

2025年3月期 第1四半期 決算説明資料

2024年8月9日
株式会社UNIVA・Oakホールディングス

1、グループ連結業績_2025/3月期 第1四半期

売上高は、739百万円で、前期比約600百万円減少しました。
一方、営業利益は、△148百万円で、前期比約4百万円改善しています。

(単位：百万円)	2024/3月期 1Q	2025/3月期 1Q	増減額	増減率
売上高	1,334	739	△594	△45%
営業利益	△152	△148	3	—
経常利益	87	52	△34	△40%
純利益	120	130	9	8%

2、セグメント別業績（サマリー） _ 2025/3月期 第1四半期



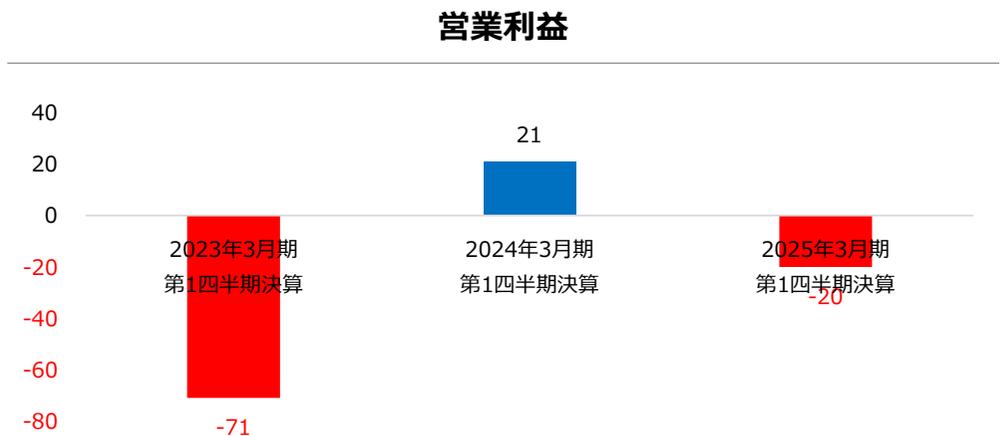
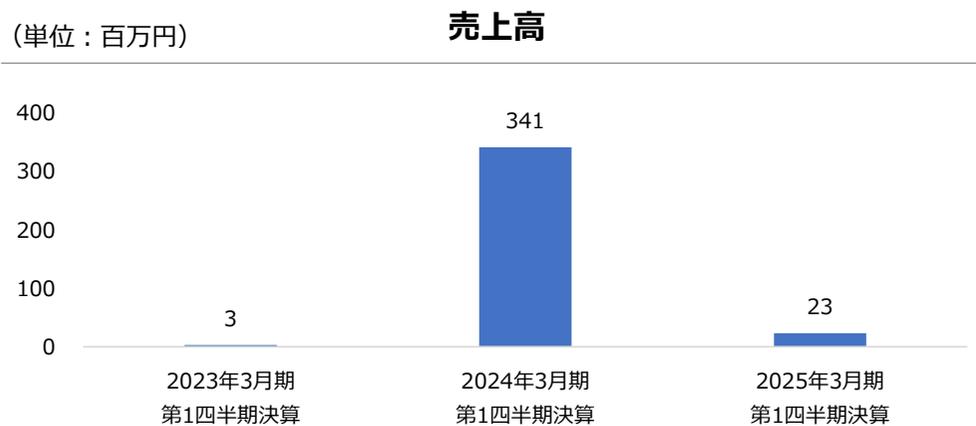
(単位：百万円)

		2024/3月期 1Q	2025/3月期 1Q	増減額	増減率
金融事業	売上高	341	23	△317	△93%
	営業利益	21	△20	△42	—
ビューティー&ヘルスケア事業	売上高	429	375	△53	△12%
	営業利益	△53	△39	13	—
クリーンエネルギー事業	売上高	491	256	△234	△48%
	営業利益	1	△30	△32	—
デジタルマーケティング事業	売上高	61	70	9	15%
	営業利益	△4	0	5	—
その他	売上高	43	23	△20	△47%
	営業利益	1	0	△0	△89%

3、セグメント別業績_金融事業

売上高は、エクイティファイナンス事業において投資先のEXITがなくなったことにより、23百万円となり、前期比317百万円減少しました。セグメント損益は、△20百万円で、前期比42百万円減少しました。

(単位：百万円)	2024/3月期 1Q	2025/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由
売上高	341	23	△317	△93%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今期は現在進捗中のEF案件が当初の計画通りに推移せず、売上に貢献しなかったため、大幅な減収となった。 ✓ 販売管理費を賄うことができずに営業利益が赤字となった。
営業利益	21	△20	△42	—	



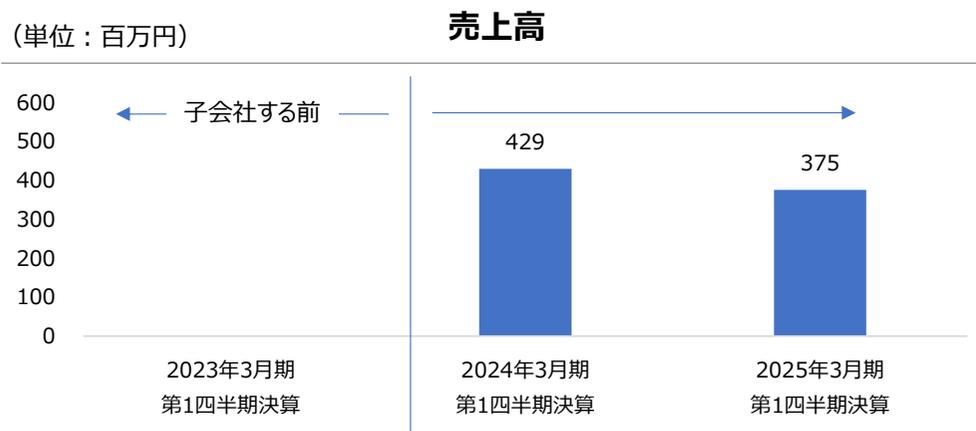
注：EF=Equity Finance (エクイティファイナンス)

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

4、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、従来のコンブチャクレンズを中心とした売上となり、**375百万円**となり、前期比**53百万円**減少しました。
セグメント損益は、既存商品の販促費を抑えたことなどから、**△39百万円**で、前期比**13百万円**増加（改善）しました。

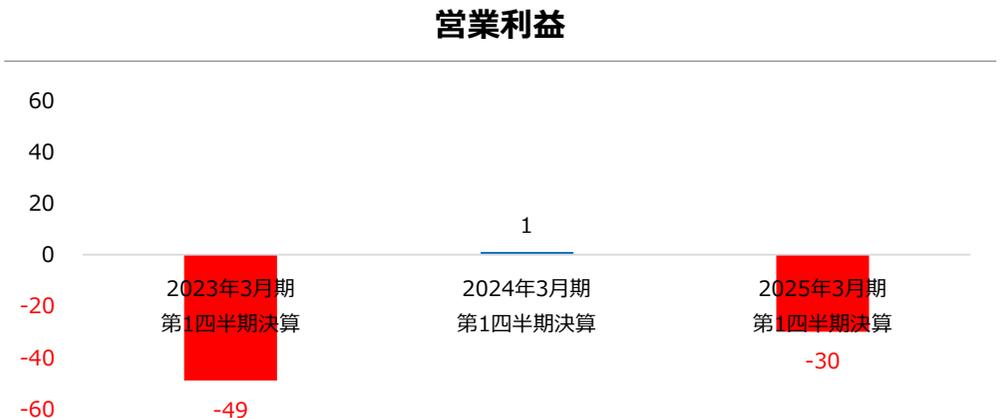
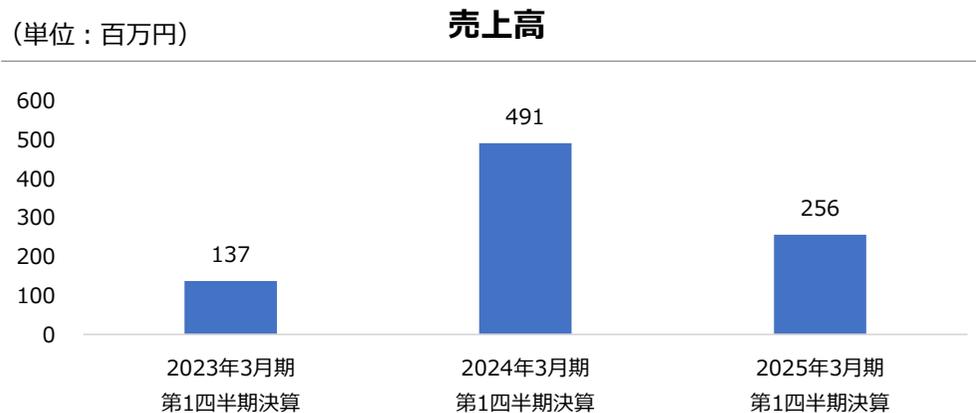
(単位：百万円)	2024/3月期 1Q	2025/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由
売上高	429	375	△53	△12%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 初の機能性表示食品である新商品の発売に向けて、既存商品の販売促進を控えた結果、既存商品の売上が伸び悩み、計画通りの売上に達しなかった。 ✓ コスト削減により赤字幅は減少へ。
営業利益	△53	△39	13	—	



5、セグメント別業績_クリーンエネルギー事業

売上高は、太陽光発電設備の納品が計画比で遅延又は失注したことなどにより、256百万円となり、前期比234百万円減少しました。セグメント損益は、△30百万円で、前期比32百万円減少しました。

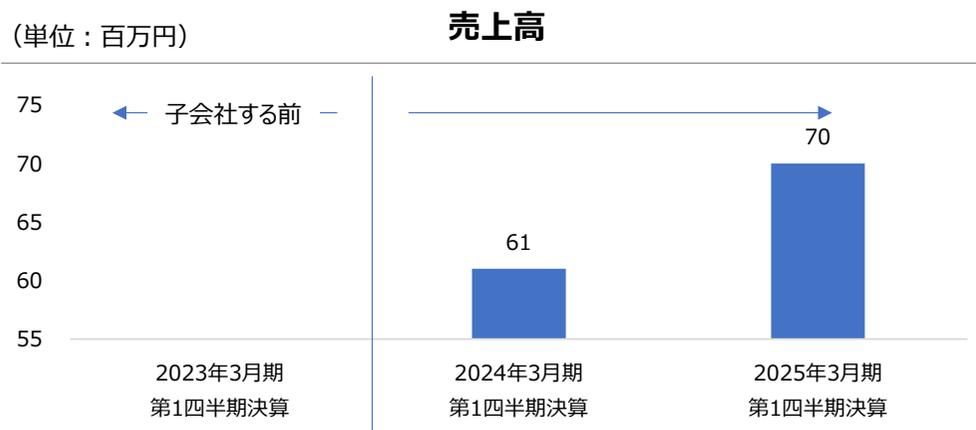
(単位：百万円)	2024/3月期 1Q	2025/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由
売上高	491	256	△234	△48%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 取引先との間で冬の期間の工事の制限があったこと、自然環境保護活動の影響で、工事が中断したこと等により、大幅な減収となった。
営業利益	1	△30	△32	—	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 販売管理費を賄うことができずに営業利益が赤字となった。



6、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マーケティングツールや新サービスを提供により、70百万円となり、前期比9百万円増加しました。セグメント損益は、0百万円で、前期比5百万円増加（改善）しました。

(単位：百万円)	2024/3月期 1Q	2025/3月期 1Q	増減	増減率	増減理由
売上高	61	70	9	15%	✓ 既存のマーケティングツールに加え、昨年12月にリリースした口コミ文章自動生成ツール「キキコミ」の売上増加もあり増収増益となった。
営業利益	△4	0	5	—	



7、B/S_自己資本比率

2025/3月期 第1四半期の自己資本比率は、**47.3%**となっております。

(単位：百万円)

資産の部	合計	5,760
流動資産		3,874
固定資産		1,877
有形固定資産		1,381
無形固定資産		57
投資その他の資産		438
繰延資産		8

負債の部	合計	3,036
流動負債		1,576
固定負債		1,459

資産の部	合計	2,723
株主資本		3,088
その他の包括利益累計額		△365
非支配株主持分		1

【 自己資本比率：47.3% 】

8、2025/3月期 業績改善に向けた施策



今後、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。

	セグメント	施策概要
# 1	金融事業	<ul style="list-style-type: none">✓ M&Aや資金調達の仲介業務が軌道に乗り始め、今後の収益確保を目指す。✓ エクイティファイナンス事業においても、既存案件の投資回収を進めるとともに、新規案件の獲得を目指す。
# 2	ビューティー&ヘルスケア事業	<ul style="list-style-type: none">✓ 機能性表示食品であるコンブチャDETOの発売により早期の利益化を図る。
# 3	クリーンエネルギー事業	<ul style="list-style-type: none">✓ 建設業許可の取得や、仕入れルートの見直し等により原価率の低減を目指す。✓ 新規取引先を開拓し、売上、利益の拡大を目指す。
# 4	デジタルマーケティング事業	<ul style="list-style-type: none">✓ 既存ツールの売上加え、新サービスである口コミ文章自動生成ツール「キキコミ」も順調に伸びているので、今後この流れを加速させ、さらなる利益獲得を目指す。
# 5	その他	<ul style="list-style-type: none">✓ シェアードサービス事業であるユニヴァ・ライゾーマを会計・経理業務のスペシャリスト集団とし、連結子会社以外の経理業務や財務DD業務等の付加価値の高い業務にも取り組んで行く。