

2025 年 12 月期 決算説明会資料

Investor Briefing

Shikoku Kasei HD Corp.

For FY 2025

2026年2月17日

四国化成ホールディングス株式会社
(東証プライム4099)

1. 連結業績の概要

Consolidated Financial Results

2. 2026年12月期の通期見通し

Financial Forecast for the Fiscal Year Ending 2026

3. 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて

Action to Implement Management that is Conscious of Cost of Capital and Stock Price

4. Challenge 1000「STAGE 3」計画

Challenge 1000 Stage 3 Plan Overview

5. 建材事業 事業説明

Housing Materials Business Overview

1. 連結業績の概要

Consolidated Financial Results

有機化成品や建材の販売が減少したが、
ファインケミカルの販売増により、増収増益となった。

(百万円)
Million yen

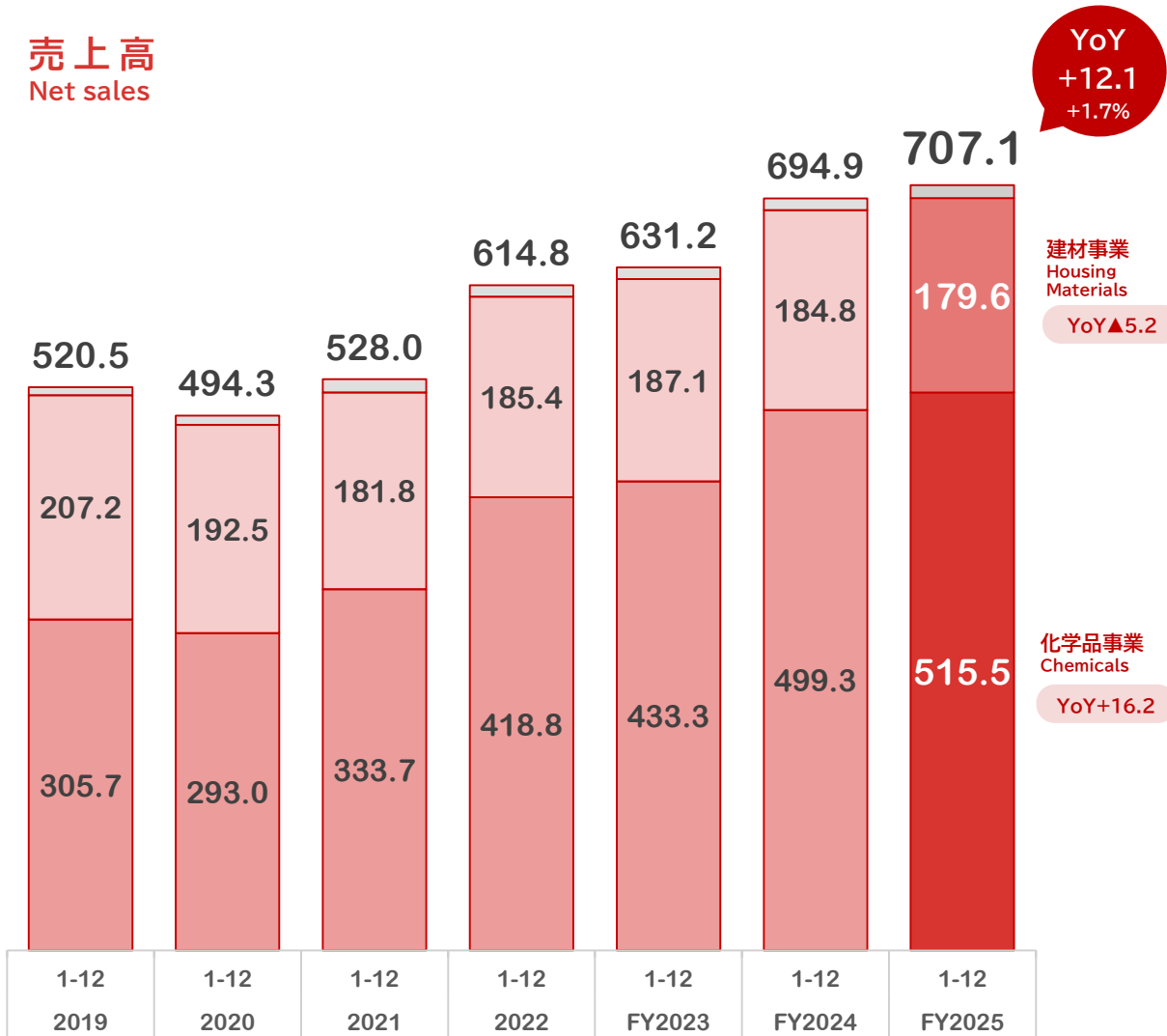
	FY2024	FY2025	増減 Change ／ 増減率 Rate	備考 Remarks
売上高 Net Sales	69,493	70,705	+1,211 +1.7%	・化学品事業は、ファインケミカルの販売が好調で増収 ・建材事業は、戸建市場の低迷や工期の延伸により減収
営業利益 Operating profit	9,741	10,869	+1,127 +11.6%	・建材事業は減益となったものの、ファインケミカルの販売増により増益
経常利益 Ordinary profit	10,779	11,921	+1,141 +10.6%	・為替差損益 46 (YoY▲343) ・受取利息 323 (YoY+16)
親会社株主に帰属する 当期純利益 Profit attributable to owners of parent	8,813	8,459	▲354 ▲4.0%	・投資有価証券売却損益 147 (YoY▲1,747) ・固定資産除却損 ▲56 (YoY▲25)
為替レート (PL換算用) Exchange rate	1USD 150円 1EUR 165円 1RMB 20.6円	1USD 150円 1EUR 167円 1RMB 20.8円	売上高▲2.8億円 営業利益+0.1億円	・前年比増減に含まれるPL円換算時の影響額(化・建計) 外貨建取引における換算レート変動の影響のみを抽出しております。円貨建取引においても実質的に為替レートの変動に影響を受ける取引は多くありますが、含まれておりません。
ROE	10.4%	9.5%	▲0.9%	

売上高と営業利益の推移(通期累計)

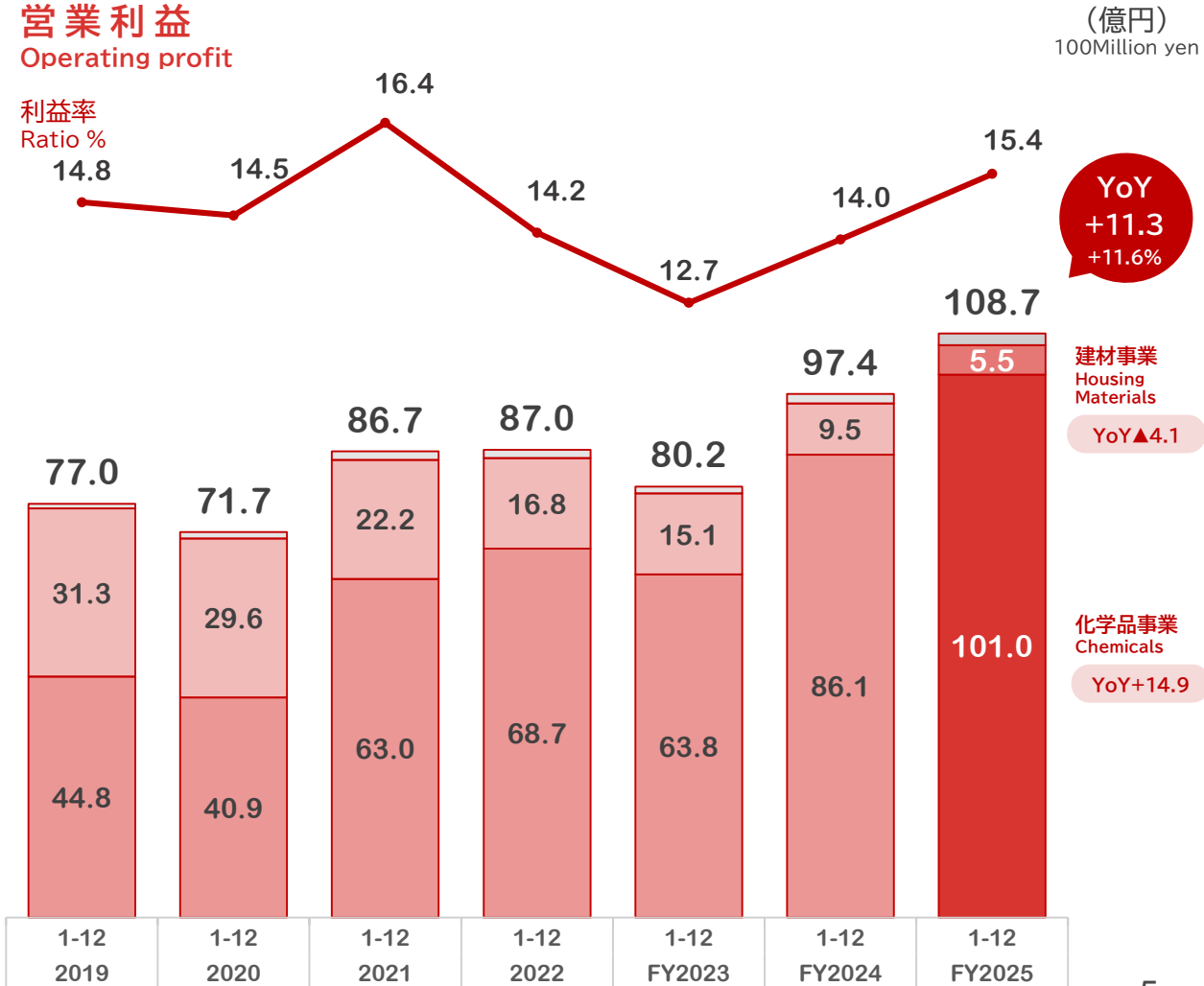
Trends in Net sales and Operating profit (YTD)



売上高は化学品が増収(+16.2)、建材が減収(▲5.2)だが、全社で増収(計+12.1)
 営業利益は化学品が増益(+14.9)、建材が減益(▲4.1)だが、全社で増益(計+11.3)

売上高
Net sales

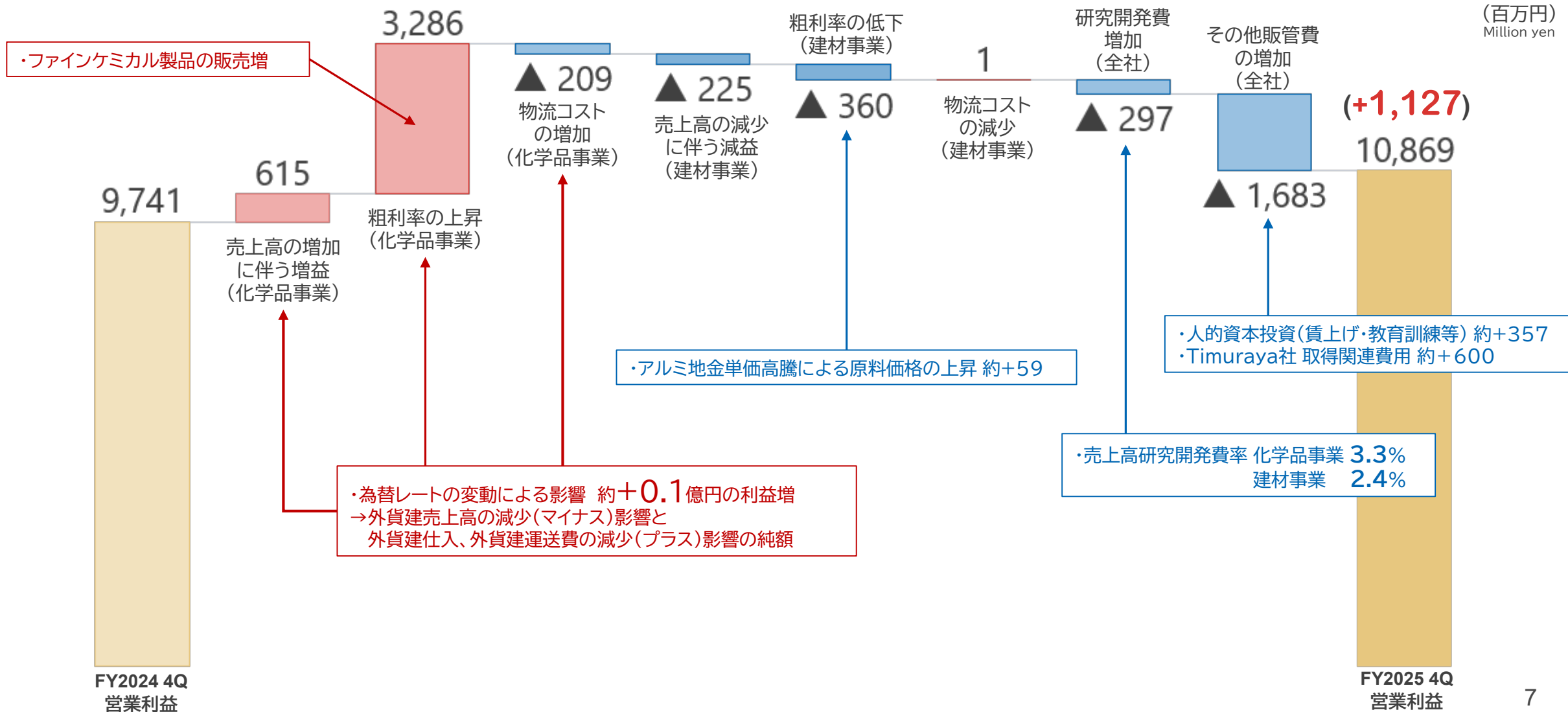


営業利益
Operating profit



セグメント		2025年12月期 事業概況	
無機化成品			<ul style="list-style-type: none"> 不溶性硫黄は競合との競争激化から低調に推移し減収 二硫化炭素は輸出販売が好調で増収
有機化成品			<ul style="list-style-type: none"> ネオクロールは北米市場が前年好調からの反動減で減収。サニタリー製品は拡販が続く。
ファインケミカル	機能材料		<ul style="list-style-type: none"> 樹脂硬化剤(イミダゾール)は微増収 樹脂改質剤は需要増に加え、新規の用途展開が進み増収 半導体プロセス材料は需要が拡大し、大幅増収
	電子化学材料		<ul style="list-style-type: none"> タフエースは好調に推移し増収 GliCAPIはAI関連需要の増加を背景に販売が好調に推移し、大幅増収
建材			<ul style="list-style-type: none"> 戸建市場の低迷や働き方改革に伴う工期の延伸により減収
全社			

有機化成品、建材の販売低調による利益減をファインケミカル製品の販売増がカバーし、増益



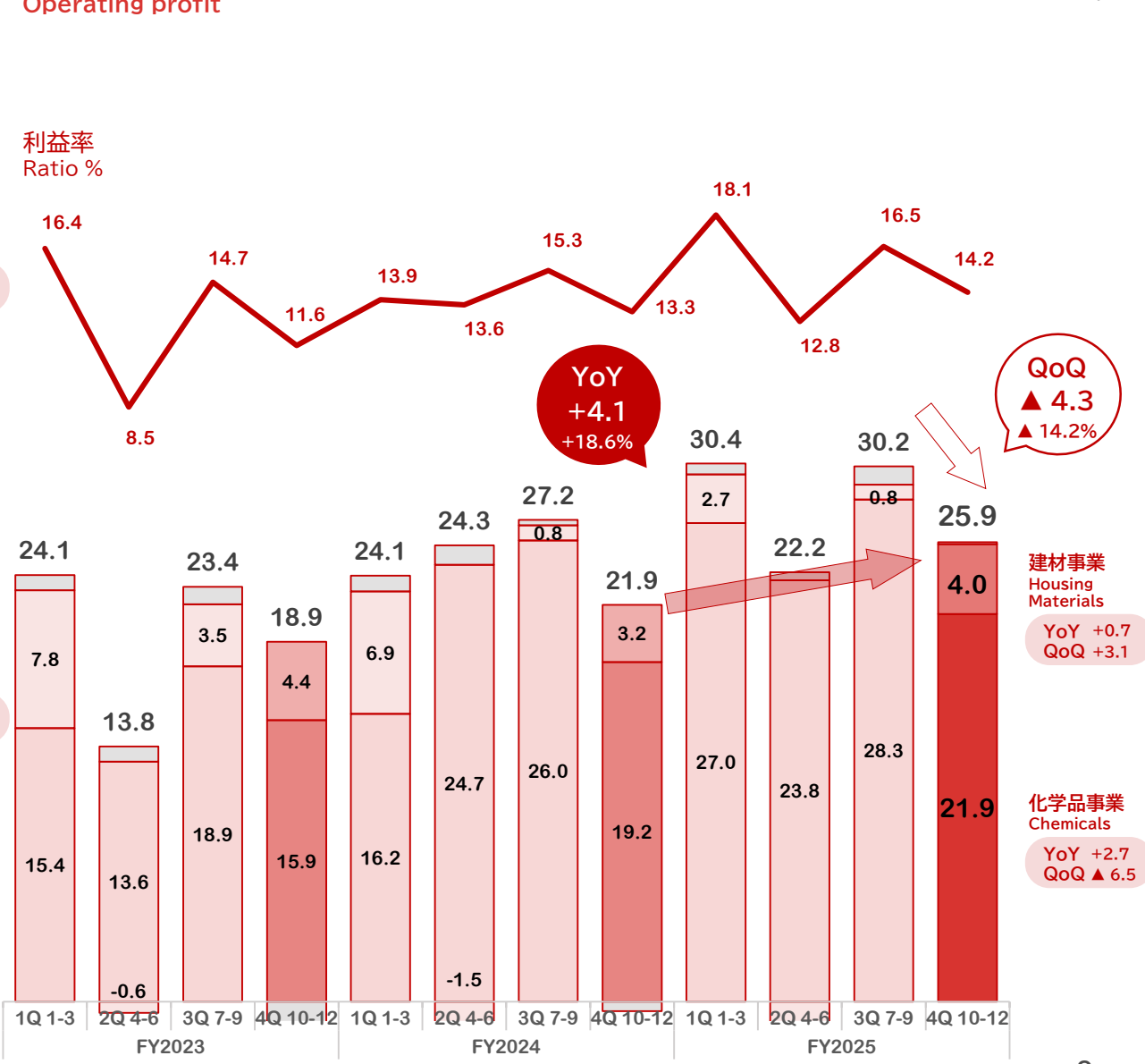
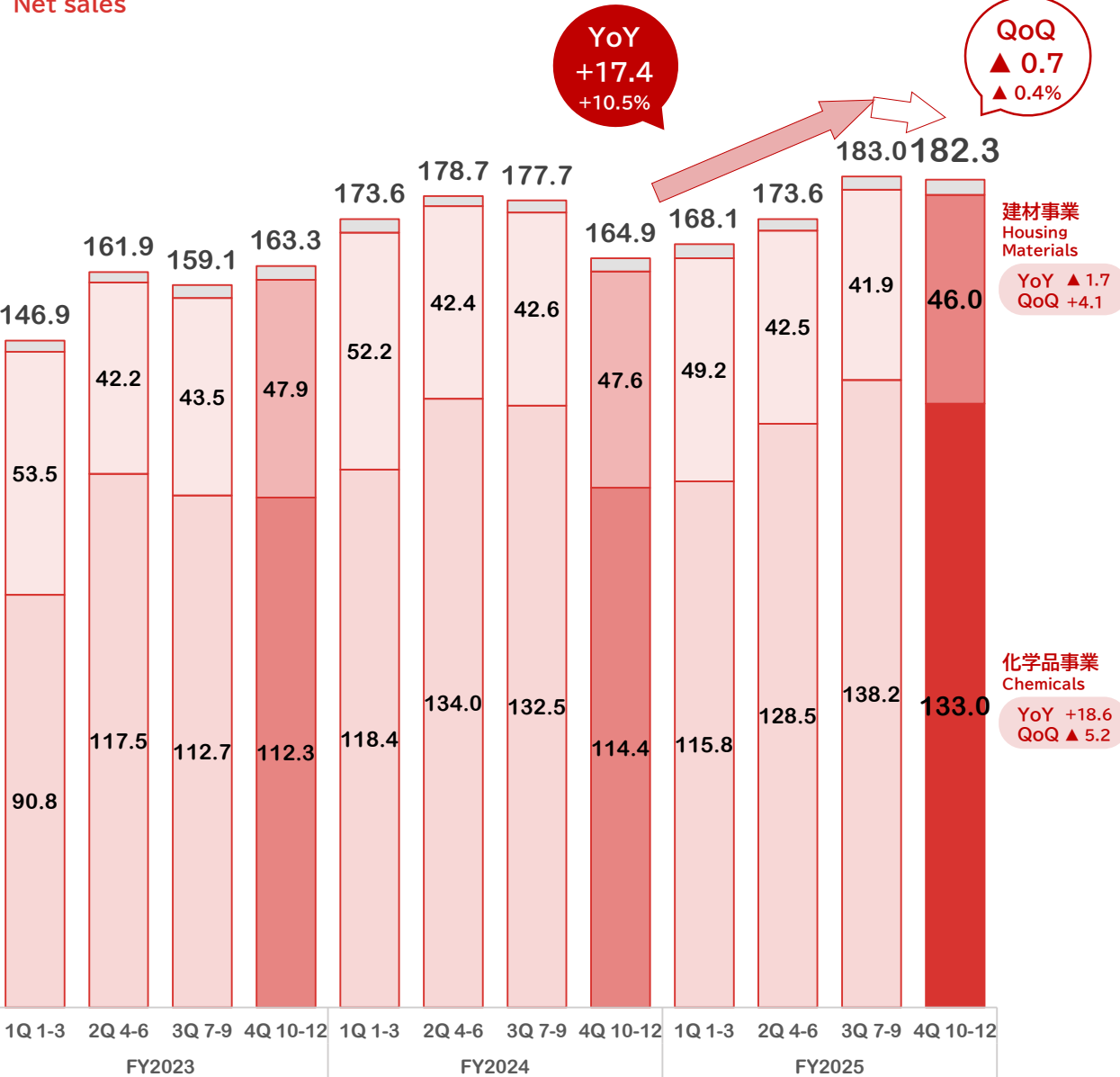
売上高と営業利益の推移(四半期対比)

