

事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年5月24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

拠点所在地 東京(品川、三鷹)、仙台、大阪、名古屋、福岡、沖縄
創業年月日 1999年10月1日

資本金 236,000千円

従業員数 276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
シンロボサービス株式会社

経営理念 ビジネスモデル

経営理念

夢新（むしん、ゆめあらた）

豊かな人生、豊かな社会の実現という夢をもち、新たな挑戦を続ける集団でありたいと考えております。

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メンテナンス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。

※Pメンテとは、ビッグデータに基づき、各店舗に合わせた最適なメンテナンス計画を提案、実施する計画修繕のことである。



厨房機器



衛生設備
トイレ



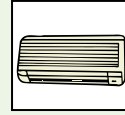
電気設備



グリストラップ清掃
浄化槽保守



ガス設備



エアコン



内外装



消防点検



水まわり



給排気設備
ダクト

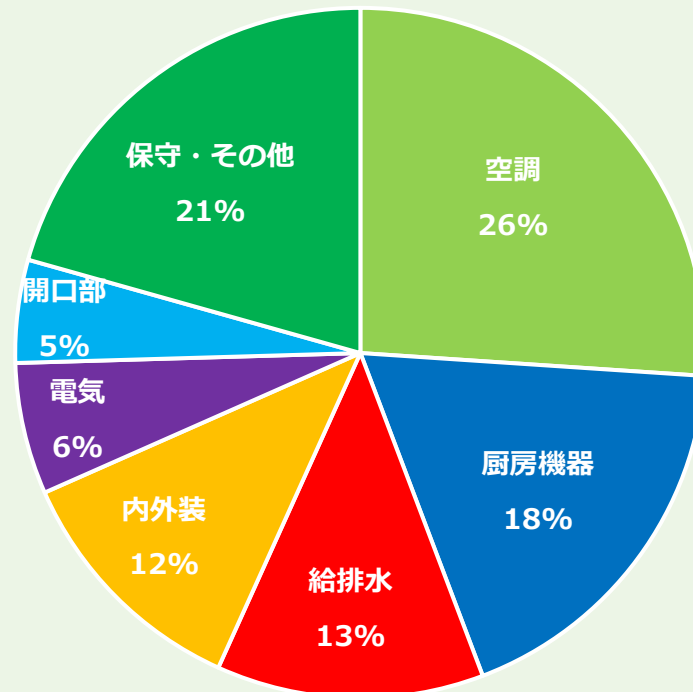


扉・鍵
ガラス

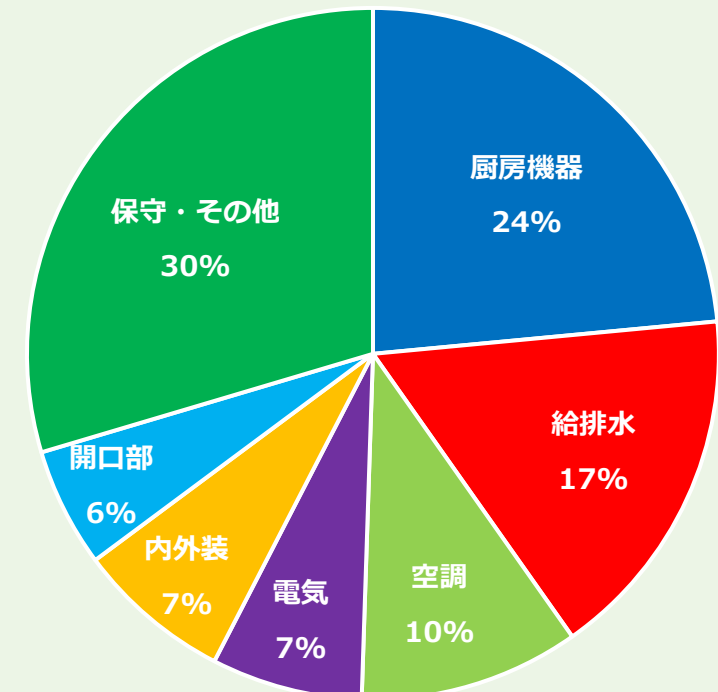


廃棄物管理

売上高構成比



対応依頼件数構成比



※各円グラフの集計期間は2023年3月～2024年2月

※その他の内訳
消防点検、廃棄物管理など

※開口部の内訳
扉・鍵・ガラスなど

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。



※メンテキーパーとはメンテナンスを担当いただく協力業者の呼称

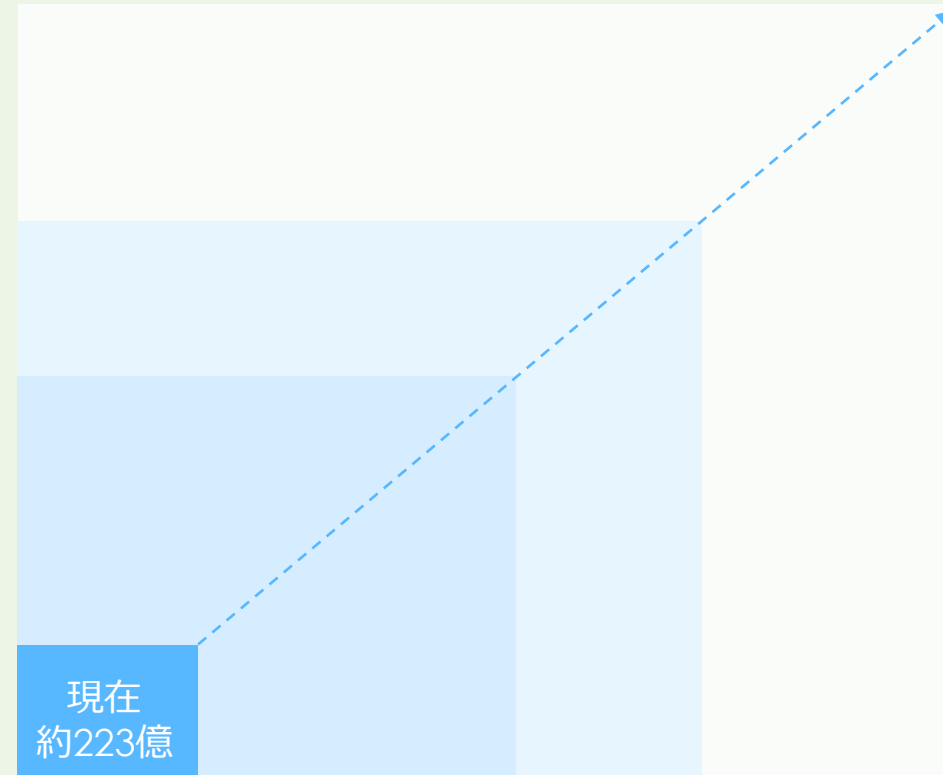
2

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

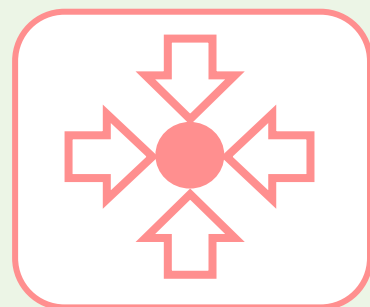
当社の特徴

- 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。

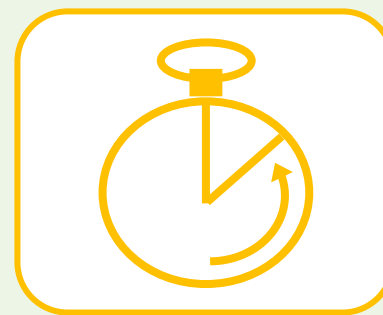
	当社	同業他社
事業内容	メンテナンス専門 (原状復帰を目的としたメンテナンスに特化) (設計・施工は行わない)	設計・施工に加えてメンテナンスまで対応
お客様	飲食・物販・介護・理美容の チェーン店・施設	飲食・物販事業のチェーン店 及び 機器メーカー (保守代行)
実働部隊	外部のメンテキーパーが全て対応 (自社技術者はメンテキーパーの育成に専念)	自社技術者 及び 外部の協力会社
対応エリア	メンテキーパーネットワークで 全国を網羅	自社技術者でほぼ全国を網羅するが、 一部エリアは外部の協力会社に依存
ノウハウの提供	メンテナンス道場で 顧客の店舗スタッフを育成	—

競争優位性

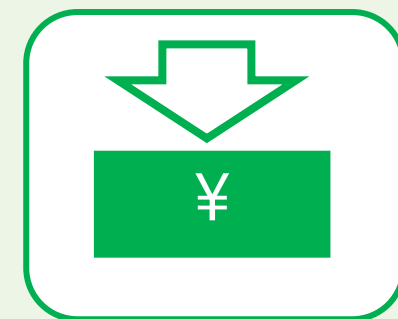
- ワンストップ、スピーディー、ローコストのメンテナンスサービスを追求している。



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

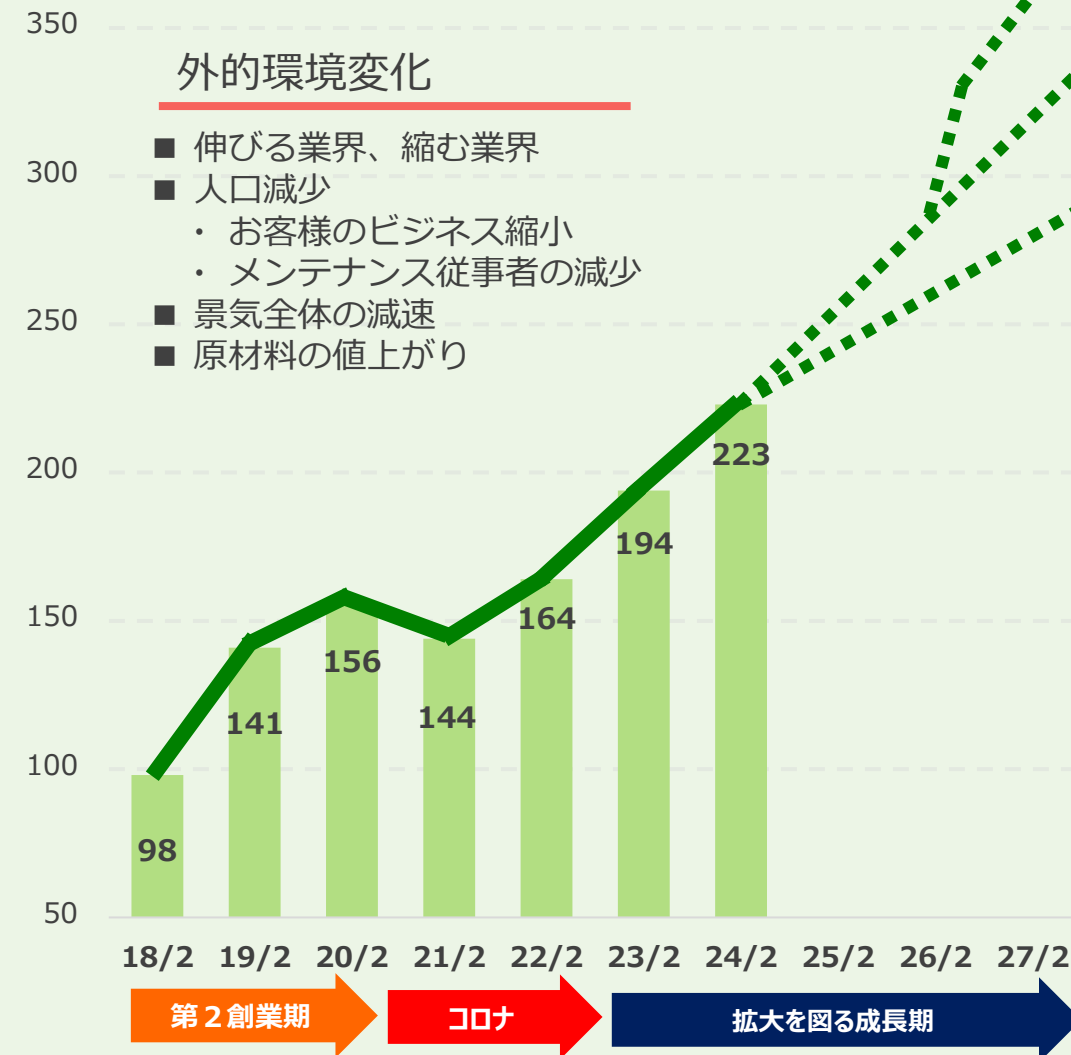
事業計画

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。

■ これまで着実に成長してきた安定力、経営力を基にコロナ禍においても徹底して顧客に寄り添う体制を維持したことからエリア・アイテムの拡大等、シェアの向上を図った。

売上高
(億円)



戦略 I 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

(市場動向を踏まえた綿密なビジネス計画)

戦略 III 着実に成長

(既存業界市場から7-10%成長)

成長を実現する武器

- M&Aを成功させるノウハウ
- 市場動向を踏まえた綿密なビジネスプラン
- 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
- 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
- 安定成長を実現してきた営業力・経営力
- 優秀な人材を採用・育成・動機づけ活躍してもらう仕組み

拡大戦略

- 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

- ・ 大手外食チェーン
- ・ 新興のチェーン

食の楽しみを支える

- 飲食業界・顧客の復調による依頼増加に適切に対応する。
- 好調な空調関連メンテナンスに加え内外装など他アイテムの需要を掘り起こす。

飲食業界以外

- ・ 物販、介護、理美容等
- ・ 保育、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

- 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。
- 売上構成比率は高まっているため、さらに販売促進活動を強化、継続し既存顧客を拡大していく。

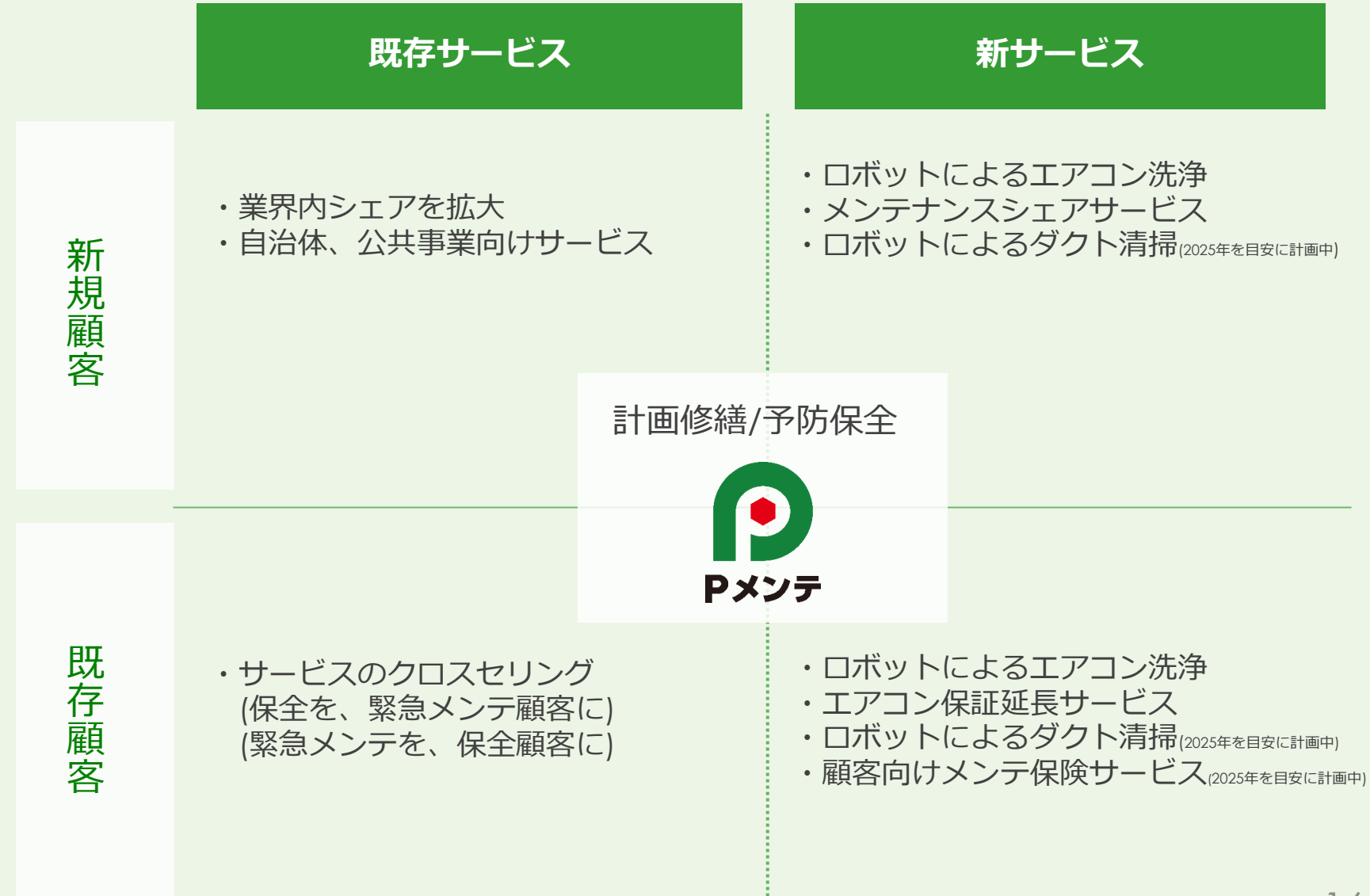
人的資本

- ・ 社内環境の更なる向上
- ・ ネットワークの安定性

- 業容拡大を支える人材の採用や教育、ケアに努める。
- 地方の営業活動強化に伴い不足が予想されるメンテキーパーネットワークの安定性を確保する。

既存/新規サービスの提供

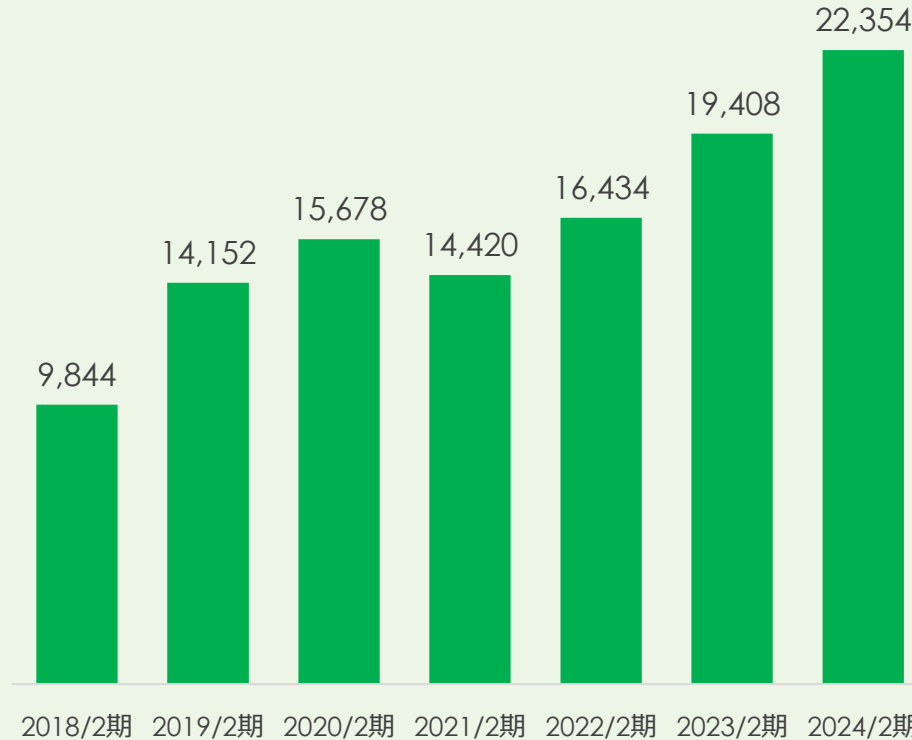
- 既存顧客
ご利用いただいていないサービスのクロスセリングを実施。
- 新規顧客
新サービスをテコに拡大。
- すべての顧客
需要の高いPメンテを全国的に推進していく。



■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

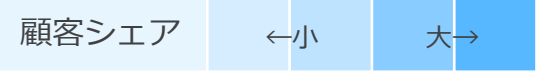
■ターゲット市場に対する状況として、顧客(店舗・施設)、アイテム、そして対応エリアにおいて、メンテナンスの受注余地があるため拡大余地は大きい。

■夏の猛暑において店舗・施設での空調・換気システムへの関心が高まり、メンテナンス需要が増加したことに伴い、空調案件専門チームを組成して対応した結果、空調の顧客シェア獲得に成功している。



	飲食						物販			
	A社	B社	C社	D社	E社	新規	F社	G社	H社	新規
厨房機器	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Blue		White	White	White	White
給排水	Blue	Light Blue	Blue	White	White	White	White	Light Blue	Blue	White
空調	Blue	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Blue	Blue	Light Blue	Light Blue
電気	Light Blue	Light Blue	White	White	White	White	Light Blue	White	White	White
内外装	White	Light Blue	White	Light Blue	White	White	Blue	White	Light Blue	White
扉・鍵等	Light Blue	Light Blue	White	White	Light Blue	White	White	White	White	White
保守	White	Light Blue	White	White	White	White	White	Light Blue	White	White
点検	Light Blue	White	White	Light Blue	White	White	White	White	Light Blue	White

営業ターゲット
「既存顧客の空白・薄い色」及び「新規顧客」



※イメージ図

利益計画及び 前提条件

(単位：百万円、%)

■売上高

これまで同様、飲食業界は勿論のこと、物販業、介護業界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

物価高による資材価格の上昇が見込まれるが、継続した仕入れ購買力の強化により0.2%増の売上総利益率を見込む。

■販管費

賃上げによる人件費の増加を見込むことで、10.4%増加を予想する。

■当期純利益

増収による増益を見込む。

損益	2024年2月期 実績		2025年2月期 予想		前期増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	22,354	100.0	24,171	100.0	1,817	8.1
売上総利益	5,017	22.4	5,452	22.6	435	8.7
販管費	3,762	16.8	4,152	17.2	390	10.4
営業利益	1,255	5.6	1,300	5.4	44	3.6
経常利益	1,259	5.6	1,300	5.4	41	3.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	861	3.9	880	3.6	18	2.1
1株当たり配当金	27.00円	-	28.00円	-	-	-

進捗状況

(単位：百万円、%)

損益	2023年2月期 実績		2024年2月期 予想		2024年2月期 実績	
		構成比		構成比		構成比
売上高	19,408	100.0	20,836	100.0	22,354	100.0
売上総利益	4,298	22.1	4,630	22.2	5,017	22.4
販管費	3,245	16.7	3,518	16.9	3,762	16.8
営業利益	1,053	5.4	1,111	5.3	1,255	5.6
経常利益	1,054	5.4	1,110	5.3	1,259	5.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	687	3.5	714	3.4	861	3.9
1株当たり配当金	23.00円	—	23.00円	—	27.00円	—

■売上高

景気全体が緩やかに回復する中、コロナ禍で勝ち得た顧客からの信頼を元に、更なる新規顧客の獲得、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

資材価格の上昇等に伴うコスト増を織り込み、前年並みを見込んでいたが、スケールメリットを活かした仕入れ購買力の向上により売上総利益率が0.2%増加した。

■当期純利益

好調な業績に加え、賃上げ促進税制の適用により法人税額が減少したこともあり、過去最高となった。

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	外食業界に偏らず、幅広く業界セグメントを開拓していく。物販、介護業界等、幅広い業界・お客様にサービスを提供していく。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

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示は、2025年5月を予定しております。