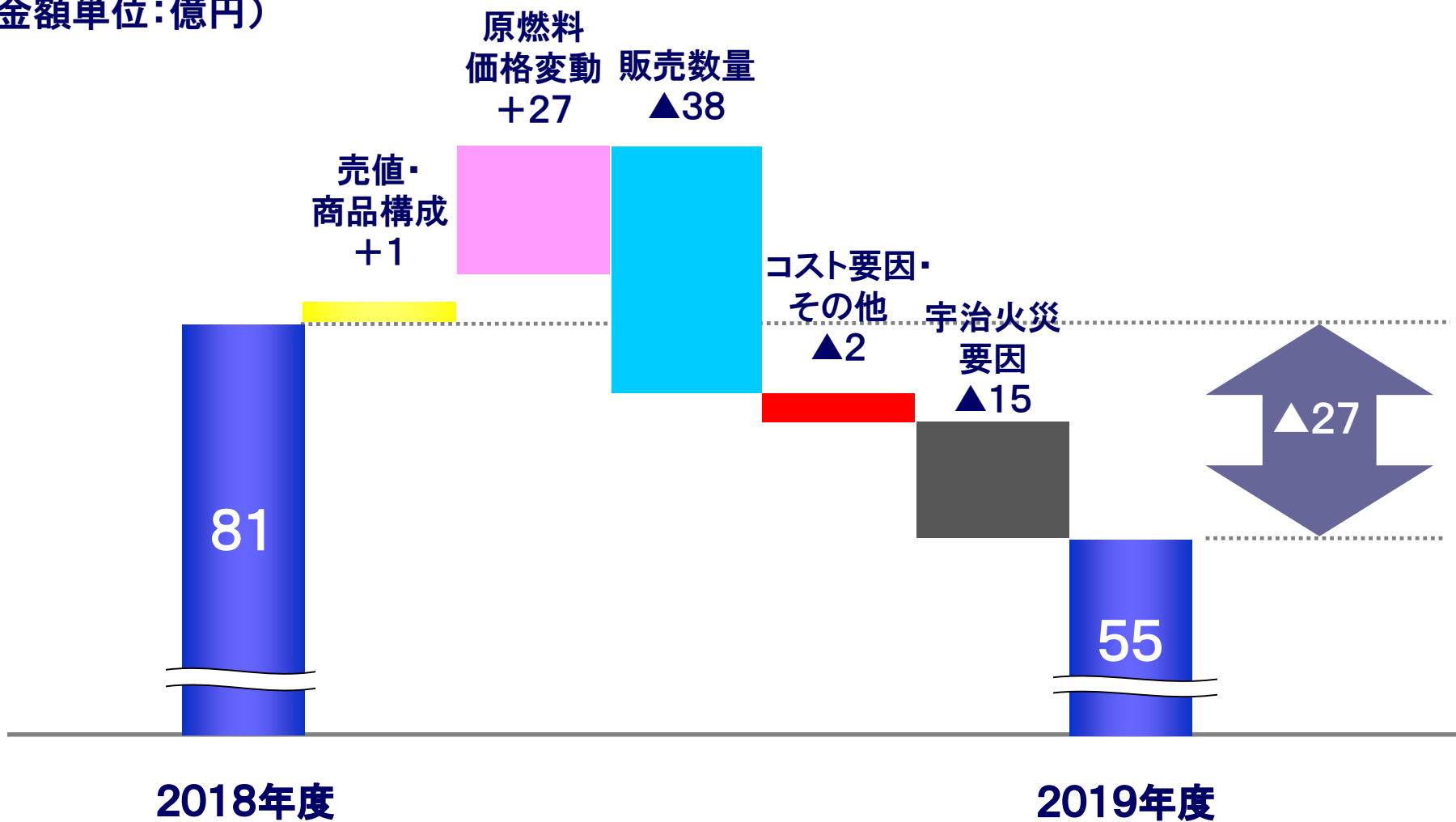
訴訟損失引当金繰入額の計上等による特別損失の発生により、当期純損失となった。

連結合計 (金額単位:億円)	2018年度 実績	2019年度 実績	前期比増減	
			金額	率
売上高	1,291	1,195	▲96	▲7%
営業利益	81	55	▲27	▲33%
営業利益率	6.3%	4.6%	(▲1.7%)	—
営業外収益	7	5	▲2	—
営業外費用	18	28	11	—
経常利益	71	32	▲39	▲56%
特別利益	4	1	▲4	—
特別損失	8	50	41	—
税金等調整前当期純利益	67	▲17	▲84	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	52	▲22	▲74	—

