

ユニチカ株式会社  
**2023年3月期決算  
新中期経営計画  
説明会**

2023年 5月25日

- 1 2023年3月期 決算説明**
- 2 新中期経営計画「G-STEP 30 ~2nd」の説明**
- 3 補足資料**

**1**

# 2023年3月期 決算説明

## 2023年3月期 実績

- 第3四半期以降、市況の悪化に伴い販売では苦戦したが、価格改定と高付加価値品の販売伸長により、売上高は前期比で+32億円（+2.8%）の増収となった。しかしながら、価格改定を上回る原燃料価格高騰の影響を受け、営業利益は前期比で▲47億円（▲77.9%）の減益。
- 外貨建資産の評価益を中心に為替差益14億円を計上。シンジケートローン組成費用6億円を営業外費用に計上。経常利益、当期純利益は前年同期比で減益となった。

## 2024年3月期 業績予想

- 販売の回復、高付加価値品の拡販と原燃料価格高騰分の価格改定により、増収を見込む。
- 電気電子用途の需要回復は下期以降と見込んでいるが、食品包装用途、自動車用途については期初から徐々に需要が回復するものと予想する。
- 売上高は1,300億円（前期比+121億円）、営業利益は38億円（同+25億円）、当期純利益は9億円（同+8億円）を見込む。

## 売上高

**1,179億円** (前期 1,147億円 / 前期比 +32億円)

高付加価値品を中心に販売が伸長したことと、価格改定の効果により前期比+32億円の増収

## 営業利益

**13億円** (前期 60億円 / 前期比 ▲47億円)

原燃料価格の高止まりによる影響に加え、販売減の影響が大きく、価格改定の実施で一部補完したが、前期比▲47億円の減益。営業利益率は1.1% (前期比▲4.1%)

## 経常利益

**11億円** (前期 64億円 / 前期比 ▲53億円)

期初対比での円安による外貨建資産の評価益を中心に、為替差益14億円を計上。営業外費用として、シンジケートローン組成費用6億円を計上。

## 当期純利益

**1億円** (前期 22億円 / 前期比 ▲21億円)

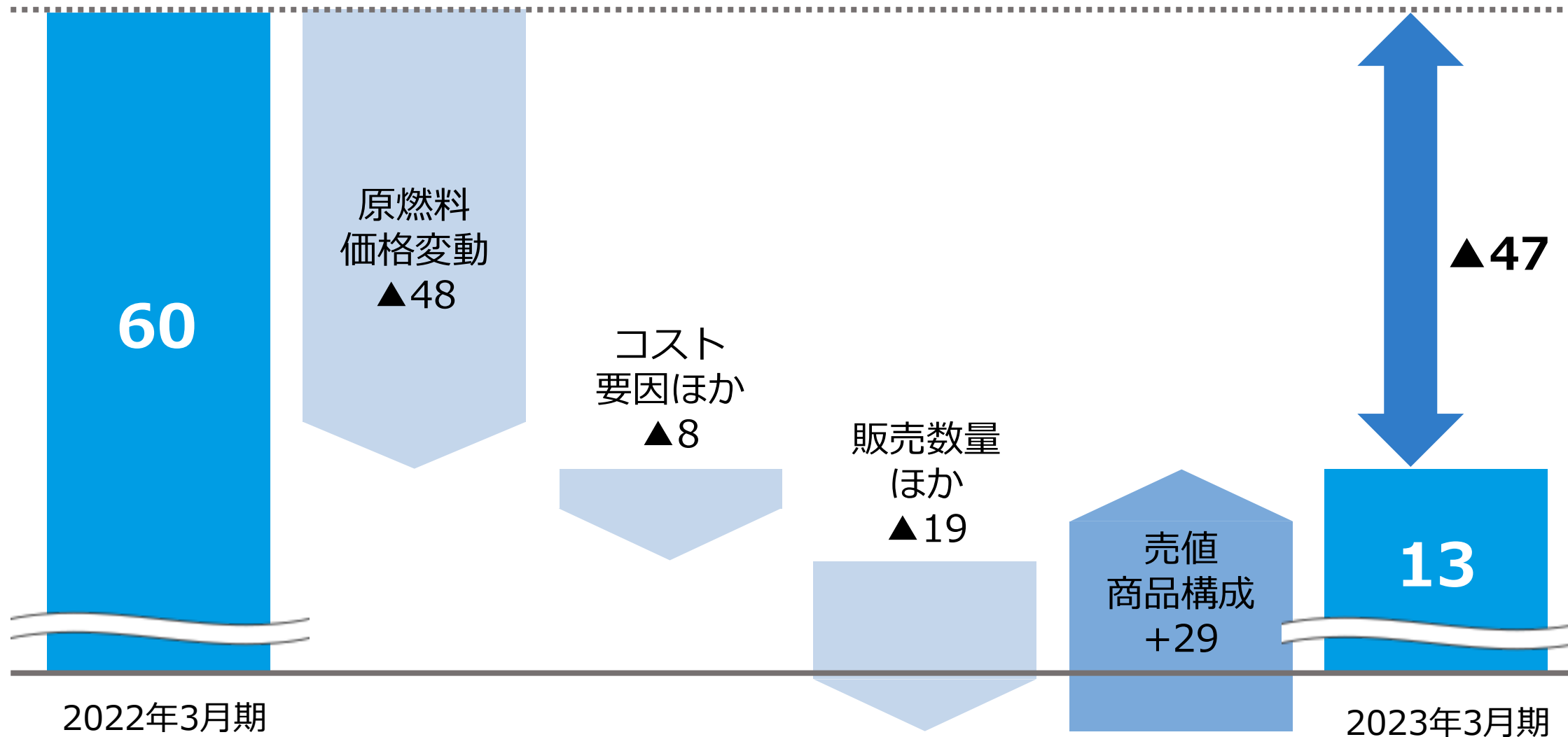
営業利益の減益が大きく、為替差益で一部カバーしたが、前期比▲21億円の最終減益。



| 連結合計<br>(単位：億円) | 2021年3月期<br>実績 | 2022年3月期<br>実績 | 2023年3月期<br>実績 | 前々期比      | 前期比       |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|-----------|-----------|
| 売上高             | 1,104          | 1,147          | 1,179          | +76       | +32       |
| 売上総利益           | 272            | 279            | 238            | ▲33       | ▲40       |
| 営業利益            | 60             | 60             | 13             | ▲47       | ▲47       |
| 営業利益率           | (5.5%)         | (5.2%)         | (1.1%)         | (▲4.4%pt) | (▲4.1%pt) |
| 経常利益            | 54             | 64             | 11             | ▲43       | ▲53       |
| 特別利益            | 46             | 7              | 7              | ▲39       | +0        |
| 特別損失            | 53             | 37             | 10             | ▲43       | ▲26       |
| 当期純利益           | 39             | 22             | 1              | ▲38       | ▲21       |
| 減価償却費*          | 45             | 47             | 47             | +2        | +1        |
| 設備投資*           | 74             | 76             | 76             | +3        | +0        |

\* 減価償却費、設備投資額は無形固定資産分を含まない

金額単位：億円



| (金額単位：億円)       | 2022年<br>3月末 | 2023年<br>3月末 | 前期末比<br>増減 |
|-----------------|--------------|--------------|------------|
| 資産合計            | 1,914        | 1,900        | ▲14        |
| 流動資産            | 809          | 748          | ▲61        |
| 固定資産            | 1,105        | 1,152        | +47        |
| 負債合計            | 1,483        | 1,461        | ▲22        |
| 純資産合計           | 431          | 439          | +8         |
| 株主資本            | 399          | 390          | ▲10        |
| その他の<br>包括利益累計額 | 14           | 31           | +18        |
| 非支配株主持分         | 18           | 18           | +0         |

| (金額単位：<br>億円) | 2022年<br>3月期実績 | 2023年<br>3月期実績 | 前期比<br>増減 |
|---------------|----------------|----------------|-----------|
| 営業活動CF        | 87             | 5              | ▲82       |
| 投資活動CF        | ▲90            | ▲81            | +9        |
| 財務活動CF        | ▲42            | ▲17            | +26       |

| (金額単位：<br>億円)  | 2022年<br>3月末 | 2023年<br>3月末 | 増減  |
|----------------|--------------|--------------|-----|
| 現金・現金<br>同等物残高 | 184          | 96           | ▲88 |

