

2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

2026年8月14日
株式会社UNIVA・Oakホールディングス

1、グループ連結業績_2027/3月期 第1四半期

売上高は、728百万円となり、前期比285百万円増加しました。
一方、営業利益は、△188百万円となり、前期比34百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2026/3月期 1Q	2027/3月期 1Q	増減額	増減率
売上高	442	728	285	64.5%
営業利益	△154	△188	△34	—
経常利益	△265	△169	96	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△265	148	414	—

2、セグメント別業績（サマリー） _ 2027/3月期 第1四半期



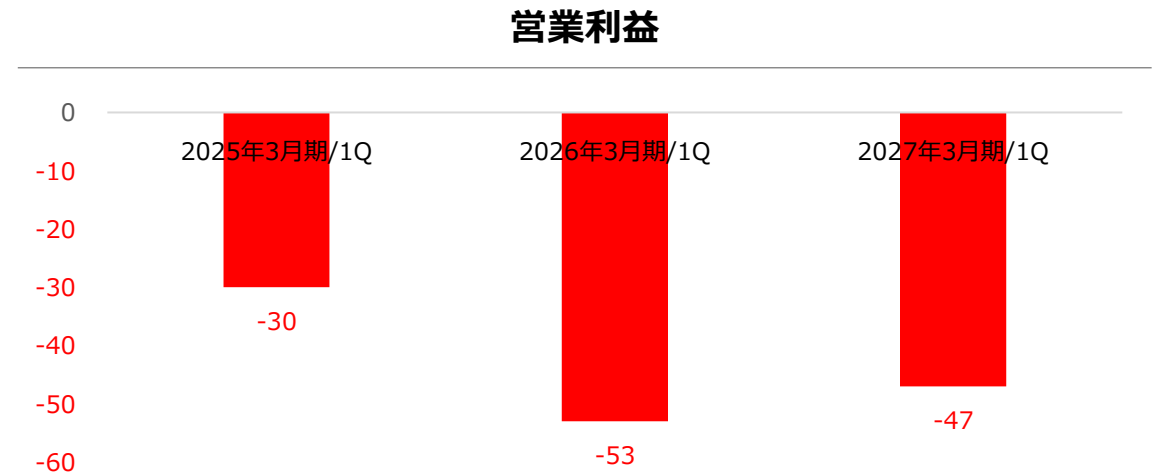
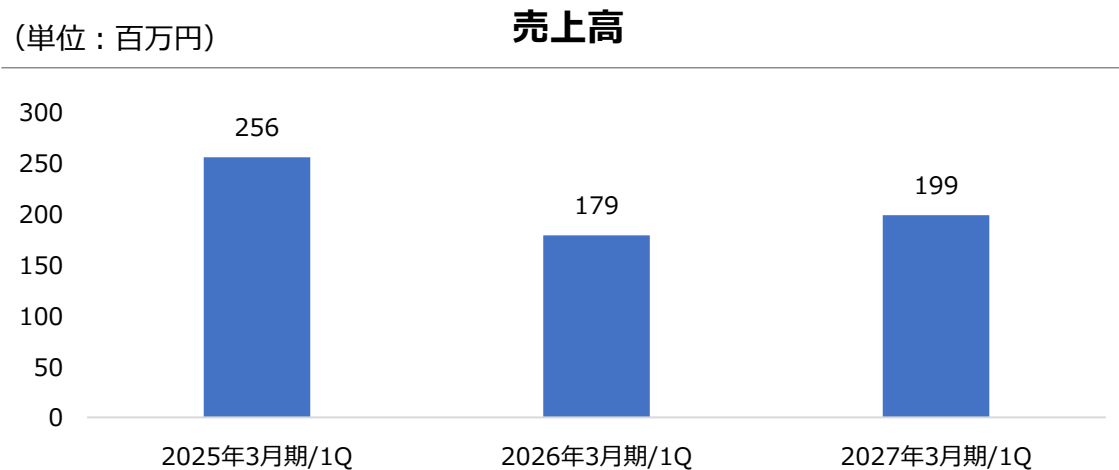
(単位：百万円)

		2026/3月期 1Q	2027/3月期 1Q	増減額	増減率
再生可能エネルギー事業	売上高	179	199	20	11.2%
	営業利益	△53	△47	6	—
ビューティー＆ヘルスケア事業	売上高	143	84	△58	△40.9%
	営業利益	△24	△62	△38	—
トレーディング事業	売上高	—	271	271	—
	営業利益	—	△8	△8	—
成長支援事業	売上高	1	46	44	2,807.5%
	営業利益	△20	8	28	—
デジタルマーケティング事業	売上高	77	80	2	3.6%
	営業利益	△1	△3	△2	—
その他	売上高	59	69	9	15.2%
	営業利益	△2	△11	△8	—

3、セグメント別業績_再生可能エネルギー事業

売上高は太陽光発電設備の納品が順調に進捗し、メンテナンス事業の売上増加等により**199百万円**となり、前年同期比20百万円増加しました。営業利益は、**△47百万円**となり、前年同期比6百万円改善しました。