Trends in Net sales and Operating profit (QTD)

(億円)
100Million yen

売上高 Net sales

営業利益 Operating profit

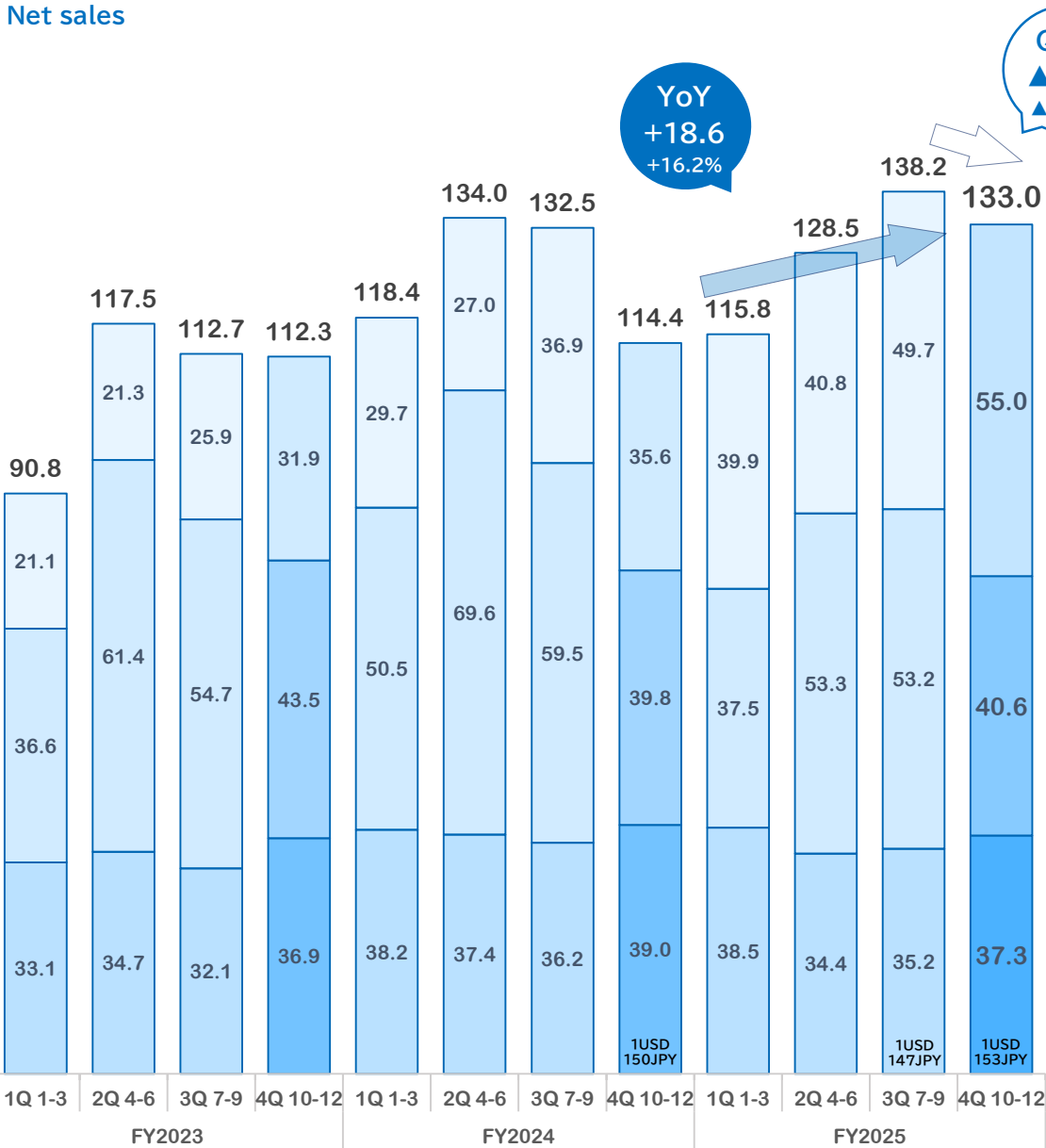


セグメント別の概況 化学品事業 (四半期対比)

Operating results by segment : Chemicals (QTD)

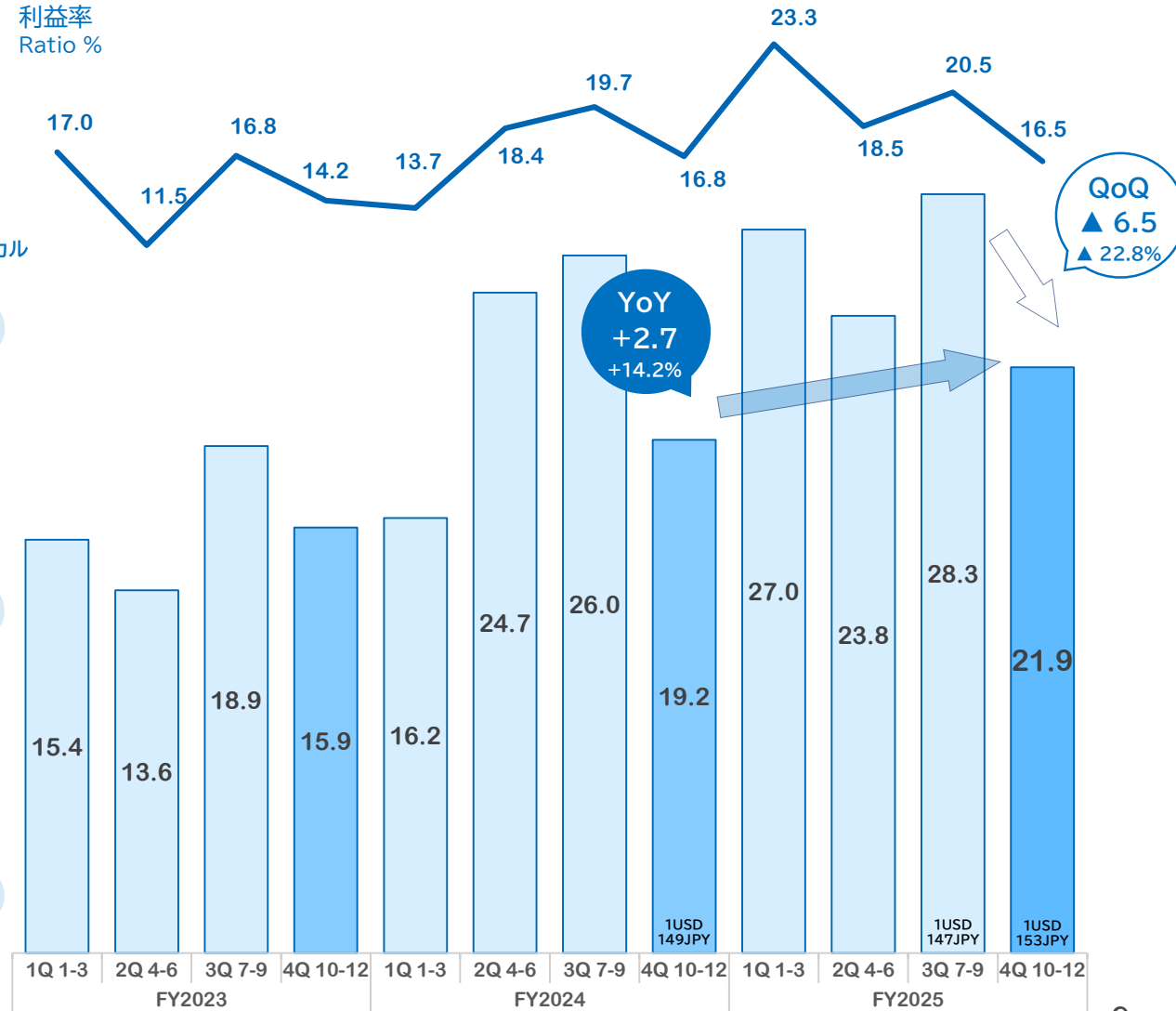
(億円)
100 Million yen

売上高 Net sales



営業利益 Operating profit

利益率
Ratio %



セグメント別の概況 建材事業 (四半期対比)

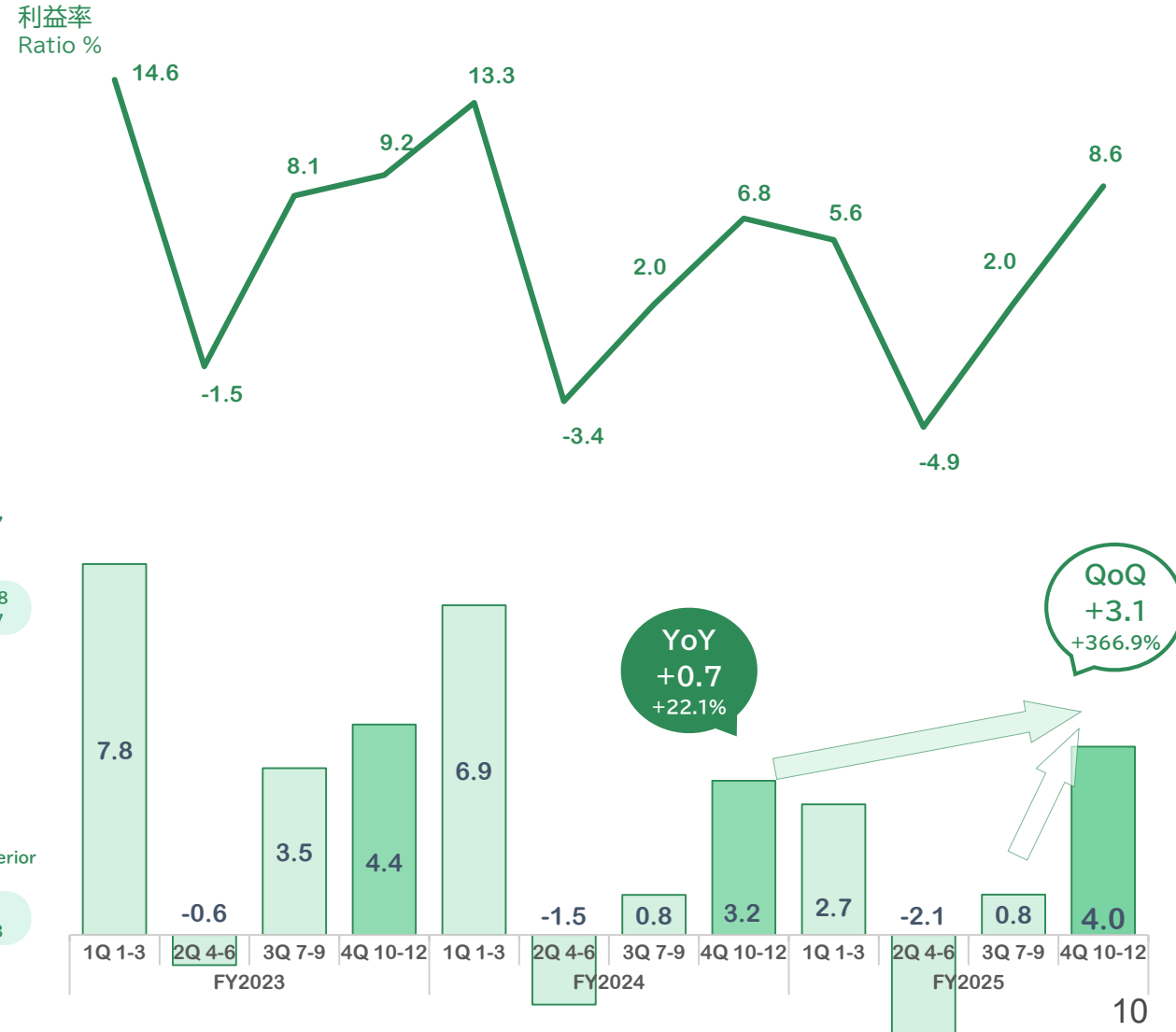
Operating results by segment : Housing Materials (QTD)

売上高 Net sales



営業利益 Operating profit

(億円)
100Million yen



2. 2026年12月期の通期見通し

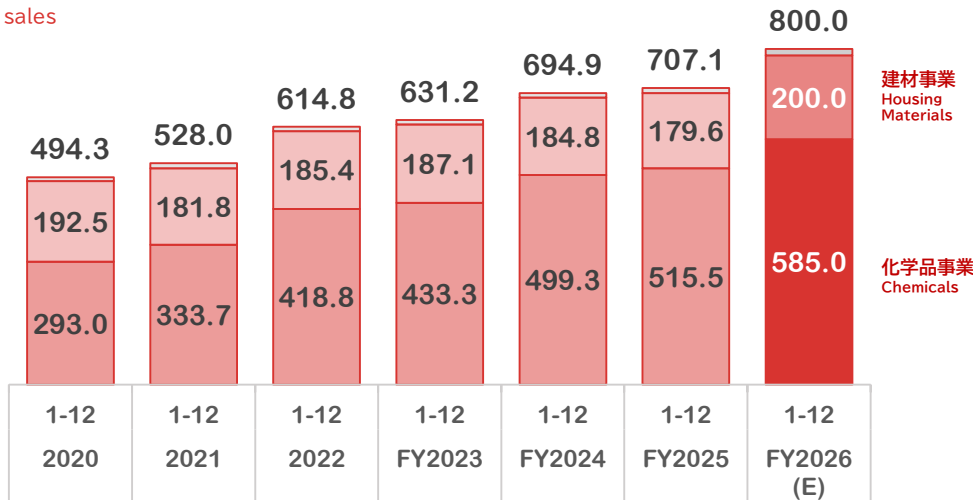
Financial Forecast for the Fiscal Year Ending 2026

有機化成品、ファインケミカル、建材の販売増を見込み、売上高及び各段階利益で過去最高を更新する予想。

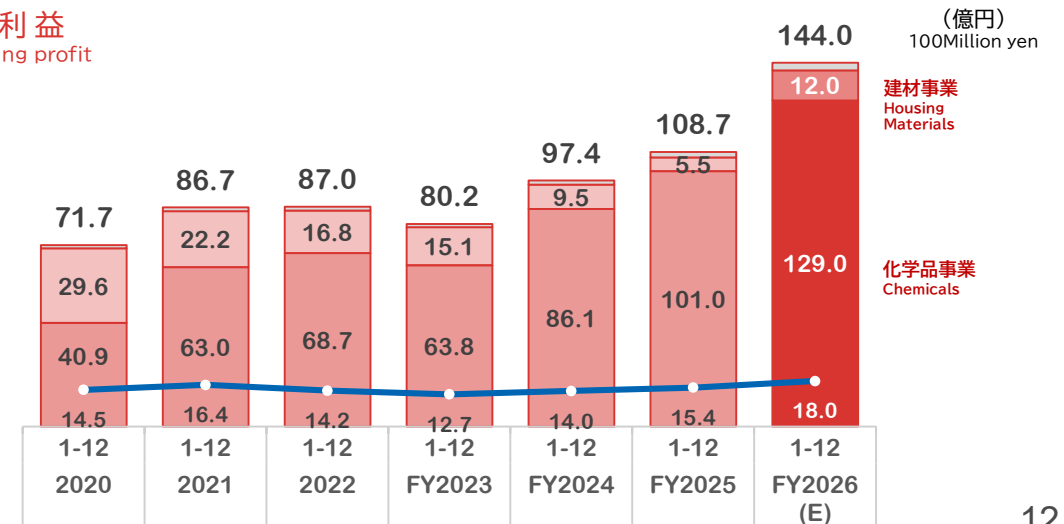
(百万円)
Million yen

	FY2025	FY2026 業績予想	増減 Change 増減率 Rate	備考 Remarks
売上高 Net Sales	70,705 (化学品)51,551 (建材)17,955	80,000 (化学品)58,500 (建材)20,000	+9,295 +13.1%	・化学品事業は、有機化成品の回復やファインケミカルの大幅な販売増を見込み、前年比大幅増収の見込み。 ・建材事業は、昨年を上回る値上げを実施するほか、高付加価値製品の販売拡大を見込む。
営業利益 Operating profit	10,869 (化学品)10,103 (建材)546	14,400 (化学品)12,900 (建材)1,200	+3,531 +32.5%	・化学品事業は、ファインケミカルの販売増によって増益の見込み。 ・建材事業は、値上げ効果やミックス改善により増益の見込み。
経常利益 Ordinary profit	11,921	14,500	+2,579 +21.6%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益 Profit attributable to owners of parent	8,459	10,000	+1,541 +18.2%	-
想定為替レート(PL換算用) Exchange rate	1USD 150円 1EUR 168円 1RMB 20.8円	1USD 150円 1EUR 175円 1RMB 21.0円		

売上高
Net sales



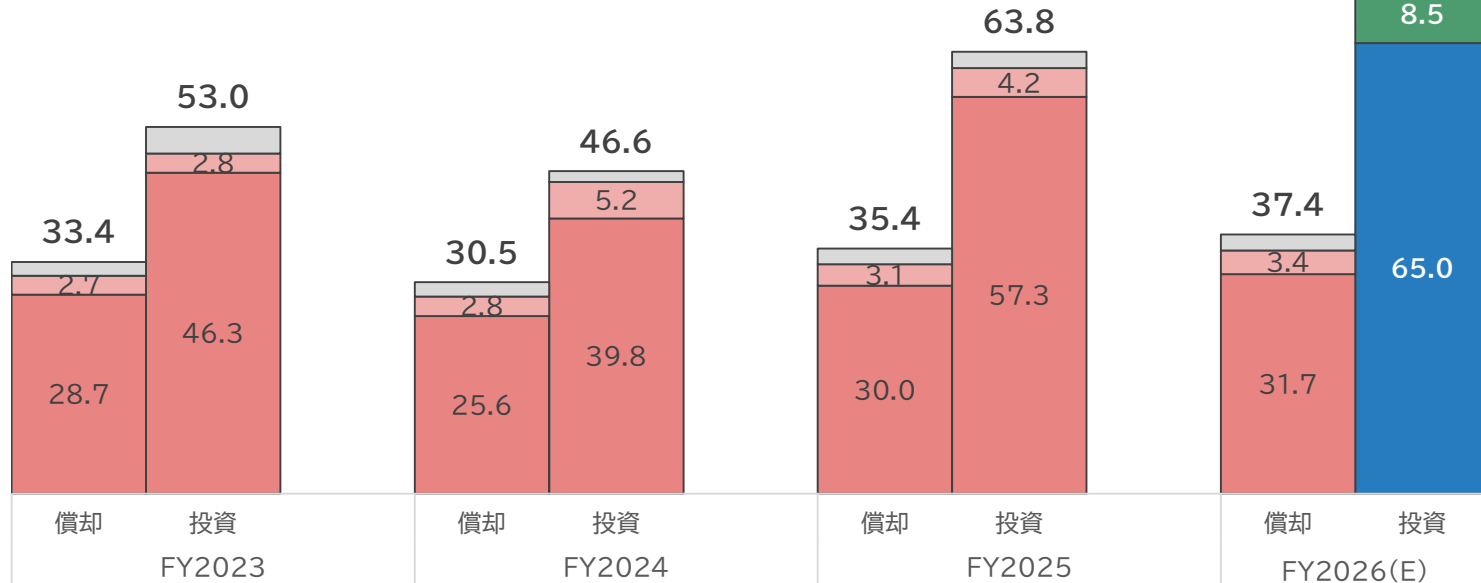
営業利益
Operating profit



※前年比較及びグラフの表示は、2022年度以前の実績を当年度と同一期間(1月~12月)に調整しております。

【2025年12月期の主要な設備投資進捗】

- ・不溶性硫黄新プラントの建設 4.1億円
- ・徳島工場 実験事務所棟関連費用 1.7億円
- ・R&Dセンター新棟関連費用 20.9億円
- ・丸亀工場 設備更新等 4.7億円
- ・徳島工場 設備更新等 10.3億円
- ・坂出工場 関連費用 3.0億円
- ・化学品 研究開発設備等 2.7億円



