

# 中期経営計画

## Global Departure 2021

### 2nd phase

2019年5月13日

# 目次

1. 会社概要
2. 事業概要
3. 2019年3月期の業績
4. 中期経営計画（3ヶ年：2020年3月期～2022年3月期）
5. 社会的課題への取組み
6. 株主還元方針

# 1. 会社概要

社名	大成ラミック株式会社
市場・コード	東証一部、4994
所在地	埼玉県白岡市下大崎873番地1
代表者	代表取締役社長 木村 義成

設立	1966年3月22日（昭和41年）
資本金	3,426,246,500円
連結従業員	846名
グループ会社	連結子会社3社（国内1社、国外2社）

## 国内事業拠点

- ★ 本社・製造1拠点
- ◆ フィルム製造2拠点
- ▲ 開発拠点
- ▼ 機械製造拠点
- 西日本機械サービス拠点
- 営業拠点（7拠点）



## 海外事業拠点

- 米州（営業2拠点）
- 韓国（営業1拠点）
- マレーシア（営業・製造1拠点）

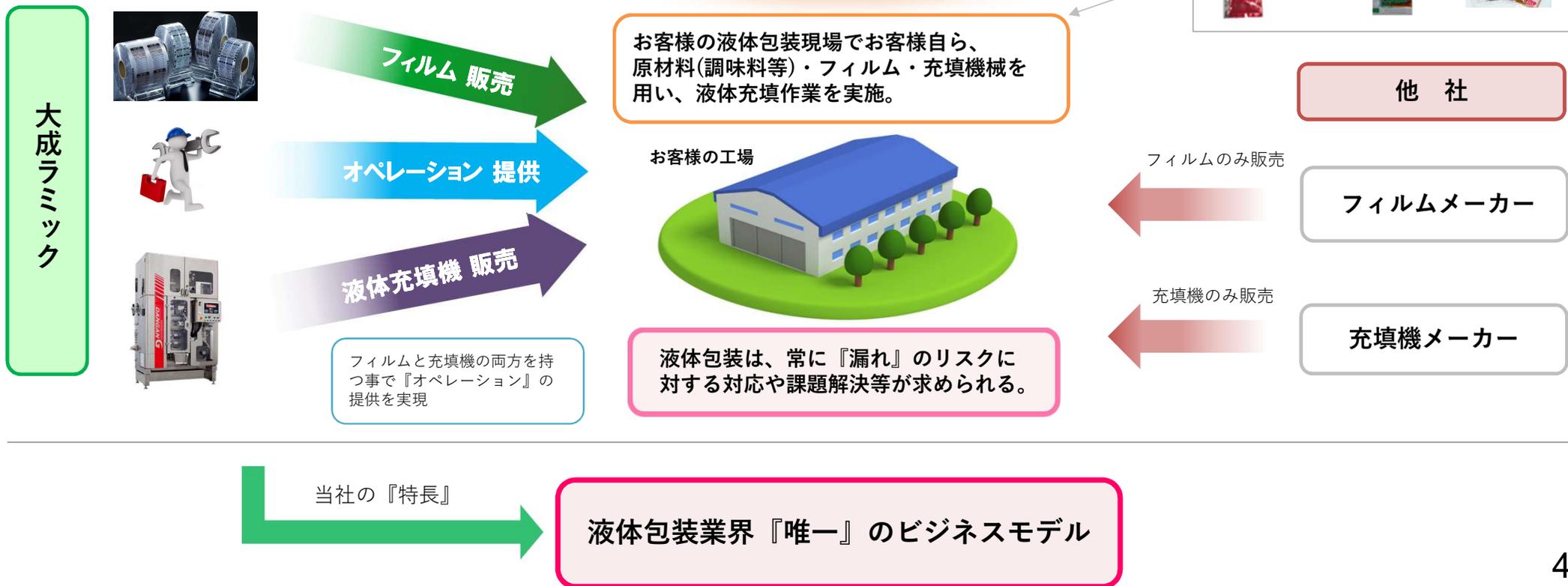


# 2-1. 事業概要

ミッション  
(使命)

