ジャパンベスト
レスキューシステム
2453 東証 1 部

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

2017 年 1 月 26 日（木）

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

企業調査レポート
執筆　客員アナリスト
佐藤　譲

企業情報はこちら >>>

■新たに中計を発表、「駆けつけ」「会員」「保険」「保証」を主軸に更なる成長を目指す

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！」を経営理念として掲げ、家のカギ、ガラス、水まわり、パソコンなど日常生活におけるトラブルを解決するサービスを主たる事業として展開している。

2016 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 4.7% 減の 11,552 百万円と減少したものの、営業利益は同 38.0% 増の 823 百万円と 5 期ぶりに最高益を更新した。不採算事業であった環境メンテナンス事業から撤退したことや広告宣伝費を削減したことに加えて、主力事業である会員事業や少額短期保険事業が好調に推移したことが要因だ。

同社は新たに 3 ヶ年の中期経営計画を発表した。経営ビジョンとして「500 万世帯へのサービス提供の実現」（現在は約 240 万世帯に提供）を掲げ、主力事業である「駆けつけ」「会員」「保険」「保証」の 4 つのサービスに注力することで早期に収益基盤の再構築を図り、2020 年以降の本格成長に向けた礎を築く期間と位置付けている。業績計画では、2019 年 9 月期に連結売上高 19,000 百万円（2016 年 9 月期比 64.5% 増）、営業利益 1,900 百万円（同 130.9% 増）、ROE22.6% 以上と意欲的な目標を掲げている。主力 4 事業の強化に加えて、周辺事業で M&A を積極的に展開し事業規模を拡大していくほか、経営効率の向上を目的とした IT システム投資や人的投資、強固な集客基盤を確立するためのインターネット広告投資などを積極的に行っていく。

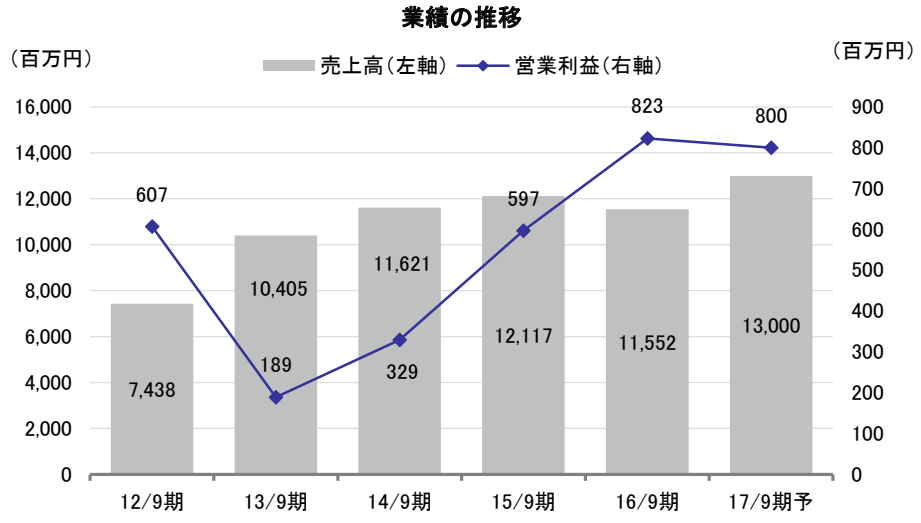
2017 年 9 月期の業績は売上高で前期比 12.5% 増の 13,000 百万円、営業利益で同 2.9% 減の 800 百万円と増収減益を見込んでいる。会員事業の主力サービスである「安心入居サポート」の売上計上方法を一括計上方式（2 年契約分）から月額分割計上方式に段階的に切り替えていくことによる一時的な収益の落ち込みや、広告宣伝費の増加等が減益要因となる。2018 年 9 月期以降は増収増益に転じる見通しだ。

今回、株主還元策についても積極的に取り組んでいく方針を打ち出した。配当方針は連結配当性向で 30% 以上を目安とし、安定配当である 1 株当たり 6.0 円を上回る場合は、特別配当として期末配当に付加していくことを検討する。また、連結当期純利益の 50% 以上から配当総額を引いた金額をめどに、自社株買いも行っていく。株主優待に関しては、9 月末の株主に対して同社の生活トラブル解決サービスを対象とした割引券を保有株数に応じて贈呈する。100 株保有の場合には、5,000 円相当の割引券（有効期限は到着日より翌年 12 月末まで）が贈呈されることになる。

■Check Point

- 営業利益が前期比 38.0% 増と 5 期ぶりに最高益を更新
- 19/9 期に連結売上高 19,000 百万円、営業利益 1,900 百万円、ROE22.6% 以上を目指す
- 17/9 期は増収増益の見通し

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。



■事業概要

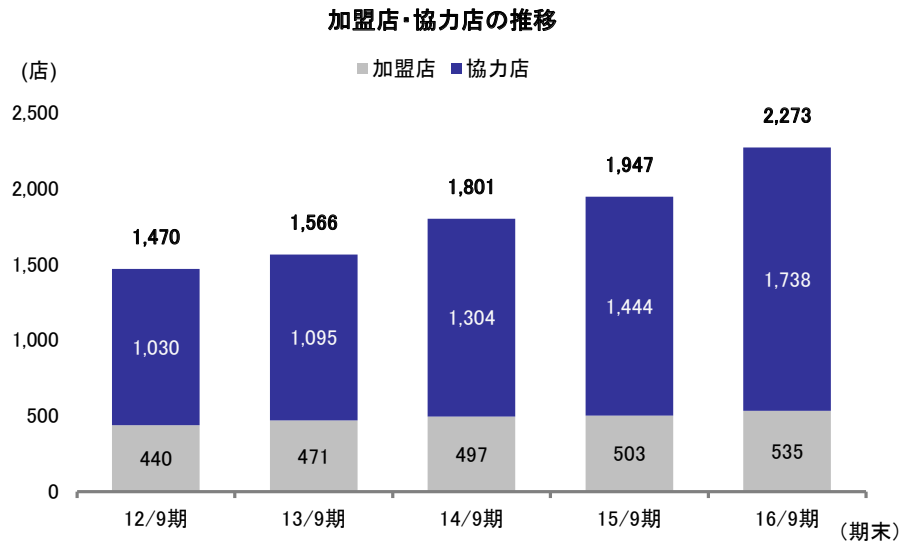
「困っている人を助ける！」を経営理念として、日常生活でのトラブルを解決するサービスを提供

同社は生活に関わる様々なトラブルを解決するサービスを主たる事業として行っており、各事業の内容は以下のとおりとなる。

(1) コールセンター事業

コールセンター事業では、カギの交換や水まわり、パソコンのトラブル、その他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（24 時間 365 日稼働）、依頼内容に応じて加盟店や協力店に作業手配を行っている。各作業の標準的な価格は、カギのシリンダー交換で約 2 万円、パソコンの緊急トラブル（インターネット接続不良）対応で約 1.8 万円等となる。売上高に占める比率ではカギの交換サービスが約 6 割と過半を占めている。

同社の売上高としては、加盟店・協力店から作業代金の 20 ～ 30% を手数料として徴収する格好となる。このため、事業拡大を拡大していくためには入電件数を増やすための認知度向上に向けた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）の強化と、実際の作業を行う加盟店・協力店を拡大していくことがポイントとなる。特に、加盟店・協力店は同社のサービスを支える重要な経営基盤となる。2016 年 9 月末時点の加盟店は 535 店舗、協力店は 1,738 店舗となっており、年々拡大傾向にある。



(2) 会員事業

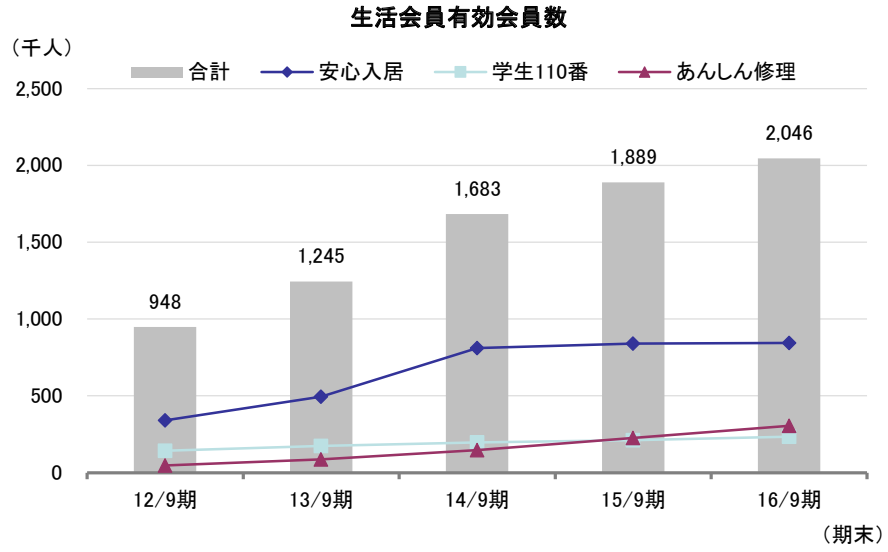
会員事業は、会員向けに生活トラブル全般の解決サービスを提供する事業で、入会金や年会費等を事前に支払うことで、当該トラブルが発生した時に一般料金よりも低価格、または無料でサービスを受けることができる。

現在の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、同事業売上高の約 6 割を占めている。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サポートするサービスがある。大手賃貸不動産会社等と販売代理店契約を結ぶことで、契約件数を拡大している。会費は 2 年契約タイプのもので約 1.5 万円となり、うち約 6 割を同社の売上高として契約時に一括計上している。同サービスについては月額会員サービスもあり、2016 年 9 月末時点で約 4 割が月額会員で占められているが、今後 2 年間をかけてすべて月額会員サービスに切り替えていく方針となっている。

その他の会員サービスとしては、全国大学生活協同組合連合会と提携した大学生向けの「学生生活 110 番」（4 年間 9,250 円、うち約 7 割が同社売上高）、家電製品や住設機器など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～ 33,000 円、うち約 8 割が同社売上高）のほか、携帯電話ユーザー向けの修理代金等のサポートサービス、インターネット回線取次サービスなどがある。生活会員の有効会員数（入会・更新・継続含む）は、2016 年 9 月末で 2,046 千人となっている。

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加盟店・協力店の手配を行っており、発生した作業代金や作業代金と割引価格との差額は同社の負担となっている。このため自然災害の発生等により想定以上に作業依頼が発生した場合は、費用増により収益性が低下するリスクがある。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。



(3) 企業提携事業

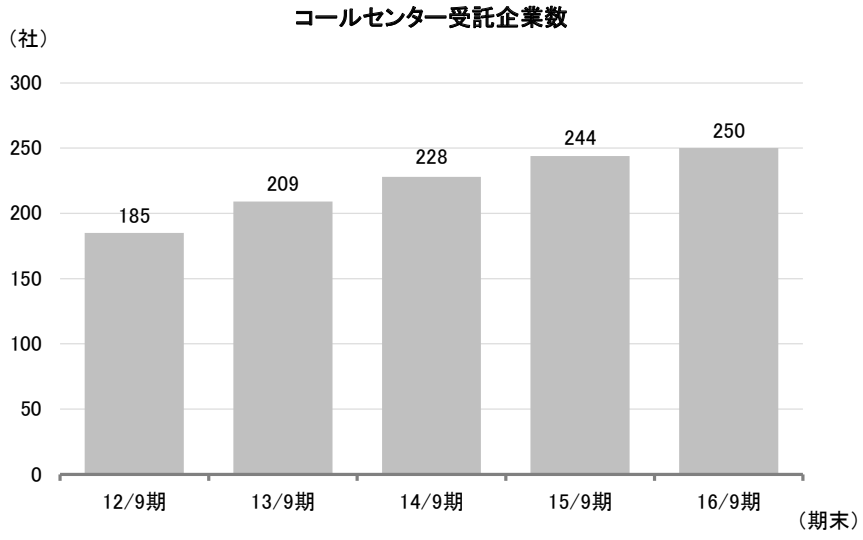
企業提携事業は、包括提携事業とコールセンター受託事業とに分けられる。包括提携事業とは、提携企業と設立した合弁会社の顧客に対して生活トラブル解決サービスを提供するもの。セコム <9735> との合弁会社セコムウィン（株）で「高機能防犯性ガラスの取り付け施工事業」を展開している。また、従来 LIXIL<5938> との合弁会社である（株）水の救急車で行っていた「水まわりサービス事業」については、2015 年 10 月に本体に吸収合併している。

包括提携事業の収益モデルは、作業代金の 100% を売上高に計上し、原則として 80% 程度を外注費として加盟店・協力店に支払っている。各作業の標準的な価格は、一般ガラス割替が約 2 万円、トイレの詰まり除去が約 1.1 万円などとなっている。

一方、コールセンター受託事業とは、提携法人顧客に対するコールセンター代行サービス、及びカスタマーサポート代行業務の受託サービスとなる。受託契約先の顧客からの入電を同社のコールセンターで代行して受け付け、必要であれば加盟店・協力店に出動要請の手配を行っている。不動産賃貸業やサービス、セキュリティ関連業など様々な業態の企業で同様の生活トラブル解決サービスが提供されており、入電・受付から出動要請までのコールセンター業務を同社が受託している。2016 年 9 月末の提携先企業数は 250 社となっている。

コールセンター受託事業の収益モデルは、受託企業先から毎月定額で徴収する委託料のほか、作業代金の 100% を売上高として計上している。作業代金については受託企業から 100% 回収し、80% を加盟店・協力店に外注費として支払っている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。



(4) 加盟店事業

加盟店事業では、現場に出動しサービスを提供する加盟店・協力店の開発、及び管理業務を行っている。また、「生活救急グループ」ブランド全体としての受注拡大のために加盟店より一部費用負担を受けて、プロモーション業務などを行っている。同社のグループの中ではマーケティング事業としての位置付けとなるため、損益上では赤字構造となっている。

(5) 少額短期保険事業

連結子会社となるジャパン少額短期保険会社（株）の事業となる。主に賃貸住宅入居者向けに家財を補償する「新すまい Room 保険」や、自転車事故に備える保険「ちゃりぽ」などを提供している。賃貸住宅会社では入居者が賃貸契約する際に契約する「安心入居サポート」と同時に薦めることができるため、シナジー効果は大きく 2008 年 10 月に同社を買収して以降、順調に売上高を拡大している。

(6) その他事業

その他の事業として、2016 年 5 月より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リペア事業を展開している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

■決算動向

営業利益が前期比 38.0% 増と 5 期ぶりに最高益を更新

(1) 2016 年 9 月期の業績概要

2016 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 4.7% 減の 11,552 百万円、営業利益が同 38.0% 増の 823 百万円、経常利益が同 57.2% 増の 878 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が 27 百万円（前期は 176 百万円の損失）と減収増益決算となった。前下期に環境メンテナンス事業や自動車賃貸事業等から撤退したことで売上高は減収となったものの、これら不採算事業がなくなったことに加えて、会員事業や少額短期保険事業が順調に拡大したこと、並びに広告宣伝費が前期比で 165 百万円減少したことにより、営業利益は 5 期ぶりに最高益を更新した。環境メンテナンス事業と自動車賃貸事業の撤退による業績への影響額は、売上高で 1,126 百万円の減収、営業利益で 240 百万円の増益要因となった。コア事業となる 4 事業（コールセンター事業、会員事業、企業提携事業、少額短期保険事業）だけで見ると、売上高は前期比 4.4% 増の 11,489 百万円、営業利益は同 26.5% 増の 1,852 百万円と過去最高をいずれも更新している。

2016 年 9 月期の連結業績

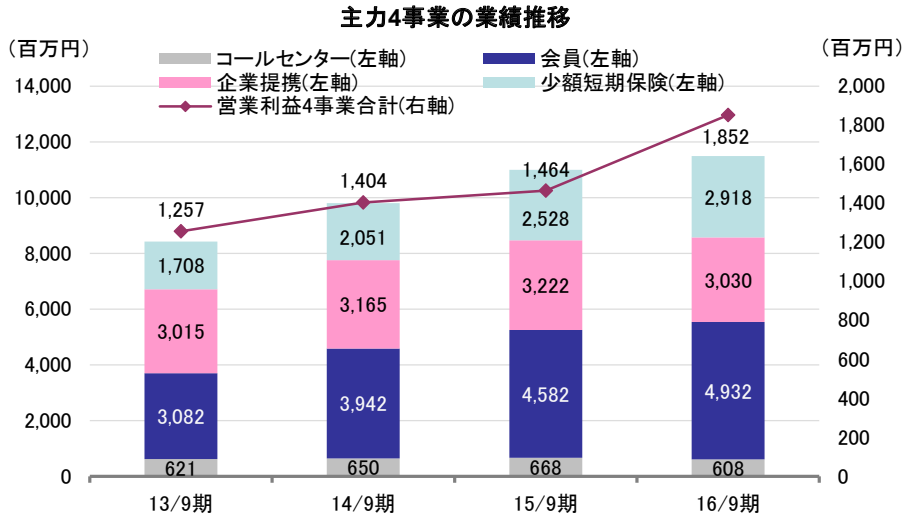
（単位：百万円）

	15/9 期		16/9 期				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	12,117	－	11,599	11,552	－	−4.7%	−0.4%
売上原価	7,835	64.7%	－	6,849	59.3%	−12.6%	－
販管費	3,685	30.4%	－	3,879	33.6%	5.3%	－
営業利益	597	4.9%	898	823	7.1%	38.0%	−8.4%
経常利益	558	4.6%	949	878	7.6%	57.2%	−7.5%
特別損益	−615	－	235	−603	－	－	－
親会社株主に帰属する当期純利益	−176	−1.5%	849	27	0.2%	－	−96.8%

※会社計画は 2016 年 8 月時点、会社計画の特別損益は第 3 四半期累計値

8 月時点の会社計画値との比較では、売上高はほぼ計画並みとなったものの、営業利益はやや下回る格好となった。これは 2016 年 5 月に事業譲受したリペア事業の初期費用がかさんだことが主因となっている。また、当期純利益に関しては特別損失としてのれん償却額 413 百万円、減損損失 315 百万円、投資有価証券評価損 106 百万円を計上したことにより、会社計画を下回った。のれん償却額及び減損損失の中身は主に、JBR あんしん保証を子会社化した際に発生したのれんの評価減として 382 百万円、リペア事業に関連するのれん等の資産再評価で 212 百万円となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

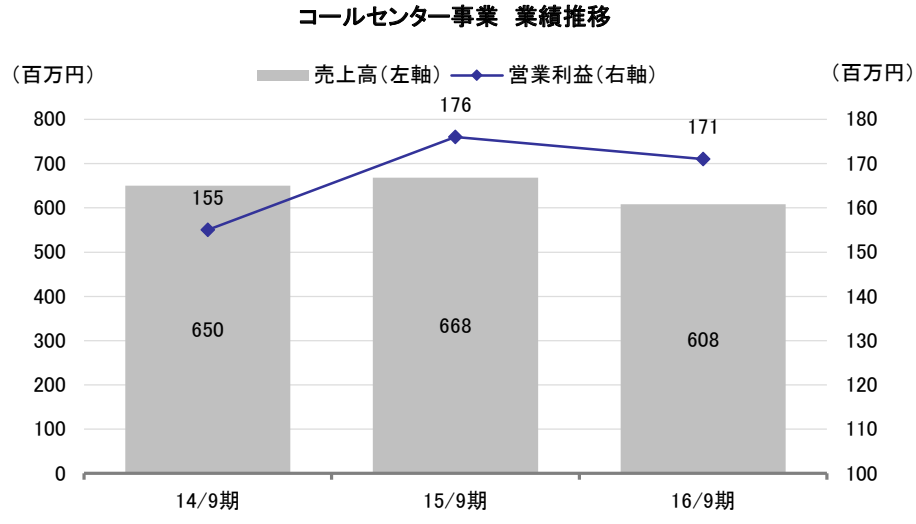


注：営業利益は社内共通費用控除前ベース

(2) 事業セグメント別動向

a) コールセンター事業

コールセンター事業の売上高は前期比 9.0% 減の 608 百万円、営業利益は同 3.0% 減の 171 百万円となった。市場の競争激化により主要サービスの成約件数がいずれも減少したことが業績低迷の要因となっている。サービス別で見ると、売上高の約 6 割を占めるカギ部門が前期の 62 千件から 51 千件と 2 桁減となったほか、水回り関連が 46 千件から 45 千件、ガラス関連が 18 千件から 16 千件、パソコン関連が 15 千件から 14 千件となった。



b) 会員事業

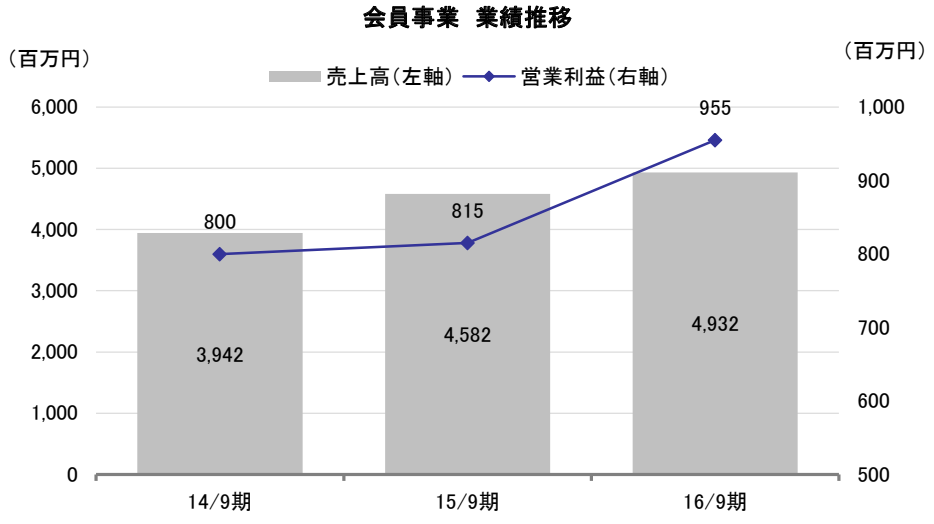
会員事業の売上高は前期比 7.6% 増の 4,932 百万円、営業利益は同 17.2% 増の 955 百万円となった。主力の「安心入居サポート」だけでなく、「あんしん修理サポート」や「学生生活 110 番」など各種サービスの会員数が順調に拡大していることが収益拡大に要因となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

※ NTT ドコモ <9437> が提供する d リビング（月額 450 円）サービスのことで、生活トラブルサポートや家事サポートサービスなどがある。

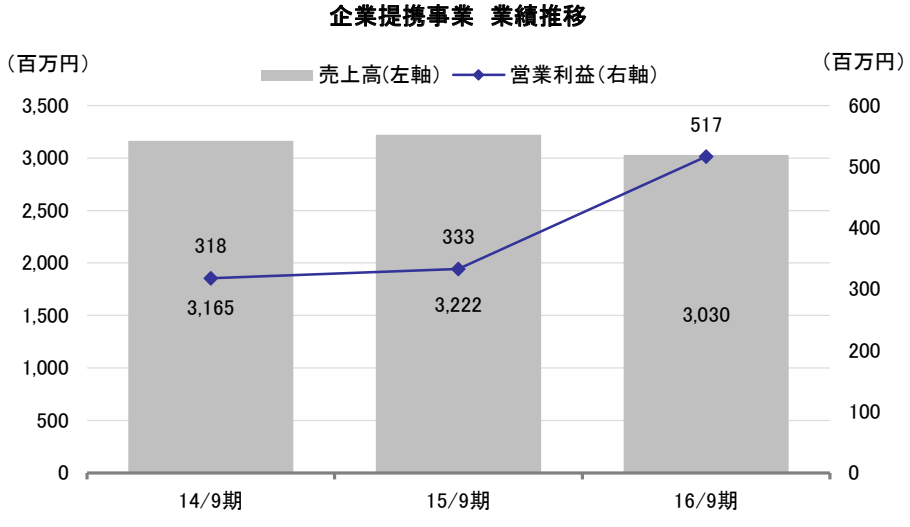
2016 年 9 月末の有効会員数は全体で前期末比 157 千人増の 2,046 千人となった。内訳を見ると、売上高の約 6 割を占める「安心入居サポート」が前期末比 3 千人増の 844 千人、「あんしん修理サポート」が同 79 千人増の 306 千人、「学生 110 番」が同 24 千人増の 235 千人、2015 年 2 月より新たに開始した「家のあんしんパートナー」※が同 143 千人増の 172 千人といずれも拡大した。

「あんしん修理サポート」については、2016 年 3 月に競合であった（株）ワランティマートが民事再生手続きを申請したこと、家電量販店や住設会社などの取扱店舗数が増加したことが会員数の伸びにつながっている。また、「学生 110 番」についても商品を取り扱う大学数が 150 校と年々増えており、会員数も順調に拡大している。



c) 企業提携事業

企業提携事業の売上高は前期比 6.0% 減の 3,030 百万円、営業利益は同 55.2% 増の 517 百万円となった。市場競争の激化に伴う成約件数の減少により、包括提携事業が減収となった。コールセンター受託事業においても、受託企業数は前期末比 6 社増の 250 社と拡大したものの、人員不足などの影響もって売上高は伸び悩んだものと見られる。一方、利益面では広告宣伝費の費用削減効果によって 2 ケタ増益となった。



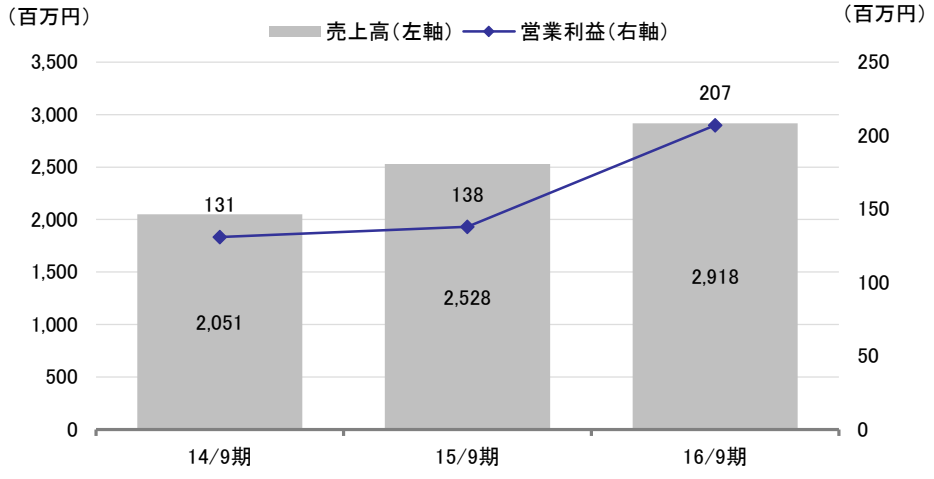
d) 加盟店事業

加盟店事業では、プロモーション業務等による加盟店への売上高が前期比 32.7% 減の 96 百万円となり、営業損失は 355 百万円（前期は 318 百万円の損失）となった。同事業は、生活救急車全般のプロモーションに関連する広告宣伝費を負担しているため、コストセンター的な位置付けとなっている。なお、2016 年 9 月末の加盟店は前期末比 32 店舗増の 535 拠点、協力店は同 294 店舗増の 1,738 拠点とそれぞれ順調に拡大している。

e) 少額短期保険事業

少額短期保険事業の売上高は前期比 15.4% 増の 2,918 百万円、営業利益は同 49.6% 増の 207 百万円となった。賃貸住宅の家財を補償する「新すまい Room 保険」の契約が順調に拡大したほか、自転車の交通事故傷害保険「ちゃりぽ」も好調に推移した。増収効果に加えて、保険業法第 113 条繰延資産償却費が前期の 32 百万円から 11 百万円に減少したことも増益要因となった。

少額短期保険事業　業績推移



f) その他事業

その他の事業の売上高は、2016 年 5 月より事業譲受によりリペア事業が加わったが、2015 年 4 月に輸入医療機器のメンテナンス事業を行っていた（株）アットワークングの全株式を売却し、連結範囲から除外した影響により、売上高は前期比 75.8% 減の 112 百万円、営業損失は 149 百万円（前期は 110 百万円の損失）となった。リペア事業に関しては当初の想定よりも収益化に苦戦しており、2016 年 9 月期においてのれんを含めて減損損失 212 百万円を一括計上した。現在、提携先である大手ハウスメーカーと利益を適正に得られるよう条件の見直し交渉を進めているほか、販路についても同社の「安心入居サポート」の会員宅に訪問する際に需要の掘り起こしを進めるなどしており、2017 年 3 月までに単月での黒字化を目指している。ただ、リペア事業については案件ごとに補修費用も千差万別であり、事業の効率性が他の事業と比較して劣ることから、今後 1 年間取り組んでみて継続していくかどうか検討してくことになる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

■今後の見通し

19/9 期に連結売上高 19,000 百万円、営業利益 1,900 百万円、ROE22.6% 以上を目指す

(1) 中期経営計画の概要

同社は 2016 年 11 月に新たに 3 ヶ年の中期経営計画を発表した。日常生活の困りごとに関して、「困っている人を助ける！」を経営理念として掲げ、「500 万世帯へのサービス提供の実現」（現在は約 240 万世帯に提供）を目指していく。現在、国内の世帯数は約 5,000 万世帯であり、その 1 割にサービスを提供していきたい考えだ。今回の中期経営計画では、主力事業である「駆けつけ」「会員」「保険」「保証」の 4 つのサービスに注力することで早期に収益基盤の再構築を図り、2020 年以降の本格成長に向けた礎を築く期間と位置付けている。

経営目標値として最終年度となる 2019 年 9 月期の連結売上高は 19,000 百万円（2016 年 9 月期比 64.5% 増）、営業利益 1,900 百万円（同 130.6% 増）、ROE22.6% 以上と意欲的な目標を掲げている。主力 4 事業の強化に加えて、周辺事業も含めて M&A を活用しながら事業規模の拡大を図っていく方針だ。また、経営効率の向上を目的に IT システム投資や人的投資、強固な集客基盤を確立するためのポータルサイトの開発や、インターネット広告投資などを積極的に行っていく。

業績計画

（単位：百万円）

	16/9 期（実績）	17/9 期（予想）	18/9 期（計画）	19/9 期（計画）	年平均成長率
売上高	11,552	13,000	14,000	19,000	18.0%
営業利益	823	800	1,200	1,900	32.2%
経常利益	878	850	1,220	1,920	29.8%
当期純利益	27	700	970	1,500	281.6%
ROE（%）	0.6	14.0	17.2	22.6	

(2) 事業戦略

a) 駆けつけ事業の戦略

駆けつけ事業は従来のコールセンター事業、加盟店事業、企業提携事業の 3 つの事業となる。市場競争の激化によりここ数年は伸び悩んでいたが、今後 3 年間で最も大きく伸ばしていく事業と同社では位置付けている。

現状の課題認識としては、事業ごとに顧客情報管理を行ってきたため、事業間の顧客情報の共有ができていないこと、集客施策としてインターネットを活用した施策が十分に出来ていないこと、サービスメニューが 20 カテゴリーと多岐に広がっており、広告の費用対効果も含めて効率が悪化していること等が挙げられる。

こうした課題に対する今後の戦略として、顧客情報管理に関しては新たに業務横断型の ERP（業務基幹ソフトウェア）システムを導入し、一元管理を行っていくことにしている。2017 年 8 月末の稼働を予定しており、投資額は 442 百万円、年間の費用としては償却費・保守費用含めて 10 百万円程度を見込んでいる。同システムの導入により 2018 年 9 月期以降はグループ間の顧客情報の共有化が可能となり、提案型の営業活動も効率的に行っていくことが可能となる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

また、インターネットを活用した集客施策を積極的に行っていく方針で、今後は生活トラブル関連サービスで日本最大級の情報量を有し、費用見積りや予約などもインターネットで完結できる使い勝手の良い集客サイトを構築していく計画となっている。また、インターネット広告では CtoC のクラシファイドサイトなどにも積極的に介在していく考えだ。

サービスメニューに関しては、収益性と需要が一定以上見込める主要な 7 つのサービスメニューに絞って広告展開を進め、事業拡大を図っていく方針となっている。具体的には、カギ、水まわり、ガラス、害虫駆除、パソコン、庭掃除、リフォームで、これらサービスに絞ることで経営効率を向上していく。

また、加盟店の「直営店化」による収益力強化も進めていく計画だ。主に東名阪の大都市圏を営業エリアとする加盟店が対象となる。直営店化することで積極的なマーケティング施策を実施できるほか、今までバラつきのあったサービス品質を均一化し、顧客満足度の向上を図ることが可能となる。第 1 弾として、2016 年 8 月に「カギ」の駆けつけサービスの主要加盟店であったジャパンロックレスキューサービス（株）（以下、JLR）の全株式を 40 百万円で取得し、完全子会社化した（同年 10 月に同社が吸収合併）。JLR は大阪を地盤として主要都市に展開しており、2015 年 9 月期の売上高は 1,267 百万円、営業利益は 10 百万円の収益水準となっている。また、「カギ」の分野では名古屋を拠点とする加盟店についても現在、交渉を進めている段階にある。

「カギ」の駆けつけサービスの国内市場は約 100 億円と見られており、業界トップは R セキュリティ（株）で 5 割を占めており、JLR は 1 割強と 2 番手に位置している。今後、他の加盟店の直営化を進めることで、数年後にトップシェアの獲得を目指している。「カギ」の駆けつけサービスで事業拡大に成功すれば「水回り」や「ガラス」の加盟店についても、直営店化を進め市場シェアの獲得を進めていく方針だ。

さらには、今後の成長ポテンシャルが最も大きいリフォーム需要の獲得を強化していく方針となっている。現在、年間 17 万世帯に訪問しているが、そのなかでリフォーム等のニーズを拾い上げる営業活動を進めていく。リフォーム案件は他のサービスよりも単価が高くなるため、需要を獲得できれば一気に事業規模が拡大する可能性が出てくる。同社では「駆けつけ」サービスの訪問世帯数を、現状の約 3 倍となる年間約 50 万世帯に拡大していくことを目標としている。

b) 会員・保証事業の戦略

会員・保証事業では、会員数を現状の 204 万人から 2 倍となる 410 万人に拡大していくことを目指している。基本戦略としては、「入り」のタイミング（入居、入学、入会、購入、加入等）を重視した新規会員の獲得を継続していくほか、業界 No.1 ／ No.2 企業との提携を各分野で推進していくことで、会員数を増やしていく。2015 年から NTT ドコモ向けに提供を開始した「家のあんしんパートナー」のような成功事例を今後も多く積み上げていくことで実現可能と見ている。

「安心入居サポート」に関しては通信、電力、新聞など公共サービスを提供している企業との提携を進めている。2016 年 3 月には中国新聞社と、同年 4 月には中部電力のグループ会社である e- 暮らし（株）と提携し、各種サービスの提供を開始している。また、2017 年以降は国内 1,2 位の新聞社とも提携が実現できる見通しとなっている。購買者数が年々減少傾向をたどり、収益状況が厳しい新聞販売店にとっても新たな収益源として同社サービスを販売していくモチベーションは高いと見られ、今後の会員数増加が期待される。同様に、「あんしん修理サポート」についても、大手ハウスメーカーとの提携交渉を進めている。

ストック型のビジネスモデルとなる同事業が拡大していけば、収益の安定性も一段と向上することが見込まれる。

c) 保険事業の戦略

保険事業については、現状 25 万人の顧客を 40 万人に拡大していくことを目標としている。「入り」のタイミング（入居、入学、入会、購入、入社等）に自然に加入するような保険商品の開発に注力し、商品数としては現状の 5 種類から 2 倍増を目指している。また、販促施策としては、会員・保証事業で開拓した販売チャネルをうまく活用することで効果的に契約数の拡大を進めていく。具体例としては、家財保険となる「新すまい Room 保険」を「安心入居サポート」の販売チャネルを使って販売している。さらには、共通代理店システムの導入により、他社への乗り換え防止にも取り組んでいく。従来は顧客データベースを事業部ごとに本部で一括して入力していたが、顧客データベースのグループ内での一元化と同時に、データベース入力を販売店で行えるようし、ワンストップで複数のサービスを提供できるようにしていく。保険事業についてもストック型ビジネスモデルとなるため、今後安定した成長が見込まれる。

(3) 投資戦略

投資戦略としては、経営効率向上のため IT 投資を進めていくことに加え、人的投資や強固な集客基盤確立のためのインターネット広告への投資を行っていく。また、本業周辺事業での M&A も積極的に進めていく方針だ。

人的投資については、間接業務の人員削減を進めていく一方で、営業等のプロフィット部門の人員増強を進めていくほか、社長室内に人材開発部門を設置し、次代の経営を担う人材の育成にも注力していく。従業員の仕事に対するモチベーションを高めるため、給与水準を引き上げていくほか、研修制度についても拡充を進めていく。

M&A については、ROIC（投下資本利益率）で 20% を目標に、社内で十分な検討を行った上で進めていく。対象となる企業の規模としては、連結売上高で 10% 以下を目安としている。

17/9 期は増収増益の見通し

(4) 2017 年 9 月期見通し

2017 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 12.5% 増の 13,000 百万円、営業利益が同 2.9% 減の 800 百万円、経常利益が同 3.2% 減の 850 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が 700 百万円（前期は 27 百万円の利益）となる見通し。

2017 年 9 月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	16/9 期実績		17/9 期予想			
	通期	前期比	2Q 累計	前年同期比	通期	前期比
売上高	11,552	−4.7	6,750	17.6%	13,000	12.5%
営業利益	823	38.0%	530	9.3%	800	−2.9%
経常利益	878	57.2%	540	10.5%	850	−3.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	27	−	460	−16.3%	700	−

売上高は JLR の買収効果により駆けつけ事業が伸びるほか、少額短期保険事業や「安心入居サポート」を除く会員事業が伸びることで 2 ケタ増収となるが、営業利益は「安心入居サポート」の売上計上方法を、一括計上方式（2 年契約）から月額分割計上方式に段階的に切り替えていくことによる一時的な収益の落ち込みと、インターネット広告費や人件費の増加等が減益要因となる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

■今後の見通し

「安心入居サポート」については従来、2 年契約分を契約時に一括売上計上する商品と、月額払いタイプの商品に分かれており、2016 年 9 月末時点の会員数 844 千人のうち、60%は 2 年契約一括売上計上タイプとなっている。2 年前の 65% から低下してきたとはいえ、新規契約もまだ半分以上は 2 年契約タイプと見られる。同社では 2016 年 7 月より、これら一括売上計上していた商品について、月額分割で売上計上するタイプに切り替えを進めており、2 年後に 100% 月額分割計上タイプにする計画となっている。このため、今期については従来、2 年分を一括売上計上してものから分割計上にシフトすることによって、一時的に減収減益要因となる。ただ、実際の現金の動きとしては一括前払いされるため、貸借対照表上では前受収益及び長期前受収益として計上されることになる。こうした特殊要因を除けば、今期も実質増収増益となる見通しだ。なお、下期に収益水準が低くなるのは、「安心入居サポート」の契約申込時期が 3 月にピークとなり、特殊要因の影響が下期により反映されることや、ERP システム稼働に伴う減価償却費の増加、人件費の増加等が要因となっている。

■財務状況と株主還元策

不採算事業からの撤退で経営指標の改善が進む

(1) 財務状況

2016 年 9 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 398 百万円増加の 12,328 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・有価証券が 580 百万円増加した。一方、固定資産ではのれんが 166 百万円減少したほか、有形固定資産が 56 百万円減少した。

負債合計は前期末比 363 百万円増加の 6,889 百万円となった。主な増減要因を見ると、有利子負債が 583 百万円減少した一方で、前受収益及び長期前受収益が 780 百万円増加した。会員事業において「あんしん修理サポート」「学生 110 番」「安心入居サポート」などの会員数が拡大したことが主因となっている。また、純資産は前期末比 34 百万円増加の 5,439 百万円となった。その他有価証券評価差額金が 229 百万円増加したが、配当金 103 百万円の支出に伴い利益剰余金が減少したほか、連結子会社の吸収合併により非支配株主持分が 68 百万円減少したことによる。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す流動比率や自己資本比率、有利子負債比率はすべて改善している。前期までに不採算事業から撤退し、財務体質の強化に取り組んできた効果が出たものと考えられる。また、収益性についても営業利益率、ROA、ROE ともに改善傾向が続いており、営業利益率、ROA については既に撤退した環境メンテナンス事業に進出する前の水準に近いところまで回復を見せている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

FISCO

ジャパンベスト
レスキューシステム
2453 東証 1 部

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

2017 年 1 月 26 日（木）

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	13/9 期	14/9 期	15/9 期	16/9 期	増減額
流動資産	9,211	10,116	8,778	9,426	+647
（現預金、有価証券）	6,493	8,392	7,034	7,614	+580
固定資産	2,444	3,116	3,139	2,901	−237
総資産	11,767	13,278	11,930	12,328	+398
流動負債	6,227	4,101	3,538	3,452	−85
固定負債	3,571	3,581	2,987	3,436	+449
（有利子負債）	6,133	3,756	1,441	858	−583
負債合計	9,798	7,682	6,525	6,889	+363
純資産合計	1,968	5,595	5,404	5,439	+34
（安全性）					
流動比率	147.9%	246.6%	248.1%	273.0%	
自己資本比率	15.6%	40.9%	44.7%	44.1%	
有利子負債比率	334.4%	69.2%	27.0%	15.8%	
（収益性）					
ROA（総資産経常利益率）	1.3%	2.2%	4.4%	7.2%	
ROE（自己資本利益率）	−21.3%	0.9%	−3.3%	0.5%	
売上高営業利益率	1.8%	2.8%	4.9%	7.1%	

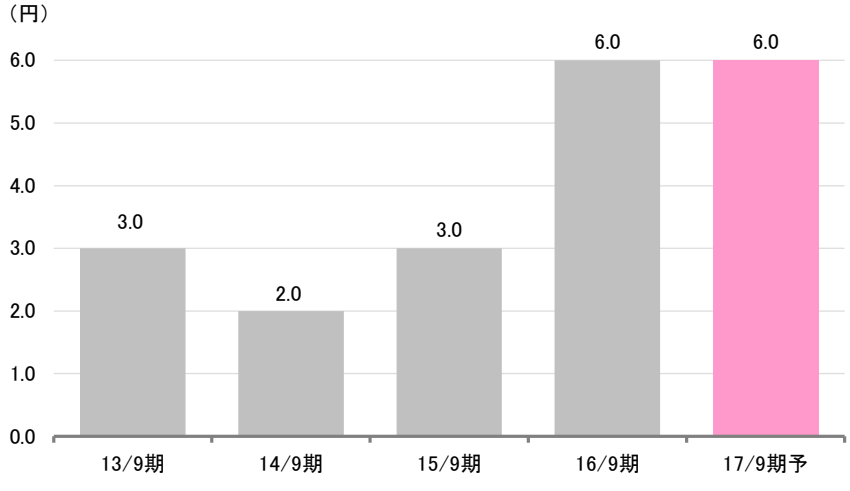
(2) 株主還元策

同社では中期経営計画の中で株主還元策についても積極的に取り組んでいく方針を打ち出した。同社のビジネスはストック型のビジネスモデルが中心であり、安定したキャッシュを毎期、獲得できることが強みとなっており、現状 7,000 百万円を超える手元キャッシュ（有価証券含む）は同社の事業規模では過剰であり、株主へ還元していくことが最適と判断した。

配当方針としては連結配当性向で 30% 以上をめどとし、安定配当を 1 株当たり 6.0 円（中間配当 1.0 円、期末配当 5.0 円）として、配当性向基準で計算して 6.0 円を上回る場合には、その差分を業績連動配当として期末に特別配当として付与することを検討する。また、連結当期純利益の 50% から配当総額を引いた金額をめどに、自己株式の取得も実施していく予定だ。既に 2016 年 11 月以降 2 回の自己株式取得を発表しており、181 万株（取得価額 499 百万円）を 2016 年 12 月 7 日までに取得している。

また、株主優待制度も導入している。優待内容は、9 月末の株主に対して同社の生活トラブル解決サービスを対象とした割引券を保有株数に応じて贈呈する。100 株保有の場合には、5,000 円相当の割引券（有効期限は到着日より翌年 12 月末まで）が贈呈されることになる。

1株当たり配当金



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。

FISCO

ディスクレーマー（免責条項）

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・表示したものですが、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にお願いします。

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