



2021年12月17日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 イ ン ト ラ ス ト  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 桑 原 豊  
(コード番号：7191 東証第一部)  
問 合 せ 先 取 締 役 執 行 役 員 太 田 博 之  
(TEL:03-5213-0250)

### 新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

当社は、2022年4月に予定されている株式会社東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、本日プライム市場を選択する申請書を提出いたしました。当社は、移行基準日時点（2021年6月30日）において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、以下のとおり、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

#### 記

#### 1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は、以下のとおりとなっており、流通株式時価総額及び流通株式比率については基準を充たしておりません。当社は、流通株式時価総額及び流通株式比率について、「中計経営計画（第2次）」（2022年3月期～2024年3月期）の成果が反映される2025年3月期までに上場維持基準を充たすために各種取組を進めてまいります。

	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率	1日平均売買代金
当社の状況 (移行基準日時点)	77,986 単位	53.7 億円	34.8 %	0.75 億円
上場維持基準	20,000 単位	100 億円	35 %	0.2 億円
計画書に記載の項目		○	○	

## 2. 上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針、課題及び取組内容

### <基本方針>

「中期経営計画（第2次）（2022年3月期～2024年3月期）」に基づき、企業価値を継続的に向上させることで、時価総額の向上を図るとともに、IR・PR活動を引き続き推進することで、流通株式比率の向上を図ります。

### <課題及び取組内容>

#### （1）流通株式時価総額向上の取組について

「中期経営計画」を推進し、各重点施策に取り組むことで、企業価値の向上を図ります。

##### ① 中期経営計画の骨子

- ・ 成長方針：「従来・新規の各マーケットで両軸の成長」「ゼロ→イチの精神 新規の挑戦・育成」を確実に進める
- ・ 投資方針：15億から20億円を目安に成長投資を計画
- ・ 財務戦略：中計3か年で見込む累計営業CF25億円を、成長投資と株主還元に分
- ・ ESG/SDG' Sの取組の推進

##### ② 中期経営計画の計数計画

	2021年3月期実績	2024年3月期計画
売上高	4,203 百万円	8,000 百万円
営業利益	1,149 百万円	2,000 百万円
営業利益率	27.4 %	25.0 %
配当性向	32.3 %	30～40 %
ROE	20.8 %	20.0 %超

##### ③ 中期経営計画推進による流通株式時価総額100億円への適合状況

2024年3月期の計数計画を前提とした見込流通株式時価総額：108.1億円

営業利益計画値	2,000 百万円
見込税引後利益(注1)	1,320 百万円
予想PER(注2)	23.4 倍
流通株式比率(注3)	35.0 %
見込流通株式時価総額	108.1 億円

注1：2021年3月期の税負担率34%にて試算

注2：2021年3月末を基準とした直近1年間の平均(月)PER

注3：下記(2)の取組による流通株式比率

(2) 流通株式比率向上の取組について

IR・PR活動を継続的に推進することで、流通株式比率の向上を推進します。

当社の株主構成のうち、2021年3月末時点において4.1%程度を国内の事業法人が所有しております。上記(1)の「中期経営計画」推進による企業価値の向上により、既存の株主構成に変化が生じると考えており、その際に、個人株主及び機関投資家の割合が高まることで、流通株式比率向上を目指しております。そのため、以下の施策を実施いたします。

① IR活動の推進

- ・個人投資家説明会を継続的に実施し、投資家層の拡大を図ります。
- ・機関投資家等との面談を通じて、開示資料・情報の内容の改善を継続的に図り当社の理解の促進に努めます。

② PR活動の推進

- ・コーポレートブランディングへの取組を継続し、知名度向上を図ります。

以上

中期経営計画(第2次)  
(2022年3月期 - 2024年3月期)

# Road to the higher

2021年5月14日

株式会社イントラスト



## 『イントラストは保証スキームで社会インフラを提供し、サービスと流通の活性化を実現します』

『保証』は連帯保証人など、長い歴史に根付いた商慣習です

大きな社会変化により人の縁に依存する保証は薄れゆく一方、社会的な約束や取引において、保証は求められ続けています

イントラストは、  
社会の様々な機会において、保証に基づく安心を、  
社会インフラとして普及させていきます

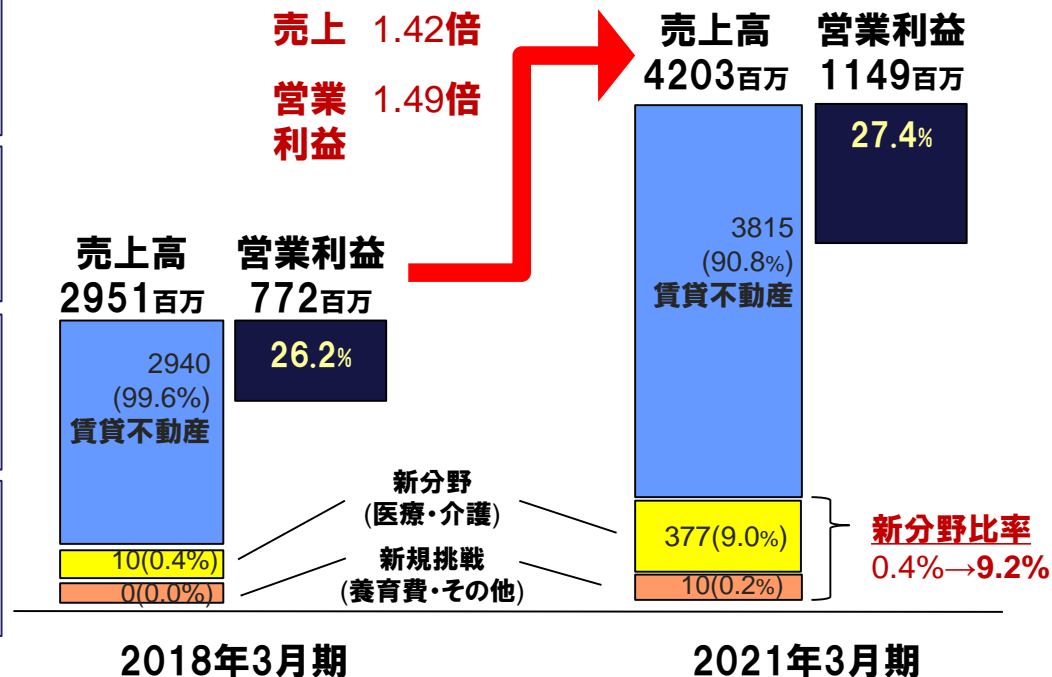
# 1. 第1次中期経営計画(2019~2021/3期)の到達点



## Zero to One

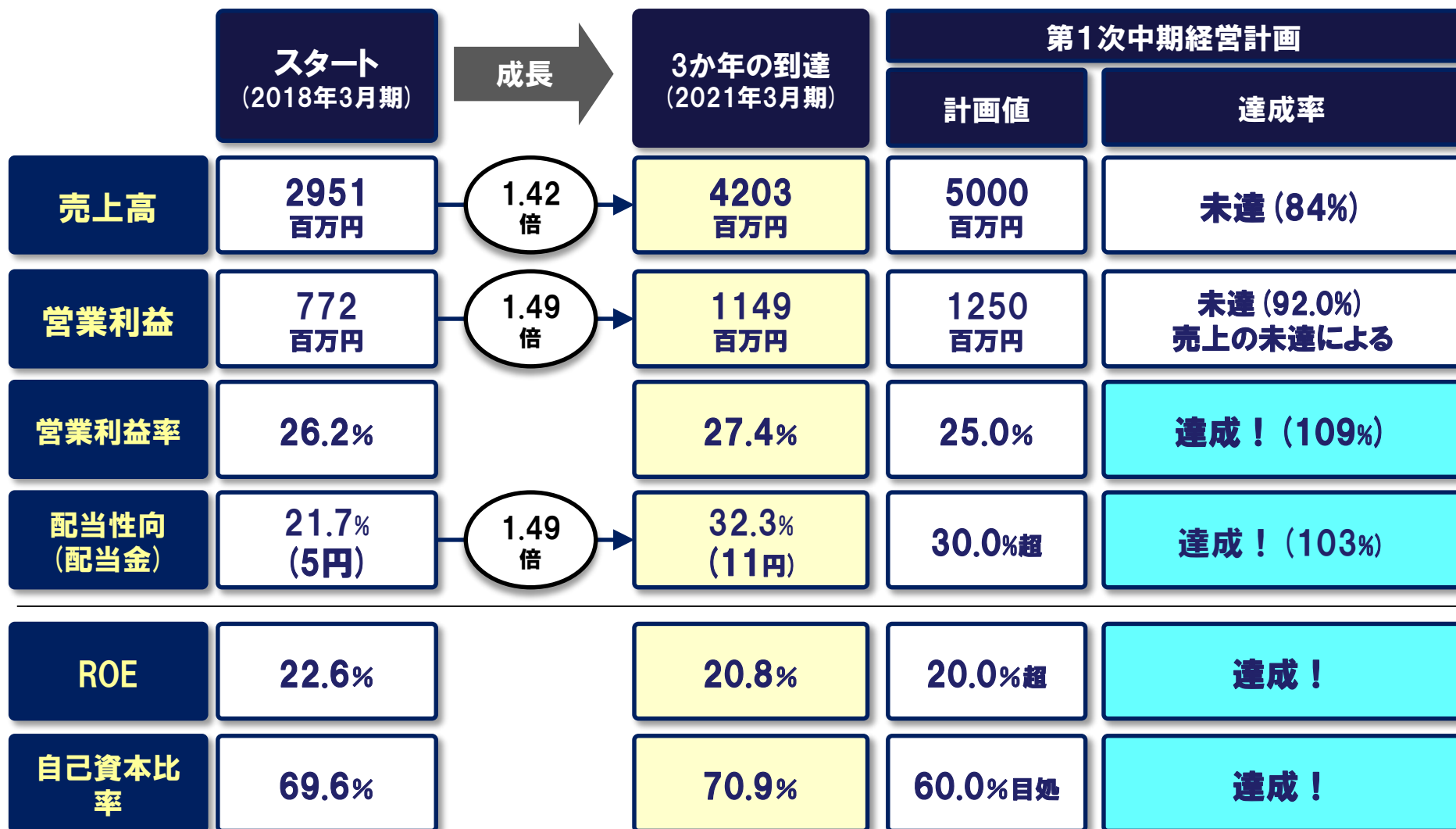
常に『ゼロからイチ』を実現します

成長	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上は1.4倍に成長</li> <li>営業利益は1.5倍に成長</li> </ul>
新事業 挑戦	<ul style="list-style-type: none"> <li>医療費用保証、養育費保証</li> <li>新分野比率の増加(0.4→9.2%)</li> </ul>
第2の 成長 事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>医療費用保証</li> </ul>
運営 体制 強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>横浜にソリューションセンター開設</li> <li>新卒の定期採用のスタート、拡大</li> </ul>



# 1. 第1次中期経営計画(2019～2021/3期)のまとめ①

重点戦略に手応えがあった一方、コロナの影響もあり計画は1年ほど遅れ



# 1. 第1次中期経営計画(2019～2021/3期)のまとめ②

## 売上計画のギャップ分析

### 賃貸新築着工数の減少やコロナ禍の営業活動自粛制限などが影響

事業分野	事業セグメント		計画値	実績	達成率	達成の状況
			(百万円)	(百万円)		
#1 従来マーケット			4,500	3,816	85%	新築着工数の減少、コロナ禍の影響で見通しを下回る
	賃貸 不動産 分野	保証新規・更新	1,890	1,907	101%	顧客がソリューションから保証へと利用チェンジし、保証は計画達成
		ソリューション	2,610	1,909	73%	
#2 新規マーケット			500	388	78%	医療は想定超。新規営業はコロナ禍で影響
	医療費用保証		250	341	136%	医療・介護施設のアクセスが強く制限。医療保証へのニーズは顕在化
	介護費用保証、養育費、その他新規		250	47	19%	
			5,000	4,203	84%	

## 今後への成長トレンド

賃貸不動産 分野	家賃債務保証	顧客ニーズがソリューションから保証に切り替わる ※保証はソリューションと比べ、リスクを含むトータルサポートをするため単価が高い
医療分野	医療費用保証	保証ニーズが顕在化、見通しを超える規模となる



## **2. 第2次中期経営計画・目標**

## 2. 第2次中期経営計画の目標値

3か年において、売上高1.9倍、営業利益1.74倍を実現する

	スタート (2021年3月期)	中期3か年 の目標値 (2024年3月期)
売上高	4203 百万円	8000 百万円
営業利益	1149 百万円	2000 百万円
営業利益率	27.4%	25.0%
配当性向 (配当金)	32.3%	30~40%
ROE	20.8%	20.0%超

2025/3期からの次期中計(ジャンプ)では、売上100億円は射程内

## 2. 第2次中期経営計画(2022/3~2024/3期)の方針

### ホップ・ステップ・ジャンプの「ステップ」:売上100億円を射程圏に引寄せる



### 成長の方針

従来・新規の各マーケットで両軸の成長	従来マーケット	賃貸不動産分野	新しい保証商品を投入し顧客ニーズ実現
	新規マーケット	医療・介護分野	医療費用保証事業は、導入期から成長期に突入。成長を加速
ゼロ→イチの精神 新規の挑戦・育成	事業育成	養育費保証分野	最初のB2C事業として育成する
	事業創造	新商品・事業開発	新たな新保証の創造に挑む

## 2. 第2次中期経営計画(2022/3~2024/3期)で実現すること



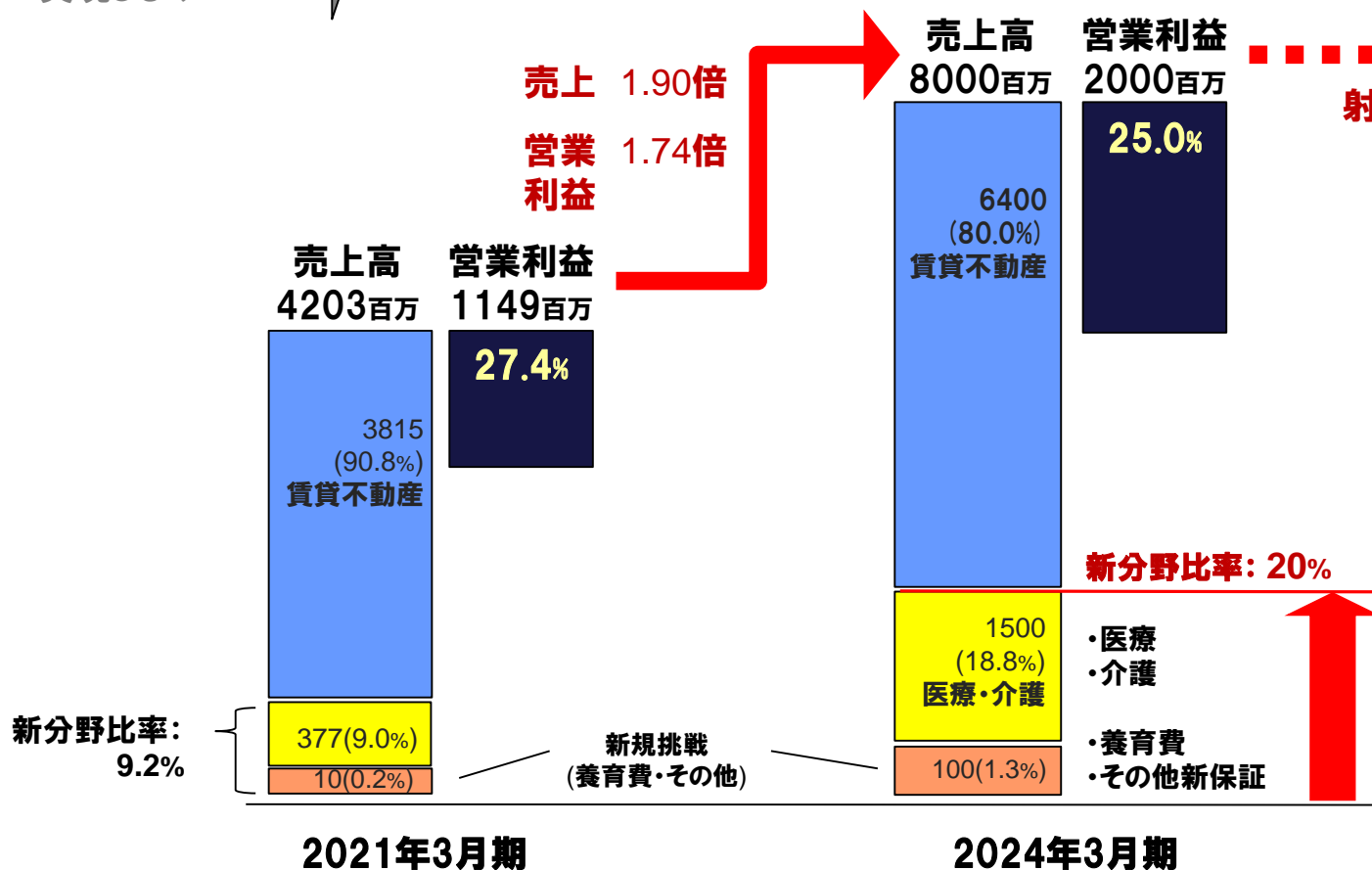
Zero to One

常に『ゼロからイチ』を実現します

Road to the higher

売上100億円を射程圏に引寄せ

売上100億円



### **3. 成長戦略**

### 3.第2次中期経営計画の成長サマリー

#### 第2次中期経営計画の3年間において各市場の成長率を上回る、売上1.9倍を目指す

成長分野	事業セグメント		2021/3期		2024/3期		成長倍率	成長貢献度		基本戦略
			売上高	構成比	売上高	構成比		貢献額	構成比	
#1 従来 マーケット	賃貸 不動産 分野	家賃債務保証 & ソリューション	3,815	90.8%	6,400	80%	1.7倍	2,585	68%	上位管理会社に新保証商品を提供し、インスタシェアUP 新規顧客は課題解決のソリューションサービスによる信頼獲得
#2 新規 マーケット		医療 分野	医療費用保証	341	8.1%	1,370	17%	4.0倍	1,029	27%
		介護 分野	介護費用保証	36	0.9%	130	2%	3.6倍	94	2%
#3 新規 創造・育成	新規 事業	養育費保証 (B2C) その他新規事業	10	0.2%	100	1%	9.5倍	90	2%	(養育費) 事業基盤確立。 (その他) 更なる新規事業探索
			4,203	100%	8,000	100%	1.9倍	3,797	100%	

#### 2つの成長ドライバー

第1の 成長ドライバー	家賃債務保証	ソリューションから売上単価の高い保証へシフトチェンジ、顧客ニーズの実現を通じて、更なる売上成長
第2の 成長ドライバー	医療費用保証	イントラストが創出した新マーケット。フロント・ランナー。成長の加速へフル・アクセル

## 家賃債務保証の市場は、管理物件、保証利用率と増加の傾向

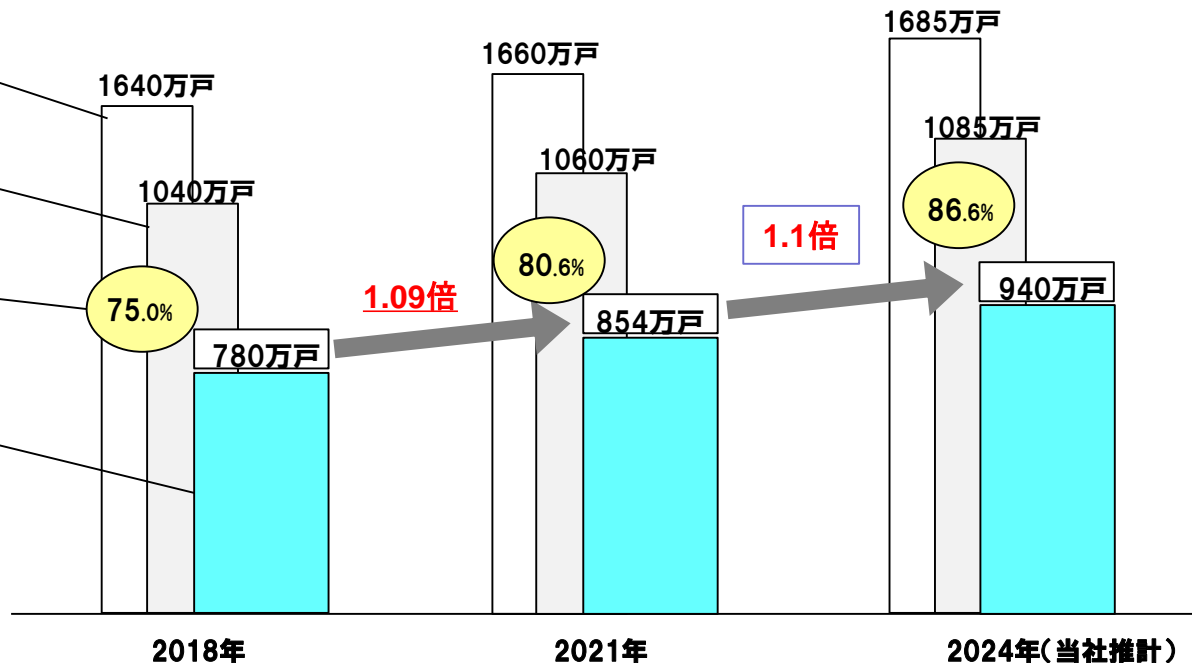
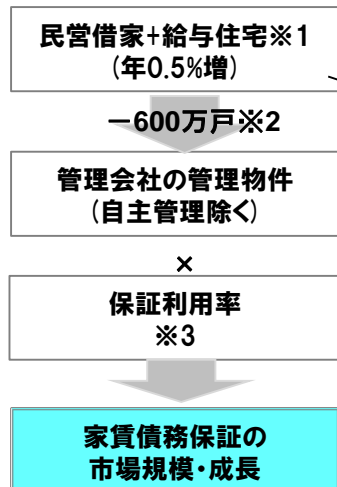
### 市場の状況 賃貸物件数の増加は続く

- 1) 賃貸住宅の新築着工数減が続くが、総賃貸戸数は増加
- 2) 世帯人口は微増の傾向
- 3) 民法改正以降、際立った変化はない

### 競争の状況 家賃債務保証市場も成長

- 1) 家賃保証事業者は数十社程度
- 2) 賃貸管理会社のグループ内に保証会社も存在
- 3) 事業成長には、特徴をもった保証提供が必要

### 家賃債務保証市場の見通し



※1. 民営借家+給与住宅: 国交省「平成30年住宅・土地統計調査の集積結果」  
 ※2. 自主管理戸数: イントラスト推計600万户  
 ※3. 保証利用率: 日管協「日管協短観」より算出

### 3.1. 成長ドライバー1: ②賃貸不動産分野の成長戦略

成長する上位管理会社をターゲットにして、イントラストの強みを発揮する

**顧客ターゲット**  
成長する上位管理会社に多数の実績

上位管理会社の空室率は低く、  
管理戸数は増加。上位に集約の傾向

⇒上位管理会社は、高い成長が期待できる

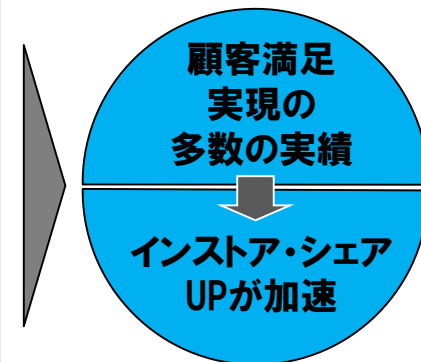
**提供サービス**  
顧客の課題を解決するオーダーメイド商品

クライアントの個のニーズに応える  
カスタマイズ力

多様な保証商品      課題解決ソリューション商品

- ・居住/事業/高齢者
- ・口振/カード決済/代弁
- ・システム (EMS)
- ・柔軟なプライシング など
- ・審査支援
- ・Doc-on、楽クレ
- ・未入金案内
- ・システム提供

保証・ソリューションとも共通のインフラ基盤で運営し、継続的なDX投資を実行

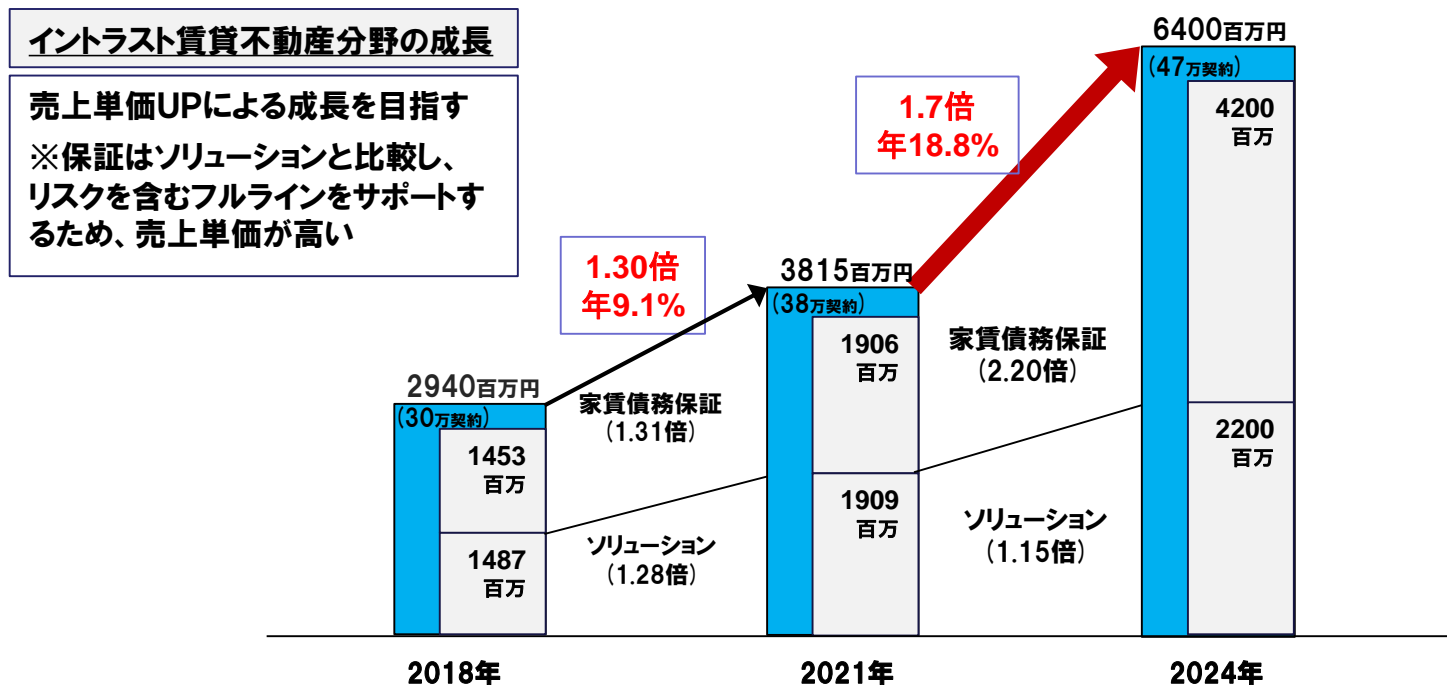




成長へ更なるギア・チェンジをし、市場の成長率を上回る1.7倍の売上を実現する

付加価値を求める顧客ニーズに応え、売上単価、インスタシェアUPを実現

求められる顧客ニーズ	主なアクション	成長への効果
付加価値Upへ トータルサポート	ソリューションから 売上単価の高い保証へ シフトチェンジ	売上単価UP
商品選択肢の拡大と 利便性の向上	保証商品のバージョンアップ 賃借人クレカ決済保証など 様々な新商品投入	インスタシェアUP



### 医療費用保証のニーズは健在化、アフタコロナにおいて成長が期待できる

#### 市場の状況

保証ニーズの顕在化した。成長余地大きい

- 1) コロナ禍で病院アクセス制限
- 2) 病院の未収金問題は未解決のまま残る
- 3) 行政の病院経営の改善の方針変わらず

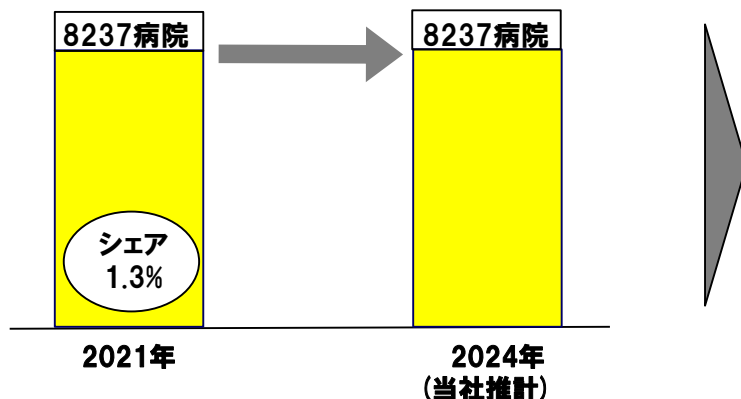
#### 競争の状況

イントラストが先行。事業ノウハウも蓄積

- 1) 競合のプレイヤーは少ない
- 2) イントラストが創出した市場、先行ノウハウの蓄積が進む

#### 医療費用保証の市場(病院数)

有床病院数の推移(病院数は微減の傾向)



※「医療施設(動態)調査・病院報告の概況」  
※シェア:スマホス及び入院セット導入病院数

この市場を創出したイントラストはフロントランナー

- 1) 現時点のマーケットシェアは1.3%
- 2) 成長が期待できるブルーオーシャン  
⇒5年後にはシェア20%を想定

第二の幹として成長させる。売上を4倍、マーケットシェア5.3%(1.3%→5.3%)を実現する

### 事業連携強化による成長の加速

#### 病院負担型保証「スマホス」

損保会社と提携し、医療機関に保証を提供する

損保会社A

損保会社B

有床の医療機関  
(精神科除く)

約8300病院

#### 患者負担型保証・入院セット

リネン事業者と提携し、入院セットとして提供を行う

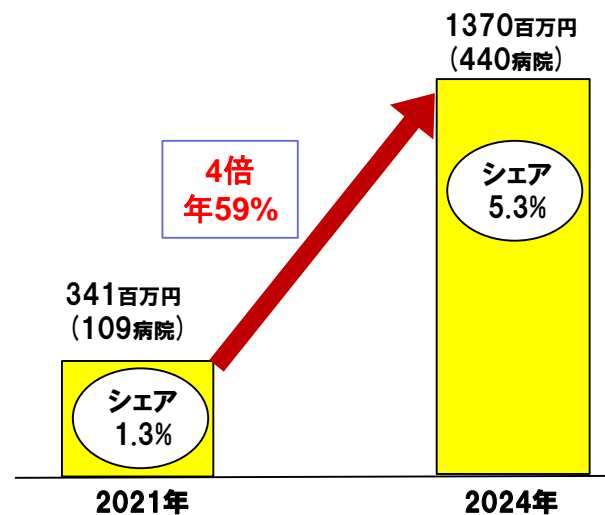
リネン  
事業者A

リネン  
事業者B

有床の医療機関  
(精神科除く)

約8300病院

#### イントラスト医療分野の成長



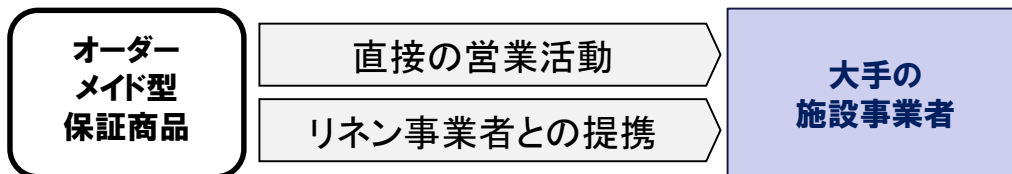
※病院数:スマホス及び入院セット導入数

医療費用保証のフロントランナーとして、絶えず品質の高い商品提供を実現する

## 介護費用保証 フロントランナーとして、市場の開拓、活性化を進める

### イントラストのポジショニングと成長戦略

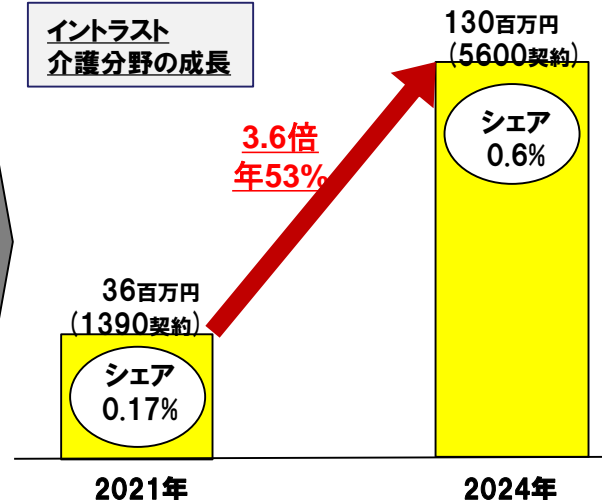
#### 1) 大手施設事業者へ保証提案を行い、保証の拡大を進める



#### 2) 現時点最も優れた保証商品の提供を行う

#### 3) アフターコロナを見極め積極投資

イントラスト  
介護分野の成長



## 養育費保証 「保証の力でひとり親家庭の生活を公平に」

### イントラストのポジショニングと成長の基本戦略

#### 1) 養育費保証のフロントランナー

#### 2) B2C事業として取組み、ネット事業者と提携

#### 3) 第2次中計の3か年で、事業化を目処

- ・保証商品の改良とプロモーションの実行
- ・マーケティング/セールス/WEBシステム投資
- ・ブランディング強化による認知と顧客学習の促進

ブランド/コンテンツの展開



5年後には1万人に届ける

破壊的イノベーションの創造を目指して、医療、介護、養育費に続く、新事業の創造に挑戦

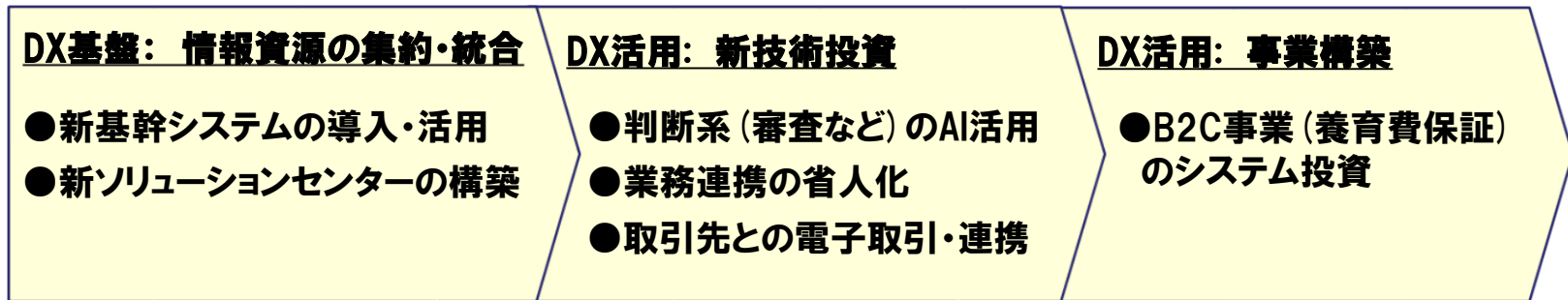


## **4. その他重点政策**

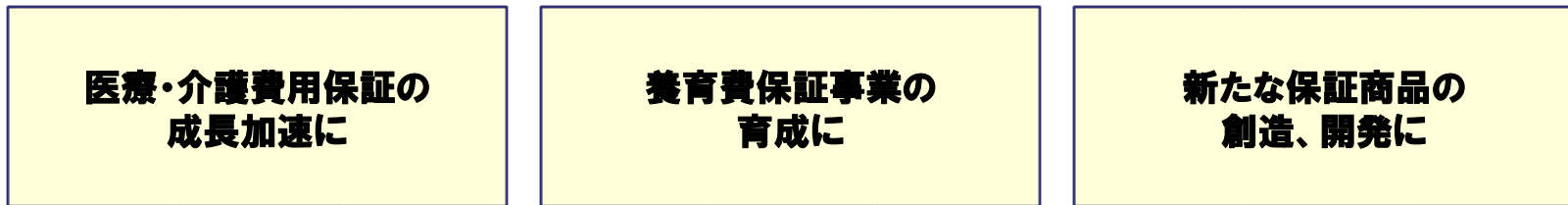
## 4.1.成長を支える投資方針

15億～20億円を目安に、成長投資を計画

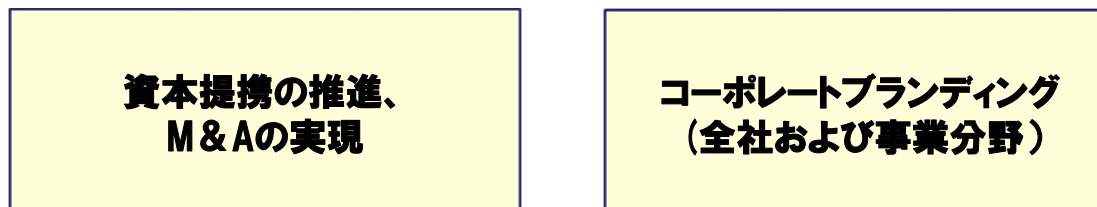
### 将来成長をサポートするDX投資



### 新事業成長投資 独自マーケットの成長、差別化

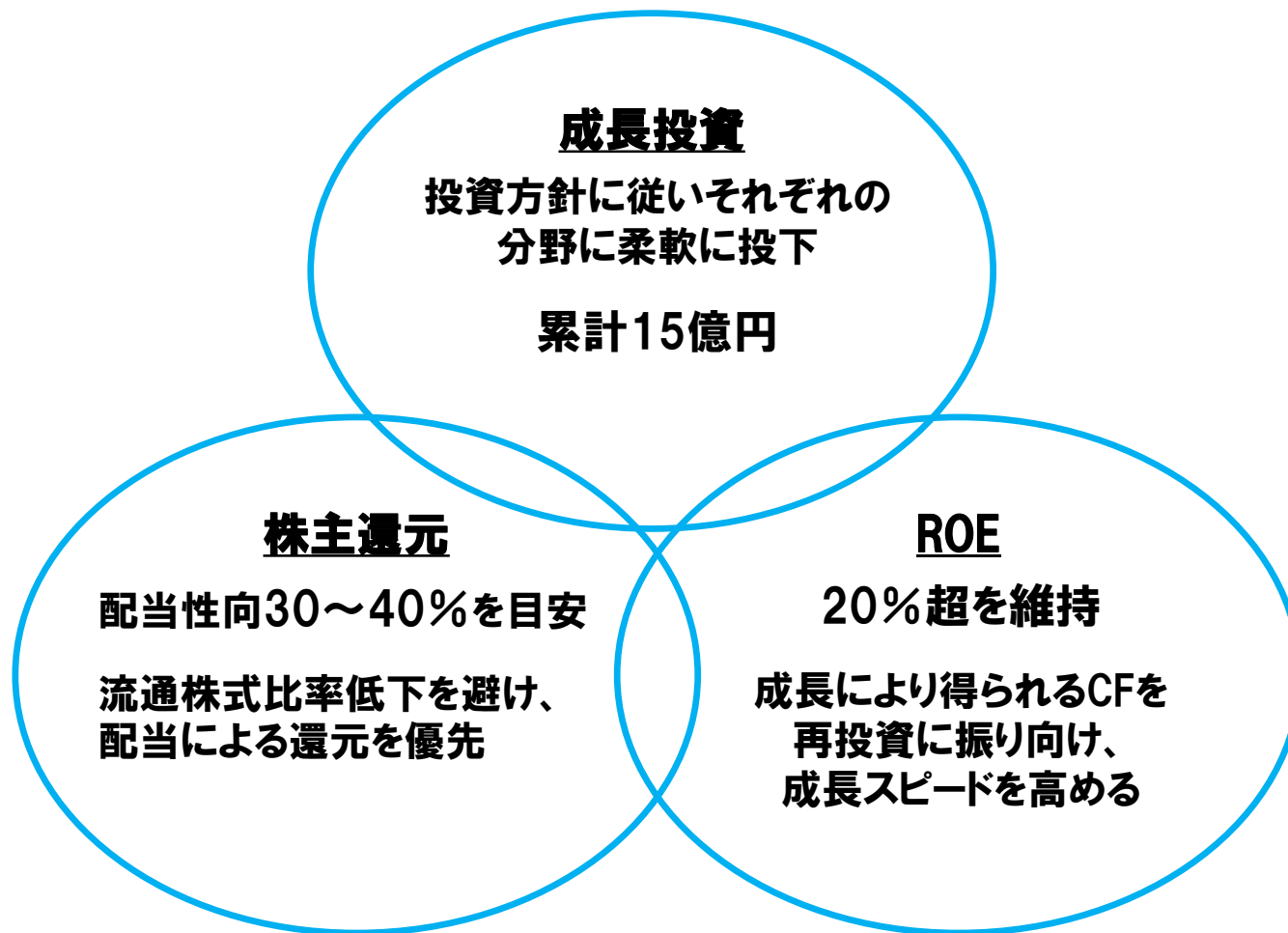


### 全社投資 上記投資及びその他の成長機会を模索



新市場再編「プライム市場」を選択し、企業価値向上に邁進

中計3か年で見込む累計営業CF25億円を、成長投資と株主還元に分分





信頼の  
まんなかに

保証は人と人との間に安心を提供する新たなパートナーシップ

安心の提供は、機会不平等の緩和、公正な取引の拡大、社会変化に伴う新たなパートナーシップ実現などを促進します

弊社の保証が実現する社会課題の解決の一例をご紹介します

家賃  
債務  
保証

高齢者向け保証

定期的な見守りサービスを付帯し、貸し手の不安を解消し、高齢者の賃借機会の拡大を実現しています

医療  
費用  
保証

連帯保証人が確保できない入院患者や、医療未収金を抱える医療機関の課題を保証を通じて解決し、入院患者の入院機会の確保、医療経営の安定に貢献します

介護  
費用  
保証

連帯保証人が確保できない高齢者に、介護施設へ入居する機会の拡大を実現。介護費用保証の普及に伴い、賃貸人のリスク軽減、入居時の保証金の軽減が進むことも期待されます

養育費  
保証

養育費保証という安心のインフラを広く普及させ、ひとり親世帯のより良い生活と子供の健やかな成長に貢献していきます

## 本資料お取扱上のご注意

資料中の業績見通し数値は、現時点において入手可能な情報から得られた判断・予想に基づくものですが、リスクや不確実性を含んでいる情報から得られた多くの仮定及び考えに基づきなされたものであります

実際の業績は、さまざまな要素によりこれら業績見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。  
実際の業績に影響を与える要素には、事業環境、経済情勢の悪化、法令その他の関連する規制の動向、訴訟における不利な判決等がありますが、これらに限定されるものではありません

問合せ窓口：株式会社イントラストIR  
Email:info@entrust-inc.jp