

2026年3月期 決算説明資料

2026年5月15日
株式会社UNIVA・Oakホールディングス

1、2026年3月期の決算スケジュール

当社グループには、3月決算会社と12月決算会社があり、グループ各社の当社連結決算への反映はそれぞれ以下の通りとなります。



備考

- ✓ NE：ノースエナジー
- ✓ UFIT：UNIVA FIT
- ✓ UHKT：UNIVA Hong Kong Trading Limited
- ✓ UF：ユニヴァ・フュージョン
- ✓ RBL：UNIVA RBL

備考

- ✓ UE：ユニヴァ・エナジー
- ✓ US：UNIVA証券
- ✓ UG：ユニヴァ・ジャイロン
- ✓ FM：軽井沢エフエム放送
- ✓ UR：ユニヴァ・ライゾーマ

2、グループ連結業績_2026/3月期

売上高は、2,331百万円となり、前期比550百万円減少しました。
 一方、営業利益は、△687百万円となり、前期比34百万円改善しました。

(単位：百万円)	2025/3月期	2026/3月期	増減額	増減率
売上高	2,882	2,331	△550	△19.1%
営業利益	△722	△687	34	—
経常利益	△986	△549	437	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△740	△582	157	—

3、セグメント別業績（サマリー） _ 2026/3月期



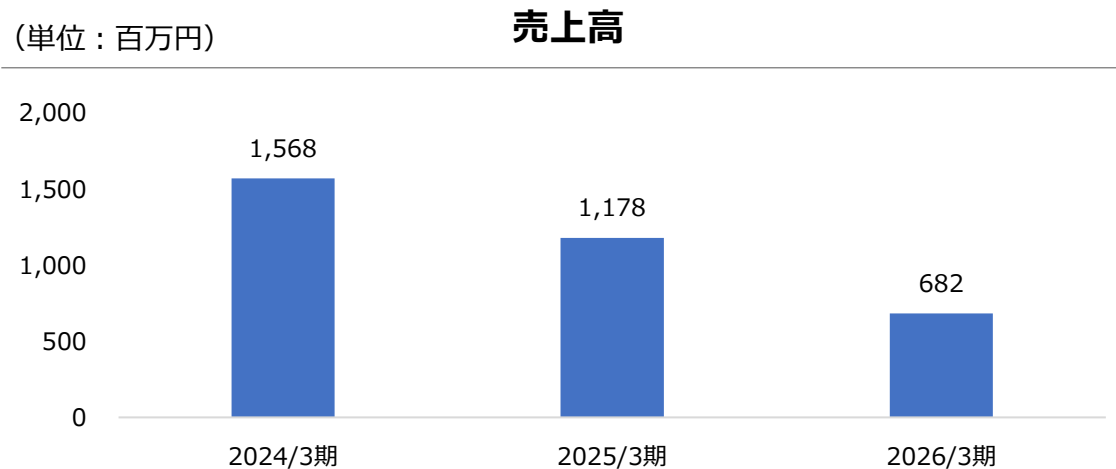
(単位：百万円)

		2025/3月期	2026/3月期	増減額	増減率
再生可能エネルギー事業	売上高	1,178	682	△496	△42.11%
	営業利益	△35	△271	△235	—
ビューティー&ヘルスケア事業	売上高	1,162	473	△688	△59.24%
	営業利益	△428	△178	250	—
トレーディング事業	売上高	—	570	—	—
	営業利益	—	7	—	—
成長支援事業	売上高	115	110	△4	△3.97%
	営業利益	△32	10	42	—
デジタルマーケティング事業	売上高	301	306	5	1.68%
	営業利益	1	△18	△20	—
その他	売上高	180	272	91	50.89%
	営業利益	11	△42	△54	—

4、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、また補助金申請の影響で、**682百万円**となり、前期比**496百万円**減少しました。営業損益は、**△271百万円**で、前期比**235百万円**悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期	2026/3月期	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	1,178	682	△496	△42.11%	電源開発の主要取引先の事業方針変更に伴い、当初予定していた納品数が確保できず、自家消費についても計画通りの案件数が確保できなかった。	×
営業利益	△35	△271	△235	—	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。	×



