



Financial Results

2025年8月期

本決算

- 1. 2025年8月期本決算（5ヶ月）**
- 2. 財務関連サマリー**
- 3. 経営戦略**

1. 2025年8月期本決算（5ヶ月）

2. 財務関連サマリー

3. 経営戦略

2025年8月期
本決算

黒字の定着

経営指標であるEBITDAは1.7億円（12ヶ月換算：4.1億円）

プロダクト

To B向け食品サービス事業を拡張へ舵取り
To C向け食品・飲料のマーケティングテスト完了
To C向け食品販売に関するシステム準備
To C向けメディカルコスメの新商品の開発

財務状態
株主還元

連結純資産は32.7億円（自己資本比率85.4%）

5ヶ月変則決算期配当1.5円の実現

EBITDA / 売上高

過去最高水準

1.7億円 / 13.05億円

経営指標であるEBITDAは12ヶ月換算4.1億円へ
PMIが完了し、相乗効果が徐々に現れている

株主還元策の向上

- 中期経営計画に合わせて配当性向の向上
- GCの解除及び上場維持基準適合完了

中期経営計画を達成させることに向けて市場
への透明性を確保し、株主の皆様及びステークホルダーの皆様に対して信頼を高めていくことへ注力

財務&キャッシュフロー

自己資本比率の向上

85.4% (前期末58.4%*1)

売上債権を控除するとほぼ100%の自己資本比率
1株あたりの純資産も大きく向上した
前経営陣の負の遺産全てを取り崩した

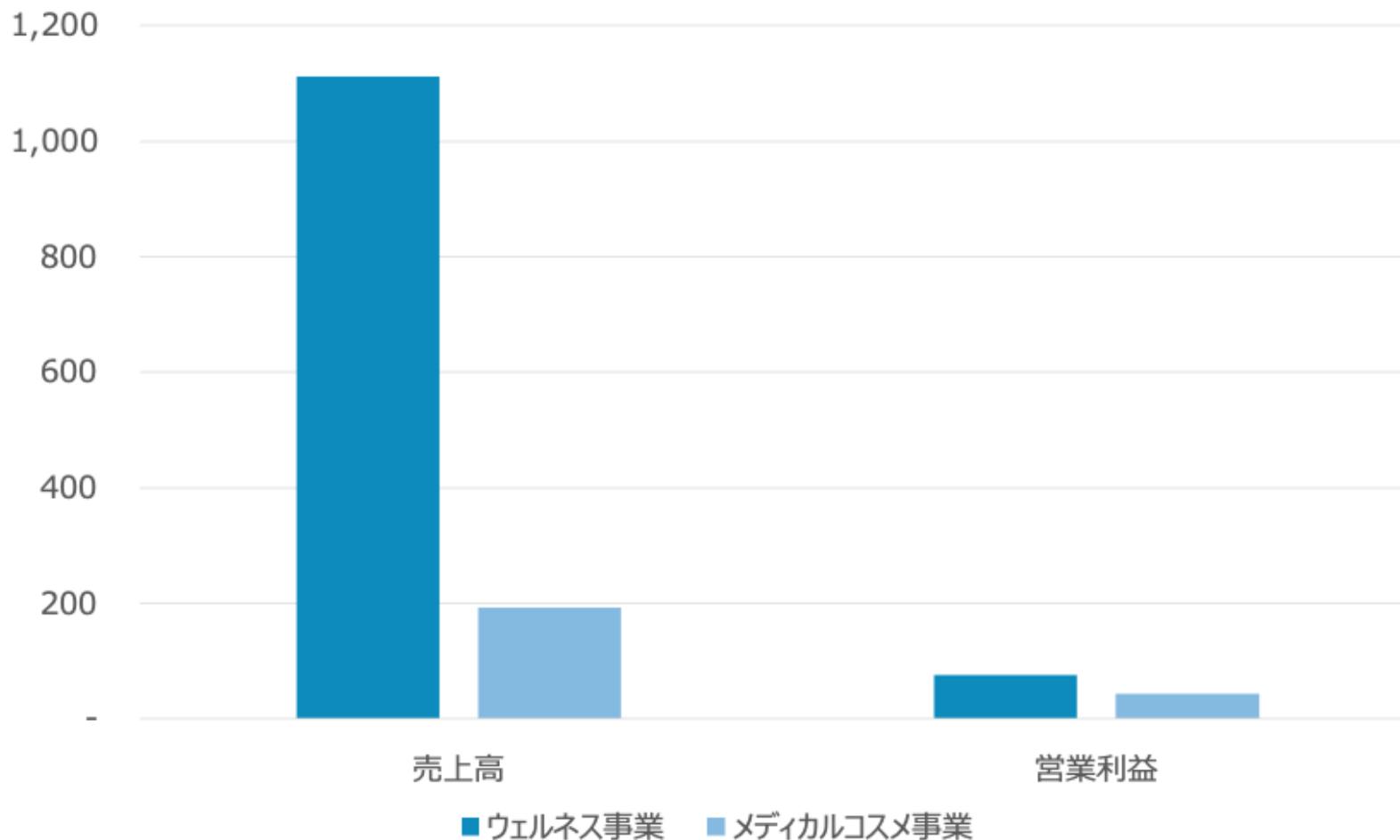
ビジネスドメインの最適化
構造改革の継続

- メディアート・グランドルーフの吸収合併
- ウェルネス分野とコスメ分野への経営資源を集約
- 法人営業の強化継続
- To C 向けサービスの準備を開始
 - － ACA Next 社との資本業務提携
 - － LEOC社との取引拡大
 - － 厚生労働省認可調理学校とのレシピ獲得

