

平成 19 年 5 月 15 日

各 位

会 社 名 株式会社ソフト 9 9 コーポレーション  
代 表 者 名 代表取締役社長 橋本 眞三  
(コード番号 4 4 6 4 東証第二部)  
問 合 せ 先 常務取締役戦略本部長 土堤内 清嗣  
(TEL. 0 6 - 6 9 4 2 - 8 7 6 1)

## 中期経営計画 “Spiral Up’05” について

弊社におきまして、平成 17 年度にスタートして 2 年経過いたしました中期経営計画“Spiral Up’05”について、進捗状況と計画の見直しについてお知らせいたします。

### 中期経営計画 “Spiral Up’05” 計画の見直し

当社は、平成 16 年 10 月の創立 50 周年を契機に、近年拡大した関連会社を束ねるグループ経営体制の構築と、次の半世紀に向かって新たな経営のリーダーシップ強化の為にグループの経営理念、経営ビジョンを刷新し中期経営計画を策定し推進してまいりました。

特に経営理念、経営ビジョンにおきましては、創業ビジネスであります自動車美装用化学品（カー用品）の製造・販売にとどまらず、その製品技術を活かし、自動車関連のサービス事業への積極的な展開とカー用品以外の製品分野への積極的な展開を主軸に事業の拡大をはかることを強く意識して策定し、また新たに策定した経営理念“クルマと暮らしの輝きを創造する企業グループ”にもとづいた経営管理単位（事業セグメント）の見直しを実施して、事業を推進してまいりました。

しかしながら事業環境の激変の中、最終年度における数値目標について当初計画を見直さざるを得ない厳しい状況になってまいりました。

事業セグメントごとの中期経営計画の見直し数値と進捗状況は以下のとおりです。

(クルマ)

主に自動車美装用化学品（カー用品）の製造・販売を行う製品販売事業におきましては、自動車に対する価値観の変化や自動車の塗膜の性能向上等により、一般消費者向けのカー用品の市場は数年来厳しい環境が続いてきております。そこで、当社はお客様に新しい価値を創造する商品企画力と技術開発力の再構築を行い“おもろい”をキーワードとした商品の展開をすすめてまいりました。

当社の機能性薄膜技術を用いたボディコーティング剤“Beautiful G’zox リアルガラスコート”を中心とする美装業者向け製品群は、新しい販売網を開拓し、“G’zox パートナープログラム”に参加する美装業者のネットワークを通じて販売を拡大しております。

また、コーティング剤の技術を基盤にした自動販売機向け防汚コーティング剤も大手飲料メーカーに採用されて、本格的な販売がスタートいたしました。

そして自動車用洗浄剤の技術から派生した家庭用製品群におきましては、大手競合がひしめく家庭用品ルート（トイレタリー）を避け、当社技術を活かしたニッチな製品開発をすすめた結果、“メガ

ネのシャンプー”が市場に受け入れられて、順調に販売を拡大しております。

しかしながら、製品販売事業において大きな構成比を占める一般消費者向けカー用品におきましては、流通に対する提案力を高めるための営業体制の見直しや、マーケティング精度を高める取り組みを進め、営業体制の効率化はすすんでおり、特に補修用品市場においては着実にマーケットシェアを高め、一定の成果を出しておりますが、製品開発においては、ガラコ、フクピカ、エアータッチに続くヒット商品を産み出すにいたらず、収益拡大の成果はじゅうぶんには上がっておりません。

海外向けの営業展開におきましても、当社国際部と関連会社上海速特99化工有限公司の一体的な運用による戦略的な市場開拓を推進してきましたが、中国向け商品の一部製造の移管にとどまり、収益拡大の成果は上がっておりません。

自動車リースに整備・車検、钣金塗装を組み合わせたオートサービス事業におきましては、大口得意先の経営破綻の影響で事業が縮小いたしました。また、複数の法人をソフト99オートサービスに統合して経営合理化を推進し、また钣金塗装業の強化と首都圏における営業基盤の整備をすすめております。また、コーティング剤の施工サービスにおいて、当社製品販売事業とのシナジーも生まれつつあります。

教習所事業におきましては、少子高齢化の影響を受けて免許取得者が減少する中、入校生の獲得に努めてまいりました。18年度におきましては、新大型免許に対応すべく教習コースの一部閉鎖の影響がありましたが、改修後は入校生も順調に増加しております。

また、教習用自動車の多様化のニーズに合わせて、簡易に脱着できる助手席用補助ブレーキ“となりで止め太郎”は、全国の教習所に向けた販売にとどまらず、企業の安全運転講習や、持ち込み車両によるペーパードライバー講習など新しいサービスの展開も開始いたしました。

(単位：百万円)

クルマ	売上高	営業利益
当初発表計画	14,880	1,520
今回修正計画	12,370	660
平成17年3月期(ご参考)	11,213	226

(暮らし)

スーパー銭湯の運営を行う温浴事業におきましては、競合店の相次ぐ出店による競争激化により、価格優位性のあった東大阪店や枚方店の入場者数が減少し苦戦を強いられております。また東大阪店はオープン後6年経過し、施設の老朽化等も入場者数の減少に影響しております。

今後は、老朽化した東大阪店を改装するとともに、全店において地域密着型の「やすらぎ」コミュニティづくりに向け、サービス品質の向上を推進いたします。

生協向けチラシ企画と販売を行う生活用品企画販売業におきましては、生協の大型の経営統合が進み、購買力の拡大による価格交渉や、仕入先の集約など厳しい経営環境が続いております。そのような環境の下、新たな仕入先や商品の開拓と提案力の強化を通じて、得意先との強力な関係作りをすすめてまいりました。また、生協のチラシ企画で培った提案力を活かして新しい媒体開拓をすすめて、テレビ通販やカタログ通販向けの媒体開発の基盤ができつつあります。

(単位：百万円)

暮らし	売上高	営業利益
当初発表計画	4,000	420
今回修正計画	3,900	120
平成 17 年 3 月期 (ご参考)	3,246	338

#### (産業)

産業事業分野は、PVAをはじめとする多孔質体の製造・販売を行う当事業は、半導体やハードディスクの製造装置に組み込まれる洗浄・搬送・研磨の為の高精度な消耗部品を中心に、顧客要求に対応すべく品質レベルの向上を進めてまいりました。

また半導体関連は、需給の波で経営環境の変化が激しいため、経営の安定性を目指し、「環境」・「健康」をキーワードに新たな用途開発を進めて、経営環境の変化に柔軟に対応できる体質への変革を同時にすすめてまいりました。

しかしながら、農業資材分野において原料調達難による撤退を余儀なくされた結果、最終年度の計画は当初の中期経営計画を下回りました。

(単位：百万円)

産業	売上高	営業利益
当初発表計画	6,000	1,100
今回修正計画	5,400	950
平成 17 年 3 月期 (ご参考)	5,255	931

#### (その他)

当社所有不動産の賃貸を行う不動産賃貸事業におきましては、東京支店ビルの取得により一部賃貸事業が拡大いたしました。また当社の老朽化した社宅を賃貸マンションとして建て替え、19年4月より賃貸収入が増加いたします。

(単位：百万円)

その他	売上高	営業利益
当初発表計画	400	180
今回修正計画	330	170
平成 17 年 3 月期 (ご参考)	148	75

これらの結果、20年3月期の連結業績予想は、売上高 22,000 百万円、営業利益 1,900 百万円、経常利益 2,150 百万円、当期純利益 1,100 百万円となります。

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
当初発表計画 (A)	25,280	3,220	3,520	2,000
今回修正計画 (B)	22,000	1,900	2,150	1,100
増減額 (B - A)	△3,280	△1,320	△1,370	△900
平成 17 年 3 月期 (ご参考)	19,793	1,574	2,183	1,062

## 今後の中期経営計画“Spiral Up'05”について

当社が“Spiral Up'05”において目標としているものは、業績目標のみならず、当社が市場より評価いただくために目指すステージと位置付け、効率性諸目標や株主還元策等広範な分野にわたって目標を設定しております。

本中期経営計画におきまして、最終年度に掲げた目標に到達することは、厳しい状況になってまいりましたが、あくまでも当社が当面目指すべきステージととらまえ、真摯に取り組み続けていきたいと考えております。

次期中期経営計画におきましては、再度計画を見直しこの目標趣旨を十分に反映させ引き続きチャレンジを続けていきたいと思っております。

以上