

|| 企業調査レポート ||

CSS ホールディングス

2304 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年7月26日(金)

執筆：客員アナリスト

国重 希

FISCO Ltd. Analyst **Nozomu Kunishige**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024 年 9 月期第 2 四半期の業績概要	01
2. 2024 年 9 月期の業績見通し	02
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要及び事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
3. 事業概要	05
■ 業績動向	06
1. 2024 年 9 月期第 2 四半期の業績概要	06
2. 事業セグメント別動向	07
3. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	12
■ 中長期の成長戦略	13
1. 中期経営計画の進捗状況	13
2. 取り組みの実施状況と今後の方向性	14
3. 次期中期経営計画の概要	16
■ 株主還元策	17

■ 要約

ホスピタリティ業界を中心に、顧客別に最適化した“おもてなし”を提供する、バックサポートのプロフェッショナル集団

CSS ホールディングス <2304> は、東京証券取引所（以下、東証）スタンダード市場に上場する純粋持株会社である。傘下のグループ会社によって、「スチュワード」「フードサービス」「空間プロデュース」の3つの事業領域を展開する。スチュワード事業では、ホテル・レストランを中心に食器洗浄及び管理業務を全国展開する。フードサービス事業では、従業員食堂・レストラン運営の受託や外食事業を展開している。空間プロデュース事業では、BGMに加え映像・音響・放送・セキュリティに関する設計・販売・施行・管理・メンテナンスなどの事業を展開する。同社グループは、それぞれの事業で Happy & Hospitality を提供する、バックサポートのプロフェッショナル集団である。中期経営計画の推進により、グループ全体のさらなる成長を目指している。

1. 2024 年 9 月期第 2 四半期の業績概要

2024 年 9 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比 22.8% 増の 9,135 百万円、営業利益で同 112.5% 増の 507 百万円、経常利益で同 93.2% 増の 520 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同 59.6% 増の 323 百万円と、大幅な増収増益となった。同社は第 2 四半期決算時に上方修正を発表しており、売上高は期初予想比 8.7%、営業利益は 92.4% となっている。これはスチュワード事業及びフードサービス事業においてインバウンド観光需要や法人等宴会需要の堅実な回復が業績の底上げに貢献したのに加え、第 2 四半期に収益ピークを迎える空間プロデュース事業セグメントの各社が計画を大幅に上回る営業利益を達成したためである。

主力事業のスチュワード事業の売上高は前年同期比 35.9% 増、営業利益は同 133.2% 増と、グループの好業績をけん引した。フードサービス事業の売上高は同 24.4% 増、営業利益は同 6.2% 増、空間プロデュース事業の売上高は同 7.9% 増、営業利益は同 94.9% 増と、いずれの事業も好業績となった。これを受けて同社は中間配当を前年同期比 3.0 円増の 10.0 円に引き上げた。自己資本比率は 40.8% で、東証プライム・スタンダード・グロース市場に上場する 2024 年 3 月期の全産業平均 33.7% を上回る財務基盤を有している。

要約

2. 2024 年 9 月期の業績見通し

2024 年 9 月期通期の連結業績は、売上高で前期比 18.8% 増の 17,614 百万円、営業利益で同 99.3% 増の 550 百万円、経常利益で同 82.0% 増の 570 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 61.3% 増の 371 百万円と、大幅な増収増益の見通しだ。同社は第 2 四半期決算公表時に上方修正を発表し、売上高は期初予想比 8.6% 増、営業利益は同 56.0% 増となっている。上期における業績の進捗状況を勘案したうえで、下期に計上が想定される役員業績連動報酬、従業員決算賞与、次年度以降に備えた人材雇用・育成に関わる先行投資等を織り込んで見直しを行った結果である。好業績の見通しに加え、2024 年 12 月には創業 40 周年の節目を迎えることから、中間配当の 10.0 円に加え、期末配当を普通配当 10.0 円と記念配当 10.0 円の計 20.0 円とし、年間配当は同 13.0 円増の 30.0 円とする予定である。この結果、配当性向は 40.4% になる見通しで、東証プライム・スタンダード・グロース市場に上場する 2024 年 3 月期の全産業平均 32.6% を上回り、株主還元にも前向きであると評価できる。

3. 中期経営計画

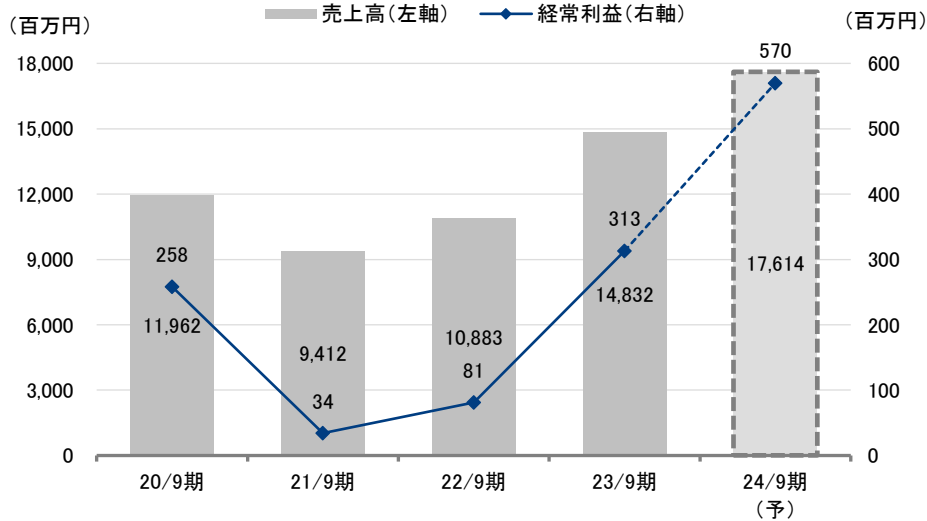
中期経営計画「Value Innovation 2024」(2022 年 9 月期～2024 年 9 月期)では、最終年度に売上高 17,614 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 371 百万円、ROE10% 以上を目指す。新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)により落ち込んだ業績からの復活を目指す 3 期間となったが、2022 年 9 月期及び 2023 年 9 月期の好業績を反映して目標を 2 度上方修正し、売上高は当初計画比 23.2% 増、親会社株主に帰属する当期純利益は同 85.5% 増、ROE は同 2 ポイント増としている。中期経営計画では、“基軸事業の強化による収益力の向上”“人材育成の強化”“ESG 課題への取り組み推進”“グループシナジーや外部リソース活用による価値創出”に、重点施策として取り組んできた。既に 2025 年 9 月期からの次期中期経営計画の策定作業に着手しており、正式な業績目標及び事業戦略の内容が注目される。

