

|| 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 >>>](#)

2022 年 1 月 5 日 (水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2021 年 9 月期の業績概要	01
2. 中期経営計画	01
3. 2022 年 9 月期の業績見通し	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業の内容	03
■ 業績動向	07
1. 2021 年 9 月期の業績概要	07
2. 事業セグメント別動向	08
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	14
1. 中期経営計画	14
2. 2022 年 9 月期の業績見通し	18
■ 株主還元策と SDGs の取り組みについて	22
1. 株主還元策	22
2. SDGs の取り組みについて	23

■ 要約

パートナーシップ戦略の推進により年率 2 ケタ成長路線へ

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 3,000 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。2021 年 9 月末の会員数は 334 万件、被保険者数は 59 万件となっている。

1. 2021 年 9 月期の業績概要

2021 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 11.6% 増の 13,460 百万円、営業利益で同 3.0% 増の 1,408 百万円と増収増益となった。売上高は主力の会員事業や保険事業における契約件数が順調に積み上がったことで過去最高を更新した。営業利益については、ライフテック事業（電力小売販売）が電力調達価格高騰の影響により損失拡大したものの、主力 2 事業の増益でカバーした。電力小売販売事業については 2021 年 9 月末で事業撤退している。なお、2021 年 9 月末に生活トラブル解決サービスの競合であった（株）アクトコール他 1 社を株式交換で子会社化している。アクトコールの会員数は 63 万件で同社の会員数 102 万件と合わせると、賃貸不動産市場における生活トラブルサービスで約 37% のシェア（同社調べ）を握ることになる。今後、管理会社のアウトソーシング需要の取り込みや戸建住宅市場に進出することで、事業規模のさらなる拡大を目指していく。

2. 中期経営計画

同社は 2024 年 9 月期までの 3 ケ年中期経営計画を発表した。営業・業務の両面で「パートナーシップ戦略」を推進し、売上規模の拡大と収益性向上を目指していく。最終年度となる 2024 年 9 月期の連結売上高は 22,000 百万円、営業利益は 2,500 百万円とし、年平均成長率で見ると売上高で 17.8%、営業利益で 21.1% と高成長を見込んでいる。KPI となる会員事業と保険事業の契約件数は 2021 年 9 月期末の 394 万件から 2024 年 9 月期末には 547 万件を目指す。同期間における従業員数は ERP システムの導入効果により年率 2.9% の増加に抑えることで、営業利益率は前期実績の 10.5% から 11.4% に引き上げていく。「パートナーシップ戦略」では、地域金融機関との提携拡大が進んでいるほか不動産、クレジットカード、医療・介護、旅客業界など広範な分野で交渉が進んでおり、2022 年以降に提携事業が相次いで始まる見通しとなっている。相手先企業が提供するサービスにオプションメニューとして、同社の生活トラブル解決サービスや保険サービス等を付加していくケースが多くなると見られ、今後の成長が期待される。

要約

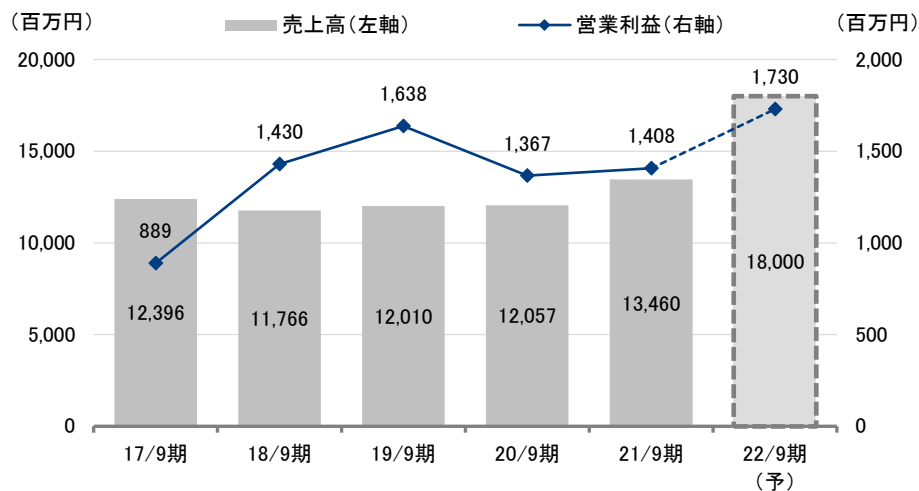
3. 2022 年 9 月期の業績見通し

2022 年 9 月期の連結業績は売上高で前期比 33.7% 増の 18,000 百万円、営業利益で同 22.8% 増の 1,730 百万円となる見通し。アクトコールの買収効果は売上高で 3,600 百万円、営業利益で 70 百万円（のれん償却額 180 百万円控除後）の増額要因となり、既存事業だけで見ると 7.0% 増収、17.9% 増益となる。主力 2 事業の安定成長と赤字事業からの撤退により 372 百万円の増益を見込み、ERP システムの導入に伴う費用増 120 百万円を吸収する。会員事業と保険事業の契約件数は前期末比 11.9% 増の 440 万件を計画しているが、このなかには新規提携先からの契約件数増加の効果はほとんど織り込んでおらず、その状況次第で会社計画を上振れる可能性もあると弊社では見ている。

Key Points

- ・ 2021 年 9 月期業績は会員・保険事業が順調に拡大し、売上高で過去最高を更新
- ・ 3 ヶ年の中期経営計画を発表、年率 2 ケタ成長により 2024 年 9 月期に営業利益 2,500 百万円を目指す
- ・ 2022 年 9 月期業績は新規提携案件の効果を殆ど見込まない保守的な前提で計画

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

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」カンパニーとして 1997 年に設立された。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）（現 ジャパンワランティサポート（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、2020 年 8 月に日本 PC サービス <6025> の株式を取得し持分法適用関連会社としたほか、2021 年 9 月には生活トラブルサービスを展開するアクトコール及びコールセンター運営事業を行う（株）TSUNAGU を簡易株式交換により完全子会社化し、事業規模を拡大している。2021 年 9 月末時点で連結子会社は 5 社、持分法適用関連会社 1 社となり、連結従業員数は 344 名（単体は 178 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、ライフテックの 5 事業に分けて開示している。2021 年 9 月期の事業セグメント別売上構成比を見ると、会員事業が 51.8% と全体の半分を占め、次いで保険事業が 34.7%、駆けつけ事業が 9.8% となっており、リペア事業、ライフテック事業は 2% 以下と小さい。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（以下、サブスク型）、リカーリング型含む）の比率が 9 割弱を占めており、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※	ビジネスモデル
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	9.8%	フロー型
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	51.8%	ストック型サブスク型
保証会員	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（学生生活 110 番、ライフサポートパック等）		
	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、弁護士保険、スマホ保険、スポーツクラブ傷害保険等	34.7%	ストック型サブスク型
リペア	ハウスメーカー、提携事業者向け住宅・家具等の補修サービス	2.0%	フロー型
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	1.7%	リカーリング型

※売上構成比は 2021 年 9 月期実績

出所：決算短信、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（全国 7 拠点、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」のブランド名で展開している。同社の売上高は、パートナー店が一般顧客から回収した作業代金の原則 40% 程度を紹介手数料収入として計上している。

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とネットワーク店の 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）※。2021 年 9 月期末のパートナー及びネットワーク契約店舗数は 3,200 店舗となっている。なお、店舗によってはアクトコールと両方と契約している店舗もあるため、契約条件については同社の内容に統一していく計画となっている。

※ 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。

駆けつけ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）が重要となり、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 4 割を占めるまでになっている。また、集客の新たな導線として地域金融機関との提携も開始している。提携金融機関が同社のサポーター店となり、店頭でサービス内容や専用フリーダイヤルを告知するチラシを配布するなどのプロモーション活動を行う。入電があり、同社でサービスを提供した場合に、サービス料の一部を紹介手数料としてサポーター店に支払うスキームとなっている。同社としては Web やタウンページにかかる広告宣伝費用が不要となるため、全体で見ればコストが抑えられ効率的な集客が可能になると見ている。

