

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

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
佐藤 譲

■安心入居サポートの伸張で最高益更新も視野

家のカギ、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て展開するほか、コールセンター受託事業や少額短期保険事業も手掛ける。M&Aや業務提携にも積極的で、2012年には新たに海外製医療機器のメンテナンス会社を子会社化した。

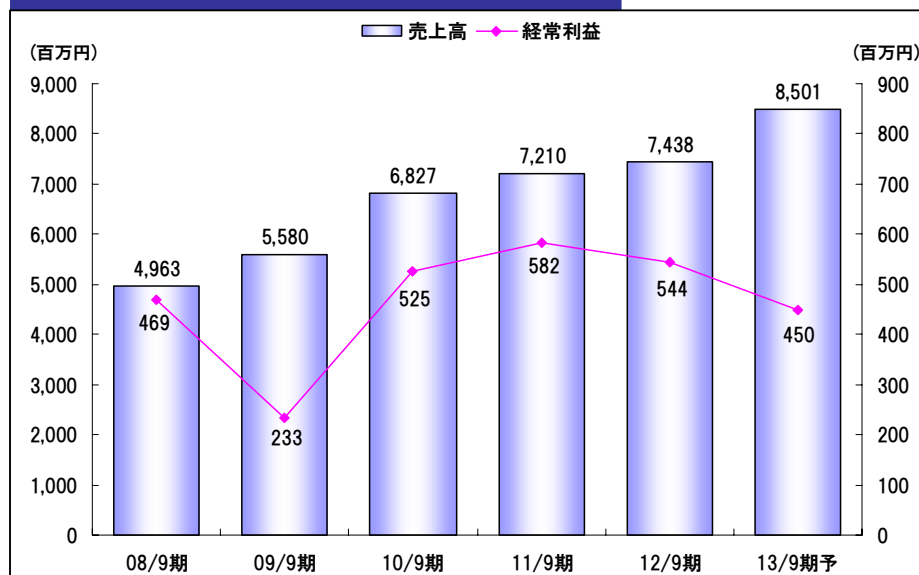
2013年9月期の営業利益は会社側の減益予想から一転、前期比2割程度の増益に転じる見通しだ。生活会員事業において、「安心入居サポート」サービスが期初計画を大幅に上回るペースで新規契約を伸ばしていることが主因だ。また、同様の販路で販売する家財保険「新すまいRoom保険」も好調に売上高を伸ばしている。足元の状況からすると、営業利益は700百万円前後まで拡大する可能性があり、売上高は連続の過去最高を更新、利益ベースでも2期ぶりの最高益更新が見込まれる。

同社の主力事業である生活のトラブル解決サービス事業は、核家族化や高齢者、独居老人世帯の増加、治安悪化や地域社会における住民同士の繋がりの希薄化などを背景に、今後も多様なニーズと安定した需要拡大が見込まれる。この2月には新たに環境メンテナンス事業に進出するべく、バイオベンチャー企業を買収するなど、今後も積極的なM&A、事業提携を展開していくことで一段の収益成長を目指していく方針だ。

■Check Point

- ・生活に関わる様々なトラブルを解決するサービスを提供
- ・第1四半期は会員事業と少額短期保険事業の伸びが売上高を牽引
- ・大手賃貸住宅各社と販売代理店契約を結び契約件数を拡大

売上高・経常利益の推移



■会社概要

現在まで相次ぐ事業提携、M&Aによってサービスを立ち上げ

(1) 会社沿革

1994年に現代表取締役の榊原暢宏氏が個人でバイクロードサービスを目的として、創業したのが起源となっている。その後、1997年2月に現在のジャパンベストレスキューシステム（以下JBR）の前身となる日本二輪車ロードサービス株式会社を設立、法人化した。「困っている人を助ける」を企業理念として、当初はバイクユーザーの事故・故障などのトラブルを解決するためのサービスや盗難保険の販売などを行っていた。しかし、バイクのトラブル発生は4～10月に集中し、業務の繁閑の差が激しかったことから、経営基盤の安定化が課題でもあった。また、国内のバイク人口も年々減少傾向となってきたことから、事業の安定、収益の拡大を図るために新たに「110番、119番以外のすべてのお困りごとを解決する組織づくりに挑戦！」することを経営方針として、生活・住まいに関わるトラブル解決サービスの分野へと事業展開を図っていった。

2001年に賃貸住宅のエイブルと事業提携して、「入居時のカギ交換サービス」を開始したのを皮切りに、2002年には旭硝子<5201>と提携、緊急ガラス割換サービス「旭硝子ガラスの救急車」を開始した。2004年にはセコム<9735>と合併で高機能防犯性ガラスの販売を行うセコムウィン（現出資比率33.3%）を設立したほか、INAXと水回りトラブルの解決サービスを提供する水の救急車（現出資比率80.1%）を設立するなど、その後も相次いで事業提携、あるいはM&Aによって新たなサービスを立ち上げ現在に至っている（表参照）。なお、事業を拡大する一方で、2011年には創業ビジネスであったバイク会員事業部門の売却も行っている。

2005年に東証マザーズに上場、2007年には東証1部への上場を果たしている。

会社沿革

年月	主な沿革
1999年 8月	商号をジャパンベストレスキューシステム株式会社に変更
2000年 1月	加盟店研修・教育事業を開始
2002年 8月	旭硝子との提携事業である一般消費者向け緊急ガラス割換サービス「旭硝子ガラスの救急車」を開始
2004年 4月	セコム、セコムテクノサービス(現 セコム)との共同出資会社「セコムウィン」を同社出資比率33.3%にて設立し、高機能防犯性ガラスの販売を開始
6月	INAX（現LIXIL）との共同出資会社「水の救急車」を同社出資比率40.0%にて設立し、水まわりサービス事業を拡充(現同社出資比率80.1%)
2005年 8月	東証マザーズ上場
10月	ウエスト（現ウエストエネルギーソリューション）との共同出資会社「ハウズドクター」を同社出資比率40.0%にて設立
11月	ジャパンロックレスキューサービスへの出資（現同社出資比率36.6%）
2006年 4月	バイク会員事業を会社分割しJBR Motorcycle（現JBR Leasing）を設立（現同社出資比率100%）
2007年 11月	東証第一部へ市場変更
2008年 8月	BACへの出資（同社出資比率32.7%）
10月	ジャパン少額短期保険への出資（同社出資比率 100%）
2009年 4月	ライフデポを同社出資比率49.0%にて設立（現同社出資比率85.0%）
2010年 4月	同社連結子会社のJBR Motorcycle（現JBR Leasing）が自動車賃貸事業を開始
2011年 4月	JBR Leasingのバイク会員事業を売却
2012年 5月	アットワーキングへの出資（現同社出資比率51.0%）
6月	At Working Singapore Pte.Ltd.を設立（現同社出資比率100.0%）

■会社概要

生活に関わる様々なトラブルを解決するサービスを提供

(2) 事業概要

現在、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いる（図参照）。

主なサービス内容一覧

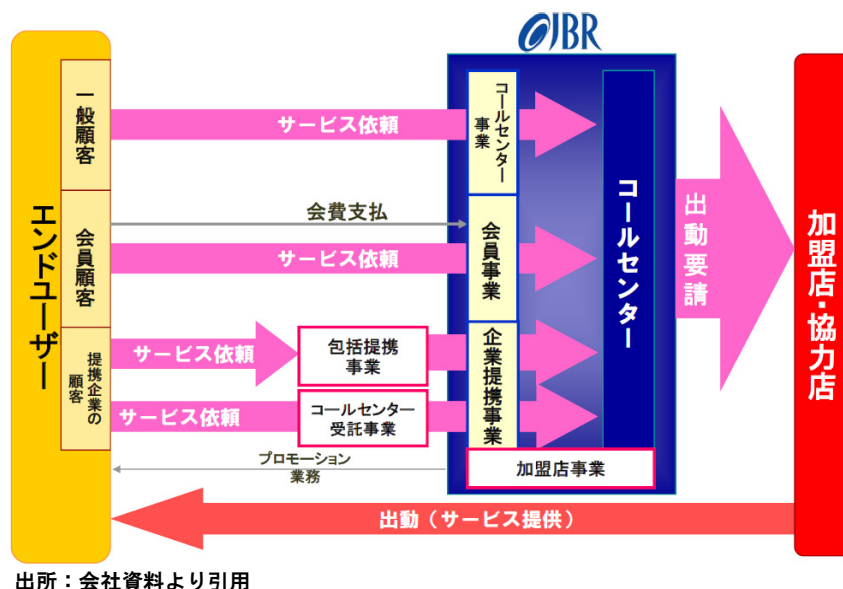
ロード サービス 関連	バイクの トラブルサービス 生活救急車	自動車の トラブルサービス 生活救急車	自動車のガラス 交換サービス 生活救急車	自動車の 钣金サービス 生活救急車
	カギの トラブルサービス 生活救急車	水まわりの トラブルサービス 生活救急車	ガラスの トラブルサービス 生活救急車	店舗の トラブルサービス 生活救急車
	エアコンのクリー ニングサービス 生活救急車	ハウスクリーニング サービス 生活救急車	害虫駆除 サービス 生活救急車	防犯性の高いカギ への交換サービス 生活救急車
	パソコンの トラブルサービス 生活救急車	電化製品修理 サービス 生活救急車	屋根の トラブルサービス 生活救急車	庭のお手入れ サービス 生活救急車

出所：会社資料より引用

トラブル解決に当たっての基本的な業務の流れは以下の通りとなる。まず、カギの紛失やガラスの破損など顧客にトラブルが生じた際に、顧客はコールセンターにサービスの依頼・見積の電話をかける。コールセンターではサービス料金の提示を行い応諾すれば、同社が契約している加盟店・協力店に出動要請を行い、加盟店・協力店が実際のサービスを提供する。もちろん、見積もりの段階で終わるケースや、電話上で解決できるトラブルであれば出動要請をしないケースもある。

■会社概要

業務の流れ

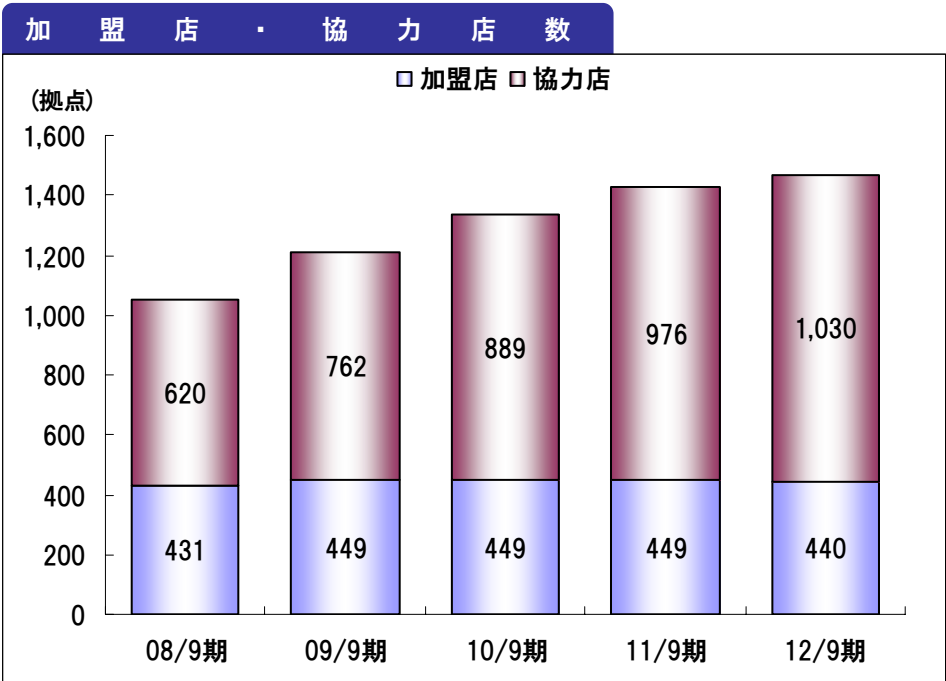


また、顧客は一般顧客のほか、会員顧客、提携企業先の顧客と3タイプに大別される。会員向けサービスは入会金、年会費を払うことで、各種サービスを通常料金よりも低価格、または無料で受けることが可能となる。提携企業とは包括提携事業の場合、旭硝子やセコム、LIXILを指し、コールセンター受託事業の場合、同社がコールセンター代行及びカスタマーサポート代行の業務を委託されている企業を指す。

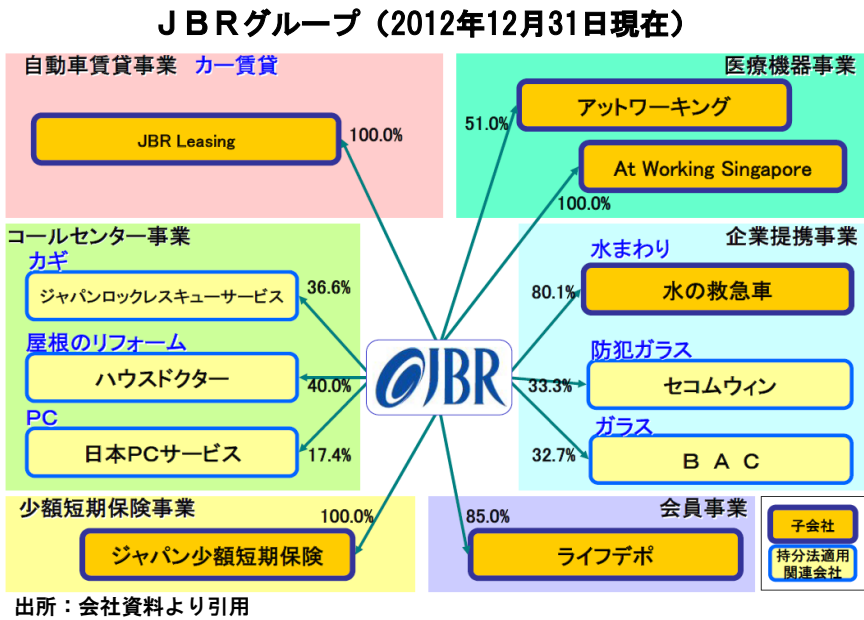
実際にサービスの提供を行うのは同社が契約した加盟店や協力店になる。加盟店とは同社の採用面接を通過して教育研修を受けたサービススタッフのことで、原則としてJBRのサービスを専業としている。JBRの制服を着用し、「生活救急車」と呼ばれる車両で現場に出動する。同社では受電から30～60分以内に現場に駆けつけることをサービス提供の1つの目安としており、加盟店・協力店からなる全国ネットワーク網の構築を進めている。2012年9月末の加盟店・協力店の数は合計で1,470拠点となっており、ここ数年順調に拡大していることがうかがえる。加盟店に関しては本社のある名古屋、東京、大阪、神戸、地方政令指定都市に多く集中しており、地方においては協力店を中心としたネットワーク網となっている。

同社では加盟店・協力店に実際の現場のサービスを委託することで、人件費の変動費化が図られ、一定の収益性を確保できるビジネスモデルを構築している。一方で、サービスの品質を維持、向上するためにサービススタッフの教育研修では技術の習得だけでなく接客態度も重視した研修を行っている。

■会社概要



同社は各事業においてグループ子会社による事業展開を進めており、2012年9月期現在の子会社数は6社、持分法適用会社5社のグループ企業を形成している。



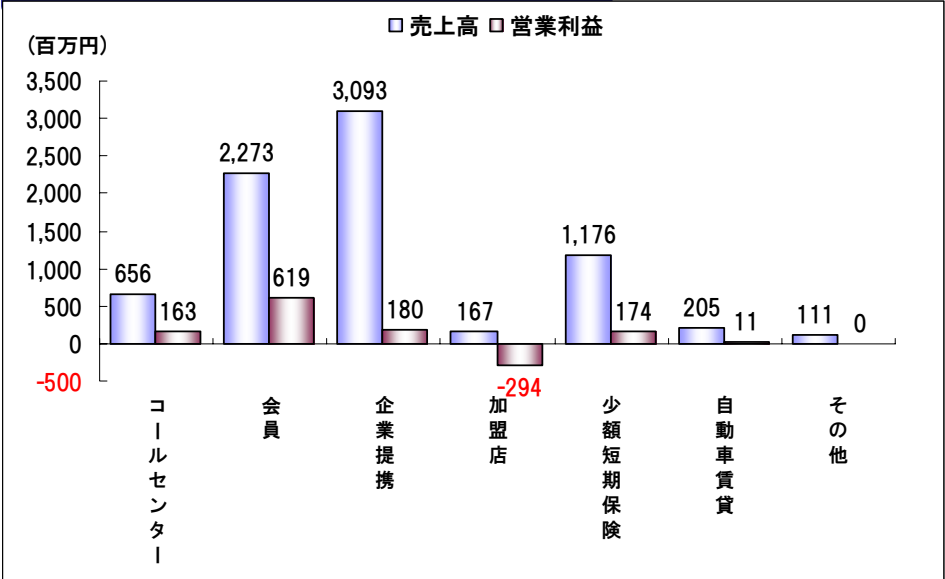
■会社概要

関係会社（事業内容、出資比率）

（連結子会社）	出資比率(%)	主要事業
JBR Leasing	100.0	自動車賃貸
ジャパン少額短期保険	100.0	少額短期保険事業
ライフデポ	85.0	携帯電話ユーザー向けサポートサービス
水の救急車	80.1	水回りのトラブル解決サービス
アットワーキング	51.0	外国製医療機器のメンテナンス・サポートサービス
At Working Singapore Pte.	100.0	医療機器の輸出入業務
（持分適用会社）	出資比率(%)	主要事業
セコムウィン	33.3	防犯ガラスの施工
ハウスドクター	40.0	屋根の修繕・リフォーム
ジャパンロックスキューサービス	36.6	カギのトラブル解決サービス
BAC	32.7	ガラスの割換サービス
日本PCサービス	17.4	パソコン、各種デジタル家電の設定・トラブル解決サービス

セグメント別の売上高、営業利益はグラフの通りで、会員事業、企業提携事業、コールセンター事業、少額短期保険事業などが主力となっている。以下、各事業内容について説明する。

セグメント別売上高、営業利益（12/9期）



名古屋本社内に365日24時間稼働のコールセンターを設置

○コールセンター事業

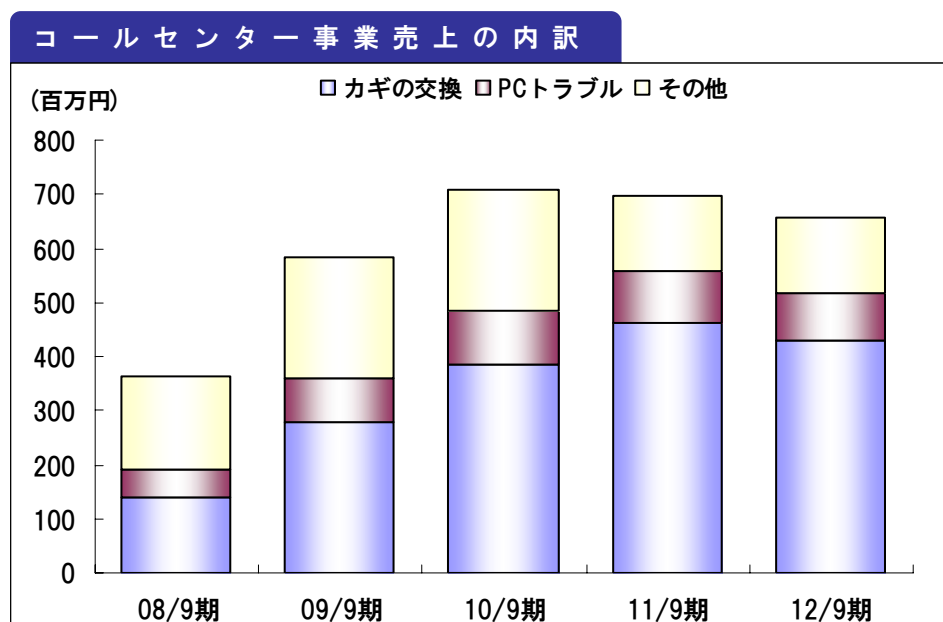
非会員の一般顧客を対象とした事業をコールセンター事業として区分している。カギの交換やパソコンのトラブル、その他生活全般にわたる困り事に関して、一般顧客から入ってくる依頼をコールセンターで受け付け、依頼内容に応じて加盟店や協力店に作業手配を行っている。同社は加盟店・協力店から作業代金の20～30%を手数料として徴収する格好となる。各作業の標準的な価格は、カギのシリンダー交換が19,530円、パソコンの緊急トラブル対応が16,800円などとなっている。



■会社概要

コールセンターは365日、24時間稼働で名古屋の本社内に設置している。1日の入電本数は平均3,500件程度だが、問い合わせのみの場合も多く、実際の出動要請件数は1日600件程度となっている。顧客は主にタウンページを見て電話を掛けてくる人が中心で、年齢層としては40～70代の比較的高い年齢層が中心となっている。なお、作業の内訳はグラフの通りでカギの交換に関するものが過半を占めている。

同事業は手数料ビジネスとなっており、利益を安定的に稼ぎ出すビジネスモデルとなっているものの、ここ1～2年は競合企業のWeb広告による攻勢などによって入電件数が低下し、売上高もやや頭打ちの状況となっている。このため、Web広告を含めたマーケティングの強化が当面の課題となっている。



大手賃貸住宅各社と販売代理店契約を結び契約件数を拡大

○会員事業

会員向けに生活トラブル全般の解決サービス事業を提供する事業で、会員は入会金、年会費を事前に支払うことで、当該トラブルが生じたとき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ようになる。

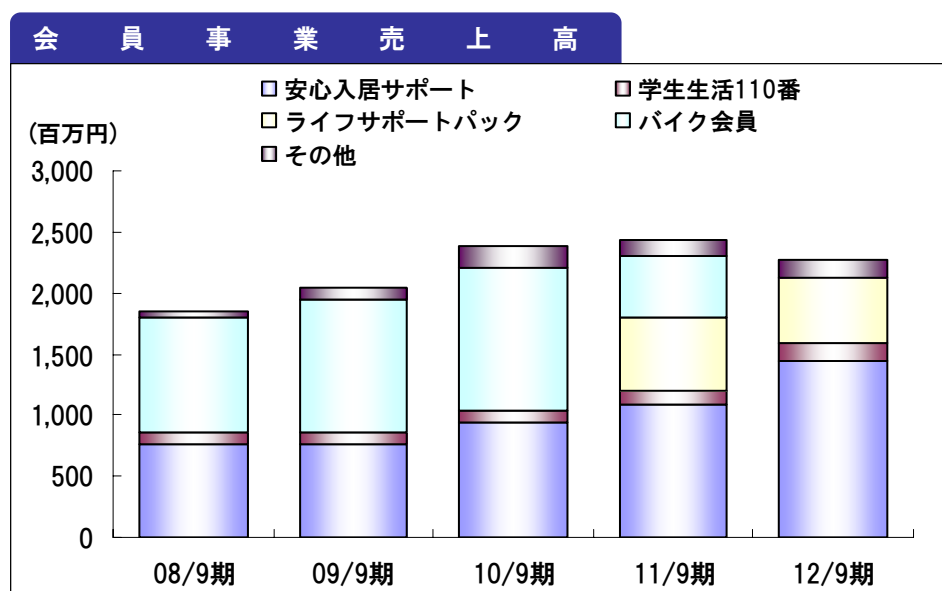
■会社概要

現在、同事業の主力となっているサービスは賃貸住宅入居者向けの「安心入居サポート」で、同事業売上高の6割強を占めている。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後の各種トラブル解決サービス、宅配クリーニングサービスなどを揃えている。同サービスはアパマンショップなど大手賃貸住宅各社と販売代理店契約を結ぶことで、契約件数の拡大を進めている。賃借人が賃貸契約を結ぶ際に、同時に契約するケースが大半を占める。賃貸住宅業者にとっても付加価値サービスをつけることで、売上の拡大に繋がるためユーザー、販売店、同社の3者にとってメリットがある商品と言える。会費は2年契約で15,750円となっており、このうち手数料を除いた6,000～7,000円が同社の収益となる。2012年9月期は年間300万件とも言われる賃貸住宅仲介件数のうち、20万件の新規・継続会員を獲得している。

また、同社は全国大学生生活協同組合連合会と提携した会員サービス「学生生活110番」も行っている。会員の大学生を対象とした学生生活や日常生活における困り事に対する解決サービスを提供している。大学生協に加盟している225大学の入学学生数は年間20万人強となっており、このうち2012年9月期は約4.4万人の新規会員を獲得している（サービス取扱い大学数は現在148大学）。会費は4年間で9,000円と低価格に設定している。販売手数料3,000円を生協側に支払うため、実際のトラブル対応にかかる費用などを考慮すると収益性の低い事業となっている。

「安心入居サポート」「学生生活110番」など生活会員事業における有効会員数は2012年9月末で53万人強と年々拡大傾向となっている。

なお、これとは別に子会社のライフデポで提供している「ライフサポートパック」のサービスがある。ライフデポは光通信との合弁会社であり、同社の関連会社であったが、2011年9月期に同社が子会社化した。「ライフサポートパック」とは、ソフトバンク<9984>、au等の携帯電話加入者を対象にした携帯電話トラブルお見舞いサービスに、同社の生活救急サービスを組み合わせた商品のこと。会員になることで、携帯電話の故障・修理や紛失盗難に対応する。ただ、iPhoneではこうした付帯サービスに個人が加入するため、現在同サービスパックの売上高は減少傾向となっている。



■会社概要

事業を拡大する中で、旭硝子、セコム、LIXILと事業提携

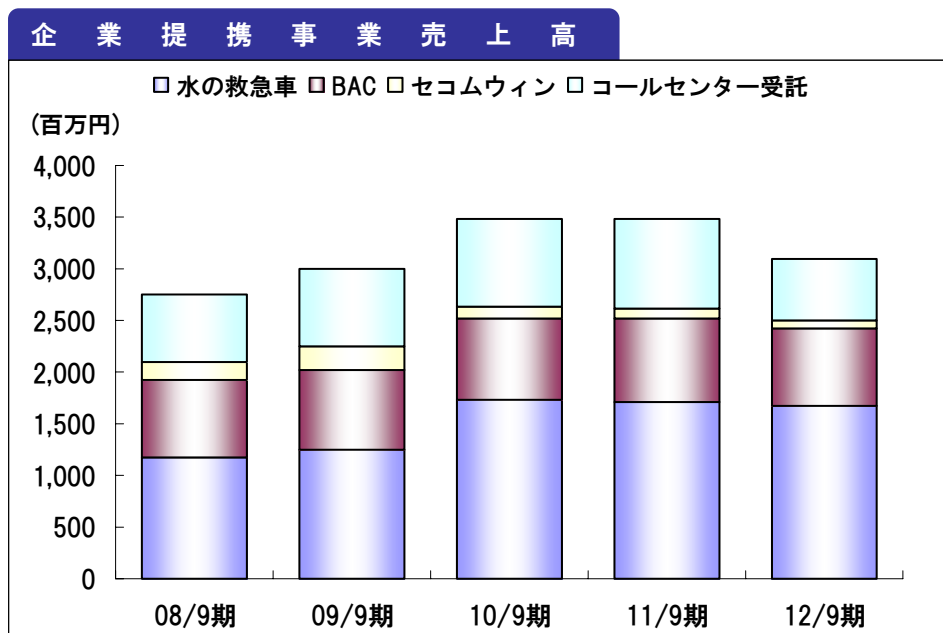
○企業提携事業

同事業は提携企業と合併で設立した関連会社の事業とコールセンター受託事業に大別される。同社は生活関連サービス事業を拡大する中で、セコム、LIXILとそれぞれ事業提携を結び、関連会社を設立した。また、旭硝子とは事業提携を結んでいる。このうちLIXILと共同で設立した水回りのトラブルを解決する会社「水の救急車」に関しては売上規模も大きく、2012年6月に出資比率を引き上げ連結子会社化している（出資比率80.1%）。

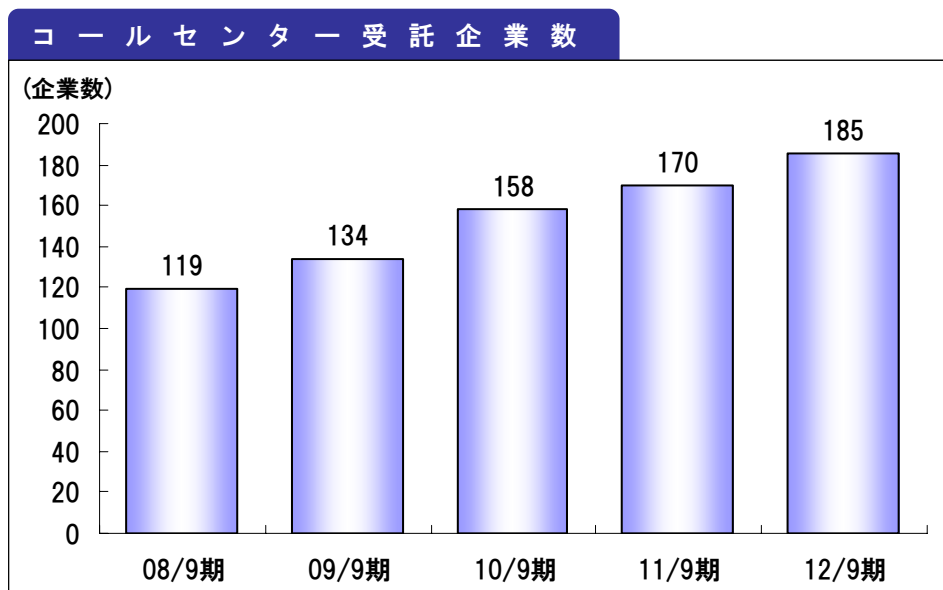
そのほか、セコム<9735>とは防犯ガラスの取り付け施工事業を行う「セコムウィン」（同33.3%）という持分適用会社を設立し、JBRと業務提携契約を行い顧客向けにサービスを提供している。

業務の流れは提携企業によって異なるが、JBRは作業代金の100%を一般顧客または提携先企業から回収、売上として計上し、このうち80%程度を外注費として加盟店・協力店に支払うスキームとなっている。各作業の標準的な価格は、一般ガラスの割換19,400円、トイレの詰まり除去11,550円などとなっている。

一方、コールセンター受託事業とは、提携法人顧客に対するコールセンター代行及びカスタマーサポート代行の業務受託サービスのこと。受託契約先の顧客からの電話を主として岐阜県大垣市にあるコールセンターで受け、加盟店・協力店に必要であれば出動要請などを行っている。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から受託しており、現在、提携先企業数は185社となっている（2012年9月末）。なお、2012年9月期のコールセンター受託事業の売上高が減少しているが、これはバイク会員事業の売却に伴う売上高の減少によるもので、この要因を除けば前期比横ばいの水準となっている。



■会社概要



少額短期保険事業は「安心入居サポート」とのシナジー効果

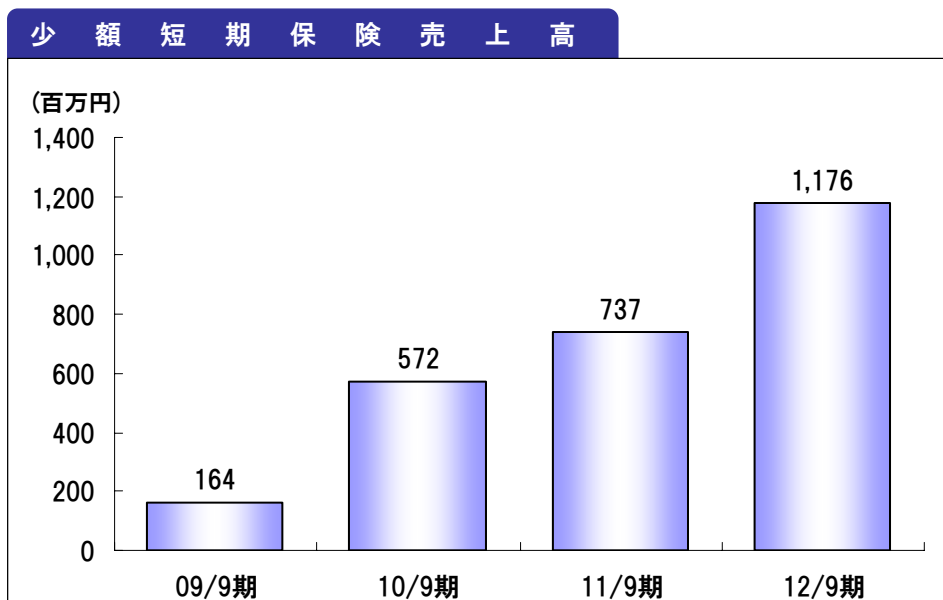
○加盟店事業

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、「生活救急グループ」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も行っている。同社のグループのなかではマーケティング事業としての位置づけとなる。このためコストセンター的な色合いが強く、事業損益上では赤字構造となっている。

○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会社の事業となる。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」などを提供している。賃貸住宅会社では入居者が契約する際に契約する「安心入居サポート」と同時に薦めることができるため、シナジー効果は大きく2008年10月に同社を買収して以降、売上高は順調に拡大している。

■会社概要



○自動車賃貸事業

連結子会社のJBR Leasingにおいて、自動車賃貸事業「カー賃貸」を展開している。

○その他事業

2012年5月に連結子会社化した輸入医療機器のメンテナンス会社、アットワーキングの事業となる。医療機器は主に視力回復のためのレーシック手術や美容整形外科などで利用される医療器具のほか、一般個人が自身で購入する医療器具などのメンテナンス、サポートサービスなども含まれる。

■業績動向

会員事業と少額短期保険事業の伸びが売上高を牽引

(1) 2013年9月期の第1四半期決算

2月13日付で発表された2013年9月期の第1四半期（2012年10-12月）の連結業績は、売上高が前年同期比17.7%増の2,059百万円、営業利益が同7.4%増の147百万円、経常利益が同115.1%増の127百万円、四半期純利益が129百万円（前年同期は1百万円の黒字）となり、好調な滑り出しとなった。

2013年9月期の第1四半期業績（単位：百万円）

	12/9期 1Q	13/9期 1Q	前年 同期比
売上高	1,750	2,059	17.7%
営業利益	137	147	7.4%
経常利益	59	127	115.1%
四半期純利益	1	129	-

売上高を牽引したのは賃貸住宅入居者向け「安心入居サポート」を中心とした会員事業と家財保険が好調だった少額短期保険事業。それぞれ前年同期比で29.3%増、72.2%増と2ケタの伸びを記録した。提携先である不動産賃貸会社が同商品の販売を積極的に進めた効果が出た格好だ。

営業利益に関しては少額短期保険事業において、保険業法第113条繰延資産への費用繰り延べ適用期間（2012年3月まで）が終了した影響で1ケタ台の増益に留まったが、期初の会社計画に対する進捗率では29.1%となっており、計画を上回って推移したとみられる。また、前年同期に営業外費用で計上した貸倒引当金繰入額61百万円が当四半期は無くなったこと、さらには当四半期で特別利益として投資有価証券売却益49百万円を計上したことなどで、経常利益、四半期純利益がともに大幅増益となっている。部門別の概況は以下の通り。

○コールセンター事業

カギ、パソコン等はほぼ前年並みの業績となったが、競争激化で電話受付件数が減少し、コールセンター事業全体の売上高は前年同期比8.2%減の159百万円、セグメント利益は同29.6%減の41百万円となった。

○会員事業

賃貸住宅入居者向け「安心入居サポート」の売上高が前年同期比54.1%増の396百万円と好調に推移したほか、家電・住宅設備機器向けの「あんしん修理サポート」も好調だったことから、会員事業全体の売上高は前年同期比29.3%増の605百万円、セグメント利益は同34.7%増の130百万円となった。

○企業提携事業

水まわりのトラブルをサポートする水の救急車事業に関しては、売上高が前年同期比3.2%増の468百万円と堅調に推移したものの、旭硝子ガラスの救急車事業の売上高は同0.5%減と伸び悩んだほか、コールセンター受託事業の売上高も同11.4%減の146百万円と低調に推移し、企業提携事業全体の売上高は同0.5%減の824百万円、セグメント利益は売上構成変化の影響により同32.4%増の67百万円と増益となっている。

○加盟店事業

同社グループのプロモーション活動がメインとなる事業であるため、利益は出ない構造となっている。第1四半期のセグメント損失は67百万円と前年同期よりも11百万円ほど損失額は縮小した。

○少額短期保険事業

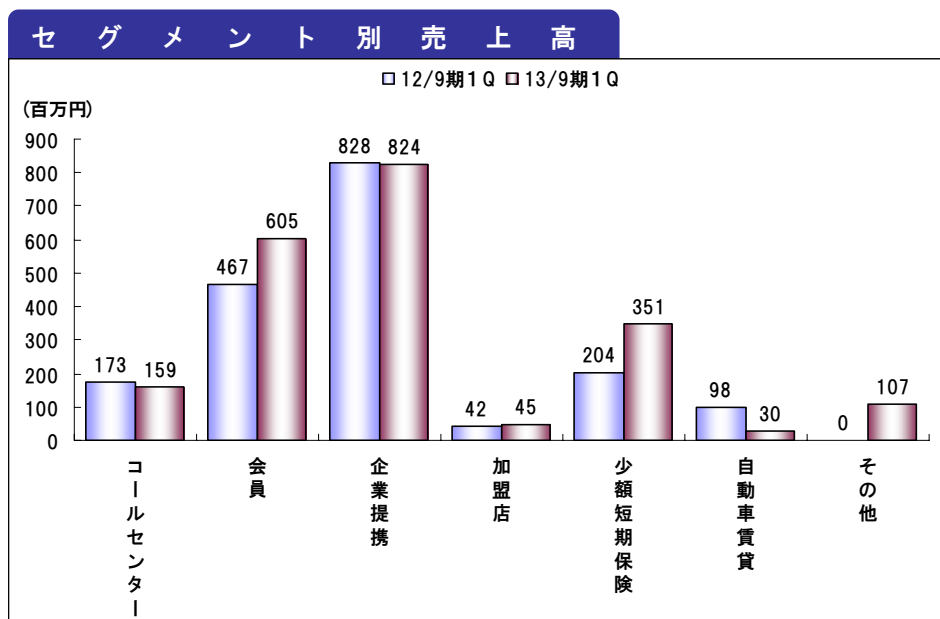
賃貸住宅の家財保険である「新すまいRoom保険」が好調で、売上高は前年同期比72.2%増の351百万円へと拡大した。一方、セグメント利益は前述したように費用の繰り延べが終了した影響で同42.2%減の34百万円となっている。同影響を除けばセグメント利益も2ケタ増益となっている。

○自動車賃貸事業

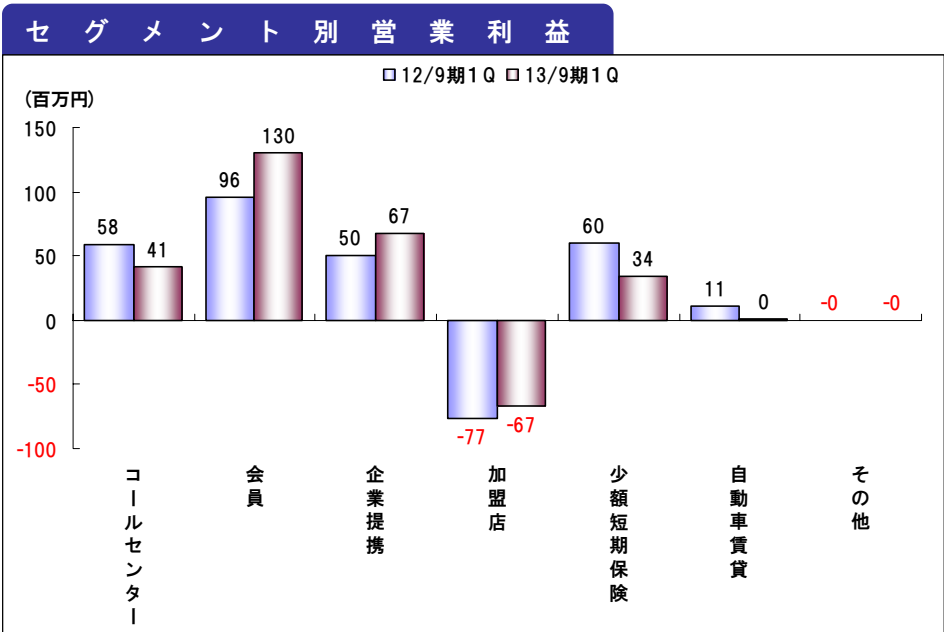
前年同期に発生した大口賃貸先の契約違反による解約の影響で、売上高は前年同期比69.4%減の30百万円、セグメント利益は同92.4%減の0.8百万円となった。

○その他の事業

前第3四半期に買収した医療機器事業が含まれており、同事業が軌道に乗り始めたことで売上高は107百万円（前年同期は0.6百万円）と伸びた。ただ、セグメント損益は事業の初期コストも含め0.6百万円の損失となった（前年同期は0.06百万円の損失）



注：内部取引消去前売上高



注：調整費用控除前営業利益

「安心入居サポート」が好調で業績は上方修正の公算大

(2) 2013年9月期見通し

2013年9月期の会社側連結業績見通しは表の通り、増収減益の計画となっている。ただ、足元の状況は計画を上回るペースで推移しており、営業利益ベースでは700百万円程度と前期比で2ケタの増益となる見通しだ。

2013年9月期の連結業績見通し（単位：百万円）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		EPS (円)
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	
第2四半期累計	4,355	16.1	271	-31.9	226	-40.9	87	-54.1	1400.63
通期	8,501	14.3	506	-16.6	450	-17.4	222	-14.2	3557.47

注：％表示は、通期は前期比、第2四半期累計は前年同期比増減率

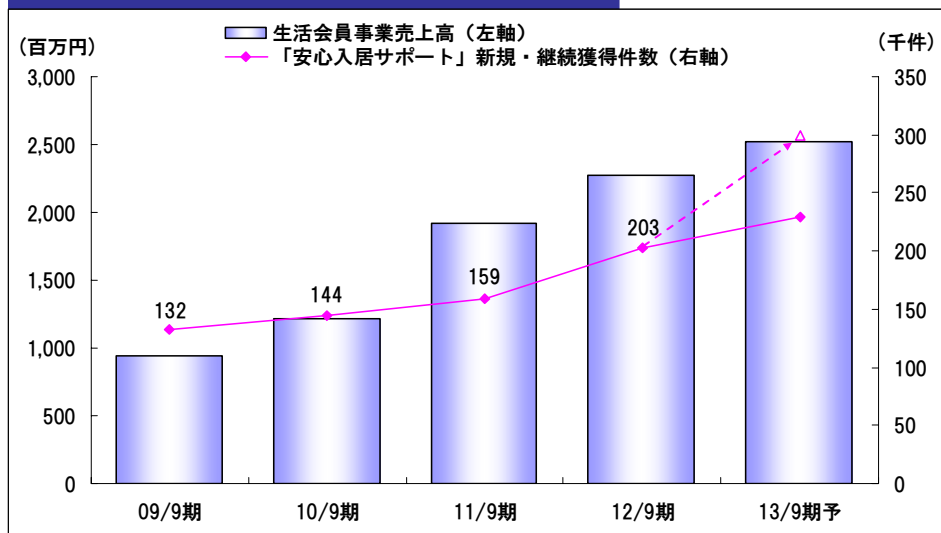
生活会員事業において、「安心入居サポート」の契約件数が大幅に想定を上回って推移していることが主因だ。アパマンショップ<8889>グループを中心に販売代理店件数が拡大、つれて契約件数の伸びも加速した状況だ。期初計画では新規・継続会員数で20万件以上を目指すとしていたが、現在のペースでいくと30万弱まで見込めるペースで契約数が伸びているという。市場規模は年間300万件と大きいだけに、契約件数の拡大ポテンシャルも大きい。



■業績動向

仮に「安心入居サポート」契約件数が想定を7万件上回ったとすれば、売上高で630百万円、営業利益で160百万円程度の増収増益要因になると弊社ではみている。まだ、4カ月しかたっていないが、今後引っ越しの最需要期を迎える3月の販売動向がポイントとなつてこよう。

生活会員事業売上高と
「安心入居サポート」新規・継続獲得件数推移



また、同じ販路となる家財補償保険「新すまいRoom保険」も同様に好調に推移している。同商品に関しては2012年9月期で3.2万件の契約件数を、2013年9月期は5.3万件まで拡大、売上高で前期比40.3%増の1,650百万円と大幅増収を見込んでいる。「安心入居サポート」の契約件数が30万弱程度まで伸びると仮定すれば、販路が同じとなる同保険商品も上振れする可能性は十分ある。

同社では、「安心入居サポート」を販売する既存取引先への代理店営業を積極化しているほか、販売業務の簡素化によりコストを圧縮することで販売手数料を競合の保険会社よりも厚くし、代理店での販売意欲を高めていく戦略だ。「安心入居サポート」と同様の営業体制をそのまま使えることも、手数料施策において同社の強みとなっている。いずれは、家財補償保険の契約件数も「安心入居サポート」と同レベルまで引き上げていくことが同社の目標となっている。

なお、少額短期保険事業の2013年9月期利益が前期比で19.9%減と減益を見込んでいるのは、同子会社が適用していた保険業法第113条繰延資産への費用繰延に関する適用期間が、2012年3月で終了したことによるもので、2012年9月期に続いて2013年9月期もその影響が残るためだ。2014年9月期以降は売上の拡大とともに増益に転じるものと見込まれる。

■業績動向

その他、コールセンター事業ではWeb広告を中心とした広告宣伝の強化によって、カギ交換サービスを中心に前期比6.7%増収を見込むほか、その他事業に関しては医療機器事業が年間でフルに寄与することにより大幅増収となる。一方、企業提携事業に関しては前期比1.1%増と微増にとどまる見通し。コールセンター受託事業や水の救急車に関しては堅調に推移するものの、BACやセコムウィンでの売上高減収が響く。ガラス割換サービスに関しては同様のサービスを開始するリフォーム業者などが増加し、同社に対する注文が減少しているのが響いている。また、防犯ガラス事業に関しても、安価な防犯フィルムが普及してきたこと、防犯カメラの普及で空き巣件数も減少してきたことなどで需要は減少の一途を辿っているのが現状だ。これら2事業に関しては構造的な問題であり、今後も売上の減少が続く見通しだ。

セグメント別業績の推移（単位：百万円）

セグメント別売上高	09/9期	10/9期	11/9期	12/9期	13/9期予	伸び率
コールセンター	584	708	696	656	700	6.7%
会員	2,043	2,384	2,434	2,273	2,513	10.5%
安心入居サポート	764	941	1,093	1,450	1,707	17.6%
企業提携	3,015	3,489	3,476	3,093	3,126	1.1%
水の救急車	1,259	1,731	1,712	1,677	1,814	8.1%
BAC（旭硝子ガラスの救急車）	766	795	812	740	642	-13.3%
セコムウィン	215	115	96	78	48	-38.9%
コールセンター受託	768	845	854	596	620	4.0%
加盟店	193	185	210	167	175	4.6%
少額短期保険	164	572	737	1,176	1,650	40.3%
自動車賃貸	-	24	250	205	150	27.2%
その他	4	4	3	111	387	146.5%
内部消去	-426	-540	-600	-245	-201	-
合計	5,580	6,827	7,210	7,438	8,501	14.3%
セグメント別営業利益						
コールセンター	245	339	251	163	154	-5.3%
会員	385	395	421	619	673	8.8%
企業提携	159	386	345	180	189	5.2%
加盟店	-365	-514	-385	-294	-424	-
少額短期保険	63	143	267	174	139	19.6%
自動車賃貸	-	2	19	11	8	15.9%
その他	-0	-0	-0	0	5	85.6%
内部消去	-183	-210	-284	-246	-240	-
合計	305	540	634	607	506	-16.6%
セグメント別利益率（%）						
コールセンター	42.0	47.9	36.1	24.9	22.1	
会員	18.9	16.6	17.3	27.2	26.8	
企業提携	5.3	11.1	10.0	5.8	6.1	
加盟店	-188.6	-276.6	-182.8	-176.2	-242.3	
少額短期保険	38.1	25.0	36.2	14.8	8.5	
自動車賃貸	-	9.5	7.6	5.5	5.5	
その他	-11.0	-9.2	-7.8	0.4	1.5	
合計	5.5	7.9	8.8	8.2	6.0	

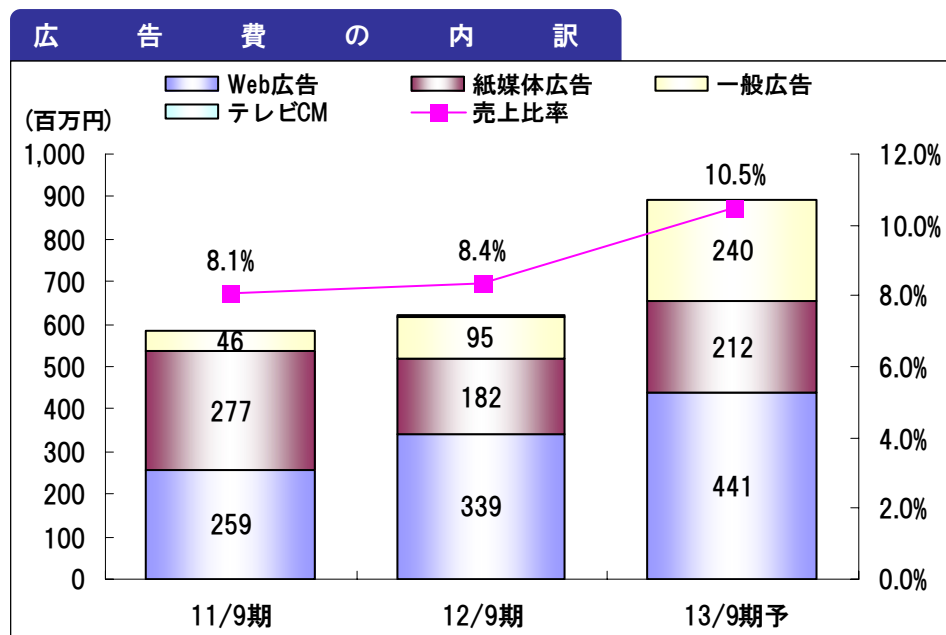
■業績動向

広告費、人員増、営業部門の強化で一段の売上成長へ

2013年9月期の増減益要因を分けると、増益要因が売上高増に伴う総利益の増加(+645百万円)だけなのに対して、減益要因は広告宣伝費の増加(▲270百万円)、人件費の増加(▲315百万円)、その他販管費の増加(▲161百万円)となっている。

広告宣伝費に関しては、ブランド力の向上を目指すため、マグネット広告による集客を実施する計画(80百万円：一般広告に含む)。また、各サービスでまちまちだったブランドイメージの統一を図ることにより、認知度、成約率の向上を進めていく。一方、若年層の利用者層を開拓するためWeb広告の強化も継続する。とりわけ、2013年9月期はモバイル専用サイトの構築・拡充を進めていく方針だ。広告宣伝費の対売上比率は10.5%と初めて10%を超えることになり、従来以上に広告宣伝に注力していく計画となっている。

一方、人件費に関しては大垣のコールセンター稼働による人員増や営業強化のための人員増、子会社の増加によるもので、前期比では34.7%増と大幅に拡大する。広告宣伝費、人件費ともに、今後の売上拡大に対応するための積極的な費用増と捉えることができる。



■業績動向

財務レバレッジを効かせた経営で事業を拡大

(3) 財務状況とリスク要因について

2012年9月期の財務状況については表の通りとなっている。2011年9月期との変化点をみると、資産側では現預金が853百万円増加した一方で、有形固定資産が518百万円減少した。現預金の増加は利益増及び借入金の増加によるもの。有形固定資産の減少は、賃貸用車両の減少によるものだ。

同社の財務状況の特徴を言えば、総資産に対する現預金比率が高いことが挙げられる。2012年9月期末では総資産の実に66.1%が現預金となっており、その比率は年々上昇している。これは同社が会員ビジネスを主に行っていることに加えて、子会社では保険事業を行っており、現預金を厚めに持っているほうが事業の安定性を考えるうえで必要と考えているためだ。また、M&Aなどの案件が出てきた際に、機動的に動きが取れるといったメリットもある。

一方で、有利子負債が年々増加しているのも事実で、D/Eレシオは5期前の74.4%から直前期は165.1%まで上昇した。ROAが高いことから、低金利下において財務レバレッジを効かせた経営を行い、事業を拡大してきたことが見て取れる。

貸借対照表（単位：百万円）

	08/9期	09/9期	10/9期	11/9期	12/9期
流動資産	3,218	3,512	5,035	6,576	7,824
（現預金）	2,509	2,514	3,769	5,522	6,376
有形固定資産	58	93	235	695	177
無形固定資産	204	287	278	205	203
投資等	1,728	1,466	1,272	1,225	1,240
繰延資産	5	188	233	253	193
総資産	5,214	5,549	7,055	8,957	9,640
流動負債	1,804	2,088	2,880	3,522	4,219
固定負債	849	1,114	1,736	2,598	2,560
（有利子負債）	1,814	2,250	3,202	4,146	4,490
負債合計	2,653	3,203	4,616	6,120	6,779
株主資本	2,436	2,335	2,444	2,779	2,719
資本金	756	756	756	756	756
資本準備金	800	823	824	824	824
利益準備金	879	755	955	1,450	1,612
自己株式	0	0	-92	-252	-474
有価証券評価	-16	6	-5	-3	8
少数株主持分	141	3	0	61	132
純資産合計	2,561	2,345	2,439	2,836	2,860
負債純資産合計	5,214	5,549	7,055	8,957	9,640
<安全性>					
流動比率（流動資産÷流動負債）	178.4%	168.2%	174.8%	186.7%	185.5%
自己資本比率（自己資本÷総資産）	46.4%	42.2%	34.6%	31.0%	28.3%
D/Eレシオ（有利子負債÷自己資本）	74.4%	96.4%	131.0%	149.2%	165.1%
<収益性>					
ROA（営業利益÷期末総資産）	8.4%	5.5%	7.7%	7.1%	6.3%
ROE（純利益÷期末自己資本）	7.1%	-2.4%	12.4%	15.5%	9.5%
売上高営業利益率	8.9%	5.5%	7.9%	8.8%	8.2%

■業績動向

環境は追い風、売上高10,000百万円へ

(4) 市場環境について

同社事業を取り巻く市場環境は追い風が吹いていると言える。第1に、企業のコスト抑制、組織のスリム化によるアウトソーシングの流れが継続しており、同社においてはコールセンター受託事業や生活救急車サービスのニーズが引き続き拡大するとみられる。

第2に社会的背景として核家族化、高齢者世帯や独居老人世帯などが増加しているため、セキュリティ分野を中心に住まいに関わる様々なトラブル発生に対するサービスの需要は今後も増加傾向にあるとみられる。とりわけ、近年は地域社会における近隣住民同士の繋がりが希薄化していることも、同社のようなビジネスニーズが拡大する背景になっていると言える。

同社が手掛ける事業のうち、市場シェアが高いのはカギ交換サービスであり、年間80万件の交換需要があるなかで、同社関連会社であるジャパンロックレスキューサービスが手掛ける件数は20万件と約25%のトップシェアを握っている。水回りのトラブルサービスに関しては未上場会社であるクラシアンが対象売上高で年間10,000百万円の規模であり、業界トップとなっている。同社の実績は年間1,800百万円程度と業界で3～4番手となっているが、今後ブランド力の強化、営業強化を進めていくことで4,000百万円規模の水準まで拡大していく目標を持っている。その他、最近ではパソコンのトラブルや屋根のリフォーム（太陽光発電設置）など需要が拡大しそうな分野に関しては、積極的に取り組んでいく方針だ。

同社では売上高の当面の目標として10,000百万円を早ければ2014年9月期にも達成したい考えで、豊富な現預金を背景としたM&Aや業務提携による新サービスの導入にも積極的に取り組んでいく方針だ。

バイノスの子会社化して環境メンテナンス事業に進出

(5) 環境メンテナンス事業に進出

同社は2013年2月20日付けで、新たに環境メンテナンス事業に進出するべく、筑波大学発のバイオベンチャー企業であるバイノスを第三者割当増資等によって子会社化すると発表した。バイノスは主に同社が開発した新種の微細藻類「バイノス」を使用した排水・廃液処理、放射能物質の除染事業を行っている会社で、2012年4月には大林組<1802>、ケルヒージャパンと共同でアスファルト舗装道路の効果的な除染技術を開発。現在、福島県内における放射能物質の除染作業で活躍している。

業績動向

バイノス会社概要（2013年1月31日現在）

事業内容	薬剤開発及び排水・廃液及び廃棄物処理事業
資本金	364百万円
会社設立年月	2005年3月
JBRとの取引関係	JBR子会社のJBR Leasingと車両の賃貸契約を締結

直近3期間の経営状況（単位：千円）

	10/12期	11/12期	12/12期
売上高	32,224	41,049	150,175
営業損益	-92,845	-30,693	-91,407
当期純損益	-100,200	-31,059	-82,551
純資産	-99,020	-40,079	-92,775
総資産	35,877	45,509	280,152

第三者割当増資等の概要

第三者割当増資	
発行期日	2013年2月27日
増資株数（株）	577
増資額（千円）	288,500
株式譲渡	
株式取得日	2013年2月27日
譲受けによる取得株式数（株）	205
取得価額（千円）	61,500
増資後の所有株式数（株）	902
増資後の出資比率	58.6%
総取得価額（千円）	350,000
1株当たり出資額（千円）	388
増資後1株当たり純資産（千円）	159
概算のれん費用（千円）	265,888

出所：会社資料、のれん費用はフィスコ推計



■株主還元策について

直近3期間の平均配当性向は上場企業平均を上回る水準

同社は株主還元策として、株主配当と株主優待を実施している。配当政策に関しては、経営基盤の安定と将来の事業展開に必要な加盟店ネットワークの増強を図り、生活関連ビジネスの新規開拓および会員事業の拡大などの推進を総合的に勘案して、利益還元を図っていく方針としている。つまりは、事業拡大のための投資動向ならびに業績動向を勘案しながら、配当金を決定していくことになる。直近3期間の平均配当性向は約30%となっており、上場企業平均の20%台半ばの水準を若干上回る水準にある。2005年の株式上場以降では増配が一度、減配は一度もないことから、一定水準以上での安定配当を志向しているものと考えられる。

一方、株主優待制度としては表の通り、子供向けエデュテインメントタウン「キッザニア」の招待券と自社サービスの割引券贈呈を行っている。配当金と合わせた総合利回りでみれば8%超の水準となり、優待制度を利用する投資家からみれば魅力的な水準になっていると言えよう。

株主優待制度

「キッザニア」(東京・甲子園)のスポンサーイベントデイ招待券	
3月末、9月末の株主(2株以上)に贈呈(1株主あたり3名まで)	
招待実施日	
*3月末の株主: 同年9月の火曜日、水曜日、木曜日のうち同社指定日の16~21時	
*9月末の株主: 翌年3月の火曜日、水曜日、木曜日のうち同社指定日の16~21時	
「キッザニア」(東京・甲子園)特別招待券	
3月末、9月末の株主(5~9株)に3枚贈呈、10株以上で4枚贈呈	
有効期限: 3月末の株主は同年7月1日~12月31日、9月末の株主は翌年1月1日~6月30日	
同社サービス割引券	
9月末の株主に贈呈	
1~4株: カギ・水まわり・ガラス・パソコン作業を対象とした同社サービス割引券(5,000円相当)	
5~9株: カギ・水まわり・ガラス・パソコン作業を対象とした同社サービス割引券(10,000円相当)	
10株以上: カギ・水まわり・ガラス・パソコン作業を対象とした同社サービス割引券(15,000円相当)	
有効期限: 優待券の到着日(毎年12月末頃)から翌年12月末日まで	
出所: 会社HPよりフィスコ作成	

なお、同社は資本効率の向上と株主利益の増進を図るため、2月21日に自己株式4,000株を330百万円(1株82,500円)で取得した。これにより、現在の自己株式保有数は10,959株となり、発行株式総数に対する比率は15.9%となった。これら自己株式に関しては、M&Aや業務提携などを行う際の資本政策として今後、活用されていくものと思われる。

損益計算書（単位：百万円）

	09/9期	10/9期	11/9期	12/9期	13/9期予
売上高	5,580	6,827	7,210	7,438	8,501
（対前期比）	12.4	22.4	5.6	3.2	14.3
売上原価	2,911	3,494	3,808	4,067	4,485
（対売上比）	52.2	51.2	52.8	54.7	52.8
販管費	2,364	2,792	2,766	2,763	3,509
（対売上比）	42.4	40.9	38.4	37.2	41.3
営業利益	305	540	634	607	507
（対前期比）	-30.7	77.3	17.3	-4.3	-16.5
（対売上比）	5.5	7.9	8.8	8.2	6.0
営業外収益	15	63	49	111	56
受取利息・配当金	5	3	4	5	3
その他	10	60	45	106	53
営業外費用	86	79	102	174	112
支払利息・割引料	23	23	24	28	26
その他	63	56	78	146	86
経常利益	233	525	582	544	450
（対前期比）	-50.3	124.8	10.8	-6.4	-17.4
（対売上比）	4.2	7.7	8.1	7.3	5.3
特別利益	61	13	388	19	-
特別損失	239	96	101	12	52
税引前利益	55	442	869	552	398
（対前期比）	-83.1	695.9	96.8	-36.5	-28.0
（対売上比）	1.0	6.5	12.1	7.4	4.7
法人税等	112	139	447	289	172
（実効税率）	202.7	31.5	51.4	52.4	43.2
少数株主利益	-2	0	-8	4	3
当期純利益	-56	302	430	259	222
（対前期比）	-	-	42.2	-39.7	-14.4
（対売上比）	-1.0	4.4	6.0	3.5	2.6
[主要指標]					
設備投資額	215	375	793	191	161
減価償却費	108	122	211	177	171
保険業法第113条繰延資産償却	17	49	70	81	82
暖簾代	5	6	5	4	8
研究開発費					
発行済株式数（千株）	69	69	69	69	69
1株当たり利益（円）	-837.69	4,469.74	6,436.89	4,069.87	3,557.47
1株当たり配当（円）	1,000.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
1株当たり純資産（円）	34,007.37	36,109.56	42,429.47	43,584.27	40,656.96
1株当たりキャッシュフロー（円）	775.5	6175.4	9319.9	6345.7	5,719.0
配当性向（％）	-	33.6	23.3	36.9	42.2

ディスクレーマー（免責条項）

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・大阪証券取引所・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、株式会社大阪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、企業との面会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・加工することは強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・譲渡することは強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