

2026年9月期 第1四半期
業績説明資料
(2025年10月～2025年12月)

株式会社アドバンスクリエイト
2026年2月13日



証券コード:8798

目 次

- 01. 2026年9月期 第1四半期 ハイライト
- 02. 2026年9月期 第1四半期 決算概要
- 03. 事業戦略
- 04. アドバンスクリエイトとは
- 05. サステナビリティ経営
- 06. appendix

01. 2026年9月期 第1四半期 ハイライト

営業損益・経常損益の黒字転換

構造改革の成果として本業の収益性が改善し、営業損益及び経常損益は**黒字に転換**

(単位:百万円)	2025年9月期 第1四半期	2026年9月期 第1四半期	増減	前年同期比 増減率 (%)
売 上 高	1,207	1,776	+568	47.1
営 業 損 益	▲ 655	41	+696	—
経 常 損 益	▲ 731	29	+760	—
四 半 期 純 損 益	▲ 1,010	▲ 39	+971	—

○売上高は前年同期比で大幅に増加

○営業損益・経常損益は、前年同期から大幅改善し黒字に転換

○新規システムにかかる減損損失60百万円等を計上したことにより、四半期純損益はマイナスとなったものの、前年同期からは大きく改善。確実に営業黒字を出せる体制となっている。

※新規システムに関する減損処理は、通期予想には織り込み済みであり、第1四半期実績を受けての予想の修正はありません。

02. 2026年9月期 第1四半期 決算概要

— 連結業績 —

保険代理店事業において、主に直営支店での生産性向上と販売実績が堅調に推移したこと、並びに保全活動に努めたことで保険契約継続率の向上に伴いPV売上額が増加したことが、主な**増収**要因となりました。また、特別損失の減少等により、親会社株主に帰属する四半期純損益も前年同期と比較して**改善**しました。

売上高

1,776百万円となり、前期比568百万円の**増収**

営業損益

41百万円となり、前期比696百万円の**改善**

経常損益

29百万円となり、前期比760百万円の**改善**

四半期純損益

▲39百万円となり、前期比971百万円の**改善**

2026年9月期 第1四半期 決算概要

2026年9月期 第1四半期 損益計算書（連結）

(単位:百万円)	2025年9月期 第1四半期	構成比(%)	2026年9月期 第1四半期	構成比(%)	前年同期比 増減率 (%)
売上高	1,207	100.0	1,776	100.0	47.1
保険代理店事業(生保)	831	68.9	1,141	64.3	37.3
保険代理店事業(損保)	3	0.3	175	9.9	5,076.9
A S P事業	69	5.8	72	4.1	3.9
メディア事業	10	0.9	46	2.6	323.8
メディアレップ事業	135	11.2	230	13.0	70.6
再保険事業	252	20.9	261	14.7	3.5
連結修正	▲ 95	▲ 7.9	▲ 151	▲ 8.5	—
売上原価(変動費)	363	30.1	398	22.4	9.7
売上総利益	844	69.9	1,377	77.6	63.1
営業費用(固定費)	1,500	124.2	1,336	75.2	▲ 10.9
営業損益	▲ 655	▲ 54.3	41	2.3	—
保険代理店事業	▲ 678	▲ 56.2	26	1.5	—
A S P事業	24	2.1	25	1.4	2.3
メディア事業	▲ 10	▲ 0.9	0	0.0	—
メディアレップ事業	▲ 33	▲ 2.7	▲ 42	▲ 2.4	—
再保険事業	31	2.6	22	1.3	▲ 27.7
連結修正	10	0.9	8	0.5	▲ 19.1
経常損益	▲ 731	▲ 60.5	29	1.6	—
四半期純損益	▲ 1,010	▲ 83.7	▲ 39	▲ 2.2	—
一株当たり四半期純損益(円)	▲ 45.13		▲ 0.57		

(保険代理店事業)

主に直営支店での生産性向上と販売実績が堅調に推移したこと、並びに保全活動に努めたことで保険契約継続率の向上に伴いPV売上額が増加したことが、主な増収要因となりました。

(ASP事業)

乗合保険代理店等へのACPの販売が堅調に推移したことにより増収増益となりました。

(メディア事業)

保険選びサイト「保険市場(ほけんいちば)」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)

前年同期に比べて受注が堅調に推移した一方、外注費が増加したことにより、増収減益となりました。

(再保険事業)

再保険の取引量が堅調に推移した一方、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。

2026年9月期 第1四半期 貸借対照表（連結）

（単位：百万円）	2025年9月期末	2026年9月期 第1四半期末	増減
流 動 資 産	9,180	7,922	▲ 1,257
現 預 金	5,339	3,310	▲ 2,029
売 掛 金	2,810	2,931	120
未 収 入 金	187	269	81
流 動 化 資 産	—	710	710
そ の 他	842	701	▲ 140
固 定 資 産	1,010	986	▲ 24
有 形 固 定 資 産	1	0	▲ 0
無 形 固 定 資 産	79	71	▲ 7
投資その他の資産	930	913	▲ 16
繰 延 資 産	97	88	▲ 8
資 産 合 計	10,288	8,998	▲ 1,289

【資産】
 資産合計は、前連結会計年度末に比べ1,289百万円減少し8,998百万円となりました。流動資産は、前連結会計年度末に比べ1,257百万円減少しましたが、これは主に、売掛金が120百万円増加、債権流動化に係る調整勘定（資産）が710百万円増加した一方で、現金及び預金が2,029百万円減少したこと等によるものです。固定資産は、前連結会計年度末に比べ24百万円減少しましたが、これは主に、差入保証金が33百万円減少したこと等によるものです。

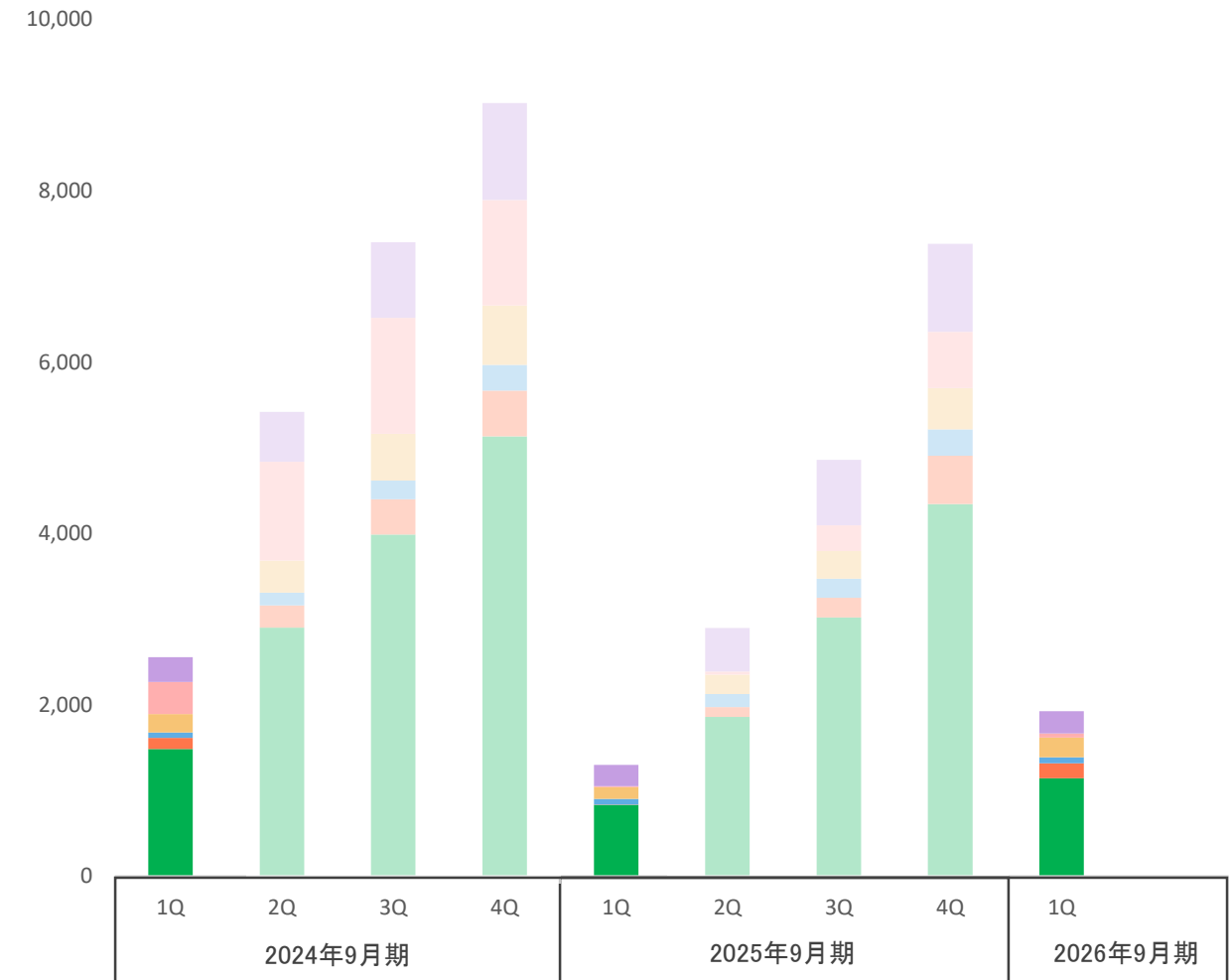
【負債及び純資産】
 負債合計は、前連結会計年度末に比べ1,271百万円減少し8,456百万円となりました。流動負債は、前連結会計年度末に比べ1,232百万円減少しましたが、これは主に、債権流動化に係る調整勘定（負債）が1,152百万円減少したこと等によるものです。固定負債は、前連結会計年度末に比べ39百万円減少しましたが、これは主に、リース債務が29百万円減少したこと等によるものです。

純資産は、前連結会計年度末に比べ18百万円減少しましたが、これは主に、親会社株主に帰属する四半期純損失39百万円を計上したこと等によるものです。

（単位：百万円）	2025年9月期末	2026年9月期 第1四半期末	増減
流 動 負 債	7,855	6,622	▲ 1,232
短 期 借 入 金	4,638	4,638	—
1年内償還予定社債	100	100	—
リ ー ス 債 務	120	118	▲ 1
流 動 化 負 債	1,152	—	▲ 1,152
そ の 他	1,844	1,765	▲ 79
固 定 負 債	1,873	1,834	▲ 39
長 期 借 入 金	150	150	—
社 債	250	250	—
リース債務（1年超）	456	426	▲ 29
そ の 他	1,016	1,007	▲ 9
負 債 合 計	9,728	8,456	▲ 1,271
資 本 金	100	100	—
資 本 剰 余 金	1,995	1,995	—
利 益 剰 余 金	▲ 1,157	▲ 1,197	▲ 39
自 己 株 式	▲ 378	▲ 357	21
そ の 他	0	0	0
純 資 産 合 計	559	541	▲ 18
負 債 及 び 純 資 産 合 計	10,288	8,998	▲ 1,289

セグメント別売上高（累計期間）

(単位:百万円)



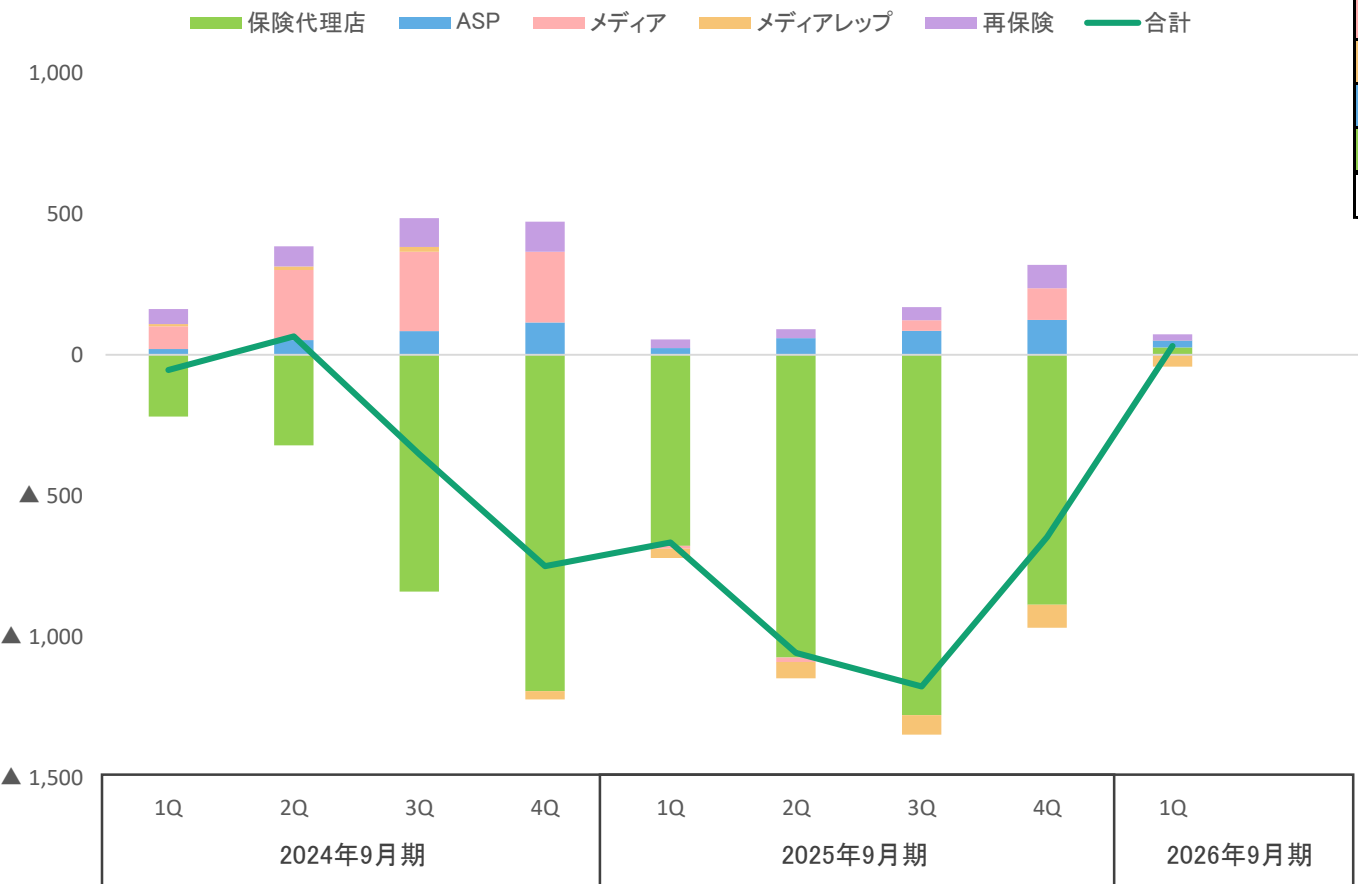
	2025年1Q	2026年1Q	前期比
再保険	252	261	3.5%
メディア	10	46	323.8%
メディアレップ	135	230	70.6%
ASP	69	72	3.9%
保険代理店(損保)	3	175	5,077%
保険代理店(生保)	831	1,141	37.3%
合計	1,303	1,927	47.9%

(連結修正前)

セグメント別営業損益（累計期間）

(単位: 百万円)

セグメント別営業損益

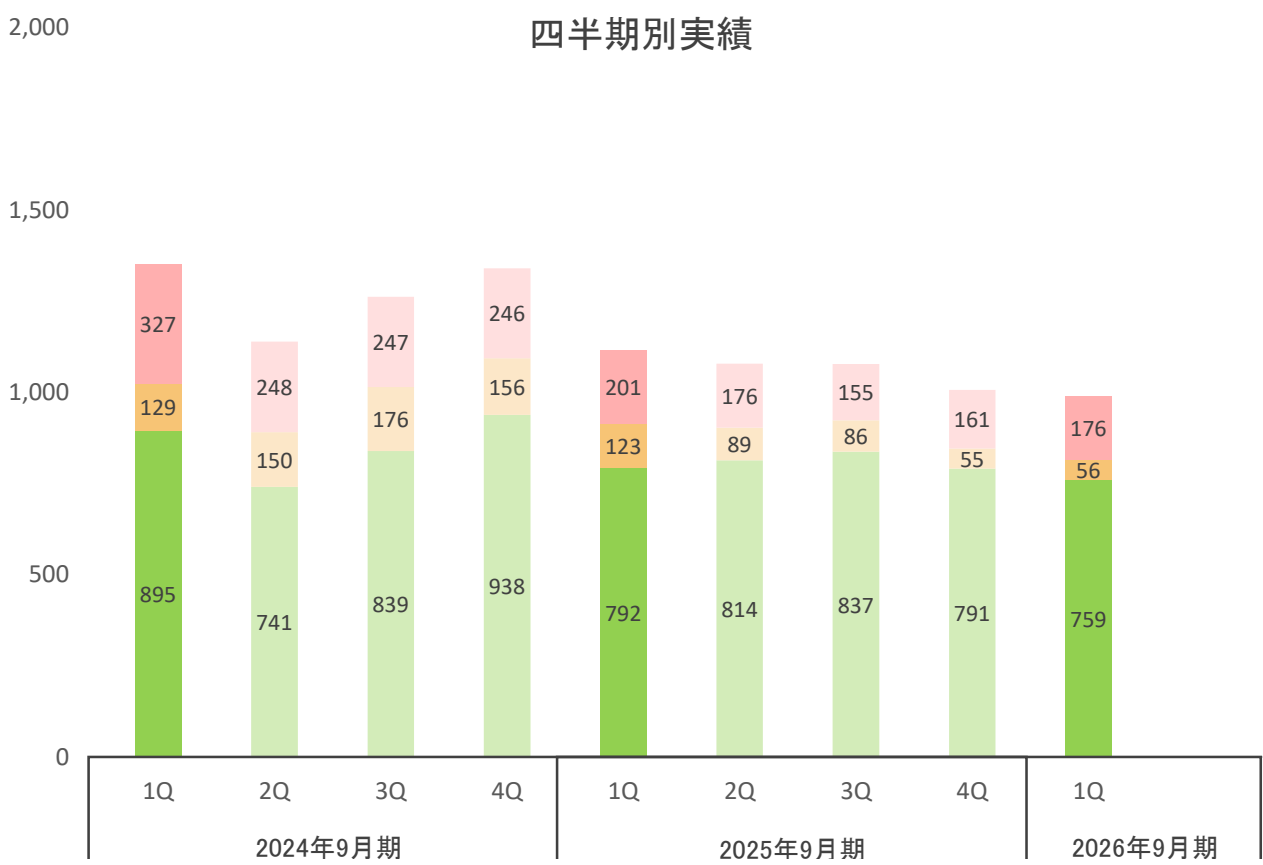


	2025年1Q	2026年1Q	前期比
再保険	31	22	▲ 27.7%
メディア	▲10	0	－
メディアレップ	▲33	▲42	－
ASP	24	25	2.3%
保険代理店	▲678	26	－
合計	▲666	32	－

(連結修正前)

チャネル別申込ANP

(単位:百万円)



	2025年1Q	2026年1Q	前年同期比
協業	201	176	▲ 12.4%
非対面販売	123	56	▲ 54.5%
対面販売	792	759	▲ 4.2%
合計	1,116	993	▲ 11.0%

※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。

※2024年9月期3Qより、非対面販売ANPは生保のみを対象としており、過去数値についても塗り替えております。

2026年9月期 通期予想

(単位:百万円)

連結	2022年9月期 通期実績	2023年9月期 通期実績	2024年9月期 通期実績	2025年9月期 通期実績	2026年9月期 通期予想	対前期 増減率
売上高	9,463	10,374	7,856	6,608	7,950	20.3 %
営業損益	94	▲1,302	▲711	▲606	650	—
経常損益	48	▲1,472	▲808	▲924	550	—
当期純損益	▲1,249	▲2,433	▲2,250	▲1,539	450	—
ROE	—	—	—	—	—	—
売上高経常利益率	0.50 %	▲14.1%	▲10.3 %	▲14.0 %	6.9 %	—
配当性向	—	—	—	—	—	—
自己資本比率	8.0 %	▲27.5 %	▲69.5 %	5.4 %	—	—
PBR(決算期末時点)	25.3倍	—	—	—	—	—

● 株主還元 ●

- 2026年9月期の配当につきましては、現時点において未定としております。
 - 2025年9月期より株主優待は休止させていただいております。
- 株主の皆さまには、誠に申し訳ございませんが、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