減価償却費	45	48	+3	+6%
設備投資	61	93	+32	+53%

# 営業利益変動要因分析

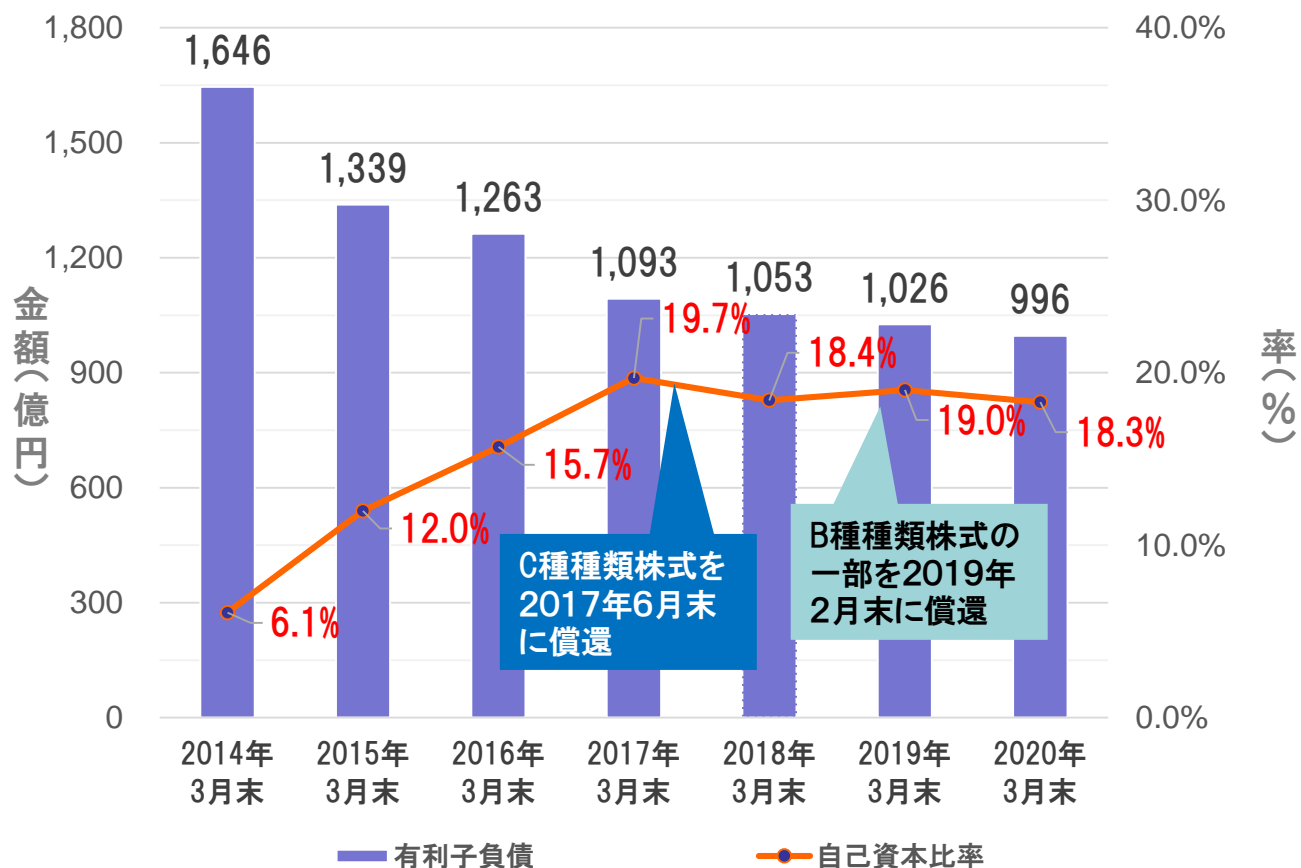
(金額単位:億円)



# 資産・負債・純資産

(金額単位:億円)	2019年3月末	2020年3月末	前期末比増減
<b>資産合計</b>	1,991	1,937	▲54
流動資産	899	822	▲77
固定資産	1,092	1,115	+23
<b>負債合計</b>	1,577	1,548	▲29
<b>純資産合計</b>	414	389	▲24
株主資本	373	348	▲25
その他の包括利益累計額	6	7	+1
非支配株主持分	35	35	▲0
<b>有利子負債</b>	1,026	996	▲30
<b>自己資本比率</b>	19.0%	18.3%	▲0.7%

## 有利子負債、自己資本比率の推移



### 財務体質の健全化

■ **有利子負債削減**  
 2020年3月末は996億円となり、  
 着実に削減は進んでいる。  
 現預金を差し引いたネット有利子  
 負債は807億円。

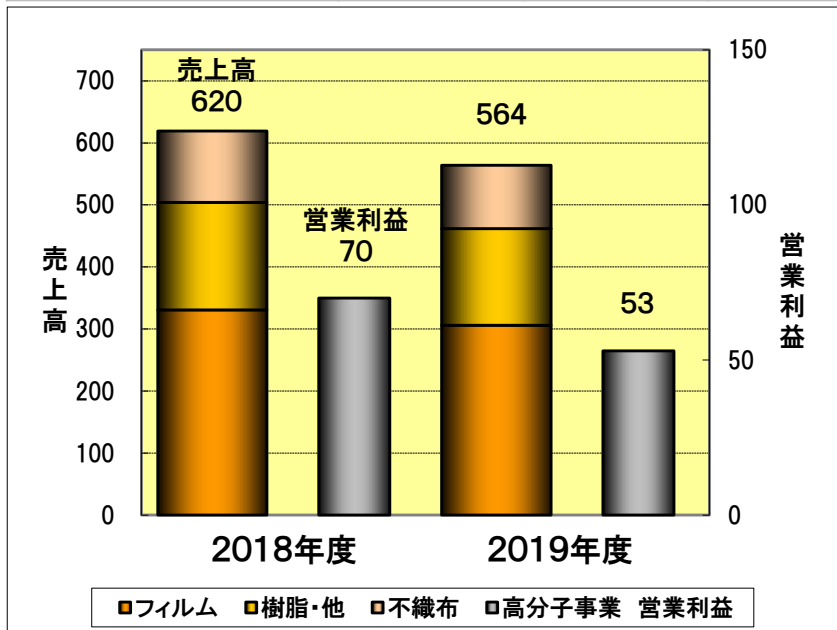
■ **自己資本比率**  
 2020年3月末は2019年3月末  
 と比較して0.7ポイント減少し  
 18.3%となった。

# セグメント別 業績の概要

セグメント別 (金額単位:億円)	2018年度 実績	2019年度 実績	前期比増減	
			金額	率
売上高	1,291	1,195	▲96	▲7%
高分子事業	620	564	▲56	▲9%
機能材事業	127	131	+4	+3%
繊維事業	529	499	▲30	▲6%
その他	15	1	▲14	▲91%
営業利益	81	55	▲27	▲33%
高分子事業	70	53	▲18	▲25%
機能材事業	12	11	▲2	▲13%
繊維事業	2	▲6	▲7	—
その他	▲3	▲3	▲0	—

半導体用途、自動車用途は減少。火災や天候不順の影響を受ける。  
フィルムは「エンブレムHG」などの高付加価値品が伸長。

(金額単位:億円)	2018年度	2019年度	前期比増減
高分子事業 売上高	620	564	▲56
フィルム	331	306	▲25
樹脂・他	173	156	▲18
不織布	115	102	▲13
高分子事業 営業利益	70	53	▲18



## □フィルム 〔減収・増益〕

### ◆包装分野

火災による影響のほか、暖冬などの天候不順による季節商品用途の需要減少などにより販売が減少も、バリアナイロンフィルム「エンブレムHG」や、その他の高付加価値品も国内外で好調に推移。

### ◆工業分野

半導体市況の停滞により需要が大きく落ち込むが、耐熱性ポリアミドフィルム「ユニアミド」、シリコンフリー離型ポリエステルフィルム「ユニピール」などの高付加価値品は好調。

