2026年3月期 第1四半期
決算説明資料

2025年8月8日
株式会社UNIVA･Oakホールディングス

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

1、グループ連結業績_2026/3月期 第1四半期

売上高は、442百万円となり、前期比296百万円減少しました。
一方、営業利益は、△154百万円となり、前期比5百万円悪化しました。

（単位：百万円）	2025/3月期 1Q	2026/3月期 1Q	増減額	増減率
売上高	739	**442**	△296	△40.1%
営業利益	△148	**△154**	△5	－
経常利益	52	**△265**	△318	－
親会社株主に帰属する当期純利益	130	**△265**	△396	－

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

2、セグメント別業績（サマリー）_ 2026/3月期 第1四半期

（単位：百万円）

		2025/3月期 1Q	2026/3月期 1Q	増減額	増減率
再生可能エネルギー事業	売上高	256	**179**	△77	△30.0%
	営業利益	△30	**△53**	△23	ー
ビューティー＆ヘルスケア事業	売上高	375	**143**	△232	△61.8%
	営業利益	△39	**△24**	15	ー
成長支援事業	売上高	23	**1**	△21	△93.2%
	営業利益	△20	**△20**	0	ー
デジタルマーケティング事業	売上高	70	**77**	7	10.3%
	営業利益	0	**△1**	△2	ー
その他	売上高	23	**59**	36	157.8%
	営業利益	0	**△2**	△2	ー

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

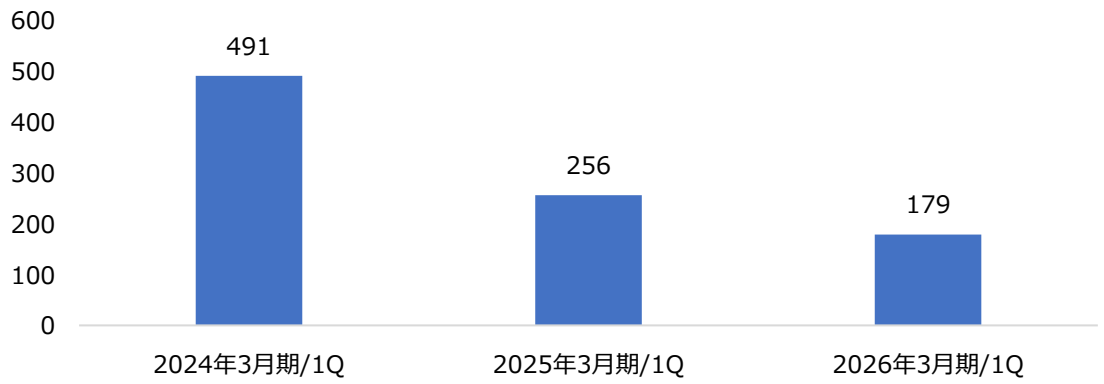
3、セグメント別業績_再生可能エネルギー事業

売上高は電源開発の主要取引先の事業方針変更により納品数が確保できず、新規取引先の開拓も進まなかった為、179百万円となり、前期比77百万円減少しました。セグメント損益は、△53百万円で、前期比23百万円悪化しました。

（単位：百万円）	2025/3月期 1Q	2026/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	256	**179**	△77	△30.0%	電源開発の主要取引先の事業方針変更により、当初予定していた納品数を確保できず、また新規取引先の開拓も進まなかった。	×
営業利益	△30	**△53**	△23	－	上記の減収は販管費削減で賄えず、対前年同期比で営業赤字が拡大した。	×

（単位：百万円）

売上高



営業利益

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

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 （高圧案件も含む）	✓ サービス提供地域の拡大を図るとともに、低圧にとどまらず、高圧や系統用蓄電池事業への積極的な参入を進め、事業領域の多角化と収益基盤の強化を目指す。	➢ 東北地方への拡大について複数の納品先候補と接触し条件等の折衝中。高圧については、既存取引先を中心に提案中。
自家消費	✓ 垂直パネルの強みを活かし、民間企業や自治体などへの積極的なアプローチを進め、導入促進と事業拡大を目指す。	➢ 民間企業への納入実績あり。今後はより多くの民間企業や、自治体に提案する予定。
メンテナンス	✓ 契約内容の見直しを実施し、保険契約の切り離しや料金改定を通じて収益を確保するとともに、効率的な運営を追求し、O&M事業の拡大を目指す。	➢ 保険契約の切り離しに向けた事務手続きを順次進行させている。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

