

2021年3月期

# ソフト99コーポレーション

決算説明会

2021年6月1日

- 本資料には、将来に関する見通し、期待、判断、計画あるいは戦略が含まれております。この将来予測に基づく記載や発言は、製品の需要変動、景気動向、天候およびその他のリスクや不確定要素を含みます。
- 本資料に含まれる全ての将来的予測に基づく記載や発言は、資料の作成時点で入手可能な情報に基づいており、私たちは、このような将来予測に基づく記載や発言を更新する義務を負いません。
- またこの記載や発言は、将来の実績を保証するものではなく、実際の結果が私たちの現在の期待とは実体的に異なる場合があります。このような違いには、多数の要素が原因となりえます。

I : 企業グループの概要	P. 3
II : 連結業績概要	P. 7
III : 事業の概況	P. 10
IV : 事業環境の変化と当社の取り組み	P. 20
V : 通期業績予想と配当予想	P. 28
Appendix: 計数資料	

# I : 企業グループの概要

## 株式会社 ソフト99コーポレーション

創 立 … 1954年10月28日

主要事業 … 自動車用・家庭用ケミカル用品の製造販売  
機能性精密多孔質体製品の製造販売

従業員数 … 836名(2021年3月31日現在・連結)

関係会社 … 11社(当社含む連結対象企業)

### 当社主要製品の歴史

1969年  
「ハンネリ」



1978年  
「ボデーペン」



1987年  
「タイネット」



1993年  
「ぬりぬりガラコ」



1999年  
「プラスセーヌ」



1999年  
「フクピカwet」



2003年  
「G'zoxシリーズ」



2006年  
「メガネのシャンプー」



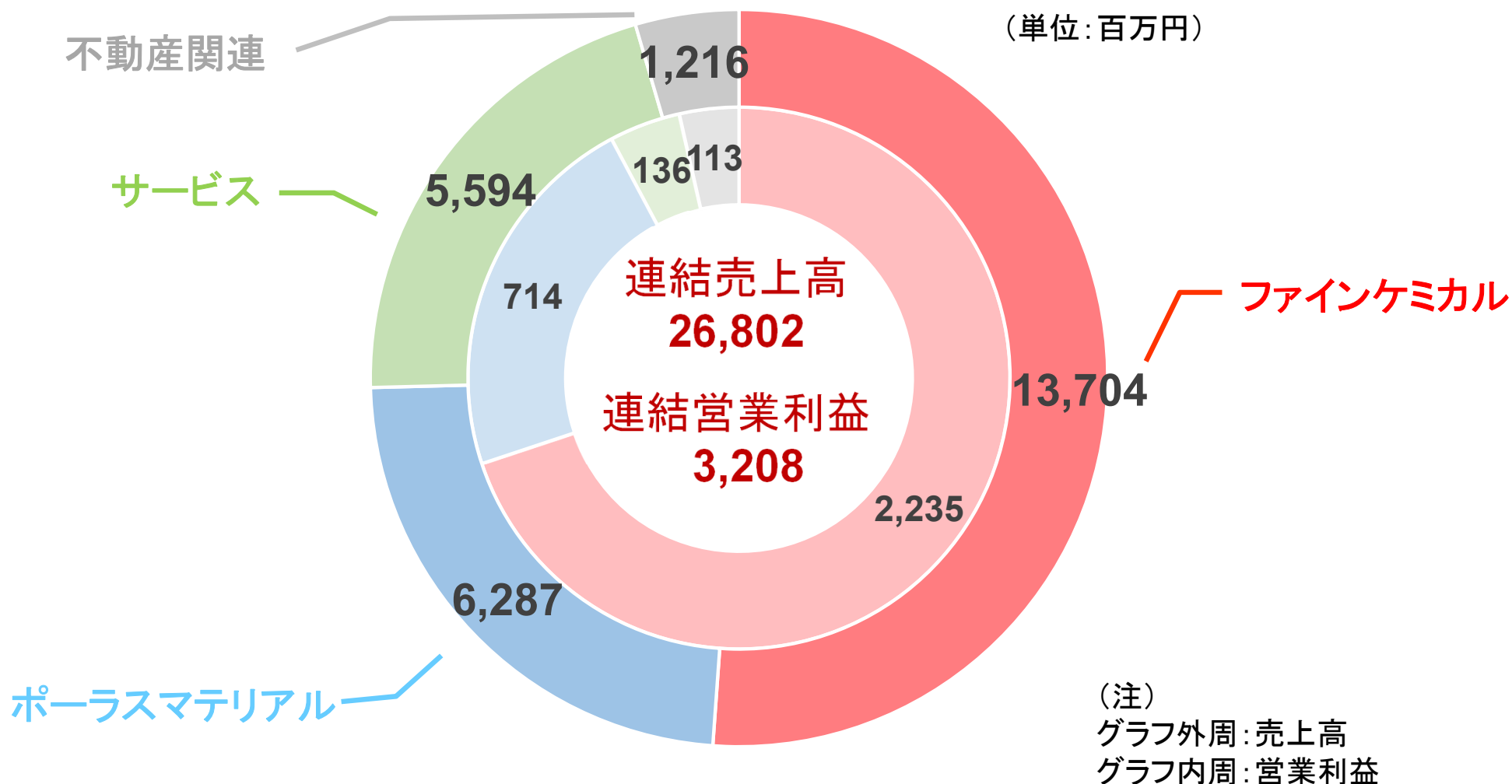
※ プラスセーヌ(旧 プラスセーム)は鐘紡株式会社より1963年に発売、事業譲渡にて1999年より当社グループによる製造販売を開始。

# 事業セグメント概要(1)

事業セグメント	サブセグメント	
<b>① ファインケミカル</b> 自動車用・家庭用ケミカル用品の製造販売	一般消費者用製品(自動車向け)	} 祖業
	業務用製品(自動車向け、その他産業向け)	
	家庭用品等製品	} 横展開による 事業領域拡大
	海外事業	
	タイヤ空気圧監視装置 企画・開発・販売	
	電子機器・ソフトウェア開発	
<b>② ポーラスマテリアル</b> 機能性精密多孔質体製品の製造販売	産業資材 (ハイテク産業向け精密洗浄・研磨・濾過用途製品) (医療・衛生用途製品)	} M&Aによる 事業領域拡大
	生活資材 (自動車、キッチン、化粧品、スポーツ等用品)	
<b>③ サービス</b>	自動車整備・钣金	} 保有資産の 収益化
	自動車教習	
	生活用品等企画販売	
<b>④ 不動産関連</b>	不動産賃貸	}
	温泉施設運営・介護予防支援	