## □樹脂・他 〔減収・減益〕

### ◆ナイロン樹脂

火災影響による販売減少、自動車産業の減速、半導体分野での設備投資の減少などにより販売が大きく減少し収益が悪化

### ◆ポリアリレート樹脂「Uポリマー」

海外向け自動車用途の需要が減少。情報端末機器用途も前半は堅調に推移したが、後半に入り需要が減少し苦戦。

## □不織布 〔減収・減益〕

### ◆ポリエステルспанボンド

生活資材は堅調に推移したが、建材分野や海外市場は低調。

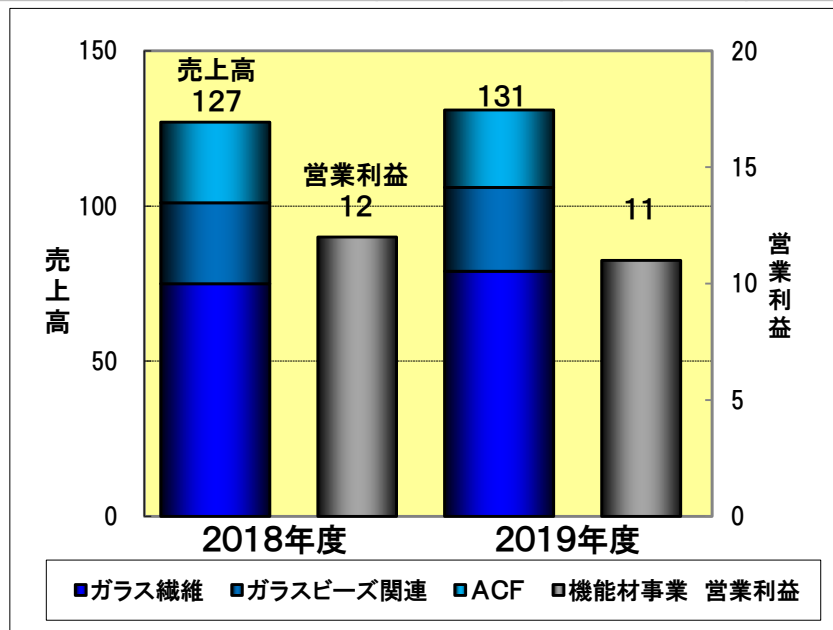
### ◆コットンспанレース

海外市場は堅調も、国内は、夏季の低気温及びインバウンド需要の減少の影響もあり販売が減少。



セグメント全体では増収減益。ガラス繊維の産業資材が堅調、電子材料は、半導体市況悪化の影響を受けたが、高付加価値品は堅調。

(金額単位:億円)	2018年度	2019年度	前期比増減
機能材事業 売上高	127	131	+4
ガラス繊維	75	79	+4
ガラスビーズ関連	26	27	+0
ACF	26	25	▲1
機能材事業 営業利益	12	11	▲2



□機能材  
〔増収・減益〕

◆ガラス繊維・産業資材分野

透明不燃シート等の建築用途や電気電子分野関連資材用途は堅調に推移、環境関連用途も復調。

◆ガラス繊維・電子材料分野

半導体市況の回復の遅れにより低調も、超薄物や低熱膨張タイプなどの高付加価値品の販売は順調に拡大。

◆ガラスビーズ関連

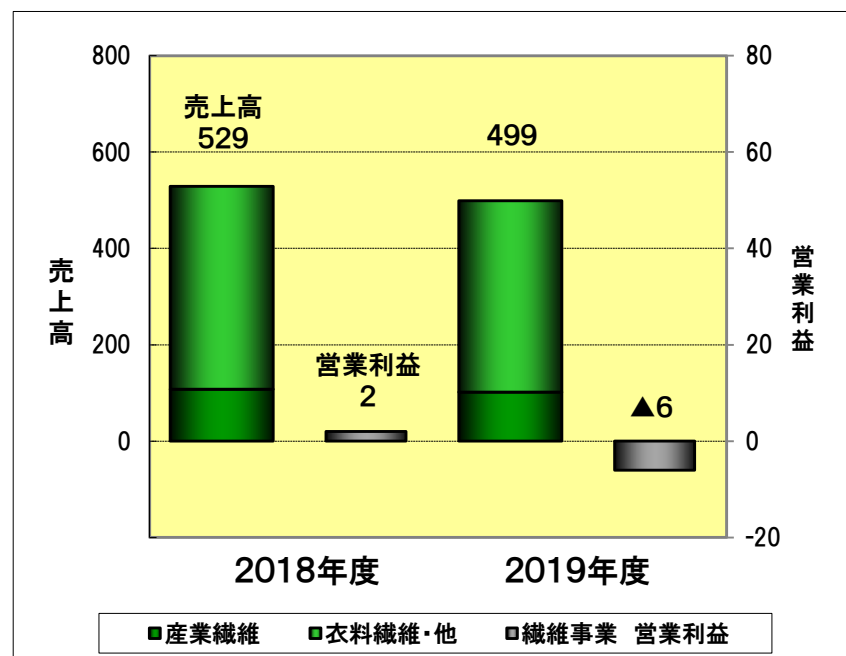
道路用途は順調に伸長。工業用途は自動車分野や電子部品分野の需要が減少し、反射材用途の需要も低調に推移。

◆活性炭繊維(ACF)

主力の浄水器用途は水栓一体型などを中心に全般的に好調で、VOC除去用途も堅調に推移、工業用途は需要の減速が続く。

産業繊維は全般的に低調で、コストアップ等で収益悪化。  
衣料繊維は、主軸のユニフォーム分野は伸び悩み、「テラマック」は伸長。

(金額単位:億円)	2018年度	2019年度	前期比 増減
繊維事業 売上高	529	499	▲30
産業繊維	108	102	▲6
衣料繊維・他	421	397	▲24
繊維事業 営業利益	2	▲6	▲7



□ 繊維  
〔減収・減益〕

### ◆ 産業繊維

ポリエステル高強力糸の土木建築用途など一部では販売が堅調。  
短繊維、複合繊維などは総じて低調。  
また、コストアップ要因等もあり、収益が悪化。

### ◆ 衣料繊維・他

バイオマス素材の「テラマック」の販売は拡大、スポーツ分野、レディス分野、及び寝装分野は低調に推移。  
主軸のユニフォーム分野は、ワーキング用途を中心に在庫調整の影響を受け、販売が伸び悩み。  
海外向けデニム生地の販売は減少。

# 2020年度業績予想

(金額単位:億円)	2019年度	2020年度 予想	前期比 増減
売上高	1,195	未定	
営業利益	55		
営業利益率	4.6%		
経常利益	32		
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲22		

