

# 株式会社 cotta

## 2025 年 9 月期 第 2 四半期 決算説明会

### 1. 2Q の総括

事業サマリーからご報告をさせていただきます。

売上高は 33%増の 68 億 8,000 万円、EBITDA は 19.7%増の 6 億 5,900 万円となりました。

今回から理美容事業である Works が第 2 四半期より連結となり、M&A 効果で大幅な増収となっておりますが、既存の製菓製パン事業も堅調に推移しております。

また理美容事業では、当期にカタログ発刊という大型投資を実施しましたが、成長基盤を強化しつつ営業利益も増益を達成いたしました。

製菓製パン事業（後ほど詳説）に加え、第 1Q から連結している SES 事業 TERAZ の PMI が順調に進捗しております。

### 2. 営業利益の内訳

- ① cotta 事業は 1Q のマイナストレンドをカバーしプラスへ転換。
- ② 第 2 四半期から連結した Works グループが+11 億円を寄与。
- ③ 1Q から連結している TERAZ が引き続き増収に貢献。
- ④ 連結子会社の粗利水準により売上総利益率は 2pt 低下したものの計画どおり。
- ⑤ 製菓製パン事業は広告・物流費の抑制で大きく増益に貢献。
- ⑥ Works 事業はカタログ発刊費用とのれん償却が入ったため今期は減益。

営業利益は前年同期比で増益。販管費+3 億円のうち、カタログ発刊 3,800 万円（年 1 回）、のれん償却 4,700 万円、DD 費用 2,100 万円を計上しましたが、一時費用を吸収して増益で着地しました。

### 3. 業績予想に対する進捗状況

- ・売上高は半期終了時点で計画線上。
- ・営業・経常・当期純利益は計画を上回る高進捗。

・製菓製パン事業は下期の残暑影響など不透明要因を踏まえ、通期計画は据え置き。現時点で計画を下回る可能性は低いと見込んでおります。

#### 4. 製菓製パン事業 (cotta)

今期売上計画 89 億 8,000 万円に対し、進捗率 57%と順調です。

直近期も 9 万人の新規顧客を獲得。コア趣味層へのフォーカスにより LTV 向上を図る戦略に転換しており、計画どおり推移しています。

#### 5. 27 期の重点取り組みと評価

重点施策	1Q 評価	2Q 進捗
BtoB 顧客層拡大	○	サイト改善で Web 売上 YoY106%
新サービス「Urico」	○	3Q リリースへ向けテスト運用開始
広告事業の拡大	△	大手製粉メーカー案件進行も採用遅延で計画比遅れ

#### 6. BtoC 事業トピックス

- ・バレンタイン需要がコロナ前水準に回復。
- ・アプリ DL 累計 20 万人、売上の 52%がアプリ経由。
- ・広告宣伝費を抑制しつつリピーター獲得に成功。
- ・2026 年春のフラッグシップストア（実店舗）オープンを目指し準備中。

#### 7. 理美容事業 (Works グループ)

本期は「準備期」と定義し、来期以降を拡大期と位置付けています。

- ・物流：在庫管理システム導入で人件費▲14%。
- ・EC 化率：MA ツール導入で+2.5pt。
- ・マーケティング：送料規定見直し等で受注件数 121%。

#### 8. 今後の成長戦略

1. 横展開：製菓 → 理美容 → 他業界へ物販モデルを展開（2030 年までに+1 業界を想定）。

2. 垂直展開：仕入れ支援から製造・販売支援、HR、金融までバリューチェーン全体へサービス拡大。

## 9. 通期業績予測（据え置き）

指標	通期計画	前期比
売上高	136 億円	+52%
経常利益	7 億 900 万円	+32%
EBITDA	10 億円	+63%

## 10. 質疑応答（全文・校正）

- 【質問】シナジー効果が薄そうな M&A に積極的に見えますが、本当にシナジー効果はあるのでしょうか。

【回答】ありがとうございます。繰り返しになりますが、まず Works グループで私どもが感じているシナジーについてご説明いたします。一見すると製菓業界と美容業界は全く異なる業界ですが、両業界とも年商 2,000 万円未満の小規模事業者が中心で、在庫を多く持てない・問屋が回ってこないといった共通課題があります。cotta の“小ロット×短納期×3 万 SKU”という強みは美容室向けにも有効で、M&A 後わずか半年で物流改善・EC 化率向上・マーケティング成果が数字に表れており、シナジーは十分に発揮できていると考えております。

- 【質問】上場 10 年を経て時価総額 40 億円ギリギリですが、どのような株価対策を検討していますか。

【回答】ご懸念ありがとうございます。危機感を持って株価対策に取り組んでおります。直近では自社株買いを実施し、適切な水準まで取得を進めています。さらに中期経営計画のローリングを進め、大型 M&A を反映した成長戦略を改めてお示しする予定です。市場には長期的な企業価値で評価いただけるよう努めます。

- 【質問】M&A でうまくいっていない点はありますか。例えば従業員の退職などは。

【回答】率直に申し上げます。最も遅延しているのは EC サイト／受注管理システムのリニューアルです。当初 4 月完了予定でしたが、ベンダー選定の見誤り・要件定義の甘さ・既存メンバーの経験不足が重なり遅れています。現在は体制を立て直し、今期中の完了を目指しています。それ以外の人材流出や大きなトラブルは発生しておりません。

- 【質問】理美容事業の成長見通しと利益貢献タイミングは。

【回答】今期（2025/09 期）は準備期と位置付け、のれん償却後でも黒字を確保する計画です。本格的な拡大は来期以降を想定しており、売上・利益とも来期から貢献を見込んでおります。

- 【質問】 Works グループの競合優位性は何でしょうか。

【回答】最大の優位性はロイヤル顧客基盤の厚さです。長い取引実績を持つ 50 代以上のオーナー美容室が多数あり、安定した客層を維持しています。この基盤を活かし、差別化したブランド戦略と新サービス展開を進めてまいります。

- 【質問】株主優待としてクオカードなどを導入する予定はありますか。

【回答】検討はしておりますが、短期的なバラマキ施策で株価を押し上げる方針は取っておりません。40 億円を突破した後は 2030 年に時価総額 100 億円を目指すステージに入ります。安定的な成長と利益創出を前提に、配当やデジタルギフトなど『厚みのある株主還元策』を検討してまいります。

- 【質問】リアル店舗出店の収益インパクトと追加出店計画は。

【回答】1 店舗目はテスト店として多店舗展開を見据えた検証を行います。単体貢献は売上 1~2 億円規模と見ていますが、オンライン顧客（160 万人）の LTV 向上が主目的です。成果が確認でき次第、都内数カ所→大阪・名古屋・福岡など主要都市へ順次展開する計画です。

## 11. クロージング

以上をもちまして、第 2 四半期決算のご報告を終了いたします。上期は順調に進捗しており、下期もしっかりと歩を進めてまいります。次回 3Q 決算説明会で再びお目にかかれることを楽しみにしております。