

2026年1月期  
決算説明資料

2025年12月12日



証券コード：3931

# アジェンダ

---

- |   |     |
|---|-----|
| <b>■ 経営成績ハイライト</b><br>2026年1月期 第3四半期連結決算の状況   | P03 |
| <b>■ セグメントごとの状況</b><br>セグメント別トピックス            | P08 |
| <b>■ 2026年1月期の取り組み</b><br>セグメント別2026年1月期の取り組み | P18 |
| <b>■ 通期連結業績予想</b><br>2026年1月期 通期連結業績予想        | P25 |

2026年1月期

# 経営成績ハイライト

---

# 経営成績ハイライト

売上高  
**3,405百万円**  
前年同期比 **9.5%増**



営業利益  
**64百万円**  
前年同期比 **38.1%減**

AI活用や不動産  
事業への投資  
一時的な  
費用の増加

## 新規事業開始

ゴルフ場の跡地や遊休地等を活用することで  
持続可能な社会の実現を目的とした  
不動産事業を開始

## AIの活用

AI活用研究所において、  
ユーザーの嗜好分析や既存サービスの  
利便性向上のためのツール開発を開始

- 売上高は事業の中核であるASPサービスが堅調に推移しました。また、新たな経営リソースであるSES事業・DX推進事業が順調に推移した結果、前年同期比9.5%増の3,405百万円となりました。一方でAI活用や新規事業の不動産事業への投資、新たに交通広告(タクシー)やSNS広告等に費用を投下したため、一時的に営業利益を圧迫する結果となりました。
- ゴルフ場の遊休地を環境・景観保全の観点を鑑みながら有効活用し、ゴルフ場経営の健全化を推進する不動産事業を開始。環境に配慮した土地活用を通じて持続可能な社会の実現と地域住民の皆様のニーズに応えるべく不動産事業を展開します。
- インターネット上のゴルフユーザーの関心や嗜好などの情報を、AIを活用して分析するマーケティングツールの開発を開始しました。

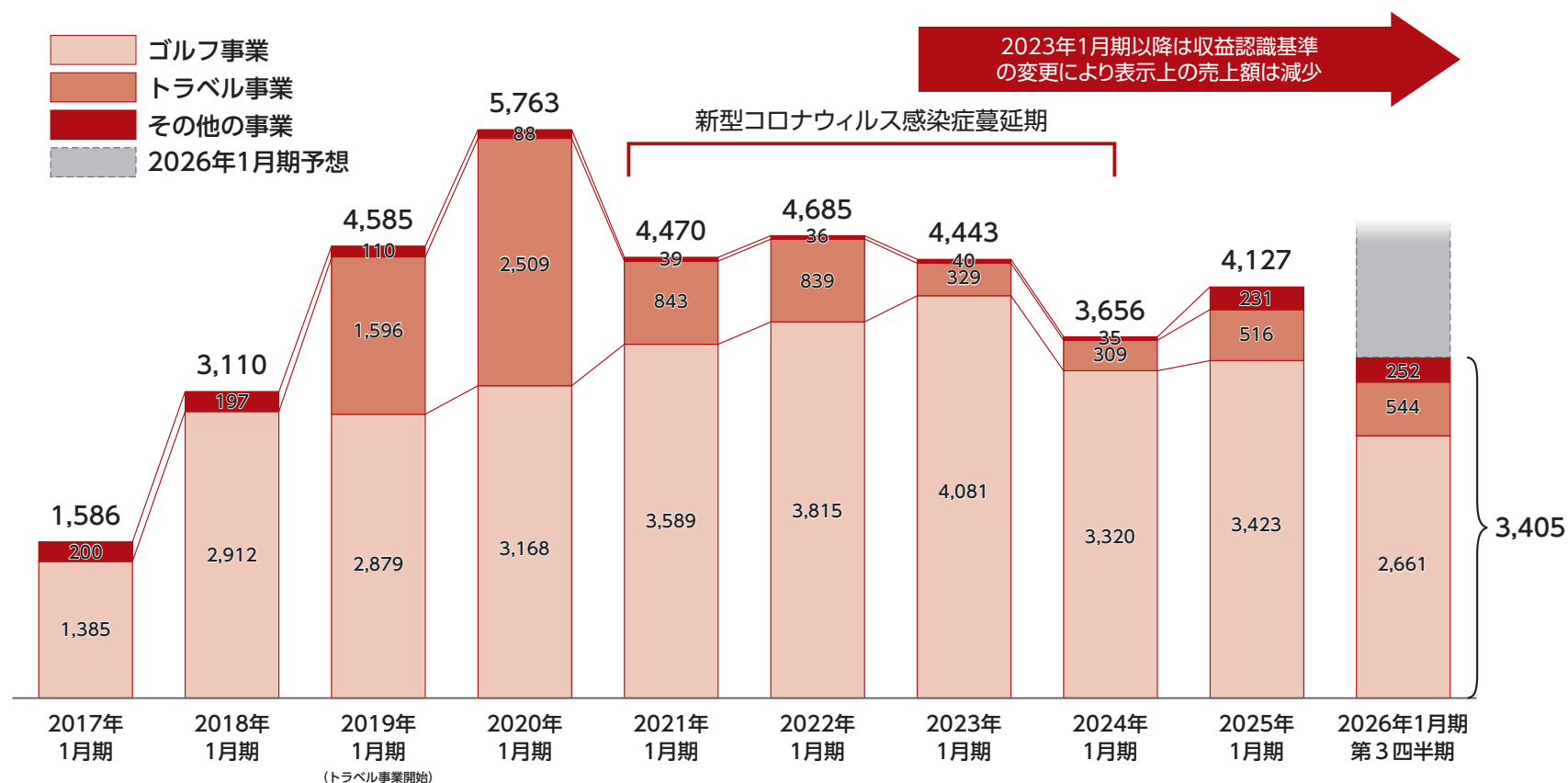
# 通期連結売上高

## 通期連結 売上高

ゴルフ事業においては、主力事業である「1人予約ランド」を始めとしたASPサービスが堅調に推移。また、ゴルフ用品販売においては円安による影響は継続したものの、ECサービスが伸長するなど増収となりました。トラベル事業においては、マスターズ観戦ツアーの催行や訪日外客数の増加に伴うインバウンドツアーの需要も増加。団体旅行の売上が急増しました。

その他の事業も好調で、全セグメントで前年同期比より増収となりました。

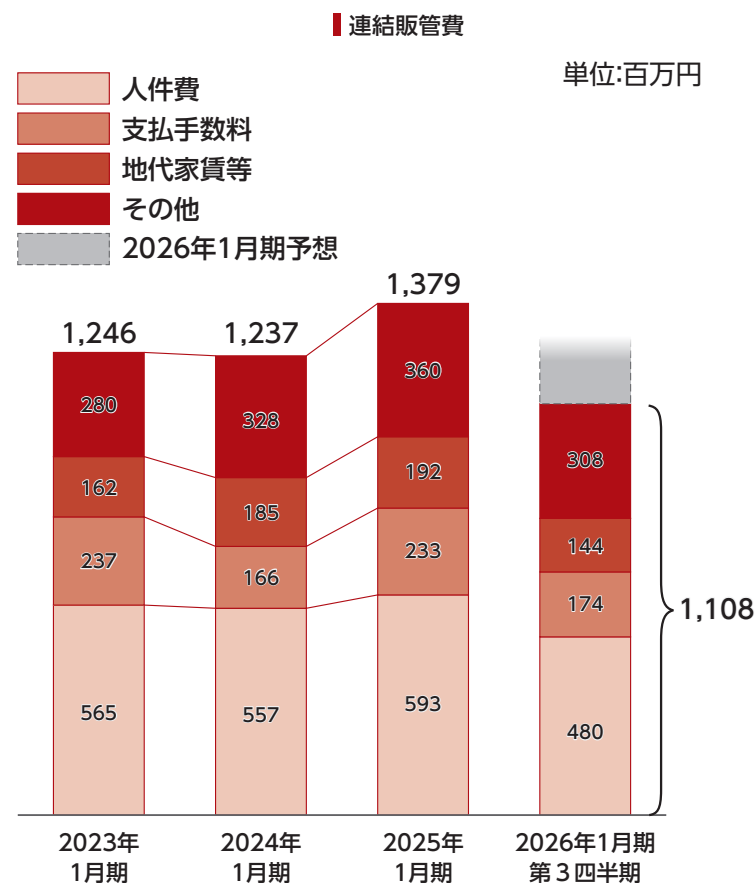
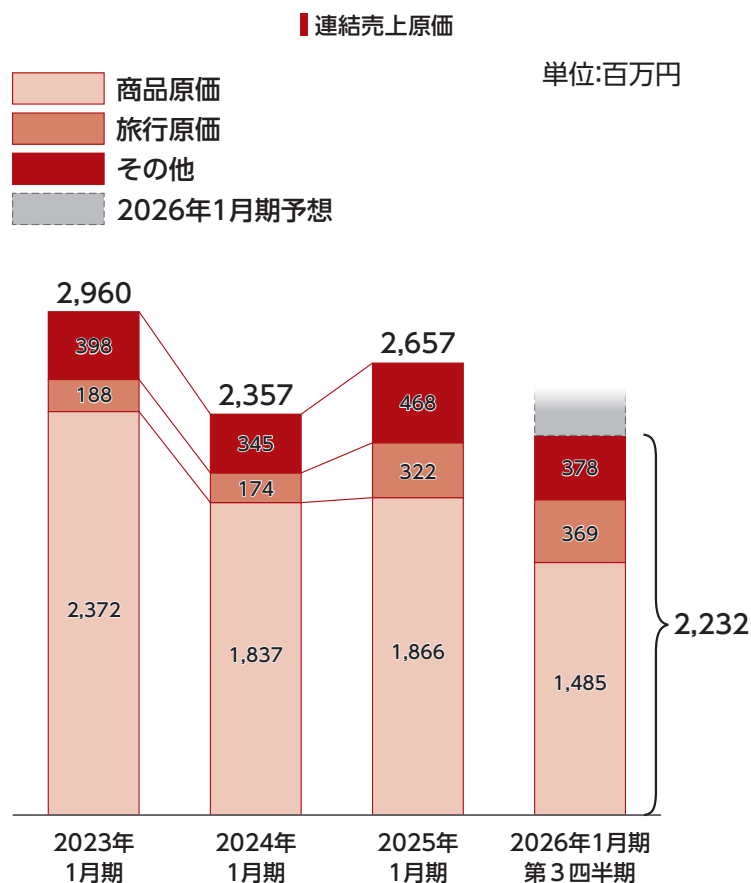
単位:百万円



# 通期連結売上原価・販売費及び一般管理費

## 通期連結売上原価・ 販売費及び 一般管理費

売上原価と販売費及び一般管理費は前年同期比より11.0%増加しました。これは株式会社ノアが2025年1月期の第2四半期より当社グループに加わったこと、ゴルフ用品販売店やトラベル事業の売上増に伴う仕入れの増加があったことなどが挙げられます。また、AI活用研究所や不動産事業など新規事業、交通広告を始めとした広告展開に積極的な投資を行ったこと、ジープーズ新橋店を移転したことにより、一時的に経費が増加する結果となりました。



# 連結貸借対照表

ゴルフ用品販売においては新商品の販売開始、販売ルートの拡大や機会損失防止のための在庫確保を行ったこと、また、不動産事業においては土地を取得したことにより流動資産の商品は増加しました。トラベル事業においては、第4四半期以降の旅行の入金及び支払のため旅行前払金と旅行前受金は増加しました。

単位：百万円

	2026年1月期 第3四半期	主な増減要因
流動資産	2,934	売掛金(+43百万円) 商品・不動産事業用土地 (+687百万円) 旅行前払金(+12百万円)
固定資産	419	
有形固定資産	43	
無形固定資産	141	
投資その他の資産	234	
資産合計	3,353	

	2026年1月期 第3四半期	主な増減要因
負債合計	2,236	
流動負債	2,061	短期借入金(+65百万円) 買掛金(+82百万円) 旅行前受金(+5百万円)
固定負債	175	
純資産合計	1,116	
株主資本	1,110	
その他	6	
負債純資産合計	3,353	

2026年1月期

# セグメントごとの状況

---

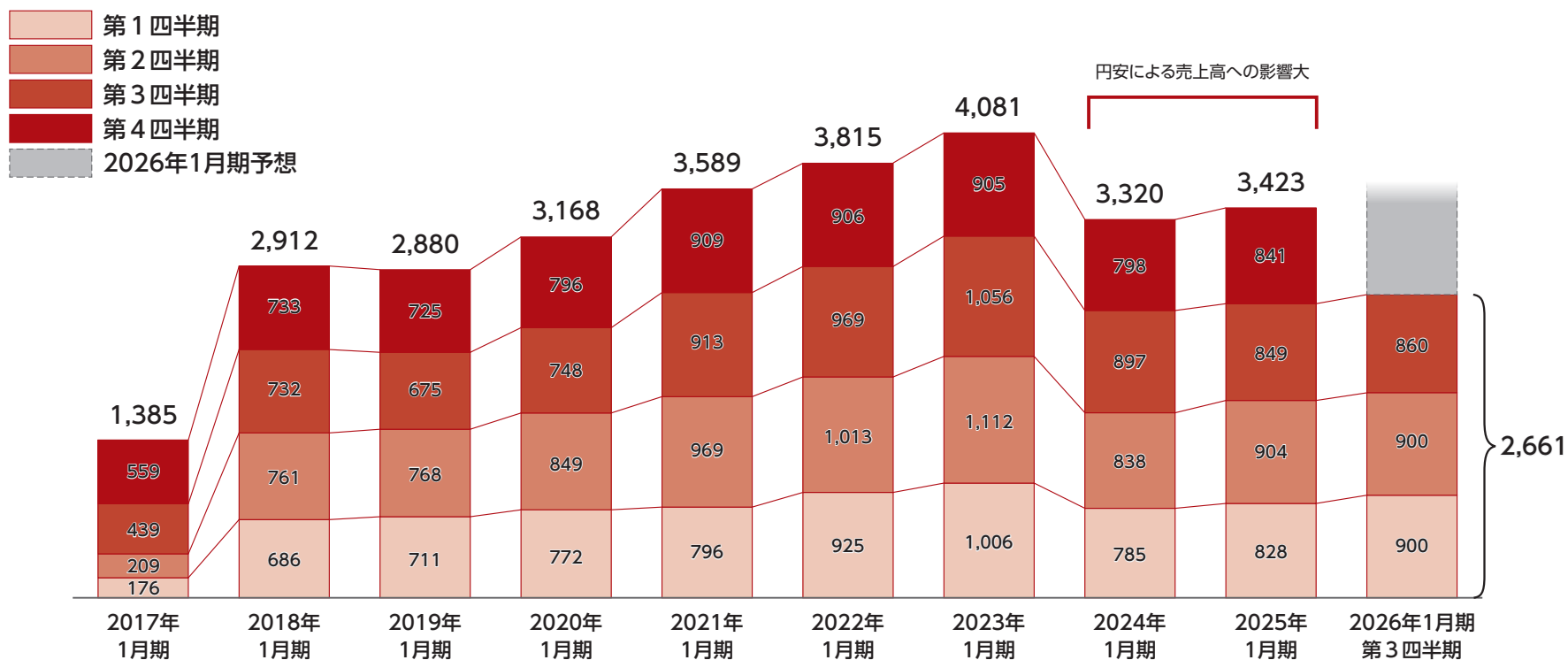


# ゴルフ事業セグメント 売上高

## ゴルフ事業 売上高

プレー予約やチェックイン機能を搭載し、ゴルフ場の運営スリム化とユーザビリティ向上を図る「リピ増くんDX」(ゴルフ場公式モバイルアプリ)の契約数が順調に推移。今後も伸長する見込みとなっております。また、ゴルフポータルサイト「VG WEB」の広告商品が大きく伸長。1人予約だけではなく、通常予約の導線を確認することでユーザーへの価値提供を強化しました。ゴルフ用品販売においては、新商品の先行予約が好調だったこと、欧米・アジア圏のWEB通信販売へ進出したことにより売上は堅調に推移しました。

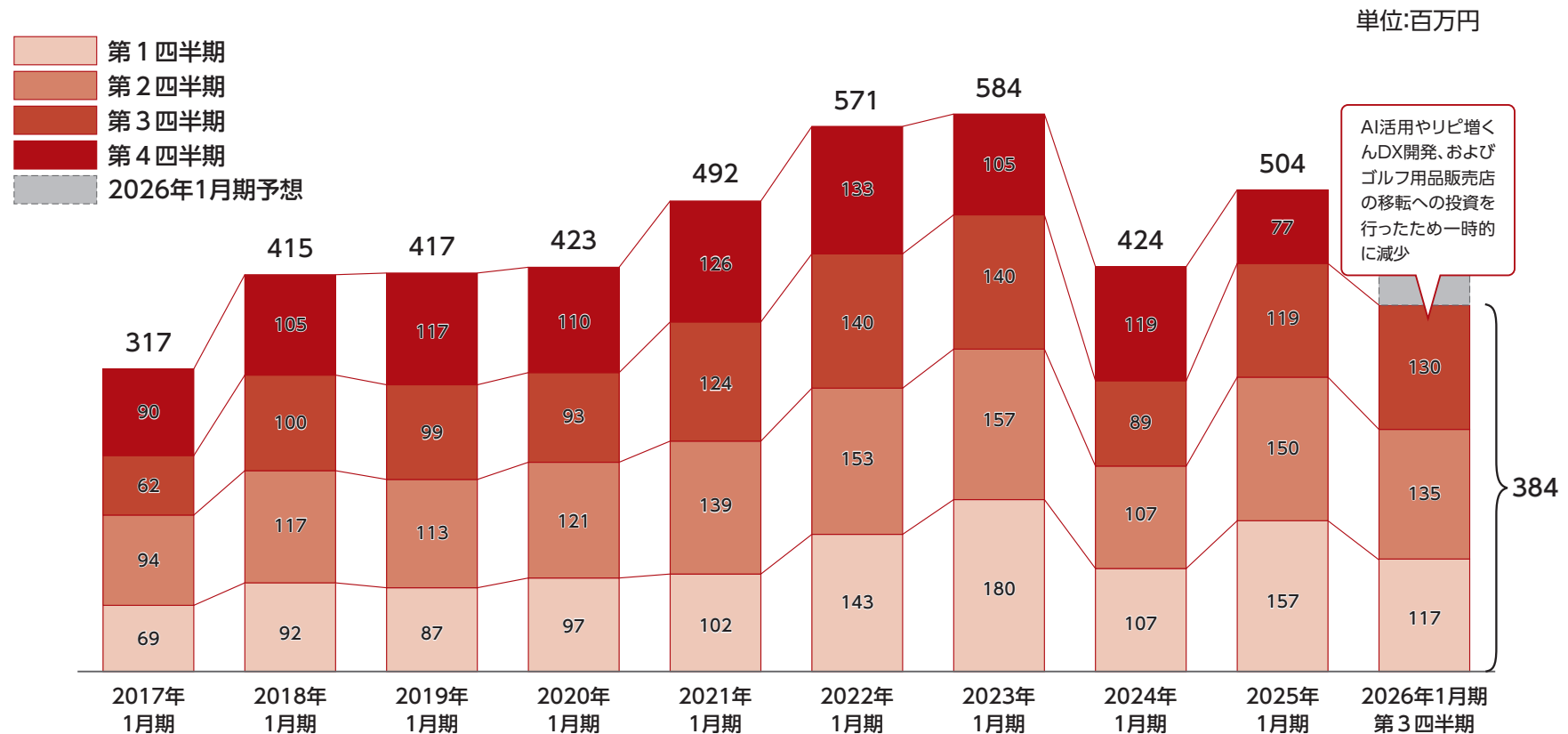
単位:百万円



# ゴルフ事業セグメント 利益

## ゴルフ事業 利益

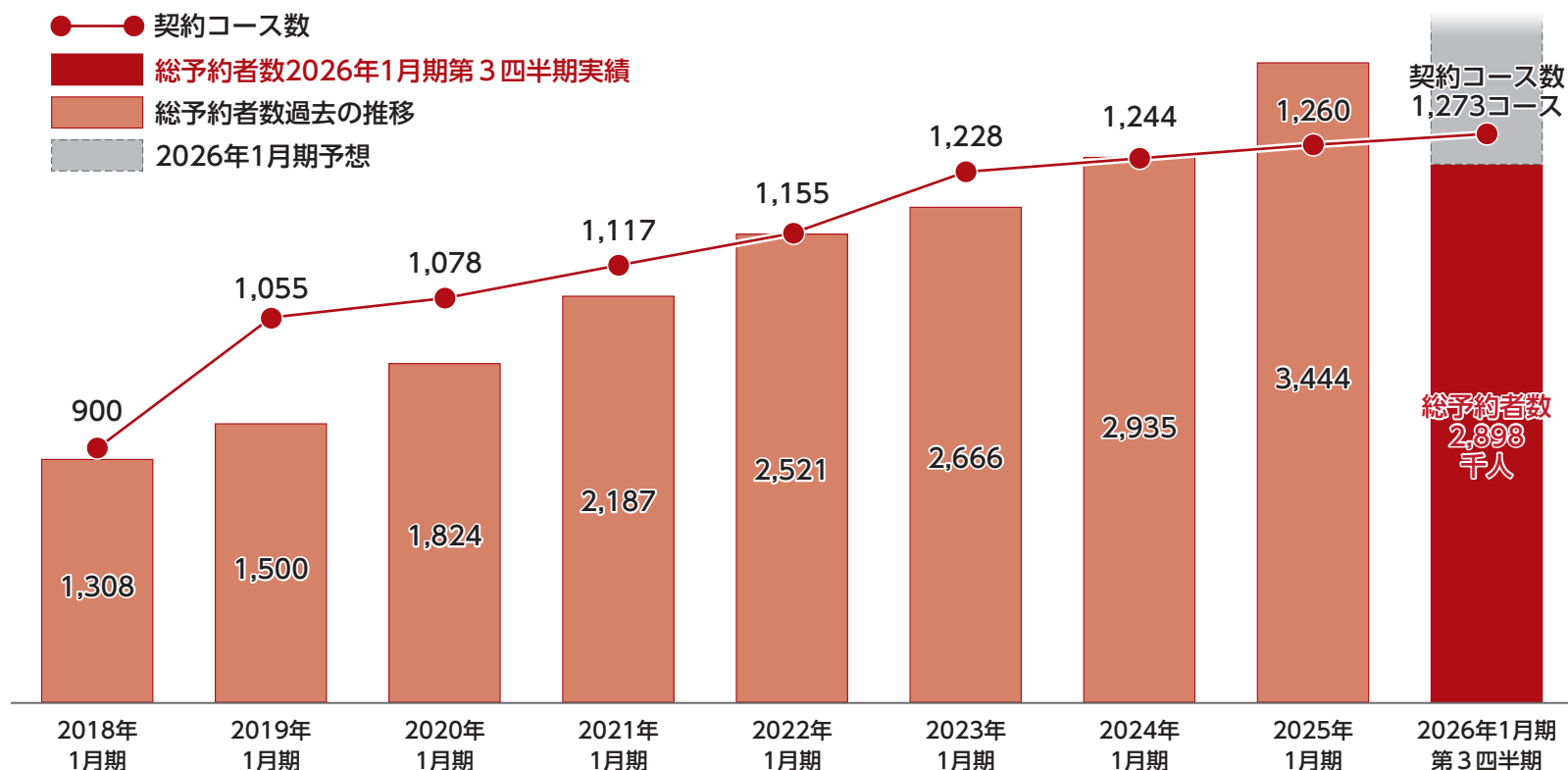
当社グループの中核事業である「1人予約ランド」の会員数は継続して成長。利益率の高い「1人予約ランド」に経営リソースを集中的に投下し、全国を網羅的に営業活動することで安定的に利益を獲得しました。ゴルフ用品販売においては、円安や関税の影響度の低い商品構成に変更した結果、利益率は改善。また、店舗の在庫の有効活用も成長の要因となりました。一方でAI活用やリピ増くんDXの開発、ジープーズ新橋店の移転に投資を行ったため一時的に利益を圧迫しました。



# ゴルフ事業セグメント 1人予約ランドの状況

## ゴルフ事業 1人予約ランド

2026年1月期第3四半期の1人予約ランドの総予約者数は前年同期比10.9%増となりました。特に3月～9月は、高い水準で予約者数が推移しました。「1人でゴルフを予約する」というサービスは拡大傾向にあり、8月には過去最高の予約者数を更新しました。プレー日、ゴルフ場、交通手段等が自分の都合で決められる利便性がゴルファーに受け入れられ、今後も伸長することが予想されます。利用できるゴルフ場も増加しており、ゴルファー、ゴルフ場双方にとってより使いやすいサービスになるよう新機能の開発を行っております。

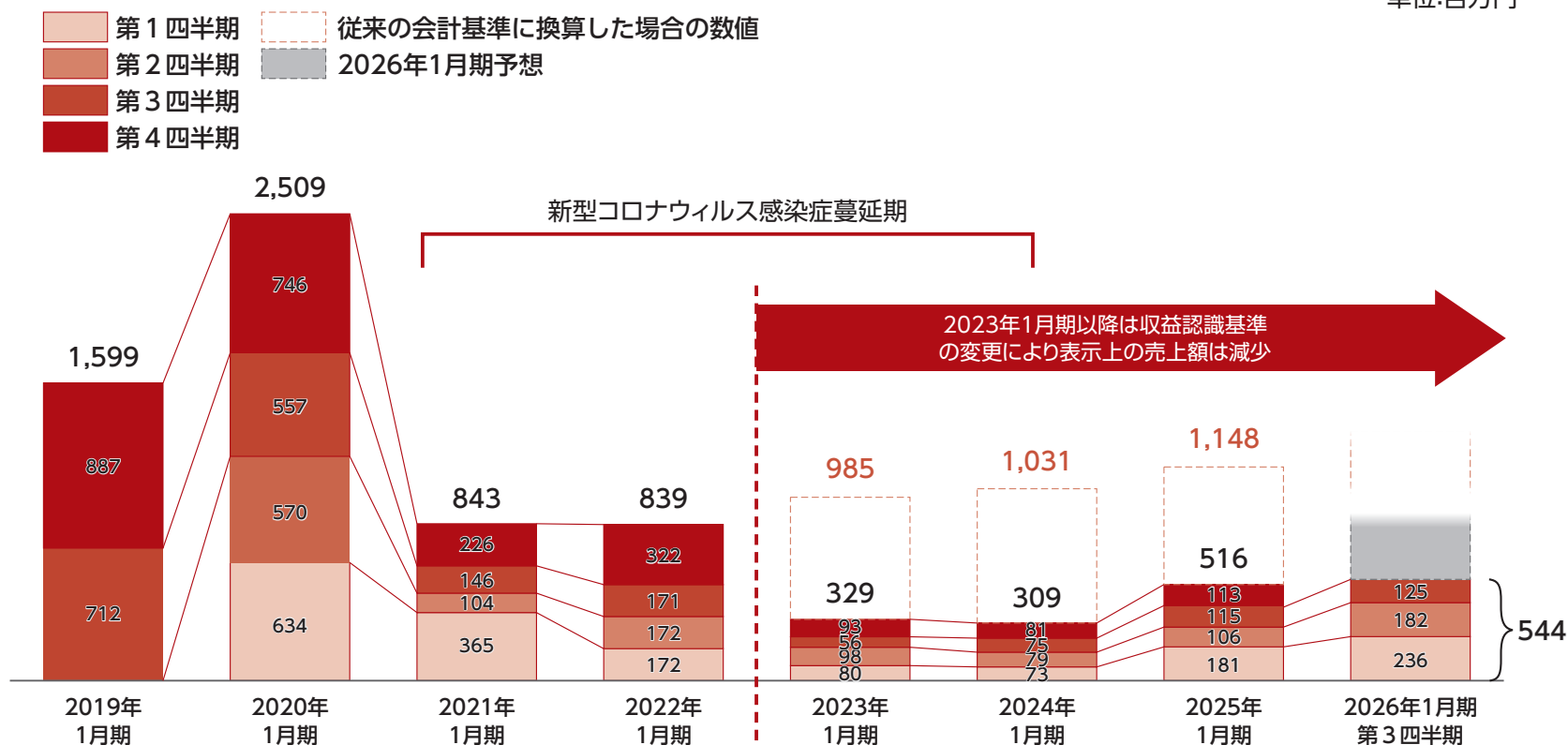


# トラベル事業セグメント 売上高

## トラベル事業 売上高

当社グループのトラベル事業は、株式会社産経旅行と株式会社エスプリ・ゴルフの2社から成り立っております。株式会社産経旅行では訪日外客数の増加に伴い、インバウンドツアー専用WEBサイトの開設を行い、インバウンドツアー等の団体旅行売上高は前年同期比186.3%と急増しました。株式会社エスプリ・ゴルフにおいては、毎年好評のマスターズ観戦ツアーやセントアンドリュースでのプレーができるツアーを催行し、海外名門コースとのつながりを持つ同社ならではのツアーで、今回も完売となりました。

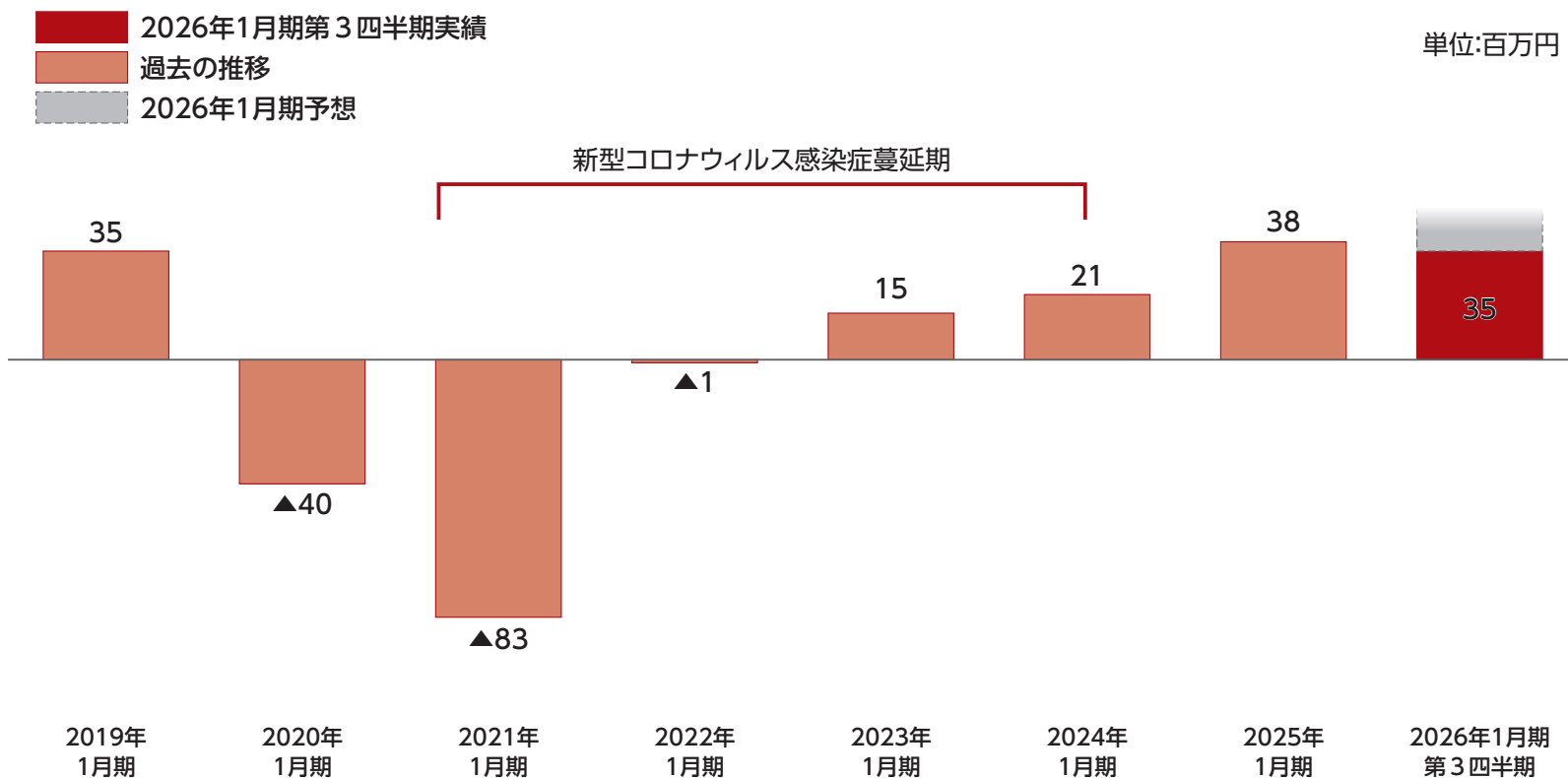
単位:百万円



# トラベル事業セグメント 利益

## トラベル事業 利益

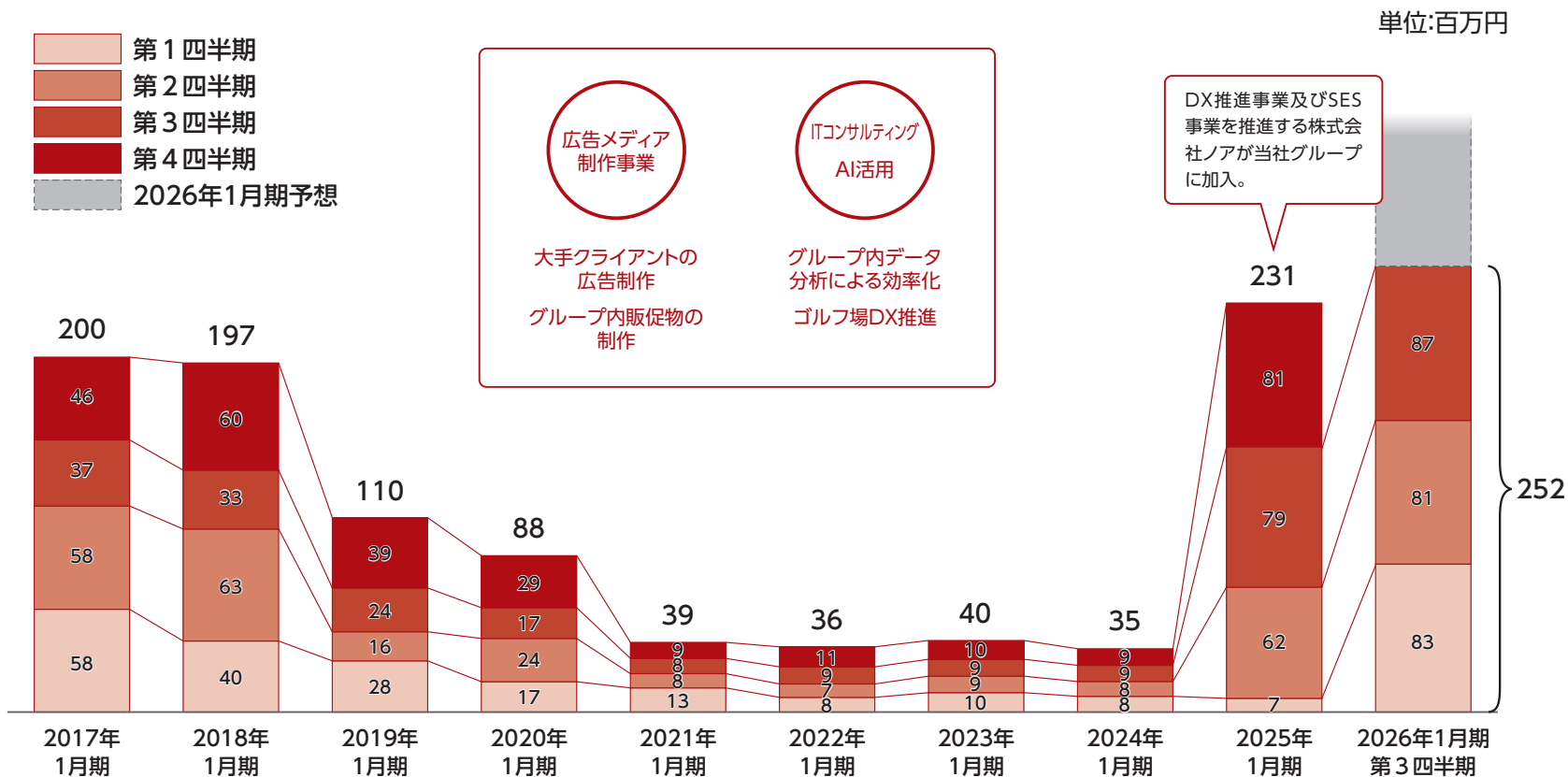
円安や大阪・関西万博などの影響により、2025年の訪日外客数は過去最高の4000万人超と推測されております。当社グループにおいてもインバウンドツアー商品の取り扱いが増加し、利益は大きく伸長しました。また、マスターズ観戦など大型のツアーやゴルフ+交通+宿泊を提供するゴルフツアーの催行により、順調に利益を獲得しました。日本からの出国数は前年より増加しており、日本人・在日外国人向けの航空券の需要は回復傾向にあります。



# その他の事業セグメント 売上高

## その他の事業 売上高

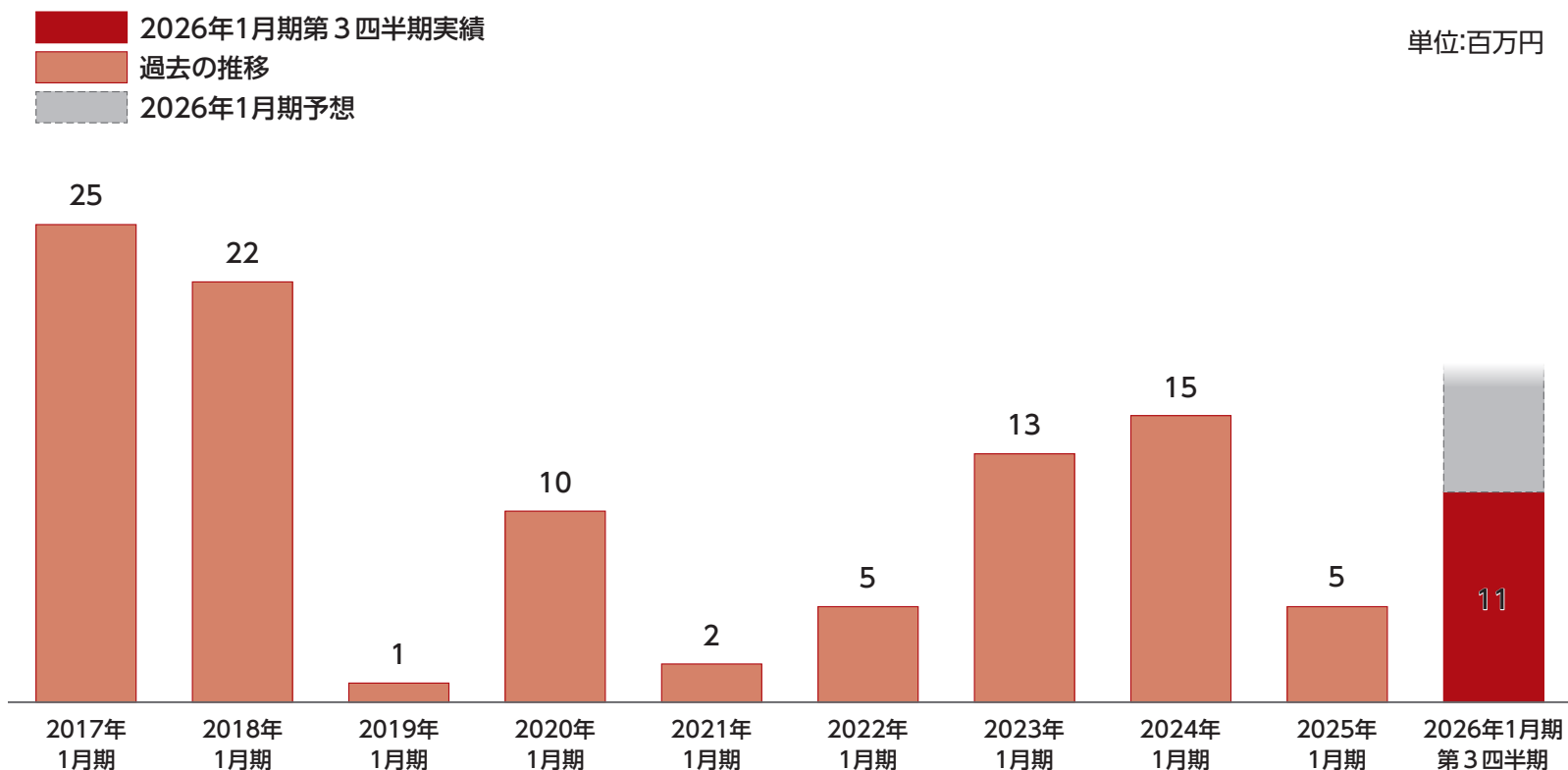
その他の事業は広告メディア制作事業を行う株式会社スクラムとAI技術によるDX推進を得意とする株式会社ノアにより構成されております。セグメントの売上高は、2024年5月にグループに加わった株式会社ノアの売上が加算されたため大きく伸長。AI技術やDX推進についてはすでに需要が急増しており、将来性の高い事業内容であるため、今後の売上拡大も見込まれます。既存の事業である広告メディア制作事業については、大手のクライアントと強固なリレーションを築いており、安定的な売上を確保しております。



## その他の事業セグメント 利益

### その他の事業 セグメント利益

2024年5月に株式会社ノアが当社グループに加わり、その他の事業のセグメント利益に同社の利益が上乗せされました。同社の取り扱うAIやIT関連の技術は、当社の各事業との親和性が高く、すでにグループ内のIT化・効率化に着手しております。既存の広告メディア制作事業においては、制作を請け負う主要媒体がWEB媒体へのリニューアルに伴い利益は減少したものの、新規クライアントの開拓により回復を見込んでおります。また、当社グループ内の販促物作成など、各種プロモーションを担っております。



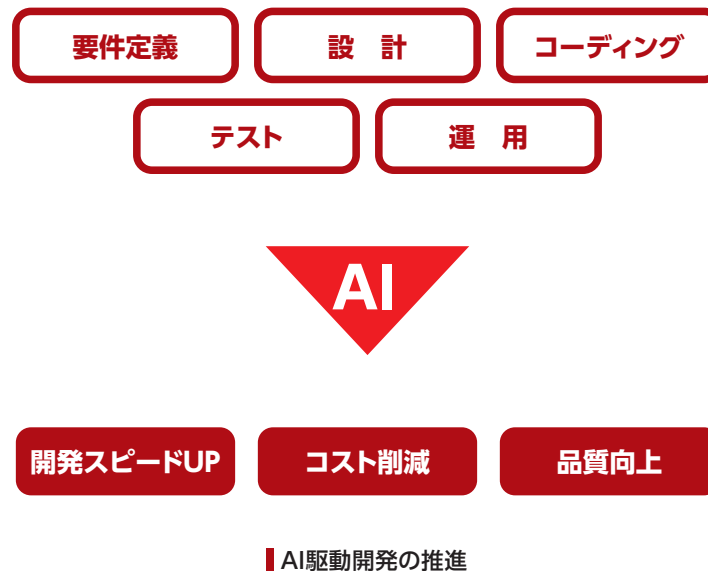
## その他の事業セグメント トピックス

### その他の事業 AI活用研究所

2024年5月より当社グループに加わった株式会社ノアは、ゴルフ場の課題解決のために、データ分析や機械学習技術を活用した研究所を設立しました。当研究所では、①ゴルフユーザーの動向・嗜好の把握 ②パーソナライズされたアプローチの提案 ③AIアシスタント機能・エージェント開発ツールの活用 以上の3段階を経て、ゴルフ市場における革新的なマーケティングアプローチの研究を行っております。すでに当社サービス「リピ増くんDX」にてAI活用のテストを行っており、今後はゴルフ用品販売にも展開する予定です。また、ソフトウェア開発においてはAI駆動開発を推進しており、開発スピードの大幅な向上、コスト削減、品質向上の効果創出を目指しております。



AI活用の強化



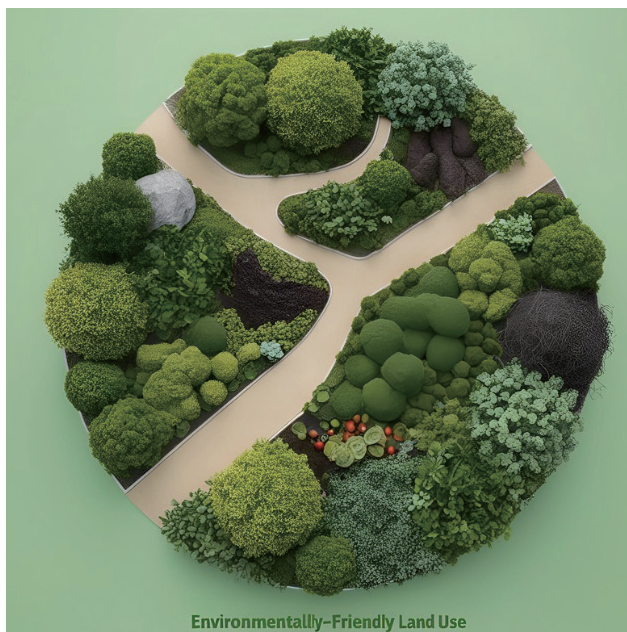
AI駆動開発の推進



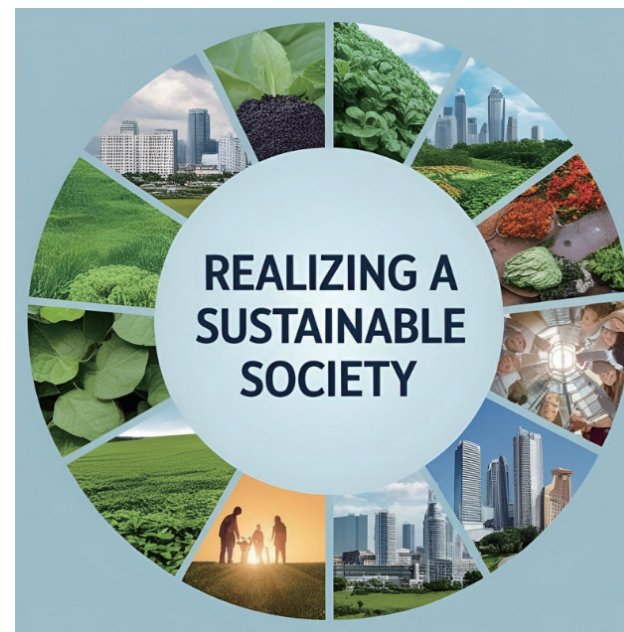
# その他の事業セグメント トピックス

## 不動産事業 への参入

近年では、ゴルフ場の遊休地を有効活用することのニーズが高まっており、当社はゴルフ場やその周辺地域に対して持続的な価値を提供するため不動産事業へ参入しました。6月には不動産事業の初案件として三重県において系統用蓄電池施設用地を取得しました。すでに複数の蓄電池施設運用業者から手が挙がっており、契約等の整備が整い次第、売却する予定でおります。これはゴルフ場に対する不動産事業を本格的に開始する前に、スキームの構築とノウハウを蓄積することを目的としております。当事業が国のエネルギー施策への貢献、環境保全への積極的関与、ゴルフ場の事業安定化の一助となることを目指します。



■ 環境に配慮した土地活用



■ 持続可能な社会の実現

# 2026年1月期の取り組み

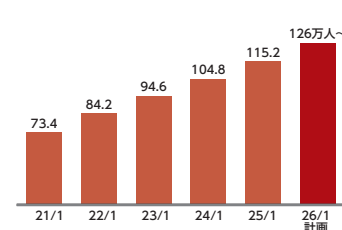
---

# 2026年1月期の取り組み①【ゴルフ事業】

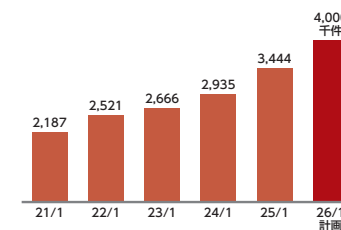
ゴルフ  
事業

## 1人予約 ランド

「1人予約ランド」はサービス開始15周年を迎えました。当初は組予約の隙間を埋めるサービスでしたが、今日では集客の柱の一つとして定着しています。15周年を記念し、キャッシュバックや賞品プレゼント、イベントなどのユーザーメリットのある企画を開催し、さらなる予約拡大と成長を目指します。



1人予約ランド登録会員数

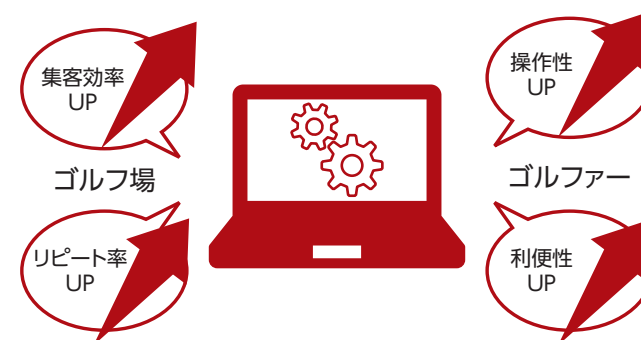


1人予約ランド年間予約者数

ゴルフ  
事業

## リピ増 くん

当社は「送客企業」ではなく、ゴルフ場とともに成長する「集客パートナー」として、ゴルフ場が自らの集客力を高めるサービス「リピ増くん」を提供しております。予約業務の簡便化や運営の省力化といった機能強化でゴルフ業界の活性化を促進します。導入コースを飛躍的に拡大させ、今後の事業展開に繋げていきます。



ゴルフ場自社予約サービスの改修

## 2026年1月期の取り組み②【ゴルフ事業】

ゴルフ  
事業

### DX支援 サービス

ゴルフ場経営をDX化し、オペレーションの負荷軽減と運営をスリム化するサービス「リピ増くんDX」の拡大を図ります。同サービスは「IT導入補助金」対象ITツールに認定されており、この精度を利用することで、サービスを導入するゴルフ場数が加速することが予想されます。



ITツール導入の加速化

ゴルフ  
事業

### 印刷媒体

「1人予約ランド」を始めとしたWEB媒体と「月刊バリューゴルフ」・「ゴルフマガジン九州」等の印刷媒体を持つ強みを生かし、“印刷媒体で興味を持ち、「1人予約ランド」で予約する”という集客導線を引く仕組みづくりを行います。また、旅行商品やリピ増くん、リピ増くんDX、WEB商品との連携を強め広告事業を拡大します。



各種媒体の相乗効果創出

# 2026年1月期の取り組み③【ゴルフ事業（ゴルフ用品販売）】

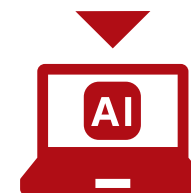
ゴルフ  
事業

## ゴルフ 用品販売 AI活用

WEBから流入した顧客・店舗に訪れる顧客・海外からの顧客など様々な顧客の購買データを活用し、AI活用研究所にて最適な販促や商品構成を構築するシステムを開発中です。2026年1月期から在庫を最適化する実運用を開始し、コスト削減と機会損失の防止を通じて、事業全体の売上と利益の最大化を図ります。



顧客の購買データ

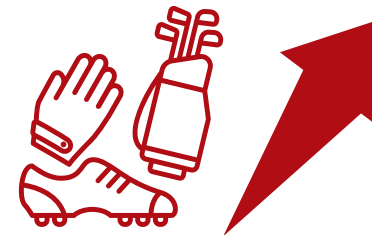


AIによるデータ分析

ゴルフ  
事業

## 商品力の 強化

高利益サービスとして、シャフトをカスタマイズするサービスを導入します。同時に、自社企画によるオリジナル商品の比率も高め、他社との差別化と利益率向上を図ります。これらの取り組みで客単価向上とリピートを促進し、ブランド価値を強化。商品開発から販売体制までを強化し、総合的なブランド力を高めます。



商品力の強化

# 2026年1月期の取り組み④【トラベル事業】

トラベル  
事業

## オーダー メイドツアー

ゴルフと観光を組み合わせた旅行や特別な日の記念旅行、社員旅行など、多彩なニーズに対応したオーダーメイドツアー専用のWEBサイトを開設。当グループのネットワークを生かした国内外の名門コースを含むゴルフ場予約や観光、グルメ、移動手段の確保など、あらゆる旅の要望にも柔軟に対応可能です。



## Order Made TOUR

■ オーダーメイドツアーの拡大

トラベル  
事業

## インバウンド ツアー

マレーシア・タイ・インドネシアを中心に海外の旅行会社との連携を強化。外国人スタッフが常駐するインバウンド専任部署にてスムーズな対応を行える体制構築をさらに推進します。また、国際的に高い医療水準を誇る病院と提携し、訪日客を対象としたメディカルツアーを提供します。



■ インバウンドツアーの強化

# 2026年1月期の取り組み⑤【トラベル事業】

トラベル  
事業

## 新規事業 の開始①

「100歳まで元気でハッピーに」という理念を掲げ、メンバーズサロン、「100 Club (ワンハンドレッドクラブ)」を発足。人生を豊かにするエグゼクティブクラブというコンセプトのもと、名門コースでの会員限定ラウンド、コンペ、ツアー、食事会、プロのゴルフレッスンなど人生を味わいつくし楽しむサロン運営を行います。



■メンバーズサロンの発足

トラベル  
事業

## 新規事業 の開始②

マッチングゴルフサロン「ル・リアン (Le Lien)」事業を開始しました。独身の40～90代を対象に、ゴルフを通じて自然な交流を支援することで、仲間づくり・出会いを提供する新サービスを提供します。当社のゴルフ用品販売事業とも協働し、イメージコンサルティングやウェア提案なども行います。



■ゴルフを通じた出会いを提供



# 2026年1月期の取り組み⑥【グループ全体】

全社

## 広告宣伝の強化

当社グループの各種サービスの認知度・注目度向上を目的として、広告活動の強化を行います。当社グループはゴルフ場向けサービス、ゴルファー向けサービス、旅行者向けサービス、AI技術やシステム・エンジニアリングサービスなど事業内容が多岐に渡っていることから、認知度が不十分なサービスが存在します。そのため、ブランディング強化をするべく、従来のWEB広告に加え、交通広告(タクシー)やSNS広告を開始しました。広告の効果により各サービスが急激に伸長することが予想されます。

### ブランディング強化

#### 広告宣伝の強化

#### 主要な目的

#### 副次的な効果





# 2026年1月期連結業績予想

---

# 通期連結業績予想 ～2026年1月期～

売上高

4,500百万円

営業利益

180百万円

既存事業であるゴルフ事業・トラベル事業ともに堅調に推移し、下半期はDX支援サービス、不動産事業等の新規事業が一定の収益を生み出すことを想定しております。さらに広告活動の強化や、AIの活用により既存サービスの省力化・加速化・品質の向上を行うことで、各事業の収益拡大に拍車がかかることを見込んでおります。加えて、M&Aによる成長加速化を推進します。

単位：百万円

	2025年1月期 通期業績	2026年1月期 通期業績予想	前年同期 増減率
売上高	4,127	4,500	+9.0%
営業利益	90	180	+99.9%
経常利益	74	160	+115.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2	120	+5900.0%

上記の業績予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績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可能性があります。



本資料の著作権は株式会社バリューゴルフにあります。本資料の内容の一部または全部における無断転載を固く禁じます。  
本資料に関するお問い合わせは 当社IRグループ ([ir-inquiry@valuegolf.co.jp](mailto:ir-inquiry@valuegolf.co.jp) / 03-6435-1535)までお願いします。