

|| 企業調査レポート ||

## ソフト99コーポレーション

4464 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年6月19日(水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2024年3月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	02
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. ファインケミカル事業	05
2. ポーラスマテリアル事業	06
3. サービス事業	07
4. 不動産関連事業	07
■ 業績動向	08
1. 2024年3月期の業績概要	08
2. 事業セグメント別動向	09
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	15
1. 2025年3月期の業績見通し	15
2. 中期経営計画の進捗状況	16
■ 株主還元策	20

## ■ 要約

### 半導体製造用消耗部材の拡大もあり、 2025年3月期は2期連続増益を見込む

ソフト99コーポレーション<4464>は、カーワックスや洗浄剤、補修材などのカー用品の大手である。子会社で展開するポーラスマテリアル事業は半導体製造用の精密洗浄材で高シェアを持ち、医療分野への展開も推進している。そのほか、子会社で自動車整備・钣金事業、自動車教習所、温浴施設の運営事業なども展開している。既存の主力製品において高い市場シェアと収益力を持ち、強固な財務基盤を構築していることが強みとなっている。

#### 1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の連結業績は、売上高で前期比1.0%減の29,874百万円、営業利益で同9.9%増の3,579百万円となった。売上高は新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の収束に伴うメガネケア製品の落ち込みや、半導体市場の調整による半導体製造用消耗部材の落ち込みが響いて減収となった。利益はファインケミカル事業で値上げが浸透したことやポーラスマテリアル事業で稼働率が適正水準に戻ったことによる原価率の改善が寄与し、2期ぶりの増益に転じた。

#### 2. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の連結業績は、売上高で前期比1.9%減の29,300百万円、営業利益で同0.6%増の3,600百万円を見込む。売上高はファインケミカル事業において海外向け他社商品の販売を終了したこと、並びに温浴事業で1店舗（尼崎店）を2024年3月末で閉店したことが1,850百万円の減収要因となり、同要因を除けば実質4%増収となる見込みだ。営業利益も同じく120百万円の減益要因となり、実質4%増益となる。ファインケミカル事業において、自動車分野の一般消費者向け製品や業務用製品が拡大するほか、ポーラスマテリアル事業において半導体製造用の消耗部材の回復が見込まれている。消耗部材の生産能力は生産スループットの向上により1.2～1.3倍に増強する。なお、温浴事業の閉店店舗跡地にはIR・インバウンド需要の拡大を取り込むべく和食をベースとした飲食店モールの企画開発を進めており、2026年3月期中の開業を予定している。

## 要約

### 3. 中期経営計画の進捗状況

2024年3月期からスタートした3ヶ年の中期経営計画では、「Evolve!!～進化せよ!!～」をテーマに、デジタルを活用し、心揺さぶられるアナログ的（エモイ）価値を創り出す『ヒト（人財）』を育て、その価値を通じて社会課題の解決に貢献する方針を掲げた。重点施策として「価値提供方法の多様化」「海外展開強化」「医療分野強化」の3点に取り組み、積極的な設備投資と合わせて「デジタルの活用」による高付加価値製品・サービスの提供により、利益成長と資本効率の向上を目指す。2026年3月期の経営数値目標は、売上高で31,700百万円、営業利益で3,780百万円、ROICで8.1%（2023年3月期実績7.1%）としており、初年度となる2024年3月期は営業利益ベースでファインケミカル事業が計画を下振れたものの、ポーラスマテリアル事業の上振れに伴い、全体では会社計画の3,270百万円を上回るなど順調な滑り出しとなった。2024年4月以降、海外向け他社商品の販売終了等による影響で売上高についてはハードルが高くなったものの、営業利益では射程内にあると弊社では見ている。

### 4. 株主還元策

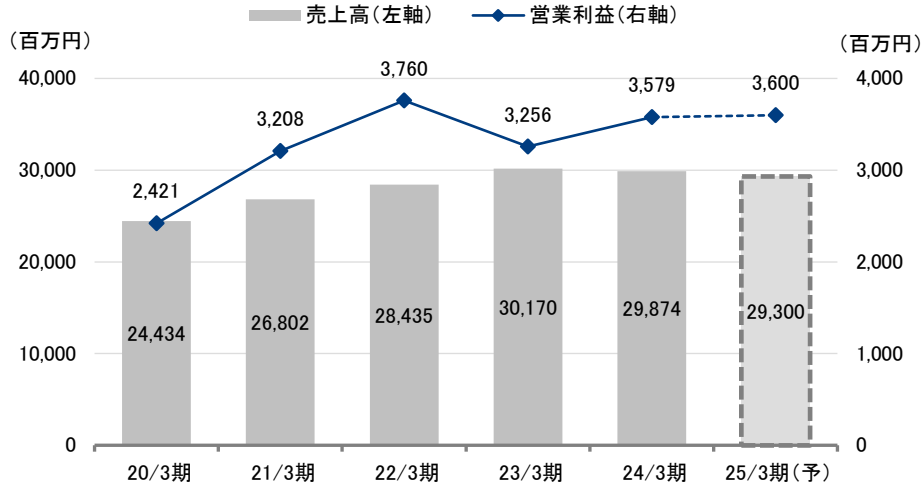
株主還元については、連結営業利益の25%を目安に累進的配当を実施することを基本方針とし、2024年3月期は1株当たり配当金で前期比3.5円増配の41.0円（記念配当3.0円含む）と9期連続の増配を実施した。2025年3月期も同1.0円増配の42.0円を予定している。また、資本効率向上施策の1つとして2026年3月期までの3年間で合計7億円程度の自己株式取得を行うことを発表しており、2023年5月から2024年6月まで、380百万円の自己株式取得を実施した。配当金と自己株取得を合わせた営業利益に対する還元性向は2025年3月期で30.9%となる。同社の1株当たり純資産は2024年3月期末で2,530円、PBRで約0.6倍と純資産価値を割れた状況が続いており、企業価値向上に向けた取り組みの1つとなる。

#### Key Points

- ・2024年3月期は原価率の改善と販管費の削減効果により2期ぶりの増益に転じた
- ・2025年3月期は海外向け他社商品の販売終了等で減収となるも、2期連続増益となる見通し
- ・中期経営計画の初年度は順調な滑り出し。2026年3月期に向けて高付加価値型の新製品・サービスの創出に注力、利益成長と資本効率の向上を目指す
- ・2025年3月期は10期連続増配を予定。3ヶ年の中期経営計画で約7億円の自己株取得を実施し、資本効率向上にも取り組む

要約

業績推移



注：22/3期より「収益認識に関する会計基準」等を適用  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### 自動車・家庭用ケミカル用品の製造販売会社で、 連結売上高の5割強を自動車分野で占める

同社は1954年(昭和29年)創業の自動車用、家庭用ケミカル用品の製造販売会社である。事業セグメントはファインケミカル事業、ポラスマテリアル事業、サービス事業、不動産関連事業の4つである。自動車分野を中心にM&Aも活用しながら業容を拡大しており、直近では2020年8月に病院向け衛生関連用品の企画開発・販売会社であるアズテック(株)を子会社化した。現在、グループの連結子会社数は9社となっている。

## 事業概要

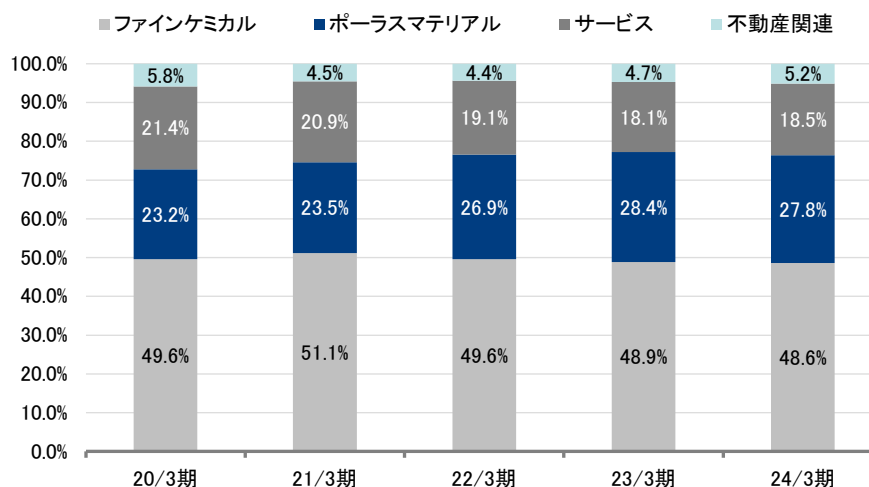
## 事業セグメントの分類とグループ会社

事業セグメント	事業内容	会社名
ファインケミカル	一般消費者用製品（自動車向け・家庭用品等） 業務用製品（自動車向け、その他産業向け）	(株)ソフト99コーポレーション
	海外事業	上海速特99化工有限公司 (株)ソフト99コーポレーション
	自動車用品輸入・販売	(株)アンテリア
	タイヤ空気圧監視装置企画・開発・販売	(株)オレンジ・ジャパン
	電子機器・ソフトウェア開発	(株)ハネロン
ポーラスマテリアル	産業資材（ハイテク産業向け精密洗浄・研磨・濾過用製品） （医療・衛生用途製品）	アイオン(株)
	生活資材（自動車、キッチン、化粧品、スポーツ等用品）	アイオン(株)、アズテック(株)
サービス	自動車整備・钣金、塗装	(株)ソフト99オートサービス
	自動車教習所運営	アスモ(株)
	生活用品等企画販売	(株)くらし企画
不動産関連	不動産賃貸	(株)ソフト99コーポレーション
	温浴施設運営	
	介護予防支援	アスモ(株)

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

直近5期の事業セグメント別構成比を見ると、売上高はファインケミカル事業が約5割と安定して推移しており、ポーラスマテリアル事業が2～3割、サービス事業が2割弱の水準で推移している。また、セグメント利益の構成比は、ファインケミカル事業が5割強、ポーラスマテリアル事業が約3割と両事業で全体の8割強を占める。なお、2021年3月期にファインケミカル事業の利益構成比が7割程まで上昇したが、これはコロナ禍による生活様式の変化によって特需的に自動車用、家庭用品等製品の販売が伸長したことによるもので、2024年3月期はコロナ禍の収束により元の状況に戻ったと見られる。そのほかの事業についても安定して収益を得ており、バランスのとれた事業ポートフォリオになっている。市場別売上構成比は、自動車分野向けが5割強（2024年3月期）を占める主力市場となっている。

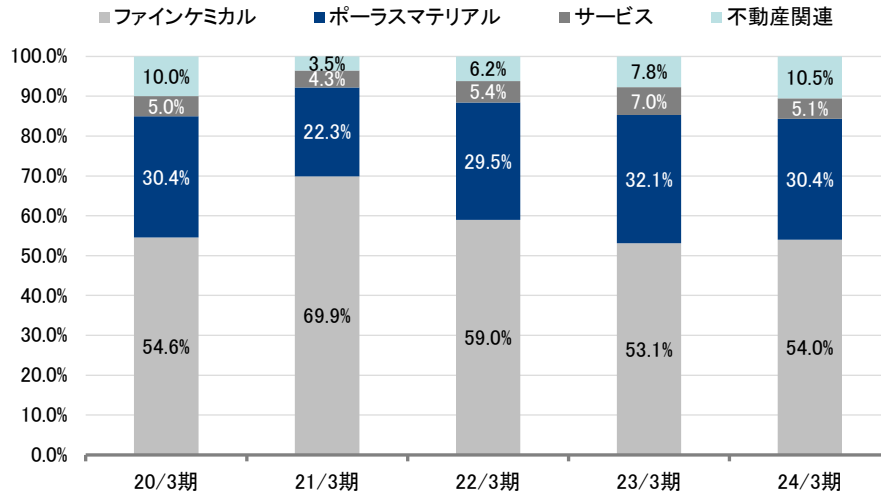
## セグメント別売上構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 事業概要

## セグメント別利益構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 1. ファインケミカル事業

ファインケミカル事業は大きく分けて、コンシューマ向けに販売されるカー用品（ボディケア製品、ガラスケア製品、リペアグッズ等）や家庭用品（メガネケア製品、クリーナー等）、自動車ディーラーや自動車美容業者、あるいはその他業界向けに販売される業務用製品（コーティング剤等）のほか、海外事業（主にカー用品）、タイヤ空気圧監視装置（以下、TPMS）、電子機器・ソフトウェア開発、その他（輸入販売・樹脂容器販売含む）の7つに区分される。2024年3月期の売上構成比は、コンシューマ向けカー用品が全体の57%を占め、次いで海外事業が18%、業務用製品が15%、家庭用品等が6%などとなっている。

コンシューマ向けカー用品の市場シェアを見ると、カーワックスを中心としたボディケア分野で3~4割となっている。競合大手は（株）プロスタッフや（株）ウイルソン、シュアラスター（株）などで、同社を含めて4~5社で競っている。また、ガラスケア分野は、撥水剤において8割弱の市場シェアを持ち、雨天でも視界を確保するガラスコーティング剤「ガラコ」シリーズが高い支持を集めている。競合は（株）錦之堂やシーシーアイ（株）などがある。リペアグッズ（補修材）は約6割の市場シェアを持ち、市場は同社と武蔵ホルト（株）の2社で寡占市場となっている。ここ数年はホームセンターなどでPB商品が増えているが、トップシェアを握る会社には影響がほとんどなく、2位以下のメーカーとPB商品が競合する格好となっているようだ。

海外事業では主に中国や東アジア、東南アジア向けに、現地代理店経由でコンシューマ向けカー用品や業務用製品の販売を展開している。ここ数年は欧州各国やインド、ブラジル等の新市場の開拓にも注力している。

## 事業概要

業務用製品は、主にコーティング剤を自社ブランドにより自動車美装業者向けに販売しているほか、自動車メーカーやディーラー向けに OEM 製品としても販売している。また、飲料用自動販売機や船舶、鉄道車両など、自動車業界以外にも販売しており、1 割弱の比率を占める。同社製品は、耐久性能や品質面での評価が高く、外車専門ディーラー向けで多く採用されている。業務用コーティング剤の競合としては、自動車メーカー・ディーラー向けで中央自動車工業 <8117> のシェアが高い。また、2 回目以降のコーティング費用を低価格で済ませたいユーザー向けには、KeePer 技研 <6036> がガソリンスタンド等を通じて販売している。

家庭用製品ではメガネケア製品で業界トップシェアを確立しているほか、各種衛生用品の製造販売を行っている。TPMS 事業では、国内の運送事業者向け（トラック・バス）を中心に開発販売している。乗用車向け OEM 製品も手掛けているが、国内で搭載している車種はほとんどなく同社の売上構成比も 9 割がトラックなどの運送事業者向けで占められている。TPMS とは、タイヤ内の空気圧や温度をセンサーで常時監視し、異常が発生した場合に運転者に通知するシステムで、エアバルブと一体化したセンサー付き発信器をホイールに組み付け、運転席に設置した受信機に無線で信号を送信、モニタに数値データ等の情報を表示する。トラック運送事業者などは、車体の不具合に起因する交通事故を未然に防止するため、運行前点検の厳格化が指導されている。タイヤ空気圧も点検項目となっており、TPMS を搭載すれば点検作業が省力化できるほか、走行中の「安心・安全」にもつながる。このため、ここ 2～3 年で主に長距離トラックやトレーラーの運送業者向けに普及が進んでいる。運送会社ではドライバー確保のため安全な環境整備に取り組んでおり、TPMS もそのツールとして導入されている。

電子機器・ソフトウェア開発では、主に工場の変電設備や道路・河川の状況を計測・制御するための遠隔監視システム、コインパーキングの緊急電話システムなどを制御するための組込みソフトウェアの開発・販売を行っている。

ファインケミカル事業の直近 5 年間の営業利益率は、10% 台で安定して推移している。コンシューマ市場で高いシェアを獲得できていること、利益率の高い業務用製品の販売が着実に伸びていることが要因とみられる。海外事業の収益性に関しては仕入販売が含まれていることもあり低水準だが、2025 年 3 月期以降は仕入販売がなくなるため利益率も改善するものと見られる。また、TPMS 事業や電子機器・ソフトウェア開発の損益への影響は軽微となっている。

## 2. ポーラスマテリアル事業

子会社のアイオン（株）で展開するポーラスマテリアル事業は、1999 年にカネボウ（株）から譲り受けた事業で、アイオンはポリビニルアルコール（PVA）素材をベースとしたスポンジ（機能性多孔質吸収体）のパイオニア企業として知られている。高い吸水性能を生かして、主に産業資材や生活資材向けに開発製造を行っている。用途としては、産業資材では半導体やハードディスク等の製造ライン用（洗浄・吸水工程、研磨工程）、生活資材では洗車用タオルやスポーツ用タオルなどがある。また、医療分野の事業拡大を目的に 2020 年 8 月に病院向け衛生関連用品の企画開発・販売を行うアズテックを子会社化している。アズテックは、特に大規模病院の手術室用モップで高いシェアを持っており、直販並びに医療製品卸会社を通じて販売している。



ソフト99コーポレーション

4464 東証スタンダード市場

2024年6月19日(水)

<https://www.soft99.co.jp/ir/>

#### 事業概要

2024年3月期の売上構成比は、産業資材が79%、生活資材が22%となる。また、海外売上比率は49%で、特に半導体分野では台湾、韓国や米国の大手半導体メーカーを顧客に持ち、最先端プロセスの製造ライン用では米国の1社と市場シェアを二分するほどの競争力を持つ。医療分野向け製品としては、インフルエンザ検査用キットの吸液スポンジ等で採用が進んでいる。

直近5年間の営業利益率は10%台前半で安定して推移している。付加価値の高い半導体・ハードディスク製造ライン用製品がけん引しており、産業用資材のうちハイテク産業向けの売上比率は約5割の水準となっている。なお、海外向けに関しては円建て取引のため、為替変動の直接的な影響は受けない。

### 3. サービス事業

サービス事業は、子会社で展開する自動車整備・钣金事業のほか、自動車教習所事業、生活用品企画販売事業で構成されている。2024年3月期の売上構成比は、自動車整備・钣金が49%、自動車教習所が19%、生活用品企画販売が33%となっている。

自動車整備・钣金事業では、(株)ソフト99オートサービスで钣金塗装や各種コーティング施工サービスを展開している。損保会社やカーディーラー(主に輸入車)経由で入庫される事故車両などの修理や車検整備を主にしているが、ここ数年は安全運転システムが普及し始めたことで事故車両が減少傾向にあり、需要が頭打ちとなっている。このため、メイクアップ用のカーラッピングサービスや、塗装面を飛び石や虫などによるキズ・汚れから守るプロテクションフィルムの施工サービスに注力している。サービス拠点は関西5ヶ所、首都圏で2ヶ所の体制となっている。

自動車教習所事業は、アスモ(株)が兵庫県尼崎市で「尼崎ドライブスクール」1校を運営している。生活用品企画販売事業については、(株)くらし企画で生活協同組合向けを中心に家庭用品・雑貨の企画販売を手掛けている。また、自社ECサイトでの販売にも注力しており、2021年3月期からPB商品の開発販売を開始している。

### 4. 不動産関連事業

不動産関連事業は不動産賃貸事業と温浴事業、介護予防支援事業が含まれる。2024年3月期の売上構成比を見ると、「極楽湯」(3店舗)を運営する温浴事業が71%、不動産賃貸事業が27%、介護予防支援事業が2%となっている。不動産賃貸事業に関しては本社ビルと東京・秋葉原にある自社ビル等の賃貸を行っている。介護予防支援事業は、「極楽湯」(尼崎店)の同社敷地内で温浴事業の付加サービスとして、2014年11月より開始した事業である。なお、不動産関連事業に関しては自社保有する不動産の有効活用が目的となっているため、今後も現状の事業規模を維持する方針である。

## 業績動向

### 2024年3月期は原価率の改善と販管費の削減効果により、2期ぶりの増益に転じる

#### 1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の連結業績は売上高で前期比1.0%減の29,874百万円、営業利益で同9.9%増の3,579百万円、経常利益で同9.9%増の3,782百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同27.5%増の2,631百万円と、売上高は微減となったものの、各利益は2期ぶりの増益に転じ、会社計画に対してもそれぞれ上回って着地した。

#### 2024年3月期連結業績

(単位：百万円)

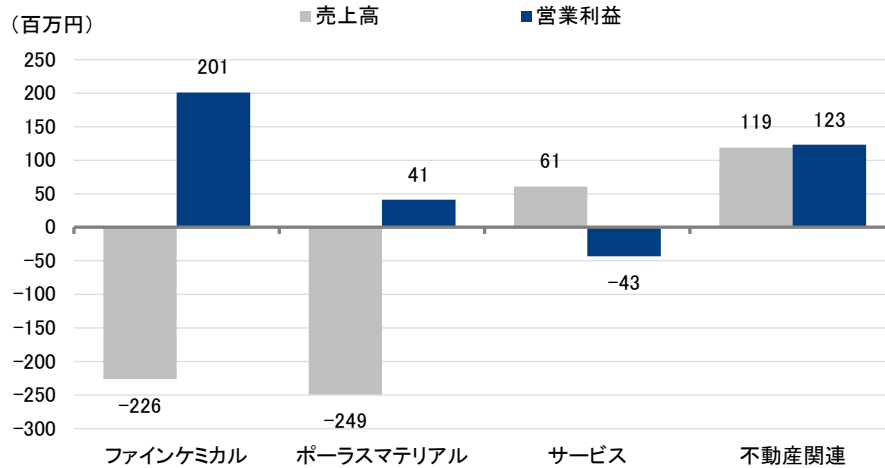
	23/3期		会社計画	24/3期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	30,170	-	30,000	29,874	-	-1.0%	-0.4%
売上総利益	10,611	35.2%	-	10,677	35.7%	0.6%	-
販管費	7,354	24.4%	-	7,098	23.8%	-3.5%	-
営業利益	3,256	10.8%	3,270	3,579	12.0%	9.9%	9.5%
経常利益	3,440	11.4%	3,450	3,782	12.7%	9.9%	9.6%
特別損益	-357	-	-	39	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,063	6.8%	2,400	2,631	8.8%	27.5%	9.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別で見ると、売上高はサービス事業で61百万円、不動産関連事業で119百万円の増収となったものの、主力事業のファインケミカル事業で226百万円、ポーラスマテリアル事業で249百万円の減収となったことが響いた。一方、営業利益についてはサービス事業で43百万円の減益となったものの、ファインケミカル事業で201百万円、ポーラスマテリアル事業で41百万円、不動産関連事業で123百万円の増益となった。

## 業績動向

## セグメント別前期比増減額



出所：決算短信よりフィスコ作成

売上総利益率はファインケミカル事業で原材料コストの上昇に対応した値上げを実施したことや、温浴事業の稼働率向上などにより前期の35.2%から35.7%に上昇し、売上総利益は前期比0.6%増と若干ながら増益を確保した。また、のれん償却が終了（前期は142百万円計上）したほか、広告宣伝費及び販売促進費を削減（前期比111百万円減）したことにより、販管費が同256百万円減少したことが増益要因となった。また、前期に特別損失として計上した減損損失353百万円がなくなったことで親会社株主に帰属する当期純利益は2ケタ台の増益となった。

## 主軸のファインケミカル事業とポーラスマテリアル事業が揃って増益に

### 2. 事業セグメント別動向

#### (1) ファインケミカル事業

ファインケミカル事業の業績は、売上高が前期比1.5%減の14,511百万円、営業利益が同11.7%増の1,926百万円となった。売上高は若干減収となったものの、営業利益は3期ぶりの増益に転じた。一般消費者向けカー用品や業務用製品の値上げ効果により売上総利益率が前期の42.7%から44.0%と1.4ポイント上昇したほか、前期に積極投下した広告宣伝費を絞り込んだことも増益要因となった。

## 業績動向

## ファインケミカル事業の業績推移

(単位：百万円)

	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	伸び率
売上高	13,704	14,103	14,738	14,511	-1.5%
一般用：ボディケア	2,029	2,117	2,044	2,166	5.9%
一般用：ガラスケア	3,693	3,969	3,869	3,757	-2.9%
一般用：リペアグッズ	2,537	2,466	2,446	2,351	-3.9%
業務用製品	1,788	1,850	2,025	2,181	7.7%
家庭用品等	1,420	1,360	1,164	824	-29.2%
海外事業	1,418	1,575	2,615	2,569	-1.7%
TPMS	186	217	161	238	48.0%
電子機器・ソフトウェア開発	589	570	633	657	3.7%
その他	40	-24	-222	-234	-
営業利益	2,235	2,211	1,724	1,926	11.7%
営業利益率	16.3%	15.7%	11.7%	13.3%	1.6pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

売上高の内訳を見ると、国内一般消費者向け販売（自動車分野）のうち、ボディケア製品は前期比 5.9% 増と増収に転じた。足回り製品の「ディグロス」シリーズや 2023 年 9 月に発売した「レインドロップトルネードヴォルテックス」の出荷が好調だった。一方、ガラスケア製品は同 2.9% 減、リペア製品は同 3.9% 減といずれも減少した。ガラスケア製品は前期に得意先向けにワイパー製品の新規導入がまとまって入った反動による。リペア製品は価格改定により利益率は改善したものの、上期に一部販売先に対する商流変更（卸会社）があり、一時的に出荷を停止していた影響で減収となった。ただ、下期は出荷も再開され順調に推移している。

業務用製品（自動車・産業分野）は値上げ効果もあり、前期比 7.7% 増と 4 期連続で増収となった。新車向けは、OEM 製品が震災による一部自動車メーカーの生産減が影響して減収となったものの、自社ブランド品の好調によりカバーし全体では増収となった。中古車向けも、中古車販売が好調だったことや得意先施工店への積極的アプローチにより高付加価値製品の販売が伸長し、増収及び利益率の改善に貢献した。家庭用製品販売（生活分野）は同 29.2% 減と 3 期連続で減収となった。主力製品であるメガネケア製品が巣ごもり需要の一巡により減少したことが要因だ。需要のピークであった 2021 年 3 月期と比較すると 6 割の水準まで売上は低下したが、コロナ禍前の 2023 年 3 月期の売上水準と比較すると 1.2 倍弱の水準となっており、中期で見れば売上規模は底上げされているものと考えられる。

海外事業（自動車分野）は前期比 1.7% 減となった。前期の増収要因となった他社商品の仕入販売が横ばい水準に留まったほか、中国を除く東アジアや東南アジアで在庫調整があり苦戦したことが減収要因となった。ただ、欧州向けでは現地代理店が SNS プロモーションを積極展開した効果もあり、ボディケア製品やガラスケア製品の販売が好調に推移した。ブラジルでも降水量の増加によりガラスケア製品の販売が伸長するなど、注力エリアにおいてしっかりと実績を伸ばし始めている。

TPMS 事業（自動車分野）の売上高は前期比 48.0% 増となり、2 期ぶりに過去最高売上を更新した。前期は一部トラックメーカーの出荷停止の影響により減収となったが、当期はトラックの生産台数が回復し取付台数が回復したほか、既存取り付け車両への整備・メンテナンスサービスも伸長し、増収に寄与した。同社の TPMS は累計 1 万台を販売しており、今後はメンテナンスサービスも安定収益源になってくるものと期待される。

## 業績動向

電子機器・ソフトウェア開発（産業分野）は前期比 3.7% 増となった。遠隔監視システム等で使用されている 3G の無線通信サービスが 2026 年 3 月末に終了することが決まっており、3G から 4G 対応の通信システムへの切り替え需要が堅調に推移した。なお、その他売上が 234 百万円のマイナス計上となっているが、季節商材に関する販売店からの在庫返品分によるものだ。当期は暖冬で冬季商材が低調だったことが影響した。

## (2) ポーラスマテリアル事業

ポーラスマテリアル事業の業績は、売上高が前期比 2.9% 減の 8,304 百万円、営業利益が同 3.9% 増の 1,083 百万円となった。売上高は半導体市場の調整に伴い台湾、韓国向けの半導体製造用の消耗部材が落ち込んだほか、前期に医療分野で売上計上した大型設備案件が当期はなかったことが減収要因となった。一方、利益面では売上総利益率が前期の 31.3% から 31.5% に改善したことに加えて、アズテックに係るのれん償却額 136 百万円がなくなったことが増益要因となった（前期に減損損失として一括計上）。2022 年秋に新工場が稼働したことに伴い減価償却費が同 106 百万円増加したものの、超繁忙状況だった前期と比べて稼働率が正常化し超過労務費が減少したこと、並びに医療分野の仕入商材である大型設備案件がなくなったことで売上総利益率は改善した。

## ポーラスマテリアル事業の業績推移

(単位：百万円)

	21/3 期	22/3 期	23/3 期	24/3 期	伸び率
売上高	6,287	7,655	8,554	8,304	-2.9%
産業資材	4,778	6,008	6,791	6,515	-4.1%
国内	2,355	3,046	1,960	2,044	4.3%
海外	2,423	2,961	3,454	3,348	-3.1%
医療※	-	-	1,377	1,123	-18.4%
生活資材	1,508	1,647	1,762	1,790	1.6%
国内	921	889	962	1,099	14.3%
海外	587	758	801	690	-13.8%
営業利益	714	1,105	1,042	1,083	3.9%
営業利益率	11.4%	14.4%	12.2%	13.0%	0.8pt

※ 医療分野に関しては 23/3 期より産業資材の内訳として開示。大半は国内売上となる  
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

売上高の内訳は、産業資材部門が前期比 4.1% 減の 6,515 百万円と 10 期ぶりに減収に転じた。このうち、国内向けは同 4.3% 増となった。HDD 向けは顧客の生産調整が長期化し減収となったものの、主力の半導体向けが堅調に推移したほか、フィルターやプリンタ用途で値上げを実施したことで増収となった。一方、海外向けは同 3.1% 減と 9 期ぶりに減少に転じた。半導体の洗浄工程で用いられるブラシローラーの販売が米国向けは堅調だったものの、台湾や韓国向けが在庫調整により減少したことが響いた。医療分野は同 18.4% 減の 1,123 百万円となった。体外検査薬フィルターや薬液塗布材など新規用途の開拓が進んだものの、既述のとおり大型設備案件がなくなったことで減収となった。

生活資材は前期比 1.6% 増の 1,790 百万円と 4 期連続で増収となった。国内向けについては、自動車用が新車販売の回復に伴う OEM 製品の好調で伸びたほか、スポーツ用タオルなどもコロナ禍の収束により好調に推移し、過去最高売上を連続更新した。一方、海外向けは主力仕向け地先である米国向けの在庫調整が長引いたことで同 13.8% 減となった。

## 業績動向

**(3) サービス事業**

サービス事業の業績は、売上高が前期比 1.1% 増の 5,516 百万円、営業利益が同 19.2% 減の 183 百万円となった。売上構成比の変化や生活用品企画販売事業で在庫処分損を計上したこともあり、売上総利益率が前期の 24.8% から 23.5% に低下したことが減益要因である。

**サービス事業の業績推移**

(単位：百万円)

	21/3 期	22/3 期	23/3 期	24/3 期	伸び率
売上高	5,594	5,428	5,455	5,516	1.1%
自動車整備・钣金	2,257	2,384	2,511	2,698	7.4%
自動車教習所	942	1,029	1,013	1,021	0.7%
生活用品企画販売	2,394	2,015	1,929	1,796	-6.9%
営業利益	136	200	226	183	-19.2%
営業利益率	2.4%	3.7%	4.2%	3.3%	-0.8pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業別の売上動向では、自動車整備・钣金事業が前期比 7.4% 増の 2,698 百万円と 5 期ぶりに過去最高を更新した。主力の钣金事業は在庫台数が若干減少したものの、コロナ禍の収束で修理用の部品供給が安定し事故車の在庫台数が順調に推移したこと、並びに輸入車に対する時間当たり工賃を 2023 年 10 月に 1.3 倍に引き上げたことで増収となった。美装向けサービスも、新車販売の回復によりプロテクションフィルムの施工・物販が好調に推移した。自動車教習所事業は、同 0.7% 増の 1,021 百万円となった。普通車免許の需要は落ち着いたものの、職業用免許や企業研修の需要が増加した。生活用品企画販売事業については、コロナ特需の反動減が続き同 6.9% 減の 1,796 百万円となった。

**(4) 不動産関連事業**

不動産関連事業の業績は、売上高が前期比 8.4% 増の 1,542 百万円、営業利益が同 49.2% 増の 375 百万円と増収増益が続く。売上高は 8 期ぶり、営業利益は 11 期ぶりに過去最高を更新した。コロナ禍の収束に伴い温浴事業で店舗の稼働率が向上したことが増収増益要因となった。

**不動産関連事業の業績推移**

(単位：百万円)

	21/3 期	22/3 期	23/3 期	24/3 期	伸び率
売上高	1,216	1,247	1,422	1,542	8.4%
温浴事業	770	780	971	1,093	12.6%
不動産賃貸	403	428	414	411	-0.7%
介護予防支援	42	38	36	37	1.1%
営業利益	113	233	251	375	49.2%
営業利益率	9.3%	18.7%	17.7%	24.3%	6.7pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業別の売上動向では、温浴事業が前期比 12.6% 増と 3 期連続増収となった。各種集客イベントの再開により来場者が増加したことに加え、飲食利用の増加により 1 人当たり売上単価が上昇したことも増収要因となった。また、不動産賃貸事業は保有物件で一部事務所の退去が発生したため同 0.7% 減となった。また、介護予防支援事業はコロナ禍の収束による利用者数の増加で、同 1.1% 増と若干ながら増収となった。



## 2024年3月期は売上高営業利益率、ROE、ROICともに前期比で上昇、財務内容も良好

### 3. 財務状況と経営指標

2024年3月期末の資産合計は、前期末比2,165百万円増加の62,542百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現金及び預金・有価証券が1,644百万円、棚卸資産が214百万円それぞれ増加した。固定資産では有形固定資産が132百万円減少した一方で、ソフトウェア仮勘定等の無形固定資産が336百万円、投資有価証券が249百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比310百万円増加の7,915百万円となった。仕入債務が215百万円減少した一方で、未払法人税等が243百万円、未払金及び未払費用が31百万円、繰延税金負債が129百万円それぞれ増加した。また、純資産は同1,855百万円増加の54,627百万円となった。利益剰余金が1,774百万円、その他包括利益累計額が277百万円それぞれ増加し、自己株式の取得により自己株式が197百万円増加（減少要因）した。

経営指標を見ると、安全性を示す自己資本比率は87.3%と高水準を維持しており、ネットキャッシュも215億円と潤沢にあることから、財務基盤は健全な状態にあると言える。また、収益性に関しては売上高営業利益率で12.0%、ROICで7.7%、ROEで4.9%といずれも2期ぶりに上昇に転じた。ただ、同社の株式時価総額は310億円程度で純資産の6割程度の水準に留まっている。ROEの水準が同社の想定する資本コスト(5.5~6.0%程度)を下回っていることが一因と考えられる。ROEを分解すると総資産売上回転率は前期の0.50回から0.48回と若干低下したものの、財務レバレッジが1.14倍と前期比横ばい、売上高純利益率が6.8%から8.8%に上昇し、売上高純利益率の上昇がROEの改善要因となった。今後、ROEをさらに高めるには、保有する潤沢な資金（現金及び預金、有価証券並びに投資有価証券で約287億円）を、M&Aも含めて成長性が見込める事業あるいは高付加価値が見込める製品・サービスに投下しROICを引き上げていくこと、また資本効率の向上を目的とした自己株式取得など株式還元を充実させていくことがポイントになると弊社では見ている。

## 業績動向

## 連結貸借対照表

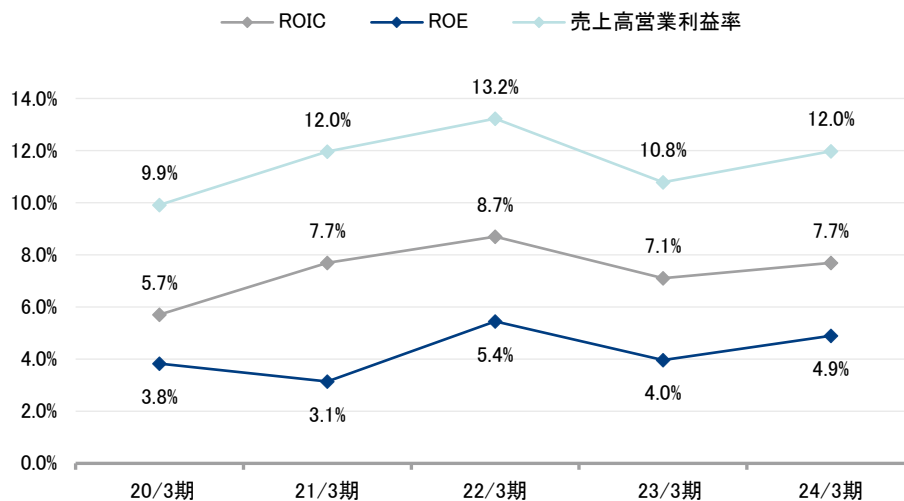
(単位：百万円)

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	増減額
流動資産	25,725	27,950	29,330	29,990	31,673	1,682
(現金及び預金、有価証券)	18,475	19,771	20,497	20,124	21,768	1,644
固定資産	29,529	29,336	29,900	30,386	30,869	483
総資産	55,255	57,286	59,231	60,377	62,542	2,165
流動負債	3,316	4,229	4,643	4,176	4,328	151
固定負債	3,558	3,181	3,196	3,428	3,587	158
負債合計	6,874	7,411	7,839	7,604	7,915	310
(有利子負債)	123	46	-	295	190	-104
純資産合計	48,380	49,874	51,391	52,772	54,627	1,855
(安全性)						
自己資本比率	87.6%	87.1%	86.8%	87.4%	87.3%	-0.1pt
有利子負債比率	0.2%	0.0%	-	0.5%	0.3%	-0.2pt
ネットキャッシュ(百万円)	18,352	19,725	20,497	19,828	21,577	1,748
(収益性)						
ROIC	5.8%	7.7%	8.7%	7.1%	7.7%	0.6pt
ROE	3.8%	3.1%	5.4%	4.0%	4.9%	0.9pt
売上高営業利益率	9.9%	12.0%	13.2%	10.8%	12.0%	1.2pt
(ROE分解)						
総資産売上回転率(回)	0.44	0.47	0.48	0.50	0.48	-0.01
財務レバレッジ(倍)	1.14	1.15	1.15	1.14	1.14	0.00
売上高純利益率	7.5%	5.7%	9.7%	6.8%	8.8%	2.0pt

注：ROIC= 税引き後営業利益 ÷ 事業投下資本

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 経営指標



出所：決算短信よりフィスコ作成



## ■ 今後の見通し

### 2025年3月期は、2期連続増益となる見通し

#### 1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の連結業績は、売上高で前期比1.9%減の29,300百万円、営業利益で同0.6%増の3,600百万円、経常利益で同0.5%増の3,800百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同0.7%増の2,650百万円を計画している。売上高については、ファインケミカル事業において海外向け他社仕入商品の販売を2024年4月で終了したことや温浴施設1店舗を閉店したことなどによる1,850百万円の減収、120百万円の減益要因はあるものの、ポーラスマテリアル事業を中心とした既存事業の成長とプロダクトミックスの変化により増益を確保する。一時的要因を除けば実質4%の増収増益見通しとなる。

#### 2025年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期(予)				
	実績	売上比	2Q累計計画	前年同期比	通期計画	売上比	前期比
売上高	29,874	-	14,400	-2.7%	29,300	-	-1.9%
営業利益	3,579	12.0%	1,640	-2.0%	3,600	12.3%	0.6%
経常利益	3,782	12.7%	1,740	-2.1%	3,800	13.0%	0.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,631	8.8%	1,160	-3.3%	2,650	9.0%	0.7%
1株当たり当期純利益(円)	121.41		53.73		122.74		

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### (1) ファインケミカル事業

ファインケミカル事業の売上高は前期比5.6%減の13,700百万円、営業利益は同4.4%増の2,010百万円となる見通しだ。売上高は海外向け仕入販売の終了で1,500百万円の減収となるが、利益への影響は軽微で自社製品が約5%増と伸長することにより増益を見込んでいる。自動車分野については、一般消費者向けがボディケア製品、ガラスケア製品、リペア製品ともに1ケタ台の増収となるほか、業務用製品についても自社ブランド品を中心に堅調を見込む。海外向け自社製品についてはボディケア製品やガラスケア製品を中心にSNSプロモーションを展開し1ケタ台の増収を見込む。家庭用品についてはメガネケア製品の下げ止まりが期待されるほか、新たに自転車のスポーク用コーティング剤を発売する計画となっており、若干ながらも増収に寄与する見通しだ。そのほかTPMS事業は前期比横ばい、電子機器・ソフトウェア開発は4G対応品へのリプレース需要により1ケタ台の増収を見込んでいる。

### (2) ポーラスマテリアル事業

ポーラスマテリアル事業の売上高は前期比 7.8% 増の 8,950 百万円、営業利益は同 1.5% 増の 1,100 百万円となる見通しだ。売上高については産業資材で同 10% 増、生活用資材で前期並みの水準を見込んでいる。産業資材では AI 半導体の需要急拡大に伴い、半導体製造用消耗部材の需要回復が見込まれる。AI 半導体は最先端プロセスで製造されるため、同社の受注増加に寄与する。需要拡大を見越してブラシローラーの生産能力を 1.2～1.3 倍に増強する計画である。製造ライン数は変わらないものの、ボトルネックとなっていた工程を強化し全体のスループットを挙げていく。また、医療分野についても PVA スポンジの持つ高吸水性といった特性を生かし、検査キット用吸液材だけでなく新たな用途開拓に取り組んでおり、着実な増収が見込まれる。新用途としては口腔外科領域向けに口腔ケアセットの試験販売を前期よりスタートしている。減価償却費の増加を主因に利益率の低下を見込んでいるが、同事業の利益計画については例年、保守的に立てる傾向にあり増額余地があると弊社では見ている。

### (3) サービス事業

サービス事業の売上高は前期比 0.6% 増の 5,550 百万円、営業利益は同 14.6% 増の 210 百万円となる見通しだ。売上高は自動車整備・鈑金事業、自動車教習所事業ともに微減と保守的に見ている一方で、生活用品企画販売の回復を見込んでいる。利益面では、生活用品企画販売事業の収益改善により増益となる見通し。なお、自動車整備・鈑金事業においては、前期に引き続き工賃の値上げを進める意向である。自動車の整備事業者は市場の縮小とともに年々減少しており、同社は残存者利益を獲得する戦略だ。

### (4) 不動産関連事業

不動産関連事業の売上高は前期比 28.7% 減の 1,100 百万円、営業利益で同 25.4% 減の 280 百万円と減収減益の見通しだ。温浴事業（2025 年 3 月期より SI 事業に改称）で「極楽湯 尼崎店」を 2024 年 3 月末に閉店した影響で、350 百万円の減収を見込んでいる。同店舗の閉店後は IR・インバウンド需要を見越して、和食をベースとした飲食店モールの開発計画を進めており、2026 年 3 月期中の開業を予定している。不動産賃貸事業や介護予防支援事業については前期並みの水準を計画している。

## 中期経営計画の初年度は順調な滑り出し。 2026 年 3 月期に向けて高付加価値型の 新製品・サービスの創出に注力し、 利益成長と資本効率の向上を目指す

### 2. 中期経営計画の進捗状況

#### (1) 中期計画の概要と取り組み状況

同社は 2024 年 3 月期から第 7 次中期経営計画（2024 年 3 月期～2026 年 3 月期）をスタートしている。経営理念を「生活文化創造企業」として、未来の“あたりまえ”を発見することを目指し、「Evolve！！～進化せよ！！～」を中期経営計画のテーマとして掲げた。また経営ビジョンとして、デジタルを活用し、心揺さぶられるアナログ的（エモい）価値を創り出す『ヒト（人財）』を育て、その価値を通して社会課題の解決に貢献することを目指している。重点施策として「価値提供方法の多様化」「海外展開強化」「医療分野強化」の 3 点に取り組み、積極的な設備投資と合わせて「デジタルの活用」による高付加価値製品・サービスの提供により、利益成長と資本効率の向上を目指す。

今後の見通し

中期経営計画に基づく取り組みの具体例として、ファインケミカル事業では一般小売店では販売しにくいコアユーザー層をターゲットとした新製品を開発し、クラウドファンディングにてトライアル販売後に自社オンラインショップで販売する取り組みを前期より開始している。第1弾として車高の高いミニバンやSUVでも1人で手軽に水拭きができる洗車用タオルとして、全長4m、高吸水性の「超デカマックスハイパーロングクロス」をクラウドファンディングで販売（2023年12月）、好評だったことから自社オンラインショップで販売を開始した。また、第2弾としてホイールの奥まで手軽に洗浄できる「奥洗王 ホイールブラシ」を2024年3月にクラウドファンディングで販売したところ好評だったため、同年5月より自社オンラインショップで販売を開始した。今後もこうした取り組みを推進することで、開発部門の活性化を図り、ヒット商品の創出につなげていく考えだ。

超デカマックスハイパーロングクロス



出所：決算説明会資料より掲載

足回りケア 奥洗王（おくあらおう）



また、海外向けではエリアごとのニーズに沿ったローカライズ戦略を現地代理店と協業しながら推進し、販売拡大を図る。新規市場としてアフリカ、米国地域への進出を検討していたが、アフリカについては複数の国でサンプル出荷を開始している。本格的な販売開始までにはまだしばらく時間がかかりそうだが、東南アジアや南米などでも市場が立ち上がったように、いずれは売上貢献するものと期待される。一方、米国向けに関しては現地企業が強く、参入が容易ではないため、EUで成功している代理店企業も活用しながら展開していく意向だ。

サステナビリティの取り組みについては、2015年にリリースした企業の車両管理をサポートするクラウドサービス「どらあぶ for Biz」にCO<sub>2</sub>排出管理機能を2023年4月に追加した。「どらあぶ」を通じて登録される給油情報から社用車全体のCO<sub>2</sub>排出量を確認できる機能である。また、排出量の目標を設定できるほか、部署別、期間別、車両別にCO<sub>2</sub>排出量を確認することもできる。同機能の実装は運転者のエコドライブ意識を高め、CO<sub>2</sub>排出量削減につながるものと期待される。同社では同サービスを自動車運転教習所とも連携して外販を進める考えだ。

## 今後の見通し

このほか、プリスターフィルムを削減したパッケージや梱包資材を使わないことを念頭に入れたパッケージの開発によりプラスチックごみの削減に取り組んでいるほか、化学物質の適切な使用による環境負荷の低減を図っている。また、同社グループが推進する「モノを長く大切に作る取り組み」について、様々な形で情報発信を行っている。

**(2) 経営数値目標**

経営数値目標は、最終年度となる2026年3月期に売上高31,700百万円、営業利益3,780百万円、ROIC8.1%、ROA6.1%、ROE4.9%を掲げている。3年間の年平均成長率は売上高で1.7%、営業利益で5.1%と堅実な成長を見込んでおり、営業利益率は2023年3月期の10.8%から11.9%に引き上げていく。また、ROICやROE、ROAなど資本効率もそれぞれ向上させる計画だ。資本コストは5.5～6.0%を想定しており、ROICについては継続して資本コストを超過することを目指し、ROEについては4.9%と若干資本コストを下回る計画である。将来的には経営効率改善を伴う事業拡大によってROICで18.0%、ROEで8.0%の水準を目指し、「ステークホルダーからの正当な評価」、すなわちPBRで1倍以上の評価を得ることを目標としている。なお、これらはオーガニックの成長による目標値であり、これとは別にM&Aの実施も検討している。規模感としては売上高で40億円、営業利益で4億円程度となる。対象企業としては、海外事業の拡大に向けてシナジーが見込める企業のほか、デジタル活用ソリューション分野など既存事業とシナジーが見込める企業であれば幅広く検討する方針である。

**中期経営計画数値目標**

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期		25/3期	26/3期	年平均 成長率
	実績	計画	実績	予想	目標	
売上高	30,170	30,000	29,874	29,300	31,700	1.7%
営業利益	3,256	3,270	3,579	3,600	3,780	5.1%
営業利益率	10.8%	10.9%	12.0%	12.3%	11.9%	1.1pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,063	2,400	2,631	2,650	-	-
ROIC	7.1%	7.1%	7.7%	-	8.1%	1.0pt
ROA	5.7%	5.6%	6.2%	-	6.1%	0.4pt
ROE	4.0%	4.4%	4.9%	-	4.9%	0.9pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

## 事業セグメント別

(単位：百万円)

	23/3 期 実績	24/3 期		25/3 期 予想	26/3 期 目標	年平均 成長率
		計画	実績			
<b>ファインケミカル事業</b>						
売上高	14,738	14,600	14,511	13,700	15,650	2.0%
営業利益	1,724	2,200	1,926	2,010	2,600	14.7%
営業利益率	11.7%	15.1%	13.3%	14.7%	16.6%	4.9pt
<b>ポーラスマテリアル事業</b>						
売上高	8,554	8,650	8,304	8,950	9,200	2.5%
営業利益	1,042	720	1,083	1,100	830	-
営業利益率	12.2%	8.3%	13.0%	12.3%	9.0%	-
<b>サービス・不動産関連事業</b>						
売上高	6,877	6,750	7,058	6,650	6,850	-
営業利益	478	350	558	490	350	-
営業利益率	7.0%	5.2%	7.9%	7.4%	5.1%	-

注：25/3 期はヒアリングによりフィスコ予想  
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業セグメント別の計画と進捗状況は以下のとおり。

**a) ファインケミカル事業**

3年間の年平均成長率は売上高で2.0%増、営業利益で14.7%増を見込んでいたが、海外向け仕入商品の販売終了による影響が2025年3月期より出るため、売上高についてはややハードルが高くなったと見られる。また、営業利益についても初年度が計画を下振れたため、2025年3月期にどの程度、キャッチアップできるかがカギを握る。国内ではサービスによる付加価値提供の取り組みを強化しつつ、業務用コーティング施策と連動した製品開発を推進する。また、デジタル活用ソリューションの取り組みに加えて、新たな市場に対して同社製品が届いていない領域への進出を図る。

海外事業では、SNSを積極活用したプロモーションや、海外専売品のラインナップ強化に取り組むほか、未開拓地域であったアフリカや米国へ進出するため、現地生産も視野に入れた化学規制に対する調査や販路を確立していく。家庭用品販売ではメガネケア製品に次ぐ新たな柱を育成すべく、スポーツ用品や自転車等へと領域の拡大を図る。TPMS事業では既存顧客に対するメンテナンスサービスの強化に加えて、TPMSで得られる空気圧データを活用した運転管理サービスの推進により、提供価値の向上に取り組んでいく。

**b) ポーラスマテリアル事業**

3年間の年平均成長率は売上高で2.5%増、営業利益で7.3%減となる。設備投資と人員の増強によるコストアップを減益要因として想定しているが、既に初年度で営業利益が目標を超過しており、2025年3月期以降も半導体市場向けのけん引が予想されることから、中期目標は計画を上回る可能性が高いと弊社では見ている。また、アイオン及びアズテックのシナジーにより、医療分野の販売拡大にも注力しており今後の展開が注目される。生活資材分野に関しては、Webを活用したアプローチによる販売拡大と、新商品の開発を推進する。



### c) サービス・不動産関連

3年間の年平均成長率は売上高で0.1%減、営業利益で9.9%減を見込む。2025年の大阪万博開催により温浴施設の来場者数増加が見込まれ、売上高はおおむね計画どおりに進捗するものと予想されるが、利益ベースでは飲食店モール開業に伴う減価償却費増やオープン当初のプロモーション費用等の状況により変動すると思われる。

自動車整備・钣金事業では、美装向けサービスを強化すると同時に、エンドユーザー向けのサービス推進に取り組んでいく。自動車教習所事業では高齢者講習ビジネスやドローンライセンスの強化に加えて安全運転管理システムの提供に取り組み、売上増を目指す。生活用品企画販売事業では、生協向けの取引先や提案数の拡大に加えて、自社開発や生協以外のネット販売を強化する。

### d) 設備投資計画

設備投資は3年間で50億円を計画しており、このうち2024年3月期で11億円を実施し、2025年3月期は18億円を計画している。事業セグメント別では、ファインケミカル事業が3年間で18億円を計画しており、主に新基幹システムの投資4億円、海外工場への投資約2億円となる。ポーラスマテリアル事業は20.5億円を計画しており、新工場への設備投資で6億円、生産設備更新・増強投資で12億円となる。サービス・不動産関連事業は11.5億円を計画しており、温浴施設で6.8億円（飲食店モール再開発を含む）のほか、既存の不動産施設の修繕・更新投資となる。

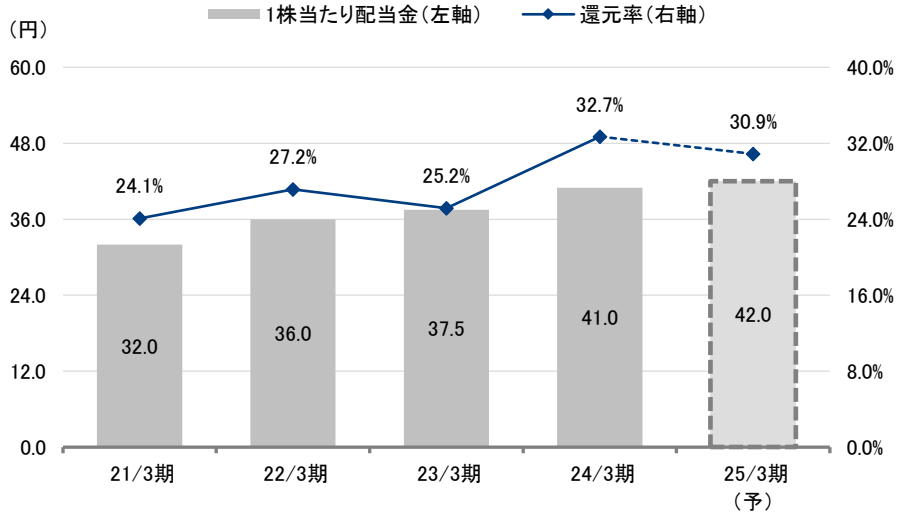
## 株主還元策

### 2025年3月期は10期連続増配を予定。 3ヶ年中期経営計画で約7億円の自己株取得も実施し、 資本効率向上にも取り組む

株主還元方針については、2021年3月期より連結営業利益の25%を目安に「安定的かつ継続的な配当」を基本に配当を実施してきた。同方針に基づき、2024年3月期の1株当たり配当金は記念配当の3.0円※を含めて、前期比3.5円増配となる41.0円とし9期連続の増配を実施した。2025年3月期も同1.0円増配の42.0円とする予定だ。また、資本効率の向上施策として、2026年3月期までの3年間で7億円程度の自己株式取得も行う方針だ。既に2024年3月期に275百万円、2025年3月期も200百万円の自己株式取得を実施した。配当金と自己株式取得を合わせた営業利益に対する還元率は2025年3月期で30.9%となる。同社の1株当たり純資産は2024年3月期末で2,530円、PBRで約0.6倍と純資産価値を割れた状況が続いており、企業価値向上に向けた取り組みの1つとなる。同社では今後も業績を着実に伸ばすことで実質的な累進配当を実施していく考えだ。また、株主優待制度も導入しており、毎年3月末の株主に対して、保有株数・保有期間に応じた自社製品・サービスの提供を実施している。

※ 第7次中期経営計画のスタートを記念した配当金。

1株当たり配当金と還元率



注：還元率 = (配当総額 + 自己株取得額) ÷ 営業利益  
出所：決算短信よりフィスコ作成

株主優待制度

保有株数	100株以上 500株未満	500株以上 1,000株未満	1,000株以上
保有期間 3年未満	同社製品セット (選択無し)	同社及びグループ会社の製品・サービス	同社及びグループ会社の製品・サービス
		5コースから2コース選択	5コースから3コース選択
保有期間 3年以上		同社及びグループ会社の製品・サービス	同社及びグループ会社の製品・サービス
		5コースから3コース選択	5コースから4コース選択

注：3月末日の株主名簿に記載の保有株主が対象  
出所：会社資料よりフィスコ作成

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp