
中期経営計画

「*Go forward* STAGE3」

概要資料

作成：2023年 5月10日

更新：2025年 6月18日

 ソーダニッカ株式会社

Go forward

化学・機能製品に関する商品からサービスまでの
あらゆる機能を備え、顧客と社会が抱える
課題の解決に貢献する企業

「事業価値」「社会価値」
双方の向上の実現

Start
2016

2025

New Goal
2030

「社会課題解決」を経営の根幹に据え、
新たな成長軌道をつくるため、期間を再設定

目指す社会

豊かで持続可能な社会

経済成長を続けながら、脱炭素社会を実現するとともに
安全・安心な生活に貢献し、誰もが多様な価値観を大切にできる社会を目指す

役割

“社会と化学のコーディネーター”として
取引先・地域社会とともに社会課題を解決する

指針

事業戦略とサステナビリティの融合強化

価値創造の
マテリアリティ

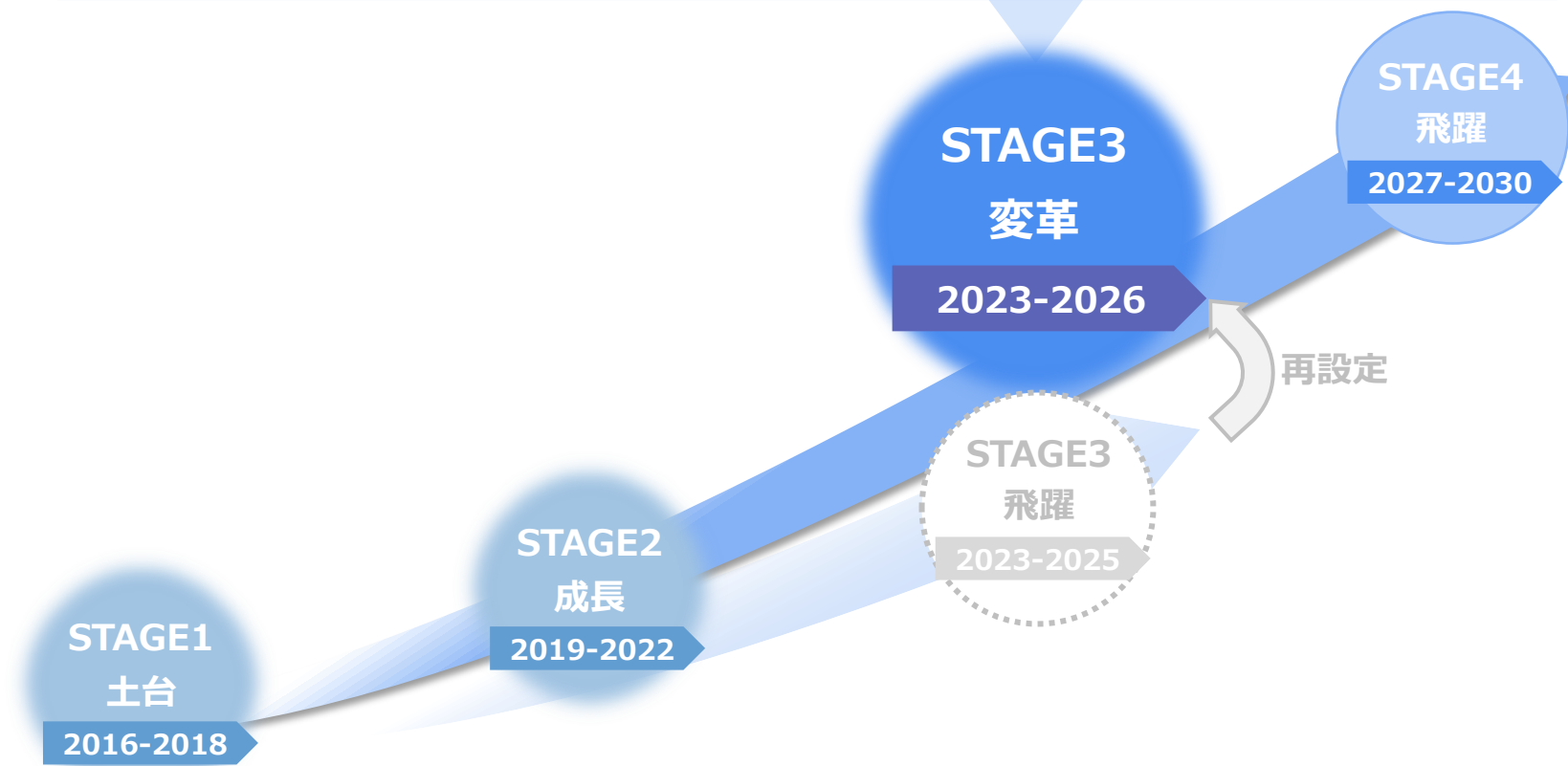
経営基盤の
マテリアリティ

社会課題の解決に資する
次世代ビジネスの創出

基本方針

新たな成長軌道をつくるために「変革」を果たす

- サステナビリティ重視の潮流等の外部環境変化を機会と捉え、更なる成長につなげるために、各事業の特性に合わせて、市場と対話する力を徹底的に磨く
- 「社会課題解決企業への進化」に向けた新しい挑戦を補強する人財戦略、財務戦略を立案・推進する



財務目標（2026年度末時点）

連結当期純利益

24億円^{*}以上

ROE

8%以上

配当性向

40%以上

*：2025年5月8日付「中期経営計画の財務目標上方修正に関するお知らせ」にて、当初目標値20億円から修正。

投資枠（2023年度～2026年度累計）

基盤整備
+
成長投資

100億円

中期経営計画：事業構成



- STAGE3ではビジネスモデルの違いにより事業構成を再編
- 各事業の特性を最大限発揮し、更なる事業機会の獲得を目指す



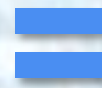
基盤事業

化学品・機能材（工業薬品・樹脂製品・機器類 etc.）のトレーディングに関する事業

市場戦略
(マーケットイン)



商品戦略
(プロダクトアウト)