セグメント別（連結）

前経営陣の負の遺産6900万円の取り崩し費用、のれん1億円費用を吸収し、
事業シナジー効果拡大と共に、成長と黒字が定着

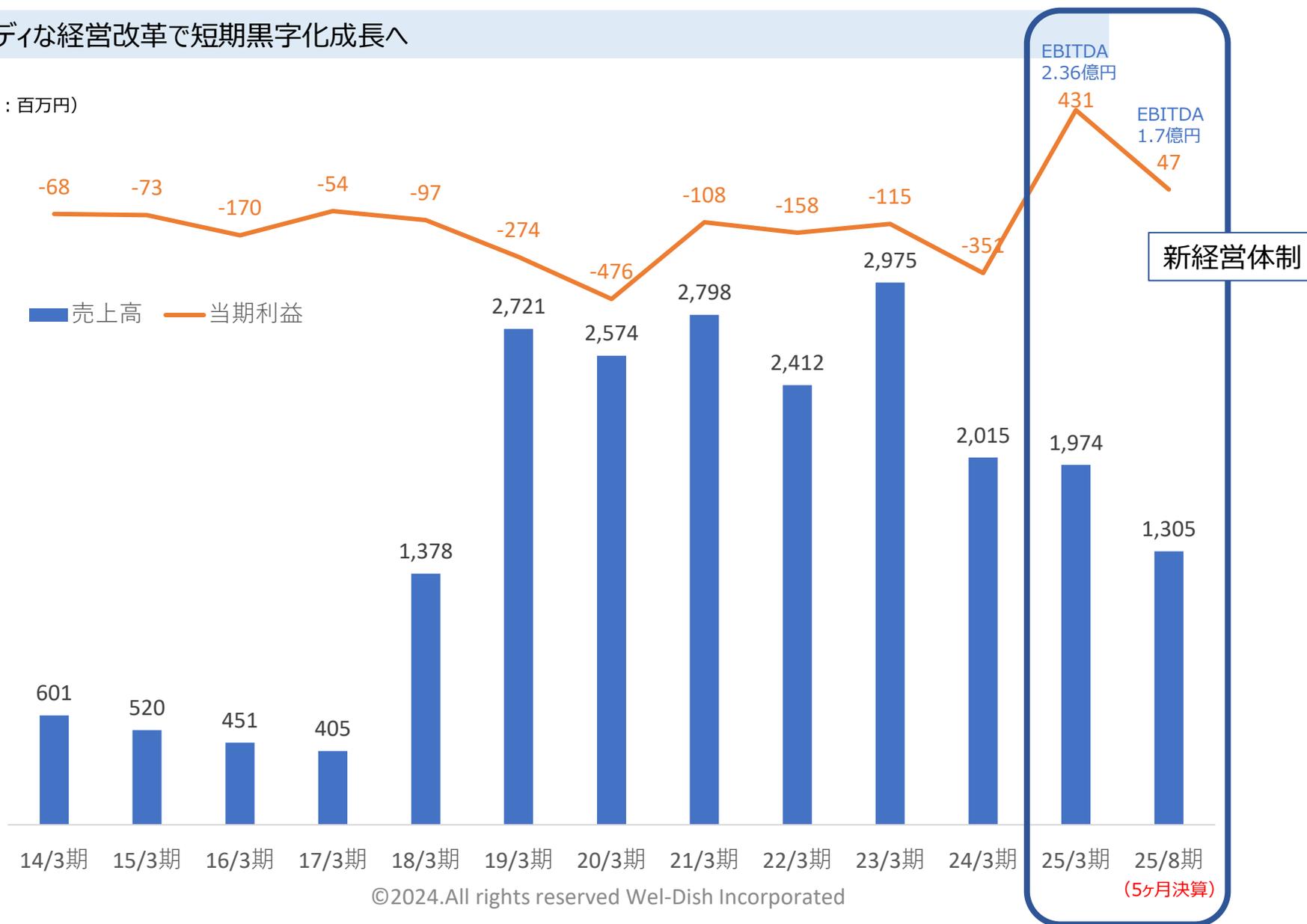
数字単位：百万円



これまでの歩み

スピーディな経営改革で短期黒字化成長へ

(単位：百万円)



