



平成26年5月9日

各 位

会 社 名 株式会社ソフト99コーポレーション
代表者名 代表取締役社長 田中 秀明
(コード：4464 東証第二部)
問合せ先 常務取締役 西川 保
(TEL. 06-6942-8761)

中期経営計画 “SOFT99 Drive” について

当社は、平成23年4月よりスタートしたSpiral Up “FINAL” を平成26年3月に終了し、新たに平成26年4月より中期経営計画 “SOFT99 Drive” を策定してスタートいたしました。

前中期経営計画Spiral Up “FINAL” は、その期間中、震災の影響やその後の復興、政権交代による金融・経済政策の転換等、当社グループを取り巻く事業環境が大きく変化する中、当初策定した目標には届かず、課題を残しました。

当社は、これまでの中期経営計画において積み残した課題を踏まえたうえで、それらの趣旨を引き継ぎながら、新たな市場開拓に向けて各事業の運営方針を見直し、新しい中期経営計画 “SOFT99 Drive” を策定いたしました。

中期経営計画の概要

1. 名 称：“SOFT99 Drive”
2. 期 間：平成26年4月1日～平成29年3月31日（3ヵ年）
3. 経 営 理 念：

「生活文化創造企業」

当社グループが創業以来掲げてきた経営理念

4. 経営ビジョン：

未来の『あたりまえ』を発見する

- ・前中期経営計画 Spiral Up “FINAL” より継続するビジョン
- ・『あたりまえ』とは
→一過性のブームに終わらない、お客様に長く愛される製品・サービス
- ・『発見』とは
→発明＝ハイテク製品ではなく、日常生活からお客様に支持される製品・サービスを見つけ出す。
→顧客の目線を常に意識し、創意工夫をもって、いつのまにか『あたりまえ』となるような、製品・サービスを創出し続けることで、事業の拡大を目指す。

5. 前中期経営計画 Spiral Up “FINAL” の振り返り

(基本方針)

- ・成熟化した国内市場において、付加価値の高い製品・サービスを提供
- ・拡大し続ける新興国市場に積極的に参入し、事業の拡大をはかる
- ・未来の『あたりまえ』を発見するため、技術・ノウハウ蓄積と用途開発を推進する
- ・社会の要請に応え、正当な評価を受ける企業集団を目指す

(売上高)

単位：百万円

	当初計画	修正計画 (H25年5月)	実績	修正計画との 差異
ファインケミカル	10,600	10,800	10,648	▲152
ポーラスマテリアル	5,400	5,200	4,669	▲531
サービス・不動産関連	7,000	7,000	6,281	▲719
グループ計	23,000	23,000	21,599	▲1,401

(営業利益)

単位：百万円

	当初計画	修正計画 (H25年5月)	実績	修正計画との 差異
ファインケミカル	1,060	1,060	1,202	+142
ポーラスマテリアル	700	500	485	▲15
サービス・不動産関連	540	540	163	▲377
グループ計	2,300	2,100	1,862	▲238

① ファインケミカルセグメントの概況：

・一般消費者向けカー用品では、『ガラコワイパー』は、取扱店舗の増加とラインナップ拡大により販売を増加し、新たな収益の柱に成長。一方で、新製品の継続的投入による収益拡大に課題を残す結果に。

・業務用のカー用品は、得意先開拓に努めたことで販売を伸ばすとともに、表面改質処理剤「フレイムボンド」の販売により、自動車用途に限らない収益源の拡大に向けた足掛かりをつけた。

・海外事業では、アジア市場では、タイ・マレーシア・インドネシア等で販売を拡大。ベトナムやミャンマー等の新興国市場へ販売を開始し、今後の拡大に向けた足掛かりをつけた。ロシア市場では、現地代理店と共同での拡販活動に努めたことで販売網を拡大。美装ビジネスの海外展開については、東南アジア地区を中心に取引施工店が増加。

② ポーラスマテリアルセグメントの概況：

・産業資材部門においては、ハイテク分野向け製品は国内外において競合との競争が激化し苦戦。生活資材部門においても、夏季商材のネッククーラーに続く新製品開発がすすまず苦戦。

・「新しいこと」への取り組みとしての新用途開発は、医療用途等で将来につながる成果はあらわれたものの、柱となる製品の確立は道半ば。

③ サービス・不動産関連セグメントの概況：

・オートサービス事業の東京新工場の竣工遅れや、損害保険制度改定による事業環境の悪化により苦戦。

④ 不動産関連セグメントの概況：

・不動産賃貸は高い入居率を維持。温浴事業は、催事やオリジナル飲食メニューの提供により集客が増加。

(経営諸指標)

	当初計画	実績	差異
売上高営業利益率	10.0%	8.6%	▲1.4pt
営業利益の伸長率(※)	20.8%	▲2.2%	-
ROA(経常利益/総資産)	5.5%	4.6%	▲0.9pt
ROE(純利益/純資産)	3.7%	2.7%	▲1.0pt

