

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 東証プライム市場・名証プレミアム市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 6 月 14 日 (火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst Yuzuru Sato



FISCO Ltd.

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

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

目次

■ 要約	01
1. 2022 年 9 月期第 2 四半期累計の業績概要	01
2. 2022 年 9 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	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. 2022 年 9 月期第 2 四半期累計の業績概要	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	13
1. 2022 年 9 月期の業績見通し	13
2. パートナーシップ戦略の進捗状況	16
3. 中期経営計画	17
■ 株主還元策と SDGs の取り組みについて	19
1. 株主還元策	19
2. SDGs の取り組み	20

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

要約

パートナーシップ戦略の推進により会員、保証、保険事業の顧客数拡大が続く見通し

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。2022 年 3 月末の会員数は 3,569 千件、被保険者数は 606 千件と順調に積み上がっている。なお、修理サポートサービスを展開するジャパンワランティサポート<7386>が 6 月 23 日付で東京証券取引所グロース市場に上場する。

1. 2022 年 9 月期第 2 四半期累計の業績概要

2022 年 9 月期第 2 四半期累計(2021 年 10 月 -2022 年 3 月)の連結業績は、売上高で前年同期比 32.7% 増の 8,806 百万円、営業利益で同 9.8% 増の 738 百万円と会社計画通りの進捗となった。2021 年 9 月末に(株)アクトコール他 1 社を買収した効果により、売上高で 1,761 百万円、営業利益で 97 百万円(のれん償却額 92 百万円控除後)の増額要因となっている。既存事業ベースで見ると会員、保証、保険事業の顧客数が順調に積み上がったことにより、売上高は増収となったが、営業利益は若干の減益となった。駆けつけ事業や保険事業、会員事業が減益となったためだが、このうち保険事業については契約件数の増加に伴う契約準備金繰入額の増加が要因であり、前向きな減益と捉えることができる。

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 百万円と期初計画を据え置いた。アクトコールの買収効果で売上高 3,600 百万円、営業利益 70 百万円(のれん償却額 180 百万円控除後)の増額要因を見込んでいたが、営業利益については買収後の業務見直しを進めたことで想定以上に改善しており、当初計画を上回る見通しだ。一方で、保険事業については期初計画には織り込んでいなかった競合他社からの移行案件(約 3 万件)が加わるため、売上高については上振れするものの、契約準備金繰入額も合わせて増加することから、利益ベースでは当初計画を下回り、アクトコールの上振れ分とほぼ相殺する格好となりそうだ。ただ、計画には織り込んでいない新規提携先(JAF(日本自動車連盟)、ワタミ<7522>等)を通じた会員獲得が順調に進めば上振れ要因となる可能性がある。会員、保証、保険事業の契約件数は合計で前期末比 467 千件増の 4,407 千件を計画しており、第 2 四半期までの進捗率は 51% と順調に進んでいる。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

要約

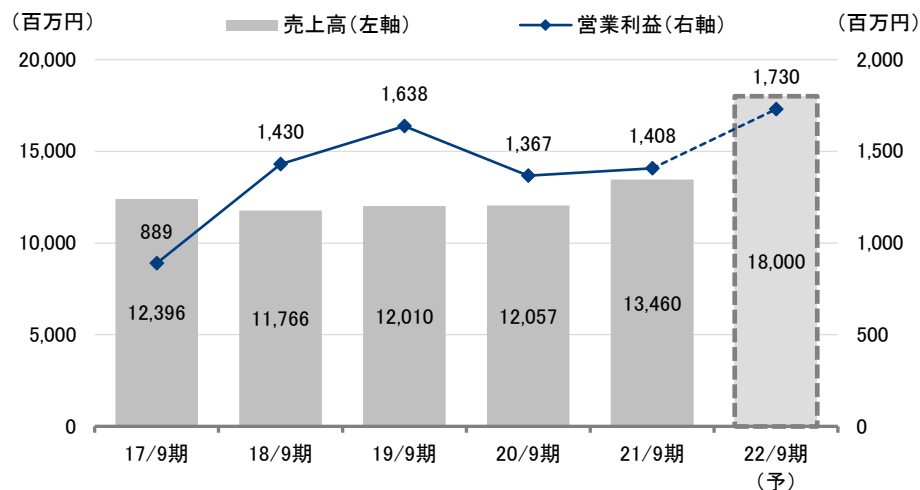
3. 中期経営計画

同社は 2022 年 9 月期から 3 ヶ年の中期経営計画をスタートしている。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方針を打ち出している。最終年度となる 2024 年 9 月期の売上高は 22,000 百万円、営業利益は 2,500 百万円とし、年率 2 ケタ台の増収増益を目指している。KPI となる会員・保証・保険事業の契約件数は 2021 年 9 月期末の 3,940 千件から 2024 年 9 月期末に 5,471 千件まで積み上げることで売上規模を拡大し、また、ERP システムの導入効果による業務効率の改善により営業利益率も 2021 年 9 月期実績の 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が進んでいるほか不動産、クレジットカード、医療・介護業界など広範な分野で交渉が進んでいる。そのほか、2021 年 12 月に資本業務提携を締結した伊藤忠商事 <8001> を通じて同グループ会社との提携交渉や保険商品の開発等も進めており、こうした提携ネットワークを広げていくことで、同社サービスの利用者を拡大していく戦略となっている。生活者の困り事は多種多様にあり、これらを解決するサービスをストック型のビジネスモデルとして展開していくことで、持続的かつ安定的な成長が期待できる企業として注目される。

Key Points

- ・ 2022 年 9 月期第 2 四半期累計業績は M&A 効果で過去最高売上を更新、営業利益も計画通りに進捗
- ・ 契約件数増加に向けたパートナーシップ戦略が着々と進行中
- ・ 2024 年 9 月期にサービス契約数 5,471 千件、営業利益 2,500 百万円を目指す

