

株式会社ツカモトコーポレーション

2026年3月期

第2四半期(中間期)

決算説明資料

2025年11月14日

1. 中間連結業績ハイライト
2. 中間連結計算書類
3. セグメント実績
4. 業績予想
5. 今後の見通し

中間連結業績ハイライト：2025年第2四半期（中間期）ハイライト

	2023年第2四半期	2024年第2四半期	2025年第2四半期	前年差
売上高	5,037	4,245	4,740	495
営業損失（△）	△ 146	△ 253	△ 102	151
経常利益又は経常損失（△）	△ 64	△ 181	10	192
親会社株主に帰属する中間期純利益又は 親会社株主に帰属する中間純損失（△）	△ 39	△ 121	12	134

▶ 売上高は前年から11.7%の増収となった

✓ 洋装事業におけるユニフォーム事業が好調。

✓ ツカモトウェルネスのサウナ事業は当初の計画通り堅調に推移した。

▶ 利益率の改善と営業外収益の増加で経常利益は黒字化

✓ 利益率は調達コスト見直しや販売価格の見直しが奏功し、前年から1.3pt改善。
当初の計画を上回る結果となった。

▶ 直営部門は苦戦

✓ ホームファニシング事業における直営店販売やメンズアパレル事業における百貨店自主運営売場は当初の計画から乖離した。

1. 中間連結業績ハイライト
2. 中間連結計算書類
3. セグメント実績
4. 業績予想
5. 今後の見通し

中間連結計算書類：中間連結損益計算書

	2023年第 2 四半期	2024年第 2 四半期	2025年第 2 四半期	前年差	前々年差
売上高	5,037	4,245	4,740	495	△ 297
売上総利益	1,495	1,299	1,513	214	17
(売上総利益率)	29.7%	30.6%	31.9%	1.3pt	2.2pt
販売費及び一般管理費	1,641	1,553	1,615	62	△ 26
営業損失 (△)	△ 146	△ 253	△ 102	151	44
(営業利益率)	—	—	—	—	—
営業外収益	135	134	189	55	54
営業外費用	54	61	76	14	22
経常利益又は経常損失 (△)	△ 64	△ 181	10	192	75
(経常利益率)	—	—	0.2%	—	—
税金等調整前中間純利益又は 税金等調整前中間純損失 (△)	△ 64	△ 181	10	192	75
親会社株主に帰属する中間純利益又は 親会社株主に帰属する中間純損失 (△)	△ 39	△ 121	12	134	52

中間連結計算書類：中間連結貸借対照表

(百万円)

前連結会計年度末 (25/3/31)		2025年 第 2 四半期	前連結会計年度末 (25/3/31)		2025年 第 2 四半期
資産の部	28,898	30,334	負債の部	14,843	15,267
流動資産	6,126	6,110	流動負債	9,250	9,164
固定資産	22,772	24,224	固定負債	5,593	6,103
有形固定資産	12,724	12,740	純資産の部	14,054	15,066
無形固定資産	70	74	資本金	2,829	2,829
投資その他の資産	9,977	11,409	資本剰余金	713	713
			利益剰余金	6,362	6,254
			自己株式	△ 41	△ 41
			その他の包括利益累計額合計	4,190	5,311
資産の部合計	28,898	30,334	負債純資産合計	28,898	30,334

中間連結計算書類：中間連結キャッシュ・フロー計算書

	2024年 第2四半期	2025年 第2四半期	(百万円)
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 771	△ 763	
投資活動によるキャッシュ・フロー	24	206	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 109	75	
現金及び現金同等物の期首残高	2,675	2,063	
現金及び現金同等物の中間期末残高	1,818	1,582	

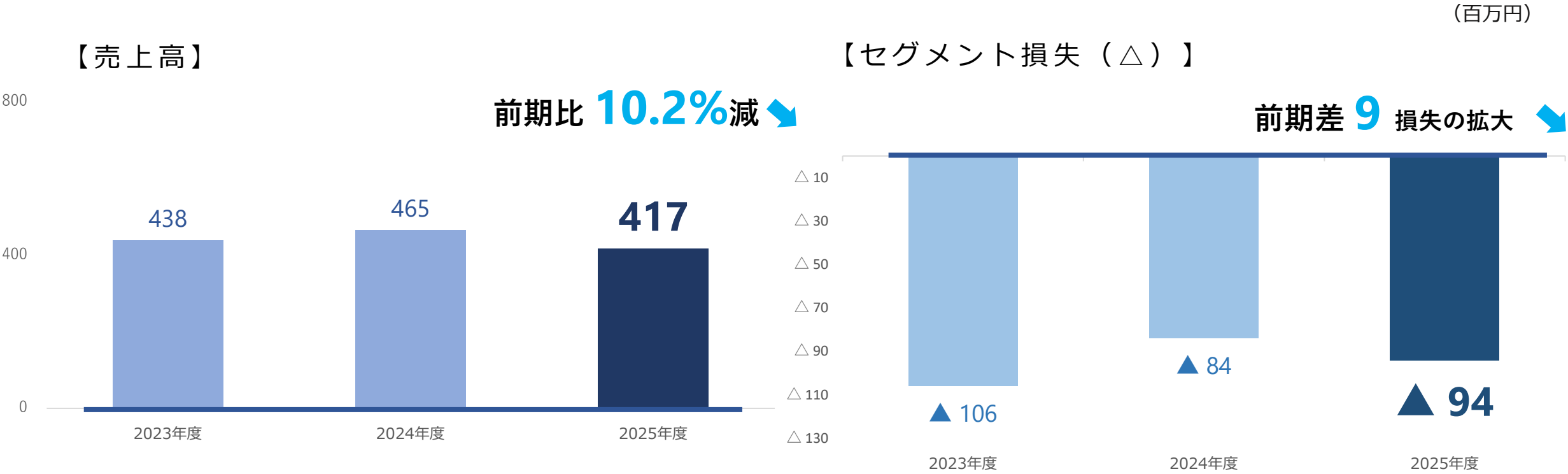
1. 中間連結業績ハイライト
2. 中間連結計算書類
3. セグメント実績
4. 業績予想
5. 今後の見通し

セグメント実績：セグメント別売上高及びセグメント利益又は損失（△）

	セグメント売上			セグメント利益又は損失（△）（百万円）		
	2024年第2四半期	2025年第2四半期	差	2024年第2四半期	2025年第2四半期	差
和装事業	465	417	△47	△84	△94	△9
洋装事業	1,795	2,463	+668	△84	133	+217
ホーム ファニッシング事業	209	137	△72	△54	△149	△95
健康・生活 事業	1,283	1,241	△41	△176	△185	△9
建物の 賃貸業	546	538	△7	303	292	△10

セグメント実績：和装事業

- ▶きもの加工事業は既存の百貨店との取組を強化し堅調に推移した。
- ▶催事事業は引き続き不採算催事からの撤退を進めたことにより、売上高は減収となった。



セグメント実績：洋装事業

アパレル事業

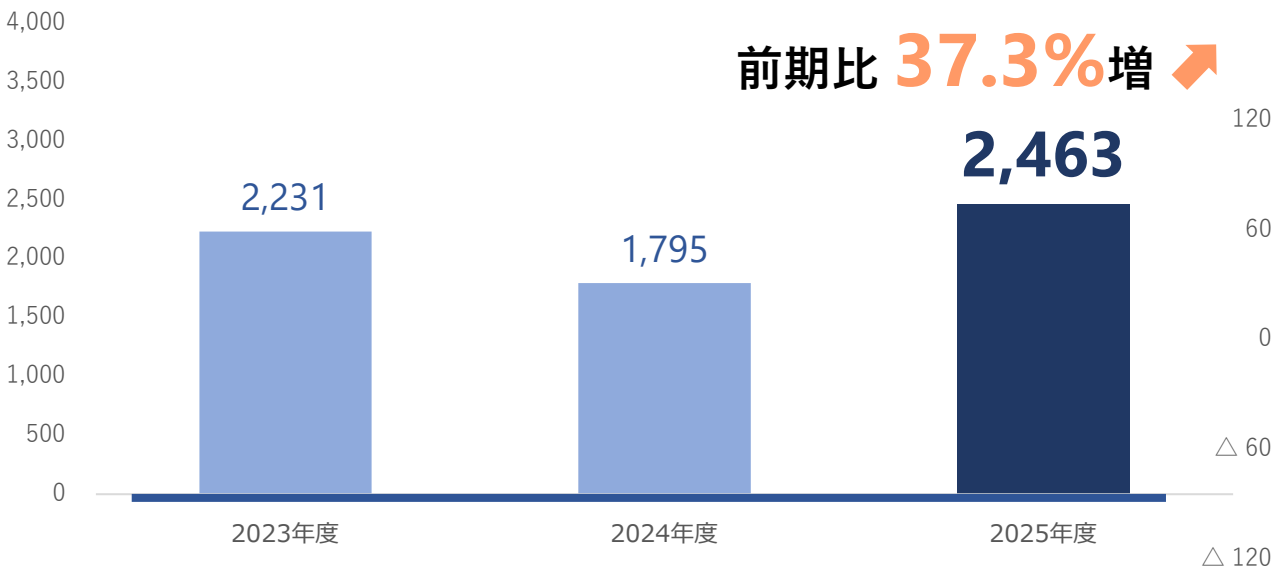
▶メンズ事業は百貨店自主運営ブランド（KEN COLLECTION、NOMINATE）に注力し出店を進めたが、計画通り進捗せず、不採算となった。

ユニフォーム事業

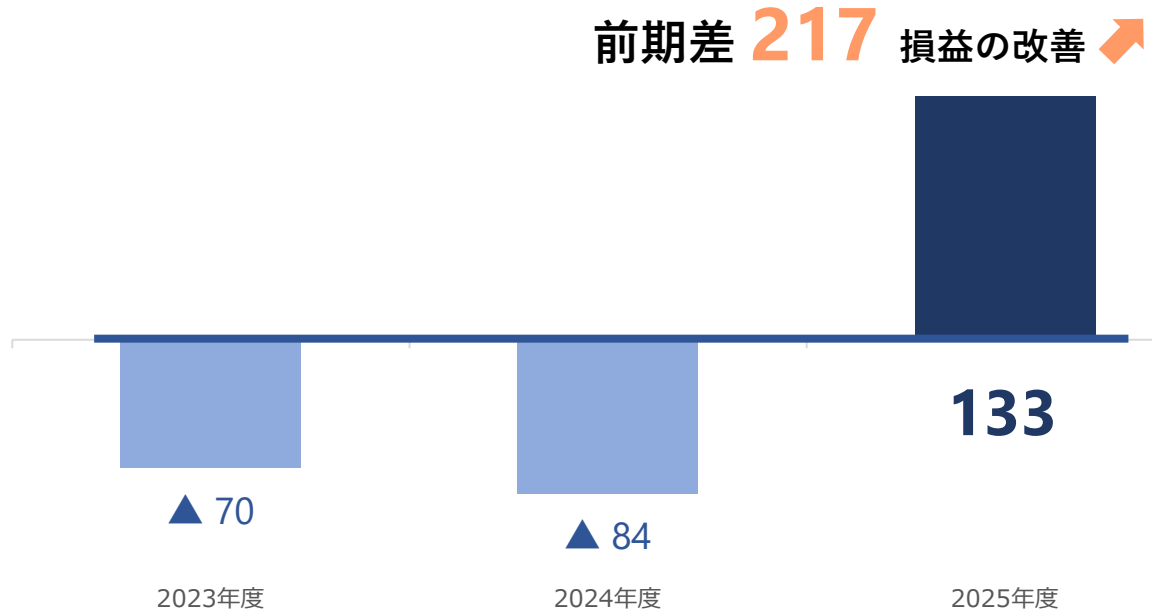
▶ワーキング・サービスを中心に前年からの継続案件の追加分受注や新規案件の獲得により前年から大幅な増収となり黒字に戻った。

(百万円)