※中期経営計画“Spiral Up “NEXT” (H20～H23年)末比

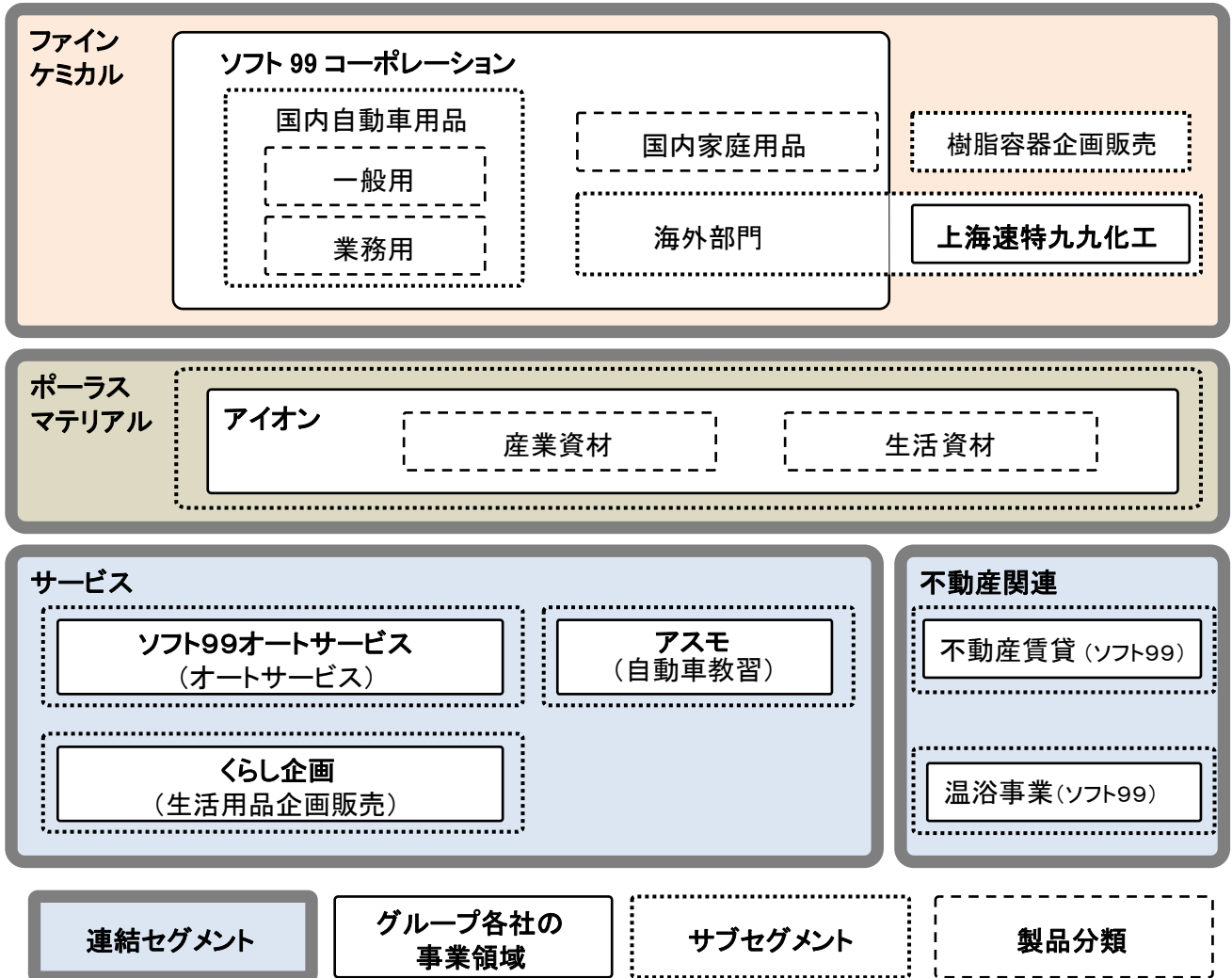
このように、高付加価値製品・サービスの提供による「利益の伴う事業拡大」を目指して取り組んだものの、ポーラスマテリアル及びサービスセグメントの苦戦により、営業利益については、額・率とも計画を齟齬する結果となりました。その結果、ROA及びROEについても計画を下回る結果となりました。あわせて資本効率の改善についても課題が残る結果となりました。

6. 新中期経営計画“SOFT99 Drive”基本方針

前中期経営計画で積み残した課題を解決するという趣旨から、下記の方針を継続して掲げました。

- ・成熟市場（国内・先進国）に向けた、新しい高付加価値製品・サービスを提供
- ・成長市場（海外新興国）に積極的に参入し、事業の拡大をはかる
- ・未来の『あたりまえ』を発見するため、新技術・サービスノウハウ蓄積と新用途開発の推進
- ・社会の要請に応え、正当な評価を受ける企業集団を目指す

