



第9期 第1四半期

(2003年10月~2003年12月)

業績説明資料

2004年2月

株式会社アドバンスクリエイト

証券コード:8798

ニッポン・ニュー・マーケット「ヘラクレス」

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

第9期 第1四半期 業績概要 (連結)

(単位:百万円)

	第9期第1Q 連結実績	構成比 (%)	第8期第1Q 連結実績	構成比 (%)	前期比 増減
営業収益	541	100.0%	452	100.0%	120%
保険代理店事業	381	70.4%	249	55.1%	153%
広告代理店事業	159	29.4%	202	44.7%	79%
売上原価	145	26.8%	306	67.7%	47%
売上総利益	395	73.0%	146	32.3%	271%
営業費用	709	131.1%	387	85.6%	183%
内、変動費	458	84.7%	224	49.6%	204%
内、固定費	251	46.4%	163	36.1%	154%
営業利益	-313	-	-241	-	-
経常利益	-325	-	-242	-	-
当期純利益	-201	-	-139	-	-

貸借対照表概要（連結）

(単位:百万円)

	15.12末	15.9末	増減		15.12末	15.9末	増減
	連結	連結			連結	連結	
流動資産	667	826	-159	流動負債	871	678	+193
現金	206	173	+33	短期借入金	550	520	+30
売掛金	194	491	-297	固定負債	1,250	1,399	-149
繰延税金資産	70	37	+33	長期借入金	978	1,113	-135
固定資産	1,886	1,883	+3	負債合計	2,122	2,077	+45
有形固定資産	17	6	+11	資本金	335	335	+0
無形固定資産	1,489	1,506	-17	資本準備金	313	313	+0
投資等	379	370	+9	当期末処分損益	-210	-9	-201
繰延資産	6	8	-2	資本合計	438	640	-202
資産合計	2,561	2,718	-157	負債・資本合計	2,561	2,718	-157



-2-

第9期第1四半期業績概要（単体）

(単位:百万円)

	第9期第1Q 単体実績	構成比 (%)	第8期第1Q 単体実績	構成比 (%)	前期比 増減
営業収益	381	100.0%	249	100.0%	153%
内、初年度手数料	296	77.7%	208	83.5%	142%
内、次年度以降手数料	72	18.9%	41	16.5%	176%
営業費用	720	189.0%	503	202.0%	143%
内、変動費	473	124.1%	340	136.5%	139%
内、固定費	247	64.8%	163	65.5%	152%
営業利益	-339	-	-254	-	-
経常利益	-333	-	-252	-	-
当期純利益	-208	-	-146	-	-



-3-

貸借対照表概要（単体）

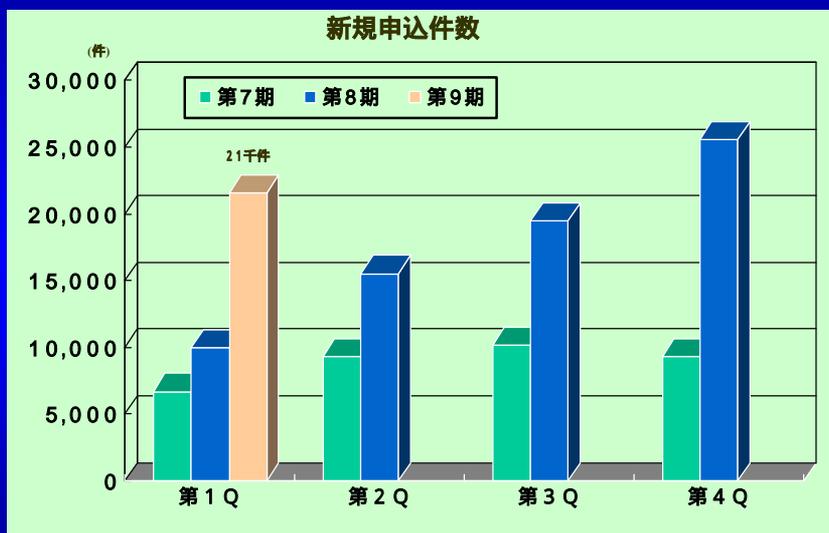
(単位:百万円)

	15.12末	15.9末	増減		15.12末	15.9末	増減
	単体	単体			単体	単体	
流動資産	691	867	-176	流動負債	914	732	+182
現預金	117	138	-21	短期借入金	470	520	-50
売掛金	164	420	-256	固定負債	1,250	1,399	-149
繰延税金資産	187	37	+150	長期借入金	978	1,113	-135
固定資産	1,896	1,893	+3	負債合計	2,165	2,131	+34
有形固定資産	17	6	+11	資本金	335	335	+0
無形固定資産	1,489	1,506	-17	資本準備金	313	313	+0
投資等	389	380	+9	当期未処分損益	-219	-11	-208
繰延資産	6	8	-2	資本合計	429	637	-208
資産合計	2,594	2,769	-175	負債・資本合計	2,594	2,769	-175



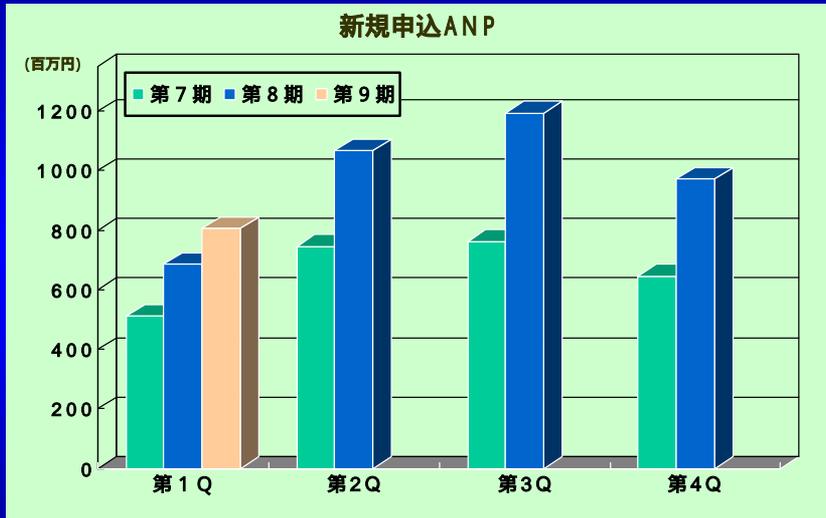
-4-

第9期 第1四半期 実績

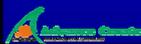
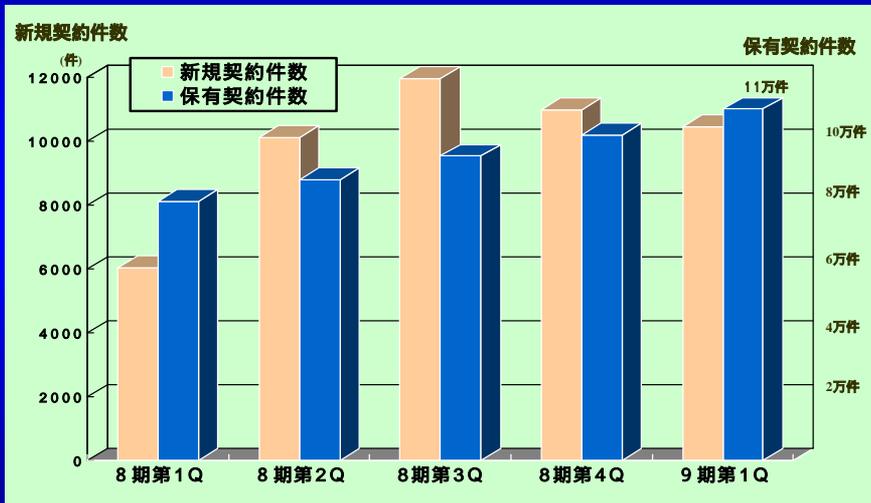


-5-

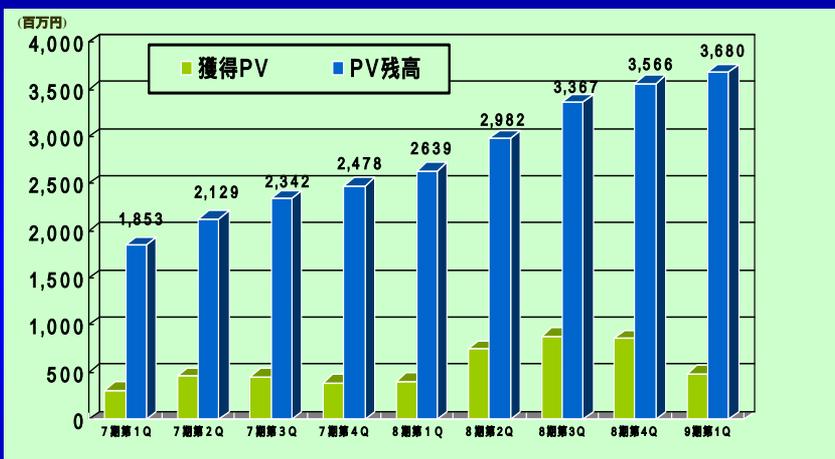
第9期 第1四半期 実績



第9期 第1四半期 実績



第9期 第1四半期 実績



P V (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、還元率を動差して算出されたシミュレーション数値です。