私たちは、液体包装の分野において、たゆまぬ研究と実践で培ったノウハウを、『安全、安心、便利』そして『持続可能な社会の実現』のために提供し続けます。

## ● ビジネスモデル



## 2-2. 事業概要

### ● 包装フィルム：分類構成（国内）

食品	売上高の	約90%
非食品	売上高の	約10%
※ 食品：調味料などの液体小袋包装用フィルムが中心。 ※ 非食品：詰替え用洗剤、サンプル化粧品など		
お得意様 (国内)		約900社
商品アイテム数		約13,000種

### ● 液体充填機：『DANGAN』シリーズ

➢ 国内最速を誇るハイエンドモデルからミドルレンジまでラインナップの充実



### ● オペレーション：お客様への充填サポート

- サービスエンジニア派遣によるトラブル解決およびメンテナンス
- 液体充填スクールを定期的で開催し、オペレーター育成をサポート
- DANGANをインターネットに繋ぐことにより、リモートメンテナンスや充填サポートなど様々な新サービスを提供（開発中）

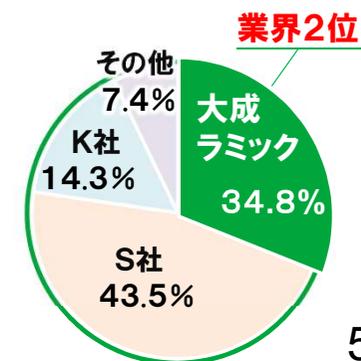
情報元：包装資材シェア事典2018  
および自社調査

### ● マーケットシェア（国内）：フィルム



### ● マーケットシェア（国内）：充填機械

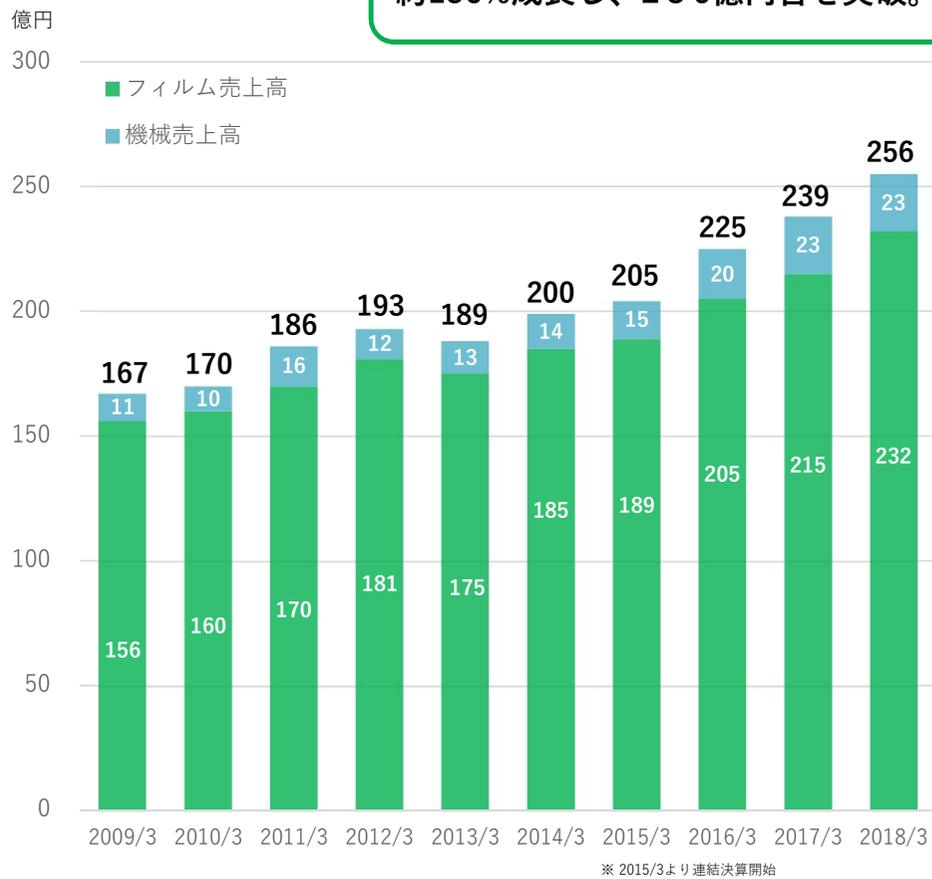