7. ソフト99グループの事業イメージ



「ファインケミカル」：主に自動車用及び家庭用化学品の製造及び販売

- ・国内自動車用品（一般用）…………… 洗車用品（カーワックス等）、自動車補修・整備用品
- ・国内自動車用品（業務用）…………… 自動車用コーティング剤とその周辺用品、機能性薄膜技術の応用製品
- ・国内家庭用品…………… 家庭用清掃用品、メガネのお手入れ用品等
- ・海外部門…………… 主に海外向けカー用品（一般用・業務用）
- ・樹脂容器企画販売…………… 各種パッケージ企画製造販売

「ポーラスマテリアル」：主にポリビニルアルコール等の精密多孔質体の製造及び販売

- ・産業資材…………… 工業用の吸水・洗浄材、研磨材、濾過材
- ・生活資材…………… スポーツ用品、カー用品等各種拭き取り材やネッククーラー等の生活用品

「サービス」

- ・オートサービス…………… 自動車整備・钣金塗装、リース・レンタカー
- ・自動車教習…………… 自動車教習所の運営
- ・生活用品企画販売…………… 生活協同組合（生協）向けチラシ企画、商品卸売、インターネット販売

「不動産関連」：当社保有不動産の有効活用

- ・不動産賃貸…………… 主に大阪本社・旧東京支店ビルの空きフロアの賃貸
- ・温浴…………… スーパー銭湯の運営

8. セグメント別事業戦略

ファインケミカル

① 国内自動車用品

一般消費者向けのカー用品につきましては、自動車用ケミカル用品のリーディングカンパニーとしての強みを生かし、成熟した国内市場において、より高付加価値な製品を継続的に市場に投入し続けてまいります。自動車ボディお手入れ製品においては、『スムーズエッグ マイクロホイップ（平成26年3月発売）』のような、新しい切り口の製品の投入を継続し、今までにない顧客体験の提供により消費者の支持を得るとともに、新たな顧客層の開拓による新市場の創出を目指します。ガラスお手入れ製品では、近年市場シェアを大きく伸ばした『ガラコワイパー』の拡販に加え、トップブランドである『ガラコ』シリーズへの新製品投入により、より強固な収益基盤の構築を目指します。また、今後の伸長が期待される車内アメニティ分野進出への足掛かりとして、芳香・消臭剤分野への新製品投入や、女性ドライバー向けアイテム販売の拡大を進めるとともに、多様化する消費者のニーズや購買行動へ応えるべく、新たなカー用品販売チャネルの開拓による販路の拡大に取り組んでまいります。

業務用のカー用品につきましては、自動車販売現場への営業活動を強化するとともに、コーティング剤の更なる性能向上とコーティング周辺分野の製品拡充による販売拡大を図ります。さらには、表面改質処理システム『フレイムボンド』を活用することで、自動車関連市場以外の異業種においても新用途開発と販売拡大を目指します。

② 国内家庭用品

家庭用品につきましては、メガネのお手入れ用品市場の確立を目指して、家庭用品卸ルートを中心に、『メガネのシャンプー』シリーズの販売拡大を図るとともに、メガネお手入れ製品の周辺製品開発をすすめてまいります。

また、カー用品販売ルートの得意先とのパイプを活かした家庭用DIY補修製品の新たな展開や、メガネお手入れ用品に続く特徴のある新製品の開発により、ニッチ分野での市場ポジション確立と業容拡大を目指します。

③ 海外部門

海外販売につきましては、これまでに販売ルートを構築してきた各仕向け先に向けての製品開発体制をより一層強化し、更なる業容の拡大を目指します。その中で、中国においては、現地法人と一体となった営業体制のより一層の強化と製品開発のスピードアップにより、市場へのさらなる浸透を図ります。東アジア・東南アジアおよびロシア市場においては、現地の市場にあった専用製品の開発を推進するとともに、営業体制の強化と現地代理店との連携強化による販路拡大と、自動車美装メニューの新たな提供を進めることで業容の拡大を図ってまいります。さらに、北米、中南米、インド、中東などに向けた更なる市場拡大のための活動を進めてまいります。

ポーラスマテリアル

産業資材分野におきましては、現在の主要用途である半導体・液晶・HDD製造装置向けの消耗部材等、既存ハイテク分野における洗浄・研磨の性能向上による市場シェア拡大と合わせて、更に高い技術力を必要とする最新ハイテク分野への用途展開を推進します。また、医療用途やスワブ等、PVA素材を活用した液体吸収ニーズへの対応を進めるとともに、新たな顧客層開拓を目指します。

生活資材分野におきましては、ファインケミカル事業との製品開発ノウハウの相互活用により、自動車・キッチン・ペット等の各種生活関連分野において、継続的な新製品投入と海外新市場へのアプローチを積極的に進めてまいります。

サービス・不動産関連

① オートサービス事業

近畿圏における自動車整備・钣金事業の事業基盤の整備に目処が立ったことで、平成25年9月より稼働した東京新工場を中心に、首都圏における整備・钣金塗装市場の新規顧客獲得に努めてまいります。また、損害保険の料率改定の影響により、保険会社からの钣金修理の紹介入庫が減少傾向にある中、新たな収益源の構築が課題となっております。そのための活動として、近年注目を集めている自動車プロテクションフィルムやラッピングフィルムを使用した新しい美装サービスメニューの拡充により、既存得意先との取り組み強化と新たな顧客層開拓を図り、販売拡大を進めることで、新たな収益源の獲得を目指します。

② 生活用品企画販売事業

主要得意先である生活協同組合（生協）向け販売が縮小する中、カタログ通販・量販向け卸・インターネット通販等の新たな販売チャネル開拓とこれに合わせた商品開発や企画提案をすすめており、この流れをさらに加速させてまいります。また、拡大を続けるeコマース市場への取り組みとして、現在はグループ各社で運営しているインターネット販売のノウハウを本事業へ集約・蓄積しながら、この分野での販売拡大を目指してまいります。

③ 自動車教習事業

教習所事業は経営資源の最適化を目指して効率的な運営を行うため、大型免許や企業の安全運転講習などのメニューを充実して、繁閑を最小限にする運営を目指します。また、現在取り組んでいる法人向け講習メニューの拡充に向けた取り組みを加速し、運転適性診断認定などの新たなサービスの提供による細やかな顧客ニーズへの対応を行ってまいります。

④ 不動産賃貸事業・温浴事業

不動産賃貸事業においては、現在当社が保有する物件の稼働率維持を目指します。温浴事業については、引き続きサービスの向上と飲食メニューの拡充により、顧客満足度を高め、地域のやすらぎコミュニティづくりに努めてまいります。

新規事業

中期経営計画の計数計画には反映しておりませんが、当社は、事業の拡大による資本効率の改善が課題であると認識しております。『当社が目指す姿』へ向けた事業拡大のため、今後も既存事業とシナジーを見込むことができる分野や、グループの事業を支える新しい柱として、新事業への投資やM&Aを通じた事業規模の拡大と収益力の向上を目指し、売上高50億円、営業利益5億円を目標として、新規事業への展開に取り組んでまいります。

9. セグメント別事業計画（単位：百万円）

	H26/3 (実績)	H27/3 (予想)	H29/3 (計画)	H26/3 比	当社が 目指す姿	H26/3 比
売上高	21,599	22,000	24,000	+2,401	29,000	+7,401
	ファインケミカル	10,648	10,800	12,200	+1,552	
	ポーラスマテリアル	4,669	4,700	4,950	+281	
	サービス・不動産	6,281	6,500	6,850	+569	
営業利益	1,862	1,800	2,400	+538	2,900	+1,038
	ファインケミカル	1,202	1,100	1,480	+278	
	ポーラスマテリアル	485	430	530	+45	
	サービス・不動産	163	270	390	+227	
経常利益	2,091	1,950	2,550	+459	3,000	+909
当期純利益	1,112	1,150	1,500	+388	1,800	+688
純資産	41,179	42,000	44,000	+2,821	44,300	+3,121
総資産	46,534	47,300	49,300	+2,766	53,000	+6,466
ROA(経常利益/総資産)	4.6%	4.1%	5.2%	+0.6	5.7%	+1.1
ROE(純利益/純資産)	2.7%	2.7%	3.4%	+0.7	4.1%	+1.4
総資産回転率	0.46	0.47	0.49	+0.03	0.55	+0.09

10. 株主還元

更なる株主重視の経営を目指し、「安定的な配当の継続」を基本方針とし、総還元性向30%を目途とした配当政策を実施してまいります。内部留保については、将来の事業拡大と経営体質の強化のための投資に活用してまいります。

	H26/3 (実績)	H27/3 (予想)	H29/3 (計画)	H26/3 比	当社が 目指す姿	H26/3 比
当期純利益(百万円)	1,112	1,150	1,500	+388	1,800	+688
1株当たり当期純利益(円)	51.43	53.14	69.31	+17.88	83.18	+31.75
1株当たり配当金(年間:円)	17.00	16.50	18.50	+1.50	24.00	+7.00
配当性向(%)	33.1%	31.1%	26.7%	▲6.4	28.9%	▲4.2
年間配当額(百万円)	370	360	400	+30	470	+100
純資産配当率(%)	0.9%	0.9%	0.9%	-	1.1%	+0.2

以上

本資料記載の将来の業績見通しは、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成した物であり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。