



2020年2月期通期
決算補足説明資料

株式会社アクアライン
証券コード：6173
市場：マザーズ

2020年4月

2020年2月期通期 決算概要



2020年2月期 通期 ハイライト

(単位：百万円)

売上高	6,008	前年同期比	+4%
営業損失	△17		—
当期純損失	△34		—

セグメント別売上高内訳

(単位：百万円)

水まわり緊急修理サービス事業	5,102	総入電件数19万件（前年比△7%）
ミネラルウォーター事業	852	備蓄用保存水、ホテル向けPB販売好調
ヘルスケア事業	55	
合計	6,008	

2020年2月期 通期の総括

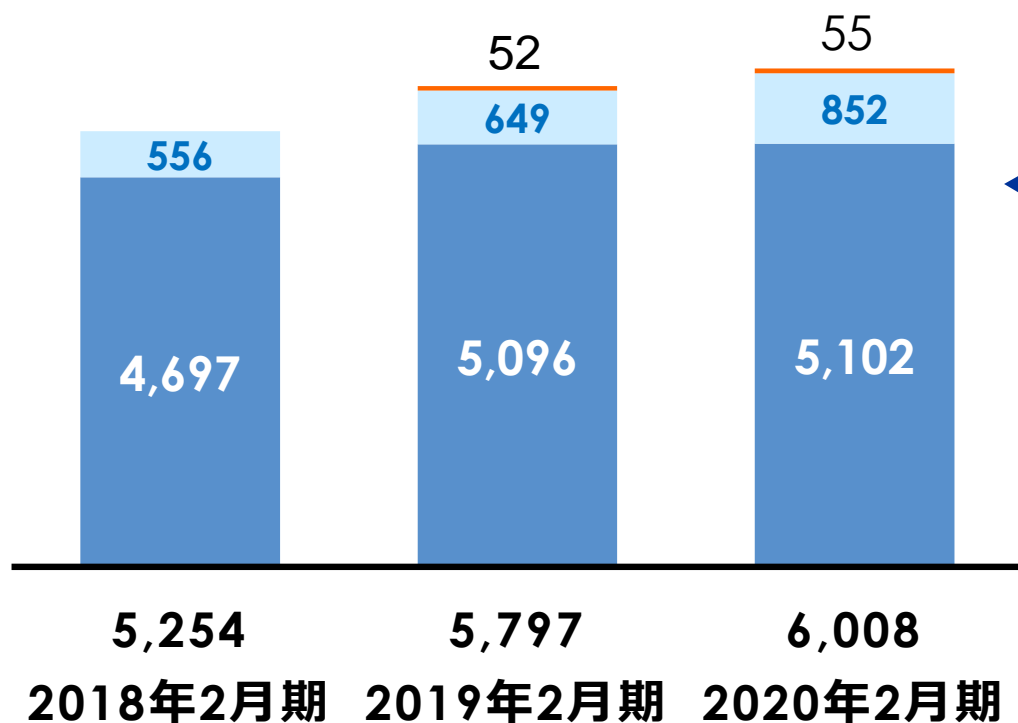
- 1 サービススタッフの人件費増**
採用直後の為、売上への貢献はこれから
- 2 昨年末以降、Webサイト企業経由の集客減の補完の為、
自社の広告宣伝費増**
自社運営webサイト“水道屋本舗” TVCMの広告宣伝費増
- 3 売上は過去最高売上高**
- 4 ミネラルウォーター事業は好調**
備蓄用保存水の販売、ホテル企業向けP Bの販売が好調

2020年2月期 通期 ハイライト

売上高

- 水まわり緊急修理サービス事業
- ミネラルウォーター事業
- ヘルスケア事業

(単位：百万円)



売上高
前年同期比

+4%

2020年2月期 通期 ハイライト

販売費及び一般管理費

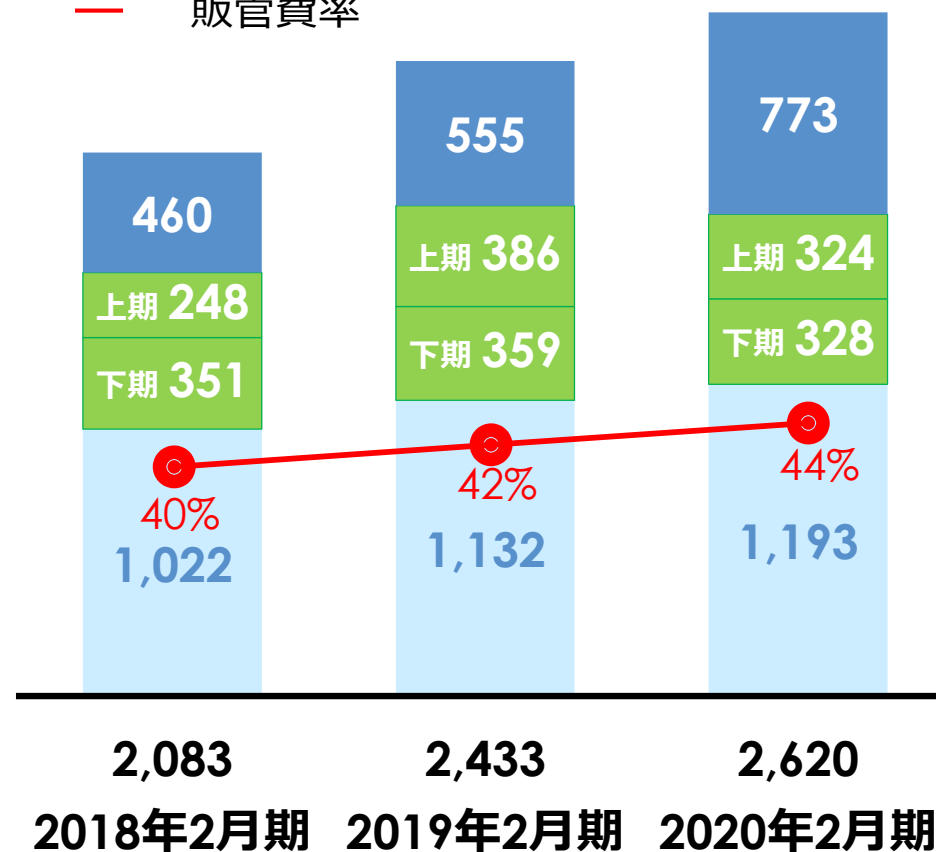
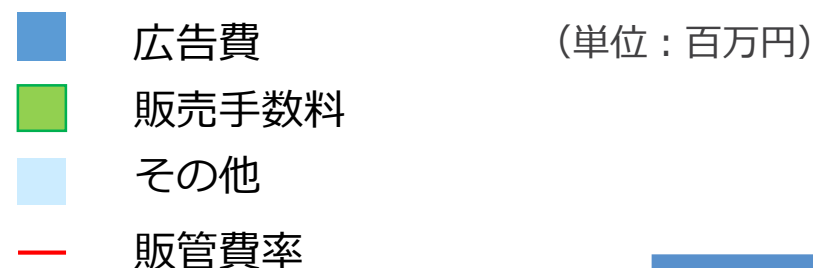
1. 自社運営

タウンページ、チラシ、マグネット、インターネット、テレビCMの広告掲載による **広告費** の増加（前期比+39%）



2. 業務提携先

- ・業務提携先からの受注減少により **販売手数料** の減少（前期比△12%）

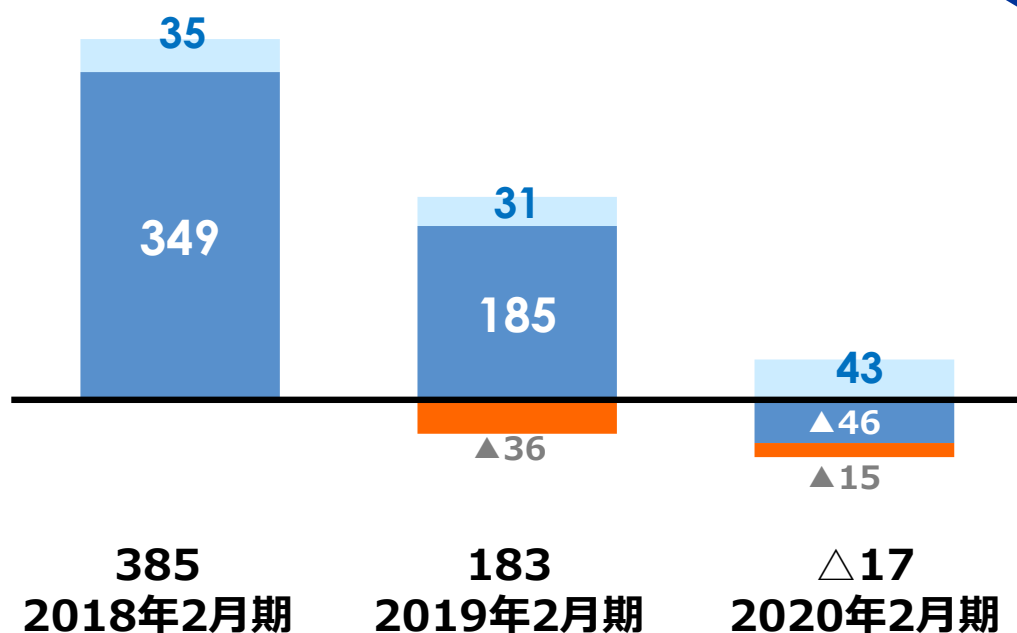


2020年2月期 通期 ハイライト

営業利益

- 水まわり緊急修理サービス事業
- ミネラルウォーター事業
- ヘルスケア事業

(単位：百万円)

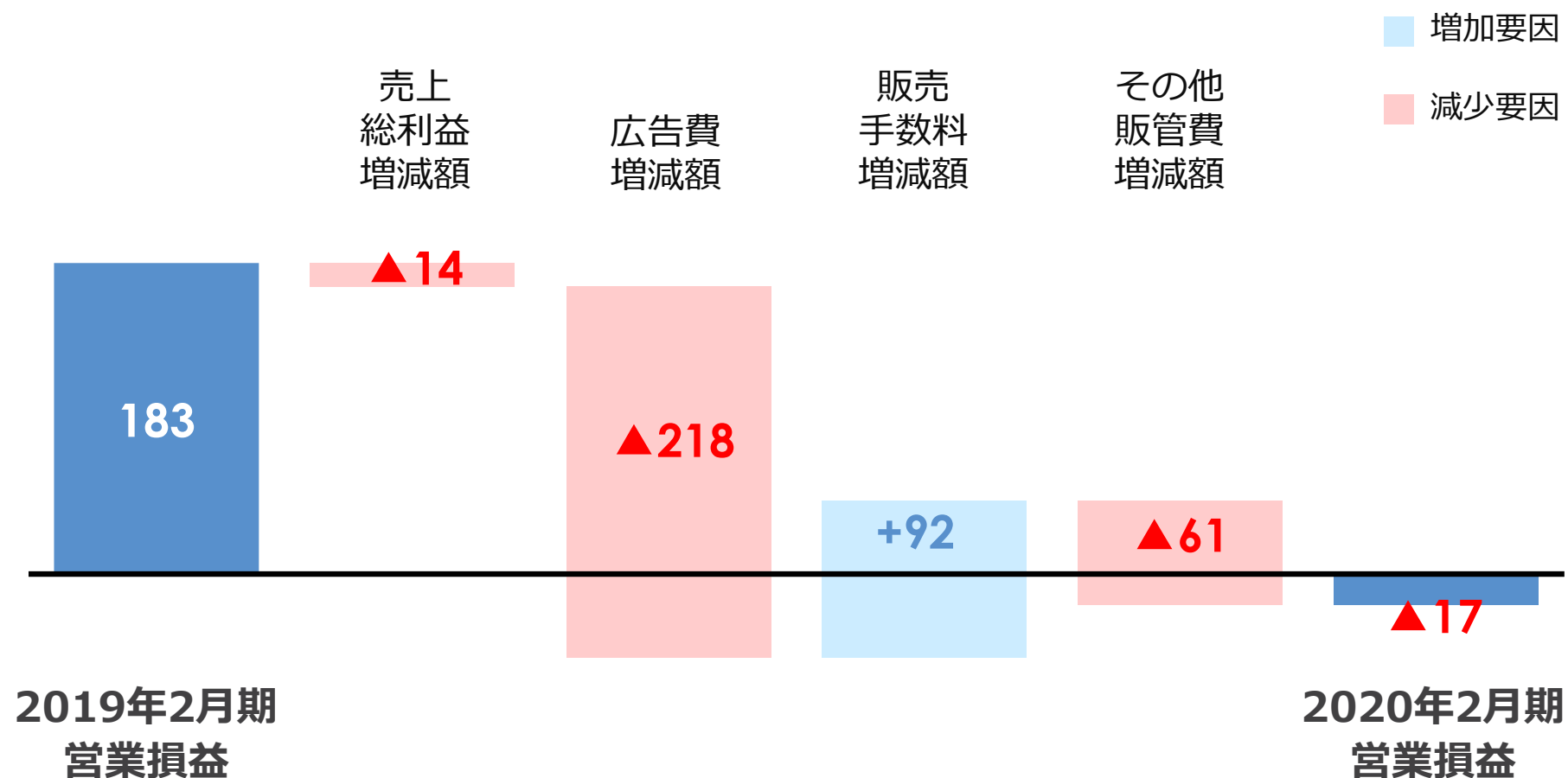


営業利益
前年同期増減

▲201百万円

2020年2月期 通期 ハイライト

(単位：百万円)



2020年2月期 通期 損益計算書

(単位：百万円)

	2019年2月期	2020年2月期	増減	増減理由
売上高	5,797	6,008	+210	
水まわり緊急修理 サービス事業	5,096	5,102	+5	
ミネラルウォーター事業	649	852	+203	保存水の販売好調
ヘルスケア事業	52	55	+3	
売上原価 (売上原価率)	3,180 (54.9%)	3,405 (56.7%)	+225 (+1.8%)	
売上総利益 (売上総利益率)	2,617 (45.1%)	2,603 (43.3%)	△14 (△1.8%)	
販売費及び一般管理費	2,433	2,620	+186	広告宣伝費の増加等
営業利益 (営業利益率)	183 (3.2%)	△17 (△0.3%)	△201 (△3.5%)	
経常利益	184	△18	△203	
当期純利益	69	△34	△103	

2020年2月期

貸借対照表

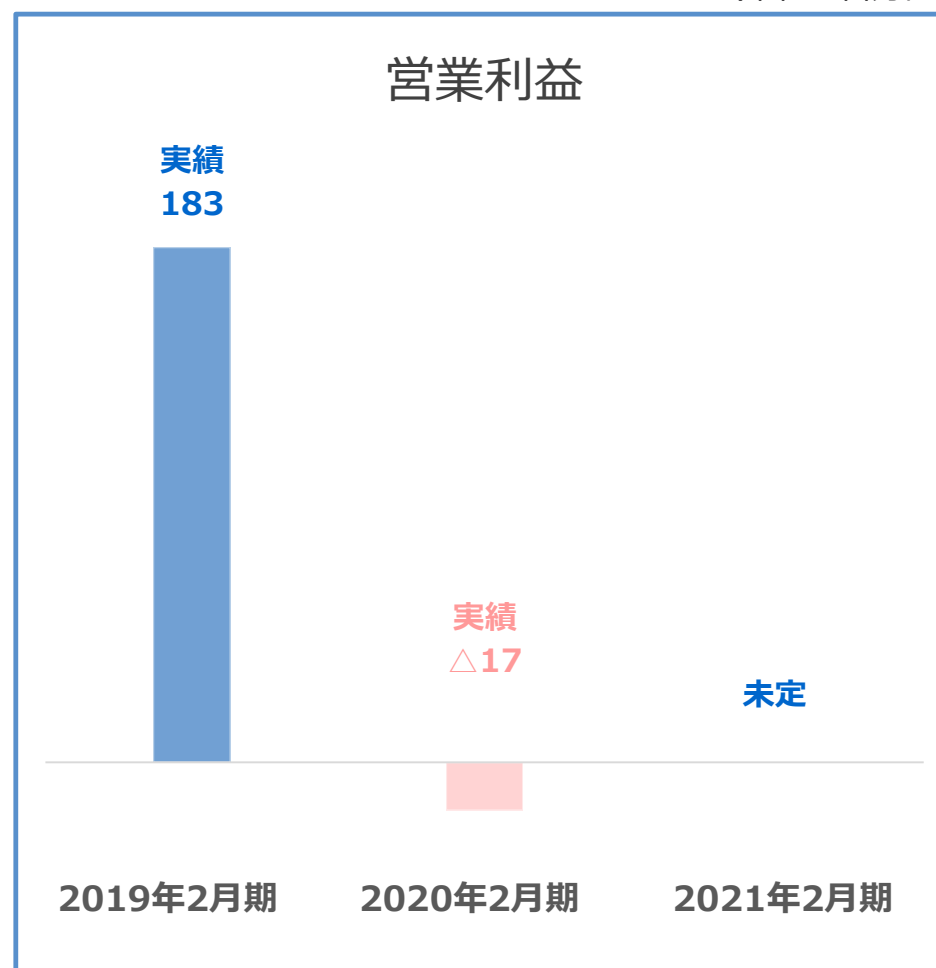
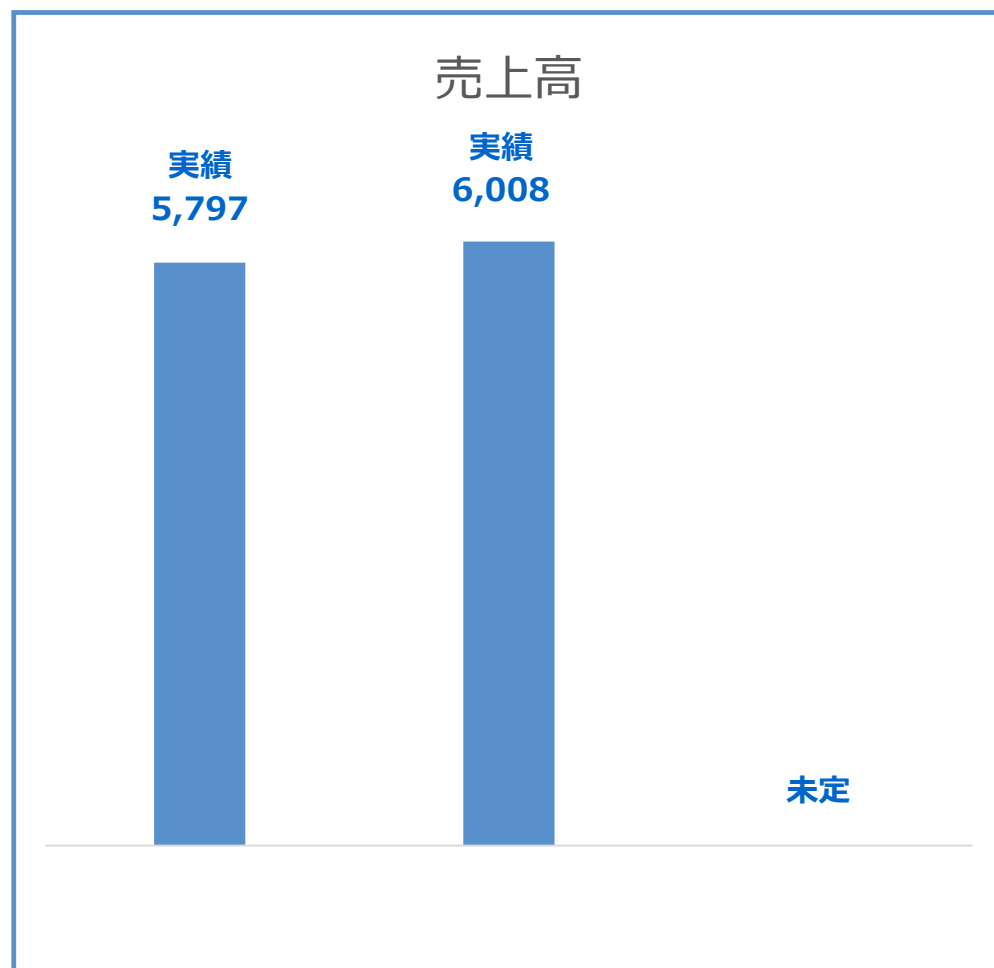
(単位：百万円)

	2019年2月期	2020年2月期	増減	増減理由
流動資産	1,511	1,428	△82	
うち現預金	864	729	△135	税金の支払等
うち売掛金	354	365	+10	
うち原材料及び貯蔵品	142	148	+6	
固定資産	436	478	+41	
資産合計	1,948	1,906	△41	
流動負債	611	599	△11	
うち未払金	331	324	△7	
固定負債	103	149	+45	
純資産	1,233	1,157	△75	
負債・純資産合計	1,948	1,906	△41	

2021年2月期 業績見通し

新型コロナウイルスの影響により2021年2月期の業績予想を合理的に算定することが困難な為、未定としております

(単位：百万円)



事業說明



事業概要

水 から 住 まで

水まわり 緊急修理サービス事業

水もれ修理
つまり修理
商品の販売取付
給排水管交換工事等

ミネラルウォーター事業

ペットボトルウォーター
(PB・NB・保存水)の販売
ウォーターディスペンサー
の販売

生活サポート事業 (SOS)

リフォーム
カギ
PCレスキュー
ハウスクリーニング
給湯器・電気
害虫駆除

生活サポート事業は、短信等のセグメント情報において水まわり緊急修理サービス事業に含めております。



水まわり緊急修理サービス事業

運営

1. 自社運営：**水道屋本舗** → WEB・マグネット・タウンページ等で集客
2. 業務提携：西部ガス ALSOK総合警備保障 東京ガス 大阪ガス アクアクララ 広島ガス
 ジャパンベストレスキューシステム アクトコール プレステージ・インターナショナル
 ベアーズ シェアリングテクノロジー 住友林業 (敬称略) 他

一般家庭の水まわり

① 緊急トラブル修理・対応

- つまり・水漏れ修理
- ・台所
- ・洗面所・お風呂場
- ・トイレ
- ・洗濯機まわり

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
- 温水洗浄便座
- 洗面化粧台
- 給湯器

③ 給排水引き直し工事等

- 給水管修理交換・排水管修理交換
- 排水マス交換工事・屋上タンク修理交換

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

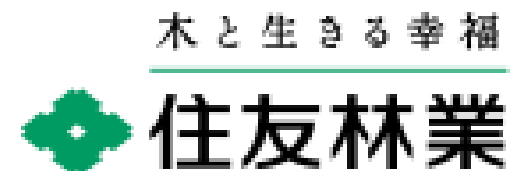
主な業務提携先



Direct
Communication



Bears



水まわり緊急修理サービス事業の特長

北海道から沖縄まで全国でサービスを提供

8月と12月を含む第4四半期が繁忙期

全正社員が「直行直帰」の勤務体制

車両が動く店舗・倉庫（車両はIoT搭載）

24時間コールセンターを自社運営



サービススタッフは自宅から現場へ直行直帰
iPad で連絡



ミネラルウォーター事業

ペットボトル販売事業 / ウォーターディスペンサー事業

— 「安心して飲める水」のニーズ —

2019年
モンドセレクション
最高金賞受賞

自社ブランド 「aqua aqua」



良質なミネラルウォーターを体感いただく
見本の位置づけ

大学 様



国際基督教大学様 学習院大学様 青山学院大学様

国内シェアNo.1
オープンキャンパス等

ホテル・企業 様



グランドニッコー東京台場様 カンデオホテル様 TKP様



リゾートトラスト様 オークニッコー様 ローソン様

備蓄用「保存水」



防災商社とのタイアップにより官公庁、大手企業へ提案 → 需要拡大

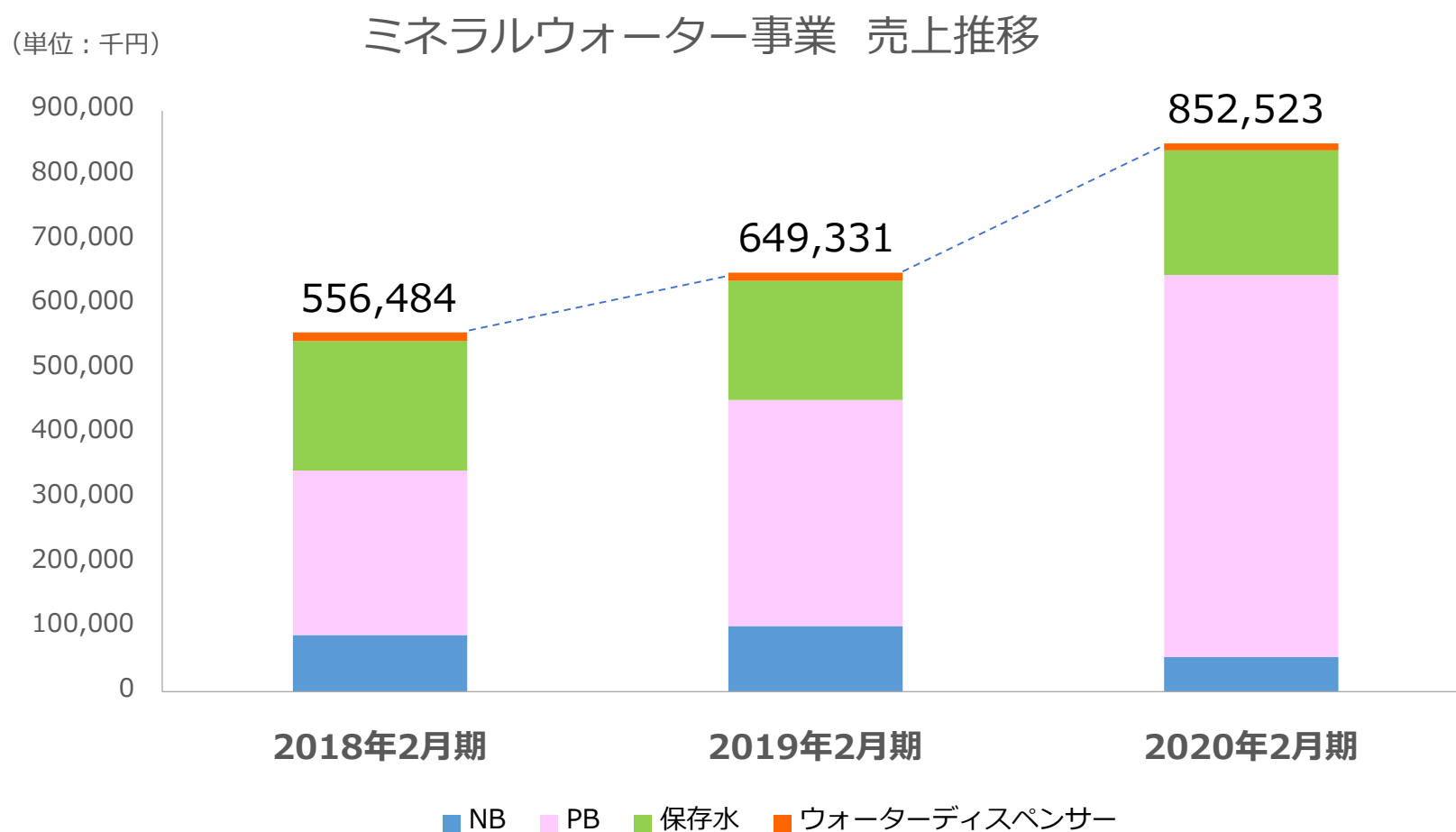
ウォーターディスペンサー



防災意識の高まりによる備蓄需要の拡大

ミネラルウォーター事業

お客様の用途に合わせたラインナップ（ナショナルブランド商品・プライベートブランド商品・保存水）により市場ニーズに対応



ミネラルウォーター事業

採水地工場の契約を増やし、更なる生産増体制へ

採水地工場の所在県

北海道
群馬
埼玉
山梨 ※2箇所
長野
富山
岐阜
島根



全国対応可能な「生活関連の駆け付けサービス提供企業」が相互的な業務提携を実現

2019年5月1日
サービス開始

累計会員登録数
2,568名

※2019年8月31日現在



携帯端末アプリケーションをプラットフォームにワンストップサービスを展開予定



アプリケーションの主な機能

- ・駆け付けサービス依頼
- ・手配状況確認
- ・クーポン発行
- ・お知らせ通知
- ・サービス利用履歴
- ・保証書の発行

上記が簡単ワンタッチ操作




Android端末、ios端末に対応
ダウンロードはGoogleplay・Appstoreにて

今後の戦略

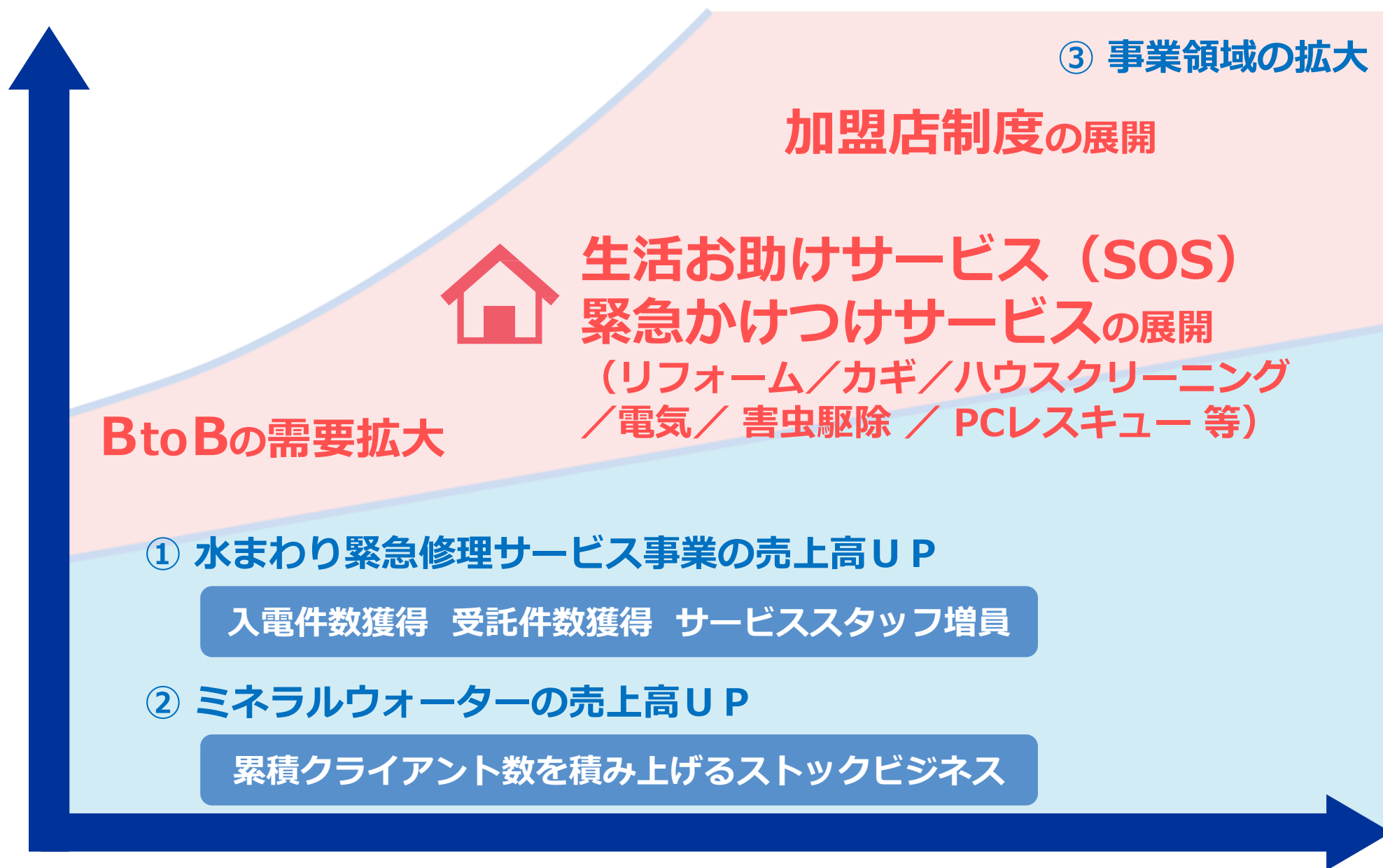


主力事業の今後の戦略 – 水まわりの市場規模 –

※  のサイズはそれぞれの市場規模を表しています。



主力事業の今後の戦略 – 方向性 –



成長に向けて – 2021年2月期重要施策 –

◎サマリー

- ① サービススタッフの採用・研修
- ② 広告宣伝の拡大 → SNSの活用・テレビCMの活用
- ③ 営業組織力の強化
- ④ 事業領域の拡大

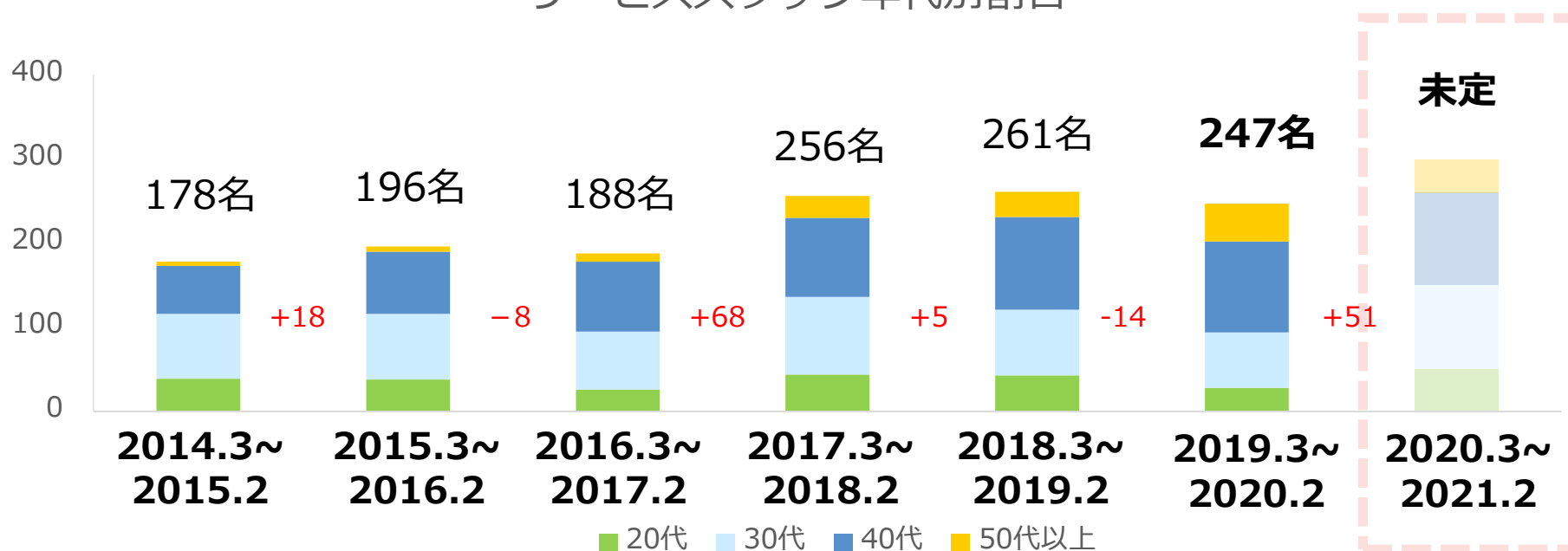


成長に向けて 1. サービススタッフの採用・研修

- 1 サービススタッフの採用・研修制度の充実
- 2 新卒社員の積極採用
- 3 シニア層の採用拡大・・・40代から50代

(単位：人数)

サービススタッフ年代別割合



アナログ・デジタルの双方より広告宣伝を強化 認知度向上を図る



水道屋本舗 テレビ放送番組出演

報道番組

異臭の原因となる排水管清掃に関する取材。

『なないろ日和！』

(テレビ東京：2019年7月2日放送分)



北海道に観測史上最強の寒波到来に伴う取材。
(2019年2月)

- ・ 『イチオシ』 (テレビ朝日系列：2019年2月8日放送分)
- ・ 『報道ステーション』 (テレビ朝日：2019年2月8日放送分)
- ・ 『あさチャン！』 (TBS：2019年2月9日放送分)



テレビCM放送

- ・ 2019年9～11月には、中国・四国地方のTBS系列、テレビ朝日系列を中心に1ヶ月約1200回放送。
- ・ 2019年6～8月に中国地方のTBS系列、テレビ朝日系列にて1ヶ月約600回放送。
- ・ 2019年10月より九州地方（福岡県を除く）のTBS系列、テレビ朝日系列を中心に放送。
1放送局辺り1日3回程度、1カ月約3,000回放送。

水道屋本舗



パンダ・パンダ 詰まりにパンダ



水漏れパンダ 修理はパンダ



見積もり無料 全国対応



トイレもお風呂も 排水管も

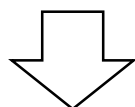


- ① 新人教育の質と期間を充実させる
- ② 現場スタッフ研修用動画制作 “いつでも学べる” 環境
- ③ シフト管理による “働き方改革” → “残業減”
- ④ 季節要因に左右されない “B to B” 開拓部隊拡充

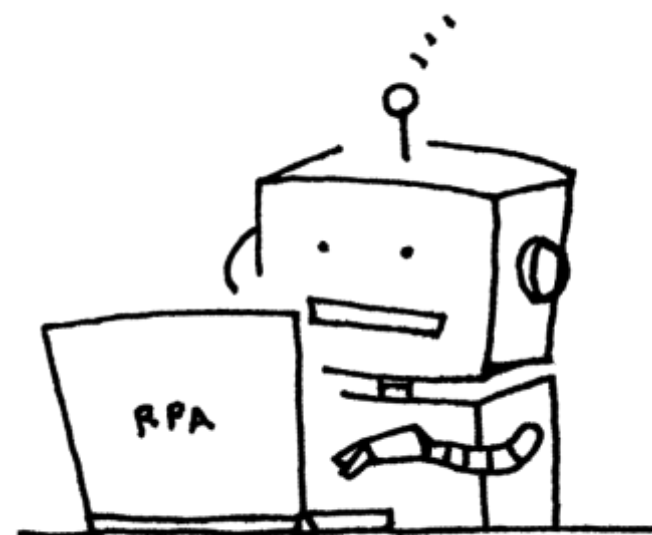
RPA (Robotic Process Automation) の導入

RPAとはPC上で行われる業務プロセスを自動化する技術

「PC画面上で行う処理・作業」を自動化



- ・ **業務処理のスピードアップ**
- ・ **業務処理の正確さアップ**
- ・ **人件費のコストダウン**
- ・ **高付加価値業務へのリソース増強**

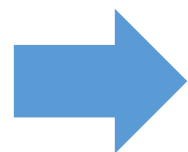


2019年7月より法人業務に導入。今後、購買業務にも導入予定。

成長に向けて 4.事業領域の拡大ーパーソナルトレーニングジムー



Instagramを最大限に活用し、
鮮度の良い情報を発信・アピールすることで
親近感や安心感を生み、イメージUP



認知度向上・入会者増

StudioFit
Instagram

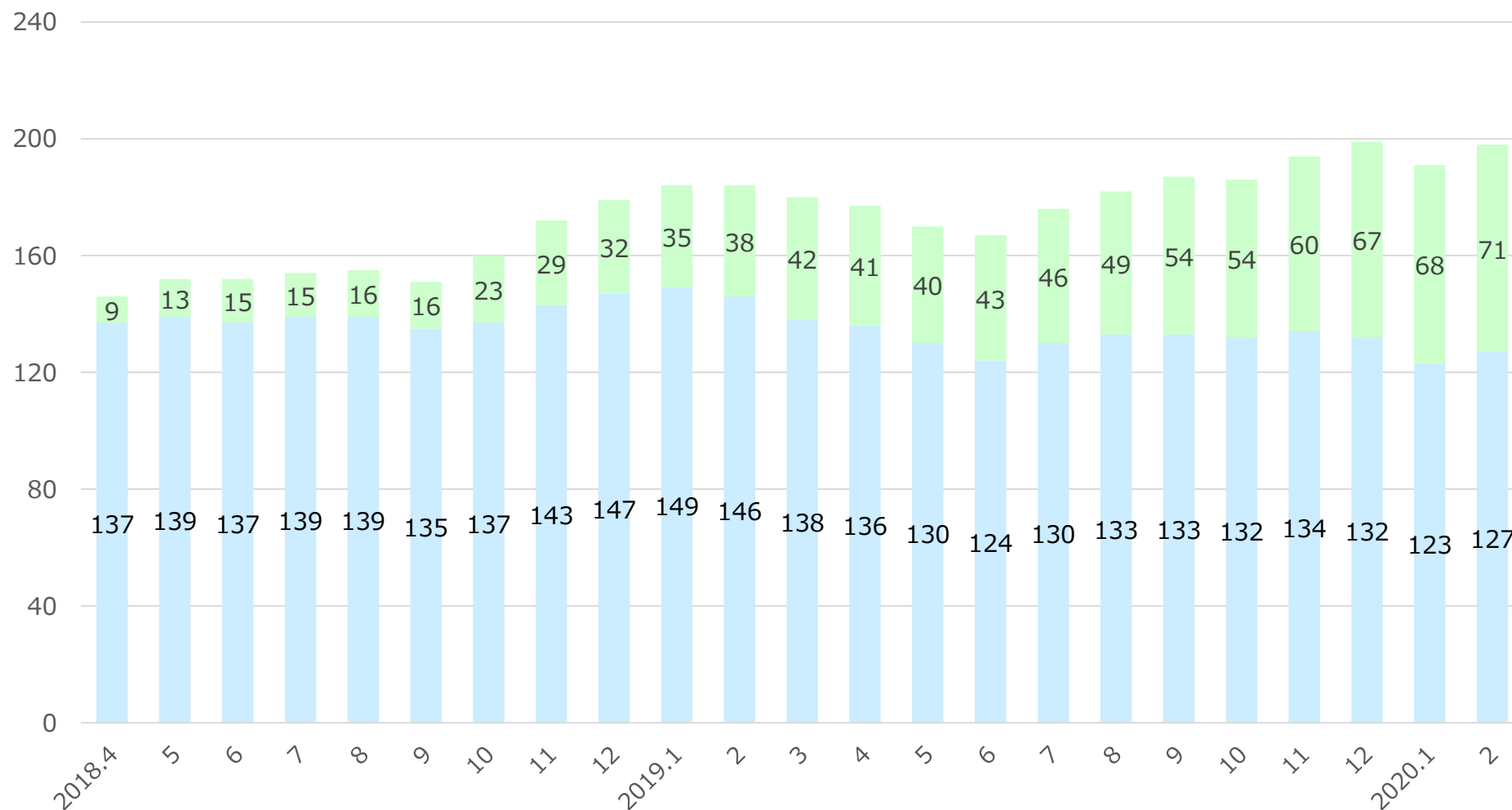


成長に向けて 4.事業領域の拡大ーパーソナルトレーニングジムー

会員数の推移

StudioFit 虎ノ門
StudioArm 渋谷

(単位：人)



EPARKレスキュー社の子会社化について



組織図

(株)EPARK

業種別メディア（ポータルサイト）
順番待ちシステム
広告ブランディング

(株)EPARK
レスキュー

(株)アクアライン
51%出資
子会社化

EPARK
レスキュー

生活救急系メディア
（比較サイト）

ローカル
プレイス

生活救急系広告
（SEO施策）

株式会社EPARK

(株)EPARK

事業内容

① 業種別ポータルサイト

歯科・病院・薬局・グルメ・リラクゼーション・ペット他様々な業種を取り扱う総合ポータルサイトを運営。

(現在25業種の予約サイトを運営中)

② 順番待ちシステム

③ 広告ブランディング

インターネットの時代が来ることを予測し、13年前にいち早くポータルサイト事業を開始。現在最も力を入れている事業となっている。



株式会社EPARKレスキュー

(株)EPARKレスキュー

**EPARKグループ会社を
今回アクアラインが子会社化**

事業内容 ① 「EPARKレスキュー」の運営

「生活のお悩みを解決する」をコンセプトに現在地より検索できる比較検討サイト。

事業内容 ② ローカルプレイス

Google等、他社検索ポータルと連携した店舗・施設向けサービス。
アクセス解析によるSEO対策やユーザー動向に合わせたページデザインの作成。

事業内容① 「EPARKレスキュー」の運営

生活サービスを探すユーザーへ良質な出張サービスを提供し「快適・便利・安心・安全」な事業者を紹介するライフサービス比較検討サイト

■利用者様にとって利便性の高いサイト

「エリア×単語」の検索でgoogleやYahooでweb検索を行うとほぼ1ページ目に表示される。

→上位表示されることで無意識にクリックされ易く利用する人が増加。

※最近ではエリア検索せずとも、位置情報やAI技術によりエリア情報が検索結果に反映され易い仕組みとなっている。

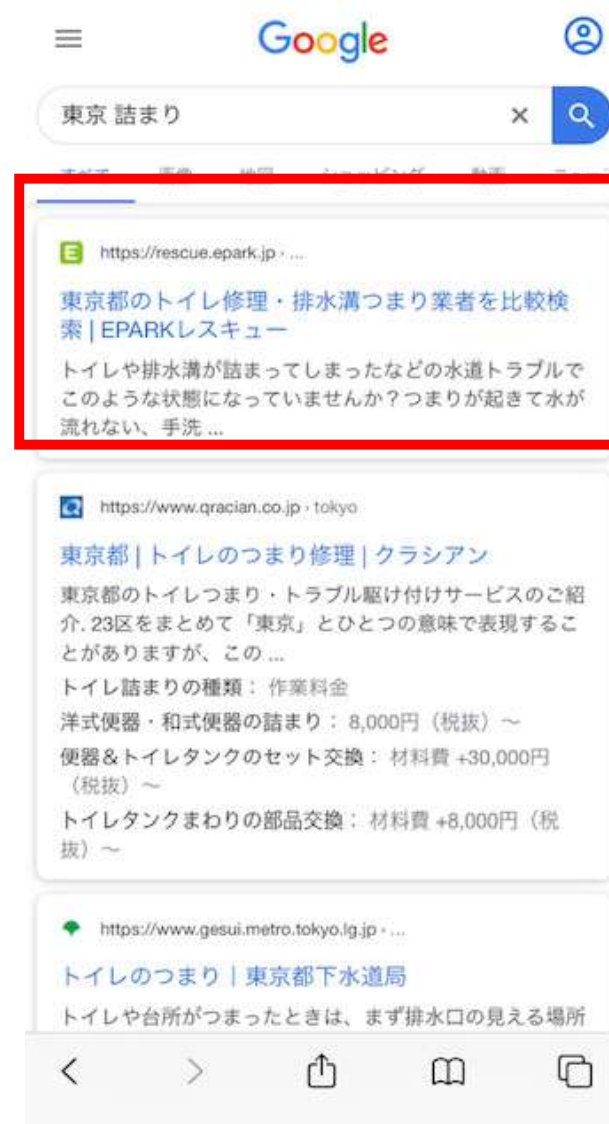
■掲載費用

掲載自体に費用は発生せず。

■アクアラインのメリット

入電件数の増加及び販売手数料収入。

→入電コストの削減。



インターネット広告

インターネット広告を大きく2つに分けると
SEMと**SEO**がある

SEM リスティング広告
(検索連動型広告)

クリックすると課金 **1クリック数百円**

SEO 自然検索上位表示
(検索エンジン最適化)

クリックでは料金がかからない

各企業共にクリックしても課金されない
SEOに力を入れる傾向あり



インターネットの現状

■ SEO（自然検索）の表示状況

10件のみが1ページ目に表示される。

→ 10件の中に入ることがクリックされやすくなる必須条件となる。

■ YahooとGoogleの検索結果

同等の結果で表示される。

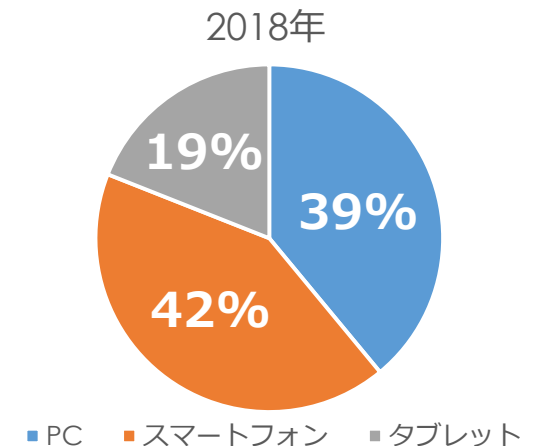
■ 主なインターネット検索手段と割合

近年PCとスマートフォンでの検索数が逆転。

2013年 PC 48% スマートフォン 39% タブレット 13%

2018年 PC 39% スマートフォン 42% タブレット 19%

※総務省「通信利用動向調査」より



■ 検索方法

1ワード検索から、「エリア×ワード」等の複数キーワードを組み合わせた検索方法へ変化。

→ ユーザーの細かい検索ニーズを満たす検索結果を表示させる施策の必要性。

アクアラインの現状：以前は1ワード検索で上位表示されていたが、徐々に上位表示が困難になりつつある。

事業内容② ローカルプレイス

Google等の他社検索ポータルと連携した生活救急事業専門の店舗・施設向けのユーザーニーズに沿ったSEO対策付きホームページ制作サービス

■利用者様にとって利便性の高いサイト

特にエリアを絞った「市区町村×キーワード」等のニッチな自然検索にて威力を発揮する。

ローカルプレイスへ登録、SEO施策されている企業のサイトはほぼ1ページ目に上位表示される。

■登録費用

生活救急事業を行っている企業が市区町村レベルで受注可能

→ 月額登録手数料（広告費）の発生。

※登録は1市区町村につき2社限定。

■アクアラインのメリット

入電件数の増加及び販売手数料収入。

→ 入電コストの削減。



2つのサイトの利便性が高い理由

- ① 「EPARKレスキュー」
- ② ローカルプレイス

上位表示される理由

(株)EPARKが13年前から開始しているグルメ、ペット等多業種ポータルサイト事業や食べログ、Google□□などインターネット広告事業等の蓄積により、利用者様にとって利便性の高いドメインが出来上がっており、そのEPARKサイトとの相互リンクによる効果。

子会社化した理由

① アクアラインのメリット

入電件数の増加・入電コストの削減・異業種への販売他。

② EPARKのメリット

EPARKのインターネット広告×アクアラインが培ってきた26年間の建設業での実績と人脈の相乗効果により、EPARKレスキュー側から獲得した顧客を効率的に業務従事者へ受け渡しすることが可能。

会社の成長

今後は水まわりだけに留まらず、鍵・ハウスクリーニング・ガラス・瓦等、生活に関わる40種類の項目における事業展開を予定している。

APPENDIX

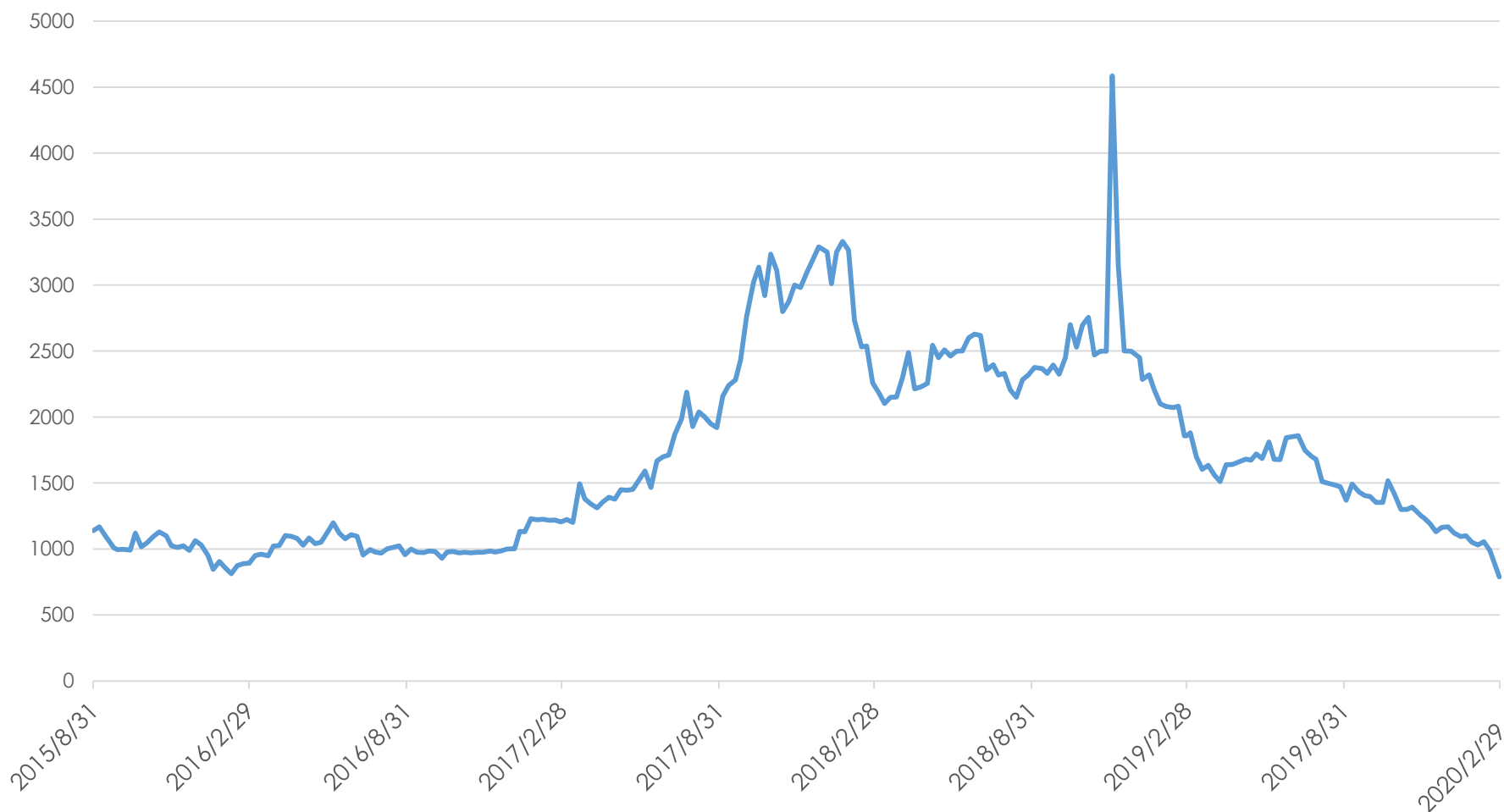
株主還元について
会社概要



株価推移

当社上場来の株価推移 2015年8月31日～2020年2月29日

(単位：円)



配当政策

当社のビジネスでは、一般家庭・個人がおお客様です。

「株主」＝「おお客様」であることから、株主還元を充実させていきたいと考えております。

事業拡大のための内部留保は確保しつつも、

配当を継続的に実施し、配当性向を高めていくことを一つの経営目標としております。

	基準日	効力発生日	1株当たり 配当額(円)	配当金の 総額(百万円)	当期 純利益(百万円)	配当性向
2021年2月期 予想	2021年2月28日	2021年5月31日	未定	未定	未定	未定
2020年2月期 見込	2020年2月29日	2020年5月29日	0	0	△34	－
2019年2月期 実績	2019年2月28日	2019年5月31日	20	40	69	58.9%

※新型コロナウイルスによる影響により、2021年2月期の連結業績を合理的に算定することが困難な為、未定としております。

会社概要

企業名	株式会社アクアライン
代表者	代表取締役社長 <small>オオコウチ</small> 大垣内 <small>タケシ</small> 剛
決算月	2月
設 立	1995年11月1日
所在地	広島本社：広島県広島市中区上八丁堀 8-8 第1ウエノヤビル 6F 東京本社：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 14F
証券コード	6173
資本金	2億8,030万9,700円（2020年2月29日 現在）
事業内容	水まわり緊急修理サービス ミネラルウォーター・ウォーターディスペンサー販売
従業員数	329名（連結 2020年2月29日 現在）

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 statement)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。

