

Go forward

化学のコーディネーターが挑む、
新たな成長領域

 ソーダニッカ株式会社



東証プライム
市場

8158



化学品



電気自動車

苛性ソーダ



水道水



紙製品

自己紹介

苛性ソーダ
国内販売シェア
トツプシェア



例えば、「苛性ソーダ」はこんなことに用いられます

工場から出る煙を綺麗にします



お伝えしたいこと

本日、お話しするテーマは3つです

1

ソーダニツカの強み

顧客基盤と
コーディネート力

2

成長領域

商社＋複合サービス
で挑む新領域

3

業績・株主還元

確かな事業・
充実の株主還元



ソーダニツカの強みは
「顧客基盤とコーディネート力」

専門商社とは？

特定の業界・分野に特化した商社

細かなニーズ
への対応力

業界特化の
専門力

培った
リスク管理能力

ソーダニッカの強み「顧客基盤」

「顧客基盤」

国内仕入先・顧客数

3,500社超



安定した 需給供給網



豊富な 専門人材

毒物劇物取扱責任者

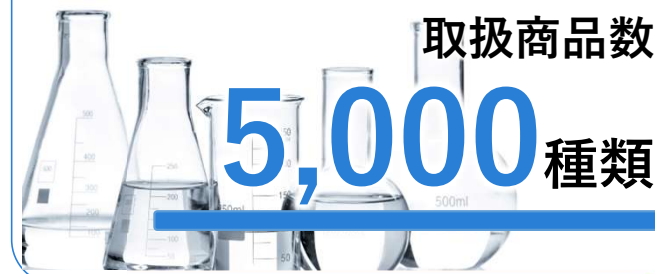
159 / 279名



充実の 取扱商品数

取扱商品数

5,000 種類



ソーダニッカの強み「コーディネート力」

「コーディネート力」

国内仕入先・顧客数

3,500社超



**顧客の
課題発見力**



**ニーズを
形にする提案力**



**化学に対する
知見とノウハウ**

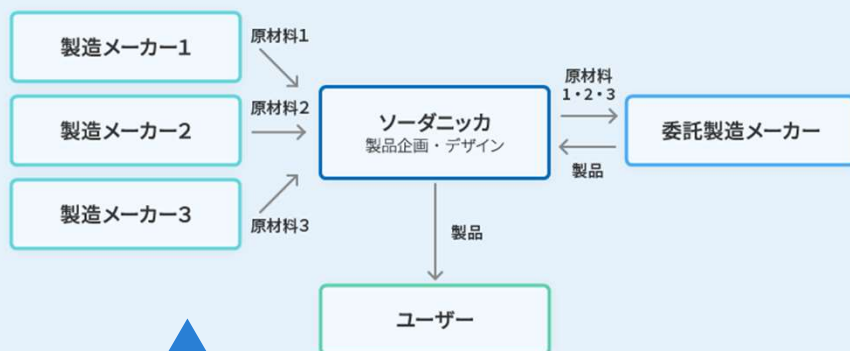
創業

70年以上



「コーディネート力」を活かすビジネスモデル

加工販売 ビジネスモデル




製品の仕様を定め
それに従い原材料を調達、
製造をメーカーに委託する
ビジネスモデル

■共同開発事例

DR.APATITE ×  ソーダニッカ株式会社
Dr.アパタイト株式会社 ソーダニッカ株式会社



『汚れを落とし再生する』
新生薬用メソッド



商 社+複合サービス

新たなビジネスモデルで挑む成長領域

ビジネススタンスの変化



(現在の考え方)

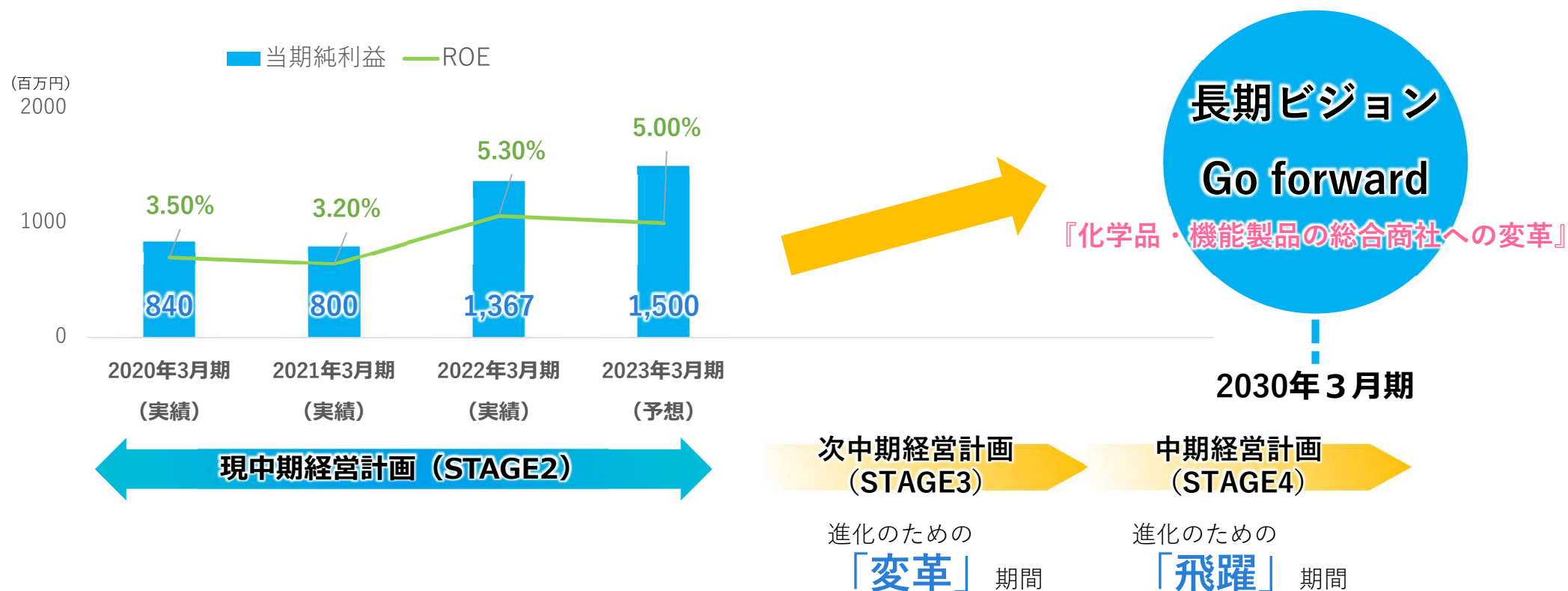
マーケットイン

市場や顧客のニーズをくみ取り
材料・素材をコーディネート



中期経営計画「Go forward (STAGE2)」

現行中計 (STAGE2) はマーケットインの発想で市場を設定。
目標数値はほぼ達成。



中期経営計画「Go forward STAGE2」の重点戦略

【海外事業】アジア市場の開拓へ再チャレンジ ・グループ総合力を活用し、国内外企業との提携を推進		
【国内市場】再構築市場 パッケージ・機能材事業 ・グループ内の人材・設備等の経営資源を統合活用し、収益力を改善	【国内市場】成長市場 生活産業 ・ビジネスチェーン構築による付加価値提供により、次の収益柱へ向け事業拡大	【国内市場】重点開拓市場 インフラ産業 ・社会インフラの構造変化をテーマに需要開拓を行い、次の収益源としてのベース
【国内市場】収益基盤の徹底強化 ※最重要課題 化学品及びその周辺機器類のビジネスにおけるシェア拡大		
【人事政策】強化と多様性 ・人材の強化(人材教育・人材獲得) ・働き方改革の導入と推進	【財務政策】積極投資と株主還元と資本効率向上 ・東証市場再編を踏まえた財務運営 ・投資資金100億円の調達と資本効率向上 ・株主還元の追求	

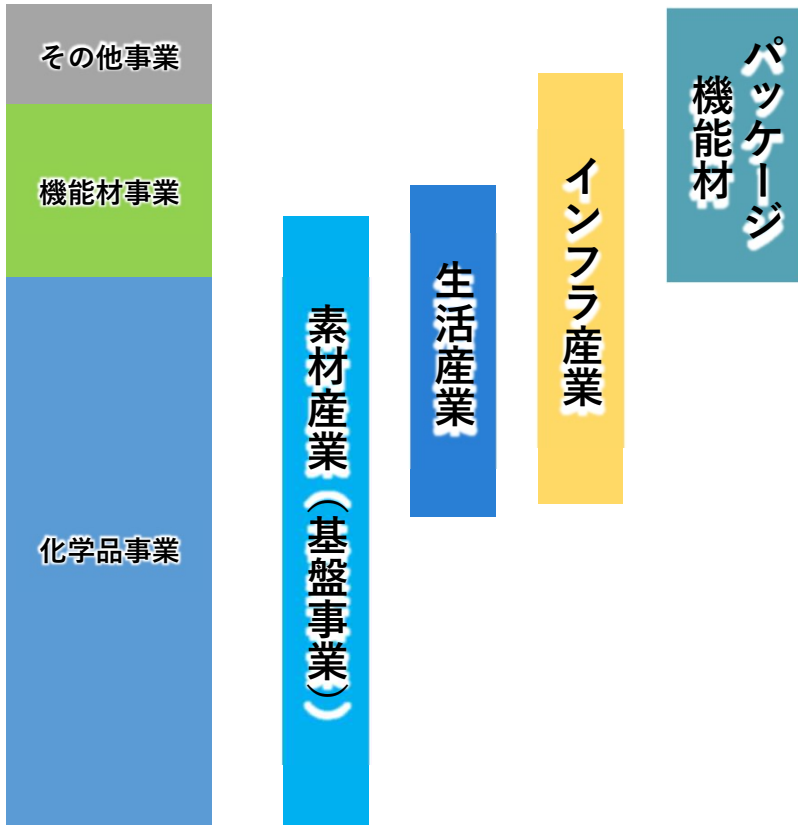
【社会的課題への対応】SDGsへの取組み



開示セグメントと中計事業区分

開示セグメント

中計事業区分



2022/2Q

最終製品のイメージ

素材産業（基盤事業）



ガラス

紙

インフラ産業



水道水

産業機械・設備

生活産業



日用品
(例：石鹼・洗剤)

蓄電池

半導体

パッケージ・機能材



食品パッケージ

中期経営計画「Go forward STAGE2」の重点戦略

素材産業

既存領域

収益基盤の徹底強化



化学製品



ガラス



紙

目的	化学品・その周辺機器類のビジネスの シェア拡大	
地域セグメント	日本国内市場	
戦略テーマ: 製造工場と需要地の距離によって、競争環境や物流コストの影響度が異なるため重要	エリア強化策	野津善助商店のM&A 広島大野ケミカルセンターの増強
	物流	

生活産業

BtoC領域

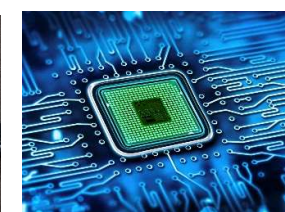
成長市場



日用品



蓄電池



半導体

目的	ビジネスチェーン構築による付加価値提供により、 次の収益柱へ向け事業拡大
地域セグメント	日本国内市場
戦略テーマ: 日用品スモールマス市場におけるトータルサポートニーズの取込み（受託提案の強化）	<ul style="list-style-type: none"> ① 人員体制の強化 ② 優良外注企業様との連携強化 ③ 中小ブランドホルダークライアントへの差別化提案力の強化

中期経営計画「Go forward STAGE2」の重点戦略

インフラ産業

重点開拓市場

その他
領域



産業機械・設備



水道水



航空機部品向け表面処理

目的	新規需要開拓を行い、 将来の収益化を目指す
地域セグメント	日本国内市場
戦略テーマ: 社会インフラの構造変化を テーマに新たな市場を開拓	<ul style="list-style-type: none"> ① バイオマス燃料の販売体制の構築 ② 新土木工法の共同開発 ③ 航空機部品向け表面処理設備の展開

パッケージ 機能材

再構築市場

BtoB領域



食品パッケージ



商社+複合サービスの
ビジネスモデルを
活かせる領域

目的	人材・設備等の経営資源を統合活用し、 収益力を改善
地域セグメント	日本国内市場
戦略テーマ: 製造機能を有する「商社」 という立場を活かし、 フィルムサプライチェーン 全体での付加価値向上を 目指す	<p>■ 製販一体体制の整備・強化</p>

現在**3か国**（中国・ベトナム・インドネシア）に拠点を展開、

COVID-19からの回復を見極めつつ、

パッケージ機能材事業を強化



市場のニーズを形にする

マーケットインの発想で サステナブルな社会を捉える

環境配慮型
材料・素材を
コーディネートし
顧客の課題を解決する

パッケージ・機能材事例 LIMEXとは？

環境に配慮した プラスチック・紙の代替素材 LIMEX

炭酸カルシウムなどの無機物
(石灰石)



熱可塑性樹脂

既存設備を用いて、
素材の製造と成形が可能

インフレーション成形

- レジ袋
- ショッパー
- 包装フィルム



真空成形

- 食品容器
- プリスター材
- コップ



射出成形

- 文具
- 各種容器
- 工業部品



押出成形^{*}

- 建築資材
 - 異形押出品
 - シート
 - フィルム
- (既存の印刷機で印刷物制作が可能)



ブロー成形

- ボトル
- チューブ



спанボンド成形

- 不織布



A blue-tinted photograph of a business meeting. Several people are gathered around a table, looking at and pointing to various documents, charts, and a calculator. The scene is professional and focused on data analysis.

好調な業績にみる 確かな事業

2023年3月期第2四半期 決算サマリー

原燃料価格の上昇、円安への速やかな対応から、
利益は修正予想をも上回り、前期比でも大幅な増益を達成

- 売上高 : 化学品・機能材事業共に各商品の価格改定等が売上に寄与
- 営業利益 : 売上総利益の増加、販管費の増加抑制により前期比+47.9%増益
- 当期純利益 : 経常利益の増加により前期比+54.5%の増益、過去最高益を更新

単位：百万円

	2022/3月期 第2四半期	2023/3月期 第2四半期	増減額	増減率	2023/3月期 2Q修正予想*	修正 予想比
売上高	26,480	30,027	+3,546	+13.4%	30,200	99.4%
売上総利益	3,505	3,944	+438	+12.5%	-	-
販売費及び一般管理費	2,942	3,111	+169	+5.7%	-	-
営業利益	563	833	+269	+47.9%	740	112.7%
経常利益	655	1,092	+436	+66.6%	940	116.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	515	797	+281	+54.5%	670	119.0%

2023年3月期 業績予想


経済減速懸念はあるものの、為替・市況変動への対応、及びビジネスモデル変革への取組み推進を勘案し、当初予想から上方修正

- 原燃料価格の高騰、円安を反映した価格改定に継続的に取り組む
- 為替・市況の状況により経済減速リスクはあるが、取り組んできた新たなビジネスの育成でカバー

単位：百万円

	2022/3月期 実績	2023/3月期 予想*	増減額	増減率
売上高	55,508	61,100	+5,591	+10.1%
営業利益	1,252	1,660	+407	+32.5%
経常利益	1,553	2,110	+556	+35.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,367	1,500	+132	+9.7%

*2022年11月4日修正発表



充実の株主還元策

株主還元

普通配当で前期比増配を予定。配当性向40%以上の定常化を目指す

■継続的に配当性向

30%以上を確保

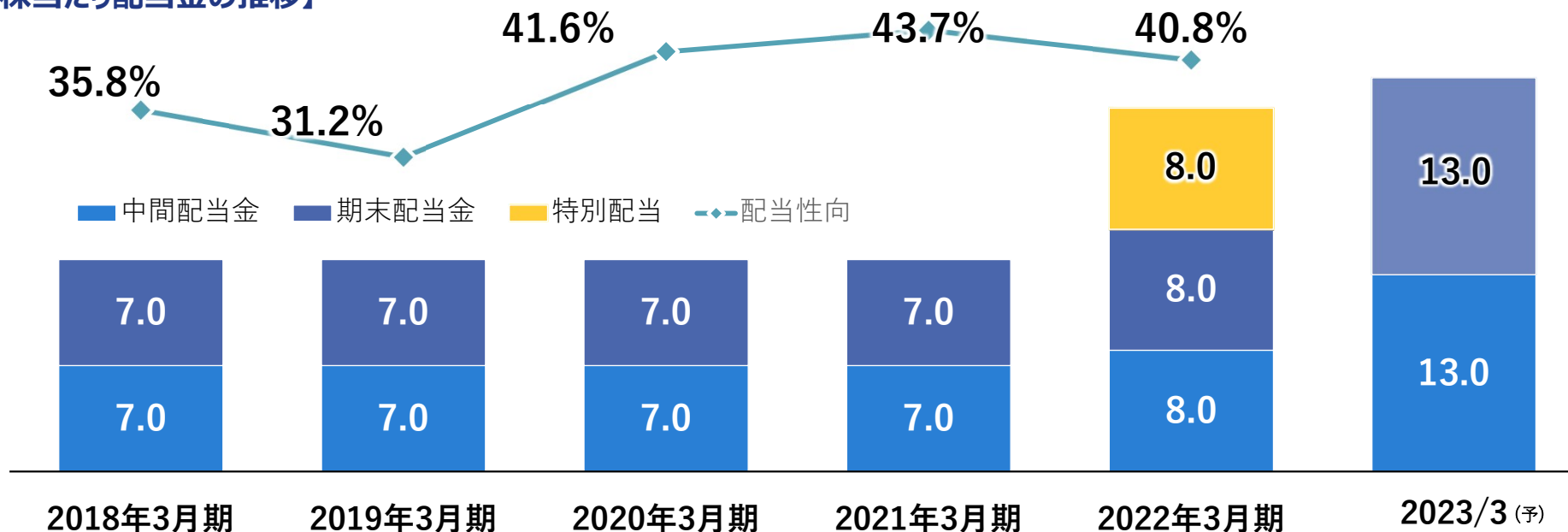
■第2四半期末の配当

当初計画の10円から13円への増配

■2023/3期末の配当

当初計画の10円から13円に増配を予定

【1株当たり配当金の推移】



株主優待を変更



1,000株以上保有の株主様に
クオカード3,000円分を贈呈



1,000株以上保有の株主様に
クオカード3,000円分を贈呈



プレミアム優待倶楽部

保有株数に応じて
優待ポイントを贈呈

これまで



2023年3月31日～

※長期保有優待は廃止

プレミアム優待倶楽部

プレミアム優待倶楽部

保有株数に応じて
優待ポイントを贈呈

5,000種類以上の商品から交換できる 株主様へのプレミアム優待「贈る楽しみ」

ソーダニッカ株式会社
ソーダニッカ・プレミアム優待倶楽部

**5,000種類以上の優待商品から
ポイントと交換!**

株主優待ポイントに応じた商品への交換ができます

50,000 point ~ (50,000株~) の対象優待商品例



とらふく料理 4種



うなぎバラエティー 詰め合せ 6~7人前



<米沢牛 養牛>
米沢牛焼ステーキ ロース1塊550g、モモ肉2枚 (計1200g)



<カドール>
加湿器 STEM 630I
クールグレー HM-C630I-CG

40,000 point ~ (2,500株~49,999株) の対象優待商品例



宮崎牛 予煮焼 & 焼肉用
予煮焼用1.1kg・焼肉用1.1kg



<タイソン>
Dyson V8 Fluffy Extra SV10 TI



<カドール>
除湿脱臭機 SAP SAP-001



<アメリカンツアーリスター>
FRONTEC SPINNER 68 JET BLACK

22,000 point ~ (2,000株~2,499株) の対象優待商品例

ご清聴ありがとうございました

本資料は、2023年1月12日現在の当社グループの事業内容、経営戦略、業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載した意見や予測等は資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

ソーダニッカのIRに関するお問い合わせ先

総務部 総務・広報グループ

TEL : 03-3245-1802

<https://www.sodanikka.co.jp/ir/>