# 事業セグメント概要(2)

## 2021年3月期 セグメント別 通期業績



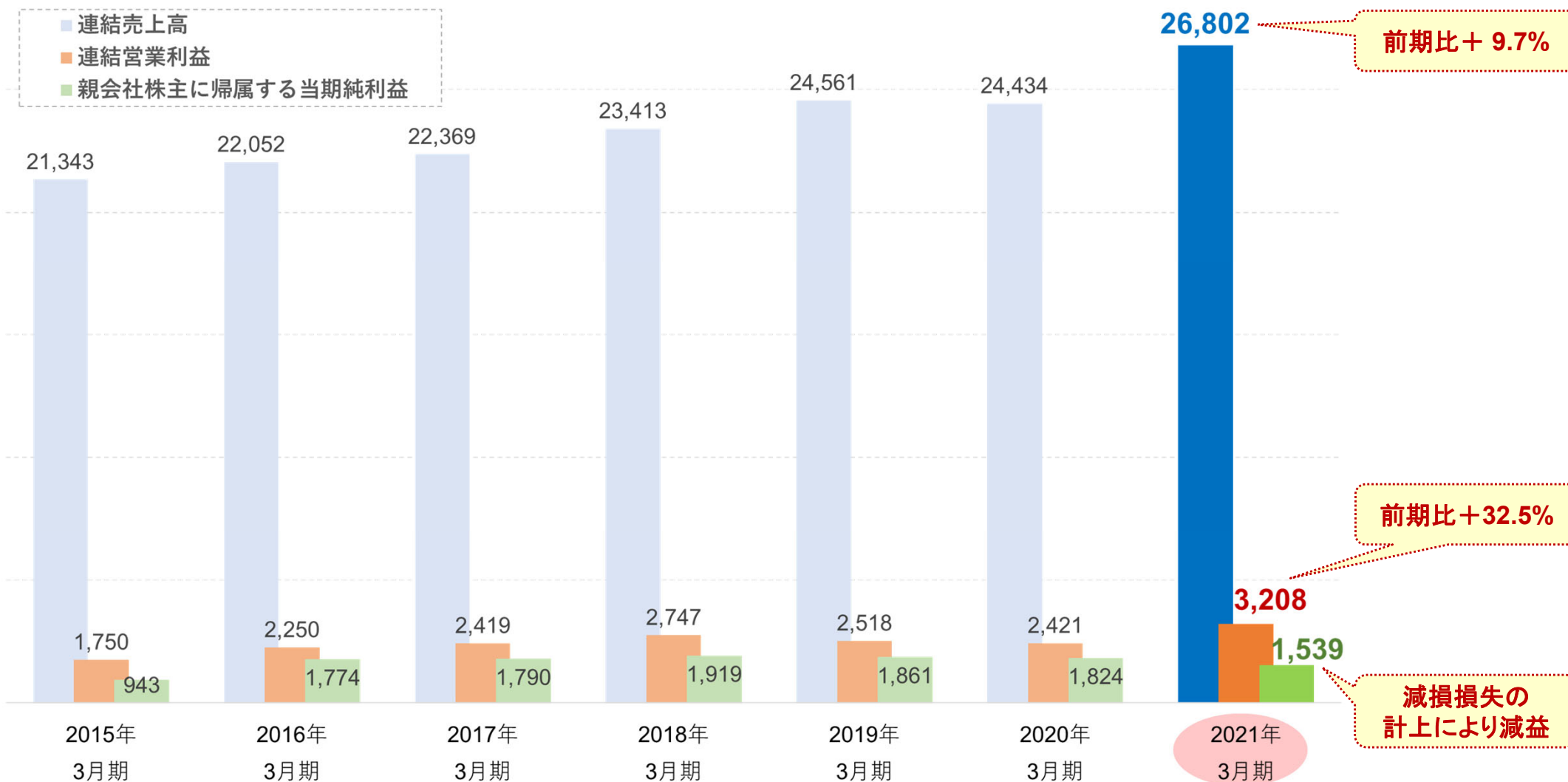
## II : 連結業績概要

# 連結損益の概要



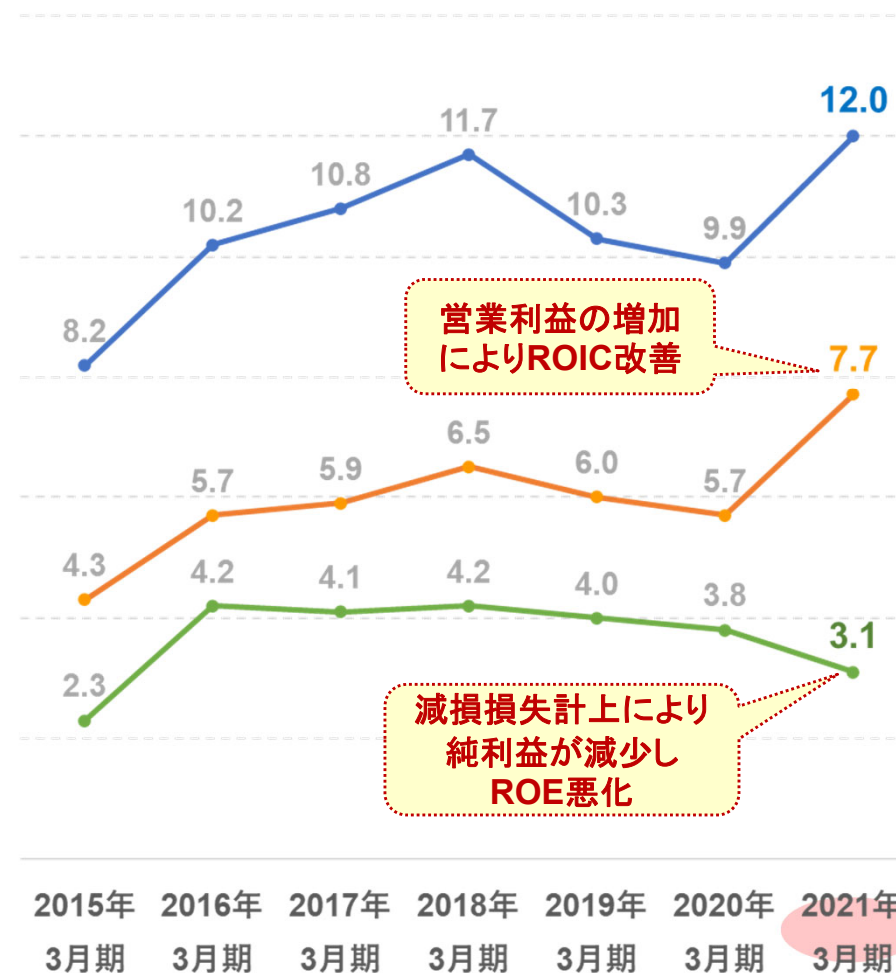
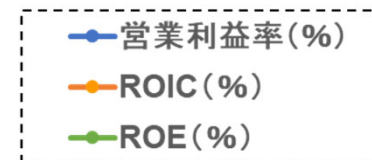
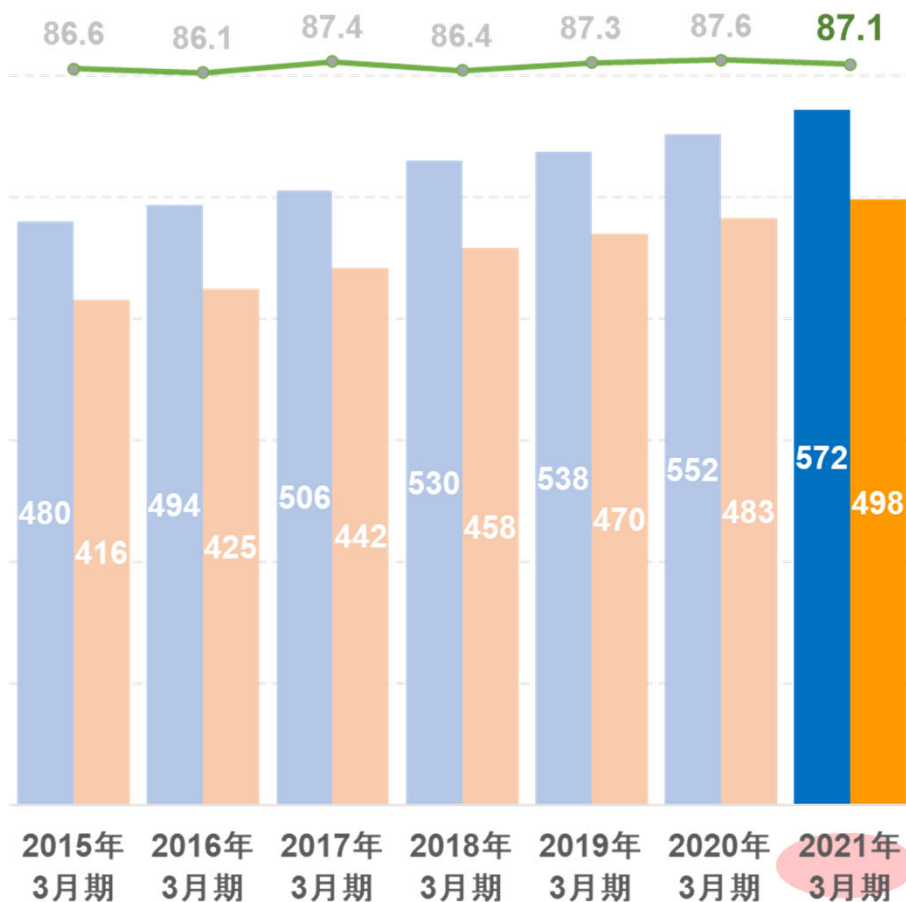
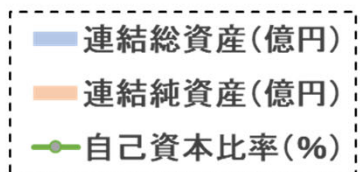
## 通期の連結損益推移

(単位:百万円)





# 主要経営指標



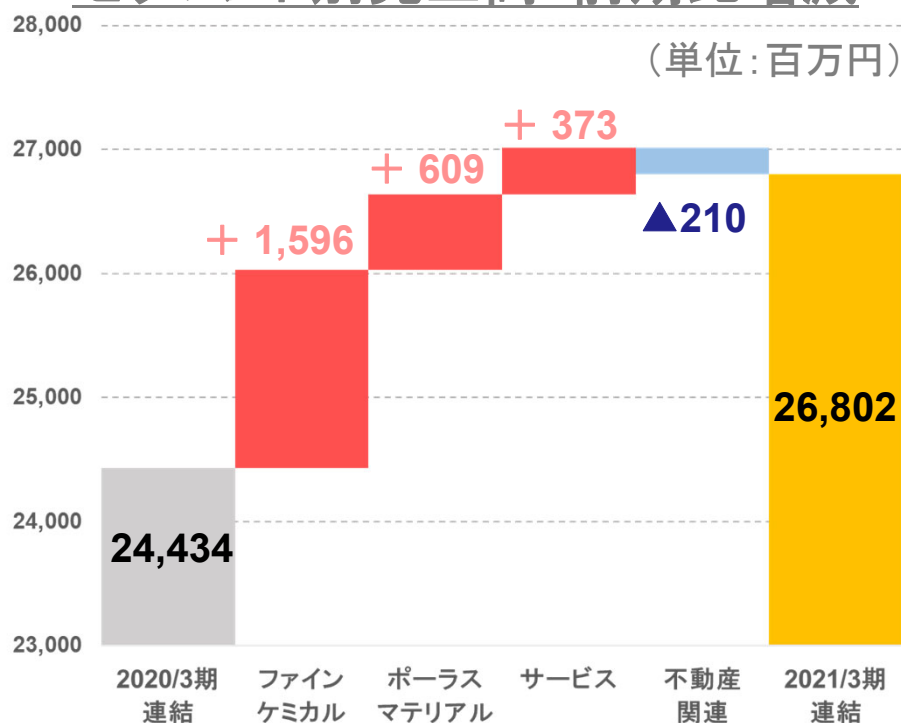
# Ⅲ：事業の概況

## （2021年3月期）

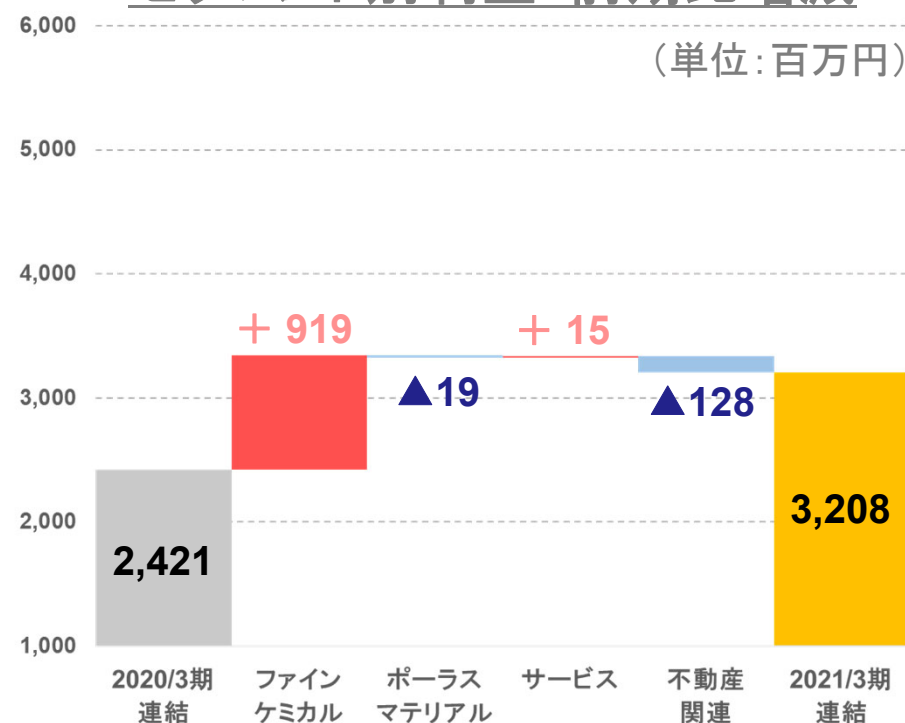
# セグメント別 通期 損益増減(前期比)

- ファインケミカル/サービス ……コロナ禍で発生した様々な需要に合致し増収増益。
- ポーラスマテリアル ……販売好調もM&Aのれん償却計上等により増収減益。
- 不動産関連 ……コロナ禍による外出自粛の影響を受けて減収減益。

## セグメント別売上高・前期比増減












## セグメント別利益・前期比増減



(注)連結調整額除く

# コロナ禍がもたらした影響（セグメント別）

事業セグメント	サブセグメント	コロナ禍の影響（2021年3月期）
① ファインケミカル 	一般消費者用製品（自動車向け）	 ・巣ごもり消費にマッチして需要増加
	業務用製品（自動車向け、その他産業向け）	 ・マイカー復権、自動車販売の回復
	家庭用品等製品	 ・マスク着用の常態化に伴う需要増
	海外事業	 ・一部仕向け地で需要減あるも、回復傾向
	タイヤ空気圧監視装置 企画・開発・販売	—
	電子機器・ソフトウェア開発	—
② ポーラスマテリアル 	産業資材 （ハイテク産業向け精密洗浄・研磨・濾過用途製品） （医療・衛生用途製品）	 ・主要顧客の在庫確保に伴う出荷増  ・テレワーク拡大等による半導体需要増加
	生活資材 （自動車、キッチン、化粧品、スポーツ等用品）	 ・海外仕向け地ではロックダウン等の影響を受けるも、国内販売は好調に推移。
③ サービス 	自動車整備・钣金	 ・外出自粛に伴う自動車利用機会の減少
	自動車教習	 ・休業要請からの運営再開後は入所者増加
	生活用品等企画販売	 ・巣ごもり商品による通販需要増加
④ 不動産関連 	不動産賃貸	—
	温浴施設運営・介護予防支援	 ・外出自粛に伴い来店客数が減少

# ファインケミカル(1/3) 一般消費者用製品販売



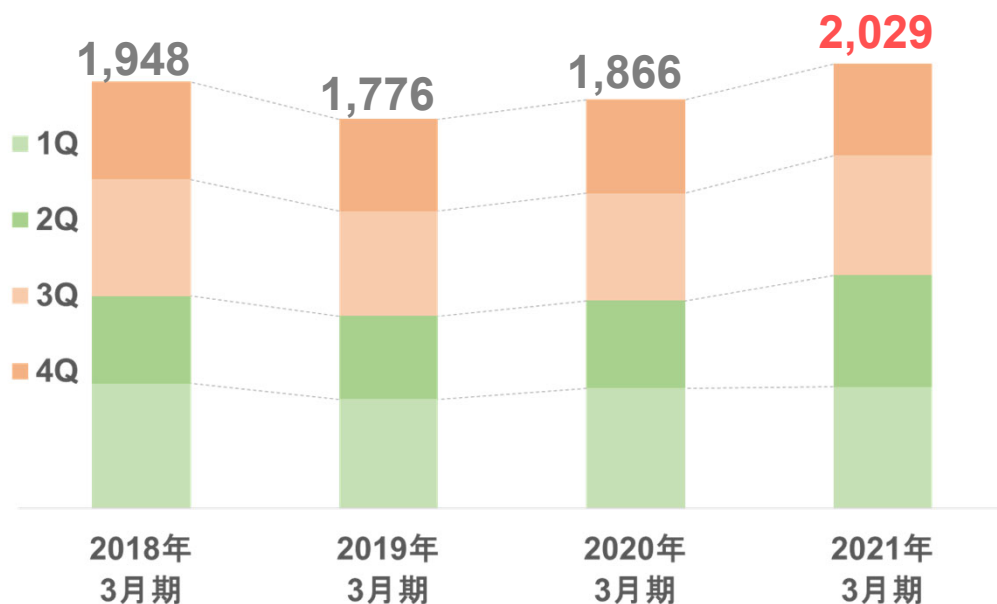
- 巣ごもり消費需要にマッチして、DIY自動車メンテナンス分野が伸長。

## 自動車ボディケア 通期売上

(単位:百万円)



前期比  
+8.7%

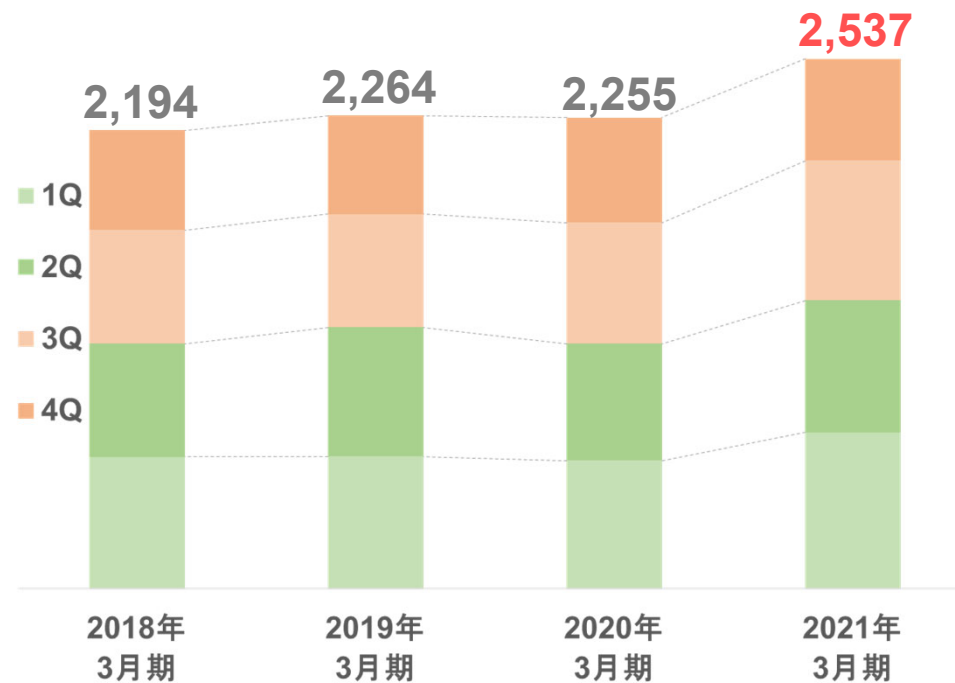


## 自動車リペアグッズ 通期売上

(単位:百万円)



前期比  
+12.5%



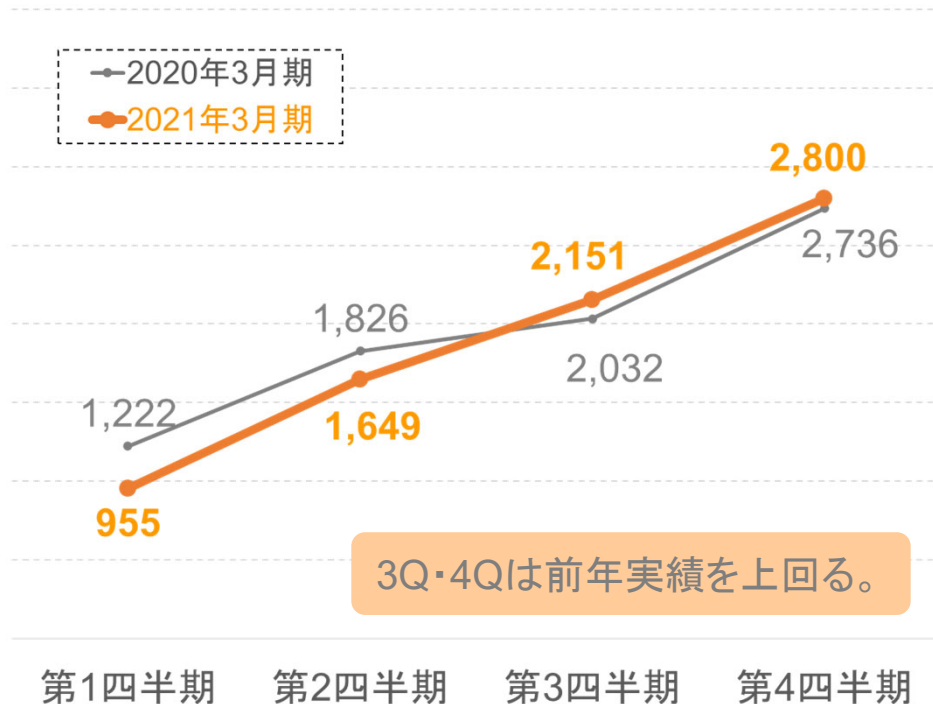
# ファインケミカル(2/3) 業務用製品



- コロナ禍からの自動車販売の急回復に伴い、業務用コーティング剤の販売が増加。

## 自動車販売台数の推移

(新車販売台数・中古普通自動車販売台数の合算)  
(単位:千台)



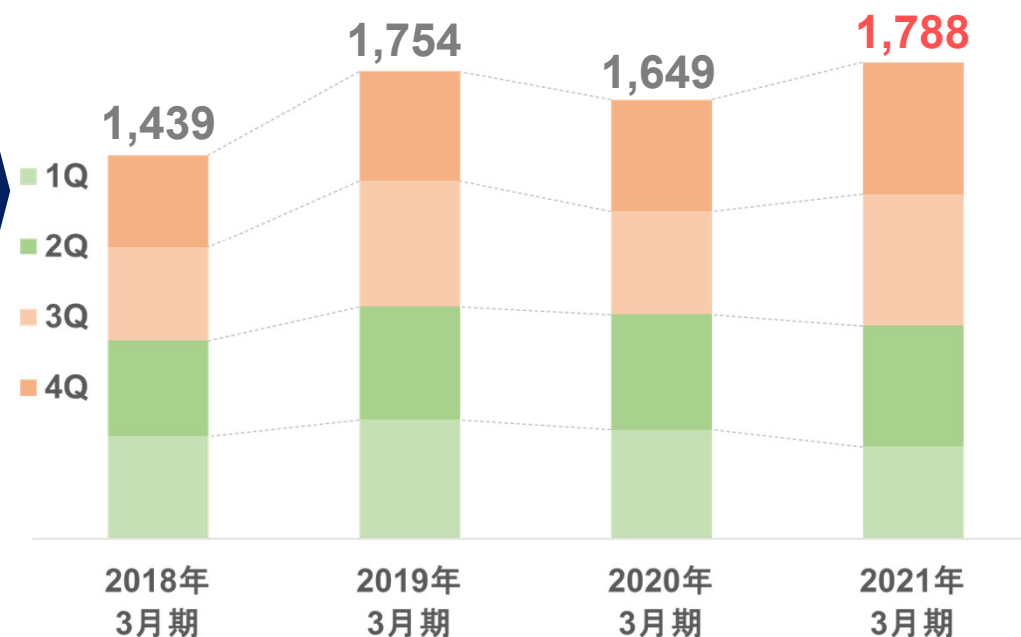
3Q・4Qは前年実績を上回る。

## 業務用製品 通期売上

(単位:百万円)



前期比  
+8.4%



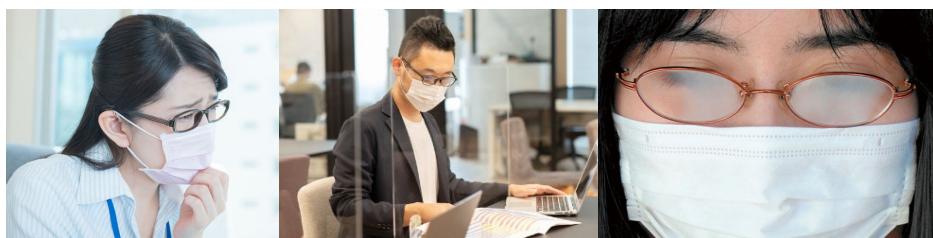
第1四半期 第2四半期 第3四半期 第4四半期

(一般社団法人 日本自動車販売協会連合会 発表資料を当社加工)  
※ 軽自動車販売実績は除く。

# ファインケミカル(3/3) 家庭用品等製品



■ マスク着用の常態化により、メガネケア関連製品の販売増加。



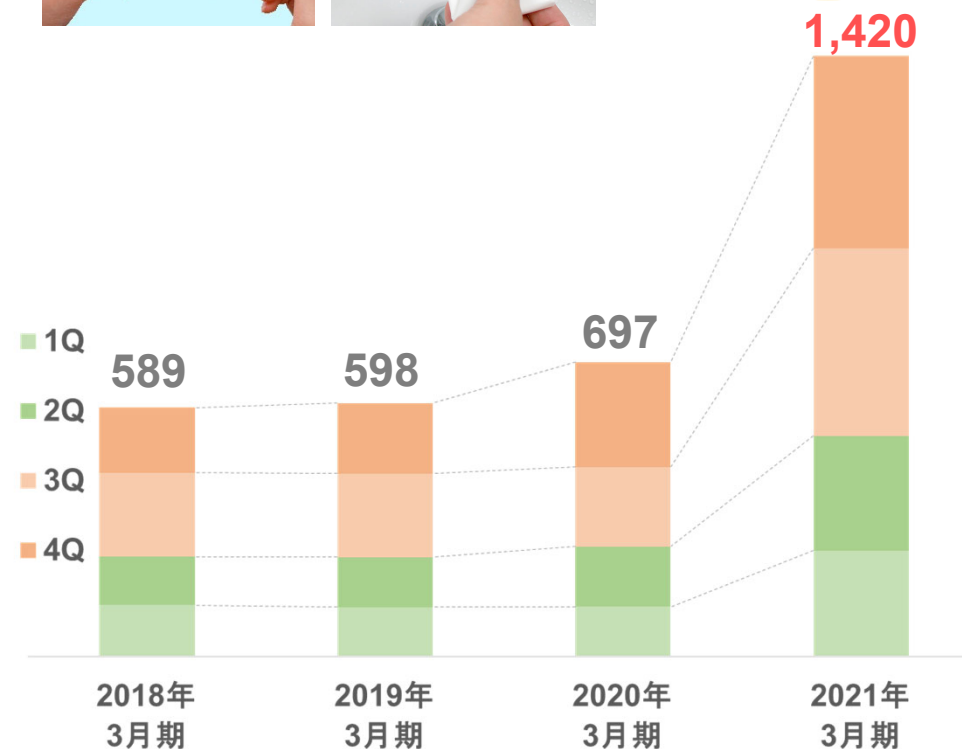
メガネの除菌・くもり止め需要拡大により  
メガネケア製品群の販売増加



## 家庭用品等製品 通期売上

(単位:百万円)

