

2023年9月期 第3四半期

# 業績説明資料

(2022年10月～2023年6月)

株式会社アドバンスクリエイト

2023年8月10日



証券コード:8798

<u>I. 2023年9月期 第3四半期 決算状況</u>	03
■ 決算ハイライト	04
■ 財務諸表	06
■ セグメント別情報	08
<u>II. マーケティング戦略の革新について</u>	10
<u>III. アドバンスクリエイトとは</u>	19
<u>IV. 当社の戦略</u>	29
■ 通期予想	43
■ サステナビリティ経営	46
<u>V. 補足資料</u>	50

# I . 2023年9月期 第3四半期 決算状況

---

# 2023年9月期 第3四半期 決算ハイライト

## — 連結業績 —

既契約の解約・失効にともなう戻入の増加により減収  
人財、IT、WEBマーケティングへの積極的投資によりコストが増加  
直近の状況を反映して通期業績予想を下方修正

売上高

8,635百万円となり、前年同期比187百万円の減収

営業損益

▲584百万円となり、前年同期比2,203百万円の減益

経常損益

▲724百万円となり、前年同期比2,275百万円の減益

四半期純損益

▲669百万円となり、前年同期比1,676百万円の減益

# 2023年9月期 第3四半期 損益計算書(連結)

(単位:百万円)	2022年9月期 第3四半期	構成比(%)	2023年9月期 第3四半期	構成比(%)	前年同期比 増減率(%)
売上高	8,823	100.0	8,635	100.0	▲ 2.1
保険代理店事業(生保)	6,822	77.3	6,072	70.3	▲ 11.0
保険代理店事業(損保)	274	3.1	626	7.3	127.9
A S P事業	153	1.7	187	2.2	22.0
メディア事業	1,358	15.4	2,105	24.4	55.0
メディアレップ事業	911	10.3	1,020	11.8	11.9
再保険事業	765	8.7	824	9.6	7.7
連結修正	▲ 1,463	▲ 16.6	▲ 2,200	▲ 25.5	—
売上原価	1,904	21.6	2,870	33.2	50.7
売上総利益	6,918	78.4	5,765	66.8	▲ 16.7
営業費用	5,300	60.1	6,350	73.5	19.8
営業損益	1,618	18.3	▲ 584	▲ 6.8	—
保険代理店事業	1,046	11.9	▲ 1,089	▲ 12.6	—
A S P事業	39	0.4	70	0.8	76.9
メディア事業	316	3.6	454	5.3	43.5
メディアレップ事業	146	1.7	106	1.2	▲ 26.9
再保険事業	67	0.8	▲ 128	▲ 1.5	—
経常損益	1,550	17.6	▲ 724	▲ 8.4	—
四半期純損益	1,007	11.4	▲ 669	▲ 7.7	—
一株当たり四半期純損益	46.04		▲ 30.57		

保険代理店事業は、直営コンサルティングプラザでの販売実績が前年同期比で堅調に推移した一方、外貨建保険をはじめとする既契約の解約及び失効等が増加し売上の戻入が発生したこと、並びに前期から実施しているコールセンター部門への投資によるコスト増が影響し減収減益となりました。

ASP事業は、乗合保険代理店等へのACPの新規販売が堅調に推移し、増収増益となりました。

メディア事業は、「保険市場」サイトへの広告出稿が堅調に推移したことにより、増収増益となりました。メディアレップ事業は、「保険市場」サイトの運営を通じて蓄積した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さまざまなサービスの提供に努めた一方、前期に引き続き新たな広告手法を積極的に開発投資したことから、増収減益となりました。

再保険事業は、売上高が引き続き堅調に推移した一方、新型コロナウイルス感染症の影響で再保険金の支払いが増加したことにより、増収減益となりました。

# 2023年9月期 第3四半期 貸借対照表(連結)

(単位:百万円)	2022年9月期末	2023年9月期 第3四半期末	増減
流動資産	7,856	6,668	▲ 1,188
現金	2,273	1,068	▲ 1,205
預金	2,231	2,254	22
売掛金	2,261	1,962	▲ 298
未収入金	1,090	1,384	293
その他	4,623	5,092	469
固定資産	1,073	1,025	▲ 48
有形固定資産	1,002	1,286	284
無形固定資産	2,546	2,780	233
投資その他の資産	11	7	▲ 4
繰延資産	12,491	11,768	▲ 723
資産合計			

(単位:百万円)	2022年9月期末	2023年9月期 第3四半期末	増減
流動負債	3,005	4,033	1,028
短期有利子負債	310	1,228	918
その他	2,695	2,805	110
固定負債	2,340	1,995	▲ 345
長期有利子負債	1,360	1,135	▲ 224
その他	980	859	▲ 120
負債合計	5,345	6,028	683
資本金	3,158	3,158	-
資本剰余金	585	585	-
利益剰余金	3,908	2,449	▲ 1,458
自己株式	▲ 552	▲ 518	33
その他	45	63	18
純資産合計	7,145	5,739	▲ 1,406
負債及び純資産合計	12,491	11,768	▲ 723

## 【資産】

資産合計は、前期末に比べ723百万円減少し11,768百万円となりました。

流動資産は、前期末に比べ1,188百万円減少しました。これは主に、現金及び預金が1,205百万円減少したことによるものです。

固定資産は、前期末に比べ469百万円増加しました。これは主に、ソフトウェアの増加263百万円、繰延税金資産の増加280百万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683百万円増加し6,028百万円となりました。これは主に、流動負債における短期借入金の増加900百万円等と、固定負債における社債の減少200百万円等によるものです。

純資産合計は、前期末に比べ1,406百万円減少しました。これは主に、親会社株主に帰属する四半期純損失669百万円、剰余金の配当による減少789百万円等によるものです。

# セグメント別売上

(単位:百万円)



	27期3Q	28期3Q	前年同期比
再保険	765	824	7.7%
メディア	1,358	2,105	55.0%
メディアレップ	911	1,020	11.9%
ASP	153	187	22.0%
保険代理店(損保)	274	626	127.9%
保険代理店(生保)	6,822	6,072	▲ 11.0%
合計	10,286	10,836	5.3%

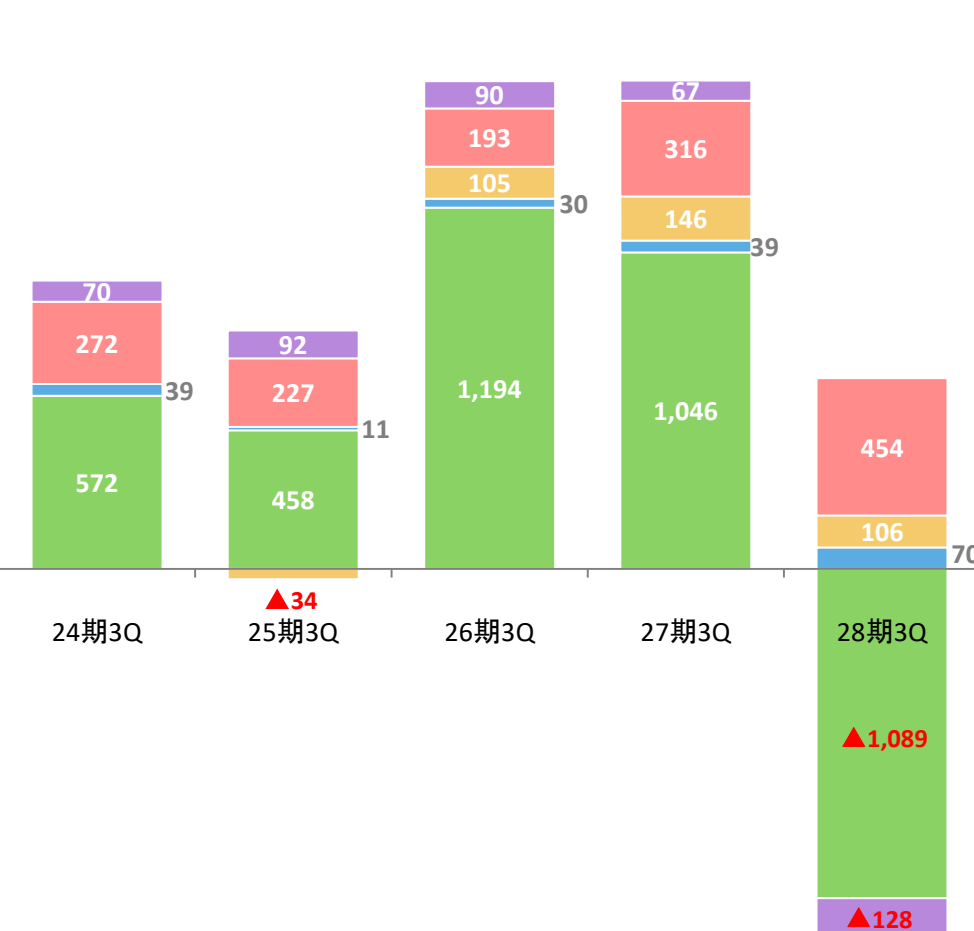
解約等による影響  
(概算値)

(連結修正前)

※2022年9月期第2四半期より、保険代理店における生命保険売上、損害保険売上を分けて記載しております。

# セグメント別営業損益

(単位:百万円)



	27期3Q	28期3Q	前年同期比
再保険	67	▲ 128	-
メディア	316	454	43.5%
メディアレップ	146	106	▲ 26.9%
ASP	39	70	76.9%
保険代理店	1,046	▲ 1,089	-
合計	1,616	▲ 586	-

(連結修正前)



