

INESTグループ 決算補足説明資料

 INEST

2025. 5. 20. (Tue)

証券コード:7111



目次

01 通期業績報告(2024年4月～2025年3月)

02 業績予想(2025年4月～2026年3月)

03 事業ドメイン

04 事業子会社の取り組み

05 TOPICS

- 四半期業績報告(2025年1月～3月)
- サステナビリティへの取り組み
- MVV

01

通期業績報告 (2024年4月～2025年3月)



連結PL概況_業績報告(通期連結業績予想に対する実績)

すべての指標で通期業績予想を大幅に達成

(百万円)	2025年3月期			
	修正前 業績予想	修正後 業績予想	通期累計 実績	達成率
売上収益	15,000	16,500	18,960	126% (+3,960)
営業利益	100	100	208	209% (+108)
親会社の所有者に 帰属する当期利益	30	30	42	141% (+12)

※達成率は修正前業績予想から算出しております

連結PL概況_業績報告(前期比)

売上収益と親会社の所有者に帰属する当期利益に関しては、前期比も大きく伸長

2025年3月期(2024年4月～2025年3月)

売上収益

18,960百万円

前期比

180%

前期比

+8,445百万円

営業利益

208百万円

前期比

88%

前期比

▲29百万円

親会社の所有者に
帰属する当期利益

42百万円

前期比

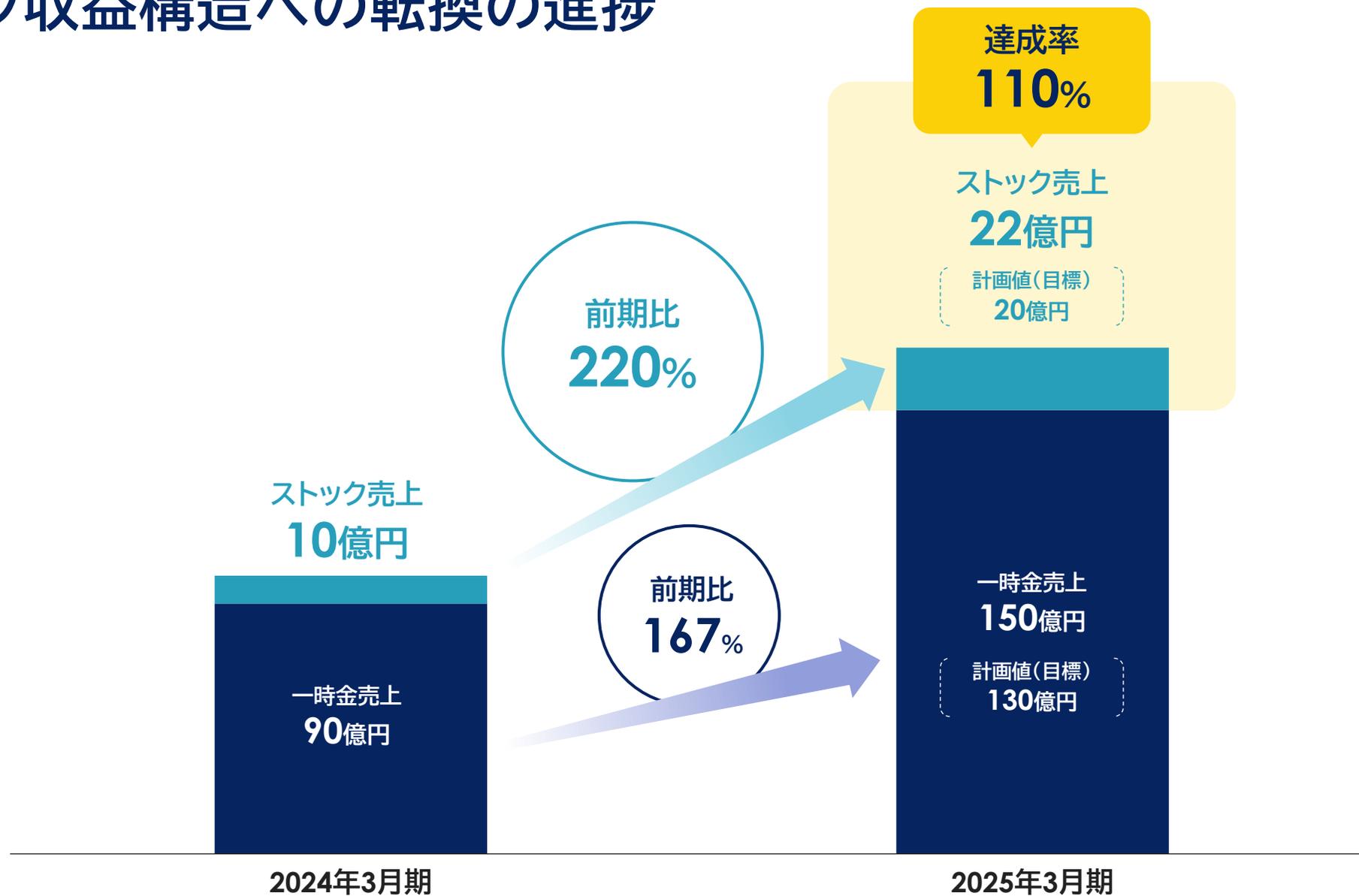
—

前期比

+191百万円

ストック収益構造への戦略的転換に伴い前年を下回るも計画値は達成しており、将来的には安定収益を見込んでいます

ストック収益構造への転換の進捗



連結BS概況

(百万円)	2024年3月期	2025年3月期					増減(対前期)
	期末	1Q	2Q	3Q	4Q		
流動資産	5,011	4,421	4,092	3,931	4,770	▲241	
現預金	1,584	1,718	1,827	1,570	1,671	+87	
固定資産	8,218	8,475	8,410	8,376	8,901	+682	
のれん	4,053	4,053	4,053	4,053	4,053	—	
総資産合計	13,230	12,896	12,502	12,308	13,671	+441	
流動負債	4,084	3,812	3,830	3,865	4,585	+501	
短期借入	1,042	1,037	1,320	1,272	1,324	281	
固定負債	4,227	4,291	3,773	3,607	4,141	▲86	
長期借入	2,201	2,044	1,587	1,469	1,526	▲674	
負債合計	8,311	8,104	7,604	7,473	8,726	+415	
純資産合計	4,918	4,792	4,897	4,834	4,944	+26	
自己資本比率	37%	37%	39%	39%	36%	▲1%	

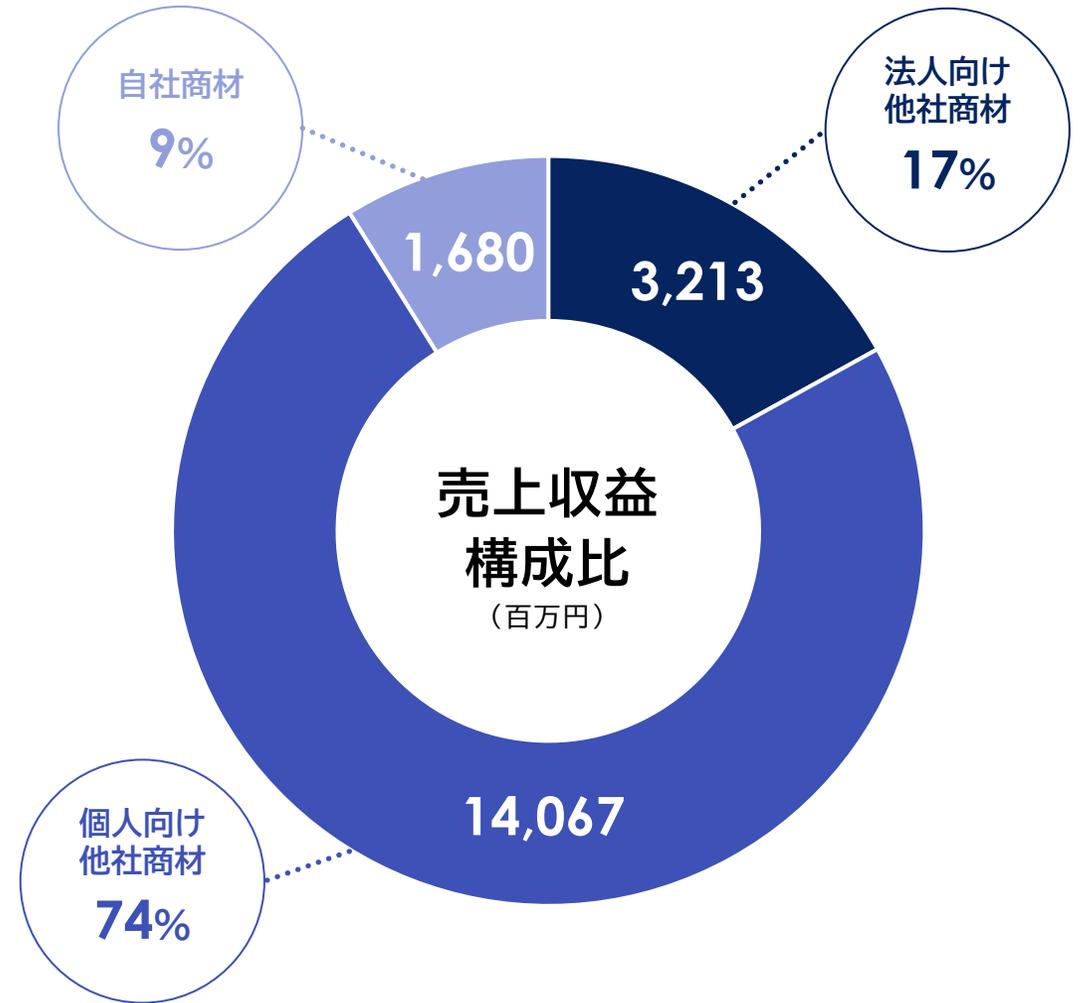
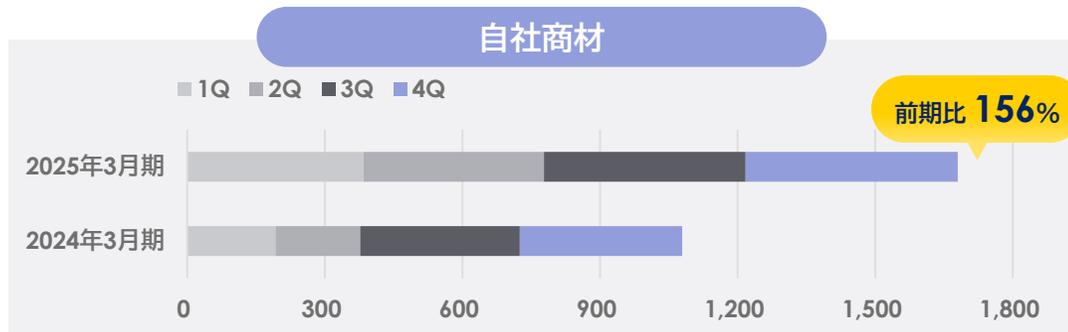
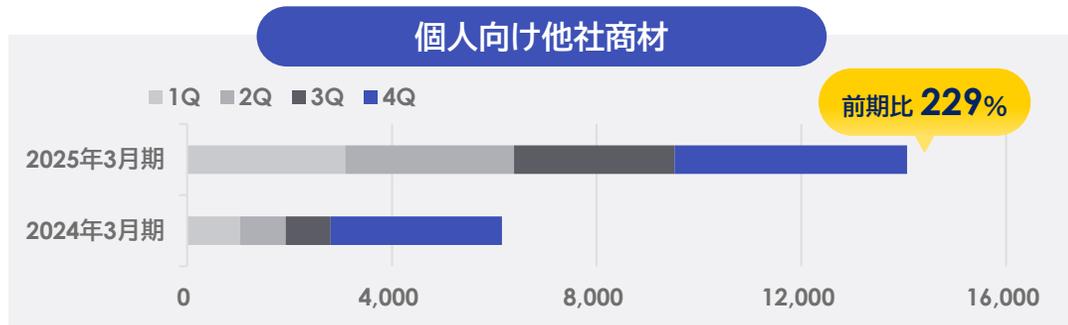
2025年3月31日時点

連結累計キャッシュ・フロー概況

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	
	通期	通期	通期	前期比
(百万円)				
営業活動による キャッシュ・フロー	231	21	924	4,244% (+902)
投資活動による キャッシュ・フロー	▲61	▲2,347	▲212	— (+2,135)
財務活動による キャッシュ・フロー	85	2,282	▲624	— (▲2,907)

投資有価証券の売却による収入及び子会社の取得による支出

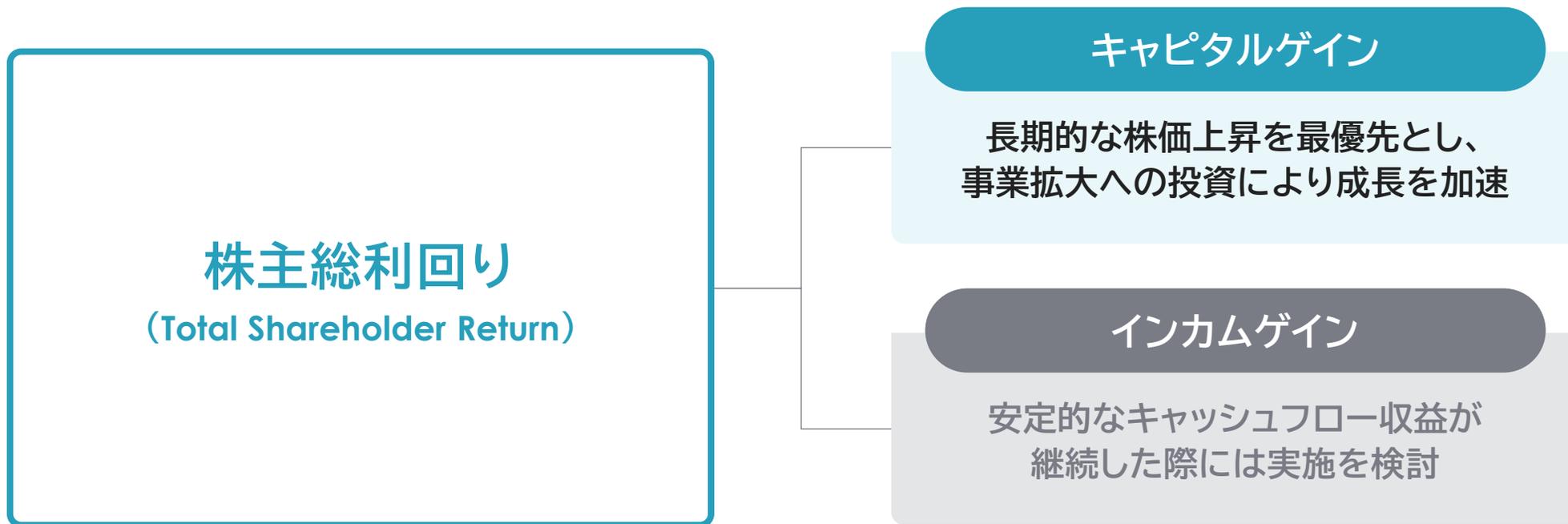
2025年3月期通期 サービスライン別売上収益



株主還元についての考え方

現時点においては、**長期的な株価上昇**を目指し、**事業拡大への投資を優先**していく方針です。

配当は、短期的には予定しておらず、安定的に収益が見込まれるタイミングで実施を検討して参ります。



02 業績予想(2025年4月～2026年3月)

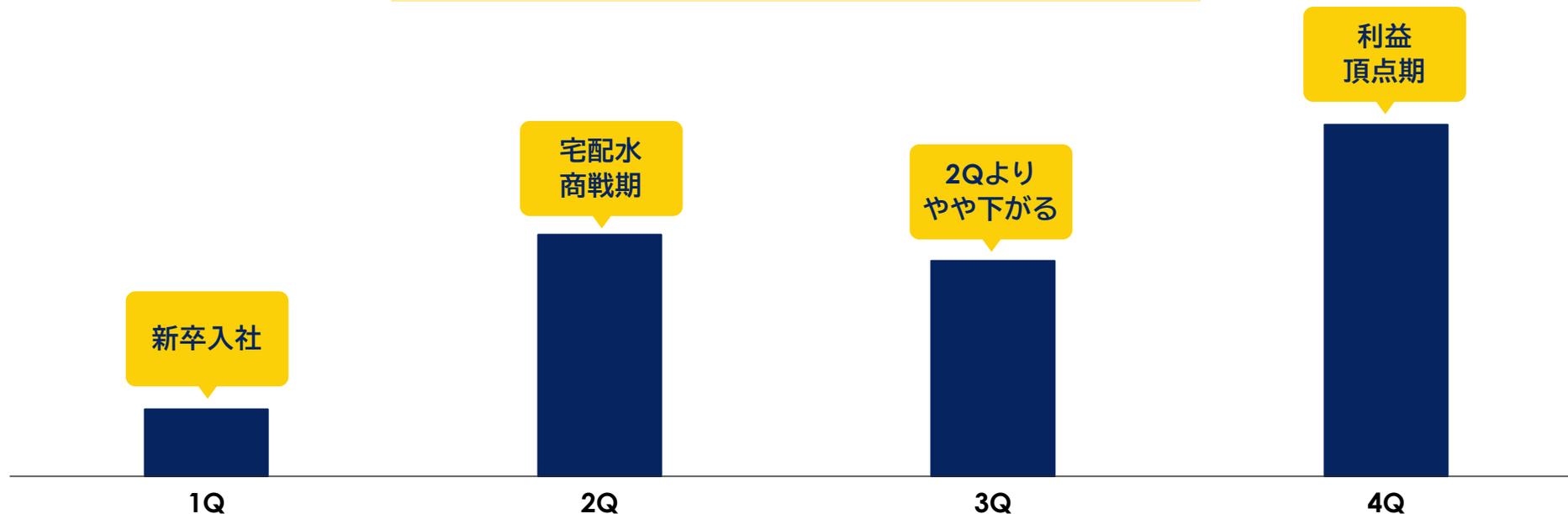


2026年3月期 通期連結業績予想

	2025年3月期	2026年3月期	
	通期連結 業績実績	通期連結 業績予想	前期比
(百万円)			
売上収益	18,960	20,000	105% (+1,039)
営業利益	208	250	120% (+41)
親会社の所有者に 帰属する当期利益	42	45	106% (+2)

当社事業における四半期ごとの業績傾向

ポイント 事業構造上、1Qは低水準だが、2Q以降で大幅に伸長し、**4Qで最大値を記録する傾向**



1Q 特性 人材の採用と教育による影響

- 新入社員が多く入社する1Qは、教育にかかる工数やコストが増加し、一時的に生産性・収益性が低下する傾向
- 教育プロセスの効率化を目的に、AI技術を導入し新たな取り組みを開始（資料P.21にて詳細記載）

4Q 特性 ビジネスモデルの特性による影響

- 取次販売ではメーカーやキャリアからの手数料収入が期末に増加
- 法人は期末に購買量が拡大、個人もライフライン商材については人の移動が増える期末に購買量が拡大

03 事業ドメイン



INESTグループの事業ドメイン



INESTグループ 主要子会社

株式会社アイ・ステーション



ソリューション
事業

訪問販売、テレマーケティングに強みを持ち、運送や介護などの中小零細企業や官公庁をメインターゲットに通信を中心とした事業を展開。

特に小規模企業には、携帯販売を起点に新規販売と保全活動を組み合わせた継続取引重視のモデルを構築し、保有最大化と追加販売の拡大を実現。

チャネル

コール
センター

その他
訪問販売

取扱商材

通信

蓄電池

OA

Renxa株式会社

Renxa

新入居者サポートを通じてインフラ商材からライフライン商材まで顧客ニーズに合わせた商品を提供している。高いリピート率を実現する仕組みで、LTV(顧客生涯価値)の最大化を図り、収益性の高いビジネスモデルを構築。

外国人向けサービスも開始し、幅広く展開して市場を拡大中。

コール
センター

その他
訪問販売
WEB

電気

宅配水

通信

ガス

コンテンツ

保険

エフエルシープレミアム株式会社



対面型のブース販売、店舗販売に強みを持ち、宅配水・携帯電話の販売に特化。AIを取り入れた人材教育・育成により着実な生産性向上を実現させ、新規顧客の開拓やエリア拡大を通じて業績を伸ばしている。採用拡大を軸に稼働力を強化し、持続的成長と販売シェア・収益の好循環を生み出している。

イベント
ブース

店舗販売

コール
センター

電気

宅配水

通信

ガス

コンテンツ

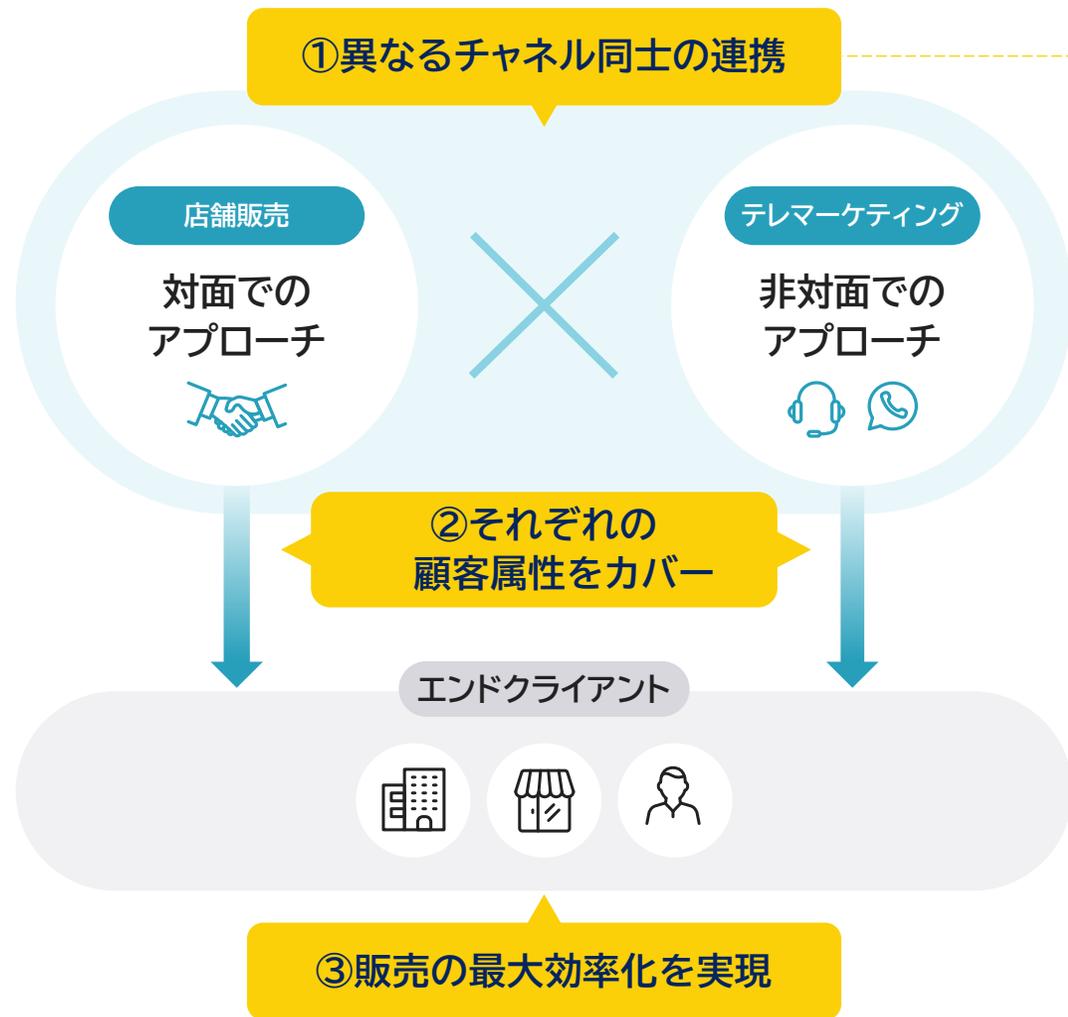
ビール

and more

主な販売チャネル



チャンネル連携による販売効率の最大化



事例：電力会社A社様



04 事業子会社の取り組み



コールセンターの取り組み

タッチポイントの増加を図る、各施策を展開

日本人向け施策

外国人向け施策

単身層

ファミリー層

外国人層

20代

30代

40代

50代

60代

70代

一人暮らし
二人暮らし

結婚
出産

住宅購入

子供独立

住宅
リフォーム

定年

相続対策

転職

留学

移住

コンテンツ



サービスプラットフォーム



LINE広告配信



フォローコール



母国語対応

LINEなどの案内チャネルの新規追加により、顧客接点増加・効率化の実現

AIを活用した営業人材育成で企業成長を加速、平均成長率200%を達成

背景

- 採用競争の激化と人材育成の遅れ
優秀人材の確保が困難化する中、従来のOJTでは新卒社員の成長にばらつきが生じ、戦力化に時間を要する
- 離職率の高さとオンボーディングの重要性
新卒社員の3年以内離職率は約30%^(※)。企業の9割超が「早期戦力化」を重視しており、育成スピードは競争力に直結

施策

- 機動力の高い、独自の組織運営を展開する事業特性
催事でのブース販売などの対面型セールスプロモーションを強みとし、全国各地で活動する機動力の高い組織運営を展開
- 営業人材の「早期戦力化」にAIで挑む
AI×育成DX AI発話解析ツール「ELI」を導入し、実践型営業スキルを短期間で習得可能にし、早期から成果を創出

成果



プログラム受講者全員が、
受講前の獲得数を
大幅に上回る成果



最大の成長率は
311%を達成



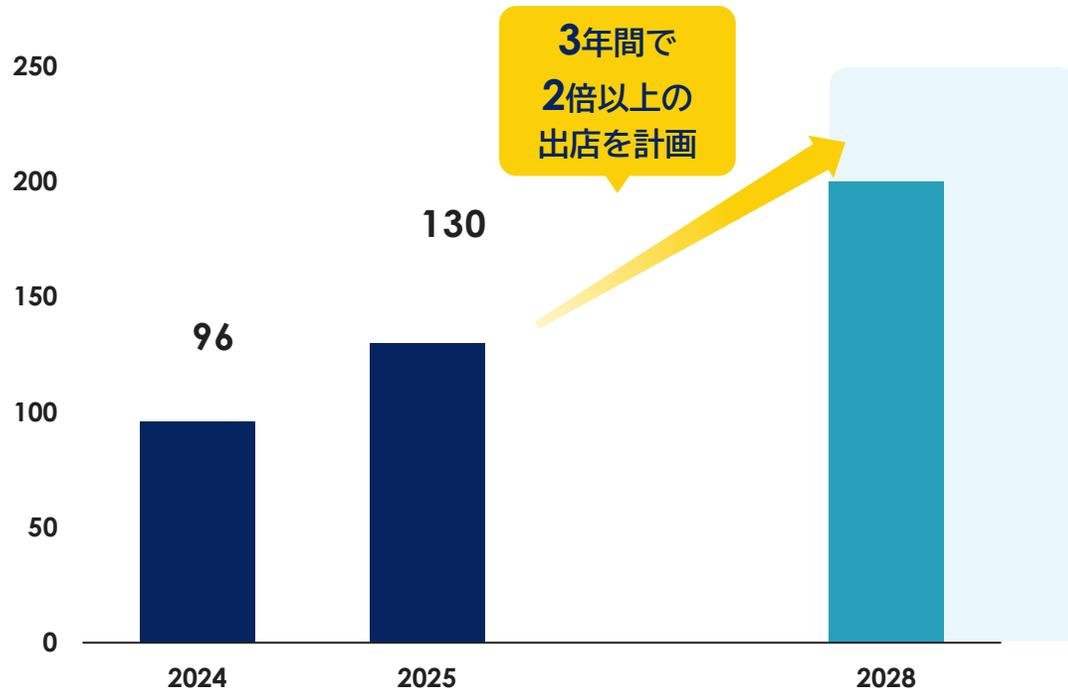
平均成長率は
202%を記録

(※)厚生労働省:新規学卒就職者の離職状況
https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000177553_00007.html

3年間で2倍以上の出店を計画し、成長の加速を目指す

販売店舗数の拡大

生活にまつわる困りごとやトラブルを幅広くサポートするための対面型ライフコンサルティングサービス「ライフコンサルパック(LCP)」を展開



対面販売ニーズの拡張

携帯電話から始まった店舗販売事業は、今後、対面ならではの特性を活かし、顧客のニーズを満たすライフスタイル提案を行っていく



05 TOPICS

- ・四半期業績報告(2025年1月～3月)
- ・サステナビリティへの取り組み
- ・MVV



第4四半期連結業績報告

第4四半期(2025年1月～2025年3月)

売上収益

5,896百万円

前年同期比 **+1,267**百万円
(127%)

営業利益

198百万円

前年同期比 **▲88**百万円
(69%)

親会社の所有者に帰属する四半期利益

130百万円

前年同期比 **▲195**百万円
(40%)

topics

ストックへの収益構造の転換が堅調に推移している上で、
すべての指標で前年同会計期間と比べ大きく伸長

サステナビリティへの取組

持続可能な経済成長と課題解決を図るために**全社でSDGsの取り組み**を推進しています

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



※参考 外務省HP

当社グループにおける取り組み例

CO₂排出量削減



- 再生可能エネルギーに特化した新ブランドの拡大
- 太陽光発電、蓄電池等、環境配慮型商品の普及促進

環境負荷軽減



- オフィス内ウォーターサーバー設置・マイボトル活用によるプラスチックごみ削減
- LIMEX※素材の名刺の使用
- オフィス内古紙のリサイクル・ペーパーレス推進

※名刺100枚で約10ℓの水資源を守る、石灰石を原材料とした素材

事業継続計画(BCP)の支援



- 中小企業向けにBCP策定・申請をサポート
- 当社ソリューション商品(蓄電池)の提供により企業の防災強靱化を促進

託児所付きコールセンターの設置



- 子どものそばで安心して働ける新しいワーキングスタイルの実現

実績例

女性管理者比率

29%

産休明け復職率

100%

(自己都合による退職は除く)

サステナビリティへの取組

パートナーとの繋がりが事業営業活動を通じてサステナビリティ貢献に

パートナー ①

電力会社

環境に配慮した
電力会社をパートナーに



テクノロジーを活用して
グリーンなエネルギーを
低価格で提供



取り扱う電力の約半分が
実質再生可能エネルギー
100%由来のサービス

Renxa

50%再エネ



パートナー ②

不動産会社など

不動産業界など環境配慮の
取組みが難しい企業も間接的に
サステナビリティ貢献ができる



參考資料



ストック収益構造に転換するための主な手法



ミッション・ビジョン・バリュー



経営理念

経営を行う上での価値観
人々の人生を豊かで幸せにする。

Purpose

企業の存在意義
多様な人材の可能性を最大限に
引き出す機会を創出する。

企業理念

企業の価値観
関わる全ての人に
応援され続ける企業になる。

Vision

目指すゴール
自社の活動を通じて、
市場を共創し続ける。

Mission

私たちの使命
いかなる状況においても
最高の成果を出す
強い組織で在り続ける。

当事者意識

自分の行動や選択に責任を持ち、
良い時も悪い時も
徹底的にやり抜く。

感謝

関わる全ての人に
感謝し、
相手に伝える。

本質意識

物事の表面的な
事象や結果に
とらわれず、
本質を見極める。

Value

大切にしている
価値観

採算意識

費用対効果を意識し、
自身の作る利益を
最大化する。

挑戦

常に高い目標を
意識する。

プラス思考

現状にとらわれず、常に改善や
解決の方法を探求する。

プロ意識

期待に応えるではなく、
期待を超えた感動を提供する。