

2026年9月期 第2四半期

業績説明資料

(2025年10月～2026年3月)

株式会社アドバンスクリエイト

2026年8月14日



証券コード:8798

目 次

- 01. 第三者委員会調査と過年度決算訂正について
- 02. 2026年9月期 第2四半期 決算概要
- 03. 事業戦略
- 04. アドバンスクリエイトとは
- 05. サステナビリティ経営
- 06. appendix

01. 第三者委員会調査と過年度決算訂正について

第三者委員会調査と過年度決算訂正について

【第三者委員会調査について】

当社は、当社及び広告代理店事業を行う当社の完全子会社である株式会社保険市場（以下、「保険市場」という。）における過年度の一部の広告取引、ソフトウェアの資産計上等において、不適切な会計処理が行われていた疑義が発覚したことを受け、第三者委員会による調査を進めておりましたところ、2026年7月31日付で調査報告書を受領いたしました。

第三者委員会による調査の結果、保険市場において、遅くとも2018年12月以降2025年9月までの間、保険会社向けの広告掲載を提供役務とするメディア事業等に係る売上について、合計約7,508百万円の売上前倒計上が行われておりました。

また、保険市場において、遅くとも2019年9月以降、当社の広告運用委託先（以下、「委託先」という。）との間で、合計5回にわたり広告枠の販売取引を行い、合計489百万円の売上を過大に計上しておりました。その見返りとして、当社において、委託先に591百万円を支払い、当該見返りの一種として委託先に対して支払った「クリエイティブ費用」名目の70百万円の支出について、資産性が認められないにもかかわらず、ソフトウェアとして資産計上していたほか、委託先に対する外注費につき、5回にわたり、合計293百万円、本来計上すべきタイミングから翌四半期以降に繰り延べて費用計上していたことが判明いたしました。

当社は、今回の事態を重く受け止め、2026年8月13日に**再発防止策（骨子）を公表**いたしました。今後はより詳細な再発防止策を定め、再発防止策を推進するとともに、社会的信頼の回復に全力を尽くしてまいります。

※第三者委員会の調査報告書（公表版）については、2026年8月4日付「[第三者委員会の調査報告書の公表に関するお知らせ](#)」をご覧ください。

※再発防止策（骨子）の策定に関するお知らせは、2026年8月13日付「[再発防止策（骨子）の策定に関するお知らせ](#)」をご覧ください。

【過年度決算訂正について】

調査結果を受けて、本日、過年度の有価証券報告書、半期報告書、四半期報告書及び内部統制報告書の訂正報告書を提出するとともに、過年度の決算短信の訂正を行いました。なお、訂正の対象となった取引の大部分は売上・費用の計上時期のずれに関するものであり、金額影響は相殺されることから、最終的な純資産への影響は△8百万円程度であり、限定的となっております。

【2026年9月期第3四半期決算発表の延期】

なお、2026年8月13日付「2026年9月期第3四半期決算短信の開示が四半期末後45日を超えることに関するお知らせ」にてお知らせいたしましたとおり、2026年9月期第3四半期決算関連手続きにも相応の時間を要することから、2026年9月期第3四半期の決算発表を延期することといたしました。

2026年9月期第3四半期決算の作成につきましては可能な限り迅速に進め、決算発表予定日が決定次第、速やかに公表いたします。

株主をはじめ家の皆様、関係者の皆様には多大なるご迷惑とご心配をおかけしておりますこと、深くお詫び申し上げます投資。

第三者委員会調査と過年度決算訂正について

訂正による過年度業績への影響額

(単位：百万円)

期間	項目	連結			
		訂正前 (A)	訂正後 (B)	影響額 (B-A)	増減率 (%)
2021年9月期	売上高	9,446	9,417	▲ 29	▲ 0.3
	営業利益	890	885	▲ 5	▲ 0.6
	経常利益	775	780	5	0.6
	親会社株主に帰属する当期純利益	113	103	▲ 10	▲ 8.8
	総資産	10,318	10,384	66	0.6
	純資産	2,974	2,501	▲ 473	▲ 15.9
2022年9月期	売上高	9,463	8,988	▲ 475	▲ 5.0
	営業損益	94	▲ 331	▲ 425	—
	経常損益	48	▲ 367	▲ 415	—
	親会社株主に帰属する当期純損失	▲ 1,249	▲ 1,625	▲ 376	—
	総資産	10,450	10,022	▲ 428	▲ 4.1
	純資産	835	▲ 13	▲ 848	—
2023年9月期	売上高	10,374	10,000	▲ 374	▲ 3.6
	営業損失	▲ 1,302	▲ 1,408	▲ 106	—
	経常損失	▲ 1,472	▲ 1,560	▲ 88	—
	親会社株主に帰属する当期純損失	▲ 2,433	▲ 2,486	▲ 53	—
	総資産	8,479	7,976	▲ 503	▲ 5.9
	純資産	▲ 2,329	▲ 3,232	▲ 903	—

訂正による過年度業績への影響額

(単位：百万円)

期間	項目	連結			
		訂正前 (A)	訂正後 (B)	影響額 (B-A)	増減率 (%)
2024年9月期	売上高	7,856	8,142	286	3.6
	営業損失	▲ 711	▲ 390	321	—
	経常損失	▲ 808	▲ 453	355	—
	親会社株主に帰属する当期純損失	▲ 2,250	▲ 1,813	437	—
	総資産	7,174	6,774	▲ 400	▲ 5.6
	純資産	▲ 4,973	▲ 5,439	▲ 466	—
2025年9月期	売上高	6,608	6,921	313	4.7
	営業損失	▲ 606	▲ 286	320	—
	経常損失	▲ 924	▲ 568	356	—
	親会社株主に帰属する当期純損失	▲ 1,539	▲ 1,183	356	—
	総資産	10,288	10,213	▲ 75	▲ 0.7
	純資産	559	449	▲ 110	▲ 19.7

02. 2026年9月期 第2四半期 決算概要

— 連結業績 —

保険代理店事業において、主に直営支店での生産性向上と販売実績の堅調な推移、並びに、保全活動に努め保険契約継続率の向上に伴うPV売上額が増加したことが、主な**増収**要因となりました。また、特別損失の減少等により、親会社株主に帰属する中間純損失も前年同期と比較して**改善**しました。

売上高

3,406百万円となり、前年同期比288百万円**増収**

営業損益

18百万円となり、前年同期比629百万円の**改善**

経常損益

▲16百万円となり、前年同期比676百万円の**改善**

中間純損益

▲31百万円となり、前年同期比1,145百万円の**改善**

2026年9月期 第2四半期 損益計算書（連結）

（単位：百万円）	2025年9月期 中間期	構成比（％）	2026年9月期 中間期	構成比（％）	前年同期比 増減率（％）
売 上 高	3,118	100.0	3,406	100.0	9.2
保険代理店事業（生保）	2,109	67.7	2,205	64.7	4.5
保険代理店事業（損保）	138	4.5	264	7.8	90.9
A S P事業	151	4.8	145	4.3	▲ 3.6
メディア事業	426	13.7	178	5.2	▲ 58.2
メディアレップ事業	253	8.1	507	14.9	100.3
再保険事業	508	16.3	525	15.4	3.3
連結修正	▲ 469	▲ 15.1	▲ 420	▲ 12.3	—
売 上 原 価（ 変 動 費 ）	715	22.9	773	22.7	8.1
売 上 総 利 益	2,402	77.1	2,633	77.3	9.6
営 業 費 用（ 固 定 費 ）	3,013	96.7	2,615	76.8	▲ 13.2
営 業 損 益	▲ 611	▲ 19.6	18	0.5	—
保険代理店事業	▲ 773	▲ 24.8	▲ 33	▲ 1.0	—
A S P事業	58	1.9	50	1.5	▲ 13.1
メディア事業	80	2.6	24	0.7	▲ 69.4
メディアレップ事業	▲ 29	▲ 0.9	▲ 59	▲ 1.7	—
再保険事業	32	1.0	23	0.7	▲ 28.0
連結修正	21	0.7	12	0.4	▲ 39.6
経 常 損 益	▲ 693	▲ 22.2	▲ 16	▲ 0.5	—
中 間 純 損 益	▲ 1,177	▲ 37.8	▲ 31	▲ 0.9	—
一株当たり中間純損益（円）	▲ 52.58		▲ 0.49		

（保険代理店事業）

主に直営支店での生産性向上と販売実績の堅調な推移、並びに、保全活動に努め保険契約継続率の向上に伴うPV売上額が増加したことにより、増収増益となりました。

（ASP事業）

乗合保険代理店等へのACPの販売が伸び悩んだことにより、減収減益となりました。

（メディア事業）

保険選びサイト「保険市場（ほけんいちば）」への広告出稿が低調に推移したことにより、減収減益となりました。

（メディアレップ事業）

前年同期に比べて受注が堅調に推移した一方、外注費が増加したことにより、増収減益となりました。

（再保険事業）

再保険の取引量が堅調に推移した一方、再保険金の支払いが増加したことにより、増収減益となりました。

※過去数値については、過年度決算訂正を反映した数値を記載しております。

2026年9月期 第2四半期 貸借対照表（連結）

（単位：百万円）		2025年9月期末	2026年9月期 中間期末	増減
流 動 資 産		9,104	7,800	▲ 1,304
現 預 金		5,339	3,139	▲ 2,199
売 掛 金		2,667	2,895	228
未 収 入 金		187	289	101
流 動 化 資 産		—	759	759
そ の 他		910	715	▲ 194
固 定 資 産		1,010	985	▲ 25
有 形 固 定 資 産		1	0	▲ 0
無 形 固 定 資 産		79	64	▲ 14
投資その他の資産		930	919	▲ 11
繰 延 資 産		97	80	▲ 17
資 産 合 計		10,213	8,865	▲ 1,347

【資産】

資産合計は、前連結会計年度末に比べ1,347百万円減少し8,865百万円となりました。流動資産は、前連結会計年度末に比べ1,304百万円減少しましたが、これは主に、売掛金が228百万円、債権流動化に係る調整勘定（資産）が759百万円それぞれ増加した一方で、現金及び預金が2,199百万円減少したこと等によるものです。固定資産は、前連結会計年度末に比べ25百万円減少しましたが、これは主に、差入保証金が43百万円減少したこと等によるものです。

【負債及び純資産】

負債合計は、前連結会計年度末に比べ1,354百万円減少し8,417百万円となりました。流動負債は、前連結会計年度末に比べ1,050百万円減少しましたが、これは主に、債権流動化に係る調整勘定（負債）が1,152百万円減少したこと等によるものです。固定負債は、前連結会計年度末に比べ304百万円減少しましたが、これは主に、リース債務が106百万円減少したこと等によるものです。

純資産は、前連結会計年度末に比べ1百万円減少し447百万円となりました。これは主に、親会社株主に帰属する中間純損失を31百万円計上したこと等によるものです。

（単位：百万円）		2025年9月期末	2026年9月期 中間期末	増減
流 動 負 債		7,890	6,849	▲ 1,041
短 期 借 入 金		4,638	4,688	50
1年内償還予定社債		100	100	—
リ ー ス 債 務		120	109	▲ 11
流 動 化 負 債		1,152	—	▲ 1,152
そ の 他		1,879	1,951	72
固 定 負 債		1,873	1,568	▲ 304
長 期 借 入 金		150	145	▲ 4
社 債		250	200	▲ 50
リース債務（1年超）		456	349	▲ 106
そ の 他		1,016	873	▲ 143
負 債 合 計		9,763	8,417	▲ 1,345
資 本 金		100	100	—
資 本 剰 余 金		1,995	1,995	—
利 益 剰 余 金		▲ 1,267	▲ 1,299	▲ 31
自 己 株 式		▲ 378	▲ 348	30
そ の 他		0	0	▲ 0
純 資 産 合 計		449	447	▲ 1
負 債 及 び 純 資 産 合 計		10,213	8,865	▲ 1,347

※過去数値については、過年度決算訂正を反映した数値を記載しております。

2026年9月期 第2四半期キャッシュ・フロー計算書（連結）

（単位：百万円）		2025年9月期 中間期	2026年9月期 中間期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー		▲ 1,362	▲ 2,087	▲ 725
	税金等調整前中間純損失	▲ 1,146	▲ 24	1,121
	減価償却費	34	29	▲ 4
	売上債権の増減額	▲ 155	▲ 228	▲ 72
	その他	▲ 73	▲ 2,073	▲ 1,999
	小計	▲ 1,340	▲ 2,296	▲ 955
	税金支払額等	▲ 46	▲ 87	▲ 40
	税金還付額等	24	295	271
投資活動によるキャッシュ・フロー		▲ 48	▲ 74	▲ 25
財務活動によるキャッシュ・フロー		799	▲ 60	▲ 859
	短期借入金に係る収支	958	49	▲ 908
	長期借入金返済による支出	▲ 8	▲ 4	4
	社債に係る収支	▲ 150	▲ 50	100
	リース債務返済による支出	▲ 65	▲ 61	3
	配当金の支払額	▲ 0	▲ 0	0
	その他	65	5	▲ 59
現金及び現金同等物に係る換算差額		▲ 7	18	25
現金及び現金同等物の増減額		▲ 618	▲ 2,203	▲ 1,584
現金及び現金同等物の期首残高		941	5,288	
現金及び現金同等物の中間期末残高		322	3,085	2,763

【営業活動によるキャッシュフロー】

営業活動の結果使用した資金は、税金等調整前中間純損失24百万円、減価償却費29百万円、債権流動化に係る調整勘定の増減額△1,911百万円、及び売上債権の増減額△228百万円等により、2,087百万円の支出となりました。

【投資活動によるキャッシュフロー】

投資活動の結果使用した資金は、無形固定資産の取得による支出107百万円等により、74百万円の支出となりました。

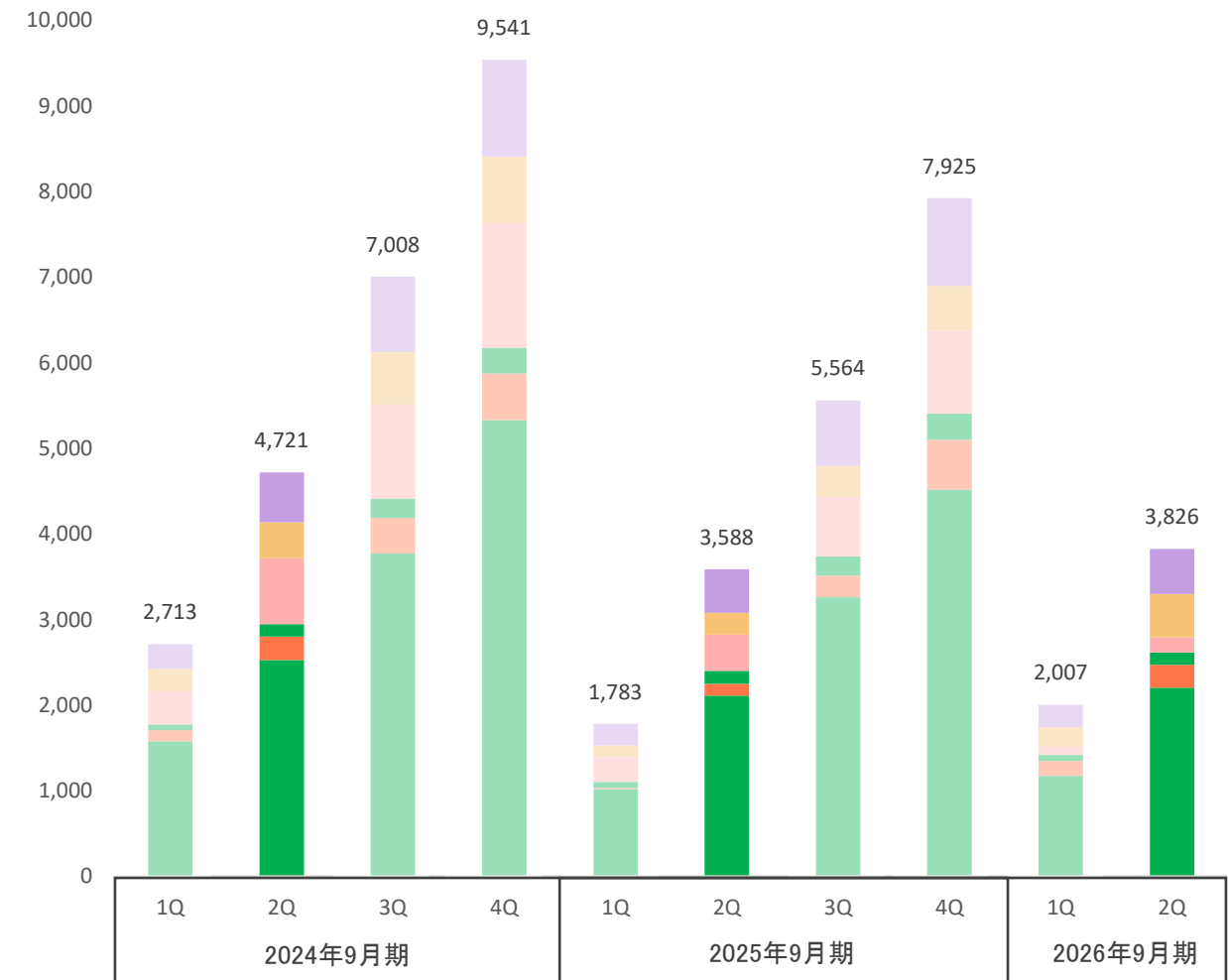
【財務活動によるキャッシュフロー】

財務活動の結果獲得した資金は、短期借入金の増減額49百万円等により、60百万円の支出となりました。

※過去数値については、過年度決算訂正を反映した数値を記載しております。

セグメント別売上高（累計期間）

(単位: 百万円)



	2025年2Q	2026年2Q	前期比
再保険	508	525	3.3%
メディアレップ	253	507	100.3%
メディア	426	178	▲ 58.2%
ASP	151	145	▲ 3.6%
保険代理店(損保)	138	264	91%
保険代理店(生保)	2,109	2,205	4.5%
合計	3,588	3,826	6.6%

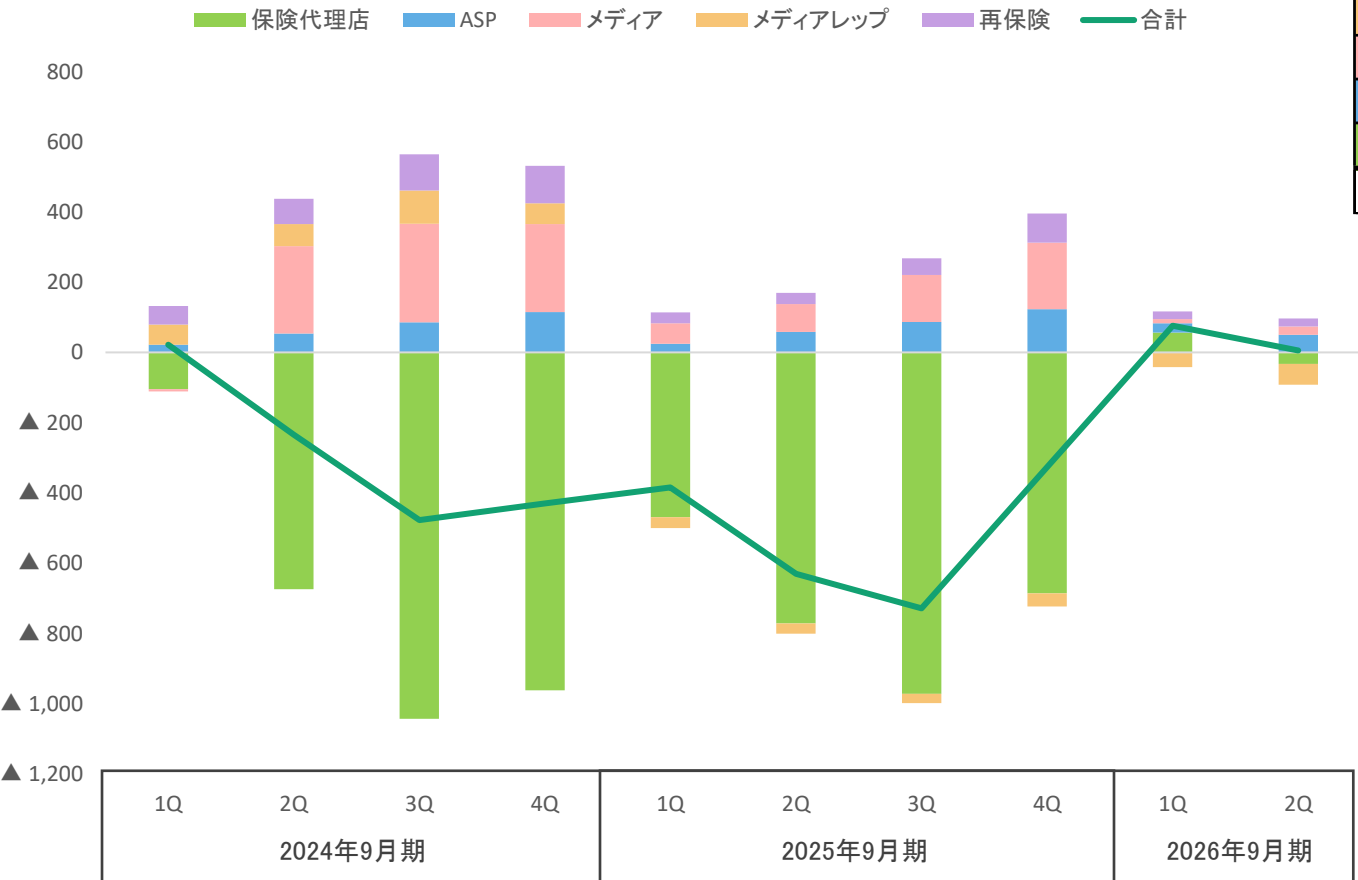
※過去数値については、過年度決算訂正を反映した数値を記載しております。

(連結修正前)

セグメント別営業損益（累計期間）

(単位: 百万円)

セグメント別営業損益



	2025年2Q	2026年2Q	前期比
再保険	32	23	▲ 28.0%
メディアレップ	▲29	▲59	-
メディア	80	24	▲ 69.4%
ASP	58	50	▲ 13.1%
保険代理店	▲773	▲33	-
合計	▲632	5	-

(連結修正前)

※過去数値については、過年度決算訂正を反映した数値を記載しております。

2026年9月期 通期予想

(単位:百万円)

連結	2022年9月期 通期実績	2023年9月期 通期実績	2024年9月期 通期実績	2025年9月期 通期実績	2026年9月期 通期予想	対前期 増減率
売上高	8,988	10,000	8,142	6,921	7,950	14.9 %
営業損益	▲331	▲1,408	▲390	▲286	650	—
経常損益	▲367	▲1,560	▲453	▲568	550	—
当期純損益	▲1,625	▲2,486	▲1,813	▲1,183	450	—
ROE	—	—	—	—	—	—
売上高経常利益率	▲4.1 %	▲15.6 %	▲5.6 %	▲8.2 %	6.9 %	—
配当性向	—	—	—	—	—	—
自己資本比率	▲0.1 %	▲40.5 %	▲80.5 %	4.4 %	—	—
PBR(決算期末時点)	—	—	—	—	—	—

※過去数値については、過年度決算訂正を反映した数値を記載しております。

● 株主還元 ●

- 2026年9月期の中間配当につきましては、無配とさせていただきます。
- 2025年9月期の株主優待は一時休止しておりましたが、2026年9月期の株主優待につきましても、引き続き休止とさせていただきます。

株主の皆さまには、誠に申し訳ございませんが、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

03. 事業戦略

○SNS動画マーケティングの展開

SNS上で動画マーケティングを展開し、幅広いターゲットへリーチ。

○マーケティング効率の向上

マーケティング手法の改善に努め、顧客獲得単価(CPA)を抑える。

○アポイント取得効率の向上

コールセンター部門1人当たりのアポイント取得数の向上。

○生成AIを活用した独自戦略

お客さま対応に生成AIを活用し、お客さまの利便性を追求。
営業社員教育にも生成AIを活用し、社歴に関わらず営業社員が活躍できる環境を整備。

○若手社員の即戦力化

社員教育を充実させ、若手社員が即戦力として活躍できる環境を整備。
若手社員が中心となって営業支店を牽引。

○変額保険販売の拡大

取扱い開始以降、着実に販売量が拡大。
今後さらなる伸展が見込まれる。

SNS動画マーケティングの展開

○消費者が最も集まると言われるSNSにおいて、滞在時間が長い動画コンテンツ(ショート動画等)を展開。サイト訪問を目的とした動画だけでなく、保険市場のファンを増やす動画も駆使し、幅広いターゲットにリーチするマーケティングを展開する。



■Youtube(保険市場公式)

<https://www.youtube.com/@hokenichiba>

■Instagram(保険市場公式)

https://www.instagram.com/hoken_ichiba/

■Facebook(保険市場公式)

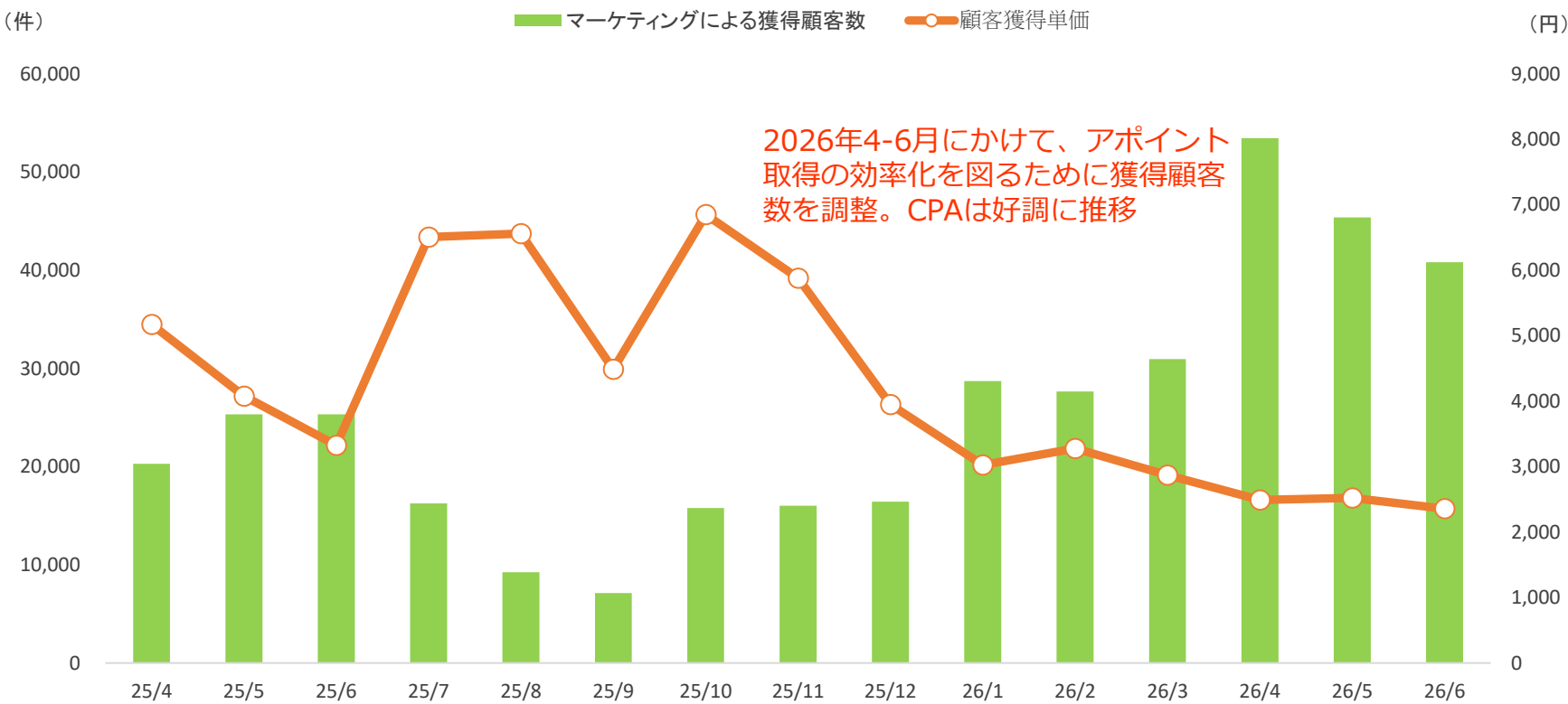
<https://www.facebook.com/HOKENICHIBA>

■TikTok(保険代理店の新入社員ACO(あこ))

https://www.tiktok.com/@ai__aco

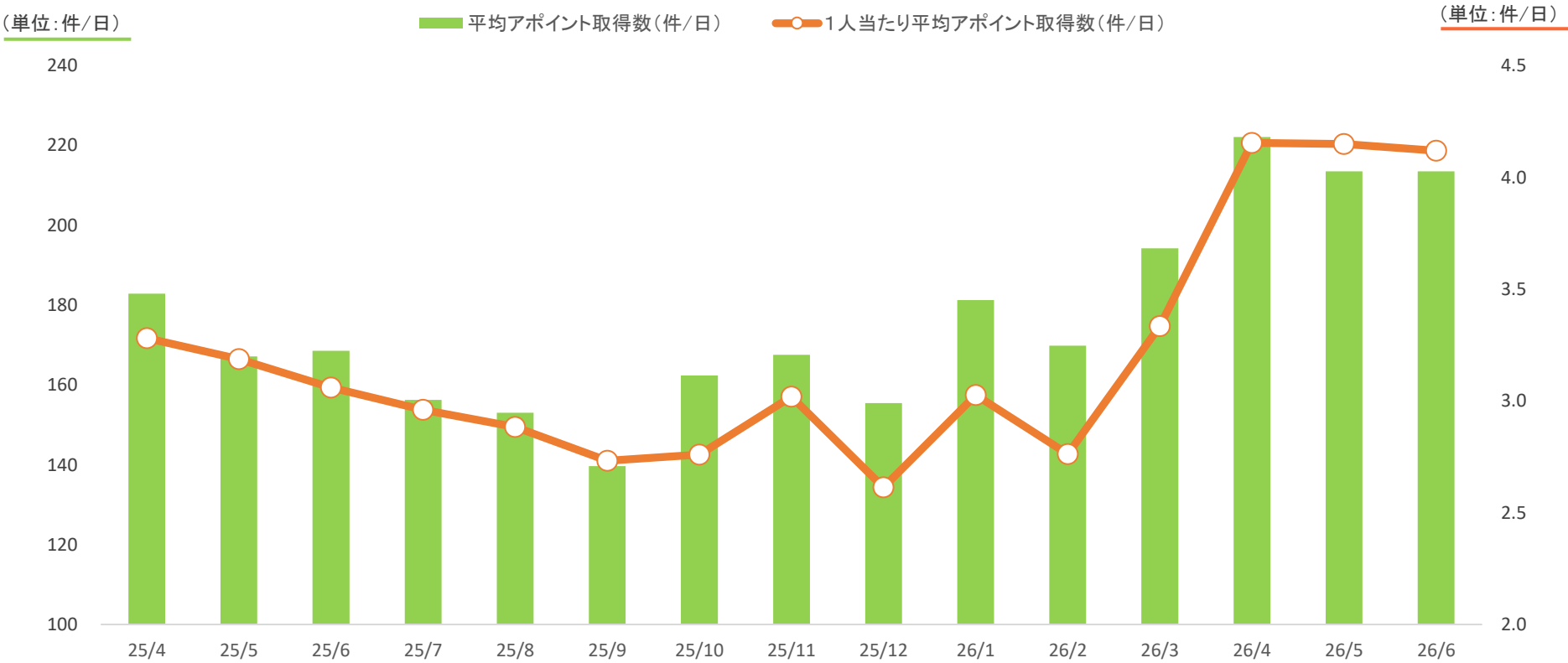
マーケティング効率の向上

○マーケティング手法の改善に努め、1件当たりの顧客獲得にかかるコストである顧客獲得単価(CPA)も引き続き減少傾向にある。



アポイント取得効率の向上

○コールセンター部門のマネジメントを抜本的に見直した結果、3月以降1人当たりの平均アポイント取得数が飛躍的に上昇。4-6月にかけても高い水準を維持している。



生成AIを活用した独自戦略(1)

- お客さまからのお問い合わせ対応に生成AIを活用することで、**夜間早朝対応の自動化**(当社Webサイトに記載されている内容の範囲内での応答)を行う。営業時間外であっても制約を受けずにお問い合わせいただける等、お客さまの利便性の向上に努める。
- 当社直営の「**保険市場 コンサルティングプラザ**」での保険相談において、**面談冒頭のヒアリングをAIアバターにて行う**。生成AIの活用により、ヒアリング品質の平準化とコンサルティング品質の向上に努める。



生成AIを活用した独自戦略(2)

○生成AIを活用した営業サポート(アバターAIロープレ支援サービス「アバトレ」を用いた社員教育)を実施。いつでも何度でも、様々なタイプのお客さまとの接客ロールプレイングを行うことができ、短期間で多くの接客経験を積むことが可能となる等、社歴に関わらず営業社員が活躍できる環境を整備。

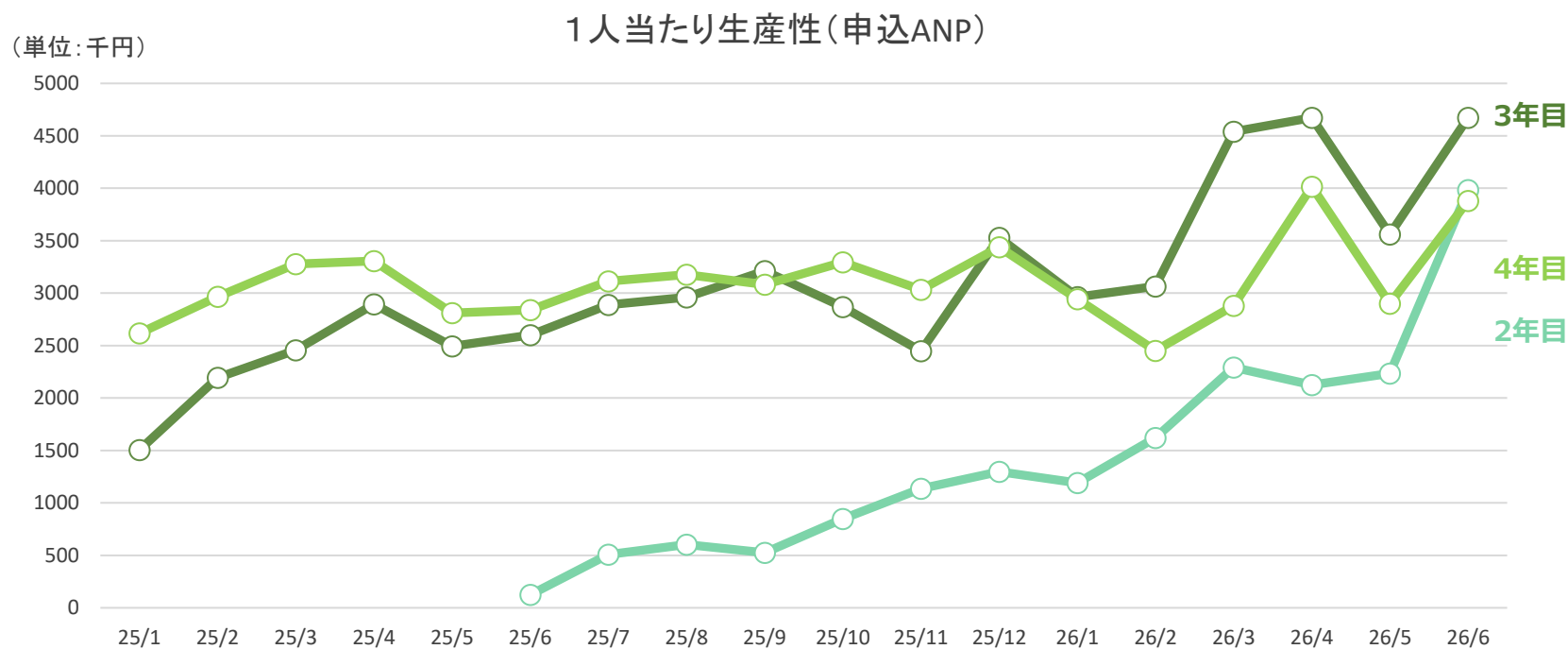
○AVITA株式会社の販売代理店として、「アバトレ」の保険業界への提供を推進。保険会社だけでなく、保険代理店への提供も進め、保険業界全体における接客品質の向上に貢献していく。



トレーニング画面のイメージ

若手社員の即戦力化

- 社員教育を充実させ、若手社員が即戦力として活躍できる環境を整備。
- 積極的に若手社員を支店長へ登用。
- 若手社員が中心となって現場を牽引することで、活気のある組織づくりを目指す。



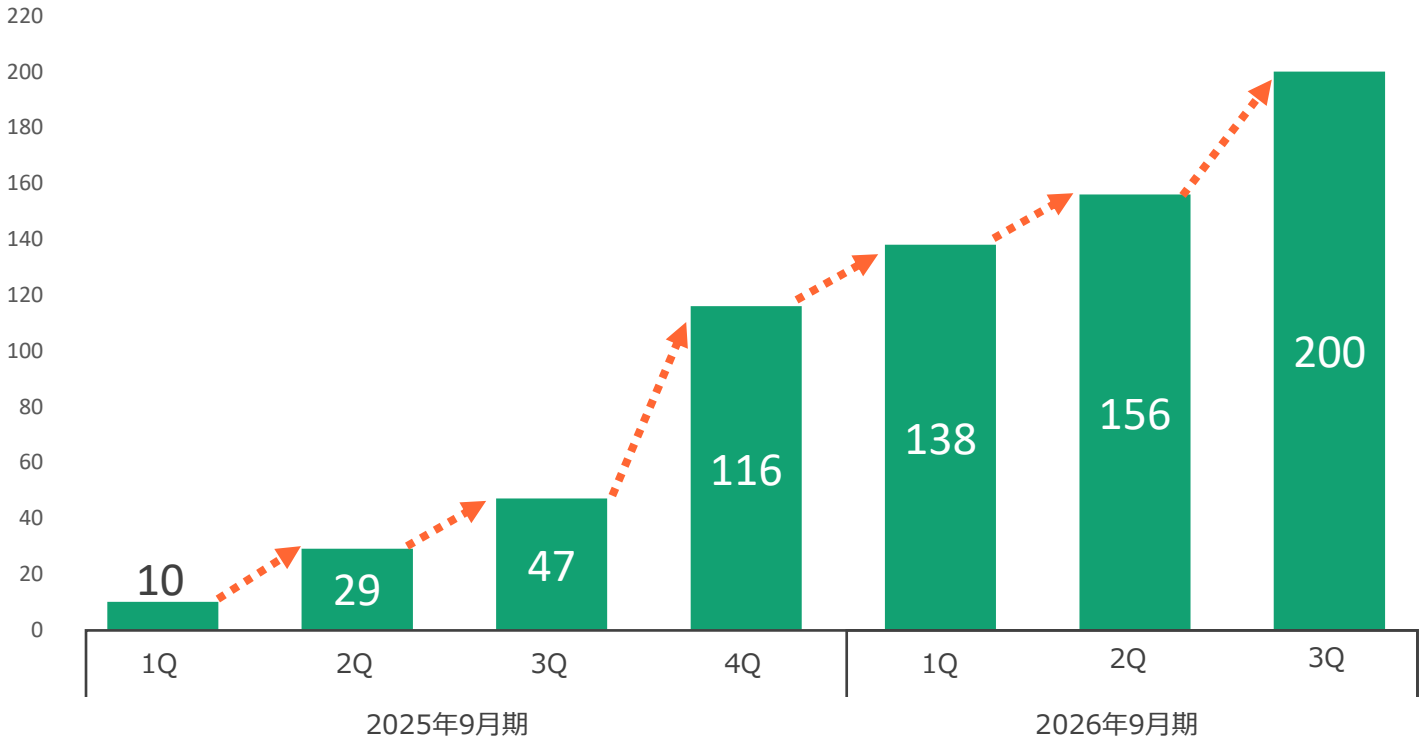
※2026年に入社した社員(1年目社員)は十分な実績データがないため記載しておりません。