03. 事業戦略

○SNS動画マーケティングの展開

SNS上で動画マーケティングを展開し、幅広いターゲットへリーチ。

○マーケティング効率の向上

顧客獲得単価(CPA)を抑えながら獲得顧客数を伸長。

○アポイント取得効率の向上

コールセンター部門1人当たりのアポイント取得数の向上。

○データベースを活用したアポイント取得

データマイニングによるアプローチの最適化。

○生成AIを活用した独自戦略

お客さま対応に生成AIを活用し、お客さまの利便性を追求。
営業社員教育にも生成AIを活用し、社歴に関わらず営業社員が活躍できる環境を整備。

○若手社員の即戦力化

社員教育を充実させ、若手社員が即戦力として活躍できる環境を整備。
若手社員が中心となって営業支店を牽引。

○変額保険販売の拡大

取扱い開始以降、着実に販売量が拡大。
今後さらなる伸展が見込まれる。

SNS動画マーケティングの展開

○消費者が最も集まると言われるSNSにおいて、滞在時間が長い動画コンテンツ(ショート動画等)を展開。サイト訪問を目的とした動画だけでなく、保険市場のファンを増やす動画も駆使し、幅広いターゲットにリーチするマーケティングを展開する。



■Youtube(保険市場公式)

<https://www.youtube.com/@hokenichiba>

■Instagram(保険市場公式)

https://www.instagram.com/hoken_ichiba/

■Facebook(保険市場公式)

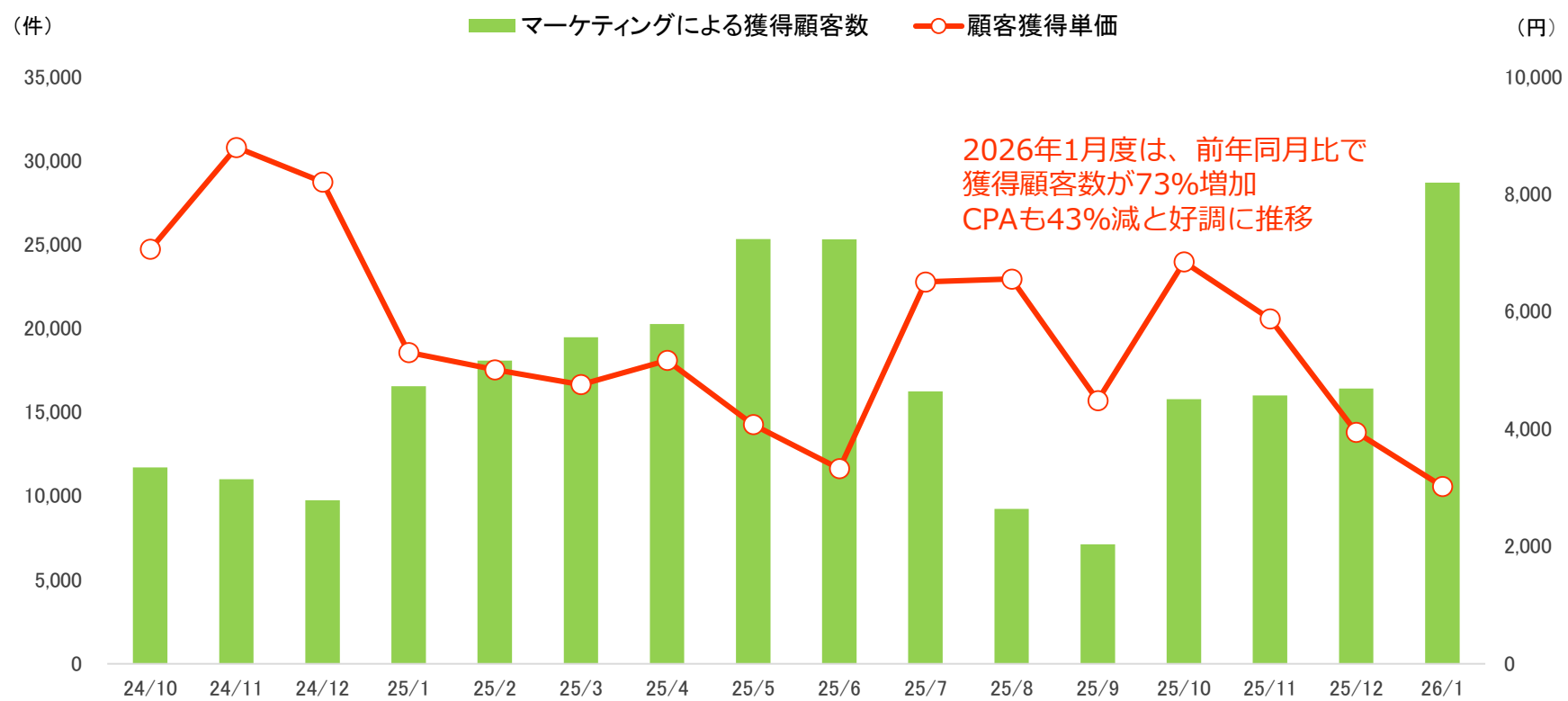
<https://www.facebook.com/HOKENICHIBA>

■TikTok(保険代理店の新入社員ACO(あこ))

https://www.tiktok.com/@ai_aco

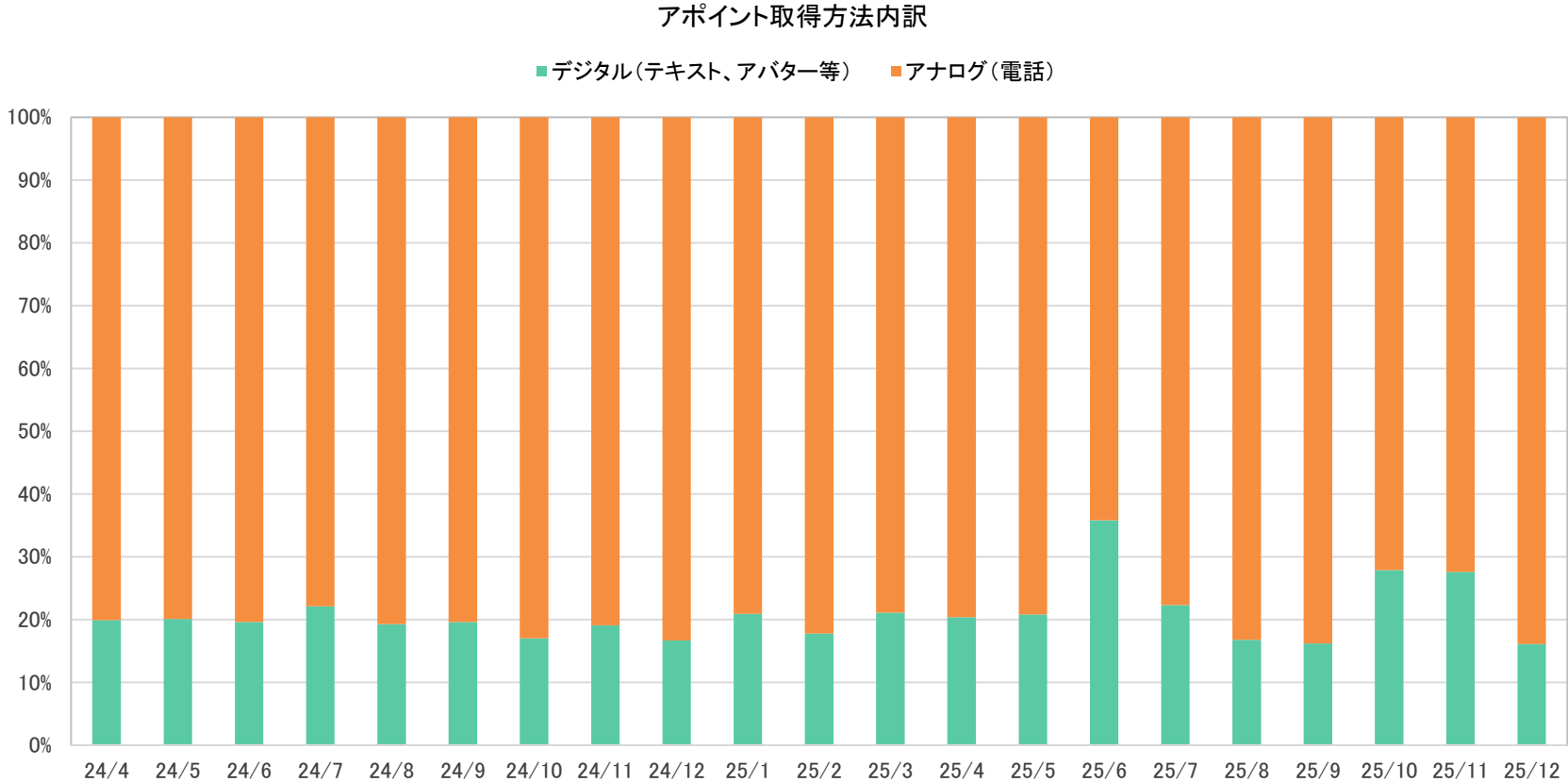
マーケティング効率の向上

- 第1四半期は、マーケティング手法の抜本的改善により、獲得顧客数が前年同期比で伸長。
- 1件当たりの顧客獲得にかかるコストである顧客獲得単価(CPA)も前年同期比で減少。