前期比  
+103.7%



# ポーラスマテリアル 産業資材

- 生活様式の変化に伴う半導体関連市場の活況により需要増。
- M&Aによる医療・衛生用品向け販売の増加も寄与。



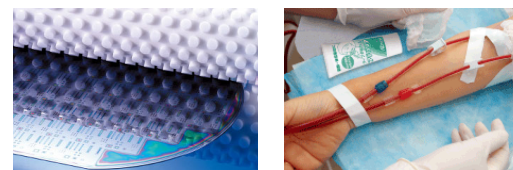
テレワークが一般化し、特に海外で半導体製造ライン向け製品の需要増



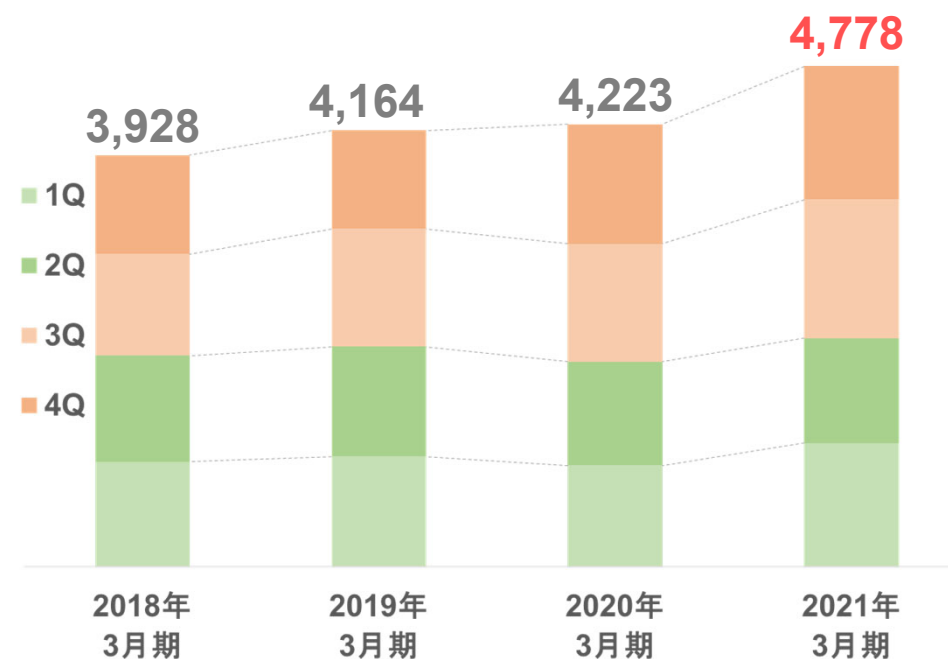
医療分野拡大に向けたM&A実施

## 産業資材 通期売上

(単位:百万円)



前期比  
+13.1%





# サービス(1/2) 自動車钣金整備

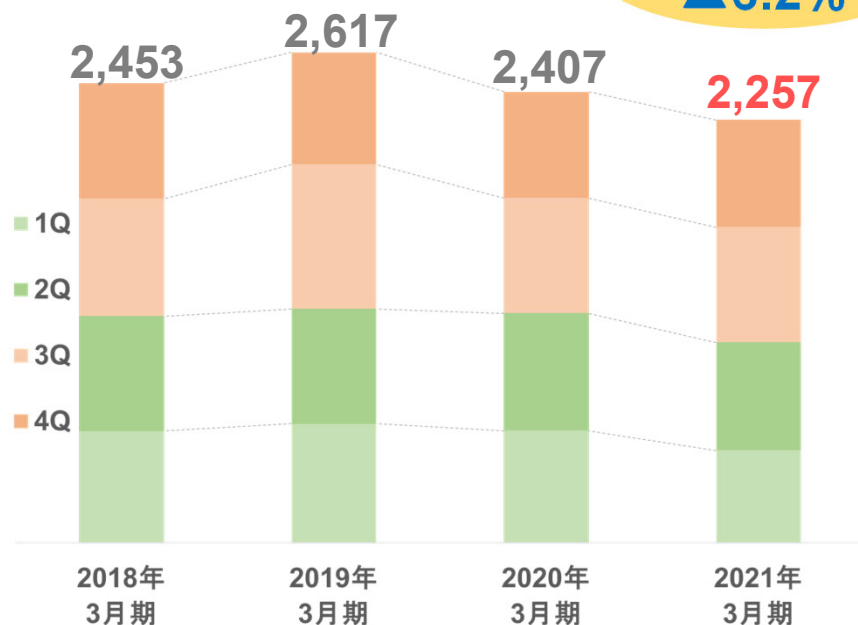
- 通期で減収となるも、自動車販売回復に伴い在庫数は回復傾向。

## 自動車钣金整備事業 通期売上

(単位:百万円)



前期比  
▲6.2%

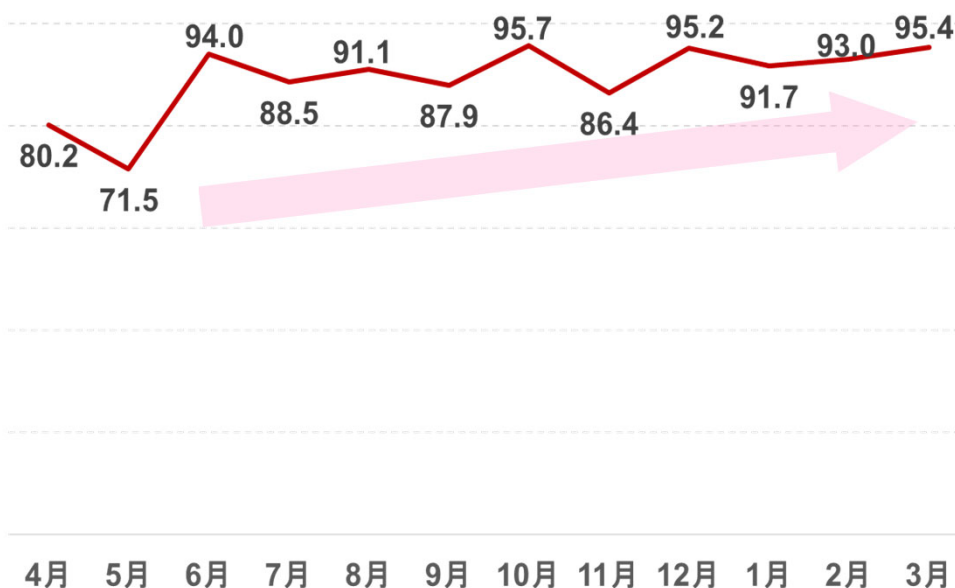


- ✓ 外出自粛により自動車稼働低下し钣金需要減少
- ✓ 下期は钣金需要回復と併せ美装ビジネスを拡大

## 当社钣金車両在庫実績

(月別・前期比率)

(単位:%)



- ✓ 在庫台数については、第1回目の2020年4月に発出された非常事態宣言以降は徐々に回復。

# サービス(2/2) 生活用品等企画販売

- 巣ごもり需要により、生協・EC向け生活用品の企画販売が伸長。

## 生協 2020年度 宅配供給高

(前期比率) (単位: %)



1年間通して  
前年を上回る実績

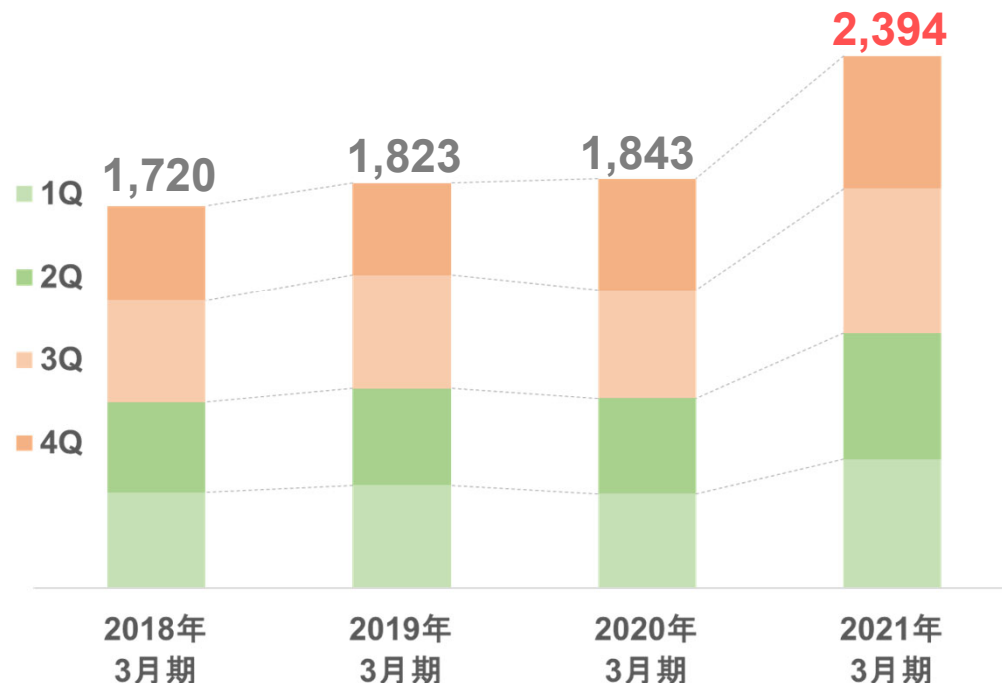
(日本生活協同組合連合会WEBサイト発表資料を当社加工)

## 生活用品等企画販売 通期売上

(単位: 百万円)



前期比  
+29.9%

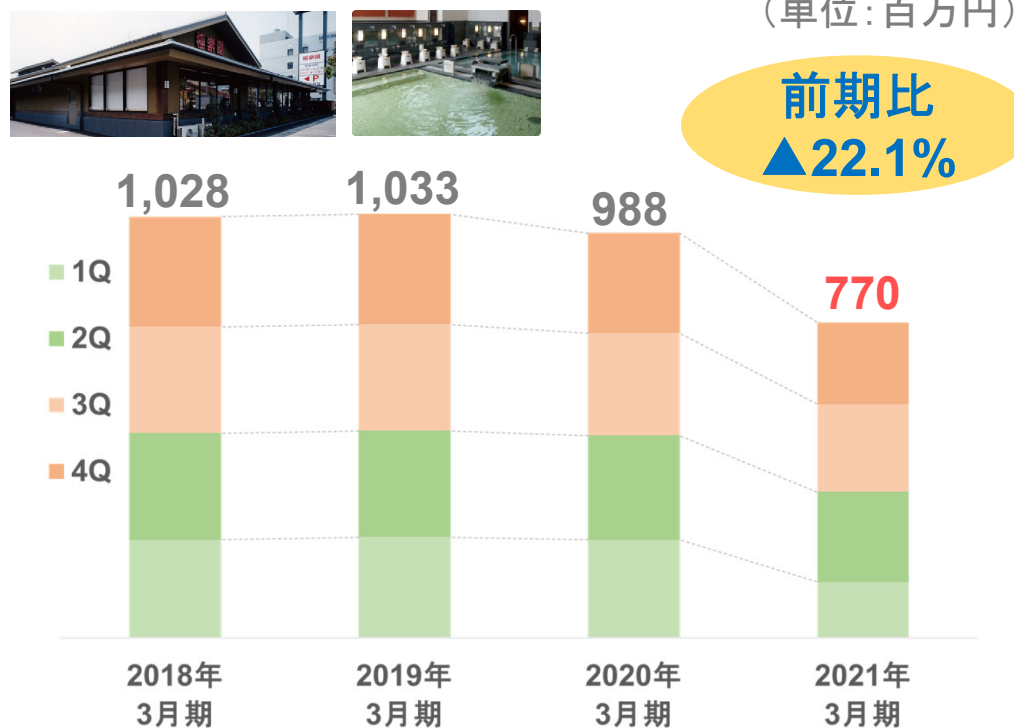


# 不動産関連 温浴事業

- 緊急事態宣言に伴う営業自粛、その後の外出自粛継続で来店客数減。
- 店内飲食の減少に対応し、新たにテイクアウト・デリバリー販売も開始。

## 温浴事業 通期売上

(単位:百万円)

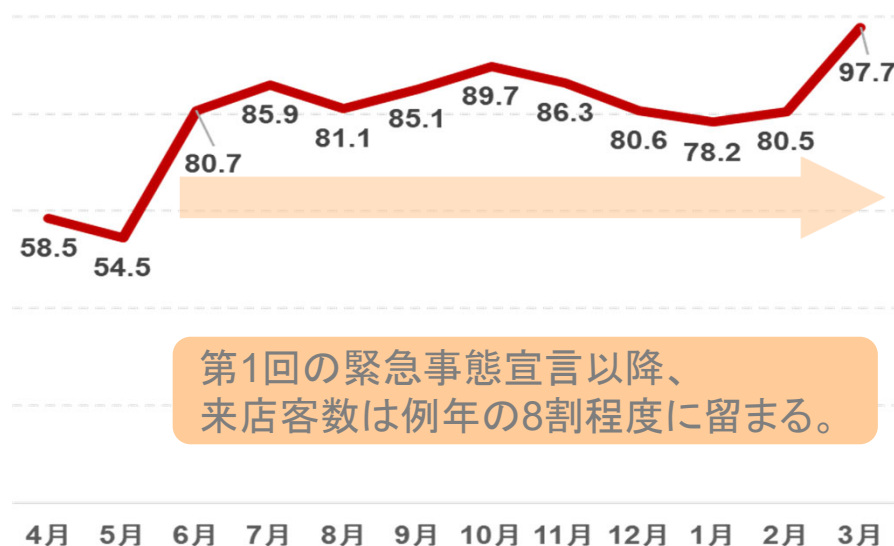


- ✓ 特にファミリー層のユーザーを中心に来店客数が減少し、飲食等の販売に影響を受ける。

## 温浴事業 来店客数

(月別・前期比率)

(単位:%)



- ✓ 来店客数の回復に時間を要するため、新たに飲食のテイクアウト・デリバリー販売を開始。

## IV : 事業環境の変化と当社の取り組み

# コロナ禍による事業環境の変化(1/2)

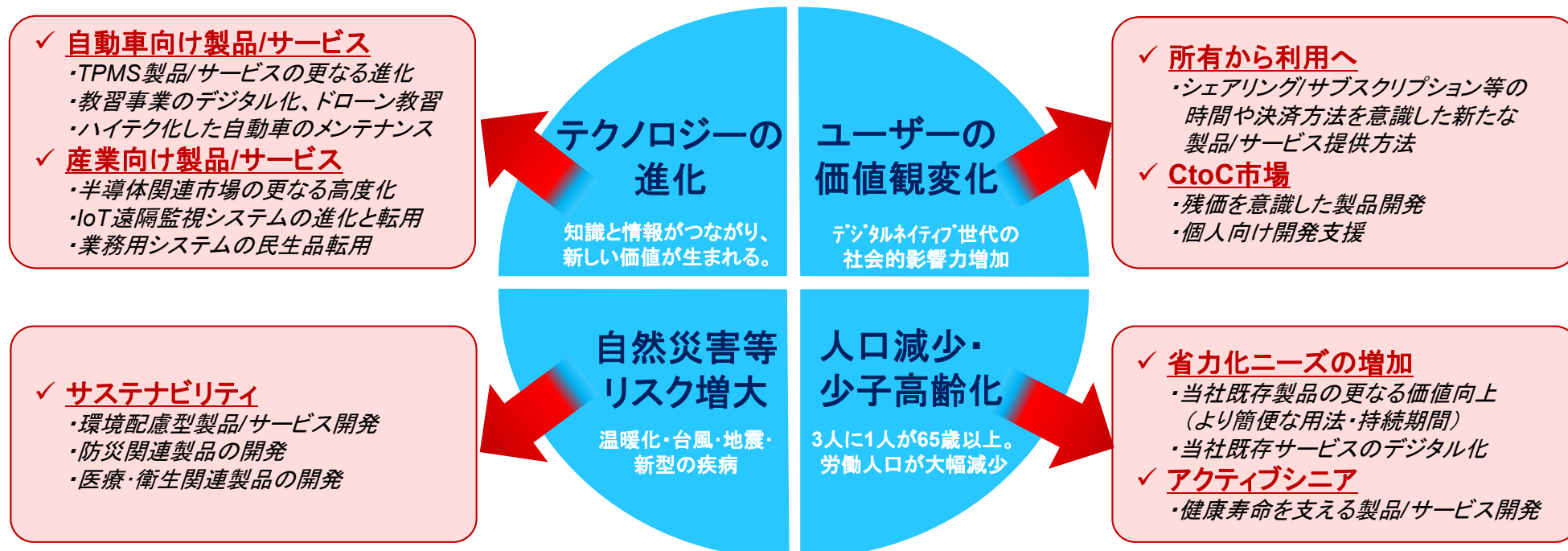
- 第6次中期経営計画において想定していた事業環境については、コロナ禍によって一部の状況が変化している。
- この足元の需要拡大を伴う変化について、当社はこれを機会として柔軟に受け入れており、今後もこれを維持拡大していくことを目指す。

当初想定していた 当社を取り巻く環境変化(抜粋)		コロナ禍による更なる環境変化
社会環境	テクノロジーの進化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 様々な社会活動のオンライン化・キャッシュレス化が想定以上に急拡大</li> </ul>
	サステナビリティ意識の高まり	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 感染予防が最優先。(外出自粛・衛生管理・ソーシャルディスタンス)</li> <li>• 一方で、製品提供におけるサプライチェーンの脆弱性が露わになる。</li> </ul>
当社事業環境	都市部と郊外での自動車保有ニーズ二極化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• テレワークの一般化による郊外型住居の評価上昇</li> <li>• 郊外型生活におけるマイカー保有の必要性</li> </ul>
	シェアリングエコノミー拡大(カーシェア・ライドシェア)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 安全な移動手段としてのマイカー再評価</li> </ul>
	自動車美装の外注化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 巣ごもり消費としてのDIYカーメンテナンス需要の高まり</li> </ul>
	『モノ消費』から『コト消費』へ消費意識の転換	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 製品販売型ビジネスには好機</li> <li>• 一方で、一部サービス提供型ビジネスにとっては苦しい環境</li> </ul>

# コロナ禍による事業環境の変化(2/2)

- 基礎的な社会課題については、コロナ禍の有無に関わらず、今後も当社が事業領域を拡張していくための重要な機会として認識している。
- 今後も“**未来のあたりまえ**”を創り出す製品・サービス開発を推進する。

## 想定される将来の事業機会(例)



# 事業環境の変化に向けた前期の取組み(1/4)



## ■ 市場・ユーザーの変化を先取りするカーケア製品の提案。

DIYカーケアニーズの変化を見据えた  
製品/サービスの提案



安全・安心・快適を  
新たな製品カテゴリーとして育成

新車向けコーティングブランド  
『G'ZOX』のリブランディング



# 事業環境の変化に向けた前期の取組み(2/4)

- コロナ禍により衛生用品市場の製品供給が不足したことを背景に、家庭用衛生管理の新ブランド『クリニクル』の展開開始。

家具除菌剤  
『アルコールジェル』



手指・皮膚洗浄消毒  
『ウェットシート』



マスク用スプレー洗剤  
『マスクのシャンプー』





# 事業環境の変化に向けた前期の取組み(3/4)

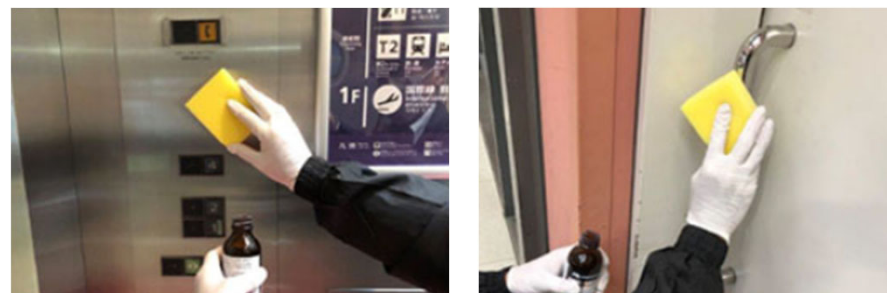


- 設備用防汚コート剤に抗菌・抗ウイルス機能を付与した製品展開開始。
- 各種施設向け衛生管理の新たな市場創出に向けた取組みを推進。

大手清掃事業者への  
抗菌コート剤OEM提供開始



当社抗ウイルスコート剤が  
国際空港の施設メンテナンスに採用



# 事業環境の変化に向けた前期の取組み(4/4)

- 医療事業者向け医療用品・衛生管理用品の展開推進。
- ポーラスマテリアル事業において更なる医療分野拡大を目指す。

PCR検査キット向け  
スポンジ部材の提供開始



アズテック(株)の子会社化による  
病院向け医療・衛生用品販売開始



医療・衛生管理用品のファブレスメーカー

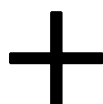


# 事業環境の変化に向けた今後の取組み方針

- 足元のマイカー回帰需要を主力事業において取込みつつ、社会課題であるサステナビリティとの両立に向けた取り組みを進める。

## 足元の環境

テレワーカー一般化による  
郊外型生活の見直しや  
安全な移動ニーズによる  
“マイカー回帰”



## 将来に向けた社会課題

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



安全



キレイ



様々なモノを  
『大切に使う』ことで  
無責任な消費を減らしていく  
生活を提案する。



安心

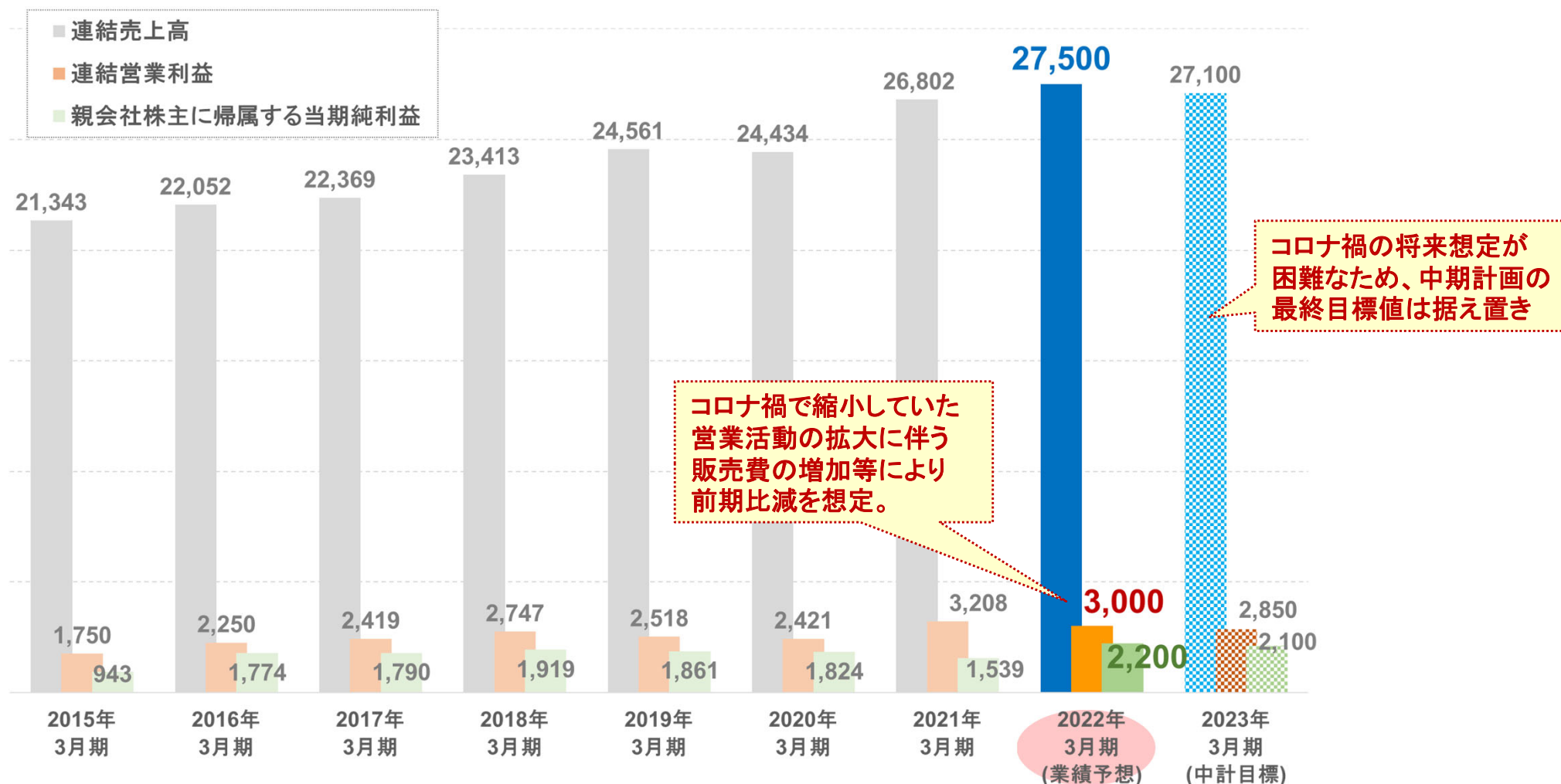
快適



# V : 通期業績予想と配当予想

# 2022年3月期 通期業績予想

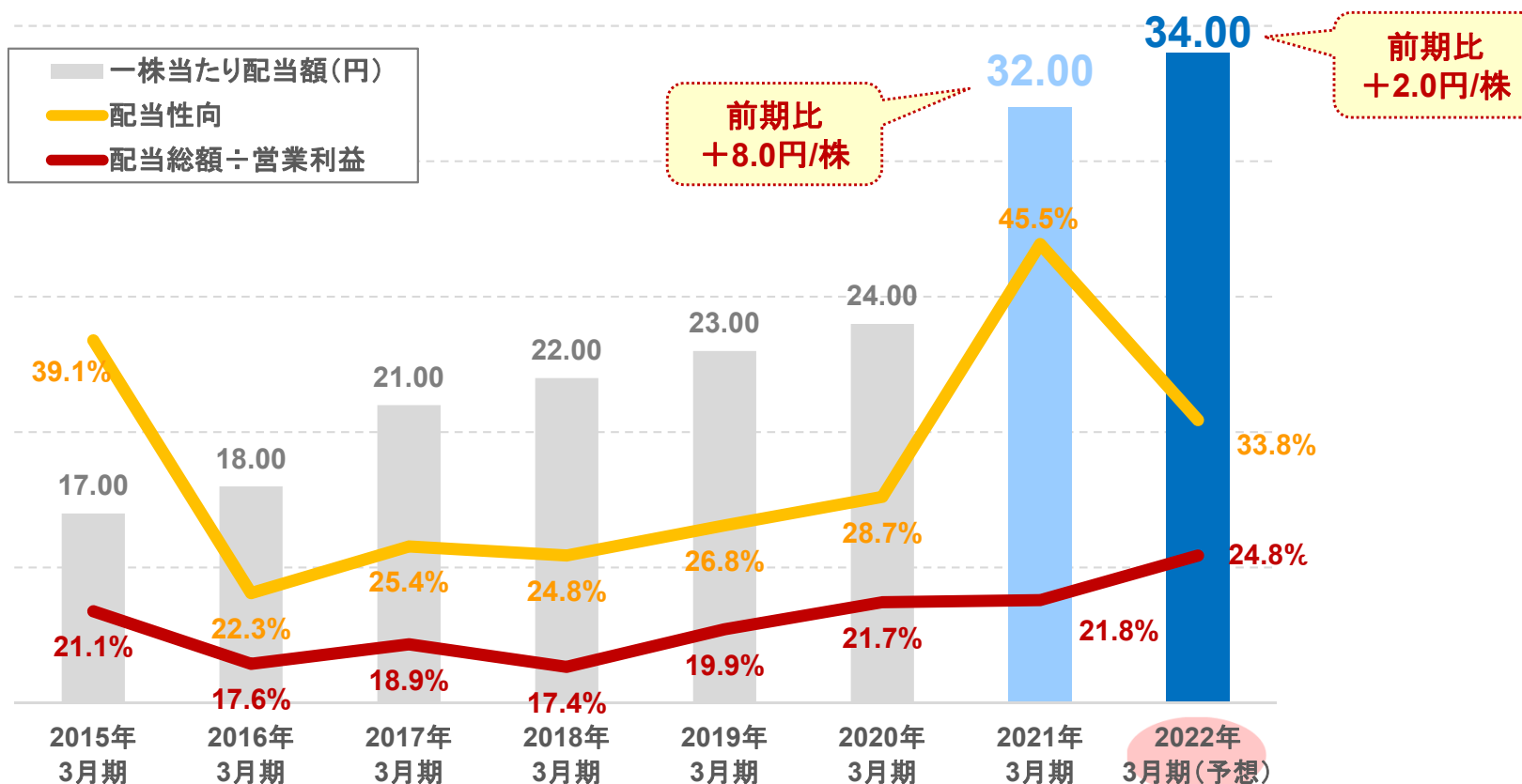
- コロナ禍で拡大した需要の定着と更なる販売拡大によって、第6次中期経営計画の最終損益目標1年前倒し達成を目指す。



# 2022年3月期 通期配当予想

- 2021年3月期配当は、期末3.5円/株の増配と1.5円/株の特別配当実施により、通期で32.0円/株（前期比+8.0円/株）となる予定。
- 2022年3月期の配当は、中間・期末共に17.0円/株、通期34.0円/株の予想。

## 通期配当実績の推移と配当予想



# Appendix : 計数資料

# 要約連結貸借対照表(対前期末比較)



(単位:百万円)

	2020年 3月末	2021年 3月末	増減額		2020年 3月末	2021年 3月末	増減額
<b>流動資産</b>	25,725	27,950	+ 2,224	<b>流動負債</b>	3,316	4,229	+ 913
現金及び預金	18,274	19,170	+ 895	仕入債務	1,109	1,363	+ 254
売上債権	3,720	4,541	+ 820	未払法人税等	518	783	+ 264
有価証券	200	601	+ 400	未払金・未払費用	1,206	1,434	+ 227
棚卸資産	3,333	3,436	+ 102	その他	481	601	+ 119
その他	195	200	+ 4	<b>固定負債</b>	3,558	3,181	▲ 376
<b>固定資産</b>	29,529	29,336	▲ 193	<b>負債合計</b>	6,874	7,411	+ 536
有形固定資産	22,214	20,916	▲ 1,298	<b>純資産</b>	48,380	49,874	+ 1,494
無形固定資産	199	797	+ 598	株主資本	47,941	49,479	+ 1,538
投資その他の資産	7,115	7,622	+ 506	その他包括利益累計額	438	395	▲ 43
<b>資産</b>	55,255	57,286	+ 2,031	<b>負債及び純資産</b>	55,255	57,286	+ 2,031



# 連結業績(損益:対前期比較)



(単位:百万円)

	2020年3月期 3月末	2021年3月期 3月末	対前年比 増減額	対前年比 増減率
売上高	24,434	26,802	+2,368	+9.7%
売上総利益	8,946	9,963	+1,016	+11.4%
売上総利益率	36.6%	37.2%	+ 0.6pt	—
販売費及び一般管理費	6,524	6,754	+229	+3.5%
営業利益	2,421	3,208	+786	+32.5%
営業利益率	9.9%	12.0%	+ 2.1pt	—
経常利益	2,585	3,408	+823	+31.8%
税金等調整前当期純利益	2,608	2,171	▲ 437	▲ 16.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,824	1,539	▲ 284	▲ 15.6%

# 要約連結キャッシュフロー(対前期比較)



(単位:百万円)

	2020年3月期	2021年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	+ 2,606	+ 3,215
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 1,077	▲ 1,698
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 563	▲ 650
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 0	+ 0
現金及び現金同等物の増加額(▲減少額)	+ 964	+ 867
現金及び現金同等物の期首残高	16,818	17,782
現金及び現金同等物の期末残高	17,782	18,649

減価償却費	796	784
設備投資額(※)	783	605

(※)有形固定資産の取得による支出

# 連結経営指標ハイライト(対前年比較)



	2020年3月期	2021年3月期	増減
総資産(百万円)	55,255	57,286	+ 2,031
純資産(百万円)	48,380	49,874	+ 1,494
自己資本比率	87.6%	87.1%	▲ 0.5pt
ROA(経常利益÷総資産※)	4.7%	5.9%	+ 1.2pt
ROE(純利益÷純資産※)	3.8%	3.1%	▲ 0.7pt
総資産回転率(売上高÷総資産※)	0.44	0.47	+ 0.03
1株当たり純利益(円)	83.74	70.44	▲ 13.30

※ 各利益は2021年3月期末時点を使用しております。  
※ 総資産・純資産の額は2021年3月期末時点を使用しております。

# ファインケミカル(損益:対前期比較)



(単位:百万円)	2020年3月期	2021年3月期	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高	12,108	13,704	+ 1,596	+ 13.2%
一般用製品:ボディケア	1,866	2,029	+ 162	+ 8.7%
一般用製品:ガラスケア	3,681	3,693	+ 11	+ 0.3%
一般用製品:リペアグッズ	2,255	2,537	+ 282	+ 12.5%
業務用製品	1,649	1,788	+ 138	+ 8.4%
家庭用品等	697	1,420	+ 723	+ 103.7%
海外事業	1,400	1,418	+ 17	+ 1.3%
TPMS(タイヤ空気圧監視装置)	185	186	+ 0	+ 0.3%
電子機器・ソフトウェア開発	564	589	+ 25	+ 4.4%
その他・調整	▲ 192	40	+ 232	—
売上総利益	5,624	6,518	+ 894	+ 15.9%
粗利益率	46.4%	47.6%	+ 1.2pt	—
営業利益	1,316	2,235	+ 918	+ 69.8%
営業利益率	10.9%	16.3%	+ 5.4pt	—

# ポーラスマテリアル(損益:対前期比較)



(単位:百万円)		2020年3月期	2021年3月期	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高		5,678	6,287	+ 608	10.7%
	産業資材	4,223	4,778	+ 555	13.1%
	国内	2,094	2,355	+ 260	12.5%
	海外	2,129	2,423	+ 294	13.8%
	生活資材	1,454	1,508	+54	3.7%
	国内	853	921	+68	7.9%
	海外	601	587	▲14	▲ 2.3%
売上総利益		1,829	2,002	+ 173	9.5%
	粗利益率	32.2%	31.8%	▲ 0.4pt	—
営業利益		733	714	▲ 19	▲ 2.6%
	営業利益率	12.9%	11.4%	▲ 1.6pt	—

# サービス(損益:対前期比較)



(単位:百万円)	2020年3月期	2021年3月期	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高	5,221	5,594	+ 373	+ 7.2%
自動車整備・钣金事業	2,407	2,257	▲ 150	▲ 6.2%
自動車教習所	969	942	▲ 27	▲ 2.8%
生活用品企画販売	1,843	2,394	+ 551	+ 29.9%
売上総利益	1,209	1,281	+ 72	+ 6.0%
粗利益率	23.2%	22.9%	▲ 0.3pt	—
営業利益	121	136	+ 15	+ 12.4%
営業利益率	2.3%	2.4%	+ 0.1pt	—

# 不動産関連(損益:対前期比較)

(単位:百万円)	2020年3月期	2021年3月期	対前期比 増減額	対前期比 増減率
売上高	1,426	1,216	▲ 210	▲ 14.7%
不動産賃貸	387	403	+ 16	+ 4.1%
温浴事業	988	770	▲ 218	▲ 22.1%
介護予防支援事業	50	42	▲ 8	▲ 16.0%
売上総利益	284	162	▲ 122	▲ 42.9%
粗利益率	19.9%	13.4%	▲ 6.6pt	—
営業利益	241	113	▲ 128	▲ 53.2%
営業利益率	16.9%	9.3%	▲ 7.6pt	—

# セグメント情報(セグメント別売上高・営業利益比較)



(単位:百万円)

売上高	2020年3月期	全体構成比率	2021年3月期	全体構成比率	対前期構成比増減
ファインケミカル	12,108	49.6%	13,704	51.1%	+ 1.6pt
ポーラスマテリアル	5,678	23.2%	6,287	23.5%	+ 0.2pt
サービス・不動産関連	6,647	27.2%	6,811	25.4%	▲ 1.8pt
合計	24,434	100.0%	26,802	100.0%	—

営業利益	2020年3月期	全体構成比率	2021年3月期	全体構成比率	対前期構成比増減
ファインケミカル	1,316	54.4%	2,235	69.7%	+ 15.3pt
ポーラスマテリアル	733	30.3%	714	22.3%	▲ 8.0pt
サービス・不動産関連	363	15.0%	249	7.8%	▲ 7.2pt
(※)合計	2,421	100.0%	3,208	100.0%	—

(※)合計には連結調整額を含む。



# SEEK OUT INNOVATION

～ 未来の“あたりまえ”を発見する～

