



2007年9月期 第1四半期
(2006年10月～2006年12月)
業績説明資料

2007年2月14日

株式会社アドバンスクリエイト
証券コード:8798(ヘラクレス)



本資料取り扱い上の注意点

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了承ください。

目次

■ 2007年9月期 第1四半期決算ハイライト	5
■ 管理データ分析	11
■ 2007年9月期 重点施策	27
■ 2007年9月期 計画	29

2007年9月期 第1四半期 トピックス

2006年10月

- 東京メトロの上野駅構内に保険市場「メロピア上野店」をオープン。
 - ・ 東京メトロ初の金融関係の店舗を出店
- インシュアランスカフェ第3号店 保険市場「高槻オーロラモール店」を出店。
 - ・ 神戸ハーバーランド店、神戸元町店に引続きオープン

2006年11月

- エース保険との共同開発によるオリジナル商品「ほけん貴族」販売。
 - ・ 日本初、16歳～70歳まで健康告知無しで加入が可能
- アリアンツが日本で初めて金融庁より認可を取得した「ペット保険」の販売を開始。
 - ・ 専業代理店としては初めての取扱い
 - ・ 巨大な未開拓マーケットにおけるシェア獲得を目指す

2006年12月

- 平成18年9月末のPVの一部について、ミリマン インクによる評価を開示。
- 保険比較サイト「保険市場」の本を出版。
 - ・ 書名「賢く保険を選ぶ人のためのケーススタディ50 保険市場」

- 連結売上高は2,379百万円となり、前年同期比928百万円増加
- 連結経常利益は▲291百万円となり、前年同期比107百万円増加
- 連結当期利益は ▲459百万円となり、前年同期比200百万円減少
- 連結当期利益が前年同期比減益の要因は、店舗統廃合及び取引先の破産申立にともなう特別損失の計上等にともなうものであります。

2007年9月期 第1四半期 業績概要(連結)

(単位:百万円)	06/9月期 第1四半期	構成比 (%)	07/9月期 第1四半期	構成比 (%)	増減	前年 同期比 (%)
売上高	1,451	100%	2,379	100%	928	64%
保険代理店事業	1,050	72%	2,189	92%	1,139	108%
広告代理店事業	400	28%	189	8%	▲ 211	-53%
売上原価	321	22%	737	31%	416	130%
売上総利益	1,129	78%	1,641	69%	512	45%
営業費用	1,499	103%	1,881	79%	382	25%
変動費用	396	27%	34	1%	▲ 362	-91%
固定費用	1,102	76%	1,847	78%	745	68%
営業利益	▲ 369	—	▲ 240	—	129	—
経常利益	▲ 398	—	▲ 291	—	107	—
当期利益	▲ 259	—	▲ 459	—	▲ 200	—

広告代理店事業の売上の減少は、従来連結子会社である株式会社アドバンスメディアマーケティングにおいて広告代理店事業の売上として計上していた保険会社広告売上について、06/09月期第2四半期より、株式会社アドバンスクリエイティブの保険代理店事業の売上として計上したことによるもの。

2007年9月期 第1四半期 貸借対照表(連結)

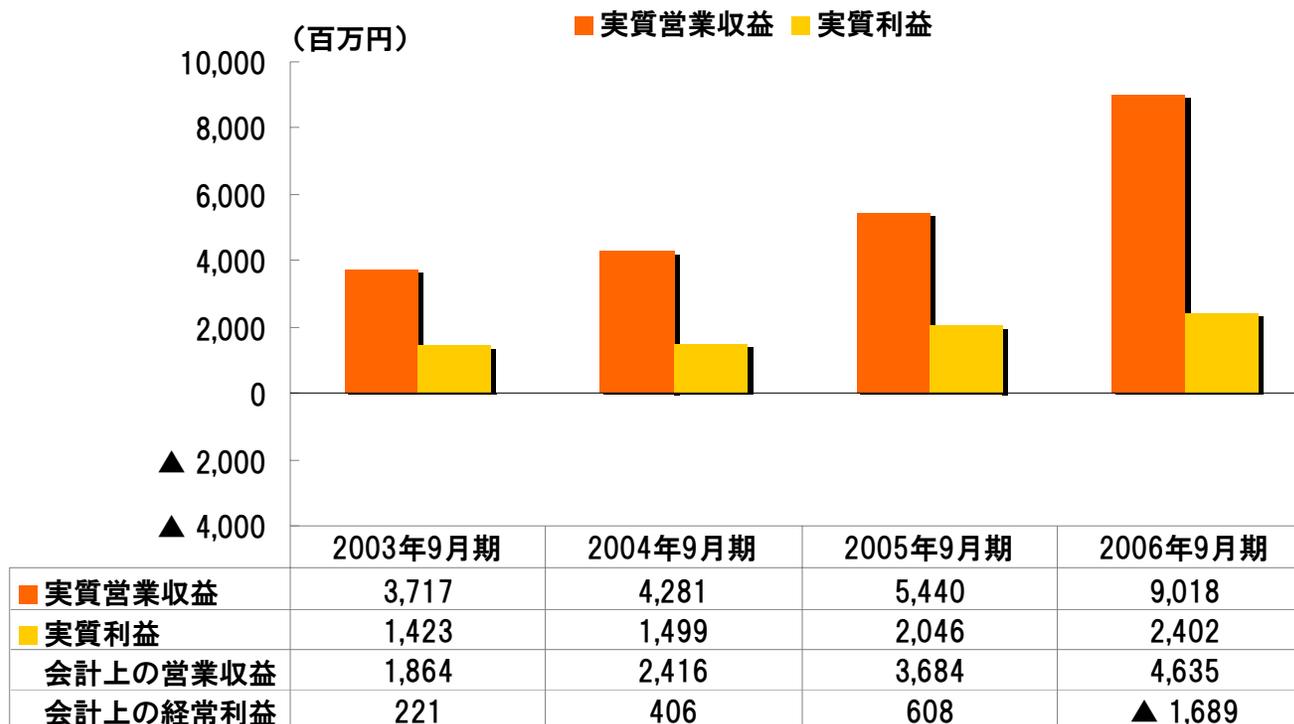
(単位:百万円)		2006年 9月末	2006年 12月末	増減
流	動	2,417	2,991	574
	現預金	890	622	▲ 268
	売掛金	1,151	2,028	877
	繰延税金資産	48	28	▲ 20
固	定	3,950	3,885	▲ 65
	有形固定資産	236	220	▲ 16
	無形固定資産	1,656	1,553	▲ 103
	投資等	2,056	2,110	54
繰	延	761	715	▲ 46
資	産	7,129	7,592	463

(単位:百万円)		2006年 9月末	2006年 12月末	増減
流	動	1,490	2,449	959
	短期借入金	1,000	1,650	650
	一年以内返済予定長期借入金	92	92	0
固	定	1,980	1,944	▲ 36
	社債	1,580	1,580	0
	長期借入金	359	336	▲ 23
負	債	3,471	4,393	922
少	数	33	33	0
	資本金	2,614	2,614	0
	資本剰余金	2,573	925	▲ 1,648
	利益剰余金	▲ 1,563	▲ 374	1,189
資	本	3,624	3,165	▲ 459
負	債、少数株主持分及び資本合計	7,129	7,592	463

2007年9月期 第1四半期 業績概要(単体)

(単位:百万円)	06/9月期 第1四半期	構成比 (%)	07/9月期 第1四半期	構成比 (%)	増減	前年 同期比 (%)
営業収益	1,025	100%	2,178	100%	1,153	112%
営業費用	1,399	136%	2,508	115%	1,109	79%
変動費	343	33%	701	32%	358	104%
固定費	1,056	103%	1,807	83%	751	71%
営業利益	▲ 373	—	▲ 329	—	44	—
経常利益	▲ 394	—	▲ 374	—	20	—
当期利益	▲ 262	—	▲ 457	—	▲ 195	—

未実現利益を反映した実質収益



2006年9月期末時点での実質EPS（1株当たり利益）は

実質当期利益＝実質利益2,402百万円×55%(1-実効税率)＝1,321.1百万円

実質EPS＝実質当期利益1,321.1百万円÷発行済株式数107,391株＝**12,301円**

実質売上＝当該期のPVの総額＋保険会社からの広告費補助額

実質利益＝実質売上から当該期の経費（損益計算書上の経費＋広告費補助額）を差し引いた額

現行の会計上、期中に発生した費用は当期に計上し、収益は将来の発生時、該当する期に計上することになっていますが、この処理は、「費用先行型&長期安定ストック型」の収益構造である当社の正しい経営実態を表していません。期中の活動に基づく費用と収益を対応させることにより、当社では実質損益を算出しており、重要な経営指標と位置付けております。

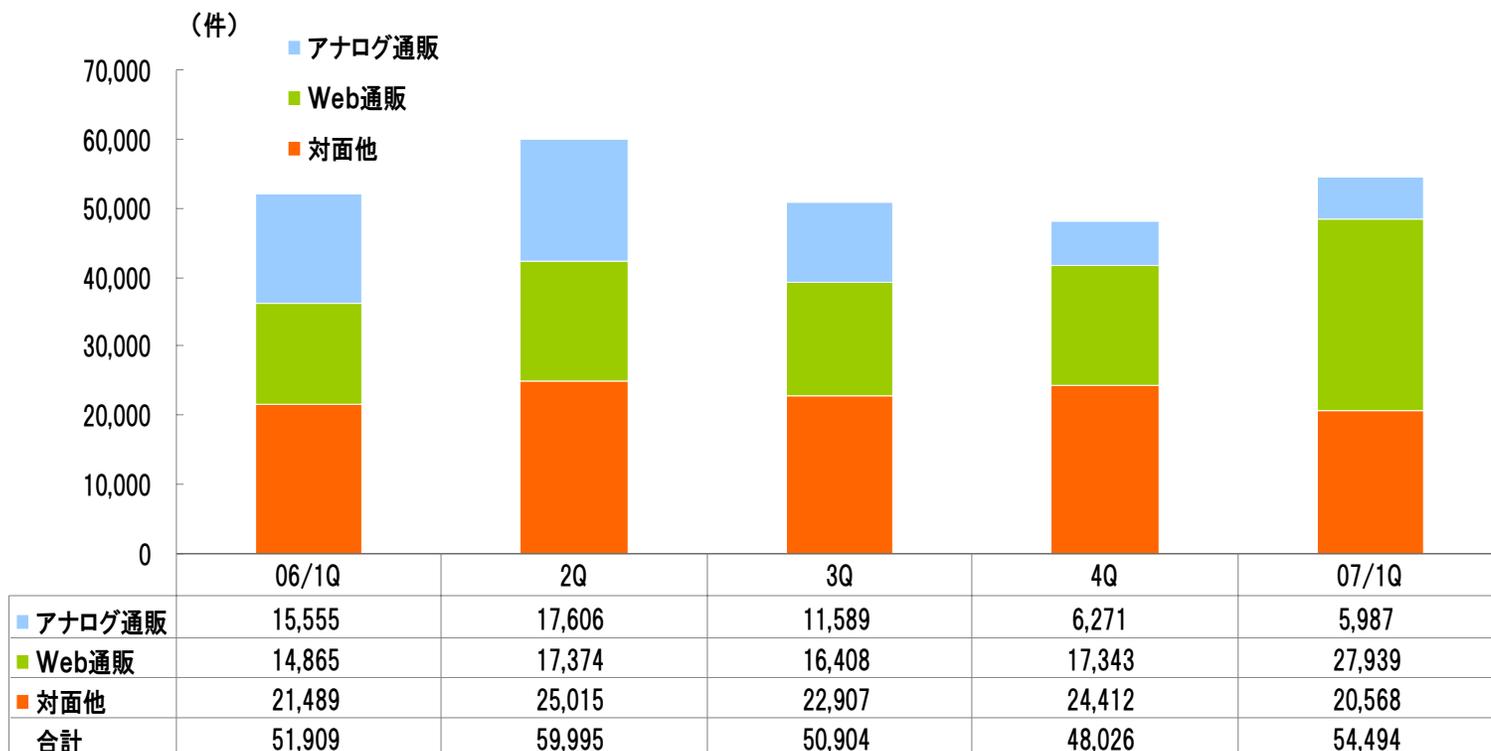
資料請求件数が着実に増加しており、今後の申込みに期待感

- 先行指標となる資料請求件数は54,494件となり、前四半期比6,468件の増加
- 新規契約件数は47千件となり、前四半期比16百件の増加
- 新規申込ANPは2,489百万円となり、前四半期比18.1%減
- 1件あたりの単価の低下により、件数は増加しているもののANPは減少
- 保有契約件数は308千件となり、前期末より12千件の増加

※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。

チャンネル別資料請求件数

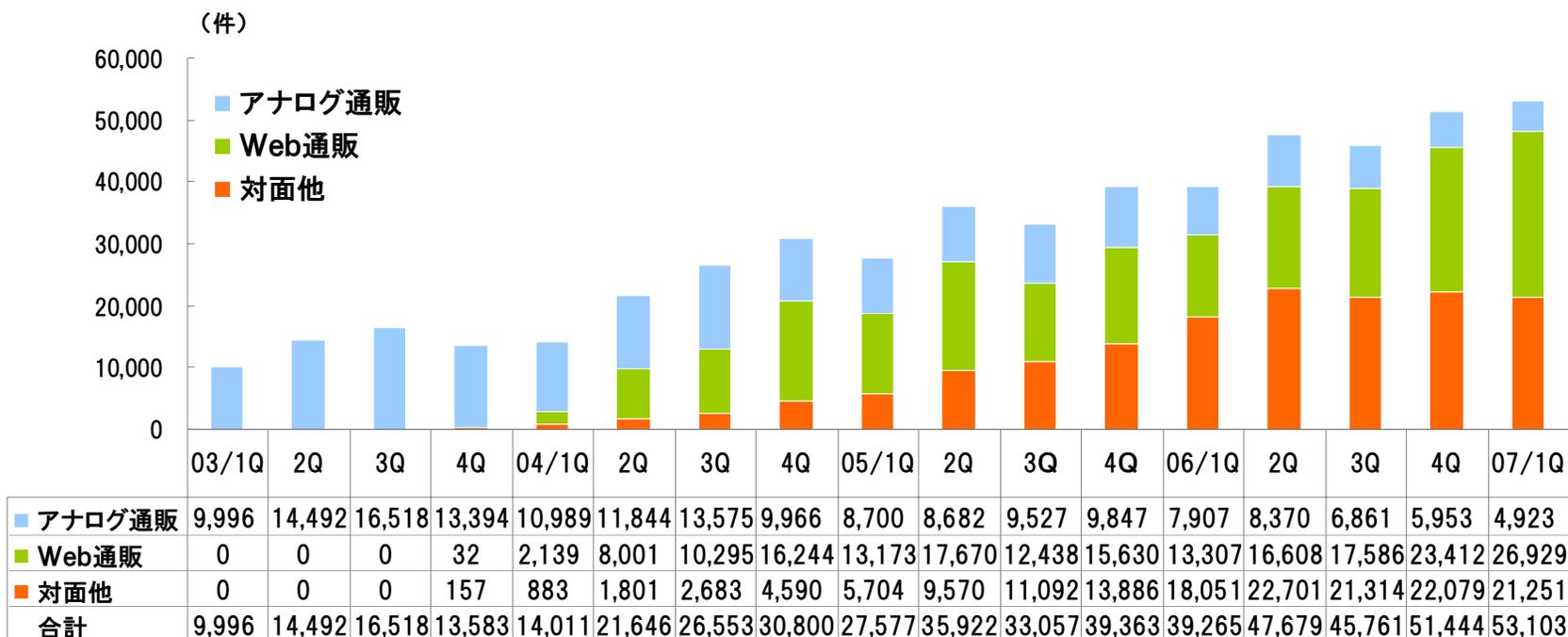
2007年第1QよりWebによる資料請求件数が急増



チャネル別新規申込件数

2006年よりWeb通販が増加傾向に

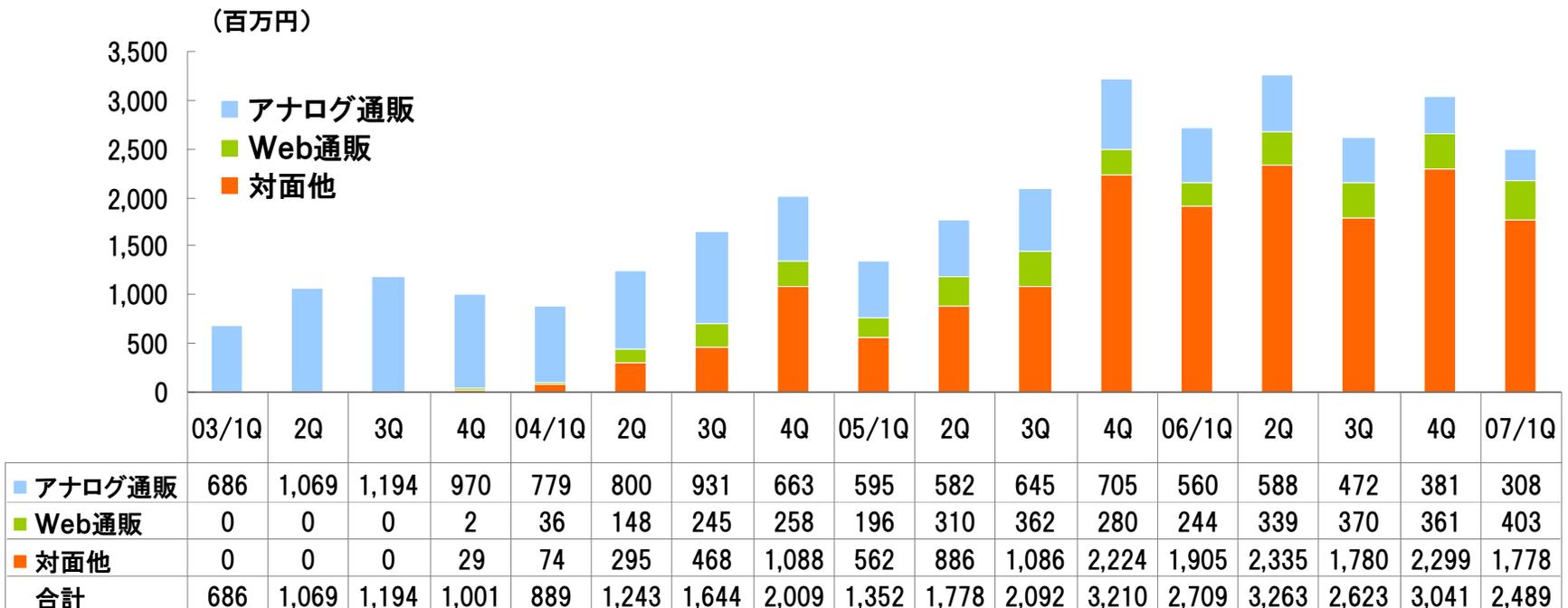
	06/1Q	07/1Q	前年同期比
アナログ通販	7,907	4,923	-37.7%
Web通販	13,307	26,929	102.4%
対面他	18,051	21,251	17.7%



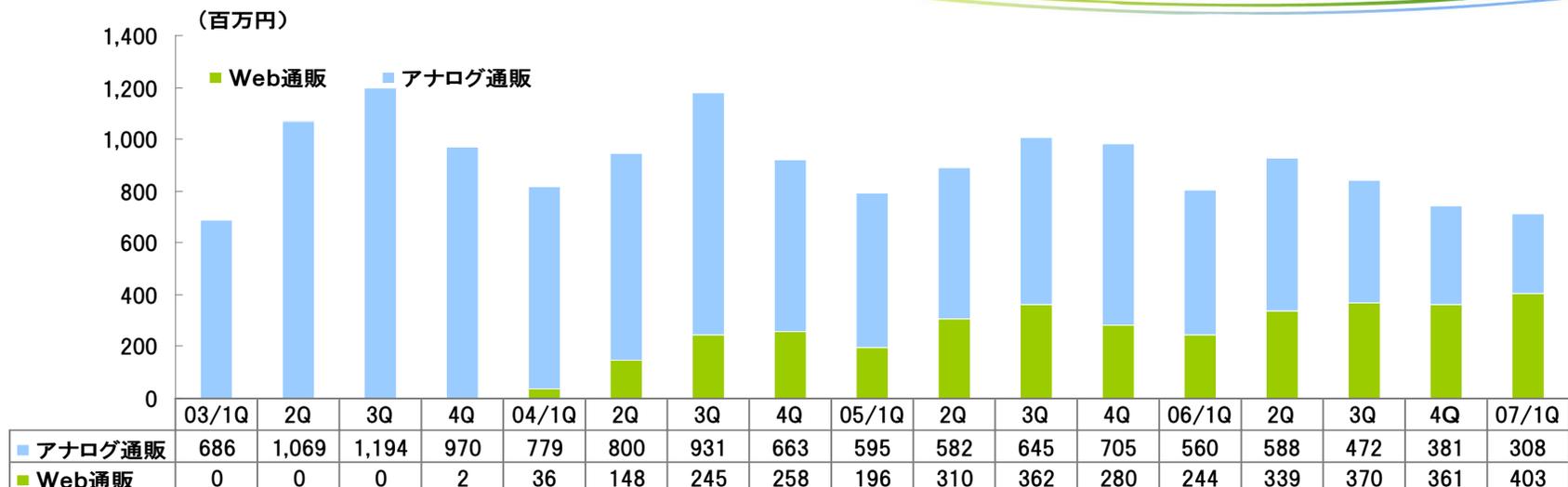
チャネル別新規申込ANP

依然として対面のシェアが高いが、Web通販が増加傾向

	06/1Q	07/1Q	前年同期比
アナログ通販	560	308	-45.0%
Web通販	244	403	65.2%
対面他	1,905	1,778	-6.7%

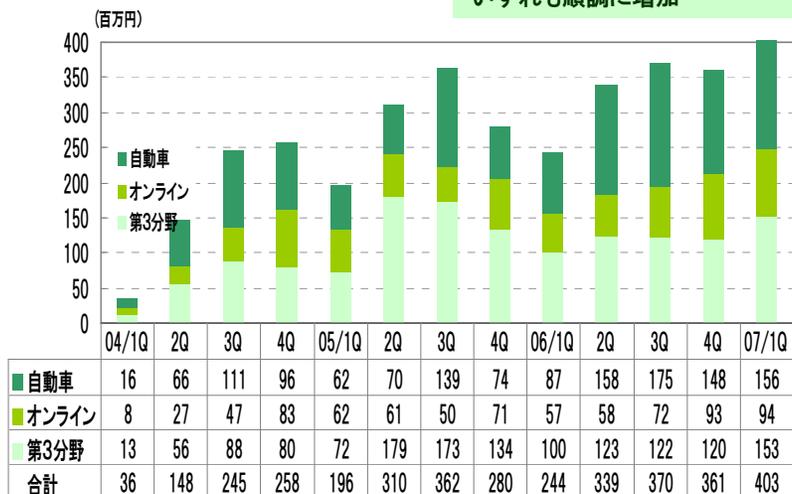


通販による新規申込ANPの推移



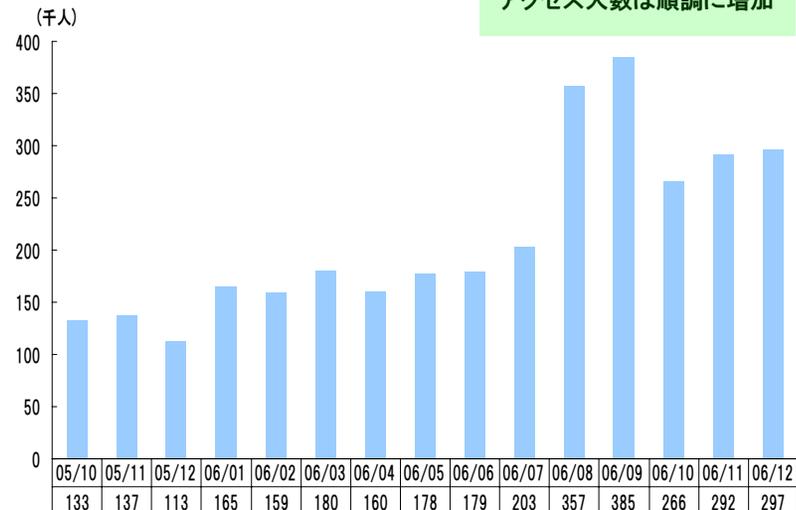
WEB通販内訳

自動車、オンライン、第三分野、
いずれも順調に増加



保険市場WEBサイトアクセス人数

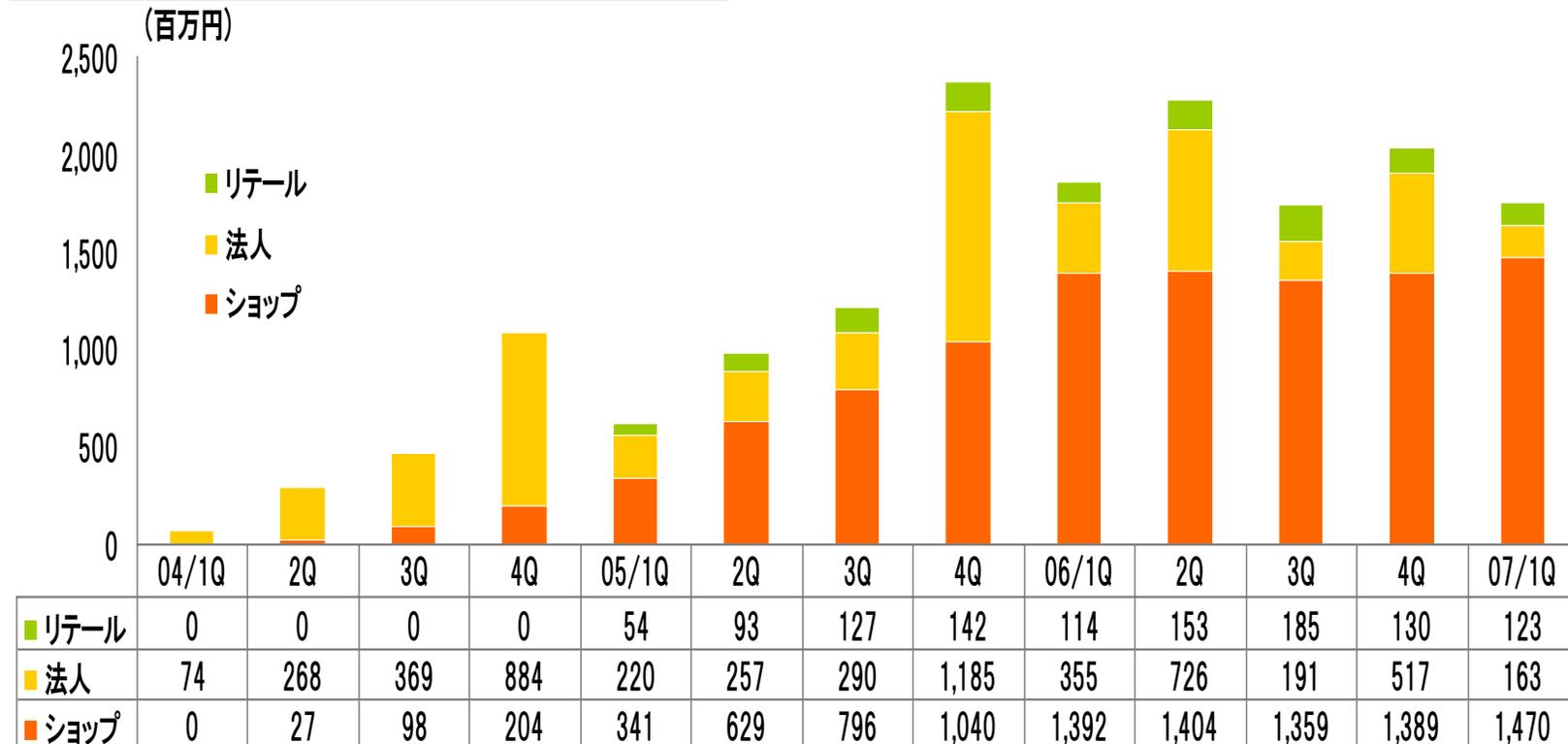
アクセス人数は順調に増加



対面販売による新規申込ANPの推移

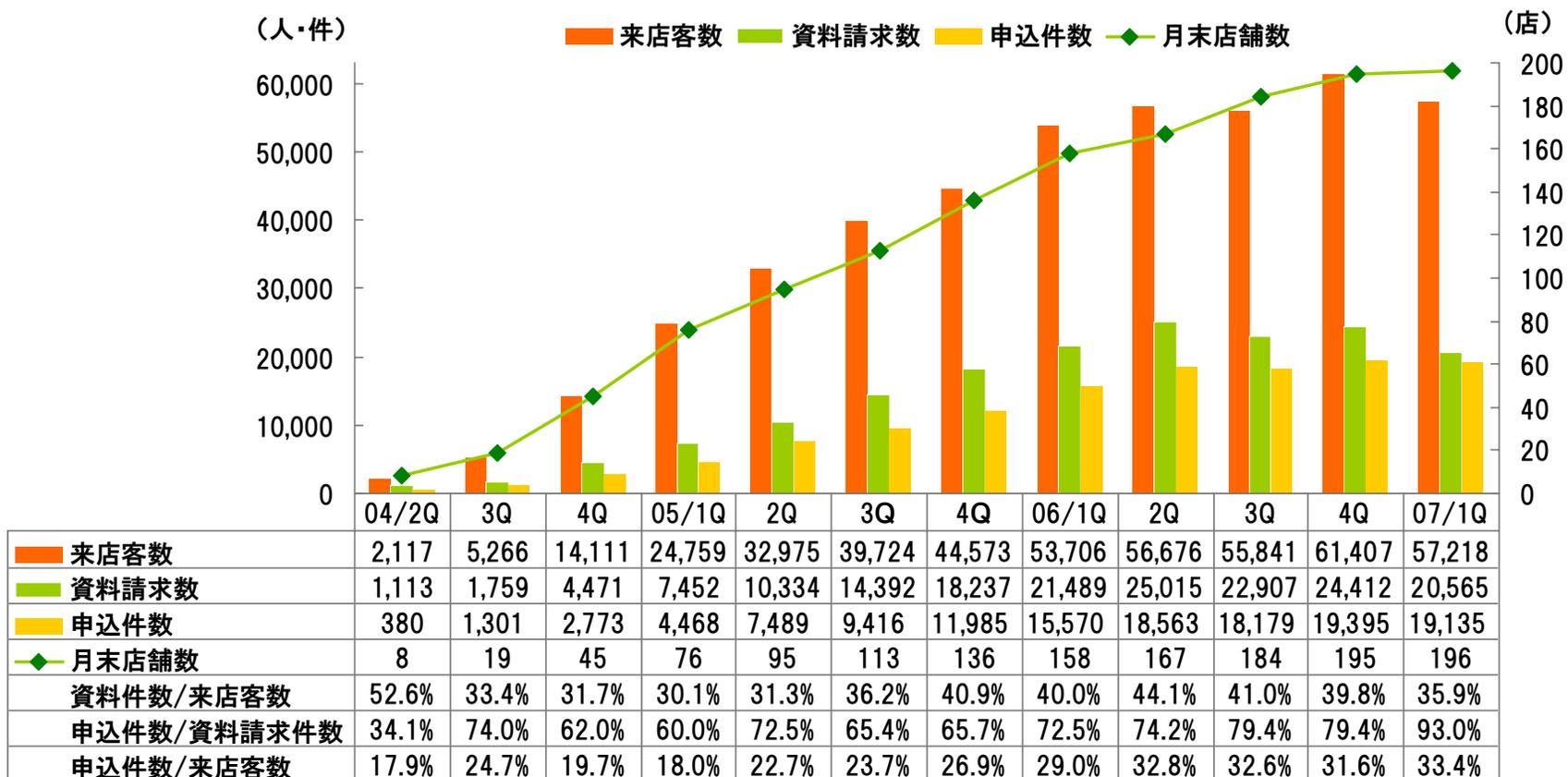
市場環境の変化を受け法人マーケットに課題を残す。

	06/1Q	07/1Q	前年同期比
リテール	114	123	7.9%
法人	355	163	-54.1%
ショップ	1,392	1,470	5.6%



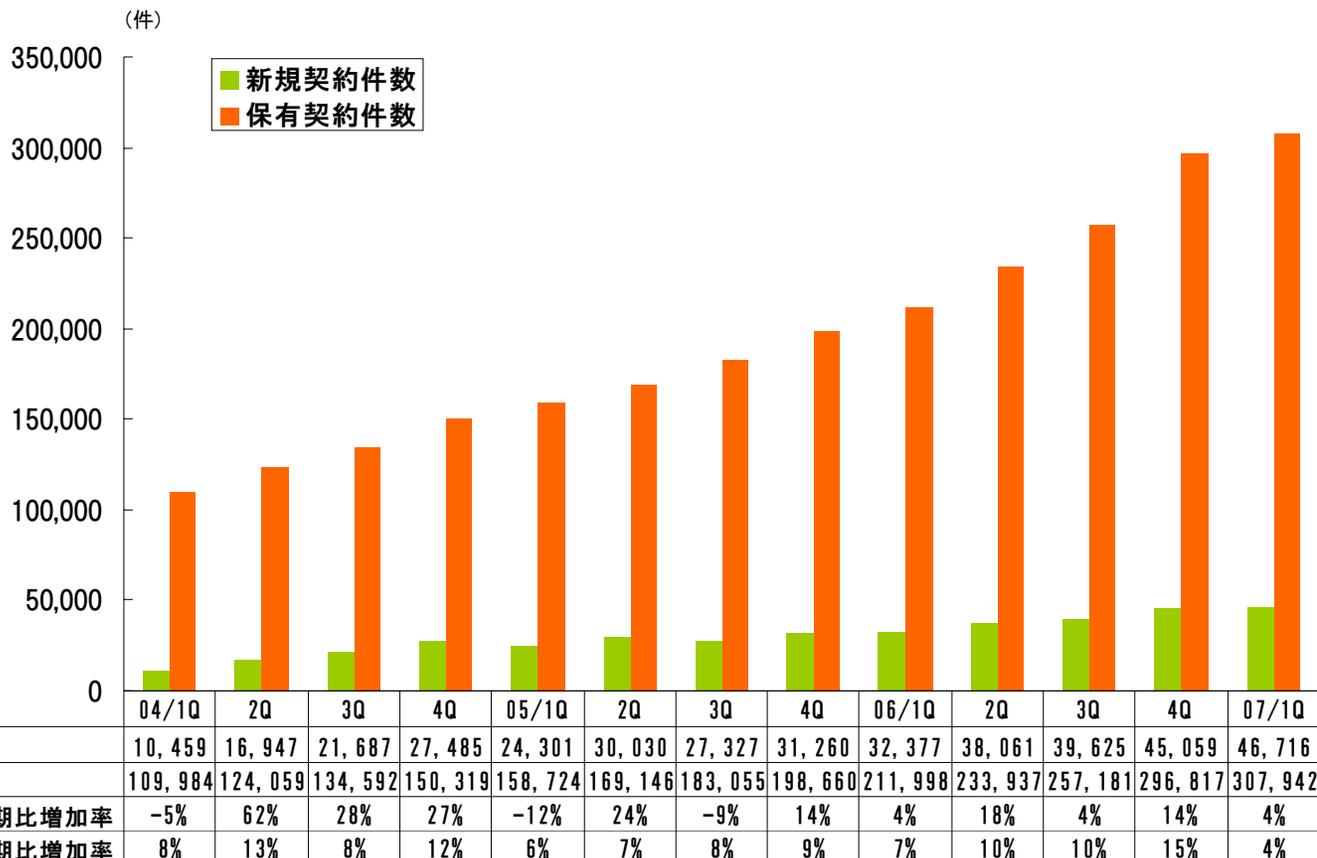
保険ショップ『保険市場』の推移

来店客数に対する申込件数比率が上昇傾向・・・生産性向上へ



保有・新規契約件数の推移

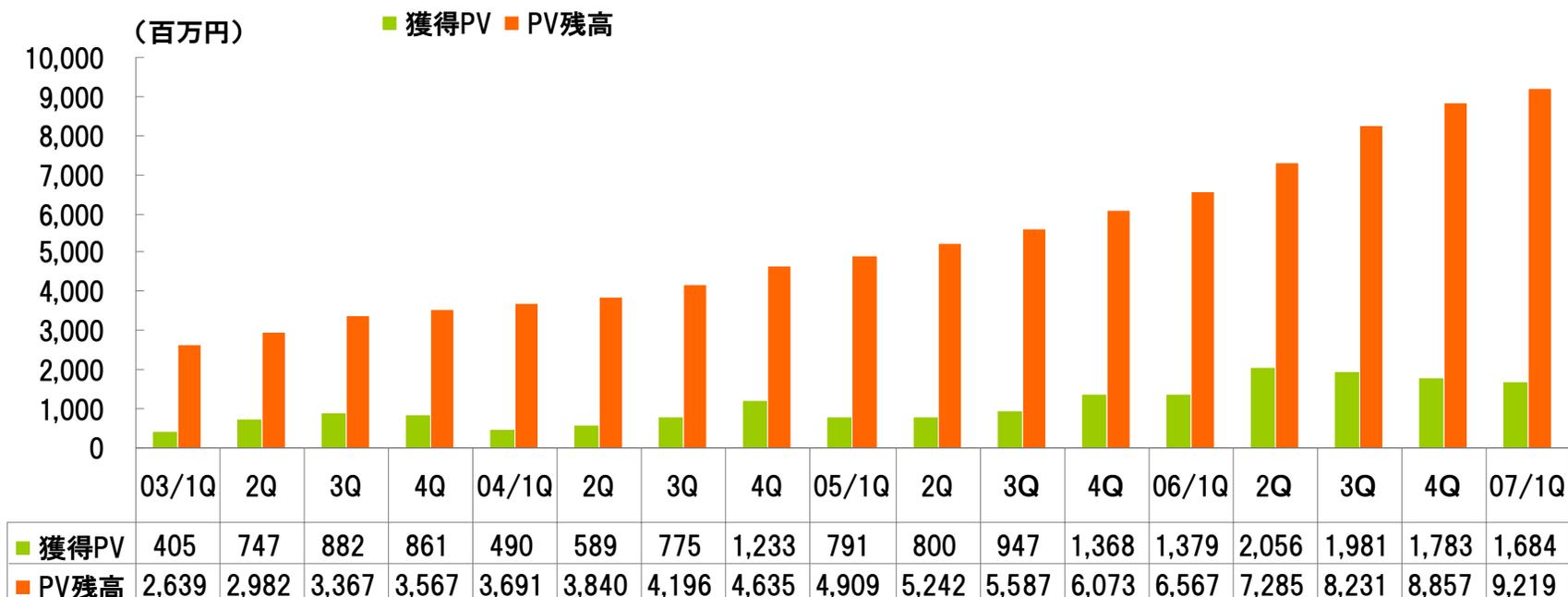
	2005年	2006年	対前年度比較
■ 新規契約件数	112,918	155,122	+37%
■ 保有契約件数	198,660	296,817	+49%



※ 前四半期保有契約件数と当該四半期新規契約件数の合算が当該四半期保有契約件数と一致していないのは、期中解約分とWebチャネル等の短期傷害保険分(スキー保険や旅行保険等)によるものです。

