

株式会社IKホールディングス 2026年5月期第1四半期 決算説明資料

東証スタンダード・名証プレミア（2722）

株式会社 I Kホールディングス
2025年10月8日

- 01 事業の説明
- 02 FY2026 1Q 決算実績
- 03 FY2026 業績予想
- 04 Appendix

01 事業の説明

02 FY2026 1Q 決算実績

03 FY2026 業績予想

04 Appendix

0

1

マーケティングメーカー概念図

マーケティングメーカー

アイケイグループは独自のプロモーション戦略で、商品の**企画・製造・販売・物流**を自社で一貫して行う

マーケティングメーカーです。

「**ダイレクトマーケティング**」、
「**セールスマーケティング**」の販

売の両軸を回し続けることで、コアとなる商品開発の歯車を回転させていきます。

このようなビジネスモデルを当社では「**マーケティングメーカー**」と呼んでおります。



自社開発商品

食品



果肉たっぷりいちごミルクの素



熟成黒にんにく



ひとり分の参鶏湯風



プラセンタinコラーゲン13000

化粧品



Tottimo!



Cocoegg



Nanarobe



LB

雑貨



Medifeel 立体エアーマット



Medifeel 立体エアークッション



らくらくマイカート EcoCa



あとりえOKADA

01 事業の説明

02 FY2026 1Q 決算実績

03 FY2026 業績予想

04 Appendix

当社グループの事業構成図

ダイレクトマーケティング事業

TVショッピングルート

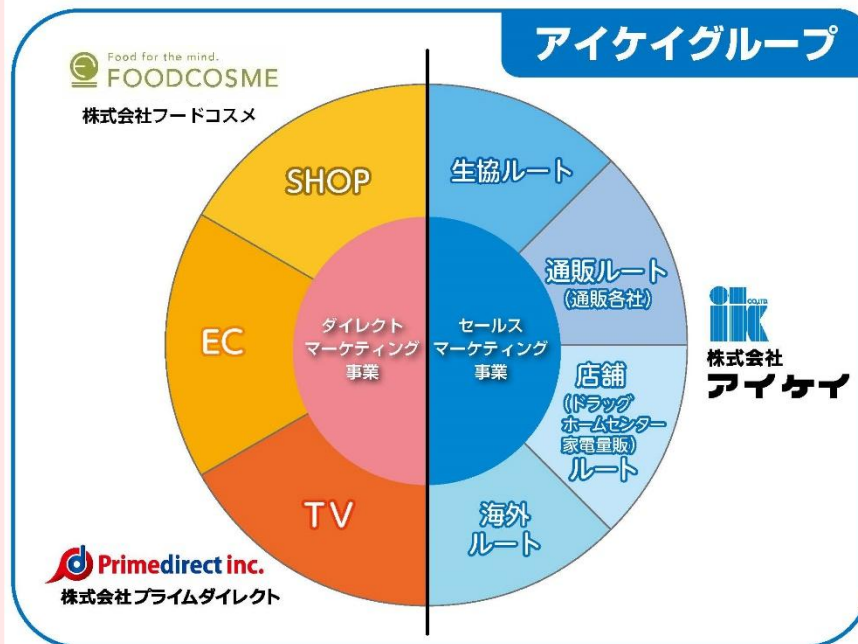
TVショッピングでの自社開発商品の販売。

ECルート

自社ECサイトでの販売や、定期購入型やリカーリングを通じたECでの販売を手掛ける。

SHOPルート

韓国化粧品ブランドの正規販売代理店。全国の都市型商業施設を中心に、店舗展開を行う。



セールスマーケティング事業

生協ルート

全国の生活協同組合への商品の卸売りを行っており、アイケイの祖業。現在でもグループの収益基盤

通販ルート

TVショッピング・カタログ通販や、ネット通販会社への卸売

店舗ルート

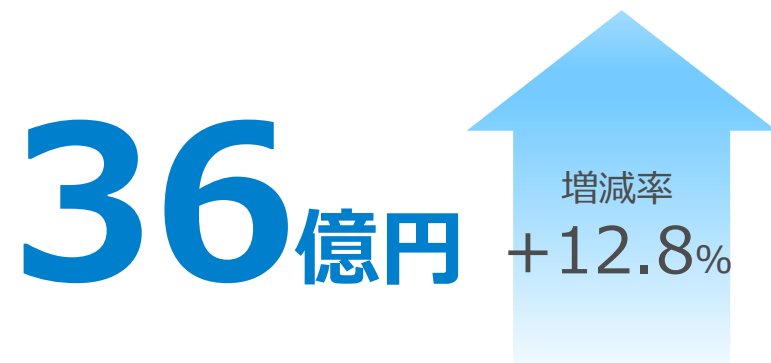
ドラッグストアやバラエティショップといった小売店舗に商品を卸売

海外ルート

中国、東南アジアを中心に当社のPB商品（プライベートブランド）を海外に向けて販売

トピックス

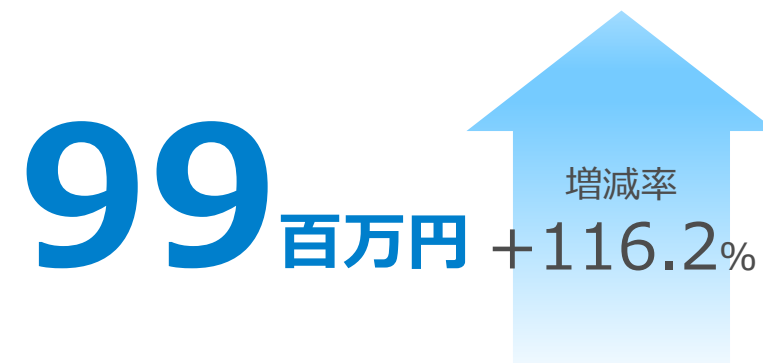
売上高



営業利益



調整後EBITDA



セールスマーケティング事業 店舗ルートを増収

前年比
169.3%

コンビニエンスストアでの販売開始

ma:nyo



BRAVE



業績ハイライト

単位：百万円

増収・増益

- ◆ 売上高は前年同期比12.8%増加
(ダイレクトマーケティング事業で11.3%減、セールスマーケティング事業で21.6%増)
- ◆ 営業利益は前年同期比より58百万円増
- ◆ 親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期の66百万円に対し今期は35百万円
- ◆ 調整後EBITDAは99百万円

韓国コスメ拡販

- ◆ 韓国コスメでは「manyo」と「BRAYE」がコンビニエンスストアで販売が開始されたことから韓国コスメの売上は前年同期比56.1%増加

売上高 3,676 (112.8%)
前年同期比

売上総利益 1,383 (103.1%)

調整後
EBITDA※ 99 (216.2%)

営業利益 68 (672.8%)

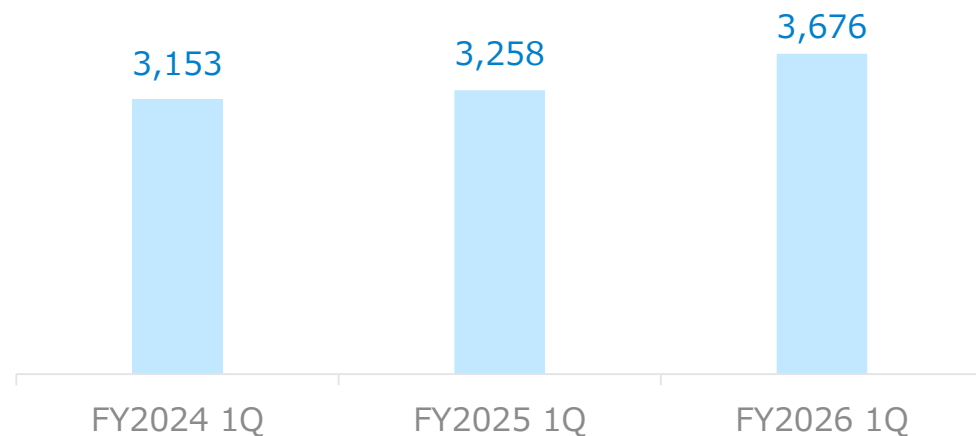
親会社株主に帰属する
四半期純利益 35 (53.4%)

