

|| 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 >>>](#)

2025 年 1 月 6 日 (月)

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 月期の業績概要	01
2. 2025 年 9 月期の業績見通し	01
3. 新中期経営計画	02
■ 会社概要及び事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業概要	04
■ 業績動向	06
1. 2024 年 9 月期の業績概要	06
2. 事業セグメント別動向	07
3. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	11
■ 中長期の成長戦略	12
1. 前中期経営計画の振り返り	12
2. 新中期経営計画の概要	12
3. 成長戦略	13
■ 株主還元策	17

■ 要約

新中期経営計画を発表。 営業利益の 3 年平均成長率は 16.8%

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。新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 月期の業績概要

2024 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 18.9% 増の 17,631 百万円、営業利益で同 115.9% 増の 595 百万円、経常利益で同 100.9% 増の 630 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 86.4% 増の 429 百万円と、大幅な増収増益となった。同社は第 2 四半期決算発表時に通期業績予想を上方修正していたが、修正予想をさらに上回る好決算で、中期経営計画（2022 年 9 月期～2024 年 9 月期）の業績目標を超過して着地した。修正予想も引き続き保守的な予想を発表していたが、結果的には 3 事業とも堅調で、スチュワード事業を中心に下期も好調に推移し、フードサービス事業は年間を通じて好調であった。好決算を受けて、1 株当たり年間配当金を同 13.0 円増の 30.0 円（創業 40 周年記念配当 10.0 円を含む）に引き上げ、配当性向は 34.9% となった。東証プライム・スタンダード・グロース市場に上場する全産業平均を上回り、株主還元に向きであると弊社では評価する。また、自己資本比率は 45.1% に上昇し、東証プライム・スタンダード・グロース市場の全産業平均を上回る強固な財務基盤を有している。

2. 2025 年 9 月期の業績見通し

2025 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 7.9% 増の 19,018 百万円、営業利益で同 0.7% 増の 600 百万円、経常利益で同 2.7% 減の 613 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 5.8% 増の 453 百万円の見通しだ。事業環境は引き続き好調であるものの、前期の高い成長率に比べると控えめな予想である。これは新中期経営計画（2025 年 9 月期～2027 年 9 月期）初年度に人材の X-value（クロスバリュー）活動への投入と外国人を含む採用強化、社会保障環境の動向を踏まえた働き方改革の推進、業務のスリム化及び効率アップのための BRP（ビジネスプロセス・リエンジニアリング）活動などに積極的な投資を計画しているためである。ただ、同社は期初に保守的な予想を発表する傾向があることに留意が必要だ。なお、おおむね横ばいの業績予想に基づき、1 株当たり配当金は年間合計 30.0 円と、前期と同額を予想するが、普通配当ベースでは増配になる。株主還元に向きなことを考えると、業績次第では期末配当の上乗せもありうると弊社では考えている。

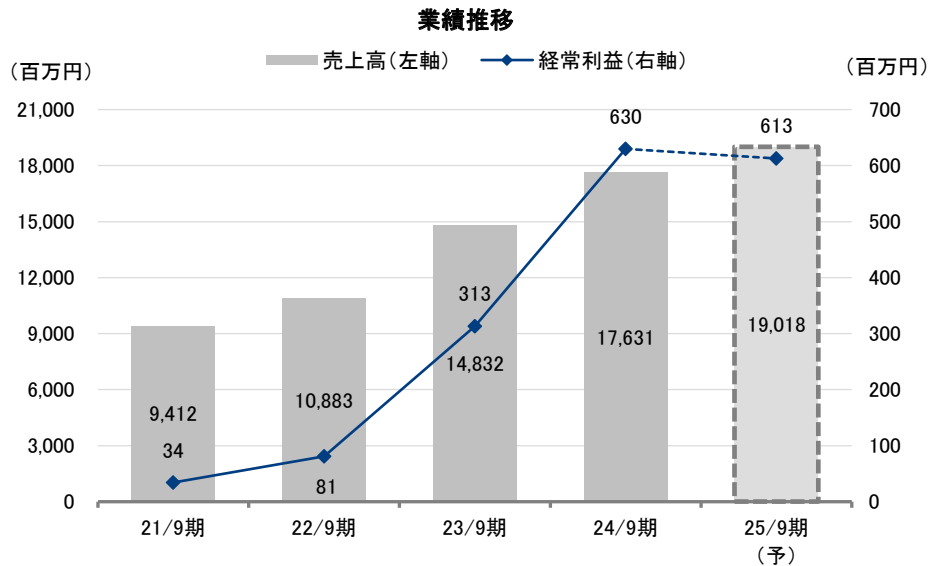
要約

3. 新中期経営計画

前中期経営計画では、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の立て直しに注力する3期となったが、最終年度には売上高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%以上とする目標を超過して着地した。新中期経営計画では、売上高27,000百万円、営業利益950百万円、ROE15%以上を目標に掲げる。年平均成長率は、売上高は15.3%、営業利益は16.8%と意欲的な業績目標である。業績目標達成のための成長戦略では、3事業において「基軸事業の強化による収益力の向上」を目指すとともに、「X-value ユニットによる新たな価値創出」として新しい事業分野を開発することで各事業の業績に貢献することを見込んでいる。初年度の2025年9月期は、「人材育成の強化」「ESG 課題への取り組み推進」に積極的に投資するため営業利益は横ばいに留まる予想だが、2026年9月期からは投資の効果が表れ、成長が加速する計画である。弊社では、今後の業績推移及び成長戦略への取り組み状況を注視したい。