事業拡大
&
次なる事業の創出

Point 1

エリア戦略の再構築

- ・物流機能の活用・強化
- ・同業等との提携

Point 2

新たなビジネスモデルへの挑戦

- ・電子デバイス、エネルギー産業等をターゲットに事業化推進

Point 3

生産者のサステナビリティへの貢献

- ・産業を支える「生産者」が抱える課題解決に資する商品の提供

パッケージ・新素材事業

食品等のパッケージ及び、プラスチック代替素材（脱プラ・省プラ）等に関する事業

特徴

フィルム加工・卸機能を有する

「独立系商社」

方向性

国内外での

シェア・プレゼンス拡大

Point 1

国内市場での独自のポジション確立

- ・印刷・成型加工機能強化
- ・環境配慮型商品の開発/展開

Point 2

海外市場への深耕

- ・各現地法人における展開
- ・新たなポテンシャル市場への挑戦

Know-how

生活ソリューション事業

日用品・化粧品等の製造受託に関する事業

特徴

製品の原料～OEM製造提案まで

「一貫対応」

方向性

OEM/ODMマーケットで

独自のポジション構築

Point 1

専門人財の強化

- ・専門部署設立による、人財育成
- ・経験者の獲得

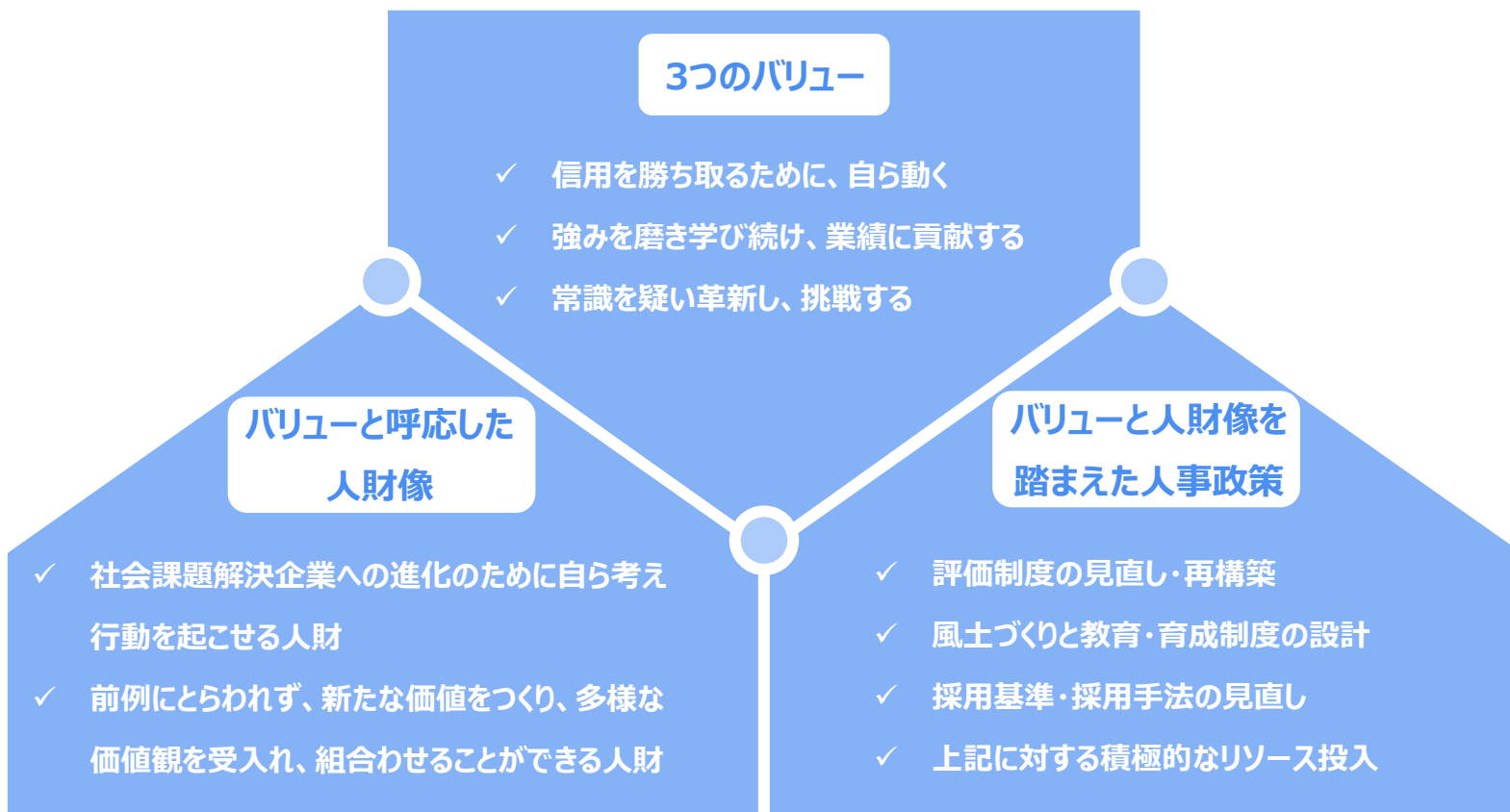
Point 2

協業先の拡大・連携強化

- ・OEM/ODMの対応製品拡大

方針

- 「攻」への意識改革の実現
- 戦略実現のための人財ポートフォリオの実現
- ダイバーシティの実現



中期経営計画：キャッシュ・アロケーション



- 企業価値向上に向けた積極的な成長投資と、安定した株主還元を目指し、最適なキャッシュ・アロケーションを実施

STAGE3 想定キャッシュ・アロケーション（2023年度～2026年度累計）

キャッシュ・イン

営業C/F
(約70億円)

政策保有株式売却
(約40億円)

外部負債・その他
(約30億円)

キャッシュ・アウト

株主還元
(約30～50億円)



成長投資
(約70～90億円)
※最大100億円



免責事項

本資料における、中期的な目標値等、将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報による判断

および仮定に基づいたものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。

そのため、実際の業績等は様々な要因の変化により、将来予想とは異なる結果となる可能性がある旨、

ご承知おきください。