

# 2021年3月期 第2四半期 決算説明資料

---

2020年11月4日  
イー・ギャランティ株式会社  
(東証一部 8771)

## 当資料取扱上のご注意

本資料は、経営戦略等に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料には、当社に関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされています。これらの記述は、当社が現在入手している情報に基づき、本資料の作成時点における予測等を基礎としてなされたものです。また、これらの記述は、一定の前提(仮定)の下になされています。

これらの記述または前提(仮定)が、客観的には不正確であったり、または将来実現しないという可能性があります。

また、本資料に記載されている当社以外の情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

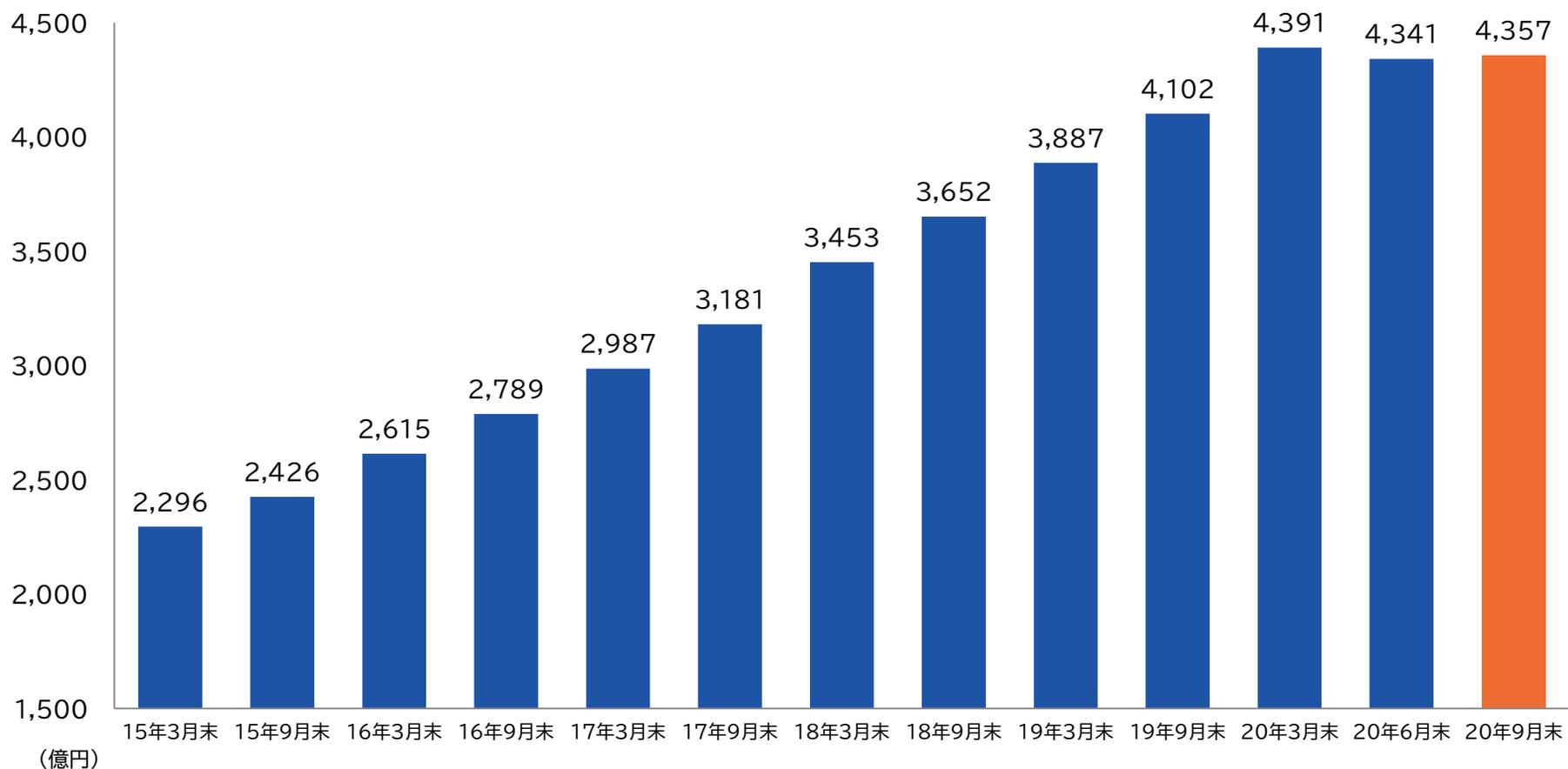
1. 2021年3月期 第2四半期業績サマリー
2. 2021年3月期 重点施策

# 1-1 保証残高推移

## 前年同期末比 6.2% 増加

緊急事態宣言の影響を受けて営業活動が制限される中、顧客ニーズの高まりに合わせた新商品を開発し、タイムリーに提供したことで新規契約が増加した。既存契約については、新型コロナウイルス感染症の影響による今後の倒産件数の増加に備え、あらかじめ契約内容を見直し、高額のリスクについては引受けを制限してリスク分散及びポートフォリオの再構築を図った。

以上の結果、当第2四半期連結会計期間末における保証残高は4,357億円(前年同期末比6.2%増加)となった。



# 1-2 2021年3月期 第2四半期業績サマリー

(百万円)	20年 3月期 第2四半期	21年 3月期 第2四半期	前年同期比 増減率
売上高	2,907	3,451	+18.7%
売上総利益	2,297	2,620	+14.0%
営業利益	1,292	1,503	+16.3%
経常利益	1,305	1,511	+15.8%
親会社株主に帰 属する 当期純利益	1,167	970	△16.8%

売上高については、緊急事態宣言の影響を受け、営業活動が制限される中においても顧客ニーズの高まりを受け、概ね予算通りの着地となった。

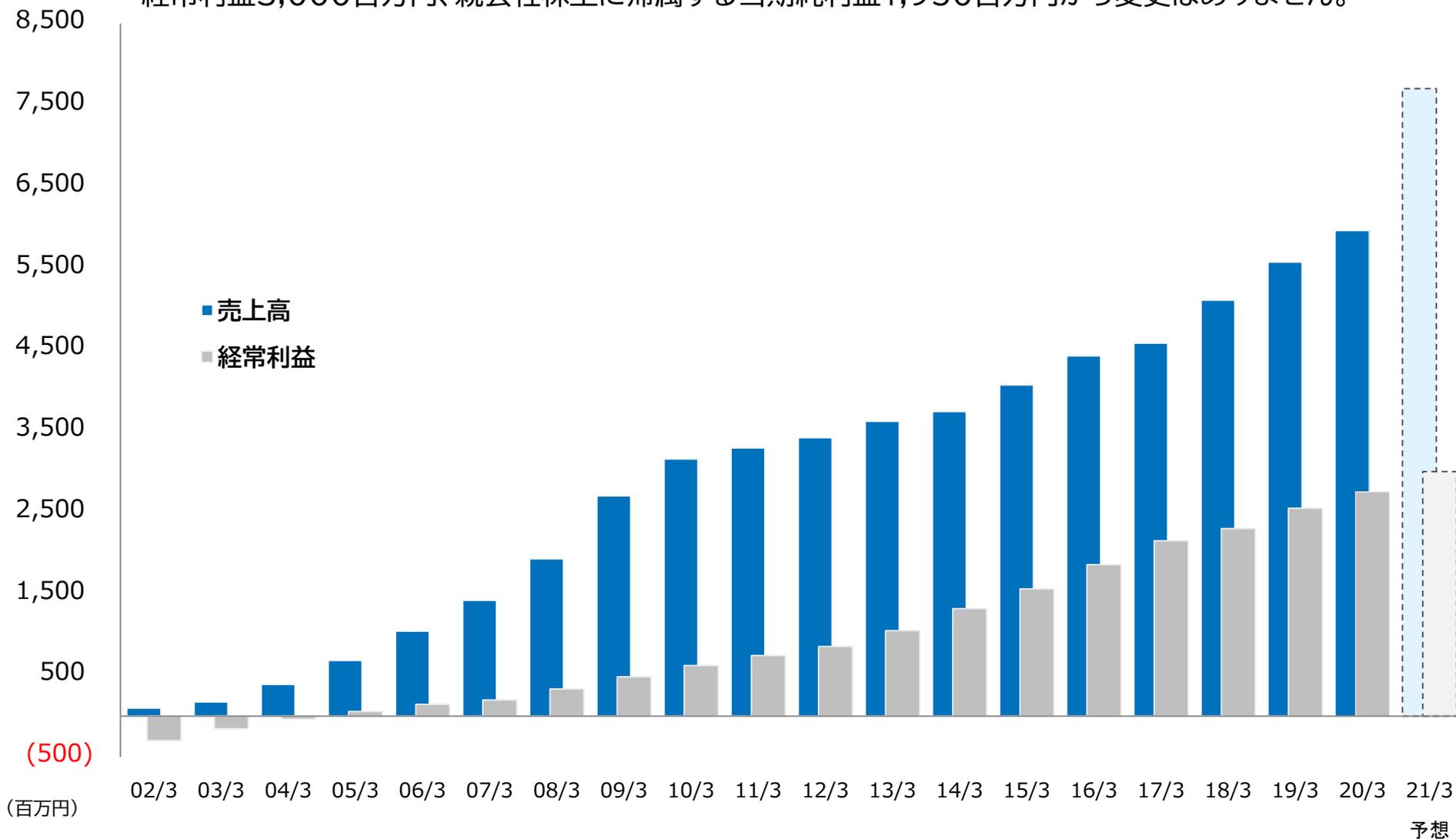
一方で、倒産件数が想定を下回り、支払保証料率が想定ほど上昇しなかったこと等により原価上昇が抑制された結果、経常利益は予算を超過達成する結果となった。

## ■ 21年3月期の連結業績予想比

	21年3月期 第2四半期 業績予想	21年3月期 第2四半期 達成率
売上高	3,500 百万円	98.6 %
営業利益	1,440 百万円	104.3 %
経常利益	1,450 百万円	104.2 %
親会社株主に 帰属する 当期純利益	950 百万円	102.1 %

# 1-3 業績推移

21/3通期連結業績予想は、現時点において公表済みの売上高7,700百万円、営業利益2,980百万円、経常利益3,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益1,950百万円から変更はありません。



# 1-4 連結貸借対照表

資産の部	20年3月期末	20年9月期末
流動資産	13,645	16,155
現預金	9,232	12,048
前払費用	1,152	1,485
有価証券	2,602	2,400
その他	657	221
固定資産	2,799	3,964
有形固定資産	1,392	1,392
無形固定資産	77	93
投資有価証券	855	2,005
その他	475	473
資産合計	16,444	20,120

(百万円)

流動資産:現預金が2,815百万円増加したことなどにより、前期末比18.4%増加。

固定資産:投資有価証券が1,150百万円増加したことなどにより、前期末比41.6%増加。

流動負債:未払法人税等が482百万円増加したことなどにより、前期末比20.8%増加。

純資産:ストックオプションの行使により払込資本が2,596百万円増加したことなどにより、前期末比23.0%増加。

負債の部	20年3月期末	20年9月期末
流動負債	3,531	4,266
保証履行引当金	216	230
前受金	3,059	3,304
未払法人税	2	485
その他	252	246
固定負債	115	115
長期未払金	115	115
負債合計	3,646	4,382