- 8 -

実質貸借対照表 (単体)

第9期 第1四半期末(平成15年12月末)の P V (Present Value) 残高は3,680百万円となっています。

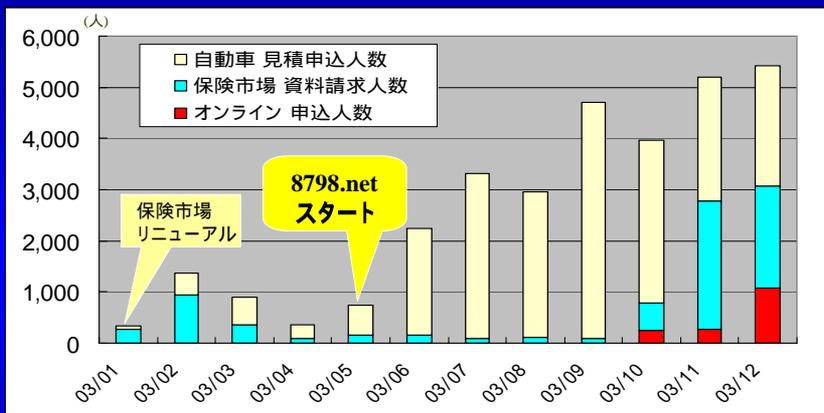
この P V 残高から法人税等を差し引いた税引後の金額 (3,680百万円 × 58% = 2,134百万円) を、未実現利益として計上した実質的な貸借対照表は以下のとおりとなります。

(単位: 百万円)

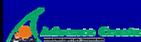
	15.12末	15.12末	比率		15.12末	15.12末	比率
	B/S	実質B/S			B/S	実質B/S	
流動資産	691	691	11%	長期未払法人税等	-	1,546	25%
固定資産	1,896	5,576	89%	負債合計	2,165	3,711	59%
長期未収金	-	3,680	59%	資本金	335	335	5%
繰延資産	6	6	0%	資本準備金	313	313	5%
				当期末処分損益	-219	-219	-
				未実現利益	-	2,134	34%
				資本合計	429	2,563	41%
資産合計	2,594	6,274	100%	負債・資本合計	2,594	6,274	100%

- 9 -

Webプロモーションによる資料請求・見積り・申込人数推移

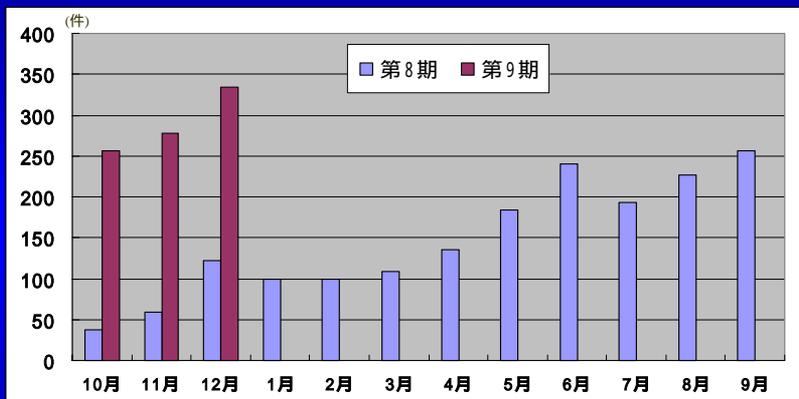


第9期より、総合保険資料請求サイト「保険市場」を強化した結果、資料請求インターネットからの直接申込とも飛躍的に伸長。自動車保険は、見積り拡大から申込拡大へシフトし、申込数は順調に推移。



