

|| 企業調査レポート ||

CSSホールディングス

2304 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

[バリュエーションレポートはこちら >>>](#)

2026年6月5日(金)

執筆：客員アナリスト

国重 希

FISCO Ltd. Analyst **Nozomu Kunishige**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2026年9月期中間期の業績概要	01
2. 2026年9月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要及び事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業概要	04
■ 業績動向	05
1. 2026年9月期中間期の業績概要	05
2. 事業セグメント別動向	06
3. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	11
● 2026年9月期の業績見通し	11
■ 中長期の成長戦略	12
1. 中期経営計画の概要	12
2. 事業別成長戦略	13
3. 事業開発戦略	15
4. グループ全体としての取り組み	16
■ 株主還元策	16

■ 要約

2026年9月期中間期は増収増益決算、 通期予想達成に向けて順調に推移

CSSホールディングス<2304>は、東京証券取引所(以下、東証)スタンダード市場に上場する純粋持株会社である。傘下のグループ会社によって、「スチュワード」「フードサービス」「空間プロデュース」の3事業を展開している。スチュワード事業では、ホテル・レストランを中心に食器洗浄及び厨房管理業務を全国で提供している。フードサービス事業では、従業員食堂・レストラン運営の受託や外食事業を展開している。空間プロデュース事業では、BGMに加え映像・音響・放送・セキュリティに関する設計・販売・施工・管理・メンテナンスなどの事業を展開する。同社は、中期経営計画に基づき、グループのさらなる成長を目指す。

1. 2026年9月期第中間期の業績概要

2026年9月期中間期の連結業績は、売上高で前年同期比5.0%増の10,383百万円、営業利益で同10.5%増の566百万円、経常利益で同8.6%増の576百万円、親会社株主に帰属する中間純利益で同27.7%増の386百万円となった。中間純利益の大幅増益は、特別利益として投資有価証券売却益を計上したことによる。売上高は期初予想をやや下回ったが、スチュワード事業の増益を主因に、各利益は予想を大きく上回った。

事業別には、スチュワード事業は大型ホテルの開業に伴う新規受注や、既存顧客との契約更改時における適正な利益確保により、増収増益を確保した。フードサービス事業は増収となったが、営業利益は食材価格高騰や使用する衛生関連の備品・消耗品の値上がり等に伴い減益となった。空間プロデュース事業は、一部の輸入ブランドの取り扱い変更に伴う既存顧客の剥落に伴い減収となったが、金融機関向けの案件が寄与して大幅増益となった。財務面では、自己資本比率は49.8%の高水準を維持した。1株当たり中間配当金は、期初予想のとおり15.0円とした。

2. 2026年9月期の業績見通し

2026年9月期の連結業績見通しは、期初の予想を維持し、売上高で前期比3.6%増の20,200百万円、営業利益で同11.5%増の800百万円、経常利益で同7.8%増の800百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同0.5%増の590百万円の見通しである。営業利益や経常利益に比べて親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が小さいのは、前期に少なかった法人税等が2026年9月期において2024年9月期並みの水準に戻ることを想定するためである。

事業別には、スチュワード事業は増収増益、フードサービス事業は増収と小幅増益、業績予想が難しい空間プロデュース事業は横ばいと見込んでいる。例年どおり保守的な業績予想であり、達成する可能性が高いと弊社では見ている。1株当たり配当金は年間合計35.0円と、普通配当ベースでは前期と同額を予想する。ただ、株主還元に向きな同社の姿勢を考えると、業績次第で期末配当の上乗せもありうると弊社では考える。

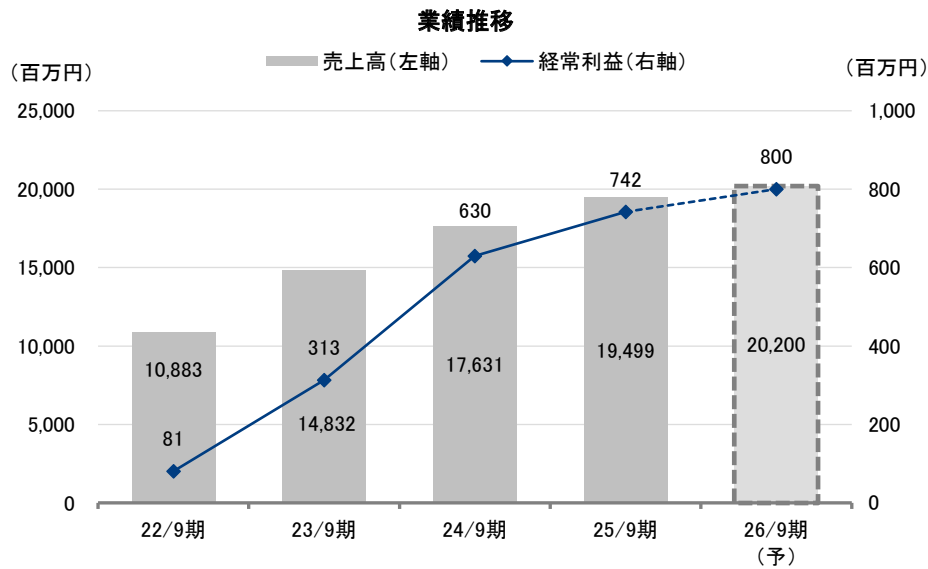
要約

3. 中期経営計画

現在推進中の中期経営計画(2025年9月期～2027年9月期)では、売上高27,000百万円、営業利益950百万円、ROE15%以上を目標に掲げる。年平均成長率は、売上高は15.3%、営業利益は16.8%と意欲的な業績目標である。業績目標達成のための成長戦略では、3事業において「基軸事業の強化による収益力の向上」を目指すとともに、「X-value(クロスバリュー)ユニットによる新たな価値創出」として新しい事業分野を開発することで各事業の業績に寄与することを見込んでいる。2025年9月期に続き、2年目の2026年9月期も増収増益を見込んでおり、業績は目標達成に向けて順調に推移している。一方で、X-valueユニットを活用した成長戦略については、現時点で十分な成果が確認されていない。弊社では、今後の成長戦略の進展と業績の推移を引き続き注視したい。

Key Points

- ・ 2026年9月期中間期は、期初予想を上回る増益を達成。スチュワード事業は堅調、空間プロデュース事業が大幅増益
- ・ 2026年9月期は小幅の増収増益を見込むも、期初予想は保守的
- ・ 中期経営計画の3年間の年平均成長率として売上高で15.3%、営業利益で16.8%を計画。業績目標達成に向けて順調に推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要及び事業概要

「スチュワード」「フードサービス」「空間プロデュース」を展開

1. 会社概要

同社は、東証スタンダード市場に上場する純粋持株会社である。同社の名称は、「Central Service System」の頭文字に由来する。連結子会社7社を擁し、「スチュワード」「フードサービス」「空間プロデュース」の3つの事業領域を展開している。同社グループでは「質の高い“おもてなし”の創造」を理念とし、「最高の“おもてなし”」を実現するための「最適なサービス」を提供している。ホスピタリティ業界を中心に、顧客の個々のニーズに最適な“おもてなし”を提供するバックサポートのプロフェッショナル集団である。事業を通じて“Happy & Hospitality”を提供することで、グループ全体の成長を目指している。

同社グループでは、ミッションに“Support the Hospitality”を、ビジョンに“Create Together”を、そしてバリューに“Go Beyond!”を掲げている。2025年9月期末の連結従業員数7,243人、うちパート・アルバイト6,630人であり、正社員がマネジメントや顧客折衝を担い、現場の作業はパート・アルバイトが中心となって担っている。

2. 沿革

同社は1984年12月にスチュワード業務の業務請負を目的とする(株)セントラルサービスシステムを設立し、その後フードサービス事業、空間プロデュース事業へと事業領域を拡大した。2008年4月には会社分割により純粋持株会社に移行し、現社名へ商号変更した。現在は傘下にスチュワード事業を行う(株)セントラルサービスシステム及び(株)セントラルホテルサービス、フードサービス事業を行う(株)センダン、空間プロデュース事業を行う東洋メディアリンクス(株)、音響特機(株)及びMood Media Japan(株)、グループの人事や総務などの事業を担当している(株)CSSビジネスサポートの連結子会社7社を有する。

設立当初は東京都品川区に本社を構えたが、事業拡大とともに数度の移転を経て、2012年7月には東京都中央区日本橋小伝馬町に移転し、現在に至る。2002年6月に東証JASDAQ市場に上場し、2022年4月より東証スタンダード市場に移行した。2024年12月には創業40周年を迎えている。2021年12月より水野克裕(みずの かつひろ)氏が代表取締役社長に就任し、中期経営計画に基づき事業を拡大するとともに、増益に基づいて増配を実施するなど、着実に成果を積み上げている。

3. 事業概要

(1) スチュワード事業

グループの祖業であり、ホテル・レストランにおける食器洗浄を中心としたスチュワード業務や、ホテル・レストランの客室・パブリックスペース・厨房等の清掃を手掛けている。特にスチュワード業務では、高価な食器や銀器が使われることがあるため、専門的な管理が求められる。同社グループの従業員は、ホテル・レストランのバックヤード業務にチーム体制で常駐し、シフトに基づき業務を一括して遂行している。このため同社グループでは採用・教育・組織化に注力しており、年間千人規模となる入社従業員のリテンションに腐心している。また、1割を占める外国人や6割に及ぶ女性など多様な人材が働きやすい環境づくりも進めている。

同事業はグループの中核事業として全国展開しており、特にラグジュアリーホテルでは業界誌が調査発表する宴会売上高トップ10ホテルのうち半数と取引実績がある。顧客は固定客であり、契約内容は主に年度を区切りとして見直される形態である。2026年9月期中間期の構成比において、同事業は売上高47.8%、営業利益56.6%（「その他」や「調整額」を含まない。以下、同）を占めている。

(2) フードサービス事業

ホテルの朝食レストラン運営、従業員食堂運営及び高齢者施設の食事提供など、フードサービスに関わる総合給食事業を全国展開している。国内では観光客の活発化に伴い需要は大幅に拡大し、コロナ禍前の水準を大きく上回っている。なかでも宿泊特化型のホテルにおける朝食サービスの需要が拡大している。食材コストの高騰に対しては、調理企画室がメニュー開発及び無駄の排除や調理の工夫を推進する一方、事業部は顧客との提供価格の交渉及びコスト管理の強化などに取り組んでいる。

スチュワード事業と同様に顧客は固定客で、契約は単年または複数年を区切りとして見直される形態である。2026年9月期中間期の同事業の構成比は、売上高24.1%、営業利益7.2%である。

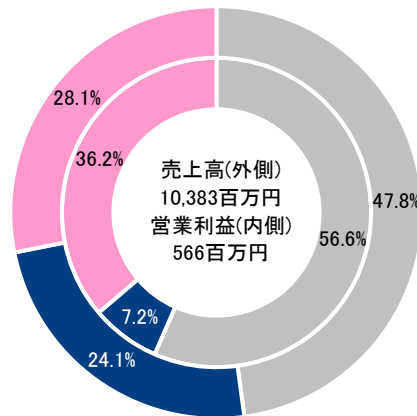
(3) 空間プロデュース事業

防犯カメラやAV機器等の販売・保守、BGM・香りのサブスクリプション、BGM・映像によるブランディング支援、大型・プロ仕様音響機器の卸販売等を、幅広い顧客層に展開する事業である。案件は、施工会社の営業活動に則って、設計や調達・施工に関わり、納品をもって完了する。一方で、その後の管理・メンテナンス・コンテンツ制作など、継続性を伴うサービスも提供している。同事業はコロナ禍における設備投資の冷え込みによって業績が縮小したが、執行体制の刷新、大規模イベントや展示会の活用再開などにより復調傾向にある。特に、監視カメラ関連や音響設備の更新需要が堅調である。