5、再生可能エネルギー事業_今期の振り返り

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

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。

- [東北地方への事業拡大](#)については、採算面や事業条件が折り合わず見送る判断とした。
- [高圧案件](#)については、既に用地確保が完了しており、開発・手続きを進行中。計画通りに進めば、来期の売上計上を予定している。

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。

- 補助金を活用した[垂直両面型太陽光発電設備の導入](#)について、複数の事業者に提案を行い、採択された案件から順次着工を進めている。

メンテナンス

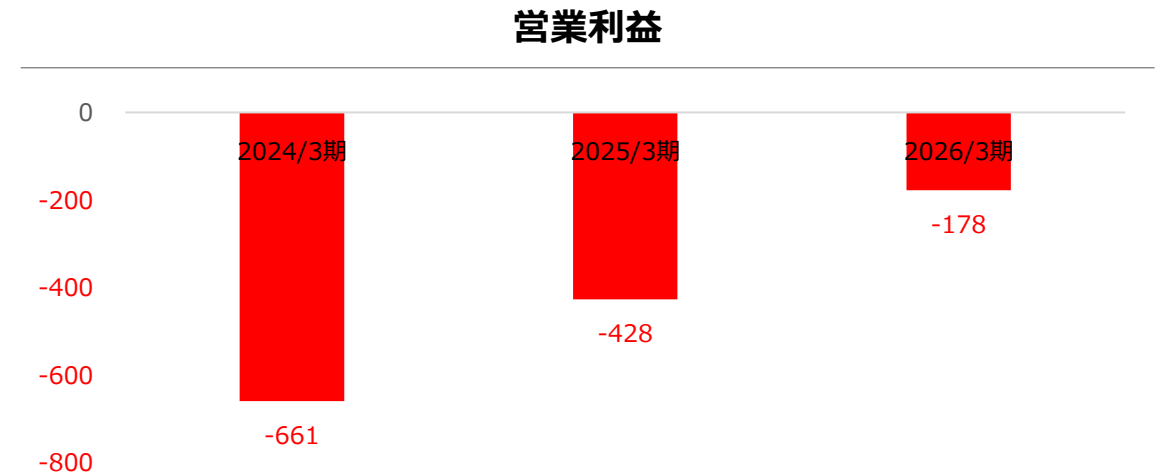
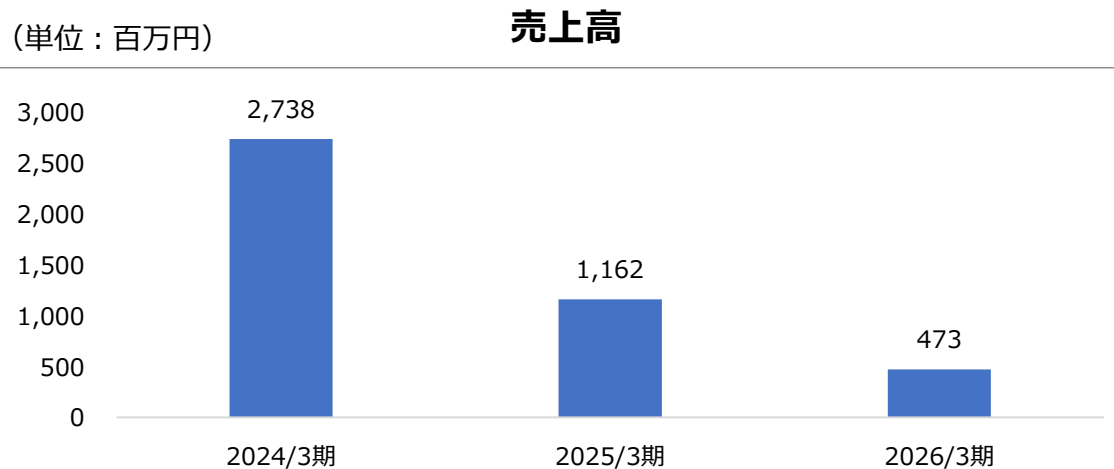
- ✓ 契約内容の見直しを実施し、保険契約の切り離しや料金改定を通じて収益を確保するとともに、効率的な運営を追求し、O&M事業の拡大を目指す。