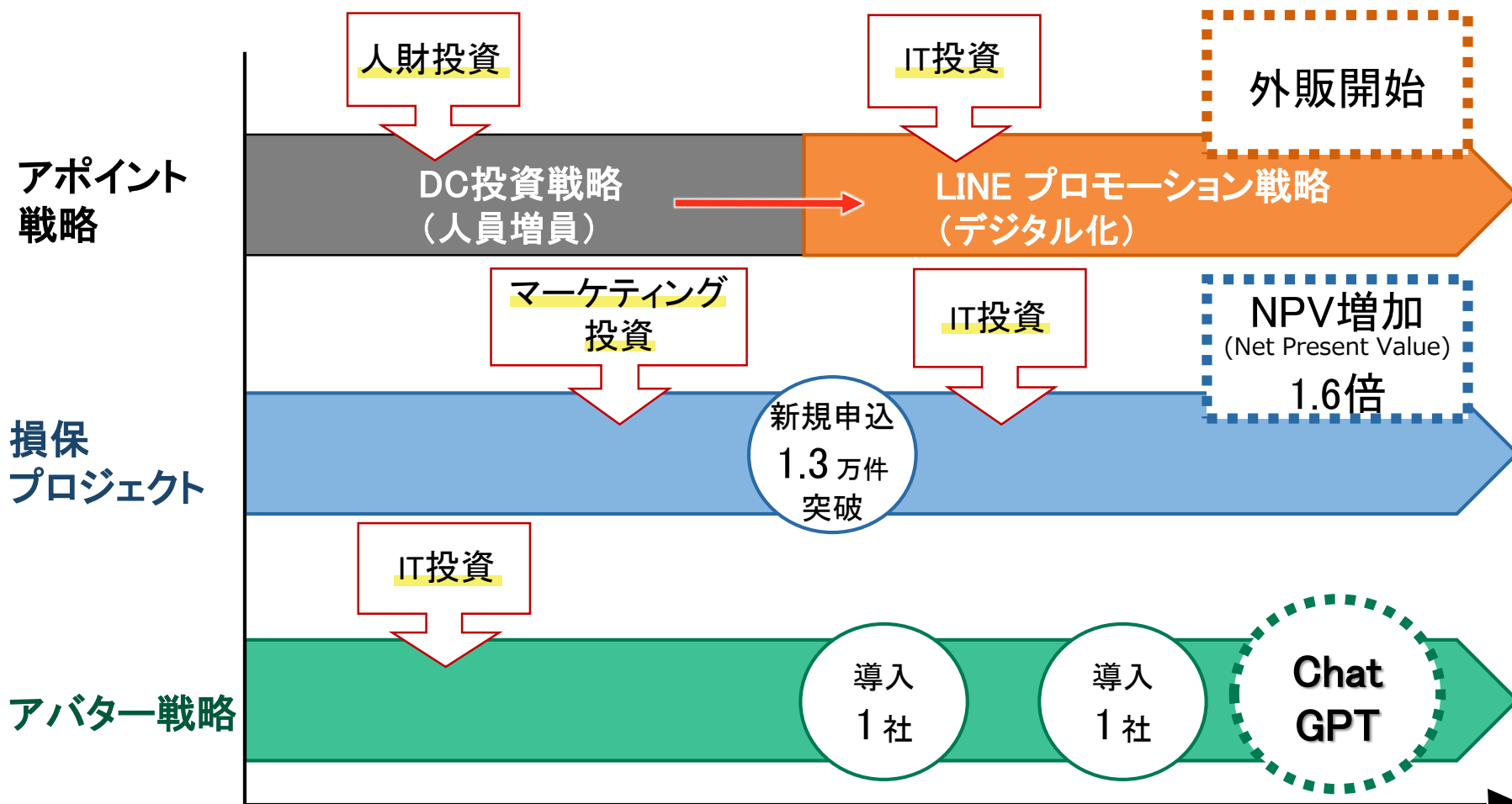
## Ⅱ. マーケティング戦略の革新について

---

# マーケティング戦略の全体像

○従来の発想に囚われない独自のマーケティング手法を開発。

○人財・IT・マーケティングへの積極的な投資を実行。



## 売上の構成要素

○当社では従来より、売上を「アポイント」「稼働率」「人財」の3要素に分解

$$\text{売上} = \text{アポイント} \times \text{稼働率} \times \text{人財}$$

○アポイントを以下の3要素に分解

$$\text{アポイント} = \text{リスト} \times \text{IT} \times \text{オペレーター}$$

IT

マーケティングオートメーション



テキストコミュニケーション



アバター保険相談



オペレーター

オペレーターの大幅増員



稼働人数の増加

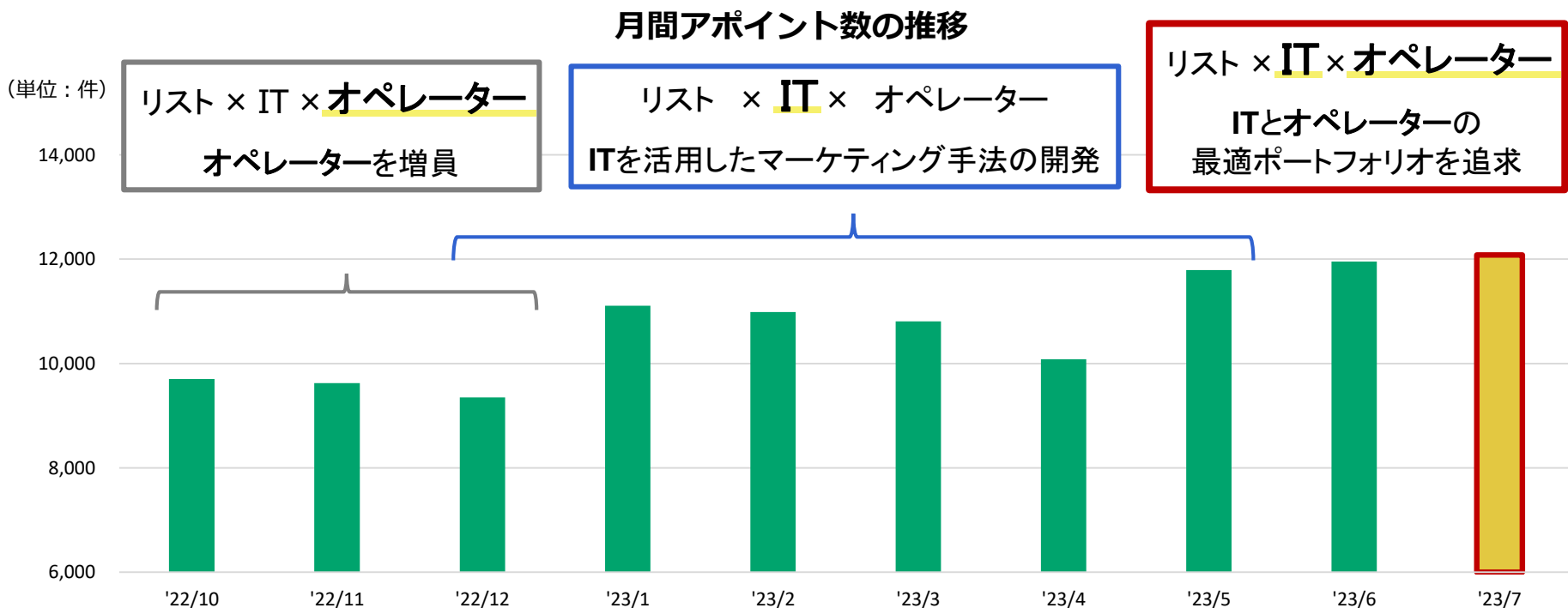


一人当たり生産性の向上



# アポイント戦略

- アポイントを増産するため、構成要素である『リスト×IT×オペレーター』のうちオペレーターを2022年10月～12月に増員、2023年1月にアポイント数1万件を突破。
- その後のアポイント数の推移を分析し、更なる改良に向けて、ITに着目。2022年12月～2023年5月にITを活用したマーケティング手法を開発。2023年7月には過去最高となる1.2万件のアポイント数を記録。



## マーケティング手法の試行の連続

- 仮説検証と試行錯誤を繰り返し、独自のマーケティング手法を確立。
- お客様と「つながる」ツールは電話からテキストに変化。その中でLINEに改めて注目、WEBマーケティング×テキストによるアポイント取得スキームを確立。

生成AIを用いた  
テストマーケティングの開始



👉あこ(ACO)  
金融系女子(TikTok)



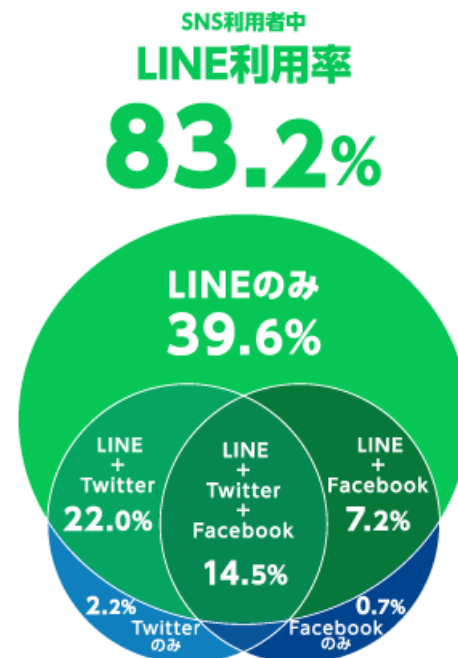
アバターの  
ショート動画による  
プロモーション活動



👉うさ部長の  
ひとりごと(TikTok)



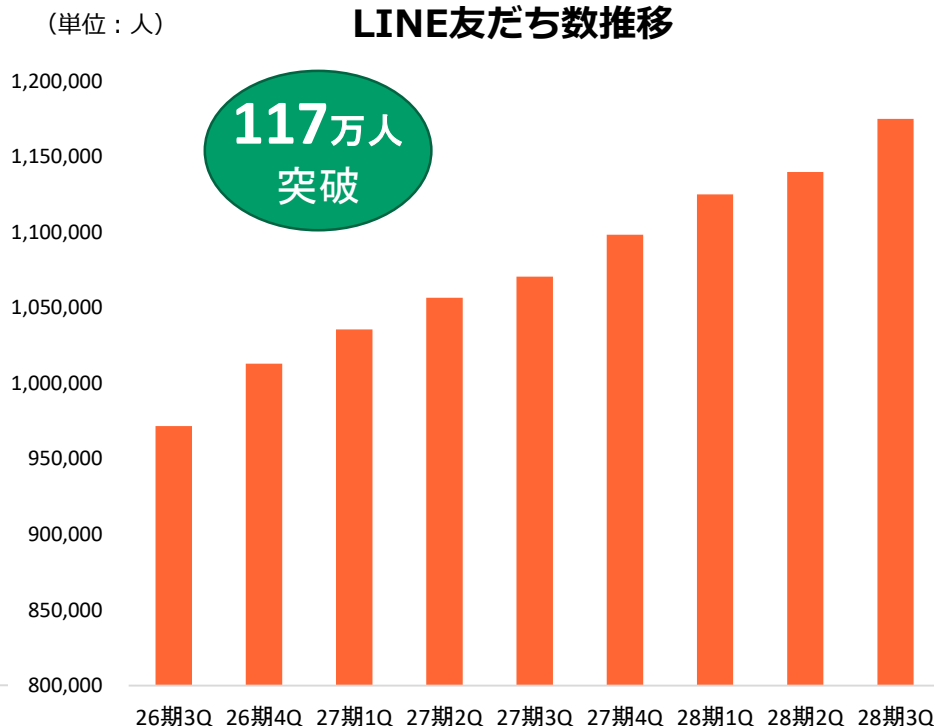
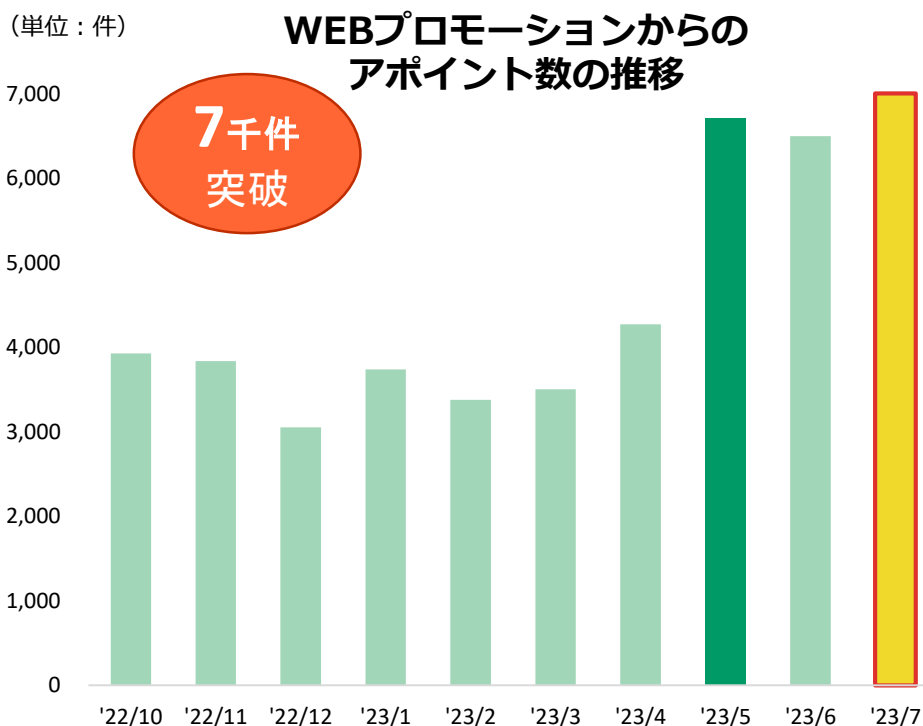
LINEを用いた  
WEBマーケティングの確立