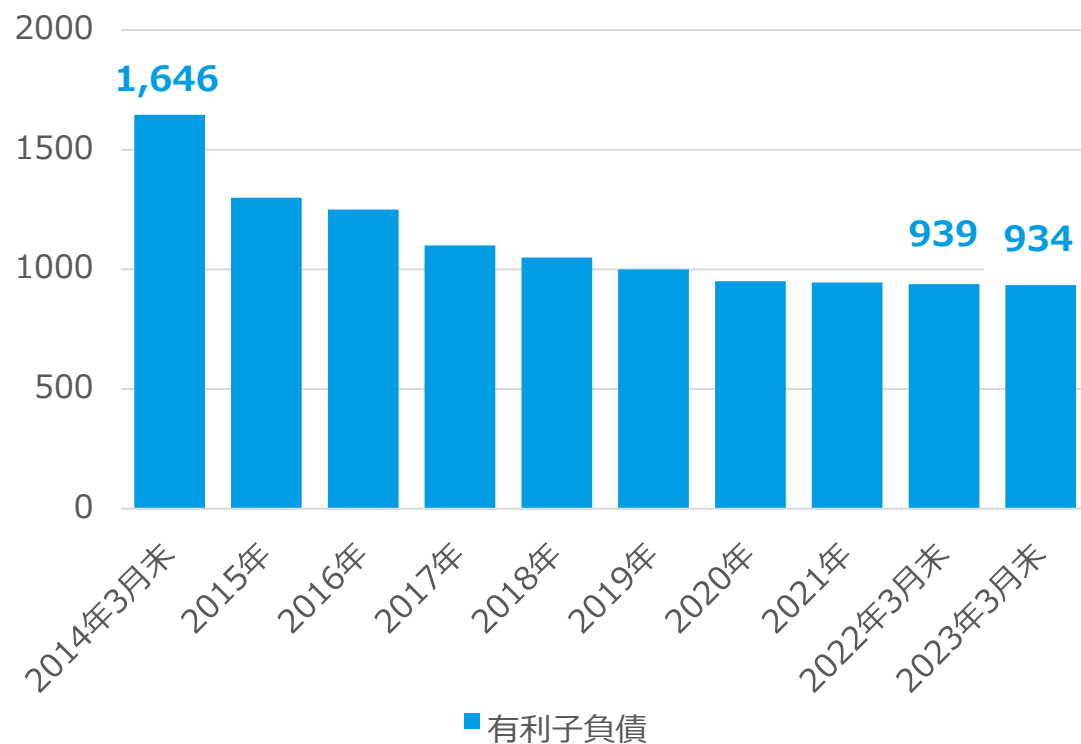
棚卸資産の増加を主因とした運転資金増加により、  
営業CFは5億円となりFCFは△76億円とマイナス。