2026年9月期中間期の同事業の構成比は、売上高で28.1%、営業利益で36.2%である。なお、同事業では3月決算の顧客が多いことから中間期に利益が集中する傾向にあり、通期の営業利益の構成比は中間期に比べて低下する。

2026年9月期中間期 セグメント別売上高・営業利益

■ スチュワード事業 ■ フードサービス事業 ■ 空間プロデュース事業



注：売上高・営業利益は損益計算書の計上額。事業別シェアは報告セグメント内のシェアで、「その他」(総務・人事・経理管理事業等)及び「調整額」(全社利益及びセグメント間取引消去等)を含まない
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2026年9月期中間期決算は、通期業績予想の達成に向けて順調

1. 2026年9月期中間期の業績概要

2026年9月期中間期における日本経済は、中東情勢の悪化など地政学リスクの高まりや原材料・労務費の高騰の影響など、先行き不透明な状況が継続した。一方で、企業努力や各種政策の効果により雇用・所得環境が改善し、緩やかに回復した。燃料価格高騰に伴う航空各社の減便や航空運賃の高騰に伴い訪日インバウンド動向が懸念材料となるものの、観光業界の好況により堅調に推移している。

このような環境下、同社グループでは2025年9月期～2027年9月期の3ヶ年の中期経営計画「Go Beyond! Next20」を推進している。中期経営計画の2年目となる2026年9月期中間期の連結業績は、売上高で前年同期比5.0%増の10,383百万円、営業利益で同10.5%増の566百万円、経常利益で同8.6%増の576百万円、親会社株主に帰属する中間純利益で同27.7%増の386百万円となった。中間純利益の大幅増益は、特別利益として投資有価証券売却益を計上したことによる。

業績動向

売上原価の増加に伴い売上総利益率は前年同期比0.7ポイント低下の16.9%であったものの、販管費の減少により、営業利益率は同0.3ポイント上昇の5.5%、経常利益率は同0.1ポイント上昇の5.5%、中間純利益率は同0.6ポイント上昇の3.7%となった。

期初予想との比較では、売上高は予想比0.6%減と下回ったが、営業利益は同10.0%増、経常利益は同11.9%増、親会社株主に帰属する中間純利益は同20.9%増と、各段階の利益は予想を大きく上回った。2026年9月期通期の業績予想達成に向けて、順調な決算であったと弊社では評価している。

2026年9月期中間期連結業績

(単位：百万円)

	25/9期中間期		26/9期中間期			前年同期比		予想比	
	実績	売上比	予想	実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	9,886	100.0%	10,450	10,383	100.0%	497	5.0%	-66	-0.6%
売上原価	8,147	82.4%	-	8,625	83.1%	477	5.9%	-	-
売上総利益	1,738	17.6%	-	1,757	16.9%	19	1.1%	-	-
販管費	1,225	12.4%	-	1,191	11.5%	-34	-2.8%	-	-
営業利益	512	5.2%	515	566	5.5%	53	10.5%	51	10.0%
経常利益	530	5.4%	515	576	5.5%	45	8.6%	61	11.9%
親会社株主に帰属する 中間純利益	302	3.1%	320	386	3.7%	83	27.7%	66	20.9%

注：予想は2025年9月期決算発表時の期初予想
 出所：決算短信よりフィスコ作成

主力のステュワード事業は堅調、空間プロデュース事業が大幅増益

2. 事業セグメント別動向

(1) ステュワード事業

売上高は4,967百万円（前年同期比5.2%増）、営業利益は386百万円（同7.1%増）、営業利益率は7.8%（同0.2ポイント上昇）となった。大型ホテルの開業に伴う新規受注や、既存顧客との契約更改時における適正な利益確保により増収増益、同社の主力事業として堅調な決算であった。

当中間期には、新規事業所4件を開業したが、通常の半期に6~7件、通期で10件超のペースに比べてやや遅れている。外資系ブランドを中心に積極的なマーケット参入による大型ホテルの開業は続いており、新規受注に向け積極的な営業活動を行った。前期より注力中の病院案件は今期中の開業により、累計8件以上になる見込みである。従来は食器洗浄や清掃を自前で行ってきた病院でも、今後はステュワード専門業者を頼る機会が増えそうだ。また、既存の顧客との契約更改時には、人件費等のコストアップ要因に対して顧客の理解を得ながら適正な利益の確保に取り組んでおり、今期の改定計画に対して中間期で9割超に達している。

業績動向

社内管理面では、生産性改善に向けて、前期からのSaaS(クラウドサービス)に加え、新たにAIエージェントの導入を検討しており、シフト業務・労務関係業務プロセスや業績管理システムの再構築に加え、職場環境や業務フローの改善による事業基盤強化や生産性改善によって収益力を高める取り組みに注力している。また、採用活動においてもパートやアルバイトの採用の初動迅速化のためのチャットボット(質問や依頼に即時応答するプログラム)や自動対応ツールを導入したり、外国人を対象としたビジネス文化研修の充実を進めた。

スチュワード事業における2026年9月期中間期の取り組み例としては、2026年3月に開業した帝国ホテル京都においてスチュワード業務を、カペラ京都においてスチュワード業務及び従業員食堂の運営を開始した。帝国ホテル京都は京都・祇園の中心に位置し、国の登録有形文化財「弥栄会館」を保存・活用して誕生した。帝国ホテルとは長年のパートナーシップを築いており、今回で4ヶ所目の受託となる。また、カペラ京都は、京都・宮川町に誕生したカペラホテルズ&リゾートとして日本初のホテルである。同社グループでは、これまでの知見を生かし、京都でも最高のホスピタリティを提供できるよう尽力する計画だ。

(2) フードサービス事業

売上高は2,497百万円(前年同期比16.6%増)、営業利益は49百万円(同11.0%減)、営業利益率は2.0%(同0.6ポイント低下)となった。増収となったが、営業利益は人件費や食材価格高騰、使用する衛生関連の備品・消耗品の値上がりに伴い減益となり、営業利益率も低下した。

当中間期には新規事業所6件を開業したが、今後新規受託を見込む事業所が11件あり、足元の受注は好調に推移している。大手のホテルチェーンでの実績が評価されて、新たなホテルを紹介される好循環が生まれている。一方、人件費や食材価格の高騰に加え、足元では原油価格高騰に伴い、使用する衛生関連の備品・消耗品(洗剤やゴム手袋等)の値上がりが顕著となっている。安全・安心な衛生管理体制の維持強化に対応すべく、契約更改時には顧客の理解を得ながら適正な利益の確保に取り組んでいる。また、主要顧客である一部の朝食特化型ホテルでは、中国を中心とする海外団体客の落ち込みの影響など、稼働の急激な変化が現場業務の負担を招かないように、引き続き注視している。

また、TechMagic(株)と提携し、2026年5月にテレコムセンタービルに「MAGIC CHEF」をオープンした。調理ロボットの活用により、「出来立て」「カスタマイズ」「提供時間の短縮」を実現する。食堂運営を担う子会社であるセンダンの知見と先端技術を融合させ、収益性と満足度を両立させた持続可能な食の発展を目指している。調理をする人材の調達・教育には時間を要するため、ホスピタリティは人が行い、その他の作業をロボットで補う考えだ。

CSSホールディングス | 2026年6月5日 (金)
 2304 東証スタンダード市場 | <https://www.css-holdings.jp/ir/>

業績動向

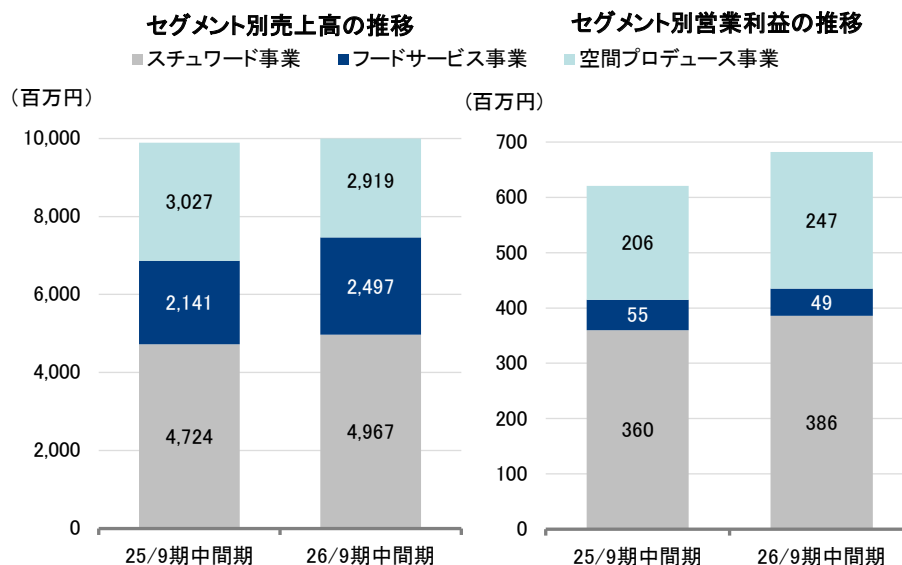
(3) 空間プロデュース事業

売上高は2,919百万円(前年同期比3.6%減)、営業利益は247百万円(同19.7%増)、営業利益率は8.5%(同1.7ポイント上昇)となった。一部の輸入ブランドの取り扱い変更に伴う既存顧客の剥落に伴い減収となったが、金融機関向けの案件が寄与して大幅増益となった。同事業は施工型ビジネスであるという特性上、期初における業績の正確な予想は困難である。

子会社の東洋メディアリンクスは、引き続き大手金融機関向けのITV(監視カメラ/Industrial TV)及び周辺装置・業務放送設備・モニター等の新規・更新需要が堅調で、売上・利益は期初予想を上回った。また、子会社のMood Media Japanは、グローバルのMood Mediaを統括するMood Mediaヘッドクォーターと連携し、新規開拓や顧客紹介案件を取り込みながら下期に向けて受注案件を順調に積み上げている。さらに、ブランド品を輸入する子会社の音響特機は、一部の輸入ブランドの取り扱い変更に伴う既存顧客の剥落に伴い減収減益となったが、新たな輸入ブランド商品をラインナップに加え、設計・施工を行う東洋メディアリンクスとの連携強化により利益率の高い輸入ブランド商品の拡販に注力中である。

空間プロデュース事業における2026年9月期中間期の取り組み例としては、音響特機は、関西圏における自社取り扱い製品の認知向上と普及を目的とし、大阪にて「音特博覧会」を開催した。サウンドマスキングやボイスストラッキングに対する関心の高まりを背景に、多くの顧客が関心を寄せた。当日はデモ依頼を受ける等、直接製品の魅力を広く伝える貴重な場となった。

また、昨秋開業し今春グランドオープンを迎えたニューマン高輪の高層階に位置する空中庭園「LUFTBAUM」において、Mood Media JapanがBGMプロデュースを手掛けた。豊かな植栽と絶景が融合するこの場所にふさわしい音をデザインし、都会の喧騒を忘れさせる心地よいひとときを演出している。



注：各値は「その他」(総務・人事・経理管理事業等)及び「調整額」(全社利益及びセグメント間取引消去等)を含まない数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率は49.8%の高水準で、高い財務の健全性を維持

3. 財務状況と経営指標

2026年9月期中間期末の財務状況は、資産合計は前期末比418百万円増加の6,736百万円となった。流動資産は458百万円の増加となった。主な要因は、現金及び預金64百万円の増加、受取手形、売掛金及び契約資産222百万円の増加、商品及び製品137百万円の増加によるものである。固定資産については39百万円の減少となった。主な要因は、投資有価証券66百万円の増加、繰延税金資産71百万円の減少によるものである。

負債合計は前期末比152百万円増加し、3,380百万円となった。流動負債は167百万円の増加であった。主な要因は、支払手形及び買掛金277百万円の増加、短期借入金80百万円の増加、未払消費税等90百万円の減少、その他流動負債70百万円の減少によるものである。固定負債については14百万円の減少となった。主な要因は、リース債務4百万円の減少、退職給付に係る負債11百万円の減少によるものである。純資産合計は同265百万円増加し、3,355百万円となった。主な要因は、親会社株主に帰属する中間純利益386百万円の計上による利益剰余金の増加、剰余金の配当151百万円による利益剰余金の減少によるものである。

結果として、借入金及びリース債務の合計は前期末比76百万円増加の390百万円となった。長期借入金はなく、同社は子会社を含め、短期借入金で事業運営を行っている。

安全性の指標では、自己資本比率は49.8%の高水準を維持している。これは、2025年3月期のプライム・スタンダード・グロース市場に上場する全産業平均34.1%、サービス業平均5.8%を大きく上回る水準である。D/Eレシオも0.11倍と、有利子負債は自己資本を大きく下回っており、極めて高い財務の健全性を示している。

収益性の指標では、2025年9月期のROAは12.1%、ROEは20.4%であった。2025年3月期のプライム・スタンダード・グロース市場に上場する全産業平均の4.6%及び9.4%や、サービス業平均の0.8%と8.6%を上回り、収益性も極めて高いと評価できる。

業績動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	25/9期末	26/9期中間期末	増減額
流動資産	3,914	4,372	458
(現金及び預金)	1,138	1,203	64
(受取手形、売掛金及び契約資産)	2,140	2,362	222
(棚卸資産)	429	559	130
固定資産	2,402	2,363	-39
(有形固定資産)	1,373	1,356	-17
(無形固定資産)	62	54	-8
(投資その他の資産)	966	953	-13
資産合計	6,317	6,736	418
流動負債	2,843	3,010	167
(短期借入金)	300	380	80
固定負債	384	369	-14
負債合計	3,227	3,380	152
(借入金、リース債務合計)	314	390	76
純資産合計	3,089	3,355	265
【安全性】			
自己資本比率	48.9%	49.8%	0.9pp
DELシオ (倍)	0.10	0.11	0.01pp
【収益性】			
ROA (総資産経常利益率)	12.1%	-	-
ROE (自己資本当期純益率)	20.4%	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年9月期は小幅の増収増益を見込むが、予想は保守的

● 2026年9月期の業績見通し

今後の見通しとして、同社グループの主たるマーケットであるホテル・レストラン・観光・レジャー等の業界においては提供役務に対するニーズが高まっており、事業環境は追い風である。競争環境を踏まえても、引き続き好調な事業展開と収益の確保を想定している。一方で、事業拡大に伴う従業員増加に対応するため、教育研修等の能力開発に積極的な投資を行い、人材リテンションや組織能力の活性化を企図している。人手不足が全産業に及ぶなか、業務委託需要は強まっている。この需要に持続可能な体制で応えるため、現場の従業員のモチベーションを支えるマネジメント力の強化を最優先課題として取り組む。また、社会保険労務費や最低賃金の上昇といったトレンドを単なるコスト上昇要因とせず、人的資本への投資として積極的に予算化する方針を継続する。さらに、事業価値の拡張に向けた積極的な投資を推進し、これらを株主還元とバランス良く計画することで、増収増益を基調とした増配の継続的な実現を目指す。

2026年9月期の連結業績は、期初の予想を維持し、売上高で前期比3.6%増の20,200百万円、営業利益で同11.5%増の800百万円、経常利益で同7.8%増の800百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同0.5%増の590百万円の見通しである。営業利益や経常利益に比べて親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が小さいのは、前期に少なかった法人税等が2026年9月期において2024年9月期並みの水準に戻ることを想定するためである。また、事業別には、スチュワード事業は増収増益、フードサービス事業は増収と小幅増益、業績予想が難しい空間プロデュース事業は横ばいとしている。

2026年9月期中間期決算の各段階利益は、通期予想の7割前後に達している。空間プロデュース事業が上期偏重の決算になることを考慮した業績予想であるが、例年どおり保守的な業績予想であり、達成する可能性が高いと弊社では見ている。

2026年9月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	25/9期		26/9期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	19,499	100.0%	20,200	100.0%	701	3.6%
営業利益	717	3.7%	800	4.0%	83	11.5%
経常利益	742	3.8%	800	4.0%	58	7.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	587	3.0%	590	2.9%	3	0.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

3年間の年平均成長率として売上高で15.3%、営業利益で16.8%を計画

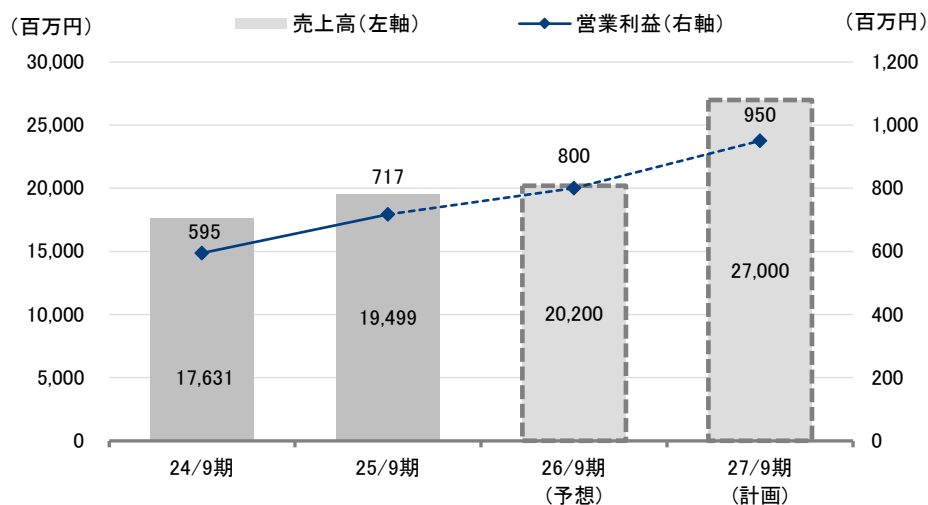
1. 中期経営計画の概要

同社グループでは、新たに「資本効率を高める投資の強化」をテーマとして、2025年9月期～2027年9月期の3ヶ年の中期経営計画「Go Beyond! Next20」を推進している。「基軸事業の強化による収益力の向上」「人材育成の強化」「ESG課題への取り組み推進」「X-valueユニットによる新たな価値創出」の4つに取り組むことで、2027年9月期の連結業績目標として、売上高27,000百万円(2024年9月期比53.1%増)、営業利益950百万円(同59.4%増)、ROE15%以上を目指す。3年間の年平均成長率は売上高で15.3%、営業利益で16.8%と、意欲的な業績目標である。

業績計画では、当初、初年度の2025年9月期はおおむね横ばいと見込み、本格的な事業拡大は2期目の2026年9月期からを見込んでいた。これは、2025年9月期に、人材のX-value活動への投入、外国人を含む採用強化、働き方改革の推進、業務のスリム化と効率アップのためのBPR活動など、積極的な先行投資を計画していたためである。しかし、期初の業績予想を大きく上回る過去最高の決算となり、初年度は好スタートとなった。2年目の2026年9月期も増収増益を予想しており、中期経営計画の業績目標達成に向けて順調に推移している。

中期経営計画では「基軸事業の強化による収益力の向上」「X-value ユニットによる新たな価値創出」を成長の両輪として位置付け、バランス良く推進することを最重要課題としている。これにより、最終年度の業績目標達成を目指す。加えて、グループ全体の方針として、「人材育成の強化」「ESG課題への取り組み推進」にも注力する。

中期経営計画の業績目標



出所：決算短信、中期経営計画資料よりフィスコ作成

各事業の増収増益に、X-valueユニットの貢献が加わる計画

2. 事業別成長戦略

同社は、中期経営計画の最終年度の目標達成に向け、2027年9月期までに全事業で2024年9月期比20%超（年率7～8%）の増収率・増益率を目指す。さらに、各事業の売上高にX-valueユニットの収益寄与が加わることで、中期経営計画の目標を達成する計画だ。各事業がそれぞれ「基軸事業の強化」と「X-valueユニットによる新たな価値創出」を成長の両輪として戦略を実行することで実現を目指す。

(1) スチュワード事業

2027年9月期の売上高は10,800百万円（2024年9月期比27.3%増）、営業利益は698百万円（同29.5%増）を目指す。営業利益率は6.5%となり、同0.2ポイントの上昇を見込んでいる。高まる委託需要に対応するため、人材開発への投資や注力により人材の育成・輩出を進める。同時に、ホテル業界のバックヤードを幅広くサポート・改善・コンサルティングできるパートナー力の強化を図る。

同社は、同事業の市場環境を次のように分析している。2025年には訪日外国人数は4,200万人に、消費額が8.5兆円に達すると予想され、新規開業ホテルや外資の積極的参入による大型ホテルの開業が多数見込まれる。また、インバウンド・円安・インフレなどの影響により、宿泊や食事の単価が想定を上回って推移している。加えて、賃金水準上昇の受託費への価格転嫁も、売上アップの要因となる。さらに、ロボティクスの進化によって清掃・ロジ・仕分けなどの業務の自動化や省力化が現実的な状況となりつつあり、バックヤード環境の設計や運用に関する助言機会が増加している。

以上の市場環境を踏まえ、「基軸事業の強化による収益力の向上」においては、従業員の生産性を高める投資を積極的に実施する。具体的には、教育研修、職場エンゲージメント強化、海外における社員採用、業務プロセスの再構築（業務BPR）などを推進する。また、後発参入したホテル客室清掃業務では、同社独自のスタイル確立に向けて、他社ノウハウの積極的な学習を行う。さらに、働き方や社会保障環境の潮流を反映し、事業コスト影響の試算、営業的対策、及び従業員啓蒙に向けたコミュニケーションを推進する。

「X-valueユニットによる新たな価値創出」においては、自動化・ロボット・AIなどの先進分野に明るいパートナーとの提携関係を実現し、コンサルティング業務や共創事業を展開する。加えて、業務サポートを実現できていない地方への進出を図り、同社にとって開拓余地の大きい業務分野でM&Aを検討する。さらにベテランが率先して特命特化でX-valueユニットと連携することで新しい取り組みを推進し、「スチュワード人材」の可能性を広げる。

(2) フードサービス事業

2027年9月期の売上高は5,000百万円（2024年9月期比27.6%増）、営業利益は127百万円（同21.3%増）を目指す。営業利益率は2.5%となり、同0.2ポイントの低下を見込んでいる。従業員食堂と朝食レストランの2大カテゴリーに加え、ライフケアフードを第3の柱として確立する。また、他社との差別化を図る個性を維持しつつ、調理の世界の変化を柔軟に取り入れることで、生産性の向上を図る。

中長期の成長戦略

同社は、同事業の市場環境を次のように分析している。業界活況の基盤はスチュワード事業と同様であり、宿泊観光需要の伸びに伴い、朝食レストラン受託マーケットは引き続き拡大を見込んでいる。高齢者向けライフケアマーケットも拡大基調であり、超高級施設サービスなど新たな商品開発も進捗している。ロボティクスの進化によって、調理などの自動化・省力化が現実的な状況となりつつある。さらに、完全調理済食品の品質向上に伴い、調理オペレーション設計の柔軟性が高まっている。しかしながら、ホテルにおいては、コロナ禍以降、調理部門の恒常的な人材不足という課題を抱えている。

以上から「基軸事業の強化による収益力の向上」においては、安定したニーズがある従業員食堂と朝食レストランの新規開拓営業の強化（人材開発への投資を含む）を図る。また、クライアント実績の増加を見据え、ライフケアフード分野におけるビジネスマネジメント体系を確立する。さらに、食材や労務関連コストの上昇対策として、モニタリング・原因分析・打ち手のサイクルのスピードアップを推進する。

「X-valueユニットによる新たな価値創出」においては、同社の特徴や強みを生かし、完全調理済食品等の積極的な活用を進めることで、より高いコストパフォーマンス評価の獲得を目指す。また、ロボットや調理の自動化によって生まれる新たなニーズの開発と営業・販促活動に取り組む。さらに、産学連携、食や環境に対する多様な取り組み、あるいはテクノロジーとの接点を通じて顧客・業界の次世代課題の発掘に努める。

(3) 空間プロデュース事業

2027年9月期の売上高は6,535百万円（2024年9月期比24.8%増）、営業利益は329百万円（同46.7%増）を目指す。営業利益率は5.0%となり、同0.7ポイントの上昇を見込んでいる。AV機器コンサルタントや代理店、施工会社との連携を強化し、顧客との営業接点の拡大を図る。加えて、産学連携やデジタルワークプレイスソリューションなどの新しい分野において価値の見える化を推進する。

同社は、同事業の市場環境を次のように分析している。音響設備及び監視カメラは、堅実な更新需要に加え、AI機能など期待されるソリューションの裾野が広がっている。設計・施工の現場は、顧客提案の活性化のため、先進性やソリューションの多様性を実現できる取扱製品のフレキシビリティを求めている。ニーズは、忠実さや迫力ある再生を実現する音響機器から、映像効果を含めたエンターテインメントとしての感動を演出するトータル空間演出システムへと拡大している。また、ミーティングや仕事の質及び生産性に寄与するコミュニケーションを実現するシステム導入ニーズも高まっている。さらに、産学連携プロジェクトを契機として、時代に即した社会的価値に対する関心が高まっている。

以上から、「基軸事業の強化による収益力の向上」では、業界や競合ベンチマークなどによるマーケティングの多様化と、収益マネジメントの強化を図る。また、ビジネスパートナーとの連携強化による顧客営業接点の強化と販促営業活動の多様化を目指す。さらに、マルチベンダーと設計から施工・保守までトータルでプロデュースできる強みを生かし、事業を補完し合うパートナー開発を推進する。

「X-valueユニットによる新たな価値創出」においては、スチュワード事業やフードサービス事業の顧客基盤を最大限に生かし、生産性向上のソリューションを提案する。また、これを実現するためのビジネスパートナーとの関係性の積極的な開発を図る。さらに産学連携の推進による、学習と集客に影響力を発揮する「環境」をコンテンツ化するような空間プロデュース価値の実現を目指す。

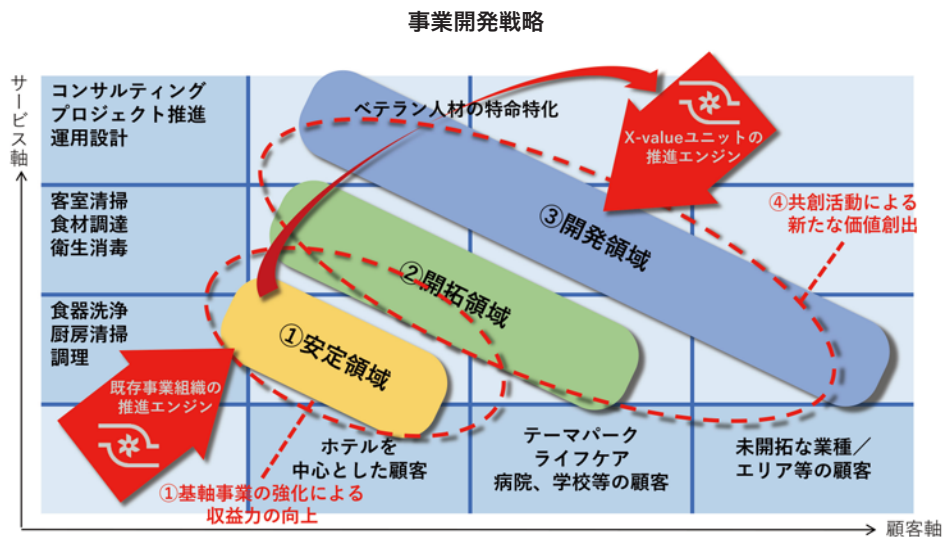
X-valueユニットを推進し、M&Aや提携で事業領域の開拓・拡大を図る

3. 事業開発戦略

同社は、2023年10月にX-valueユニットを新たに立ち上げ、推進テーマの進捗をモニタリングしてきた。その成果を踏まえ、中期経営計画ではX-valueの推進によるグループシナジーの創出及び、既存の発想にとらわれない外部リソースの積極活用による提携やM&Aなどを模索する。これにより、各事業の拡大にプラスαの効果を上乗せする方針である。

具体的には、今後の事業開発を既存事業組織の推進エンジンとX-valueユニットの推進エンジンの双方向から進める。特に、特命特化するX-valueユニットが既存組織を巻き込む形で「開拓」「開発」を強化する。現金及び預金に不動産・投資有価証券を加えた資産を有効活用して、収益性の高い事業において競争優位を高める分野（スチュワード事業、フードサービス事業）、同社の顧客資産に対して高い付加価値を追加提供できる分野、ROE・総資産回転率に大きく貢献する分野（空間プロデュース事業、シェアードサービス事業）へ投資する計画である。

中期経営計画は、既存の3事業を核として、事業領域を安定領域から開拓領域、そして開発領域へと拡大する。これに加えて、X-valueユニットからの戦略的なアプローチによっても事業領域の拡大を目指すことで、目標達成を実現する方針である。



4. グループ全体としての取り組み

グループ全体の取り組みとして、「人材育成の強化」「ESG課題への取り組み推進」に注力する。X-valueユニット活動支援、外国人を含む採用強化、社会保障環境の動向を踏まえた働き方改革の推進、業務のスリム化及び効率アップのためのBPR活動、ESG課題への取り組みを実施する。これにより、グループ全体の人材開発力や社会課題解決力及び事業価値の向上を推進する。

「人材育成の強化」では、現場ファーストの働きやすい職場環境づくりとして、手続き書類やフローの必要性の見直しと、デジタル化・ワークフロー化などに取り組む。また、教育研修や適材適所人事による能力開発として、次世代幹部育成研修や営業・マーケティング戦略メソッドなどを実施する。さらに、多様な人材の活躍をサポートするため、ダイバーシティ支援グループの組織化や海外における社員採用活動などに取り組む計画である。

「ESG課題への取り組み推進」では、「環境」に対する取り組みとして、食品廃棄量削減や再資源化を推進する。「社会」に対する取り組みとしては、従業員の労働現場環境の巡回と問題抽出、従業員の健康や安全に配慮した連絡会と指示徹底などを推進する。「ガバナンス」に対する取り組みとしては、グループ各社連携のリスクマネジメント強化やIR活動における投資家との対話機会などに取り組む計画である。欧州投資家を中心に、世界的に企業のESGへの取り組みを考慮した株式投資が拡大しており、日本でも近年はESG投資が急拡大している。こうした背景から、同社グループのESGへの取り組みは今後注目される。

弊社では、経営方針を明確化し投資家や従業員が同社グループの将来像を共有するためにも、中期経営計画の発表・推進は非常に有意義であると考えている。ただ、中期経営計画の折り返し点にあたる現段階では、業績は順調に推移しているものの、X-valueユニットを活用した成長戦略に関しては十分な成果はまだ確認されていない。引き続き、中期経営計画の業績目標及び事業戦略の達成に向けた、今後の取り組みに期待したい。

■ 株主還元策

2026年9月期は、普通配当ベースでは前期と同額を予想

同社は、株主への利益還元を重要な経営課題の1つとして認識しており、配当を実施している。業績・連結配当性向及び同社配当性向と今後の経営における施策などを総合的に勘案し、継続的かつ安定的に利益配分を行うことを基本方針としている。

CSSホールディングス | 2026年6月5日 (金)
 2304 東証スタンダード市場 | <https://www.css-holdings.jp/ir/>

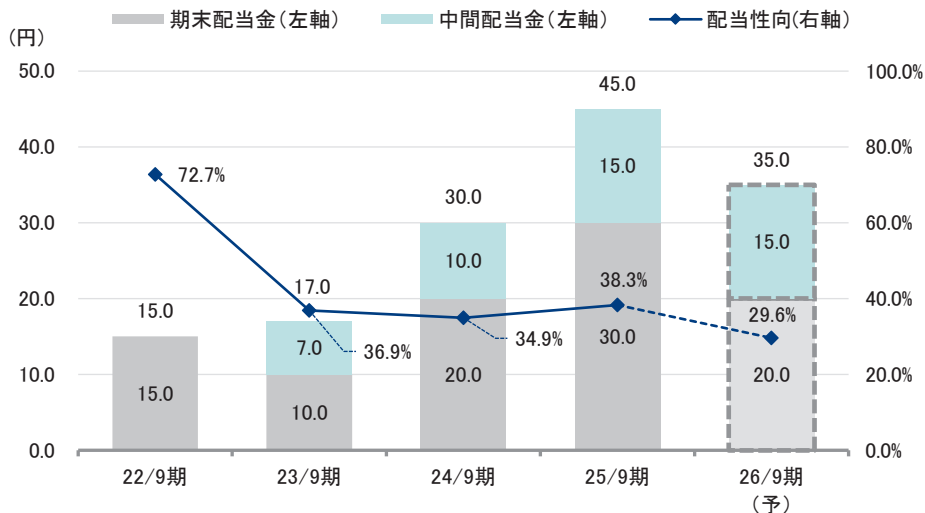
株主還元策

2025年9月期の1株当たり配当金は、中間配当15.0円、期末配当30.0円(普通配当20.0円と最高益記念配当10.0円の合計)の計45.0円で、前期比で15.0円の増配とした。2026年9月期は、中間配当15.0円を実施し、期末配当20.0円で、年間配当35.0円(普通配当ベースで前期と同額)を予想する。配当性向は29.6%となる見通しで、東証プライム・スタンダード・グロース市場に上場する2025年3月期における全産業平均の34.6%を下回る水準である。しかし、株主還元に前向きである同社の経営姿勢を考慮すると、業績次第では期末配当の上乗せもありうると弊社では見ている。

また同社は、IR活動に積極的に取り組んでいる。投資家説明会では、会場参加とWebによるライブ配信を組み合わせたハイブリッド開催を実施している。さらに、投資専門YouTubeチャンネルや投資家ラジオ番組への出演、資産運用EXPOへの参加などを通じ、投資家との対話機会を拡充している。こうした多様なチャネルを活用して、同社の事業内容や成長戦略を幅広い層に発信している。これらを通じて、既存投資家との関係深化や新たな投資家層の拡大を目指している。

東証ではPBR1倍割れが約半分を占める日本株へのテコ入れとして、プライム市場及びスタンダード市場の全上場会社に対し、資本コストや株価を意識した経営への取り組みを要請している。同社グループは2025年9月期も増収増益決算となり、2025年11月14日時点のPBRは1.55倍、ROEは20.3%と、目安となるPBR1倍、ROE8%の基準を大きく超える水準にある。弊社では、今後も中期経営計画に従ってさらなる業績向上を目指し、各セグメントで十分な利益水準を確保することで、安定的にROE8%以上を計上し、PBR1倍を超える企業価値を維持できると見ている。

1株当たり配当金と配当性向の推移



注：24/9期の期末配当には、創業40周年記念配当10.0円を含み、25/9期の期末配当には、最高益記念配当10.0円を含む

出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp