

2025年3月期
決算補足説明資料

MRKホールディングス株式会社

東証スタンダード 9980

2025年5月15日

2025年 3 月期連結業績概況

■ 通期連結業績ハイライト

中長期的な成長基盤構築のための先行投資により
営業利益は一時的に減益となるも成長に向けた改革が進む

売上高 前期比 **1,568** 百万円 **増収**
(108.0%)

売上総利益 前期比 **1,025** 百万円 **増益**
(106.9%)

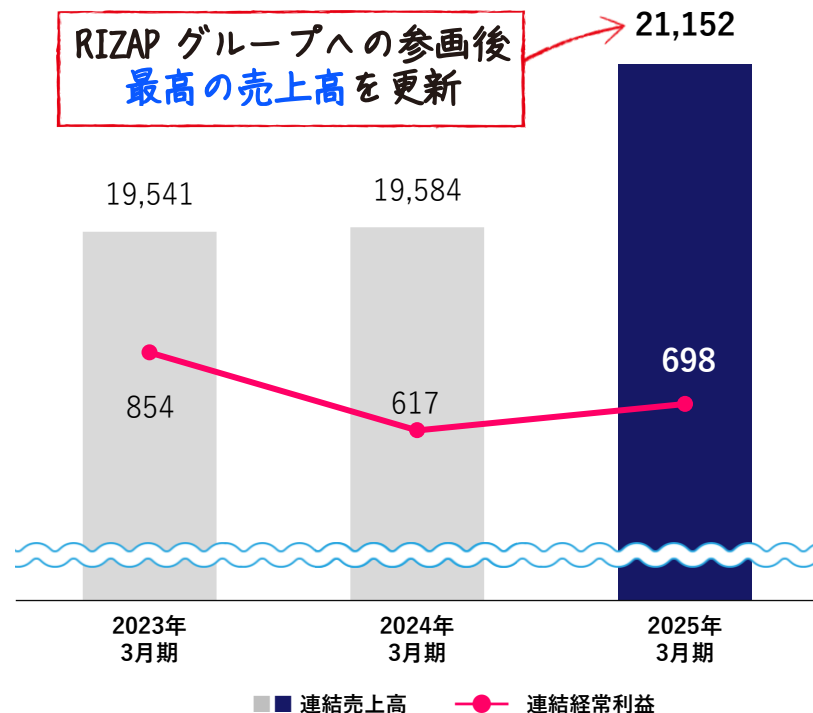
営業利益 前期比 **△157** 百万円 **減益**
(71.6%)

経常利益 前期比 **81** 百万円 **増益**
(113.2%)

親会社株主に帰属する
当期純利益 前期比 **28** 百万円 **増益**
(112.8%)

営業活動による
キャッシュ・フロー 前期比 **2,564** 百万円 **改善**

連結売上高・経常利益推移 (百万円)



