

ステークホルダーの皆さまにお伝えしたい3つのこと

Q1 中計3事業の強みと稼ぐ力はどこにあり、それをどう強化するのか

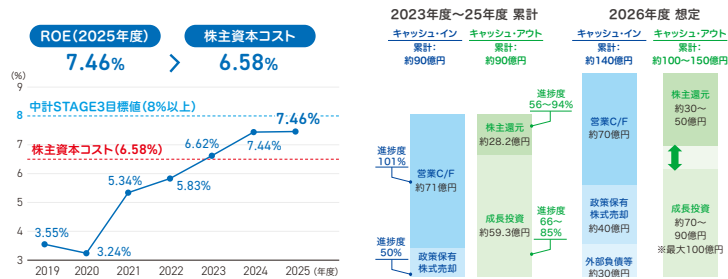
A 「基盤事業」は、豊富な取引実績と全国の拠点、多様な物流手段が強みです。サプライチェーンではいわば川上が中心で収益が安定しています。「パッケージ・新素材事業」は、商社機能とコンバーティング機能を有し、広範な取引先との連携により新素材開発や最適な包材提案ができるのが強みです。「生活ソリューション事業」は、顧客課題に対して原料・包材・製造・物流までワンストップで対応できるのが強みです。これら2事業はサプライチェーンの川下で、収益力が高い傾向にあります。今後は「基盤」の事業規模を着実に伸ばしつつ、「パッケージ・新素材」と「生活ソリューション」を合わせて「基盤」と同程度の規模に拡大することで、会社全体の利益率を向上させていきます。



▶ トップメッセージ P.8-11 ▶ 中計のビジネスモデルと競争優位性 P.16-23

Q2 資本効率はどう改善させるのか

A STAGE3の経営指標である「ROE8%以上」の早期達成を目指します。まず優先すべきは分子（純利益）の増大です。STAGE3で定めた成長投資枠（最大100億円）を活用して、成長投資を実行し、それを取引効率の向上や利益成長へと結びつけ、投下した資本が着実にリターンを生む好循環を積み重ねていきます。さらに政策保有株式の売却などにより分母（株主資本）を減らします。売却によって生まれた原資をさらなる投資へ活用し、株主還元の充実を図ります。



▶ Go forward STAGE3「変革」3年目の手応えと今後の展望 P.14

Q3 事業を支える経営資本の強みは何か

A 当社にとって「人的資本」は最大の経営資源です。効率良く収益を上げられる人財の育成に注力しています。当社の強みは創業以来築き上げてきた取引先との信頼関係です。現在5,000品目を超える化学品を取り扱い、3,500社を超える取引先とのネットワークを形成しています。さらに、全国に広がる販売網や、製造・加工で新事業をけん引する日本包装、OEM/ODM委託先との連携、物流ハブとなるケミカルセンターや物流倉庫などの「販売・製造・物流資本」が、顧客への提供価値を高めています。



▶ 経営資本 P.24-26

ソーダニッカグループ 統合報告書 2026 CONTENTS

■ Introduction

ステークホルダーの皆さまにお伝えしたい3つのこと 02

目次 03

ソーダニッカグループの企業理念体系 04

編集方針・情報開示体系 05

ソーダニッカグループ 成長の歴史 06

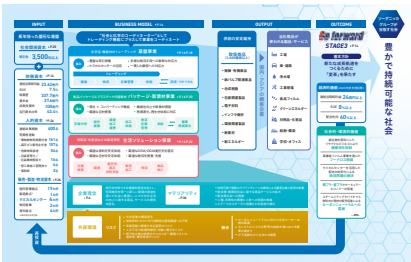
■ トップメッセージ



代表取締役 社長執行役員
目崎 龍二

■ 価値創造ストーリー

価値創造プロセス 12



Go forward STAGE3「変革」3年目の手応えと今後の展望

取締役常務執行役員 財務戦略統括責任者 岩淵 修 14

中計のビジネスモデルと競争優位性

3事業区分のバリューチェーンが生み出す財務・非財務価値と強み 16

基盤事業 18

パッケージ・新素材事業 20

生活ソリューション事業 22

経営資本

人的資本 24

社会関係資本 25

販売・製造・物流資本 26

■ 開示セグメント概況

化学品事業／機能材事業／その他事業 27

■ コーポレート・ガバナンス

役員紹介 28

基本の考え方／コーポレートガバナンス体制の概要 等 30

取締役会の審議事項と議論の状況(社外取締役より) 32

コンプライアンス／リスクマネジメント 34

■ サステナビリティ・マネジメント

サステナビリティ・マネジメント 35

マテリアリティ(重要課題)の指標と目標 36

■ 環境 37

■ 社会 40

■ Data

11カ年財務データ／非財務データ 42

企業情報 44

