株式会社リログループ

2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会

2025 年 11 月 13 日

イベント概要

[企業名]	株式会社リログループ
[企業 ID]	8876
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2026 年度　第 2 四半期
[日程]	2025 年 11 月 13 日
[ページ数]	37
[時間]	18:00 – 18:52 （合計：52 分、登壇：21 分、質疑応答：31 分）
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	40
[登壇者]	2 名 取締役 CFO 兼 CIO　門田　康　（以下、門田） 取締役 COO　河野　豪　（以下、河野）

[アナリスト名]*	大和証券	関根　哲
	SMBC 日興証券	織田　浩史

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読されたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

登壇

安田：それでは定刻となりましたので、ただいまより株式会社リログループ、2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会を開催いたします。本日はお忙しい中ご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

早速ですが、私どもの出席者をご紹介いたします。まず、取締役 CFO 兼 CIO の門田でございます。

門田：よろしくお願いいたします。

安田：続きまして、取締役 COO の河野でございます。

河野：よろしくお願いいたします。

安田：司会は私、安田と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

さて、本日の資料についてご案内いたします。弊社ホームページ IR ライブラリ決算説明会資料の中に 2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会資料を掲載しておりますので、どうぞご参照ください。

本日の決算説明会ですが、門田より 2026 年 3 月期第 2 四半期決算についてご説明いたします。説明の後には質疑応答の時間を設けております。門田と河野からご回答いたしますので、ご質問がございましたら、その際にご発言いただきますよう、よろしくお願いいたします。なお本説明会は最大 60 分間を予定しております。ご質問を多くいただいた場合、時間内に全ての質問にお答えできないことがございますので、あらかじめご了承ください。本日ご質問をお受けできなかった場合は個別に承りますので、IR 担当者までお問い合わせください。

それでは、門田よりご説明いたします。

門田：それでは改めまして、よろしくお願いいたします。

2026 年 3 月期第 2 四半期の業績について、ご説明させていただきます。

連結業績概要

RELO GROUP

（百万円）

	24/9期 実績	25/9期 実績	前年同期比
売上収益	70,073	**72,929**	+4.1%
営業利益	15,664	**14,852**	▲5.2%
税引前利益	37,899	**14,918**	▲60.6%
当期利益	32,972	**10,166**	▲69.2%

- 売上収益は、ストックビジネスの堅調な成長により前年同期比+4.1%の増収
- 営業利益は、前年同期比▲5.2%の減益（アウトソーシング事業では増益を確保）

【要因】①賃貸管理事業のアセット売却計上時期のズレおよび観光事業の上期アセット売却益差額の発生等（下期にも1件計画）
②新中期経営計画のスタートにあたり様々な先行投資を実施

- 前期第2四半期の税引前利益、当期利益には、日本ハウズイング株式会社の株式売却益と為替換算調整益を計222億円計上

Copyright © 2025 Relo Group Inc. All rights reserved 1

連結ベースでは、売上収益 729 億 2,900 万円、営業利益 148 億 5,200 万円、税引前利益で 149 億 1,800 万円、当期利益が 101 億 6,600 万円となりまして増収減益ということではありますが、営業利益で言いますと、第 1 四半期が前期比マイナス 9%であったのに対しまして、第 2 四半期累計ではマイナス 5%に改善し、今期計画の達成に向けて、ほぼ予定通り進捗しております。

売上の方は、堅調なストックの伸びを反映して増収となり、BtoB ビジネスのアウトソーシング事業を中心に増収を確保しております。

一方、利益の方を見ますと、BtoC 事業で賃貸管理事業のアセット売却時期が前期よりも後ずれしていること。そして、観光事業のアセットにつきまして、前期は上期 1 件の売却だったのに対しまして、今期は上期 1 件、下期 1 件という売却を予定しておりますが、上期分だけで比べますと、売却益が前年同期より低かったこと。また加えまして、今期、新中計のスタートに当たりまして、様々な先行投資を実施していることなどから、連結ベースでの営業利益は減益となっております。

連結業績概要　(日本ハウズイング株式会社の株式売却益等を除外)

RELO GROUP

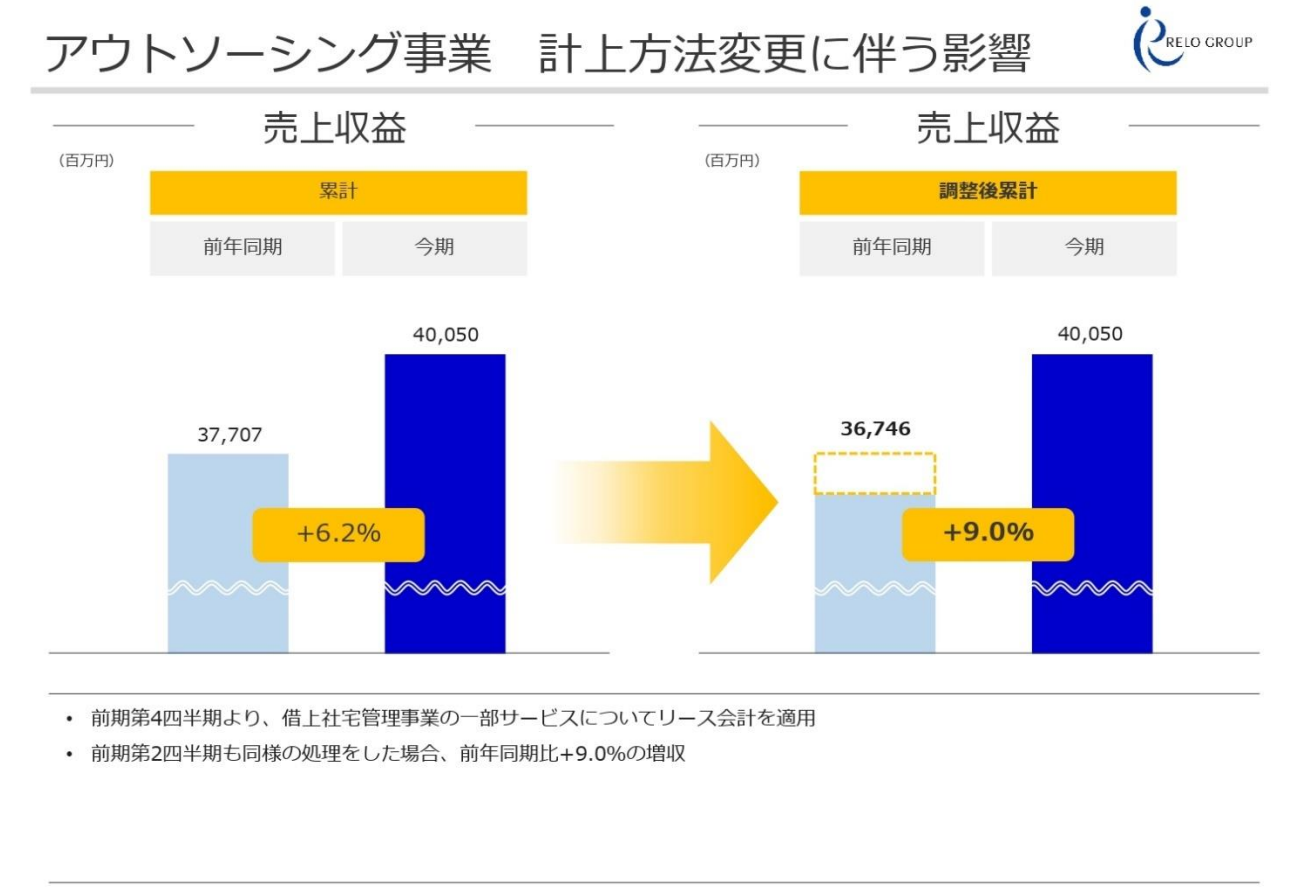
(百万円)

	24/9期 実績	25/9期 実績	前年同期比
売上収益	70,073	**72,929**	+4.1%
営業利益	15,664	**14,852**	▲5.2%
税引前利益	15,680	**14,918**	▲4.9%
当期利益	10,754	**10,166**	▲5.5%

- 日本ハウズイング株式会社の株式売却益と為替換算調整益を除くと、税引前利益は前年同期比▲7.6億円、▲4.9%の減益

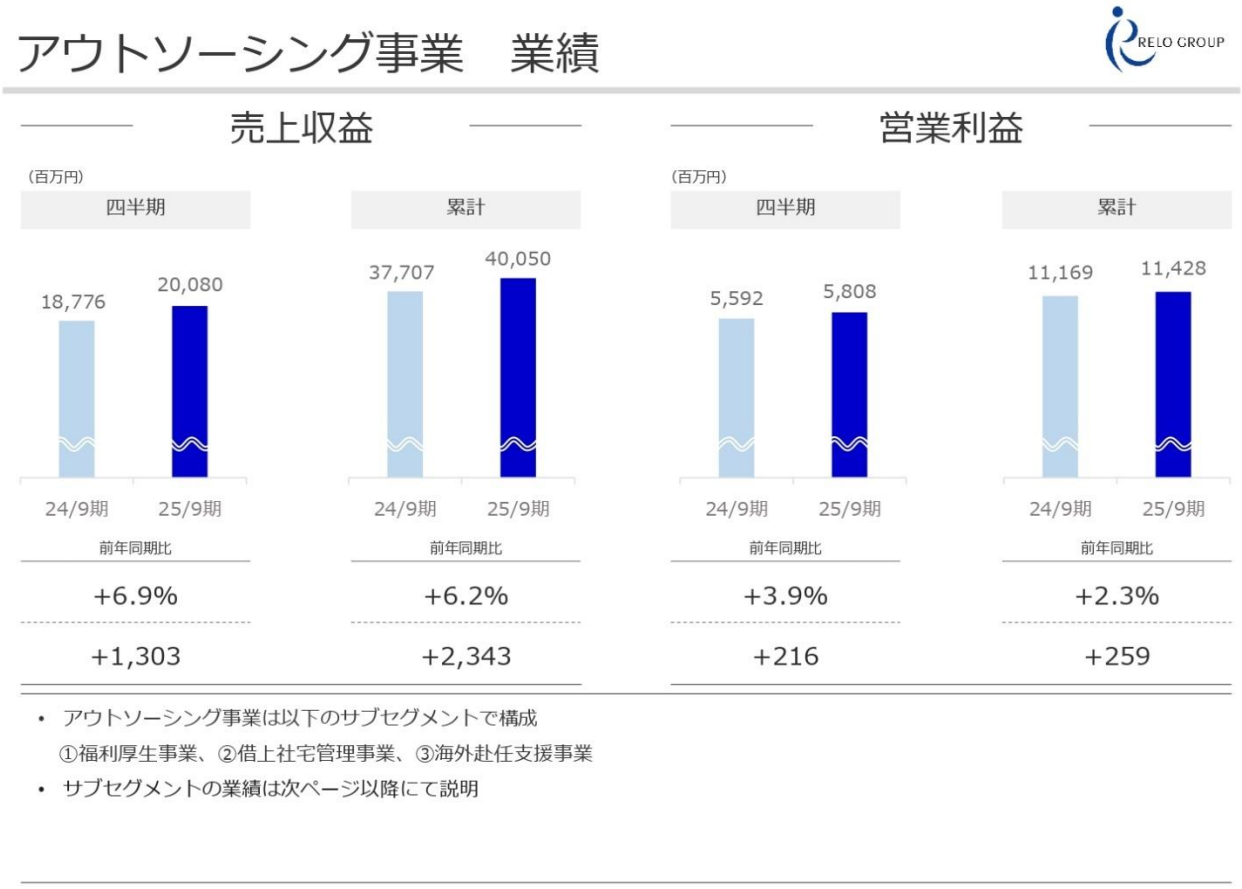
Copyright © 2025 Relo Group Inc. All rights reserved 2

また、税引前利益以下に関しましては、前期、日本ハウズイングとの資本提携解消に伴う持分法の投資関連利益で 192 億円、SIRVA-BGRS の優先株式並びにその関連債権の放棄に伴う為替換算調整勘定の戻り益 30 億円という特殊な事象がございましたので、それらの一過性の影響を受けております。



それではここからセグメントごとに業績をご説明していきたいと思います。

まずはアウトソーシング事業ですが、売上収益は前年同期比 6.2%増の 400 億 5,000 万円となりました。これは社宅関連の一部の取引につきまして、前期の第 4 四半期よりリース会計を導入した影響がございました。実質的には 9%の増収となっております。



また、営業利益は 2.3%増の 114 億 2,800 万円となりました。こちらの伸びも第 1 四半期が 0.8%増であったのに対し、通期計画ラインに近づきつつあります。

このセグメントは、今期より事業セグメントの構成を一部変更しておりまして、一つ目には福利厚生事業、二つ目に借上住宅管理事業、そして三つ目に海外赴任支援事業という三つの要素で構成されておりますので、それぞれご説明してまいります。

アウトソーシング事業
福利厚生事業　業績

- 売上収益は、ストック収益が好調に推移し前年同期比+11.1%の増収（会費収入は前年同期比+9.0%と増収）

【特殊要因】

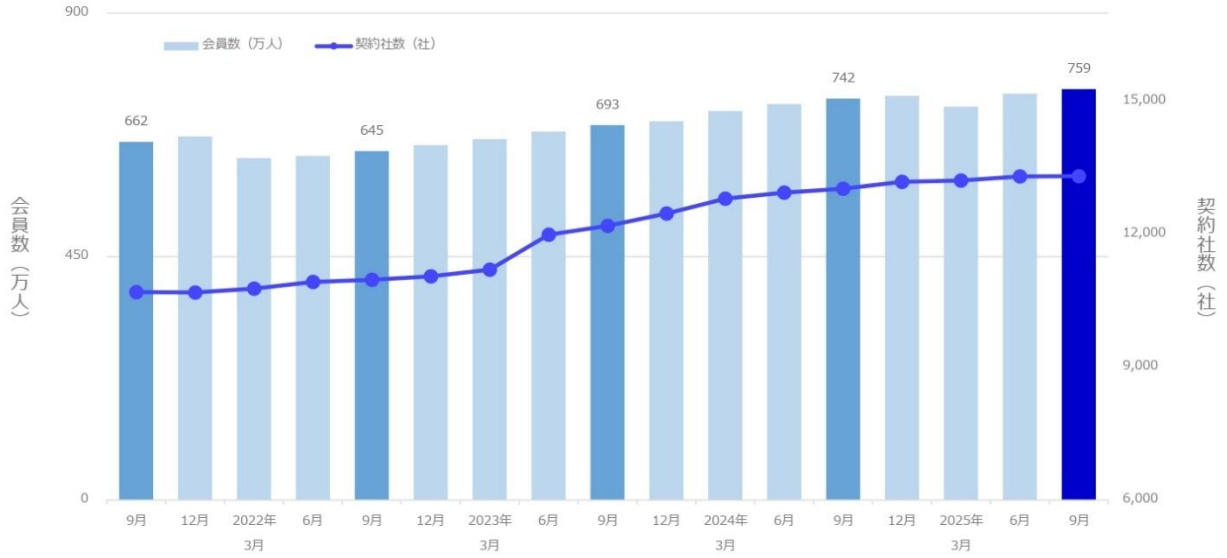
中期経営計画「第四次オリンピック作戦」成功に向け、商品開発や販売力強化のための先行投資を実施

営業利益は、特殊要因を除いた場合、前年同期比+9.0%の増益

Copyright © 2025 Relo Group Inc. All rights reserved 5

まず福利厚生事業についてですが、売上収益は前年同期比 11.1%増の 148 億 6,800 万円、営業利益は 3.8%増の 61 億 8,200 万円となりました。利益成長が売上の伸びよりも低くなっておりますが、中計の成功に向けた商品開発や、販売力強化のための先行投資、具体的にはコールセンター機能の強化ですとか、アプリ開発、データセンターの再構築などになりますけれども、これらを積極的に実施しているため、これらの費用 3.4 億円を除きますと、前年同期比 9%の増益となっております。

アウトソーシング事業
福利厚生事業　KPI



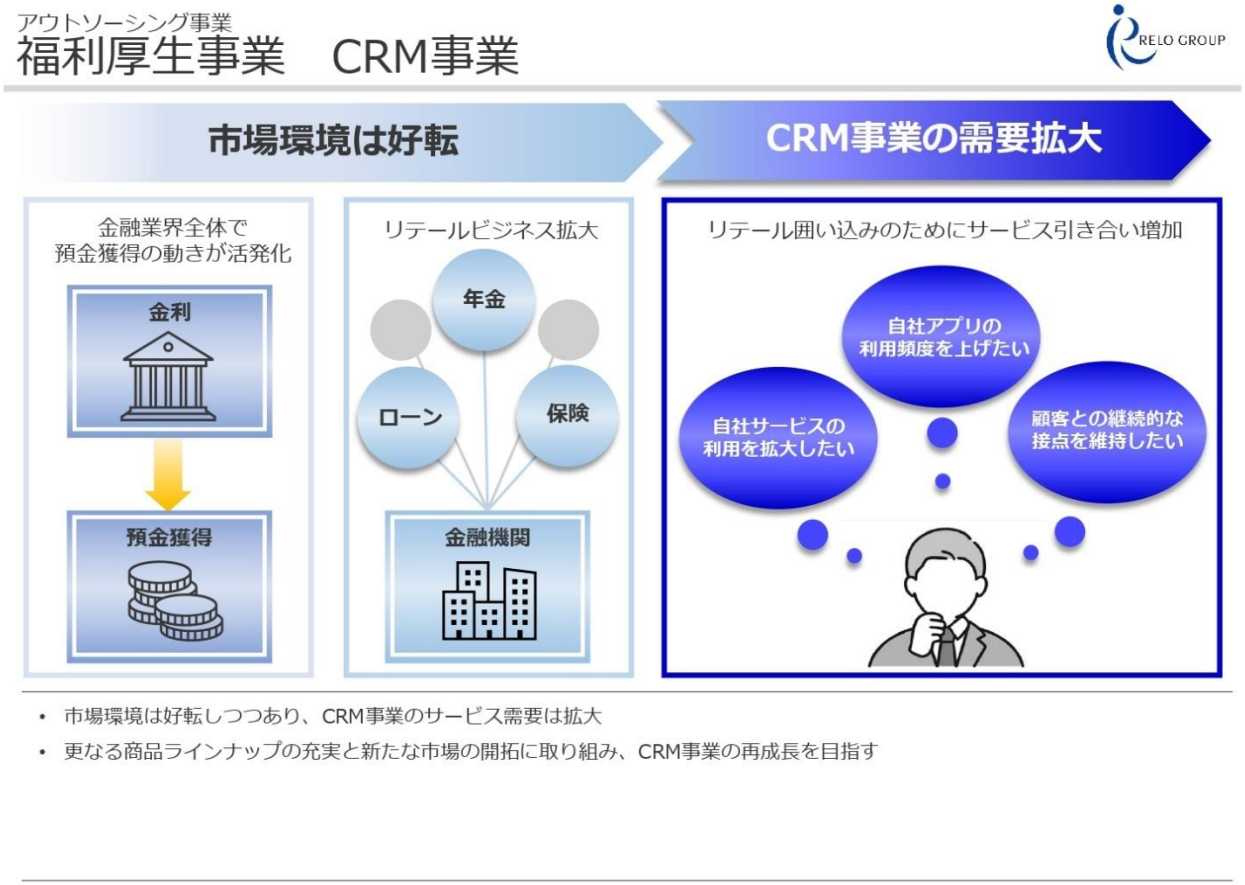
- 福利厚生の導入ニーズが拡大していることに加え、積極的な営業活動により新規会員獲得数は順調に推移
- 会員数は759万人。特殊要因除く前年同期比は+52万人、+7%の増加

【特殊要因】
前期第4四半期に会員数35万人の解約が発生。低単価のライトプランであるため、売上・利益への影響はほぼ無し

Copyright © 2025 Relo Group Inc. All rights reserved 6

市場環境としましては、採用の強化や人材定着に関する企業ニーズが拡大し、かつ企業の健康経営への関心が高まっていることなどもありまして、福利厚生関連サービスへの導入意欲は高い水準で推移しております。

そうした中、競合との営業競争は次第に激しさを増しておりますけれど、中小企業、地方企業市場での強さを中心に新規会員の獲得は順調に推移しております。福利厚生事業の会員数はトータル759 万人となっておりますが、以前にもご説明しました通り、前期の第 4 四半期に単価が低いライトプラン 35 万人の解約がございました。この特殊要因を除きますと、実質的には前年同期比でプラス 52 万人、7%の純増となっております。結果として、ストック基盤となる会費収入の方も前年同期比 9%増と順調に拡大しております。

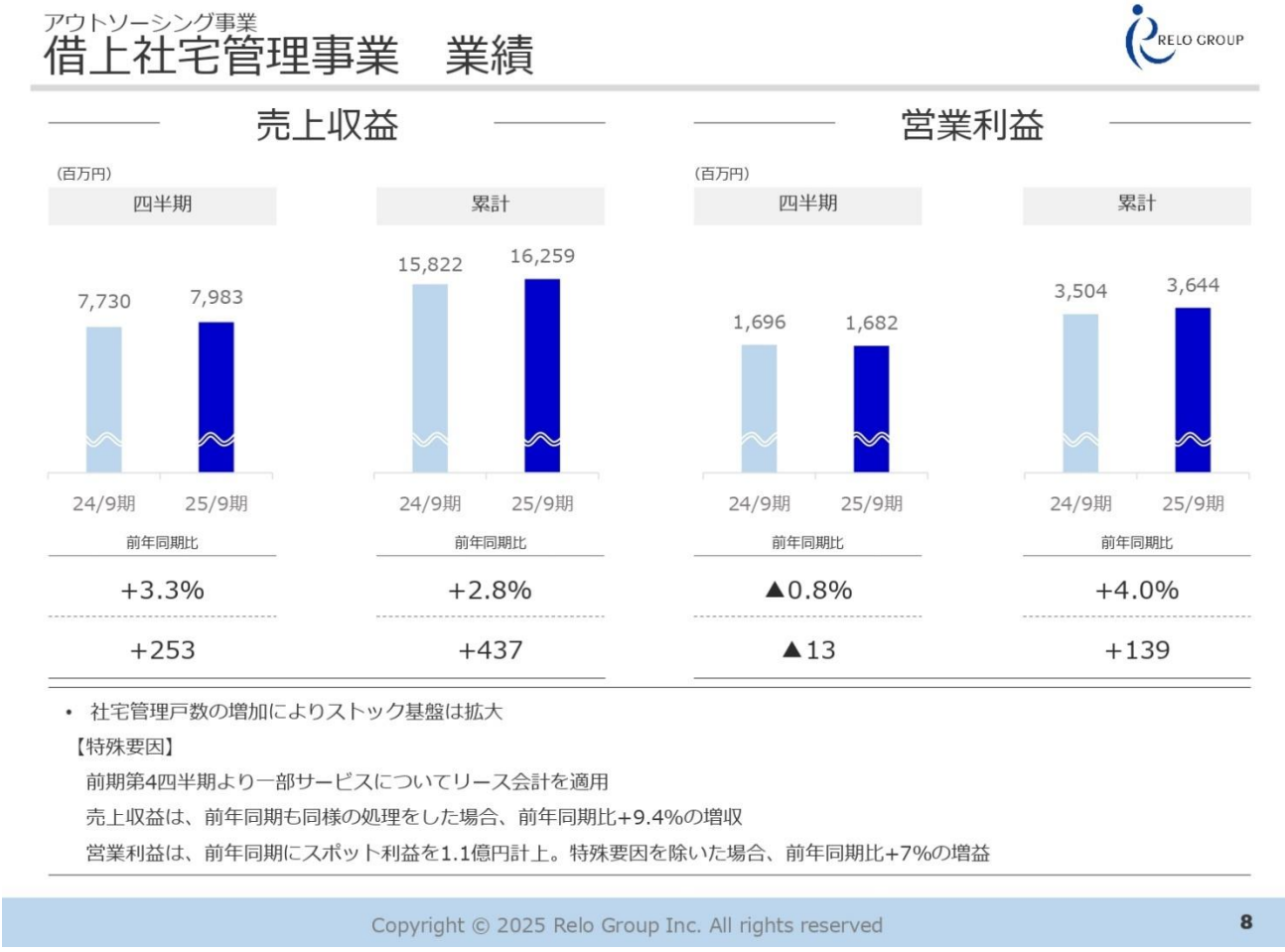


また最近の傾向ですが、福利厚生倶楽部にポイントギフトを付ける「Club Gift」というサービスの導入が増加しております。この「Club Gift」ですが、会員企業の従業員の方にポイントを付与し、そのポイントをデジタルギフトや景品と交換できるサービスです。エンゲージメント向上に大きく貢献しているということで、地域企業様には大変好評をいただいております。

反面、このポイントが一部補填費用として原価で計上されることから、原価が先行して増加する傾向にございます。ただ、こうした費用も一種の先行投資です。会員の方々の利用拡大に応じて、利用関連収入が積み上がる収益モデルを拡充していっておりますので、中計期間の中で当該事業における成長の大きな要素となっていく見通しです。

また、顧客企業のマーケティング分野を支援する CRM 事業におきましては、顧客企業の販促費が予算化され始めてまいりました。前期の上期がマイナス成長だったのに対し、反転成長を始めております。例えば、ゼロ金利が終了したということで、金融業界全体で預金獲得の動きが活発化しておりますけれども、それに伴い、リテール顧客の囲い込みのために当社サービスを活用されるケー

スなども増加しております。こうした環境変化を的確にとらえ、今後も更なる商品ラインナップの拡充や、新たな市場開拓を進めることで、CRM 事業の再成長を実現してまいります。

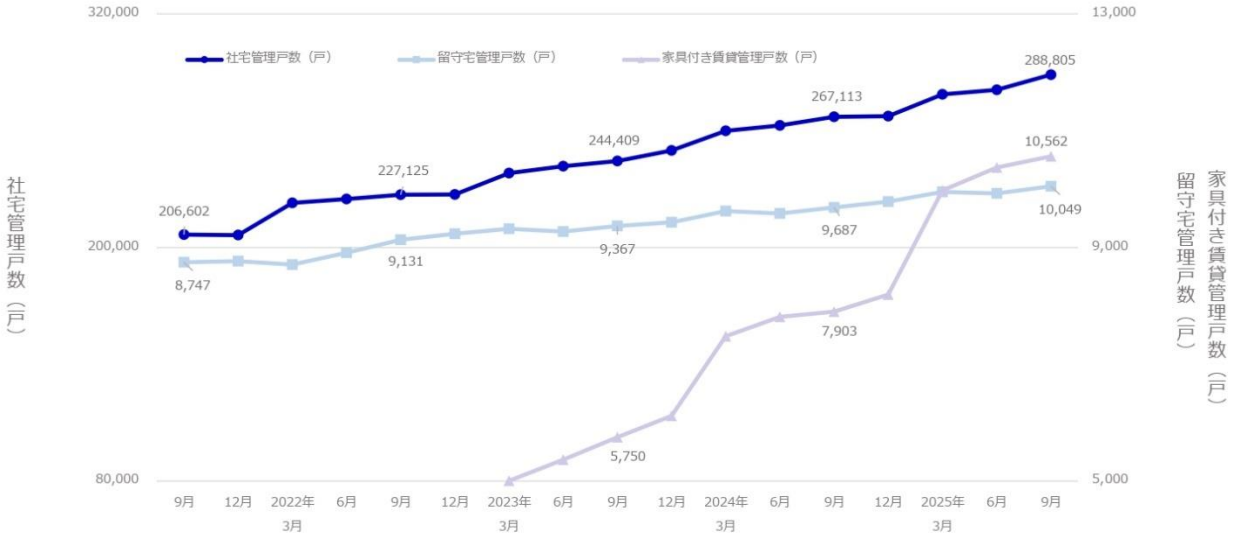


続きまして、借上社宅管理事業です。

売上収益は、前年同期比 2.8%増の 162 億 5,900 万、営業利益は、4%増の 36 億 4,400 万円となりました。先ほども申し上げましたけれども、前期の第 4 四半期より、一部サービスについて、リース会計を適用したため、売上の伸びがややいびつに表現されております。前期の上期にも同様のリース会計を適用した場合、売上収益は前年同期比 9.4%の増収となっております。

一方、営業利益につきましては、この事業におきましても、中計の成功に向け、人材やマーケティング体制の構築などを中心とした積極的な投資を進めていること、前期の第 2 四半期に当該分野でスポットの利益 1.1 億円を計上したことなどがございまして、売上の伸びよりも低い成長率になっております。このスポット利益を除きますと、7%の増益となっております。

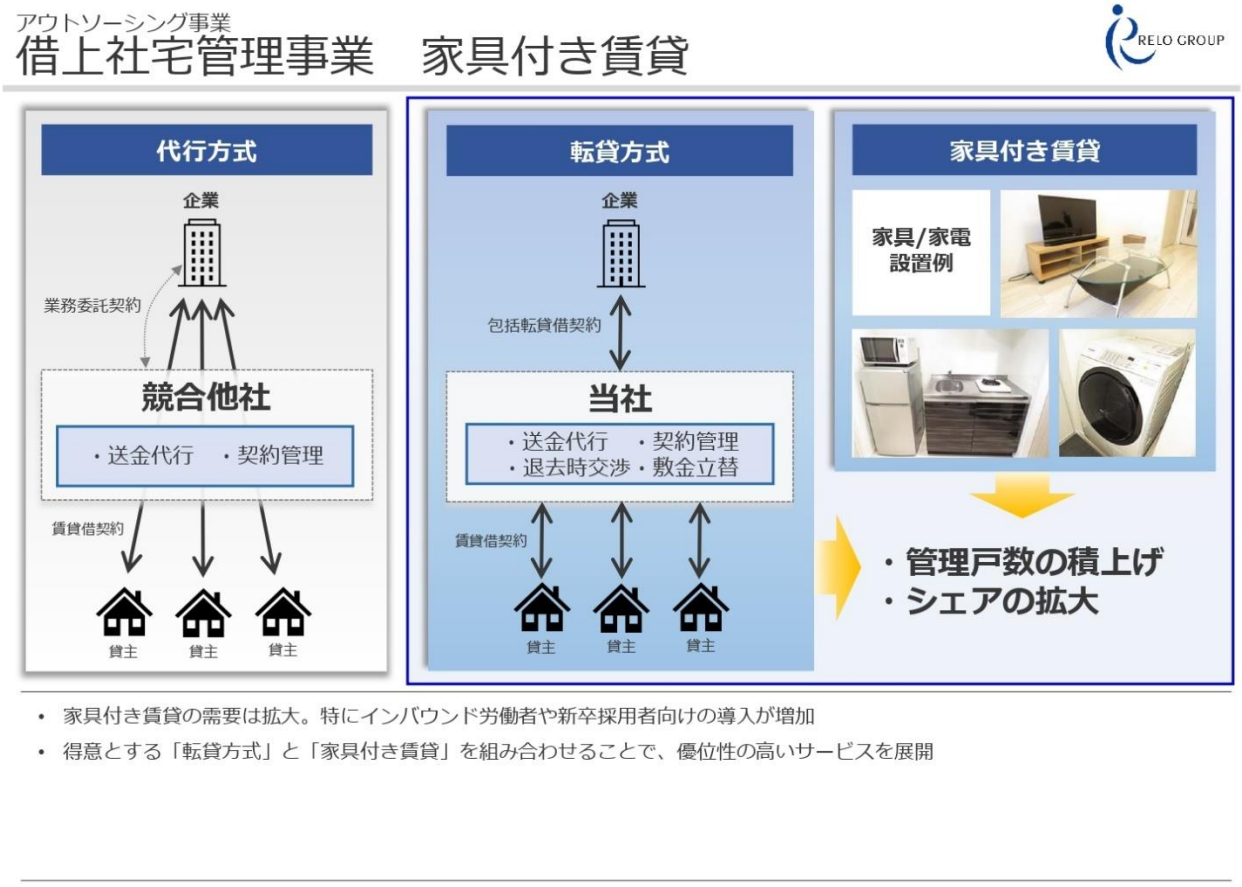
アウトソーシング事業
借上社宅管理事業　KPI



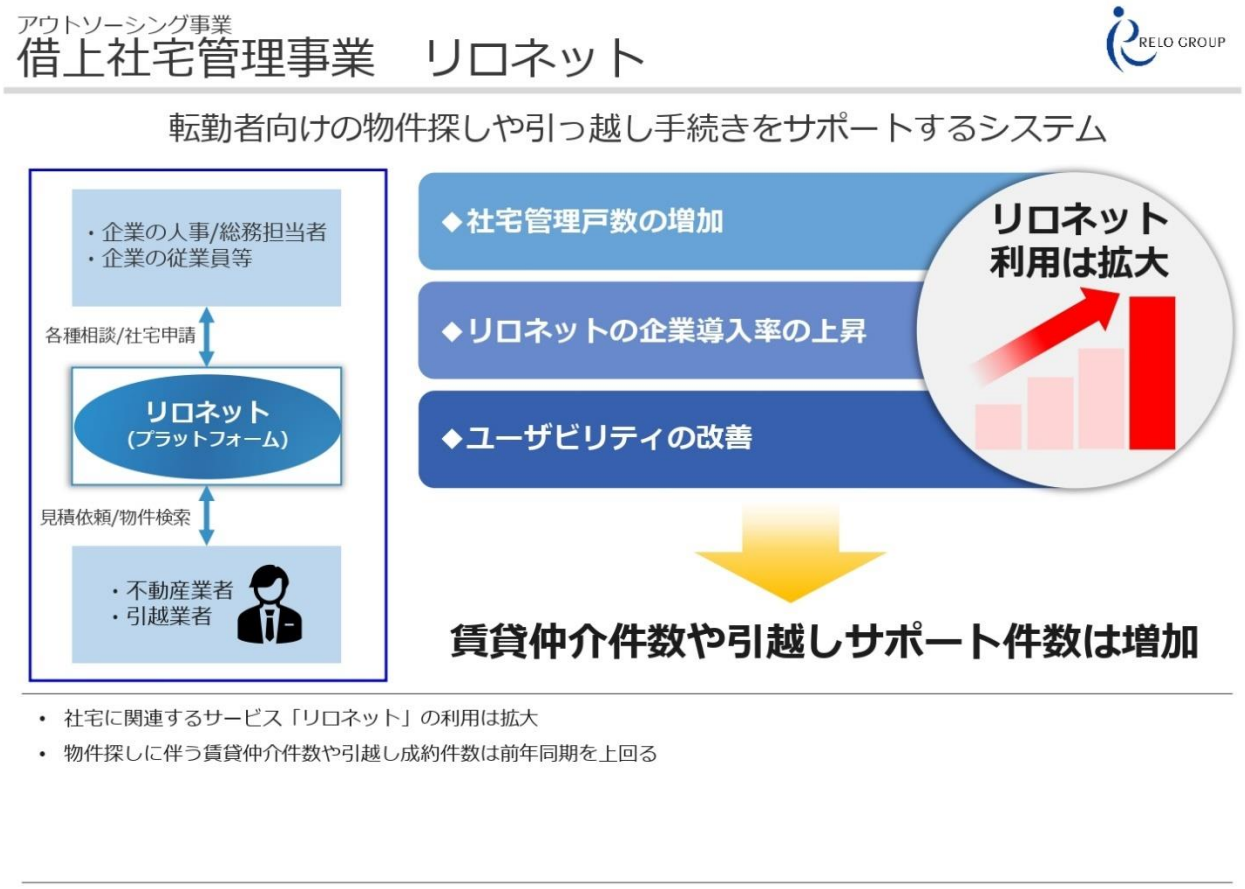
- 社宅管理戸数　288,805戸（前年同期比+21,692戸、+8.1%）
- 家具付き賃貸管理戸数　10,562戸（前年同期比+2,659戸、+33.6%）
- 留守宅管理戸数　10,049戸（前年同期比+362戸、+3.7%）

Copyright © 2025 Relo Group Inc. All rights reserved 9

ベースの収益を作っております管理戸数ですが、借上社宅の方は前年同期比プラス 2 万 1,692 戸、8.1%増の 28 万 8,805 戸。留守宅管理の方も、3.7%増の 10,049 戸と、着実に増加し、この領域での第一人者としての地位を固めつつあります。家具付き賃貸の方も、前年同期比プラスの 2,659 戸、33.6%増の 10,562 戸と、順調に伸長しております。



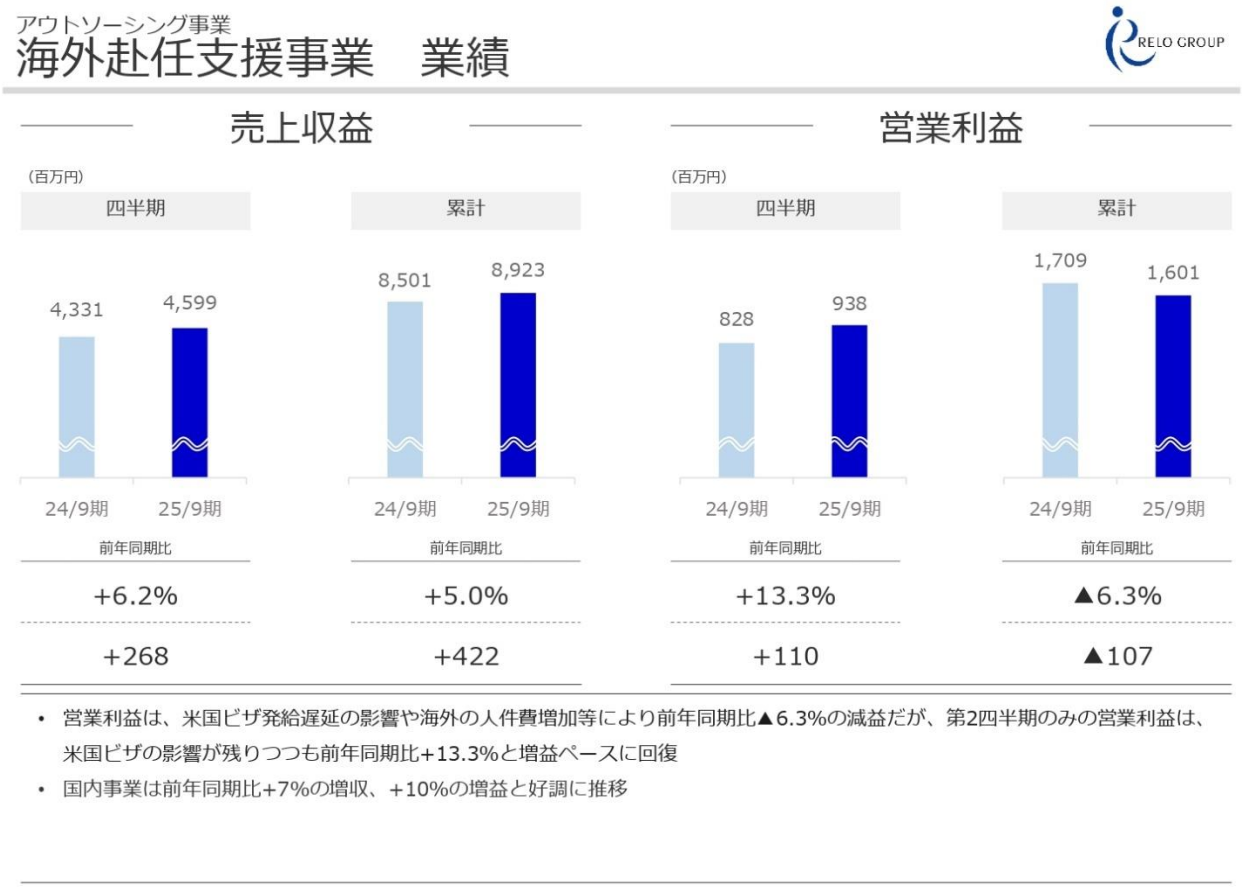
当社が得意とする転貸方式の社宅管理と「家具付き賃貸」を組み合わせた「家具付き社宅」。こういうサービスも反響がよく、他社に比べて当社の優位性が非常に高いと考えております。特に新入社員の市場やインバウンド社員の市場の引き合いが強いということもありまして、そうしたマーケットに対し優先的に営業を進めております。



また、社宅管理に関連するサービスとして、転勤者向けの物件探しや引っ越し手続きをサポートする仕組みである「リロネット」という仕組みがございまして、この利用が拡大しておりますけれども、これはあらかじめ加盟を募った全国数百社の大手管理会社の提供する物件情報を、当社が社宅管理を請け負う企業の転勤者の方々に紹介するシステムであります。転勤する社員の方々にとって、会社の規定にあった物件を探すというのは大変ですけれども、このシステムを活用することで、そうした物件を簡単に見つけることができますし、引っ越しを含めた各種手続きもスムーズに進めることができます。

また人事部の方でも、社員の転勤が予定通り進捗しているのかどうか、管理が容易になるというシステムです。

当社の管理している社宅戸数が伸びていることに加えまして、ユーザビリティも改善していることから、このシステムの利用率は年々向上しており、物件探しに伴う賃貸仲介や引っ越しサポートもそれに比例して増加しております。この利用率も、中計期間中に伸長させ、当該事業の成長に貢献させる計画であります。



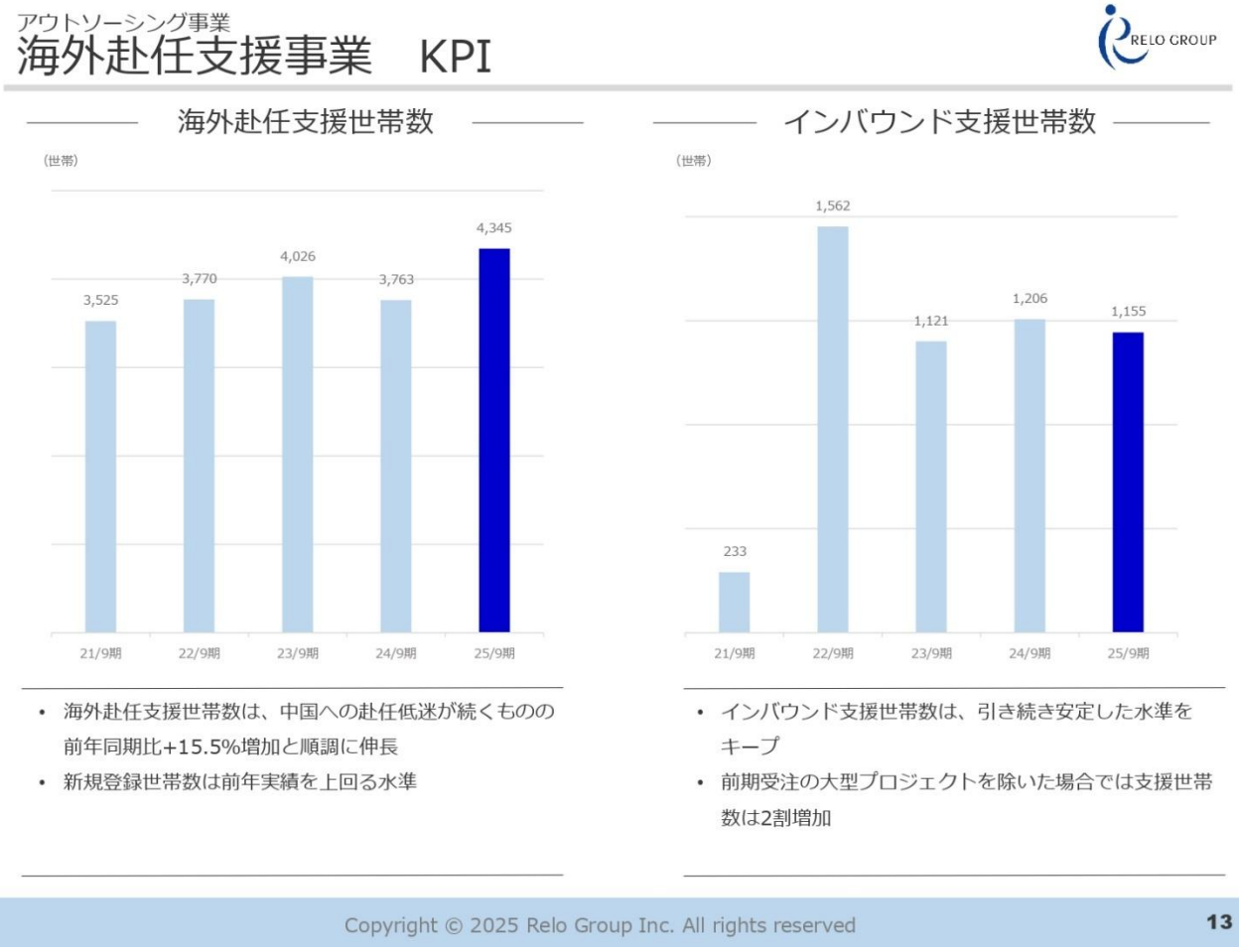
それでは次に、海外赴任支援事業にまいります。

売上収益は、前年同期比 5%増の 89 億 2,300 万円、営業利益は、6.3%減の 16 億 100 万円と、増収減益となっております。国内を中心に事業展開する海外赴任支援は、前年同期比 7%の増収、10%の増益と好調に推移しているほか、北米の Relo Redac で大型の売買仲介案件が複数件成約するなど、好材料がありました。第 2 四半期のみでは営業利益でプラス 1.1 億円、13.3%の増益となり、第 1 四半期のマイナスはまだ打ち消せていないものの、予定通り、増益ペースに回復しております。

ただ、第 1 四半期でも報告しましたトランプ政権の政策影響による米国ビザの発給遅延がまだ続いております。審査基準の厳格化やビザ発給に関わる人員の削減などが発生した結果、これは次第に改善するとは予想してはおりますけれども、今のところ、ビザ発給までの期間が従来より 2〜3 カ月遅延しております。

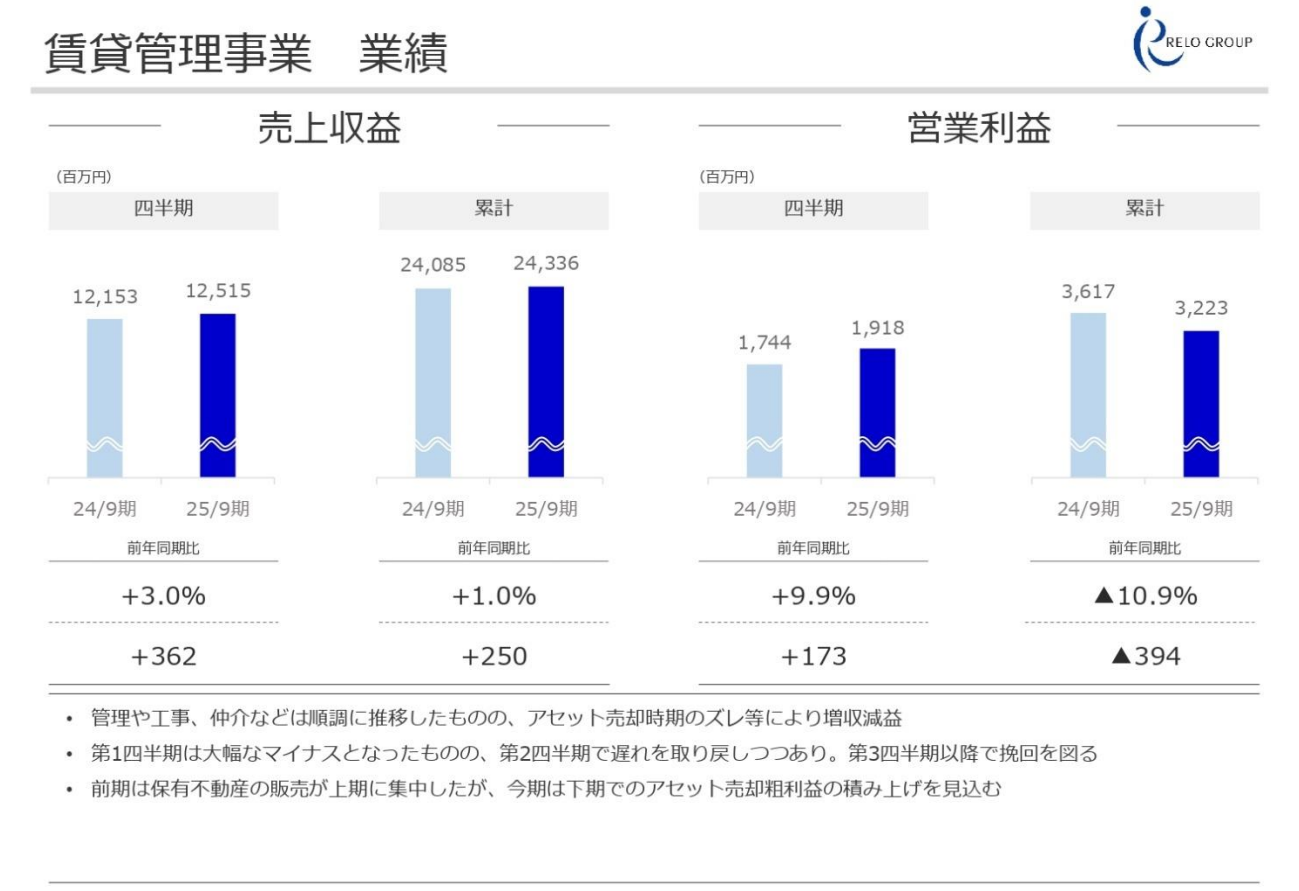
一方、当社にとって良いこととしましては、ビザの審査プロセスが複雑化したことにより、各種コンサルやケースマネジメント、追加資料の作成など、専門性の高いサービスに対する需要が拡大し

ております。人材不足にそのような影響も加わり、従来は当社の顧客層になかなか入ってこなかった大手企業からのアウトソーシングが始まるきっかけになっています。



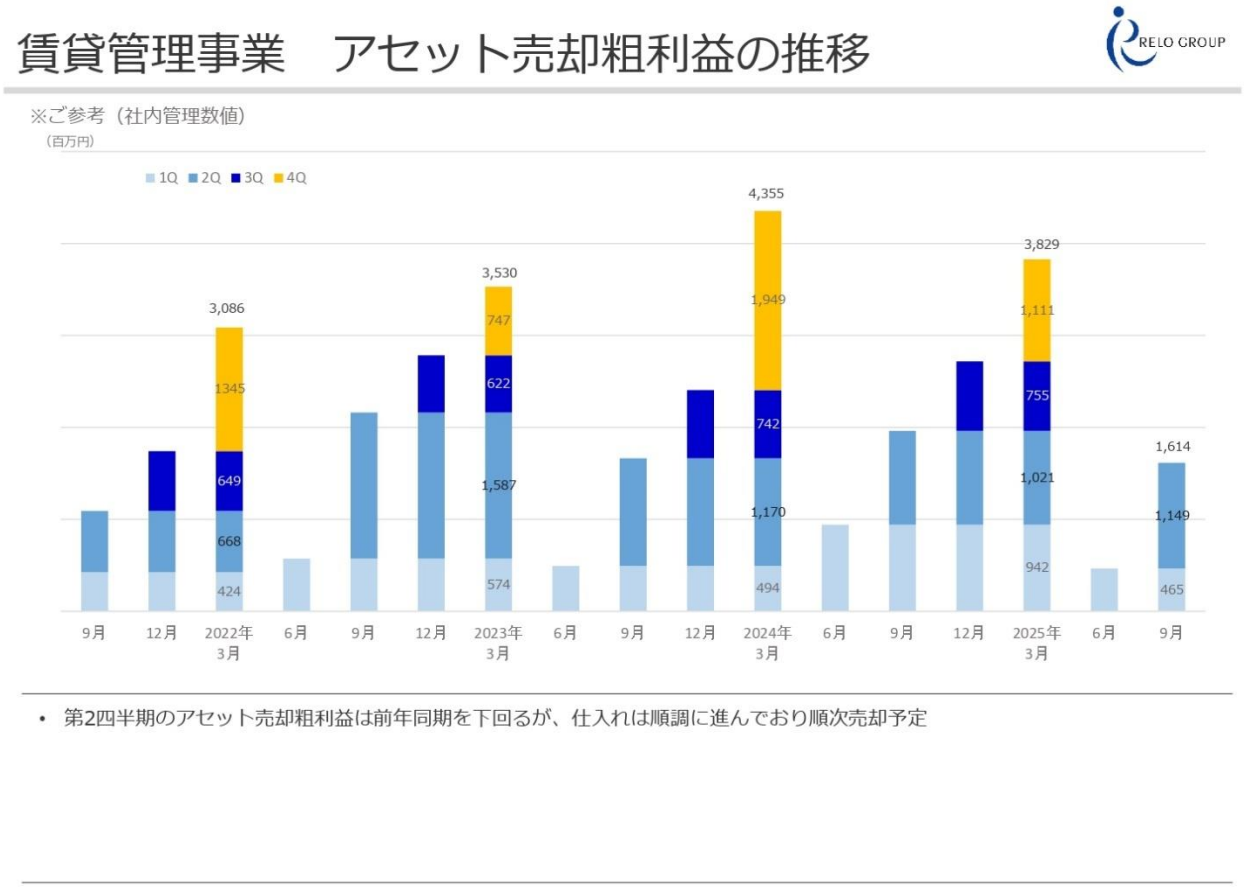
海外赴任支援世帯数についてですが、前年同期比 15.5%増の 4,345 世帯と順調に伸長しております。北米に次いで赴任者の多かった中国への赴任は、引き続き低調になっておりますが、北米や欧州、東南アジア等への赴任数はコロナ禍前の水準もしくはそれ以上に回復してまいりました。足元では、前年同期を上回る水準で赴任サポートの新規登録が進行しております。

インバウンド支援につきましては、昨年受注した大型プロジェクトが収束してきたこともあって、その影響を受けておりますが、当該プロジェクトを除いたベースでは、支援世帯数が 2 割程度増加となっております。このインバウンドは、中長期的には必ずニーズが高まる分野と考えておりますが、先ほども触れました通り、家具付きの社宅管理とも強いシナジーがあると思われますので、今後そのマーケティングを強化していく方針であります。

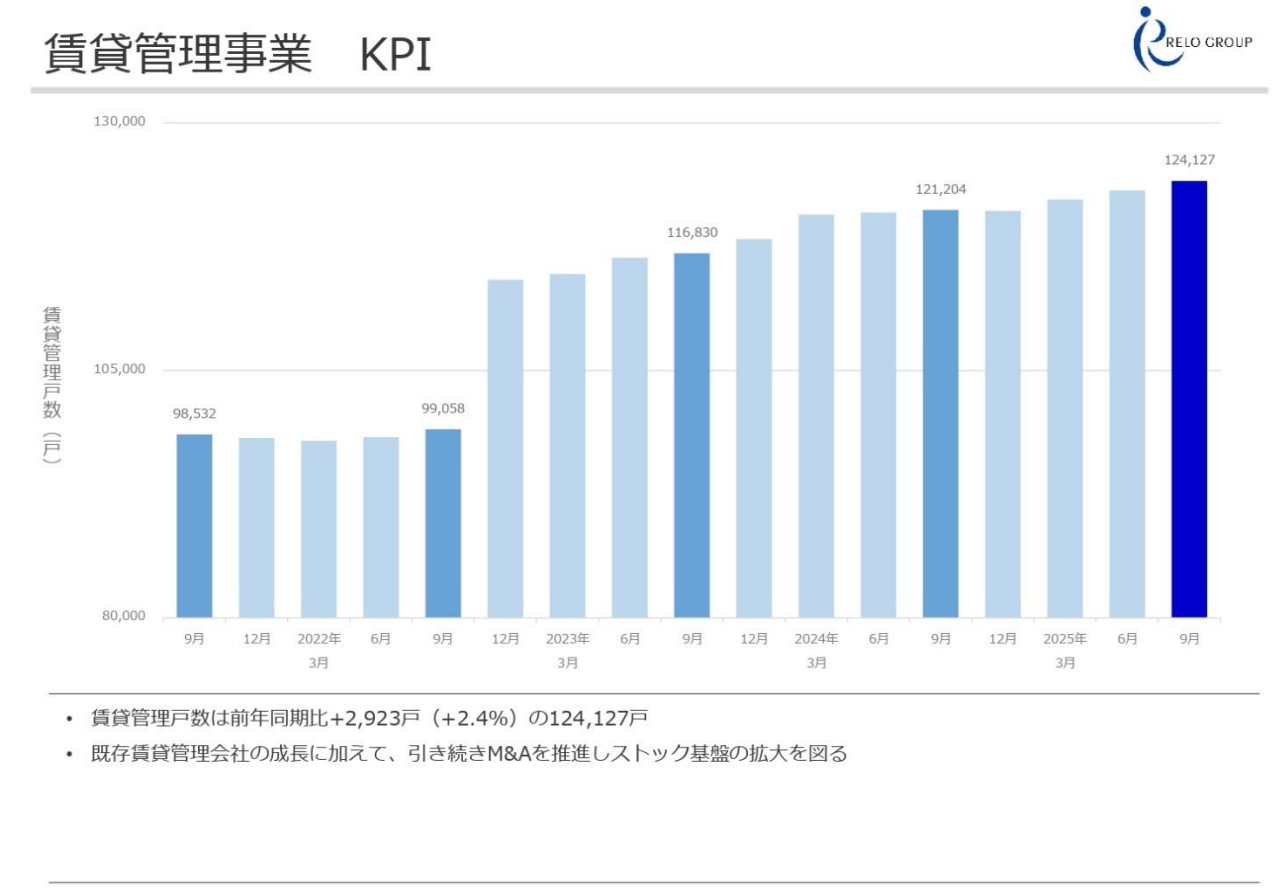


次に、賃貸管理事業にまいります。

売上収益は、前年同期比 1%増の 243 億 3,600 万円、営業利益は、10.9%減の 32 億 2,300 万円、増収減益となっております。ストックである管理戸数からの管理や工事、仲介。こういった収益は増益を確保しておりますが、アセット売却のタイミングが前期より後ずれしていることで、売上および利益に影響がございました。

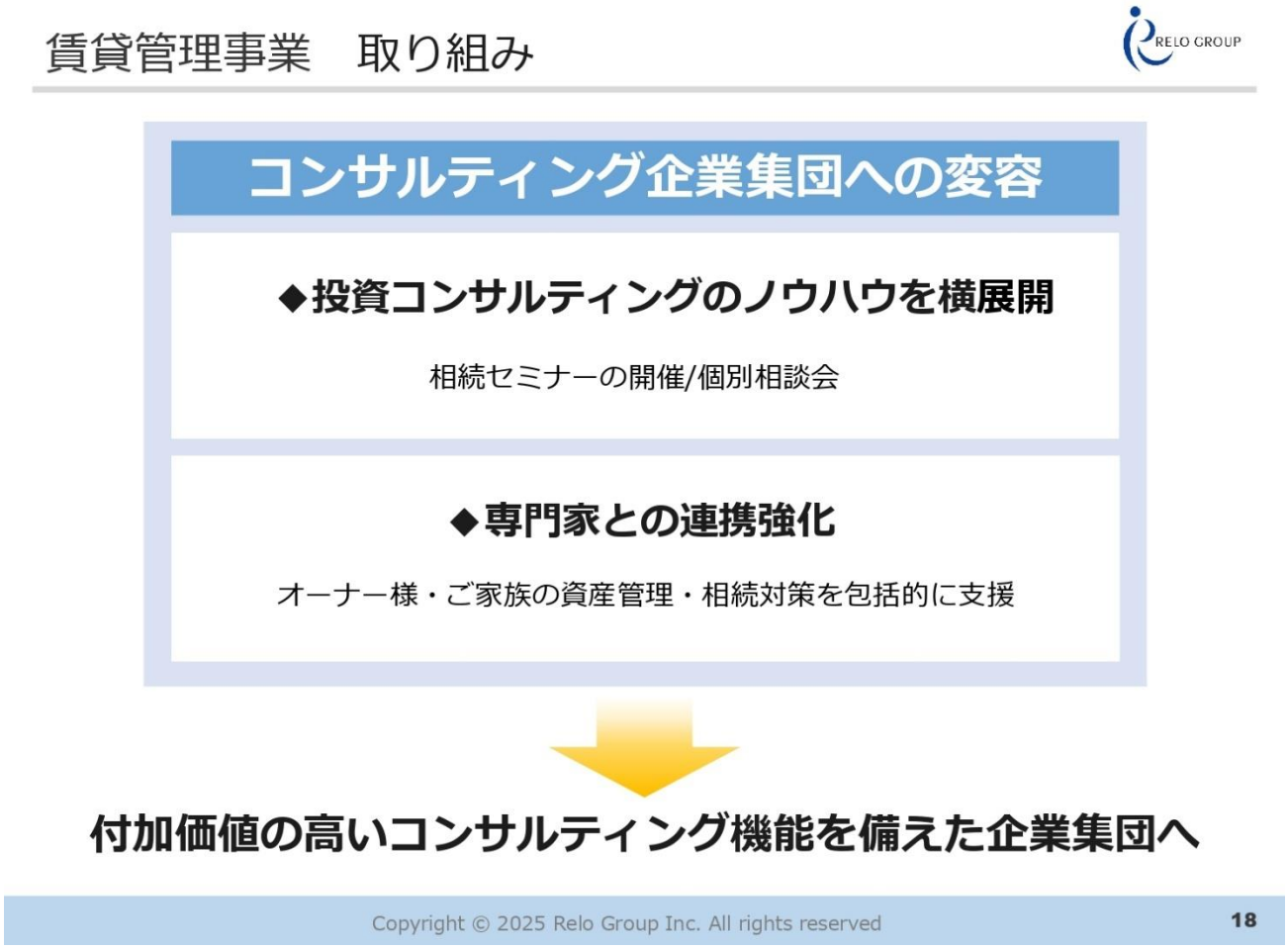


社内の管理数値のため、あくまで参考値ではございますが、上期の不動産売却粗利は、スライドのように前年同期比マイナス 1.6 億円の水準でした。今期は前期よりも保有不動産の販売が下期によっておりますけれど、足元の仕込みは順調に進んでおりますので、前期同様の利益確保は十分可能と考えております。



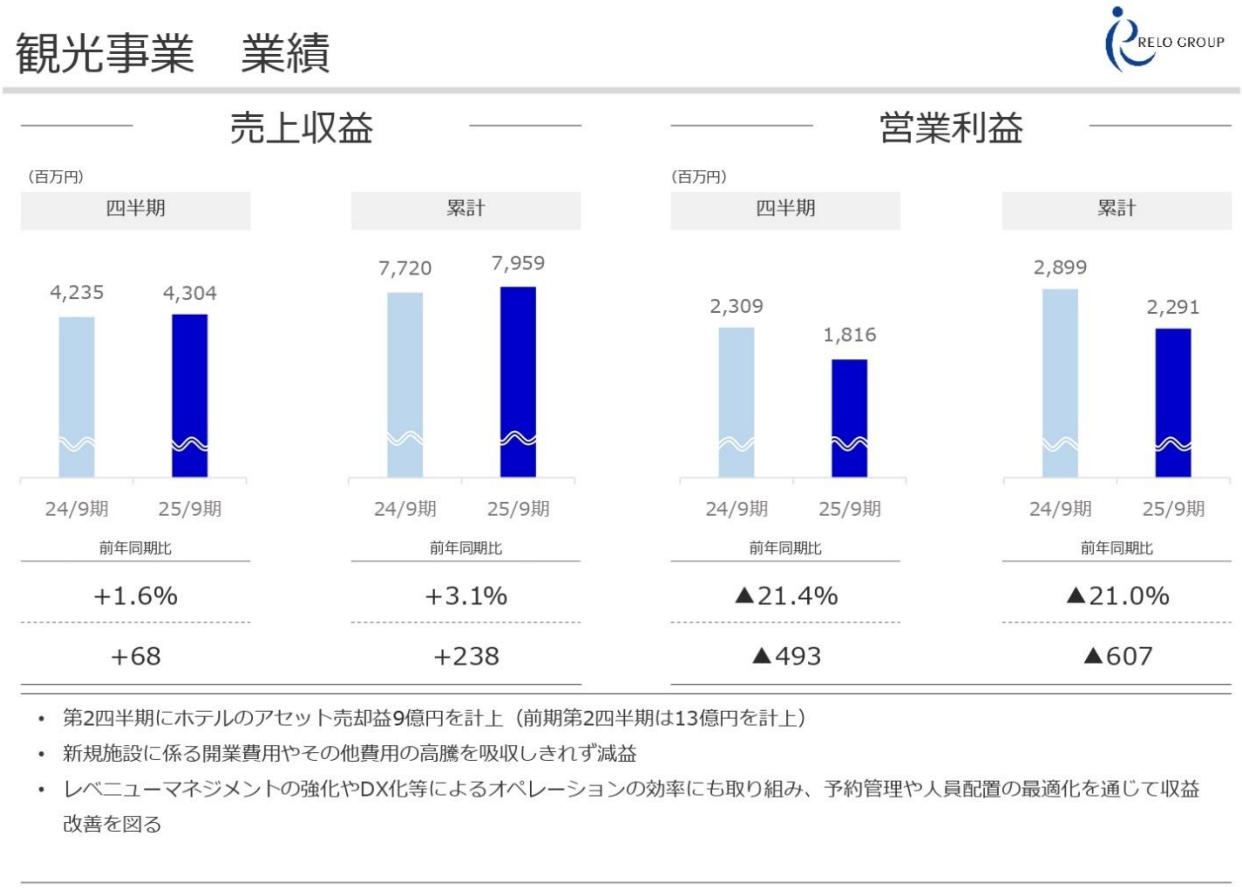
また管理戸数について申し上げますと、賃貸物件に関する人の動きは依然として鈍く、物件の稼働率が高いということがあり、管理契約の切り替え営業には厳しい環境が続いております。そんな中、賃貸管理戸数は前年同期比 2,923 戸増の 12 万 4,127 戸となりました。

そして M&A の面では、北九州で高いシェアを誇るアンサーホールディングスにつきまして、今年 3 月に株式を 20%取得し、持分法適用会社としております。同社は北九州市を中心に、賃貸、売買、管理、リフォームといったものを手がける総合的な不動産会社で、地元での信頼と知名度が高い TOKYO PRO Market 上場企業です。同社との連携の一環として、この 10 月より北九州ではなじみの深い同社のブランド、「アンサー倶楽部」を活用した店舗運営を開始しております。今後も引き続き、M&A を通じた管理戸数の増加に努めてまいります。



加えまして、この分野での中期的な施策として、「コンサルティング企業集団への変容」というテーマを推進しております。従来からの地主の方々への相続セミナーの開催や、個別相談を実施する一方で、CPM あるいはコンサルティングマスターなどの資格者を増やし、近年増加している投資家的な不動産オーナーに対するコンサルティングのノウハウを横展開しております。

加えて、オペレーション面だと、グループ内でのシステム再構築や、AI を活用した生産性の向上に取り組みながら、新たな成長ドライバーとして同業他社に提供する BPO サービスを開発してまいります。



最後に観光事業ですが、売上収益は前年同期比 3.1%増の 79 億 5,900 万円、営業利益は前年同期比 21%減の 22 億 9,100 万円と増収減益となっております。今期は 2 件の施設売却を計画しておりますが、第 2 四半期にそのうち 1 件の取引が完了し、9 億円の売却益を計上いたしました。前期は 1 件のみの売却を上期に行いましたが、その売却益が 13 億円でしたので、まだアセット売却益が前期より低い状態になっております。こちらにつきましては、次の 1 件を下期に売却した段階でキャッチアップが進んでまいります。

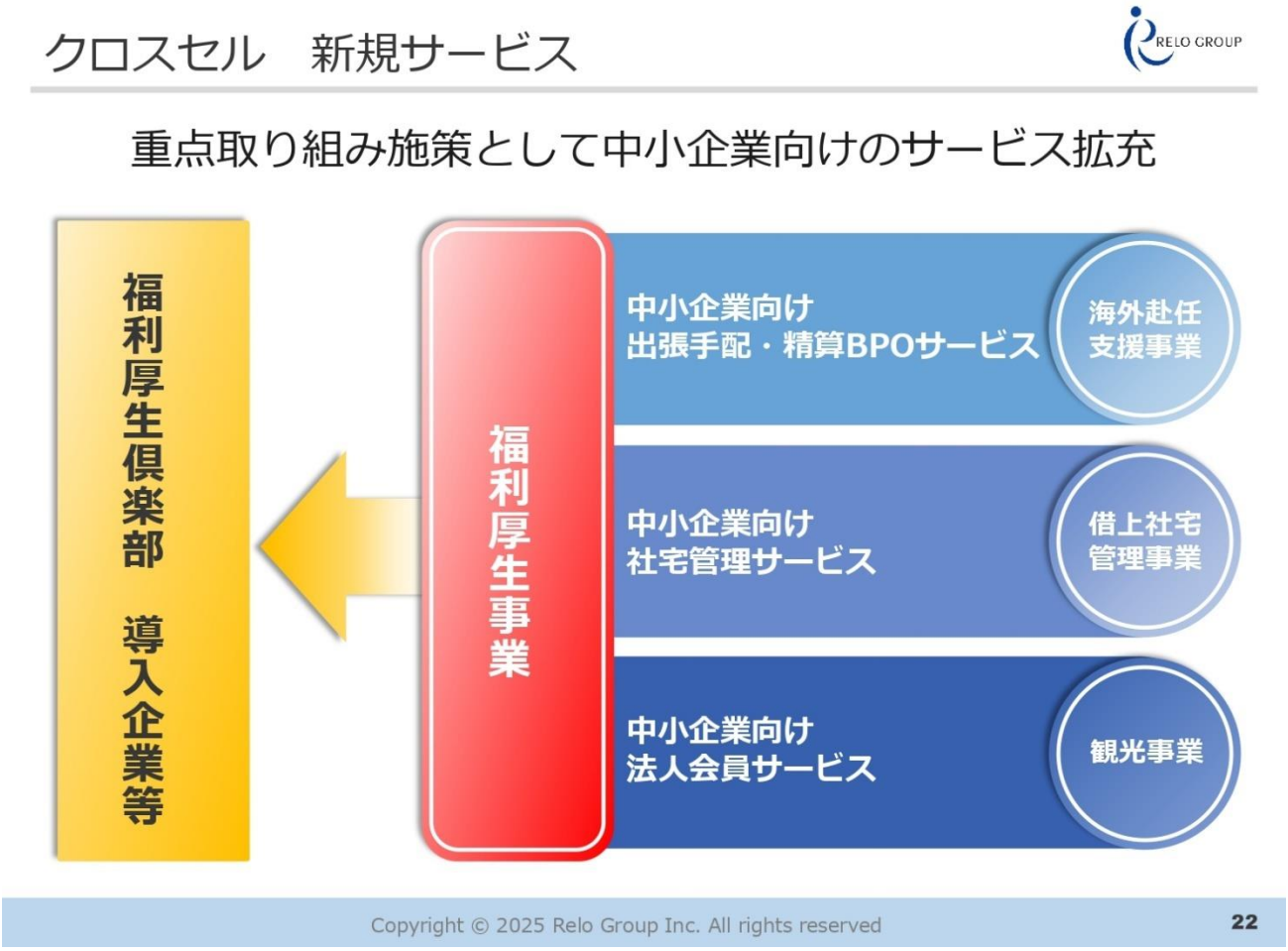
一方、これら売却益を除外した運営利益でも、新規施設の開業費用や人件費、その他原価高騰の影響が出ております。収益性の改善に向けまして、集客強化による単価上昇や、DX 化によるオペレーションの効率化にも取り組んでおります。予約管理や人員配置の最適化を通じて収益改善を図ってまいります。

また、集客面での新たな取り組みとして、この夏劇場で公開されました『鬼滅の刃』とのコラボルームや限定ノベルティなどの特典をご提供し、SNS などでも好評をいただいております。

各事業セグメントに関するご説明は以上となります。

通期の営業利益計画 314 億円に対しまして、残りは 166 億円であります。アウトソーシング事業では、上期同様に増益が見込まれます。賃貸管理事業では、アセット在庫の販売や移動の繁忙期が到来します。また、観光事業でも稼働やコスト管理の改善が進んでおりますので、現状計画内で推移しているものと考えております。

最後になりますが、今期は中長期的な成長のために、事業をまたいだ営業やサービスの構築に取り組んでおりますが、徐々にその成果が出始めております。まず、クロスセルの積極的な推進を実施している結果、私どもの BtoB 関連の主要サービスを複数ご利用いただいている企業様の数は、580 社まで増加しております。第一次オリンピック作戦終了後、10 年前ですが、これは 115 社でしたので、現在はその 5 倍となり、サービスを横断したクロスセルが進捗しております。



また、新たな重点取り組み施策として、中小企業向けのサービス拡充を図っております。

いくつか例を挙げさせていただきますと、一つには中小企業向け出張手配・精算 BPO サービス。こちらの第 1 フェーズの提供を今月開始します。

また二つ目には、中小企業向け社宅管理サービス、こちらも 1 月に提供を開始する予定です。

その他にも、福利厚生と観光事業のリソースを活用した中小企業向けの新たな福利厚生サービスとして、観光事業での法人会員サービスの提供を開始しております。このサービスは、これまで主に個人向けにご提供していた会員制リゾート利用券を法人向けサービスとしてご提供していくもので、主に中小企業でのご利用を想定したものです。

私からのご説明は以上になります。

中計の成功に向けまして、各部門のストック基盤を拡大しつつ、事業間の連携もさらに強化してまいります。

以上、ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

安田 [M]：ご清聴ありがとうございました。それでは、ただいまより質疑応答の時間とさせていただきます。ご質問のある方は Zoom の挙手ボタンを押してください。ご質問の順番が来てお名前が呼ばれましたら、ミュートが解除されていることをご確認の上で会社名、お名前の後にご質問をお願いいたします。また、途中でご質問を取り消す場合は、再度挙手ボタンを押してください。それでは質疑応答を開始いたします。

それでは大和証券、関根様、ご質問をお願いいたします。

関根 [Q]： 大和の関根でございます。ご説明ありがとうございました。私の方から質問二つお願いします。一問一答でお願いしたいんですけど、まず一つ目が、福利厚生や社宅のようなこのストックの部分についてです。堅調な推移なのかなと思うものの、来年度以降、ここの部分の成長ピッチもう一段上げていかないと、中計実現ってやはり難しいと思うんですけど、それに向けて今できていること、できていないこと、この辺りを改めて整理いただきたいなと思っていまして、せっかく河野さんがいらっしゃっているんで、まず今事業面でやっていることについて、もう少し粒度を上げてお話しいただきたいです。

その上で、門田さんにもフォローをいただきたいのは、要は仮に思ったようなペースで売上がついていかなかった場合について、来期以降、どう考えていけばいいかの考え方を改めて整理させてください。まず一つ目です。

河野 [A]： はい、まず私の方がこの決算説明会の参加は初めてになりますので、簡単に自己紹介させていただきます。

私は、28 年前にこの当社グループ入社いたしまして、主にリロクラブの福利厚生事業を中心に当社でキャリアを積んでまいりました。2016 年からこのリロクラブの社長を務め、システム改修、差別化、効率化を推進してきたことから、2019 年にはグループの CIO を務めまして、各社の基幹システムの刷新などを行ってまいりました。そして本年から COO として BtoB セグメント、それから賃貸管理部門を管掌しております。本日、業績の数字は、主に門田から回答いたしますが、営業関連、BtoB の営業に関しては、私からもご回答申し上げたいと考えております。よろしくお願いいたします。

福利厚生、社宅ストックの来年度以降に向けての取り組みという部分でご質問いただきました。今期、来期に向けて、できていることと、できていないこと、課題であること、というご質問だったかと思います。まず、福利厚生、社宅等ともに、非常に追い風を受けておりまして、働き手不足という部分で、アウトソーシングに対する期待も非常に大きく、成長ドライバーに活用していきたいと考えております。

まず、福利厚生のできていることで申し上げますと、引き続き、中堅中小企業に非常に強みを持っておりますので、受注は非常に好調です。

あとは地方でも強みを持っており、会報誌を全国、北海道から沖縄まで、各エリア版というのを作りました。こういった取り組みをやっているのはわれわれだけで、非常に単価を高く受注できている状況です。

できていない、これから取り組んで参りたい部分に関しましては、今までは福利厚生の営業をいわば横に広げる形で拡張してまいりましたが、これからは、深掘りをしていきたいと考えております。どのように深掘りしていくかに関しては、すでに福利厚生で、圧倒的な顧客基盤を所有しておりますので、この顧客基盤に対し、福利厚生とセットする形で様々な HR 商材を販売していこうと考えております。

HR 商材とは、例えばメンタルヘルスチェックとか、従業員のモチベーションをエンゲージメントサービスでチェックするようなもの、あるいは安否確認システム、健康管理など、大体 40 メニューほどありますが、これらを会費に乗せる形で販売していく。中小企業さんは、このような DX 的なものにお金を出したくても、なかなか出せないが、我々はバルクで仕入れることで、価格訴求力も持って、HR テックサービスを SaaS モデルのような形で月額会費に上乗せして販売していく。今後はこのような取り組みを強化してまいりたいと考えております。

それから、社宅の営業も非常に順調です。転貸方式をやっているのがほぼ我々だけというような状況ですが、この転貸方式により、極力手間を省いて人員を割きたくないという顧客ニーズに応えていくということでやっております。

今後の課題に関しては、「家具付き賃貸」に力を入れてまいりたいと考えております。この「家具付き賃貸」につきましては、生活基盤を整える新入社員などに向けまして、社有社宅でなくても、一般賃貸物件を家具・家電付きで利用できるサービスです。

我々の管理物件 30 万戸のうち 5 割が単身者と仮定しますと、大体この 15 万戸ぐらい。ここを全部家具付きにしていったと考えますと、ストック収入ではマックス 54 億円ぐらいのポテンシャル

があります。最近は賃貸住宅価格が高騰しておりますので、人事の方に、社宅は家具付きも OK という形に変えていきましょうというアプローチをしていきます。今期はもちろん来期からも一層、力を入れてまいりたいと考えております。以上、ご回答申し上げます。

門田 [A]：こういったストックが順調に伸びなかった場合、二の矢、三の矢ということで、我々も考えております。COO が申し上げたのは、既存事業の中でのアップセル的なものであったり、その営業の作戦ということでしたが、これに加えて、川上、川下の M&A は、まず二の矢としてあるということで、ここについては今、調査を行い、あるいはもう交渉に入っているものがございますが、粛々と進めていきたいと考えております。

ただ、M&A というのは相手もいることで、確実性について言えば、既存事業よりは劣るわけです。その三の矢ということではアセットがあります。賃貸管理、観光で、アセットの分野で十分稼げる材料がありますので、カバーをしていくことができます。

総じて言いますと、社宅、海外赴任については、我々が業界の中で一番強い。これはもうはっきりしておりまして、競争関係が非常に我々に有利に動いていると考えてよろしいかと思います。

ただ、福利につきましては、当然ながら競合企業も頑張っているわけで、激しい競争が今、行われている。賃貸管理は、M&A でないとなかなか今、環境的には管理物件を増やしにくい、ストックを増やしにくい状況が続いておりまして、時間の問題だと思いますが、少しタイムラグがあるかもしれません。そこをもし埋めるとすると、今の様な二の矢、三の矢で埋めていくと、こんな発想です。以上でございます。

関根 [Q]： 二つ目というか、補足的な感じで伺いたいんですけど、今個別の事業で頑張りますというのはよくわかりましたし、それは今までもやっていただいているので、あまり心配はないのですが、ここは成長を加速させるとなってくると、やはりより新しいことも必要でしょうし、今回なんかクロスセルの話も書いていただいていますけど、やはり何かこのクロスセルの話も、多分もう私が少なくとも見ているこの 10 年ぐらいでも、なんかずっと話が出てきている気がするんです。

何かこれをやっていく上で、やはり現実問題、お客様の窓口の方が同じ人事と言っても違うから、なかなかクロスセルって簡単な話じゃないんですということなのか。それとも、例えば社内的にまだまだ結構システム面だったり中心にうまくやっていくのには、ちょっと課題があるということなのか。特にこのクロスセルに例えば焦点を当てていったときに、何がポイントになってくると思いますでしょうか。

河野 [A]：10 年前のクロスセルで実現できているところで、重複企業が 115 社、これが現在 580 社ということで、5 倍ぐらいになっています。

こちらにつきましては、各部門の責任者を集めた横の連携の会議を月に 1 回、各社でここを攻めたいとか、どこと取引あるかなど、いろいろな情報共有をしていく中で、このクロスセルを進めております。

ちなみに、重複企業のみならず、上場会社に絞ると、約 4,000 社の内の 20%ぐらいの企業で当社主力サービスの何かを契約していただいているという状況でして、さらにはその内の 20%ぐらいは重複して当社を契約していただいている。上場企業に関しては、導入率でも 20%、クロスセルでも 20%、ダブル 20 みたいなことも実現できている次第です。

法人営業ですから、お客様がどういうことをお考えになっているかという情報が非常に重要でして、特にこの上場会社のような重要なお客様というのは、この情報を各社で密にすることで、クロスセル率を上げていく取り組みを行っています。

また、クロスセルをもう少し進化させていこうということでは、事業シナジーを深める三つの取り組みを今回挙げさせていただきました。一つ目といたしましては中小企業向けの社宅です。

これは 1 月よりプレ営業を開始してまいります。大手企業は大体 7 割ぐらいで借上社宅制度を実施されていますが、これを 100 名以下の中小企業で見ると、実施率は 13%強ぐらいです。一方、この中小企業では新入社員の獲得に大変苦労されているわけですが「福利厚生で欲しいものは何か」という調査では、社宅が 1 位で非常にニーズはあるという状況でございます。

ただ、社宅制度を中小企業で作ろうとすると、非常に手間がかかって、規定を作っていくのもなかなか困難ですから、当社が汎用的な規定を用意し、運用もほぼ全てを当社がやることで、社宅の導入を支える、中小企業向け社宅というビジネスを新しく展開していくつもりです。

あるいは、中小企業向けのリゾート会員権事業というものを既にテスト販売的にやっておりまして、これは 1 企業あたり 100 万円から 200 万円程度での販売を想定しているものです。中小企業では 100 名以下のオーナー気質の強い会社が非常に多いですが、当社のリゾート施設ではご利用時の表札に購入企業の社名を出すなど所有感を演出することでオーナー満足度を高めながら、販売を強化していこうと考えております。こちらは大体 100 万円から 150 万円ぐらいの 1 企業あたりアップセルを狙っていきますので、仮に 100 法人で導入いただいたとして、1.5 億円ぐらいの収入が増えることを見込んでいます。

三つ目は中小企業向けの BTM（ビジネストラベルマネジメント）です。福利厚生の会員に無償で付帯する出張精算のシステムと、BPO サービスですね。これを付けることで、福利厚生の退会防止にもなっていくものと考えております。仮に 500 法人ぐらいにこれを付帯できれば、1 億円ぐらいの収入になるのではないかと想定をいたしております。こういった新しいクロスセルの取り組み、我々の独自のオリジナルの仕組みだと思っているのですが、BtoB 事業の中でのクロスセルを図っていきたいと考えております。

門田 [A]：クロスセルはこの中計期間で、1,000 社台に上げていこうと取り組んでおります。先ほども申し上げた連携の会議を盛んに始めたのが大体 2～3 年前です。それが今、花開いてきているということです。ここから 4 年間、しっかり底を上げていきたいと思っております。

また、収益を上げていくという意味で、例えばその福利厚生が一つ大きなパイなわけですけれども、利用関連の収益をしっかり上げていこうというのがございまして、ここはもう今までもやっていたわけですけれども、さらに拡充していこうという動きを今、盛んにやっております。ですので、これもこの中計の中では、2 桁台の成長で持ち上げていき、ここが上がっていきますと、また利益率の方に貢献してくると思っております。

関根 [M]： はい、わかりました。結果が出るのを待っています。

門田 [M]：ありがとうございます。

安田 [M]：関根様、ご質問ありがとうございました。

続きまして、SMBC 日興証券、織田様、ご質問をお願いいたします。

織田 [Q]：お世話になります、SMBC 日興証券の織田です。私からも二つ質問があるので、一問一答でお願いできればと思います。一つ目が、先ほど関根さんがご質問したものとかなり重複する部分があるんですけれども、やはり今ちょっと中計を見据えたときに、来年度少なくとも 2 桁ぐらいの増益に持っていかないと、いきなりちょっと黄色信号になるんだろうなという感じを受けておりまして。この上期とか今の現状の延長線上だと、来年度 2 桁ギリギリいくかいかないかぐらいの感覚かなというところをちょっと個人的には思ったりもしているんですけれども。

そういう中で、先ほど丁寧にやっていること、これからやることみたいなご説明もあった中で、ちょっと感覚的な話でもいいんですけれども、仮に今の延長線上で進んだ場合に、来年度に 2 桁いくのか、あるいは先ほどご説明いただいたような、ちょっとテコ入れ策みたいなものをやらないと、少し 2 桁のハードルも高くなってきているのか、この辺りのところについて、ちょっと感覚的な話

で恐縮ですけれども、今どう捉えておけばいいのかというのを教えてください。これが一つ目です。

門田 [A]： 来期はぜひ 2 桁成長で、と我々も考えておりまして、元々その中期的なプランで今、進んでいるというところです。もちろん、既存の事業でしっかりストックを伸ばしていくということもございますし、この上期は賃貸管理、あるいは観光で足を引っ張っており、ご心配をかけていると思いますが、下期でしっかり結果を出していこうと思って、準備もしております。材料ももう仕込んでおりますので、ここで結果を出していこうと思っております。

また BtoB は、この上期も売上はほぼ 2 桁成長し、利益も、セグメントで見ますと 2.3%増という形で見えておりますが、特殊要因を除いて考えると、5%台の成長ですので、今年の計画については、もうまず間違いないというところです。

来期につきましては、この売上を伸ばしていくことで、この既存の部分でもってしても、2 桁成長は可能と見ており、加えて、M&A が実現すれば、なお良し、と考えております。

先ほどの、例えば福利厚生の例で申し上げますと、利用関連の収益が進むなど、既存事業の利益率の改善が実現してくるもの思っております。そういう意味では、新しい要素といえばそうですが、既存の事業の延長線ではあります。以上でございます。

織田 [Q]：なので、ちょっと今、進んでいるような形で進んでも、2 桁に近いところはいくんですけれども、そうは言っても中計ってもっと先もあるし、もっとその先ハードルが高いので、そういうところに対しては先ほどご説明いただいたような、いろんなさらに追加の施策が必要だろうという、そういうお話の理解でよろしいでしょうか。

門田 [A]： はい、おっしゃる通りです。既存部分での 2 桁成長は可能だと考えており、それに上乗せていくということです。

織田 [Q]： わかりました。二つ目が、ちょっとこれ、毎度の質問で大変恐縮なんですけれども、やはり価格改定というか、インフレに対してどうなんだろうなという思いがちょっとあって、これからもインフレが進んでいく中で、自助努力で頑張りますというのは、もう従前からご説明いただいてるので、そこは注目、期待はしてはいるものの、そうは言っても、このいろんなコストが上がっていく、先ほど観光のところでもそういうお話がありましたけれども、それ以外のサービスでもやはりコストが上がっていく中で、自助努力で当然頑張る部分もありながらも、やはり価格改定という選択肢もあってもいいんじゃないかなと思っているわけです。ちょっとこの辺りの考え方、今現状をどういうふうに捉えておけばいいのかというのを教えてください。これが二つ目です。

門田 [A]：これは事業のラインによって状況が違うので、分けて考えないといけないと思いますが、まず一つ、競争の面で我々がかなり強くなっている。例えば社宅や海外赴任は BtoB 事業の中で比較的、価格改定をしやすい分野だと思います。実際、ここはトライをしておりまして、徐々に進んでいる部分もあるということです。

やはり福利厚生は非常に今、競争が厳しいということがあって、簡単にポンと上げられるというものではございません。ただ、先ほど COO がいろいろ付帯のアップセル的なところをご説明いたしましたけれども、効果が出てきておりまして、今年の上期の新規受注の単価を見ますと、やはり去年の同時期よりも上がってきているというのが実感としてございます。単に会費を上げるというよりも、先ほどのように、アップセルのいろんな要素を付け加えていくことで、お客様にも納得していただきながら上げていくということで、トライしているところです。

あと BtoC で、不動産は賃料が上がっていっておりまして、それに合わせて管理フィーや仲介フィーが上がっていくということがございます。ここは自然に値上げをしていけると思っておりますし、リゾートの方で、レベニューマネジメントをしっかりやる、今までもやってきている部分はありますが、さらに細かく価格改定を行っていく、ということをやる仕組みを今、システムでも入れつつございます。これが入ってくると、より細かい価格改定ができると思いますので、柔軟な対応ができるかなと思っています。

織田 [Q]： すみません、ちょっとフォローアップで、私が認識していなかっただけではあるんですけれども、先ほど社宅のところですとか、海外赴任のところにつきましては、少しトライアルというお話もございましたけれども、今現状どういった形で進んでいるというか、動いているのかとか、浸透しているのかだとか、ちょっとこの辺りのところについて補足でいただければ幸いです。

門田 [A]：今手元にデータはございませんが、社宅で言いますと、まず管理戸数を見ていただくとおわかりになると思いますけれども、一強体制に今なりつつあるということがあって、特にその転貸方式は当社だけということもあって、いろんなお客様に選んでいただけるケースが非常に増えております。そうすると、単にその当社が安くしたから選ぶということではなくて、高くても選んでいただけるという、そういったケースが非常に増えております。自然とあまり値下げする必要もなくなったということです。

あと海外赴任では、例えばビザなどの専門性の高い分野で、非常に今ニーズが強くなっているということもありますので、そこについては特別料金とさせていただくとか、そういった付加価値もつけながら、料金を上げるといったことでトライしております。

織田 [Q]： すみません、ちょっとしつこくて申し訳ございません。社宅のところはそういう意味で言うと、値下げをして福利厚生もそうだったと思うんすけれども、社宅のところも値下げをしなくなったということですので、ベースの価格自体を上げているとか、いじっているとか、そういう話ではないということなんですかね。

門田 [A]： 何か定価を上げていくということではなくて、元々BtoB ですので、いろんなビットをかけたときに、競合を意識して値下げをすることは当然あったわけですけれども、これもあまりしなくて済むようになったということですね。

織田 [M]：わかりました。理解できました、ありがとうございます。

門田 [M]： はい。ありがとうございます。

安田 [M]：織田様、ご質問ありがとうございました。

それではティー・ロウ・プライス・インターナショナル、キタムラ様からチャットでご質問をいただいておりますので、代読させていただきます。

キタムラ [Q]： キャッシュアロケーションに関連した質問です。貴社は、来期以降の成長性に対して極めて割安に株価が放置されている中で、なぜ自己株買いなどをされないのでしょうか。潤沢なフリーキャッシュフローなどを踏まえると、十分可能かつ自己株買いをすることで、市場に貴社が割安であるというシグナルリングができると考えております。機動的な自己株買いをそもそも検討されたことはあるのか。今後の可能性についてご教示ください。特に、貴社は大型の M&A の失敗や今期のコスト増に伴う株価の低迷などを考えても、何かしら株主への追加の還元などを考慮しても良いタイミングではないでしょうかという質問です。回答をお願いいたします。

門田 [A]：自己株取得は実際、前期の序盤に実行しておりまして、55 億円で 311 万株ですね。こちらの方を取得させていただいております。定期的にやるということは今、考えておりませんけれども、機動的に行うこともあろうかとは思っております。

ただ第一義的には、まず配当を上げていくということで考えておりまして、今回、去年までは30%であった配当性向を 35%に上げさせていただいたところです。今後もこちらの方の上昇というのは念頭に置きながら、運営していきたいと考えております。以上でございます。

安田 [M]： それでは他にご質問もないようですので、これにて 2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会を終了させていただきます。本日はお忙しい中ご参加いただきまして、誠にありがとうございました。

門田 [M]：ありがとうございました。

河野 [M]：ありがとうございました。

［了］

脚注

1. 音声が不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載

2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。