- [保険契約の切り離しおよび新料金プランへの移行](#)について、既存顧客に対して背景やメリットを丁寧に説明し、理解と合意を得ながら、影響を最小限に抑えつつ順次契約更新を進めている。

6、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、新商品に注力した一方で既存商品の販売が低調だった為**473百万円**となり、前期比**688百万円**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、**△178百万円**となり、前期比**250百万円**改善しました。

(単位：百万円)	2025/3月期	2026/3月期	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	1,162	473	△688	△59.24%	新商品である美容液のマーケティングに注力した一方で、既存商品の販促費を抑制したことにより販売が伸び悩み、全体として減収となった。	×
営業利益	△428	△178	250	—	販促費の圧縮およびその他販管費の削減により、営業赤字は前期比で縮小した。	×



7、ビューティー&ヘルスケア事業_今期の振り返り

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。

- 既存顧客からの売上は安定して推移している一方、販促費を抑制した影響により新規顧客の獲得は減少している。今後は、[商品自体のリニューアルや新商品購入者への販促施策を通じて、新規顧客の獲得拡大](#)を図る。

新商品

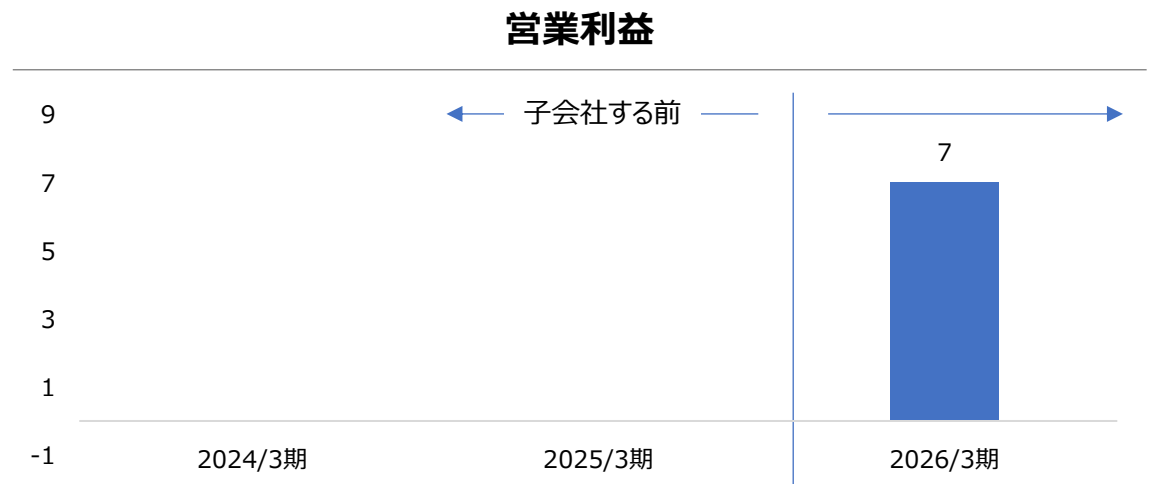
- ✓ 新商品である高濃度美容液の発売に注力し、効果的なマーケティング戦略を通じてシェアの拡大を目指す。

- 新商品の売上拡大を目的として、[ブランド認知度向上に向けた各種マーケティング施策を実施](#)しており、その効果により売上は徐々に増加している。

8、セグメント別業績_トレーディング事業

売上高は、事業開始直後から想定どおりの進捗で立ち上がった結果、570百万円となり、営業損益は7百万円となりました。

(単位：百万円)	2025/3月期	2026/3月期	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	—	570	—	—	事業開始直後から想定どおりの進捗で立ち上がっており、順調なスタートを切っている。	○
営業利益	—	7	—	—	売上が順調に推移し、事業開始時のコストを上回る収益獲得ができています。	○



9、トレーディング事業_今期の振り返り

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

OTC越境EC

- ✓ 香港において医薬品（漢方薬）の卸売免許を取得し、当該ライセンスを活用して、中国の主要ECプラットフォーム向けに医薬品の卸売販売を行っている。

卸し先

卸し先概要

JD
(京東)

- ✓ 中国第2位のEC大手で、2025年の売上規模は約1兆1588億元（約23兆円）。

天猫
(Tmall)