【2026年12月期の主な設備投資計画】



【株主還元方針】

- 配当性向 **30%**
- 総還元性向 **50%**
- DOE(連結株主資本配当率) **3%**

長期ビジョン「Challenge 1000」の期間中において、連結業績を基準として上記還元方針を目指す。

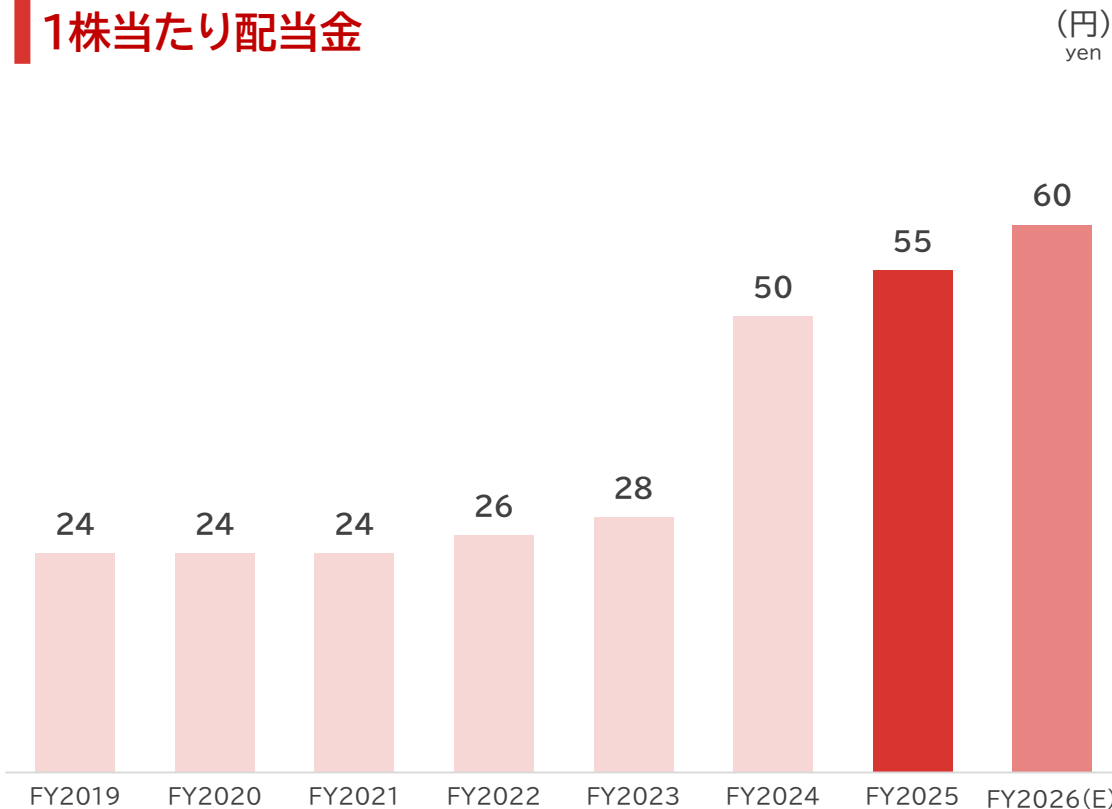
【2025年12月期の株主還元政策】

- ・1株当たり55円(中間25円・期末30円)とし、5円の増配を決定。
- ・2025年4月にToSTNeT-3で27.9億円(146万株)の自社株買いを実施。
- ・配当額は23.8億円、総還元額は51.8億円、総還元性向は61.3%となった。

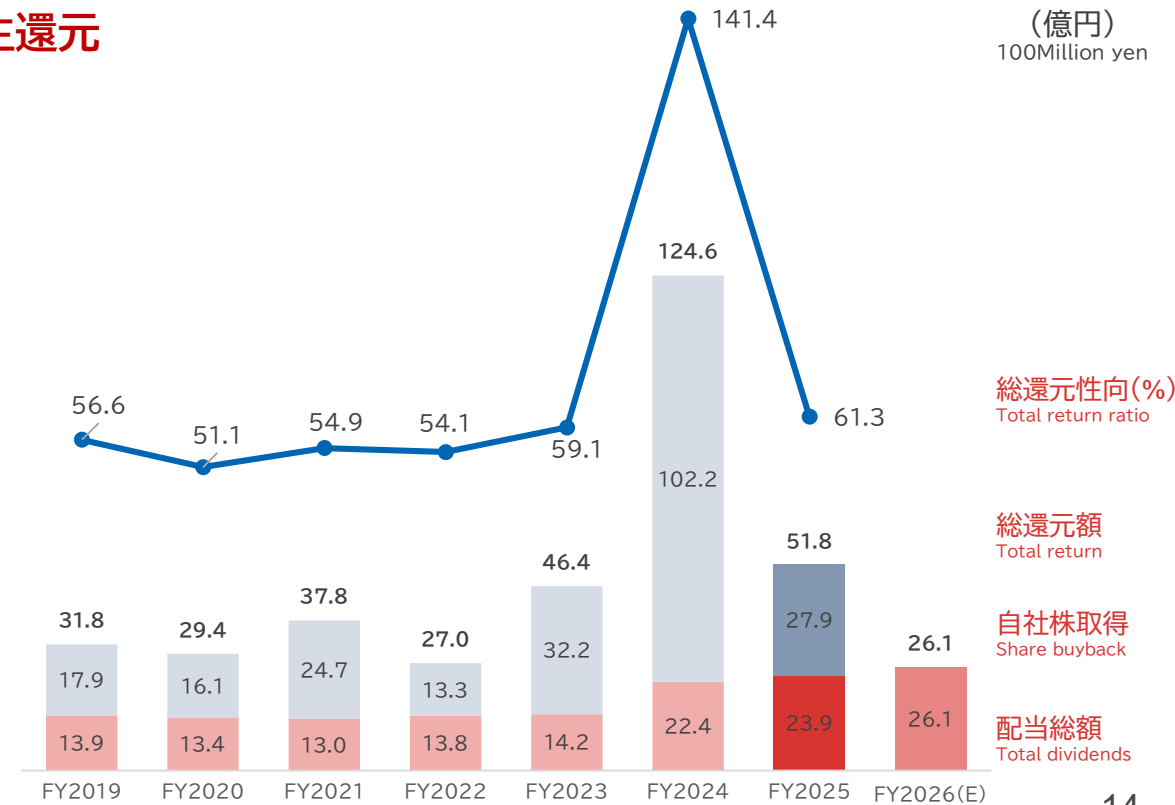
【2026年12月期の株主還元政策(予想)】

- ・1株当たり60円(中間30円・期末30円)とする計画です。
- ・株主還元方針を前提に、機動的な自己株取得を行い、余剰資本の圧縮と株式価値の向上に努めてまいります。

1株当たり配当金



株主還元

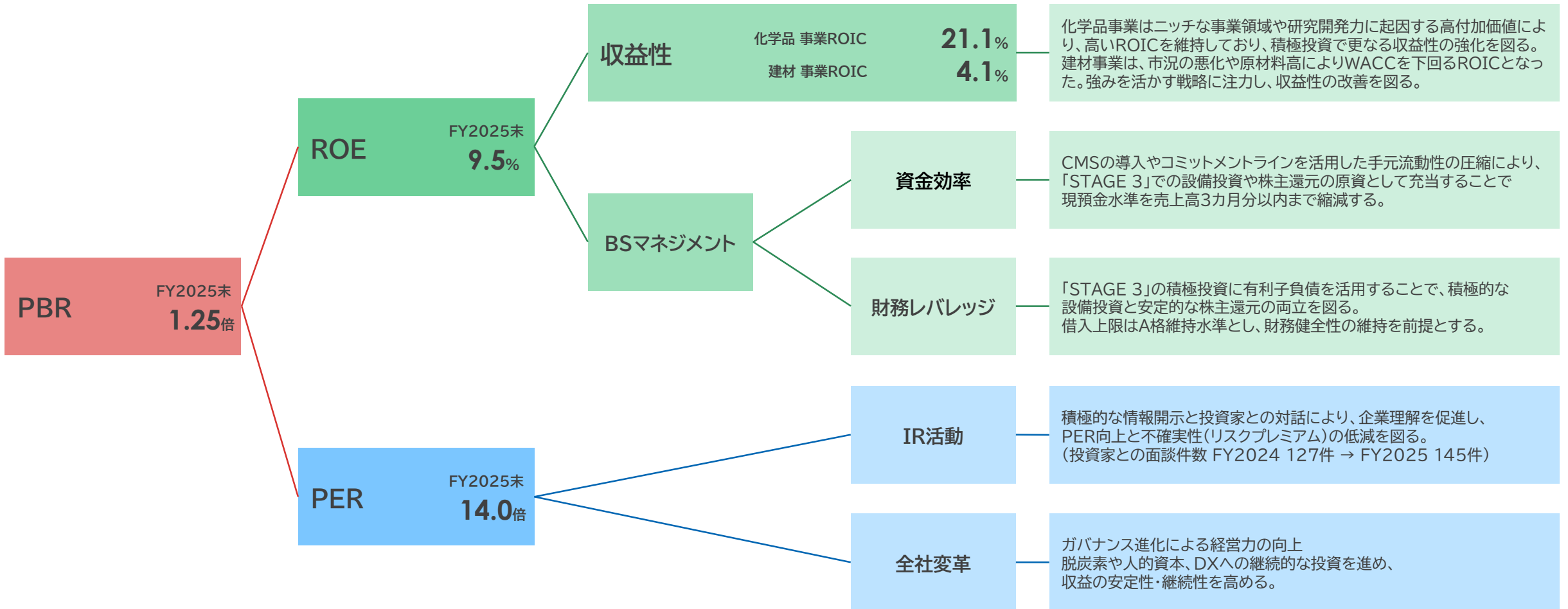


3. 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて

**Action to Implement Management
that is Conscious of Cost of Capital
and Stock Price**

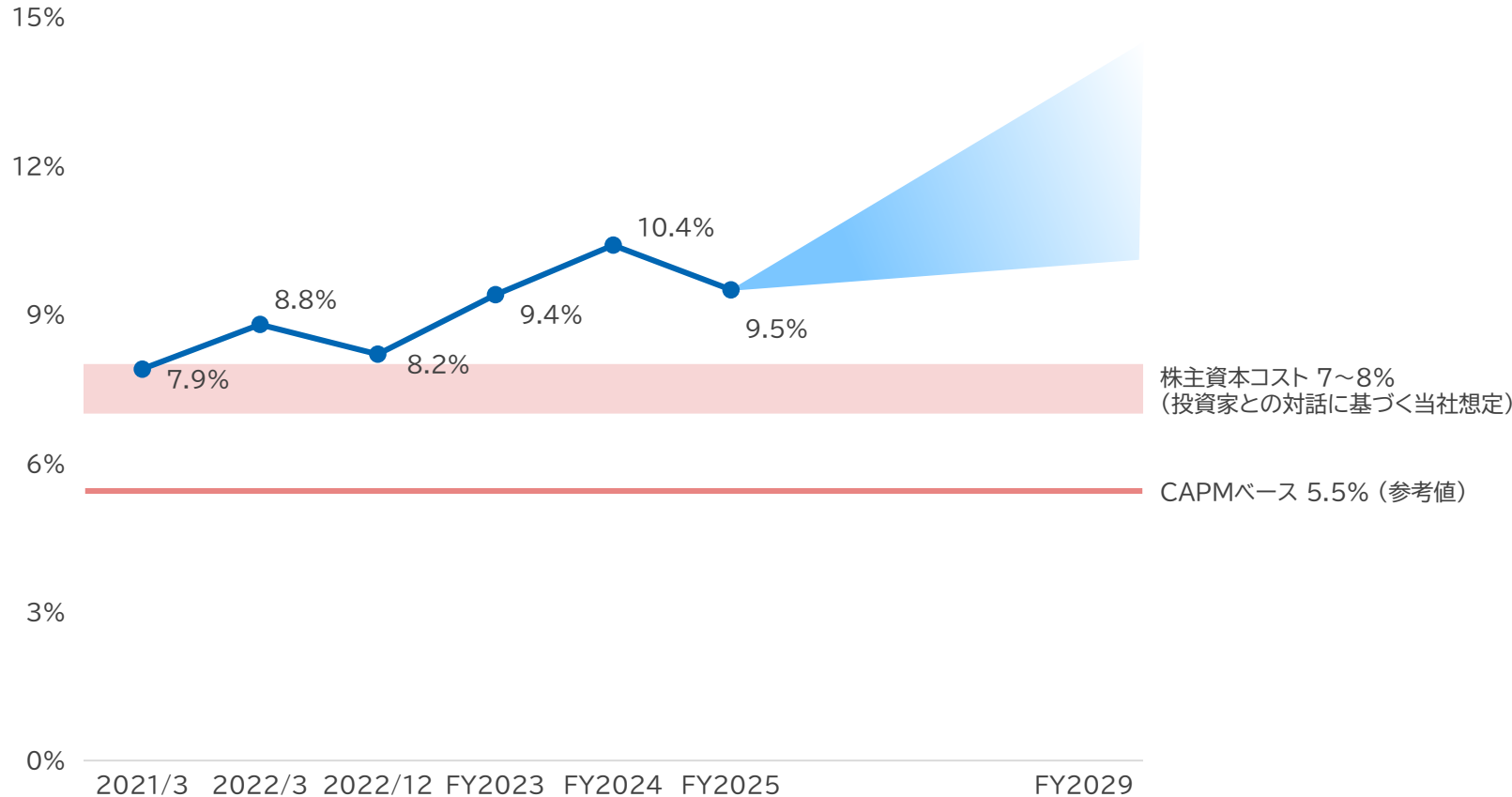
ファインケミカルを中心とした成長期待から、PBRは前年比で改善。(FY2024末 1.11倍 → FY2025末 1.25倍)
 今後は、収益性の更なる向上と、余剰資本の圧縮により、市場期待に応えるROE水準の維持・引き上げを図るとともに、ガバナンス進化により経営力を向上させ、株式市場への発信力を一層高めていく。

取組みの方針



積極的な成長投資による利益水準(分子)の引き上げと純資産額(分母)のコントロールを行う。
減価償却負担の増加が見込まれる「STAGE 3」においても、成長のための投資と安定的かつ機動的な株主還元を両立させて、市場の期待(株主資本コスト7~8%)を超えるROE水準(10%以上)を維持する。

ROEの推移



株主資本コストを安定的に上回る
ROE水準の維持・向上にむけて

利益水準の引き上げ

事業戦略の強化・加速

資本効率向上

余剰資本を最小化する
BSマネジメントの改善

資本コストの低減

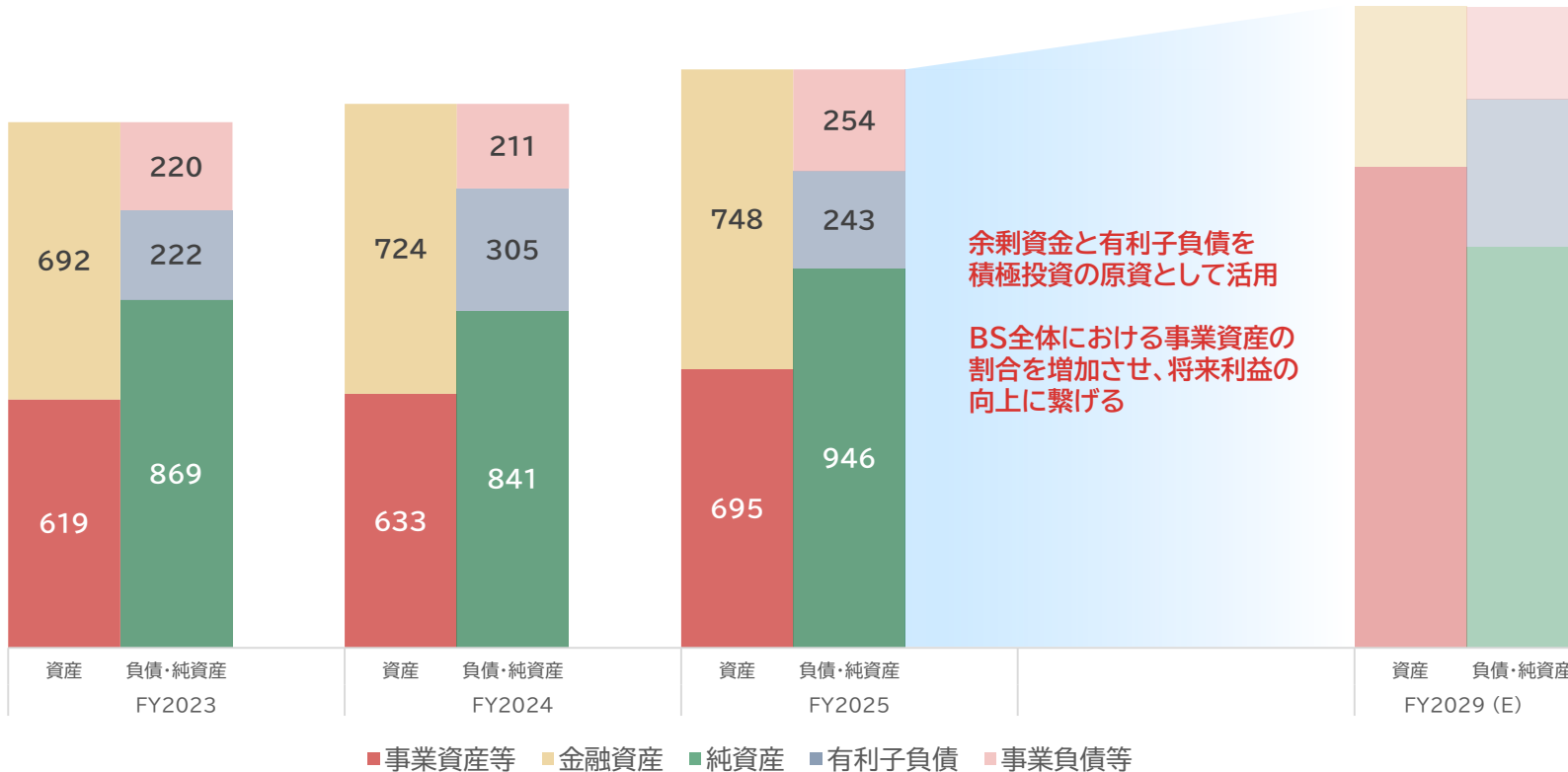
IR活動による企業理解の促進
ガバナンス改善による経営の質向上

金融資産(現預金+有価証券+投資有価証券等)として資金保持方針(売上高3カ月分)を上回る現預金や有価証券を保有していることから、資本効率性を押し下げている。

今後は、CMS・コミットメントラインの導入により資金効率を高め、余剰な金融資産を成長投資に振り向け、事業資産に置き換えるとともに、獲得した営業キャッシュフローを更なる成長投資と株主還元へ振り向けていく。

連結貸借対照表 概算値

(億円)
100 Million yen



余剰資金と有利子負債を積極投資の原資として活用
BS全体における事業資産の割合を増加させ、将来利益の向上に繋げる

BSマネジメントの改善にむけて

成長分野・新規分野への積極投資

M&Aによる海外事業展開(Timuraya買収)や継続的な新規事業への投資

グループ内資金の効率運用

CMS導入により、グループ内の資金を積極投資の原資として活用

金融資産の縮減

社債の売却や政策保有株式の持合解消

財務健全性

「STAGE 3」の積極投資に際しては有利子負債も活用するが、有利子負債調達はA格維持を前提とし、財務健全性を維持する。

ファインケミカルの成長に伴い営業利益が拡大したことで全社ROICは上昇した。
一方で、金融資産も増加したことからROEは前期比で低下した。

連結貸借対照表(2025/12/31現在概算値)

【金融資産】
(現状と今後の方針)
借入金の返済により、金融資産残高は前期末比50億円減少した。資金需要に対して有利子負債を活用する一方で、余剰部分は返済を通して積極的に縮減する。

	FY2024末	FY2025 4Q
	724億円	748 億円
		(期初比+ 24.6 億円)

(内訳)

現預金	337億円	355億円
有価証券	146億円	118億円
投資有価証券	240億円	274億円

【事業用諸資産】
営業債権
棚卸資産
有形/無形固定資産

	FY2024末	FY2025 4Q
【化学品】	439億円	499 億円
		(期初比+ 59 億円)

【建材】	149億円	149 億円
		(期初比+ 0 億円)

【余剰資本】
(現状と今後の方針)
預金保持方針は売上高3カ月を目安とする。CMSやコミットラインを活用し手元流動性の圧縮を図る。政策保有株は、取引先との対話を経たうえで、段階的に売却を進めており、今後も縮減を継続する。

余剰資本については、「STAGE 3」における成長投資に加え、人的資本・環境整備への投資へ優先的に充当する。株主還元は、現在の還元方針に沿って安定的・継続的に実施するが、投資案件を随時精査し、余剰部分は機動的な還元を検討する。

【事業投下資本】
(対比すべき利益指標)
事業別税引き後営業利益 → **事業別ROIC**

	FY2024末	FY2025 4Q
【化学品】	314億円	356 億円
		(期初比+ 42 億円)

事業別ROIC 19.6% **21.1%**

【建材】	91億円	95 億円
		(期初比+ 3.7 億円)

事業別ROIC 7.7% **4.1%**

【事業用諸負債】
営業債務
労働負債・引当金

【全社グループ投下資本】
(対比すべき利益指標)
税引後(営業利益+金融収益)
→ **全社ROIC**

(現状)
現状のWACCは4.5~5.5%と認識。全社ROICはWACCを上回る水準にあるが、引き続きROIC-WACCスプレッド拡大に向けた施策を継続する。

	FY2024末	FY2025 4Q
	1,147億円	1,189 億円
		(期初比+ 42 億円)
全社ROIC	6.6%	7.2%

【将来獲得収益(FCF)】

(株主還元)
総還元性向は当期純利益の50%を目標として、機動的に実施

(内部留保)
リスク資金として成長投資と人的資本投資を最優先

【簿価純資産】
(対比すべき利益指標)
当期純利益 → **ROE**

(ROE目標)
成長投資を優先する局面においても、ROE10%を維持し、投資回収の進展と資本政策により、中長期的な資本効率の向上を目指す。

	FY2024末	FY2025 4Q
	833億円	937 億円
		(期初比+ 104 億円)
ROE	10.4%	9.5%

【有利子負債】
(今後の方針)
2029年目標の達成及び2030年以降の持続的成長に向けた積極投資に有利子負債を活用する。借入上限は格付(A-, R&I)を維持できる水準とし、中長期的にはD/ELレシオ0.3倍をターゲット水準とする。