出典：<https://www.linebiz.com/jp/service/line-ads/>  
(表記は2021年7月時点のもの)

# LINE プロモーション戦略

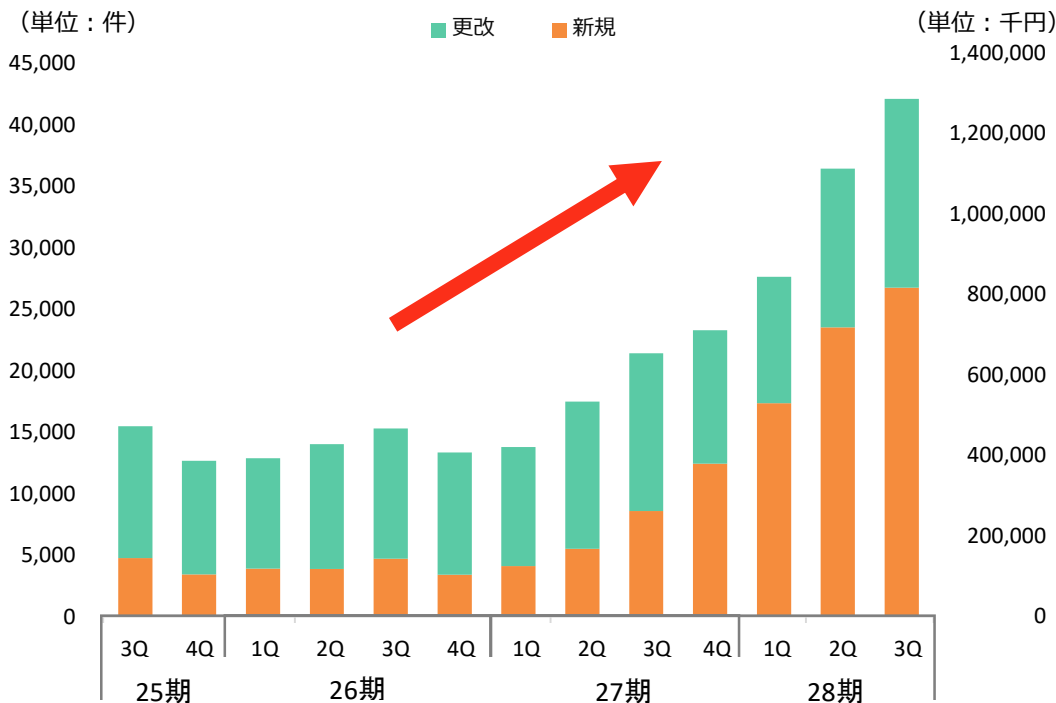
- WEBプロモーションにおいて、保険商品のデジタルパンフレット等をLINEで提供したことにより、WEBプロモーションからの集客とともにLINE友だち数が増加。
- 当プロモーション施策と当社のマーケティングノウハウを、他社様にもご活用いただけるビジネススキームとして販売できる体制を構築。多くの保険会社様にご検討いただく。



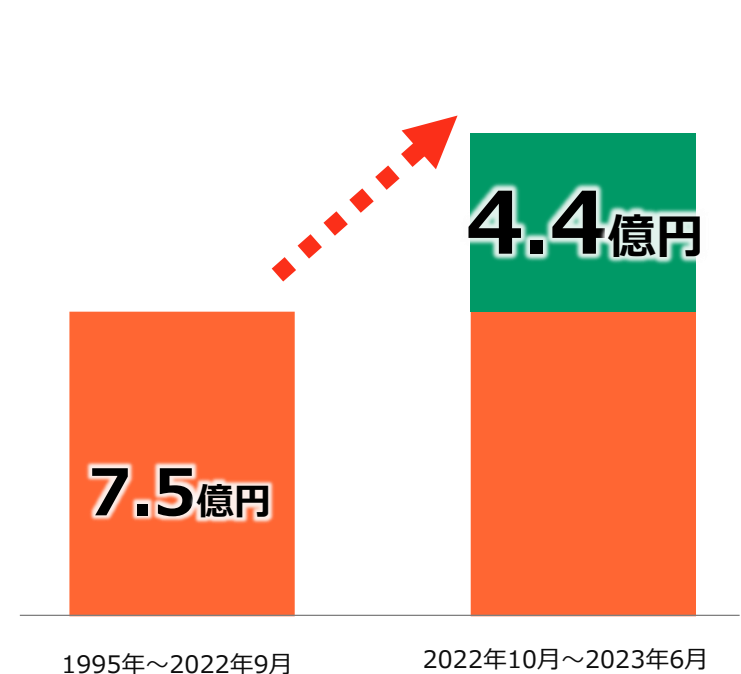
# 損保プロジェクト

- 2021年より始動した損保プロジェクトにより、損保契約件数が堅調に進展。
- 28期において、創業以来積み上げてきたNPV(正味現在価値)7.5億円の約6割に相当する4.4億円を9カ月で積み上げ、大幅に伸長。

損保契約件数（新規・更改含む）



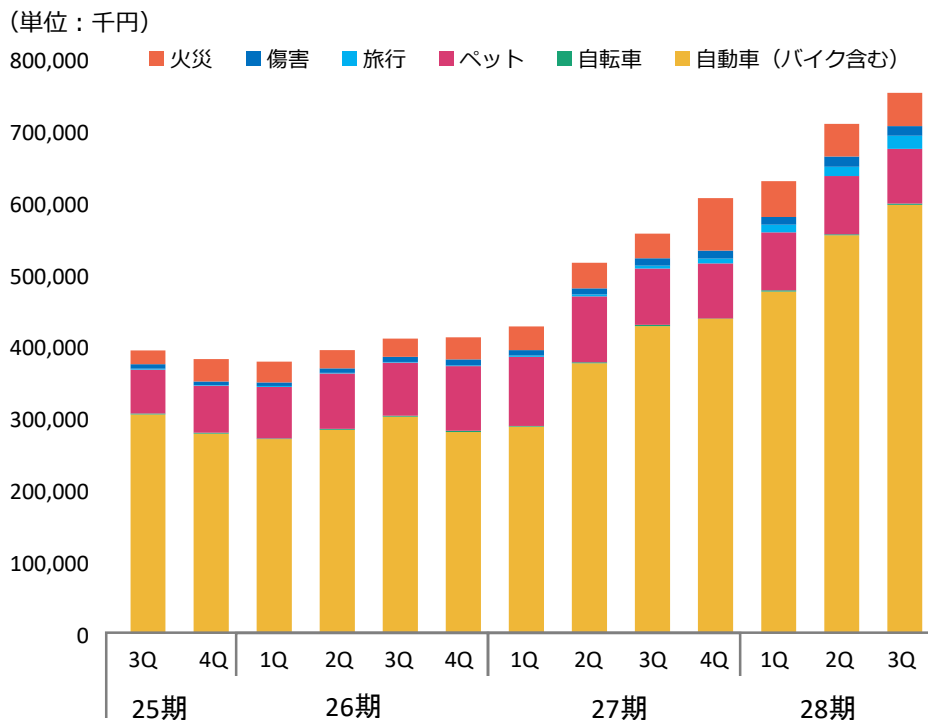
NPV（Net Present Value：正味現在価値）



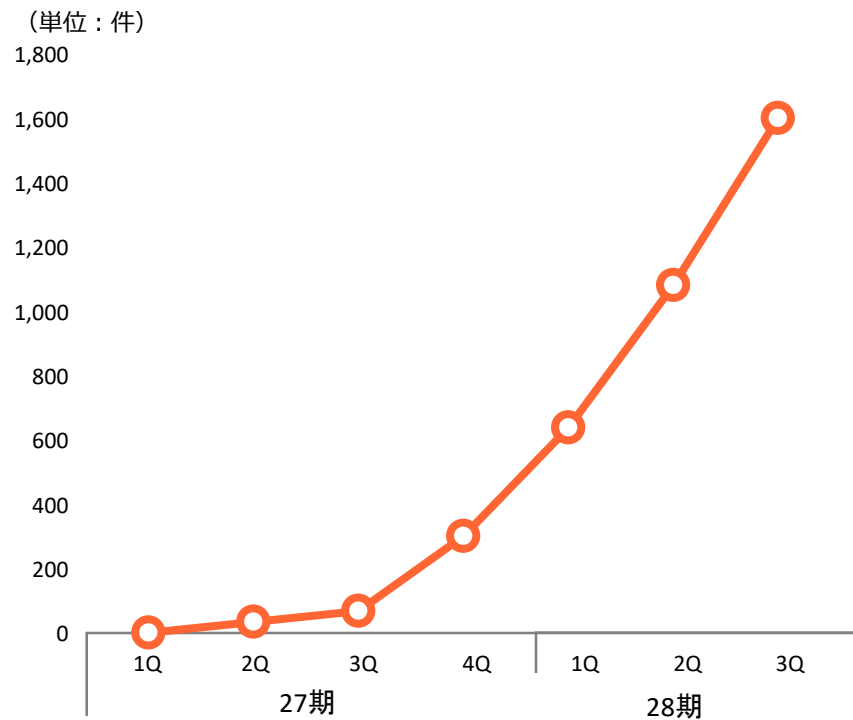
# 損害保険の取り組み強化

- 契約件数の増加に伴い、収入保険料も順調に伸長。損保契約は次年度以降更新されるため、ストック収益の拡大に寄与。
- 損保契約者の一定数に生保見直しニーズがあることに着目、各種情報提供・アプローチを行うことで、効率的に生保相談アポイントを獲得。

損保収入保険料（新規・更改含む）



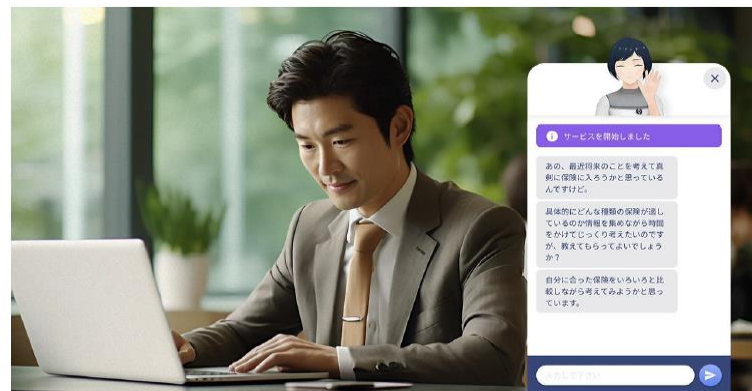
損保フォローコールからの生保相談アポイント





## アバター戦略

- 「AVITA株式会社」と共同で提供を開始したアバターシステムが、保険会社において高く評価をいただき、すでに2社で導入済み。
- 2023年6月より「AIアバター接客トレーニングサービス(β)」を導入し、AIによる社員教育を開始。保険業界での販売も予定しており、数社より導入をご検討いただく。