(単位：百万円)	2026/3月期 1Q	2027/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	179	199	20	11.2%	太陽光発電設備の納品が順調に進捗したことに加え、メンテナンス事業の売上増加及び自家消費案件の前倒し納品により、増収となった。	○
営業利益	△53	△47	6	—	売上増加に伴い営業赤字が縮小し、損失改善となった。	×



4、再生可能エネルギー事業_第1四半期振り返り

今期の事業方針に基づく取り組みに対し、結果は以下の通りです。

今期の事業方針

1Qの振り返り

電源開発

- ✓ 市場環境や収益性を踏まえ、低圧の電源開発から高圧案件及び系統用蓄電所案件への事業シフトを推進する。

- 高圧案件については5件の提案を実施しており、顧客との協議や条件調整を進めた結果、案件化が着実に進展した。引き続き、2Q以降の契約獲得に向けた取り組みを推進する。

自家消費

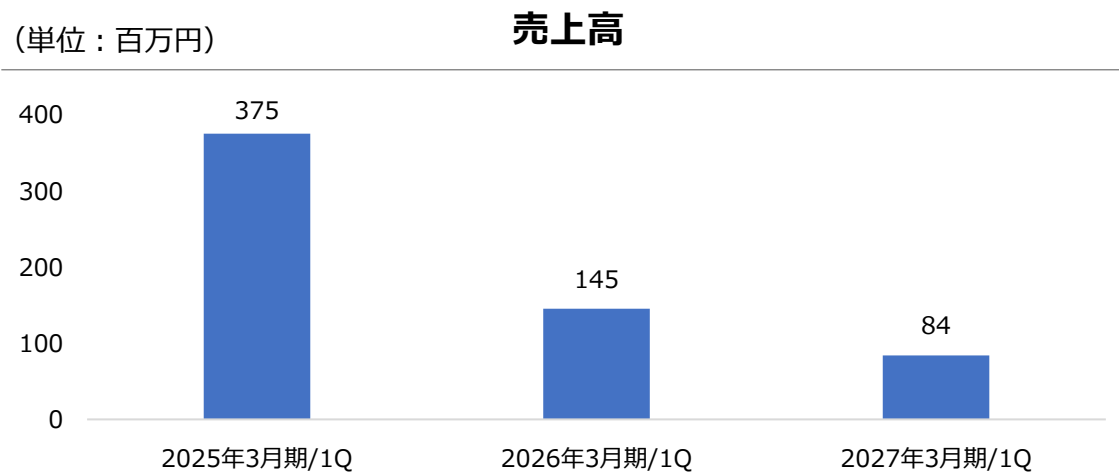
- ✓ 補助金制度を活用した提案営業を推進し、自家消費型太陽光発電設備における新規顧客の開拓を強化する。

- 1Qでは前期の実績を基盤として複数の候補先との商談を推進し、新規案件の獲得に向けた営業活動が着実に進捗した。

5、セグメント別業績_ビューティー＆ヘルスケア事業

売上高は、ビューティー製品の販売が想定を下回り**84百万円**となり、前年同期比**△58百万円**減少しました。
営業利益は、**△62百万円**となり、前年同期比**△38百万円**悪化しました。

(単位：百万円)	2026/3月期 1Q	2027/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	143	84	△58	△40.9%	新たに注力したビューティー製品の販売が想定を下回って推移したことにより、売上の伸びが鈍化した。	×
営業利益	△24	△ 62	△38	—	売上減少に伴う利益減少を販管費の削減では補いきれず、営業赤字が拡大した。	×



6、ビューティー＆ヘルスケア事業_第1四半期振り返り

今期の事業方針に基づく取り組みに対し、結果は以下の通りです。

今期の事業方針

1Qの振り返り

ヘルスケア製品

- ✓ コンブチャクレンズで培ったブランド認知と顧客基盤を活かし、新たなコンセプトを取り入れたリニューアル商品を発売することで、新規顧客の獲得と既存顧客の継続購入を推進する。

- 新商品の開発は計画どおり進捗しており、発売に向けた準備を着実に推進した。なお、発売時期は当期後半を見込んでいる。

ビューティー製品

- ✓ Waterless Lifty Serumのブランド認知拡大を推進するとともに、同シリーズを軸とした新商品の展開を加速し、既存顧客のLTV向上及び新規顧客の獲得を図る。

- Waterless Bouncy Essence Lotionを発売し、Waterlessシリーズのラインアップ拡充を進めたものの、ブランド認知の浸透には至らず、販売拡大が今後の課題となった。

7、ビューティー＆ヘルスケア事業_IRリリース_トピックス

WATERLESSシリーズのラインアップ拡充に向け、独自の無加水処方と発酵由来成分を活用した高付加価値商品を展開し、差別化されたブランド価値の確立と新たな顧客層の獲得を目指します。

WATERLESSシリーズのラインアップを拡充へ

商品特徴

1. 無加水処方による高濃度設計

水を使わないウォーターレス処方を採用し、美容成分を高濃度に凝縮して肌に届ける設計。

2. 発酵由来成分を主軸とした独自処方

ガラクトミセス培養液とBMFコラーゲン配合で角層をうるおし、乾燥小ジワを目立たなくする処方。

3. マイクロエマルジョン技術の採用

BMFコラーゲンを微細化し角層になじみやすく設計、うるおい持続と軽やかな使用感を両立。

4. 香りの設計

ベルガモットの爽やかさとサンダルウOODの深みが調和し、心地よいスキンケア時間を演出。



〈WATERLESS
BOUNCY
ESSENCE LOTION〉

マーケティング戦略

ブランドイメージ の構築

Ce'Parfait Waterlessシリーズは「常識を疑う」を掲げ、無加水処方や配合比率の公開に挑戦。濃度だけでなく設計思想の透明性も重視し、誠実なものづくりを追求するブランド。

ターゲット層

30代以降の女性を中心に、成分の質や処方背景を重視するEC層を想定。乾燥・ハリ不足・くすみなどの悩みを持つ感度の高い層へ訴求する。

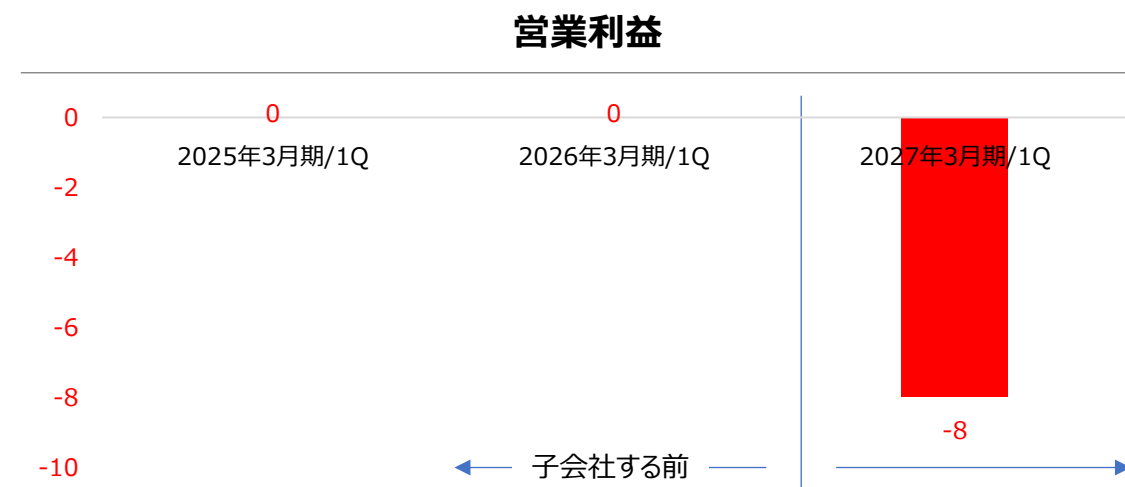
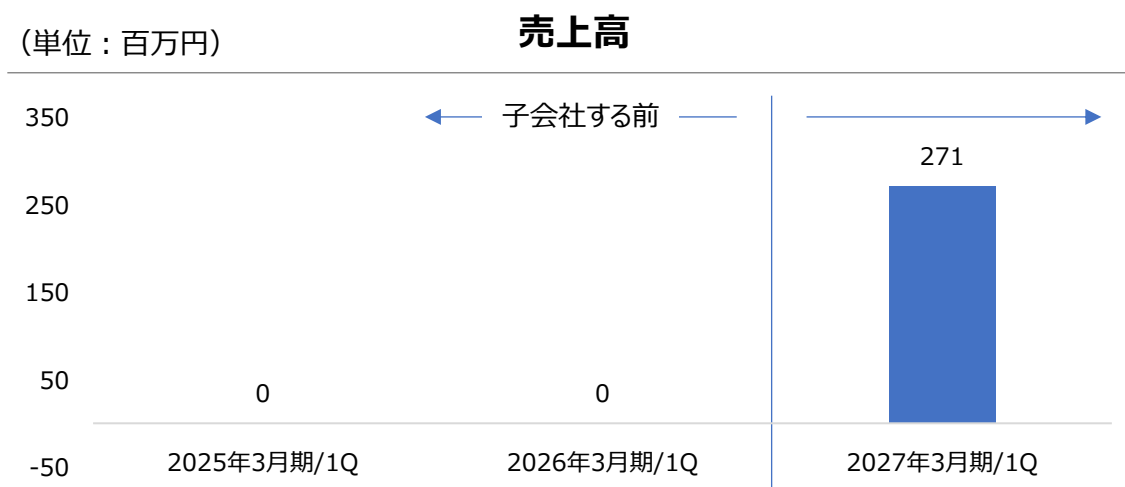
広告戦略

- ✓ インターネットマーケティングの知見を活かし、Web広告で新規顧客を獲得し、CRM施策でLTV向上を図るD2Cを推進。
- ✓ SNSで無加水への関心を高め、段階的に商品理解と接点形成を図る。

8、セグメント別業績_トレーディング事業

UNIVA Hong Kong Trading (UHKT) の事業は順調に立ち上がり、売上高**271百万円**となりました。
一方、UNIVA Marketing (UM) 取得に伴う費用計上時期のずれにより、営業利益は、**△8百万円**となりました。

