

|| 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

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年7月20日(木)

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. 2023年9月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2023年9月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業の内容	03
■ 業績動向	06
1. 2023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	08
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	14
1. 2023年9月期の業績見通し	14
2. 中期経営計画	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	23

要約

戸建て市場の開拓が進行、新たな収益基盤として育成

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。住宅のカギや水回りのトラブルなど、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提供している。また、子会社で保険事業や保証事業（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。保証事業を展開するジャパンワランティサポート<7386>は、2022年6月に東京証券取引所グロース市場に上場した。

1. 2023年9月期第2四半期累計業績の概要

2023年9月期第2四半期累計（2022年10月-2023年3月）の連結業績は、売上高で前年同期比4.6%増の9,208百万円、営業利益で同1.7%減の725百万円と増収減益となったものの会社計画（売上高9,075百万円、営業利益620百万円）に対してはそれぞれ上回った。会員・保証・保険事業（以下、主力3事業）が順調に推移したことが主因で、売上高は過去最高を更新した。営業利益は前第2四半期に終了した感染拡大防止事業分の影響（44百万円）や、会員事業における受電体制強化に伴う投資費用の増加（94百万円）、保険事業における顧客獲得ペースの加速による責任準備金繰入額の増加（138百万円）が減益要因となった。ただ、責任準備金の影響を除いた営業利益では同16.1%増益となっており、主力3事業の顧客基盤拡大が利益増につながっている。2023年9月期第2四半期末の会員及び保証事業の会員数は前年同期比7.5%増の3,837千件、保険契約件数は同16.2%増の704千件とそれぞれ過去最高を更新した。

2. 2023年9月期の業績見通し

2023年9月期の連結業績は売上高で前期比2.8%増の18,300百万円、営業利益で同13.0%増の1,650百万円と期初計画を据え置いた。下期は保険事業における責任準備金の負担が軽減される一方で、会員事業においてACTG※の顧客の一部解約が発生すること、また新事業として開始した中古携帯電話回収事業の立ち上げが遅れていることなどが要因だ。ただ、ACTGの顧客の解約時期は8月からで影響額も最大で月10百万円と試算されていることなどから、計画の達成は可能と見られる。パートナーシップ戦略による販路拡大は着実に進んでおり、前期から開始した（一社）日本自動車連盟（以下、JAF）を通じた会員獲得は3千件を超えるなど計画を上回るペースで進んでおり、今後新たな施策を打つことでさらなる会員獲得を目指していく。また、近日中に大手社会インフラ企業や大手不動産売買仲介企業、伊藤忠グループとの新たな提携案件も纏まる見通しだ。

※ 2021年9月に子会社化し、2022年10月に吸収合併した旧（株）アクトコール、旧（株）TSUNAGU。今回の解約により20万件弱の会員数減少が見込まれている。

要約

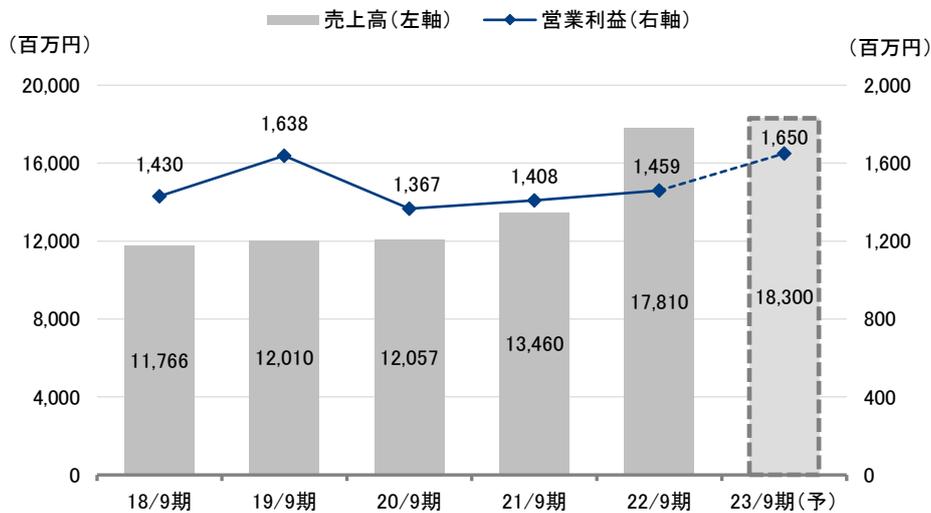
3. 中期経営計画の進捗状況

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。パートナーシップ戦略の推進で、売上規模の拡大と収益性の向上を図り、最終年度となる2024年9月期に売上高22,000百万円、営業利益2,500百万円、会員数4,604千件、保険契約数867千件を目標に掲げている。ただ、2022年11月に駆けつけ事業をアクアライン<6173>に売却したことや、ACTGの顧客の解約が想定以上に進んだこともあり、ハードルは高くなっており早晩見直しされるものと予想される。ただ、同社が新たな成長の軸になる市場として注力している戸建て市場の開拓については、JAFやセンチュリー21・ジャパン<8898>との提携により徐々に開拓が進み始めており、今後も提携先をさらに広げることで成長加速が期待される。世帯数で見れば戸建ては集合住宅を上回る規模となっているだけに、今後の取り組み状況が注目される。

Key Points

- ・2023年9月期第2四半期累計業績は主力3事業の顧客数増加で営業利益は実質16.1%増益に
- ・2023年9月期は期初計画を据え置き、営業利益は4期ぶりに最高益更新へ
- ・中期経営計画の業績進捗は遅れ気味だが、戸建て市場の開拓やACTGのPMIは着実に進行中

業績の推移



注：22/9期より収益認識会計基準等を適用
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)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。

なお、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した。株式上場の目的は、上場会社としての信用力が向上することで提携先企業の拡大が期待できることに加え、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69.5%に低下し、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)のほう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だ。また、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した。間接部門を段階的に統合中で、システムやコールセンター業務については2025年6月の完全統合を予定している。また、新設した駆けつけ事業準備(株)(現(株)生活救急車)に駆けつけ事業を承継、2022年11月末に株式数の51%をアクアラインに譲渡し、持分法適用関連会社としている。

2. 事業の内容

事業セグメントは、会員、保証、保険の3事業とその他(新事業等)及び第1四半期で事業売却した駆けつけ事業で開示している。2023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53.9%と全体の過半数を占め、次いで保険事業が34.3%、保証事業が8.8%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割以上を占める。これらストック型ビジネスは既に収益化しており、安定性の高い収益基盤を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。

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

2023年7月20日(木)

