



2024年10月17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CFO兼管理本部長 西崎 祐喜
(TEL. 03-6825-5022)

【質疑応答集】2025年2月期 第2四半期決算説明会

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、2024年10月11日（金）に2025年2月期 第2四半期決算説明会を行いました。フェアディスクロージャーの観点に基づき、参加者からいただいたご質問とそれに対する回答をまとめたものを公開いたします。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】

<会社全体に関する内容>

Q1. 改めて、今回の持株会社への移行の目的と、期待する効果について教えてください。

A. 持株会社化は執行と監督を分離する役割を持ち、各ポートフォリオ経営を意識したグループ経営を推進するものであります。また、持株会社化というグループ組織の体制を新しくつくることにより、既存の子会社及び今後の成長の要となるM&Aによりジョインする会社に対し、人事制度など個別最適な環境をつくることができると考えています。個別最適化することで、従業員が働きやすく、かつ定着しやすい環境を生み出すことができ、ひいては企業価値の向上につなげていく狙いがあります。

Q2. 1Qでは新しいビジネスの立ち上げ段階で販管費率の増加が見られました。2Q以降の状況はどうでしょうか。

A. 販管費の増加には大きく2つの要因があります。一つ目は人員の増加です。上半期では、採用を積極的に進めた関係で階段状に人件費が膨らみました。もう一つは、6月以降に連結したAolie社が関係しています。この2つの要因で販管費の絶対額が増えました。一方、販管費率といった観点に置いては2Q以降減少傾向にあります。理由としては、売上高の増加が大きく寄与しています。当社は基本的に、人が資本となるビジネスで

はあるので、人件費を資本として売上高を作っており、それらを考慮すると生産性は上がってきていると考えています。

<セグメントに関する内容>

Q3. メディアプラットフォームについて QoQ で売上高が落ちている原因は何でしょうか？

A. 2024年3月のコアアップデートの影響になります。ただ、8月はかなり戻ってきているので、今後については3月以前の売上高の数字をつくっていきけるのではないかと考えています。

Q4. SEO アルゴリズム適応化の状況について。1Qでのメディアプラットフォームセグメントの売上高の減少は想定線だったとのことだが、2Qでどの程度回復してきているか？

A. 3月に起きた Google のコアアップデートに関しては 1Q、2Q の売上高に関して影響があり、投資家目線では、1Q と 2Q を比較すると減収傾向にあるのではないかと懸念を思慮します。しかし、2Q 末である 8 月を単月で考えると以前の売上高に戻ってきている印象であり、今後 9 月以降では、回復の傾向の兆しがあると考えています。

Q5. スtock比率が 2Q で伸びていますが、この要因について教えてください。具体的にどのような商材が伸びているのでしょうか。

A. スtock型商材の中には、コレクトエナジーと福利セレクトがあります。それらの売上高が伸びてきていることが大きな要因になります。

コレクトエナジーは電力に関する商品。福利セレクトは当社が扱う自社サービスである、グルメ、美容、レジャーなどの福利サービスを組み合わせた商品となっています。

Q6. スtock比率に関して、将来的にはどのくらいの比率まで伸ばしていく計画でしょうか。

A. 短期的には 50% を一つの目標としています。StocK型の商品の比率が高まると経営としては安定していくため、長期的には比率は高めていきたいと考えています。

Q7. 【「コレクトエナジー」は、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による影響を受けない。】という説明がプレスリリースにありましたが、この仕組みについてももう少し詳しく教えてください。

A. こちらの文意は投資家を意識したものになっており、昨今、小売電気事業者においては、電気価格の高騰が原因で倒産してしまう事例があります。当社の商品はそういった電気価格の変動の影響を受けないものとなっています。仕組みとして、コレクトエナジーは当社の自社ブランドではあるものの、OEM 商品であり、OEM 元から電力を買っています。そのため、市場における電力の価格が大きく上がったとしても、電力を購入する際

の価格は一定金額であり、当社が電力の価格変動に対してのリスクを負うことはありません。

Q8. 福利セレクトというのはどういったサービスで、対象ユーザーは誰になるのでしょうか？例えば新電力契約者向けのサービスなどに活用するのでしょうか？

A. 対象のユーザーは個人のお客様であり、サービス内容としては、月々定額を支払っていただくことで、グルメ、修理手配、美容ケアなどの優待サービスを無料で何回もつかえるような商品となっています。例えば遊園地に行きたいと思った際に遊園地の割引券を発行することができたりとお客様がベネフィットを享受できる商品になります。

また、新電力サービスであるコレクトエナジーとは別の商品であり、福利セレクト単体で提供しているサービスになります。

Q9. エネルギーセグメントの利益率はどのくらいを目指していけるものなのでしょうか？売上規模は大きいですが利幅も小さいビジネスではないかと推測しますが・・・

A. エネルギーセグメントの利益率に関しては、足元、営業利益率 3.3%ですが、当社としては利益率 10%までは伸ばせるのではと考えています。個人をターゲットとしている商材のため一度に大きな売上高や利益の獲得は難しいものの、クリーンエネルギーの業界成長性や、当社グループの Aoie 社及びシークランプのシナジーを考慮し、今後の利益に期待いただければと思います。

Q10. 1Q 時点で、エネルギーセグメントでは 6 億 4000 万円規模の受注残が積みあがっておりました。2Q では 10 億円に拡大しておりますが、この顧客は一般消費者なのでしょうか？またこの受注残が売上高に計上されるまでには、どのくらいの期間が必要なのでしょうか。

A. 顧客は、戸建てを持っている一般の消費者が中心になります。

受注残が売上高に計上されるまでには早くも 2、3 ヶ月。遅くとも 6 ヶ月で売上高に計上できるのではないかと考えています。

Q11. エネルギーセグメントの月次契約高というのは、イコール売上高と捉えて良いのでしょうか？また季節性のようなものはありますか？

A. 月次契約高イコール売上高ではございません。当社の売上高の計上基準は完工としており、まず契約をとったものが、受注残に積みあがり、完工されれば売上高として計上されます。

季節性に関しては、夏場は日照時間が長い関係から、夏場にニーズが増加する傾向はあるものの、冬場の電力市場の状況によっては、冬場のニーズが強い年もあり、年中満遍なくニーズがある商品になります。

Q12. 「太陽光 2 社合計の月次契約高」が 6 月から急増した理由は何でしょうか。また Aoie 平山社長の過去の X を見ると 2023 年は月によって契約金額にバラツキがあるようでしたが、一般的にどういうタイミングや要因で契約が増えるのでしょうか。

A. 6月から急増した、一番大きな要因はAoie社のPL連結開始によるものです。3月から5月まではシークランプのみであり、6月以降はシークランプとAoie社の合算になります。

タイミングや要因に関しては、シークランプとAoieそれぞれ別々になります。まずシークランプでは基本的に、個人の住宅向けに対して対面で行うコンサルティング営業を軸に営業を展開しています。そのため営業人員数が重要な指標となり、現在約40名人が所属しています。人数拡大により、案件の獲得件数の増加を図ります。Aoie社に関してはWeb集客がメインになり、広告費の投入によって契約高が変わってきます。それぞれパラメータが異なる収支モデルになっております。

Q13. 太陽光の総合メディアとしてAoieソーラーナビを立ち上げたが、その戦略とリード獲得状況について教えて欲しい。

A. Aoieソーラーナビは、Aoie社が太陽光パネルや蓄電池を販売から施工まで行ってきた知識やノウハウをユーザー目線で情報提供するメディアになります。本メディアは、お客様の集客を一つの目的としており、ユーザーに有益な情報を提供することで、Aoie社の商品販売につなげられたと考えています。また、リード獲得に関しては、多くの反響もあり、すでにご成約頂いたお客様もいます。メディア自体のPVもかなり伸びており、好調なメディアの一つであります。

Q14. Aoieの施工チームの人員補強をされたとのことですが、連結前よりどのくらい増加されましたか？

A. 連結以前と比較し、新たに一桁後半の人数の採用、配置転換を行いました。現在は積みあがっている受注残を売上高として計上していくため施工体制を強化しています。また、チーム数を増やすことで、これまでよりも回転数を上げていくことができ、下期以降、施工の件数増加が期待できるのではと考えています。

<今後に関する内容>

Q15. 今期予想達成の確度は？とくに利益面ついて3セグメントのうちどれが貢献する見込みをお教えください。

A. 当社としてはかなり自信をもって達成できるのとは考えており、足元に順調に進捗しています。一番利益を獲得できるのはメディアプラットフォームセグメントであり、今後の成長性に関してはエネルギーセグメントがカギとなってきます。理由としては、エネルギーセグメントは2Q末時点で約10億円の受注残があり、下半期にかけ売上高に計上してく想定であるためです。

以上