

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

IACEトラベル

343A 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2026年1月13日 (火)

執筆：客員アナリスト

中西 哲

FISCO Ltd. Analyst **Tetsu Nakanishi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2026年3月期中間期の業績概要	01
3. 2026年3月期の業績見通し	02
4. 中長期成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	06
1. 事業概要	06
2. 経営戦略の評価	09
■ 業績動向	10
1. 2026年3月期中間期の業績動向	10
2. サービス別業績動向	11
3. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	12
● 2026年3月期の業績見通し	12
■ 中長期の成長戦略	13
1. 中長期成長戦略の枠組み	13
2. 重要KPI	14
■ 株主還元策	15

要約

BTM市場のゲームチェンジャー。 2026年3月期は取扱高・売上高・利益ともに2ケタ増を見込む

1. 会社概要

IACEトラベル<343A>は1982年設立の旅行サービス企業で、クラウド出張手配システム「Smart BTM[※]」を中心に法人向けの出張マネジメント事業を展開している。事業の中核は、企業の国内外出張における航空券・ホテル・レンタカー・ビザ手配などを一元管理するトータル出張支援であり、「Smart BTM」を通じて出張業務の効率化とコスト削減を支援している。東京、名古屋、大阪、福岡など全国に拠点をもち、官公庁内や在日米軍基地内にも支店を展開、さらにカナダとメキシコに現地法人を有し、グローバルなサービス体制を構築している。

[※] BTMとはBusiness Travel Managementの略で、出張の事前申請・承認、航空券等の手配から精算に至る業務フロー、旅費規程・ガイドラインの遵守、購買プロセス等をトータルに管理することを指す。これにより、出張関連経費の可視化・分析に基づくコスト削減、周辺業務の効率化、コンプライアンスの徹底、ガバナンスの強化を図る。

主要顧客は製造業、商社、大学、官公庁など幅広く、日本旅行業協会 (JATA) 正会員・国際航空運送協会 (IATA) 公認などの各種認証を取得している。(株) 三井住友銀行や(株) みずほ銀行など主要金融機関との取り引きを通じ、信頼性の高い法人旅行管理の専門企業としての地位を確立している。本社は東京都中央区日本橋馬喰町に所在し、2025年4月に東京証券取引所スタンダード市場へ上場した。連結従業員数は2025年4月1日時点で148名、資本金は524百万円である (同年9月22日現在)。

2. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の業績は、売上高1,506百万円 (前年同期比18.0%増)、営業利益410百万円 (同49.7%増) と、売上高は過去最高を更新し大幅な増益となった。営業利益率は27.2% (前年同期は21.5%) へ上昇し、高付加価値型BTMモデルへの転換が収益性向上に寄与した。主力のBTMサービスは790百万円 (同33.8%増) と売上の過半を占め、顧客数拡大と既存顧客の利用深度化が進展した。官庁・公務サービスは185百万円 (同35.7%増) と好調で、中央省庁との取引実績が信頼補完として機能した。米軍サービスも92百万円 (同25.3%増) と安定成長を維持する一方、個人サービスは183百万円 (同17.6%減)、海外サービスは181百万円 (同15.4%減) と減収となった。その他事業は72百万円 (同95.2%増) と大幅に伸長し、BTM関連システム販売や新規取引が寄与した。なお、中間期における進捗率は、売上高50.2%、営業利益60.3%と、計画を上回った。

3. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の業績は、取扱高26,930百万円(前期比12.4%増)、売上高3,000百万円(同11.4%増)、営業利益680百万円(同12.0%増)、親会社株主に帰属する当期純利益437百万円(同10.9%増)と、引き続き増収増益を見込んでいる。利益面では、高付加価値型BTMサービスの構成比上昇や業務効率化が収益性改善に寄与し、中間期における進捗率が計画を上回るペースで推移したことから、上振れの可能性があると考えられている。BTM事業の成長による収益基盤の拡大に加え、官庁・海外・米軍といった補完サービスが信用補完として機能しており、上場初年度として安定性と成長性を兼ね備えた堅調な業績が見込まれる。

4. 中長期成長戦略

中長期成長戦略「Vision2030」は、「業務効率化」「シェア拡大」「市場拡大」の3つを軸に、効率と品質を両立させながら持続的成長を実現する構想である。「業務効率化」では、AIを活用した自動化率を現行の30%から2030年には60%へ高め、従業員1人当たりの売上総利益を約1.5倍に向上させる。これにより、コスト削減と品質向上を同時に達成し、高信頼なオペレーション体制を確立する。「シェア拡大」では、中堅・中小企業への浸透と大企業の取引拡大を並行して進め、営業人員を18名から55名へ増強する。エンタープライズ領域では専任体制を構築し、取引比率を現行の10%から16%へ高め、幅広い顧客層を獲得する計画だ。「市場拡大」では、レンタカーや出張パッケージなど取扱商品の拡充に加え、海外現地法人の出張需要を取り込み、業務提携・M&Aを通じて事業領域を面的に広げる。

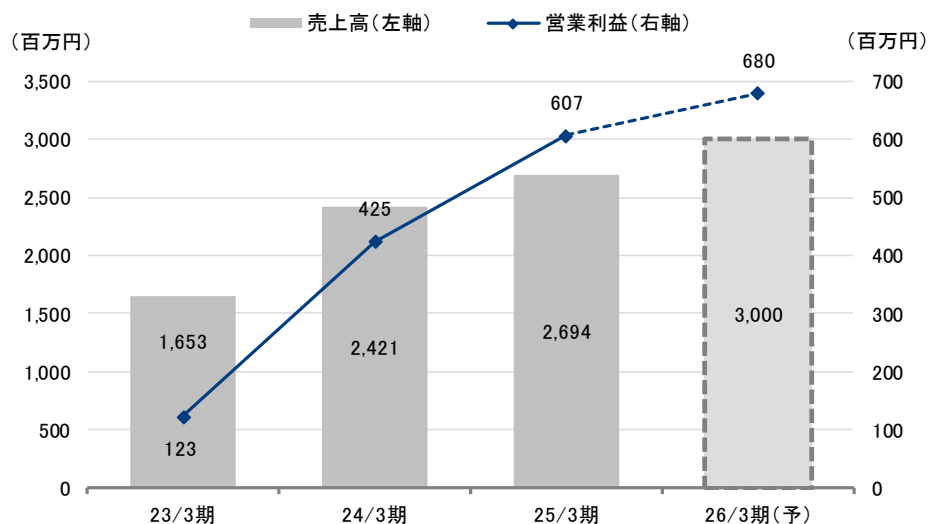
2030年3月期の重要KPIとして、取扱高500億円、営業利益15億円、アクティブ企業数3,000社を掲げる。取扱高のうち約450億円を既存BTM事業のオーガニック成長で、残る50億円を新市場開拓やM&Aで実現する計画だ。効率化による利益率向上、顧客基盤の拡大、新市場進出の三位一体で成長を図り、独立系BTM企業としての拡張性と収益性の両立を目指す。

Key Points

- ・ BTM市場の独立系トップとして、旅行業界に独自のポジションを確立
- ・ 閉鎖的な市場であり、ゲームチェンジャーとなる可能性が相応に期待できる
- ・ 2026年3月期は取扱高・売上高・利益ともに2ケタ増を見込む

要約

業績推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

会社概要

価格競争から脱却し、 細やかな顧客対応とシステムソリューションの両輪で発展

1. 会社概要

同社は、1982年2月に設立された日本の旅行サービス企業であり、クラウド出張手配システム「Smart BTM」の運営と出張マネジメントサービスの提供を中心に事業を展開している。東京都中央区日本橋馬喰町に本店を置き、観光庁長官登録旅行業第883号の登録旅行者として、法人顧客を主軸にした旅行・出張関連サービスを提供している。連結従業員数148名（2025年4月1日現在）を有しており、資本金は524百万円（同年9月22日現在）で、2025年4月7日に東京証券取引所スタンダード市場への上場を果たした。

事業内容は、法人の海外・国内出張に関わる航空券、ホテル、レンタカー、ビザ・パスポート代理申請など各種手配を含むトータルな出張管理サービスである。特に自社開発のクラウド出張手配システム「Smart BTM」を核に、企業の出張業務の効率化・可視化・コスト削減を図るソリューションを提供している。これにより、出張前の計画段階から出張後の精算までの一連の業務を最適化し、経理・管理部門の負担軽減にも寄与している。主要取引先は、電子部品メーカー、製造業、商社、小売業などの法人企業に加え、農林水産省や国土交通省などの官公庁、主要大学・研究機関、航空会社・ホテルグループなど多岐にわたり、幅広い顧客基盤を有している。

会社概要

加盟団体として、日本旅行業協会 (JATA) 正会員、国際航空運送協会 (IATA) 公認、旅行業公正取引協議会会員、ボンド保証会員などを有し、信頼性の高いサービス基盤を構築している。主要取引銀行には三井住友銀行・(株)三菱UFJ銀行・みずほ銀行・(株)りそな銀行が名を連ねる。支店・営業所は東京、札幌、名古屋、大阪、広島、福岡など全国各地及び官公庁内支店や在日米軍基地内支店を含み、横浜、金沢、京都など複数の営業所を展開している。また、カナダ (IACE Travel, Inc.) 及びメキシコ (IACE TRAVEL MEXICO S.A. DE C.V.) に現地法人を有し、グローバルなサービス提供体制を整備している。

2. 沿革

(1) 設立期

同社は1982年、東京都千代田区神保町において格安航空券の販売を主軸とする旅行代理店として創業した。当初は個人旅行者を中心に、航空券を安価提供することで顧客を拡大したが、業界全体が価格競争に陥りやすい構造的な問題を抱えていた。同社も同様の課題を経験し、単なる価格訴求型ビジネスの限界を痛感していた。その一方で、業務渡航を中心とした法人顧客からの要望に応えるなかで、ビジネスユースの潜在的需要を把握し、将来の事業転換に向けた着想を育んでいった。この時期は、旅行業としての基盤を確立しながら、顧客層の広がりを実感する準備段階であった。

(2) 事業拡大期

2000年代に入り、個人旅行に加え、官庁・企業・在日米軍向けなど特定セグメントへの営業を拡大した。カナダ法人の設立をはじめとする海外展開、プライバシーマークの取得など、信頼性と国際対応力を高める体制を整えた。顧客の多様なニーズに応えるなかで、旅行サービスを単なる手配から「業務支援」として捉える発想が生まれ、事業モデルの転換が始まった。格安航空券中心の競争から脱し、付加価値型サービスへのシフトを志向する転換期であった。

(3) 発展期

2013年に法人向けBTM事業へと本格的に軸足を移した。大手インハウス系旅行会社では対応しきれない細やかなニーズに応えることで、独立系ながら堅実に市場での地位を確立した。2017年には法人向け24時間アシスタントサービスを開始し、2021年にはクラウド出張手配システム「Smart BTM」、2022年には出張管理システム「Travel Manager」を相次いでリリースするなど、デジタル技術を活用した業務効率化を推進した。独立系BTMサービス業者としてのポジションを確立することで、価格競争から脱却し、細やかな顧客対応とシステムソリューションの両輪で発展を続けている。

IACEトラベル
343A 東証スタンダード市場

2026年1月13日 (火)
<https://www.iace.co.jp/corporate/ir/>

会社概要

沿革

年月	沿革
1982年 2月	旅行代理店業を目的として東京都千代田区神田神保町に株式会社IACEトラベルを設立（資本金600万円）。運輸大臣登録旅行業代理店業第3272号を取得
1988年 2月	資本金を2,400万円に増資
1988年 4月	資本金を4,500万円に増資
1989年 3月	旅行業全般を取り扱うことを目的として、運輸大臣登録一般旅行業第883号を取得
1992年 4月	本店を東京都千代田区西神田に移転
1992年 7月	日本旅行業協会（JATA）に加盟
1995年 3月	本店を東京都港区浜松町に移転
1995年 8月	国際航空運送協会（IATA）の公認代理店に認可。パッケージツアー取扱開始
1998年10月	米軍基地でのサービス展開のため、神奈川県横須賀市泊町に米軍横須賀基地支店を開設
1999年12月	本店・本社機能を東京都港区浜松町に統合移転
2000年 1月	カナダでの事業展開のためIACE Travel, Inc.を設立
2003年 9月	本店を東京都千代田区猿楽町に移転
2006年 2月	プライバシーマークの認証を取得
2008年 6月	本店を東京都荒川区西日暮里に移転
2009年 4月	官庁でのサービス展開のため、東京都千代田区に財務省内支店を開設
2009年10月	資本金を8,000万円に増資
2011年 8月	本店を東京都中央区日本橋馬喰町に移転
2013年 4月	個人顧客向けのツアー販売から、法人顧客向けのBTMへ主力サービスを転換
2013年 8月	メキシコでの事業展開のため、IACE TRAVEL MEXICO S.A. DE C.V.を設立
2016年 5月	業務拡大・効率向上のため、本社・本店・首都圏法人営業部を東京都中央区日本橋馬喰町に統合
2017年 7月	法人向け24時間アシスタントサービスの運用を開始
2021年10月	法人向け海外・国内クラウド出張手配システム「Smart BTM」をリリース
2022年12月	法人向けクラウド出張管理システム「Travel Manager」をリリース
2023年 2月	情報セキュリティマネジメントシステム（ISO/IEC 27001）を取得
2025年 4月	東京証券取引所スタンダード市場へ上場。資本金を5億2,160万円に増資

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

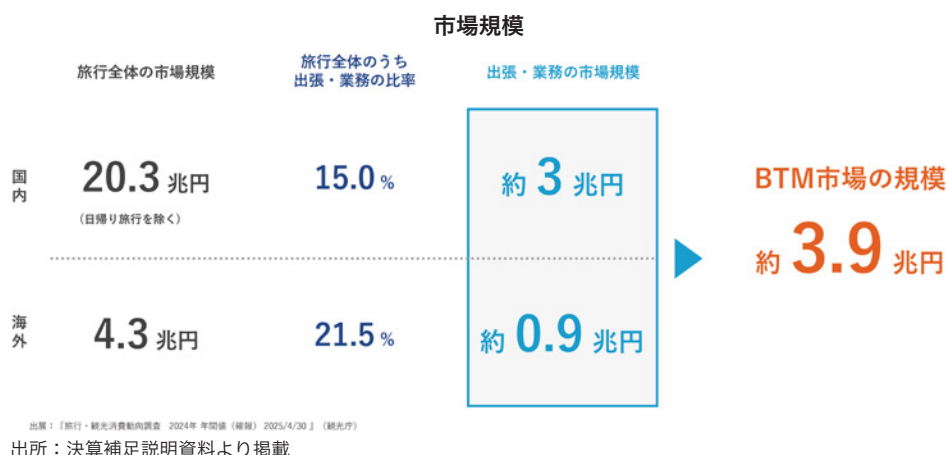
事業概要

BTMサービス拡大に特化したプロダクト・ポートフォリオ

1. 事業概要

(1) BTMサービス

同社の主力事業はBTMサービスである。BTM市場は、企業の出張・業務渡航を包括的に管理する領域で、現在は「インハウス系」と呼ばれる企業内旅行会社が大半を占めている。市場規模は約3.9兆円に上る。この構造は、親会社からの安定的な受注を基盤とし、外部競争が限定的であるため、Eメールや電話といったアナログな手配が依然として主流であることが特徴である。市場の閉鎖性と慣行的な業務フローが、デジタル化・効率化の進展を阻む要因となっており、業界構造としては変化が生まれにくい。大手インハウス企業の市場支配力が高い一方で、サービス品質やスピード面での課題が残存している。したがって、BTM市場は「競争が限定的だが非効率性が構造化された領域」と言える。



同社は、こうした市場の中で独立系BTMサービス専門企業として唯一の上場企業であり、従来のアナログ的慣行に変革をもたらす存在である。大手インハウス系と異なり、特定企業グループに依存しない独立した立場を強みとし、顧客ごとの個別要望に対応できる柔軟性と迅速な意思決定力を備える。また、自社開発のクラウド出張手配システム「Smart BTM」及び「Travel Manager」により、出張手配から管理・経費精算までを一気通貫でデジタル化する点が大きな差別化要因である。同社は、BTM市場における「顧客体験の非効率」を的確に捉え、オンラインプラットフォームと人的サポートが融合したハイブリッド型モデルを構築した。特に、中堅・中小企業や外資系企業など、インハウスの対象外となる法人セグメントを主な顧客層として開拓しており、BTM市場における新しい価値創造型プレイヤーとして存在感を高めている。

事業概要

なお、主力のサービスラインは以下のとおりである。

a) Smart BTM

中小企業から大企業まで幅広い層を対象としたクラウド型の出張予約サービスである。航空券やホテル、さらにはワーケーションなどの手配をワンストップで完結できる点が特徴であり、ダイナミックプライシング（需要連動型料金）に対応したリアルタイム予約機能を備える。これにより、従来の旅行代理型手配では実現できなかったスピード感と利便性を提供している。業務の効率化とコスト削減を両立する中核的サービスとして、同社の成長をけん引する存在である。

b) Travel Manager

中堅企業以上を対象とした出張管理システムで、稟議・申請・危機管理・経費精算など、出張に関わる一連の業務を一元管理するプラットフォームだ。従来は企業ごとに分断されていた管理システムを統合し、内部統制やリスクマネジメントの高度化を可能にしている。Smart BTMとの連携により、出張予約から承認・精算までを一気通貫で運用できる点が大きな強みであり、より大規模な組織での導入拡大が進んでいる。

c) Easy Booking

小規模事業者や大学・研究機関などを主な利用対象とする海外出張専用の予約システムである。ユーザー登録や事前マスター設定が不要で、海外航空券を簡便に予約できる手軽さから、利用者層の拡大が顕著である。請求書による後払いに対応し、立替精算を不要としており、利用者の資金繰りや事務負担の軽減につながることから、小規模組織に高い利便性をもたらしている。

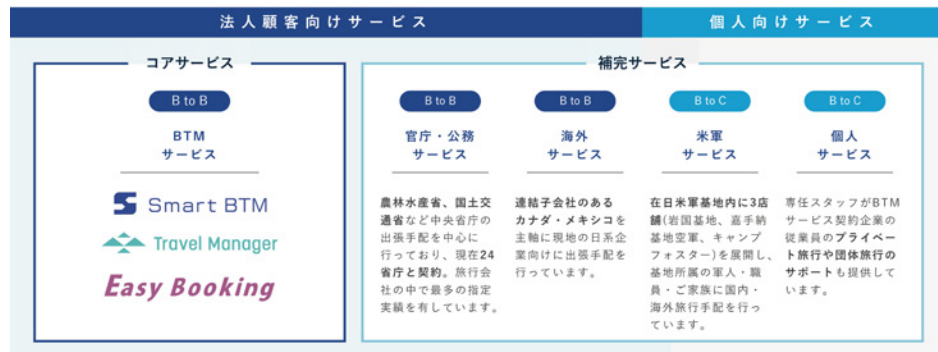
これら3つのサービスは、企業規模・管理ニーズ・業務プロセスの成熟度に応じて選択・組み合わせが可能であり、同社のBTM事業を支える戦略的プロダクト群と言える。単なる旅行手配にとどまらず、出張という企業活動を支えるインフラとしての位置付けを確立しており、同社の競争優位の源泉となっている。

(2) その他のサービス構成

同社の事業は、コアであるBTMサービスを中核に、4つの補完サービス（官庁・公務、海外、米軍、個人）からなる体系的なポートフォリオを構築している。BTMサービスでは、出張手配だけでなく、渡航中のトラブル対応や出張履歴・経費データを活用した改善提案まで含む包括的な法人向けサービスを提供しており、顧客企業の出張業務全体を効率化するソリューションとして機能している。このBTMサービスを支える形で展開される4つの補完サービスは、いずれも単独での収益寄与にとどまらず、同社の信頼性・実績・ネットワークを裏付ける役割を果たしている点に特徴がある。

事業概要

サービス構成



出所：決算補足説明資料より掲載

a) 官庁・公務サービス【信用力の象徴としての役割】

農林水産省や国土交通省などの中央省庁に常設店舗を構え、24省庁と契約する官庁・公務サービスは、同社にとって高い社会的信用を裏付ける存在である。民間企業にとっても、官庁案件を継続的に受託している事実は、取引開始時の信用補完要素として作用する。結果として、BTM事業の新規開拓において“信頼の証”としてのレバレッジを発揮している。

b) 海外サービス【グローバル対応力と顧客循環の源泉】

カナダとメキシコに設立した現地法人を通じて、日系企業の海外拠点や駐在員向けに出張手配・旅行サービスを提供している。多くの大手企業グループでは、海外現地法人が本社インハウス系旅行会社の利用を義務付けられていない場合があり、利便性や対応スピードを重視する現場レベルの判断で同社のサービスが選ばれるケースが増加している。さらに、こうした駐在員が帰任後も同社のBTMサービスを利用し続ける例も多く、海外サービスが国内BTM事業への逆流的シナジーを生む構造となっている。

c) 米軍サービス【信頼性と安定性の補完】

在日米軍基地内に3店舗(岩国・嘉手納・キャンプフォスター)を展開し、米軍関係者やその家族に対して旅行手配を行っている。この領域は高いセキュリティ要件や厳格な契約条件を伴うが、同社は長年にわたる運営実績を有しており、信頼性・堅実性の象徴としてBTM事業の信用補完機能を果たしている。

d) 個人サービス【BTM顧客との継続接点】

BTM契約企業の従業員を対象に、プライベート旅行や帰省・家族旅行を支援する「個人サービス」も展開している。法人契約を起点とした個人顧客との接点維持により、同社ブランドの親近感と顧客ロイヤリティを高める役割を担っている。単なる旅行販売ではなく、法人と個人の境界を越えたりレーション拡張モデルとしてBTM事業の安定的成長を支えている。

2. 経営戦略の評価

(1) 創発的戦略形成による独自のポジション

同社の戦略は、明確な事前設計よりも、試行錯誤を重ねながら最適解を導いた「創発的戦略形成」の典型である。創業当初は格安航空券販売を主力とし、個人旅行を中心に事業を拡大したが、価格競争の激化に直面し、利益構造の脆弱さを痛感した経験が転機となった。そうしたなかで、競争が少なく、かつ高い専門性が求められるBTM市場に活路を見出した点に戦略的独自性がある。

BTM市場は従来、企業内に専属部署を持つ「インハウス系旅行会社」が支配しており、取引先がグループ内に固定されているため、競争や革新がほとんど生じない構造だった。取引慣行もアナログで、メール・電話中心の非効率な業務が常態化していた。同社はこうした閉鎖的市場に外部から参入し、「独立系BTM」という新たなカテゴリーを創出することで差別化に成功した。その存在は、BTM業界における「ゲームチェンジャー」としての意義を持ち、デジタル化・効率化を通じた市場改革をけん引する立場を確立している。

(2) 徹底的なコミットメント

同社の経営行動は、一貫してBTM事業の強化と市場拡張に帰結している点が際立っている。官庁・公務、海外、米軍、個人といった補完サービス群は、いずれもBTMサービスの信頼性・実績・ネットワークを補完する目的で展開されている。例えば、中央省庁との契約実績は新規法人顧客開拓時の信用補完として機能し、海外子会社は日系企業の海外拠点ネットワークを通じてグローバルBTM需要の獲得に貢献している。また、米軍基地内での運営実績は、厳格な契約・セキュリティ要求に対応できる企業としての信頼の証となり、法人営業面での説得力を高めている。さらに、2025年のIPOも単なる資金調達目的ではなく、「上場企業としての信頼力」そのものをBTM事業の成長資産として活用する意図が明確である。こうした経営資源の配分や意思決定の方向性はすべてBTM事業の拡大とブランド強化に向けられており、経営戦略の一貫性が高い。同社の徹底したコミットメントは、BTM領域における信頼性・専門性・柔軟性の3要素を兼ね備えた企業としての競争優位をさらに強化していくものと、弊社では評価している。

(3) 総括

同社の成長軌跡は、偶発的な成功ではなく、経験学習を通じて戦略的洞察を深化させた結果である。価格競争の淘汰圧を起点に閉鎖的BTM市場へと舵を切り、補完事業を通じてBTMの信頼と規模を積み上げてきた過程は、創発型企業がどのように独自市場を切り拓くかの好例である。同社の次なる挑戦は、上場による社会的信用を背景に、BTM市場のゲームチェンジャーとして業界構造の再定義をどこまで実現できるかにあると弊社では見ている。

業績動向

2026年3月期中間期は売上高・利益ともに過去最高水準。 BTM市場への同社サービスの浸透が進む

1. 2026年3月期中間期の業績動向

2026年3月期中間期の連結業績は、売上高1,506百万円（前年同期比18.0%増）、売上総利益1,173百万円（同20.8%増）、営業利益410百万円（同49.7%増）、経常利益415百万円（同55.6%増）、親会社株主に帰属する中間純利益281百万円（同47.0%増）と、大幅な増収増益となった。売上全体の52.5%を占める中核のBTMサービスにおいては、売上高790百万円（同33.8%増）、手配件数29,835件（同15.0%増）、MAU（平均月間利用企業社数）1,223社（同11.0%増）と、着実に伸長した。顧客数の増加に加え、既存顧客の利用拡大も進み、国内外の出張手配件数が堅調に推移した。加えて、出張履歴や経費分析などデータを活用したトータルアドバイザー機能の深化が、単価上昇と顧客ロイヤルティ向上につながっている。営業利益率は前年同期の21.5%から27.2%へ上昇して収益性の改善が確認され、高付加価値型BTMモデルへの転換効果が顕著に現れた。

2026年3月期中間期連結業績

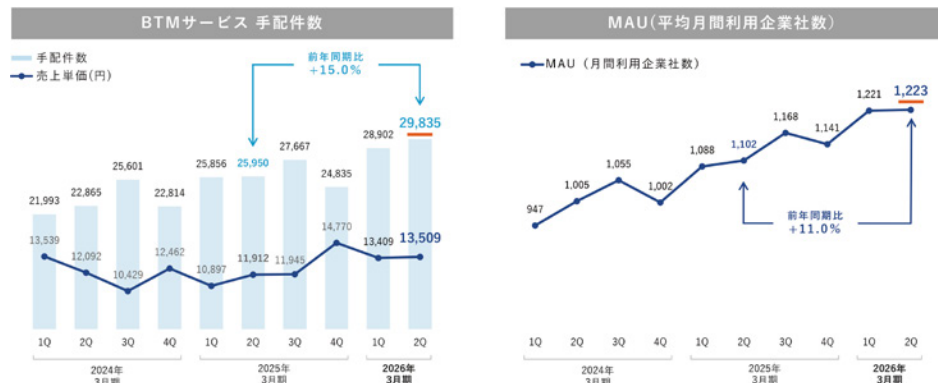
（単位：百万円）

	25/3期中間期		26/3期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,276	-	1,506	-	230	18.0%
BTM	590	46.2%	790	52.5%	200	33.8%
官庁・公務	136	10.7%	185	12.3%	49	35.7%
個人	223	17.5%	183	12.2%	-40	-17.6%
米軍	73	5.7%	92	6.1%	19	25.3%
海外	214	16.8%	181	12.0%	-33	-15.4%
その他	37	2.9%	72	4.8%	35	95.2%
売上総利益	971	76.1%	1,173	77.9%	202	20.8%
営業利益	273	21.5%	410	27.2%	136	49.7%
経常利益	267	20.9%	415	27.6%	148	55.6%
親会社株主に帰属する 中間純利益	191	15.0%	281	18.7%	89	47.0%

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

業績動向

BTMサービスの主要KPI



出所：決算補足説明資料より掲載

2. サービス別業績動向

官庁・公務サービスは185百万円(同35.7%増)と大幅増収となり、農林水産省・国土交通省をはじめとする24の中央省庁との契約実績がBTM事業の信用補完として機能している。米軍サービスは92百万円(同25.3%増)と堅調で、在日米軍基地内3店舗(岩国・横須賀・嘉手納)での安定した需要が続く。一方、個人サービスは183百万円(同17.6%減)と減収となったが、これは韓国行きパッケージツアーの減少など一時的なものである。海外サービスは181百万円(同15.4%減)とやや苦戦したものの、カナダ・メキシコ現地法人における日系企業向けの取引基盤は維持しており、将来的なBTMグローバル対応力強化の布石と位置付けられる。その他事業は72百万円(同95.2%増)と大幅な伸長を示し、BTM関連システム販売や新規取引の立ち上がりが寄与した。

3. 財務状況と経営指標

2026年3月期中間期末における財務状況は、好調な業績を背景にした資産拡大と自己資本の増強が顕著であり、健全な財務構造を示している。総資産は5,749百万円(前期末比858百万円増)となり、そのうち流動資産が5,433百万円(同880百万円増)と大幅に増加した。固定資産は315百万円(同22百万円減)と安定的に推移しており、設備投資負担は軽微であることから、資金効率の高さもうかがえる。一方、負債合計は1,731百万円(同304百万円減)と減少し、資産拡大に対して負債を抑制した点が評価できる。有利子負債は500百万円(同500百万円減)と大幅に圧縮され、実質的に無借金経営へと移行した。これにより財務リスクは低下し、資本構成の健全性が高まっている。純資産は4,017百万円(同1,162百万円増)に拡大し、自己資本比率は69.9%(前期末比11.5ポイント上昇)と高水準に達した。利益の着実な内部留保が進み、上場企業としての安定的な財務基盤を確立したと言える。

効率性指標も良好で、現金及び預金の回転期間は3.32ヶ月(前期は5.30ヶ月)と1.98ヶ月短縮し、運転資本の効率化が進展した。収益性も一段と高まり、売上高営業利益率は27.2%(前期は22.5%)へと4.7ポイント改善した。高付加価値型BTMモデルへのシフトが成果を上げており、利益構造の質的転換が定着しつつある。成長局面にありながらも財務の安定性と効率性を両立しており、今後はBTM領域でのシステム投資、人材強化、海外展開など、成長を加速させるための戦略的資源投入が十分に可能な状況にある。無借金体質と高収益体制を備えた財務構造は、独立系BTM企業としての信頼性と競争優位性をさらに高める基盤となっている。

業績動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	25/3期末	26/3期 中間期末	増減額
流動資産	4,552	5,433	880
（現金及び預金）	1,190	833	-356
固定資産	338	315	-22
資産合計	4,890	5,749	858
負債合計	2,036	1,731	-304
（有利子負債）	1,000	500	-500
純資産合計	2,854	4,017	1,162
負債・純資産合計	4,890	5,749	858
<経営指標>			
自己資本比率	58.4%	69.9%	11.5pp
現金及び預金の回転期間（月）	5.30	3.32	-1.98
売上高営業利益率	22.5%	27.2%	4.7pp

注：現金及び預金の回転期間は通期売上高を12（中間期の場合は6）で除した値を分母としている

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2026年3月期は、取扱高・売上高・利益ともに大幅増を見込む

● 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の連結業績は、取扱高26,930百万円（前期比12.4%増）、売上高3,000百万円（同11.4%増）、売上総利益2,264百万円（同12.1%増）、営業利益680百万円（同12.0%増）、経常利益652百万円（同11.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益437百万円（同10.9%増）と、2ケタの増収増益を見込んでいる。売上高の拡大に加えて高付加価値型BTMサービスの構成比上昇が収益率改善に寄与する見込みで、営業利益率は22.7%と前期の22.5%をやや上回る見通しだ。特にBTM顧客の増加によるストック型収益の積み上げと、システム導入による業務効率化効果が、利益率の安定化を支えている。

今後の見通し

2026年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
取扱高	23,949	-	26,930	-	2,981	12.4%
売上高	2,694	-	3,000	-	306	11.4%
売上総利益	2,019	75.0%	2,264	75.5%	245	12.1%
営業利益	607	22.5%	680	22.7%	73	12.0%
経常利益	587	21.8%	652	21.7%	65	11.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	394	14.7%	437	14.6%	43	10.9%

出所：決算補足説明会資料よりフィスコ作成

中間期における進捗率は、売上高で50.2%、営業利益で60.3%に達しており、利益面では期初計画を大きく上回るペースで推移している。取扱高の進捗率も48.7%とおおむね順調だ。中間期時点で営業利益の進捗率が計画比6割を超えたことは、コスト構造の最適化と高利益案件の増加を示唆している。同社の通期予想は保守的な前提に基づいており、上期の進捗水準を踏まえれば、売上高・営業利益ともに期初計画を上回る可能性がある。BTM事業の拡大に伴う収益基盤の強化と、官庁・海外・米軍といった補完サービスによる信用補完効果が下支えする構造が定着しており、上場初年度として安定性と成長性を両立した堅実な見通しであると、弊社では評価している。

■ 中長期の成長戦略

さらなるサービス強化でシェア拡大と市場拡大を実現する

1. 中長期成長戦略の枠組み

同社の中長期成長戦略「Vision2030」は、「業務効率化」「シェア拡大」「市場拡大」という3つの戦略軸を有機的に組み合わせ、持続的な成長を加速させる構想である。これらは順列的に進むものではなく、業務効率化をベースとして品質と生産性を高め、その成果としてシェアを拡大し、最終的に市場領域を広げるという“循環型の成長モデル”を描いている点に特徴がある。

(1) 業務効率化

業務効率化では、業務プロセスの標準化と自動化を中心に、生産性の最大化を目指す。AIを活用した自動化比率を現行の30%から2030年には60%へと倍増させ、従業員1人当たりの売上総利益を約1.5倍に引き上げる。効率化は単なるコスト削減にとどまらず、手配精度や顧客対応の品質向上を同時に実現する取り組みと位置付けている。オペレーションの合理化と組織対応力の強化によって、より高度で信頼性の高いサービス提供体制を確立する。

中長期の成長戦略

(2) シェア拡大戦略

シェア拡大戦略では、BTM市場の中堅・中小企業への浸透と、大手企業（エンタープライズ領域）での取引拡大を並行して推進する。中堅・中小企業への浸透においては、広告・マーケティング投資を強化し、営業人員を現在の18名から2030年までに55名へ増強する。エンタープライズ領域においては、専任営業体制を構築し、取引比率を現行の10%から16%に引き上げる目標を掲げている。これにより、裾野の広い顧客基盤と大型案件の安定収益を両立させる構造を整備する。

(3) 市場拡大戦略

市場拡大戦略では、同社のサービス領域そのものを広げる。レンタカー予約や出張パッケージ機能など新たな取扱商品の開発を進め、出張に関する一連のサービスを自社プラットフォーム上で完結させる構想だ。さらに、海外展開では、取引先企業の現地法人における出張需要を取り込むため、カナダ・メキシコの子会社と連携し、第3国間の出張や海外発着案件にも対応していく。加えて、業務提携やM&Aを通じて、自社サービスと親和性の高い企業を取り込み、顧客接点と商品ラインを面的に拡大する方針である。

このように、同社の中長期戦略は、効率化による品質向上を基盤に、営業力・ブランド力を高めてシェアを拡大し、その成果をもって市場領域を広げていくという、一貫性の高い成長ストーリーを描いている。独立系BTM企業としての機動力と技術力を生かし、2030年に向けてBTM市場全体の構造変革を主導するポジションを確立していくことが期待される。

中長期成長戦略の枠組み



出所：決算補足説明資料より掲載

2. 重要KPI

中長期成長戦略「Vision2030」における重要KPIは、同社が掲げる持続的成長の定量的なマイルストーンとして明確に設定されている。2030年3月期を最終目標年度とし、取扱高500億円、営業利益15億円、アクティブ企業数3,000社の3項目を中核KPIとして定義している。

中長期の成長戦略

最も象徴的な目標である取扱高500億円は、現状の26,930百万円(2026年3月期予想)の約2倍規模にあたる。うち約450億円は、既存のBTM事業領域を中心としたオーガニックな成長によって到達可能と見込まれている。この部分は、業務効率化とシェア拡大による既存顧客の深耕と新規顧客の獲得が主なドライバーとなる。残る約50億円は、新たな市場領域の取り込みを通じた追加的成長として位置付けられている。これは、取扱商品の拡充(レンタカーや出張パッケージなど)、取引先企業の海外現地法人の獲得、さらに業務提携やM&Aによる事業範囲の拡張によって実現を図るものである。

営業利益は15億円を目標としており、営業利益率の向上と規模拡大を両立させる計画である。システム投資や自動化によるオペレーション効率の改善が、利益率の安定的上昇に寄与すると見込まれる。特に、「Smart BTM」を中心としたUI/UX改善や機能拡充、業務自動化などへのシステム開発費578百万円、ブランド認知度向上のための広告宣伝費242百万円、セールス強化を目的とした人件費203百万円を主な投資先としており、これらが2030年に向けた成長の推進エンジンとなる。

アクティブ企業数3,000社というKPIは、同社の顧客基盤拡大と市場シェア向上の象徴である。現状から約3倍規模の顧客網を構築する計画であり、BTMサービスの普及と営業体制の拡充によって着実に増加を見込む。特に中堅・中小企業への浸透とエンタープライズ層への進出を両輪とし、幅広い企業層におけるアクティブ利用を促進していく。

■ 株主還元策

安定的な配当姿勢を堅持し、持続的成長と還元のバランスを追求

同社の株主還元方針は、持続的な成長と財務健全性のバランスを重視した堅実な内容となっている。配当政策は、配当性向25～30%を目安に設定し、業績の拡大に応じて安定的かつ継続的な株主還元を行う方針である。2026年3月期は1株当たり25円の配当を予定しており、上場初年度として確実な利益配分を実施する姿勢を示している。

同社は短期的な増配を優先するのではなく、事業基盤の拡充と利益成長を通じて中長期的な株主還元の拡大を目指している。中核事業であるBTM領域はストック型の安定収益構造を有しており、今後の顧客数拡大やサービス高度化により利益成長が見込まれることから、将来的な配当の引き上げ余地も十分にあると考えられる。さらに、上場を機に投資家との新たな関係構築を重視しており、株主を経営の重要なステークホルダーと位置付けている。成長資金の確保と利益還元の両立を図りながら、企業価値の着実な向上を通じて中長期的な信頼関係を築いていく方針だ。

重要事項 (ディスクレーマー)

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、配布等することは強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