(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。売上高の 7 割強は会費売上となり、そのほか作業に要した部品代や特殊作業費等が含まれる。2021 年 9 月期末の契約件数は、生活会員及び保証会員（入会・更新・継続含む）合わせて 334 万件（アクトコール分 63 万件含む）と過去最高を更新している。

事業概要

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、同事業の会費売上高の 61% (2021 年 9 月期末) 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、貸借対照表上では残存期間分の対価について前受収益及び長期前受収益として計上されている。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、契約ごとの損益で見ると会計上は開始 1 ヶ月目に損失を計上する格好となっている。

同サービスに関しては契約更新率が 3 割台と低いことが課題であったが、継続率を高める施策として家賃の一部に会費を組み込む方式 (サブスク型方式) の導入に注力している。同方式であれば引越し等で退去しない限りは、契約が継続することになるためだ。サブスク型方式の契約率は 2016 年 9 月期末時点で 40% であったが、2021 年 9 月期末時点では 60% 超となっている (アクトコール除く)。なお、アクトコールでも同様のサービス「アクト安心ライフ 24 (1 年版、2 年版)」または「緊急サポート 24 (月額版)」を提供しており、料金水準もほぼ同じだが、月額定額サービスや 1 年版 (税込 8,800 円) が契約の中心となっている。

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) と提携して販売している大学生向けの生活トラブル解決サービス「学生生活 110 番」(契約期間 2 年、4 年、6 年タイプがあり、4 年契約タイプで税込 9,450 円、うち約 7 割が同社の収入)、連結子会社のジャパンワランティサポート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」の会員獲得は住宅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。2021 年 9 月期末の同事業部門の会費売上に占める比率は「学生生活 110 番」が 8%、「あんしん修理サポート」が 25% となっている。

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、同社の費用負担が重くなり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、同事業保険料収入の 83% (2021 年 9 月期) 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。その他の少額短期保険商品としては、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「ちゃりぽ」、痴漢冤罪 (痴漢被害) ヘルプコール付き「男を守る弁護士保険、女を守る弁護士保険」、「お天気保険」「結婚式キャンセル保険」などユニークな商品を多数揃えており、業界でもトップクラスの商品開発力が強みとなっている。

事業概要

また、少額短期保険では規則上商品化できない保険ニーズに対応するため、2019 年 7 月にレスキュー損害保険を開業した。当初はジャパン少額短期保険からの受再保険事業からスタートし、2020 年より賃貸住宅のオーナーや不動産会社向けの家財保険包括契約の販売を開始している。「新すまい Room 保険」は入居者が被保険者となるのに対して、同商品は貸し手側を被保険者とした団体保険商品となる。また、2020 年 7 月よりワイヤレスゲート <9419> が (株) ヨドバシカメラの店舗で販売する Wi-Fi サービス付きスマートフォン及びタブレット端末を対象に、購入後の破損または自然故障を保証する「スマホ保険」の提供を開始している。月額税込 890 円のプランの場合、故障等で掛かった費用に対して 5 万円 (上限額・年 1 回) をお見舞金として補償する。月額料金の約 15% が同社の売上として計上される。そのほか、2020 年春からスポーツクラブ傷害保険の販売も開始しているが、2021 年 9 月期末のいずれも保険料収入の構成比は 3% 程度と小さい。

なお、レスキュー損害保険には日本生命保険、セブン銀行 <8410> が各 7.1% 出資しており、今後はこれら企業と共同開発した保険商品の販売についても展開していく予定となっている。

(4) リペア事業

リペア事業は、住宅メーカー等の提携先企業から戸建・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。石材系から金属、木質系、水まわりも含めて幅広い修復に対応できることが強みとなっており、2019 年以降は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。対応エリアは首都圏や東北、中部、関西、九州となり、同社の正社員と約 220 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ターゲットに電力販売サービスを行ってきたが、電力調達価格高騰の影響で損失が拡大するなど事業リスクが高まったことにより、2021 年 9 月末で事業撤退している。

業績動向

2021 年 9 月期業績は会員・保険事業が順調に拡大し、売上高で過去最高を更新

1. 2021 年 9 月期の業績概要

2021 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 11.6% 増の 13,460 百万円、営業利益で同 3.0% 増の 1,408 百万円、経常利益で同 3.2% 減の 1,740 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 94.3% 減の 56 百万円となった。売上高は主力の会員・保険事業の契約件数が順調に拡大したことで過去最高を 4 期ぶりに更新し、営業利益は 2 期ぶりの増益に転じた。一方で、投資有価証券売却損の増加等で営業外収支が悪化したことにより経常利益段階では若干の減益となり、特別損失として減損損失 996 百万円※を計上したことで親会社株主に帰属する当期純利益は大幅減益となった。

※ 減損損失はアクトコール他 1 社を株式交換で子会社化する際に決定した株式交換比率の基になった同社株価 (931 円) に対して、2021 年 9 月末の株価が 1,262 円に上昇した結果、のれん評価額が当初の想定よりも 996 百万円増加したため、この増加分を減損損失として一括計上したものとなっている。

2021 年 9 月期の連結業績

(単位：百万円)

	20/9 期		会社計画	21/9 期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	12,057	-	14,500	13,460	-	11.6%	-7.2%
売上原価	6,429	53.3%	-	7,703	57.2%	19.8%	-
販管費	4,259	35.3%	-	4,349	32.3%	2.1%	-
営業利益	1,367	11.3%	1,650	1,408	10.5%	3.0%	-14.6%
経常利益	1,798	14.9%	1,700	1,740	12.9%	-3.2%	2.4%
特別損益	-146	-	-	-1,003	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	997	8.3%	1,100	56	0.4%	-94.3%	-94.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

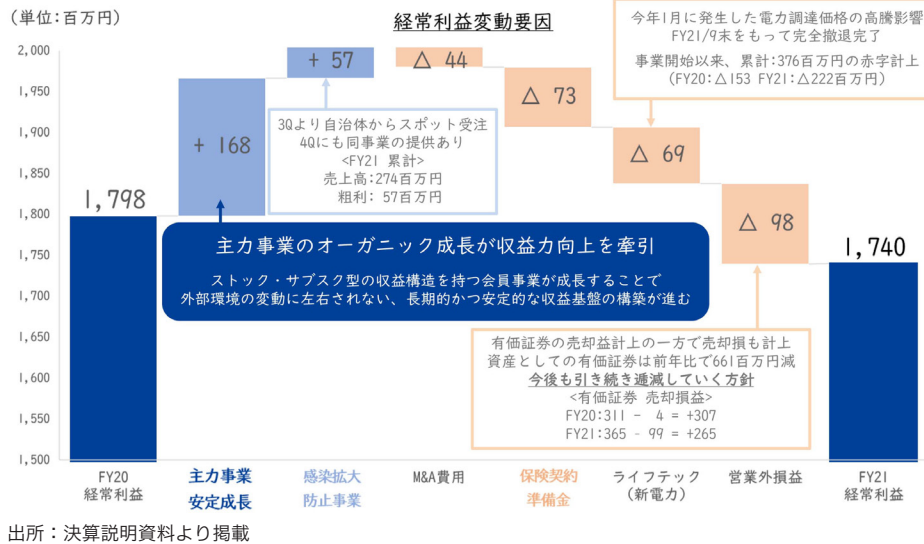
売上原価率が前年同期の 53.3% から 57.2% に上昇したが、主にはライフテック事業における電力調達価格高騰に伴う費用増と、会員事業における出勤費の増加が要因となっている。2020 年 9 月期は新型コロナウイルス感染拡大（以下、コロナ禍）による三密回避の動きがあり、出勤回数も減少していたが、2021 年 9 月期はその反動が出た。一方で、販管費の抑制に取り組んだことで、販管費率は前期の 35.3% から 32.3% に低下した。

経常利益の増減要因を見ると、会員事業や保険事業等の主力事業の成長により 168 百万円、感染拡大防止事業※のスポット受注により 57 百万円の増益となった一方で、M&A 費用 44 百万円、保険契約準備金の積み立て増加で 73 百万円、電力販売事業の損失拡大で 69 百万円、有価証券売却損益で 98 百万円の減益要因となった。