PV獲得実績の推移

ミリマン・インクによる評価を簡易的に割り戻して推測した場合の計算値は、8,314百万円となります。当社の計算による平成18年9月末現在のPVは8,857百万円であり、割り戻し後の金額との乖離は543百万円となり、これは、当社の計算が申し込みベースであり、ミリマン・インクの間接報告値が成立ベースよるため、1、2ヶ月のタイムラグが存在するためと思われます。



※ PV(Present Value)とは当該期の新規契約より発生する保険手数料の収入見込額の現在価値を表し、申込ベースの金額から成立率、解約率、還元率を勘案して算出されたシミュレーション数値です。

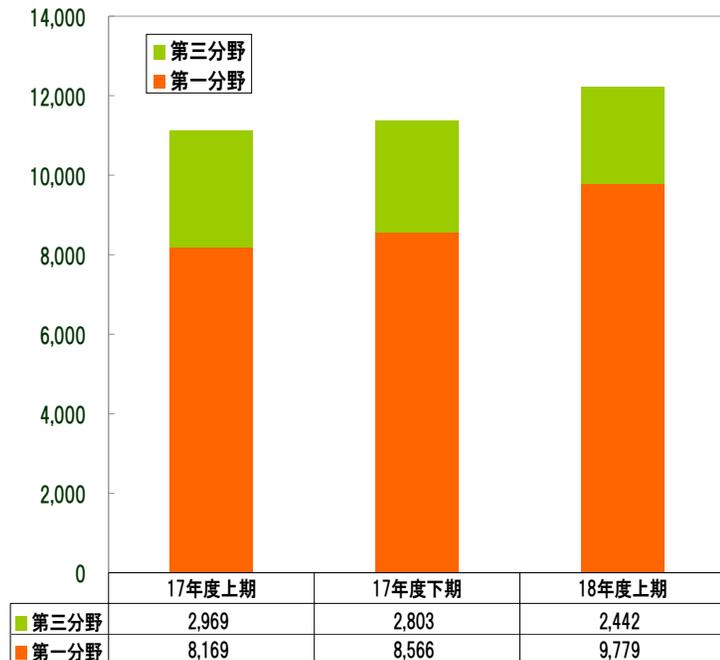
市場環境の変化と当社の対応

死亡保険の見直しニーズの高まり等により、当社における取扱いも、第1分野のシェアが高まっています。

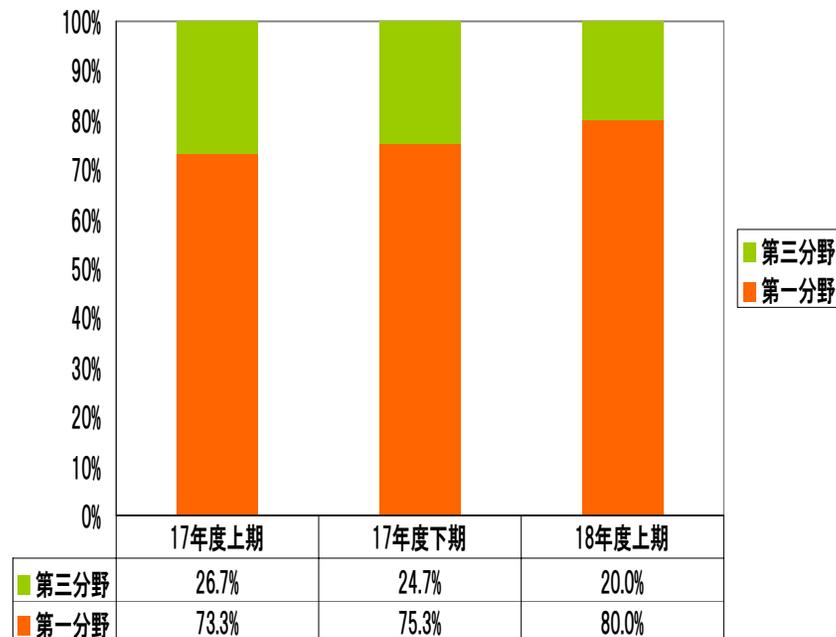
- 保険分野別動向
- 個人保険マーケットでの変化
- 当社における変化
- 今期の重点施策

保険マーケットの概況

(億円) 新契約年換算保険料



分野別新契約年換算保険料シェア



出所:(社)生命保険協会加盟各社資料

新契約年換算保険料は18年度上期にシェアが80%となり、年換算保険料で見ても、
第一分野へのシフトがより顕著に...

個人保険マーケットの変化

個人保険	新契約【2004年度】					
	件数	構成比	前年対比	金額	構成比	前年対比
	件	%	%	百万円	%	%
終身保険	1,181,439	11.8	99.8	5,107,367	6.1	102.0
定期付終身保険	431,287	4.3	62.4	11,825,463	14.0	63.4
利率変動型 積立終身保険	995,896	9.9	100.8	17,153,137	20.4	102.5
定期保険	1,582,638	15.8	91.3	22,350,505	26.6	95.7
養老保険	527,282	5.3	100.7	1,902,571	2.3	102.6
定期付養老保険	57,108	0.6	98.2	889,678	1.1	103.6
変額保険	149,268	1.5	89.5	851,337	1.0	111.1
その他の保険	5,108,522	50.9	101.2	24,096,246	28.6	104.2



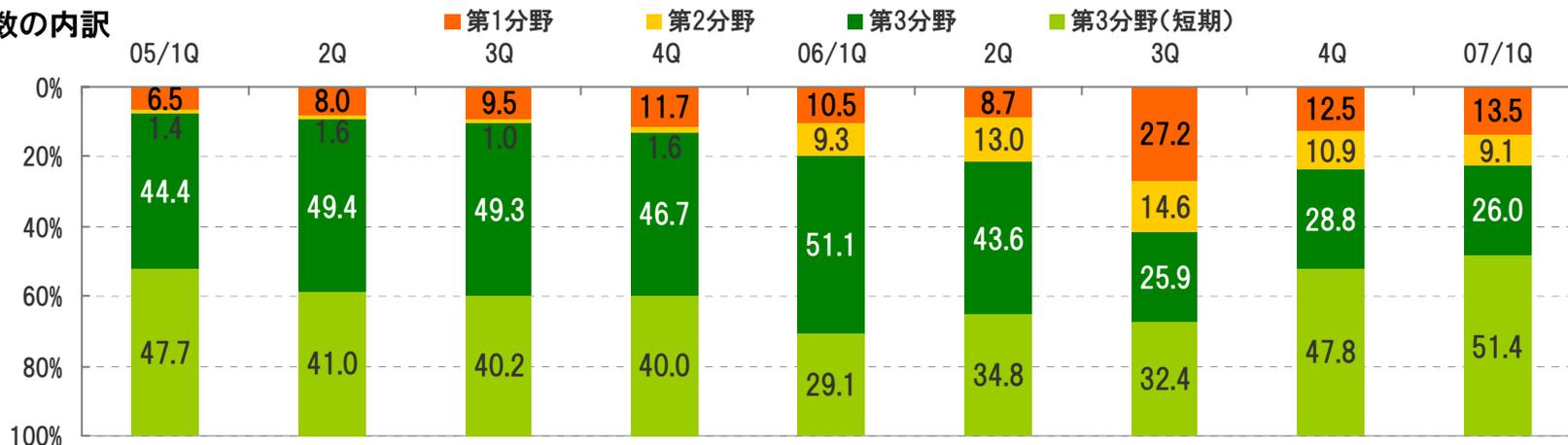
個人保険	新契約【2005年度】					
	件数	構成比	前年対比	金額	構成比	前年対比
	件	%	%	百万円	%	%
終身保険	1,331,943	13.5	112.7	5,468,846	7.1	107.1
定期付終身保険	426,024	4.3	98.8	10,120,997	13.2	85.6
利率変動型 積立終身保険	809,375	8.2	81.3	13,660,628	17.8	79.6
定期保険	1,446,333	14.6	91.4	22,786,882	29.7	102.0
養老保険	478,379	4.8	90.7	1,755,540	2.3	92.3
定期付養老保険	35,465	0.4	62.1	532,329	0.7	59.8
変額保険	78,897	0.8	52.9	434,191	0.6	51.0
その他の保険	5,294,755	53.5	103.6	21,885,091	28.6	90.8

出所：(社)生命保険協会

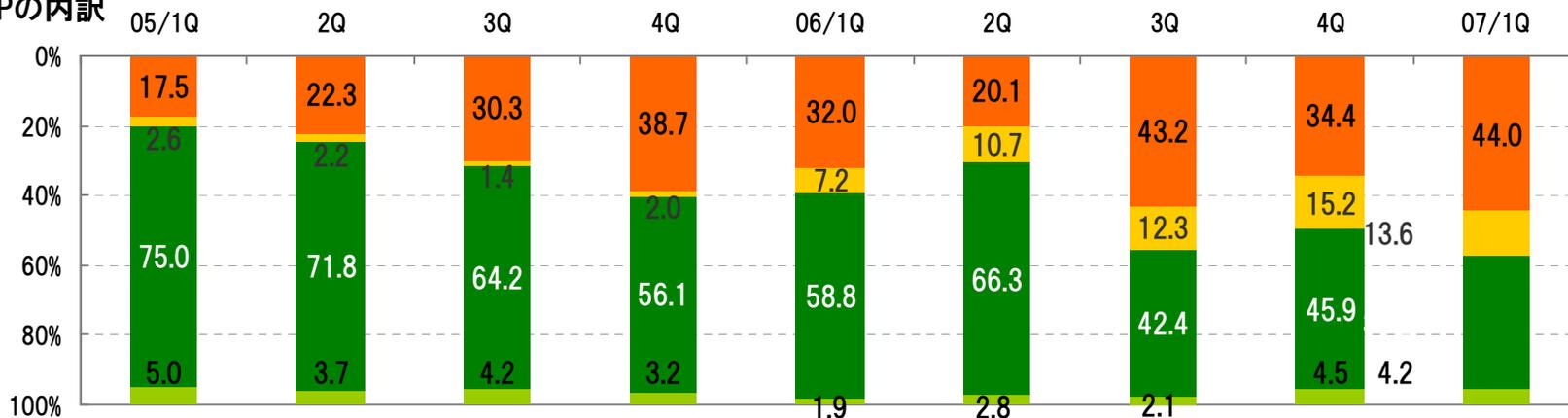
死亡保障商品の伸び率が前年に比べて大きくなっています。

保険分野別申込データ（申込件数/申込ANP）

●申込件数の内訳

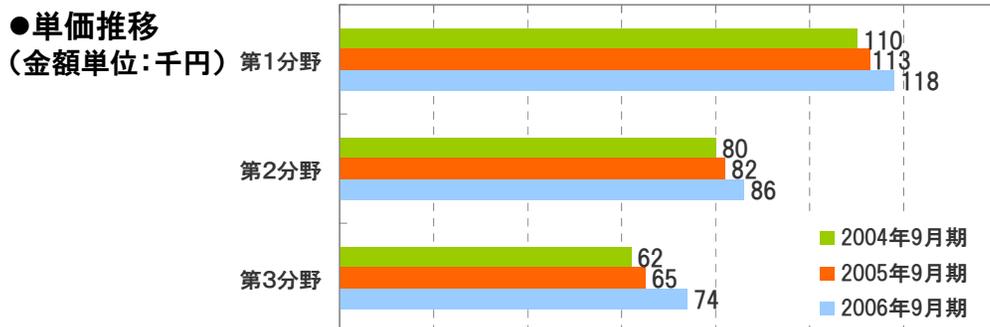
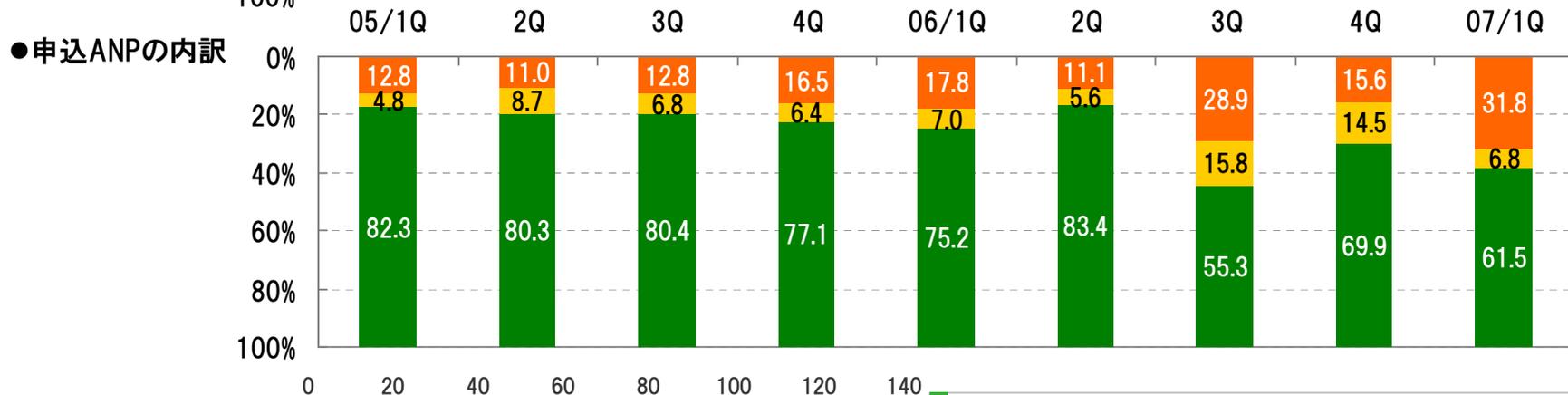
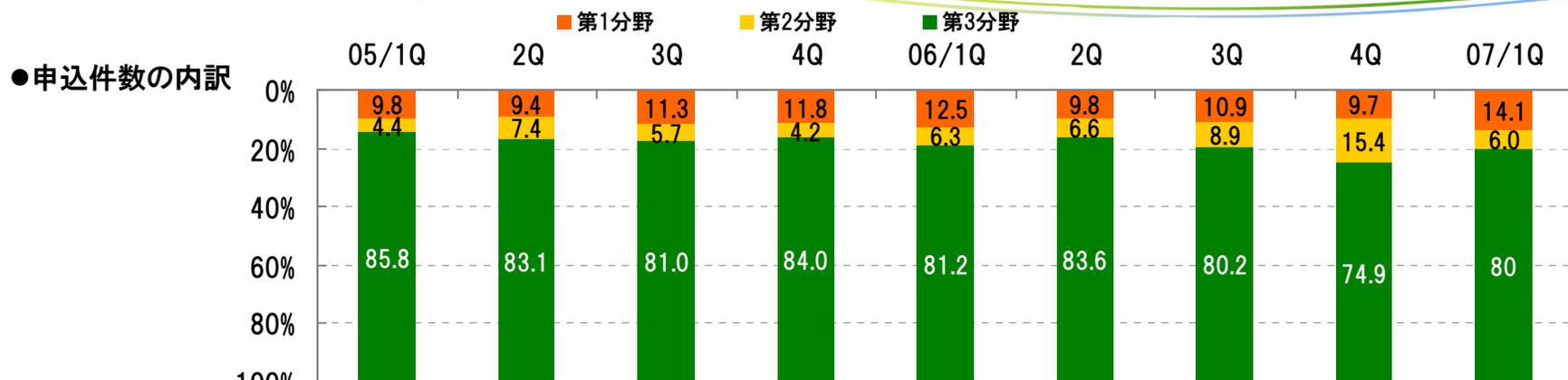


●申込ANPの内訳



- 第1分野 : 死亡保険等の生死に関わる保険
- 第2分野 : 自動車保険や火災保険等の損害保険
- 第3分野 : 上記のいずれにも属さない医療保険・疾病保険・介護保険等
- 第3分野(短期): 海外・国内旅行傷害保険やgolfer保険等の短期の保険

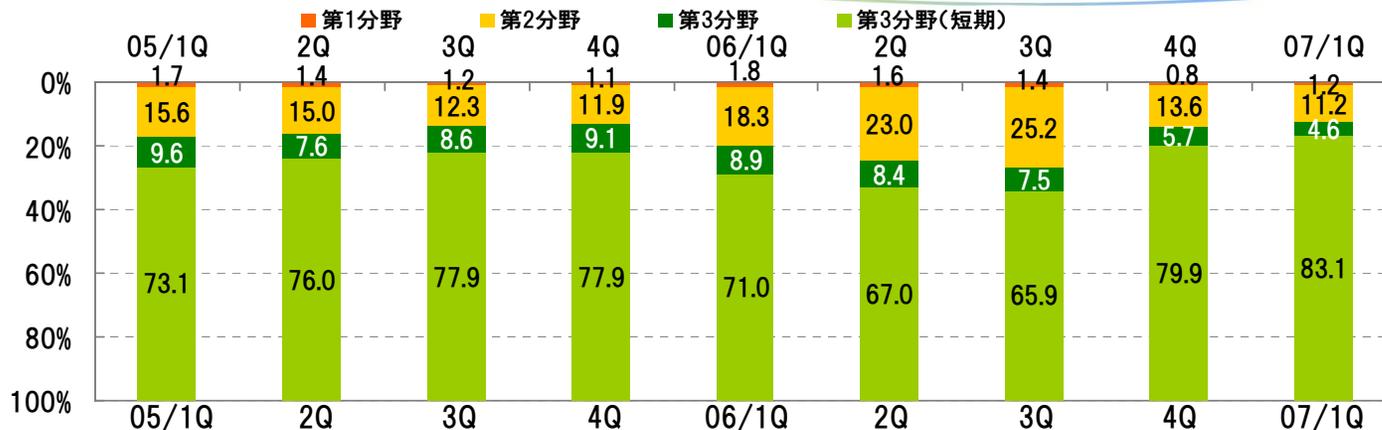
保険分野別申込データ:アナログ通販(四半期別)



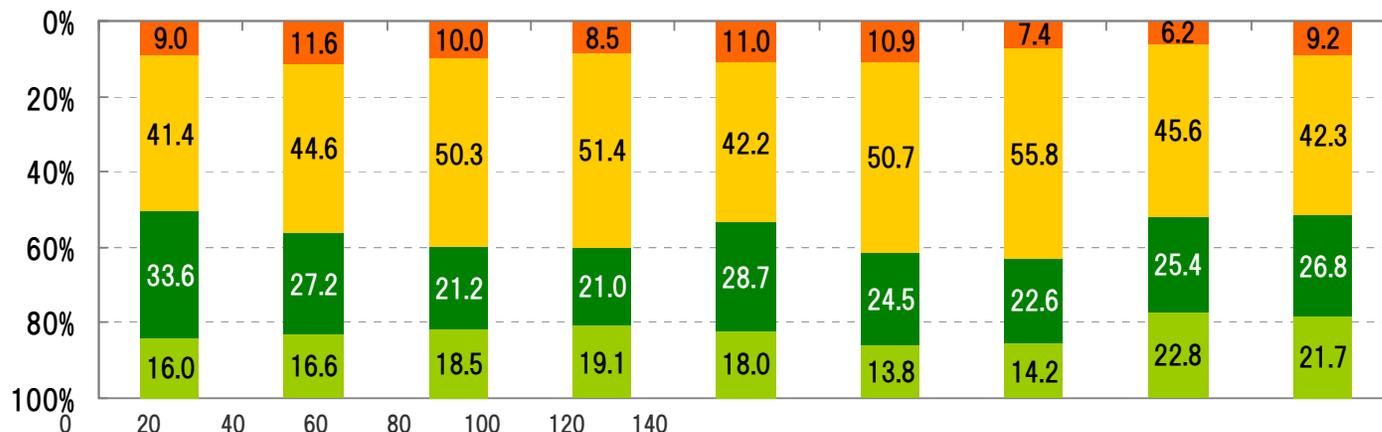
アナログ通販では、第3分野商品の取扱いが中心でしたが、最近では、死亡保険の見直しニーズの高まり等により、第1分野のシェアが高まりつつあります。

保険分野別申込データ: WEB通販(四半期別)

●申込件数の内訳

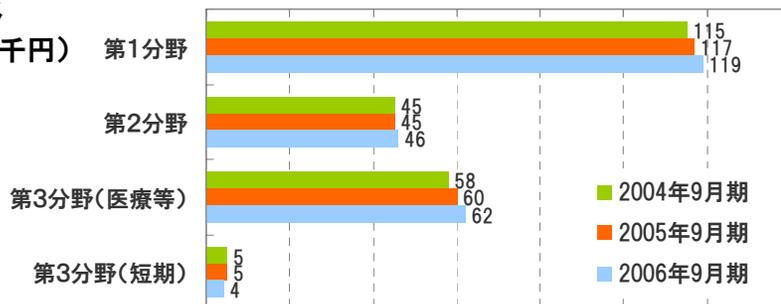


●申込ANPの内訳

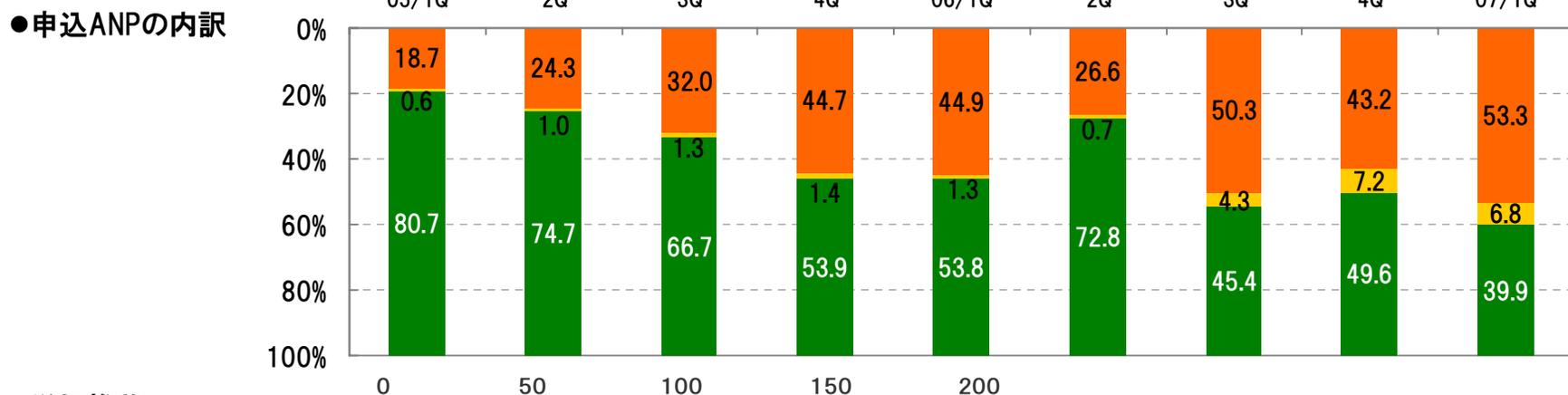
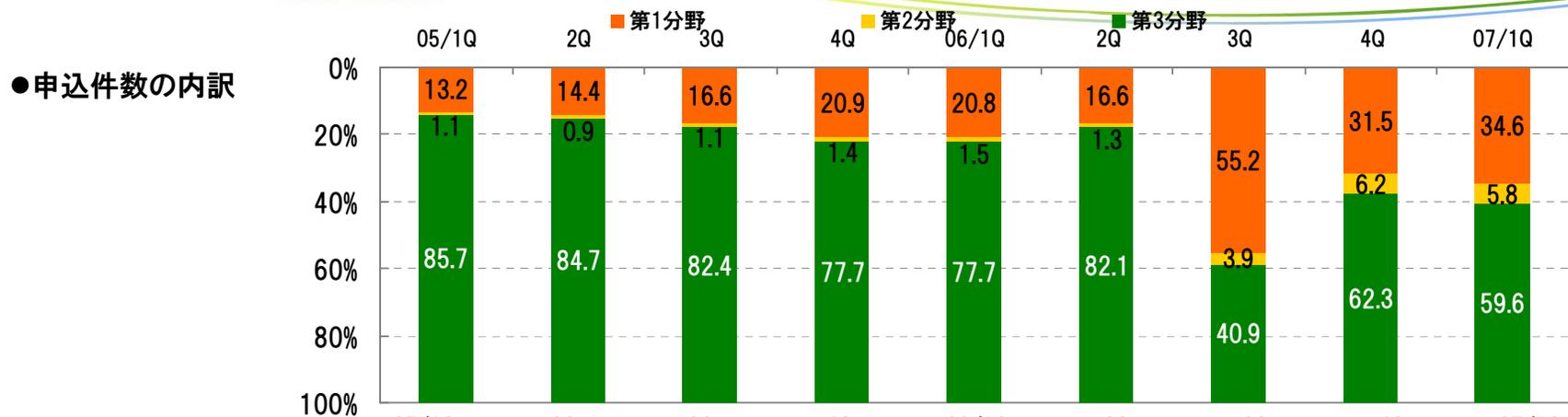


●単価推移

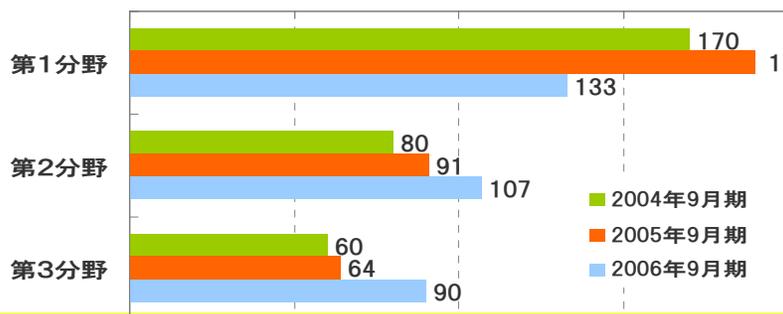
(金額単位: 千円)



保険分野別申込データ: ショップ(四半期別)



●単価推移
(金額単位: 千円)



第1分野では比較的単価の低い商品が最近の売れ筋です。

質への転換を図る

自ら選ぶという顧客志向の変化が保険販売にも浸透しつつある

⇒単品で保険を選ぶのではなく、自分に合う商品を研究し、様々な保険で複合的に
リスクに備えるという傾向

当社には
追い風

ますます賢明になった消費者に対応するために、
規模の拡大による成長から生産性の向上による成長へ

- ①店舗戦略 低採算店の統廃合を進め、大型旗艦店への集約化を目指す。
集客効果が高く、WEBの資料請求者比率が高い店舗に人材も集中投下し
1店舗あたりのANP獲得の拡大を目指す。
- ②WEB戦略 資料請求サイトの拡大強化による資料請求ボリュームの獲得。
自社サイトの独自開発体制&スピーディーな修正、変更体制の確立。
単品の資料請求や申込対応に加えて気軽に「相談」していただける
アプローチ手法の強化、研究。
クリック&モルタルの優位性の最大限の活用。

③人事戦略

- ・ 店舗、支店の集約化によるマネジメント体制の強化
- ・ 環境変化(顧客ニーズ)に迅速に対応できる組織、人の育成
- ・ 販売店としての習熟度やサービス・クオリティの向上

安定した雇用環境の創出

- 時給社員の正社員化、新卒・第二新卒社員の採用強化、研修体制の充実
- 長期安定雇用と組織活性の両面に対応した**新人事制度**の導入

マネジメント体制、教育・研修の強化、サービスの強化

- 組織の集約化、新卒採用の強化、ERの充実、IPテレビによる研修・ミーティングの適時実施、ミステリーショッパーズの定期的開催

コンプライアンスの強化

- 内部監査室およびコンプライアンス部の連携強化

2007年9月期計画

- 連結売上高 7,500百万円(前期比+41.2%)
- 連結経常利益620百万円(前期比+2,317百万円)
- 連結当期利益260百万円(前期比+2,156百万円)
- 新規申込ANPは13,000百万円を計画(前期比+11.7%)

※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。

2007年9月期 通期業績予想

(金額単位:百万円)

連結	2003年度 実績	2004年度 実績	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 予想	増減額
売上高	3,047	4,030	5,560	5,309	7,500	2,191
経常利益	225	423	566	▲ 1,697	620	2,317
当期純利益	151	224	270	▲ 1,896	260	2,156

単体	2003年度 実績	2004年度 実績	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 予想	増減額
営業収益	1,864	2,416	3,684	4,635	7,000	2,365
経常利益	221	406	608	▲ 1,689	600	2,289
当期純利益	148	213	307	▲ 1,904	250	2,154

(ご参考)

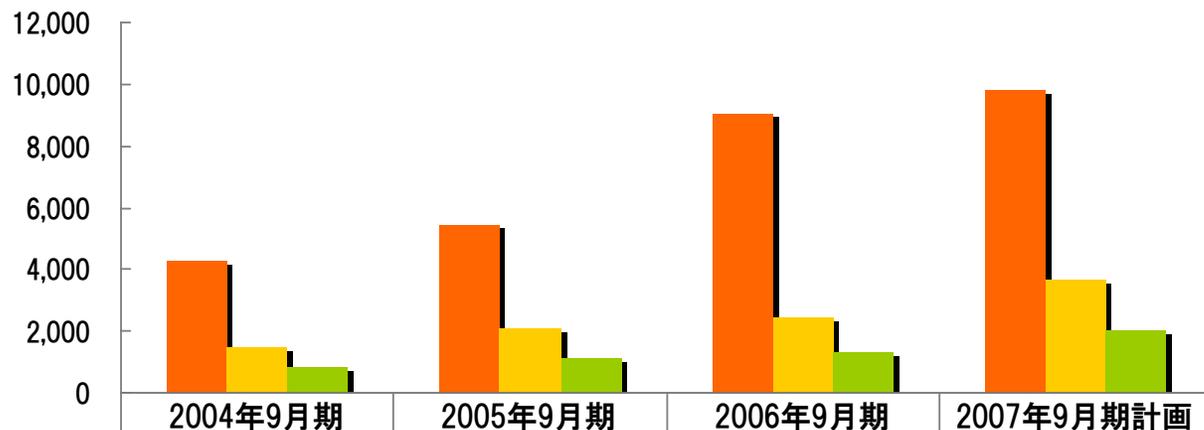
(金額単位:百万円)

新規申込ANP	3,950	5,786	8,436	11,636	13,000
前期比	+48.1%	+46.5%	+45.8%	+38.0%	+11.7%

【株主還元】

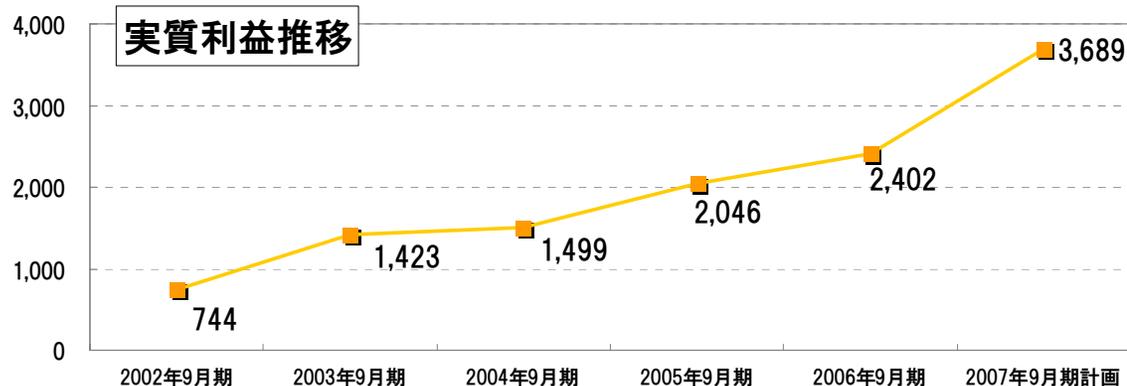
当社は、株主様への利益還元を重要な経営方針として位置付けております。前述の通り、2006年9月期の配当につきましては誠に遺憾ながら無配とさせていただく予定であります。2007年9月期につきましては、**1,500円の期末配当**を実施する予定であります。

2007年9月期計画 一 実質損益計算書(単独)



■ 実質売上	4,281	5,440	9,018	9,833
■ 実質利益	1,499	2,046	2,402	3,689
■ 実質当期利益	824	1,125	1,321	2,028

(参考)	2004年9月期	2005年9月期	2006年9月期	2007年9月期計画
実質EPS (円)	7,807	10,659	12,301	18,893





お問合せ先

経営企画室

村上浩一

TEL

06-6204-1193(代表)

メールアドレス

acir@advancecreate.co.jp

URL

<http://www.advancecreate.co.jp/>

