

|| 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 >>>](#)

2019 年 12 月 20 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. 2019 年 9 月期の業績概要	01
2. 2020 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. 保険事業	06
4. リペア事業	07
■ 業績動向	07
1. 2019 年 9 月期の業績概要	07
2. 事業セグメント別動向	10
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
1. 2020 年 9 月期の業績見通し	14
2. 中期経営計画	16
■ 株主還元策	19
■ 情報セキュリティ対策	19

要約

提携戦略の推進と新サービス、新商品の創出により、過去最高益更新が続く

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. 2019 年 9 月期の業績概要

2019 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 2.1% 増の 12,010 百万円、営業利益で同 14.5% 増の 1,638 百万円となった。会社計画 (売上高 12,800 百万円、営業利益 1,650 百万円) に対して売上高は 6.2% 下回ったものの、営業利益はほぼ計画並みで着地し、6 期連続の増益、過去最高益を更新した。主力の会員事業や保険事業を中心にすべての事業セグメントで増益 (リペア事業は損失縮小) となっている。また、破産更生債権の貸倒れ確定により損金計上した結果、法人税が減額となり、親会社株主に帰属する当期純利益は同 37.5% 増の 1,639 百万円と大幅増益となっている。

2. 2020 年 9 月期の業績見通し

2020 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 12.4% 増の 13,500 百万円、営業利益で同 22.1% 増の 2,000 百万円と 2 ケタ増収営業増益を見込む。顧客基盤を有する大手企業との提携効果により、会員事業や保険事業が伸びるほか、リペア事業も付加価値の高い非住宅向けサービスの拡大により初めて黒字転換する見通し。また、2019 年 7 月に開業したレスキュー損害保険 (株) では、子会社のジャパン少額短期保険 (株) からの受再事業等からスタートしており、今後は既存販路を活用して火災保険や修理保険の販売にも展開していく予定となっている。将来的には出資企業である日本生命保険 (相) やセブン銀行 <8410> とも連携して新たな保険商品を共同開発し、事業拡大していく方針となっている。

3. 中期経営計画

2019 年 9 月期からスタートした中期経営計画では、「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ている。新たな企業との提携を積極的に進めると同時に、各事業間 / 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 や RPA などの活用による業務効率向上等に取り組むことで、2021 年 9 月期に連結売上高 165 億円、営業利益 25 億円、営業利益率 15.2% の達成を目指している。同社の主力事業である会員事業や保険事業はストック型ビジネスとなり、今後会員数や契約件数を積み重ねていくことで安定した収益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株当たり配当金は前期比1.0円増配の16.0円(配当性向32.9%)と6期連続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名まで利用可)贈呈している。

Key Points

- ・2019年9月期業績は全セグメントで増益を達成、過去最高益を更新
- ・新規提携案件の販促費計上で上期は減益見込みだが、通期では過去最高益更新が続く見通し
- ・積極的なアライアンス戦略と新サービス・新商品の創出により、高成長を目指す



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。2019 年 9 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、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を設立、開業している。また、2016 年にリペア事業（住居等の補修サービス）を譲受しており、新規サービスとして展開している。

事業セグメントは、駆けつけ、会員、保険、リペアの 4 つの事業セグメントで区分開示している。2019 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 53.3%、営業利益の 75.4% を占める主力事業となっている。唯一、リペア事業が損失を計上しているが、ビジネスモデルの転換と提携戦略により 2020 年 9 月期の黒字化に目途が立っている。

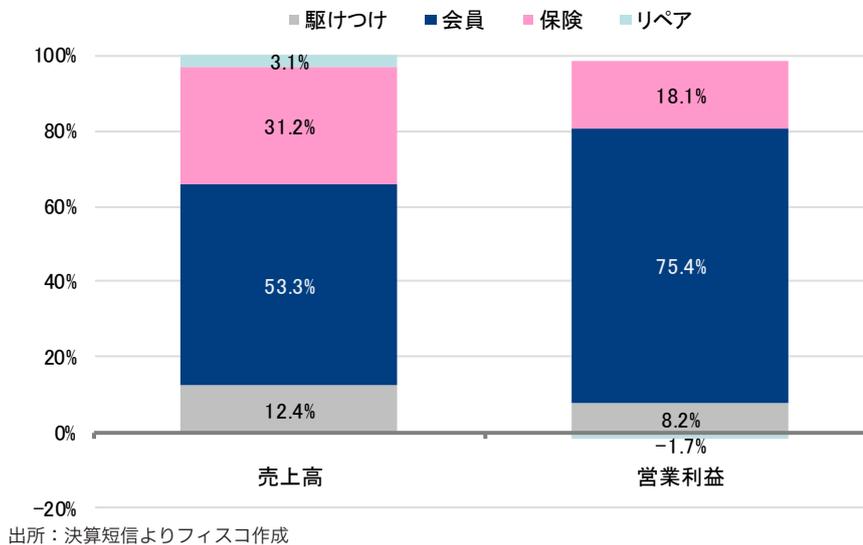
新事業セグメント

新セグメント名	内容
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
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）
	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保険サービス
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

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(2019年9月期)



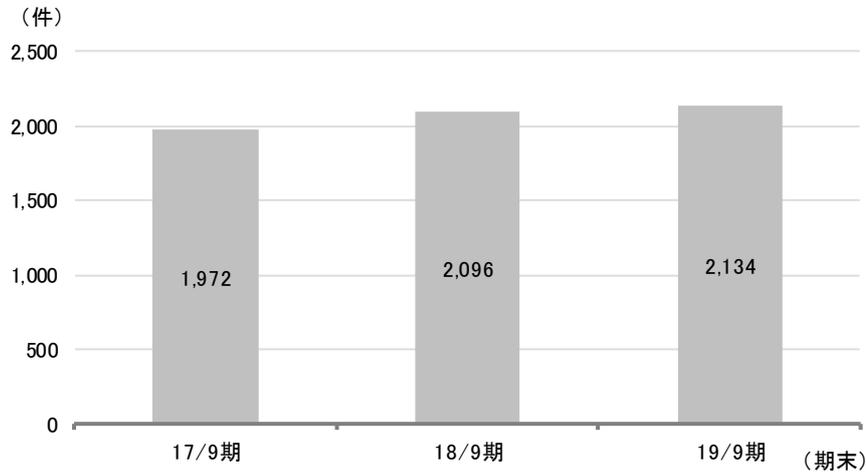
1. 駆けつけ事業

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(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)が重要となる。

また、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、見積りと清算を行って、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)。2019年9月期末のパートナー及びネットワーク店舗の契約件数は全国で2,134件(前期末比38店増)となっている。なお、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。

事業概要

パートナー・ネットワーク店舗の契約件数推移



注：18/9期まで旧カウント法、19/9期2Qから新カウント法に基づいて計算。新カウント法で17/9期まで遡及して算出

出所：決算説明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、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。

生活会員及び保証会員（入会・更新・継続含む）の合計数は、2019年9月期末で222万人となっている。主カ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。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拡大してきた。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年分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。

ジャパンベストレスキューシステム | 2019年12月20日(金)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

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、同事業の約15%となっている。なお、NTTドコモ<9437>の「dリビング」会員向けに提供していたサービスは採算が厳しくなったことから、2019年5月で終了している。

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ネットワーク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」、自転車ユーザー向けの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ており、2020年3月までに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

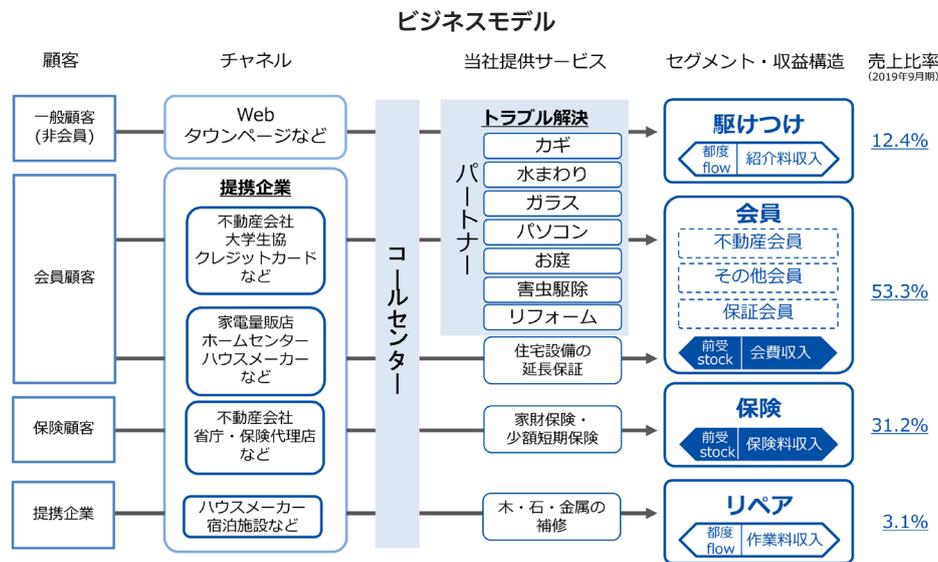
商品名	内容
新すまいRoom保険	火災、爆発、盗難等の事故が起こったとき、契約者の家財の補償に加え、家主や第三者への賠償責任の補償もセットにした保険。
テナント総合保険	テナント入居者の業務用の什器・備品類と家主・第三者への賠償責任を補償する保険。
ちゃりぼ (自転車あんしん保険・盗難保険)	自転車の交通事故による入院、通信、特定重度障害、死亡の際の補償と、第三者への賠償責任保険をセットにした保険。
お天気保険	旅行先で一定時間連続で降雨を記録した場合、旅行代金を還元する保険。旅行会社等が同保険を活用することで、「お天気割引付き旅行」を販売することが可能となる。
痴漢冤罪ヘルプコール付き 弁護士保険	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