## 有利子負債の推移

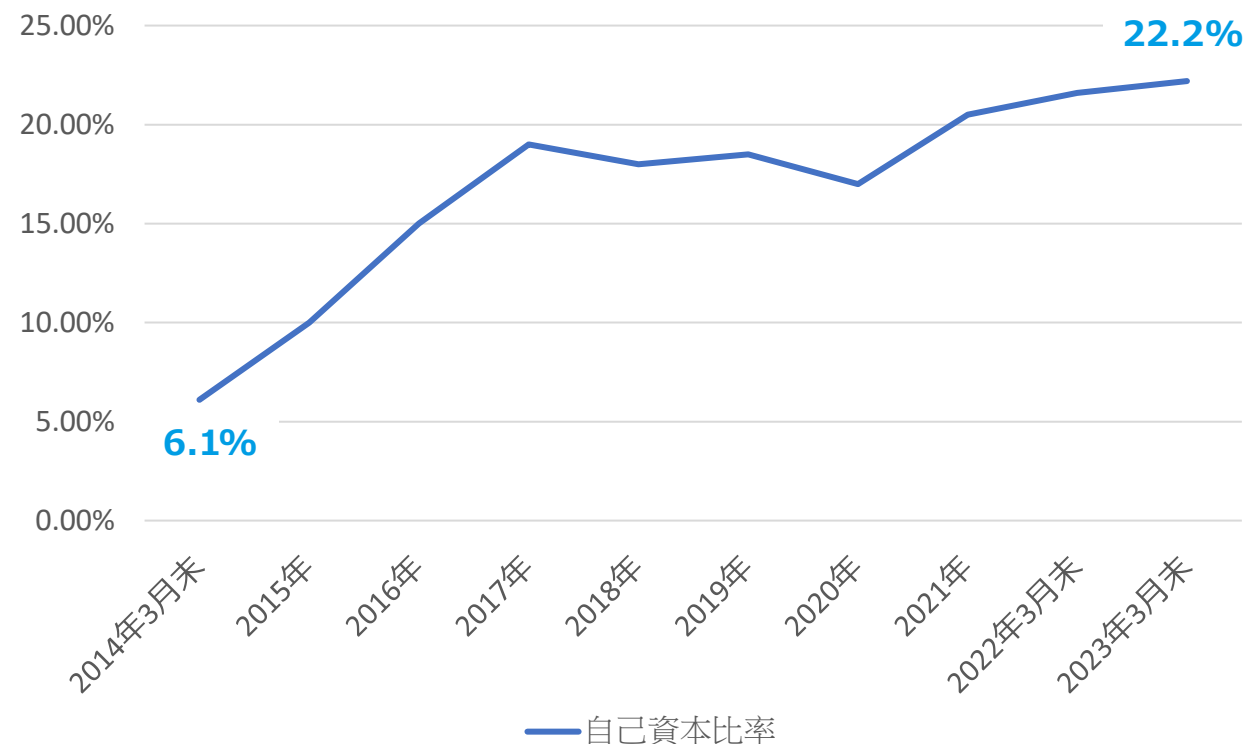
2023年3月末は934億円となり、着実に削減は進んでいる。

現預金を差し引いたネット有利子負債は829億円



## 自己資本比率の推移

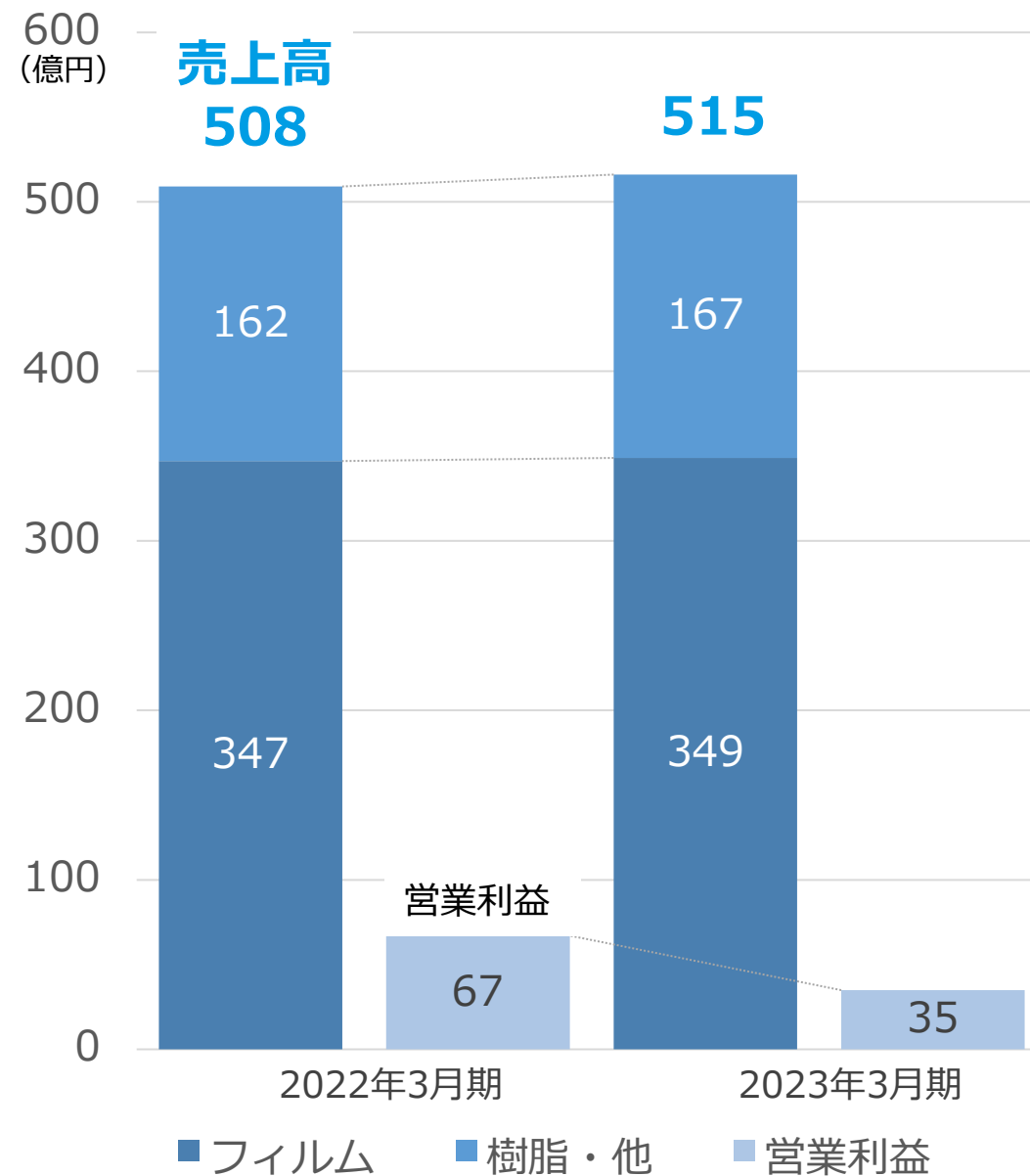
2023年3月末は2022年3月末と比較して0.6ポイント増加し、22.2%となった



| セグメント別<br>(金額単位：億円) | 2022年3月期 | 2023年3月期 | 前期比増減 |        |
|---------------------|----------|----------|-------|--------|
|                     |          |          | 金額    | 率      |
| 売上高                 | 1,147    | 1,179    | +32   | +2.8%  |
| 高分子事業               | 508      | 515      | +7    | +1.4%  |
| 機能資材事業              | 344      | 344      | +0    | +0.1%  |
| 繊維事業                | 294      | 319      | +25   | +8.4%  |
| その他                 | 1        | 1        | +0    | +18.1% |
| 営業利益                | 60       | 13       | ▲47   | ▲77.9% |
| 高分子事業               | 67       | 35       | ▲32   | ▲47.7% |
| 機能資材事業              | 0        | ▲5       | ▲6    | -      |
| 繊維事業                | ▲6       | ▲15      | ▲9    | -      |
| その他                 | ▲1       | ▲1       | ▲0    | -      |

金額単位：億円

|      | 2022年<br>3月期 | 2023年<br>3月期 | 増減  |
|------|--------------|--------------|-----|
| 売上高  | 508          | 515          | +7  |
| フィルム | 347          | 349          | +2  |
| 樹脂・他 | 162          | 167          | +5  |
| 営業利益 | 67           | 35           | ▲32 |



## 原燃料価格高騰に加え、下期の販売落ち込みが響き減益

### フィルム 包装分野

原燃料の高騰に対し、価格改定を実施するも、改定幅を原燃料高騰が上回り、営業利益にマイナス影響。  
ナイロン、ポリエステルとも下期に需給が緩和。サプライチェーン内での在庫調整の影響により販売数量が減少した。

### 工業分野

上期好調であった半導体関連用途の市況が下期に入り悪化。需要が急減し販売が落ち込んだ。  
ユニアミドは電子部品用途の販売が不調であった。

### 樹脂

#### エンジニアリングプラスチック

自動車減産による部品需要減と、中国ロックダウンによるユーザー工場稼働減の影響を受けた。

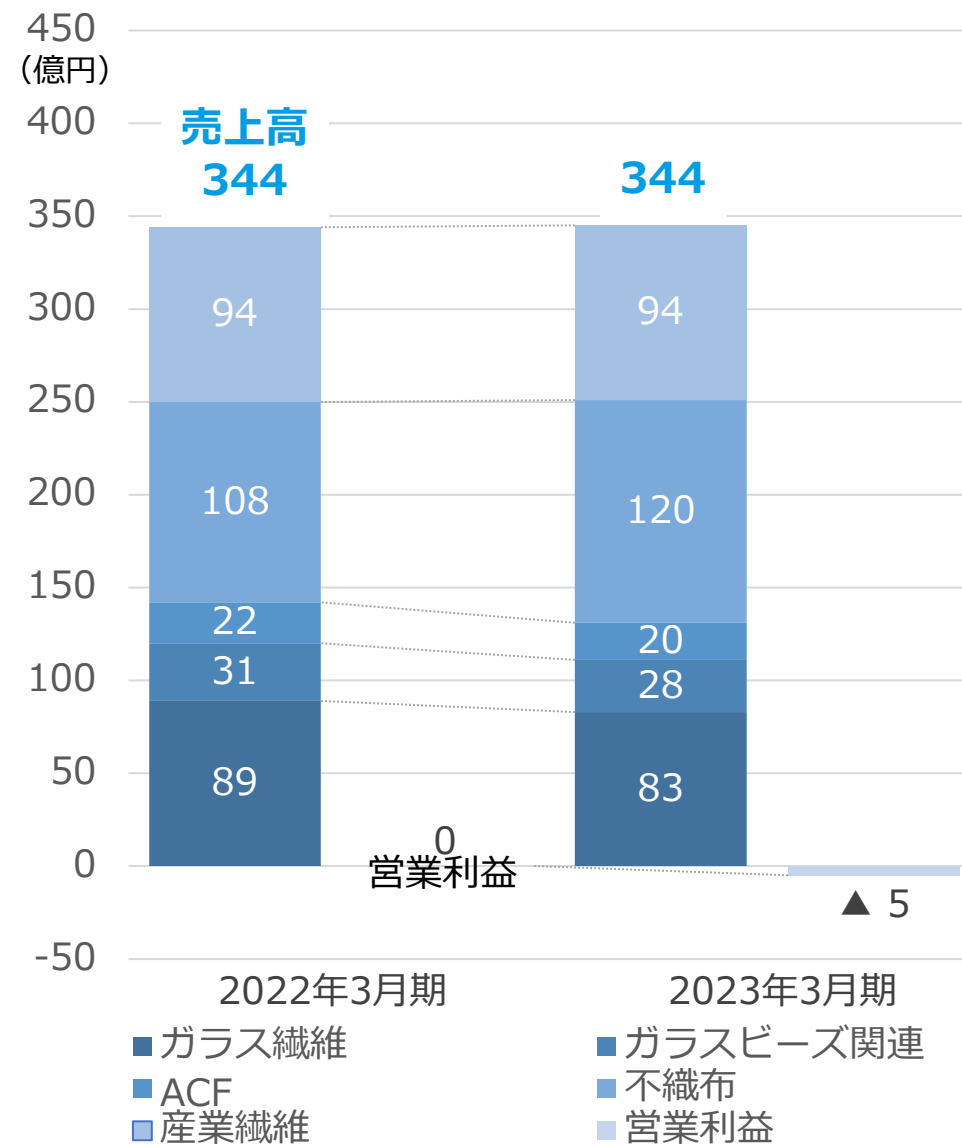
#### 機能樹脂

下期に電気電子用途の販売が減少した。



金額単位：億円

|                | 2022年<br>3月期 | 2023年<br>3月期 | 増減  |
|----------------|--------------|--------------|-----|
| 売上高            | 344          | 344          | +0  |
| ガラス繊維          | 89           | 83           | ▲6  |
| ガラスビーズ<br>関連   | 31           | 28           | ▲3  |
| 活性炭繊維<br>(ACF) | 22           | 20           | ▲2  |
| 不織布            | 108          | 120          | +11 |
| 産業繊維           | 94           | 94           | +0  |
| 営業利益           | 0            | ▲5           | ▲5  |



## ガラス繊維事業をはじめとして、電気電子用途の販売が減少。

### ガラス繊維

#### 産業資材分野

テント、シート等の建築用途の販売が堅調。原燃料価格高騰に対応し価格改定を実施。

#### 電子材料分野

上期の販売状況は好調で、超薄クロス、低熱膨張クロス等の高付加価値品の販売が伸長したが、下期に入り市況が急激に悪化し販売が急減した。

### ガラス ビーズ関連

道路用途は工事件数減少の影響、反射材用途は欧州の市況悪化の影響を受けた。原燃料、とりわけ加工にかかわる燃料費高騰の影響が大きく、価格改定ではカバーしきれなかった。

### 活性炭繊維 (ACF)

浄水器用途においてはサプライチェーン内での在庫調整の影響で販売が減少。電気電子用途は、ユーザーの工場稼働減の影響で販売減。





## 不織布は需要回復と価格改定で増収。産業繊維は短繊維の販売で苦戦。 原燃料高騰の影響が大きく、価格改定を上回り利益にマイナス影響

### 不織布

産業資材や建築土木用途は需要が緩やかに回復。  
海上物流が正常化に向かいつつある中で海外での販売も回復傾向。  
生活資材用途の販売は低調であった。  
価格改定が増収に寄与したが、原燃料高のマイナス影響が上回った。

### 産業繊維

国内の建築、土木用途は堅調であったが、一部のフィルター用途や水産用途  
など産業資材の販売が減少した。  
海外向けは欧州の景気減退の影響を受けた。



金額単位：億円

|        | 2022年<br>3月期 | 2023年<br>3月期 | 増減  |
|--------|--------------|--------------|-----|
| 売上高    | 294          | 319          | +25 |
| 衣料繊維・他 | 294          | 319          | +25 |
| 営業利益   | ▲6           | ▲15          | ▲9  |

衣料分野で緩やかに回復も、サプライチェーン各過程のコストアップが大きく、大幅な減益。

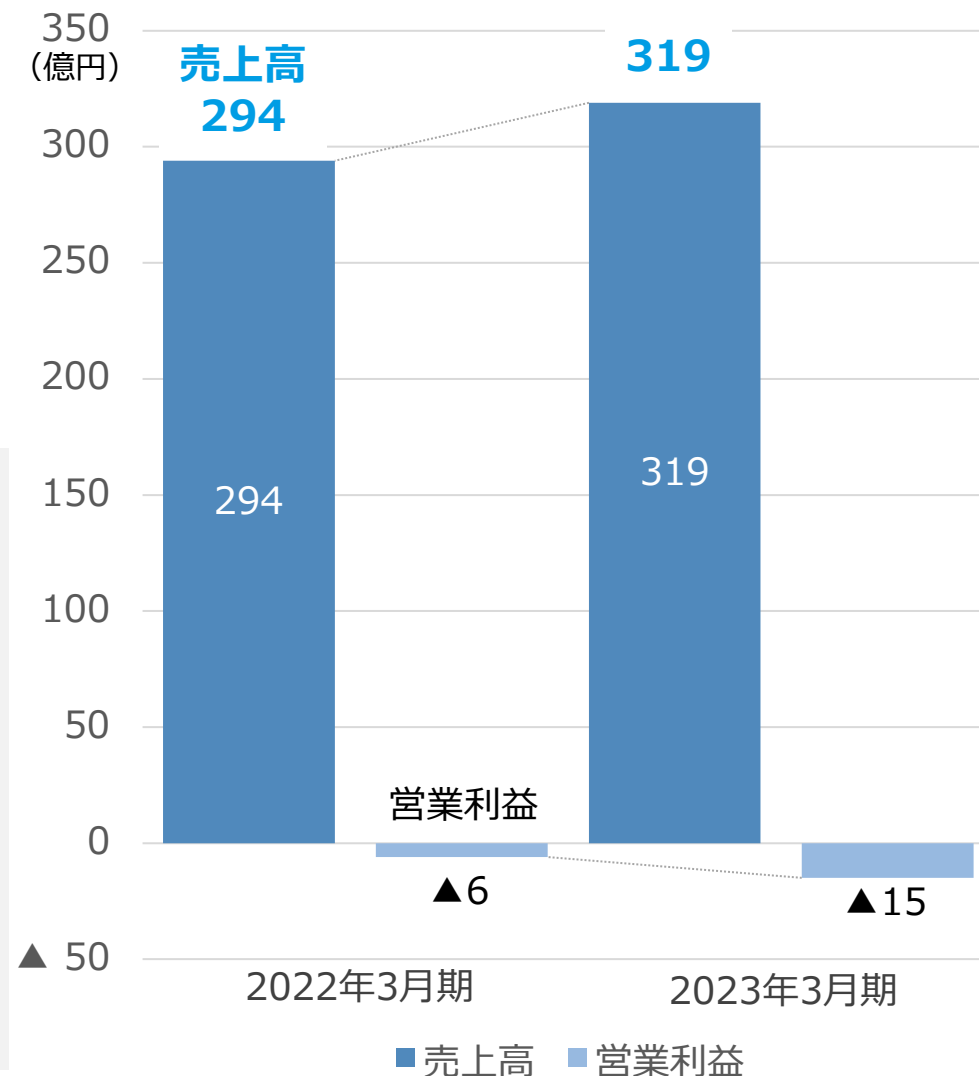
### 衣料繊維・他

ユニフォーム、レディス衣料の販売は回復。

価格改定の効果もあり売上高は増収。

輸入コストを始め、サプライチェーン各過程でコストが大幅に上昇。

価格改定では補いきれず、営業赤字が拡大した。



| (金額単位：億円)           | 2023年<br>3月期実績 | 2024年<br>3月期予想 | 前期比増減 |
|---------------------|----------------|----------------|-------|
| 売上高                 | 1,179          | 1,300          | +121  |
| 営業利益                | 13             | 38             | +25   |
| 経常利益                | 11             | 24             | +13   |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 1              | 9              | +8    |

| (金額単位：億円) | 売上高            |                |      | 営業利益           |                |     |
|-----------|----------------|----------------|------|----------------|----------------|-----|
|           | 2023年<br>3月期実績 | 2024年<br>3月期予想 | 増減   | 2023年<br>3月期実績 | 2024年<br>3月期予想 | 増減  |
| 高分子       | 515            | 578            | +63  | 35             | 50             | +15 |
| 機能資材      | 344            | 370            | +26  | ▲5             | ▲5             | +0  |
| 繊維        | 319            | 351            | +32  | ▲15            | ▲6             | +9  |
| その他       | 1              | 1              | +0   | ▲1             | ▲1             | ▲0  |
| 合計        | 1,179          | 1,300          | +121 | 13             | 38             | +25 |

## 高分子

原燃料は高止まりが続く見通し。さらなる価格改定で収益の回復を目指す。  
国内ではエンブレムHGなどの高付加価値品を、海外ではインドネシアで増設したナイロンフィルムのグローバル展開を加速し増収増益を見込む。

## 機能資材

電気電子用途の需要回復は下期に本格化すると予測。採算が悪化している製品を中心に、引き続き価格改定に取り組む。需要回復をタイムリーにとらえ、販売の回復に結びつけて増収を見込むが、営業利益は横ばいとなる見通し。

## 繊維

コストアップに対し不足している価格改定を行い採算を改善する。  
不採算事業の見直し、構造改善を実行し、コストを削減する。  
グローバル展開の加速、他社アライアンスの継続で販売を伸ばし、全体で増収、赤字縮小を見込む。





ユニチカ株式会社

2023年度～2025年度

中期経営計画

G-STEP30 **2nd**

2023年5月25日



# 前中期経営計画の振り返り

## 結果

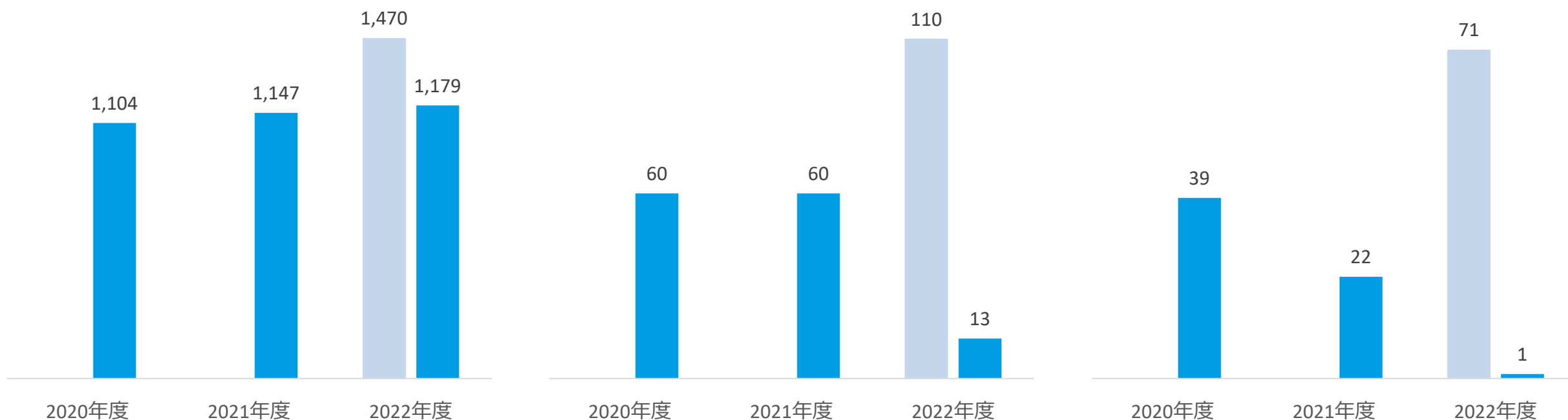
- › 売上高は2021、2022年度と2期続けて増収であったが、計画には届かなかった。
- › 営業利益はコロナ禍においても一定の水準を維持してきたが、2022年度は原燃料高に加え販売が落ち込み、大幅減益という結果であった。
- › 当期純利益は、2021年度は固定資産の減損、2022年度は営業利益の減少により中期計画から大幅に乖離した。

■ 計画 ■ 実績

### 連結売上高

### 連結営業利益

### 連結当期純利益



|    | (単位：億円) | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | 2022年度<br>中期計画 |
|----|---------|--------|--------|--------|----------------|
| PL | 売上高     | 1,104  | 1,147  | 1,179  | 1,470          |
|    | 売上総利益   | 272    | 279    | 238    | —              |
|    | 営業利益    | 60     | 60     | 13     | 110            |
|    | 営業利益率   | 5.5%   | 5.2%   | 1.1%   | 7.5%           |
|    | 経常利益    | 54     | 64     | 11     | 98             |
|    | 当期純利益   | 39     | 22     | 1      | 71             |
| CF | 営業活動CF  | 149    | 87     | 5      | —              |
|    | 投資活動CF  | ▲62    | ▲90    | ▲81    | —              |
|    | FCF     | 87     | ▲3     | ▲76    | —              |
|    | 財務活動CF  | ▲41    | ▲42    | ▲17    | —              |
| BS | 現預金残高   | 234    | 190    | 105    | —              |
|    | 有利子負債   | 968    | 939    | 934    | 933            |
|    | 純資産     | 412    | 431    | 439    | 530            |

## 売上高

価格改定の効果と、高付加価値品を中心に販売が伸長したことで増収

## 営業利益

原燃料価格の上昇と販売数量の減少により大幅減益、コストアップを価格改定では補いきれなかった。

## 経常利益

円安による外貨建資産の評価益はあったものの営業利益の落ち込みにより大幅減

## 当期純利益

営業利益・経常利益の減益が響き、大幅な減益。

## 営業活動CF

営業減益と運転資金の増加に伴い悪化。

## 現預金残高・有利子負債

FCFの悪化により現預金が減少。有利子負債はほぼ計画通り削減。

## 重点方針

## 評価

○達成  
△未達成（次期課題）

### Growth

#### 強固な事業ポートフォリオの構築

- ・ 基盤強化  
（高付加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）

- 食品包装、電子材料、浄水器などの分野で高付加価値商品が伸長
- 環境配慮型食品包装フィルムの販売伸長。

△ 衣料繊維事業、産業繊維事業等で採算が悪化。事業ポートフォリオの再構築が必要

### Global

#### グローバル化の推進

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

- ユニチカヨーロッパの設立  
タイ子会社でのフィルム販売体制整備

△ エンブレムアジア(インドネシア) 増強は大幅に遅延。域内需要減により収益悪化

△ グローバル人材の育成は、コロナ禍で計画通り進められず

### Governance

#### 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

- 品質保証システム導入による一定の成果あり
- リスク洗い出しとリスクマップ作成

△ 製造現場の強化（技術伝承、人材の育成）には課題が残った

△ 老朽化設備の更新等、事業継続リスクへの対応が必要

# 新中期経営計画

# 長期ビジョンの目指す姿 『選ばれ続ける企業』の実現を目指す。

選ばれ続ける  
企業

## 『G-STEP 30 1st』 FY 2020～2022

- 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

## 新中期経営計画 『G-STEP 30 2nd』 FY 2023～2025

- 事業強化へのシフトチェンジ
- ・ 事業ポートフォリオの再構築
- ・ グローバル化の推進
- ・ 事業基盤の整備

## 『G-STEP 30 3rd』 FY 2026～2028

- 成長サイクルの定着
- ・ 安定成長軌道の実現
- ・ 債務体制健全化
- ・ 企業価値の向上

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

2022年

2025年

2030年

持続的な社会実現への貢献



|                                    | 基本方針                   | 主要施策   |
|------------------------------------|------------------------|--|
| <b>Growth</b><br>事業ポートフォリオ<br>の再構築 | <u>不採算事業への抜本的対策</u>    | コスト削減及び価格転嫁の徹底<br>不採算事業の見極め  |
|                                    | <u>成長戦略の推進</u>         | ナイロンフィルム事業の強化<br>↳エンブレムHG他ガスバリア製品ラインナップ<br>サステナブル製品の開発・推進<br>↳エンブレムCE、XecoT、中空糸膜   |
|                                    | <u>高機能製品の拡販</u>        | 高付加価値品の拡販<br>ユニアミド、特殊ガラスクロス  |
| <b>Global</b><br>グローバル化<br>の推進     | <u>グローバルの生産・販売体制整備</u> | エンブレムアジア（インドネシア）・タスコ（タイ）<br>↳アジア・欧米を中心とした域内外拡販   |
|                                    | <u>グローバル人材の育成・強化</u>   | ユニチカヨーロッパ（欧州）<br>↳欧州域での当社製品拡販  |
| <b>Governance</b><br>事業基盤の整備       | <u>組織風土改革、人材育成</u>     | オープンな組織風土の醸成<br>次世代経営層育成への注力<br>ダイバーシティ経営 - 中核人材の育成、女性活躍推進   |
|                                    | <u>技術伝承、事業所整備</u>      | ものづくりへの原点回帰・製造現場強化<br>↳選抜型教育による生産現場リーダーの育成<br>↳DX推進、生産管理システムデータ活用<br>安心・安全な職場環境づくり<br>↳健康経営の実践<br>↳リスク管理の一環とした事業所整備（老朽化対策） |

|      |                     |   |
|------|---------------------|---|
| 経営方針 | <b>経営理念</b>         | 暮らしと技術を結ぶことによって、社会に貢献する                                   |
|      | <b>グループのミッション</b>   | 3つの暮らし※のアプローチでSDGsに貢献 ※「安心で安全な暮らし」「便利で快適な暮らし」「環境と共生する暮らし」 |
|      | <b>目指す姿（長期ビジョン）</b> | 「お客様から選ばれ続ける企業」を目指し、持続的な社会実現への貢献                          |
|      | <b>サステナビリティ方針</b>   | 事業活動を通じて暮らしと技術を結び、サステナブルな社会の実現に貢献                         |

## ステークホルダーへの価値提供

|                       |                          |                             |  |  |                                       |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|--|--|---------------------------------------|
| ステークホルダー<br>／<br>価値提供 | <b>地球・環境</b><br>事業と環境の共生 | <b>株主・投資家</b><br>持続的な企業価値向上 | <b>エンドユーザー</b><br>安全で安心な暮らし<br>便利で快適な暮らし<br>環境と共生する暮らし | <b>取引先</b><br>持続的な事業協創<br>(共存共栄パートナーシップ) | <b>従業員</b><br>やりがい・成長実感<br>安心・安全な職場環境 |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|--|--|---------------------------------------|

|                    |                                |                            |                              |
|--------------------|--------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| 中期<br>経営計画<br>基本方針 | <b>Growth</b><br>事業ポートフォリオの再構築 | <b>Global</b><br>グローバル化の推進 | <b>Governance</b><br>事業基盤の整備 |
|--------------------|--------------------------------|----------------------------|------------------------------|

## サステナビリティプランの実行（Prosperity, Planet, People）

|                          | 優先課題               | 指標                    | 2021年度        | 2025年度        | 2030年度        |
|--------------------------|--------------------|-----------------------|---------------|---------------|---------------|
| Prosperity<br>豊かさ・<br>繁栄 | 1. 安全で安心な「暮らし」の実現  | 3つの暮らしに貢献<br>する素材の売上高 | 1.0倍(2019年度比) | 1.6倍(2019年度比) | 2.6倍(2019年度比) |
|                          | 2. 便利で快適な「暮らし」の実現  |                       |               |               |               |
|                          | 3. 環境と共生する「暮らし」の実現 |                       |               |               |               |
| Planet<br>地球環境           | 4. 環境と共生する企業活動の推進  | CO2排出量                | 21%減(2013年度比) | 24%減(2013年度比) | 46%減(2013年度比) |
|                          |                    | 産業廃棄物場外処理量            | 6%減(2019年度比)  | 8%減(2019年度比)  | 10%減(2019年度比) |

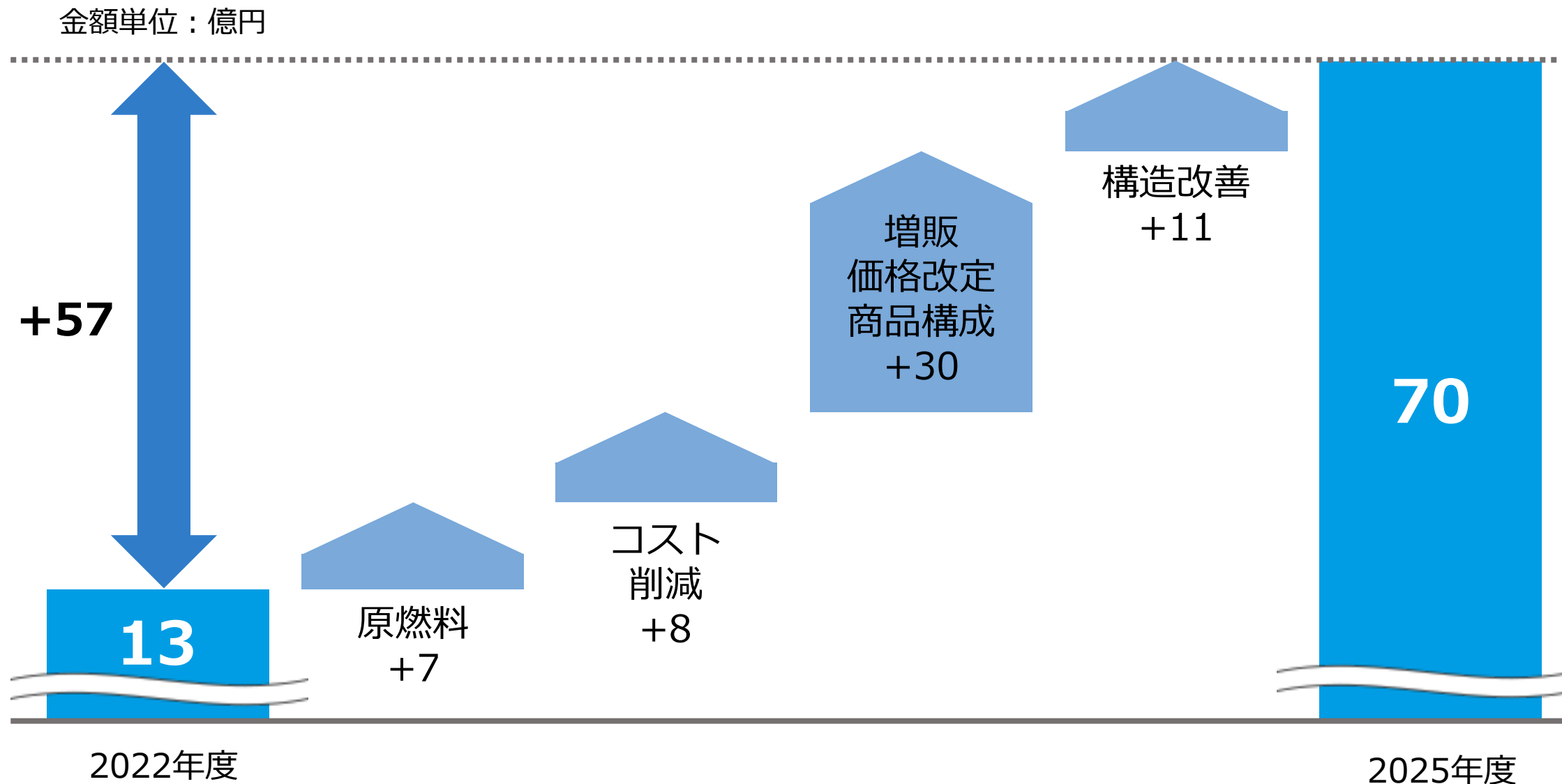
|                | 優先課題                 | 指標                              | 2021年度実績          | 2025年度計画          | 2030年度目標          |
|----------------|----------------------|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| People<br>人間生活 | 5. 人権の尊重             | 人権関連教育の実施率<br>(海外含む全グループ)       | 39%               | 20%<br>(5年累計100%) | 20%<br>(5年累計100%) |
|                | 6. 働きがいのある会社づくり      | 休業災害発生件数<br>(国内全グループ)           | 1件                | 0件                | 0件                |
|                |                      | 健康経営優良法人認定<br>(ユニチカ及び一部グループ会社※) | -                 | 認定                | ホワイト500           |
|                | 7. ダイバーシティの推進        | 女性管理職比率<br>(海外を含む全グループ)         | 5.9%              | 8%                | 20%               |
|                |                      | 総合職本社新卒採用<br>女性比率 (ユニチカ)        | 16%               | 30%               | 30%               |
|                |                      | 男性の育休取得率<br>(国内全グループ)           | 31%※              | 50%               | 50%               |
|                |                      | 中核人材プールの<br>年次レビュー実施率           | -                 | 100%              | 100%              |
|                | 8. サプライチェーンマネジメントの強化 | CSR調達アンケート<br>回答率 (主要取引先)       | 87%<br>(2022年度実績) | 80%               | 80%               |

※ユニチカ(株)、日本エステル(株)、ユニチカトレーディング(株)、ユニチカテキスタイル株、ユニチカグラスファイバー(株)、ユニチカガーメンテック株の6社

| (単位：億円)         | 実績<br>2022年度 | 中期計画<br>2025年度 | 差異             | 長期ビジョン<br>2030年度 |
|-----------------|--------------|----------------|----------------|------------------|
| 売上高             | 1,179        | 1,500          | +321           | 2,000            |
| 営業利益<br>(営業利益率) | 13<br>1.1%   | 70<br>4.7%     | +57<br>+3.6%pt | 200<br>10.0%     |
| 経常利益            | 11           | 50             | +39            |                  |
| 当期純利益           | 1            | 20             | +19            |                  |
| 自己資本比率          | 22.2%        | 23%            |                | 30%              |
| ROE*            | 0.3%         | 5%以上           |                |                  |
| ROIC*           | 0.8%         | 4%以上           |                |                  |
| 海外売上比率          | 23%          | 25%            |                | 35%              |

| (単位：億円) | 実績<br>2023年3月 | 中期計画<br>2026年3月 | 差異  |
|---------|---------------|-----------------|-----|
| 純資産     | 439           | 486             | +47 |
| 有利子負債   | 934           | 903             | ▲31 |

| (単位：億円) | 実績<br>20-22年累計 | 中期計画<br>23-25年累計 | 差異  |
|---------|----------------|------------------|-----|
| 設備投資    | 224            | 200              | ▲24 |
| 減価償却費   | 157            | 224              | +67 |
| 研究開発費   | 110            | 110              | +0  |



| (億円)      | 売上高          |                |             | 営業利益         |                |            |
|-----------|--------------|----------------|-------------|--------------|----------------|------------|
|           | 実績<br>2022年度 | 中期計画<br>2025年度 | 差異          | 実績<br>2022年度 | 中期計画<br>2025年度 | 差異         |
| 高分子       | 515          | 670            | +155        | 35           | 53             | +18        |
| 機能資材      | 344          | 460            | +116        | ▲5           | 14             | +19        |
| 繊維        | 319          | 370            | +51         | ▲15          | 3              | +18        |
| その他       | 1            | 0              | ▲1          | ▲1           | 0              | +1         |
| <b>合計</b> | <b>1,179</b> | <b>1,500</b>   | <b>+321</b> | <b>13</b>    | <b>70</b>      | <b>+57</b> |

## 重点施策

### 高付加価値品、サステナブル製品の販売拡大

- －エンブレムHGを頂点とする、独自の幅広いガスバリア製品群の販売拡大
- －高耐熱ポリアミドフィルム「ユニアミド」のラインナップ拡充と新用途への販売
- －「Uポリマー」「XecoT（ゼコット）」を始めとする高機能樹脂の展開
- －ケミカルリサイクルフィルム、リサイクル樹脂の生産と販売の拡大

### グローバル化の推進

- －インドネシア新機台での増産、グローバル販売体制強化
- －インドネシアでの高機能製品の生産とグローバル供給体制の確立

| 高分子   | (億円) | 2022年度実績 | 2025年度中期計画 | 増減     |
|-------|------|----------|------------|--------|
|       |      | 売上高      | 515        | 670    |
| 営業利益  |      | 35       | 53         | +18    |
| 営業利益率 |      | 6.8%     | 7.9%       | +1.8pp |



## 重点施策

### 差別化製品のさらなる高付加価値化と拡販

- －高性能フィルター
- －特殊ガラスクロス
- －中空糸膜

### グローバル展開促進

- －浄水用活性炭繊維製品、タスコ不織布製品のグローバル展開

### 構造改善による採算性向上

- －ポリエステル繊維の生産効率化、コストダウン

| 機能資材<br>(億円) | 2022年度実績 | 2025年度中期計画 | 増減     |
|--------------|----------|------------|--------|
|              | 売上高      | 344        | 460    |
| 営業利益         | ▲5       | 14         | +19    |
| 営業利益率        | ▲1.5%    | 3.0%       | +4.5pp |

## 重点施策

### 不採算事業への抜本的対策

- －コスト削減と価格転嫁の実施
- －不採算事業の構造改善

### サステナブル素材・機能性素材の開発、販売促進

### グローバル生産体制・サプライチェーンの強化と二次製品ビジネスの拡大

| 繊維    | (億円) | 2022年度実績 | 2025年度中期計画 | 増減     |
|-------|------|----------|------------|--------|
|       |      | 売上高      | 319        | 370    |
| 営業利益  |      | ▲15      | 3          | +18    |
| 営業利益率 |      | ▲4.7%    | 0.8%       | +5.5pp |

## ご注意

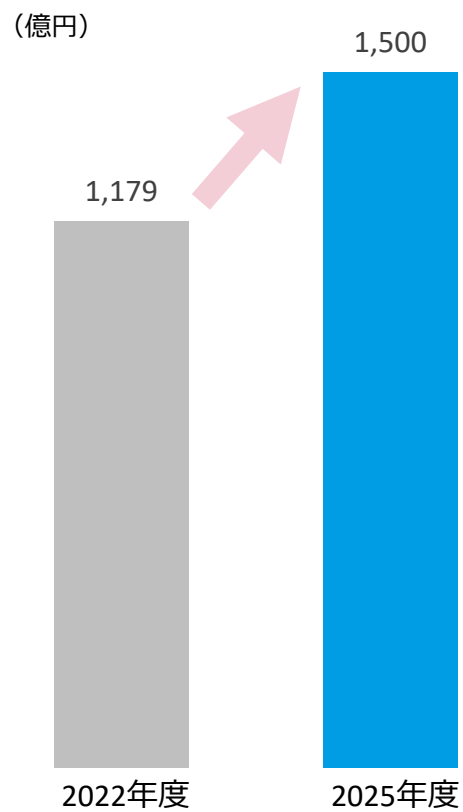
**本資料中の見通しや目標等、将来に関する記載事項は、  
本資料作成時点において  
入手可能な情報に基づいて作成したものであり、  
実際の業績等は、今後の種々の要因によって、  
本資料の記載事項と異なる場合がありますことをご了承ください。**

## 3 補足資料

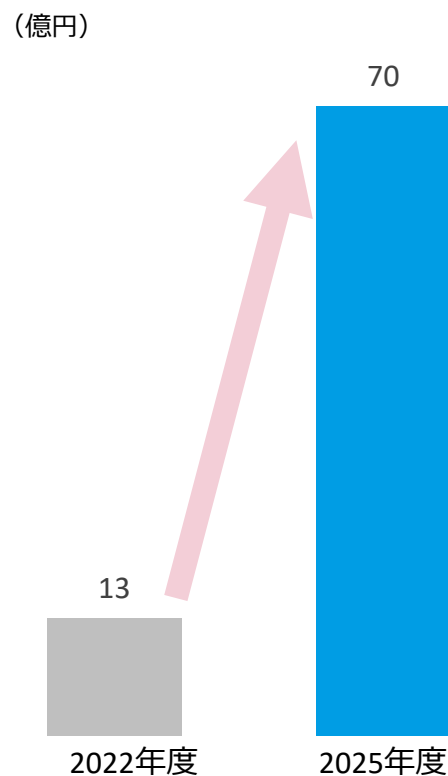
| (金額単位：億円)   | 2021年度     |            |            |            | 2022年度     |            |            |            |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|             | 1Q         | 2Q         | 3Q         | 4Q         | 1Q         | 2Q         | 3Q         | 4Q         |
| <b>高分子</b>  | <b>125</b> | <b>126</b> | <b>127</b> | <b>130</b> | <b>131</b> | <b>129</b> | <b>128</b> | <b>127</b> |
| フィルム        | 86         | 86         | 86         | 88         | 90         | 89         | 82         | 87         |
| 樹脂・他        | 39         | 40         | 41         | 42         | 41         | 41         | 45         | 40         |
| <b>機能資材</b> | <b>84</b>  | <b>84</b>  | <b>87</b>  | <b>89</b>  | <b>89</b>  | <b>88</b>  | <b>84</b>  | <b>82</b>  |
| 活性炭繊維（ACF）  | 5          | 6          | 6          | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          |
| ガラス繊維       | 20         | 21         | 21         | 22         | 24         | 22         | 19         | 18         |
| ガラスビーズ関連    | 7          | 7          | 8          | 8          | 7          | 7          | 7          | 6          |
| 不織布         | 28         | 27         | 28         | 31         | 30         | 31         | 29         | 29         |
| 産業繊維        | 24         | 24         | 24         | 23         | 23         | 23         | 24         | 24         |
| <b>繊維</b>   | <b>71</b>  | <b>64</b>  | <b>71</b>  | <b>89</b>  | <b>76</b>  | <b>77</b>  | <b>78</b>  | <b>88</b>  |
| 衣料繊維・他      | 71         | 64         | 71         | 89         | 76         | 77         | 78         | 88         |
| <b>合計</b>   | <b>281</b> | <b>274</b> | <b>285</b> | <b>307</b> | <b>296</b> | <b>295</b> | <b>291</b> | <b>298</b> |

■ 実績 ■ 中期計画

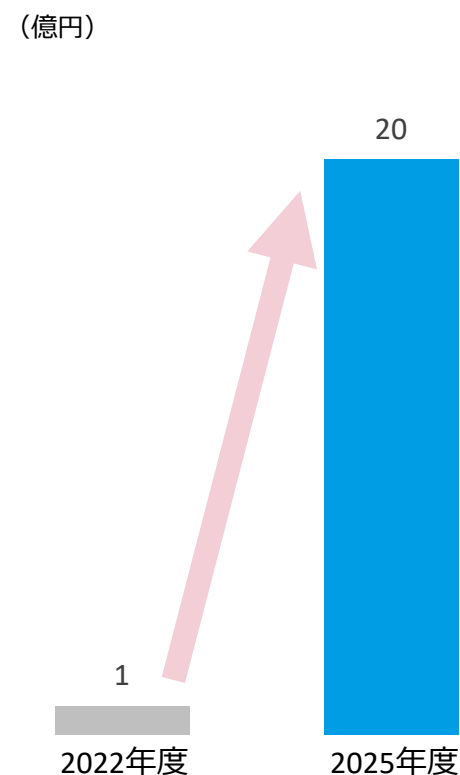
## 連結売上高



## 連結営業利益



## 連結当期純利益



計画前提  
(2023~2025年度)

為替  
(円/ドル)  
139

原油  
(ドル/バレル)  
78

Prosperity  
豊かさ・繁栄

1. 安全で安心な「暮らし」の実現
2. 便利で快適な「暮らし」の実現
3. 環境と共生する「暮らし」の実現

2025年度目標値・・・2019年度対比 1.6倍



## ハイバリアナイロンフィルム エンブレムHG

食品の劣化を抑制し、食の安全・安心を支える。長期保存を可能にすることで、フードロスの低減にも貢献。



## ガラス繊維 ICクロス

高性能な電子機器に使用される回路基板の材料であるガラスクロス。極薄化や寸法安定性などの機能を通じ、便利で快適な暮らしに貢献。



## ナイロン中空糸膜 WINSEP

耐溶剤性に優れたナイロン中空糸膜のフィルターで、蒸留工程を経ずに廃溶剤の再生を実現。大幅な省エネ化と溶剤再利用の二つの側面で環境負荷低減に貢献。





|                | 優先課題                       | 指標             | 具体的施策                                   | 2025年度<br>目標    |
|----------------|----------------------------|----------------|---|-----------------|
| Planet<br>地球環境 | <u>環境と共生する<br/>企業活動の推進</u> | CO2排出量         | 省エネ活動、低排出量装置への転換<br>再生可能エネルギー、クレジット導入検討 | 2013年対比<br>24%減 |
|                |                            | 産業廃棄物<br>場外処理量 | 廃棄物削減用設備導入<br>産業廃棄物のリサイクル強化             | 2019年対比<br>8%減  |

|                       | 優先課題                  | 指標                              | 具体的施策                         | 2025年度目標          |
|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| <b>People</b><br>人間生活 | 人権の尊重                 | 人権関連教育の実施率<br>(海外含む全グループ)       | 国内外グループ会社への人権方針等の周知           | 20%<br>(5年累計100%) |
|                       | 働きがいのある<br>会社づくり      | 休業災害発生件数<br>(国内全グループ)           | 不要設備の撤去、製造設備の安全化              | 0件                |
|                       |                       | 健康経営優良法人認定<br>(ユニチカ及び一部グループ会社*) | 認定の継続<br>↳ ホワイト500認定に向けた施策拡充  | 認定                |
|                       | ダイバーシティ<br>の推進        | 女性管理職比率<br>(海外を含む全グループ)         | 意識改革、積極的な昇格戦略の推進<br>キャリア採用の強化 | 8%                |
|                       |                       | 総合職本社新卒採用<br>女性比率 (ユニチカ)        | 公正な採用選考の継続、計画的な配属の継続          | 30%               |
|                       |                       | 男性の育休取得率<br>(国内全グループ)           | 制度浸透、取得推進活動の継続                | 50%               |
|                       |                       | 中核人材プールの<br>年次レビュー実施率           | 育成計画の検討、実行                    | 100%              |
|                       | サプライチェーン<br>マネジメントの強化 | CSR調達アンケート<br>回答率 (主要取引先)       | 購買方針周知、課題抽出<br>改善活動の繰り返し      | 80%               |

\*ユニチカ(株)、日本エステル(株)、ユニチカトレーディング(株)、ユニチカテキスタイル株、ユニチカグラスファイバー(株)、ユニチカカーメンテック株の5社