

**株式会社IKホールディングス**  
**2026年5月期第3四半期**  
**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  
2026年4月14日

- 01 事業の説明
- 02 FY2026 3Q 決算実績
- 03 FY2026 業績予想
- 04 Appendix

01 事業の説明

02 FY2026 3Q 決算実績

03 FY2026 業績予想

04 Appendix



# マーケティングメーカー概念図

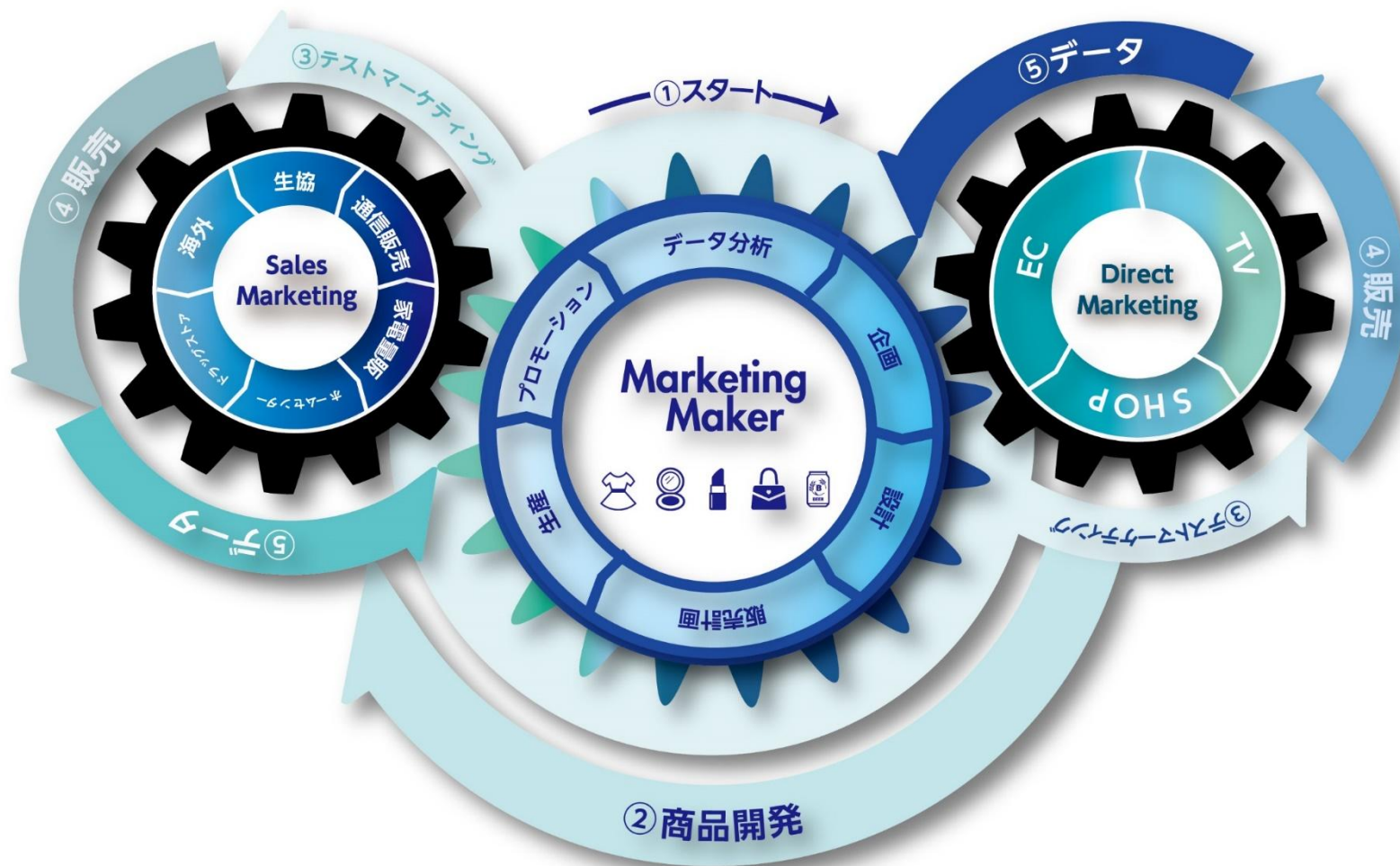
## マーケティングメーカー

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。



# 自社開発商品

## 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



Nanarobe



LB

## 雑貨



Medifeel 立体エアーマット



Medifeel 立体エアレグ



らくらくマイカート EcoCa



あとりえOKADA

# 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

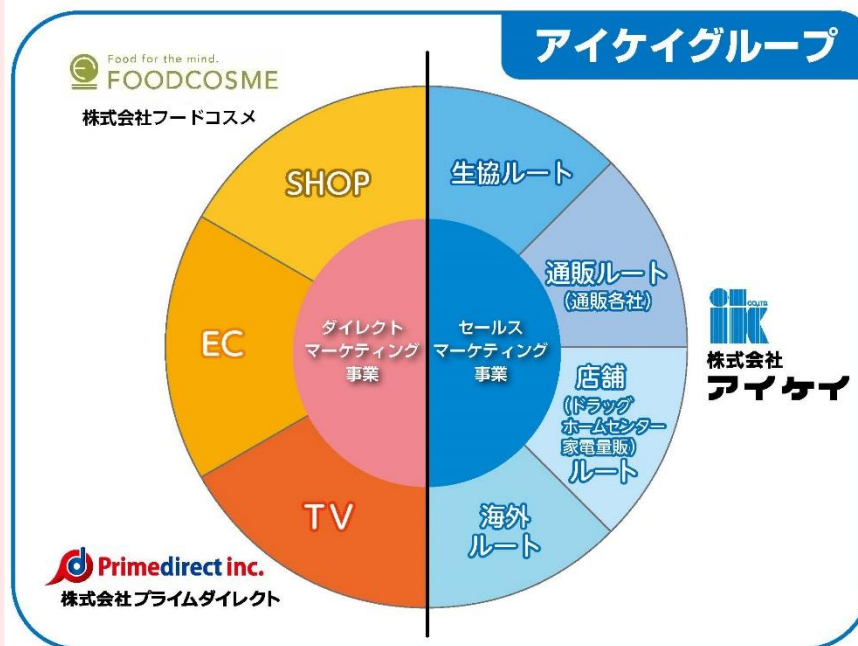
TVショッピングでの自社開発商品の販売。

### 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販売を手掛ける。

### SHOPルート

韓国化粧品ブランドの正規販売代理店。全国の都市型商業施設を中心に、店舗展開を行う。



## 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 행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 FY2026 3Q 決算実績

03 FY2026 業績予想

04 Appendix

# ハイライト

売上高

**111億円**

増減率  
△2.9%

営業利益

**199百万円**

増減率  
△42.5%

調整後EBITDA

**299百万円**

増減率  
△37.4%

セールスマーケティング事業  
店舗ルートの増収

前年比

**121.2%**

1Qでのコンビニエンスストアへの販売が寄与

manyo



# 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2.9%減少  
(セールスマーケティング事業で5.9%増収するも、TVショッピングの縮小をカバーできずダイレクトマーケティング事業で26.9%減収)
- ◆ 営業利益は売上総利益率が3ポイント低下したこともあり前年同期より147百万円減少
- ◆ 親会社株主に帰属する四半期純利益は繰延税金資産の計上などがあり253百万円と前年同期水準
- ◆ 調整後EBITDAは299百万円

## 韓国コスメ拡販

- ◆ 韓国コスメの売上はコンビニエンスストアでの販売が開始されたものの、新商品の販売が遅れたことなどから前年同期比3.1%の増加に留まる

売上高 **11,120** (前年同期比 97.1%)

売上総利益 **4,187** (89.8%)

調整後  
EBITDA※ **299** (62.6%)

営業利益 **199** (57.5%)

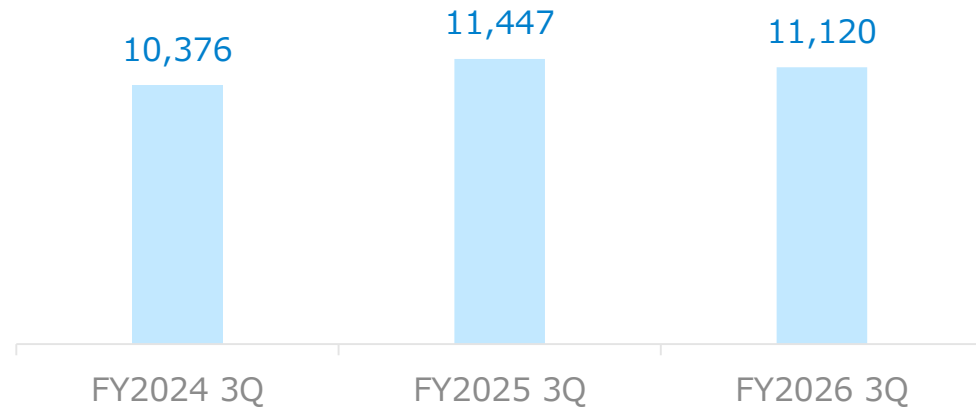
親会社株主に帰属する  
四半期純利益 **253** (96.6%)

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

# 主要な経営指標の推移

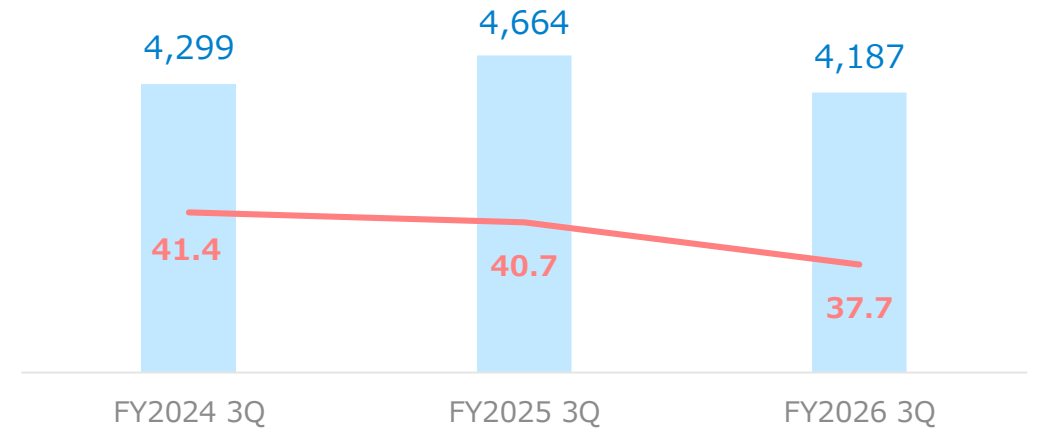
## 売上高

(百万円)



