



情報コミュニケーションに
感性と体温を。

2025年 2月期 決算説明資料

株式会社コレックホールディングス
東証スタンダード(6578)
2025年4月14日



2025年2月期 通期決算数値

売上高	EBITDA	営業利益	当期利益
6,355百万円 (達成率 101%)	273百万円 (達成率 116%)	186百万円 (達成率 116%)	179百万円 (達成率 144%)

① 全社	業績予想はフル達成、「本質的な企業価値向上」のための成長戦略を推進中 - 創業以来、過去最高の売上高を記録し、大きな事業ポートフォリオの転換に成功 2026年2月期は売上高 9,014 百万円（昨対比 +42%）営業利益 365 百万円（昨対比 +96%）の着地予想
② エネルギー セグメント	圧倒的な成長率により、売上・利益ともにグループに大きく貢献 2024年5月に買収した Aoie 社の貢献もあり、グループ売上の 43% を占めるまでに成長 - これから売上高になる契約済受注残は約 12 億円あり、売上計上の早期実現を目指す
③ アウトソーシング セグメント	ストック型商品のローンチにより、持続的成長につながる顧客基盤を拡大 - フロー収益とストック収益の比率が 5：5 となり、将来利益にも寄与 - 人員採用も積極的に行い、25/2 期は 214 名まで組織規模を拡大（26/2 期は 240 名まで拡大予定）
④ メディアプラットフォーム セグメント	高利益率は維持しつつ、オウンドメディア以外の業容拡大 - デジタルメディア数を拡大し、外部環境リスクを分散（昨年 32 メディア、現在 46 メディア） - 外部向けメディア運営コンサルティング、自社グループ向け集客支援に着手

目次 contents

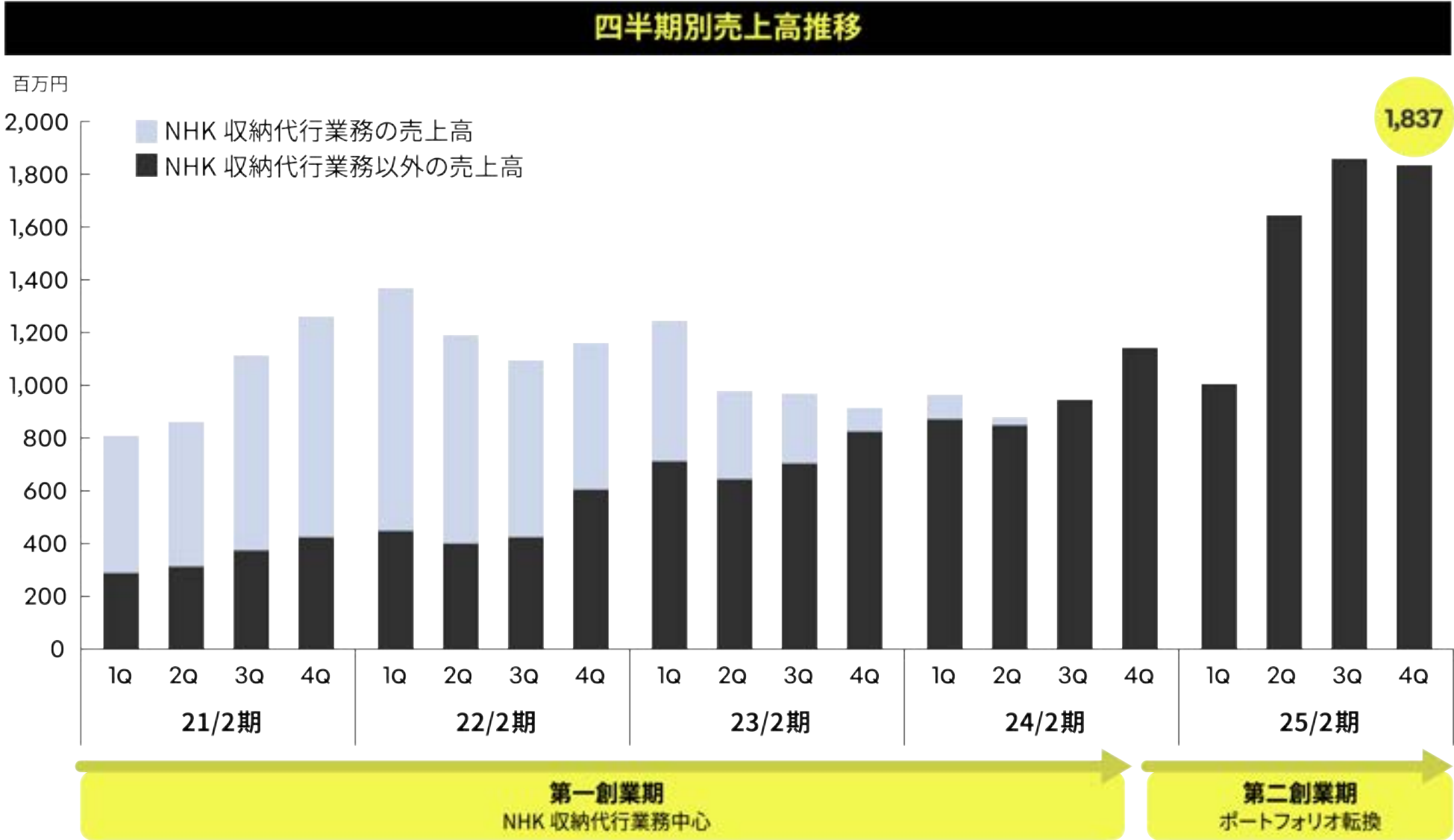
1 /	2025年2月期 通期決算概要	4
2 /	2026年2月期 通期業績予想	17
3 /	中期経営計画「CORREC Innovation 2029」の進捗	22
4 /	事業概要	34
5 /	M&Aの方針	44
6 /	株主還元の方針	49
7 /	グループガバナンス・ESG/SDGs	51
8 /	(参考) 会社概要	61

2025年2月期 通期決算概要

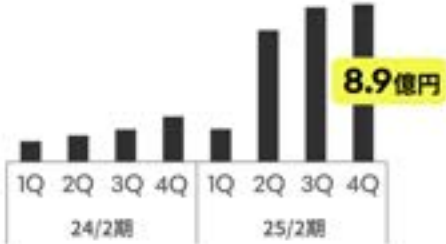
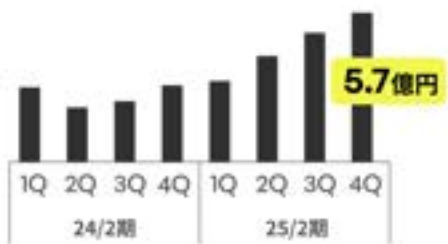
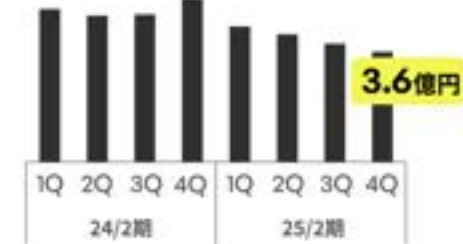
- 業績予想はフル達成で、事業の進捗は計画通り
- 売上高は 61%成長し、昨年と比べて飛躍的に成長

2025年2月期 通期実績					
(単位：百万円)	2024 年 / 2 月期	2025 年 / 2 月期			
	実績	業績予想	実績	昨年比増減率	予想比増減率
売上高	3,938	6,265	6,355	+61.4 %	+1.4 %
EBITDA	160	235	273	+70.3 %	+16.2 %
EBITDA マージン (%)	4.1 %	3.8 %	4.3 %	-	-
営業利益	119	160	186	+55.7 %	+16.3 %
営業利益率 (%)	3.0 %	2.6 %	2.9 %	-	-
経常利益	117	156	187	+60.1 %	+19.9 %
当期純利益	88	124	179	+102.5 %	+44.4 %
EPS (円)	12.16	17.04	24.55	+101.9 %	+44.1 %

○ 「第二創業期」に入り、ポートフォリオの転換は進み、業績は大きく拡大中



- 一極集中したビジネスモデルから脱却し、外部経済環境の変動にも耐え得る事業ポートフォリオを構築
- エネルギーとアウトソーシングは成長性を、メディアプラットフォームは収益性を追求

2025年2月期 セグメント別業績			
(単位：百万円)	エネルギーセグメント	アウトソーシングセグメント	メディアプラットフォームセグメント
売上高	2,708	1,989	1,621
EBITDA	159	132	206
EBITDAマージン	5.9 %	6.6 %	12.8 %
売上高構成比率			
四半期別売上高推移			

※セグメント売上高はセグメント間の内部取引を含む

- Aoie 社の買収に伴い、連結ベースの総資産は増加

連結バランスシートの推移				
(単位：百万円)	2024 年 2 月末	2025 年 2 月末	増減額	主な増減要因
資産合計	2,377	3,089	+721	
流動資産合計	2,077	2,686	+609	現金及び預金の増加 (+148)、商品の増加 (+193) 営業未収金の増加 (+141)
固定資産合計	300	402	+102	
有形固定資産	20	13	▲ 7	
無形固定資産	160	252	+92	Aoie 社買収によるのれんの増加 (+126)
投資その他の資産	119	136	+16	
負債純資産合計	2,377	3,089	+721	
負債合計	1,274	1,846	+571	
流動負債	1,128	1,687	+561	買掛金の増加 (+216)、未払費用の増加 (+83)、 借入金の増加 (+142)
固定負債	146	159	+10	
純資産合計	1,102	1,242	+139	

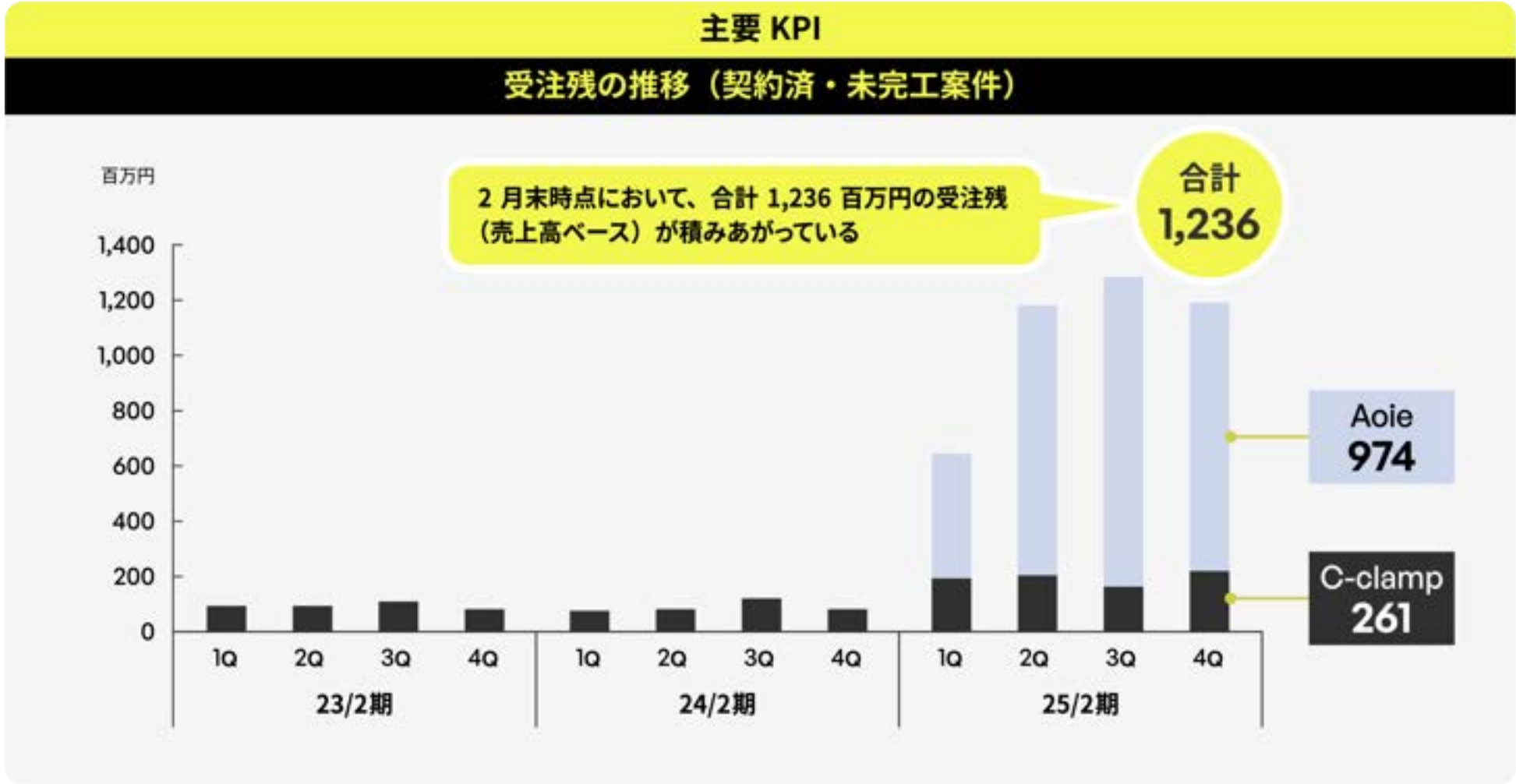
- 2025年2月期は買収に支出があったものの、営業CF創出と資金調達により、現預金残高は約15億円まで増加した

