

|| 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 >>>](#)

2018 年 6 月 19 日 (火)

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. 2018年9月期第2四半期累計業績	01
2. 2018年9月期業績見通し	01
3. 収益ポートフォリオの多様化で更なる成長を目指す	02
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. 事業の内容	03
2. 同社の強み	06
■ 業績動向	07
1. 2018年9月期第2四半期累計業績の概要	07
2. 事業セグメント別動向	07
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2018年9月期の業績見通し	13
2. 収益ポートフォリオの多様化に向けた新たな取り組み	14
3. 目標とする経営指標と事業戦略	15
■ 株主還元策	16
■ 情報セキュリティ対策	17

## ■ 要約

### 保険契約の獲得が順調に進み、 2018年9月期は5期ぶりに過去最高業績を更新する公算大

アドバンスクリエイト<8798>は、国内最大級の保険選びサイト「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、そのほかにメディア事業、再保険事業を展開している。

#### 1. 2018年9月期第2四半期累計業績

2018年9月期第2四半期累計(2017年10月-2018年3月)の連結業績は、売上高が前年同期比19.7%増の4,653百万円、営業利益が同35.0%増の615百万円と2ケタ増収増益となった。半期での会社計画は開示していないものの、想定を上回る進捗になったと見られる。SNSやチャットボット等を活用した積極的なWebプロモーション施策が奏効し、主力の保険代理店事業の売上が前年同期比21.4%増と好調に推移したことが主因だ。個人だけでなく中小企業等の法人契約も徐々に増え始めているほか、新たな取り組みとして2017年6月より開始したアメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc. (以下、AMEX) との協業によるAMEX会員をターゲットとした共同募集による契約件数も順調に増加した。

#### 2. 2018年9月期業績見通し

2018年9月期の連結業績は、売上高が前期比13.4%増の9,230百万円、営業利益が同21.7%増の1,270百万円と期初計画を据え置いたが、第3四半期以降も保険契約の獲得が順調に推移しているほか、上期に一時的に落ち込んでいた再保険事業の収益も回復する見込みとなっていることから、会社計画を上回って5期ぶりに過去最高業績を更新する可能性があるとして弊社では見ている。同社はITを活用した新たなマーケット手法に先駆けて取り組んできたことで、持続的な成長を実現しているが、今後もAI技術等を活用した新たなマーケティング戦略に取り組むことで「保険市場」の集客力を高め、主力の保険代理店事業を中心に収益を拡大していく方針だ。

## 要約

### 3. 収益ポートフォリオの多様化で更なる成長を目指す

同社では既存事業の成長だけでなく、保険に関連する新たな事業を立ち上げていくことで更なる成長を目指している。まずは2018年9月期中に社内用に開発したCRM（顧客管理）システムを協業代理店に対してASP※<sup>1</sup>サービスとして提供していく予定となっている。売上高のポテンシャルとしては年間数億円程度が見込まれる。既に自社で使っているシステムのため高い収益性が期待できる。また、コールセンター業務のBPO※<sup>2</sup>サービスについても2019年9月期以降の開始を目指している。同社ではコールセンター業務の品質の高さが強みの1つとなっているが、これらをBPOサービスとして保険会社やクレジットカード会社に提供していく。現在、契約社員の増員・育成を進めており、体制が整い次第スタートする予定となっている。

※<sup>1</sup> ASP（アプリケーション・サービス・プロバイダ）…インターネットを通して各種アプリケーションを提供するサービスまたはサービスを提供する事業者のこと

※<sup>2</sup> BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）…企業運営上の業務やビジネスプロセスを外部委託すること、受託する側をBPOベンダーと呼ぶ

### 4. 株主還元策

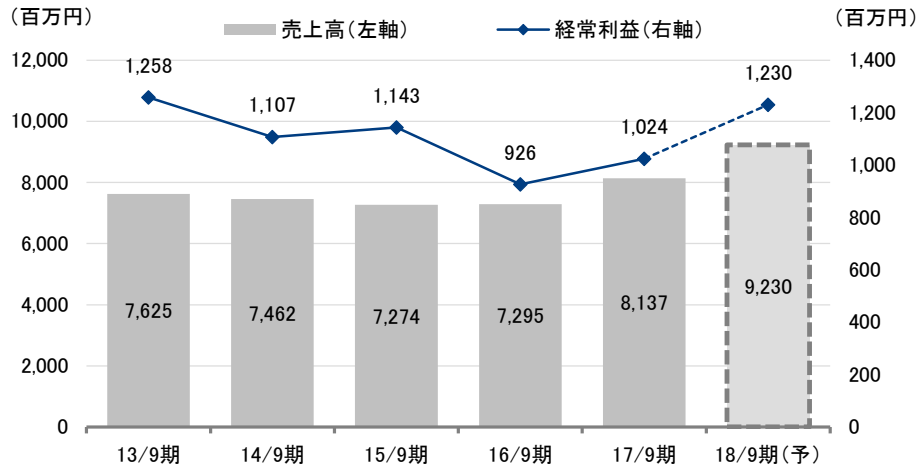
同社は、株主還元策として配当と株主優待を実施している。配当政策としては配当性向で50%以上を目安とし、2018年9月期の1株当たり配当金で前期比2.5円増配の50.0円（配当性向67.8%）を予定している。また、株主優待制度としては、9月末の100株以上保有の株主に対して、2,500円相当のカタログギフトと福利厚生サービス（保険市場Club Off）の利用権を贈呈している。現在の株価水準（2018年6月8日終値2,195円）で見た単元当たりの総投資利回りは、福利厚生サービスを除いたベースでも3%台の水準となる。そのほか、2018年11月20日を期限として10万株、210百万円を上限に自己株式の取得を行うことを発表している。

#### Key Points

- ・国内最大級の保険選びサイト「保険市場」を運営する独立系保険代理店の大手
- ・自社開発した顧客管理システムのASPサービスを2018年9月期中に開始予定
- ・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

## 要約

## 業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

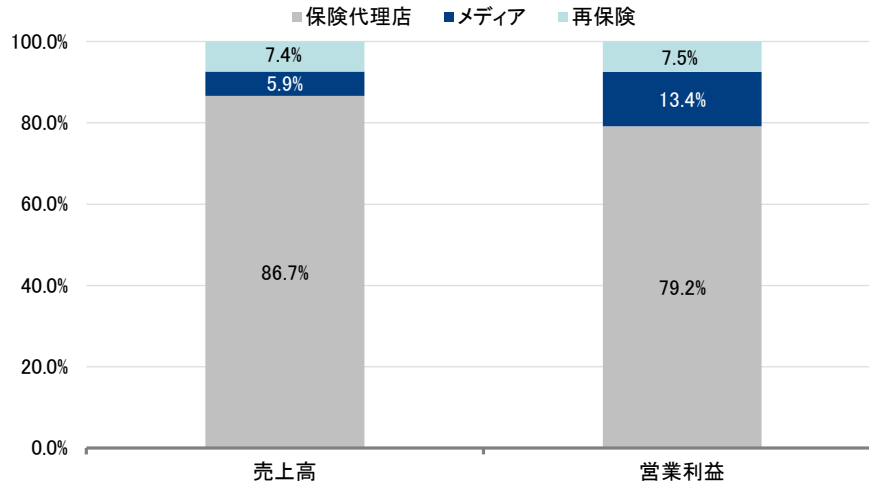
### 国内最大級の保険選びサイト「保険市場」を運営する 独立系保険代理店の大手

#### 1. 事業の内容

同社の事業は保険代理店事業、メディア事業、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(2018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の86.2%、営業利益の79.2%を占める主力事業となっている。2012年3月期では売上高、営業利益ともに保険代理店事業が95%以上を占めていたことからすると、収益の多様化が着実に進行してきたことがうかがえる。同社では、子会社で展開する再保険事業を強化することで、保険会社との関係を強化しつつ収益の安定化を図るダンベル型ビジネスモデルをベースとしている。メディア事業においても圧倒的な媒体価値を持つ「保険市場」による広告収入だけでなく、同社のプロモーションノウハウを生かしたメディアレップ等のサービス展開を進めることで収益の多様化を図っている。

## 事業概要

## 事業セグメント別構成比(2018年9月期2Q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取り扱っており、2018年5月時点の「保険市場」での取扱保険会社数は84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。

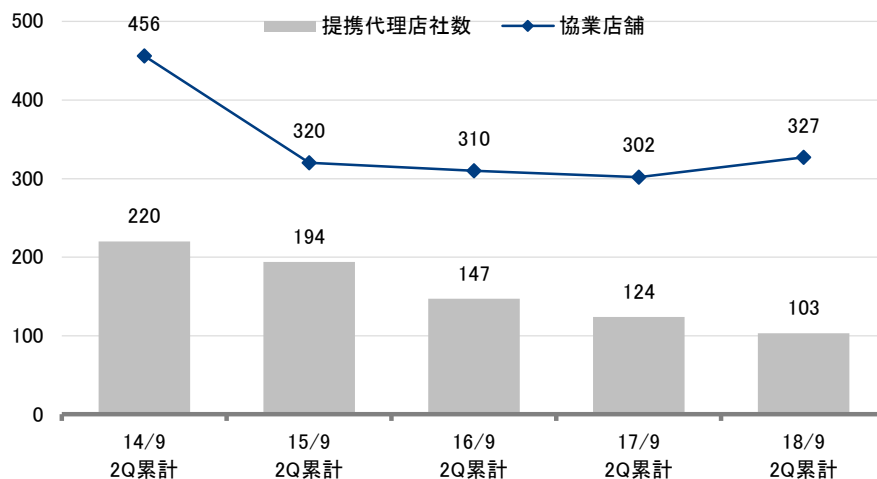
保険代理店事業における売上げの主な内容は、保険会社から支払われる手数料収入となる。保険契約者が保険会社に支払った保険料に対して、定められた手数料率を乗じたものが保険会社から同社に支払われる。生命保険など支払いが複数年にわたるものは、初年度と次年度以降で手数料率の変動するタイプの商品もある。手数料率に関しては会社ごと、保険商品ごとに様々だが、傾向的には貯蓄性の高い商品の手数料率が低く、逆に掛け捨て型の商品は高くなる。

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80%で、残り20%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割程度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。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。

## 事業概要

販売拠点としては、2018年3月末時点で直営店が12拠点、提携先代理店社数が103社327店舗、提携稼働募集人で約5.2万人の規模となっている。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、提携代理店社数に関しては、改正保険業法の施行（2016年5月）に伴い、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進めてきた結果、大きく絞り込んだ格好だが、店舗数ベースではほぼ一巡した格好となっている。

提携代理店社数と協業店舗の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## (2) メディア事業

メディア事業は、保険選びサイト「保険市場」を広告媒体とした広告枠の販売が主な収入源となっている。保険選び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、2018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あることが特徴で、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%前後と高い収益性と安定性が期待できる事業となる。

## 事業概要

## 2. 同社の強み

同社の最大の強みは保険選びサイト「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。

「保険市場」の月間ユニークユーザー数は100万件を超えており、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継続的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70名前後ほど抱えている。「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、同社では自社の社員で対応している。問い合わせ件数の増加に対応するため、2017年秋以降に大阪のコールセンターを増床して、派遣社員の受入も開始しているが、すべての社員が保険販売に関する研修を1ヶ月間受け、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95%以上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

### 積極的な Web プロモーション施策が奏効し、 2018年9月期第2四半期累計業績は2ケタ増収増益に

#### 1. 2018年9月期第2四半期累計業績の概要

2018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19.7%増の4,653百万円、営業利益で同35.0%増の615百万円、経常利益で同33.4%増の603百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同23.9%増の411百万円と2ケタ台の増収増益となった。第2四半期累計業績の会社計画は非開示だったものの、売上高、利益ともに想定を上回ったものと見られる。

SNS やチャットボット等を活用した効果的な Web プロモーション施策を実施したことにより、保険契約の獲得が順調に進み、主力の保険代理店事業の売上高が前年同期比21.4%増収、営業利益が同73.5%増益と好調に推移したことが業績のけん引役となった。売上構成比の変化によって売上原価率が前年同期の23.6%から26.4%に上昇したものの、販管費率が増収効果によって64.7%から60.4%に低下し、営業利益率は11.7%から13.2%に上昇した。

#### 2018年9月期第2四半期累計 連結業績

(単位：百万円)

	17/9期2Q累計		18/9期2Q累計		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	3,887	-	4,653	-	+19.7%
売上原価	917	23.6%	1,227	26.4%	+33.9%
販管費	2,514	64.7%	2,810	60.4%	+11.8%
営業利益	455	11.7%	615	13.2%	+35.0%
経常利益	452	11.6%	603	13.0%	+33.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	331	8.5%	411	8.8%	+23.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

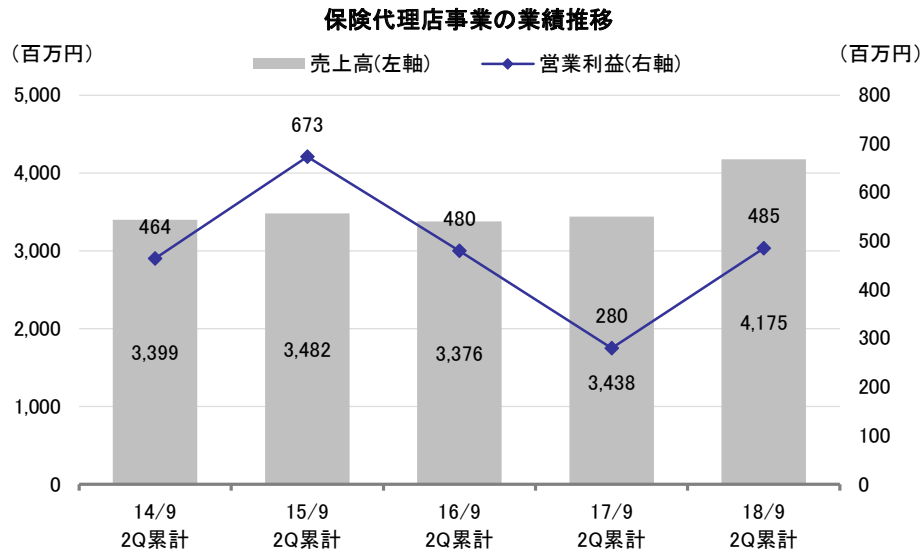
#### 2. 事業セグメント別動向

##### (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21.4%増の4,175百万円、営業利益は同73.5%増の485百万円となった。半期ベースで売上高が40億円を超えるのは2007年9月期以来のこととなる。前期後半よりLINE<3938>やFaceBook<FB>等のSNSを使ったWebプロモーションやチャットボットの活用など新たなマーケティング手法に業界に先駆けて取り組んだことで「保険市場」への集客力が高まり、資料請求・問い合わせ件数が前年比2ケタ増と伸張したことが売上好調の要因となっている。また、新たな取り組みとして2017年6月より開始したAMEXとの協業により、AMEXカード会員をターゲットとした共同募集による契約件数増加も寄与した。中小企業の経営者が顧客として増えてきたことで法人契約についても徐々に増加し始めている。

## 業績動向

営業利益に関しては、3年ぶりの増益に転じている。前年同期はマイナス金利導入の影響で一部の貯蓄性商品の販売が停止となるなど混乱が生じたほか、販売手数料率の引下げの影響もあり減益を強いられたが、当期は手数料率の低下もなく、また、相対的に手数料率の高い保険商品の販売が好調だったことも収益性の回復につながった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

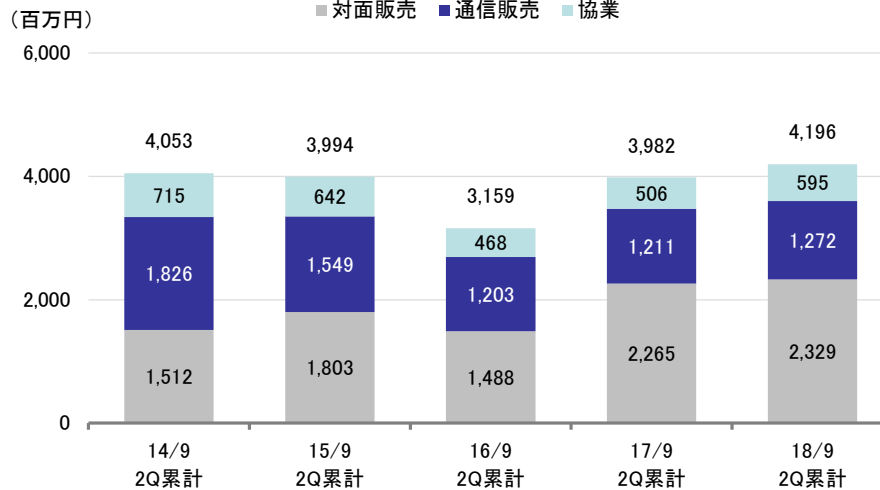
申込み ANP (新契約年換算保険料) ※1 については、前年同期比 5.3% 増の 4,196 百万円となった。前年同期は 3 月に料率改定に伴う駆け込み需要で大きく伸びたことを考慮すれば、実質ベースでは 10% 台の伸びだったと見られる※2。チャネル別で見ると、対面販売が前年同期比 2.8% 増、通信販売が同 5.0% 増、協業店が同 17.6% 増といずれも増加した。また、2018 年 3 月末の保有契約件数は、前年同期比で 2.2% 増の 507 千件と増加傾向が続いている。

※1 ANP (Annualized New business Premium): 新規契約分の年換算保険料。例えば、月額保険料が 5,000 円の場合、ANP は 6 万円となる。

※2 保険料率改定により 2017 年 3 月の申込み ANP は前年同月に比べ 87% 増であった。

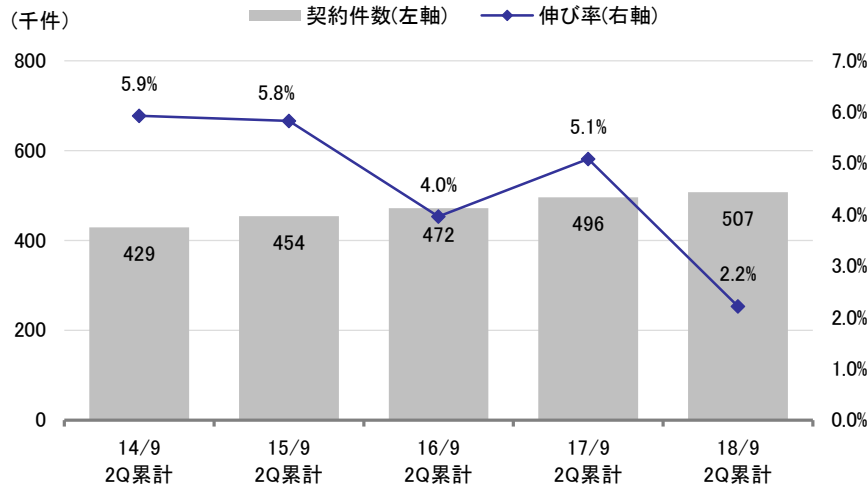
## 業績動向

## 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

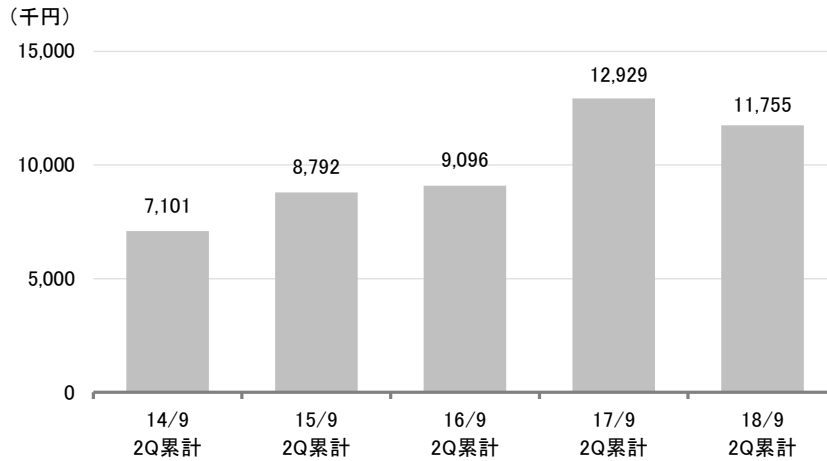


注：短期傷害保険分（旅行保険等）は除く  
出所：業績説明資料よりフィスコ作成

対面販売の伸びが鈍化したのが、これは前年の駆け込み需要の反動によるものとなっている。実際、営業マン1人当たりANPについても同9.1%減と減少に転じている。ただ、駆け込み需要の影響を除けば引き続き高い生産性を維持していると言える。一方、協業店については駆け込み需要の影響はあったものの、同社からの顧客送客数が増加したことにより、2ケタ伸張となった。なお、通信販売の増加要因としては、ネット生保ANPが前年同期比57.3%増と急回復したことが主因となっている。

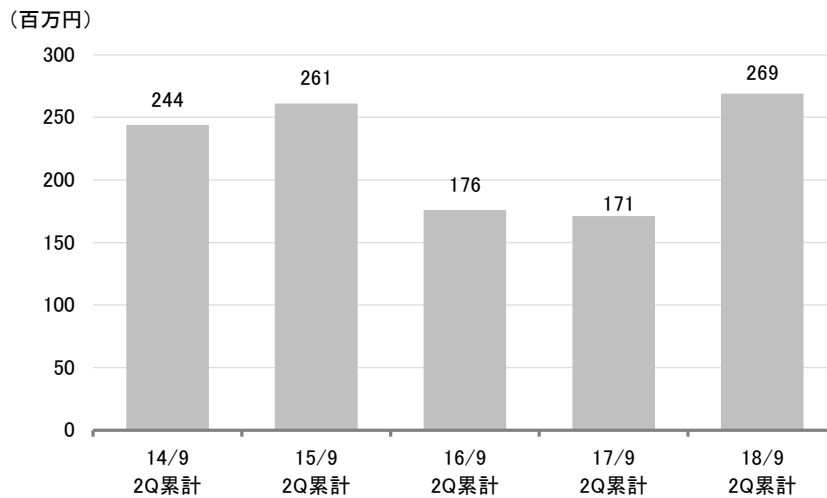
## 業績動向

## 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

## ネット生保ANPの推移



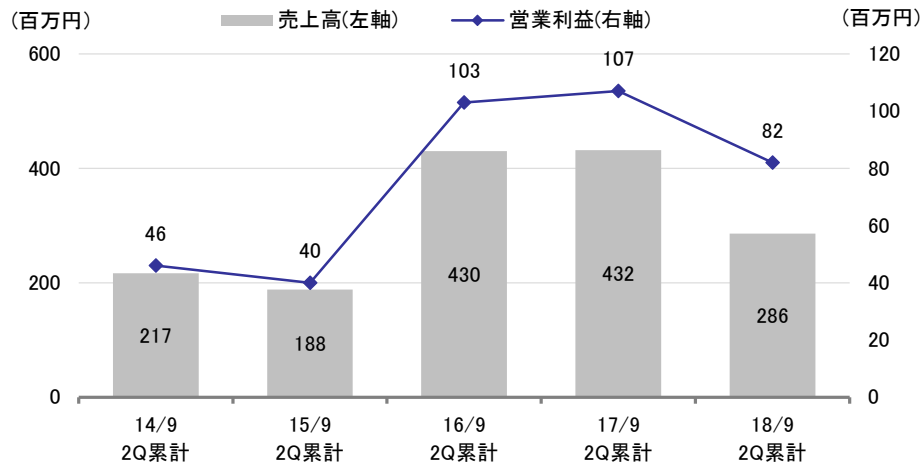
出所：業績説明資料よりフィスコ作成

## (2) メディア事業

メディア事業の売上高は前年同期比 33.8% 減の 286 百万円、営業利益は同 23.5% 減の 82 百万円となった。これは前期の中頃からクライアントとの受注契約形態がスポット契約からレギュラー契約へと変化したことによる一時的な要因であり、クライアントである保険会社からの広告出稿意欲は引き続き旺盛な状況であることに変わりはない。

## 業績動向

## メディア事業の業績推移

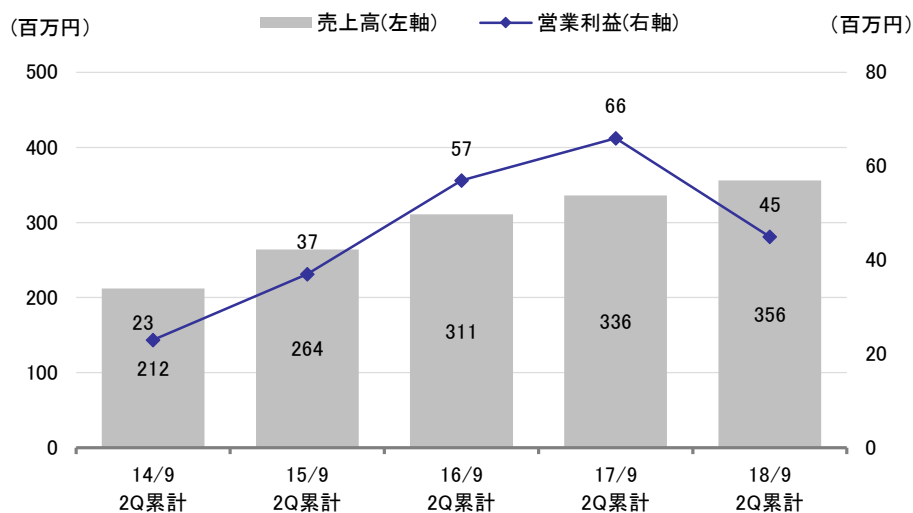


※売上高は内部取引調整前  
 出所：業績説明資料よりフィスコ作成

## (3) 再保険事業

再保険事業の売上高は前年同期比5.8%増の356百万円、営業利益は同31.5%減の45百万円と増収減益となった。再保険の契約額が着実に増加し売上高は増加したものの、自然災害の発生等により前年同期より支払保険料が一時的に増加したことが減益要因となっている。

## 再保険事業の業績推移



出所：業績説明資料よりフィスコ作成

## 財務状況は健全な水準を維持で、収益性は底打ちの兆し

### 3. 財務状況と経営指標

2018年9月期第2四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比99百万円増加の7,815百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では未収入金が327百万円減少した一方で、現預金が490百万円増加した。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55百万円、無形固定資産が87百万円それぞれ減少した。

負債合計は前期末比118百万円増加の3,256百万円となった。有利子負債が85百万円減少した一方で、未払金が147百万円増加した。また、純資産は前期末比19百万円減少の4,558百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益411百万円を計上した一方で、配当金の支払いで274百万円、自己株式の取得で194百万円を支出したことによる。

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59.3%から58.3%と若干低下したものの、有利子負債比率も同12.1%から10.2%に低下しており、財務の健全性は十分保たれている水準にあると判断される。

#### 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	15/9 期末	16/9 期末	17/9 期末	18/9 期 2Q 末	前期比
流動資産	4,177	3,448	4,324	4,541	+216
(現預金)	1,667	1,047	1,302	1,793	+490
固定資産	3,181	3,512	3,391	3,273	-117
総資産	7,361	6,960	7,716	7,815	+99
流動負債	1,768	1,669	2,184	2,341	+156
固定負債	781	724	954	915	-38
負債合計	2,550	2,394	3,138	3,256	+118
(有利子負債)	300	512	553	467	-86
純資産合計	4,810	4,566	4,577	4,558	-19
経営指標					
(安全性)					
流動比率	236.2%	206.5%	198.0%	194.0%	
自己資本比率	65.3%	65.5%	59.3%	58.3%	
有利子負債比率	15.8%	11.2%	12.1%	10.2%	
(収益性)					
ROA (経常利益 ÷ 総資産)	15.9%	12.9%	14.0%		
ROE (純利益 ÷ 自己資本)	14.1%	12.4%	16.2%		
売上高経常利益率	15.7%	12.7%	12.6%		

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 保険契約の獲得ペースは順調で、 2018 年 9 月期業績は会社計画を上回る可能性が高い

#### 1. 2018 年 9 月期の業績見通し

2018 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 13.4% 増の 9,230 百万円、営業利益が同 21.7% 増の 1,270 百万円、経常利益が同 20.1% 増の 1,230 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 5.1% 増の 780 百万円と期初計画を据え置いている。ただ、第 2 四半期までの進捗がやや想定を上回っているほか、4 月の申込 ANP も前年の水準が駆け込み需要の反動減で低水準だったとはいえ、前年同月比 59% 増と好調に推移していること、また、再保険事業やメディア事業も下期は回復に向かう見通しであることから、通期業績は売上高で 11 期振りに過去最高を更新し、営業利益、経常利益についても 2013 年 9 月期（営業利益 1,295 百万円、経常利益 1,258 百万円）以来の最高益を更新する可能性が高いと弊社では見ている。

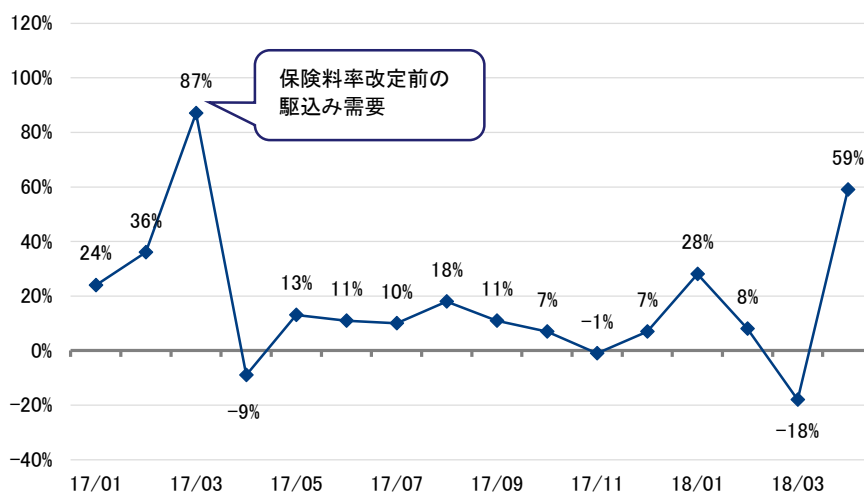
#### 2018 年 9 月期 連結業績見通し

(単位：百万円)

	17/9 期実績		18/9 期計画	
	通期	前期比	通期	前期比
売上高	8,137	+11.5%	9,230	+13.4%
営業利益	1,043	+9.3%	1,270	+21.7%
経常利益	1,024	+10.6%	1,230	+20.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	742	+27.3%	780	+5.1%
1 株当たり利益 (円)	69.96		74.07	

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 販売チャネル別申込みANPの前年同月比伸び率



注：損害保険商品を除く

出所：会社資料よりフィスコ作成

## 今後の見通し

事業セグメント別では、主力の保険代理店事業については引き続き SNS 等を使った Web プロモーション施策による資料請求件数の増加を背景に前期比 2 ケタ増収増益となる見通し。販売チャネル別で見ると、引き続き協業店向けが最も大きく伸びることになる。対面販売チャネルについては店舗数が変わらないものの、営業人員を 10 名程度増やしており、これら人材の戦力化による伸びが見込まれる。また、通信販売については引き続きネット生保の契約件数増加により、堅調な増加が期待される。

メディア事業については、受注契約変更の影響がほぼ一巡するため、通期では前期並みの収益水準まで回復することが予想される。また、再保険事業についても新たに生命保険会社 2 社と再保険契約を締結する見込みとなっていることもあり、通期では増収増益となる見通しだ。

## 自社開発した顧客管理システムの ASP サービスを 2018 年 9 月期中に開始予定

### 2. 収益ポートフォリオの多様化に向けた新たな取り組み

同社では既存事業の成長に加えて、保険に関連する新たな事業を立ち上げていくことで収益ポートフォリオの多様化を図り、更なる成長を目指している。まずは 2018 年 9 月期中に社内用に開発した CRM システムを協業代理店に対して ASP サービスとして提供していく予定となっている。従来、協業代理店からは保険契約獲得時の販売手数料シェアのほか、顧客情報のデータ連携やコールセンター、ロジスティクス業務等のサービスに対して、一定の対価を得ていたが、新たに CRM システムそのものの提供を開始する。保険業界に特化した形で開発しているため、使い勝手も良いことから需要が見込めると判断した。自社で既に利用しているため、特段の追加費用は掛からないことから高い収益性が期待できる。売上規模としては年間で数億円程度のポテンシャルがあると見ている。

また、BPO サービスでは同社の強みの 1 つであるコールセンター業務を、保険会社やクレジット会社向けに展開していく予定にしており、早ければ 2019 年 9 月期中にも売上げに貢献する見通しだ。保険商品等は専門的な商品知識が必要なため、一定以上のスキルが必要とされるが、最近は電話で保険契約を取ることが難しくなってきたこともあり、各社とも人材が手薄になっている領域となっている。ただ、引き合いは旺盛なため人材さえ整えば収益化できる可能性は高いと言える。現在は契約社員の増員や育成を進めており、体制が整い次第スタートする予定となっている。

そのほかにも、顧客開拓施策として 2017 年 6 月より開始した AMEX との共同募集事業について、その成果が順調に出始めており、法人契約の増加にもつながっていることから、他の大手クレジットカード会社との協業に向けた交渉も開始している。ハイクラスの会員（ゴールドカード等）をターゲットとしてメルマガや DM などの販促活動を行い、対面販売や協業店で成約に結び付けていくことになる。

既存事業の成長に加えて、これら新規事業が貢献してくるようになれば、同社の収益成長もさらに加速していくものと予想される。



## 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と事業戦略

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。2017 年 9 月期実績では ROE が 16.2%、売上高経常利益率が 12.6%、自己資本比率が 59.3% 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保険選びサイト「保険市場」を基盤として、保険代理店事業を着実に成長させ、再保険事業やメディア事業、さらには新規事業も含めて収益ポートフォリオの多様化を図りながら、収益基盤を一層強固なものとして成長を推進していく方針だ。

#### (1) 営業戦略

保険代理店事業については、AI 技術等を活用した新たなマーケティング手法の開発などを進めると同時に、「保険市場」の掲載情報の充実も図りながら、集客力を強化し資料請求・問い合わせ件数を増やしていくことで保険契約獲得の機会増大を図る。また、対面販売については現在の 12 店舗体制を維持していくものの、来店者数が増加していることもあり、手狭となった店舗では増床も検討している。また、顧客ターゲットとしては金融リテラシーの高いアッパーミドル層が中心で、生命保険の単一商品販売から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方針であることに変わりないが、ここ最近では節税対策も含めた法人契約の需要が増えてきたことから、法人営業部門を新設することも検討している。

メディア事業については、顧客となる保険会社に対して自社が今まで蓄積してきた SEO 対策等も含めた Web プロモーションのノウハウを提案し、「保険市場」の広告掲載収入以外のニーズを取り込むことで収益を拡大していく。また、再保険事業については既存の保険契約の積み上げと新規契約会社をあと 3~4 社増やしていくことで安定した収益成長を目指していく方針だ。

#### (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 と人材の相乗効果により、より高い次元でのセキュリティと環境変化へのフレキシブルな体制を構築していく考えで、「業界のイノベーター」として先進的な技術を積極的に取り込んでいく方針だ。

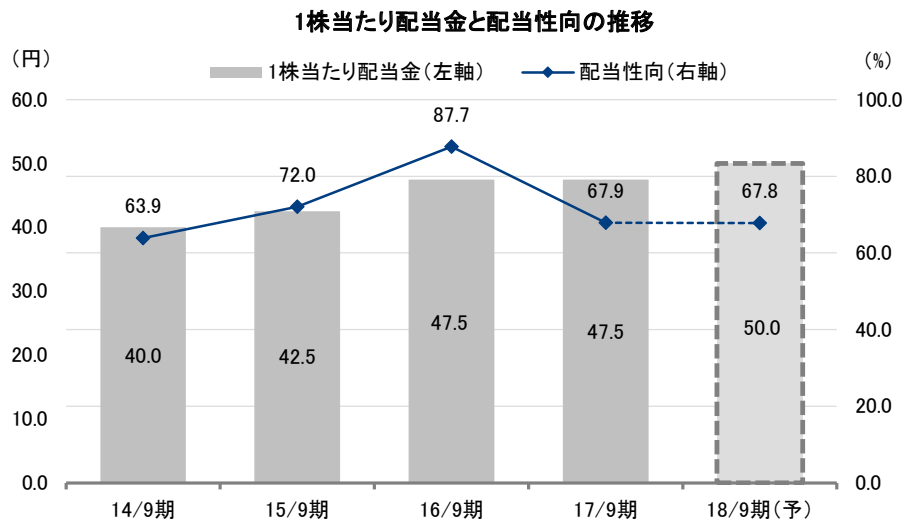
人材投資ではコールセンターの人材体制を強化していく方針で、特に、契約獲得率の高い土日や夜間に対応できる人材を増員していく方針となっている。また、新卒・中途社員の採用活動を強化していくほか、福利厚生制度の充実も進めている。2016 年 7 月に東証第 1 部に上場したこともあり、スキルの高い人材も集まるようになってきていると言う。2018 年 4 月の新卒社員数は 18 名（前年は 20 名）で、2019 年以降も 20 名程度の採用を進めていく予定となっている。また、働き方改革の一環として、有給休暇の取得促進並びに残業時間の削減に取り組んでいる。

## ■ 株主還元策

### 配当性向は50%以上を目安に、株主優待も実施、自己株式取得も発表

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。2018年9月期の1株当たり配当金は前期比2.5円増配の50.0円（配当性向67.8%）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（2018年6月8日終値2,195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3%台の水準となる。そのほか、2018年11月20日を期限として10万株、210百万円を上限に自己株式の取得を行うことを発表している。



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

## ■ 情報セキュリティ対策

同社は個人情報扱う保険代理店業を主力事業とするなかで、情報セキュリティ対策としてプライバシーマークの認証維持や定期的な個人情報に関する教育の実施、情報セキュリティの注意喚起のための定期的な「情報セキュリティ通信（社内啓蒙広報物）」の発行等を行っている。また、コンプライアンス部門内に専門部署となる「情報セキュリティ課」をつくり、セキュアプリンタの導入や複合機の監視カメラの設置、クライアント PC の操作ログの定期的な確認のほか、従業員への啓発や注意喚起など情報セキュリティレベルを高めるための取り組みを実施している。

提携代理店に対しては、顧客情報のセキュリティ管理状況に関するアンケート、内部監査室による情報セキュリティ監査等を定期的実施しており、必要に応じて改善依頼を行うなど、自社のみならず同社の顧客情報を扱う外部の組織における情報セキュリティ管理強化に対しても積極的に取り組みを実施している。

2018年9月期は新たに導入した社内ITサービス等に関するセキュリティリスクの管理状況やセキュリティインシデント発生時の事業継続に係る対策状況について、監査法人の監査を受けている。今後についてもこれら取り組みに加え、顧客情報保護の一層の強化に向け、引き続き業務委託先や提携代理店に対する情報セキュリティ管理の強化及び外部専門家による情報セキュリティ監査を実施し、更なる情報管理体制の高度化を推進していく方針となっている。

#### 重要事項（ディスクレーマー）

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