1. 2025年3月期 本決算

2. 財務関連サマリー

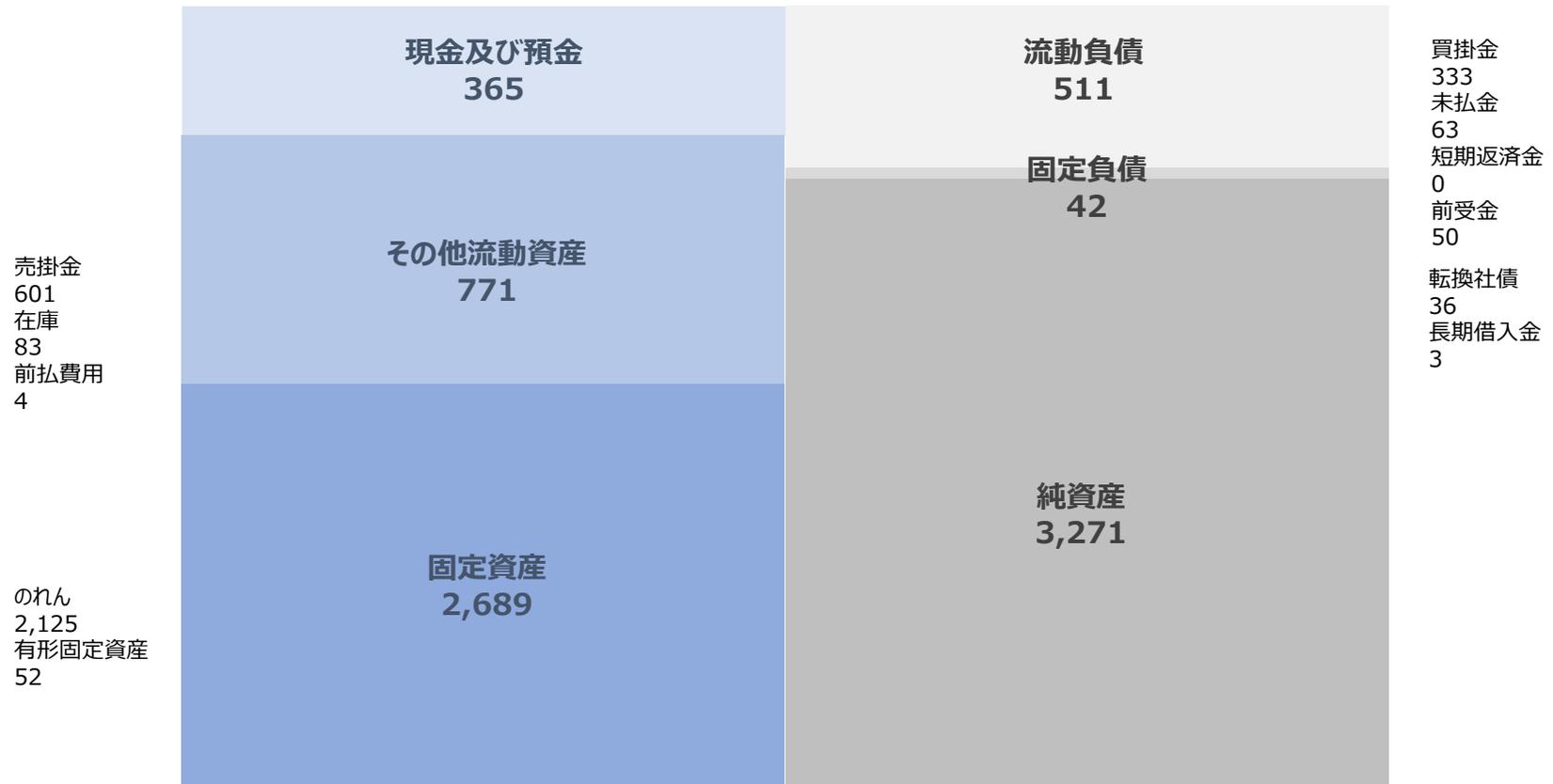
3. 経営戦略

バランスシートの状況



売掛金と買掛金のバランスの通り、Net Positive
ほぼ自己資本比率は100%に近い状態

数字単位：百万円

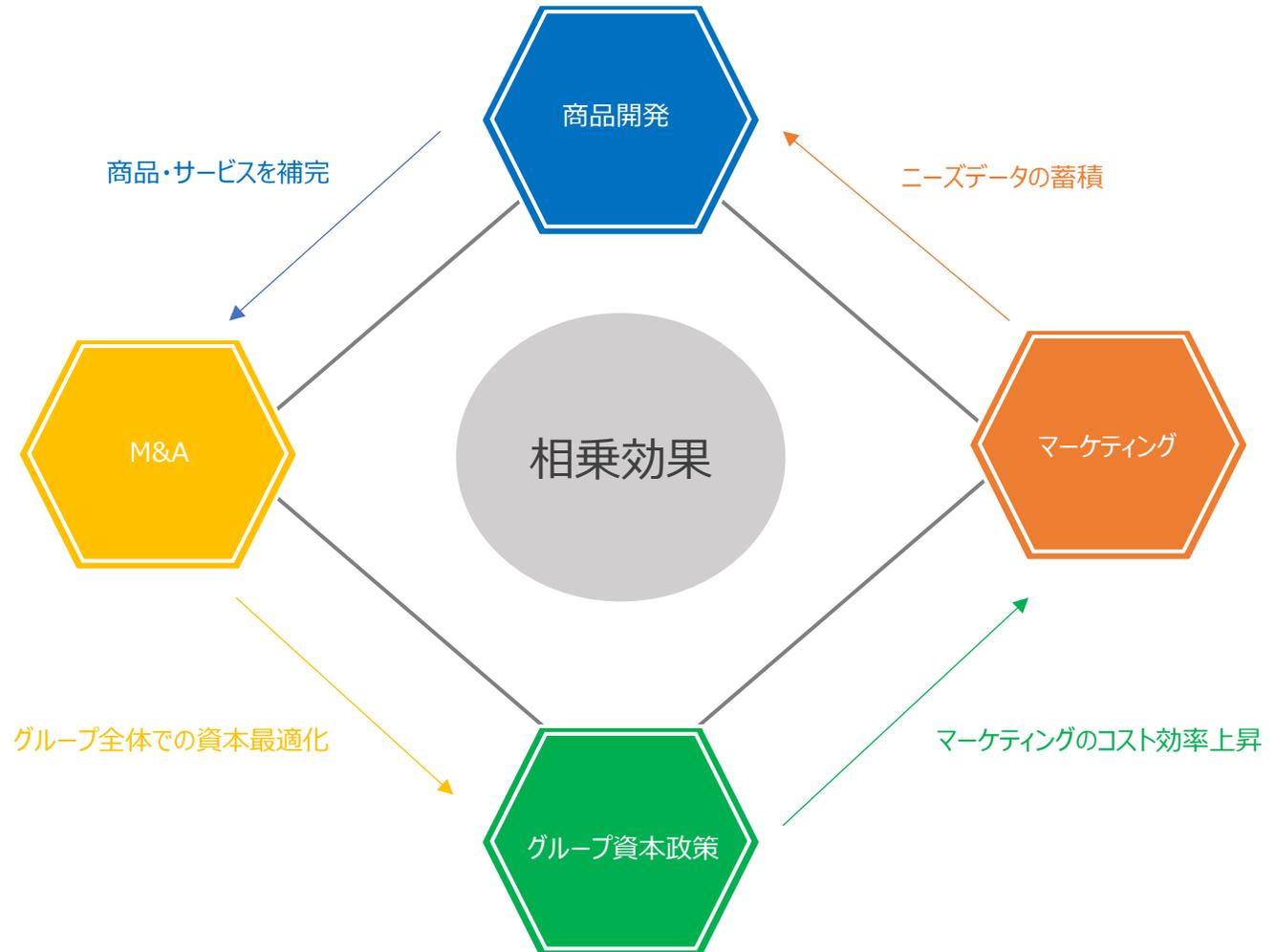


1. 2025年8月期本決算（5ヶ月）
2. 財務関連サマリー
- 3. 経営戦略**

成長戦略の基本方針

- ① プロダクトマーケティング
- ② シナジ M&A
- ③ 商品開発
- ④ 資本政策

サステイナブルなエコシステムの確立



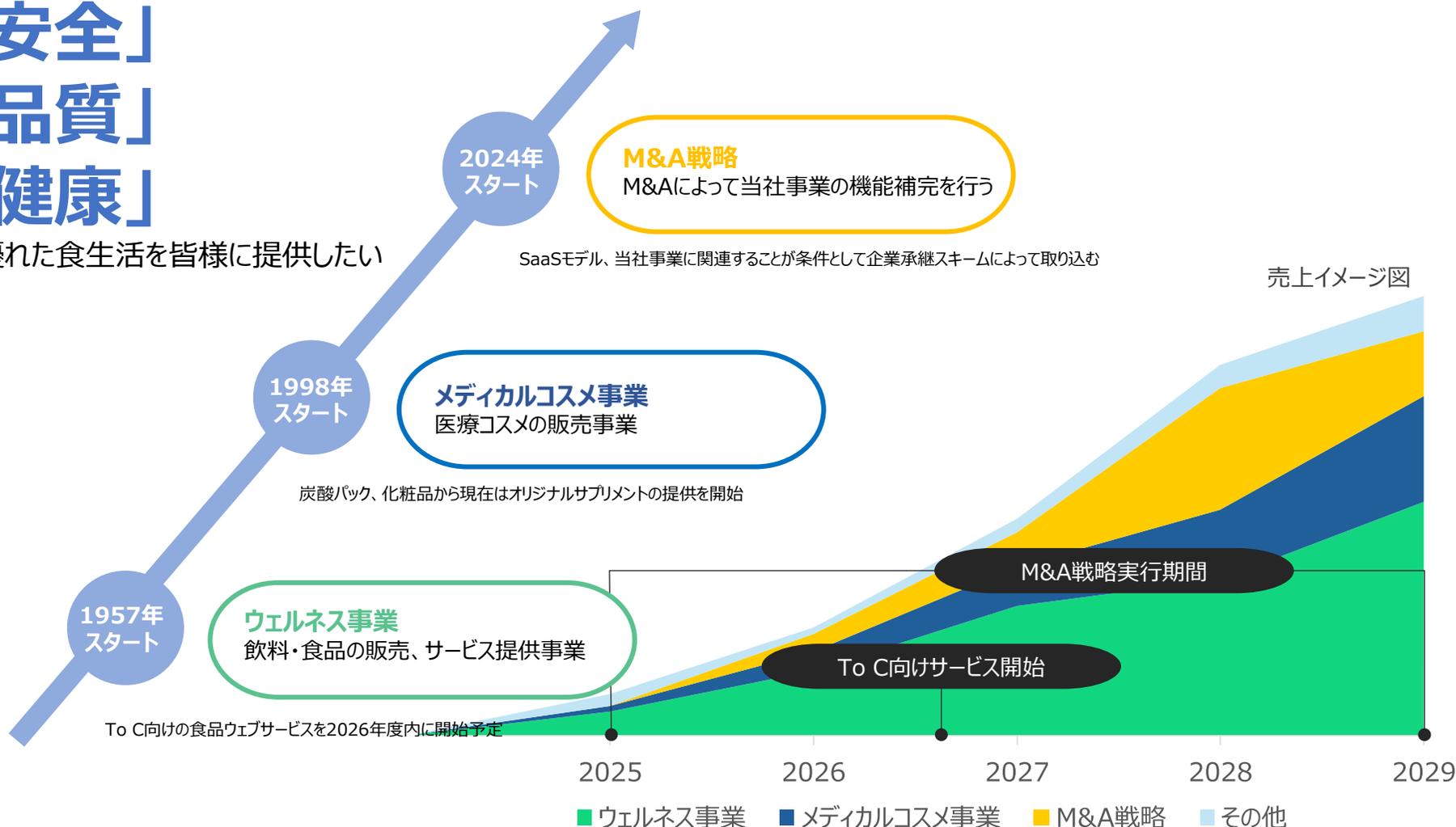
ヒトが生きていくために必要なモノに注力することで持続社会を支える存在でありたい

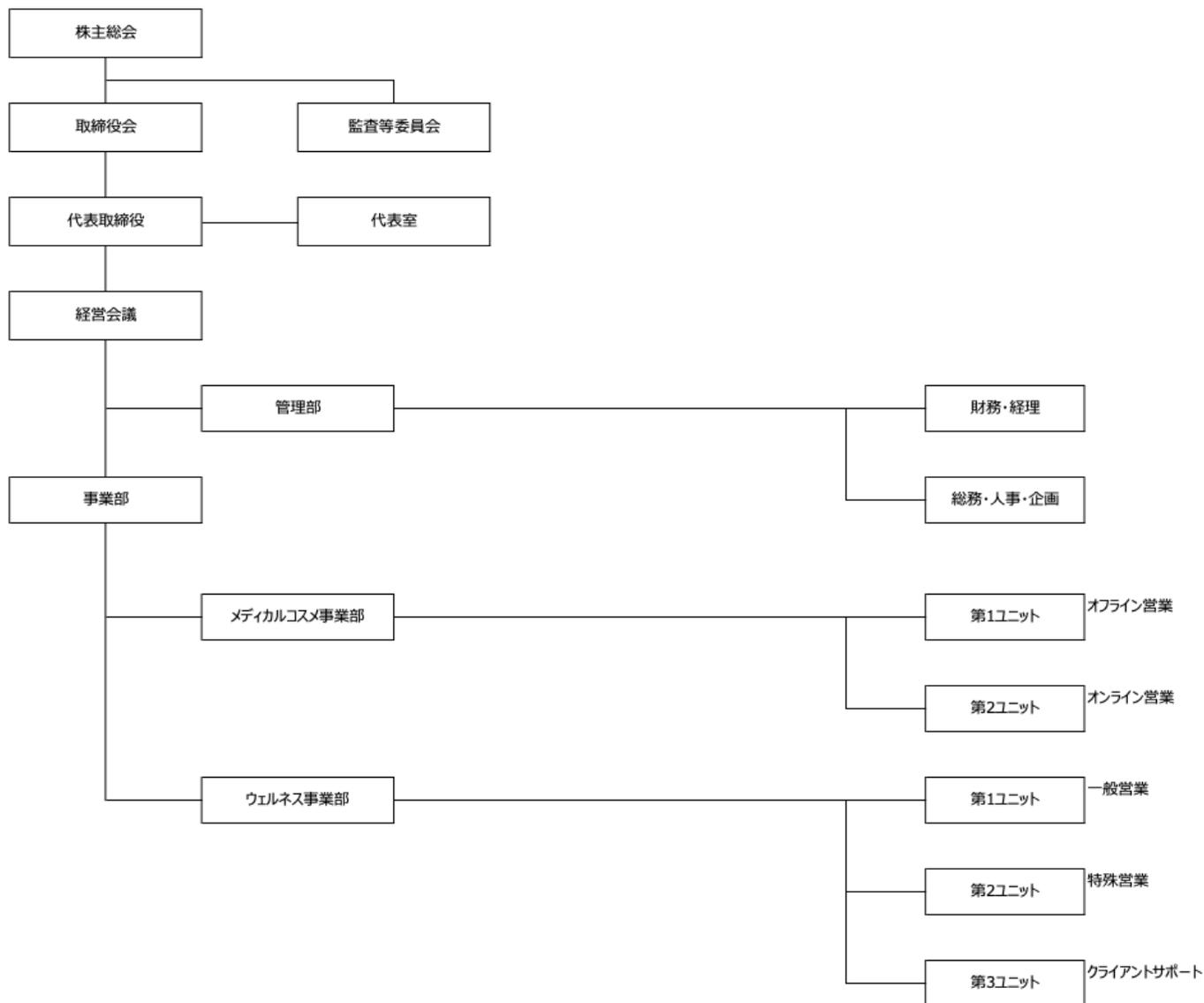
重点項目	具体的な施策	KPI
① ウェルネスプロダクト <ul style="list-style-type: none">ミネラル飲料、栄養・健康食品コメ、野菜、水保存食	<ul style="list-style-type: none">新商品の企画、開発と製造M&Aによる事業承継他分野企業との提携強化国内だけでなく海外への販売チャネル拡大社内技術の研磨積極的なマーケティング活動	商品数 マーケティングデータ
② ウェルネスサービス <ul style="list-style-type: none">フード提供用品販売、卸売カスタマイズ	<ul style="list-style-type: none">取引先施設の開拓・拡大他社商品の取り扱い数拡大現場ニーズに合わせたサービスの構築行政との安定契約医療・福祉施設との連携及び運営会社のM&A	連携施設数 会員数
③ メディカルコスメ <ul style="list-style-type: none">炭酸パック栄養補助食品医療化粧品ミネラルの活用フード	<ul style="list-style-type: none">医療現場との連携を強化し、商品へ還元生きる力の支えとなる美の追求のために美容医療との連携強化積極的なマーケティング活動To Cへの拡大・プロモーション実施	商品開発人材 マーケティングデータ

私たちは

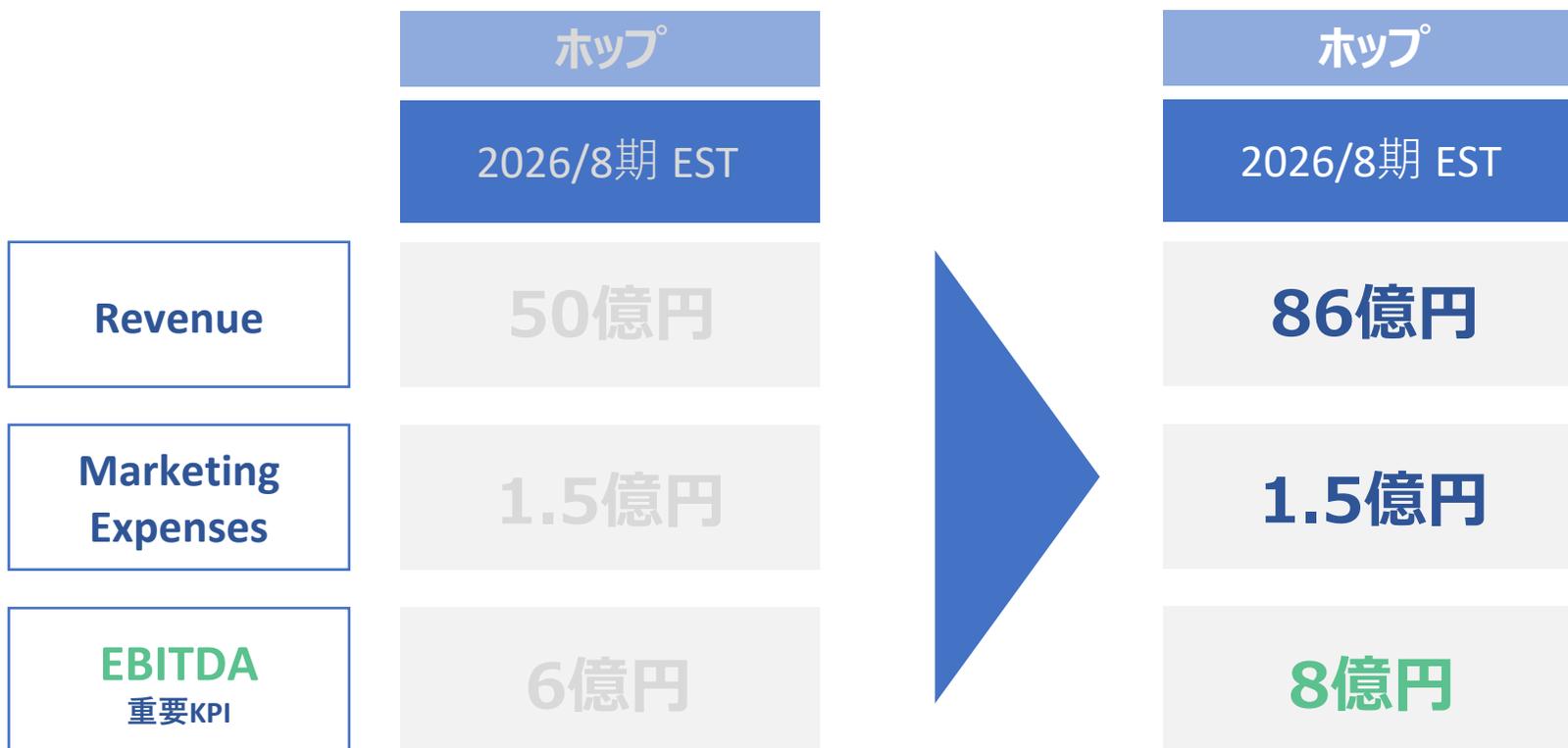
「安全」
「品質」
「健康」

に優れた食生活を皆様に提供したい





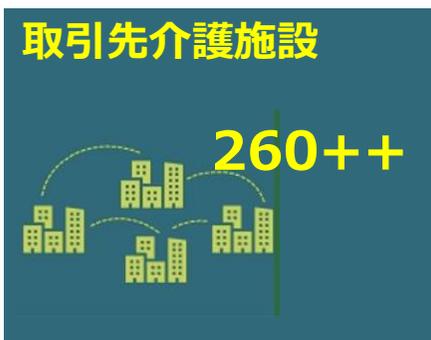
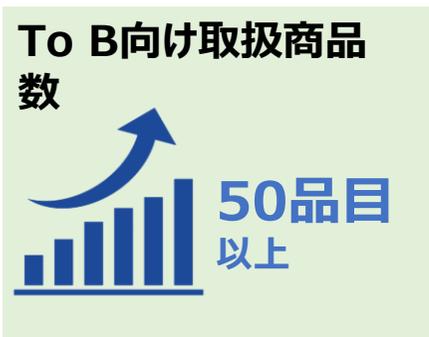
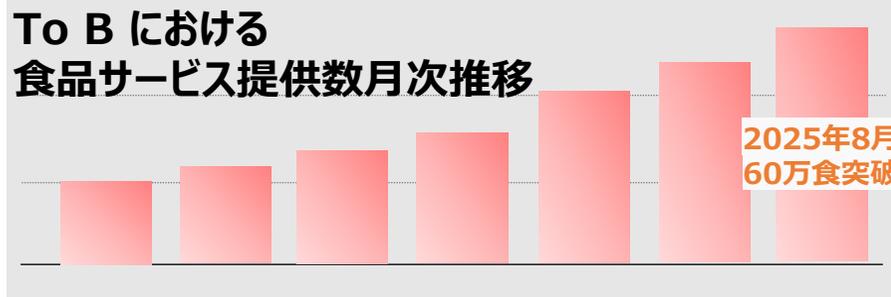
2028年8月期までは成長の土台となる重要期間
中経第1期目は大幅に計画を上方修正する



IMG社を株式交換にした理由

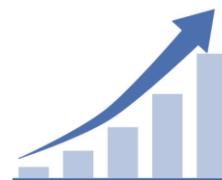
- 当社拡大のためのコミットメントを持ってもらう必要があること
- 適時開示済の大型追加株式購入先は現金による購入のため財務バランスを勘案

その他KPIの進捗状況及び成果・施策



3つの柱

- ウォーターサーバーは医療機関200箇所に導入確定
個別会員数向上ために代理店パートナー契約を
2025年10月中に完了予定
- To C向けメディカルコスメ商品の開発完了
- To C向け定期食品販売は2026年8月期中にキック
オフで準備中



中国量販店からの受注の伸び

150%

販売数TOP10に3つの当社商品が入っている

設備投資によってさらなる受注拡大に対応する



大型ディールリスト

2件

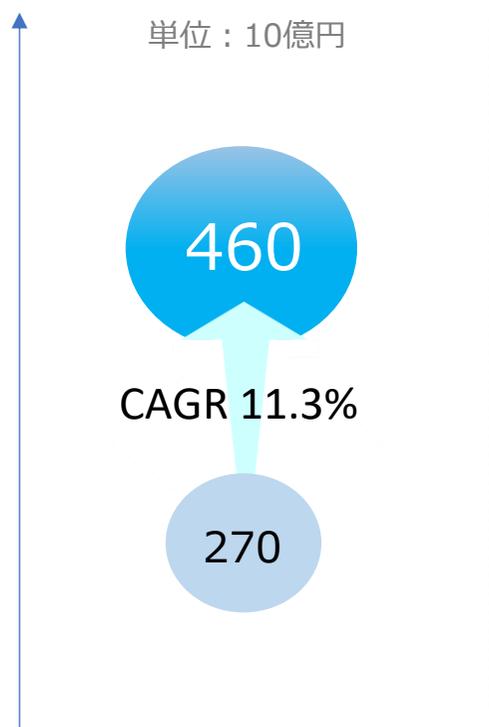
* 現金による買収



Japanese market size related to consumer services and products

2024 to 2028

ドラッグストアでの取扱いが徐々に開始



TAM メディカルコスメ
(PB)

- **主力商品である炭酸パックはSNS戦略の強化**
 - To C向け炭酸ムースパックの開発完了
 - 商品発表会を実施する
- **定期販売と海外提携**
 - セールスマネージメントを主力とするグローバルキャスト社と提携完了
 - 韓国HLB社と提携完了し、海外での販売チャネル拡大を目指す
 - 中国のモールへ導入契約推進中

Reference: 当社作成 / データ参考 矢野経済研究所(2024版), 富士経済グループ(マーケティング要覧2024), Global Information(Market Analysis 2024)

2026年8月期下期で新商品の記者発表を行い、認知度をUP

- ✓ 美容商品の実績の高いプロモーションアドバイザーをアサインし、計画推進中
- ✓ 商品調査によるタレントの起用
- ✓ 祈祷完了・発表日は大安日を選定



*出典：MOPS、shutterstock

ウェルネス事業：既存の食品・飲料はテレビCMを20年ぶりに再開

これまでのテストマーケティングはSNSのみで行った結果、以下の通りエンゲージメント向上が見られたため**テレビ・オンデマンドへのCMを20年ぶりに再開する**



再生回数160万回
 広告スキップ無しで最後まで視聴した回数：30万回（19%）
 Youtubeのスキップ割合は90%のため平均よりは効果が高い視聴数

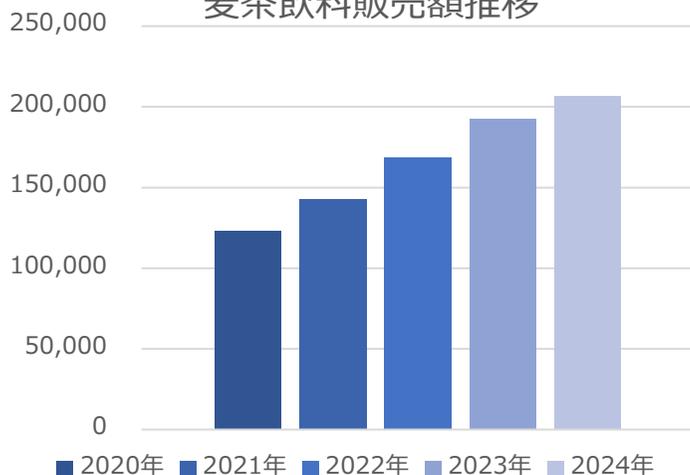


再生回数214.3万回
 添付URLへの誘導：18万回（8.3%）
 誘導コンバージョンとなるエンゲージメント率平均は1.7%のため、平均よりかなり高い*

*出典：Shopify



麦茶飲料販売額推移

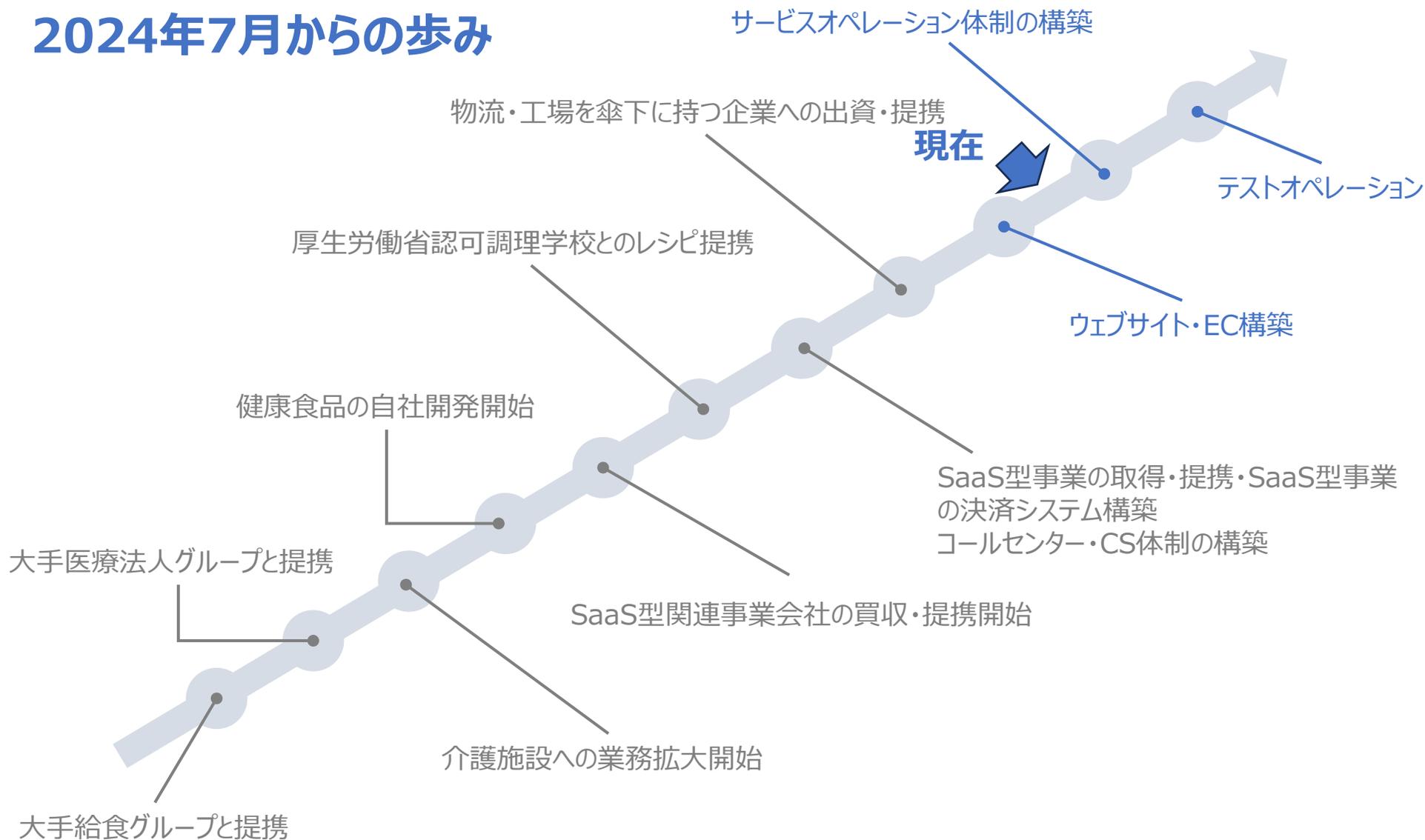


出典：一般社団法人全国清涼飲料連合会 『清涼飲料水統計』

【重点KPI項目】

- 麦茶ペットボトル単体で**小売店取り扱いシェア25%**を目指す
- 健康食品の小売店導入の営業開始
- **保存食について防衛省との契約**を目指す

2024年7月からの歩み





冷凍湯煎の完全調理品を定期配送します

- メニューは栄養士、調理師によって考え抜かれた逸品
- 75度以上で1分以上、加熱することで医療法に適合した品をお届け
- 余っても別日に回せるので食品廃棄を減らします





プランはどちらですか？

7食 400円/食 初回特別価格 380円/食	10食 350円/食 初回特別価格 330円/食	30食 330円/食 初回特別価格 300円/食
--	---	---

メニューを選ぶ

*価格は暫定値を記載

× 閉じる

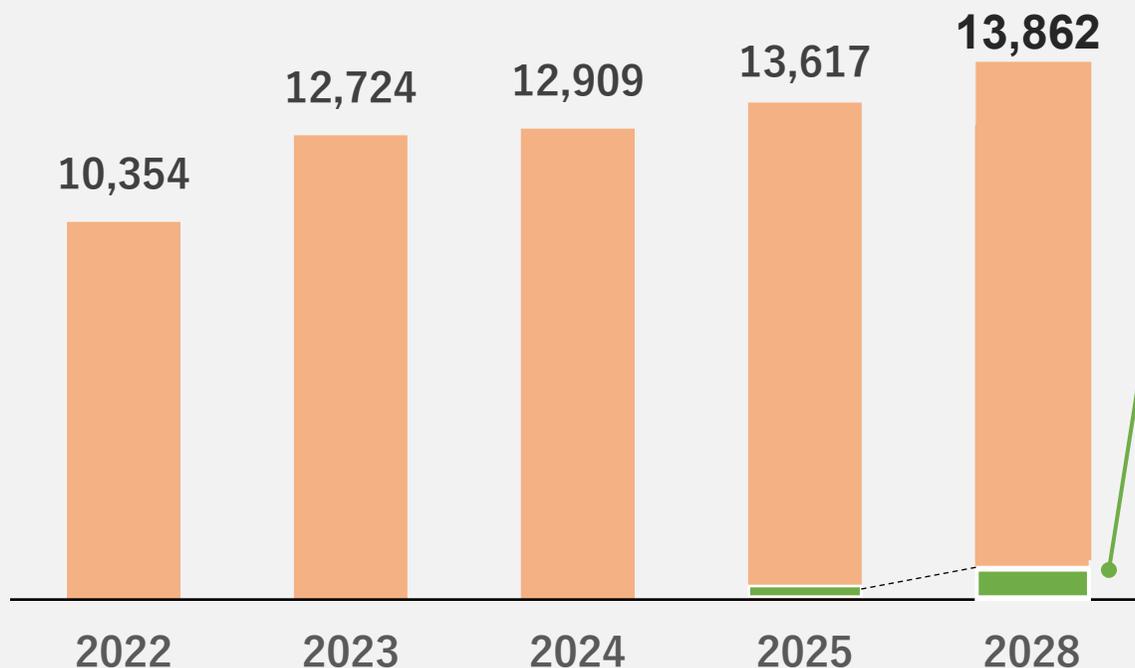
週間メニュー表例

日付	朝食	昼食	夕食	日計 (栄養価)
4月14日 (月)	<ul style="list-style-type: none"> ・五目豆腐 (朝) ・いんげんのおかか和え 	<ul style="list-style-type: none"> ・ソース焼きそば ・かに風味焼売 ・カリフラワー甘酢 	<ul style="list-style-type: none"> ・白糸タラの味噌焼き ・小松菜とあげの煮浸し ・人参サラダ 	kcal:648 脂質:19.1g タンパク質:29.1g 炭水化物:85.0g 塩分:4.8g
4月15日 (火)	<ul style="list-style-type: none"> ・ミートボール (オニオンソース) ・トマトソースのペンネ 	<ul style="list-style-type: none"> ・赤魚のおろし煮 ・白菜と油揚げの煮浸し ・里芋の胡麻味噌 	<ul style="list-style-type: none"> ・チンジャオロース ・平春雨野菜の炒め物 	kcal:662 脂質:19.3g タンパク質:27.8g 炭水化物:94.5g 塩分:5.2g
4月16日 (水)	<ul style="list-style-type: none"> ・高野豆腐の卵とじ ・ブロッコリーのお浸し 	<ul style="list-style-type: none"> ・さつま芋レーズン煮 ・ハムマカロニサラダ 	<ul style="list-style-type: none"> ・メバルの西京焼き ・野菜炒め ・ゼリー (柚子) 	kcal:724 脂質:26.0g タンパク質:32.2g 炭水化物:50.9g 塩分:4.8g
4月17日 (木)	<ul style="list-style-type: none"> ・白菜とさつま揚げの煮びたし ・かぼちゃと卵のサラダ 	<ul style="list-style-type: none"> ・大根ととろろの煮物 ・インゲンの胡麻和え 	<ul style="list-style-type: none"> ・メンチカツ ・冬瓜のかに風味あんかけ ・オクラのおかか和え 	kcal:566 脂質:31.5g タンパク質:21.1g 炭水化物:45.5g 塩分:5.5g
4月18日 (金)	<ul style="list-style-type: none"> ・豆腐の海鮮五目あんかけ ・胡瓜とわかめの酢味噌和え 	<ul style="list-style-type: none"> ・鶏もも照り煮 ・春雨と野菜の中華炒め ・ゼリー (アップル味) 	<ul style="list-style-type: none"> ・赤魚の竜田揚げ ・里芋の煮物 ・青椒菜の中華和え 	kcal:491 脂質:20.1g タンパク質:29.1g 炭水化物:43.2g 塩分:4.4g
4月19日 (土)	<ul style="list-style-type: none"> ・ポークビーンズ ・カニカマサラダ 	<ul style="list-style-type: none"> ・白身魚のピカタ ・ほうれん草のソテー ・紫キャベツのマリネ 	<ul style="list-style-type: none"> ・豚-麵つゆ焼きそば ・金平牛蒡 ・いんげんピーナツ和え 	kcal:690 脂質:32.6g タンパク質:32.6g 炭水化物:40.7g 塩分:4.2g
4月20日 (日)	<ul style="list-style-type: none"> ・鶏肉と大根の煮物 ・小松菜ナムル 	<ul style="list-style-type: none"> ・牛丼 (牛丼の具) ・さつま芋の旨煮 ・ひじき蒸し鶏サラダ 	<ul style="list-style-type: none"> ・白身魚フライ&牛肉入りコロッケ ・きのこのバター醤油炒め ・人参ポタージュ 	kcal:831 脂質:54.7g タンパク質:30.7g 炭水化物:52.7g 塩分:4.6g



©LEOC Co.,Ltd. All Rights Reserved.

日本の冷凍食品市場規模 [億円]



SNS、動画広告を活用した冷凍食品サービスで成長していく



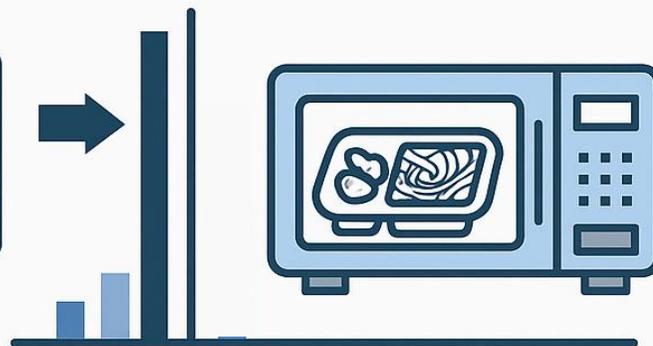
出典：日本冷凍食品協会（統計資料）による公開データおよび Fuji Keizai（富士経済）の市場調査レポートより
Market Research.jp による日本市場予測（USDベース）、為替は1ドル≒140円換算

Dishの冷凍食品サービスについて

リスト会員
2025年 160万人
2028年 400万人目標



2028年までにユーザー
10万人 | 1億食



SaaS型のビジネスモデルでユーザー数を積み上げていき、
2028年までには200-400億規模の事業成長を実現していく