

事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年11月12日

シンメンテホールディングス株式会社

1. 会社概要・ビジネスモデル

2. 市場環境

3. 競争力の源泉

4. 事業計画

5. リスク情報

1. 会社概要・ビジネスモデル

会社名 シンメンテホールディングス株式会社
(英文表記 : Shin Maint Holdings Co.,Ltd.)

代表者の役職氏名 代表取締役会長兼社長 内藤 秀雄

本店所在地 〒140-0011
東京都品川区東大井2丁目13番8号3F

拠点所在地 品川、三鷹、仙台、大阪、尼崎、名古屋、福岡

創業年月日 1999年10月1日

資本金 236,000千円

従業員数 202名(連結)

事業内容 店舗・施設の設備機器及び内外装等の
トータルメンテナンスサービス事業

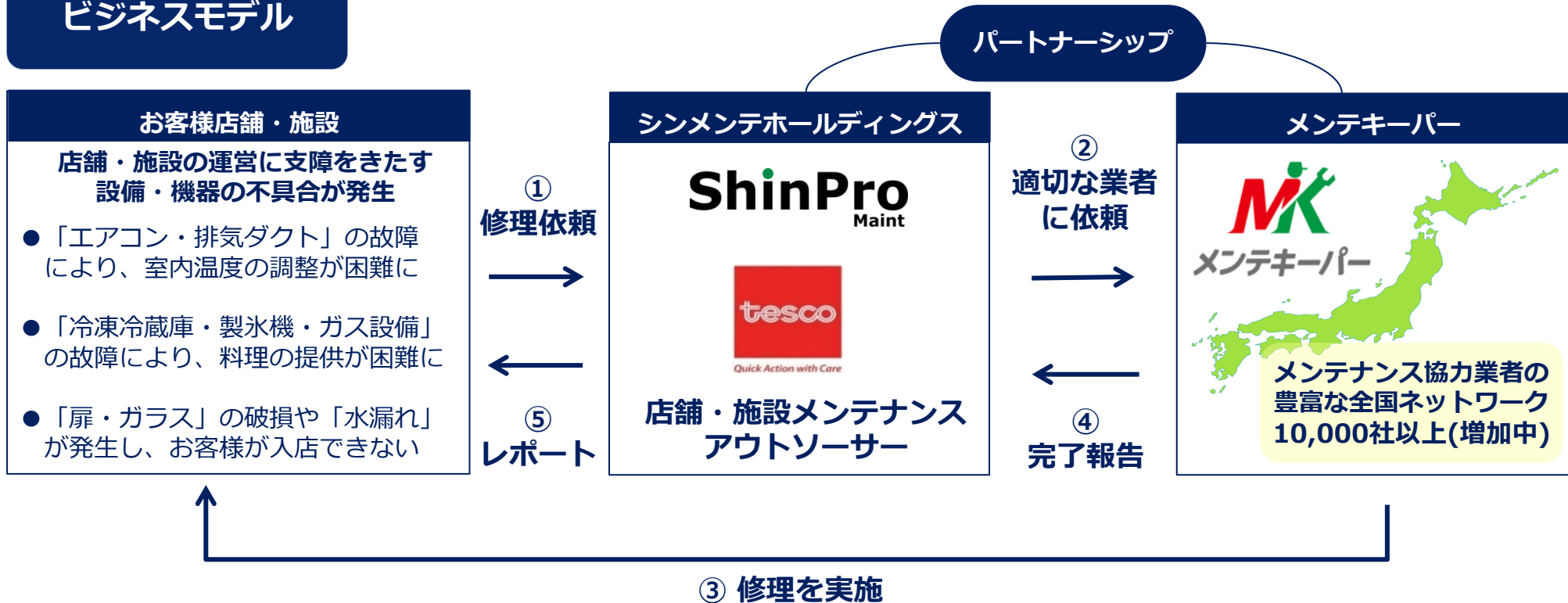
子会社 シンプロメンテ株式会社
株式会社テスコ



1-1-1 事業の内容

チェーン展開している店舗・施設の設備・機器のトータルメンテナンスサービスを提供する。

ビジネスモデル



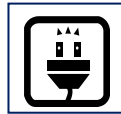
※メンテキーパーとは修理を担当いただく協力業者の呼称

1-1-2 メンテナンスサービスアイテム

緊急・保守・計画修繕 24時間365日、幅広いサービスを提供する。



厨房機器



電気設備



グリストラップ清掃
浄化槽保守



ガス設備



内外装・外構



廃棄物管理



給排水まわり



扉・鍵・
ガラス



害虫駆除



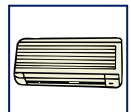
衛生設備・
トイレ



看板・
ネオン



店舗清掃



エアコン



電気保守

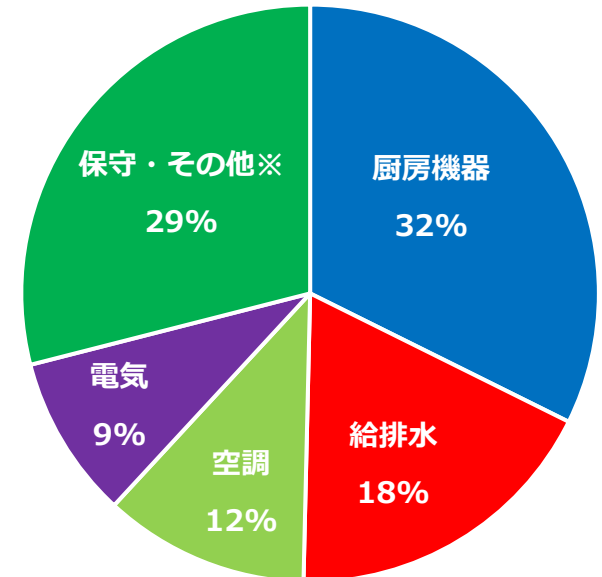


ダクト・
給排気設備



消防点検

2020年3月～2021年2月の
対応依頼案件の内訳



※その他の内訳
内外装・外構、扉・鍵・ガラス、看板・ネオンなど

1-2-1 収益構造

売上は、メンテナンス費用の全額を構成し、メンテナンス原価（仕入れ）は、メンテキーパーの作業費全額を構成する。

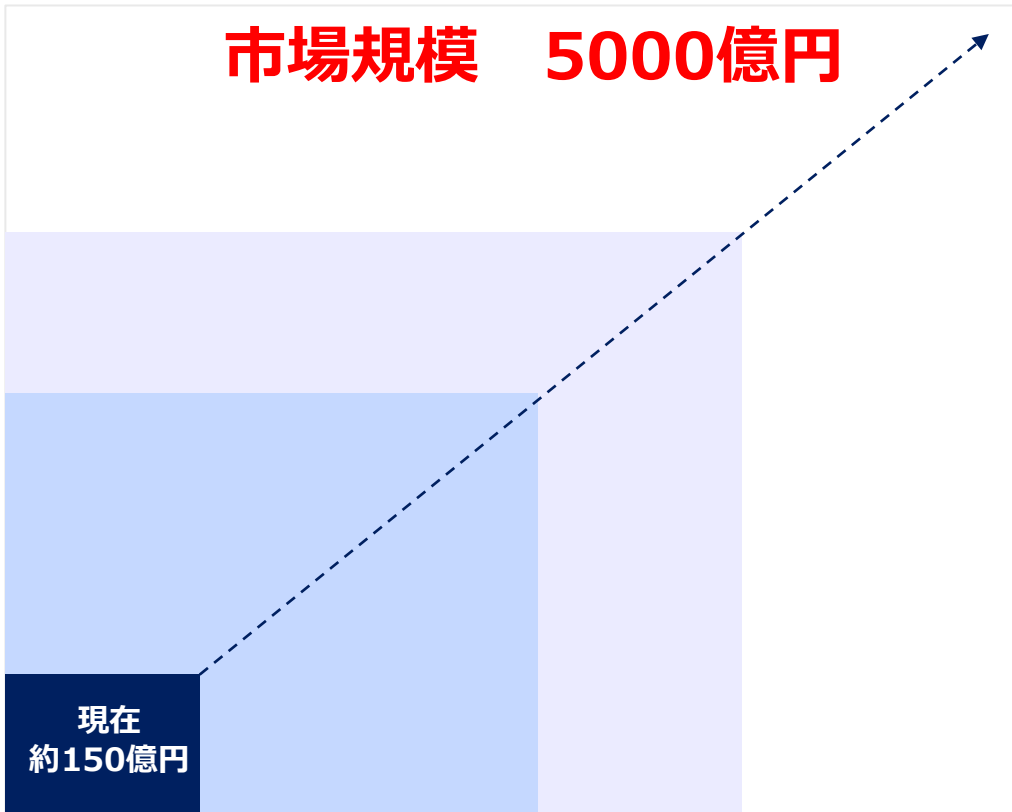


2. 市場環境

2-1-1 市場規模

国内における店舗・施設のメンテナンス市場は5000億円超あり、開拓余地は大きく、さらなるシェアの拡大を図る。

市場規模 5000億円



現在、上記市場規模が存在していると考えており、P10「競合環境」の各プレイヤーが、市場規模5000億円超のチェーン展開している店舗・施設のメンテナンスを実施している。

【市場規模に対する考え方】

飲食、小売り、理美容、介護をはじめとした様々な業界の店舗・施設のうち、チェーン展開している店舗・施設をターゲット市場としている。

そのターゲット市場を業態ごとに分類し、これまでの業態ごとのメンテナンス実績に基づき、下記の計算式にて算出した金額を総合的に勘案し、国内**5000億円超**と算出した。

これまでのターゲットが飲食中心であったため、他業態への開拓余地は大きいと考える。

- 売上高 × 一定率
- 店舗数 × 一定額

<出所>

- 次の資料で、ターゲットとする企業の売上高・店舗数を個別抽出
- ・ 経済産業省「商業動向調査」、日経MJ社「日本の小売業調査」
 - ・ 日本フードサービス協会「データからみる外食産業」、日経MJ社「日本の飲食業調査」
 - ・ 総務省「日本の標準産業分類」
 - ・ 厚生労働省「介護給付費実態調査」
 - ・ 厚生労働省「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会資料」など

2-2-1 競合環境

当社は、全国で、全アイテムのトラブルに対応しているが、同規模をカバーできる競合は少ない。一方、個別アイテムに強みを持つ企業や特定地域の企業は、競合であるが、メーカーのように、競合でありながら協力関係にある企業も多数存在している。

	個別アイテム	全アイテム
全国	<p>競 協</p> <p>設備機器メーカー (空調)</p>	<p>シンメンテホールディングス (全国・全アイテムの統合メンテナンス)</p> <p>競</p> <p>統合メンテナンス企業 (全国・全アイテムの統合メンテナンス)</p> <p>競</p> <p>全国チェーン企業の メンテ子会社</p>
	<p>競 協</p> <p>設備機器メーカー (厨房)</p>	
	<p>競 協</p> <p>BtoCメンテ企業 (水周り、鍵等の専門業者)</p>	
特定地域のみ	<p>競 協</p> <p>地場の電気工事店、工務店</p>	<p>競 協</p> <p>地場の統合メンテナンス企業</p> <p>協</p> <p>多能工の職人</p>

競 : 競合
協 : 協力社

3. 競争力の源泉

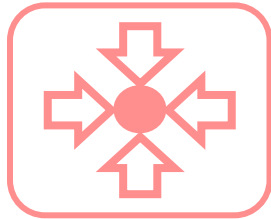
3-1-1 当社の特徴

メンテナンス專業、外部のメンテキーパーとの協働、メンテナンス道場等にこだわり競争優位を実現している。

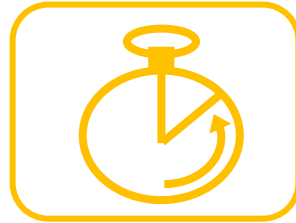
	当 社	同業他社
事業内容	メンテナンス專業 (原状復帰を目的としたメンテナンスに特化) (設計・施工は行わない)	設計・施工に加えてメンテナンスまで対応
お客様	飲食・小売・理美容・介護業界の チェーン店・施設	飲食・小売事業のチェーン店 及び 機器メーカー (保守代行)
実働部隊	外部のメンテキーパーが全て対応 (自社技術者は、メンテキーパーの育成に専念)	自社技術者 及び 外部の協力会社
対応エリア	メンテキーパーネットワークで 全国を網羅	自社技術者でほぼ全国を網羅するが、 一部エリアは外部の協力会社に依存
ノウハウの提供	メンテナンス道場で 顧客の店舗スタッフを育成	—

3-1-2 競争優位性

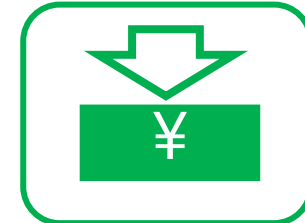
ワンストップ、スピーディー、ローコストのメンテナンスサービスを追求している。



ワンストップ



スピーディー



ローコスト

- トラブルの内容に関わらず、**一元的に**依頼を受け付ける。
- トラブルは、**全国メンテキーパーネットワーク**を駆使し、**迅速**に解決する。
- 膨大なメンテナンスデータ**を駆使し、トラブルに対応、店舗運営への影響を極小化する。
- メンテナンスに詳しい**専門スタッフ**による**依頼受付体制**を保持している。
- 規模の経済により、メンテナンスコストを最適化している。

4. 事業計画

4-1-1 成長戦略

着実に成長しつつ、戦略的な新市場開拓・M&A等により企業価値向上を目指す。



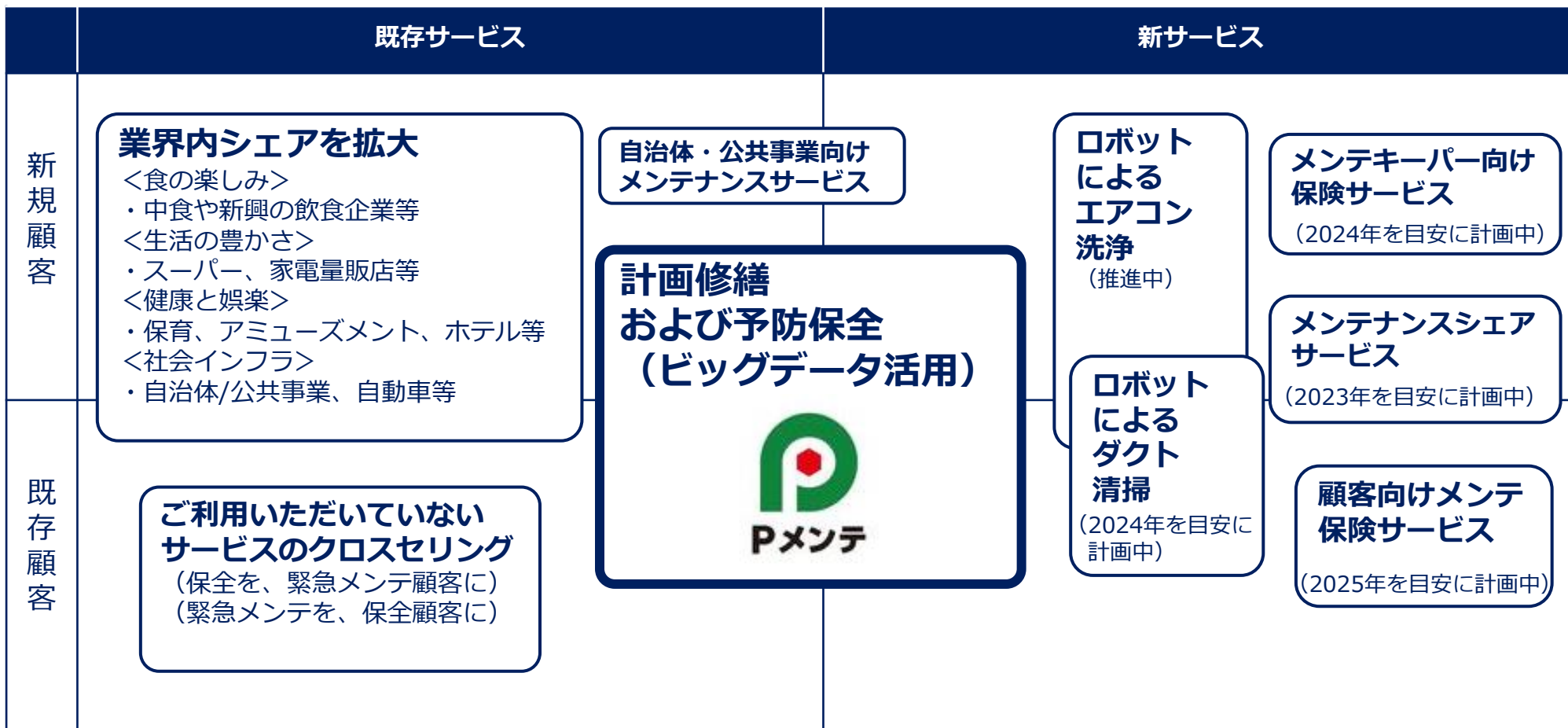
4-1-2 成長戦略（業界軸）

当社メンテナンス事業において、国内5000億円超のマーケットがあると考えている。業界を分析し、優先順位をつけて拡大を図ることで、迅速・確実な成長を目指す。

業界	方針
飲食	<p><食の楽しみを支えるシンメンテ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・創業時から当社グループを厳しく育てていただき、今もなお、当社に成長の機会を与えていただいている飲食業界は、柱となる業界であることに変わりはない。 ・社員の成長を考えても、スピード等の要求水準が最も高い飲食業界は、大事な顧客であり続ける。 ・一方、大手飲食チェーンでも、シェアの小さな顧客が多数存在している。業界内での伸びしろはまだある。丁寧に当社メリットを訴求して拡大を図る。 ・また、新しい生活様式に即した飲食企業が伸長する。そういった企業に寄り添い、共に成長を図る。 ・飲食企業共通のニーズである「計画修繕」「予防保全」の需要に確実に対応する。
飲食 以外の 業界 (新市場)	<p><豊かな生活を支えるシンメンテ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・小売/物販については、新しい生活様式、巣ごもり需要等を考慮し、次のような業界セグメントを開拓：スーパー、家電量販店、コインランドリー、陸運等 <p><健康と娯楽を支えるシンメンテ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アミューズメント、冠婚葬祭/ブライダル等、アフターコロナに復調する可能性のある業界を見定める。 ・介護業界は、引き続き重点業界となる。すでに中核の事業となっているが、さらに拡大を図る。 ・保育、ホテルは、大きく拡大できる業界セグメントと認識し、経験・ノウハウを積み上げる。 <p><社会インフラを支えるシンメンテ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・高速道路NEXCOのビジネスを継続・拡張する。 ・自治体/公共事業、自動車業界、鉄道業界、病院の施設メンテナンスに参入し、拡大する。

4-1-3 成長戦略（サービス軸）

既存顧客には、ご利用いただいていないサービスのクロスセリングを。新規は、新サービスをテコに拡大。さらに、要望の多い計画修繕/予防保全の需要に確実に対応していく。

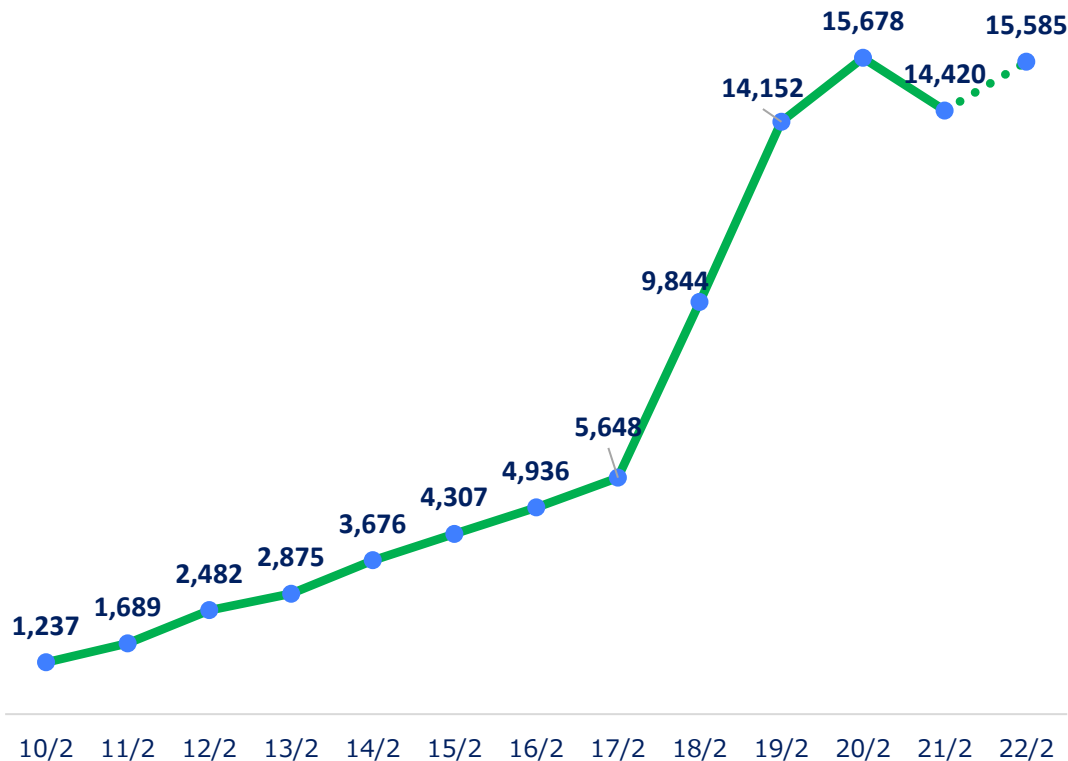


4-2-1 経営指標

当社は現時点において成長過程で、規模の拡大により、利便性・効率性・経済性が高まるため、「売上高」を重要な経営指標と認識している。

【売上高の推移】

(単位：百万円)



【経営指標に対する考え方】

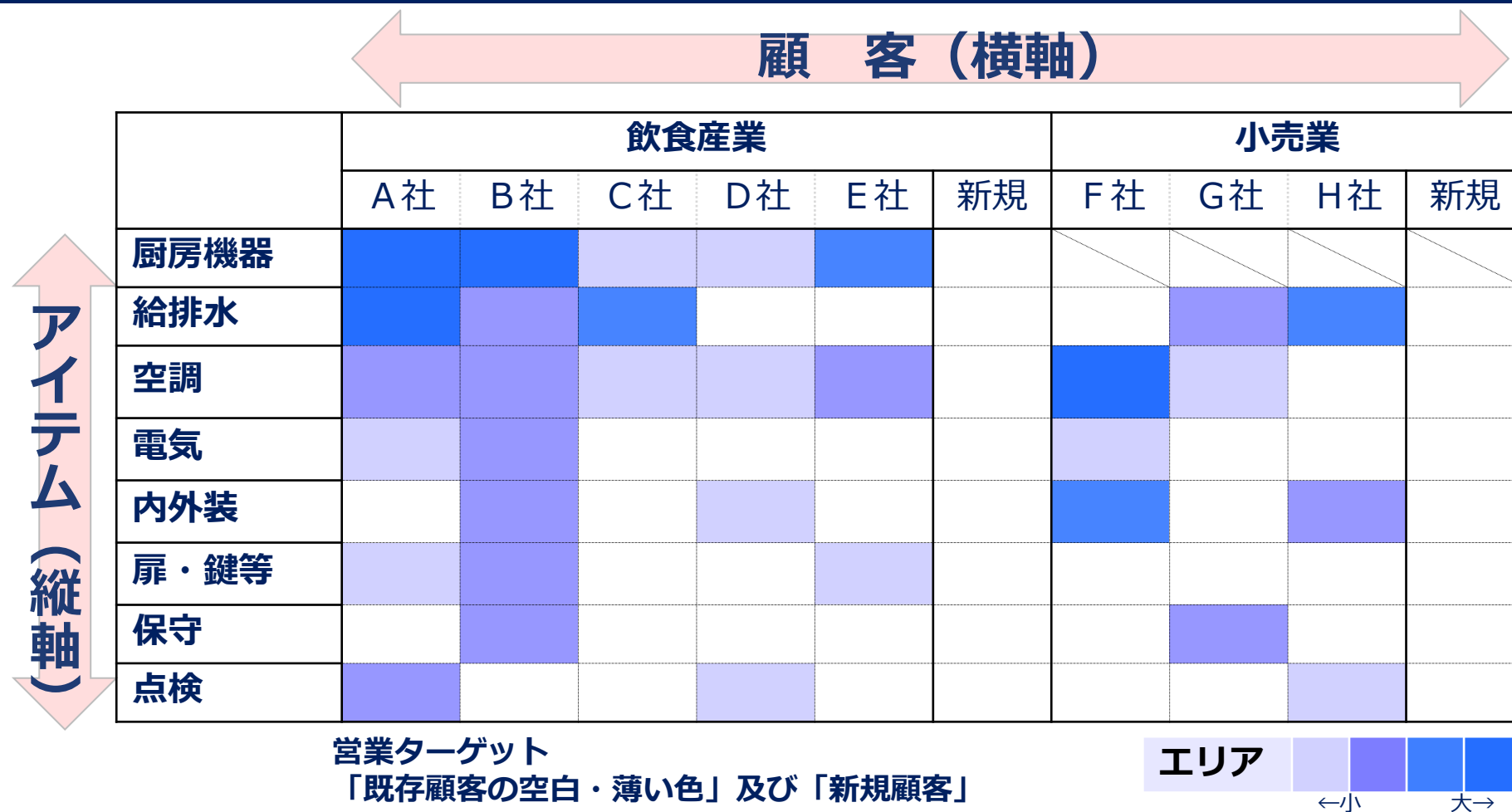
当社グループが行っているメンテナンスサービスは、店舗で発生する様々な修繕依頼に対応するため、受注単価に大きなばらつきがある。

また、顧客によって、フルメンテから、一部エリア・一部アイテムの受注など契約形態が異なるため、受注状況にも大きくばらつきがある。

そのため、当社サービスを総合的・客観的に把握できる「売上高」を重要な経営指標とし、売上高の拡大により、規模の経済が働き、利便性・効率性・経済性が高まるものと認識している。

4-2-2 経営指標（受注ばらつきイメージ）

ターゲット市場に対する状況として、次のように、顧客（店舗・施設）・アイテム、そして対応エリアにおいて、メンテナンスの受注余地があるため開拓余地は大きい。



4-3-1 利益計画及び前提条件

新型コロナウイルス感染症の収束時期の見通しが立たない状況であるが、飲食業界をはじめとして幅広い業界にメンテナンスサービスを提供し、前期比増収増益を見込む。

(単位：百万円、%)

損益	2021年2月期 実績		2022年2月期 予想		前期増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	14,420	100.0	15,585	100.0	1,165	8.1
売上総利益	3,094	21.5	3,352	21.5	258	8.3
販管費	2,405	16.7	2,623	16.8	218	9.1
営業利益	688	4.8	728	4.7	39	5.8
経常利益	704	4.9	732	4.7	27	3.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	436	3.0	454	2.9	17	4.0
1株当たり配当金	15.00円	—	16.00円	—	1.00円	—

5. リスク情報

5-1-1 認識するリスク及び対応策

当社の事業等のリスクに関する事項のうち、投資者の判断に影響を及ぼす可能性のある事項の一部は以下の通り。

リスク概要	可能性	影響	当社の対応方針
○外食業界への業績依存 主力取引先である外食業界からの修繕依頼減少	中	中	外食業界に依存せず、小売/物販については、新しい生活様式、巣ごもり需要等を考慮し業界セグメントを開拓していく。アミューズメント、冠婚葬祭/ブライダル等、アフターコロナに復調する可能性のある業界を見定める。介護業界は、引き続き重点業界となる。
○特定取引先の業績依存 取引先との取引失注、契約終了や、メンテナンス需要の動向等	中	大	特定取引先と良好な関係を継続しつつ、チェーン展開している店舗・施設メンテナンスが必要である新たな業界を分析しサービス提供の拡大を図っていく。
○自然災害 自然災害の影響によるシステム不具合等、事業活動の継続に支障	中	中	当社グループの各拠点間の連携体制を構築することで、自然災害による影響を軽減させる。

※その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載

【免責事項】

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、当社以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

【今後の開示】

当資料のアップデートは今後、5月下旬を目途として開示を行う予定です。