Key Points

- ・「スチュワード」「フードサービス」「空間プロデュース」の 3 つの事業領域を展開する、バックサポートのプロフェッショナル集団
- ・2024 年 9 月期第 2 四半期は 3 事業とも好調で、期初予想を大きく上回る好決算
- ・2024 年 9 月期予想は、大幅に上方修正。大幅な増配を実施予定で、株主還元にも前向き
- ・中期経営計画は重点施策を着実に実施し、修正後の業績目標を超過達成の見通し。次期中期経営計画の業績目標・事業戦略に期待

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要及び事業概要

「スチュワード」「フードサービス」「空間プロデュース」の3つの事業領域を展開

1. 会社概要

同社は、東証スタンダード市場に上場する純粋持株会社である。CSS ホールディングスの名称は、「Central Service System」の頭文字に由来する。傘下に連結子会社7社を有し、「スチュワード」「フードサービス」「空間プロデュース」の3つの事業領域を展開している。同社グループでは「質の高い“おもてなし”の創造」を理念とし、「最高の“おもてなし”を実現するための「最適なサービス」を提供している。同社グループは、ホスピタリティ業界を中心に、顧客の個々のニーズに最適な“おもてなし”を提供する、バックサポートのプロフェッショナル集団である。各事業でHappy & Hospitalityを提供することで、グループ全体の成長を目指している。

同社グループでは、ミッションとして“Support the Hospitality”を、ビジョンとして“Create Together”を、そしてバリュー & スローガンとして“Go Beyond！”を掲げており、期待を超えるパフォーマンスを提供することを掛け声に、事業に取り組んでいる。従業員数545人、平均臨時雇用者5,223人(2023年9月期末時点)を有し、正社員がマネジメントや顧客折衝を担い、現場の作業はアルバイトやパートタイマーが行うことで、事業を全国的に展開する。2021年12月より、代表取締役社長に水野克裕(みずのかつひろ)氏が就任し、同社グループの発展に尽力している。

CSS ホールディングス | 2024年7月26日(金)
 2304 東証スタンダード市場 | <https://www.css-holdings.jp/ir/>

会社概要及び事業概要

2. 沿革

同社は1984年12月、スチュワード業務の業務請負を目的とする(株)セントラルサービスシステムを設立し、その後フードサービス事業、空間プロデュース事業へと事業領域を拡大してきた。2008年4月には会社分割により純粋持株会社に移行し、(株)CSS ホールディングスに商号を変更した。現在は傘下に(株)セントラルサービスシステム、(株)セントラルホテルサービス、(株)センダン、東洋メディアリンクス(株)、音響特機(株)、Mood Media Japan(株)、(株)CSS ビジネスサポートの7社の連結子会社を擁しているが、そのうちCSS ビジネスサポートはグループの人事や総務などの事業を担当している。

設立当初は東京都品川区に本社を構えたが、事業拡大とともに数度の移転を経て、2012年7月には東京都中央区日本橋小伝馬町に移転し、現在に至っている。2002年6月に(株)ジャスダック市場に上場し、2022年4月より東証スタンダード市場に移行している。2024年12月には創立40周年を迎えることもあり、現在は2024年9月期までの中期経営計画を鋭意推進しており、次期中期経営計画の策定にも着手している。

沿革

年月	変遷の内容
1984年12月	東京都品川区に(株)セントラルサービスシステムを設立
1988年7月	本社を東京都江戸川区西葛西に移転
1994年9月	100%子会社の(株)宮崎セントラルサービスシステム及び(株)福岡セントラルサービスシステムを設立
1999年3月	同社役員の出資により設立していた同業の3社((株)千葉セントラルサービスシステム・(株)東京西セントラルサービスシステム・(株)東京南セントラルサービスシステム)を吸収合併
2000年10月	宮崎セントラルサービスシステム及び福岡セントラルサービスシステムを吸収合併
2001年2月	本社を東京都千代田区麴町に移転
2002年6月	日本証券業協会ジャスダック市場に上場(後に東京証券取引所JASDAQ市場に上場)
2002年12月	(株)センダン及び(株)大阪センダンより営業を譲り受け、新商号を(株)センダン(現連結子会社)とする
2006年4月	東洋メディアリンクス(株)の株式を譲り受け、同社子会社の音響特機(株)とともに、連結子会社化
2008年4月	会社分割により純粋持株会社に移行し、(株)CSS ホールディングスへ商号変更 新たに連結子会社(株)セントラルサービスシステム及び(株)CSS ビジネスサポートを設立
2012年7月	本社を東京都中央区日本橋小伝馬町に移転(現在に至る)
2012年11月	音響特機を直接子会社化
2015年3月	セントラルサービスシステムが宝塚ホテルサービス(株)の株式を譲り受け新商号を(株)セントラルホテルサービス(現連結子会社)とする
2018年8月	センダンが(株)パトリオットパトンの株式を譲り受け子会社化
2018年10月	Mood media Japan(株)を連結子会社
2022年4月	東京証券取引所スタンダード市場へ移行
2022年6月	上場20周年
2023年1月	大阪支社開設

出所：同社ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

3. 事業概要

同社グループでは、以下の 3 事業を行っている。

(1) スチュワード事業

グループの祖業であり、ホテル・レストランにおける食器洗浄を中心としたスチュワード管理や、ホテル・レストランの客室・パブリックスペース・厨房等の清掃を行う。特にスチュワード管理では、あらゆる食器類を管理する必要があり、高価な銀器や漆器が使われることがあるため、専門的な管理が求められる。同社グループの従業員がホテル・レストランのバックヤードに入り、チームとしてシフトを組んで仕事を進めている。そのため同社グループでは、採用、教育、組織化に注力している。採用推進部及び人事戦略部の組織的活動により年間 1,000 名程度の従業員が入社している。うち 1 割は外国人が占めており、言語マニュアルを活用している。また、6 割を占める女性従業員にとっても、働きやすい職場づくりに努めている。

同事業はグループの中核事業として全国展開している。ホテルや観光事業で実績を積んでおり、ホテルでは売上高で上位 30 社のうち半分程度と取引がある。マーケット開発部の営業活動と連携して、多くの顧客のマーケットニーズに対応している成果である。顧客は固定客で、契約は単年または複数年を区切りとして見直す。ホテルが開業すると同社営業部隊が情報を得て新規開拓を行うが、先方から同社に声がかかる場合もある。同事業は、連結子会社のセントラルサービスシステムとセントラルホテルサービスが行っている。2024 年 9 月期第 2 四半期での同事業のシェアは、売上高で 46.0%、営業利益（全社利益や調整額の控除前、以下同）で 50.3% を占めている。

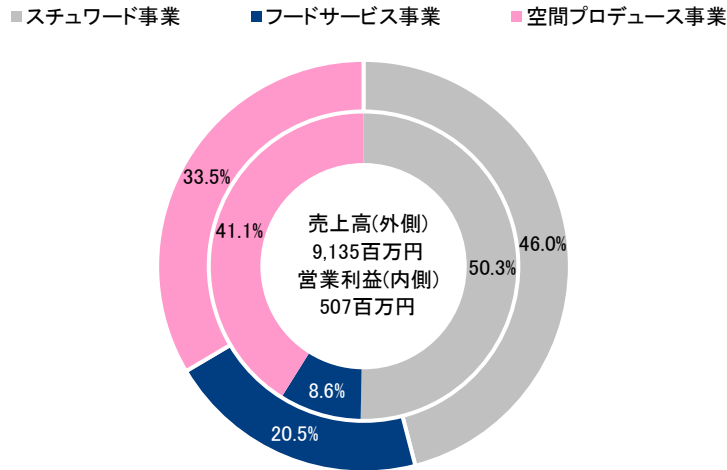
(2) フードサービス事業

ホテルの朝食レストラン運営、従業員食堂運営及び介護施設の食事提供など、フードサービスに関わる総合給食事業を全国展開している。同事業も新規開拓を行う場合と、先方から声がかかる場合がある。国内外の観光客の活性化に伴い需要は大幅に拡大し、コロナ禍前の水準に回復している。なかでも宿泊特化型のホテルにおける朝食サービスの需要が拡大している。なお食材コストの上昇については、調理企画部門でメニュー開発、無駄の排除や調理の工夫、開発企画部門で顧客との提供価格の交渉、コスト管理の強化などにより対応している。スチュワード事業と同じく、顧客は固定客で、契約は単年または複数年を区切りとして見直す。同事業は、連結子会社のセンダンが担っている。2024 年 9 月期第 2 四半期での同事業のシェアは、売上高で 20.5%、営業利益で 8.6% を占めている。

(3) 空間プロデュース事業

防犯カメラや AV 機器等の販売・保守、BGM・映像・香りによる空間ブランディング企画、大型・プロ仕様音響機器の卸販売等を、幅広い顧客層に展開している。施工会社の営業活動に則って、設計や調達・施工に関り、納品をもって案件は完了する。案件によってはその後の管理・メンテナンス・コンテンツ制作など、継続性を伴うサービスもある。同事業はコロナ禍における設備投資の冷え込みによって業績が縮小したが、執行体制の刷新、大規模イベント及び展示会の活用再開などにより復調傾向にある。特に、監視カメラ関連や音響設備は更新需要により堅調である。同事業は、連結子会社の東洋メディアリンクス、音響特機、Mood Media Japan が行っている。2024 年 9 月期第 2 四半期での同事業のシェアは、売上高で 33.5%、営業利益で 41.1% を占めている。ただ、同事業では 3 月決算の顧客が多いことから第 2 四半期に利益が集中する傾向にあり、通期の営業利益シェアは低下する見通しである。

2024年9月期第2四半期 セグメント別売上高・営業利益



注：営業利益構成比は「その他」（総務・人事・経理管理事業等）及び「調整額」（全社利益及びセグメント間取引消去等）の控除前
 出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2024年9月期第2四半期は大幅な増収増益。期初予想を上回る好決算

1. 2024年9月期第2四半期の業績概要

2024年9月期第2四半期における我が国経済は、コロナ禍からの社会経済活動の正常化が進みつつあるなか、緩やかな持ち直しが続いている。また、円安の影響もあってインバウンド観光需要は堅調で、オーバーツーリズムといった状況も一部の地方で問題化している。世界的なエネルギー・食料価格の高騰や、欧米各国の金融政策等による世界的に不安定な経済懸念は続いている。我が国経済についても、物価高、円安、雇用環境や外国人労働力に関する先行き不透明な状況が残っている。

CSS ホールディングス | 2024 年 7 月 26 日 (金)
 2304 東証スタンダード市場 | <https://www.css-holdings.jp/ir/>

業績動向

こうした事業環境のなか、同社グループの連結業績は、売上高で前年同期比 22.8% 増の 9,135 百万円、営業利益で同 112.5% 増の 507 百万円、経常利益で同 93.2% 増の 520 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同 59.6% 増の 323 百万円と、大幅な増収増益決算となった。2023 年 9 月期決算発表時の期初予想比では、売上高は 8.7%、営業利益は 92.4%、それぞれ上回る好決算である。スチュワード事業及びフードサービス事業におけるインバウンド観光需要や法人等宴会需要の回復が業績の底上げに貢献したのに加え、3 月決算の顧客が多いことから第 2 四半期に収益ピークを迎える空間プロデュース事業が計画を大幅に上回る業績を達成したためとなった。予想を大きく上回る増益の結果、営業利益率は前年同期の 3.2% から 5.6% へと、大きく改善した。コロナ禍により人件費などの固定費で利益が圧迫されていた状況であったが、2024 年 9 月期はコロナ禍による影響が収まり、事業も正常化に向かったことで営業利益率が上昇した。

2024 年 9 月期第 2 四半期累計 連結業績

(単位：百万円)

	23/9 期 2Q		24/9 期 2Q		前年同期比		予想比		
	実績	売上比	予想	実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	7,439	100.0%	8,402	9,135	100.0%	1,695	22.8%	733	8.7%
売上原価	6,162	82.8%	-	7,538	82.5%	1,375	22.3%	-	-
売上総利益	1,277	17.2%	-	1,597	17.5%	319	25.0%	-	-
販管費	1,038	14.0%	-	1,089	11.9%	51	4.9%	-	-
営業利益	238	3.2%	263	507	5.6%	268	112.5%	243	92.4%
経常利益	269	3.6%	272	520	5.7%	251	93.2%	248	91.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	202	2.7%	182	323	3.5%	120	59.6%	141	77.4%

注：予想は 2023 年 9 月期決算発表時の期初予想
 出所：決算短信よりフィスコ作成

主力のスチュワード事業をはじめ、全事業で増収増益を確保

2. 事業セグメント別動向

(1) スチュワード事業

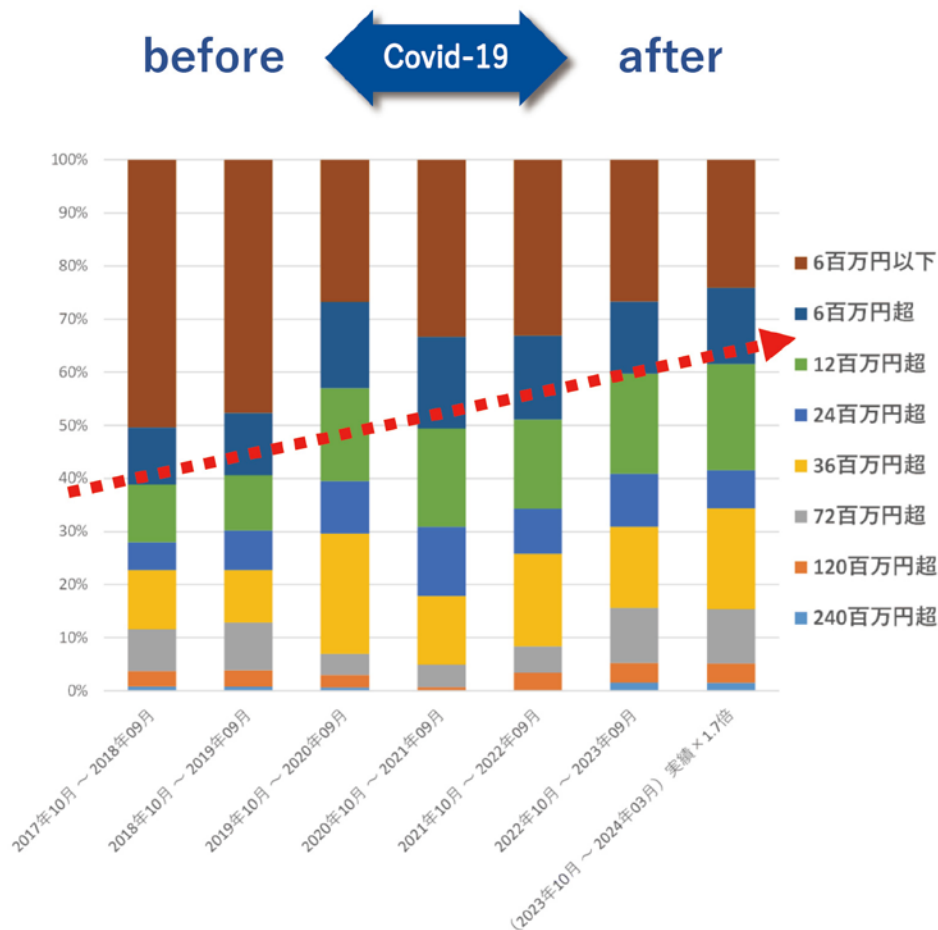
売上高は 4,200 百万円(前年同期比 35.9% 増)、営業利益は 321 百万円(同 133.2% 増)、営業利益率は 7.7%(同 3.2 ポイント上昇)と、全体の好業績をけん引した。国内観光客及びインバウンド観光の需要が 2023 年 9 月期に続き高い水準を維持し、ホテルの客室及びレストランが高稼働を継続したことによる。外資を中心に超高級・宿泊特化型ホテルの開業も多く、同社への業務委託の引き合いも堅調で、上期の新規受託数は 7 件となった。急激な稼働率の上昇と新規事業所開業に対して安定的な提供品質や労働環境の安全を維持することの重要性が増しており、同社は密な実地点検や情報共有及びエスカレーション(問題や案件につき、上位者や専門家に判断・支持を仰ぐこと)といった対応を強化している。2024 年 4 月 1 日に 35 名の新卒社員が入社し、首都圏のみならず関西・東海・九州エリアへの配属を予定している。

売上高規模別取引先数構成比の推移を見ると、同事業のコロナ禍前と比べて 2023 年 9 月期及び 2024 年 9 月期は 12 百万円以下の割合が低くなり、それ以上の規模のホテルの割合が高くなっている。ホテル需要の急回復に対して、大規模ホテルでは人手が不足していることを示している。

業績動向

なお第2四半期開始時に令和6年能登半島地震により同社の受託先も被災した。全体の業績に対する影響は軽微であるが、従業員の雇用の復調に向け、取引先と密に情報交換をしている。

スチュワード事業の売上高規模別取引先数構成比



出所：決算説明資料より掲載

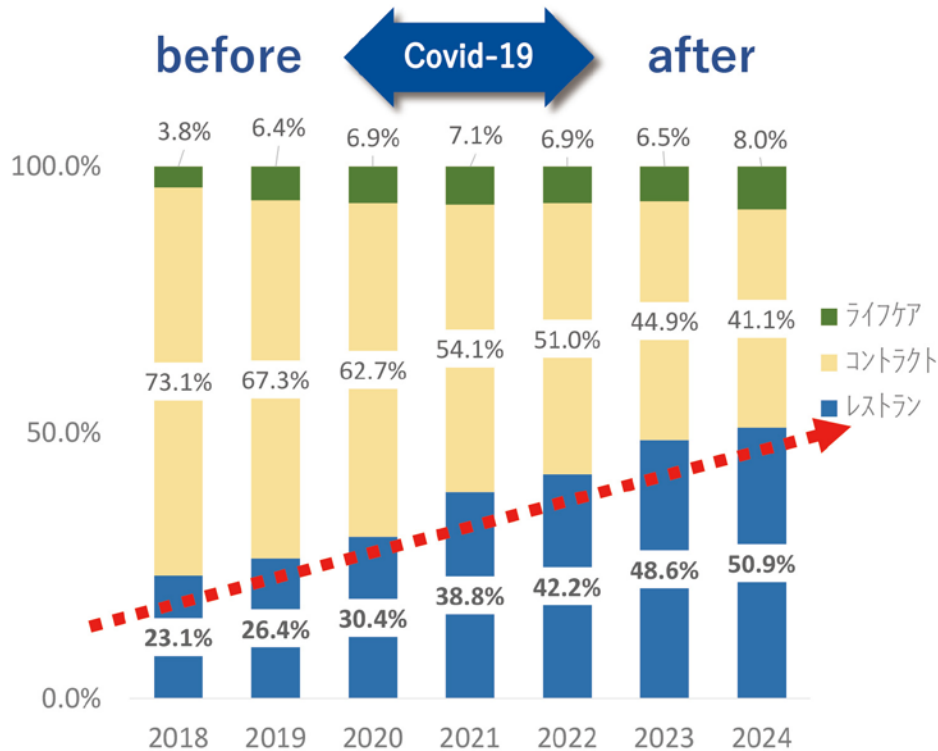
(2) フードサービス事業

売上高は1,877百万円(前年同期比24.4%増)、営業利益は54百万円(同6.2%増)、営業利益率は2.9%(同0.5ポイント低下)となった。国内客観光及びインバウンド観光の需要が前期以来の高い水準を維持し、さらに拡張トレンドにあることで朝食レストランの受託サービスを中心に業績が大幅に拡大した。同社への業務委託の引き合いも着実に増加しており、上期における新規受託数は8件となった。食材高騰に対応するため、コスト面のマネジメントは従来以上に注視しており、価格転嫁を進めている。2024年4月1日に17名の新卒社員が入社し、首都圏・関西・東海・中国エリアへの配属を予定している。なかでも首都圏では、ライフケア領域の強化に重点を置いて、顧客提供価値の多様化に向けて継続的に取り組んでいる。