【売上高】



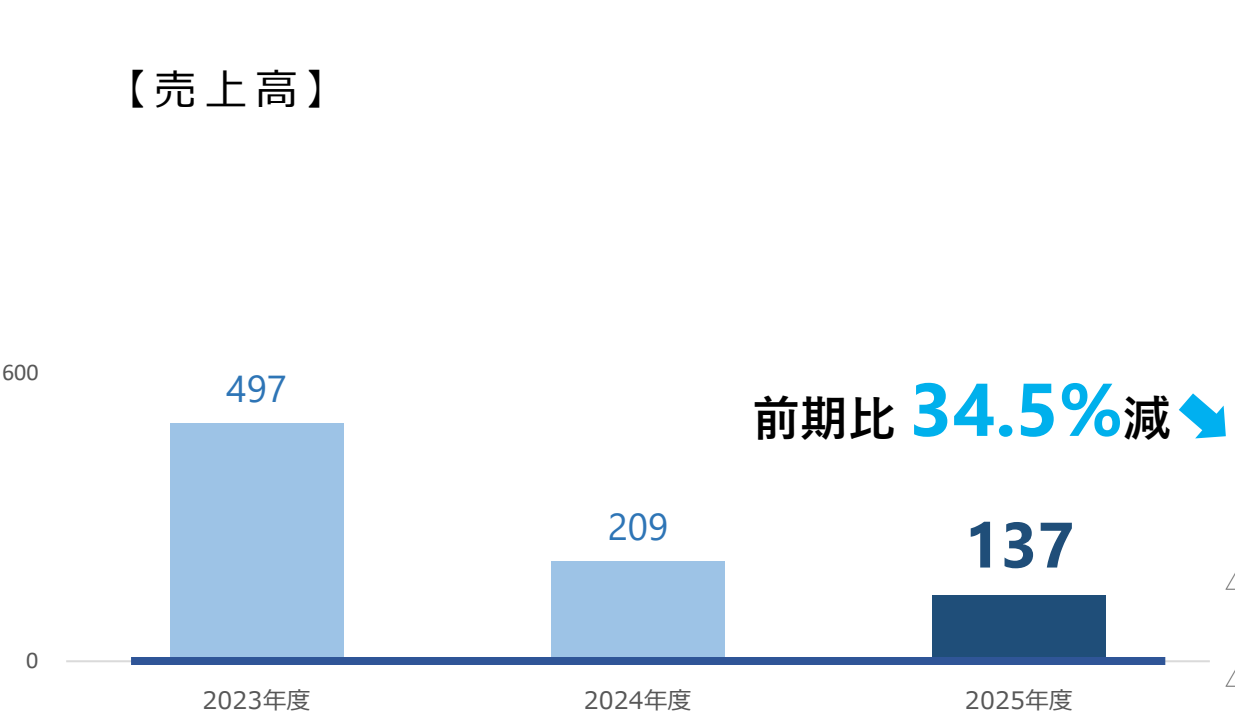
【セグメント利益又は損失（△）】



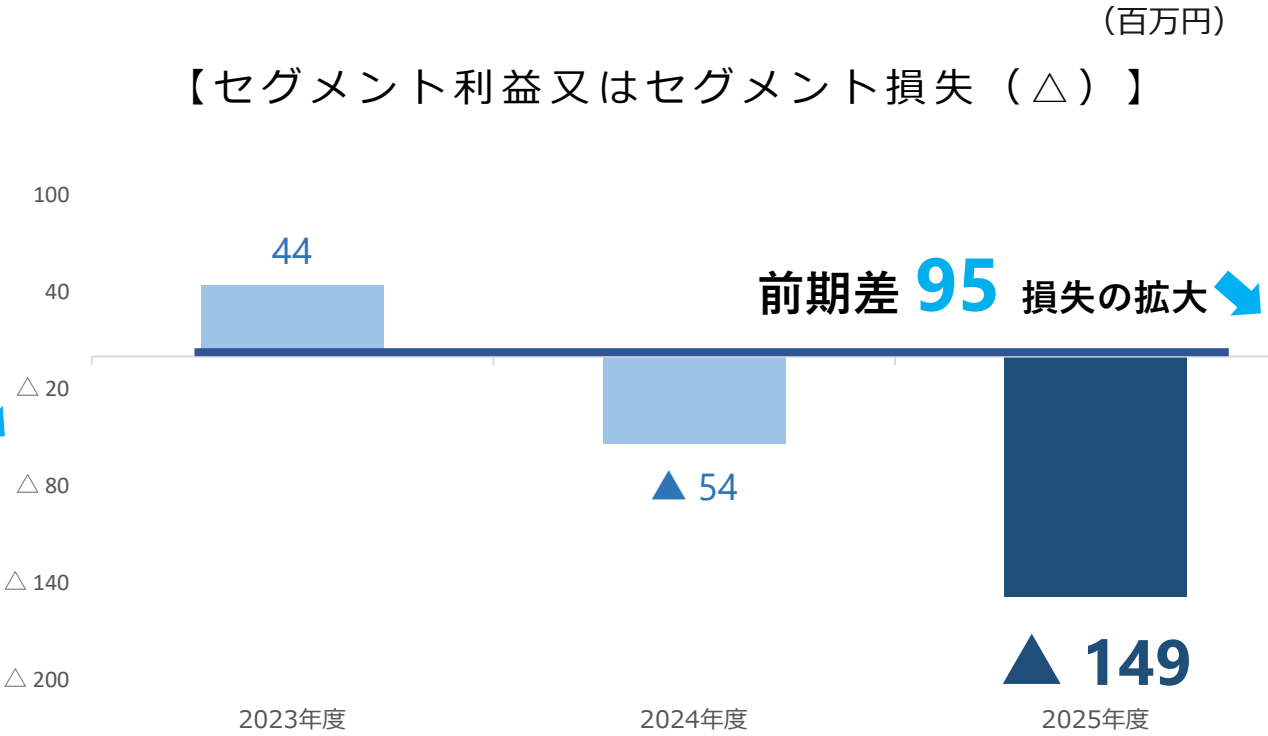
セグメント実績：ホームファニッシング事業

- ▶直営店舗における自社ブランド製品の販売が当初の計画を下回り損益が拡大した。
- ▶ホールセール事業におけるライセンス商品は、当初想定した水準まで販売が伸びず、売上高は計画を下回った。

【売上高】

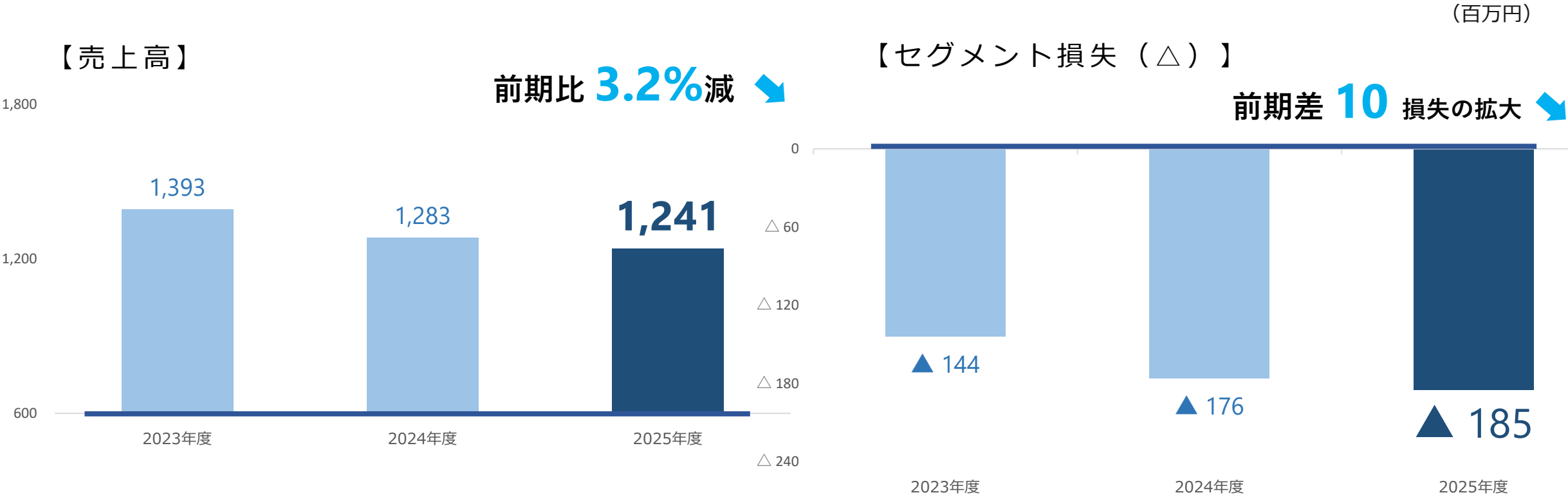


【セグメント利益又はセグメント損失（△）】



セグメント実績：健康・生活事業

- ▶ サウナ事業は堅調に推移した。
- ▶ TV等通信販売及び家電量販店向け販売が総じて低迷し、減収となった。
- ▶ 物流費や商品開発に係る経費が高水準で推移するなど高コスト構造を十分に改善できず、損失が拡大した。

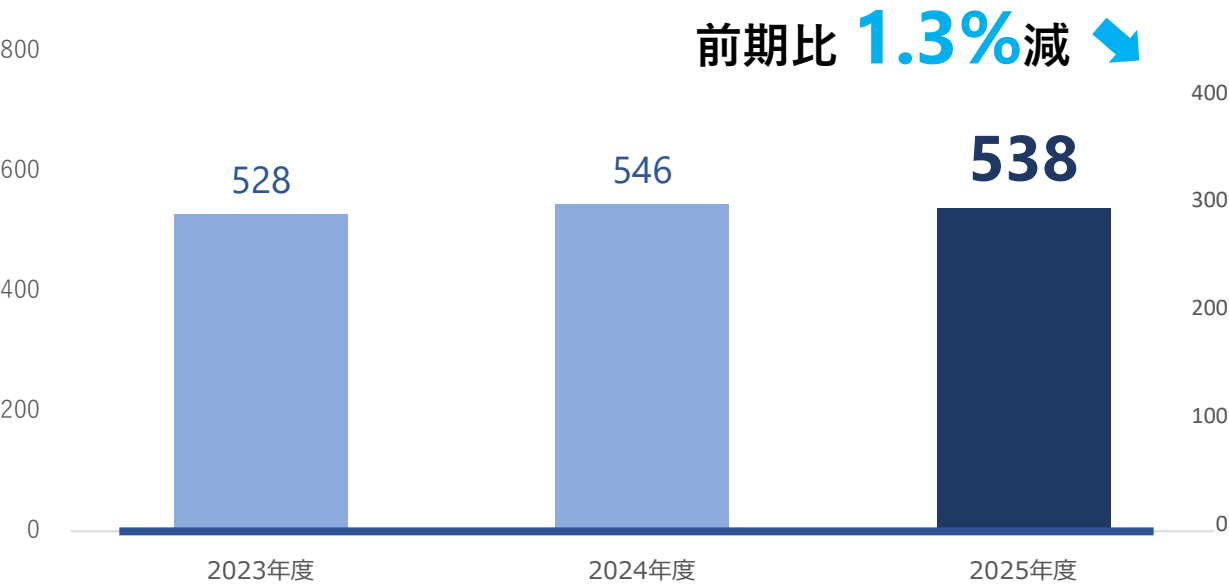


セグメント実績：建物の賃貸業

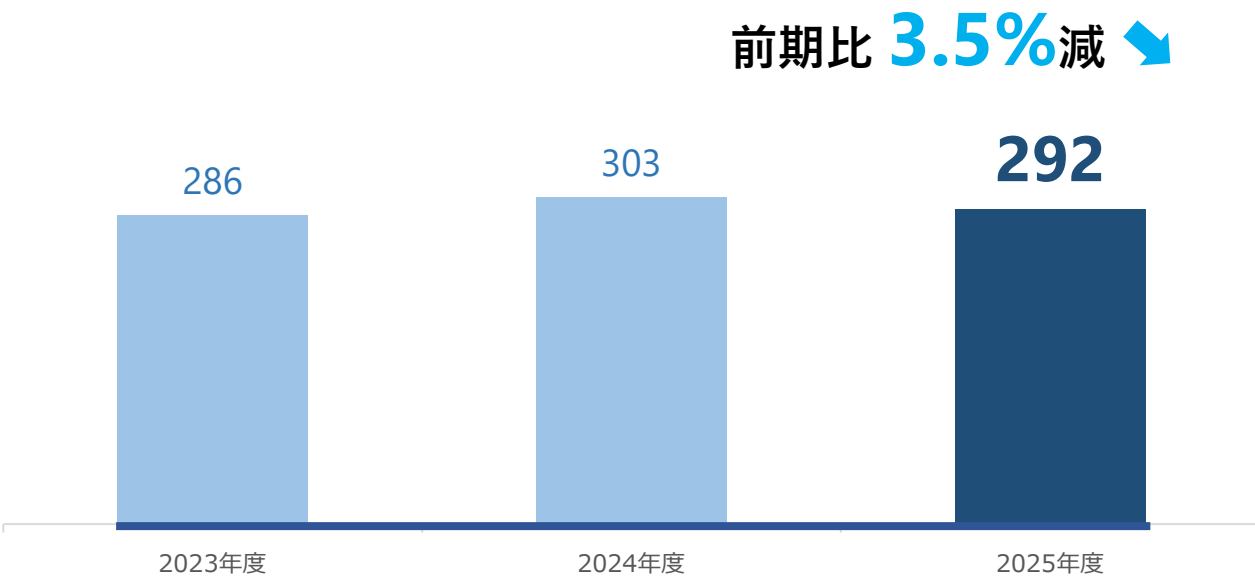
▶ テナント状況に大きな変化はなく前年並みに推移した。

(百万円)

【売上高】



【セグメント利益】



1. 中間連結業績ハイライト
2. 中間連結計算書類
3. セグメント実績
- 4. 業績予想**
5. 今後の見通し

連結業績予想

(百万円)

	2024年 3月期実績	2025年 3月期実績	2026年 3月期予想
売上高	9,798	9,681	10,000
営業利益	△ 222	△ 332	10
経常利益	57	△ 210	50
当期純利益	174	△ 380	150

※ 上記の業績予想につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後の様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

※ 今後の市場動向を踏まえ、修正が必要と判断した場合には直ちに公表いたします。

1. 中間連結業績ハイライト
2. 中間連結計算書類
3. セグメント実績
4. 業績予想
5. 今後の見通し

和装事業



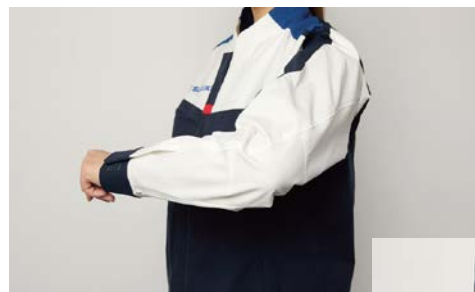
収益性の改善と新規売上の創出に向けた構造改革の推進

引き続き不採算催事からの撤退を進め、事業全体としての赤字縮小と収益性の改善を図る。

加工については百貨店との取組を一層強化するとともに、小売部門ではポップアップ出店等による販売機会の拡大を進めるほか、「かんたん着物」の拡販やインバウンド向け商材の開発に取り組み、新規売上の創出を目指す。



洋装事業



アパレル事業は選択と集中による事業構造の見直しを進め、ユニフォーム事業はモノ(ユニフォーム)からコト(付加価値)への転換を通じて収益の拡大を図る。

アパレル事業

百貨店の自主運営売場については、店舗ごとの採算性を精査し、不採算と判断される売場から順次撤退する方針とする。今後も選択と集中を進めることで、事業全体としての収益性の改善を図る。

ユニフォーム事業

百貨店経由を主としたオフィス向け案件の縮小を受け、今後は直需および代理店経由の案件を重点領域と位置づける。

レンタルユニフォームについては小売業・サービス業など調剤薬局以外の業種へもサービス提供を拡大していく。

ホームファニッシング事業



ホールセールはライセンスブランドの強みを生かし販路拡大を推進。リテールは撤退を含む事業見直しを進める。

Hanes、BENETTONのライセンス商品については、小売専門店やディスカウントストアへの展開を進める。

YASHICAブランドのカメラの取り扱いを開始し、家電量販店やコンビニエンスストア等様々な販路への拡大を計画する。

リテール部門では、EC販売においてSNSを活用した新作商品の訴求を強化するとともに、直営店については店舗ごとの採算性を精査し、継続・撤退の判断を迅速に行う。

健康・生活事業



季節家電及びサウナ関連商材の拡充で販路の拡大を図る。

エイム事業部における季節家電分野では、秋冬物商材としてヒーターや加湿器など暖房器具の新モデルを投入する。

ツカモトウェルネスでは、ウェアラブルサウナをはじめとする高機能商材の販売拡大を図る。HARVIAサウナはハウスメーカーや代理店向けの取り組みを強化し、販路拡大を進める。





TSUKAMOTO CORPORATION

株式会社ツカモトコーポレーション

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。