Key Points

- ・2024年9月期は3事業とも堅調。上方修正予想を上回る好決算
- ・2025年9月期予想は前期の成長率に比べると控えめな予想
- ・前中期経営計画は重点施策を着実に実施し、2度の上方修正後の業績目標を超過達成
- ・新中期経営計画の年平均成長率は売上高で15.3%、営業利益で16.8%と意欲的な業績目標を掲げる



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」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。同社の名称は、「Central Service System」の頭文字に由来する。連結子会社 7 社を擁し、「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。事業を通じて 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、ミッションに“Support the Hospitality”を、ビジョンに“Create Together”を、そしてバリューに“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。連結従業員数 6,690 人、うちパート・アルバイト 6,106 人（2024 年 9 月期末時点）であり、正社員がマネジメントや顧客折衝を担い、現場の作業はパート・アルバイトが行っている。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。

2. 沿革

同社は 1984 年 12 月に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、現社名へ商号変更した。現在は傘下にスチュワード事業を行うセントラルサービスシステム及び（株）セントラルホテルサービス、フードサービス事業を行う（株）センダン、空間プロデュース事業を行う東洋メディアリンクス（株）、音響特機（株）及び Mood Media Japan（株）、グループの人事や総務などの事業を担当している（株）CSS ビジネスサポートの 7 社が連結子会社となっている。

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、現在に至る。2002 年 6 月に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 月には創業 40 周年を迎えた。

CSS ホールディングス | 2025 年 1 月 6 日 (月)
 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

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)を連結子会社化
2022年 4月	東京証券取引所スタンダード市場へ移行
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

(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、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。年間1,000人程度の従業員が入社している。そのうち1割を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割を女性が占めている。

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。2024年9月期の同事業のシェアは、売上高で48.1%、営業利益(その他や調整額の控除前。以下、同)で62.1%となった。

会社概要及び事業概要

(2) フードサービス事業

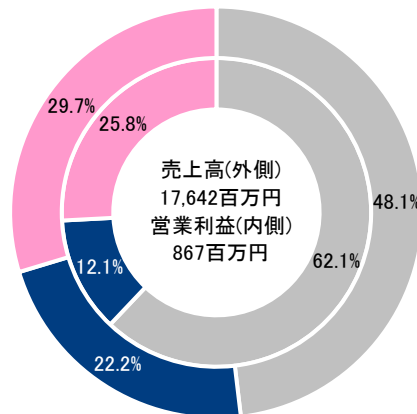
ホテルの朝食レストラン運営、従業員食堂運営及び介護施設の食事提供など、フードサービスに関わる総合給食事業を全国展開している。国内で観光客の活発化に伴い需要は大幅に拡大し、コロナ禍前の水準に回復している。なかでも宿泊特化型のホテルにおける朝食サービスの需要が拡大している。なお食材コストの高騰に対しては、調理企画部門でメニュー開発、無駄の排除や調理の工夫、開発企画部門で顧客との提供価格の交渉、コスト管理の強化などを進めている。スチュワード事業と同様に顧客は固定客で、契約は単年または複数年を区切りとして見直す。2024年9月期の同事業のシェアは、売上高で22.2%、営業利益で12.1%となった。

(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・香りのサブスクリプション、BGM・映像によるブランディング支援、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・施工に関わり、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、大規模イベントや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の更新需要が堅調である。2024年9月期の同事業のシェアは、売上高で29.7%、営業利益で25.8%となった。なお、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第2四半期に比べて低下する。

2024年9月期 セグメント別売上高・営業利益

■ 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



注：各値は「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）を控除前の値

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2024 年 9 月期は 3 事業とも堅調。上方修正予想を上回る好決算

1. 2024 年 9 月期の業績概要

2024 年 9 月期におけるわが国経済は、雇用や所得環境が改善するなかで緩やかな回復基調で推移した。一方、長引く円安や原材料価格・エネルギーコストの上昇に伴い生活必需品の値上げが続いており、個人消費の持ち直しの動きに足踏みが見られ、加えて不安定な国際情勢における地政学的リスクの高まりなど懸念材料も多く、依然として先行き不透明な状況が続いている。同社グループが関係するレジャー・観光・飲食業界においては、新規ホテル開業が依然引き続いていること、外食、宿泊・温泉施設、遊園地・テーマパークなど外出を伴うレジャーの参加人口が全般的に伸びていること、訪日客のインバウンド需要も伸びており、これらに加えて物価や消費単価が上がっていることなどが、マーケットの拡大に寄与した。

こうした事業環境のなか、同社グループの 2024 年 9 月期連結業績は、売上高で前期比 18.9% 増の 17,631 百万円、営業利益で同 115.9% 増の 595 百万円、経常利益で同 100.9% 増の 630 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 86.4% 増の 429 百万円と、大幅な増収増益となった。同社では第 2 四半期決算発表時に通期業績予想を上方修正していたが、この修正予想をさらに上回る好決算で、2024 年 9 月期を最終年度とする中期経営計画の業績目標を超過して着地した。修正予想も引き続き保守的な予想を発表していたが、結果的には 3 事業とも堅調で、スチュワード事業を中心に下期も好調に推移し、フードサービス事業は年間を通じて好調であったことが要因として挙げられる。従来は上期偏重型の業績であったが、2024 年 9 月期は下期も堅調に推移したことで、営業利益率は前期の 1.9% から 3.4% 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が利益を圧迫していた状況が続いたが、2024 年 9 月期はコロナ禍の影響が収まり、事業も正常化に向かったことで営業利益率が上昇した。事業環境の改善や同社の取り組みが反映された好決算であったと弊社では評価している。

2024 年 9 月期 連結業績

(単位：百万円)

	23/9 期		24/9 期		前期比		修正予想比		
	実績	売上比	修正予想	実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	14,832	100.0%	17,614	17,631	100.0%	2,799	18.9%	17	0.1%
売上原価	12,408	83.7%	-	14,772	83.8%	2,364	19.1%	-	-
売上総利益	2,424	16.3%	-	2,859	16.2%	435	17.9%	-	-
販管費	2,148	14.5%	-	2,263	12.8%	115	5.4%	-	-
営業利益	276	1.9%	550	595	3.4%	319	115.9%	45	8.4%
経常利益	313	2.1%	570	630	3.6%	317	100.9%	60	10.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	230	1.6%	371	429	2.4%	199	86.4%	58	15.6%

注：修正予想は 2024 年 9 月期第 2 四半期決算発表時の値
 出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

(1) スチュワード事業

売上高は過去最高の8,487百万円(前期比28.0%増)、営業利益は538百万円(同110.6%増)、営業利益率は6.3%(同2.4ポイント上昇)と、大幅な増収増益で全体の好業績をけん引した。ホテルの開業に伴う新規顧客の獲得は順調で、前期に取引を開始した顧客が通期で業績に寄与した。加えて、取引先ホテルの宿泊費増加に応じて同社の売上が増える契約による既存取引からの収益拡大が大きく、増収増益に寄与した。

2024年9月期においては、年間で19件の新規事業所を開業した。単に稼働が高いだけではない、新たな現場を立ち上げる負荷の高いシーズンとなった。ベテラン人材を中心に全国規模で体制を相互サポートしつつ、年間で845人の純増となった社員及びパート・アルバイトの育成を並行して進め、2025年9月期の売上底上げのペースを着実に作った。また、労働環境のモニタリング強化やケガや事故事例の迅速な共有と対応など、稼働の高まりによって生まれがちな無理やムラ、気のゆるみを予防強化した。

同事業のトピックスとしては、東京ビッグサイトで開催されたワインイベント「Pro Wine Tokyo 2024」の会場内でワイングラスを洗浄する機会があった。また、「BRING Material」のリサイクル素材を使用した新ユニフォームを導入したほか、武蔵野調理師専門学校の『環境と食』カリキュラムにおいてSDGs講義を同社社長が行うなど社会的な取り組みにも積極的に参加した。

(2) フードサービス事業

売上高は3,919百万円(前期比21.1%増)、営業利益は104百万円(同20.2%増)、営業利益率は2.7%(同増減なし)となった。同事業ではホテルでの飲食に応じて売上が計上されるが、訪日外国人の増加に伴いホテルで食事を取る外国人が増えたこと、飲食にかかる価格が上昇したことなどが寄与した。ただ、従来はほかの事業が負担していた総務・労務・人事等の販管費を見直し、前期より同事業が負担すべき販管費を計上するようになったため、営業利益率は低位に留まった。

2024年9月期においては、依然として宿泊特化型ホテルにおける朝食レストランの需要の伸びが売上の底上げに寄与した。食材の高騰や円安が影響し、喫食単価の上昇も売上増につながった。新規事業所の開業は、年間で10件の業務受託スタートとなった。このうち2件が、近年第3の柱として注力している老人ホーム等ライフケア分野である。新卒採用の人員も、この分野のスキル・知識習得者を増やすことを目的に集中的に配属しており、2025年9月期のマーケット開拓に期待が持てる期となった。

同事業のトピックスとしては、新たな取り組みとして朝食ビュッフェの受託を請けているホテルでランチ営業の取り組みをスタートしたことである。また、かねてより参画して進めてきた大阪農業園芸・食テクノロジー専門学校との産学連携企業プロジェクトにおいて入選した肉不使用の大豆ミートで実現したガレットやスコッチエッグといったメニューが、センダンが運営するレストラン「ナンバリボン」で提供された。

CSS ホールディングス | 2025 年 1 月 6 日 (月)
 2304 東証スタンダード市場 | <https://www.css-holdings.jp/ir/>

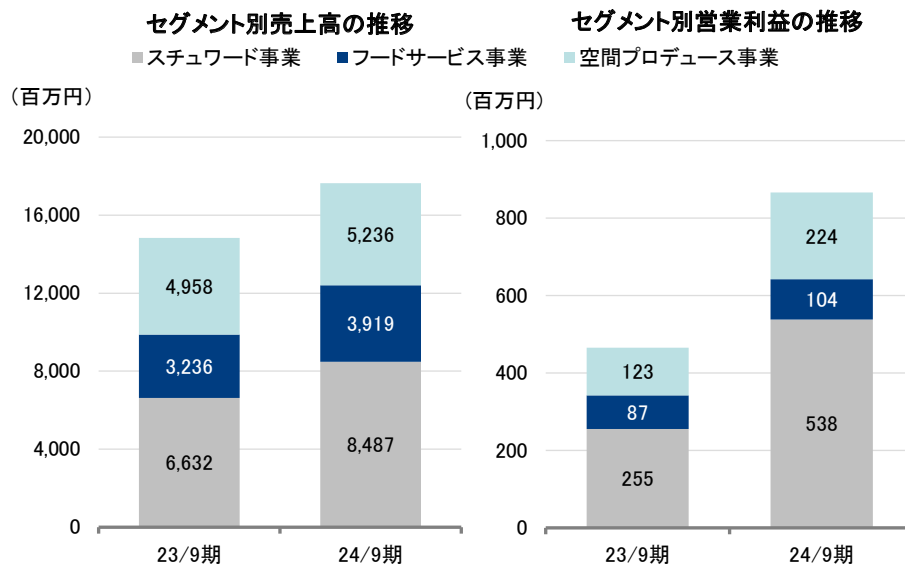
業績動向

(3) 空間プロデュース事業

売上高は 5,236 百万円 (前期比 5.6% 増)、営業利益は 224 百万円 (同 81.1% 増)、営業利益率は 4.3% (同 1.8 ポイント上昇) となった。収益マネジメントを強化した結果、大幅な増益となった。同事業では終了後に売上を計上するため、早期に収益計上できるものを中心に施行を進めたことや利益率の高い海外ブランド音響設備の比率を増やしたことの結果である。

2024 年 9 月期においては、引き続き堅調な監視カメラ関連及び音響・映像関連設備の新規設置及び更新が収益を支えた。また、売上の伸びに対して利益の伸びが格段に高いことは、近年のコスト意識の強化の成果と言える。

同事業のトピックスとしては、テクノロジー統合型グリーンウォール「bio」のリリース、アートグリーン<3419>との業務提携発表、フレグランス事業の輸入・販売元である ScentAir Technologies, LLC. からの実績表彰が挙げられる。また、子会社の東洋メディアリンクスが玉川大学の「STREAM Hall 2019」において映像アート演出をプレゼンした“「art (アート)」の力で社会課題を解決する試み”が、産学連携のより踏み込んだ課題解決のプレゼンを行った。音響特機は「InterBEE2023」、プロ機器展・機材フォーラムなどの全国イベントに出展し、取扱商品の先取性やバリエーションを紹介した。併せて、本社ビル 1 階に多目的モデルルームを設置し、最新取扱ブランド機器の製品トレーニングや設備用スピーカー試聴・デモンストレーションの随時開催をスタートした。



注：各値は「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)を控除前の値

出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率は 45.1% に上昇。財務の健全性は高い

3. 財務状況と経営指標

2024 年 9 月期末の財務状況は、資産合計は前期末比 230 百万円増加の 5,931 百万円となった。流動資産が 178 百万円の増加となった。主な要因は、現金及び預金 99 百万円の増加、受取手形、売掛金及び契約資産 96 百万円の増加によるものである。固定資産については 52 百万円の増加となった。主な要因は、有形固定資産 13 百万円の増加、無形固定資産 8 百万円の減少、投資その他の資産に含まれる繰延税金資産 57 百万円の増加によるものである。

負債合計は前期末比 98 百万円減少し、3,256 百万円となった。流動負債は 103 百万円の減少であった。主な要因は、短期借入金 300 百万円の減少、支払手形及び買掛金 48 百万円の減少、未払金 83 百万円の増加、未払法人税等 151 百万円の増加によるものである。固定負債については 4 百万円の増加となった。主な要因は、リース債務 11 百万円の減少、退職給付に係る負債 19 百万円の増加によるものである。純資産合計は同 328 百万円増加し、2,674 百万円となった。主な要因は、利益剰余金 326 百万円の増加によるものである。

以上の結果、借入金等合計は前期末比 300 百万円減少の 450 百万円となった。長期借入金はなく、同社は子会社を含めて短期借入金で事業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 45.1% に上昇し、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 0.18 倍と、有利子負債は自己資本を大きく下回っており、財務の健全性は高いと弊社では評価する。収益性の指標では、2024 年 9 月期の ROA は 10.8%、ROE は 17.1% に上昇した。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、収益性も十分に高いと評価する。

CSS ホールディングス | 2025 年 1 月 6 日 (月)
 2304 東証スタンダード市場 | <https://www.css-holdings.jp/ir/>

業績動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	23/9 期末	24/9 期末	増減
流動資産	3,496	3,674	178
現金及び預金	807	906	99
受取手形、売掛金及び契約資産	1,943	2,040	96
たな卸資産	609	589	-19
固定資産	2,203	2,256	52
有形固定資産	1,372	1,385	13
無形固定資産	80	71	-8
投資その他の資産	751	798	47
資産合計	5,700	5,931	230
流動負債	2,961	2,857	-103
短期借入金	750	450	-300
固定負債	393	398	4
負債合計	3,354	3,256	-98
借入金等合計	750	450	-300
純資産合計	2,346	2,674	328
【安全性】			
自己資本比率	41.2%	45.1%	3.9pp
DE レシオ (倍)	0.34	0.18	-0.16pp
【収益性】			
ROA (総資産経常利益率)	5.8%	10.8%	5.0pp
ROE (自己資本当期純利益率)	10.2%	17.1%	6.9pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

2024 年 9 月期における現金及び現金同等物は、前期末より 129 百万円増加し、906 百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益が 629 百万円となり、減価償却費 65 百万円、法人税等の還付 47 百万円等により、得られた資金は 605 百万円となった。投資活動によるキャッシュ・フローは、定期預金の払戻による収入 29 百万円、有形固定資産の取得による支出 64 百万円等により、使用した資金は 53 百万円となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、短期借入金の純増減額 300 百万円の減少、配当金の支払 101 百万円等により、使用した資金は 420 百万円となった。

以上から、フリー・キャッシュ・フローは 551 百万円となった。同社が安定して利益をあげ、余裕のある資金を保有していることを示している。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/9 期	24/9 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	471	605
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-35	-53
財務活動によるキャッシュ・フロー	-373	-420
フリー・キャッシュ・フロー (a)+(b)	435	551
現金及び現金同等物の期末残高	777	906

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025 年 9 月期予想は前期の成長率に比べると控えめな予想

今後の見通しについて、同社グループの主たるマーケットであるホテル・レストラン・観光・レジャー等の業界における同社グループの提供役務に対するニーズについて、事業環境は引き続き堅調なものと想定している。一方で、事業の拡大に伴ってより多くの従業員とともに働く環境にある同社グループとして、教育研修等の能力開発に積極的に投資をすることで人材リテンションや組織能力の活性化を企図している。また、社会保険労務費や最低賃金の上昇といったトレンドを単にコスト上昇要因とせず、労働力確保に対する投資として積極的に予算化し、現場従業員の働き方に関わる方針である。従業員に手厚い投資を行うこと、事業価値の拡張に向けて積極的に投資を進めること、これらを株主還元とバランス良く計画して、増収増益増配の継続的な実現に全力で取り組む方針である。

以上の環境認識や方針に基づき、同社では 2025 年 9 月期の連結業績として、売上高で前期比 7.9% 増の 19,018 百万円、営業利益で同 0.7% 増の 600 百万円、経常利益で同 2.7% 減の 613 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 5.8% 増の 453 百万円を予想する。事業環境は引き続き好調でありながら、前期の高い成長率に比べると控えめな業績予想である。これは新中期経営計画初年度となる 2025 年 9 月期に人材の X-value（多様な能力を掛け合わせることで価値創造すること）活動への投入と外国人を含む採用強化、社会保障環境の動向を踏まえた働き方改革の推進、業務のスリム化及び効率アップのための BRP（業務改革）活動などに、積極的な投資を計画しているためである。ただ、同社は期初に保守的な予想を発表する傾向が強いことに留意が必要で、2024 年 9 月期と同様に最終的には予想を上回る決算となる可能性が高いと弊社では考えている。

2025 年 9 月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	24/9 期		25/9 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	17,631	100.0%	19,018	100.0%	1,386	7.9%
営業利益	595	3.4%	600	3.2%	4	0.7%
経常利益	630	3.6%	613	3.2%	-17	-2.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	429	2.4%	453	2.4%	23	5.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

3 年平均成長率は売上高で 15.3%、営業利益で 16.8%

1. 前中期経営計画の振り返り

同社グループは、2024 年に迎える創業 40 周年に向けて、2022 年 9 月期～2024 年 9 月期の 3 ケ年の中期経営計画「Value Innovation 2024」を推進してきた。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」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だ。当初は、最終年度の 2024 年 9 月期業績目標として、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% 以上としていたが、2023 年 9 月期の期初及び 2024 年 9 月期の期初に上方修正して売上高 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% 以上を目指した。

こうした度重なる上方修正の理由は、中期経営計画策定時にコロナ禍の影響を大きく受け、3 期後の業績回復を十分に織り込むことができなかつたためである。最終年度の 2024 年 9 月期決算も、売上高 17,631 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 429 百万円、ROE17.1% に改善し、上方修正後の業績目標を大きく上回った。業績目標の超過達成は、全社一丸となって、目標に向けた取り組みを推進した成果であると弊社では評価している。

2. 新中期経営計画の概要

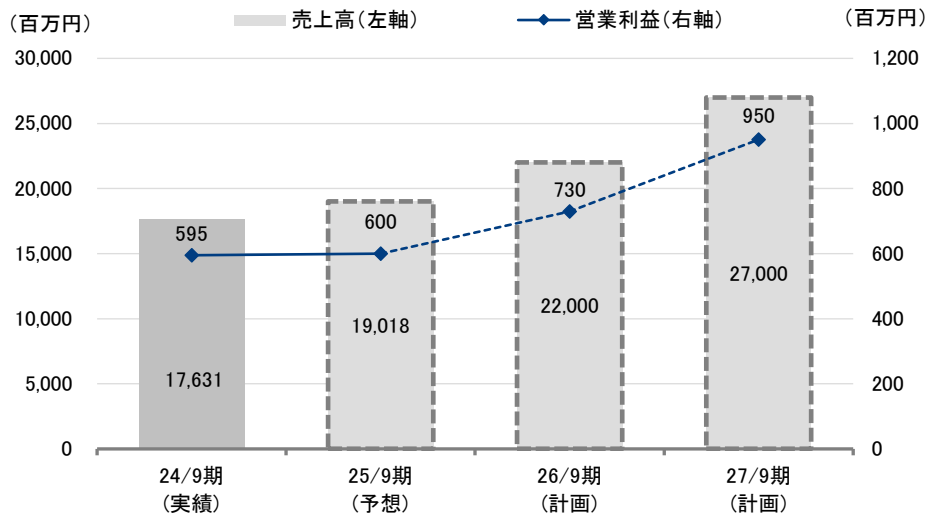
同社グループでは、新たに「資本効率を高める投資の強化」をテーマとして、2025 年 9 月期～2027 年 9 月期の 3 ケ年の中期経営計画「Go Beyond ! Next20」を発表した。「基軸事業の強化による収益力の向上」「人材育成の強化」「ESG 課題への取り組み推進」「X-value ユニットによる新たな価値創出」の 4 つに取り組むことで、2027 年 9 月期の連結業績目標として、売上高 27,000 百万円、営業利益 950 百万円、ROE15% 以上を目指す。3 年平均成長率は売上高で 15.3%、営業利益で 16.8% となり、弊社は極めて意欲的な業績目標であると考えている。