※ 調整後EBITDA = EBITDA (営業利益+償却費) + M&A関連費用+構造改革費用

主要な経営指標の推移

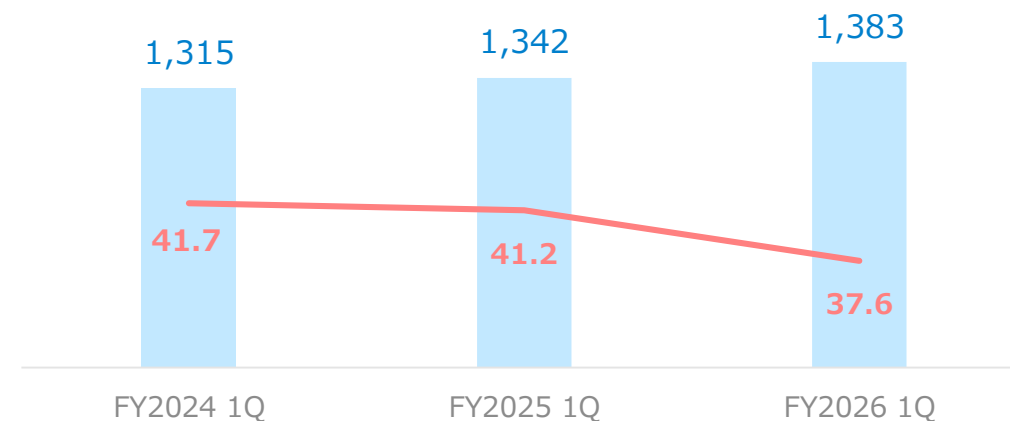
売上高

(百万円)



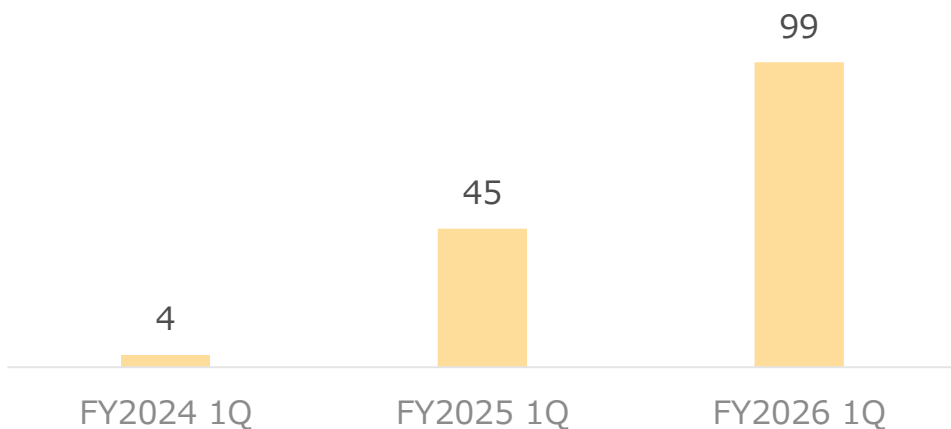
売上総利益/率

(百万円、%)



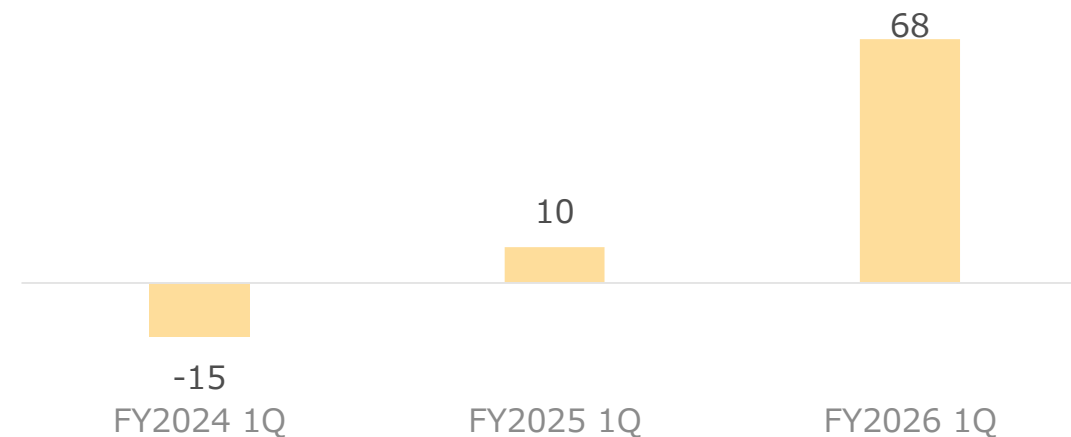
調整後EBITDA

(百万円)



営業利益

(百万円)



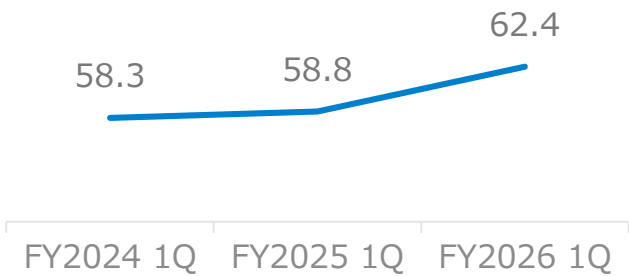
※ 調整後EBITDA = EBITDA (営業利益 + 償却費) + M&A関連費用 + 構造改革費用

FY2026 1Q業績 (YoY)

1Q連結実績

- ◆ QoQでは売場拡大による増収増益
- ◆ 主な要因は以下の2点
 - ①ECでの売上高の増加
 - ②韓国コスメの販売店舗数増による売上高の増加

原価率の推移 (連結) (%)



百万円	FY2025 1Q (2023年6月～2023年8月)		FY2026 1Q (2024年6月～2024年8月)	
	実績	QoQ	実績	QoQ
売上高	3,258	3.3%	3,676	12.8%
売上総利益 (売上総利益率)	1,342 41.2%	2.0%	1,383 37.6%	3.1%
販売管理費 (販売管理費率)	1,331 40.9%	0.1%	1,315 35.8%	△1.3%
調整後EBITDA	45	891.5%	99	116.2%
営業利益 (営業利益率)	10 0.3%	— %	68 1.9%	572.8%

セグメント別 決算実績

ダイレクト、セールスの状況

【売上】

- ◆ ダイレクトマーケティング事業ではECルート・SHOPルートの売上は前第1四半期から増加したが、TVショッピングの売上が大幅に減少した結果、ダイレクトマーケティング事業全体で11.3%減少

- ◆ セールスマーケティング事業では韓国コスメを取り扱う店舗ルートは前第1四半期比で69.3%増加

【売上総利益率】

- ◆ ダイレクトマーケティング事業ではEC・SHOPでの売上の増加に伴い0.8ptアップ
- ◆ セールスマーケティング事業では韓国コスメの卸売売上の増加に伴い3.2ptダウン

百万円	ダイレクト マーケティング	セールス マーケティング	調整額	連結
売上高 (FY2025 1Q)	770 (868)	2,904 (2,389)	0 (1)	3,676 (3,258)
売上総利益 (FY2025 1Q)	434 (481)	944 (852)	5 (7)	1,383 (1,342)
売上総利益率 (FY2025 1Q)	56.3% (55.5%)	32.5% (35.7%)		37.6% (41.2%)
営業利益※ (FY2025 1Q)	34 (15)	204 (135)	△170 (△140)	68 (10)
営業利益率 (FY2025 1Q)	1.3% (1.7%)	2.1% (5.7%)		1.9% (0.3%)

※1 営業利益の調整額△170百万円には、主に各報告セグメントに配分していない持株会社運営に係る全社費用であります。

セグメント別 販売管理費

販管費比率の増減

- ◆ 広告宣伝費はダイレクトマーケティング事業において、出稿数が減ったことにより8.9ptダウン
- ◆ 物流費はダイレクトマーケティング事業において、EC売上の増収に伴い0.2ptアップ
- ◆ 販売費及び一般管理費は、比率で前第1四半期より売上高の増加により5.1ptダウン。実額において16百万円減少。

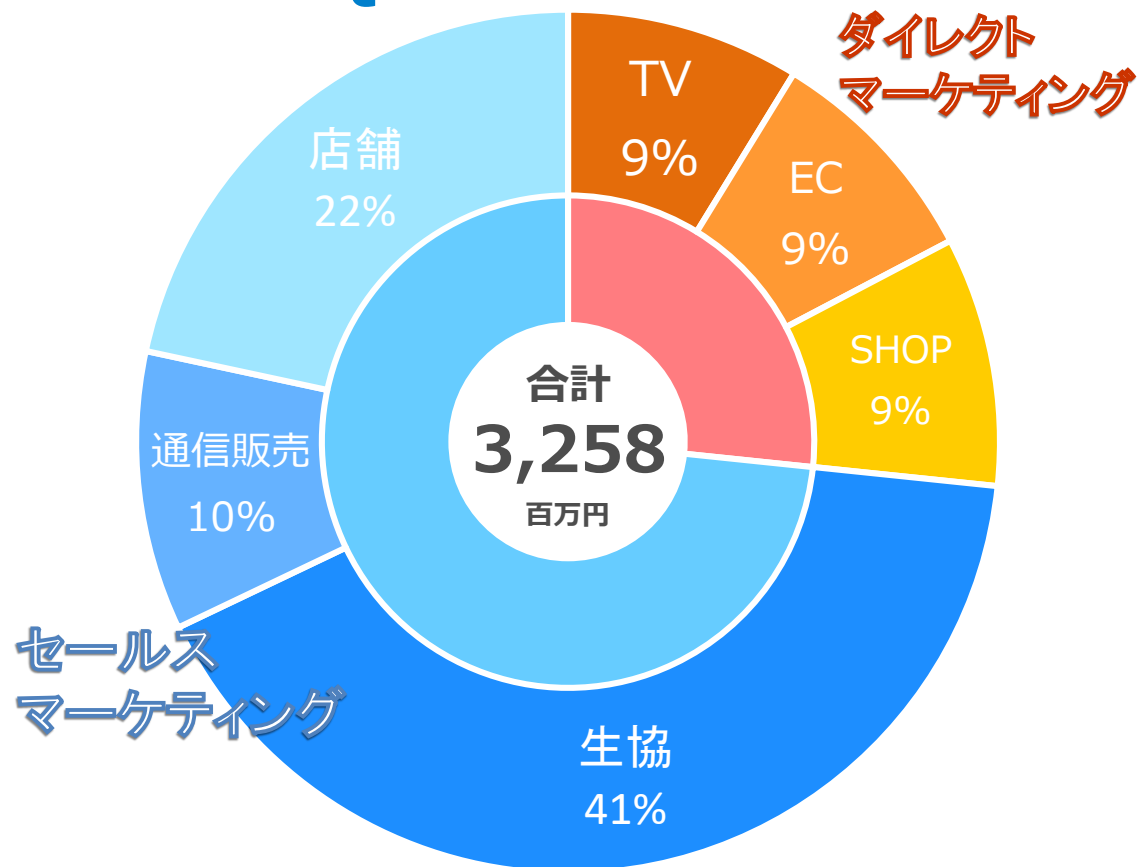
百万円	ダイレクト マーケティング	セールス マーケティング	調整額	連結
人件費	87	162	89	339
売上比 (FY2025 1Q)	11.4% (10.0%)	5.6% (5.7%)		9.2% (9.4%)
広告宣伝費	90	211	0	302
売上比 (FY2025 1Q)	11.8% (20.7%)	7.3% (10.7%)		8.2% (13.4%)
物流費	57	184	0	243
売上比 (FY2025 1Q)	7.5% (7.3%)	6.4% (7.7%)		6.6% (7.6%)
その他	163	181	85	430
売上比 (FY2025 1Q)	21.2% (15.8%)	6.2% (5.9%)		11.7% (10.5%)
販売費及び 一般管理費	399	739	176	1,315
売上比 (FY2025 1Q)	51.8% (53.8 %)	25.5% (30.0%)		35.8% (40.9%)

※調整額合計176百万円は、主に各報告セグメントに配分していない持株会社運営に係る全社費用であります。

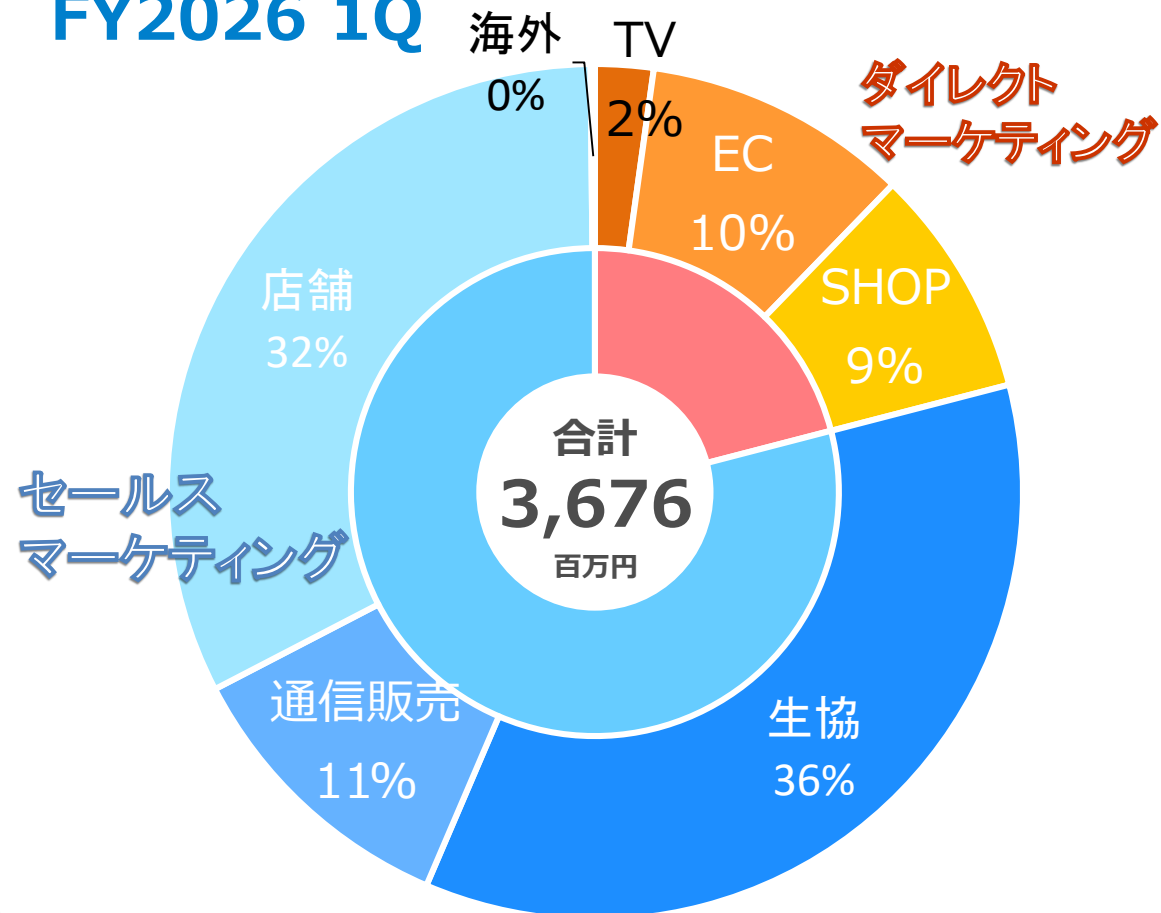
販路別売上内訳

ルート別ではTVルートが前期から7pt減少、店舗ルートが前期から10pt増加。

FY2025 1Q



FY2026 1Q

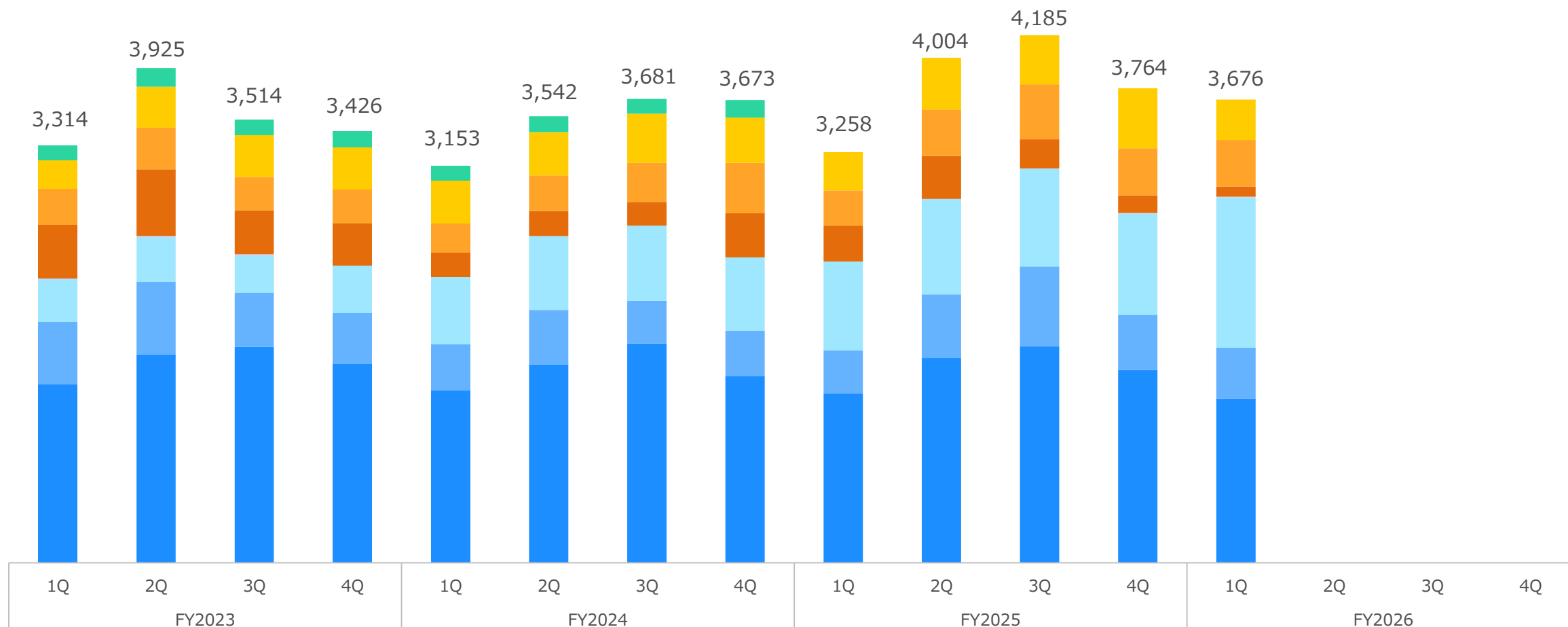


販路別売上内訳

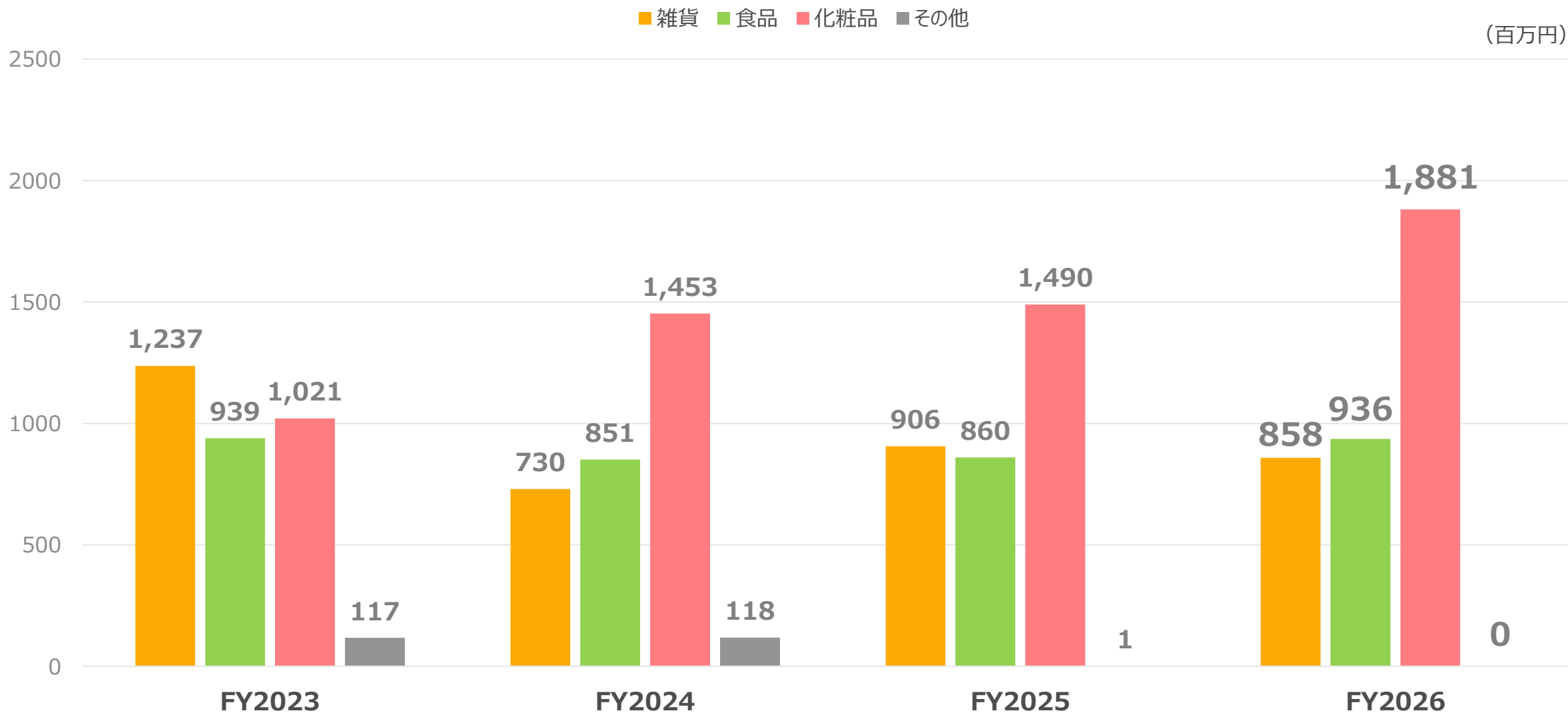


(百万円)

※ITソリューション事業は2024年5月期で終了

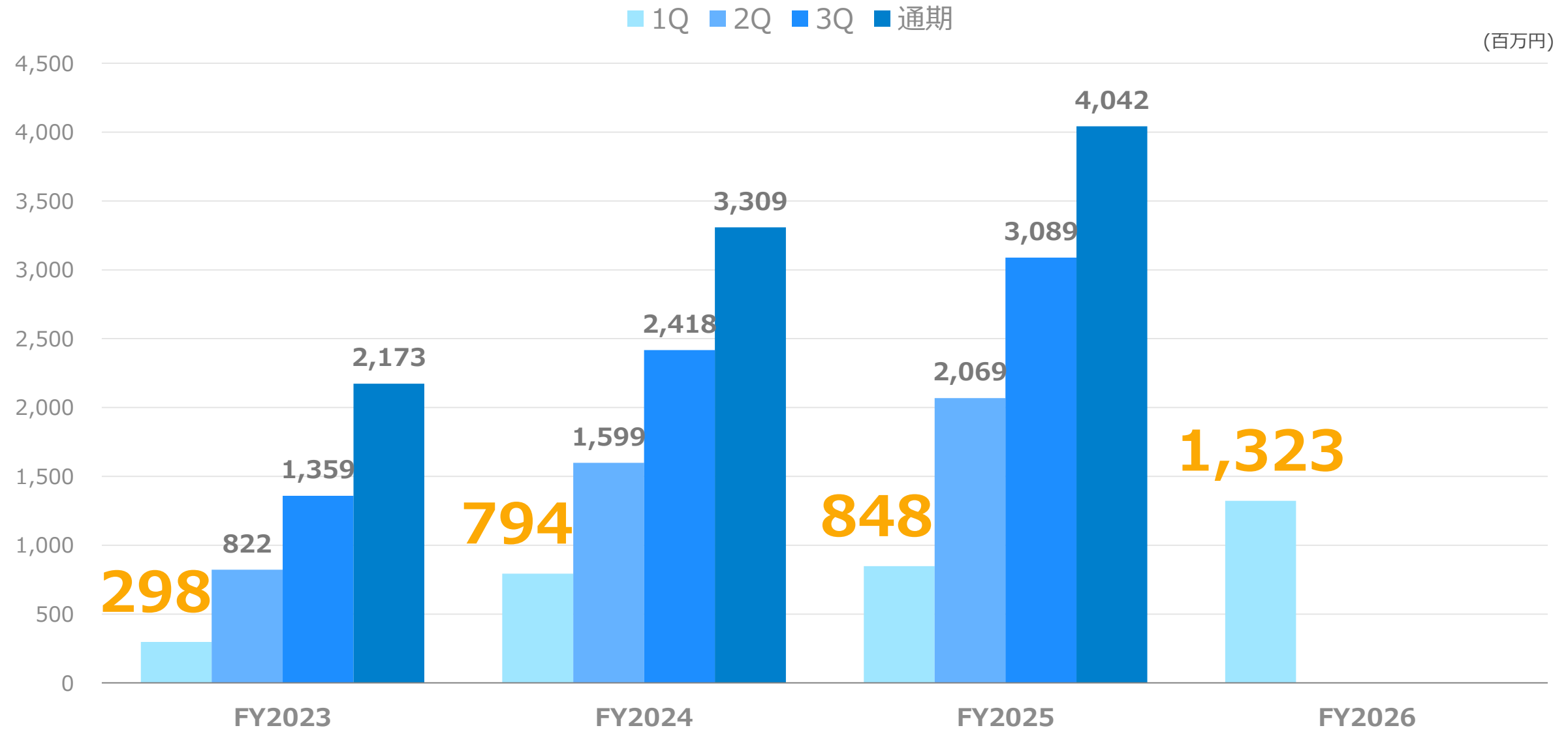


カテゴリー別売上高推移

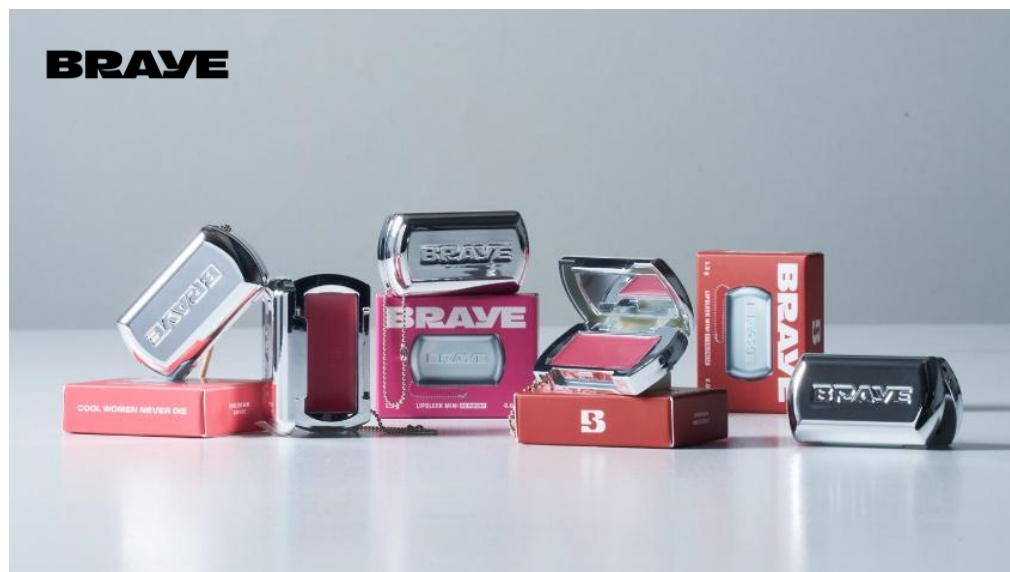


※ その他は、連結の範囲から外れたITソリューション事業等の売上減少分です。

韓国コスメの売上高推移



ma:nyo



2025年8月30日より 全国のセブン-イレブン*にて 2ブランド発売開始

* 一部お取り扱いのない店舗がございます

トピックス

UIQ
MY MICROBIOME
POP-UP IN
DAIKANYAMA

2024年夏に銀座、2025年春に新宿で開催されたRIIZEとUIQのポップアップストアが
皆さまのご要望にあおえし、自然の心地よさと都会の洗練が調和する代官山 蔦屋書店に登場

代官山 蔦屋書店1号館1階POP UPスペース
8.7 - 8.20



UIQ 代官山 蔦屋書店にて ポップアップストア を開催

トピックス



株式会社アイケイ（連結子会社）
「えるぼし認定」
最高位3つ星を取得

トピックス 新商品・キャンペーン



「女性の果実」
ざくろ100%使用
トルコ産ざくろの濃縮エキス
新発売



AROMATICA
「ローズマリー & オレンジスカルプスクラブ」
新発売



SKINFOOD
「ライスブライトニングライン」
新発売



「金賞の一膳」
セタキャンペーン



manyo
美顔器「PLASMA SHOT BOOSTER」
新発売



コラーゲン粉末
「ULuOi Collagen 5000」
新発売



Tottimo!
「Tottimo! ブリーチケアマスク」
新発売



SKINFOOD
「ピーチコットンライン」
新発売

トピックス 近況



getpop

ブランドの「消費者」を「発信者」へ。

株式会社powが展開する
SNS広告事業
『getpop』を事業譲受

- 01 事業の説明
- 02 FY2026 1Q 決算実績
- 03 FY2026 業績予想**
- 04 Appendix

業績予想 サマリー

※単位 百万円

売上高

16,400 百万円 (107.8 %) 前期比

営業利益

500 百万円 (117.6 %)

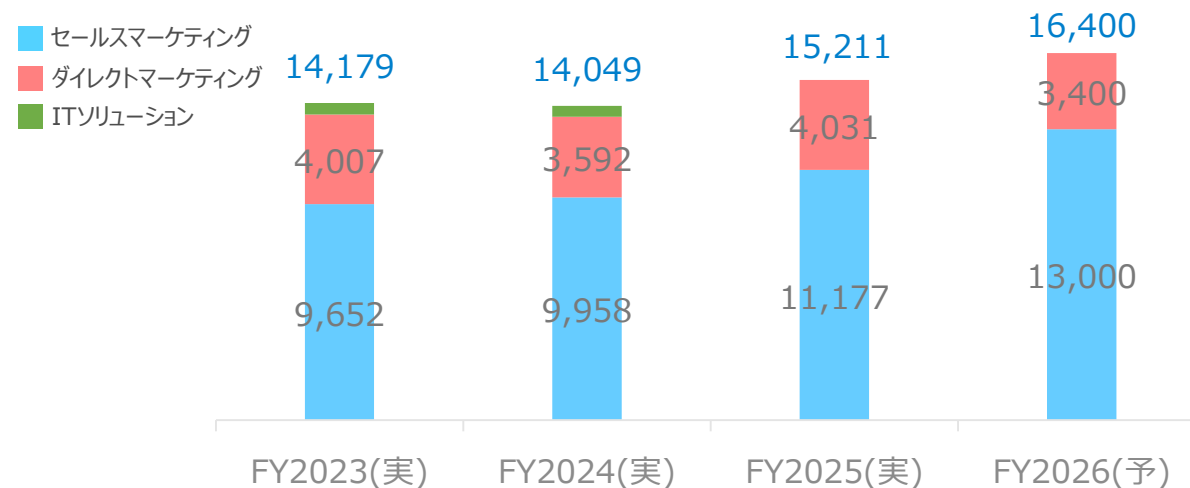
経常利益

480 百万円 (115.4 %)

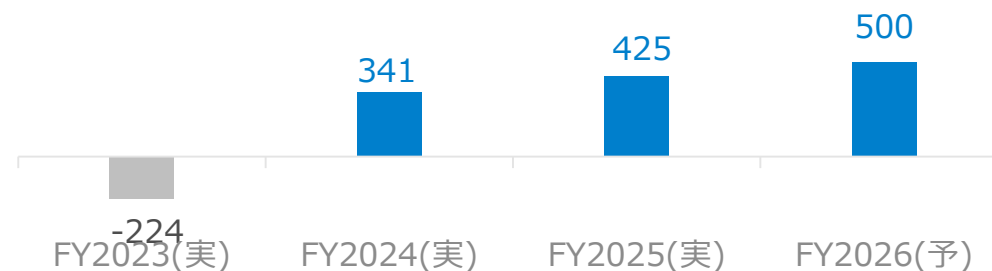
親会社株主に帰属する当期純利益

325 百万円 (101.2 %)

連結売上高推移



連結営業利益推移



業績予想

	FY 2025		FY 2026 (予)		
	実績 (百万円)	売上比	予想 (百万円)	売上比	YoY
売上高	15,211	100.0%	16,400	100.0%	107.8%
営業利益	425	2.8%	500	3.0 %	117.6%
経常利益	416	2.7%	480	2.9 %	115.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	321	2.1%	325	2.0 %	101.2%
1株当たり配当金	8.0円		9.0円		

01 事業の説明

02 FY2026 1Q 決算実績

03 FY2026 業績予想

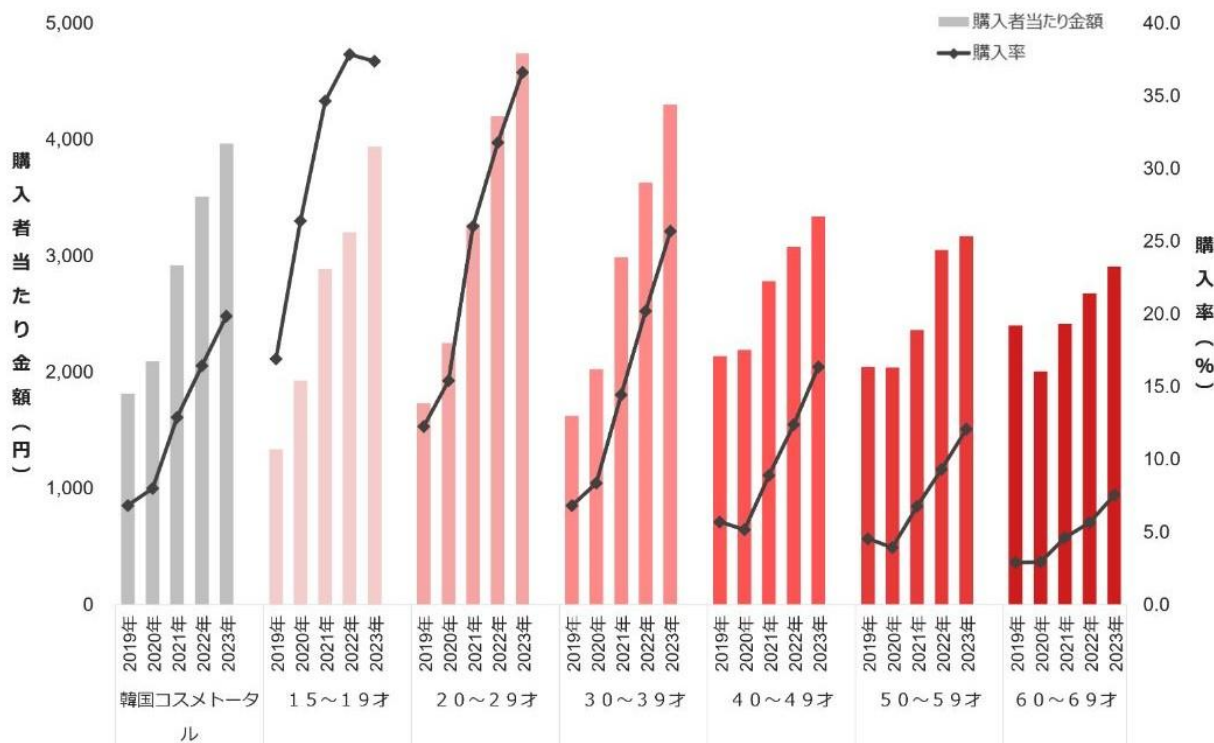
04 Appendix



韓国コスメが支持されている理由と年齢層

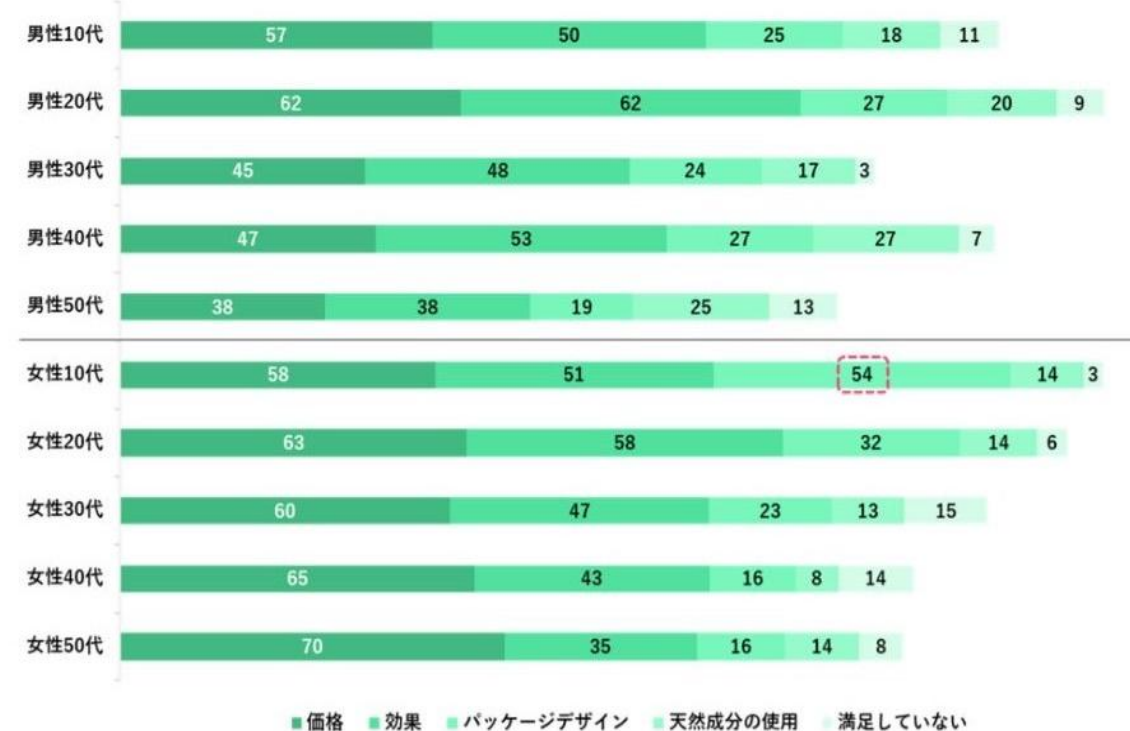
- ・韓国コスメの購入金額はどの年代も右肩上がりで伸びており、ユーザーの中で韓国コスメの定着・使用アイテムが拡大している様子がうかがえる。
- ・韓国コスメの満足度については「価格」に対する満足度が最も高く、次いで「効果」となった。
一方、「満足していない」は15%以下の少数派で、すべての年代で満足度の高さがうかがえる。

韓国コスメ 年代別 購入率と購入者当たり金額 N=40,000



“好調な韓国コスメ市場 ユーザーはどこまで広がった？”. 知るギャラリー | インテージ. 2024-5-7.
<https://gallery.intage.co.jp/koreancosme/>, (参照2024-11-18)

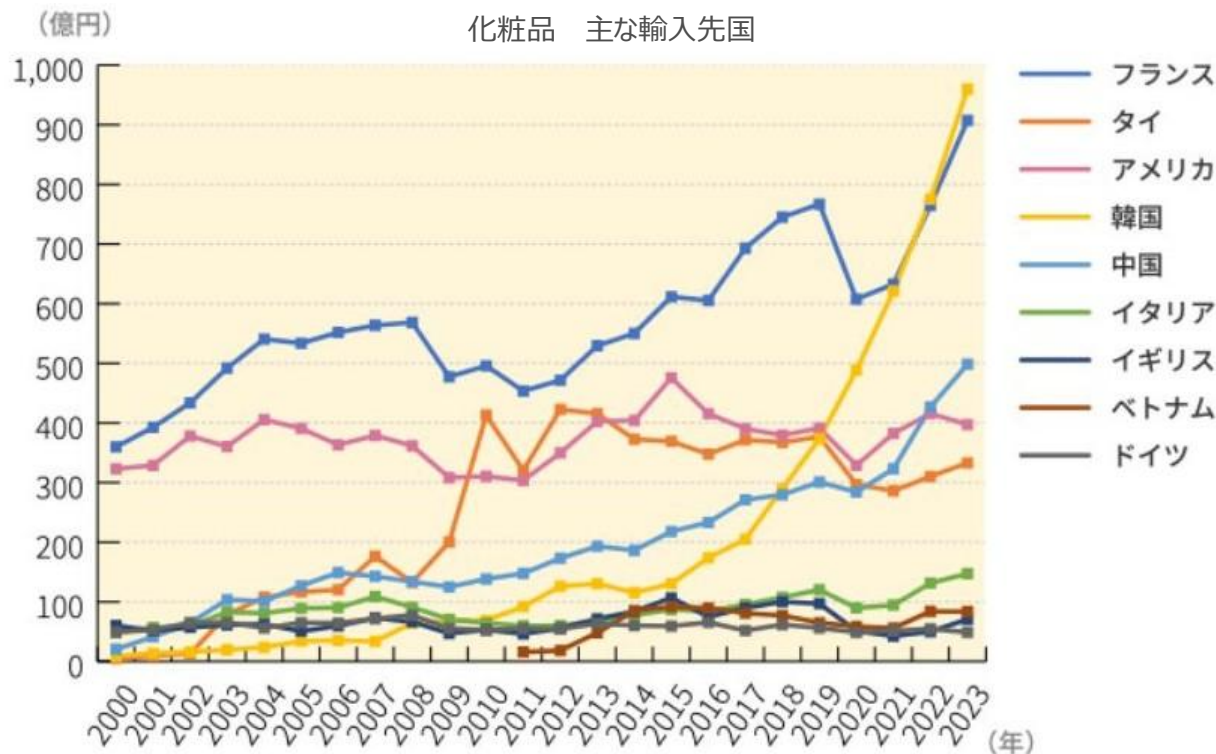
▼韓国コスメのどの部分に満足しているか ※複数回答 (%) n=404



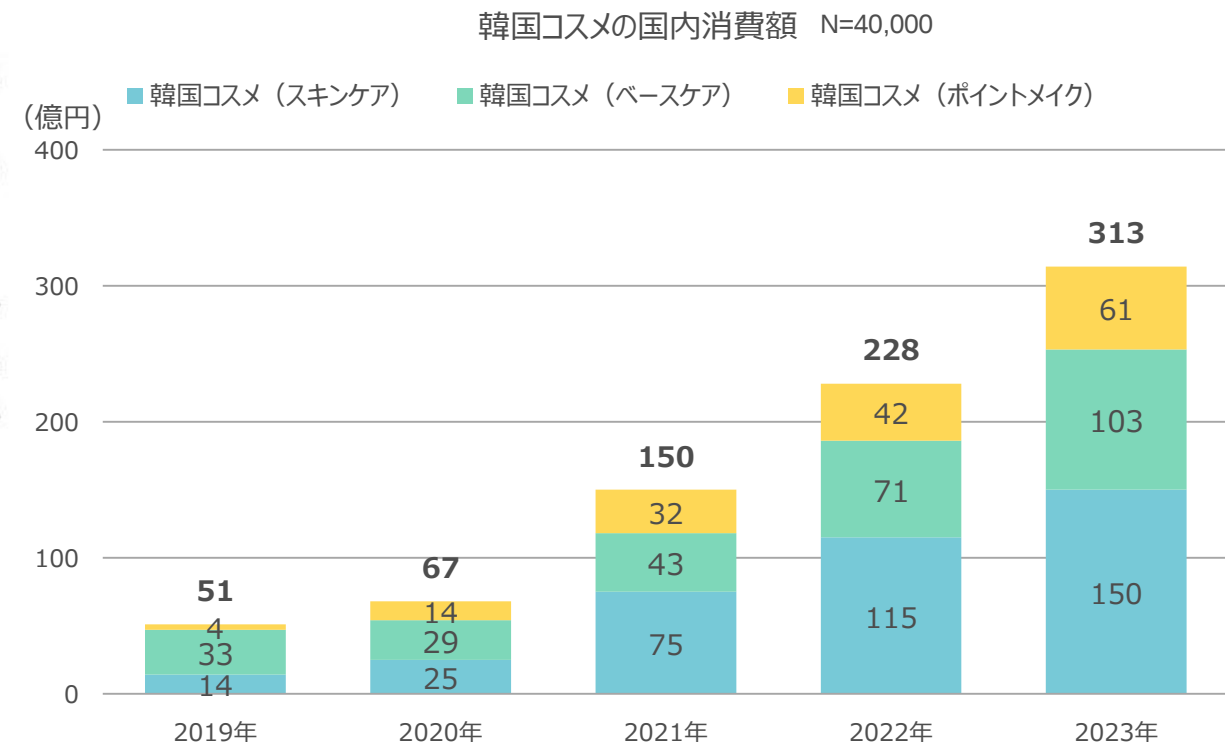
“韓国コスメに関する調査”. Pontaリサーチ公開レポート | ロイヤリティマーケティング. 2023-7-24.
<https://biz.loyalty.co.jp/report/084/>, (参照2024-11-18)

韓国コスメの輸入額と消費額

- ・2023年の日本の化粧品輸入実績は、**韓国**が首位で輸入実績959.4億円（前年比123.8%）。2位はフランスで、輸入実績907.4億円（前年比118.7%）。韓国は2022年に続き**2年連続で首位**となった。
- ・韓国コスメの消費額は2019年から年々成長し、**5年間で約6倍**にまで拡大。特にスキンケアは10倍以上、ポイントメイクは15倍以上の伸びを見せる。

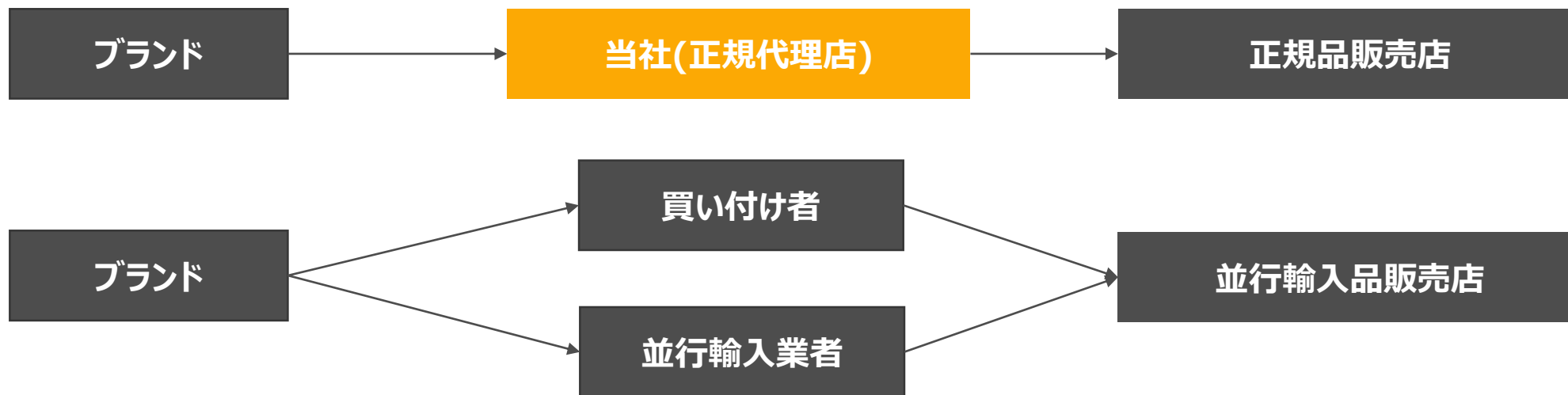


“4.化粧品の輸出入”. 化粧品統計 | 日本化粧品工業会. 2024-10-29.
<https://www.jcia.org/user/statistics/trade>, (参照2024-11-18)



“好調な韓国コスメ市場 ユーザーはどこまで広がった?”. 知るギャラリー | インテージ. 2024-5-7.
<https://gallery.intage.co.jp/koreancosme/>, (参照2024-11-18)

韓国コスメ 正規代理店であることの優位性

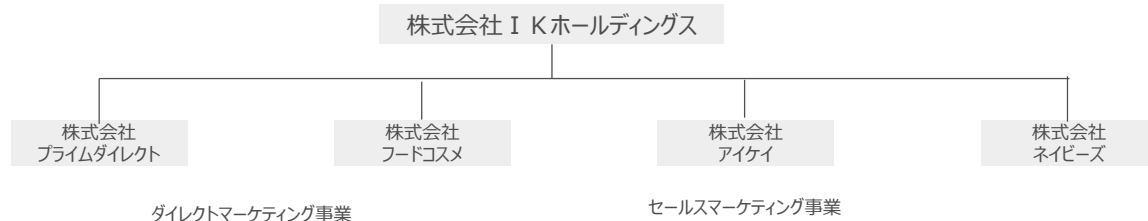


正規代理店であることの優位性

- ・ 直接正規ルートで輸入をしているため、**商品供給の安定性**や品質保持が確保できる
- ・ 当グループで品質管理を行っているため、**日本の品質基準にあった商品の選定**が可能
- ・ 在庫安定性や品質の担保ができているため、**国内大手チェーンストア**との取引が可能
- ・ 購入後の**アフターサービスの充実**
- ・ **日本語**での商品情報の理解が可能

会社情報

会社名	株式会社 I Kホールディングス	
設立	1982年5月	
資本金	620百万円	
本社 支社	名古屋市中村区名駅三丁目26番8号 KDX名古屋駅前ビル5F 東京都中央区銀座一丁目7番3号 京橋三菱ビル7F	
従業員数	180名（2025年5月末日時点 連結）	
経営陣	代表取締役社長 長野 庄吾 取締役会長 飯田 裕 常務取締役 高橋 伸宜 常勤監査等委員 山本 あつ美 監査等委員 和田 圭介 監査等委員 大庭 崇彦	
グループ 事業内容	ダイレクトマーケティング事業 セールスマーケティング事業	
上場市場	東京証券取引所 スタンダード市場 名古屋証券取引所 プレミア市場	



沿革

1982年	5月	アイケイ商事有限会社 設立
1983年	4月	愛知県生活協同組合連合会との取引を開始
1990年	4月	有限会社から株式会社へ組織変更、社名を株式会社アイケイに変更
2001年	12月	JASDAQ上場
2009年	6月	株式会社フードコスメ（100%子会社）を設立
2010年	12月	アルファコム株式会社の株式取得
2013年	2月	プライベートブランド化粧品「LB」販売開始
2014年	9月	株式会社プライムダイレクトの株式取得（100%子会社化）
2018年	2月	東京証券取引所(市場第二部)市場変更 名古屋証券取引所(市場第二部)上場
2020年	12月	東京証券取引所および名古屋証券取引所市場第一部指定
2021年	12月	コミュニケーション・ブリッジ株式会社を孫会社化
2022年	4月	東京証券取引所プライム市場および名古屋証券取引所プレミア市場に移行
2022年	4月	アルファコム株式会社を存続会社としコミュニケーション・ブリッジ株式会社を吸収合併
2022年	7月	会社分割による持株会社体制へ移行のため株式会社アイケイ分割準備会社を設立
2022年	12月	株式会社 I Kホールディングスに商号変更 株式会社アイケイ分割準備会社は株式会社アイケイに商号変更
2023年	10月	東京証券取引所プライム市場からスタンダード市場へ移行
2024年	6月	アルファコム株式会社を株式譲渡

本資料および本説明会に含まれる予想値及び将来の見通しに関する記述は、弊社が現在入手可能な情報による判断および仮定に基づいております。その判断や仮定に内在する不確実性及び事業運営や内外の状況変化により、実際に生じる結果が予測内容とは実質的に異なる可能性があります。弊社は、将来予測に関するいかなる内容についても、その確実性を保証するものではありません。また、本資料は、情報の提供を目的とするものであり、弊社により何らかの行動を勧誘するものではありません。



IRメール配信サービスの
登録はこちらから

