

2016年2月期第2四半期決算説明会資料

株式会社アクアライン

STOCK CODE : 6173



① 会社概要	P.4
② 事業概要	P.8
③ 当社の特徴と強み	P.14
④ 2016年2月期第2四半期決算概要	P.18
⑤ 成長戦略	P.27

- ① 会社概要
- ② 事業概要
- ③ 当社の特徴と強み
- ④ 2016年2月期第2四半期決算概要
- ⑤ 成長戦略

会社概要

企業名	株式会社アクアライン
代表者	<small>オオコウチ タケシ</small> 大垣内 剛
決算月	2月
設 立	1995年11月1日
本 社	広島県広島市中区上八丁堀 8-8 第1ウエノヤビル 6F
支社・事務所	東京支社：東京都千代田区霞が関 3-2-5 霞が関ビル 30F 大阪事務所：大阪府大阪市北区豊崎 3-19-3 ピアスタワー 5F
証券コード	6173
資本金	2億5,394万円（2015年8月31日現在）
事業内容	水まわり緊急修理サービス事業 ミネラルウォーター販売
従業員数	227人（2015年8月31日現在）

■ 企業理念

時代と共に歩み、お客様から学び、従業員と共に成長します。

■ 企業行動指針

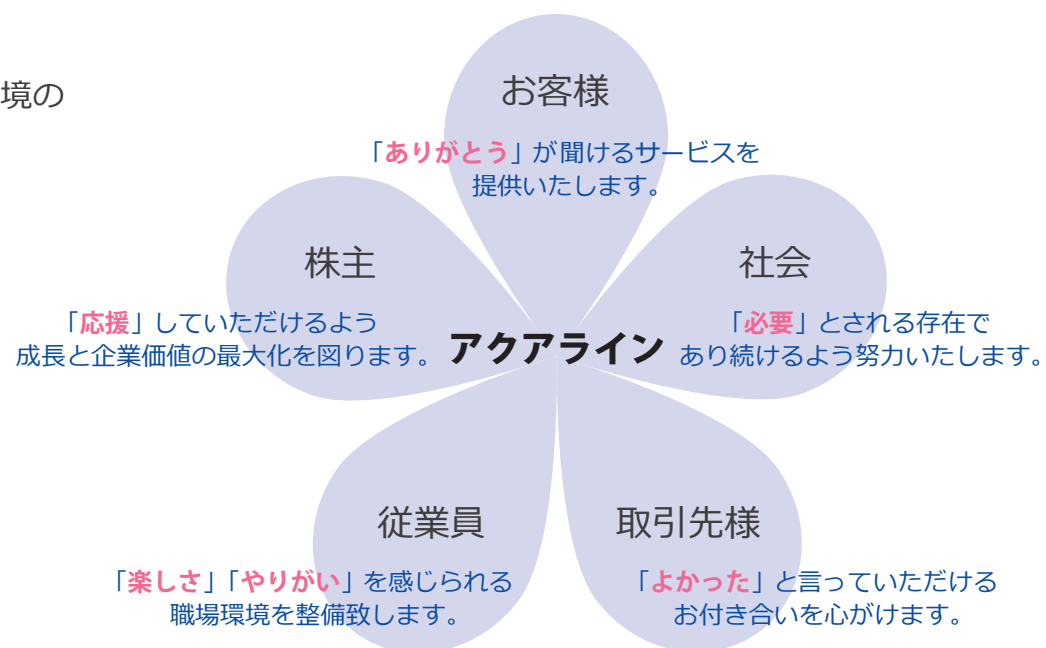
私たちは、お客様、従業員、取引先様、社会、そして株主という、すべての人の「**FIRST BEST**」であることを目指します。

■ ミッション

生活に欠かすことのできない「水」をテーマに皆さまの住環境の充実、生活の質の向上に貢献します。

■ 事業テーマ

「水」×「人」



主な沿革

継続的な成長と事業の拡大を目指して

2015年 8月

東京証券取引所 マザーズ上場

2015年 6月

大阪事務所開設 (準備)

2013年 12月

アクアライン東京支社を東京都千代田区霞が関へ移転

2013年 2月

香港に Aqualine Global Limited 設立 (2015年 2月売却)

スケールメリットを生かした
事業展開へ

2008年 4月

アクアライン東京支社を東京都港区芝公園へ移転

2008年 3月

株式会社アクアラインが子会社である、株式会社ワールドメンテ、株式会社ライフサポート、株式会社ユービーライフ、株式会社アストライの4社を吸収合併

2006年 9月

アクアライン東京支社および株式会社ユービーライフ本店を東京都港区港南へ移転

2006年 1月

株式会社アクアラインが株式会社ワールドメンテ、株式会社ライフサポート、株式会社ユービーライフ、有限会社アストライを100%出資の子会社とする

子会社を設立し、それぞれを競争
させることにより全国へ進出

2005年 1月

株式会社アクアライン東京支社、名古屋支店開設 (2008年 8月閉鎖)

2004年 3月

有限会社アストライ設立

広島を拠点として事業展開

2001年 7月

有限会社ユービーライフ設立

2000年 5月

有限会社アクアラインを株式会社アクアラインへ

1997年 7月

有限会社ワールドメンテ設立

1997年 11月

有限会社ライフサポート設立

1995年 11月

有限会社アクアライン設立

1994年 11月

広島にて創業

- ① 会社概要
- ② 事業概要
- ③ 当社の特徴と強み
- ④ 2016年2月期第2四半期決算概要
- ⑤ 成長戦略

事業概要

事業構成

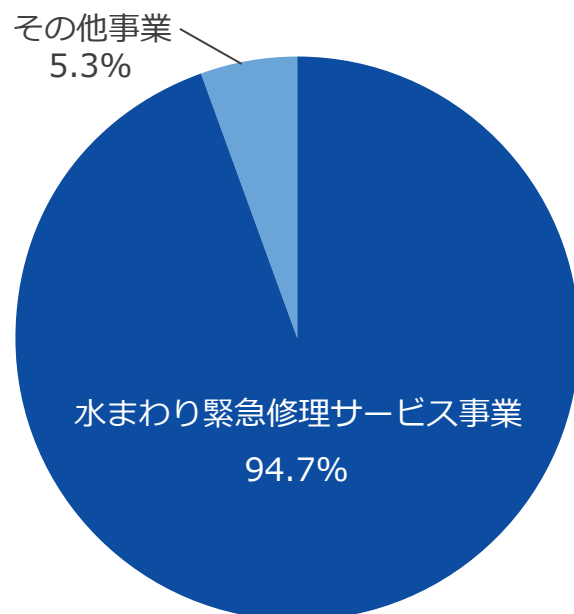
主要事業

『水まわり緊急修理サービス事業』

その他事業

『ミネラルウォーターの販売・ウォーターディスペンサー取扱い』

事業別売上高構成比 (2015年2月期実績)



事業拠点とサービス地域

当社の事業拠点は広島、東京、大阪の3ヶ所です。

サービスは北海道から沖縄まで、日本全国で提供しております。

『水まわり緊急修理サービス事業』において、

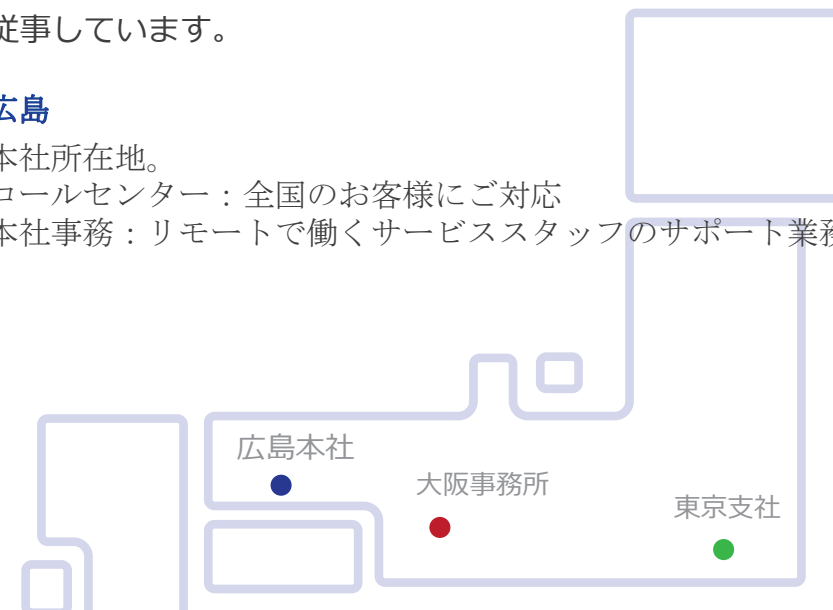
サービスを提供するスタッフは全員正社員、**リモート勤務**で従事しています。

広島

本社所在地。

コールセンター：全国のお客様にご対応

本社事務：リモートで働くサービススタッフのサポート業務



東京

管理本部：総務、財務経理部

法人営業部：ミネラルウォーターの販売


その他：経営企画部、内部監査部

大阪

2015年6月に事務所を開設(準備)。

水まわり緊急修理サービス事業 - サービス -

水まわり緊急修理サービス事業について

当事業は、**水道屋本舗** の屋号の下展開され、オリジナルキャラクターは『水道屋ぱんだ』 です。
一般家庭の水まわり（トイレ・キッチン・バスルーム・お庭）・店舗等で起きる水漏れ、つまり、製品の故障、不具合等のトラブルに緊急で対応しております。

サービスラインアップ

一般家庭の水まわり

① 緊急トラブル修理・対応

台所・洗面所・お風呂場の
排水管の水漏れ・つまり修理
給水管の水漏れ修理
トイレの水漏れ・つまり修理
台所・洗面所・お風呂場の
水栓の水漏れ・つまり修理
洗濯機まわりの
水漏れ・つまり修理
凍結解氷作業
漏水調査



② 水まわり商品の販売・取付

トイレ便座・タンクの販売・取付
温水洗浄便座の販売・取付
洗面化粧台の販売・取付
給湯器の販売・取付
井戸ポンプ販売・取付

③ その他修繕工事等

排水マス交換工事 排水管修繕 屋上貯水タンク修理・交換工事

店舗等の水まわり

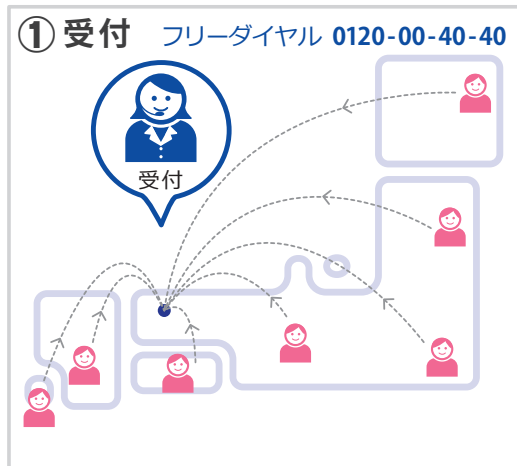


① 緊急トラブル修理・対応

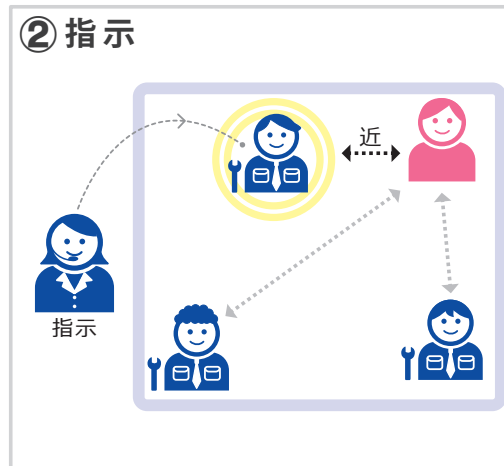
② 水まわり商品の販売・取付

水まわり緊急修理サービス事業

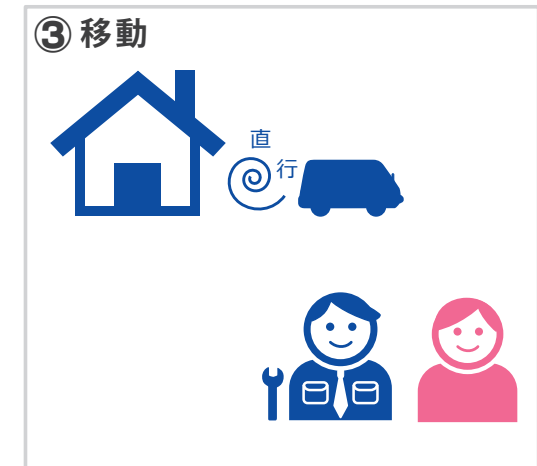
- サービスの流れ -



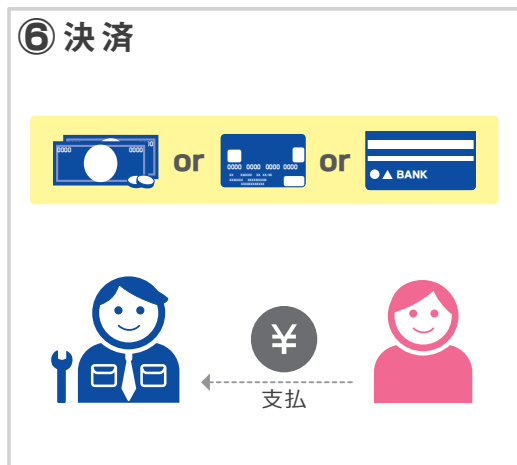
① 全国のお客様（一般家庭・店舗等）より、当社へ直接、または、業務提携先へお問い合わせのお電話をいただきます。お電話は全国一括して広島本社コールセンターにて受付をいたします。



② コールセンターでは、依頼内容をお伺いした後、お客様の一番近くにいるサービススタッフを確認、サービススタッフに訪問指示を出します。



③ サービススタッフは自宅から直接、トラブル解消用の機材・水まわりの商品等を載せた車両にて迅速にお客様宅へ向かいます。



⑥ お会計：お支払いには現金・クレジットカード・銀行振込がお選びいただけます。



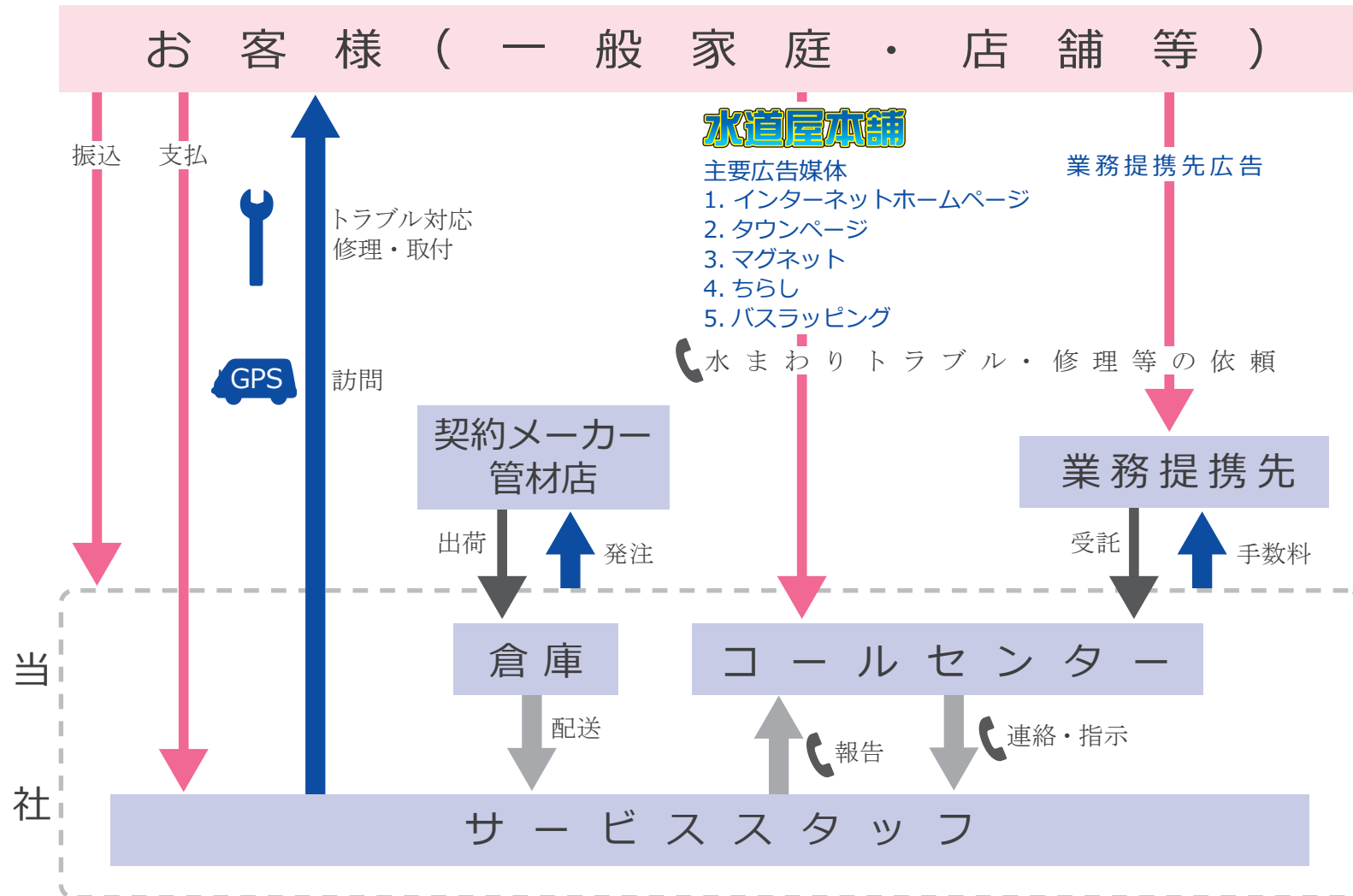
⑤ お客様が水まわりを快適に使用できるよう、丁寧・迅速に作業を行います。作業完了後、お客様に確認をさせていただきます。



④ 点検・お見積をし、お客様に内容をご確認・ご了承・ご署名を頂いてから作業を開始します。

水まわり緊急修理サービス事業

- 系統図 -



■ ミネラルウォーター販売・ウォーターディスペンサー取扱いについて

自社ブランド「aqua aqua」

採水地 500ml・・・島根
320ml・・・群馬

天然、非加熱にこだわった最高品質の水。
全国のフィットネスジム、自動販売機、
飲料水の小売店等へ販売。



プライベートブランド

採水地 非加熱・・・島根/山梨/群馬
加熱・・・新潟

法人のお客様向けにご提案。
お客様ブランドでの販売、ノベルティ、
会議、イベント用等。



備蓄用「保存水」

採水地 2L/500ml・・・島根

災害時の備えとして、ご家庭、オフィス、
学校などの施設に。
製造日より最大で7年6ヶ月保存可能。



ウォーターディスペンサー

採水地・・・島根/山梨

安心して飲める美味しい水が、
暮らしを豊かに。安心・安全・便利な
ウォーターディスペンサーをご提案。



- ① 会社概要
- ② 事業概要
- ③ 当社の特徴と強み
- ④ 2016年2月期第2四半期決算概要
- ⑤ 成長戦略

水まわり緊急修理サービス事業の特徴

POINT 1 最大の特徴は スタッフ全員正社員、「リモート」勤務・「リモート」管理
サービススタッフは自宅から現場へ直行直帰。GPS 車両 iphone で連絡。車両が動く店舗・倉庫。



POINT 2 全国展開

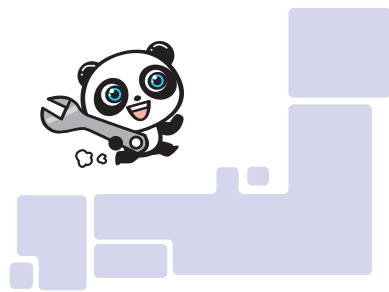
- × 小規模・地域限定業者が多い。
 - 北海道から沖縄まで全国対応。
- 24時間365日受付。

POINT 3 仕入のスケールメリット

事業規模を生かし、本社で一括して仕入れ。
専用の倉庫スペースに適時、
適量の部材を保管。

POINT 4 広告のスケールメリット

事業規模を生かし、一括して制作。



ちらし



マグネット

水まわり緊急修理サービス事業の強み

これら4つの特徴による当事業の「強み」「差別化」は

■ サービス力・提案力

×「修理業」 ⇒ ○「サービス業」

ただ直せばいいだけの「修理業」でなく、「ありがとう」と言ってもらえる「サービス業」として営業しております。

技術だけでなく、マナー、身だしなみにも気を配ります。
ご提案による、水まわりの「買い替え」を促進しております。



■ 企画力

オンタイムの広告管理・広告企画

CPA（顧客獲得単価）を下げるために、
広告媒体を MIX し、目標の達成に、最適な広告戦略を
策定し、日々、調整を行っております。

この企画力が、収益力 UP に大きく貢献しております。



WEBサイト



タウンページ

■ 研修力

短期間のスタッフ育成プログラム フォローアップ研修の充実

未経験者でも短期間で
水まわりのスペシャリストに育成する
プログラムを確立しております。
入社時の研修後も月1回の定例ミーティング、
上席者によるフォローアップ研修を実施しております。



■ 受注力

コールセンター = 司令塔

コールセンターはお客様とサービススタッフの中継として、「正確・迅速・丁寧・スムーズ」に対応。



多数の業者様の中から当社をお選び
いただけるように努めております。
また、リモート勤務のサービススタッフの
司令塔として、スタッフの1日の行動を
記録、管理、サポートを行っております。

水まわりトラブル・修理・商品・リフォーム関連の市場について

いわゆる「水道屋さん」から地場工務店・建材メーカー・ハウスメーカー・リフォーム専門業者・ホームセンターが事業者で小規模から大規模なものまで多様

3 水まわりのリフォーム・修繕工事



水まわりのリフォーム

トイレ・台所・洗面所・お風呂場
商品、壁、窓、配管、タイル等。

特性

工事に数日を要する。
1業者で施工が完了しない
事が多い。

2 水まわりの製品・関連商品の買い替え



水まわりの商品

トイレタンク・温水洗浄便座・便器
蛇口・給湯器
洗面化粧台など

水まわりの商品の特性

「在庫費用」がかかり
さらに初期の「取付」に人が必要なため、
Jコンビニでの販売、ECサイトでの販売が
難しく買い替えが促進されにくい傾向。

1 水まわりの緊急トラブル・修理



サービス 水漏れ・つまり解消

サービスの特性 即訪問・短時間で施工

背景：水まわり商品の複雑化、
世帯変化(4人⇒1人・2人世帯)
工具箱のない家庭の増加

背景：
水まわり商品の劣化・故障

背景：
住宅の老朽化

- ① 会社概要
- ② 事業概要
- ③ 当社の特徴と強み
- ④ 2016年2月期第2四半期決算概要**
- ⑤ 成長戦略

2016年2月期第2四半期決算概要

過去最高第2四半期売上高を達成

- 水まわり緊急修理サービス事業において、施工依頼件数が順調に増加
- 水まわりの商品（温水洗浄便座、洗面台、蛇口、給湯器等）の販売・取付が好調

(単位：百万円)

	2015/2 第2四半期	2016/2 第2四半期	増減	増減率	予算比
売上高	1,548	1,762	+213	+14%	102%
営業利益	79	124	+44	+56%	119%
経常利益	76	113	+37	+49%	109%
当期純利益	-	65	-	-	110%


- (注) 1. 2015年2月に連結子会社を売却した為、単体の数値を記載しております。
2. 2015年2月期の四半期売上高、営業利益、経常利益につきましては監査またはレビューは受けておりません。
3. 2015年2月期の第2四半期において法人税の計算を行っていない為、当期純利益を記載しておりません。


2016年2月期 第2四半期サマリー

業績

 売上高は前年増加率 **+14%**、予算どおり [1,762 百万円 予算比 102%]

 営業利益は前年増加率 **+56%** [124 百万円 予算比 119%]

 **POINT 1** 売上原価率の低下 前年増減率 **▲1.6%** [売上原価予算比 100%]

 **POINT 2** 広告の効率化 前年増減率 **▲6%** [予算比 97%]

 **POINT 3** 販管費は予算どおり 前年増減率 **+13%** [予算比 101%]

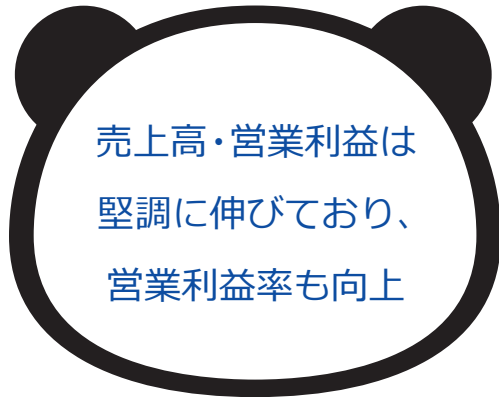
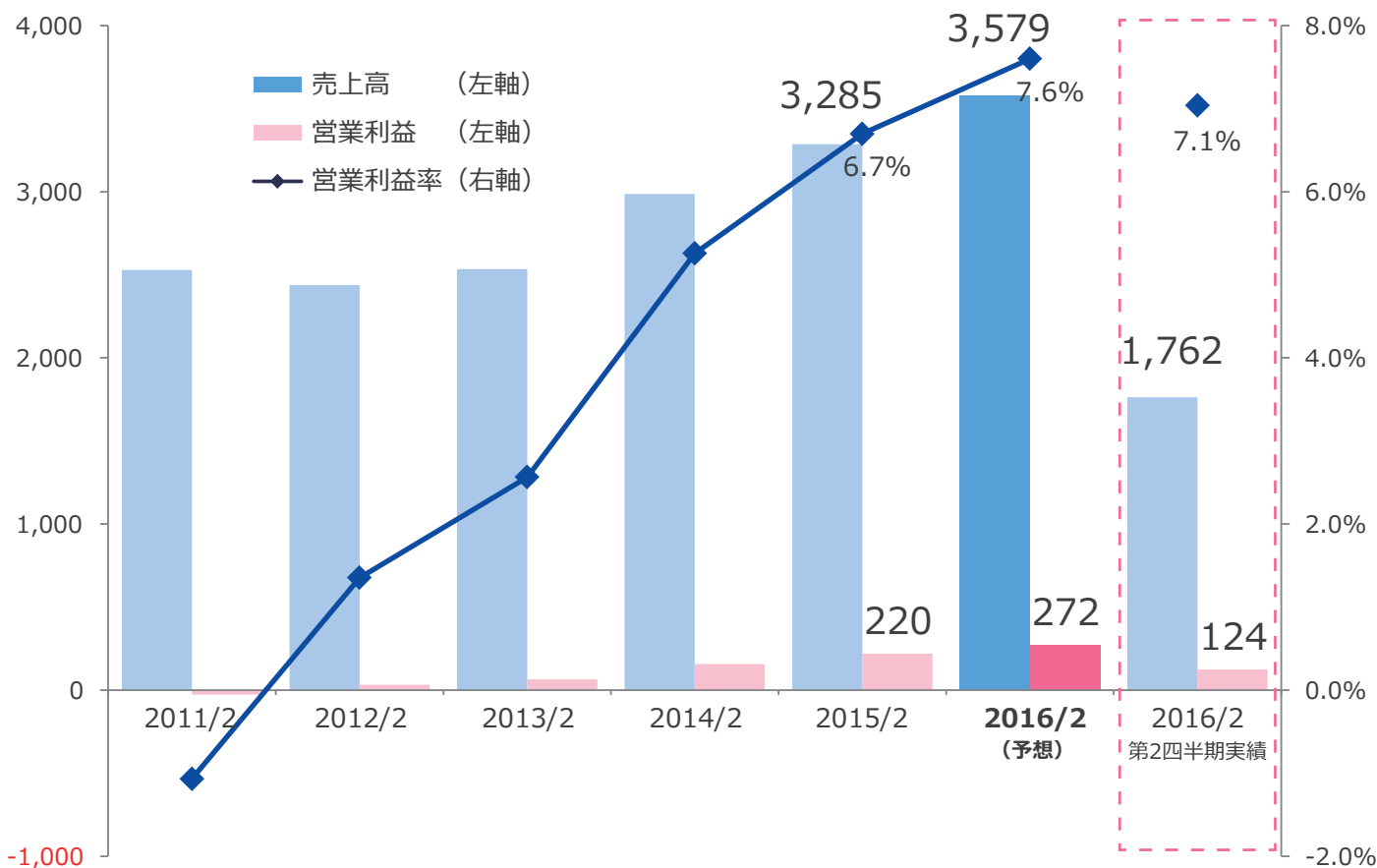


事業拡大による増収に対して、
売上原価、広告宣伝費の伸びを抑え
営業利益の増加を達成

売上高・営業利益の推移 (単体)

	2015/2 第2 四半期	→	2016/2 第2 四半期
営業利益率 :	5.2%		7.1%
予算進捗率 :	売上高 47% 営業利益 36%		売上高 49% 営業利益 46%

(単位：百万円)

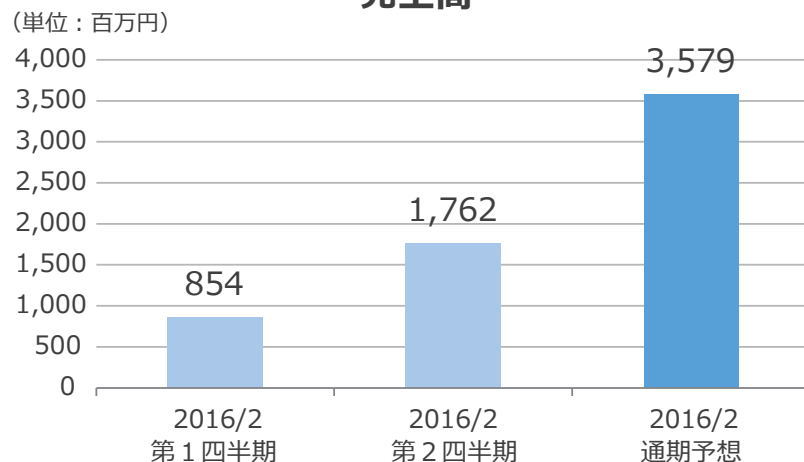


売上高・営業利益は
堅調に伸びており、
営業利益率も向上

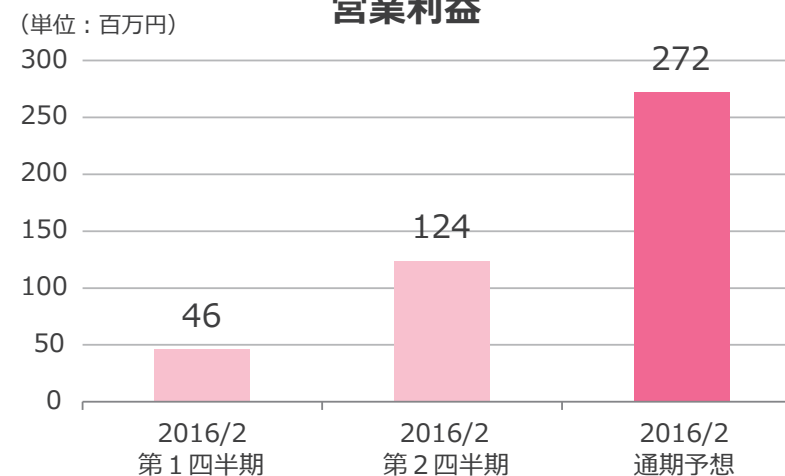
2016年2月期 四半期推移と通期予想

第4四半期の繁忙期を前に、通期予想に向けて順調な業績推移

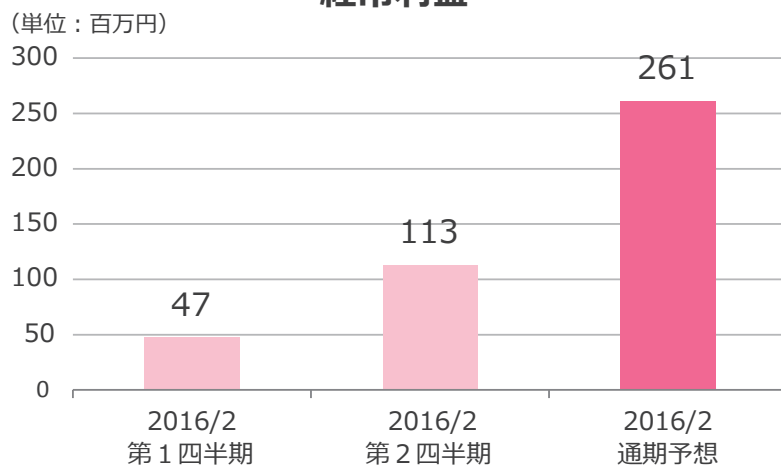
売上高



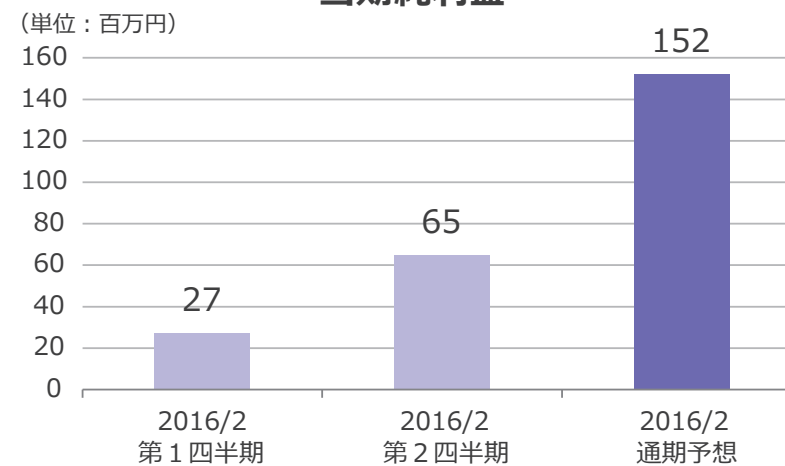
営業利益



経常利益



当期純利益



2016年2月期第2四半期損益計算書

(単位：百万円)

	2015/2 第2四半期	2016/2 第2四半期	増減	増減理由
売上高	1,548	1,762	213	施工件数の増加
売上原価 (売上原価率)	851 (54.9%)	939 (53.3%)	88 (▲1.6%)	売上高増による増加 → P.23に記載
売上総利益 (売上総利益率)	697 (45.1%)	822 (46.7%)	125 (+1.6%)	
販売費及び一般管理費	617	698	80	事業拡大による増加
営業利益 (営業利益率)	79 (5.2%)	124 (7.1%)	44 (+1.9%)	売上原価率の低下
経常利益	76	113	37	
税前利益	79	113	34	
法人税等	—	48	—	
当期純利益	—	65	—	

2016年2月期 第2四半期 主要事業の利益増減分析

水まわり緊急修理サービス業の利益率の向上 売上総利益率の前年増加 **+1.4%**

(単位：百万円)

	2015/2 第2四半期	2016/2 第2四半期	増減	増減理由
水まわり売上高	1,454	1,664	209	
水まわり売上原価 (水まわり売上原価率)	782 (53.7%)	871 (52.4%)	89 (▲1.4%)	
うち水まわり材料費・経費 (水まわり材料費・経費率)	466 (32.1%)	514 (30.9%)	47 (▲1.2%)	修繕工事など施工単価の高い作業の割合の増加・ガソリン価格の下落により材料費・経費率は低下
うち水まわり人件費 (水まわり人件費率)	315 (21.7%)	357 (21.5%)	42 (▲0.2%)	1人あたりの売上高の増加により人件費率は低下

2016年2月期第2四半期貸借対照表

(単位：百万円)

	2015/2 期末	2016/2 第2四半期末	増 減	増減理由
流動資産	854	1,165	311	
うち現預金	596	894	298	公募増資による手元資金の増加
うち売掛金	124	140	16	
うち原材料及び貯蔵品	99	90	▲8	車両棚卸在庫の減少
固定資産	241	260	18	
資産合計	1,095	1,425	330	
流動負債	594	561	▲33	
うち未払金	228	218	▲9	
固定負債	286	241	▲44	長期借入金の減少
純資産	215	623	408	公募増資による増加 ・利益剰余金の増加
負債・純資産合計	1,095	1,425	330	

2016年2月期 第2四半期 キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2016/2 第2四半期
営業 CF	57
投資 CF	0
財務 CF	240
現金及び現金同等物の増減額	298
現金及び現金同等物の残高	894

- ① 会社概要
- ② 事業概要
- ③ 当社の特徴と強み
- ④ 2016年2月期第2四半期決算概要
- ⑤ 成長戦略

1. 水まわり緊急修理サービス事業の事業領域拡大
～「特化」から「総合化」へ～
2. システム開発による生産性向上への取り組み
3. その他事業（ミネラルウォーター販売）の
ストックビジネスとしての事業展開の強化



2016年2月期 主要事業の施策

2016年2月期 水まわり緊急修理サービス事業の4つの重要施策と現状

1. 修繕工事の専門部隊の増強

→ 専任のサービススタッフ数を増員。

目標：水まわりのリフォーム需要への対応強化

2. 第2コールセンターの設置による体制強化

→ 大阪事務所開設により本格的な稼働を開始。

目標：コールセンターの人員確保

3. 業務提携先・アライアンス等の検討

→ 新規業務提携先の増加・
既存の業務提携先との関係強化
により法人受託件数の増加。

目標：施工件数の前期比 12%増

4. サービススタッフの採用・研修の強化

→ 2016年2月期の目標である4%増員へ
前半は採用の遅れ。後半に達成予定。

目標：人員の前期比 4%増

2016年2月期 その他事業の施策

2016年2月期 その他事業の重要施策と現状

1. プライベートブランドの新規獲得先の増加

→ **大学を中心に取引先の増加
+23 新規クライアント。
後半も新規獲得増加を目指す。**

目標：売上ストック増加

2016年2月期 第1、第2四半期 新規クライアント

青山学院	昭和女子大学
大阪経済大学	住友生命
お茶の水女子大※	創価大学※
学習院	千葉工業大学
カメラアヒルズカントリークラブ	千葉ポートタワー
京都外国語大学	天理大学
GOOD不動産	ブルーノート・ジャパン
桜井自動車教習所	ホテルグレイスリー新宿
CRE	みよの台薬局
JUN	明海大学
上智大学※	立教学院
湘南レベル8ホテル	

クライアント名は納品先を記載しております

※ ラベルデザインのリニューアル

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

