

|| 企業調査レポート ||

## ジャパンベストレスキューシステム

2453 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2017 年 7 月 31 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. 2017 年 9 月期第 2 四半期累計業績は、M&A に伴う人件費増等により増収減益に	01
2. 2017 年 9 月期の連結業績は増収減益となるものの、下期以降は増益に転じる見通し	01
3. 中期経営計画では 500 万世帯へのサービス提供実現を目標に掲げる	01
4. 配当方針は連結配当性向 30% 以上、総還元性向では 50% を目安とする	01
■ 事業概要	03
1. コールセンター事業	03
2. 会員事業	04
3. 企業提携事業	05
4. 加盟店事業	06
5. 少額短期保険事業	06
6. リペア事業	07
■ 業績動向	07
1. 2017 年 9 月期第 2 四半期累計の業績概要	07
2. 事業セグメント別動向	09
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2017 年 9 月期の業績見通し	13
2. 中期経営計画	14
■ 株主還元策	17

## ■ 要約

### 2019 年 9 月期に売上高 190 億円、営業利益率 10% を目指す

ジャパンベストレスキューシステム <2453> は、「困っている人を助ける！」を経営理念として掲げ、家の鍵、ガラス、水回り、パソコンなど日常生活におけるトラブルを解決するサービスを主たる事業とし、子会社で保証事業や保険事業なども展開している。

#### 1. 2017 年 9 月期第 2 四半期累計業績は、M&A に伴う人件費増等により増収減益に

2017 年 9 月期第 2 四半期累計 (2016 年 10 月 -2017 年 3 月) の連結業績は、売上高が前年同期比 8.2% 増の 6,213 百万円と増収となったものの、営業利益は同 21.7% 減の 379 百万円と減益に転じた。2016 年 9 月期に譲受したリペア事業を中心に人件費が 251 百万円増加したほか、新 ERP システム構築費用や社員教育費用等のその他販管費が 239 百万円増加したことが減益要因となった。なお、主力事業である会員事業の生活有効会員数は前期末比で 17 千人増の 2,063 千人と順調に拡大した。

#### 2. 2017 年 9 月期の連結業績は増収減益となるものの、下期以降は増益に転じる見通し

2017 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 12.5% 増の 13,000 百万円、営業利益で同 2.9% 減の 800 百万円と期初計画を据え置いている。会員事業における「安心入居サポート」の契約形態切替を進めており、一時的に減益要因となるほか人件費や教育費等の人財投資の費用増加が減益要因となるが、下期はリペア事業の収益改善が見込まれるなど、収益基盤は着実に強化されてきており、下期以降は増収増益に転じるものと予想される。

#### 3. 中期経営計画では 500 万世帯へのサービス提供実現を目標に掲げる

3ヶ年中期経営計画では、経営ビジョンとして「500 万世帯へのサービス提供の実現」(現在は約 240 万世帯に提供) を掲げ、主力事業である「駆けつけ」「会員」「保険」「保証」の 4 つのサービスに注力し、経営数値目標としては 2019 年 9 月期に連結売上高 19,000 百万円 (2016 年 9 月期比 64.5% 増)、営業利益 1,900 百万円 (同 130.6% 増)、ROE20% 以上を目標として掲げた。主力 4 事業の強化に加えて、周辺事業も含めた M&A を積極的に展開し事業規模を拡大していくほか、経営効率の向上を目的とした IT システム投資や人財投資なども積極的に行っていく方針だ。

#### 4. 配当方針は連結配当性向 30% 以上、総還元性向では 50% を目安とする

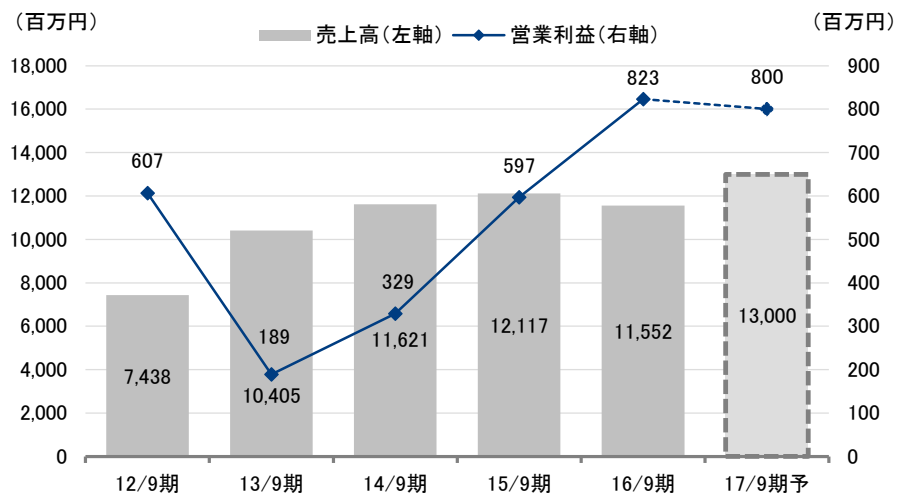
株主還元策については 2017 年 9 月期より配当方針として連結配当性向 30% 以上を目処としており、連結業績および事業投資の状況に応じて、特別配当を期末配当に付加することも検討する。また、連結当期純利益の 50% から配当総額を差し引いた金額をめどに、自社株式の取得も行っていく方針としている。さらには、株主優待も導入しており、3 月末の株主を対象にキッズニア (子供向けの職業体験型テーマパーク) の優待券を 1 枚 (最大 19 名まで利用可) 贈呈している。

要約

Key Points

- ・「困っている人を助ける！」を経営理念として、日常生活でのトラブルを解決する各種サービスを提供
- ・2017年9月期業績は期初計画を据え置き、半期ベースで下期から増益に転じる見通し
- ・株主還元方針は配当性向で30%、総還元性向で50%を目安とする

業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### 「困っている人を助ける！」を経営理念として、 日常生活でのトラブルを解決する各種サービスを提供

同社は生活に関わる様々なトラブルを解決するサービスを主たる事業として行っており、各事業の内容は以下のとおりとなる。

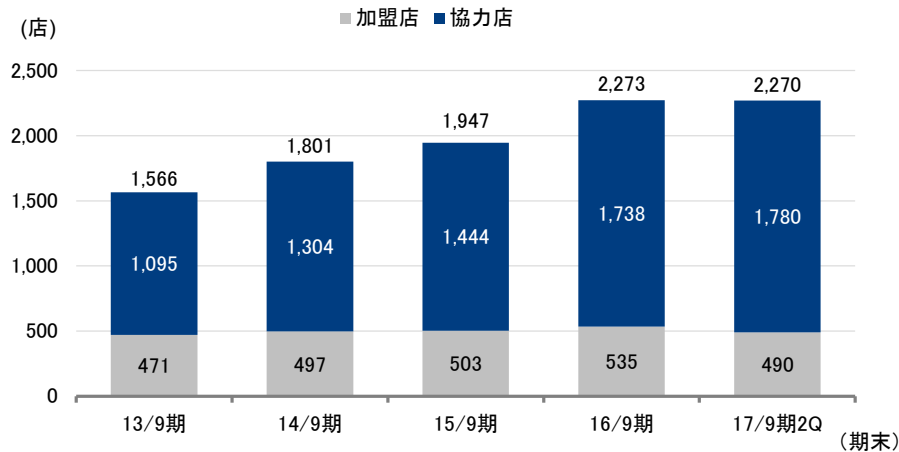
#### 1. コールセンター事業

コールセンター事業では、住宅の鍵交換や水回り、ガラス、パソコン等のトラブル、害虫駆除、庭の手入れ、リフォーム等の生活全般にわたる困りごとに関して、会員以外の一般顧客から入ってくる依頼をコールセンターで受け付け（24 時間 365 日稼働）、依頼内容に応じて加盟店や協力店に作業手配を行うサービスで、生活救急車サービスのブランド名で展開している。各作業の標準的な価格は、鍵のシリンダー交換や水回り、ガラス交換等のサービスで約 2 万円、パソコンの緊急トラブル（インターネット接続不良）対応で約 1.8 万円等となる。売上高に占める比率では鍵関連のサービスが全体の約 6 割を占めている。同社の売上高としては、加盟店・協力店から作業代金の約 30% を紹介手数料として計上する格好となる。

同事業を拡大していくためには、入電件数を増やすための認知度向上に向けたマーケティング施策（タウンページ、インターネット、チラシ、その他広告等）の強化と、実際の作業を行う加盟店・協力店を拡大していくことがポイントとなる。特に、加盟店・協力店は同社のサービスを支える重要な経営基盤となる。2017 年 3 月末時点の加盟店は 490 店舗、協力店は 1,780 店舗となっており、加盟店が前期末比で 45 店舗減少しているが、これは 2016 年 10 月に鍵のトラブル解決サービスを展開する加盟店の 1 社であったジャパンロックレスキューサービス（株）（以下、JLR）を子会社化し、その後吸収合併したことによるもので実質的には前期末比で横ばい水準だったと見られる。

## 事業概要

## 加盟店・協力店の推移



※17/9期2Qの加盟店が減少しているが、これはジャパンロックレスキューサービス(株)を子会社化・併合したため。

出所：会社資料よりフィスコ作成

## 2. 会員事業

会員事業は、会員向けに生活トラブル全般の解決サービスを提供する事業で、入会金や年会費等を事前に支払うことで、会員は当該トラブルが発生した時に一般料金よりも低価格、または無料でサービスを受けることができる。

現在の主力サービスは賃貸及び分譲住宅入居者向けの「安心入居サポート」で、同事業売上高の約6割を占めている。サービスメニューとしては入居時の暮らし相談サポートや入居中の生活トラブルを解決・サポートするサービスがある。大手賃貸不動産会社等と販売代理店契約を結ぶことで、契約件数を拡大している。会費は2年契約タイプのもので約1.5万円となり、うち約6割を同社の売上高として契約時に一括計上している。また、契約形態として月額会員サービスもあり、2016年9月末時点で約4割が月額会員で占められている。

月額サービスではあるが、実際の資金の流れとしては契約時に2年分一括して会員から料金を徴収しており、バランスシートでは長期前受収益として計上、売上高としては月に約625円ずつ分割で計上していくことになる。一方、代理店への手数料支払いについては契約月に一括して支払い、費用も同額分計上するため、会計上は開始1ヶ月目は赤字の計算となる(1ヶ月目の売上高約625円に対して、費用は6千円)。同社では、2018年9月までに契約形態をすべて月額会員サービスに切り替えていく方針となっている。

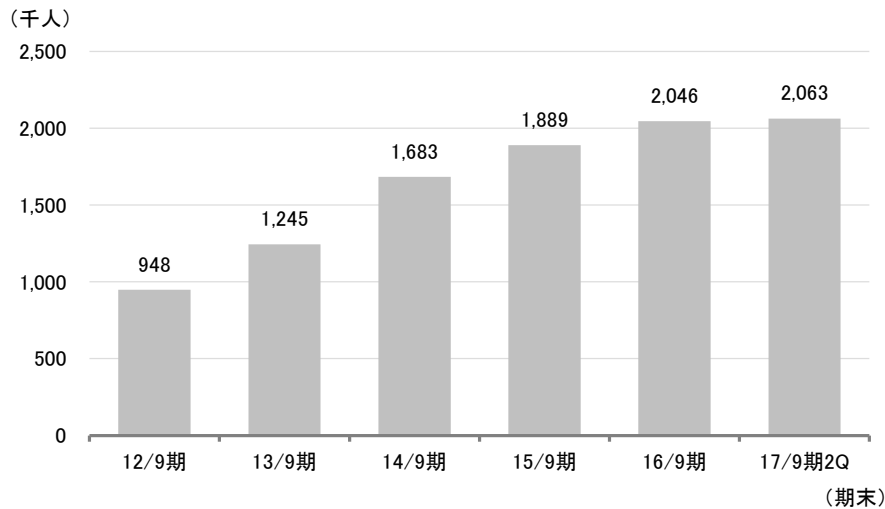
その他の会員サービスとしては、全国大学生生活協同組合連合会と提携した大学生向けの「学生生活110番」(4年間9,250円、うち約7割が同社売上高)、家電製品や住設機器などのメーカー保証期間終了後のサポートを行う「あんしん修理サポート」(5年・8年・10年間保証で7,000円～33,000円、うち約8割が同社売上高)のほか、携帯電話ユーザー向けの修理代金等のサポートサービス、インターネット回線取次サービスなどがある。また、不採算となっているサービスについての見直しも進めており、生活会員の有効会員数(入会・更新・継続含む)合計は、2017年3月末で前期末比29千人増の2,063千人となっている。

ジャパンベストレスキューシステム | 2017年7月31日(月)  
 2453 東証1部 | [http://www.jbr.co.jp/ir\\_info/](http://www.jbr.co.jp/ir_info/)

事業概要

なお、会員事業では入会時に顧客から会費を徴収し、作業依頼を受けた場合は入会時の条件に基づいて、無料または割引価格で加盟店・協力店の手配を行っており、発生した作業代金や作業代金と割引価格との差額は同社の負担となっている。このため自然災害の発生等により想定以上に作業件数が増加した場合は、同社の費用負担が増加し収益性が低下することになる。

生活会員有効会員数



出所：会社資料よりフィスコ作成

3. 企業提携事業

企業提携事業は、包括提携事業とコールセンター受託事業とに分けられる。包括提携事業とは、提携企業の顧客に対して、生活トラブル解決サービスを提供する事業となる。現在は、旭硝子<5201>との提携によるガラスのトラブル解決事業、LIXILグループ<5938>との提携による水回りのトラブル解決事業、セコム<9735>との共同出資会社セコムウィン(株)による高性能防犯ガラスの取り付け施工事業を展開しているが、売上高の大半は水回りとガラスのトラブル解決サービスで占められている。

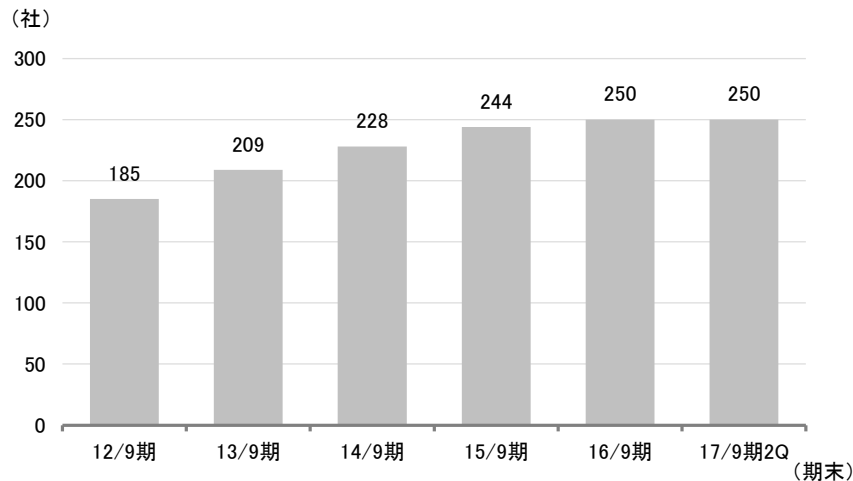
包括提携事業の収益モデルは、作業代金の100%を売上高に計上し、原則として80%程度を外注費として加盟店・協力店に支払っている。各作業の標準的な価格は、一般ガラス割替が約2万円、トイレの詰まり除去が約1.1万円などとなっている。なお、2018年9月期より売上計上基準を変更し、駆け付け事業と同様、加盟店・協力店からの紹介手数料を売上計上する方式に変更する予定となっており、見かけ上の売上高が減少する格好となる。影響額としては10億円強程度の減収要因になると見られるが、利益への影響はない。

一方、コールセンター受託事業とは、提携先企業に対するコールセンター代行サービス、及びカスタマーサポート代行業務の受託サービスとなる。その顧客からの入電を同社のコールセンターで代行して受け付け、必要であれば加盟店・協力店に出動要請の手配を行っている。不動産賃貸業やサービス、セキュリティ関連業など様々な業態の企業で同様の生活トラブル解決サービスが提供されており、入電・受付から出動要請までのコールセンター業務を同社が受託している。2017年3月末の提携先企業数は250社となっている。

## 事業概要

コールセンター受託事業の収益モデルは、受託先企業から毎月定額で徴収する委託料のほか作業代金の 100% を売上高として計上している。作業代金については受託企業から 100% 回収し、80% を加盟店・協力店に外注費として支払っている。同事業セグメントに占めるコールセンター受託事業の比率は 2～3 割程度となっている。

## コールセンター受託企業数



出所：会社資料よりフィスコ作成

## 4. 加盟店事業

加盟店事業では、現場に出動しサービスを提供する加盟店・協力店の開発、及び管理業務を行っている。また、「生活救急車サービス」ブランド全体としての受注拡大のために加盟店より一部費用負担を受けて、プロモーション業務などを行っている。同社のグループの中ではマーケティング事業としての位置付けとなるため、損益上では赤字構造となっている。

## 5. 少額短期保険事業

連結子会社となるジャパン少額短期保険(株)の事業となる。主に賃貸住宅入居者向けに家財を補償する「新すまい Room 保険」や、自転車事故に備える保険「ちゃりぽ」などを提供している。賃貸住宅会社では入居者が賃貸契約する際に「安心入居サポート」と「新すまい Room 保険」を同時に薦めることができるため販売効率は高く、2008 年 10 月に子会社化して以降、順調に事業規模を拡大している。また、少額短期保険の特徴を生かした新商品の開発も積極的に取り組んでおり、直近では「痴漢冤罪ヘルプコール付き弁護士保険」がテレビで取り上げられたことを契機に脚光を浴びている。



## 事業概要

## 少額短期保険の主要商品

商品名	内容
新すまい Room 保険	火災、爆発、盗難等の事故が起こったとき、契約者の家財の補償に加え、家主や第三者への賠償責任の補償もセットにした保険。
チャリぼ (自転車あんしん保険・盗難保険)	自転車の交通事故による入院、通院、特定重度障害、死亡の際の補償と、第三者への賠償責任保険をセットにした保険。
お天気保険	旅行先で一定時間連続で降雨を記録した場合、旅行代金を還元する保険。 旅行会社等が同保険を活用することで、「お天気割引付き旅行」を販売することが可能となる。
痴漢冤罪ヘルプコール付き 弁護士保険	事故等の損害賠償や自分が被害にあった場合に、損害賠償請求を弁護士へ委任したり、相談したりする費用を補償。痴漢の疑いをかけられた際の、緊急ヘルプコールサービスが付いている。

出所：会社資料よりフィスコ作成

## 6. リペア事業

2016 年 5 月に (株) リペアワークスより譲受した事業で、住宅メーカー等の提携先企業から戸建・マンション等の床面や壁の補修作業の依頼を受け、補修サービスを提供する事業となる。

## 業績動向

### 2017 年 9 月期第 2 四半期累計は M&A に伴う人件費の増加や 会員事業の契約形態切替の影響により増収減益に

## 1. 2017 年 9 月期第 2 四半期累計の業績概要

2017 年 5 月 15 日付で発表された 2017 年 9 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 8.2% 増の 6,213 百万円、営業利益が同 21.7% 減の 379 百万円、経常利益が同 18.2% 減の 399 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 1.1% 増の 555 百万円となった。

## 2017 年 9 月期第 2 四半期累計業績 (連結)

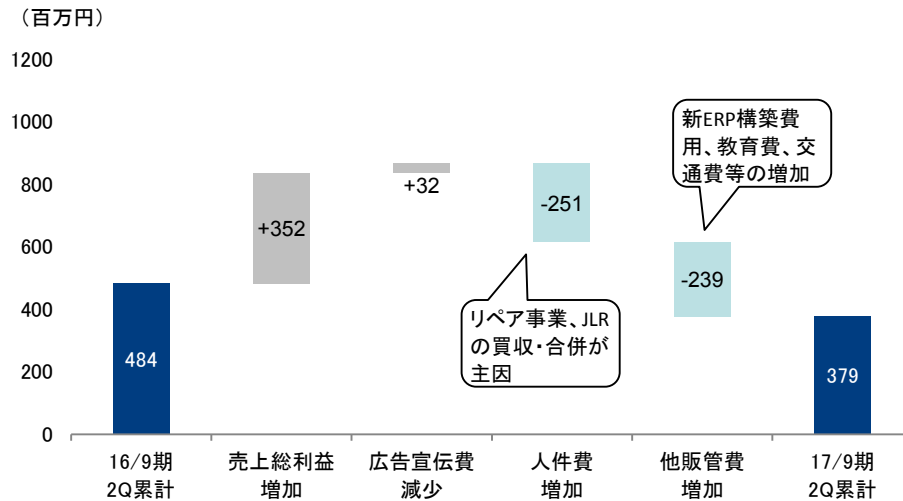
(単位：百万円)

	16/9 期 2Q 累計		会社計画	17/9 期 2Q 累計			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	5,740	-	6,750	6,213	-	8.2%	-7.9%
売上原価	3,435	59.9%	-	3,556	57.2%	3.5%	-
販管費	1,819	31.7%	-	2,277	36.7%	25.1%	-
営業利益	484	8.4%	530	379	6.1%	-21.7%	-28.4%
経常利益	488	8.5%	540	399	6.4%	-18.2%	-26.0%
特別損益	198	-	-	336	-	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	549	9.6%	460	555	8.9%	1.1%	20.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

## 営業利益増減要因



出所：会社資料よりフィスコ作成

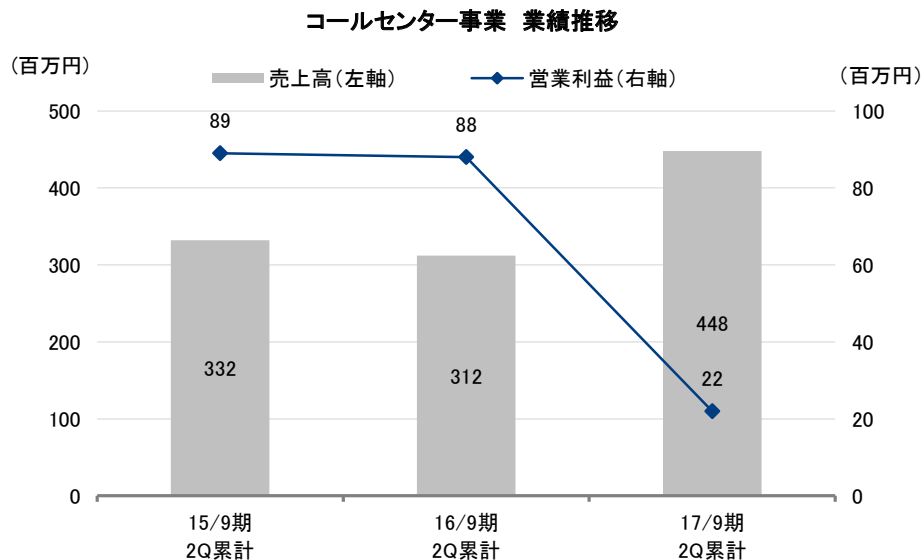
売上高は当期から新たに連結に加わったリペア事業の売上げ(238百万円)が寄与したことに加えて、保険事業(前年同期比195百万円増)やコールセンター事業(同136百万円増)の拡大が増収要因となった。一方、営業利益に関してはリペア事業やJLRの子会社化・合併による人件費の増加や新ERPシステム構築費用、社員教育費用等の販管費が増加したことを主因として減益となった。また、会員事業において「安心入居サポート」の月額会員制への切り替えを促進した影響で、230百万円の減益要因となっているが、これは不採算サービスの見直しを進めるなどしたことで相殺された格好となっている。なお、特別利益として投資有価証券売却益394百万円を計上するなど特別損益が改善したことにより、四半期純利益は増益を維持した格好となっている。

会社計画比で見ると、売上高、営業利益、経常利益で下回ったが、これは期初計画で若干の黒字を見込んでいたリペア事業が67百万円の損失となったことが大きい。事業譲受前の債権債務の整理に時間が掛かったことや、収益改善に向けて料金体系や既存顧客との契約見直しを優先的に取り組んだことにより売上高が計画を下回り、結果的に損失計上を強いられたことによる。また、会員事業において「安心入居サポート」の契約形態の切り替えが想定よりも早いスピードで進展したこと(=収益悪化要因)、新ERPシステムの構築費用で当初計画に織込んでいなかった費用36百万円を計上したことなども営業利益の下振れ要因となった。

## 2. 事業セグメント別動向

### (1) コールセンター事業

コールセンター事業の売上高は前年同期比 43.5% 増の 448 百万円、営業利益は同 74.8% 減の 22 百万円となった。主要サービスの作業件数で見ると、鍵部門は前年同期比 2 千件減の 25 千件、水回り部門は同 3 千件減の 20 千件、ガラス部門は同 1 千件減の 7 千件、パソコン部門は同 1 千件減の 6 千件といずれも減少した。にもかかわらず、売上高が増収となったのは従来、加盟店であった JLR を吸収合併し、その売上高が加わったことによる。既存事業ベースで見れば 1 割前後の減収だったと見られる。また、営業利益に関しては既存事業の減収に伴う利益減と、JLR の人件費分がマイナス要因となった。



出所：会社資料よりフィスコ作成

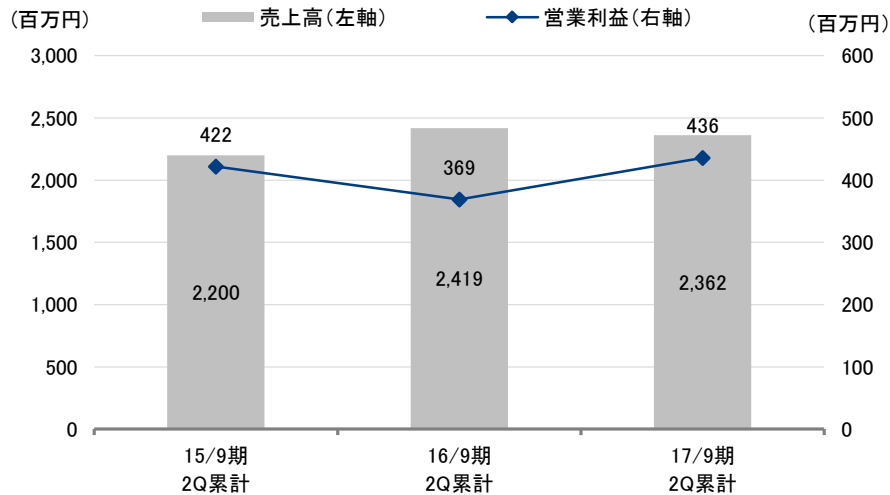
### (2) 会員事業

会員事業の売上高は前年同期比 2.4% 減の 2,362 百万円、営業利益は同 18.2% 増の 436 百万円となった。主力の「安心入居サポート」で不採算商品の整理を行ったことや月額サービスへの切り替えを行ったことが減収要因となった。ただ、「あんしん修理サポート」や「学生生活 110 番」などの会員数が順調に拡大しており、グループ全体の生活有効会員数も前年同期比 29 千人増の 2,063 千人と順調に拡大している。

利益面では、「安心入居サポート」で月額サービスへの切り替えを促進したことが減益要因となったものの、不採算商品の整理を行ったことや出動件数が前年同期より少なかったこと、その他の会員サービスが順調に拡大したこと等により 2 ケタ増益となった。「あんしん修理サポート」については、家電量販店やホームセンター等の取扱店舗数が拡大したこと、また、「学生生活 110 番」についても商品を取り扱う大学数が増加したことが会員数の伸びにつながっている。

## 業績動向

## 会員事業 業績推移

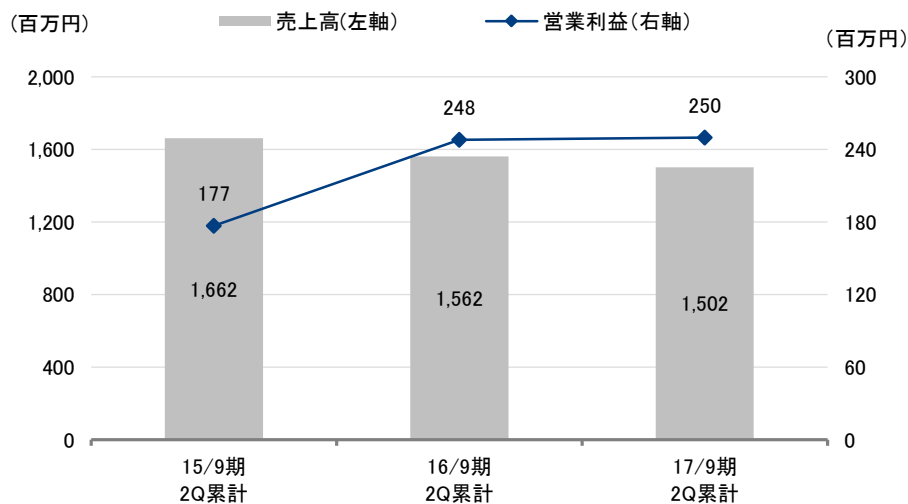


出所: 会社資料よりフィスコ作成

## (3) 企業提携事業

企業提携事業の売上高は前年同期比 3.8% 減の 2,362 百万円、営業利益は同 0.8% 増の 250 百万円となった。包括提携事業については作業件数の減少により減収となったほか、コールセンター受託事業についても不採算案件の見直しを進めたことで伸び悩んだが、収益性は若干改善した。

## 企業提携事業 業績推移



出所: 会社資料よりフィスコ作成

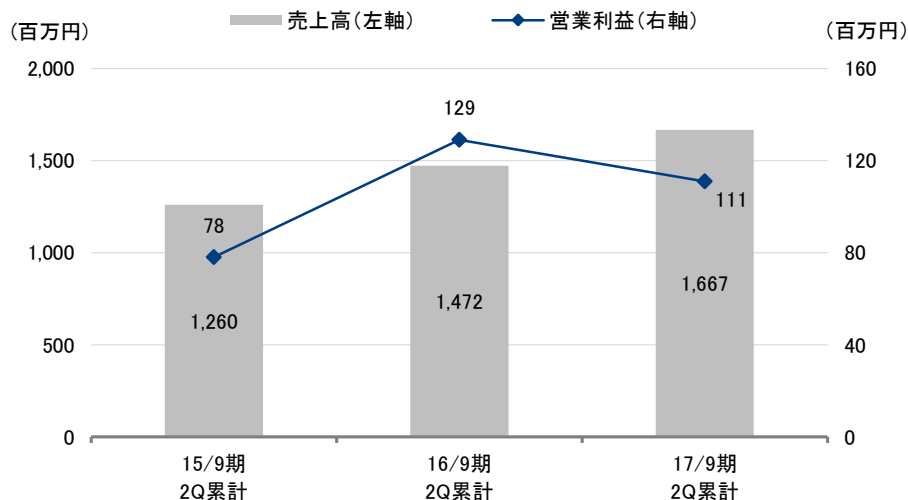
## 業績動向

**(4) 加盟店事業**

加盟店事業の売上高は、前年同期比 26.0% 減の 37 百万円、営業損失は 181 百万円（前年同期は 182 百万円の損失）となった。同事業は、生活救急車全般のプロモーションに関連する広告宣伝費を負担しているため、コストセンター的な位置付けとなっている。

**(5) 少額短期保険事業**

少額短期保険事業の売上高は前年同期比 13.3% 増の 1,667 百万円、営業利益は同 13.6% 減の 111 百万円となった。賃貸住宅の家財を補償する「新すまい Room 保険」や、自転車の交通事故傷害保険「ちゃりぼ」などを中心に売上高は順調に拡大した。利益が減益となっているが、これはグループ全体の共通費用が増加し、その案分額が増加したため、事業そのものの利益は増益になったと見られる。

**少額短期保険事業 業績推移**


出所：会社資料よりフィスコ作成

**(6) リペア事業**

2016 年 5 月に事業譲受したリペア事業の売上高は 238 百万円、営業損失は 67 百万円となった。前述したように事業譲受前の債権債務の整理に時間を要したほか、収益改善を図るため料金体系や既存顧客との契約内容の見直し、及び人件費の見直しなどを優先的に進めた。この結果、第 1 四半期は 60 百万円の損失だったものが、第 2 四半期には 6 百万円まで損失が縮小するなど急速に収益の改善が進んでおり、4～5 月も収支均衡ラインで推移している。顧客は大手住宅メーカーが多く、注文も増加傾向にあるという。全国規模で均一なサービスを提供している事業者が少ないため、同社に注文が回ってきていると見られる。

## 手元キャッシュが潤沢で財務の健全性は高い

### 3. 財務状況と経営指標

2017年3月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比136百万円増加の12,464百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現預金が764百万円減少した一方で、売上債権が265百万円、その他の流動資産が644百万円増加した。また、固定資産は前期末比7百万円減少した。

負債合計は前期末比494百万円増加の7,384百万円となった。主な増減要因を見ると、有利子負債が163百万円減少した一方で、前受収益及び長期前受収益が475百万円増加した。会員事業において「あんしん修理サポート」「学生生活110番」「安心入居サポート」などの会員数が拡大したことに加えて、「安心入居サポート」では契約形態を月額分割計上方式に切り替えており、その影響で前受収益が膨らむ格好となっている。前受収益は将来に売上計上するものであり、「ストック収益」の位置付けとなる。このため、前受収益が増加傾向にあるということは、将来の売上増につながるためポジティブに評価される。

純資産は前期末比358百万円減少の5,080百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益555百万円を計上した一方で、配当金の支払いで170百万円、自己株式の取得で592百万円の支出があったことが減少要因となった。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は前期末の44.1%から40.8%に低下したが、これは自己株式を取得したためで、この要因を除けば45%程度に上昇していた。一方、有利子負債比率については有利子負債の減少により前期末の15.8%から13.7%とここ数年減少傾向が続いている。手元キャッシュについては60億円以上と事業規模から比較すると潤沢にあると言え、財務の健全性は高いと判断される。同社では豊富なキャッシュを株主還元のほか、M&A資金などに積極的に活用していく方針としている。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	14/9期	15/9期	16/9期	17/9期2Q	増減額
流動資産	10,116	8,778	9,426	9,570	144
(現預金、有価証券)	8,392	7,034	7,614	6,850	-764
(売上債権)	929	743	935	1,201	265
固定資産	3,116	3,139	2,901	2,894	-7
総資産	13,278	11,930	12,328	12,464	136
流動負債	4,101	3,538	3,452	4,339	886
固定負債	3,581	2,987	3,436	3,044	-392
(前受収益、長期前受収益)	1,962	2,631	3,411	3,887	475
(有利子負債)	3,756	1,441	858	694	-163
負債合計	7,682	6,525	6,889	7,384	494
純資産合計	5,595	5,404	5,439	5,080	-358
(安全性)					
自己資本比率	40.9%	44.7%	44.1%	40.8%	
有利子負債比率	69.2%	27.0%	15.8%	13.7%	

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2017年9月期業績は期初計画を据え置き、 半期ベースで下期から増益に転じる見通し

#### 1. 2017年9月期の業績見通し

2017年9月期の連結業績は、売上高が前期比12.5%増の13,000百万円、営業利益が同2.9%減の800百万円、経常利益が同3.2%減の850百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が700百万円（前期は27百万円の利益）と期初計画を据え置いている。

#### 2017年9月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	16/9期		2Q実績	前年同期比	17/9期		
	通期実績	前期比			通期計画	前期比	2Q進捗率
売上高	11,552	-4.7	6,213	8.2%	13,000	12.5%	47.8%
営業利益	823	38.0%	379	-21.7%	800	-2.9%	47.4%
経常利益	878	57.2%	399	-18.2%	850	-3.2%	47.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	27	-	555	1.1%	700	-	79.4%
1株当たり利益(円)	0.81		16.82		21.22		

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高はJLRの買収効果によりコールセンター事業が伸びるほか、少額短期保険事業や「安心入居サポート」を除く会員事業が続伸することで2ケタ増収を見込んでいる。一方、営業利益は「安心入居サポート」の契約形態の切り替えによる一時的なマイナスの影響が通期でも残ることや、人件費や教育費、システム構築費用等の増加により減益となる。「安心入居サポート」については月額売上計上タイプへの切り替えが前倒しで進んだことにより、期初計画に対して売上高で約4.7億円、営業利益で約1.0億円の振れ要因となるが、その他会員事業の拡大や少額短期保険事業の好調などでカバーする。また、費用面では当第4半期の稼働を見込んでいた新ERPシステムが、要件定義の見直しを行ったことにより、稼働が2018年秋頃に先送りとなったことで関連する償却費の計上がなくなったこと、インターネット広告費が当初の計画よりも減額となることなど、費用面での圧縮も見込まれている。

第2四半期までの進捗率で見れば、売上高、営業利益、経常利益で47%前後となっているが、少額短期保険事業やリペア事業等の収益拡大によって計画を達成していくことになる。少額短期保険事業では、5月以降「痴漢冤罪ヘルプサービス付き弁護士保険」の契約件数が急伸している。都内で痴漢に関連するニュースが多く報道されるなかで、同社の商品が紹介されたことが契機となっている。4月までは月間で数十件の申し込みペースだったものが、5月は数百件と10倍以上に増加した。月額590円の保険料のため、業績へのインパクトは小さいものの、今後もユニークな保険商品を開発し、需要の掘り起こしを進めていく戦略となっている。また、「安心入居サポート」についても直近1ヶ月間の入会会員数ベースで見ると前年同月比で約15%増と好調に推移しており、下期に収益が悪化する懸念は今のところ見当たらない。親会社株主に帰属する当期純利益に関しては、特別利益の計上によって第2四半期までの進捗率が79.4%に達しており、経常利益が計画を達成すれば上乗せされる公算が大きいと弊社では見ている。

ジャパンベストレスキューシステム | 2017年7月31日(月)  
 2453 東証1部 | [http://www.jbr.co.jp/ir\\_info/](http://www.jbr.co.jp/ir_info/)

今後の見通し

主要4事業の業績推移

(単位：百万円)

セグメント別売上高	12/9期	13/9期	14/9期	15/9期	16/9期
コールセンター	656	621	650	668	608
会員	2,273	3,082	3,942	4,582	4,932
企業提携	3,093	3,015	3,165	3,222	3,030
少額短期保険	1,176	1,708	2,051	2,528	2,918

セグメント別営業利益	12/9期	13/9期	14/9期	15/9期	16/9期
コールセンター	163	125	155	176	171
会員	619	806	800	815	955
企業提携	180	191	318	333	517
少額短期保険	174	132	131	138	207

出所：会社資料よりフィスコ作成

## 2019年9月期に売上高190億円、営業利益率10%、ROE20%以上を目指す

### 2. 中期経営計画

#### (1) 中期経営計画の概要

同社は2016年11月に3ヶ年の中期経営計画を発表している。日常生活の困りごとに関して、「困っている人を助ける！」を経営理念として掲げ、「500万世帯へのサービス提供の実現」（現在は約240万世帯に提供）を目指していく。現在、国内の世帯数は約5,000万世帯であり、その1割にサービスを提供していきたい考えだ。今回の中期経営計画では、主力事業である「駆けつけ」「会員」「保険」「保証」の4つのサービスに注力することで収益基盤の再構築を図り、2020年以降に更なる成長を目指していくための礎を築く期間と位置付けている。

経営数値目標としては、最終年度となる2019年9月期に連結売上高19,000百万円（2016年9月期比64.5%増）、営業利益1,900百万円（同130.6%増）、ROE20%以上を掲げた。主力4事業の強化だけでなく、周辺領域も含めた事業規模の拡大をM&Aを活用しながら進めていく戦略となっている。また、経営効率の向上を目的とした新ERPシステムへの投資や人材投資、強固な集客基盤を確立するためのポータルサイトの開発や、インターネット広告投資などに積極的に資金を投下していく考えだ。

#### 業績計画

(単位：百万円)

	16/9期(実績)	17/9期(予想)	18/9期(計画)	19/9期(計画)	年平均成長率
売上高	11,552	13,000	14,000	19,000	18.0%
営業利益	823	800	1,200	1,900	32.2%
経常利益	878	850	1,220	1,920	29.8%
当期純利益	27	700	970	1,500	281.6%
ROE (%)	0.6	14.0	17.2	22.6	

出所：会社資料よりフィスコ作成



今後の見通し

## (2) 事業戦略の進捗状況

### a) 駆けつけ事業の戦略

駆けつけ事業とは、従来のコールセンター事業、加盟店事業、企業提携事業の 3 つの事業を指す。競争激化によりここ数年は伸び悩んでいるが、今後 3 年間で約 3 倍の規模（現状年間 17 万件→50 万件）に拡大していくことを目指している。

計画策定時の課題認識としては、事業ごとに顧客情報管理を行ってきたため、事業間の顧客情報（法人顧客含む）の共有ができておらず顧客基盤を十分生かしきれていないこと、インターネットを活用した集客施策が十分にできていないこと、サービスメニューが 20 カテゴリーと多岐に広がっており、広告の費用対効果も含めて効率が悪化していたことなどが挙げられていた。

こうした課題の解決策として、顧客情報の共有に関しては新たに業務横断型の ERP システムを導入し、一元管理を行っていくことを予定していた。ただ、要件定義を設定していくなかで予算が当初計画の約 4 億円に対して 2 倍に膨らむ見通しとなったことから、見直しを行ったことで稼働開始時期が 2018 年 9 月頃と当初計画よりも約 1 年遅れることとなった。このため、同社では顧客情報の共有化に関しては、事業間のミーティングを定期的に開催することでスタートさせており、既に一定の成果も出始めていると言う。

サービスメニューに関しては、収益性と需要が一定以上見込める主要な 7 つのサービスメニュー（鍵、水回り、ガラス、害虫駆除、パソコン、庭掃除、リフォーム）に絞り、不採算なカテゴリについては撤退を進めている。現状、生活救急車サービスのカテゴリとしては 12 カテゴリーあり、今後も採算性を見極めながら絞り込みを進め、経営効率の向上に取り組んでいくものと見られる。

また、加盟店の「直営店化」による収益力強化も進めていく計画だ。主に東名阪の大都市圏を営業エリアとする加盟店が対象となる。直営店化することで積極的なマーケティング施策を実施できるほか、今までばらつきのあったサービス品質を均一化し、顧客満足度の向上を図ることが可能となる。第 1 弾として、2016 年 8 月に「鍵」の駆けつけサービスの主要加盟店であった JLR を子会社化（同年 10 月に吸収合併）したが、今後も営業エリア・提供サービスを判断軸に直営店化を進めていく予定となっている。

「鍵」の駆けつけサービスの国内市場は約 100 億円と見られており、業界トップは R セキュリティ（株）で 5 割を占めており、JLR は 1 割強と現状は 2 番手に位置しているが、今後、加盟店の直営化を進めることで、数年後にトップシェアの獲得を目指している。「鍵」の駆けつけサービスで事業拡大に成功すれば、第 2 弾として「水回り」の加盟店についても、直営店化を進めていく方針となっている。

さらには、今後の成長ポテンシャルが最も大きいリフォーム需要の獲得を強化していく方針となっている。現在、駆けつけ事業で年間 17 万世帯に訪問しているが、その中でリフォーム需要を掘り起こす提案型の営業体制を構築していくことを目指している。リフォーム案件は他のサービスよりも単価が高くなるため、需要を獲得できれば一気に事業規模が拡大する可能性があるだけに、今後の展開が注目される。

ジャパンベストレスキューシステム | 2017年7月31日(月)  
 2453 東証1部 | [http://www.jbr.co.jp/ir\\_info/](http://www.jbr.co.jp/ir_info/)

今後の見通し

#### b) 会員事業・保証事業の戦略

会員事業・保証事業は、会員数を現状の206万人から約2倍となる410万人に拡大していくことを目指している。基本戦略としては、「入り」のタイミング（入居、入学、入会、購入、加入等）を重視した新規会員の獲得や、顧客基盤を持つ業界1位、2位クラスの大手企業との提携を推進していくことで会員数を増やしていく。2015年からNTTドコモ<9437>向けに提供を開始した「家のあんしんパートナー」（現在のdリビングのサービスメニューの一部）のような成功事例を今後も多く積み上げていくことで実現可能と見ている。同事業はストック型のビジネスモデルとなるだけに、事業規模の拡大とともに収益性も一段と安定するものと見込まれる。

また、会員事業の収益性を考える上では、日々電話で入ってくる出勤要請に対して、コールセンターのスタッフが加盟店・協力店に出勤依頼を行う案件と電話の対応だけで解決できる案件をうまく切り分けていくことができるかどうか重要なポイントとなる。会員事業の場合、出勤依頼が増えれば収益性の低下につながるためだ。このため、コールセンタースタッフのスキルアップのための教育にも注力していく方針となっている。

#### c) 保険事業の戦略

子会社で展開する保険事業については、現状25万件的契約数を40万件的に拡大することを目標としている。「入り」のタイミング（入居、入学、入会、購入、入社等）に自然に加入するような保険商品の開発に注力し、保険商品の種類としては現状の5種類から10種類へ2倍を増やしていくことを目指している。また、販促施策としては、会員・保証事業で開拓した販売チャネルを活用することで効率よく契約を獲得していく戦略だ。具体例としては、家財保険となる「新すまいRoom保険」を「安心入居サポート」の販売チャネルを使って販売している。また、従来は顧客データベースを事業部ごとに本部で一括して入力していたが、新ERPシステムの稼働により顧客データベースのグループ内での情報共有化が実現すれば、顧客データの入力を販売店でも行えるようし、ワンストップで複数のサービスを提案できるようにしていく。保険事業についてもストック型ビジネスモデルとなるため、今後安定した成長が見込まれる。

### (3) 投資戦略

投資戦略としては、経営効率向上のためERPシステムの導入やポータルサイトの開発等のシステム投資を進めていくことに加え、既存事業とのシナジーが期待できる周辺領域のM&Aも積極的に進めていく方針だ。具体例としては前期に実施したリペア事業の事業譲受が挙げられる。住宅や家具の購入の際に、保証サービスとして住宅ローンなどに組み込むことができれば、事業拡大につなげていくことが可能となる。M&Aについては、ROIC（投下資本利益率）で20%を目標に、社内で十分な検討を行った上で進めていくことになる。対象となる企業の規模としては、連結売上高で10%以下を目安としている。

また、人的投資についても積極的に取り組んでいく。間接スタッフについては削減する一方で、営業等のプロフィット部門の人員増強を進めていく。また、経営戦略室内に人材開発部門を設置し、次代の経営を担う人材の育成も強化していく。当第2四半期累計では人材に関する採用教育費が前年同期比12百万円増加しており、今後も当面は同程度の増加が続くものと予想される。

## ■ 株主還元策

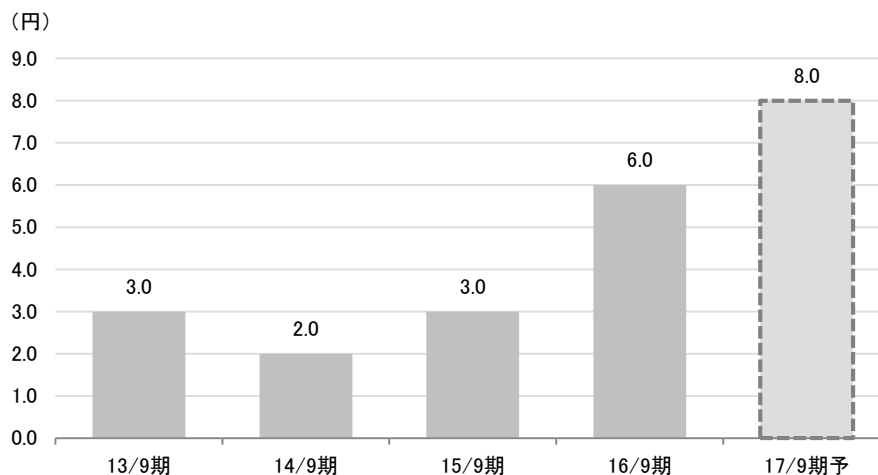
### 株主還元方針は配当性向で 30%、総還元性向で 50% を目安とする

同社は中期経営計画の中で、株主還元策についても積極的に取り組んでいく方針を打ち出した。同社の事業はストック型のビジネスモデルが中心となっており、安定したキャッシュを每期、獲得できるためだ。現状は 60 億円を超える潤沢な手元キャッシュを抱えており、株主へ積極還元しても経営面で影響は出ないと考えられる。

配当方針としては連結配当性向で 30% 以上を目処とし、連結業績および事業投資の状況に応じて、業績連動配当として期末に特別配当を付与することも検討する。2017 年 9 月期の 1 株当たり配当金は前期比 2.0 円増配の 8.0 円（配当性向 37.7%）を予定している。また、連結当期純利益の 50% から配当総額を差し引いた金額を目処に、自己株式の取得も実施していく予定にしている。既に 2016 年 11 月以降 2 回の自己株式取得を発表しており、2017 年 3 月までに 218 万株（取得価額 592 百万円）を取得している。

また、株主優待制度も導入している。優待内容は毎年 3 月末の株主を対象に、同社がオフィシャルスポンサーとなっているキッズニア（子供向けの職業体験型テーマパーク）の優待券 1 枚（最大 19 名まで利用可）を贈呈するというもの。

1株当たり配当金



出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