2027年3月期 第2四半期
決算説明資料

2026年11月13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_2027/3月期 第2四半期

売上高は、2,564百万円となり、前期比1,780百万円増加しました。
一方、営業利益は、△226百万円となり、前期比130百万円改善しました。

（単位：百万円）

	2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減額	増減率
売上高	784	**2,564**	**1,780**	**226.9%**
営業利益	△356	**△226**	**130**	**－**
経常利益	△396	**△362**	**34**	**－**
特別損益	△4	**286**	**291**	**－**
親会社株主に帰属する当期純利益	△395	**△133**	**262**	**－**

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

2、セグメント別業績（サマリー）_2027/3月期 第2四半期

（単位：百万円）

		2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減額	増減率
再生可能エネルギー事業	売上高	252	**456**	204	80.80%
	営業利益	△148	**△111**	37	ー
ビューティー＆ヘルスケア事業	売上高	277	**167**	△109	△39.48%
	営業利益	△52	**△113**	△61	ー
トレーディング事業	売上高	ー	**1,448**	1,448	ー
	営業利益	ー	**145**	145	ー
ペイメント事業（注1）	売上高	ー	**1**	1	ー
	営業利益	ー	**△42**	△42	ー
成長支援事業	売上高	9	**142**	132	1343.18%
	営業利益	△35	**45**	81	ー
デジタルマーケティング事業	売上高	154	**159**	5	3.68%
	営業利益	△7	**△10**	△3	ー
スポーツ事業	売上高	0	**10**	10	ー
	営業利益	△12	**△77**	△65	ー
その他	売上高	128	**234**	105	82.01%
	営業利益	△3	**17**	20	ー

注1：2026年7月1日付で株式を取得し、新たに連結対象となった株式会社ユニヴァ・ペイキャストはペイメント事業に区分しております。同社の決算日は12月31日であるため、当第2四半期（2026年7月１日～9月30日）は同社の損益を取り込んでおりませんが、決算期の相違による連結調整を反映した結果、売上高1百万円、営業損失42百万円を計上した。

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

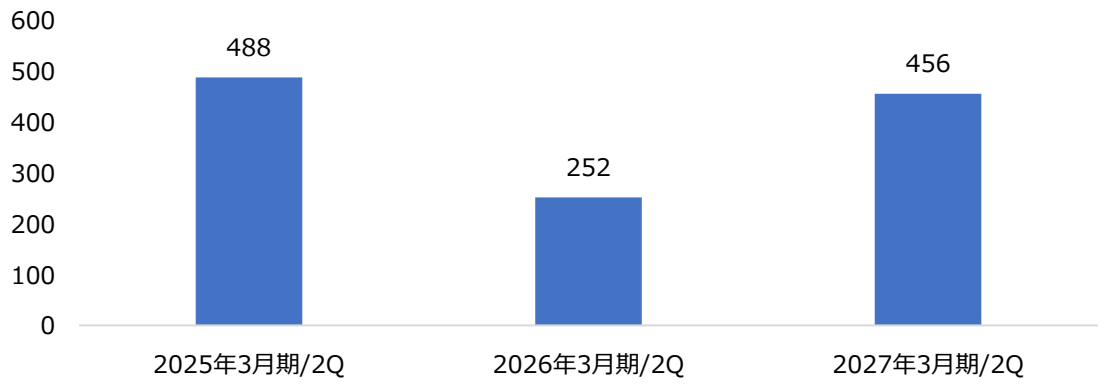
売上高は高圧太陽光発電設備の受注が計画通りに進捗したことにより456百万円となり、前年同期比204百万円増加しました。営業利益は売上高増加に伴い収益性が改善し、△111百万円となり、前年同期比37百万円改善しました。

（単位：百万円）

	2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	252	**456**	204	80.80%	高圧太陽光発電設備について、計画に沿った営業活動を推進し、予定通りに案件を受注できたことによるもの。	○
営業利益	△148	**△111**	37	－	売上高の増加に伴い収益性が改善し、営業損失が縮小したことによるもの。	×

（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	✓ 市場環境や収益性を踏まえ、低圧の電源開発から高圧案件及び系統用蓄電所案件への事業シフトを推進する。	➢ 高圧案件については、顧客との協議及び条件調整を進めた結果、新たに1件を受注し、3Qにおける受注確定件数は計4件となった。引き続き、今後の案件受注及び契約獲得に向けた営業活動を推進する。
自家消費	✓ 補助金制度を活用した提案営業を推進し、自家消費型太陽光発電設備における新規顧客の開拓を強化する。	➢ 2Qにおいても、前期の実績を基盤に複数の見込み顧客との商談を推進したものの、契約条件等の調整が難航し、受注獲得に向けた営業活動は苦戦が続いている。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

5、再生可能エネルギー事業_IRリリース_トピックス

グループ3社の連携により、太陽光発電所の開発・建設・販売を一体的に推進し、各社の収益基盤の強化とグループ内への利益取り込みを通じて、収益性の向上及び事業拡大を図ってまいります。

事業スキームと各社の役割
（東京電力管内の電源開発）

UNIVA FIT	✓ ユニヴァ・エナジー ✓ ノースエナジー	FIT Founder	エンドユーザー
役割	**役割**	**役割**	
✓ 用地開拓・東電へ接続申込 ✓ 事業性を見極め案件を推進	✓ 開発力・施工実績を活用し、建設工事を担当	✓ 完工後の案件を購入し、エンドユーザーへ販売	

期待効果

1 各社の経営課題を同時に改善

- ✓ UNIVA FIT：収益基盤の確立
- ✓ ユニヴァ・エナジー：受注の安定化
- ✓ ノースエナジー：受注の安定化

2 グループ収益と成長機会

- ✓ 開発・建設・販売の各工程で生じる利益をグループ内に取り込み、収益性の向上を図る。
- ✓ 首都圏におけるデータセンターの増設を背景に、再生可能エネルギー需要のさらなる拡大を見込む。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

6、セグメント別業績_ビューティー＆ヘルスケア事業

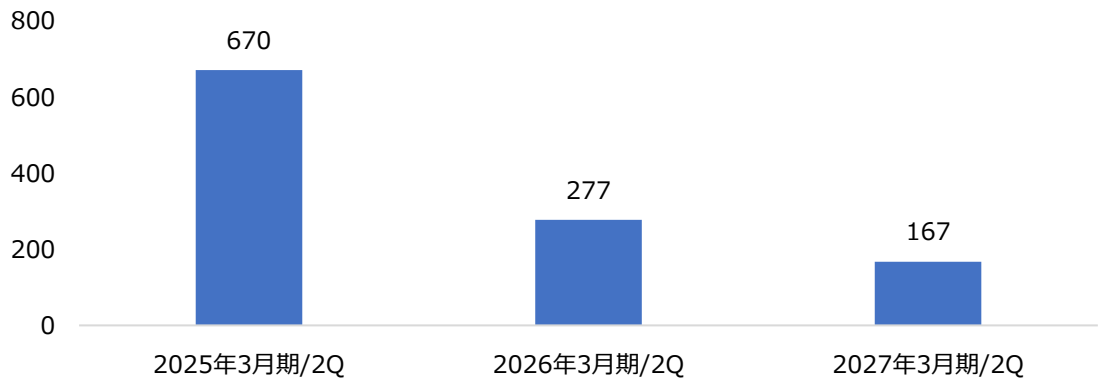
売上高は、ビューティー製品の販売が想定を下回ったことに加え、ヘルスケア製品も販促費の減少に伴い低迷したことから、167百万円となり、前年同期比109百万円減少しました。営業利益は、△113百万円となり、前年同期比61百万円悪化しました。

（単位：百万円）

	2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	277	**167**	△109	△39.48%	ビューティー製品の販売が想定を下回り、ヘルスケア製品も販促費の減少に伴い低迷したことで、売上高が大幅に減少した。	×
営業利益	△52	**△113**	△61	－	売上減少に伴う利益の減少を販管費の削減で補いきれず、営業損失が拡大した。	×

（単位：百万円）

売上高



営業利益



Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

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
ヘルスケア製品	✓ コンブチャクレンズで培ったブランド認知と顧客基盤を活かし、新たなコンセプトを取り入れたリニューアル商品を発売することで、新規顧客の獲得と既存顧客の継続購入を推進する。	➢ 新商品の開発は計画通りに進捗していたものの、認知度の高い既存商品「コンブチャクレンズ」の販促強化を優先する方針に転換したため、新商品の発売時期は未定となった。
ビューティー製品	✓ Waterless Lifty Serumのブランド認知拡大を推進するとともに、同シリーズを軸とした新商品の展開を加速し、既存顧客のLTV向上及び新規顧客の獲得を図る。	➢ 「Waterless Bouncy Essence Lotion」を発売し、Waterlessシリーズのラインアップを拡充したものの、ブランド認知度の向上には至らず、販売拡大が引き続き課題となっている。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

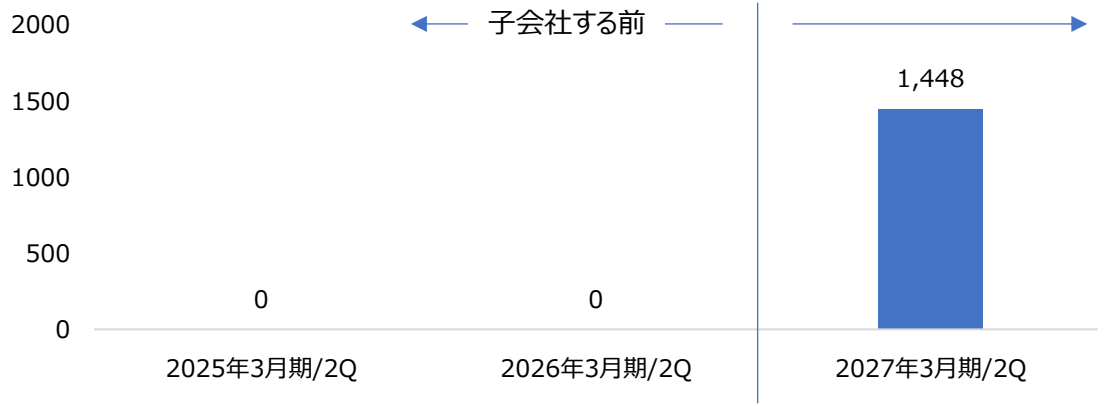
8、セグメント別業績_トレーディング事業

売上高は、2QからUNIVA Marketingの業績が加算されたことに加え、既存事業も順調に推移したことにより、1,448百万円となりました。営業利益は、両社の増収に伴う収益性の向上により、145百万円となりました。

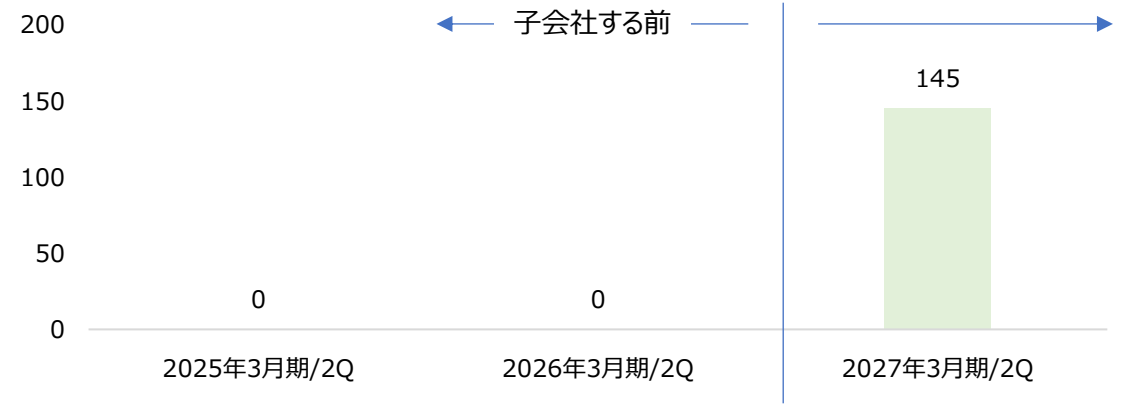
（単位：百万円）	2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	－	**1,448**	1,448	－	2QよりUNIVA Marketingの業績が加算されたことに加え、売上高も順調に増加している。	○
営業利益	－	**145**	145	－	UNIVA Hong Kong Trading及びUNIVA Marketingの売上高がともに計画通り順調に増加し、営業利益の確保につながっている。	○

（単位：百万円）

売上高



営業利益



Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

9、トレーディング事業_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
越境EC事業	✓ ECサイトにおける取扱商品の拡充とラインナップの強化を進めるとともに、新商品の投入や販促施策を強化し、顧客基盤の拡大及び収益力の向上を推進する。	➢ 取扱商品の拡充に向けて複数の供給元との交渉を進め、新商品の導入及び商品ラインアップの強化に向けた取り組みが着実に進捗した。
製品卸売事業	✓ 独占供給先であるナチュラリープラス向け製品の改良及び新製品の開発を通じて、事業拡大と収益基盤の強化を推進する。	➢ 2026年4月の子会社化以降も、製品の安全性確保と安定供給に努めるとともに、既存製品の改良及び新製品の開発を着実に推進した。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

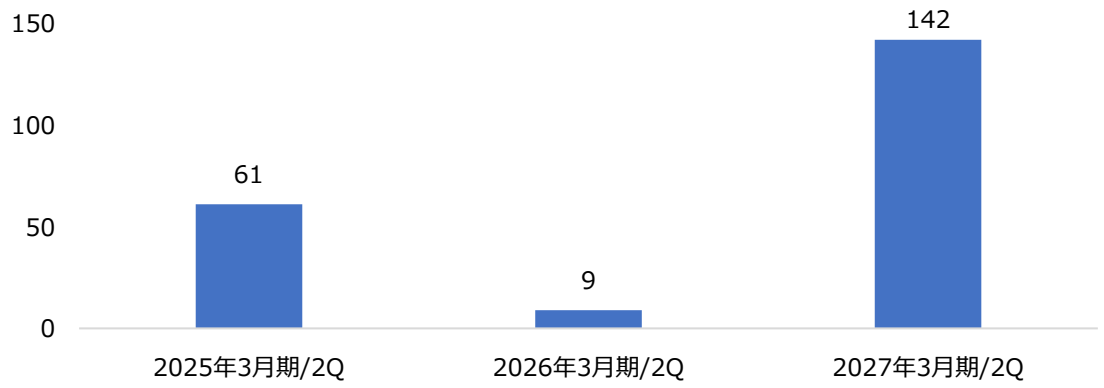
10、セグメント別業績_成長支援事業

売上高は、「UNIVA FUND」の組成に伴う各種手数料収入の計上により142百万円となり、前年同期比132百万円増加しました。営業利益は、45百万円となり、前年同期比81百万円改善しました。

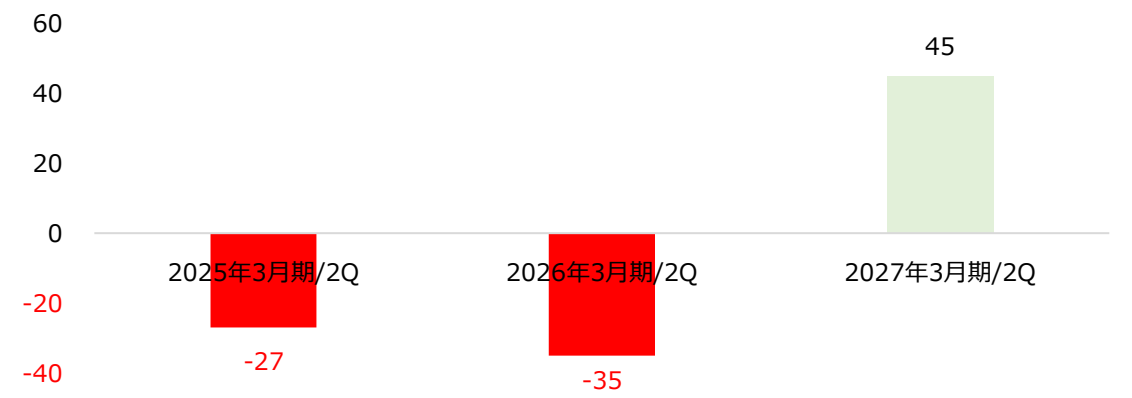
（単位：百万円）	2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	9	**142**	132	1343.18%	UNIVA FUND1号に続く2号ファンドの組成に伴い、各種手数料収入を計上したことにより、増収となった。	○
営業利益	△35	**45**	81	－	各種手数料収入の計上に伴い収益性が改善し、営業黒字を確保した。	○