業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

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）を子会社化したほか、2019 年にはレスキュー損害保険（株）を設立、開業している。また、2020 年に日本 PC サービス <6025> の株式を取得し持分法適用関連会社（出資比率 22.1%）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た。直近では 2022 年 2 月に水回りトラブル解決サービスのパートナーの 1 社であったアクアライン <6173> の株式を追加取得して持分法適用関連会社（出資比率 23.6%）とするなど、積極的な M&A・アライアンス戦略により業容を拡大している。2022 年 3 月末時点で連結子会社は 5 社、持分法適用関連会社 2 社となっている。

なお、アクトコール及び TSUNAGU については 2022 年 10 月 1 日付で同社が吸収合併する予定となっている。経営統合することで営業・管理・コールセンター業務の効率化を図ることで、グループ全体の収益性向上を図っていくことが狙いとなっている。また、2022 年 6 月 23 日付でジャパンワランティサポートが東証グロース市場に上場する。株式上場の目的は、上場会社としての信用力がアップすることで、提携先企業の増加が期待できることに加えて、人材採用力、資金調達力の向上により事業成長スピードを加速していくことにある。同社の出資比率は 2021 年 9 月期末の 100.0% から上場後は約 52% に低下する見込みであり、非支配株主に帰属する当期純利益の増加につながるが、それ以上に株式上場することのメリット（＝収益拡大）の方が大きいと判断した。株式上場後も連結対象子会社として株式を保有していく方針となっている。

2. 事業の内容

事業セグメントは、2022 年 9 月期より現況に合わせて一部変更を実施している。従来は駆けつけ、会員、保険、リペア、ライフテックの 5 事業で区分していたが、ライフテック事業については 2021 年 9 月期に電力小売事業から撤退したことによりなくなり、新たに会員、保証、保険、駆けつけの 4 事業とその他（感染拡大防止事業等）に区分した。従来、会員事業に含めていた保証事業を独立開示したほか新規事業（感染拡大防止事業等）をその他に区分した。また、売上規模が小さく収益性に課題を抱えていたリペア事業を会員事業に統合し、会員事業のサービスの一部として提供することで、売上規模の拡大と収益性向上を進めることが狙いとなっている。特に、不動産分野では従来の賃貸市場だけでなく、新築市場にも展開していくことにしており、リペアサービスは提携先を拡大していくためのフック役になるものと期待している。なお、商業施設や飲食店向けのリペアサービスについては従来通り継続していく。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

事業概要

2022 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 55.4% と全体の過半を占め、次いで保険事業が 29.2%、保証事業が 7.9%、駆けつけ事業が 5.6% となっている。また、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の比率が全体の 9 割以上を占め、かつこれら事業は収益化しており、安定性の高い収益基盤を既に構築していることが同社の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
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)	55.4%	ストック型
	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 (学生生活 110 番、ライフサポートバック等)		
	リペアサービス ハウスメーカー、提携事業者向け住宅・家具等のリペアサービス及び宿泊施設や飲食店等の事業者向けリペアサービス		
保証	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)	7.9%	ストック型
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	29.2%	ストック型
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	5.6%	フロー型
その他	新規事業 (感染防止対策事業等)	1.8%	フロー型

※売上構成比は 2022 年 9 月期第 2 四半期累計実績

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

(1) 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 割弱は会費収入となり、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。2022 年 3 月末の契約件数は、2,330 千件 (アクトコール分 640 千件含む) 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、同事業の会費収入の約 52% を占めている (2022 年 9 月期第 2 四半期累計)。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 (サブスクリプション型) 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。サブスクリプション型の契約率は 2016 年 9 月期末時点では 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)。アクトコールでは同様のサービス「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、料金もほぼ同水準となっている。同事業の会費収入の 35% を占める (2022 年 9 月期第 2 四半期累計)。アクトコールの商品については月額定額サービスや 1 年版 (税込 8,800 円) が契約の大半を占めている。

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.

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
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）のほか、通信事業者と提携して販売しているライフサポートパックなどがある。

また、リペアサービスについて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、補修サービスを行っている。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にも販路を広げてきた。今後は会員サービスのメニューの一つとすることで、規模の拡大と収益力の強化を図っていく方針となっている。

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。

(2) 保証事業

ジャパンワランティサポートで住設機器、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）を主に提供している。「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おり、主要な提携先は（株）ヤマダデンキで新規契約件数の約 3 割、売上高で約 24%（2022 年 9 月期第 2 四半期累計）を占めている。

2022 年 3 月末の同事業の会員数は 1,239 千人と同社グループのサービスのなかでは最大規模となっており、成長率も年率 20% と高成長が続いている。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、最近では住宅メーカーとの提携強化に注力している。

(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 85%（2022 年 9 月期第 2 四半期累計）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。

ジャパンベストレスキューシステム

2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)

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

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% が同社の売上高として計上される。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。ただ、両商品合わせても保険料収入の構成比は 6% 弱とまだ小さい。

なお、レスキュー損害保険は設立時に日本生命保険 (相)、セブン銀行 <8410> が各 7.1% 出資したほか、2022 年 1 月には不動産賃貸仲介・管理の大手である (株) ミニミニグループと資本業務提携を行い※、火災保険の販売をミニミニグループ店舗で開始している。

※ 第三者割当増資後のレスキュー損保の株主構成比率は、同社が 81.4%、日本生命保険、セブン銀行が各 6.7%、ミニミニグループが 4.9% となった。

(4) 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同社の両方と契約している店舗もあるが、契約条件については同社の内容に統一していくことになっている。

※ 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での依頼も多くなってきている。また、集客の新たな導線として地域金融機関との提携も 2021 年 9 月期から開始している。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けの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。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

2022 年 9 月期第 2 四半期累計業績は M&A 効果で過去最高売上を更新、営業利益も計画通りに進捗

1. 2022 年 9 月期第 2 四半期累計の業績概要

2022 年 9 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比 32.7% 増の 8,806 百万円、営業利益で同 9.8% 増の 738 百万円、経常利益で同 14.6% 減の 695 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同 4.2% 減の 518 百万円となった。2021 年 9 月末にアクトコール他 1 社を買収した効果により、売上高で 1,761 百万円、営業利益で 97 百万円（のれん償却額 92 百万円控除後）の増額要因となり、売上高については過去最高を更新した。経常利益が減益となったのは、投資有価証券売却益が前年同期比 149 百万円減少したことや、自社株価予約取引に関連したデリバティブ評価損 108 百万円※を計上（前年同期比 23 百万円増加）したことによる。また、期初会社計画比で見ると、売上高、営業利益は計画通り進捗したが、経常利益はデリバティブ評価損の計上等により計画を 16.5% 下回った。

※ 同社株価が 2021 年 9 月末の 1,262 円から 2022 年 3 月末に 1,008 円に低下したことによる評価損。第 3 四半期末の株価が 1,008 円を下回れば評価損が膨らむことになる。

2022 年 9 月期第 2 四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

	21/9 期 2Q 累計		期初計画	22/9 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	6,637	-	8,800	8,806	-	32.7%	0.0%
売上総利益	2,795	42.1%	-	3,772	42.8%	35.0%	-
販管費	2,122	32.0%	-	3,033	34.5%	42.9%	-
営業利益	672	10.1%	733	738	8.4%	9.8%	0.7%
経常利益	815	12.3%	833	695	7.9%	-14.6%	-16.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	541	8.2%	550	518	5.9%	-4.2%	-5.8%
EBITDA	744	11.8%	-	1,204	11.6%	30.6%	-

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

既存事業ベースの売上高で見ると、ライフテック事業（電力小売事業）撤退に伴う減収分 120 百万円を会員、保証、保険事業の顧客数増加による増収効果で吸収し、前年同期比 6% 増収となった。一方、営業利益は同 5% 程度の増益となる。駆けつけ事業が減収に伴い減益となったほか、保険事業が被保険者数の急増に伴う責任準備金の積み立てにより減益となり、会員事業でも売上構成比の上昇で本社管理コストの配賦費用が増加により減益となるなど、主力事業は好調ゆえに会計上の負担が増加した。一方でライフテック事業の損失分がなくなった。ただ、保険事業の減益については契約件数の増加に伴う契約準備金繰入額の増加によるものであり、前向きな減益と捉えることができる。なお、EBITDA（償却前営業利益）ベースでは、前年同期比 30.6% 増の 1,024 百万円となっている。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

なお、同社は 2021 年 12 月に伊藤忠商事と資本業務提携契約を締結した。伊藤忠商事が同社の株式を約 3% 取得し、今後、伊藤忠グループで展開している保険や不動産、小売事業などで同社の会員サービスを拡販していくほか、保険商品などの開発も共同で進めていく予定にしている。同社にとっては基盤事業である会員事業や保証事業、保険事業などで顧客獲得の機会が増えることになり、今後の成長ペースが加速していく可能性がある。

会員事業と保険事業で契約件数の増加ペースが加速

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)

	21/9 期 2Q 累計		22/9 期 2Q 累計					
	売上高	営業利益	売上高	増減額	増減率	営業利益	増減額	増減率
会員	2,823	500	4,884	2,060	73.0%	465	-35	-7.0%
保証	609	248	699	90	14.9%	268	20	8.2%
保険	2,400	203	2,575	174	7.3%	188	-15	-7.5%
駆けつけ	693	0	489	-203	-29.4%	-53	-54	-
ライフテック	120	-159	-	-120	-	-	159	-
その他	-	-	162	162	-	16	16	-
調整額	-9	-121	-4	5	-	-146	-25	-
合計	6,637	672	8,806	2,169	32.7%	738	65	9.8%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

(1) 会員事業

会員事業の売上高は前年同期比 73.0% 増の 4,884 百万円、営業利益は同 7.0% 減の 465 百万円となった。アクトコール他 1 社の買収効果で 1,761 百万円の増収、97 百万円の増益要因となっている。既存事業ベースでは会員数増加による増収で 193 百万円、収益認識会計基準等の適用による影響で 105 百万円の増収要因となった。一方、営業利益は会員数増加による増益が 32 百万円あったものの、売上構成比の上昇による配賦費用額の増加等で 165 百万円の減益要因となった。

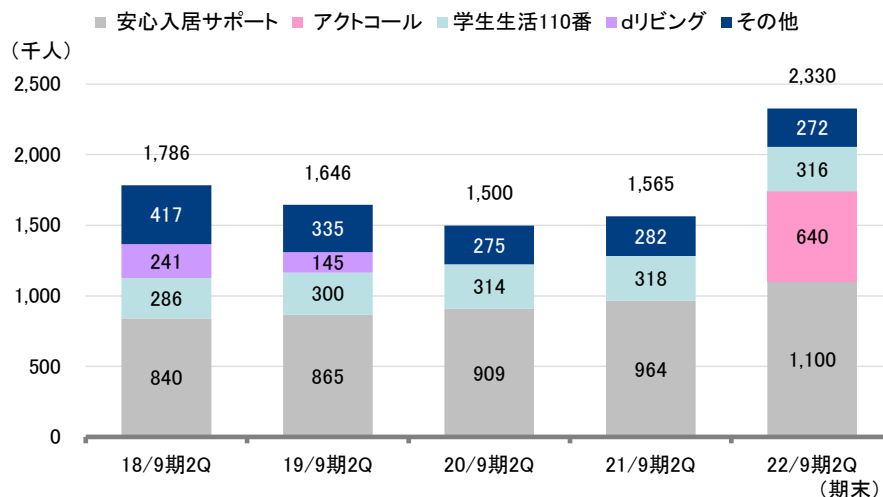
2022 年 9 月期第 2 四半期末の会員数は前年同期比 765 千件増加の 2,330 千件となった。このうち、アクトコール分が 640 千件となっており、既存事業ベースでも 125 千件増となっている。主力の「安心入居サポート」は 136 千件増の 1,100 千件と増加ペースが加速した。販売ネットワークの拡充が進んでいることや、家賃等に会費を含めて提供するサブスクリプション型の契約件数が増加した結果、サービス継続率が上昇していることが要因と見られる。一方、大学生協を通じて販売する「学生生活 110 番」については同 2 千件減の 316 千件にとどまった。コロナ禍で地方から上京して学生生活を送る新入生が減少していることが影響していると思われる。その他の会員サービスについても低採算なサービスを縮小していることから、同 10 千件減の 272 千件となった。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
 https://www.jbr.co.jp/ir_info/

業績動向

商品別会員数推移



注：dリビングは19/9期2Qでサービス終了
 出所：決算説明資料よりフィスコ作成

また、会費収入が前年同期比 79.3% 増の 3,333 百万円となった一方で、出動費用（保証事業分を含む）は同 42.5% 増の 1,435 百万円に抑えられており、費用のコントロールが適切に実施されているものと評価される。アクトコールの業績については収益性の面で想定以上に改善が進んだ。当初計画では通期で営業利益率 6.9%（買収前 3.2%）を目標としていたが、第 2 四半期累計で 10.8% まで上昇した。同社の利益率の水準である 20% に対してはまだ低いものの、統合によるシナジー効果が早速顕在化しているようだ。主な取り組みとして、コールセンターの業務効率化（サービス対象外の入電本数を削減する）や不採算となっている販売パートナーとの条件見直し交渉、施工パートナーに対する作業原価の是正交渉等に取り組んでおり、その効果が早速顕在化しているようだ。下期は体制強化等によるコスト増を見込んでいるため、利益率は下がる見込みとなっているが、通期の営業利益は当初計画の 250 百万円（第 2 四半期累計実績 189 百万円）を上回る見通しだ。

主要指標



ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

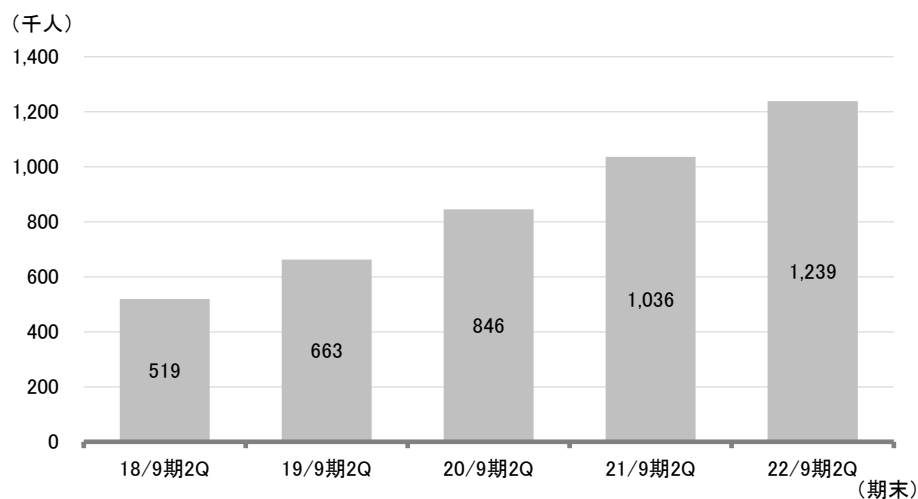
業績動向

(2) 保証事業

保証事業の売上高は前年同期比 14.9% 増の 699 百万円、営業利益で同 8.2% 増の 268 百万円となった。2022 年 9 月期第 2 四半期末の「あんしん修理サポート」の会員数は前年同期比 203 千件増の 1,239 千件と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獲得が続いていることに加えて、住宅メーカー等の新たな販路開拓が進んでいることも会員数の増加につながっている。同商品は契約期間が 5 ～ 10 年と長期間にわたるため、新規会員数増加の単年度の増収インパクトは小さいが、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。

また、営業利益率が低下したが主には修理件数の増加に伴う売上原価率の上昇が主因となっている。住設機器の修理については購入後 7 年目以降から増加する傾向にあり、こうした会員からの修理依頼が増加した。また、ジャパンワランティサポートの株式上場に向けた体制整備に関連した費用が増加したことも一因と考えられる。

あんしん修理サポート会員数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) 保険事業

保険事業の売上高は前年同期比 7.3% 増の 2,575 百万円、営業利益は同 7.5% 減の 188 百万円となった。前述したように、契約件数が加速的に増加したことによる契約準備金繰入額の増加が減益要因となった。前年同期は繰入額戻入金を 7 百万円計上し、2022 年 9 月期第 2 四半期累計では 46 百万円の準備金繰入額を計上し、差額の 53 百万円が減益要因となる。契約準備金繰入額の影響を除いたベースで見ると、営業利益は前年同期比 19.4% 増の 234 百万円となる。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

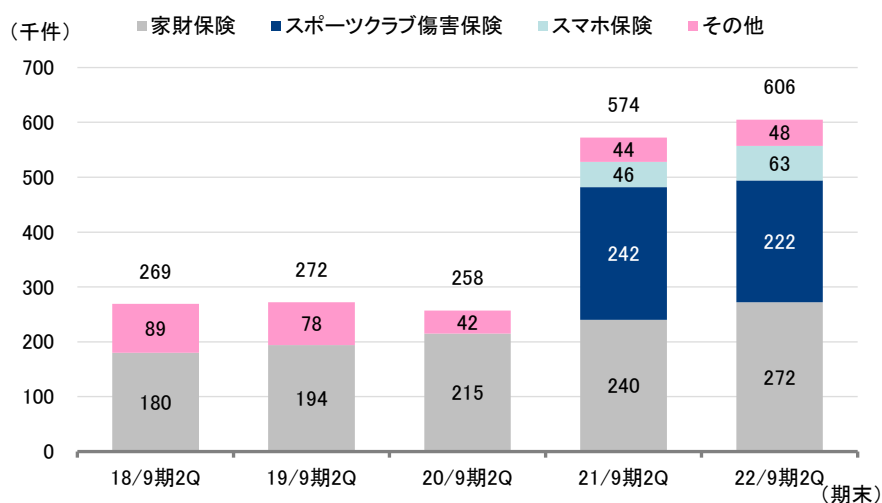
業績動向

第 2 四半期末の保険契約件数を見ると、「新すまい Room 保険」を中心とする家財保険が前年同期比 32 千件増の 272 千件と従前よりも増加ペースが加速した。販売ネットワークが拡大していることに加えて、2022 年 1 月に賃貸仲介大手の（株）ミニミニグループとレスキュー損害保険が資本業務提携を締結し※、ミニミニグループが仲介する賃貸住宅の入居者向けに火災保険の販売を開始したことも増加要因となった。今後はミニミニグループ向けでの火災保険の販売シェア拡大に加えて、不動産分野での新たな保険商品の開発も共同で進めていく予定となっている。

※ミニミニグループは賃貸仲介、社宅代行の大手で、店舗数は約 450 店舗を展開している。レスキュー損害保険の株式の 4.9% を取得した。家財保険の販売により年間約 1 億円の保険料収入を見込んでいる。

「スマホ保険」は販売チャンネルの拡大（オンライン販売）効果もあって同 17 千件増の 63 千件となり、「スポーツクラブ傷害保険」はコロナ禍でスポーツクラブの会員数が減少した影響もあって同 20 千件減の 222 千件となった。その他の少額短期保険商品については同 4 千件増の 48 千件と堅調に推移した。なお、保険料収入の構成比で見ると、家財保険が全体の 85% と大半を占めており、「スマホ保険」は 3%、「スポーツクラブ傷害保険」は 2% となっている。

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

(4) 駆けつけ事業

駆けつけ事業の売上高は前年同期比 29.4% 減の 489 百万円と減収基調が続き、営業損失 53 百万円（前年同期 0.4 百万円の利益）を計上した。他社サイトからの集客を中心に Web 集客が減少したことや、コロナ禍が続くなかで他者との接触を回避する意識が引き続き強く、カギ及び水回りのトラブルに関する作業依頼件数が減少した。今後については収益化を目指すことを基本方針とするが、場合によっては事業の継続可否も含めて外部コンサルタントも交えながら議論を進めていくことにしている。

(5) その他

2021 年 9 月期下期から開始した感染拡大防止事業については、売上高で 162 百万円、営業利益で 16 百万円となった。2021 年 9 月期下期は売上高で 274 百万円、営業利益で 57 百万円だったが、2022 年 9 月期下期はまん延防止等重点措置が解除されていることから、売上はほぼなくなるものと予想される。

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.

将来の売上となる前受収益が着実に積み上がる

3. 財務状況と経営指標

2022 年 9 月期第 2 四半期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比 100 百万円増加の 28,276 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では未収入金が 792 百万円減少したものの、現金及び預金が 1,149 百万円増加し、固定資産では投資有価証券が 612 百万円減少した。

負債合計は前期末比 938 百万円増加の 17,445 百万円となった。会員、保証事業における前受収益及び長期前受収益が合計 725 百万円増加したほか、有利子負債が 157 百万円増加した。前受収益は将来の売上につながる先行指標であり、増加傾向が続いているのは、プラスに評価される。純資産合計は前期末比 837 百万円減少の 10,831 百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益 518 百万円を計上した一方で、配当金支出で 287 百万円、自己株式取得で 259 百万円、その他有価証券差額金で 556 百万円の減少となったほか、収益認識会計基準等の適用に伴って期首の利益剰余金残高が 405 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前期末の 40.2% から 36.5% に低下し、逆に有利子負債比率が 27.8% から 32.0% に上昇するなど数値面ではやや悪化したものの、主因は前受収益の増加と会計基準変更や自己株取得等に伴う利益剰余金の減少によるものであり、問題のない水準と言える。また、ネットキャッシュ（現金及び預金－有利子負債）も前期末比で 991 百万円増加の 9,385 百万円と過去最高水準に積み上がっていることを考えれば、財務の健全性は高いと判断される。なお、同社は未上場企業や事業提携関係にある上場企業も含めて、投資有価証券を 6,286 百万円保有している。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)

	19/9 期	20/9 期	21/9 期	22/9 期 2Q	増減
流動資産	10,074	10,897	15,399	15,817	418
（現金及び預金）	8,271	8,770	11,538	12,687	1,149
固定資産	8,476	9,987	12,391	12,067	-323
資産合計	18,761	21,204	28,175	28,276	100
負債合計	10,657	13,296	16,507	17,445	938
（前受収益、長期前受収益）※	6,710	7,640	9,266	9,992	725
（有利子負債）	1,485	2,357	3,144	3,302	157
純資産合計	8,104	7,907	11,668	10,831	-837
（安全性）					
自己資本比率	42.1%	35.8%	40.2%	36.5%	-3.7pt
有利子負債比率	18.8%	31.1%	27.8%	32.0%	4.2pt
ネットキャッシュ	6,786	6,412	8,393	9,385	991

※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。

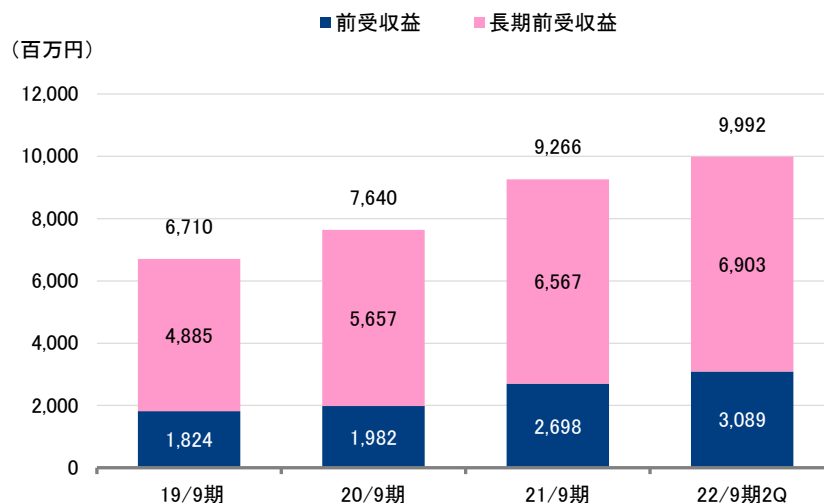
出所：決算短信よりフィスコ作成

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

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

2022 年 9 月期の売上高、営業利益は 2 ケタ増収増益となる見通し

1. 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）と期初計画を据え置いた。第 2 四半期までの通期計画に対する進捗率は売上高で 48.9%、営業利益で 42.7%、経常利益で 36.6% となっている。同社のビジネスはストック型が中心で下期に偏重する傾向があることを考えれば、売上高、営業利益については達成可能な水準と考えられる。一方で、経常利益に関しては期末時点における自社の株価水準によってデリバティブ評価損益が発生することから流動的と言える。

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	2Q 進捗率
	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	48.9%
営業利益	1,408	3.0%	1,730	22.8%	321	42.7%
経常利益	1,740	-3.2%	1,900	9.2%	159	36.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	56	-94.3%	1,200	-	1,143	43.2%
1 株当たり当基純利益 (円)	1.83		35.62			

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（ディスクレーマー）をお読みください。

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

ジャパンベストレスキューシステム

2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)

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

今後の見通し

アクトコール他 1 社の子会社化による業績への影響額は、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）の増額要因として見込んでいたが、前述したように第 2 四半期累計で営業利益は 97 百万円と想定を上回っており、下期に人材投資を実施したとしても通期で 1 億円弱程度の上振れが見込まれる。一方で、保険事業における契約準備金繰入額が下期も増えそうなことや、駆けつけ事業の低迷が続くようなことなどマイナス要素もあるため全体で見れば営業利益は会社計画並みの水準で着地すると思われる。なお、上期より新 ERP の稼働を開始しており、減価償却費等の関連費用 120 百万円を見込んでいる。

営業外収支に影響を与えている自社株価予約取引については、対象株数 474 千株の四半期末ごとの株価によってデリバティブ評価損益が計上されることになる。2022 年 3 月末の株価 1,008 円に対して、6 月 2 日時点の株価は 797 円となっており、6 月末の株価も同水準だったと仮定すれば 100 百万円の評価損がさらに発生することになる点には留意しておく必要がある。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) であったが、6 月分については決済日を 1 年後に先送りしたことを発表している。今後については、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、自己株式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

会員事業は買収効果もあって増収増益となる見通し。サービス契約件数は前期末比 162 千件増の 2,375 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、「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 千件となる。

「安心入居サポート」については 2022 年 9 月期第 2 四半期累計で既に 1,100 千件に達していることから、大幅な上振れが見込まれる。2021 年 9 月期下期の純増数が 56 千件だったことから少なくとも同規模以上の純増が期待される。特に、会員数の増加に向けて複数の有力な提携案件（詳細は後述）が決まっていることから、どの程度上積みできるのかに注目したい。また、アクトコールについては通期の 50 千件増に対して第 2 四半期までの増加分が 10 万件にとどまっているが、グループ化直後は会員数の獲得よりも収益体質の改善を優先的に取り組む方針であったことが要因で、当初計画に比べて進捗が遅れているわけではない。また、販売パートナーとの契約見直し交渉を進めた結果、一部のパートナーが離脱したものの、当初想定していたよりも影響は少なかったようだ。このため、通期の 50 千件増という目標も達成可能な水準にあると弊社では見ている。

一方、「学生生活 110 番」については第 2 四半期末で 316 万件と目標水準を上回っているものの、同サービスは例年、契約獲得のタイミングとなる第 2 四半期をピークに契約件数は減少傾向を辿るため、2021 年 9 月期と同じペースで推移したとすれば若干計画を下回る可能性がある。このため同社は、大学生協を持たない大学や専門学校などの新規販路の開拓に注力していくほか、既存販路の大学生協についても契約率の向上に向けたフォローアップを強化していくことにしている。

(2) 保証事業

ジャパンワランティサポートの発表資料によれば、2022 年 9 月期の売上高は前期比 15.3% 増の 1,443 百万円、営業利益は同 5.5% 増の 512 百万円となる見通し。「あんしん修理サポート」の契約件数は前期末比 212 千件増の 1,344 千件となる。第 2 四半期末で同 107 千件の増加となっており、新規販路の開拓も進んでいることから計画の達成は可能と見られる。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

(3) 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期初計画で見込んでいた。売上高については当初計画を上回る可能性が高いものの、利益は契約準備金繰入額の増額によって減益となる可能性がある。

保険契約件数については、期初計画で前期末比 88 千件増の 681 千件を見込んでいた。内訳は「新すまい Room 保険」を中心とした家財保険で同 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 千件となる。

家財保険については第 2 四半期末までで前期末比 24 千件増と順調に積み上がっていることに加えて、第 3 四半期から計画に含めていなかった約 3 万件が加わることで、当初計画を大きく上回る見通しとなっている。この約 3 万件は同様の家財保険を販売していた他社が撤退を決定しており、登録代理店を同社に委託されたことによるものである。この結果、保険料収入は増加するものの契約準備金繰入額も増加するため、一時的に減益要因となる。契約準備金繰入額は契約件数の増加に応じて積立額が算出されるため、増加ペースが加速する局面では積立額も増加する（将来の支払リスクが大きくなるため）。逆に契約件数の増加ペースが鈍化する局面では積立額を取崩すケースもある。2022 年 9 月期は既存商品の販売好調に加えて、他社商品からの移行という特殊要因も加わることで準備金繰入額が増加し利益圧迫要因となるが、実質的な収益基盤は拡大している。

「スマホ保険」については、前期末比 35 千件増の計画に対して第 2 四半期までに 8 千件の増加とやや進捗は遅れているが、GMO インターネット<9449>で 2022 年 4 月より取り扱いが開始されるなど販路が広がることで、キャッチアップしていく。「スポーツクラブ傷害保険」については前期末比横ばいの 240 千件に対して、第 2 四半期末は 222 千件となっている。既存フィットネスクラブ 2 社に加えて、新たに Fast Fitness Japan<7092>が運営する「エニタイムフィットネス」が加わったことで、第 3 四半期以降の積み上げを目指す。既存 2 社については月会費のなかに組み込まれているため、新規入会数と連動して同社の保険商品も増えることになるが、3 社目についてはオプションサービスとなるため、契約件数がどの程度伸びるかは未知数だ。ただ、全国で店舗展開し会員数も 60 万人を抱える大手であることから、契約件数の増加につながる取り組みとして期待される。そのほか、資本業務提携先の伊藤忠商事とも新たな保険商品を共同で複数開発中だが、商品化は 2023 年 9 月期となる可能性が高い。

(4) 駆けつけ事業

駆けつけ事業については、収益性の改善を最優先に取り組み、期初計画では売上高で前期比横ばい、利益で収支均衡ラインを目指していたが、通期でも減収、並びに損失を計上する可能性が高いと弊社では見ている。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

契約件数増加に向けたパートナーシップ戦略が着々と進行中

2. 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。既に提携先に向けてサービス提供を開始した案件としては、前述したミニミニグループやエニタイムフィットネス、GMO インターネット向けの各種保険商品のほか、2022 年 4 月から JAF との提携により会員制生活トラブル解決サービス「JAF のホームライフサポート」の提供を開始した。また、同年 5 月にはワタミと業務委託契約を締結し、ワタミの宅食事業「ワタミの宅食」を通じて、6 月より会員制生活トラブル解決サービスの提供を開始した。

パートナーシップ戦略の進捗状況（2022 年 1 月以降）

(2022 年 6 月時点)

業界	開始時期	提携先	内容	マーケット規模
不動産	2022年1月	ミニミニグループ	賃貸入居者向けに家財保険を販売、新商品を共同開発	-
旅客	2022年4月	JAF	会員制生活トラブル解決サービス「JAF のホームライフサポート」を提供	2000 万人
生活	2022年4月	エニタイムフィットネス	スポーツクラブ傷害保険	60 万人
通信	2022年4月	GMO インターネット	スマホ保険の販売	-
飲食	2022年6月	ワタミ	「ワタミの宅食」ユーザーに会員制生活トラブル解決サービスを提供	-
ガス	近日中	-	生活トラブル解決サービス	-
警備	-	-	生活トラブル解決サービス	-
地方銀行	交渉中	-	教育ローン商品とのセットで生活トラブル解決サービスを提供	-
クレジットカード	-	-	生活トラブル解決サービス	150 万人
医療	-	-	ワンマイル / 退院サポート	120 万人 / 年

出所：決算説明資料等よりフィスコ作成

JAF はロードサービスを主に提供している社団法人で約 2,000 万人の会員を抱えている。JAF の年会費に 2,200 円を追加することで水回りやカギ、ガラス、電気、建具等の生活トラブルを解決するサービスを無料*で受けることが可能となる。また、出勤先も 2 ヶ所設定できるため、申込者の自宅以外にも離れて暮らす家族の住まいへの出勤も可能なことが特徴となっている。プロモーション施策としては、JAF が会員向けにメルマガや DM などで告知していくほか、ロードサイドサービス提供時や各種イベント開催などでプロモーション活動を行っていく予定だ。同社は会員制サービスを集合住宅向けから戸建市場向けへと展開を進めており、全国のドライバーを会員とする JAF との提携によって戸建市場への展開を加速していきたい考えだ。

* 基本料金（出張料、作業料（60 分までの作業）が無料

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

また、ワタミとの提携では、宅食で国内トップシェアである「ワタミの宅食」サービスを利用する高齢者をターゲットに、生活トラブル解決サービスの会員獲得を進めていく。毎日、お弁当等を手渡しで配達するスタッフが直接、会員サービスへの加入を促進していくことになる。「ワタミの宅食」は毎日 20 万食以上が配達されていることから、会員数の増加につながる取り組みとして期待される。これら以外にも現在、複数案件で提携に向けた交渉が進められており、こうした企業との提携を積極的に進めることで会員、保証、保険事業の契約件数拡大を目指す。

2024 年 9 月期にサービス契約数 5,471 千件、 営業利益 2,500 百万円を目指す

3. 中期経営計画

(1) 中期経営計画の概要

同社は 2022 年 9 月期から 3 ヶ年の中期経営計画をスタートしている。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、営業戦略として既存事業の成長と新規事業の育成を図っていく方針を打ち出している。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、持続的な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、共同開発等によって創出していくことにしている。

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、最終的に受注から販売、決済、顧客管理までグループのすべてのシステムを統一することになっており、事業部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。

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伴い、ガバナンス体制の強化や各種委員会の設置等に取り組んでいく。既に監査等委員会設置会社へ移行したほか、サステナビリティへの取り組みの推進と中長期的な企業価値の向上を目指すため、2022 年 5 月の取締役会でサステナビリティ委員会の設置及び TCFD※提言への賛同表明について決議している。今後、SDGs 等の取り組みについても積極的に開示していく予定である。

※ TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) : G20 の要請を受け、2015 年に主要国の中央銀行や金融規制当局などが参加する国際機関である金融安定理事会 (FSB) によって設立。企業に対して気候変動関連のリスク・機会の評価と財務への影響について開示することを提言している。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

(2) 事業戦略

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、保証事業、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。特に、会員事業において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 39% のシェア（同社調べ）を握ることとなった。第 2 位の事業者は約 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、こうした需要を同社で今後取り込んでいくことも可能と見ている。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、今後はパートナーシップ戦略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。

また、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% を大きく下回っていたが、グループ化以降は外注費の削減や販売パートナー、施工パートナーとの条件を見直していくことで、10% 超の利益率まで改善した。2022 年 10 月 1 日付で同社が吸収合併することで、各種業務の共通化を図ることで利益率の一段の引き上げが可能になると見ている。

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。資本業務提携先の伊藤忠商事のほか、レスキュー損害保険の株主でもあるミニミニグループ、日本生命保険などとも共同開発を進めており、これらが将来的に収益に貢献することになる。

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。また、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会員事業に統合し、会員サービスの一つとすることで収益化を図っていく。特に、今後市場開拓に注力していく戸建市場において需要があると見ている。一方、減収傾向が続いている駆けつけ事業については前述した通り、事業の継続可否も含めて議論を進めていくことにしている。

(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 ケタ成長が続く見通しだ。また、営業利益率については 2022 年 9 月期にアクトコール等の子会社化で 9.6% と一旦、低下する見込みだが、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
 2453 東証プライム市場・名証プレミア市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
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	-	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%

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	11.3%	5,471	11.1%	11.6%
会員数	3,347	3,725	11.3%	4,145	10.8%	4,604	11.1%	11.2%
被保険者数	593	681	14.9%	778	14.1%	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。この目標値に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いないため、達成する可能性は高いと弊社では見ている。また、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向上によって、増員を抑えていく方針となっており、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。

株主還元策と SDGs の取り組みについて

配当性向の目安を 30% から 50% に引き上げ

1. 株主還元策

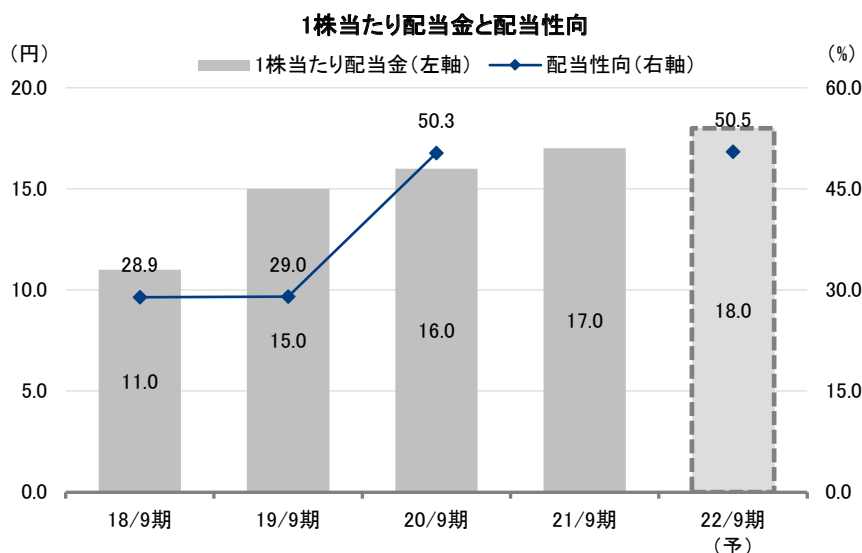
株主還元方針について同社は従来、配当性向で 30% 以上を目安としてきたが、2022 年 9 月期より 50% に引き上げることを 2022 年 2 月に発表した。これにより 2022 年 9 月期の 1 株当たり配当金は前期比 1.0 円増配の 18.0 円（配当性向 50.5%）となる予定だ。今後も利益成長が続けば増配が期待できることになる。

ジャパンベストレスキューシステム
 2453 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2022 年 6 月 14 日 (火)
https://www.jbr.co.jp/ir_info/

今後の見通し

また、株主優待制度についても変更した。従来は 3 月末のすべての株主に対して、同社がオフィシャルスポンサーとなっているキッズニア（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）贈呈していたが、2022 年 3 月末より 100 株以上保有の株主に対して、キッズニア優待券 2 枚を贈呈することとした。



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、「困っている人を助ける！」の経営理念に基づき、2022 年 3 月にウクライナ避難民に対して、安心して豊かな生活を送る支援を実施すべく、生活トラブル解決サービス等の無償提供を行うことを発表している。

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がい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。

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.

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、配布等することは強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