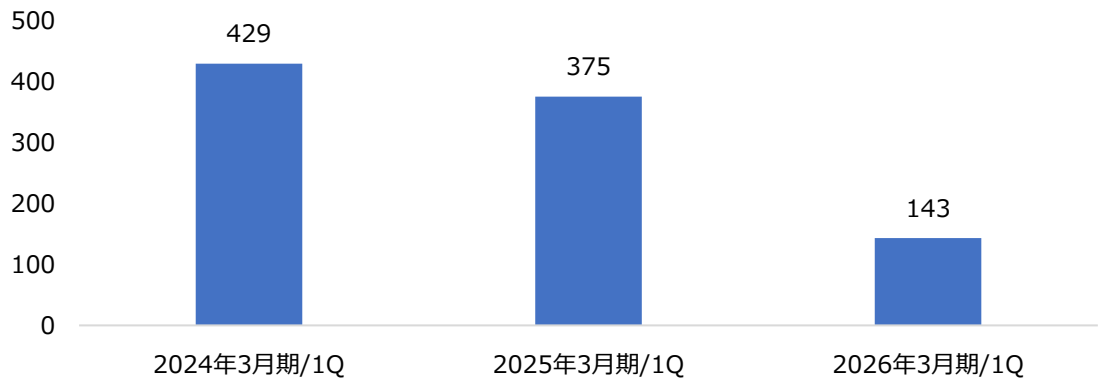
5、セグメント別業績_ビューティー＆ヘルスケア事業

売上高は、既存商品を中心とした売上にとどまったことから143百万円となり、前期比232百万円減少しました。
営業損益は、既存商品の販促費を抑えたことなどから、△24百万円となり、前期比15百万円改善しました。

（単位：百万円）	2025/3月期 1Q	2026/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	375	**143**	△232	△61.8%	新商品である美容液の開発に注力した一方、既存商品への販促費を抑えた為、減収となった。	×
営業利益	△39	**△24**	15	－	上記の販促費圧縮が奏功し、営業赤字は縮小した。	×

（単位：百万円）

売上高



営業利益

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

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
既存商品	✓ 既存顧客向けに、既存商品を引き続き提供しつつ、新しい商品を合わせて提案することで、安定的な売上計上を目指す。	➢ 既存顧客の売上は安定しているものの、販促費を抑えたため、新規顧客の獲得が減少しており、今後の成長に向けた新規顧客の取り込みが課題となっている。
新商品	✓ 新商品である高濃度美容液の発売に注力し、効果的なマーケティング戦略を通じてシェアの拡大を目指す。	➢ 新商品販売のための準備が完了し、2Q以降の売上貢献に向けて、販促ツールの開発を進めている。これにより、効果的なプロモーションを実施し、販売促進を加速させる予定である。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

7、ビューティー＆ヘルスケア事業_IRリリース_トピックス

独自の無加水処方と複合発酵を実現した美容液「WATERLESS LIFTY SERUM（ウォーターレス リフティ セラム）」を新たに発売いたしました。商品の特徴およびマーケティング戦略は、以下の通りです。

商品特徴

1. **無加水処方**：
「精製水や天然水」を一切使用しない、ウォーターレス処方の美容液となる。

2. **有用成分 90%**
有用成分の配合率は 90%であり、ナイアシンアミドを10%という高濃度で配合している。

3. **成分配合率の公開**
化粧品業界ではまだ珍しい「主成分の配合割合の公開」に踏み切っている。

〈WATERLESS LIFTY SERUM〉

マーケティング戦略

ブランドイメージの構築	“水で薄めない美容液”という革新的な処方を軸に、発酵美容と高濃度設計を組み合わせた新たなスキンケアの価値提案。
ターゲット層	エイジングケアを切実に願い、成分の“質”や処方の“背景”に関心を持つ30代以上の女性を中心に、確実な美容効果の実感を重視するEC購買層を想定している。
広告戦略	自社サイトやSNSで“無加水/waterless”への関心を高める啓蒙動画を展開し、商品宣伝を控えめにしながら本質的な価値提案で興味を喚起し、段階的に商品との接点へ導く。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

8、セグメント別業績_成長支援事業

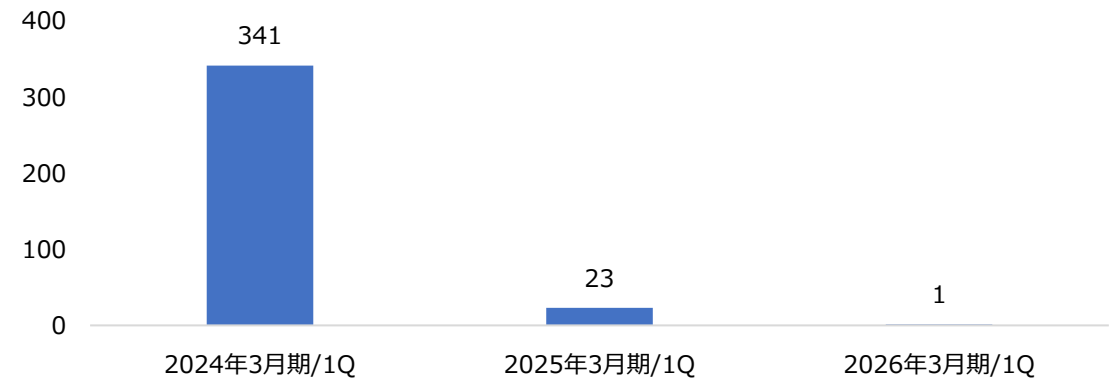
売上高は、エクイティファイナンスにおけるExitがなく、M&A・資金調達仲介もクロージングできなかった為、1百万円となり、前期比21百万円減少しました。営業損益は、△20百万円となり、前年同期並みにとどまりました。

