

|| 企業調査レポート ||

アドバンスクリエイト

8798 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2017 年 7 月 5 日 (水)

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. 2017年9月期第2四半期累計は増収減益に | 01 |
| 2. 2017年9月期業績は増収増益を目指す | 01 |
| 3. 資産管理型営業の強化と再保険事業の拡大により安定成長を目指す | 01 |
| 4. 配当と株主優待を合わせた総投資利回りは4%弱に | 02 |
| ■ 事業概要 | 03 |
| 1. 事業の内容 | 03 |
| 2. 同社の強み | 04 |
| ■ 業績動向 | 05 |
| 1. 2017年9月期第2四半期累計の業績概要 | 05 |
| 2. 事業セグメント別動向 | 06 |
| 3. 財務状況と経営指標 | 10 |
| ■ 今後の見通し | 11 |
| 1. 2017年9月期の業績見通し | 11 |
| 2. 今後の戦略について | 12 |
| 3. 目標とする経営指標 | 14 |
| ■ 株主還元策 | 15 |

■ 要約

市場環境は厳しいが、保険代理店事業と再保険事業のダンベル型ビジネスモデルにより安定成長を目指す

アドバンスクリエイト<8798>は、保険に関する国内最大の情報メディアサイト「保険市場（ほけんいちば）」を運営する独立系保険代理店の大手。「保険市場」を通して問い合わせのあった見込み顧客を、通信販売や直営のコンサルティングプラザ、提携先である協業代理店に誘導し、保険契約を獲得している。収益の大半はこの保険契約から得られる代理店手数料収入であり、その他にメディア事業、再保険事業を展開している。

1. 2017年9月期第2四半期累計は増収減益に

5月12日付で発表された2017年9月期第2四半期累計（2016年10月-2017年3月）の連結業績は、売上高が前年同期比2.4%増の3,887百万円、営業利益が同29.1%減の455百万円と増収減益決算となった。マイナス金利政策導入の影響による貯蓄性保険商品の販売停止や、代理店手数料率の低下等により主力の保険代理店事業の収益が落ち込んだことが要因だ。ただ、メディア事業や再保険事業は増収増益となっており、事業ポートフォリオのバランスは取れてきている。

2. 2017年9月期業績は増収増益を目指す

2017年9月期の連結業績は、売上高が前期比8.4%増の7,910百万円、営業利益が同7.9%増の1,030百万円と増収増益を見込む。第2四半期までの進捗は計画を若干下回ったが、メディア事業や再保険事業が順調に伸びていること、また保険代理店事業もWebマーケティング施策の強化により、「保険市場」を通じた資料請求件数が前年同期比で2ケタ増と増加傾向にあり、これらを確実に成約に結び付けていくことで計画の達成を目指すしていく。

3. 資産管理型営業の強化と再保険事業の拡大により安定成長を目指す

保険代理店業界は改正保険業法施行に伴う手数料の開示義務等によって、今後も手数料率の低下など厳しい経営環境が続くと予想されるが、同社では「保険市場」という圧倒的な集客ツールと、自社店舗、協業店舗、通信販売といった多様な販売チャネルを構築できる強みにより、着実に成長を続けていくものと予想される。特に、自社店舗による対面販売では資産管理型営業の強化を進めていく。従来、1割程度の比率にとどまっていた損害保険商品の販売を強化し、同比率を2～3割程度まで引き上げていくことで収益の維持拡大を図っていく。また、再保険事業は引受保険会社数の増加により今後も成長が期待できる。目標とする経営指標としては、ROE20%以上（2016年9月期実績12.4%）、売上高経常利益率20%以上（同12.7%）、配当性向50%以上（同87.7%）、自己資本比率80%以上（同65.5%）を掲げている。

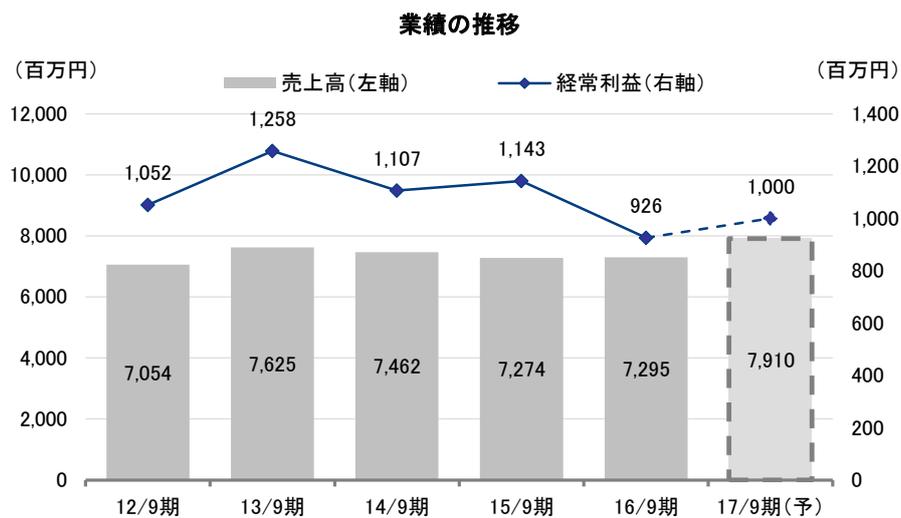
要約

4. 配当と株主優待を合わせた総投資利回りは4%弱に

同社は配当性向として50%以上の水準を目安としており、2017年9月期の1株当たり配当金は45.0円(配当性向79.5%)を予定している。また、株主優待制度も導入しており、9月末の100株以上保有の株主に対して、2,500円相当のカタログギフトと福利厚生サービス(保険市場Club Off)の利用権を贈呈している。現在の株価水準(5月22日終値1,905円)で見た単元当たりの総投資利回りは、福利厚生サービスを除いたベースで4%弱の水準となる。

