企業調査レポート

ソフト 99 コーポレーション

4464 東証 2 部

企業情報はこちら >>>

2021 年 6 月 23 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

ソフト 99 コーポレーション
4464 東証 2 部

2021 年 6 月 23 日（水）
https://www.soft99.co.jp/ir/

目次

■要約 01
1. 2021 年 3 月期の業績概要 01
2. 2022 年 3 月期の業績見通し 01
3. 中期経営計画について 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. 2021 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. 2022 年 3 月期の業績見通し 15
2. 事業セグメント別見通し 16
3. 中期経営計画について 19

■株主還元策 22

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

自動車分野、ハイテク分野に続いて医療分野を新たな柱として育成に乗り出す

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、高い技術力を他の用途にも生かすべく横展開を進めている。そのほか、子会社で自動車整備・鈑金事業、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シェアと収益力を持つこと、強固な財務基盤を持っていることが強みとなっている。

1. 2021 年 3 月期の業績概要

2021 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 9.7% 増の 26,802 百万円、営業利益で同 32.5% 増の 3,208 百万円と 2 期ぶりの増収、3 期ぶりの増益となり、過去最高を更新する好決算となった。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）による巣ごもり需要により、自動車用メンテナンス商品やメガネケア商品の販売が好調に推移したほか、半導体製造用精密洗浄材も海外大手半導体メーカー向けに年間を通じて好調に推移したことが主因だ。また、コロナ禍で販促費や各種経費が抑えられたことも増益要因となった。2020 年 8 月には医療施設向け衛生関連用品の企画開発・販売を行うファブレス企業のアズテック（株）を子会社化した。売上規模は年間 7 億円程度だが、手術室の衛生関連用品で高いシェアを持つ。今後、アズテックの販売ネットワークを通じて同社製品を販売していくほか、アズテックとの共同開発を進め、医療業界向け事業を拡大していく戦略となっている。

2. 2022 年 3 月期の業績見通し

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 2.6% 増の 27,500 百万円、営業利益で同 6.5% 減の 3,000 百万円を見込む。コロナ禍が続くなかで、市場環境は前期とほぼ変わらないことを前提に、ファインケミカル部門については前期に取り込んだ新たな顧客層を離すことなく、自動車用、家庭用ともに売上高を拡大していく方針である。一方、ポーラスマテリアル事業についても、半導体関連の需要は引き続き旺盛なことや、アズテックとのシナジー効果により増収を見込む。なお、営業利益で減益を見込んでいるのは、2021 年 3 月期にファインケミカル事業で未使用となっていた販促費や広告費等を 2020 年 3 月期並みの水準まで戻す計画となっていることや、のれん償却額が同 68 百万円増加することなどが要因だ。ただ、売上計画は保守的な印象が強く、市場環境が大きく悪化しなければ会社計画を上振れする可能性も十分あると弊社では見ている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. 中期経営計画について

2021 年 3 月期からスタートした第 6 次中期経営計画では、将来の社会変化を新たな事業領域の拡張の機会と捉え、既存技術・ノウハウの横展開に加えて新たな技術・ノウハウの獲得及びこれらの融合をはかることで、“他にない”新しい価値と事業の創出を目指していく方針を掲げた。コロナ禍前に策定した計画だったため、ファインケミカル事業においては当初想定していた環境変化とは違う方向となったものの、同社にとってはむしろ追い風になっており、今後もコロナ禍で掴んだ新たな需要を伸ばすべく、製品開発に取り組んでいく方針だ。また、ポーラスマテリアル事業では 2022 年夏の稼働を目標に新工場を建設する計画となっている。既存工場の能力が限界に近付いていることや、今後の医療分野での事業展開を見据えてのものだ。現在は医療用部材の製造販売を小規模で展開しているが、今後は医療用製品（クラス I 対象品目）へと事業領域を拡大していく戦略となっている。医療業界向け製品に関しては、アイオン（株）とアズテックで共同開発も進めており、今後アズテックが持つ幅広い顧客基盤に拡販していくことになる。協業によるシナジー効果は大きいと見られることから、医療分野の売上規模は、2022 年 3 月期見込みの 9 億円前後から中期的に大きく成長する可能性がある。

4. 株主還元策

配当方針については、「安定的な配当の継続」及び「連結営業利益の 25% を目安とする」という方針を掲げており、2022 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比 2.0 円増配の 34.0 円（還元率 24.8%※）と 7 期連続の増配を予定している。

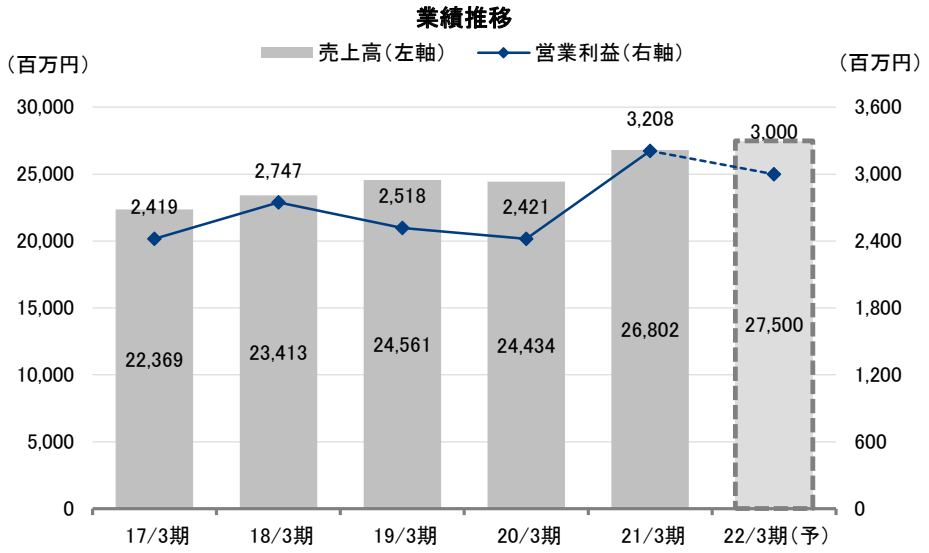
※ 還元率＝配当総額÷連結営業利益

Key Points

- 2021 年 3 月期は巣ごもり消費の拡大を追い風にファインケミカル事業がけん引し、会社計画を上回る増収増益を達成
- 2022 年 3 月期は前期に拡大した需要の定着とさらなる販売拡大によって、中期経営計画目標を 1 年前倒しで達成することを目指す
- アズテックとの協業などによる医療分野での今後の成長性に期待

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約



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 6 割弱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。事業セグメントとしてはファインケミカル事業、ポーラスマテリアル事業、サービス事業、不動産関連事業の 4 つのセグメントで区分している。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を子会社化した。現在、グループの連結子会社数は 10 社となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

