

|| 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 >>>](#)

2018 年 12 月 25 日 (火)

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. 2018年9月期の業績概要	01
2. 2019年9月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	01
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. 駆けつけ事業	04
2. 会員事業	05
3. 少額短期保険事業	06
4. リペア事業	07
■ 業績動向	07
1. 2018年9月期の業績概要	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	14
1. 2019年9月期の業績見通し	14
2. 中期経営計画	16
■ 株主還元策	18
■ 情報セキュリティ対策	18

■ 要約

ストック型ビジネスの会員事業をけん引役に 2019 年 9 月期も 最高益更新が続く見通し

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！」を経営理念に 1997 年に設立された「総合生活トラブル解決サービス」カンパニー。住宅のカギや水まわりのトラブルなど日常生活の困りごとを解決するサービスを全国に 2,300 店以上ある加盟店及び協力店を通じて会員・非会員向けに提供している。子会社で少額短期保険事業や住設機器・家電製品等の修理サポートサービスも展開している。

1. 2018 年 9 月期の業績概要

2018 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 5.1% 減の 11,766 百万円、営業利益が同 60.8% 増の 1,430 百万円となった。売上高は駆けつけ事業の売上計上方法変更により売上高は減収となったものの、不採算サービスの見直しを行うなかで会員事業や少額短期保険事業などのストック型ビジネスにおいて会員数、契約数が順調に積み上がったほか、経費削減効果もあって営業利益は過去最高益を大幅更新した。会員事業における有効会員数は、「あんしん修理サポート」が大手家電量販店での導入効果もあって前期末比 13 万人増となったほか、主力の「安心入居サポート」も同 2 万人増の 83 万人と着実に増加、一部不採算サービスの減少等があったものの全体でも同 2.3 万人増の 224.7 万人に増加し、将来の売上ストックとなる前受収益及び長期前受収益は前期末比 23.3% 増の 5,661 百万円に拡大した。

2. 2019 年 9 月期の業績見通し

2019 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 8.8% 増の 12,800 百万円、営業利益が同 15.3% 増の 1,650 百万円と増収増益となる見通し。会員事業や少額短期保険事業の成長が続くほか、非会員サービスとなる駆けつけ事業も Web 広告等の集客施策の強化による入電件数の増加により、増収を見込む。また、リペア事業についても住宅以外の市場開拓が進みつつあり、2 ケタ増収、黒字転換を見込んでいる。そのほか、同社事業との親和性が高くシナジーが期待できる企業への資本出資や資本業務提携なども実施していく予定にしている。

3. 中期経営計画

新たに発表した 3 ケ年の中期経営計画では、「500 万世帯へのサービス提供の実現」をビジョンとして掲げ、既存事業における成長加速に向けた戦略投資を推進していく方針となっている。具体的には、各事業間 / 部門間の連携による重層営業、新たな企業（業界大手・異業種）との事業提携、IoT や AI 技術を活用した新サービス・商品の創出とコスト抑制に取り組み、経営数値目標としては連結営業利益 25 億円、営業利益率 15% を掲げている。新サービスとしてデジタル会員証アプリ「Living Link」では、ビデオチャット機能を 2018 年 11 月より追加した。画面を通すことでトラブル状況の正確な把握と適確なアドバイスを会員に伝えることが可能となり、トラブルの早期解決による顧客満足度の向上につながるだけでなく、出動コストの抑制効果が期待できることになる。

要約

4. 株主還元策

株主還元方針としては、安定的配当を継続することを基本に連結配当性向で30%以上、総還元性向で50%以上を目標とする。2019年9月期の1株当たり配当金は前期比3.0円増配の14.0円（配当性向34.8%）と5期連続増配を予定している。なお、2018年10月に発行した第三者割当による新株予約権がすべて行使された場合でも、2019年9月期の予定総還元性向は36.5%にとどまるため、業績が計画通り達成すれば自己株式取得か配当金の積み増しを検討するものと予想される。また、同社は株主優待制度も導入しており、毎年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。

Key Points

- ・2018年9月期は会員事業の成長と経費削減効果により、会社計画を上回る大幅増益を達成
- ・2021年9月期に年間500万人へのサービス提供を実現し、営業利益25億円を目指す
- ・株主還元方針は配当性向で30%以上、総還元性向で50%以上を目安とする

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「困っている人を助ける！」を経営理念として、生活に関わる様々なトラブルを解決する「総合生活トラブル解決サービス」カンパニーで 1997 年に設立された。連結子会社は 2 社で、2008 年にジャパン少額短期保険(株)、2016 年に JBR あんしん保証(株)を子会社化している。JBR あんしん保証の子会社化に伴って、同社で行っていた保証サービス事業を子会社に移管している。直近では、2016 年にリペア事業を譲受しており、新規サービスとして展開している。

2018 年 9 月期より事業セグメントを組織体制に合わせた格好に変更しており、駆けつけ、会員、少額短期保険、リペアの 4 つの事業セグメントとしている。2018 年 9 月期の事業セグメント別構成比を見ると、会員事業が売上高の 52.6%、営業利益の 78.7% を占める主力事業となっている。リペア事業についてはビジネスモデル転換中のため収益化までには至っていないが、2019 年 9 月期より黒字転換する見通しとなっている。