※ 自治体より飲食店見回り業務を下期に受注し、売上高で 274 百万円、売上粗利益で 57 百万円となった（会員事業を含む）。

業績動向

業績概要のウォーターフォール分析



また、会社計画比では売上高で1,039百万円、営業利益で241百万円下回った。売上高については、家財保険(団体型)で販売提携先とのシステム連携に時間が掛かり、販売開始時期が遅延したことで670百万円の減額要因となり、また、電力販売事業において第2四半期以降、新規顧客開拓をストップしたことで400百万円の減額要因となり、ほぼこの2つの要因が未達要因となっている。このうち、家財保険については2021年内の販売開始に向けてシステムのテストを実施している段階にある。

一方、営業利益については電力販売事業の調達価格高騰と事業撤退を決定したことで190百万円の減額要因となったほか、M&A関連費用44百万円を計上したことが未達要因となった。このため、これらの要因を除けばほぼ会社計画通りだったことになる。なお、経常利益については営業外収支を保守的に見積もっていたが、例年通り投資有価証券売却益を計上したことで、期初計画を確保した格好となっている。

会員事業、保険事業で契約件数の積み上げが順調に進む

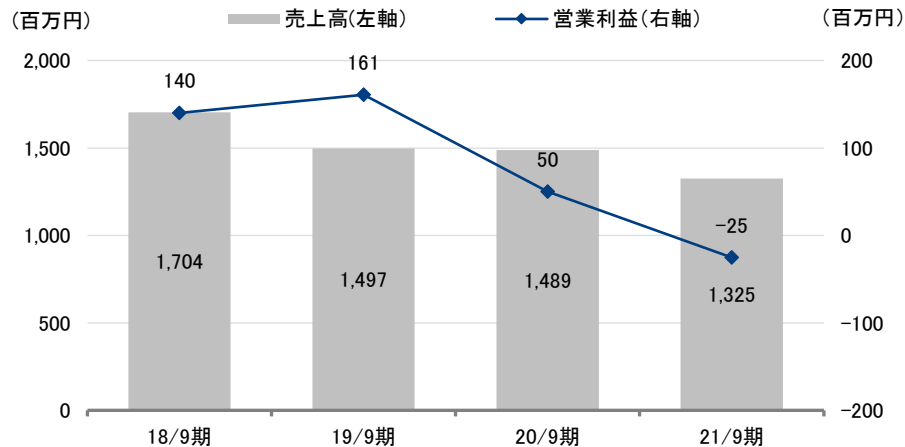
2. 事業セグメント別動向

(1) 駆けつけ事業

駆けつけ事業の売上高は前期比11.0%減の1,325百万円と減収基調が続き、営業損失25百万円(前期は50百万円の利益)となった。他社サイトを中心にWeb集客が減少し、作業件数がカギの交換関連サービスで29千件(前期比3千件減)、水まわり関連サービスで22千件(同3千件減)、ガラス関連サービスで3千件(前期比1千件減)と総じて減少したほか、2020年9月期第4四半期にPC関連サービス(2020年9月期5千件)を持分法適用関連会社の日本PCサービスに業務移管したことも減収要因となった。また、コロナ禍が続くなかで感染防止対策として他者との接触を回避する意識が引き続き強かったことも、駆けつけサービスの需要減につながったと見られる。

業績動向

駆けつけ事業 業績推移

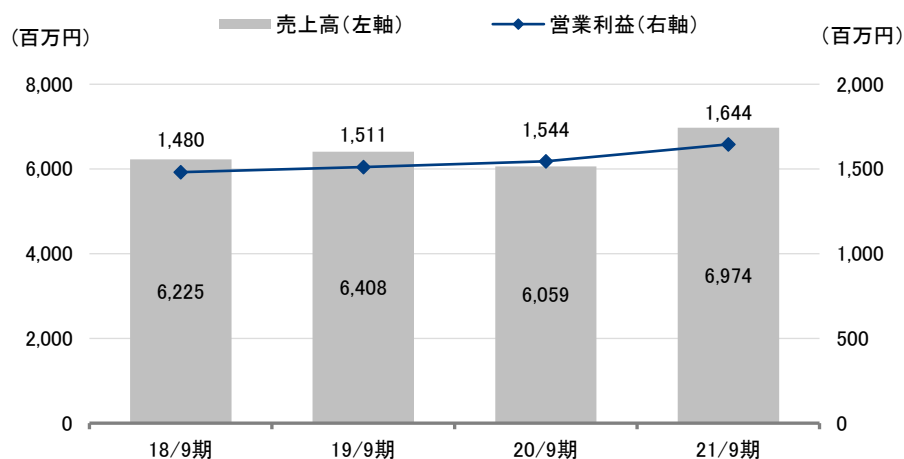


出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) 会員事業

会員事業の売上高は前期比 15.1% 増の 6,974 百万円、営業利益は同 6.5% 増の 1,644 百万円と過去最高を更新した。主力の「安心入居サポート」、「あんしん修理サポート」の契約件数が順調に拡大したほか、感染拡大防止事業を受注（274 百万円）したことなどが増収要因となった。営業利益率は出勤費用の増加と社内共通費用の配分見直しを実施したことにより前期の 25.5% から 23.6% に低下したものの引き続き高水準を維持している。

会員事業 業績推移

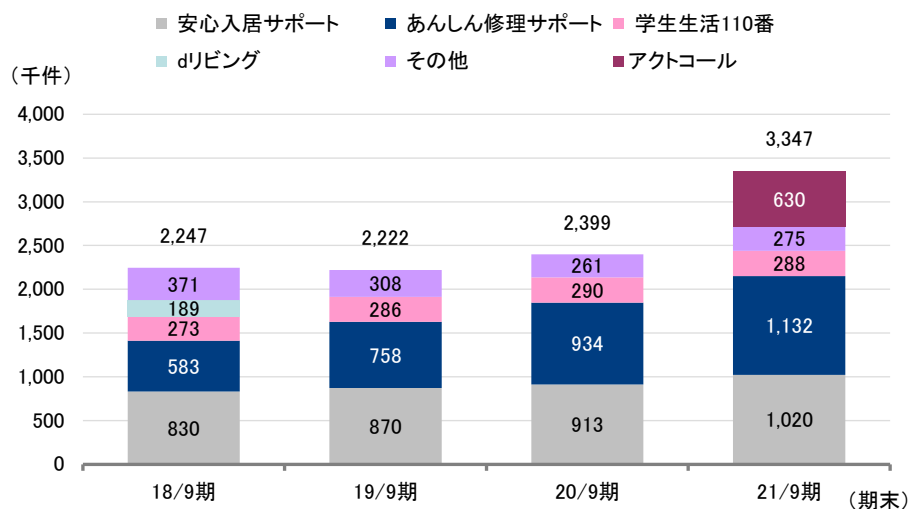


出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2021 年 9 月期末における会員数は前期末比 948 千件増加の 3,347 千件となった。このうち、期末に子会社化したアクトコールの 630 千件を除いたベースでも同 318 千件の増加となり増加ペースが加速した。商品別の内訳を見ると、「安心入居サポート」は同 107 千件増の 1,020 千件となった。不動産賃貸管理会社の販売ネットワークが拡大したことや、家賃等に会費を含めて提供するサブスク型の契約件数が増加した結果、サービス継続率が上昇していることが要因となっている。サブスク型の構成比率は前期の 50% 台から 60% 台に上昇しており、今後も上昇傾向が続く見通しとなっている。

商品別会員数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「あんしん修理サポート」は同 198 千件増の 1,132 千件と 20% を超える高成長が続いている。主力販路であるホームセンターや家電量販店等を通じた会員数増加が続いていることに加えて、住宅メーカー経由の会員数も増加していることが要因だ。ただ、同商品は契約期間が 5 ～ 10 年と長期間にわたるため、当期の増収インパクトとしては「安心入居サポート」の半分程度と見られ、将来の売上となる前受収益金として積み上がる格好となっている。

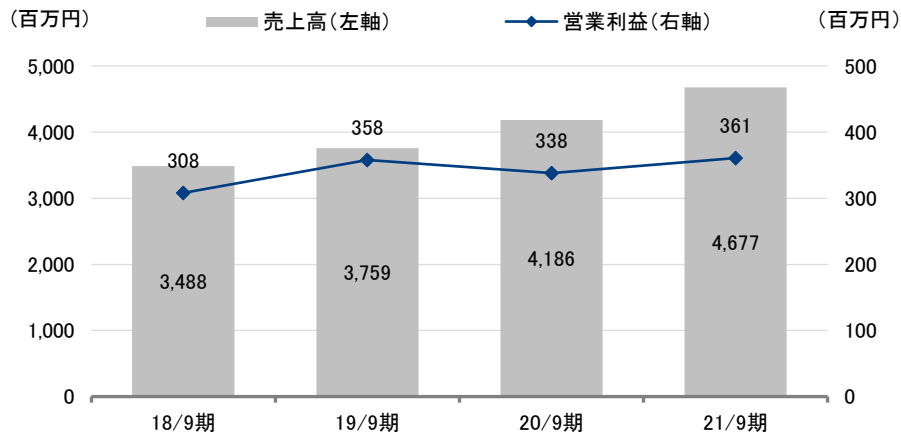
「学生生活 110 番」は同 2 千件減の 288 千件と減少に転じた。全国の大学生協を通じて取り扱う大学数は 209 大学と変わりなかったものの、コロナ禍の影響もあって入会率が低下したものと見られる。その他のサービスについては、不採算サービスの見直しを進めるなかで、同 14 千件増の 275 千件となった。

(3) 保険事業

保険事業の売上高は前期比 11.7% 増の 4,677 百万円、営業利益は同 6.8% 増の 361 百万円と過去最高を更新した。主力の家財保険「新すまい Room 保険」が計画通り伸長したほか、「スマホ保険」も着実に被保険者数を積み上げたことが増収増益要因となった。

業績動向

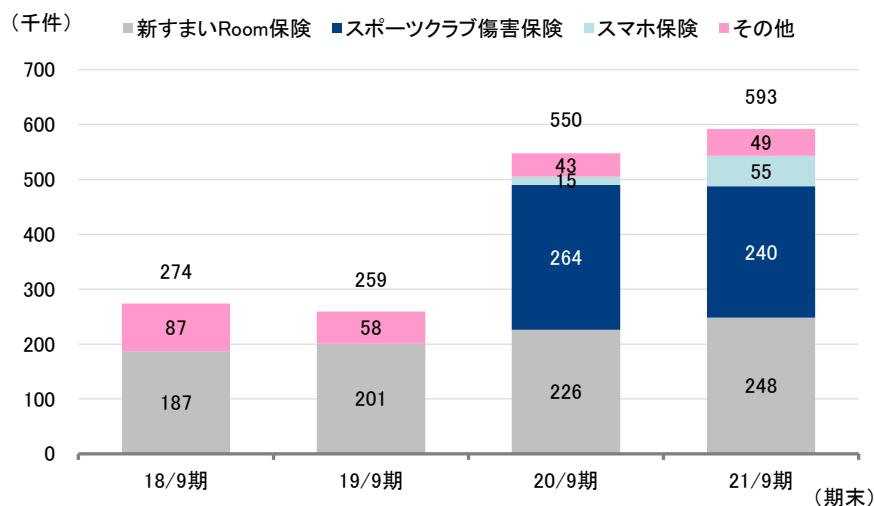
保険事業 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

主要保険商品の被保険者数を見ると、「新すまい Room 保険」は販売代理店拡大の効果もあって、前期比 22 千件増の 248 千件となったほか、「スマホ保険」が同 40 千件増の 55 千件となった。一方、「スポーツクラブ 傷害保険」はコロナ禍の影響もあって同 24 千件減の 240 千件に減少した。その他保険商品については弁護士 保険等が着実に増加している。

保険契約件数の推移

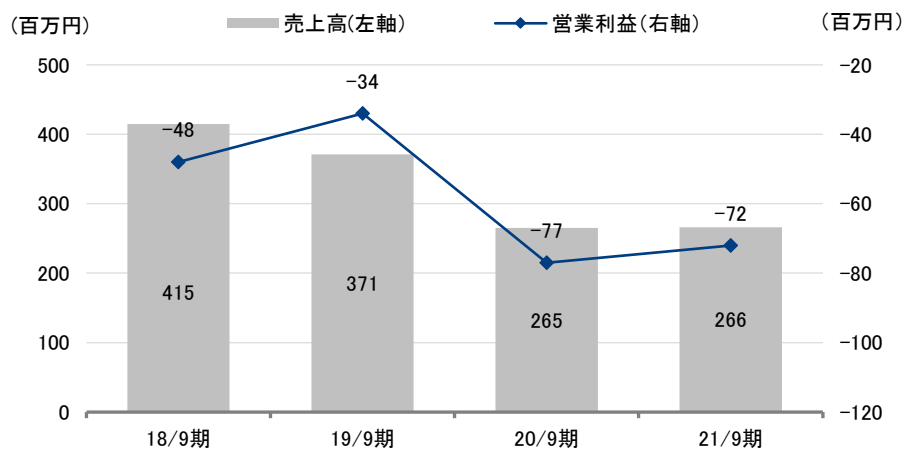


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(4) リペア事業

リペア事業の売上高は前期比 0.6% 増の 266 百万円、営業損失は 72 百万円（前期は 77 百万円の損失）となった。収益改善策として、施工技術を生かした高単価案件に注力したことで、売上高は 2016 年に事業を譲受して以降、若干ではあるものの初めて増収となった。営業損失は社内共通費用の配分額を見直したこともあり前期から拡大したものの、共通費用控除前では黒字化している。

リペア事業 業績推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

(5) ライフテック事業

ライフテック事業の売上高は前期比 169.7% 増の 230 百万円、営業損失は 222 百万円（前期は 153 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契約件数の増加により売上高は伸長したものの、年明け以降の電力調達価格高騰の影響により損失額が拡大した。同社では事業リスクが高いと判断し、2021 年 9 月末で同事業から撤退したことを明らかにしている。

M&A の実施により総資産が拡大し、純資産も 100 億円を突破する

3. 財務状況と経営指標

2021 年 9 月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 6,971 百万円増加の 28,175 百万円となった。アクトコール他 1 社を子会社化したことが増加要因の大半を占めている。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が 2,767 百万円、未収入金が 923 百万円、売掛金が 479 百万円それぞれ増加した。固定資産では投資有価証券が 661 百万円減少したものの、ERP システムの導入によりソフトウェア仮勘定が 520 百万円増加したほか、アクトコール他 1 社の子会社化に伴いのれんが 1,808 百万円増加した。ERP システムについては 2021 年 10 月より稼働を開始しており、2022 年 9 月期から償却を開始する（5 年償却）。

ジャパンベストレスキューシステム

2453 東証 1 部

2022 年 1 月 5 日 (水)

https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

負債合計は前期末比 3,210 百万円増加の 16,507 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 1,626 百万円増加したほか、有利子負債が 787 百万円増加した。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」などの会員数増加に加えて、アクトコールの「アクト安心ライフ 24」の前受収益が上積みされている。期末時点で 9,266 百万円まで積み上がっており、2022 年 9 月期以降に売上計上されることになる。

純資産合計は前期末比 3,761 百万円増加の 11,668 百万円となった。主に資本剰余金が 2,445 百万円増加し、自己株式が 1,357 百万円減少(増加要因)したことによる。同社はアクトコール他 1 社を株式交換で子会社化したか、そのときに用いられた自己株式 300 万株の簿価は 450 円で過去に市場から 13.5 億円で購入したものとなる。その後株価は上昇し、株式交換比率を決定した際の株価は 931 円となっていたため、本来であれば 28 億円が必要だった買収資金を 13.5 億円のコストで実施できたことになり、自己株式を効果的に活用できたと言える。

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 35.8% から 40.2% に上昇し、逆に有利子負債比率は 31.1% から 27.8% に低下した。自己株式の処分に伴い自己資本が大きく増加したことが主因だ。ネットキャッシュ(現預金-有利子負債)も 80 億円以上と同社の事業規模からすれば潤沢にあり、また、投資有価証券も 68 億円強の水準となっていることも考えると、財務の健全性は高いと判断される。同社は今後の投資有価証券の運用方針に関して、事業提携関係にある上場株式に関しては基本的に保有継続方針であるものの、その他の株式や金融商品に関しては適切な時期を見計らい徐々に減らしていく意向を示している。同様に未上場企業の株式に関しては IPO したタイミングで一部を売却することにしている。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

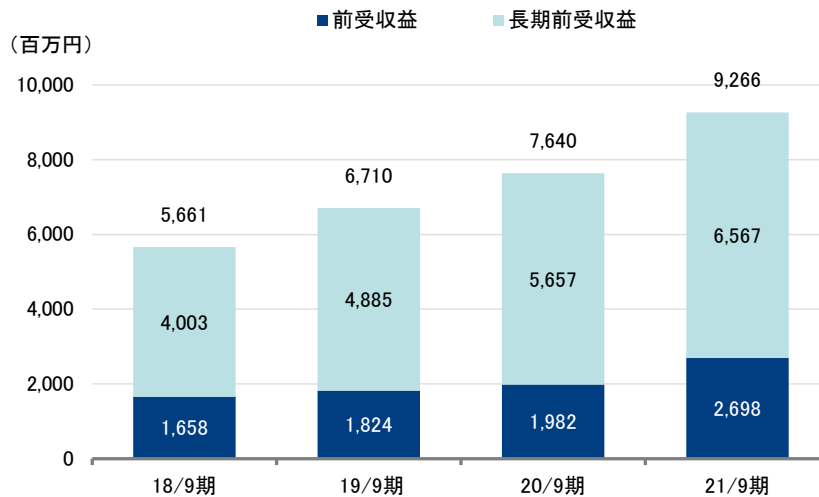
	18/9 期	19/9 期	20/9 期	21/9 期	増減額
流動資産	9,551	10,074	10,897	15,399	4,502
(現金及び預金)	7,756	8,271	8,770	11,538	2,767
固定資産	5,313	8,476	9,987	12,391	2,404
総資産	14,865	18,761	21,204	28,175	6,971
負債合計	8,823	10,657	13,296	16,507	3,210
(前受収益、長期前受収益) ※	5,661	6,710	7,640	9,266	1,626
(有利子負債)	700	1,485	2,357	3,144	787
純資産合計	6,042	8,104	7,907	11,668	3,761
(安全性)					
自己資本比率	40.6%	42.1%	35.8%	40.2%	4.4pt
有利子負債比率	11.6%	18.8%	31.1%	27.8%	-3.3pt
ネットキャッシュ	7,056	6,786	6,412	8,393	1,980
(収益性)					
ROA (総資産経常利益率)	11.7%	11.7%	9.0%	7.0%	-2.0pt
ROE (自己資本利益率)	20.9%	23.5%	12.9%	0.6%	-12.3pt
売上高営業利益率	12.2%	13.6%	11.3%	10.5%	-0.8pt

※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相当する。

出所:決算短信よりフィスコ作成

業績動向

前受収益の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

3ヶ年中期経営計画を発表。 年率2ケタ成長により2024年9月期に営業利益2,500百万円を目指す

1. 中期経営計画

(1) 中期経営計画の概要

同社は2024年9月期までの3ヶ年中期経営計画を発表した。経営理念の再定義と全社戦略を策定し、事業ポートフォリオの整理と組織体制の見直しを遂行することで年率2ケタ成長を目指していくことになる。

a) 経営理念の再定義

同社は創業以来、「困っている人を助ける！」をミッションに掲げ、事業を進めてきた。今回もミッションは変わらないが、ビジョンについては若干変えて「We create the “Best Rescue System” (いつも暮らしに寄り添い、安心できるベストな仕組みやサービスを創る)」とした。

b) 全社戦略の設定

経営戦略として、営業・業務の両面で「パートナーシップ戦略」を推進し、最小の組織・資源で最大価値を発揮することをテーマとして掲げた。

ジャパンベストレスキューシステム | 2022年1月5日(水)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

営業戦略については、既存事業の成長と新規事業を推進していく。既存事業については市場環境の変化に機微に対応しながら、提携先の拡大やM&A等も活用することで収益基盤をさらに強固なものとし、安定成長を目指していく。また、新規事業についてはM&Aやスタートアップ企業との連携、共同開発等により、積極的な創出を推進していく方針だ。

業務戦略については、コールセンター業務や各カンパニーで行っていた業務を、新たに組織化する業務本部に一元化することで、業務品質の向上とコスト効率化を図っていく。また、新ERPシステムの導入による業務の標準化や効率化を推進していくほか、人材育成の強化や施工パートナー等のサービスインフラの拡充も進めていく計画である。新ERPシステムでは、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、事業部間連携による重層営業の効果も一段と上がると期待される。

管理・財務戦略については、2022年4月の東京証券取引所市場再編に伴うプライム市場への移行に向けて、ガバナンス体制の強化や各種委員会の設置等の検討を進めていく。また、SDGs等の取り組みについても今後積極的に開示していく予定である。

c) 事業ポートフォリオ整理

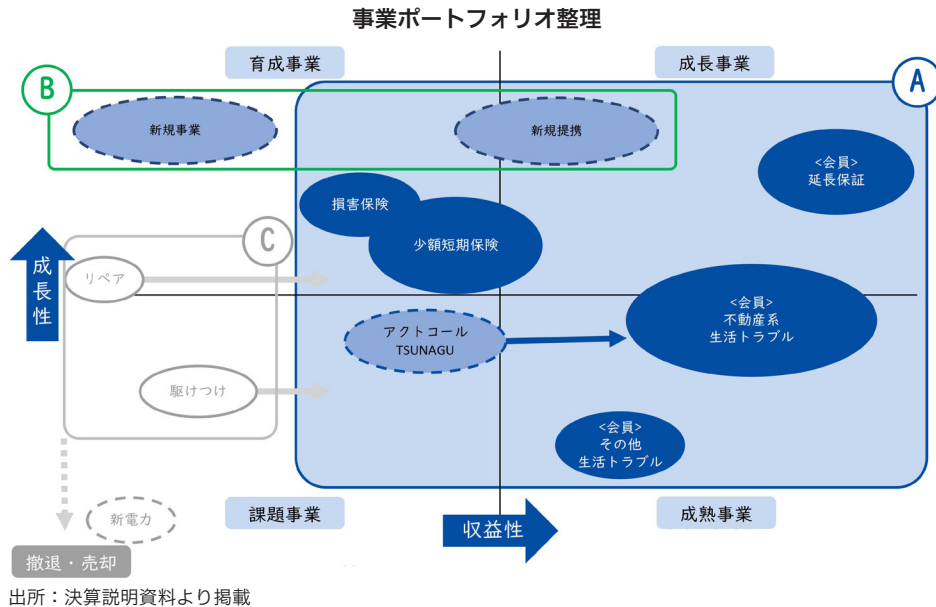
同社では現在の各事業を、収益性の高い成長・成熟事業、育成事業、課題事業の3つに整理し、それぞれの戦略を推進していく。収益性の高い成長・成熟事業は主に、会員事業、保険事業となるが、これらは契約件数を積み上げていくことで持続的な成長を図っていく。新たに子会社化したアクトコールに関しては、2021年9月期の営業利益率が3%台と同社の会員事業の利益率23.6%と比較して乖離が大きい。同社では収益性が低い原因をある程度把握しており、ここを改善することで利益率を引き上げていくことは可能と考えている。

具体的には、アクトコールではコールセンターへの入電件数が多く、これがコールセンターの外注費増加につながり、収益性の低い原因の1つとなっていた。入電内容が駆けつけサービスの対象外であるケースが多く、これらの入電件数を減らすことで外注費の削減が可能となる。そのためには販売パートナーである不動産会社に対して商品内容を周知徹底していくことが重要となる。同社でも過去に同じ課題に直面し、改善してきたノウハウを持っており、そのノウハウをアクトコールに注入することで、早期改善が可能になると見ている。同社ではアクトコールの営業利益率について2022年9月期は6.9%を計画しているが、外注費の削減に取り組むだけでも10%まで引き上げることは可能と見ている。

一方、保険事業は事業の性質上、極端に収益性を高めることは困難なため、収益性については若干の向上を図り、保険商品の拡充により売上規模を拡大していく戦略となる。新規事業に関しては、新たな提携先開拓に加え、社内外のリソースを活用しながら創出・育成していくことになる。

課題事業としては、リペア事業と駆けつけ事業を挙げている。このうち、リペア事業については徐々にではあるが収益力がついてきており、今後、提携先の拡大によって作業件数を増やしていくことにより収益性を向上していく戦略となっている。また、減収傾向が続いている駆けつけ事業についても、地域金融機関等との提携により集客ルートを増やすことで、作業件数の回復を目指していくことになる。ただ、両事業ともに今後3年間で期待通りに収益性が改善しなければ、事業撤退といったことも検討していくことになる。

今後の見通し



d) 組織体制の見直し

同社は「最小組織でパートナーシップを活かした効率的な事業成長」の実現に向けて、2022 年 1 月より新たな組織体制に移行する。現状はカンパニー制を敷いており、営業系カンパニーとして 7 つ（駆けつけ、不動産、会員、保証、リペア、ライフテック、保険）、管理系カンパニーとして 4 つ（コーポレート、サービスインフラ、コンタクト、IT）の合計 11 カンパニー体制で事業を運営してきた。ただ、縦割りの組織体制で顧客管理システムも統一されていないことから、事業間連携による重層営業などが進まず非効率な状態が継続されてきた。今回、新 ERP システムの導入により各カンパニーのシステムが統一されたことを機に、組織体制を機能別組織に再編成することにした。機能を集約することで全体最適な経営資源の配分と効率化を実現していくことになる。具体的には 4 本部（営業本部、業務本部、管理本部、経営戦略本部）とグループ会社（保険、保証、アクトコール・TSUNAGU）に再編成する。

(2) 価値創造プロセス

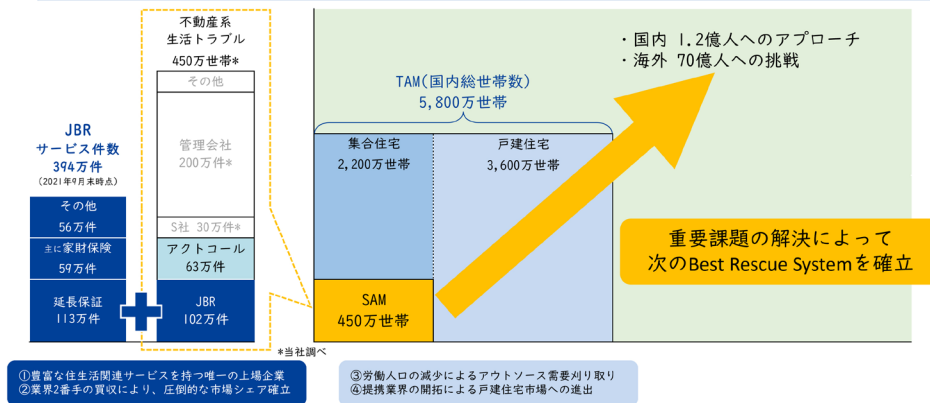
同社はアクトコールを子会社化したことにより、集合住宅向け生活トラブル解決サービス市場 450 万世帯のなかで、約 37% のシェア（同社調べ）を握ることとなった。第 2 位の事業者が約 7% のシェアになっていると見られ、残りの大半は不動産管理会社が内製化しているが、不動産管理会社ではコスト削減のためアウトソーシング化する傾向となっており、今後こうした需要を同社で取り込んでいくことが可能と見ている。また、集合住宅市場では残り約 1,800 万世帯の未開拓市場が残っているほか、今後は不動産サービス会社との提携により戸建住宅市場にも本格展開していく予定となっている。これら戦略が順調に進めば成長スピードも加速していくものと予想される。

今後の見通し

「あんしん修理サポート」についても、リフォーム市場だけでなく住宅メーカーとの提携拡大によって新築市場の取り込みを図り、契約件数をさらに拡大していく計画である。また、保険事業は主力の家財保険の拡販に加えて、開発力を生かした多様な保険商品を投入していくことで着実な成長を目指す。そのほか、少子高齢化社会の進展に対応した新たなサービスの創出にも取り組んでいく。2021年6月に提供開始した高齢者向け見守りサービス「安心確認コール」などもその1つで、今まで蓄積してきた5,500万件のデータを活用して、トラブル解決だけでなくトラブルを予防するサービスなども展開していく予定だ。こうした取り組みにより、会員事業及び保険事業の契約件数を2024年9月期までに500万件、2030年9月期までに1,000万件の突破を目指す。また、将来的には海外市場への展開も視野に入れている。海外で同様のビジネスモデルでサービス展開している企業はなく、今後調査・検討を進めていく計画である。

重要課題の解決

少子高齢化社会への対応	<ul style="list-style-type: none"> 労働人口の減少に伴い拡大するアウトソースニーズの取り込み 生活様式や業界の変化を捉えた新サービスの創出 縮小リスクのある施工パートナー網の維持と拡大
テクノロジー活用の推進	<ul style="list-style-type: none"> コンタクトセンター業務の効率と品質の向上 ERP導入によるITリスク最小化の実現 稼働実績5,500万件のデータ活用によるトラブル予防サービスの開発
より高次元なガバナンス構築	<ul style="list-style-type: none"> 社会的課題の解決と経済的利益を両立する経営戦略・経営目標の設定 監査・指名・報酬委員会の設置推進、サステナビリティ委員会の発足 事業ポートフォリオの継続的な見直しと管理会計の充実による経営可視化



出所：決算説明資料より掲載

(3) 経営数値目標

中期経営計画における数値目標としては、2024年9月期に連結売上高22,000百万円、営業利益2,500百万円、経常利益2,650百万円、親会社株主に帰属する当期純利益1,800百万円を掲げている。3年間の年平均成長率は売上高で17.8%、営業利益で21.1%となり、2ケタ成長を継続していくことを目標に掲げている。また、営業利益率については2022年9月期はアクトコール等の子会社化によって9.6%と一旦、低下する見込みとなっているが、2024年9月期には11.4%まで上昇する計画となっている。

ジャパンベストレスキューシステム | 2022年1月5日(水)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

中期経営計画数値目標

(単位：百万円)

	21/9期		22/9期		23/9期		24/9期		年平均 成長率
	実績	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比		
売上高	13,460	18,000	33.7%	20,000	11.1%	22,000	10.0%	17.8%	
営業利益	1,408	1,730	22.8%	2,000	15.6%	2,500	25.0%	21.1%	
営業利益率	10.5%	9.6%	-	10.0%	-	11.4%	-	-	
経常利益	1,740	1,900	9.2%	2,150	13.2%	2,650	23.3%	15.0%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	56	1,200	2,014.4%	1,500	25.0%	1,800	20.0%	216.5%	
EBITDA	1,653	2,309	39.7%	2,644	14.5%	3,185	20.5%	24.4%	

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

KPI

	21/9期		22/9期		23/9期		24/9期		年平均 成長率
	実績	計画	前期比	計画	前期比	計画	前期比		
サービス契約数(千件)	3,940	4,407	11.9%	4,923	11.7%	5,471	11.1%	11.6%	
会員数	3,347	3,725	11.3%	4,145	11.3%	4,604	11.1%	11.2%	
被保険者数	593	681	14.8%	778	14.2%	867	11.4%	13.5%	
従業員数(人)	344	364	5.8%	366	0.5%	375	2.5%	2.9%	
JBR 単体	178	190	6.7%	187	-1.6%	189	1.1%	2.0%	
グループ会社	166	174	4.8%	179	2.9%	186	3.9%	3.9%	

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

前提となる KPI を見ると、会員事業や保険事業のサービス契約件数は年率 11.6% の成長で 2024 年 9 月期に 5,471 千件を目指す。この目標値は新規事業や提携先拡大による効果をほとんど見込んでおらず、上積みできる可能性は高いと弊社では見ている。一方で、連結従業員数は新 ERP システムの導入と組織体制の見直しによる業務効率の向上によって増員を抑えていく方針である。2024 年 9 月期末は 2021 年 9 月期末比 31 名増の 375 名となり、1 人当たり生産性の向上が営業利益率上昇に寄与することになる。

2022 年 9 月期業績は新規提携案件の効果を殆ど見込まない 保守的な前提で計画

2. 2022 年 9 月期の業績見通し

2022 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 33.7% 増の 18,000 百万円、営業利益で同 22.8% 増の 1,730 百万円、経常利益で同 9.2% 増の 1,900 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で 1,200 百万円（前期は 56 百万円の利益）となり、売上高と営業利益は過去最高を更新する見通しだ。

今後の見通し

2022年9月期連結業績見通し

(単位:百万円)

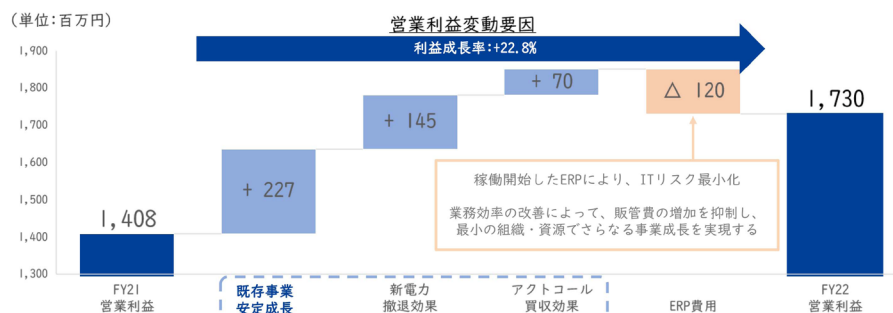
	21/9期		22/9期		増減額
	通期実績	前期比	通期計画	前期比	
売上高	13,460	11.6%	18,000	33.7%	4,539
営業利益	1,408	3.0%	1,730	22.8%	321
経常利益	1,740	-3.2%	1,900	9.2%	159
親会社株主に帰属する 当期純利益	56	-94.3%	1,200	-	1,143
1株当たり利益(円)	1.83	-	35.36	-	-

出所:決算短信よりフィスコ作成

アクトコール他1社の子会社化によって、売上高で3,600百万円、営業利益で70百万円(のれん償却額180百万円控除後)の増収増益要因を見込んでいる。アクトコール他1社の2021年9月期実績が売上高で3,537百万円、営業利益で115百万円だったため、売上高は微増にとどめ収益性の改善を優先的に取り組む計画となっている。営業利益率は6.9%としているが、前述した改善施策の効果が早期に顕在化すれば利益面でさらに上積みできる可能性もある。なお、販路開拓に関しては、同社と重ならないように毎週ミーティングで確認しあっている。また、アクトコールの販売パートナーに対して、同社の家財保険の導入提案を進めており、保険事業の契約件数増加に寄与するものと期待される。販売パートナー数は同社の半分程度の規模となっていることから、従来よりも販路が3倍に広がったことになり、その効果は大きいと弊社では見ている。

売上高の増収4,539百万円の内訳は、M&A効果で3,600百万円となり、残り900百万円は既存の会員事業・保険事業の増収1,200百万円と電力販売事業の撤退等による減収300百万円による。また、営業利益の増益321百万円の内訳は、既存事業で227百万円の増益、赤字事業からの撤退で145百万円の増益、M&A効果で70百万円の増益となり、新ERPシステムの稼働開始に伴う減価償却費等の費用増で120百万円を見込んでいる。

2022年9月期業績予想



(単位:百万円)	FY22 業績予想	FY21		要因		
		実績	差異		増減率	
売上高	18,000	13,460	+4,539	+33.7%	+3,600 +900	アクトコール買収効果 +1,200:既存事業 / -300:新電力・感染拡大防止事業
営業利益	1,730	1,408	+321	+22.8%	+442	上記の通り収益基盤が着実に積み上がる
経常利益	1,900	1,740	+159	+9.2%	-130	実績を踏まえて有価証券売却損益を計上 市況は不確定なので、例年実績の50%程度に留めて予算化 <売却損益> FY22:+130 / FY19:+347 20:+307 21:+265
純利益	1,200	56	+1,143	+2,014.4%	+995	FY21は当社株価上昇に伴うのれん増加分を特損計上

出所:決算説明資料より掲載

ジャパンベストレスキューシステム | 2022年1月5日(水)
 2453 東証1部 | https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

営業外収支がやや悪化する計画となっているが、これは有価証券売却損益について市況が流動的なことから例年実績の50%程度の水準で計画に織り込んでいることが要因だ(21/9期+265百万円→22/9期+130百万円)。なお、同社は自社株価予約取引を行っており、会計上の取り扱いとして四半期ごとに時価評価を行い直前四半期よりも株価が上昇すれば営業外にデリバティブ評価益を、下落していればデリバティブ評価損を計上することになっている。現在、同取引の対象株数は474千株となっている。2021年9月末の株価が1,262円、12月10日時点の株価が1,009円となっており、12月末まで同水準が続いた場合には、2022年9月期第1四半期決算において約1.2億円のデリバティブ評価損の計上が見込まれる。なお、対象株式の満期決済日は2022年6月(300千株)及び9月(174千株)となっており、その後は株価水準にもよるが業務提携先または機関投資家へ売却するか、自己株として保有していく方針だ。

事業セグメント別の見通しは以下のとおり。

(1) 会員事業

会員事業の売上高は前期比44億円増加の114億円、営業利益は2.2億円増加の18.7億円を見込む。このうち、アクトコールの影響を除いた既存事業だけで見ると8億円の増収、1.6億円の増益となる。サービス契約件数は前期末比378千件増の3,725千件を計画しており、内訳は「安心入居サポート」で同80千件増の1,100千件、「あんしん修理サポート」で同218千件増の1,350千件、「学生生活110番」で同12千件増の300千件、アクトコールで同50千件増の680千件、その他で同20千件増の295千件と見込んでいる。

「安心入居サポート」については前期に107千件増加していることや、2022年以降の提携先の広がりを考えれば達成可能な水準と見られる。また、「あんしん修理サポート」についても前期に198千件増加しており、四半期ごとに50千件のペースで拡大を続けていることから達成可能な水準と言える。「学生生活110番」については、入会のタイミングが2022年春の入学シーズンに集中するため、そこに向けて既存販売先である大学生協での入会率アップに向けたフォローアップを強化していくほか、新規販売先の開拓に取り組んでおり、2期ぶりの増加を目指している。

その他のサービスとしては、2021年6月より提供を開始した「安心確認コール」が注目される。賃貸物件に入居する60歳以上の高齢者を対象とした原状回復費用等の補償付き見守りサービスとなる。利用者に対して定期的に電話で安否確認を行い、応答が無かった場合に家族や管理会社へメールで報告し、事故が発生した場合に生じる原状回復費用や空室期間中の逸失利益までを補償範囲内としている。「安心入居サポート」を同じ販売チャンネルを生かせるため、高齢者のみの世帯数が増加傾向にあるなかで成長ポテンシャルは高い。

(2) 保険事業

保険事業の売上高は前期比3.2億円増加の50億円、営業利益は横ばい水準を見込む。保険契約件数は前期末比88千件増の681千件を計画しており、内訳は新すまいRoom保険で同42千件増の290千件、スマホ保険で同35千件増の90千件、スポーツクラブ傷害保険で同横ばいの240千件、その他で同12千件増の61千件と見込んでいる。主力の新すまいRoom保険については前期の22千件増から増加数が2倍に増えることになるが、大半は前期に予定していた大手不動産会社向けの販売開始に伴う増加となっており、アクトコール経由での販売増が見込めることも考えれば達成可能な水準と言える。また、その他保険商品については弁護士保険等の既存商品の着実な増加に加えて、2021年12月より販売開始した「セクハラパワハラ保険」等の新商品の寄与を見込んでいる。利益面では責任準備金の積立増加を見込み、横ばい水準で計画している。

今後の見通し

(3) 駆けつけ事業・リペア事業

駆けつけ事業並びにリペア事業に関しては収益性の改善を最優先に取り組む方針で、売上高については前期並みの水準を見込んでおり、利益面では収支均衡ラインまでの回復を目指している。駆けつけ事業については、現在取り組んでいる地域金融機関との提携拡大による集客力のアップを見込んでいる。2021 年 5 月に発表した(株)福邦銀行(福井県)との業務提携では、銀行の店頭でサービス内容と専用フリーダイヤルを告知するチラシを配布するなどのプロモーション活動を実施し、専用フリーダイヤルからの入電でサービスを提供した場合に、サービス料の一部を紹介手数料として福邦銀行に支払うスキームとなる。同社にとっては、Web プロモーションやチラシ広告などプロモーションコストをかけずに集客できることになり、福邦銀行にとってはコストを殆どかけずに紹介手数料が入る仕組みとなる。同社は今後も同様の提携先を拡大していくことで効率的に集客し、出動件数を増やしていく戦略である。一方、リペア事業においても会員事業の生活トラブル解決サービスのメニューに組み込むことで、作業件数の拡大を見込んでいる。

(4) パートナーシップ戦略の進捗状況

パートナーシップ戦略については着々と進んでいる。2021 年 8 月以降では、介護総合支援事業を展開するインフィック(株)と提携し、同社の在宅確認サービスの提供を開始したほか、9 月にはレスキュー損害保険と日本 PC サービスシステム、エレコム <6750> が共同で新型 iPhone 向け液晶保護ガラスフィルムに保険サービスを付帯した商品の販売を開始、その後も金融機関 3 社と業務提携し、相手先のサービス上で同社の生活トラブル解決サービス(駆けつけサービス)やリペアサービスの集客につながる取り組みを開始している。

2021 年 8 月以降の提携案件

提携先	業界	提携内容(発表年月)
インフィック	介護	インフィックが提供する高齢者生活支援システム「LASHIC(ラシク)」の家庭版である「LASHIC-home」のオプションとして同社の在宅確認サービスを提供(2021年8月)
日本 PC サービス エレコム	スマート フォン	エレコムが販売する iPhone 新機種向け液晶保護ガラスフィルムと、万が一の液晶画面割れ時に修理費用を補償する保険付きサービスを付帯した商品を 2021 年 9 月より発売。レスキュー損害保険で保険サービスを提供(2021年9月)
常陽銀行	金融	常陽銀行が高齢者向けに提供している「スマイル・ナビゲーション」等を通じて、同社の生活トラブル解決サービス(駆けつけサービス)の提案を開始(2021年9月)
アルプスカード	金融	アルプスカード(公務員を対象としたクレジットカード会社)の顧客に対して同社のリペアサービスの内容やフリーダイヤルを Web 上で告知する等のプロモーション活動を開始。2022 年からは生活トラブル解決サービスも開始予定(2021年11月)
アプラス	金融	新生銀行グループのアプラスが提供するプラットフォーム「BANKIT®(バンキット)」のコンテンツとして、生活トラブル解決サービスを提供(2021年12月)

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

現在も多くの企業と提携協議を進めており、2022 年以降も提携案件がさらに拡大していくものと予想される。近日、発表見込みの案件としてはカラダノート <4014> との提携による女性向け保険サービスがあり、現在金融庁の認可待ちの状態となっている。また、大手不動産会社とテストを進めている案件は戸建住宅市場をターゲットとしたもので、生活トラブル解決サービスを提供していく予定だ。2022 年 4 月に提供開始予定の大手旅客サービス会社向けも同様で、生活トラブル解決サービスの提供を予定している。業界は旅客業界となっているが、コロナ禍の影響を受けないサービスを展開しており、顧客数も数百万人規模と大きいことから収益面でのプラス効果が期待される。

今後の見通し

提携候補先との協議中の案件 (一部)

(2021 年 11 月時点)

業界	時期	提携先・内容	マーケット規模
地域金融機関	2021 年内	金融機関 1 行	-
	2022 年	金融機関 3 行	-
	未定	金融機関 20 行以上	-
クレジットカード	22/9 期上期中	百貨店 A	150 万人
	未定	百貨店 B	17 万人
		百貨店 C	30 万人
医療・介護	近日	カラダノート 保険	9 千人 / 年
	2022 年	退院サポート	250 万人 / 年
不動産業界	テスト中	大手不動産サービス	※
	2021 年内	家財保険 (団体型保険)	3 千人 / 月
旅客業界	2022 年 4 月	大手旅客サービス	※
	2022 年	旅行予約サービス	25 万人
その他	22/9 期上期中	通販サービス	50 万人
	2022 年	生活サービス A	40 万人
	未定	生活サービス B	40 万人
		シニア向けサービス	30 万人
		LP・都市ガス	-

※提携先の特定に繋がるため、規模は非開示。

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

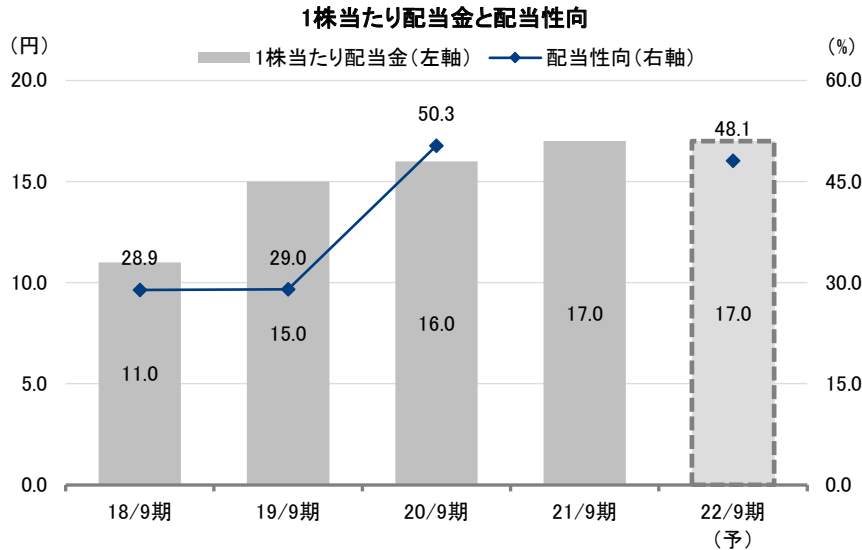
■ 株主還元策と SDGs の取り組みについて

連結配当性向 30% 以上を目安に配当を実施

1. 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% 以上を目安としている。2021 年 9 月期の 1 株当たり配当金は前期比 1.0 円増の 17.0 円だった。2022 年 9 月期では 1 株当たり配当金は前期比横ばいの 17.0 円 (配当性向 48.1%) 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) を贈呈している。

株主還元策と SDGs の取り組みについて



出所：決算短信よりフィスコ作成

2. SDGs の取り組みについて

同社は SDGs の取り組みとして、顧客とともに提携先も巻き込み、誰一人取り残さない社会の実現を目指していくことを方針に掲げている。「困っている人を助ける！」を経営理念としている同社にとっては、事業成長そのものが持続可能な社会の構築に貢献しているとも言える。SDGs で掲げられている 17 の目標のなかでも特に、17 番目に掲げられている「パートナーシップで目標を達成しよう」を上位概念として捉え、提携拡大を通じて地方創生の推進や、新たな産業基盤の構築に取り組んでいく考えだ。

また ESG の視点での取り組みとして、環境面では紙使用量の削減や駆けつけサービスにおける出勤の効率化による省エネ化とサービス品質の両立を図っているほか、環境保全団体への支援として、社内に寄付型自動販売機を設置している。

社会面では、少子高齢化社会への対応に関連して高齢者見守りサービスの提供を開始したほか、高齢化で縮小リスクのある施工パートナーの維持・拡大に取り組んでいる。また、ワークライフバランスの推進により働き甲斐のある職場づくりを進めている。

ガバナンス面では、プライム市場における上場企業に求められる高いガバナンス基準への対応に取り組んでいるほか、BCP 対策の強化、ステークホルダーとの積極的対話などに取り組んでいる。

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・表示したのですが、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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp