

# 株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで	
期末配当金 受領株主確定日	3月31日	
中間配当金 受領株主確定日	9月30日	
定時株主総会	毎年6月	単元株式数 100株
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社	
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〒541-8502 大阪市中央区伏見町3丁目6番3号 Tel. 0120-094-777 (通話料無料)	
公告方法	電子公告 ウェブサイト： <a href="https://www.soft99.co.jp/ir/koukoku.html">https://www.soft99.co.jp/ir/koukoku.html</a> 電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載いたします。 ※ 当社の貸借対照表、損益計算書はEDINET（金融商品取引法に基づく有価証券報告書等の開示書類に関する電子開示システム）にて開示しております。	
上場金融商品取引所	株式会社東京証券取引所市場第二部（証券コード：4464）	

(ご注意)

- 株主様の住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関（証券会社等）で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人（三菱UFJ信託銀行）ではお取扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記特別口座の口座管理機関（三菱UFJ信託銀行）にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行本支店でお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

## 株主優待

株主様に当社グループに対するご理解を深めていただくため、年に1度※、株主優待を実施しております。2020年3月期の株主優待の概要は下記のとおりです。

	100～499株	500～999株	1,000株～
3年以上保有	当社指定製品セット (選択なし)	当社及びグループ会社の製品・サービス 5コースから3コース選択	当社及びグループ会社の製品・サービス 5コースから4コース選択
3年未満保有	当社指定製品セット (選択なし)	当社及びグループ会社の製品・サービス 5コースから2コース選択	当社及びグループ会社の製品・サービス 5コースから3コース選択

※ 2020年3月31日の株主名簿に記載の株主様が対象となります。ただし、単元未満株式のみお持ちの株主様は対象外とさせていただきます。

第66期

年次報告書

COMPANY REPORT 2019

2019年4月 ▶ 2020年3月31日



# 『生活文化創造企業』の 経営理念のもと、 更なる成長を目指します。

代表取締役社長  
田中 秀明



株主のみなさまには、日頃より当社グループの事業活動に格段のご理解・ご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、当社グループの第5次中期経営計画『SHIFT DOWN!!』におきましては、当事業年度が最終年度となりました。また、2020年4月より第6次中期経営計画『Over take!!』をスタートしております。各項目の詳細につきましては、後記にてご説明をさせていただいておりますので、該当ページをご覧ください。

末筆ながら、新型コロナウイルス感染症被害に遭われたみなさまにお見舞い申し上げますとともに、一日も早いご回復を心よりお祈り申し上げます。

## 経営理念

### 生活文化創造企業 ～未来の“あたりまえ”を発見する～

日々の暮らしの中で役立つ、新たな生活様式をつくり出す企業であり続ける。

#### ソフト99グループ行動憲章

私たちソフト99グループは、経営理念『生活文化創造企業』の実践のために5つの行動原則を定め、社会貢献の実現と企業価値の向上を目指します。

1. 未来の『あたりまえ』を発見し、お客様に提案します。(※)
2. 公正・公平な取引先の選定と公明正大な市場取引の実行を徹底します。
3. 従業員の個性と人格を尊重し、快適な職場環境を確保します。
4. 株主・投資家との対話を重視し、誠実で透明性の高い事業運営を行います。
5. 善良なる企業市民として、社会的責任を果たします。

(※) お客様の目線を常に意識し、創意工夫をもって、いつのまにか社会の『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を目指します。

#### コーポレート・ガバナンスに関する基本方針

- I. 合理的な経営システムの構築～受託者責任を踏まえた取締役会運営～
- II. ステークホルダーとの協調～各利害関係者との適切な協働関係構築～
- III. 経営の透明性確保～説明責任を踏まえた適切なIR活動～

# Topics

ボディとガラスを同時に強力撥水コーティング！

## 「レインドロップ」のTVCMを放映

2019年3月の発売から多くのお客様にご好評をいただいております『レインドロップ』のTVCMを放映いたしました。製品のこだわりポイントを「ダイレクトバズーカ」「イージーワイプ」「コンプリートスプラッシュ」という“3つの必殺技”として発動することで、汚れた車に立ち向かうレインドロップマンの果敢な雄姿を、戦隊ヒーローのオープニングテーマを彷彿とさせる軽快なオリジナル楽曲に合わせ、コミカルに表現しました。



# New Products

プロ用ガラス系ボディコーティングが、2020年4月に刷新  
「リアルガラスコート」に3ラインが新登場

プロ施工ガラス系プレミアムコーティング・ブランドの「G'ZOX」は、当社が半世紀以上にわたり自動車用ケミカル市場で培ってきた経験と、研究開発により生み出された最先端技術との結晶です。当社はボディコーティングの新たな価値創出を目指し、「G'ZOX」のリブランディングを実施しました。

新製品は、シリーズ最高峰の艶と光沢を誇る「クラスM」、抜群の水キレ性能を特長とした疎水性の「クラスH」、クリスタルガラスを彷彿させる美しい光沢と撥水性を実現した「クラスR」の3ラインです。



“泡”を追求したシャンプー

## 「パーフェクトフォーム スターティングセット」

従来の洗車用品によくある「すすぎの速さ」や「泡切れのよさ」といった機能性重視のコンセプトから離れ、洗車を行う人の感性をくすぐる「洗い心地」や「泡の感触」、「嗅覚への刺激」等を重視し、洗車することが楽しくなる仕掛けを取り入れた製品です。

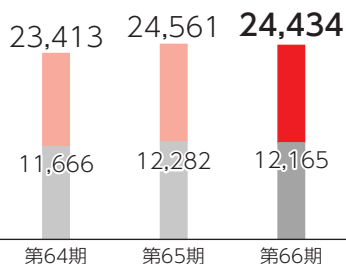


# 第66期ダイジェスト

## 売上高

24,434 百万円

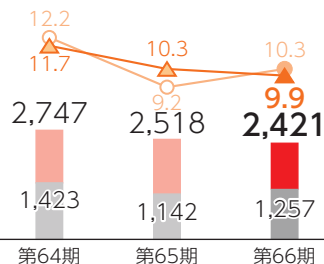
■ 2Q(累計) ■ 1Y (百万円)



## 営業利益・売上高営業利益率

2,421 百万円

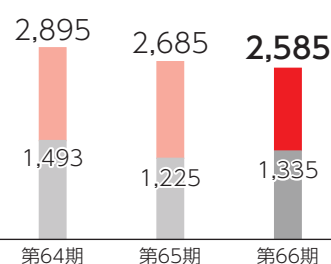
営業利益(百万円) ■ 2Q(累計) ■ 1Y  
売上高営業利益率(%) ○ 2Q(累計) ▲ 1Y



## 経常利益

2,585 百万円

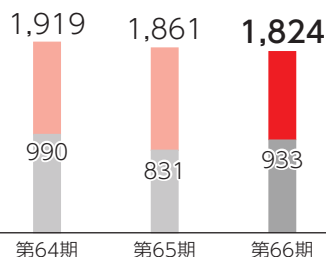
■ 2Q(累計) ■ 1Y (百万円)



## 親会社株主に帰属する当期純利益

1,824 百万円

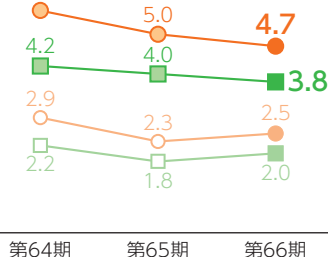
■ 2Q(累計) ■ 1Y (百万円)



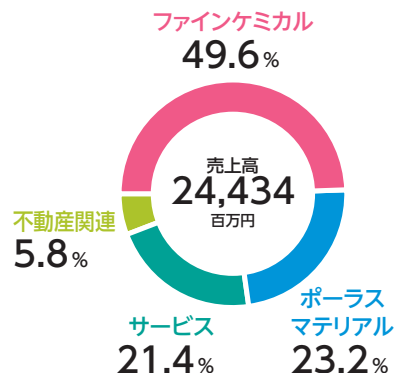
## ROE・ROA

ROE 3.8% ROA 4.7%

ROE ■ 2Q(累計) ■ 1Y (%)  
ROA ○ 2Q(累計) ● 1Y



## セグメント別売上高構成比



## 解説

### 売上高

ファインケミカルの一般消費者向け製品販売が売上を牽引したものの、ポラスマテリアルの生活資材の海外向け販売や、前期に好調であったサービスセグメントの自動車整備・钣金事業が振るわず、全体では減収となりました。

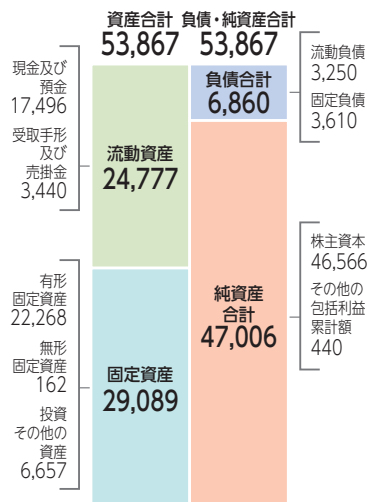
### 営業利益

生産及び営業能力増強のための人件費の増加や、広告宣伝費の増加等により減益となりました。

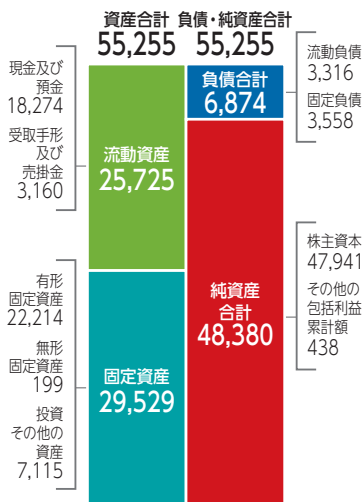
## 連結計算書類ポイント解説

### 連結貸借対照表の概要 (百万円)

前期末 (2019年3月31日現在)



当期末 (2020年3月31日現在)



(注)記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

### 解説

#### ■ 資産合計

好調な営業活動により、現金及び預金が778百万円増加。また、たな卸資産が275百万円、有価証券及び投資有価証券が償還や購入等により418百万円増加し、これにより前期比1,388百万円の増加。

#### ■ 負債合計

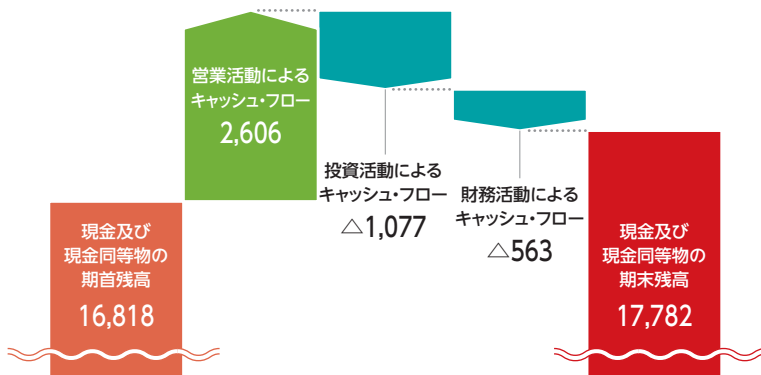
未払金及び未払費用が110百万円、長期借入金が73百万円減少した一方、未払法人税等が195百万円増加したことで前期比14百万円の増加。

#### ■ 純資産合計

親会社株主に帰属する当期純利益1,824百万円、配当金の支払い526百万円となった結果、利益剰余金が1,297百万円増加したことで、前期比1,373百万円増加。

### 連結キャッシュ・フロー計算書の概要 (百万円)

当期 (2019年4月1日～2020年3月31日)



(注)記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

### 解説

#### ■ 営業活動によるキャッシュ・フロー

税金等調整前当期純利益	2,608百万円
減価償却費	796百万円
たな卸資産の増減額 (▲は増加)	▲278百万円
法人税等の支払額	▲644百万円

#### ■ 投資活動によるキャッシュ・フロー

定期預金の純増減額 (▲は増加)	184百万円
有形固定資産の取得による支出	▲783百万円
投資有価証券の取得による支出	▲907百万円
投資有価証券の売却及び償還による収入	502百万円

#### ■ 財務活動によるキャッシュ・フロー

長期借入金の返済による支出	▲73百万円
配当金の支払額	▲525百万円
自己株式の処分による収入	77百万円

## セグメント別概況

# Fine Chemical

## ファインケミカル

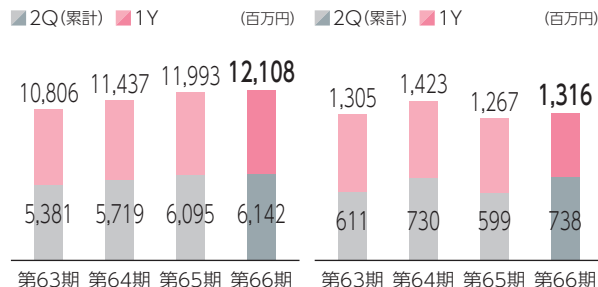


### 売上高

12,108百万円  
前期比 ▶▶ 1.0% 増

### 営業利益

1,316百万円  
前期比 ▶▶ 3.8% 増



当社の取引先であるカー用品専門店においては、上半期にて、2019年10月より施行された消費税増税や、タイヤの値上げによる駆け込み需要があったものの、下半期にその反動減が発生いたしました。また、当期は全国的に暖冬であり、降雪が少なかったことから、冬季商材の販売動向が芳しくなく、更に新型コロナウイルス感染症対策の一環として、車検満了日の延長も施行されたことから、来店水準が前期を下回っております。

自動車の販売台数に関しても、中古乗用車販売は前期を上回っているものの、普通乗用車、軽自動車ともに新車販売は前期を下回っております。

### ■ 一般消費者向け販売

自動車ボディお手入れ製品は、2019年3月に販売を開始した洗車の時短化がテーマの製品「レインドロップ」が市場から高く評価され、またTVCMを年末より開始したことで認知度も高まったことから販売が好調に推移し、前期を上回りました。

ガラスお手入れ製品は、「ガラコワイパー」の販売が冬季用ワイパーの展開店舗の拡大に伴って好調に推移したことや、「窓フクピカ」等のクリーナー製品の販売が順調だったことも後押しし、前期を上回りました。

自動車用補修製品は、主要取引先において取扱量が減少したことから、前期を下回りました。しかし、他製品群の堅調な販売により、一般消費者向け販売全体では前期を上回る結果となりました。

## ■ 業務用製品販売

当社ブランドの業務用コーティング剤は中古車販売好調の背景から順調に施工が進み、前期を上回りました。一方で、OEM製品販売は新車販売の低減により施工台数が低調に推移したことや、輸入車インポーター向けワイパーの初回導入があった前期実績に対し当期は在庫補充に留まったことで販売量が伸びず、全体でも前期を下回る結果となりました。

## ■ 家庭用製品販売

主力のメガネケア製品において、「メガネのシャンプー」や「メガネのくもり止め」が新型コロナウイルス感染症対策に伴うマスク需要を受け、当第4四半期において販売量が増加したことに加え、メガネ用OEM製品の販売も好調であったことから、前期を上回る結果となりました。

## ■ 海外向け販売

中国エリアでは、中国本土において主力製品の販売が増加したため前期を上回りました。一方、香港においては情勢が不安定である影響から販売量が減少し、中国エリア全体でも前期をやや下回る結果となりました。

中国を除く東アジアでは、韓国において日韓関係の悪化に起因する不買運動の終息が見え始め、前期をわずかに上回りました。また、台湾やモンゴルでの出荷も好調だったことから、東アジア全体でも前期を上回りました。

東南アジアでは、フィリピンやマレーシア向け出荷は伸びたものの、他の国々が低調に推移したことから、前期を下回りました。

ロシアでは、前期より販売を開始した新たな高付加価値タイプのガラスコーティング製品や、潤滑油や不凍液の出荷が順調で、出荷がまとまったことに加え、他のCIS諸国への出荷も増加したことから、前期を上回りました。

欧州では、化学品規制に対応した新処方ワックスの出荷が再開されたことに加え、ワックス以外の販売も拡大したことにより、前期を上回りました。

また、近年好調であったブラジル向けへの出荷は、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、その出荷量が減少してきております。海外向け販売全体ではロシアの好調を受け、前期を上回る結果となりました。

## ■ TPMS (Tire Pressure Monitoring System:タイヤ空気圧監視装置) の企画・開発・販売

乗用車向けTPMSのOEM製品販売や、自社ブランド製品の販売を開始したことが後押しし、前期を上回る結果となりました。

## ■ 電子機器・ソフトウェア開発販売

携帯電話回線の3Gサービス終了の方針を受け、当社旧製品ユーザーからの更新需要が発生したことから、前期を上回る結果となりました。

これらの結果、＜ファインケミカル＞事業の売上高は121億8百万円、前期比1億14百万円（1.0%）の増収、営業利益は、前期の製品価格改定に伴う原価率改善等により13億16百万円、前期比48百万円（3.8%）の増益となりました。



# Porous Materials

## ポーラスマテリアル



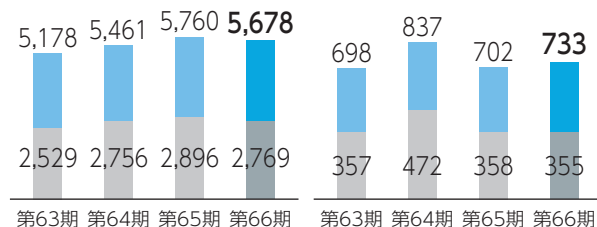
売上高

5,678百万円  
前期比 ▶▶ 1.4% 減

営業利益

733百万円  
前期比 ▶▶ 4.4% 増

■ 2Q(累計) ■ 1Y (百万円) ■ 2Q(累計) ■ 1Y (百万円)



### 産業資材部門

半導体市場は、上半期において米中貿易摩擦に伴うハイテク産業の低迷で不調が続いておりましたが、下半期より回復傾向にあり、特にメモリー市場は高い成長率が期待できるとされています。

国内向け販売は、需要の回復傾向がみられるものの、好調であった前期のペースには届かず、また、製造業全般の不調に伴い、設備投資に関わる製品群の販売も低調に推移したことから、前期を下回る結果となりました。

海外向け販売は、海外の大手ユーザーにおいて新型コロナウイルス感染症起因の物流不安から、在庫積み増し需要があったことを受け、前期を上回りました。また、HDD向け研磨需要も好調に推移したこともあり、産業資材部門全体では前期を上回る結果となりました。

### 生活資材部門

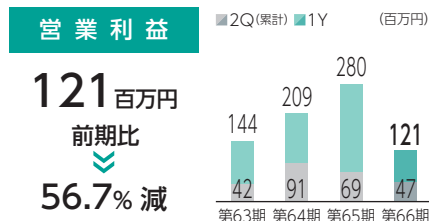
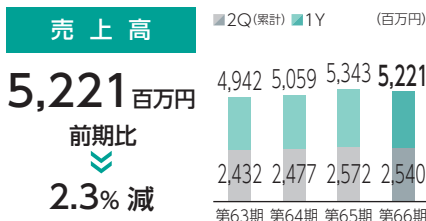
国内向け販売は、自動車用製品や家庭用スポンジの需要が好調で、加えて、生産体制が整い供給が安定したことも後押しし、前期を上回りました。

海外向け販売については、米国において小売業のEC化が進む中、実店舗での販売が低調に推移したことから、現地で在庫調整が発生し、前期を大きく下回りました。そのため、国内の好調分で全体のマイナスを補うには至らず、生活資材部門全体では前期を下回る結果となりました。

これらの結果、<ポーラスマテリアル>事業の売上高は、56億78百万円、前期比81百万円（1.4%）の減収となりました。一方で営業利益においては、人員の増加や研究開発費等の将来を見据えた先行的な費用が増加しましたが、セールスマックスの改善によって収益性が向上したことで、7億33百万円、前期比31百万円（4.4%）の増益となりました。

# Service

## サービス



### 自動車整備・钣金事業

钣金事業においては、前期の台風被害による特需的な在庫増加と比較して、その需要が平年並みに戻ったこと等により、前期を下回りました。

### 自動車教習事業

自動車教習の入所者数が堅調に推移する中で、指導員体制の更なる強化により適切な教習時限数を確保していることに加え、当期から社会的要請を受けて対応を強化している高齢者講習も好調に推移し、前期を上回りました。

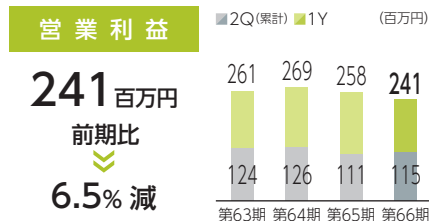
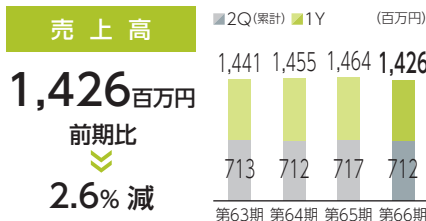
### 生活用品企画販売事業

主力の生協向け販売において、マスクや外出自粛要請に伴う通信販売需要が増加したことで、前期を上回りました。

これらの結果、<サービス>事業の売上高は52億21百万円、前期比1億22百万円（2.3%）の減収、営業利益は1億21百万円、前期比1億58百万円（56.7%）の減益となりました。

# Real Estate

## 不動産関連



### 不動産賃貸事業

保有物件において安定した稼働率を保ったことで前期を上回りました。

### 温浴事業

競合店の新規出店の影響を受けた店舗での売上減少分を、他店舗でカバーしきれなかったため、前期を下回りました。

### 介護予防支援事業

登録者数及び利用者数が伸び悩んだため、前期をやや下回りました。

これらの結果、<不動産関連>事業の売上高は14億26百万円、前期比37百万円（2.6%）の減収、営業利益は2億41百万円、前期比16百万円（6.5%）の減益となりました。

## 新中期経営計画について

当社グループは、2020年4月より第6次中期経営計画『Overtake!!』をスタートいたしました。

前中期経営計画においては、ファインケミカルセグメントで海外事業と業務用製品の販売が順調に拡大、また、ポーラスマテリアルセグメントでは半導体市場の活況の下で需要拡大、新しい取り組みとしては電子機器・ソフトウェア開発事業の開始などにより、事業ボリュームの拡大においては一定の成果がありました。

しかしながら、ファインケミカルセグメントにおける自動車を取り巻く環境変化に合せた新たな製品・サービス開発やTPMS等

### ■ 新中期経営計画概要

#### 経営理念

#### 生活文化創造企業

- 未来の『あたりまえ』を発見する。
- 当社グループ普遍の経営理念として第3次中期計画より継続

#### 経営課題

- 第5次中期計画での積み残し課題推進
- 消費意識変化への対応
- 社会的要請（課題）への更なる対応  
≫ 環境・健康・サステナビリティ等

#### 第6次中期 計画テーマ

2020年4月～2023年3月  
第67期～第69期

## 「Overtake!!」 顧客変化を追い越せ!!

第5次中期計画『SHIFT DOWN!!』により加速した勢いを継続し、顧客（ユーザー）の変化を先取りした価値の創造によって、事業領域の拡張と業容の拡大を目指します。

#### 中期計画 経営ビジョン

### より幅広い社会課題（事業機会）に向けた “他にない” 製品・サービス開発と事業化

SDGs等の社会目標イメージや今後想定される新たな社会課題を事業機会と捉えて、当社グループで既に手掛け始めている新たな取り組みに加え、これまで以上に幅広い分野に向けたノウハウの横展開や新製品・サービス開発を目指します。

### ■ 経営基本方針

ファインケミカル（表面改質技術）とポーラスマテリアル（精密多孔質体技術）を2つの柱として、当社グループ既存技術ノウハウの横展開の更なる推進と、新たな技術ノウハウの取り込み・技術ノウハウ同士の掛け合わせによる事業領域の拡張を目指します。

### ■ 主要計数目標

	第66期（実績）	第69期（目標）
売上高（百万円）	24,434	27,100
営業利益（百万円）	2,421	2,850
ROIC（投下資本利益率）	5.6%	6.1%

ROIC = 税引き後営業利益 ÷ 事業投下資本

# Mid-Term Business Plan

の新たな分野の販売拡大、ポーラスマテリアルセグメントにおける医療・環境分野での製品開発・販売拡大など、新しい取り組みについては未だ道半ばとなっております。

新たな中期経営計画においては、現在進行形で進んでいるユーザーの消費意識の変化、また、デジタル化・サステナビリティに代表される様々な社会変化・社会要請を踏まえながら、『ユーザーの変化を追い越す』ことを目指し、新たな価値の創造と更なる事業領域の拡大を進めてまいります。

## ■ 新たな価値創造による事業領域拡張イメージ