Key Points

- ・ 保険情報サイト「保険市場」を運営する保険代理店の大手
- ・ Webマーケティング戦略の強化と、資産管理型営業に注力することで成長を図る
- ・ ROE、売上高経常利益率で20%以上、自己資本比率80%以上を目標とする



出所：決算短信よりフィスコ作成

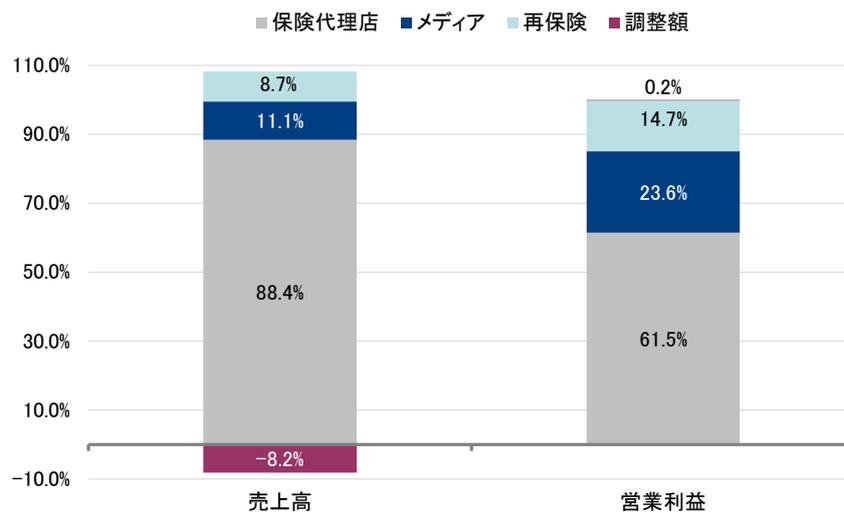
■ 事業概要

保険情報サイト「保険市場」を運営する保険代理店の大手

1. 事業の内容

同社の事業は保険代理店事業、広告代理店事業、再保険事業の3つの事業に区分されている。事業別の構成比（2017年9月期第2四半期累計実績）で見ると、保険代理店事業が売上高で88.4%、営業利益で61.5%を占める主力事業となっている。今後は子会社で展開する再保険事業を強化し、中長期的には保険代理店事業と再保険事業を両輪とするダンベル型ビジネスモデルを更に強固なものとし、収益の拡大を目指していく方針だ。

事業セグメント別構成比(2017年9期第2四半期累計)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 保険代理店事業

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

販売する保険商品は生命保険や損害保険、少額短期保険など個人が利用する保険商品のほか、法人向け保険商品も扱っており、2017年4月末時点の「保険市場」での取扱保険会社数は83社（生命保険会社27社、損害保険会社30社、少額短期保険会社26社）、保険商品数では200点を超え業界最大規模を誇っている。

アドバンスクリエイト | 2017年7月5日(水)
8798 東証1部 | <https://www.advancecreate.co.jp/ir>

事業概要

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

年間の代理店手数料収入のうち、新規契約分の手数料収入が占める比率は約75%で、残り25%は既契約分の継続手数料収入（複数年契約の保険商品で2年目以降の手数料収入分）となっている。このため、期初の段階で年間売上高の2割強は把握できることになり、ストック型のビジネスモデルに近い収益構造と言える。また、手数料収入の約26%はボリュームインセンティブで占められており、各保険会社と成約件数の多寡に応じてインセンティブが設定されている。なお、協業代理店で販売契約したものに関しては、手数料収入を約半分ずつにシェアする格好となっている。

販売拠点としては、2017年3月末時点で直営店が12拠点、提携先代理店社数が124社302店舗となっている。直営店に関しては、交通至便な都市部のランドマーク的ビルに出店し、金融商品に対するリテラシーが高いアッパーミドル層を中心に販売していく戦略となっている。また、直営店でカバーしきれないエリアの見込み顧客に対しては、提携する協業代理店を通じて販売している。なお、協業代理店に関しては、改正保険業法の施行（2016年5月）に対応するため、各社ガバナンス体制やコンプライアンス体制、情報セキュリティ体制など社内管理体制の精査をここ2～3年かけて実施し、大きく絞り込んだ格好となっている。

(2) メディア事業

メディア事業は、情報メディアサイト「保険市場」を広告媒体とした広告枠の販売事業となる。保険情報サイトという特性上、保険に関連する会社が広告主となっている。また、保険会社向けにSEO対策を中心とした広告施策に関するコンサルティングサービスなども行っている。

(3) 再保険事業

再保険事業は、同社が保険代理店として獲得した保険契約の一部について、元受保険会社と同社の子会社であるAdvance Create Reinsurance Incorporatedとの間で再保険契約を結ぶスキームとなっている。主に生命保険の再保険を中心に引き受けており、2017年3月末時点の契約先企業は11社（生命保険7社、損害保険2社、少額短期保険2社）となっている。ストック型のビジネスモデルであるため、期初段階でほぼ年間の収入見通しが把握可能で、大きな自然災害や環境変化などがなければ、営業利益率で15%前後と高い収益性が期待できる事業となる。

2. 同社の強み

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

事業概要

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

また、同サイトを通じて寄せられる様々な問い合わせや資料請求などに対して、迅速に対応するコールセンターやロジスティック部門を社内で抱えていることも同社の特長であり、強みとなっている。コールセンターは外注を使う企業が多いが、同社では40名弱のスタッフすべてを社員もしくは契約社員で対応している。保険販売に関する研修を受け、資格を取った上で現場に配属されるため、保険商品に対する理解力も高く、顧客からの高い評価につながっている。ロジスティック部門においても、各種資料の配送だけでなく、送られて来た申込用紙の不備チェックや返送作業などを、迅速かつ高い品質で処理している。特に、申込記入用紙の不備補完率は98%台と業界の中でも極めて高い数字となっており、保険会社からの高い評価につながっている。なお、コールセンターやロジスティック部門については、協業代理店側から見れば同社にアウトソーシング(BPOサービス)する格好となっており、顧客情報のデータ連携システム(ASPサービス)の提供も含めて、同社は協業代理店から一定の対価を得ている。

このように、Webサイトによる集客からコールセンターでの顧客対応、ロジスティック部門に至るまですべての工程を自社のリソースで一貫して手掛けている企業はほかになく、各工程で品質の高いサービスを提供していることが同社の強みとなっている。

業績動向

マイナス金利の導入や手数料率の低下が響いて増収減益に

1. 2017年9月期第2四半期累計の業績概要

2017年9月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比2.4%増の3,887百万円、営業利益が同29.1%減の455百万円、経常利益が同27.9%減の452百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同11.8%減の331百万円と増収減益決算となった。また、期初会社計画比では四半期純利益を除いてそれぞれ若干下回った。

業績動向

2017年9月期第2四半期累計 連結業績

(単位：百万円)

| | 16/9 期 2Q 累計 | | 期初計画 | 17/9 期 2Q 累計 | | | |
|------------------|--------------|-------|-------|--------------|-------|--------|--------|
| | 実績 | 売上比 | | 実績 | 売上比 | 前年同期比 | 計画比 |
| 売上高 | 3,796 | - | 3,950 | 3,887 | - | 2.4% | -1.6% |
| 売上原価 | 751 | 19.8% | - | 917 | 23.6% | 22.0% | - |
| 販管費 | 2,402 | 63.3% | - | 2,514 | 64.7% | 4.7% | - |
| 営業利益 | 642 | 16.9% | 550 | 455 | 11.7% | -29.1% | -17.3% |
| 経常利益 | 627 | 16.5% | 530 | 452 | 11.6% | -27.9% | -14.7% |
| 特別損益 | -32 | - | - | 46 | - | - | - |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | 376 | 9.9% | 320 | 331 | 8.5% | -11.8% | 3.4% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高については、2016年2月に日銀が導入したマイナス金利政策の影響で、学資保険や一時払い終身保険等の貯蓄性保険商品の販売が停止されたことや、代理店手数料率の相対的低下等、厳しい外部環境が続いたものの、Webマーケティング施策を強化したことにより、資料請求件数や商談件数が好調に推移し、保険代理店事業が増収になったほか、メディア事業や再保険事業も堅調に推移したことで増収を維持した。ただ、協業店を通じた販売が想定を下回ったことで、会社計画に対しては若干下回った。

利益面では、メディア事業、再保険事業が増益となったものの、保険代理店事業においてマーケティングコストや人件費等の営業費用が増加したことにより減益となった。四半期純利益については投資有価証券売却益51百万円を特別利益として計上したことに伴い、会社計画比では若干上回って着地した。