連結CFの推移			
(単位：百万円)	2024 年 2 月期	2025 年 2 月期	2025 年 2 月期の主な内容
営業 CF	175	175	
投資 CF	▲ 33	▲ 132	Aoie 社買収による支出（▲117）
財務 CF	323	105	長期借入による収入（+100）
現金及び現金同等物の増減額	465	148	
現金及び現金同等物の期首残高	948	1,413	
現金及び現金同等物の期末残高	1,413	1,562	

- 世界規模で、再生可能エネルギーの機運が高まっており、太陽光発電機器の売上・利益は大きく拡大中
- 2025 年 2 月期において、販売だけでなく施工まで行える体制を整えたため、さらなる拡大を目指す

2025年2月期4Q（四半期）					2025年2月期通期（累計）			
	2024 年 2 月期 4Q	2025 年 2 月期 4Q	前期比較		2024 年 2 月期通期	2025 年 2 月期通期	前期比較	
	実績	実績	増減額	%	実績	実績	増減額	%
(単位：百万円)								
売上高	256	896	+639	+248.7	705	2,708	+2,002	+283.7
EBITDA	42	52	+10	+23.5	▲ 4	159	+163	-
EBITDAマージン(%)	16.7 %	5.9 %	-	-	-	5.9 %	-	-
営業利益	42	44	+1	+4.6	▲ 4	133	+137	-
営業利益率 (%)	16.6 %	5.0 %	-	-	-	4.9 %	-	-

- 2025 年 2 月末において、約 12 億円まで受注残が積み上がっており、今後の売上となる想定



- 2025 年 2 月期は、ストック型商品の展開により、将来の収益の基盤を構築
- 今後も取扱商品を拡大し、ユーザーニーズに寄り添った商品提案を行う予定

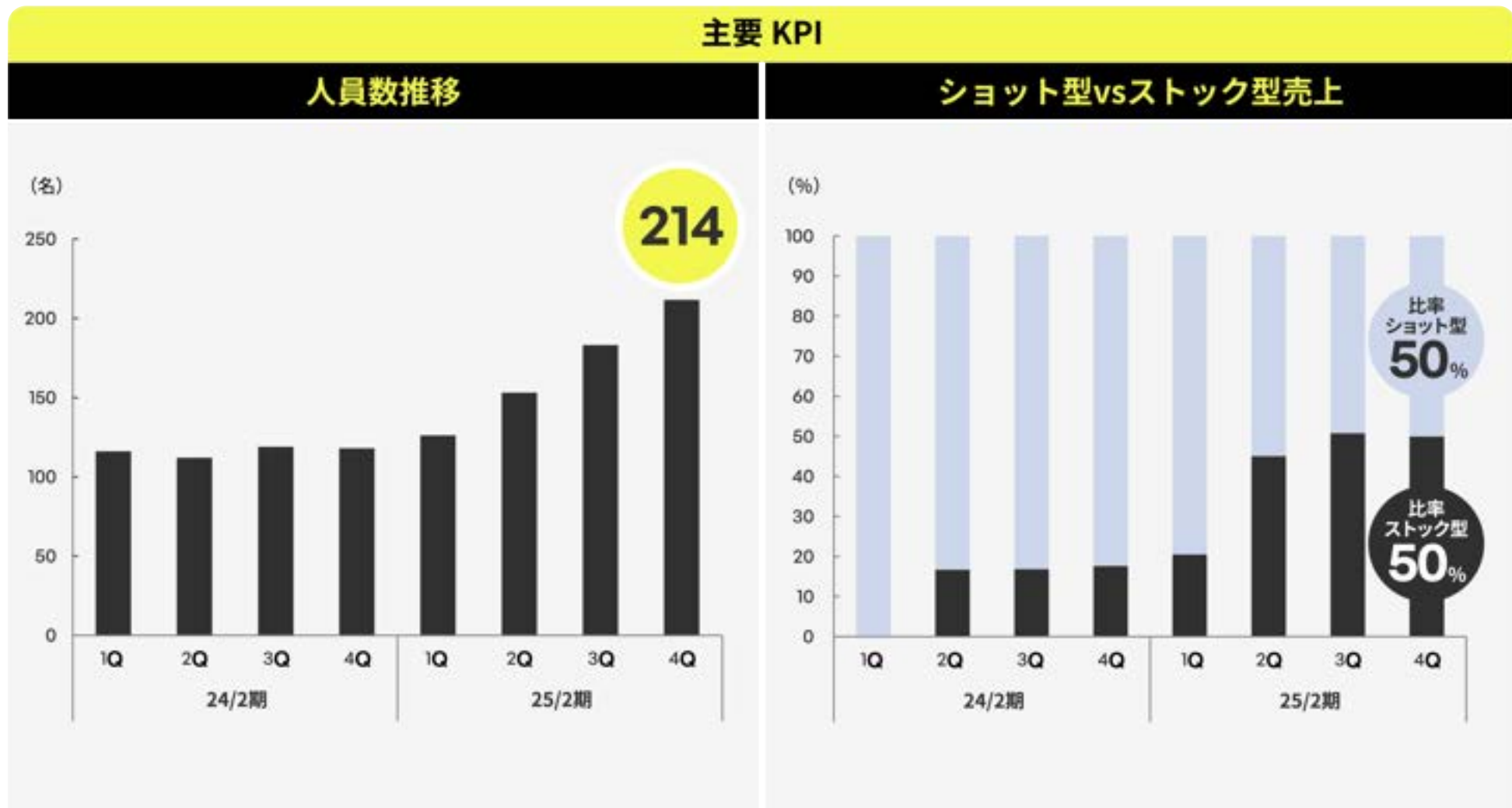
2025年2月期4Q（四半期）

	2024 年 2 月期 4Q	2025 年 2 月期 4Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
(単位：百万円)				
売上高	343	570	+227	+66.2
EBITDA	▲ 5	64	+69	-
EBITDA マージン (%)	-	11.3 %	-	-
営業利益	▲ 6	59	+65	-
営業利益率 (%)	-	10.4 %	-	-

2025年2月期通期（累計）

	2024 年 2 月期通期	2025 年 2 月期通期	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	1,194	1,989	+794	+66.5
EBITDA	52	132	+79	+149.7
EBITDA マージン (%)	4.4 %	6.6 %	-	-
営業利益	51	118	+66	+130.0
営業利益率 (%)	4.3 %	5.9 %	-	-

- 大規模個人向け営業組織として、人員数は 214 名まで拡大
- 足元の利益と将来の利益のバランスを取るために、ショット vs ストックの構成比を半々に維持



※ストック型売上には個人・法人顧客を問わず、継続してご利用いただけるリカーリングビジネスに対する対価の総計を示す

- 不採算メディアの構造改革や新規メディア開発を進めるも、減収減益に転じる
- テクノロジーを活用し、メディア集客力を活かした人材プラットフォームビジネスを新規開始

2025年2月期4Q（四半期）

	2024 年 2 月期 4Q	2025 年 2 月期 4Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
(単位：百万円)				
売上高	539	363	▲ 176	▲ 32.7
EBITDA	109	53	▲ 56	▲ 51.4
EBITDAマージン(%)	20.2 %	14.6 %	-	-
営業利益	99	44	▲ 55	▲ 55.3
営業利益率 (%)	18.5 %	12.3 %	-	-

2025年2月期通期（累計）

	2024 年 2 月期通期	2025 年 2 月期通期	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	2,014	1,621	▲ 392	▲ 19.5
EBITDA	325	206	▲ 118	▲ 36.4
EBITDAマージン(%)	16.2 %	12.8 %	-	-
営業利益	293	172	▲ 121	▲ 41.3
営業利益率 (%)	14.6 %	10.6 %	-	-

※セグメント売上高はセグメント間の内部取引を含む

- 2025 年 2 月末において、46 メディアを運営
- 新規メディア開発を積極的に推進し、多様なメディアポートフォリオを構築



- 不採算メディアの構造改革を実施しながらも、新規メディアの開発にも注力

新規リリースメディア紹介（一部抜粋）



リフォーム通

「リフォーム通」

リフォーム・リノベーションに関する情報を発信
また、日本全国の住宅メーカー情報も掲載

キャリアムーブ

「キャリアムーブ」

転職ノウハウや転職に必要なスキルなど
幅広く情報を発信

2026年2月期 通期業績予想

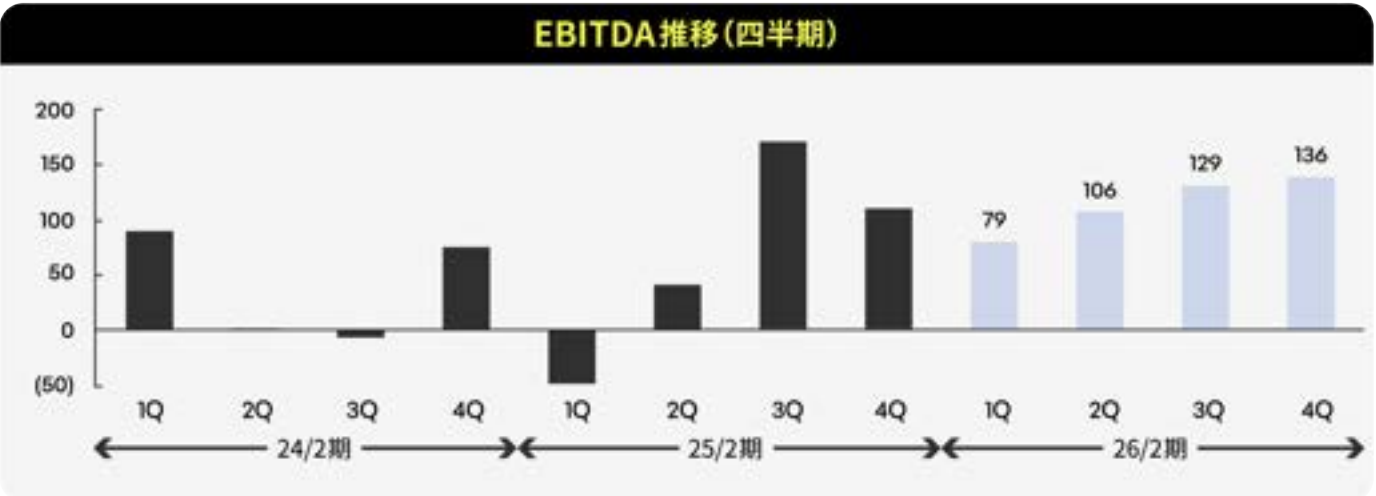
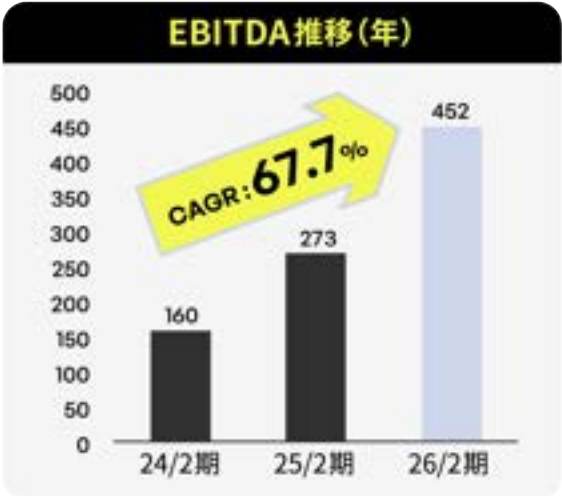
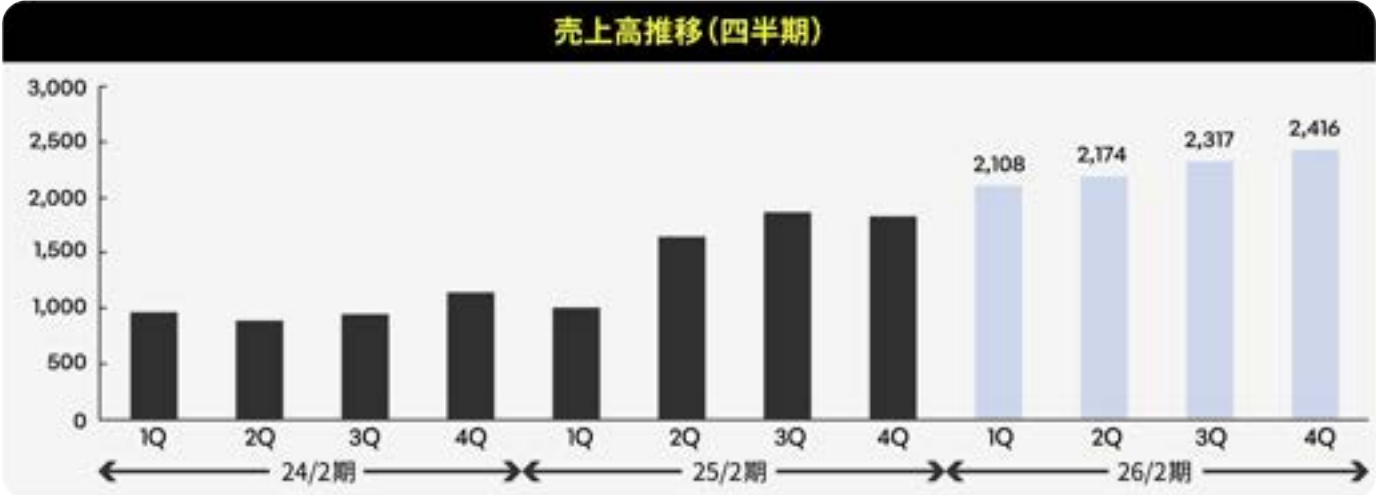
- 2026 年 2 月期は売上高 90 億円、EBITDA は 4.5 億円まで増加する想定
- EPS 成長率は +80%であり、著しい成長を見込んでいる

業績予想

(単位：百万円)	2024 年 / 2 月期	2025 年 / 2 月期	2026 年 / 2 月期	
	実績	実績	予想	年成長率
売上高	3,938	6,355	9,014	+42 %
EBITDA	160	273	452	+66 %
EBITDA マージン (%)	4.1 %	4.3 %	5.0 %	-
営業利益	119	186	365	+96 %
営業利益率 (%)	3.0 %	2.9 %	4.1 %	-
経常利益	117	187	356	+90 %
当期純利益	88	179	324	+80 %
EPS (円)	12.16	24.55	44.20	+80 %

- 四半期別にみると、第1四半期は株主総会や新規施策などのイベントがあるため、収益性の低下が見込まれるが、第4四半期に向けて右肩上がりに成長していく予定

(単位: 百万円)



エネルギー セグメント

C-clamp と Aoie のシナジー、スケールメリットの追求
施工業の市場横展開。住宅リフォーム業界への進出を見据える

アウトソーシング セグメント

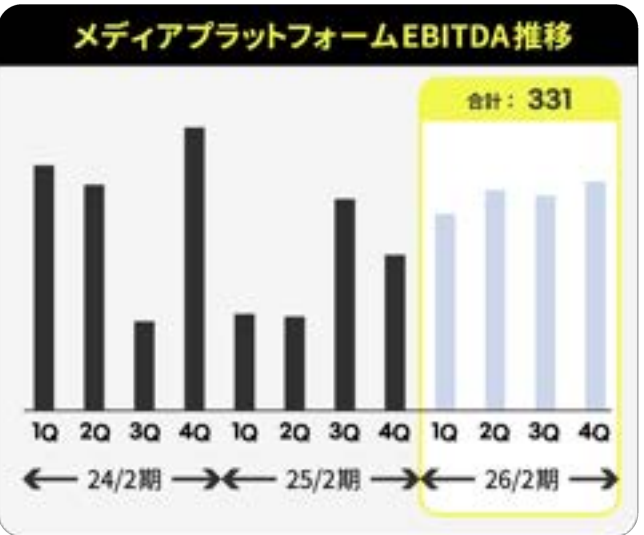
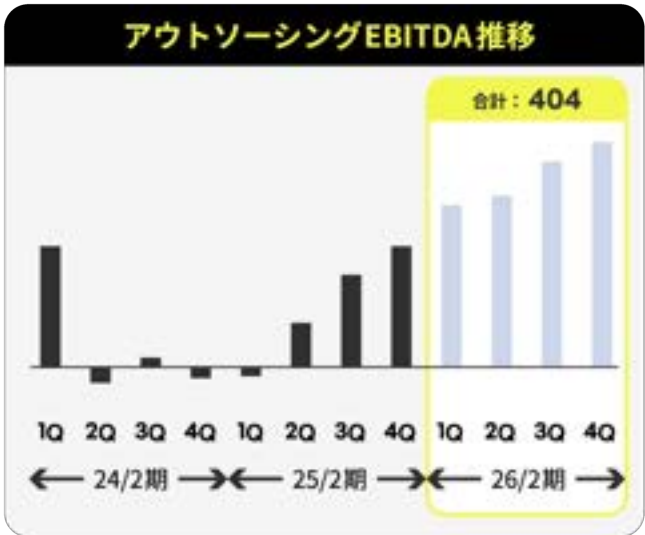
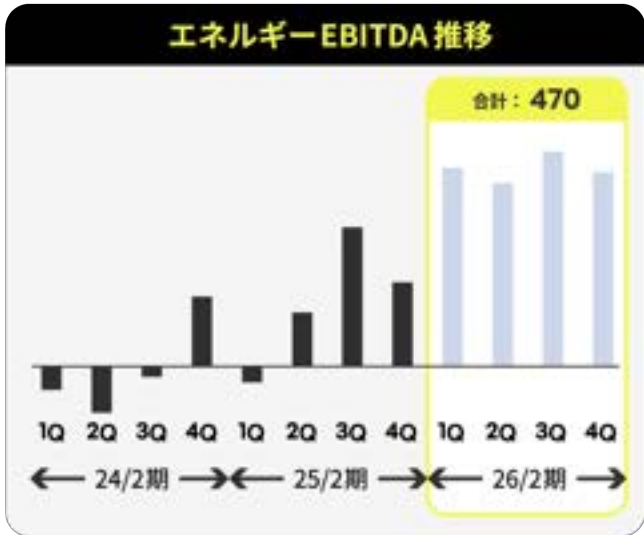
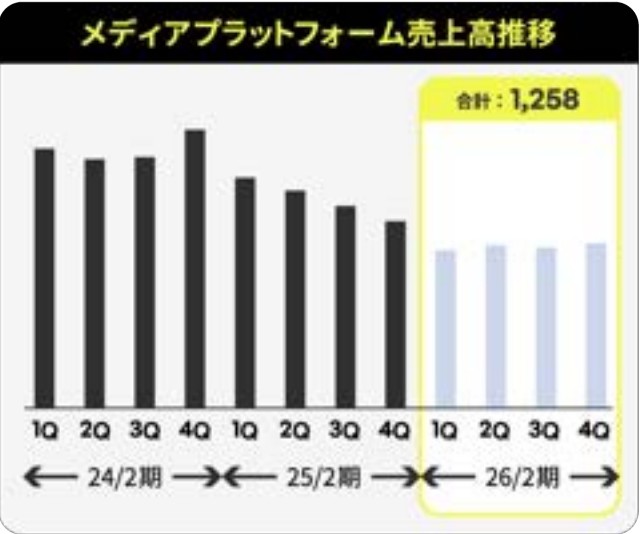
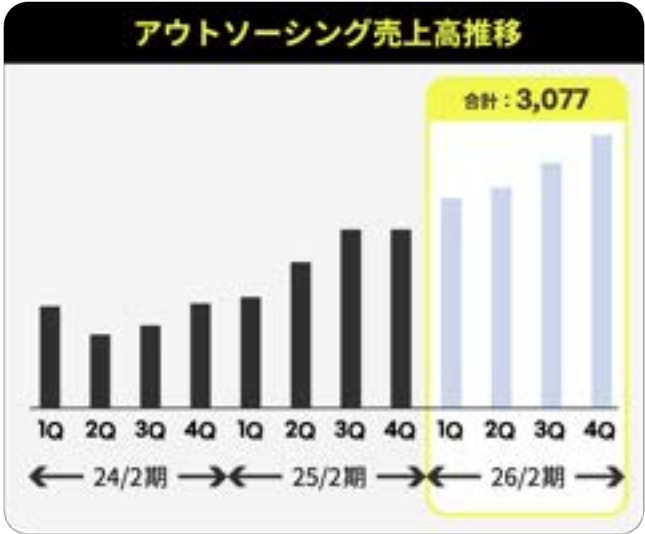
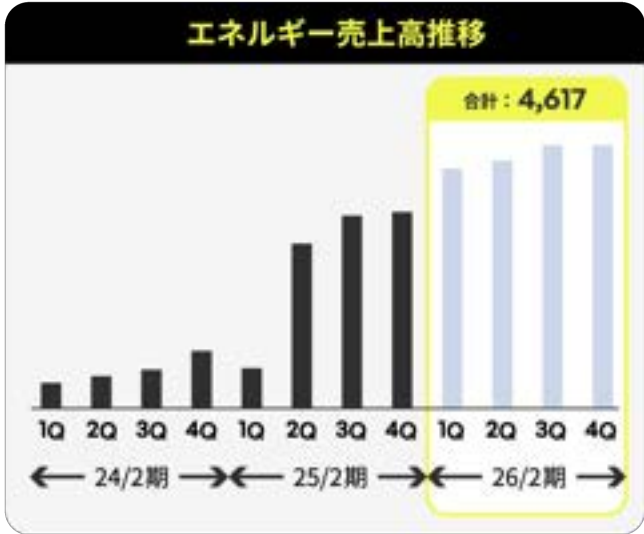
ストック商品の拡大、営業人員増加
「営業の DX 化」を推進

メディアプラットフォーム セグメント

外部向けウェブコンサルティング、自社向け集客支援を推進
SEO メディア以外の、新たな収益源の構築

- エネルギーとアウトソーシングは、順調に右肩上がりで成長していく想定
- メディアプラットフォームはDX化に伴う収益性向上を進めており、26年2月期には一定の効果が出る見込み

(単位：百万円)



※各セグメントの EBITDA は共通費配賦前の数字



中期経営計画「CORREC Innovation 2029」の進捗

新たな社会インフラの創出。

我々は、日本を駆け巡る毛細血管となり、
リアルとウェブを融合した社会インフラを作る。

新たな社会インフラの創出を達成することで、
ビジョンである「誰もが、より良い変化を愉しめる社会へ。」を
実現し、持続的な企業価値向上を目指す。

メディア事業だけの会社はたくさんあり、
アウトソーシング事業のみの会社もたくさんある。

しかし、この2つの事業を結びつけている会社は稀有であり、
それが我々独自の強みになっている。



- 顧客に温もりを届け、住生活を便利にする商品・サービスに特化した「社会インフラ」ビジネスモデルを構築
- コレックグループ社員は、社会にとってのエッセンシャルワーカーとなる

1 取扱商品拡大による CX の向上を狙う 顧客ベネフィットの最大化



3 外部リソースの活用 非連続成長のための成長ドライバー



2 オペレーショナルエクセレンスの追求 自社の競争力の源泉 (=強み)





コレックグループは売上高 120 億円の早期実現を目標とする
中期経営計画期間はトップラインの拡大による市場プレゼンスの強化を狙う

1

事業戦略

安定収益モデルの確立

- 各ビジネスセグメントの競争環境、市場成長を見据えたポートフォリオ運営・管理
- 持続的な成長のため、ストック型ビジネス商材の拡販に注力
- 自社ブランド商品の開拓による利益率向上

2

DX 戦略

AI との協働

- コレック AI 研究所の設立により、AI 実装化に向けた研究と試験導入を加速化
- 具体的に、ウェブメディア事業とコールセンター事業において、AI との協働を推進中
- 他社との提携や買収など、選択肢を限定せずに可能性を模索

3

投資戦略

M&A の積極推進

- 有利子負債による調達を念頭とした (Debt Capacity は十分あり) M&A 投資の実施
- オウンドメディア分野のロールアップ型 M&A は引き続き注力
- アウトソーシング分野に加え、新たにシニアケア領域も投資検討

4

財務戦略

レバレッジの活用

- 株主還元と事業投資のバランスを意識した CF リソースの配分
- DE レシオ 0.5x、DOE5% を意識した財務戦略
- グループ財務資源の集約で効率的なキャッシュバランスを実現