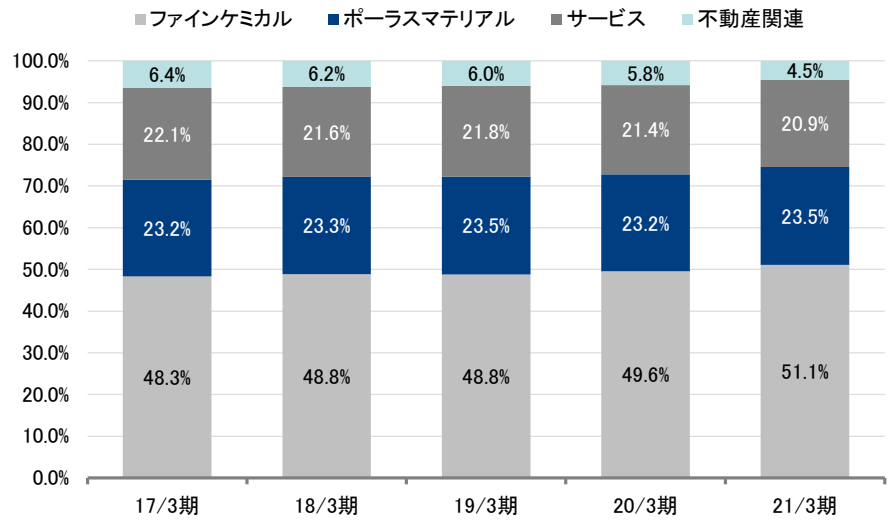
事業セグメントの分類とグループ会社

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）		（株）ソフト９９コーポレーション
	業務用製品（自動車向け、その他産業向け）		
	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）	アイオン（株）
		（医療・衛生用途製品）	アイオン（株）、アズテック（株）
	生活資材	（自動車、キッチン、化粧、スポーツ等用品）	アイオン（株）
サービス	自動車整備・鈑金、美装		（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		
	介護予防支援サービス		アライズ（株）

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

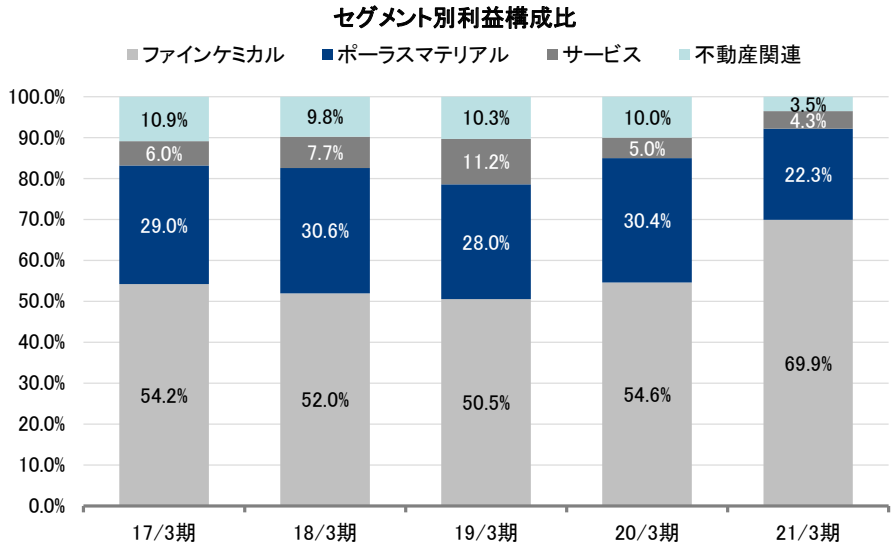
直近 5 年間の事業セグメント別構成比を見ると売上高は大きな変動がなく、ファインケミカル事業が約 5 割、ポーラスマテリアル事業とサービス事業がそれぞれ 2 割強の水準で推移している。また、セグメント利益の構成比で見ると、2021 年 3 月期にファインケミカル事業の構成比が従来の 5 割強から 7 割まで上昇している。後述するが、コロナ禍による生活様式の変化によって自動車用、家庭用品等製品の販売が好調だったことによるもので、ポーラスマテリアル事業と合わせると全体の 9 割強を占めた。利益面では、ファインケミカル事業とポーラスマテリアル事業が主軸となっているが、そのほかの事業も安定して収益を得ており、バランスのとれた事業ポートフォリオになっている。なお、市場別売上構成比で見ると、自動車分野向けが 6 割弱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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



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、ガラスケア、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装業者、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。2021 年 3 月期の売上構成比を見ると、コンシューマ向けカー用品が全体の 60% を占め、次いで業務用製品が 13%、家庭用品等、海外事業が各 10%、電子機器・ソフトウェアが 4%、TPMS が 1% 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約 4 割となっている。競合大手はウィルソンやシュアラスターなどで、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、撥水剤において約 7 割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。競合は錦之堂やシーシーアイなどがある。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の 2 社で寡占市場となっている。

業務用製品は、主にコーティング剤を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 製品も販売している。また、ここ数年では飲料用自動販売機や船舶、鉄道車両など、自動車業界以外の市場開拓も進めており、同事業の 1 割弱の比率を占めるまでになっている。なお、業務用コーティング剤の競合としては、自動車メーカー・ディーラー向けでは中央自動車工業 <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。ただ、耐久性能や品質では同社製品の評価が高く、輸入車専門ディーラー向けでも多く採用されている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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。海外事業ではロシアや中国、東アジア向けが売上の中心で、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。また、ここ最近では欧州地域やインド、ブラジル等の新市場の開拓にも取り組んでいる。

TPMS 事業では、国内の運送事業者（トラック・バス）向け TPMS の開発販売に加えて、2020 年 3 月期より乗用車向け OEM 製品の販売を開始している。TPMS（Tire Pressure Monitoring System）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、仕組みとしては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、運転席に設置される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して必ず実施しているが、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」にもつながることになり、ここ 2 ～ 3 年で主に長距離トラックの運送業者向けに普及が進んでいる。

2019 年 3 月期より新たに加わった電子機器・ソフトウェア開発事業は、主に工場の受変電設備や道路・河川の状況を計測・制御するための遠隔監視システムやコインパーキングの緊急電話システム、これらのシステム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見られる。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、現地専売品など付加価値の高い製品を投入していくことによって改善に取り組んでいる。また、TPMS 事業についてはまだ損益分岐点に達しておらず、電子機器・ソフトウェア開発事業は若干の黒字となっている。

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、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の製造ライン用（洗浄・吸水工程、研磨工程）、コンシューマ向け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。2021 年 3 月期の売上構成比で見ると、産業資材が 76%、生活資材が 24% となっており、ここ数年で見ると産業資材が若干上昇傾向にある。また、海外売上比率が 50% 前後と高いことも特長で、特に半導体分野では韓国、台湾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格好となっている。一方で、同社は半導体業界の需要に左右されない事業基盤の構築と規模の拡大を図るべく、新用途の開拓にも積極的に注力している。具体的には、医療分野向け（インフルエンザ検査用キットの吸液スポンジ等）やプリンタ向け（インクヘッド部の吸液材）での採用が進んでいる。また、医療分野に関しては 2020 年 8 月に病院向け衛生関連製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。アズテックでは、特に大規模病院の手術室用モップでシェアが高く、直販並びに医療製品卸会社を通じて販売している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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いるためで、産業用資材のうちハイテク産業向けの売上比率は 5 割弱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・鈑金事業のほか、自動車教習所の運営事業、生活用品企画販売事業で構成されている。2021 年 3 月期の売上構成比で見ると、自動車整備・鈑金が 40%、自動車教習所運営が 17%、生活用品企画販売が 43% となっている。

自動車整備・鈑金事業では、（株）ソフト９９オートサービスで鈑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行っているが、ここ数年は安全運転システムが普及し始めたこともあり、事故車両が減少し、需要が頭打ち傾向となっていることから、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 1 ヶ所の体制となっており、関西が売上の中心だが 2013 年 9 月に東京・江東区に新工場を稼働させ、首都圏の営業強化も進めている。

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 商品の開発販売も開始している。

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。2021 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 63%、不動産賃貸事業が 33%、介護予防支援事業が 3% 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。介護予防支援事業については、「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 月より子会社のアライズ（株）で事業を行っているものだ。不動産関連事業に関しては同社が保有する不動産の有効活用を目的とした事業となっているため、今後も現状の事業規模を維持していく方針となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

2021 年 3 月期は巣ごもり消費の拡大を追い風に ファインケミカル事業がけん引し、会社計画を上回る増収増益を達成

1. 2021 年 3 月期の業績概要

2021 年 3 月期の連結業績は売上高で前期比 9.7% 増の 26,802 百万円、営業利益で同 32.5% 増の 3,208 百万円、経常利益で同 31.8% 増の 3,408 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 15.6% 減の 1,539 百万円となり、親会社株主に帰属する当期純利益を除き過去最高業績を更新した。売上高は 2 期振りの増収、営業利益と経常利益は 3 期ぶりの増益に転じた。コロナ禍における巣ごもり消費の拡大を追い風に、自動車用及び家庭用のファインケミカル製品の販売が好調に推移したことが主因だ。増収効果とプロダクトミックスの改善により売上総利益率が前期の 36.6% から 37.2% に上昇したほか、コロナ禍で販促費や広告宣伝費、出張費等を中心に販管費が抑制されたこともあり、営業利益率も 12.0% と数年来で最も高い水準まで上昇した。なお、親会社株主に帰属する当期純利益の減益要因は、温浴事業の収益悪化に伴い、保有施設に係る減損損失 1,239 百万円を特別損失として計上したことが要因となっている。

2021 年 3 月期連結業績

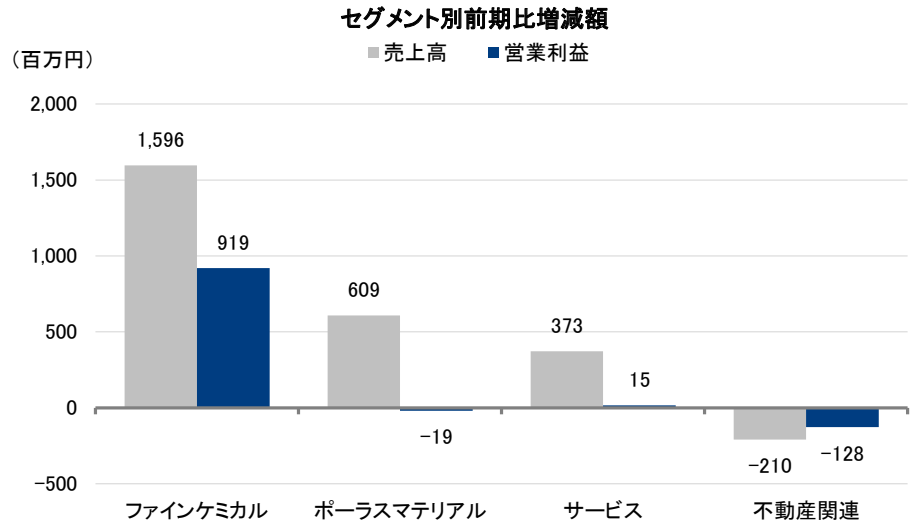
（単位：百万円）

	20/3 期		21/3 期				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	24,434	-	25,700	26,802	-	9.7%	4.3%
売上総利益	8,946	36.6%	-	9,963	37.2%	11.4%	-
販管費	6,524	26.7%	-	6,754	25.2%	3.5%	-
営業利益	2,421	9.9%	2,650	3,208	12.0%	32.5%	21.1%
経常利益	2,585	10.6%	2,770	3,408	12.7%	31.8%	23.0%
特別損益	22	-	-	-1,236	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	1,824	7.5%	1,930	1,539	5.7%	-15.6%	-20.2%

注：21/3 期会社計画は 2020 年 10 月発表値
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、売上高では不動産関連事業を除く 3 つの事業で増収となり、営業利益ではファインケミカル事業とサービス関連事業で増益となった。ポーラスマテリアル事業については、アズテックの子会社化に伴うのれん償却額 68 百万円の計上が減益要因であり、実質的には増益となっている。また、販管費の主な増減要因を見ると、人件費が 157 百万円増、運賃荷造費が 85 百万円増、のれん償却額が 68 百万円増となった一方で、販促費が 66 百万円減、広告宣伝費が 13 百万円減となっている。会社計画比でも売上高、営業利益、経常利益で上回ったが、主にファインケミカル事業の好調によるものとなっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



出所：決算短信よりフィスコ作成

コロナ禍によりファインケミカル事業で新たな需要が拡大、ポーラスマテリアル事業は半導体製造用材料が好調に推移

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 13.2% 増の 13,704 百万円、営業利益が同 69.8% 増の 2,235 百万円と大幅増収増益となった。コロナ禍により在宅時間が増えたことで、自動車のメンテナンスに時間を費やすドライバーが増加し、同社のボディケア製品やリペア製品等の販売が好調に推移したほか、外出時にマスクの着用が常態化するなかでメガネケア製品の売上が一時は品不足になるほどの急拡大を見せたことが主因だ。特に、今まで同社製品を利用していなかった新規顧客が顕著に増加したことが特徴となっている。ここ数年、地道に取り組んできた製品開発や店頭での販売増に向けたプロモーション施策（動画による製品紹介）などが、新規顧客の獲得につながったと弊社では見ている。増収効果により利益率も売上総利益率で 47.6%（前期比 1.2pt 増）、営業利益率で 16.3%（同 5.4pt 増）とそれぞれ上昇した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ファインケミカル事業の業績推移

（単位：百万円）

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	伸び率
売上高	11,993	12,108	13,704	13.2%
一般用：ボディケア	1,776	1,866	2,029	8.7%
一般用：ガラスケア	3,459	3,681	3,693	0.3%
一般用：リペアグッズ	2,264	2,255	2,537	12.5%
業務用	1,754	1,649	1,788	8.4%
家庭用品等	598	697	1,420	103.7%
海外事業	1,295	1,400	1,418	1.3%
TPMS	160	185	186	0.3%
電子機器・ソフトウェア開発	525	564	589	4.4%
その他	157	-192	40	-
営業利益	1,267	1,316	2,235	69.8%
営業利益率	10.6%	10.9%	16.3%	5.4pt

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、新製品の加圧式噴射機を用いたカーシャンプー「パーフェクトフォームスターティングセット」の販売が好調に推移したほか、第 2 四半期から投入した「レインドロップ 20% 増量限定品」や「フクピカ増量」等の企画品が貢献したことにより、前期比 8.7% 増となった。ガラスケア製品は、主力の「ガラコワイパー」の販売が堅調に推移し、同 0.3% 増の 3,693 百万円と過去最高売上を更新した。リペアグッズに関しては、在宅時間の増加によって自動車のメンテナンスを行うドライバーが増えたことにより同 12.5% 増となり、売上規模もここ数年来では最も高い水準となった。