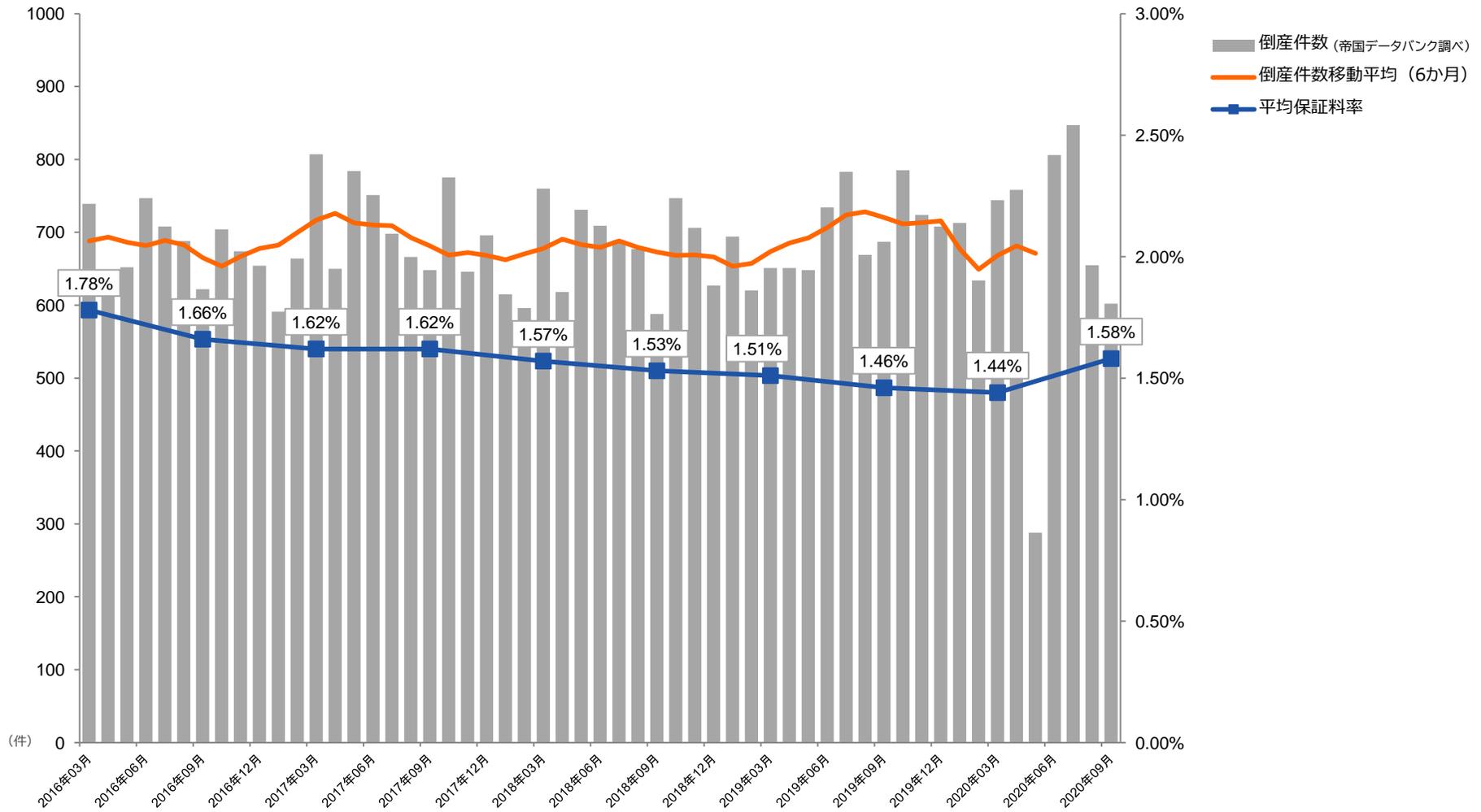
(百万円)

純資産の部	20年3月期末	20年9月期末
株主資本	11,558	14,530
資本金	1,643	2,941
資本剰余金	1,053	2,351
利益剰余金	8,863	9,238
自己株式	0	0
新株予約権	135	139
非支配株主持分	1,104	1,068
純資産合計	12,798	15,738
負債純資産合計	16,444	20,120

(百万円)

