

2025 年 4 月 15 日

各 位

会 社 名 株式会社コレックホールディングス
代表者名 代 表 取 締 役 社 長 栗 林 憲 介
(コード番号：6578 東証スタンダード市場)
問合せ先 取締役副社長グループ C F O 西 崎 祐 喜
(T E L . 0 3 - 6 8 2 5 - 5 0 2 2)

2025年2月期 通期決算発表における質疑応答（要旨）について

株式会社コレックホールディングス（本社：東京都豊島区、代表取締役：栗林憲介、以下「当社」）は、2025年4月14日（月）に2025年2月期 通期決算発表を行いました。フェアディスクロージャーの観点に基づき、通期決算に関するご質問とそれに対する回答をまとめたものを公開します。ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っています。



【質疑応答内容】

＜エネルギーセグメントに関する内容＞

Q 1. 来期から利益率の向上とありますが、エネルギーセグメントはどの程度まで利益率を高めることができますでしょうか。合わせて現在の利益率も教えてください。

A. エネルギーセグメントの現在の E B I T D A マージンは約 6 %、営業利益率は約 5 %です。E B I T D A マージンは 10%まで引き上げられると考えています。今後、施工人員の増加によって施工能力が高まるため、利益率の向上は十分に目指せると考えております。現状、損益分岐点を超えた売上が十分出ているため、施工人員の内製化により変動費から固定費にコストを変化させ、稼働率を上げることで、マージンは上昇していくと見ています。

Q 2. エネルギーセグメントの売上見通しが横ばいなのはなぜでしょうか。また、今後どんな見通しでしょうか。

A. 売上見通しが横ばいである主な理由は、売上計上が工事完工によるためです。昨今、人員不足や施工会社の単価高騰などにより、工事がなかなか思うように進まない傾向があります。受注は多くいただいておりますが、施工能力の向上が課題となっています。自社でも施工人員を抱えており、稼働率を上げるよう対応しています。

が、今後は、施工人員の増強や外注業者の拡大によって、売上増加を目指す施策を進めております。

Q 3. 太陽光関係の施工能力について質問です。自社での施工と外注での施工どちらになるのでしょうか。また、利益を落とさずに施工出来る見込みでしょうか。受注残がありますが、昨今人材不足などでのコスト増により施工能力によっては利益率に影響があると思いますがいかがでしょうか。

A. 施工については、自社施工と他社施工の両方があります。まずは自社施工で対応し、対応できない分を外注でと考えています。自社施工は固定費であるため、稼働率を上げることで利益貢献を大きくできます。また、顧客ニーズに合わせて他社施工も活用し、納期に間に合わせることも考えています。人材不足によるコスト増は認識していますが、自社施工の人員数を拡張することで、固定費を拡大させ、市場のコスト増の影響を受けないように努めたいと考えています。現状、施工人員は全く足りておらず、まだまだ拡大が必要だと考えており、M&Aも視野に入れています。太陽光だけでなく、リフォームなど他の施工もできる体制を構築し、幅広い商材で稼働率を高め、固定費増加のリスクを軽減する商品設計、営業設計を進めており、リスクなく利益率アップができると考えています。

Q 4. 受注残が売上になるのに大体どのくらいの期間がかかるのでしょうか。

A. 案件によって大きく異なりますが、平均すると3～4ヶ月程度で消化できることが多いと考えています。工事完了には、協力業者の手配や日程調整が必要なため、早くともそのくらいの期間を要します。現在、12億円の受注残を今期中に解消できるよう、外注業者との連携強化や自社施工人員の増強に取り組んでおり、早期の工事完了、売上計上、利益計上を目指しています。

Q 5. エネルギーセグメントの受注や施工に対する季節性がありますでしょうか。

A. 受注に関しては、若干ながら季節性があり、夏の方が受注において高い傾向があります。夏は日照時間が長く、エネルギー効率に対する関心が高まるためと考えられます。そのため、夏にかけて受注残が積み上がっていくイメージです。施工に関しては、季節性はありません。一年を通じて施工可能です。ただし、雨の場合は安全上の理由から施工できないため、天候には左右されます。台風の時期などで雨が続く場合は、工事ができない可能性も考えられます。

<アウトソーシングセグメントに関する内容>

Q 6. 今期業績見通しについて。アウトソーシングセグメントが4Qに向けて伸びていく計画になっていますが、営業の社内体制は既にできているのでしょうか。

A. 社内体制は当社の強みの一つです。NHK契約収納代行業務時代から個人向けの大規模組織営業に定評があり、最大で1,000名規模の組織運営をしていた実績があります。個人向け営業の再現性においては非常に長けており、現在商材は変わりましたが、そのノウハウは今も活かしています。組織マネジメントや営業プロセスの因数分解にも長けており、日々改善に取り組んでいます。このようなPDCAを回すノウハウが現場レベル

で浸透しているため、新入社員であっても比較的早いタイミングで戦力となり、数字に貢献できるという強みがあります。

<メディアプラットフォームセグメントに関する内容>

Q 7. メディア事業が減収減益とのことで、これは今後の強化のための期間（構造改革）と捉えていいのでしょうか。Webとリアルとの融合という点から考えると土台になると思いますが、AIにより市場への影響が大きいと考えられます。エネルギーは伸びるが社会状況の影響からどこまで続くか分からないこと、アウトソーシングはコツコツ積み上げる必要があることを考えると、貴社ならではの強みを磨く観点からはこちらが重要だと考えるため質問です。

A. 当社のビジネスモデルにおいてメディアプラットフォーム事業は必要不可欠であり、非常に重要な事業と認識しています。構造改革は常に実施しており、不採算メディアのテコ入れや撤退も検討しながら、収益化の向上に取り組んでいます。今後は、AIの影響もありますが、成長性よりも収益性を重視し、AIによる効率化も活用しながら、利益率と利益額の絶対値を上げていくことを考えています。また、将来的な社会インフラの構築という大きな構想においても、メディアプラットフォーム事業は非常に重要な役割を担います。現在、社内向けの集客支援や外部向けのコンサルティング機能も強化しており、Webとリアルの融合を進めています。社会インフラ構築のための基礎となる重要な事業であるにご理解いただければ幸いです。

Q 8. 「GMOアプリ外課金の提供を開始」について、メリット、デメリットを教えてください。

A. アプリ外課金についてですが、これまでゲーム会社はAppleやGoogleを通じてアプリ内で利用できる有料商品を提供していましたが、その図式が変わるという点が大きな話です。経済的には、ゲーム会社がこれまで約30%の手数料を支払っていたのに対し、アプリ外課金の仕組みを導入すると手数料が約5%程度に減するという、業界的に大きな革新が起きました。当社にとってのメリットとしては、大きく二つあります。一つ目は、ゲーム会社の負担が軽減されることで、ゲーム市場全体の拡大が期待できることです。これにより、当社のメディアプラットフォームセグメントに属する「アルテマ」のゲーム記事数が増加し、最終的には当社の収益増加につながる可能性があります。

二つ目は、当社とGMO TECH社が連携することで、アプリ内で商品やアイテムが購入された場合、その手数料の一部が当社にも入る仕組みになっていることです。これにより、継続的にゲームやアプリを利用する顧客がいれば、継続的に当社の収益になります。

<会社全体に関する内容>

Q 9. スタンダード維持基準に流通時価総額が足りてないと思いますが、維持基準を満たすためには、株価をどの程度まで上げる必要がありますか。

A. 足元、トランプ相場で影響を受けた時期もありましたが、回復基調にあります。最低限満たす必要がある

水準としては、株価 400 円手前と認識しています。そのため、400 円を一つのハードルとして考えており、現在その基準は、視野に入ってきている状況ですので、今年度中に流通時価総額の要件を満たしていきたいと考えています。

Q10. 流通時価総額を満たすために何か施策を考えているのでしょうか。

A. 相場のことなので絶対ではありませんが、まずは足元の利益をしっかりと出し、投資家のみなさまに信頼される会社になることが一番重要だと考えています。そのため、今後も引き続き、業績達成と成長戦略の実行をしっかりと行っていきます。もし今後状況が変化した場合は、何らかの対策を講じる可能性はありますが、現時点では特に決まったものはありません。まずは業績を上げ、しっかりビジネスを作っていくことに注力していきます。

Q11. 機関投資家との面談は増加傾向でしょうか。

A. ありがたいことに機関投資家からの面談依頼は増えてきています。業績が伸び、株価も堅調に推移していることから、ご要望が多くなってきています。また、個人投資家様からの問い合わせも増えており、社会からの注目度が高まっていることを実感しています。

Q12. M&Aはどのセグメントを中心に考えていますか。

A. 最も注力しているのはエネルギーセグメントの施工関連です。受注から工事完了までを結びつけることが非常に重要だと考えており、完工数増加のためには施工人員の確保が不可欠です。そのため、この分野の拡大を進めていきたいと考えています。

Q13. A I については、どのように捉えていらっしゃるでしょうか。①自社市場への影響②自社内部での活用③貴社にとって総合的にプラスとマイナスどちらの影響が大きいのか、可能な範囲でよろしくをお願いします。

A. ①自社市場への影響は、メディアプラットフォーム事業、特にSEOメディアにおいては、A I の台頭により大きな変化が起きており、ピンチでもありチャンスであると見ています。既存のSEOメディアという観点では、検索結果の上位にA I による要約が表示されるため、収益的にはマイナスに働く可能性があると考えています。一方、A I の台頭は、この後お話しする自社にとってのメリットも大きいと考えています。

②自社内部での活用では、A I によって業務改善が進むと考えており、メディアのデザイン、グラフィック、記事のライティングなどの効率化を図り、コスト削減に大きく貢献できると期待しています。また、A I はまだ発展途上の分野であるため、当社が主導権を握れる分野もあると考えており、新たな収益源を生み出すチャンスと捉えています。加えて、社内でのA I 活用についても積極的に進めており、メディア事業だけでなく、アウトソーシング、エネルギー、バックオフィスなど全ての業務において活用できると考えています。

③総合的な影響に関しては、トータル的に見ると、当社としてはプラスの影響が大きいと考えています。業務改善によるコスト削減、利益への貢献につながりつつあり、今後新たな収益源を見つける可能性にも期待しています。

Q14. D e e p S e e kの登場でA Iがより廉価に活用できる事で導入企業が増えることが予測されます。貴社にもテック関連を得意とする社員の方が一定数在籍されていると思いますがこの巨大市場での新たな開拓をされるプランはお持ちでしょうか。

A. 当社にはテックに強い人材が多数おり、日々、A Iについて研究しています。様々なA Iサービスが登場していますが、当社はA Iを開発するよりも、A Iを活用して新たなサービスを展開することを基本に考えています。A Iを活用することで、新たなサービスや業務改善に繋げていくことを目指しております。

Q15. 社内で進めている業務プロセス改革では、独自開発のシステム「e v i c k」を活用した管理業務のデジタル化が紹介されています。このツールの導入により、どのような効果（時間短縮、人員削減、効率化など）が出てきていますか。

A. 「e v i c k」は、予審、契約、稟議などを一元管理できる独自の社内システムです。これにより、これまで個別管理していた契約や与信を一元的に管理できるため、契約書の所在確認が容易になったり、同じ顧客との取引状況を部署間で共有しやすくなったりしました。与信管理も一元化され、バックオフィス業務の効率化とコスト削減に繋がっていると考えています。

以上