業績動向

サービス形態別の取引先数構成比を見ると、コロナ禍以前の2018年にはコントラクト（社員食堂の受託）が7割以上を占めていたが、アフターコロナの2024年にはレストランが全体の半分にまで増加した。近年は宿泊特化型のホテルが増加しており、ホテル側では朝食で差別化したいというニーズがあるようだ。

フードサービス事業の売上高規模別取引先数構成比



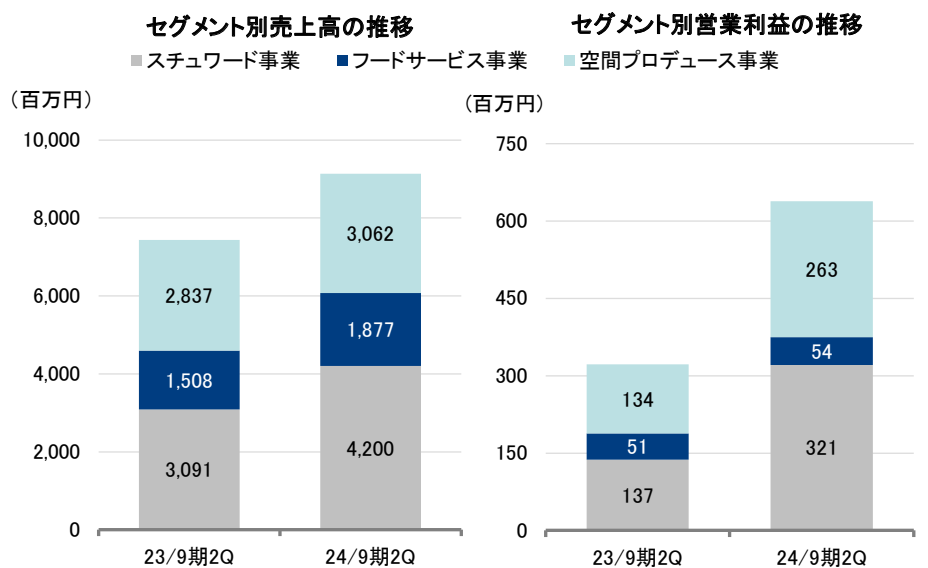
出所：決算説明資料より掲載

(3) 空間プロデュース事業

売上高は3,062百万円（前年同期比7.9%増）、営業利益は263百万円（同94.9%増）、営業利益率は8.6%（同3.8ポイント上昇）となった。コロナ禍の収束に伴い機会を着実に増やしており、施工会社との連携、展示会やデモ視聴といった大規模商談、メーカーミーティングや研修会などの同社のアップデート頻度が、具体的な商談・案件として実現した。また、執務環境の刷新やグループ内人事によって内部的にも執行環境を変更した。過去案件の収益貢献を勘案し、トップラインよりも最終的な収益確保に重点を置いたマネジメントや社内の議論が進んで収益性が大きく改善した。ただ、同事業では3月決算の顧客が多く、第2四半期に収益ピークを迎えるため、下期の売上・利益は少ない。

業績動向

東洋メディアリンクスにおいて、金融機関・法人施設ともに監視カメラを中心とした IVT（監視カメラ）関連の設備更新需要は堅調である。グリーンや照明など、新たな空間プロデュースソリューションを外部会社との連携を広げたことで、施工会社とのコミュニケーションが強化された。音響特機におけるプロ仕様の音響機器取り扱い、興行の活性化に準じて案件を増やしている。外資企業がグローバル標準のテレコミュニケーション設備を、同社が専任で取り扱う海外ブランド品指定で施工するケースが増加している。Mood Media Japan においてはホテル・観光・レジャー業界での施工品質の評価に加え、業界の活況に伴って紹介やセミナー・勉強会といった機会の引き合いからの商談・施工が増えている。



注：営業利益は「その他」（総務・人事・経理管理事業等）及び「調整額」（全社利益及びセグメント間取引消去等）の控除前

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2024年9月期第2四半期末の財務状況は、資産合計は前期末比758百万円増加の6,459百万円となった。主な増減要因は、流動資産が763百万円の増加となった。受取手形、売掛金及び契約資産691百万円の増加等によるものである。また、固定資産については5百万円の減少となった。投資有価証券が30百万円増加した一方で、繰延税金資産31百万円の減少、その他7百万円の減少等によるものである。

負債合計は前期末比466百万円増加し、3,820百万円となった。主な増減要因は、流動負債の456百万円の増加であった。支払手形及び買掛金236百万円の増加、短期借入金200百万円の増加、未払金74百万円の増加等によるものである。固定負債については9百万円の増加となった。退職給付に係る負債11百万円の増加等によるものである。純資産合計は前期末比292百万円増加し、2,638百万円となった。主な要因は、利益剰余金が親会社株主に帰属する四半期純利益323百万円の計上により増加した一方、剰余金の配当51百万円により減少したこと等によるものである。

CSS ホールディングス | 2024 年 7 月 26 日 (金)
 2304 東証スタンダード市場 | <https://www.css-holdings.jp/ir/>

業績動向

以上の結果、借入金合計は前期末比 200 百万円増加の 950 百万円となった。長期借入金はなく、同社グループでは短期借入金で事業の運営ができています。安全性の指標である自己資本比率は 40.8% で、2024 年 3 月期のプライム・スタンダード・グロース市場に上場する全産業平均の 33.7% を上回る。また、同社が属するサービス業平均の 6.2% を大きく上回っている。DE レシオも 0.38 倍と、有利子負債は自己資本を大きく下回っており、財務の健全性は極めて高いと評価できる。収益性の指標では、2023 年 9 月期の ROA は 5.8%、ROE は 10.2% で、2024 年 3 月期のプライム・スタンダード・グロース市場に上場する全産業平均の 4.5%、9.5% や、サービス業平均の 0.7%、6.7% を上回り、収益力も高いと評価できる。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	23/9 期末	24/9 期 2Q 末	増減額
流動資産	3,496	4,260	763
(現金及び預金)	807	845	38
(受取手形、売掛金及び契約資産)	1,943	2,635	691
(棚卸資産)	609	673	63
固定資産	2,203	2,198	-5
有形固定資産	1,372	1,379	6
無形固定資産	80	76	-3
投資その他の資産	751	742	-8
資産合計	5,700	6,459	758
流動負債	2,961	3,417	456
(短期借入金)	750	950	200
固定負債	393	403	9
(長期借入金)	-	-	-
負債合計	3,354	3,820	466
(借入金等合計)	750	950	200
純資産合計	2,346	2,638	292
【安全性】			
自己資本比率	41.2%	40.8%	-0.4pt
DE レシオ (倍)	0.34	0.38	0.04pt
【収益性】			
ROA (総資産経常利益率)	5.8%	-	-
ROE (自己資本当期純益率)	10.2%	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2024 年 9 月期第 2 四半期における現金及び現金同等物は、前期末より 37 百万円増加し、815 百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前四半期純利益が 520 百万円となり、売上債権の増加 691 百万円、仕入債務の増加 236 百万円、賞与引当金の減少 51 百万円、未払消費税等の減少 82 百万円等によって、使用した資金は 74 百万円 (前年同期は 99 百万円の取得) となった。投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産取得による支出 23 百万円等により、使用した資金は 27 百万円 (前年同期は 15 百万円の使用) となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、短期借入金の純増加額 200 百万円、配当金の支払額 51 百万円等により、得られた資金は 139 百万円 (前年同期は 103 百万円の使用) となった。

業績動向

以上からフリー・キャッシュ・フローは 102 百万円の支出となり同社が生み出した利益の中で自由に使える資金が少ないことを示している。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/9 期 2Q	24/9 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	99	-74
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-15	-27
財務活動によるキャッシュ・フロー	-103	139
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	83	-102
現金及び現金同等物の四半期末残高	694	815

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024 年 9 月期は第 2 四半期の好決算を踏まえ、 通期予想を大幅に上方修正

2024 年 9 月期通期の連結業績は、売上高で前期比 18.8% 増の 17,614 百万円、営業利益で同 99.3% 増の 550 百万円、経常利益で同 82.0% 増の 570 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 61.3% 増の 371 百万円と、大幅な増収増益となる見通しだ。同社は第 2 四半期決算公表時に上方修正を発表し、通期の売上高は期初予想比 8.6% 増、営業利益は同 56.0% 増、経常利益は同 54.0% 増、親会社株主に帰属する当期純利益は同 37.5% 増となっている。これは、第 2 四半期にスチュワード事業及びフードサービス事業におけるインバウンド観光需要のペースアップと法人等宴会需要の堅実な回復が業績の底上げに貢献したのに加え、第 2 四半期に収益ピークを迎える空間プロデュース事業に属する各社が計画を大幅に上回る営業利益を達成したことによるものである。売上高はコロナ禍前（2019 年 9 月期）の水準に戻るとともに、営業各利益も高水準を持続する見通しである。

営業利益は、2024 年 9 月期第 2 四半期時点で通期予想の 9 割強に達したことから、下期の予想利益が非常に控えめに見えるが、空間プロデュース事業の顧客は 3 月決算の会社が多いため利益は上期に大きく偏ること、役員業績連動報酬や従業員決算賞与は下期に引き当てることを勧奨したためである。ただ、同社の業績予想は従来から慎重で保守的な傾向が強いことから、弊社では 2024 年 9 月期も修正予想を超過達成する可能性は高いと考えている。

今後の見通し

2024 年 9 月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	23/9 期		24/9 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	14,832	100.0%	17,614	100.0%	2,782	18.8%
営業利益	276	1.9%	550	3.1%	274	99.3%
経常利益	313	2.1%	570	3.2%	257	82.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	230	1.6%	371	2.1%	141	61.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

中期経営計画は順調に推移し、新中期経営計画の策定に着手

1. 中期経営計画の進捗状況

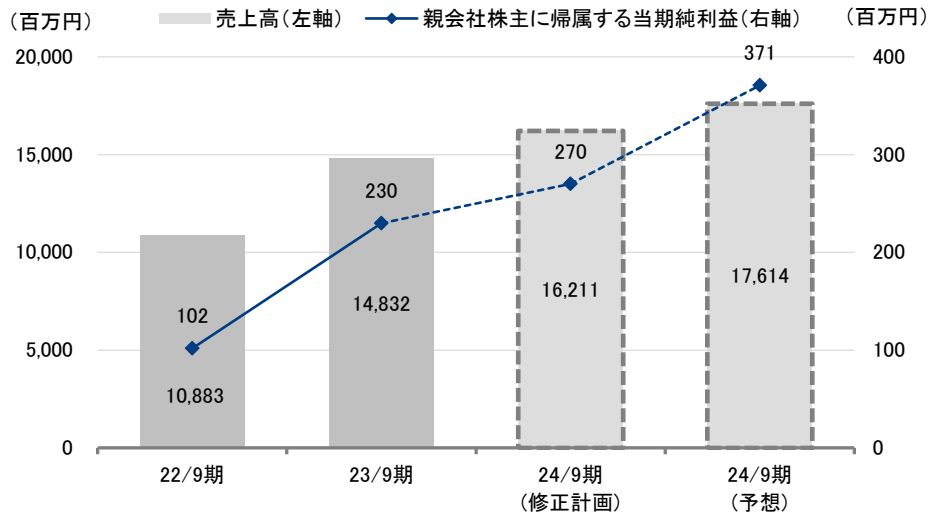
同社グループは、2024 年に迎える創業 40 周年に向けて、3 ヶ年の中期経営計画「Value Innovation 2024」(2022 年 9 月期～2024 年 9 月期)を推進している。ますます加速する事業環境の変化に対応するため、“基軸事業の強化による収益力の向上”“人財育成の強化”“ESG 課題への取り組み推進”“グループシナジーや外部リソース活用による価値創出”を軸に経営基盤の再構築を図り、目標達成に向けて取り組んできた。

計画 1 年目の 2022 年 9 月期時点では、最終年度の 2024 年 9 月期到達目標業績として、売上高 14,300 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 200 百万円、ROE8% 以上としていた。しかし、2023 年 9 月期の期初に売上高 15,000 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 250 百万円、ROE8% 以上、2024 年 9 月期の期初に売上高 16,211 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 270 百万円、ROE10% 以上へとそれぞれ上方修正した。度重なる上方修正の理由は、中期経営計画策定時はコロナ禍の影響を大きく受けており、3 年後の業績回復を十分に織り込むことができなかったためであるが、現在は事業環境の改善と経営努力によって、計画よりも速いペースで業績が改善している。

同様に、2024 年 9 月期第 2 四半期決算発表時には、2024 年 9 月期の業績予想を売上高 17,614 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 371 百万円に上方修正し、中期経営計画の最終年度も修正後の計数目標を上回る見通しである。ただし同社グループは請負型ビジネスであるため、外部環境の影響を大きく受けやすい特性がある。外部環境は物価上昇、賃金上昇、円安進行など、中期経営計画策定時の状況から大きく変化しているが、同社グループでは取引先との交渉により価格転嫁に努めている。また景気回復に伴う人材確保についても、従業員全体の 1 割を占める外国人向けに言語マニュアルを整備し、また 6 割を占める女性従業員が働きやすい環境づくりなどに注力している。さらに、主要顧客であるホテルからは、生産性向上のためにもっと協働できるものはないかとの提案を受けている。こうした足元の事業環境の変化を踏まえて、同社は 2025 年 9 月期からの次期 3 ヶ年中期経営計画「Value Innovation 2024 and Beyond」の策定に着手している。

中長期の成長戦略

中期経営計画の業績目標と進捗状況



注：修正計画は 24/9 期の期初時点
 出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 取り組みの実施状況と今後の方向性

1) “基軸事業の強化による収益力の向上” 及び “グループシナジーや外部リソース活用による価値創出” について

コロナ禍で傷んだ箇所を立て直し、収益力を高めることを目指している。また、グループ各会社が活躍することによるシナジーや外部リソース活用によって新しい価値を作り出すことを目指している。2023 年 9 月期までの事業別取り組み実施状況は次のとおり。

同社グループ全体では、i) 既存事業の周辺で価値提供や生産性向上を期待させる異業種事業との共創連携及びサステナビリティ推進をホールディングス主体で推進、ii) 各事業において KPI を設定し月次モニタリングで進捗や課題を共有する、等の実績を上げた。中期経営計画の最終年度は I) 2024 年 9 月期より X-value (クロスバリュー) ユニットを組織化し、事業会社との連携や働きかけ強化、II) グループ全体で個社をテーマとして事業課題や次世代対応の戦略議論を深める機会の設定、などを計画として掲げた。

スチュワード事業では、i) 計画的な採用や費用対効果の検証及び従業員フォローに向け、年間に千人規模の従業員純増、賃金ベースの上昇 (残業費などを含む労務費率は予算内に収まる)、ii) パートナー企業との連携及びマネジメント強化による体制拡充、iii) スチュワードで 19 件の新規受託、挑戦分野の客室等清掃業務 4 件を開始、といった実績を上げている。最終年度は、I) さらなる HR メソッドの深耕とパートナー会社の開拓、提携検討の加速、II) 既存クライアントを中心としたホテル等業界における幅広いニーズの収集、受託体制の構築と収益化への挑戦、III) 未開拓の有力顧客やエリアを攻略するための異業種交流マーケティング、などを計画する。

中長期の成長戦略

フードサービス事業では、i) 多種多様な現場を持つ特徴を調理の多様性や成長の機会としてアピールし、ユニークな人財育成の環境を持っていることの認知度を高めながら採用活動を強化、ii) 食材価格の高騰に対するモニタリングを強化するとともに、アラートに対する迅速な対応の徹底、iii) 朝食レストラン 12 件、従業員食堂 5 件、ライフケアで 1 件を業務開始、等の実績があった。最終年度は I) 多種多様な現場を持つ特徴による人財開発機会を継続的にアピールすること、II) 強みとなっている小回りの利くメニュー開発などに対する人財活用の活性化、III) 食材調達や人財獲得に対する企業や学校などとの関係性開拓、などを計画する。

空間プロデュース事業では、i) クロスメディア推進プロジェクトでソリューション開発を推進、自社ビル設置 AI カメラを活用し、サービス業界で深刻化する人手不足の問題を解決するなどの実証実験を推進、ii) 既存重要顧客を中心に設備更新及び追加設備需要を的確に把握、iii) 展示会、研修会等による商談機会の増加による受注の加速、などの実績があった。最終年度は I) 顧客ニーズに対応する具体的なソリューションを営業活動に接続する展開づくり、II) 空間プロデュースにおけるパートナー他社との提携による提案の規模・範囲の拡大、セグメント内のマーケティング及び営業活動の連携、III) 収益貢献を視点とした営業マネジメント及びマーケティングの推進、などを計画する。

2) “人材育成の強化” について

同社は多くの従業員を抱えることから、彼らの能力やモチベーションを高めることを目指している。実施状況は次のとおり。

人財像の浸透では、i) ミッション “Support the Hospitality”、ビジョン “Create Together”、バリュー “Go Beyond !” を浸透させるメッセージ（社内報、社長メッセージ、本社ビルチャイム）の頻出、ii) 従業員・社長対談により “Go Beyond !” マインドを深掘りし、ロールモデルとして広報する、などの実績があった。

人財獲得・育成では、i) 卒業生が活躍する大学・専門学校・外国語学校などとの積極的なコミュニケーション、ii) 学生・学校との接点づくりとして、武蔵野調理師専門学校『環境と食』カリキュラムにて SDGs テーマの企業授業での社長講義、大阪農業園芸・食テクノロジー専門学校の企業プロジェクト『売れる商品づくりを学ぶ』カリキュラムに入賞メニューの店舗提供パートナーとして審査参画、玉川大学工学部マネジメントサイエンス学科の学生たちが参加するプロジェクト型授業「ビジネスコンテンツ」大会に参加し、同社事業による社会問題の解決アイデアプレゼンを実施、東京聖栄大学の管理栄養士養成を目的に、臨地実習・事業所現場実習・本社衛生栄養管理室実習など、栄養士として実際の業務体験をサポート、iii) ダイバシティ & インクルージョンや IT・DX、財務・会計など専門的なリテラシーを有する社内外の人物を講師とした CSS アカデミアの開校、iv) 40 周年記念イベント、グループ人事、スキル・成果発表アワード、会社横断の小集団プロジェクトなどの実施推進などの実績上げた。

3) “ESG 課題への取り組み推進” について

社会的課題への取り組みを推進することで企業価値の向上を目指す。実施状況は次のとおり。

中長期の成長戦略

環境課題への対応では、i) カフェ・コンビニエンスストアで繰り返し利用できるドリンク容器のシェアリングサービス“Re & Go”のような環境課題を構造的に解決しようとする取り組みなど、同社グループの持つアセットを生かせる場面を深掘り、ii) 外部のパートナーや異業種と積極的な情報交換を行い、新たな価値の兆しを掴み育成する、iii) 環境問題に対する意識が高いホテルや観光、レジャー、飲食といった業界のクライアントが持つ悩みや課題に寄り添い、根本となる原因にアプローチする、などの実績を上げている。

社会的課題への対応では、多くの人的資本に基づいて成り立っている同社グループの事業環境において、公平(EQUITY)性の担保や偏見の解消など、身近な問題に対する継続的なコミュニティ運営を実施している。例えば、スチュワード事業では従業員の1割程度を占める外国人従業員対応として、教育マニュアルの充実を図っている。また、ロボットによる業務支援の実験にも取り組んでいる。そのほか永年勤続表彰の実施、多言語マニュアルの整備、各種研修の実施なども実施している。

ガバナンス体制の強化では、事業子会社の経営管理を強化するために1) 同社はグループの本社機能、子会社は事業の現場機能の役割を明確化、2) 子会社別に資本コストを考慮した目標利益を設定、3) 同社が子会社から徴収するキャッシュは運営管理料を撤廃し配当に一体化、4) グループのシェアードサービスのフィー体系を現状に則り見直しを行っている。

また役員報酬に業績連動の短期インセンティブを導入した。1) 資本コストを考慮した目標利益を超過した一部を役員報酬に、2) 事業子会社トップは自社の、同社役員は連結ベースの目標利益超過が条件としている。

株式報酬は引き続き検討とし、監査等委員会の機能性向上では、取締役会の実効性評価をベースにブラッシュアップするなどの実績を上げている。

このように同社グループでは、業績目標達成のための事業戦略だけでなく、社会的課題にも積極的に取り組み、企業価値の向上を目指している。欧州投資家を中心に、世界的に企業のESGへの取り組みを考慮した株式投資が拡大しており、我が国でも近年はESG投資が急拡大していることから、今後も同社グループの取り組みが注目される。

3. 次期中期経営計画の概要

現在策定中の次期中期経営計画でも、“基軸事業の強化による収益力の向上”“人財育成の強化”“ESG課題への取り組み推進”“グループシナジーや外部リソース活用による価値創出”の4つの骨太方針は変わらない。コロナ禍にスタートした現期中期経営計画では、“基軸事業の強化による収益力の向上”に大きな重心がかかっていた。すなわち、コロナ禍により落ち込んだ業務の立て直しに注力する内容だった。次期中期経営計画では“基軸事業の強化による収益力の向上”と同様に“グループシナジーや外部リソース活用による価値創出”にも注力することが重要であると考え、この2つの方針を両輪としてバランスよく推進することが大きなテーマになるとしている。

中長期の成長戦略

同社にとっては、1984 年の創業から最初の 20 年が第 1 の創業期であり、続く 20 年は事業多角化を進める第 2 の創業期となった。そして、次期中期計画からは第 3 の創業期に入る。主要顧客であるホテルからの要望が拡大するなかで、同社グループがどれだけ新たな価値を提供できるか、どこまで大きな絵を描けるかを検討中である。そのために、2023 年 10 月には、同社で新たに X-value ユニットという組織を立ち上げ、推進すべき内容をモニタリングしている。また、“人財育成の強化”“ESG 課題への取り組み推進”は、同社を中心として全体のグループ経営を支える土台部分として堅実に推進するとしている。

次期中期経営計画は現在策定中であるが、既存の事業スキームの伸びしろに加えて、期待されるニーズへの価値提供の可能性や同社の強みによる新たなマーケット創造という多軸の議論を進めている。X-value の推進によるグループシナジーの創出や、既存の発想にとらわれない外部リソースの積極活用による提携、M&A を模索することで、成り行きにプラス α （上乘せ）を目指す方針である。次期中期経営計画の業績目標と事業戦略の内容が注目される。

株主還元策

2024 年 9 月期は好業績を反映して、大幅な増配を予定

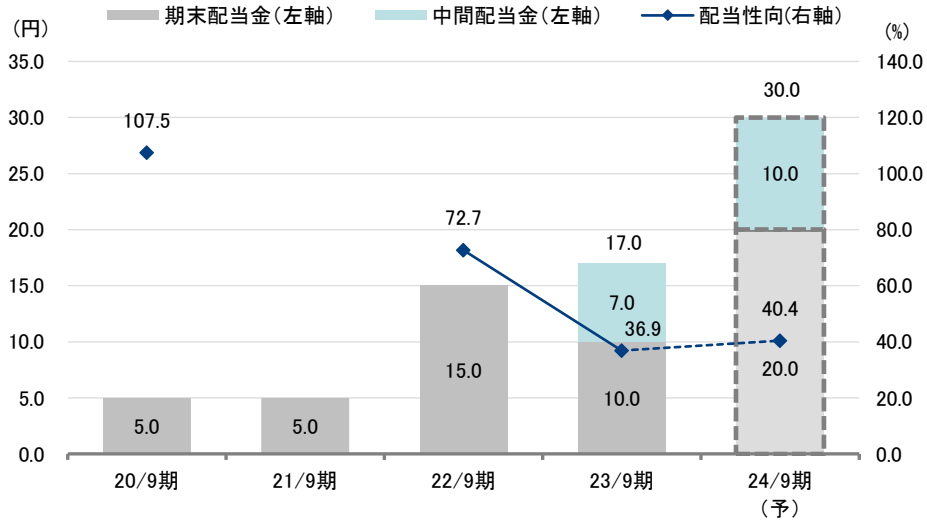
同社は株主還元策として配当を実施している。配当の基本方針としては、株主への利益還元を重要な経営課題の 1 つとして受け止め、業績・連結配当性向及び今後の経営における施策等を総合的に勘案し、継続的かつ安定的に利益配分を行うことを基本方針としている。

2024 年 9 月期の 1 株当たり配当金については、中間配当は期初予想どおり 10.0 円としたが、好業績の見通しに加え 2024 年 12 月には創業 40 周年の節目を迎えることから、期末配当は期初予想の 10.0 円から、普通配当 10.0 円と記念配当 10.0 円の計 20.0 円に修正し、年間配当は前期比 13.0 円増の 30.0 円とする予定である。この結果、配当性向は 40.4% となる見通しで、東証プライム・スタンダード・グロース市場に上場する 2024 年 3 月期における全産業平均の 32.6% 及びサービス業平均の 38.8% を上回り、株主還元にも前向きであると評価できる。

東証では PBR1 倍割れが約半分を占める日本株へのテコ入れとして、プライム市場及びスタンダード市場の全上場会社を対象に、資本コストや株価を意識した経営への取り組みを求めている。同社グループでは 2023 年 9 月期にはコロナ禍の影響を脱し事業環境が好転した結果、「スチュワード事業」「フードサービス事業」「空間プロデュース事業」のすべてのセグメントで大幅な増収増益となった。その結果、2023 年 12 月末時点の PBR は 1.85 倍、ROE は 10.2% となり、目安となる PBR1 倍、ROE8% の基準を超えている。弊社は、同社が今後も新中期経営計画に従ってさらなる業績向上を目指し、各セグメントで十分な利益水準を確保することで ROE8% を安定的に計上し、PBR1 倍を超える企業価値を維持できると考えている。

株主還元策

配当金と配当性向の推移



注：21/9期は当期純損失のため配当性向は示さず。24/9期の期末配当には、創業40周年の記念配当10円を含む

出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp