

|| 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 >>>](#)

2020年6月22日(月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2020 年 3 月期の業績概要	01
2. 2021 年 3 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画について	01
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. ファインケミカル事業	04
2. ポーラスマテリアル事業	06
3. サービス事業	06
4. 不動産関連事業	07
■ 業績動向	07
1. 2020 年 3 月期の業績概要	07
2. 事業セグメント別動向	08
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2021 年 3 月期の業績見通し	13
2. 中期経営計画について	16
■ 株主還元策	20

■ 要約

ファインケミカル事業を成長ドライバーとする中期経営計画を発表

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。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・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シェアと収益力を持つこと、財務の健全性の高いことが強みとなっている。

1. 2020年3月期の業績概要

2020年3月期の連結業績は、売上高で前期比0.5%減の24,434百万円、営業利益で同3.8%減の2,421百万円と若干ながら減収減益で着地した。主力のファインケミカル事業は新製品の好調や海外市場の回復で増収増益となったものの、暖冬の影響によりタイヤチェーンの販売が落ち込んだことによって、増加額は限定的となった。また、ポーラスマテリアル事業も半導体やHDD業界向けの需要が伸びたものの、生活資材の海外向けが米国において、大きく落ち込んだことに加えて、前期に大型台風の影響で特需のあった自動車整備・钣金事業の収益が大きく落ち込んだことが、減収減益要因となった。

2. 2021年3月期の業績見通し

2021年3月期の連結業績は、売上高で前期比1.5%増の24,800百万円、営業利益で同5.0%減の2,300百万円を見込む。新型コロナウイルス感染症の影響については、巣ごもり現象により自動車の洗浄用品や家庭向け掃除用品などの需要が好調に推移している反面、自動車販売の落ち込みによる業務用製品の減少や、自動車教習所、温浴施設の一時休業などの影響が出ている（なお、自動車教習所、温浴施設については5月下旬以降、営業を再開している）。事業セグメント別で見ると、ファインケミカル事業は増収増益が続くものの、サービス事業や不動産関連事業が減益分をカバーするまでには至らず、通期で減益が続く見込みとなっている。

3. 中期経営計画について

2021年3月期からスタートする新中期経営計画では「O v e r t a k e !! (顧客変化を追い越せ!!)」をテーマに、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だ。最終年度となる2023年3月期の経営数値目標は、売上高で27,100百万円（前期比11%増）、営業利益で2,850百万円（同18%増）とした。営業利益は2018年3月期以来の最高益更新を目指している。事業セグメント別では、ファインケミカル事業がけん引する格好となり、もう一つの柱であるポーラスマテリアル事業については、将来の成長を見据えた人材投資や開発投資を積極的に進めていく期間と位置づけ、利益の伸びは見込んでいない。また、今回より事業運営の効率性を示すROIC（投下資本利益率）をKPIとして取り入れており、前期実績の5.6%から6.1%まで引き上げていくことを目指している。

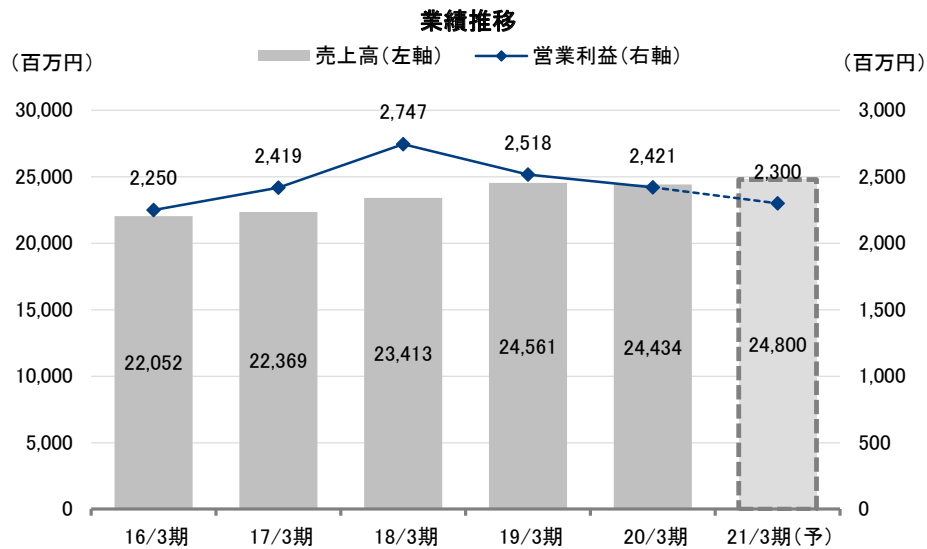
要約

4. 株主還元策

株主還元については、安定的な配当の継続を基本方針としており、還元率は従来、連結営業利益の20%を目安としていたが、2021年3月期よりこの目安を25%に引き上げることを発表している。これにより、2021年3月期の1株当たり配当金は前期比1.0円増配の25.0円（還元率23.9%）とし、6期連続の増配を予定している。

Key Points

- ・2020年3月期のファインケミカル事業とポーラスマテリアル事業は2期ぶりに増益に転じる
- ・2021年3月期業績は先行投資費用増と新型コロナウイルス感染症の影響で減益見通しに
- ・新中期経営計画をスタート、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



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、 連結売上高の約6割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2018年3月に電子機器ソフトウェア開発会社の（株）ハネロンを子会社化した。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