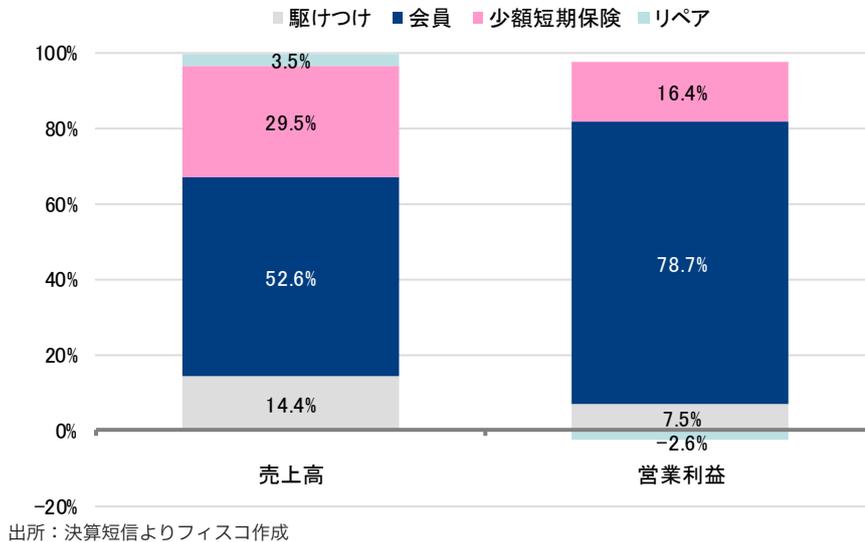
新事業セグメント

新セグメント名	内容	旧セグメント名
駆けつけ	一般顧客（非会員）向け生活関連トラブル解決サービス	コールセンター事業 加盟店事業 企業提携事業の一部
不動産会員	不動産事業者との提携を通じた生活関連トラブル会員サービス (安心入居サポート等)	
会員	その他会員 大学生協、通信事業者等との提携を通じた生活関連トラブル 会員サービス (学生 110 番、d リビング、ライフサポートパック等)	会員事業 企業提携事業の一部
保証会員	ハウスメーカー・ホームセンター・家電量販店等との 提携を通じた住宅設備・家電等の長期保証サービス (あんしん修理サポート)	
少額短期保険	家財保険や弁護士保険等の少額短期保険サービス	少額短期保険事業
リペア	ハウスメーカー、提携事業者向け住宅・家具の補修サービス	リペア事業

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

事業セグメント別売上高及び営業利益の構成(2018年9月期)



1. 駆けつけ事業

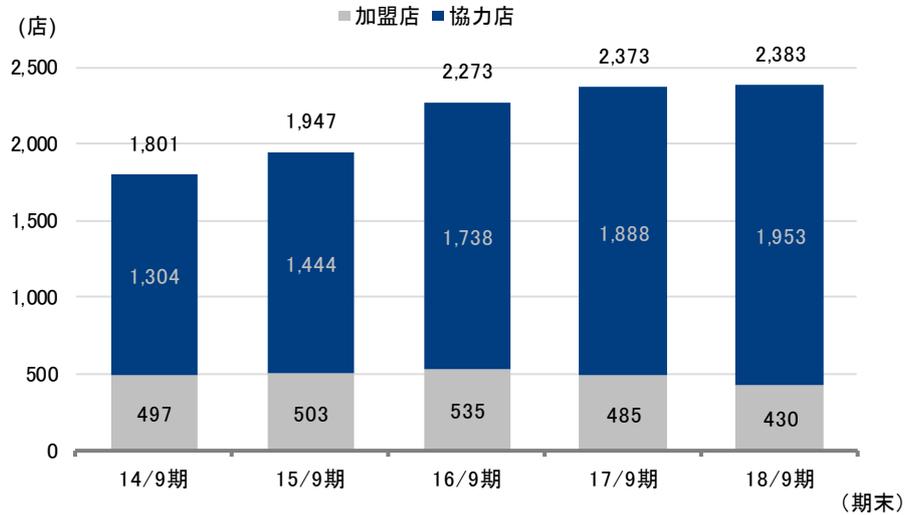
駆けつけ事業は住宅のカギ交換や水まわり、ガラス、パソコン等のトラブル、害虫駆除、庭の手入れ、リフォーム等の生活全般にわたる困りごとに関して、会員以外の一般顧客から入ってくる依頼をコールセンターで受け付け(24時間365日稼働)、依頼内容に応じて加盟店や協力店に作業手配を行うサービスで、「生活救急車サービス」のブランド名で展開している。各作業の標準的な価格は、鍵のシリンダー交換が約2万円、パソコンの緊急トラブル(インターネット接続不良)対応で約1.8万円等となる。同社の売上高としては、加盟店・協力店が一般顧客から回収した作業代金の原則30～40%程度を紹介手数料収入として売上高に計上している。

また、水まわり・ガラスの駆けつけサービスに関しては、2017年9月期まで過去に合併会社と事業展開していた経緯から、作業代金を売上高として計上し、そのうち加盟店・協力店収入分を売上原価として計上する会計処理方法をとってきたが、2018年9月期からはほかのサービスと同様に紹介手数料収入(作業代金の約40%)のみを売上計上する会計処理に変更している。このため、見かけ上の売上高は減少するが売上総利益への影響はない。

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・協力店のネットワーク拡充が重要となる。2018年9月期末の加盟店は430店舗、協力店は1,953店舗となっており、加盟店が前期末比で55店舗減少したが、これは作業手配効率と顧客満足度の向上を図るため、加盟店のうち非稼働店舗やサービス品質が一定基準に満たない店舗を整理したことが要因となっている。