(単位：百万円)	2026/3月期 1Q	2027/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	—	271	271	—	旧正月等の季節要因により受注が減少した。	○
営業利益	—	△8	△8	—	UNIVA Hong Kong Tradingは黒字を確保したものの、UNIVA Marketing取得に伴う費用の計上時期のずれにより、営業赤字となった。	×



9、トレーディング事業_第1四半期振り返り

今期の事業方針に基づく取り組みに対し、結果は以下の通りです。

今期の事業方針

1Qの振り返り

OTC医薬品

- ✓ ECサイトにおける取扱商品の拡充とラインナップの強化を進めるとともに、新商品の投入や販促施策を強化し、顧客基盤の拡大及び収益力の向上を推進する。

- 取扱商品の拡充に向けて複数の供給元との交渉を進め、新商品の導入及びラインナップ強化に向けた取り組みが着実に進捗した。

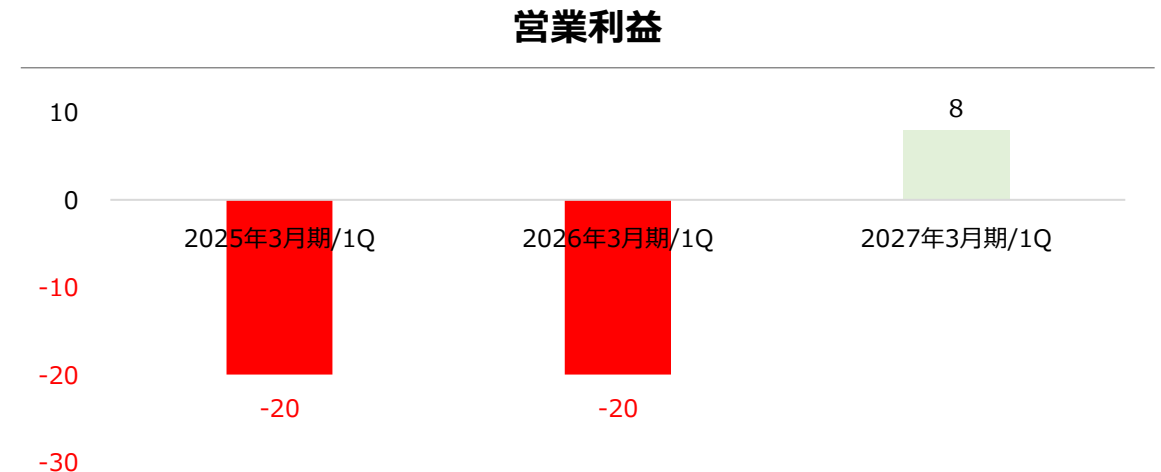
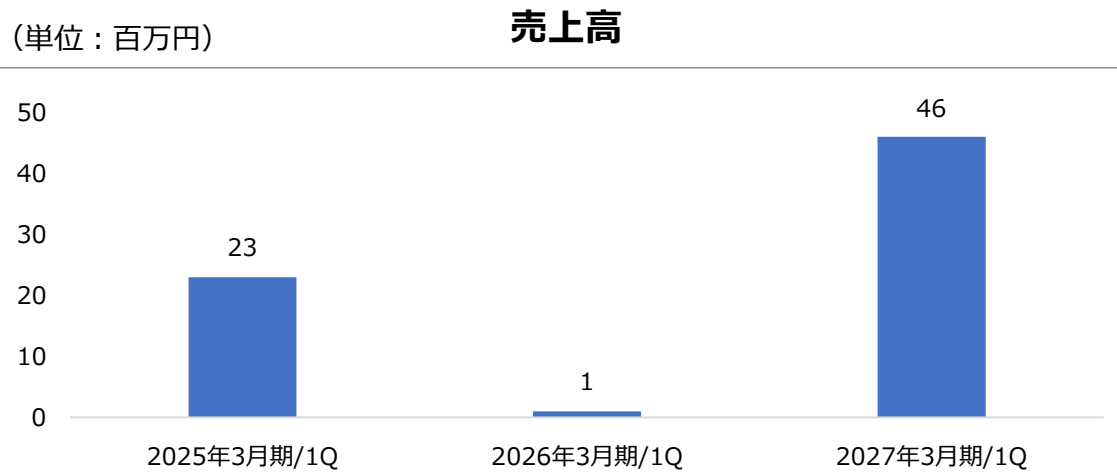
ビューティー&ヘルスケア商品@UM

2026年4月1日付で株式を取得し、新たに連結対象となったUNIVA Marketing Limited (Cayman) および同社子会社（香港）は、「トレーディング事業」に区分しております。両社の決算日は12月31日であり、連結財務諸表は子会社の決算数値を基礎として作成しているため、当第1四半期（2026年4月1日～6月30日）は子会社の損益を取り込んでおりません。

10、セグメント別業績_成長支援事業

売上高は、「UNIVA FUND」の組成に伴う各種手数料収入の計上により**46百万円**となり、前年同期比**44百万円**増加しました。営業利益は、**8百万円**となり、前年同期比**28百万円**改善しました。

(単位：百万円)	2026/3月期 1Q	2027/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	1	46	44	2,807.5%	UNIVA FUNDの組成に伴い、各種手数料収入を計上したことにより、増収となった。	○
営業利益	△20	8	28	—	各種手数料収入の計上により収益性が向上し、営業黒字を確保した。	○



11、成長支援事業_第1四半期振り返り

今期の事業方針に基づく取り組みに対し、結果は以下の通りです。

今期の事業方針

1Qの振り返り

資金調達& M&A

- ✓ 戦略パートナーとの連携を一層強化し、多様化する顧客ニーズに対応したM&A及び資金調達支援を推進することで、案件獲得の拡大と収益基盤の強化を図る。

- 複数案件の組成及び商談を進めたものの、1Qにおいてクロージングに至った案件はUNIVA FUNDを通じた案件のみとなり、その他案件は継続協議となった。

FUND組成

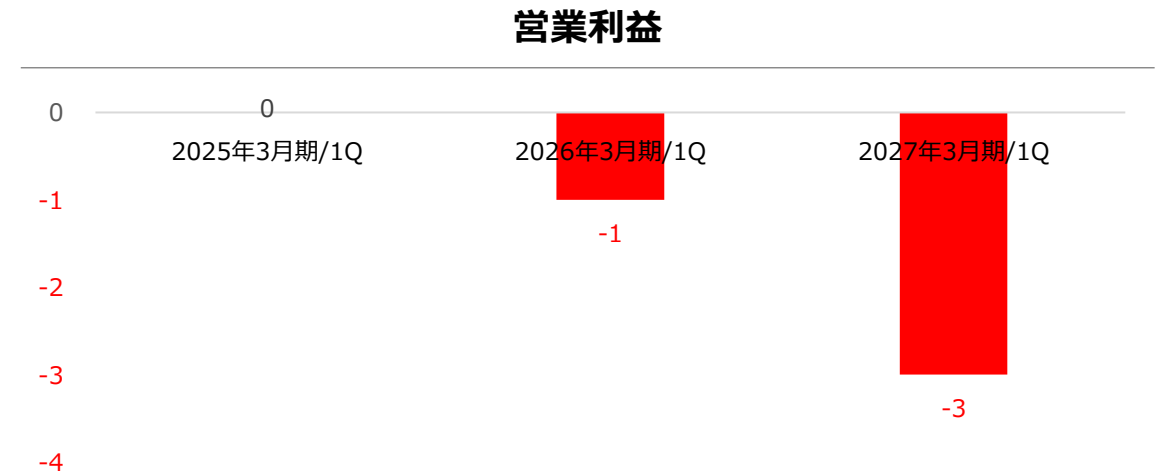
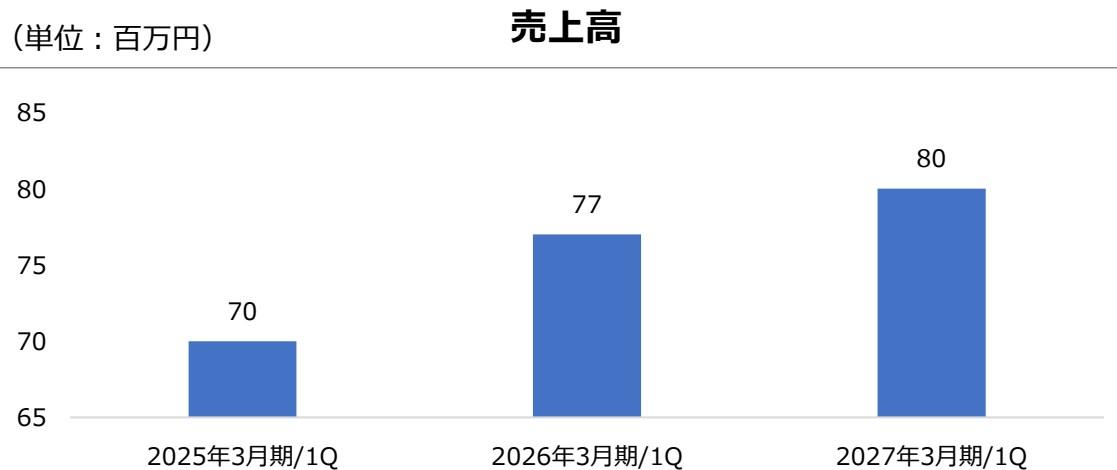
- ✓ UNIVA FUND第1号案件の早期組成を完了させるとともに、第2号案件及び第3号案件の組成を推進し、継続的な収益機会の創出を目指す。

- UNIVA FUND第1号案件の組成を完了するとともに、第2号案件についても関係者との協議を進め、組成に向けて着実に進捗した。

12、セグメント別業績_デジタルマーケティング事業

売上高は、キキコミ及びEFOの受注増加により80百万円となり、前年同期比2百万円増加しました。
営業利益は、△3百万円となり、人件費及び監査報酬等の増加により前年同期比△2百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2026/3月期 1Q	20273月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	77	80	2	3.6%	キキコミ及びEFOの受注が大幅に増加し、売上拡大により予算を達成した。	○
営業利益	△1	△3	△2	—	広告宣伝費等の販管費削減に取り組んだものの、人件費及び監査報酬等の増加を吸収できず、営業損失が拡大した。	×



13、デジタルマーケティング事業_第1四半期振り返り

今期の事業方針に基づく取り組みに対し、結果は以下の通りです。

今期の事業方針

1Qの振り返り

既存サービス

- ✓ 特許を活用したホワイトラベル展開を推進するとともに、「キキコミ」のサクセス支援を強化し、チャーン率の改善を図る。また、代理店網の開拓及びパートナーとの連携強化を通じて、販路拡大と継続的な成長基盤の構築を推進する。

- 1Qでは「キキコミVOC」をリリースし、自社コンテンツの拡充を進めるとともに、複合的かつ持続的な集客基盤及び売上拡大に向けた取り組みを推進した。

新規サービス

- ✓ テクノロジーを活用した「AdOPS（広告運用及びテック SaaS）事業」の本格立ち上げを推進し、サービス提供体制の構築及び顧客基盤の拡大を通じて、早期の収益化を図る。

- エンジニアのリソース不足により開発に遅れが生じたことから、リリース時期を9月へ延期することとなった。

14、デジタルマーケティング事業_IRリリース_トピックス

「**キキコミVOC**」をリリースし、サイレントマジョリティの声を資産化することで、自社サイトの集客力向上と継続的なコンテンツ拡充を推進しました。

サイレントマジョリティの声を資産化し、自社サイトを最強の集客チャネルへ

現状の課題

Googleクチコミだけでは顧客の本音を収集できない

〈課題〉

- ✓ 実名投稿への心理的ハードルが高い
- ✓ 投稿するユーザーは一部に限定される
- ✓ 満足している顧客の多くは「サイレントマジョリティ」
- ✓ 良質なVoCが埋もれている

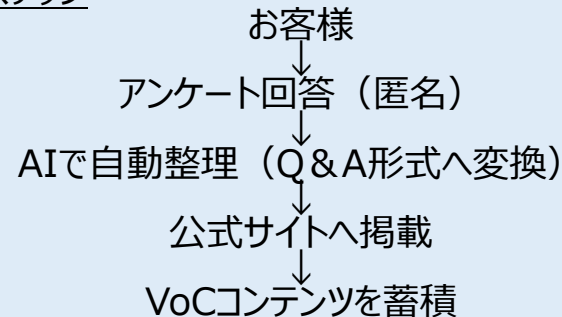
〈結果〉

- ✓ 顧客のリアルな評価が十分に蓄積されない
- ✓ 公式サイトのコンテンツ不足
- ✓ 集客機会の損失

キキコミVOC

自社アンケート × AIでVoCを資産化

ステップ



〈特徴〉

- ✓ 匿名回答で回答率向上
- ✓ AIが読みやすいQ&Aへ自動変換
- ✓ タグ設置のみで簡単導入
- ✓ 運用負荷を最小化

導入効果

自社サイトを「集客資産」へ

効果1：来店・問い合わせ率向上

- ✓ 公式サイトで安心感を提供
- ✓ 来店・予約・問い合わせを後押し

効果2：コンテンツを自動蓄積

- ✓ 継続的にQ&Aを生成
- ✓ FAQ・VoCページを拡充

効果3：SEO効果

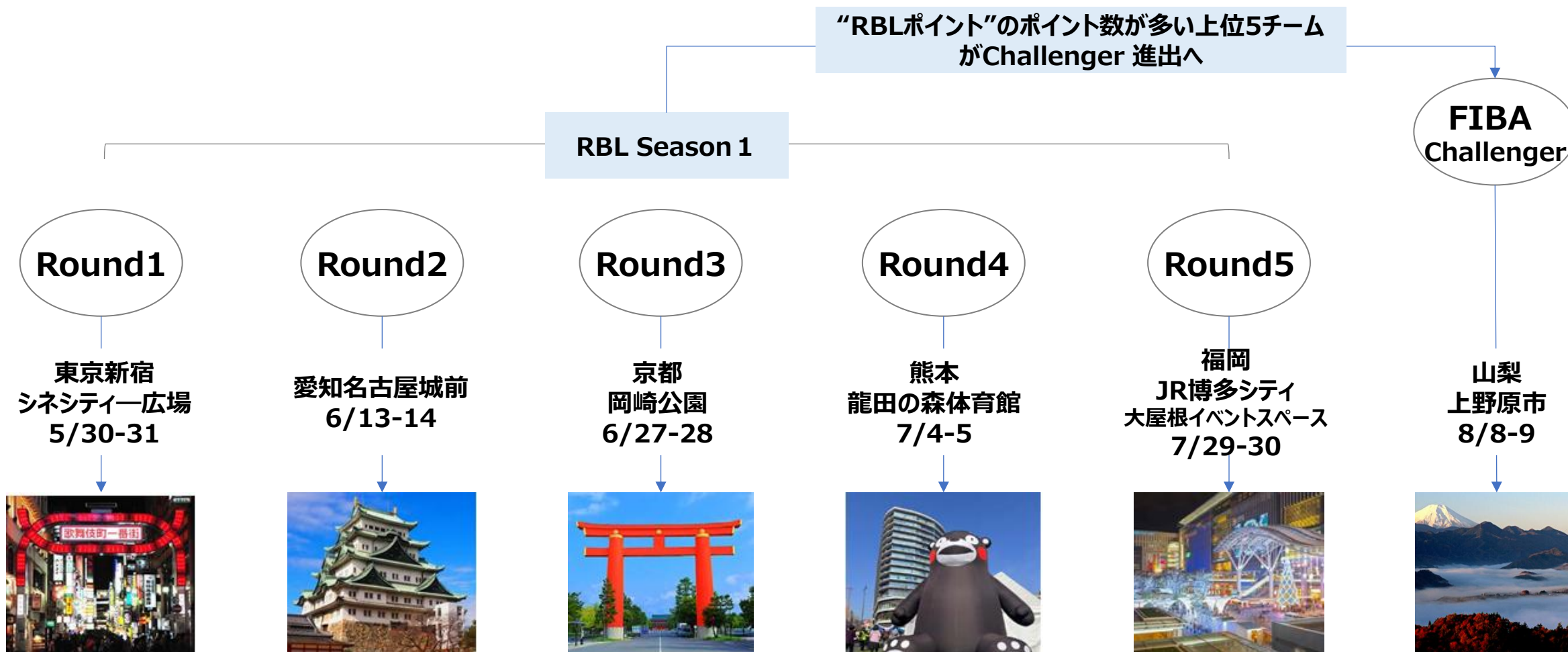
- ✓ オリジナルコンテンツが増加
- ✓ 自然検索流入の拡大

効果4：運用コスト削減

- ✓ AIが自動生成
- ✓ サイトヘタグ設置のみ
- ✓ メンテナンス不要

15、その他の事業（スポーツ事業）_ IRリリース_トピックス

多くの皆様にご来場いただき、2026年度のイベントを盛況のうちに終えることができました。多大なるご声援とご支援を賜り、心より御礼申し上げます。



16、B/S_自己資本比率

2027/3月期 第1四半期の自己資本比率は、33.2%となっております。

(単位：百万円)

資産の部	合計	6,582
流動資産		4,264
固定資産		2,313
	有形固定資産	1,327
	無形固定資産	488
	投資その他の資産	496
繰延資産		4

負債の部	合計	3,198
流動負債		1,867
固定負債		1,330

資産の部	合計	3,384
株主資本		2,675
その他の包括利益累計額		△486
新株予約権		10
非支配株主持分		1,185

【 自己資本比率 : 33.2% 】

17、2027年3月期の事業方針

今後の業績改善に向けたセグメント別の具体的な施策は、以下の通りです。

具体的な施策

再生可能 エネルギー事業	✓ 高圧太陽光発電所の建設を着実に推進するとともに、グループ3社のシナジーを活かし、北海道以外の地域における電源開発を加速し、売上拡大を図る。 ✓ 補助金制度を活用した提案営業を強化し、自家消費型案件における新規顧客の獲得及び受注拡大を推進し、収益基盤の強化を目指す。
ビューティー＆ ヘルスケア事業	✓ 「Waterless Lifty Serum」及び「Waterless Bouncy Essence Lotion」を核としたWaterlessシリーズのブランド戦略を推進し、マーケティング活動の強化を通じて市場浸透を加速し、売上拡大を図る。
トレーディング 事業	✓ UNIVA Hong Kong Tradingでは、ECサイトにおける取扱商品の拡充とラインナップの強化を推進し、販売機会の拡大を通じて継続的な売上拡大を目指す。 ✓ 2026年4月に子会社化したUNIVA Marketingでは、既存事業の拡大及びグループシナジーを活かした事業展開を推進し、グループ全体の収益拡大に貢献する。
成長支援事業	✓ UNIVA FUND第2号案件、第3号案件の組成を着実に推進し、継続的なファンド運営体制の構築と収益基盤の強化を図る。 ✓ 国内外で構築したアライアンスネットワークを活用し、クライアントの多様なニーズに対応したM&A及び資金調達案件のクロージングを推進し、案件創出と収益拡大を目指す。
デジタルマーケ ティング事業	✓ ホワイトラベル展開を加速するとともに、AdOPS（広告運用及びテックSaaS）事業の本格立ち上げと早期収益化を推進し、新たな収益源の確立とさらなる売上拡大を目指す。
その他	✓ 2026年7月に子会社化したユニヴァ・ペイキャストにおいて事業拡大を推進するとともに、グループシナジーを最大限に活かし、グループ全体の収益拡大に貢献する。

18、ペイメント事業（1/2）

ユニヴァ・ペイキャスト（UPC）の子会社化により、ペイメント領域を強化し、収益基盤の拡大とグループ連携を推進することで、新たな成長機会の創出を目指します。

既存事業

- ✓ 再生可能エネルギー事業
- ✓ ビューティー & ヘルスケア事業
- ✓ 成長支援事業
- ✓ トレーディング事業
- ✓ デジタルマーケティング事業
- ✓ その他

新規参画する事業

- ✓ ペイメント事業
↓
ユニヴァ・ペイキャスト@強み
→ 自社開発の決済プラットフォームを保有
→ 国内外の多様な決済手段へ対応
→ 越境決済・インバウンド対応に強み

子会社化のメリット

1 → ペイメント領域の新規参画・強化

2 → 安定したストック型収益の拡大

グループ各社とのシナジー創出

- 3 →
- デジタルマーケティング事業とのシナジー効果
 - 成長支援事業とのシナジー効果
 - バックオフィスとのシナジー効果

2026年3月期決算説明資料掲載内容

19、ペイメント事業_トピックス（2/2）



デジタルマーケティング事業および成長支援事業とそれぞれのシナジー効果は、以下のとおりです。



＜キャッシュレス決済 × デジタルマーケティングツール＞

- ✓ 顧客データの高度活用
キャッシュレス決済で取得できる購買データと、デジタルマーケティングツールの行動データを統合し、顧客分析の精度を高める。
- ✓ 決済サービスの付加価値向上
キャッシュレス決済を単なる決済インフラではなく、マーケティング支援ツールとして提供することで、導入事業者の利便性と競争力を高める。
- ✓ 顧客基盤の相互活用
マーケティングツールの顧客基盤と決済サービスを連携し、クロスセル機会を創出する。

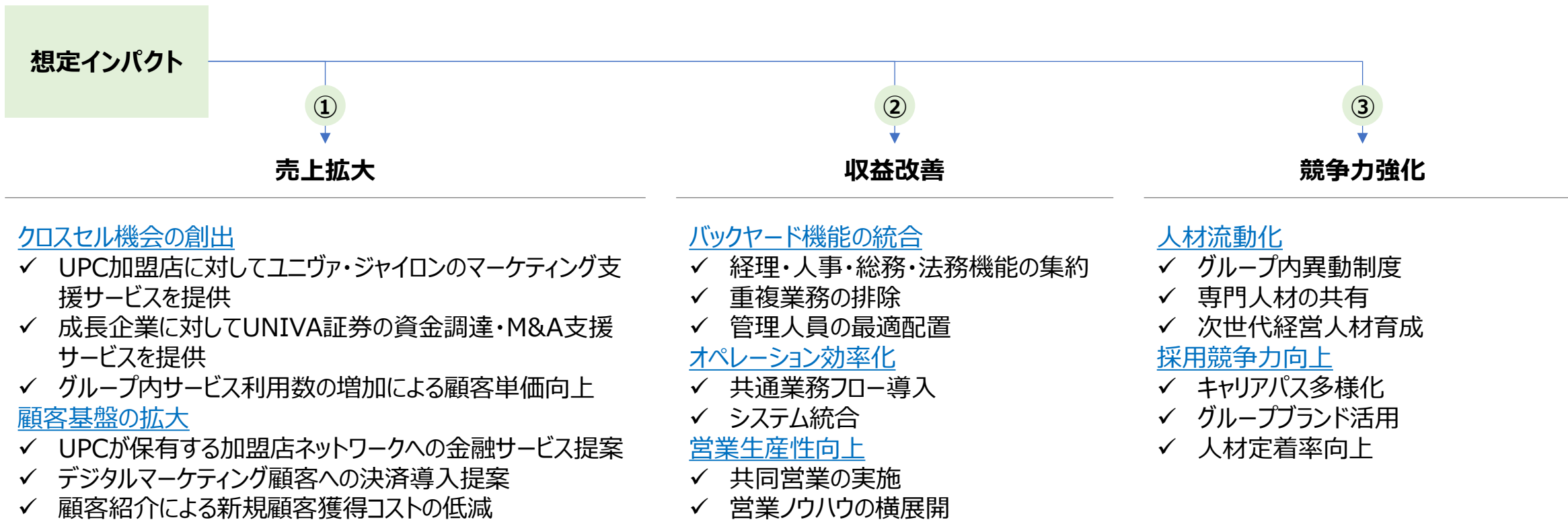
＜キャッシュレス決済 × 金融サービス＞

- ✓ 資金調達・金融サービスの提供
決済加盟店に対して、成長資金（エクイティ）、融資、ファンド、資本政策等の金融サービスを提供する。
- ✓ 顧客基盤の相互活用
キャッシュレス決済を導入する店舗・EC事業者ネットワークを証券事業へ接続する。
- ✓ 決済データを活用した企業分析
売上、決済回数等のリアルタイムデータが蓄積で、成長企業の早期発見、投資判断材料等として活用する。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

18、ペイメント事業（2/2）

ユニヴァ・ペイキャスト（UPC）の参画により、売上拡大・収益改善・競争力強化の3つのシナジー創出が期待されています。



UPCがグループ参画により、UOHグループは「決済 → データ → 金融」のバリューチェーンを構築できる。
加えて、バックヤード統合・人材活用による経営効率化を実現することで、売上成長と収益性向上の両面から企業価値向上が期待される。

19、2027/3月期_連結業績予想

2027年3月期は、UNIVA Marketing（UM）及びユニヴァ・ペイカスト（UPC）の連結効果並びに既存事業の成長により、期初業績予想（売上高7,337百万円、営業利益179百万円）を上回る見通しとなり、今回業績予想は売上高10,692百万円、営業利益294百万円に上方修正いたしました。

(単位：百万円)	2027/3月期 期初業績予想	2027/3月期 今回業績予想	増減額	増減率
売上高	7,337	10,692	3,355	45.7%
営業利益	179	294	115	64.2%
経常利益	104	219	115	110.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	102	177	75	73.5%