

■ 株主メモ

事業年度 4月1日から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

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三丁目6番3号
Tel. 0120-094-777（通話料無料）

公 告 方 法 電子公告
ホームページ: <http://www.soft99.co.jp/ir/koukoku.html>
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。

単 元 株 式 数 100株

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

インターネットホームページ <http://www.soft99.co.jp>

（ご注意）

1. 株主様の住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種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）ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
2. 特別口座に登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、上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。
3. 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。

ホームページのご案内

<http://www.soft99.co.jp>



IR情報ページ
業績レポートや、
株式情報などを
ご覧いただけます。

商品情報ページ
新製品情報や、
Q&Aなどをご覧
いただけます。



TwitterやFacebookなどの
ソーシャルメディアアカウ
ントとも連携しています。



第60期 年次報告書

平成25年4月1日～平成26年3月31日

Service

Porous Materials

Fine Chemicals

Real Estate

ソフト99コーポレーション

新中期経営計画「SOFT99 Drive」

(平成26 (2014) 年4月～平成29 (2017) 年3月)

ソフト99グループは、さらなる事業拡大を目指し、
新中期経営計画「SOFT99 Drive」を策定しました。

新中期経営計画の概要

- 経営理念：**「生活文化創造企業」
当社グループが創業以来掲げてきた経営理念
- 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・・・
一過性のブームで終わらない、お客様に長く愛される、いつもお客様のそばにある製品やサービス
『発見』とは・・・
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ような製品やサービス
- 基本方針：**
- ① 成熟市場（国内・先進国）に向けた、新しい高付加価値製品・サービスを提供
 - ② 成長市場（海外新興国）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、新技術・サービスノウハウ蓄積と新用途開発の推進
 - 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

数値目標（連結）

	平成26年度 (2014年度)	平成28年度 (2016年度)
売上高	22,000百万円	24,000百万円
営業利益	1,800百万円	2,400百万円
経常利益	1,950百万円	2,550百万円
当期純利益	1,150百万円	1,500百万円
ROA(経常利益／総資産)	4.1%	5.2%
ROE(純利益／純資産)	2.7%	3.4%

代表取締役社長
田中 秀明

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。
当社グループは中期経営計画「Spiral Up “FINAL”」を終え、
今期より新しい中期経営計画「SOFT99 Drive」をスタートさせました。
前中期経営計画は震災の影響が残る中でのスタートとなり、
その後は経済政策の転換等で日本経済に勢いがつきはじめたこと
で景気は回復傾向となる中での活動となりましたが、当初
策定した目標には届かず、課題を残す結果となりました。
当社の事業では、国内市場は成熟がすすみ、人々の消費活動
はこれまで以上に価値の高いものを求める傾向へと変化して
おります。本当に質の良いものを提供することが企業にとっての
重要な課題の一つとなる中、当社はそのような市場に対し、太く、
息の長い製品やサービスの提供を行ってまいります。また、
今後も拡大が見込まれる海外市場に対してはこれまで国内市場
で培ってきた製品・サービスの提供による事業を進めてまいり
ます。その実現のために、製品開発体制の更なる強化を進め
るとともに、当社グループの二本柱であるファインケミカル事業
とポラスマテリアル事業における商品開発ナレッジの相互
活用による高付加価値製品の創出に努めてまいります。
新中期経営計画「SOFT99 Drive」では、前中期経営計画から
積み残している「新しいこと」への挑戦を継続し、お客様に
とって「いつしか『あたりまえ』になった」と感じていただける
ような製品・サービスを常に創り続けることで、計画が達成
できるよう取り組んでまいります。
株主の皆様におかれましては、今後ともご支援とご協力を
賜りますよう、宜しく願い申し上げます。

平成26年6月

ファインケミカル

消費者向け製品販売

- ▶「スムースエッグマイクロホイップ」のような新しい切り口の製品の継続的な投入による、新たな顧客層の開拓や新市場の創出を目指します。
- ▶「車内の快適」をテーマに新製品開発に取り組み、この分野の地位確立を目指します。
- ▶多様化する消費者のニーズや購買行動に 대응べく、新たなカー用品販売チャネルの開拓による販路の拡大に取り組んでまいります。

