

|| 企業調査レポート ||

アドバンスクリエイト

8798 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2019 年 6 月 17 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. 2019年9月期第2四半期累計業績	01
2. 2019年9月期業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 事業概要	03
1. 事業の内容	03
2. 同社の強み	05
■ 業績動向	06
1. 2019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	07
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2019年9月期の業績見通し	13
2. 事業セグメント別見通し	14
3. 今後の成長戦略	15
4. 目標とする経営指標と事業戦略	18
■ 株主還元策	19
■ 情報セキュリティ対策	20

■ 要約

新規事業となる ASP 事業、BPO 事業が始動し、 2020 年 9 月期以降収益成長が加速する見通し

アドバンスクリエイト <8798> は、国内最大級の保険選びサイト「保険市場（ほけんいちば）」を運営する独立系保険代理店の大手。「保険市場」を通して問い合わせのあった見込み顧客に対して、非対面型販売（通信販売、ネット完結型販売）や同社直営店舗での対面販売、提携代理店への送客など、多様な販売チャネルを通じて保険商品の販売を行っている。収益の大半はこの保険契約から得られる代理店手数料収入で占められ、そのほかにメディア事業、再保険事業を展開している。

1. 2019 年 9 月期第 2 四半期累計業績

2019年9月期第2四半期累計(2018年10月-2019年3月)の連結業績は、売上高で前年同期比10.9%増の5,161百万円、営業利益で同12.1%増の689百万円と連続増収増益となった。主力の保険代理店事業の売上が同5.8%増と順調に増加したほか、メディア事業の売上が同214.1%増と急拡大したことが増収要因となった。メディア事業は「保険市場」の広告収入と保険会社向けのWeb広告運用サービスのいずれも好調に推移した。利益面では、プロモーション費用や人件費等の増加で保険代理店事業が減益となったものの、メディア事業の利益増でカバーした。

2. 2019 年 9 月期業績見通し

2019年9月期の連結業績は、売上高が前期比15.1%増の10,900百万円、営業利益が同30.9%増の1,530百万円と期初計画を据え置き、6期ぶりの過去最高業績更新を目指す。第2四半期までの進捗率は売上高で47.4%、営業利益で45.1%と過去3年間の平均（売上高49.7%、営業利益54.5%）をやや下回る進捗となっており、足下の月次動向もやや軟調なことから、会社計画にはやや届かない可能性があるものの、メディア事業の成長や保険代理店事業、再保険事業の収益回復により増収増益基調は続く見通しだ。

要約

3. 成長戦略

同社は「人とテクノロジーを深化させ進化する会社」を目指しており、新規事業としてASP※¹事業とBPO※²事業を育成していく。ASP事業では、同社が独自開発した顧客管理システム「御用聞き」の外販を2018年11月より開始しており、提携代理店等で導入が進んでいる。また、2019年7月には共通プラットフォーム「ACP (Advance Create Cloud Platform)」を「御用聞き」に実装して外販する予定となっている。現在ACPでは異なる生命保険会社の保険商品を申し込む際の手続きを簡素化する機能を搭載しており、将来的には保全業務の効率化を実現する機能等も開発し、実装していく予定にしている。これらサービスは乗合代理店にとって、業務効率の向上につながるため潜在需要は大きく、今後急成長していく可能性がある。社内利用で開発したシステムのため収益性も高く、早ければ2020年9月期から収益貢献する見通しだ。また、BPO事業では、コールセンター業務のノウハウを生かして保険会社や保険代理店から保全業務※³の受注を獲得する。2019年6月より業務を開始し、徐々に規模を拡大していく計画となっており、2021年9月期以降の収益貢献を見込んでいる。既存事業の成長に加えて、これら新規事業が加わることで、同社の収益成長は2020年9月期以降加速していくものと予想される。

※¹ ASP (アプリケーション・サービスプロバイダ) …インターネットを通して各種アプリケーションを提供するサービスまたはサービスを提供する事業者のこと。

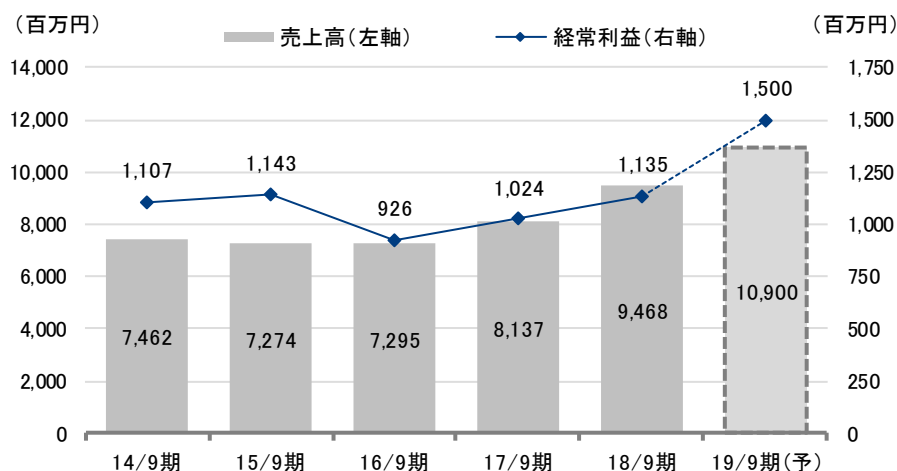
※² BPO (ビジネス・プロセス・アウトソーシング) …企業運営上の業務やビジネスプロセスを外部委託すること、受託する側をBPOベンダーと呼ぶ。

※³ 保全業務…保険商品等の契約後の各種手続き(名義変更、保険料未納付者への督促、保険支払い手続き等)の総称。特に、保険料未納付者への督促業務はニーズが強い。

Key Points

- ・国内最大級の保険選びサイト「保険市場」を運営する独立系保険代理店の大手
- ・2019年9月期第2四半期累計業績はメディア事業の急成長により増収増益を達成
- ・配当性向は50%以上が目安、株主優待や自己株式取得も行うなど株主還元積極的に企業として評価

連結業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

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.

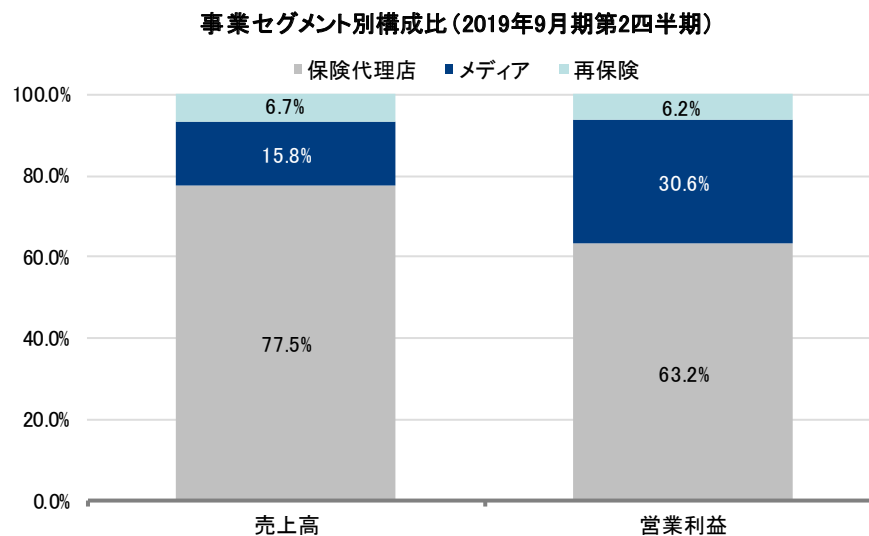
■ 事業概要

国内最大級の保険選びサイト「保険市場」を運営する 独立系保険代理店の大手

1. 事業の内容

同社は保険代理店事業、メディア事業、再保険事業の3つの事業を展開している。事業別の構成比（2019年9月期第2四半期累計実績）で見ると、保険代理店事業が売上高の77.5%、営業利益の63.2%を占める主力事業となっている。2013年9月期時点では売上高、営業利益ともに保険代理店事業が90%以上を占めていたことからすると、この数年間で収益の多様化が着実に進行してきたことがうかがえる。

また、同社は子会社で展開する再保険事業を強化することで、保険会社との関係を強化しつつ収益の安定化を図るダンベル型のビジネスモデルを構築していることが特徴となっている。メディア事業においても圧倒的な媒体価値を持つ「保険市場」による広告収入だけでなく、ここ最近では同社のプロモーションノウハウを生かしたメディアアレイプ等のサービス展開を進めるなど、収益ポートフォリオの多様化を図っている。



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 保険代理店事業

保険代理店事業では、同社の保険選びサイト「保険市場」を通じて資料請求や問い合わせなどがあった見込み客に対して、非対面型の通信販売やネット完結型保険の販売、同社直営店舗であるコンサルティングプラザ「保険市場」での対面販売、提携代理店での販売など多様な販売チャネルを通じて、保険商品の販売を行っている。

事業概要

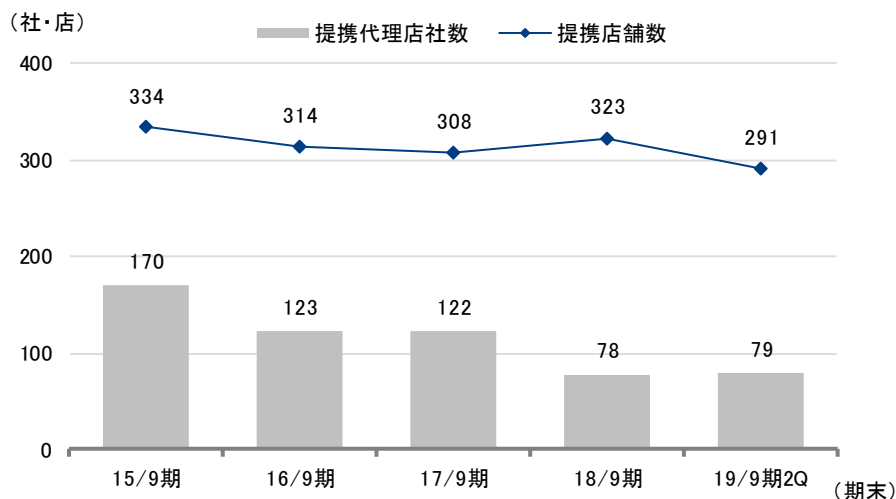
販売する保険商品は生命保険や損害保険、少額短期保険など個人が利用する保険商品のほか、法人向け保険商品も取扱っており、2019年5月時点の「保険市場」での取扱保険会社数は85社（生命保険27社、損害保険30社、少額短期保険28社）、保険商品数では200点を超え業界最大規模を誇っている。

保険代理店事業における売上の主な内容は、保険会社から支払われる手数料収入となる。保険契約者が保険会社に支払った保険料に対して、定められた手数料率を乗じたものが保険会社から同社に支払われる。生命保険など支払いが複数年にわたるものは、初年度と次年度以降で手数料率が変動するタイプの商品もある。手数料率に関しては、会社ごと、保険商品ごとに様々だが、傾向的には貯蓄性の高い商品の手数料率が低く、逆に掛け捨て型の商品は高くなる。

なお、提携先の代理店で販売契約したものに関しては、手数料収入を約半分ずつにシェアする格好となっている。販売契約のための人件費等が掛からないため、利益率は直営店で販売した場合と比較して大きく変わらない。

販売拠点としては、2019年9月期第2四半期末時点で直営店が12拠点、提携代理店社数が79社291店舗、提携稼働募集人で約5万人の規模となっている。直営店に関しては、交通至便な都市部のランドマーク的ビルに出店し、金融商品に対するリテラシーが高いアッパーミドル層を中心に販売していく戦略となっている。また、直営店でカバーしきれないエリアの見込み顧客に対しては、提携代理店に送客し販売している。なお、提携代理店社数に関しては、改正保険業法の施行（2016年5月）後も各社のガバナンスやコンプライアンス体制、セキュリティ管理体制等のチェックを継続して実施しているため、施行前である2015年9月期末時点の170社から直近は79社まで減少している。ただ、結果的に中堅規模以上の代理店が多く残っているため、店舗数については300店舗前後の水準を維持する格好となっている。

提携代理店社数と店舗数の推移



出所：業績説明資料よりフィスコ作成

事業概要

(2) メディア事業

メディア事業は、保険選びサイト「保険市場」を広告媒体とした広告枠の販売が主な収入源となっている。保険選びサイトという特性上、保険に関連する会社が広告主となっている。また、保険会社向けに SEO 対策を中心とした広告運用に関するコンサルティングサービスなども行っている。

(3) 再保険事業

再保険事業は、同社が保険代理店として獲得した保険契約の一部について、元受保険会社と同社の子会社である Advance Create Reinsurance Incorporated との間で再保険契約を結ぶスキームとなっている。主に生命保険の再保険を中心に引き受けており、2019 年 4 月末時点の契約先企業は 11 社（生命保険 8 社、損害保険 2 社、少額短期保険 1 社）となっている。ストック型のビジネスモデルであるため、期初段階でほぼ年間の収入見通しが把握可能であることが特徴で、大きな自然災害や環境変化によって保険会社の保険支払い額が大きく増えることがなければ、営業利益率で 15% 前後と高い収益性と安定性が期待できる事業となる。

2. 同社の強み

同社の最大の強みは保険選びサイト「保険市場」が、保険契約の見込み顧客獲得ツールとして圧倒的な集客力を誇っていることにある。Web サイトへのアクセス件数が多いほど、資料の請求件数や問い合わせが増えることになり、結果的に保険商品の契約数増加につながるためだ。

「保険市場」の月間ユニークユーザー数は 100 万件を超えている。高いアクセス数を誇る背景としては、取扱商品数が多いことは言うまでもなく、日々進化する IT 技術に対応して、利便性の高いサイトづくりに継続的に取り組んでいることが挙げられる。また、単なる保険比較サイトではなく、著名人のコラムや業界ニュースなど多彩なコンテンツを取りそろえ、情報メディアサイトとしての位置付けを確立したことで、金融リテラシーの高いアッパーミドル層からのアクセス率が高いことも特長となっている。集客力の高い Web サイトを維持していくために、同社では社内に専門のシステム開発部隊を 80 名弱ほど抱えている。「保険市場」サイトの日々の更新やリニューアル、顧客管理システム等の開発も含めて、すべて自社で完結できる体制を整えていることも強みと言えるだろう。