変額保険販売の拡大

○2025年9月期 第1四半期より変額保険の取扱いを開始。
着実に販売量が拡大しており、2026年9月期も継続して販売量が増加している。

(単位：百万円)

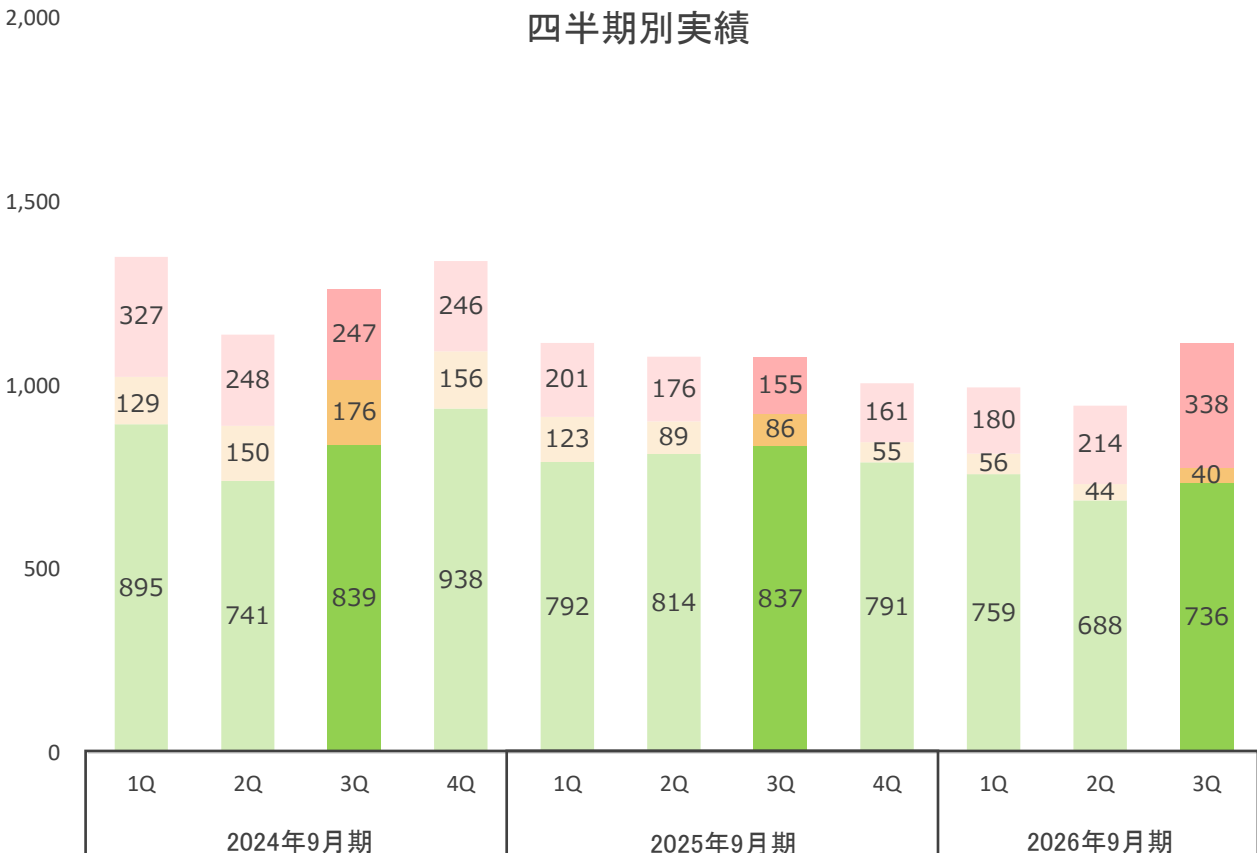
変額保険 申込ANP[※]



※「ANP」については次頁の注釈をご参照ください

チャネル別申込ANP

(単位: 百万円)



累計実績(1Q～3Q)

	2025年3Q	2026年3Q	前年同期比
協業	533	733	37.5%
非対面販売	299	142	▲ 52.5%
対面販売	2,445	2,184	▲ 10.7%
合計	3,277	3,060	▲ 6.6%

※ANPとは新契約年換算保険料の意味で、月払い保険料5,000円の場合、ANPは60,000円となります。

※2024年9月期3Qより、非対面販売ANPは生保のみを対象としており、過去数値についても塗り替えております。

※2026年2Q以降については速報値を記載しております。

04. アドバンスクリエイトとは

アドバンスクリエイトは、保険ビジネスの概念を変え、
常に業界に革新を生み出し続けるインシュアテック企業です。

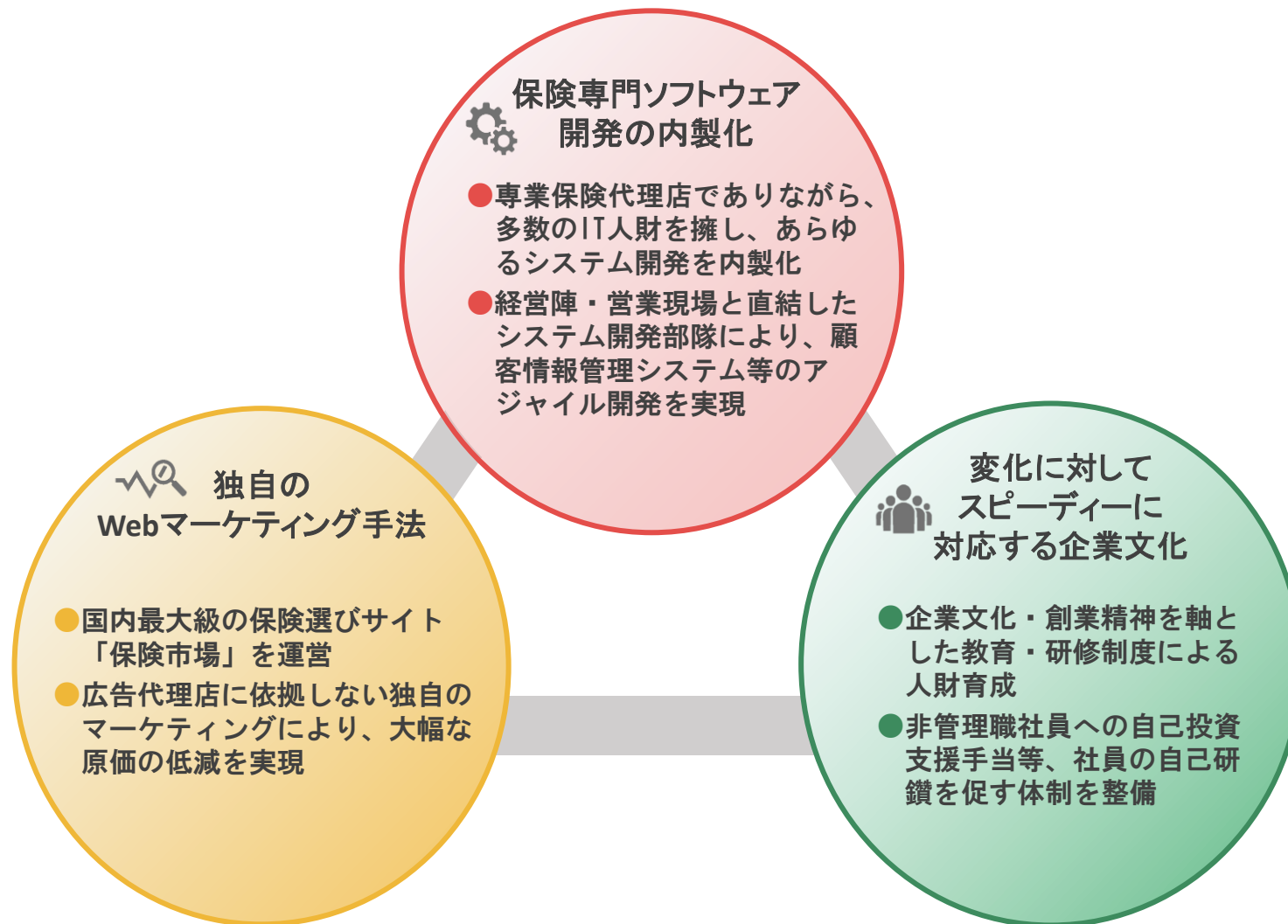


<企業理念>

人生は有限、可能性は無限！

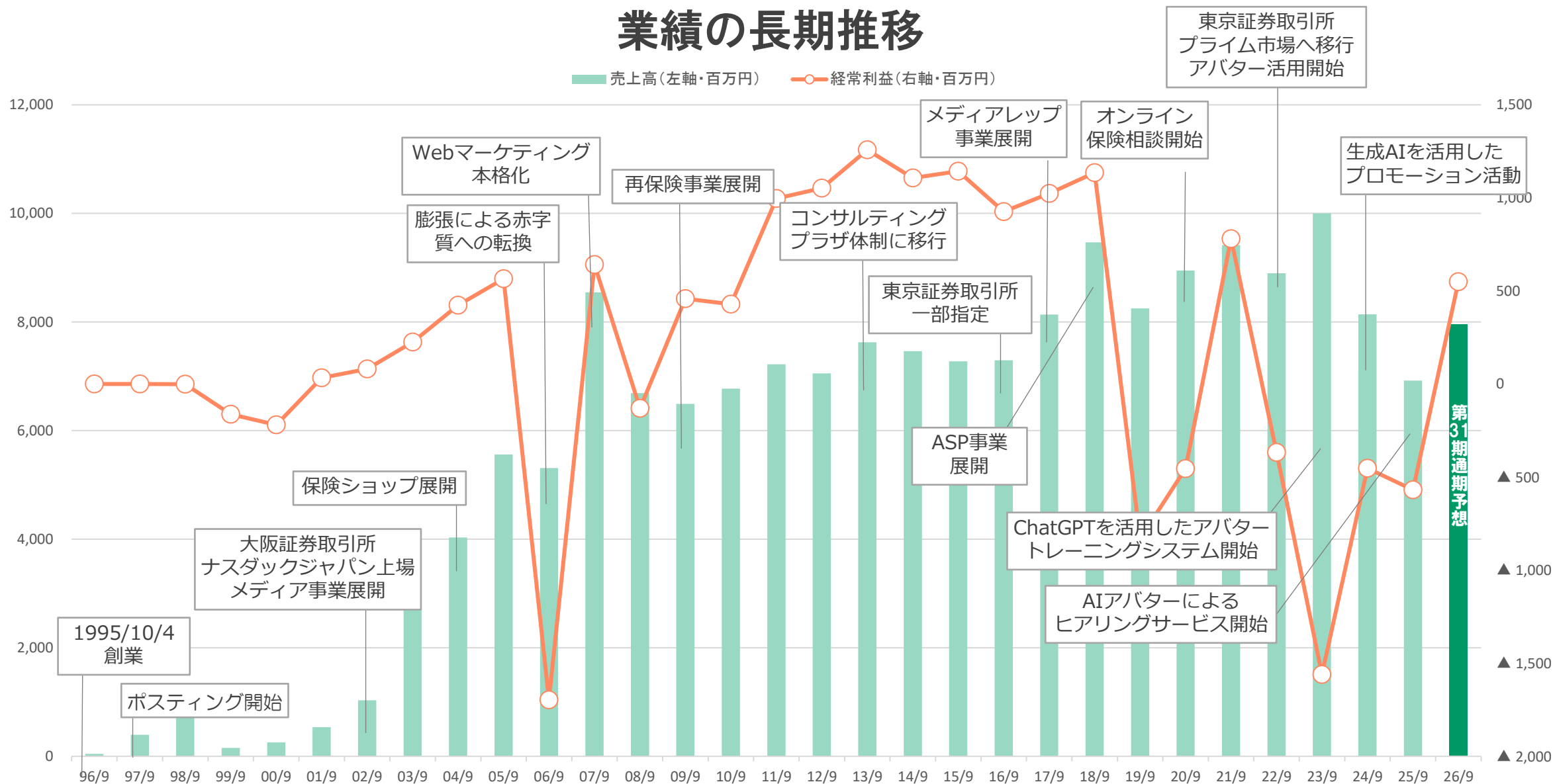
人生とは時間です。今、この瞬間を懸命に生き抜くことで、価値ある人生は生まれます。
私たちは、今を生き抜く人に、保険という愛情の経済的表現手段を最高のサービスで提供するとともに、無限の可能性を創造する人材を育成することで永続的に社会に貢献してまいります。

アドバンスクリエイトの強み



アドバンスクリエイトとは

業績の長期推移



※過去数値については、過年度決算訂正を反映した数値を記載しております。

アドバンスクリエイトとは

テクノロジーによる進化の歴史

1998年 ホームページで資料請求受付
1999年 保険市場サイト開設
顧客情報管理システム
「御用聞き」開発



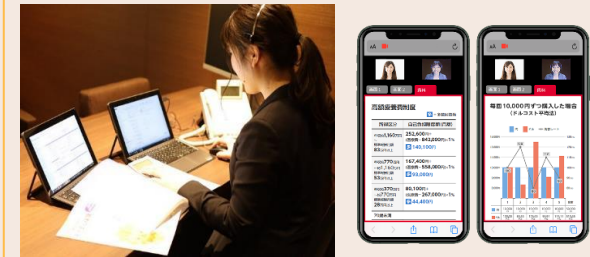
2009年 スマホ最適化サイト開設
2012年 スマホサイト全面リニューアル
Cf.iPhone3G発売:2008年



2013年 スマホアプリ「保険市場」開発
2018年 保険証券管理アプリ
「folder」開発



2020年 オンライン保険相談開始
「Dynamic OMO」開発
Cf.日本で5Gサービス開始:2020年
Cf.新型コロナウイルス流行:2020年



2022年 アバター相談サービス開始



2023年 ChatGPTを活用したアバター
トレーニングシステム開始

LINEプロモーション戦略
外販開始



2024年 生成AIを活用した
プロモーション活動



2025年 AIアバターによる
ヒアリングサービス開始

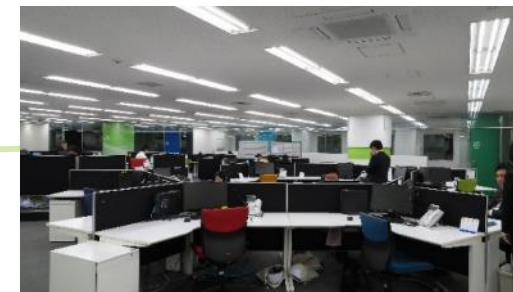
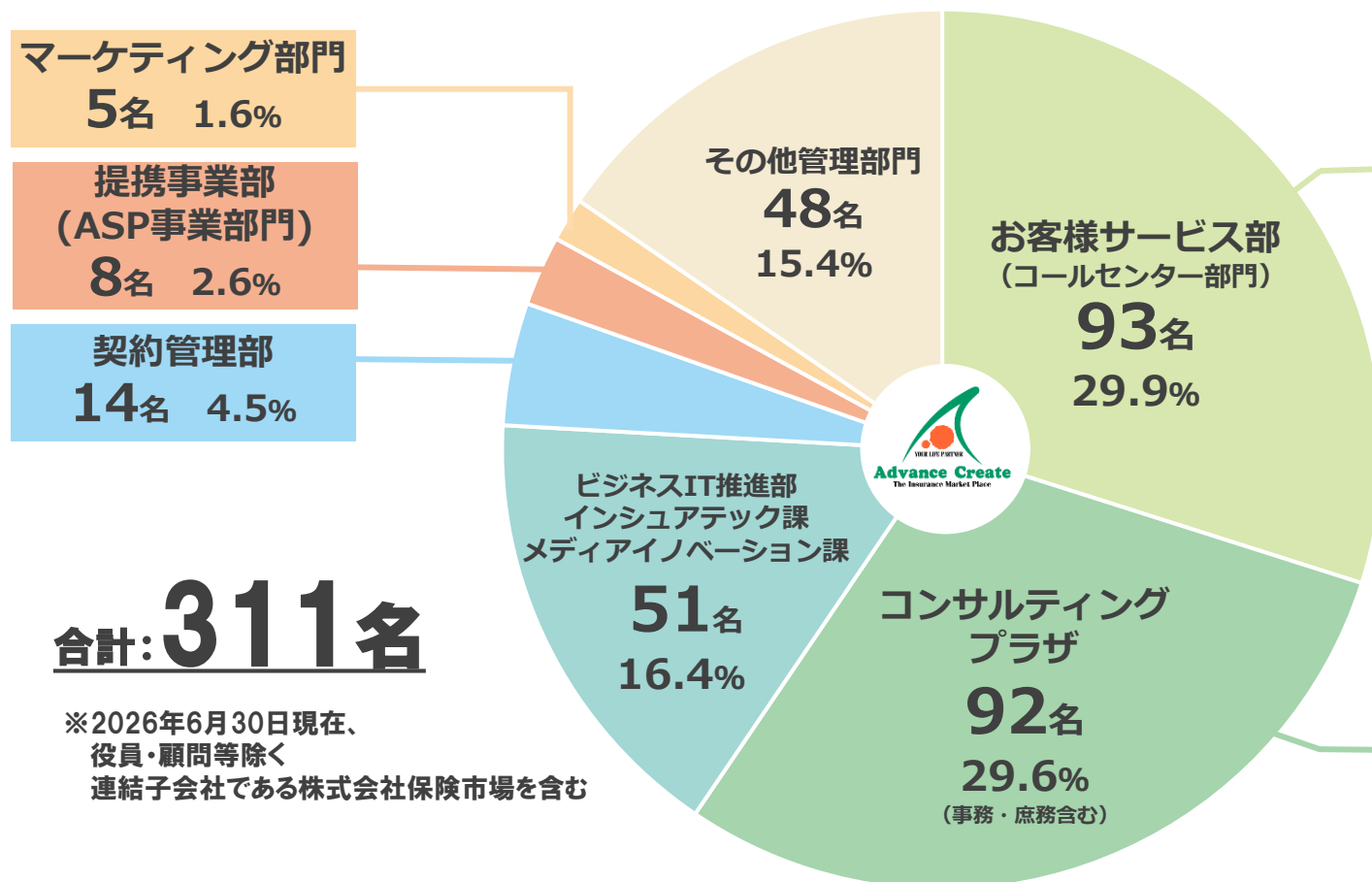


アドバンスクリエイトとは

ソフトウェア開発の内製化とアジャイル開発

○自社でエンジニア、デザイナー等、多数のIT人財を擁し、あらゆるシステム開発を内製化。

○経営陣・営業現場・エンジニアが直結し、アジャイル開発を実現。



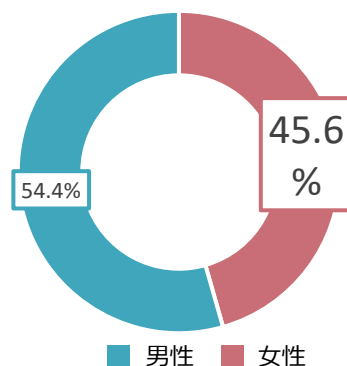
05. サステナビリティ経営

人的資本経営

- 非管理職社員への「自己投資支援手当」、資格取得等にかかる教材・スクール費用等を補助する「自己啓発補助制度」、社員のスキルアップを促す「通信教育制度」等、人的資本の充実にに向けた各種制度を整備。
- 本社・支店における働きやすいオフィスの整備、リフレッシュルームの設置等、性別や国籍等に関係なく、社員の能力を最大限発揮できる環境を構築。

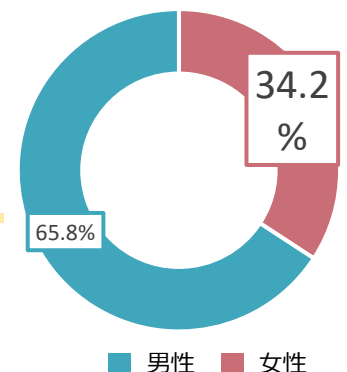
社員男女比率

※正社員及び契約社員



女性管理職比率

※2026年6月30日現在



あべのハルカスコンサルティングプラザ
リフレッシュルーム



神戸コンサルティングプラザ
オフィス



CSR活動

○近年注目を集めるCSR活動への取り組みとして、下記の協賛や寄付講座を実施。
社会への参画意識を高め、社会課題の解決に向けた取り組みを強化。

新日本フィルハーモニー交響楽団
「第九特別演奏会」への特別協賛



©TERASHI Masahiko

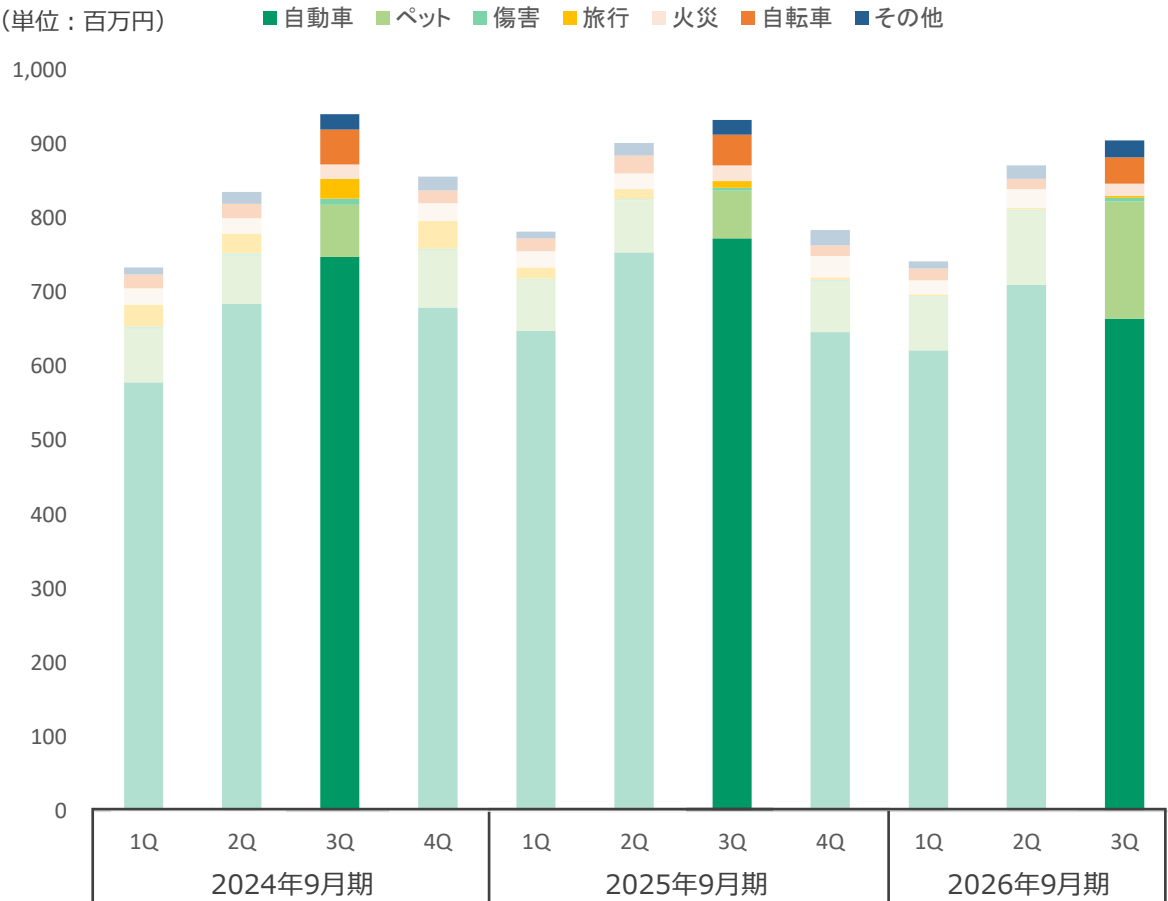
関西大学寄付講座



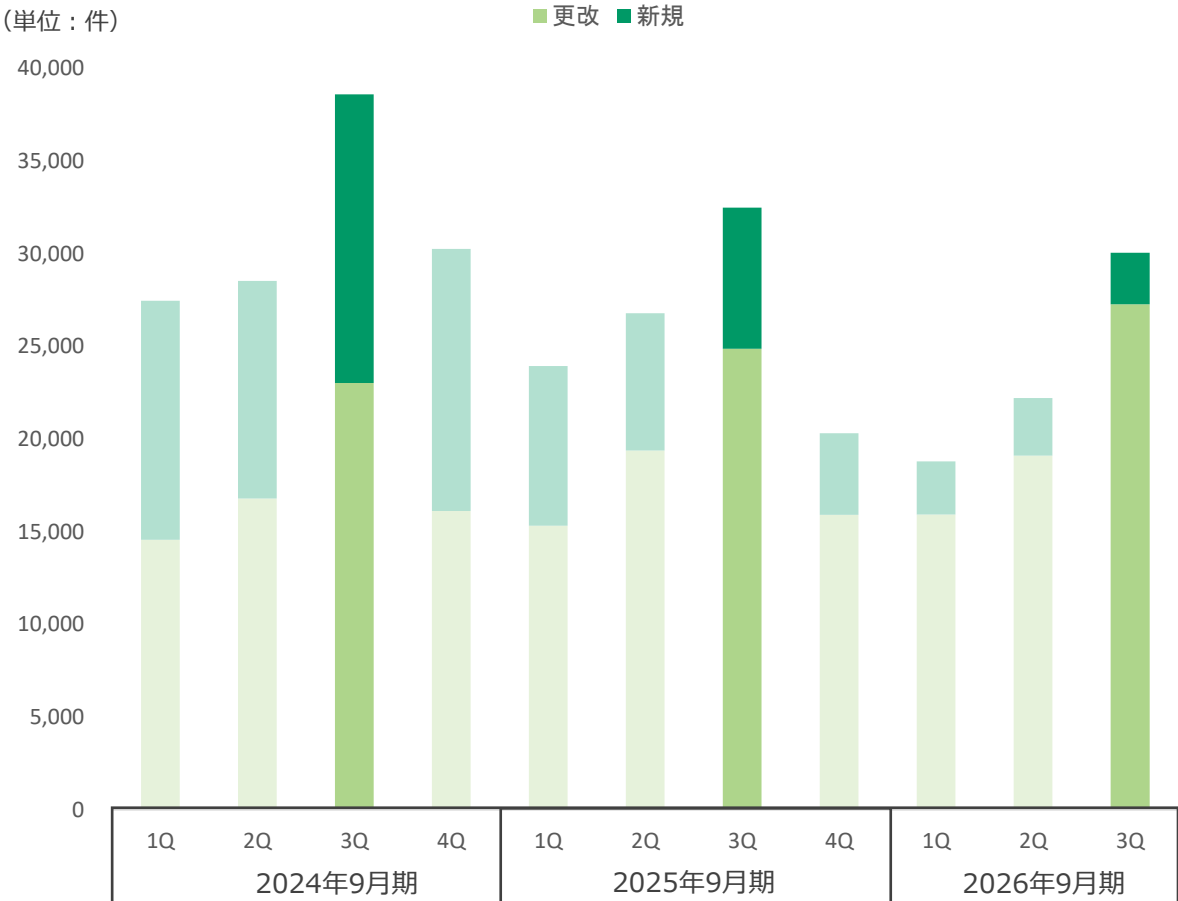
06. appendix

損害保険の状況

収入保険料(新規・更改含む)



契約件数



※直近四半期の実績については速報値を記載しております。

再保険事業の状況

Advance Create Reinsurance Inc.

再保険事業

- ▶ 販売した保険のリスクの一部を保険会社から引き受け、再保険料を得る。
- ▶ リスク引受、保険金支払責任を持つことによるお客さまとの関係強化。
- ▶ リスクを共有し健全な保険募集を行うことによる保険会社との紐帯強化。
- ▶ 引受保険会社を増やすことにより収益の安定化を図る。

(単位:百万円)

	2024年7月～ 2024年12月	2025年7月～ 2025年12月
収入再保険料	507	524

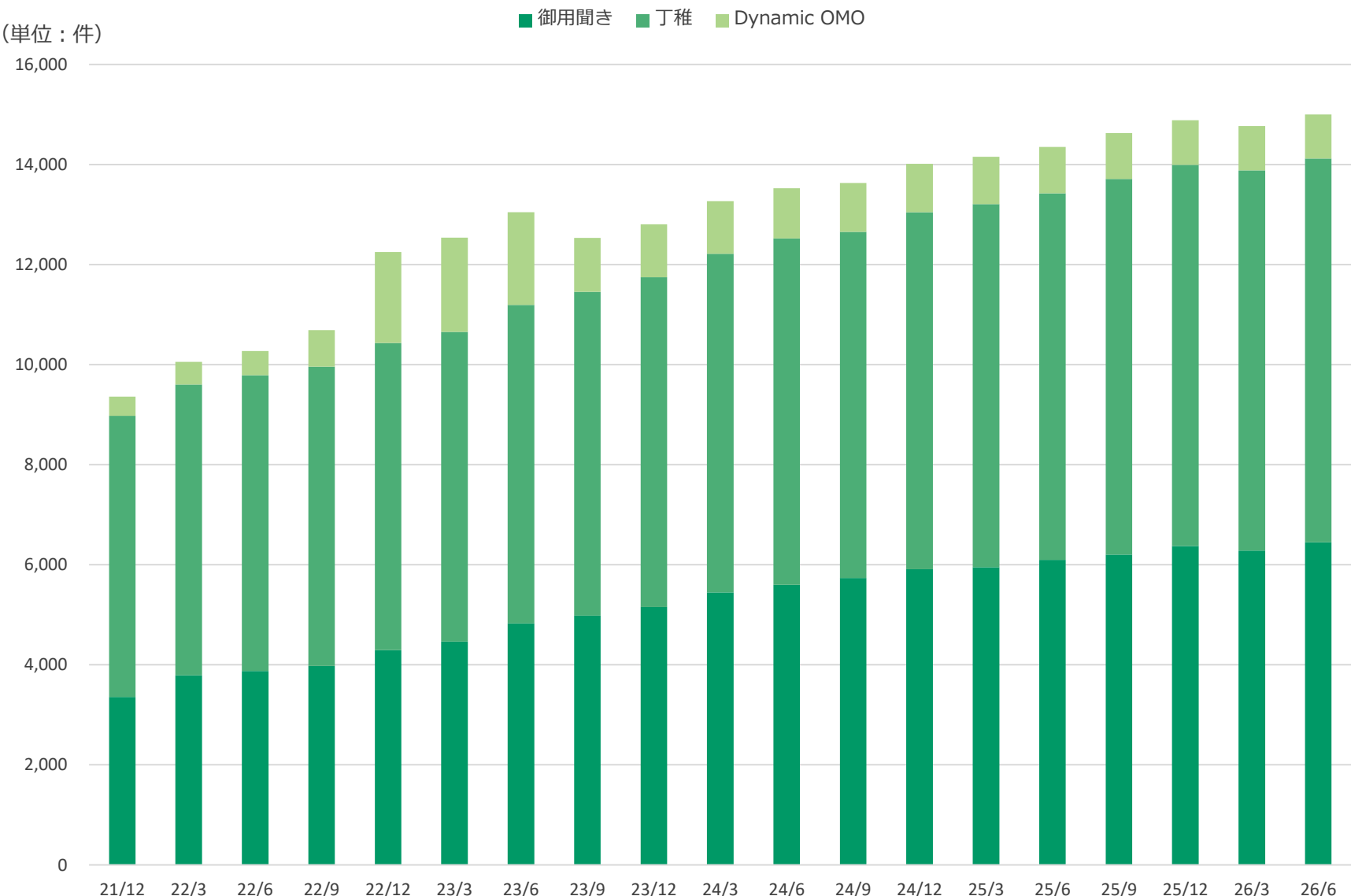


＜再保険引受保険会社＞
2026年6月末現在 全8社
生命保険会社：6社
損害保険会社：1社
少額短期保険業者：1社

残存期間	割合※
終身	69.3 %
10年～	10.9 %
5年～10年	9.4 %
～5年	10.4 %

※Advance Create Reinsurance Inc. が2025年12月に収入した再保険料を、2025年12月末を基準とした、元受契約の残存期間別に集計し、全体に対する割合を示しています。

Advance Create Cloud Platform ID 数



アバター導入実績

全**5**社
生命保険会社：2社
損害保険会社：1社
その他：2社

Dynamic OMO導入実績

全**48**社
生命保険会社：4社
損害保険会社：1社
少額短期保険会社：1社
その他：42社

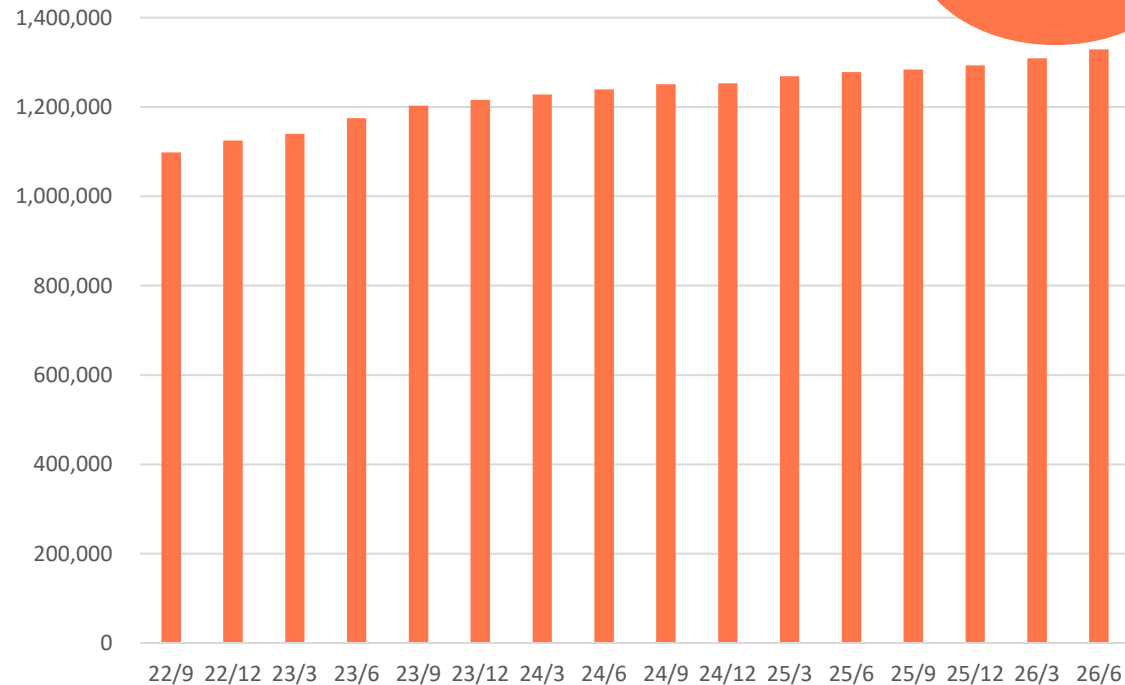
テキストを活用したプロモーション

○LINEのチャットで手軽に質問したり、保険相談の予約をすることが可能。

○当社開発の「folder」アプリは、保険の比較・診断・相談・管理ができるアプリとして、保険業界のインフラを目指す。

(単位：人)

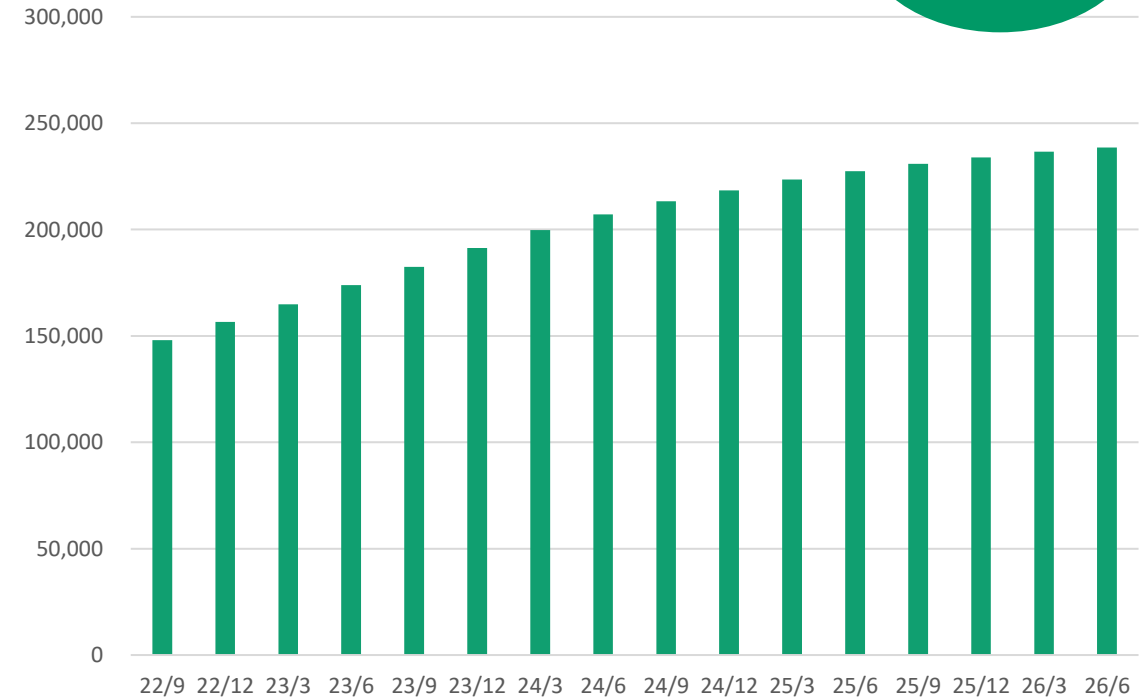
LINE友だち数



**130万人
突破**

(単位：件)

folderアプリダウンロード数



**23万件
突破**

※2026年6月30日 現在

統合報告書の発行

情報開示を強化する観点から、2022年より発行を開始。
本報告書では、1995年の創業以来、「人こそ全て」の信念に基づいた教育や人財投資等の人的資本経営により、高い労働生産性と社会価値の創出に繋がっていることを掲載している。



※統合報告書の全文は[こちら](#)からご覧ください。

「生命保険乗合代理店業務品質評価運営」の認定取得

生命保険協会では調査を希望した生命保険乗合代理店を4つの視点(「顧客対応」・「アフターフォロー」・「個人情報保護」・「ガバナンス」)で調査・評価し、「業務品質評価基準」の基本項目を全て達成した代理店を「認定代理店」として公表している。



えるぼし認定

女性活躍推進法に基づき、厚生労働省が定める一定の基準を満たし認定された企業には「えるぼし認定マーク」が発行される。



会社概要

商 号

株式会社アドバンスクリエイト

代 表 者

代表取締役社長 濱田 佳治

所 在 地

大阪府大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル

設 立

1995年10月

資 本 金

100百万円（2025年9月末現在）

事 業 内 容

保険代理店、メディア、メディアレップ、再保険、ASP、BPO

従 業 員 数

229名（2025年9月末現在、嘱託・再雇用・派遣社員等除く、グループ計）

決 算 期

9月

株 式 市 場

東証プライム、福証、札証（コード:8798）

免責事項

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ環境や当社の関連する業界動向等により変動することがあります。

従いまして、実際の業績等が、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述と異なるリスクや不確実性がありますことをご留意ください。



お問い合わせ先

総合企画部

曾我 啓介

TEL

06-6204-1193(代表)

メールアドレス

acir@advancecreate.co.jp

URL

<https://www.advancecreate.co.jp/>