



2025 年 9 月 29 日

各 位

会 社 名 株式会社アイリックコーポレーション
代表者名 代表取締役社長 C E O 勝本 竜二
(コード番号：7325 東証グロース)
問合せ先 取締役 C F O 管理本部長 相原 尚昭
(TEL. 03-5480-9551)

事業戦略説明会等における質疑応答要旨

2025 年 9 月 26 日に開催いたしました当社第 30 回定時株主総会及び同日に実施した事業戦略説明会、並びに 2025 年 8 月 14 日に公表いたしました 3 か年計画（2026 年 6 月期～2028 年 6 月期）などに関して、会社説明会等で寄せられたご質問に対する当社の回答の要旨を以下にお知らせいたします。

本開示は、市場参加者の皆様のご理解を一層深めることを目的に、当社が自主的に実施するものです。なお、皆様から寄せられた質問の一部内容について、ご理解いただきやすいように加筆・修正を行っております。

記

■ご質問と回答の要旨

ご質問①

2023 年 6 月期から 2025 年 6 月期の 3 か年計画について、業績が伸長した主な要因について教えてください。

また、2026 年 6 月期から 2028 年 6 月期の次期 3 か年計画においても、同様の要因によって成長を見込んでいるのでしょうか。それとも M&A などを計画されているのでしょうか。

回答

2023 年 6 月期から 2025 年 6 月期の 3 か年においては、コロナ禍の収束に伴い、Web 広告による集客手法が確立され『保険クリニック』への新規来店数が大幅に増加しました。また、「保険 IQ システム」を活用した人材育成体制の充実などにより、直営店の店舗数は 58 店舗から 87 店舗へと拡大いたしました。さらに、2023 年 10 月には株式会社ライフアシストを連結子会社化するなど、これらの取り組みが主な成長要因となっています。

また、ソリューション事業における AS シリーズの新規プロダクト開発や機能強化によりサブスクリプション収益が拡大、システム事業では、AI-OCR 技術を活用したプロダクトサービスの拡充など、各事業の成長も業績向上に大きく寄与いたしました。

次期 3 か年計画においても、Web 広告による集客や人材育成体制の強化など、これまでの成長要

因を継続・発展させるとともに、『保険クリニック』の新規出店スピードを加速させるなど、さらなる事業拡大を図ってまいります。

なお、2025年7月1日付で実施したブロードマインド株式会社（以下、「ブロードマインド」という。）からの事業譲受については、次期3か年計画に反映済みですが、その他のM&A案件につきましては、当該計画に含めておりません。

ご質問②

3か年計画（2026年6月期～2028年6月期）を達成するための課題を教えてください。

回答

保険クリニック事業においては、より規模の経済を享受するため、3年間で直営店を80店舗増加させる必要があります。この新規出店計画における課題としては、新たなエリアの開拓及び出店スピードに応じた人材の採用・育成が挙げられます。ただし、すでに新規出店に向けたエリア分析は完了しており、出店余地は十分にあると評価しております。また、人材育成についても、「保険IQシステム」を活用した体制が整備されており、保険業界未経験者を早期にコンサルタントとして戦力化する研修制度も充実しております。

一方、ソリューション事業及びシステム事業の成長も、計画達成に向けた重要な要素となります。特にソリューション事業では、保険募集人の業務効率化を支援する「AS platform」の提供を計画しており、その実現には、ASシリーズのさらなる拡充が必要となります。

ご質問③

保険クリニック事業の出店計画にFC店の出店が加味されていないが、今後FC店へは注力しない方針なのでしょうか。

回答

FC店については、これまでの方針を転換し、今後は注力しないということではありません。これまでどおり、他業界からの新規参入企業への支援を適切に行い、新規リクルート活動の強化や既存代理店への追加出店の提案等を継続してまいります。

次期3か年計画における保険クリニック事業の80店舗の増加については、直営店のみを対象としております。これは、2023年6月期から2025年6月期の3か年において、FC店の店舗数が増加していないことが背景にあります。この期間中、FC店の新規オープンは57店舗、クローズ等も57店舗と登録代理店の入れ替わりが進んだ結果、より良い店舗への入れ替えは進みましたが、当社が直接的にコントロールしにくい要素も多く存在しております。そのため、次期3か年計画では、保守的な見通しのもと直営店のみの増加計画としております。

ご質問④

当期（2026 年 6 月期）の上期が減益予想となっている背景を教えてください。

回答

2026 年 6 月期第 1 四半期において、ブロードマインドより来店型保険ショップ 11 店舗の事業譲受を実施いたしました。譲受対象の事業は、ブロードマインド社の適時開示によれば、2025 年 3 月期に営業損失 116 百万円を計上しており赤字事業ではあります。

しかしながら、譲受店舗の多くは好立地に位置しており、当社としては『保険クリニック』ブランドへの切り替えや、Web 集客・「保険 IQ システム」などの運営ノウハウの導入により、早期の収益改善が可能であると評価しております。

実際、譲受後の約 10 日間は改装準備期間としており、加えて転籍従業員への研修・リスクリングも実施しております。これらの対応により、第 1 四半期は一時的なコスト負担が増加しております。また、事業譲受に伴いのれん償却などの M&A 関連コストも発生しており、これらが減益予想の主な要因となっております。なお、第 2 四半期以降は業績の改善を見込んでおり、通期の売上高は前期比 19.8%増の 11,288 百万円、営業利益は 13.9%増の 844 百万円を想定しております。

ご質問⑤

2023 年 6 月期から 2025 年 6 月期の 3 か年計画において、広告宣伝費は当初の計画（1 年目：673 百万円、2 年目：837 百万円、3 年目：1,055 百万円）に対し、実績（1 年目：683 百万円、2 年目：541 百万円、3 年目：614 百万円）が下回る結果となりました。

このように広告宣伝費を抑制された背景や、方針変更の理由について教えてください。

回答

2023 年 6 月期から 2025 年 6 月期の 3 か年計画においては、テレビ CM 等のマス広告を活用し、『保険クリニック』の認知度向上を図る方針を掲げておりました。実際に、初年度はテレビ CM を展開し、一定の認知度向上が確認されましたが、新規来店数の増加には必ずしも直結しない結果となりました。このことから、認知度の向上が短期的かつ直接的な集客に繋がるとは限らないと判断し、広告戦略を Web 広告主体へと転換いたしました。

Web 広告では、よりターゲットを絞った集客が可能となり、実際に来店数の増加につながる成果が見られたため、広告宣伝費の効率的な運用を図る形で費用を抑制するに至りました。

ご質問⑥

AI 検索の普及により、SEO に依存しない広告戦略が求められる中、貴社では Web 広告技術に関してどのような対応を進めていらっしゃいますか？

回答

当社ではマーケティング部が主幹部門として Web 広告技術への対応を進めております。現時点

では、TVer 広告を活用したターゲティング手法も確立しており、AI 検索の普及など技術の変化にも柔軟に対応できる体制を整えております。

ご質問⑦

2025 年 6 月 6 日に公布された改正保険業法（2026 年施行予定）について、顧客獲得における障壁の有無や、その他業務運営上の影響はありますか。

回答

当社は、経営理念である『三者利益の共存』のもと、「保険 IQ システム」による保険商品の比較機能などを活用し、最良のコンサルティングサービスを通じて、お客さまの真の信頼を獲得することを目指してまいりました。今般の改正保険業法は、保険募集における不適切な行為の防止、顧客本位の業務運営の徹底、健全な競争環境の実現を目的としたものであり、当社としては、経営理念に近い内容が法整備されたものと認識しております。

一方で、法改正に伴い、業務運営上のコスト増や体制整備の負担が生じることが想定されます。ただし、当社にとっては新たなビジネス機会に繋がる面も多くあると考えております。特に損害保険商品の比較推奨販売の方向性は、当社がこれまで構築してきた比較推奨システムとの親和性が高く、追い風になる可能性を秘めております。

なお、損害保険向けの比較推奨システムは、新たに開発する必要があるため、当社としてもスピード感を持って取り組む必要があると認識しております。この点、施行予定となります 2026 年 6 月時点では、まずは簡易版のシステムをリリースする予定であります。

ご質問⑧

損害保険向けのシステムを開発された場合、想定される取引規模はどの程度になりますか。また、改正保険業法における比較推奨の方向性は、コンプライアンス対応の一環と理解していますが、そうした機能の実装を予定されているかについても教えてください。

回答

損害保険の取引規模は、生命保険と比較して大きいと考えております。実際、保険募集人の数は、生命保険が約 118 万人であるのに対し、損害保険は約 179 万人と、約 1.5 倍の規模となっています。

また、損害保険の大型乗合代理店には自動車ディーラーなどが含まれますが、これまで比較推奨の徹底が十分でなかった可能性もあることから、比較推奨が可能となるシステムは、こうした業態においても受け入れられやすいと考えております。

なお、当社がこれまで提供してきた『AS シリーズ』においては、コンプライアンスに対応する機能を実装しており、損害保険向けの新システムにおいても、同様の方向性で開発を進める予定であります。

ご質問⑨

役員構成（取締役・監査役）において、女性の登用が見られない状況となっていますが、今後の女性役員登用に関する方針やダイバーシティ推進の観点からの取り組みについてお聞かせください。

回答

ご指摘の通り、現時点では当社の役員（取締役・監査役）に女性は登用されておらず、この点については、ダイバーシティ推進の観点からの課題として認識しております。

一方で、当社では女性の活躍推進に向けた取り組みを積極的に進めており、管理職全体に占める女性労働者の割合について、30%前後を目途としており、2025年6月末時点では26.4%となっております。また、部長職に占める女性比率も40%後半と高水準を維持しております。さらに、厚生労働省が定める「えるぼし認定」においては、すべての評価項目を満たしており、女性の活躍を支える制度・環境の整備を進めております。

これらの取り組みを通じて、今後は役員層への女性登用についても、社内の人材育成状況や組織構成を踏まえながら、更なる女性活躍に向けて前向きに検討してまいります。

ご質問⑩

東京証券取引所が定める新ルールにより、グロース市場では2030年3月以降、時価総額100億円以上が上場維持の基準となることが予定されており、株価水準の維持・向上は今後ますます重要な経営課題になると考えられます。

こうした状況を踏まえ、貴社として株価に対する現状の認識や、対応方針についてお聞かせいただけますでしょうか。

なお、2023年2月に株主優待制度を廃止されたことが、現在の株価に何らかの影響を及ぼしている可能性についても、併せてご見解を伺えますか。

回答

株価につきましては、あくまで市場における投資家の評価によって形成されるものであり、当社として直接的にコントロールすることはできません。

しかしながら、株主の皆様のご期待に応えるべく、企業価値の向上に努めてまいります。

具体的には、2025年8月14日に公表した3か年計画の達成を通じて業績の向上を図るとともに、当社への理解を深めていただけるよう、IR活動の強化に取り組んでおります。各種IR資料の充実や説明会の開催などを通じて、東京証券取引所が定める上場維持基準を意識した情報発信を継続してまいります。

また、2023年2月に株主優待制度を廃止したことにより、株主数が減少傾向にあることは事実として認識しております。廃止の背景には、株主優待が損益計算書上の費用として計上される一方で、配当は損益に影響を及ぼさないという会計上の問題もございます。現時点では株主優待制度の復活は予定しておりませんが、近年ではデジタルギフトなどコストを抑えつつ株主還元を図る手法も登場しており、今後の選択肢の一つとして情報収集を継続してまいります。