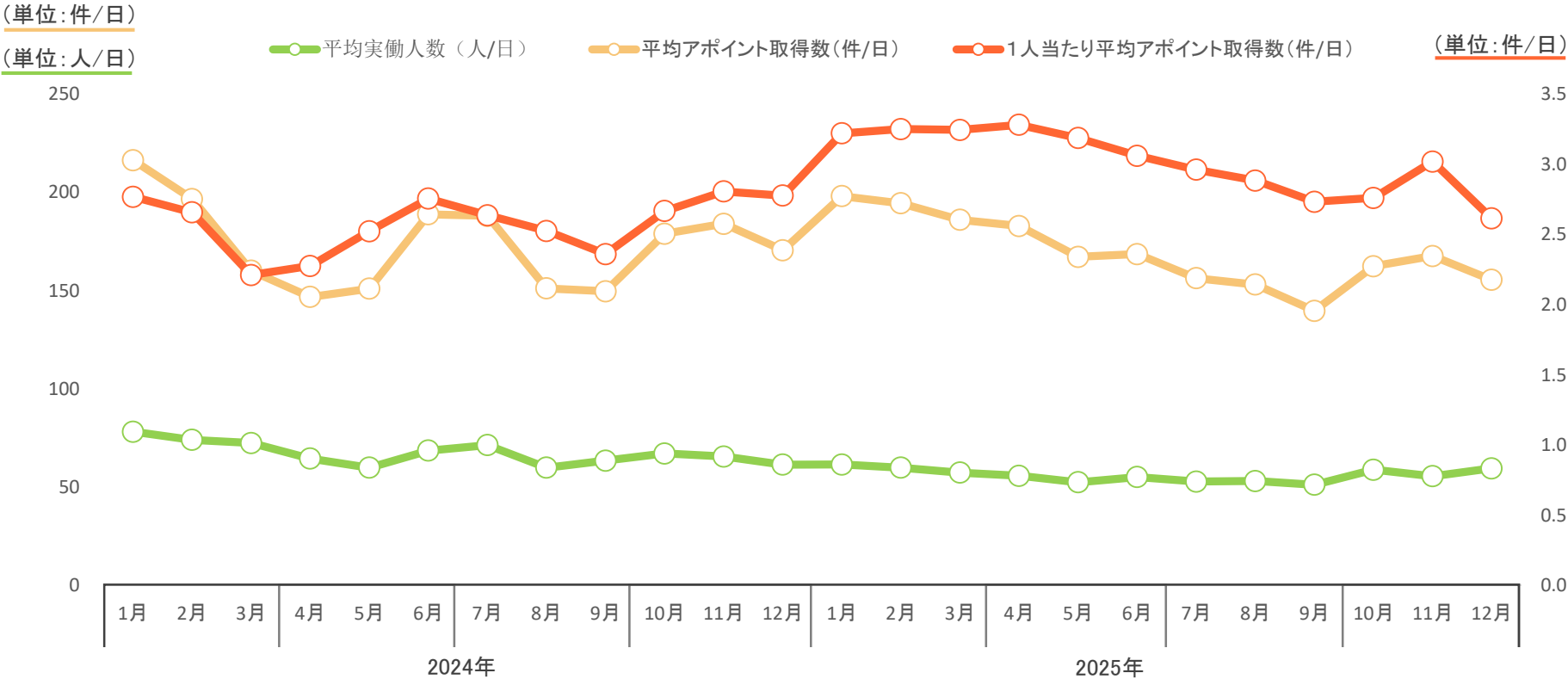
データベースを活用したアポイント取得

○データマイニングによってお客さまの属性に合わせた最適なアプローチを探り、テキストも積極的に活用したアプローチによってアポイント取得数を伸長。
テクノロジーと長年培ってきたお客さま対応の知見を融合し、さらなるアポイント取得を目指す。



アポイント取得効率の向上

- 2025年12月は季節要因も相まって、1人当たり平均アポイント取得数が落ち込んだものの、年間を通して見ると前年比で増加。
- テキストを活用したアプローチによりアポイント総数の底上げを目指す。



生成AIを活用した独自戦略(1)

- お客さまからのお問い合わせ対応に生成AIを活用することで、**夜間早朝対応の自動化**(当社Webサイトに記載されている内容の範囲内での応答)を行う。営業時間外であっても制約を受けずにお問い合わせいただける等、お客さまの利便性の向上に努める。
- 当社直営の「**保険市場 コンサルティングプラザ**」での保険相談において、**面談冒頭のヒアリングをAIアバターにて行う**。生成AIの活用により、ヒアリング品質の平準化とコンサルティング品質の向上に努める。



生成AIを活用した独自戦略(2)

○生成AIを活用した営業サポート(**アバターAIロープレ支援サービス「アバトレ」**を用いた社員教育)を実施。いつでも何度でも、様々なタイプのお客さまとの接客ロールプレイングを行うことができ、短期間で多くの接客経験を積むことが可能となる等、社歴に関わらず営業社員が活躍できる環境を整備。

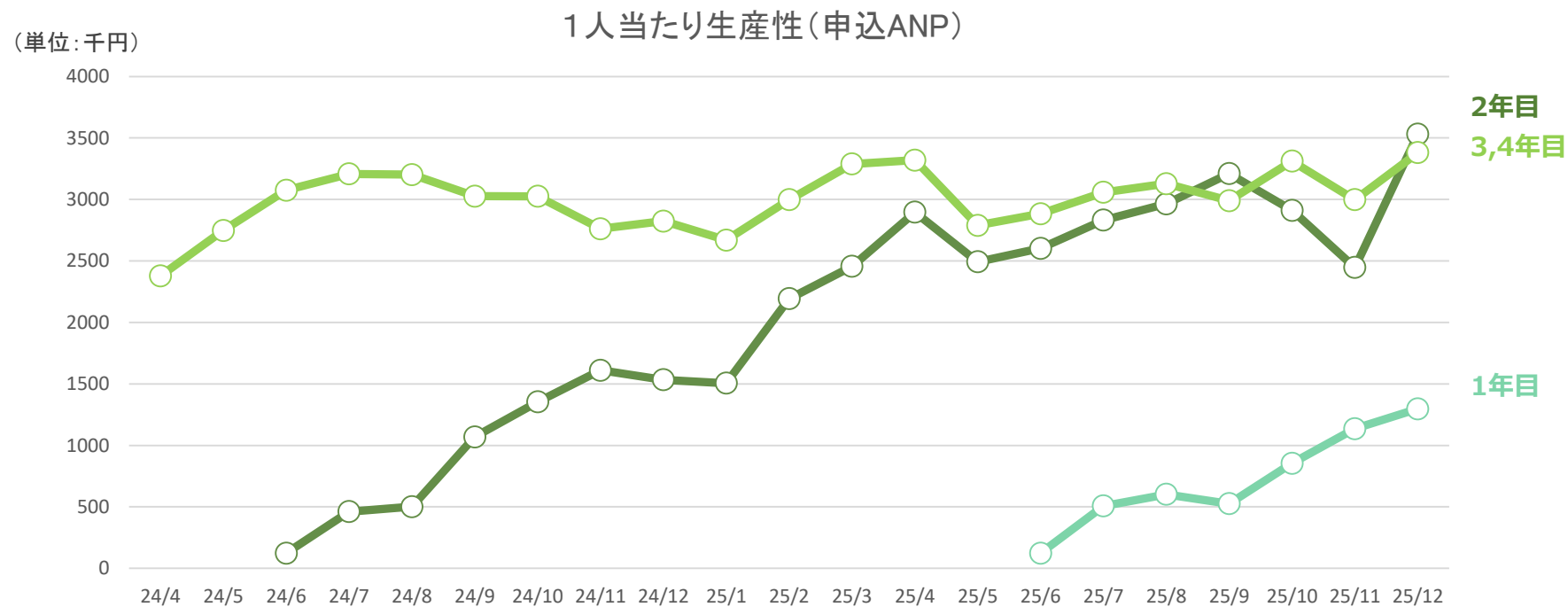
○AVITA株式会社の販売代理店として、「アバトレ」の保険業界への提供を推進。保険会社だけでなく、保険代理店への提供も進め、保険業界全体における接客品質の向上に貢献していく。



トレーニング画面のイメージ

若手社員の即戦力化

- 社員教育を充実させ、若手社員が即戦力として活躍できる環境を整備。
- 積極的に若手社員を支店長へ登用。
- 若手社員が中心となって現場を牽引することで、活気のある組織づくりを目指す。



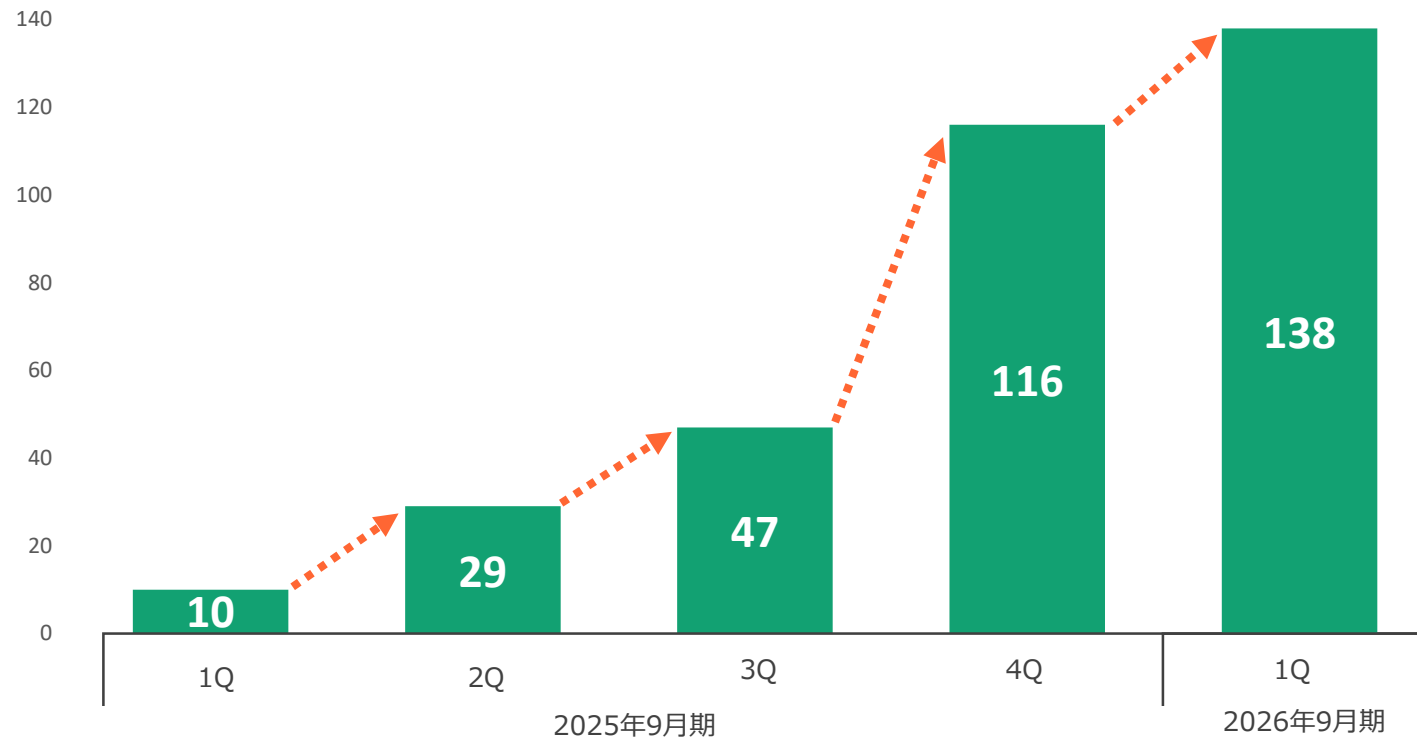
変額保険販売の拡大

○2025年9月期 第1四半期より変額保険の取扱いを開始。

着実に販売量が拡大しており、2026年9月期も継続して販売量が増加している。

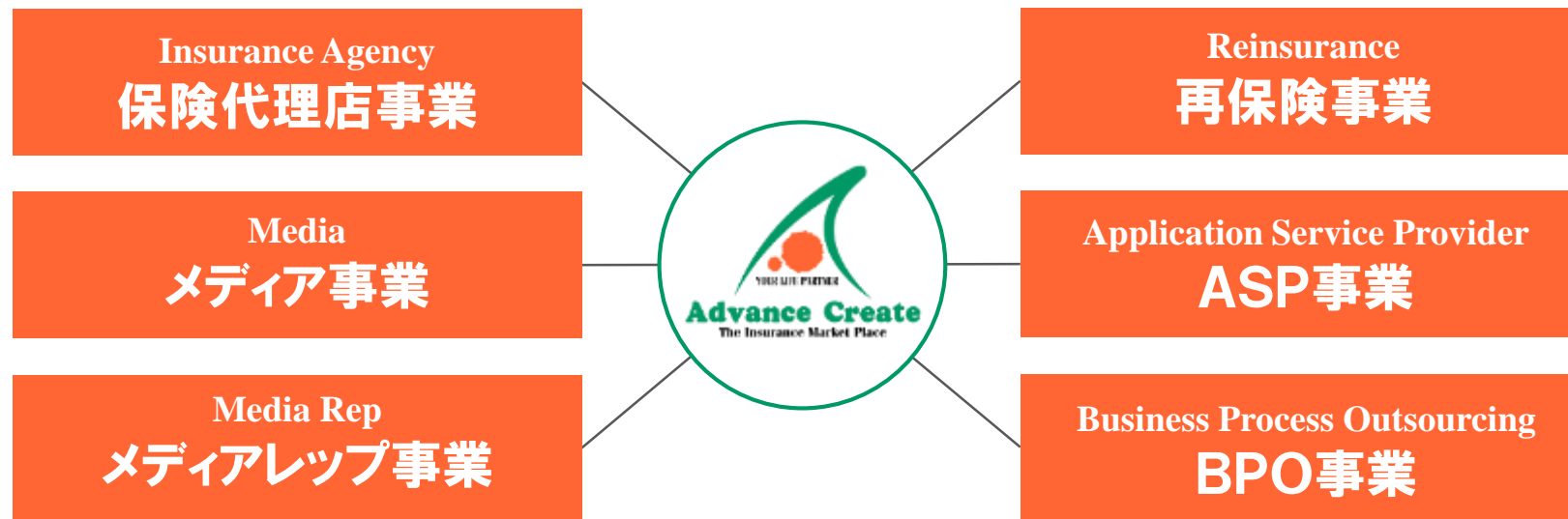
(単位：百万円)

変額保険 申込ANP



04. 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。

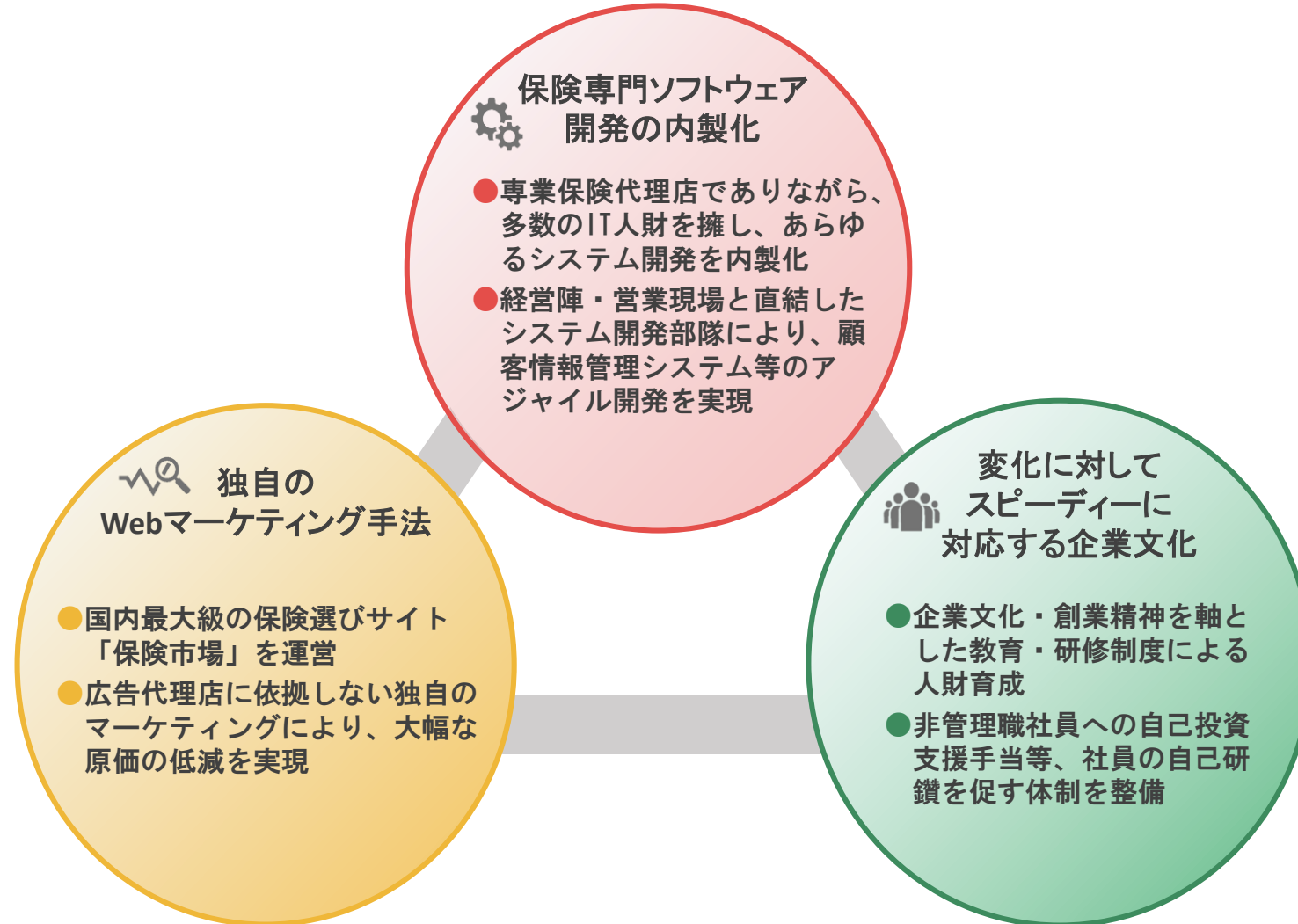


<企業理念>

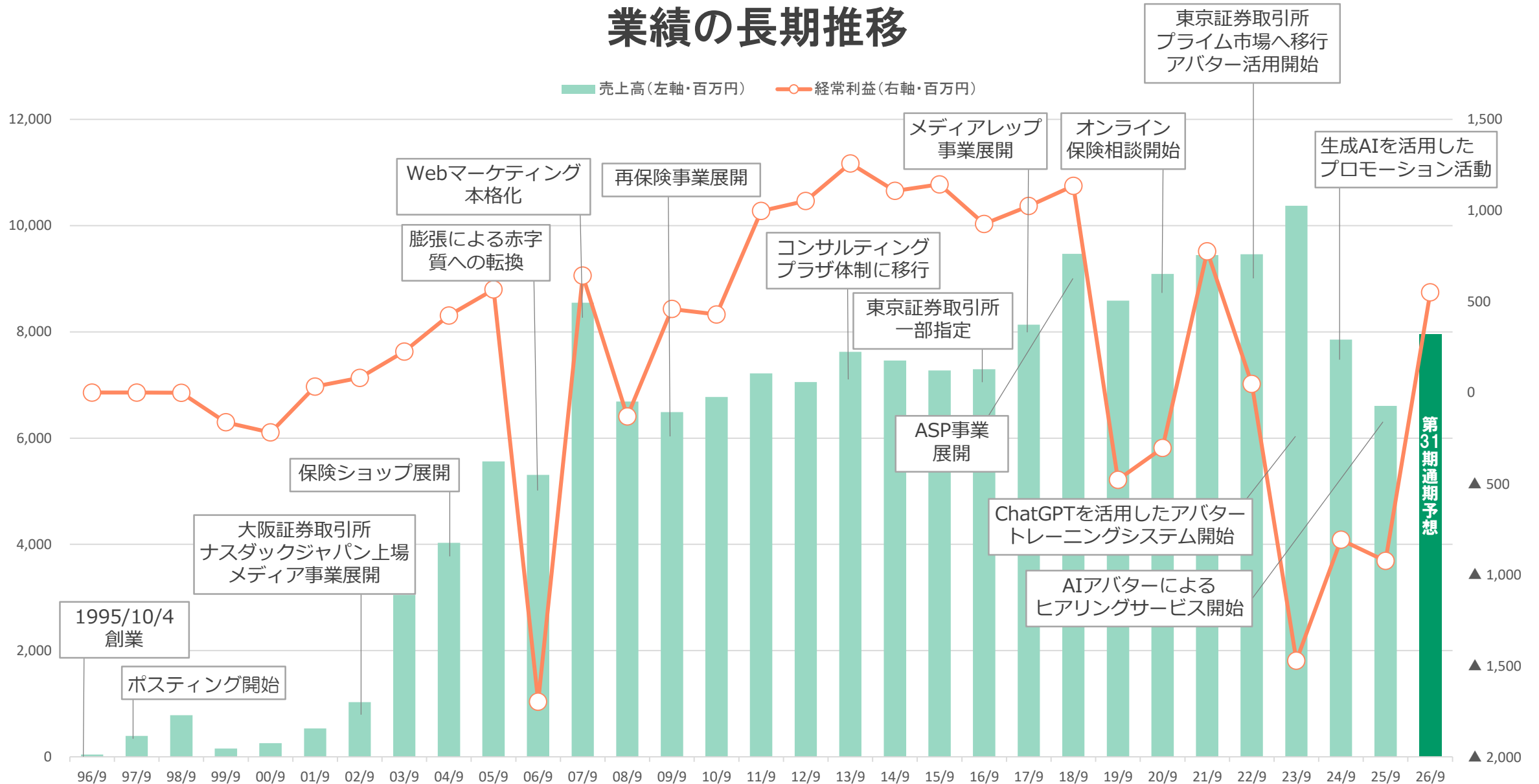
人生は有限、可能性は無限！

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。
私たちは、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。

アドバンスクリエイトの強み



業績の長期推移



アドバンスクリエイトとは

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
顧客情報管理システム
「御用聞き」開発



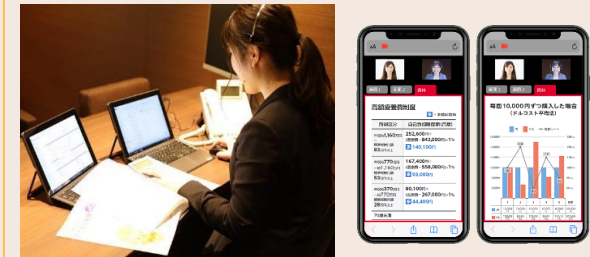
2009年 スマホ最適化サイト開設
2012年 スマホサイト全面リニューアル
Cf. iPhone 3G発売: 2008年



2013年 スマホアプリ「保険市場」開発
2018年 保険証券管理アプリ
「folder」開発



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



2023年 ChatGPTを活用したアバター
トレーニングシステム開始
LINEプロモーション戦略
外販開始



2024年 生成AIを活用した
プロモーション活動

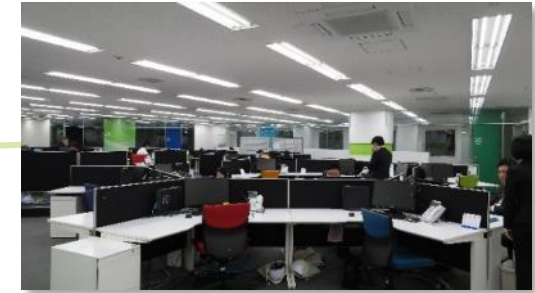
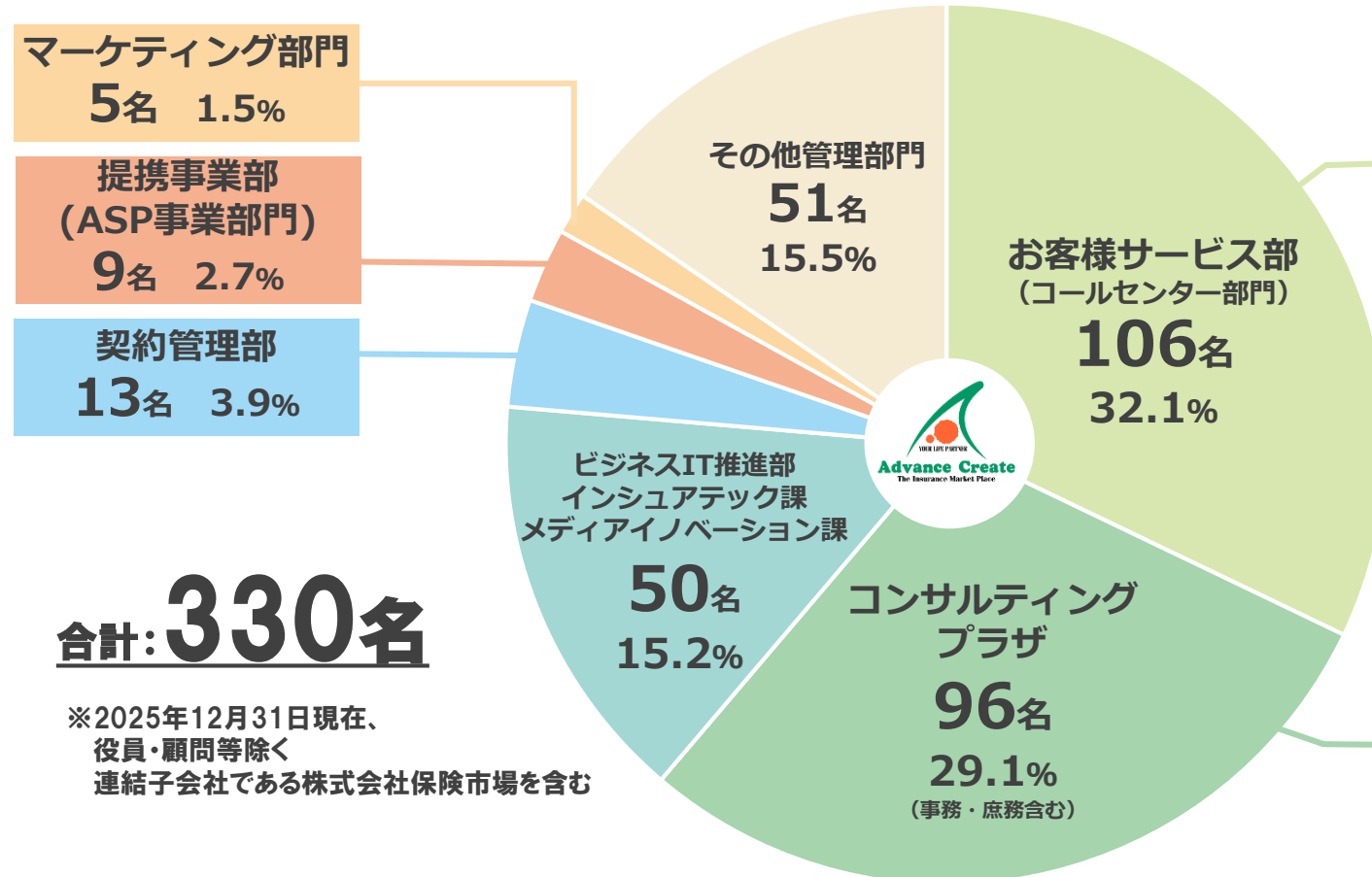


2025年 AIアバターによる
ヒアリングサービス開始



ソフトウェア開発の内製化とアジャイル開発

- 自社でエンジニア、デザイナー等、多数のIT人財を擁し、あらゆるシステム開発を内製化。
- 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。



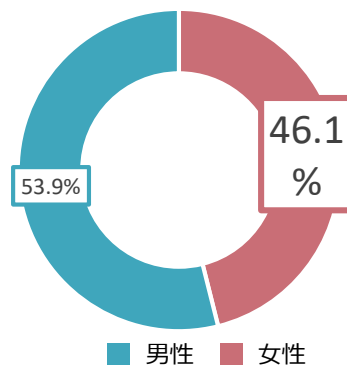
05. サステナビリティ経営

人的資本経営

- 非管理職社員への「自己投資支援手当」、資格取得等にかかる教材・スクール費用等を補助する「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」等、人的資本の充実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等、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。

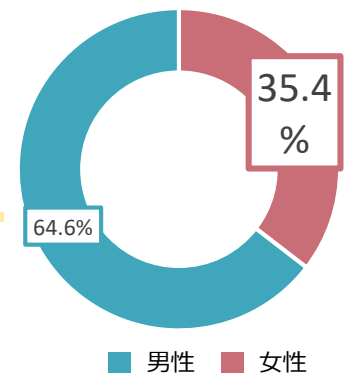
社員男女比率

※正社員及び契約社員



女性管理職比率

※2025年12月31日現在



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



CSR活動

○近年注目を集めるCSR活動への取り組みとして、下記の協賛や寄付講座を実施。
社会への参画意識を高め、社会課題の解決に向けた取り組みを強化。

新日本フィルハーモニー交響楽団
「第九特別演奏会」への特別協賛



©TERASHI Masahiko

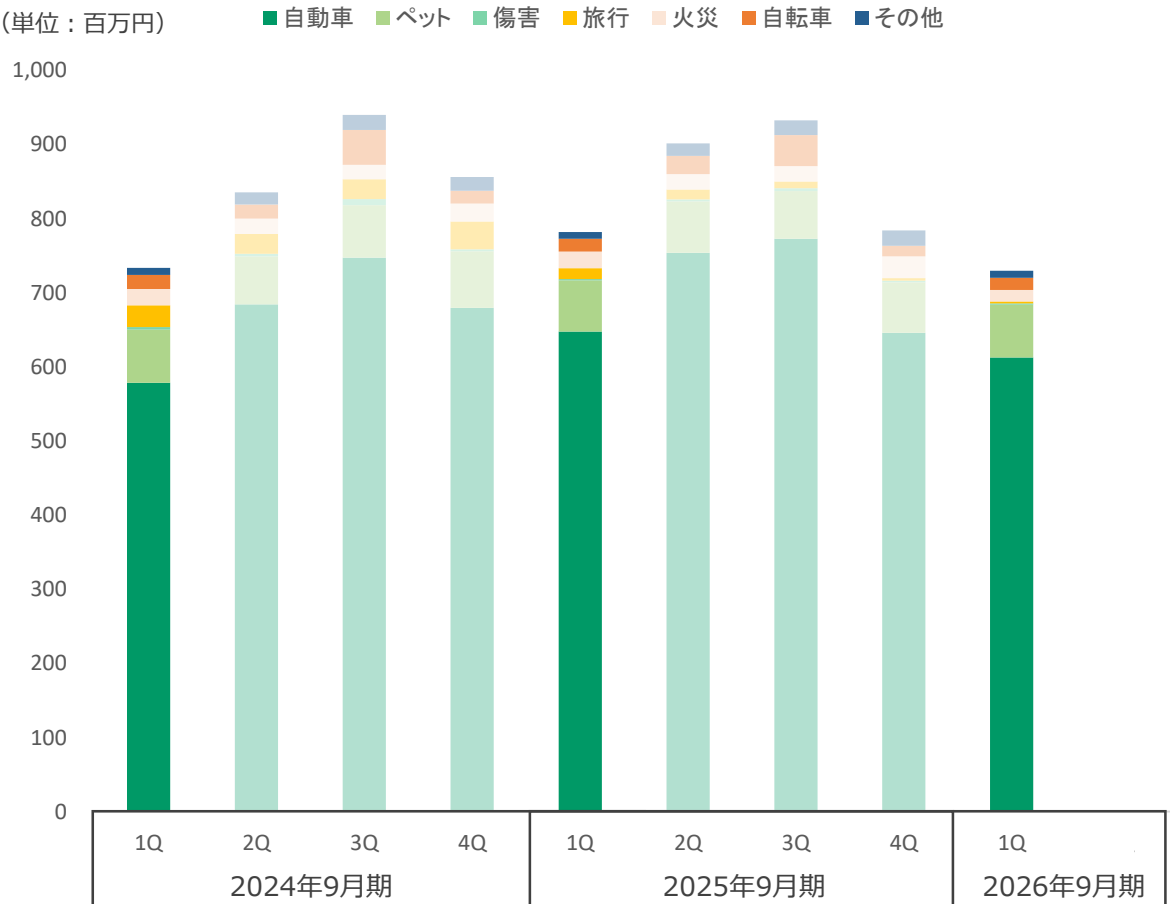
関西大学寄付講座



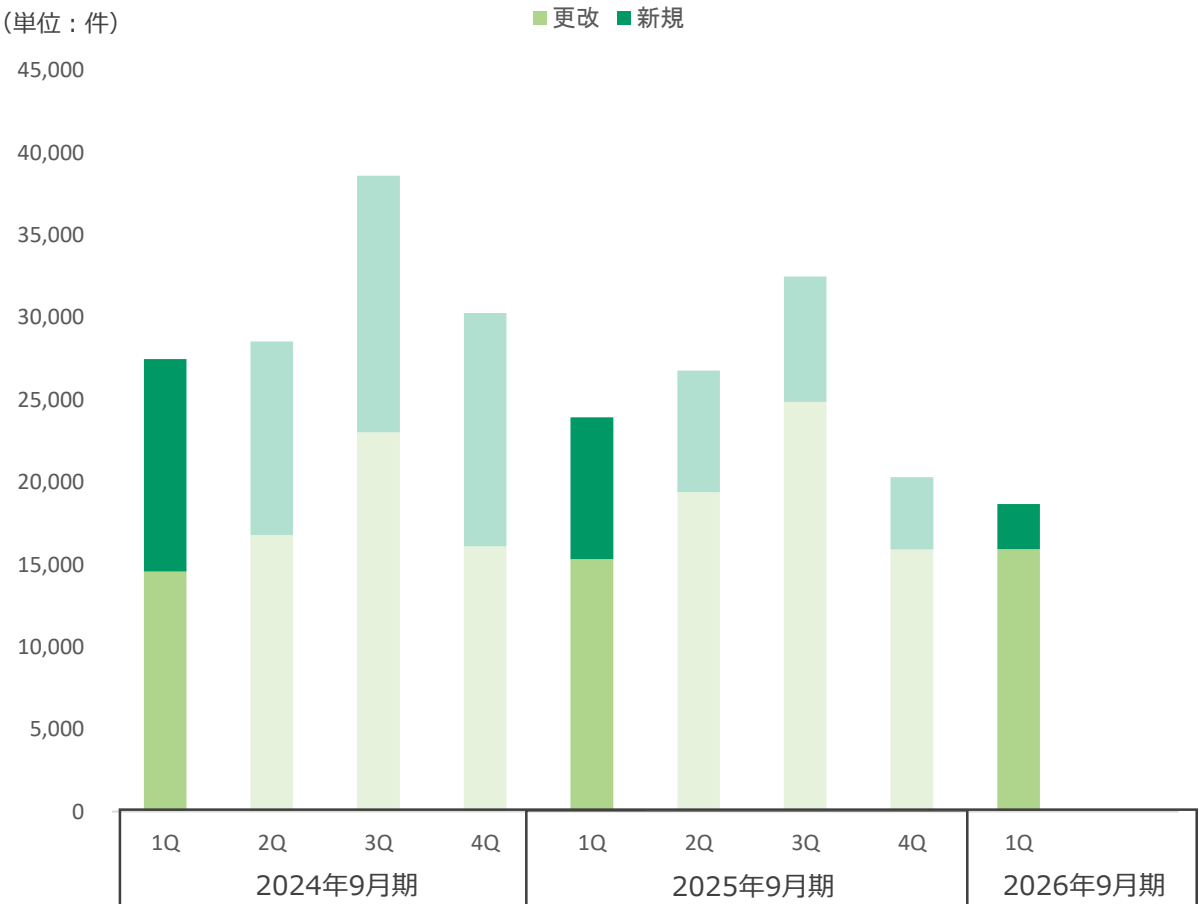
06. appendix

損害保険の状況

収入保険料(新規・更改含む)



契約件数



再保険事業の状況

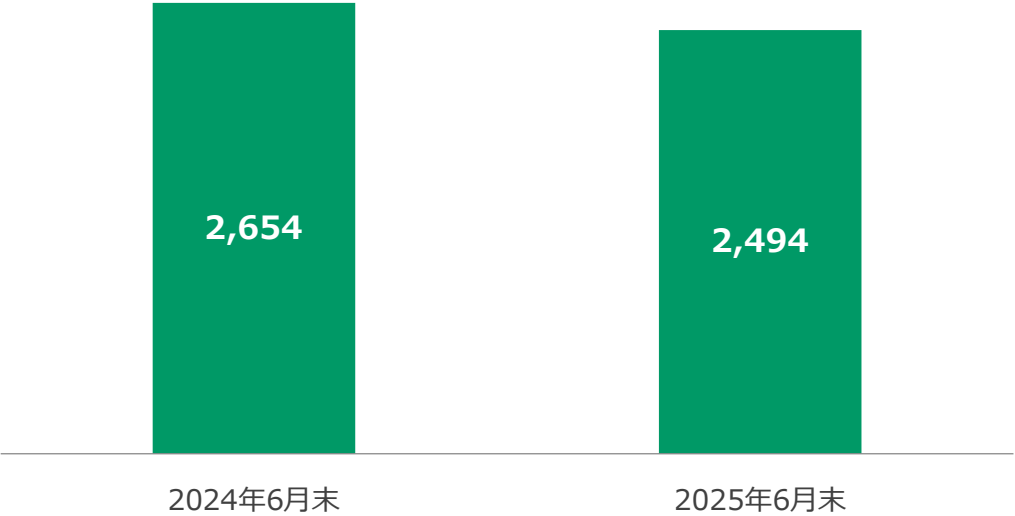
Advance Create Reinsurance Inc.

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さまとの関係強化。
- ▶ 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。

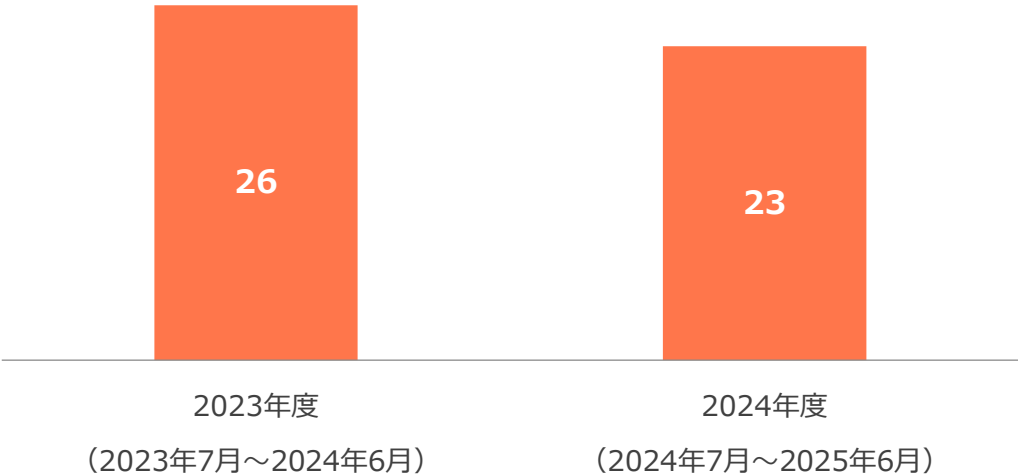
(単位：百万円)

EEV（再保険事業収益現在価値）



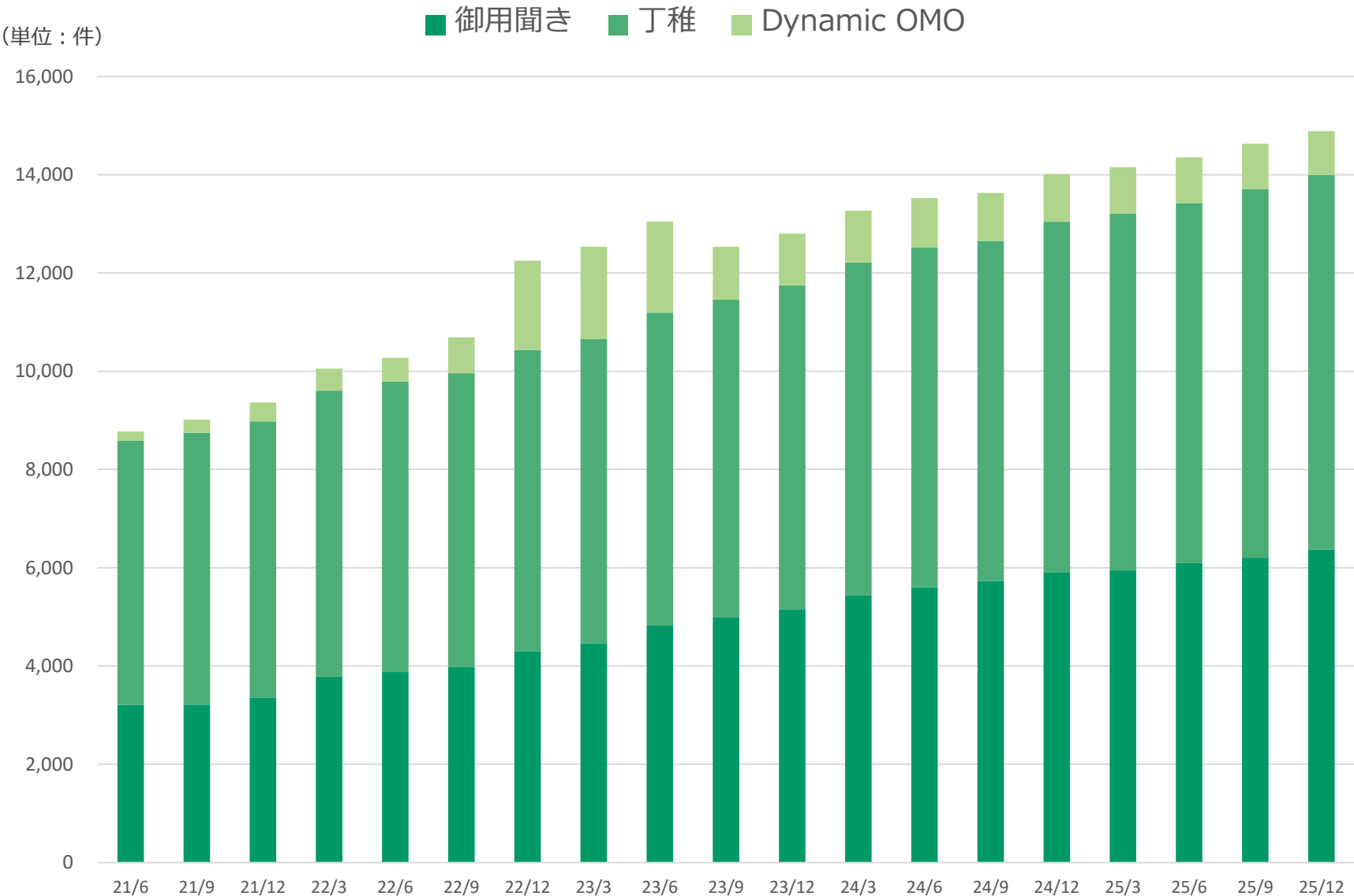
＜再保険引受保険会社＞
2025年12月末現在 全8社
生命保険会社：6社
損害保険会社：1社
少額短期保険業者：1社

新契約価値



※EEV及び新契約価値の詳細は、2025年11月14日開示の「2025年6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。

Advance Create Cloud Platform ID 数



アバター導入実績

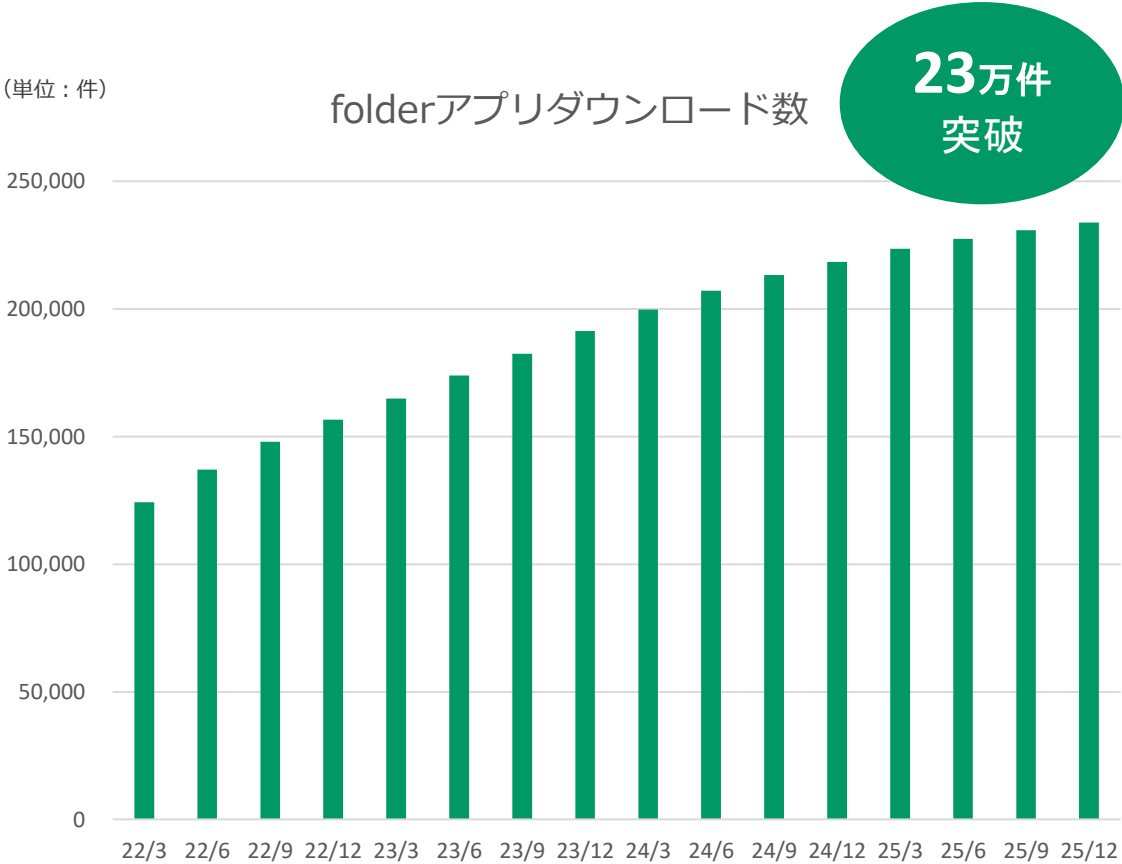
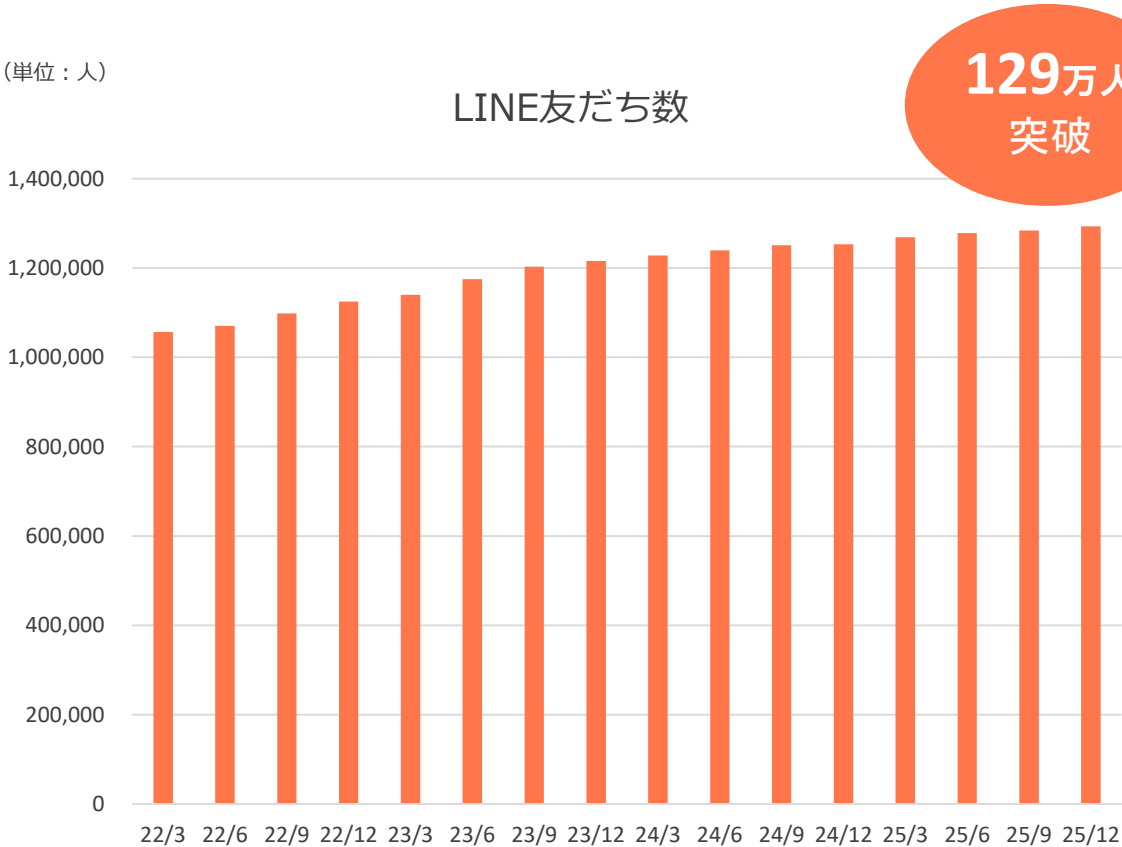
全**6**社
生命保険会社：3社
損害保険会社：1社
その他：2社

Dynamic OMO導入実績

全**50**社
生命保険会社：4社
損害保険会社：1社
少額短期保険会社：1社
その他：44社

テキストを活用したプロモーション

- LINEのチャットで手軽に質問したり、保険相談の予約をすることが可能。
- 当社開発の「folder」アプリは、保険の比較・診断・相談・管理ができるアプリとして、保険業界のインフラを目指す。



統合報告書の発行

情報開示を強化する観点から、2022年より発行を開始。
本報告書では、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している。



※統合報告書の全文は[こちら](#)からご覧ください。

「生命保険乗合代理店業務品質評価運営」の認定取得

生命保険協会では調査を希望した生命保険乗合代理店を4つの視点(「顧客対応」・「アフターフォロー」・「個人情報保護」・「ガバナンス」)で調査・評価し、「業務品質評価基準」の基本項目を全て達成した代理店を「認定代理店」として公表している。



えるぼし認定

女性活躍推進法に基づき、厚生労働省が定める一定の基準を満たし認定された企業には「えるぼし認定マーク」が発行される。



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

100百万円（2025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

229名（2025年9月末現在、嘱託・再雇用・派遣社員等除く、グループ計）

決 算 期

9月

株 式 市 場

東証プライム、福証、札証（コード:8798）

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得ます。

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。



お問い合わせ先

総合企画部

曾我 啓介

TEL

06-6204-1193(代表)

メールアドレス

acir@advancecreate.co.jp

URL

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