

株式会社IKホールディングス 2026年5月期 通期 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7月14日

- 01 事業の説明
- 02 FY2026 決算実績
- 03 FY2027 業績予想
- 04 成長戦略
- 05 株主還元・優待
- 06 Appendix

01 事業の説明

02 FY2026 決算実績

03 FY2027 業績予想

04 成長戦略

05 株主還元・優待

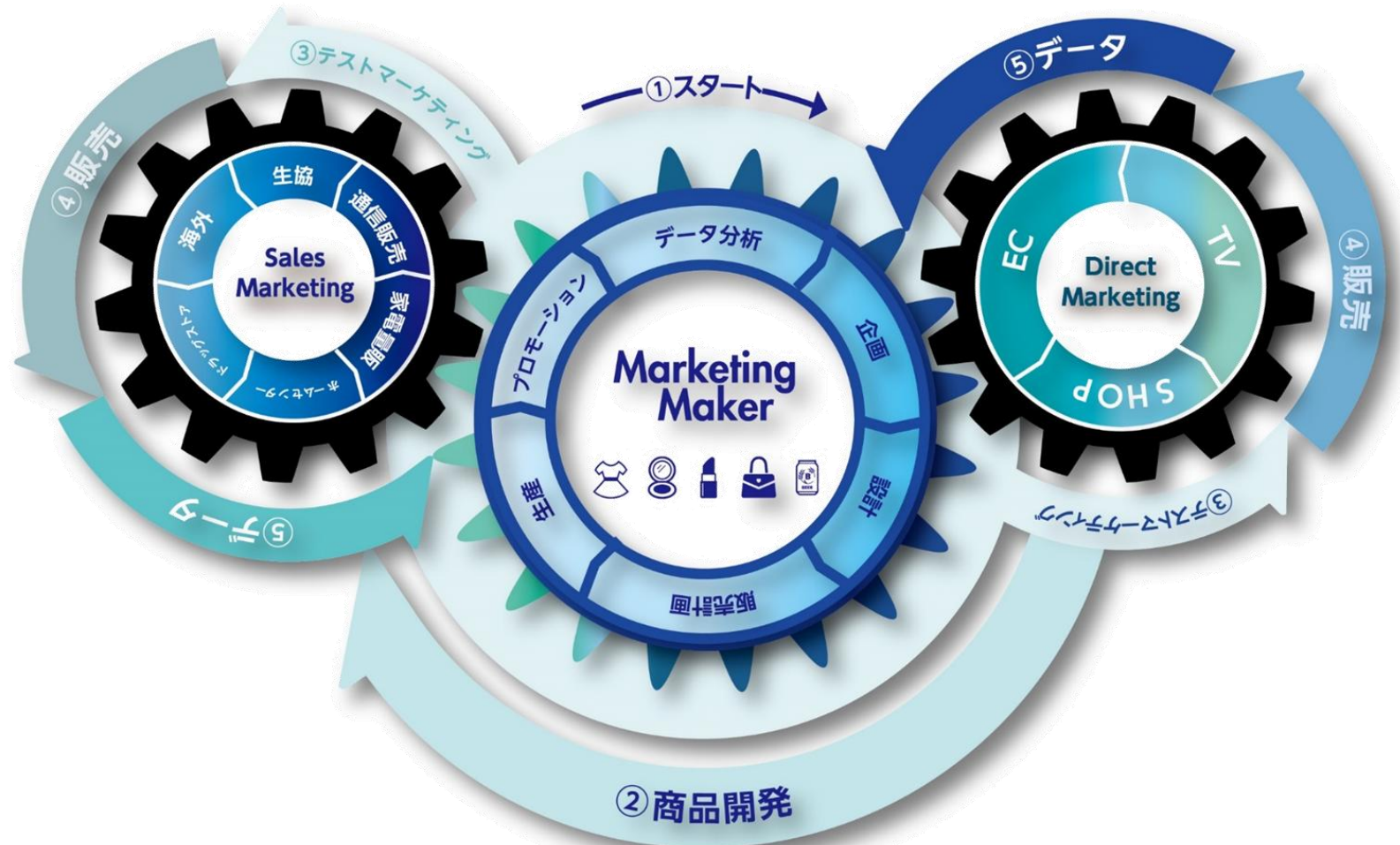
06 Appendix

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

当社グループは独自の
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**」と
「**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



プロテインモンスター



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



伊賀ノ匠



らくらくマイカート EcoCa



あとリエ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

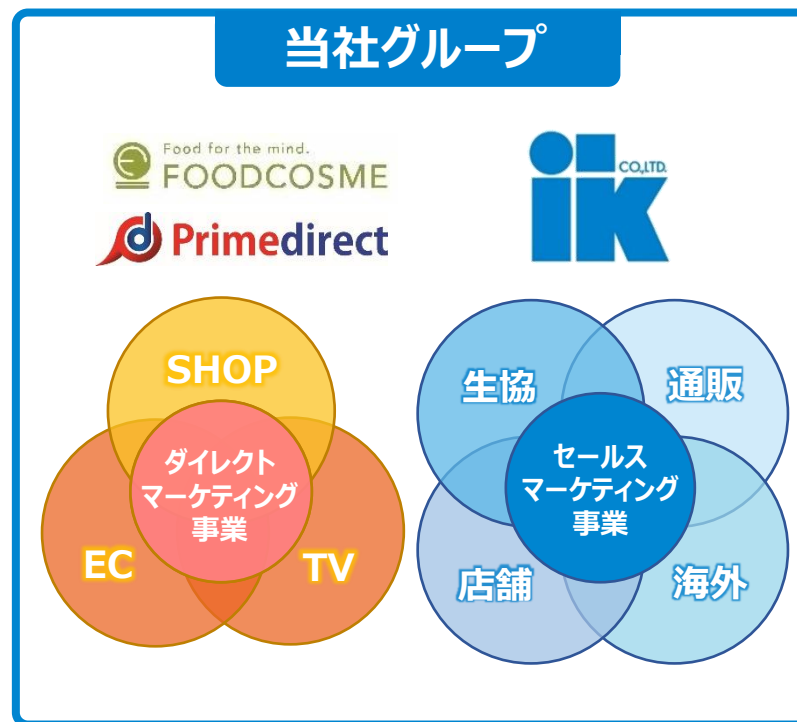
TVショッピングでの自社開発商品の販売

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したEC販売

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、当社の祖業
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
小売店舗への卸売

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

- 
- A large, light blue number '2' is positioned in the background, spanning across the middle of the page and behind the list items.
- 01 事業の説明
 - 02 **FY2026 決算実績**
 - 03 FY2027 業績予想
 - 04 成長戦略
 - 05 株主還元・優待
 - 06 Appendix

ハイライト

売上高

145億円

2025年5月期
152億円 増減率
△4.2%

営業利益

1.9億円

2025年5月期
4.2億円 増減率
△53.9%

調整後EBITDA

3.3億円

2025年5月期
6.0億円 増減率
△43.8%

販売管理費の削減

△5.0億円

TVへの出稿費用を削減した結果、
広告宣伝費を中心に昨年比8.8%の減少

組織再編

ストック型事業を
プライムダイレクトで展開

DtoC企業への事業転換を行い、
安定した収益構造を築く

SNSマーケティングへの進出

SNS広告事業「getpop」の
取得と子会社設立

UGC（ユーザー生成コンテンツ）施策による
グループ全体の発信力強化を図る

業績ハイライト

減収・減益

- ◆ 売上高は643百万円減少（セールスマーケティング事業で5.0%増収、ダイレクトマーケティング事業で29.7%の減収）
- ◆ 営業利益はTVルート縮小等に伴う在庫評価損▲75百万円、および一部韓国コスメの日本総代理店契約の変更及び終了見込みに伴う返品に備え、返品見積額40百万円を計上したことなどにより、196百万円を計上
- ◆ 経常利益は非連結子会社の業績悪化に伴い、貸倒引当金を82百万円計上したことなどにより、100百万円を計上
- ◆ 特別損失として運営店舗の減損損失14百万円と関係会社株式評価損34百万円を計上
- ◆ グループ組織再編による税務上の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）222百万円を計上したことにより、当期純利益は214百万円を計上

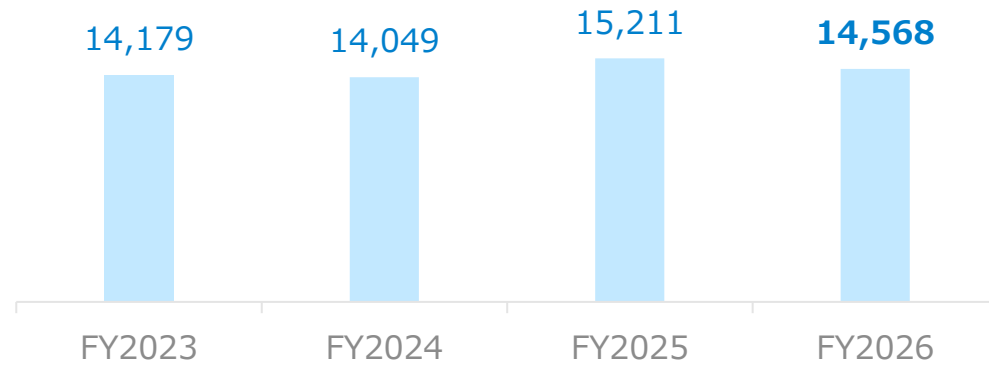
	(百万円)	
売上高	14,568	前年比 (95.8%)
売上総利益	5,483	(88.1%)
調整後 EBITDA※	337	(56.2%)
営業利益	196	(46.1%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	214	(66.7%)

※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

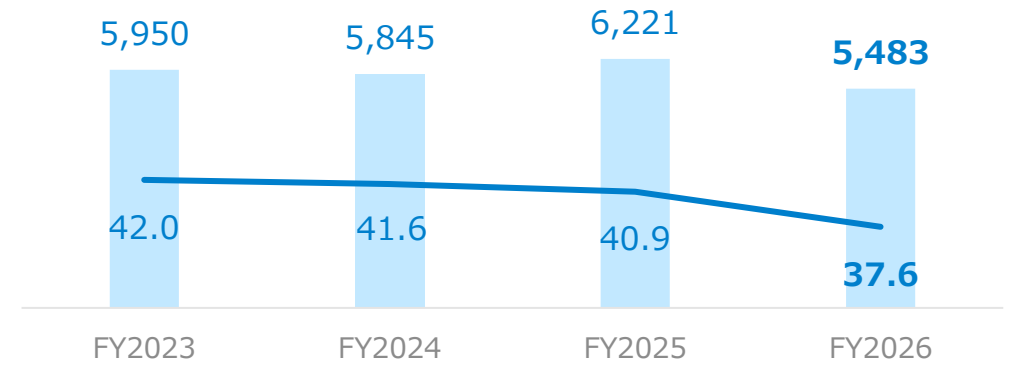
売上高

(百万円)



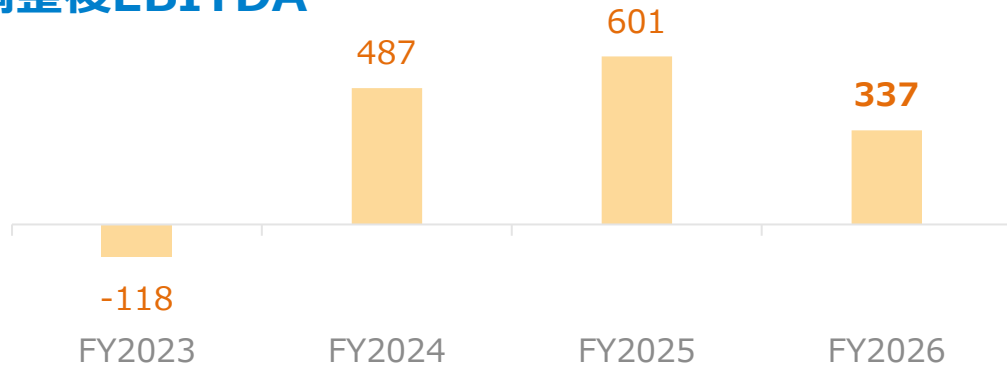
売上総利益/率

(百万円/%)



調整後EBITDA

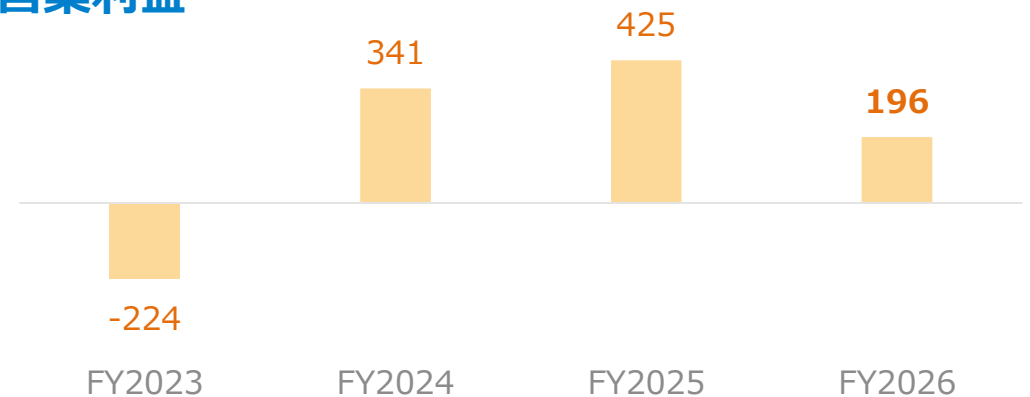
(百万円)



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

営業利益

(百万円)

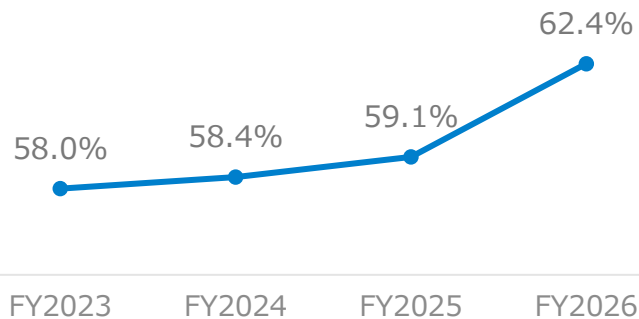


FY2026 通期業績 (YoY)

通期実績

- ◆ 売上高はセールスマーケティング事業において堅調に増加するも、ダイレクトマーケティング事業の減収が大きく、連結で減収
- ◆ 販売管理費はダイレクトマーケティング事業における広告宣伝費用の改善が進み減少
- ◆ 売上総利益は11.9%減小し、原価率は前期比3.3pt上昇
- ◆ 営業利益は53.9%の減少

原価率の推移 (連結)



	FY2026 4Q (2026年3月～2026年5月)		FY2026 通期 (2025年6月～2026年5月)	
	実績 (百万円)	YoY	実績 (百万円)	YoY
売上高	3,447	△8.4%	14,568	△4.2%
売上総利益	1,296	△16.7%	5,483	△11.9%
(売上総利益率)	37.6%	(△3.8pt)	37.6%	(△3.3pt)
販売管理費	1,299	△12.1%	5,287	△8.8%
(販売管理費率)	37.7%	(△1.6pt)	36.3%	(△1.8pt)
調整後EBITDA	37	— %	337	△43.8%
営業利益	△3	— %	196	△53.9%
(営業利益率)	— %		1.3%	

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

セグメント別 決算実績

各セグメント別の状況

【ダイレクトマーケティング】

- ◆ 売上高は、収益体質の改善を目指したTVルートと韓国コスメ店舗の縮小をECルートでカバーしきれず29.7%の減収

- ◆ 営業利益は前期並みを維持し、これに伴って営業利益率は0.5pt増加

【セールスマーケティング】

- ◆ 売上高は生協ルート、店舗ルートにおいて堅調に推移しセグメントで5.0%の増収

- ◆ 営業利益は原価率の上昇などにより16.8%の減益、これに伴って営業利益率は1.8pt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
売上高	2,832	11,733	2	14,568
(前期)	(4,031)	(11,177)	(2)	(15,211)
売上総利益	1,568	3,914	—	5,483
(前期)	(2,220)	(3,985)	(15)	(6,221)
売上総利益率	55.4%	33.4%		36.3%
(前期)	(55.1%)	(35.7%)		(37.6%)
営業利益※	43	857	△705	196
(前期)	(44)	(1,030)	(△649)	(425)
営業利益率	1.6%	7.3%		1.3%
(前期)	(1.1%)	(9.2%)		(2.8%)

※調整額705百万円は、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す。

セグメント別 販売管理費

販管費比率の増減

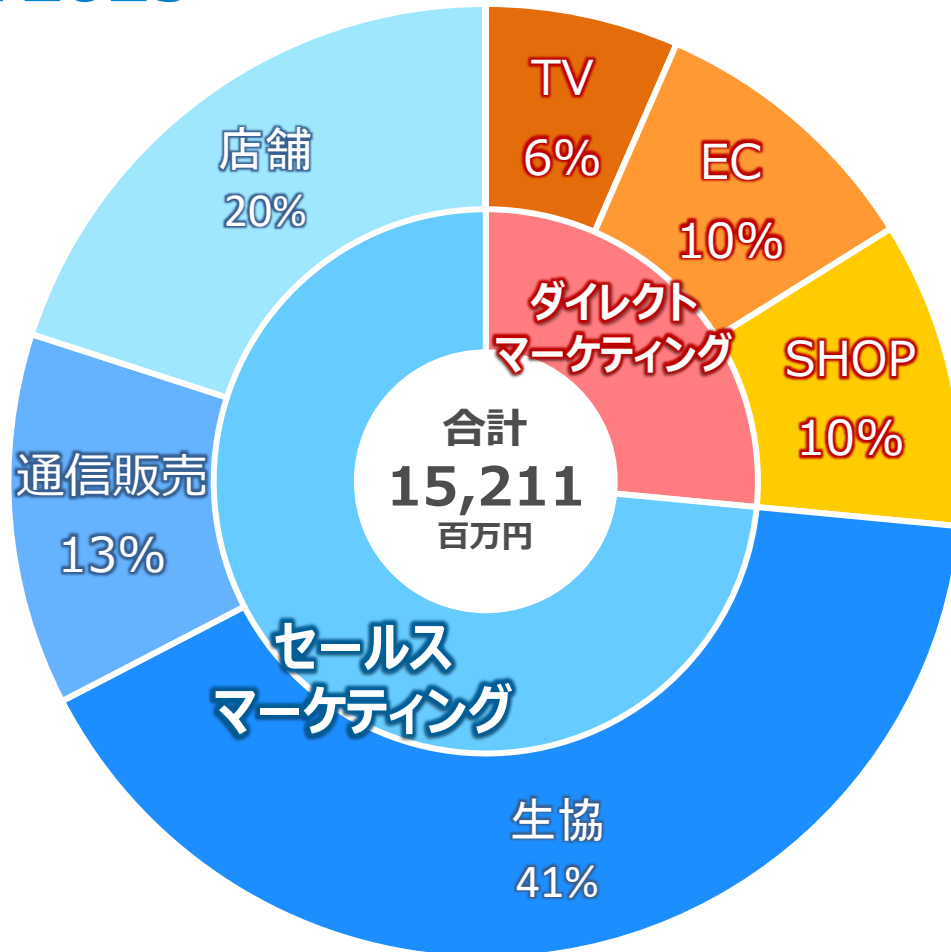
- ◆ 人件費は前期比0.9pt上昇
- ◆ 広告宣伝費はTVルート of 縮小による出稿費用の大幅な減少によりダイレクトマーケティング事業で6.5pt減少、セールスマーケティング事業においても1.1pt減少し、全体で2.8pt減少。
- ◆ 物流費はTVルート of 縮小に伴い商品単価が下がったことからダイレクトマーケティング事業で1.3pt上昇するも、セールスマーケティング事業で改善を進め、全体では前年水準を維持
- ◆ 以上の結果として、販売管理費全体で1.8pt減少

(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
人件費	342	670	367	1,380
売上比 (前期)	12.1% (8.8%)	5.7% (5.5%)		9.5% (8.6%)
広告宣伝費	337	912	—	1,250
売上比 (前期)	11.9% (18.4%)	7.8% (8.9%)		8.6% (11.4%)
物流費	241	807	2	1,051
売上比 (前期)	8.5% (7.2%)	6.9% (7.1%)		7.2% (7.2%)
その他	602	667	334	1,605
売上比 (前期)	21.3% (19.6%)	5.7% (5.0%)		11.0% (10.9%)
販売費及び一般管理費	1,524	3,057	705	5,287
売上比 (前期)	53.8% (54.0%)	26.1% (26.4%)		36.3% (38.1%)

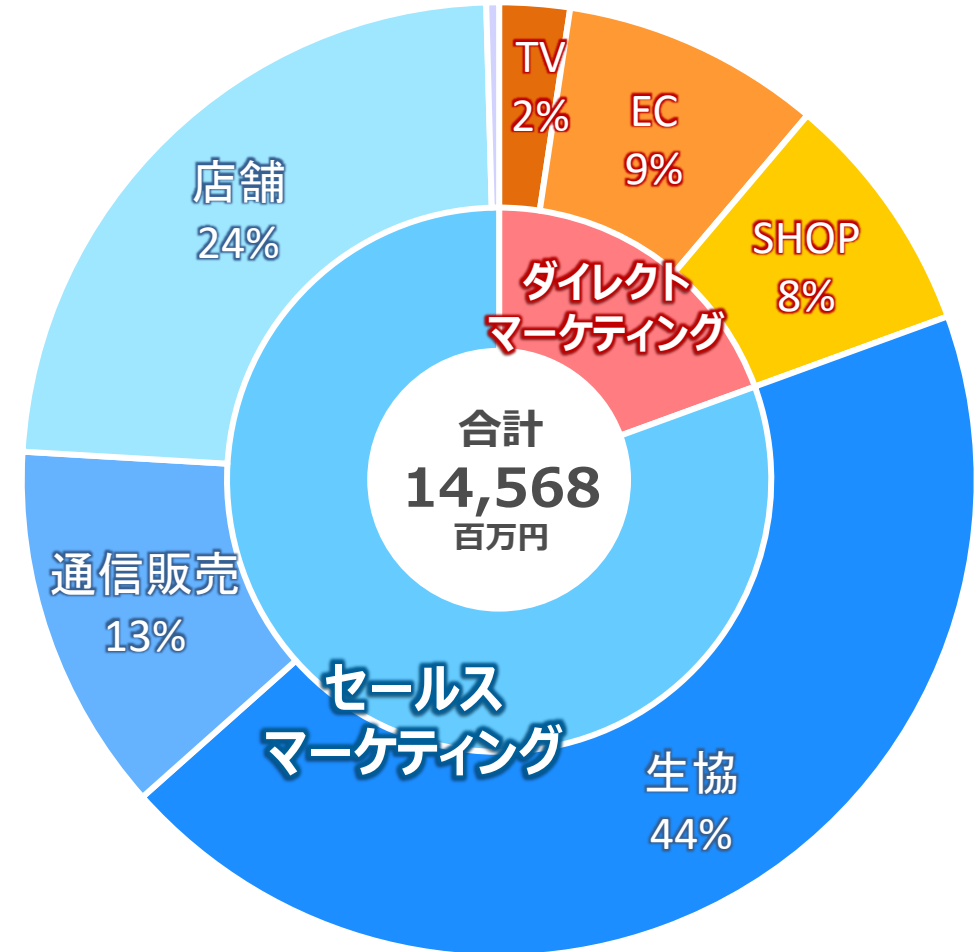
※調整額705百万円は、主に各報告セグメントに配分していない持株会社運営に係る全社費用です。

販路別売上内訳

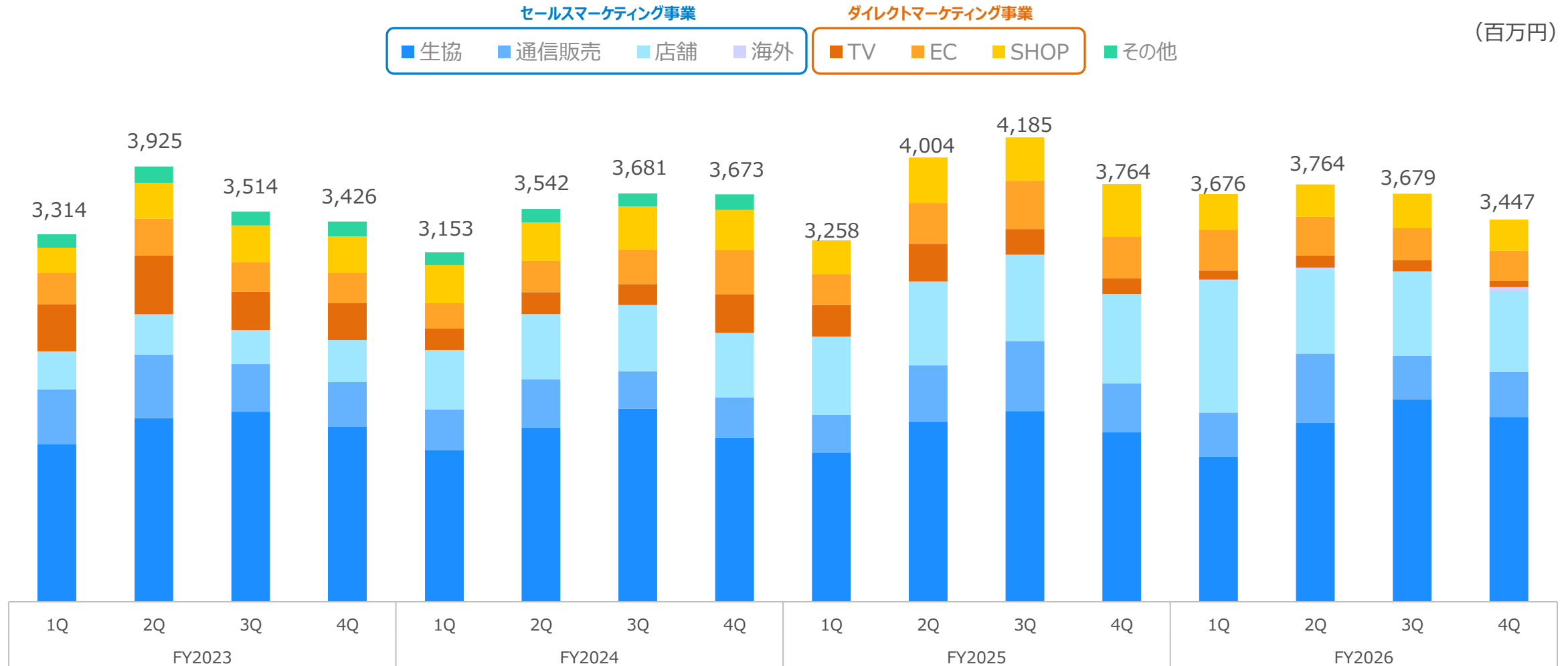
FY2025



FY2026

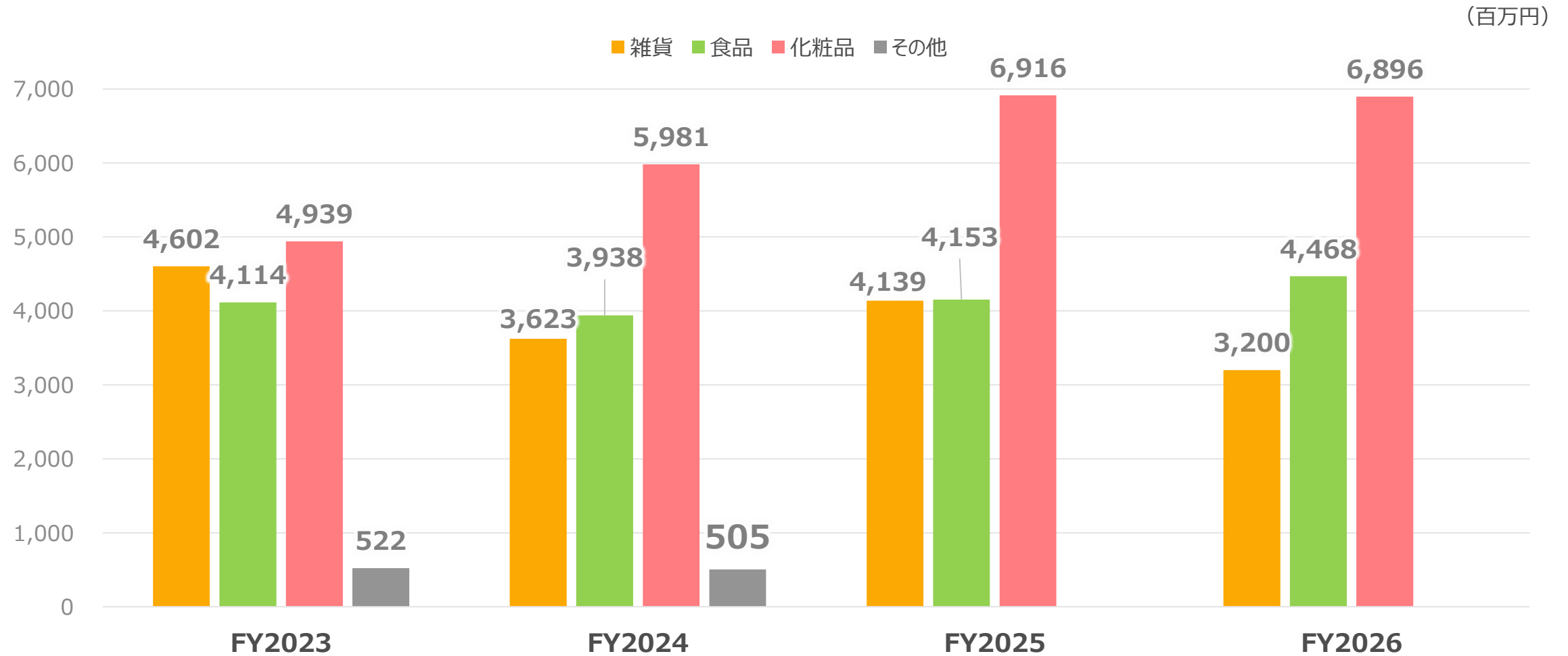


販路別売上内訳



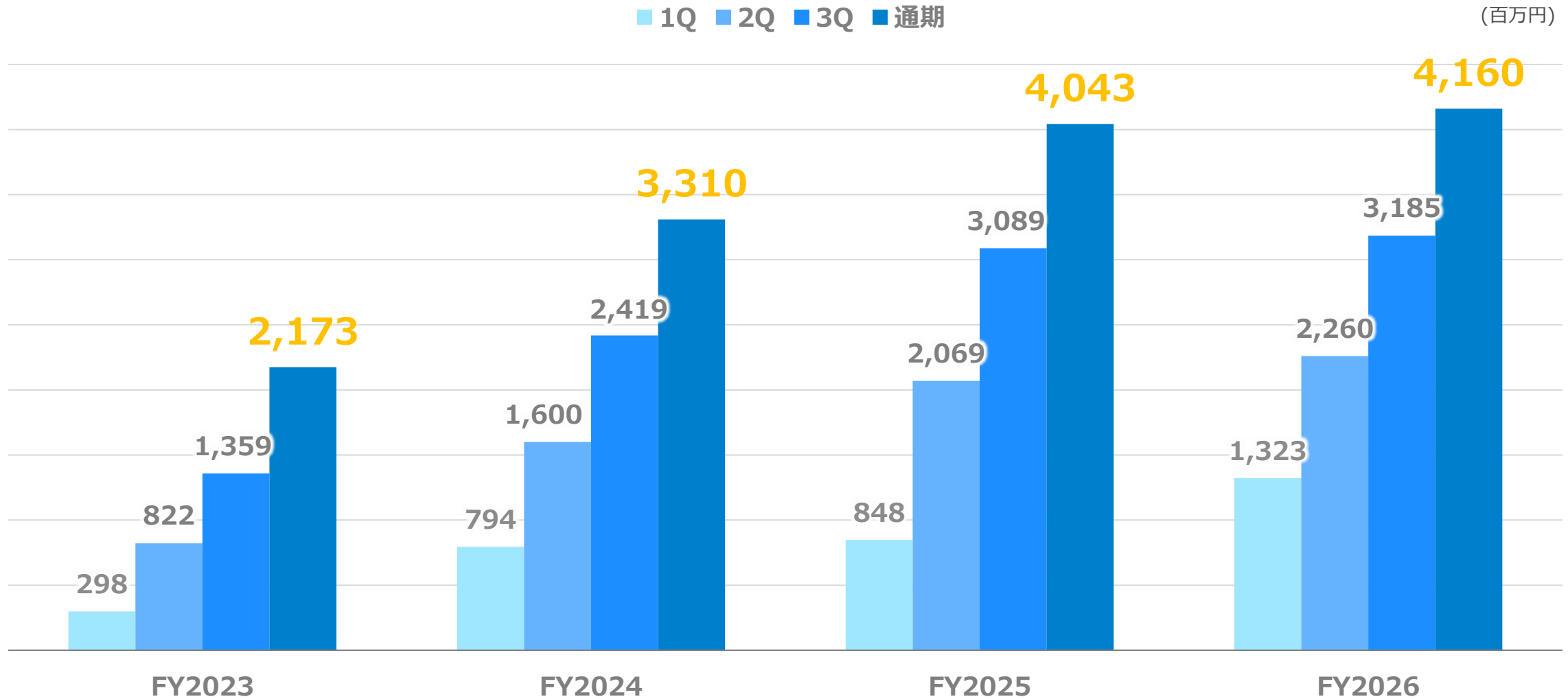
※「その他」は2024年5月期で終了したITソリューション事業です。※FY2025およびFY2026の実績は少額のため記載を省略しております。

カテゴリー別売上高推移



※「その他」は2024年5月期で終了したITソリューション事業です。※FY2025およびFY2026の実績は少額のため記載を省略しております。

韓国コスメの売上高推移



【トピックス】組織再編

(株)アイケイを存続会社、(株)プライムダイレクトを消滅会社として吸収合併し、その後、吸収分割により
フロー型商品をアイケイ、ストック型商品をプライムダイレクトで展開

→各社の専門性と役割の明確化による効率化、安定した収益基盤を構築

アイケイ

フロー型商品



セールスマーケティング (生協・店舗等)

プライムダイレクト

ストック型商品



ダイレクトマーケティング (TV・自社ECサイト等)

※プライムダイレクトはの旧商号は(株)PDです。

【トピックス】韓国コスメ 新2ブランド取り扱い開始

「PINKWONDER」・「CHASIN' RABBITS」と国内総代理店契約を締結

PINKWONDER

(2026年1月)



代表商品のホホバオイルをはじめ、現代人の肌悩みに寄り添う高機能なスキンケアを展開
上質なデザインと確かな効果を掛け合わせ、自宅にしながら極上のサロントイムを提供するプレミアムスキンケアブランド

CHASIN' RABBITS

(2026年4月)



「環境配慮・多様性・ユニークな発想」をテーマに高い機能性とポップな世界観を両立
自由でサステナブルな新しい美容習慣を提案している次世代ヴィーガンビューティーブランド

- 
- A large, light blue number '2' is positioned in the background, spanning across the middle of the page and behind the list items.
- 01 事業の説明
 - 02 FY2026 決算実績
 - 03 **FY2027 業績予想**
 - 04 成長戦略
 - 05 株主還元・優待
 - 06 Appendix

業績予想 サマリー

売上高

(百万円)

14,600 前期比
(100.2 %)

営業利益

250 (127.6 %)

経常利益

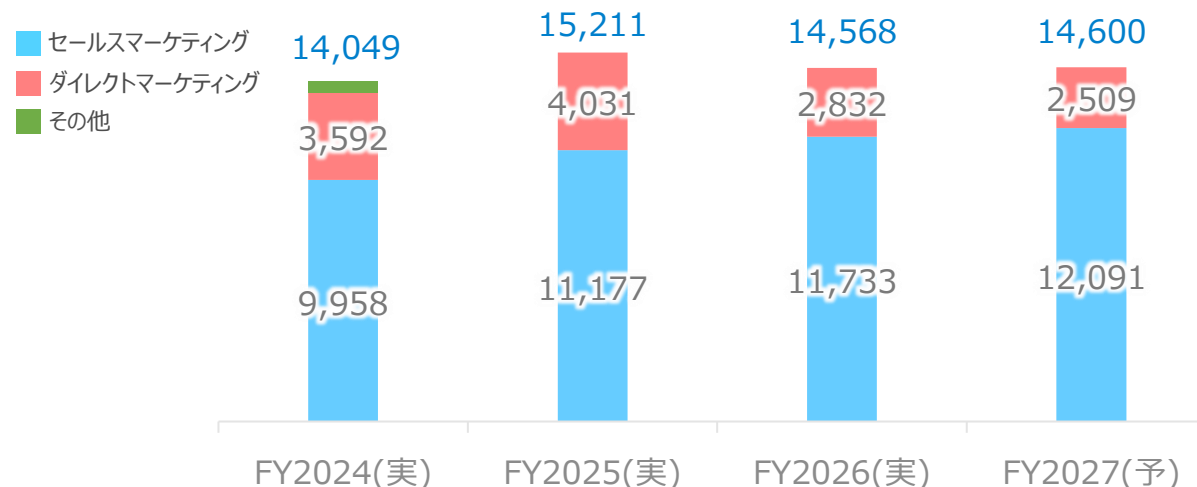
240 (240.0 %)

親会社株主に帰属する
当期純利益

160 (74.8 %)

連結売上高推移

(百万円)



※「その他」は2024年5月期で終了したITソリューション事業です。
※FY2025およびFY2026の実績は少額のため記載を省略しております。

連結営業利益推移

(百万円)

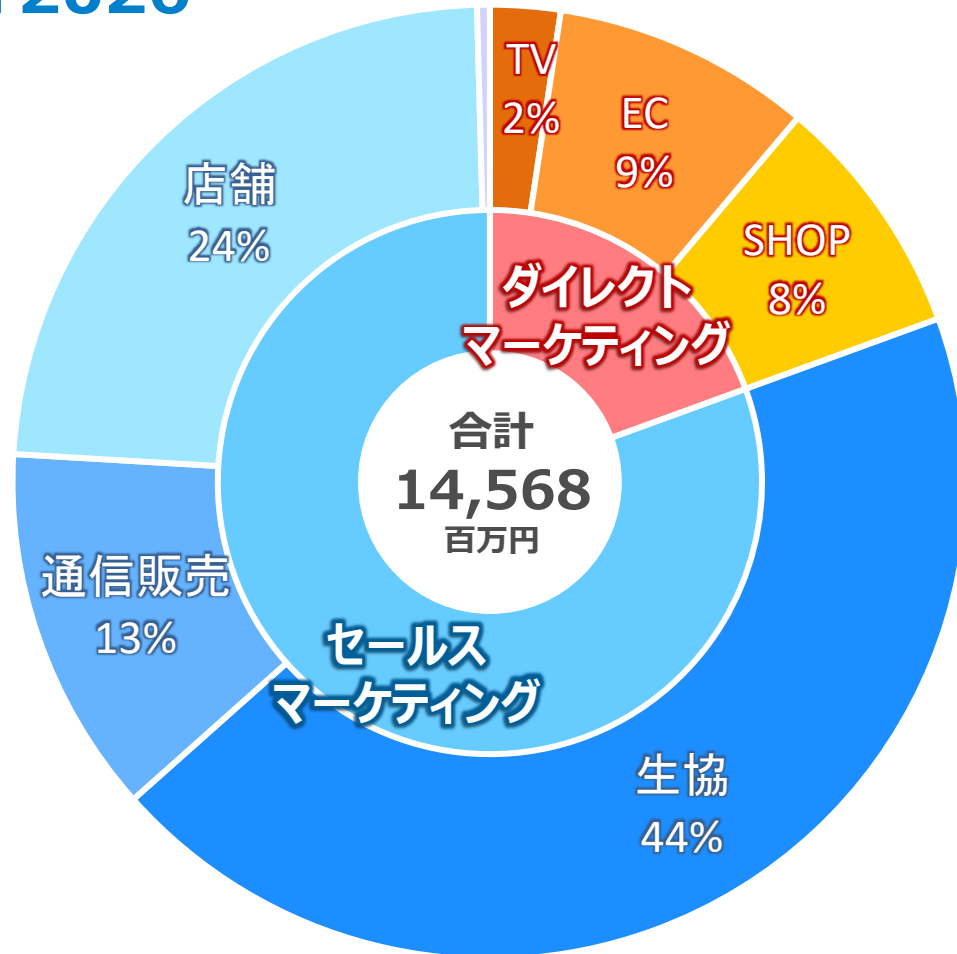


業績予想

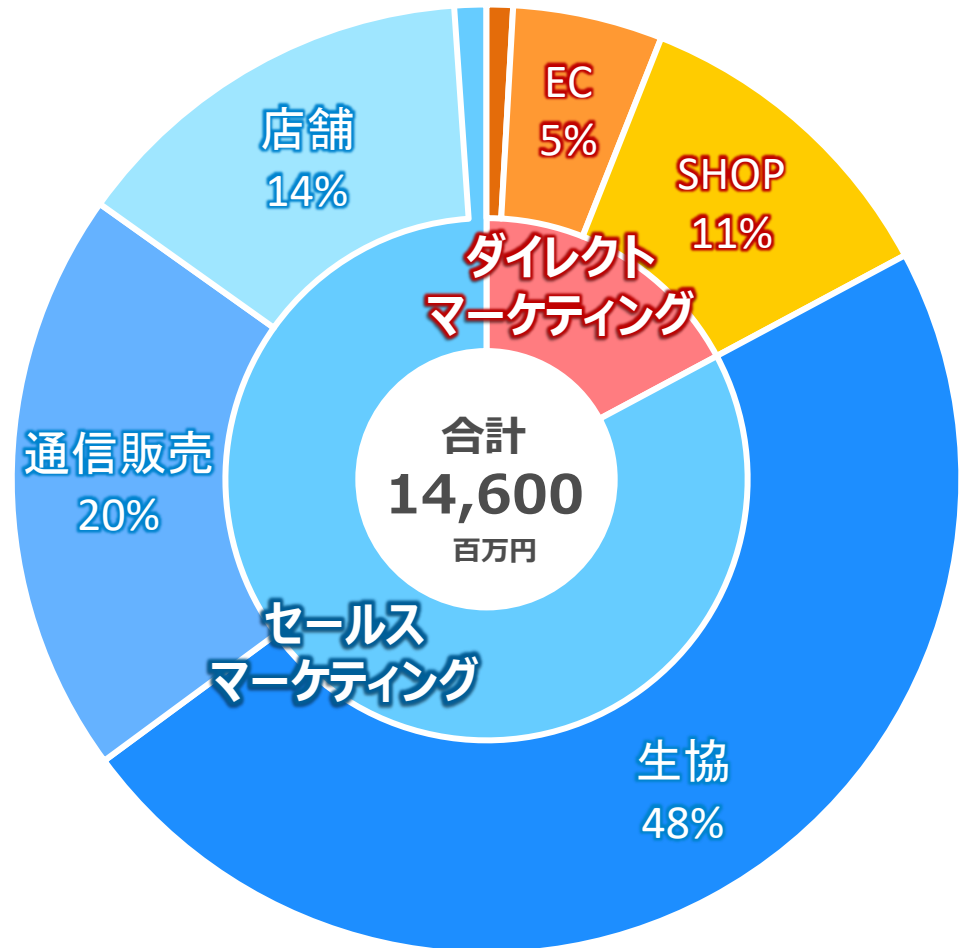
	FY 2026		FY 2027 (予)		
	実績 (百万円)	売上比	予想 (百万円)	売上比	YoY (増減率)
売上高	14,568	—	14,600	—	0.2%
営業利益	196	1.3%	250	1.7%	27.6%
経常利益	100	0.7%	240	1.6%	140.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	214	1.5%	160	1.1%	△25.2%
1株当たり配当金	9.0円		9.0円		

販路別売上内訳

FY2026



FY2027 (予)



- 
- A large, light blue number '04' is positioned in the background of the slide, behind the list items.
- 01 事業の説明
 - 02 FY2026 決算実績
 - 03 FY2027 業績予想
 - 04 成長戦略**
 - 05 株主還元・優待
 - 06 Appendix

中期計画の見直し

計画未達の主な要因

1、成長戦略における他社ブランドへの依存

成長ドライバーを韓国コスメ等の「他社ブランド」に過度に依存した結果、現地メーカー側の意向や商品発売点数やスケジュールなどの外部要因を自社でコントロールできない構造となり、グループ全体の業績が影響を受けてしまう状況にあった。

2、自社商品開発力の低迷と中長期目線でのマーケティングの不在

商品開発点数や、開発スピードについて事業計画とアンマッチが起きていた。小さなヒット品は生み出せても、中長期的な目線で大きく育てる開発やマーケティング思想が不在であった。結果として、商品のライフサイクルが短くなり、売り上げが積み重なっていかない構造になっていた。

3、選択と集中の欠如

多くの販売チャネルと取り扱い商品カテゴリーを有している事を強みとしてきたが、一方で経営資源が分散し、投資が大きな成果に繋がらなくなっていた。



未達の現実を厳粛に受け止め、現行の中期計画を見直す

新中期計画策定に向けての取り組み

①グループ経営改革会議の発足 ②経営企画室を新設

→変動する市場環境でアイケイグループの目指す姿を改めて捉え直す。

01.事業計画



中長期目線での成長戦略の
抜本的な見直し

02. 組織体制



戦略実行を最大化する
組織の在り方の再定義

03.人的資本



変革の源となる
人材の育成及び獲得

「新IKWAY2030／中期経営計画」を策定

- 01 事業の説明
- 02 FY2026 決算実績
- 03 FY2027 業績予想
- 04 成長戦略
- 05 株主還元・優待
- 06 Appendix

株主還元

株主還元については**今年度と同水準**を目途とする。

	FY2024	FY2025	FY2026	FY2027 予想
EPS (1株当たり当期純利益)	29.79円	30.30円 [※]	28.37円	21.16円
配当性向	16.8%	18.9%	31.7%	42.5%
1株当たり配当金	5.0円	8.0円	9.0円	9.0円

※FY2025におけるアルファコム株式会社の関係会社株式売却益を控除しております。
関係会社株式売却益を含めたFY2025におけるEPSは42.35円です。

株主優待

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社の事業内容についてより一層ご理解いただくことを目的として、株式を継続保有期間1年以上の株主様を対象に株主優待制度を導入しております。

優待の内容

保有株式数 100株以上500株未満	保有株式数 500株以上1,000株未満	保有株式数 1,000株以上
2,000円相当の商品  ※画像はイメージです。	自社商品 お買い物金券 4,000円分 	自社商品 お買い物金券 10,000円分 

(注1) 継続保有期間1年以上とは、5月31日及び11月30日の当社株主名簿に同一株主番号で連続3回以上記載または記録され、かつすべての記載または記録回で同一基準の株式数を保有していることとします。

(注2) お買い物金券は株主様専用の通販ショップ「優待.jp」にてご利用いただけます。お買い物金券は1回のみご利用いただけます。利用残しがありましてもお釣りは出ませんのでご了承ください。

- 01 事業の説明
- 02 FY2026 決算実績
- 03 FY2027 業績予想
- 04 成長戦略
- 05 株主還元・優待
- 06 Appendix

SNS広告事業 getpop

良質なUGC創出でグループのプロモーションを支援する



※UGC（User Generated Content＝ユーザー生成コンテンツ）：一般消費者が自身で制作・発信した動画やクチコミなどのこと。

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	177名（2026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	



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
2025年	10月	株式会社getpop（100%子会社）設立
2026年	2月	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 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