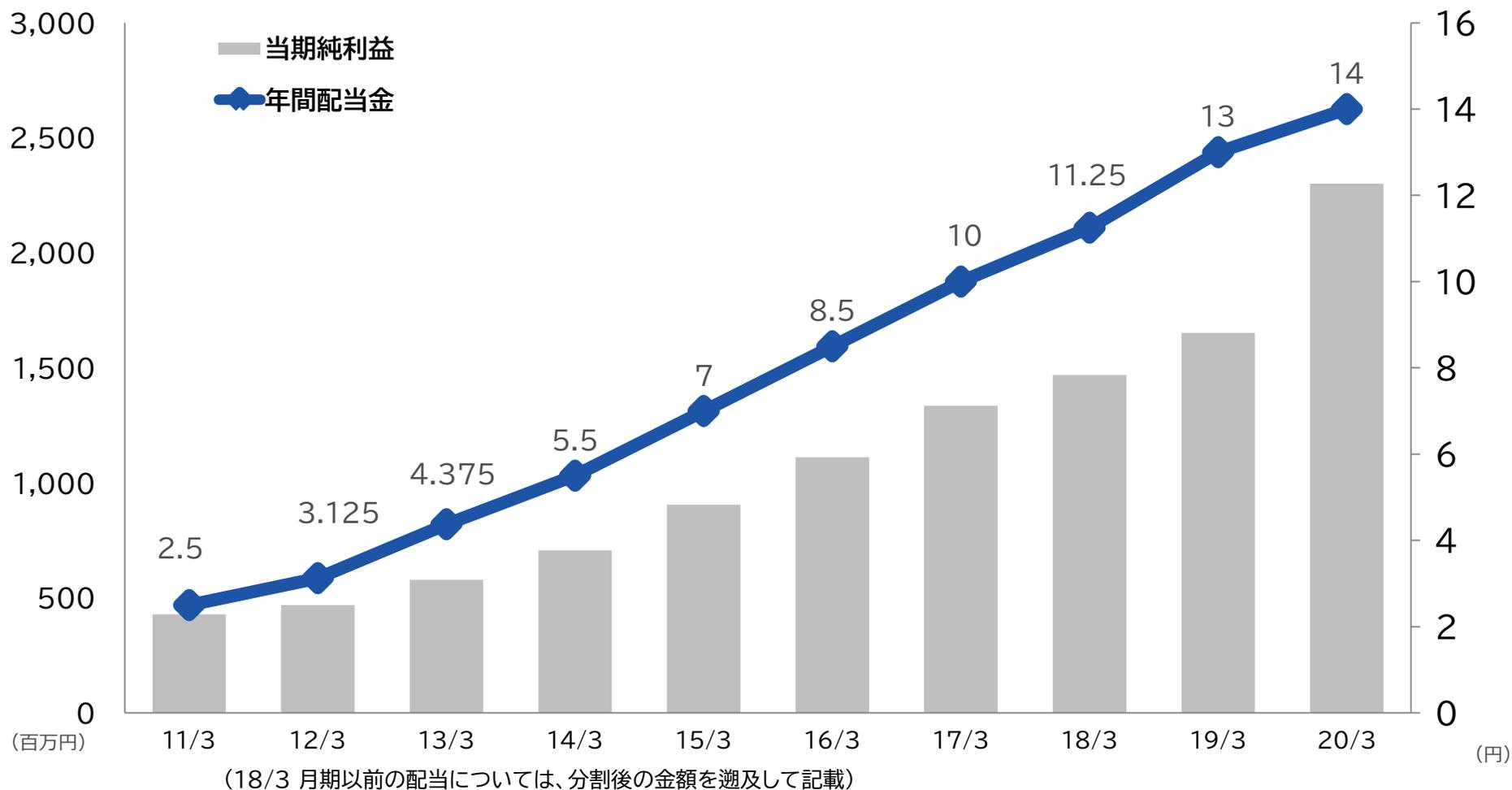
# 1-5 平均保証料率 推移

新規契約については今後の倒産増加懸念を考慮し、既存契約についてはリスクの見直しを行い、保証料率に反映した結果、いずれも保証料率が上昇し、長期にわたり継続していた平均保証料率の下降傾向からトレンドの変化がみられた。



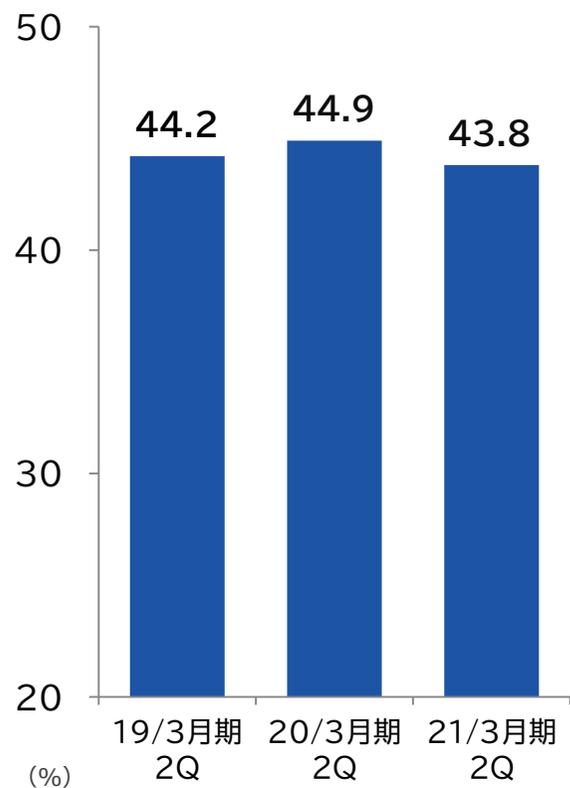
## 1-6 配当政策

20年3月期末の配当は、ESOP信託の終了に伴う法人税の減税等の特殊要因を除き、一定の配当性向を加味して1株あたり14円となった。利益還元を経営の重要課題の一つとして認識した上で、財務体質の強化と積極的な事業展開に必要な内部留保の充実を勘案し、企業業績に応じた配当政策としている。

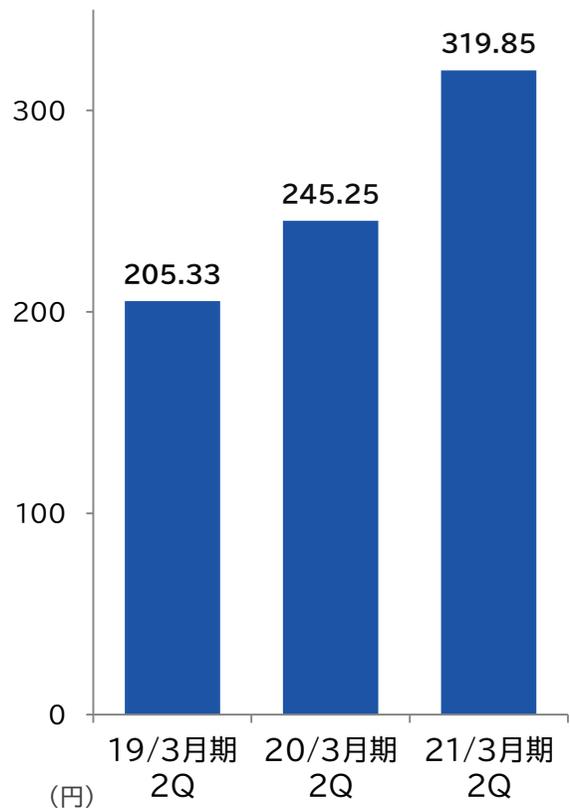


# 1-7 主要な経営指標

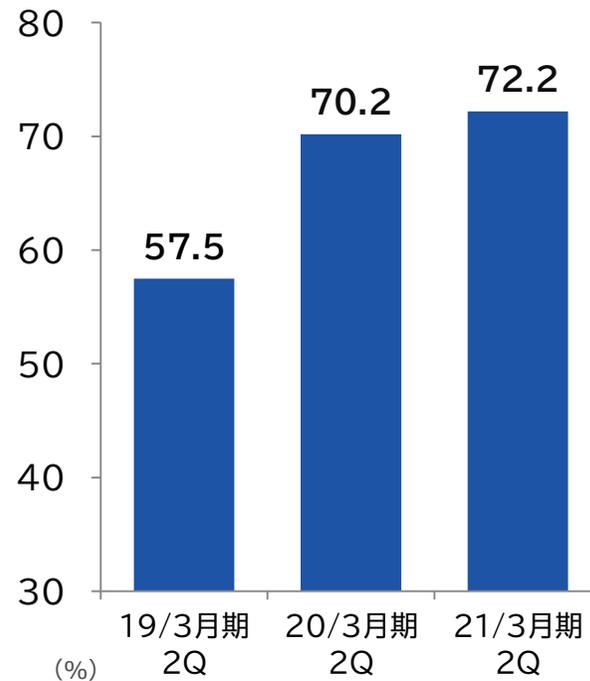
■売上高経常利益率



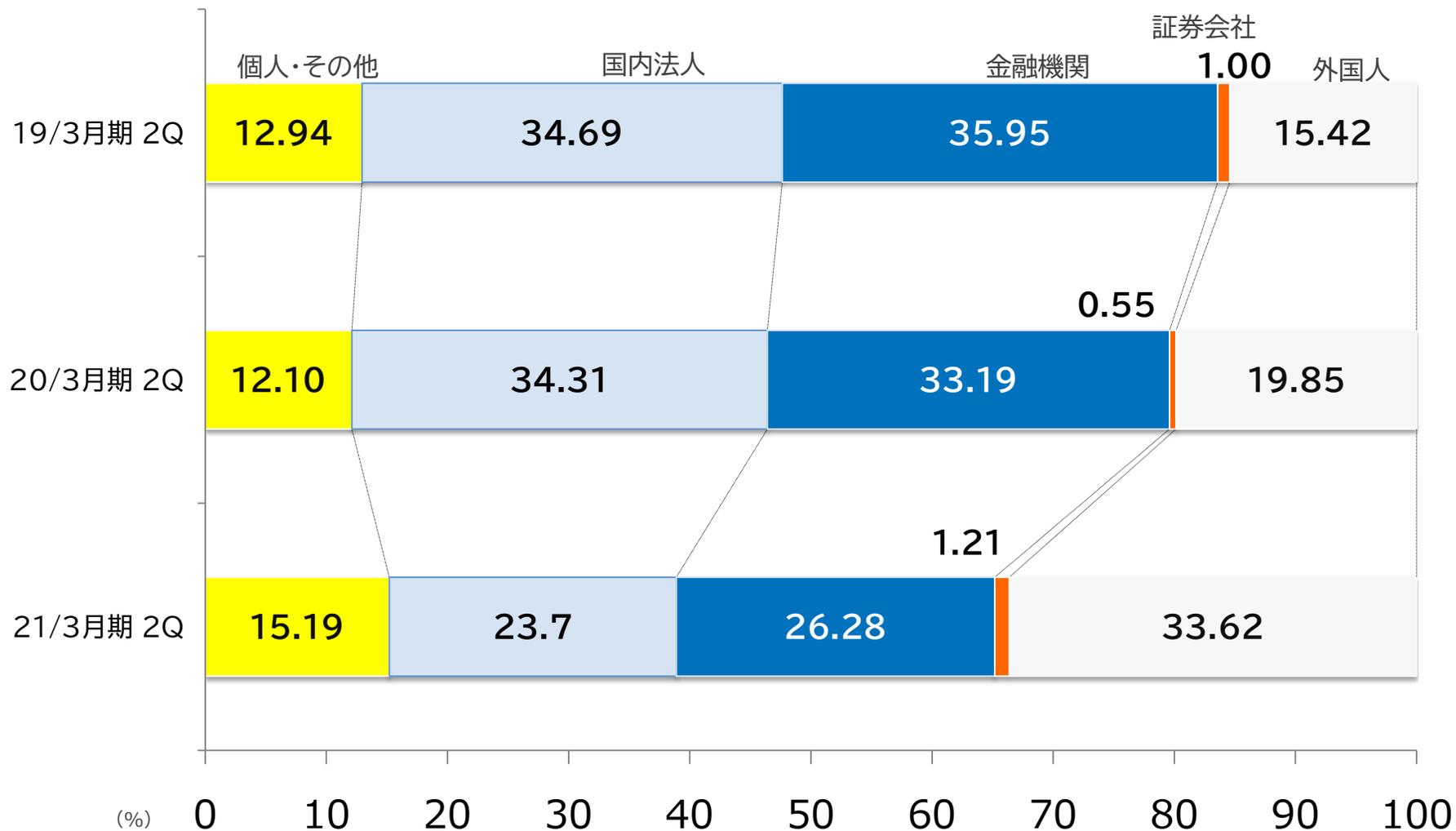
■1株あたり純資産



■自己資本比率



# 1-8 株主別分布状況

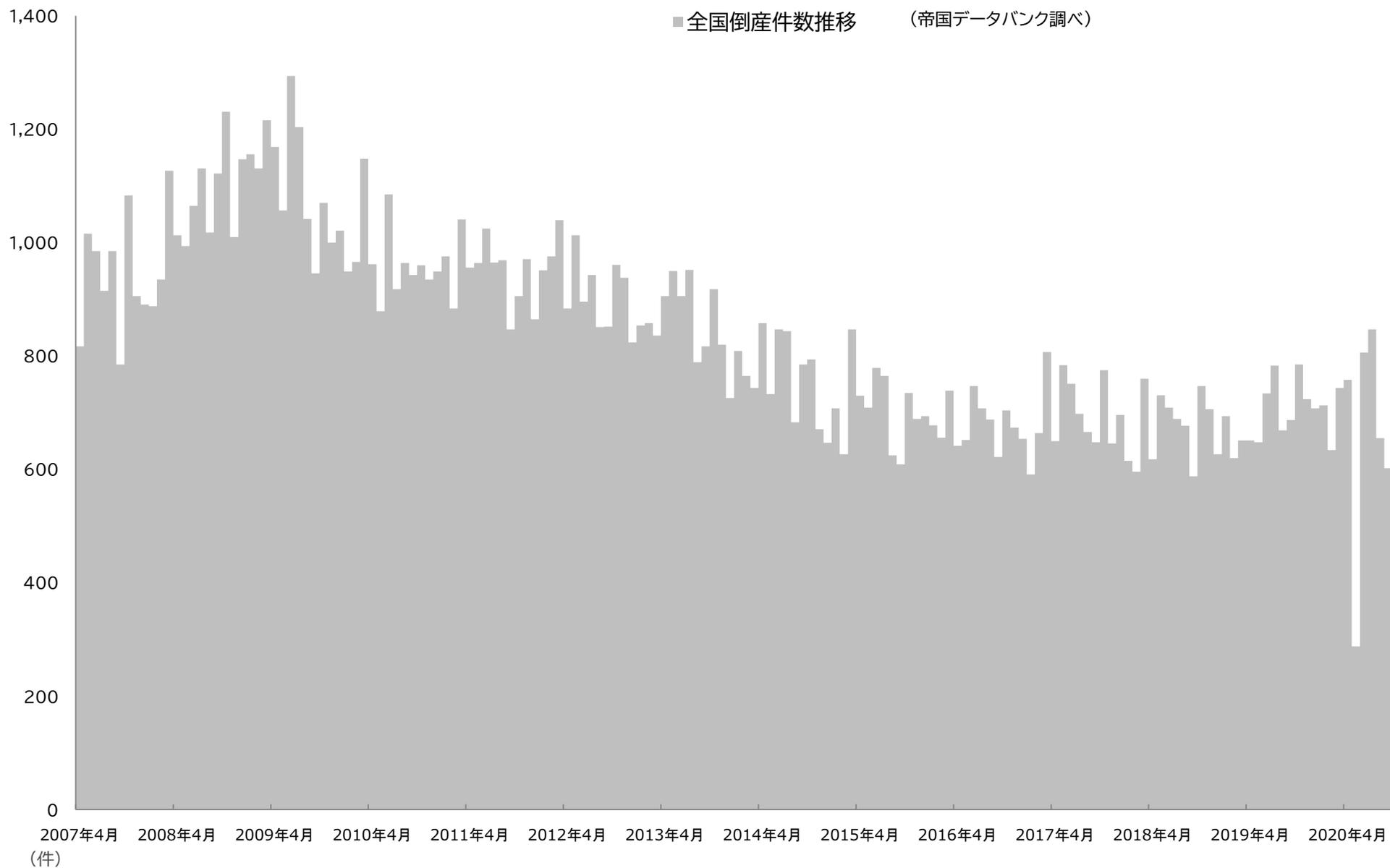


## 1-9 大株主一覧

株主名	持株数	持株比率
伊藤忠商事株式会社	6,336,800	13.94%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,599,800	7.92%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,370,200	7.41%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	2,888,500	6.35%
株式会社帝国データバンク	2,870,400	6.31%
江藤 公則	2,737,800	6.02%
株式会社日本カストディ銀行(信託口9)	1,557,600	3.42%
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ	1,440,000	3.16%
BBH FOR MATTHEWS JAPAN FUND	1,364,500	3.00%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	1,177,400	2.59%
THE BANK OF NEW YORK 133652	841,000	1.85%

## 2. 2021年3月期 重点施策

# 全国倒産件数の推移 過去倒産数推移(月間)



# 2020年度上半期における経済状況

- 2020年度上半期について、倒産件数は3,956件となり2004年度下半期以来の4,000件割れ。負債総額は6,012億5,000万円と、過去2番目の低水準。

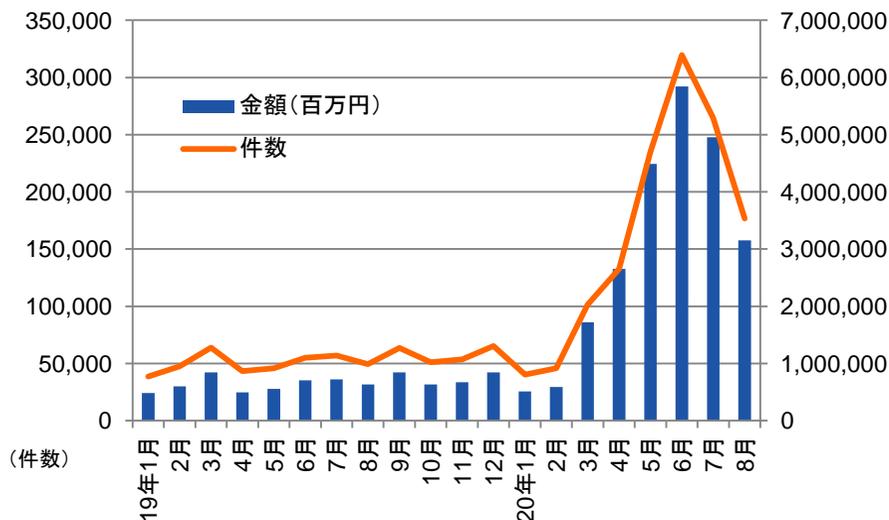
- 倒産数減少は、新型コロナウイルス関連の資金繰り対策の浸透が背景

信用保証協会の4～8月における承諾件数は累計で約120万件、承諾額は約22兆円にのぼり、すでにリーマン・ショックが発生した2008年度の合計金額を超える規模まで急拡大した。

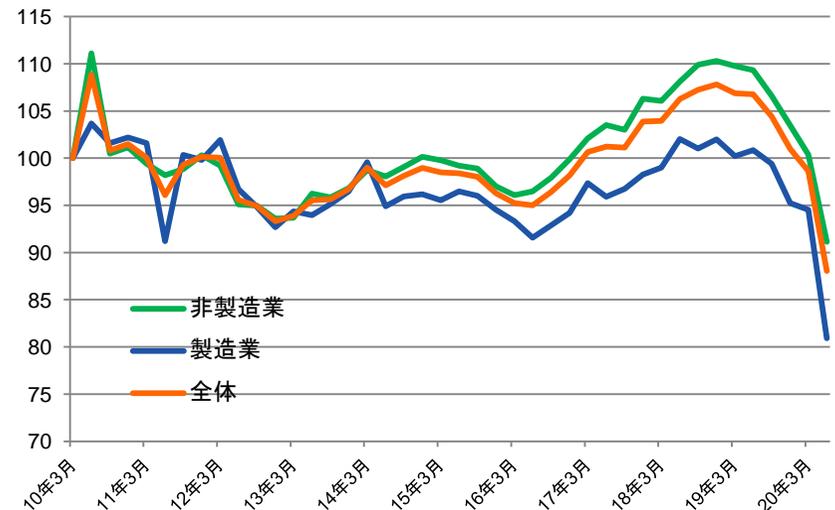
- 全産業売上高 17.7%減

20年4～6月期の全産業(金融・保険業を除く)の売上高は、前年同期に比べ17.7%減の284兆6,769億円だった。新型コロナウイルスの感染拡大で約11年ぶりの大幅な落ち込みとなった。

信用保証協会 保証承諾実績推移



法人企業の売上高



(資料:財務省) 2010年を100とした場合

# 2021年3月期の取り組み(再掲)

## 外 部 環 境

当連結会計年度における我が国経済は、雇用・所得環境の改善が続く中で、各種政策の効果もあって、景気は緩やかな回復基調で推移したが、2020年2月以降顕在化した新型コロナウイルス感染症の影響により、足下で大幅に下押しされており、先行きについては予断を許さない状況が続くことが見込まれている。

## 基 本 方 針

倒産動向や経済環境の変化を注視しながら、慎重なリスク判断を継続したリスク受託を展開する。一方で、足元ではリスクヘッジのニーズは高まりがみられるので、ニーズにこたえられるよう営業体制を強化する。

また、今後の景気悪化を織り込んだリスク評価の見直しを行うとともにリスクに見合った価格でタイムリーにサービスを提供することにより、経済インフラとしての役割を担うべく企業活動における保証サービスの浸透を図る。

## 顧客アプローチの推進・販売促進の強化

ニーズの高まりを背景に、顧客アプローチを推進し販売促進を強化する。また、サービス認知度を高めるため、広告等を実施し、売掛債権保証サービスを利用する企業のすそ野を広げる。

⇒ メディアからの取材依頼への積極的な対応や広告の実施など、認知度向上に努めたことにより保証サービスを活用する顧客のすそ野が拡大した。

### 顧客アプローチの推進

通常時は地方銀行からの顧客紹介が主軸。



緊急事態宣言下では、電話営業・ダイレクトメールでのアプローチを展開。

### 認知度向上施策

日経新聞・地方主要駅への広告掲載



日経CNBCなどメディアへの出演

# 新型コロナウイルスの影響による環境変化に対応した商品のタイムリーな開発・リリース

⇒緊急事態宣言の影響を受けて営業活動が制限される中、顧客ニーズの高まりに合わせた新商品を開発し、タイムリーに提供した。

- ・当社が保証した債権を、当社子会社または提携金融機関が買取るサービスの提供を一部実施。
- ・新型コロナ感染者数に応じて保証料が変動するサービスを導入。
- ・実質的に保証料の積立ができる「保証料積立サービス」を導入。



新商品リリース時の  
日経新聞掲載記事

## 引き受け企業のリスク評価見直し

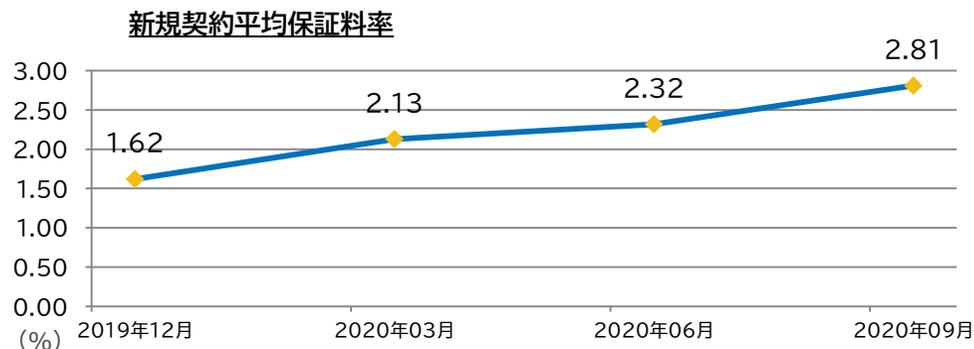
- ◆新型コロナウイルス感染症がもたらす今後の景気への影響を考慮し、新規契約・既存契約ともに各保証先のリスク評価を見直し、保証枠を再設定する。また、顧客へ提示する保証料率へもリスク評価の見直し結果を反映させる。
- ◆企業倒産数の増加を踏まえ、企業調査にかける人員を増やし、審査の際により詳細な情報を取得していくよう審査モデルを変更する。

⇒ 20年4月以降審査人員を倍増し、コロナ環境下において平時に比較してより詳細に審査を行えるよう体制を整備したうえで、今後の倒産件数の増加に備え、あらかじめ契約内容を見直し、高額のリスクについては引受を抑制するとともにリスクが高い先に対する保証枠の引き下げを実施。

このリスクの見直し結果を保証料率にも反映させた結果、新規契約の平均保証料率は1.62%(19年12月末)から2.81%(20年9月末)となり、また、更改案件における保証料率も上昇した。

資金調達余力をより強く考慮する審査手法に一部変更したことに伴い、専門部署を配置して商業登記や土地・建物登記を大量に取得。

⇒より詳細な審査が可能となった。審査するなかで得られた情報を適宜顧客に伝えることによって、顧客満足度向上にもつながっている。

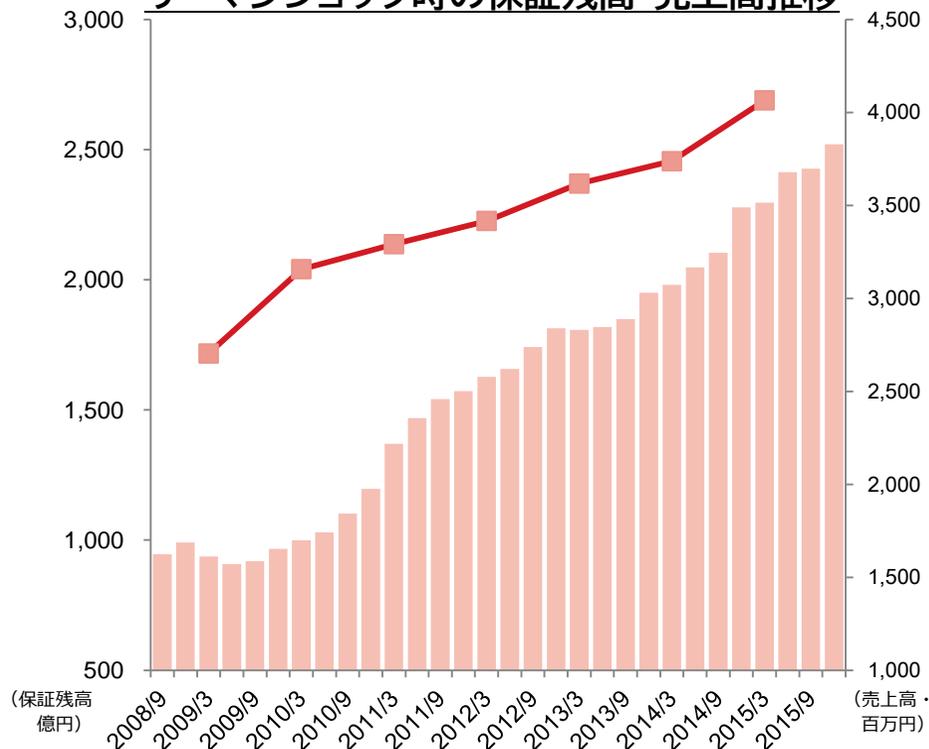


## 急激な経済環境変化への対応は、過去の経験をもとに対処

◆過去リーマンショック時においても、リスクの見直しを行い、リスクが高い保証先の限度額を下げつつ保証料率を上昇させ、流動化モデルへの信頼を高めながら利益を引き上げた。

⇒今回のコロナショックにおいても同様の対応をとることで、保証履行額の増加を抑制しながらリスク資産の優良化を進めるとともに、売上と利益の上昇及び顧客層の拡大を目指し、コロナショック後の安定的なリスク受託の基盤の整備を行う。

リーマンショック時の保証残高・売上高推移



### ◆リーマンショック時の対応

既存のリスクポートフォリオの優良化を進めつつ、慎重に新規リスクの受託を行なう

リスクの見直しを行い、見直し結果を保証料率にも反映させる

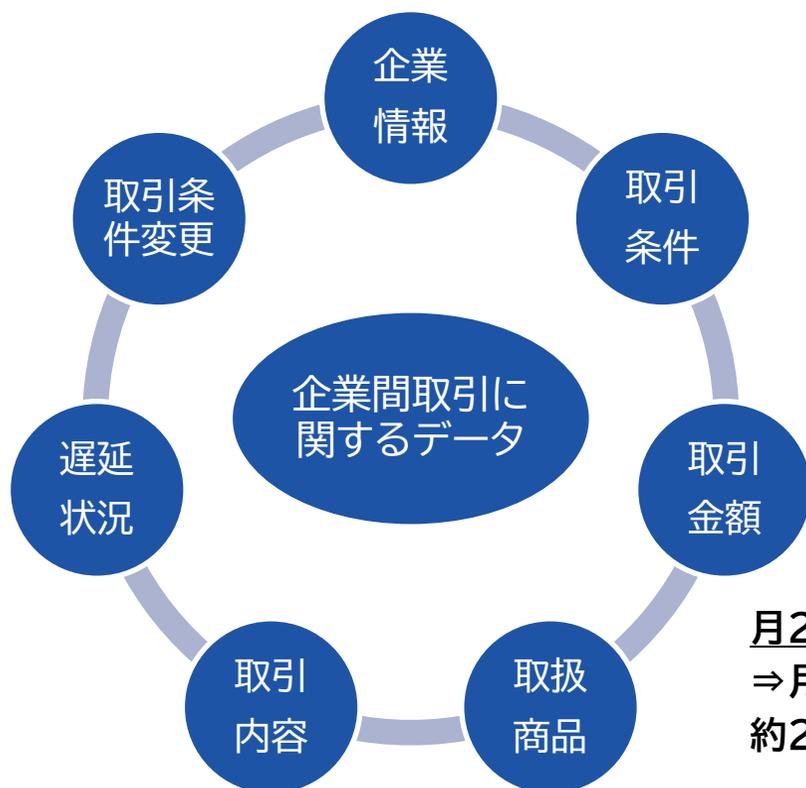
⇒上記の結果、保証残高を絞りつつ売上を拡大。リスクポートフォリオが優良化し、リーマンショック後の安定的なリスク受託の基盤を整えることができ、また同時に顧客層も広がった。

保証残高  
売上高

## 取引情報を中心としたビッグデータの活用

顧客数の拡大により企業審査、取引情報や支払情報などを初めとする各種情報量を一気に増加させることを目指す。加えてより多くの情報が集まる仕組みづくりを導入し、情報収集体制を強化する。

⇒ 各業務のプロセスに連動してデータベースに情報が格納されるシステムを開発。営業活動において生じる各情報が自動登録される仕組みを構築し、業務の効率化と情報収集力の強化を行った。

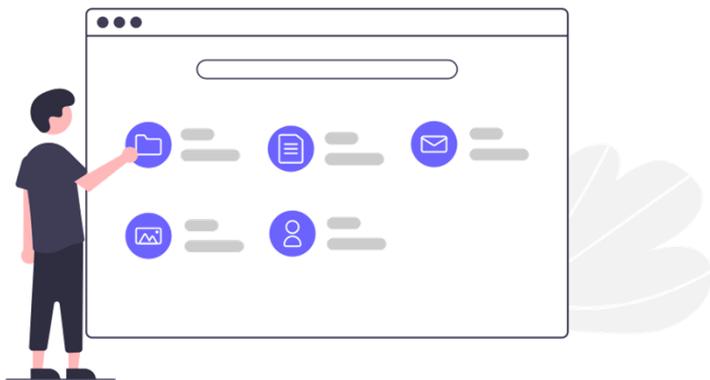


統計化して倒産確率を算定。  
その他、次頁記載のオンライン事業で活用。

月2万5000件を超過する企業審査の依頼

⇒ 月間20万件を超えることもある企業間取引に関する情報を取得。  
約20年間の保証事業で累積されたデータは膨大な量となる。

## 1. オンライン事業への本格参入



今までリーチできていなかった顧客層へ  
アピールできる商品とすることで、  
より顧客のすそ野をひろげ、利用ユーザー  
の増加を目指す。

- 従来の地方銀行などの人的な販売チャネルに加えて、新たにWEBマーケティングを強化すべくオンライン事業への参入をすることでコロナ環境下におけるニーズをとらえ、短期での顧客層の拡大を目指す。
- 想定顧客は中小企業を中心として、WEBを活用した取引リスクの管理を導入させることで、将来取引情報を活用した新たなサービス展開の基盤を作る。
- まずはじめに、契約申込、企業の審査、その他付随的な業務までがすべてオンラインで完結するサービスを導入する。
- 今までリスク管理に携わったことのないユーザーも簡単に始められ、幅広いユーザーが使えるサービスを目指す。
- オンラインや、既存の提携先以外の新規提携先を通じて販売を拡大することで、今までと異なる顧客層へのアプローチを行う。

## 2. 全国各地にサテライトオフィスを開設

地域に根差した営業活動の展開を目指すため、全国各地にサテライトオフィスを開設。

また、今後新型コロナウイルスが感染拡大となった場合でも営業活動が展開できるような体制を構築する。



---

ご清聴ありがとうございました。

本資料に関するお問い合わせ先

イー・ギャランティ株式会社 IRチーム

03-6327-3622