-10-

対面販売（申込件数）推移

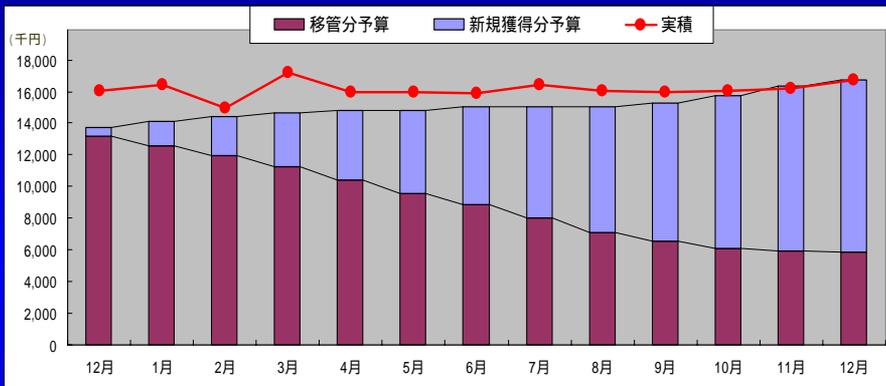


当初は、当社が保有している資料請求者リストの有効活用を目的に、テスト的にスタート。第9期より、事業提携による「法人営業販路」を活用したコンサルティング営業を強化(社内の専任部隊稼働開始)。



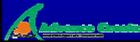
-11-

千趣会マーケット計画との予実差異



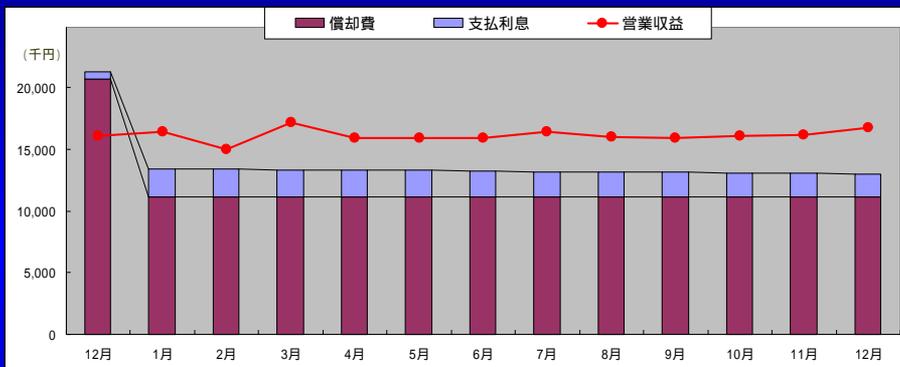
(単位:千円)

	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
移管分予算	13,200	12,580	11,992	11,232	10,431	9,590	8,902	8,040	7,127	6,548	6,123	5,942	5,871
新規獲得分予算	529	1,508	2,470	3,414	4,342	5,254	6,150	7,030	7,895	8,744	9,579	10,399	10,870
予算合計	13,730	14,088	14,462	14,646	14,773	14,844	15,052	15,070	15,022	15,293	15,702	16,341	16,741
実績	16,075	16,410	14,991	17,219	15,936	15,952	15,891	16,461	16,024	15,930	16,079	16,175	16,749
差額	+2,345	+2,322	+529	+2,573	+1,163	+1,108	+839	+1,391	+1,002	+637	+377	-166	+8



- 12 -

千趣会M&Aによる期間収益貢献度



(単位:千円)

	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
償却費	20,749	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109	11,109
支払利息	526	2,289	2,272	2,256	2,239	2,223	2,134	2,060	2,043	2,027	2,010	1,994	1,905
費用	21,275	13,398	13,381	13,365	13,348	13,332	13,243	13,169	13,152	13,136	13,119	13,103	13,014
営業収益	16,075	16,409	14,990	17,219	15,936	15,952	15,891	16,461	16,024	15,930	16,079	16,175	16,749
経常利益貢献	4,800	3,010	1,608	3,853	2,586	2,619	2,646	3,291	2,871	2,792	2,959	3,071	3,734

月額300万円前後の経常利益貢献。



- 13 -

第9期の業績予想（当初計画通り）



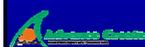
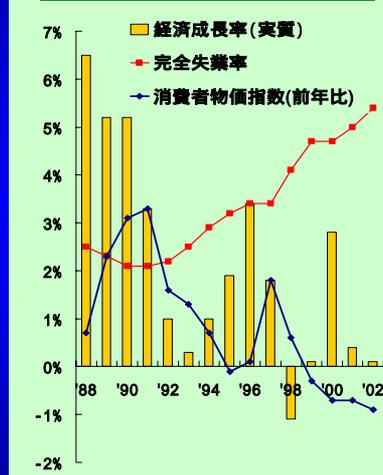
保険業界を取巻く環境

日本経済の状況

直近で見た場合



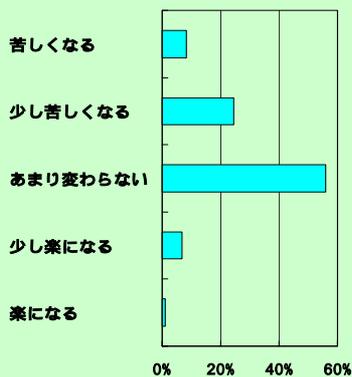
マクロ的に見た場合



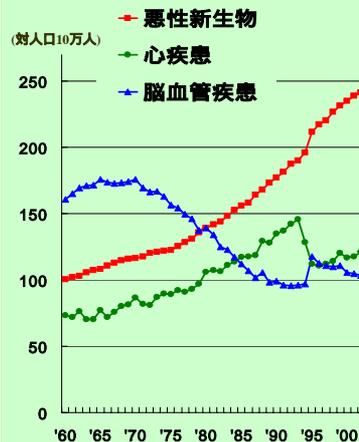
家計マインド / 三大生活習慣病の死亡率

家計のマインド

Q. 2・3年後の生活は、
今よりも？

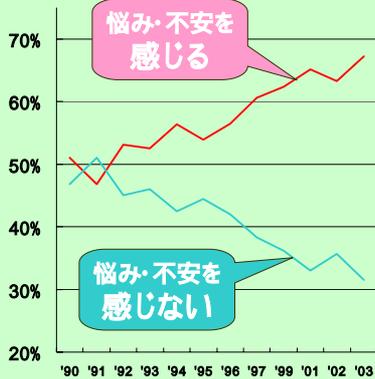


死因別死亡率



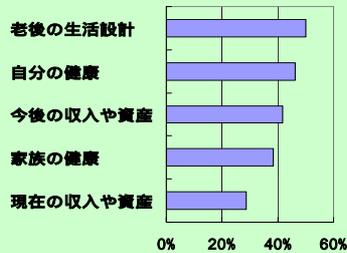
生活者の心理

日常生活での悩み・不安



資料:「平成15年国民生活に関する世論調査」内閣府HP

悩み・不安の内容

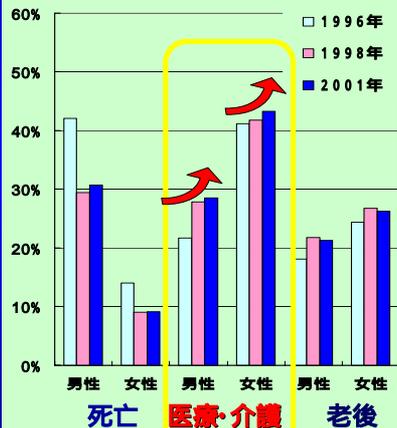


家計と健康

資料:「平成15年国民生活に関する世論調査」内閣府HP

生活者のニーズと生命保険業界の状況

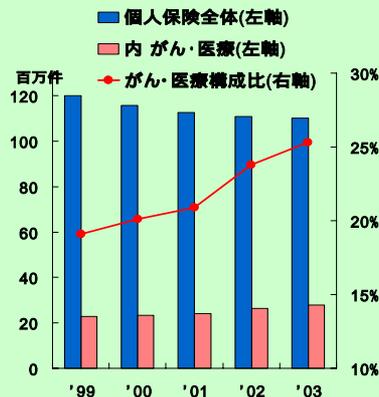
最も力を入りたい保障



資料:「生活保障に関する調査」生命保険文化センターHP

生命保険業界の状況

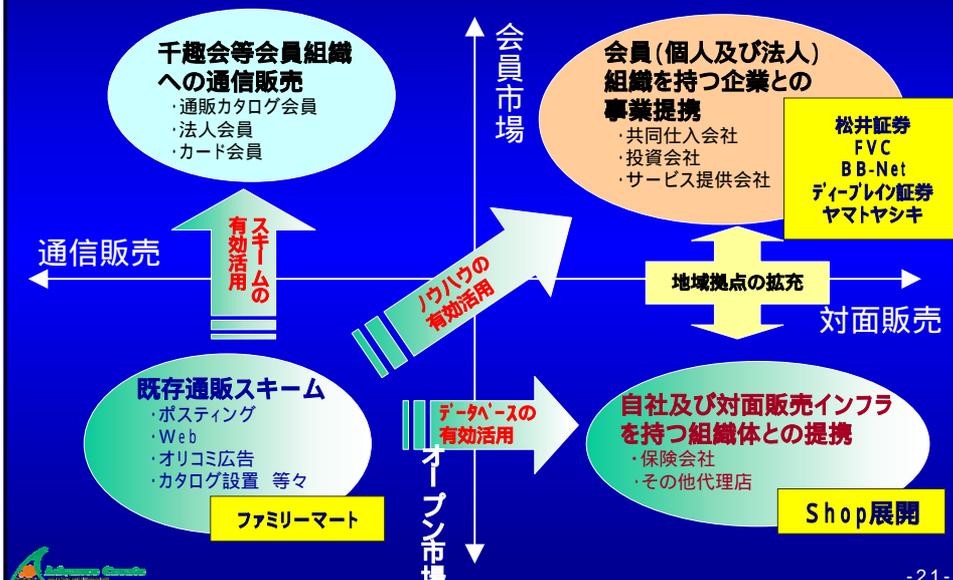
- 保有契約件数 -



資料:「事業概況年報」生命保険協会HP

今後の戦略

市場シェア拡大のための事業領域展開イメージ



各事業領域の強化方針

既存通販スキーム

- ・他企業との連携によるポスティング以外のプロモーション手法の多様化及び拡充。
- ・好調なWebプロモーションの更なる強化。

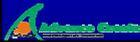
リテール対面販売強化

- ・『行』『来』双方向の営業拠点として、店舗(ショップ)展開

との強化により保険「申込率」を向上させ、投下プロモーションコストの更なる効率UPを目指す。

ホールセール対面販売強化

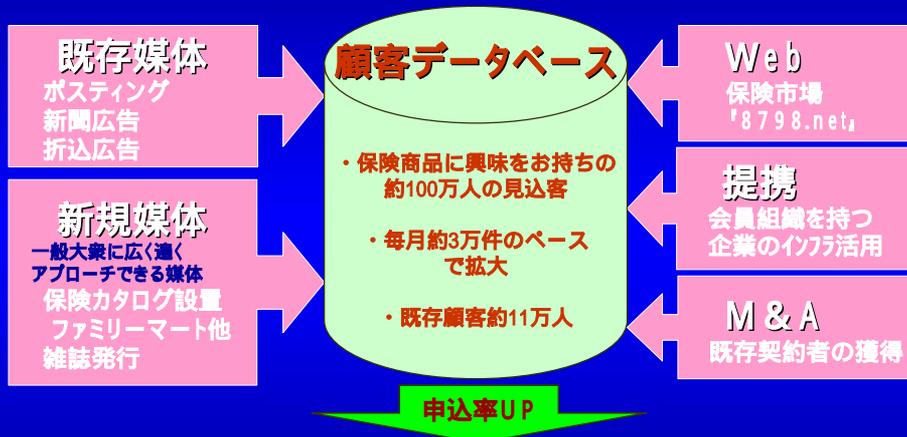
- ・事業提携による新興上場(予備軍)企業への「法人営業販路」を活用したコンサルティング営業の強化。
- ・大都市圏での法人営業専任部隊の設置。



-22-

新たな成長戦略

顧客データベースを核とした戦略



顧客データベースを利用した対面販売



-23-

リテール対面販売の強化

顧客データベースの有効活用

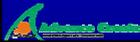
保険に興味を持ち、資料請求をされた方(いわゆる見込客)への積極的なアプローチにより、申込率の向上を図る。

= 投資効率(収益性)のさらなる向上

アプローチ
(テレアポ)
&
対面販売

見込客への地域拠点

保険ショップ
ほけんいちば
『保険市場』
の展開



-24-

保険ショップ『保険市場』

ショップコンセプト

- ・多種多様な保険
- ・多店舗展開
- ・年中無休

『保険の
コンビニ』

立地

- ・顧客データベースに基づき見込客の多い地域
- ・大型ショッピングセンター

双方向の営業

行…見込客への訪問
来…来店客への接客

運営コンセプト

- ・標準化
- ・マニュアル化
- ・ローコストオペレーション

将来像…保険の量販店

売りに行く → 『買いに来ていただく』



-25-