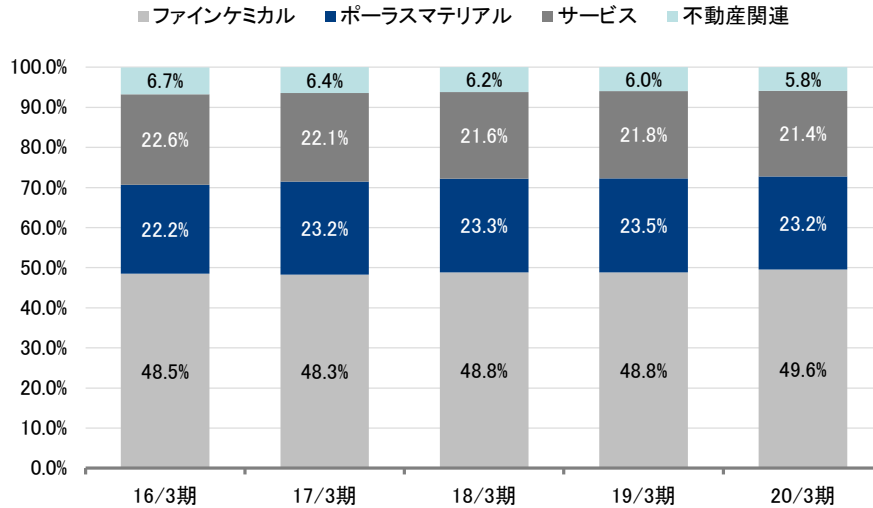
事業セグメント	事業内容	会社名
ファインケミカル	カー用品 業務用、家庭用品等製品	（株）ソフト99コーポレーション
	海外事業	上海速特99化工有限公司 / （株）ソフト99コーポレーション
	海外カー用品輸入・販売	（株）アンテリア
	TPMS 企画・開発・販売	（株）オレンジ・ジャパン
	電子機器・ソフトウェア開発	（株）ハネロン
ポーラスマテリアル	産業資材	アイオン（株）
	生活資材	
サービス	自動車整備・钣金、美装	（株）ソフト99オートサービス
	自動車教習所運営	アスモ（株）
	生活用品等企画販売	（株）くらし企画
不動産関連	不動産賃貸	（株）ソフト99コーポレーション
	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期間の事業セグメント別構成比をみると売上高、セグメント利益ともに大きな変動は無く、売上高ではファインケミカル事業が5割弱、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、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3割の水準で推移しており、両事業が収益柱となっているが、サービス事業や不動産関連事業についても安定した収益が続いており、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。

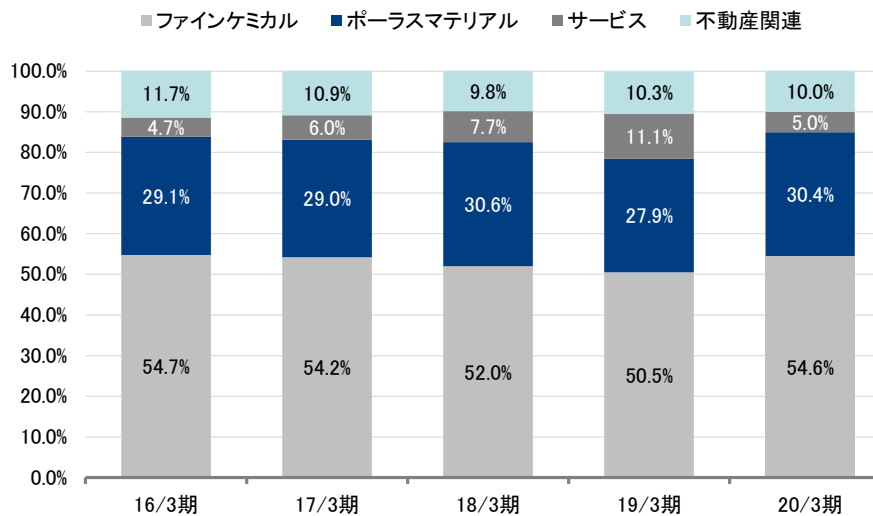
事業概要

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

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、ガラスケア、リペアグッズ等）、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）、家庭用品（メガネケア製品、クリーナー等）、海外事業（主にカー用品）、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。2020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64%を占め、次いで業務用製品が14%、海外事業が12%、家庭用品等が6%、電子機器・ソフトウェアが5%、TPMSが2%となっている。

ソフト99コーポレーション | 2020年6月22日(月)
 4464 東証2部 | <https://www.soft99.co.jp/ir/>

事業概要

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は約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割の市場シェアで、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、耐久性や品質では同社製品の評価が高く、外車専門ディーラー向けでも多く採用されている。

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も進んでいる。

TPMS事業では、国内の運送事業者向け（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：タイヤ空気圧監視装置）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略化できるほか、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、主にガスや通信事業者等の社会インフラ用途向け遠隔監視システム並びに組み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、10～12%の間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、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を図っている。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。

事業概要

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、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。2020年3月期の売上構成比で見ると、産業資材が74%、生活資材が26%となっており、ここ数年、同水準で推移している。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米国や韓国、台湾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では競合が1社しかなく、2社で市場を寡占化し、シェアも分け合っている。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、医療機器向け（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。

直近5年間の営業利益率は12-15%の水準で推移しており、ファインケミカル事業と比較して若干、利益率が高く、また変動率も大きくなっている。半導体・ハードディスク製造ライン用製品について付加価値が高い反面、市況の変動も大きいことが要因となっている。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・钣金事業のほか、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。2020年3月期の売上構成比で見ると、自動車整備・钣金が46%、自動車教習所運営が19%、生活用品企画販売が35%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経由で在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による事故車両の減少や損害保険料の値上げが影響して、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、関西が売上の中心となっているが、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、幅広い調達先を生かしたインターネット販売にも注力しており、今後はグループのネット販売のノウハウを集約し、インターネット販売事業も拡大していく方針となっている。

事業概要

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。2020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69%、不動産賃貸事業が27%、介護予防支援事業が4%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。

業績動向

2020年3月期は自動車整備・钣金事業の落ち込みが響いて減収減益に

1. 2020年3月期の業績概要

2020年3月期の連結業績は売上高で前期比0.5%減の24,434百万円、営業利益で同3.8%減の2,421百万円、経常利益で同3.7%減の2,585百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同2.0%減の1,824百万円と若干ながら減収減益決算となった。売上高は5期ぶりの減収となり、各利益は2期連続の減益決算となった。

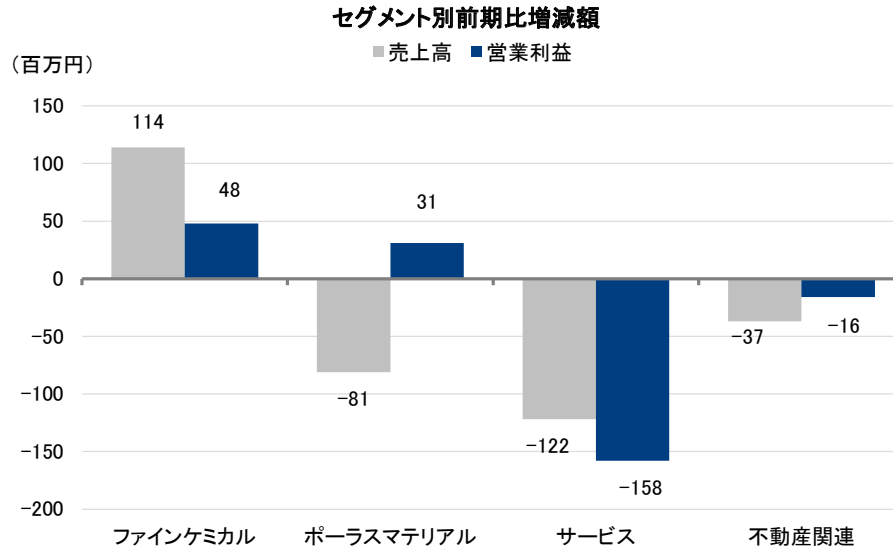
2020年3月期連結業績

(単位：百万円)

	19/3期		会社計画	20/3期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	24,561	-	25,000	24,434	-	-0.5%	-2.3%
売上総利益	8,969	36.5%	-	8,946	36.6%	-0.2%	-
販管費	6,451	26.3%	-	6,524	26.7%	1.1%	-
営業利益	2,518	10.3%	2,500	2,421	9.9%	-3.8%	-3.1%
経常利益	2,685	10.9%	2,620	2,585	10.6%	-3.7%	-1.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,861	7.6%	1,820	1,824	7.5%	-2.0%	0.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメントで見ると、売上高はファインケミカル事業を除く3つの事業で減収となり、営業利益はサービス事業、不動産関連事業が減益となった。特にサービス事業の落ち込みが大きく、ファインケミカル事業やポーラスマテリアル事業の増益でカバーしきれなかった。売上総利益率はプロダクトミックスの変化によって前期比0.1ポイント上昇したものの、販管費率は同0.4ポイント上昇し、金額ベースでも前期比73百万円増加した。主な増加項目を見ると、広告宣伝費(+44百万)、人件費(+27百万円)となっている。

なお、会社計画比でも売上高、利益ともに若干の未達となったが、要因としては自動車整備・钣金事業の低迷に加えて、ファインケミカル事業において記録的暖冬による冬物商品(タイヤチェーン)の販売が不振だったこと、ポーラスマテリアル事業の米国向けコンシューマ製品が落ち込んだこと、また、国内の温浴事業についても3月の売上が落ち込んだことなどが挙げられる。

2020年3月期のファインケミカル事業とポーラスマテリアル事業は2期ぶりに増益に転じる

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1.0%増の12,108百万円、営業利益が同3.8%増の1,316百万円と5期連続の増収、2期ぶりの増益となった。売上高は業務用製品が減収となったほか、冬用タイヤチェーンの販売不振による返品の影響があったものの、一般用製品がボディケア、ガラスケア製品を中心に増収となり、前期に落ち込んだ海外市場も回復に転じたことが増収要因となった。利益面では、売上総利益率が46.4%と前期と変わらなかったものの、販促費等の販管費を抑制したことにより、営業利益率は前期比0.3ポイント上昇の10.9%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)

	18/3期	19/3期	20/3期	伸び率
売上高	11,437	11,993	12,108	1.0%
一般用：ボディケア	1,948	1,776	1,866	5.1%
一般用：ガラスケア	3,610	3,459	3,681	6.4%
一般用：リペアグッズ	2,194	2,264	2,255	-0.4%
業務用	1,439	1,754	1,649	-6.0%
家庭用品等	589	598	697	16.6%
海外事業	1,395	1,295	1,400	8.1%
TPMS	130	160	185	15.6%
電子機器・ソフトウェア開発	-	525	563	7.2%
その他	129	157	-192	-
営業利益	1,423	1,267	1,316	3.8%
営業利益率	12.4%	10.6%	10.9%	0.3pt

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、国内の一般消費者向け販売（自動車分野）については、新車の販売台数が落ち込む中で堅調に推移した。ボディケア製品については、洗車の時短化をコンセプトに開発し、2019年3月より販売を開始した「レインドロップ」が好調で前期比5.1%増となった。ガラスケア製品は、主力の「ガラコワイパー」の販売が冬季用ワイパーの展開店舗の拡大もあって好調に推移したほか、「窓フクピカ」などのクリーナー製品も美化意識の高まりを背景に順調に推移し同6.4%増となった。一方、リペアグッズに関しては主要取引先での取扱量が減少したことで、同0.4%減となった。

業務用製品販売（自動車・産業分野）は前期比6.0%減と5期ぶりに減収となった。自社ブランドの業務用コーティング剤は中古車販売の好調を受けて増収となったものの、OEM製品が新車販売の減少に伴い落ち込んだほか、前期に撥水ワイパーの大口発注があった輸入車ディーラー向けも、今期は在庫補充分の発注にとどまったことで減収となったことが響いた。

家庭用製品販売（生活分野）については、主力の「メガネのシャンプー」「メガネのくもり止め」が、新型コロナウイルス感染症対策に伴うマスク需要の増加を受け、当第4四半期に販売が急増したこと、また、メガネ用OEM製品の販売も好調だったことから前期比16.6%増と大きく伸長した。