## Ⅲ. アドバンスクリエイトとは

---

人とテクノロジーを深化させ進化する会社

# アドバンスクリエイトとは

アドバンスクリエイトは、保険ビジネスの概念を変え、常に業界に革新を生み出し続けるインシュアテック企業です。

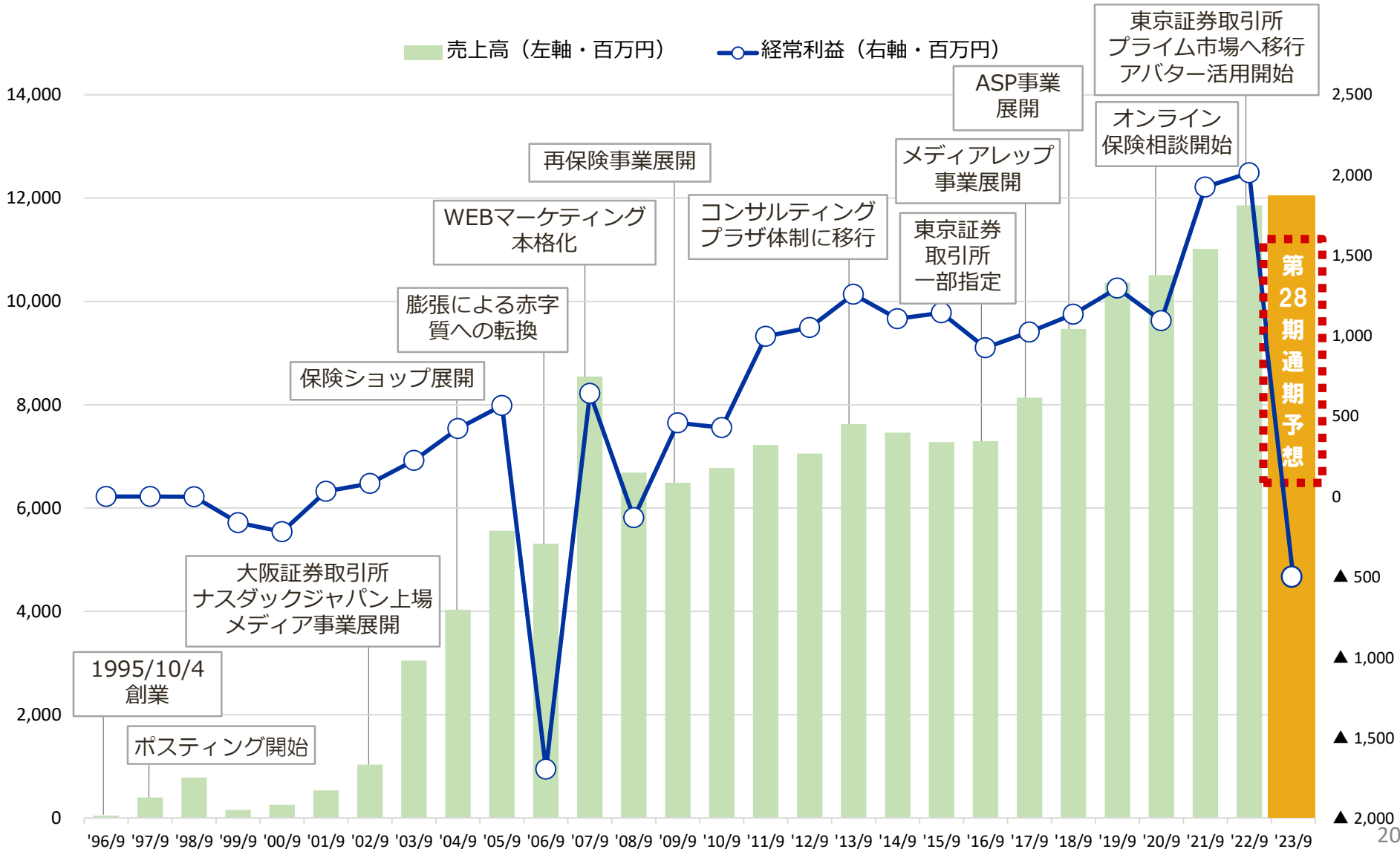


## <企業理念>

# 人生は有限、可能性は無限！

人生とは時間です。今、この瞬間を懸命に生き抜くことで、価値ある人生は生まれます。私達は、今を生き抜く人に、保険という愛情の経済的表現手段を最高のサービスで提供するとともに、無限の可能性を創造する人材を育成することで永続的に社会に貢献してまいります。

# 業績の長期推移



# アドバンスクリエイトのDX

○お客様対応の中で生まれた自然発生的インシュアテック。

○開発したシステムについて特許を取得し、知的財産の保護・活用を推進。

見込み客発掘

**WEBマーケティング**

1



保険相談

**オンライン面談**

3



お客様との関係継続

**保険の総合管理アプリ「folder」  
CRMシステム「御用聞き」**



お客様とのコンタクト

**テキストコミュニケーション**



お申し込み

**一括ペーパーレス申込**



# テクノロジーによる進化の歴史

**1998年** ホームページで資料請求受付  
**1999年** 保険市場サイト開設  
 CRMシステム「御用聞き」開発  
 Cf. Amazon創業: 1994年  
 Cf. Google 創業: 1998年



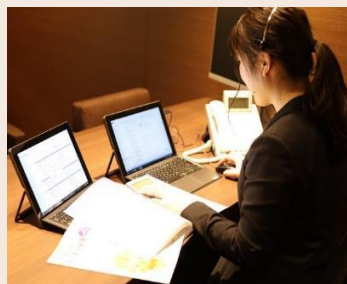
**2009年** スマホ最適化サイト開設  
**2012年** スマホサイト全面リニューアル  
 Cf. iPhone3G発売: 2008年



**2013年** スマホアプリ「保険市場」開発  
**2018年** 証券管理アプリ「folder」開発  
 Cf. マネーフォワードME: 2012年



**2020年** オンライン保険相談開始  
 「Dynamic OMO」開発  
 Cf. 日本で5Gサービス開始: 2020年  
 Cf. 新型コロナウイルス流行: 2020年



**2022年** アバター相談サービス開始



## 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、100名以上の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により、大幅な原価の低減を実現

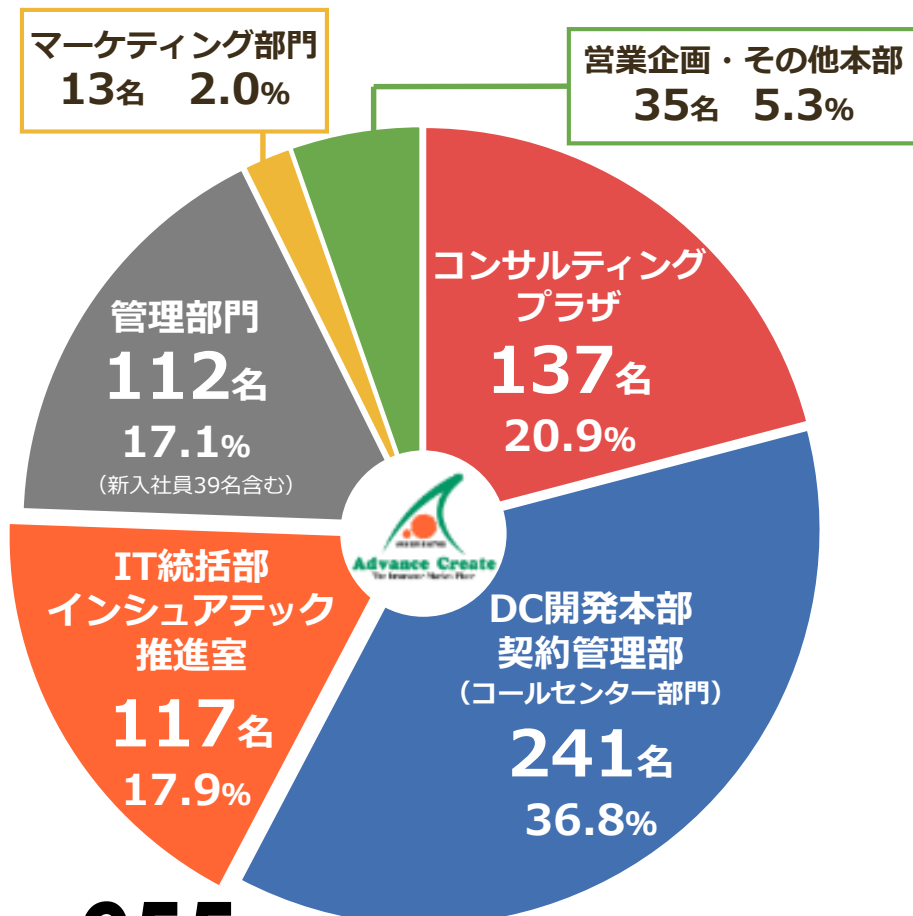


変化に対して  
スピーディーに  
対応する企業文化

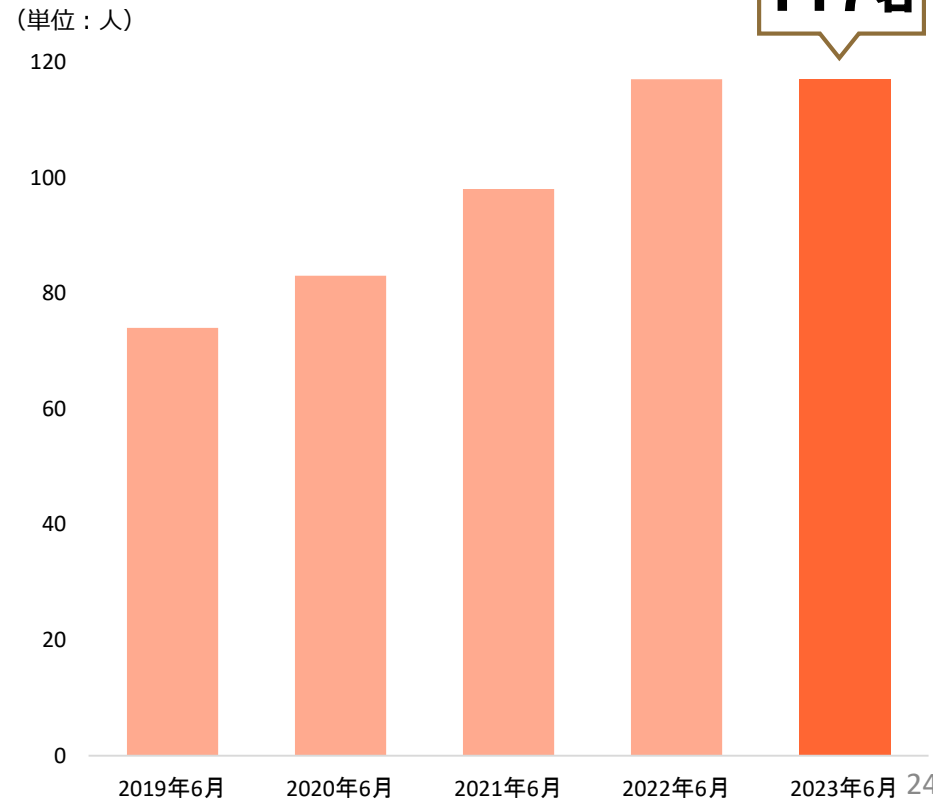
- 企業文化・創業精神を軸とした教育・研修制度による人財育成
- 非管理職社員への自己投資支援手当など、社員の自己研鑽を促す体制を整備

# ソフトウェア開発の内製化とアジャイル開発

- エンジニア、デザイナー等100名以上の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。



IT人財の人数推移



合計: **655名**

※2023年6月30日現在  
社外役員・顧問、未配属の中途社員等除く



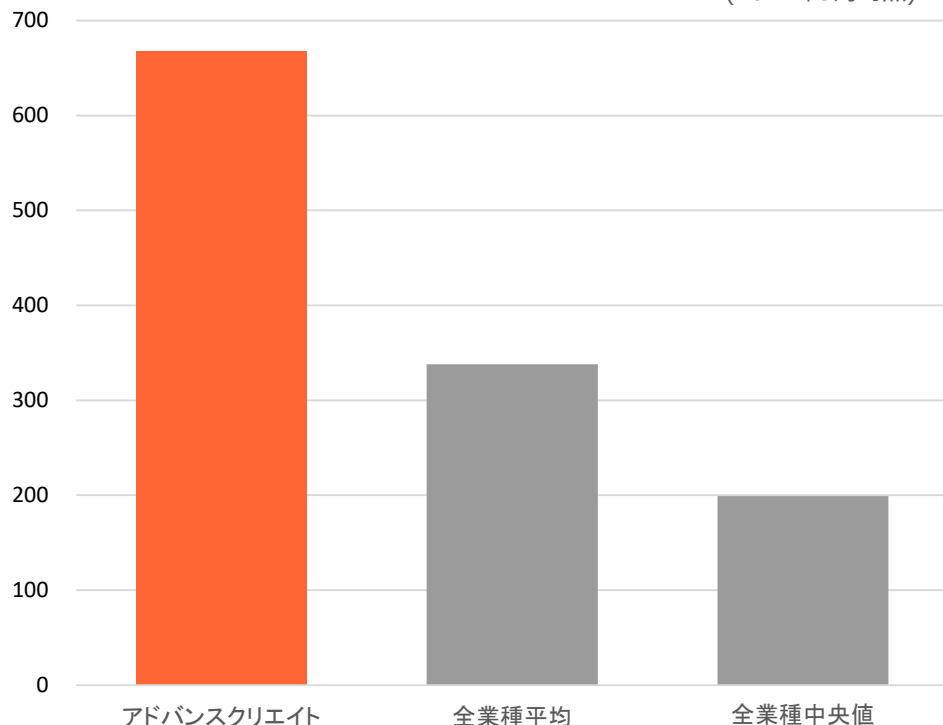
# 高生産性・高付加価値を支える若年層の成長

- ITリテラシーを醸成する社員教育に加え、オンライン保険相談やテキストコミュニケーションの活用等により、高い生産性を実現。
- テクノロジーを駆使した募集管理体制の構築により、若年層から活躍できる環境を整備。

一人当たり経常利益

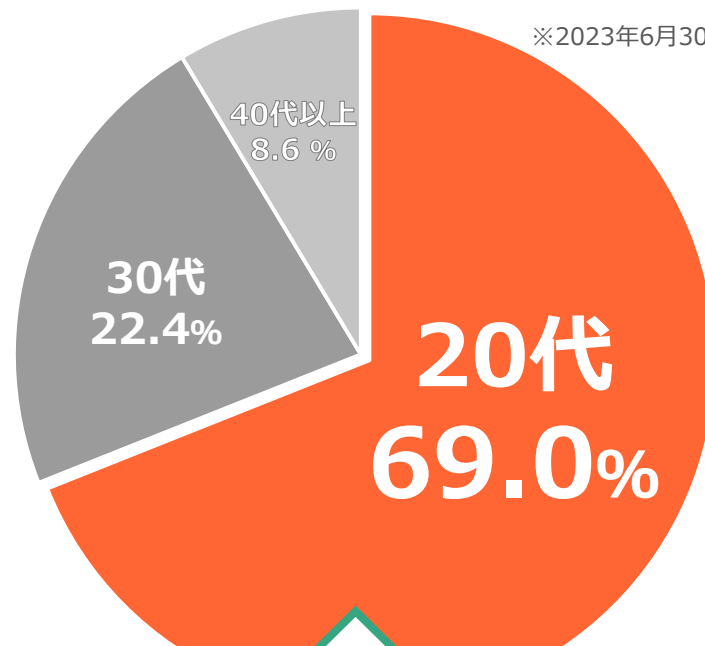
(単位：万円)

※EDINET情報より当社調べ  
(2022年9月時点)



直営支店社員年齢分布

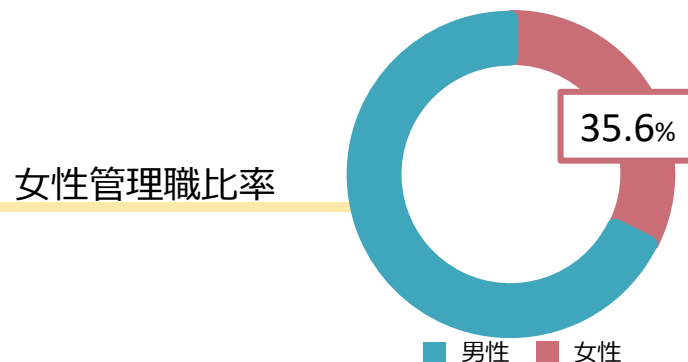
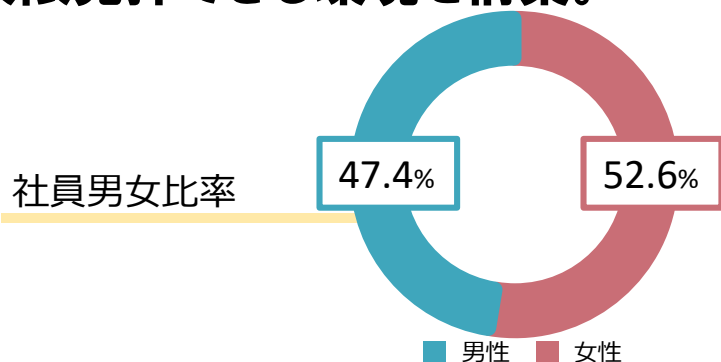
※2023年6月30日時点



**支店長平均年齢: 29.5歳**

# 人財投資

- 非管理職社員への「自己投資支援手当」、資格取得などにかかる教材・スクール費用などを補助する「自己啓発補助制度」、社員のスキルアップを促す「通信教育制度」など、人的資本の充実にに向けた各種制度を整備。
- 本社・支店における働きやすいオフィスの整備、リフレッシュルームの設置、本社社内託児所の設置など、性別や国籍等に関係なく、社員の能力を最大限発揮できる環境を構築。



大阪本社内託児所  
「アドキッズ」



あべのハルカスコンサルティングプラザ  
リフレッシュルーム



神戸コンサルティングプラザ  
オフィス



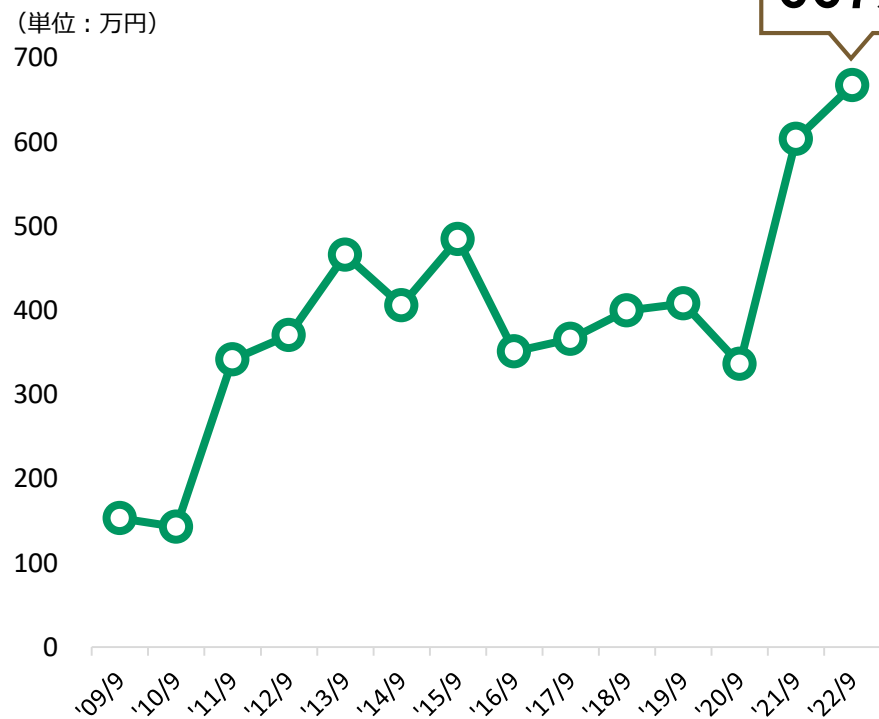
# 人財投資

○IT化・DX化の推進により生産性を向上。労働集約ではなく情報集約的なビジネスモデルにより、付加価値の向上を目指す。

○生産性を高めることで、一人当たりの平均賃金も向上。会社における人財投資と社員による自己投資の相乗効果で、一層の生産性向上を図る。

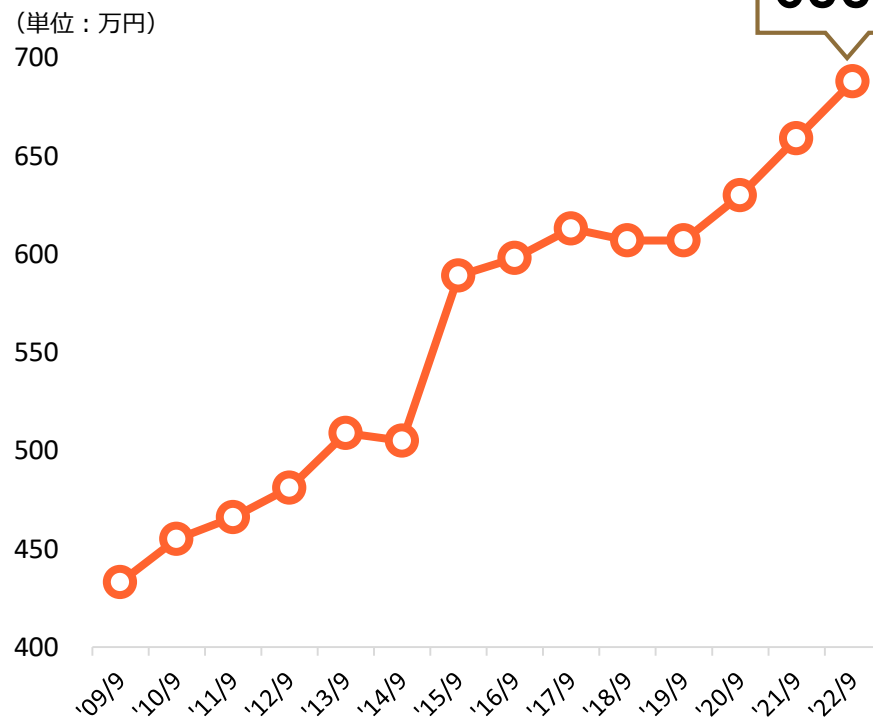
一人当たり経常利益の推移

667万円



平均年間給与の推移

688万円



## IV. 当社の戦略

---

## 業界規模と展望

保険関連市場規模(推計)

約**47.7**兆円

生命保険:39兆円+損害保険:8.7兆円

※生命保険協会「生命保険の動向(2021)」  
日本損害保険協会「ファクトブック2021」  
日本共済協会「日本の共済事業ファクトブック2021」より

うちリテール市場規模(推計)

約**20**兆円

**圧倒的な  
市場規模と  
成長可能性**

当社収入保険料

約**400**億円

住基台帳世帯数:5,976万世帯

×(保険加入率:89.8%)