- ✓ 中国最大級のECモールで、2025年の総取引額は約1兆元（約20兆円）。

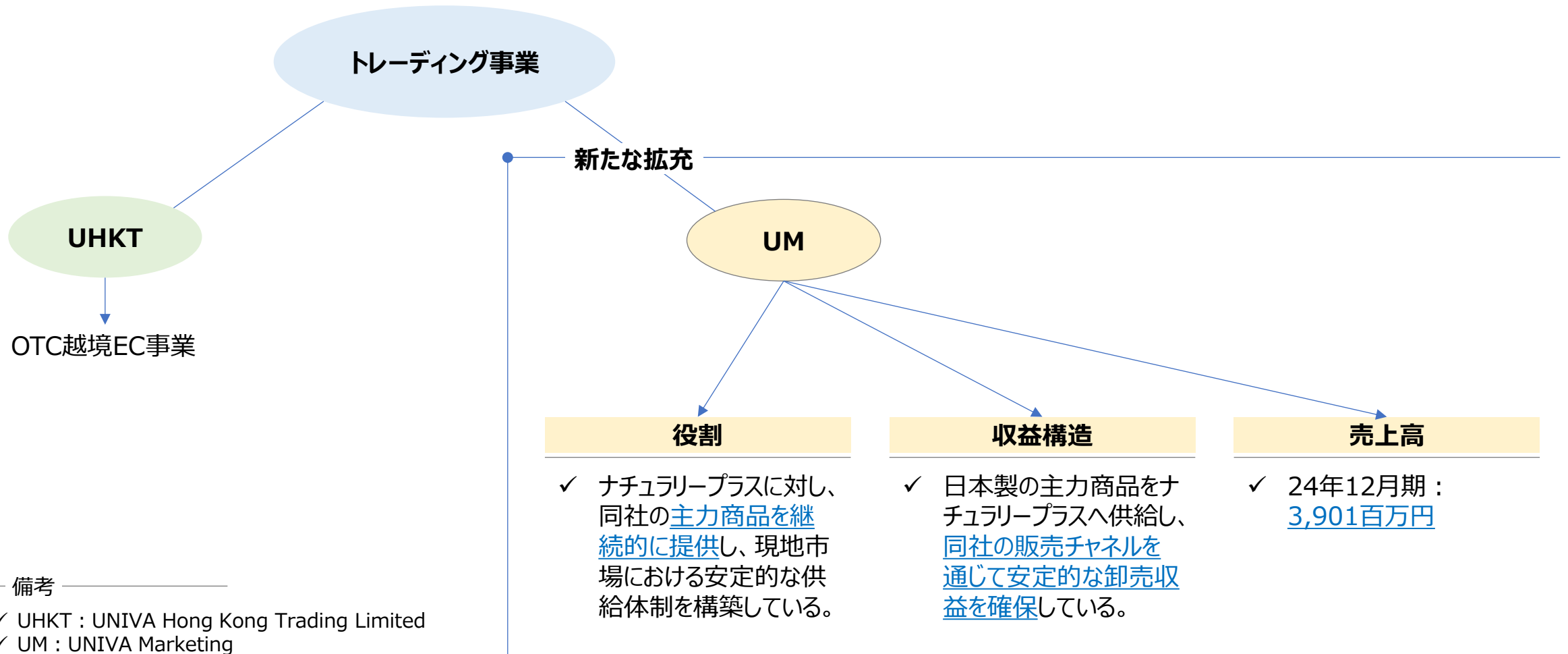
Ali健康

- ✓ アリババグループ傘下の医療・薬品EC部門で、2025年売上約310億元（約6,200億円）。

- [医薬品（漢方薬）の卸売免許を予定通り取得](#)し、販売体制の構築や取引先との連携も着実に進めております。その結果、販売は順調に立ち上がり、足元では堅調に推移している。

10、トレーディング事業_IRリリース_トピックス

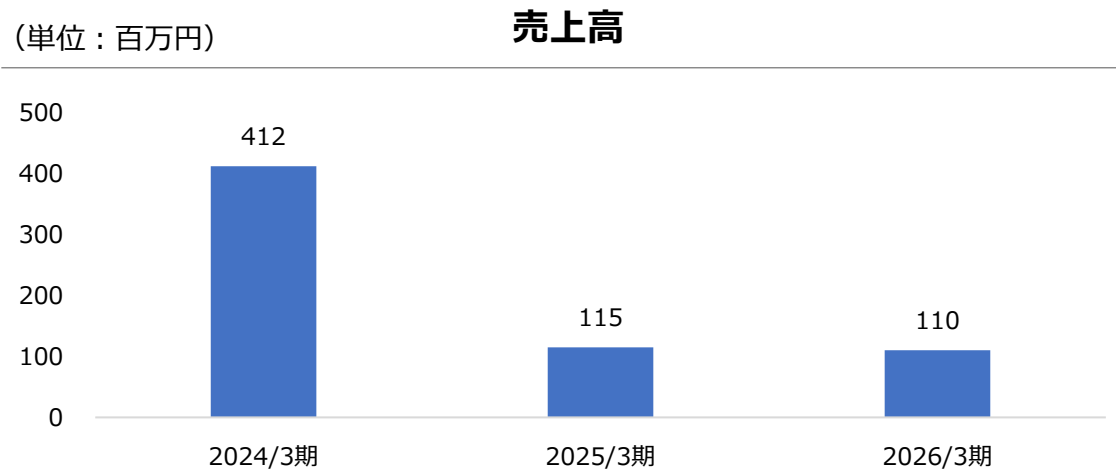
UNIVA Marketing (UM) を子会社化することで、トレーディング事業の基盤強化および事業拡充を推進してまいります。UMの売上規模は、24年度約40億円となります。



11、セグメント別業績_成長支援事業

売上高は、Equity Finance案件において1件Exitを実現したために110百万円となり、前期比△4百万円悪化しました。営業損益は、10百万円となり、前期比42百万円改善しました。

(単位：百万円)	2025/3月期	2026/3月期	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	115	110	△4	△3.97%	Equity Finance案件において、1件のExitを実現したが、M&A・資金調達仲介は大幅な計画未達となった。	×
営業利益	△32	10	42	—	上記のEquity Finance案件における譲渡益が貢献したため、黒字を確保した。	○



12、成長支援事業_今期の振り返り

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。

- 案件の掘り起こし自体は一定の成果が見られたものの、商談の精度およびクロージング力に課題が残り、成約は数件にとどまった。その結果、受注への転換が進まず、大幅な計画未達となった。

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。

- 2026年3月に当局の確認が完了し、ファンド組成の開始は可能となったが、立ち上げ準備に時間を要したため、今期中の収益化には至らなかった。

13、成長支援事業_IRリリース_トピックス (1/2)

「[UNIVAファンド](#)」の組成を開始しております。UNIVAファンドの主な特徴は、以下のとおりです。



スローガン：「企業のストプラ（ストラテジックプランナー）であれ！」

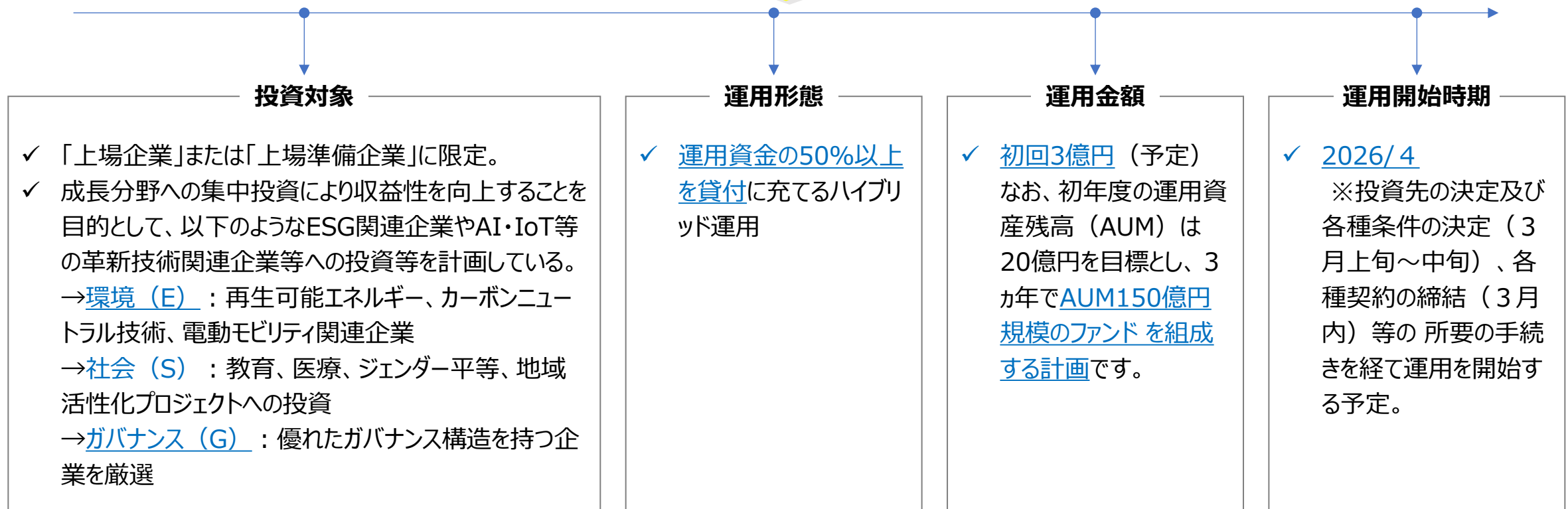
フ
ア
ン
ド
の
特
徴

- 01 **エクイティとデットの融合**
✓ 株式や債券などのエクイティ投資に加え、企業への融資というデット型の収益構造を実現することにより安定した投資を目指す。
- 02 **市場でも希少な証券会社の優位性**
✓ 金融商品取引業の複数ライセンスを保有する証券会社として、エクイティとデットの両面で高度な運用ノウハウを提供できる投資スキームの提供が可能。
- 03 **企業の資本コスト（資金調達コスト）を最適化**
✓ 融資と株式を効果的に活用することで、企業の資本コストを抑制しつつ、必要な資金を迅速かつ効率的に調達することを支援する。成長と投資家の利益を両立する持続可能なエコシステムを構築している。
- 04 **ローリスク・安定収益の追求**
✓ デット型投資に重点を置くことで、市場変動や企業収益に影響されにくい安定的な収益基盤を実現している。
- 05 **AIを活用した投資運用**
✓ 最新のAI技術を活用することで、市場の動向を冷静に分析し、リスクを慎重に抑えながら安定したリターンを目指す。

13、成長支援事業_IRリリース_トピックス (2/2)

「UNIVAファンド」の運用計画は、以下のとおりです。本ファンドは、安全性と収益性のバランスを重視した「ハイブリッド型」の貸付型ファンドとなります。

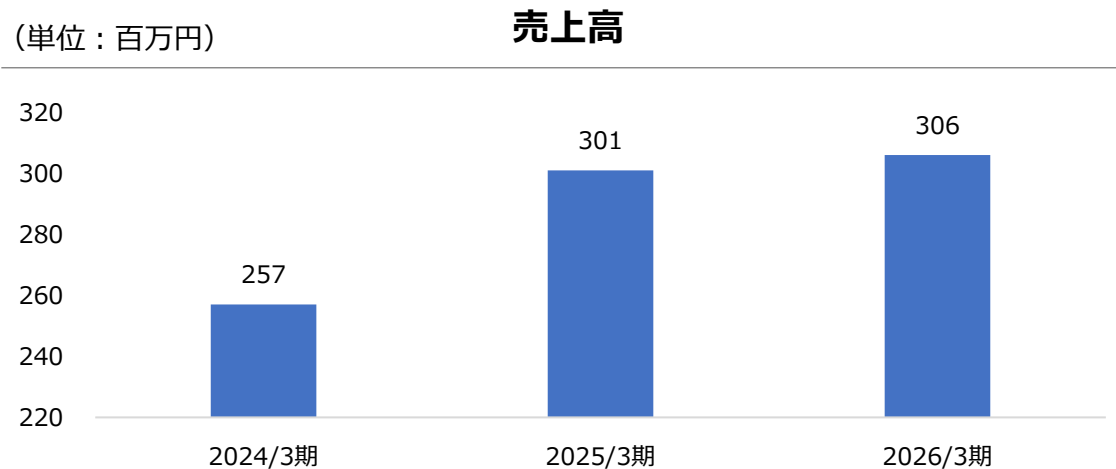
〈ファンドコンセプト〉
安全性と収益性のバランスを重視した「ハイブリッド型」の貸付型ファンド



14、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、新規ツール「キキコミ」の順調な推移に加え、既存サービスの売上拡大も寄与し、306百万円となり、前期比5百万円増加しました。営業損益は、△18百万円となり、前期比△20百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期	2026/3月期	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	301	306	5	1.68%	キキコミの売上は順調に推移しており、Gyro-n EFOも売上増加に寄与した。	○
営業利益	1	△18	△20	—	売上増に伴い粗利も増加したものの、上場準備に係るコストおよび人件費の増加がそれを上回り、営業損失となった。	×



15、デジタルマーケティング事業_今期の振り返り

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 EFOおよびSEO・MEO事業が総じて順調に推移している。特にEFOについては、大手企業を中心に導入社数が増加し、売上拡大に寄与している。

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、機能増強および積極的なプロモーションの効果により、前期比で売上が67%増と大きく成長した。

16、デジタルマーケティング事業_IRリリース_トピックス

クチコミの特許技術を取得により、信頼性の高い情報発信と安定的なマーケティング効果の実現を図ります。

特許概要	
特許番号	特許第7773815号
発明の名称	情報処理装置、情報処理方法、及びプログラム
特許権者	株式会社ユニヴァ・ジャイロン
発明者	島津 久厚、向井 重文、有我 洋祐
要約	評価対象に関する質問と回答に基づき文章（クチコミ）を生成する情報処理装置であり、投稿先のガイドライン適合性を検証・制御し、健全なクチコミの効率的な生成と投稿を支援する技術

効果

- 信頼性・コンプライアンス向上**
✓ クチコミの真正性を担保し信頼性の高い情報発信を実現、景品表示法および各プラットフォームのガイドライン違反リスクを低減、サービスの信頼性向上による顧客および企業からの評価向上、クチコミマーケティング領域における健全な市場形成への寄与。
- 事業運営・マーケティング効果**
✓ ガイドライン適合性をシステムで制御することによる運用負荷の軽減、リッチなクチコミの安定的な獲得によるマーケティング効果の向上。
- 競争優位性の確立**
✓ 競合サービスとの差別化および独自性・優位性の確立、特許による技術模倣の抑制と中長期的な競争優位性の確保。

17、B/S_自己資本比率

2026/3月期の自己資本比率は、**23.6%**となっております。

(単位：百万円)

資産の部	合計	5,038
流動資産		3,264
固定資産		1,772
有形固定資産		1,273
無形固定資産		49
投資その他の資産		449
繰延資産		1

負債の部	合計	3,841
流動負債		1,484
固定負債		2,357

資産の部	合計	1,196
株主資本		1,632
その他の包括利益累計額		△443
新株予約権		6
非支配株主持分		2

【 自己資本比率 : 23.6% 】

18、2027年3月期の事業方針

来期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	<ul style="list-style-type: none">✓ 再生可能エネルギー事業各社の経営陣を統一し、グループ一体となった事業推進を進めていく。✓ 低圧の電源開発から高圧および蓄電所案件へとシフトし、売上拡大を目指す。✓ 補助金の活用を進めながら、自家消費型案件における新規顧客の獲得を強化する。✓ 新たに設立したUNIVA FITを通じて、BtoC事業の拡大にも取り組む。
ビューティー&ヘルスケア事業	<ul style="list-style-type: none">✓ 今期発売した「Waterless Lifty Serum」に、2026年4月に発売した「Waterless Bouncy Essence Lotion」を加えたWaterless商品の市場浸透を目的に、マーケティング活動を強化し、ブランド認知の向上と売上拡大を目指す。
トレーディング事業	<ul style="list-style-type: none">✓ UNIVA Hong Kong TradingではECサイトにおける取扱商品の拡充を進め、ラインナップの強化を通じて、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においても、事業拡大を図り収益寄与に貢献する。
成長支援事業	<ul style="list-style-type: none">✓ UNIVA FUND 第1号案件を早期に組成完了させ、第2号案件、第3号案件の組成を目指す。✓ 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・資金調達案件のクロージングを推進する。
デジタルマーケティング事業	<ul style="list-style-type: none">✓ キキコミにおけるアライアンス案件の強化を図るとともに、Gyro-n AdOPSのプロダクト開発を推進する。
その他	<ul style="list-style-type: none">✓ FM軽井沢では、放送外事業の拡充を通じて新たな収益源の確保を目指す。✓ UNIVA RBLでは、5月に予定されている本シーズン開幕に向け、体制整備および各種準備を進める。✓ ユニヴァ・ライゾーマでは、プロジェクト業務領域における受注拡大と売上向上を推進する。✓ 2026年4月に子会社化したユニヴァ・テクノロジーズでは、既存の顧客売上だけでなく、グループ内のIT強化を目指す。

19、ペイメント事業_トピックス (1/2)

ユニヴァ・ペイキャスト (UPC) の子会社化について、改めて準備を進めております。UPCは、キャッシュレス決済ビジネスを展開する会社であり、その主な優位性は以下のとおりです。

再チャレンジ
(ユニヴァ・ペイキャストを当社の子会社化)



UPC

キャッシュレス決済ビジネスを展開するフィンテック企業であり、同社が年間決済額は、約2,000億円となる。

優位性1

越境決済

- ✓ 中国の銀聯カードによるインターネット上の「越境決済」や、中国人観光客が利用するポピュラーな Alipay、WechatPayをはじめ、他のアジア諸国のモバイル決済を、日本国内において一早く利用できるように対応し、キャッシュレス決済を導入する加盟店から「インバウンド決済ならユニヴァ・ペイキャスト」と評価されるユニークなポジションを築いたという先行者としての優位性。

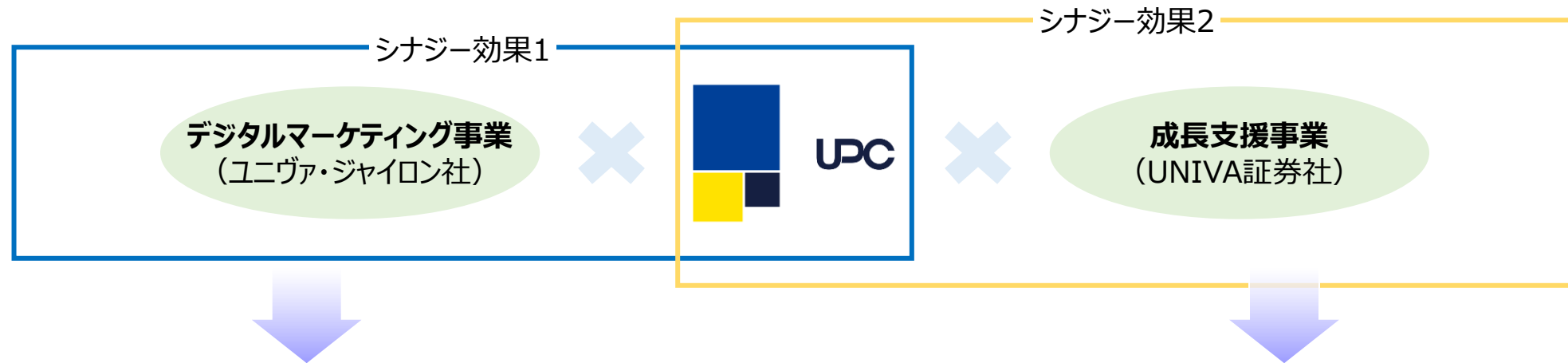
優位性2

手厚いサポート

- ✓ 自社による決済システム開発力、高度なセキュリティおよび加盟店への手厚いサポートに対する信頼性がユニヴァ・ペイキャストの加盟店の稼働率の高さにつながっており、海外のモバイル決済提供事業者からも高い評価を得ている。

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の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、決済回転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。

20、2027/3月期_連結業績予想

2027年3月期は、**大幅増収及び黒字化**を見込んでおります。

(2026年4月に子会社化したUNIVA Marketingについては、**連結業績への反映期間は9カ月**となります。)

(単位：百万円)	2026/3月期 実績	2027/3月期 業績予想	増減額	増減率
売上高	2,331	7,337	5,006	214.7%
営業利益	△687	179	866	—
経常利益	△549	104	653	—
親会社株主に帰 属する当期純利益	△582	102	684	—