また、同サイトを通じて寄せられる様々な問い合わせや資料請求などに対して、迅速に対応するコールセンターやロジスティック部門を社内でも抱えていることも同社の強みであり、強みとなっている。コールセンター部門は外注を使う企業が多いが、同社ではインバウンド対応など重要業務については自社の社員で対応している。問い合わせ件数の増加に対応するため、2017 年秋に大阪のコールセンターを増床し、派遣社員の受入れを開始しているが、すべての社員が保険販売に関する研修を 1 ヶ月間受け、資格を取った上で現場に配属されるため、保険商品に対する知識も豊富で顧客からの高い評価につながっている。同社では契約社員制度を導入しており、派遣社員のうち 1 年以上の勤務経験があり、かつ能力の高い社員については契約社員として改めて採用するケースもある。2019 年 3 月末時点のコールセンター部門の人員は 114 名で、うち正社員（契約社員含む）が 45 名、派遣社員が 69 名となっている。

事業概要

ロジスティック部門についても、各種資料の配送だけでなく、送られて来た申込用紙の不備チェックや返送作業などを、迅速かつ高い品質で処理している。特に、申込用紙の記入不備補完率は95%以上と業界の中でも極めて高い数字となっており、保険会社からの高い評価につながっている。なお、コールセンターやロジスティック部門については、提携代理店側から見れば同社にアウトソーシング（BPO サービス）する格好となっており、顧客情報のデータ連携システム（ASP サービス）の提供も含めて、同社は提携代理店から一定の対価を得ている。

このように、Web サイトによる集客からコールセンターでの顧客対応、ロジスティック部門に至るまで、すべての工程を自社のリソースで手掛けている企業はほかになく、各工程で品質の高いサービスを提供していることが同社の強みとなっている。

業績動向

2019年9月期第2四半期累計業績はメディア事業の急成長により増収増益を達成

1. 2019年9月期第2四半期累計業績の概要

2019年9月期第2四半期累計の売上高は前年同期比10.9%増の5,161百万円、営業利益は同12.1%増の689百万円、経常利益は同9.6%増の661百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同7.6%増の442百万円と増収増益決算となった。

売上高は保険代理店事業で前年同期比5.8%増、メディア事業で同214.1%増、再保険事業で同6.8%増とすべての事業セグメントで増収となり、なかでもメディア事業が急拡大したことがけん引役となった。売上原価率はSNSの活用などWebプロモーションを積極的に実施したことにより、同3.1ポイント上昇の29.5%となった。一方、販管費については人件費等の増加により同5.0%増となったものの、増収効果により販管費率は同3.2ポイント低下の57.2%となり、結果、売上高営業利益率は同0.2ポイント上昇の13.4%となった。事業セグメント別の営業利益で見ると、保険代理店事業と再保険事業が減益となったものの、メディア事業の大幅増益でカバーする格好となった。

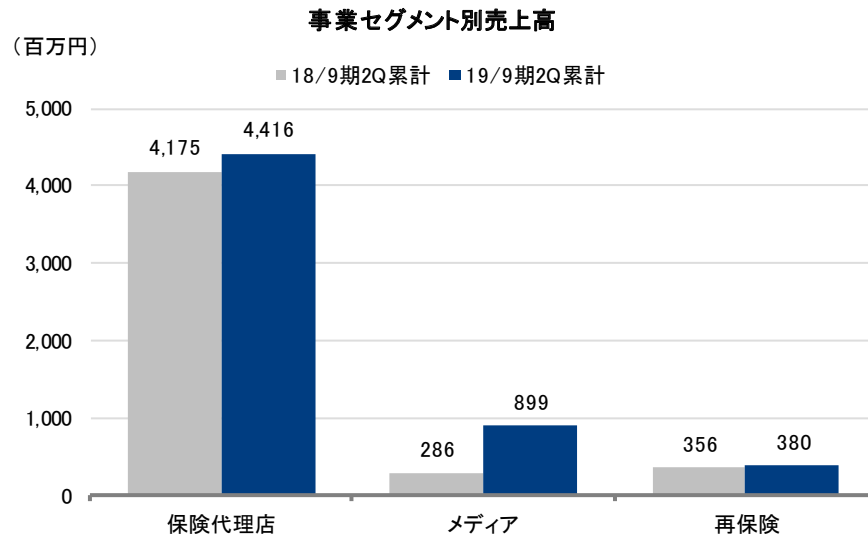
2019年9月期第2四半期累計 連結業績

(単位：百万円)

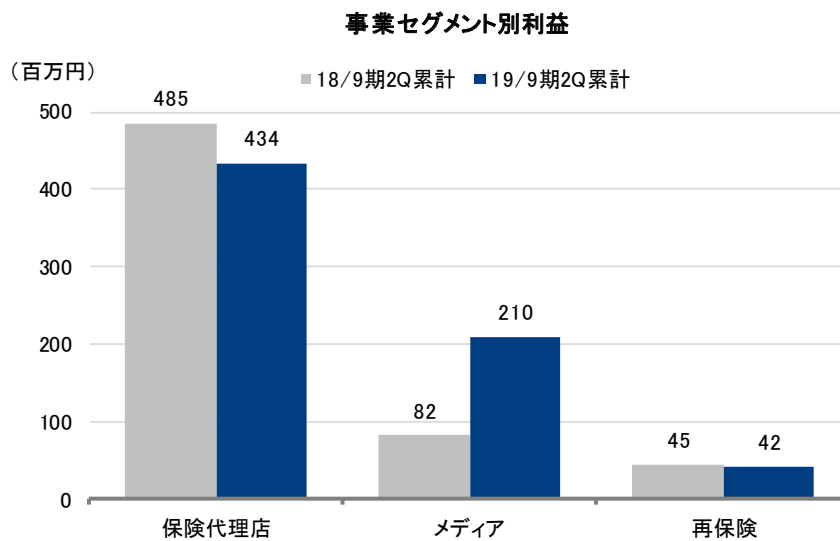
	18/9期2Q累計		19/9期2Q累計		
	実績	売上比	実績	売上比	前年同期比
売上高	4,653	-	5,161	-	10.9%
売上原価	1,227	26.4%	1,521	29.5%	23.9%
販管費	2,810	60.4%	2,950	57.2%	5.0%
営業利益	615	13.2%	689	13.4%	12.1%
経常利益	603	13.0%	661	12.8%	9.6%
親会社株主に帰属する四半期純利益	411	8.8%	442	8.6%	7.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向



※売上高は内部取引調整前
 出所：決算短信よりフィスコ作成



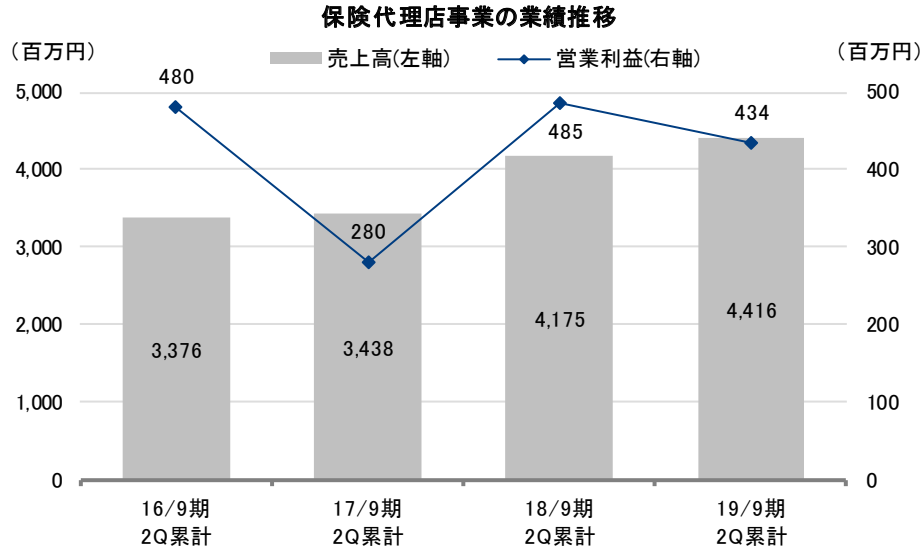
出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

(1) 保険代理店事業

保険代理店事業の売上高は前年同期比 5.8% 増の 4,416 百万円と増収となったものの、プロモーションコストや人件費等の増加を主因に営業利益は同 10.5% 減の 434 百万円と 2 年振りの減益となった。

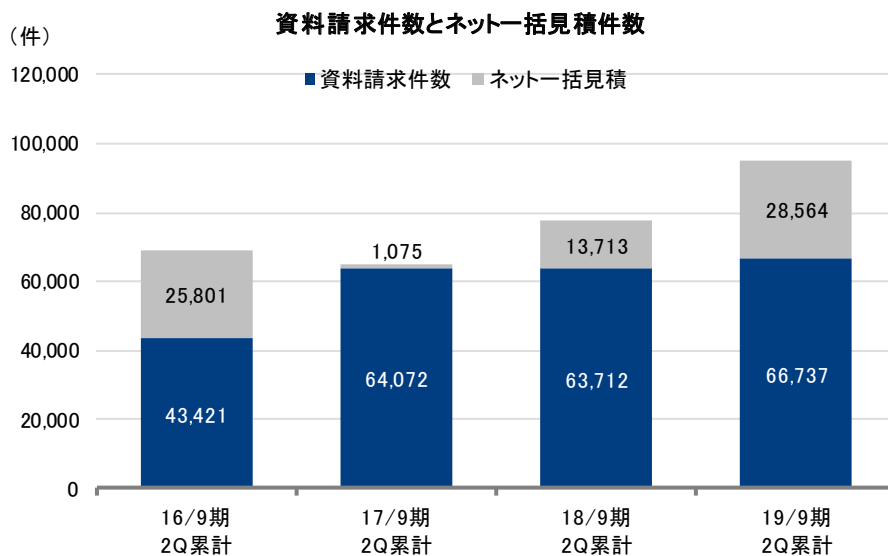
業績動向



※売上高は内部取引調整前
出所：決算短信よりフィスコ作成

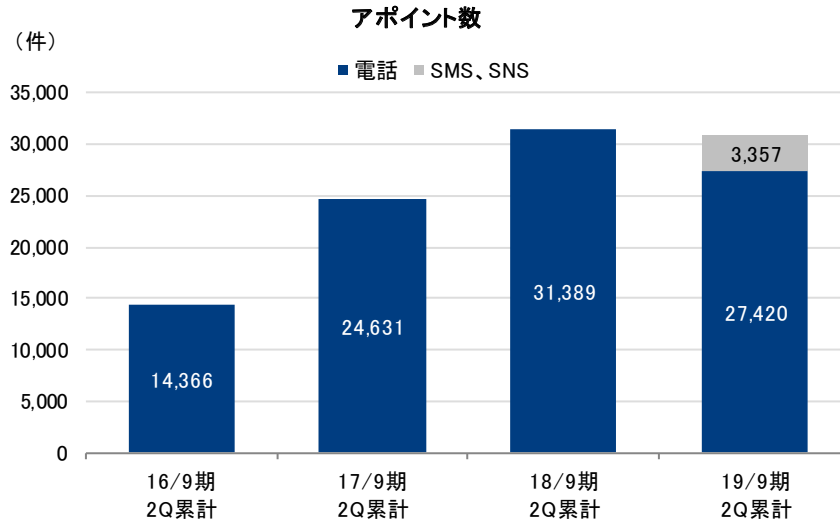
積極的なプロモーションを実施したことで、「保険市場」を通じた資料請求件数やネット一括見積件数が増加したほか、新たにLINEを活用したプロモーションに取り組んだことで面談のアポイント数が順調に推移したことにより、申込ANP(新契約年換算保険料)※は前年同期比11.5%増の4,675百万円となり、増収につながった。販売チャネル別ANPでも、直営による対面販売が前年同期比14.1%増の2,657百万円、通信販売が同3.1%増の1,311百万円、提携代理店による協業販売が同19.4%増の707百万円といずれも増加している。

※ ANP (Annualized New business Premium)：新規契約分の年換算保険料。例えば、月額保険料が5,000円の場合、ANPは6万円となる。

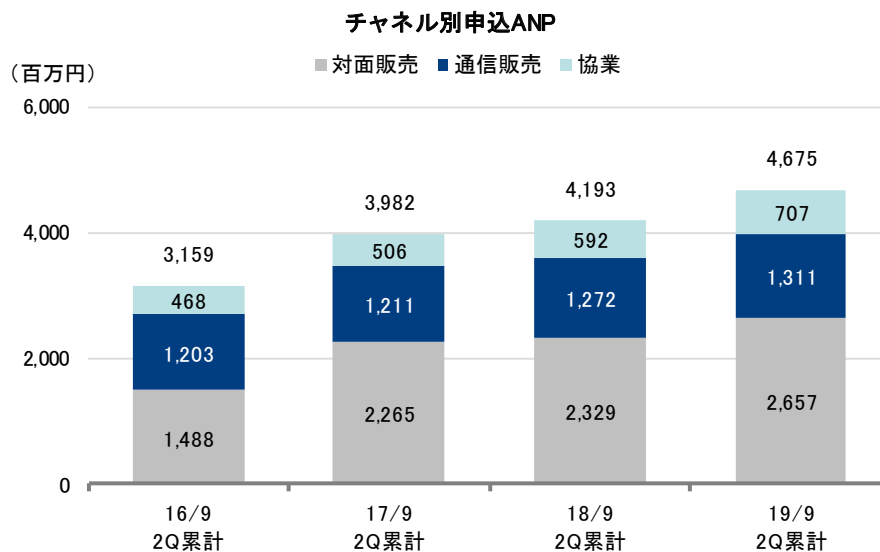


出所：業績説明資料よりフィスコ作成

業績動向



出所：業績説明資料よりフィスコ作成

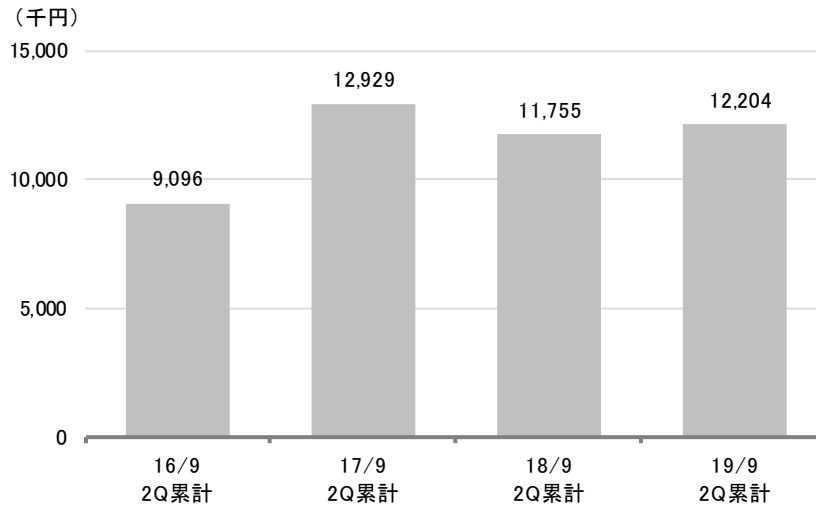


出所：業績説明資料よりフィスコ作成

また、直営店舗による対面販売の生産性（営業スタッフ1人当たりANP）についても、前年同期比3.8%増と引き続き高い生産性を維持した。金融リテラシーの高いアッパーミドル層の取り込みが順調に進んでいることが要因と考えられる。需要増に対応するため、直営店における営業スタッフ数も前年同期比10名程度増員し113名体制とした。一方、提携代理店との協業販売についても、同社からの送客数増加とともに高成長が続いている。ただ、同社の期待値に対しては通信販売も含めてやや下回ったようだ。なお、2019年9月期第2四半期末の保有契約件数は前年同期比5.3%増の534千件と着実に積み上がっている。

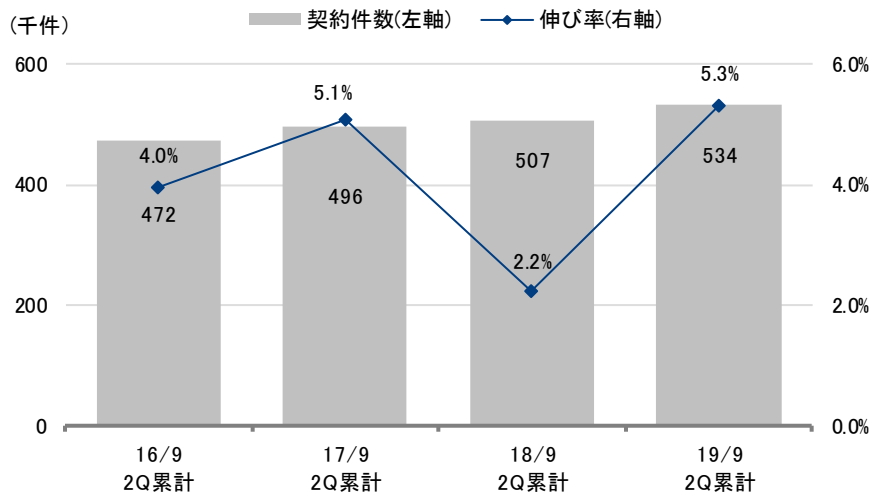
業績動向

直営店舗の対面1人当たりANPの推移



注：ANP：新契約年換算保険料の意味で、月払い5,000円の場合、ANPは6万円となる。
 出所：業績説明資料よりフィスコ作成

保有契約件数の推移



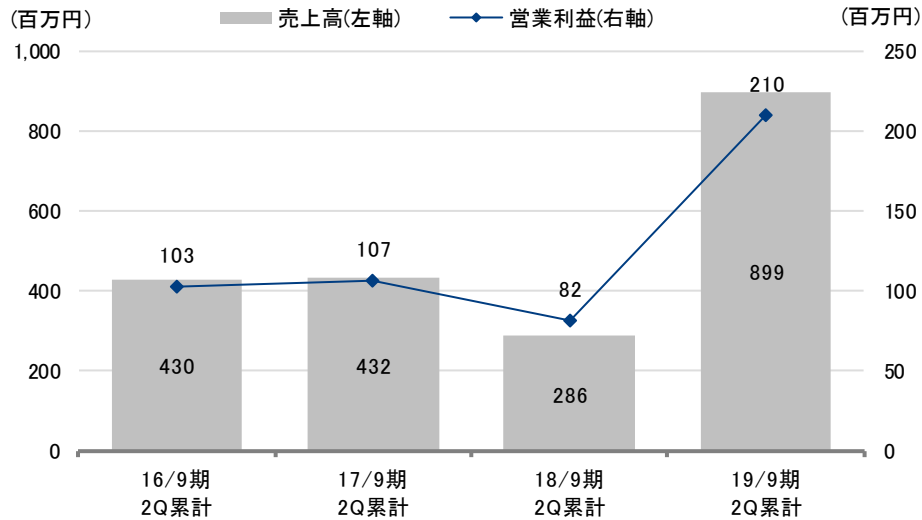
出所：業績説明資料よりフィスコ作成

(2) メディア事業

メディア事業の売上高は前年同期比214.1%増の899百万円、営業利益は同156.0%増の210百万円と急成長した。保険選びサイト「保険市場」等への広告出稿が引き続き好調に推移したほか、保険会社向けの広告運用サービスも、同社の高いプロモーションノウハウを評価した保険会社からの引き合いが相次ぎ高成長につながった。保険会社の広告予算は大きく、1件で1千万円を超える案件も多くあり、業績面に与えるインパクトも大きい。顧客からは費用対効果などの面で高い評価を受けており、今後も継続的な受注が見込まれている。

業績動向

メディア事業の業績推移

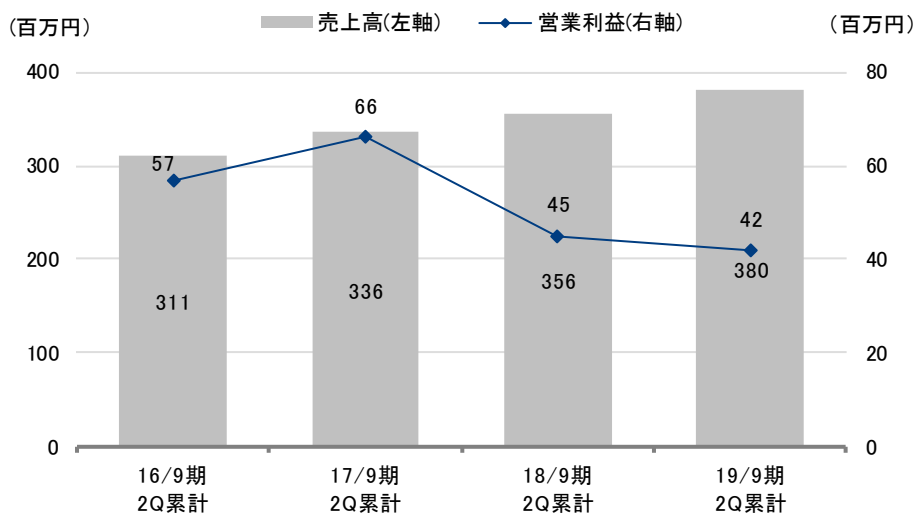


※売上高は内部取引調整前
 出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) 再保険事業

再保険事業の売上高は前年同期比 6.8% 増の 380 百万円、営業利益は同 6.3% 減の 42 百万円となった。再保険の契約額の積み上げにより売上高は順調に増加したものの、保険支払損害率が上昇したほか販管費が増加したことが減益要因となった。

再保険事業の業績推移



※売上高は内部取引調整前
 出所：決算短信よりフィスコ作成

財務状況は健全な水準を維持

3. 財務状況と経営指標

2019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181百万円増加の7,974百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が382百万円減少した一方で、メディア事業の売上拡大に伴い受取手形及び売掛金が466百万円、未収入金が182百万円それぞれ増加した。また、固定資産では減価償却の進展に伴い有形固定資産が65百万円減少したほか、投資その他の資産が68百万円減少した。

負債合計は前期末比128百万円増加の3,408百万円となった。有利子負債が57百万円減少した一方で、未払法人税等が77百万円増加した。また、純資産合計は前期末比53百万円増加の4,565百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益442百万円を計上した一方で、配当金の支払額で268百万円、自己株式の取得等で164百万円の減少要因となった。

経営指標を見ると、安全性を示す自己資本比率は前期末の57.9%から57.3%と若干低下し、有利子負債比率は同9.0%から7.6%に低下した。ネットキャッシュも黒字で推移しており、財務の健全性は維持していると判断される。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	16/9期	17/9期	18/9期	19/9期 2Q	前期比
流動資産	3,448	4,324	4,255	4,562	307
(現金及び預金)	1,047	1,302	1,692	1,309	-382
固定資産	3,512	3,391	3,536	3,411	-125
総資産	6,960	7,716	7,792	7,974	181
流動負債	1,669	2,184	2,349	2,504	155
固定負債	724	954	930	903	-27
負債合計	2,394	3,138	3,279	3,408	128
(有利子負債)	512	553	405	348	-57
純資産合計	4,566	4,577	4,512	4,565	53
経営指標					
(安全性)					
流動比率	206.5%	198.0%	181.2%	182.2%	1.0pt
自己資本比率	65.5%	59.3%	57.9%	57.3%	-0.6pt
有利子負債比率	11.2%	12.1%	9.0%	7.6%	-1.4pt

出所：決算短信、業績説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019年9月期は期初計画を据え置き、過去最高業績の更新を目指す

1. 2019年9月期の業績見通し

2019年9月期の業績は、売上高が前期比15.1%増の10,900百万円、営業利益が同30.9%増の1,530百万円、経常利益が同32.1%増の1,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同24.8%増の980百万円と期初計画を据え置いた。売上高と親会社株主に帰属する当期純利益に加えて、2019年9月期は営業利益と経常利益についても、2013年9月期(営業利益1,295百万円、経常利益1,258百万円)以来の最高益を更新する見通しだ。第2四半期までの進捗率は売上高で47.4%、営業利益で45.1%と過去3年間の平均(売上高49.7%、営業利益54.5%)をやや下回る進捗となっているが、下期もメディア事業の好調が見込まれているほか、保険代理店事業や再保険事業の収益回復により計画達成を目指す。

2019年9月期 連結業績見通し

(単位:百万円)

	18/9期実績		19/9期計画	
	通期	前期比	通期	前期比
売上高	9,468	16.4%	10,900	15.1%
営業利益	1,168	12.0%	1,530	30.9%
経常利益	1,135	10.9%	1,500	32.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	785	5.8%	980	24.8%
1株当たり当期純利益(円)	74.72		94.73	

出所:決算短信よりフィスコ作成

市場環境については、国内景気の緩やかな回復基調が続くなかで、米中貿易摩擦の激化による世界経済への影響が懸念されるなど、景気の先行きに対しては楽観視できない状況にあると考えている。こうした環境下で、同社は以下の5点を主要施策として下期以降も取り組んでいく方針となっている。

- (1) 保険業界のイノベーターとして常に進化し続けるべく、人材の育成・強化を図る。
- (2) Webマーケティングの更なる強化とともに各種端末への対応も強化し、「保険市場」のユーザビリティ向上により集客力を向上し、資料請求・アポイント件数の増加を目指す。
- (3) 提携代理店とのシステム連携強化により、顧客ニーズに効率的かつ効果的に対応できる体制を構築する。
- (4) 保険代理店事業を軸にメディア事業、再保険事業とのシナジーを最大限に追求し、保険にかかるあらゆる収益機会にアプローチする「金融情報サービス業」として確固たる営業基盤を構築する。
- (5) 顧客本位の業務運営推進のため、コンプライアンス体制の充実やシステム化、情報セキュリティ体制の構築、研究制度の強化等により、保険募集管理態勢の強化を図る。

アドバンスクリエイト | 2019年6月17日(月)
8798 東証1部 | <https://www.advancecreate.co.jp/ir>

今後の見通し

なお、人材採用については2019年4月に新卒17名（前年は20名）が入社しており、2020年春は50名の採用を予定している。人材育成の投資に関しては、海外の最新情報の収集とビジネス開発を目的にシンガポールに1名派遣したほか、若手社員への自己投資支援手当の支給、ライン管理職登用制度の整備などを進めている。

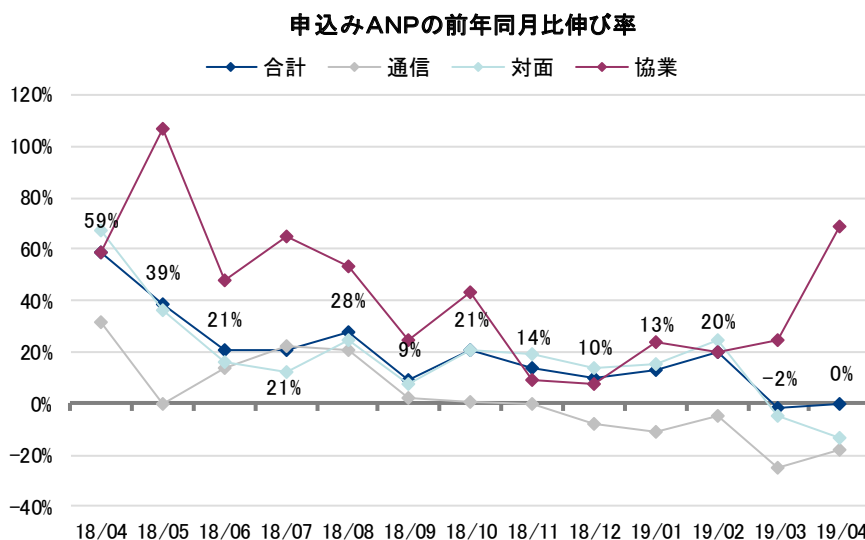
「保険市場」のユーザビリティ向上の取組みとしては、モバイルサイトの読み込み速度を大幅に高速化する技術 Accelerated Mobile Pages（以下、AMP）※を導入した。「保険市場」へのアクセス経路はスマートフォンがほとんどを占めるようになり、モバイルページの読み込み速度を向上させることが資料請求・問い合わせ件数を増やすために有効と考え AMP を導入した。その結果、ページの読み込み速度が従来と比較して平均 61.2% 短縮し、コンバージョンレート（資料請求・問い合わせ件数 / サイト訪問者数）も 28.9% 上昇するなど導入効果が顕著に表れている。こうした取組みが申込み ANP の増加にもつながっていると見ており、今後も更なるユーザビリティの向上を取組んでいく方針となっている。

※ AMP…モバイル端末で Web サイト閲覧を高速化することを目的として、Google が中心となって立ち上げたオープンソースプロジェクトで、その成果物である一連の仕様やライブラリも AMP と呼ぶ。

2. 事業セグメント別見通し

(1) 保険代理店事業

保険代理店事業は売上高で前期比 10% 台の増収増益を見込んでいる。SNS やチャットポット等の活用、「保険市場」のユーザビリティ向上による資料請求・アポイント件数の増加により、通期の申込 ANP で前期比 15% 増を見込んでいる。ただ、直近の月次動向を見ると3月が前年同月比で2%減、4月が横ばい水準にとどまっております。計画を下回るペースとなっている。2019年4月については大型連休の影響で直営の対面型販売が落ち込んだことが影響したものと考えられ、2019年5月以降の状況を見る必要があるが、マイナス傾向が続いている通信販売も含めて、景気の先行き不透明感が強まっていることが販売に影響している可能性もあり、計画をやや下振れするリスクがあると弊社では見ている。



注：損害保険商品を除く
出所：会社資料よりフィスコ作成

(2) メディア事業

メディア事業については、売上高で前期比 90% 増の 16 億円程度、営業利益も大幅増益を見込んでいる。前述したように保険会社からの広告運用の引き合いが増えてきていることが要因だ。上期売上は 899 百万円となっており、好調な引き合いが下期も続けば通期計画は上振れし、保険代理店事業の下振れ分をある程度カバーできると見られる。

(3) 再保険事業

再保険事業については売上高で 10% 以上の増収、営業利益も 2 ケタ増益を見込んでいる。既存顧客からの再保険契約の積み上げに加えて、新たに生命保険会社 1 社と 2019 年 4 月に契約を締結しており増収要因となる。今回の契約により、同社が販売する生命保険商品の再保険カバー率は 9 割近くに達することになる。なお、営業利益については保険支払い損害率の動向次第となるため流動的ではあるものの、販管費の抑制などに取り組むことで増益を目指す。

ASP 事業、BPO 事業の始動により、 2020 年 9 月期以降収益成長が加速する見通し

3. 今後の成長戦略

同社は「人とテクノロジーを深化させ進化する会社」を目指しており、「人材×IT」の融合による新規事業の創出により収益ポートフォリオを拡充すると同時に、収益成長スピードを加速していく考えだ。ドライバー役となる新規事業として、2019 年 9 月期より ASP 事業と BPO 事業を本格的に開始している。

(1) ASP 事業

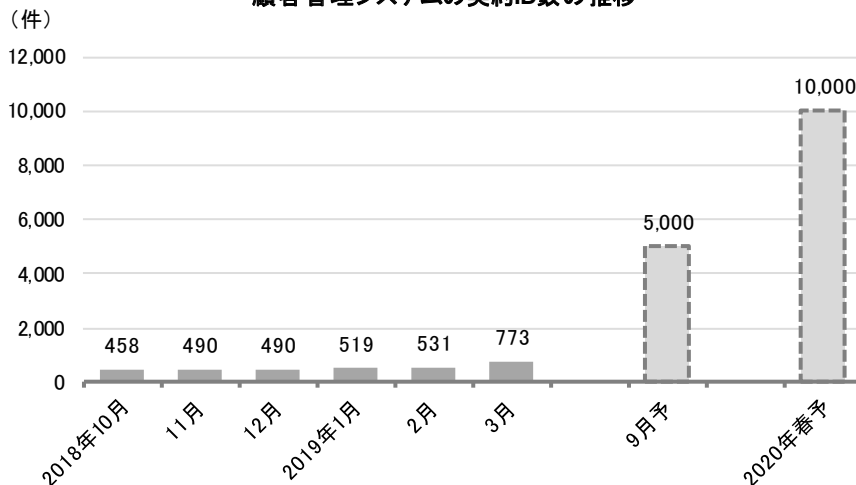
ASP 事業では、salesforce.com<CRM> のクラウドサービスを活用して自社開発した顧客管理システム「御用聞き」の外販を 2018 年 11 月より開始した。同システムの特徴は、クラウドサービスにより低コストでの利用が可能なおこと、保険業法や個人情報保護法等の関係法令に準拠しており、スムーズな顧客情報の管理・共有が可能なおこと、各保険商品の手数料データの取込みと比較・分析ができること、歩合外務員の歩合率を設定する機能や報酬計算機能などを備えていること、などが挙げられる。乗合代理店では多くの保険商品を取り扱っており、保険商品ごとに手数料やインセンティブが異なるなど複雑な仕組みとなっている。業務効率の面から利便性の高い顧客管理システムが求められているため、同社システムの潜在需要は大きいと言える。

販売ターゲットは提携代理店のほか、複数の保険会社の商品を扱う乗合代理店や他の金融機関となる。保険募集人の数は国内で 100 万人規模となり、このうち乗合代理店で数十万人規模、同社の提携代理店だけでも約 5 万人の規模となる。料金は月額課金制で ID ごとに数千円 / 月の水準となる。このため、普及率次第で売上高は数十億円規模まで拡大する可能性がある。さらに、注目すべき点は同システムが社内利用を目的に開発されたため、開発費の負担がほとんどなく高い収益性が期待できることにある。

今後の見通し

2019年3月末の契約ID数は提携代理店を中心に773件とまだ少ないものの、今後、新たな機能を実装していくことでID数の増加ペースに拍車がかかると予想され、2020年春には1万件程度が見込まれる。今後導入が順調に進めば、2020年9月期からASP事業を独立した事業セグメントとして開示する意向を同社では持っている。

顧客管理システムの契約ID数の推移



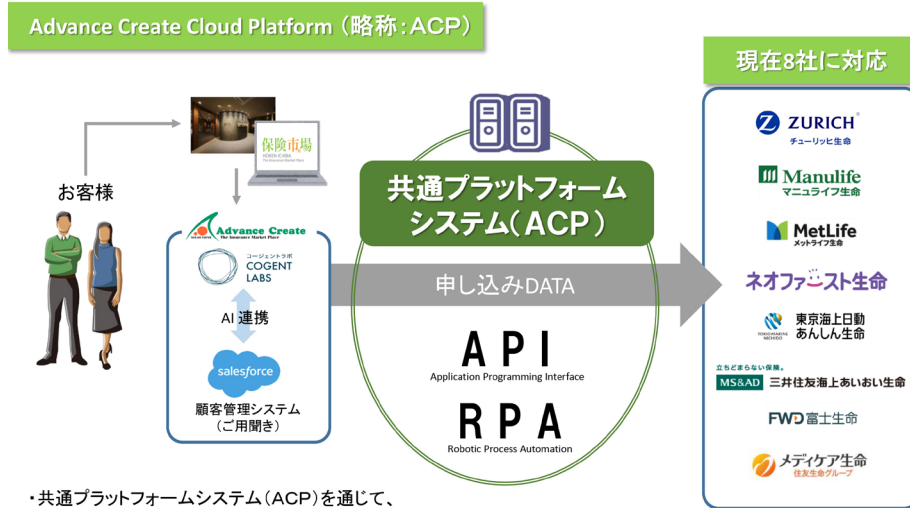
出所：業績説明資料、予想は会社ヒアリングよりフィスコ作成

なお、同社は共通プラットフォームシステム「ACP」を開発、機能の1つとして複数の保険会社とシステム連携し、複数社にまたがる保険商品の申込み手続きを1度の記入で完結できるシステムを搭載している。2019年4月より社内限定で顧客管理システムとの連携をスタートしており、問題が無いことを確認して7月から外販向け顧客管理システムへの実装を開始する予定となっている。従来、乗合代理店で複数の保険会社の商品を申し込む場合は、それぞれの会社ごとに申込用紙に必要事項を記入する必要があり、顧客サービスや業務効率の面からも課題となっていた。今回「ACP」を利用することで、1度のデータ記入で申込みが完結するため、接客時間の大幅短縮につながるといった効果が期待されている。

このため、業務効率の向上が喫緊の経営課題となっている乗合代理店でのニーズは極めて強いと考えられる。実際、顧客管理システム以上に「ACP」に関する問い合わせが多く寄せられている。このため、2019年7月のサービス開始以降は一気に利用者が増える可能性がある。なお、「ACP」の利用料は月額数百円程度となる見通し。今後は現在、8社となっている連携先の保険会社を拡大していくほか、その他の機能も追加し付加価値を高めていく戦略となっている。具体的には、AIベンチャーである(株)コージェントラボのOCR AI機能「Tegaki」を使って、各種紙ベースの情報をスムーズにデータとして取り込める機能を実装する予定にしている。

今後の見通し

共通プラットフォームシステムの構築



- ・共通プラットフォームシステム(ACP)を通じて、申込DATAが複数の保険会社のシステムに連携。
- ・複数社にまたがる申込が一度の記入で完結。

出所：業績説明資料より掲載

そのほか、保険証券管理アプリ「folder」を開発し、2018年9月にリリースしている。保険証券をスマートフォンで撮影し、AIによりテキストデータに変換して保存するアプリで、家族共有機能もついている。現在は直営の対面型販売の顧客のみに限定してサービス紹介しており、累計ダウンロード数は5千件となっている。まだ試行段階のため無料サービスとなっているが評判は上々のようで、今後機能の拡充を図った上でマネタイズしていく計画となっている。

(2) BPO 事業

BPO 事業では、コールセンター業務で蓄積してきたノウハウを生かして、保険会社やクレジット会社から保全業務の受注を獲得していく。保全業務の中でも保険料金の未払い対策は各社とも課題となっており、通常は電話やDMなどで契約者に通知するが、反応率が極めて低く業界共通の課題となっている。こうした分野において、同社はプロモーション施策として培ってきたSNSやSMSを使ったアプローチ手法を取り入れながら、費用対効果を向上していくことになる。受注形態は請負または派遣となり、管理証券数に対応して受注額も変動する。ちなみに、現在同社は保険契約件数約53万件の保全業務を5人でカバーしている。2019年6月より1~2社で試験的にスタートし、効果が確認できれば受注規模も拡大していくことになる。人手不足がどの業界でも深刻化するなかで、保全業務に関するアウトソーシングの潜在需要は大きいと見られ、2021年9月期以降の収益貢献を見込んでいる。

今後の見通し

ROE、売上高経常利益率で20%以上、 自己資本比率80%以上を目標とする

4. 目標とする経営指標と事業戦略

同社は目標とする経営指標として、ROE20%以上、売上高経常利益率20%以上、自己資本比率80%以上を掲げている。2018年9月期実績ではROEが17.3%、売上高経常利益率が12.0%、自己資本比率が57.9%となっており、現状からさらに収益性並びに資本効率の向上を進めていく方針となっている。中期的な成長戦略としては、圧倒的な集客力を持つ保険選びサイト「保険市場」を基盤として保険代理店事業を着実に成長させ、再保険事業やメディア事業、さらにはASP事業やBPO事業などの新規事業の育成により、収益ポートフォリオの多様化を図りながら、収益成長を加速していくものと予想される。特に、ASP事業については収益性の高いビジネスモデルとなるだけに今後の展開が注目される。

収益のポートフォリオ 保険に関するあらゆる収益機会へのアプローチ



出所：業績説明資料より掲載

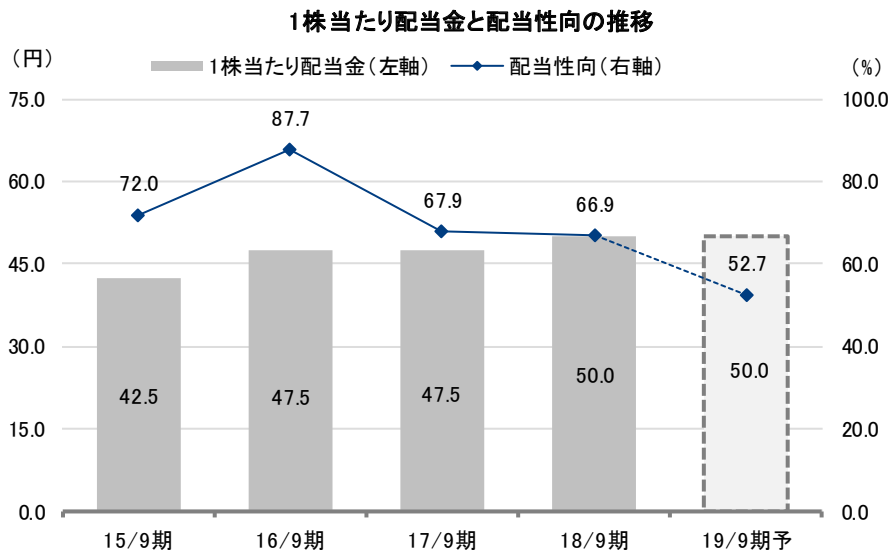
■ 株主還元策

配当性向は50%以上が目安、株主優待や自己株式取得も行うなど株主に積極的な企業として評価

同社は、株主還元にも積極的な企業として評価される。配当政策は「将来の成長戦略を遂行していくための原資となる内部留保の充実に努めるとともに、業績に応じた配当の実施等により、株主価値を高める」ことを基本方針としており、配当性向で50%以上を目安としている。2019年9月期の1株当たり配当金は前期比横ばいの50.0円（配当性向52.7%）を予定している。

また、株主優待制度も導入しており、9月末時点で100株以上を保有する株主に対して、2,500円相当のカatalogギフトと福利厚生サービス（保険市場 Club Off）の利用権を贈呈している。現在の株価水準（2019年5月24日終値1,702円）で単元当たり総投資利回りを計算すると、福利厚生サービスを除いたベースで4%台の水準となる。

そのほか自己株式の取得についても、2016年9月期以降は毎年継続的に行っている。2019年9月期も既に10万株、190百万円の自己株取得を実施している。



注：16/9期は東証1部上場記念配当2.5円を含む
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ対策

同社は個人情報扱う保険代理店業を主力事業とするなかで、情報セキュリティ対策として、プライバシーマークの認証維持や定期的な個人情報に関する教育の実施、情報セキュリティの注意喚起のための定期的な「情報セキュリティ通信」(社内啓蒙広報物)の発行等を行っている。また、コンプライアンス部門内に専門部署となる「情報セキュリティ課」をつくり、セキュアプリンタの導入や複合機の監視カメラの設置、クライアント PC の操作ログの定期的な確認のほか、従業員への啓発や注意喚起など、情報セキュリティレベルを高めるための取り組みを実施している。

提携代理店に対しては、顧客情報のセキュリティ管理状況に関するアンケート、内部監査室による情報セキュリティ監査等を定期的実施しており、必要に応じて改善依頼を行うなど、自社のみならず同社の顧客情報を扱う外部の組織における情報セキュリティ管理強化に対しても積極的に取り組みを実施している。

2018年9月期は、新たに導入した社内 IT サービス等に関するセキュリティリスクの管理状況やセキュリティインシデント発生時の事業継続にかかる対策状況について、監査法人の監査を受けている。今後についてもこれらの取り組みに加え、顧客情報保護の一層の強化に向け、引き続き業務委託先や提携代理店に対する情報セキュリティ管理の強化及び外部専門家による情報セキュリティ監査を実施し、更なる情報管理体制の高度化を推進していく方針となっている。

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