	FY2024末	FY2025 4Q
	305億円	243 億円
		(期初比▲ 62 億円)

【将来純資産】
攻めの成長戦略と資本効率性を両立させるバランスシートマネジメントにより、ROE10%を維持する。

	FY2029末 目標
	1,050 億円以下
ROE	10.0% 以上

4. Challenge 1000「STAGE 3」計画

Challenge 1000「STAGE 3」Plan Overview

独創力で、“一步先行く提案”型企业へ

独創的なアイデアで社会課題を解決し、世界をリードする

財務目標

売上高

1,000 億円

営業利益

150 億円

ROE

10%

戦略の柱

事業変革方針

お客様のご要望起点から
当社からの提案起点へ

全社変革方針

2030年にありたい姿の
実現に向け6つの
全社変革方針を設定

積極投資

事業変革方針と全社変革方針を
後押しする積極投資を実施

SDGsの達成

レスポンシブル・ケアによる
環境保全に加え、更なる
社会課題の解決に向けSDGsの
達成に貢献する

四方よし

顧客

一步先の価値を

独創的で最先端の製品・サービスで、
新たな価値を提供する

従業員

挑戦と成長を

多様な働き方と挑戦による成長を
実感できる環境を作り、
豊かな人生を応援する

株主

還元方針

配当性向30%、総還元性向50%、
株主資本配当率(DOE)3%を
目指す

社会

より良い明日を

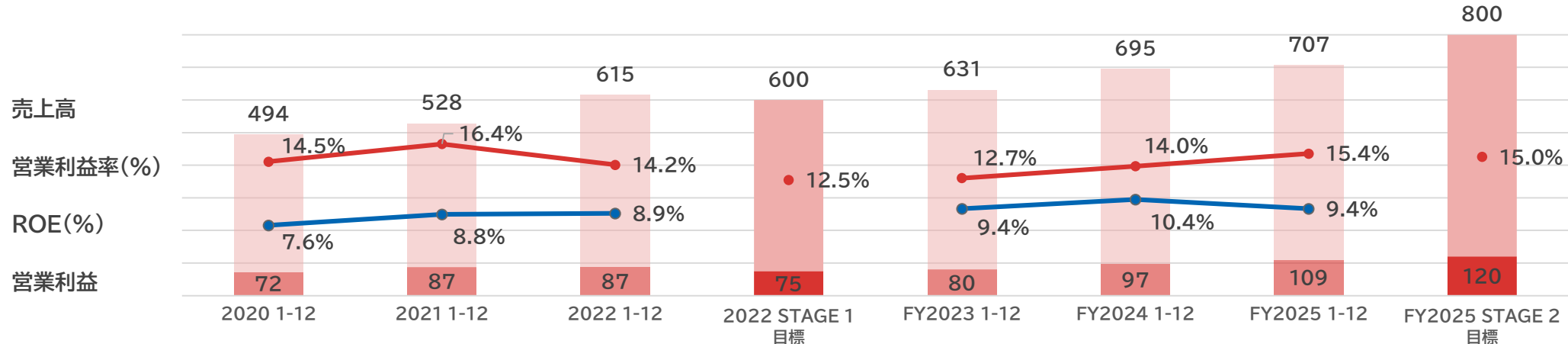
社会課題の解決に貢献し、
豊かな生活環境を実現する

Challenge1000「STAGE 1」・「STAGE 2」の総括

(億円)
100 Million yen

	「STAGE 2」 目標	FY2025 実績	総括
化学品事業 売上高	500	515.5	無機化成品は、競合他社による安値攻勢により不溶性硫黄の販売価格が低下し目標未達。 有機化成品は、市場環境の変化により、北米市場で単価が大きく上昇し目標達成。 ファインケミカルは、新規開発品の販売量が大きく増加し、当初の「STAGE 3」目標を上回る進捗。
建材事業 売上高	275	179.6	シェアの低い住宅エクステリアに注力することでシェア拡大と売上成長を目指したが、長引く新設住宅着工戸数の低迷から苦戦。得意分野である景観エクステリアに注力し、収益性の改善を図っている。
全社 売上高	800	707.0	化学品事業は「STAGE 2」目標を上回ったが、建材事業、新規事業が「STAGE 2」目標を下回ったことで、売上高は「STAGE 2」目標未達となった。
営業利益	120	108.7	収益性の高いファインケミカルの販売が拡大したが、無機化成品、建材で売上が目標を下回ったことで「STAGE 2」利益目標から10億円程度の未達となった。

(億円)
100 Million yen



「STAGE 1」 | 「STAGE 2」

化学品事業

化学の力で、世界の進歩のために、
深化と進化を続ける会社

事業	ありたい姿	戦略シナリオ
無機化成品	取扱いが難しい素材を循環的に活用し、世界の技術革新や環境保全に貢献する	新プラントで製造する高品質品や、サステナブル原料を用いた不溶性硫黄の拡販 硫黄活用を起点に事業領域を拡大し、新たな価値を提案
有機化成品	環境・衛生を守り、世界中の人にキレイを届ける	水環境・衛生などの社会課題に応じて顧客ニーズを先取りし、独自技術やサービスで殺菌・洗浄の最適な提案を実現
機能材料	有機合成力をコアとした独創的な材料で最先端技術をリードする	独創的なキーマテリアルを安定供給し、業界標準として広く認知される
電子化学材料	独創的な新技術で世界のスタンダードを創出	電子デバイス・最先端半導体市場に、分子設計技術を活かした配合を創出し、トータルソリューションを提案

建材事業

人と自然に“よりよい巡り”をもたらすことで、
皆が安心して暮らせる街づくりに貢献

ありたい姿

人と自然に“よりよい巡り”をもたらすことで、
皆が安心して暮らせる街づくりに貢献

戦略シナリオ

「MEGLIO」をパーパス・ブランドに位置付け、パーパスを軸とした事業活動および社会課題解決に取り組み、付加価値を創出する。市場における認知と存在価値を高め、市場に不可欠な企業として独自のポジション確立を目指す。

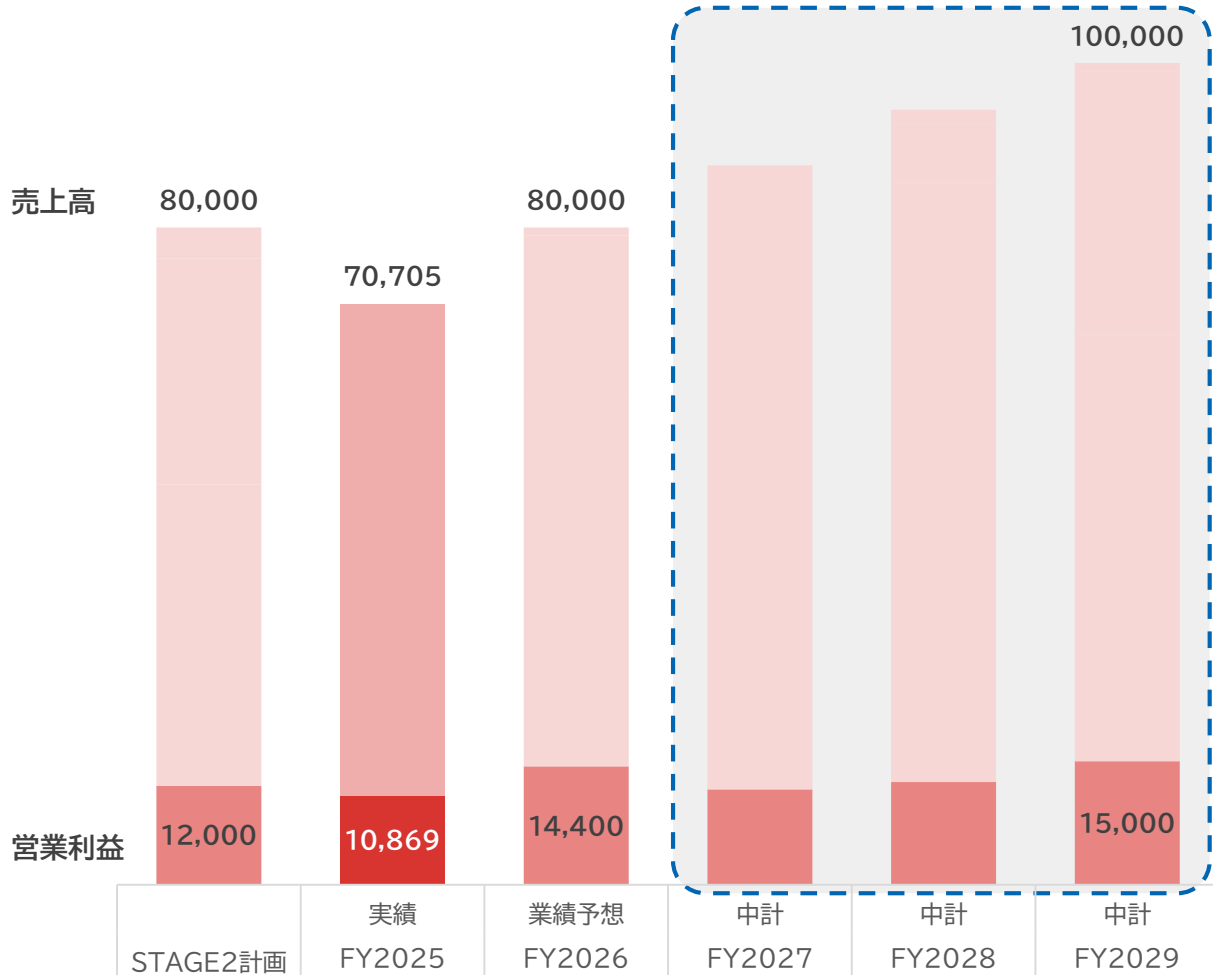


Challenge1000「STAGE 3」損益計画

「STAGE 3」では、2030年以降の飛躍的な成長に向けた成長投資を優先させるが、足元の需要見通しから利益計画は達成の確度が高まる。

(百万円)
Million yen

計画の修正を予定



① 「STAGE 2」は目標未達ながら、「STAGE 3」数値目標は維持

- 「STAGE 2」の達成度合いは、セグメントごとに様々だが、足元の状況を織り込んだ新たな事業戦略を計画。
- 未達部分はインオーガニックな成長(外部成長)で補い、目標達成を目指す。

② 「STAGE 3」は2030年以降の飛躍的な成長に向けた投資フェーズ

- 将来の成長を最優先し、先行投資を積極的に実施。
- 投資実行に伴う減価償却費が一時的に利益を圧迫しても、必要な投資は確実に進める方針。

ファインケミカルの需要急拡大により、FY2026業績予想は「STAGE 3」の2026年計画を大幅に上回る見通し

- 現在ファインケミカル主要製品の需要予測及びTimuraya社の事業計画を織り込んだ「STAGE 3」数値を再試算中
- 新たな計画値は2026年8月の中間決算説明会で開示予定

Challenge1000「STAGE 3」事業変革方針

無機化成品

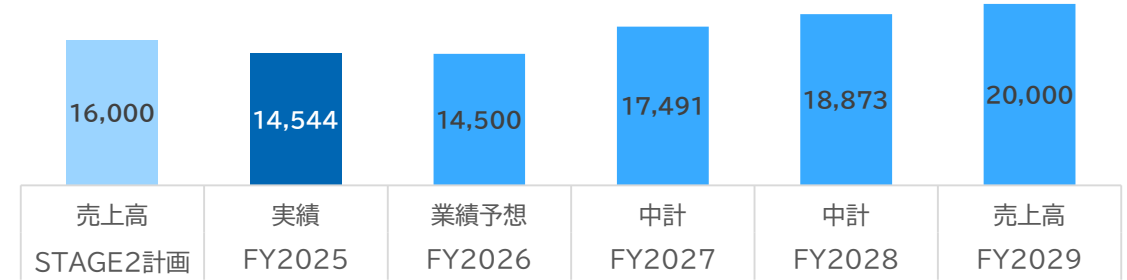
(FY2029年売上高目標 当初：180億円 → 修正：200億円)

無機化成品の売上高はFY2029で200億円を目指す。

主な施策

- ・サステナブル原料を用いた不溶性硫黄の拡販
- ・新プラントで製造した高品質な不溶性硫黄の拡販
- ・硫黄を起点とした新規開発品の拡販

(百万円)
Million yen
FY2025比 +55億円



有機化成品

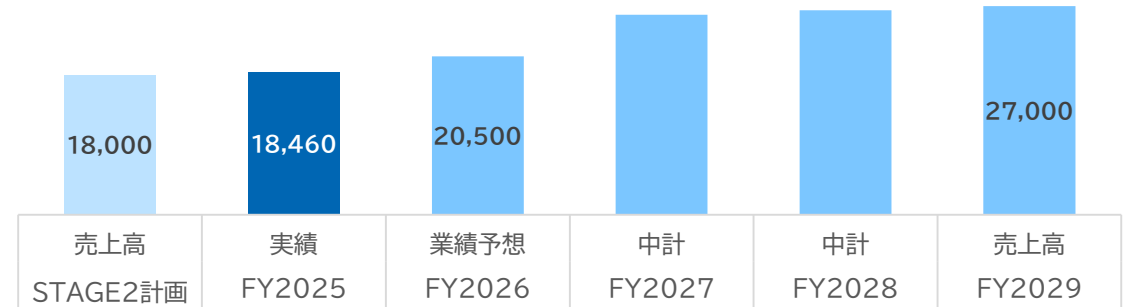
(FY2029年売上高目標 当初：210億円 → 修正：270億円)

有機化成品の売上高はFY2029で270億円を目指す。

主な施策

- ・生産体制構築による生産及び販売の拡大
- ・マーケティング強化によるBtoC製品の拡販

FY2025比 +85億円



ファインケミカル

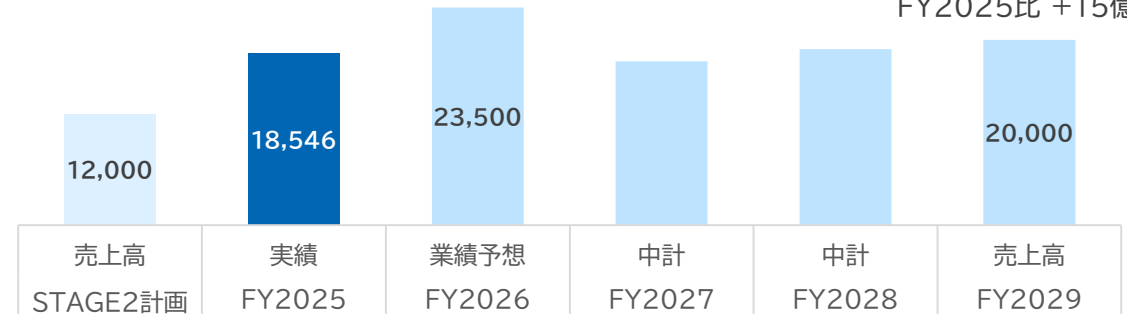
(FY2029年売上高目標 当初：140億円 → 修正：200億円)

ファインケミカルの売上高はFY2029で200億円を目指す。

主な施策

- ・坂出工場稼働によるGliCAP、半導体プロセス材料の需要増対応

FY2025比 +15億円



※2026年8月に開催の中間決算説明会にて新計画を開示予定

Challenge1000「STAGE 3」事業変革方針

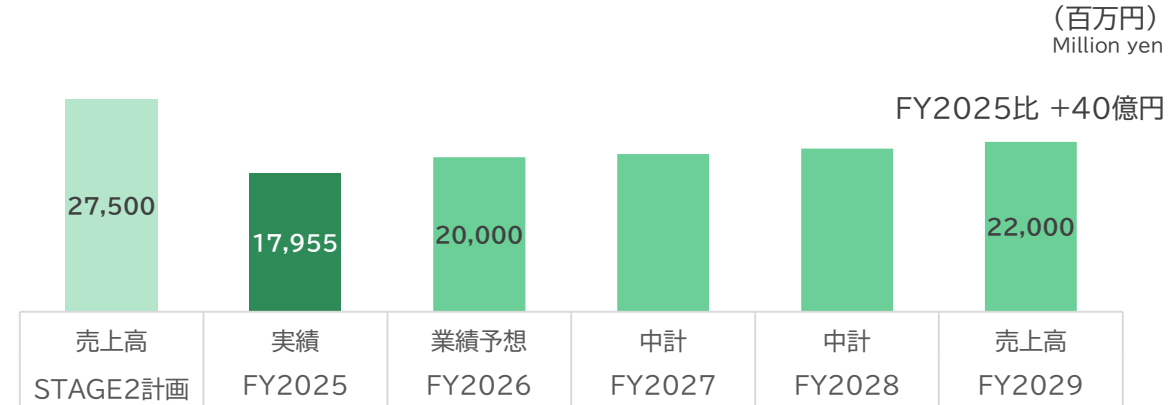
建材

(FY2029年売上高目標 当初：400億円 → 修正：220億円)

建材の売上高はFY2029で220億円を目指す。

主な施策

- ・強みを活かせる分野への注力
- ・新ブランド「MEGLIO」のもと、高付加価値製品ラインナップの拡充
- ・持続的成長を見据えた生産体制の再構築と収益構造改革



新規事業

(FY2029年売上高目標 当初：50億円 → 修正：100億円)

新規事業の売上高はFY2029で100億円を目指す。

主な施策

- ・社内公募と起業家人材育成の取り組みを強化
- ・研究機関やスタートアップと連携し、当社技術を起点とした事業を創出
- ・M&Aで、シナジーのある企業・事業を買収し事業領域を拡大



※2026年8月に開催の中間決算説明会にて新計画を開示予定

その他事業

その他事業の売上高はFY2029で10億円を目指す。

主な施策

- ・自社ブランドでの実店舗展開(フード事業)
- ・分析領域の拡大や自治体との連携(環境事業)



Challenge1000「STAGE 3」新規注力分野

複数のセグメントで将来事業を支える製品群の育成に注力する。

また、CVC設立を通じてコア領域である化学・建材事業のほか、新規事業領域にも展開し事業領域の拡大を目指す。

FY2029 売上規模

10億円以上
30億円未満



硫黄を起点とした 新規開発品

市場：非開示
要因：顧客評価の進展
寄与：中計期間後半からの寄与を想定



サニタリー分野

市場：サニタリー
要因：ODM拡大、BtoC製品の拡販
寄与：中計期間で安定的に需要拡大



環境配慮型エクステリア

市場：景観エクステリア
要因：ニーズの増加
寄与：中計期間で安定的に需要拡大

10億円未満

	既存商品	新商品
既存市場	 既存市場×既存商品	 既存市場×新商品 新商品開発 周辺 30%
新市場	 新市場×既存商品 新市場開拓 周辺 30%	 新市場×新商品 多角化 新規 70%

CVC設立を通じた新規事業の探索

市場：既存領域及び、シナジーが見込める領域
要因：シナジー創出、新規事業領域への進出
寄与：中計期間後半からの寄与を想定

既存事業の延長線上にある技術・分野へ30%、
将来的に既存事業と関連可能性がある新規領域に70%の
投資を行い、「STAGE 3」期間中に複数案件の事業化を目指す。

● 周辺領域（新市場開拓・新商品開発）：30% ● 新規領域（多角化）：70%

Challenge1000「STAGE 3」全社変革方針

独自技術に立脚した事業戦略と、それを支える企業風土により、優位性・独自性を生み出し維持してきた。
「STAGE 3」全社変革方針では、6つの戦略のもと、当社の強みである事業戦略と企業風土を強化し、更なる企業価値の向上を目指す。

事業戦略

独自技術を起点とした事業展開



企業風土

誠実で細やかな顧客対応

人材戦略

成長機会の強化と
人材ポートフォリオの最適化

DX戦略

データドリブン経営の推進

広報戦略

採用ブランド力・社内エンゲージメント向上

財務戦略

成長投資を支える調達と資本効率向上

サステナビリティ戦略

安全・環境対応・品質の強化

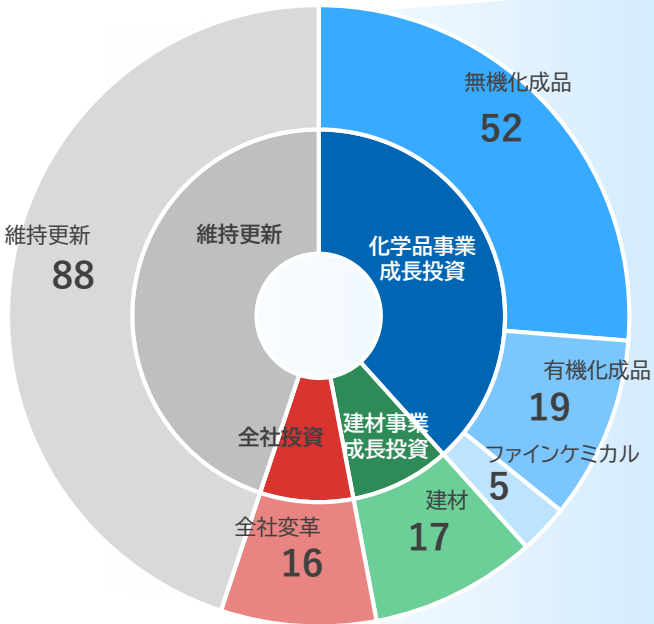
新規事業戦略

社内事業創出+外部連携(M&A含む)