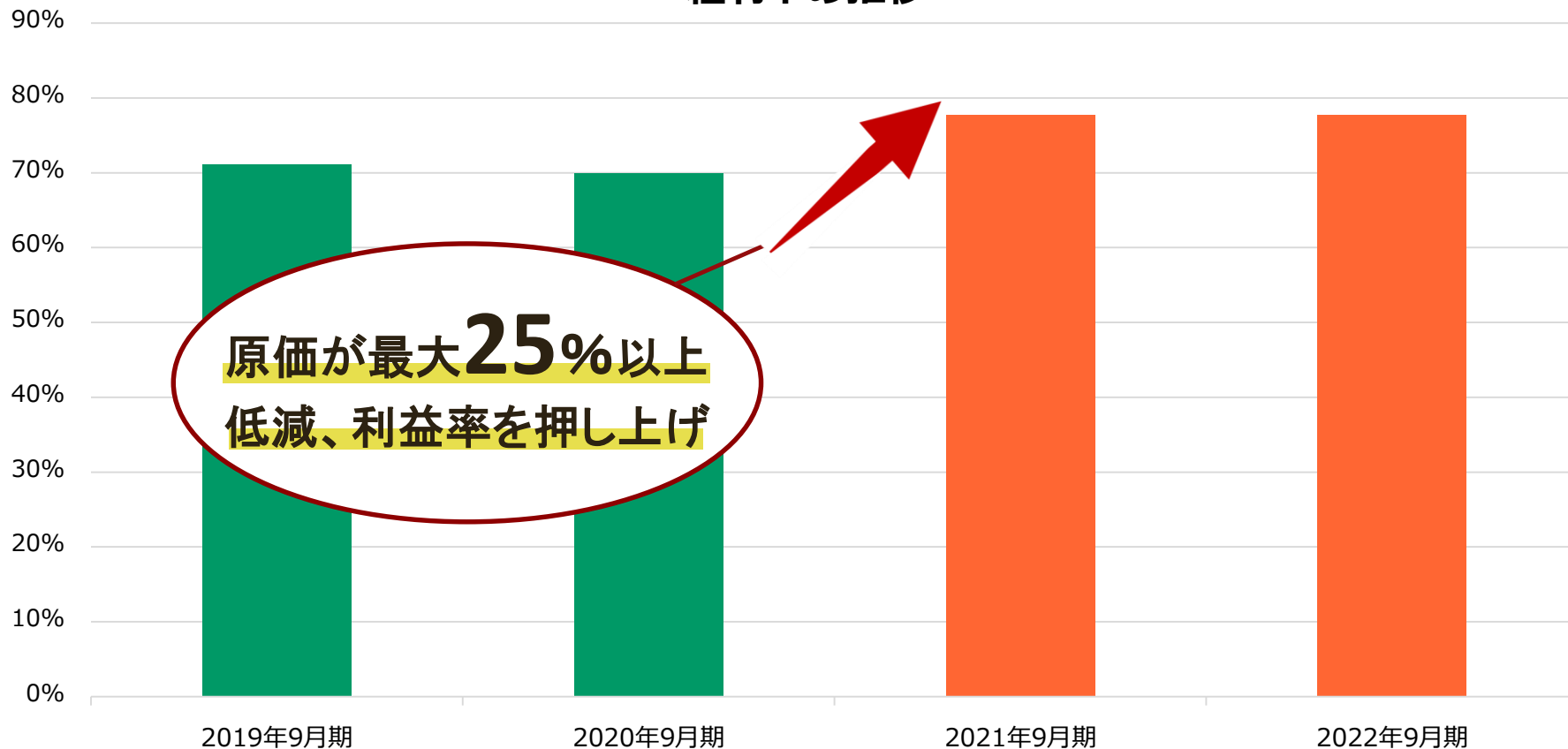
×(平均年間保険料:37.1万円)

※生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査(2021)」より

## 効率的なWEBマーケティング

- 自社開発した独自の効率的なWEBマーケティング手法を用いて、保険の顕在需要者に効率的にアプローチ。2021年9月期以降、原価率が大きく改善し、高利益体質に進化。

粗利率の推移



## 新時代のOMO 2.0～アバターコンサルタント～

- 20年以上に渡り、「人と関わるアバター」の研究開発を行ってきた大阪大学石黒浩教授が立ち上げたスタートアップAVITAと提携し、保険に関する問い合わせ対応にアバターを活用。
- 生身の人間よりも心理的障壁が少ないアバターを活用することで、問い合わせから保険相談アポイントへ繋がる例が急増。お客様との会話率を高める「folder」や「Dynamic OMO」との組み合わせについてビジネスモデル特許を申請すると共に、「AVITA」とアバター販売代理店委託契約を締結し、保険業界にアバターシステムの販売を開始。既に生損保複数社においてご導入いただいております、保険業界全体のDX化に貢献。



# コンサルタント指名予約 × アバター

- 初めての保険相談に際しては、どのような募集人が担当なのか分からず、不安を感じられるお客様も多数いらっしゃる中、当社のオンライン保険相談ではお客様が希望するコンサルタントの指名予約を実現。「保険を選ぶ前に、まず相談する人を選ぶ」購買スタイルを提案し、保険業界の相談予約プラットフォームを目指す。アバターや協業代理店を含め、240名超のコンサルタントを掲載。
- 自己紹介動画やプロフィール、口コミなどを見てコンサルタントを指名いただくことでお客様の心理的ハードルを解消し、オンライン保険相談においても高い生産性を実現。

明日、予約可能なコンサルタント58名 (全242名中)  
さらに相談内容で絞り込む

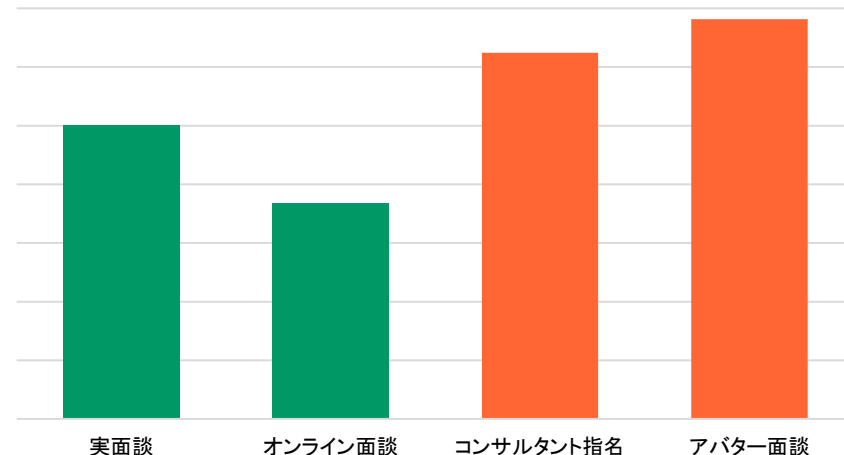
時間	【保険市場限定】 気軽に話せる アバター-コンサルタント 年間相談数：139件 プロフィール	【保険市場限定】 気軽に話せる アバター-コンサルタント 年間相談数：25件 プロフィール				
09:00	×	×	×	×	○	○
10:00	○	×	×	×	×	○
11:00	○	×	×	×	×	○
12:00	○	×	×	×	×	○
13:00	×	×	×	×	×	○
14:00	×	×	○	○	×	○
15:00	×	×	×	○	×	○
16:00	○	×	×	×	×	○
17:00	○	○	×	○	×	○



[👉 コンサルタント指名予約ページはこちら](#)

面談種類別の世帯単価

※2023年6月30日時点 ※実面談を100として計算  
※アバター面談についてはテスト運用における世帯単価を記載





## コンサルティングプラザでは高品質なサービスを追求

- 都市部のランドマークに、直営支店「保険市場 コンサルティングプラザ」を出店。またキッズスペースや個室の拡張など、コンサルティングプラザのリニューアルを行い、さらなる「オフラインならではの感動体験」を味わっていただけるよう、引き続き高品質なコンサルティングサービスを追求。
- 2021年11月には業界初のオンライン保険相談専門の営業拠点「スマートコンサルティングプラザ」を開設。さらにアバターでのコンサルティングを開始するなど、直営支店のカバーエリア以外のお客様にも、当社の高品質なオンライン保険相談の利便性をお届けし、オンラインとオフラインの両面でお客様の体験価値を高め、新たな「保険流通市場」を創造。



# ポートフォリオ戦略～チャンネルのポートフォリオ～

お客様



保険市場  
HOKEN ICHIBA  
The Insurance Market Place



対面販売

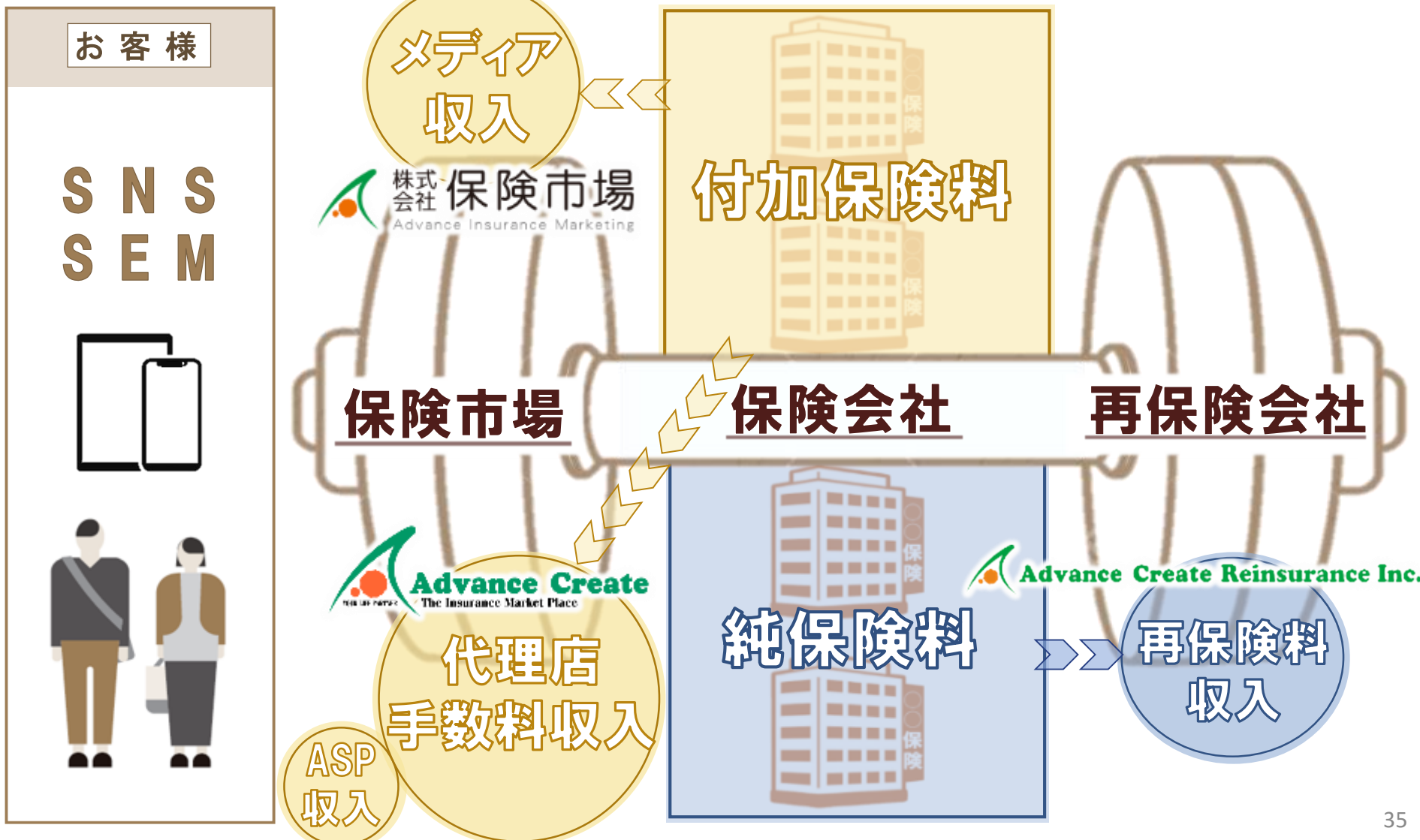
(オンライン面談含む)

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～

## 保険代理店事業

- ▶ 保険代理店契約を締結する生命保険会社・損害保険会社に代わり、各社の保険商品を販売。
- ▶ 国内最大級の保険選びサイト「保険市場」を中心にプロモーションを行い、保険の顕在需要を持つお客様を集客。
- ▶ お客様にコンサルティングを行い、保険のお申し込みをいただくことで、保険会社から代理店手数料を得る。
- ▶ 売上原価であるプロモーション費用は即時発生するが、収益である代理店手数料は数年に渡って支払われるため、売上計上したPV(代理店手数料収入の将来キャッシュ・フローの割引現在価値)を債権流動化することで収支対応。



## チャネル別申込ANP・PV

(単位：百万円)



	27期3Q	28期3Q	前年同期比
協業	1,215	1,440	18.5%
非対面販売	2,173	2,960	36.2%
対面販売	2,995	2,804	-6.4%
合計	6,382	7,204	12.9%

解約等による影響  
(概算値)

前年同期比  
**12.9%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。
- ※PVとは保険代理店手数料収入の将来キャッシュ・フローの割引現在価値の意味です。現在価値の計算時に想定していた以上の解約等が発生した場合には、PVは減算されます。
- ※当社はPVを売上として計上しております。
- ※損保ANPの伸長に伴い、これまで記載していなかった損保売上のPVを過去に遡及して加算しております。
- ※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。

# 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



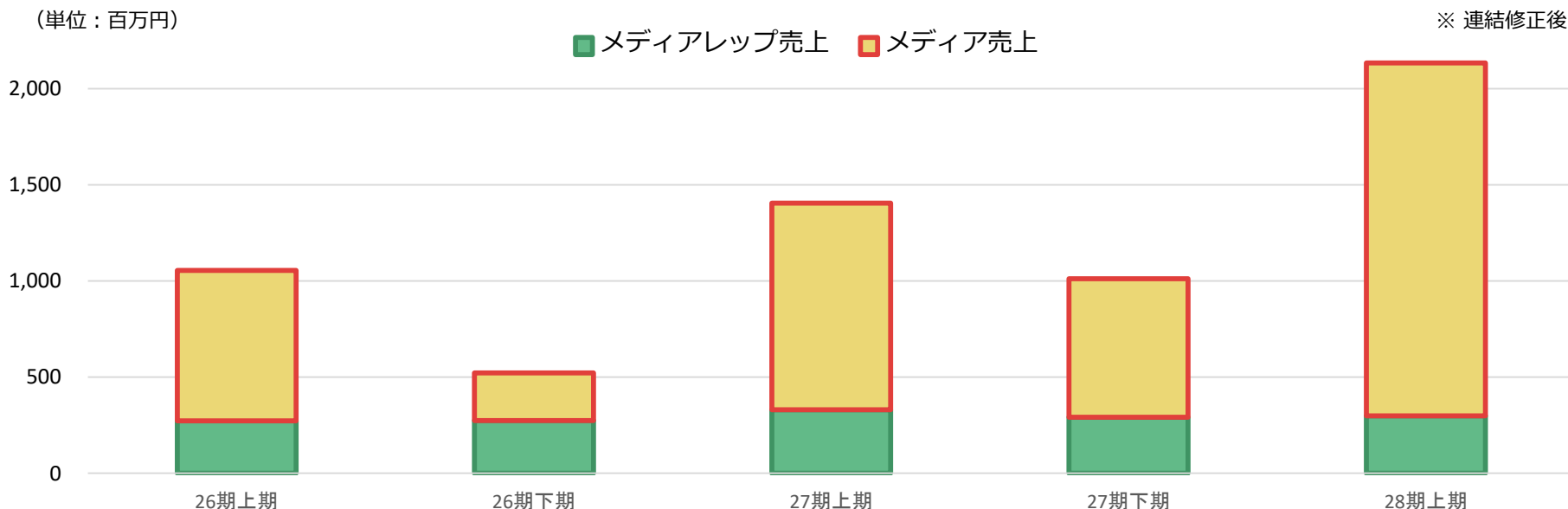
### メディア事業

- ▶ 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。
- ▶ 保険会社の決算期末である3月(当社における上期)に売上が集中する傾向あり。

### メディアレップ事業

- ▶ 自社の広告運用ノウハウを用い、保険会社等の広告運用を受託。
- ▶ Yahoo!マーケティングソリューション パートナープログラムにおいて「Yahoo!マーケティングソリューション 2つ星セールスパートナー」「広告運用認定パートナー」に認定。

(単位：百万円)



# ポートフォリオ戦略～収益のポートフォリオ～

Advance Create Reinsurance Inc.

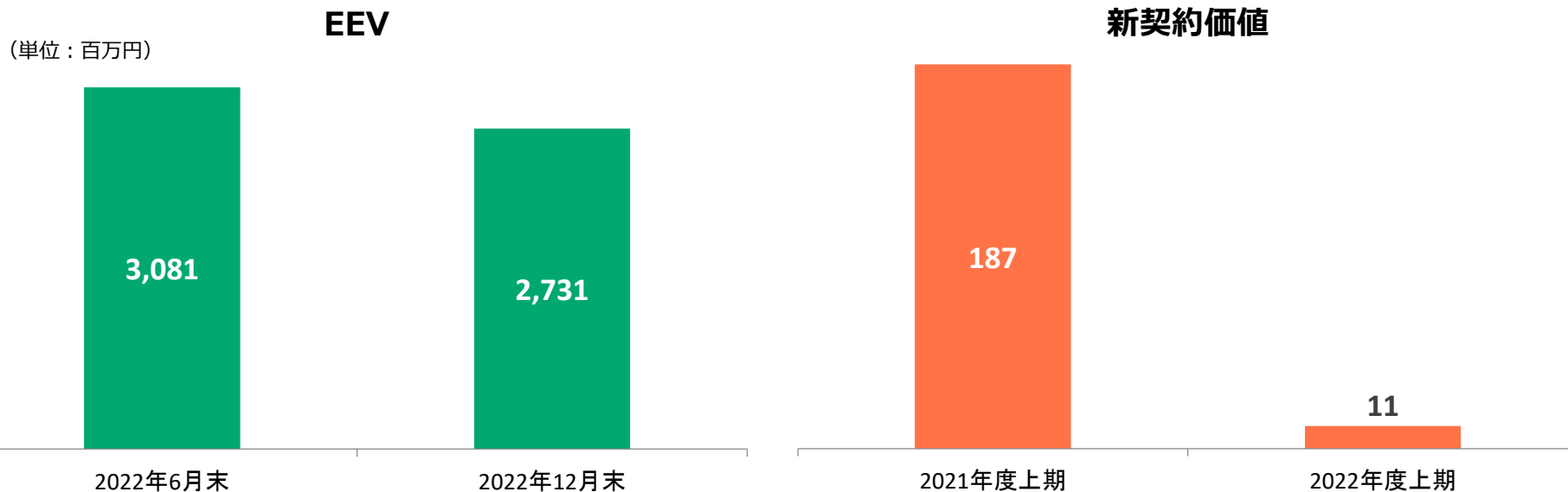


## 再保険事業

- ▶ 販売した保険のリスクの一部を保険会社から引き受け、再保険料を得る。
- ▶ 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＞  
 2023年6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

### EEV推移（再保険事業収益現在価値）



※EEV及び新契約価値の詳細は、2023年5月12日開示の「[2022年12月末における再保険子会社のヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示について](#)」をご参照ください。

# ポートフォリオ戦略～収益のポートフォリオ～

## ASP事業

- ▶ 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ーに対応。

## Advance Create Cloud Platform (ACP)



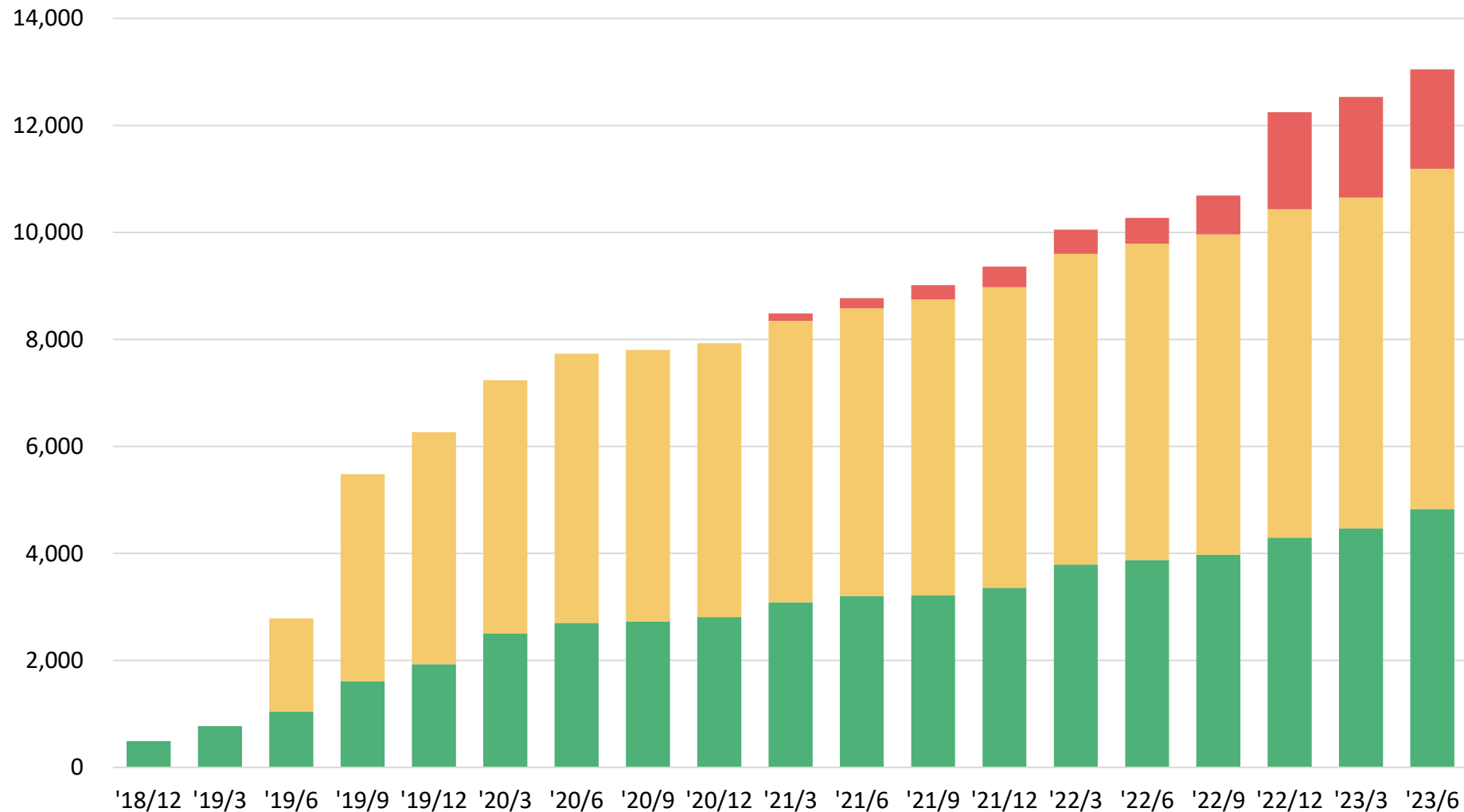
※ 「Advance Create Cloud Platform」「御用聞き」「丁稚」「飛脚」「番頭」「folder」「Dynamic OMO」は、アドバンスクリエイトの登録商標です。



# Advance Create Cloud Platform ID 数

(単位：件)

■ 御用聞き ■ 丁稚 ■ Dynamic OMO



# 28期通期予想

(単位:百万円)

連結	24期 通期実績	25期 通期実績	26期 通期実績	27期 通期実績	28期 通期予想	対前期 増減率
売上高	10,365	10,510	11,019	11,860	12,000	1.2%
営業損益	1,345	1,184	2,041	2,061	▲310	-%
経常損益	1,297	1,095	1,925	2,015	▲500	-%
当期純損益	844	700	1,295	1,312	▲480	-%
ROE	18.6%	13.7%	21.0%	18.9%	▲7.7%	-
売上高経常利益率	12.5%	10.4%	17.5%	17.0%	▲4.2%	-
配当性向	61.3%	74.9%	50.3%	54.2%	-	-
自己資本比率	56.2%	54.4%	56.9%	57.2%	44.7%	-
PBR(決算期末時点)	4.08倍	4.09倍	3.47倍	2.95倍	4.49倍	-

※進行期のPBRは、四半期ごとの株価・BPSより算出。

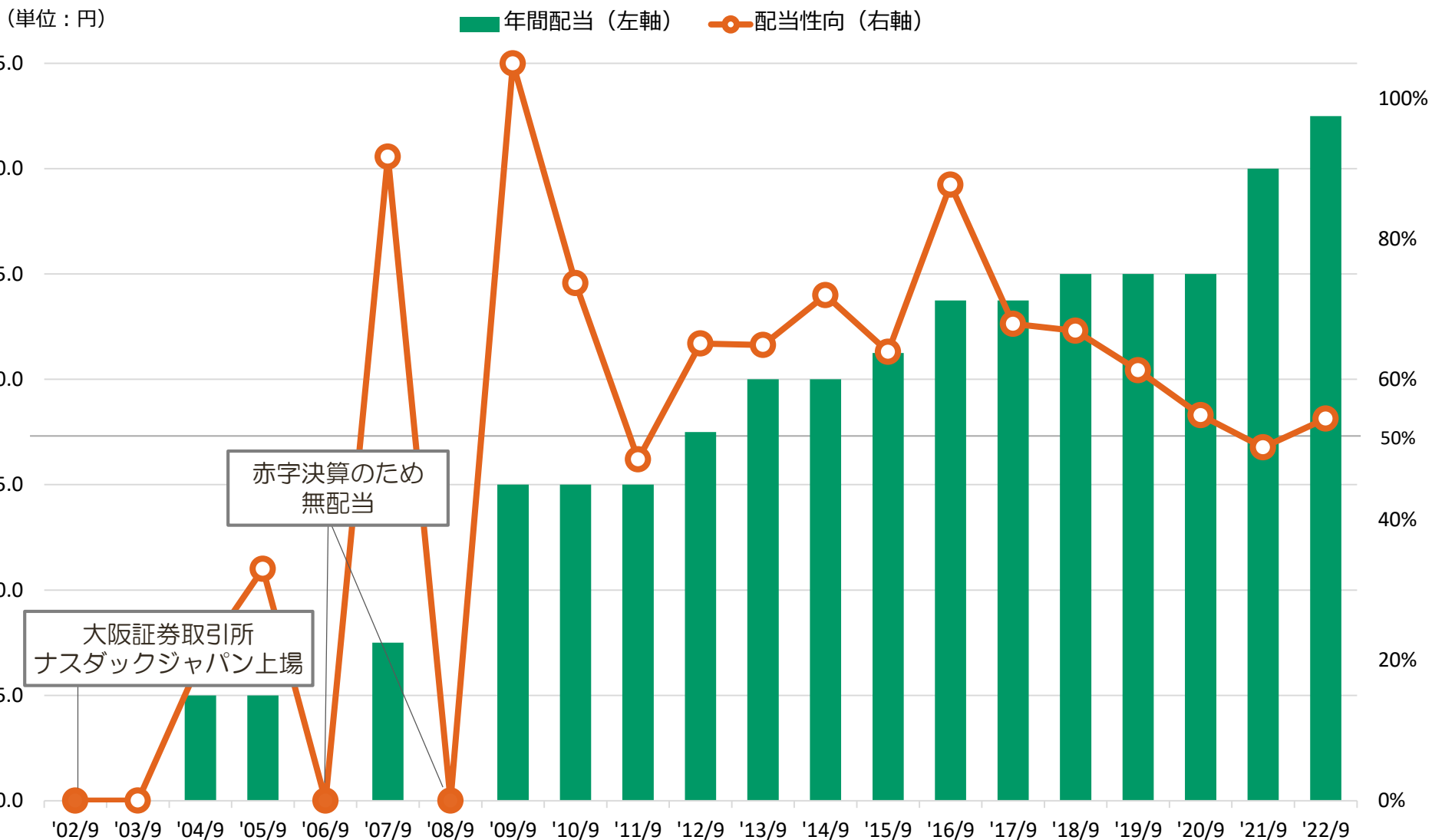
## 株主還元

■ 2023年9月期における配当については、第2四半期末、期末ともに1株当たり**17.5円**、年間合計は1株当たり**35円**となる配当見通しから変更はございません。

■ 株主優待については、2014年より下記の内容で継続実施しており変更予定はございません。

- ・ カタログギフト「フリージア」(2,500円相当)
- ・ 「保険市場 Club Off」サービス利用権 (国内の提携施設を優待価格で利用可)

# 年間一株当たり配当の推移



※株式分割を考慮し、分割後の値に調整しております。

## 目標とする経営指標

	目標値	27期実績	28期予想
ROE	20%以上	18.9%	▲7.7%
売上高経常利益率	20%以上	17.0%	▲4.2%
配当性向	50%以上	54.2%	—
自己資本比率	80%以上	57.2%	44.7%

# サステナビリティ経営



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  GOALS

# サステナビリティ経営

○従来のCSRの取り組みを継続し、大阪マラソンや、当社がスペシャルスポンサーを務める日本子ども支援協会と協力して里親保険の提供を開始するなど、社会への参画意識を高め、課題解決への取り組みをより一層強化。

大阪マラソン  
協賛



©Osaka Marathon 2023

新日本  
フィルハーモニー  
協賛



NPO  
協賛



関西大学  
寄附講座



えるほし  
認定



# サステナビリティ経営

○情報開示を強化する観点から、昨年引き続き、第2号となる「統合レポート2022」を発行。本レポートでは、1995年の創業以来、「人こそ全て」の信念に基づいた教育や人財投資等の人的資本経営により、高い労働生産性と社会価値の創出に繋がっていることを掲載。



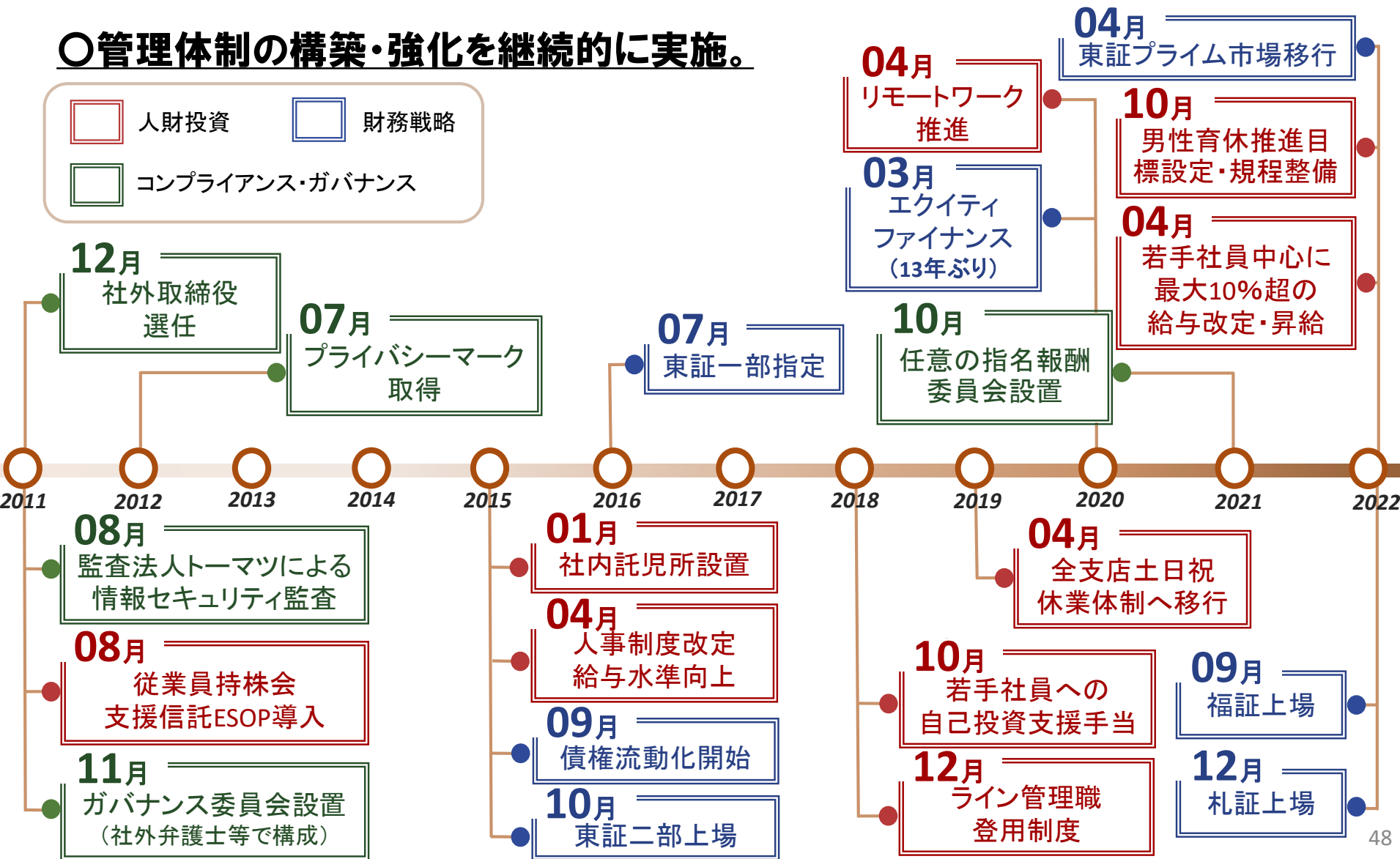
※統合レポートの全文は下記リンクよりご覧ください。

・[統合報告書\(2022年9月期\)](#)

# 管理体制の構築・強化

## ○管理体制の構築・強化を継続的に実施。

- 人財投資
- 財務戦略
- コンプライアンス・ガバナンス





## V. 補足資料

---

# 会社概要

商号

株式会社アドバンスクリエイト

代表者

代表取締役社長 濱田 佳治

所在地

大阪府大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル

設立

1995年10月

資本金

3,158百万円（2022年9月末現在）

事業内容

保険代理店、メディア、メディアレップ、再保険、ASP、BPO

従業員数

302名（2022年9月末現在、嘱託・再雇用・派遣社員等除く）

決算期

9月

株式市場

東証プライム、福証、札証（コード:8798）

## アナリストレポート

- 創業からの歴史、当社の収益体制等の詳細については、外部機関による調査レポートをご参照ください。
- 調査レポートは、決算発表やプレスリリース等に基づき、適宜更新されます。
- 下記レポートの他、いちよし経済研究所からも、国内外の機関投資家にレポートを配信いただいております。また、日経CNBCや株探(かぶたん)においても、当社についてご紹介いただいております。

**FISCO**

企業調査レポート

**株式会社フィスコ**[による当社の調査レポートはこちら](#)Shared  
Research**株式会社シェアードリサーチ**[による当社の調査レポートはこちら](#)**日経CNBC**[での当社の紹介動画はこちら](#)**株探(かぶたん)**[での当社の紹介記事はこちら](#)

## 免責事項

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。



## お問合せ先

総合企画部	笠井 俊一
TEL	06-6204-1193(代表)
メールアドレス	acir@advancecreate.co.jp
URL	<a href="https://www.advancecreate.co.jp/">https://www.advancecreate.co.jp/</a>