

# JBR

## 個人投資家向け説明会資料

東証一部・名証一部  
証券コード：2453

2021年5月26日  
ジャパンベストレスキューシステム株式会社

- ① 当社紹介
- ② 成長戦略
- ③ 株主還元・株式情報
- ④ 2021/9期 2Q決算報告
- ⑤ 補足資料

## ✓経営理念

### 「困っている人を助ける！」

「ありがとう」と言っていただけ安心・安全・快適なサービスを提供することで社会に貢献する企業を目指します。

## ✓当社概要

商号	ジャパンベストレスキューシステム株式会社（2453）		
設立	1997年2月		
本社	名古屋市中区錦一丁目10番20号 アーバンネット伏見ビル		
役員	代表取締役 榊原 暢宏	取締役 若月 光博	取締役（社外） 白石 徳生
	取締役（社外） 岩村 豊正	常勤監査役 澤田 正勝	取締役（社外） 濱地 昭男
	監査役（社外） 大信田 博之	監査役（社外） 吉岡 徹郎	
従業員数	連結：244名 単体：195名 ※2020年9月末時点 正社員のみ		
資本金	7億80百万円		
上場市場	東証一部(2007年9月上場)・名証一部(2007年11月上場)		

## ✓ 20年以上にわたる事業の拡大・再編の歴史を経て業績は大きく成長

売上高  
(単位: 百万円)

営業利益  
(単位: 百万円)

### <第二創業期> JBRは生まれ変わり、次のステージへ

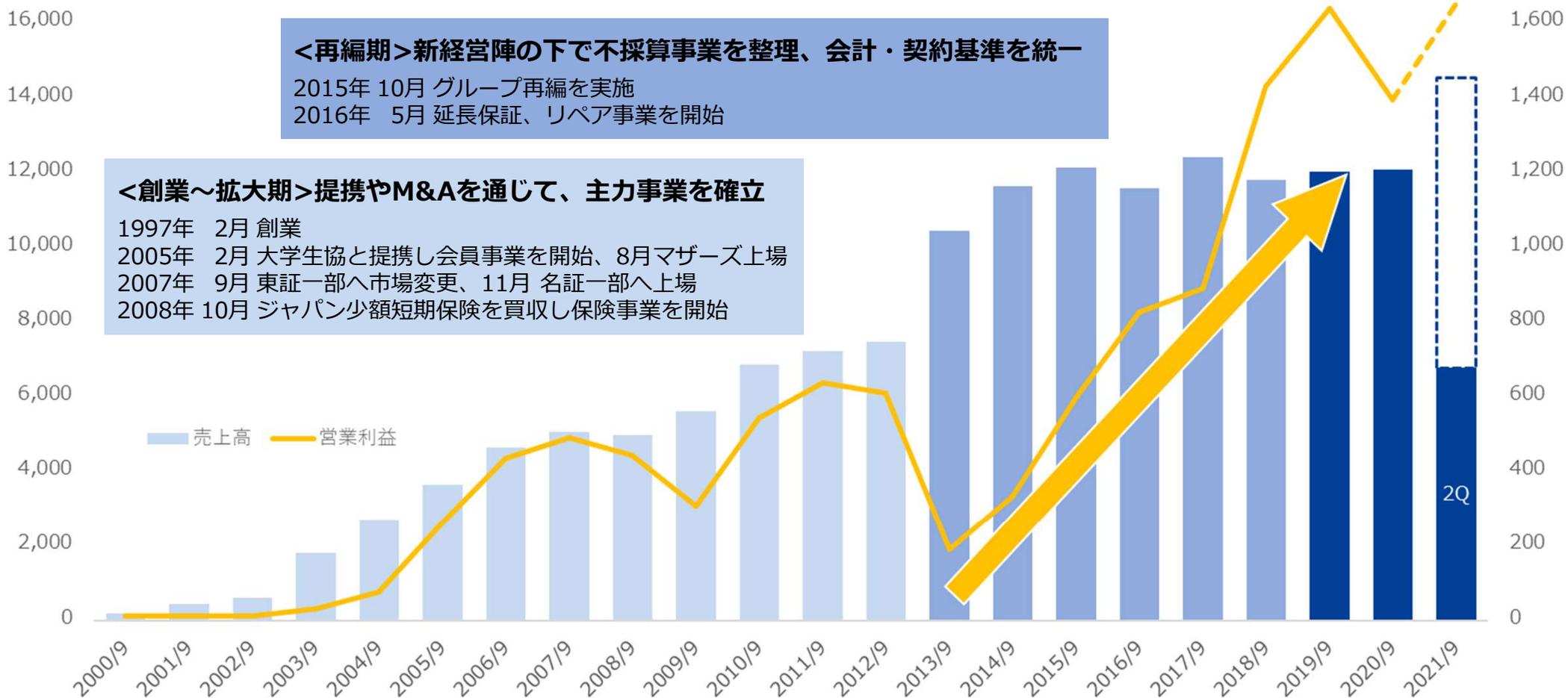
2019年 6月 損害保険業の免許を取得  
2020年 7月 日本PCサービスを持分法適用会社化

### <再編期> 新経営陣の下で不採算事業を整理、会計・契約基準を統一

2015年 10月 グループ再編を実施  
2016年 5月 延長保証、リペア事業を開始

### <創業～拡大期> 提携やM&Aを通じて、主力事業を確立

1997年 2月 創業  
2005年 2月 大学生協と提携し会員事業を開始、8月マザーズ上場  
2007年 9月 東証一部へ市場変更、11月 名証一部へ上場  
2008年 10月 ジャパン少額短期保険を買収し保険事業を開始



# 当社の強みとビジネスモデル

✓当社の強み : サービスを支える3つのインフラにより強固な参入障壁を構築

## パートナー店網

全国で原則1時間以内にトラブルに到着できる2,000店以上のネットワーク

## 高品質コールセンター

20年以上の困りごと解決実績とノウハウが蓄積された自社コールセンター

## 提携企業群

サービスと販売先の拡大を続ける重要インフラ提携戦略の要

名称	ビジネス型	サービス内容	販売チャネル
駆けつけ	フロー型	生活トラブル解決(一般向け)	Web・タウンページ サポーター店
会員	ストック型 サブスク型	<b>生活トラブル解決(会員向け)</b> カギ・水・ガラスなどの生活トラブルに全国のパートナー店と24時間365日対応	<b>集合住宅市場</b> 戸建住宅を含む全世帯に向けて販路となる提携先を拡大中
		<b>住宅設備の延長保証</b> あらゆる対象設備をムラなくカバー	
保険	ストック型 サブスク型	<b>少短・損害保険の開発と販売</b> 家財保険を中心に複数の商品を展開 商品開発力は業界トップレベル	<b>リフォーム・新築市場</b> <b>集合住宅市場</b> 新商品を開発、新市場を開拓 既存商品の成長も継続中
リペア	フロー型	高付加価値な建材の補修	集合住宅市場・サポーター店
ライフテック	リカーリング型	新電力事業、AI活用	集合住宅市場

