

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

INEST

7111 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2026年8月5日(水)

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. 2026年3月期の業績概要	01
2. 2027年3月期の業績見通し	01
3. 中長期成長戦略と株主還元	01
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業内容	05
2. 事業の特徴と強み	07
■ 業績動向	09
1. 2026年3月期の業績概要	09
2. サービスライン別売上収益とストック利益	10
3. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	13
1. 2027年3月期の業績見通し	13
2. 重点施策	13
■ 中長期の成長戦略	14
1. 中期経営計画の概要	14
2. 重点戦略	15
■ 株主還元策	15

要約

マルチチャネル営業により生活関連サービスを提供。 ストック利益拡大を推進

INEST<7111>は、通信、宅配水、電力、ガス、各種コンテンツなどの生活関連サービスを、コンタクトセンター、イベントブース、店舗販売、Web等を中核としたマルチチャネル営業によって販売するマーケティング・セールスソリューション企業である。同社の特徴は、単一の販売チャネルに依存せず、顧客の意思決定プロセスに応じて複数のチャネルを組み合わせながら顧客接点を構築している点にある。年間約4,000回の催事・イベント、全国121店舗、約600席規模のコンタクトセンター※1を運営しており、年間約350万人の顧客接点と約85万件的契約実績を有する※2。これらの顧客接点を活用してストック利益を継続的に積み上げる営業プラットフォームを構築している。

※1 2027年3月期の開催見込み数及び2026年6月時点の実績。

※2 2025年3月期実績。

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の業績は、売上収益で前期比4.1%減の18,185百万円、営業利益で同22.2%増の255百万円、税引前利益で同58.8%増の160百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同327.0%増の180百万円となった。(株)アイ・ステーションの売却に伴い売上収益は減少したものの、既存事業ベースでは増収を確保した。また、選択と集中による事業ポートフォリオの見直し、人員配置の最適化、自社会員サービス販売の強化などが奏功し、利益面は大幅な改善を実現した。特に第4四半期には販売件数及び顧客単価の上振れに加え、自社会員サービスの獲得件数向上が寄与し、営業利益は491百万円と大きく伸長した。

2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績見通しは、売上収益で前期比1.7%増の18,500百万円、営業利益で同139.1%増の610百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同66.1%増の300百万円を見込んでいる。引き続き自社会員サービス比率の向上に伴い、利益に占めるストック利益の割合が拡大する見込みである。顧客接点数及び契約数の拡大に加え、クロスセルやアップセルを通じたLTV(顧客生涯価値)向上に取り組むことで収益性の改善を進める考えである。また、2026年3月に実施した事業整理や経営資源の再配置による効果も通期で寄与する見通しである。

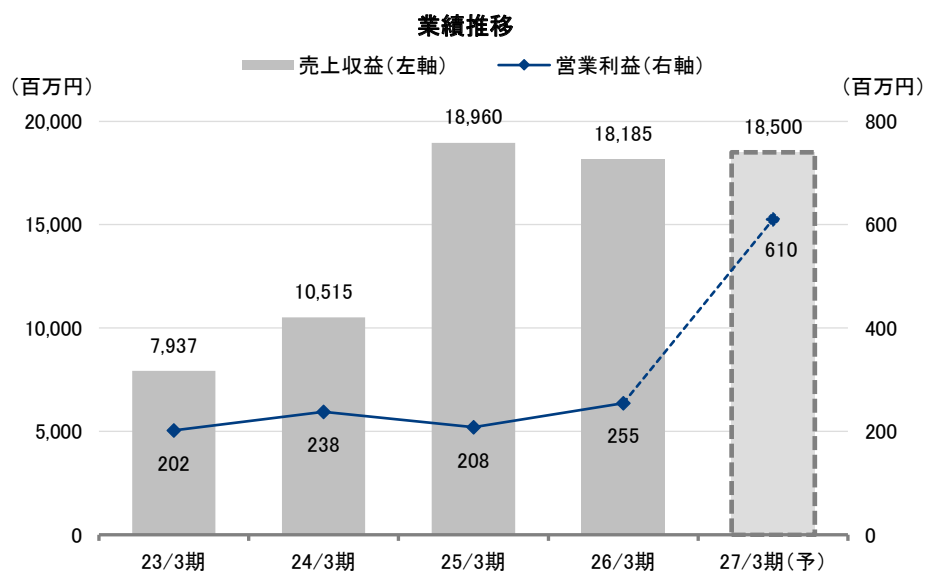
3. 中長期成長戦略と株主還元

同社は2029年3月期を最終年度とする中期経営計画において、売上収益成長率年平均14%程度の成長を目指している。成長の原動力は特定のチャネルや商材ではなく、コンタクトセンター、イベントブース、店舗販売、Web等を組み合わせた統合顧客体験の高度化にある。さらに、自社会員サービスの販売拡大とストック利益比率の向上により、収益の安定性と成長性を両立する方針である。株主還元については、現時点では成長投資を優先する方針を維持している。営業人材の育成、自社会員サービスへの投資、営業基盤の拡充などに経営資源を重点配分することで、中長期的な企業価値向上を図る。

要約

Key Points

- ・ コンタクトセンターやイベントブース等を中核としたマルチチャネル営業により生活関連サービスを販売
- ・ 年間約350万人の顧客接点を活用し、ストック利益の拡大を軸に利益成長と収益安定化を同時に推進
- ・ 2026年3月期は減収も、事業ポートフォリオの見直し等が奏功して大幅増益
- ・ 2029年3月期を最終年度とする中期経営計画において、売上収益成長率年平均14%程度の成長を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

顧客接点を資産化する営業プラットフォーム企業

1. 会社概要

同社は、宅配水サービス、インターネット回線、携帯電話回線、電力・ガスなど引越しや新生活開始時に必要となる複数のサービスの販売を中心とするマーケティング・セールス支援企業である。グループ会社を通じて、コンタクトセンター、イベントブース、店舗販売など複数の販売チャネルを運営し、個人顧客及び法人顧客に対して多様なサービスを提供している。

同社の特徴は、販売代理店としての機能にとどまらず、顧客接点そのものを経営資源として活用している点にある。年間約350万人に対して商品やサービスの提案を行い、年間約85万件の契約を獲得している。具体的には、年間約4,000回の催事・イベントを開催するとともに、全国約121店舗及び約600席規模のコンタクトセンターを運営している※。販売商材は宅配水、電力、ガス、通信サービス、自社会員サービスなど多岐にわたり、顧客ニーズに応じて最適なサービスを組み合わせ提案している。これらの顧客接点を活用することで、契約獲得だけでなく継続的なストック利益の創出につなげている。

※ 2027年3月期の開催見込み数及び2026年6月時点の実績。

また、顧客との継続的な関係構築を重視しており、販売時の一時的な収益だけでなく、継続課金型サービスを中心としたストック利益の拡大に注力している。自社会員サービス比率を高めることでLTVの最大化を図り、収益の安定化と利益成長の両立を目指している。

さらに、同社は「自社の活動を通じて、市場を共創し続ける。」というビジョンを掲げている。営業活動を単なる販売活動として捉えるのではなく、顧客と企業をつなぐプラットフォームとして機能させることで、新たな価値創造を目指している。

会社概要

2. 沿革

同社の前身は1996年に設立された(株)ベンチャー・リンクコミュニケーションズである。その後、通信関連サービスを中心に事業を拡大しながら営業基盤を構築してきた。2013年には日本企業開発支援(株)(現 Linklet(株))を子会社化し、通信関連事業の強化を進め、2020年にはアイ・ステーション及びRenxa(レンサ)(株)を子会社化し、営業チャネルの拡充と事業規模の拡大を実現した。2022年には持株会社体制へ移行し、グループ経営の高度化を進めた。2023年には(株)ZITTO及びエフエルシープレミアム(株)を子会社化し、販売商材や営業機能の拡充を図った。2024年に小泉(こいずみ)まり氏が代表取締役社長に就任し、営業現場との連携強化や組織改革を推進した。

近年はM&Aによる規模拡大だけでなく、事業ポートフォリオの見直しも進めている。2026年3月期には同社の中での事業間シナジーが十分に生まれていなかったアイ・ステーションを売却し、顧客ターゲットをB2Cに絞る方針を明確にした。現在は自社会員サービス比率の向上とストック利益の拡大を成長戦略の中核に据えている。

2026年6月には、経営と事業が一体となった迅速な意思決定を可能とする経営体制への移行を目的として代表取締役体制を変更し、新たな代表取締役社長に坂本幸司(さかもと こうじ)氏が就任することが決定された。

沿革表

年月	主な沿革
1996年 7月	(株)ベンチャー・リンクコミュニケーションズ設立
2005年10月	ジャスダック証券取引所に株式を上場
2013年 2月	日本企業開発支援(株)(現 Linklet(株))を子会社化し、コンシューマー向け販売事業を強化
2016年 7月	商号をINEST(株)へ変更
2020年 8月	(株)アイ・ステーション及び(株)Patch(現 Renxa(株))を完全子会社化し、営業基盤を拡充
2021年 6月	(株)光通信と資本業務提携
2022年 4月	東京証券取引所スタンダード市場へ移行
2022年 7月	日本通運(株)とRenxaが業務提携
2022年10月	商号をINT(株)に変更 持株会社体制に伴う単独株式移転により、INEST(株)を設立し東京証券取引所スタンダード市場に上場
2023年10月	(株)ZITTOを連結子会社化
2023年11月	(株)プレミアムウォーターホールディングスとの資本業務提携
2023年12月	エフエルシープレミアム(株)を連結子会社化(2026年3月にRenxaに吸収合併)
2025年 7月	アイ・ステーションの株式を譲渡し、事業ポートフォリオの最適化を推進
2026年 6月	経営と事業の一体化を目的として代表取締役体制を変更し、成長戦略の推進体制を強化

出所：有価証券報告書、ホームページよりフィスコ作成

事業概要

約1,000名の営業人材が マルチチャネルで多様な生活関連サービスを提供

1. 事業内容

同社グループの事業は、連結子会社であるRenxaを中心として展開されている。Renxaは「幸せの連鎖が、広がる起点に。」をミッションに掲げ、個人顧客に対して多様な生活関連サービスを提供している。

(1) ライフスタイルアドバイザー事業

同社の主力事業であり、主に新入居者を対象に、電力、ガス、インターネット回線、携帯電話回線、宅配水等のライフラインサービスを提案している。また、引越しや新生活開始時に必要となる複数のサービスをワンストップで提案している。これにより、単一サービスの販売ではなく、顧客の生活環境全体を見ながら複数商材を組み合わせる提案ができる点が特徴である。たとえば、新居への入居者に対してインターネット回線だけでなく、電力、ガス、ウォーターサーバーなども併せて提案することで顧客利便性を高めている。顧客との接点を一度獲得した後に継続的なフォローを行い、クロスセルやアップセルにつなげることでLTVの最大化を図っている。また、同社のコンタクトセンターでは母国語を話す外国人スタッフが最大14言語に対応している。外国人居住者が増加している現状を踏まえ、言語の壁を越えた接客品質の向上と多様な顧客への対応強化を図る方針である。

(2) アライアンス事業

アライアンス事業では、通信事業者、ライフライン事業者、各種サービス提供企業との提携を通じて販売ネットワークを構築している。同社は自社で商品を保有するだけでなく、提携企業の商品やサービスも取り扱うことで顧客ニーズに応じた幅広い提案を可能としている。顧客に最適なサービスを提案できるため、特定メーカーへの依存度が低く、市場環境の変化にも柔軟に対応できる点が特徴である。また、新たな商材の獲得を通じてサービスラインナップを継続的に拡充している。

(3) BPO事業

BPO事業では、企業向けにコンタクトセンター運営、インサイドセールス支援、カスタマーサポートなどを提供している。同社グループが長年培ってきた営業ノウハウや顧客対応力を活用し、企業の営業活動や顧客対応業務を受託しており、成果創出型の営業支援を行っていることが特徴である。また、ライフスタイルアドバイザー事業で蓄積したノウハウをBPO事業で活用しており、チャネル間シナジーを生み出している。

(4) パートナー事業

パートナー事業では、全国の販売代理店や提携企業とのネットワークを活用しながら販売チャネルを拡大している。同社単独では接触できない顧客層へアプローチできることに加え、地域特性に応じた販売活動が可能となる。また、直営事業で実績を出し続けることで培ったノウハウとリソースを水平展開することで、販売効率向上にも寄与している。

事業概要

(5) コンテンツ事業

コンテンツ事業では、継続課金型の自社会員サービスを展開している。主商材に付帯する形で販売するケースが多く、既に主商材販売時に獲得コストを投下しているため、費用対効果を最大化できることが特徴である。加えて、同社コンテンツの利用料を生活インフラ関連サービスの支払いとまとめられる「合算請求」を推進しており、提携社数は8社※に拡大している。支払方法登録の手間を省くことで、顧客の利便性向上を実現している。こうした合算請求の仕組みは、メーカーとのシステム・運用面での連携を必要とするため、顧客の利便性向上を実現する同社独自のメーカー連携スキームが、競争優位性となっている。同社は現在、販売手数料中心の収益モデルからストック利益モデルへの転換を進めており、自社会員サービス比率の向上を重要な経営課題に位置付けている。また、同社は契約数の拡大だけでなく、契約後の継続利用率向上を重視しており、継続課金サービスの拡大によりストック利益を積み上げることで、収益の安定化と利益率向上を図っている。

※ 2025年12月時点。

(6) 保険事業

保険事業では、生命保険及び損害保険を取り扱っている。ライフラインサービスや通信サービスとの親和性が高く、顧客との接点を活用したクロスセルが可能である。同社は既存顧客との継続的な関係を有しているため、新規顧客獲得コストを抑えながら保険契約獲得につなげられる点が強みである。

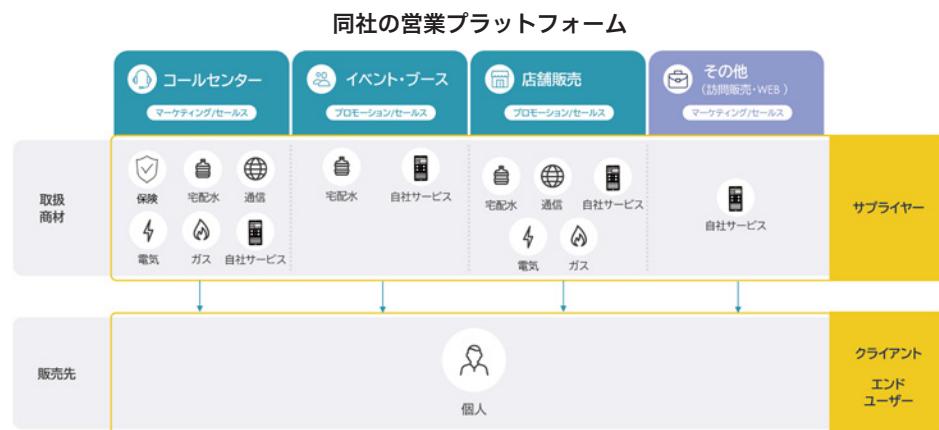
(7) グローバル事業

グローバル事業では、海外からの移住者を対象に、ライフラインアドバイザー事業を水平展開している。主力であるライフスタイルアドバイザー事業で培った生活インフラ領域の提案ノウハウやオペレーション基盤を応用し、多言語・母国語対応を通じて、外国人が日本で新生活を始める際に必要となる電気・ガス・通信等の手続きにおける言語・手続き面の課題解決に取り組んでいる。社会的ニーズの高まりを背景に、当社独自の顧客接点・提案力を生かせる差別化領域であり、今後の外国人生活者の増加を見据え、中長期的な収益拡大が期待される成長領域として位置付けている。

事業概要

2. 事業の特徴と強み

同社の事業を支えているのが、コンタクトセンター、イベントブース、店舗販売、Web等から構成される独自の営業プラットフォームである。顧客が複数チャネルを横断しながら意思決定を行うことを前提としており、顧客との接点を維持することでクロスセルやアップセルを実現している。



出所：決算補足説明資料より掲載

販売代理店としての機能にとどまらず、顧客接点そのものを経営資源として活用するプラットフォーム型ビジネスモデルが同社の特徴であり、営業人材、販売チャネル、取扱商材が相互に作用することで営業プラットフォームを構築している点に競争優位性がある。

(1) 人財育成力

同社グループでは約1,000名の営業人材を擁しており、その育成体制が競争力の源泉である。中核子会社であるRenxaでは、高水準の接客品質を実現するため、継続的な教育制度と評価制度を整備している。また、市場環境や商材ごとの収益性に応じて営業リソースを柔軟に再配置できる点も特徴である。2026年3月期には営業人員を主力事業へ重点配分したことが収益改善に寄与した。こうした育成体制と組織運営により、顧客視点で課題解決を行う営業人材を継続的に輩出している。

(2) マルチチャネルによる営業基盤

同社はコンタクトセンター、イベントブース、店舗販売、Webという4つの営業チャネルを保有している。しかし、これらは独立した組織ではなく、顧客の意思決定プロセスに応じて相互に連携している。たとえば、イベントブースでサービスを認知した顧客が店舗で詳細な説明を受けながら関心や理解を深め、その後、自宅で家族と比較・検討を行ったうえで、コンタクトセンターを通じて契約に至るケースも少なくない。顧客は複数のチャネルを横断しながら意思決定を行うため、同社は各チャネルを有機的に連携させることで購買プロセス全体を支援している。同社はチャネル別の売上拡大ではなく、顧客体験全体の最適化を重視している。顧客との接点を継続的に維持することで、獲得コストの低減と成約率向上を実現している点が特徴である。

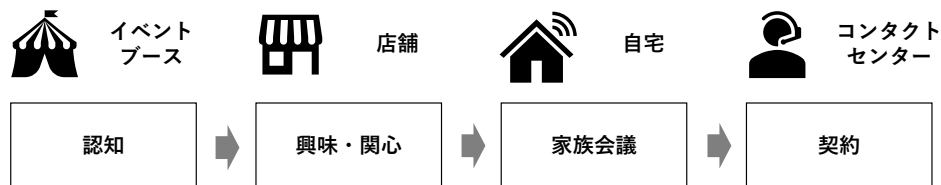
INEST

7111 東証スタンダード市場

2026年8月5日 (水)

<https://inest-inc.co.jp/ir>

マルチチャネルによる購買意思決定プロセス事例



出所：取材よりフィスコ作成

(3) マルチサービスによる収益基盤

同社はライフスタイルアドバイザー事業を中心に、通信、宅配水、電力、ガス、保険、各種コンテンツなど幅広いサービスを取り扱っている。また、BPO事業、アライアンス事業、パートナー事業、グローバル事業なども展開しているため、顧客との接点を複数のサービスへ展開できる。1回の契約で終わるのではなく、クロスセルやアップセルを通じて顧客当たり収益を拡大できる構造である。

(4) スtock利益モデルへの転換

同社は、販売手数料中心のビジネスモデルから、継続課金型サービスを中心としたストック利益モデルへの転換を進めている。自社会員サービスの販売拡大を通じて顧客との接点を長期化し、LTVの最大化を図る戦略である。ストック利益は、契約期間中に継続的に発生する利益を示す指標であり、経営上の最重要KPIとして位置付けている。

(5) 自社会員サービス「Smartシリーズ」強化による差別化

自社会員サービスである「Smartシリーズ」は、通信、生活支援、セキュリティ及び外国人向け生活サポートなどの継続課金型サービスで構成されている。特に在留外国人向けサービスである「Global Support Desk Plus」は、多言語で生活支援を行うサービスであり、今後拡大が見込まれる在留外国人市場を取り込む戦略商品として位置付けている。同サービス群は継続課金型の収益モデルであることから、同社が重視するストック利益の拡大に寄与する。

業績動向

2026年3月期はストック利益の増加により 既存事業が増収増益と堅調に推移

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の業績は、売上収益で前期比4.1%減の18,185百万円、営業利益で同22.2%増の255百万円、税引前利益で同58.8%増の160百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同327.0%増の180百万円となった。売上収益については、2025年7月に実施したアイ・ステーション株式譲渡の影響により減収となった。しかしながら、同社によれば既存事業ベースでは増収を確保しており、主力事業の収益力はむしろ向上している。利益面では、選択と集中による事業ポートフォリオの見直し、不採算領域の縮小、人員配置の最適化などが奏功し、営業利益及び当期利益は大幅な増益となった。

特に第4四半期の業績改善が顕著であった。第4四半期の営業利益は491百万円となり、前年同期比148.0%増となった。販売件数及び顧客単価が計画を上回ったことに加え、自社会員サービスの販売拡大によるストック利益の積み上がりが寄与した。また、組織統合を通じて営業リソースを主力事業へ再配置したことも利益改善に寄与した。

自社会員サービスについては、継続率の低いアフィリエイト経由の顧客獲得を縮小し、継続率の高い自社販売チャネル経由の獲得へシフトしたことも収益改善に寄与した。加えて、市況好転を背景として顧客紹介件数が増加したほか、販売手数料条件も改善した。これらの要因が重なったことで、ストック利益の積み上がりが想定を上回るペースで進展した。

同社は2026年3月期中に業績予想を修正したが、最終的には修正後予想を上回る着地となった。修正後予想に対する達成率は、売上収益が107%、営業利益が102%、親会社の所有者に帰属する当期利益が401%となっており、収益改善施策が想定以上の成果を上げたことがうかがえる。

2026年3月期連結業績

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上収益	18,960	-	18,185	-	-774	-4.1%
営業利益	208	1.1%	255	1.4%	46	22.2%
税引前利益	101	0.5%	160	0.9%	59	58.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	42	0.2%	180	1.0%	138	327.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. サービスライン別売上収益とストック利益

同社では、売上収益を「一時金売上」と「ストック売上」に区分して管理している。2026年3月期の売上収益は18,185百万円となった。このうち、一時金売上は自社サービス31百万円、他社サービス15,662百万円となり、ストック売上は自社サービス1,803百万円、他社サービス687百万円となった。前期と比較すると、自社サービスのストック売上は1,599百万円から1,803百万円へ増加しており、同社が重点戦略として掲げるストック利益の拡大が進展している。

ストック売上は、新規契約獲得時に発生する一時的な手数料収入とは異なり、契約や会員が継続する限り継続手数料や月額課金収入が積み上がる構造である。このため、短期的には営業費用や広告費が先行するものの、中長期的には収益の安定化と利益率向上に寄与する特徴を有している。

サービスライン別売上収益

(単位：百万円)

	25/3期			26/3期		
	自社サービス	他社サービス	合計	自社サービス	他社サービス	合計
一時金売上	80	16,557	16,637	31	15,662	15,693
ストック売上	1,599	722	2,321	1,803	687	2,490
合計	1,679	17,279	18,960	1,834	16,349	18,185

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

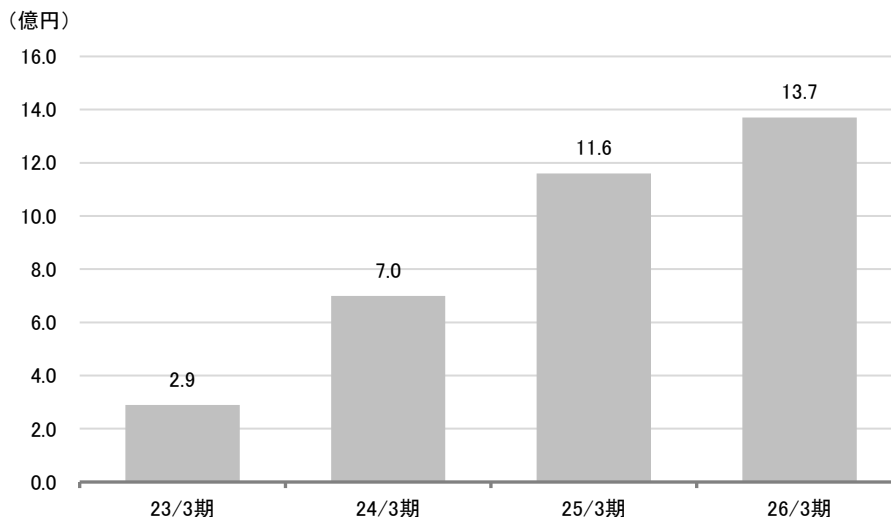
同社はストック利益をKPIとして位置付けている。ストック利益は、宅配水や通信サービスなどの継続手数料、自社が運営するWebサービスの月額課金収入などのストック売上から、OEM提供元への原価やサービス運営原価などのストック原価を控除して算出される。なお、ストック売上の66%は「Smartシリーズ※」に代表される自社会員サービスにより獲得している。単なる売上収益ではなく、将来にわたり継続的に創出される利益を測定する指標として活用している。

※ 電力・ガス・通信事業者等と提携し、契約者を対象に月額990円で提供するサブスクリプションサービス。契約者を対象とした優待サービスのほか、保険や近隣トラブル解決サポート等のサービスを自動付帯している。

ストック利益の拡大に向けて、同社は「保有数」「売価」「原価」の最適化を重視している。具体的には、電気、ガス、通信、宅配水、自社会員サービスなどのストック商材について、契約数の拡大だけでなく、収益性や解約率も踏まえながら運営している。すなわち、単に契約数を追求するのではなく、長期にわたり利益貢献が期待できる商材を厳選しながら販売している点に特徴がある。こうした取り組みにより、ストック利益は2023年3月期の2.9億円から、2026年3月期には計画値13.0億円を上回る13.7億円まで拡大している。

業績動向

ストック利益の推移



出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

弊社では、同社の収益構造が販売手数料中心のフロー型ビジネスから、ストック利益を積み上げるストック型ビジネスへ移行しつつある点を評価している。実際、同社のコンタクトセンターによる新入居者サポートモデルでは、電気、ガス、通信、宅配水、保険など複数サービスを組み合わせることで、一時金収入に加えて継続課金収入を獲得できる仕組みを構築している。契約後も継続的に収益が発生するため、契約数の積み上がりが将来の利益成長につながる構造となっている。

財務体質の改善が進展し、自己資本比率は45.5%まで上昇

3. 財務状況と経営指標

2026年3月期末の資産合計は前期末比2,447百万円減の11,223百万円となった。2025年6月に実施したアイ・ステーション株式譲渡の影響により、固定資産を中心に資産規模が縮小したことが主な要因である。

資産の内訳を見ると、流動資産は前期末比230百万円増の5,000百万円となった。このうち現金及び現金同等物は同425百万円増の2,096百万円となり、財務余力は向上した。一方、非流動資産は同2,679百万円減の6,222百万円となった。のれんや使用権資産の減少に加え、事業ポートフォリオ見直しによる資産圧縮が進んだことによるものである。

負債合計は前期末比2,606百万円減の6,119百万円となった。有利子負債は同539百万円減の2,311百万円となり、借入依存度の低下が進んだ。長期借入金の返済を進めたことに加え、子会社譲渡による財務体質改善効果も寄与した。

業績動向

資本合計は前期末比159百万円増の5,103百万円となった。親会社の所有者に帰属する当期利益180百万円を計上したことが主な要因である。この結果、自己資本比率は前期末の36.0%から45.5%へ上昇した。財務健全性は大きく改善しており、同社が進める収益構造改革の成果が財務面にも表れている。

経営指標について見ると、売上収益営業利益率は前期の1.1%から1.4%へ上昇した。事業ポートフォリオの見直しや管理機能の統合による効率化効果が寄与したと考えられる。また、ROEは前期の0.9%から3.6%へ上昇した。当期利益の大幅増加を背景に資本効率も改善している。一方、現預金回転期間は1.1ヶ月から1.4ヶ月へ上昇した。現金残高が増加したことによるものであり、財務安全性の向上を示す結果と言える。

弊社では、同社の財務戦略について、単なる規模拡大ではなく収益性と資本効率を重視する方向へ転換が進んでいる点を評価している。有利子負債の削減と自己資本比率の改善が同時に進展しており、今後はストック利益の積み上がりによる利益成長がROE向上につながるかが注目点になると考えている。

財政状態計算書及び主な経営指標

(単位：百万円)

	25/3期末	26/3期末	増減額
流動資産	4,770	5,000	230
(現金及び預金)	1,671	2,096	425
非流動資産	8,901	6,222	-2,679
資産合計	13,671	11,223	-2,447
負債合計	8,726	6,119	-2,606
(有利子負債)	2,850	2,311	-539
資本合計	4,944	5,103	159
負債・資本合計	13,671	11,223	-2,447
【経営指標】			
自己資本比率	36.0%	45.5%	9.5pp
現預金回転期間(月)	1.1	1.4	0.3
売上収益営業利益率	1.1%	1.4%	0.3pp
ROE	0.9%	3.6%	2.7pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

ストック利益拡大が利益成長をけん引

1. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績見通しは、売上収益で前期比1.7%増の18,500百万円、営業利益で同139.1%増の610百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同66.1%増の300百万円を見込んでいる。

売上成長率は比較的緩やかな計画となっているが、利益面では大幅な伸びを見込んでいる。背景には、経営統合による重複機能の一本化によるコスト削減効果に加え、自社会員サービス比率の上昇、営業資源の最適配置、ストック利益の積み上がりなどがある。

同社は2026年3月期において事業ポートフォリオの整理を進めた。2027年3月期はその効果が通期で寄与する見込みであり、利益率改善が期待される。また、自社会員サービスの継続率向上やクロスセルの拡大によってLTV向上も進む見通しである。

2027年3月期業績見通し (連結)

(単位：百万円)

	26/3期		27/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上収益	18,185	-	18,500	-	315	1.7%
営業利益	255	1.4%	610	3.3%	355	139.1%
税引前利益	160	0.9%	-	-	-	-
親会社の所有者に帰属する 当期利益	180	1.0%	300	1.6%	120	66.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 重点施策

2027年3月期は、収益性向上とストック利益の拡大を目的として、以下の施策を重点的に推進する方針である。

(1) チャネル間シナジーの強化

同社はコンタクトセンター、イベントブース、店舗販売、Webなど複数の顧客接点を保有している。2027年3月期は各チャネル間の連携をさらに強化し、顧客の購買プロセス全体を支援することで契約獲得効率の向上を図る方針である。イベントで認知した顧客が店舗で相談し、その後コンタクトセンターで契約するなど、チャネル横断型の顧客体験を提供することによる顧客価値向上を目指している。

(2) スtock利益の拡大

同社では契約数や売上収益だけでなく、継続的に創出されるストック利益を重要な経営指標として位置付けている。2027年3月期は保有契約数の積み上げに加え、契約継続率の向上や収益条件の改善を通じてストック利益の拡大を図る方針である。

(3) 自社会員サービスの拡大

同社は「Smartシリーズ」を中心とした自社会員サービスの販売強化を進めている。自社会員サービスは継続課金型の収益モデルであり、ストック利益の拡大に寄与する。今後は既存顧客基盤を活用したクロスセルを推進することで、自社会員サービス比率の向上とLTV向上を目指している。

(4) 経営資源の最適配分

同社は市場環境や商材ごとの収益性を踏まえながら、営業人材や販売チャネルなどの経営資源を柔軟に再配置している。2026年3月期には営業リソースを主力事業へ重点配分したことが収益改善に寄与した。2027年3月期も引き続き収益性を重視した資源配分を行い、利益成長につなげる方針である。

(5) 在留外国人市場への取り組み

同社グループでは約30名の外国人スタッフが在籍し、26言語に対応している。現在はコンタクトセンターを中心にサービスを提供しているが、今後はイベントブースや店舗販売への展開も視野に入れており、中長期的な成長機会として期待される。

■ 中長期の成長戦略

顧客接点を資産化しLTV向上を追求

1. 中期経営計画の概要

同社は2029年3月期を最終年度とする中期経営計画（2025年3月期～2029年3月期）を推進している。中期経営計画の位置付けは「経営基盤の強化フェーズを経て、新たなステージへの挑戦フェーズへ」であり、収益基盤の強化に向けて取り組んでいる。

同社はこれまでM&Aを活用した事業規模拡大を推進してきたが、現在は収益性と資本効率を重視するフェーズへ移行している。中期経営計画ではアイ・ステーション譲渡を含む事業ポートフォリオの最適化を進める一方で、既存事業とのシナジーが期待できるM&Aについては引き続き検討する方針である。利益安定フェーズへの移行後には株主還元施策の検討も視野に入れている。

最終年度となる2029年3月期には、売上収益25,000百万円、営業利益2,000百万円、ストック利益2,500百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益1,200百万円を計画している。2025年3月期実績との比較では、営業利益は約10倍、ストック利益は約2.1倍、親会社の所有者に帰属する当期利益は約29倍となる計画であり、利益成長を重視している。

2. 重点戦略

(1) 事業の選択と集中

同社は「新入居者サポート」「宅配水販売」「ライフコンサルティング」を重点領域として位置付けている。コンタクトセンター、イベントブース、店舗販売という既存チャネルを活用しながら、市場内でNo.1ポジションを目指せる商材へ経営資源を集中投入する方針である。また、既存チャネルを活用した新市場創出やM&Aも成長戦略の一環として位置付けている。

(2) ストック利益の最大化

同社は一時金収益に依存した収益構造から脱却し、継続課金型収益の拡大を目指している。中期経営計画ではストック利益を2025年3月期の1,163百万円から2029年3月期には2,500百万円へ拡大する計画であり、構成比も引き上げる方針である。また、ストック商材については厳格な選定基準を設けている。永年ストック条件であること、解約率が低いこと、生産性高く獲得件数を伸ばせること、自社プロダクトとして高収益が見込めることなどを条件としており、収益安定性を重視した商品戦略を推進している。

株主還元策

成長投資を優先し企業価値向上を追求

同社は現在、配当を実施しておらず、2027年3月期も配当は予定していない。これは、企業価値の最大化こそが最大の株主還元と考えているからである。こうした観点から、成長投資を優先する方針を掲げており、当面は営業基盤の拡充、自社会員サービスへの投資、人材育成などに経営資源を重点配分する。

同社の事業モデルは、顧客接点を起点として継続的なストック利益を積み上げる構造であるため、新規顧客獲得やサービス開発に対する投資が将来の利益成長につながりやすい。現在はそうした成長機会が豊富に存在すると考えられることから、内部留保を活用した投資を優先している。また、中期経営計画では顧客接点数及び契約数の拡大、自社会員サービス比率の向上、ストック利益の増加などを重点課題としており、これらが計画どおり進展した場合には、将来的な利益水準やキャッシュ創出力の向上につながる可能性が高い。

弊社では、現時点における同社の株主還元方針について、配当による短期還元ではなく、成長投資による企業価値向上と位置付けていると考えている。今後は中期経営計画の進捗とともに、ストック利益の積み上がりやキャッシュ・フローの改善状況が株主還元政策の変化につながるかが注目される。

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