

平成 22 年 5 月 12 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 渡辺 泰
(コード番号 4 4 6 4 東証第二部)
問 合 せ 先 専務取締役 土堤内 清嗣
(TEL. 0 6 - 6 9 4 2 - 8 7 6 1)

中期経営計画 Spiral Up “NEXT” について

弊社におきまして、平成 20 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 “NEXT” 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 “NEXT” 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、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て第一次中期経営計画 Spiral Up’05 を策定、その後グループ事業の拡大を目指し、第二次中期経営計画 Spiral Up “NEXT” を策定し推進してまいりました。

Spiral Up “NEXT” におきましては、変化の激しい経営環境において、従来の延長線上の戦略や施策にこだわらず、“付加価値の創出を意識した新しいことへのチャレンジ” を基本方針に掲げ、各事業における、新しい事業領域への挑戦を行ってまいりました。

しかしながら一昨年の金融危機に端を発する世界同時不況などの厳しい事業環境の中、最終年度における数値目標について当初計画を見直しざるを得な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生活習慣の変化により、一般消費者向けのカー用品の市場は縮小傾向が続いてきている中、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通じて“おもろい”をキーワードとした商品の展開や、美装業者向け製品の展開を通じた製品とサービスの融合、そして自動車分野以外の展開によって、新しい価値の提供をすすめてまいりました。

一般消費者向けのカー用品分野においては、一昨年の金融危機以後、景気低迷で自動車を買控えたことや、休日の ETC 割引によって自動車での移動が増えたことに伴い、クルマを大切にする傾向が現れ、お手入れの機会も増え、市場の縮小に底打ち感が出てまいりました。

そのような中、ガラス撥水剤の「ガラコ」は梅雨時期のキャンペーンが奏功し、ボディのリペア製品「99工房」においても、販売店舗の拡大に伴って売上を伸ばしました。また、新たに取り組んだ「ガラコワイパーパワー撥水」においても順調に販売店を拡大し、売上を拡大しておりますが、他の新製品の創出に課題を残し、最終年度の目標には届かない見込みとなってまいりました。

美装業者向けの業務用製品については、産業のサービス化の流れを受け、当社固有の機能性薄膜技術を用いた高性能のコーティング剤を中心に、新しい販売網を開拓して事業を拡大することを目指しておりました。一昨年の金融危機以降、自動車の販売が低迷して事業拡大にブレーキがかかりましたが、後半になって、政府の自動車購入補助等の政策により持ち直し、事業は拡大したものの、当初の計画には若干届かない見込となりました。

そして自動車用洗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る中、“メガネのシャンプー”については市場に受け入れられ、また、当社独自の機能性薄膜技術を基盤にした新しい用途開発については自動販売機向けや、建材向けなどの販売が進むなど一定の成果をあげることができました。しかしながら、メガネのシャンプーに続く製品の開発に課題を残し、当初計画には届かない見込みとなりました。

海外での営業展開におきましても、関連会社上海速特99化工有限公司に生産を移管した中国向け製品が順調に推移しておりますが、金融危機による円高の進行により、日本からの輸出が苦戦を強いられ、最終年度の計画には届かない見込です。

このように製品販売事業においては、事業規模の拡大については課題を残し当初計画には届かない見込みとなりましたが、費用面において、近年拡大傾向であった販売促進費や、宣伝広告費を削減したことや、固定費においても効率化をすすめた結果、営業利益においては当初計画を上回る見込みとなりました。

自動車の整備・車検、钣金塗装にリースを組み合わせたオートサービス事業におきましては、钣金塗装部門を強化して、自動車ディーラーの新規開拓を進めたことや、新しく取り組んだ、損保会社からの紹介誘導事業が安定して入庫が増加いたしました。また、増加する入庫に対応すべく、工場を新設して事業の拡大にも成果が現れてまいりました。

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るとともに、収益の多様化を図るべく教習コースの大型対応や、建設機械等の職業免許、法人向けの安全講習やエコドライブ講習などをすすめてまいりました。しかしながら普通免許の入所者の減少が想定以上に進み、新大型免許対応のコース改修や大型建機などの償却負担が先行し赤字となり固定資産の減損損失を計上するなど課題を残しましたが、減損によって償却負担が無くなり、経営の効率化もすすんだ結果、損益面では黒字に回復しております。

これらサービス事業においては、売上はほぼ当初の計画どおり、営業利益については教習所の減損による償却負担が減少したことにより、計画を上回る予想となりました。

(単位：百万円)

クルマ	売上高	営業利益
当初発表計画	13,350	700
今回修正計画	12,600	840
平成20年3月期（ご参考）	12,364	516

(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とスーパー銭湯ブームの沈静化により、レジャーランド業態の尼崎店、吹田店は来店客数が減少するなど苦戦を強いられ赤字となり、固定資産の減損損失を計上するなど課題を残しましたが、事業の再構築を進める中で不採算な吹田店を売却、残る不採算店舗の尼崎店においても、一般公衆浴場に近い業態に変更し、地域密着型の営業スタイルの構築を進めてまいりました。一般公衆浴場業態の東大阪店や枚方店においても地域密着型の「やすらぎ」コミュニティーづくりを進めた結果、不採算店舗の売却により売上・営業利益については当初計画を下回る見込みですが、損益面では、黒字に回復することができました。

今後は、残る3店舗においてさらなる地域密着型の「やすらぎ」コミュニティーづくりに向け、サービス品質の向上を推進する一方で、土地の有効活用としての事業のあり方について更に検討してまいります。

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、消費低迷を受けて生協の個配事業が苦戦する中、チラシ企画の増加の流れに乗って事業規模が拡大し、売上は当初計画を上回る見込みとなりました。一方でチラシの企画あたりの販売は減少し、チラシ掲載料等の販売コスト負担が増加し、営業利益面は苦戦して、当初計画を下回る見込みとなっております。

今後は、採算面を重視した企画提案を進めると同時に、生協のチラシ企画で培った提案力を活かして媒体開発を進めてきた、インターネット通販やカタログ通販などを積極的に拡大し、収益の多様化を進めてまいります。

(単位：百万円)

暮らし	売上高	営業利益
当初発表計画	3,650	110
今回修正計画	3,100	85
平成20年3月期(ご参考)	3,745	▲6

(産業)

前中期経営計画の期間においては、原料の調達難により農業資材分野から撤退したことにより、工場の稼働が低下して利益を圧迫するなかで、半導体向け用途の品質向上を行うことと、新素材や新規の用途開発を進めて、事業規模の拡大と安定化をすすめてまいりました。しかしながら一昨年の金融危機以降、半導体業界の低迷により出荷が大幅に減少し、事業規模は大幅に縮小。その後半導体業界の回復に伴い、徐々に回復してきておりますが、新素材の開発や新用途開発も危機的な業績低迷の中ですすまずに、当初計画を売上・営業利益ともに大きく下回る見込みとなりました。

(単位：百万円)

産業	売上高	営業利益
当初発表計画	5,800	1,000
今回修正計画	4,800	575
平成20年3月期(ご参考)	5,198	826

(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、大きな変更などはなく、概ね計画どおりとなっております。

(単位：百万円)

その他	売上高	営業利益
当初発表計画	350	190
今回修正計画	300	200
平成20年3月期(ご参考)	348	138

これらの結果、平成23年3月期の連結業績予想は、売上高20,800百万円、営業利益1,700百万円、経常利益1,850百万円、当期純利益1,000百万円となります。

(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)	23,000	2,000	2,200	1,250
今回修正計画(B)	20,800	1,700	1,850	1,000
増減額(B-A)	▲2,200	▲300	▲350	▲250
平成20年3月期(ご参考)	21,487	1,477	1,766	672

今後の中期経営計画Spiral Up “NEXT” について

当社がSpiral Up “NEXT” において目標としているものは、業績目標のみならず、不確実性の高いこの経営環境下における、企業体質の強化として“付加価値の創出を意識した新しいことへのチャレンジ”を目標としております。本中期経営計画におきまして、各事業において“新しい”ことへチャレンジした結果、一部成果が現れてきております。しかしながら一昨年の金融危機による世界経済の停滞の影響を受け、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。

本中期経営計画の計数目標につきましては、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

本資料記載の将来の業績予想及び将来の予測等に関する記述は、現時点で入手された情報に基づき判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。従いまして、実際の業績は、様々な要因により、これらの業績予想とは異なる事があります。