



2025年2月期  
第1四半期決算説明資料

株式会社コレック  
東証スタンダード(6578)

2024年7月12日

PURPOSE

情報コミュニケーションに  
感性と体温を。

## 2025年2月期 第1四半期決算数値

売上高  
**1,006百万円**

EBITDA  
**▲50百万円**

営業利益  
**▲62百万円**

当期利益  
**▲65百万円**

### 決算のポイント

1

**メディア  
プラットフォーム  
アルゴリズムの適応化**

- SEOアルゴリズムの変更により、一部メディアの売上高に減少インパクト
- 足元、SEOアルゴリズムの適応化に向けて、順次改善活動を推進中
- また、メディア運営部門において、チームの垣根を越えた組織運営体制とし、人材流動性を高めることで、稼げるメディアに人材リソースを集中投下するなど、組織改革も進行中

2

**アウトソーシング  
ストック型商材**

- 売上高は順調に拡大しており、特にストック型売上比率は上昇傾向にあり
- ストック型売上比率の上昇は、盤石な収益構造への転換につながると考えており、将来の安定成長に向けた布石となる
- 特に、今後の商品の目玉となる、自社ブランド新電力商品「コレクトエナジー」をリリース

3

**エネルギー  
Aoie社の買収**

- 5月末にAoie社の連結子会社化を開始（1QはBSのみ連結、PLは2Q以降）
- 弊社子会社であるC-clamp・Aoie社共に、販売は順調であり、受注残（契約済・未完工案件）が大きく積みあがっている状況
- クリーンエネルギーの普及に向けて、国や自治体による補助金の後押しがあり、追い風となっている

## 目次

- |    |              |      |
|----|--------------|------|
| 1. | 会社概要         | P.4  |
| 2. | 決算概要         | P.6  |
| 3. | セグメント概要      | P.11 |
| 4. | 2025年2月期業績予想 | P.18 |
| 5. | 補足           | P.20 |

**CORREC**



会社概要

**CORREC**

- 2010年設立、2018年東京証券取引所に上場。NHKの集金代行業務からスタートし、現在は複数のオウンドメディア運営を中心とするインターネットメディア企業
- また、ハイブリッド型マーケティング支援を強みとし、営業マーケティング支援・コールセンター・太陽光関連商品の販売施工事業も行う

## 会社概要

商号	株式会社コレック
本社	東京都豊島区南池袋2-32-4
代表取締役社長	栗林 憲介
売上高	3,938百万円（2024年2月期実績） 6,265百万円（2025年2月期予想） ※159%成長予想
EBITDA	160百万円（2024年2月期実績） 235百万円（2025年2月期予想） ※146%成長予想
資本金	326,090千円（2024年2月29日時点）
配当	7円/株（2024年2月期） 8円/株（2025年2月期予想） ※配当利回り2.5%（2024年2月末時点）
決算期	2月
従業員数	486名（2024年2月時点。アルバイト含む）
事務所	東京、大阪、静岡、名古屋、埼玉、福岡

## セグメント・事業内容

1

### メディアプラットフォームセグメント

- 多種多様なジャンルのオウンドメディア（約30サイト）を運営しており、広告収入が主な売上となる
- 世の中に、正しい情報を温もりをもって届けることを主眼に、ユーザーに価値ある情報提供ができるよう専門知識を持ったライターを100人規模で抱えている
- 中期戦略におけるテーマは利益率の向上であり、ボラティリティを低くするためのメディアポートフォリオ構築がキーポイント

2

### アウトソーシングセグメント

- 「個人向け大規模組織営業」において、業界では突出した存在
- フィールドセールス部隊とコールセンター部隊を抱えており、どちらも人員数の成長がキーポイント（人月ビジネスのため）
- 売上はショット型とストック型に分けられ、中期戦略においては、利益の安定化が図れるため、ストック型商品の比率を高めていく（一時的に収益性が悪化するが、将来の成長の土台となる）

3

### エネルギーセグメント

- 家庭用太陽光パネルや蓄電池の販売設置を行う
- 国や自治体による補助金の後押しやエネルギー価格の高騰、停電時の備えなどの対策として、販売数が大きく増加
- 当社がこれまで標榜してきた「リアル×ウェブ」を体現するビジネスモデルであり、今後のマーケットの拡張性に期待ができる
- 積みあがっている受注残（将来の収益）がキーポイント