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

事業概要

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
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)	53.9%	ストック型 (リペアサービスは フロー型あり)
会員 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、ライフサポートパック等)		
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)	8.8%	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	34.3%	ストック型
その他	ラストマイル事業 (中古携帯電話回収サービス、他新事業)	1.6%	フロー型
駆けつけ (事業譲渡済み)	一般顧客 (非会員) 向け生活関連トラブル解決サービス	1.6%	フロー型

※売上構成比は 2023 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 割強は会費収入で、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。不動産会社やホームセンターなどの提携先企業を通じて、効率よく新規会員を獲得している。また、実際にトラブル解決にあたる施工パートナーには一定の技術・マナー指導を実施しており、全国に 3,000 拠点以上のネットワークを構築している。2023 年 3 月末の契約件数は、2,359 千件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 55% を占めている (2023 年 9 月期第 2 四半期累計実績)。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、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する。このため、貸借対照表上では残存期間分の対価を前受収益及び長期前受収益として計上している。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 30% 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、契約も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 40% であったが、2023 年 9 月期第 2 四半期末時点では 70% 超まで上昇した (ACTG を除く)。

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

2023年7月20日(木)

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

事業概要

ACTG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)」を提供している。サービス範囲が「安心入居サポート」よりも広いため料金もやや高く、同事業の会費収入に占める比率は33%となっている(2023年9月期第2四半期累計実績)。ACTG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。ACTGをグループ化したことにより、生活トラブル解決サービスの市場シェアは約35%と、2位(約7%)を大きく引き離す圧倒的トップの地位を確立している。なお、約44%は不動産会社がグループ内でサービス提供しているが、コールセンター等の維持コストが掛かることから徐々にアウトソーシングする傾向にあるようで、同社のシェアはさらに拡大する可能性が高いと弊社では見ている。

その他の会員サービスとしては、全国大学生協同組合連合会(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て・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、水回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。会員サービスのメニューの1つとすることで持ち家市場を開拓していく方針だ。

なお、会員事業では入会時に顧客から会費を徴収し、出勤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出動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

連結子会社のジャパンワランティサポートの事業となり、住設機器や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)を主に提供しており、現在の有効会員の殆どは10年保証となっている。「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30%、売上高の約25%を占めている。

2023年3月末の同事業の会員数は1,478千件と年率20%ペースで拡大が続いている。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や、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、最近住宅メーカーとの提携強化に注力している。

事業概要

(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86%（2023年9月期第2四半期累計実績）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「ちゃりぼ」、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」「子育て支えあい保険 子育てシェアリング」などユニークな商品を多数揃えており、商品企画・開発力が強みとなっている。

また、少額短期保険では商品化できない保険の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。そのほか、2020年春から「スポーツクラブ傷害保険」、2020年7月から「スマホ保険」の販売をそれぞれ開始した。「スマホ保険」はワイヤレスゲート<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もので、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し、月額料金の約15%が同社の売上高となる。2022年4月からは同様のサービスをGMOインターネットグループ<9449>経由でも提供している。ただ、「スポーツクラブ傷害保険」、「スマホ保険」を合わせても保険料収入の構成比は5%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害保険の株主構成比率は、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。

業績動向

2023年9月期第2四半期累計業績は主力3事業の顧客数増加で営業利益は実質16%増益に

1. 2023年9月期第2四半期累計業績の概要

2023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4.6%増の9,208百万円、営業利益で同1.7%減の725百万円、経常利益で同3.3%増の718百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同37.8%減の322百万円といずれも会社計画を上回り、売上高は過去最高を更新した。営業利益は減益となったものの保険事業における責任準備金繰入額が同138百万円増加したため、同影響を除けば16.1%増益だった。

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.

業績動向

また、営業外で前年同期に計上した自社株価予約取引解約に伴うデリバティブ評価損 108 百万円が無くなったほか、計画に織り込んでいなかった投資有価証券売却益 78 百万円を計上したこともあり、経常利益は増益を確保した。一方、親会社株主に帰属する四半期純利益が減益となったのは、ACTG 合併後の税金処理統一による法人税等調整額 84 百万円を計上したことや、前年同期は収益認識会計基準の適用により 53 百万円の利益押し上げ効果があったことが要因だ。

2023年9月期第2四半期累計業績(連結)

(単位：百万円)

	22/9 期 2Q 累計		期初計画	23/9 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	8,806	-	9,075	9,208	-	4.6%	1.5%
売上総利益	3,389	38.5%	-	3,290	35.7%	-2.9%	-
販管費	2,651	30.1%	-	2,564	27.9%	-3.3%	-
営業利益	738	8.4%	620	725	7.9%	-1.7%	17.1%
経常利益	695	7.9%	530	718	7.8%	3.3%	35.6%
特別損益	-7	-	-	-24	-	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	518	5.9%	310	322	3.5%	-37.8%	4.1%
修正後営業利益*	784	8.9%	-	910	9.9%	16.1%	-

※保険事業における責任準備金繰入額の影響を除いた営業利益

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

事業セグメント別では主力 3 事業ともに増収となり、とりわけ保険事業が他社商品からの移管という特需的な効果もあり大きく伸長し、第 1 四半期に事業譲渡した駆けつけ事業の減収分 345 百万円をカバーした。営業利益は保証事業や保険事業が増益となったほか、駆けつけ事業の事業譲渡で 53 百万円の増益要因となったが、会員事業が LINE 受付機能追加等※による投資費用増で 20 百万円の減益となったほか、感染拡大防止事業の終了で 44 百万円、ACTG の吸収合併に伴う費用増で 58 百万円の減益要因となった。なお、保険事業で契約件数増加に伴い責任準備金繰入額が 184 百万円と前年同期比 138 百万円増加しており、同影響額を除いた実質営業利益で見ると同 16.1% 増の 910 百万円と 2 ケタ増益となっている。

※ 従来はコールセンターでの受付は電話が 100% だったが、LINE 受付機能の開始により 10% が LINE 経由となった。

業績動向

売上高、営業利益の前年同期比増減要因

(単位：百万円)

	売上高 増減額	要因	営業利益 増減額	要因
会員事業	75	主力サービスの会員獲得による増収 (+162) ACTGの不採算整理による会員減 (-86)	-20	主力サービスの会員獲得による増益 (+74) LINE 受付機能追加など受電体制強化による費用計上 (-94)
保証	106	会員獲得による増収	26	会員獲得による増益
保険	583	被保険者の獲得が好調に推移	31	被保険者の獲得による実態利益の増加 (+170) 獲得ペース加速による責任準備金繰入額の増加 (-138)
その他	-18	前上期に終了した感染拡大防止事業分の影響	-44	感染拡大防止事業の終了
駆けつけ	-345	2022年11月末に事業譲渡を実行	53	譲渡により売上・原価・配賦の発生無し
調整額	0		-58	合併・分割の初期段階で共通費用増
合計	401		-12	保険事業の責任準備金繰入の影響を除くと +126

