

事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年5月27日

シンメンテホールディングス株式会社

(東証グロース：6086)

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

会社概要



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	217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

事業の内容

ビジネスモデル

- 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。
- 業界最大規模の全国メンテキーパーネットワークを駆使した迅速かつローコストサービスを提供する仕組みが強み。



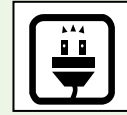
※メンテキーパーとは修理を担当いただく協力業者の呼称

メンテナンス サービスアイテム

■24時間365日 幅広いメンテナンスサービスを提供。主に、緊急メンテ、Pメンテ、保守サービス。



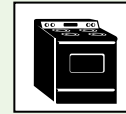
厨房機器



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



水まわり



扉・鍵
ガラス



害虫駆除



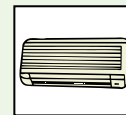
衛生設備
トイレ



看板・ネオン



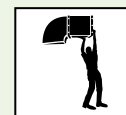
店舗清掃



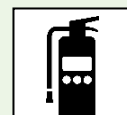
エアコン



電気保守

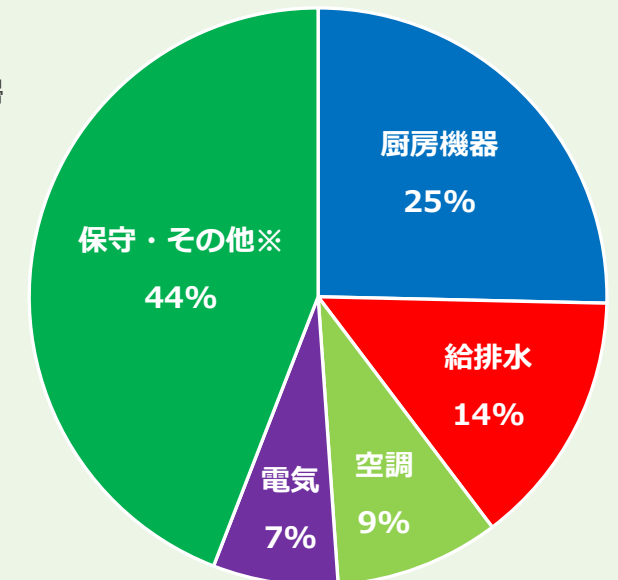


給排気設備
ダクト



消防点検

2021年3月～2022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

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。



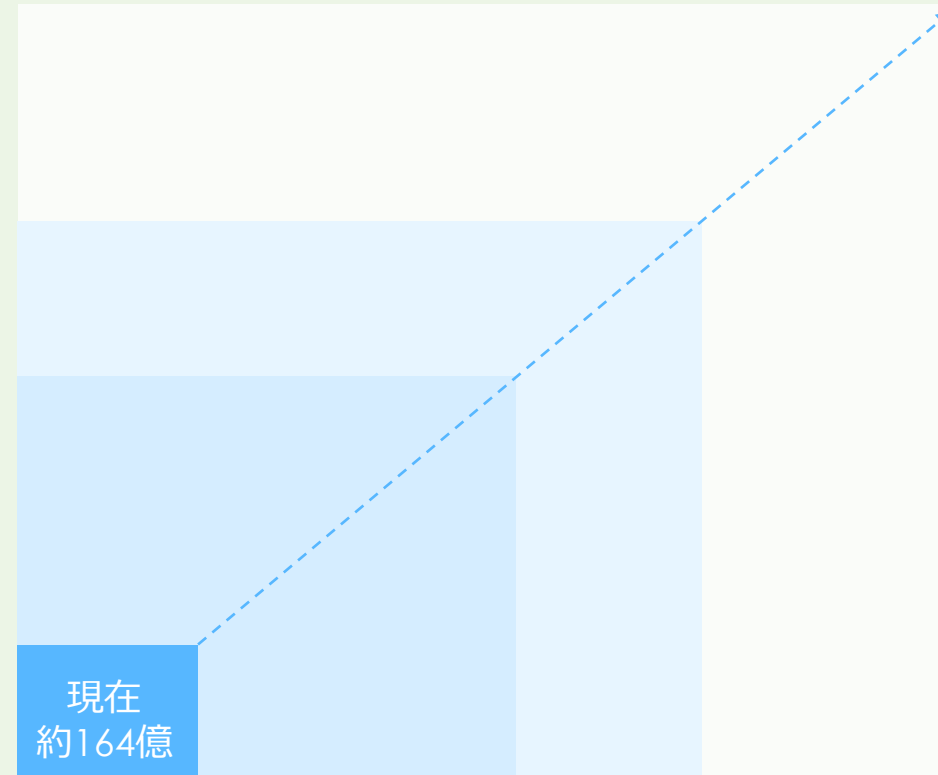
2

市場環境

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、P9「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、物販、介護、理美容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 × 業態に応じた掛け率
- 店舗数 × 業態に応じたメンテナンス実績額

(例) 飲食の場合 売上高×1.2%

<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

競争環境

- 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争は少ない。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争でもあるがメーカーのように、競争でありながら協力関係にある企業も多数存在している。

全国

全アイテム

- ・ **シンメンテホールディングス**
- ・ 総合メンテナンス企業
- ・ 全国チェーン企業のメンテ子会社

個別アイテム

- ・ 空調機器メーカー
- ・ 厨房機器メーカー
- ・ BtoCメンテ企業
(水まわり、鍵等の専門業者)

特定地域のみ

- ・ 地場の統合メンテナンス企業
- ・ 多能工の職人

- ・ 地場の電気工事店など
- ・ 工務店

3

競争力の源泉

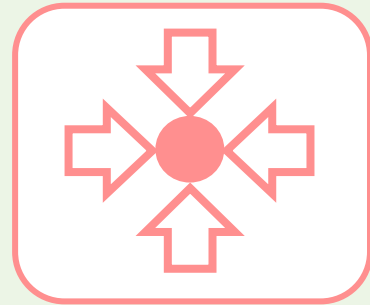
当社の特徴

- メンテナンス専門、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	メンテナンス専門 (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・物販・介護・理美容の チェーン店・施設	飲食・物販事業のチェーン店 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	—

競争優位性

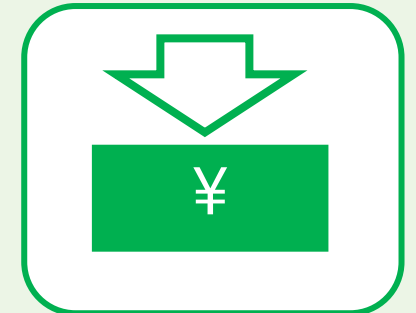
- ワンストップ、スピーディー、ローコストのメンテナンスサービスを追求している。



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。

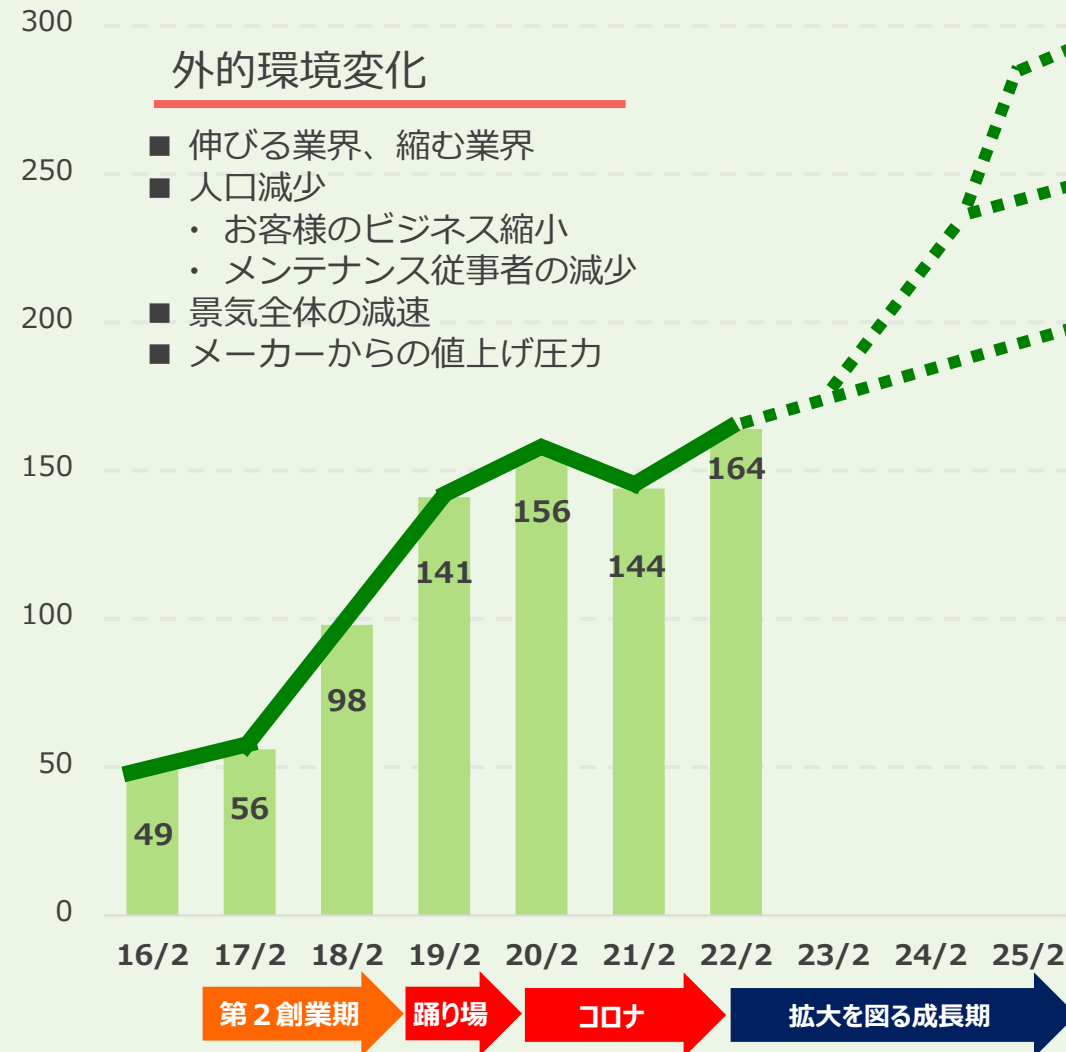
4

事業計画

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。

売上高
(百万円)



- 戦略Ⅲ** M&A等で急拡大
(規模の経済、時間を買う)
- 戦略Ⅱ** 戦略的に新市場を開拓
(未だ参入していない市場)
- 戦略Ⅰ** 着実に成長
(既存業界市場から8-10%成長)

成長を実現する武器

- 安定成長を実現してきた営業力・経営力
- 市場動向を踏まえた綿密なビジネスプラン
- 優秀な人材を採用・育成・動機づけ活躍してもらう仕組み
- 情報システムやロボット等労働生産性を向上させる仕組み
- M&Aを成功させるノウハウ
- 海外市場に関する知識・見識
- 計画メンテナンス及び予防保全

■国内5000億円超のマーケットがあると考えており、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。

■飲食業界について、これまで同様、柱となる業界であり、業界内の伸びしろはまだある。

■飲食以外の業界について、チェーン展開をしている店舗・施設等を中心に拡大を図る。
スーパー、自動車業界（カーディーラー）、病院の施設メンテナンスについて、新たに取引が始まった。

飲食業界

- ・中食や新興の企業
- ・テイクアウト中心の企業

食の楽しみを支える

- シェアの小さな顧客が多数存在している為、丁寧に当社メリットを訴求して拡大を図る。
- 飲食企業のニーズである計画修繕、予防保全の需要に対応。

飲食以外の業界 (新市場)

- ・スーパー、家電量販店等
- ・保育、アミューズメント、ホテル、カーディーラー等
- ・自治体/公共事業、病院等

豊かな生活/健康と娯楽/ 社会インフラを支える

- アフターコロナに復調する可能性のある業界を見定め、さらなる拡大を図る。
- 経験、ノウハウを積み上げつつ、依頼アイテムを獲得していく。

既存/新規サービスの提供

■ 既存顧客

ご利用いただいていないサービスのクロスセリングを実施。

■ 新規顧客

新サービスをテコに拡大。

■ すべての顧客

要望の多いPメンテの需要に確実に対応していく。

既存サービス

新サービス

新規顧客

- ・ 業界内シェアを拡大
- ・ 自治体、公共事業向けサービス

- ・ ロボットによるエアコン洗浄(推進中)
- ・ メンテナンスシェアサービス(実施中)
- ・ ロボットによるダクト清掃
(2024年を目安に計画中)
- ・ MK向け保険サービス
(2024年を目安に計画中)

計画修繕/予防保全



既存顧客

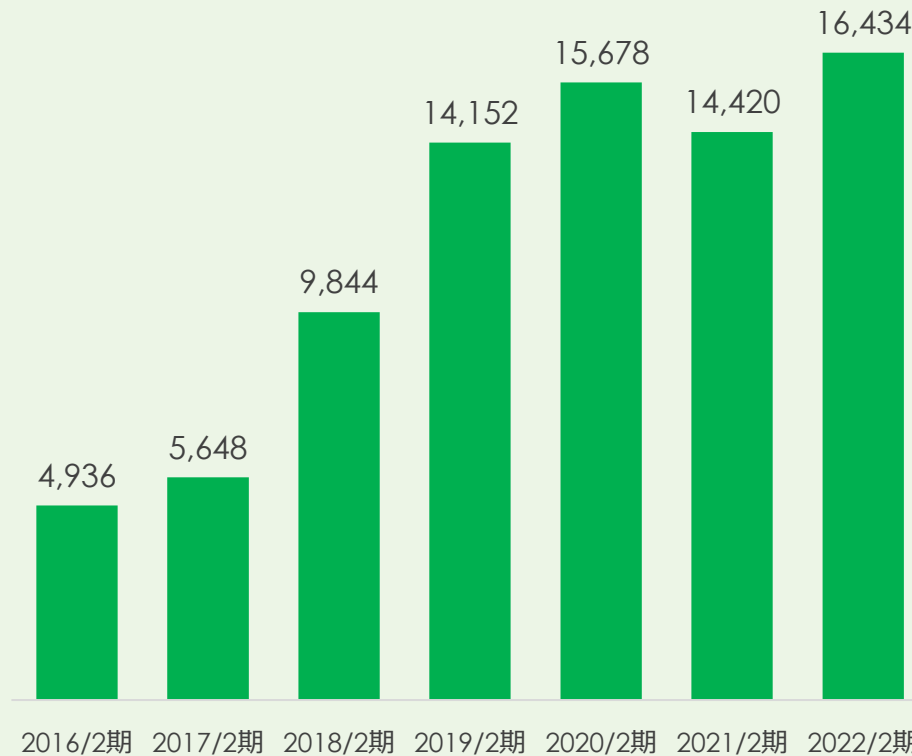
- ・ サービスのクロスセリング
(保全を、緊急メンテ顧客に)
(緊急メンテを、保全顧客に)

- ・ ロボットによるエアコン洗浄
- ・ ロボットによるダクト清掃
- ・ 顧客向けメンテ保険サービス

■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、経済性が高まる為、「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】

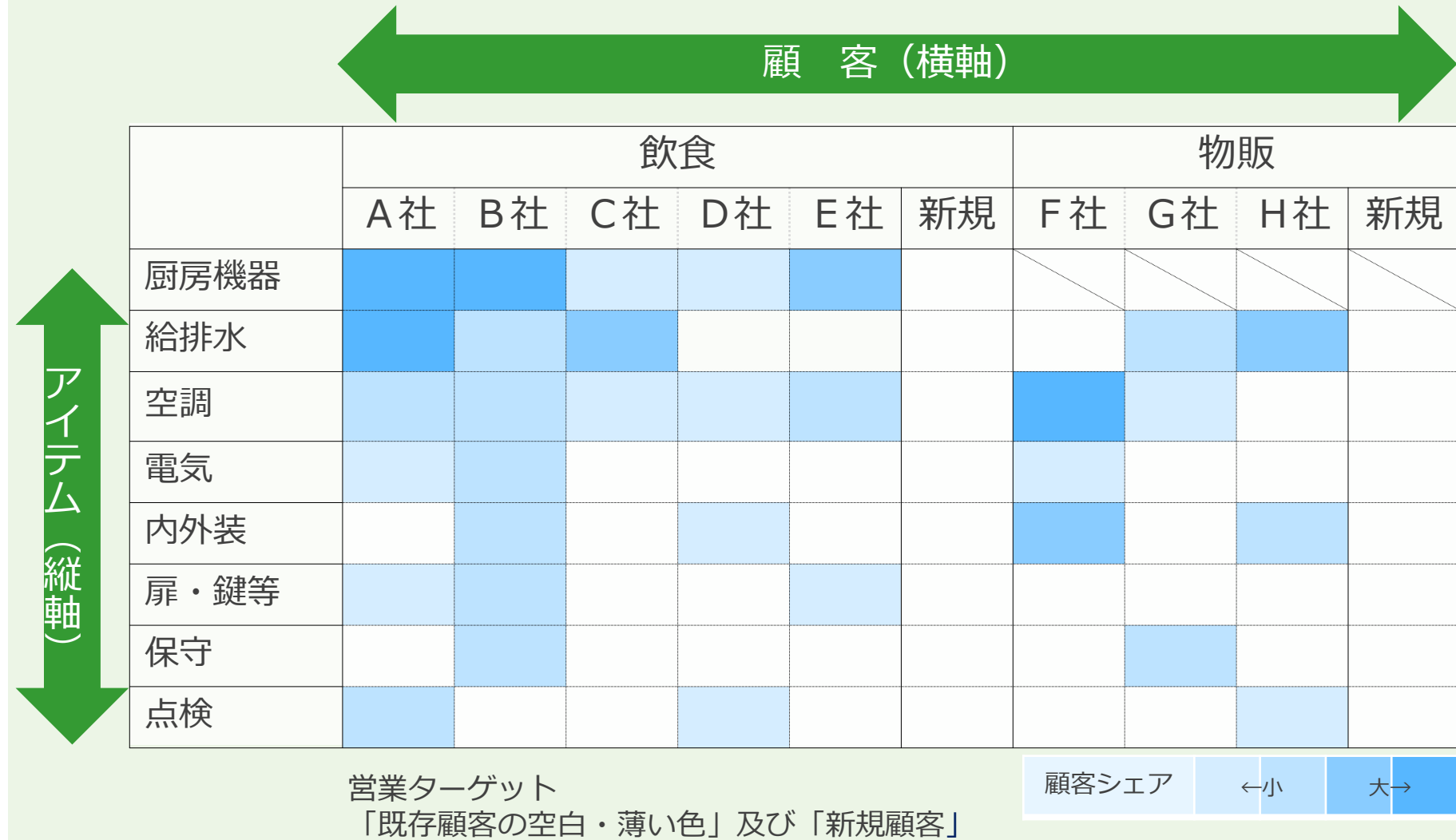
当社グループが行っているメンテナンスサービスは、店舗で発生する様々な修繕依頼に対応するため、受注単価に大きなばらつきがある。

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。

顧客シェア

- ターゲット市場に対する状況として、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拡大余地は大きい。



利益計画及び 前提条件

(単位：百万円、%)

- 業績予想
コロナ禍という不安定な要素はあるが、増収増益を見込む。
- 売上高
これまで同様、飲食業界は勿論のこと、物販、介護など幅広くサービスを提供し8%超の増収を見込む。
- 売上総利益
コロナ禍、ウクライナ情勢がもたらす経済・物価への影響による資材価格の上昇に伴うコスト増を見込む。

損 益	2022年2月期 実績		2023年2月期 予想		前期増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	16,434	100.0	17,758	100.0	1,323	8.1
売上総利益	3,626	22.1	3,875	21.8	249	6.9
販管費	2,721	16.6	2,896	16.4	175	6.4
営業利益	904	5.5	978	5.5	74	8.2
経常利益	923	5.6	977	5.5	53	5.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	571	3.5	603	3.4	31	5.6
1株当たり配当金	19.00円	-	20.00円	-	1.00円	-

進捗状況

損益	2021年2月期 実績		2022年2月期 予想 (2021年4月14日)		2022年2月期 業績予想修正 (2022年2月7日)		2022年2月期 実績	
		構成比		構成比		構成比		構成比
売上高	14,420	100.0	15,585	100.0	16,300	100.0	16,434	100.0
売上総利益	3,094	21.5	3,352	21.5	3,590	22.0	3,626	22.1
販管費	2,405	16.7	2,623	16.8	2,722	16.7	2,721	16.6
営業利益	688	4.8	728	4.7	880	5.4	904	5.5
経常利益	704	4.9	732	4.7	897	5.5	923	5.6
親会社株主に 帰属する 当期純利益	436	3.0	454	2.9	551	3.4	571	3.5
1株当たり 配当金	15.00円	-	16.00円	-	18.00円	-	19.00円	-

■ サマリー

2022年2月期は、顧客の状況に応じたメンテナンスサービスを提供したこと等により、当初予想を大幅に上回る業績となった。

■ 売上高

コロナ禍においても顧客に寄り添う体制を維持し、新規顧客の獲得、既存顧客のエリア及びメンテナンス対象種類の増加により過去最高の売上高となった。

■ 売上総利益

顧客の環境変化に即して受注金額等の対応をする一方、適正な原価の精査等を継続推進したことで、売上総利益率が0.5ポイント増加した。

■ その他

営業外収益に保険解約返戻金22百万円、特別利益に係る会社株式売却益9百万円を計上した。

5

リスク情報

認識するリスク及び 対応策

- 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。

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、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。

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

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示は、2023年5月を予定しております。