



情報コミュニケーションに
感性と体温を。

2027年2月期 第2四半期 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)
2026年10月15日



2027年2月期 第2四半期決算数値

売上高	EBITDA	営業利益	当期利益
3,309百万円	▲ 150百万円	▲ 175百万円	▲ 130百万円

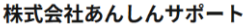
1 全社	上期は採用投資および新規事業投資を推し進め、「仕込み活動」に注力してきた ● 第一の仕込み：約100名の人材採用投資により、toC営業体制の組織を強固にした ● 第二の仕込み：系統用蓄電池事業とリフォーム事業を新規に開始（収益貢献は来期より）
2 エネルギー セグメント	営業制限がなくなり、下期からReBuilding ● Aoie社の助成金問題にかかる営業制限がなくなり、事業のリビルド中 ● C-clamp（販売）とAoie（施工）の一体運営を前提とした組織体制とし、効率的な運営を行う
3 アウトソーシング セグメント	リアル営業にWebマーケティングを組み合わせ、売上高は160%成長 ● 「リアルとウェブの融合」を進め、クロスチャネルによる多商品の販売網を展開 ● ストック型商品である自社商材の販売は順調であり、会員数は4万人を超える
4 メディアプラット フォームセグメント	チャネル戦略の多様化により売上高は増加するも、利益の安定化は今後の課題 ● 選択と集中により、コアSEOメディアに人的資源を集中 ● AIを活用することで、テキスト広告だけでなく、動画広告など、チャネル戦略の多様化を推進

- 各事業特性を活かすため、持株会社体制による経営体制としている
- 3つの事業ポートフォリオにて、6つの子会社を運営



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。

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
家庭用太陽光パネル・蓄電池の販売設置を行う。 2026年9月より住宅リフォーム事業を開始	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行う	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
 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および住宅リフォーム事業を行う	 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	 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	 株式会社あんしんサポート 自社ストック型商材である福利セレクト事業を行う	 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



Webとリアルを掛け合わせたハイブリッド型マーケティングにより
「新たな社会インフラ」を創造し、誰もがより良い変化を愉しめる社会を目指します。

Web
ウェブ



Real
リアル



目次 contents

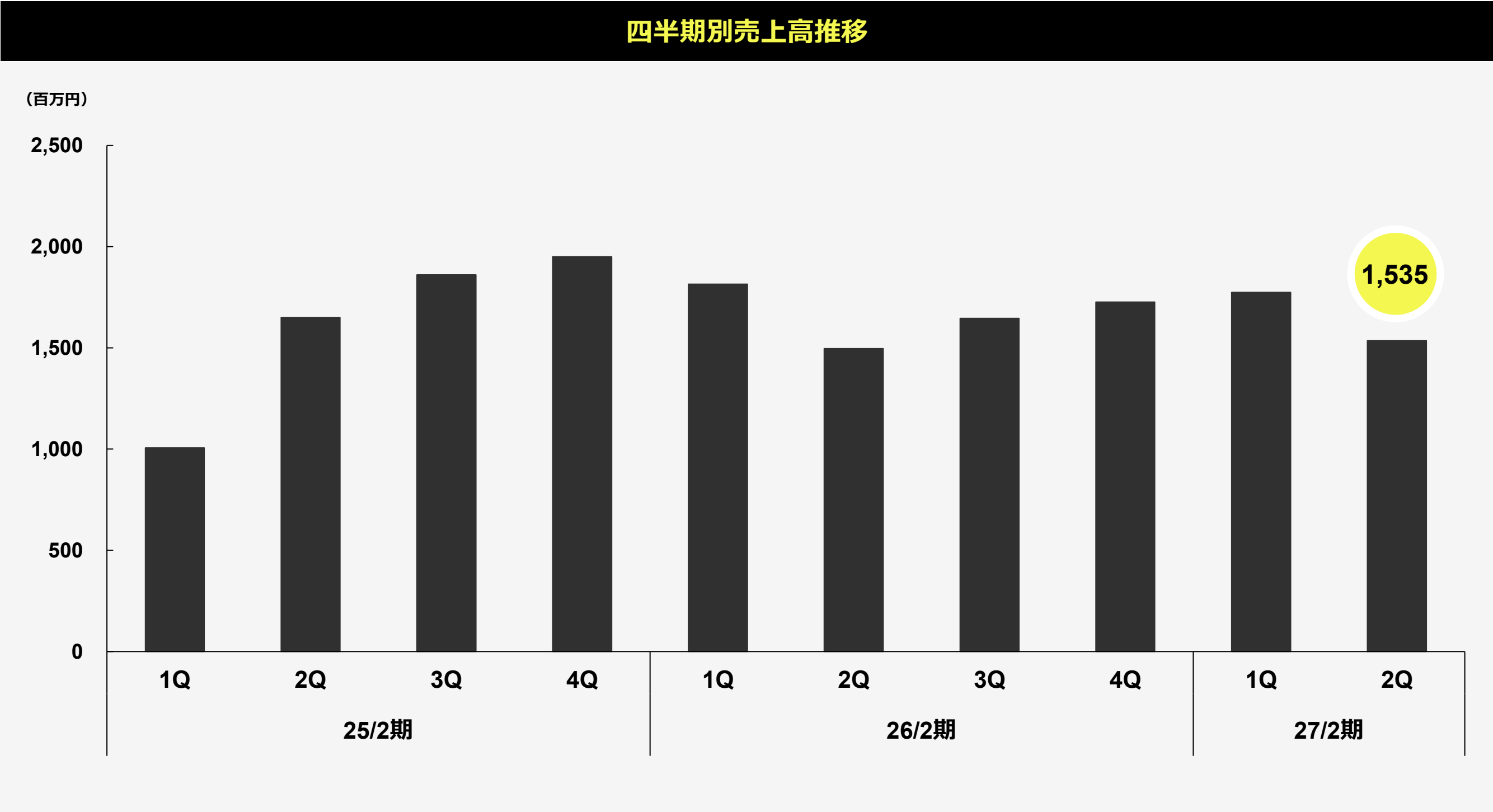
1／	2027年2月期 第2四半期 決算概要	6
2／	セグメント概要	14
3／	2027年2月期 通期業績予想	25
4／	最近の取組み	28
5／	株主還元の方針	31
6／	(参考) Non-GAAPセグメント業績	33
7／	(参考) 会社概要	38

2027年2月期 第2四半期 決算概要

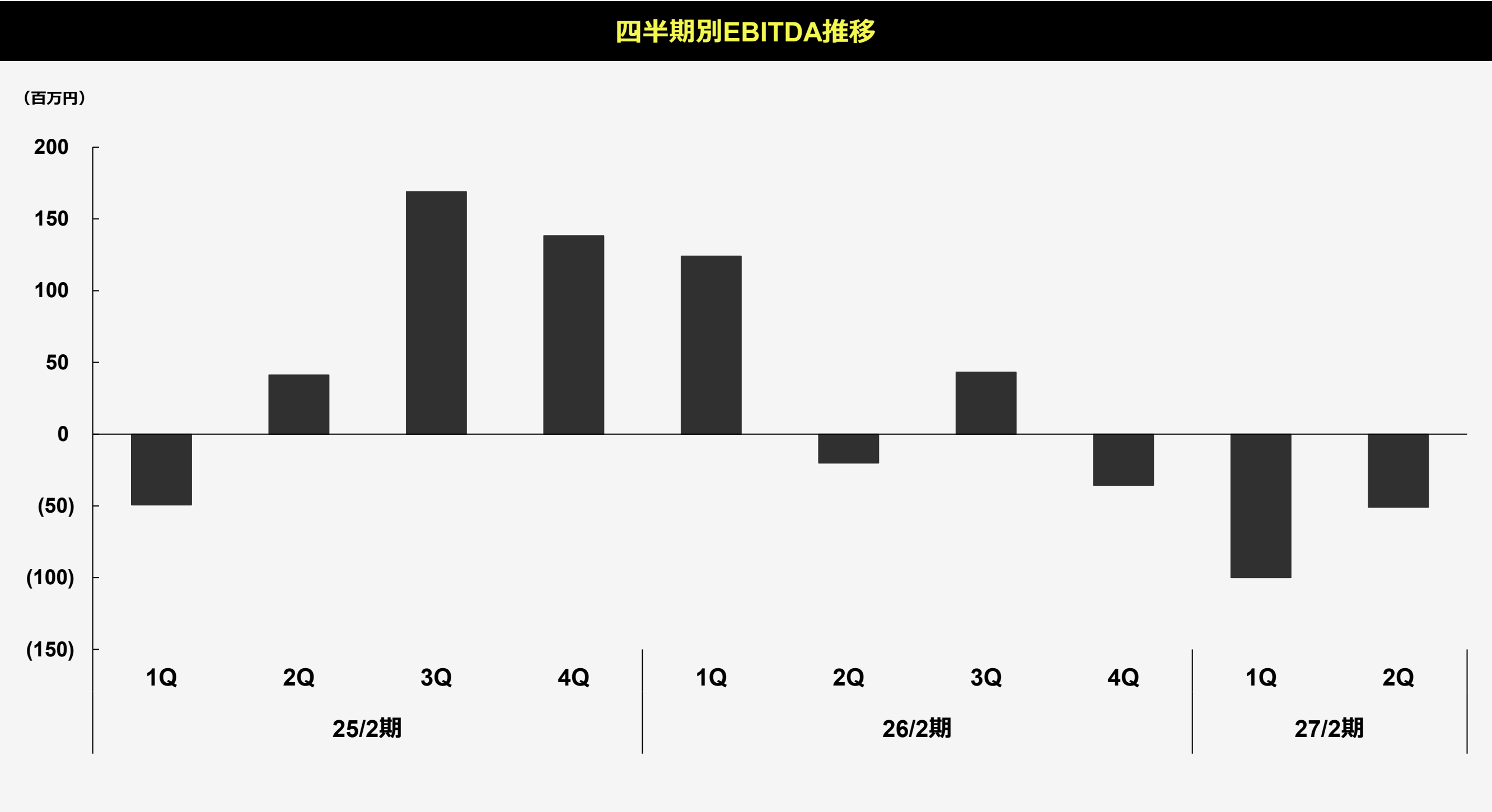
- 2027年2月期上期の売上高は前年と同程度で着地したものの、営業利益は大きく減益となった
- 減益の要因としては、営業体制構築のために、100名規模の人員を採用したことによる影響が大きい

2027年2月期2Q 実績								
2027年2月期2Q（四半期）					2027年2月期2Q（累計）			
	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	前期比較		2026年 2月期2Q累計	2027年 2月期2Q累計	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	1,496	1,535	38	2.6%	3,312	3,309	▲2	▲0.1%
EBITDA	▲20	▲50	▲30	—	103	▲150	▲254	—
EBITDAマージ（%）	—	—	—	—	3.1%	—	—	—
営業利益	▲31	▲63	▲31	—	80	▲175	▲255	—
営業利益率（%）	—	—	—	—	2.4%	—	—	—
経常利益	▲30	▲69	▲39	—	79	▲185	▲264	—
当期純利益	▲145	▲50	94	—	▲58	▲130	▲71	—
EPS（円）	▲19.86	▲6.87	12.97	—	▲7.97	▲17.65	▲9.68	—

- 足元、四半期別売上高は横ばいで推移
- エネルギーが大きく落ち込む一方、アウトソーシング/メディアの成長もあり、連結売上高は底堅く維持



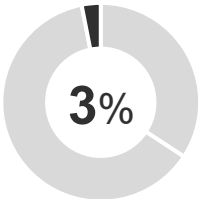
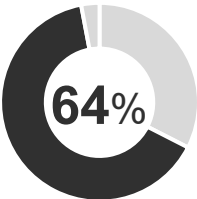
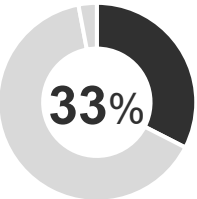
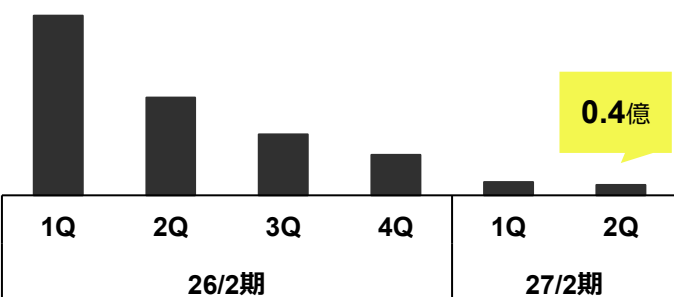
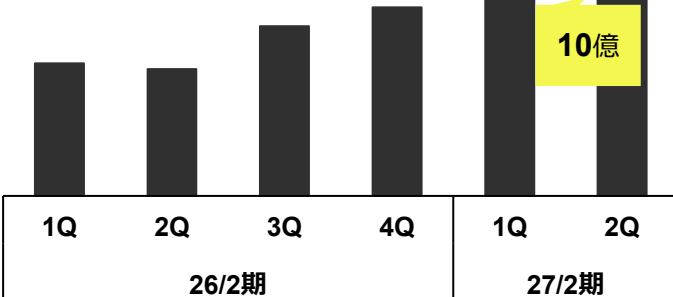
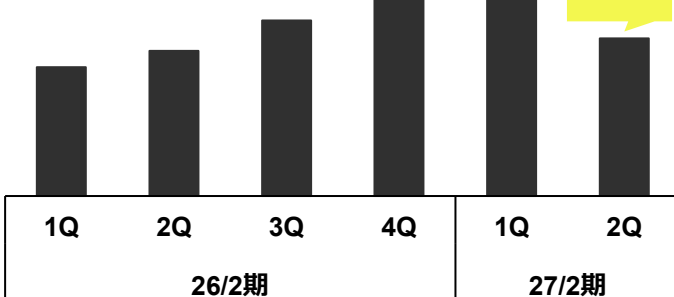
- 2027年2月期における四半期別EBITDAは赤字であるが、これは採用投資を加速化させたことが主要因となっている
- 2027年2月期下期は、採用費・教育費が不要になることに加え、新規顧客・取引が収益に貢献する見込み



○ 3つのセグメントからなる事業ポートフォリオを運営

2027年2月期2Q累計 セグメント別業績

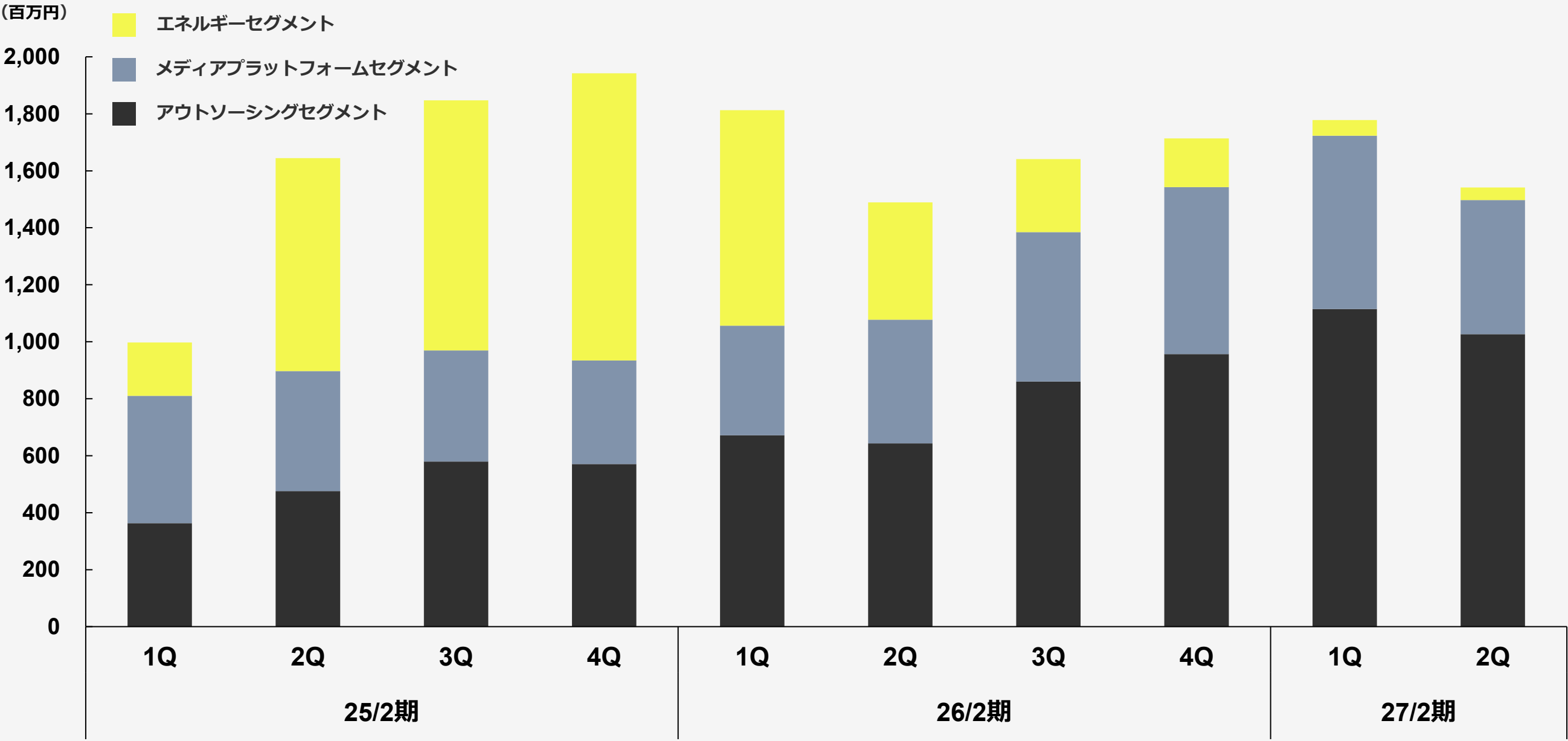
(単位：百万円)

	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	98	2,141	1,079
EBITDA	▲143	▲29	152
EBITDAマージン（%）	—	—	14.1%
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含む

- 足元、エネルギー事業の売上が低下するものの、アウトソーシング事業およびメディアプラットフォーム事業が伸長
- アウトソーシング事業とメディア事業で安定的な売上基盤を維持しつつ、今後はエネルギー事業の再成長等を図る

四半期別売上高推移



- 中間純損失130百万円や配当66百万円等で純資産が164百万円減少し、自己資本比率は約28%となる
- 2026年8月末に6億円の借入調達を行い、現預金が増加（ネットキャッシュは約5億円）

連結バランスシートの推移

(単位：百万円)	2026年2月末	2026年8月末	増減額	主な増減要因
資産合計	3,074	3,222	+ 147	
流動資産合計	2,678	2,763	+ 84	現金及び預金（+ 227）、営業未収入金（▲181）
固定資産合計	396	459	+ 63	
有形固定資産	11	18	+ 6	
無形固定資産	86	91	+ 5	
投資その他の資産	297	349	+ 51	繰延税金資産（+ 56）
負債純資産	3,074	3,222	+ 147	
負債合計	2,001	2,313	+ 311	
流動負債	1,854	1,739	▲ 114	短期借入金 ※1年以内含む（+ 40）、未払費用（▲87）
固定負債	147	573	+ 426	長期借入金（+ 426）
純資産合計	1,073	908	▲ 164	利益剰余金（▲196）

- 営業CFは中間純損失の計上等によりマイナスとなった
- 財務CFは資金調達によりプラスへ転じ、当上半期末の現金及び現金同等物は1,687百万円となる

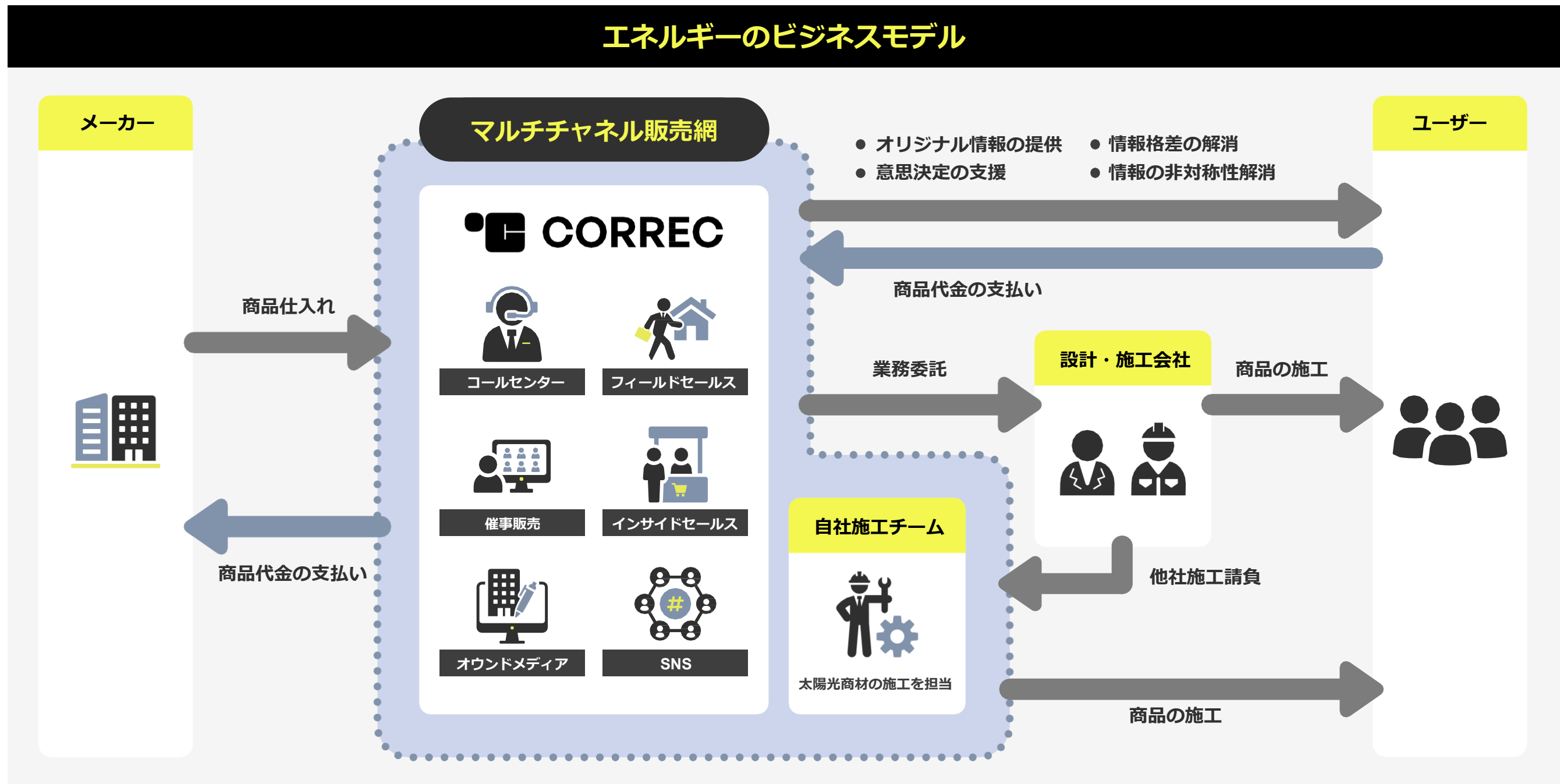
連結CFの推移

	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	2027年2月期2Qの主な内容
(単位：百万円)			
営業CF	110	▲143	税金等調整前中間純損失（▲185）
投資CF	▲0	▲29	無形固定資産の取得による支出（▲22）
財務CF	▲119	400	長期借入による収入（+600）、配当金支払（▲66）
現金及び現金同等物の増減高	▲10	227	
現金及び現金同等物の期首残高	1,562	1,460	
現金及び現金同等物の期末残高	1,552	1,687	

セグメント概要

- 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
- 太陽光パネル・蓄電池に加え、2026年9月よりリフォーム事業（主に省エネ商品）も開始

エネルギーのビジネスモデル



- Aoie社の新規営業停止の影響を受け、前年同期比で大幅な減収減益となった（Aoie社は2026年7月より新規取引を再開）
- 今期、新たにリフォーム事業へ参入し、来期以降の収益回復と再成長を目指す

2027年2月期2Q（四半期）

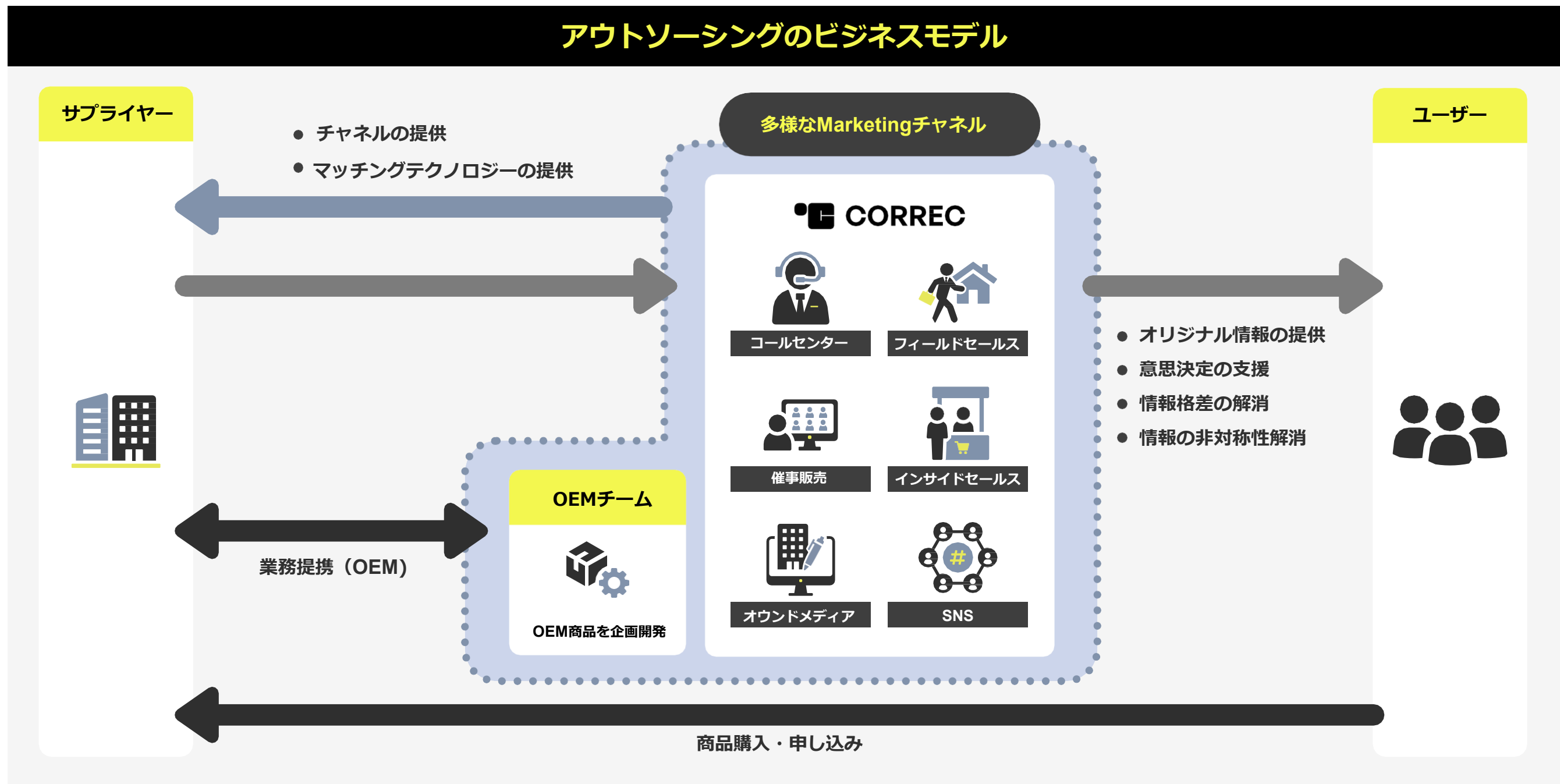
2027年2月期2Q（累計）

(単位：百万円)	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	411	43	▲367	▲89.4%
EBITDA	▲41	▲67	▲25	—
EBITDAマージン（%）	—	—	—	—
営業利益	▲41	▲67	▲25	—
営業利益率（%）	—	—	—	—

	2026年 2月期2Q累計	2027年 2月期2Q累計	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	1,168	98	▲1,069	▲91.5%
EBITDA	▲42	▲143	▲101	—
EBITDAマージン（%）	—	—	—	—
営業利益	▲43	▲143	▲100	—
営業利益率（%）	—	—	—	—

- 家の中のライフライン系商品を主力商品として、お客様に価値を届けている
- 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・デジタルマーケティングと多様性あり
- トrend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



- 売上高は、前年同期比で大幅な成長を記録
- 利益面は、下期以降の拡大に向けた戦略的採用投資の先行実施により、上期累計では一時的な損失を計上

2027年2月期2Q（四半期）

(単位：百万円)	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	643	1,026	383	59.5%
EBITDA	7	24	16	221.6%
EBITDAマージン（%）	1.2%	2.4%	—	—
営業利益	6	22	16	250.2%
営業利益率（%）	1.0%	2.2%	—	—

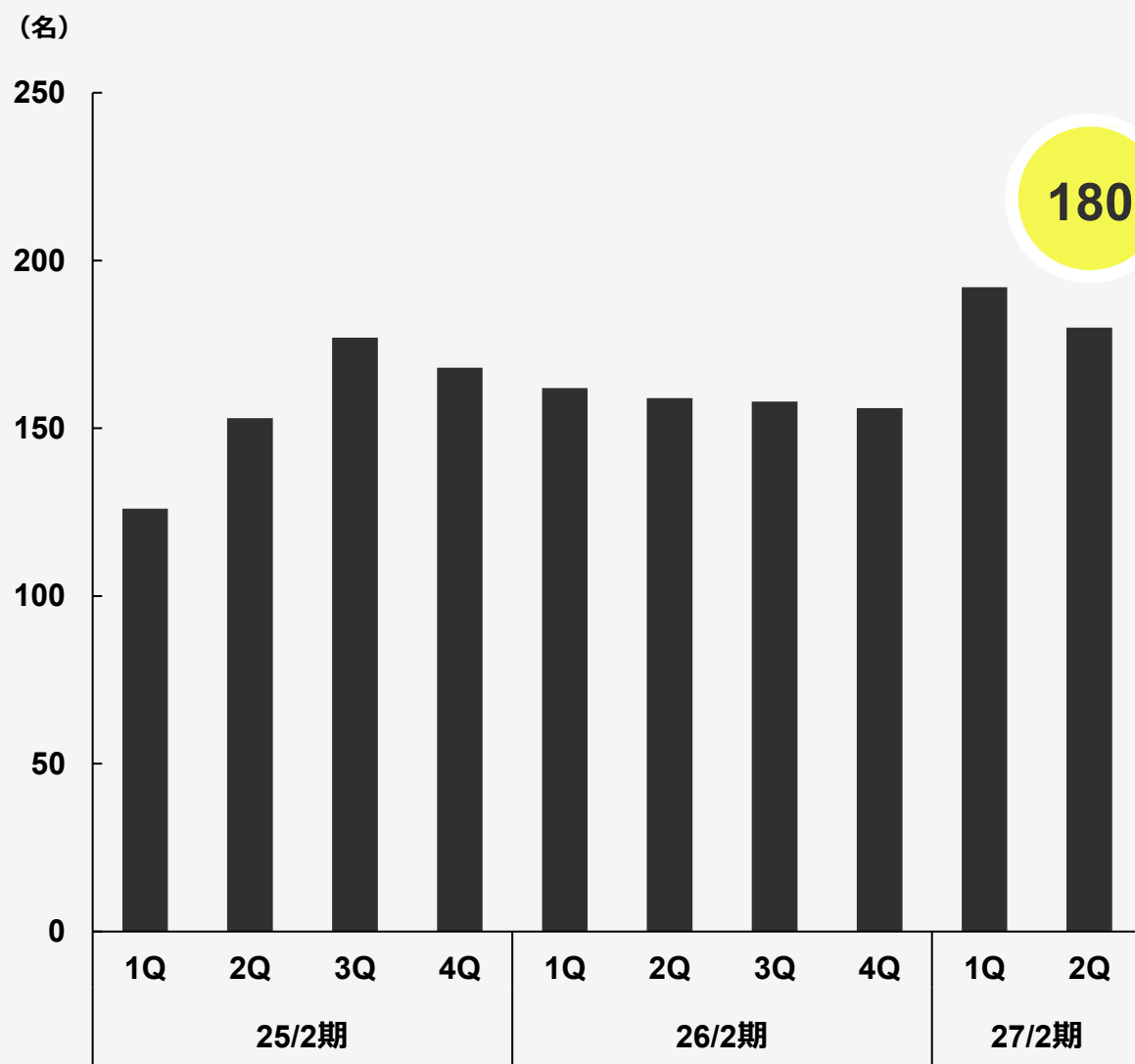
2027年2月期2Q（累計）

	2026年 2月期2Q累計	2027年 2月期2Q累計	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	1,315	2,141	825	62.8%
EBITDA	103	▲29	▲132	—
EBITDAマージン（%）	7.9%	—	—	—
営業利益	100	▲32	▲132	—
営業利益率（%）	7.6%	—	—	—

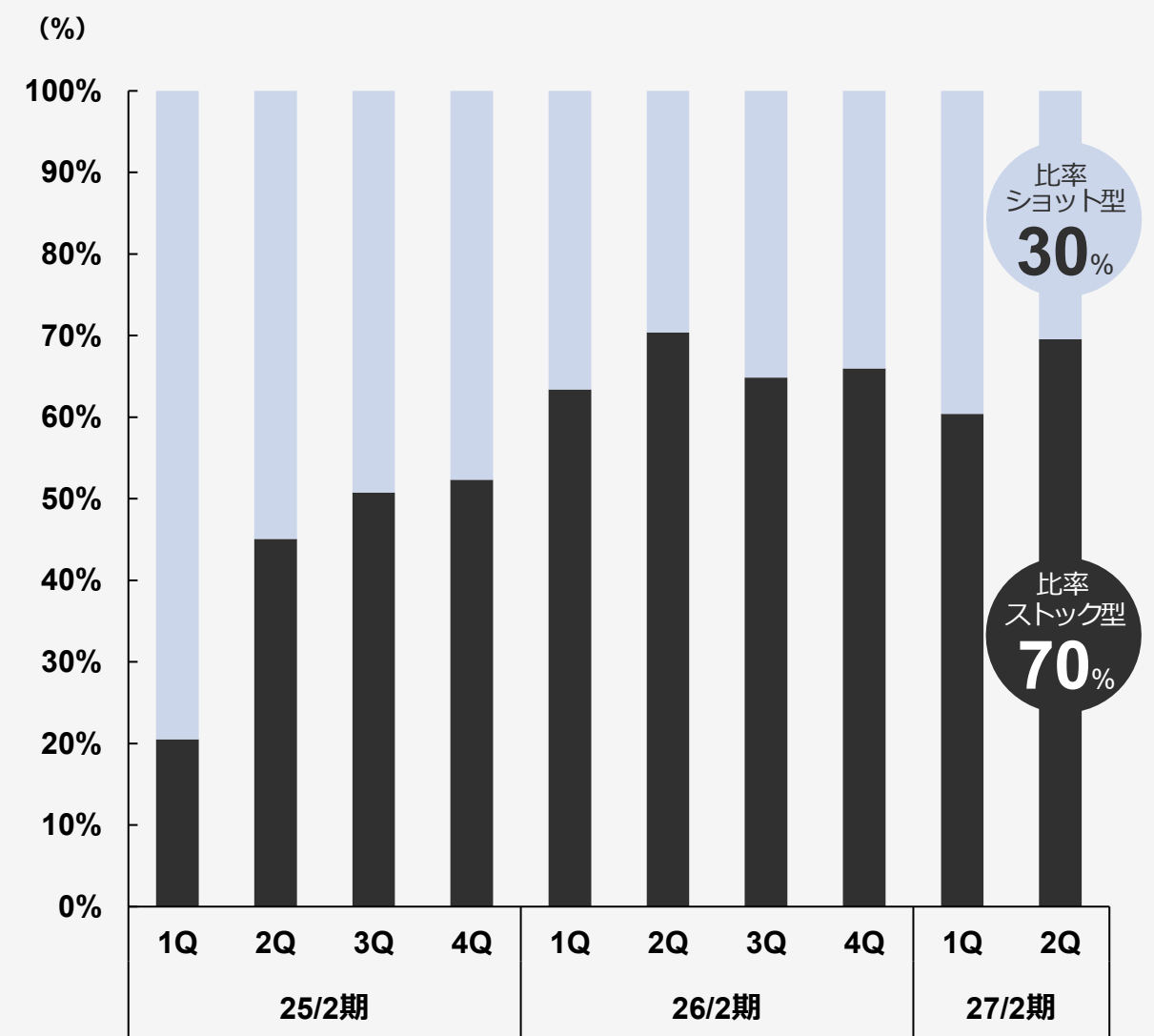
- 人員の安定的な確保を通じて、営業体制の強化を推進
- ストック型売上が着実に積み上がり、ストック比率を中心とした安定的な売上構成へシフト

主要KPI①

人員推移



ショット型vsストック型売上



※人員数は正社員のみ

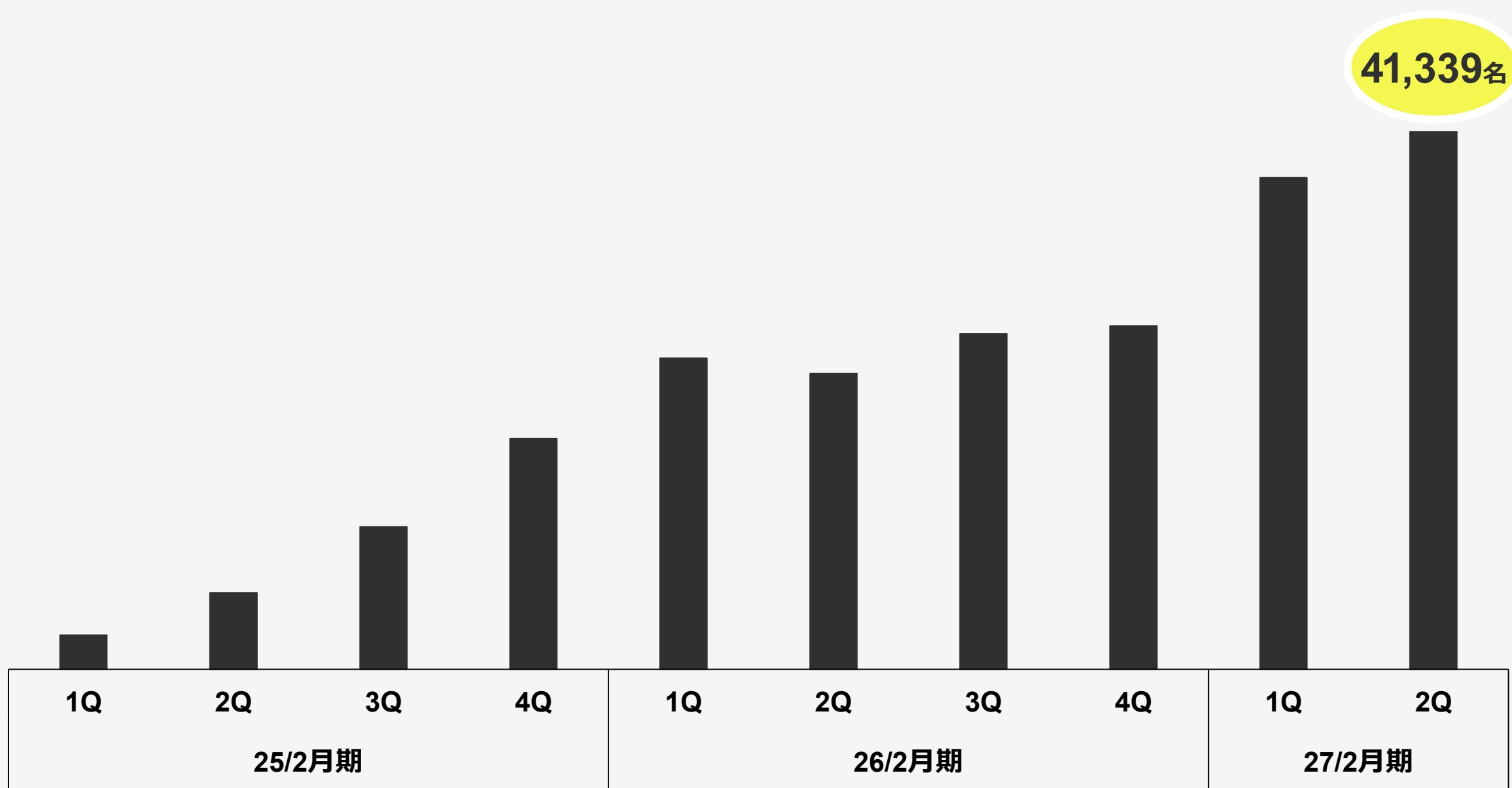
※ストック型売上には個人・法人顧客を問わず、継続してご利用いただけるリカーリングビジネスに対する対価の総計を示します

- 自社ストック型商材のビジネスは順調に推移
- 約4万人の顧客基盤を有しており、将来に向けた安定収益の基盤となる

主要KPI②

自社商材のアクティブ会員数

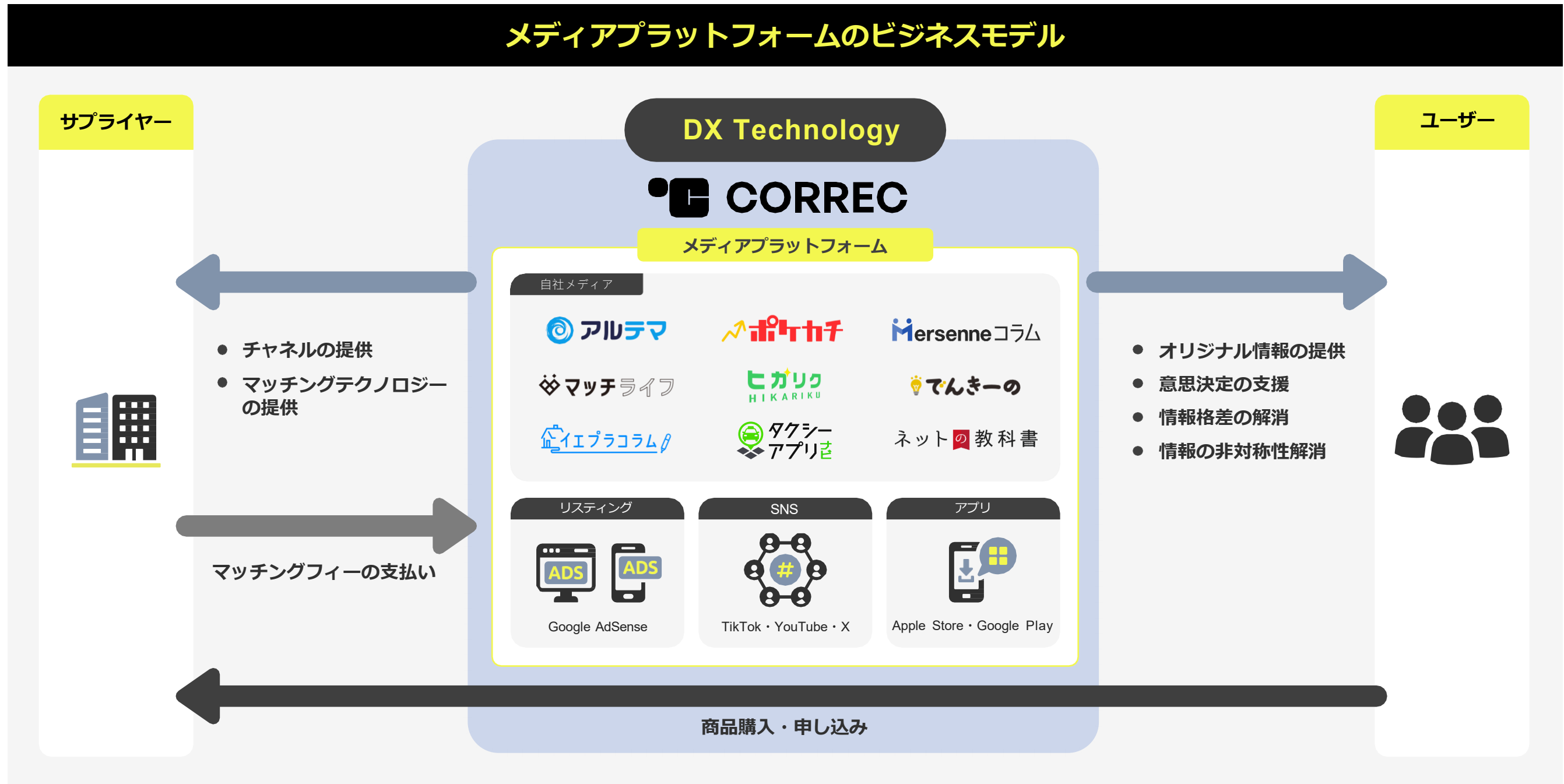
41,339名



※数字は、コレクトエナジーと福利セレクトの合算値

- 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
- 8ジャンル 38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



- SEOメディアの堅実的な運用と広告効果により、売上高は前年同期比で成長
- グループの収益源として、引き続き安定的な利益を創出

2027年2月期2Q（四半期）

2027年2月期2Q（累計）

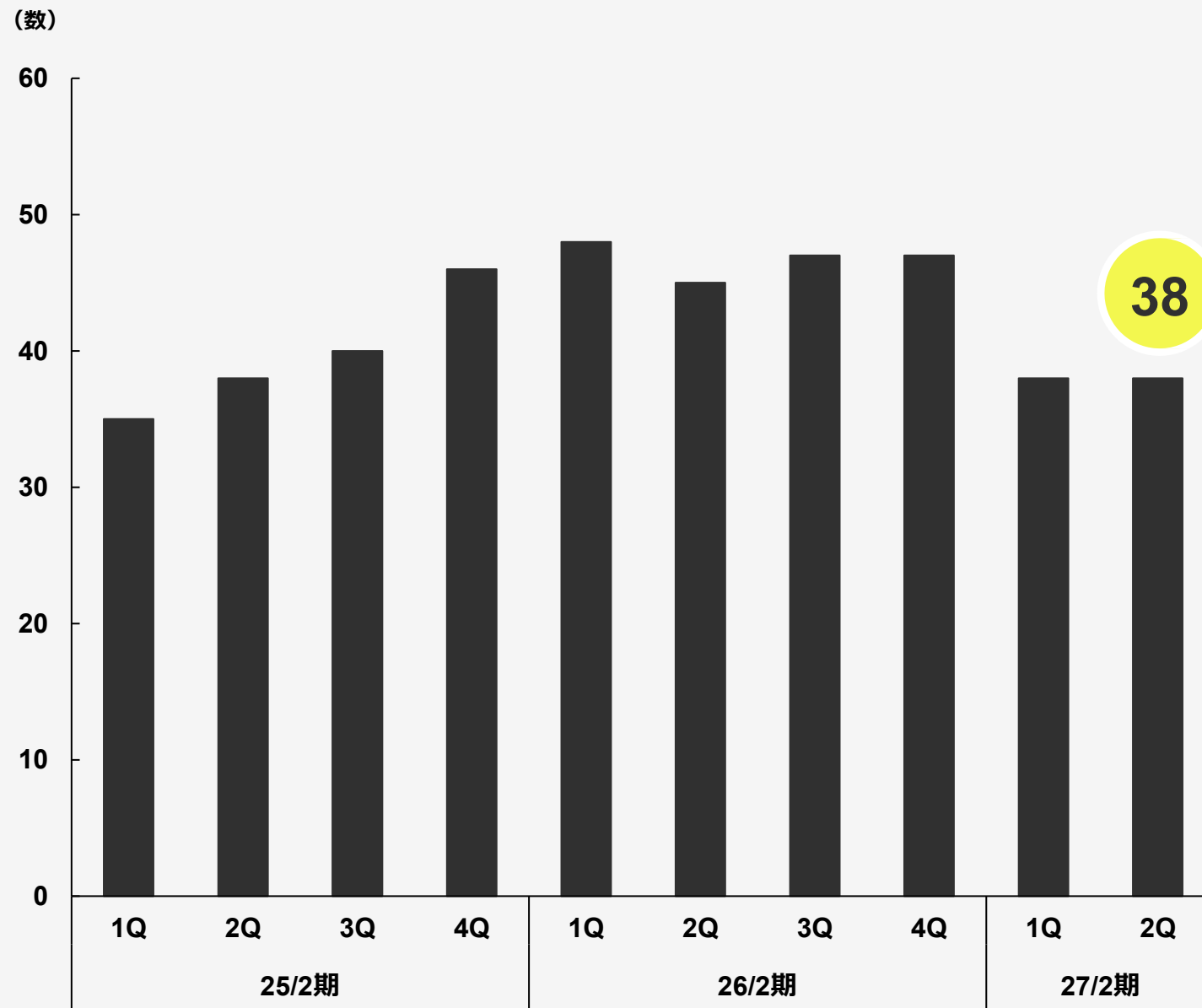
(単位：百万円)	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	433	470	37	8.6%
EBITDA	109	61	▲47	▲43.4%
EBITDAマージン（%）	25.2%	13.1%	—	—
営業利益	100	52	▲48	▲47.8%
営業利益率（%）	23.2%	11.1%	—	—

	2026年 2月期2Q累計	2027年 2月期2Q累計	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	818	1,079	261	31.9%
EBITDA	202	152	▲50	▲25.0%
EBITDAマージン（%）	24.8%	14.1%	—	—
営業利益	185	133	▲51	▲28.0%
営業利益率（%）	22.7%	12.4%	—	—

- 人的リソースの選択と集中により最適化したメディア体制のもと、展開ジャンルの多様性を維持しつつ効率的な安定運営を継続

主要KPI①

運営メディア数



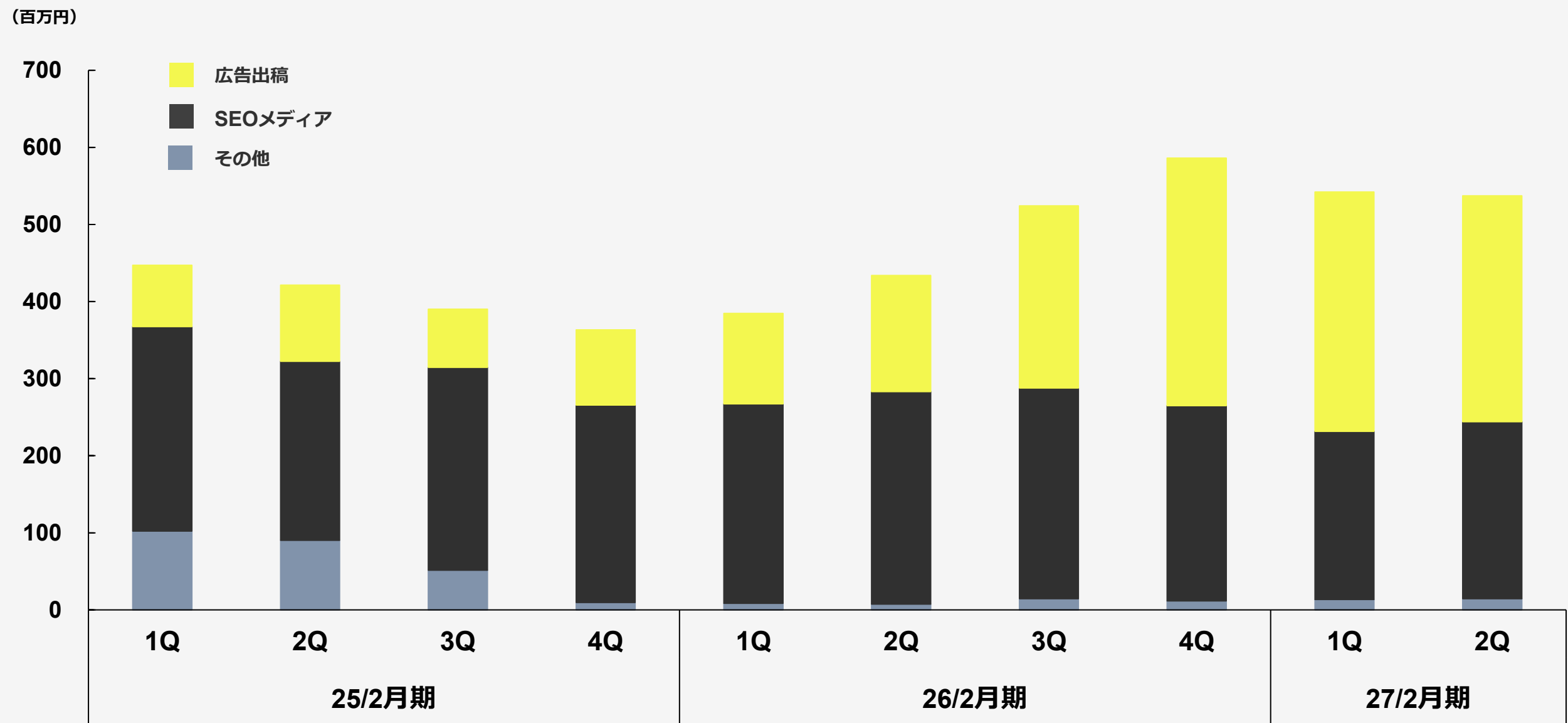
運営メディアのポートフォリオ

ジャンル	メディア数
ゲーム・エンタメ	10
インフラ	10
恋愛・結婚	6
不動産	4
生活	5
人材	1
ビジネス	1
Vtuber	1
合計	38

- 安定的なSEOメディア収益に加え、広告出稿を活用したサービス売上が拡大中
- SEOメディアに頼らない集客ポートフォリオをつくることで、損益のボラティリティを軽減させていく

主要KPI②

メディアプラットフォームの売上構成



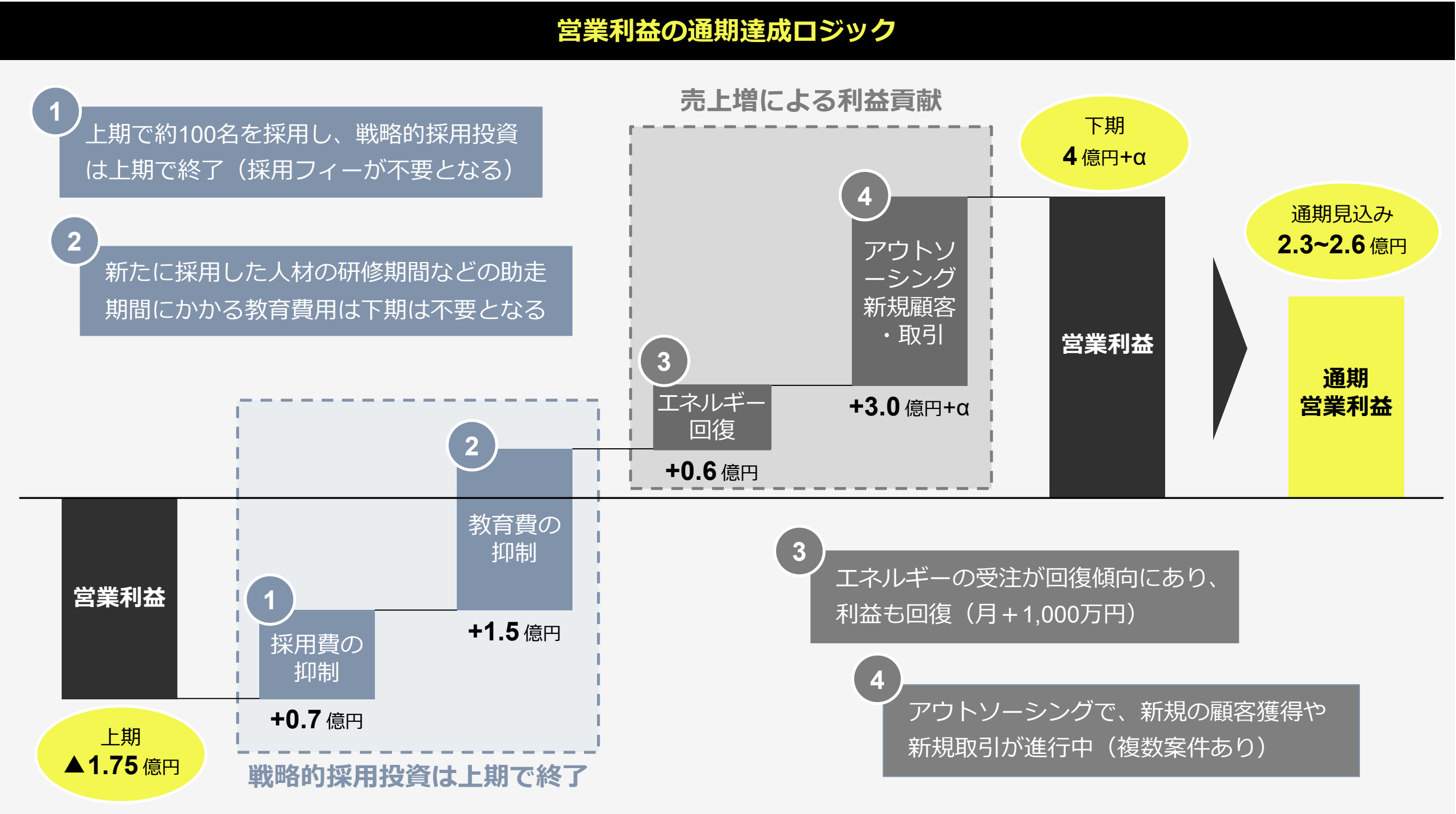
2027年2月期 通期業績予想

- 期初に公表した業績予想に変更なし
- 足元の採用投資なども踏まえ、昨年度よりも増収増益を計画

2027年2月期 業績予想

(単位：百万円)	2026年/2月期	2027年/2月期	
	実績	予想	年成長率
売上高	6,685	8,101 ～ 8,138	+ 21.2% ～ + 21.7%
EBITDA	111	281 ～ 318	+ 152.2% ～ + 185.3%
EBITDAマージン（%）	1.7%	3.5% ～ 3.9%	—
営業利益	63	228 ～ 265	+ 262.6% ～ + 321.1%
営業利益率（%）	0.9%	2.8% ～ 3.3%	—
経常利益	69	211 ～ 248	+ 202.4% ～ + 255.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	40	197 ～ 221	+ 391.4% ～ + 451.5%
EPS（円）	5.49	26.91 ～ 30.20	+ 390.2% ～ + 450.1%

- 当上期は営業利益▲1.75億円であったが、下期において「採用投資計画の変更」や「新規顧客・取引の増加」を見込んでいるため、通期業績予想を据え置きとしている（下図は通期営業利益までの道筋）



最近の取組み

- エネルギーセグメントの拡大に向けた次の一手として、系統用蓄電池事業への参入に向けた投資を開始
- 再エネの導入拡大や電力の安定供給に向けた社会を創っていき、地球温暖化という社会課題を解決していきたい

蓄電所の概要

名称	岡山蓄電所（仮称）
所在地	岡山県久米郡
蓄電システム出力	約 2 MW
蓄電容量	約 8 MWh
事業開始（予定）	2027年3月



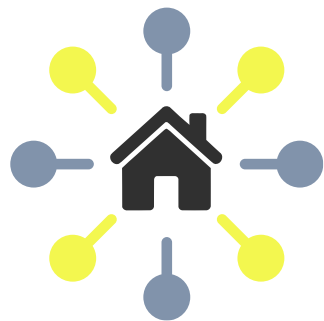
※画像はイメージ

新たな社会インフラを創っていくためには、サステナブルな社会の存在が必要不可欠だと考えます。
当社グループは、電力を使用するだけでなく、電力を供給するシステムを通じて、
「社会インフラ企業」としての価値を社会に提供していきます。

- これまで、太陽光・蓄電池などを販売したお客様からリフォームに関する問い合わせをいただくケースがあり、お客様のニーズに応えるために、省エネ商材を中心とした住宅リフォーム事業を開始
- お客様の大切な住まいを長く守り、安心して豊かな暮らしを支え続け、社会インフラとしての機能を提供していく

リフォーム事業の概要

高付加価値な住宅リフォーム・省エネ商品の提供



外壁・水まわりに加え、
太陽光・蓄電池と連携した
高断熱・省エネ改修を一体提供

パートナーシップの拡大



ハウスメーカーや住設事業者との
提携を強化し、相互の顧客基盤を
活用した共同展開を推進

リフォームカルテの開発と運用



建物データや改修履歴を一元管理、
施工の透明性を高め、将来の資産
価値証明等に活用

施工品質の標準化と人材育成



社内研修の整備と専門人材の育成
を進め、安定した施工品質と現場
管理体制を確立

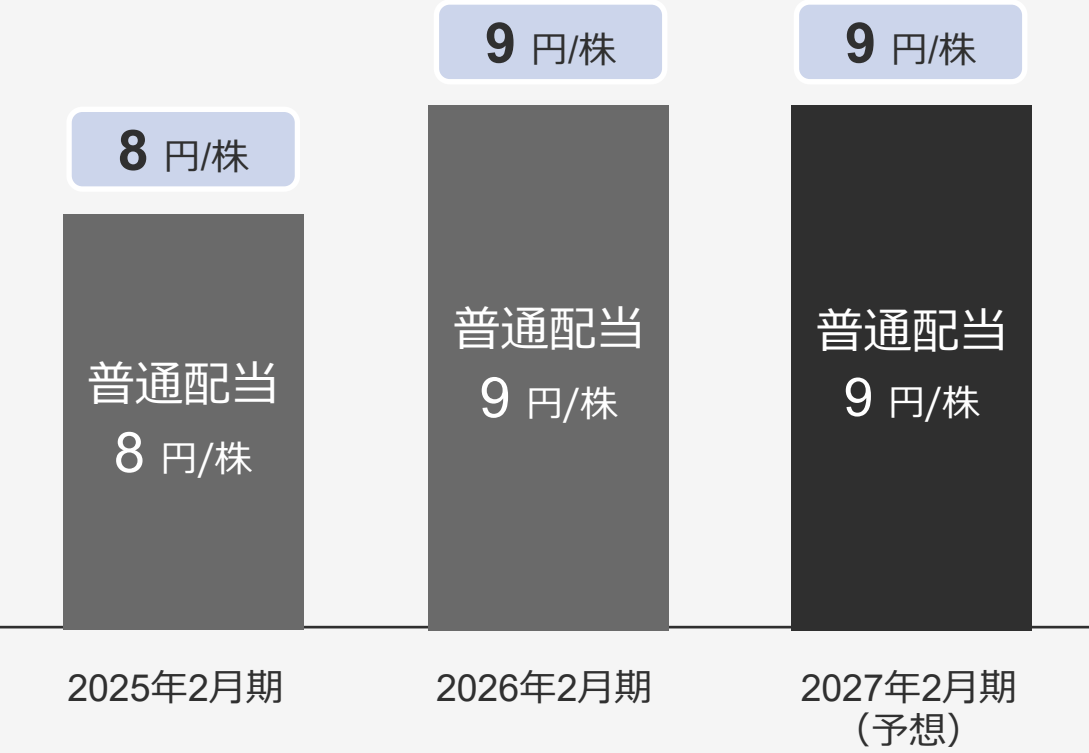
株主還元の方針

- 株主の皆様の日ごろからのご支援に感謝するとともに、より多くの方々に当社株式を長期的に保有していただきたいという想いを込めて、2026年2月期より新設した株主優待制度を今後も継続して実施
- 権利確定日は、8月末／2月末（年2回）

配当金

基本方針

DOE5%を目標に今後安定配当を継続していく方針



株主優待制度



対象株主：毎年2月末および8月末の株主名簿に記載された、100株（1単位）以上保有の株主様が対象となります。

優待内容：QUOカード 1,000円分（年間合計 2,000円分）

贈呈時期：8月末日および2月末日を基準日として、各基準日から3カ月以内を目途に発送いたします。

基準日	対象株主 (保有数)	優待内容
毎年2月末日	100株以上	QUOカード 1,000円分
毎年8月末日	100株以上	QUOカード 1,000円分

(参考) Non-GAAPセグメント業績

- 現状のセグメント開示では、他セグメントの損益状況によって、セグメントに配賦される共通費の金額が変わってしまう（共通費の多寡によって損益が左右される）といった課題があったため、適切な損益情報の開示を目的に、共通費配賦前のNon-GAAPベースのセグメント業績を開示していく

(Non-GAAP) 2027年2月期2Q累計 セグメント別業績

	セグメント				その他共通費	合計
	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	計		
(単位：百万円)						
売上高	98	2,141	1,079	3,319	▲10	3,309
EBITDA	▲98	136	217	255	▲406	▲150
EBITDAマージン（%）	—	6.4%	20.2%	7.7%	—	—
営業利益	▲98	132	199	233	▲409	▲175
営業利益率（%）	—	6.2%	18.4%	7.0%	—	—

※セグメント売上高はセグメント間の内部取引含む

Non-GAAPベースのセグメント損益

2027年2月期2Q（四半期）

(単位：百万円)	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	411	43	▲367	▲89.4%
EBITDA	▲9	▲46	▲36	—
EBITDAマージン (%)	—	—	—	—
営業利益	▲9	▲46	▲36	—
営業利益率 (%)	—	—	—	—

2027年2月期2Q（累計）

2026年 2月期2Q累計	2027年 2月期2Q累計	前期比較	
実績	実績	増減額	%
1,168	98	▲1,069	▲91.5%
27	▲98	▲126	—
2.4%	—	—	—
27	▲98	▲125	—
2.4%	—	—	—

Non-GAAPベースのセグメント損益

2027年2月期2Q（四半期）

(単位：百万円)	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	643	1,026	383	59.5%
EBITDA	80	104	23	29.2%
EBITDAマージン (%)	12.5%	10.1%	—	—
営業利益	79	102	22	28.7%
営業利益率 (%)	12.4%	10.0%	—	—

2027年2月期2Q（累計）

	2026年 2月期2Q累計	2027年 2月期2Q累計	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	1,315	2,141	825	62.8%
EBITDA	242	136	▲106	▲43.8%
EBITDAマージン (%)	18.5%	6.4%	—	—
営業利益	239	132	▲106	▲44.5%
営業利益率 (%)	18.2%	6.2%	—	—

Non-GAAPベースのセグメント損益

2027年2月期2Q（四半期）

(単位：百万円)	2026年 2月期2Q	2027年 2月期2Q	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	433	470	37	8.6%
EBITDA	142	94	▲48	▲34.0%
EBITDAマージン（%）	32.8%	20.0%	—	—
営業利益	133	84	▲49	▲36.7%
営業利益率（%）	30.8%	18.0%	—	—

2027年2月期2Q（累計）

	2026年 2月期2Q累計	2027年 2月期2Q累計	前期比較	
	実績	実績	増減額	%
売上高	818	1,079	261	31.9%
EBITDA	267	217	▲50	▲18.8%
EBITDAマージン（%）	32.7%	20.2%	—	—
営業利益	250	199	▲51	▲20.6%
営業利益率（%）	30.6%	18.4%	—	—

(参考) 会社概要

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。

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。



- 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	6,685百万円（2026年2月期実績） 8,101～8,138百万円（2027年2月期予想） ※21.2%～21.7%成長予想
EBITDA	111百万円（2026年2月期実績） 281～318百万円（2027年2月期予想） ※152.2%～185.3%成長予想
資本金	70,005千円
配当	9円/株（2026年2月期実績） 9円/株（2027年2月期予定） ※優待+配当利回り約6.1%（2026年8月末時点）
決算期	2月
従業員数	500名（2026年8月末時点） ※アルバイト等のパートタイム労働者含む
事業所	東京、大阪、埼玉

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 - 環境意識の高まり、エネルギー価格の高騰、停電時の備えなど、顧客のニーズに応える提案を実施 2026年9月から省エネ製品を中心としたリフォーム事業もスタート	
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 38 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メディアポートフォリオ構築がキーポイント	

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、より良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
経営戦略部

Email : ir@correc.co.jp



情報コミュニケーションに感性と体温を。