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

会員、保証、保険事業で顧客数が順調に拡大、 いずれも売上高は過去最高を更新

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)

	22/9期2Q累計		23/9期2Q累計		売上高		営業利益	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	増減額	増減率	増減額	増減率
会員	4,884	465	4,960	444	75	1.6%	-20	-4.6%
保証	699	268	805	295	106	15.2%	26	9.8%
保険	2,575	188	3,159	219	583	22.7%	31	16.7%
駆けつけ	489	-53	144	0	-345	-70.5%	53	-
その他	162	16	143	-27	-18	-	-44	-
調整額	-4	-146	-4	-205	-585	-	-58	-
合計	8,806	738	9,208	725	401	4.6%	-12	-1.7%

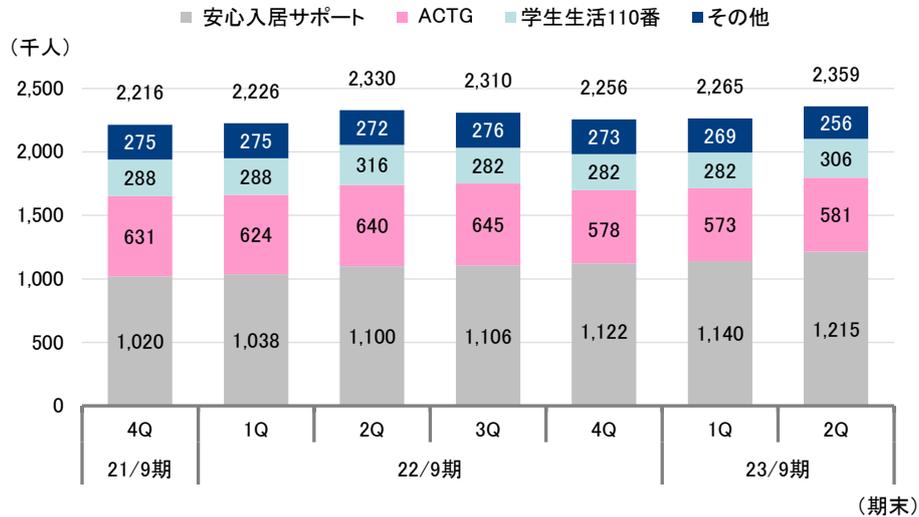
出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 会員事業

会員事業の売上高は前年同期比 1.6% 増の 4,960 百万円、営業利益は同 4.6% 減の 444 百万円となった。売上高のうち会費収入は同 5.1% 増の 1,768 百万円と会員数の増加とともに順調に拡大した。商品別会費収入を見ると、「安心入居サポート」が同 12.0% 増の 981 百万円、ACTG が同 1.0% 減の 580 百万円、「学生生活 110 番」が同 1.9% 減の 103 百万円、その他が同 8.8% 減の 103 百万円となり、「安心入居サポート」の増収でその他の減少分をカバーした。

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

当第2四半期末の会員数は前年同期比1.2%増の2,359千件と過去最高を1年ぶりに過去最高を更新した。商品別で見ると、「安心入居サポート」が前年同期比10.5%増の1,215千件となった。提携販売代理店の拡大が主な増加要因で、月額課金サービスの比率が前期の60%強から70%強に上昇したことにより、平均単価もアップした。一方、ACTGの会員数は同9.2%減の581千件となった。前下期から不採算または低採算になっている顧客との契約見直しを進めており、一定数の解約が発生したことが要因だ。ただ、値上げが進んだこともあり、会費収入の減少率は微減にとどまった。同社では2023年9月期中に既存顧客との契約交渉を終える予定となっている。「学生生活110番」については同3.2%減の306千件となった。2021年以降、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）により地方から上京して学生生活を送る学生数が減少傾向となり、新規会員数が卒業で退会する会員数を下回っていることが減少要因となっている。同社では会員数の回復に向けて、大学生協以外の販売ルートを広げているがその効果はまだ軽微にとどまっているようだ。その他の会員サービスについては、低採算なサービスを縮小していることから、同5.9%減の256千件となった。

利益面では、会員数の獲得による増収効果で74百万円の増益となったものの、コールセンター業務の効率化と顧客の利便性向上を目的に、LINEによる受付サービスを開始するなど受電体制の強化を図ったことなどで94百万円の減益要因となった。

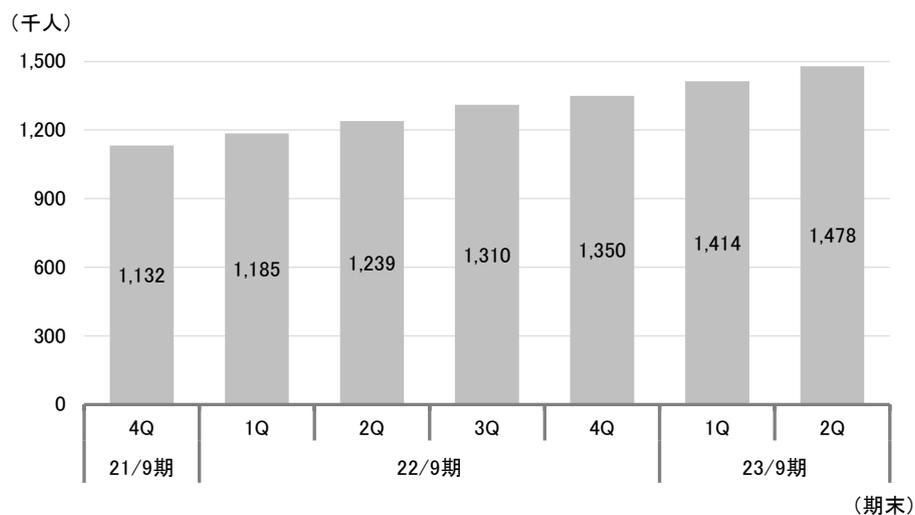
業績動向

(2) 保証事業

保証事業の売上高は前年同期比 15.2% 増の 805 百万円、営業利益は同 9.8% 増の 295 百万円といずれも会社計画（売上高 788 百万円、営業利益 280 百万円）※を上回り、過去最高を更新した。「あんしん修理サポート」の会員数が同 19.3% 増の 1,478 千件と順調に拡大したことが増収増益要因となった。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、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 10 年と長期間にわたるものが大半となっているため、新規会員数獲得による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（長期前受収益含む）の当第 2 四半期末残高は前期末比 221 百万円増の 7,986 百万円と順調に積み上がっている。

※ ジャパンワランティサポートの第 2 四半期累計業績計画

なお、営業利益率は外注費の増加（修理件数の増加）による原価率の上昇やコールセンター部門の体制強化に伴う費用増により、前年同期の 38.4% から 36.6% と若干低下した。住設機器の修理は購入後 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ている。

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 22.7% 増の 3,159 百万円、営業利益は同 16.7% 増の 219 百万円となった。既述のとおり、契約件数の増加により責任準備金繰入額が増加（前年同期比 138 百万円増の 184 百万円）した結果、営業利益の伸びが低くなっているが、責任準備金控除前ベースでは同 72.4% 増の 404 百万円と大幅な増益であった。

業績動向

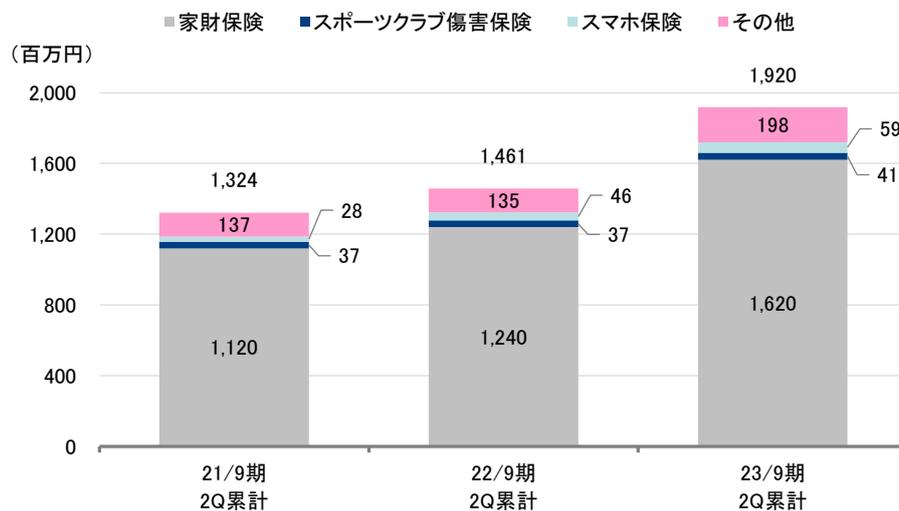
保険料収入は前年同期比31.4%増の1,920百万円となり、このうち家財保険が同30.6%増の1,620百万円、「スマホ保険」が同28.3%増の59百万円、「スポーツクラブ傷害保険」が同10.8%増の41百万円、その他保険が同46.7%増の198百万円とすべて増収となった。また、第2四半期末の保険契約件数は全体で同16.1%増の704千件となり、このうち家財保険が同23.6%増の336千件、「スマホ保険」が同31.7%増の83千件、「スポーツクラブ傷害保険」が同4.5%増の232千件、その他保険が同8.3%増の52千件となった。

家財保険の増加分のうち12千件は、前下期に撤退を決定した同業他社商品からの乗り換え案件で、同社が委託登録代理店となったことで自動的に乗り換えが進んだものとなる。第2四半期で移管作業は完了し、前下期から合計で29千件が同社商品に乗り換えたことになる。同要因を除いたベースで見ても契約件数は同12.9%増と2ケタ成長となっている。「安心入居サポート」とセットで契約する顧客が増加していることや、レスキュー損害保険の資本業務提携先である賃貸仲介大手、ミニミニグループ※の店舗を通じた火災保険の販売が進んでいることも増加要因となっている。

※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。

「スマホ保険」については、既存の販売チャンネルであるヨドバシカメラやGMOインターネットグループ経由での販売がそれぞれ増加した。「スポーツクラブ傷害保険」もコロナ禍の収束に伴い、提携先のスポーツクラブ運営企業3社で新規入会会員が増えていることを背景に着実に増加している。その他保険商品については、各商品の契約件数が順調に増加したものと見られる。

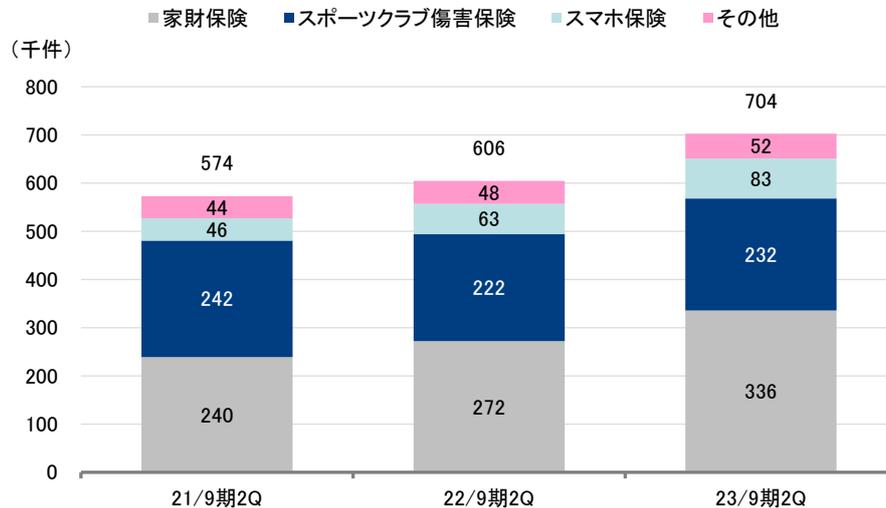
保険料収入の推移



出所：会社説明資料よりフィスコ作成

業績動向

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) その他

その他の売上高は143百万円、営業損失は27百万円（前年同期は16百万円の利益）となった。2022年9月期上期で感染拡大防止事業が終了した影響により減収となり、営業損失が拡大した。なお、新規事業として開始した中古携帯電話回収サービスについては、当初想定よりも立ち上がりに苦戦し僅かな実績にとどまった。アカウントの解除作業等、一定のスキルが必要で運用体制が上手く機能しなかったことが要因とみられる。このため、下期以降はコンシューマー向けだけでなく法人市場の開拓を進めるべく携帯電話販売会社と提携して携帯電話の更新時に纏めて買い取り回収台数を増やしていく考えだ。

ネットキャッシュは110億円超と潤沢で財務内容は良好

3. 財務状況と経営指標

2023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316百万円増加の28,201百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が374百万円増加し、固定資産ではのれんやソフトウェアなど無形固定資産が215百万円減少し、投資有価証券が189百万円増加した。

負債合計は前期末比699百万円増加の17,781百万円となった。有利子負債が380百万円増加したほか、会員及び保証事業における前受収益（長期前受収益含む）が204百万円、保険事業における責任準備金が162百万円それぞれ増加した。純資産合計は同383百万円減少の10,419百万円となった。自己株式が524百万円増加（減算要因）したほか、その他有価証券評価差額金のマイナス額が135百万円拡大した一方で、非支配株主持分が254百万円増加した。

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

2023年7月20日(木)

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

業績動向

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35.4%から32.7%に低下した。自己株取得により自己資本が減少し、負債が増加したことが要因だ。ただ、ネットキャッシュ（現預金－有利子負債）は前期末比とほぼ同水準の11,849百万円と潤沢にあり、財務の健全性は高いと判断される。前受収益の増加ペースが鈍化したが、これは会員事業の主力商品である「安心入居サポート」の契約形態が、月額課金となるサブスクリプション契約にシフトしていることが要因となっている。このため今後会員事業の前受収益については、保証事業の積み上げが中心になってくると思われる。

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5,887百万円保有している。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。一方、M&AについてはACTGの買収で手応えを得たことから、同業他社等で条件に見合う案件があれば積極的に検討していく方針だ。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

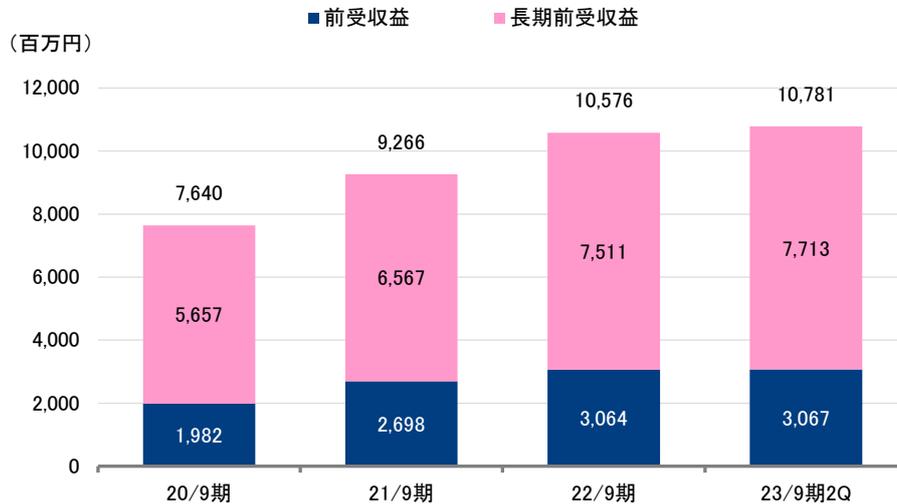
	20/9期	21/9期	22/9期	23/9期2Q	増減額
流動資産	10,897	15,399	16,327	16,651	323
(現金及び預金)	8,770	11,538	14,080	14,454	374
固定資産	9,987	12,391	11,124	11,109	-15
資産合計	21,204	28,175	27,884	28,201	316
負債合計	13,296	16,507	17,081	17,781	699
(前受収益、長期前受収益) ※	7,640	9,266	10,576	10,781	204
(有利子負債)	2,357	3,144	2,225	2,605	380
純資産合計	7,907	11,668	10,802	10,419	-383
(安全性)					
自己資本比率	35.8%	40.2%	35.4%	32.7%	-2.7pt
有利子負債比率	31.1%	27.8%	22.5%	28.2%	5.7pt
ネットキャッシュ	6,412	8,393	11,854	11,849	-5

※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

2023年9月期は期初計画を据え置き、 営業利益は4期ぶりに最高益更新へ

1. 2023年9月期の業績見通し

2023年9月期の連結業績は、売上高で前期比2.8%増の18,300百万円、営業利益で同13.0%増の1,650百万円、経常利益で同27.9%増の1,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同116.9%増の950百万円と期初計画を据え置いた。駆けつけ事業の譲渡により増収率は低くなるものの、主力3事業の成長により営業利益は4期ぶりに過去最高を更新するほか、営業外収支や特別損益の改善により、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益も大幅な増益を見込む。第2四半期までの進捗率は売上高で50.3%と順調な一方で、営業利益は43.9%とやや進捗率は低いが、保険事業における責任準備金繰入額の影響が下期はほぼ無くなるのが主因となっている。

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

2023年7月20日(木)

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

今後の見通し

一方、2023年8月よりACTGの主要顧客で解約が発生する見込みとなり、月額で最大10百万円の減益要因となる可能性がある。会員数で20万人弱とACTGの会員数の約3割を占め、会費収入で換算すると月50～60百万円程度の減収要因になると見られる。契約の見直し交渉を進めるなかで、顧客側がコールセンター業務を内製化する方針を決定したためだが、直近の状況ではコールセンター業務の内製化が困難なことから、一部エリアについては継続する方向で話が進んでいるようだ。このため、ACTGの会員数については第2四半期末時点の581千件から期末時点では380千件前後に減少する可能性がある。ただ、ACTGを除けば主力3事業はそれぞれ計画を上回るペースで進捗しており、ACTGのマイナス分をカバーできるものと予想される。また、親会社株主に帰属する当期純利益の進捗率も33.9%と低水準となっているが、ACTGの繰越欠損金による税効果が見込まれることから計画の達成は射程圏内にあると見られる。

2023年9月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/9期		23/9期		前期比	2Q進捗率
	通期実績	対売上比	通期計画	対売上比		
売上高	17,810	-	18,300	-	2.8%	50.3%
営業利益	1,459	8.2%	1,650	9.0%	13.0%	43.9%
経常利益	1,173	6.6%	1,500	8.2%	27.9%	47.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	437	2.5%	950	5.2%	116.9%	33.9%
EBITDA*	2,047	11.5%	2,154	11.8%	5.2%	
1株当たり利益(円)	13.00		28.71			

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 売上高の増減要因

期初計画では駆けつけ事業の譲渡により810百万円の減収となる一方で、主力3事業での顧客積み上げにより929百万円、その他事業に含まれる新規事業の中古携帯電話回収事業*で370百万円の増収を見込んでいた。主力3事業のうち保証事業については、ジャパンワランティサポートの業績予想が売上高で前期比18.3%増の1,711百万円であることから、会員事業と保険事業の合計で同4.5%増の15,384百万円を見込んでいることになる。第2四半期までの状況は計画を上回るペースとなっており、下期も市場環境に大きな変化が無ければ会員事業と保険事業合わせて同9.0%増の16,000百万円程度まで増加する可能性がある。一方で、中古携帯電話回収事業については当初の想定を下回っており、計画未達となりそうだが、主力3事業の上振れによって十分にカバーできるものと見られる。

