

2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

2026年2月12日
株式会社UNIVA・Oakホールディングス

1、グループ連結業績_2026/3月期 第3四半期



売上高は、1,341百万円となり、前期比764百万円減少しました。
一方、営業利益は、△494百万円となり、前期比37百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 3Q	2026/3月期 3Q	増減額	増減率
売上高	2,106	1,341	△764	△36.3%
営業利益	△456	△494	△37	-
経常利益	△400	△413	△12	-
親会社株主に帰属する当期純利益	△108	△410	△302	-

2. セグメント別業績（サマリー）_ 2026/3月期 第3四半期



(単位：百万円)

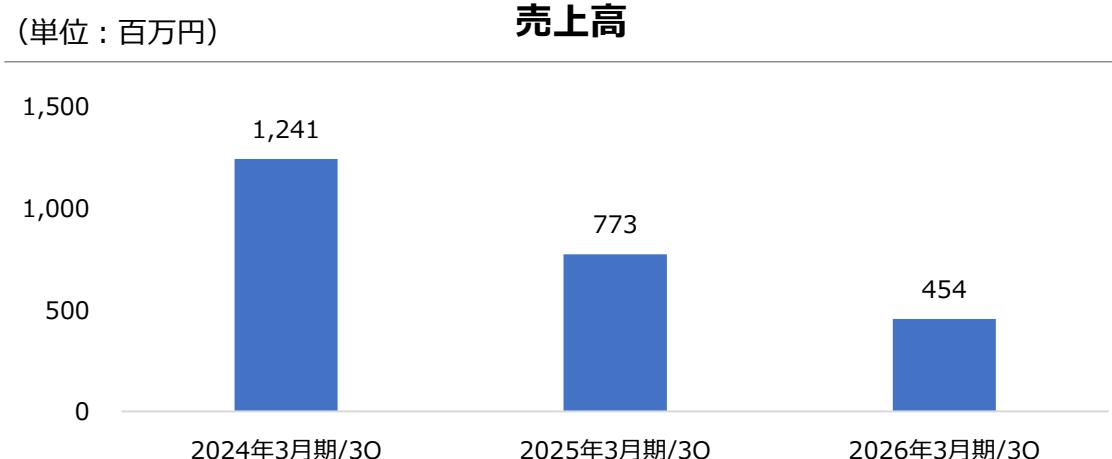
		2025/3月期 3Q	2026/3月期 3Q	増減額	増減率
再生可能エネルギー事業	売上高	773	454	△318	△41.20%
	営業利益	△48	△214	△166	—
ビューティー＆ヘルスケア事業	売上高	957	385	△572	△59.77%
	営業利益	△213	△107	106	—
トレーディング事業	売上高	—	22	—	—
	営業利益	—	△0	—	—
成長支援事業	売上高	70	108	37	53.38%
	営業利益	△40	29	70	—
デジタルマーケティング事業	売上高	222	230	7	3.25%
	営業利益	3	△14	△17	—
その他	売上高	121	199	78	64.59%
	営業利益	6	△44	△51	—

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、また補助金申請の影響で、454百万円となり、前期比318百万円減少しました。営業損益は、△214百万円で、前期比166百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 3Q	2026/3月期 3Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	773	454	△318	△41.20%	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補助金申請の関係で納品が進まなかつた。	×
営業利益	△48	△214	△166	-	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。	×



4、再生可能エネルギー事業_第3四半期振り返り



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

- | | |
|-------------------|--|
| 電源開発
(高圧案件も含む) | <ul style="list-style-type: none">✓ 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。 |
| 自家消費 | <ul style="list-style-type: none">✓ 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。 |
| メンテナンス | <ul style="list-style-type: none">✓ 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。 |

3Qの振り返り

- [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、具体的な用地を既に確保しており、既存取引先を中心に実現性の高い案件として提案を進めている。
- 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。
- [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、理解と同意を得ながら、影響を最小限に抑えつつ順次契約更新を進めている。

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、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385百万円となり、前期比572百万円減少しました。営業損益は、既存商品の販促費を抑えたことなどから、△107百万円となり、前期比106百万円改善しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 3Q	2026/3月期 3Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	957	385	△572	△59.77%	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	△213	△107	106	-	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。	×



6、ビューティー＆ヘルスケア事業_第3四半期振り返り



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

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。

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。

3Qの振り返り

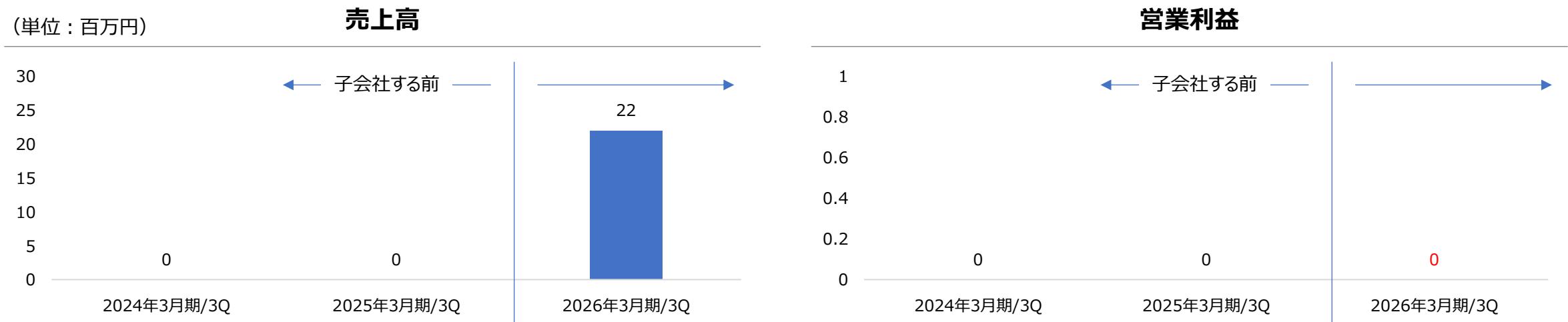
- 既存顧客からの売上は安定して推移している一方、販促費を抑制した影響により新規顧客の獲得は減少している。今後は、[商品自体のリニューアルや新商品購入者への販促施策を通じて、新規顧客の獲得拡大](#)を図る。

- 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。

7、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、22百万円となり、営業損益は0百万円となりました。

(単位：百万円)	2025/3月期 3Q	2026/3月期 3Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	—	22	—	—	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	—	△0	—	—	事業開始直後で売上計上額がまだ小さく、その 影響から営業利益の計上には至らなかった。	✗



8、トレーディング事業_第3四半期振り返り



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

- ✓ 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。

OTC越境EC

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）。

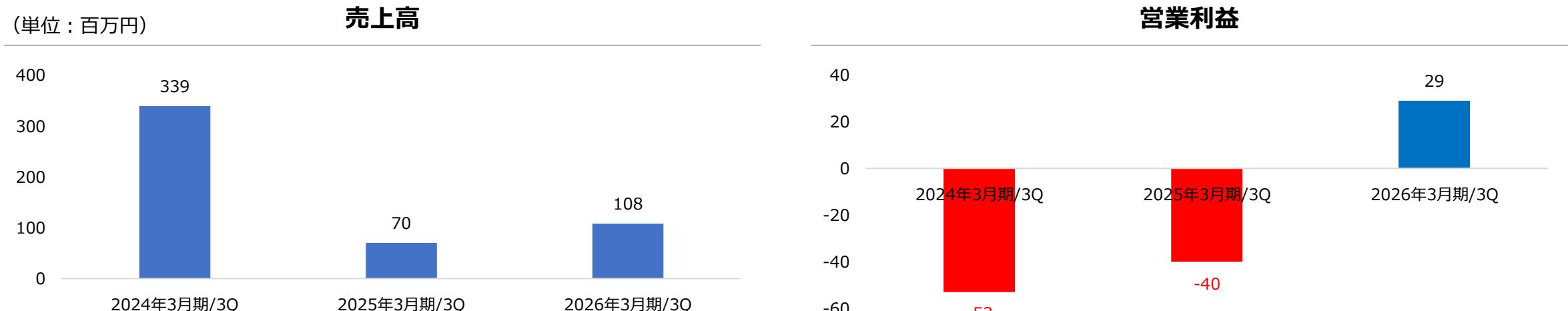
3Qの振り返り

- [医薬品（漢方薬）の卸売免許を予定どおり取得できること](#)により、各種準備を前倒しで進めることができとなり、当初の想定よりも早期に事業を開始することができた。

9、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108百万円となり、前期比37百万円増加しました。営業損益は、29百万円となり、前期比70百万円改善しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 3Q	2026/3月期 3Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	70	108	37	53.38%	Equity Finance案件（山田平安堂の株式譲渡）において、1件のExitを実現した。	○
営業利益	△40	29	70	—	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。	○