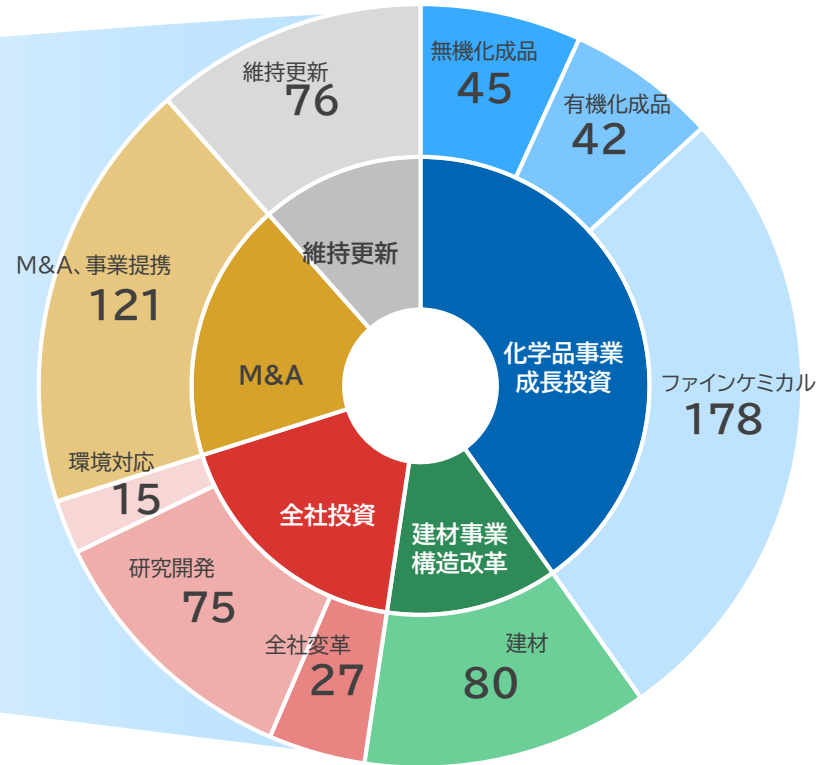
Challenge1000「STAGE 3」投資計画

「STAGE 3」では26-29年累計で最大660億円の投資を実施する。
 坂出工場の新設等、成長投資を行うとともに、DXやR&D新棟など従業員が効率的にモチベーション高く働ける環境整備にも積極投資を実行。

「STAGE 3」投資計画(変更前)
 投資総額 **194**億円



「STAGE 3」新投資計画
 投資総額 **660**億円



(億円)
100 Million yen

年度別投資額

2026年	2027年	2028年	2029年
140億円	110億円	215億円	195億円

投資カテゴリ	主な投資内容
無機化成品	新規開発品 プラント建設投資
有機化成品	サニタリー製品生産設備拡張
ファインケミカル	坂出工場関連投資、丸亀工場 GliCAP増産
建材	生産拠点再構築
全社変革	DX投資、基幹システム更新
研究開発	R&D新棟建設
環境対策	脱炭素関連投資
M&A	M&A80億円、新規事業投資、外部提携等

Challenge1000「STAGE 3」株主還元方針

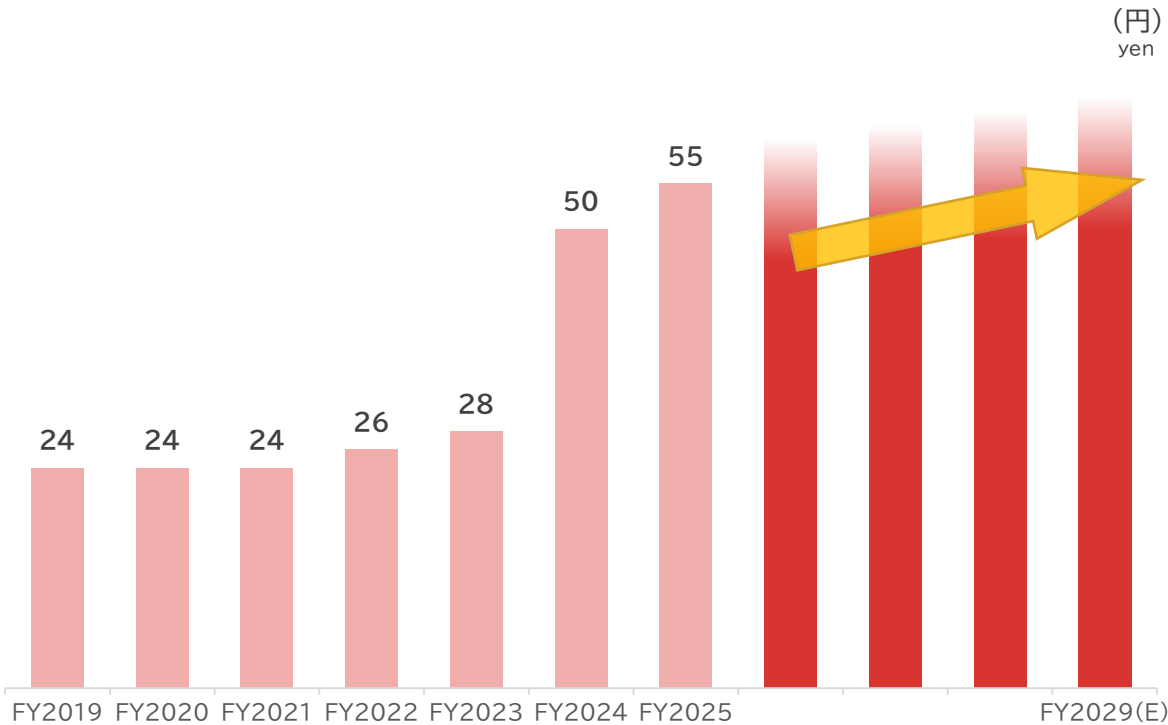
【株主還元方針】

- 配当性向 **30%**
- 総還元性向 **50%**
- DOE(連結株主資本配当率) **3%**

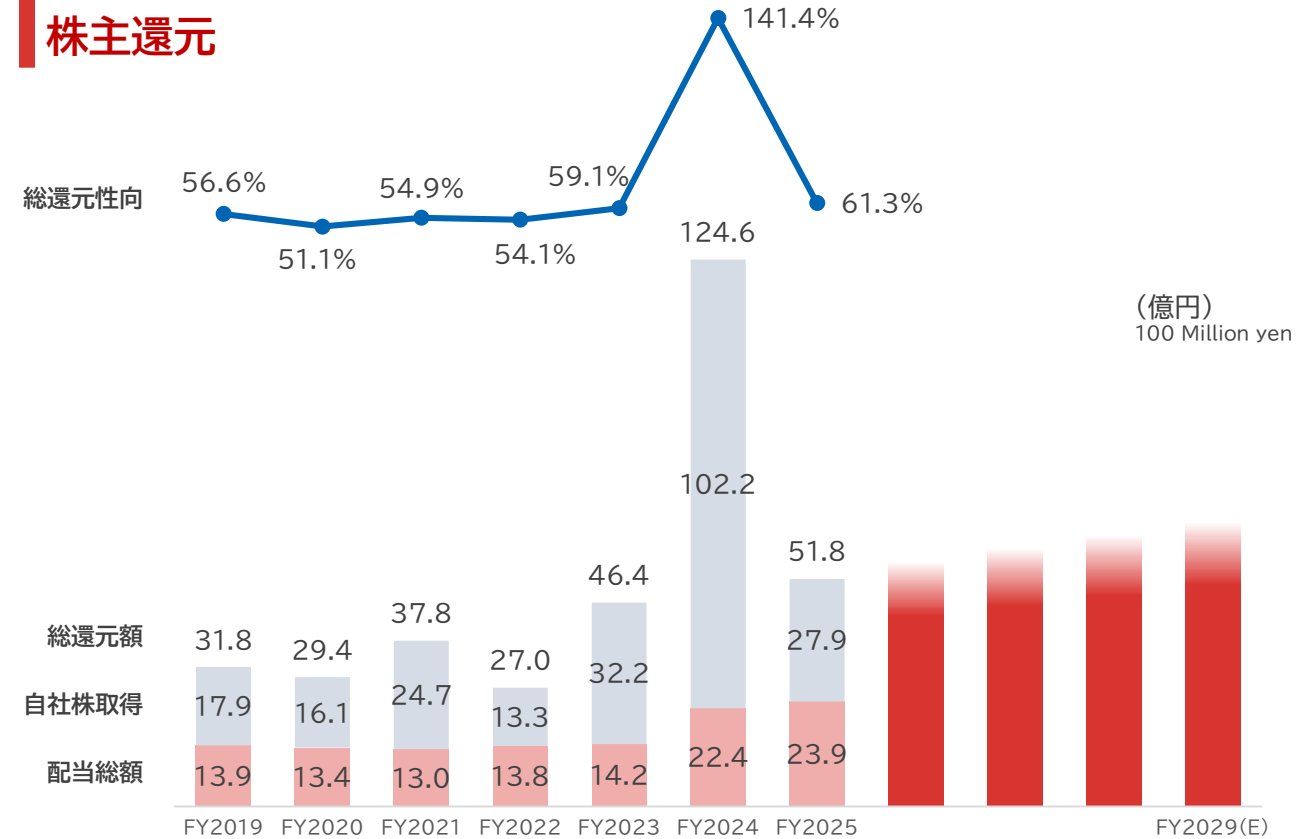
長期ビジョン「Challenge 1000」の期間中において、連結業績を基準として上記還元方針を目指す。

- ・安定配当と機動的な自己株式取得による株主還元の充実を図る。
- ・攻めの成長戦略と株主還元を両立し、1株当たり利益・1株当たり配当の成長を目指す。

1株当たり配当金

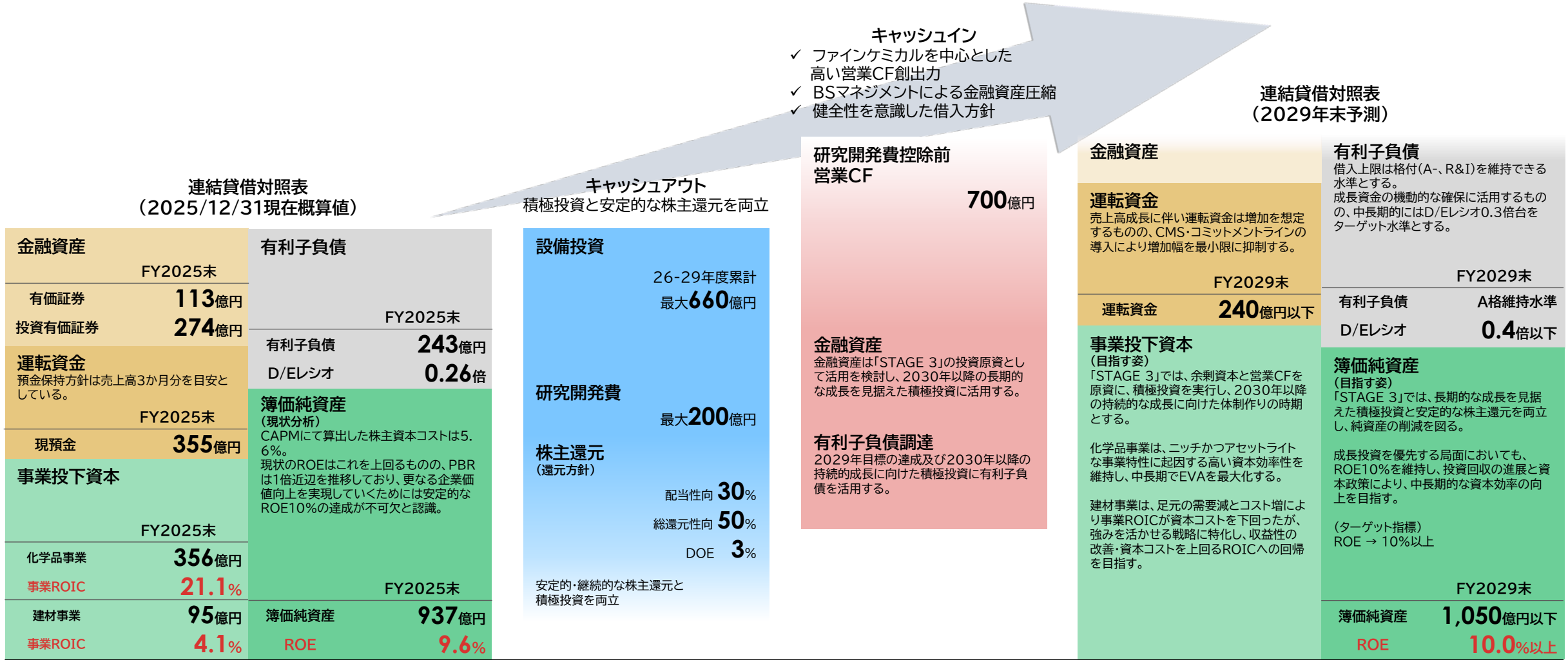


株主還元



「STAGE 3」キャピタルアロケーション方針

「STAGE 3」では余剰資本と将来営業CFを原資に、有利子負債も活用しながら26-29年累計で最大660億円の戦略投資を実施する。余剰資本と将来営業CFを基に、成長投資と株主還元、財務健全性を両立し、中長期の企業価値向上を実現する。



連結貸借対照表
(2025/12/31現在概算値)

金融資産		有利子負債	
FY2025末		FY2025末	
有価証券	113億円	有利子負債	243億円
投資有価証券	274億円	D/Eレシオ	0.26倍
運転資金		簿価純資産	
預金保持方針は売上高3か月分を目安としている。		(現状分析) CAPMIにて算出した株主資本コストは5.6%。 現状のROEはこれを上回るものの、PBRは1倍近辺を推移しており、更なる企業価値向上を実現していくためには安定的なROE10%の達成が不可欠と認識。	
FY2025末		FY2025末	
現金	355億円	簿価純資産	937億円
事業投下資本		ROE	
FY2025末		FY2025末	
化学品事業	356億円	簿価純資産	937億円
事業ROIC	21.1%	ROE	9.6%
建材事業	95億円		
事業ROIC	4.1%		

キャッシュアウト
積極投資と安定的な株主還元を両立

設備投資	
26-29年度累計 最大660億円	
研究開発費	
最大200億円	
株主還元 (還元方針)	
配当性向	30%
総還元性向	50%
DOE	3%
安定的・継続的な株主還元と積極投資を両立	

- キャッシュイン
- ✓ ファインケミカルを中心とした高い営業CF創出力
 - ✓ BSマネジメントによる金融資産圧縮
 - ✓ 健全性を意識した借入方針

研究開発費控除前
営業CF
700億円

金融資産
金融資産は「STAGE 3」の投資原資として活用を検討し、2030年以降の長期的な成長を見据えた積極投資に活用する。

有利子負債調達
2029年目標の達成及び2030年以降の持続的成長に向けた積極投資に有利子負債を活用する。

連結貸借対照表
(2029年末予測)

金融資産		有利子負債	
FY2029末		FY2029末	
運転資金	240億円以下	有利子負債	A格維持水準
事業投下資本 (目指す姿)		D/Eレシオ	0.4倍以下
「STAGE 3」では、余剰資本と営業CFを原資に、積極投資を実行し、2030年以降の持続的な成長に向けた体制作りの時期とする。		簿価純資産 (目指す姿)	
化学品事業は、ニッチかつアセットライトな事業特性に起因する高い資本効率性を維持し、中長期でEVAを最大化する。		「STAGE 3」では、長期的な成長を見据えた積極投資と安定的な株主還元を両立し、純資産の削減を図る。	
建材事業は、足元の需要減とコスト増により事業ROICが資本コストを下回ったが、強みを活かせる戦略に特化し、収益性の改善・資本コストを上回るROICへの回帰を目指す。		成長投資を優先する局面においても、ROE10%を維持し、投資回収の進展と資本政策により、中長期的な資本効率の向上を目指す。	
		(ターゲット指標) ROE → 10%以上	
		FY2029末	
		簿価純資産	1,050億円以下
		ROE	10.0%以上

Challenge1000 SDGs、ESGへの取り組み

マテリアリティ(優先課題)	当社の取り組み	目標項目：2029年目標値
---------------	---------	---------------

①いきいきと活躍できる 職場環境づくり

- ・ワークライフバランスの推進
- ・柔軟で多様な働きかたへの取り組み
- ・従業員の心と体の健康増進
- ・多様な人材の登用と活躍
- ・ハラスメント撲滅に向けた実効的な取り組み

- ・従業員サーベイによる高エンゲージメント者比率：5ポイントのスコア向上
- ・ストレスチェックによる高ストレス者比率：5 %以下
- ・年次有給休暇取得率：75 %/人以上
- ・健康経営優良法人：ホワイト500 認定
- ・女性管理職比率：10 %以上
- ・障がい者雇用率：2.5 %以上



②安全操業・環境保全・安定 品質の追求

- ・安全文化の醸成
- ・脱炭素社会移行への貢献
- ・安全/環境/品質に対する設備投資の実行
- ・レスポンスブル・ケア活動の推進
- ・コンプライアンス・リスク管理の強化
- ・持続可能なサプライチェーンの構築

- ・休業災害：0 件/年度
- ・GHG排出量：33.6 %減・2021年度比
- ・使用電力の再生可能エネルギー比率：30 %以上
- ・重大な環境・品質問題の発生：0 件
- ・水使用量の削減(化学品3工場・生産量原単位)：5%減・2020年度比
- ・新規お取引先様へのCSR適合の要請：100 %



③新たな事業機会への挑戦

- ・社会課題解決に向けた製品、サービスの創出
- ・オープンイノベーション推進
- ・挑戦する風土醸成、人財育成、制度設計

- ・新規サステナビリティ貢献製品・サービス及び、既存事業の枠にとらわれない新規事業創出による売上高：100億円
- ・新規事業部門の体制整備：基本運用システム運用・改善
- ・既存事業の売上高：900億円



5. 建材事業 事業説明

Housing Materials Business Overview

事業を取り巻く外部環境の変化について

3つの環境変化が同時に進行し、従来の競争モデルは成立しにくい事業環境となっている。

市場環境

人環境

- ・ 新設住宅着工戸数の中長期的な減少傾向
- ・ 働き方改革に伴う人手不足と現場での施工制約

コスト環境

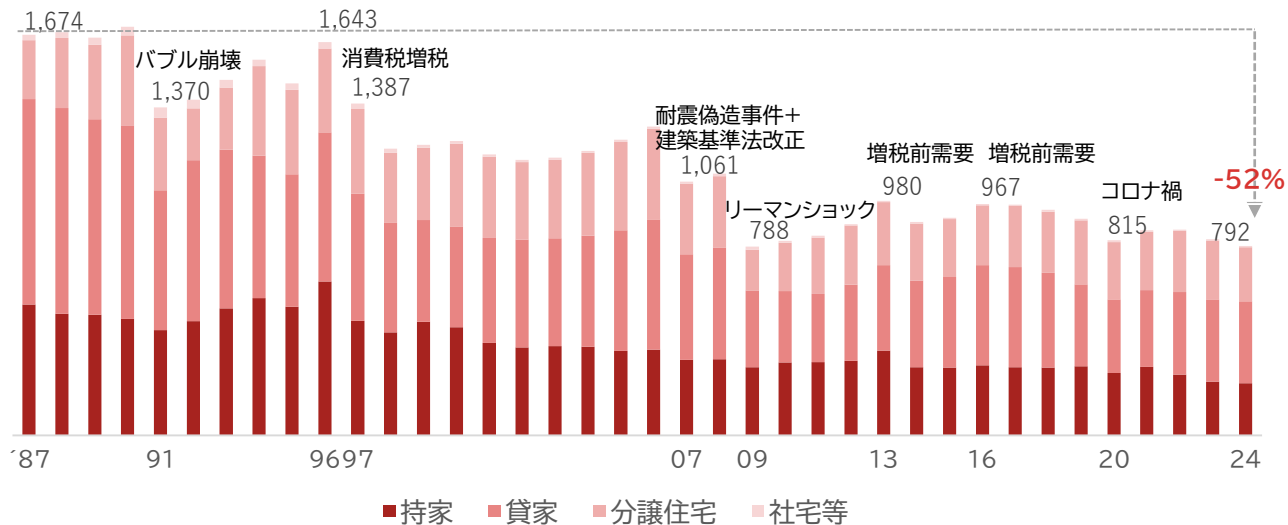
- ・ アルミ地金価格を中心に原材料コストは全般に上昇
- ・ 物流コストの上昇
- ・ 労務費の上昇

社会環境

- ・ インフラの老朽化
- ・ 人手不足による省力化ニーズの高まり
- ・ 脱炭素、環境配慮の要求
- ・ 気候変動、災害の激甚化
- ・ 空間価値の要求
- ・ 防犯意識の高まり

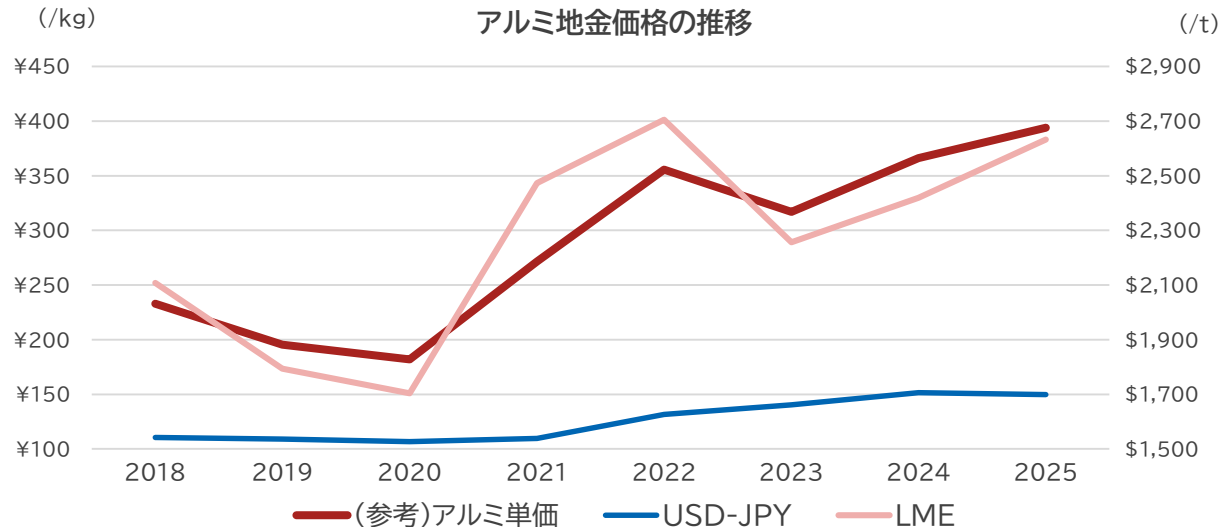
新設住宅着工戸数の推移(1987年～)

(万戸)



出所：国土交通省 住宅着工統計

アルミ地金価格の推移



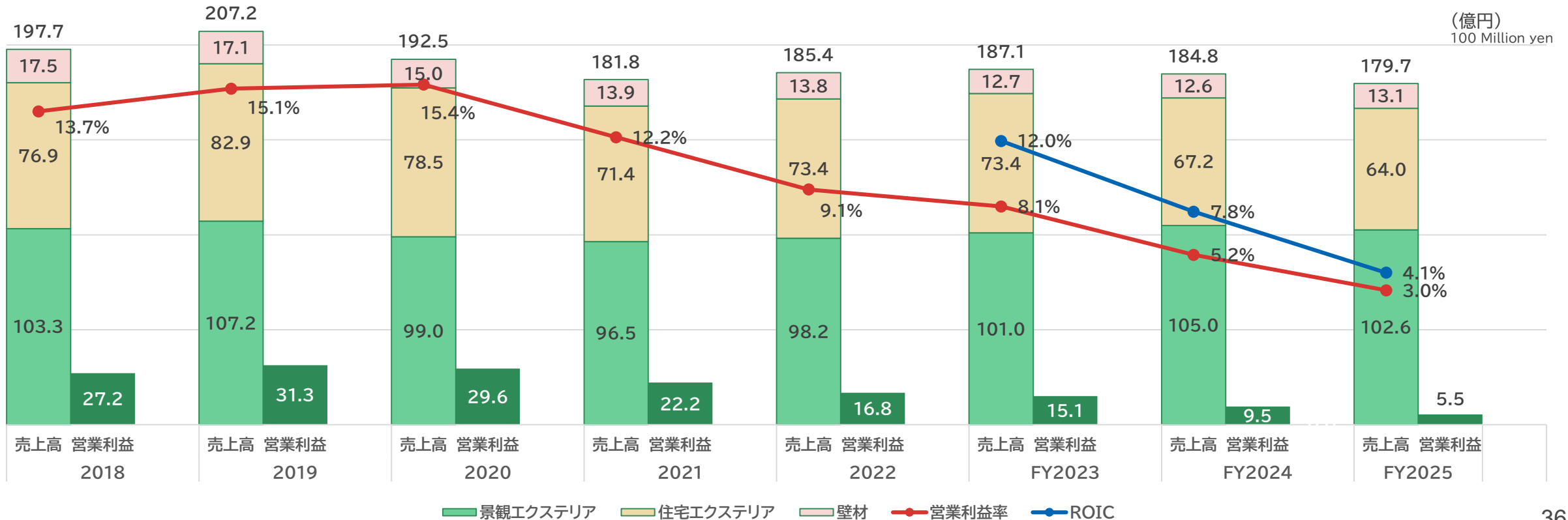
LME：アルミ地金3か月先物の年間平均価格
USD-JPY：ドル円の年平均レート

「STAGE 2」までの振り返り

「STAGE 2」では、新設住宅着工戸数の低迷に加え、働き方改革や労働力不足による工期遅れなどの影響が顕在化。売上高はほぼ横ばいで推移しているものの、アルミ地金をはじめとする資材価格の高騰や物流コスト・労務費増等により収益性は悪化している。



「STAGE 2」では、シェアが低い住宅分野を伸ばす方針を掲げたが、価格競争が激化している中で汎用品のシェアアップは現実的で無く、**住宅・景観の垣根を外した「強みを伸ばす」戦略**に転換。「STAGE 2」では、住宅EXへリソースをかけ過ぎたほか、上昇した原料価格を価格転嫁できず、収益性が悪化した要因と認識。



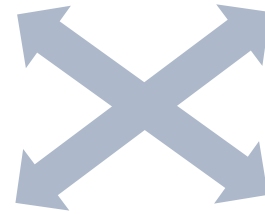
当社の特徴

強み

- ・ 非住宅分野での設計への提案力と現場に即したモノづくり
- ・ 大規模な原材料加工設備を有しておらず、素材の多様化が可能
- ・ 少量多品種生産で、特注対応力に優れている

弱み

- ・ 大量生産に向いていない
- ・ 大手サッシメーカーと比較して、汎用グレード品の価格競争力が無い



競合他社の特徴

強み

- ・ LIXIL・三協アルミ・YKKAP等の大手サッシメーカーは、スケールメリットを活かした素材から製品までの一貫生産が可能
- ・ 企業規模による総合力

弱み

- ・ 大規模な設備を保有していることから、素材選択の余地が少ない
- ・ 戸建住宅に依存しており、景観エクステリア向けのノウハウが不足
- ・ 特注対応力に弱みがある

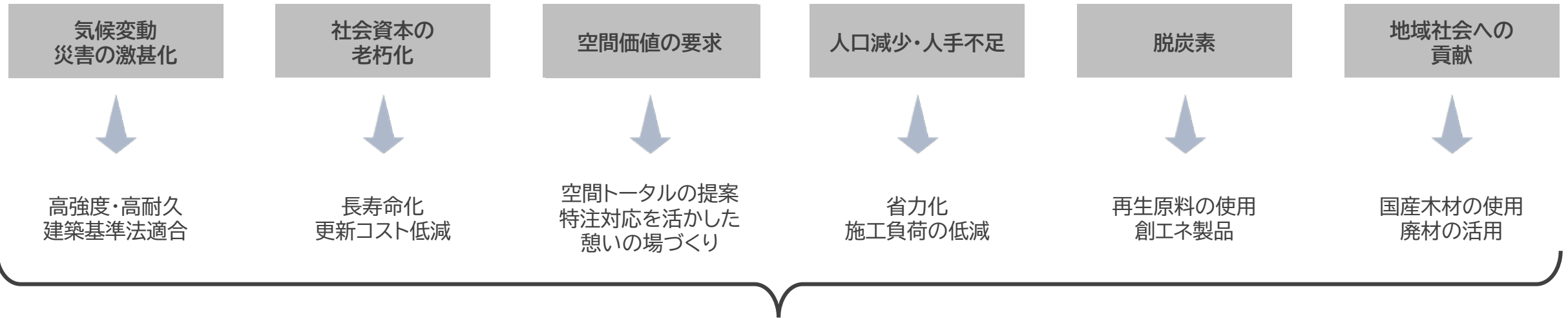
競合大手との正面对決を避け、設計折込型・特注対応力という独自ポジションで差別化を図る事業構造にある。

外部環境変化から考える事業モデル転換

事業モデルの転換

- ① 原材料価格上昇分の適正な価格転嫁を徹底
- ② 当社の強みを更に強化する人材・体制への重点投資
- ③ **社会課題解決型商品の開発を推進**し、商品目的を明確化
- ④ 総合デパート型から専門特化型へ転換(**強みを活かした事業領域拡大**)

環境変化に対する当社の提案



強み × 付加価値創出で成長を目指す

パーパス・ブランド「MEGLIO」の立ち上げ

当社は”人環境”と”自然環境”の2つの環境に対して持続可能な価値ある空間を提案する。
 事業理念を「人と自然に、よりよい巡りを」と再定義し、
 パーパス・ブランド「MEGLIO」として、市場での認知度と存在価値を高める。

パーパス・ブランド



パーパス
 ビジョン

皆が安心して暮らせる街づくりに貢献する

人と自然に”よりよい巡り”を



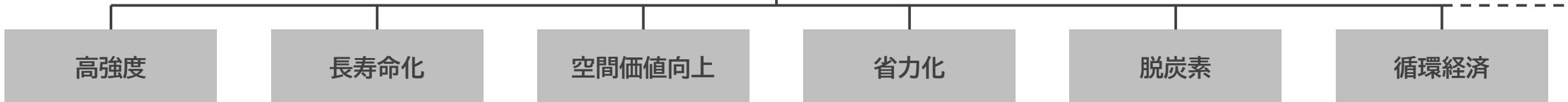
当社の強みをMEGLIOブランドに束ね、存在感を高める。
 「数売る」ではなく、「価値で選ばれる」ブランドを目指す。

地元丸亀市において丸亀競技場のネーミングライツを取得
 「四国化成メグリオスタジアム」としてグループ全体で推進を後押し



「MEGLIO」を起点とした事業戦略

「MEGLIO」のもと、6つのミッションを設定し、社会課題の解決を通じた高付加価値商品のラインナップを拡大する。
各ミッションは開発方針でとどまらず、課題解決提案の軸とする。



高強度

長寿命化

空間価値向上

省力化

脱炭素

循環経済

災害に強く、
安心安全な商品作り

長期間使用できる
高耐久化

使いやすく心地よい
空間を提案

高効率化・省力化により
人材不足に貢献

創エネ・省エネに貢献

資源循環による
環境負荷低減に貢献



業界に先んじて建築基準法
適合を推進

独自の高耐久品質基準を設定
消耗品を容易に交換可能な構
造を志向する

壁材事業という当社独自の
アセットを活かして空間トータ
ルでの提案を実施

短時間で施工可能な構造や
素材への要求に対応

環境に配慮したモノづくりを徹底

国産木材を使用した製品など、
資源循環や地域社会維持に貢献

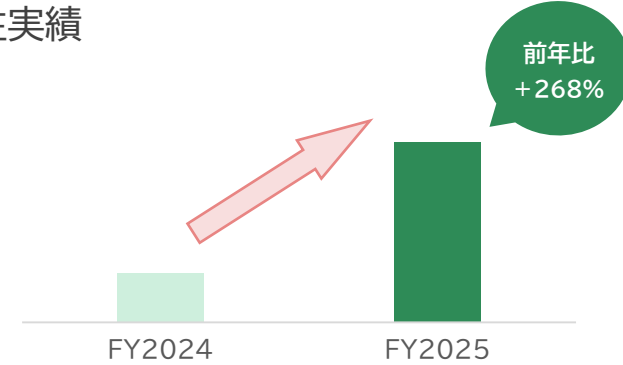
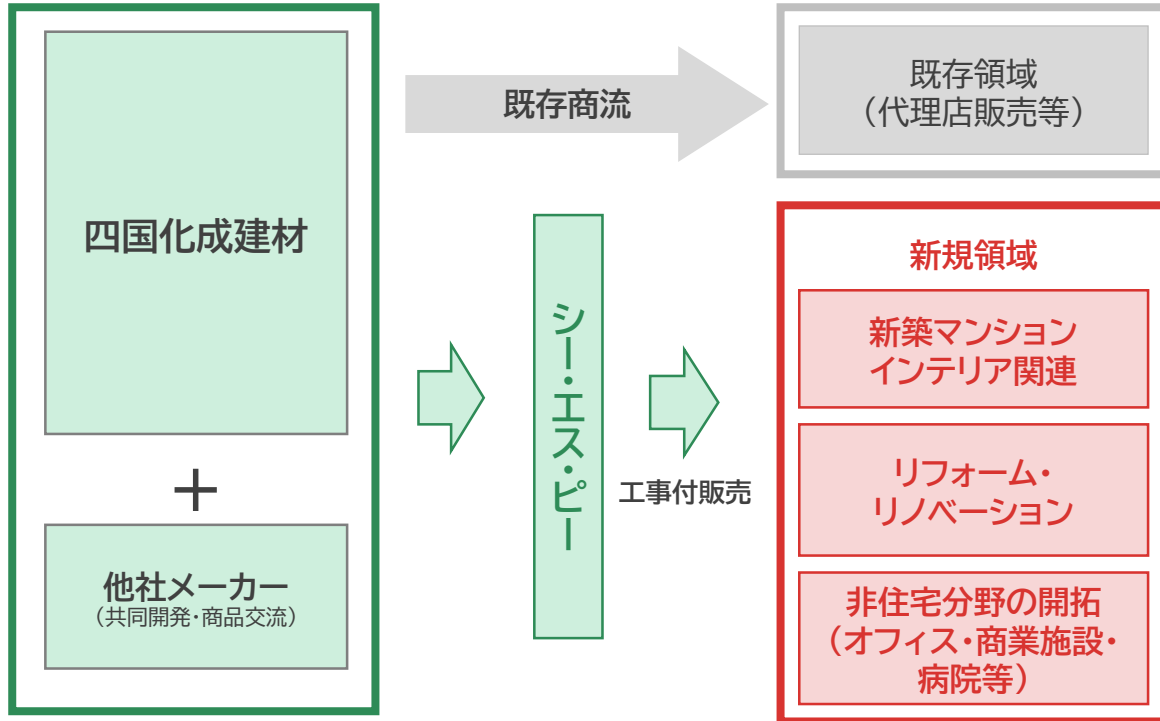
「MEGLIO」を起点とした事業戦略「空間価値向上」

「空間価値向上」では、従来の単なる”物売り”に留まらず、空間全体を提案することで、安らぎのある空間の創出に取り組む。
 FY2025には(株)シー・エス・ピーを買収し、販売網と施工体制を強化した。
 製品+施工まで一体で提供し、収益性を向上させる。

(株)シー・エス・ピーを活用した新たな価値の創出

工事付販売 受注実績

“物売り”に留まらず、仕上りの品質まで担保することで、
新規領域での成長を加速する



「空間価値向上」施工事例



「MEGLIO」を起点とした事業戦略「省力化」

建設業界における働き方改革により人手不足・工期延伸が深刻化。
ハウスメーカーや設計事務所に対して省施工性製品のスペックインを狙い、売上拡大を目指す。

「省力化」に貢献する製品一例「ArtWall」

ArtWall

アルミシステム塀 アートウォール

3つのポイント

Point - 1 安全性



フェンスと同様の構造で
簡易施工かつ短工期を実現。



災害の激甚化に対応し、
安全なまちづくりに貢献

Point - 2 施工性



コンクリートブロック塀の
約1/20の軽量構造
※数値はseed60cm厚仕様のパネルを
使用した場合



工期短縮に貢献

Point - 3 意匠性

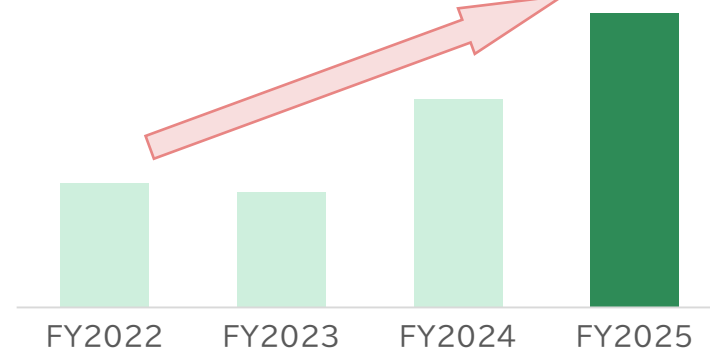


さまざまな仕上げやパネルなどが選べ、
オリジナリティの高い表現が可能。



価値観の多様化に
応える多様な仕上げ材

「ArtWall」の売上高推移



2022年比
+137%

市場認知度が高まり、売上高は順調に成長
省施工性や意匠性の高さを打ち出し、
高級住宅や非住宅での採用を狙う

「ArtWall」の施工事例



高級住宅での採用を推進



省施工性と意匠性を武器に
非住宅分野を積極的に開拓する

「MEGLIO」を起点とした事業戦略「脱炭素」

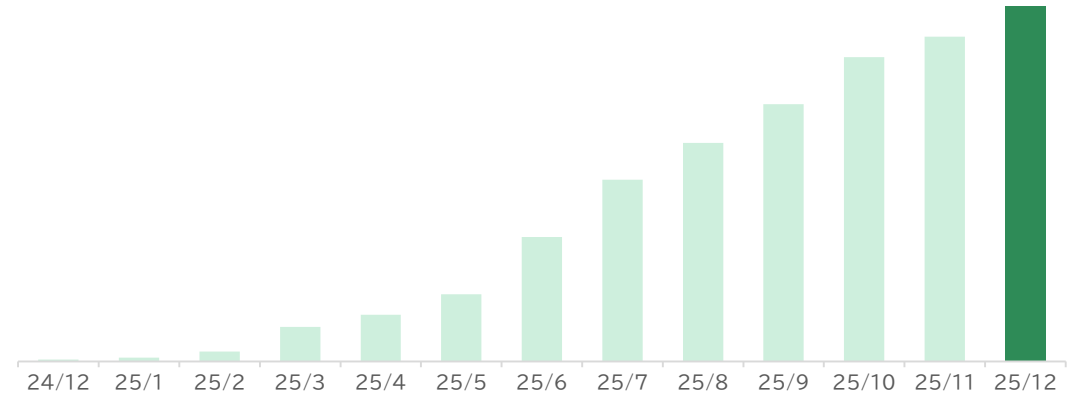
太陽光発電は新たな設置適地の確保が課題となっているが、既存空間を活用するソーラーカーポートやフェンスは、有効な解決策として期待されている。駐車場や隣地境界といった日常空間を発電機能へ転換することで、再生可能エネルギーの創出と土地利用制約の同時解決を図る。

太陽光パネル一体型のカーポート「ソリスルーフ」



- ✓ 後方支持方式で駐車スペースを広く確保
- ✓ 配線や雨樋を柱の中に収納することで、景観になじむデザインに
- ✓ 片流れの屋根を敷地条件に合わせて設置することで効率的な発電が可能

FY2025末「ソリスルーフ」継続引き合い案件数：**170**件超



垂直設置型太陽光発電「ソリスパネル」



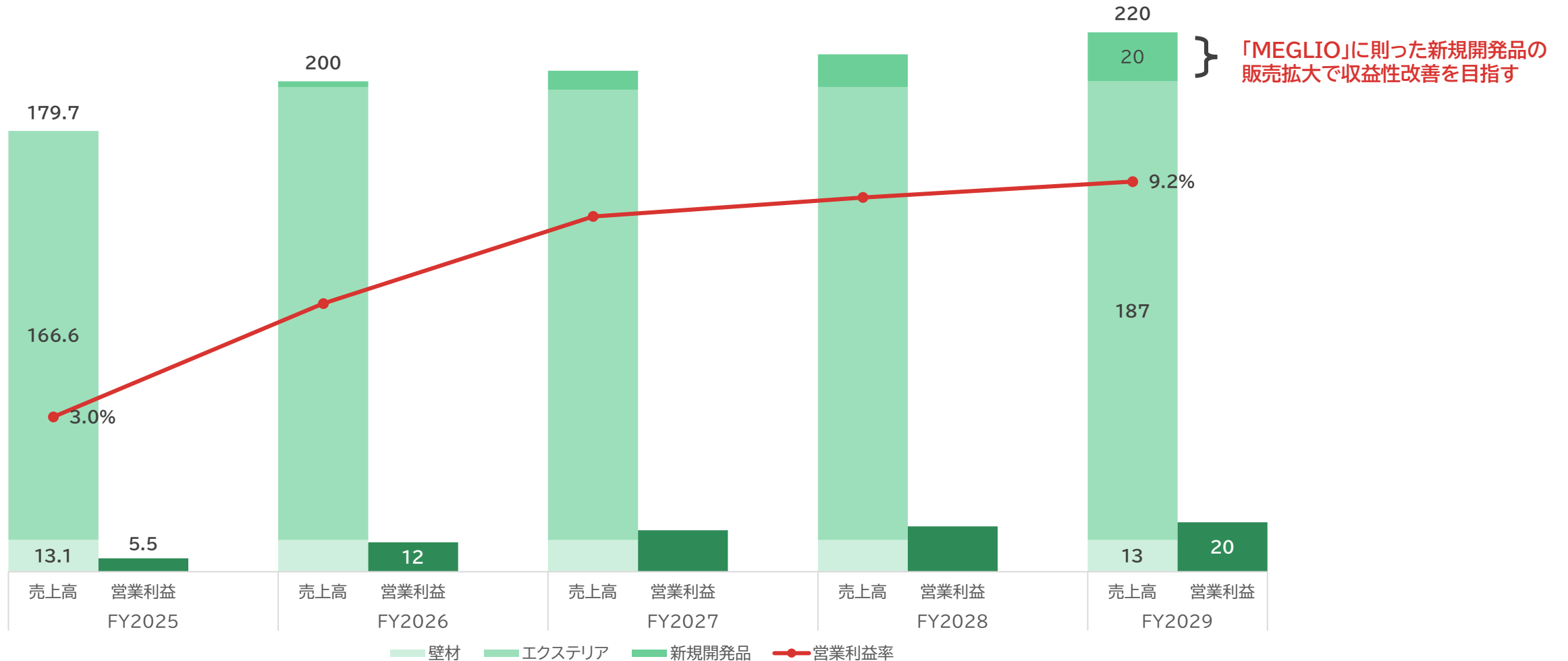
- ✓ 駐車場や外構部等の限られたスペースに設置可能
- ✓ 両面受光で効率的に発電
- ✓ 垂直設置で雪や汚れに強い

- 長年のカーポート設計のノウハウや強みである特注対応力を活かした「ソリスルーフ」を2025年3月から発売
- 自然環境への悪影響が懸念されるメガソーラーに対する風当たりが強まる中、大規模商業施設、工場等の駐車場を発電スペースとして活用できるソーラーカーポートに注目が集まる
- 1件当たり数百万～数千万円の売上を見込み、今後本格的な売上貢献が期待できる製品のひとつ

損益計画

「STAGE 3」では、「MEGLIO」ブランドに則った高付加価値商品のラインナップを拡大し、FY2029には20億円程度の販売を目標とする。
 社会課題を起点とした高付加価値商品の販売拡大により、低下している収益性を改善し、資本コストを上回るROICを達成する。

(億円)
 100 Million yen



免責事項

Disclaimer

- ◆本資料は、株主・投資家などの皆さまに当社の経営方針、計画、財務状況などの情報をご理解いただくことを目的としており、当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。
- ◆本資料に掲載されている情報は細心の注意を払って掲載しておりますが、掲載された情報の内容が正確であるか、更新時期が適切かどうかなどについて一切保証するものではありません。また、掲載された情報またはその誤りなど、本資料に関連して生じた損害または障害などに関しては、その理由の如何に関わらず、当社は一切責任を負うものではありません。
- ◆本資料に掲載されている、当社の現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績などに関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいており、リスクや不確定な要因を含んでいます。実際の業績は、さまざまな要因により、これら業績などに関する見通しとは大きく異なることがあります。
- ◆以上のことをご理解いただき、投資に関する決定をされる場合には、当社が発行する有価証券報告書などの資料をご覧ください。などとして、ご自身の判断で行われるようお願い致します。

お問い合わせ先

四国化成ホールディングス株式会社 経営企画室

TEL:0877-21-4119

<https://www.shikoku.co.jp>

ご清聴ありがとうございました

5. 参考資料

Appendix

会社概要

Corporate Profile

2025年12月31日現在

- 商 号 四国化成ホールディングス株式会社
- 証券コード 4099(東証プライム市場上場) 業種:化学
- 創 立 1947年10月10日
- 本社所在地 香川県丸亀市
- 社 長 渡邊 充範
- 資 本 金 68億67百万円
- 従 業 員 数 1,331名(連結)
- 売 上 高 707億円(連結・2025年12月期)

事業概要

化学品事業（四国化成工業株式会社）

● 無機化成品



タイヤ原料等

● 有機化成品

プール・浄化槽の
殺菌消毒剤等

● ファインケミカル

電子部品用途薬剤
(プリント配線板向け薬剤、
樹脂改質剤等)

建材事業（四国化成建材株式会社）

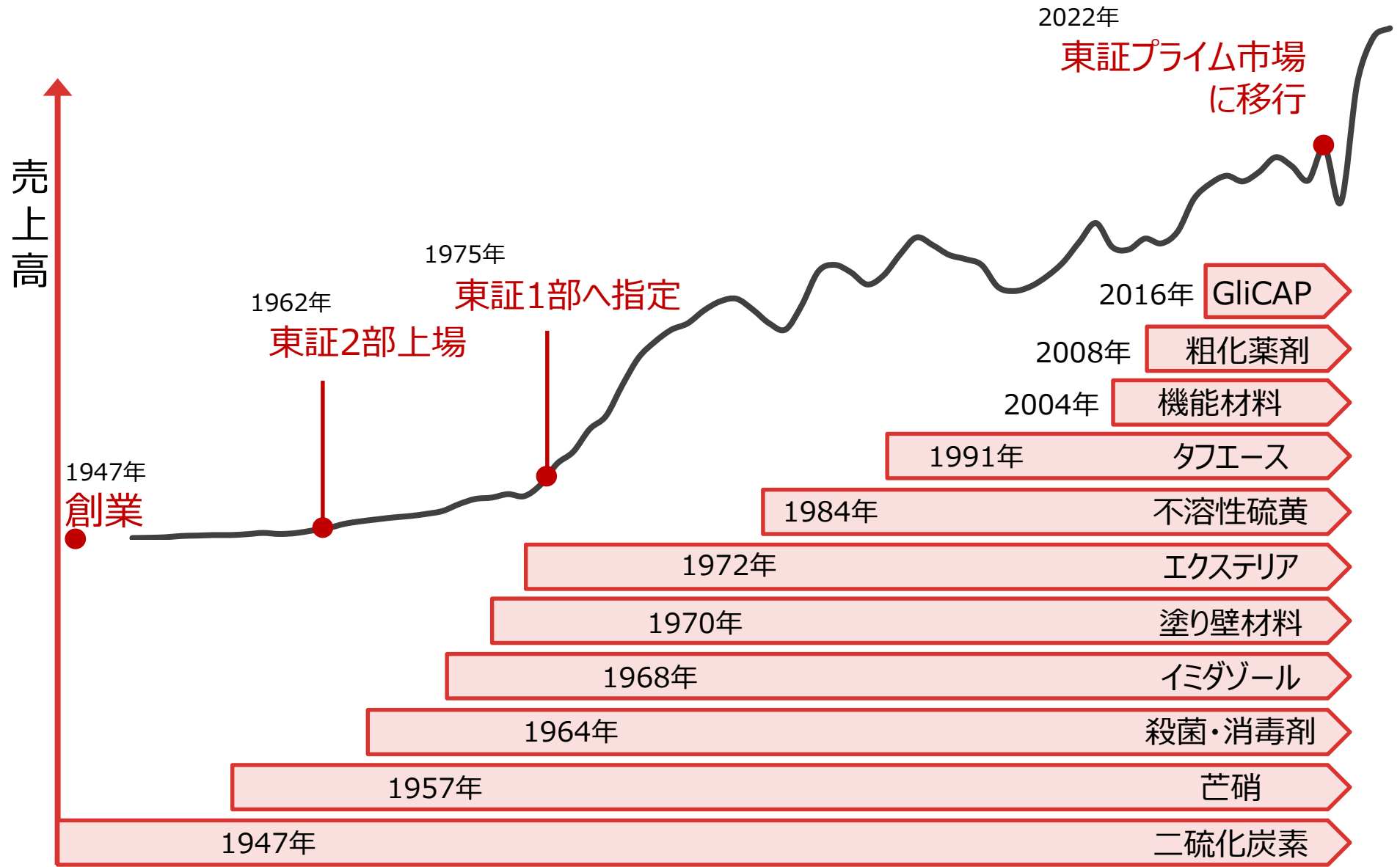
● 壁材

壁材
(内装材、外装材等)

● エクステリア

エクステリア
(カーポート、門扉等)

1947年10月	香川県丸亀市において、 二硫化炭素(⇒無機化成品) の製造を目的に資本金200万円をもって設立
1957年10月	徳島第一工場（現・徳島工場吉成事業所）建設、 中性無水芒硝(⇒無機化成品) の操業を開始
1962年 6月	徳島第二工場（現・徳島工場北島事業所）建設
10月	東京証券取引所第2部に上場
1964年 5月	徳島第二工場において、 塩素化イソシアヌル酸(⇒有機化成品) の初の国産化に踏み切り、操業を開始
1969年12月	プリント配線板などの電子部品用水溶性防錆剤（後の タフエース(⇒ファインケミカル) ）の販売を開始
1970年 9月	建材部門進出を図り、徳島第二工場において 内装壁材（JULUX） の生産を開始
1972年 6月	アコーデオン門扉(⇒エクステリア) の製造・販売を開始
1975年 3月	東京・大阪両証券取引所第1部に指定
7月	香川県多度津町に多度津工場建設
11月	徳島第二工場において、 イミダゾール(⇒ファインケミカル) の本格生産を開始（'68年より試験生産）
1981年 6月	ロサンゼルスに駐在員事務所開設（85年にS I Cとして現地法人化）
1984年 7月	丸亀工場において、 不溶性硫黄(⇒無機化成品) の生産を開始
1992年 9月	香川県宇多津町に研究センター（現・R & Dセンター）開設
1995年10月	埼玉県嵐山町に嵐山工場建設
2006年 7月	上海に現地法人 四国化成（上海）貿易有限公司 を設立
2008年	プリント配線板用 粗化薬剤(⇒ファインケミカル) の販売を開始、丸亀工場にタフエース新プラント建設
2013年 8月	徳島工場に機能材料生産設備TAP-3(Tokushima Advanced Chemicals Plant-3)を建設
2014年 9月	国内唯一の二硫化炭素生産会社である日本硫炭工業（株）を連結子会社化
2015年 4月	台湾及びシンガポールに事務所開設
2017年 4月	日本工機（株）を子会社化
2021年 7月	徳島工場に機能材料生産設備TAP-4(Tokushima Advanced Chemicals Plant-4)を建設
2022年 4月	東証の市場区分再編に伴い、プライム市場に移行
4月	徳島工場に塩素化イソシアヌル酸の新生産設備（NEO2022）を建設
2023年 1月	持株会社に移行し、社名を四国化成ホールディングスに変更、化学品と建材事業、間接部門を分社化

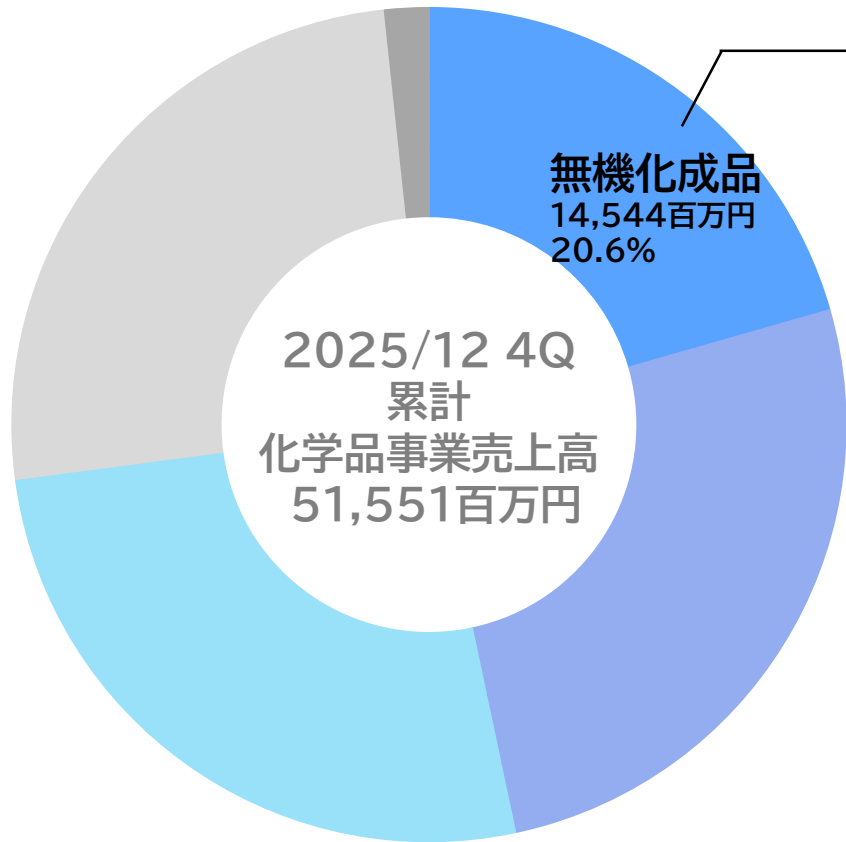


化学品事業

Chemicals Operations

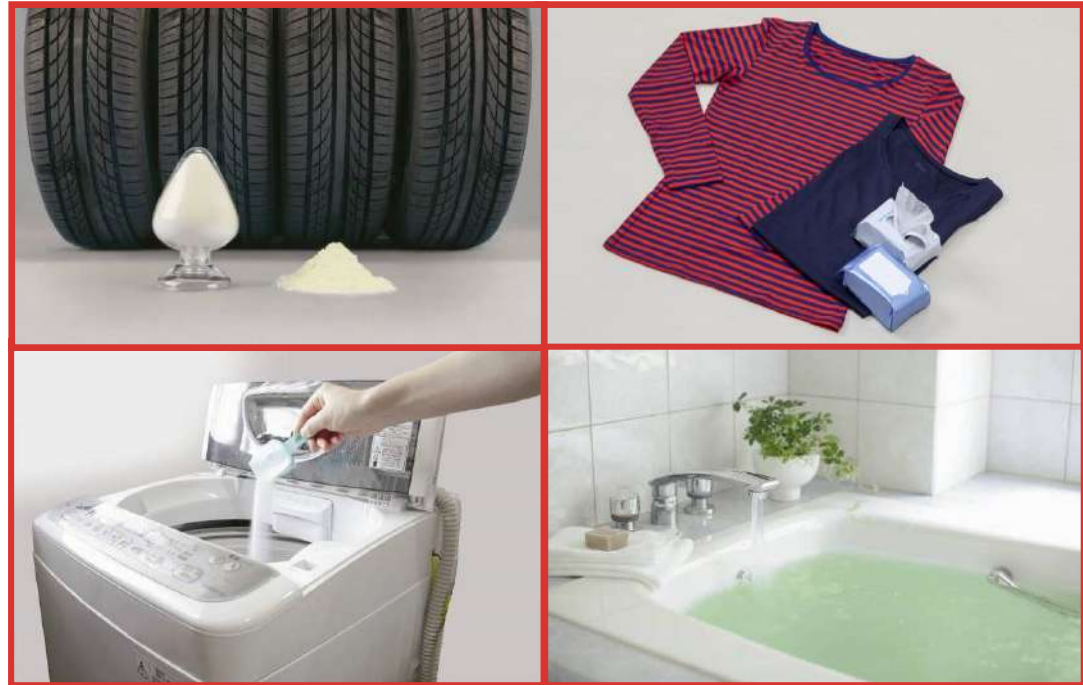
化学品事業
1. 無機化成品

Chemicals Operations
Inorganic Chemicals



【主要製品】

- 二硫化炭素 ... 化学繊維レーヨンの必須材料
- 不溶性硫黄 ... ゴム加硫剤
- 無水芒硝 ... 入浴剤の温浴効果促進剤
合成洗剤の洗浄助剤

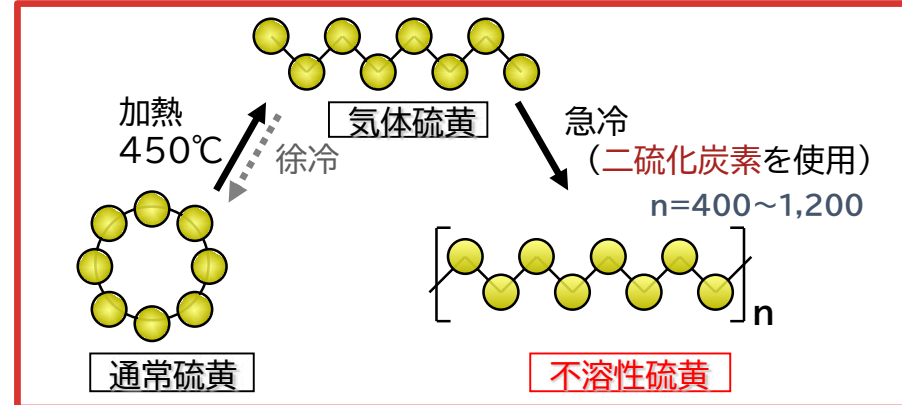


- 用途：ゴム加硫剤
- 主要顧客：国内外のタイヤメーカー
- 原料のゴムは硬い状態であり、硫黄を加えて加熱（加硫）することで、伸びて縮む特性を持つようになる。
- ラジアルタイヤの生産工程で通常硫黄を使用した場合、ゴムの表面に硫黄がブルーミング（析出）し、ゴムの接着不良の原因となる。
不溶性硫黄は、原料ゴムに分散状態にいるため、ブルーミングを抑制できる。
- 不溶性硫黄の生産には、創業製品である「二硫化炭素」の高い取り扱い技術が必要である。
- 不溶性硫黄は、タイヤメーカーから高い品質が求められている。
- 2024年、新プラントの増設により生産能力を約1.2倍に増強予定である。

■ 不溶性硫黄

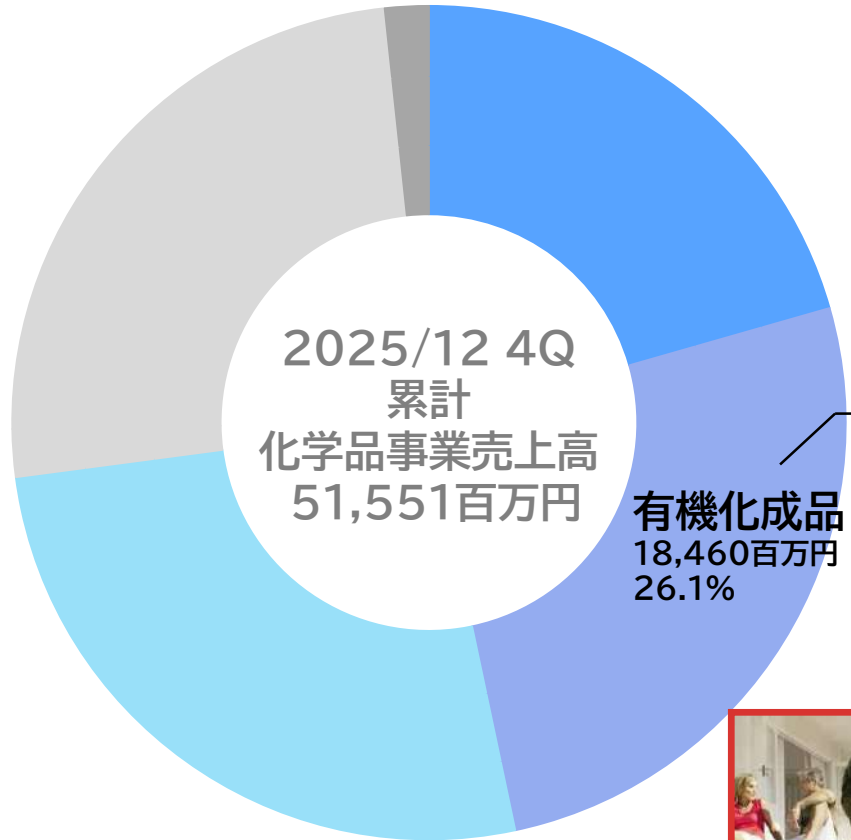


■ 不溶性硫黄の製造工程（模式図）



化学品事業
2. 有機化成品

Chemicals Operations
Organic Chemicals



【主要製品】

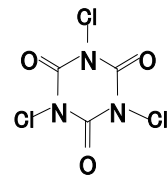
- 塩素化イソシアヌル酸…プール・浄化槽の殺菌消毒剤(ネオクロール) サニタリー製品
- ハイポルカ …排水・汚泥処理剤



塩素化イソシアヌル酸 – 製品紹介 –

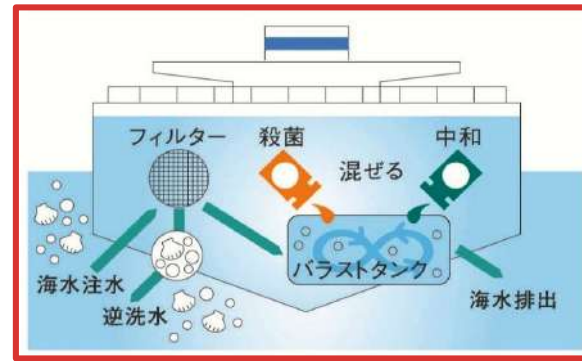
- プール用殺菌消毒剤「ネオクロール」は、他のプール用殺菌剤に比べ紫外線による分解が少なく、屋外プールでも長持ちする点や、長期間保存しても品質低下がほとんどない点が特長。
- 用途 : プール・浄化槽の殺菌消毒剤、業務用風呂・家庭用の塩素系衛生処理剤
- 主要顧客 : プール業者、学校、一般消費者(米国)
- プールや業務用風呂の自動塩素管理システム「ナピックス」で強みを持つ。
- 塩素が持つ強力な酸化・漂白・洗浄力を活かして、業務用・家庭用のサニタリー分野や、バラスト水(船底に積む重石として用いられる海水)処理、飲料水用途、各種施設での衛生管理用途などの様々な分野に展開中。
- 2022年10月、自社ブランド製品「WASHMANIA(ウォッシュマニア)」洗濯槽クリーナーを販売し、BtoC市場へ事業領域を拡大。

■ ネオクロール 製品群



塩素化イソシアヌル酸

■ バラスト水殺菌のイメージ



「ネオクロールマリーン」荷姿

■ WASHMANIA

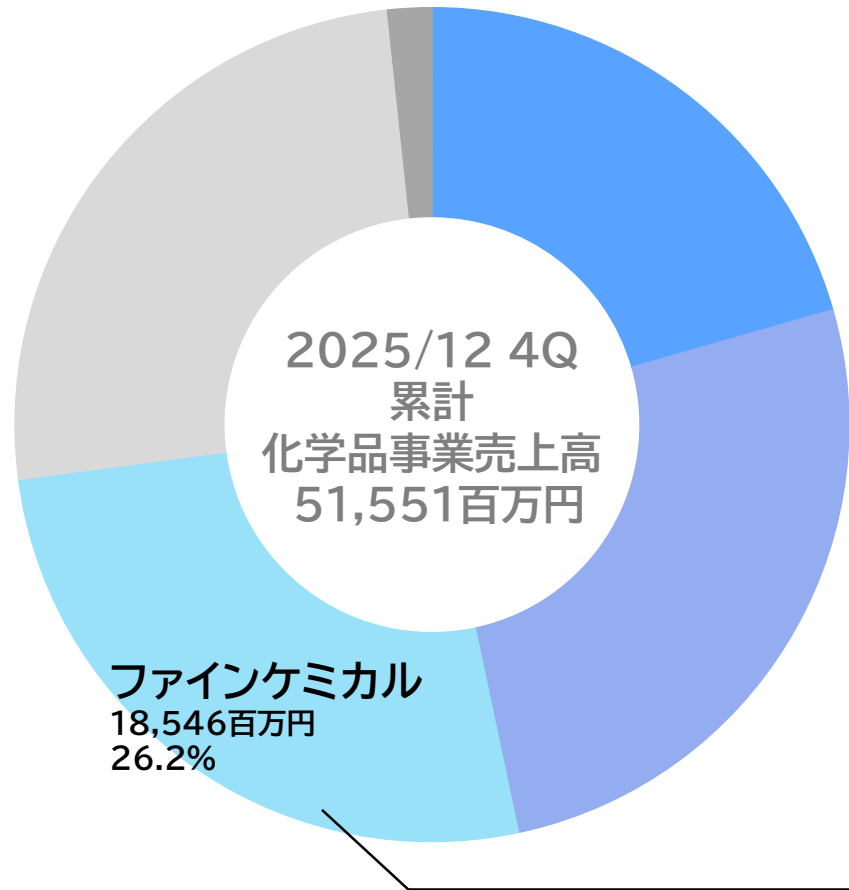


化学品事業

3. ファインケミカル

Chemicals Operations

Fine Chemicals

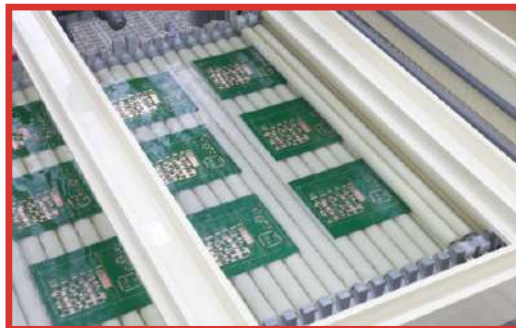


【主要製品】

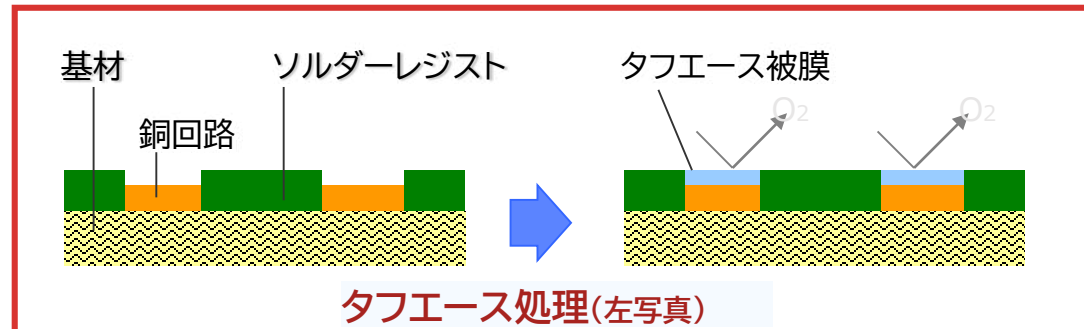
- 電子化学材料…プリント配線板関連薬剤
 - ①水溶性防錆剤タフエース
 - ②密着性向上プロセスGliCAP
- 機能材料…有機合成力を生かした中間材料の開発・受託製造
 - ①樹脂硬化剤(イミダゾール類)
 - ②樹脂改質剤(グリコールウリル誘導体他)
 - ③半導体プロセス材料
- セイク … 耐熱電線ワニスの原料
- インク類 … ソルダーレジスト

- 用途 : プリント配線板向け水溶性防錆剤
〔OSP:Organic Solderability Preservative〕
- 主要顧客 : 世界のプリント配線板メーカー
- **プリント配線板**の銅回路上に有機皮膜を形成し、露出した銅回路が酸化するのを防ぐことで、実装工程で良好なはんだ付け性を確保し、信頼性の高い電子部品製造に貢献する。
- OSPの主成分は、銅へ選択的に化学反応する特性を持つイミダゾール。
当社はイミダゾールメーカーでもあり、OSPの要求特性にあわせて主成分を合成できる点が強み。
- プリント配線板の防錆剤は、OSPの他にも金属めっき等があるが、OSP比率は過半を占め、なお上昇中。
- タフエースは主要電機メーカーの材料指定を多数取得し業界標準に。
他社に先んじて環境性能を高め、**自動車用電装部品** や **半導体パッケージ基板**でも採用実績が拡大中。

■ タフエース処理槽を通るプリント配線板



■ タフエース処理 (模式図)



■ GliCAP® (グリキャップ)

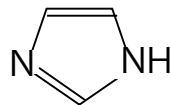
- プリント配線板の銅回路と樹脂の密着性向上剤。
- 従来は、銅を粗化(エッチング)することで表面に凹凸をつくり、“機械的結合”(アンカー効果)で樹脂との密着性を向上させてきた。
- 半導体の高性能化につれて、高性能な半導体を実装するパッケージ基板では、銅回路幅が超微細化し、銅の粗化が困難になりつつある。
- GliCAP® は、「樹脂と強く結合する性質」と「銅と強く結合する性質」の両特性をあわせ持ち、銅表面を粗化することなく、“化学的”に密着力を向上できる。
- AIの普及やデータセンターへの投資増により、従来よりも高速伝送特性が求められる基板の需要が急増しており、化学密着によって高速伝送に寄与するGliCAP®の販売が増加している。
- 現在は高周波用サーバー基板やパッケージ基板向けで量産化されている。また、将来的にはプリント配線板以外の市場への応用も視野に入れている。



- 用途:エポキシ樹脂※の硬化剤・硬化促進剤
- 主要顧客:樹脂材料メーカー、電子部品メーカー
- イミダゾールはエポキシ樹脂・ウレタン樹脂などの**硬化剤**、**医農薬原料**、**防錆剤**など各種工業薬剤の原料などに幅広く使用される。
- 当社売上高の大半はエポキシ樹脂硬化剤用途。
イミダゾールを配合したエポキシ樹脂は、**電気・電子部品**用途に最適な特性を持つ。
- 多品種のイミダゾールを揃え、ユーザーの求める多様な硬化速度・性能に対応。
- これまで競合品(非イミダゾール系)が強かった分野・用途でも、製品の性能向上のため顧客がイミダゾールを新たに採用する動きがある。

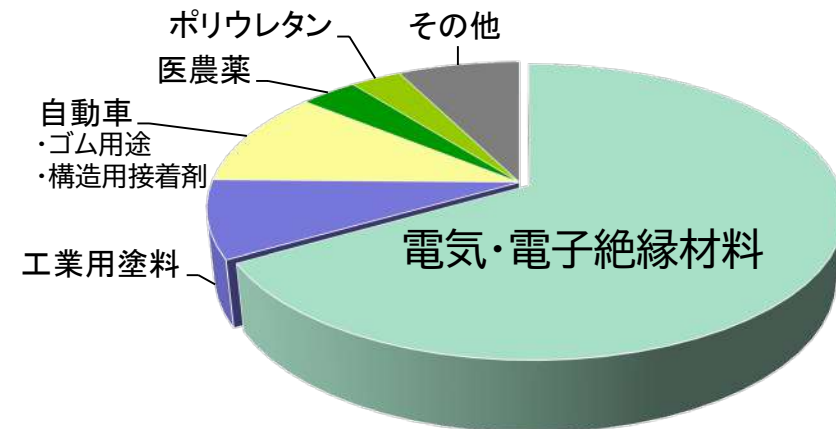
※ エポキシ樹脂:分子の末端に反応しやすいエポキシ基をもつ樹脂状の化合物、およびその化合物と硬化剤と重合させて生じる熱硬化性の合成樹脂。接着剤のほか、プリント配線板、塗料などに用いられる。

■ エポキシ樹脂が使われる電子部品(例)



イミダゾール

■ 当社イミダゾール類の用途



エンジンのECU

[積層板、封止材、ソルダーレジストインク]



ボンネット

[CFRP(強化炭素繊維)]



カーナビ[液晶シール材]



骨組み部

[構造用接着剤]

電装モーター

[絶縁粉体塗料]

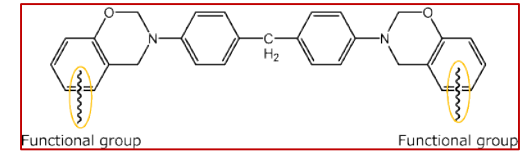


タイヤ[タイヤグリップ向上薬剤]

エアース
[アクリルゴム薬剤]

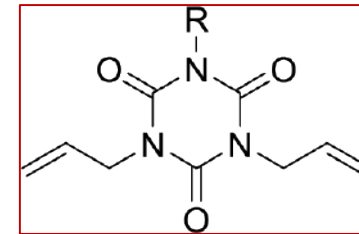
■ ベンゾオキサジン

- 耐熱性・難燃性・電気特性に優れた樹脂。
- 炭素繊維強化プラスチック(CFRP)や半導体の封止材向けで検討が進んでいる。



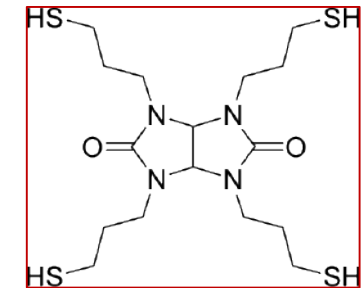
■ イソシアヌル酸誘導体

- 当社が蓄積してきたイソシアヌル酸合成技術を活用して開発した。
- 耐熱性・耐光性・透明性に優れ、様々な官能基を導入可能。
- 封止材料などの改質剤に使用されている。



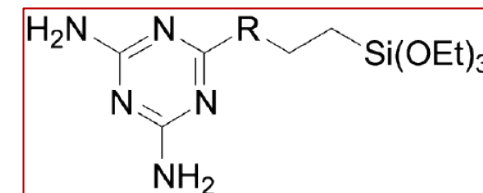
■ グリコールウリル誘導体

- 多官能・透明・高耐熱性の樹脂改質剤。4つの官能基を持ち、高架橋密度の硬化物が期待できる。
- 官能基にチオール基(-SH)を有する製品は、低温で速やかにエポキシ樹脂を硬化し、従来の改質剤と比べ、硬化した樹脂は耐湿性など様々な特性に優れる。
- 高性能化や小型化が進む電子材料分野で、採用されている。



■ 新規密着性付与剤(VD)

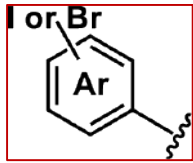
- 樹脂に添加することにより、金属などの無機材料との密着性を改善することができる樹脂改質剤。
- 従来品の課題であった金属腐食性を改善できる。



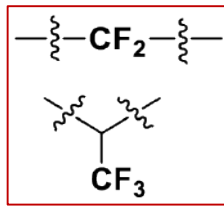
■ 有機合成技術

- 半導体プロセス材料は、半導体の超微細回路化に伴い、使用される材料の合成難易度が高まっているが、当社が保有する有機合成技術を背景に新規案件(受託・オリジナル材料開発)を獲得している。

ヨウ素・臭素化



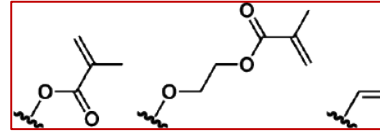
フッ素化



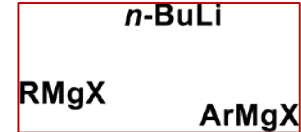
イオン交換反応



重合性置換基導入



有機金属反応



カップリング反応



■ 製造技術

- 最先端材料の需要拡大を見込み新設された、新プラント「TAP-4」が2021年7月より稼働を開始した。
- 「TAP-4」は、**低金属管理**など高い品質管理に対応した設備。これまで培った製造技術と合わせて、複雑高度な合成プロセスにも対応。

■ イエロールームを完備した製造プラント(徳島工場)



建材事業

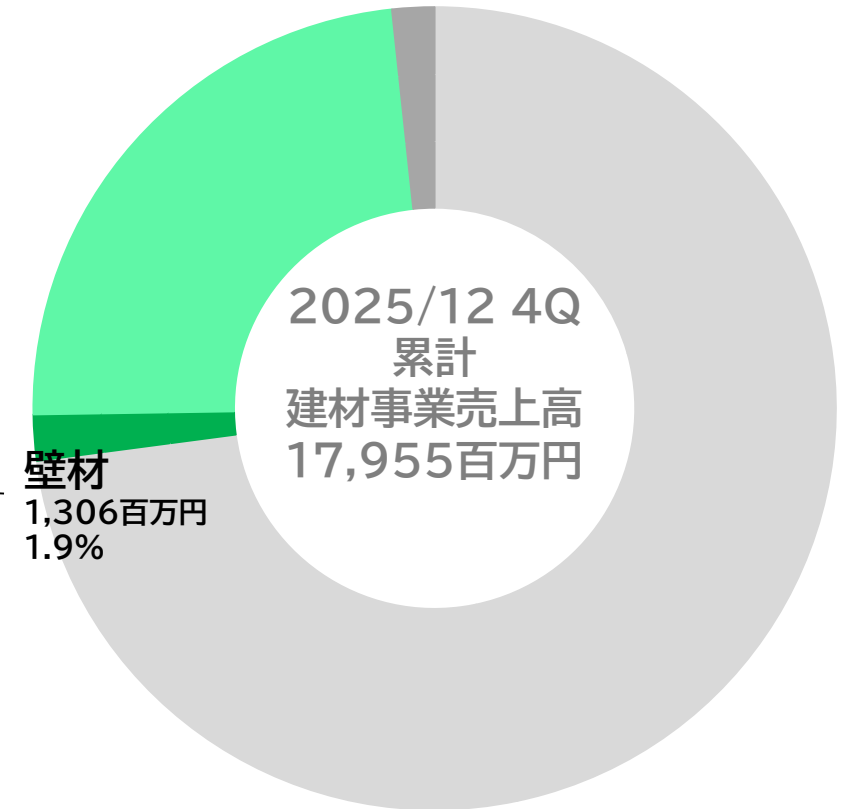
Housing Materials
Operations

建材事業
4. 壁材

Housing Materials Operations
Interior, Exterior Finishes and Paving Materials

【主要製品】

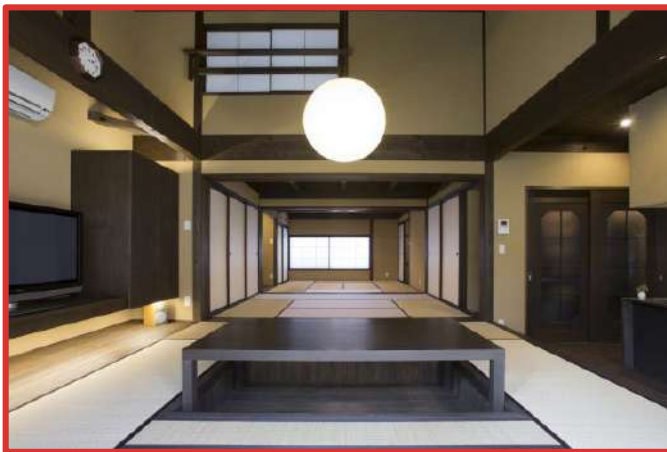
- 内装材(けいそう壁・自然素材壁)
調湿機能、有害な化学物質や生活臭の
吸着・分解機能をもつ塗り壁材
- 外装材
住宅向け湿式外装材
- 舗装材
天然石舗装材、リサイクルガラス舗装材
ゴムチップ舗装材



□ 内装材

- 自社製化学糊料CMCの用途展開として開発した、塗り壁材における日本初の工業製品「JULUX(ジュラックス)」が発祥。
- 日本の伝統的な壁である聚楽壁は取り扱いが難しいが、当社の壁材は所定量の水を混ぜるだけで均一な品質を保つことができる。また、塗り壁はシックハウス症候群の原因となるホルムアルデヒドなどの化学物質やニオイを吸着する性能が高いため、改めて注目されている。
- 商業・公共空間設計やこだわりある注文住宅をターゲット市場とする高意匠性を特長とした商品展開を行っている。厚塗りを活かした立体感と多様な模様付けにより、空間に彩りと表情がもたらされる。

■ けいそうジュラックス土壁（内装材）



■ クレアデコール（内装材）



- 外装材・舗装材
 - 建物やエクステリアの外側を覆う「外装」、道路やアプローチの表面を覆い固める「舗装」にも展開。
 - 外装材はカラーを含め豊富なバリエーションがあり、表面のテクスチャーまで手作業で仕上げるため、微妙な表情が可能。舗装材では、天然石、天然砂、ゴムチップ等の素材を揃える。
 - 外装材・舗装材ではエクステリアの商流を活かし、相乗効果を生み出している。

■ 弾性パレットクリームHG（外装材）



■ リンクストーン S（舗装材）



建材事業
5. エクステリア

Housing Materials Operations
Exterior Products

【主要製品】
住宅エクステリア

- 門扉・フェンス・カーポート・デッキ
- アコーディオン門扉(伸縮門扉)
- アートウォール(アルミ システム塀)] **業界初**
当社開発品

景観エクステリア

- 大型門扉・フェンス・通路用シェルター・駐輪場
- ゴミ集積庫(**業界初** 当社開発品)
- 屋上緑化等

エクステリア
16,649百万円
23.6%

2025/12 4Q
累計
建材事業売上高
17,955百万円

- 急速にモータリゼーションが進んでいた1972年、伸縮機構で簡単に開閉でき、日本の狭小な宅地事情にも応えた「アコーディオン門扉」を考案、車庫前門扉のスタンダードとなった。
- その後、一般門扉、車庫(カーポート)、フェンス、また、デッキ材やテラスなどに商品ラインナップを強化していった。
- 機能を重視しつつデザインにも注力しており、1984年にはエクステリア業界初の「Gマーク」(現在のグッドデザイン賞)を獲得した。
- フラットな木調の天井材を用いたシンプルで建物と一体感のあるデザインのテラス『ファンルーフ』が2019年度グッドデザイン賞を受賞した。

■ ファンルーフ(テラス)



■ マイポート 7 (カーポート)



■ クレディアコー (アコーディオン門扉)



景観エクステリア

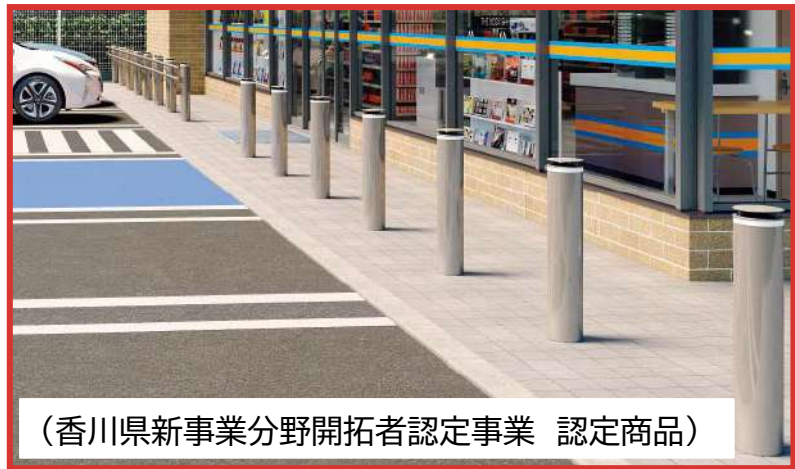
■ ライズルーフⅡ Lタイプ (通路用シェルター)



■ マイルーフ7(セブン) 駐輪場タイプ



■ GTパイル (高強度車止め)



■ ゴミストッカー PS型 (ゴミ集積庫)



- 昨今、台風など大規模な災害が全国で相次いでいることを踏まえ、当社は風雪に強い高強度のエクステリア製品のラインアップを充実し、拡販を進めている。
- 景観分野で培った強度基準・品質を全ての商品へ展開し、建築基準法に準拠した高い品質・強度の製品開発に取り組んでいる。
- 高強度商品のラインナップとして、大型フェンス、アーチウェイ、大型引戸、カーポートに加え、戸建住宅用フェンス、独立テラスの商品化を行っている。

■ 高強度大型フェンス GTFシリーズ



■ メリールーフ 積雪地用



■ マイポートOrigin 積雪地タイプ



■ 高強度大型引戸 スタックラインGT



■ 独立テラス スマートトップ 高強度用