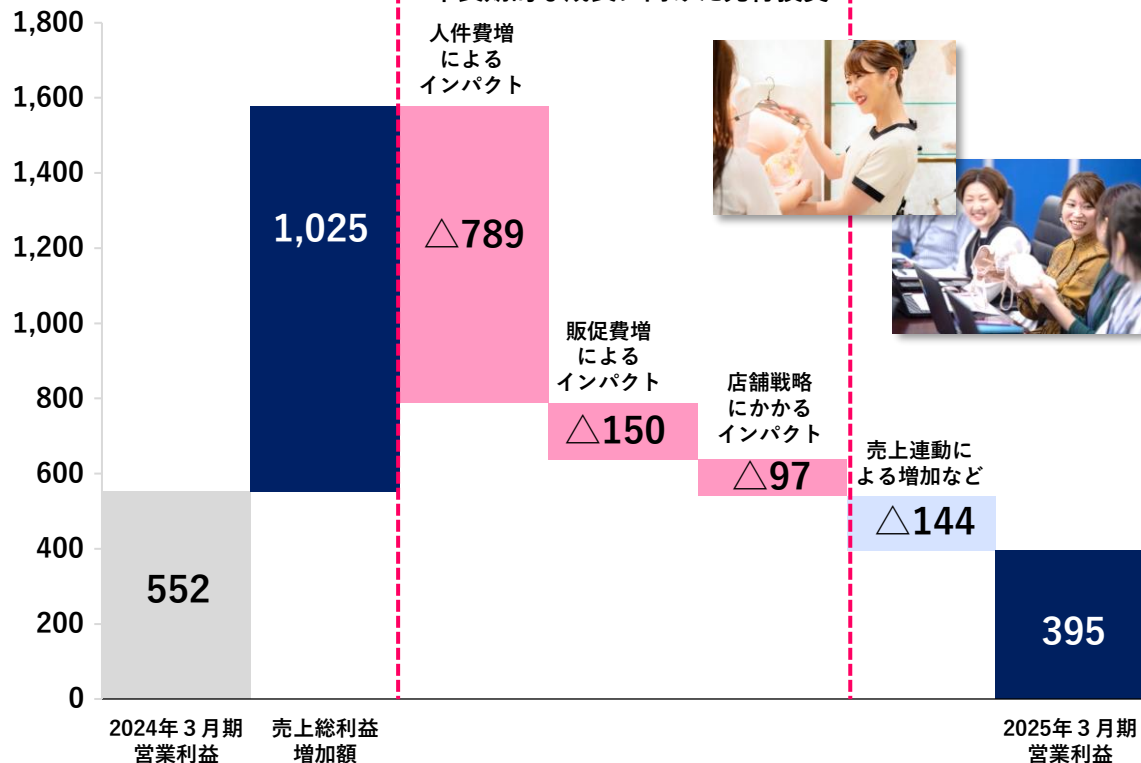
■連結損益計算書

(百万円)

	2024年 3 月期	構成比	2025年 3 月期	構成比	増減額	前期比
売 上 高	19,584	100.0%	21,152	100.0%	1,568	108.0%
売 上 総 利 益	14,763	75.4%	15,789	74.6%	1,025	106.9%
営 業 利 益	552	2.8%	395	1.9%	△157	71.6%
経 常 利 益	617	3.2%	698	3.3%	81	113.2%
親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益	225	1.2%	254	1.2%	28	112.8%

■ 営業利益の前期比較

(百万円)



中長期的な成長に向けた先行投資を実施

- 顧客対応力の強化に向けた
人員の拡充と育成のための
投資を強化し、従業員一人当
たりの生産性向上を促進
- VIP会員制度拡充による
顧客エンゲージメント向上
- 新規出店・移転改装及び
新サービスの導入

■連結貸借対照表

(百万円)

	2024年 3 月末	2025年 3 月末	増減額	主な要因
流 動 資 産	16,215	14,337	△ 1,878	短期貸付金、売掛金、現金及び預金の減少
固 定 資 産	5,805	5,864	59	退職給付に係る資産の増加
資 産 合 計	22,021	20,202	△ 1,819	
流 動 負 債	5,570	4,677	△ 892	1 年内返済予定の長期借入金の減少
固 定 負 債	1,892	894	△ 997	長期借入金の減少
純 資 産	14,558	14,629	70	親会社株主に帰属する当期純利益の計上による利益剰余金の増加
負債純資産合計	22,021	20,202	△ 1,819	

■ キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2024年 3 月期	2025年 3 月期	主な要因
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 849	1,714	税金等調整前当期純利益の計上、 売上債権の減少による資金の増加
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 2,414	442	貸付金の回収からの収入による資金の増加
財務活動による キャッシュ・フロー	3,271	△ 2,599	長期借入金の返済による資金の減少
現金及び現金 同等物の期末残高	2,564	2,122	

2026年 3 月期連結業績予想

■ 2026年 3 月期連結業績予想

(百万円)

	2025年 3 月期	2026年 3 月期	構成比	増減額	前期比
売 上 高	21,152	21,800	100.0%	647	103.1%
営 業 利 益	395	1,000	4.6%	604	253.0%
経 常 利 益	698	1,100	5.0%	401	157.4%
親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益	254	660	3.0%	405	259.7%