事業概要

加盟店・協力店の推移



注：17/9期の加盟店は、ジャパンロックレスキューサービス(株)を子会社化・合併したため減少。

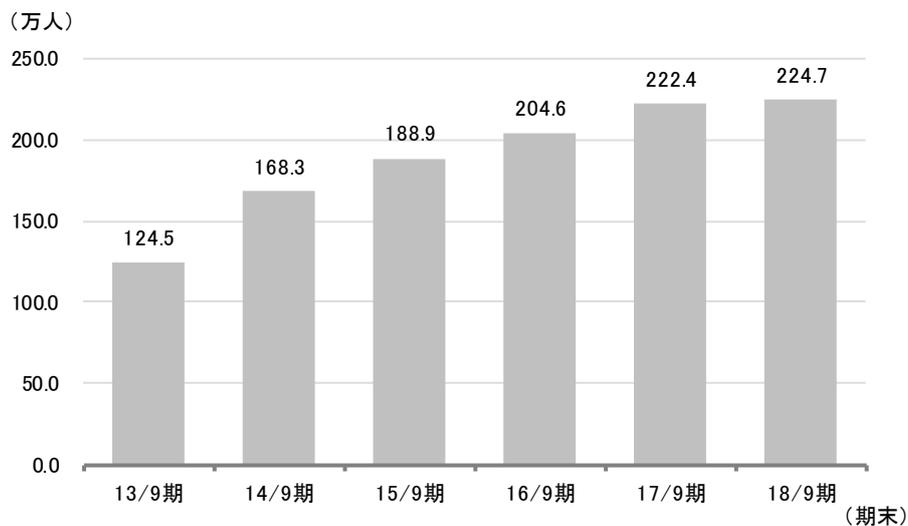
18/9期は非稼働店、品質低位店を整理したことにより減少。

出所：決算説明会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。生活会員及び保証会員(入会・更新・継続含む)の合計数は、2018年9月期末で前期末比2.3万人増加の224.7万人と年々拡大が続いている。伸び率がやや鈍化しているが、これは不採算サービスの見直しを進めていることが要因となっている。

生活会員有効会員数



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

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 60% 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きた。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 割が同社の売上高となる。売上計上方法としては従来、契約時に一括計上していたが、2017 年 9 月期より新規契約分については月ごとの分割計上方式に切り替えを進めている。

月額で売上計上処理を行うが、実際の資金の流れとしては契約時に 2 年分を一括して会員から徴収しているため、貸借対照表上では前受収益及び長期前受収益として計上されることになる。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、会計上開始 1 ヶ月目は赤字の計算となる (1 ヶ月目の売上高約 380 円に対して、費用は 6 千円)。このため、2018 年 9 月期までは従来基準との比較で売上高、及び利益が目減りする格好となっている。

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 (以下、大学生協) と提携した大学生向けの「学生生活 110 番」(4 年契約タイプで 9,250 円、うち約 7 割が同社売上高) や NTT ドコモ <9437> の「d リビング」会員向けサービス※、ソフトバンク <9434> の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「ライフサポートパック」等を提供している。また、連結子会社の JBR あんしん保証が、住設機器や家電製品等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～、うち約 8 割が同社売上高) を行っている。会員の獲得はハウスメーカーやホームセンター、家電量販店等との提携を通じて行っているが、保証額は家電製品よりも住設機器のほうが高くなること、住宅販売時の購入価格に保証サービスを組み込みやすいことから、ハウスメーカーとの提携強化に注力している。保証期間が 5 年以上と長くなるため、年間売上に対する寄与度はまだ小さく、同事業の約 15% となっている。

※「d リビング」(月額 450 円) のサービスメニューの一部である、カギ、水まわり、ガラス関連の駆けつけサービスを同社が提供している。

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。

3. 少額短期保険事業

連結子会社のジャパン少額短期保険で少額短期保険事業を展開している。主力商品は、賃貸住宅入居者向けに家財を補償する「新すまい Room 保険」で全保険契約件数の 7 割弱を占めている。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、同社にとっては販売効率の高い商品となっている。その他の保険商品としては、事務所や飲食店などのテナント入居者向けの「テナント総合保険」、自転車ユーザー向けの事故や盗難に備える保険「ちゃりぽ」、「痴漢冤罪ヘルプコール付き弁護士保険」などがある。

ジャパンベストレスキューシステム | 2018年12月25日(火)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

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。
テナント総合保険	テナント入居者の業務用の什器・備品類と家主・第三者への賠償責任を補償する保険。
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、通信、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。痴漢冤罪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

4. 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、ハウスメーカー等の提携先企業から主に新築の戸建・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。石材系から水まわり、金属、木質系など幅広い材質を対象とした修復が可能で、最近ではホテルや店舗など非住宅系の販路開拓に注力している。営業エリアは首都圏や東北、中部、関西が中心で同社の正社員と約70店舗の協力店を通じてサービスを展開している。

業績動向

2018年9月期は会員事業の成長と経費削減効果により、会社計画を上回る大幅増益を達成

1. 2018年9月期の業績概要

2018年9月期の連結業績は、売上高が前期比5.1%減の11,766百万円、営業利益が同60.8%増の1,430百万円、経常利益が同72.5%増の1,644百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同34.6%増の1,192百万円となった。売上高は駆けつけ事業や会員事業における一部サービスの売上計上方法変更による影響で減収となったものの、会員事業や少額短期保険事業における会員数・契約件数の増加や、不採算サービスの見直し、経費削減等に取り組んだことが大幅増益につながった。営業利益と経常利益は5期連続増益となり、親会社株主に帰属する当期純利益も含めた過去最高益を大幅更新した。また、営業利益率についても12.2%と前期比で5.0ポイント上昇し、初めて10%台を達成している。

ジャパンベストレスキューシステム | 2018年12月25日(火)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

2018年9月期の連結業績

(単位：百万円)

	17/9期		会社計画	18/9期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	12,396	-	11,800	11,766	-	-5.1%	-0.3%
売上原価	7,105	57.3%	-	6,230	52.9%	-12.3%	-
販管費	4,401	35.5%	-	4,105	34.9%	-6.7%	-
営業利益	889	7.2%	1,230	1,430	12.2%	60.8%	16.3%
経常利益	952	7.7%	1,320	1,644	14.0%	72.5%	24.6%
特別損益	227	-	-	34	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	886	7.2%	970	1,192	10.1%	34.6%	23.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

営業利益の増減要因を見ると、駆けつけ事業における入電数減少等による売上減で382百万円、会員事業における会員数増加等で620百万円、少額短期保険事業の契約件数増加で156百万円の増益要因となったほか、販管費の削減で295百万円の増益要因となった。販管費の減少は、人件費や支払手数料、通信費等の効率化を進めたことが要因となっている。

営業外では金融収支が受取配当金を中心に103百万円増加したことなどにより前期比150百万円改善した。また、特別利益が前期から減少したほか、実効税率が24.9%から28.9%に上昇したことにより、親会社株主に帰属する当期純利益の増益率は経常利益と比べて小幅にとどまったが、それでも前期比で34.6%増と大幅増益となった。

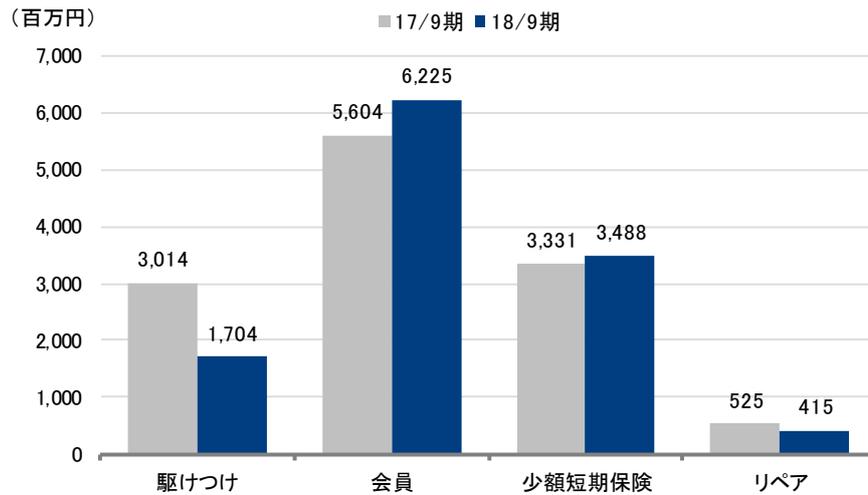
なお、会社計画では売上高が0.3%減とほぼ計画どおりの水準だったが、営業利益は16.3%上回った。利益の上振れ要因は、収益性の高い会員事業が想定を上回る増収となったことや、経費の削減が想定以上に進んだことが要因となっている。

業績動向

会員事業が全体の収益をけん引し、すべての事業セグメントが増益に

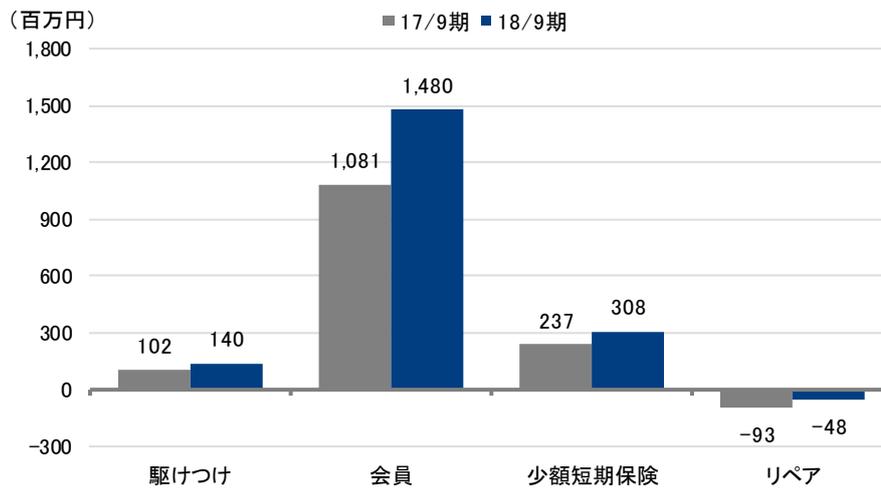
2. 事業セグメント別動向

セグメント別売上高



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

セグメント別営業利益



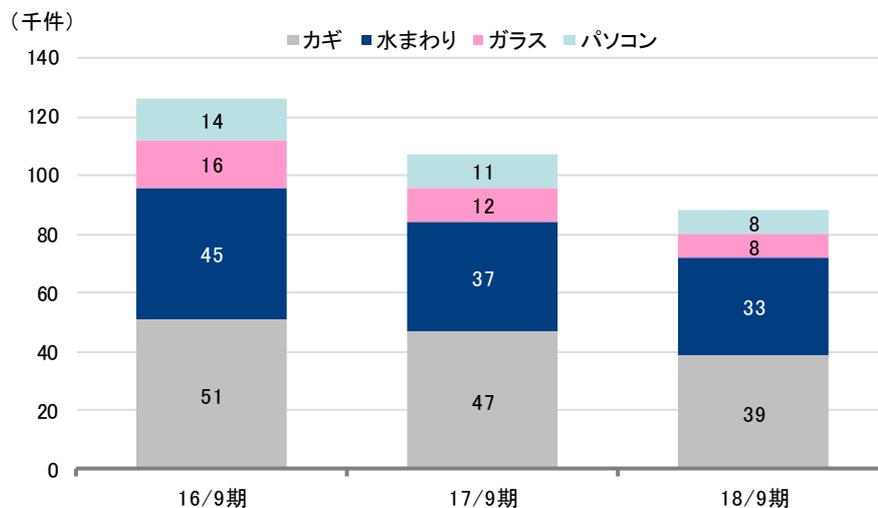
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

(1) 駆けつけ事業

駆けつけ事業の売上高は前期比 43.5% 減の 1,704 百万円、営業利益は同 36.8% 増の 140 百万円となった。前述したとおり、売上高に関しては水まわり、ガラス駆けつけサービスの売上計上方法を総額計上方式から紹介手数料のみ計上する方式に変更したことで、928 百万円が目減り要因となっている。同影響を除いた実質ベースでは 13% 減収となっている。主要サービスの作業件数を見ると、カギの交換関連サービスが前期の 47 千件から 39 千件、水まわり関連サービスが同 37 千件から 33 千件、ガラス関連サービスが同 12 千件から 8 千件、パソコン関連サービスが同 11 千件から 8 千件と、主要サービスがすべて減少したことが要因となっている。カギやガラスなどは性能、品質の向上により最近は壊れにくくなっていることが、入電件数減少の要因となっている。また、同社は従来、タウンページを集客の導線（入電件数の 5 割強）としてきたため、Web 戦略が遅れたことも一因となっている。このため、2017 年 10 月より Web サイトを一新し、インターネット経由での集客施策を強化したが、下期においてもその効果はまだ限定的なものにとどまった。

一方、利益面では不採算サービスの削減を進めたことや紹介手数料率を統一したことに加えて、ガラスの主要加盟店である（株）リマドに従来委託してきた加盟店統括業務を社内に取り込んだことにより、支払手数料が減少したことも増収要因となった。

主要サービスの作業件数


出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) 会員事業

会員事業の売上高は前期比 11.1% 増の 6,225 百万円、営業利益は同 36.9% 増の 1,480 百万円となった。主力の「安心入居サポート」の売上計上方法を一括方式から月分割方式に切り替えた影響で 212 百万円の減収要因となったものの、「あんしん修理サポート」や「学生生活 110 番」を中心に有効会員数が前期末比で 2.3 万人増の 224.7 万人に拡大したことが増収要因となった。また、利益面では増収効果に加えて、「安心入居サポート」の中に含まれていた不採算サービスの整理を進めたことも増収要因となった。

ジャパンベストレスキューシステム | 2018年12月25日(火)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

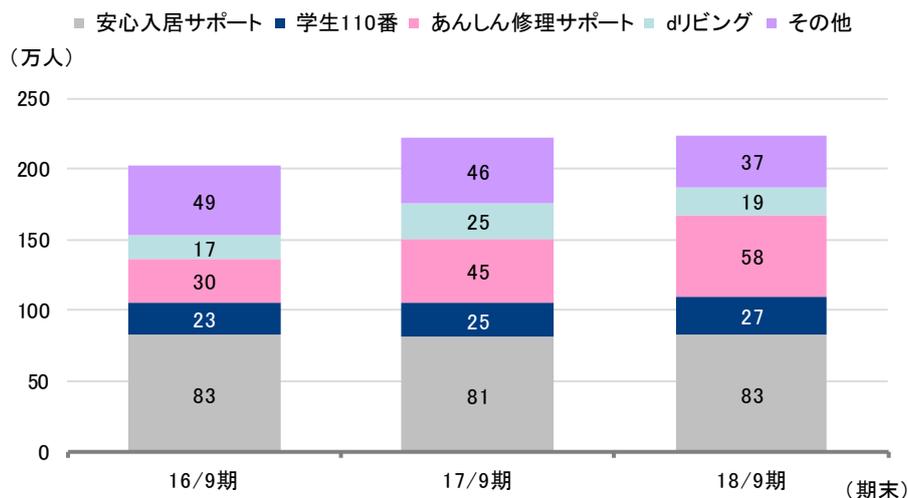
2018年9月期末における有効会員数を見ると、「安心入居サポート」は前期末比2万人増の83万人と3期ぶりの増加に転じた。一部、主要顧客における不採算商品の整理を進めてきたことで減少傾向が続いていたが、提携代理店の増加等もあって、新規契約数が解約数を上回る状況となってきた。

「あんしん修理サポート」は前期末比13万人増の58万人と同29%増となった。主力販路であるホームセンターでの会員数が増加していることに加えて、ヤマダ電機<9831>やタマホーム<1419>など新規販路を開拓できたことが寄与している。特に、2017年11月から一部店舗で導入を開始したヤマダ電機経由の会員数は約7万人となり純増分の過半を占めた。ヤマダ電機では2018年12月末までに全店舗での導入を完了する予定となっており、2019年以降も更なる増加が期待できる。また、「学生110番」も同2万人増の27万人となった。大学生協を通じて取り扱う大学数が前期末の194大学から209大学に増加したことに加え、学生の入会率が上昇していることが増加要因となっている。

一方、NTTドコモの「dリビング」会員数については、前期末比で6万人減の19万人と大きく減少した。同サービスは「初月無料」をセールストークにドコモショップで携帯電話契約時に合わせて契約するケースが多かったが、2018年4月以降、総務省の指導によりこうした営業行為が自粛されるようになったこと、また、有料サービスで登録している会員に対して毎月、継続意志の確認メッセージを流すようになったことで、解約数が増加したことも減少要因となった。また、会員事業では会員数に対して一定の作業発生率を乗じてコストを試算し、サービス料金に反映させているが、「dリビング」については会員数が減少したことによって作業発生率が上昇し、収益性も低下した。このため、同社ではサービス内容や料金等の見直しを現在、検討している段階にある。

その他のサービスについても携帯電話修理サポートサービスを中心に不採算サービスの見直しを進めるなかで、前期末比9万人減の37万人となった。

商品別会員数推移



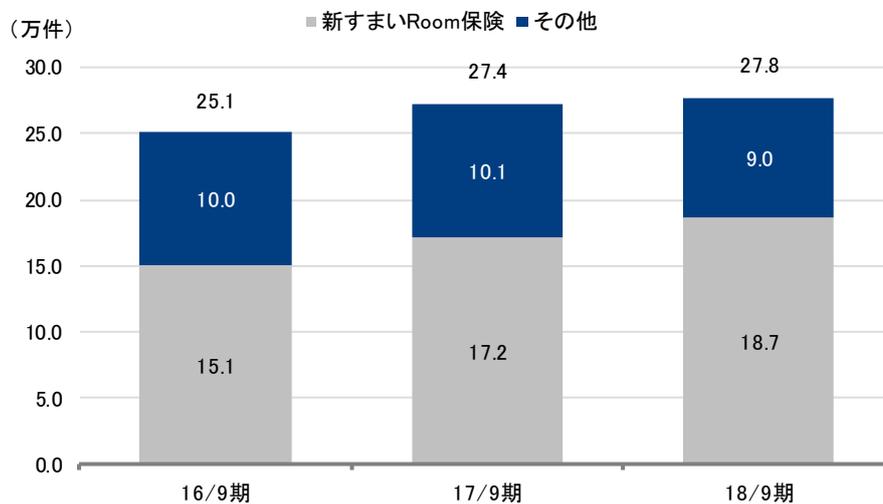
出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

(3) 少額短期保険事業

少額短期保険事業の売上高は前期比 4.7% 増の 3,488 百万円、営業利益は同 30.2% 増の 308 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」の契約件数が前期末比 1.5 万件増の 18.7 万件と順調に増加していることが増収増益要因となった。

その他の保険契約件数は前期末比 1.1 万件減少の 9.0 万件となった。2017 年 9 月期は好調だった「痴漢冤罪ヘルプコール付き弁護士保険」が一服したほか、3 つの保険商品の取り扱い（1 万件強）を中止したことが影響した。

少額短期保険件数


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(4) リペア事業

リペア事業の売上高は前期比 21.0% 減の 415 百万円、営業損失は 48 百万円（前期は 93 百万円の損失）となった。前期は過年度分の売上計上が含まれていたことや、施工協力店のネットワーク拡大が進まなかったことが減収要因となったが、施工単価の管理やコスト見直しを実施したことで損失額は縮小した。

第三者割当による新株予約権の発行により、M&A、資本業務提携資金の調達を進める

3. 財務状況と経営指標

2018 年 9 月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 1,744 百万円増加の 14,965 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が 1,399 百万円、前払費用が 200 百万円それぞれ増加した。また、固定資産では、投資有価証券が 255 百万円増加したほか、ソフトウェア仮勘定が 134 百万円増加し、のれんが 67 百万円、有形固定資産が 33 百万円減少した。

ジャパンベストレスキューシステム | 2018年12月25日(火)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

負債合計は前期末比 1,076 百万円増加の 8,922 百万円となった。会員事業における前受収益及び長期前受収益が合計で 1,070 百万円増加したことが主因となっている。前受収益の増加については、会員事業において「安心入居サポート」「あんしん修理サポート」「学生生活 110 番」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」で一括売上計上方式から月分割計上方式に切り替えを進めていることが増加要因となっている。前受収益は将来に売上計上する「ストック収益」の位置付けであり、前受収益の増加はポジティブに評価される。そのほかでは未払法人税等も 203 百万円増加した。

純資産は前期末比 668 百万円増加の 6,042 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益 1,192 百万円を計上した一方で、配当金支払額で 314 百万円、自己株式取得で 170 百万円を支出した。また、保有有価証券の一部売却により、その他有価証券評価差額金は 45 百万円減少している。

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 40.6% から 40.4% と 0.2 ポイント低下した。これは将来の売上げに計上される前受収益の増加が要因であり、問題のない水準と言える。前受収益の総資産に占める比率を見ると、前期末の 34.7% から 37.8% に上昇しており、2019 年 9 月期以降はこれらの一部が利益として総資産に反映する格好となる。前受収益を除いたベースで自己資本比率を試算すると、前期末の 62.3% から 64.9% に上昇したことになる。また、現金及び預金は約 77 億円と事業規模から比較すると潤沢にあり、財務の健全性は高いと判断される。

なお、同社は 2018 年 10 月に第三者割当による新株予約権（行使価額修正選択権付）を発行している。当該発行による潜在株式数は 158.35 万株となり発行済株式数の約 5% に相当する。発行する株式は自己株式（2018 年 9 月期末時点、340.34 万株）から充当し、行使価額 1,500 円とすると約 23 億円調達できることになる。同社では調達した資金を今後の M&A や資本業務提携等で必要となる資金に充当する予定にしている。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	15/9 期	16/9 期	17/9 期	18/9 期	増減額
流動資産	8,778	9,426	8,297	9,720	1,423
（現金及び預金）	7,034	7,614	6,356	7,756	1,399
固定資産	3,139	2,901	4,922	5,244	321
総資産	11,930	12,328	13,220	14,965	1,744
負債合計	6,525	6,889	7,846	8,922	1,076
（前受収益、長期前受収益）※	2,631	3,411	4,590	5,661	1,070
（有利子負債）	1,441	858	673	700	26
純資産合計	5,404	5,439	5,373	6,042	668
（安全性）					
自己資本比率	44.7%	44.1%	40.6%	40.4%	-0.2pt
有利子負債比率	27.0%	15.8%	12.5%	11.6%	-0.9pt
（収益性）					
ROA（総資産経常利益率）	4.4%	7.2%	7.5%	11.6%	4.1pt
ROE（自己資本当期純利益率）	-3.3%	0.5%	16.4%	20.9%	4.5pt
売上高営業利益率	4.9%	7.1%	7.2%	12.2%	5.0pt

※前受収益、長期前受収益は会員事業における売上ストック部分にあたり、今後月分割で計上される。

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019 年 9 月期もストック型ビジネスである会員事業をけん引役に過去最高益の更新が続く見通し

1. 2019 年 9 月期の業績見通し

2019 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 8.8% 増の 12,800 百万円、営業利益が同 15.3% 増の 1,650 百万円、経常利益が同 10.0% 増の 1,800 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 5.6% 増の 1,260 百万円と増収増益を見込み、売上高については前期までの特殊要因がなくなることもあって 2 期ぶりに過去最高を更新する見通しだ。費用面では広告宣伝費の増加を見込んでいた以外は引き続き抑制していく方針で、増収効果によって営業利益率も 12.9% に上昇する。

2019 年 9 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	18/9 期		19/9 期			
	通期実績	前期比	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	11,766	-5.1%	6,200	4.9%	12,800	8.8%
営業利益	1,430	60.8%	780	19.7%	1,650	15.3%
経常利益	1,644	72.5%	850	16.4%	1,800	10.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,192	34.6%	600	6.3%	1,260	5.6%
1 株当たり当期純利益 (円)	38.05		19.18		40.28	

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 事業セグメント別の見通し

事業セグメント別の業績計画は開示していないものの、会員事業を中心に全てのセグメントにおいて増収増益を見込んでいる。駆けつけ事業は、集客施策を強化することで 4 期ぶりに作業件数の回復を目指す。特に Web マーケティングに関しては、前期に Web サイトの刷新によるユーザーインターフェース改善を図ったのに続き、リスティング広告を再開する。検索上位にヒットするよう SEO 対策も強化し、Web サイトへのアクセス件数を増やし、入電件数の増加につなげていく戦略だ。同社では、基幹サイト以外にも複数のサテライトサイトを運営しているが、これらサイトについても改善を図っていく。一方、タウンページについては 2018 年 4 月より、NTT<9432> の配布方針が固定回線契約者のみから全世帯配布に変わったことで、プラス効果に働く可能性もある（配布数は従来比約 3 倍の 6 千万部）。

ジャパンベストレスキューシステム | 2018年12月25日(火)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

会員事業では、「dリビング」の契約件数減少が続くものの、「安心入居サポート」や「あんしん修理サポート」で2ケタ成長を見込んでいる。「安心入居サポート」については地方の中堅・中小代理店の開拓を進めていくほか、大手不動産会社からの受託を増やしていく。「あんしん修理サポート」についてはヤマダ電機を通じた会員獲得が進むほか、住宅メーカー経由での会員獲得も期待できる。住宅メーカー向けに関しては、住設機器の保証となるため家電製品と比較して1件当たりの保証料も大きく、また、住宅価格に当初から組み込まれるため100%会員となる。保証期間が10年と長いいため単年度の収益インパクトはまだ小さいものの、ストックビジネスのため、今後契約件数の積み上がりに伴って収益への貢献度も徐々に大きくなっていくものと予想される。また、「学生生活110番」についても大学生協を通じた大学の開拓がほぼ上限に近付いたことから、独自ルートでの開拓を進めていく方針となっている。全国に大学数は768大学あり、このうち大学生協に加盟しているのは215大学だが、残り500以上の大学や専門学校を開拓していくことで会員数を積み上げていく。

少額短期保険事業については、主力商品である「新すまいRoom保険」を中心に「安心入居サポート」とのクロスセルを進めながら契約件数を伸ばしていく。リペア事業については前期から取り組んでいる非住宅向けの販売拡大により2ケタ増収、黒字転換を見込んでいる。2018年9月期よりホテルや小売店舗など非住宅系の顧客開拓を進めており、その効果が顕在化する。ホテル向けでは客室内の床の大理石や洗面台の陶器、金属類の補修ニーズがある。従来、これら内装材は傷が付くと取り替えていたが、補修が可能であればコスト的に低く抑えることが可能なため、潜在需要は大きいと見られる。特に、木質系だけでなく石材や金属系のリペア技術も持つ事業者は少ないこともあり、付加価値の高い領域として今後、非住宅系の市場を開拓していく戦略となっている。課題はこれら技術を持つ人材の育成となる。現在は社員約10名と協力店の数名程度で対応しているが、今後の受注拡大を見越して、教育ツールを活用して約70店舗の協力店でも対応できる体制づくりを行っている。

(2) 新たな取り組み

新たな取り組みとして2018年11月より、「安心入居サポート」会員向けのデジタル会員証アプリ「Living Link」にビデオチャット機能を追加した。従来は、トラブルが発生した場合はコールセンターの担当オペレーターに依頼者が言葉のみで状況を伝えるしかなく、出勤依頼を掛けなくても良いような案件、また出勤しても現場で必要な部品がなく、後日改めて出勤するといった案件が一定数あり、コスト増要因となっていた。今回、ビデオチャット機能を活用することで、現場の画像を担当オペレーターに直接送り、オペレーターが手書きチャット機能によって具体的なアドバイスを発行し解決に導くことが可能となるほか、三者通話により現場に向かうスタッフが事前に状況を把握することで、必要な部品等を用意して出勤できるようになり、1回の出勤で解決できるようになった。顧客満足度の向上につながるだけでなく出勤コストを抑制する効果が期待できる。

「Living Link」にビデオチャット機能追加



出所：決算説明会資料より掲載

2021年9月期に年間500万人へのサービス提供を実現し、 営業利益25億円を目指す

2. 中期経営計画

同社は新たに2021年9月期までの3ヶ年中期経営計画を発表した。経営ビジョンとして「年間500万人へのサービス提供の実現」を掲げ、最終年度に連結営業利益25億円、営業利益率で15%の達成を目指していく。基本方針としては、本業である「駆けつけ」「会員」「保険」「リペア」の4つの事業の成長加速に向けた事業戦略投資を積極的に推進していく計画となっている。

中期経営計画数値目標

(単位：百万円)

	18/9期	19/9期予想	20/9期計画	21/9期計画
売上高	11,766	12,800	14,500	16,500
営業利益	1,430	1,650	2,000	2,500
経常利益	1,644	1,800	2,150	2,650
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,192	1,260	1,500	1,850
営業利益率	12.2%	12.9%	13.8%	15.2%

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

(1) 事業戦略

目標を達成していくための重点施策として、事業間 / 部門間における重層営業（クロスセル）を積極的に推進していくほか、新たな企業（業界トップクラス、異業種）との事業提携に取り組んでいく。提携については従来から、不動産会社、大学生協、通信キャリア、電力・ガス、家電量販店、住宅メーカー、宿泊施設等の様々な業界で積極的に進め、会員数の拡大につなげてきたが、今後は特に会員・保険・リペア事業において新規会員の大幅増につながる異業種企業との提携を進めていく予定にしている。

また、新サービス・新商品の創出も注力する。IoTやAI技術などの積極活用により、会員、保険事業においてトライアルも含めて、積極的に開発を推進していく計画となっている。既に、IoTを活用したサービスとして2018年11月より名古屋の一部エリアで「出前館」※のシェアリングデリバリー®事業を試験的に開始しているほか、複数のベンチャー企業にも出資を行っており、今後の開発に生かしていく考えだ。

※夢の街創造委員会 <2484> が提供する出前配達シェアリングサービス

ジャパンベストレスキューシステム | 2018年12月25日(火)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

2018年以降の新たな取り組み

2018年 8月	(株)soeasyに資本出資 soeasyは身近なノウハウを15秒動画で紹介するSNSサービス「soeasy」を2016年より提供開始し、2018年4月に組織の生産性向上ツールとして、業務ノウハウを動画で共有できるサービス「soeasy buddy」の提供を開始している。
2018年11月	(株)ユーミーネットと合弁会社、(株)不動産プラットフォーム研究所を設立(資本金5百万円、出資比率49%) ユーミーネットは湘南エリアを中心に賃貸住宅仲介、管理などを展開する不動産関連企業。 ・不動産の入・退去に係る業務において、システム・審査・手続き等の効率化を実現するソリューションの開発・提供する。 ・アプリ、Beacon等を活用した地域情報の発信・マーケティングを実施し、地域活性化に貢献する。 ・地域に特化したトライアル展開で生まれた成功モデルを生かして、不動産業界向け商品・サービスを拡大する。
2018年11月	(株)スイッチスマイルに資本出資 スwitchスマイルはBeaconを使った位置情報Platformを開発・提供するベンチャー企業。今後、Beaconを用いたマーケティングサービスと連携し、地域ごとに最適なコンテンツ等を会員に配信していく予定。
2018年11月	「出前館」のシェアリングデリバリー®事業に参入、名古屋で11月下旬よりテスト運用開始 ・配達員をサービス提供のインフラとし、専門的な技術が必要としない軽微な困りごと解決のサービスを提供する。 ・IoTデバイスを持った配達員が、日々特定地域を移動する中、地域の空き家情報や破損している外壁等のリアルな情報を収集し、同社提携先への情報提供や送客につなげていく。

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

コスト抑制施策とし、システム開発やIoT、AI技術の活用も推進していく。ERPの開発では第1フェーズとして、2018年11月より加盟店、協力店とコールセンター、本部を繋ぐ受付、手配から作業報告までの一連の業務フローをタブレット端末で完結できるよう統一した。従来はFAXや電子メール、電話など様々な連絡手段を用いてやり取りしていたため、業務効率が低かった。現在、開発をスタートさせている第2フェーズでは、会計業務(債権、債務の管理等)を市販のパッケージソフトを導入して統一を図り、他の業務とのつなぎ合わせを行う予定になっており、2019年9月期中に完成させ、2020年9月期からの効果を見込んでいる。

また、ERPの開発と連携してBCP(事業継続計画)の構築も進めていく予定にしている。コールセンターについては現在、岐阜と名古屋の2拠点だが、リスク分散を図るために別に1拠点開設することを検討している。そのほか、「Living Live」のように会員向けアプリの導入及び様々な機能を実装することにより、コスト抑制やシナジー効果が期待できるほか、AIを活用したシステムツールをコールセンターや加盟店・協力店に導入することで、業務効率の更なる改善を進めていく計画となっている。

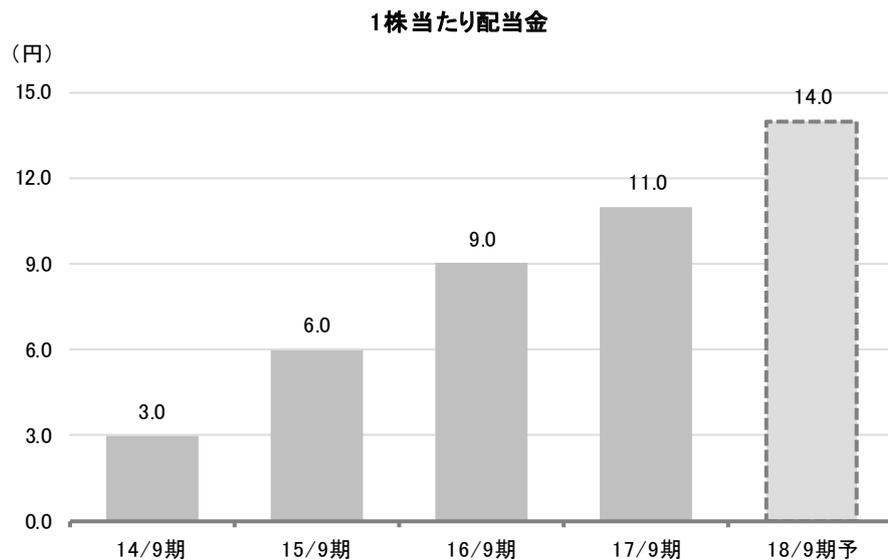
(2) 投資戦略

投資戦略としては、本業とのシナジーを発揮する周辺事業を対象にM&Aを推進していくほか、成長に必要な事業や強みを持つ企業との資本業務提携または出資を検討している。また、事業効率向上のためのERP開発やBCP構築のための投資を実施する予定となっている。なお、M&A等の投資資金については新株予約権の行使によって調達する計画となっている。

■ 株主還元策

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

株主還元方針としては、安定的配当を継続することを基本に連結配当性向で 30% 以上、総還元性向で 50% 以上を目標とする。2019 年 9 月期の 1 株当たり配当金は前期比 3.0 円増配の 14.0 円（配当性向 34.8%）と 5 期連続増配を予定している。なお、2018 年 10 月に発行した第三者割当による新株予約権がすべて行使された場合でも、2019 年 9 月期の予定総還元性向は 36.5% にとどまるため、業績が計画どおり達成すれば自己株式取得か配当金の積み増しを検討するものと予想される。また、同社は株主優待制度も導入しており、毎年 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 枚まで利用可）贈呈している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ対策

同社グループは、会員及び一般顧客、加盟店・協力店等を含めて個人情報を多く取り扱っており、情報セキュリティ対策については、個人情報保護法等の法令及び同社が定める個人情報保護方針にのっとりた体制を構築している。サーバーについては社内外にバックアップ用も含めてシステムを構築しており、ファイアウォールによる外部からの不正アクセス防御やウイルス対策ソフトの導入等を行っているほか、プライバシーマークに基づく情報セキュリティ教育を正社員やパートタイマーのみならず、加盟店・協力店スタッフに対しても定期的実施し、情報管理体制の強化を図っている。

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