

2014年3月期

ソフト99コーポレーション

第2四半期決算説明会

2013年11月27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	195名 (2013年 9月30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

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

- 主力の自動車ボディ・ガラスお手入れ製品の好調な販売により増収に。
- ✓新製品を中心とした小売店店頭での積極的な営業活動と、洗車需要期にあわせた限定品の効果的導入をすすめた。

- 新製品「スームスエッグ」シリーズを中心とした店頭販売が増加したことで、自動車ボディお手入れ製品はほぼ前年並みに。
- ガラスお手入れ製品では、梅雨時季に「ガラコ」の販売が苦戦するも、梅雨明け後はゲリラ豪雨対策製品や限定品の効果的な販売により増収となった(+5)。
- ワイパーの取り扱い店舗数も順調に増加。



「スームスエッグ」

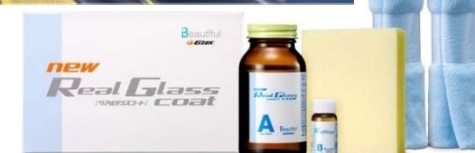
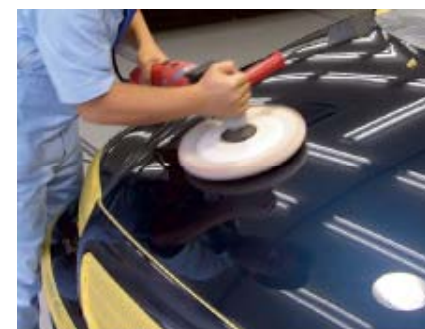


ゲリラ豪雨対策として
「ガラコ」の営業活動を強化

ファインケミカル

業務用カー用品事業

- 国産車の販売が完全回復に至らない中、販売が好調な輸入車ディーラー向け営業活動に注力。
- ✓新規得意先の開拓等により、自動車用コーティング剤販売は増収(+14)。



G'ZOX NEWリアルガラスコート

- 前期より取り組んできた新規OEM先の開拓も順調にすすむ(+17)。

- 前期発売の表面改質処理剤「フレイムボンド」は徐々に拡大。カートリッジのリピート受注も増加(+8)。



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は新製品の発売等で好調に推移するも、家庭用クリーナーの販売が苦戦し、減収となった。(△41)

ファインケミカル

海外事業

■東アジア・東南アジア向け販売は順調に推移するも、ロシア向け苦戦により減収となった(△14)

●東アジア

- 中国では、日本からの輸出品は順調に推移。上海現地法人の国内向け販売は、反日デモの影響もほぼなくなり増収。
- 韓国・モンゴル向け販売も増加し、東アジア向けは増収(+15)。

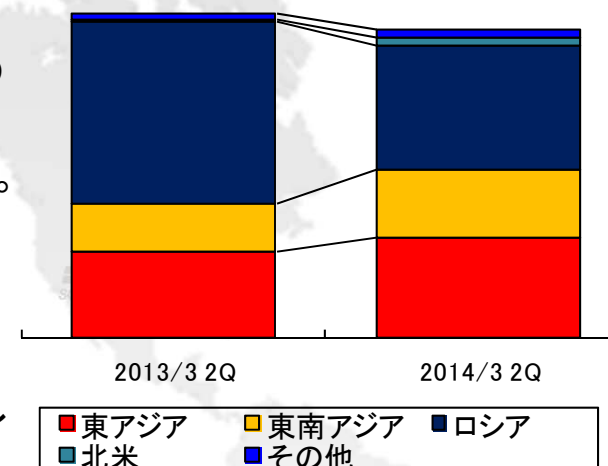
●東南アジア

- 円安基調が続く中で受注が回復。
- タイ・マレーシア・インドネシア等の既存得意先の売上が回復し増収(+32)。

●ロシア

- 現地の在庫調整の影響から大幅減収に(△96)。

- 北米(アメリカ・カナダ)、南米(ブラジル・パラグアイ)向け新規・リピートオーダーも順調に獲得。



モンゴルカー用品店店頭

ファインケミカル (対前年同期比)

(単位:百万円)

