



2020年5月22日

各 位

会 社 名 株式会社ソフト99コーポレーション
代表者名 代表取締役社長 田中 秀明
(コード：4464 東証第二部)
問合せ先 取締役管理本部長 上尾 茂
(TEL. 06-6942-8761)

(訂正)「新中期経営計画策定に関するお知らせ」の一部訂正について

2020年5月15日に発表いたしました「新中期経営計画策定に関するお知らせ」の記載内容に誤りがありましたので、訂正いたします。

なお、本訂正による中期経営計画の損益目標に関する修正はございません。

1. 訂正内容

下記の通りであります。なお、訂正箇所は太字で下線を付しております。

訂正後の新中期経営計画説明資料は、本お知らせに添付いたしております。

【訂正箇所】

「新中期経営計画策定に関するお知らせ」

別添資料 『ソフト99グループ 第6次中期経営計画 “Overtake!!”』

17ページ III：第6次中期経営計画の概要（4/7：連結損益目標）

【訂正前】

(本文)

■中期計画最終年度目標…連結売上高 271 億円 (年平均成長率 **3.7%**)、連結営業利益 28 億円

(図表)

グラフ中の矢印 (赤色) 図内記載 CAGR **3.7%**

【訂正後】

(本文)

■中期計画最終年度目標…連結売上高 271 億円 (年平均成長率 **3.5%**)、連結営業利益 28 億円

(図表)

グラフ中の矢印 (赤色) 図内記載 CAGR **3.5%**

以上

ソフト99グループ 第6次中期経営計画

(2020年4月～2023年3月)



株式会社ソフト99コーポレーション
2020年5月

- 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。
- 本資料記載の将来の業績見通しは、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成した物であり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。また、当社は、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。
- また本資料に記載されている内容は、将来の実績を保証するものではなく、実際の結果が当社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。

目次

I : 前中期経営計画の振り返り	P. 3
1. 主要施策の進捗状況	
2. 連結損益	
3. 経営効率性指標	
4. セグメント別損益①	
5. セグメント別損益②	
II : 当社グループを取り巻く経営環境	P. 9
1. 対象市場	
2. 環境変化①	
3. 環境変化②	
III : 第6次中期経営計画の概要	P.13
1. テーマとビジョン	
2. 経営基本方針	
3. 主要施策展開イメージ	
4. 連結損益目標	
5. 経営効率性指標	
6. 株主還元方針	

I : 前中期経営計画の振り返り



SOFT99 6th Mid-Term Business Plan

I : 前中期経営計画の振り返り(1/6: 主要施策の進捗状況)

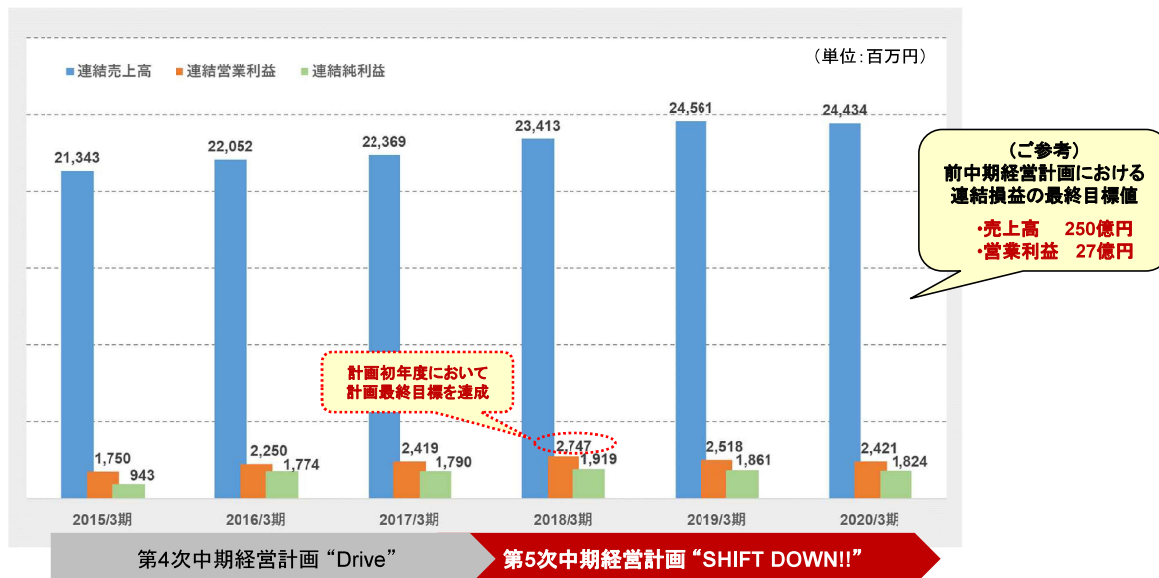
■ 想定していた“新市場に向けた施策”は一定の成果を得るも、全体としては道半ばの状況。

	前中期計画基本方針	事業セグメント別主要施策(注)	前中期計画期間中の市場環境と施策進捗状況
自動車分野	新時代の自動車において安心・安全・快適を実現	【F】海外販売拡大に向けた事業基盤構築	○ ○ ・欧州・ロシアで販売伸長。 ・南アジア・南米にも販売拡大の足掛かり。
		【F】自動車を取り巻く環境変化に対応した自動車美装の再定義	△ ○ ・シェアリング等に向けた新規チャネル向け販売を進めるも、大きな販売拡大に至らず。 ・既存分野で業務用製品販売が伸長。
		【F】トラック・バス向けTPMS販売網強化と乗用車向けTPMS製品追加	× △ ・TPMS新車搭載車種の拡大は想定より遅い。 ・後付型TPMS製品の販売は着実に増加するも、販売のボリュームは不足。
		【S】自動車板金や運転教習のノウハウを活用した新サービス開発	△ ・サービス開発は進行するも、事業化にはまだ時間を要する。
産業分野	新たな柱となる市場の開拓	【P】機能性多孔質体の情報・環境・健康産業向け展開	○ △ ・半導体市況好調により情報産業向けは伸長。 ・環境・健康産業向け展開に課題。
		【F】コーティング製品を屋外構築物・清掃業界へ展開	△ ・協力企業との協業体制構築進み、需要確認できるも、期間中に収益拡大には至らず。
		【F】表面改質技術の印刷・接着業界向け展開	△ ・協力企業との協業体制構築進み、需要確認できるも、期間中に収益拡大には至らず。
生活分野	ニッチ市場での存在感確立	【F】メガネケアに続くケミカル新分野の開拓	△ ・撥水技術の横展開を進めるも、新しい柱となる製品カテゴリー創出には至らず。
		【S】WEB販売の強化	○ × ・生協通販分野は堅調に推移。 ・自社EC分野は成長でせず。
		【F・P・S・R】グループリソース共有による効率化	○ ・セグメント間の販路共有により、ポーラスマテリアルセグメントの生活資材販売拡大。