【セグメント別】

2025年 3 月期業績の概況

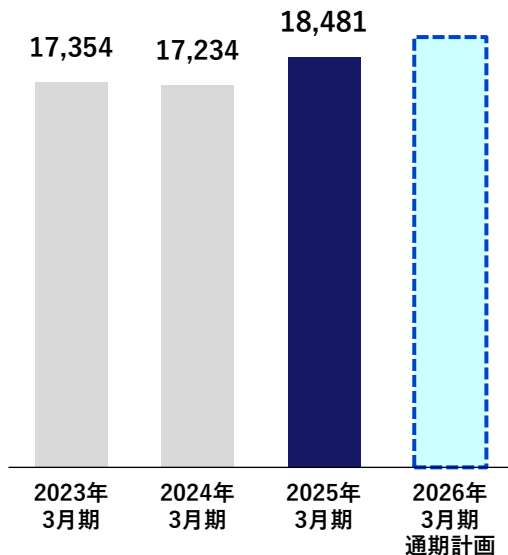
2026年 3 月期の主な取組み



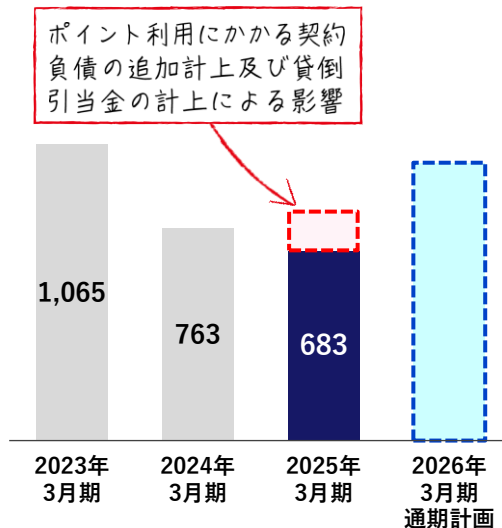
婦人下着及びその関連事業

■ 婦人下着及びその関連事業

セグメント売上高推移 (百万円)



セグメント利益推移 (百万円)



2025年3月期の概況

売上高は順調に推移（前期比107.2%）
一方、成長のための先行投資により
一時的に減益

- 補整下着、美容関連商品の売上が好調に推移
- 教育研修を充実し販売社員の生産性が向上
- 販売チャネルのDX化推進によりEC売上増
- 人員拡充と顧客基盤の強化のための先行投資を実施

2026年3月期の計画

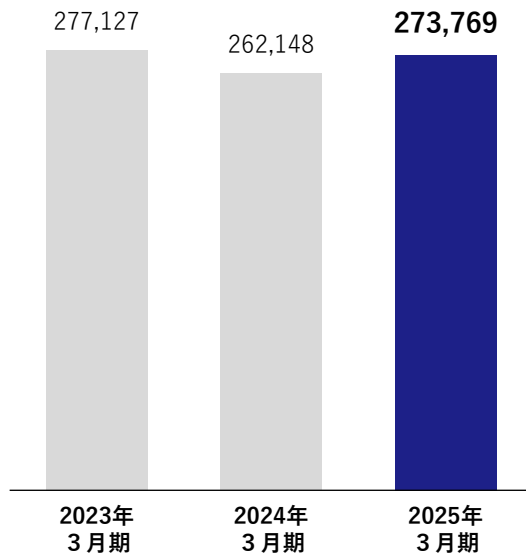
一人当たりの生産性を高め
増収増益を目指す

- 社員教育の継続強化による生産性の向上
- 業務効率化の推進のため、IT投資を強化
- コスト最適化の促進と、マーケティング効率の向上により販管比率を低減、増益を図る

■ 婦人下着及びその関連事業



一人当たりの年間平均購入金額[※] (円)



※ マルコ店頭売上のみ、ポイント値引前



補整下着の新商品と、
上質なサービス提供による
一人当たりの店頭購入金額の
継続的な向上

2025年3月期の概況

- 基幹商品である補整下着において新色（数量限定）の販売が好調に推移
- 美容関連の新商品の投入など商品ラインアップの拡充
- 販売社員の純増及び従業員教育による顧客対応力が向上

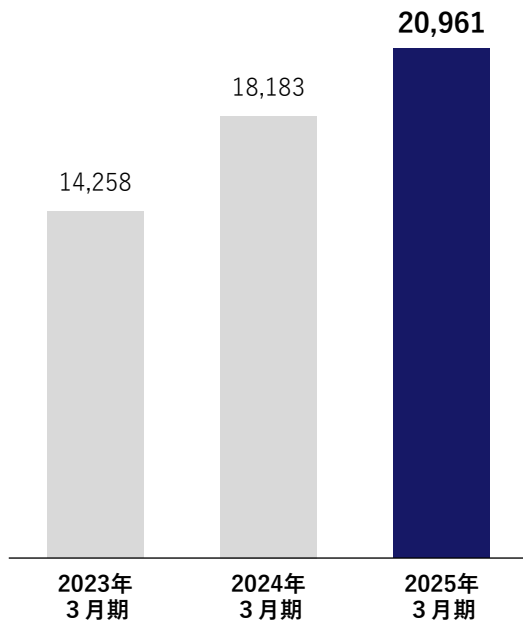
2026年3月期の主な取組み

- 新たな商品・サービスの拡充を継続強化
- 販売社員の教育強化継続による顧客対応力のさらなる向上

■ 婦人下着及びその関連事業



メディアプロモーションによる
新規来店予約数推移（人）



ブランドイメージと認知度向上 による集客力の強化

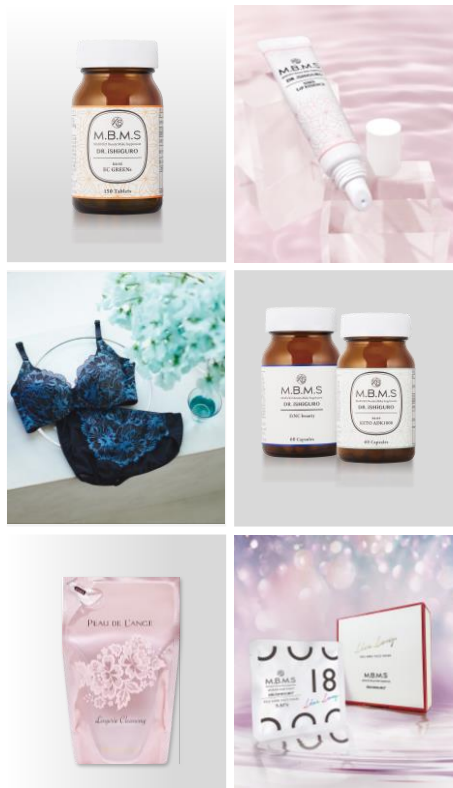
2025年 3 月期の概況

- Webプロモーションによる新規顧客獲得が順調

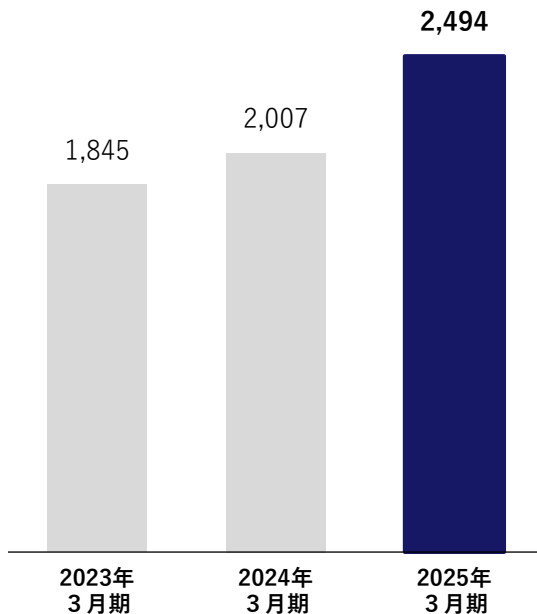
2026年 3 月期の主な取組み

- デジタルマーケティング戦略の一層の強化
- お客様参加型の自社コンテスト「MCSA2024（マルコシンデレラストーリーアワード 2024）」受賞者出演の新テレビCM放映開始

■ 婦人下着及びその関連事業



EC売上高推移[※] (百万円)



※ ポイント値引前



リアル店舗と連動による EC売上高の大幅拡大

2025年 3 月期の概況

- リアル店舗との連動により、定期購入件数が増加し、EC売上高前期比124.5%と好調に推移
- EC販売において、ボディケア化粧品やサプリメントなどの定期購入件数が順調に推移
- 2024年 4 月より全国の営業店にてマジジェリックの販売を開始。店頭・オンラインショップの両軸においてリピート購入が増加。魅力的な商品ラインアップの拡充により売上が順調に推移

2026年 3 月期の主な取組み

- お客様の美と健康に向けた魅力的な商品・サービスの開発・提供を積極的に推進し、お客様の長期的な満足度の向上を図る
- リアル店舗との連携を継続。購買利便性を継続して向上

■ 婦人下着及びその関連事業



MARUKOアピタ新潟西店

(2024年11月20日オープン)



MARUKO 横浜東口店

(2024年4月2日オープン)

移転(5店舗)

- 福島店
- 伊勢崎店
- 岡谷店
- 十日町店
- 沖縄美浜店

改装(3店舗)

- 池袋店
- 可児店
- 金沢駅前店



顧客満足度向上に向けて 新規出店及び 移転・改装の推進

2025年3月期の概況

新規出店	2店舗
移転・改装	8店舗
3月末店舗数	205店舗

2026年3月期の主な取組み

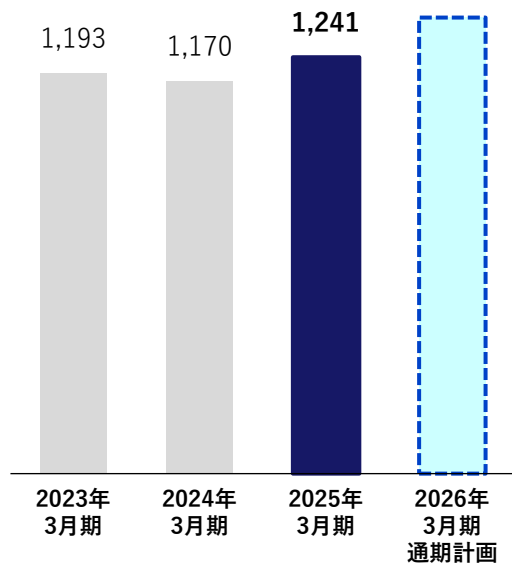
- 新たな顧客層へのアプローチおよび、ブランド認知度向上のため、新規出店を実施
- さりなる利便性と顧客満足度の向上のため、既存店の移転、改装を実施
- 新規出店に向けた販売社員の育成の継続強化



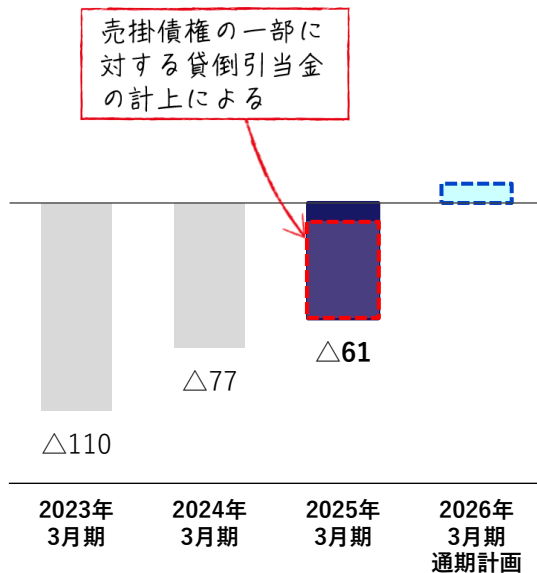
マタニティ及びベビー関連事業

■ マタニティ及びベビー関連事業

セグメント売上高推移 (百万円)



セグメント利益推移 (百万円)



ANGELIEBE

2025年3月期の概況

粗利率の継続的な向上により
収益改善が進む

- 過去最少の出生数を記録する中、「助産院監修シリーズ」など、ターゲット顧客層のニーズを深掘りした商品展開により、売上高前期比106.1%
- マタニティインナーがメディアで高評価を受けるなど、商品戦略が奏功。粗利率の継続的な向上により収益が改善

2026年3月期の主な取組み

商品戦略の継続強化により
黒字化を目指す

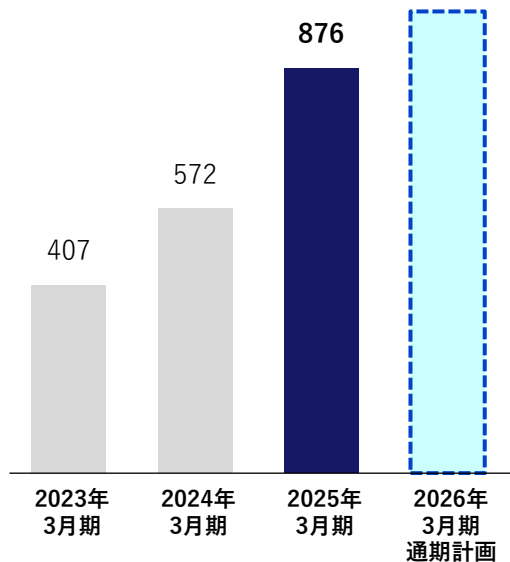
- 顧客のニーズに沿った商品ラインアップを継続して展開。さらなる顧客満足度向上を図る
- 在庫の適正化など経費効率化の促進による増益を目指す



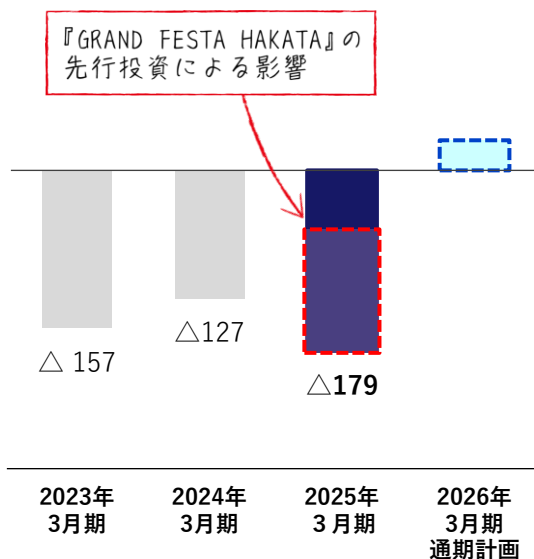
婚礼・宴会関連事業

■ 婚礼・宴会関連事業

セグメント売上高推移 (百万円)



セグメント利益推移 (百万円)



MARRYGRANT
AKASAKA

GRAND FESTA

GrandSweet 迎賓館

BRICK CAFE

Trattoria Matrimonio

WHY NOT

2025年3月期の概況

法人宴会の取り込みが順調に推移し
増収を達成
一方、成長に向けた新施設への
投資が先行

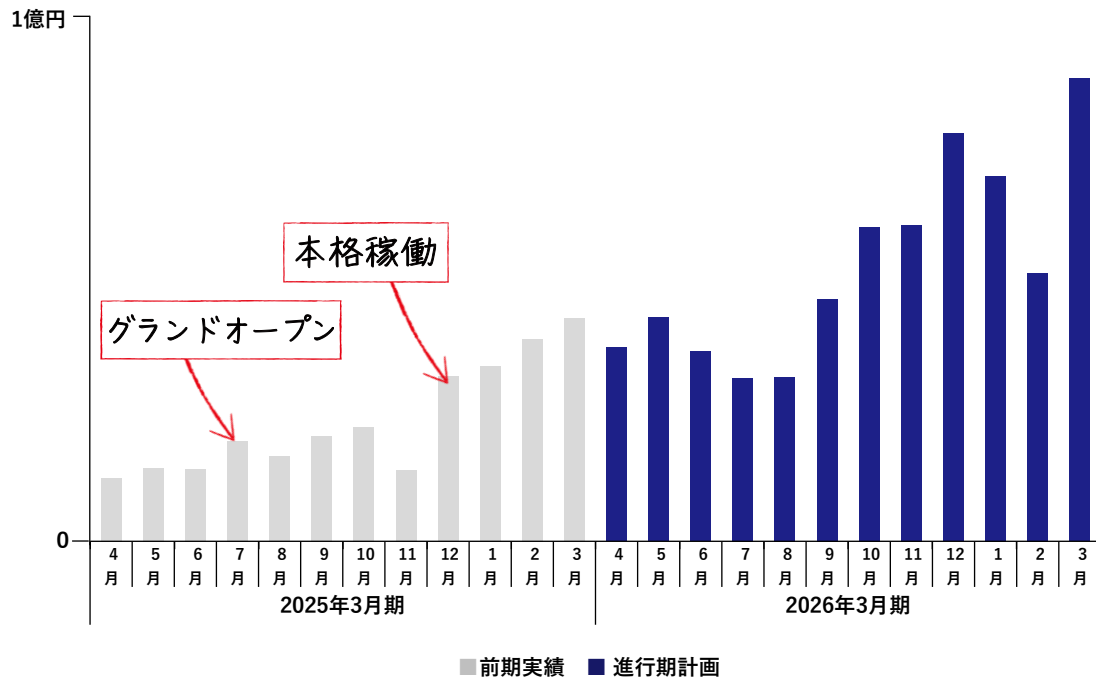
- 『マリーグラン赤坂』において通期黒字を達成
- 新施設『グランフェスタ博多』(福岡市、2024年7月グランドオープン)において、オープンに向けた設備改修と従業員の確保、認知度向上のための投資を先行

2026年3月期の主な取組み

『グランフェスタ博多』の
収益化による通期黒字を目指す

- 人員不足の解消に向けた採用強化
- 法人宴会営業の継続強化
- 認知度向上のための地域密着型広告およびデジタルマーケティングの強化

■グランフェスタ博多 売上高月次推移



GRAND FESTA

2025年3月期の概況

- 事業開始当初のスタッフの確保の苦戦により、立ち上げに時間を要す
- 施設の認知度向上に伴い、成約件数が着実に増加

2026年3月期の主な取組み

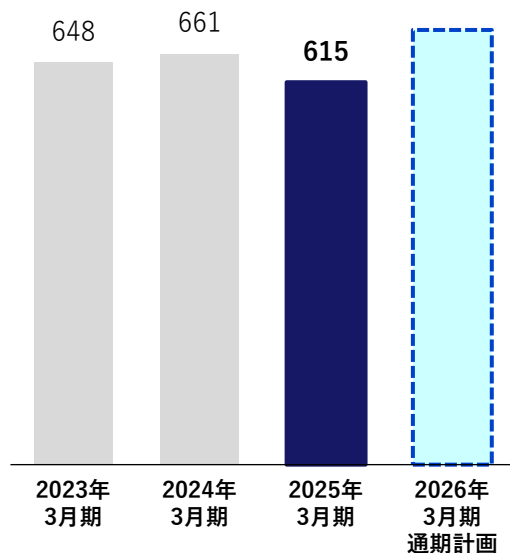
- 新規成約と共に、リピート獲得による増収を目指す
- 経費最適化を図り、成長軌道へ



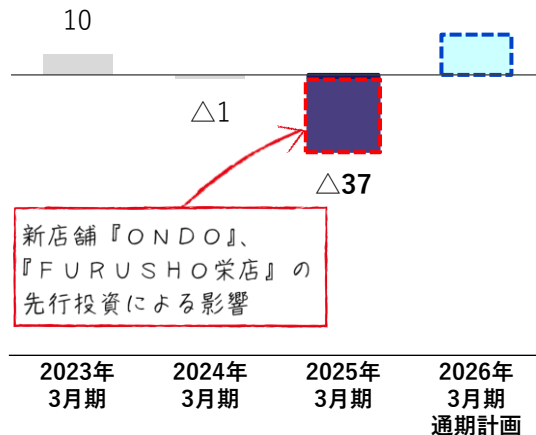
その他（主に美容関連事業）

■ その他（主に美容関連事業）

セグメント売上高推移（百万円）



セグメント利益推移（百万円）



2025年3月期の概況

中長期的成長を目指し、新店立ち上げに向けてプロモーションや、採用及び育成強化など、先行投資を実施

- 『FURUSHO栄店』（2024年4月/名古屋市）及び『ONDO』（2024年8月/大阪市）において、スタイリスト不足による立上げ遅れ
- 不採算の業務委託型店舗の整理（2023年6月に1店舗、2024年5月に2店舗閉鎖）により、売上が一時的に減少

2026年3月期の主な取組み

スタイリストの生産性向上を推進し、黒字化を目指す

- デジタルマーケティング強化による集客力の向上
- スタイリスト教育による顧客満足度の向上
- スタイリスト採用の強化および人事制度の見直しによる人材育成定着を推進

店舗展開（連結）

■店舗展開（連結）



ONDO

（2024年8月30日オープン）



GRAND ECLAT

（2025年1月4日オープン）



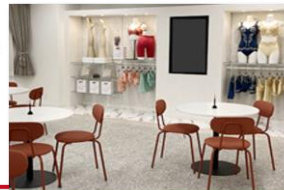
GRAND FESTA HAKATA

（2024年7月1日オープン）



MARUKOアピタ新潟西店

（2024年11月20日オープン）



MARUKO 横浜東口店

（2024年4月2日オープン）



FURUSHO栄店

（2024年4月23日オープン）



顧客満足度向上に向け、
新規出店及び
移転・改装を推進

全 国 220店舗
（2025年3月31日時点）

MARUKO	205店舗
エンジェリーベ	2店舗
ヘアサロン	7店舗
ブライダル	3店舗
カフェ・レストラン	3店舗

SDGsの取組み

■SDGsの取組みを推進



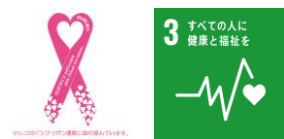
社会課題の解決と事業成長の両立を目指す

ファンデーション回収



お客様のご不用になった当社ファンデーションを店舗とオンラインショップで回収し、100%リサイクルのサーマルリサイクル活動に取り組んでいます。

ピンクリボン運動



女性の美と健康を支援するため、ピンクリボン運動に参加し、乳がんに対する意識を高めるための啓発活動を実施しております。

太陽光発電



2つの自社施設に太陽光発電設備を設置し、クリーンエネルギーの活用による二酸化炭素削減に取り組んでいます。

女性活躍の推進



多様な働き方に対応した人事制度の見直しを進めると共に、女性活躍の推進にも力を入れております。この取り組みに対し、マルコ株式会社では、自治体から企業認証を取得しております。

SKUの最適化



商品のSKUを最適化し、在庫管理の効率化を図り、過剰在庫や廃棄の発生を抑制することで、資源の有効活用と環境負荷の低減に取り組めます。

■ 2026年 3 月期連結業績予想

(百万円)

	2025年 3 月期	2026年 3 月期	構成比	増減額	前期比
売 上 高	21,152	21,800	100.0%	647	103.1%
営 業 利 益	395	1,000	4.6%	604	253.0%
経 常 利 益	698	1,100	5.0%	401	157.4%
親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益	254	660	3.0%	405	259.7%

免 責 事 項

本資料は、当社および当社グループの企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後予告なしに変更されることがありますので、予めご了承ください。