海外市場向け販売（自動車分野）は前期比8.1%増と2期ぶりに増収に転じた。前期はワックス製品が欧州の化学物質規制の対象となり一時的に販売をストップしていた影響で減収となったが、規制対応製品の販売を開始したことで欧州向けが復調した。最大販売国となるロシア向けも前期に販売を開始した高付加価値タイプのガラスコーティング製品や、潤滑油及び不凍液の販売が順調だったこと、他の東欧諸国への出荷も増加したことから、前期比2ケタ増と好調に推移した。また、中国向けは新型コロナウイルス感染症の影響が当第4四半期にあったものの増収を確保し、韓国、台湾向けも増収となった。東南アジアエリアについてはフィリピン、マレーシアを除いて低調に推移した。

業績動向

TPMS（自動車分野）の売上高は前期比 15.6% 増と 2 ケタ増収が続いた。長距離トラックやバス運送会社向けの導入が進んでいるほか、乗用車向け OEM 製品の販売を開始したことも増収要因となっている。また、新たな用途として埼玉新都市交通（株）で運行するモノレールの一部車種にも採用されるなど、用途の広がりも進み始めている。

電子機器・ソフトウェア開発は前期比 7.2% 増となった。携帯電話の 3G サービス終了の方針を受け、旧製品ユーザーからの機器の更新需要が発生したことが増収要因となっている。なお、その他売上が 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出荷した 1 割強程度しか売れず返品されたことが要因となっている。

(2) ポーラスマテリアル事業

ポーラスマテリアル事業の業績は、売上高が前期比 1.4% 減の 5,678 百万円と 5 期ぶりの減収となったものの、営業利益は同 4.4% 増の 733 百万円と 2 期ぶりに増益に転じた。人員増強や研究開発費の増加等、将来を見据えた費用増はあったものの、採算の良い産業資材が伸びたことで売上総利益率が前期比 1.9 ポイント改善し、増収要因となった。

ポーラスマテリアル事業の業績推移

(単位：百万円)

	18/3 期	19/3 期	20/3 期	伸び率
売上高	5,461	5,760	5,678	-1.4%
産業資材	3,928	4,164	4,224	1.4%
国内	2,098	2,122	2,095	-1.3%
輸出	1,830	2,042	2,129	4.2%
生活資材	1,532	1,596	1,455	-8.8%
国内	730	751	854	13.7%
輸出	802	845	601	-28.9%
営業利益	837	702	733	4.4%
営業利益率	15.3%	12.2%	12.9%	0.7pt

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 1.4% 増の 4,224 百万円となった。米中貿易摩擦の影響による景気減速の影響を受け、国内向けは同 1.3% 減となったものの、第 4 四半期に入って新型コロナウイルス感染症拡大に起因する物流不安により、海外の大手半導体メーカーから在庫を積み増す動きがあったこと、また、HDD 向け研磨需要も好調に推移したことから、海外向けが同 4.2% 増と堅調に推移した。なお、新規用途先として注力している医療分野（国内向け）は顧客開拓が進んだことにより、前期の 120 百万円から 200 百万円に拡大している。

一方、生活資材は前期比 8.8% 減の 1,455 百万円と減少に転じた。国内向けについては、自動車用製品や家庭用スポンジの需要好調により、同 13.7% 増となったものの、海外向けが米国市場において、リアル店舗から EC 販売へのシフトが急激に進む中で、現地代理店が対応しきれず販売が低調に推移、在庫調整が発生したことで同 28.9% 減と大きく落ち込んだ。

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2.3%減の5,221百万円、営業利益が同56.7%減の121百万円と6期ぶりの減収減益となった。既述の通り、自動車整備・鈹金事業において特需が剥落したことが主因となっている。

サービス事業の業績推移

(単位：百万円)

	18/3期	19/3期	20/3期	伸び率
売上高	5,059	5,343	5,221	-2.3%
自動車整備・鈹金	2,453	2,617	2,407	-8.0%
自動車教習所	885	902	969	7.4%
生活用品企画販売	1,720	1,823	1,843	1.1%
営業利益	209	280	121	-56.7%
営業利益率	4.1%	5.2%	2.3%	-2.9pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業別の動向を見ると、自動車整備・鈹金事業は2019年3月期が大型台風の影響で、関西エリアで鈹金需要が急増したが、2020年3月期はこうした特需が無かったことに加えて、上期に設備更新に伴う一部工場の稼働を休止したが、下期に入庫数が戻らなかったこともあり、売上高で前期比8.0%減となり、営業利益も減益となった。

自動車教習事業については、入所者数が堅調に推移したほか高齢者ドライバー講習も好調だったことから、売上高は前期比7.4%増の969百万円と過去最高を更新し、営業利益についても若干の増益となった。

生活用品企画販売事業は、暖冬の影響で季節商材が低迷したものの、新型コロナウイルス感染症の影響で第4四半期に入ってマスクを中心に通信販売需要が拡大したことを受け、前期比1.1%増の1,843百万円となり、営業利益についても若干増益となった。

(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2.6%減の1,426百万円、営業利益が同6.5%減の241百万円となった。新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあって温浴事業の売上高が落ち込んだことが減収減益要因となった。

不動産関連事業の業績推移

(単位：百万円)

	18/3期	19/3期	20/3期	伸び率
売上高	1,455	1,464	1,426	-2.6%
温浴事業	1,028	1,033	988	-4.3%
不動産賃貸	374	379	387	2.3%
介護予防支援	52	51	50	-3.5%
営業利益	269	258	241	-6.5%
営業利益率	18.5%	17.6%	16.9%	-0.7pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

事業別の動向を見ると、温浴事業の売上高は前期比4.3%減の988百万円となった。近隣に競合店が出店した影響で一部店舗の売上が落ち込んだことに加えて、新型コロナウイルス感染症の影響で利用者数が減少したことが減収要因となり、営業利益も減益となった。

不動産賃貸事業は保有物件の稼働率が高水準で推移したことにより、売上高で前期比2.3%増の387百万円となり、営業利益も増益となった。

介護予防支援事業は、利用者数の伸び悩みに加えて、新型コロナウイルス感染症対策のため訪問活動を自粛したこともあり、売上高は前期比3.5%減の50百万円となったが、営業利益は順調に推移した。

手元キャッシュは潤沢で財務内容は良好、ROICの向上が課題

3. 財務状況と経営指標

2020年3月期末の総資産は、前期末比1,388百万円増加の55,255百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現預金・有価証券が778百万円増加したほか、たな卸資産が275百万円増加した。固定資産では投資有価証券が418百万円増加した。

負債合計は前期末比14百万円増加の6,874百万円となった。主に未払金及び未払費用が110百万円、長期借入金が73百万円減少した一方で、未払法人税等が195百万円増加した。また、純資産は前期末比1,373百万円増加の48,380百万円となった。配当金525百万円の支出と親会社株主に帰属する当期純利益1,824百万円の計上等により利益剰余金が1,297百万円増加した。

経営指標をみると、安全性を示す自己資本比率は80%以上の高水準を維持しており、また、有利子負債もほとんど無く実質無借金経営であることから財務基盤は引き続き健全な状態にあると言える。一方、収益性に関しては営業利益率が9.9%と若干ながらも低下し、ROIC（投下資本利益率）で5.6%、ROEで3.8%と投下収益率でも低水準が続いており、今後の課題となっている。同社の株式時価総額が現状、200億円前後の水準で純資産の4割程度の水準にとどまっているのも、潤沢な資本を十分に生かし切れておらず、収益がここ数年伸び悩んでいることが一因と見られる。ただ、同社の保有する資金（現預金・有価証券+投資有価証券）は約250億円と潤沢にあり、これら資金を有効活用し事業を拡大していくことができれば、株式市場での評価も高まるものと弊社では考えている。

同社でもこうした点は経営課題と認識しており、今後の経営指標としてROICを意識した経営を進めていく方針としている。潤沢な手元キャッシュの活用法としては、新規事業への投資や既存事業とシナジーが期待できる分野におけるM&A資金、あるいは資本効率の向上を目的とした自己株式取得などにも充当していく意向を示している。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	前期比
流動資産	21,887	23,548	24,777	25,725	947
(現金、有価証券)	15,739	16,407	17,696	18,475	779
固定資産	28,782	29,525	29,089	29,529	440
総資産	50,670	53,073	53,867	55,255	1,388
流動負債	2,771	3,819	3,250	3,316	66
固定負債	3,619	3,417	3,610	3,558	-52
(有利子負債)	102	35	196	123	-73
負債合計	6,390	7,237	6,860	6,874	14
純資産合計	44,279	45,836	47,006	48,380	1,373
(安全性)					
自己資本比率	87.40%	86.40%	87.30%	87.60%	0.3pt
有利子負債比率	0.2%	0.0%	0.4%	0.2%	-0.2pt
ネットキャッシュ (百万円)	15,637	16,372	17,499	18,352	852
(収益性)					
ROIC (投下資本利益率)	5.9%	6.5%	6.0%	5.6%	-0.4pt
ROE (自己資本利益率)	4.1%	4.2%	4.0%	3.8%	-0.2pt
売上高営業利益率	10.8%	11.7%	10.3%	9.9%	-0.4pt

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

■ 今後の見通し

2021年3月期業績は先行投資費用増と新型コロナウイルス感染症の影響で減益見通しに

1. 2021年3月期の業績見通し

2021年3月期の連結業績は、売上高で前期比1.5%増の24,800百万円、営業利益で同5.0%減の2,300百万円、経常利益で同6.4%減の2,420百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同5.7%減の1,720百万円と増収減益を見込んでいる。販促費や研究費、情報システム投資に伴う償却費等の増加を見込んでいることに加えて、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う緊急事態宣言の発令を受け、4月から5月下旬まで自動車教習所や温浴施設で休業を強いられたことが減益要因となる。このため、上期の業績については営業利益で前年同期比25.2%減と落ち込みが大きく、下期回復型の業績見通しとなっている。とはいえ、新型コロナウイルス感染症の収束が長引くようだと回復の時期もずれ込む可能性はある。なお、事業セグメント別の見通しは以下の通り。

ソフト99コーポレーション | 2020年6月22日(月)
 4464 東証2部 | <https://www.soft99.co.jp/ir/>

今後の見通し

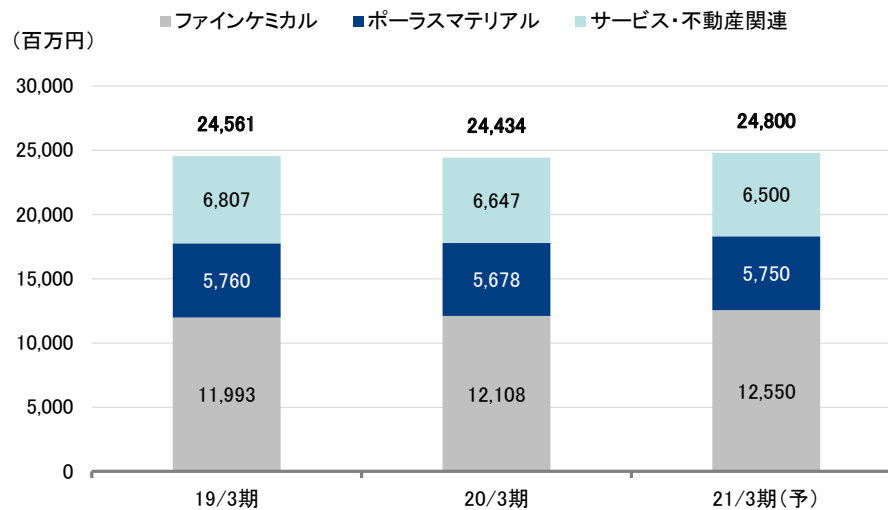
2021年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	20/3期				21/3期		
	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	24,434	-	12,200	0.3%	24,800	-	1.5%
営業利益	2,421	9.9%	940	-25.2%	2,300	9.3%	-5.0%
経常利益	2,585	10.6%	990	-25.8%	2,420	9.8%	-6.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,824	7.5%	690	-26.0%	1,720	6.9%	-5.7%
1株当たり当期純利益(円)	83.74		31.67		78.95		

出所：決算短信よりフィスコ作成

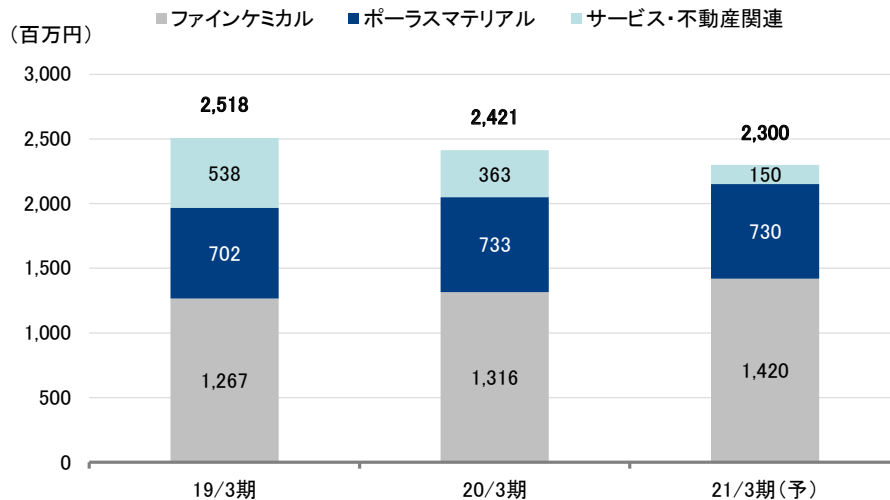
セグメント別売上高



出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

セグメント別営業利益



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 3.7% 増の 12,550 百万円、営業利益は同 7.9% 増の 1,420 百万円と増収増益を見込む。新型コロナウイルス感染症の影響については、プラス、マイナス両面出ている。プラス面では、外出自粛によって在宅時間が長くなるなかで、マイカーのメンテナンスや自宅の掃除をする機会が増えたことによる関連商品の需要増加や、マスク需要の増加に伴う「メガネのシャンプー」「メガネのくもり止め」などの需要が4月以降も増加していることが挙げられる。一方、マイナス面では自動車販売の落ち込みによる業務用コーティング剤などの需要低迷があり、全体ではほぼ中立要因となっている。このため、2021年3月期も一般用カー用品や家庭用品の販売増が増収増益要因となる見通した。また、前期は冬用タイヤチェーンの返品で3億円程度の減収要因となったが、2021年3月期は平年並みに戻る見込みであることもプラス要因となる。

TPMSについては引き続きトラック・バス等の運送業者向け、及び乗用車用 OEM 製品の販売増が見込まれる、国内で TPMS を純正で装着している乗用車はまだ一部の高級車や大型車にとどまっているが、これら車種でのリプレース需要が見込まれる。また、特殊大型車両や建設機械、モノレールなどでの採用増加も期待される。

(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 1.3% 増の 5,750 百万円、営業利益は同 0.4% 減の 730 百万円となる見通し。産業資材に関しては、半導体向け精密洗浄材が4月以降も海外顧客からの追加発注が入っており堅調に推移しているものの、下期はこうした需要が一巡して通期では前期比横ばい水準になると見ている。また、生活資材も米国の自動車用途向けが引き続き低迷しており、減収となる公算が大きいものの、国内が新型コロナウイルス感染症の影響で好調が続いており、増収要因となる。ただ、利益面では人材投資や開発投資を継続していくことから微減益を見込む。

今後の見通し

(3) サービス事業、不動産関連事業

サービス、不動産関連事業の合計は、売上高で前期比 2.2% 減の 6,500 百万円、営業利益で同 58.7% 減の 150 百万円と大幅減益となる見通し。サービス事業では自動車教習事業で 4 月から 5 月下旬にかけて 2 ヶ月弱休業したことがマイナス要因となる。また、事故車等の在庫数減少により低迷が続いている自動車整備・鈑金事業については、美装関連事業（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）に徐々にシフトしており、ビジネスモデル転換の過渡期となる。生活用品企画販売については、通販需要が引き続き堅調に推移する見通し。

不動産関連事業については、新型コロナウイルス感染症の影響で温浴事業の一部店舗で 4 月、5 月と休業したほか、営業再開後も食事の提供はまだ再開しておらず、客数の減少及び客単価の低下の影響がしばらく続く見通しで、上期業績は大きく落ち込むことが予想される。一方、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。

新中期経営計画をスタート、 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

2. 中期経営計画について

(1) 前中期経営計画の振り返り

前中期経営計画（2018 年 3 月期～2020 年 3 月期）の振り返りとして、同社ではテーマとしてきた“新市場に向けた各種施策”については、一定の成果を得られたものの、全体としては道半ばの状況であったとの評価を行っている。成果が得られた点としては、自動車分野における海外市場、業務用製品での売上拡大、産業分野では付加価値の高い半導体分野での売上拡大、生活分野ではポーラスマテリアル事業における生活資材の売上拡大などが挙げられる。一方で、TPMS の売上拡大ペースが想定を下回ったほか、自社製品の EC 販売の取り組みに関してはほとんど成果が挙げられず、その他の施策についても課題を残す結果となった。

前中期経営計画の振り返り

	前中期計画基本方針	事業セグメント別主要施策（注）	前中期計画期間中の市場環境と施策進捗状況
自動車分野	新時代の自動車において安心・安全・快適を実現	[F]海外販売拡大に向けた事業基盤構築	○ ・欧州・ロシアで販売伸長。 ○ ・南アジア・南米にも販売拡大の足掛かり。
		[F]自動車を取り巻く環境変化に対応した自動車美装の再定義	△ ・シェアリング等に向けた新規チャネル向け販売を進めるも、大きな販売拡大に至らず。 ○ ・既存分野で業務用製品販売が伸長。
		[F]トラック・バス向けTPMS販売網強化と乗用車向けTPMS製品追加	× ・TPMS新車搭載車種の拡大は想定より遅い。 △ ・後付型TPMS製品の販売は着実に増加するも、販売のボリュームは不足。
		[S]自動車板金や運転教習のノウハウを活用した新サービス開発	△ ・サービス開発は進行するも、事業化にはまだ時間を要する。
産業分野	新たな柱となる市場の開拓	[P]機能性多孔質体の情報・環境・健康産業向け展開	○ ・半導体市場好調により情報産業向けは伸長。 △ ・環境・健康産業向け展開に課題。
		[F]コーティング製品を屋外構造物・清掃業界へ展開	△ ・協力企業との協業体制構築済み、需要確認できるも、期間中に収益拡大には至らず。
		[F]表面改質技術の印刷・接着業界向け展開	△ ・協力企業との協業体制構築済み、需要確認できるも、期間中に収益拡大には至らず。
生活分野	ニッチ市場での存在感確立	[F]メガネケアに続くケミカル新分野の開拓	△ ・撥水技術の横展開を進めるも、新しい柱となる製品カテゴリー創出には至らず。
		[S]WEB販売の強化	○ ・生協通販分野は堅調に推移。 × ・自社EC分野は成長できず。
		[F・P・S・R]グループリソース共有による効率化	○ ・セグメント間の販路共有により、ポーラスマテリアルセグメントの生活資材販売拡大。

（注）【F】ファインケミカルセグメント 【P】ポーラスマテリアルセグメント 【S】サービスセグメント 【R】不動産関連セグメント

出所：決算説明会資料より掲載

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.

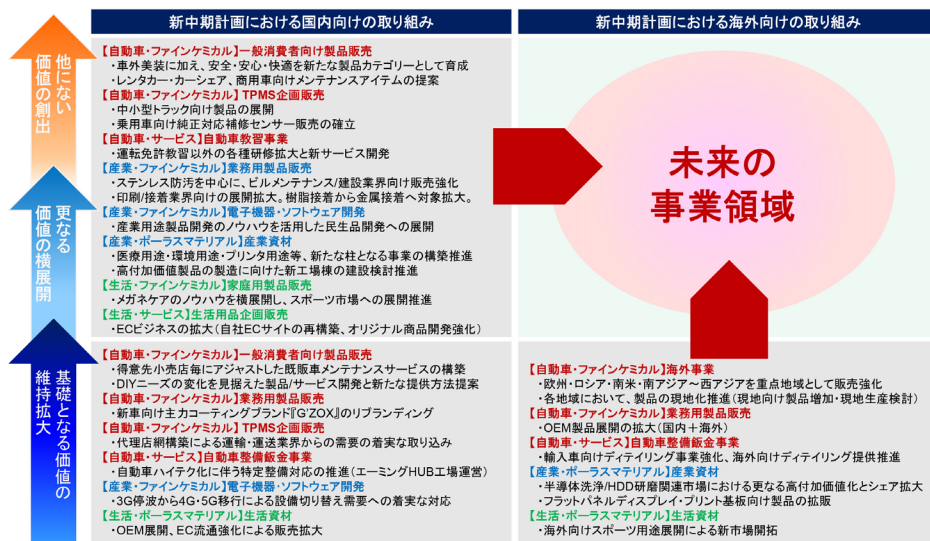
今後の見通し

また、経営数値目標について見れば、最終年度目標（売上高 25,000 百万円、営業利益 2,700 百万円、営業利益率 10.8%、ROA5.2%、ROE4.0）に対して、売上高は 24,434 百万円、営業利益 2,421 百万円、営業利益率 9.9%、ROA4.7%、ROE3.8%とすべてにおいて目標値を下回る結果となっている。3 年前の発表時点では目標値のハードルとしては達成可能な水準と見ていたが、新型コロナウイルス感染症の影響や自動車整備・鈑金事業の想定以上の低迷、ファインケミカル事業における産業用途の開拓遅れ、TPMS 事業の売上未達などが要因となっている。また、費用面で将来の成長を見据えた人材確保や各種投資を前倒しで進めたことも未達要因として挙げられる。

(2) 第 6 次中期経営計画の概要

2021 年 3 月期からスタートする第 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。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方針だ。

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（年平均成長率 3.5%）、営業利益で 2,850 百万円（同 5.6%）を掲げた。2021 年 3 月期については既述の通り減益見込みとなるが、2022 年 3 月期からの成長を目指す。また、経営指標では新たに事業運営の効率性を占める ROIC を KPI として採用し、2021 年 3 月期の 5.3%から 2023 年 3 月期は 6.1%まで引き上げていく方針だ。同社の資本コストとしてはおよそ 4.5 ~ 5.0%を想定している。また、ROE に関しても 2021 年 3 月期の 3.5%から 4.0%の水準を目指す。いずれも 2019 年 3 月期並みの水準となり、市場環境が順調であれば達成可能な水準と弊社では見ている。

ソフト99コーポレーション | 2020年6月22日(月)
 4464 東証2部 | <https://www.soft99.co.jp/ir/>

今後の見通し

中期経営計画数値目標

(単位：百万円)

	18/3期 実績	19/3期 実績	20/3期 実績	21/3期 計画	23/3期 目標	年平均 成長率
売上高	23,413	24,561	24,434	24,800	27,100	3.5%
営業利益	2,747	2,518	2,421	2,300	2,850	5.6%
(営業利益率)	11.7%	10.3%	9.9%	9.3%	10.5%	0.6pt
親会社株主に帰属する当期純利益	1,919	1,861	1,824	1,720	2,100	4.8%
ROIC	6.5%	6.0%	5.6%	5.3%	6.1%	0.5pt
ROE	4.2%	4.0%	3.8%	3.5%	4.0%	0.2pt

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(3) 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)

	18/3期 実績	19/3期 実績	20/3期 実績	21/3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	11,437	11,993	12,108	12,550	13,850	4.6%
営業利益	1,423	1,267	1,316	1,420	1,800	11.0%
営業利益率	12.4%	10.6%	10.9%	11.3%	13.0%	2.1pt
ポーラスマテリアル事業						
売上高	5,461	5,760	5,678	5,750	6,050	2.1%
営業利益	837	702	733	730	640	-4.4%
営業利益率	15.3%	12.2%	12.9%	12.7%	10.6%	-2.3pt
サービス・不動産関連事業						
売上高	6,514	6,807	6,647	6,500	7,200	2.7%
営業利益	478	538	363	150	410	4.1%
営業利益率	7.3%	7.9%	5.5%	2.3%	5.7%	0.2pt

出所：決算説明会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（年平均成長率4.6%）、営業利益は1,800百万円（同11.0%）を目標に設定し、今後の収益けん引役と位置付けている。

国内の一般消費者向けカー用品では、顧客先ごとに適した既販車メンテナンスサービスの構築と、DIYニーズの変化を見据えた製品・サービスの開発に取り組んでいくほか、カーシェアリング市場の普及拡大に対応して、レンタカー、カーシェアリング事業者、商用車向けのメンテナンス商品の提案を推進していく。海外市場においては、欧州、ロシア、南米、南アジア、西アジアを重点販売地域として位置づけ、場合によっては現地生産化も検討していく。

また、業務用製品では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に取り組み、売上拡大を目指すほか、ステンレスの汚れ防止対策として、ビルメンテナンスや建設業界向けに、また、表面改質技術の印刷及び接着業界向けへの展開も進めていく。それぞれ協力企業との協業体制構築と需要の確認はできていることから、今後の立ち上がりが期待される。

今後の見通し

TPMS 事業では販売代理店網構築による運輸・運送業界向けの拡大に加えて、乗用車向けアフターマーケット用製品並びに中小型トラック領域での拡販を進めていく。自動車が「保有」から「利用する」時代が変わりつつあるなかで、レンタカーやカーシェアリング事業者が利用者の安全性を担保するうえで TPMS の搭載を進める可能性もあるだけに、将来的に大きく育つ可能性のある事業として弊社では注目している。

電子機器・ソフトウェア開発事業では、携帯電話の3Gネットワークの停波（2026年）に伴う4G、5G以降による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コンシューマ製品の開発も手掛けていく考えだ。

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（年平均成長率2.1%）、営業利益は640百万円（同4.4%減）と今回の中期経営計画では唯一、減益を見込んでいる。これは将来の成長を見据えた人的投資、研究投資などの先行投資を継続していくためだ。また、一部の工場棟の老朽化が進んでいるため、新工場棟の建設についても検討を開始している。実際の工場棟建設については2024年3月期以降となる見通しだ。

売上面を見ると、産業資材に関しては半導体やHDD業界向けでのシェア拡大やフラットパネルディスプレイ、プリント基板業界向けでの拡販を進めていくほか、医療用途や環境用途、プリンタ用途など新市場の開拓に取り組んでいく。特に、医療用途では現在、インフルエンザ検査用キットの吸水材を主に提供しているが、中期経営計画期間内に一般医療機器（Class 1）の製造認可を取得し、機器の製造まで手掛けていくことを目指している。一方、生活資材に関しては、OEM展開やEC販売の強化に加えて、スポーツ用途など新市場の開拓を進めていく方針だ。

c) サービス・不動産関連事業

2023年3月期のサービス・不動産関連事業の売上高は7,200百万円（年平均成長率2.7%）、営業利益は410百万円（同4.1%）を目指す。

自動車整備・钣金事業では、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）※に取り組んでいく。また、自動車教習所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の開発などを進めていく。新サービスとしては2022年度から免許制度の導入が決定している。ドローンなどが候補として考えられる。ドローンについては今後、物流など産業用途での利用拡大が見込まれており、免許取得者も一定数規模が見込めるためだ。

※ 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。

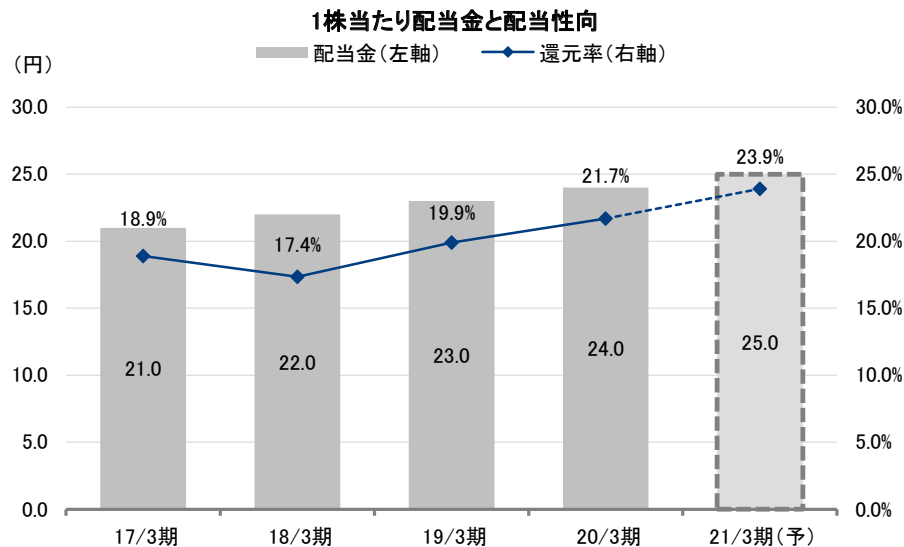
生活用品企画販売事業については、ECビジネスのさらなる拡大を目指して、自社ECサイトの再構築とオリジナル商品の開発を強化していく。自社ECサイトではこれまででもコンシューマ向けカー用品で数量の出ない品種（補修用塗料等）などの販売を行ってきたが、今後はO2Oの取り組みも強化し、取引先小売店との共生を図っていく。

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、配当還元率として従来は連結営業利益の 20% を目安としていたが、2021 年 3 月期より 25% に引き上げた。この結果、2021 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比 1.0 円増配の 25.0 円を予定している。これにより還元率（配当総額 ÷ 営業利益）は 23.9% となり、2016 年 3 月期以降 6 期連続の増配となる。

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。



注：還元率 = 配当総額 ÷ 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

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・表示したものです。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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp