

株式会社アドバンスクリエイト 2021年9月期 第1四半期 業績説明資料

(2020年10月～2020年12月)



2021年2月12日



証券コード:8798

目次

<u>I. アドバンスクリエイトの戦略</u>	3
■ 当社の強み	3
■ OMO×FinTech～当社の戦略と現状～	7
<u>II. 決算状況</u>	16
■ 2021年9月期 第1四半期 決算状況	17
■ 第26期の見通し	24
<u>III. ESGの取り組み</u>	30

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ環境や当社の関連する業界動向等により変動することがあります。

従いまして、実際の業績等が、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述と異なるリスクや不確実性がありますことをご留意ください。

当社の強み



保険専門ソフトウェア開発の内製化

- ・ 専業保険代理店でありながら、約90名のIT人財を擁しソフトウェア開発を内製化
- ・ 経営陣・営業現場と直結したシステム開発部隊により、顧客管理システムなどのアジャイル開発を実現



独自のWEBマーケティング手法

- ・ 国内最大級の保険選びサイト「保険市場」を運営
- ・ 広告代理店に依拠しない独自のマーケティングを実施



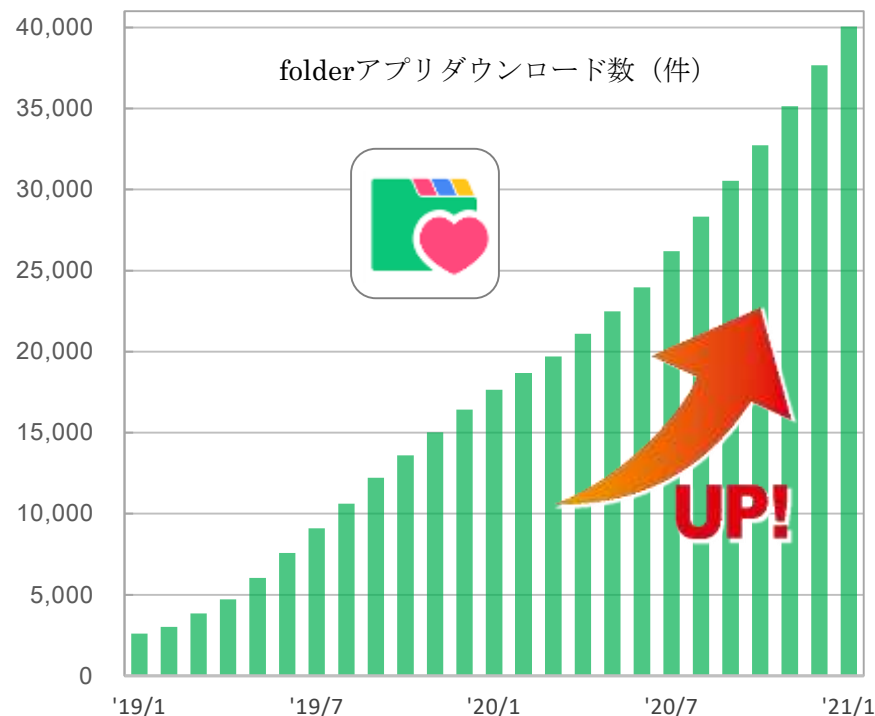
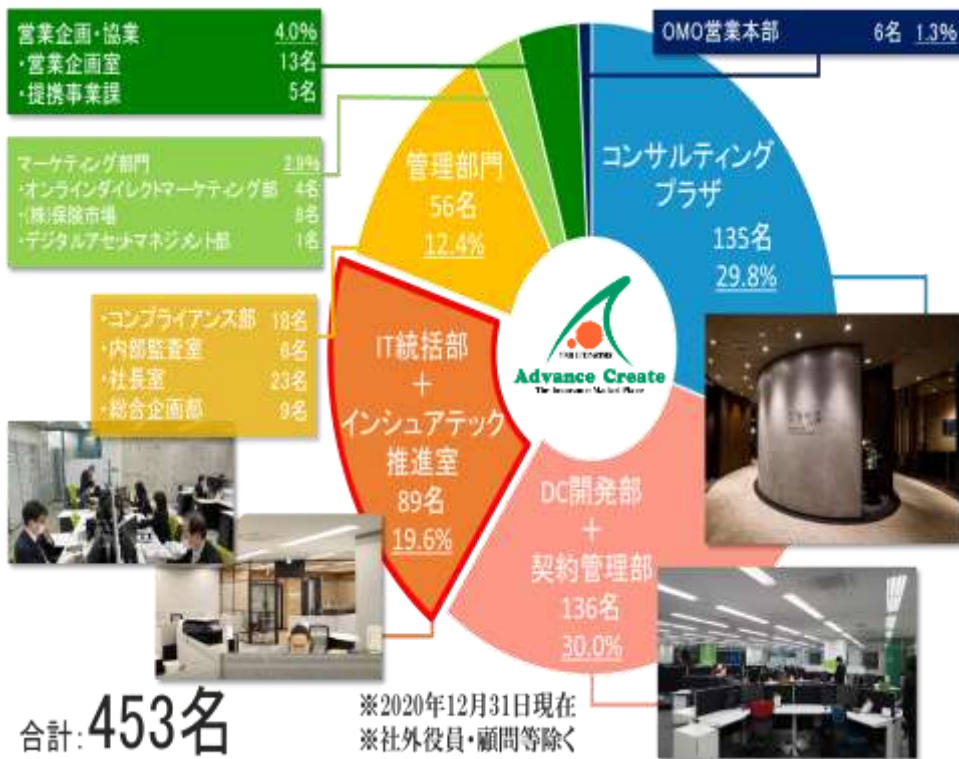
変化にスピーディに対応する企業文化

- ・ 企業文化・創業精神を軸とした教育・研修制度による人財育成

保険専門ソフトウェア開発の内製化

○エンジニア、デザイナーなど約90名のIT人財を擁し、ソフトウェア開発を内製化

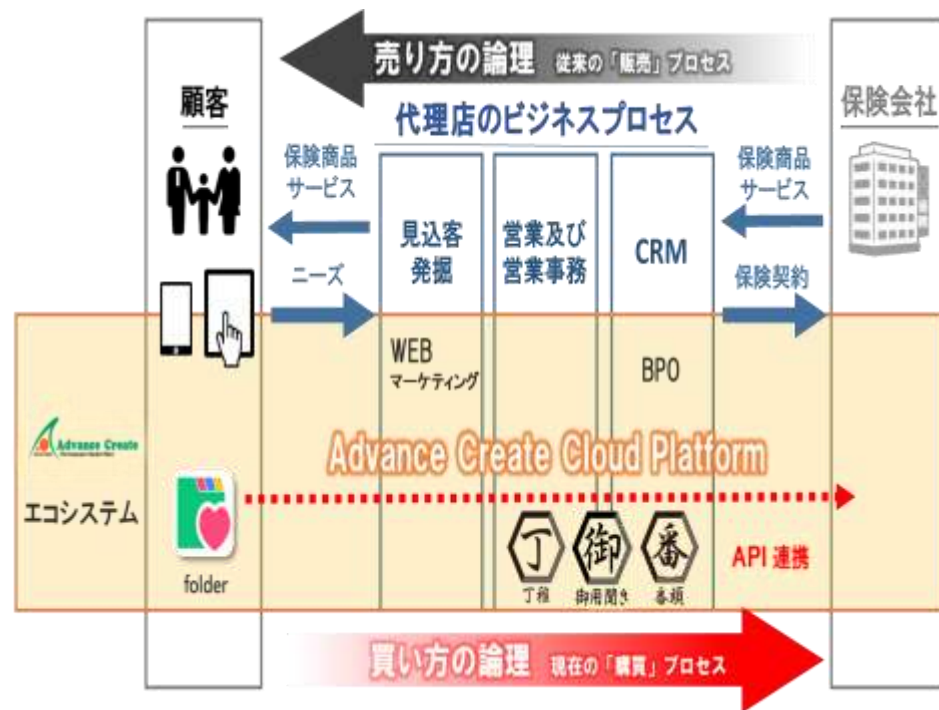
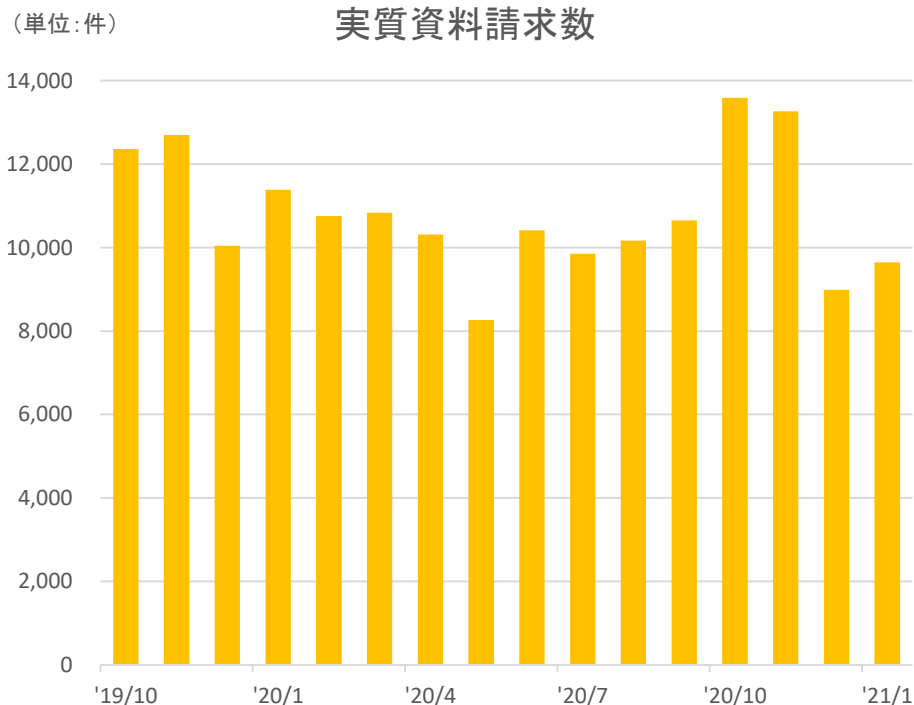
○経営陣・営業現場・エンジニアが直結し、アジャイル開発を実現



独自のWEBマーケティング手法

○ 広告代理店に依拠しない独自マーケティングで仮説と検証を繰り返す

○ ポスティング時代から一貫して「買い方の論理」に基づくマーケティングを追求



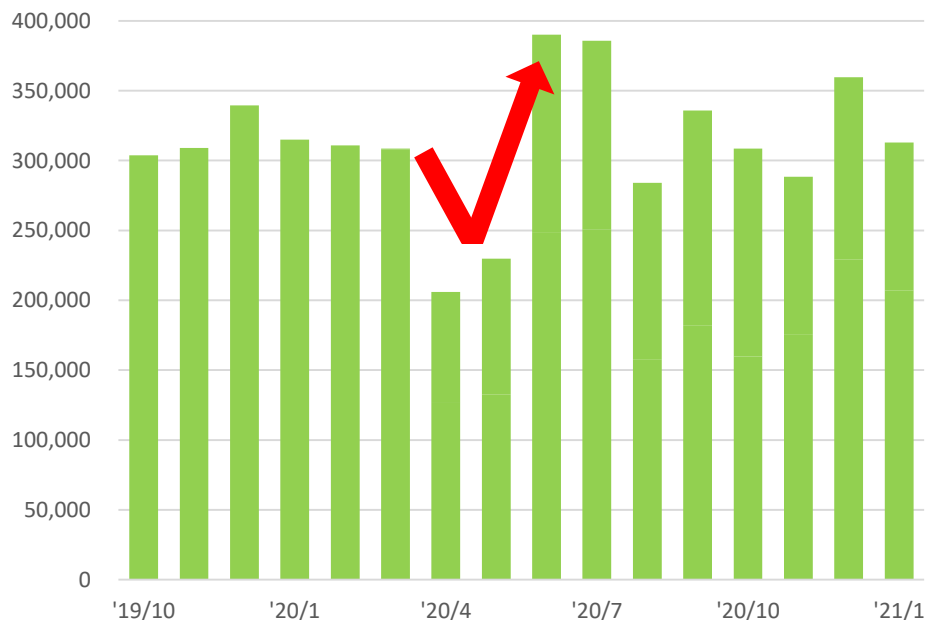
変化にスピーディに対応する企業文化

○不易流行と創造的破壊の企業文化を醸成し、変化にスピーディに対応

- ・土日営業が主流の保険業界において、対面営業の土日祝休みを実現
- ・コロナ禍において売上が一時的に減少したものの、二か月で回復
- ・オンライン保険相談やテキストコミュニケーション等、新技術に即時対応

コンサルティングプラザでの申込ANP推移

(単位:千円)





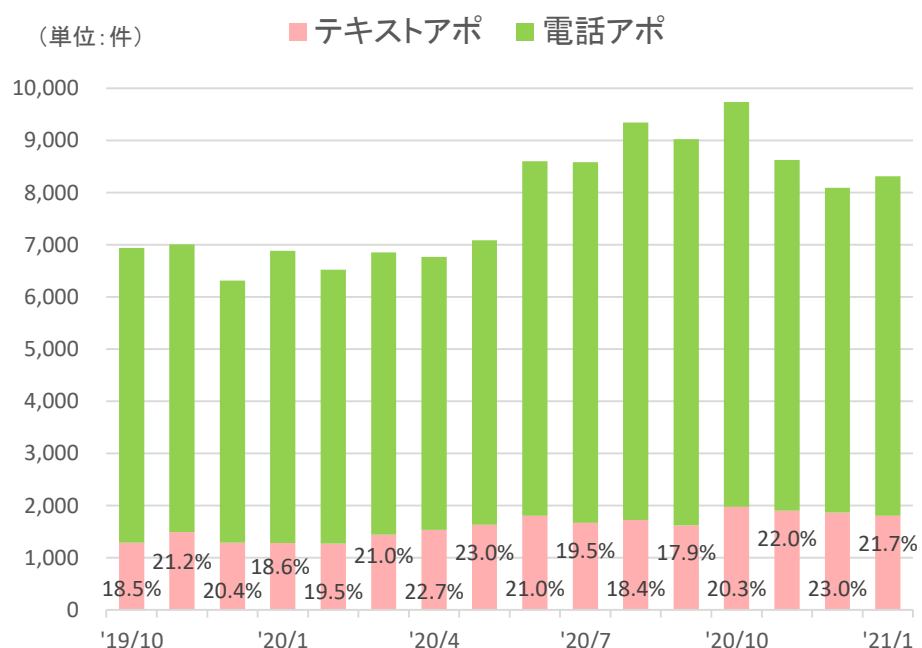
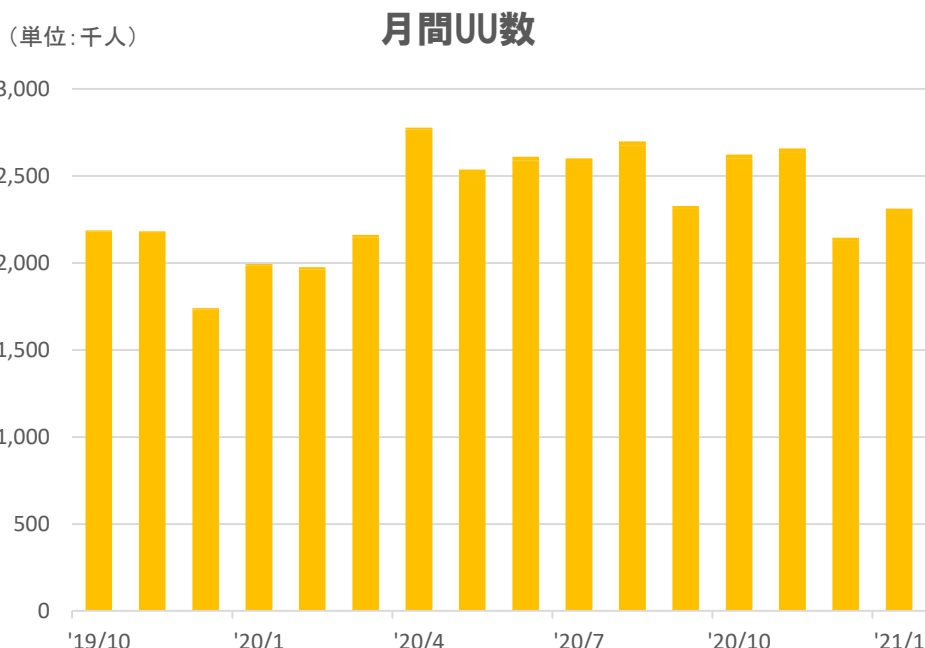
OMO × FinTech

Online Merges with Offline

対面と非対面の垣根をなくす

最先端のマーケティング × テキストコミュニケーション

- マス広告がメジャーな保険業界において、SNS、動画、AIデータ解析等を用いた最先端のマーケティングでITリテラシーの高いお客様にアプローチ。独自マーケティングで得た知見は、メディア事業・メディアレップ事業に応用。
- 資料請求や見積り希望をいただいたお客様には、SMSなどのテキストメインでコンタクト。WEBマーケティングとテキストコミュニケーションの高い親和性を背景に、スムーズにアポイントを獲得。



オンライン保険相談の推進

○5G時代の到来を睨み、2020年3月より、オンライン保険相談サービスを開始。

○コロナ禍を契機にオンライン保険相談の利用が増加し、累計30,000件以上の面談を実施。そこで培った当社ならではの知見を結集し、オンライン保険相談に特化したビデオ通話システム「Dynamic OMO」を独自開発。2021年3月より外販予定。



※「Dynamic OMO」は、現在商標登録出願中です。

コンサルティングプラザにおいては高品質なサービスを追求

- 交通至便な都市部のランドマークに直営拠点「保険市場 コンサルティングプラザ」を出店
- 高級感のあるコンサルティングプラザにおいて、高品質なサービスを追求
- 順次リニューアルを実施中
 - ・2020年5月：横浜コンサルティングプラザ
 - ・2021年5月：神戸コンサルティングプラザ(予定)

神戸コンサルティングプラザ
入居ビル外観イメージ



<横浜コンサルティングプラザ>

Advance Create Cloud Platform (ACP)

- 当社が長年使用し、ユーザー目線で改善してきた自社開発のシステムを廉価で外部販売
- 社内エンジニアがお客様の機能改善要望にスピーディに対応



お客様の声

○遠方のお客様ともオンライン保険相談で繋がり、お褒めの言葉を多数頂戴

電話やオンライン保険相談の中で、随所に気遣いを感じた。
オンライン保険相談では、パソコンの使い方まで案内してくれた。
大分県の自宅から福岡コンサルティングプラザに行った際も、
帰りのバスの時間を調べ、バス停まで送ってくれた。
来店後には手書きのお礼状が送られてきて嬉しく思った。



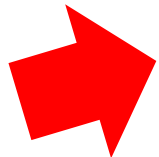
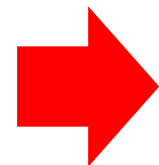
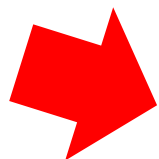
(大分県 30代 男性)



家族の一員のように話を聞いてもらえて、安心して契約できた。
オンラインでは難しいことも、まるで側にいるような対応だった。
SMSなど連絡ツールが色々あるのも嬉しい。
担当者を指名することができるようになったことも嬉しかった。

(北海道 50代 女性)

ポートフォリオ戦略～チャンネルのポートフォリオ～



保険市場
HOKEN ICHIBA
The Insurance Market Place

folder

f

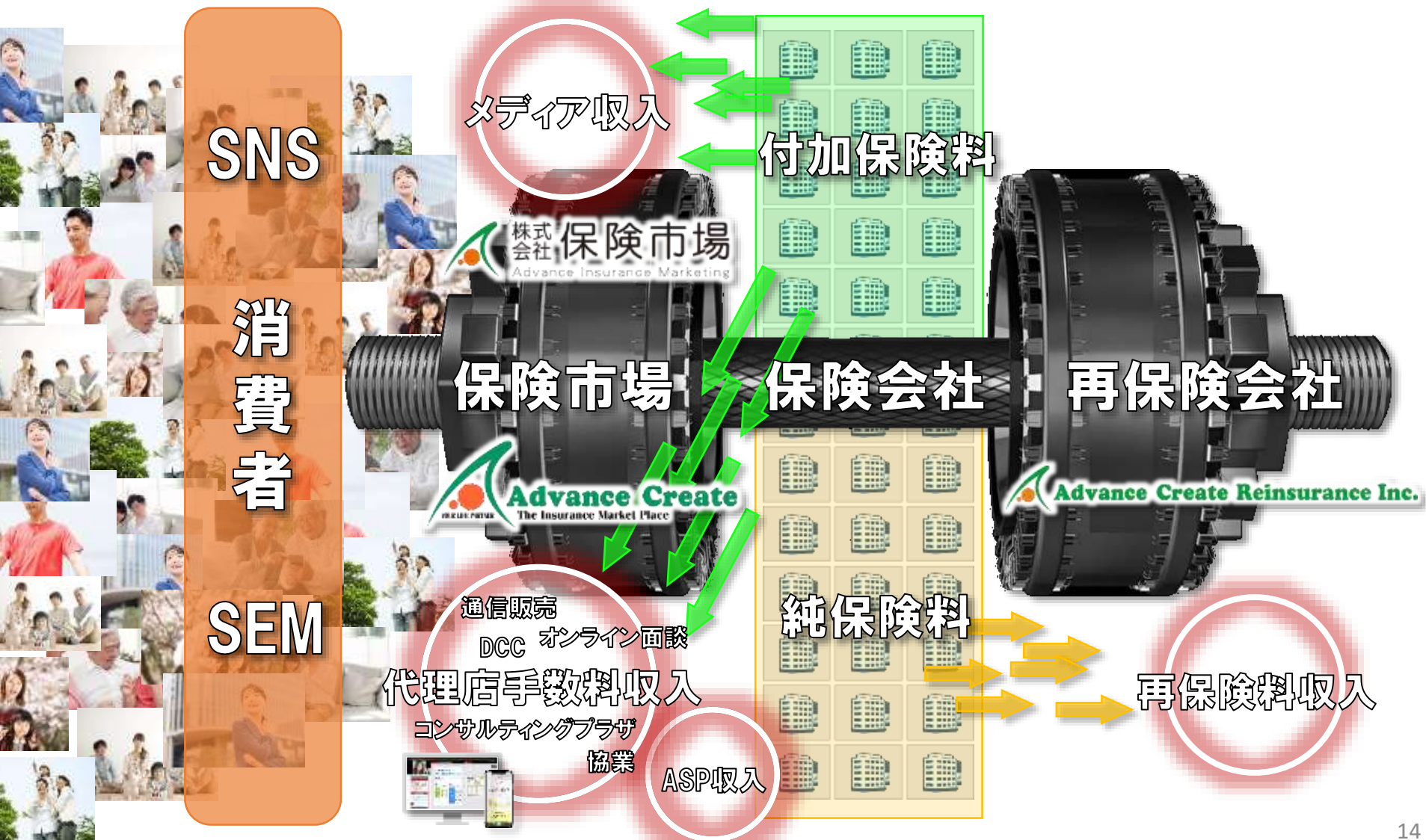
対面販売

通信販売

ネット完結

協業

ポートフォリオ戦略～収益のポートフォリオ～



ポートフォリオ戦略～収益のポートフォリオ～

株式会社保険市場



メディア事業

- ▶ 保険会社より国内最大級の保険選びサイト「保険市場」への広告を受注
- ▶ 保険への関心が高い顧客層へ直接アプローチ



メディアレップ事業

- ▶ 自社の広告運用業務のノウハウを用い、保険会社等の広告運用を受託
- ▶ 保険専門の広告代理店として初のYahoo!マーケティングソリューション★★パートナーに認定



Advance Create Reinsurance Inc.



再保険事業

- ▶ リスク引受、保険金支払責任を持つことによるお客様との関係強化
- ▶ リスクを共有し健全な保険募集を行うことによる保険会社との紐帯強化
- ▶ 引受保険会社を増やすことにより収益の安定化を図る

＜再保険引受保険会社＞
 2020年12月末現在 全11社
 生命保険会社：8社
 損害保険会社：2社
 少額短期保険会社：1社

2021年9月期 第1四半期 決算状況

2021年9月期 第1四半期 決算ハイライト

— 連結業績 —

売上高

2,573百万円となり、前年同期比**65百万円の減収**

(前年同期比2.5%の減収)

営業利益

215百万円となり、前年同期比**79百万円の減益**

(前年同期比27.0%の減益)

経常利益

186百万円となり、前年同期比**91百万円の減益**

(前年同期比32.9%の減益)

四半期純利益

92百万円となり、前年同期比**84百万円の減益**

(前年同期比47.6%の減益)

2021年9月期 第1四半期 損益計算書(連結)

(単位:百万円)	2020年9月期 第1四半期	構成比(%)	2021年9月期 第1四半期	構成比(%)	前年同期比 増減率(%)
売上高	2,638	100.0	2,573	100.0	▲ 2.5
保険代理店事業	2,180	82.6	2,158	83.9	▲ 1.0
ASP事業	55	2.1	46	1.8	▲ 15.3
メディア事業	360	13.7	274	10.7	▲ 23.9
メディアレップ事業	185	7.0	188	7.3	1.3
再保険事業	202	7.7	226	8.8	11.6
連結修正	▲ 346	▲ 13.1	▲ 321	▲ 12.5	—
売上原価	781	29.6	736	28.6	▲ 5.7
売上総利益	1,857	70.4	1,836	71.4	▲ 1.1
営業費用	1,562	59.2	1,621	63.0	3.8
営業利益	295	11.2	215	8.4	▲ 27.0
保険代理店事業	184	7.0	107	4.2	▲ 41.6
ASP事業	13	0.5	11	0.4	▲ 16.2
メディア事業	72	2.8	57	2.2	▲ 21.3
メディアレップ事業	1	0.0	2	0.1	171.4
再保険事業	22	0.9	35	1.4	56.6
経常利益	278	10.5	186	7.3	▲ 32.9
四半期純利益	177	6.7	92	3.6	▲ 47.6
一株当たり四半期純利益(円)	17.13		8.63		

保険代理店事業においては、直営コンサルティングプラザでの販売実績は前年同期を上回りましたが、一部の品質手数料について収益計上の時期がずれたこと、及びIT関連コストの増加により、減収減益となりました。

ASP事業は、乗合保険代理店へのACPの新規販売が伸び悩んだことにより、減収減益となりました。

メディア事業は、保険市場サイトへの広告出稿が前年同期に比べて低調に推移し、減収減益となりました。メディアレップ事業は、当社のWEBマーケティングのノウハウをベースに、保険専門の広告代理店として様々なサービスの提供に努めた結果、増収増益となりました。

再保険事業においては、売上高が引き続き順調に推移し、増収増益となりました。

2021年9月期 第1四半期 貸借対照表(連結)

(単位:百万円)	2020年9月期末	2021年9月期 第1四半期末	増減
流動資産	6,563	5,975	▲ 587
現金	2,632	1,953	▲ 678
預金	1,099	1,153	54
売掛金	2,120	2,028	▲ 91
未収入金	710	838	128
その他	3,724	3,717	▲ 7
固定資産	617	598	▲ 19
有形固定資産	686	710	23
無形固定資産	2,421	2,408	▲ 12
投資その他の資産	24	23	▲ 1
繰延資産	10,312	9,715	▲ 596
資産合計			

(単位:百万円)	2020年9月期末	2021年9月期 第1四半期末	増減
流動負債	2,698	2,333	▲ 364
短期有利子負債	280	278	▲ 1
その他	2,418	2,055	▲ 363
固定負債	2,004	1,895	▲ 108
長期有利子負債	1,297	1,182	▲ 114
その他	706	712	6
負債合計	4,702	4,229	▲ 473
資本金	2,954	2,973	18
資本剰余金	381	399	18
利益剰余金	2,586	2,401	▲ 184
自己株式	▲ 443	▲ 430	13
その他	132	141	9
純資産合計	5,610	5,486	▲ 123
負債及び純資産合計	10,312	9,715	▲ 596

【資産】

資産合計は、前期末に比べ596百万円減少し9,715百万円となりました。これは主に、流動資産における現金及び預金の減少678百万円等によるものです。

固定資産は、前期末に比べ7百万円減少しましたが、これは主に、投資その他の資産の減少12百万円等によるものです。

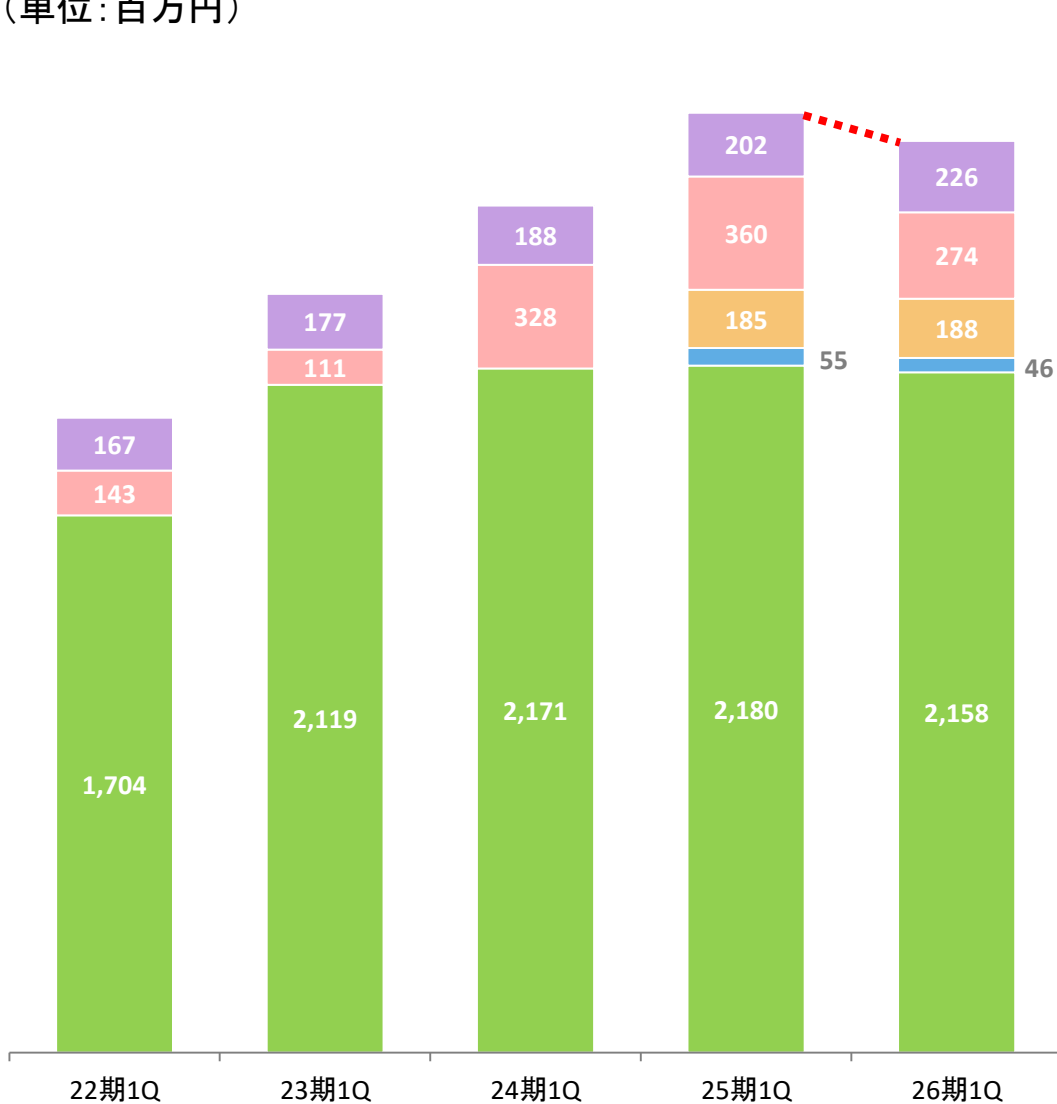
【負債及び純資産】

負債合計は、前期末に比べ473百万円減少し4,229百万円となりました。これは主に、流動負債における未払金の減少95百万円、賞与引当金の減少91百万円及び未払法人税等の減少66百万円等によるものです。

純資産合計は、前期末に比べ123百万円減少し5,486百万円となりました。これは主に、親会社株主に帰属する四半期純利益92百万円の計上、剰余金の配当による減少275百万円等によるものです。

セグメント別売上高

(単位:百万円)



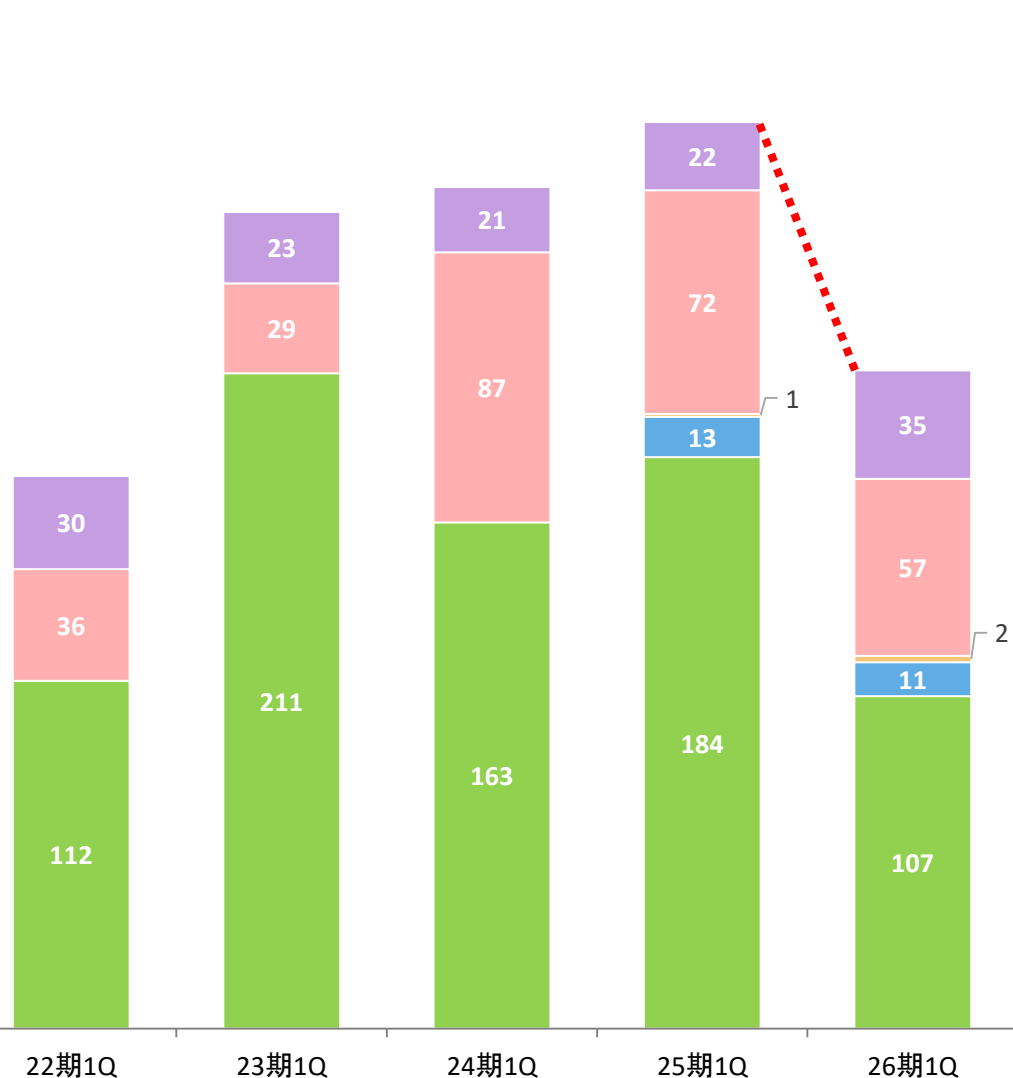
	25期1Q	26期1Q	前年同期比
再保険	202	226	11.6%
メディア	360	274	▲ 23.9%
メディアレップ	185	188	1.3%
ASP	55	46	▲ 15.3%
保険代理店	2,180	2,158	▲ 1.0%
合計	2,985	2,894	▲ 3.0%