(注) 【F】ファインケミカルセグメント 【P】ポーラスマテリアルセグメント 【S】サービスセグメント 【R】不動産関連セグメント

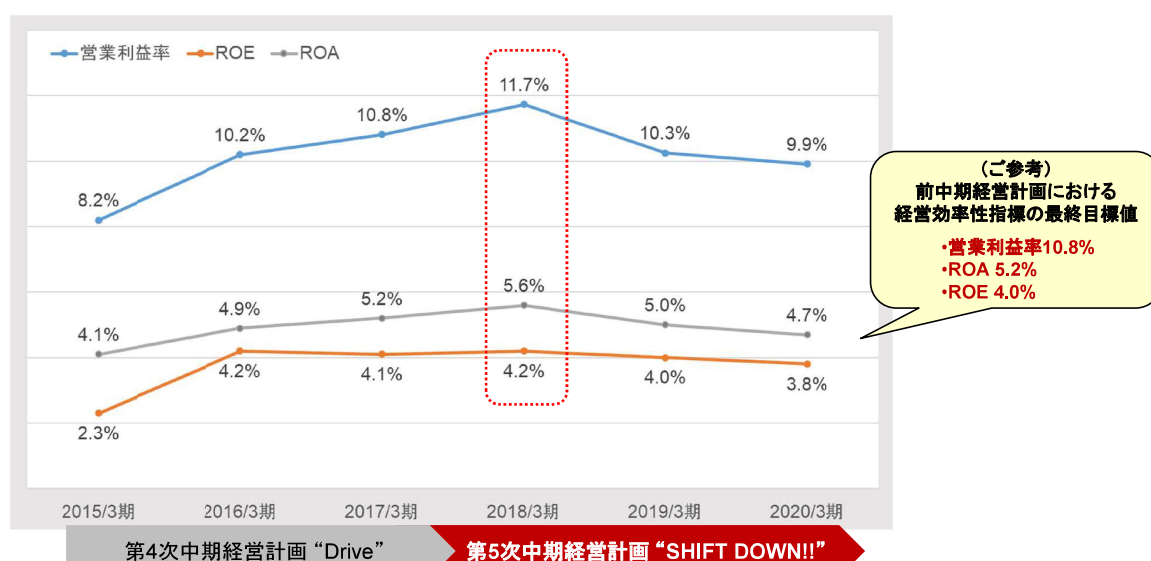
I : 前中期経営計画の振り返り(2/6: 連結損益)

- 第5次中期計画最終年度の売上高目標250億円は未達(達成率97.7%)
- 第5次中期計画最終年度の営業利益目標27億円は2018年3月期に達成。2019年3月期以降は生産能力増強のための人員増や将来に向けた各種投資の前倒し実施等により営業利益が減少。



I : 前中期経営計画の振り返り(3/6: 経営効率性指標)

- 計画初年度(2018年3月期)において、計画の最終目標値をそれぞれ達成。
- 2019年3月期以降は、営業利益の減少に伴い各指標が低下。



(※) ROE=純利益÷期中平均純資産額 ROA=経常利益÷期中平均総資産額

I : 前中期経営計画の振り返り(4/6:セグメント別損益①)

- ファインケミカルが販売ボリュームの拡大を牽引。(M&Aによる新事業開始を含む。)
- 営業利益については、計画初年度で計画最終目標額27億円に到達した後に、将来に向けた人員確保や各種投資を前倒しで行ってきたこと等により、前中期計画最終年度比では横ばいに留まる。

(単位:百万円)

事業セグメント	売上高			営業利益		
	第4次中期計画 2017年3月期	第5次中期計画 2020年3月期	増減	第4次中期計画 2017年3月期	第5次中期計画 2020年3月期	増減
ファインケミカル	10,806	12,108	+1,302	1,305	1,316	+11
ポーラスマテリアル	5,178	5,678	+500	698	733	+35
サービス	4,942	5,221	+279	144	121	▲23
不動産関連	1,441	1,426	▲15	261	241	▲20
(調整)	—	—	—	9	8	▲1
合計	22,369	24,434	+2,065	2,419	2,421	+2

I : 前中期経営計画の振り返り(5/6:セグメント別損益②)

- 前中期経営計画の成長ドライバーと見込んでいたファインケミカルおよびポーラスマテリアルの両セグメントにおいては、新たな製品・サービス開発による新ビジネス創出は道半ばとなる一方で、既存分野の製品・サービス販売は堅調に推移した。

売上高推移(ファインケミカル・ポーラスマテリアル、サブセグメント別)

(単位:百万円)	第5次中期計画『SHIFT DOWN!!』					第5次中期計画における実績	
	2017/3期	2018/3期	2019/3期	2020/3期	2020—2017		
ボディケア	1,938	1,948	1,776	1,866	▲72	車内快適製品や時短洗車用品を展開・拡大するも、大きな柱となるには至らず。	
ガラスケア	3,452	3,610	3,459	3,681	+229	安心・安全・快適をテーマにガラス撥水剤『ガラコ』ブランド製品の販売伸長。	
リペアグッズ	2,185	2,194	2,264	2,255	+70	国内登録自動車の車齢の伸びに併せて微増傾向。	
業務用製品販売	1,431	1,439	1,754	1,649	+218	自動車分野において自社ブランドコーティング製品・OEM製品販売が共に伸長。	
家庭用品等	581	589	598	697	+116	感染症対策のマスク需要増加に併せ、くもり止め等のメガネケア製品が伸長。	
海外事業	1,050	1,395	1,295	1,400	+350	欧州・ロシア向け販売が伸長。新たに南米向け販売も安定～増加へ。	
TPMS企画販売	99	130	160	185	+86	トラックバス向け販売が着実に伸長。2019年より乗用車向け製品OEM販売開始。	
電子機器・ソフトウェア	—	—	525	564	+564	M&Aにより新事業としてスタート。既存製品分野との開発シナジー見込む。	
その他・調整	67	129	157	▲192	▲259	2020年3月期はかつてない暖冬による冬季商材返品の影響が大。	
ファインケミカル合計	10,803	11,434	11,988	12,105	+1,302		
産業資材	(国内)	1,876	2,098	2,122	2,095	+219	半導体市場の活況により順調に拡大。
	(輸出)	1,792	1,830	2,042	2,129	+337	半導体市場の活況により順調に拡大。
生活資材	(国内)	703	730	751	854	+150	ファインケミカルとの販売リソース共有により家庭用・自動車用製品が伸長。
	(輸出)	807	802	845	601	▲206	北米得意先の不振により流通在庫調整が発生し、販売減。
ポーラスマテリアル合計	5,179	5,460	5,760	5,679	+500		

Ⅱ：当社グループを取り巻く経営環境



SOFT99 6th Mid-Term Business Plan

Ⅱ：当社グループを取り巻く経営環境(1/3:対象市場)

- 当社の各事業セグメントの対象市場は、『自動車』『産業』『生活』の3分野に分類される。
- これまでは、ファインケミカルセグメントの自動車分野・一般用製品販売、およびポーラスマテリアルセグメントの生活分野・生活資材を基礎的な事業とし、これら技術ノウハウの横展開やM&Aの活用によって周辺分野に進出することで事業領域の拡張と業容の拡大を進めてきた。

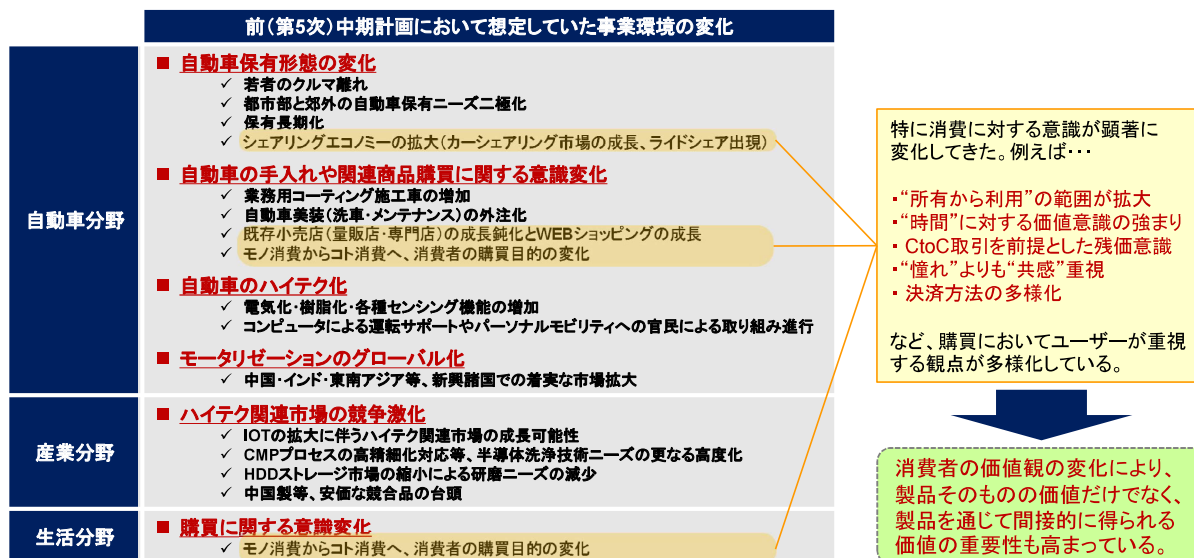
当社グループの提供する製品・サービス分類

		事業セグメント			
		ファインケミカル	ポーラスマテリアル	サービス	不動産関連
対象市場	自動車分野	★ 一般用製品販売 ✓ 業務用製品販売 ✓ 海外事業 ✓ TPMS企画販売 ✓ 自動車用品輸入販売 ✓ パッケージ企画販売	✓ PVA等機能性多孔質体 (生活資材)	✓ 自動車钣金整備 ✓ 自動車運転教習	—
	産業分野	✓ 表面改質技術・製品 ✓ 電子機器・ソフトウェア開発	✓ PVA等機能性多孔質体 (産業資材)	—	—
	生活分野	✓ 家庭用品等 ✓ パッケージ企画販売	★ PVA等機能性多孔質体 (生活資材)	✓ 生活用品企画販売	✓ 不動産賃貸 ✓ 温浴施設運営 ✓ 介護予防支援

(注) …売上高の大きい現在の中核事業

II : 当社グループを取り巻く経営環境 (2/3: 環境変化①)

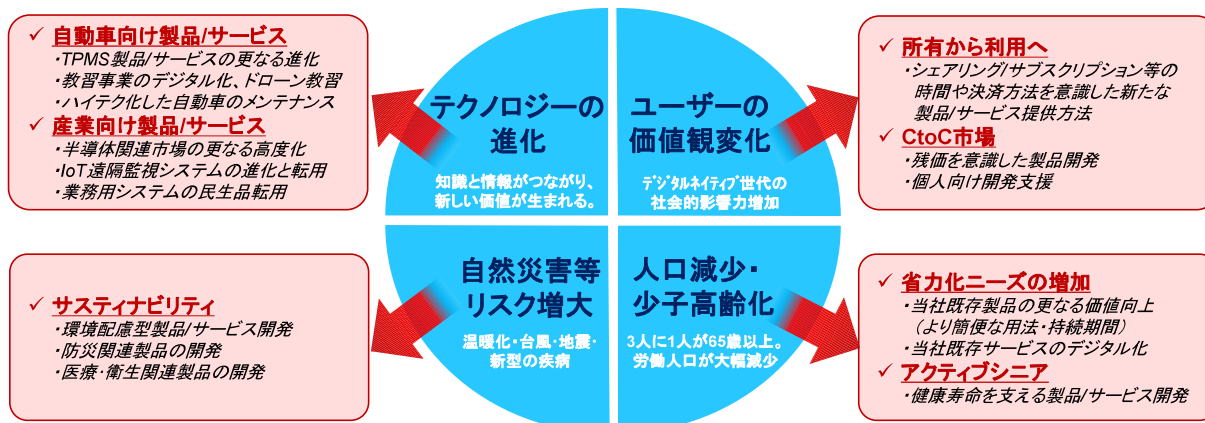
- 前中期計画において対象市場で想定していた環境変化は、急速ではないものの着実に進んできた。
- また、近年はユーザーの消費意識が特に大きく変化してきたことにより、これまでのような製品単独の機能強化だけでなく、提供手段や決済方法を含めた総合的な価値提供の必要性が高まっている。



II : 当社グループを取り巻く経営環境 (3/3: 環境変化②)

- 消費者の価値観の変化の以外にも、IoT・AI・デジタルトランスフォーメーションに代表されるテクノロジーの進化、少子高齢化社会への本格的な突入、自然災害リスクやSDGsの2030年ゴール設定など、今後は社会的な変化と課題が更に幅広く、大きくなっていくことが想定される。
- 当社はこれらの幅広い社会変化について、**事業領域を更に拡張する大きな機会**と捉えている。

想定される将来の事業機会(例)



Ⅲ：第6次中期経営計画の概要



SOFT99 6th Mid-Term Business Plan

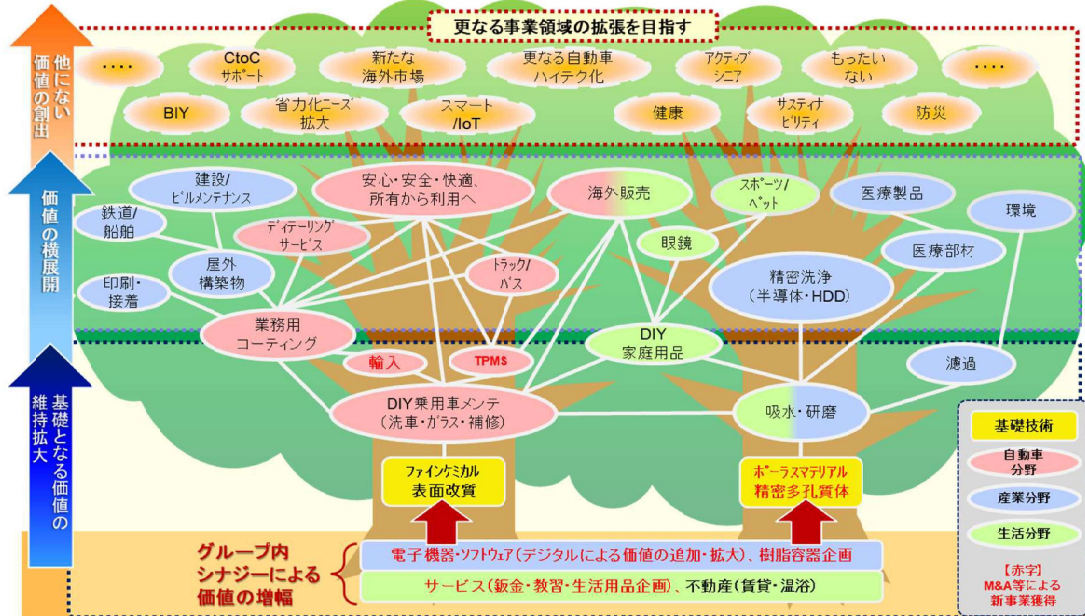
Ⅲ：第6次中期経営計画の概要(1/7:テーマとビジョン)

- 新中期経営計画においては、前中期計画でも進めてきた新たな製品/サービス開発の継続に加えて、『顧客の変化を追い越せ!!』をテーマとし、将来の社会変化を新たな事業領域拡張の機会と捉える。
- 既存技術・ノウハウの横展開に加えて、新たな技術・ノウハウを取り込むことで、“他にない”新しい価値と事業の創出を目指す。

<p>経営理念</p>	<p>■ 生活文化創造企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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次中期経営計画より継続。 	<p>経営課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 第5次中期計画での積み残し課題推進 ✓ 消費者意識変化への対応 ✓ 社会的要請(課題)への更なる対応 ⇒健康、環境、サステナビリティ等
<p>中期計画 テーマ</p>	<p>■ Overtake!! (顧客変化を追い越せ!!)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 期間:2020年4月～2023年3月 ✓ 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す。 	
<p>中期計画 経営ビジョン</p>	<p>■ 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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す。 	

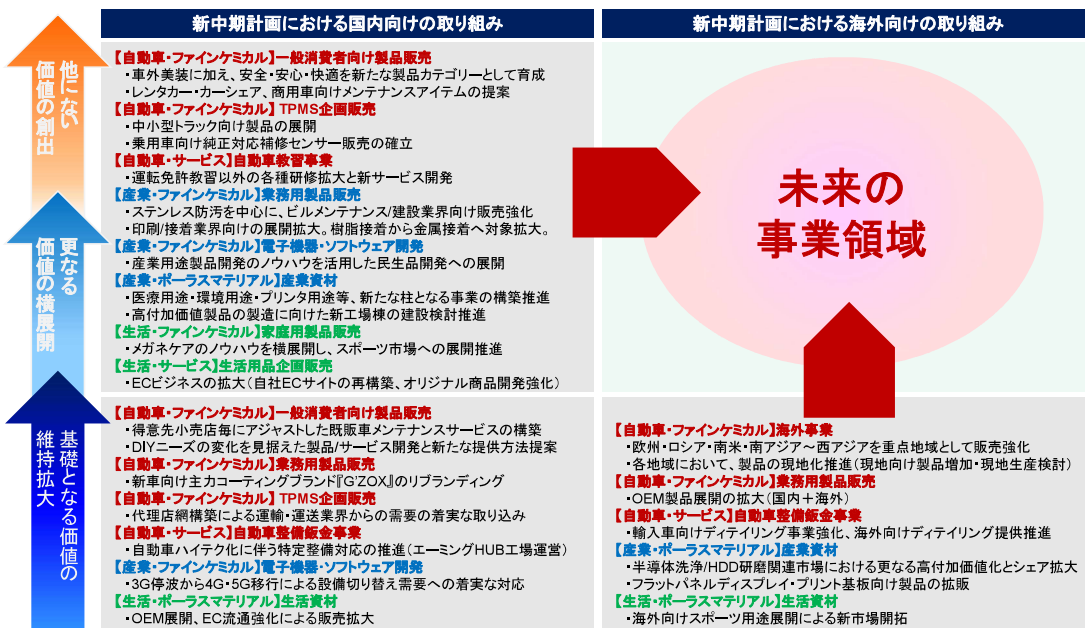
Ⅲ：第6次中期経営計画の概要(2/7:経営基本方針)

- “他にない”新しい価値の創出に向け、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**を目指す。



Ⅲ：第6次中期経営計画の概要(3/7:主要施策展開イメージ)

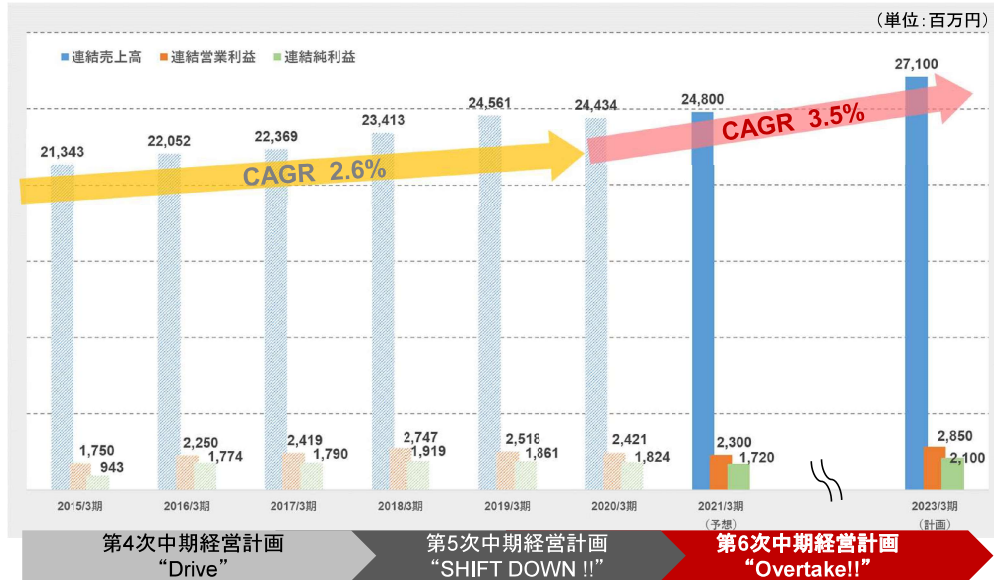
- 経営基本方針に基づき、各セグメント/各分野で事業領域の拡張に向けた取り組みを順次展開する。



Ⅲ：第6次中期経営計画の概要(4/7:連結損益目標)



- 中期計画最終年度目標…連結売上高 271億円(年平均成長率3.5%)、連結営業利益 28億円
- 計画初年度は、販促費・研究費・情報システム投資に伴う償却費等の費用増及び新型コロナウイルス感染症によるサービス・不動産関連セグメントの一部事業運営停止を見込み、減益の想定。



Ⅲ：第6次中期経営計画の概要(5/7:連結損益目標・セグメント別)



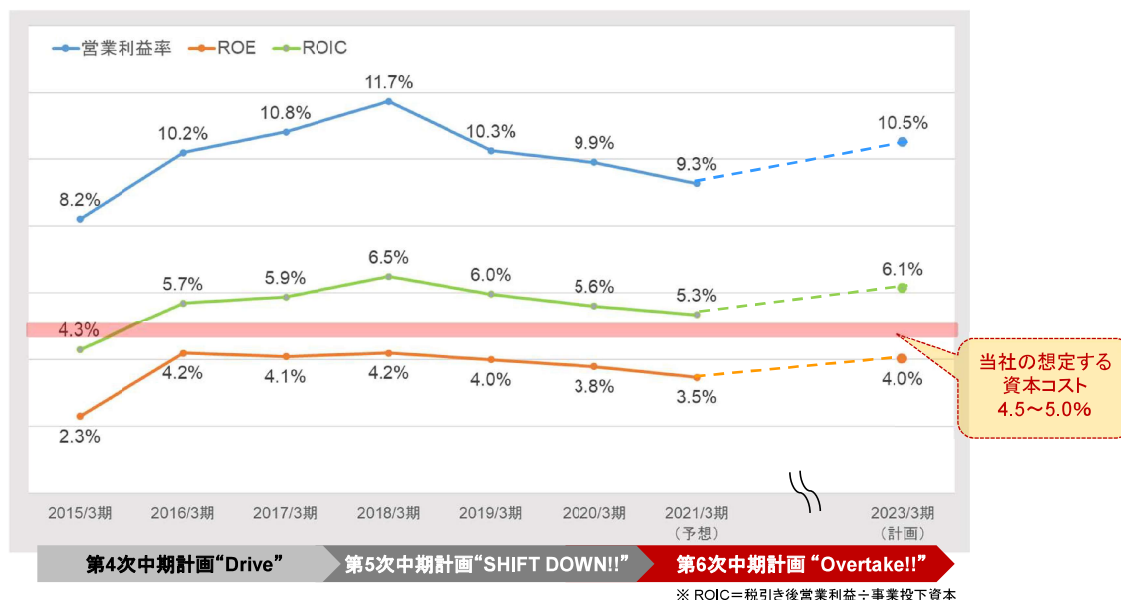
- 新中期経営計画においては、ファインケミカルセグメントを成長ドライバーに位置付ける。
- ポーラスマテリアルセグメントについては、将来の事業拡大に向けた人的投資・研究投資・新工場棟の建設等を検討しており、これらの実行に伴って前中期経営計画比では減益となる想定。

事業セグメント	売上高			営業利益		
	第5次中期計画 2020年3月期	第6次中期計画 2023年3月期	増減	第5次中期計画 2020年3月期	第6次中期計画 2023年3月期	増減
ファインケミカル	12,108	13,850	+1,741	1,316	1,800	+483
ポーラスマテリアル	5,678	6,050	+371	733	640	▲93
サービス・不動産関連	6,647	7,200	+552	363	410	+46
(調整)	—	—	—	8	—	▲8
合計	24,434	27,100	+2,666	2,421	2,850	+428

Ⅲ：第6次中期経営計画の概要(6/7：経営効率性指標)



- 新中期経営計画より、事業運営の効率性を示す指標としてROIC(投下資本利益率)を設定する。
- 当社の資本コストはおよそ4.5～5.0%の水準と想定する。



Ⅲ：第6次中期経営計画の概要(7/7：株主還元方針)



- 株主還元については、安定的な配当の継続を基本方針とする。
- 2021年3月期より還元率を再度見直し、『**連結営業利益の25%**』を株主還元の目安とする。
(ご参考:前中期計画の還元方針…連結営業利益の20%を株主還元の目安とする。)
- 内部留保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。

配当実績の推移と配当予想

	2015年 3月期	2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期 (予定)	2021年 3月期 (予想)
連結営業利益(百万円)	1,750	2,250	2,419	2,747	2,518	2,421	2,300
連結純利益(百万円)	943	1,774	1,790	1,919	1,861	1,824	1,720
配当総額(百万円)	370	395	458	478	502	526	550
一株当たり配当額(円)	17.00	18.00	21.00	22.00	23.00	24.00	25.00
配当性向	39.1%	22.3%	25.4%	24.8%	26.8%	28.7%	32.0%
配当総額÷営業利益	21.1%	17.6%	18.9%	17.4%	19.9%	21.7%	23.9%

SEEK OUT INNOVATION

～ 未来の“あたりまえ”を発見する～