業務用製品販売（自動車・産業分野）は前期比 8.4% 増と 2 期ぶりに増収に転じた。新車向けのコーティング剤や OEM 製品は新車販売台数の減少により減収となったものの、中古車向け販売の好調でカバーした。また、家庭用製品販売（生活分野）は、主力製品である「メガネのシャンプー」や「メガネのくもり止め」が、コロナ禍におけるマスク使用の常態化を背景に急増したほか、家庭用衛生用品の新ブランド「クリニクル（CLEANICLE）」シリーズの販売を開始したこともあって、同 103.7% 増と大幅増収となった。特に、メガネケア製品については、一時は品不足になるほどの売れ行きを見せ、出荷数量で同 6 倍増と急伸した。

海外市場向け販売（自動車分野）は前期比 1.3% 増と堅調に推移した。コロナ禍の影響で主力市場であるロシアや中国向けが減少したものの、EC チャネルの販売に注力したことで欧州や韓国、マレーシア、ミャンマー、ベトナムなどの国でガラス撥水剤等の製品が好調に推移し増収となった。また、ブラジル向けについても、現地代理店の積極的な販売プロモーションや現地語パッケージの推進によって、ガラス撥水剤等を中心に販売が増加した。

TPMS（自動車分野）の売上高は前期比 0.3% 増と微増にとどまった。乗用車向け OEM 製品が減少した一方で、トラック・バス等を保有する運輸運送会社向けの販売好調によりカバーした。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

電子機器・ソフトウェア開発は前期比 4.4% 増となった。遠隔監視システム等で現在一般的に仕様されている 3 G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たことを受け、3G から 4G 対応の通信システムへの切り替え需要が発生し、増収要因となっている。なお、その他売上が 2020 年 3 月期に 192 百万円のマイナス計上となっているが、これは冬用タイヤチェーンが記録的暖冬に伴いほとんど売れず、返品扱いとなったことによるものだ。

(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 10.7% 増の 6,287 百万円、営業利益が同 2.6% 減の 714 百万円と増収減益となった。このうち、第 3 四半期から連結対象に加わったアズテックの売上高が 3.6 億円となっており、既存事業の増収率は 4% 程度だった。また、営業利益ベースではアズテックののれん償却額 68 百万円を計上したことが減益要因となっており、既存事業ベースでは増益だったと見られる。アズテックの子会社化を主因として、売上総利益率は 31.8%（前期比 0.4pt 減）、営業利益率は 11.4%（同 1.6pt 減）にそれぞれ低下した。

ポーラスマテリアル事業の業績推移

（単位：百万円）

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	伸び率
売上高	5,760	5,678	6,287	10.7%
産業資材	4,164	4,223	4,778	13.1%
国内	2,122	2,094	2,355	12.5%
輸出	2,042	2,129	2,423	13.8%
生活資材	1,596	1,454	1,508	3.7%
国内	751	853	921	7.9%
輸出	845	601	587	-2.3%
営業利益	702	733	714	-2.6%
営業利益率	12.2%	12.9%	11.4%	-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、産業資材部門は前期比 13.1% 増の 4,778 百万円と 7 期連続の増収、過去最高を更新した。このうち、国内向けは同 12.5% 増となったが、アズテックを除く既存事業では同 5% 程度の減少となった。主力の半導体製造用途がメーカーの設備投資遅延の影響で出荷が後ろ倒しとなり、前期並みの水準にとどまったほか、プリンタ用途向けがペーパーレス化の流れを受けて大きく減少したことが主因だ。ただ、医療用については、インフルエンザ検査キット用吸液材が新型コロナウイルス感染症の検査用途にも採用されたことで、前期の 1.1 億円から 1.6 億円に拡大した点は注目される。

一方、海外向けについては前期比 13.8% 増と好調に推移した。半導体の世界的な需要拡大を背景に、主要顧客となる台湾や韓国、米国の大手半導体メーカー向けが増加したほか、HDD 研磨用製品についてもデータセンター向け HDD の需要拡大を背景に増加した。

生活資材は前期比 3.7% 増の 1,508 百万円と 2 期ぶりの増収に転じた。国内向けについては、コロナ禍による巣ごもり消費の拡大を受けて、家庭用製品を中心に同 7.9% 増と好調に推移した。海外向けは、米国向けが下期に入って回復傾向となったものの、インドネシアや韓国向けの落ち込みにより同 2.3% 減となった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

なお、アズテックの 2020 年 10 月～ 2021 年 3 月の収益状況については、コロナ禍で病院の手術件数が減少した影響や、新規顧客開拓のための営業活動が制限されたこともあって、前年と比べると厳しかったようだ。

(3) サービス事業

サービス事業の業績は、売上高が前期比 7.2% 増の 5,594 百万円、営業利益が同 12.4% 増の 136 百万円と 2 期ぶりに増収増益に転じた。コロナ禍の影響で自動車整備・鈑金事業や自動車教習所事業はマイナスの影響を受けたものの、巣ごもり消費の拡大により、生協向けを中心とした生活用品企画販売事業の伸長によりカバーした格好だ。売上構成の変化により売上総利益率は 22.9%（前期比 0.3pt 減）と若干低下したが、増収効果により営業利益率は 2.4%（同 0.1pt 増）と若干上昇した。

サービス事業の業績推移

（単位：百万円）

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	伸び率
売上高	5,343	5,221	5,594	7.2%
自動車整備・鈑金	2,617	2,407	2,257	-6.2%
自動車教習所	902	969	942	-2.8%
生活用品企画販売	1,823	1,843	2,394	29.9%
営業利益	280	121	136	12.4%
営業利益率	5.2%	2.3%	2.4%	0.1pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業別の売上動向を見ると、自動車整備･鈑金事業は前期比 6.2% 減と 2 期連続で減収となった。プロテクションフィルム施工やコーティング施工などの注力分野については好調に推移したものの、主力の鈑金サービスがコロナ禍の影響や ADAS 搭載率の上昇による事故車両数の減少もあって、前期比 1 割減と低迷が続いたことが要因だ。

自動車教習事業についても、2020 年 4 月の緊急事態宣言発出後、約 1 ヶ月休業した影響により、前期比 2.8% 減となった。一方で、生活用品企画販売事業は同 29.9% 増と大きく伸長した。コロナ禍を背景とした通販需要の高まりにより、生協向け販売や自社 EC サイトによる販売が好調に推移したことに加え、収益性の向上を図るため、PB 商品の販売も新たに開始した。

(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 14.7% 減の 1,216 百万円、営業利益が同 53.2% 減の 113 百万円となった。コロナ禍で温浴事業の収益が大きく悪化したことが主因で、収益性についても、売上総利益率で 13.4%（前期比 6.6pt 減）、営業利益率で 9.3%（同 7.6pt 減）に低下した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

不動産関連事業の業績推移

（単位：百万円）

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	伸び率
売上高	1,464	1,426	1,216	-14.7%
温浴事業	1,033	988	770	-22.1%
不動産賃貸	379	387	403	4.1%
介護予防支援	51	50	42	-16.0%
営業利益	258	241	113	-53.2%
営業利益率	17.6%	16.9%	9.3%	-7.6pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業別の売上動向を見ると、温浴事業は前期比 22.1% 減の 770 百万円となった。2020 年 4 月の緊急事態宣言発出後、約 1 ヶ月間 1 店舗の営業を自粛したほか、残り 2 店舗についてもゴールデンウィーク期間中に営業を自粛したこと、また、営業再開後も客足の戻りが鈍く、飲食の利用も低下したことが減収要因となった。また、介護予防支援事業についても、外出自粛に伴う施設利用率の低下や利用者の解約が増加したことにより、同 16.0% 減の 42 百万円となった。一方、不動産賃貸事業は保有物件の稼働率が上昇したことにより、同 4.1% 増の 403 百万円と堅調に推移した。

手元キャッシュは潤沢で財務内容は良好、ROIC も大きく上昇

3. 財務状況と経営指標

2021 年 3 月期末の総資産は、前期末比 2,031 百万円増加の 57,286 百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現預金・有価証券が 1,296 百万円増加したほか、2021 年 3 月に出荷が増加したことにより売上債権が 820 百万円増加した。固定資産では投資有価証券が 426 百万円増加したほか、アズテックの子会社化でのれんが 610 百万円増加した。また、温浴事業の減損損失計上により、土地が 851 百万円、建物及び構築物が 293 百万円それぞれ減少した。

負債合計は前期末比 536 百万円増加の 7,411 百万円となった。仕入債務が 254 百万円増加したほか、未払法人税等が 264 百万円増加した。また、純資産は前期末比 1,494 百万円増加の 49,874 百万円となった。利益剰余金が 1,527 百万円、その他有価証券評価差額金が 456 百万円それぞれ増加した一方で、温浴事業の減損損失計上により土地評価差額金が 547 百万円減少した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

経営指標を見ると、安全性を示す自己資本比率は 87.1% と高水準を維持しており、また、有利子負債もほとんどなく実質無借金経営で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、営業利益率で 12.0% とここ数年来の最高水準に上昇したほか、ROIC（投下資本利益率）で 7.7% と同社が目標とする 6% 以上を上回って推移した。ROE が 3.1% と前期の 3.8% から低下したが、これは減損損失を計上したことによる売上純利益率の低下が要因で、これを除けば ROE は 4% 台に回復していたものと考えられる。とは言え、ROE の水準としてはまだ低く、同社の株式時価総額が 310 億円程度と純資産の約 6 割の水準にとどまっているのも、資本コストを上回るリターンを得られていないことが一因と見られる。ただ、同社は保有する潤沢な資金（現預金･有価証券＋投資有価証券で 260 億円強）を、M&A も含めて成長性の見込める事業に投下していくほか、資本効率の向上を目的とした自己株式取得等にも充当していく意向を示している。特に、投資に関しては、ポーラスマテリアル事業で新工場の建設を計画するなど積極的に展開していく方針で、これらの取り組みの成果が収益面で顕在化してくれば、株式市場での評価も変わってくるものと弊社では考えている。

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	18/3 期	19/3 期	20/3 期	21/3 期	前期比
流動資産	23,548	24,777	25,725	27,950	2,224
（現預金、有価証券）	16,407	17,696	18,475	19,771	1,296
固定資産	29,525	29,089	29,529	29,336	-193
総資産	53,073	53,867	55,255	57,286	2,031
流動負債	3,819	3,250	3,316	4,229	913
固定負債	3,417	3,610	3,558	3,181	-376
（有利子負債）	35	196	123	46	-76
負債合計	7,237	6,860	6,874	7,411	536
純資産合計	45,836	47,006	48,380	49,874	1,494
（安全性）					
自己資本比率	86.4%	87.3%	87.6%	87.1%	-0.5pt
有利子負債比率	0.0%	0.4%	0.2%	0.0%	-0.1pt
ネットキャッシュ（百万円）	16,372	17,499	18,352	19,725	1,373
（収益性）					
ROIC（投下資本利益率）	6.5%	6.0%	5.7%	7.7%	2.0pt
ROE（自己資本利益率）	4.2%	4.0%	3.8%	3.1%	-0.7pt
売上高営業利益率	11.7%	10.3%	9.9%	12.0%	2.1pt

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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

2022 年 3 月期は前期に拡大した需要の定着とさらなる販売拡大によって、中期経営計画目標を 1 年前倒しで達成することを目指す

1. 2022 年 3 月期の業績見通し

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 2.6% 増の 27,500 百万円、営業利益で同 6.5% 減の 3,000 百万円、経常利益で同 7.6% 減の 3,150 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 42.9% 増の 2,200 百万円となり、売上高と親会社株主に帰属する当期純利益は過去最高を更新する見通しだ。また、現在進行中の第 6 次中期経営計画の最終年度業績目標（2023 年 3 月期売上高 27,100 百万円、営業利益 2,850 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 2,100 百万円）に対して 1 年前倒しの達成を目指す。

2022 年 3 月期は、前期にコロナ禍で拡大した需要の定着とさらなる販売拡大に取り組んでいく方針だ。コロナ禍の影響については、事業によってプラス面とマイナス面の両方が前期は出たが、2022 年 3 月期についてはコロナ禍が続いていることもあり、ほぼ中立で見ている。営業利益を減益で見ている理由としては、前期にコロナ禍で減少した販促費や広告宣伝費などの営業費用の増加を見込んでいることに加えて、アズテックののれん償却額が通年で効いてくることが主因である。全体的には保守的な印象で、市場に大きな変化がなければ上振れも可能と弊社では見ている。事業セグメント別の見通しは以下の通り。

2022 年 3 月期連結業績見通し

（単位：百万円）

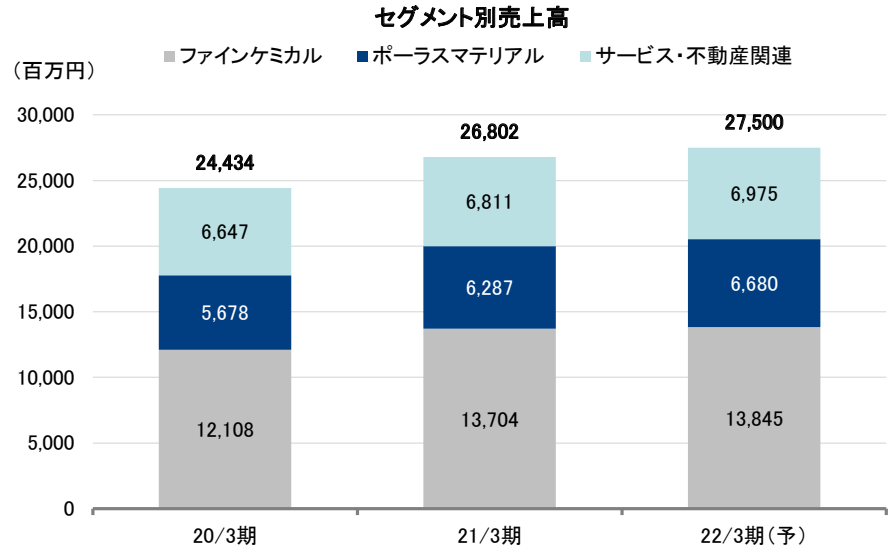
	21/3 期		22/3 期予				
	通期実績	対売上比	上期計画	前年同期比	通期計画	対売上比	前期比
売上高	26,802	-	13,500	5.4%	27,500	-	2.6%
営業利益	3,208	12.0%	1,440	1.6%	3,000	10.9%	-6.5%
経常利益	3,408	12.7%	1,530	0.4%	3,150	11.5%	-7.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,539	5.7%	1,000	0.5%	2,200	8.0%	42.9%
1 株当たり当期純利益（円）	70.44		45.74		100.63		

出所：決算短信よりフィスコ作成

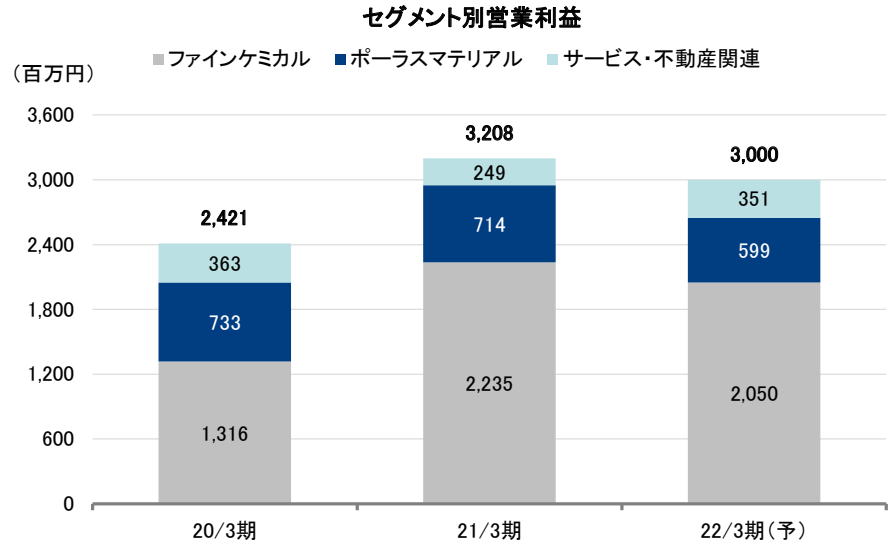
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

アズテックとの協業等による医療分野での今後の成長性に期待

2. 事業セグメント別見通し



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

(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 1.0% 増の 13,845 百万円、営業利益は同 8.3% 減の 2,050 百万円と増収減益を見込んでいる。減益要因は、既述のとおり前期に減少した営業費用の増加を見込んでいることによる。前期に伸長した一般消費者向け自動車用ファインケミカル製品については、横ばい水準を見込んでいる。ドライバーが自動車のメンテナンスにかける時間は前期とほぼ変わらないと見ており、継続的に新製品を投入していくことなどで高水準の売上を維持していく。

また、家庭用製品については前期比 2 ケタ増を見込んでいる。マスクの使用状況は変わらないものの、前期はメガネケア製品の需要に対して供給が追い付かず、一時的に発生した販売機会ロスが今期は解消されているため、その部分が増収要因になる。ただ、下期にかけてワクチン接種が進み、コロナ禍が収束してマスク利用が減少した場合には、販売面で影響が出る可能性がある。このため、同社ではコロナの影響で拡大したメガネケアニーズを一過性のものに終わらせないよう着実にユーザーを取り込み、更に認知の拡大を目指すため販売促進などの施策を講じるとともに、現中計で計画していたメガネケアのノウハウの横展開による新たな販売の柱（特にスポーツ関連分野）を構築すべく、製品開発に注力する。

業務用製品については微増収を見込んでいる。自動車向けコーティング剤については、新車販売台数の見通しが不透明だが、中古車向けの販売増でカバーできる見通しだ。また、前期に新たに販売を開始した設備用抗菌コート剤の拡販を進めていく。既に大手清掃事業者への OEM 提供を開始しているほか、子会社のアズテックが医療施設での需要があると見て、販売活動も開始している。また、関西国際空港の施設メンテナンス用に抗ウイルスコート剤の採用も決まっている。設備機器向けコーティング剤の売上高は 1.4 億円（前期は 1.2 億円）を見込んでいるが、これらの新たな市場開拓が進めば、計画を上回る可能性も十分ある。

海外事業については、コロナ禍の影響が不透明なため、前期並みの売上水準で想定している。また、TPMS 事業についても前期並みの売上見込みだが、運送会社向けなどリピート需要が期待できる安定顧客基盤が増えてきているようで、収益化に向けて引き続き運送会社を中心に顧客開拓を推進していく方針だ。電子機器・ソフトウェア開発事業に関しては、引き続き遠隔監視システムの 4G 対応製品への切り替え需要が見込まれている。また、前期からは自社でインフラを構築し、遠隔監視サービスをクラウドサービスとして顧客に提供するビジネスも開始しており、今後の成長が期待される。（株）ハネロンの経営も安定してきたことから同社では、エンジニアの増員を 2021 年から進めていくことも検討している。現在は従業員数 24 名の 5 割程度がエンジニアだが繁忙状況が続いており、当初の子会社化の目的であった自社の新たなサービスの創出に向けた取り組みは進んでおらず、今後の課題となる。

(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 6.3% 増の 6,680 百万円、営業利益は同 16.1% 減の 599 百万円となる見通し。アズテックの業績が通年で寄与することを考慮すれば、既存事業は微増収を想定していることになる。また、営業利益の減益要因は、のれん償却額が 68 百万円増加することや販促費など営業費用の増加を見込んでいることによる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

産業資材のうち、半導体製造用精密洗浄材については、半導体不足が深刻化していることもあって、海外の主要顧客でフル稼働状況が続く可能性が高いこと、中国半導体メーカー向けについても製造装置メーカーを通じて販売が伸びていること、前期に遅延していた国内半導体メーカー向けの伸びも見込まれることなどから、売上は好調を持続する可能性が高い。また、医療用についても、新型コロナウイルス感染症検査キット向け吸液材の需要増加が引き続き見込まれる。一方、生活資材については、米国の自動車用途向けの回復が見込まれるほか、その他家庭用品向け製品の拡充も進めていくことで増収を目指す。こうしたことから、既存事業の売上計画については保守的で上振れする可能性が高いと弊社では見ている。

なお、同社では既存工場の生産能力が限界に近付いてきたこと、医療分野での事業拡大を目指すことから、医療用製品の品質管理基準に適合した新工場を新たに建設する計画であることを明らかにした。新工場では医療用製品のほか、生活資材用品を製造する予定にしており、既存工場で空いたスペースで半導体 /HDD 製造用だけでなく、FPD やプリント基板・半導体パッケージ等の成長が見込めるハイテク産業向け産業用資材の生産能力を増強する予定だ。新工場に関しては段階的に投資を進めていくことにしており、当初の設備投資額は 17 億円程度を見込んでいる。

医療用製品については、現在のウイルス検査用資材のほか、アズテックと共同開発中の製品も生産していく。アイオン独自の開発による高吸水性、高気孔率といった特徴を持つ PVA（ポリビニルアルコール）スポンジの製品力と、アズテックの企画開発力を融合することで、新たな医療用製品の開発を進めている。医療分野では衛生管理が厳しく求められる環境であり、アイオンの PVA スポンジの利用価値は大きいと弊社では見ている。特に、アズテックは大規模医療施設など多く顧客基盤にしていることから、新製品の販促活動も進めやすいといったメリットもある。医療分野の売上高はアズテックの製品も含めて 2022 年 3 月期は 9 億円前後になるものと予想されるが、中期的に高成長が期待できる分野として弊社では注目している。

（3）サービス事業、不動産関連事業

サービス事業、不動産関連事業の合計は、売上高で前期比 2.4% 増の 6,975 百万円、営業利益で同 41.0% 増の 351 百万円となる見通し。主に、前期にコロナ禍の影響を受けた自動車教習所事業や温浴事業の収益改善を見込んでいる。いずれも前期は約 1 ヶ月休業を強いられたが、当期は営業自粛要請が今のところないため、稼働日数の増加が主な収益改善要因となる。また、温浴事業については、前期に減損損失を計上したことで減価償却費が軽減されることも改善要因となる。

自動車教習所事業については、現状繁忙状況が続いているほか、2021 年 4 月より新たにドローンスクールも開校した。受講者はまだ数名程度だが、今後建設業者だけでなく、農薬散布でもドローンを使うため農業従事者の受講者数が増加するものと見ており、中期的に収益拡大につながるものと期待される。一方、温浴事業については引き続き客数が低迷しているが、食事のデリバリーサービスを開始するなど新たな取り組みを進めながら収益確保を目指している。

自動車整備・鈑金事業については、事故車等の入庫数の動向が見通し難いため、前期並みの水準を想定している。引き続き美装関連（ボディコーティング、プロテクションフィルム、カーラッピング等）に注力し、収益構造を徐々に変えていく方針だ。生活用品企画販売については、生協向けや自社 EC サイトを通じた販売が堅調に推移する見通しだが、収益力の向上を図るため、PB 商品の開発販売に注力する。不動産賃貸事業については前期並みの状況が続く見通しだ。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

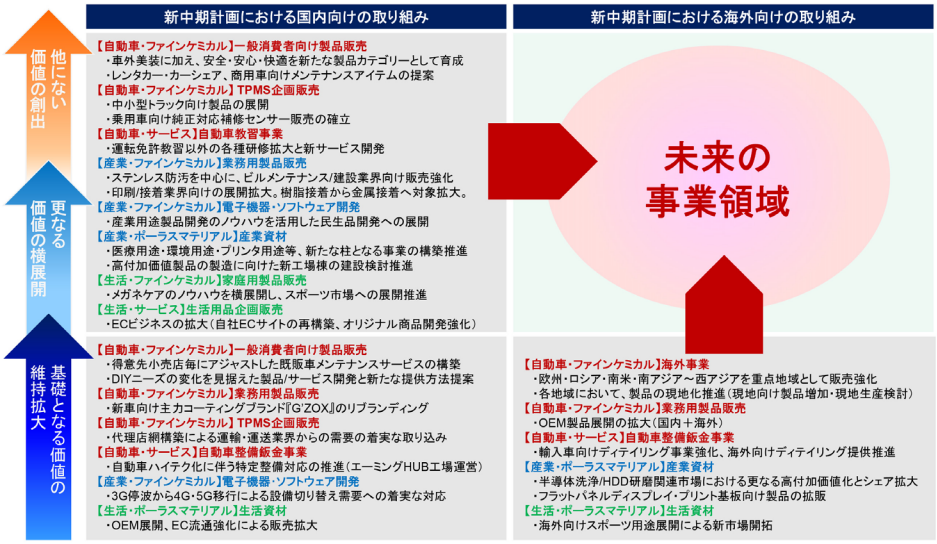
中期経営計画は順調な滑り出し、顧客変化を先取りした価値創出と事業領域の拡張により成長を目指す方針

3. 中期経営計画について

（1）第 6 次中期経営計画の概要

2021 年 3 月期からスタートした第 6 次中期経営計画では、前中期経営計画で進めてきた新たな製品・サービス開発の継続に加えて、「Ｏｖｅｒｔａｋｅ！！（顧客変化を追い越せ！！）」をテーマとし、顧客（ユーザー）変化に対応するのではなく、顧客（ユーザー）の変化を先取りした価値の創出によって、事業領域の拡張と業容の拡大を目指していくこと、また、既存技術・ノウハウの横展開に加えて、新たな技術・ノウハウを取り込み、“他にない”新しい価値と事業の創出に取り組んでいくことを基本方針として掲げた。中期経営計画策定がコロナ禍前であったため、策定当時の市場環境変化の前提と一部方向性が異なっているが（カーシェアリングの普及からマイカー保有等）、市場環境の変化によって獲得した新たな顧客層の定着化に取り組み、新商品の開発を積極化することでさらに販売を拡大していく戦略だ。

第 6 次中期経営計画の概要



出所：決算説明会資料より掲載

経営数値目標としては、最終年度となる 2023 年 3 月期に、売上高で 27,100 百万円、営業利益で 2,850 百万円、ROIC で 6.1% を掲げていたが、営業利益と ROIC に関しては初年度で超過しており、2022 年 3 月期には売上高、親会社株主に帰属する当期純利益についても 1 年前倒しで達成する見通しとなっている。足元の状況については極めて順調だが、コロナ禍による今後の市場への影響が見通し難いため、最終年度の目標値については据え置いている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中期経営計画数値目標

（単位：百万円）

	19/3 期 実績	20/3 期 実績	21/3 期 実績	22/3 期 計画	23/3 期 目標	年平均 成長率
売上高	24,561	24,434	26,802	27,500	27,100	3.5%
営業利益	2,518	2,421	3,208	3,000	2,850	5.6%
（営業利益率）	10.3%	9.9%	12.0%	10.9%	10.5%	0.6pt
親会社株主に帰属する当期純利益	1,861	1,824	1,539	2,200	2,100	4.8%
ROIC	6.0%	5.7%	7.7%		6.1%	0.5pt
ROE	4.0%	3.8%	3.1%		4.0%	0.2pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

（2）事業セグメント別見通し

事業セグメント別見通し

（単位：百万円）

	19/3 期 実績	20/3 期 実績	21/3 期 実績	22/3 期 計画	23/3 期 目標	年平均 成長率
ファインケミカル事業						
売上高	11,993	12,108	13,704	13,845	13,850	4.6%
営業利益	1,267	1,316	2,235	2,050	1,800	11.0%
営業利益率	10.6%	10.9%	16.3%	14.8%	13.0%	2.1pt
ポーラスマテリアル事業						
売上高	5,760	5,678	6,287	6,680	6,050	2.1%
営業利益	702	733	714	599	640	-4.4%
営業利益率	12.2%	12.9%	11.4%	9.0%	10.6%	-2.3pt
サービス事業、不動産関連事業						
売上高	6,807	6,647	6,811	6,975	7,200	2.7%
営業利益	538	363	249	341	410	4.1%
営業利益率	7.9%	5.5%	3.7%	4.9%	5.7%	0.2pt

出所：決算説明会資料、会社資料よりフィスコ作成

a）ファインケミカル事業

2023 年 3 月期におけるファインケミカル事業の売上高は 13,850 百万円、営業利益は 1,800 百万円を目標に設定している。営業利益については既に前期で超過しており、売上高も 1 年前倒しで達成する見込みだ。

国内の一般消費者向けカー用品では、自動車美装化の簡略化ニーズに応える商品の開発や、得意先小売店ごとに適した既販車メンテナンスサービスの構築など、自動車美装ケミカルのリーディングカンパニーとして自動車の快適・美化・衛生を保つ製品・サービスの提供に取り組んでいく。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

また、業務用製品では、自動車向けの主力コーティングブランドである「G'ZOX」のリブランディングを 2020 年に実施しており、売上拡大に注力していくほか、OEM ブランドでの国内外への展開を図っていく。また、車内向け製品・サービスの拡充等を通じて新ビジネスの創出も目指していく。自動車分野以外では、ビルメンテナンスや清掃業界へのアプローチを継続していくとともに、コロナ禍で需要が高まっている抗菌・抗ウイルス効果を付与した衛生管理製品の拡販や、表面改質技術を活用した印刷・接着業界向けのソリューションを提供するなど、新たな事業領域の拡張にも取り組んでいく方針だ。

海外向けに関しては、既存市場でのさらなる拡販に加えて、新規開拓エリアでの販売アプローチの見直しによる事業拡大を推進していく。特に、欧州、ロシア、南米、南アジア等の重点エリアにおいては、専用品の投入と将来的にはサプライチェーンリスクへの対応として現地生産化も視野に入れている。家庭用品販売については、メガネケア製品での成功ノウハウを横展開していく。特にスポーツ関連分野を新たな柱に育成すべく製品開発に注力していく方針だ。

TPMS 事業では、運輸運送関連企業を中心とするトラック･バス用 TPMS の販売体制強化と、補修用センサー販売及び OEM ビジネスの拡大を図っていく。電子機器・ソフトウェア開発事業では、3G ネットワークの停波（2026 年 3 月末）に伴う 4G、5G ネットワークに対応した監視機器等の切り替え需要を確実に取り込んでいくほか、無線通信と各種センサーを用いた遠隔監視システムの技術・ノウハウを生かして新たな民生用製品の開発も推進していく考えだ。

b) ポーラスマテリアル事業

2023 年 3 月期におけるポーラスマテリアル事業の売上高は 6,050 百万円、営業利益は 640 百万円を見込んでいる。アズテックの子会社化により売上高については大きく超過する見通しだ。一方、利益面では当初 2024 年 3 月期以降に予定していた新工場建設を 2022 年 6 月稼働と前倒しすることになったことから、最終年度に新工場立ち上げ負担がかかる可能性があり、その状況次第となる。

産業資材分野では、半導体・FPD・HDD 等のハイテク業界向け製品において、年々高度化する技術要求に対応していくことでシェアの維持拡大を図っていく。また、医療分野においては、アズテックとの協業も含めて事業を拡大していく方針で、現在の医療部材の提供から医療関連製品の製造まで領域を拡大していくことを目指している。一方、生活資材分野のうち、国内市場では高吸水・高気孔といった性能の高さで差別化を図っていくと同時に、OEM ビジネスや EC ビジネスの拡大を目指していく。また、海外向けではスポーツ用途展開による市場開拓などを進めていく方針だ。

c) サービス事業、不動産関連事業

2023 年 3 月期におけるサービス事業、不動産関連事業の合計の売上高は 7,200 百万円、営業利益は 410 百万円を目指す。コロナ禍の影響を受けたため、今後はコロナ禍対応によってどの程度、収益を回復していくことができるかが計画達成の鍵を握る。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

自動車整備・鈑金事業では、美装関連事業に注力していくと同時に、自動車のハイテク化に伴って需要が増えている特定整備（エーミング対応）※に取り組むことで、入庫車両数の確保と輸入車メーカー認証取得による対応車両の拡充を図っていく。また、自動車教習事業では、運転免許試験場以外の各種研修（高齢者ドライバー講習等）の拡大と、新サービスとして開始したドローンスクールの受講者数の拡大に取り組み、収益を拡大していく戦略となっている。ドローンに関しては 2022 年度から免許制度の導入が開始されることから、今後の需要拡大が見込まれている。生活用品企画販売事業については、自社 EC サイトの再構築と PB 商品の開発により、これまでリーチできていなかった顧客層の取り込みを図っていく。

※ ASV（先進安全自動車）が搭載している衝突防止システムや車線維持支援システムなど各種安全システムが正しく動作するか検査し、不具合がある場合は調整する業務。エーミングには専用のツールや電波測定などをする作業環境が必要となる。

株主還元策

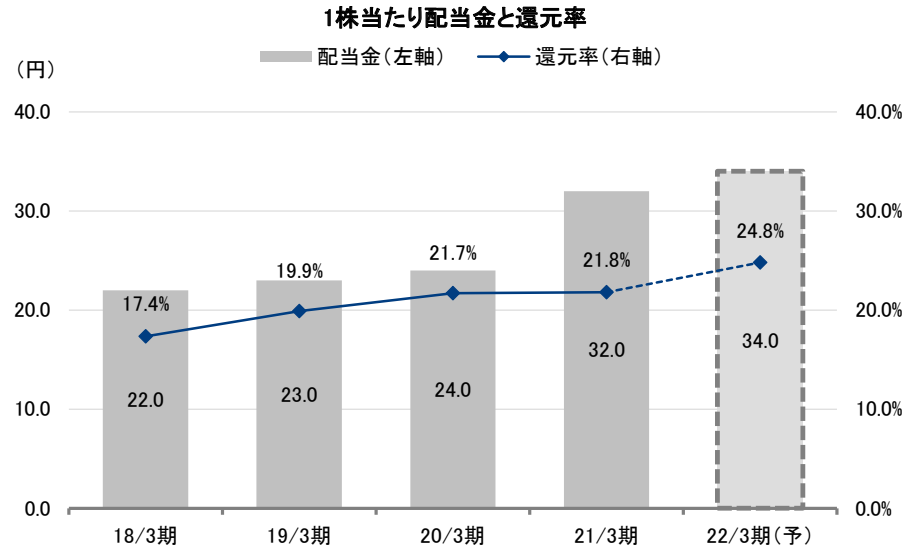
株主還元は安定配当の継続を基本に、営業利益の 25% を還元していく方針

株主還元方針については、安定的な配当の継続を基本方針とし、配当還元率については 2021 年 3 月期より連結営業利益の 25% を目安とすることとした（従前は 20%）。この結果、2022 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比 2.0 円増配の 34.0 円、還元率 24.8% となり、2016 年 3 月期以降 7 期連続の増配となる予定だ。なお、2021 年 3 月期の還元率が 21.8% と目安の 25.0% に満たなかったものの、このギャップを埋めるべく 2021 年 3 月から 6 月にかけて 10 万株、132 百万円の自己株取得を実施している。この結果、自己株取得も含めた総還元性向で見れば 25% に達している。

また、株主還元策として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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

株主還元策



注：還元率＝配当総額÷連結営業利益
　　18/3 期は期中に実施した自己株式取得 93 百万円を含めると総還元性向で 20.8% となる
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 5 コースから 2 コース選択	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
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 5 コースから 3 コース選択	同社及びグループ会社の製品・サービス 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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重要事項（ディスクレーマー）

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・表示したものですが、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