

|| 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 >>>](#)

2020 年 6 月 12 日 (金)

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 9 月期第 2 四半期累計業績の概要	01
2. 2020 年 9 月期業績見通し	01
3. 提携戦略と新サービスの動向	01
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業の内容	03
■ 業績動向	06
1. 2020 年 9 月期第 2 四半期累計業績の概要	06
2. 事業セグメント別動向	08
3. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	12
1. 2020 年 9 月期の業績見通し	12
2. 会員事業における新サービス	14
3. 中期経営計画	15
■ 株主還元策と ESG の取り組みについて	17
1. 株主還元策	17
2. ESG の取り組みについて	18
■ 情報セキュリティ対策	19

■ 要約

2020 年 9 月期は減収減益見通しだが、 新たな会員サービスの提供や保険商品の開発による成長期待は大きい

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 2,000 店超のパートナー・ネットワーク店を通じて会員・非会員向けに提供している。子会社で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. 2020 年 9 月期第 2 四半期累計業績の概要

2020 年 9 月期第 2 四半期累計 (2019 年 10 月 -2020 年 3 月) の連結業績は、売上高で前年同期比 1.9% 減の 5,996 百万円、営業利益で同 11.9% 減の 650 百万円となった。売上高については 2019 年 5 月に不採算サービス (ドリビング) を終了したことで減収となったものの、「安心入居サポート」や「安心修理サポート」等の主力会員サービスや家財保険の契約件数は順調に積み上がっている。利益面では、新規事業となるライフテック事業 (不動産賃貸入居者向け電力販売) における先行コストの発生が主な減益要因となった。

2. 2020 年 9 月期業績見通し

同社では新型コロナウイルスの影響が期末まで続くことを前提として、2020 年 9 月期の連結業績の修正を発表した。売上高は前期比 4.3% 減の 11,500 百万円、営業利益は同 26.7% 減の 1,200 百万円とそれぞれ期初計画 (売上高 13,500 百万円、営業利益 2,000 百万円) を引き下げている。3 月以降、新規提携案件の進捗が遅延しているほか、駆けつけサービスの受注減、引っ越し需要の減少による電力契約の獲得ペース鈍化などを保守的に織り込んだ。新たに販売開始している会員サービスについては計画に含めておらず、今後の動向次第では上振れ要因となる可能性がある。

3. 提携戦略と新サービスの動向

2020 年以降、開始した会員サービスのなかで特に注目されるのが、6 月からスタートした終活サポートアプリ「あすかも」となる。高齢化社会と核家族化が進むなかで、高齢者の見守りだけでなく生活トラブルに関わる駆けつけサービスなども組み込んだサービスで、スマートフォンアプリで手軽に利用できるのが特徴だ。今後、全国に 2,400 万人以上の会員がいるとされる各地域の互助会を通じて販売拡大を目指していく。また、賃貸不動産オーナー向けに、家賃減額保証と住宅設備の延長保証を組み合わせたサービス「Asset Warranty (アセット ワランティ)」を 6 月から販売開始している。2020 年 4 月の民法改正によって、賃借人の責任でない設備等の故障、使用制限等が発生した場合に、家賃の減額リスクが発生することになり、こうしたリスクに備えるためのサービスとなる。あいおいニッセイ同和損害保険 (株) と共同で開発し、提携先の不動産会社を通じて販売していく。そのほかにも今後、提携戦略による新たな会員サービスや保険商品の開発・販売を予定しており、ストック型ビジネスの積み上げによって業績は中期的に安定成長が続くものと弊社では予想している。

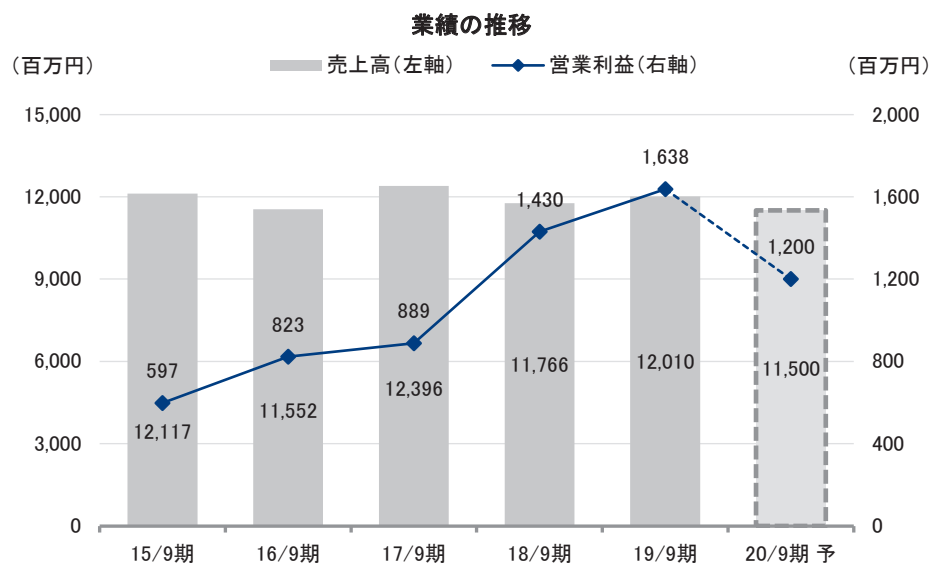
要約

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% 以上を目標としている。2020 年 9 月期の 1 株当たり配当金は業績の下方修正を行ったものの、前期比 1.0 円増配の 16.0 円（配当性向 84.7%）と 6 期連続増配を維持する予定だ。また、株主優待制度についても、毎年 3 月末の株主を対象にキツザニア（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

- ・ 2020 年 9 月期は新型コロナの影響が期末まで続くとして保守的に修正
- ・ 会員事業で高齢者向けサービスや民法改正に対応したサービスなどの新たなサービスを提供開始
- ・ 中期経営計画の数値目標については見直しを検討中だが、保険事業における新商品開発に注目



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

1. 会社概要

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。2020年3月時点で連結子会社は3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)を子会社化したほか、2019年7月より新たにレスキュー損害保険(株)を設立、開業している。また、連結従業員数は2019年9月末時点で226名(単体は186名)の規模となっている。

2. 事業の内容

事業セグメントは、駆けつけ、会員、保険、リペアに加えて、2020年9月期より新たに電力販売等を行うライフテック事業を会員事業から切り出し、独立セグメントとし開示している。2020年9月期第2四半期累計の事業セグメント別売上構成比を見ると、会員事業が49.6%と全体の半分以上を占め、次いで保険事業が34.9%、駆けつけ事業が12.6%となっている。売上高のうち、会員や保険契約件数の積み上げ等によるストック型ビジネス(サブスクリプション型、リカーリング型含む)の比率が84.9%を占めており、安定性の高い収益基盤を構築していることが特徴であり強みとなっている。

事業セグメント

セグメント名	内容	売上構成比※
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	12.6%
会員	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)	49.6%
	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、ライフサポートパック等)	
	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)	
保険	家財保険や弁護士保険等の少額短期保険サービス	34.9%
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	2.5%
ライフテック	不動産賃貸入居者向け等を対象とした電力販売及びその他サービス	0.4%

※売上構成比は2020年9月期第2四半期累計実績値

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

(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（365 日稼働）、依頼内容に応じてパートナー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、パートナー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。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）が重要となっている。数年前まではタウンページからの入電が大半であったが、直近ではインターネット経由が 5 割を占めるまでになってきている。また、インターネットのなかでも自社サイト経由が上昇している。

なお、実際の作業を依頼する店舗は契約形態の違いによってパートナー店舗とネットワーク店舗の 2 種類に分けられる。パートナー店とは同社が紹介する顧客とパートナー店が直接、見積契約と清算を行って、月末に紹介料を同社が請求する形態の店舗となる（駆けつけ事業に該当）。一方、ネットワーク店舗とは主に同社の提携企業の会員を対象に作業を行い、同社の指示に従って顧客と清算を行った後に、同社が月末に不足分等の清算を行う形態の店舗となる（会員事業に該当）※。2020 年 9 月期第 2 四半期末のパートナー及びネットワーク契約店舗数は前年同期比で 95 件増の 2,128 件となっている。

※ パートナー店とネットワーク店の両形態で契約する店舗もある。

(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、会員は入会金や年会費等を事前に支払うことで、該当する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仕組みとなっている。

生活会員及び保証会員（入会・更新・継続含む）の合計数は、2020 年 9 月期第 2 四半期末で 234 万人と過去最高を更新している。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 7 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り、不動産賃貸事業者等と販売代理店契約を結ぶことで契約件数を伸ばしている。会費は 2 年契約で約 1.5 万円となり、うち約 6 割が同社の収入で約 4 割が代理店の販売手数料となる。売上計上方法は月分割方式となっているが、実際の資金の流れとしては契約時に 2 年を一括して会員から徴収している。このため、貸借対照表上では残存期間分の対価について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 ヶ月目は損失を計上する。

事業概要

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生活トラブル解決サービス「学生生活 110 番」（4 年契約タイプで 9,250 円、うち約 7 割が同社の収入）、連結子会社の JBR あんしん保証で提供する住設機器、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 割が同社の収入）などがある。「あんしん修理サポート」の会員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、住宅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 2 割弱程度と見られる。

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ネットワーク店の手配を行っており、発生した作業代金または作業代金と割引価格との差額が同社の負担となる。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リスクがある。

(3) 保険事業

連結子会社のジャパン少額短期保険、レスキュー損害保険で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、同事業売上高の約 8 割を占めている。不動産賃貸事業者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」を同時に勧めることができるため、販売効率の高い商品となる。

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」、自転車による事故や盗難に備える保険「ちゃりぼ」、「痴漢冤罪ヘルプコール付き弁護士保険」などがある。

また、2019 年 7 月に開業したレスキュー損害保険ではジャパン少額短期保険からの受再事業や法人向け約定履行費用保険の元受事業からスタートし、2020 年 1 月から賃貸住宅向けの家財保険包括契約の販売を開始している。また、業績に与える影響は軽微だが、今後は火災保険や修理保険等を商品化して拡販していく予定となっている。なお、レスキュー損害保険には日本生命保険やセブン銀行が各 7.1% 出資しており、将来的にはこれら企業と保険商品の共同開発や販売面での協業を行っていくことを視野に入れている。

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仕器・備品類と家主・第三者への賠償責任を補償する保険。
ちゃりぼ (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

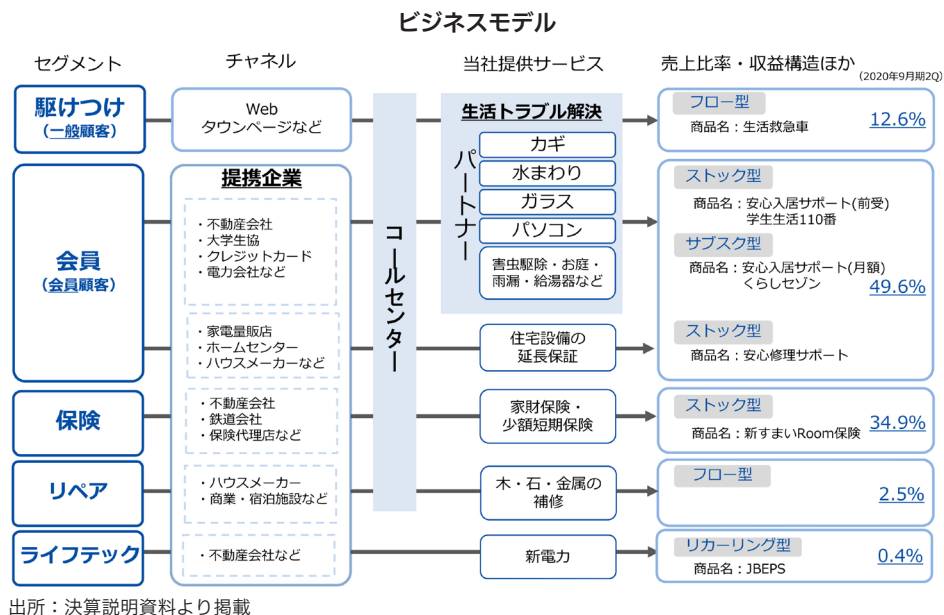
事業概要

(4) リペア事業

リペア事業は 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。修復対象として、石材系から水まわり、金属、木質系など幅広い材質を扱っていることが強みとなっており、2019 年以降はホテル等の宿泊施設や店舗など非住宅系の販路開拓にも注力している。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。

(5) ライフテック事業

ライフテック事業では、不動産賃貸入居者向けを主力ターゲットとした電力販売事業となる。提携先の不動産事業者を通じて入居時に「安心入居サポート」「新すまい Room 保険」などとセットで販売を進めている。



業績動向

2020 年 9 月期第 2 四半期累計業績は新規事業の先行投資負担や駆けつけ事業の落ち込みにより減収減益に

1. 2020 年 9 月期第 2 四半期累計業績の概要

2020 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 1.9% 減の 5,996 百万円、営業利益が同 11.9% 減の 650 百万円、経常利益が同 24.2% 減の 665 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 74.3% 減の 260 百万円と減収減益となった。

業績動向

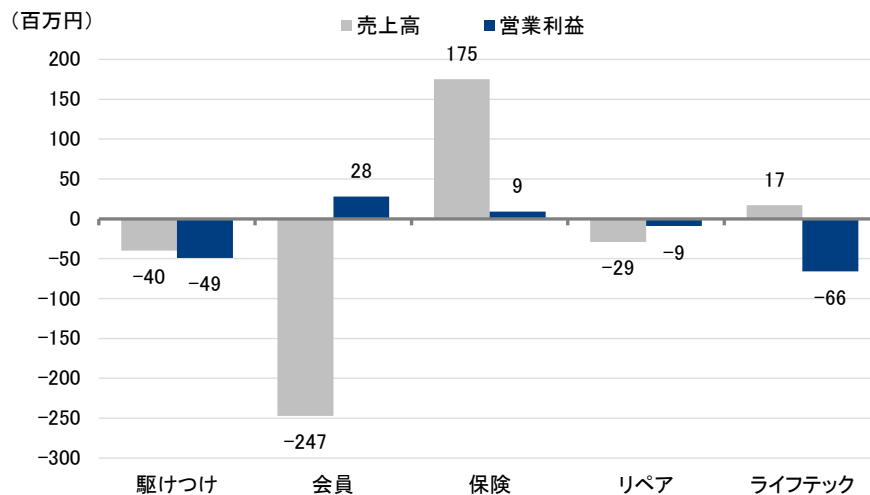
2020 年 9 月期第 2 四半期累計業績 (連結)

(単位：百万円)

	19/9 期 2Q 累計		期初計画	20/9 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	6,111	-	6,100	5,996	-	-1.9%	-1.7%
売上総利益	2,819	46.1%	-	2,805	46.8%	-0.5%	-
販管費	2,080	34.0%	-	2,155	35.9%	3.6%	-
営業利益	738	12.1%	610	650	10.9%	-11.9%	6.5%
経常利益	878	14.4%	640	665	11.1%	-24.2%	3.9%
特別損益	-36	-	-	-102	-	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,012	16.6%	510	260	4.3%	-74.3%	-49.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別前年同期比増減額



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

売上高は保険事業や新規事業となるライフテック事業が伸長したものの、2019 年 5 月に不採算サービス (d リビング) を終了した会員事業や駆けつけ事業、リペア事業などの落ち込みをカバーするまでには至らなかった。営業利益については、会員事業や保険事業が増益となったものの、新型コロナウイルスの影響が第 2 四半期の後半から出た影響もあり、駆けつけ事業が減益となったほか、リペア事業、ライフテック事業の損失が拡大し、半期ベースでは 3 年ぶりの減益となった。なお、リペア事業に関しては全社共通費用 (人材関連費用) を各事業セグメントに振り分けているため損失計上となっているが、実質ベースでは黒字事業となっている。

営業外収支が前年同期比で 121 百万円悪化したのが、これは投資有価証券売却益が 131 百万円減少したことが主因となっている。なお、親会社株主に帰属する四半期純利益の減益率が大きくなっているのは、前年同期に法人税の減額処理を実施した反動によるもの。前年同期は破産更生債権の貸倒れが確定したことで税務上の損金計上を行い、法人税が減額された。

業績動向

期初会社計画比で見ると売上高で 1.7% 下回ったものの、営業利益は 6.5% 上回って着地している。売上高については新型コロナウイルスの影響により、駆けつけ事業やリペア事業、ライフテック事業の売上が計画をやや下回ったことによる。一方で、営業利益が上振れた要因は期初に計画していた新規提携案件に係る先行投資費用 2 億円が、同提携案件の進捗遅れにより無くなったことが主因となっている。同案件の計画遅れについては新型コロナウイルスの影響が大きく、事業の開始時期については 2021 年 9 月期以降にずれ込む見通しとなっている。

会員事業の会員数は 234 万人と過去最高を更新、 保険事業も主力商品の家財保険は順調に拡大中

2. 事業セグメント別動向

事業セグメント別業績

(単位：百万円)

	19/9 期 2Q 累計		20/9 期 2Q 累計		売上高		営業利益	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	増減額	増減率	増減額	増減率
駆けつけ	795	76	755	27	-40	-5.0%	-49	-64.6%
会員	3,233	723	2,985	752	-247	-7.7%	28	4.0%
保険	1,926	160	2,101	169	175	9.1%	9	5.8%
リペア	179	-28	149	-37	-29	-16.6%	-9	-
ライフテック	3	-9	21	-75	17	449.8%	-66	-
調整額	-27	-183	-18	-184	8	-	-0	-
合計	6,111	738	5,996	650	-115	-1.9%	-88	-11.9%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

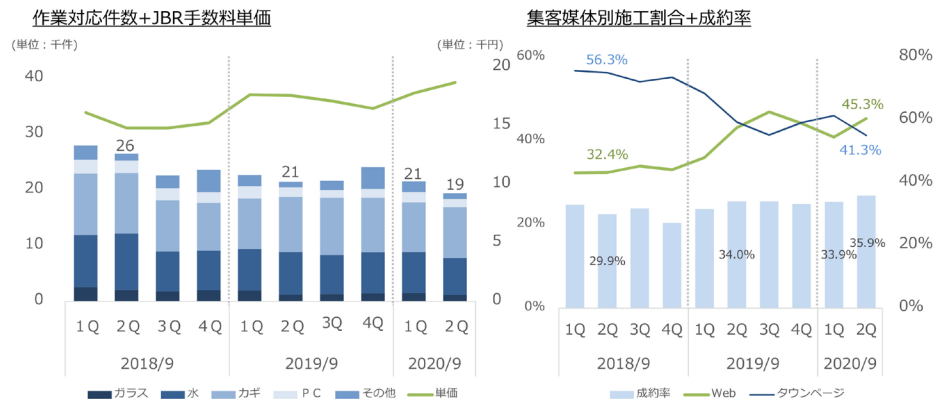
(1) 駆けつけ事業

駆けつけ事業の売上高は前年同期比 5.0% 減の 755 百万円、営業利益は同 64.6% 減の 27 百万円となった。自社運営する生活救急車サイトの集客増と作業単価の上昇が進んだものの、他社サイトやタウンページからの集客が減少したこと、また、前年同期に台風特需で増加した雨漏り案件が減少したことなどが減収減益要因となった。

主要サービスの作業件数を見るとガラス関連で 2 千件（前年同期比 1 千件減）、水まわり関連で 13 千件（同 2 千件減）、カギの交換関連で 18 千件（同横ばい）、パソコン関連で 3 千件（同横ばい）となり、ガラス及び水回り関連の作業件数に関しては減少傾向が続いている。ただ、施工単価については市場と価格乖離のある作業について料金見直しを実施したことで、前年同期から上昇しており、集客媒体別の施工割合を見ても直近四半期はタウンページ 41.3% に対して Web が 45.3% と逆転しており、成約率に関しても 35.9% と改善傾向が続くなど、今後に向けて明るい兆しが見え始めている。

業績動向

生活救急車データ



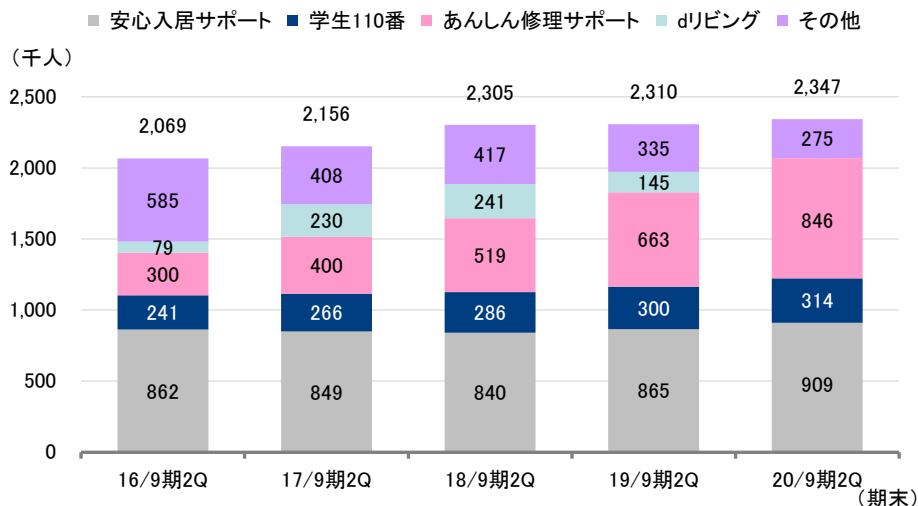
2020年9月期2Q パートナー・ネットワーク契約件数: 2,128件 (前年同期 +95件)

出所: 決算説明資料より掲載

(2) 会員事業

会員事業の売上高は前年同期比 7.7% 減の 2,985 百万円、営業利益は同 4.0% 増の 752 百万円となった。「dリビング」向けサービスを 2019 年 5 月に終了したことに伴い 336 百万円の減収要因となったが、同要因を除いた既存事業ベースでは 3.0% 増収となっている。主力サービスとなる「安心入居サポート」や「あんしん修理サポート」「学生生活 110 番」の会員数を順調に積み上げていることが増収増益要因となっている。

商品別会員数推移



出所: 決算説明資料よりフィスコ作成

2020 年 9 月期第 2 四半期末における会員数の内訳を見ると、「安心入居サポート」は前年同期末比 44 千人増の 909 千人と増加基調が続き、過去最高を更新した。2019 年 5 月で特定顧客からの解約が一巡し、不動産賃貸管理会社との提携拡大を進めていくなかで、会員数も順調に増加した。

業績動向

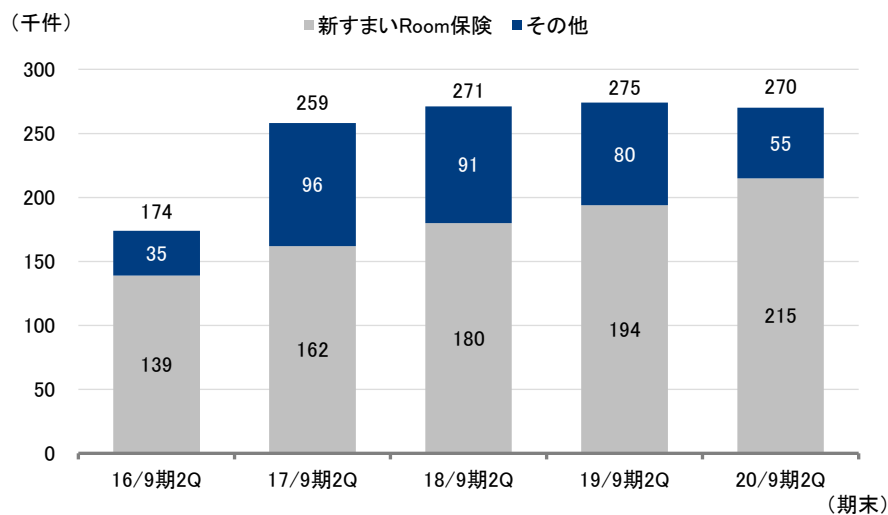
「あんしん修理サポート」は同 183 千人増の 846 千人と大幅増となった。主力販路であるホームセンターでの会員数が増加していることに加えて、2018 年 9 月期から開始したヤマダ電機<9831>での取り扱い店舗の拡大や、新たな住宅メーカーとの取引開始などが増加要因となっている。また、「学生生活 110 番」も同 14 千人増の 314 千人と着実に増加した。大学生協を通じて取り扱う大学数は 209 大学と変わりなかったものの、学生の入会率が上昇しているものと見られる。

その他のサービスについては、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ており、同 60 千人減の 275 千人となった。「d リビング」会員の減少などがあったものの、主力サービスの拡大により、会員数合計では同 37 千人増の 2,347 千人と過去最高を更新している。

(3) 保険事業

保険事業の売上高は前年同期比 9.1% 増の 2,101 百万円、営業利益は同 5.8% 増の 169 百万円となった。主力の家財保険「新すまい Room 保険」の契約件数が前年同期末比 21 千件増の 215 千件と順調に積み上がり、増収増益要因となっている。「新すまい Room 保険」は「安心入居サポート」と販路が同じため、セットで契約するユーザーが増えたほか、2018 年 12 月に業務提携を発表した家賃保証サービス大手である Casa<7196> 経由での販売も引き続き増加した。

その他契約件数が同 25 千件減の 55 千件となっているが、主因は「d リビング」向けサービスの終了に伴ってオプションの保険商品も解約となったことによる。「テナント総合保険」や「弁護士保険」などは着実に増加している。

保険契約件数の推移


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(4) リペア事業

リペア事業の売上高は前年同期比 16.6% 減の 149 百万円、営業損失は 37 百万円(前年同期は 28 百万円の損失)となった。収益改善策として、施工単価の高い宿泊施設等の非住宅分野の受注獲得に注力し、施工単価の低い案件の整理を進めたことが減収要因となった。本社共通費用が含まれているため損失計上となっているが、同要因を除けば 10 百万円の営業黒字となっており、収益体質は着実に改善が進んでいる。

(5) ライフテック事業

ライフテック事業の売上高は前年同期比 449.8% 増の 21 百万円、営業損失は 75 百万円(前年同期は 9 百万円の損失)となった。不動産賃貸入居者向けの電力販売を本格的に始動したことで増収となったものの、販売費用等の先行コストが増加し営業損失が拡大した。

将来の売上・利益となる前受収益・長期前受収益は順調に拡大

3. 財務状況と経営指標

2020 年 9 月期第 2 四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 756 百万円増加の 19,518 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 990 百万円増加し、固定資産では投資有価証券が保有株式の株価が下落した影響もあり 739 百万円減少した。

負債合計は前期末比 2,307 百万円増加の 12,964 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 275 百万円増加したほか、有利子負債が 1,356 百万円増加した。新型コロナウイルスの影響等先行きの不透明な環境も見据えて資金調達した。なお、前受収益の増加については、「安心入居サポート」「あんしん修理サポート」「学生生活 110 番」などの会員数が増加したことによるもので、将来の売上・利益につながる先行指標となる。このため、前受収益の増加についてはポジティブに評価される。

純資産合計は前期末比 1,550 百万円減少の 6,553 百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益 260 百万円を計上した一方で、配当金で 244 百万円、自己株式取得で 863 百万円それぞれ支出したこと、また、その他有価証券評価差額金が保有株式の株価下落により 694 百万円減少したことが要因となっている。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は 32.0% と低下し、有利子負債比率は前期末の 18.8% から 45.5% と大きく上昇した。ただ、ネットキャッシュは 60 億円以上と同社の事業規模からすれば潤沢にあり、財務の健全性は高いと判断される。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	17/9期	18/9期	19/9期	20/9期2Q	増減額
流動資産	8,297	9,551	10,074	11,166	1,091
(現金及び預金)	6,356	7,756	8,271	9,261	990
固定資産	4,922	5,313	8,476	8,079	-396
総資産	13,220	14,865	18,761	19,518	756
負債合計	7,846	8,823	10,657	12,964	2,307
(前受収益、長期前受収益) ※	4,590	5,661	6,710	6,985	275
(有利子負債)	673	700	1,485	2,841	1,356
純資産合計	5,373	6,042	8,104	6,553	-1,550
(安全性)					
自己資本比率	40.6%	40.6%	42.1%	32.0%	-10.1pt
有利子負債比率	12.5%	11.6%	18.8%	45.5%	+26.7pt

※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

2020年9月期は新型コロナウイルスの影響が期末まで続くと見て保守的に修正

1. 2020年9月期の業績見通し

2020年9月期の連結業績は、売上高が前期比4.3%減の11,500百万円、営業利益が同26.7%減の1,200百万円、経常利益が同36.5%減の1,250百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同63.4%減の600百万円と期初計画の増収増益予想から一転、減収減益予想へと下方修正した。新型コロナウイルスの影響が期末まで続くことを想定し、既存事業について見直したほか、新規提携案件についても業績計画に織り込まなかった。このため、新型コロナウイルスの影響が緩和されたり新規提携案件が順調に伸びたりするようだと、業績計画も上振れする可能性が出てくる。

2020年9月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	19/9期		20/9期			
	通期実績	前期比	期初計画	修正計画	前期比	期初計画比
売上高	12,010	2.1%	13,500	11,500	-4.3%	-14.8%
営業利益	1,638	14.5%	2,000	1,200	-26.7%	-40.0%
経常利益	1,967	19.7%	2,100	1,250	-36.5%	-40.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,639	37.5%	1,640	600	-63.4%	-63.4%
1株当たり利益(円)	51.81		47.28	18.89		

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

新型コロナウイルスの事業への影響（下期）

セグメント	影響度	概況
会員事業	不動産	軽微 引越し件数の減少により新規契約が減少するものの、解約も減少するため影響は軽微
	保証	無し 第 2 四半期に見られた設備機器の物流遅れの問題が解消
	その他	無し 大学生向け会員獲得は第 2 四半期までに完了
	新規案件	影響あり 新規の大型提携案件が遅延
保険	軽微	引越し件数の減少により、売上はやや鈍化
駆けつけ	影響あり	緊急事態宣言を受けて「三密」回避のため、作業依頼件数が減少
リペア	影響あり	施設メンテナンスの特需はあったものの、新築施工が滞り、作業件数減少
ライフテック	影響あり	引越し件数の減少により、電力契約の進捗遅れを見込む

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業セグメント別で見ると、主力の会員事業については期初計画で前期比 2 ケタ増収増益を見込んでいたが、1 ケタ台の減収減益に見直した。半期ベースで見ると下期の業績は対上期比で若干の減収減益を想定している。新型コロナウイルスの影響については、引越し件数の減少による「安心入居サポート」の新規契約数減少が想定されるものの、逆に引越しによる解約も減少するため、全体で見ればマイナスの影響は軽微にとどまる見通し。また、「あんしん修理サポート」については住宅や家電製品の販売が落ち込み、新規契約数の伸びが鈍化する懸念はあるものの、保証期間が長期にわたるサービスのため、短期的な業績への影響は軽微となる。「学生 110 番」についても既に第 2 四半期までに新規入学生徒の会員獲得は終了しており、特段の影響は出ない見通し。一方で、当初計画に織り込んでいた新規大型提携案件の開始時期が新型コロナウイルスの影響もあって 2021 年 9 月期以降にずれ込む見通しとなっており、減額修正の要因の 1 つとなっている。

保険事業に関しては期初計画で前期比 2 ケタ増収 1 ケタ増益を見込んでいたが、1 ケタ増収 1 ケタ減益に見直した。会員事業同様、対上期比で下期は若干の減収減益を想定している。引越し件数の減少により新規契約の伸び悩みを想定している。

駆けつけ事業に関しては期初計画で前期比増収増益を見込んでいたが、減収減益に見直した。対上期比でも下期は減収減益を想定している。新型コロナウイルスの影響で、「三密」を回避することもあり作業依頼件数が 4 月に入ってさらに落ち込んでおり、同様の状況が期末まで続く前提とした。なお、新型コロナウイルス対策として、新たに除菌サービスを 5 月より開始している。

リペア事業に関しては期初計画で前期比 2 ケタ増収、営業利益で数千万円の黒字を見込んでいたが、今回は減収、損失拡大に見直した。対上期比で下期は若干の減収、損失額は同程度になると見ている。非住宅向けについては店舗やホテルなど一時的に受注が増加したものの、4 月以降は冷え込んでおり、また、新たな販売先として見込んでいた既存マンション向けの需要も新型コロナウイルスの影響でストップした状態であり、下期も低迷が続くと見た。

ライフテック事業については通期で 1 億円強の売上を見込むものの、引き続き先行投資段階であり下期も上期並みの損失が続くと見ている。

今後の見通し

会員事業で高齢者向けサービスや民法改正に対応したサービスなどの新たなサービスを提供開始

2. 会員事業における新サービス

2020 年 9 月期の業績計画には織り込んでいないものの、会員事業で注目される新サービスを 2020 年 2 月以降、相次いで提供開始している。なかでも注目されるのが 6 月からスタートした高齢者とその家族向けの終活サポートアプリ「あすかも」、賃貸不動産オーナー向けの家財延長保証サービス及び家賃減額補償サービス「Asset Warranty」となる。

会員事業における新サービス

サービス開始日	ターゲット	提携先 (サービス名)	サービス内容
2020年2月	単身者	大阪ガスセキュリティサービス(株) (スマモル賃貸プラン)	・スマートロック付き賃貸向け電気料金プラン ・カギのトラブル 24 時間 365 日対応
2020年3月	高齢者	ゆこゆこホールディングス(株) (ゆこゆこ生活サポート倶楽部)	・月額 450 円 (税抜き) ・ゆこゆこネットの旅行予約が常時 1 千円引き ・カギ、水、ガラス等のトラブルに 24 時間 365 日対応 (出張費・作業費 0 円) ・家事サポートサービス (ハウスクリーニング、家事代行、宅配クリーニング等) を優待価格で提供
2020年3月	ファミリー	ニフティ(株) (@nifty 生活トラブルレスキュー) ※nifty 新規契約者のみ	・月額 500 円 (税抜き) ・カギ、水、ガラス等のトラブルに 24 時間 365 日対応 (出張費、作業費 0 円) ・家事サポートサービス
2020年6月	高齢者とその家族	(株)クラスビット (あすかも)	・終活サポートアプリ「あすかも」を、全国の互助会を通じて販売 ・月額 500 円 (1 家族) / 1,000 円 (3 家族まで登録可) (税抜き)
2020年6月	賃貸不動産オーナー、 不動産管理会社	あいおいニッセイ同和損害保険(株) (Asset Warranty)	・賃貸物件の住宅設備に対する延長保証サービス (24 時間 365 日トラブル対応、修理回数無制限、新品交換含め 10 万円まで保証、修理会社の手配) ・設備故障時の家賃減額に対する補償サービス (設備等の減割割合に応じた不動産オーナーの家賃収入減額分をあいおいニッセイ同和損保が補償、入居者に対する家賃減額手続きは同社が対応)
2020年6月	不動産賃貸入居者	(株)Elaly (airRoom)	・家具のレンタルサービス「airRoom」を提携先の不動産会社に導入提案し、導入後の販促活動を行う

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

「あすかも」は IT 開発会社の (株)クラスビットが開発・運営するスマートフォンアプリで、機能としては、家族ノートサービス (家族の情報を共有し、訃報時の手続きの負担を軽減)、見守りサービス (スマホで毎朝見守り)、家財の生前整理 (生前・遺品・空き家整理を提供、スマホで無料見積もり)、在宅確認サービス (24 時間 365 日、専門スタッフが無料で訪問)、カギ・水・ガラスのトラブル解決 (24 時間 365 日、出張費・作業費無料で対応)、ハウスクリーニング (通常価格の 20% 引きで提供)、家事手伝い (通常価格の 20% 引きで提供) などのサービスを提供する。料金は 1 家族登録で 500 円 / 月、最大 3 家族登録で 1,000 円 / 月となっている。

顧客ターゲットは団塊世代を中心とした高齢者と団塊ジュニア (40 ~ 50 代) となる。同社では全国に 2,400 万人以上の会員を持つ互助会グループと提携し、各互助会が提供するサービスと連携することで需要が開拓できるものと見ている。会員の 10% と契約できれば 240 万人の会員を獲得できることになるだけに、成長ポテンシャルは大きい。互助会側から見ても新規会員獲得のための付加サービスとして訴求しやすいサービスとなっているため、一定の需要は取り込めるものと弊社では見ている。互助会は各地域で独立しているため、一気に販売エリアを拡大していくには時間がかかると見られるが、成功事例ができれば導入スピードも加速するものと予想され、今後の動向が注目される。

今後の見通し

一方、賃貸不動産オーナー向けの「Asset Warranty」は 2020 年 4 月の民法改正に対応したサービスとなる。今回の民法改正で賃貸物件のオーナーは、入居者の責任でない設備等賃貸物の故障や使用収益不能が起きた場合、賃貸物件の使用制限や収益不能が発生した部分の割合に応じて、家賃を減額しなければならなくなり、これら設備の不具合を知った時点で、早期修繕対応を行う義務が生じることとなった。こうした背景を受けて、あいおいニッセイ同和損保と共同で同サービスを開発するに至っている。サービス内容は、賃貸物件の住宅設備に関する延長保証サービスと設備故障時の家賃減額に対する補償サービスの二本立てとなっている。顧客ターゲットは賃貸不動産オーナーや不動産管理会社等となり、販路については「安心入居サポート」と同様のためスムーズに販売展開が進むものと期待される。

そのほかにも、2020 年 3 月より提供開始している旅行を趣味とするシニア層をターゲットとした「ゆこゆこ生活サポート倶楽部」も注目される。温泉宿泊予約サービス「ゆこゆこネット」の運営会社、ゆこゆこホールディングス（株）と業務提携契約を締結し、「ゆこゆこネット」の利用者に対して、同社の各種生活サポートサービスを提供していくというもの。月額料金は 450 円（税抜き）だが、2 ヶ月に 1 回旅行に行く利用者であれば、1 回の旅行予約につき 1,000 円割引の特典が付くので、「ゆこゆこ生活サポート倶楽部」のサービスは実質、無料で利用できることになる。「ゆこゆこネット」の登録会員数のうちアクティブな会員は約 85 万人いると言われており、今後、旅行需要の回復とともに契約件数の増加が期待される。

中期経営計画の数値目標については見直しを検討中だが、 保険事業における新商品開発に注目

3. 中期経営計画

同社は 2018 年 11 月に 3 力年の中期経営計画を発表し、経営数値目標として 2021 年 9 月期に売上高で 16,500 百万円、営業利益で 2,500 百万円を掲げていたが、前述したように新型コロナウイルスの影響による新規提携案件の遅延もあって、2020 年 9 月期の業績見通しを下方修正したこともあって、2021 年 9 月期の業績目標値についても見直しの検討を進めているもようだ。ただ、会員基盤を持つ企業との提携による会員数の拡大、並びに保険事業の成長戦略そのものは変わっておらず、今後も継続していく方針となっている。以下、中期経営計画の概要について進捗状況なども含めて触れておく。

中期経営計画数値目標

(単位：百万円)

	18/9 期	19/9 期		20/9 期		21/9 期	
	実績	当初計画※	実績	当初計画	修正計画※	直近計画	当初計画※
売上高	11,766	12,800	12,010	14,500	13,500	11,500	16,500
営業利益	1,430	1,650	1,638	2,000	2,000	1,200	2,500
経常利益	1,644	1,800	1,967	2,150	2,100	1,250	2,650
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,192	1,260	1,639	1,500	1,640	600	1,850
営業利益率	12.2%	12.9%	13.6%	13.8%	14.8%	10.4%	15.2%

※当初計画は 2018 年 11 月発表値、修正計画は 2019 年 11 月発表値

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

今後の見通し

中期経営計画における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」を掲げており、「駆けつけ」「会員」「保険」「リペア」の 4 事業を対象に、各業界でトップクラスの企業と業務提携を積極的に展開し、顧客基盤を効率的に拡大していくほか、取引先に対して新商品・既存商品のクロスセルを推進していくことで売上成長を目指していく。また、新サービス・新商品の創出についても会員事業や保険事業において、トライアルも含めて積極的に開発に取り組んでいく方針だ。

目標を達成していくための重点戦略として、「新たな企業とのアライアンス」「事業間 / 部門間の連携による重層営業」「新サービス、新商品の創出」「IoT、システム活用によるコスト抑制」の 4 点を挙げている。

(1) 新たな企業とのアライアンス

業界トップクラスの企業とのアライアンスを 2019 年 9 月期から積極的に推進しており、既に Casa との提携で家財保険の契約件数が増加しているほか、ヤマダ電機や大手ハウスメーカーとの提携により「あんしん修理サポート」の会員数も大きく伸長している。今後についても大手分譲マンション管理会社との提携によるリペア事業の拡大、互助会グループとの提供による「あすかも」の会員拡大などが期待され、すべての事業セグメントを対象に、顧客基盤を持つ新たな提携先企業を開拓し、売上を拡大していく方針となっている。

(2) 事業間 / 部門間の連携による重層営業

延長保証と緊急駆けつけサービスをセットにした会員サービスを販売開始し、一定の成果は見せているものの、まだ十分な事業間連携までには至っておらず、今後の課題となっている。各事業間での顧客管理システムが統一されていないことも一因となっている。現在、開発中の次期 ERP ではこうした課題が解消される見込みとなっている。次期 ERP では、受注から販売、決済、顧客管理までグループのすべてのシステムが統一されるため、事業間連携による重層営業の効果も一段と上がるものと期待される。開発投資額は約 3 億円を見込んでいる。当初は 2020 年 12 月の稼働開始を予定していたが、新型コロナウイルスの影響もあって開発がやや遅れ気味となっており、稼働開始時期は 2021 年 4 ~ 6 月頃の見込みとなっている。

(3) 新サービス・新商品の創出

新サービス、新商品では、前述のとおり 2020 年に入っていくつかの新サービスの提供を開始している。また、レスキュー損害保険でも火災保険のほか、医療関連の少額短期保険の開発を進めており、火災保険については既に金融庁に申請済みで順調に審査が進めば 2020 年 9 月頃に販売が開始できる可能性がある。火災保険市場でシェア 1 ~ 2% 取るだけで年間売上高が数十億円規模となるため注目度は大きい。一方、少額短期保険についても 2021 年 9 月期の前半には商品化したい考えだ。こちらはレスキュー損保の株主（出資比率 7.1%）でもある日本生命保険が販売していく予定となっている。業界初の商品となる模様で、今後の動向が注目される。また、レスキュー損保は（株）セブン銀行も株主（同 7.1%）となっており、今後、コンビニエンスストアで販売できる少額短期保険の開発が進む可能性もあり、保険事業の成長ポテンシャルはさらに高まるものと予想される。

今後の見通し

(4) IoT、システム活用によるコスト抑制

ICTの活用では、会員証のアプリ化（電子化）に取り組んでおり、2019年9月期より「安心入居サポート」会員向けに会員証アプリ「Living Link」の提供を開始している。同アプリではスマートフォンのカメラ機能を使って、コールセンターのオペレーターとのやり取りが可能となっており、緊急トラブルの入電の際にオペレーターは現場の状況を動画または写真で確認しながら、出勤が必要なケースと不要なケースに切り分けることが可能となる。こうした取り組みにより無駄な出勤費用の削減が図られるほか、会員証の発行コストも不要となるため、会員事業の収益性向上につながるものと予想される。また、同アプリは掲示板機能もあるため、集合住宅などでは住民向けの告知事項を同アプリで行うことが可能となり、不動産オーナーや管理会社にとってもメリットを享受できることになる。ダウンロード件数は累計で5万件とまだ少ないものの、今後は新規会員となるタイミングと一緒にアプリをダウンロードしてもらうようにし、いずれすべての会員をアプリ会員に転換していくことを目標としている。なお、「学生生活110番」もアプリの提供を既に開始しており、「あんしん修理サポート」についても2020年9月期中にアプリの提供を開始する予定となっている。

また、AIの活用についても2019年9月期より自社コールセンターで一部、チャットボットの導入を開始している。今後も業務効率の改善につながる技術を順次導入していくことで生産性向上につなげていく考えだ。

株主還元策と ESG の取り組みについて

自社株価予約取引の申込を発表

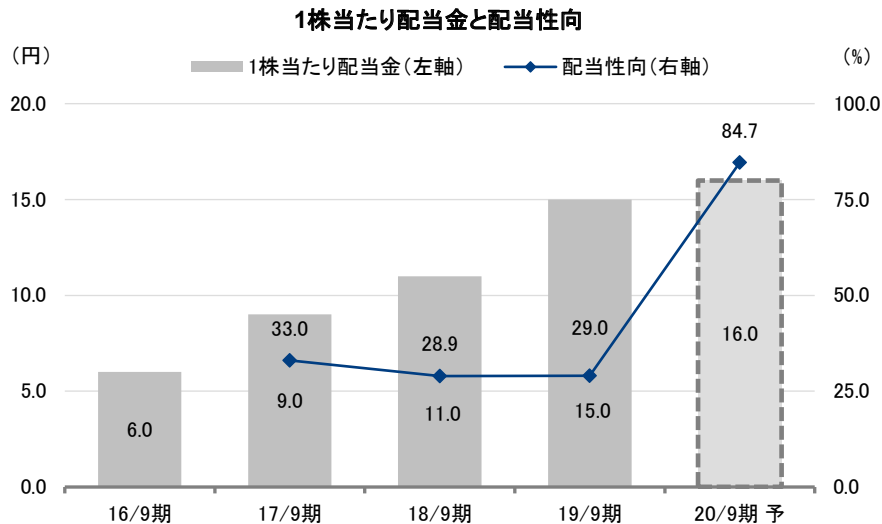
1. 株主還元策

同社は2020年5月22日付で自社株価予約取引包括契約をEVO FUND（以下、エボリューション）との間で締結し、第1回自社株価予約取引の申込を行うことを発表した。自社株価予約取引とは、取引当初時の株式の時価に基づいた「先渡価格」を予め設定し、将来の契約終了時点の株価に基づく「終了時基準価格」と当該「先渡価格」との差額を現金決済する取引を指し、「先渡価格」より「終了時基準価格」が上回っていれば、同社が差益を得ることになり、逆に下回っていれば差損が発生することになる。自己株式取得との違いは、バランスシート上にでないオフバランス取引であるということ、損益取引となるため四半期決算ごとに時価評価した差損益が営業外収支として計上されること（契約終了後に損益が確定）、実際の株式取得は契約相手先のエボリューションが行うことなどが挙げられる。

対象株式数は60万株で、このうち第1回目として30万株を上限にエボリューションが市場で取得する（買付け可能期間：2020年5月25日～6月5日）。残りについては今後の株式市場の動向を見て適時判断していくことにしている。株価の需給面で見れば、自己株式取得と同様の効果が期待されるほか、今後、株価が上昇すれば損益面でのプラス効果も期待できることになる（＝自己株式取得は純資産額に影響を与えるが、期間損益には反映されない）。

株主還元策と ESG の取り組みについて

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% 以上を目安としている。2020 年 9 月期は業績下方修正を行ったが、1 株当たり配当金は前期比 1.0 円増配の 16.0 円（配当性向 84.7%）と期初計画を維持し 6 期連続の増配を予定している。また、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

2. ESG の取り組みについて

同社グループは持続可能な社会の実現に向け、社会の一員としての役割を果たすとともに「困っている人を助ける」事業活動を通じて、社会に貢献し中長期的な企業価値の向上を目指している。環境面（E）においては紙使用量の削減や環境保全に取り組む団体への活動支援を、社会面（S）では働きがいのある職場づくりの一環として残業時間の削減や社員の育成など、ガバナンス（G）に関しては、コーポレート・ガバナンスの強化やステークホルダーとの積極対話などに取り組んでいる。

ESG に関する現在の取り組み

	重要な課題	JBRグループの重点項目	取り組み (2020/9期2Q時点)
環境 E	環境への取り組み	紙使用量の削減	請求書・支払書発行のオンライン化を実現
		環境保全に取り組む団体への活動支援	社内に寄付型自動販売機を設置
社会 S	働きがいのある職場づくり	残業時間の削減	事前承認システム導入による時間外労働適正化 残業時間：2018/9期 19.8H/月 2019/9期 17.1H/月 約14%減
		社員の育成	全社員を対象とした研修システム導入 人事評価とフィードバックによる育成制度
	持続可能なコミュニティ実現	社会的な活動を行う団体への活動支援	キッズニアのスポンサーとしてパビリオン出展 支援の一環として2団体への寄付実施
ガバナンス G	コーポレート・ガバナンス強化	取締役会の実効性向上	取締役5名中 社外取締役3名を選任
		コンプライアンスの徹底	全社員へのコンプライアンス便り配信 管理職・一般社員向けの研修実施
		リスクマネジメントの強化	リスク管理表の定時報告 リスク管理委員会の開催
	ステークホルダーとの積極対話	投資家との積極対話	IR面談、電話会議を積極的に実施

出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 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、パートナー店・ネットワーク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っ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、パートナー店・ネットワーク店スタッフに対しても定期的の実施し、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