

2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

2025年11月13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2四半期

売上高は、784百万円となり、前期比623百万円減少しました。
一方、営業利益は、△356百万円となり、前期比51百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 2Q	2026/3月期 2Q	増減額	増減率
売上高	1,408	784	△623	△44.28%
営業利益	△304	△356	△51	—
経常利益	△537	△396	140	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△242	△395	△153	—

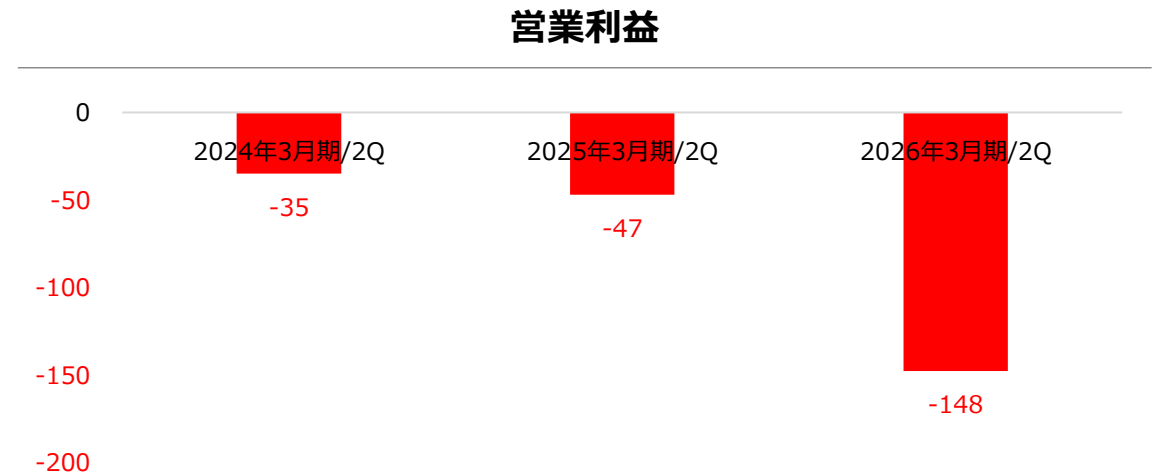
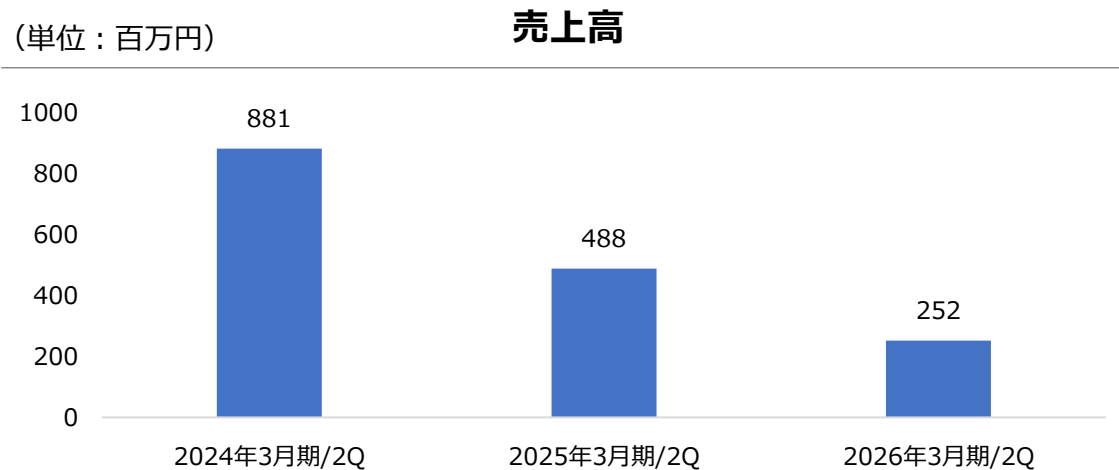
2、セグメント別業績（サマリー） _ 2026/3月期 第2四半期

(単位：百万円)		2025/3月期 2Q	2026/3月期 2Q	増減額	増減率
再生可能エネルギー事業	売上高	488	252	△236	△48.32%
	営業利益	△47	△148	△101	—
ビューティー＆ヘルスケア事業	売上高	670	277	△393	△58.66%
	営業利益	△118	△52	66	—
成長支援事業	売上高	61	9	△51	△83.90%
	営業利益	△27	△35	△7	—
デジタルマーケティング事業	売上高	145	154	9	6.3%
	営業利益	3	△7	△10	—
その他	売上高	64	128	63	98.42%
	営業利益	0	△16	△16	—

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、**252百万円**となり、前期比**236百万円**減少しました。営業損益は、**△148百万円**で、前期比**101百万円**悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 2Q	2026/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	488	252	△236	△48.32%	電源開発の主要取引先における事業方針の変更により、当初予定していた納品数を確保できなかった。また、自家消費分についても補助金申請待ちの影響で納品が進まなかった。	×
営業利益	△47	△148	△101	—	上記の減収は販管費の削減では補えず、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2四半期振り返り

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

2Q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向けて](#)、納品先候補を絞り込み、現在は具体的な条件や契約内容について折衝を進めている。
- [高圧案件](#)については、すでに具体的な設置候補地を確保しており、既存取引先を中心に提案活動を行っている。

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](#)、複数の企業に対して提案を実施している。現在は、導入コスト削減や発電効率の向上といったメリットを訴求しながら、各社にて補助金申請手続きを進めており、採択結果を踏まえて順次契約、施工段階へ移行していく予定である。

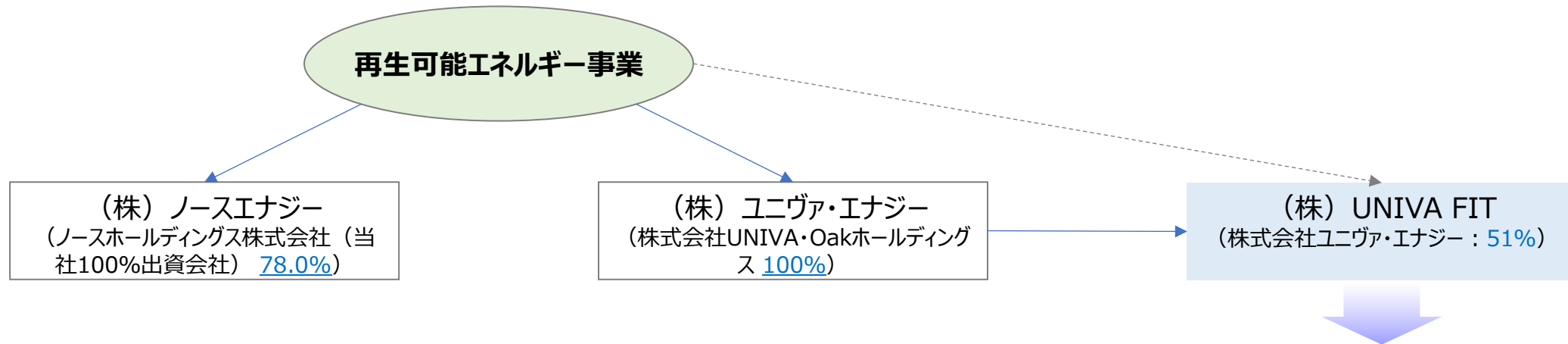
メンテナンス

- ✓ 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の導入について](#)、既存顧客へ順次説明を実施している。顧客理解を深めながら更新手続きを進めており、プラン移行による契約継続率の向上と収益性の改善を図っている。

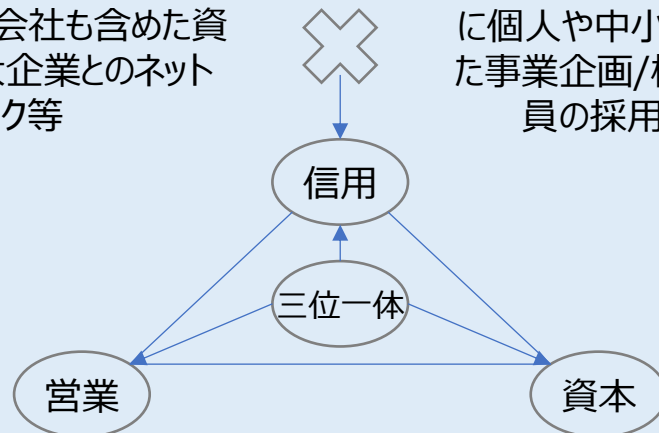
5、再生可能エネルギー事業_IRリリース_トピックス

連結子会社が合併会社を設立し、再生可能エネルギー事業の業務範囲内の拡大を目指します。
UNIVA FIT社の事業概要については、以下の通りです。



UOHは、上場会社としての信用力、証券子会社も含めた資金調達力、大企業とのネットワーク等

Fit Founderは、営業力、主に個人や中小企業を対象とした事業企画/構築力、営業要員の採用・育成力等

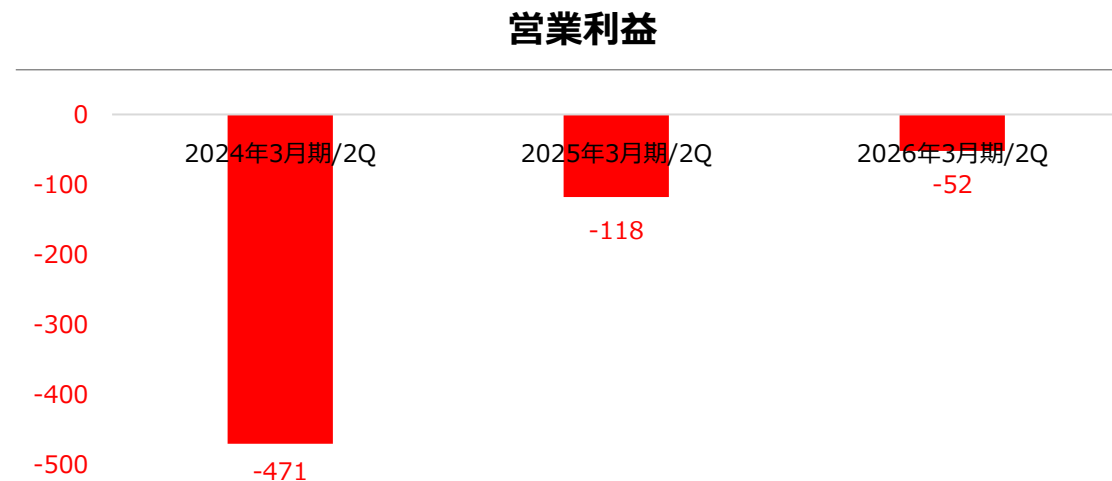
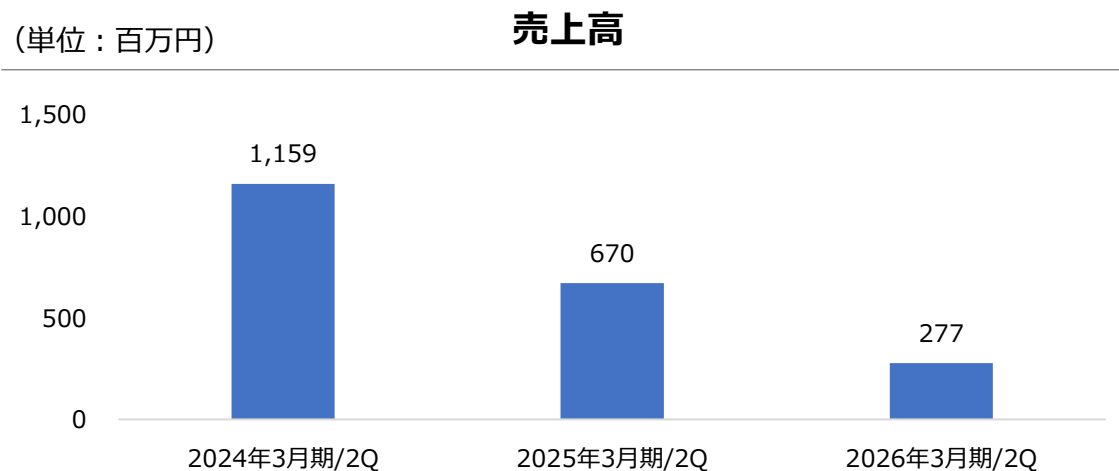


事業カテゴリー	事業概要
<u>スマートハウス</u>	太陽光パネル、蓄電池。エコキュートといった商品を戸建住宅向けに販売
<u>新電力事業</u>	新電力をOEM方式で事業所や中小企業向けに販売
<u>事業開発</u>	産業用太陽光発電設備や系統用蓄電所を需要家や電力会社向けに販売

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277百万円となり、前期比393百万円減少しました。営業損益は、既存商品の販促費を抑えたことなどから、△52百万円となり、前期比66百万円改善しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 2Q	2026/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	670	277	△393	△58.66%	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	△118	△ 52	66	—	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_第2四半期振り返り

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

2Q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的に推移しているものの、販促費を抑制した影響で新規顧客の獲得が減少している。 今後は、新商品の購入者や潜在顧客を対象にした販促活動を強化し、新規顧客の拡大と売上基盤の拡充を目指す。

新商品

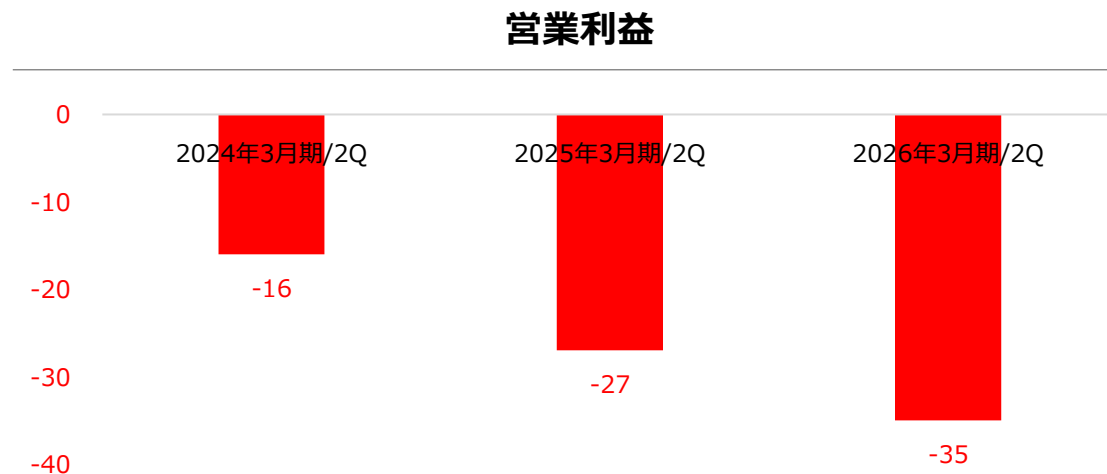
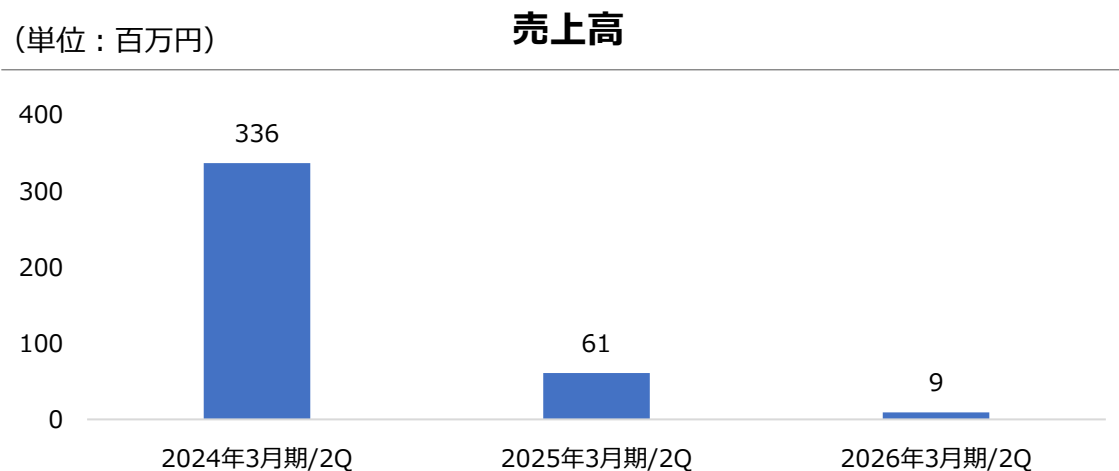
- ✓ 新商品である高濃度美容液の発売に注力し、効果的なマーケティング戦略を通じてシェアの拡大を目指す。

- 新商品の販売を開始し、認知度向上を目的とした各種マーケティング施策を展開した結果、徐々に売上が増加している。 今後も販促活動を継続し、ブランド定着と売上拡大を図る。

8、セグメント別業績_成長支援事業

売上高は、M&Aおよび資金調達仲介案件のクロージングが計画どおりに進まなかった為、9百万円となり、前期比51百万円減少しました。営業損益は、△35百万円となり、前期比7百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 2Q	2026/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	61	9	△51	△83.90%	M&Aおよび資金調達仲介案件のクロージングが計画どおりに進まなかったことにより、売上が減少した。	×
営業利益	△27	△35	△7	—	上記の減収は販管費の削減では吸収できず、前年同期比で営業赤字が拡大した。	×



9、成長支援事業_第2四半期振り返り

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

2Q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。

- 第2四半期におけるクロージングは数件にとどまったものの、第3四半期に向けては[国内外で多数のアライアンスを構築することができた](#)。

FUND組成

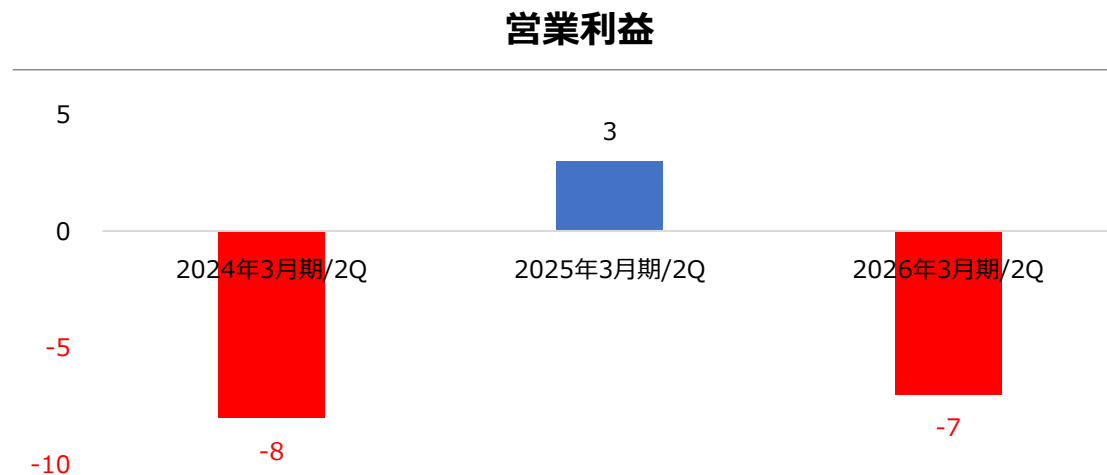
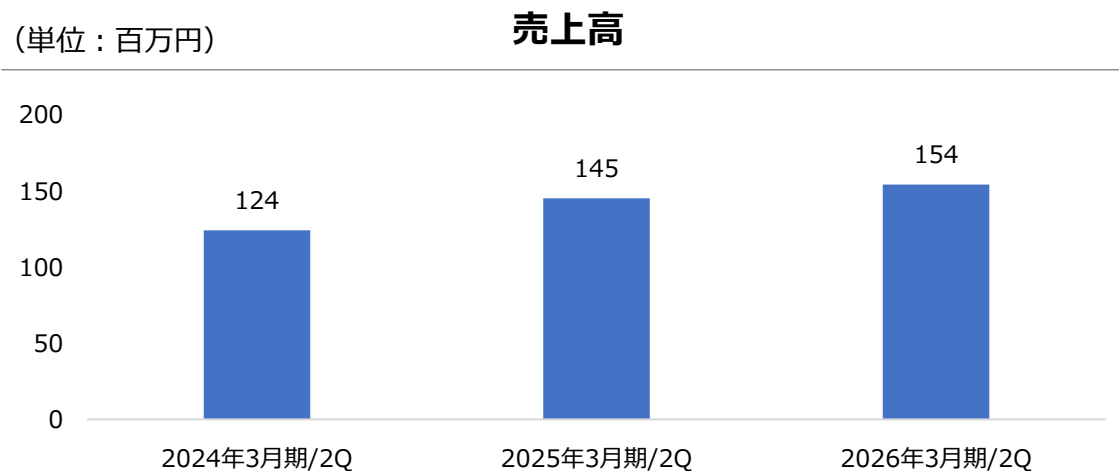
- ✓ 投資家には安定したインカムとキャピタルゲインを提供するとともに、企業には成長支援や経営支援を通じて、持続可能な成長を促進するUNIVA FUNDを中心としたエコシステムを構築し、双方にとって価値ある関係を築いていくことを目指す。

- ファンド組成に向けた当局との協議・調整は順調に進捗しており、[第3四半期には組成を開始できる見込み](#)である。

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、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、154百万円となり、前期比9百万円増加しました。営業損益は、△7百万円となり、前期比△10百万円悪化しました。

(単位：百万円)	2025/3月期 2Q	2026/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	145	154	9	6.3%	「キキコミ」の売上が順調に推移しており、加えて「Gyro-n EFO」およびSEO・MEO施策も売上増加に寄与した。	○
営業利益	3	△7	△10	—	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。	×



11、デジタルマーケティング事業_第2四半期振り返り

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

2Q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、機能強化および積極的なプロモーション施策の効果により、前年同期比で175%増と大きく成長した。

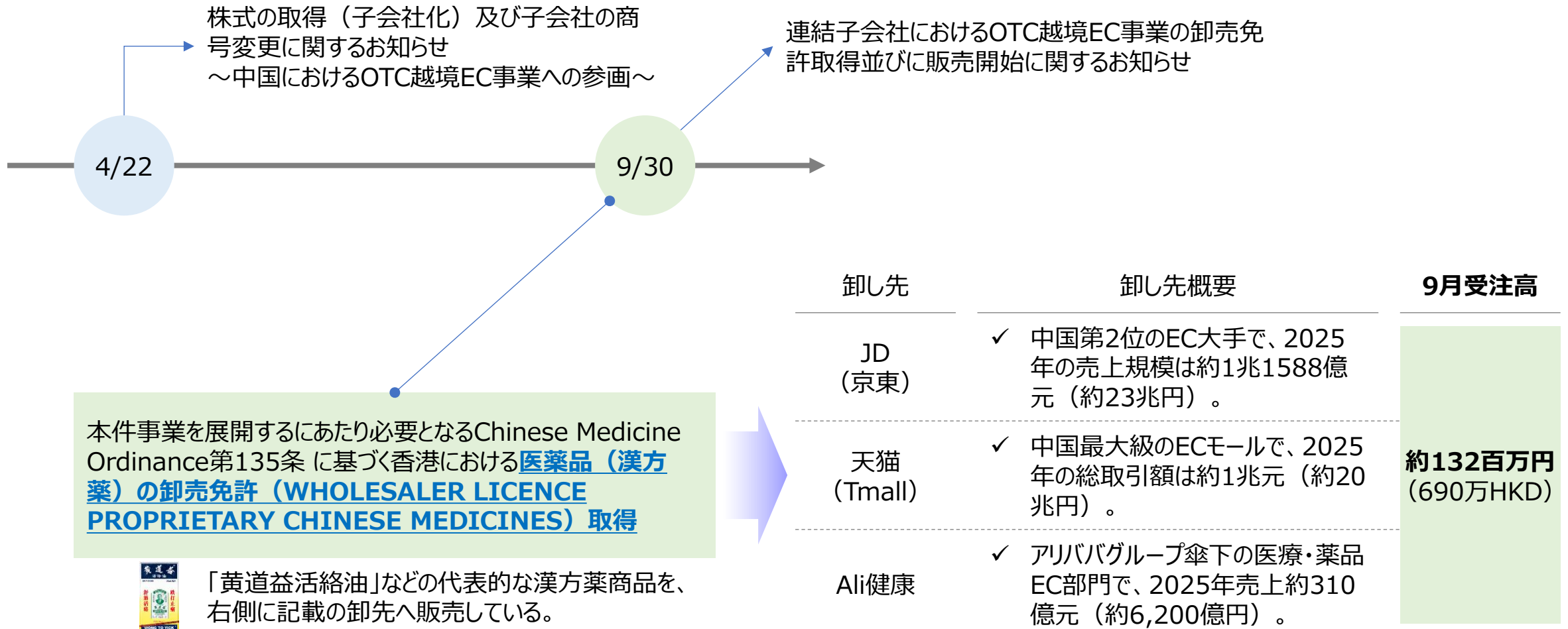
12、デジタルマーケティング事業_IRリリース_トピックス

AIによる口コミの生成・投稿に加え、Gyro-n Reviewでは「[AIクチコミ返信アシスト機能](#)」をアップデートし、返信文案の自動作成が可能になりました。



13、OTC越境EC事業_IRリリース_トピックス

医薬品（漢方薬）の卸売販売業許可を取得しており、「黄道益活絡油」などの代表的な漢方薬を中国の大手ECプラットフォームへ卸売販売を開始しています。

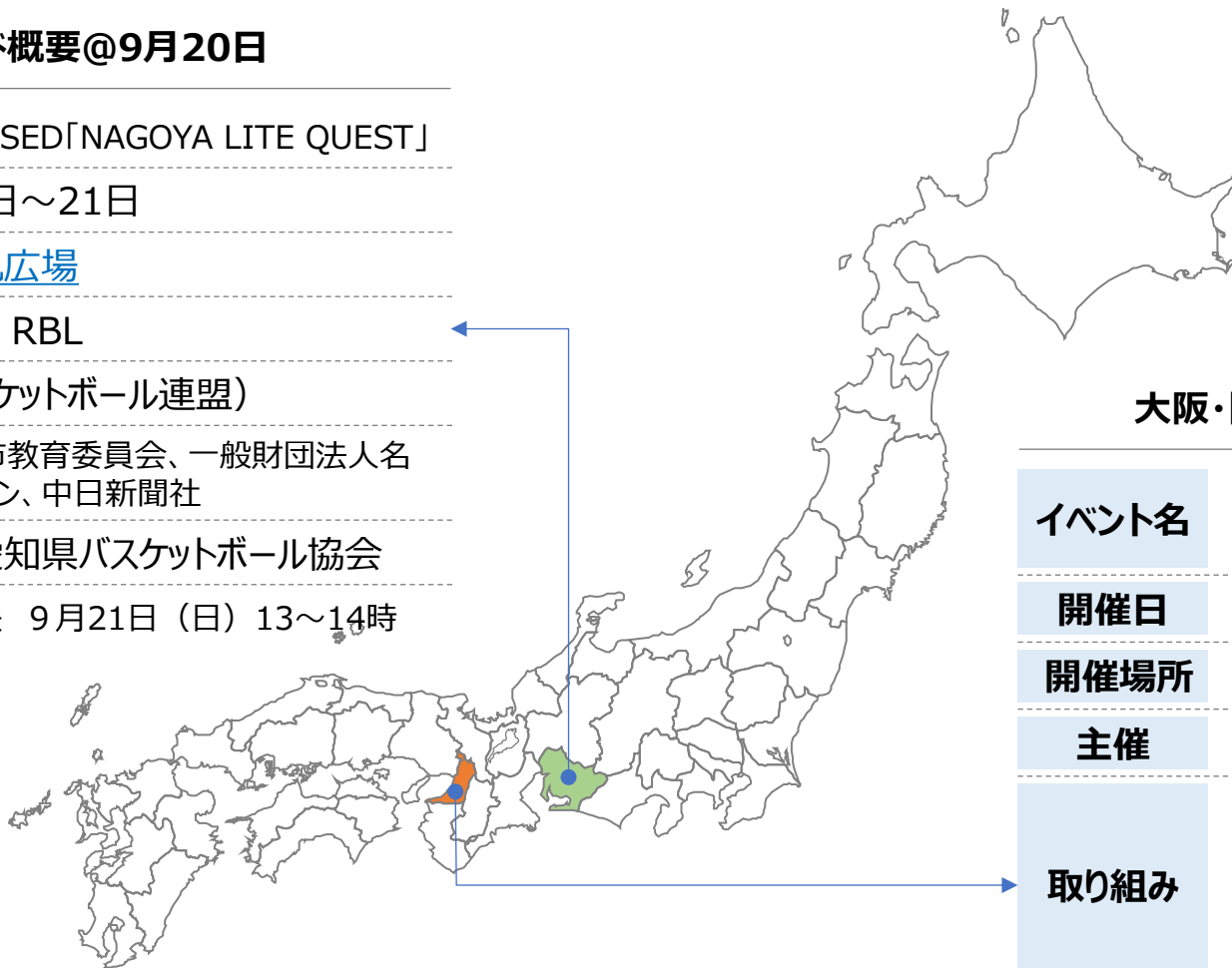


14、スポーツ事業_IRリリース_トピックス

9月20日と26日に名古屋および大阪でイベントを開催し、3×3バスケットボールのプロリーグ「ロイヤル・バスケットボール・リーグ（RBL）」のPRを実施しました。

プレオープニングラウンド概要@9月20日

イベント名	FIBA 3x3 ENDORSED「NAGOYA LITE QUEST」
開催日	2025年9月20日～21日
開催場所	名古屋城 二之丸広場
主催	株式会社UNIVA RBL
公認	FIBA（国際バスケットボール連盟）
後援	名古屋市、名古屋市教育委員会、一般財団法人名古屋スポーツコミッション、中日新聞社
協力	一般財団法人 愛知県バスケットボール協会
メディア放映	BS朝日において放映 9月21日（日）13～14時



大阪・関西万博イベント@9月26日

イベント名	「SPORTS of HEART 2025 in 大阪・関西万博」
開催日	2025年9月26日（金）～28日（日）
開催場所	EXPO アリーナ「Matsuri」
主催	一般社団法人スポーツ・オブ・ハート
取り組み	<u>RBLとしての参加。</u> 3人制プロバスケットボールの選手が参加し、シュートチャレンジ、親子クリニックなどのコートイベントを開催する。

15、B/S_自己資本比率

2026/3月期 第2四半期の自己資本比率は、**32.2%**となっております。

(単位：百万円)

資産の部	合計	4,733
	流動資産	2,886
	固定資産	1,844
	有形固定資産	1,312
	無形固定資産	45
	投資その他の資産	486
繰延資産		2

負債の部	合計	3,209
	流動負債	1,716
	固定負債	1,492
資産の部	合計	1,523
	株主資本	1,821
	その他の包括利益累計額	△299
	非支配株主持分	1

【 自己資本比率 : 32.2% 】

16、今後の業績改善に向けた具体的な施策

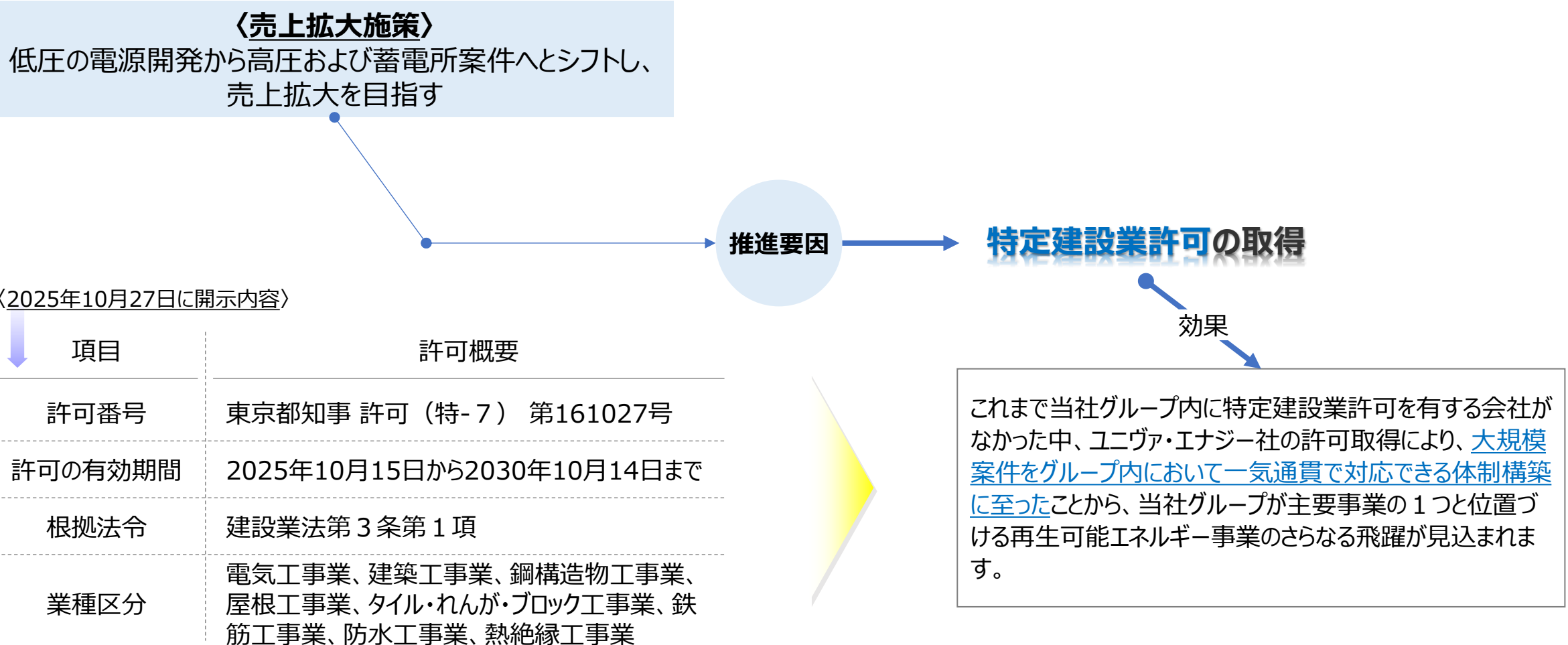
今後の業績改善に向けたセグメント別の具体的な施策は、以下の通りです。

具体的な施策

再生可能 エネルギー事業	✓ 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、<u>BtoC事業の拡大</u>にも取り組む。
ビューティー＆ ヘルスケア事業	✓ 新商品「<u>Waterless Lifty Serum</u>」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。
成長支援事業	✓ 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、<u>UNIVA FUND第1号案件の組成を計画的に進め、早期の立ち上げ</u>を目指す。
デジタルマーケ ティング事業	✓ 東京プロマーケットへの上場を見据え、各種サービスのさらなる売上向上を推進するとともに、<u>ガバナンス体制の強化および内部管理の高度化</u>を進める。
その他	✓ 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、<u>来年3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</u>。 ✓ 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、再生可能エネルギー事業

再生可能エネルギー事業の売上拡大に向けて、重要な基盤となる「[特定建設業許可](#)」を取得しました。これにより、今後大規模案件にもグループ内で一気通貫の体制で対応できるようになりました。



18、デジタルマーケティング事業

特許取得により、ユニヴァ・ジャイロンは、法規制を遵守した「安心・安全」なクチコミ生成サービスを提供する唯一の存在として、業界の質の向上を主導し、特にブランドを重視する企業からの支持を得ていく方針です。

特許査定の概要

「アンケートの質問項目が投稿先の規定に不適合していないか判断しながらアンケート質問と回答を参考に文章を生成する情報処理装置」

今後対応

納付
手続き

設定登録・
権利発生

特許証
発送

すべての請求項が認められたことは、
「デジタルマーケティング事業」にとって大きな
ターニングポイントとなる。

効果

1、業界の質向上と地位確立

✓ 特許の承認により、業界全体の質的向上を促し、「キキコミ」が本分野におけるパイオニアであることを改めて確立することを目指す。

2、独自の「安心・安全」なサービスの提供

✓ 「安心・安全にアンケートからクチコミを生成するサービス」を、当社が唯一提供できる立場となったと認識している。
✓ 特に、上場企業やブランドイメージを重視する企業は、ガイドラインを遵守した安全なサービスを求める傾向にあるため、「キキコミ」が強く支持されると期待している。