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、最近で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。



出所：決算説明資料より掲載

業績動向

2019 年 9 月期業績は全セグメントで増益を達成、過去最高益を更新

1. 2019 年 9 月期の業績概要

2019 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 2.1% 増の 12,010 百万円、営業利益が同 14.5% 増の 1,638 百万円、経常利益が同 19.7% 増の 1,967 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 37.5% 増の 1,639 百万円となり、売上高は 2 期ぶりの増収、営業利益、経常利益は 6 期連続の増益となり、過去最高益を連続更新した。

ジャパンベストレスキューシステム | 2019年12月20日(金)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

売上高は駆けつけ事業やリペア事業で減収となったものの、主力の会員事業や保険事業の成長により増収となった。利益面では、増収効果に加えて業務効率の向上や経費コントロールに取り組んだことで、すべての事業セグメントにおいて増益（リペア事業は損失縮小）を達成し、営業利益率も前期比1.4ポイント上昇の13.6%と過去最高を更新した。なお、2019年9月期より従来、共通費用として計上していた人材関連費用が配賦され始めたことなどにより配賦の負担額が増加し、例えば売上構成比の高い会員事業ではセグメント利益は従来基準よりも約80百万円押し下げられた格好になっており、2019年9月期の増益率が小幅にとどまっている要因となっている。

親会社株主に帰属する当期純利益が前期比37.5%増と大幅増益となったが、これは営業外で投資有価証券売却益351百万円を計上（前期比233百万円増）したことに加え、破産更生債権の貸倒れが確定し税務上の損金計上を行ったことで法人税が減額されたためだ。

期初会社計画比で見ると売上高は6.2%下回ったものの、営業利益はほぼ計画どおりに着地した。売上高の下振れは、駆けつけ事業やリペア事業の未達に加えて、会員事業において「dリビング」向けサービスを2019年5月に終了したこと、新規提携案件の始動が遅れたことなどが要因だ。「dリビング」向けサービスについては採算性が低下したことによるサービス終了のため、利益面でのマイナス影響は軽微であった。

2019年9月期の連結業績

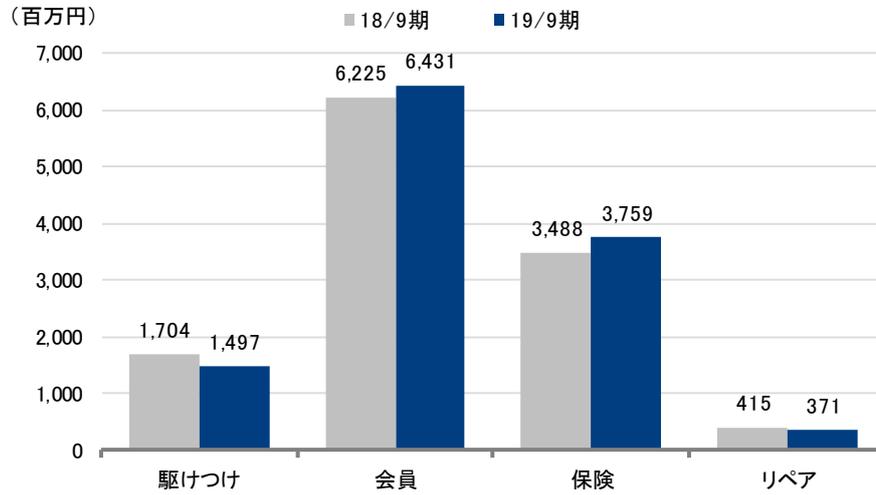
(単位：百万円)

	18/9期		会社計画	19/9期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	11,766	-	12,800	12,010	-	2.1%	-6.2%
売上原価	6,230	52.9%	-	6,418	53.4%	3.0%	-
販管費	4,105	34.9%	-	3,954	32.9%	-3.7%	-
営業利益	1,430	12.2%	1,650	1,638	13.6%	14.5%	-0.7%
経常利益	1,644	14.0%	1,800	1,967	16.4%	19.7%	9.3%
特別損益	34	-	-	-164	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,192	10.1%	1,260	1,639	13.7%	37.5%	30.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

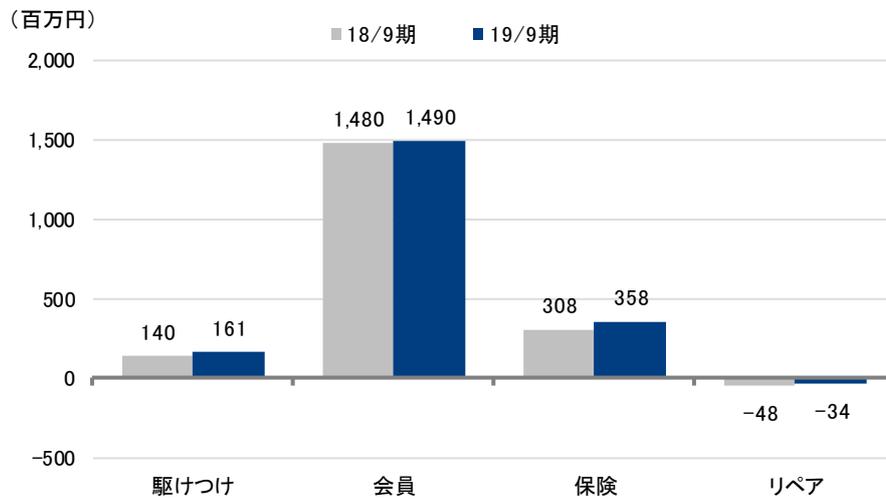
業績動向

セグメント別売上高



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

セグメント別営業利益



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

主力の会員事業、保険事業が着実に成長、 駆けつけ事業やリペア事業も収益改善が進む

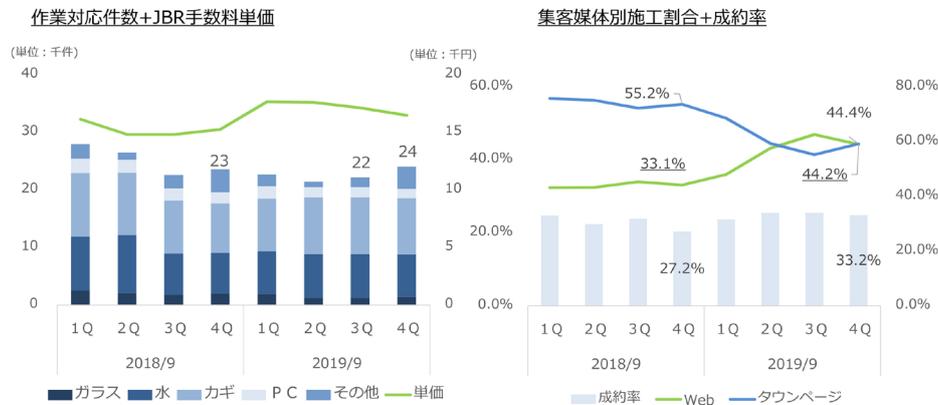
2. 事業セグメント別動向

(1) 駆けつけ事業

駆けつけ事業の売上高は前期比 12.2% 減の 1,497 百万円、営業利益は同 14.8% 増の 161 百万円となった。売上高は作業件数の減少とパートナー店に対する部材販売が減少した影響で減収となったものの、利益面では不採算サービスの削減やオペレーション効率の向上、通信費の見直し等に取り組んだ成果が出た。

主要サービスの作業件数を見るとガラス関連で 5 千件（前期比 3 千件減）、水まわり関連で 29 千件（同 4 千件減）、カギの交換関連で 39 千件（同横ばい）、パソコン関連で 6 千件（同 2 千件減）となり、通期では減少傾向が続いたものの、四半期別で見ると第 4 四半期の作業件数合計で前年同四半期比 1 千件増の 24 千件と回復に転じている。減少傾向が続いていたタウンページ経由の入電数が回復傾向に転じたことや、2 年前から取り組み始めた SEO 対策等により Web 経由での集客が増加したことが要因だ。成約率に関しても前年同四半期の 27.2% から 33.2% に改善しており、今後に向けて明るい兆しと言える。

生活救急車データ



2019年9月期末 パートナー・ネットワーク契約件数：2,134件

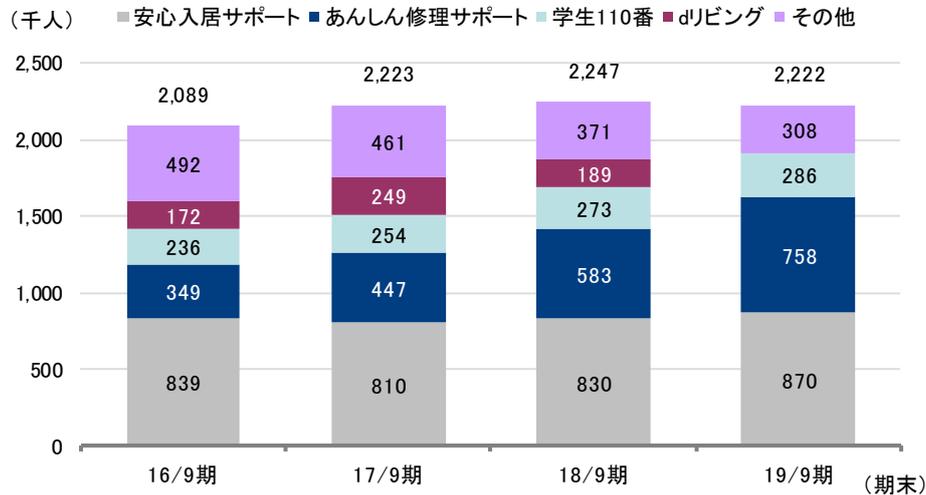
出所：決算説明資料より掲載

(2) 会員事業

会員事業の売上高は前期比 3.3% 増の 6,431 百万円、営業利益は同 0.6% 増の 1,490 百万円となった。「d リビング」向けサービスを 2019 年 5 月に終了したほか、その他の会員数が減少したものの、主力の「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」など収益性の高いサービスの会員数が順調に拡大したことが増収増益要因となった。既述のように、前期まで共通費用として計上していた人件費関連を各セグメントに振り分けたため、営業利益は微増益となっているが、同要因を除けば実質 4～5% 程度の増益だったと見られる。

業績動向

商品別会員数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2019年9月期末における会員数を見ると、「安心入居サポート」は前期末比40千人増の870千人と増加基調が続いた。2019年5月で特定顧客からの解約が一巡したこと、引き続き不動産賃貸管理会社との提携ネットワークを広げており、新規提携先からの会員獲得が進んでいることなどが増加要因となっている。

「あんしん修理サポート」は前期末比175千人増の758千人と高成長が続いている。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月期から取り扱いを開始したヤマダ電機<9831>や住宅メーカー経由での会員獲得が進んだ。また、「学生生活110番」も同13千人増の286千人となった。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ことが増加要因となっている。

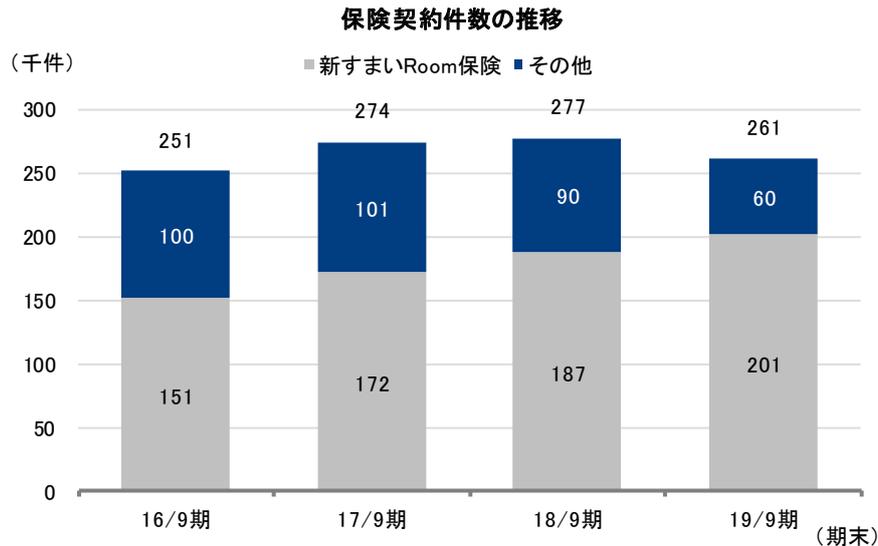
一方、「dリビング」向けサービスは前期末の189千人からゼロとなり、その他のサービスについても携帯電話修理サポートサービスを中心に不採算サービスの見直しを進めたことで、前期末比63千人減の308千人となった。このため、会員数合計では同25千人減の2,222千人となったものの、主力3サービスだけで見ると同228千人増の1,914千人と順調に拡大している。

(3) 保険事業

保険事業の売上高は前期比7.8%増の3,759百万円、営業利益は同16.0%増の358百万円となった。主力の家財保険「新すまいRoom保険」の契約件数が前期末比14千件増の201千件と順調に増加した一方で、その他契約件数が同30千件減の60千件となった。その他の保険の減少の約半分は「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。「新すまいRoom保険」については「安心入居サポート」と同じ販路を活用した販売施策に加えて、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>経由での販売増も寄与した。

業績動向

営業利益の増益要因のうち約40百万円は責任準備金の戻入によるものとなっている。保険会社は将来の保険金支払いに備えて、保険商品ごとの事故率に基づいて計算される準備金を積み立てる必要があるが、再計算の結果、過大となった責任準備金を戻入した。

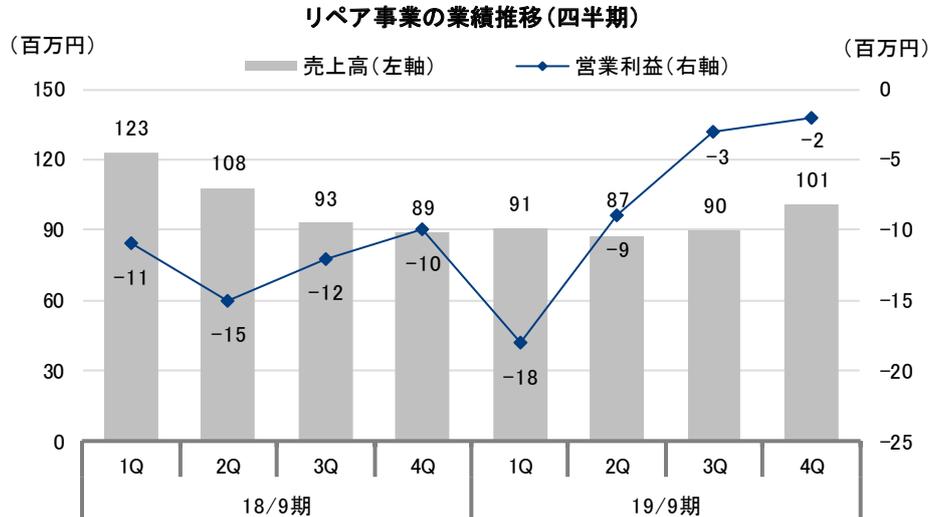


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(4) リペア事業

リペア事業の売上高は前期比10.6%減の371百万円、営業損失は34百万円(前期は48百万円の損失)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ため、売上高は減少したものの営業損失は縮小した。売上高のうち非住宅向けの比率は約55%に上昇している。四半期ベースで見ても2019年9月期第4四半期は前年同四半期比13.6%増の101百万円と増収に転じたほか、損失も2百万円まで縮小しており、2020年9月期以降の黒字化が見えてきている。

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

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

2019 年 9 月期の財務状況を見ると、総資産は前期末比 3,896 百万円増加の 18,761 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 514 百万円増加し、固定資産では投資有価証券が 2,367 百万円増加し、貸倒引当金が 1,363 百万円減少した（破産更生債権の貸倒確定による＝増加要因）。投資有価証券の増加分のうち、約 13 億円は Casa、約 5 億円はナガワ <9663> の株式取得によるものとなっており、いずれも業務提携に伴う取得となっている。

負債合計は前期末比 1,833 百万円増加の 10,657 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 1,048 百万円増加したほか、資本業務提携等に向けた資金用として社債を発行したことにより、有利子負債が 785 百万円増加した。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「ストック収益」となるため、ポジティブに評価される。

純資産合計は前期末比 2,062 百万円増加の 8,104 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益 1,639 百万円を計上した一方で、配当金 420 百万円を支出した。また、新株予約権の行使により資本剰余金が 830 百万円増加している。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は 42.1% となり、有利子負債比率は 11.6% から 18.8% に上昇した。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)

	15/9期	16/9期	17/9期	18/9期	19/9期	増減額
流動資産	8,778	9,426	8,297	9,551	10,074	523
(現金及び預金)	7,034	7,614	6,356	7,756	8,271	514
固定資産	3,139	2,901	4,922	5,313	8,476	3,162
総資産	11,930	12,328	13,220	14,865	18,761	3,896
負債合計	6,525	6,889	7,846	8,823	10,657	1,833
(前受収益、長期前受収益) ※	2,631	3,411	4,590	5,661	6,710	1,048
(有利子負債)	1,441	858	673	700	1,485	785
純資産合計	5,404	5,439	5,373	6,042	8,104	2,062
(安全性)						
自己資本比率	44.7%	44.1%	40.6%	40.6%	42.1%	1.5pt
有利子負債比率	27.0%	15.8%	12.5%	11.6%	18.8%	7.2pt
(収益性)						
ROA (総資産経常利益率)	4.4%	7.2%	7.5%	11.7%	11.7%	-
ROE (自己資本当期純利益率)	-3.3%	0.5%	16.4%	20.9%	23.5%	2.6pt
売上高営業利益率	4.9%	7.1%	7.2%	12.2%	13.6%	1.4pt

※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当たり、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

新規提携案件の販促費計上で上期は減益見込みだが、 通期では過去最高益更新が続く見通し

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12.4%増の13,500百万円、営業利益が同22.1%増の2,000百万円、経常利益が同6.7%増の2,100百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同0.0%増の1,640百万円となり、売上高は3期ぶりに過去最高を更新、各利益は連続で最高益を更新する見通しだ。上期については会員事業における新たな提携案件に関連した販促費2億円を織り込んでいるため減益見込みとなるが、下期はすべての事業セグメントで2ケタ成長する見通しとなっている。なお、前期に営業外で発生した投資有価証券売却益を見込んでいないため、営業外収支がやや悪化し、経常増益率は1ケタ台に鈍化する見通しとなっている。

ジャパンベストレスキューシステム | 2019年12月20日(金)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

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	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	12,010	2.1%	6,100	-0.2%	13,500	12.4%
営業利益	1,638	14.5%	610	-17.4%	2,000	22.1%
経常利益	1,967	19.7%	640	-27.1%	2,100	6.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,639	37.5%	510	-49.6%	1,640	0.0%
1株当たり当期純利益(円)	51.81		14.70		47.28	

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別での業績計画は開示していないものの、会員事業を中心にすべ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、増収増益を見込む。SEO対策の強化によるWeb経由での集客拡大、タウンページ経由の集客回復に加えて、提携先からの集客開始も見込んでいる。

会員事業では、提携戦略も進めながら会員数を拡大し、2ケタ増収増益を見込んでいる。主力の「安心入居サポート」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や顧客基盤を持つ企業との提携による会員獲得も進め、会員数で100万人(前期87万人)の達成を目指している。また、「あんしん修理サポート」の会員数も100万人近い水準を目指している(同75.8万人)。ホームセンターやヤマダ電機経由での会員獲得に加えて、複数の大手住宅メーカーでも取り扱いを開始することが決まっており、住宅メーカー経由での会員獲得が一段と増えるものが見込まれる。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年と長いこと単年度の収益インパクトは小さいものの、安定したストック収益として業績拡大に寄与していくものと予想される。

なお、上期の新規提携案件は約160万件的顧客基盤を持つ企業で、年会費を無料から有料に切り替える際の付加サービスとして同社サービスの導入を予定している。当初3ヶ月間は無料サービスとして提供する計画となっており、その間のプロモーション費用等を提携先と折半するため2億円の持ち出しとなるが、下期以降は収益化する見通しとなっている。

保険事業は2ケタ増収、1ケタ増益を見込む。引き続き「新すまいRoom保険」の契約件数増加が見込まれる。特に、提携先のCasa経由での契約件数が順調に拡大している。なお、新会社のレスキュー損害保険では新商品として火災保険や修理保険を開発し、2020年9月期第2半期以降に既存の販路を活用して販売していく予定となっている。火災保険については不動産管理会社の販路を使って不動産オーナーに販売していくことを想定している。なお、営業利益の伸びが1ケタ台にとどまるのは、前期に責任準備金の戻入があった反動と、レスキュー損害保険での先行費用を見込んでいるためだ。

ジャパンベストレスキューシステム | 2019年12月20日(金)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

リペア事業については2ケタ増収、営業利益で数千万円の黒字を見込んでいる。非住宅向けの販売拡大に加えて、2019年4月に業務提携を発表した住友不動産建物サービス(株)向けの受注拡大も見込まれる。住友不動産建物サービスが管理する分譲マンション17万戸を対象に、住宅内部やマンション共用部分のリペアサービスを提供していく。新築物件の引渡し前段階の補修業務と比較して施工単価も高くなることが想定される。また、管理するマンション物件に補修サービスのポスティングを行っている段階だが、見積り依頼も徐々に増えてきており、今後の収益改善に寄与する取り組みとして注目される。また、オフィスビルについてもエントランス部分の補修ニーズはあると見られ、これら需要を取り込んでいく方針だ。

積極的なアライアンス戦略と新サービス・新商品の創出により、高成長を目指す

2. 中期経営計画

2019年9月期よりスタートした3ヶ年中期経営計画では、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、最終年度となる2021年9月期の経営数値目標として、連結売上高165億円、営業利益25億円、営業利益率で15.2%を掲げた。「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2ケタ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。

業績の進捗状況を見ると、2019年9月期は経常利益と親会社株主に帰属する当期純利益、営業利益率で計画を達成し、順調な滑り出しとなった。2020年9月期については、売上高で当初計画を10億円引き下げている。前期に提携案件の始動タイミングがやや遅れたことや、駆けつけ事業、リペア事業の売上が未達となり、その影響を2020年9月期業績にも反映させた格好となっている。一方、営業利益は当初計画と変更なく、当期純利益は税効果適用により当初計画から1.4億円上方修正した。2021年9月期については取り組みの進捗状況に前後があるものの、当初計画を達成できる見通しとなっている。

中期経営計画進捗

(単位：百万円)

	18/9期 実績	19/9期		20/9期		21/9期 当初計画
		当初計画	実績	当初計画	修正計画	
売上高	11,766	12,800	12,010	14,500	13,500	16,500
営業利益	1,430	1,650	1,638	2,000	2,000	2,500
経常利益	1,644	1,800	1,967	2,150	2,100	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	1,850
営業利益率	12.2%	12.9%	13.6%	13.8%	14.8%	15.2%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ジャパンベストレスキューシステム | 2019年12月20日(金)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

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供により「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見られるが、2020年12月に稼働開始を予定している次期 ERP では受注から販売、決済、顧客管理までグループですべて統一されるため、2021年以降は事業間連携による重層営業などの効果もさらに上がってくるものと予想される。

(3) 新サービス、新商品の創出

新サービス、新商品では、既述のとおりレスキュー損害保険で火災保険等、少額短期保険では商品化できなかった保険商品の開発を進めていくほか、インシュアテックにも積極的に取り組んでいく方針となっている。レスキュー損害保険には日本生命保険、セブン銀行も各7.1%出資しており、将来的に共同開発や販売面で協業していくことも視野に入れている。セブン銀行についてはグループのコンビニエンスストアで新しく開発した保険商品を販売していく可能性がある。火災保険だけでも市場シェアの1~2%を取るだけで年間売上高が数十億円規模となり、また、同社の強みである企画力を生かした保険商品を開発・販売していくことができれば、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。

そのほか、同社では新サービスの創出を目的にライフテック (Life + Technology) 部門を前期に新設し、その第1弾として電力小売りサービスを2019年9月より開始した。自社のコールセンターや提携する不動産管理会社の販路を活用することで販管費等を抑え、大手電力会社の電力料金 (標準プラン) より5%程度安く設定するほか、今後は既存サービスとの組み合わせによる新料金プランも検討している。1年目で5万戸の契約を目標としている。

(4) IoT、システム活用によるコスト抑制

a) ERP の構築

コスト抑制施策として、ERPの開発やIoT、AI技術の活用を推進していく。ERPの開発では第1フェーズとして、2018年11月にパートナー・ネットワーク店とコールセンター、本部をつなぐ受付、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。第2フェーズでは、販売管理や債権・債務管理、顧客管理に至るまで一連の業務をすべて統一し、2020年12月の稼働を目標としている。投資額としては約3億円を見込んでおり、次期ERPが稼働すると営業利益率も一段と向上する可能性がある。

ジャパンベストレスキューシステム | 2019年12月20日(金)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

b) 会員証のアプリ化

また、会員証のアプリ化（電子化）にも取り組んでおり、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で一緒にアプリをダウンロードしてもらおうようにし、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。

c) AIの活用

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。

中期経営計画の重点戦略と進捗状況

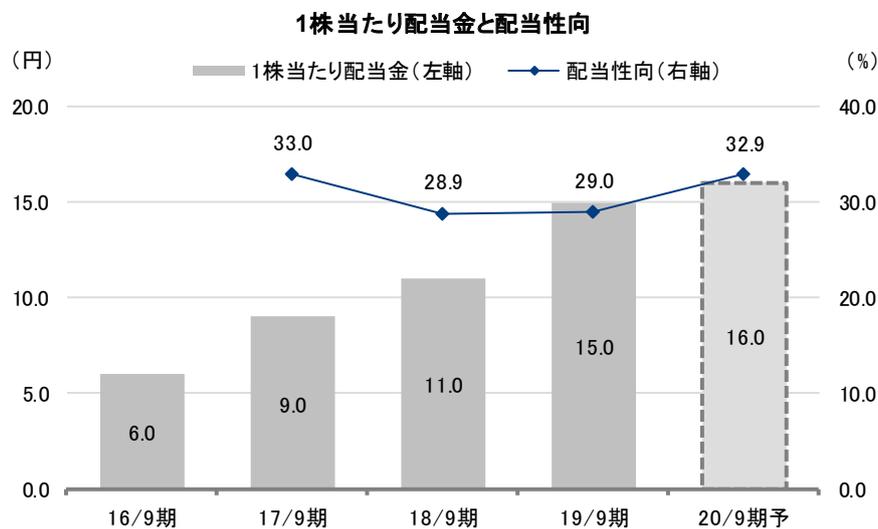
重点戦略	進捗状況	20/9期の計画・見通し
新たな企業との アライアンス	<ul style="list-style-type: none"> 住友不動産建物サービスと業務提携、Casaと資本提携 クレディセゾンと提携 →進捗に前後はあるものの、その他にも新たな業界における提携協議を推進 既存市場においても提携先が拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 提携先企業との連携強化 会員事業における提携案件の決定を見込む（先行費用となる販促費を上期に織り込む） 多くの顧客を有する企業とのアライアンスを継続的に推進
事業間 / 部門間の 連携による重層営業	<ul style="list-style-type: none"> 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 →十分な事業間連携には至らず 	<ul style="list-style-type: none"> 生活トラブル解決、保証、保険、リペアを有する自社独自のサービス網を生かした戦術の理解・実践
新サービス、 新商品の創出	<ul style="list-style-type: none"> 損害保険免許を取得し、レスキュー損害保険（株）を設立 同社事業領域における新サービスの創出を役割としたライフテック部門を新設 ライフテック部門において電力小売り事業を2019年9月より開始 	<ul style="list-style-type: none"> 損害保険商品の企画・開発を推進 同社提携販路（不動産管理会社）を生かした電力サービスの拡販 ライフテック部門における新サービスの企画
IoT、システム活用 によるコスト抑制	<ul style="list-style-type: none"> 業務効率向上に向けてERP導入プロジェクトを始動 安心入居サポート会員向けの会員証アプリダウンロードが累計5万件まで増加 	<ul style="list-style-type: none"> 2020年12月を目標にERP導入 アプリダウンロード件数を累計10万件まで増加させ効率化を図る AIの活用場面を増加させる

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

株主還元策

株主還元方針は配当性向で 30% 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% 以上を目安としている。2020 年 9 月期の 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 32.9%)と 6 期連続の増配を予定している。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、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にも実施し、情報管理体制の強化を図っている。

免責事項（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