（単位：百万円）

売上高



営業利益



Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

11、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	✓ 戦略パートナーとの連携を一層強化し、多様化する顧客ニーズに対応したM&A及び資金調達支援を推進することで、案件獲得の拡大と収益基盤の強化を図る。	➢ UNIVA FUNDを通じた案件に加え、複数案件のクロージングを実現した。一方、継続協議中の案件も多く、引き続き成約に向けた取り組みを強化する。
FUND組成	✓ UNIVA FUND第１号案件の早期組成を完了させるとともに、第２号案件及び第３号案件の組成を推進し、継続的な収益機会の創出を目指す。	➢ UNIVA FUND第1号案件に続き、第2号案件の組成も完了した。また、第3号案件についても関係者との協議を進め、組成に向けた取り組みが着実に進捗した。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

12、成長支援事業_IRリリース_トピックス

UNIVAファンド第1号・第2号の組成を通じて、上場・上場準備企業への成長資金の供給を推進するとともに、経営課題の解決や成長戦略の支援を通じて、企業価値の向上を図ってまいります。

UNIVA証券

成長支援事業の中核としてファンドを組成し、
企業の戦略立案・解決策の提案を担う

法人・個人の出資者
（ファンドへ資金を拠出）
→ **出資** →
UNIVAファンド1号・2号
→ **融資** →
上場・上場準備企業
（事業運転資金に活用）

UNIVAファンド1号 （6月2日IR実施）		UNIVAファンド2号 （9月25日IR実施）
7億円	総額	15億円
✓ 法人3社：各2億円 ✓ 個人１名：1億円	出資者・金額	✓ 法人5社：3億円×3社、4億円×1社、2億円×1社
2026年6月2日	組成日	2026年9月24日
2026年6月2日～2028年5月31日	運用期間	2026年9月25日～2028年9月24日
上場準備企業への融資 （事業運営資金等）	投資対象	上場準備企業への融資 （事業運転資金等）
合同会社UNIVAファンド1号	匿名組合営業者	合同会社UNIVAファンド2号

本ファンドを通じた事業戦略

✓ 企業のストプラとして成長戦略を設計
上場・上場準備企業の経営課題を深掘りし、企業とともに課題解決への道筋を描く。

✓ 企業の強みを引き出す解決策を提案
戦略設計と具体的なソリューションを通じ、競争力強化と企業価値の最大化を目指す。

✓ 戦略の実行をファンドで支援
→事業全体では融資・株式引受に対応。
→1号・2号は上場準備企業への融資を担う。

✓ 支援業務とファンド事業を拡大
→年度AUM目標20億円を前倒し達成。
→需要に応じ、同様のファンドを順次組成

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

13、セグメント別業績_デジタルマーケティング事業

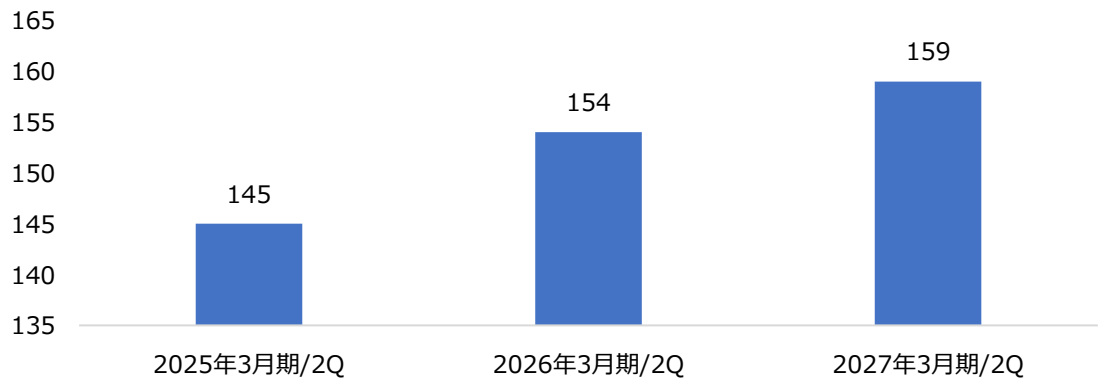
売上高は、SEO・MEOの落ち込みをキキコミ及びサイテーションで補完した結果159百万円となり、前年同期比5百万円増加しました。営業利益は、△10百万円となり、人件費の増加を契約料及び広告宣伝費の減少で一部相殺したものの前年同期比3百万円悪化しました。

（単位：百万円）

	2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	154	**159**	5	3.68%	SEO・MEOの落ち込みを「キキコミ」及び「サイテーション」で補完し、増収を達成した。	○
営業利益	△7	**△10**	△3	－	増員及び育児休業からの復帰に伴う人件費の増加、J-Adviser契約料及び広告宣伝費の減少が発生した。	×

（単位：百万円）

売上高



営業利益



Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

14、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	✓ 特許を強みとしたホワイトラベル展開の加速及び「キキコミ」の顧客定着支援の強化する。 ✓ 「キキコミ」の解約率改善に向けたカスタマーサクセス支援の徹底する。 ✓ 代理店網の拡大及び既存代理店との関係強化する。	➢ ホワイトラベル展開の加速に向け、大口代理店案件が順調に進捗しており、下期の契約締結及び販売活動開始に向けた交渉を推進中である。 ➢ 「キキコミ」の解約率改善及び顧客定着率向上に向け、キキコミVOCをリリースし、カスタマーサクセス支援の強化に着手した。 ➢ 代理店網の拡大及び既存代理店との関係強化に向け、大口代理店との交渉を継続している。
新規サービス	✓ テクノロジーを活用した「AdOPS（広告運用・テックSaaS）事業」の本格的な立ち上げ及び収益化の推進する。	➢ 「AdOPS（広告運用・テックSaaS）事業」は、開発の遅れによりリリースが遅延しており、下期のリリースを予定している。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

15、デジタルマーケティング事業_IRリリース_トピックス

ジャイロンは、商号変更によるブランド統一を実施し、東京プロマーケット上場に向けた最終準備を推進しております。上場を通じた信用力・採用力の強化により、グループ全体の中長期的な企業価値向上を目指します。

TOKYO PRO Market 上場準備の進捗

上場に向けた取り組み

商号変更・ブランド統一

- ✓ 10月1日付「株式会社ユニヴァ・ジャイロン」から「株式会社ジャイロン」へ変更。
- ✓ 主力ブランド「Gyro-n」と企業名称を統一し、独立した企業アイデンティティを確立。

上場準備の進捗

- ✓ 最終段階の準備
- ✓ J-Adviserであるフィリップ・キャピタル証券の指導のもと、上場に向けた準備及び関係各所との協議を継続。

上場によるグループへの影響

1

財務面

- ✓ 新規資金調達は予定せず
- ✓ 取引所やJ-Adviser等への上場維持費用により、グループ全体としての費用負担が増加する見込み。

2

事業面

- ✓ 社会的信用力・知名度の向上
- ✓ 業績拡大・優秀な人材の確保

ジャイロンの自律的成長とグループ全体の企業価値向上

適切な時期での上場実現に向けて準備を推進し、ジャイロンの自律的成長を通じたグループ全体の中長期的な企業価値向上を図る。
公表事項が決定次第、速やかに開示する。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

16、セグメント別業績_スポーツ事業

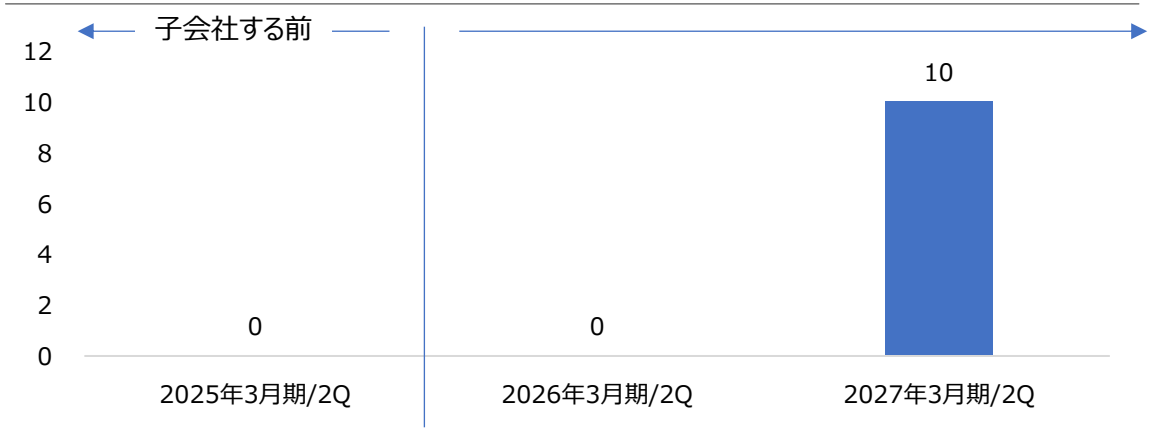
売上高は、初年度のスポンサー獲得が計画どおりに進捗し、10百万円となりました。営業利益は、大会開催に伴う準備・運営費用が先行し、△77百万円となり、前年同期比65百万円悪化しました。

（単位：百万円）

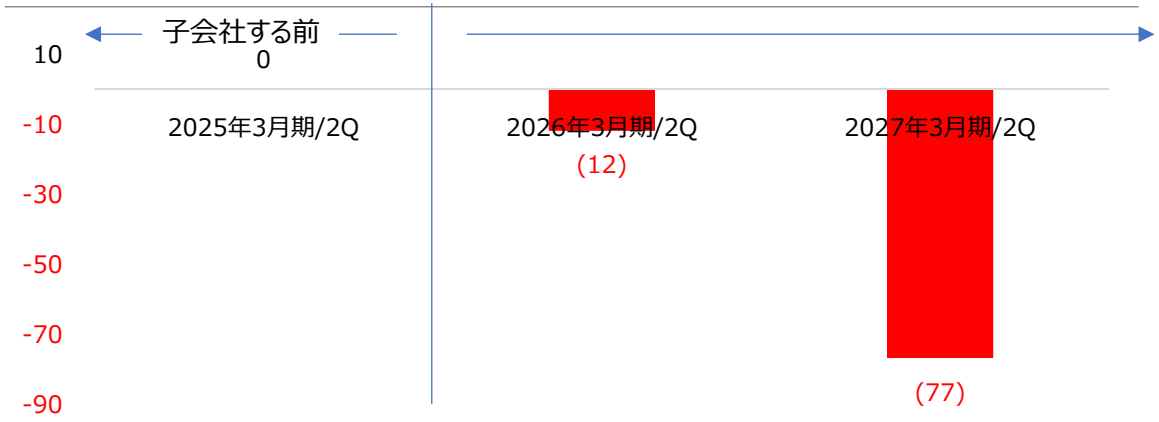
	2026/3月期 2Q	2027/3月期 2Q	増減	増減率	増減理由	結果
売上高	0	**10**	10	－	レギュラーシーズン初年度において、スポンサー獲得に向けた営業活動を着実に推進し、計画どおりの売上を計上した。	○
営業利益	△12	**△77**	△65	－	大会開催に向けた準備費用や運営関連経費が先行して発生したことにより、収益に対して費用負担が上回り、営業損失を計上した。	×

（単位：百万円）

売上高



営業利益



Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

17、スポーツ事業_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
3x3 リーグ運営	✓ RBL Season 1 （レギュラーシーズン）およびFIBA Challengerの開催を通じて、各大会の集客効果やメディア露出を最大限に活用するとともに、SNS等を活用した費用対効果の高いプロモーション活動を展開し、限られた予算の中でブランド認知度の向上と新規ファン層の獲得を図る。	➢ 大会開催の成果 予定していたRBL Season 1 （レギュラーシーズン）およびFIBA Challengerは、いずれも盛況のうちに終了し、大会の認知度向上と新規ファン層の獲得につながった。 ➢ ブランディング施策の成果 InstagramおよびYouTubeを活用した積極的な情報発信により、想定を上回る4万人超のフォロワーを獲得し、ブランド認知度の向上に大きく貢献した。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

18、B/S_自己資本比率

2027/3月期 第2四半期の自己資本比率は、11.7%となっております。

（単位：百万円）

資産の部		
	合計	**15,972**
	流動資産	12,382
	固定資産	3,585
	有形固定資産	1,397
	無形固定資産	1,171
	投資その他の資産	1,016
	繰延資産	4

負債の部		
	合計	**12,723**
	流動負債	11,310
	固定負債	1,412

純資産の部		
	合計	**3,249**
	株主資本	2,393
	その他の包括利益累計額	△520
	新株予約権	17
	非支配株主持分	1,358

【 自己資本比率：11.7% 】

当四半期より株式会社ユニヴァ・ペイキャストの貸借対照表（BS）を連結いたしました。同社の決済代行事業の特性上、決算日時点において加盟店への支払資金を保有することから、自己資本比率は第1四半期末と比べて低下しておりますが、実質的な財務健全性に影響はございません。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

19、2027年3月期の事業方針

	具体的な施策
再生可能エネルギー事業	✓ 高圧太陽光発電所の建設を着実に推進するとともに、グループ3社のシナジーを活かし、北海道外での電源開発を加速することで、売上拡大を図る。 ✓ 補助金制度を活用した提案営業を強化し、自家消費型案件の新規顧客獲得及び受注拡大を通じて、収益基盤の強化を図る。
ビューティー＆ヘルスケア事業	✓ 「Waterless Lifty Serum」及び「Waterless Bouncy Essence Lotion」を中心としたWaterlessシリーズのブランド戦略を推進し、マーケティング活動の強化による認知度向上と市場浸透を通じて、売上拡大を図る。 ✓ 既存主力商品「コンブチャクレンズ」の販促活動を強化し、販売拡大及び収益基盤の強化を図る。
トレーディング事業	✓ UNIVA Hong Kong Tradingでは、ECサイトにおける取扱商品の拡充及びラインアップの強化を進め、販売機会の創出を通じて継続的な売上拡大を図る。 ✓ UNIVA Marketingでは、既存事業の拡大とグループシナジーを活かした事業展開を推進し、グループ全体の収益基盤の強化を図る。
ペイメント事業	✓ オンライン決済を中心に、多通貨決済（MCP）など顧客ニーズに応じた決済手段の提案を強化するとともに、海外展示会や東京ゲームショウ2026で構築したネットワークを活用し、新規加盟店の獲得及び決済取扱高の拡大を図る。 ✓ カード会社との契約条件の見直しや決済処理の最適化などの原価改善施策を進め、粗利益率の改善と収益基盤の強化を図る。
成長支援事業	✓ UNIVA FUND第3号及び第4号案件の組成を着実に推進し、継続的なファンド運営体制の確立と収益基盤の強化を図る ✓ 国内外のアライアンスネットワークを活用し、顧客の多様なニーズに応じたM&A及び資金調達案件の成約を推進するとともに、新規案件の創出と収益拡大を図る。
デジタルマーケティング事業	✓ 「キキコミ」の大手販売代理店との協業案件及び大手クライアント向けEFO導入案件のリリースを推進するとともに、ホワイトラベル案件を含む新規パートナーの開拓及び既存パートナーの活性化を通じて売上拡大を図る。
スポーツ事業	✓ 今シーズンが終了し、ブランド認知度の向上も計画どおりに進捗したことを踏まえ、来シーズンに向けたスポンサー獲得を目指し、営業活動を本格的に推進する。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited

20、トレーディング事業_トピックス

西洋薬卸売免許の取得を通じて、既存のEC・物流基盤を活用した取扱商品の拡充と販路の多角化を推進し、事業基盤の強化及び収益構造の高度化を図ってまいります。

3ヵ年事業計画

2026年	2027年	2028年
基盤拡大 ✓ 漢方薬・保健食品の二本柱を確立 ✓ 西洋薬への参入基盤を準備	**販路多角化** ✓ 漢方薬・保健食品・日本ブランドの三本柱体制を確立	**収益構造高度化** ✓ 卸売に加え、自社ブランドを投入 ✓ 中国市場運営代行サービスへ参入を目指す

今回の西洋薬卸売免許（WDL）申請

進捗	✓ 申請受理済み。 ✓ 審査後、2027年4月までの取得を見込む。
卸売品目	✓ 樂信感冒靈：香港Advance Pharmaceutical製（感冒症状の緩和） ✓ 皇漢堂便秘丸：日本・皇漢堂製薬製（便秘薬）
開始条件	✓ WDL取得、各登録証保有者との契約、その他必要要件の充足
期待効果	✓ 既存EC・物流基盤の稼働率向上、海外調達・取扱商品の拡充、特定カテゴリーへの依存分散

期待効果@事業戦略

既存基盤の稼働率を向上
- ✓ 既にあるEC取引関係・物流・人員を活用し、制度上の制約で扱えなかった西洋薬を追加。

調達先・商品を広げ、リスクを分散
- ✓ 要件を満たす日本など海外製品にも拡大。特定カテゴリーの市場・規制変動に備える。

Copyright (c) UNIVA Oak Holdings Limited