

2013年3月期

# ソフト99コーポレーション

## 決算説明会

2013年5月22日

本プレゼンテーション、および引き続き行われる質疑応答の際の回答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。

本プレゼンテーションおよび、引き続き行われる質疑応答の際の回答に含まれる全ての将来的予測に基づく記載や発言は、プレゼンテーションの日に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。

## 会社概要

# 株式会社 ソフト99コーポレーション

創 立	昭和29年(1954年)10月28日
資 本 金	2,310,056,000円
代 表 者	代表取締役社長 田中 秀明
従業員数	190名 (2013年 3月31日現在)
事業内容	自動車用・家庭用ケミカル用品の製造販売

## 関係会社一覧

社名	所在地	資本金 又は 出資金	議決権に対する 提出会社の所有 割合	関係内容
アイオン(株) 	大阪府中央区	482百万円	100.0%	資金の援助・不動産の賃貸 役員の兼任
アスモ(株) 	大阪府中央区	80百万円	100.0%	資金の援助・不動産の賃貸 役員の兼任
上海速特九九化工有限公司 	中華人民共和国 上海市	5,650 千米ドル	100.0%	役員の兼任
(株)ソフト99オートサービス 	大阪府中央区	50百万円	100.0%	資金の援助・不動産の賃貸 役員の兼任
(株)くらし企画 	東京都千代田区	50百万円	100.0%	役員の兼任・不動産の賃貸

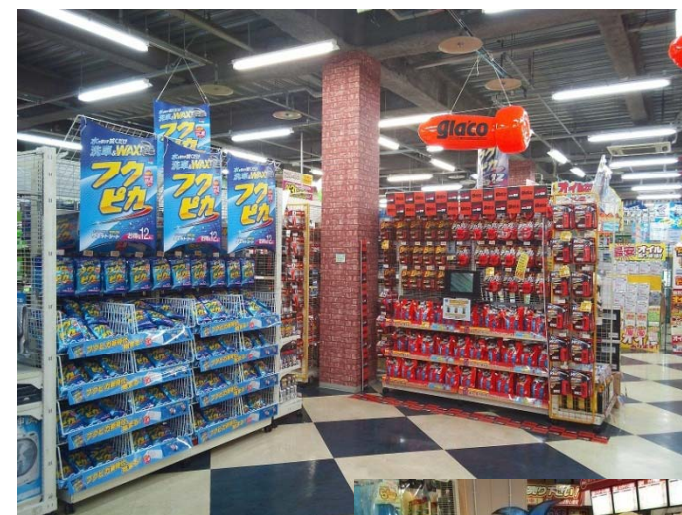
# 事業セグメントの分類

<b>ファイン ケミカル</b>	カー用品(一般用・業務用)	 <b>(株) ソフト99コーポレーション</b>
	家庭用品等製品	
	海外事業	
<b>ポーラス マテリアル</b>	産業資材部門	 <b>アイオン(株)</b>
	生活資材部門	
<b>サービス</b>	生活用品企画販売事業	 <b>(株) 暮らし企画</b>
	オートサービス事業	 <b>(株) ソフト99オートサービス</b>
	教習事業	 <b>アスモ(株)</b>
<b>不動産 関連</b>	温浴事業	 <b>(株) ソフト99コーポレーション</b>
	不動産賃貸事業	

# ファインケミカル

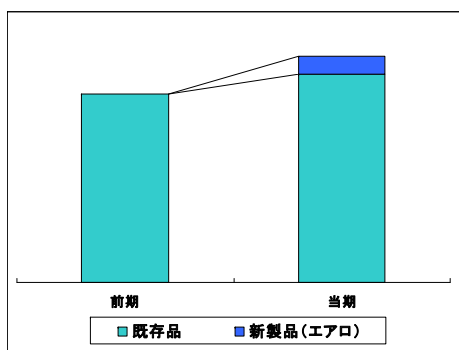
## 消費者向けカー用品事業

- ・個人消費が低迷する中、需要喚起と小売店売り場の活性化のため、店頭において売り場提案等の積極的な営業活動を展開。
- ・「フクピカ」や「ガラコ」のお買い得セット等の企画品の発売により、主力のボディケア(+7)とガラスケア(+58)の販売は増加。
- ・ワイパーの販売は、販売店の増加と新製品の投入により順調に推移(+147)。



小売店の売り場の様子

ガラコワイパー販売金額推移



「ガラコワイパーパワー撥水エアロ」



- ・1月、2月の都市部での降雪の影響によりタイヤチェーンの消化がすすみ、返品が例年より大幅に減少(+87)。

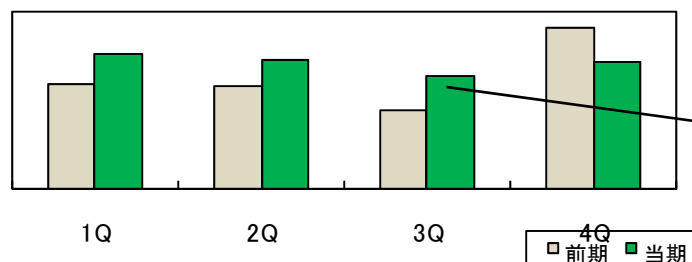
# ファインケミカル

## 業務用カー用品事業

- ・前期に開拓した新規OEM製品等の販売が順調に推移し、コーティング剤の販売は増加(+112)



業務用製品前期比較(四半期別)



エコカー補助金終了後  
(10月以降)も反動は小さい

- ・「フレイムボンド」等の新製品を発売。新用途への開拓活動も着実にすすめる(+39)。



表面改質処理剤「フレイムボンド」

## 家庭用品事業

- ・主力のメガネ用製品の販売が苦戦。新製品ではカバーできなかった(△63)。

# ファインケミカル

## 海外事業

- ・ロシア向け販売が、現地代理店と協力した積極的な販売促進活動により拡大。



ロシアでのソフト99製品セミナーの風景



中国市場向け現地生産品

- ・東アジアでは、中国向け輸出、現地生産品共に好調に推移するも、9月に発生した反日デモによる流通停止の影響を受け販売が苦戦。
- ・新規仕向先としてモンゴルへの出荷スタート。
- ・東南アジアでは、前期開拓したミャンマー向けが増加するも、円高の影響を受け既存仕向先が苦戦。



ミャンマー市場（小売店）

※ロシア向け販売の増収により、海外向け販売は増収に(+48)。

## ファインケミカル (対前年同期比)

(単位:百万円)

	2012年3月期	2013年3月期	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
<b>売上高</b>	<b>9,922</b>	<b>10,279</b>	<b>357</b>	<b>3.6%</b>
(ボデーケア)	(2,113)	(2,154)	(41)	(1.9%)
(ガラスケア)	(2,752)	(3,010)	(258)	(9.4%)
(リペアグッズ)	(2,260)	(2,195)	(△65)	(△2.9%)
(業務用)	(1,008)	(1,135)	(127)	(12.6%)
(家庭用品等)	(707)	(655)	(△52)	(△7.4%)
(海外事業)	(878)	(926)	(48)	(5.5%)
(その他)	(202)	(200)	(△2)	(-1.0%)
<b>売上総利益</b>	<b>4,497</b>	<b>4,673</b>	<b>176</b>	<b>3.9%</b>
粗利益率(%)	45.3%	45.5%	0.2%	—
<b>営業利益</b>	<b>852</b>	<b>915</b>	<b>63</b>	<b>7.4%</b>
営業利益率(%)	8.6%	8.9%	0.3%	—
<b>使用資産</b>	<b>11,833</b>	<b>12,743</b>	<b>910</b>	<b>7.7%</b>
営業利益/使用資産(%)	7.2%	7.2%	±0	—

(注)その他には樹脂容器販売を含んでおります。



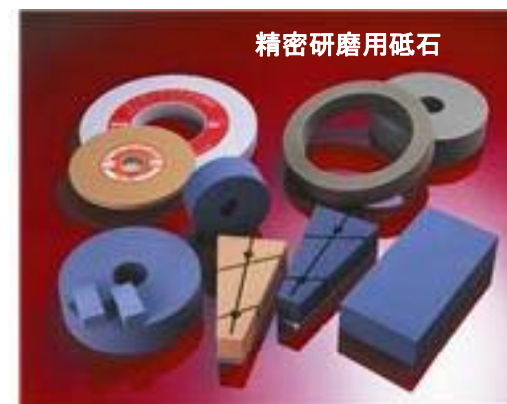
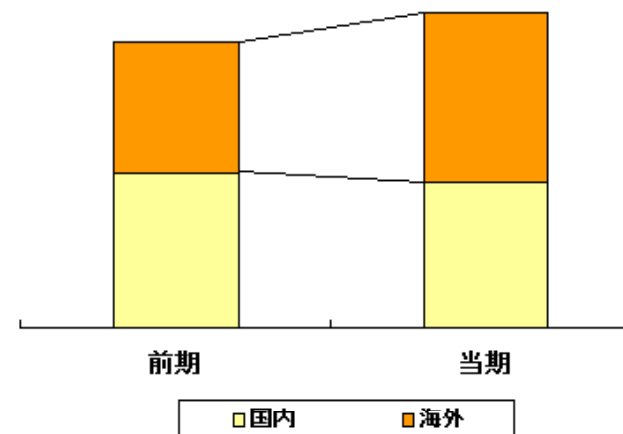
# ポーラスマテリアル

## 産業資材部門

- ・半導体業界の国内・海外メーカーの市場模様が変化中、国内向け販売は減少し、海外向け販売が増加。
- ・ハードディスク向け製品も、海外向け販売が増加。

→産業資材トータルでは売上高は前期を上回った(+326)が、利幅の薄い海外向け販売の構成比が上がり、利益面で苦戦。

産業資材部門 販売構成比の推移



# ポーラスマテリアル

## 生活資材部門

- ・前期好調だった夏季用冷却グッズ「サモコンクール」が、需要の一巡から販売が減少。
- ・自動車用の製品では、国内向け販売が苦戦するも、アメリカ向け販売の増加で前期を若干上回る。

→「サモコンクール」の販売減少により、生活資材部門全体は減収(△222)。



生活資材部門製品

## 新用途開発

- ・新素材「ピオラスシート」(オレフィン系)を新発売。二次電池(ニッケル水素電池)用のセパレーターとして開発完了し、今夏上市の予定。
- ・微生物浄水、脱臭向け「マイクロブレス」の新タイプ「S-L10」発売。拡販に向けて進む。
- ・医療用途では、インフルエンザ検査キット用吸収材料として採用決定。

「マイクロブレス」



## ポーラスマテリアル (対前年同期比)

(単位:百万円)

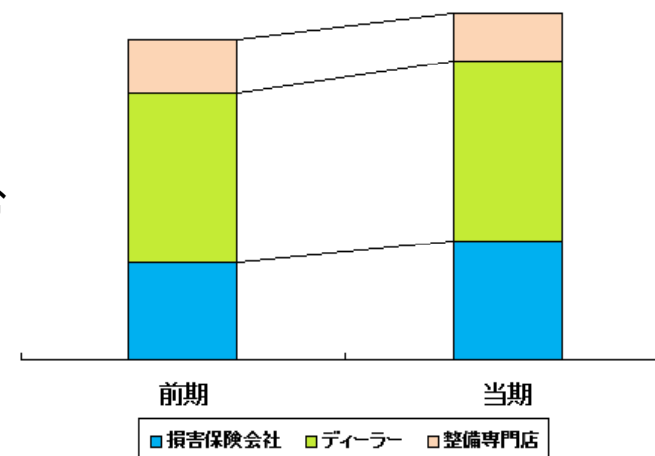
	2012年3月期	2013年3月期	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
<b>売上高</b>	<b>4,743</b>	<b>4,848</b>	<b>105</b>	<b>2.2%</b>
(産業資材)	(3,192)	(3,518)	(326)	(10.2%)
(国内)	(1,754)	(1,643)	(△111)	(△6.3%)
(海外)	(1,438)	(1,876)	(438)	(30.5%)
(生活資材)	(1,552)	(1,330)	(△222)	(△14.3%)
(国内)	(772)	(535)	(△237)	(30.7%)
(海外)	(781)	(796)	(15)	(1.9%)
<b>売上総利益</b>	<b>1,273</b>	<b>1,241</b>	<b>△32</b>	<b>△2.5%</b>
粗利益率(%)	26.8%	25.6%	△1.2%	—
<b>営業利益</b>	<b>491</b>	<b>478</b>	<b>△13</b>	<b>△2.6%</b>
営業利益率(%)	10.4%	9.9%	△0.5%	—
<b>使用資産</b>	<b>6,818</b>	<b>6,796</b>	<b>△22</b>	<b>△0.3%</b>
営業利益/使用資産(%)	7.2%	7.0%	△0.2%	—

# サービス

## オートサービス事業

- ・前期より取り組んだ新規顧客開拓活動の結果、損害保険会社からの新規紹介入庫が増加。
- ・既存得意先である外車ディーラーからの入庫も順調に進む
- ・中小の整備専門店からの入庫が減少し、通期ではほぼ前期並みの結果に(+37)。

オートサービス事業 顧客別前期比較



## 自動車教習事業

- ・閑散期における職業免許中心の稼動は奏功。
- ・稼動のバランス(普通免許・職業系免許)をとった効率的な運用に努め、企業研修等の講習も増加した結果、前期を上回る結果となった(+16)。

職業系免許



## 生活用品企画販売事業

- ・生協向け販売は、1企画当たりの売上が減少し苦戦。インターネット通販等、新しい販売ルートを開拓し売り上げを増やすも、カバーできずに減収に(△71)。

## サービス (対前年同期比)

(単位:百万円)

	2012年3月期	2013年3月期	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
<b>売上高</b>	<b>5,212</b>	<b>5,195</b>	<b>△17</b>	<b>△0.3%</b>
オートサービス	(2,465)	(2,502)	37	1.5%
自動車教習所	(799)	(816)	17	2.1%
生活用品企画販売	(1,947)	(1,876)	△71	△3.6%
<b>売上総利益</b>	<b>1,110</b>	<b>1,131</b>	<b>21</b>	<b>1.9%</b>
粗利益率(%)	21.3%	21.8%	0.5%	—
<b>営業利益</b>	<b>270</b>	<b>251</b>	<b>△19</b>	<b>△7.0%</b>
営業利益率(%)	5.2%	4.8%	△0.4%	—
<b>使用資産</b>	<b>4,076</b>	<b>3,871</b>	<b>△205</b>	<b>△5.0%</b>
営業利益/使用資産(%)	6.6%	6.5%	△0.1%	—

## 不動産関連

### 不動産賃貸事業

- ・一部の賃貸物件で退去があり若干の減収(△28)。

### 温浴事業

- ・飲食部門を強化し、飲食メニューの拡充やイベント実施により、来店客数の減少は底を打つ。
- ・整体等の付帯サービスが苦戦して客単価が低下するも、来店客数の増加により増収に(+38)。



本社



東京支店

# 不動産関連 (対前年同期比)

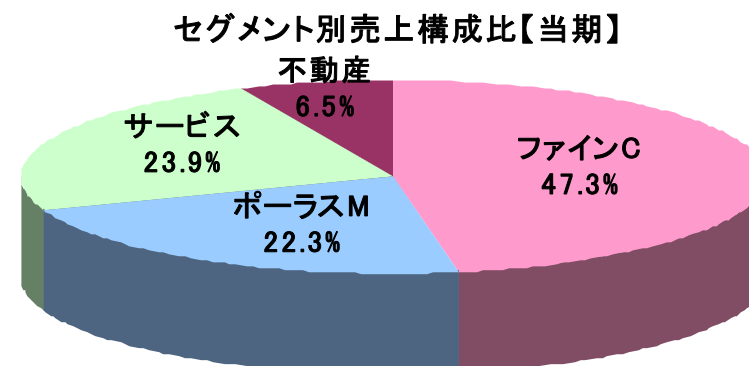
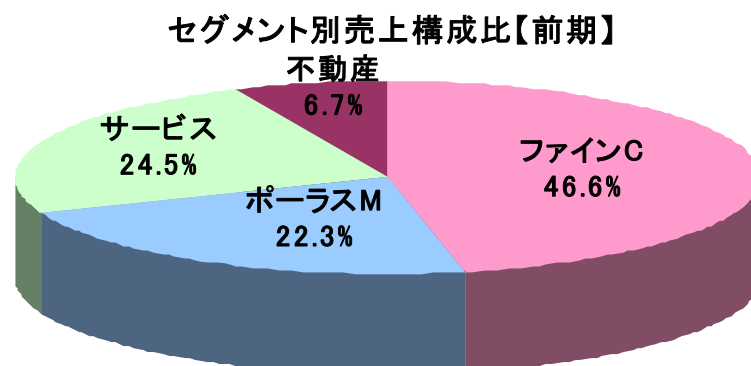
(単位:百万円)

	2012年3月期	2013年3月期	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
<b>売上高</b>	<b>1,419</b>	<b>1,429</b>	<b>10</b>	<b>0.7%</b>
温浴事業	(1,133)	(1,171)	38	3.4%
不動産賃貸	(286)	(257)	△29	-10.1%
<b>売上総利益</b>	<b>353</b>	<b>356</b>	<b>3</b>	<b>0.8%</b>
粗利益率(%)	24.9%	24.9%	±0	—
<b>営業利益</b>	<b>283</b>	<b>296</b>	<b>13</b>	<b>4.6%</b>
営業利益率(%)	20.0%	20.8%	0.8%	—
<b>使用資産</b>	<b>8,608</b>	<b>8,429</b>	<b>△179</b>	<b>△2.1%</b>
営業利益/使用資産(%)	3.3%	3.5%	0.2%	—

# セグメント情報 ①

(単位:百万円)

売上高	2012年3月期	2013年3月期	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
ファインケミカル	9,922	10,279	357	3.6%
ポーラスマテリアル	4,743	4,848	105	2.2%
サービス	5,212	5,195	△17	△0.3%
不動産関連	1,419	1,429	10	0.7%
合計	21,298	21,752	454	2.1%



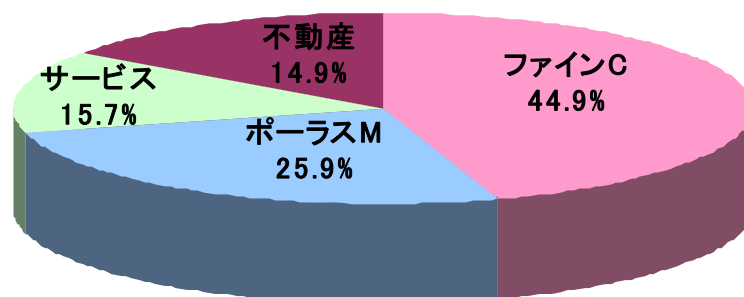


## セグメント情報 ②

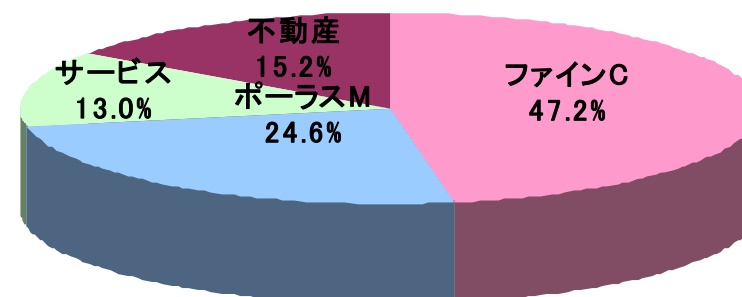
(単位:百万円)

営業利益	2012年3月期	2013年3月期	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
ファインケミカル	852	915	63	7.4%
ポーラスマテリアル	491	478	△13	△2.6%
サービス	270	251	△19	△7.0%
不動産関連	283	296	13	△4.6%
合計	1,908	1,955	47	2.5%

セグメント別営業利益構成比【前期】



セグメント別営業利益構成比【当期】



## 連結業績 (対前年同期比)

(単位:百万円)

	2012年3月期	2013年3月期	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
売上高	21,298	21,752	454	2.1%
売上総利益	7,243	7,430	187	2.6%
売上総利益率	34.0%	34.2%	0.2%	—
販売費及び一般管理費	5,335	5,475	140	2.6%
営業利益	1,908	1,955	47	2.5%
営業利益率	9.0%	9.0%	±0	—
経常利益	2,120	2,098	△22	△1.0%
税金等調整前当期純利益	2,065	2,102	37	1.8%
当期純利益	1,142	1,352	210	18.4%
1株当たり当期純利益(円)	52.86	62.50	9.64	—

## 要約連結キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	2012年3月期	2013年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,107	2,058
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,592	△506
財務活動によるキャッシュ・フロー	△348	△293
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)	△834	1,259
現金及び現金同等物の期首残高	7,915	7,081
現金及び現金同等物の期末残高	7,081	8,340
減価償却費	795	748
設備投資額	754	1,163

## 連結ハイライト指標 (対前年同期比)

(単位:百万円)

	2012年3月期	2013年3月期	増減
総資産	44,099	45,347	1,248
純資産	38,931	40,195	1,264
自己資本比率(%)	88.3%	88.6%	0.3%
ROA(経常利益／総資産)	4.8%	4.6%	△0.2%
ROE(純利益／純資産)	2.9%	3.4%	0.5%
1株当たり当期純利益(円)	52.86	62.50	9.64
1株当たり配当(円)	14.50	15.50	1.0
配当性向	27.4%	24.8%	△2.6%

# 要約連結貸借対照表

(対前期末比)

(単位:百万円)

	2012年 3月末	2013年 3月末	増減額		2012年 3月末	2013年 3月末	増減額
<b>流動資産</b>	<b>14,885</b>	<b>16,337</b>	<b>1,452</b>	<b>流動負債</b>	<b>3,171</b>	<b>2,966</b>	<b>△205</b>
現金及び預金	8,290	9,645	1,355	買入債務	1,081	1,031	△50
売上債権	3,393	3,353	△40	未払法人税等	497	361	△136
有価証券	402	467	65	未払金・未払費用	948	1,005	57
棚卸資産	2,260	2,332	72	その他	644	568	△76
その他	538	537	△1	<b>固定負債</b>	<b>1,995</b>	<b>2,185</b>	<b>190</b>
<b>固定資産</b>	<b>29,213</b>	<b>29,010</b>	<b>△203</b>	<b>負債合計</b>	<b>5,167</b>	<b>5,152</b>	<b>△15</b>
有形固定資産	22,061	22,435	374	<b>純資産</b>	<b>38,931</b>	<b>40,195</b>	<b>1,264</b>
無形固定資産	238	240	2	株主資本	38,560	39,576	1,016
投資その他の資産	6,913	6,333	△580	その他包括利益累計額	370	618	248
<b>資産</b>	<b>44,099</b>	<b>45,347</b>	<b>1,248</b>	<b>負債及び純資産</b>	<b>44,099</b>	<b>45,347</b>	<b>1,248</b>

中期経営計画

# *Spiral Up* "FINAL"

2011年4月～2014年3月

## 進捗状況の報告

## 中期経営計画 Spiral Up “FINAL”

期 間： 2011年4月 ～ 2014年3月（3カ年計画）

経営理念： 「生活文化創造企業」

・経営理念は普遍的なものとして再定義し、創業以来掲げていた経営理念に原点回帰

経営ビジョン： 未来の『あたりまえ』を発見する

『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

- 基本方針：
- ① 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
  - ② 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
  - ③ 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
  - ④ 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

# セグメント別事業戦略：ファインケミカル ①

カー用品（消費者向けカー用品＋プロ用美装用品）

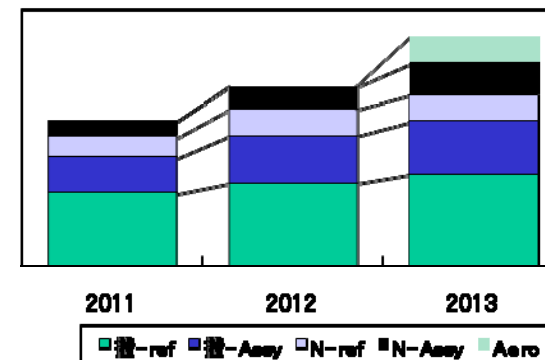
## 【成果と課題】

### ① 「ガラコ」ブランドワイパーの販売拡大（取扱店舗を拡大と商品認知向上）

・のべ取扱い店舗数は順調に伸長。商品認知が高まりブランドを確立。

新製品（エアロ）の投入でラインナップが拡大し、柱となる製品に成長した。

ガラコワイパーのべ取扱い店舗数



### ② シェア拡大余地のある製品群の販売拡大（洗車関連・タイヤお手入れ）

・営業現場での当社主導の売り場づくりによる需要喚起を行ったことで売上を増やした一方で、お買得商材等の企画品の販売構成比が高まる。

・スピード感をもった高付加価値の新製品開発と、その販売を通じた「利益の伴う事業拡大」に課題を残す。

### ③ 芳香・消臭剤への再参入と新しいカー用品販売チャネル開拓

・新製品を相次いで発売し、再参入の足掛かりをつけることができた。

・スピード感をもった新製品開発とタイムリーな投入に継続して取り組む。



表面改質剤「フレイムボンド」

### ④ コーティング剤新製品、コーティング剤以外の美装ケミカルの市場導入

・钣金塗装業者向けコーティング剤「Be Carx」を発売。自動車美装業者以外の販路を開拓。

・表面改質処理剤「フレイムボンド」を発売。自動車用途以外の販路拡大を図る。

・自動車業界向けのトータルサービスの提案は道半ば。



钣金塗装業界向けコーティング剤「Be Carx」



# セグメント別事業戦略：ファインケミカル ②

## 海外市場

### 【成果と課題】

#### ① 中国市場での製品ラインナップ拡充と事業拡大

- ・日本からの輸出・現地生産品の販売とも順調に推移するも、9月の反日デモの影響による流通停止を受け苦戦。その後は回復基調に。
- ・今後も現地での製造品目拡大と安定稼働に取り組み、事業規模拡大へ

#### ② 東南アジア市場での拡販と新規仕向先の開拓

- ・長引く円高の影響を受け既存取引先が苦戦する中、前期に開拓したミャンマー向け販売が増加。円安基調となった第4Qは受注も回復に向かう。
- ・日本式的美装ビジネスの海外展開については、東南アジアを中心に現地パートナーと協業し拡大中(44店舗)。

#### ③ ロシア市場での拡販

- ・現地代理店と協業した積極的な販売促進が奏功。引き続き拡大を図る。

#### ④ 新規仕向先の開拓

- ・モンゴル・ウクライナへの販売開始。
- ・今後も現地の市場にあった製品開発をすすめ、新規市場の開拓をすすめる。

### 《ファインケミカルセグメント計画値》

	2013年3月期 (実績)	2014年3月期 (修正計画)	増減	2014年3月期 (当初計画)	当初計画との差異
売上高	10,279	10,800	+521	10,600	+200
営業利益	915	1,060	+145	1,060	—



# セグメント別事業戦略：ポーラスマテリアル

## 【成果と課題】

### 産業資材

#### ① 新しい用途開発の推進

- ・太陽電池向けは、本格的にスタートするも業界の低迷により販売伸び悩む。二次電池向けセパレーターの開発をすすめ、今夏上梓を目指す。
- ・キャパシタ向けの開発も継続中であり、着実に成果はあらわれつつある。

#### ② 既存用途の製品品質向上

- ・海外半導体メーカー向けの出荷は増加。HD向けもメインサプライヤーとして採用され、新規取引を開始。



### 生活資材

- ・新製品開発(新用途開発)の推進に課題  
→ファインケミカル事業と協業で、「サモコンクール」に次ぐ新製品創出をすすめる。

### 新用途開発

- ・医療用として、インフルエンザ検査キットの吸収体へ採用が決定。
- ・浄水用微生物担持体の新商品発売。引き合い増加中。



### 《ポーラスマテリアルセグメント計画値》

	2013年3月期 (実績)	2014年3月期 (修正予想)	増減	2014年3月期 (当初計画)	当初計画との差異
売上高	4,848	5,200	+352	<b>5,400</b>	<b>△200</b>
営業利益	478	500	22	<b>700</b>	<b>△200</b>

※産業資材部門・海外向け販売で利幅の薄い製品の構成比増加や、生活資材部門での新製品開発に課題を残したことで当初計画から修正。

# セグメント別事業戦略：サービス・不動産

## 【成果と課題】

### オートサービス

- ・新規顧客開拓を行ったことで、損害保険会社からの入庫が増える等、一定の成果。
- ・東京新工場は当初予定より約1年ずれこみ本年6月に稼働予定。首都圏エリアの新規顧客開拓を加速させる。



### 生活用品企画販売

- ・インターネット通販サイトがスタート。EC事業のノウハウ蓄積中。
- ・生協向け販売は維持しながら新規流通チャネルの拡大をすすめ、収益源の拡大を図る。



### 自動車教習事業

- ・経営資源の最適化と効率的運営の取組に一定の成果。
- ・閑散期の職業免許の入所が好調。繁忙期のバランス運営に一定の目処が立ち、黒字継続。



### 温浴事業

- ・サービスメニューの充実により、来客数の減少は底を打ち、黒字継続。

### 《サービス・不動産セグメント計画値》

	2013年3月期 (実績)	2014年3月期 (修正予想)	増 減	2014年3月期 (当初計画)	当初計画との差異
売上高	6,624	7,000	376	<b>7,000</b>	—
営業利益	548	540	△8	<b>540</b>	—

# Spiral Up ‘FINAL’ 事業計画(計数編)



	2013年3月期 (実績)	2014年3月期 (修正予想)	増 減	2014年3月期 (当初計画)	当初計画との差異
<b>売上高</b>	<b>21,752</b>	<b>23,000</b>	<b>+1,248</b>	<b>23,000</b>	<b>—</b>
ファインケミカル	10,279	10,800	+521	10,600	+200
ポーラスマテリアル	4,848	5,200	+352	5,400	△200
サービス・不動産	6,624	7,000	+376	7,000	—
<b>営業利益</b>	<b>1,955</b>	<b>2,100</b>	<b>+145</b>	<b>2,300</b>	<b>△200</b>
ファインケミカル	915	1,060	+145	1,060	—
ポーラスマテリアル	478	500	+22	700	△200
サービス・不動産	251	540	+289	540	—
<b>経常利益</b>	<b>2,098</b>	<b>2,250</b>	<b>+152</b>	<b>2,450</b>	<b>△200</b>
<b>当期純利益</b>	<b>1,352</b>	<b>1,400</b>	<b>+48</b>	<b>1,500</b>	<b>△100</b>
ROA (経常利益／総資産)	4.6%	4.9%	+0.3pt	5.5%	△0.6pt
ROE (純利益／純資産)	3.4%	3.4%	±0.0pt	3.7%	△0.3pt
総資産回転率	0.48	0.50	+0.02	0.51	△0.01

最終年度計画については、売上高は順調に推移する見通し。利益面では、高付加価値の新製品創出やそれを通じた「利益の伴う事業拡大」に課題を残したことで、営業利益・経常利益・当期純利益で当初計画を見直す。

# 株主還元策

- ・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する。
- ・連結当期純利益の25%以上を目処とした配当政策を実施する。
- ・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。
- ・平成25年2月・3月に自社株買いを実施(84,000株／49百万円)。更なる株主還元の充実を図る。

	2013年3月期 (実績)	2014年3月期 (修正予想)	対前年比	2014年3月期 (当初計画)	当初計画比
当期純利益(百万円)	<b>1,352</b>	<b>1,400</b>	+48	<b>1,500</b>	△100
1株当たり 当期純利益(円)	<b>62.50</b>	<b>64.70</b>	+2.2	<b>69.40</b>	△4.7
1株当たり 年間配当金(円)	<b>15.50</b>	<b>17.00</b>	+1.5	<b>17.50</b>	△0.5
配当性向(%) 連結ベース	<b>24.8%</b>	<b>26.3%</b>	+1.5pt	<b>25.3%</b>	+1.0pt
年間配当額(百万円)	<b>338</b>	<b>367</b>	+29	<b>382</b>	△15
純資産配当率(%)	<b>0.8%</b>	<b>0.9%</b>	±0.1pt	<b>0.9%</b>	±0pt

長時間に亘り、  
ご清聴ありがとうございました