前年同期比
3.0%減

※ 連結修正前

セグメント別営業利益

(単位:百万円)



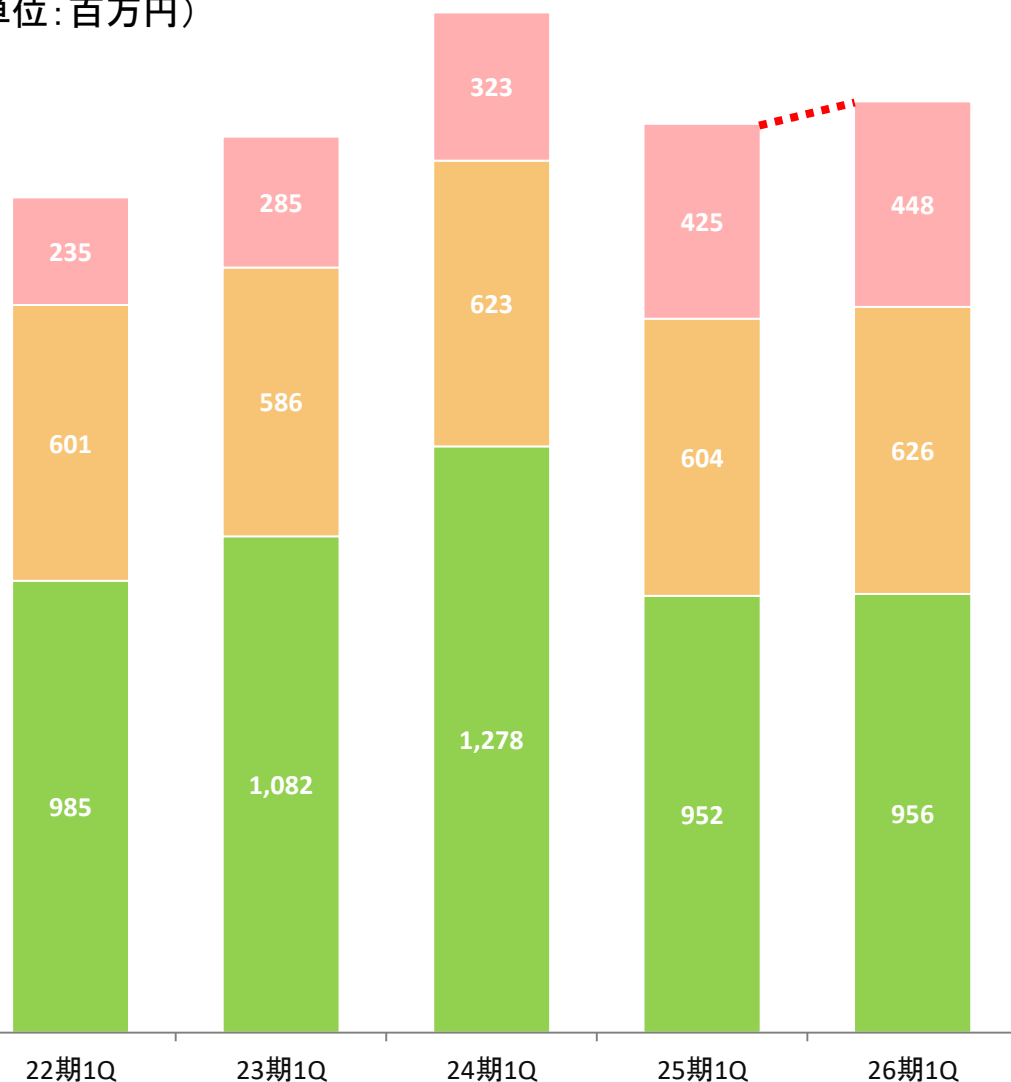
	25期1Q	26期1Q	前年同期比
再保険	22	35	56.6%
メディア	72	57	▲ 21.3%
メディアレップ	1	2	171.4%
ASP	13	11	▲ 16.2%
保険代理店	184	107	▲ 41.6%
合計	294	214	▲ 27.1%

前年同期比
27.1%減

※ 連結修正前

チャンネル別申込ANP

(単位:百万円)



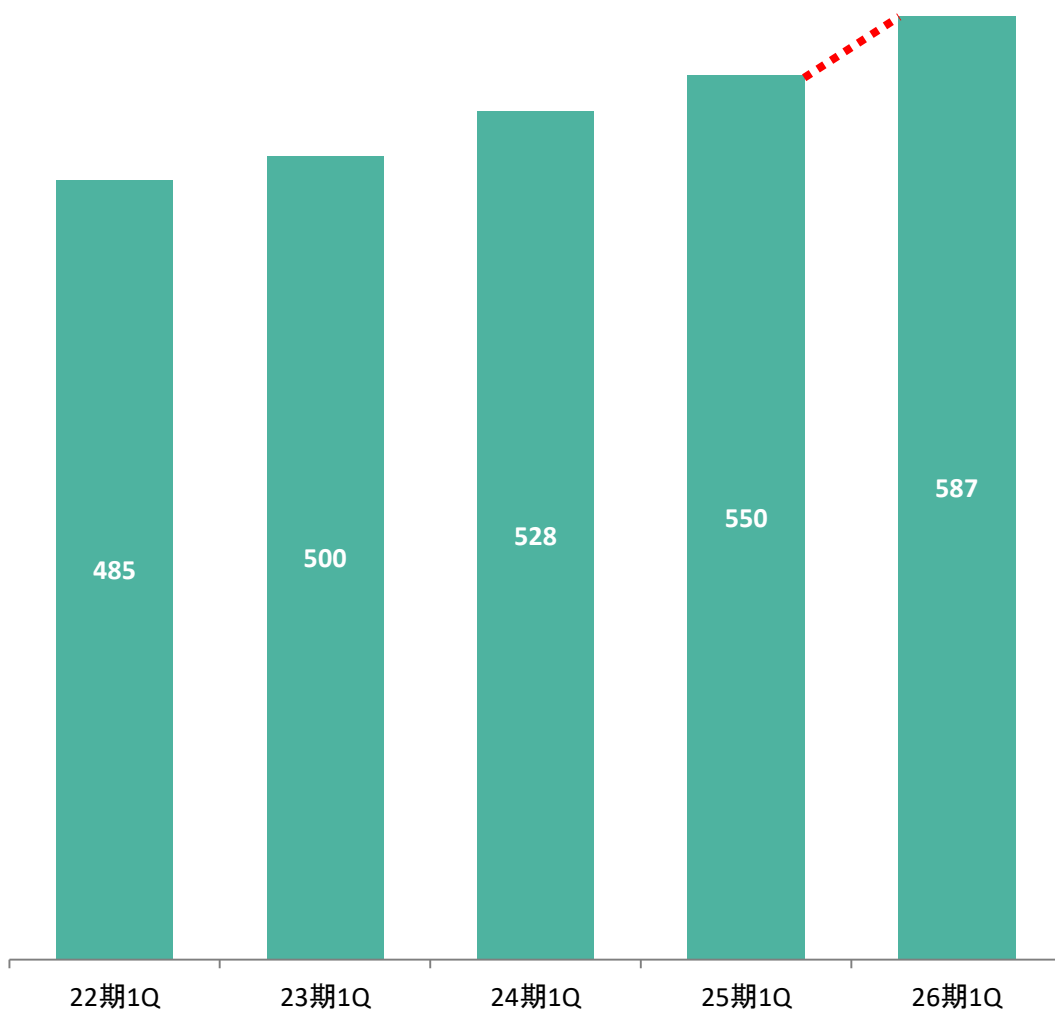
	25期1Q	26期1Q
協業	425	448
非対面販売	604	626
対面販売	952	956
合計	1,982	2,032

前年同期比
2.5%増

※ANPとは新契約年換算保険料の意味で、
 月払い保険料5,000円の場合、ANPは60,000円となります。
 ※直近四半期については速報値ベースで記載しております。
 ※2019年9月期決算まで「通信販売」と記載しておりましたが、
 2020年9月期決算より「非対面販売」と名称を改めております。

保有契約件数

(単位:千件)



前年同期比
6.7%増

※保有契約件数の対象となる契約は生命保険・医療保険等、
継続・更新されるもの(生命保険各社、及びアメリカンホーム
医療・損害保険会社)とし、損害保険、少額短期保険については
除外しております。

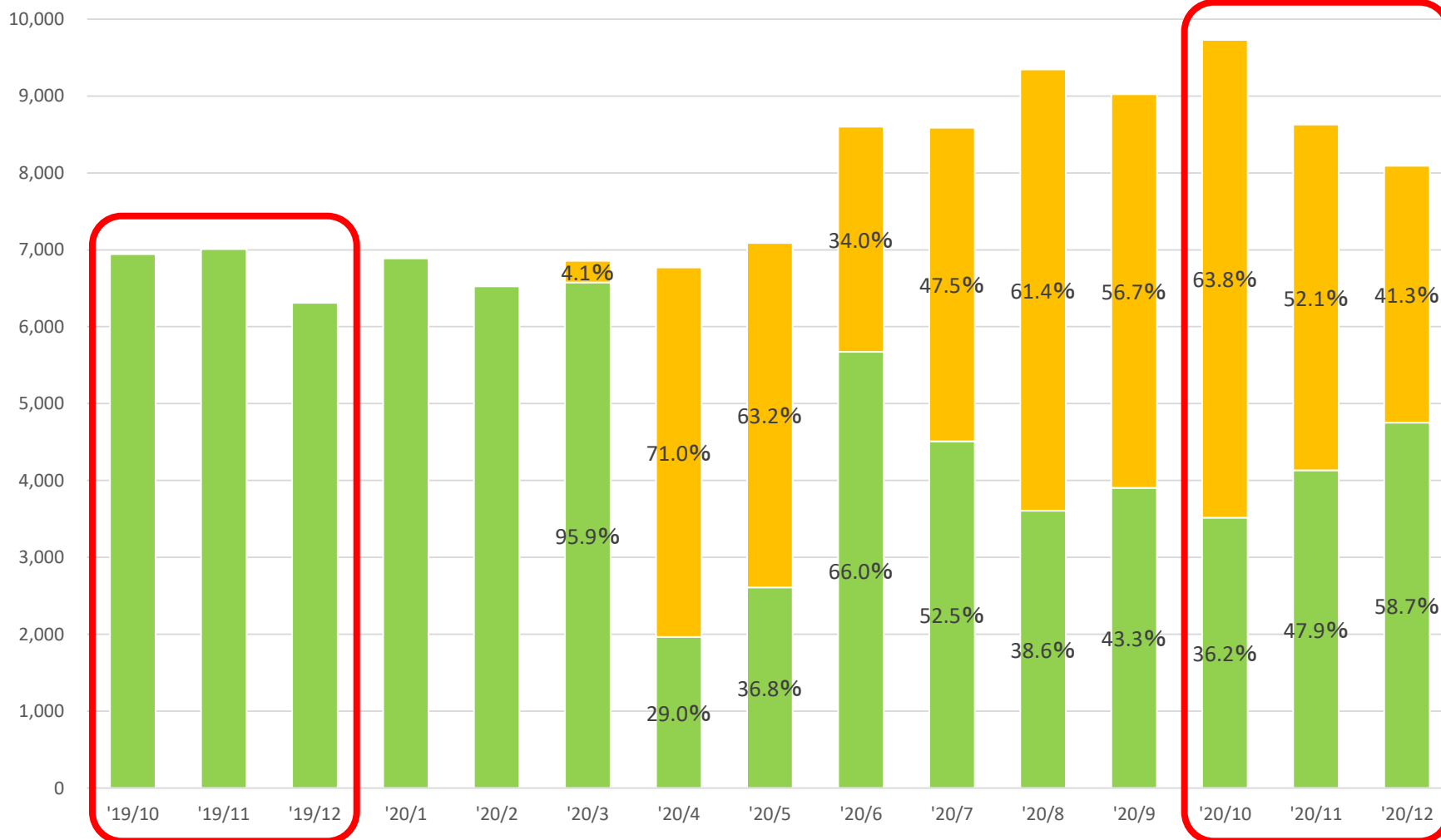
第26期の見通し

アポイントの増加

(単位: 件)