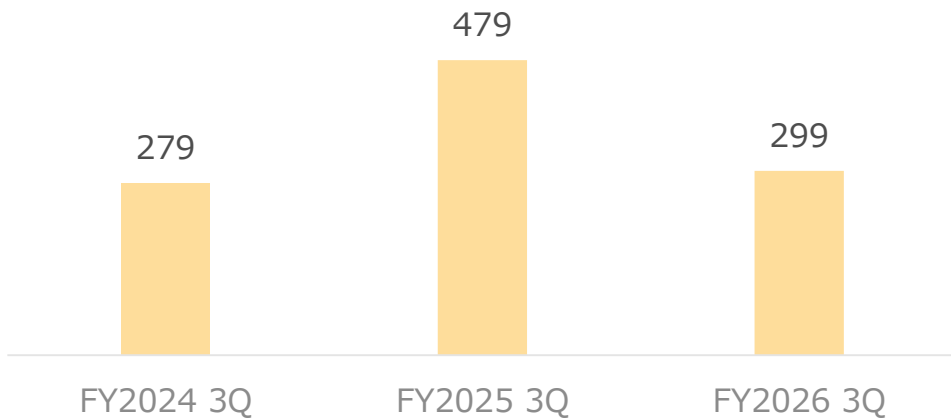
## 売上総利益/率

(百万円、%)



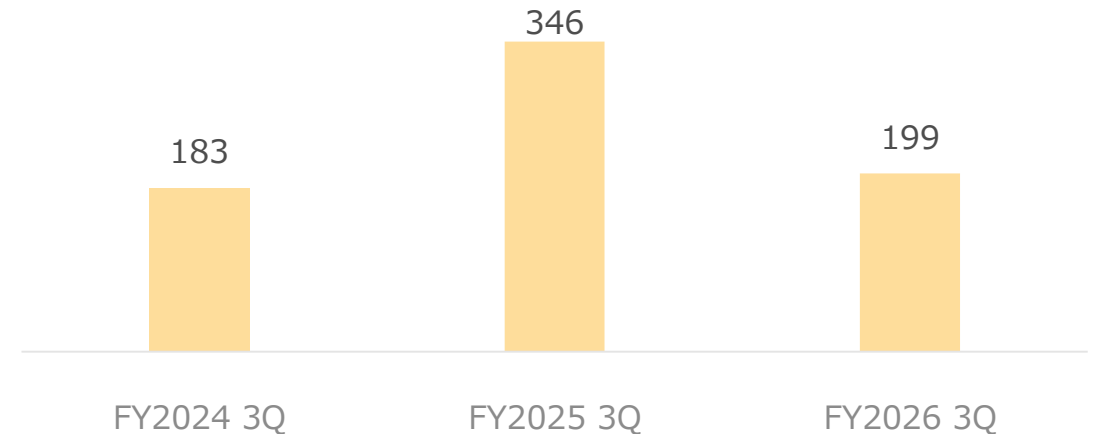
## 調整後EBITDA

(百万円)



## 営業利益

(百万円)



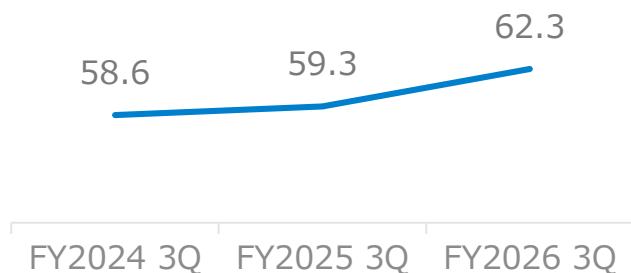
※ 調整後EBITDA = EBITDA (営業利益+償却費) + M&A関連費用+構造改革費用

# FY2026 3Q業績 (YoY)

## 3Q連結実績

- ◆ 売上高は、収益性の落ちたTVショッピングの継続縮小により2.9%減収
- ◆ 原価率は、利益率の高かったTVショッピングの売上が大幅に減少したことで3.0ポイントアップ
- ◆ 販売管理費は、広告宣伝費(TV放映料)のダウンにより売上比で1.8ポイントダウン

## 原価率の推移 (連結) (%)



百万円	FY2025 3Q (2024年6月～2025年2月)		FY2026 3Q (2025年6月～2026年2月)	
	実績	YoY	実績	YoY
売上高	<b>11,447</b>	10.3%	<b>11,120</b>	△2.9%
売上総利益 (売上総利益率)	<b>4,664</b> 40.7%	8.5%	<b>4,187</b> 37.7%	△10.2%
販売管理費 (販売管理費率)	<b>4,318</b> 37.7%	4.9%	<b>3,988</b> 35.9%	△7.6%
調整後EBITDA	<b>479</b>	71.3%	<b>299</b>	△37.4%
営業利益 (営業利益率)	<b>346</b> 3.0%	88.7%	<b>199</b> 1.8%	△42.5%

# 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縮小中のTVショッピングの売上が大幅に減少(前期比65.7%減)した結果、当事業全体で26.9%減少
- ◆ セールスマーケティング事業では生協ルート微増、韓国コスメを取り扱う店舗ルートも増収となり、当事業全体で5.9%増収

### 【売上総利益率】

- ◆ ダイレクトマーケティング事業でのEC売上の構成比が高まったことに伴い1.2ptアップ
- ◆ セールスマーケティング事業では韓国コスメ等の卸売の増加に伴い2.5pt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> (FY2025 3Q)	<b>2,223</b> (3,041)	<b>8,895</b> (8,403)	<b>1</b> (1)	<b>11,120</b> (11,447)
<b>売上総利益</b> (FY2025 3Q)	<b>1,212</b> (1,622)	<b>2,974</b> (3,019)	<b>0</b> (22)	<b>4,187</b> (4,664)
<b>売上総利益率</b> (FY2025 3Q)	<b>54.5%</b> (53.3%)	<b>33.4%</b> (35.9%)		<b>37.7%</b> (40.7%)
<b>営業利益</b> ※ (FY2025 3Q)	<b>20</b> (8)	<b>698</b> (820)	<b>△520</b> (△483)	<b>199</b> (346)
<b>営業利益率</b> (FY2025 3Q)	<b>0.9%</b> (0.3%)	<b>7.9%</b> (9.8%)		<b>1.8%</b> (3.0%)

※1 営業利益の調整額△520百万円には、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。

# セグメント別 販売管理費

## 販管費比率の増減

- ◆ 広告宣伝費は主にダイレクトマーケティング事業のTVショッピング出稿数が減ったことにより広告宣伝費が連結で3.5ptダウン
- ◆ 物流費はダイレクトマーケティング事業のEC売上の増収に伴い0.7ptアップしたものの、連結では配送の効率化を図ったことから0.2PTダウン
- ◆ 販売費及び一般管理費全体では、売上比率で前第3四半期より1.8ptダウン。実額において330百万円減少。

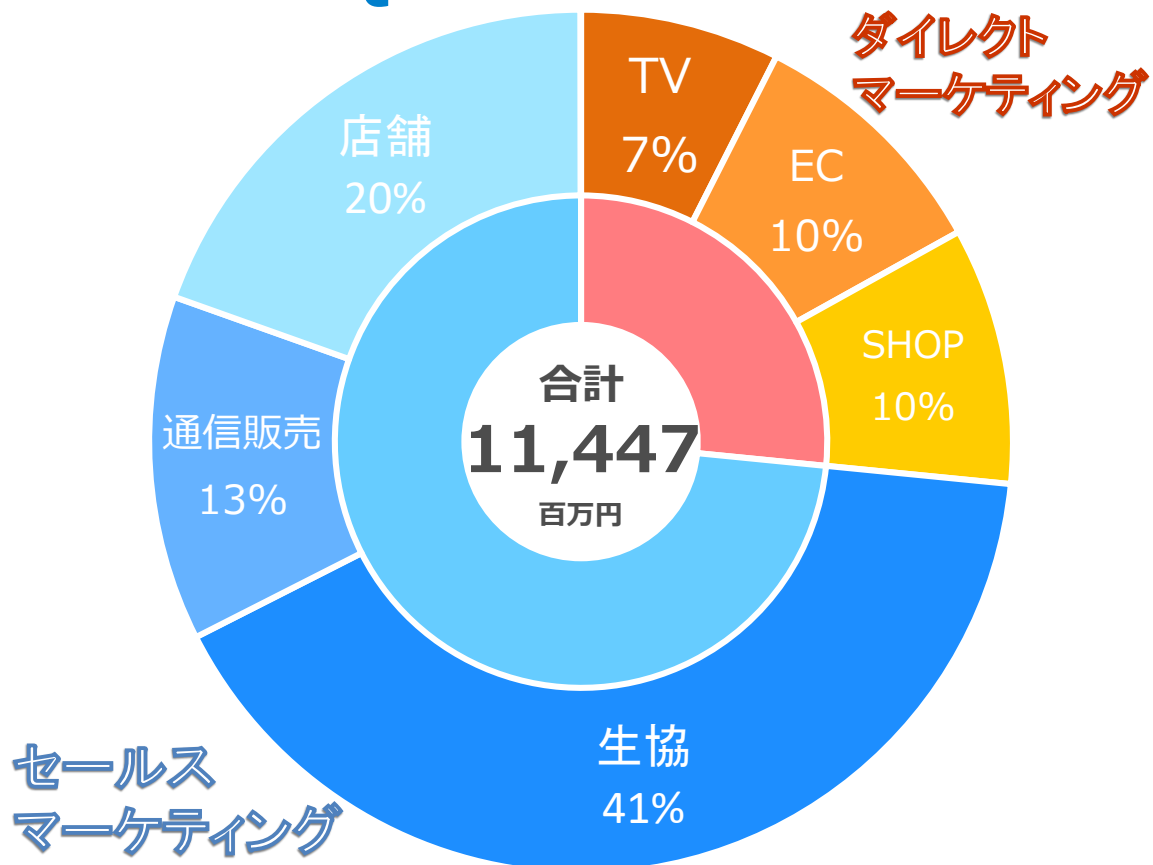
百万円	ダイレクト マーケティング	セールス マーケティング	調整額	連結
<b>人件費</b>	<b>257</b>	<b>493</b>	<b>273</b>	<b>1,023</b>
売上比 (FY2025 3Q)	11.6% (9.0%)	5.5% (5.4%)		9.2% (8.7%)
<b>広告宣伝費</b>	<b>278</b>	<b>666</b>	<b>0</b>	<b>945</b>
売上比 (FY2025 3Q)	12.5% (20.4%)	7.5% (9.0%)		8.5% (12.0%)
<b>物流費</b>	<b>181</b>	<b>609</b>	<b>1</b>	<b>792</b>
売上比 (FY2025 3Q)	8.2% (7.5%)	6.8% (7.2%)		7.1% (7.3%)
<b>その他</b>	<b>474</b>	<b>506</b>	<b>244</b>	<b>1,226</b>
売上比 (FY2025 3Q)	21.4% (16.2%)	5.7% (4.6%)		11.0% (9.7%)
<b>販売費及び 一般管理費</b>	<b>1,192</b>	<b>2,275</b>	<b>520</b>	<b>3,988</b>
売上比 (FY2025 3Q)	53.6% (53.0%)	25.6% (26.2%)		35.9% (37.7%)

※調整額合計520百万円は、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。

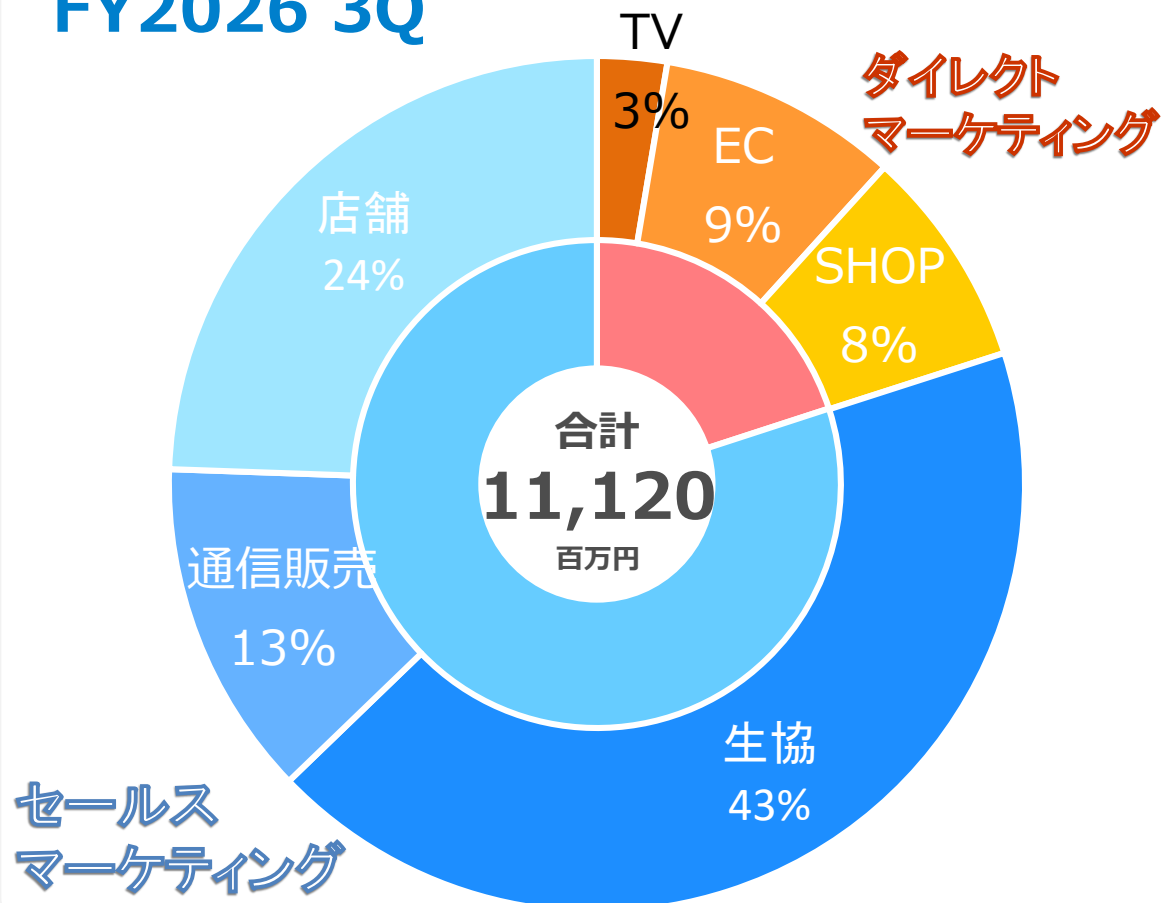
# 販路別売上内訳

ルート別ではTVルートが前期から4pt減少、店舗ルートが前期から4pt増加。

## FY2025 3Q



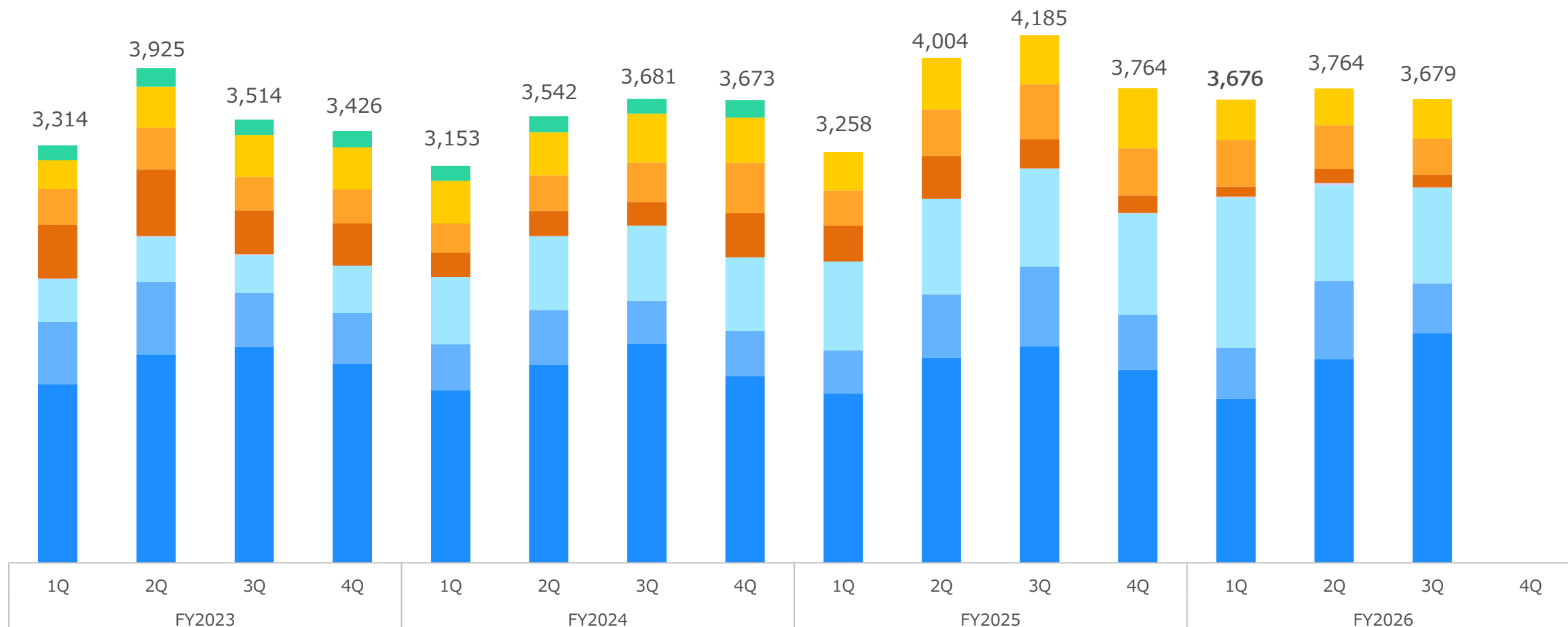
## FY2026 3Q



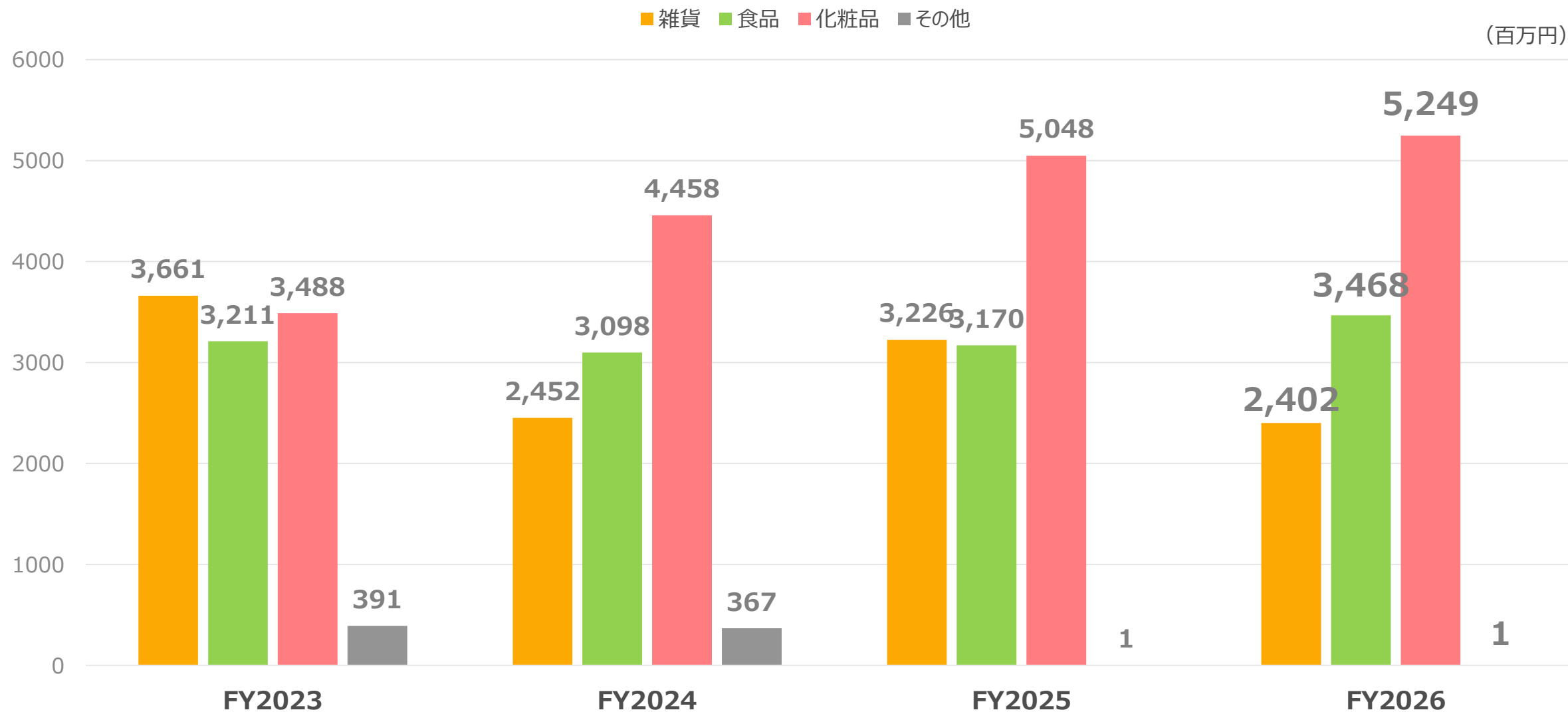
# 販路別売上内訳



※ITソリューション事業は2024年5月期で終了



## カテゴリー別売上高推移

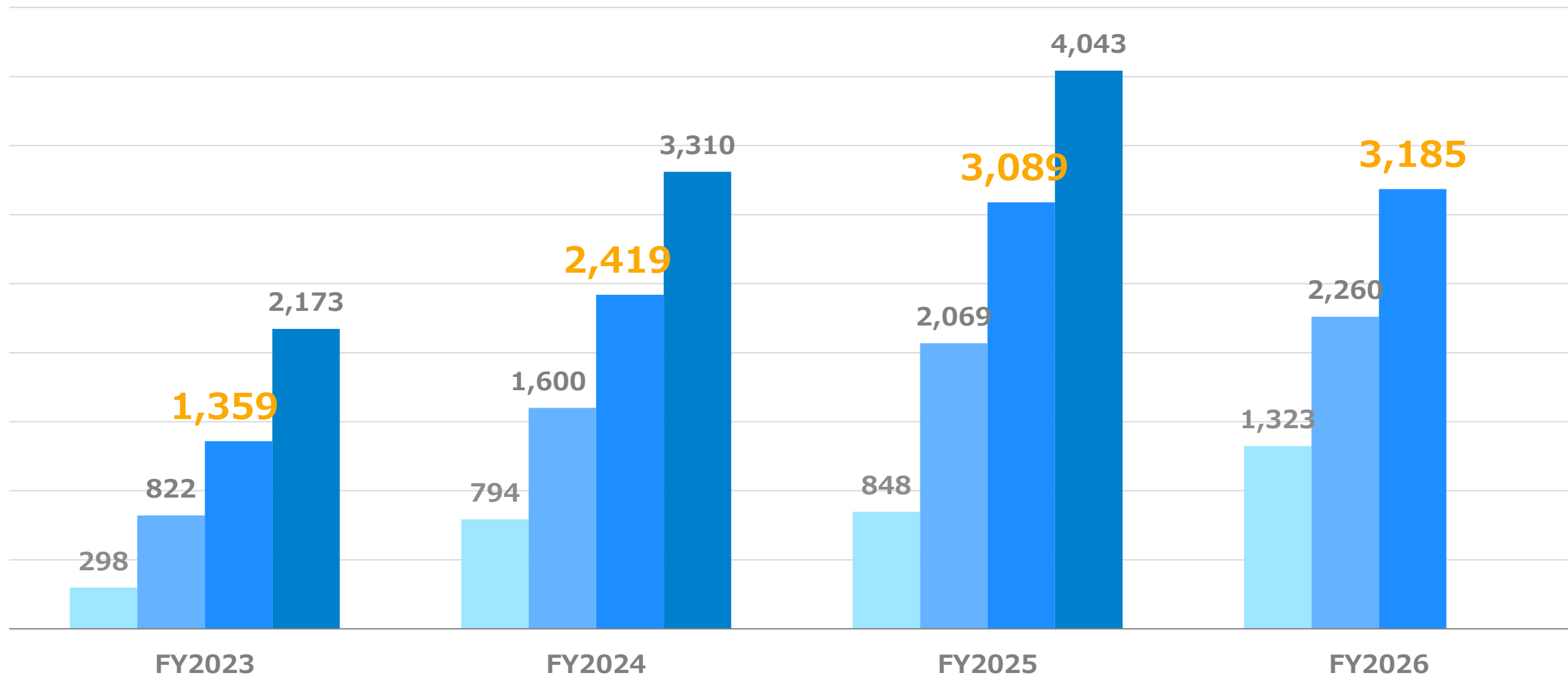


※ その他は、連結の範囲から外れたITソリューション事業等の売上減少分です。

# 韓国コスメの売上高推移

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 通期

(百万円)



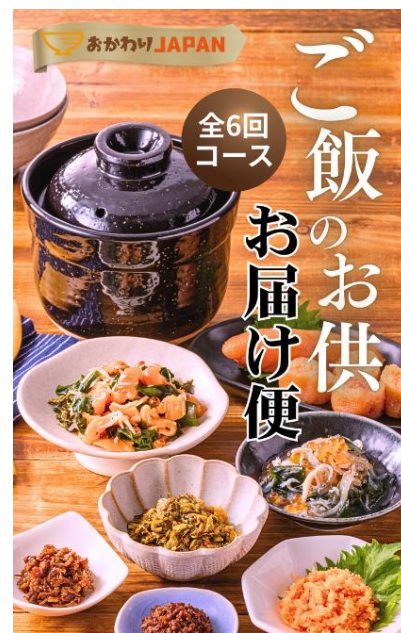
# トピックス 新商品・キャンペーン

## 加藤綾菜さん完全監修!体に優しい食品新ブランド「加藤家のまごころごはん」第1弾販売開始



### 加藤綾菜<sup>監修</sup>食品ブランド発売開始

## 入手困難の人気商品を含めたご飯のお供専門家「おかわりJAPAN」が本気で選んだサブスク始動



おかわりJAPAN × Primedirect

# トピックス(韓国コスメ拡販)

## 新ブランド PINKWONDER 展開開始

## Arencia・UIQ・manyo ポップアップストア を展開



PINKWONDER



@コスメ名古屋店(Arencia)



@コスメ名古屋店(manyo)



渋谷MODI店(UIQ)

- 01 事業の説明
- 02 FY2026 1Q 決算実績
- 03 FY2026 業績予想**
- 04 Appendix

# 業績予想 サマリー

※単位 百万円

売上高

14,700 百万円 ( 96.6 % )

前期比

営業利益

260 百万円 ( 61.2 % )

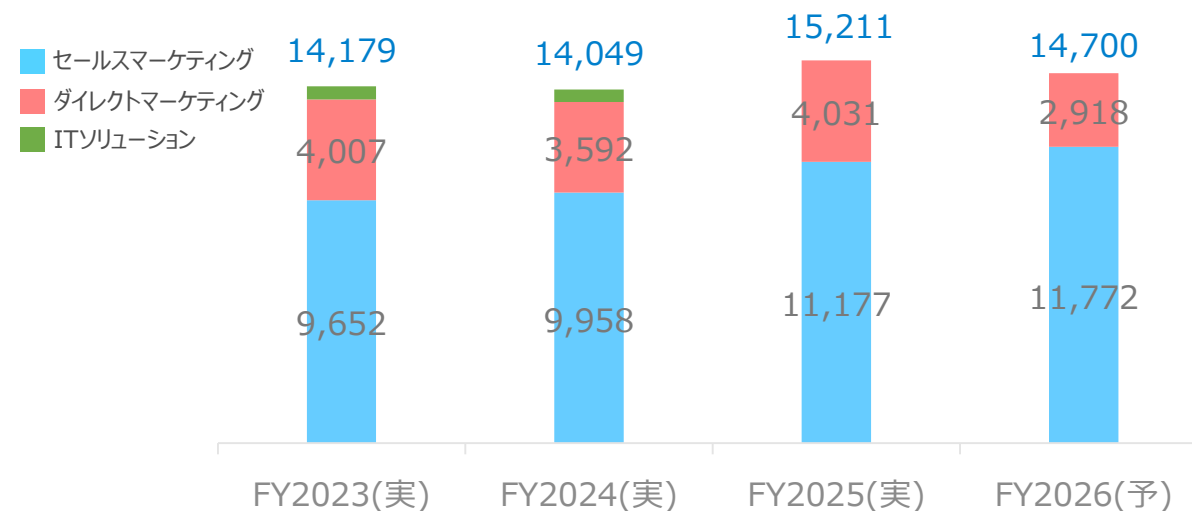
経常利益

230 百万円 ( 55.3 % )

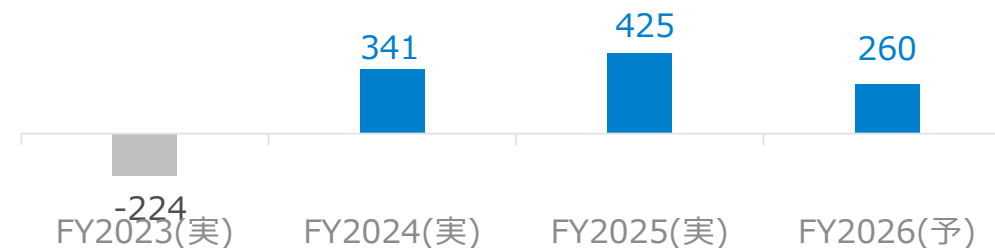
親会社株主に帰属する当期純利益

280 百万円 ( 93.5 % )

## 連結売上高推移



## 連結営業利益推移



# 業績予想

	FY 2025		FY 2026 (予)				
	実績	前年同期比	中間修正予想	今回修正予想	増減	前年同期比	増減理由
単位：百万円							
売上高	15,211	108.3%	14,700	14,700	—	96.6%	セールスマーケティング事業は増収を見込むものの、ダイレクトマーケティング事業の減収を補えず、全社としては減収となる見通しのため
営業利益	425	124.5%	350	260	△90	61.2%	減収に加え粗利率の低下が影響し、減益となる見通しのため
経常利益	416	122.4%	330	230	△100	55.3%	上記理由のため
親会社株主に帰属する 当期純利益	321	140.1%	200	280	80	87.2%	グループ組織再編による繰越欠損金に係る繰延税金資産として法人税等調整額(益)等を計上のため
1株当たり配当金	8.0円		9.0円				

※上記業績予想につきましては、2026年4月14日付にて公表しております、「2026年5月期 連結業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

01 事業の説明

02 FY2026 1Q 決算実績

03 FY2026 業績予想

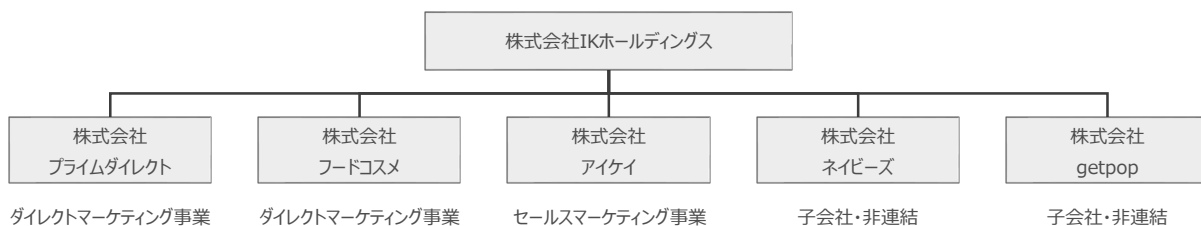
04 Appendix

0

4

## 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	180名（2025年5月末日時点 連結）	
経営陣	代表取締役社長	長野 庄吾
	取締役会長	飯田 裕
	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）
- 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
- 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
- 2025年 10月 株式会社getpop（100%子会社）設立  
株式会社アイケイを存続会社とし株式会社プライムダイレクトを吸収合併
- 2026年 2月 株式会社アイケイを分割会社としストック型事業を株式会社PDに承継  
株式会社PDの商号を株式会社プライムダイレクトに変更

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