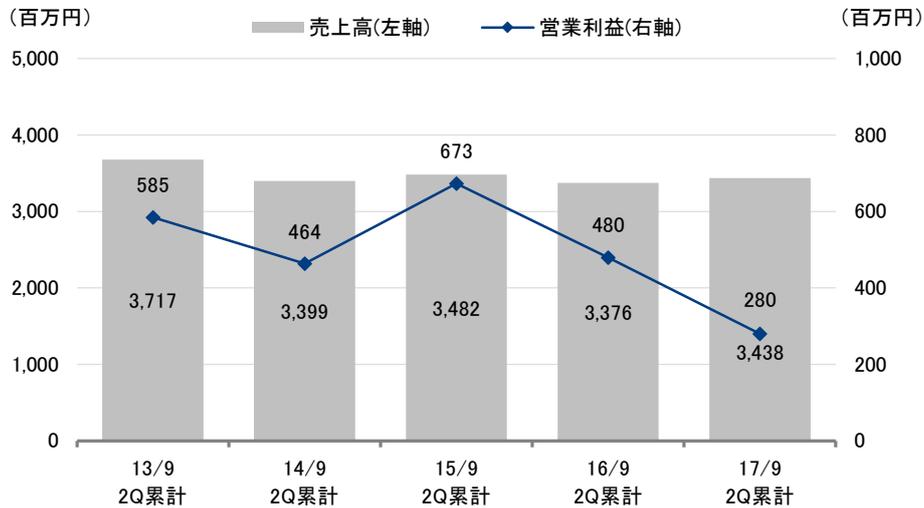
2. 事業セグメント別動向

(1) 保険代理店事業

保険代理店事業の売上高は前年同期比1.8%増の3,438百万円、営業利益は同41.7%減の280百万円となった。前述したようにマイナス金利導入により、一部の貯蓄性商品が販売停止となった影響や、ボーナスインセンティブを含めた手数料率が低下したこと、マーケティングコスト及び人件費等の営業費用が増加したことなどが減益要因となった。第2四半期累計の営業利益で300百万円の水準を下回るのは2009年9月期以来のことであり、保険代理店業界の収益環境が厳しくなっていることがうかがえる。ただ、厳しい市場環境が続き同業他社が減収を強いられるなかで増収となったことは注目され、「保険市場」を通じた販売力の強さが改めて裏付けられる格好となった。

業績動向

保険代理店事業の業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

チャネル別の申込み ANP※(新契約年換算保険料)で見ると、対面販売が前年同期比 52.2% 増、通信販売が同 0.7% 増、協業店が同 4.1% 増といずれも増加し、合計では同 25.5% 増となった。また、2017年3月末の保有契約件数は、前年同期比で 5.1% 増の 496 千件と引き続き 5% 前後の成長を続けている。当期は SNS 等を活用した Web マーケティング施策に取り組んだことで、「保険市場」へのアクセス数増加とともに資料請求件数やアポイント数などが前年同期比で増加したことが申込み ANP の増加につながった。

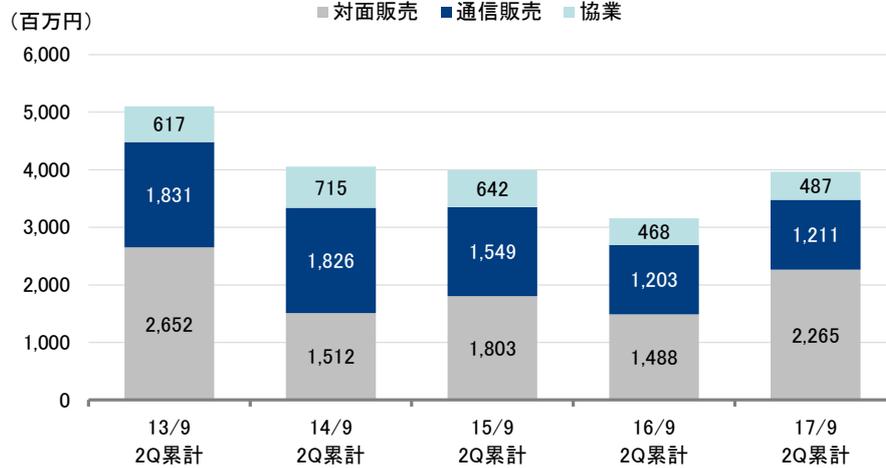
※ ANP (Annualized New business Premium)：新契約年換算保険料の意味で、月額保険料が 5,000 円の場合、ANP は 6 万円となる。

対面販売については、利回りが相対的に高い外貨建ての終身保険を積極的に販売したことが奏効した。また、生産性向上施策により当第 2 四半期(2017年1月-3月)における 1 人当たり ANP についても前年同期比 42.1% 増と大きく伸長している。一方、協業店については想定を下回る伸びとなった。2016 年春の改正保険業法施行によって、提携先では業務工程数の増加に伴い、生産性が一部低下している店舗もあるようで、その影響が出たものと考えられる。

同社では改正保険業法の施行に合わせて、ここ 2～3 年で提携先の絞り込みを進めており、2017 年 3 月末の提携代理店社数は 124 社(前年同期比 23 社減)に減少した。提携先については現在も個人情報管理等のセキュリティ体制を中心に監査法人と共同で定期的な検査を実施しており、基準を満たさない提携先については絞り込みを進めていく方針となっている。

業績動向

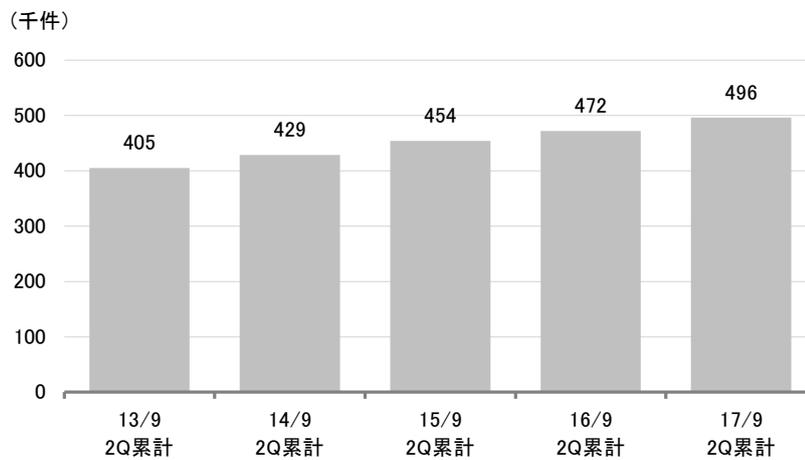
チャンネル別申込みANP



注: ANP: 新契約年換算保険料の意味で、月払い5,000円の場合、ANPは6万円となる。

出所: 業績説明資料よりフィスコ作成

保有契約件数の推移

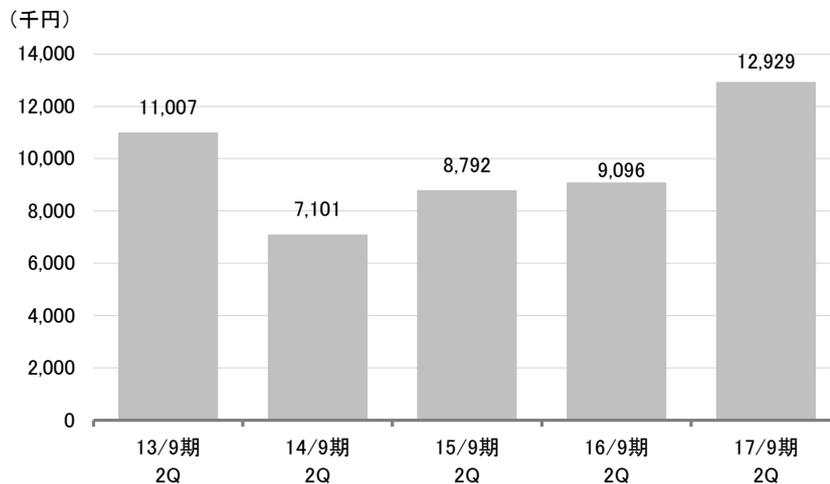


注: 短期傷害保険分(旅行保険等)は除く

出所: 業績説明資料よりフィスコ作成

業績動向

対面1人当たりANPの推移

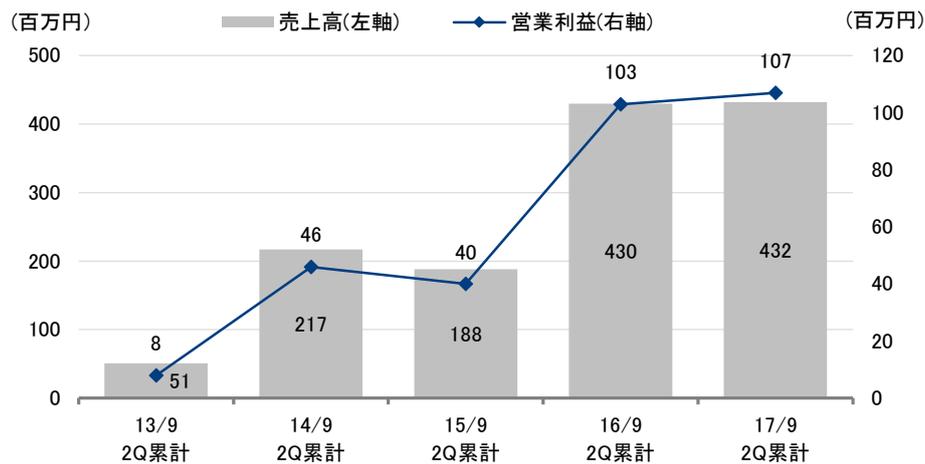


出所：業績説明資料よりフィスコ作成

(2) メディア事業

メディア事業の売上高は前年同期比 0.5% 増の 432 百万円、営業利益は同 4.0% 増の 107 百万円と堅調に推移した。保険販売の市場環境が厳しくなるなかで、改めて「保険市場」の媒体価値の高さが評価され、保険販売代理店だけでなく保険会社を含めて広告出稿が堅調に推移した。また、保険会社向けに SEO 対策などのコンサルティングやリスティング運用サービスなどの引き合いも最近では増えている。

メディア事業の業績推移



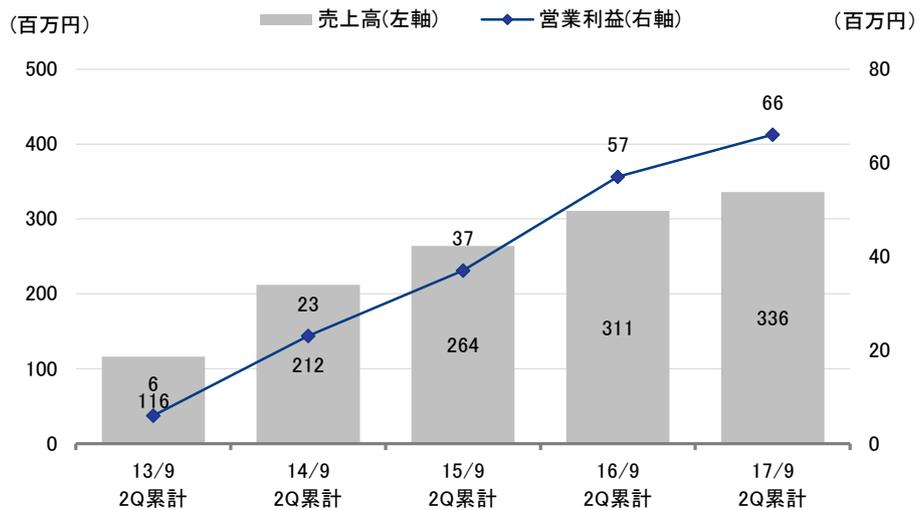
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(3) 再保険事業

再保険事業の売上高は前年同期比 8.1% 増の 336 百万円、営業利益は同 15.6% 増の 66 百万円と順調に推移した。引受保険会社数は前年同期から 1 社（生命保険会社）増加の 11 社となり、再保険の契約額が着実に増加していることが増収増益要因となっている。

再保険事業の業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

財務状況は健全な状態が続く

3. 財務状況と経営指標

2017年3月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 301 百万円増加の 7,262 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現預金が 124 百万円、未収入金が 123 百万円増加した。また、固定資産では減価償却の進展に伴い有形固定資産が 60 百万円、無形固定資産が 47 百万円減少した。

負債合計は前期末比 536 百万円増加の 2,930 百万円となった。主に従業員持株会支援信託 ESOP 導入に伴い有利子負債が 88 百万円増加したほか、未払法人税が 102 百万円増加した。また、純資産は前期末比 234 百万円減少の 4,331 百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益 331 百万円を計上した一方で、配当金の支払いで 273 百万円、ESOP 導入に伴う自己株式の取得で 274 百万円の流出があったことによる。

経営指標を見ると、安全性を示す自己資本比率は前期末の 65.5% から 59.6% に低下し、有利子負債比率は同 2.2% から 6.4% へ上昇するなど若干財務体質としては悪化したものの、健全性は十分保たれている水準であると判断される。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

| | 14/9 期末 | 15/9 期末 | 16/9 期末 | 17/9 期末 2Q | 前期比 |
|---------|---------|---------|---------|------------|------|
| 流動資産 | 4,011 | 4,177 | 3,448 | 3,842 | 394 |
| (現預金) | 517 | 1,667 | 1,047 | 1,172 | 124 |
| 固定資産 | 2,995 | 3,181 | 3,512 | 3,419 | -92 |
| 総資産 | 7,012 | 7,361 | 6,960 | 7,262 | 301 |
| 流動負債 | 1,585 | 1,768 | 1,669 | 1,972 | 303 |
| 固定負債 | 1,074 | 781 | 724 | 957 | 233 |
| (有利子負債) | 500 | 300 | 100 | 277 | 177 |
| 負債合計 | 2,659 | 2,550 | 2,394 | 2,930 | 536 |
| 純資産合計 | 4,352 | 4,810 | 4,566 | 4,331 | -234 |
| 経営指標 | | | | | |
| (安全性) | | | | | |
| 流動比率 | 253.1% | 236.2% | 206.5% | 194.8% | |
| 自己資本比率 | 62.0% | 65.3% | 65.5% | 59.6% | |
| 有利子負債比率 | 11.5% | 6.2% | 2.2% | 6.4% | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

保険代理店事業の生産性向上に取り組み、 2017年9月期は増収増益を目指す

1. 2017年9月期の業績見通し

2017年9月期の連結業績は、売上高が前期比8.4%増の7,910百万円、営業利益が同7.9%増の1,030百万円、経常利益が同7.9%増の1,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同2.9%増の600百万円と期初計画を据え置き、増収増益を見込んでいる。第2四半期までは計画を若干下回るペースとなったが、第3四半期以降に遅れを取り戻し、計画の達成を目指していく。

2017年9月期 連結業績見通し

(単位：百万円)

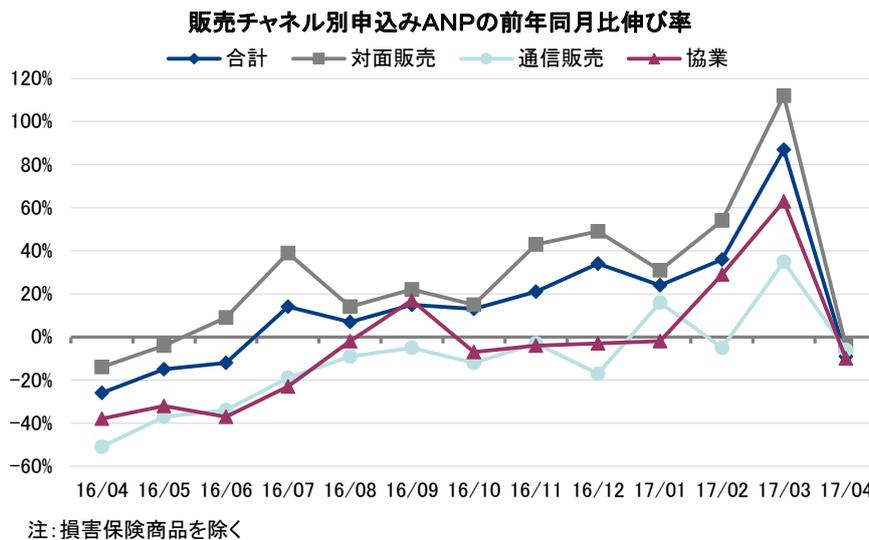
| | 16/9 期実績 | | 17/9 期計画 | |
|-----------------|----------|--------|----------|------|
| | 通期 | 前期比 | 通期 | 前期比 |
| 売上高 | 7,295 | 0.3% | 7,910 | 8.4% |
| 営業利益 | 954 | -17.3% | 1,030 | 7.9% |
| 経常利益 | 926 | -19.0% | 1,000 | 7.9% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 582 | -9.5% | 600 | 2.9% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

事業セグメント別では、メディア事業や再保険事業については下期も順調に成長し、増収増益が見込まれる。このため、主力である保険代理店事業をいかに伸ばしていくことができるかが計画達成のカギを握ることになる。月次販売動向を見ると、4月の申込ANPは前年同月比9%減と10ヶ月ぶりの減少に転じ、やや計画を下振れる結果となった。3月に大きく伸びた反動減と見られるが、5月以降の動きを注視していく必要がある。また、低下傾向が続く手数料率について、今後もさらに低下するようであれば収益の下振れ要因となる。とはいえ、圧倒的な集客力を持つ「保険市場」を通じた請求件数はWebマーケティング施策の効果もあって増加傾向が続いており、これらを確実に契約につなげていくこと、また対面販売における1人当たり生産性向上を図ることで、下期以降の収益回復を目指していく考えだ。

生産性向上施策としては、コールセンターの入電時における質の向上から始まり、アポイントメントの質の向上、面談率の向上、契約率の向上、顧客世帯当たり販売単価の上昇、といった具合に業務フローごとにITも活用しながら効率を向上していくことで、全体を通した生産性の向上が実現できると見ている。



出所: 会社資料よりフィスコ作成

Webマーケティング戦略の強化と、 資産管理型営業に注力することで成長を図る

2. 今後の戦略について

(1) マーケティング戦略

改正保険業法の施行によって銀行窓販では保険商品の手数料が開示されるようになり、今後は代理店手数料率やボリュームインセンティブ等の見直しが進むことが予想される。また、2017年春以降は保険商品の販売時における顧客への金券類の提供や各種ポイントの付与などの自粛が決まったこともあり、保険代理店を取り巻く環境はさらに厳しさを増している状況となっている。

今後の見通し

こうした市場環境下で、保険代理店の淘汰が進むと見られるが、同社は「保険市場」という圧倒的な集客ツールを持っていること、また、対面販売や通信販売、協業店といった多様な販売チャネルを構築していることから、今後もその強みを生かして業界内シェアが上昇していくものと弊社では予想している。逆に言えば、「保険市場」という集客ツールの強みを今後も維持できるかどうか重要なカギを握るとも言える。このため、同社では「保険市場」の媒体価値の向上に取り組んでいるほか、アクセス数を増やすための新たなマーケティング施策も積極的に実施している。最近では SNS やビッグデータなども活用したマーケティング施策を取り入れており、その効果も出ている。今後も Web マーケティング施策を強化し、見込み顧客の獲得を進めながら販売増につなげていく戦略だ。

また、自社の対面販売については、現在の 12 店舗体制を維持し、金融リテラシーの高いアッパーミドル層を顧客ターゲットとしていく戦略に変わりない。ただ、代理店手数料率の低下が見込まれるなかで、今後は 1 顧客（世帯）当たり販売する保険商品を増やしていくことで、収益を維持拡大していく方針となっている。現在は生命保険を中心に販売しているが、火災保険や自動車保険などの損害保険についても販売し、顧客のすべての保険商品を取り扱う資産管理型営業にシフトしていく。損害保険商品についてはネット完結で契約する顧客も多いが、同社は顧客ニーズをヒアリングしながら最適な保険商品を提案し、販売契約に結び付けたい考えだ。同社の保険代理店事業に占める損害保険商品の比率は 1 割強とまだ低く、これを将来的に 2～3 割まで引き上げていくことを目標としている。こうした取り組みの成果が出てくれば、保険代理店事業の成長期待も高まることになる。

(2) 投資戦略

投資戦略としては、従来と変わらず IT・システム投資と人材投資を強化していく方針となっている。IT・システム投資では、「保険市場」の利便性向上につながる投資を継続的に実施しているが、ここ最近では AI 技術の導入も進めている。具体的には、チャットボットを導入し、コールセンターにおける業務負担の軽減を図っている。今後も AI 技術やディープラーニング技術を活用することで、プロモーション効率の向上を進めていく計画となっている。また、FinTech についても研究を進めている段階で、今後、事業活動の中で取り入れていきたい考えだ。

人材投資では新卒・中途社員の採用活動を強化していくほか、福利厚生制度の充実も進めている。2017 年 4 月の新卒社員数は 20 名(前年は 24 名)となり、2018 年も同程度の採用を進めていく予定となっている。また、働き方改革の一環として、有給休暇の取得促進並びに残業時間の削減に取り組んでいる。

(3) 管理体制の強化

管理体制の強化についても継続して実施していく方針だ。改正保険業法に対応したシステム開発や各種研修を継続的に実施しているほか、ガバナンス体制やコンプライアンス体制についても強化していく。また、情報セキュリティ対策についても個人情報保護の管理体制を厳格化し、情報漏えいを防ぐ体制を構築する。また、提携店についても個人情報管理体制の水準向上を目的に、監査法人のトーマツと同社のダブルチェックで定期的に検査を行っている。

ROE、売上高経常利益率で20%以上、 自己資本比率80%以上を目標とする

3. 目標とする経営指標

同社は目標とする経営指標としてROE20%以上、売上高経常利益率20%以上、自己資本比率80%以上を掲げている。2016年9月期実績ではROEが12.4%、売上高経常利益率が12.7%、自己資本比率が65.5%となっており、現状からさらに収益性並びに資本効率の向上と財務体質の改善を進めていく方針となっている。成長戦略としては、圧倒的な集客力を持つ情報メディアサイト「保険市場」を基盤とした保険代理店事業の着実な成長に加えて、第2の収益柱として再保険事業を強化していくことで一段の収益拡大と安定性を高めていく。

保険代理店事業の収益の源泉が、「保険市場」を通じて得られる情報差益（代理店手数料）であるのに対して、再保険事業は死差益※が収益の源泉となっている。大きな自然災害や戦争などが起こらない限り、再保険事業の営業利益率は15%前後が期待できる。保険代理店事業とはビジネスモデルの異なる再保険事業を収益の柱として育成することで、同社の収益基盤はより一層強固なものとなり、持続的な成長が期待できることになる。同社ではこのようなビジネスモデルをダンベル型ビジネスモデルと呼んでいる。再保険事業における引受保険会社は現在11社だが、あと3～4社増える可能性がある。10年後には再保険事業の営業利益だけで700百万円、全体に占める構成比で3割程度まで引き上げていくことを目標としている。

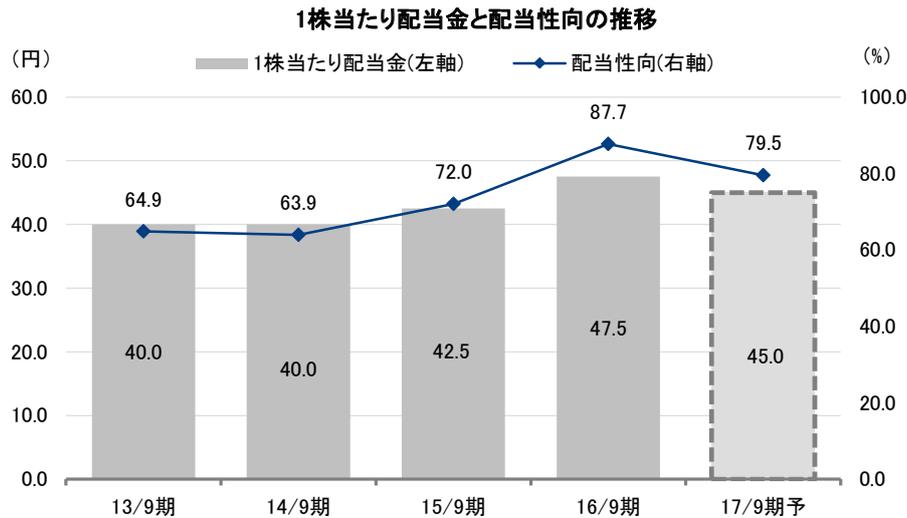
※ 生命保険には、利差益・費差益・死差益の3つの利益源がある。死差益とは、想定した死亡率と実際の死亡率の差によって発生する利益のことを指す。

■ 株主還元策

配当性向は50%以上を目安に、株主優待も実施

同社は、株主還元策として配当と株主優待を実施している。配当政策として「将来の成長戦略を遂行していくための原資となる内部留保の充実に努めるとともに、業績に応じた配当の実施等により、株主価値を高める」ことを基本方針としており、配当性向は50%以上を目安としている。2017年9月期の1株当たり配当金は45.0円(配当性向79.5%)を予定している。

また、株主優待制度としては、9月末の100株以上保有の株主に対して、2,500円相当のカatalogギフトと福利厚生サービス(保険市場Club Off)の利用権を贈呈している。現在の株価水準(5月22日終値1,905円)で見た単元当たりの総投資利回りは、福利厚生サービスを除いたベースでも4%弱の水準となる。



注：16/9期は東証一部上場記念配2.5円含む

出所：決算短信よりフィスコ作成

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