（単位：百万円）

	2025/3月期 1Q	2026/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	23	**1**	△21	△93.2%	エクイティファイナンスにおけるExitがなく、またM&A・資金調達仲介もクロージングできなかったため、減収となった。	×
営業利益	△20	**△20**	0	–	上記の減収は販管費削減によりカバーされ、結果として前年同期並みの営業赤字にとどまった。	×

（単位：百万円）

売上高



営業利益

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

9、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	今期の振り返り
資金調達&M&A	✓ ブティック型証券会社としての専門性を活かし、大手証券会社とは異なるきめ細かな支援を提供することで、クライアントのニーズに応じた最適なM&A・資金調達戦略の提供を目指す。	➢ 進捗中の案件は複数あるものの、各案件とも諸条件の調整が長引いており、1Q内でのクロージングには至らなかった。引き続き調整を進め、早期の成果を目指している。
FUND組成	✓ 投資家には安定したインカムとキャピタルゲインを提供するとともに、企業には成長支援や経営支援を通じて、持続可能な成長を促進するUNIVA FUNDを中心としたエコシステムを構築し、双方にとって価値ある関係を築いていくことを目指す。	➢ ファンド組成に向けた当局との擦り合わせに時間を要しているが、現在順調に進展しており、必要な調整が完了次第、3Qには本格的にスタートできる見込みである。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

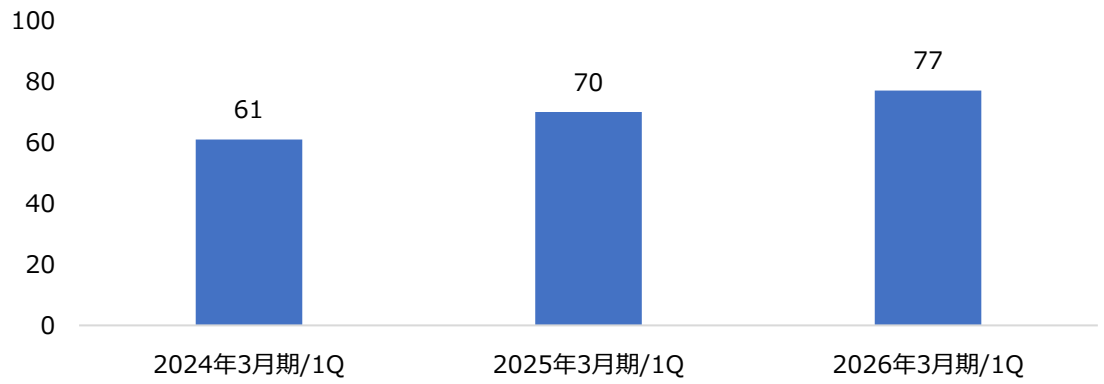
10、セグメント別業績_デジタルマーケティング事業

売上高は、既存事業に加え、新規ツール（キキコミ）の成長により77百万円となり、前期比7百万円増加しました。
営業損益は、△1百万円となり、前期比△2百万円悪化しました。

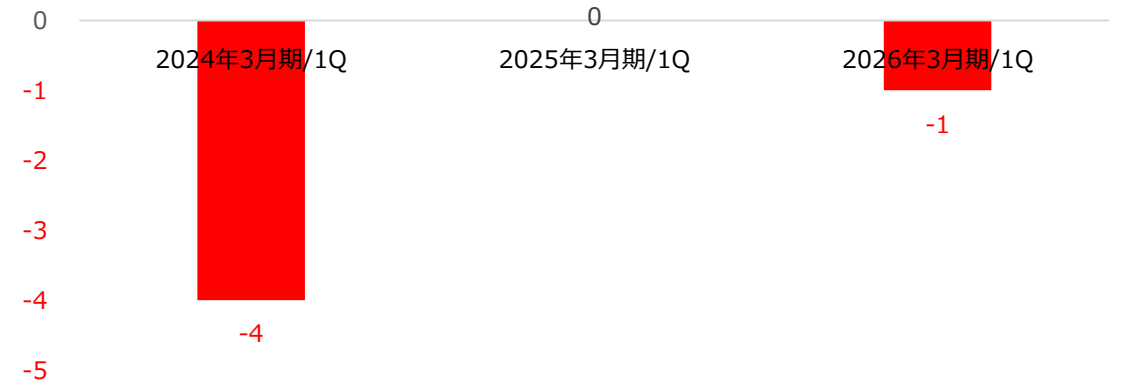
（単位：百万円）	2025/3月期 1Q	2026/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	70	**77**	7	10.3%	キキコミの売上は順調に推移しており、期待通りの成長となった。	○
営業利益	0	**△1**	△2	－	新規サービス売上拡大に向けた営業および開発や上場に向けた体制整備のための増員により、人件費が増加した。	×

（単位：百万円）

売上高



営業利益



Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

11、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	今期の振り返り
既存サービス	✓ 既存サービスについては、安定的な収益の柱として着実に売上を増加させており、今後も堅実な成長を維持し、企業の安定基盤を支える重要な要素を目指す。	➢ Gyro-nのEFOおよびSEO・MEOは主に順調に推移しており、特にEFOにおいては、大手企業を中心に導入企業が増加しており、効果的なユーザー体験の向上が評価されている。
新規サービス	✓ 口コミ獲得支援サービスである「キキコミ」のサービス範囲を拡大し、EC対応や多言語化など新たなニーズにも柔軟に対応することにより、売上拡大を目指す。	➢ キキコミは、機能の増強に加え、積極的なプロモーション活動を展開した結果、YoYで348%の増加を達成し、顧客層の拡大とともに大きな成長を遂げた。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

12、デジタルマーケティング事業_IRリリース_トピックス

2023年12月には「For店舗」を皮切りに、キキコミに関連する機能を次々と拡張しました。2025年4月には、多言語対応も実現しました。今後も継続的に関連機能の開発を進める予定です。

〈キキコミとは〉

アンケートに答えるだけで、AIが自然で分かりやすい口コミ文章に変換するため、顧客が口コミを考える手間を大幅に削減する。店舗側にとっては、詳細な内容の口コミが集まりやすくなることで、Googleなどの検索エンジンや地図アプリ上での評価が高まり、新規顧客の来店促進に繋がる。

キキコミ powered by Gyro-n

アンケートでデータを、口コミで信頼を
双方を高める唯一無二のサービス

2023.12.11

For 店舗
全国の大小様々な規模の店舗向けにサービス提供する。

2024.11.26

For EC
ECサイト向けにサービス展開する。

2025.04.22

For 多言語
英語・中国語（繁体字）・韓国語に対応を開始した。これにより、世界中の顧客の声を手軽に集め、店舗の評判向上と集客力の向上に貢献する。

202×.××.××

For ×××
今後も継続的にサービス内容の拡充を進める予定である。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

13、B/S_自己資本比率

2026/3月期 第1四半期の自己資本比率は、34.5%となっております。

（単位：百万円）

資産の部	合計	**4,631**
	流動資産	2,768
	固定資産	1,860
	有形固定資産	1,323
	無形固定資産	46
	投資その他の資産	490
	繰延資産	2

負債の部	合計	**3,026**
	流動負債	1,784
	固定負債	1,241

資産の部	合計	**1,605**
	株主資本	1,951
	その他の包括利益累計額	△353
	非支配株主持分	7

【 自己資本比率：34.5% 】

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

14、今後の業績改善に向けた具体的な施策

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	✓ 低圧の電源開発にとどまらず、高圧や系統用蓄電池といった多様な分野での売上獲得を目指し、市場のニーズに応じた柔軟なアプローチを行う。補助金等を積極的に活用し、自家消費案件における新規顧客の増加を目指して、事業の拡大を図る。
ビューティー＆ヘルスケア事業	✓ 新商品の「WATERLESS LIFTY SERUM」のマーケティング活動に注力し、ターゲット層への認知度向上や効果的なプロモーション戦略を展開することで、売上拡大を目指す。
成長支援事業	✓ M&A・資金調達仲介の分野では、クライアントのニーズを的確に把握し、最適な解決策を提供してクロージングを実現するとともに、UNIVA FUNDの早期組成を目指して、戦略的な支援と組織体制の強化を進める。
デジタルマーケティング事業	✓ 東京プロマーケット上場に向けて、各種サービスの更なる売上向上を図るとともに、強固なガバナンス体制の構築を進め、上場準備を着実に進める。
その他	✓ FM軽井沢においては、受注型イベントやプロモーション、デジタル広告セールスなどの放送外事業での収益獲得を目指し、事業の多角化を進める。 ✓ ユニヴァ・ライゾーマでは、相続、海外進出コンサルティングなどのプロジェクト売上の拡大を目指し、クライアントのニーズに応じたサービス提供を強化する。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited