

**株式会社IKホールディングス**  
**2025年5月期第1四半期**  
**決算説明資料**

東証スタンダード・名証プレミア (2722)

---

株式会社 I Kホールディングス  
2024年10月8日

- 01 事業の説明
- 02 FY2025 1Q 決算実績
- 03 FY2025 業績予想
- 04 Appendix

01 事業の説明

02 FY2025 1Q 決算実績

03 FY2025 業績予想

04 Appendix



# マーケティングメーカー概念図

## マーケティングメーカー

アイケイグループは独自のプロモーション戦略で、商品の**企画・製造・販売・物流**を自社で一貫して行う

**マーケティングメーカー**です。

「**ダイレクトマーケティング**」、**「セールスマーケティング」**の販売の両軸を回し続けることで、コアとなる商品開発の歯車を回転させていきます。

このようなビジネスモデルを当社では「**マーケティングメーカー**」と呼んでおります。



# 当社グループの事業構成図

## ダイレクトマーケティング事業

### TVショッピングルート

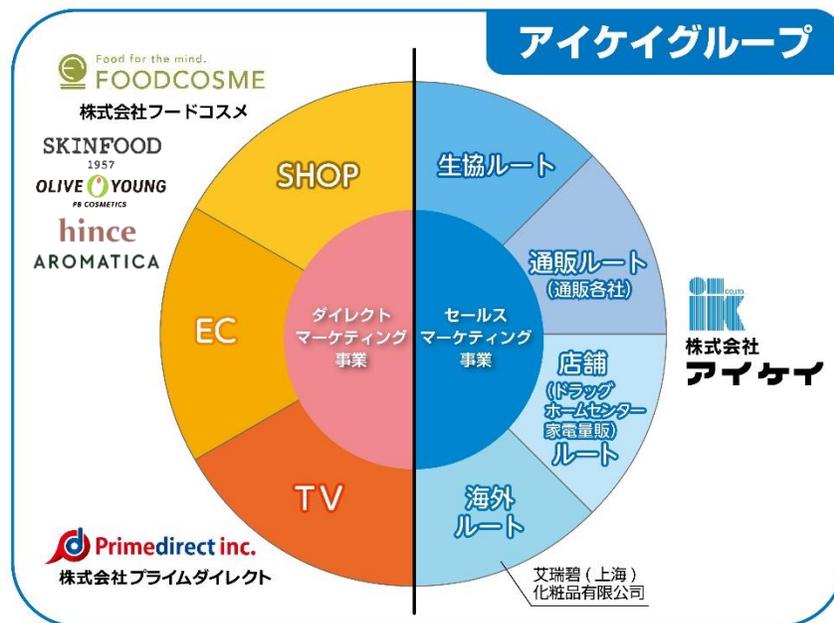
TVショッピングでの自社開発商品の販売。多ジャンルヒット商品を生み出すことで1年を通して安定的な収益確保を目指す

### ECルート

自社ECサイトでの販売や、定期購入型やリカーリングを通じたECでの販売を手掛ける。特に、定期購入型の強化を行い、経常的な収益の確保を狙う

### SHOPルート

韓国化粧品ブランド「SKINFOOD」、「OLIVE YOUNG PB」、「hince」の日本総販売代理。全国の都市型商業施設を中心に、SKINFOOD 1店舗、OLIVEYOUNG EX 1店舗、hince3店舗を展開



## セールスマーケティング事業

### 生協ルート

全国の生活協同組合への商品の卸売りを行っており、アイケイの祖業。現在でもグループの収益基盤

### 通販ルート

TVショッピング・カタログ通販や、ネット通販会社への卸売

### 店舗ルート

ドラッグストアやバラエティショップといった小売店舗に商品を卸売

### 海外ルート

中国、東南アジアを中心に当社のPB商品（プライベートブランド）を海外に向けて販売

01 事業の説明

02 **FY2025 1Q 決算実績**

03 FY2025 業績予想

04 Appendix

## 業績ハイライト

単位：百万円

## 増収・増益

- ◆ 売上高は前年同期比3.3%増加（ダイレクトマーケティング事業で13.2%増、セールスマーケティング事業で5.3%増）
- ◆ 営業利益は前第1四半期より26百万円増
- ◆ 親会社株主に帰属する四半期純利益は前第1四半期△44百万円に対し今期は66百万円
- ◆ 調整後EBITDAは45百万円

## 韓国コスメ拡販

- ◆ 韓国コスメでは「hince」や「ma:nyo」をはじめ新たなブランド「AROMATICA」や「Arencia」の販売が開始されたことから韓国コスメの売上は前年同期比17.2%増加

売上高 3,258 (103.3%) 前年同期比

売上総利益 1,342 (102.0%)

調整後  
EBITDA※ 45 (991.5%)

営業利益 10 ( - %)

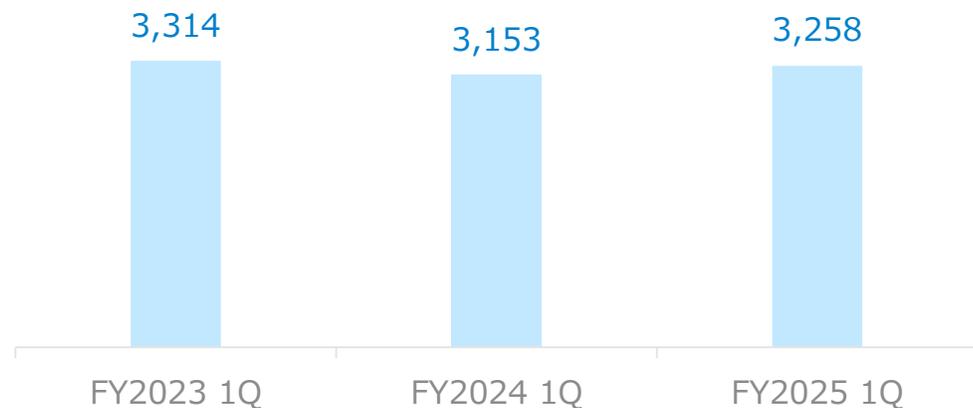
親会社株主に帰属する  
四半期純利益 66 ( - %)

※ 調整後EBITDA = EBITDA（営業利益+償却費）+M&amp;A関連費用+構造改革費用

# 主要な経営指標の推移

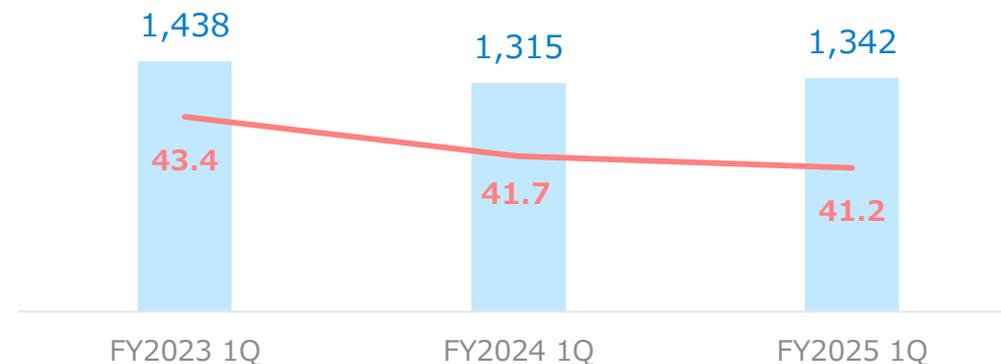
## 売上高

(百万円)



## 売上総利益/率

(百万円、%)



## 調整後EBITDA

(百万円)



## 営業利益

(百万円)



※ 調整後EBITDA = EBITDA (営業利益 + 償却費) + M&A関連費用 + 構造改革費用

# FY2025 1Q業績 (YoY)

## 1Q連結実績

◆ QoQでは前期までであったITソリューション事業の売上減少分をカバーし増収増益

◆ 主な要因は以下の2点

①販売効率の改善によるダイレクトマーケティング事業の売上増

②韓国コスメの取扱いブランド増による売上高の増加

## 原価率の推移 (連結) (%)



FY2023 1Q FY2024 1Q FY2025 1Q

百万円	FY2024 1Q (2023年6月～2023年8月)		FY2025 1Q (2024年6月～2024年8月)	
	実績	QoQ	実績	QoQ
売上高	<b>3,153</b>	△4.9%	<b>3,258</b>	3.3%
売上総利益 (売上総利益率)	<b>1,315</b> 41.7%	△8.7%	<b>1,342</b> 41.2%	2.0%
販売管理費 (販売管理費率)	<b>1,330</b> 42.2%	△13.2%	<b>1,331</b> 40.8%	0.1%
調整後EBITDA	<b>4</b>	— %	<b>45</b>	891.5%
営業利益 (営業利益率)	△ <b>15</b> — %	— %	<b>10</b> — %	— %

# セグメント別 決算実績

## ダイレクト、セールスの状況

### 【売上】

- ◆ ダイレクトマーケティング事業ではTVショッピング・ECにおいて売上は前第1四半期から増加したが営業利益では微減
- ◆ セールスマーケティング事業では、韓国コスメを取り扱う店舗ルートは前第1四半期比で31.3%増加

### 【売上総利益率】

- ◆ ダイレクトマーケティング事業では利益率の高いリアル店舗での売上減に伴い0.9ptダウン
- ◆ セールスマーケティング事業では店舗ルート売上の増加に伴い1.2ptダウン

百万円	ダイレクト マーケティング	セールス マーケティング	調整額	連結
<b>売上高</b> (FY2024 1Q)	<b>868</b> (767)	<b>2,389</b> (2,269)	<b>1</b> (0)	<b>3,258</b> (3,153)
<b>売上総利益</b> (FY2024 1Q)	<b>481</b> (432)	<b>852</b> (837)	<b>7</b> (7)	<b>1,342</b> (1,315)
<b>売上総利益率</b> (FY2024 1Q)	<b>55.5%</b> (56.4%)	<b>35.7%</b> (36.9%)		<b>41.2%</b> (41.7%)
<b>営業利益*</b> (FY2024 1Q)	<b>△8</b> (△22)	<b>11</b> (19)	<b>6</b> (0)	<b>10</b> (△15)
<b>営業利益率</b> (FY2024 1Q)	<b>- %</b> (- %)	<b>0.5%</b> (0.9%)		<b>0.3%</b> (- %)

※1 営業利益の調整額6百万円には、主に各報告セグメントに配分していない持株会社運営に係る全社費用であります。

※2 前期の合計が不一致な理由はITソリューション事業が連結の範囲から外れたためです。

# セグメント別 販売管理費

## 販管費比率の増減

- ◆ 人件費はダイレクトマーケティング事業において、リアル店舗減少に伴い3.9ptダウン
- ◆ 広告宣伝費はダイレクトマーケティング事業において、出稿数が増えたことにより2.3ptアップ
- ◆ 物流費はダイレクトマーケティング事業において、EC売上の伸長に伴い0.4ptアップ
- ◆ 販売費及び一般管理費合計は、実額において前第1四半期と大きく変わらなかったものの、売上高の増加により比率がダウン

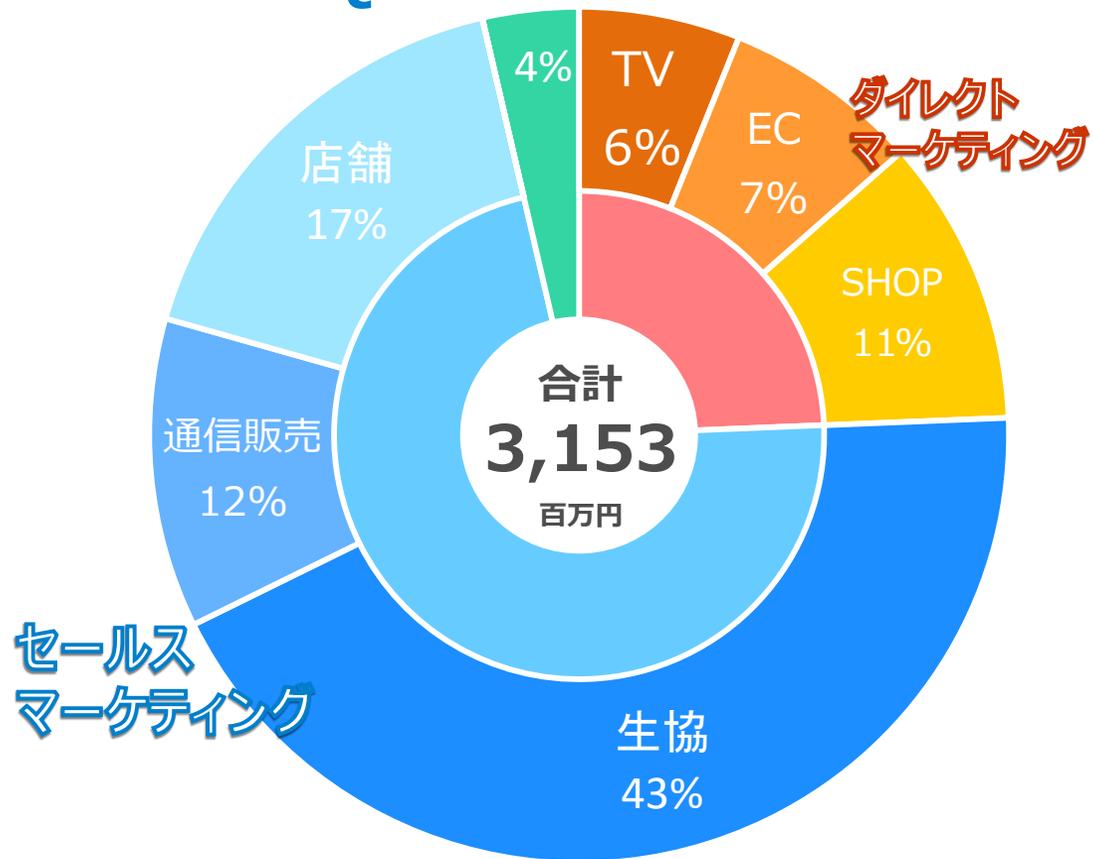
百万円	ダイレクト マーケティング	セールス マーケティング	調整額	連結
<b>人件費</b>	<b>86</b>	<b>137</b>	<b>83</b>	<b>306</b>
売上比 (FY2024 1Q)	10.0% (13.9%)	5.7% (5.8%)		9.4% (11.0%)
<b>広告宣伝費</b>	<b>179</b>	<b>256</b>	<b>0</b>	<b>436</b>
売上比 (FY2024 1Q)	20.7% (18.4%)	10.7% (11.4%)		13.4% (12.7%)
<b>物流費</b>	<b>62</b>	<b>183</b>	<b>1</b>	<b>247</b>
売上比 (FY2024 1Q)	7.3% (6.9%)	7.7% (8.3%)		7.6% (7.7%)
<b>その他</b>	<b>137</b>	<b>139</b>	<b>63</b>	<b>341</b>
売上比 (FY2024 1Q)	15.8% (17.2%)	5.9% (5.0%)		10.5% (10.7%)
<b>販売費及び 一般管理費</b>	<b>466</b>	<b>717</b>	<b>148</b>	<b>1,331</b>
売上比 (FY2024 1Q)	53.8% (56.3%)	30.0% (30.6%)		40.9% (42.2%)

※調整額148百万円には、主に各報告セグメントに配分していない持株会社運営に係る全社費用であります。

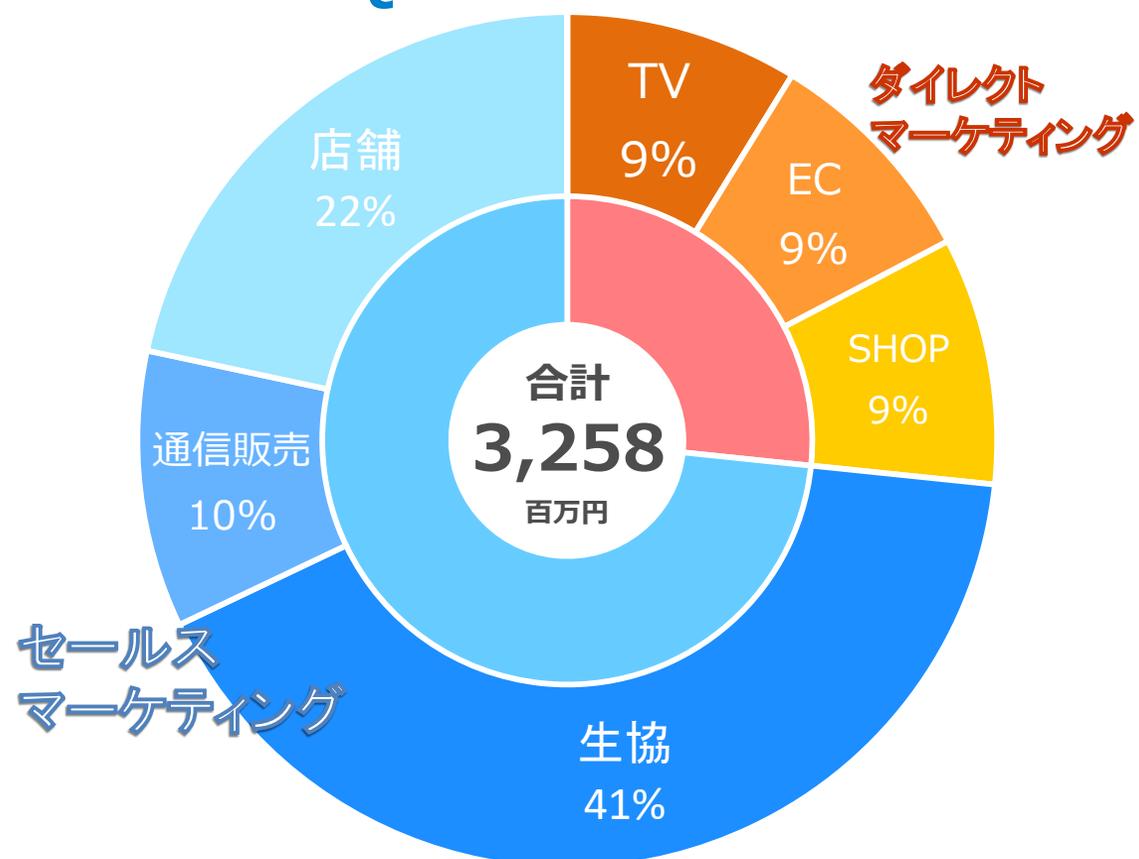
# 販路別売上内訳

ルート別では店舗ルートが前期から5pt増、ECルートが2pt増加。

## FY2024 1Q ITソリューション



## FY2025 1Q



# 販路別売上内訳

## 1Q売上高は昨対で3.3%増

### 【ダイレクトマーケティング事業】

- ◆ 売上高は13.1%増加（TVで49.2%増、ECで19.2%増、SHOPで11.1%減）

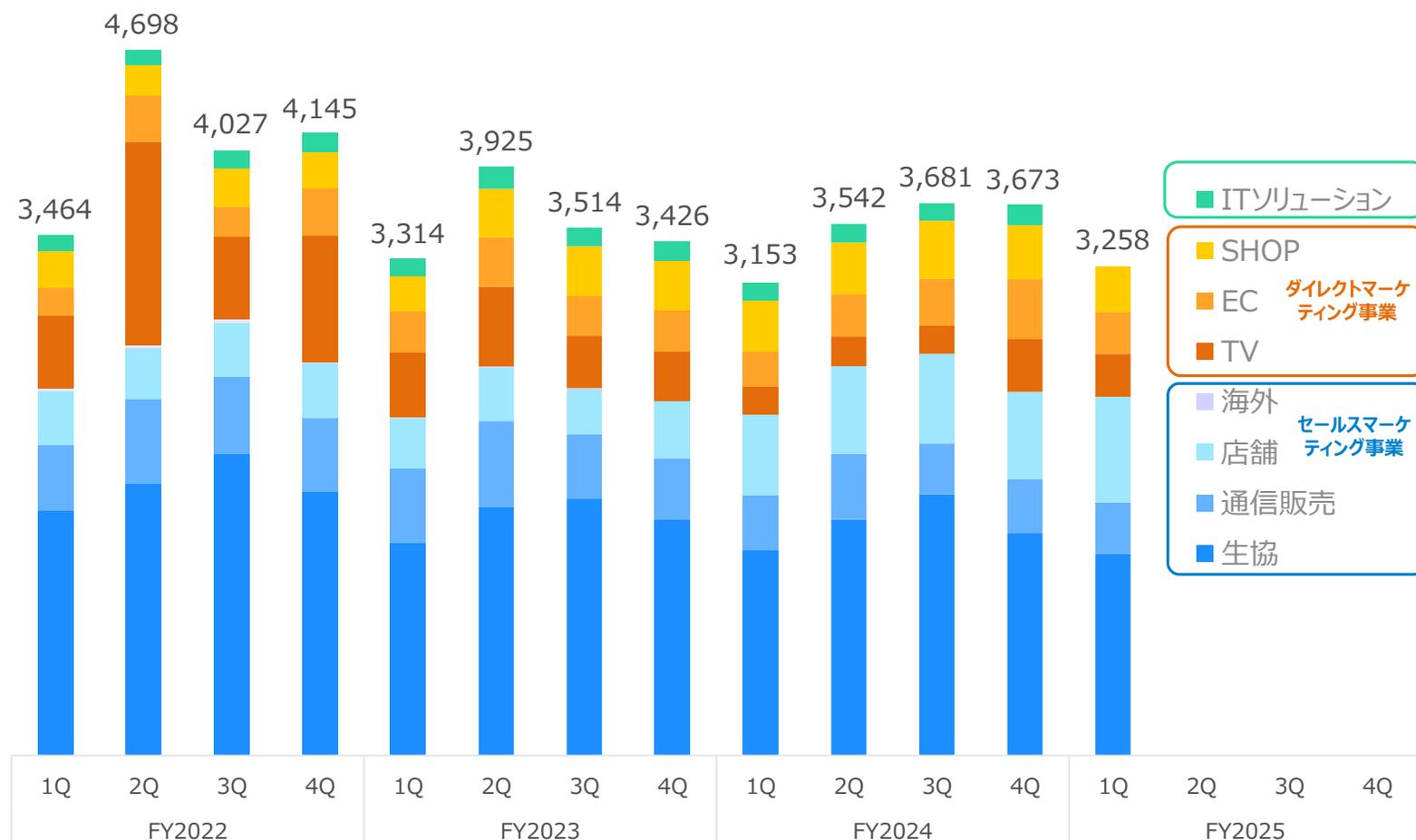
SHOPルートは店舗減少により売上減

### 【セールスマーケティング事業】

- ◆ 売上高は5.3%増加（生協で1.5%減、通販で7.3%減、店舗で31.6%増）

店舗ルートでの韓国コスメの売上高が堅調

(百万円)

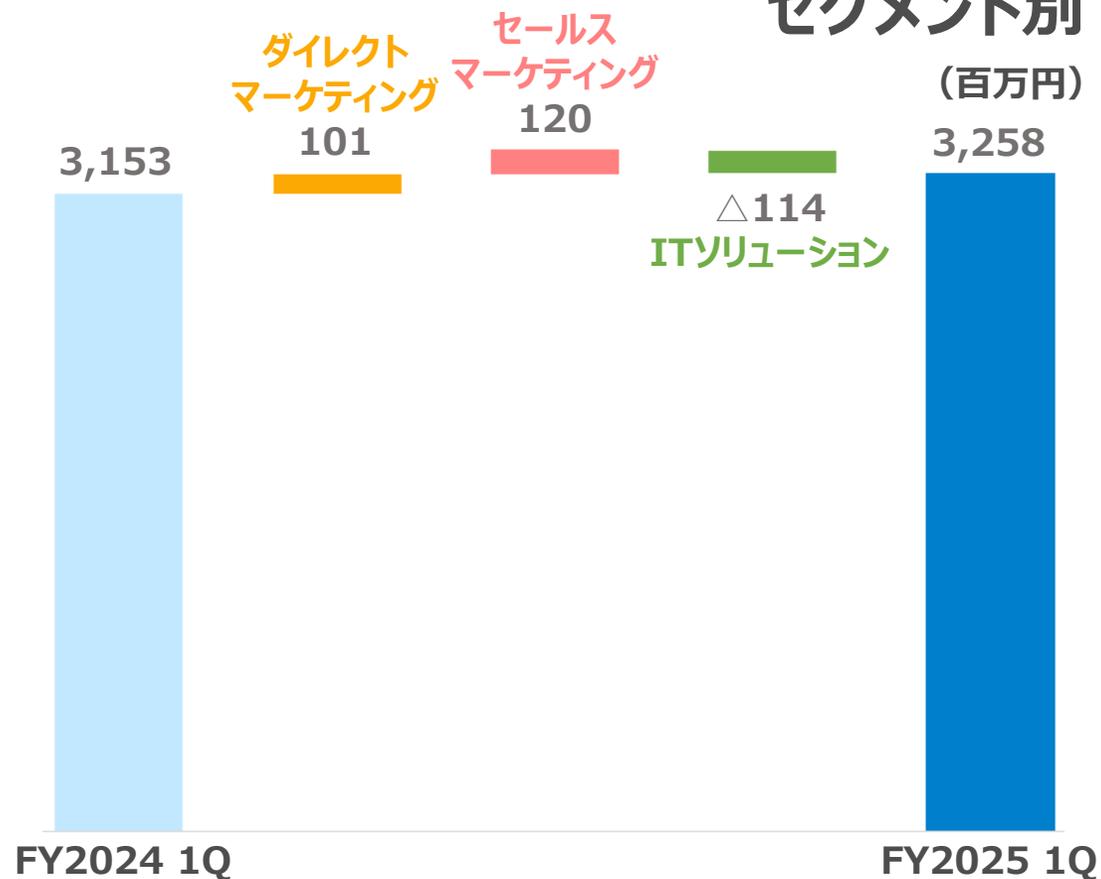


# セグメント別、ジャンル別売上高推移

ダイレクトマーケティング事業にて雑貨商品が売上増  
韓国コスメカテゴリーが好調に増加

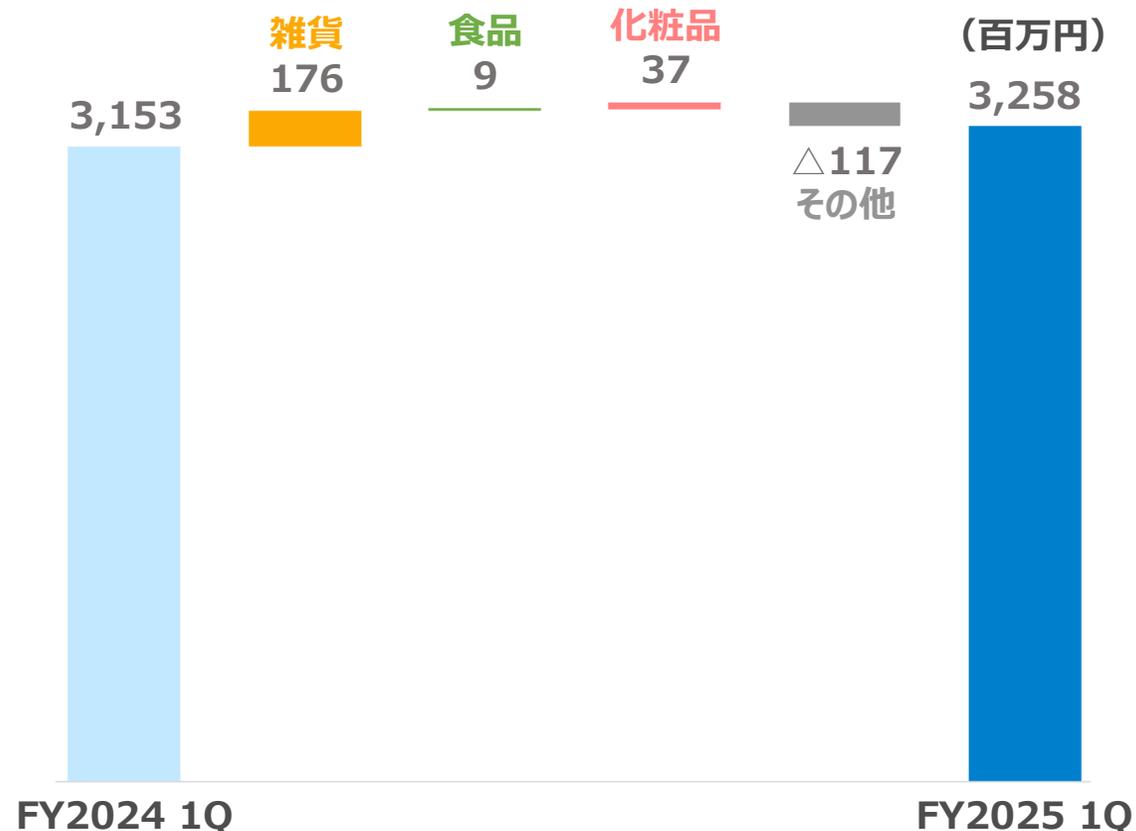
## セグメント別

(百万円)



## ジャンル別

(百万円)



01 事業の説明

02 FY2025 1Q 決算実績

03 **FY2025 業績予想**

04 Appendix



# 業績予想 サマリー

※単位 百万円

## 売上高

**15,510** 百万円 (110.4%) 前期比

## 営業利益

**400** 百万円 (117.3%)

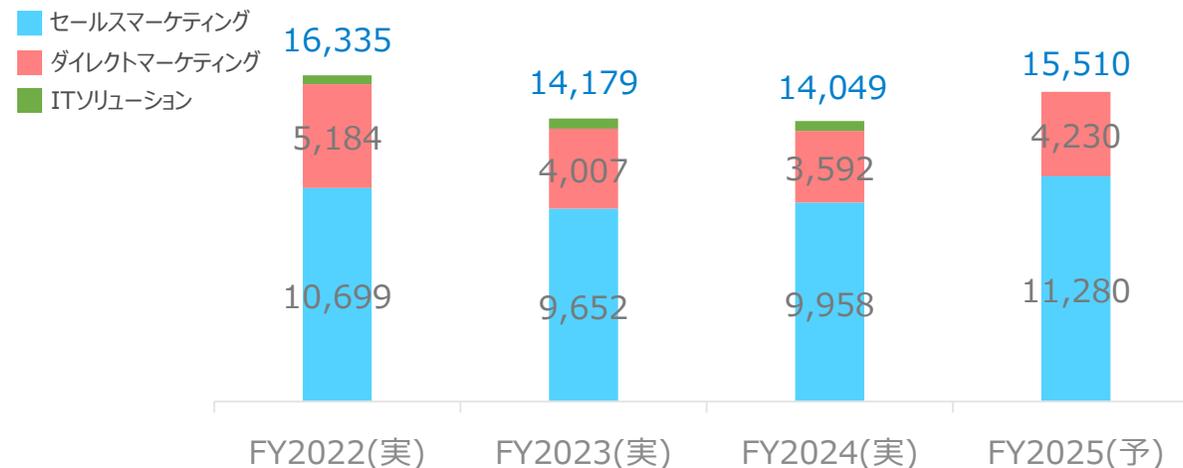
## 経常利益

**390** 百万円 (114.7%)

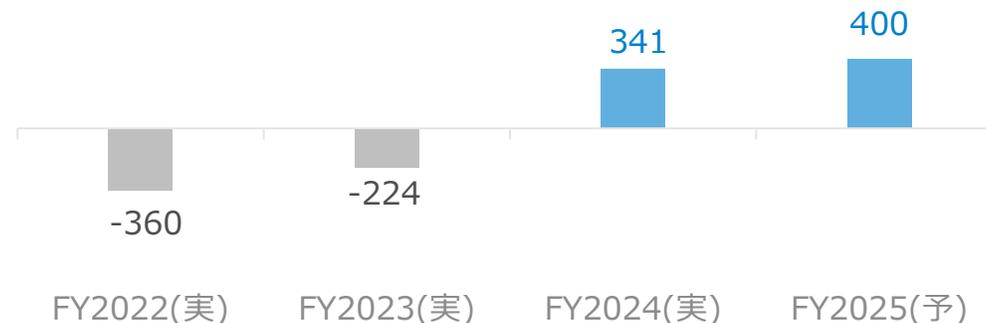
## 親会社株主に帰属する当期純利益

**300** 百万円 (131.0%)

## 連結売上高推移



## 連結営業利益推移



# 業績予想

## ダイレクトマーケティング事業

- ◆ 韓国コスメの売上拡大を図る
- ◆ クラウドファンディングの活用やECサイトでの販売強化
- ◆ 定期購入型商品では新商品の開発やECに注力し、新規顧客を開拓

## セールスマーケティング事業

- ◆ 韓国コスメ、自社ブランド化粧品の拡販
- ◆ 生協チャネルへの化粧品カテゴリーの強化
- ◆ 開発力を生かした、大手通販・小売り企業への商品提案
- ◆ 「お客様立場主義」による営業の強化

	FY 2024		FY 2025 (予)		
	実績	売上比	予想	売上比	YoY
百万円					
売上高	<b>14,049</b>	100.0%	<b>15,510</b>	100.0%	<b>+10.4%</b>
営業利益	<b>341</b>	2.4%	<b>400</b>	2.6 %	<b>+17.3%</b>
経常利益	<b>340</b>	2.4%	<b>390</b>	2.5 %	<b>+14.7%</b>
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>229</b>	1.6%	<b>300</b>	1.9%	<b>+31.0%</b>
1株当たり配当金	<b>5.0円</b>		<b>8.0円</b>		

# 株主還元

**配当性向20%**を目安とする。

これからの3年間は、戦略的な成長投資を優先していく方針。

01 事業の説明

02 FY2025 1Q 決算実績

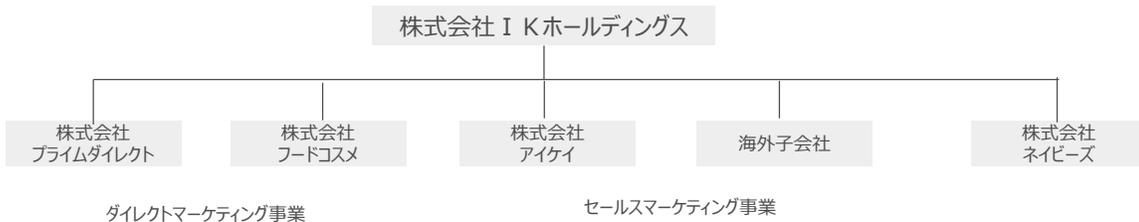
03 FY2025 業績予想

04 Appendix



## 会社情報

会社名	株式会社 I Kホールディングス
設立	1982年5月
資本金	620百万円
本社 支社	名古屋市中村区名駅三丁目26番8号 KDX名古屋駅前ビル5F 東京都中央区銀座一丁目7番3号 京橋三菱ビル7F
従業員数	195名（2024年5月末日時点 連結）
経営陣	代表取締役会長兼CEO 飯田 裕 代表取締役社長兼COO 長野 庄吾 常務取締役 高橋 伸宜 常勤監査等委員 山本 あつ美 監査等委員 和田 圭介 監査等委員 大庭 崇彦
グループ 事業内容	ダイレクトマーケティング事業 セールスマーケティング事業
上場市場	東京証券取引所 スタンダード市場 名古屋証券取引所 プレミア市場



## 沿革

1982年	5月	アイケイ商事有限会社 設立
1983年	4月	愛知県生活協同組合連合会との取引を開始
1990年	4月	有限会社から株式会社へ組織変更、社名を株式会社アイケイに変更
2001年	12月	JASDAQ上場
2009年	6月	株式会社フードコスメ（100%子会社）を設立
2010年	12月	アルファコム株式会社の株式取得
2013年	2月	プライベートブランド化粧品「LB」販売開始
2014年	9月	株式会社プライムダイレクトの株式取得（100%子会社化）
2017年	8月	I.K Trading Company Limited（100%子会社）設立
	11月	艾瑞碧(上海)化粧品有限公司（間接所有60%）設立
2018年	2月	東京証券取引所(市場第二部)市場変更 名古屋証券取引所(市場第二部)上場
2019年	9月	グレイシャス株式会社を吸収合併
2020年	12月	東京証券取引所および名古屋証券取引所市場第一部指定
2021年	12月	コミュニケーション・ブリッジ株式会社を孫会社化
2022年	4月	東京証券取引所プライム市場および名古屋証券取引所プレミアム市場に移行
2022年	4月	アルファコム株式会社を存続会社としコミュニケーション・ブリッジ株式会社を吸収合併
2022年	7月	会社分割による持株会社体制へ移行のため株式会社アイケイ分割準備会社を設立
2022年	12月	株式会社 I Kホールディングスに商号変更 株式会社アイケイ分割準備会社は株式会社アイケイに商号変更
2023年	10月	東京証券取引所プライム市場からスタンダード市場へ移行
2024年	6月	アルファコム株式会社を株式譲渡

食品



果肉たっぷりいちごミルクの素



熟成黒にんにく



ひとり分の参鶏湯風



プラセンタinコラーゲン13000

化粧品



Tottimo!



Cocoegg



ma:nyo



BIOHEAL BOH

雑貨



Medifeel 立体エアーマット



easy-K



らくらくマイカート EcoCa



寝揉みマッサージベット 雅夢寝

本資料および本説明会に含まれる予想値及び将来の見通しに関する記述は、弊社が現在入手可能な情報による判断および仮定に基づいております。その判断や仮定に内在する不確実性及び事業運営や内外の状況変化により、実際に生じる結果が予測内容とは実質的に異なる可能性があります。弊社は、将来予測に関するいかなる内容についても、その確実性を保証するものではありません。また、本資料は、情報の提供を目的とするものであり、弊社により何らかの行動を勧誘するものではありません。



IRメール配信サービスの  
登録はこちらから

