

# 新中期経営計画ご説明会

*Go forward STAGE 1*

 ソーダニッカ株式会社

2016年6月22日

# 1. 現状分析

# 2. 長期ビジョン

# 3. 中期経営計画

**Go forward STAGE 1**

**長期ビジョン**

**Go forward**

**中期経営計画  
(2016年度～2018年度)**

**Go forward STAGE 1**

# 1. 現状分析

# 1. 現状分析:外部環境

SODA NIKKA CO.,LTD.

## グローバルレベルでの産業構造の変革が、 前中期経営計画時より加速度的に進行

成長が期待できる領域へのシフトが重要

【マクロ経済】

東京オリンピック

政府の方向性

競争力ある産業

拡大する海外市場

【化学産業】

高付加価値化

活力ある産業

6つの  
注目領域

どのような戦略で  
アプローチをかけるか

環境・インフラ

高機能素材

健康・ヘルスケア

輸送・一般機器

アジア

化学産業

# 1. 現状分析:内部環境

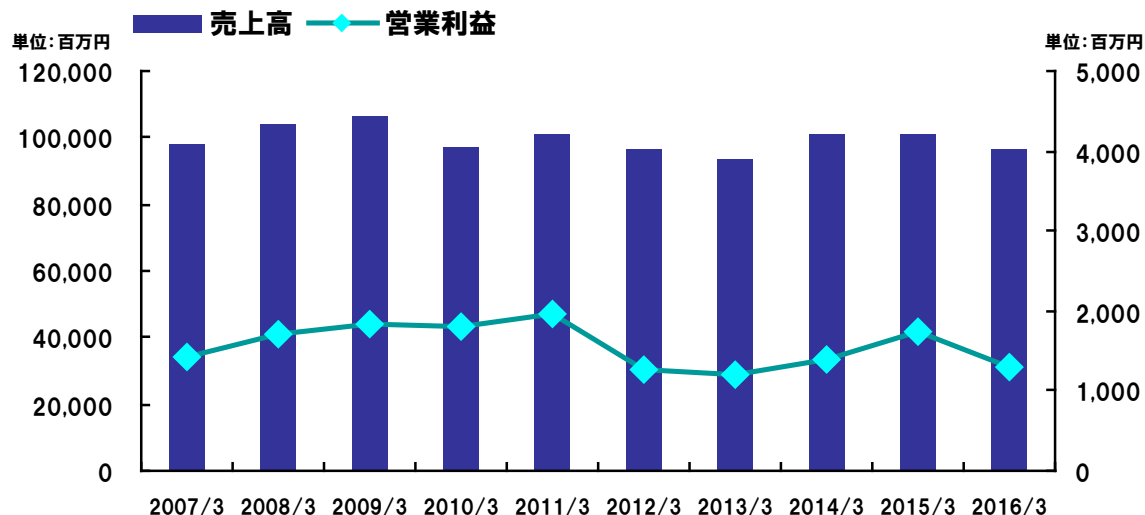
SODA NIKKA CO.,LTD.

## 安定した経営基盤を持つが、 変化への対応がスピーディに行われていない

[業績トレンド]

単位:百万円

決算年月	2007/3	2008/3	2009/3	2010/3	2011/3	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3
売上高	97,692	104,150	106,595	97,511	100,997	96,484	93,502	101,335	100,857	96,323
営業利益	1,420	1,696	1,821	1,808	1,957	1,273	1,218	1,399	1,736	1,292

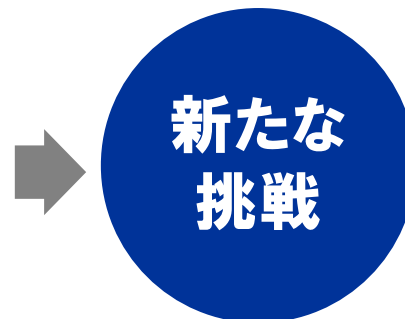


チャレンジ  
不足

## 外部(市場)の変化に対して、 内部(事業・営業等)の体制が未整備

安定した経営基盤を活用し、体制を整備することでチャンスは大

	プラス面	マイナス面
内部環境	<ul style="list-style-type: none"><li>●全国展開</li><li>●無機薬品を中心とした安定的な基盤を持っている</li><li>●堅実経営・財務基盤が安定している</li><li>●多数の優良顧客(国内)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●新分野(市場)への展開ができていない</li><li>●企業としてのチャレンジ不足(安定志向)</li><li>●優良顧客に対する提案力不足(会社及び営業)</li><li>●海外市場における経験不足・体制不十分</li></ul>
外部環境	<ul style="list-style-type: none"><li>●輸入品の需要増加</li><li>●取引先・顧客(日系優良企業)の海外進出</li><li>●環境規制強化(排ガス・土壌等)</li><li>●新興国市場の拡大</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●国内市場が全体的に減少</li><li>●商習慣が変化してきている</li><li>●新興国市場が主戦場に(競争激化)</li><li>●国内仕入れ先の統廃合</li></ul>



企業理念をもとに、  
激動する国内外の産業界の中で、活躍し続けるために  
“あるべき姿・ありたい姿”を設定

〔企業理念〕

時代を先取りする積極的経営を旨とし、  
信用維持を第一に新しい価値の創造を通じて社会に貢献し、  
人々の文化生活の向上に資する商品、サービスの提供を図る。



## 2. 長期ビジョン

〔長期ビジョン〕

# Go forward

**基礎化学品主体の専門商社から脱却し、  
アグレッシブな化学品・機能製品の総合商社への  
変革を目指す**

## 2. 長期ビジョン:キーワード

SODA NIKKA CO.,LTD.



をキーワードに

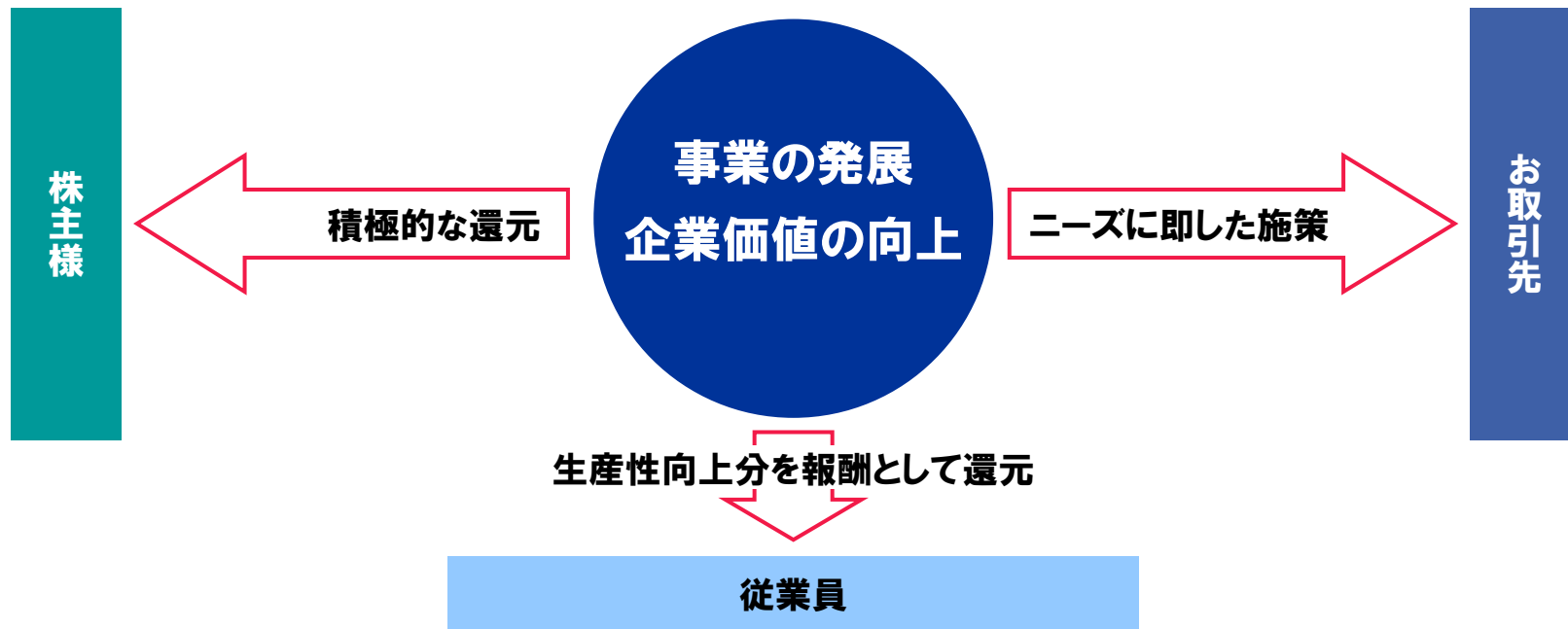
- 【**攻勢**】 国内市場の5つの成長事業領域
- 【**加速**】 アジアビジネス拡大へ**攻勢**
- 【**刷新**】 闘い**攻**める集団



## 2. 長期ビジョン:ステークホルダーとの関わり

SODA NIKKA CO.,LTD.

長期ビジョン達成への様々な改革を通じて、  
各ステークホルダーにより積極的に関わりを持つ



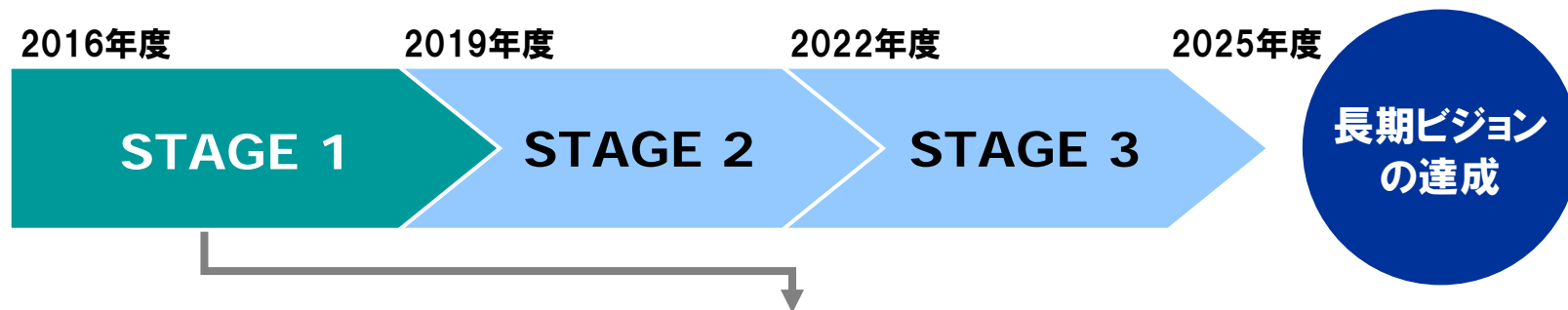
# **3. 中期経営計画**

## **Go forward STAGE 1**

### 3. 中期経営計画:位置づけ

SODA NIKKA CO.,LTD.

長期ビジョン達成に向けた第1ステージとして、  
これからの成長を支える土台づくりを行う



**Go forward STAGE 1**

意識・行動・経営の改革を図り、  
これからの成長を支えるための土台をつくる

## Go forward STAGE 1

- ✓ 成長が期待される領域・分野への提案営業を推進
- ✓ 国内市場が伸び悩む中、海外展開をより一層本格化
- ✓ 活力ある企業風土を生み出すために、人事制度を見直し
- ✓ ステージ2、3で予定される積極投資を可能とする財務基盤を整備

**トップラインを重視**

### 3. 中期経営計画:成長戦略①-国内市場

SODA NIKKA CO.,LTD.

**国内市場を5つの事業領域に分け、更なる深耕を図る。**

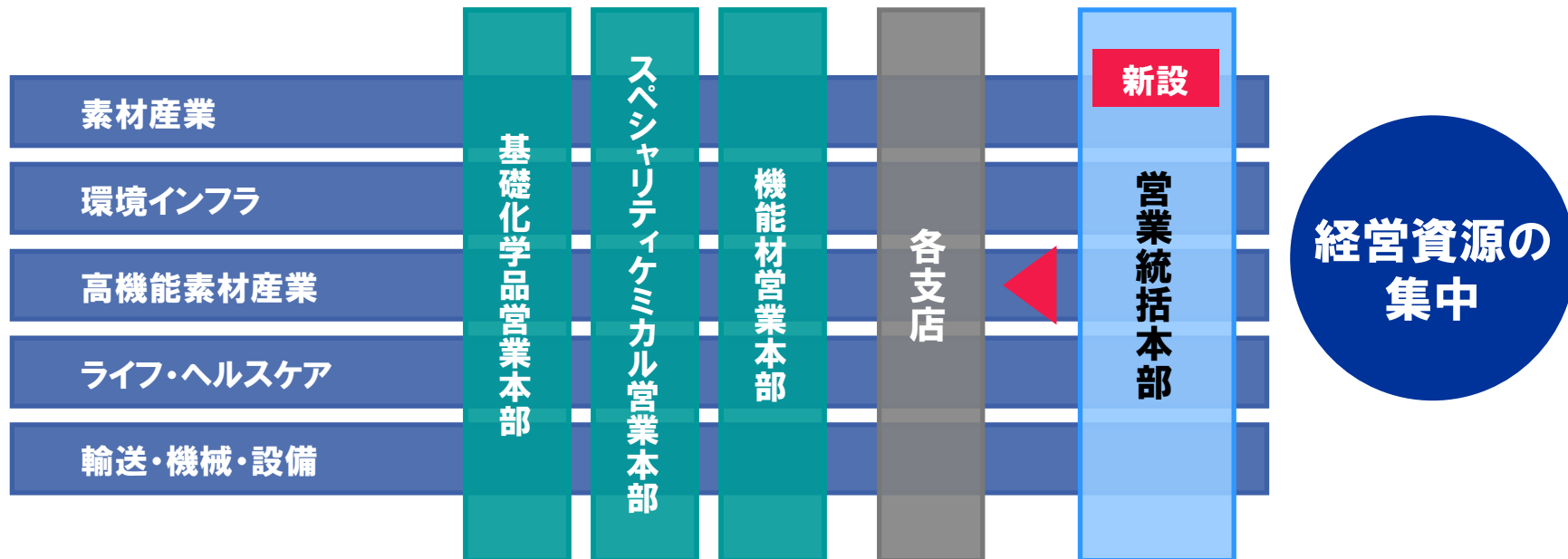
領域名	注力業種
素材産業	化学、製紙、鉄、非鉄、石油、窯業
環境インフラ	水、ゴミ、建設、プラント、エネルギー
高機能素材産業	電子、電池、樹脂
ライフ・ヘルスケア	生活産業(石鹼・洗剤、日用品、食品・飲料、化粧品)、農業、医療・介護、医農薬
輸送・機械・設備	自動車、その他の輸送機器、産業機械、プラントエンジニアリング、住設建材



### 3. 中期経営計画:成長戦略①-国内市場

SODA NIKKA CO.,LTD.

## マーケティング活動を行う「営業統括本部」の新設と マトリクス型事業体制を確立



### 3. 中期経営計画:成長戦略②-海外展開

SODA NIKKA CO.,LTD.

## 海外ネットワークの強化

海外

中国現地法人設立

2006年3月

インドネシア拠点の現地法人化

2012年3月

ベトナム現地法人立ち上げ

2014年9月

モリス株式会社の子会社化

2015年3月

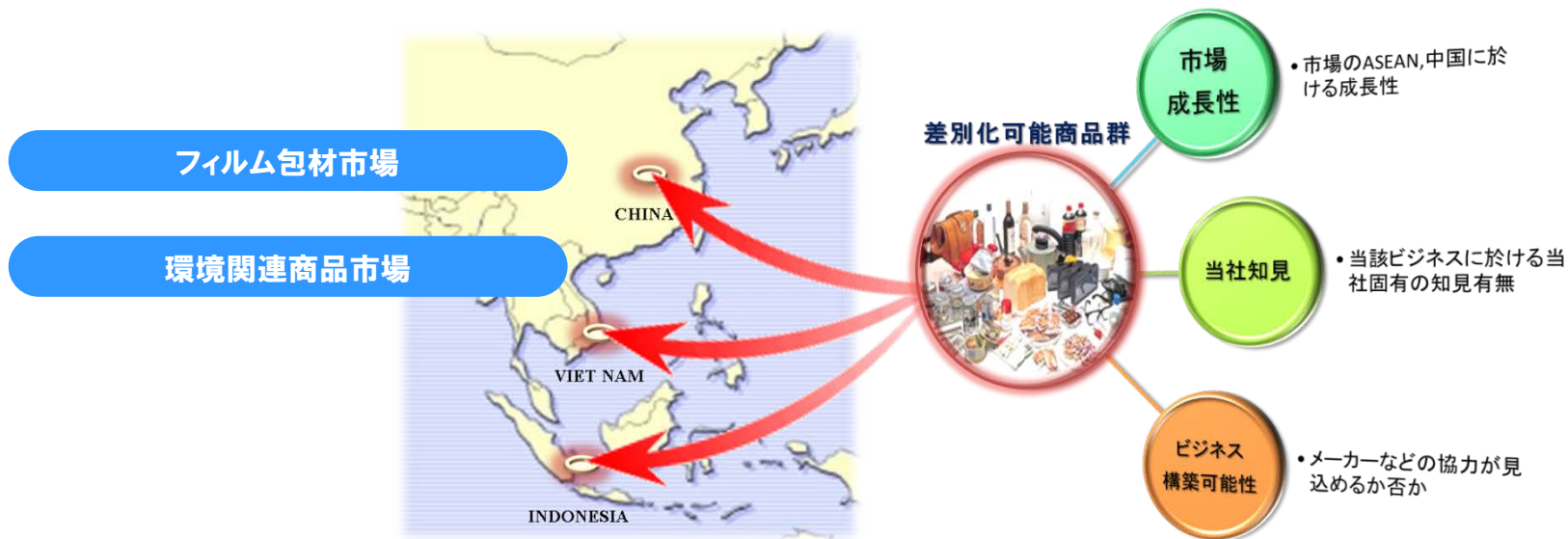


### 3. 中期経営計画:成長戦略②-海外展開

SODA NIKKA CO.,LTD.

## 国内市場が伸び悩む中、海外展開をより一層本格化

現地法人の現地化を推進すると同時に、  
当社の知見を活かせる「差別化可能商品」を販売拡大



### 3. 中期経営計画:成長戦略③-人事制度

SODA NIKKA CO.,LTD.

## 活力ある企業風土を生み出すために、人事制度を見直し

人事改革

「ソーダニッカグループ」の業績向上につながる社員の「闘い攻める姿勢」を評価し報いることで、「ソーダニッカグループ」とともに社員が持続的に成長し続けるような人事制度の構築を目指す。

〔評価制度〕



### 3. 中期経営計画:成長戦略④-財務基盤

SODA NIKKA CO.,LTD.

## ステージ2、3で予定される積極投資を可能にする 財務基盤を整備

①保有資産の見直しを行い、資産効率の向上を図る

②幅広く資金調達手段を検討

③様々な可能性を見据えた財務基盤の整備

## 4. 中期経営計画:数値目標

SODA NIKKA CO.,LTD.

### 〔STAGE 1の目標〕

	2015年度実績 実績	2018年度 目標
売上高	964億円	1,300億円
営業利益	12億91百万円	20億80百万円
営業利益率	1.3%	1.6%以上

配当性向については30%以上を目標とする

**長期ビジョン**

**Go forward**

**中期経営計画  
(2016年度～2018年度)**

**Go forward STAGE 1**

## 〔経営の最重要課題〕

コンプライアンス

環境貢献活動



コーポレートガバナンスの充実



ステークホルダーの信頼に応える

企業価値の向上



**本資料の内、業績見通し等は、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、判断や仮定に内在する不確定性および今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、実際の業績等が目標と大きく異なる結果となる可能性があります。**