

配信中に頂いたチャット質問へのご回答に関して

2023年8月8日(火)に実施した会社説明会に関しまして、LIVE配信中に多くのチャットコメントを頂き、誠にありがとうございました。お時間の関係上、配信中にお答えできなかったご質問について、下記にて回答させていただきます。

【商材・商流に関して】

Q1. ソーダニッカは、化学会社だと思っていました。今回参加して、苛性ソーダの商社だと知りました。苛性ソーダは、将来永久に、企業に必要なものなののでしょうか。代替えの物質ができるようなことはないのですか。

A. 苛性ソーダは幅広い産業分野で使用されており、人々の生活を支える基礎化学物質です。用途によっては代替品ができる可能性はゼロではありませんが、すべての用途において代替品ができるようなことはないと考えております。

Q2. 御社には「自社工場」はないのでしょうか。

A. 当社単体としては自社工場を保有していませんが、主要拠点に「ケミカルセンター」という物流基地を構えております。ここでは、製造会社様より仕入れた商品を在庫し、濃度調整や小分けの後、販売先様へ出荷しています。ケミカルセンターがあることで、お取引先様の細かなご要望に応えることができいております。

また、グループ会社であるフィルムの印刷・加工を手掛ける(株)日本包装は、製造会社であるため工場を保有しております。グループ会社に製造機能を有していることで、当社のビジネスモデルのひとつである「パッケージ・トータルビジネスモデル」が可能となっております。詳細は説明資料 P.14 をご覧ください。

Q3. 北陸地方に拠点が無いようですが、遠距離の配送は問題無いのでしょうか？

特に、冬場が心配です。

A. 仰る通り、国内では日本海側が手薄であり、強化する余地があると考えております。

また、配送面において、現状では大きな支障は生じておりませんが、物流面では2024年問題等もごございます。こちらに関しては各取引先と連携し、対応していきたいと考えております。

Q4. ソーダそのものの製造を行うことは考えていないのでしょうか。

また、M&A についての考え方をご教示ください。

A. 当社及び当社グループが苛性ソーダそのものを製造することは考えておりません。

一方、中期経営計画にて 100 億円の投資枠を設定しておりますが、その用途の一つとして、エリア強化のための M&A や国内外のビジネスパートナー様との提携を検討しております。候補先につきましては、各事業と相応のシナジーが創出され、収益に適切に貢献することが第一と考えております。

今年 5 月に発表した新中期経営計画の資料にも記載のある通り、同業様との提携は M&A の中では実現となる可能性が高いものと考えております。

Q5. シェアトップの苛性ソーダを取り扱うことできる背景を教えてください。

また、他の商社に対する参入障壁を説明下さい。

A. 当社は、ソーダ製品販売統制会社の解散に伴い誕生し、戦後から今日まで、化学品の安定供給に貢献してまいりました。当社の強みとして、安定した需要供給網があります。拠点数や知見・ノウハウ、ニーズへの適応力で、現在の確固とした地位を確立できているのではないかと考えております。

Q6. 同業他社と御社の国内及び海外での販売シェアはどの様な比率ですか？

A. 販売シェアの他社比較数値は集計しておりません。また、取扱商品が多岐にわたるため、商品によっても変わってきます。主力商品である苛性ソーダに関して言いますと、当社は国内すべての電解メーカー様と取引のある唯一の会社として、国内取扱シェアはトップクラスを誇っております。

Q7. 苛性ソーダ市場は今後どのように成長すると考えておられますか。

A. 苛性ソーダは我々の生活に必要な不可欠な化学物質であり、様々な分野・用途で使用されていることから、国内市場は安定して推移するのではと想定しております。

苛性ソーダの用途のひとつに「排水・排ガス処理」がありますが、こちらは環境課題の解決に直結する部分です。サステナビリティへの注目度が上がっている世の中で必要とされる分野だと感じており、今後も継続的に需要があるものと考えます。

【当社の強みに関して】

Q8. 御社の競合他社は何処になるのでしょうか。また競合他社と比べて御社の強みは何でしょうか。

A. 当社は様々な商品を取り扱っており、商品によって競合先が異なるため、一言で「〇〇が競合先」といえる企業様はございません。

Q9. 利益率が向上しています。

競合企業との価格競争で利益率が低下しないようどのような戦略をとられていますか。

A. 当社の強みは「営業力」です。

- ① 化学に対する知見・ノウハウがあること
- ② 市場の動向や商品市況を正確に把握できていること
- ③ ケミカルセンターを有しており、お取引先様ごとに臨機応変な対応が可能であること
- ④ 販売商品において極端な価格戦略を取らないこと

以上の4点から、当社はお取引先様と信頼関係を構築できており、利益率の向上に繋がっているのではと考えております。

【海外に関して】

Q10. 海外の売り上げを教えてください。

A. 海外取引を「輸出取引」及び「海外現地法人による取引」とした場合、全体の取引額に占める海外取引の割合は、2022年度では5~6%程度と認識しております。

Q11. 海外展開についてはどのようにお考えですか？

売上利益の拡大のため、「世界一の人口大国」であるインドや西欧等、海外進出を一層図るご計画はないのでしょうか？

A. 現時点においては、インドや西欧への進出計画はございません。

中国・ベトナム・インドネシアにある海外子会社の業績向上及びシナジー効果の創出が優先事項であると認識しております。

中期経営計画“Go forward STAGE3”では、各事業戦略の中で海外展開のテーマに取り組むこととし、当社の各現地法人での展開及びグループ総合力を活用した事業拡大を図ってまいります。

【株主還元に関して】

Q12. 配当性向40%は、とてもうれしいです。株主優待も1000株以上で3000円のクオカードです。優待の株数を500株以上に引き下げてもらえませんか。なぜなら、いまは、87万円必要です。一般家庭では、少し高いです。40万円ぐらいなら投資対象として考えられます。

A. 優待制度につきまして、QUOカード3,000円分に加えて「ソーダニッカ・プレミアム優待倶楽部」の優待ポイントを保有株数に応じて付与しております。今年3月より拡充したばかりですので、今のところは、すぐに変更することは考えておりません。ただ、株主・投資家の皆様のご意見や、今後の株価の動向を考慮しつつ、引き続き最適な制度を検討していきたいと考えております。

【今後の課題に関して】

Q13. 東証プライムの要件を満たしていますか？

また、今後も継続的にプライム市場を維持される場合、東証が定める基準をクリアするために何をされますか。ご教授願います。

A. 2023年3月期末において、すべての基準を達成しております。プライム市場への上場維持基準の達成に向けて実施した施策は、中期経営計画“Go forward STAGE2”の目標数値達成、政策保有株式の縮減、IR活動の強化、株主還元の充実等です。

今後につきましても、まずは中期経営計画“Go forward STAGE3”に掲げる成長戦略を実行し、着実に成果を上げると共に、将来を見据えた最適な自己資本を追求することで資本効率・資本収益性を高め、プライム市場への上場を維持していきたいと考えております。

Q14. 対処すべき課題についてお聞かせください。

A. サステナビリティへの取組みを経営の最重要課題であると捉えています。長期ビジョンにて掲げております通り、当社グループは「豊かで持続可能な社会」を目標としております。目指す社会の実現に向け、中期経営計画への取組みや、社会課題の解決に資する次世代ビジネスの創出を強化してまいります。

Q15. 脱炭素についてはどのような対策を考えていますか。教えてください。

A. 当社は2006年3月より「エコアクション21」の認証を受けております。

二酸化炭素排出量削減に向けた主な取組みと致しましては、広島大野ケミカルセンターでの太陽光発電設備利用、ケミカルセンター及び本社事務所におけるCO₂排出量ゼロ電力の導入、環境関連商品の販売、環境配慮型素材への取組みとなります。

Scope1・2への対応も含め、今後も積極的に二酸化炭素削減及び温室効果ガス削減へ取り組むことで、カーボンニュートラルに貢献してまいります。

【人事政策について】

Q16. 人材の採用は予定通り進んでいるのですか。

A. 売り手市場の中でも、現状は予定通り採用できております。

Q17. 御社の基幹従業員の主な給源と入社後の育成の概要を教えてください。

A. 総合職の主な給源は新卒採用となります。入社後は資格試験の補助があり、資格を取得しやすい環境が整っております。また、入社半年後研修や若手研修等、継続的に研修を実施しております。

Q18. 社員教育で一番大事にしている事は何ですか。

A. 当社では、「社員こそ企業にとって最も重要な経営資源である」との認識に立ち、自立的な人財の育成を重要視しています。昨今では階層別研修を導入致しました。

また、意欲のある社員には更なる能力アップを図るべく、自己啓発の支援を実施しています。これからの事業展開においては、化学分野の専門知識だけではなく、ニーズを形にする提案力が重要となりますので、今後の更なる教育に力を入れていく所存です。

Q19. 社員のモチベーションを上げるにはどのような施策をしているか。

A. 社員のモチベーション向上を図る施策の一つとして、本社では2020年に大型レイアウト変更を実施しました。その他の各拠点でも、働きやすい環境づくりを順次進めております。また、昨年度は、次期中期経営計画における更なる企業価値増大に向けた従業員のモチベーションアップのため、従業員持ち株会を通じた株式付与を実施致しました。

Q20. 御社における女性・高齢者・外国人の活用の現状と将来についてお聞かせください。

A. 当社では、人財の多様化と育成が中長期的な企業価値向上につながると考えており、性別・年齢・国籍・障がい等に関わらず、当社の事業推進に必要な人財を積極的に採用・登用しています。まず、女性の採用についてですが、当社グループの従業員の男女比率は2023年3月末日時点でおおよそ2:1となっております。社内における女性総合職は近年増加傾向にあり、職場定着も進んでおります。また、女性管理職は現在4名おります。次に、高齢者雇用に関して、定年後の再雇用制度を就業規則にて定めており、嘱託員として65歳の誕生日の末日までを雇用期限としております。なお、定年延長や70歳までの就業機会確保への対応については、検討中です。最後に、外国人雇用に関しては、必要に応じて採用しております。現時点で数値情報は開示しておりませんので、公表は差し控えさせていただきます。

Q21. 障がい者雇用率を教えてください。

A. 法の趣旨に則り障害者の雇用を進めていますが、従業員数及び対象者数の変動もあり、現時点では法定雇用数には達していません。今後も障害者雇用の一層の促進に努めてまいります。なお、現時点で数値は開示しておりませんので、公表は差し控えさせていただきます。

【その他のご質問】

Q22. ロシアのウクライナ進行は、原材料などソーダニッカの材料調達に影響はなかったのですか？

A. ロシアやウクライナから輸入品が入らないなどの直接的な影響はありませんでした。

ただ、間接的な影響として、資源・材料価格の高騰による商品の価格改定などにより、当社としてはプラスの影響がございました。

一方で、当社グループに関係の深い化学産業を中心とした国内製造業においては、上記の資源・材料高が引き続き影響することが懸念され、下振れリスクとなる可能性もございます。

Q23. 知名度アップの施策を教えてください。

A. 半期ごとに機関投資家を対象とした決算説明会を実施しており、加えて昨年度より、個人投資家様向けの説明の場も積極的に設けております。今年度より IR に特化した部署を新設したため、同部署を中心に IR 活動の更なる活性化を目指してまいります。

以 上