* 同社の施工・販売パートナー網を通じて回収した携帯電話を、伊藤忠グループの(株)Belongに販売し、Belongでデータ消去や検品業務を行い、海外市場で再販するビジネススキームとなっている。2023年9月期は回収台数57千台、売上高370百万円を計画している。

a) 会員事業、保証事業の取り組み

会員事業及び保証事業の期末会員数は、前期末比336千件増の3,943千件を見込んでいるが、ACTGの主要顧客の解約分が下振れ要因となる。

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

2023 年 7 月 20 日 (木)

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

今後の見通し

会員事業では提携戦略による会員数獲得に積極的に取り組んでいる。2022 年 4 月から販売を開始した JAF の「ホームライフサポート」は期初計画で前期末比 2.4 千件増加の 3.7 千件を見込んでいたが、第 2 四半期末で 3.6 千件とほぼ通期計画に達したことから、今回 5 千件以上に目標を上方修正した。JAF はロードサービスを主に提供しており、会員数は 2,000 万人を上回る規模となっている。「ホームライフサポート」は JAF の年会費に 2,200 円を追加することで、カギ / 水回り / 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(出勤費、作業費が無料、部品代等は別途有料)で受けられるほか、出勤先を 2 ヶ所設定できることが特徴となっている。このため、契約者の自宅以外に離れて暮らす家族の住まいへの出勤も可能であり、高齢の家族が遠方にいるユーザーにとっては利用価値の大きいサービスと言える。実際、「ホームライフサポート」の会員属性は 40 代以上の中老年が全体の 90% を占めており、顧客満足度調査でも高い評価を得ている。JAF にとっては同商品を販売することで、JAF 会員の退会を抑止する効果を期待しているものと見られる。JAF は同時期に 4 つのサービスの販売を開始したが、他の 3 つのサービスは効果が無く早々に打ち切ったようで、同社商品の販売に係る期待も大きくなっている。

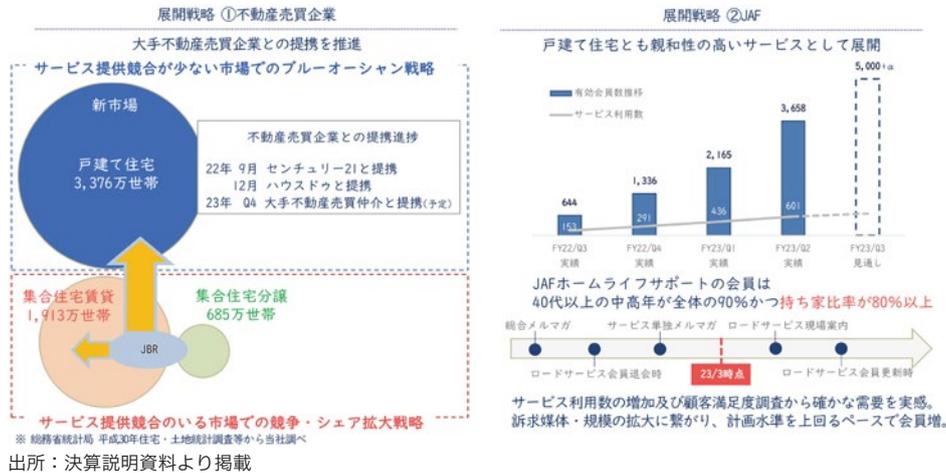
会員獲得施策としては従来、JAF が会員向けに配信しているメールマガジンやダイレクトメールで告知を行ってきたが、今下期から新たにロードサービス現場での案内やロードサービス会員更新時の案内も開始した。メールマガやダイレクトメールは開封率が低いが、会員更新時の案内については開封率も高いため、加入件数増加の加速が期待される。なお、「ホームライフサポート」の会員のうち 80% 以上は持ち家となっており、同社が今後の注力市場と位置付けている戸建て住宅向けの開拓にあたって、「ホームライフサポート」は有力な販売ツールとなる可能性がある。

同様に戸建て市場開拓施策として、不動産会社との提携も積極的に進めている。2022 年 9 月にセンチュリー 21 と提携し、同社で住宅を購入した顧客に対してリペアサービスやハウスクリーニングを優待価格で利用できる生活トラブル解決サービス「CENTURY21 24 時間ライフサポート」の販売を開始したほか、同年 12 月には And Do ホールディングス<3457>のグループ会社で、全国に 689 店舗(2023 年 3 月末)を展開する(株)ハウズドゥ住宅販売と提携し、同様のサービス「ハウズドゥ 持ち家の長期サポート」の販売を開始した。いずれも契約期間は 10 年間で料金は約 10 万円(うち同社の売上は 6~7 割)と同社のサービスのなかでは高価格設定となっているが、住宅購入時に販売提案をするため購入者の心理的なハードルもさほど高くないと思われる。

センチュリー 21・ジャパンでは年間 2.5~2.8 万戸の新築・中古物件を販売しており、初年度として数千件の会員獲得を目標としていたが、足元の販売状況は月数十件ペースとややスローな滑り出しとなっている。加盟店によって差があるようで、今後成功事例を加盟店全体で共有していくことで月数百件ペースまで引き上げることを目指す。このほかにも、住宅メーカーや不動産会社など同様のスキームでの提案交渉を進めており、近日中に 1 件纏まる可能性がある。持ち家市場は賃貸住宅の 1.5 倍の市場規模があるだけに、需要を開拓できれば会員事業のさらなる成長につながるものと期待される。

今後の見通し

新市場への展開



また、生活トラブル解決サービスの新たな販売ルートとして 2022 年 11 月に東北電力<9506>と提携し、「カギ・窓ガラス・建具トラブルサポート」の提供を開始した。「東北電力のくらしサービスストア」の会員向けに賃貸、持ち家問わず月額 440 円（税込）で提供している。対象市場は約 400 万世帯となり、初年度は 2～3 千件の会員獲得を目標としていたが、こちらも想定よりスローな滑り出しとなっている。直近では 2023 年 5 月に家具・インテリアショップを全国に 35 店舗展開する（株）リビングハウスとの提携も発表し、会員向けサービス「LIVING α（リビング アルファ）」のサービスを開始した。生活トラブルサポートや家具の延長保証サポート（2 年間）に加えて、リペアサービス、生活便利サービス（家事代行、ハウスクリーニング）を割引価格で提供し、そのほかグルメ・ショッピング等を優待割引で利用できる内容となっており、月額会費は約 800 円（年契約）となっている。ただ、同サービスには年 1 回、家具やアート、雑貨の購入に使える 1 万円分のクーポンが付与されるため、実質無料で利用できるサービスとなっており今後の会員数増加が期待される。初動は順調で月 200～300 件ペースでの会員獲得が見込まれている。

一方、保証事業については引き続きハウスメーカーとの提携により高単価な住宅設備延長保証サービスの会員獲得に注力していくほか、自社コールセンターを活用した BPO サービスにも注力していく方針となっており、現在商談中の提携契約が纏まれば業績の上振れ要因となる可能性がある。

b) 保険事業の取り組み

保険事業の契約件数は前期末比 28 千件増加の 711 千件を見込んでいる。第 2 四半期末で 704 千件と計画を上回るペースで進捗しており、通期でも家財保険を中心として上振れする可能性が高い。また、下期に少額短期保険で新たな商品を投入予定となっている。社会不安の増大に対処するための独創性の高い保険商品となるようで、その内容が注目される。

(2) 利益の増減要因

期初計画では、営業利益の増益要因として主力 3 事業の会員数増加で 210 百万円、中古携帯電話回収事業で 55 百万円を見込み、減益要因として感染拡大防止事業の終了で 35 百万円（上期実績で 44 百万円の減益要因）、駆けつけ事業譲渡で 40 百万円（同 53 百万円の増益要因）を見込んでいた。

今後の見通し

主力3事業のうち、保証事業を展開するジャパンワランティサポートの営業利益は前期比8.5%増の603百万円となる見通し。外注費の増加やコールセンター部門の体制強化により利益率が若干低下すると見ている。また、会員事業と保険事業を合計した営業利益は同12.3%増の1,480百万円を見込んでいる。上期実績が664百万円だったため、下期は対上期比で150百万円程度の増益が必要となるが、この増益分は保険事業における責任準備金繰入額の減少だけでほぼ達成できる見通しとなっている。同繰入額は上期に184百万円を計上したが、下期は契約獲得件数が通常ペースに戻ることから繰入額も10～20百万円程度にとどまるものと会社では試算している。契約件数増加による利益増も考慮すれば上期比で200百万円以上の増益となってもおかしくない。一方、会員事業ではACTGの会員数減少だけで下期の利益は上期比で2千万円程度の減益となる可能性があるものの、「安心入居サポート」やその他提携戦略による新たな商品の会員数増加、並びにACTG統合後の間接コスト削減効果などでカバーして、下期の利益は上期比で増益となる可能性も十分にあると弊社では見ている。

そのほか中古携帯電話回収事業については、想定よりもスローな滑り出しとなったため、利益貢献は殆ど期待できない可能性が高いが、主力3事業の増益でカバーできるものと予想される。

営業外収支は前期比190百万円増を見込んでいる。自社株価予約取引によるデリバティブ評価損など、前期に発生した一過性の費用490百万円がなくなることからさらに改善する可能性はあるが、有価証券売却益等の不確定要素を織り込まない保守的な計画となっている。

中期計画の業績進捗は遅れ気味だが、戸建て市場の開拓やACTGのPMIは着実に進行中

2. 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、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敏に対応しながら、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。特にM&Aについては、自社の成功体験を活用することでACTGの収益性が大きく改善するなど手応えを得たことから、今後も前向きに検討していく方針だ。新規事業については伊藤忠商事<8001>との協業やスタートアップ企業との連携、共同開発、M&A等によって創出していく。

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、新たに組織化した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。2022年9月期より新ERPシステムの運用を段階的に開始しており、最終的には受注から販売、決済、顧客管理までグループすべてのシステムを統一する。これにより、業務効率の向上だけでなく、今までは十分でなかった事業部間の連携による重層営業の効果も一段と向上することが期待される。このほかにも、人材の育成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だ。

今後の見通し

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を図っている。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おり、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。

(2) 事業戦略

同社は、現在の事業を「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る。「収益性の高い成長・成熟事業」は主力3事業となり、顧客を積み上げていくことで持続的な成長を図っていく。特に会員事業はACTGの子会社化により、集合住宅向け生活トラブル解決サービス市場450万件のうち約35%のシェア(同社調べ)を握る圧倒的トップの地位を確立している。第2位の事業者は約7%のシェアで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、こうした需要を取り込んでいくことでさらなるシェアアップも可能と見ている。また、集合住宅市場では残り約1,800万件の未開拓市場が残っているほか、前述のとおりパートナーシップ戦略により戸建て住宅市場の開拓にも着手しており、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ことが予想される。

なおACTGとのPMIは事業運営、販売の両面で進めており、両社の強みを融合することで、統合効果の最大化を目指している。間接部門については2023年4月に管理部門を統合したほか、同年10月に人事・総務部門の統合を予定している。一方、システムやオペレーションについてはまだ独立して運営している状態で、2025年6月までに統合する予定だ。システムやオペレーションの完全統合による収益改善効果について年間200百万円を想定しているほか、管理部門の統合初期段階でも年間50百万円の収益改善効果を見込んでいる。そのほかACTGの不採算案件の整理については2023年9月期で完了し、ACTG商品の販売代理店を拡大することはせず、既存代理店での契約獲得及び解約のみとなる。このため、ACTG商品の会員数については2024年9月期以降、横ばいまたは微増で推移するものと予想される。

今後の見通し

ACTGのPMIの取り組み内容と統合効果

項目	取り組み内容	統合効果
コールオペレーションの改善	オペレータの1時間当たり対応数(CPH)をKPIとし、JBRのCPHである5.0件を目安に向上策を推進。オペレーション内の発信数・作業数を低減する等、JBRのマニュアルも活用しながらコール効率化を図る。	< ACTGのCPH > 買収前 1.4 → 23/9期 2.0 → 25/9期 5.0
システム統合	現状はJBR、ACTGそれぞれのシステムを運用しているため、受付～基幹システムまでの全システム統合を推進中。システム維持費の削減・効率向上・機能改善に加え、業務統一化によるコール体制の強化を図る。2025年6月に完全移行完了予定。	< 収益改善効果 > 完全統合後、 年間200百万円程度を想定
管理部門の統合	2023年4月に管理部門統合。管理業務の工数低減や費用の適正化をさらに推進。	< 収益改善効果 > 統合初期段階でも 年間50百万円を見込む
不採算案件の整理	取引先別に不採算となっている案件の価格交渉等を実施。会員数・売上は減少するも収益性を確保。一部、不採算交渉とは別で解約が発生し、今下期収益にマイナス影響。	
販売力の強化	不動産賃貸マーケットにおけるシェア・競争力を拡大したため、大手クライアントのアウトソース獲得営業、新サービスの開発、クロスセルなどの営業施策を推進。	
会員更新率の向上	会員更新率がACTG45%、JBR30%（直近は33%）と差があるため、ACTGの施策（主にフォローアップコール）を活用し、会員サービス更新率の改善を図る。	< 収益改善効果 > 年間で最大36百万円

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

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いる。なお、2024年9月期については責任準備金繰入額が減少する可能性が高いため、利益率は上昇するものと予想される。保証事業は住宅メーカーなど提携先を拡充することで会員数を拡大していくほか、サービス領域を住宅点検や修繕サービス、BPOサービスなどに広げていくことで収益拡大を図っていく。

新規事業に関しては、伊藤忠グループとの協業や新たな提携先の開拓等を進めながら、既存インフラも活用した新サービスの開発を進めていく。具体的には、中古携帯電話回収サービスに続いて、行政サービス支援などを視野に入れ準備を進めている。

(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%となる。営業利益率については、ACTGの子会社化で2022年9月期に8.2%と一旦低下したが、統合効果が顕在化する2024年9月期には11.4%まで上昇する計画となっている。また、前提となるKPIである主力3事業の契約件数は年率11.6%で増加し、2024年9月期に5,471千件を目指す。

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

2023年7月20日(木)

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

今後の見通し

ただ、2022年9月期実績は業績及び会員数が当初計画を下回った。ACTGが不採算顧客の整理を進めた結果、計画を下回ったことが主因となっている。また、営業利益については、駆けつけ事業の低迷が続いたことに加え、保険事業の責任準備金の増加が下振れ要因となった。こうした状況から、駆けつけ事業については2023年9月期第1四半期で事業譲渡し、2023年9月期の業績及びサービス契約件数ともに当初計画から引き下げた。売上高は1,700百万円の減額となるが、このうち半分以上は駆けつけ事業の事業譲渡によるもので、残りはACTGの会員数減が要因となっている。また、親会社株主に帰属する当期純利益の減額幅が550百万円と大きくなっているのは、ジャパンワランティサポートの株式上場により、非支配株主持分利益が増加するためだ。会員数については前述のとおりACTGの主要顧客の解約が発生するため、現行の計画をさらに20万件弱下回る可能性がある。

このため、2024年9月期の目標達成に向けたハードルは高くなっており、2023年11月に発表される本決算に合わせて見直されるものと予想されるが、主力3事業の顧客の積み上げにより持続的な成長を目指す基本戦略に変わりはない。ACTGとの経営統合効果や戸建て市場の開拓、パートナーシップ戦略による新規事業等の収益貢献が本格化してくれば、2025年9月期以降に収益成長スピードが加速する可能性は十分であると弊社では見ている。

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 ^{※1}
	実績	当初計画 ^{※2}	実績	当初計画比	当初計画	現計画	当初計画比	当初計画	
売上高	13,460	18,000	17,810	-190	20,000	18,300	-1,700	22,000	17.8%
営業利益	1,408	1,730	1,459	-271	2,000	1,650	-350	2,500	21.1%
営業利益率	10.5%	9.6%	8.2%	-1.4pt	10.0%	9.0%	-1.0pt	11.4%	-
経常利益	1,740	1,900	1,173	-727	2,150	1,500	-650	2,650	15.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	56	1,200	437	-763	1,500	950	-550	1,800	218.0%
EBITDA	1,653	2,309	2,047	-262	2,644	2,154	-490	3,185	24.4%

重要 KPI

	21/9期	22/9期		23/9期			24/9期	年平均 成長率 ^{※1}	
	実績	当初計画	実績	当初計画比	当初計画	現計画	当初計画比		当初計画
サービス契約数(千件)	3,940	4,407	4,292	-115	4,923	4,654	-269	5,471	11.6%
会員数(人)	3,347	3,725	3,607	-118	4,145	3,943	-202	4,604	11.2%
被保険者数(人)	593	681	683	2	778	711	-67	867	13.5%

※1：年平均成長率は22/9期～24/9期の3年間平均成長率

※2：当初計画は2021年11月発表値

出所：会社発表資料よりフィスコ作成

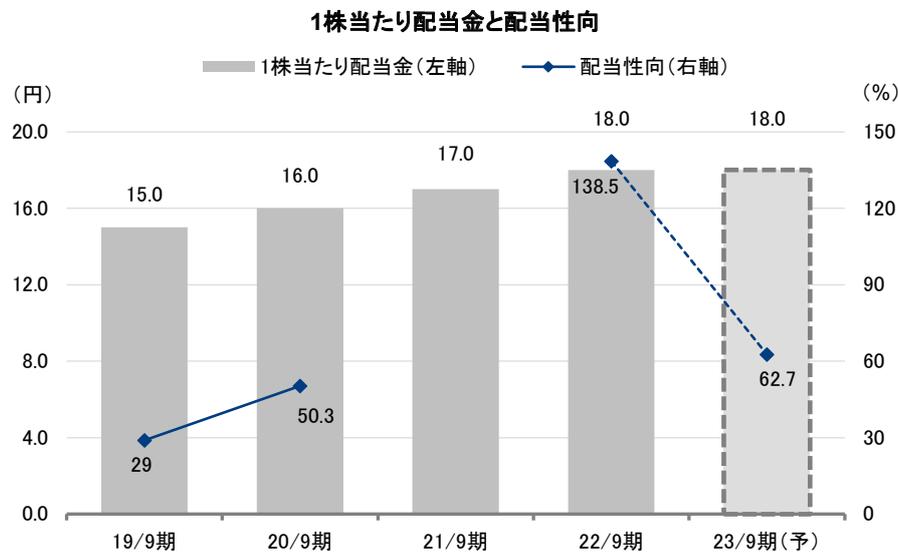
■ 株主還元策と SDGs の取り組みについて

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、2022年9月期より配当性向 50% を目安に安定的かつ継続的な配当を行う方針とした。同方針に基づき、2023年9月期の1株当たり配当金は前期と同額の18.0円(配当性向62.7%)を予定している。今後は利益成長により、配当性向が50%を下回る状況になれば増配が期待できることになる。また、自己株取得についても適宜実施している。直近では2022年9月から2023年1月までで639千株、524百万円を取得している。

そのほか株主優待制度も導入しており、毎年3月末時点で100株以上保有している株主に対して、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2枚(最大19名まで利用可)贈呈している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

2. SDGsの取り組み

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。具体的な実績としては、2023年9月期第2四半期末のサービス契約件数4,545千件に対して、困っていた人の件数は2023年9月期第2四半期累計期間で179千件（生活トラブル160千件、延長保証15千件、保険3千件）となっている。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ており、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。

ESGの視点での取り組みとしては、環境面では紙使用量の削減や駆けつけ事業における出動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を提供しているほか、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。

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