2020年度予想(億円)	
設備投資	95
減価償却費	46

# セグメント別業績予想

(金額単位: 億円)	売上高	営業利益	主な施策
	2020年度 通期予想	2020年度 通期予想	
高分子事業 [フィルム・樹脂]	未定	未定	フィルムは、高付加価値品の拡販や非食品用途での採用拡大に注力するとともに、環境配慮型素材の展開も進める。インドネシア子会社のP.T.EMBLEM ASIA(エンブレムアジア)の生産機台の新設を進め、グローバルなマーケティング活動を強化し拡販体制を整備。 樹脂は、用途別販売体制を構築し、各産業分野の需要に迅速に対応する。また、高付加価値品の販売に注力し、機能樹脂の販売を伸ばす。当社独自の「Uポリマー」の米国やアジア・中国向けに拡販を進める。
機能資材事業 [ACF、ガラス繊維、 ガラスビーズ、不織布、 産業繊維]			ガラス繊維は、透明不燃シートなどの建築用途の拡販及び海外展開を進め、環境関連用途と電気電子分野関連資材用途の販売に注力。ICクロスは超薄物タイプのシェア維持・拡販に加え、低熱膨張タイプなどの高付加価値品の拡販。 不織布は、高付加価値品へのシフト、新規用途への展開や新規需要の取り込みを図る。海外展開は、タイ子会社のTHAI UNITIKA SPUNBOND CO.,LTD.(タスコ)を中心にグローバル販売網を強化し、拡販に注力。
ユニチカ トレーディング [衣料繊維]			環境配慮型素材の拡販。デジタル化対応や自然災害対応等の市場動向に適応した新規事業推進。海外サプライチェーンの拡充、再構築により収益改善。
その他			耐火スクリーン是正対応がほぼ完了。
合計			

1. 2020年3月期決算について

2. 長期ビジョン「*G-STEP 30*」について

3. 新中期経営計画  
「*G-STEP 30 1st*」の概要

## 2030年近傍を見据えた目指す姿・長期ビジョン『G-STEP30』を策定

経営理念

『暮らしと技術を結ぶことによって社会に貢献する』

グループの  
ミッション

3つの「暮らし」のアプローチでSDGsに貢献

□ 安全で安心な「暮らし」 □ 便利で快適な「暮らし」 □ 環境と共生する「暮らし」



目指す姿  
(長期ビジョン)

『お客様から選ばれ続ける企業』を目指します。

- ✓ モノづくりを通じて社会に貢献し、世の中から信頼される企業
- ✓ 独自技術により新たな価値を創出し、持続的に成長を続ける企業
- ✓ 企業価値を高め、広くステークホルダーから受け入れられる企業

# グループのミッション＝持続可能な社会の実現

私たちは、事業活動を通じて人々の「暮らし」に様々な価値を提供し、その結果持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

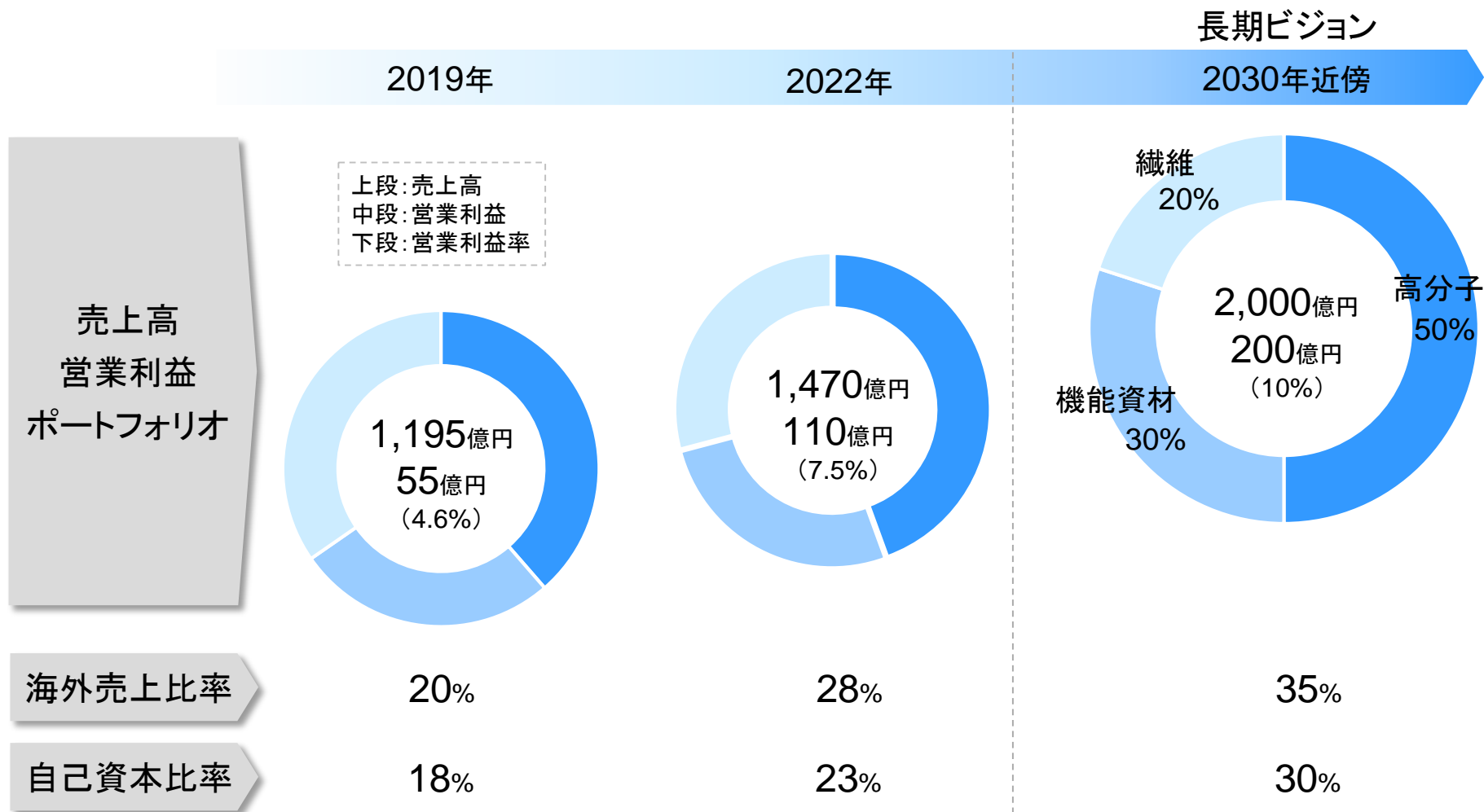
提供する価値		主な事業・製品	SDGsへの対応
<p>□ 安全で安心な「暮らし」を実現</p>	<p>人々が暮らしの中で直面する様々なリスク事象(災害、事故、犯罪、健康被害等)から守ること、それをミニマイズできる製品を提供</p>	<p>建築土木資材 産業用資材 食品包装材 衛生資材</p>	
<p>□ 便利で快適な「暮らし」を提供</p>	<p>社会のグローバル化、デジタル化、生活様式の変化、高齢化等が進む中、生活負荷が少なく、多様化するライフスタイルへ対応し得る製品を提供</p>	<p>電気電子用資材 工業資材 フィルター資材</p>	
<p>□ 環境と共生する「暮らし」をサポート</p>	<p>世の中の人々の生活レベルの向上と、気候変動の緩和・環境負荷低減・省資源・エネルギーの取り組みの調和が図られるような製品を提供</p>	<p>生分解性素材 各種リサイクル材</p>	

## □ 全社マネジメント・業務活動

- 生産事業所での廃棄物削減、CO2排出削減、排水処理管理 等
- リサイクル生産システム確立、海洋プラ、廃プラ削減活動参画 等
- 生物多様性保全、森林保護 等
- コンプライアンス推進・徹底、品質保証 等
- ダイバーシティ推進、障がい者雇用、ワークスタイル改革 等



# 長期ビジョン(収益規模の展望)





3ステップによる中期経営計画の組み立てを想定し、長期的に目指す姿『お客様から選ばれ続ける企業』の実現する計画

## <新中期経営計画>

『G-STEP 30 1st』  
FY2020~2022

- 企業運営基盤の整備
  - 強固な事業ポートフォリオの構築
  - グローバル事業展開の推進
  - 社内風土・意識改革

『G-STEP 30 2nd』  
FY2023~2025

- 事業強化へシフトチェンジ
  - 新たな事業スキームの検討、構築
  - 成長投資案件の実行
  - 業務プロセスの改革、構築、定着

『G-STEP 30 3rd』  
FY2026~2028

- 成長サイクルの定着
  - 安定成長軌道の実現
  - 財務体質健全化
  - 企業価値の向上

『選ばれ  
続ける企業』

事業価値の創造・提供、グループ企業価値向上

更なる技術研鑽、人財力強化、業務進化等による持続的成長の促進

品質向上・信頼構築、リスク管理徹底、事業領域拡充等による企業運営基盤の整備

持続的な社会実現への貢献

2025年

2030年

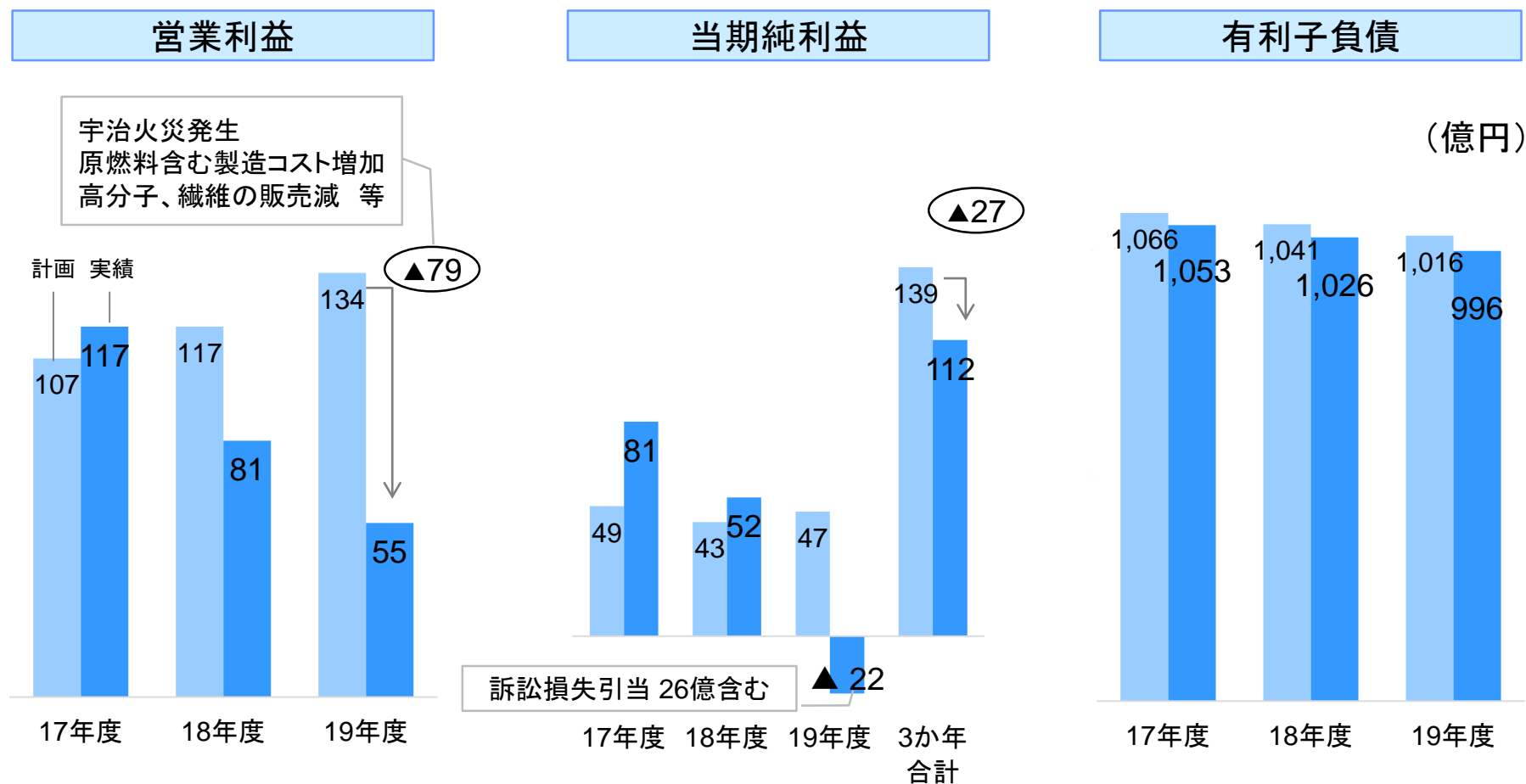
1. 2020年3月期決算について

2. 長期ビジョン「*G-STEP 30*」について

3. 新中期経営計画  
「*G-STEP 30 1st*」の概要

# 前中期計画の振り返り(過年度業績の状況)

内外要因を理由に営業利益は未達の一方、一過性要因を除いた3か年合計当期純利益および有利子負債残高は計画達成。



# 前中期計画の振り返り(施策の進捗と今後の課題)

前中期経営計画で計画した施策は着実に実行。一部は今後の課題として取り組みを継続。

	前中期経営計画の骨子	達成できたこと	今後の課題
Growth	<p><b>事業成長戦略の推進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 高付加価値フィルムの展開</li> <li>◆ 新素材樹脂の拡販加速</li> <li>◆ 新事業創出取り組みの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 耐熱ポリアミドフィルム「ユニアミド」の展開</li> <li>➢ バリアナイロンフィルム「エンブレムHG」の展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 高付加価値品の展開加速</li> <li>➢ 新事業創出</li> </ul>
Global	<p><b>グローバル事業展開の推進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ アジアを中心としたフィルム展開</li> <li>◆ 海外拠点の拡充</li> <li>◆ タスコ(タイ)の新機台品の拡販</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ナイロンフィルムの海外生産能力拡大</li> <li>➢ ポリアリレート樹脂「Uポリマー」の海外展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ タスコ(タイ)の新機台品の拡販</li> <li>➢ グローバル人材の育成・強化</li> </ul>
Governance	<p><b>グループガバナンスの強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ コンプライアンス体制強化</li> <li>◆ PDCA徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ リスクマネジメント室新設</li> <li>➢ 行動憲章・行動基準、リスクマネジメント・コンプライアンス等の規程見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 企業風土・意識の改革</li> <li>➢ 生産基盤・品質管理体制の強化</li> </ul>

一時的な損益悪化要因はあるものの当期利益・財務面は概ね計画達成。新中期計画では成長ステージに向けた「基盤強化」を最優先課題とする。

今後の方向性・課題

## 前中期計画の総括・課題

損益 ・ 財務	<ul style="list-style-type: none"> <li>利益未達も財務改善は一定の成果             <ul style="list-style-type: none"> <li>火災などの特殊要因もあり収益性低下</li> <li>当期利益、借入削減、純資産水準は計画達成</li> </ul> </li> </ul>
Gro wth	<ul style="list-style-type: none"> <li>高付加価値品伸び悩み(樹脂)</li> <li>スパンボンド(不織布)の落ち込み</li> <li>コモディティ化(衣料・産業繊維)の進展</li> </ul>
Glo bal	<ul style="list-style-type: none"> <li>フィルム海外競争の激化</li> <li>樹脂海外拡販の失速</li> <li>タスコ(タイ)新機台品の立上げ遅れ</li> </ul>
Gov erna nce	<ul style="list-style-type: none"> <li>品質不適切事案の発生</li> <li>モノづくりの原点回帰</li> </ul>

成長ステージに向けた  
「基盤強化」を最優先とする

### 強固な事業ポートフォリオの構築

- 基盤強化(高付価値商品の展開加速)
- サステナビリティの推進(エコ、新事業創出)

### グローバル化の推進

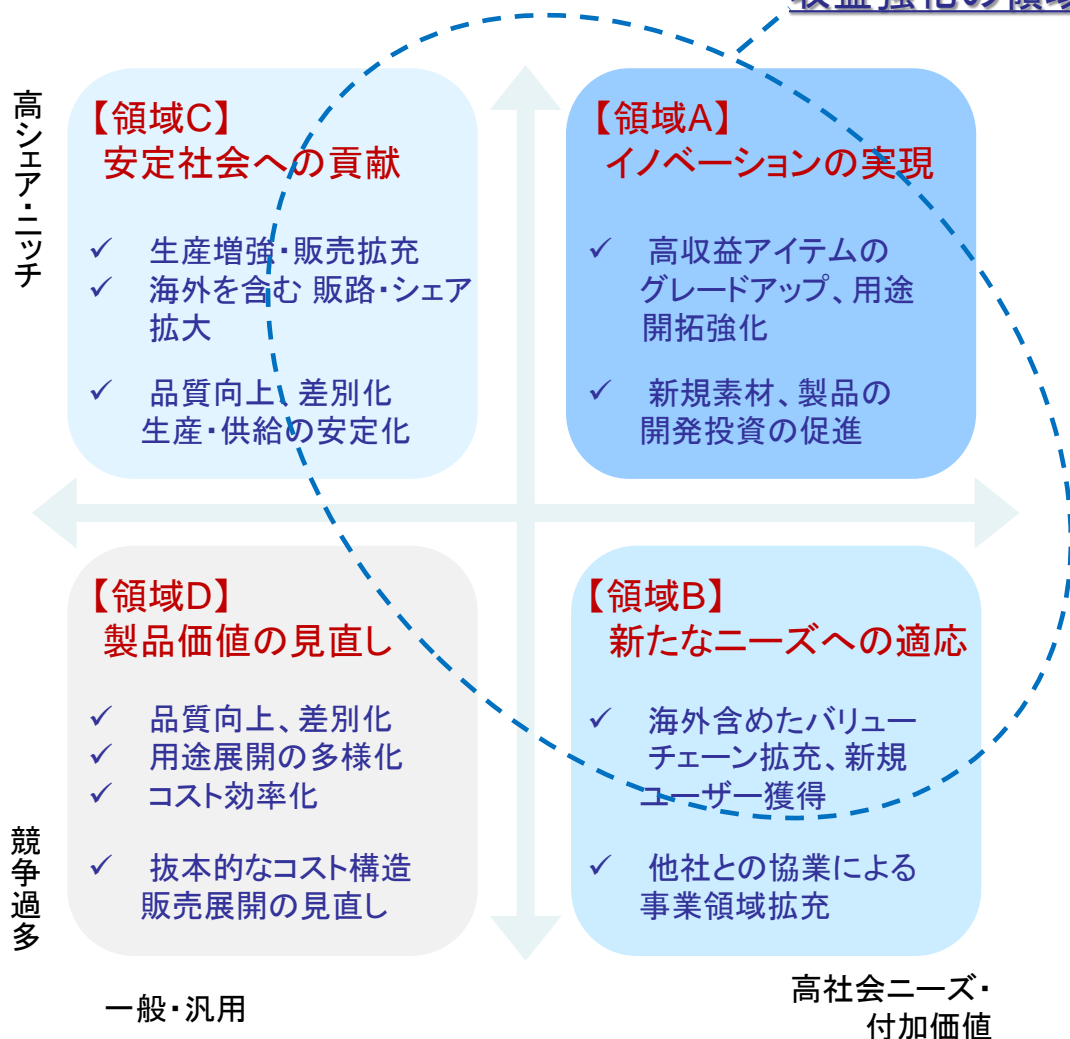
- グローバル生産体制の構築
- アライアンス等による販売力強化
- グローバル人材の育成・強化

