

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

IACEトラベル

343A 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年7月6日(月)

執筆：客員アナリスト

中西 哲

FISCO Ltd. Analyst **Tetsu Nakanishi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2026年3月期の業績概要	01
3. 2027年3月期の業績見通し	02
4. 中長期成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	06
1. 事業概要	06
2. 経営戦略の評価	09
■ 業績動向	10
1. 2026年3月期の業績概要	10
2. サービス別業績動向	11
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
● 2027年3月期の業績見通し	13
■ 中長期の成長戦略	14
1. 中長期成長戦略の枠組み	14
2. 数値目標	15
■ 株主還元策	16

要約

顧客企業の出張手配業務効率化、 不可分なサービス展開で過去最高業績に

1. 会社概要

IACEトラベル<343A>は1982年設立の旅行サービス企業で、クラウド出張手配システム「Smart BTM[※]」を中心に法人向けの出張マネジメント事業を展開している。事業の中核は、企業の国内外出張における航空券・ホテル・レンタカー・ビザ手配などを一元管理するトータル出張支援であり、「Smart BTM」を通じて出張業務の効率化とコスト削減を支援している。東京、名古屋、大阪、福岡など全国に拠点をもち、官公庁内や在日米軍基地内にも支店を展開、さらにカナダとメキシコに現地法人を有し、グローバルなサービス体制を構築している。

[※] BTMとはBusiness Travel Managementの略で、出張の事前申請・承認、航空券等の手配から精算に至る業務フロー、旅費規程・ガイドラインの遵守、購買プロセス等をトータルに管理することを指す。これにより、出張関連経費の可視化・分析に基づくコスト削減、周辺業務の効率化、コンプライアンスの徹底、ガバナンスの強化を図る。

主要顧客は製造業、商社、大学、官公庁など幅広く、日本旅行業協会(JATA)正会員・国際航空運送協会(IATA)公認などの各種認証を取得している。(株)三井住友銀行や(株)みずほ銀行など主要金融機関との取り引きを通じ、信頼性の高い法人旅行管理の専門企業としての地位を確立している。本社は東京都中央区日本橋馬喰町に所在し、2025年4月に東京証券取引所スタンダード市場へ上場した。2026年3月期末現在で、連結従業員数137名、資本金は524百万円である。

2. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上高が前期比11.9%増の3,015百万円、営業利益が同24.2%増の754百万円、経常利益が同28.6%増の755百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同34.2%増の529百万円となり、売上高、各利益ともに過去最高を更新した。主力のBTMサービスでは、「Smart BTM」の導入企業数拡大に加え、既存顧客の利用頻度向上やホテル、レンタカーなど周辺商材のクロスセルが進み、高い成長を実現した。また、売上総利益率の改善に加え、手配業務やバックオフィス業務の標準化・自動化が進んだことで販管費の伸びを抑制し、営業利益率は25.0%と同2.5ポイント改善した。さらにIPOにより財務基盤も大幅に強化され、有利子負債を全額返済するなど、今後の成長投資を支える強固な財務体質を構築した。

要約

3. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期は、売上高が前期比11.9%増の3,375百万円、営業利益が同19.3%増の900百万円、経常利益が同19.2%増の900百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同13.3%増の600百万円を計画しており、取扱高、売上高、利益ともに過去最高を更新する見通しである。引き続き成長ドライバーとなるのはBTMサービスであり、「Smart BTM」の導入拡大に加え、大企業向け営業体制の強化やホテル、レンタカー、保険など周辺サービスの拡充による顧客単価向上を進める。また、RPAやAIを活用した業務自動化をさらに推進することで、人件費の増加を抑えながら利益率を高める方針であり、営業利益率は26.7%まで上昇する計画である。加えて、株主還元についても増配と株主優待制度の新設を予定しており、利益成長と株主還元の両立を図る方針である。

4. 中長期成長戦略

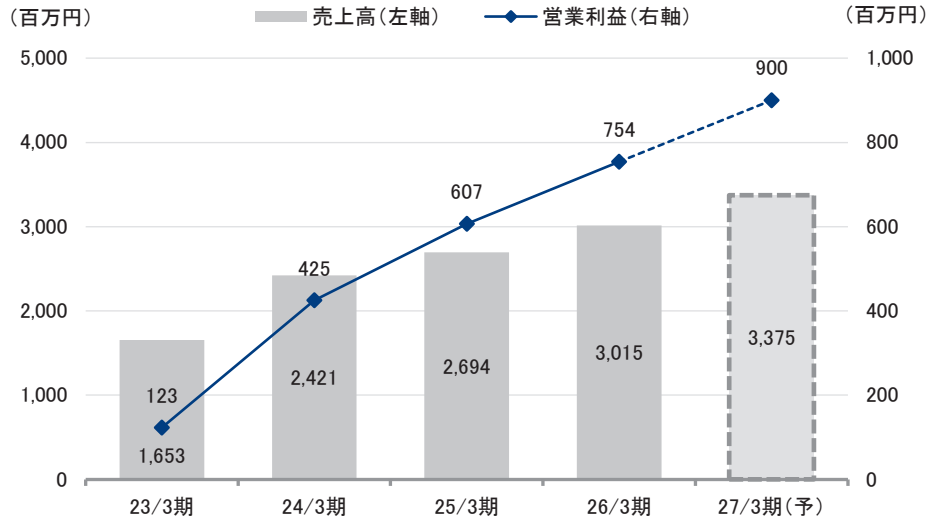
同社は中長期成長戦略「Vision2030」の下、「業務効率化」「既存事業成長」「新規事業開発」の3つを成長戦略の柱に掲げている。AIやRPAを活用した業務自動化により生産性を向上させる一方、中堅・中小企業向け営業に加え、大企業向け営業体制も強化し、BTM市場でのシェア拡大を目指す。また、レンタカーや保険など周辺サービスの拡充、海外子会社との連携強化、M&Aや業務提携によるサービス領域の拡大を進め、市場そのものの拡大にも取り組む。2030年3月期には取扱高500億円、売上高55億円、営業利益15億円を目標としており、営業利益は2026年3月期比で約2倍、営業利益率は27.3%まで向上させる計画である。既存事業が生み出す高収益を新規事業へ投資することで、持続的な企業価値向上を実現する戦略である。

Key Points

- ・ BTM市場の独立系トップとして、旅行業界に独自のポジションを確立
- ・ 2025年4月にIPO実行後は官公庁、大手企業からの信用度もますます高まり契約数も右肩上がり
- ・ 閉鎖的な市場であり、ゲームチェンジャーとなる可能性が相応に期待できる
- ・ 2027年3月期も取扱高・売上高・利益ともに過去最高を見込む

要約

業績推移



出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

■ 会社概要

法人向けBTMサービスを展開するデジタルソリューション企業

1. 会社概要

同社は、1982年2月に設立された日本の旅行サービス企業であり、クラウド出張手配システム「Smart BTM」の運営と出張マネジメントサービスの提供を中心に事業を展開している。東京都中央区日本橋馬喰町に本店を置き、観光庁長官登録旅行業第883号の登録旅行者として、法人顧客を主軸にした旅行・出張関連サービスを提供している。2026年3月期末現在で、連結従業員数137名、資本金は524百万円である。2025年4月7日に東京証券取引所スタンダード市場への上場を果たした。

事業内容は、法人の海外・国内出張に関わる航空券、ホテル、レンタカー、ビザ・パスポート代理申請など各種手配を含むトータルな出張管理サービスである。特に自社開発のクラウド出張手配システム「Smart BTM」を核に、企業の出張業務の効率化・可視化・コスト削減を図るソリューションを提供している。これにより、出張前の計画段階から出張後の精算までの一連の業務を最適化し、経理・管理部門の負担軽減にも寄与している。主要取引先は、電子部品メーカー、製造業、商社、小売業などの法人企業に加え、農林水産省や国土交通省などの官公庁、主要大学・研究機関、航空会社・ホテルグループなど多岐にわたり、幅広い顧客基盤を有している。

会社概要

加盟団体として、JATA正会員、IATA公認、旅行業公正取引協議会会員、ボンド保証会員などを有し、信頼性の高いサービス基盤を構築している。主要取引銀行には三井住友銀行、(株)三菱UFJ銀行、みずほ銀行、(株)りそな銀行が名を連ねる。支店・営業所は東京、札幌、名古屋、大阪、広島、福岡など全国各地及び官公庁内支店や在日米軍基地内支店を含み、横浜、金沢、京都など複数の営業所を展開している。また、カナダ(IACE Travel, Inc.)及びメキシコ(IACE TRAVEL MEXICO S.A. DE C.V.)に現地法人を有し、グローバルなサービス提供体制を整備している。

2. 沿革

(1) 設立期

同社は1982年、東京都千代田区神保町において格安航空券の販売を主軸とする旅行代理店として創業した。当初は個人旅行者を中心に、航空券を安価提供することで顧客を拡大したが、業界全体が価格競争に陥りやすい構造的な問題を抱えていた。同社も同様の課題を経験し、単なる価格訴求型ビジネスの限界を痛感していた。その一方で、業務渡航を中心とした法人顧客からの要望に応えるなかで、ビジネスユースの潜在的需要を把握し、将来の事業転換に向けた着想を育んでいった。この時期は、旅行業としての基盤を確立しながら、顧客層の広がりを実感する準備段階であった。

(2) 事業拡大期

2000年代に入り、個人旅行に加え、官庁・企業・在日米軍向けなど特定セグメントへの営業を拡大した。カナダ法人の設立をはじめとする海外展開、プライバシーマークの取得など、信頼性と国際対応力を高める体制を整えた。顧客の多様なニーズに応えるなかで、旅行サービスを単なる手配から「業務支援」として捉える発想が生まれ、事業モデルの転換が始まった。格安航空券中心の競争から脱し、付加価値型サービスへのシフトを志向する転換期であった。

(3) 発展期

2013年に法人向けBTM事業へと本格的に軸足を移した。大手インハウス系旅行会社では対応しきれない細やかなニーズに応えることで、独立系ながら堅実に市場での地位を確立した。2017年には法人向け24時間アシスタントサービスを開始し、2021年にはクラウド出張手配システム「Smart BTM」、2022年には出張管理システム「Travel Manager」を相次いでリリースするなど、デジタル技術を活用した業務効率化を推進した。独立系BTMサービス業者としてのポジションを確立することで、価格競争から脱却し、細やかな顧客対応とシステムソリューションの両輪で発展を続けている。

IACEトラベル | 2026年7月6日 (月)
 343A 東証スタンダード市場 | <https://www.iace.co.jp/corporate/ir/>

会社概要

沿革

年月	沿革
1982年 2月	旅行代理店業を目的として東京都千代田区神田神保町に株式会社IACEトラベルを設立(資本金600万円)。運輸大臣登録旅行業代理店業第3272号を取得
1988年 2月	資本金を2,400万円に増資
1988年 4月	資本金を4,500万円に増資
1989年 3月	旅行業全般を取り扱うことを目的として、運輸大臣登録一般旅行業第883号を取得
1992年 4月	本店を東京都千代田区西神田に移転
1992年 7月	日本旅行業協会(JATA)に加盟
1995年 3月	本店を東京都港区浜松町に移転
1995年 8月	国際航空運送協会(IATA)の公認代理店に認可。パッケージツアー取扱開始
1998年10月	米軍基地でのサービス展開のため、神奈川県横須賀市泊町に米軍横須賀基地支店を開設
1999年12月	本店・本社機能を東京都港区浜松町に統合移転
2000年 1月	カナダでの事業展開のためIACE Travel, Inc.を設立
2003年 9月	本店を東京都千代田区猿楽町に移転
2006年 2月	プライバシーマークの認証を取得
2008年 6月	本店を東京都荒川区西日暮里に移転
2009年 4月	官庁でのサービス展開のため、東京都千代田区に財務省内支店を開設
2009年10月	資本金を8,000万円に増資
2011年 8月	本店を東京都中央区日本橋馬喰町に移転
2013年 4月	個人顧客向けのツアー販売から、法人顧客向けのBTMへ主力サービスを転換
2013年 8月	メキシコでの事業展開のため、IACE TRAVEL MEXICO S.A. DE C.V.を設立
2016年 5月	業務拡大・効率向上のため、本社・本店・首都圏法人営業部を東京都中央区日本橋馬喰町に統合
2017年 7月	法人向け24時間アシスタントサービスの運用を開始
2021年10月	法人向け海外・国内クラウド出張手配システム「Smart BTM」をリリース
2022年12月	法人向けクラウド出張管理システム「Travel Manager」をリリース
2023年 2月	情報セキュリティマネジメントシステム(ISO/IEC 27001)を取得
2025年 4月	東京証券取引所スタンダード市場へ上場。資本金を5億2,160万円に増資

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

事業概要

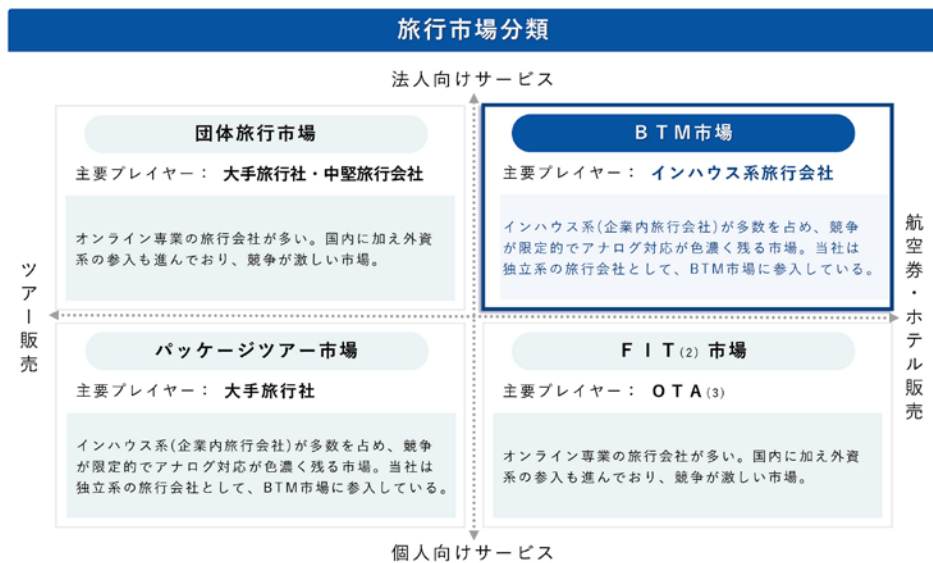
競争が少ない独自領域のBTM市場に特化した プロダクト・ポートフォリオ

1. 事業概要

(1) BTMサービス

同社の主力事業はBTMサービスである。BTM市場は、企業の出張・業務渡航を包括的に管理する領域で、現在は「インハウス系」と呼ばれる企業内旅行会社が大半を占めている。市場規模は約4兆円に上る。この構造は、親会社からの安定的な受注を基盤とし、外部競争が限定的であるため、Eメールや電話といったアナログな手配が依然として主流であることが特徴である。市場の閉鎖性と慣行的な業務フローが、デジタル化・効率化の進展を阻む要因となっており、業界構造としては変化が生まれにくい。大手インハウス企業の市場支配力が高い一方で、サービス品質やスピード面での課題が残存している。したがって、BTM市場は「競争が限定的だが非効率性が構造化された領域」と言える。

旅行市場におけるBTM市場の位置付け



注：BTM：Business Travel Management/ビジネストラベル・マネジメントの略

FIT：航空券やホテルなどの単品組み合わせ

OTA：Online Travel Agent/オンライントラベルエージェントの略

出所：決算補足説明資料より掲載

事業概要

同社は、こうした市場のなかで独立系BTMサービス専門企業として唯一の上場企業であり、従来のアナログ的慣行に変革をもたらす存在である。大手インハウス系と異なり、特定企業グループに依存しない独立した立場を強みとし、顧客ごとの個別要望に対応できる柔軟性と迅速な意思決定力を備える。また、自社開発のクラウド出張手配システム「Smart BTM」及び「Travel Manager」により、出張手配から管理・経費精算までを一気通貫でデジタル化する点が大きな差別化要因である。同社は、BTM市場における「顧客体験の非効率」を的確に捉え、オンラインプラットフォームと人的サポートが融合したハイブリッド型モデルを構築した。特に、中堅・中小企業や外資系企業など、インハウスの対象外となる法人セグメントを主な顧客層として開拓しており、BTM市場における新しい価値創造型プレイヤーとして存在感を高めている。

なお、主力のサービスラインは以下のとおりである。

a) Smart BTM

中小企業から大企業まで幅広い層を対象としたクラウド型の出張予約サービスである。航空券やホテル、さらにはワーケーションなどの手配をワンストップで完結できる点が特徴であり、ダイナミックプライシング(需要連動型料金)に対応したリアルタイム予約機能を備える。これにより、従来の旅行代理型手配では実現できなかったスピード感と利便性を提供している。業務の効率化とコスト削減を両立する中核的サービスとして、同社の成長をけん引する存在である。近年は「Smart BTM」の導入拡大に加え、既存顧客での利用率向上やホテル、レンタカーなど周辺商材の利用拡大が進んでおり、手配件数及び顧客当たり売上単価の向上につながっている。

b) Travel Manager

中堅企業以上を対象とした出張管理システムで、稟議・申請・危機管理・経費精算など、出張に関わる一連の業務を一元管理するプラットフォームだ。従来は企業ごとに分断されていた管理システムを統合し、内部統制やリスクマネジメントの高度化を可能にしている。「Smart BTM」との連携により、出張予約から承認・精算までを一気通貫で運用できる点が大きな強みであり、より大規模な組織での導入拡大が進んでいる。

c) Easy Booking

小規模事業者や大学・研究機関などを主な利用対象とする海外出張専用の予約システムである。ユーザー登録や事前マスター設定が不要で、海外航空券を簡便に予約できる手軽さから、利用者層の拡大が顕著である。請求書による後払いに対応し、立替精算を不要としており、利用者の資金繰りや事務負担の軽減につながることから、小規模組織に高い利便性をもたらしている。

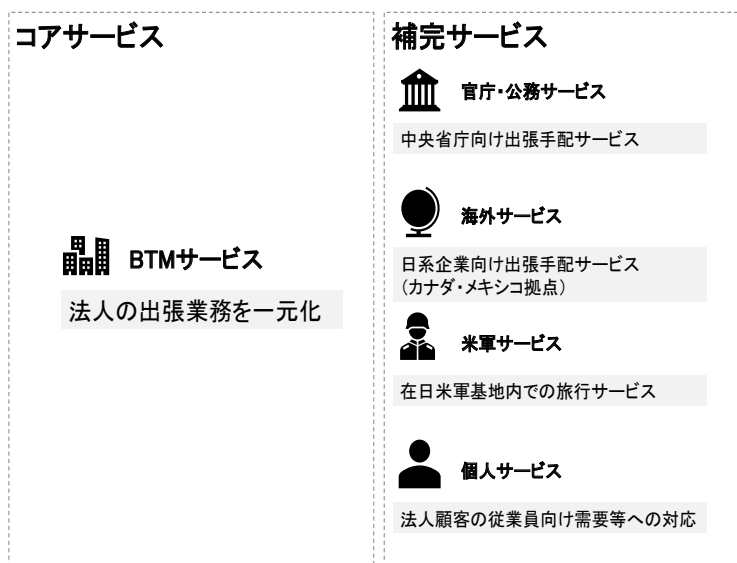
これら3つのサービスは、企業規模・管理ニーズ・業務プロセスの成熟度に応じて選択・組み合わせが可能であり、同社のBTM事業を支える戦略的プロダクト群と言える。単なる旅行手配にとどまらず、出張という企業活動を支えるインフラとしての位置付けを確立しており、同社の競争優位の源泉となっている。

事業概要

(2) その他のサービス構成

同社の事業は、コアであるBTMサービスを中核に、4つの補完サービス(官庁・公務、海外、米軍、個人)からなる体系的なポートフォリオを構築している。BTMサービスでは、出張手配だけでなく、渡航中のトラブル対応や出張履歴・経費データを活用した改善提案まで含む包括的な法人向けサービスを提供しており、顧客企業の出張業務全体を効率化するソリューションとして機能している。このBTMサービスを支える形で展開される4つの補完サービスは、いずれも単独での収益寄与にとどまらず、同社の信頼性・実績・ネットワークを裏付ける役割を果たしている点に特徴がある。

サービス構成



出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

a) 官庁・公務サービス【信用力の象徴としての役割】

農林水産省や国土交通省などの中央省庁に常設店舗を構え、29省庁と契約する官庁・公務サービスは、同社にとって高い社会的信用を裏付ける存在である。民間企業にとっても、官庁案件を継続的に受託している事実は、取引開始時の信用補完要素として作用する。結果として、BTM事業の新規開拓において“信頼の証”としてのレバレッジを発揮している。

b) 海外サービス【グローバル対応力と顧客循環の源泉】

カナダとメキシコに設立した現地法人を通じて、日系企業の海外拠点や駐在員向けに出張手配・旅行サービスを提供している。多くの大手企業グループでは、海外現地法人が本社インハウス系旅行会社の利用を義務付けられていない場合があり、利便性や対応スピードを重視する現場レベルの判断で同社のサービスが選ばれているケースが増加している。さらに、こうした駐在員が帰任後も同社のBTMサービスを利用し続ける例も多く、海外サービスが国内BTM事業への逆流的シナジーを生む構造となっている。

事業概要

c) 米軍サービス【信頼性と安定性の補完】

在日米軍基地内に3店舗(岩国・嘉手納・キャンプフォスター)を展開し、米軍関係者やその家族に対して旅行手配を行っている。この領域は高いセキュリティ要件や厳格な契約条件を伴うが、同社は長年にわたる運営実績を有しており、信頼性・堅実性の象徴としてBTM事業の信用補完機能を果たしている。

d) 個人サービス【BTM顧客との継続接点】

BTM契約企業の従業員を対象に、プライベート旅行や帰省・家族旅行を支援する「個人サービス」も展開している。法人契約を起点とした個人顧客との接点維持により、同社ブランドの親近感と顧客ロイヤルティを高める役割を担っている。単なる旅行販売ではなく、法人と個人の境界を越えたりレーション拡張モデルとしてBTM事業の安定的成長を支えている。

2. 経営戦略の評価
(1) 創発的戦略形成による独自のポジション

同社の戦略は、明確な事前設計よりも、試行錯誤を重ねながら最適解を導いた「創発的戦略形成」の典型である。創業当初は格安航空券販売を主力とし、個人旅行を中心に事業を拡大したが、価格競争の激化に直面し、利益構造の脆弱さを痛感した経験が転機となった。そうしたなかで、競合が少なく、かつ高い専門性が求められるBTM市場に活路を見出した点に戦略的独自性がある。

BTM市場は従来、企業内に専属部署を持つ「インハウス系旅行会社」が支配しており、取引先がグループ内に固定されているため、競争や革新がほとんど生じない構造だった。取引慣行もアナログで、メール・電話中心の非効率な業務が常態化していた。同社はこうした閉鎖的市場に外部から参入し、「独立系BTM」という新たなカテゴリーを創出することで差別化に成功した。その存在は、BTM業界における「ゲームチェンジャー」としての意義を持ち、デジタル化・効率化を通じた市場改革をけん引する立場を確立している。

(2) 徹底的なコミットメント

同社の経営行動は、一貫してBTM事業の強化と市場拡張に帰結している点が際立っている。官庁・公務、海外、米軍、個人といった補完サービス群は、いずれもBTMサービスの信頼性・実績・ネットワークを補完する目的で展開されている。たとえば、中央省庁との契約実績は新規法人顧客開拓時の信用補完として機能し、海外子会社は日系企業の海外拠点ネットワークを通じてグローバルBTM需要の獲得に貢献している。また、米軍基地内での運営実績は、厳格な契約・セキュリティ要求に対応できる企業としての信頼の証となり、法人営業面での説得力を高めている。さらに、2025年のIPOも単なる資金調達目的ではなく、「上場企業としての信頼力」そのものをBTM事業の成長資産として活用する意図が明確である。こうした経営資源の配分や意思決定の方向性はすべてBTM事業の拡大とブランド強化に向けられており、経営戦略の一貫性が高い。同社の徹底したコミットメントは、BTM領域における信頼性・専門性・柔軟性の3要素を兼ね備えた企業としての競争優位をさらに強化していくものと、弊社では評価している。

事業概要

(3) 総括

同社の成長軌跡は、偶発的な成功ではなく、経験学習を通じて戦略的洞察を深化させた結果である。価格競争の淘汰圧を起点に閉鎖的BTM市場へと舵を切り、補完事業を通じてBTMの信頼と規模を積み上げてきた過程は、創発型企業がどのように独自市場を切り拓くかの好例である。同社の次なる挑戦は、上場による社会的信用を背景に、BTM市場のゲームチェンジャーとして業界構造の再定義をどこまで実現できるかにあると弊社では見ている。

■ 業績動向

2026年3月期は売上高・利益ともに過去最高水準

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上高が前期比11.9%増の3,015百万円、営業利益が同24.2%増の754百万円、経常利益が同28.6%増の755百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同34.2%増の529百万円となり、売上高、各利益ともに過去最高を更新した。主力のBTMサービスがクラウド出張手配システム「Smart BTM」の利用企業拡大を背景に大きく伸長したことに加え、官庁・公務サービス及び米軍サービスも堅調に推移し、全体の業績を押し上げた。また、売上総利益は同15.2%増の2,327百万円と売上高を上回る伸びとなった一方、販管費は同11.4%増に抑制されたことから、営業利益率は前期の22.5%から25.0%へ2.5ポイント上昇し、高い収益性を維持した。

利益率改善の最大の要因は、主力のBTMサービスの拡大に伴い、「Smart BTM」の導入が想定以上のペースで進展し、手配業務やバックオフィス業務の標準化・自動化が進んだことにある。これにより、取扱件数の増加に対して人員を大幅に増やすことなく対応できる体制を構築したほか、退職者の発生に対する補充も抑制できるなど、生産性が大きく向上した。一方で、システム投資や人材育成などの成長投資は継続しながらも、費用対効果を重視した投資管理を徹底したことで販管費の伸びを適切にコントロールできたことも、高収益につながった。さらに、調達力の強化による売上総利益率改善も利益率向上に寄与している。

業績動向

2026年3月期業績

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比	
	実績	構成比・利益率	実績	構成比・利益率	増減額	増減率
売上高	2,694	-	3,015	-	321	11.9%
BTM	1,288	47.8%	1,549	51.4%	261	20.3%
官庁・公務	269	10.0%	333	11.0%	64	23.8%
個人	439	16.3%	403	13.4%	-36	-8.3%
米軍	169	6.3%	197	6.5%	28	16.3%
海外	414	15.4%	385	12.8%	-29	-7.0%
その他	112	4.2%	146	4.8%	34	29.7%
売上総利益	2,019	75.0%	2,327	77.2%	307	15.2%
営業利益	607	22.5%	754	25.0%	146	24.2%
経常利益	587	21.8%	755	25.0%	167	28.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	394	14.7%	529	17.6%	135	34.2%

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

2. サービス別業績動向

サービス別では、主力のBTMサービスの売上高が前期比20.3%増の1,549百万円となり、全社売上の伸長をけん引した。「Smart BTM」の利用企業が順調に増加したことに加え、手配件数及び単価がともに上昇したことが増収要因となった。官庁・公務サービスは国内出張及び団体案件の受注増加により同23.8%増の333百万円、米軍サービスも国内パッケージツアー及び団体案件の受注増加を背景に同16.3%増の197百万円と堅調に推移した。また、その他サービスも保険、Wi-Fi、レンタカー等のサプライヤーコミッション増加により同29.7%増の146百万円となった。一方、個人サービスは海外パッケージツアーの受注減少により同8.3%減の403百万円、海外サービスはメキシコ子会社における法人出張の受注減少により同7.0%減の385百万円となった。

BTMサービスの好調は、新規顧客の獲得だけでなく、既存顧客における利用拡大が大きく寄与した。中堅・中小企業を中心に「Smart BTM」の導入企業が順調に増加したことに加え、従来は他社サービスと併用していた既存顧客が同社サービスの利用率を高めたことで手配件数が増加した。また、航空券に加えてホテル、Wi-Fi、レンタカーなど周辺商材の利用が浸透したことで、1件当たりの売上単価も上昇した。同社では今後もハイヤーや旅行保険など取扱商材を拡充し、クロスセルによる単価向上を図る方針である。

業績動向

3. 財務状況と経営指標

2026年3月期末の資産合計は前期末比883百万円増の5,774百万円となった。流動資産は現金及び預金が338百万円増加したことなどから同893百万円増の5,446百万円となった一方、固定資産は328百万円とほぼ横ばいで推移した。負債合計は、有利子負債1,000百万円を全額返済したことを主因として同551百万円減の1,484百万円となった。一方、純資産合計は新規上場に伴う資本金及び資本剰余金の増加に加え、親会社株主に帰属する当期純利益529百万円を計上したことにより同1,435百万円増の4,290百万円となった。この結果、自己資本比率は前期末の58.4%から74.3%へ15.9ポイント上昇し、極めて高い財務健全性を実現した。今後も財務の健全性を維持しながら、システム開発やAI活用、人材育成など将来の成長に向けた投資を優先する方針であり、強固な財務基盤を成長投資の源泉として活用していく考えである。

経営指標では、営業利益率が前期の22.5%から25.0%へ2.5ポイント改善したほか、自己資本比率は74.3%まで上昇した。一方、ROEは14.8%と前期並みの高い水準を維持しており、利益成長と自己資本の積み上がりが見事にバランスよく進展したことを示している。また、現金及び預金の回転期間は6.08ヶ月となり、十分な手元流動性を確保している。

同社は自己資本比率のさらなる引き上げを目的とするのではなく、現在の強固な財務基盤を維持しながら、営業利益率の向上と生産性改善によって資本効率を高めることを重視している。また、AIやRPAを活用したバックオフィス業務の自動化を継続することで、人件費の伸びを抑えながら利益率を高める方針であり、中長期的には成長投資と株主還元を両立させながら企業価値向上を図る考えである。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	25/3期	26/3期	増減
流動資産	4,552	5,446	893
(現金及び預金)	1,190	1,528	338
固定資産	338	328	-9
資産合計	4,890	5,774	883
負債合計	2,036	1,484	-551
(有利子負債)	1,000	-	-1,000
純資産合計	2,854	4,290	1,435
負債・純資産合計	4,890	5,774	883
<経営指標>			
自己資本比率	58.4%	74.3%	15.9pp
現金及び預金の回転期間(月)	5.30	6.08	0.78
営業利益率	22.5%	25.0%	2.5pp
ROE	14.8%	14.8%	-

注：現金及び預金の回転期間は通期売上高を12で除した値を分母としている

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2027年3月期は、取扱高・売上高・利益ともに大幅増を見込む

● 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績見通しは、売上高で前期比11.9%増の3,375百万円、営業利益で同19.3%増の900百万円、経常利益で同19.2%増の900百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同13.3%増の600百万円を見込んでいる。取扱高は同12.5%増の30,000百万円を計画しており、営業利益率は前期の25.0%から26.7%へ上昇する見通しである。「Smart BTM」の利用企業数の拡大に加え、取扱高の増加を背景として、主力のBTMサービスの拡大を軸に引き続き増収増益を見込んでいる。エンタープライズ企業においてインハウス系から同社へ切り替える動きについても、今後さらに進むと想定される。また、売上総利益率は77.0%と高い水準を維持しながら、販管費の増加を抑制することで営業利益率26.7%の達成を見込んでいる。併せて、1株当たり配当を38円へ増配するとともに、株主優待制度を新設し、株主還元の実現も図る方針である。

同社は利益率の改善余地はなお大きいと見ている。その背景には、「Smart BTM」の導入拡大によって手配業務やバックオフィス業務の自動化・標準化が一段と進み、取扱件数の増加に対して人件費が比例して増加しない収益構造の構築が進んでいることがある。今後もRPAやAIの活用を進めることで生産性向上を図り、高収益体質をさらに強化する考えである。売上成長については、中堅・中小企業向けの「Smart BTM」導入拡大に加え、大企業向け営業体制を強化することでエンタープライズ市場の開拓を加速する方針である。また、ホテル、Wi-Fi、レンタカーに加え、ハイヤーや保険など周辺商材を順次拡充し、既存顧客における利用単価の向上を図る。さらに、KPIとして契約企業数ではなくMAU(平均月間利用企業社数)や手配件数を重視しており、実際の利用頻度を高めることで持続的な成長につなげる戦略である。

なお、同社のBTMサービス利用企業のなかで中東向け出張案件はわずかに2~30件に過ぎない。こうしたことから中東情勢などの直接的影響は極めて限定的と認識している。一方で、原油価格上昇に伴う燃油サーチャージの上昇などは注視しているものの、企業の出張コスト削減ニーズが高まる局面では、同社の低コストかつ高効率なBTMサービスの競争優位性が高まり、新規顧客獲得の追い風になる可能性があると考えている。

今後の見通し

2027年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	26/3期		27/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
取扱高	26,658	-	30,000	-	3,342	12.5%
売上高	3,015	-	3,375	-	359	11.9%
売上総利益	2,327	77.2%	2,600	77.0%	272	11.7%
営業利益	754	25.0%	900	26.7%	145	19.3%
経常利益	755	25.0%	900	26.7%	144	19.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	529	17.6%	600	17.8%	70	13.3%

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

さらなるサービス強化でシェア拡大と市場拡大を実現する

1. 中長期成長戦略の枠組み

同社の中長期成長戦略「Vision2030」は、「業務効率化」「既存事業成長」「新規事業開発」という3つの戦略軸を有機的に組み合わせ、持続的な成長を加速させる構想である。これらは順列的に進むものではなく、業務効率化をベースとして品質と生産性を高め、その成果としてシェアを拡大し、最終的に市場領域を広げるという“循環型の成長モデル”を描いている点に特徴がある。

(1) 業務効率化

業務効率化では、業務プロセスの標準化と自動化を中心に、生産性の最大化を目指す。AIを活用した自動化比率を現行の30%から2030年には60%へと倍増させ、従業員1人当たりの売上総利益を約1.5倍に引き上げる。効率化は単なるコスト削減にとどまらず、手配精度や顧客対応の品質向上を同時に実現する取り組みと位置付けている。オペレーションの合理化と組織対応力の強化によって、より高度で信頼性の高いサービス提供体制を確立する。

(2) 既存事業成長

既存事業成長では、BTM市場の中堅・中小企業への浸透と、大手企業（エンタープライズ領域）での取引拡大を並行して推進する。中堅・中小企業への浸透においては、広告・マーケティング投資を強化し、営業人員を現在の18名から2030年までに55名へ増強する。エンタープライズ領域においては、専任営業体制を構築し、取引比率を現行の10%から16%に引き上げる目標を掲げている。これにより、裾野の広い顧客基盤と大型案件の安定収益を両立させる構造を整備する。

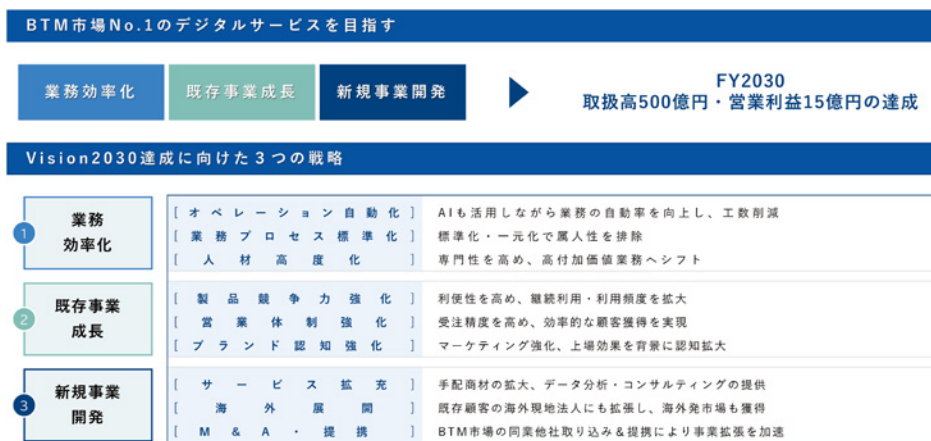
中長期の成長戦略

(3) 新規事業開発

新規事業開発では、同社のサービス領域そのものを広げる。レンタカー予約や出張パッケージ機能など新たな取扱商品の開発を進め、出張に関する一連のサービスを自社プラットフォーム上で完結させる構想である。さらに、海外展開では、取引先企業の現地法人における出張需要を取り込むため、カナダ・メキシコの子会社と連携し、第3国間の出張や海外発着案件にも対応していく。加えて、業務提携やM&Aを通じて、自社サービスと親和性の高い企業を取り込み、顧客接点と商品ラインを面的に拡大する方針である。

このように、同社の中長期戦略は、効率化による品質向上を基盤に、営業力・ブランド力を高めてシェアを拡大し、その成果をもって市場領域を広げていくという、一貫性の高い成長ストーリーを描いている。独立系BTM企業としての機動力と技術力を生かし、2030年に向けてBTM市場全体の構造変革を主導するポジションの確立が期待される。

中長期成長戦略の枠組み



出所：決算補足説明資料より掲載

2. 数値目標

同社は2030年3月期に向けて、既存事業の着実な拡大に加え、新規事業を育成することで、取扱高500億円、売上高55億円、営業利益15億円の達成を目標としている。既存事業では取扱高420億円、売上高45億円を計画しており、それぞれ年平均12%、11%の成長を見込む。主力であるBTM事業の利用企業数拡大や手配件数の増加、さらにホテルやレンタカー、保険など周辺サービスのクロスセル拡大が成長をけん引する見通しである。

利益面では、売上総利益を43億円まで拡大する一方、販管費は28億円に抑制し、販管費の伸びを売上総利益の伸び以下にコントロールする計画である。この結果、営業利益は2026年3月期実績の7.5億円から2030年3月期には15億円へと約2倍となり、営業利益の年平均成長率は19%と最も高い伸びを計画している。親会社株主に帰属する当期純利益も10億円まで拡大し、年平均17%の成長を見込んでいる。これは「Smart BTM」の普及に伴う業務の標準化・自動化、RPAやAIの活用によるバックオフィスの効率化を進め、人員増加を抑えながら利益成長を実現する方針によるものである。

中長期の成長戦略

収益性についても改善を見込んでおり、既存事業の営業利益率は2026年3月期の25.0%から2030年3月期には33.3%へ上昇する計画である。一方、新規事業は先行投資フェーズにあることから営業利益率は-6.1%を想定しているが、既存事業が高い収益性を維持することで全社ベースでも27.3%の営業利益率を確保する計画である。既存事業が利益を創出し、そのキャッシュ・フローを新規事業へ投資することで、持続的な成長基盤を構築する戦略となっている。

「Vision2030」数値目標

(単位：百万円)

	26/3期 実績	27/3期 予想	30/3期			
			(既存事業) 計画	CAGR	(新規事業)	(合計)
取扱高	26,658	30,000	42,000	12%	8,000	50,000
売上高	3,015	3,375	4,500	11%	1,000	5,500
売上総利益	2,327	2,600	3,600	12%	700	4,300
販管費	1,573	1,700	2,100	7%	700	2,800
営業利益	754	900	1,500	19%	0	1,500
親会社株主に帰属する 当期純利益	529	600	1,000	17%	0	1,000
営業利益率	25.0%	26.7%	33.3%	-	-6.1%	27.3%

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

株主還元策

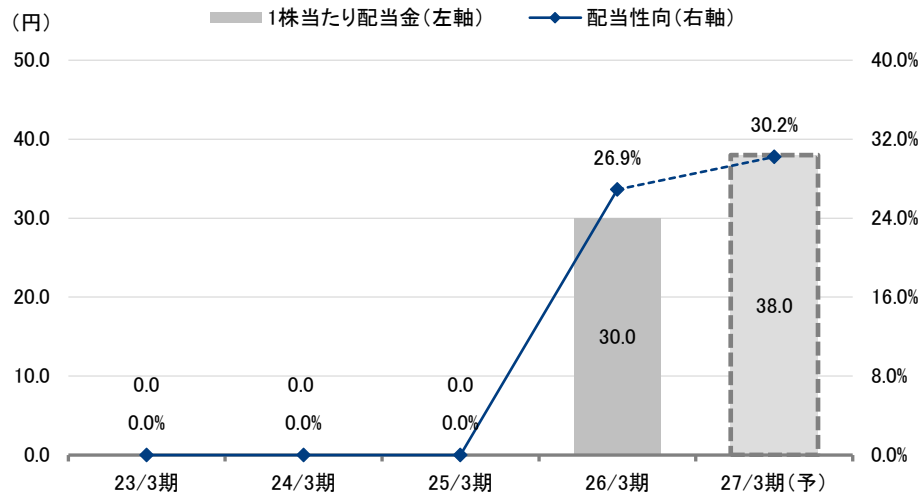
配当を上方修正、株主優待も開始。 持続的成長と還元のバランスを追求

2026年3月期は1株当たり30円の期末配当を実施した。2025年3月期までは無配だったが、2026年2月には期初予想の25円から30円へ配当予想を上方修正しており、上場後初となる株主還元を実現した。さらに2027年3月期は1株当たり38円への増配を予定するとともに、100株以上を半年間継続保有する株主を対象としたQUOカード2,000円分の株主優待制度を新設するなど、株主還元の充実を図る方針である。

同社は成長投資を最優先とする基本方針を維持しながらも、利益成長に伴い株主還元との両立を一段と重視する姿勢を明確にしている。2030年3月期には総還元性向40%以上を目標に掲げており、配当と株主優待を組み合わせた還元策を通じて、中長期保有を促進するとともに、個人株主層の拡大を図る考えである。個人株主数は前期末時点で約1,300名であり、今後は2,000~3,000名規模まで拡大することを目標としている。また、株主還元の強化は成長投資を犠牲にするものではなく、事業成長と株主還元を両立させながら企業価値の向上を目指す方針である。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

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・表示したのですが、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