## 決算概要

**CORREC**

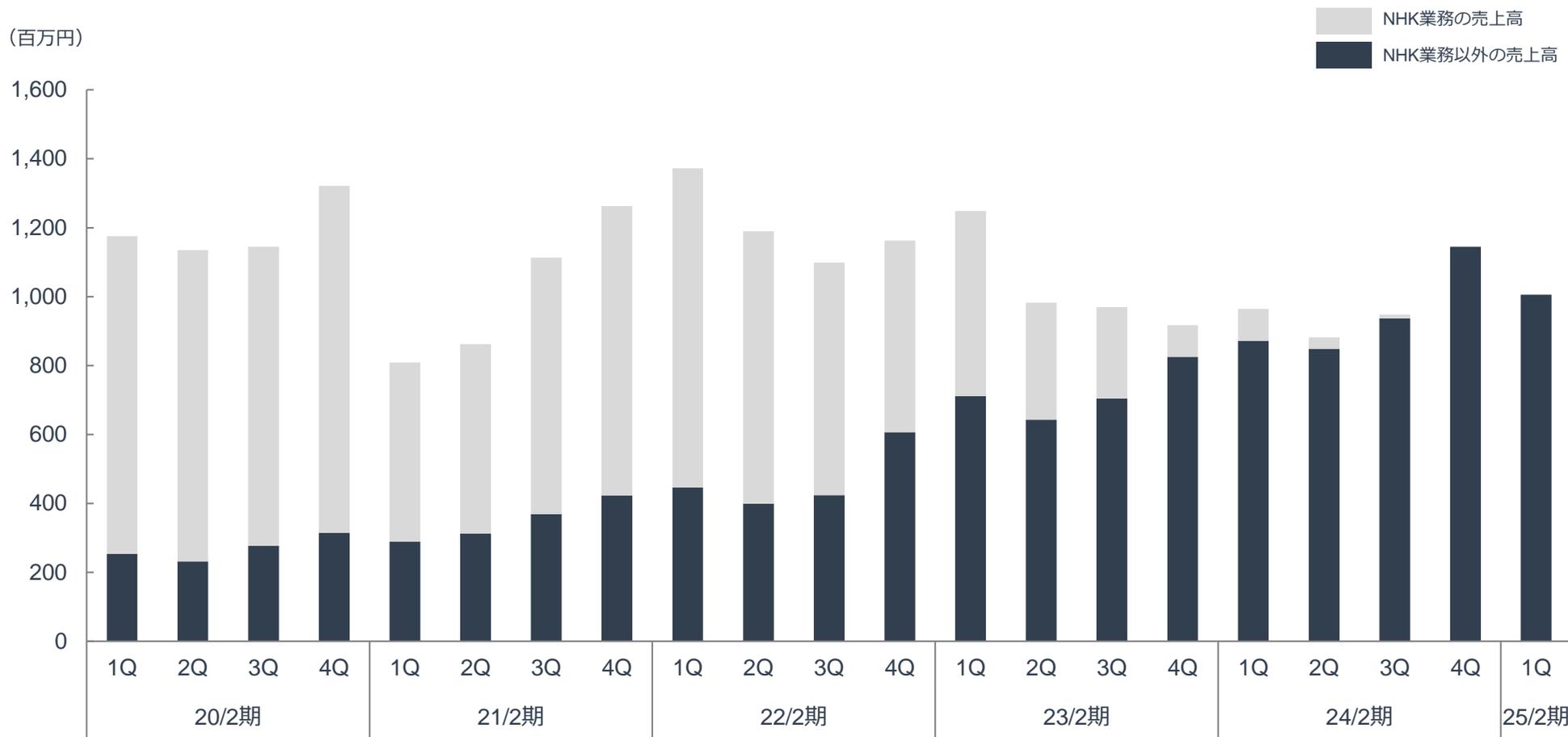
- 1Qにおいて、メディアプラットフォームセグメントの売上減少インパクトが大きく、営業損失を計上
- 一方、メディアの対策は講じつつも、その他のセグメントは順調に足元を固めており、想定内の進捗

## 2025年2月期1Q実績

	2024年 2月期 1Q	2025年 2月期 1Q	前期比	
	実績	実績	金額比	%
(単位：百万円)				
売上高	964	1,006	+41	+104%
EBITDA	90	▲50	▲141	-
EBITDA マージン(%)	9.4%	-	-	-
営業利益	81	▲62	▲143	-
営業利益率(%)	8.4%	-	-	-
経常利益	81	▲61	▲143	-
当期純利益	43	▲65	▲108	-
EPS (円)	5.93	▲8.98	▲14.91	-

- NHK業務を除く四半期別売上高は右肩上がり成長中
- 2Q以降は5月末に買収したAolieのPL連結により、さらに成長が加速していく見込み

四半期別売上高推移



- メディアプラットフォームセグメントを中心に、3つのポートフォリオを運営・管理
- それぞれの成長戦略は中期経営計画に則って運営を行っていく方針

2025年2月期1Q セグメント別業績

	メディアプラットフォームセグメント	アウトソーシングセグメント	エネルギーセグメント
売上高	447百万円	363百万円	186百万円
EBITDA	36百万円	▲4百万円	▲9百万円
売上高構成比率	<p>45%</p>	<p>36%</p>	<p>19%</p>

- 2024年2月末から大きく変動した要因はAoie社の買収に関わる変動であり、その他は大きく変動はない状況
- 具体的には、Aoie社買収による支出とのれんの増加、Aoie社の買掛金及び在庫の増加が主な変動となる

## バランスシートの推移

(百万円)

	2024年2月末	2024年5月末	増減額	主な増減要因
資産合計	2,377	2,399	+22	
流動資産合計	2,077	1,959	▲117	現金及び預金の減少 (▲239)、商品の増加 (+105)
固定資産合計	300	440	+139	
有形固定資産	20	22	+1	
無形固定資産	160	298	+137	のれんの増加 (+139)
投資その他の資産	119	119	0	
負債純資産合計	2,377	2,399	+22	
負債合計	1,274	1,411	+137	
流動負債	1,128	1,275	+147	買掛金の増加 (+107)、契約負債の増加 (+58)
固定負債	146	136	▲9	
純資産合計	1,102	988	▲114	利益剰余金の減少 (▲116)



## セグメント概要

**CORREC**

- SEOアルゴリズムのコアアップデートにより、一部のメディアに影響があったため、売上高の減少に至った
- 限界利益が高いコスト構造のため、売上高の減少がダイレクトに利益インパクトにつながった

## メディアプラットフォームセグメント

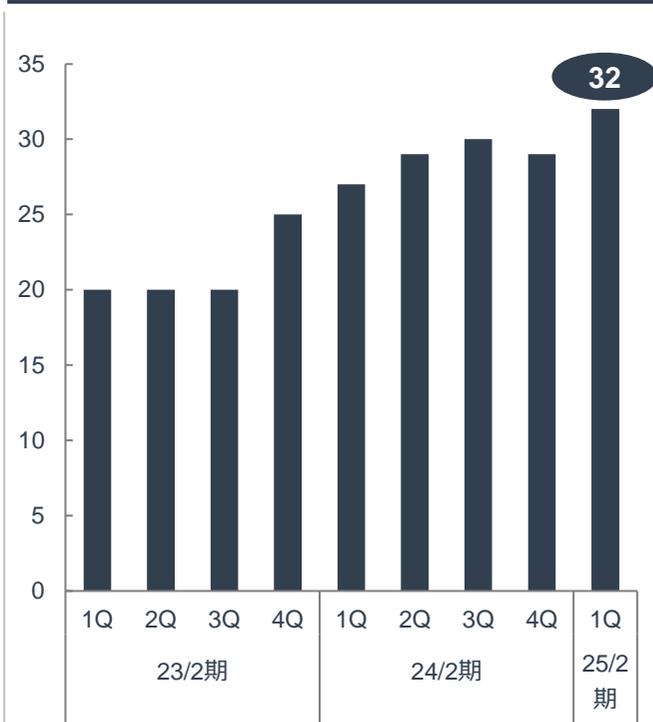
	2024年 2月期 1Q	2025年 2月期 1Q	前期比	
	実績	実績	金額比	%
(単位：百万円)				
売上高	504	447	▲57	▲11%
EBITDA	94	36	▲58	▲63%
EBITDA マージン(%)	18.8%	8.2%	-	▲58%
営業利益	91	27	▲63	▲71%
営業利益率(%)	18.1%	6.2%	-	▲67%

- 注文住宅に関する新メディア「ハウスメーカー大学」を5月にリリース。引き続き、ポートフォリオの拡充に向けて新メディアの開発を行う
- 収益性が低下したメディアの回復を目的に、メディア運営チーム内での人材流動性を高め、リソースの最適配分を実施中

## 主要KPI

## 新規メディア

### 運営メディア数



### 運営メディアのポートフォリオ

ジャンル	メディア数
ゲーム・エンタメ	8
不動産	6
恋愛・結婚	5
インフラ	4
生活	3
人材	2
ヘルスケア	1
金融	1
暗号資産	1
Vtuber	1
<b>合計</b>	<b>32</b>

### ハウスメーカー大学

- 居住用の住宅のうち、主に注文住宅に焦点を当てたWebメディア
- 注文住宅を建てる際の具体的な流れや費用、ハウスメーカーや工務店の評判などの情報を分かりやすく解説
- サイトの運営は、当社が提供するネット不動産サービス「イエプラ」のスタッフが担当することにより、不動産屋として培った知識を活かした、家づくりに役立つ情報を提供

- 前期1Qと比較した場合、NHK業務の影響があるため、利益差はあるが、売上高は既に当時の事業モデルを超えており、将来に向けてストック型商品の比率を高めながら収益を拡大していく計画

## アウトソーシングセグメント

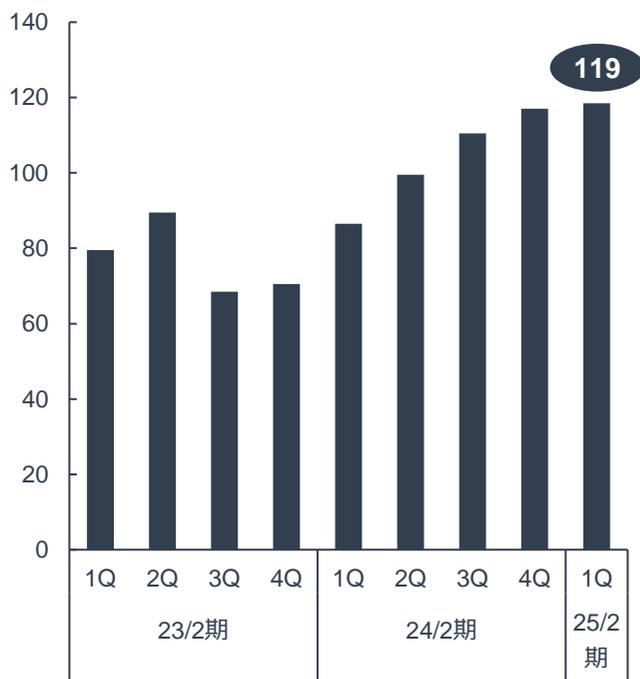
	2024年 2月期 1Q	2025年 2月期 1Q	前期比	
	実績	実績	金額比	%
(単位：百万円)				
売上高	334	363	+28	+109%
EBITDA	63	▲4	▲68	-
EBITDA マージン(%)	19.3%	-	-	-
営業利益	58	▲6	▲65	-
営業利益率(%)	18.6%	-	-	-

- ・ 人月ビジネスであるため、人員数の増加に比例して売上高が増加していく見込み
- ・ プロダクトミックスにおいて、ストック型商品を徐々に増加させていき、収益の安定した事業体制にしていく

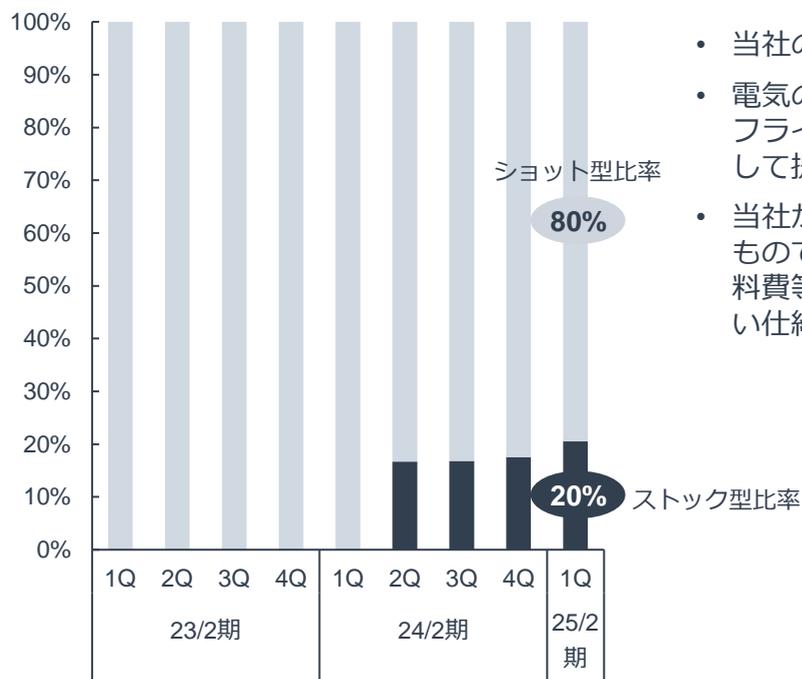
## 主要KPI

## 新規自社商品

### 人員数推移



### ショット型vs.ストック型売上



### コレクトエナジー

- ・ 当社の自社ブランド新電力サービス
- ・ 電気のみならず当社グループが扱うライフライン周りの商品を無料オプションとして提供
- ・ 当社が電力の小売事業者として展開するものではないため、電気の調達に係る燃料費等の価格変動リスクの影響を受けない仕組み

- 連結子会社であるC-clampのオーガニック成長で前年比売上高成長率160%となっている

## エネルギーセグメント

(単位：百万円)	2024年 2月期 1Q	2025年 2月期 1Q	前期比	
	実績	実績	金額比	%
売上高	116	186	+70	+160%
EBITDA	▲13	▲9	3	-
EBITDA マージン(%)	-	-	-	-
営業利益	▲13	▲9	4	-
営業利益率(%)	-	-	-	-

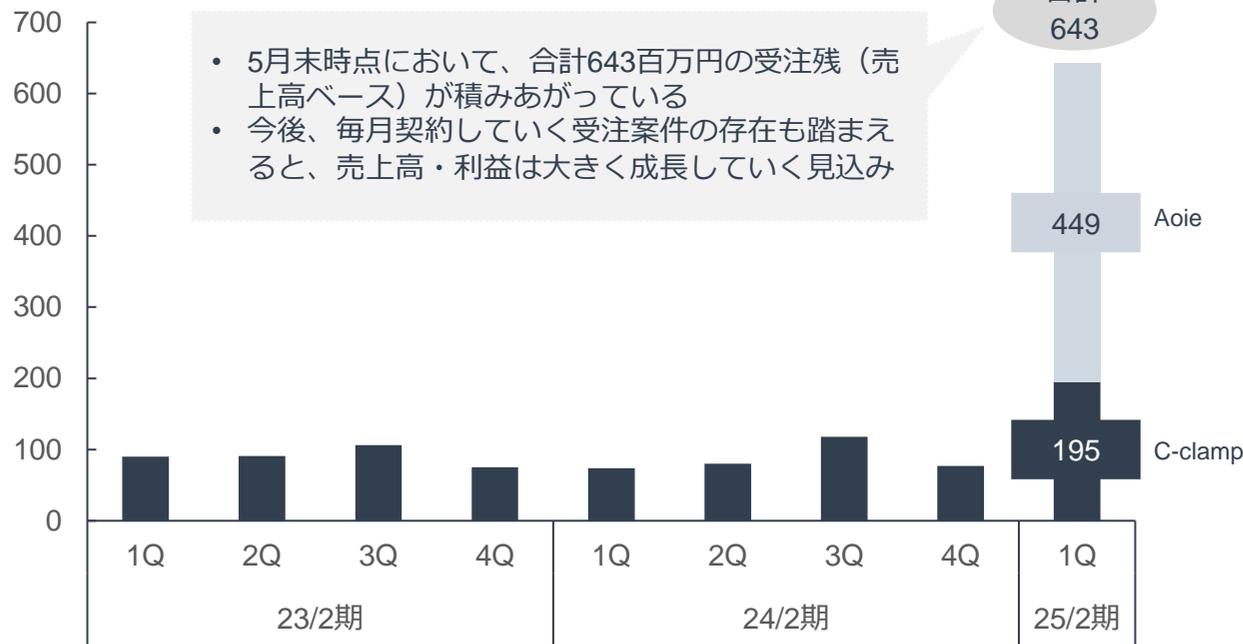
- Aoieを連結子会社化したことに伴い、6月以降はPLについても寄与していく
- 特に受注残が多くあるため、施工・売上計上まで完了できれば、大きく売上利益に貢献する見込み

## 主要KPI

## 埼玉事業所

### 受注残の推移（契約済・未完工案件）

(単位：百万円)



• 5月末時点において、合計643百万円の受注残（売上高ベース）が積みあがっている  
 • 今後、毎月契約していく受注案件の存在も踏まえると、売上高・利益は大きく成長していく見込み



- 太陽光関連商材の販売を行うC-clamp（当社100%子会社）にて、拡大に向けて、埼玉県に事業所を構える
- 既に、C-clampにおいては、東京、静岡、福岡にて事業展開をしており、埼玉事務所の開設はリーチャブルな顧客数の増加をもたらす



2025年2月期業績予想

**CORREC**

- 2025年2月期の業績予想に変更はなく、売上は159%成長、EBITDAは約146%成長を見込む
- また、期末配当についても、1株8円を予想

## 業績予想

(単位：百万円)	2024年2月期	2025年2月期	
	実績	予想	成長率
売上高	3,938	6,265	+159%
EBITDA	160	235	+146%
EBITDA マージン(%)	4.1%	3.8%	-
営業利益	119	160	+133%
営業利益率(%)	3.0%	2.6%	-
経常利益	117	156	+133%
当期純利益	88	124	+140%
EPS (円)	12.16	17.04	-



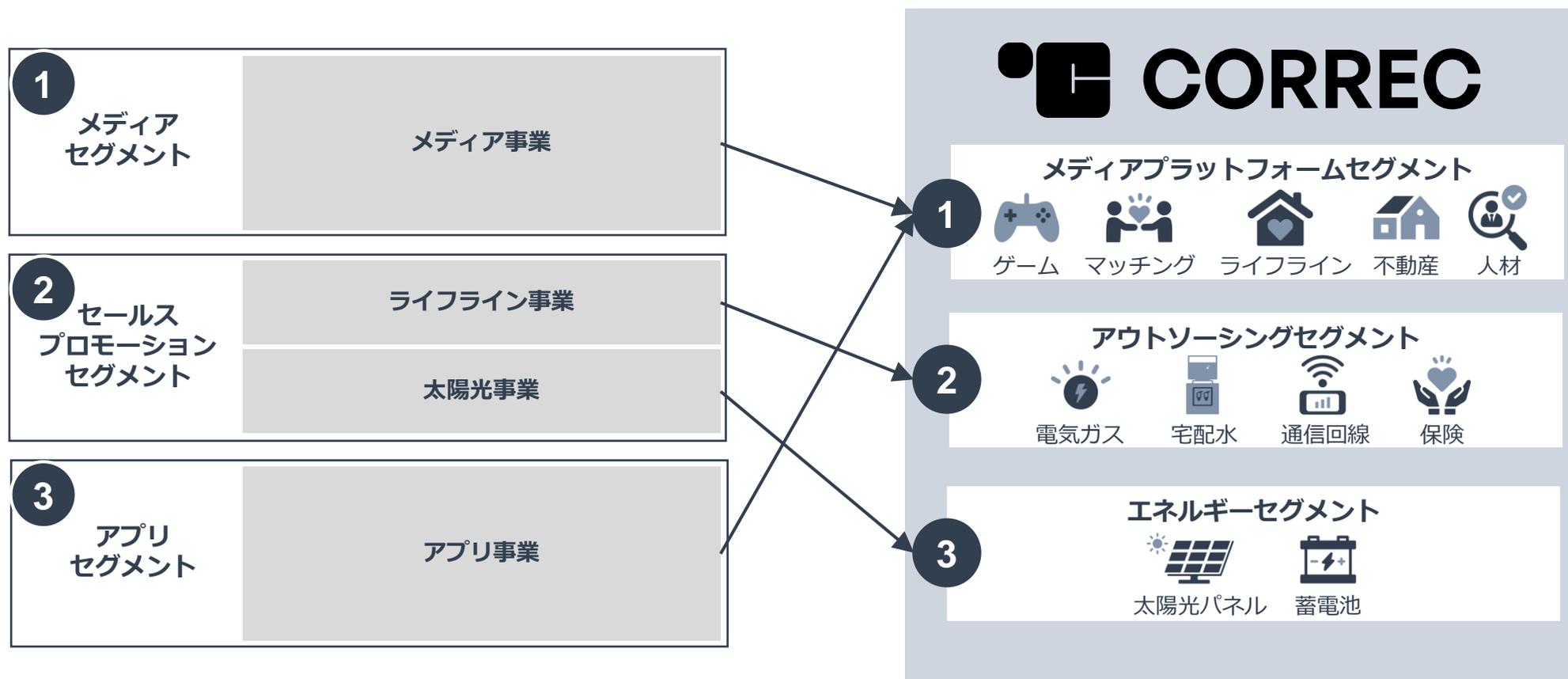
補足

**CORREC**

- 2025年2月期第1四半期決算より開示セグメント区分の変更を実施
- マネジメントアプローチにより、投資家の皆様にわかりやすくなるようにセグメント区分を変更予定

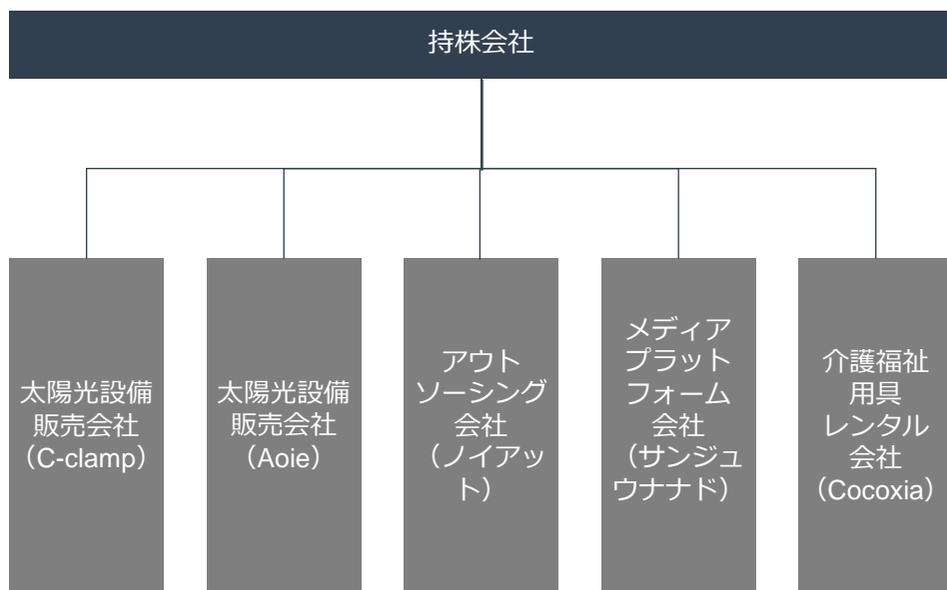
2024年2月期までのセグメント

2025年2月期以降の新セグメント



- 2024年9月1日から持株会社体制によるグループ経営を行い、企業価値向上を追求していく
- 5月29日開催の第14回定時株主総会にて本件承認済

## 持株会社体制のグループ組織図



## 持株会社体制移行の狙い

### 1. 権限と責任の委譲

- 意思決定の迅速化を図るため、権限と責任の役割と範囲の枠組みを再構築
- 事業ごとにPLだけでなく、バランスシートが明確になるため、ROEを意識した経営を各事業で実施

### 2. 後継者育成

- 持株会社における将来の経営幹部となり得る人材育成

### 3. ガバナンス強化

- 子会社ごとのビジネスや規模に応じた適切なガバナンス体制の構築

### 4. M&Aを意識したグループ運営体制

- 持株会社化により、時代の潮流に合わせたポートフォリオ構築が行いやすい

### 5. ビジネスモデルに応じた人事設計・労働環境の提供

- ビジネスモデルによって、働き方や報酬設計の考え方は異なるため、事業子会社ごとの価値を高めるための組織設計が可能

## 本資料の取り扱いについて

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。実際の業績等は、今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる場合があります。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

お問い合わせ先

広報・IR部

Email: [ir@correc.co.jp](mailto:ir@correc.co.jp)



情報コミュニケーションに 感性と体温を。