10. 成長支援事業_第3四半期振り返り



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

資金調達& M&A

- ✓ プ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。

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。

3Qの振り返り

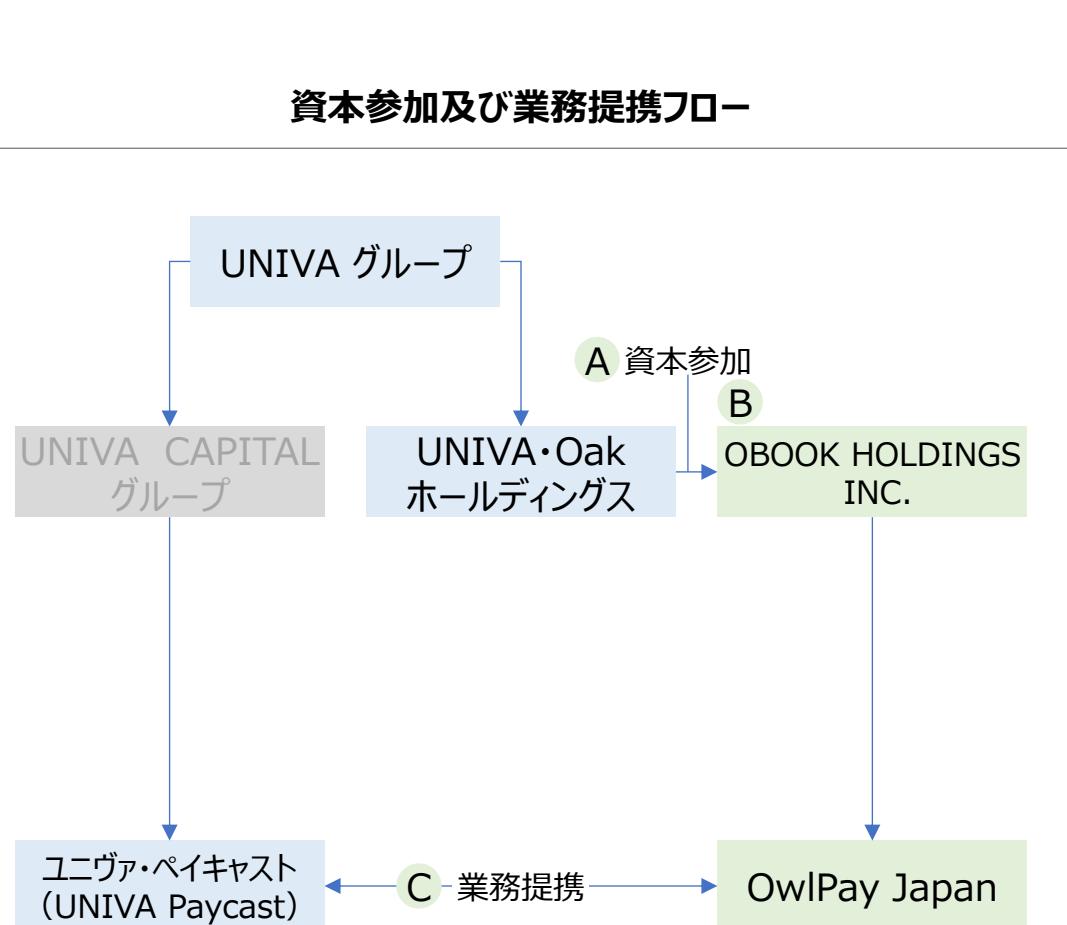
- 3Qにおけるクロージングは数件にとどまったものの、[主催した投資ピッチイベント等を通じて新たな案件の掘り起こし](#)が進んでおり、今後の案件創出につながる基盤を構築できている。

- ファンド組成に向けた当局との擦り合わせは最終局面に入り、具体化に向けた調整が進んでいる。

11. 成長支援事業_IRリリース_トピックス



当社投資先であるOBOOK HOLDINGS INC.の米国NASDAQ上場、ならびに資本参加およびユニヴァ・ペイキャスト社との業務提携の概要は、以下のとおりです。



A 資本参加目的

- ✓ OwlTing社は、[Web3.0関連分野](#)において成長が見込まれる企業である。
- ✓ OwlTing社の在日法人であるOwlPay Japan株式会社は、日本において法定通貨やステーブルコインを用いた国際送金・決済サービス「OwlPay」を展開する予定である。

B 米国NASDAQ上場

- ✓ OBOOK社は、[2025年10月16日（米国東部時間）に米国NASDAQへ上場](#)した。
- ✓ 同社はアジア初のNASDAQ直接上場を果たしたフィンテック企業である。
- ✓ ティッカーシンボル（銘柄コード）：OWLS
- ✓ 公開価額：1株につき10米ドル

C 業務提携

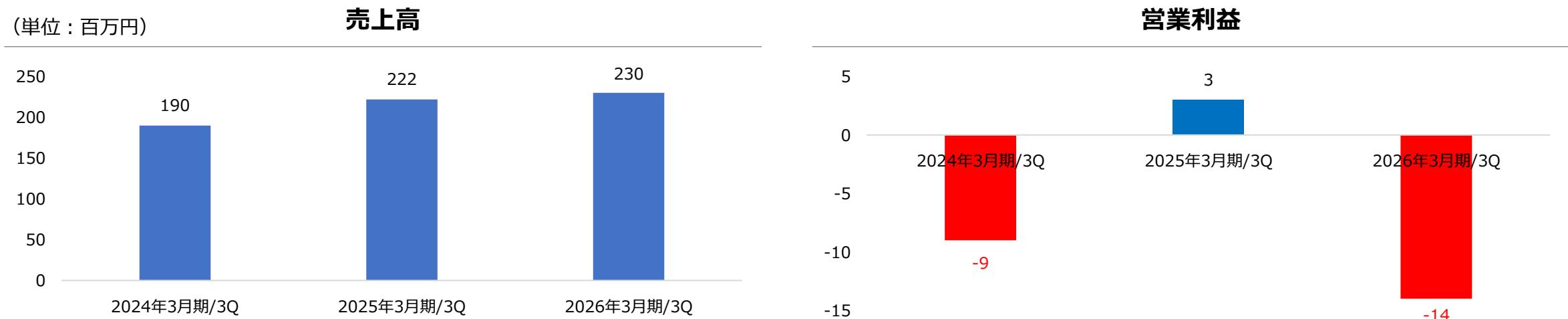
- ✓ ユニヴァ・ペイキャスト社およびOwlPay Japan社との三者間において、[日本でのグローバル決済ソリューション推進](#)に向けた業務提携の基本合意に至った。
- ✓ 本業務提携は、OBOOK社の企業価値向上に資するとともに、当社のWeb3.0領域における将来的な収益拡大に寄与するものである。

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、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、230百万円となり、前期比7百万円増加しました。営業損益は、△14百万円となり、前期比△17百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 3Q	2026/3月期 3Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	222	230	7	3.25%	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	3	△14	△17	—	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、営業損失となつた。	✗



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

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。

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。

3Qの振り返り

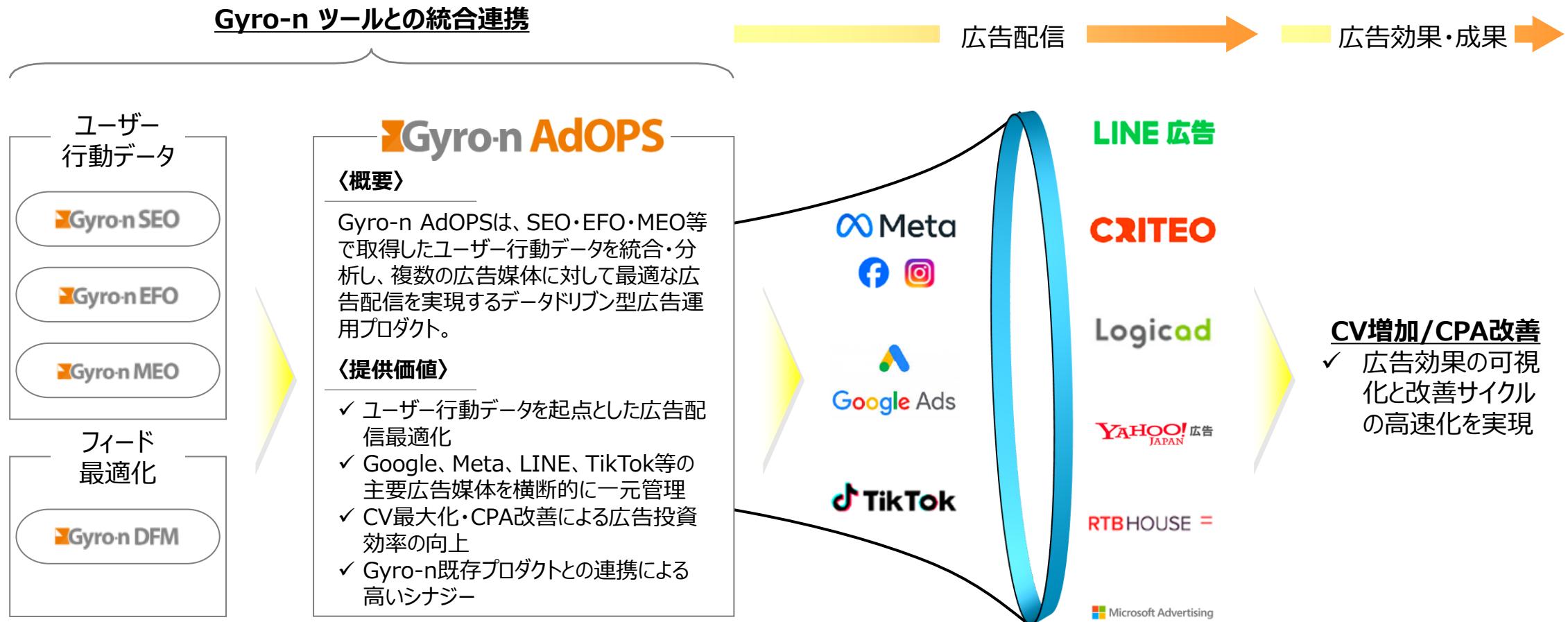
- Gyro-n EFOおよびSEO・MEO事業が総じて順調に推移している。[特にEFOについては、大手企業を中心に導入社数が増加し、売上拡大に寄与している。](#)

- [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78%増](#)と大きく成長した。

14. デジタルマーケティング事業_IRリリース_トピックス



Gyro-n ツールとの統合連携し、“成果の出るべくして出る” 広告戦略を実現します。Gyro-nのデータ資産を力に変える、新・広告運用サービスとなります。



15、B/S_自己資本比率

2026/3月期 第3四半期の自己資本比率は、29.3%となっております。

(単位：百万円)

資産の部	合計	4,972
流動資産		3,133
固定資産		1,837
有形固定資産	1,310	
無形固定資産	50	
投資その他の資産	476	
繰延資産	1	

負債の部	合計	3,507
流動負債		1,961
固定負債		1,545
資産の部	合計	1,465
株主資本		1,806
その他の包括利益累計額		△349
新株予約権		1
非支配株主持分		6

【 自己資本比率 : 29.3% 】

16. 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	<ul style="list-style-type: none">✓ 低圧の電源開発から高压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">✓ 新商品「Waterless Lifty Serum」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">✓ 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。
成長支援事業	<ul style="list-style-type: none">✓ 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案件クロージングを推進する。併せて、UNIVA FUND第1号案件の組成を計画的に進め、早期の立ち上げを目指す。
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、来年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。

17. ビューティー＆ヘルスケア事業



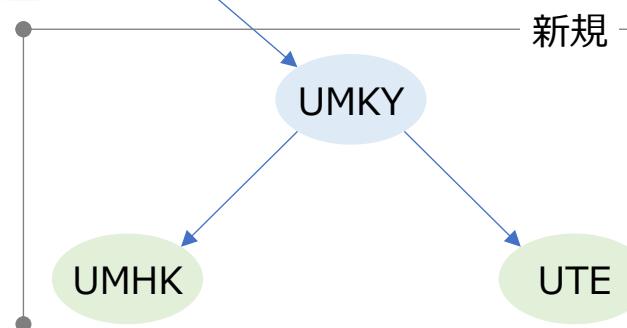
ビューティー＆ヘルスケア事業を拡充するため、UNIVA Marketing Limited (Cayman) の株式取得（子会社化）に向けた基本合意書を締結しました。各社の概要は以下のとおりです。

拡充：ビューティー＆ヘルスケア事業

〈第2次中期経営計画発表内容〉



ビューティー＆ヘルスケア事業



備考

- ✓ UMKY : UNIVA Marketing Limited (Cayman)
- ✓ UMHK : UNIVA Marketing Limited (HongKong)
- ✓ UTE : Univa Technologies

各会社概要

- ✓ 設立：2018年6月29日
- ✓ 事業内容：ビューティ/ヘルスケア製品の卸売、投資事業
- ✓ 売上高：1,450百万円（24年12月期）



- ✓ 設立：2007年3月21日
- ✓ 事業内容：ビューティ/ヘルスケア製品の卸売、投資事業
- ✓ 売上高：2,931百万円（24年12月期）

- ✓ 設立：2019年7月1日
- ✓ 事業内容：ソフトウェア開発
- ✓ 売上高：378百万円（24年12月期）

18. スポーツ事業



2026年にロイヤルバスケットボールリーグを開催開始する予定であり、RBL Season1の開催場所および日程は、以下のとおりです。

2026 RBL Season 1



東京新宿
シネシティー広場
5/30-31



愛知名古屋城前
6/13-14
※調整中



京都
岡崎公園
6/27-28



熊本
花畠広場
7/4-5



福岡
JR博多シティ
大屋根イベントスペース
7/29-30