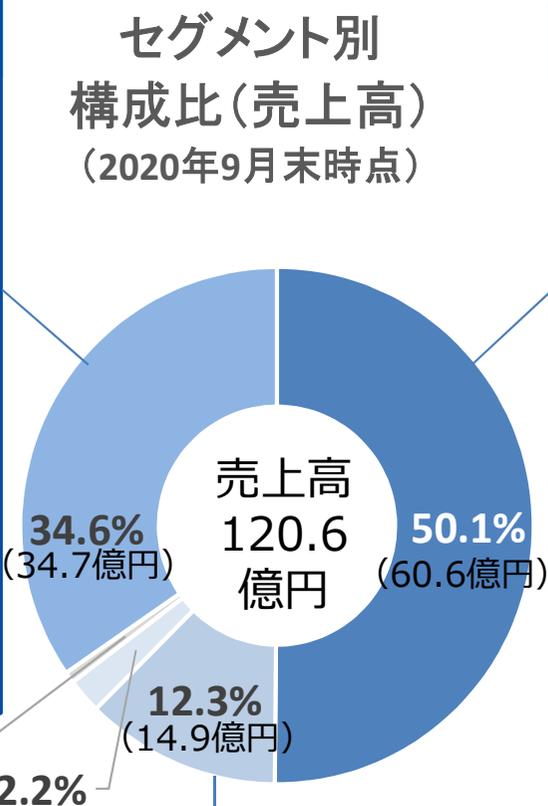
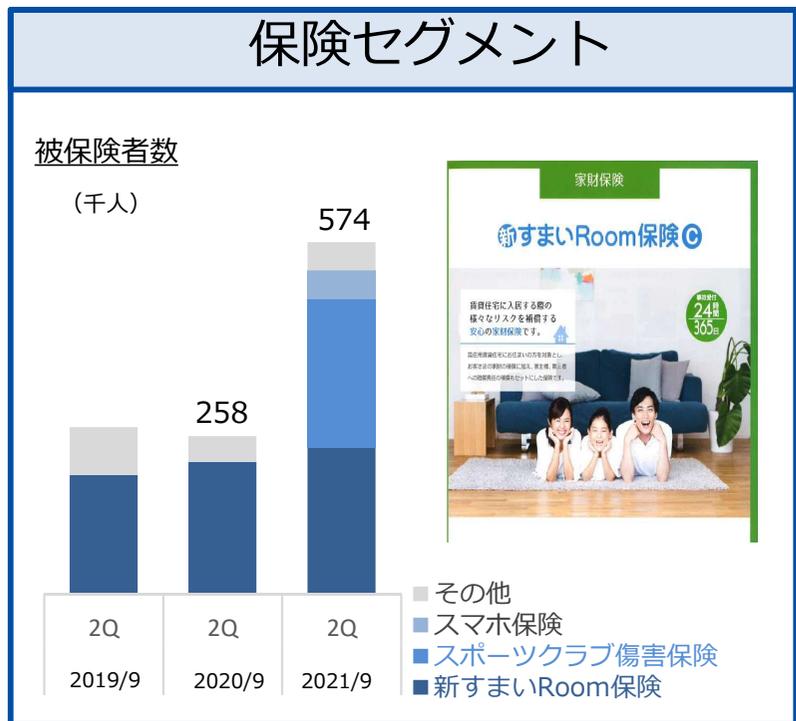
コー  
ル  
セ  
ン  
タ  
ー

提  
携  
企  
業

お  
客  
様

# セグメント別構成比（売上高）

✓会員・保険セグメントの既存ストック型サービスの継続的な成長に加え、サブスク型転換による定着率向上、新規サービス投入により会員数が増加し、売上に貢献。



✓生活の「入り」(購入・入学・入居・加入等)に入会いただき、お困りごとが発生した際に、現場出動や電話アドバイスを無料もしくは優待価格で提供いたします。

サービス名	<b>主力</b> <b>安心入居サポート</b> 	<b>学生生活110番</b> 	<b>安心修理サポート</b> 	<b>新規</b>  など
チャンネル	不動産賃貸会社	大学生協	家電量販店 ホームセンター ハウスメーカーなど	生活に関わる業種全て
主な契約条件	2年・月額	4年	10年	主に月額
サービス内容	暮らしのお困りごと (鍵や水回りトラブルなど) 24時間365日出動・受付	自転車など 大学生ならではの 暮らしのお困りごと をサポート	キッチン・水回り設備等 住宅設備の故障・ トラブルをサポート	※プランにより異なる 例) ゆこゆこ 暮らしのお困りごと+ 家事代行+旅行代金値引
売上比率*	61.4%	8.4%	24.1%	6.1%

\*2021/9期における3月末現在の会費収入に占める割合

✓日常生活の様々なトラブルに対し、少額短期、損害保険の特徴を活かした商品を展開し、成長を加速させています。

会社名	ジャパン少額短期保険		レスキュー損害保険	
サービス名	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">主力</div>  	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">その他</div>  	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">新規</div>  スマホ保険	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">新規</div>  スポーツクラブ 傷害保険 (包括契約)
チャンネル	不動産賃貸会社	鉄道・カード・旅行会社	家電量販店	スポーツクラブ
主な契約条件	1年・月額	1年・月額	月額	月額
サービス内容	火災・盗難等の事故の際ご本人様の家財補償に加え家主さんや第三者への賠償責任を補償	【弁護士保険】 相手にケガを負わせたり、他人の物を壊した場合の損害賠償を補償 【お天気保険】 旅行先で一定期間降雨した場合の補償	携帯端末の故障で生じた修理費用に対して見舞金支払	スポーツクラブでの怪我などに対する見舞金支払
売上比率*	85.4%	2.6%	2.3%	9.7%

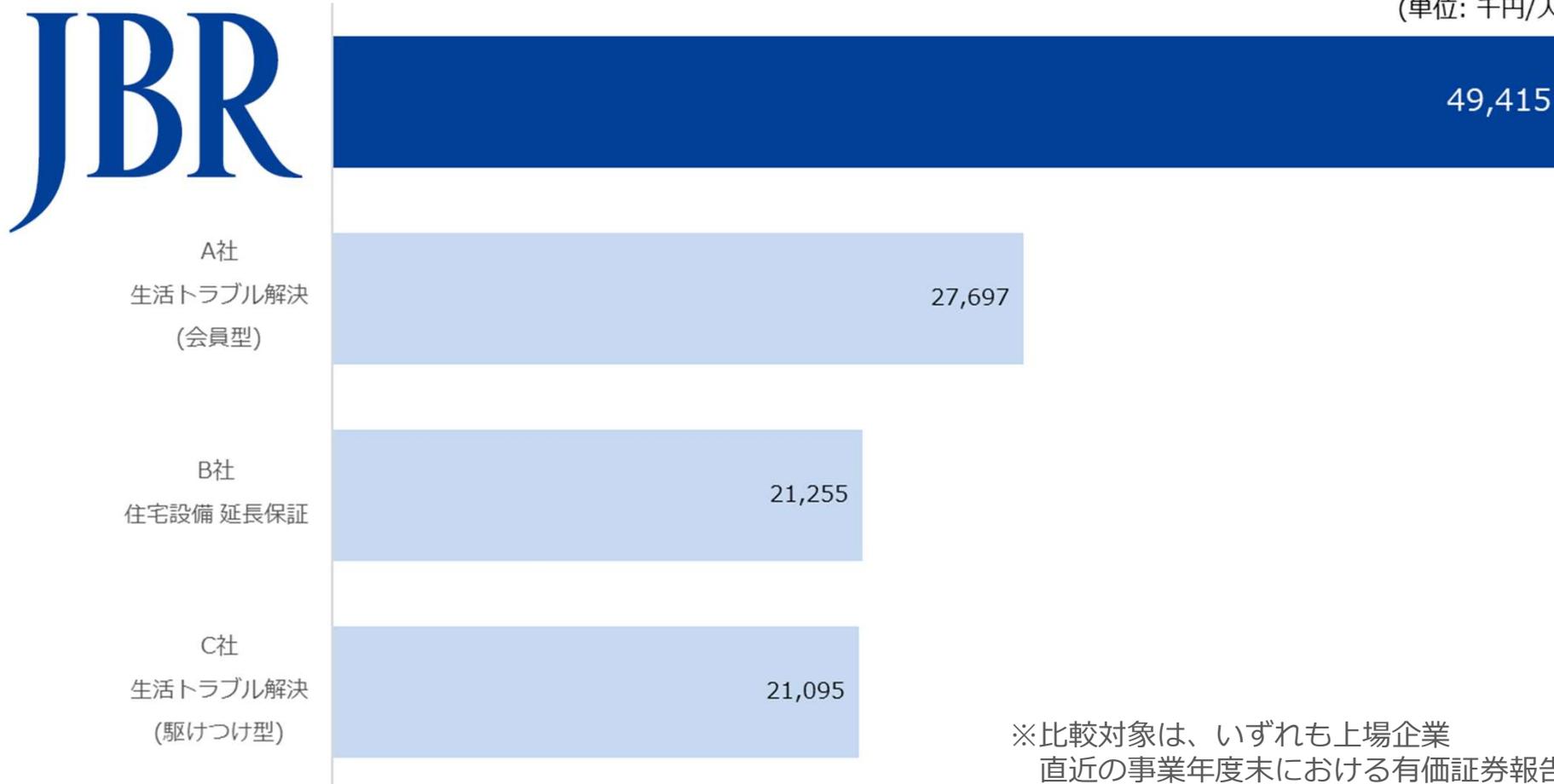
\*2021/9期における3月末現在の保険料収入に占める割合

## ✓ 販売・サービス提供ともに提携戦略を推進することで、高い生産性を実現

総合生活トラブル解決サービスを提供する当社と、全セグメントが競合する上場企業は確認できないものの各セグメントにおける同業他社との比較においては、従業員一人当たりの売上高が圧倒的に高い

従業員一人当たり売上高

(単位: 千円/人)



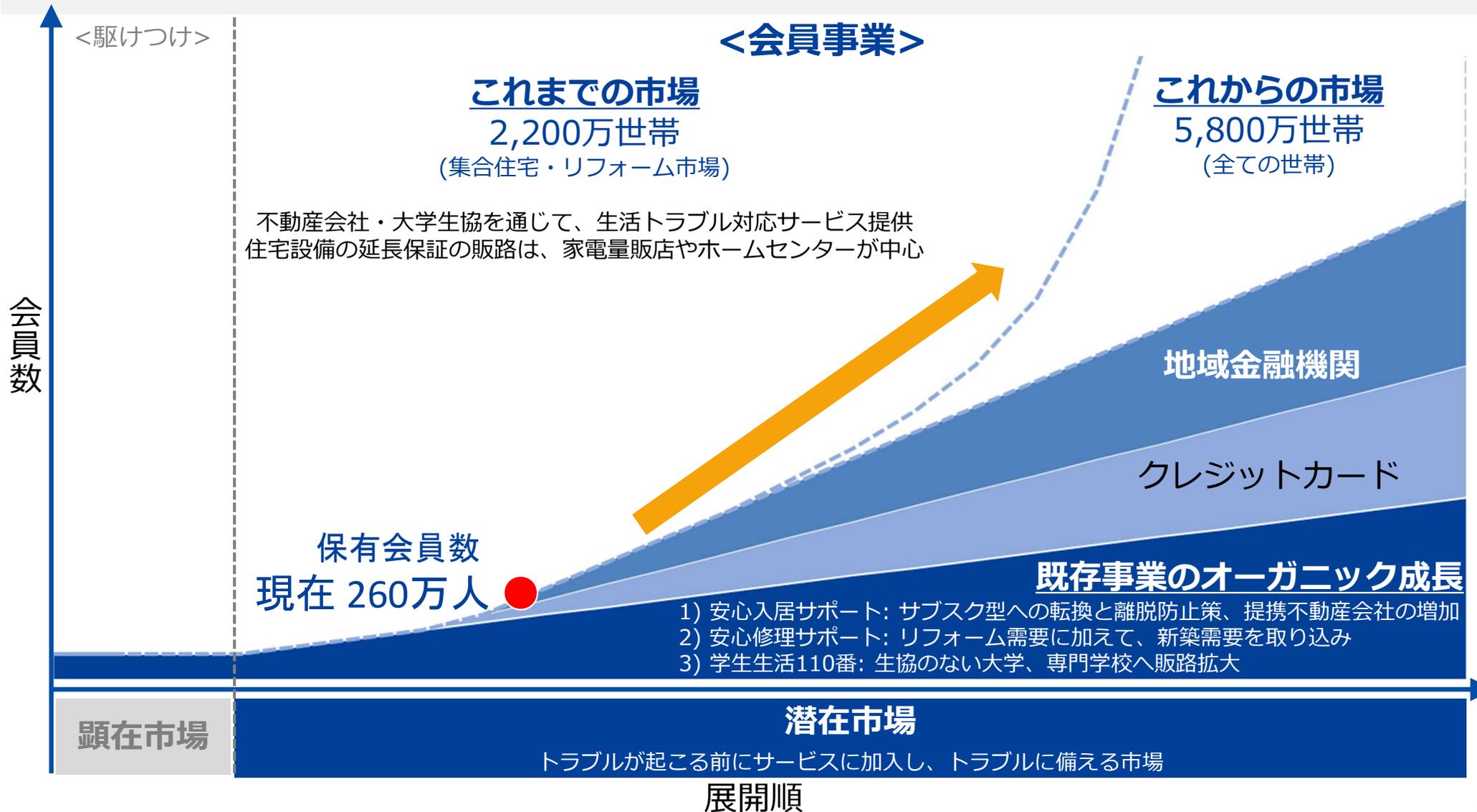
※比較対象は、いずれも上場企業  
直近の事業年度末における有価証券報告書から算出

## ②成長戦略

✓ 拡大余地が大きい潜在市場において、事業成長・会員獲得を推進

集合住宅・リフォーム市場を中心に展開してきた、**既存事業の安定成長は今後も継続**

**クレジットカード特典**や**銀行ローンへの付帯**、その他の提携により国内全世帯をターゲットに成長を加速



## ✓ 既存商品である家財保険を成長土台に、新市場・新商品への展開を加速

販売開始した**スマホ保険**や開始間近に迫る**団体保険型の家財保険**など、損保商品の展開も加速  
まもなく**日本生命様**とのコラボ商品も販売開始予定、多商品・多チャネル戦略を推進

### ■多商品・多チャネル戦略

商品	新規	<p>新規商品×既存市場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●展開方針 主要販路である不動産市場を中心に新商品を開発</li> <li>●商品ジャンル 火災保険などの不動産管理・オーナー向け商品 <b>団体保険型の家財保険</b>など</li> </ul>	<p>新規商品×新規市場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●展開方針 強い販路を持つ提携先と商品企画・開発力を持つ当社で多商品・多チャネル展開を目指す</li> <li>●商品ジャンル 提携先と協議のうえ商品を企画 資本提携先である<b>日本生命様</b>やセブン銀行様の販路向け</li> </ul>
	既存	<p>既存商品×既存市場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●展開方針 代理店の拡大により販売網強化、市場浸透を推進</li> <li>●商品ジャンル <b>家財保険</b>、自転車保険、<b>スマホ保険</b>など</li> </ul>	<p>既存商品×新規市場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●展開方針 グループの連携や新たな提携を活かし、既存商品の横展開で市場開拓を狙う</li> <li>●商品ジャンル 弁護士保険など既存各商品にて展開を模索</li> </ul>
		既存	新規
チャネル			

## ✓ 金融システム安定化に向けた地銀再編の機運が高まり、金融機関はSDGs・ESGを絡めた「商品力強化」を志向

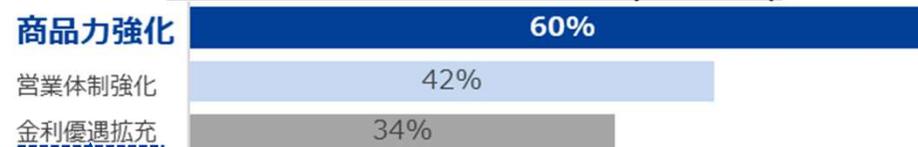
住宅ローンに他社サービスを付帯する金融機関は1割程度\*1に留まり、住生活関連サービス付帯の余地は十分  
金融機関の取引先を通じてサービスを提供する“相互送客”も可能で、極めて強力な提携関係の構築を期待

住宅ローン貸出残高:127兆円\*1



約6割を占める地方銀行・第二地方銀行・信用金庫と交渉中

住宅ローン 今後の積極化方策(上位3点)\*1



「金利優遇拡充」は積極化方策の上位3位に入る一方で、  
95%の機関は「金利競争に伴う利鞘縮小」をリスクとして懸念\*1

サービス付帯例	内容	提携先
生活救急車・リペア	<p>広告費を掛けない集客「サポーター店」モデルとして、銀行以外でも展開中</p> <p>提携先のサービス利用者に当社サービスを優待価格で提供 提携先ごとに専用のフリーダイヤルを設置し、売上に応じた紹介料をお支払い</p>	<p>大和ライフネクスト様 等</p> <p><b>金融機関 提携第一弾は 福邦銀行様</b></p>
住宅ローン + リペア	<p>リモートワーク普及により、新築だけでなく別荘地などへの移住も増加 購入物件の破損箇所を修復できる、リペアサービスを付帯</p>	<p><b>第一弾開始に向け 計18行と交渉中</b></p>
住宅ローン + 住宅設備の延長保証	<p>注文住宅を含む新築・リノベーション物件の住宅設備にまとめて保証を付帯 設備のコンディションを保ち、物件全体の資産価値維持にも貢献</p>	
教育ローン + 生活トラブル対応	<p>少子化の一方で大学進学率は高まり、民間の教育ローン借入者は年々増加*2 大学・専門学校生向けサービス「学生生活110番」を付帯</p>	

\*1 住宅金融支援機構「2020年度 住宅ローン貸出動向調査」(2020年12月25日公開)より

\*2 日本政策金融公庫「教育費負担の実態調査結果」(2020年10月30日発表)より

## ✓ 提携先の特定に繋がるため規模を明らかにできない大手企業・団体との案件を複数控える

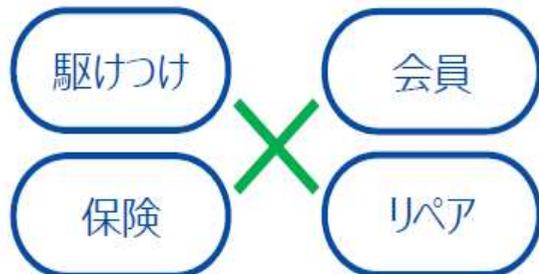
食品デリバリーのバックアップなど“ラストワンマイル”インフラを活用した、新サービスも拡大中

### <関連テーマ>



\* 提携先都合によりプレスリリース等が実施できない場合がございます

当社のサービス・インフラの汎用性は高く  
様々な社会的課題の解決に貢献が可能



### <協議中の案件(一部)>

業界	時期	提携先・内容	マーケット規模
地域金融機関	近日 期中 未定	福邦銀行様 金融機関 2行 金融機関 15行	⇒5/18にサービス開始 - -
クレジットカード	年内	百貨店 A	150万人
	未定	百貨店 B 百貨店 C	17万人 30万人
医療・介護	期中	日本生命 コラボ保険 医療系保険	5千人 5千人
	年内	退院サポート	250万人/年
不動産業界	期中 年内	大手不動産サービス 家財保険(団体保険)	- 3千人/月
旅客業界	年内 来年	大手旅客サービス 旅行予約サービス	- 25万人
その他	期中	食品デリバリー 生活サービス A	- 40万人
	未定	生活サービス B シニア向けサービス 通販サービス	40万人 30万人 50万人

✓ 当社はお客様と共に提携先も巻き込み、誰一人取り残さない社会の実現を目指します

「困っている人を助ける」当社は、事業成長そのものが持続可能な社会の構築に貢献しています

17 パートナーシップで  
目標を達成しよう



販売・サービス提供の両面で提携関係の構築が重要な当社では  
特にSDGs目標「17 パートナーシップで目標を達成しよう」を上位概念と捉えて  
提携拡大を通じて地方創生の推進や、新たな産業基盤の構築に取り組んで参ります

## 1) 販路拡大

当社サービスを販売していただく提携企業を増やします

生活トラブル : 2,609店  
延長保証 : 2,085店  
保険 : 1,997店 計 6,691店

8 働きがいも  
経済成長も



9 産業と技術革新の  
基盤をつくらう



## 2) 対応地域拡大

お住まいの地域から優良なパートナー店が駆けつけます

生活トラブル : 2,286店  
延長保証 : 533店  
リペア : 220店 計 3,039店

11 住み続けられる  
まちづくりを



## 3) サービス内容拡大

斬新なアイデアに基づくサービスや技術開発を応援、新ビジネスに育成します

愛知県主催のアクセラレータープログラム「Aichi Open innovation Accelerator 2020」に参加  
同プログラムを通じてミライ菜園 × ニチリウ永瀬と“食の循環”をサポートする新サービス「MEGLAS」開始



## ③株主還元・株式情報

✓ 2021年9月期は2020年9月期同様、  
一株あたり16円（中間8円、 期末8円予定） 配当

## 株主還元方針

当社は、利益配分を経営の最重要課題として位置付け、長期的な視野に立ち、企業発展に努め、安定的配当を継続することを基本方針としている。  
また、連結配当性向30%以上を目標としている。

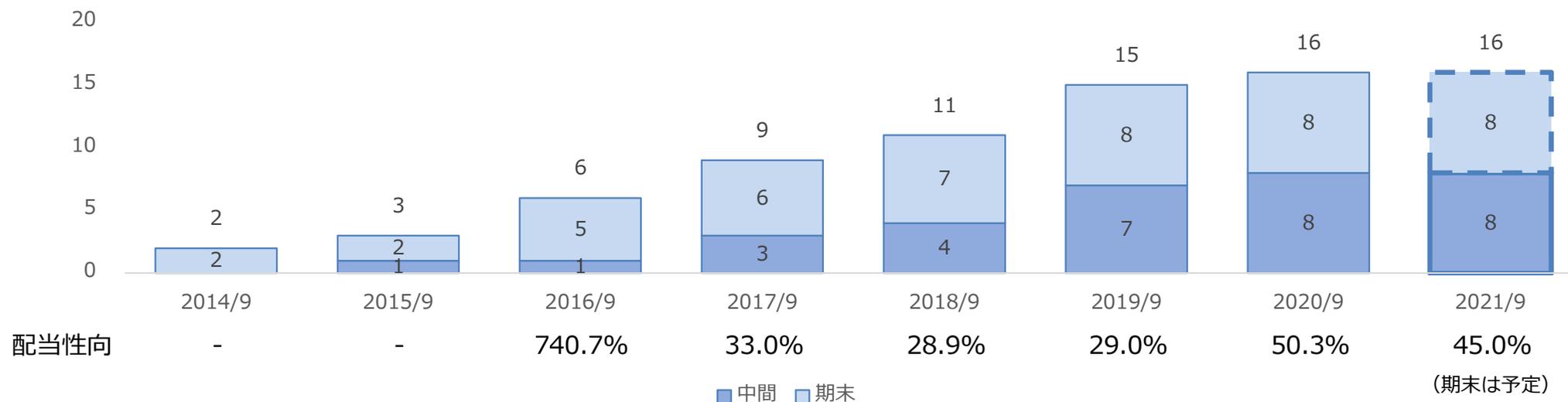
## 株主優待

全ての株主様に当社がオフィシャルスポンサーであるキッズニアの優待券を保有株数に関係なく1枚贈呈。

株主優待詳細：[https://www.jbr.co.jp/ir\\_info/shareholder/](https://www.jbr.co.jp/ir_info/shareholder/)

## 一株あたり配当推移

(単位:円)



# 株主優待（キッザニア優待券）

キッザニアは、こども達があこがれの仕事にチャレンジし、楽しみながら社会のしくみを学ぶことができる「こどもが主役の街」です。当社も含め実在の企業がスポンサーとなりパビリオンを出展し、本格的な体験を演出しています。こども達は、リアルな職業・社会体験を通して、未来を生きぬく力を育むことができます。

我々は、キッザニアの理念に共感し、パビリオンを出展するとともに、株主の皆様へ優待券を贈呈いたしております。

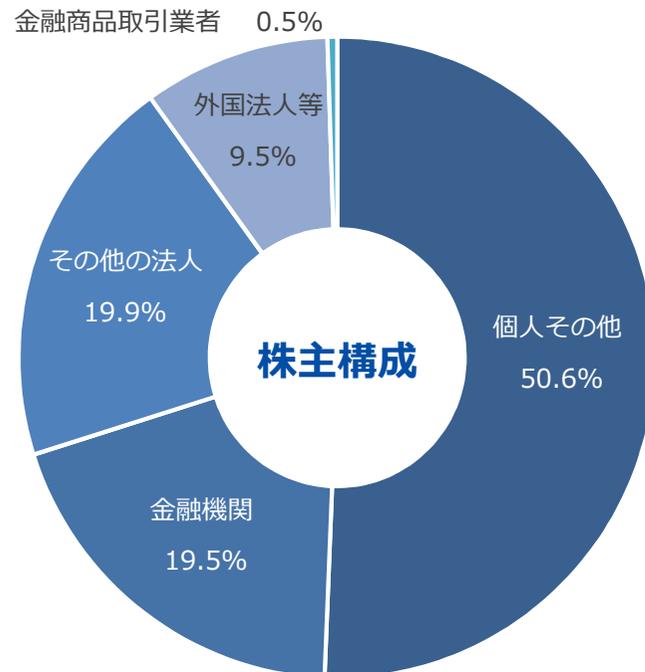
対象株主	毎年 <b>3月31日</b> 現在の株主名簿に記録された株主様	
優待概要	内容	保有株数に関係なく、すべての株主様に、弊社がオフィシャルスポンサーである、 <b>キッザニアの優待券</b> を1枚贈呈。  キッザニア東京・甲子園とともに、優待価格でご利用いただけます。 <b>優待券1枚で最大19名まで同時にご利用いただけます。</b>
	有効期限	優待券の到着日から翌年3月中旬まで有効 ※優待券の到着日は毎年6月中旬頃の予定 ※キッザニアが定めるH・S（ホリデーシーズン）など除外日あり ※予約枠に限りがある事を予めご容赦ください
贈呈時期	毎年6月中旬頃に発送予定(年1回)	

## ✓主要データ

発行済株式総数	34,688,000株
株主数	12,503名
時価総額	29,346百万円
自己資本比率	35.8%

## ✓大株主上位 (株数・比率)

1	榊原暢宏	10,782,900	31.09%
2	ジャパンベストレスキューシステム株式会社	3,768,341	10.86%
3	光通信株式会社	3,106,100	8.95%
4	株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	1,558,400	4.49%
5	株式会社日本カストディ銀行 (信託口9)	1,464,500	4.22%
6	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,389,600	4.01%
7	株式会社UHPartners 2	1,213,300	3.50%
8	住友不動産株式会社	1,000,700	2.88%
9	株式会社日本カストディ銀行 (証券投資信託口)	944,000	2.72%
10	STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505012	474,800	1.37%



# ④ 2021/9期 2Q決算報告

## ✓ 電力調達価格の高騰影響を受けながら、増加率2桁の強い増収増益を継続

コロナ禍に続き「有事に強い」ビジネスモデルの強みを発揮、過去最高益の達成に向けて進捗中

(単位:百万円)	四半期				累計			
	2021/9期	前年同期			2021/9期	前年同期		
	2Q実績	実績	差異	増減率	上期実績	実績	差異	増減率
売上高	<b>3,481</b>	3,124	+357	+11.4%	<b>6,637</b>	5,996	+641	+10.7%
売上原価	<b>2,127</b>	1,732	+394	+22.8%	<b>3,842</b>	3,190	+652	+20.4%
売上総利益	<b>1,353</b>	1,391	- 37	- 2.7%	<b>2,795</b>	2,805	- 10	- 0.4%
販売費及び一般管理費	<b>1,057</b>	1,048	+8	+0.8%	<b>2,122</b>	2,155	- 32	- 1.5%
営業利益	<b>296</b>	343	- 46	- 13.5%	<b>672</b>	650	+21	+3.4%
経常利益	<b>382</b>	342	+39	+11.7%	<b>815</b>	665	+149	+22.4%
経常利益率	<b>11.0%</b>	11.0%	+0.0%	-	<b>12.3%</b>	11.1%	+1.2%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	<b>238</b>	116	+121	+104.0%	<b>541</b>	260	+280	+107.8%

科目	内容
売上高:	売上高の8割強を占める会員・保険事業の成長により、安定的な増加率2桁成長を継続した
売上総利益:	全国的な電力需給逼迫の結果、 <b>電力の市場調達価格が高騰した一時的な影響</b> を受けて大幅に原価増
営業利益:	売上高2桁成長の一方で、販管費及び一般管理費は同水準以下に抑えて原価増を一部吸収
経常利益:	ストック・サブスク型の主力事業による強い財務基盤を背景とした、投資活動による収益を計上 前年同期に対してだけでなく、前期末に開示した <b>上期業績予想に対しても上回って着地</b>
純利益:	+100%超の大幅増益

# セグメント別業績

## ✓ 主力の会員・保険セグメントは、売上高・営業利益共に上期としては過去最高を記録

会員： 継続的な既存事業の会員数増加により、売上高・営業利益共に2Q記録を更新

保険： 家財保険に加えて20/9期に販売開始した新商品も業績寄与、売上高は2Q記録を更新

駆けつけ： 外出自粛により利益率の高いカギ案件が減少、**サポーター店**による集客を開始し業績挽回へ

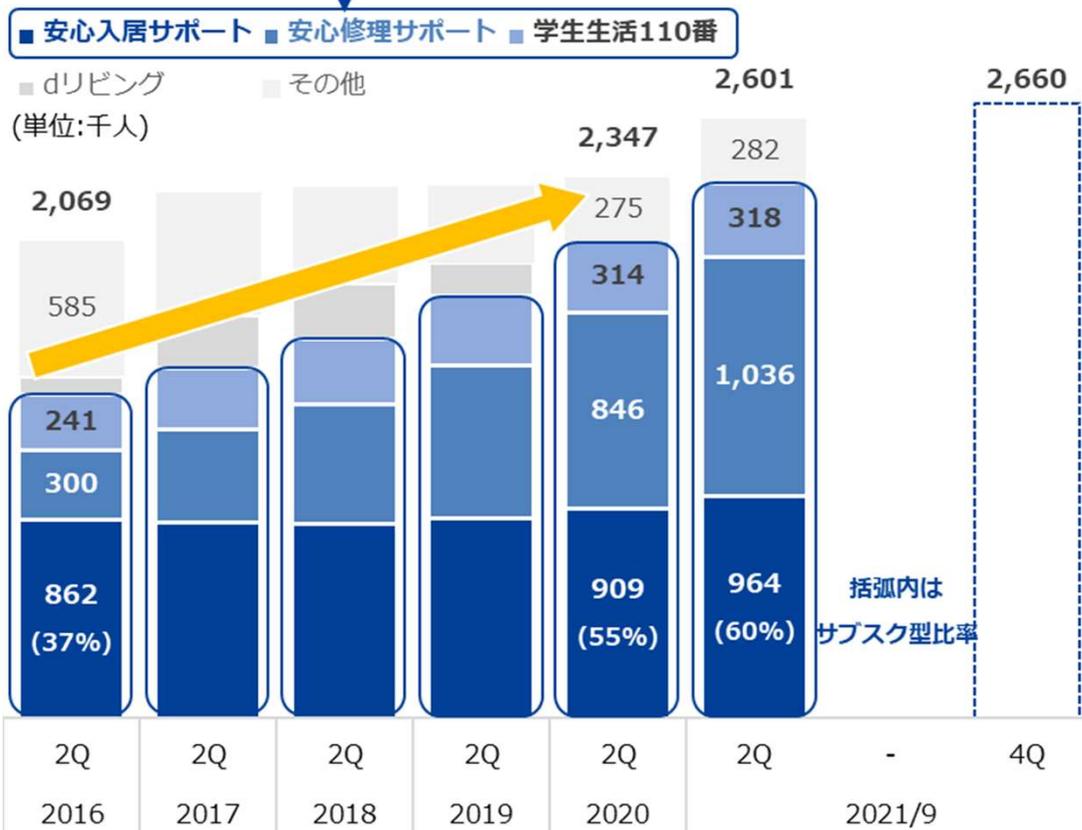
(単位:百万円)		四半期				累計			
		2021/9	前年同期			2021/9	前年同期		
		2Q実績	2Q実績	差異	増減率	上期実績	上期実績	差異	増減率
駆けつけ	売上高	319	355	- 36	- 10.3%	693	755	- 62	- 8.2%
	営業利益	△9	△1	- 8	-	0	27	- 26	- 98.2%
会員	売上高	1,707	1,554	+152	+9.8%	3,299	2,985	+313	+10.5%
	営業利益	378	367	+10	+3.0%	788	752	+36	+4.8%
保険	売上高	1,317	1,143	+174	+15.2%	2,400	2,101	+298	+14.2%
	営業利益	124	111	+12	+11.6%	203	169	+33	+20.0%
リペア	売上高	69	69	+0	- 0.4%	134	149	- 15	- 10.6%
	営業利益	△20	△18	- 2	-	△39	△37	- 1	-
ライフテック	売上高	73	11	+62	+570.1%	120	21	+98	+452.3%
	営業利益	△117	△35	- 82	-	△159	△75	- 83	-
調整額	売上高	△5	△10	+4	-	△9	△18	+9	-
	営業利益	△58	△80	+22	-	△121	△184	+63	-
合計	売上高	3,481	3,124	+357	+11.4%	6,637	5,996	+641	+10.7%
	営業利益	296	343	- 46	- 13.5%	672	650	+21	+3.4%

## ✓ 会員総数も強い成長フェーズ継続、安心修理サポートは初めて100万人を突破

主力である安心入居サポートも、定着性の高いサブスク型の比率が高まり会員数の増加が加速  
在宅時間の増加により出動件数が増加したものの、高い営業利益率を維持して2Q最高益を計上

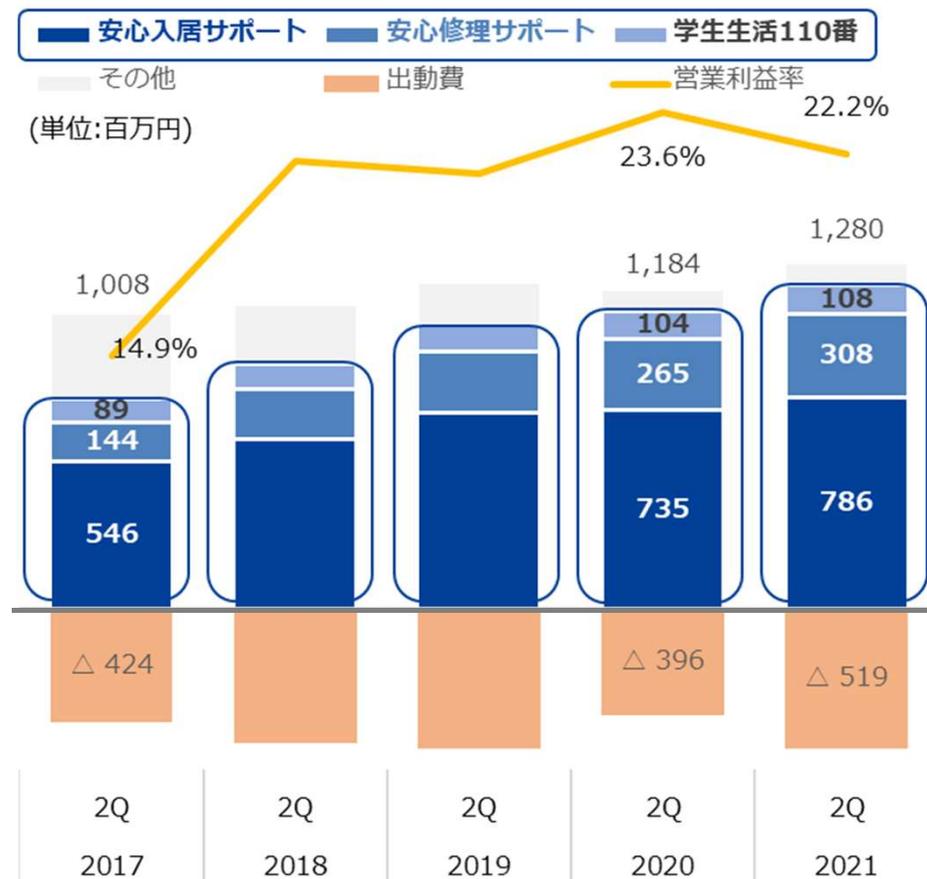
### サービス別 会員数

2019/5 dリビング終了をもって不採算案件の整理が一巡  
主力3サービスの会員数は継続的に増加



### サービス別 会費売上・出動費

2017/9期 セグメント再編を実施  
会費売上に占める割合は、安心入居サポートが最大

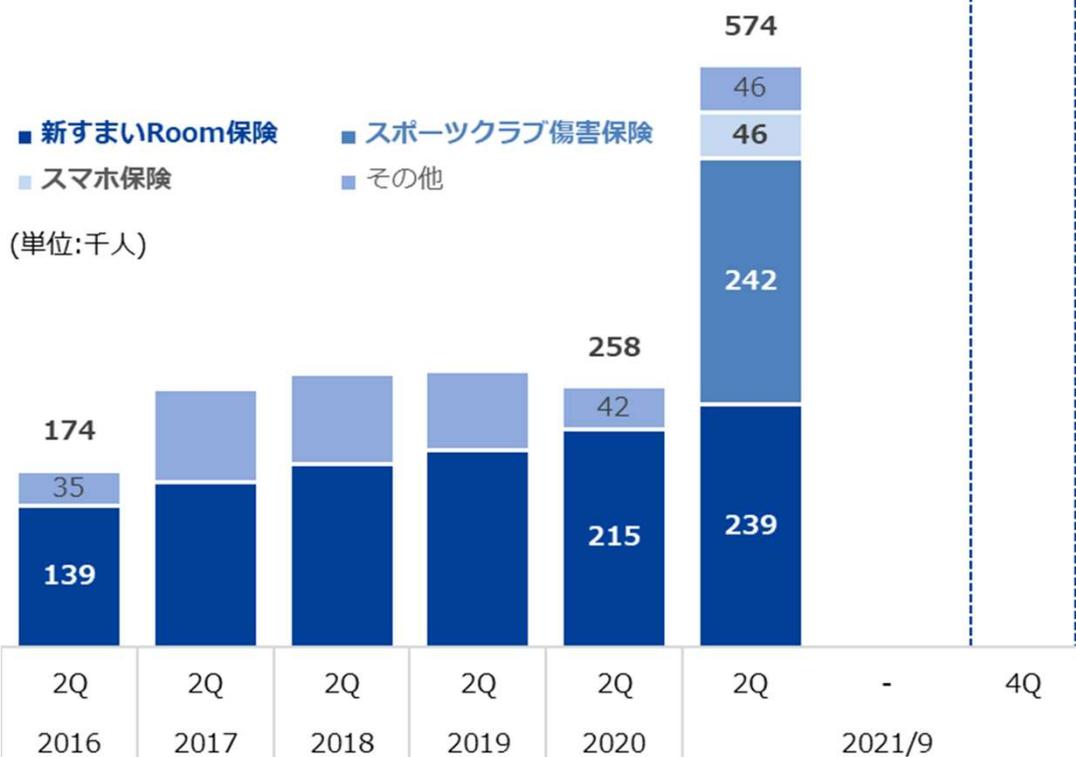


✓ 被保険者数は前年同期比+122%の大幅な成長、保険料収入は四半期で初めて7億円を突破  
 既存商品のオーガニック成長は今後も継続、**新商品の投入も続々と始まり**事業拡大が継続

## 商品別 被保険者数

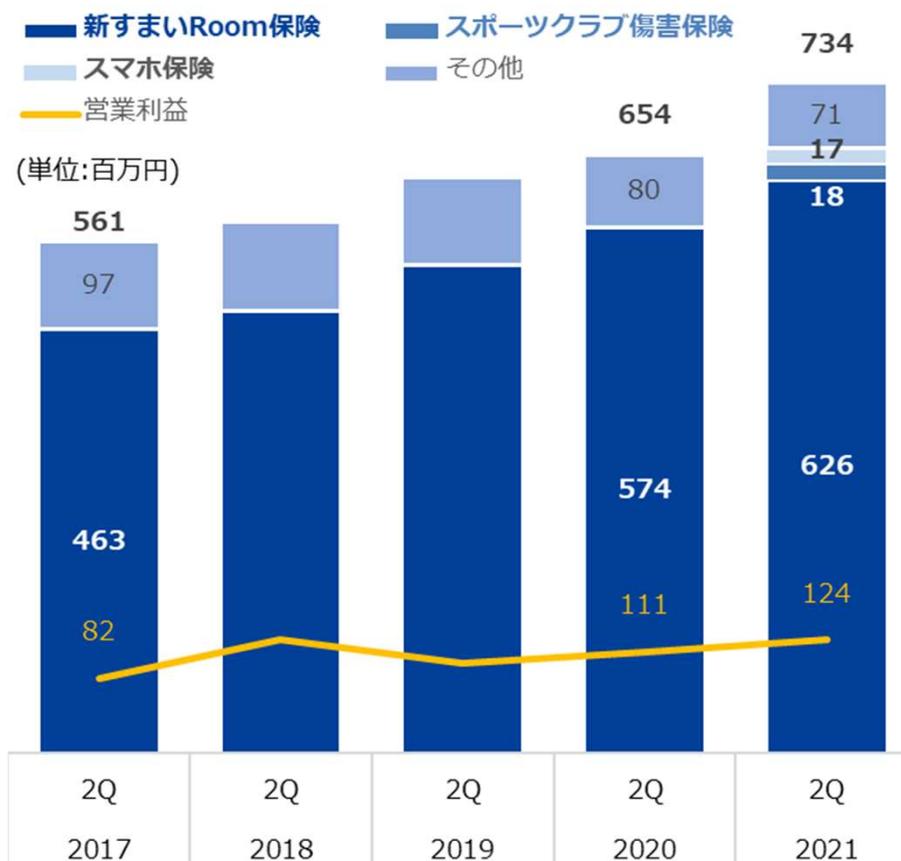
家財保険(新すまいRoom保険)は安定的に被保険者数を獲得

2019/6 損保会社を設立、2020/9期 損保商品の販売開始  
 団体保険のスキームにより、被保険者をさらに効率よく獲得



## 商品別 保険料収入

2017/9期 セグメント再編を実施  
 新すまいRoom保険が主力商品として全体の成長を牽引



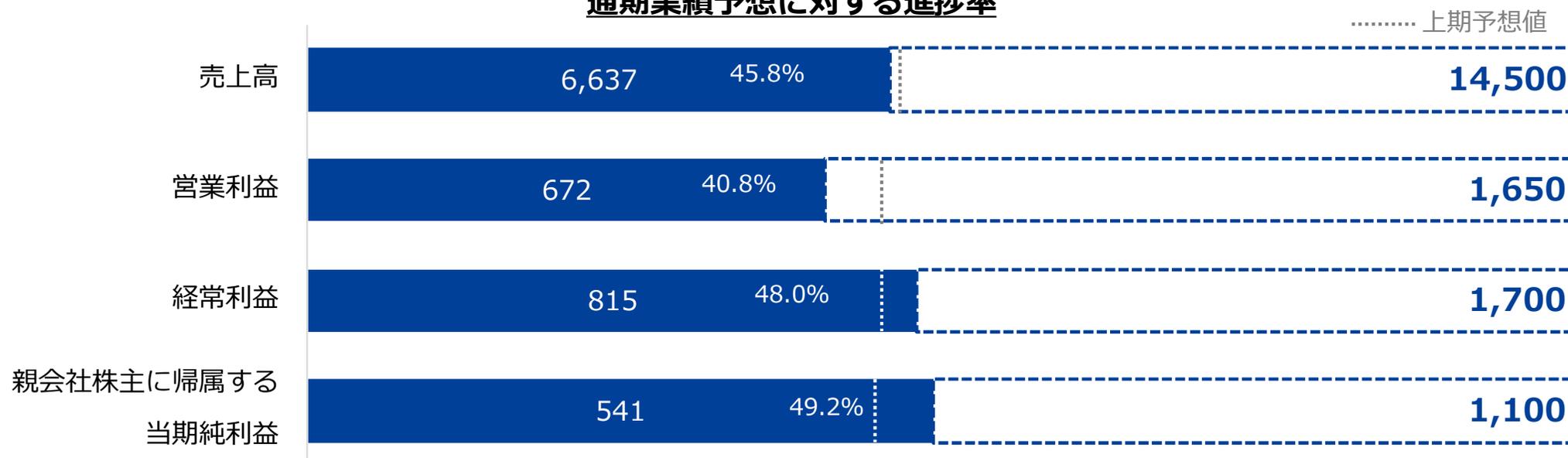
# 業績予想に対する進捗

## ✓ 突発的な減益事象に見舞われたものの、経常利益・純利益は業績予想を上回り着地

会員・保険の既存事業は計画通りに成長を継続し、通期での過去最高益を目指して進捗中  
下期に集中する提携案件の具体化もあり、通期では営業利益も予想通りの着地を見込む

(単位:百万円)	2021/9期	上期業績予想			要因
	上期実績	予想値	差異	増減率	
売上高	<b>6,637</b>	6,900	- 262	- 3.8%	家財保険(団体型)の提携先システム導入遅延
営業利益	<b>672</b>	760	- 87	- 11.5%	電力価格の高騰影響 108百万円を除けば予想通り進捗
経常利益	<b>815</b>	780	+35	+4.5%	市況などの不確定要素を極力排除して手堅く予想も、
親会社株主に帰属する当期純利益	<b>541</b>	500	+41	+8.3%	例年通り営業外収益を計上し、経常・純利益 目標達成

## 通期業績予想に対する進捗率



## ⑤補足資料

✓日常生活の様々なお困りごとを365日対応のコールセンターで受け付け、生活救急車が駆けつけます。全国ワンストップでお困りごとを解決する「パートナー店ネットワーク」が強みであり、教育・研修による高品質なサービスを維持しております。

## 【7つのメインサービス】

鍵

水まわり

ガラス

パソコン

お庭

害虫駆除

リフォーム



開錠技術が高くテレビでも活躍中  
Youtubeチャンネル  
「生活救急車ちゃんねる」

所さんの  
学校では教えてくれない  
そこんトコロ!



生活救急車ちゃんねる  
チャンネル登録者数 1490人

## リペアセグメント

- ✓木質建材・アルミや石などあらゆる素材の補修サービスを提供し、住まいの安心・快適を提供しています。

リペア前



リペア後



車をぶつけてしまった  
玄関先も

## ライフテックセグメント

- ✓住まいや生活をより便利で豊かにするサービスを提供します。また、テクノロジーを活用し、住まいの問題を解決するサービスを展開しています。



# 会員・保険セグメントの“B to B to C”

✓蓄積されたノウハウに基づく商品設計により、営業利益率20%超の高い収益性を実現



# JBR



## ■ 困ったとき以外も...

生活を豊かにするサービスを提供

サービス例：  
「Life Cycle Concierge」  
優待サービス提供など

- ・ハウスクリーニング
- ・ショッピングで優待割引など

※プランにより提供サービスは異なります

# JBR

私たちは「**困っている人を助ける！**」企業活動を通じて  
より多くの“ありがとう”という感動をお届けします。

## 注意事項

本資料で記述している業績予想や将来の予想につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであり、リスクや不確定な要素が含まれています。そのため、実際の成果や業績等は記載の予想とは異なる可能性があることをご承知おきください。

本資料・IR問い合わせ先：経営企画室 竹内・新矢  
TEL：052-212-9908 E-mail：ir@jbr.co.jp