### 社内風土・意識改革(モノづくりの原点回帰)

- 品質保証体制の確立
- リスクマネジメントの再構築
- 製造現場の強化

## ◆ 事業ポジショニング別 施策方向性の整理

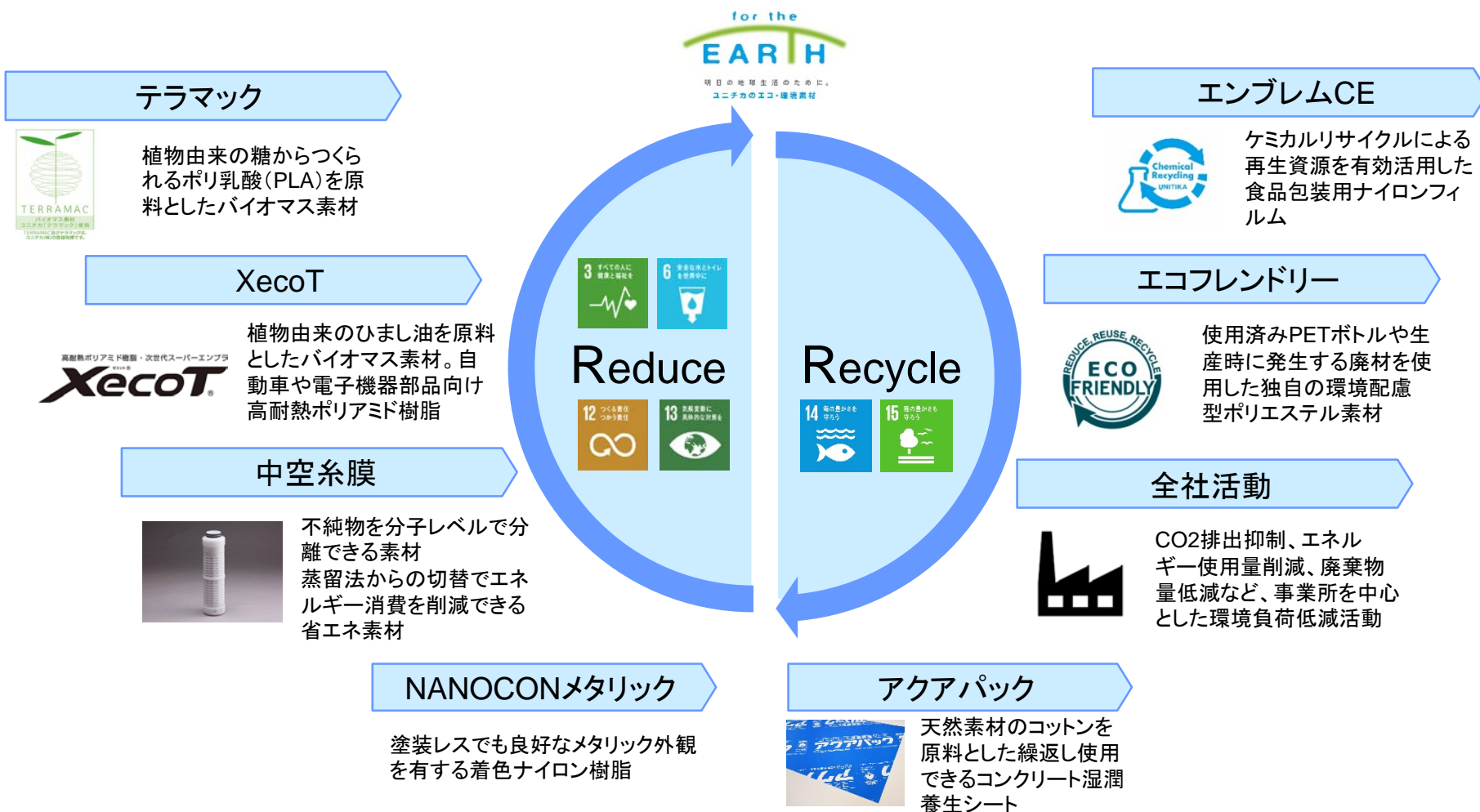
### 収益強化の領域



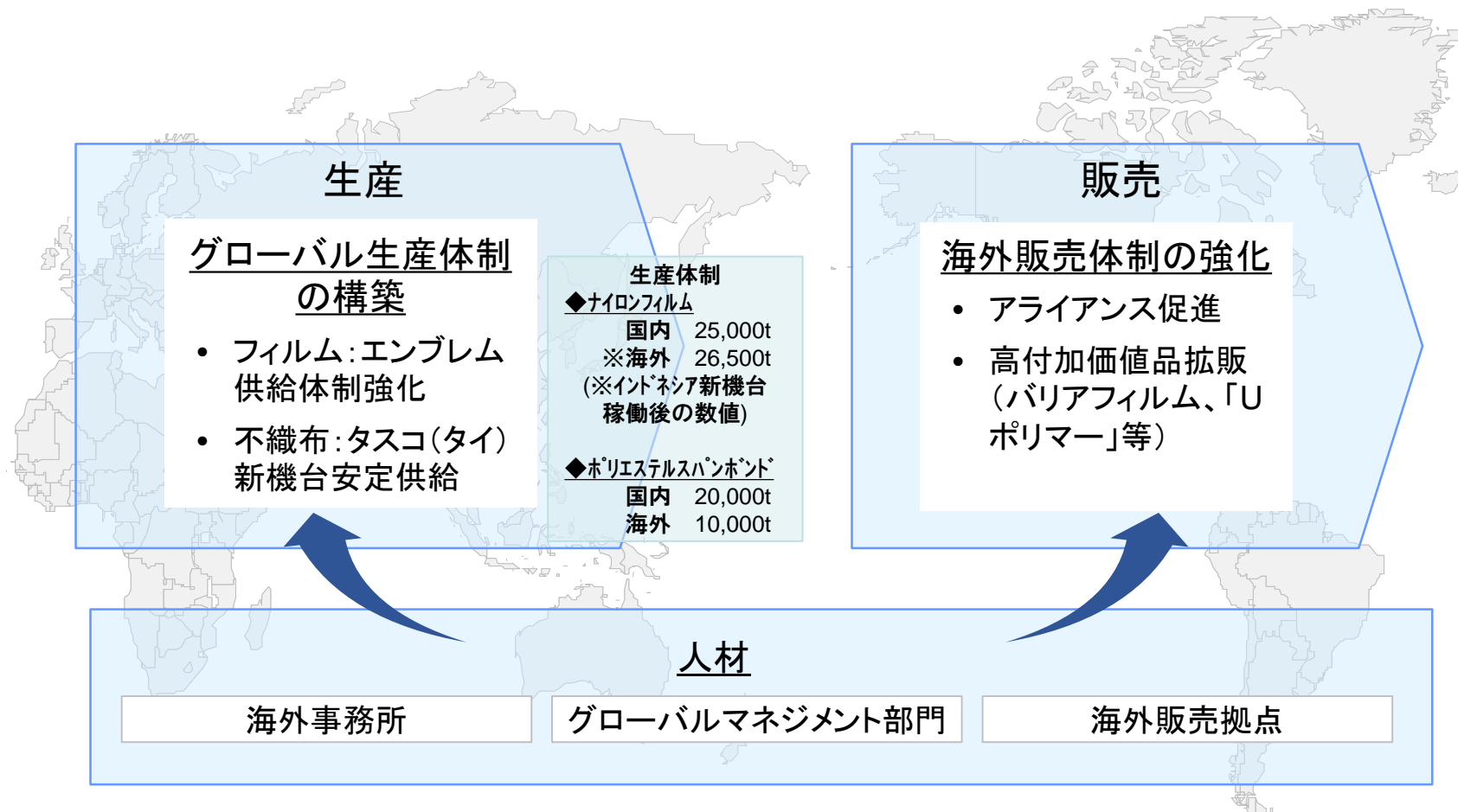
### 【領域別製品・事業アイテム等】

<b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 電子材料用等 次世代フィルム</li> <li>✓ ポリアリレート新グレード</li> </ul>
<b>B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 工業用各種フィルム</li> <li>✓ 電子材料用超薄ガラスクロス</li> <li>✓ フィルター用活性炭繊維、PA中空糸膜</li> <li>✓ 各種機能樹脂（環境配慮型等）</li> <li>✓ 繊維・フィルム・樹脂のリサイクルグレード</li> <li>✓ 生分解性等のバイオ関連素材</li> </ul>
<b>C</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 包装用ナイロンフィルム</li> <li>✓ 産業用ポリエステル資材 ～ スパンボンド、高強力糸等</li> <li>✓ 衛生材料用スパンレース不織布、短繊維</li> <li>✓ 産業用ガラスクロス（防災、不燃材等）</li> <li>✓ ガラスビーズ（道路用、工業用等）</li> <li>✓ ユニフォーム用衣料繊維</li> </ul>
<b>D</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 既存製品の汎用グレード、低採算品</li> <li>✓ 衣料繊維ドメインの不採算事業</li> </ul>

環境配慮型素材の展開および全社レベルで環境負荷低減活動を推進し、持続可能な社会の実現に積極的に貢献していく。



海外での生産体制を強化し、海外販売体制を確立する。そのための人材強化に取り組む。





品質保証体制の確立、リスクマネジメントの再構築、製造現場の強化を通じて社内風土・意識改革を図り、「モノづくりの原点回帰」を推進。

## 基本方針

## 主要施策

### 1. 品質保証体制の確立

- ✓ コンプライアンス体制の強化
  - 品質保証委員会の設置(社長が委員長)
  - 品質管理組織の見直し(独立化)
  - 品質管理監査の実施(2019年8月～開始)
  - 品質保証ガイドライン策定
  - 改ざん防止のためのシステム高度化促進
- ✓ 意識改革、教育
  - ユニチカグループ行動基準を見直し
  - 品質保証部門の能力向上

### 2. リスクマネジメントの再構築

- ✓ コンプライアンス委員会、リスクマネジメント委員会の見直し
- ✓ コーポレート統括部を新設。リスクマネジメント、品質保証、法務をそれまでの組織から分離し全社横串機能を強化

### 3. 製造現場の強化

- ✓ 生産現場強化に向けた本格投資

# 主要施策と増益効果

セグメント	事業	施策	増益効果
高分子	フィルム	包装用途向け高付加価値商品の拡販(環境配慮型素材含)	++
		工業用途向け高付加価値商品の拡販(精密機器用途等)	++
		海外向けバリアフィルムの拡販	+
	樹脂	用途拡大・海外展開強化による独自素材(「Uポリマー」、環境配慮型素材等)の拡販	+++
		顧客ニーズ(耐衝撃性、成形工程への対応等)に基づくポリエステル樹脂拡販強化	+
機能資材	ACF	空気浄化用フィルターの拡販による海外市場の開拓	+
	ガラス繊維	低誘電ガラスクロス等の高付加価値商品の拡販	++
	不織布	海外向け自動車部材、国内外生活資材用途向けの拡販	+
繊維	衣料繊維	ケミカルリサイクル繊維、高付加価値商品の商品開発・拡販	+

【増益効果】

+++ : 効果 大

++ : 効果 中

+ : 効果 小

(億円)

	2019年度 実績	2022年度 計画	増減
売上高	1,195	1,470	+275
営業利益	55	110	+55
経常利益	32	98	+66
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲22	71	+93
純資産	389	530	+141
有利子負債	996	933	▲63

計画前提  
(20~22年度)

為替 (円/ドル)	110
原油 (ドル/バレル)	65

(億円)

	17-19年度 実績(累計)	20-22年度 計画(累計)
設備投資	208	234 ※
減価償却費	152	182
研究開発費	104	111

※ 主な 成長投資	フィルム	高耐熱性ポリアミドフィルムの量産化設備投資
	不織布	спанレースの生産量増強投資

## ご注意

**本資料中の予想は、現時点における将来の経済環境予想等の仮定に基づいております。実際の業績は、今後の種々の要因によって異なる結果となる可能性があります。**