■ 実面談 ■ オンライン面談

前年同期比
30.5%増

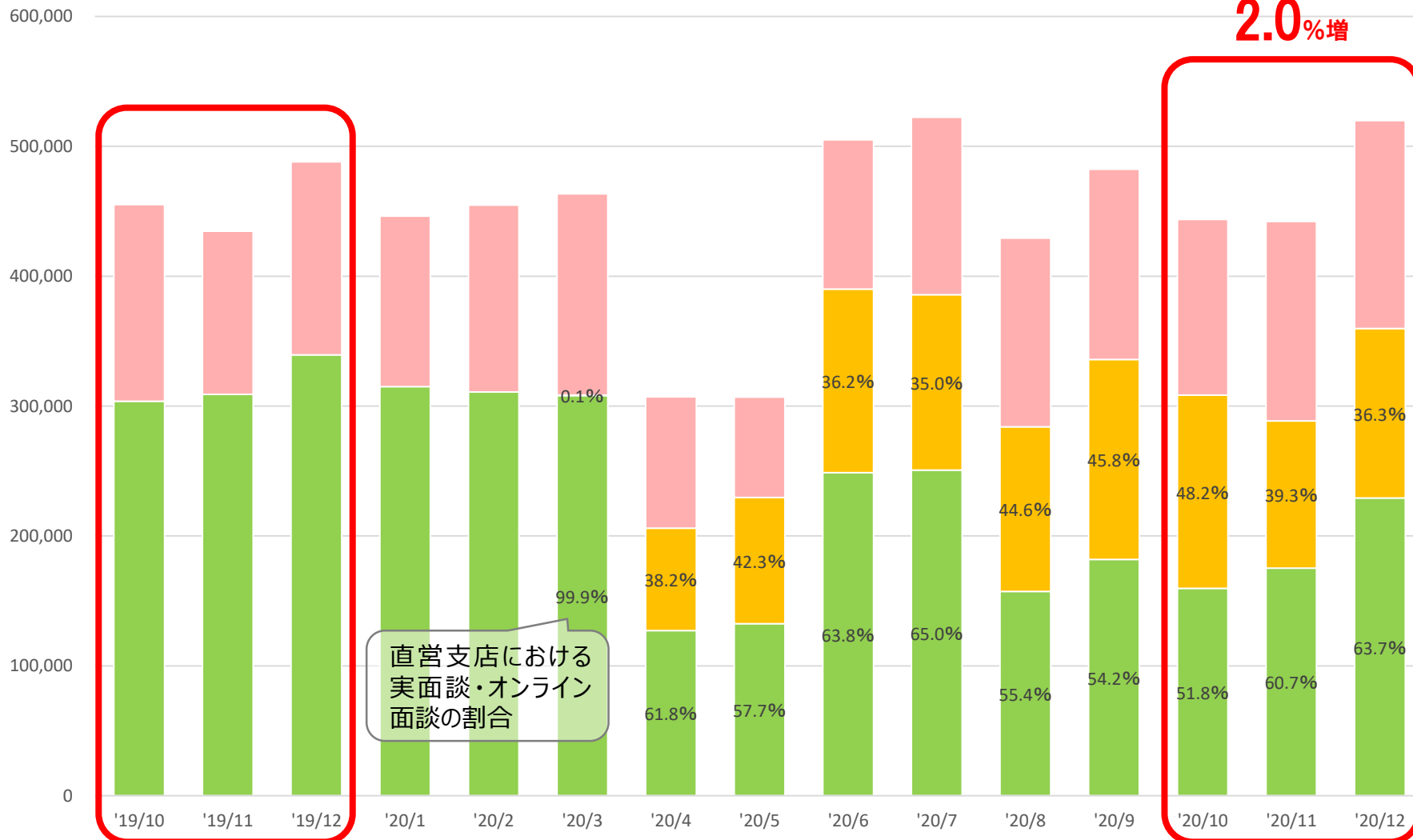


直営・協業での申込ANP推移

(単位: 千円)

■ 実面談 ■ オンライン面談 ■ 協業

前年同期比
2.0%増



直営支店における
実面談・オンライン
面談の割合

協業代理店へのアポイント配信

(単位: 件)



26期通期予想

(単位:百万円)

連結	22期 通期実績	23期 通期実績	24期 通期実績	25期 通期実績	26期 通期予想	対前期 増減率
売上高	8,137	9,468	10,365	10,510	11,500	9.4%
営業利益	1,043	1,168	1,345	1,184	1,570	32.6%
経常利益	1,024	1,135	1,297	1,095	1,500	36.9%
当期純利益	742	785	844	700	1,000	42.8%
ROE	16.2%	17.3%	18.6%	13.7%	16.5%	
売上高経常利益率	12.6%	12.0%	12.5%	10.4%	13.0%	
配当性向	67.9%	66.9%	61.3%	74.9%	53.7%	
自己資本比率	59.3%	57.9%	56.2%	54.4%	56.3%	

【株主還元】

2021年9月期における配当については、従来の水準を据え置き、第2四半期末、期末ともに1株当たり25円、年間合計は1株当たり50円の配当を予定しております。

目標とする経営指標

	目標値	25期実績
ROE	20%以上	13.7%
売上高経常利益率	20%以上	10.4%
配当性向	50%以上	74.9%
自己資本比率	80%以上	54.4%

ESGの取り組み

ESGの取り組み



環境(Environment)

- 「オンライン保険相談」やリモートワークの推進により、交通機関の利用を削減
- ACPの活用によりペーパーレス化を推進
- 土日休業によりエネルギー消費を削減



2021年1月

日	月	火	水	木	金	土
					1 休	2 休
3 休	4 ○	5 ○	6 ○	7 ○	8 ○	9 休
10 休	11 休	12 ○	13 ○	14 ○	15 ○	16 休
17 休	18 ○	19 ○	20 ○	21 ○	22 ○	23 休
24 休	25 ○	26 ○	27 ○	28 ○	29 ○	30 休
31 休						



ESGの取り組み



社会(Social)

- ・女性管理職比率:29.2%
- ・社内託児所の整備、産休・育休・時短勤務の推進
- ・大阪マラソンへの協賛、関西大学寄附講座の開講



©Osaka Marathon 2019



2017年度より、関西大学 社会安全学部の単位認定寄附講座「安全・安心な社会を支える保険制度」を担当し、社員講師による講義を実施。

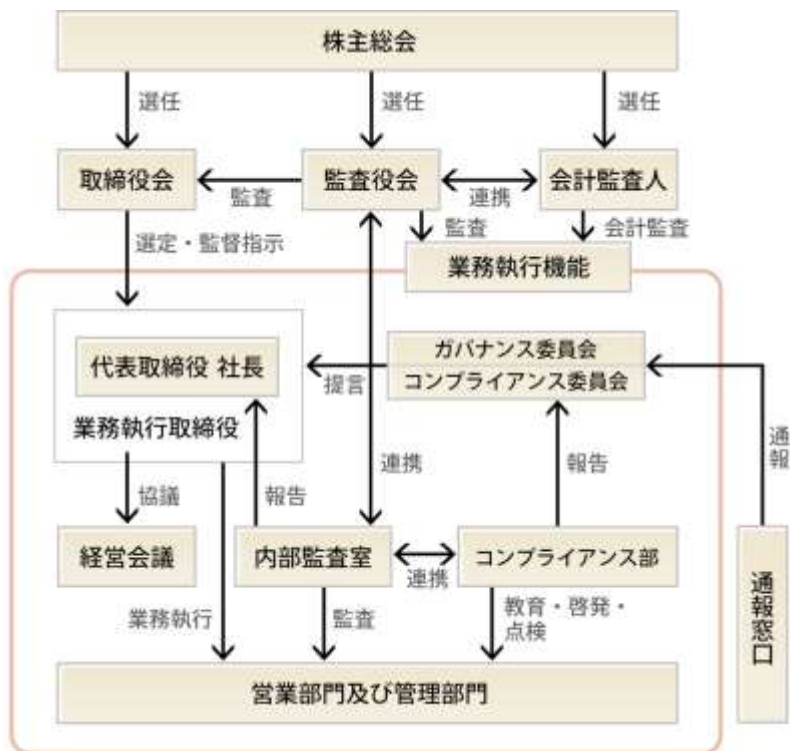
2013年より大阪マラソンへの協賛を継続
※2020年度の大阪マラソンについては、新型コロナウイルス感染症の流行を受け、開催中止となりました。

ESGの取り組み



企業統治(Governance)

- ・役員(取締役・監査役)の過半数が社外役員
- ・社外弁護士等による提言機関(ガバナンス委員会)を設置
- ・外部機関による情報セキュリティ監査を実施



サステナブル経営の土台整備

永続企業を目指し、社員教育体制・福利厚生・オフィス環境等を整備



<社員教育>

- ・創業者による社内限定メルマガ配信、後継者育成のための勉強会（寺子屋）を毎日実施
- ・創業者とITエンジニア/新入社員等との交流による企業文化形成
- ・ライン管理職登用要件の整備 ・若手社員の海外派遣 etc..



<福利厚生>

- ・全社員固定給 ・退職時給付型ESOP ・自己投資支援手当
- ・401K ・従業員持株会ESOP ・社員寮/社宅の導入 etc..



<オフィス環境整備>

- ・オンライン保険相談システムの開発
- ・テキストコミュニケーションツールの導入
- ・オフィスの増床リニューアルと最新設備の導入 etc..



お問合せ先

総合企画部	岩井 暁
TEL	06-6204-1193(代表)
メールアドレス	acir@advancecreate.co.jp
URL	https://www.advancecreate.co.jp/