市場規模：約45億円  
年間販売台数シェア：34.8%



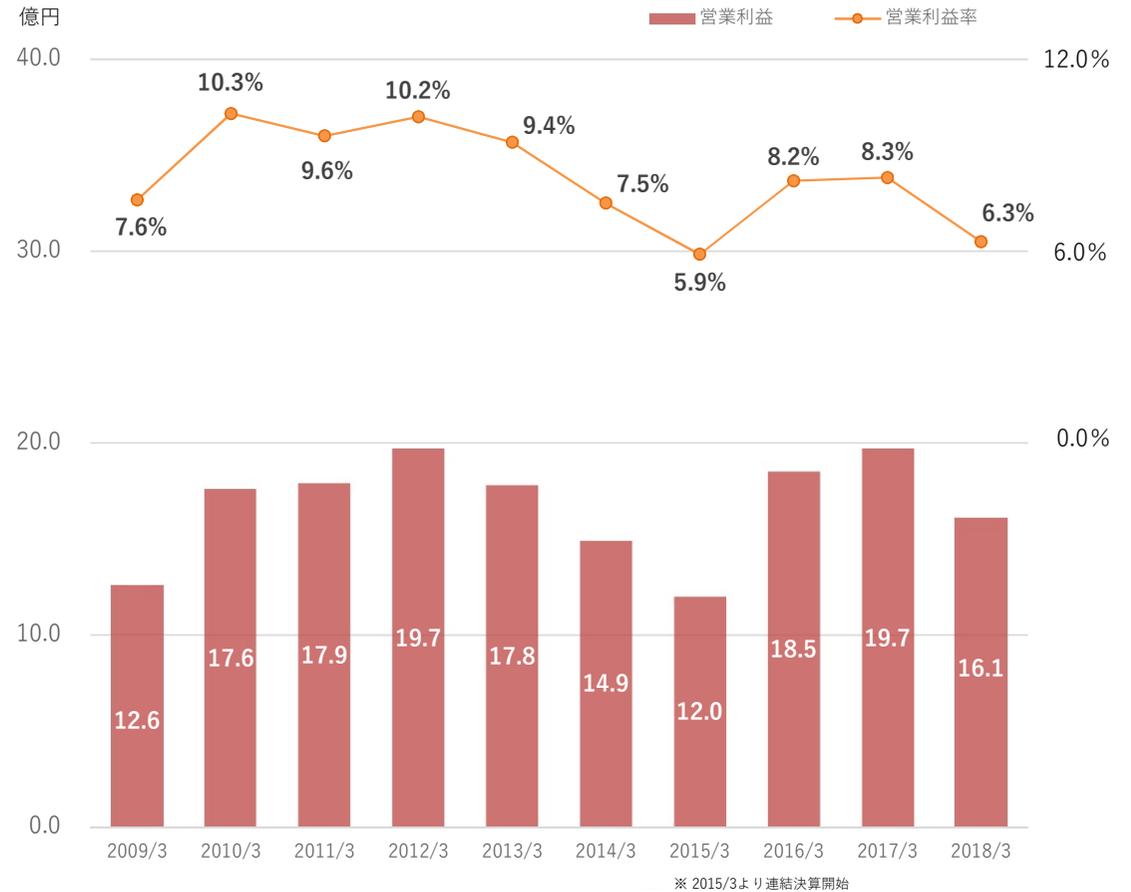
## 2-3. 事業概要：連結業績の推移(過去10年間)

### ● 連結売上高の推移

2009/3から2018/3までの10年間で約150%成長し、250億円台を突破。



### ● 連結営業利益・率の推移



# 3. 2019年3月期の業績

## ● 連結業績（前期対比）

単位：億円、%

	2018年3月期		2019年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	256.5	100.0	270.4	100.0	+13.9	+5.4
フィルム	232.9	90.8	243.0	89.9	+10.1	+4.4
機 械	23.6	9.2	27.4	10.1	+3.7	+15.9
営業利益	16.1	6.3	14.5	5.4	△1.6	△10.2
経常利益	16.5	6.5	14.8	5.5	△1.6	△10.2
親会社株主に 帰属する当期純利益	13.7	5.4	9.7	3.6	△4.0	△29.2
1株当たり当期純利益（円）	199.16	-	141.07	-	△58.09	-

## ● 地域別売上高（前期対比）

単位：億円、%

	2018年3月期		2019年3月期		増減		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	構成差
国内売上高	220.3	85.9	230.8	85.3	+10.5	+4.8	△0.6
海外売上高計	36.2	14.1	39.6	14.7	+3.4	+9.4	+0.6
米 州	15.4	6.0	19.8	7.4	+4.4	+28.7	+1.4
東アジア	6.1	2.4	9.0	3.3	+2.9	+47.6	+0.9
ASEAN	14.6	5.7	10.7	4.0	△3.9	△27.0	△1.7

### 増減ポイント

- 売上高：対前年比 +13.9億円 +5.4%  
国内を中心に堅調に推移

<部門別売上高>

- 包装フィルム部門 対前年比 +10.1億円 +4.4%

国内：季節に左右されず消費される通年商品の堅調に加え、猛暑の影響による夏物商品の好調。

海外：ASEAN(マレーシア)の工場移転に伴う、受注回復の遅れがあったものの、米州・東アジアにおける新規・既存顧客の拡大を中心に順調に推移。

- 包装機械部門 対前年比 +3.7億円 +15.9%

国内：底堅い設備投資ニーズに対し、継続的な深耕活動による着実な受注拡大を実現。

海外：積極的な展示会への出展により新規顧客の開拓へ繋げ、順調に推移。

- 営業利益：対前年比 △1.6億円 △10.2%

### 国内の原材料値上げ及びエネルギーコスト上昇影響

→ 上記の影響を受け、販売価格の見直しや生産性向上によるコスト削減等の取り組みを行ったものの、増加コストを完全に補うには至らず。また、前期末（2018年3月）に工場移転したASEAN（マレーシア）では、期初より新工場での生産を開始したものの、受注回復が想定より遅れたことも利益減少の一因。

# 4-1. 中期経営計画(3ヶ年): 中期KPI計画(重要業績指標)

## 2022年3月期目標(3年後)

### ① 連結売上高

293億円 (+23億円)

※ ( ) : 2019年3月期対比

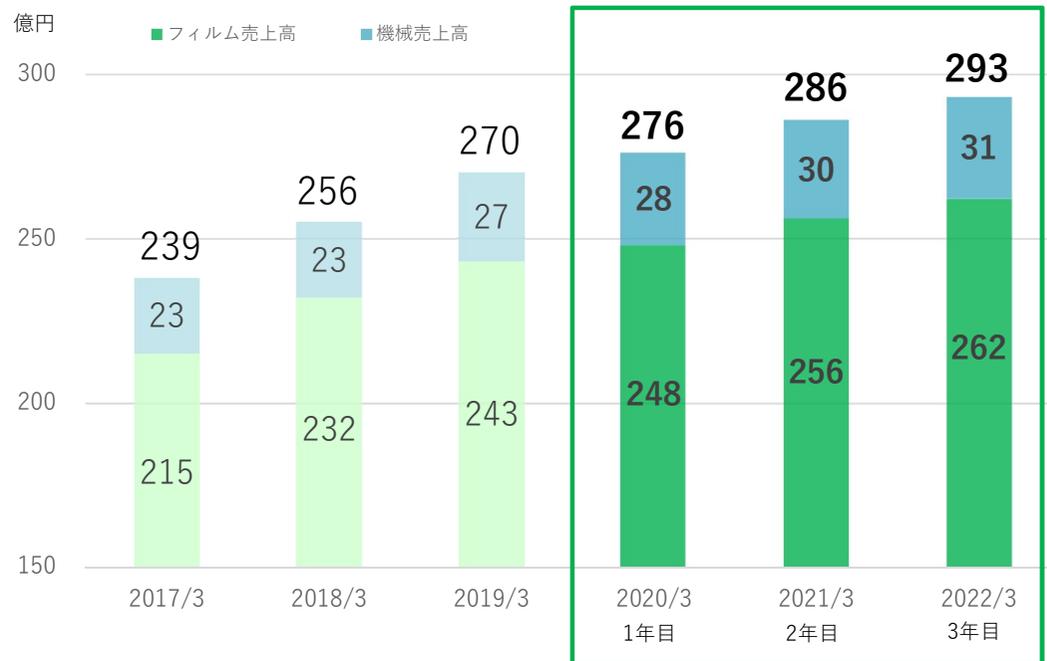
### ② 連結営業利益 連結営業利益率

27.4億円 (+12.9億円)  
9.3% (+3.9%)

※ ( ) : 2019年3月期対比

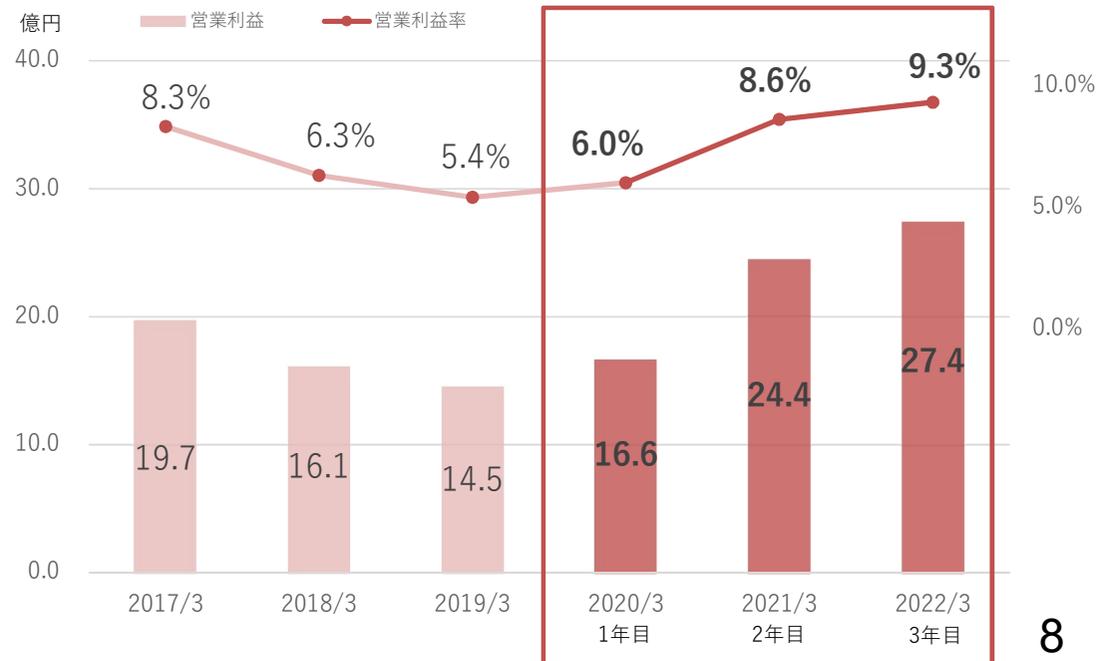
### ① 連結売上計画

3ヶ年計画



### ② 連結利益計画 (営業利益)

3ヶ年計画



## 4-2. 中期経営計画(3ヶ年):グループ経営戦略方針

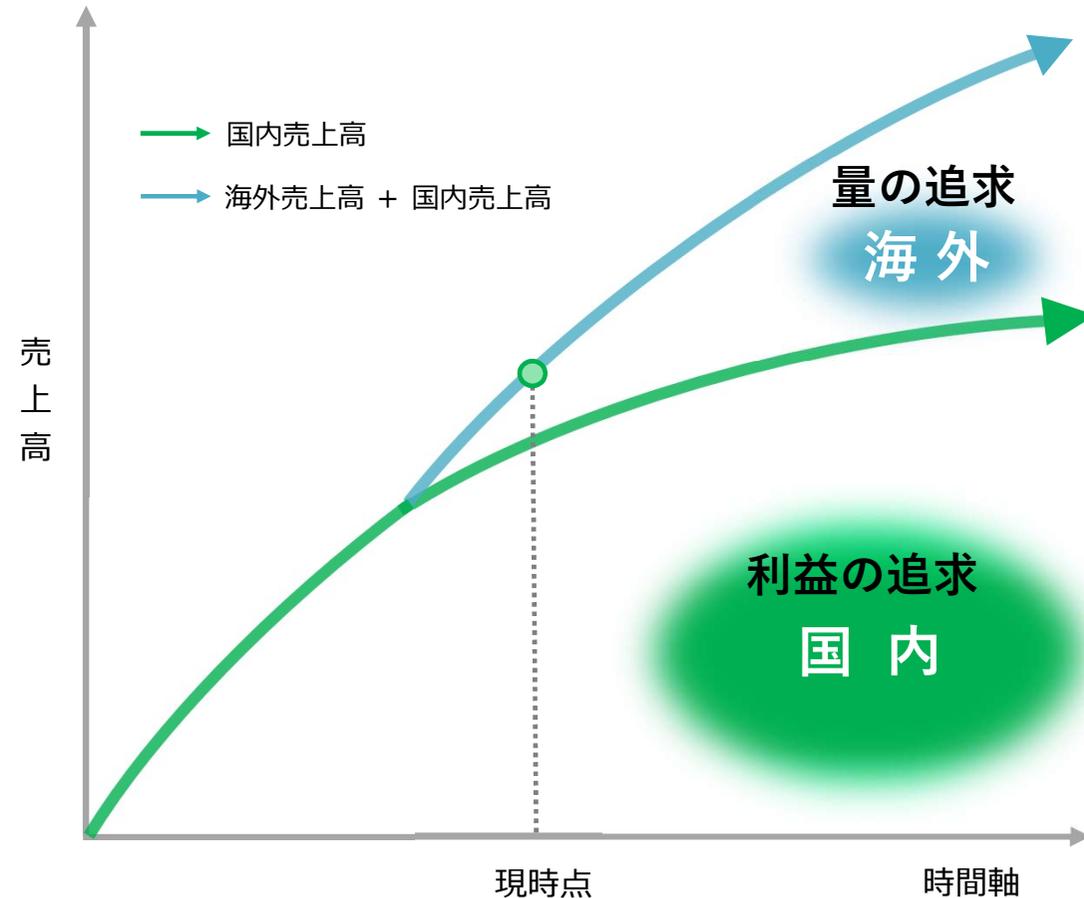
### 国内

グループ経営の収益基盤として、安定成長を目指し、競争優位性のある商品開発や付加価値の高いサービスの構築を進め、顧客満足度の向上に努める。

### 海外

新たな成長戦略の柱として位置づけ、スピード感を重視した具体的な戦略を構築し、積極的な拡販を進める。

### 《目指す成長の姿》



# 4-3.【国内】の主な取組み

## ● 営業拠点の充実

『スピード感の向上』を目的とした  
首都圏への拠点開設

東京営業部開設



『より身近なところで体験』を  
実現させた支店のデモルーム化

福岡支店デモルーム化



名古屋支店デモルーム化



支店に液体充填機およびサービスエンジニアを設置・配置し、お客様に実物・実演を体験して頂き、サポート体制も充実させたデモルーム。

『西日本へのオペレーション提供の向上』を  
目的とした機械サービス拠点の開設

西日本機械サービス拠点

岡山DANGAN'S STUDIO竣工



## ● ビジネスモデルを【見える化】させた『星川DANGAN'S STUDIO』

星川DANGAN'S STUDIO竣工



<見える化の3テーマ>

- 商談の場
- 支援の場
- 開発の場

商談の場  
【デモルーム】



支援の場  
【充填技術研修】



開発の場  
【研究開発推進】



『各地域の営業・サービス拠点』および『星川DANGAN'S STUDIO』から  
お客様へ迅速且つ付加価値の高い営業・サービスを提供し、顧客満足度の向上を目指す。

# 4-4.【国内】の今後の課題への取り組み

## ● 国内の【外部要因】からくる課題

原材料  
価格  
環境

- 直近では『高止まり』
  - 需要増に対する供給量拡大の期待薄。  
→ 需給バランスのタイト感持続。

労働  
環境

- 労働人口減少による採用難。
- 働き方改革による労働量の制限。



収益圧迫要因に対する対応が求められる。

## ● 課題への取り組み

生  
産

### ■ フィルム・充填機械の生産効率性を実現する設備

<白岡第二工場竣工および生産ライン増設>



新潟事業所増築



物流倉庫の集約



### ■ 生産性の向上

労働環境課題の対応を含め、これまでの取り組み（人員・設備・技術）を最大限に活かし、生産体制・人員配置の効率化を目指す。

人  
員

### ■ 人員体制の充実（単体：5年前比較）

425名  
2014年3月期



566名  
2019年3月期

+141名  
(平均 +28名/年)

### ■ 人事戦略の企画・推進

- グループ全体での最適人材登用
- 個の強化

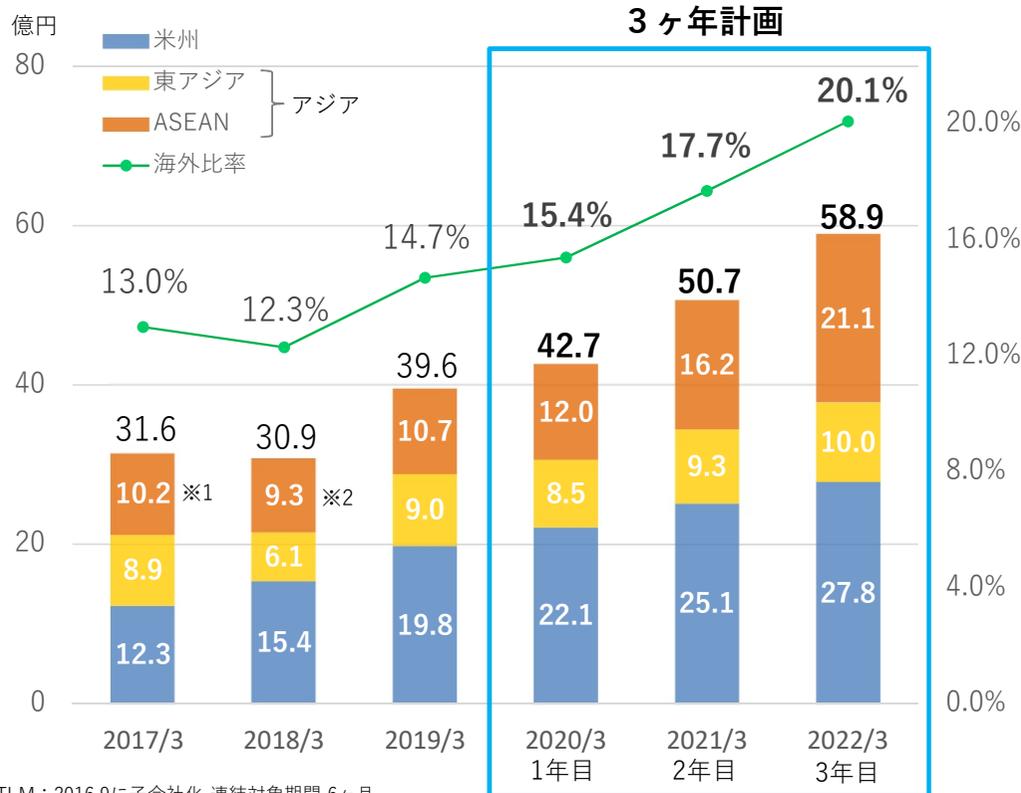
# 4-5.【海外】の今後の取組み

## ● 海外売上計画

海外売上高  
海外売上高比率

58.9億円 (+19.3億円)  
20.1% (+5.4%)

※ ( ) : 2019年3月期対比



## ● 海外地域別戦略の基本方針

➢ 海外は、それぞれ異なる国・文化・環境等があるため、当社が確立してきた“ビジネスモデル”を各ローカルマーケットの環境にあわせ、適合構築・浸透・確立を段階的に行っていく。



➢ グローバル経営とローカル経営の融合である

『グローバル経営』を目指す。

## ● 主な取組み

米州

### 更なる拡大成長と現地生産に向けた準備へ

- 現地のニーズに即した新機種の開発・販売
- 米国工場（現地生産）立上げに向けた準備（5年後目安）

東アジア

### 韓国拠点開設によるもう1段のステージアップ

- 支店の開設（2019年5月）による更なる拡販
- SE体制の現地化によるサービスの向上

ASEAN

### ASEAN液体包装市場の実態に合わせた

ローカル戦略の構築・推進

※1 TLM : 2016.9に子会社化 連結対象期間 6ヶ月

※2 TLM : 2018.3の決算期変更による3ヶ月分(2017.1~3)を2017/3へ移動

# 5-1. 社会的課題への取組み

## ● これまでの取組み

### 食品衛生

- フードディフェンス(食品防御)対応として **FSSC22000**を取得  
(取得日：2016年4月)  
※FSSC22000：The Foundation of Food Safety Certification (食品安全認証財団)  
概要：国際規格であるISO22000(食品安全マネジメントシステム)に、  
フードディフェンス(食品防御)強化を盛り込んだシステム (次頁：食品安全方針)

### 環境

#### ■ 廃棄物の削減

廃棄物リサイクル率 **99.9%以上**を維持  
(参考：2003年度は約50%)

#### ■ 県条例等に対応した **VOC処理装置** を 白岡第1～3工場全てに導入

※ Volatile Organic Compounds：揮発性有機化合物  
処理装置：大気汚染防止法並びに埼玉県条例により、  
主に光化学スモッグに対応した設備

#### ■ 白岡第2工場へ **太陽光発電設備** を導入

#### ■ CO<sub>2</sub> 排出量の軽減活動として **モーダルシフト (鉄道貨物輸送)** の導入



※ エコレーラマークの認定  
(2015年2月：国土交通省より認定)

ゼロエミッションの推進



VOC処理装置



太陽光発電設備



モーダルシフト



## ● 新たな取組み

### 環境

#### ■ 廃棄プラスチック課題

環境負荷の少ない包材の開発



#### ■ 食品ロス課題

新包装形態の開発推進による  
個食化ニーズへの対応

(例：ボトルから小袋包装へ→ 未使用廃棄の食品ロスの軽減)

### 人材

#### ■ 国内労働人口減少・働き方改革課題

(お客様工場内での全自動・無人化、スキルレス化のニーズの高まり)



従来の液体充填機を主軸とした  
『自動化ライン』等への取組み

## 5-2. 社会的課題への取組み

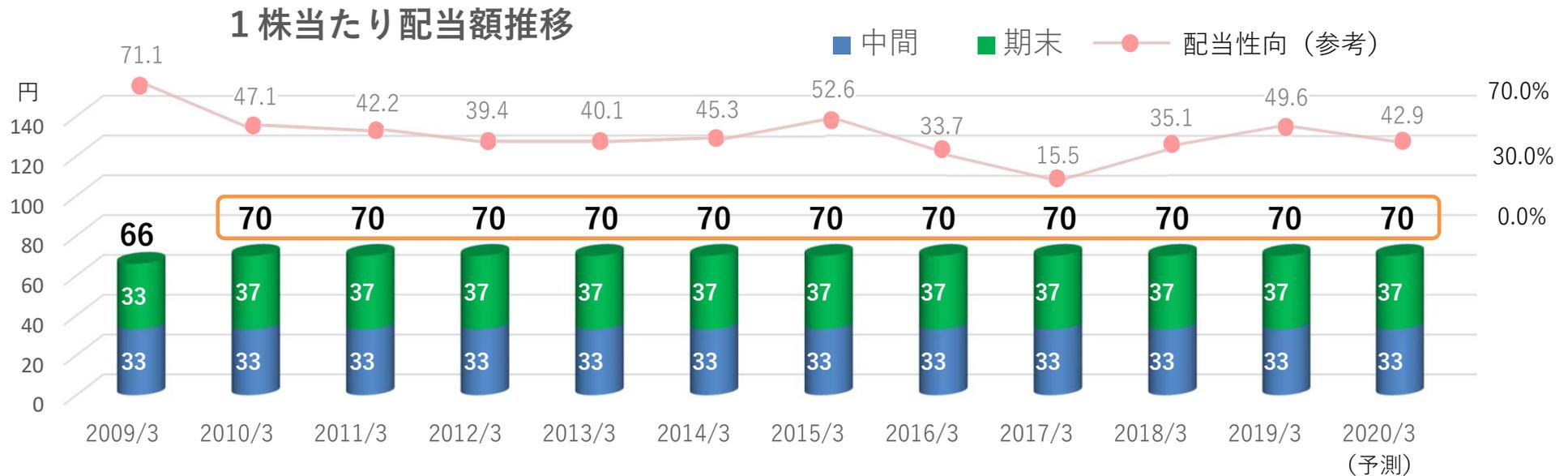
### 食 品 安 全 方 針

- 当社は、<sup>※</sup>フードチェーンの一端を担う食品包装メーカーとして、安心と安全の製品を提供し、社会に貢献する。  
※ 食品の一次生産から販売に至るまでの食品供給の行程のことをいう。
- 当社は、法令・規制要求事項およびお客様の要求事項を遵守し、仕入先に対しても法令・規制要求事項の遵守を求める。
- 当社は、食品安全方針を全従業員に周知し、各部署の目標達成に向けて具体的に展開する。
- 当社は、食品安全システムの適切性を継続的に見直し、改善を実施する。

# 6. 株主還元方針

## 配当政策

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していくことを基本方針とします。





## 【ご注意事項】

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提条件に基づいており、実際の業績等は、さまざまな要因により大きく異なる可能性があります。従って、その達成や将来の業績を保証するものではありません。