	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
売上高	5,323	5,304	△19	△0.4%
（ボデーケア）	(1,119)	(1,119)	(0)	(0.0%)
（ガラスケア）	(1,570)	(1,575)	(5)	(0.3%)
（リペアグッズ）	(1,208)	(1,215)	(7)	(0.6%)
（業務用）	(594)	(627)	(33)	(5.6%)
（家庭用品等）	(308)	(267)	(△41)	(△13.3%)
（海外事業）	(553)	(540)	(△13)	(△2.4%)
（その他）	(△31)	(△40)	(△9)	(△29.0%)
売上総利益	2,429	2,477	48	2.0%
粗利益率(%)	45.6%	46.7%	1.1%	—
営業利益	550	627	77	14.0%
営業利益率(%)	10.3%	11.8%	1.5%	—

(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

■半導体業界向け製品販売

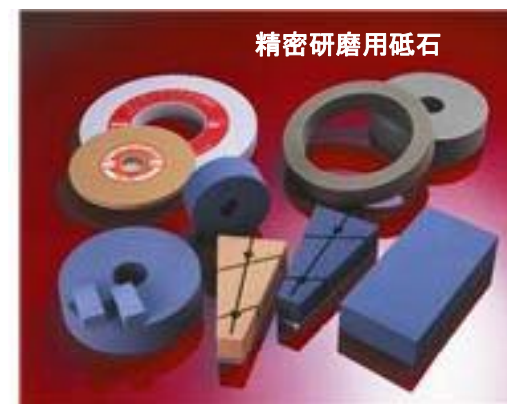
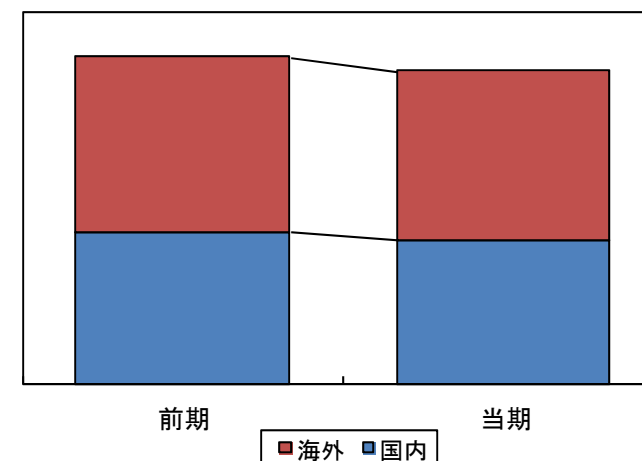
- ✓業界低迷の波を受け、国内外で受注が伸び悩み減収。
- 国内は主要顧客の受注は苦戦が続く。
- 海外においては、競合との競争激化。あわせて、顧客の製品ライフ延長や在庫調整の影響を受け減収となった。

■ハードディスク向け製品販売

- ✓国内外とも洗浄用途向け製品が伸び、ほぼ前年並みに。

→半導体業界向け(海外)の落ち込みが大きく、減収に(△74)

産業資材部門売上比較(2Q)



ポーラスマテリアル

生活資材部門

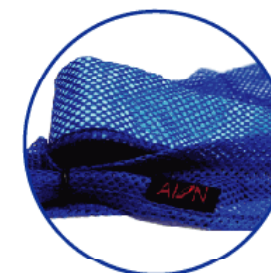
- 国内は、前期好調だった夏期の冷却グッズ「サモコンクール」が店頭消化が進まず大幅減収(△96)。
- 海外は、自動車用製品で、アメリカ向け出荷が増加し増収となった(+20)。

→生活資材は夏季商材の不振が原因で減収(△76)。

新用途開発

- インフルエンザ検査キット吸収材の製品化は完了。同様の検査薬吸収材として3社と取り組みを継続中。
- 二次電池(ニッケル水素電池)用のセパレーターはユーザー評価継続中。

気化熱利用の冷却グッズ「サモコンクール」



ピオラスシート

ポーラスマテリアル (対前年同期比)

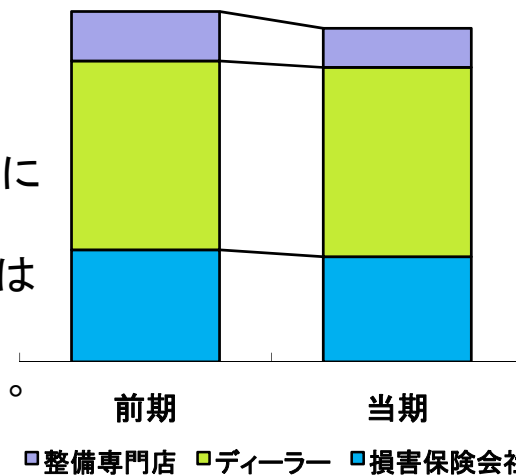
(単位:百万円)

	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
売上高	2,461	2,313	△148	△6.0%
(産業資材)	(1,763)	(1,690)	(△73)	(△4.1%)
(国内)	(824)	(776)	(△48)	(△5.8%)
(海外)	(940)	(914)	(△26)	(△2.8%)
(生活資材)	(698)	(623)	(△75)	(△10.7%)
(国内)	(340)	(244)	(△96)	(△28.2%)
(海外)	(359)	(379)	(20)	(5.6%)
売上総利益	629	608	△21	△3.3%
粗利益率(%)	25.6%	26.3%	0.7%	—
営業利益	247	229	△18	△7.3%
営業利益率(%)	10.1%	9.9%	△0.2%	—

サービス

オートサービス事業

- 好調な輸入車販売に押され、輸入車ディーラーからの入庫は順調に推移。
- 自動車保険の料率改定の影響を受け、損害保険会社からの入庫は減少。
- 修理単価の減少の影響もあり、オートサービス事業は減収(△79)。



自動車教習事業

- 稼働のバランス(普通免許・職業系免許)をとった効率的な運用に努め、普通自動車の入所者を伸ばし、特車・自動二輪の講習も増やし、ほぼ前期並みの結果となった(+7)。

生活用品企画販売事業

- 主力得意先の生協が苦戦。新たに取り組んでいるインターネット販売等は増加するも、カバーできずに減収(△25)。



職業系免許の講習風景

サービス (対前年同期比)

(単位:百万円)

	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
売上高	2,559	2,462	△97	△3.8%
オートサービス	(1,263)	(1,184)	△79	△6.3%
自動車教習所	(395)	(403)	8	2.0%
生活用品企画販売	(899)	(874)	△25	△2.8%
売上総利益	550	476	△74	△13.5%
粗利益率(%)	21.5%	19.4%	△2.1%	—
営業利益	107	△2	△109	—
営業利益率(%)	4.2%	△0.1%	△4.3%	—

不動産関連

不動産賃貸事業

- 一部テナントで入居が増加したことで、増収に(+7)。

温浴事業

- 飲食メニューの拡充等に取り組み、飲食利用率も増加。客単価は向上するも、夏場以降の集客の減少により減収となった(△23)。



旧東京支店ビル(東京・秋葉原)



不動産関連 (対前年同期比)

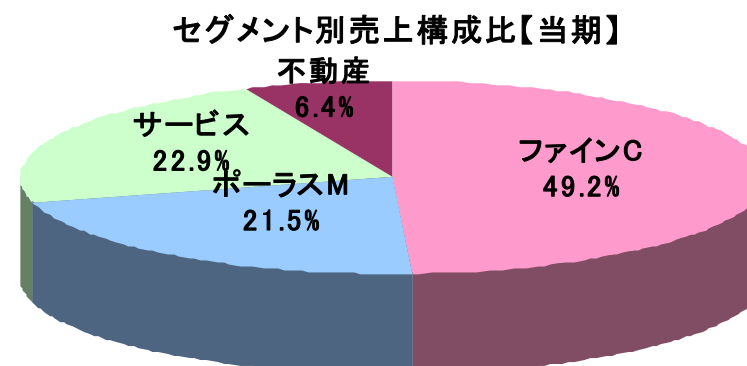
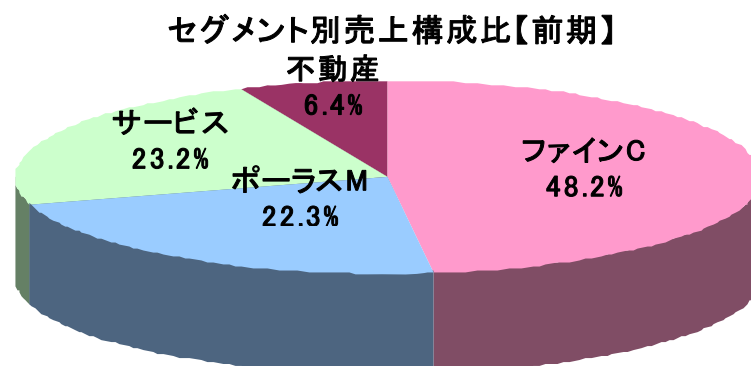
(単位:百万円)

	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
売上高	710	693	△17	△2.4%
温浴事業	(580)	(556)	△24	△4.1%
不動産賃貸	(129)	(136)	7	5.4%
売上総利益	171	104	△67	△39.2%
粗利益率(%)	24.1%	15.0%	△9.1%	—
営業利益	142	70	△72	△50.7%
営業利益率(%)	20.1%	10.2%	△9.9%	—

セグメント情報 ①

(単位:百万円)

売上高	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	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	5,323	5,304	△19	△0.4%
ポーラスマテリアル	2,461	2,313	△148	△6.0%
サービス	2,559	2,462	△97	△3.8%
不動産関連	710	693	△17	△2.4%
合計	11,054	10,773	△281	△2.5%

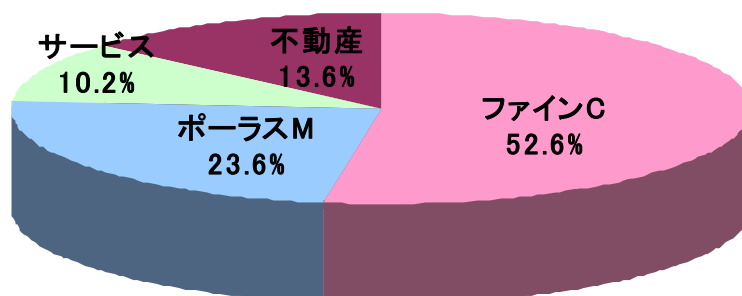


セグメント情報 ②

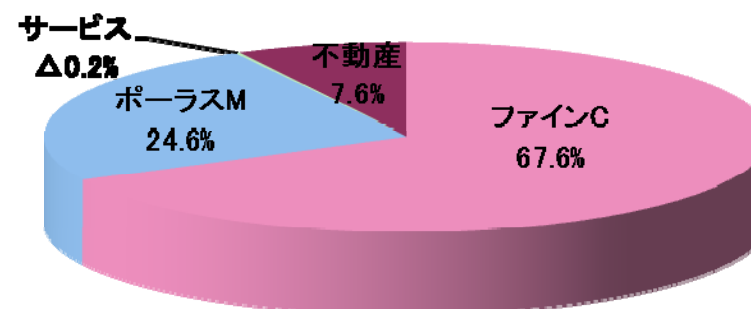
(単位:百万円)

営業利益	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	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	550	627	77	14.0%
ポーラスマテリアル	247	229	△18	△7.3%
サービス	107	△2	△109	—
不動産関連	142	70	△72	△50.7%
合計	1,054	930	△124	△11.8%

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)

	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	対前年同期比 増減額	対前年同期比 増減率
売上高	11,054	10,773	△281	△2.5%
売上総利益	3,796	3,714	△82	△2.2%
売上総利益率	34.3%	34.5%	0.2%	—
販売費及び一般管理費	2,741	2,784	43	1.6%
営業利益	1,054	930	△124	△11.8%
営業利益率	9.5%	8.6%	△0.9%	—
経常利益	1,122	1,044	△78	△7.0%
税金等調整前四半期純利益	1,122	1,008	△114	△10.2%
四半期純利益	685	661	△24	△3.5%
1株当たり四半期純利益(円)	31.70	30.61	△1.09	△3.4%

要約連結キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累
営業活動によるキャッシュ・フロー	970	1,354
投資活動によるキャッシュ・フロー	△624	△141
財務活動によるキャッシュ・フロー	△55	△199
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	1
現金及び現金同等物の増加額(△減少額)	290	1,014
現金及び現金同等物の期首残高	7,081	8,340
現金及び現金同等物の期末残高	7,371	9,355
減価償却費	365	376
設備投資額	689	711

連結ハイライト指標 (対前年同期比)

(単位:百万円)

	2013年3月期 2Q累	2014年3月期 2Q累	増減
総資産	44,365	45,823	1,458
純資産	39,344	40,845	1,501
自己資本比率(%)	88.7%	89.1%	0.4%
ROA(経常利益/総資産)	2.5%	2.3%	△0.2%
ROE(四半純利益/純資産)	1.7%	1.6%	△0.1%
1株当たり四半期純利益(円)	31.70	30.61	△1.09
1株当たり中間配当(円)	7.50	8.00	0.50
配当性向	23.7%	26.1%	2.4%

要約連結貸借対照表

(対前期末比)

(単位:百万円)

	2013年 3月末	2013年 9月末	増減額		2013年 3月末	2013年 9月末	増減額
流動資産	16,337	16,651	314	流動負債	2,966	2,760	△206
現金及び預金	9,645	10,373	728	買入債務	1,031	985	△46
売上債権	3,353	2,966	△837	未払法人税等	361	356	△5
有価証券	467	403	△64	未払金・未払費用	1,005	1,040	35
棚卸資産	2,332	2,323	△9	その他	568	378	△190
その他	537	586	49	固定負債	2,185	2,217	32
固定資産	29,010	29,172	162	負債合計	5,152	4,978	△174
有形固定資産	22,435	22,643	208	純資産	40,195	40,845	650
無形固定資産	240	216	△24	株主資本	39,576	40,087	511
投資その他の資産	6,333	6,312	△21	その他包括利益累計額	618	758	140
資産	45,347	45,823	476	負債及び純資産	45,347	45,823	476

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

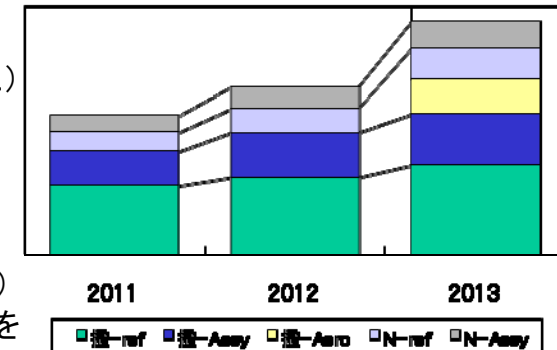
セグメント別事業戦略：ファインケミカル ①

カー用品（消費者向けカー用品＋プロ用美装用品）

①「ガラコ」ブランドワイパーの販売拡大（取扱店舗の拡大と商品認知向上）

- のべ取扱い店舗数は順調に増加。前期導入した「エアロ」でラインナップが増加したことで、柱となる製品群に成長。
→ 商品認知度の更なる向上のため、引き続き市場性のあるアイテムを開発。

ガラコワイパーのべ展開店舗数
(2013年は中間)



② シェア拡大余地のある商品群の販売拡大（洗車関連・タイヤお手入れ）

- 前期、お買得商材等の企画品の乱発で利益率を落としたが、当期は 効果的な限定品を効果的に投入したことにより粗利益率は改善。
- スピード感を持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の拡大

- 芳香・消臭剤はスピード感をもったタイムリーな製品開発に課題。

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

- コーティング剤「Be Carx」（自動車钣金塗装業界向け）の発売等、販売先の業種の強みを発揮できる製品を開発。
- 自動車以外の用途展開（例：鉄道業界）をすすめながら、新たなニーズをくみ取ることで更なる用途展開を図る。
- 「フレイムボンド」は、自動車関連以外のルート開拓に継続して取り組む。

※中長期的な視点での新製品開発・販売施策の意思統一を図り、営業とモノづくりの連携をさらに強化することを意識し、次期中期経営計画を策定中。



钣金塗装業界向けコーティング剤
「Be Carx」



表面改質剤「フレイムボンド」

セグメント別事業戦略：ファインケミカル ②

海外市場

① 中国市場での製品ラインナップ拡充と事業拡大

- 反日デモの影響による流通停止は回復。
- 業務用製品の販売拡大による稼働改善・安定黒字化へ。
- 事業規模拡大を目指し、現地での製品開発体制の構築をすすめる。

② 東南アジア市場での拡販と新規仕向先の開拓

- 円安基調となり既存代理店への販売が回復。
- 前期開拓したミャンマー等のリピートオーダーも増加。
- 日本式美装ビジネスの拡大に継続して取り組む。

③ ロシア市場での拡販

- 現地のニーズに合った製品ラインナップを強化と販促策の実施で、事業拡大を目指す。

④ 新規市場の開拓

- 南米市場の足掛かりをつけた。今後も未開拓エリアへの営業活動に取り組む。



中国市場向け現地生産品



タイヤのコーティング施工店

《ファインケミカルセグメント計画値》

	2014年3月期2Q (実績)	2014年3月期 (予想)	進捗
売上高	5,304	10,800	49.1%
営業利益	627	1,060	59.2%

セグメント別事業戦略：ポーラスマテリアル

産業資材

① 新しい用途開発の推進

- ・LED基板向け砥石はサンプル出荷開始。求評活動継続中。
- ・電解銅箔用ドラム研磨砥石は、顧客増に伴い出荷が増加。

② 既存用途の製品品質向上

- ・半導体デバイスの微細化に伴う高浄化製品の品質が評価され、海外メーカー向け出荷が増加。
- ・HD向け研磨用砥石のメインサプライヤーとして採用され、売上増加。

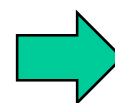


生活資材

- ・新製品開発(新用途開発)の推進に課題
→「サモコンクール」に次ぐ新製品創出が急務。

新用途開発

- ・オレフィン系樹脂多孔質体「ピオラス」シートを上梓。
- ・医療用として、インフルエンザ検査キットの吸収体に採用。
- ・排水用微生物担持体の新製品発売。



「スピード感をもった『新しいこと』への
取り組み加速をテーマに
次期中期経営計画を策定中

《ポーラスマテリアルセグメント計画値》

	2014年3月期2Q (実績)	2014年3月期 (予想)	進捗
売上高	2,313	5,200	44.5%
営業利益	229	500	45.8%

セグメント別事業戦略：サービス・不動産

オートサービス事業

- ・東京新工場は9月1日より稼働開始。首都圏エリアの新規顧客開拓を加速。
- ・自動車保険の料率改定の影響により、損害保険会社からの入庫は今後も減少傾向。
- 環境変化への対応と、新たな収益基盤の構築が急務。

生活用品企画販売

- ・インターネット通販サイトが順調に推移。EC事業のノウハウ蓄積中。
- 生協への販売依存度を下げ、ため、「新しいこと」への取り組み加速。

自動車教習事業

- ・繁閑のバランス運営に一定の目処が立ち、安定黒字化。
- ・特殊車両講習や講習の開催等により、更なる効率的運営を目指す。

温浴事業

- ・飲食メニューの充実や定期的なイベント実施により、客単価は向上。
- ・顧客満足度向上に継続して取り組むことで、リピーターの増加につなげる。



オートサービス東京新工場(1F・2F)



「ココ笑店」ショッピングサイト(くらし企画)

《サービス・不動産セグメント計画値》

	2014年3月期2Q (実績)	2014年3月期 (予想)	進捗
売上高	3,156	7,000	45.1%
営業利益	68	540	12.6%

Spiral Up “FINAL” 事業計画(計数編)



	2014年3月期2Q (実績)	2014年3月期 (予想)	進捗
売上高	10,773	23,000	46.8%
ファインケミカル	5,304	10,800	49.1%
ポーラスマテリアル	2,313	5,200	44.5%
サービス・不動産	3,156	7,000	45.1%
営業利益	930	2,100	44.3%
ファインケミカル	627	1,060	59.2%
ポーラスマテリアル	229	500	45.8%
サービス・不動産	68	540	12.6%
経常利益	1,044	2,250	46.4%
当期(四半期)純利益	661	1,400	47.2%
ROA (経常利益/総資産)	2.3%	4.9%	46.9%
ROE (純利益/純資産)	1.6%	3.4%	47.1%
総資産回転率	0.24	0.50	—

売上高はほぼ計画通りの進捗。利益面では一部事業で一過性・先行費用の発生により進捗は若干低迷。「環境変化への素早い対応」と「スピード感をもった『新しいこと』への取り組み加速」をテーマに次期中期経営計画を策定中。

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。

	2014年3月期2Q (実績)	2014年3月期 (計画)	進捗
当期(四半期)純利益(百万円)	661	1,400	47.2%
1株当たり 当期(四半期)純利益(円)	30.61	64.70	47.3%
1株当たり 年間(中間)配当金(円)	8.00	17.00	47.1%
配当性向(%) 連結ベース	26.1%	26.3%	—
年間(中間)配当額(百万円)	174	367	—
純資産配当率(%)	0.4%	0.9%	—

長時間に亘り、
ご清聴ありがとうございました