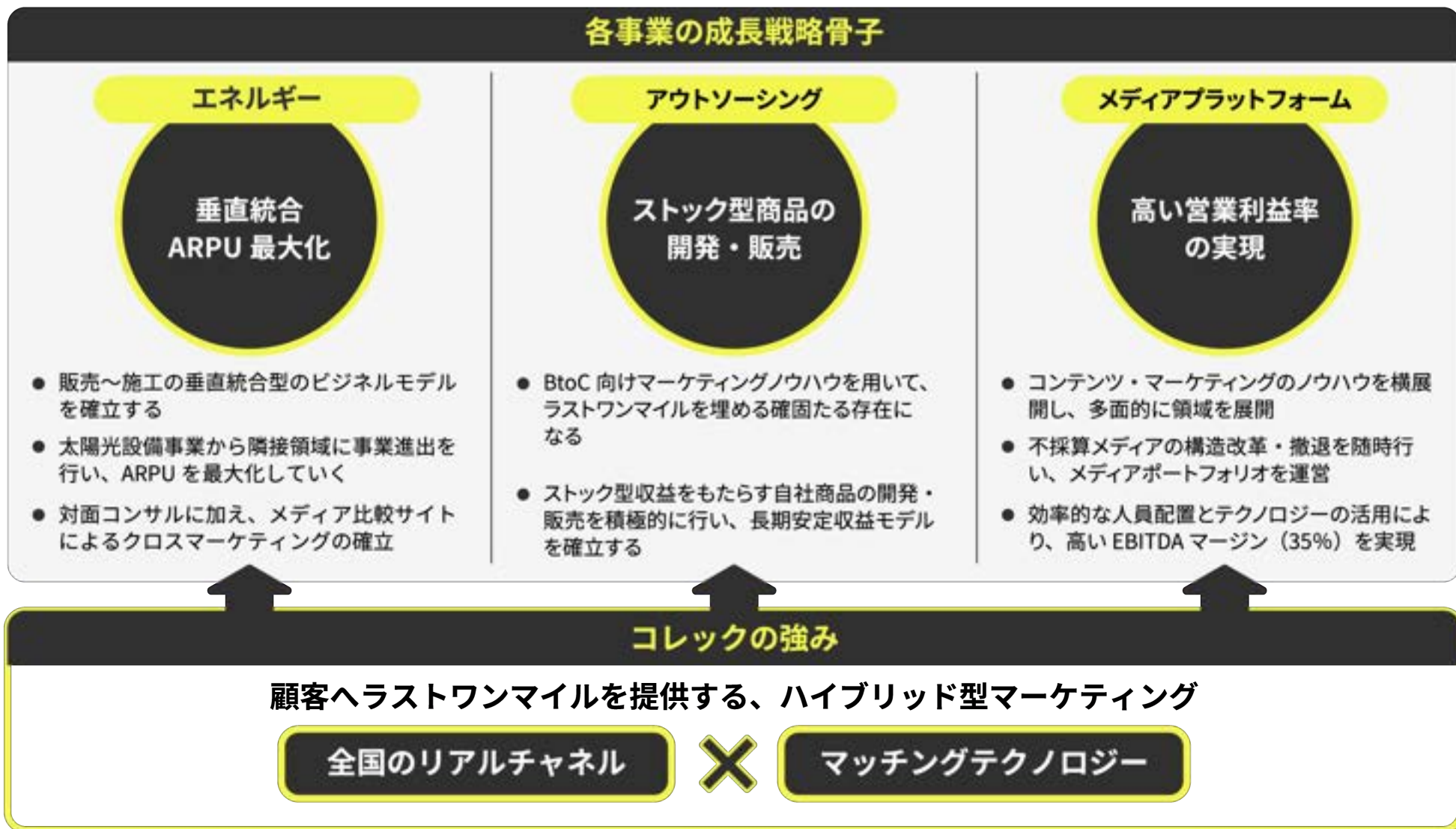
5

組織戦略

持株会社化の推進

- ホールディングス化により、ガバナンス強化。セグメントの再編と共に、組織形態を整理
- (①エネルギー、②アウトソーシング、③メディアプラットフォーム)
- 権限と責任の委譲により、事業のスピードアップと次世代の人材育成を狙う

- 各事業の競合優位性、競争環境を意識した事業戦略を策定
- それぞれにテーマを設け、中期経営計画期間で実現を図る



エネルギーセグメント

現時点の進捗



- 販売と施工の垂直統合を果たした施工元年となり、販売から施工まで一気通貫で対応できる体制構築を開始
- C-clamp と Aoie のシナジー追求に向けて PMI プロジェクト（営業、仕入、与信、管理、施工）を推進中
- グループノウハウであるメディアやデジタル広告の PMI により更に集客数が向上。引き続きクロスマーケティングを実施することで更なる集客数の向上を図る

今後の取り組み方針



- 強固な施工体制の確立を目指し、施工人員の強化を行う
- C-clamp と Aoie のシナジーを引き続き追求する
- 複数メディアによる集客力向上施策を実施していく
- ARPU 向上に向けて、太陽光以外の住宅リフォーム等の商材まで範囲を広げていく

アウトソーシングセグメント

現時点の進捗



- スtock型商品（コレクトエナジー、福利セレクト）の 2 つの商品をローンチ
- 将来収益の積上げによる企業価値向上に大きく貢献
- 営業コンサルティング案件を複数受注することで、消費者と企業を結び付けるラストワンマイルとしての存在感を醸成
- 上場会社として、コンプライアンスを意識した組織運営の実施

今後の取り組み方針



- スtock型商品開発を引き続き行い、持続的成長のための将来収益を積み上げていく
- 営業人員の確保を最重要 KPI として、組織規模拡大を狙う
- 「営業の DX 化」を推進することで、他社が真似できない仕組みを構築する
- さらに、上場会社として信頼される組織運営、管理体制を構築し、営業コンサルティング案件の獲得増を狙う

メディアプラットフォームセグメント

現時点の進捗



- 既存事業の収益性が低下気味ではあるものの、不採算メディアの構造改革などにより、収益性を高める努力は継続
- コンテンツマーケティングのノウハウを横展開するために、自社メディアだけでなく、外部コンサルティング向けに営業活動を開始
- 徐々に、生成 AI を活用した記事制作や LP のブラッシュアップなど、テクノロジーを利用した効果的かつ効率的な業務が可能となってきた

今後の取り組み方針



- 現在の業界構造として、当セグメントは大きな成長は見込めないため、引き続き高マージンによる FCF の最大化を狙う
- また、常に不採算メディアと新規メディアを入れ替えることで、収益性の高いメディアポートフォリオを運営していく
- SEO メディア以外に大きく収益化可能なビジネスを探索することで、成長の原資を創り出すことも実施

今後の取り組み方針

DX戦略

- 今後は教育研修を通じて、グループ全体に AI/DX のリテラシー向上を図る
- さらに、AI/DX を活用したオペレーション改善などの取り組みを現場の作業レベルで推進する

投資戦略

- 1 年に最低 1 件を目標として、M&A を実行していく
- 検討に当たっては、コレック M&A の規律を守る（①高値掴みはしないこと、②買収後の PMI を見据えて買収戦略を練ること、③非連続成長となる案件に取り組むこと）
- 対象領域は「施工」案件を中心に据える

財務戦略

- 持続的な成長のため、「投資と財務」はセットで検討
- 銀行キャパシティに余裕があるため、事業のアクセルを踏んでいくことは可能
- 今後も DOE5% を目標に株主還元は実施していく方針

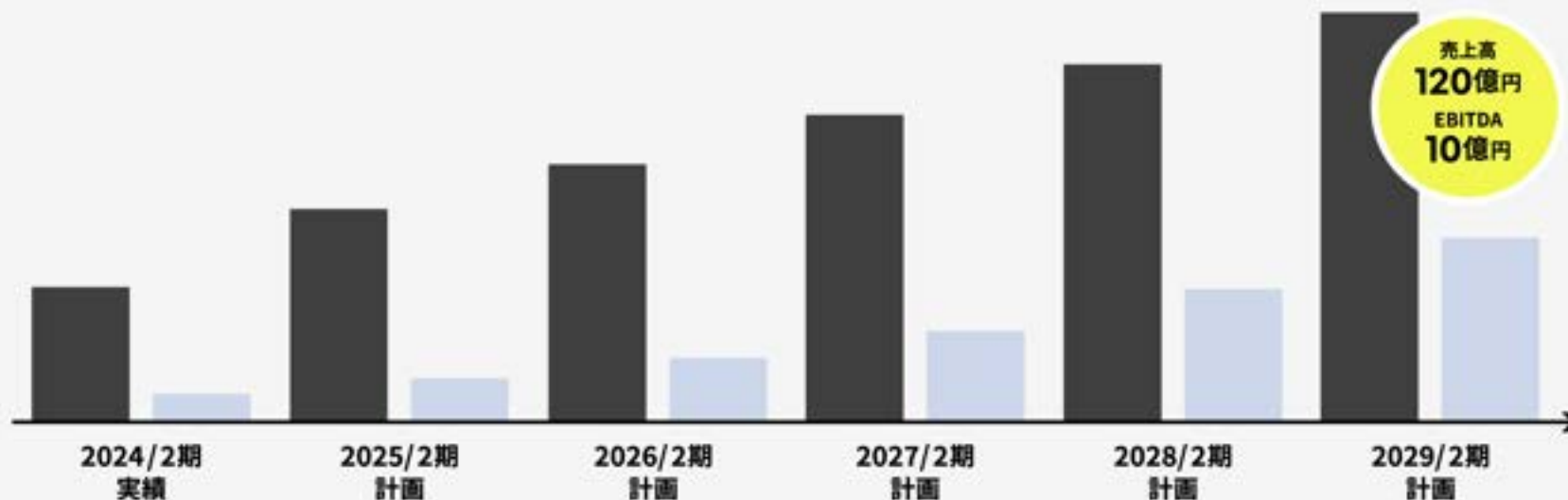
組織戦略

- 各事業子会社において、役員の積極登用を実施
- 「本質的な企業価値向上」に向けて、2026 年 2 月期は幹部陣への「教育・研修」に力を入れる
- 事業子会社が自走する経営とオペレーションを目指す

- 2029年2月期の目標は売上高120億円、EBITDA10億円と設定
- 中期経営計画期間の前半2年間は収益基盤の拡大、後半3年間は利益率向上にフォーカス

売上の進捗

■ 売上高
■ EBITDA



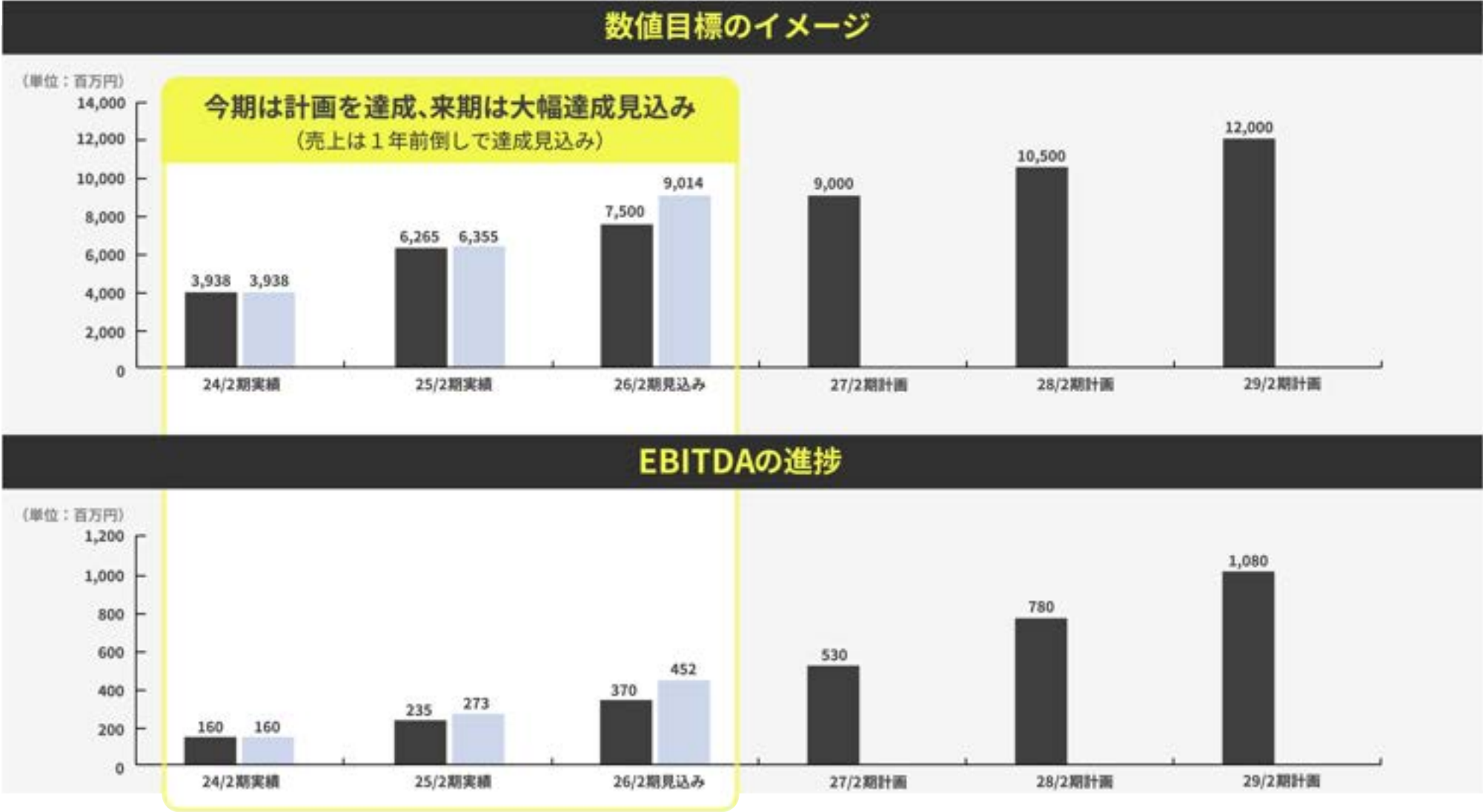
売上高 (百万円)	3,938	6,265	7,500	9,000	10,500	12,000
EBITDA (百万円)	160	235	370	530	780	1,080
マージン (%)	4.1%	3.8%	4.9%	5.9%	7.4%	9.0%

NHK依存からの脱却

ストック型商品の組成・拡大

利益率の向上

- 25 年は中期経営計画を上回る結果となり、26 年においても大幅に上回る想定である
- 事業ポートフォリオの整理、不採算事業の構造改革、Aoie 社の買収などの取組みを進めてきた結果である



- 2029 年 2 月期を目標に、引き続き、多様な人財が活躍できる環境をつくっていく

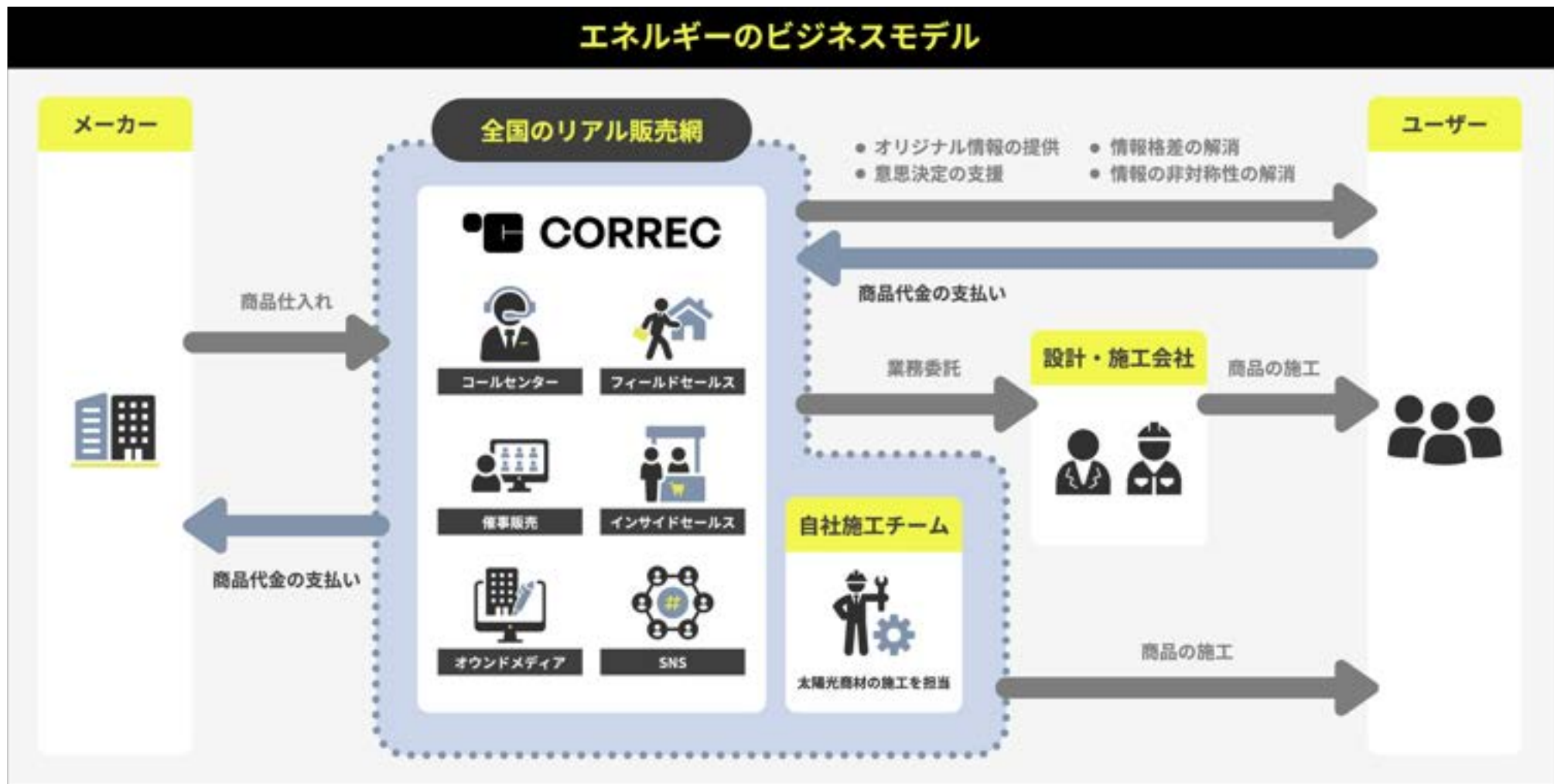
	2024/2月期 (実績)	2025/2月期 (実績)	2029/2月期 (目標)
平均勤続年数	4年8ヶ月	4年4ヶ月	6.0年
有休消化率	67.5%	65.6%	80.8%
女性管理職比率	13.4%	14.7%	15.0%
育休・産休取得率	81.8%	71.4%	85.0%
福利厚生制度数	11件	16件	30件

実績値のカウント方法

- ・平均勤続年数：正社員を対象として算出
- ・有休消化率：全従業員を対象として算出（1年間の全従業員が取得した有給休暇取得日数 ÷ 1年間の全従業員に会社が付与した有給休暇付与日数）
- ・女性管理職比率：課長以上を管理職として算出（女性管理職従業員数 ÷ 全管理職従業員数）
- ・育休・産休取得率：全従業員を対象として算出（産育休取得従業員数 ÷ 本人又は配偶者が出産した従業員数）
- ・福利厚生制度数：福利厚生制度導入数

事業概要

- 再生エネルギー活用によるエネルギー問題の解消、二酸化炭素排出量削減による地球環境保護に貢献する事業
- 販売から施工まで一気通貫で対応可能



- 現在の参入マーケットは約 4,000 億円の市場規模
- 今後は、7.3 兆円を有する住宅リフォーム業界への進出も見据えて、収益拡大機会を創出する

参入マーケットの市場規模



大阪ガスマーケティング社との業務提携

2025 年 2 月 19 日、大阪ガスマーケティング社と業務提携することを公表



商品開発力・調達力
強力なメディアプラットフォーム



大規模な BtoC 向け組織営業ノウハウ
メディア運営ノウハウ

本提携の背景

本提携により、当社グループは、大阪ガスマーケティングの強力なメディアプラットフォーム及び多様な商品ラインナップを活用し、個人のお客様とのタッチポイントの創出から、商品の販売までを一貫して行います

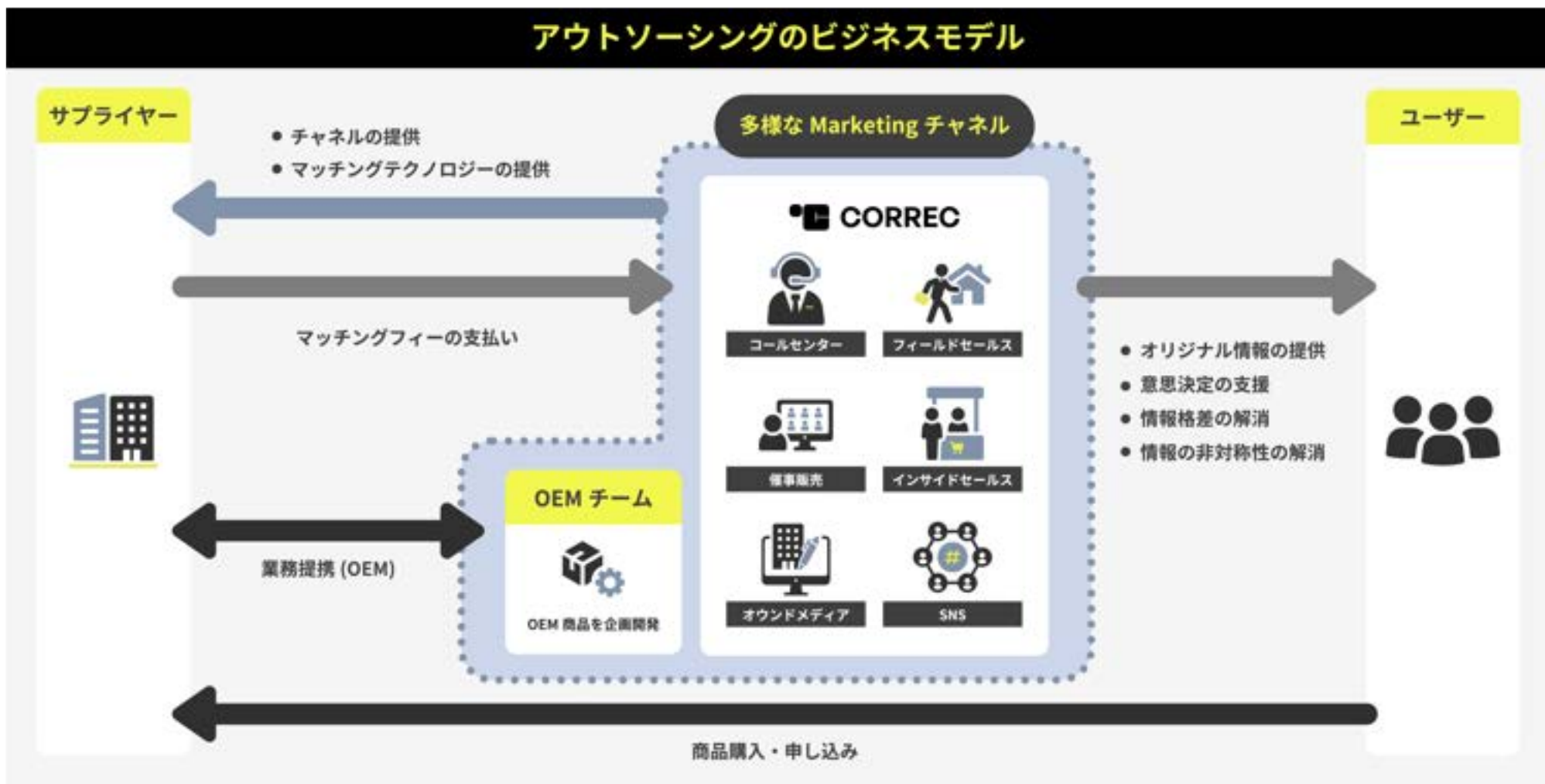
本提携の一步目として、太陽光発電関連の商材にて取組みを推進していきます

今後は、太陽光以外にも商品の幅を広げ、リアルとウェブを掛け合わせるからこそできる新しいマーケティング手法により、ワンストップで商品を提供できる体制構築を進めます

本提携を通じ、これまで当社グループが標榜してきた「リアル × ウェブ」を融合した新たなマーケティングを推進してまいります

- 主力商材はライフライン系商品であるものの、特定商品に依存しない商品構成
- マーケティング手法はテレマーケティング・フィールドセールス・Web・デジタルマーケティングと多様性あり
- トレンドに乗った勢いのある商品選定、顧客に最適化されたマーケティングチャネルを柔軟に構築

アウトソーシングのビジネスモデル



- 他社が真似できない、再現性のある営業ができるのは当社の強みである
- 蓄積された採用ノウハウと DX による効率化、ストック型商品のローンチなど優位性のある要素が重なっている



コレクトエナジー



- 当社グループの電力サービスであり、お客様のライフスタイルに合わせた多様な電力プランをご家庭にお届けする新電力サービス
- 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ご利用が可能になります

電力供給の仕組み



福利セレクト



福利セレクトは、当社グループで扱う複数の福利厚生サービスの中からお客様が自分にあった福利厚生サービスを選択し、自由に組み合わせができるサービス

福利セレクトの各サービス一例

グルメ

お近くの飲食店、有名レストランなど、全国のグルメストアを利用回数などの制限を気にする必要なく、お得に利用することができます

修理手配

一定の家電機器や住宅設備機器に特定故障が生じた場合、修理業者を手配します。どこに連絡したら良いのかわからないといった不安を解消します

美容ケア

エステや整体、脱毛からヘアサロンまで全国にある大手チェーンや有名店などのビューティーサービスの優待利用が受けられます

レジャー優待

映画やカラオケ、テーマパーク、スポーツ観戦など、日常を楽しくする施設やサービスをお得に利用出来ます。人気のレジャーを楽しめます

- ユーザー行動の蓄積・分析をしたデータドリブンなマッチングテクノロジーを提供
- 11 ジャンル 46 メディアのメディアプラットフォームを有する

メディアプラットフォームのビジネスモデル



- 多数のジャンルのメディアポートフォリオを保有することで、特定の業界の環境変化・構造変化に対するリスク分散が可能となり、安定的な CF の創出が可能になる

メディアポートフォリオ

ジャンル	メディア数
ゲーム・エンタメ	10
インフラ	7
恋愛・結婚	7
不動産	7
生活	5
人材	4
ビジネス	2
金融	1
暗号資産	1
教育	1
Vtuber	1
合計	46

主要メディア

人材メディア

キャリアハイ転職

ゲームメディア

アルデマ

NFT メディア

NFTゲームプレス

恋愛系メディア

マッチライフ

光回線メディア

ヒカリク
HIKARIKU

電気メディア

でんきーの

暮らし情報メディア

くらし
プラス

ロコミ情報メディア

コエシナル

不動産メディア

イエプラコラム

金融メディア

お金プラス

GMO TECH社との業務提携

2024年11月15日、GMOTECH社と業務提携することを公表

本提携の背景

本提携を通じて、GMO TECHは、コレックグループの大規模なユーザートラフィックを活用し、サービス導入の早期成果を目指すと共に、ゲーム・エンタメ業界における認知拡大と競争力の強化と利用促進に注力していきます

また、コレックグループは、ゲームのプロモーションからアプリ外課金における決済ソリューションまでを一貫して提供することが可能となり、「アルテマ」の付加価値向上を目指します

これらの取り組みにより、両社はユーザーに対し、低価格の決済手数料や自由な決済手段などの快適なプラットフォームを提供してまいります

『GMO アプリ外課金』とは

アプリ外課金とは、従来のスマートフォンアプリ内で決済を行う課金方式とは異なり、ゲームのアイテムやポイントなどを外部のWebサイトで購入できる課金方式です。この方式により、アプリ事業者は従来のアプリ内課金よりも手数料を下げる事が可能となります

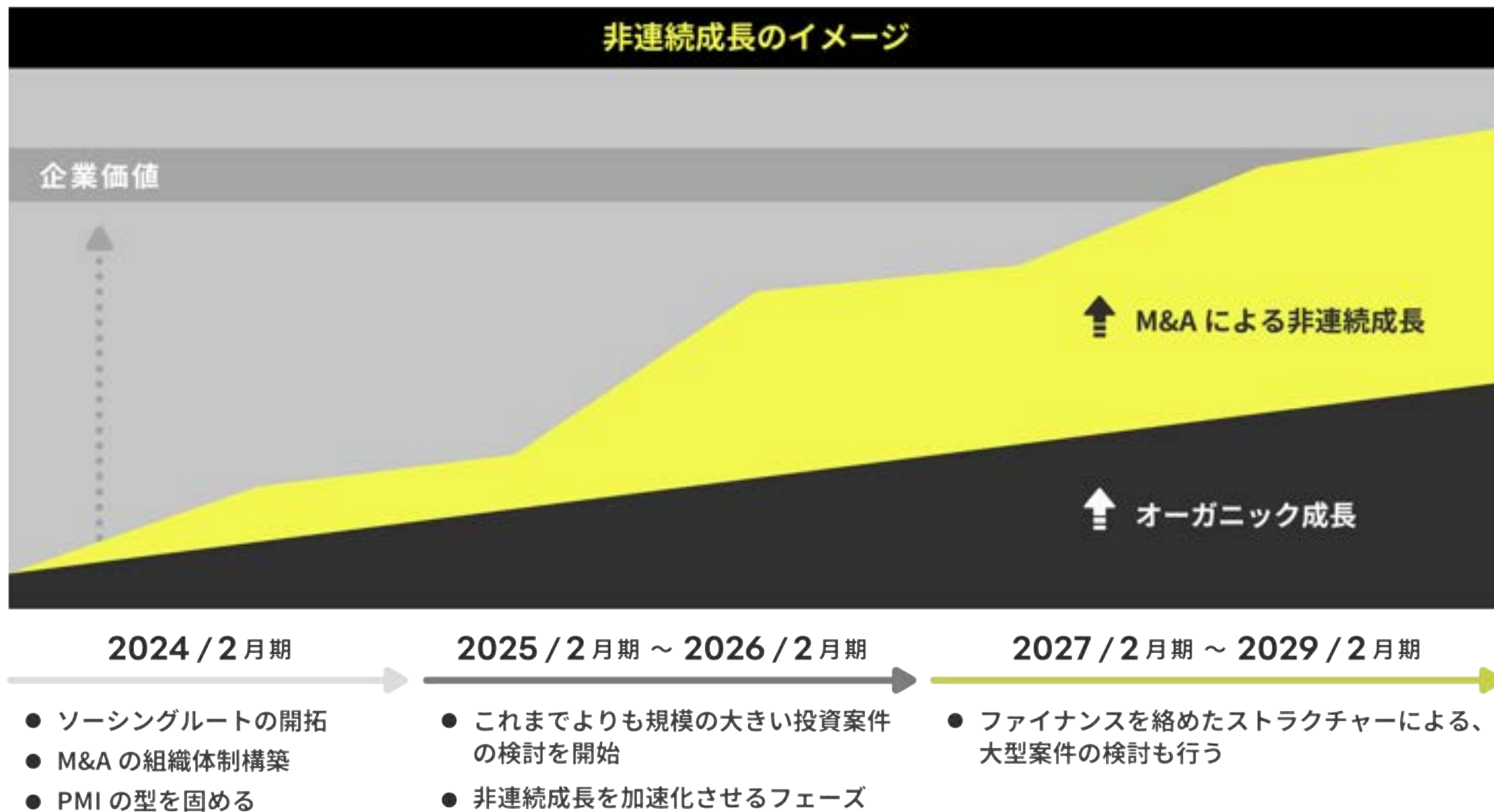
GMO TECHが11月27日より提供開始する新たな決済サービス『GMO アプリ外課金』は、一般的に約30%かかると言われている決済手数料を最低5%に抑えることができます

また、アプリユーザーは、アプリ内に限定されない決済方法を利用できるため、クレジットカードなど多様な決済手段を選択できます。この仕組みによって、アプリユーザーはより割安にアイテムやポイントを購入できるメリットがあります



M&Aの方針

- オーガニックだけの成長に頼らず、M&Aによる非連続成長を経営のテーマとしている
- 柔軟な資金調達も絡めた投資案件の実行をする予定



- M&A を成長のための経営手段として継続的に実施していくために、DD 体制から PMI 体制までの組織・チーム体制の構築を行い、バリュエーションと PMI のスタンダード化に取り組んでいる

M&Aオペレーション、DD/PMI体制について

ソーシング・案件発掘体制



- 経営陣、各事業会社の M&A チームによって、案件の発掘を定期的に行う
- 大量の案件を見ることで「安易に飛びつかない」「高価値かみしない」体制を構築
- 仲介会社、M&A プラットフォーム、人脈などのネットワークを活用

DD 部門による案件審査

DD 体制



- 経営企画部、管理本部から DD チームを組成し、適切な案件審査を実施
- ビジネス、財務税務、法務、IT など PMI に必要な事項も並行して調査・協議
- 高値掴みをしないためのバリュエーションモデルの構築

投資委員会による案件審査

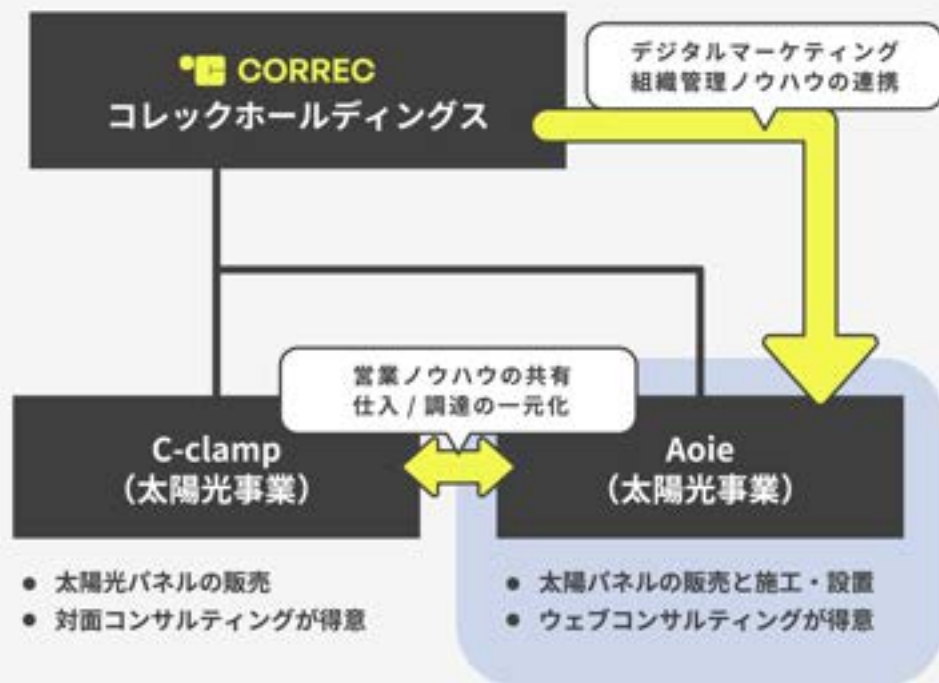
PMI 体制



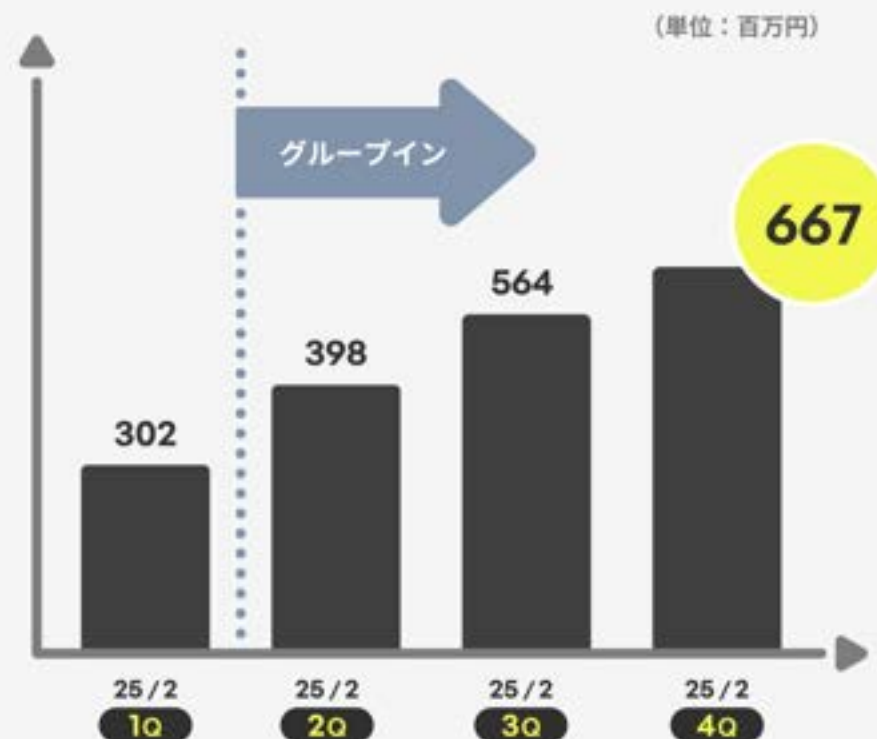
- 各オーナー事業部主導による、ビジネス面のシナジー創出に向けた活動
- 管理本部によるバックオフィス面での統合作業の実施
- コレック PMI リストを作成し、スムーズな PMI ができる体制を構築

- 2024 年 5 月、太陽光事業を展開する Aoie 社を完全子会社化
- 当社の強みであるデジタルマーケティングや組織管理ノウハウを連携して業績を向上
- 既存の太陽光事業会社である C-clamp 社と仕入 / 調達を一元化することでスケールメリットを享受
- 施工事業を取り込んだことで、工事を外注することなく、収益性に大きく寄与

Aoie社とのシナジー創出の取組み



買収後のAoie社の売上



- 各セグメントにおいて、非連続成長の手段として M&A を活用
- 今後も M&A は最重要戦略であると位置づける

これまでの主な実績

メディアプラットフォーム領域



アウトソーシング領域



エネルギー領域



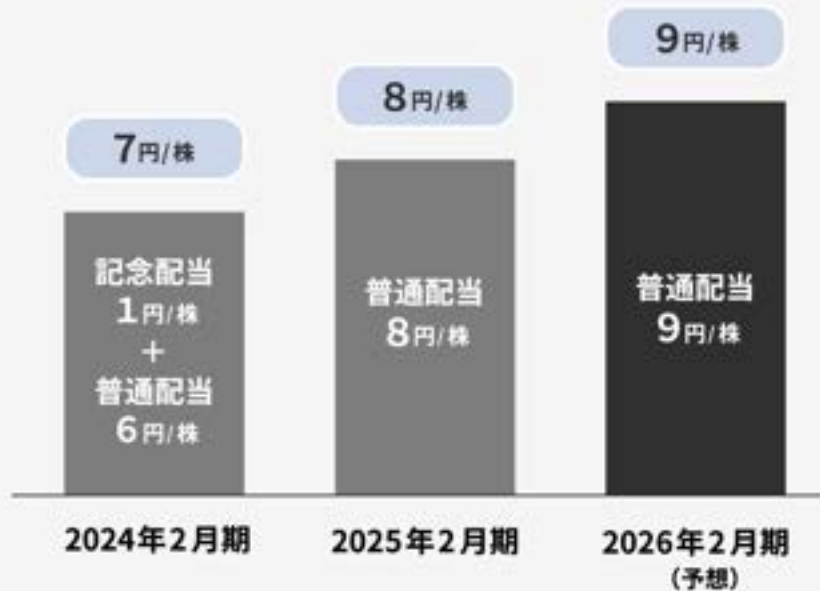
株主還元の方針

- 2025年2月期は1株あたり8円を予定（株主総会に付議予定）
- 2026年2月期については、1株あたり9円を予想

配当基本方針

DOE 5%を目標に今後安定配当を継続していく方針

1株あたり配当金



配当に関する考え方

今後の配当方針

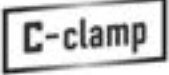
- 投資と配当のバランスを取りつつ、「持続的な成長」と「持続的な投資家還元」を継続的にやっていく
- 引き続き、中期経営計画で示したとおり、DOE 5%を目標に配当を実施していく

(参考) EPSの推移



グループガバナンス・ESG/SDGs

- 2024 年 9 月 1 日から持株会社体制によるグループ経営に移行
- 経営管理と事業執行を分離することで、各事業ポートフォリオの成長を後押しするグループ体制を推進

CORREC 株式会社コレックホールディングス グループ親会社として、経営の管理・監督、当社グループの持続的成長、発展のための経営戦略の企画・立案をはじめとした本社機能を担う。		
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
ゲーム攻略サイトの「アルテマ」や SEO メディアの運営を中心に事業を営む。	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、ライフラインを中心とした自社商材や他社商材の販売をメインに行う。	家庭用太陽光パネル・蓄電池の販売設置を行う。2024 年 5 月に株式会社 Aoie を子会社化したことで更なる事業拡大を図る。
 株式会社サンジュウナナド 複数メディアを展開し、デジタルメディアに関する事業を行う。  株式会社メルセンヌ メディア集客した会員に対して、人材紹介業などの人材に特化した事業を行う。	 株式会社ノイアット B2C に特化した営業コンサルティング事業を行う。  CoCoXia 株式会社 介護・福祉用品のレンタル・販売を行う。	 株式会社 C-clamp B2C に特化した太陽光パネルや蓄電池の販売事業を行う。  株式会社 Aoie B2C に特化した太陽光パネルや蓄電池の販売施工事業を行う。

- 2025 年 5 月 28 日の株主総会に選任議案を付議予定
- 株主総会の承認をもって、以下のガバナンス体制で経営を行う予定



代表取締役社長 栗林 憲介

- 学生起業後、レーサム、クルーガーにて営業を経験し、その営業力でコレックの礎を築く
- 2010 年当社代表取締役社長就任



社外取締役 星野 裕幸

- 元千趣会代表取締役社長。BtoC 事業会社の経営に関する知識・経験が豊富
- 2019 年当社社外取締役就任



取締役副社長グループ CFO 公認会計士 西崎 祐喜

- 事業会社、投資ファンド、会計ファーム、投資銀行を経て、2023 年 6 月に当社入社
- 管理本部長として、コーポレート機能を支えている



社外取締役 柴田 幸夫

- 会計・ファイナンスをバックグラウンドに、経営に関する知識・経験が豊富
- 2020 年当社社外取締役就任



専務取締役 花井 大地

- セレブリックスにて人材系領域の拡大及び新規事業の立上げを経験し、2011 年に当社入社
- 人事および経営企画室を歴任し、2012 年専務取締役就任



常勤監査役 濱野 隆

- 三菱 UFJ 銀行、三菱 UFJ ニコスにてコンプライアンスを専門に業務を経験
- その後、複数の社外役員や監査役を歴任し、2014 年当社常勤監査役に就任



常務取締役グループ CSO 池本 大介

- 新卒社員として、2016 年に当社に入社
- 対面営業コンサルティングの中核社員として頭角を現し、2020 年取締役就任



非常勤監査役 弁護士 大濱 正裕

- 弁護士としてのプロフェッショナルな知識経験に加え、複数の社外監査役を務める。
- 2015 年当社非常勤監査役に就任



取締役 木村 昂作

- セレブリックス、ビートレードと営業代行に強みをもつ会社で経験を経て、2011 年に当社入社
- セールス及びマーケティングに強みを有しており、2023 年取締役就任



非常勤監査役 公認会計士 穴戸 純子

- 監査法人トーマツにおいて 20 年超の豊富な経験を有しており、監査実務の観点からガバナンス向上に期待

※現取締役である栗林圭介氏は 2025 年 5 月 28 日の株主総会をもって退任し、相談役に就任予定

※現監査役である武藤氏は 2025 年 5 月 28 日の株主総会をもって退任予定

- 2025年3月1日より副社長に就任
- 当社の企業価値向上に向けてアクセルを踏んでいくため、プロフェッショナルを経営の中枢に据える人事を実施

取締役副社長グループCFOのご紹介



西崎 祐喜 取締役副社長グループ CFO

公認会計士

1986年3月3日生まれ

2008年：株式会社サイバード入社

2011年：株式会社キーストーン・パートナーズ入社

2013年：デロイトトーマツ フィナンシャルアドバイザー 合同会社入社

2014年：グリーンヒル・ジャパン株式会社入社

2023年：株式会社コレックホールディングス入社

2008年に株式会社サイバードに入社し、事業戦略 / 予算策定・業務プロセス改善などの業務を行う。

公認会計士試験に1年で合格した後、投資ファンドであるキーストーン・パートナーズの1号ファンド組成時から参画し、多数の投融資業務、コンサルティング業務、事業再生業務や資金調達業務に関与。

その後、デロイトトーマツグループに入社し、M&A アドバイザリー業務、コンサルティング業務を行う。

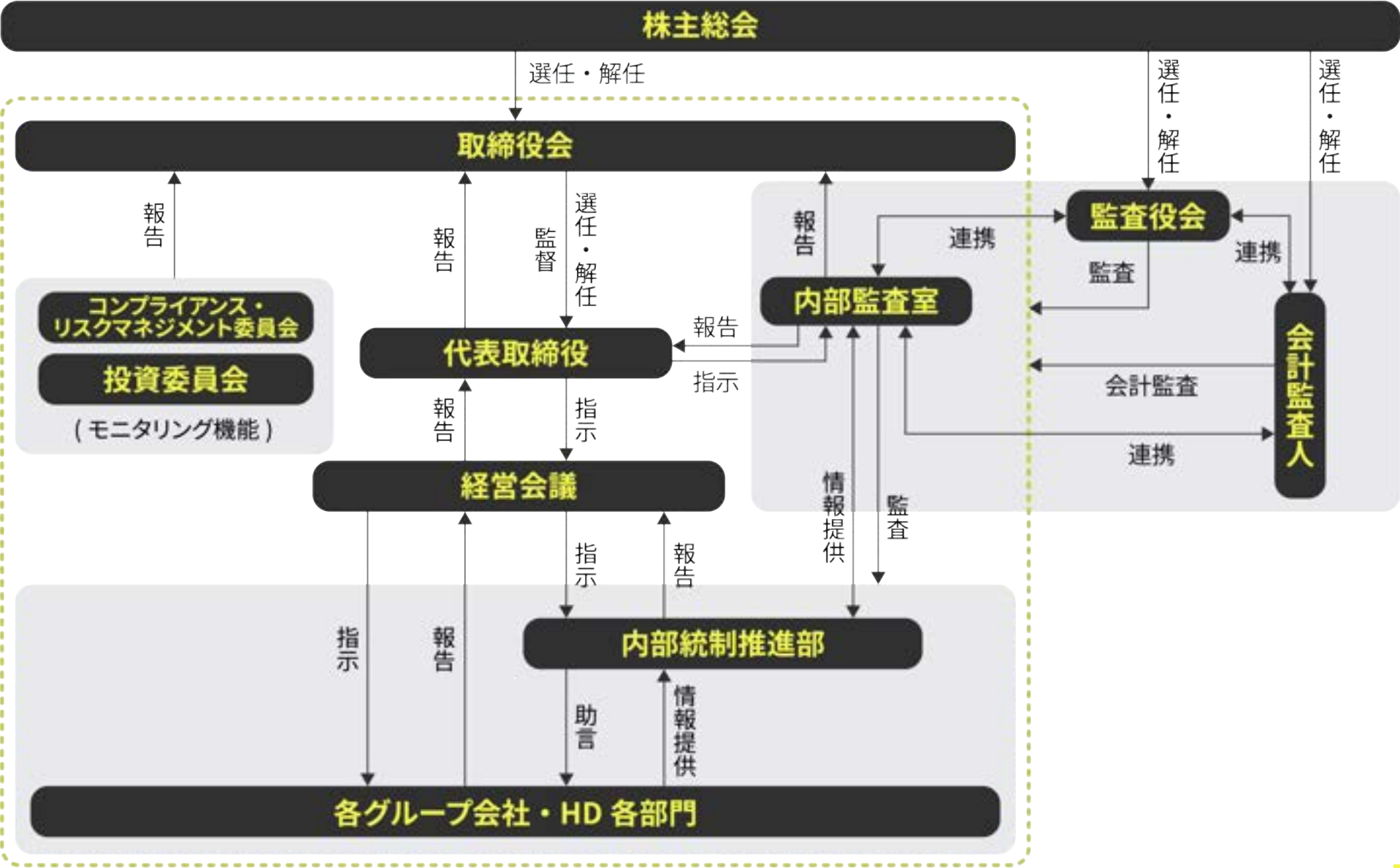
2014年から外資系投資銀行であるグリーンヒル・ジャパン株式会社にて約9年間勤務。

多数の国内・クロスボーダー M&A 案件のアドバイザー業務に関与。2023年6月、当社に入社し、CFO に就任

- 企業価値向上を追求していくため、知識経験のバランスの取れた取締役・監査役候補者を株主総会に付議予定
- これまでの経営により蓄積された事業運営、戦略遂行経験に加え攻守バランスよく成長する組織運営を目指す

取締役	企業経営	販売・マーケティング	テクノロジー	HR・組織・労務	会計・ファイナンス	M&A・PMI	法務・リスクマネジメント
栗林 憲介 代表取締役社長	●	●					
西崎 祐喜 取締役副社長 グループ CFO	●			●	●	●	●
花井 大地 専務取締役	●		●	●		●	
池本 大介 常務取締役 グループ CSO	●	●					
木村 昂作 取締役	●	●					
星野 裕幸 社外取締役	●			●		●	
柴田 幸夫 社外取締役	●				●	●	●

- 持株会社体制に移行し、グループガバナンス体制を構築



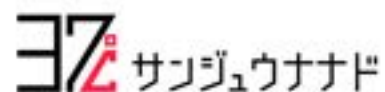


グループの経営管理

代表取締役社長
取締役副社長グループ CFO
専務取締役
常務取締役グループ CSO
取締役

栗林 憲介
西崎 祐喜
花井 大地
池本 大介
木村 昂作

執行役員 幸野 元太
執行役員 中島 佑太
執行役員 川嶋 和也
執行役員 上杉 亮太
執行役員 小島 浩平
執行役員 佐源太 丈二



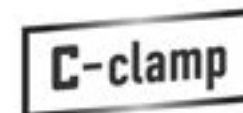
(メディアプラットフォーム運営)

代表取締役社長 木村 昂作
取締役 川嶋 和也



(2C 向け営業コンサルティング)

代表取締役社長 池本 大介
専務取締役 小島 浩平
取締役 幸野 元太



(太陽光パネル・蓄電池の販売)

代表取締役社長 中島 佑太
取締役 池本 大介
取締役 木村 昂作



(人材紹介)

代表取締役社長 木村 昂作



(介護・福祉用具のレンタル)

代表取締役社長 栗林 憲介



(太陽光パネル・蓄電池の販売・施工)

代表取締役 木村 昂作
取締役社長執行役員 平山 翔太
取締役 池本 大介
取締役 中島 佑太

- ESG 推進部を中心に、サステナビリティに関する活動を推進
- 気候変動への対応及びカーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを加速

ESG/SDGs に対する考え方・方針

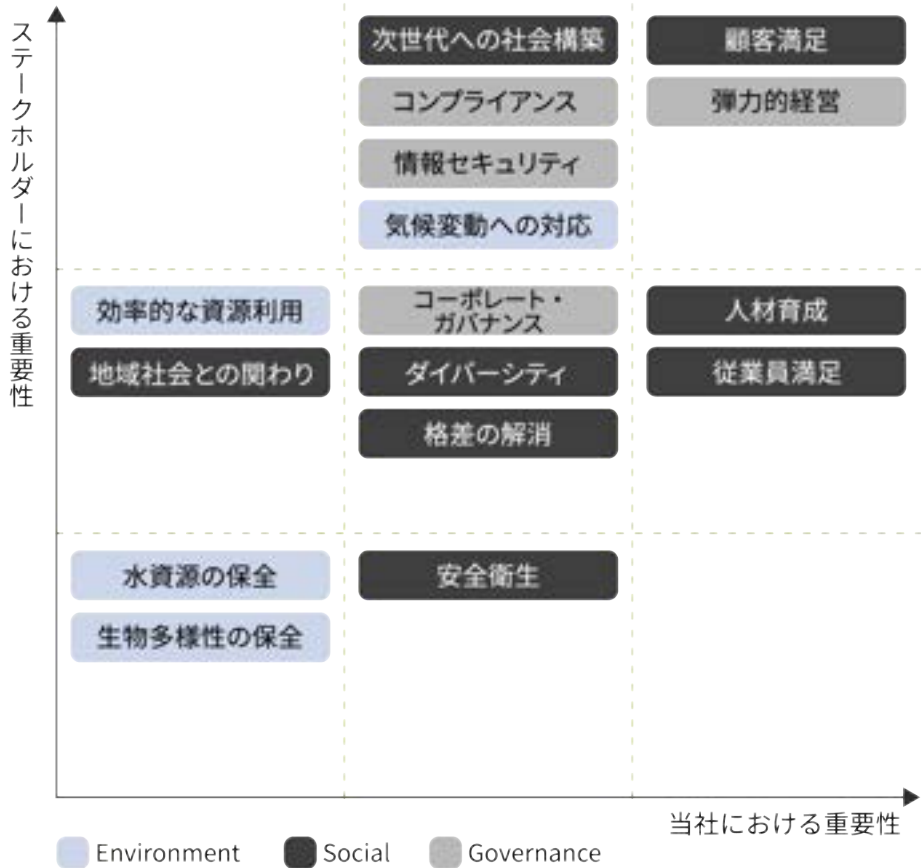
1 ESG/SDGs に関する取組み体制

- ESG 推進部を中心に、コレックグループ全体のサステナビリティ活動を推進
- 具体的には、マテリアリティやサステナビリティ開示の充実にに向けた取り組み及び取組状況のモニタリングを実施
- ESG 推進部で議論された事項のうち特に重要なものは、取締役会へ報告のうえ決定

2 今後の運用方針

- シナリオ分析の手法を用いて特定した、当社グループにおける気候変動関連の主なリスク・機会の重要度の識別並びに対応策の策定
- また、カーボンニュートラル達成に向け、Scope 1、Scope 2 における CO2 排出量の算定を実施

当社グループのマテリアリティ・マップ



- 特定したマテリアリティを中心に環境問題対応、人的資本の充実化及びガバナンス体制の強化に注力

主要なマテリアリティ	施策	関連する SDGs
気候変動への対応 効率的な資源利用	- 太陽光事業の営業促進による再生可能エネルギーの社会への普及 - テレワークを始めとした業務のオンライン化・ペーパーレス化の促進 - オフィス照明の LED 化、クールビズやオフィスカジュアルの文化浸透 - 傘のシェアサービスの利用	 
弾力的経営 顧客満足	- 顧客ニーズを追求するための商品企画推進、商品ラインナップの強化 - 継続的な営業・マーケティング改革により、温もりのある情報提供の実現 - CS 体制の整備、機能強化	
従業員満足 ダイバーシティ 人材育成 安全衛生	- 社内外の研修の受講 - 柔軟なキャリア構築を支援する社内異動制度の運用 - 各種資格取得支援 - 複数の障がい者雇用支援機関と連携 - lon1 ミーティングの実施 - 労働安全衛生法に基づく定期健康診断及びストレスチェックの実施	  
格差の解消	リアルとウェブの手法をミックスさせたハイブリッド型マーケティング手法により、地域や年齢、性別などの垣根を超えた情報提供が可能	 
地域社会との関わり 次世代への社会構築	- 地方事務所の設置による消費者との接点確保、雇用の創出 - e スポーツチームとのスポンサー契約を通じた e スポーツ文化の振興 - 企業版ふるさと納税制度を活用し、全国の自治体の環境、人材育成及び地域創生に関する取組に対し寄付を実施	 
コンプライアンス 情報セキュリティ	- コンプライアンス・リスクマネジメント委員会の実施 - 情報セキュリティ研修の定期的な実施 - 危機管理対応を含めた BCP 対策の推進 - 内部通報制度の構築・運用	
コーポレート・ガバナンス	- 投資委員会の設置及び実施 - 持株会社体制により経営管理と事業執行を分離し、親会社を経営の管理・監督、当社グループの持続的成長、発展のための経営戦略の企画・立案をはじめとした総合的な統制に特化することによるグループガバナンスの強化	

- 従業員が働きやすい環境整備を目的に、労働環境改革及び業務プロセス改革を実施
- また、業務効率化を図るため、従業員に対し幅広い研修を実施

労働環境改革

1 地域オフィスや仮想オフィスの活用

- 全国のリアルオフィスや仮想オフィスの活用により、場所に捉われない働き方の提供が可能
- セキュリティを確保した上で、社内の誰とでも気軽に繋がれるシームレスなリモートコミュニケーション環境を整備

2 産育休制度の整備

- 少子化対策・ダイバーシティ・インクルージョンを目的に、産育休の制度を再設計

3 女性活躍推進

- 多様性が組織力の源泉であると考えており、女性の管理職登用を重要な指標として捉えている

4 福利厚生制度

- 外部とのパートナーシップ契約により、従業員向けの福利厚生サービスを各種導入

5 レストスペースの設置

- 従業員が小休憩できるような空間を設置

業務プロセス改革

1 業務管理部及び内部統制推進部の新設

- 全社横串しの組織として、2024 年3月に業務管理部、2024 年8月に内部統制推進部を新設
- 業務管理部は、共通業務の集約化や各部の業務プロセスの効率化を目的として活動
- 内部統制推進部は、グループ全体のガバナンス強化を目的として活動。各部の業務プロセスにおける内部統制を推進

2 外部アウトソースの活用

- 外部にアウトソースすることで効率的な業務運営が図られる場合には、外部の力を借りることを検討プロセスに組み込む

3 社内システム「evick」の導入

- 与信・契約・稟議までを一貫して管理できる社内プラットフォームを開発
- 管理業務のプロセス改革により、工数削減に寄与する見込み

4 電子契約の普及

- 電子契約の導入により、迅速な契約締結業務が可能に

5 社内資料の電子化とプラットフォーム整備

- 社内システムの整備、ルール明確化・統一化により、社内書類の電子化とペーパーレス化を実施

6 充実した研修体制の構築

- 役職別に必要なスキルの研修や業務知識獲得のための幅広い研修を行い、業務の効率化を図る

(参考) 会社概要

- 2010 年設立、2018 年東京証券取引所に上場。NHK の契約収納代行業務からスタートし、現在は複数の事業ポートフォリオを運営する「社会インフラ企業」

会社概要

商号	株式会社コレックホールディングス
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	6,355 百万円（2025 年 2 月期実績） 9,014 百万円（2026 年 2 月期予想） ※42% 成長予想
EBITDA	273 百万円（2025 年 2 月期実績） 452 百万円（2026 年 2 月期予想） ※66% 成長予想
資本金	52,230 千円（2024 年 9 月 1 日時点）
配当	8 円 / 株（2025 年 2 月期予定） 9 円 / 株（2026 年 2 月期予想） ※配当利回り 2.4%（2025 年 2 月末時点）
決算期	2 月
従業員数	548 名（2025 年 2 月時点）
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

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

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

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 46 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

- ウェブとリアル、商品や市場環境にあわせた柔軟な対応が可能な「ハイブリッド型マーケティング」
- テクノロジードリブンなユーザーの行動を蓄積・分析する「マッチングテクノロジー」
- 「再現性」「組織性」「拡張性」を持った多様なチャネル展開

当社の強み

クライアントとユーザーを繋ぐ ハイブリッド型マーケティング

クライアント



- デジタルチャネル、対面チャネルなど最適なマーケティング手法を確保できる
- アウトソーシングにより、固定費を変動費化できる



フィールドセールス

テレマーケティング

催事販売

インサイドセールス

デジタル広告

コンテンツマーケティング

SEO マーケティング

SNS マーケティング

対面、非対面問わず顧客の行動・購買情報を蓄積・分析し、精度の高いマッチングテクノロジーを提供

ユーザー



- エコーチェンバーやフィルターバブルに陥らずに選択肢を持てる
- 情報の非対称性の解消
- 情報格差の解消

- 個人投資家向けセミナーを含めて、IR活動を積極化する方針
- まずは4月14日(月)に通期決算説明会を開催予定

2025年4月14日 通期決算発表

2025年5月24日

2025年5月31日

2025年2月期 通期決算説明会

- 日時
4/14(月)20時～
- 開催方法
オンライン
- スピーカー
代表取締役社長 栗林 憲介
取締役副社長グループCFO 西崎 祐喜
- 参加対象者
どなたでも参加可能(事前登録：無)
- 詳細
<https://shonan-invest.com/?p=631>

個人投資家向けIRセミナー

- 日時
5/24(土)13:30～18:00
(当社登壇 15:55～16:25)
- 場所
東京
- 開催方法
対面＋オンライン
- スピーカー
代表取締役社長 栗林 憲介
取締役副社長グループCFO 西崎 祐喜
- 参加対象者
どなたでも参加可能(事前登録：有)
- 詳細
<https://peatix.com/event/4293852>

個人投資家向けIRセミナー

- 日時
5/31(土)12:30～17:00
(当社登壇 14:00～15:20)
- 場所
大阪
- 開催方法
対面＋オンライン
- スピーカー
代表取締役社長 栗林 憲介
取締役副社長グループCFO 西崎 祐喜
- 参加対象者
どなたでも参加可能(事前登録：有)
- 詳細
<https://kabuberry.com/lab324/>

- 当社では、適時開示情報やプレスリリースなどステークホルダーに対し積極的な情報発信を行っております。
- また、IRnote等のSNSを通じ、個人投資家向けの情報発信も行っております。是非フォローをお願いいたします。



自社ニュース

全てのステークホルダーに向け、幅広く情報発信を行っております。最新情報はこちらからご覧いただけます

<https://www.correc.co.jp/news/>



IRニュース

投資家の方々に向け、適時開示事項及び投資に有用であると判断した情報を発信しております。最新情報はこちらからご覧いただけます。

https://www.correc.co.jp/ir/ir_news/



IRnote

個人投資家の方々に向け、当社の事業内容や最新の取り組みなどわかりやすく説明しております。最新情報はこちらからご覧いただけます。

https://note.com/correc_ir

PURPOSE / 存在意義

情報コミュニケーションに 感性と体温を。

デジタルテクノロジーの進化は多くの便利や快適さをもたらすと同時に、
デジタルデバイドや、詐欺・不正など負の側面も生み出しています。
大量の情報や、あまりに複雑化・高度化したシステムは全ての人にとって優しい存在だとは言えません。

私たちのミッションは、新しくてためになる、より良い情報やサービスを正しく、わかりやすくすること。
必要な人に、より善い方法で届けること。
そして、情報コミュニケーションに人間らしい温かさを取り戻すこと。
「わからない」「わかりあえない」を無くし、誰もがよりよい変化を愉しめる社会を目指していきます。

BUSINESS STATEMENT / 事業を通じて実現する未来

新たな社会インフラの創出。

我々は、日本を駆け巡る毛細血管となり、リアルとウェブを融合した社会インフラをつくる。
社会インフラの創出を通して、ビジョンである「誰もが、より良い変化を愉しめる社会へ。」を実現し、
持続可能な社会への貢献、持続的な企業価値向上を目指します。

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



情報コミュニケーションに感性と体温を。