業績計画では、初年度の 2025 年 9 月期は、売上高で 19,018 百万円（前期比 7.9% 増）、営業利益 600 百万円（同 0.7% 増）とおおむね横ばいを見込み、2 期目の 2026 年 9 月期から本格的な業績拡大を計画している。既述のとおり、2025 年 9 月期には、人材の X-value 活動への投入と外国人を含む採用強化、社会保障環境の動向を踏まえた働き方改革の推進、業務のスリム化及び効率アップのための BRP 活動などに、積極的な先行投資を計画することから、営業利益は横ばいに留まる予想である。

中長期の成長戦略

コロナ禍にスタートした前中期経営計画では、「基軸事業の強化による収益力の向上」に大きな重心をかけ、コロナ禍により落ち込んだ業績の立て直しに注力する内容だった。一方、新中期経営計画では「基軸事業の強化による収益力の向上」と同様に、「X-value ユニットによる新たな価値創出」にも注力することが重要であると考え、この2つの取り組みを両輪としてバランス良く推進することで業績目標を達成する計画だ。同時に、グループ全体の方針として、「人材育成の強化」「ESG 課題への取り組み推進」にも注力する計画である。

新中期経営計画の業績目標



出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

4つの取り組みを推進し、新中期経営計画の目標達成を目指す

3. 成長戦略

(1) スチュワード事業

同事業では、委託需要の高まりに対応できる人材開発への投資や注力を進めて人材を育成・輩出すること、ホテル業界のバックヤードを幅広くサポート・改善・コンサルティングするパートナー力をつけることで、2027年9月期の売上高は10,800百万円(2024年9月期比27.3%増)、営業利益は698百万円(同29.7%増)を目指す。営業利益率は6.5%となり、同0.2ポイントの上昇を見込んでいる。

同社は、以下のように同事業の市場環境を分析している。2025年には訪日外国人数が4,200万人に増加し、消費額も8.5兆円に達すると予想され、新規開業ホテルや外資の積極的参入による大型ホテルの開業も多数ある。国内旅行消費額見通しや観光庁予算額はいずれも強気であり、大阪・関西万博などの起爆剤となる大型イベントも開催予定である。また、インバウンド・円安・インフレなどの影響で宿泊や食事の単価が想定を上回って推移し、加えて賃金水準上昇の受託費への価格転嫁が売上アップの要因となっている。さらに、ロボティクスの進化によって清掃・ロジ・仕分けなどの業務の自動化や省力化が現実的な状況となりつつあり、バックヤード環境の設計や運用に関する助言機会が増加している。

中長期の成長戦略

以上の市場環境を踏まえて、「基軸事業の強化による収益力の向上」では教育研修、職場エンゲージメント強化、海外における社員採用、業務 BPR など、従業員の生産性を高める投資を積極的に実施する。また、後発参入しているホテル客室清掃業務において自社独自の仕事のスタイル確立に向けて、他社ノウハウを積極的に学習する。さらに働き方や社会保障環境の潮流を反映し、事業コスト影響の試算、営業的対策、従業員啓蒙に向けたコミュニケーションの推進する。

また「X-value ユニットによる新たな価値創出」では、自動化やロボット、AI などの先進分野に明るいパートナーとの提携関係を実現し、コンサルティング業務や共創事業を展開する。加えて地域的に面で業務サポートを実現できていない地方への進出を図り、同社にとって開拓余地の大きい業務分野で M&A を検討する。さらにベテランが率先して特命特化で X-value ユニットと連携することで新しい取り組みを推進し、「スチュワード人材」の可能性を広げる。

(2) フードサービス事業

同事業では、従業員食堂、朝食レストランの 2 大カテゴリーに、ライフケアフードを第 3 の柱として確立すること、他社との差別化を図る個性を守りつつ調理の世界の変化を柔軟に取り入れて生産性を高めることで、2027 年 9 月期の売上高は 5,000 百万円 (2024 年 9 月期比 27.6% 増)、営業利益は 127 百万円 (同 22.1% 増) を目指す。営業利益率は 2.5% となり、同 0.2 ポイントの低下を見込んでいる。

同社は同事業の市場環境について、次のとおり分析している。業界活況の基盤はスチュワード事業と同様としており、宿泊観光需要の伸びに伴い朝食レストラン受託マーケットは引き続き拡大を見込んでいる。高齢者向けライフケアマーケットは拡大基調で、超高級施設サービスなど新たな商品開発も進んでいる。ロボティクスの進化によって、調理などの自動化、省力化が現実的な状況となりつつある。さらに、完全調理済食品の品質向上に伴って、調理オペレーション設計の柔軟性が高まっている。ただ、ホテルにおいては調理部門の人材不足という課題をコロナ禍以降は恒常的に抱えている。

以上から「基軸事業の強化による収益力の向上」では、一定のニーズがある従業員食堂、朝食レストランの新規開拓営業の人材開発を含む強化を図る。また、クライアント実績の増加に伴うライフケアフード分野のビジネスマネジメント体系を確立する。さらに、食材や労務関連コストの上昇対策としてのモニタリングと原因分析及び打ち手のサイクルのスピードアップを図る。

「X-value ユニットによる新たな価値創出」では、同社の特徴や強みを生かしながら完全調理済食品等の積極的な活用を進めることで、より高いコストパフォーマンス評価の獲得を目指す。また、ロボットや調理の自動化によって生まれる新たなニーズの開発と営業・販促活動に取り組む。さらに、産学連携、食や環境に対する多様な取り組み、あるいはテクノロジーとの接点による顧客・業界の次世代課題の発掘に努める。

(3) 空間プロデュース事業

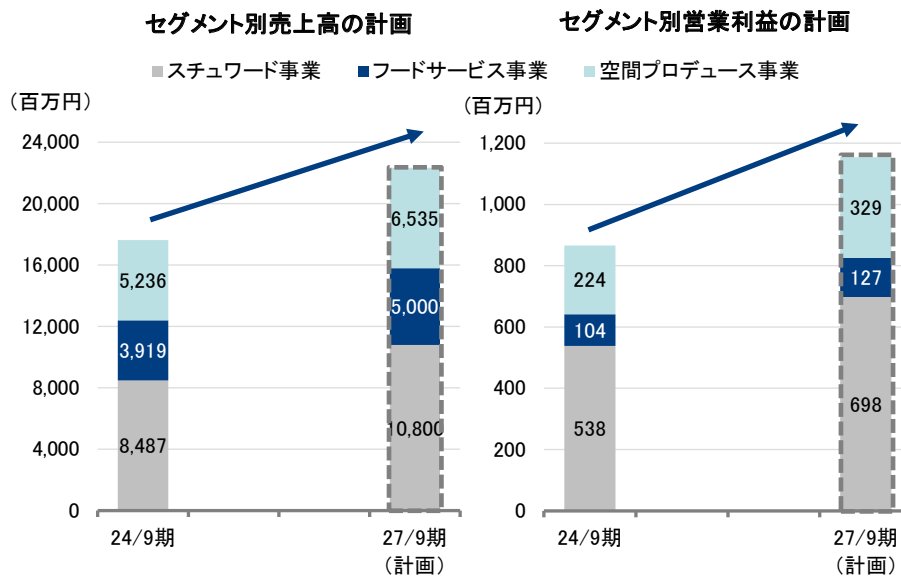
同事業では、AV 機器コンサルタントや代理店、施工会社との関係性を広げて、顧客との営業接点を拡大すること、産学連携やデジタルワークプレイスソリューションなどの新しい分野における価値の見える化を図ることで、2027 年 9 月期の売上高は 6,535 百万円 (2024 年 9 月期比 24.8% 増)、営業利益は 329 百万円 (同 46.9% 増) を目指す。営業利益率は 5.0% となり、同 0.7 ポイントの上昇を見込んでいる。

中長期の成長戦略

同社は同事業の市場環境について、次のとおり分析している。音響設備及び監視カメラは堅実な更新需要に加えて、AI機能など期待されるソリューションの裾野が広がっている。設計・施工の現場は、顧客提案の活性化のために先進性やソリューションの多様性を実現できる取り扱い製品のフレキシビリティを求めている。忠実さや迫力ある再生を実現する音響機器から、映像効果を含めたエンターテインメントとしての感動を演出するトータル空間演出システムのニーズが拡大している。また、ミーティングや仕事の質及び生産性に寄与するコミュニケーションを実現するシステム導入ニーズが高まっている。さらに、産学連携プロジェクトを契機として、時代に即した社会的価値に対する関心が高まっている。

以上から、「基軸事業の強化による収益力の向上」では、業界や競合ベンチマークなどによるマーケティングの多様化及び収益マネジメントの強化を図る。また、ビジネスパートナーとの連携強化による顧客営業接点の強化と販促営業活動の多様化を目指す。さらにマルチベンダー、設計から施工・保守までをトータルでプロデュースできる強みを生かすパートナー開発を行う。

「X-value ユニットによる新たな価値創出」では、スチューワード事業やフードサービス事業のセグメント顧客関係性を生かした生産性向上のソリューションを提案する。また、上記を実現するためのビジネスパートナーとの関係性の積極的な開発を図る。さらに産学連携の推進による、学習と集客に影響力を発揮する「環境」をコンテンツ化するような空間プロデュース価値の実現を目指す。



出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

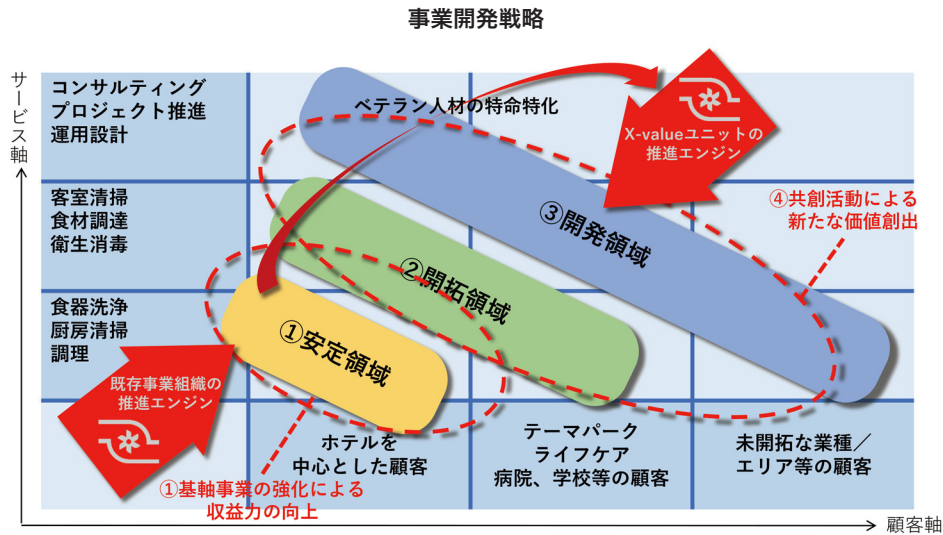
(4) 事業開発戦略

同社は、2023年10月に新たに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きた。その成果を踏まえ、新中期経営計画では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などを模索することで、各事業の拡大にプラスα（上乘せ）を目指す方針である。

中長期の成長戦略

具体的には、今後の事業開発を既存事業組織の推進エンジンと X-value ユニットの推進エンジンの双方向から進める。また、既存事業組織のベテランを X-value ユニット側に投入し特命特化することで、「開拓」「開発」を強化する。そして、現在所有する現金及び預金 9 億円に不動産・投資有価証券の時価 30 億円を加えた合計約 40 億円の資産を、収益性の高い事業において競争優位を高める分野（スチュワード事業、フードサービス事業）、同社の顧客資産に対して高い付加価値を追加提供できる分野、ROE 及び総資産回転率に大きく貢献する分野（空間プロデュース事業、シェアードサービス事業）へ投資し、有効活用する計画だ。

既存の 3 事業により安定領域から開拓領域、開発領域に事業領域の拡大を図るとともに、X-value ユニットからのアプローチによって事業領域の拡大を目指すことで、中期経営計画を達成する計画である。



出所：中期経営計画資料より掲載

(5) グループ全体としての取り組み

同社はグループ全体の取り組みとして、「人材育成の強化」「ESG 課題への取り組み推進」に注力する。X-value ユニット活動支援、外国人を含む採用強化、社会保障環境の動向を踏まえた働き方改革の推進や業務のスリム化及び効率アップのための BPR 活動及び ESG 課題への取り組みを通じて、グループ全体の人材開発力や社会課題解決力及び事業価値の向上を推進する。

「人材育成の強化」では、現場ファーストの働きやすい職場環境づくりの推進として、手続き書類やフローの必要性の見直しやデジタル化・ワークフロー化などに取り組む。また、教育研修や適材適所人事による能力開発として、次世代幹部育成研修や営業・マーケティング戦略メソッドなどを実施する。さらに、多様な人材の活躍のサポートとして、ダイバシティ支援グループの組織化や海外における社員採用活動などに取り組む計画だ。

中長期の成長戦略

「ESG 課題への取り組み推進」では、「環境」に対する取り組みとしては、食品廃棄量削減に向けた取り組みや再資源化を推進する。「社会」に対する取り組みとしては、従業員の労働現場環境の巡回と問題抽出や従業員の健康や安全に配慮した連絡会と指示徹底などを推進する。「ガバナンス」に対する取り組みとしては、グループ各社連携のリスクマネジメント強化や IR 活動における投資家との対話機会などに取り組む計画である。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、わが国でも近年は ESG 投資が急拡大していることから、同社グループの取り組みが注目される。

弊社は、経営方針を明確化し投資家や従業員が同社グループの将来像を共有するためにも、中期経営計画の発表は非常に有意義であると考えている。新中期経営計画の内容は多岐にわたっていることから、弊社では、今後の業績推移及び成長戦略への取り組み状況を注視したい。

■ 株主還元策

2025 年 9 月期は普通配当ベースでの増配を予定

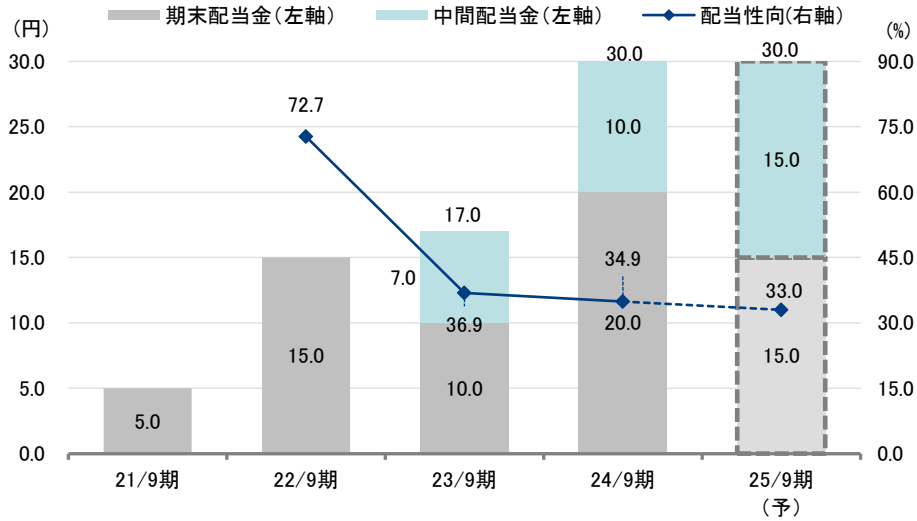
同社は株主還元策として配当を実施している。株主への利益還元を重要な経営課題の 1 つとして認識し、業績・連結配当性向及び同社配当性向と今後の経営における施策等を総合的に勘案し、継続的かつ安定的に利益配分を行うことを基本方針としている。

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ため、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 円とした。また、2025 年 9 月期にはおおむね横ばいの業績を見込んでいることから、1 株当たり配当金は中間配当 15.0 円、期末配当 15.0 円、年間配当は前期と同額の 30.0 円を予想しており、普通配当ベースでは増配となる。この結果、配当性向は 33.0% 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% とおおむね同水準である。ただ、株主還元に向向きである同社の経営姿勢を考えると、業績次第では期末配当の上乗せもありうると弊社では考えている。

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 2024 年 9 月期にはコロナ禍の影響を脱して事業環境が好転した結果、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、2024 年 12 月 6 日時点の PBR は 1.45 倍、ROE は 17.1% となり、目安となる PBR1 倍、ROE8% の基準を大きく超えている。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安定的に ROE8% 以上を計上し、PBR1 倍を超える企業価値を維持できると弊社では考えている。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向の推移



注：21/9期は親会社株主に帰属する当期純損失のため配当性向は示していない。24/9期の期末配当には、創業40周年記念配当10.0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