



2025年7月11日

各 位

上場会社名 株式会社 I Kホールディングス
代表者 代表取締役社長 長野 庄吾
(コード番号 2722 東証プライム・名証 プレミア)
問合せ先責任者 常務取締役管理統括 高橋伸宜
(TEL. 052-380-0260)

中期経営計画「IK Way to 2028 (ローリングプラン)」更新策定に関するお知らせ

当社の中期経営計画は、毎年見直しのローリングプラン方式にて策定しております。この度2026年5月期から2028年5月期までを対象とした中期経営計画「IK Way to 2028」を更新策定いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 対象期間 2026年5月期から2028年5月期
2. 経営指標 最終年度(2028年5月期) 連結売上高200億円、営業利益10億円
3. 備考 詳細は添付資料をご参照ください。

なお、本資料には、当社の現在の計画や業績の見通し等が含まれております。これらの将来の計画や予想数値は、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画したものであります。実際の業績等は、今後の様々な条件・要素により異なる場合があります、本資料はその実現を確約、保証するものではありません。

また、本資料への公認会計士又は監査法人の関与はございません。

以上

中期経営計画 IK Way to 2028(ローリングプラン)

2026年5月期～2028年5月期

2025年7月11日

株式会社IKホールディングス

証券コード：2722（東証スタンダード市場、名証プレミアム市場）



目次

事業概要

中期経営計画FY2027 ふりかえり

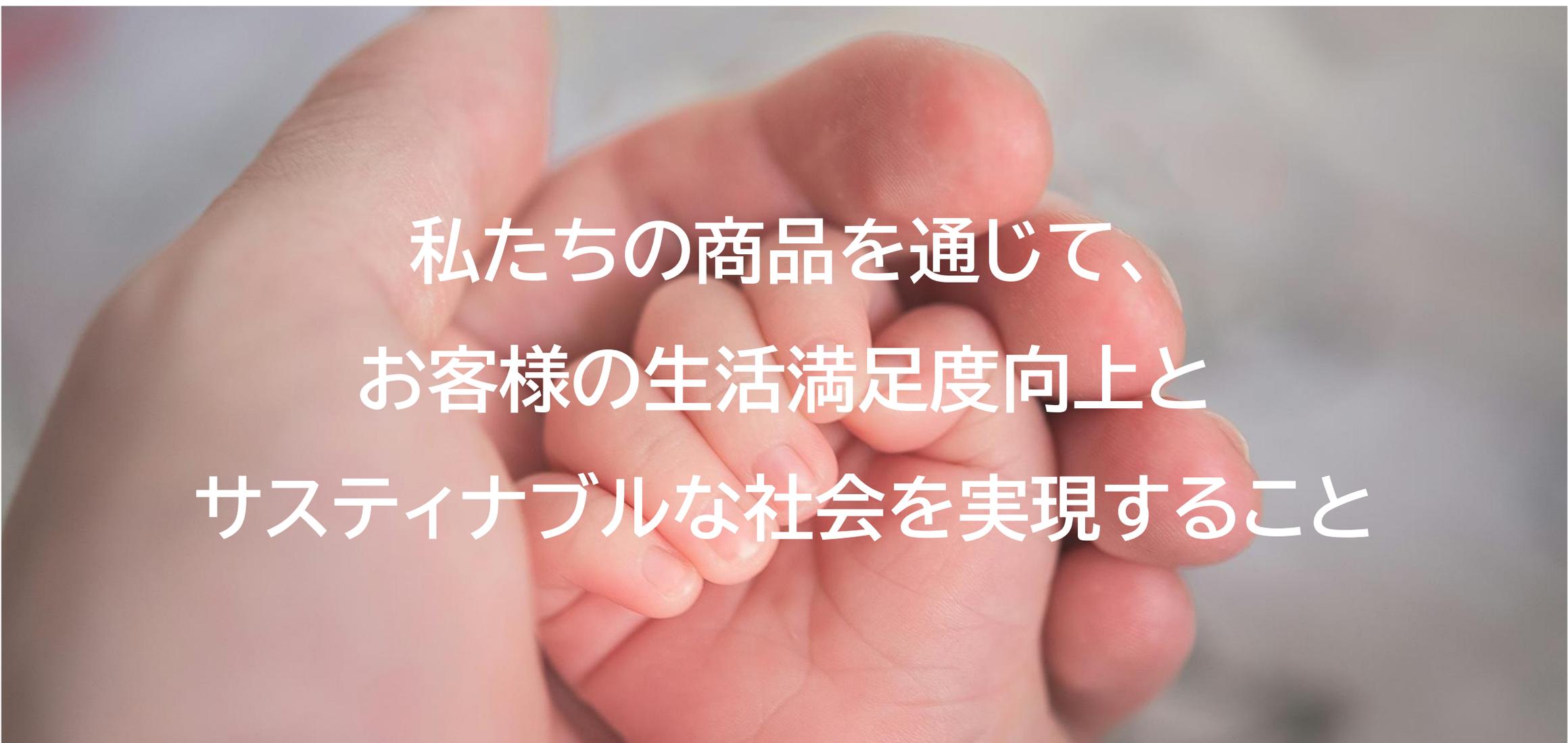
中期経営計画FY2028

人的資本とサステナビリティ

Appendix



事業概要



私たちの商品を通じて、
お客様の生活満足度向上と
サステイナブルな社会を実現すること

目指す企業像

Mission

存在意義

私たちの商品を通じて、
お客様の生活満足度向上とサステイナブルな社会を実現すること

Vision

将来の姿

1. お客様からみて良い会社であり続けること
2. マーケティングメーカーというビジネスモデルの企業グループを完成させること

Value

行動指針

1. 地球と調和を図りながらビジネスを生成発展させる
2. ビジネスは正々堂々で行い、何事にもフェアであれ
3. ベンチャースピリッツを失うことなく、全速前進を良しとする
4. 品格無きビジネスは恥と心得、その上で成長し続ける

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

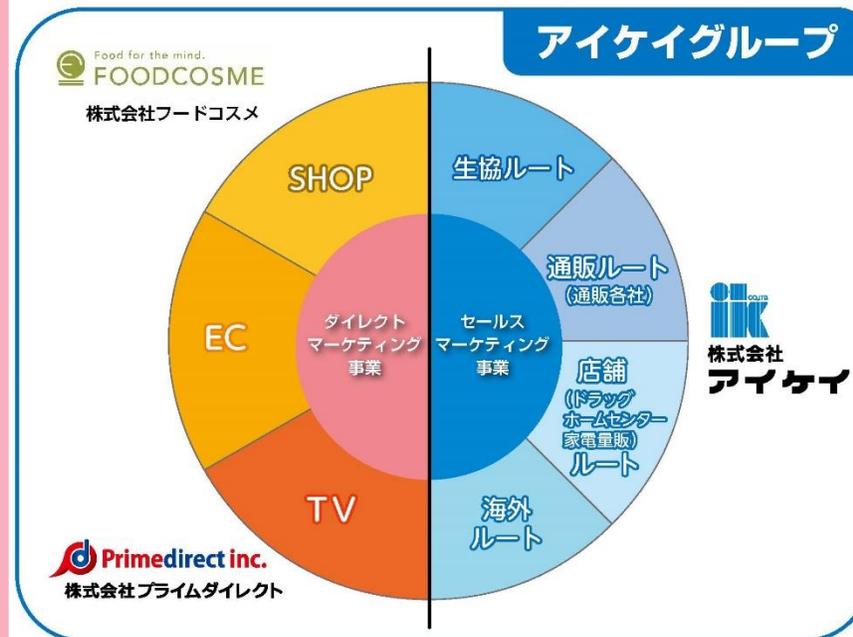
TVショッピングでの自社開発商品の販売。

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での販売を手掛ける。

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行っており、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

生協ルート

➤ 販売先: 全国の生活協同組合様

全国の組合員向けに毎週1,000万部以上のチラシ配布をする生協協同組合様に、食品・化粧品・アパレル・シューズなどバラエティに富んだ企画と商品を提供

多岐に渡るジャンルの提案

取扱いのカテゴリは食品(加工食品・菓子・健康食品etc)雑貨品(アパレル・靴・肌着etc)、化粧品(スキンケア・メイクetc)と幅広く提案



当社独自媒体の提案

生協様ごとに紙面制作、印刷、チラシ納品を行っています。季節に合った商品や流行り、話題性のあるものを掲載



売れる見せ方 紙面制作

蓄積したノウハウを元に、商品開発・キャッチコピー・撮影・ディレクションまで一貫して行い商品の魅力を表現



通販ルート

▶ 販売先: 通信販売企業様・百貨店様

カタログテレビなどのメディアを通じて商品やサービスを販売する通信販売企業様や百貨店様に、50～80代のシニアのニーズに沿った確実に売れる企画や商品を提供

ODM提案企画

蓄積されたデータから売れ筋商品を提案

▼ ライトアップ様
「金谷さんの柔らかい
パンチングレザー使いスニーカー」



▼ ユーキャン様
「5Eエレガントスニーカー」



▼ ユーキャン様
「生保湿 ディープモイスチャー
オールインワンジェルクリーム」



弊社独自媒体提案 & ページ提案

商品MDからチラシ制作・印刷を行う媒体提案

▼三越伊勢丹様チラシ



▼高島屋様チラシ



店舗ルート・SHOPルート

➤ 販売先:バラエティストア、ディスカウントストアなどの小売チェーンと自社運営店舗
主に韓国コスメをメインに若い世代向けの商品の企画・提案を行う

店舗ルート

ブランドの特徴を最大限生かす、チャンネル・販路での販売

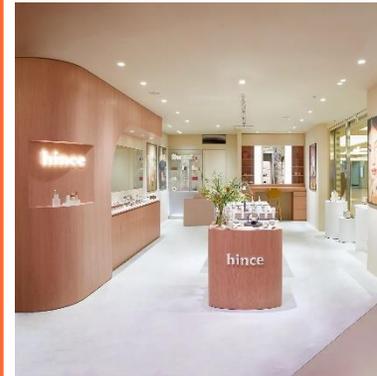
バラエティストア、ディスカウントストア、ドラッグストア、化粧品専門店など



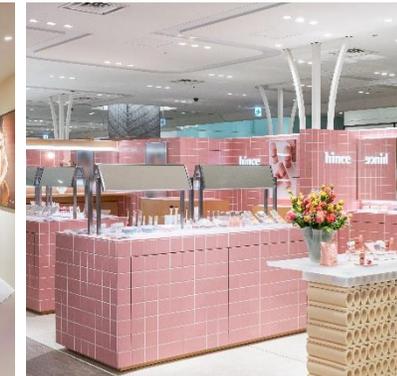
SHOPルート

韓国コスメの直営店舗を運営

▼hince
ルミネエスト新宿店



▼hince
タカシマヤ ゲートタワーモール店



▼hince
ルクア イーレ店



ECルート

➤ 販売先: 自社サイト・各モール

定期購入化粧品ブランドやパックスライスなどEC上での差別化された自社商品をBtoCで販売

定期購入モデル化粧品

燕の巣からとれる美容成分を配合したスキンケアブランド

Nanarobe



ECモール

健康金賞米を配合した健康志向のパックスライス



ダメージケア成分配合の大容量カラートリートメントシリーズ



TVルート

➤ 販売先: 全国のTVで放映するインフォマーシャルによるBtoC事業

インフォマーシャルで自社商品の定期購入型商材と健康グッズをメインに放映

健康食品

滋養強壯の黒にんにく「源喜の一粒」



健康グッズ

寝るだけストレッチ「Medifeel立体エアマット」





中期経営計画FY2027 ふりかえり

中期経営計画FY2027

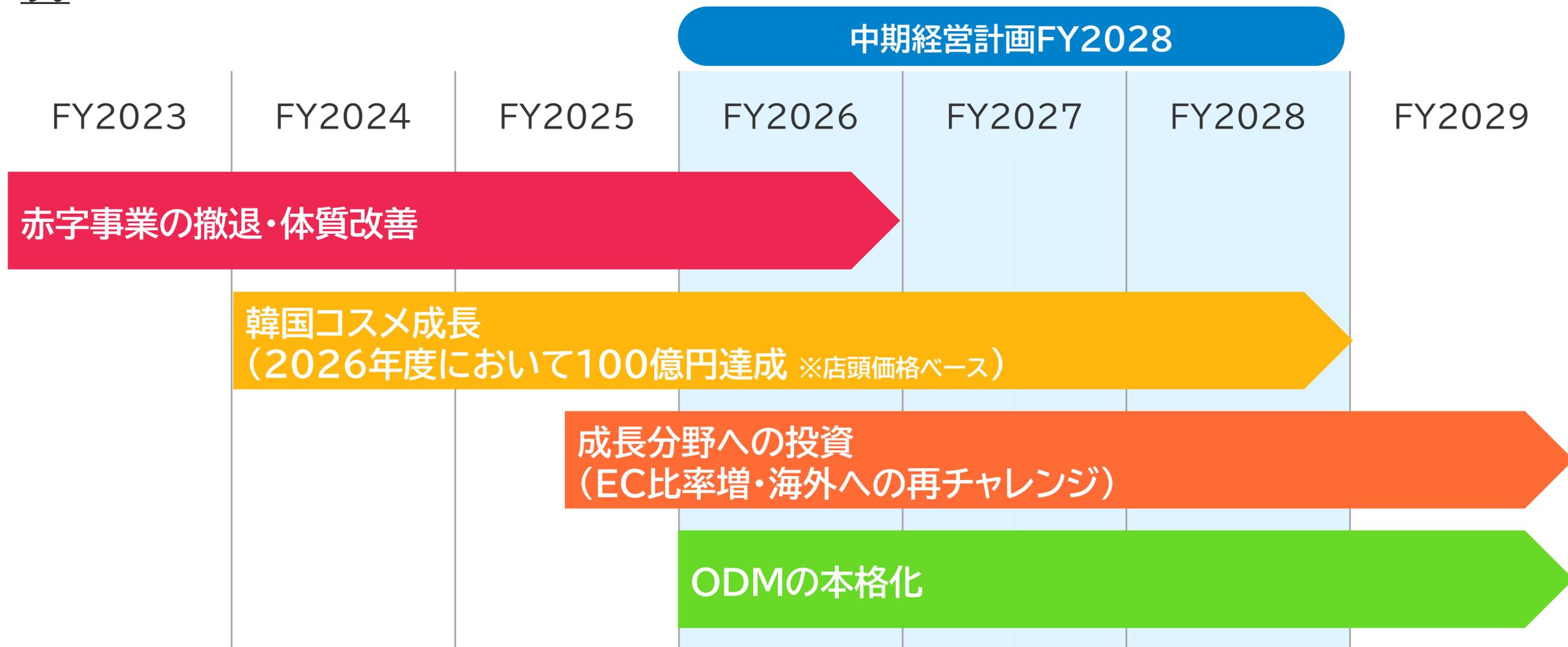
重点施策	実施状況	評価
1. 韓国コスメのブーストアップ	○新たに2ブランドとの契約 ○店舗販路拡大、EC販路拡大	◎
2. セールスマーケティング事業の基盤強化	○生協の売上高昨年比101.0% ○店舗ルート取引拡大昨年比132.1%	○
3. EC事業のスケールと、 海外事業への再チャレンジ	○ECモールでの取扱い商品増 売上18.6%増 ○台湾・香港での商品取扱いスタート	△



中期経営計画FY2028

中期経営計画FY2028 位置づけ

前中期経営計画では赤字体質の改善が最終フェーズに入り、また今後の柱となる事業が見えてきました。
次期中期経営計画は、赤字体質の脱却と既存・新規事業への投資を行い更なる事業の成長と利益拡大を目指します。



中期経営計画FY2028

	FY2025 実績	FY2026 計画	FY2027 計画	FY2028 計画
売上高	152 億円	164 億円	180 億円	200 億円
営業利益	4.2 億円	5 億円	7 億円	10 億円
調整後EBITDA	6.0 億円	7.3 億円	9.8 億円	13.2 億円
EPS	30.3 [※] 円	43.1 円	61.5 円	88.2 円
ROIC	7.3 %	7.5 %	9.0 %	11.1 %
ROE	14.2 %	15.1 %	16.4 %	19.9 %
配当性向	18.9 %	20.9 %	20.0%を目途とする	

※当期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。

中期経営計画FY2028

セグメント別 売上高	FY2025 実績	FY2026 計画	FY2027 計画	FY2028 計画
ダイレクトマーケティング	40 億円	34 億円	38 億円	45 億円
セールスマーケティング	111 億円	130 億円	142 億円	155 億円
計	152 億円	164 億円	180 億円	200 億円

カテゴリー別 売上高	FY2025 実績	FY2026 計画	FY2027 計画	FY2028 計画
雑貨	41 億円	30 億円	25 億円	20 億円
食品	41 億円	50 億円	55 億円	65 億円
化粧品	69 億円	84 億円	100 億円	115 億円
計	152 億円	164 億円	180 億円	200 億円

中期経営計画FY2028

■ 生協 ■ 通販 ■ 店舗 ■ B to C (TV・EC・SHOP) ■ 海外・インバウンド

(百万円)

20,000

15,000

10,000

5,000

0

事業ポートフォリオの 変革により再び成長軌道へ

1983 1985 1987 1989 1991 1993 1995 1997 1999 2001 2003 2005 2007 2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023 2025 2027



1. 短期視点

成長カテゴリーの 最大化

韓国コスメのノウハウを生かし、
K-Beautyリーディング
カンパニーへ

2. 中期視点

将来の柱への 取り組み

EC事業のシェアアップ
海外事業の推進

3. 長期視点

ビジネスモデルの 成熟化

マーケティングメーカー業態を
深化させ、継続的な成長を実現
する

中期経営計画FY2028 成長戦略

1. 短期視点 成長カテゴリーの最大化

韓国コスメのノウハウを生かし、K-Beautyリーディングカンパニーへ

韓国
コスメ

ブランド数  × アイテム数  × 店舗数 

ブランド数・アイテム数・店舗数を伸ばし、さらなる成長を目指す



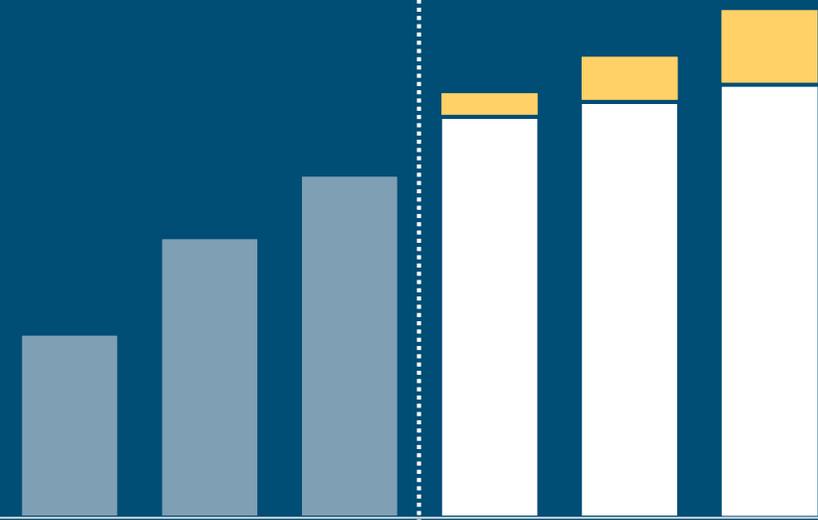
新カ
テ
ゴ
リ

新たなカテゴリーへの挑戦

フレグランス・ネイル・サプリメント・美顔器etc.

売上高

計画



FY2023 FY2024 FY2025 FY2026 FY2027 FY2028

中期経営計画FY2028 成長戦略

<p>SKINFOOD 1957</p>  <p>「食べてカラダにいいFOODをお肌にも」 肌にも心にも美味しい、トータルコスメティックブランド</p> <p>キャロットカロテン カーミングウォーターパッド</p>	<p>fillimilli</p>  <p>ファッションとビューティーを融合させた、トレンドで魅力的なブランド</p> <p>ウォーターリーパフ</p>	<p>CARE-PLUS</p>  <p>健康食品や美容製品などを取り扱うブランド。健康や美容に関心のある人々に向けて様々なアイテムを提供</p> <p>スポットパッチ</p>	<p>hince</p>  <p>「ムードナラティブ (Mood Narrative)」 自分の個性を活かして、潜在する本来の美しさを引き出すメイクアップを提案</p> <p>ニューディップス アイシャドウパレット</p>
<p>ma:nyo</p>  <p>美しさ、思いのままに。 肌悩みと真剣に向き合い望み通りの肌へと導くケアを</p> <p>ピュアクレンジングオイル</p>	<p>JUICE TO CLEANSE</p>  <p>#健康的なスキんクレンズ 清らかな肌のための健康的なスキんケアルーティーンをJUICETO CLEANSEと一緒に始めてみましょう</p> <p>ウォーターウォッシュバーム</p>	<p>AROMATICA</p>  <p>「地球も生かして肌も生かさそう」 持続可能なビューティーを実践するクリーン&ビーガンビューティーブランド</p> <p>ローズマリースカルプスクラブ</p>	<p>Arencia</p>  <p>フレッシュビーガンビューティー 新鮮な素材と柔らかな香り職人技で作られる優しい使用感</p> <p>フレッシュもちソープ</p>
<p>Dr.twenty project</p>  <p>最高だったあの時、最高だった今の瞬間 肌のためのプロジェクト</p> <p>リップダムオートアイクリーム</p>	<p>klairs dear,</p>  <p>simple but enough シンプルだけど充分！ バランスのとれた暮らしを追求するスキんケアブランド</p> <p>ビタミンドロップ</p>	<p>BRAVE</p>  <p>COOL WOMAN NEVER DIE さりげなく感覚的な美しさを表す新しいビューティージャンル「ROUGH BEAUTY」を提案し、ファッション性の高いウェアラブルコスメを展開するメイクアップブランド</p> <p>リップスリーク</p>	<p>UIQ</p>  <p>「有益」の韓国語の発音である「ユイク」 スキン由来のマイクロバイオーム原料と技術力を基に、肌を健やかに整えるブランド</p> <p>バイオームバリア クリームミスト</p>

中期経営計画FY2028 成長戦略

2. 中期視点 将来の柱への取り組み

EC事業のシェアアップ・海外事業の推進

EC事業

目標: グループ内シェア30%
全体のTOPラインを伸ばしながらシェアを伸ばす

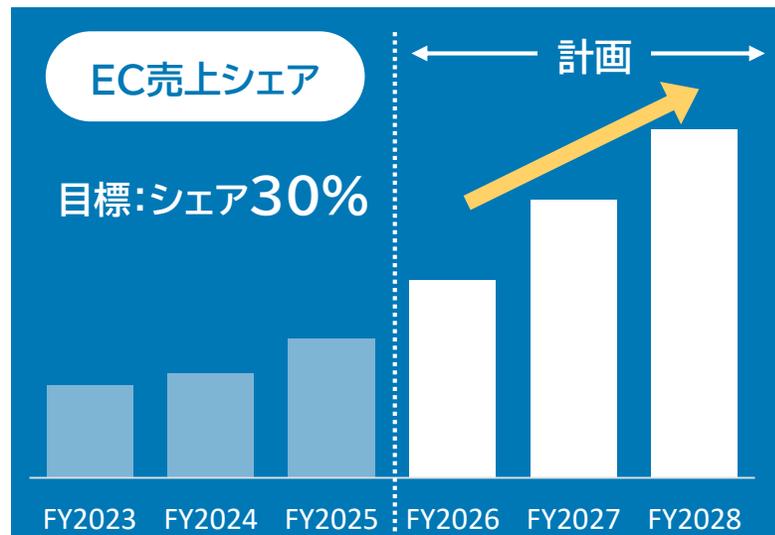
①商品開発のベクトルをECへ

- ・EC発で結果的に多販路で売れる商品開発
- ・食品、化粧品などの消耗品に特化し
マーケティングコストをLTV視点で回収する

②人材開発・育成

即戦力化にむけた教育プログラムの開発
新規採用と配置展開

- ・社外の支援会社との協業
- ・新会社設立やM&Aで新しいエンジンを作り出す



海外事業

ニッチトップ戦略で
メイドインジャパンの
商品を海外向けへ
ローカライズし
EC・店舗で拡販する



中期経営計画FY2028 成長戦略

3. 長期視点 ビジネスモデルの成熟化

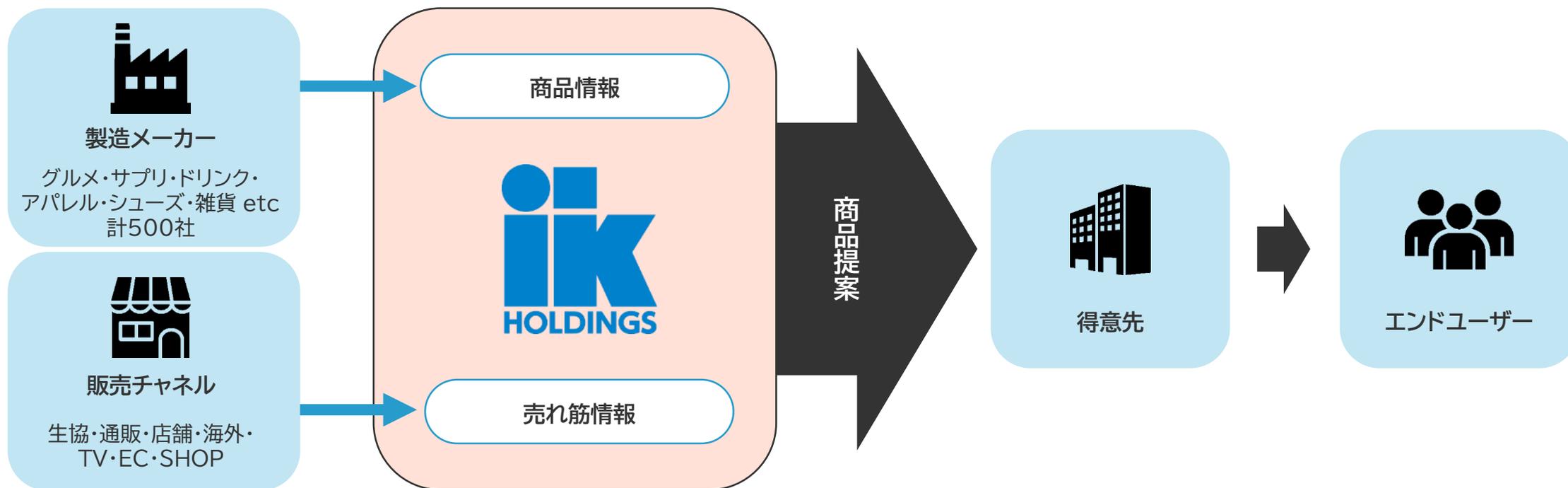
マーケティングメーカー業態を深化させ、継続的な成長を実現する



中期経営計画FY2028 成長戦略

3. 長期視点 ビジネスモデルの成熟化

ODMの取り組み



当社の強み

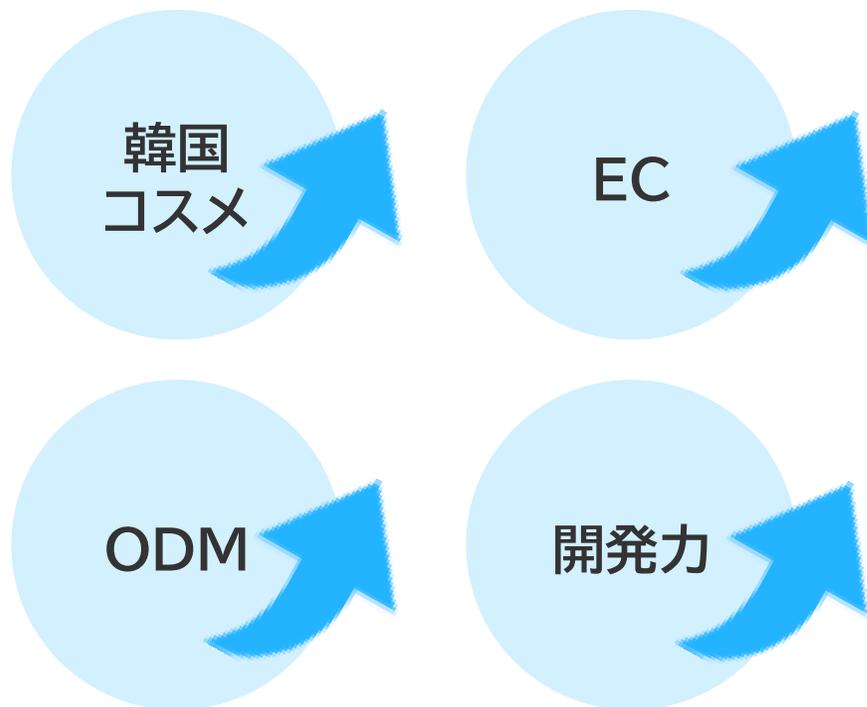
- 多数のメーカー情報・チャネル情報を掛け合わせた、確実に売れる商品の提案
- 同じカテゴリーにおいて複数メーカーからの品質・機能・製造ロットなどの様々な条件の選択が可能

中期経営計画FY2028 成長戦略

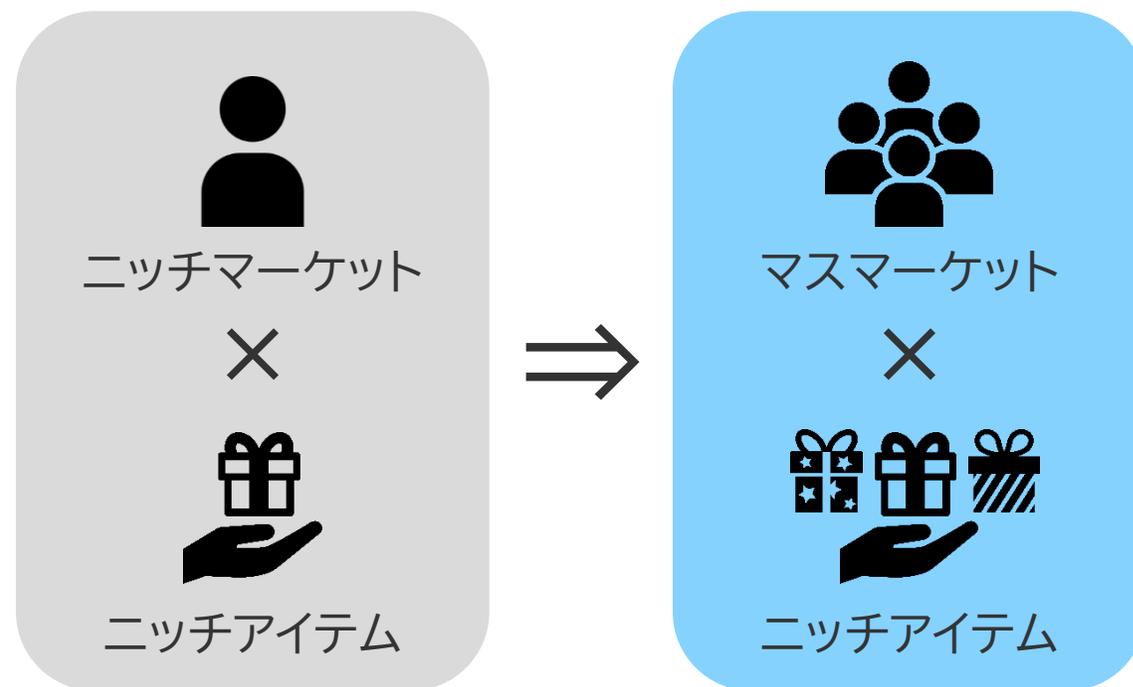
3. 長期視点 ビジネスモデルの成熟化

マーケティングメーカー業態を深化させ、継続的な成長を実現する

戦略に沿った組織再編・M&Aを行い、機動力向上



マーケットサイズ・継続性・成長性を意識した商品開発





人的資本とサステナビリティ

人的資本への取り組み

WWP(ワーキングウーマンプロジェクト)の始動と多様な働き方の推進

WWP・・・女性活躍支援プロジェクト

- ・「自分らしく活躍するために自分たちで変えていく」という気持ちを後押ししたい」という女性社員の思いから発足
- ・社内の働く女性の意見を取り入れ、現存制度の拡充や慣例の見直しなどを実行

多様な働き方の推進

- ・フリータイム勤務制度・・・社員一人ひとりに合わせた働き方の実現
- ・選べる時短勤務制度・・・時短勤務時間を5、6、7時間から選択
- ・育ての親、里親制度・・・所属部署の先輩社員、所属部署以外の先輩社員が各1名つき一人前になるまでサポート

人的資本への取り組み

次期ボードメンバーの育成

「Jr.ボード会議」と「ベビーボード会議」

次世代のリーダーを発掘し育成するプロジェクトとして「Jr.ボード会議」と「ベビーボード会議」を設立

	Jr.ボード会議	ベビーボード会議
対象	40歳以下の社員から選抜されたもの	
目的	<ul style="list-style-type: none">・次世代経営者として、経営に参画している意識をもつ・全社経営計画策定を通じ、経営者としての意思決定の経験を積む・組織内の壁を越え、部門横断の場をつくる・新しい視点からの経営課題を掘り出す	<ul style="list-style-type: none">・「Jr.ボード会議」に参加できるスキルを身につける・ボードメンバーとしての基本的な知識と思考回路を身につける・各事業や各社間で横の連携をとれる連帯感を創出する・当社のIKWAYを深く理解する・2年後には次世代の経営者候補を目指す
内容	月次 ・毎回出される課題に対し、考えをまとめる ・部署を横断して短期・長期の事業計画を完成 週次 ・報告事項や討議事項を共有し、経営課題の調整・検討・提案を議論	月次 ・毎回出される課題に対し、自分なりの考えをまとめる ・会議では座学と発表を実施
開催期間	第1次:2021年6月～2023年7月 7名 第2次:2023年7月～2024年6月 8名 第3次:2024年6月～2025年5月 6名	第1次:2022年6月～2023年5月 7名 第2次:2023年7月～2024年6月 7名 第3次:2025年7月～ 9名

28年間にわたる「globe基金」への支援



globe基金は、1997年に学校教育を通じて持続可能な社会実現に向けての支援を行い、人と地球が共生できる社会づくりを目指し設立。
現在はアフリカの平和運動を支援している。



フィリピン・セブ「ヒンガトモナン小学校」
修繕と新校舎設立



ウガンダ「グローブハウスⅠ」
元子ども兵士の社会復帰支援施設 竣工



「globeエデュケーションプログラム Phase3」
蜂蜜の生産から加工・商品化

globe基金の実績

1998年	フィリピン・バギオに「パングロン・マルコス小学校」の修繕と新校舎設立
1999年	フィリピン、セブに「ヒンガトモナン村小学校」の修繕と新校舎設立
2000年	フィリピン、セブに「サンタ・リタ小学校」建設プロジェクト
2000年	ベトナム、バク・ジャン県フォン・ビ・コミュニティに小学校校舎建設
2002年	ベトナム、クアン・チー県ビン・ザンに小学校校舎建設
2003年	中国、ユーリンに小学校校舎建設・補修と環境教育プロジェクト
2004年	中国、陝西省に小学校校舎建設と環境教育プロジェクト
2006年	インドネシア、シッカ地域に小学校校舎建設
2006年	「globeハウスⅠ」ウガンダ共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2007年	「globeハウスⅡ」ウガンダ共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2009年	「globeハウスⅢ」コンゴ民主共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2014年	「globeファーム」コンゴ民主共和国に立ち直った子どもたちの生活基盤を支えるプロジェクト
2015年	「globeロード」コンゴ民主共和国にグローブファームで作った作物を街に運ぶ道プロジェクト
2017年	「globeハウスⅣ」ブルンジ共和国に元子ども兵士の社会復帰支援プロジェクト
2018年	「globeエデュケーションプログラム Phase1」プロジェクト
2019年	「globeエデュケーションプログラム Phase2」プロジェクト
2020年	「globeエデュケーションプログラム Phase3」プロジェクト
2023年	「パーム油の加工技術訓練」ビジネス企業支援プロジェクト



Appendix

基本情報

【会社情報】

会社名	株式会社IK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IK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

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、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。