業務用製品販売

- ▶自動車販売現場への営業活動を強化するとともに、コーティング剤の更なる性能向上と、周辺商材の拡充による販売拡大を目指します。
- ▶新分野として、表面改質処理システム「フレイムボンド」の新用途の開拓に取り組み、自動車関連市場以外にも販売拡大をはかります。

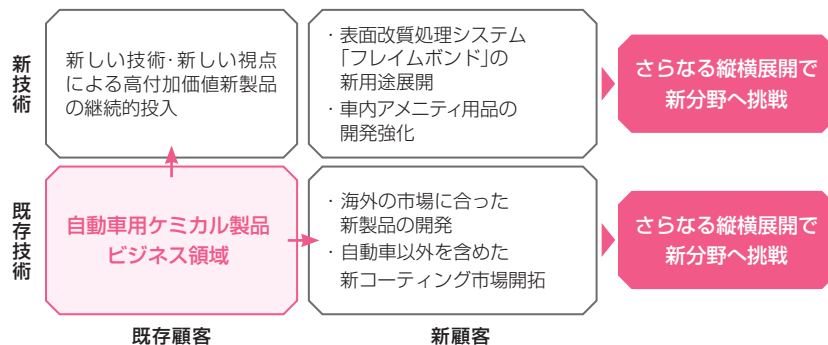
家庭用製品

- ▶メガネお手入れ市場の確立を目指して、「メガネのシャンプー」シリーズの販売拡大をはかるとともに、メガネお手入れ製品の周辺製品開発をすすめてまいります。

海外事業

- ▶各仕向先に向けての現地市場に合った製品開発をより一層強化し、更なる業容の拡大を目指します。
- ▶中国では、現地法人と一体となった営業体制のより一層の強化と製品開発のスピードアップにより、市場へのさらなる浸透をはかります。
- ▶東アジア・東南アジア及びロシア市場では、現地の市場にあった専用製品の開発を推進するとともに、営業体制の強化や現地代理店との連携強化による販路拡大と、自動車美容メニューの新たな提供を進めることで業容の拡大をはかってまいります。
- ▶北米・中南米・インド・中東などの新市場開拓のための活動を進めてまいります。

■ 技術・ノウハウの縦横展開によるシェア拡大と新分野への挑戦

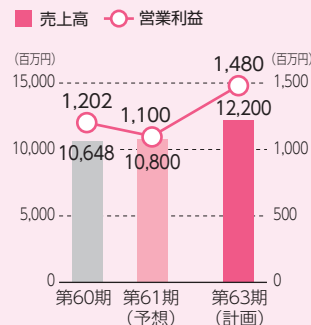


▲スムースエッグマイクロホイップ



▲海外のコーティング施工店

数値目標



ポーラスマテリアル

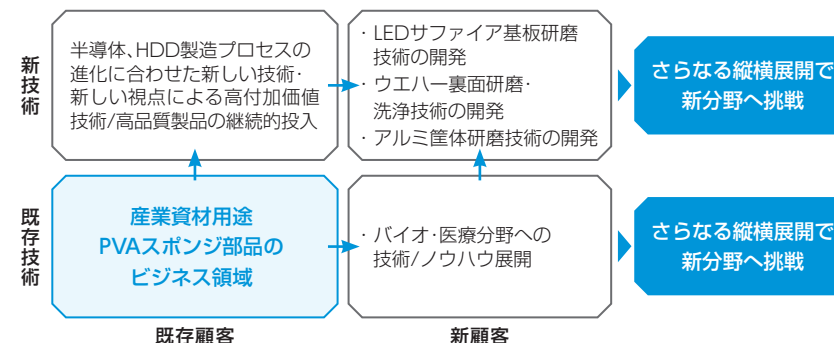
産業資材部門

- ▶PVAによる高度な洗浄技術の更なる向上を図るとともに、最新ハイテク分野への用途展開を推進します。また、医療用途やスワブ等、PVA素材を活用した液体吸収ニーズへの対応を進めるとともに、新たな顧客層の開拓を目指します。

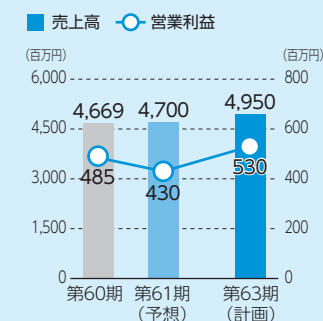
生活資材部門

- ▶ファインケミカル事業との製品開発ナレッジの相互活用により、自動車・キッチン・ペット等の各種生活関連分野において、継続的な新製品投入と海外新市場へのアプローチを積極的に進めてまいります。

■ 新用途の展開をすすめ、特定の業界に依存しない体制の構築



数値目標



サービス・不動産関連

オートサービス事業

- ▶平成25 (2013) 年9月より稼動を開始した東京都江東区の新工場を基点とし、首都圏での新規顧客の開拓を目指します。
- ▶新たな収益の柱を育てるべく、近年注目を集めている自動車プロテクションフィルムやラッピングフィルムを使用した美容メニューの提案に取り組んでまいります。

自動車教習事業

- ▶現在取り組んでいる法人向け講習メニュー拡充に向けた取り組みを加速し、運転適性診断認定等の新たなサービスの提供を進めてまいります。

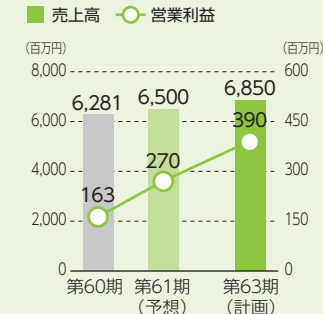
生活用品企画販売事業

- ▶自社ブランド商品の拡充を図るとともに、拡大を続けるeコマース市場への取り組みとして、グループ各社で運営しているインターネット販売のノウハウを本事業へ集約・蓄積しながら、この分野での販売拡大を目指してまいります。

不動産賃貸・温浴事業

- ▶不動産賃貸事業は保有物件の安定稼働を目指します。
- ▶温浴事業では、既存店舗のサービス強化に努め、効率的な運営に取り組んでまいります。

数値目標



前中期経営計画「Spiral Up “FINAL”」では、高付加価値製品・サービスの提供による「利益の伴う事業拡大」を目指して取り組んでまいりました。その結果、ファインケミカル事業では、国内での高付加価値の新製品の発売や、海外事業の拡大により一定の成果はあらわれました。しかしながら、ポーラスマテリアル事業では半導体業界向け製品の海外販売が競争激化により苦戦し、サービス事業のオートサービス事業では、保険料率の改定の影響を受け大幅減収となるなど、事業環境の急速な変化への対応に課題を残しました。その結果、売上・営業利益とも当初計画値には届かず、ROAについても計画を下回りました。また、最終年度においては特別損失の計上による純利益の減少により、ROEについても計画を下回る結果となり、資本効率についても課題が残る結果となりました。

■ 数値計画（連結）

最終年度業績計画（連結）

売上高	23,000
営業利益	2,100
経常利益	2,250
当期純利益	1,400

※H25年5月修正計画

最終年度業績（連結）

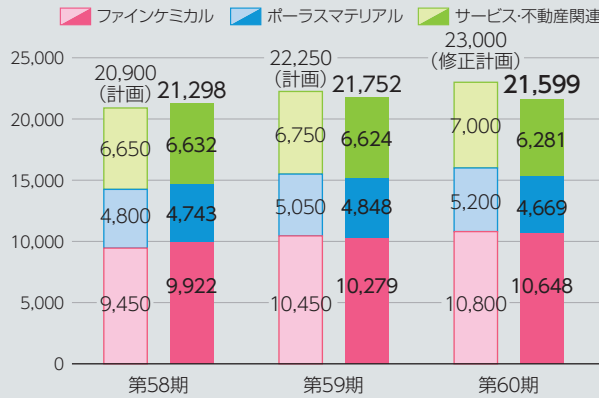
売上高	21,599
営業利益	1,862
経常利益	2,091
当期純利益	1,112

■ 経営諸指標

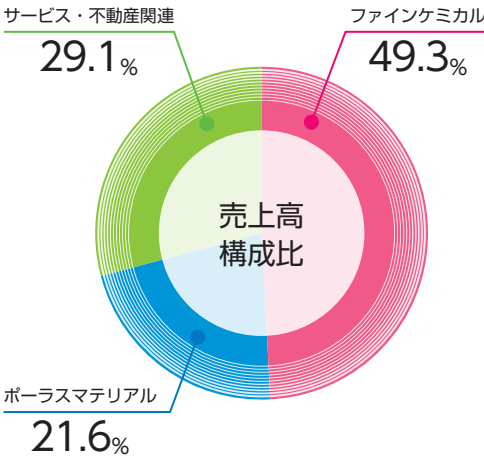
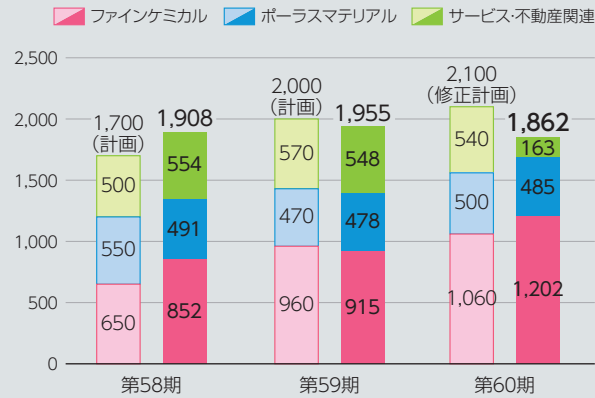
	当初計画	最終年度実績	差異
売上高営業利益率	10.0%	8.6%	▲1.4pt
営業利益の伸長率（※）	20.8%	▲2.2%	—
ROA（経常利益／総資産）	5.5%	4.6%	▲0.9pt
ROE（純利益／純資産）	3.7%	2.7%	▲1.0pt

※中期経営計画「Spiral Up“FINAL”（H20～H23年）末比

■ 売上高



■ 営業利益



▶ ファインケミカル

売上高 **10,648**百万円^{（前期比 3.6%増）} 営業利益 **1,202**百万円^{（前期比 31.3%増）}

- 消費者向け製品販売では、自動車ボディお手入れ製品は夏場と年末年始に苦戦するも、平成26（2014）年3月に発売した新製品「スムーズエッグマイクロホイップ」の拡販に努めたことで、微減にとどめる。「ガラコ」の販売は、梅雨時期に販売が苦戦したが、ゲリラ豪雨や秋雨対策商材をタイムリーに投入したことで増加。自動車補修用品の販売も増加。平成26（2014）年2月の大雪の影響で、タイヤチェーンの販売が計画を上回る。
- 業務用製品販売では、消費増税前の駆け込み需要の影響を受け、自社ブランド及びOEM製品のコーティング剤の販売が増加。輸入車ディーラーへの営業活動も強化し、増収に。
- 家庭用品販売では、メガネお手入れ製品の販売が増加したが、家庭用クリーナーの落ち込みが大きく、減収に。
- 海外向け販売は増収。中国では日本からの輸出品、現地生産品ともに順調に推移。韓国や台湾向け販売も増加。東南アジア向け販売は円安傾向の中、タイ・マレーシア等で販売増加。一方、ロシア向け販売では現地代理店の在庫調整の影響で販売が落ち込んだが、終盤に回復。

▶ ポーラスマテリアル

売上高 **4,669**百万円^{（前期比 3.7%減）}

営業利益 **485**百万円^{（前期比 1.5%増）}

産業資材部門

- 半導体業界向け販売では、国内向けは得意先の在庫調整が年度後半には落ち着き前期並みに。海外向け販売は、競合との競争が激化したことにより前期を下回る結果となった。ハードディスク業界向け販売では、前期に開拓した海外得意先への輸出で前期並みの売上は確保。製品の新用途への展開をすすめるも、半導体業界向け販売の落ち込みをカバーできず産業資材分野全体では減収となった。

生活資材部門

- 夏季商材のネッククーラーの販売が苦戦。米国・インドネシア向けの自動車用製品の販売が増加したものの、国内向け販売の減収は補えず。

▶ サービス・不動産関連

売上高 **6,281**百万円^{（前期比 5.2%減）} 営業利益 **163**百万円^{（前期比 70.1%減）}

オートサービス事業

- 損害保険の料率改定の影響を受け、保険会社からの钣金入庫が激減。自動車ディーラーからの入庫は順調に推移するも、自動車整備業者からの入庫の落ち込みや修理単価の下落も重なり大幅減収。

自動車教習事業

- 稼働バランスの向上に取り組んだ結果、普通免許の稼働を増やし、特殊車両や自動二輪の講習も増加したことで増収となった。

生活用品企画販売事業

- 主要得意先である生協向け販売が全体的に落ち込む中、1企画あたりの売上が減少したことで苦戦。新たな販路であるインターネット販売が順調に増加するも、生協向け販売の落ち込みをカバーできずに減収となった。

不動産関連事業

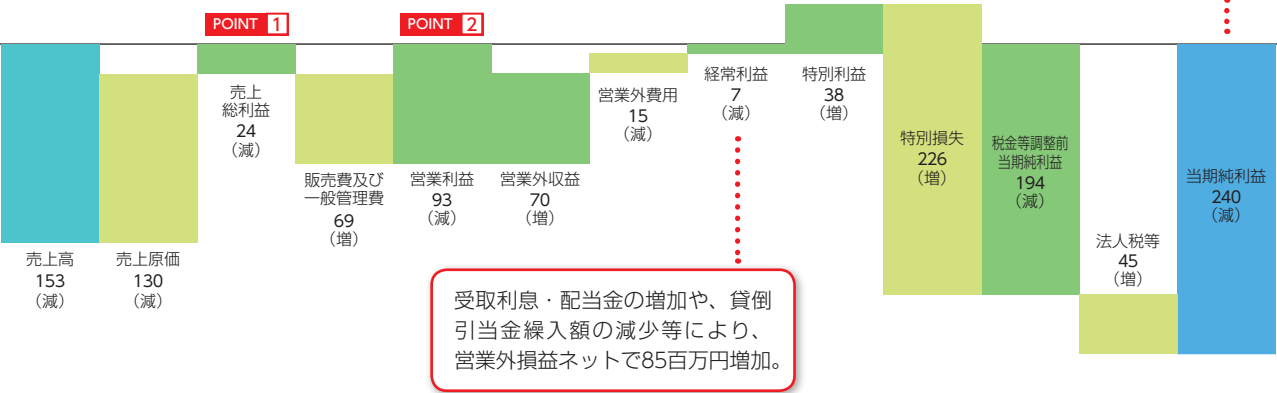
- 当社の所有する物件で入居が増加したことで増収となったが、旧東京支店の賃貸物件化に伴う修繕費など、一過性の費用が発生。
- 温浴事業では季節に合わせた催事や飲食メニューの充実をはかり、客単価は改善したものの、夏場のイベント自粛により来店客数が減少し、減収となった。

▶ 連結損益計算書の概要（単位：百万円）

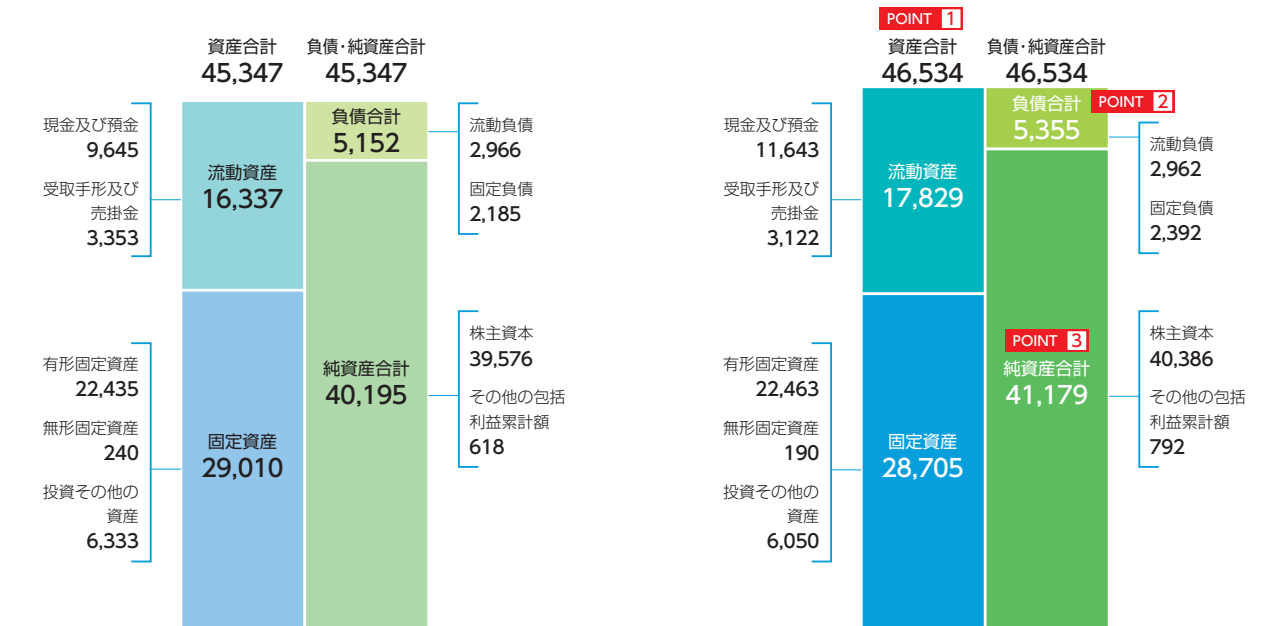
科 目	当 期 (平成25年4月1日～平成26年3月31日) (2013年4月1日～2014年3月31日)	前 期 (平成24年4月1日～平成25年3月31日) (2012年4月1日～2013年3月31日)
売上高	21,599	21,752
売上原価	14,192	14,322
売上総利益 POINT 1	7,406	7,430
販売費及び一般管理費	5,544	5,475
営業利益 POINT 2	1,862	1,955
営業外収益	241	171
営業外費用	13	28
経常利益	2,091	2,098
特別利益	48	10
特別損失	231	5
税金等調整前当期純利益	1,908	2,102
法人税等	795	750
当期純利益	1,112	1,352

（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。

▶ 前期との比較（平成25年4月1日～平成26年3月31日）
（2013年4月1日～2014年3月31日）（単位：百万円）



▶ 連結貸借対照表の概要（単位：百万円）



POINT 1 資産合計

現金及び預金やたな卸資産の増加等により流動資産が1,492百万円増加。当社の新東京支店の完成に付帯する資本的支出により有形固定資産は28百万円増加。資産合計は前連結会計年度末に比べて1,187百万円増加。

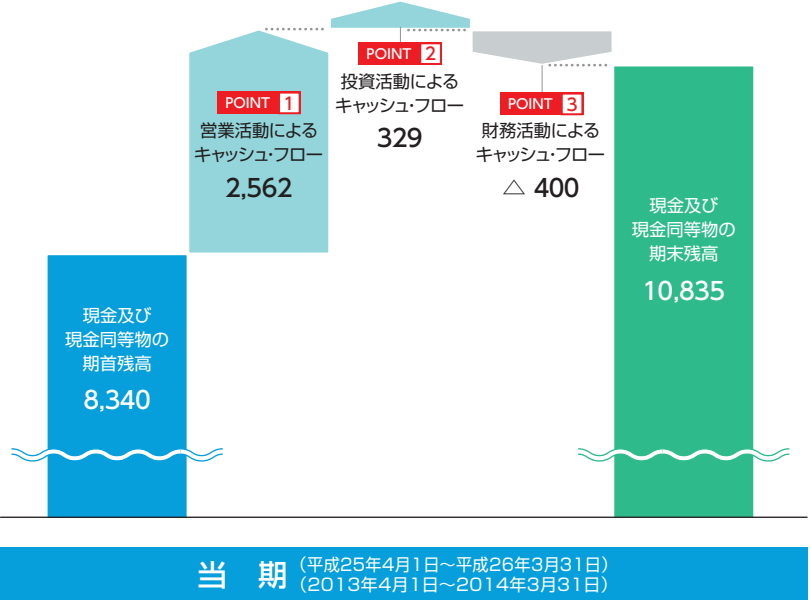
POINT 2 負債合計

退職給付に係る会計基準の変更に伴い、退職給付引当金が1,034百万円減少し、退職給付に係る負債が1,239百万円増加したことで、負債合計は前連結会計年度末に比べて203百万円増加。

POINT 3 純資産合計

当期純利益1,112百万円と配当金の支払い345百万円による利益剰余金の増加や、その他有価証券評価差額金の増加によるその他の包括利益累計額の増加174百万円等により、純資産合計は前連結会計年度末に比べて984百万円増加。

▶ 連結キャッシュ・フロー計算書の概要 (単位：百万円)



POINT 1	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	1,908百万円
減価償却費	789百万円
売上債権の減少額	246百万円
法人税等の支払額	688百万円
POINT 2	投資活動によるキャッシュ・フロー
有形固定資産の取得支出	893百万円
有価証券・投資有価証券の取得支出	807百万円
有価証券・投資有価証券の売却・償還収入	1,166百万円
POINT 3	財務活動によるキャッシュ・フロー
配当金の支払額	345百万円
「従業員持株会支援信託ESOP」導入に伴う借入返済による支出	45百万円
自己株式処分による収入	43百万円

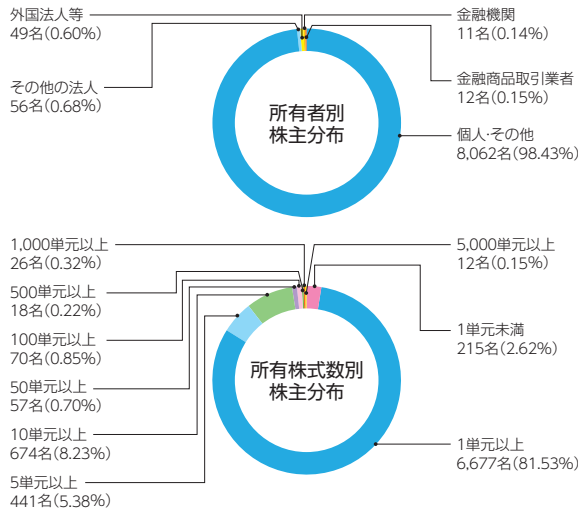
▶ 株式の状況 (平成26年3月31日現在)
(2014年3月31日現在)

株式の総数	
発行可能株式総数	60,000,000株
発行済株式総数	22,274,688株

株主数	
当期末株主数	8,190名 (自己名義を除く)

大株主	持株数	議決権比率
サントレード株式会社	3,246,528株	14.8%
田中 秀明	1,496,976	6.8
鈴木 幹子	1,492,656	6.8
ロイヤルバンクオパナトラストカンパニー(ケイマン)リミテッド	948,400	4.3
株式会社三菱東京UFJ銀行	799,200	3.6
株式会社みずほ銀行	709,600	3.2
田中 信	603,720	2.7
佐藤 佐世子	594,192	2.7
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	568,900	2.6
田中 明三	552,424	2.5

※上記の他、自己株式が482,586株ございます。



▶ 会社の概要 (平成26年3月31日現在)
(2014年3月31日現在)

商号	株式会社ソフト99コーポレーション
設立	昭和29年10月28日
本社	大阪市中央区谷町二丁目6番5号
資本金	2,310,056,000円
従業員数	194名
事業内容	自動車用化学製品の製造及び販売

▶ 役員 (平成26年6月26日現在)
(2014年6月26日現在)

代表取締役社長	田中 秀明
取締役会長	田中 明三
常務取締役	西川 保
常務取締役	辻 平春幸
取締役	奥 埜佳秀
取締役	石 居 誠
取締役	田中 信
取締役(社外)※	中 務 英 三
常勤監査役	古 居 祐
監査役(社外)※	平 井 康 博
監査役(社外)※	竹 村 聡
監査役(社外)※	樋 口 秀 明

※上記4名の役員は、株式会社東京証券取引所に独立役員として届け出ております。

TOPICS

広がる「お客様とのつながり」

近年、実店舗販売やインターネット販売などの流通チャネルを統合する「販売のオムニチャネル化」がすすむ中、当社ホームページでは、車にまつわる便利な情報を提供しており、ブログ「99プロ」や、女性用カー用品のオンラインショップ「ココトリコ」のスタッフブログ内での情報発信を行っています。

また、ユーザーの愛車に合った補修用塗料やワイパーの適合情報を検索することができるコンテンツをご用意するなど、顧客の購買行動の変化に合わせ、インターネットを用いた新しい顧客接点づくりを行うとともに、さらにお客様とつながる環境の整備に取り組んでいます。

