

BALMUDA

2025年12月期 第3四半期 決算説明会資料

バルミューダ株式会社

(証券コード：6612)

1. 第3四半期（1～9月）決算概要
2. 通期業績予想の修正
3. 今後の対応策

1. 第3四半期（1～9月）決算概要

2. 通期業績予想の修正

3. 今後の対応策

2025年12月期 第3四半期（1～9月） 連結業績

・売上高の下振れにより前年実績・期初計画との差異が拡大。

	2024_3Q (1～9月)	2025_3Q (1～9月)	前年同期差
売上高	8,706	6,766	▲1,940
営業利益	▲238	▲842	▲603
経常利益	▲229	▲853	▲624
親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲231	▲855	▲624

(百万円)

2025年12月期 第3四半期（1～9月） 連結業績

【前年同期差、計画差要因】

日本

- ・ 物価上昇による消費マインド低迷の長期化により、流通在庫の増加傾向が継続。
- ・ 流通在庫の適正化を目的に9月より出荷を大幅に抑制。

米国

- ・ 関税政策の影響により、想定した価格設定や販路戦略等の設計が困難に。
- ・ 期初より事業展開の強化施策を推進してきたが、計画変更により売上が想定を下回る。

売上高 前年同期差要因

(百万円)

	2024_3Q (1～9月)	2025_3Q (1～9月)	前年同期差	主な要因	(参考) 期初計画 対比
日本	5,626	4,525	▲1,101	・ 物価上昇による消費マインド低迷の長期化により、流通在庫の増加傾向が継続 ・ 流通在庫の適正化を目的に9月から出荷を大幅に抑制	↘
韓国	1,742	1,259	▲482	・ 前年の新製品展開との差異	↗
北米	401	418	+17	・ 3機種（MoonKettle、Teppanyaki、Toaster Pro）の発売効果により売上増加 ・ 一方で、関税政策の影響により、想定した価格設定や販路戦略等の設計が困難に ・ 期初より事業展開の強化施策を推進してきたが、計画変更により売上が想定を下回る	↘
その他	936	562	▲373	・ 前年の新製品展開との差異	⇒

営業利益の状況

・売上高の下振れを主因として、前年とのマイナス差が拡大。

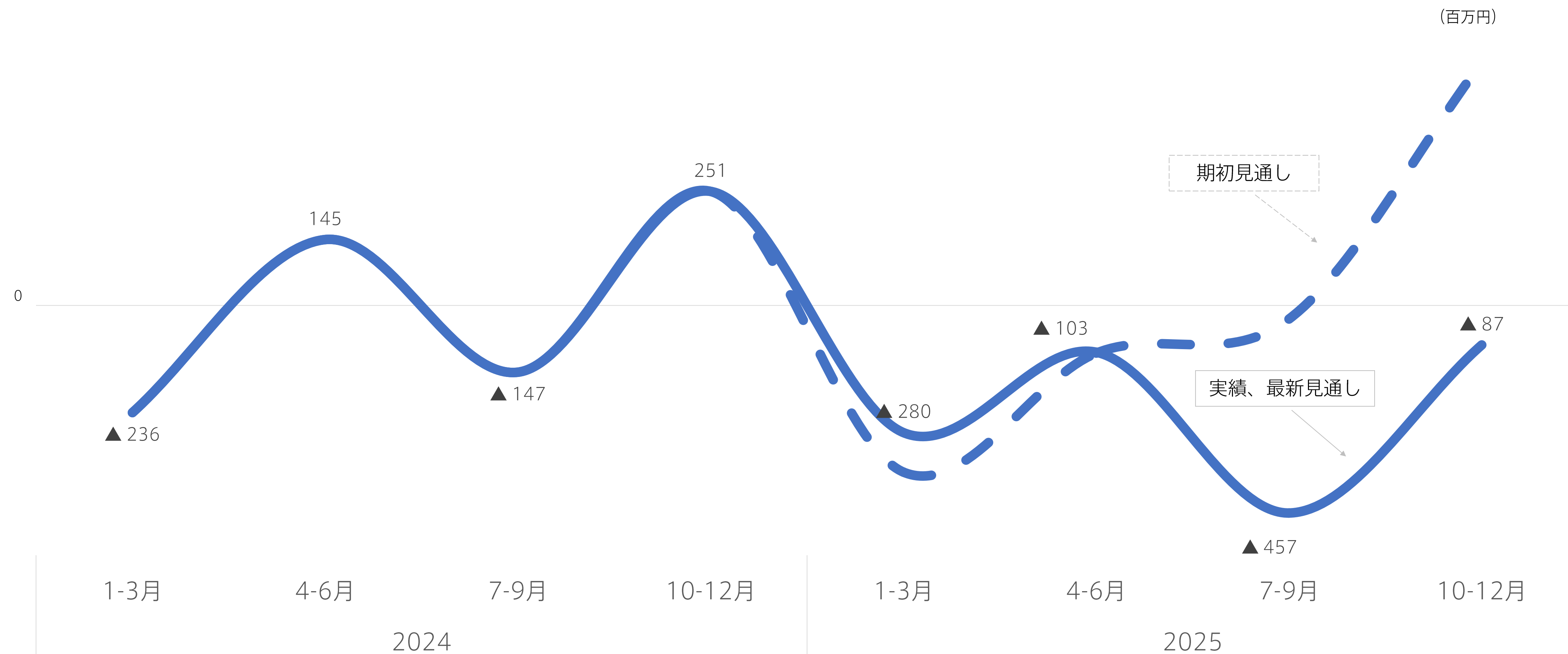
	2024_3Q (1～9月)	2025_3Q (1～9月)	前年同期差	主な要因
売上総利益	2,689 百万円	2,160 百万円	▲529 百万円	・ 売上高の減少
売上総利益率	30.9 %	31.9 %	+1.0 %	・ 既存製品のリニューアル・ 価格改定、新製品投入等の効果
平均為替レート※	151.4 円/ドル	148.9 円/ドル	2.5 円/ドル	
販管費	2,928 百万円	3,003 百万円	+74 百万円	・ 米国向け戦略投資 247 百万円
営業利益	▲238 百万円	▲842 百万円	▲603 百万円	

※社内適用レート

四半期営業利益の進捗

- ・ 第3四半期からの売上高下振れを主因として、通期の業績予想を修正。

【四半期営業利益】



1. 第3四半期（1～9月） 決算概要

2. 通期業績予想の修正

3. 対応策

通期業績予想の修正

・ 第3四半期からの売上高下振れを主因として、通期の業績予想を修正。

(百万円)

	FY2024 (実績)	FY2025 (期初予想)	FY2025 (今回修正)	期初予想差
売上高	12,462	12,500	9,800	▲2,700
営業利益	12	20	▲930	▲950
経常利益	94	10	▲940	▲950
親会社株主に帰属する 当期純利益	67	10	▲1,500	▲1,510

通期業績予想の修正

【期初予想との差異要因】

日本

- ・ 物価上昇による消費マインド低迷の長期化により、流通在庫の増加傾向が継続。
- ・ 流通在庫の適正化を目的に9月より出荷を大幅に抑制。

米国

- ・ 関税政策の影響により、想定した価格設定や販路戦略等の設計が困難に。
- ・ 期初より事業展開の強化施策を推進してきたが、計画変更により売上が想定を下回る。

+

- ・ 複数の新製品の発売時期ずれ
- ・ 期初想定より円安が進行したことによる仕入コストの上昇

通期業績予想の修正 地域別売上高

(百万円)

	FY2024 (実績)	FY2025 (期初予想)	FY2025 (今回修正)	期初予想差	主な修正要因
日本	8,025	8,159	6,591	▲1,640	・ 物価上昇による消費マインド低迷の長期化により、流通在庫の増加傾向が継続 ・ 流通在庫の適正化を目的に9月から出荷を大幅に抑制 ・ 複数の新製品の発売時期ずれ
韓国	2,315	1,983	1,815	▲168	・ 一部製品の出荷時期ずれ
北米	603	1,280	660	▲620	・ 関税政策の影響により、想定した価格設定や販路戦略等の設計が困難に ・ 期初より事業展開の強化施策を推進してきたが、計画変更により売上が想定を下回る ・ 複数の新製品の発売時期ずれ
その他	1,517	1,076	734	▲342	・ 製品展開計画の最適化

通期業績予想の修正 営業利益以下

(百万円)

	FY2024 (実績)	FY2025 (期初予想)	FY2025 (今回修正)	期初予想差	差異要因
売上高	12,462	12,500	9,800	▲2,700	
営業利益	12	20	▲930	▲950	・ 売上予想の修正 ・ 売上総利益率予想の修正 (35.6% → 33.3%)
経常利益	94	10	▲940	▲950	
親会社株主に帰属する 当期純利益	67	10	▲1,500	▲1,510	・ 特別損失5.6億円 -生活家電カテゴリーの収益構造の再構築に伴い 生産終了見込みとなった製品・部材等の 評価減

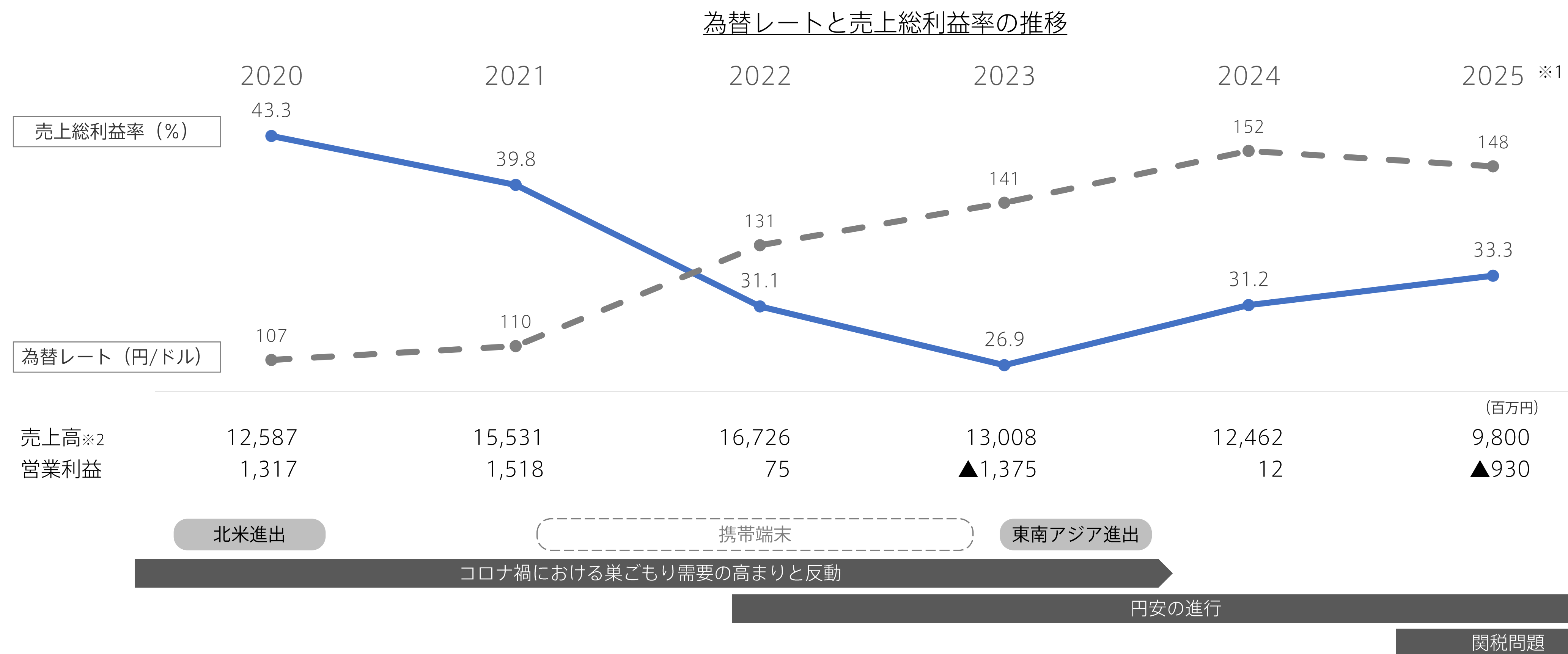
1. 第3四半期（1～9月） 決算概要

2. 通期業績予想の修正

3. 今後の対応策

今後の対応策 生活家電カテゴリーの振り返り

- ・ 円安進行により仕入コストが上昇。原価低減や値上げにより売上総利益率は改善傾向も、2020年比で10ポイント悪化。
- ・ 米国関税政策の影響により、米国における採算性も悪化。
- ・ 物価上昇に伴う消費マインドの低迷が長期化。売上の減少と売上総利益率の低下が重なり、事業効率が悪化。



※1 2025年の売上高、売上総利益率、営業利益は修正予想値。為替レートは10月までの平均値

※2 携帯端末売上を除く

今後の対応策

生活家電カテゴリーの収益構造の再構築

- ・コスト構造の改善（原価低減、固定費圧縮）
- ・製品別・地域別販売戦略の見直し

収益性改善

新たな顧客層・市場を創出する新カテゴリーの確立

- ・ Sailing Lantern (LoveFromとのコラボレーション) を通じた新たな顧客層（超富裕層）へのアクセス
- ・ 事業効率を改善する新しい戦略的製品群の開発を昨年から進行中。
来年初頭に発表予定

全社的な
事業効率の改善
・
成長

今後の対応策 取り組み事例

生活家電カテゴリー

採算性改善に貢献する製品群の強化



BALMUDA The Range S

2025年9月発表、10月販売開始

主力展開地域（日韓）への新モデル投入

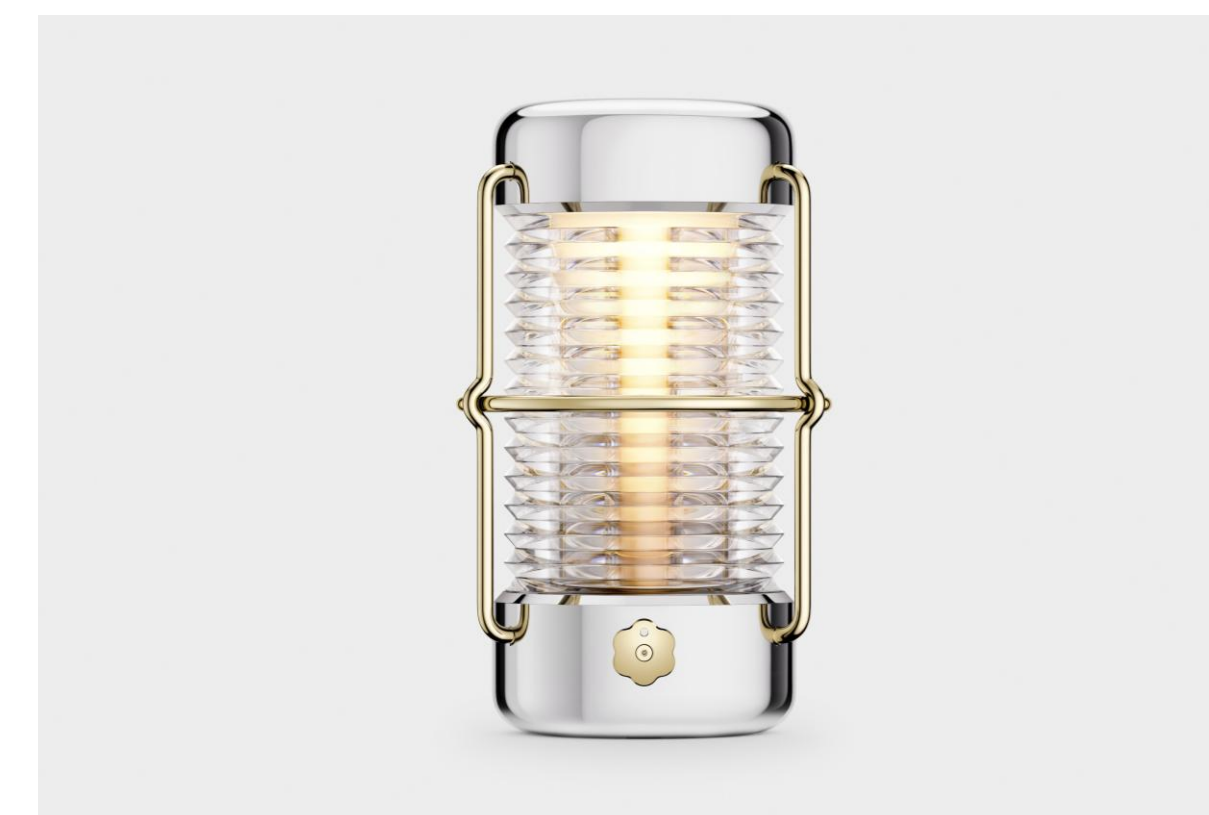


Rain

2025年10月発表、11月販売開始予定

新たな顧客層・市場の創出

新たな顧客層(超富裕層)へのアクセス

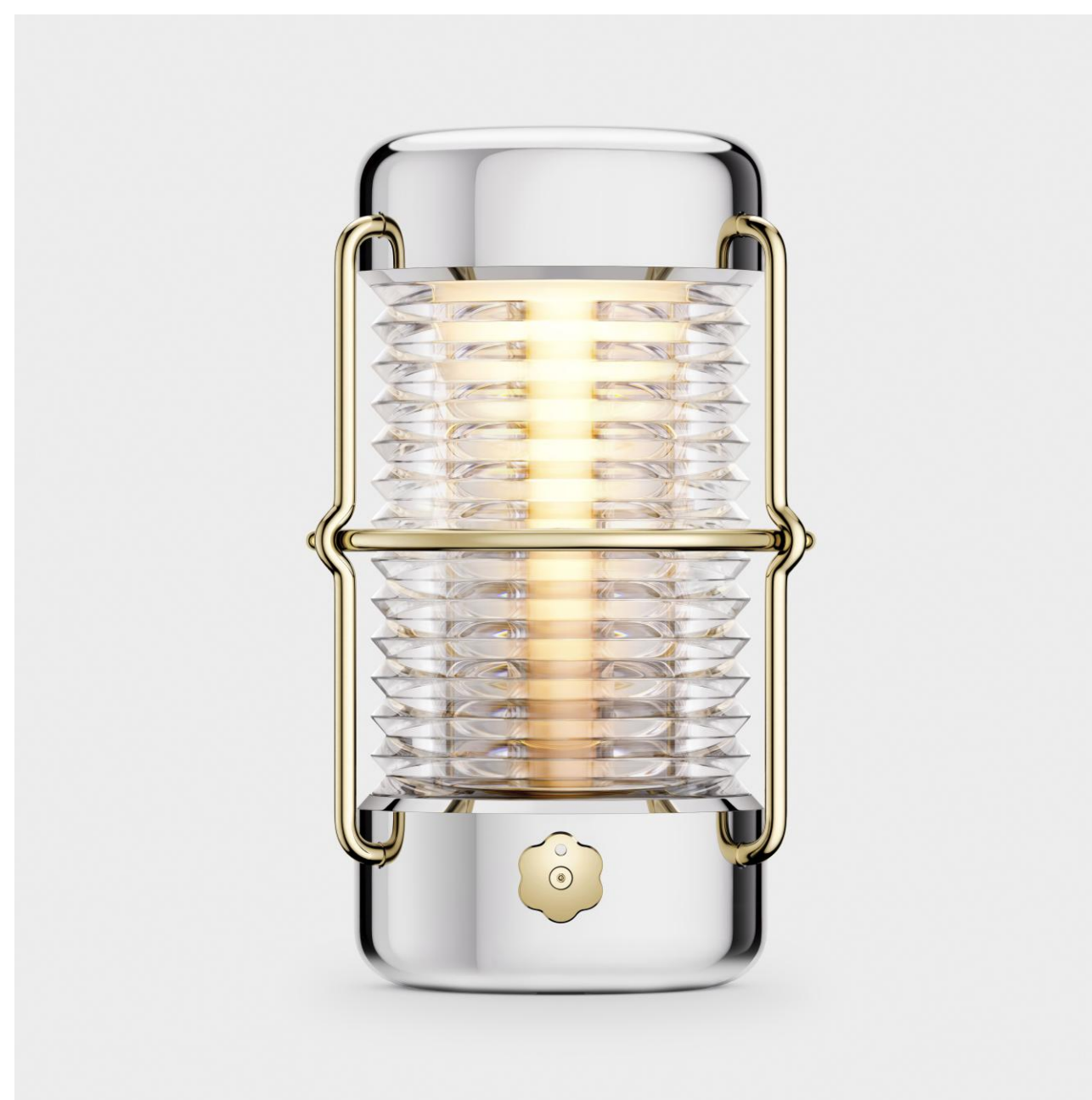


Sailing Lantern

2025年9月発表、2026年3月販売開始予定

今後の対応策 取り組み事例

- ・ Appleの元CDO（最高デザイン責任者） Sir Jony Ive 率いるクリエイティブ・コレクティブ集団 LoveFrom と Sailing Lanternを共同開発



LoveFrom, BALMUDA

LoveFromとBALMUDA

共同開発による「Sailing Lantern」を発表

クラシックな航海用ランタンに着想を得た、精緻に設計された美しい灯り

期待される効果

グローバル市場にける
ブランドプレゼンスの向上

新たな顧客層へのアクセス

欧米でのPR露出の広告換算効果：4～5億円

（2026年度売上高：約10億円）

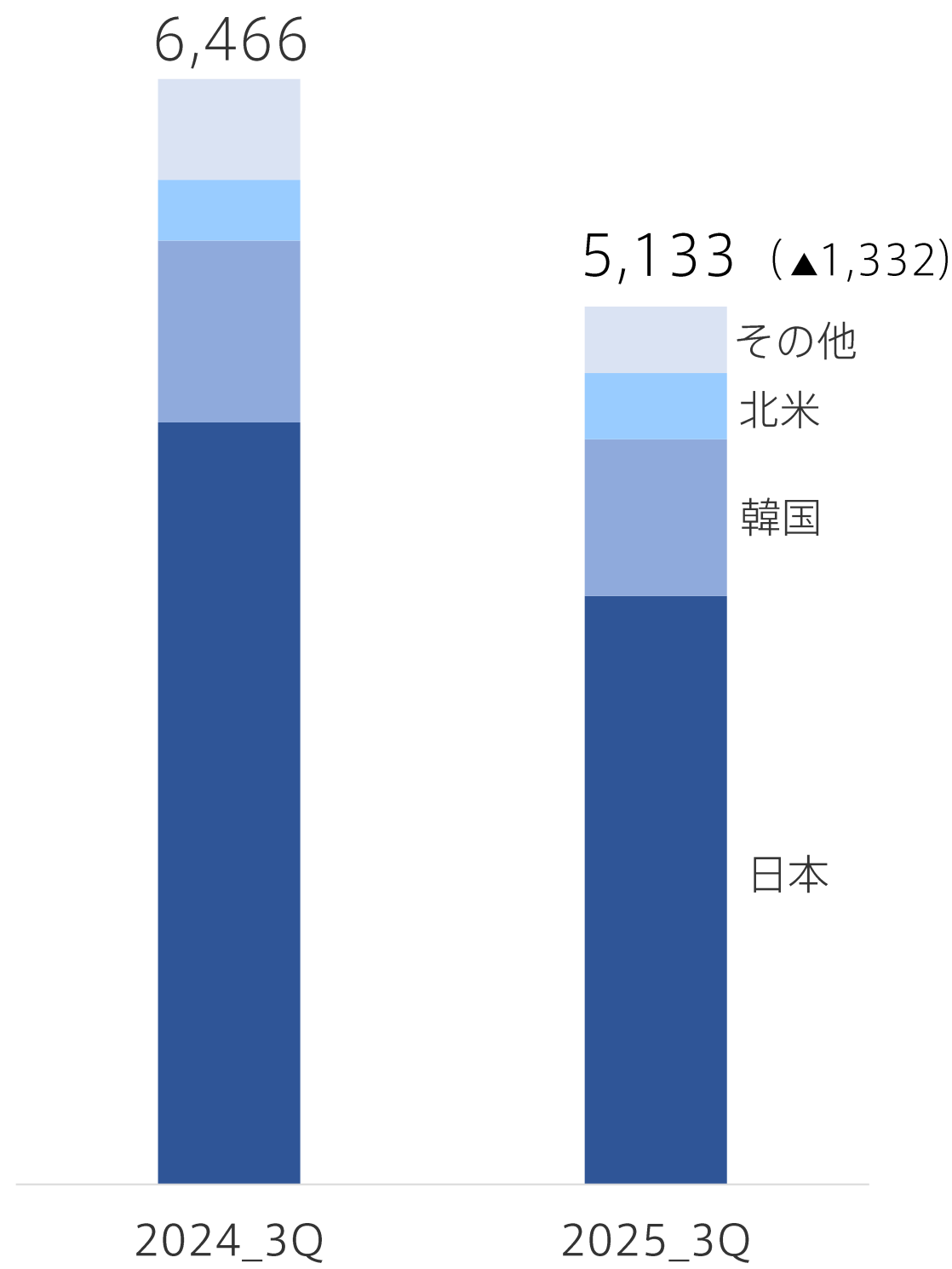
Innovation with Humanity

APPENDIX

2025年12月期 第3四半期（1～9月）製品カテゴリー別売上高

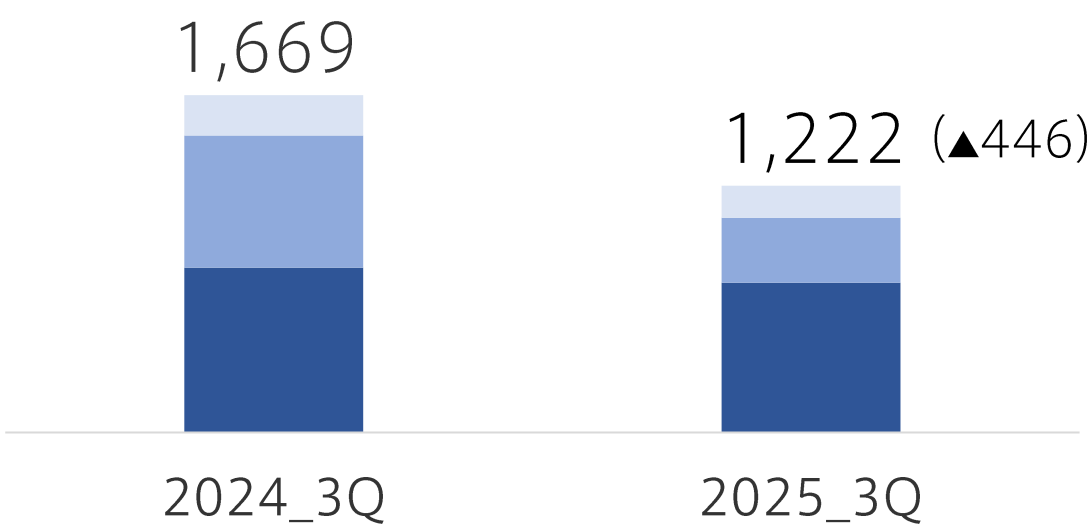
(百万円)

キッチン関連



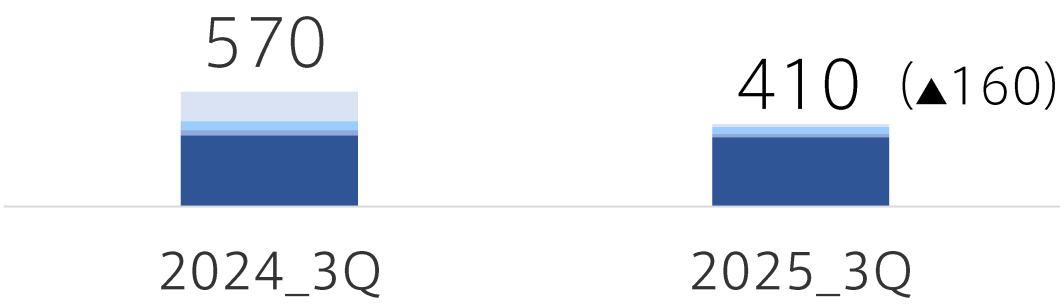
キッチン	2024_3Q	2025_3Q	前期差
日本	4,455	3,440	▲1,015
韓国	1,063	916	▲147
北米	355	387	+31
その他	590	389	▲201
合計	6,466	5,133	▲1,332

空調関連



空調	2024_3Q	2025_3Q	前期差
日本	816	741	▲74
韓国	654	322	▲331
北米	—	—	—
その他	199	158	▲40
合計	1,669	1,222	▲446

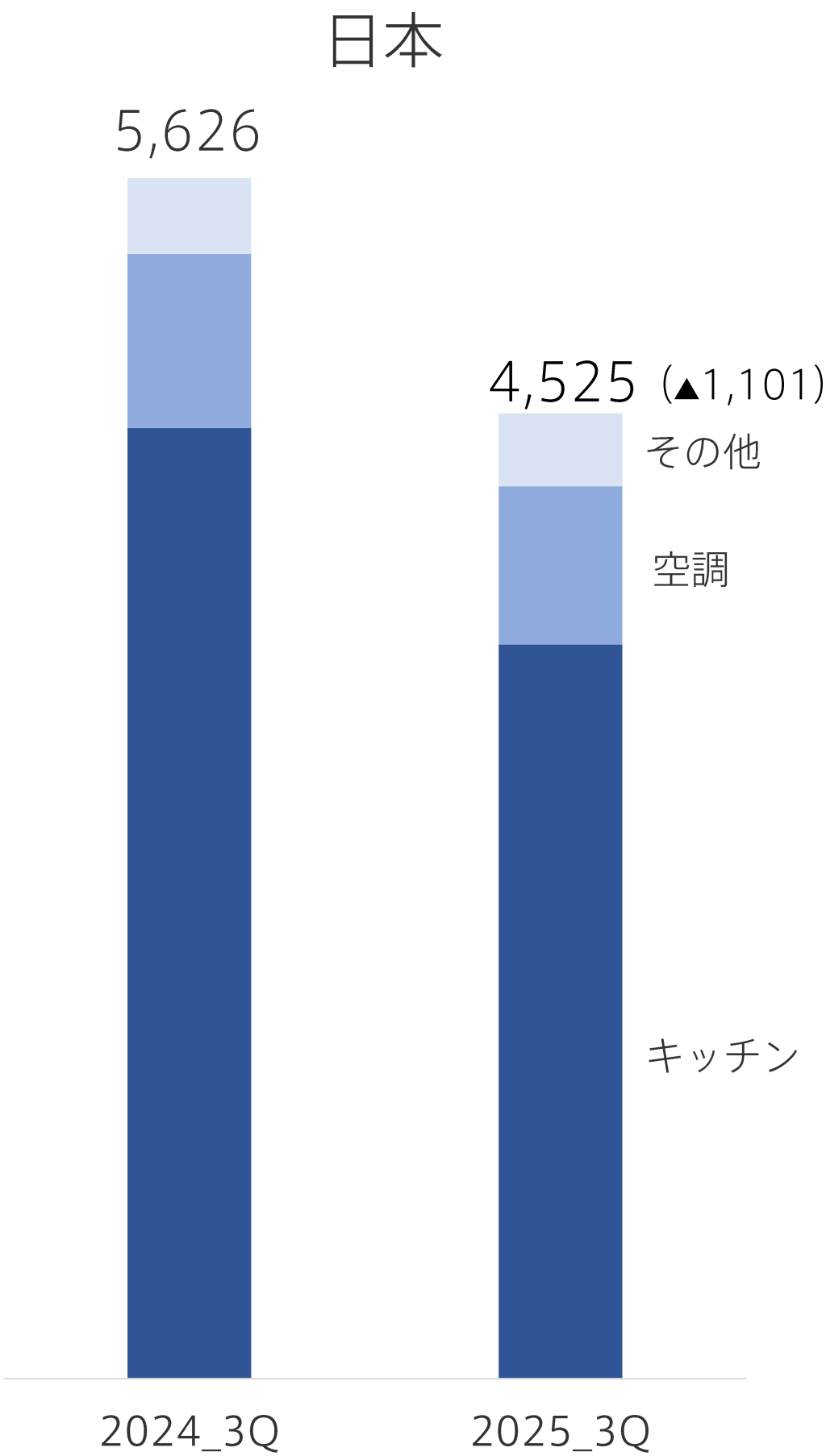
その他



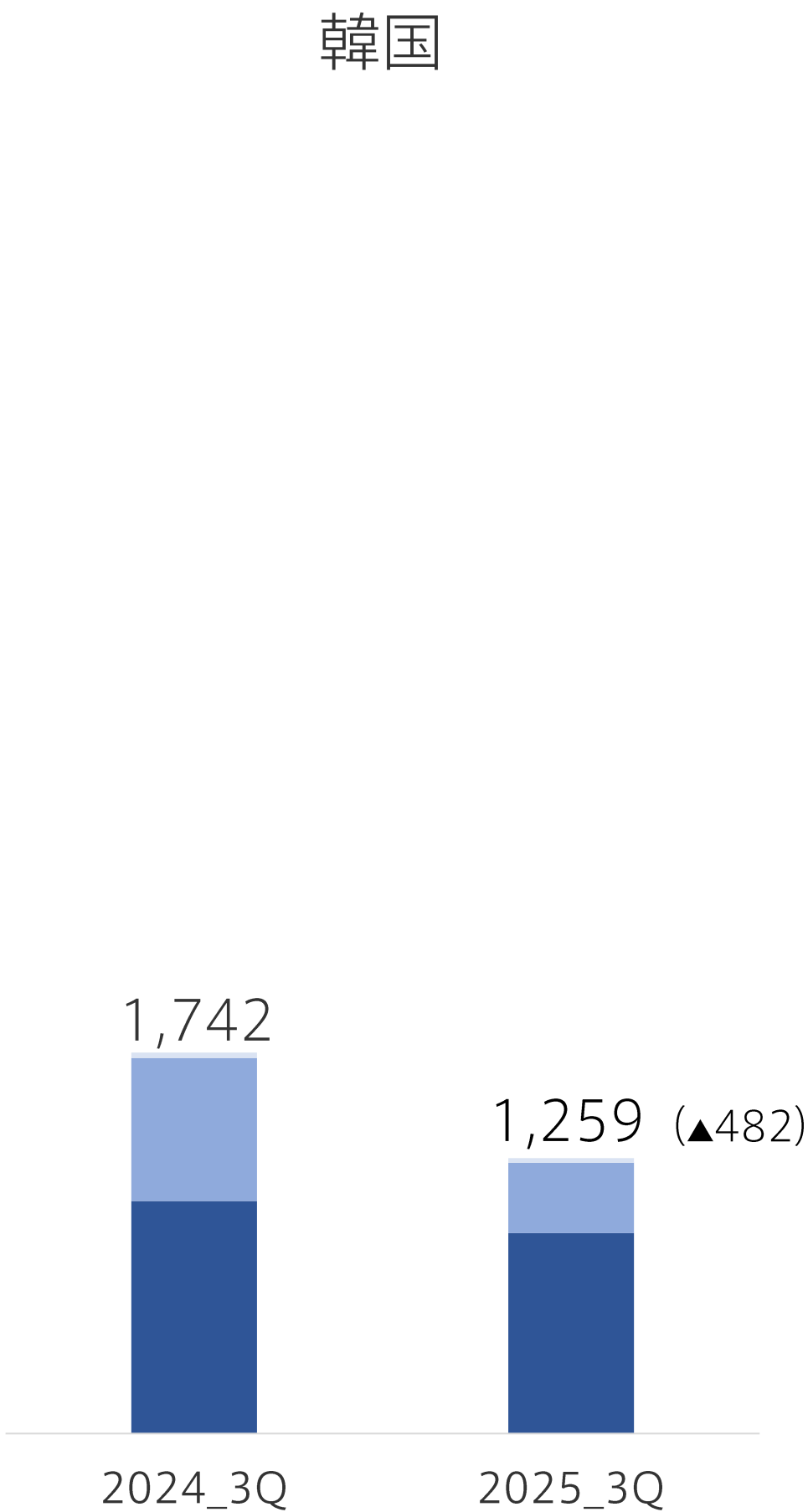
その他	2024_3Q	2025_3Q	前期差
日本	354	343	▲11
韓国	24	20	▲3
北米	45	31	▲14
その他	145	14	▲131
合計	570	410	▲160

2025年12月期 第3四半期（1～9月）地域別売上高

(百万円)



日本	2024_3Q	2025_3Q	前期差
キッチン	4,455	3,440	▲1,015
空調	816	741	▲74
その他	354	343	▲11
合計	5,626	4,525	▲1,101



韓国	2024_3Q	2025_3Q	前期差
キッチン	1,063	916	▲147
空調	654	322	▲331
その他	24	20	▲3
合計	1,742	1,259	▲482



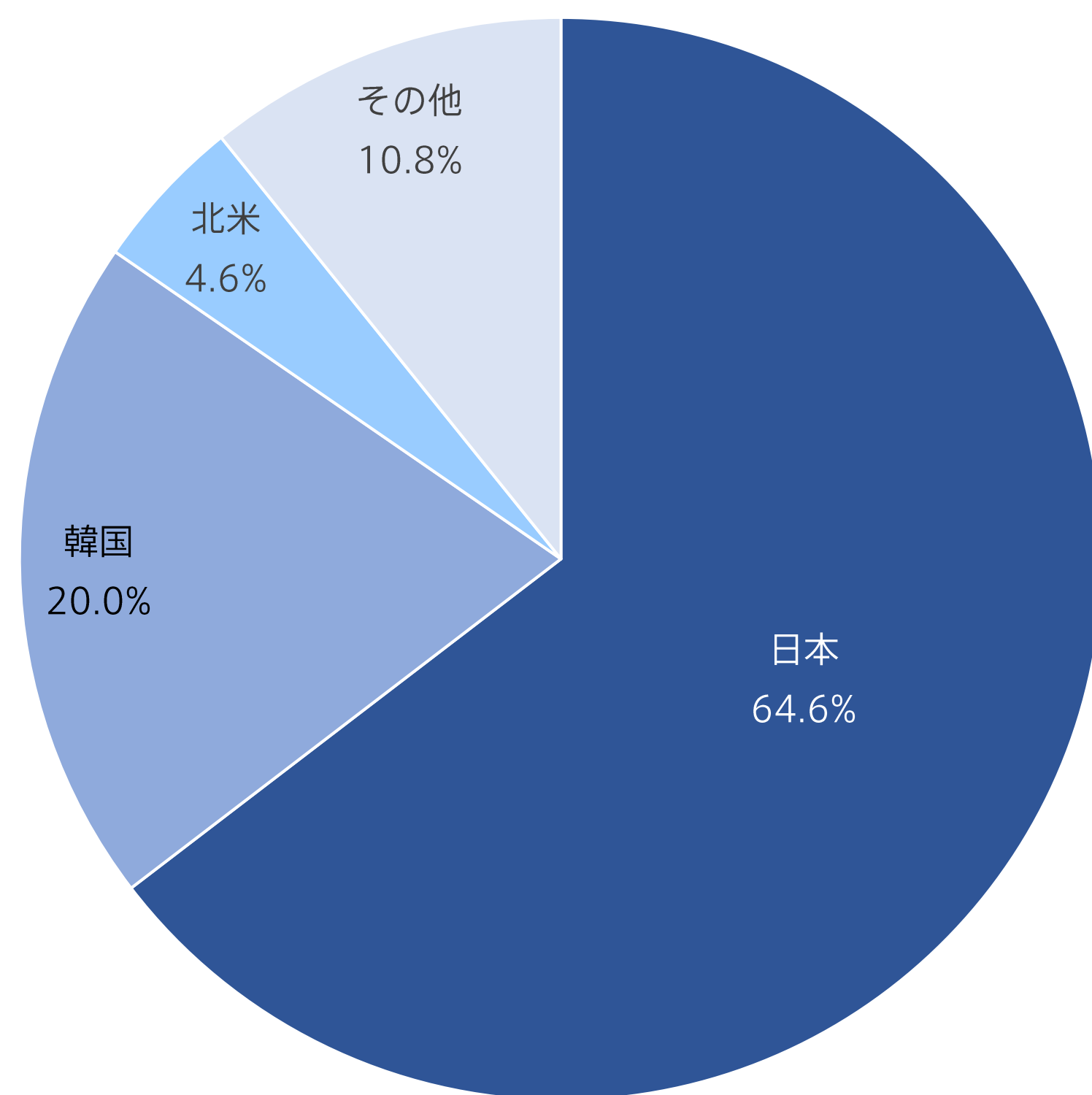
北米	2024_3Q	2025_3Q	前期差
キッチン	355	387	+31
空調	—	—	—
その他	45	31	▲14
合計	401	418	+17



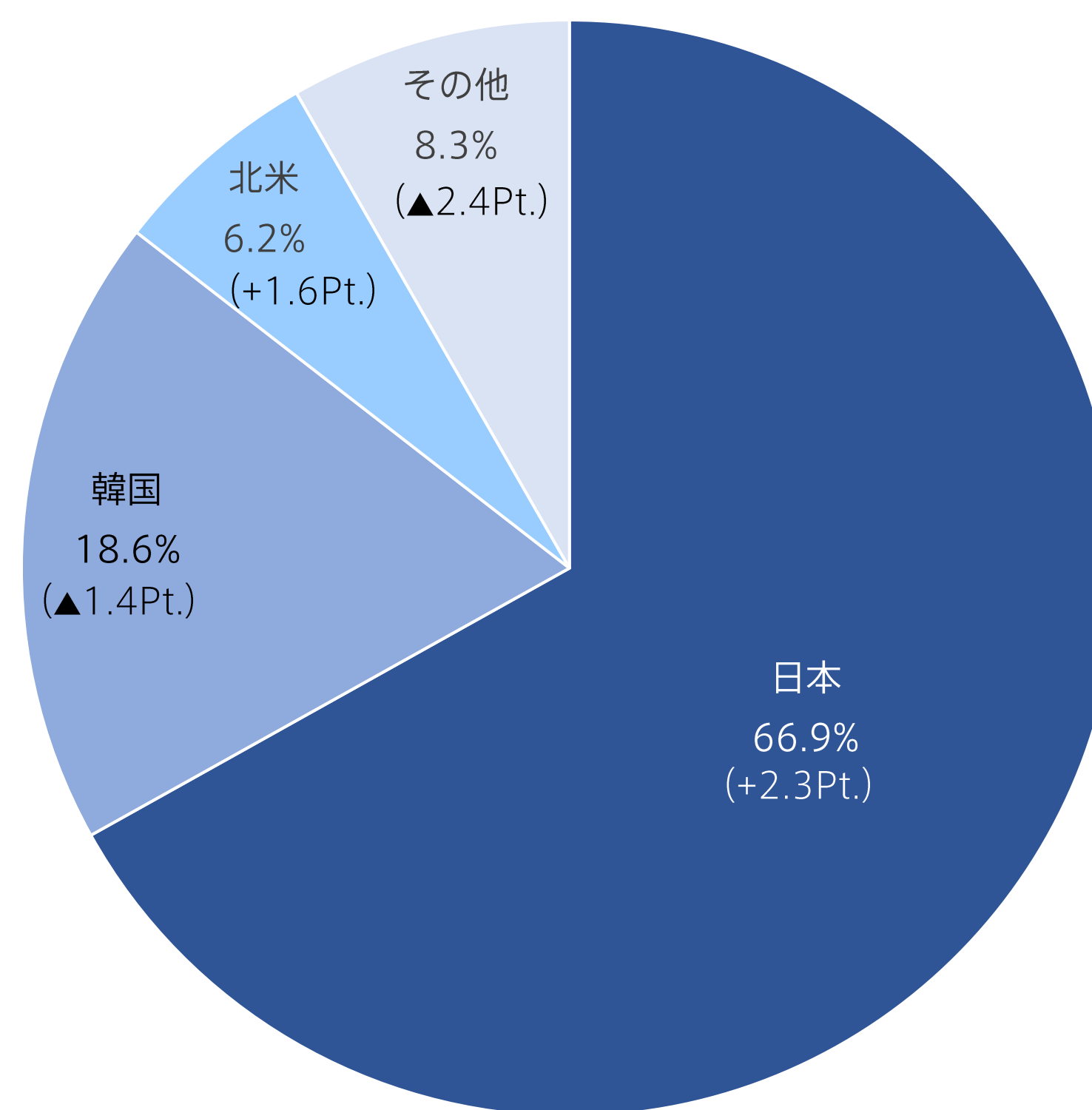
その他	2024_3Q	2025_3Q	前期差
キッチン	590	389	▲201
空調	199	158	▲40
その他	145	14	▲131
合計	936	562	▲373

2025年12月期 第3四半期（1～9月）地域別売上高シェア

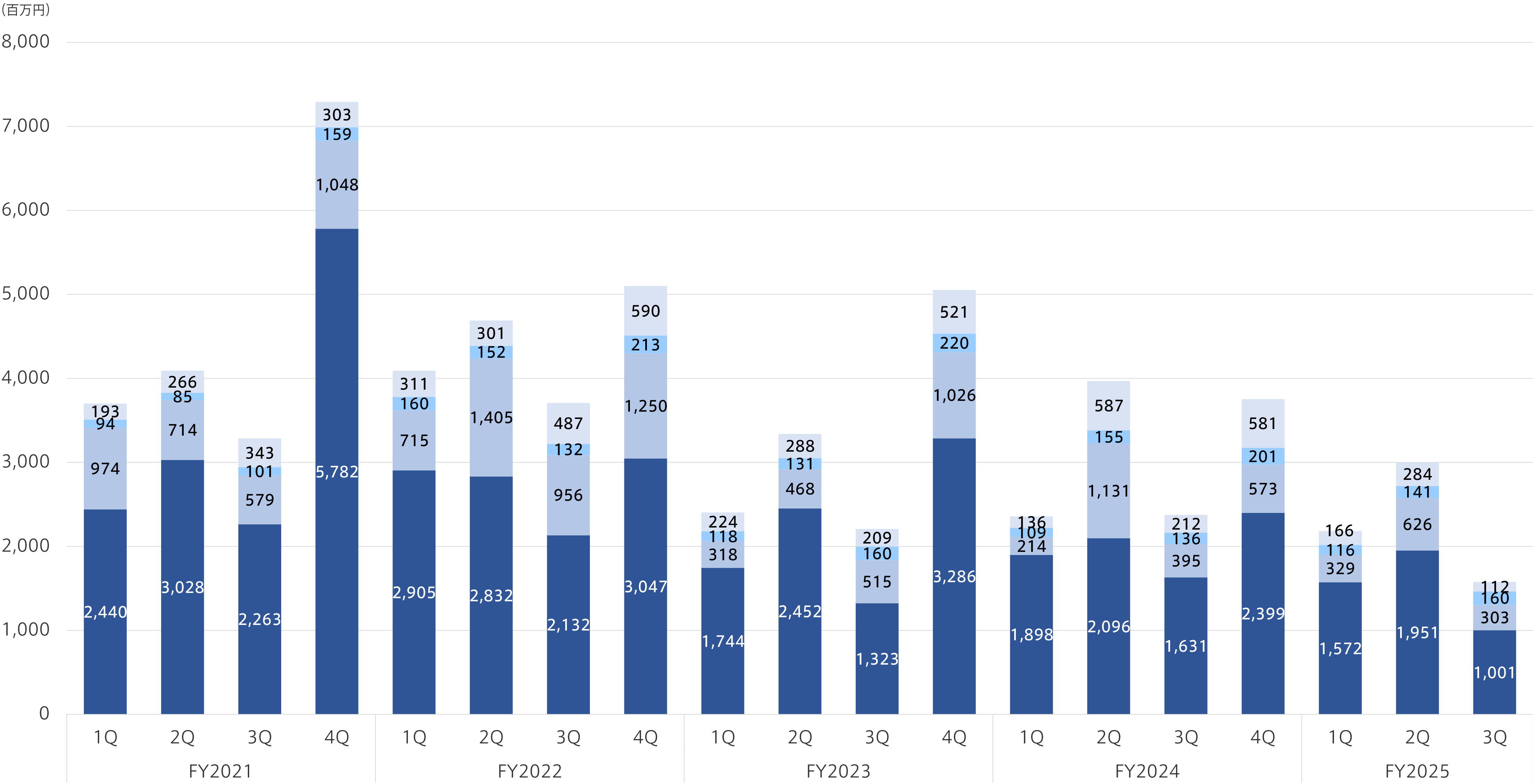
FY2024_3Q



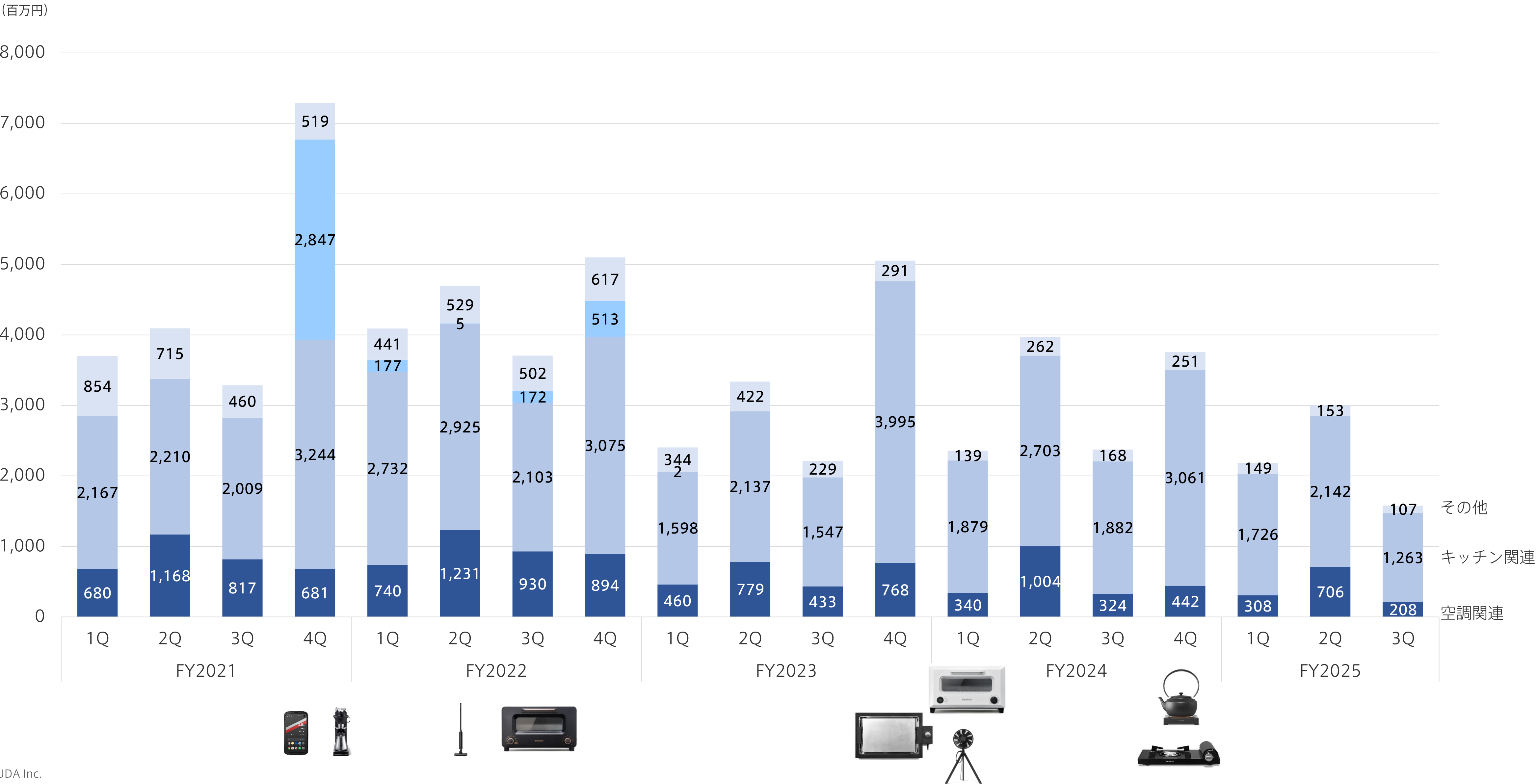
FY2025_3Q



地域別売上高推移

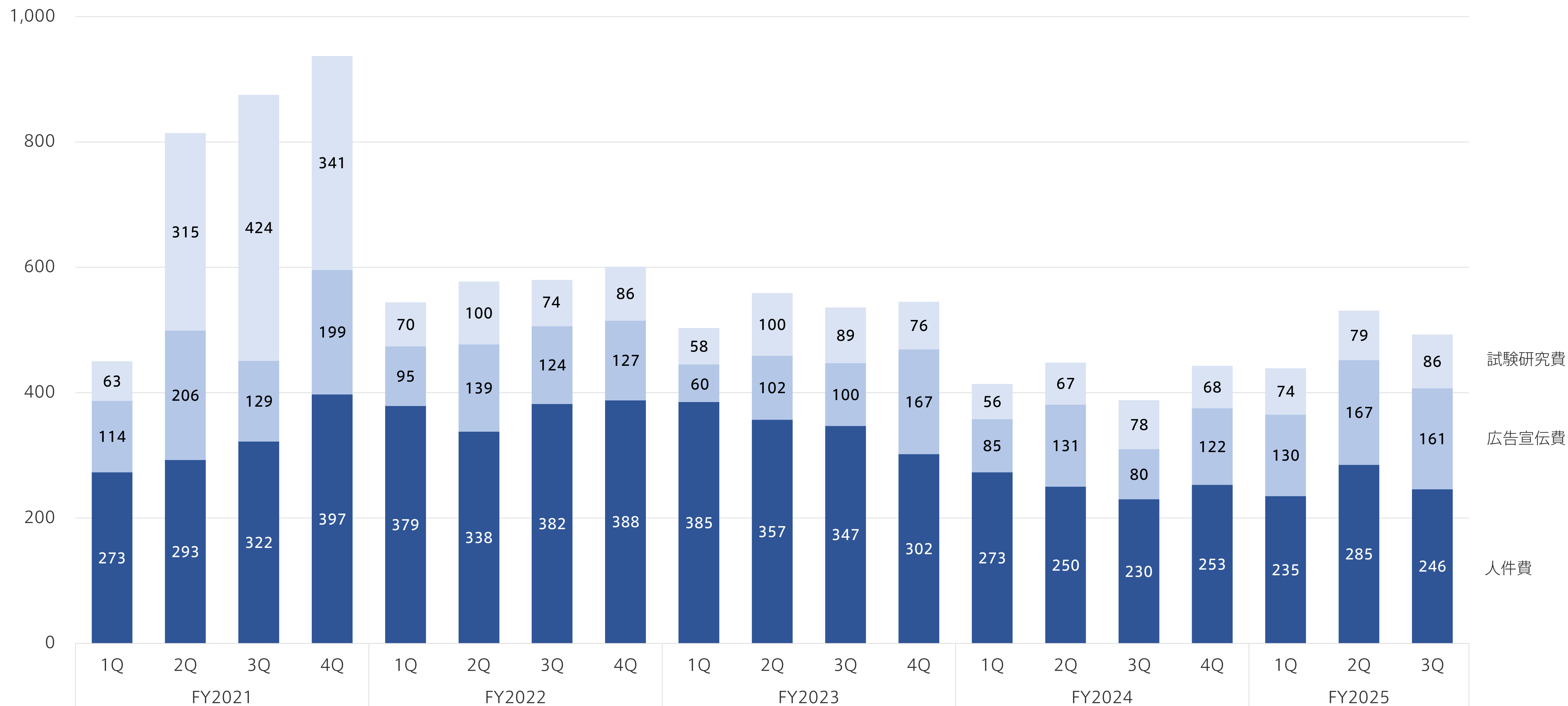


製品カテゴリー別売上高推移

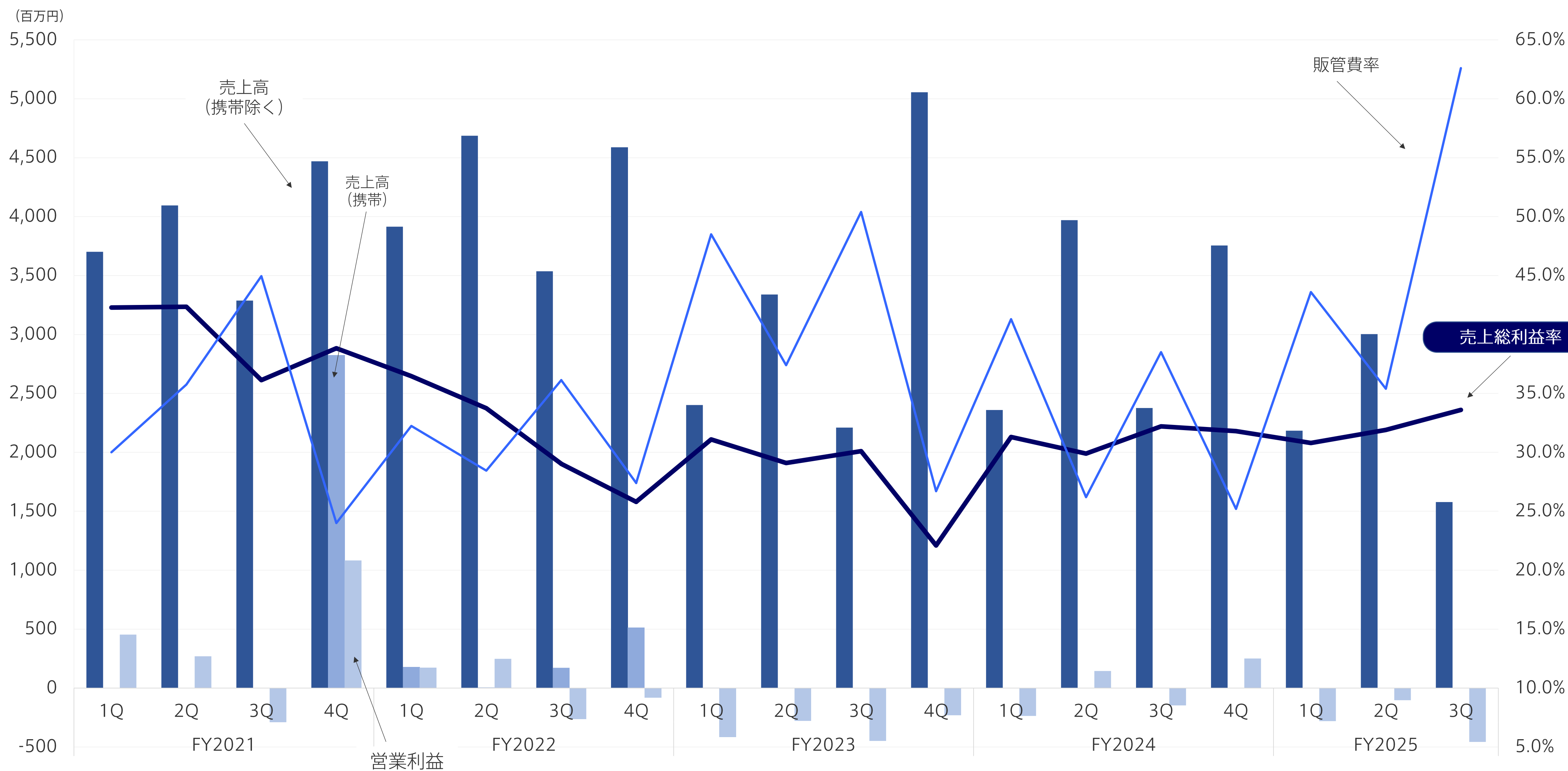


主な販管費推移

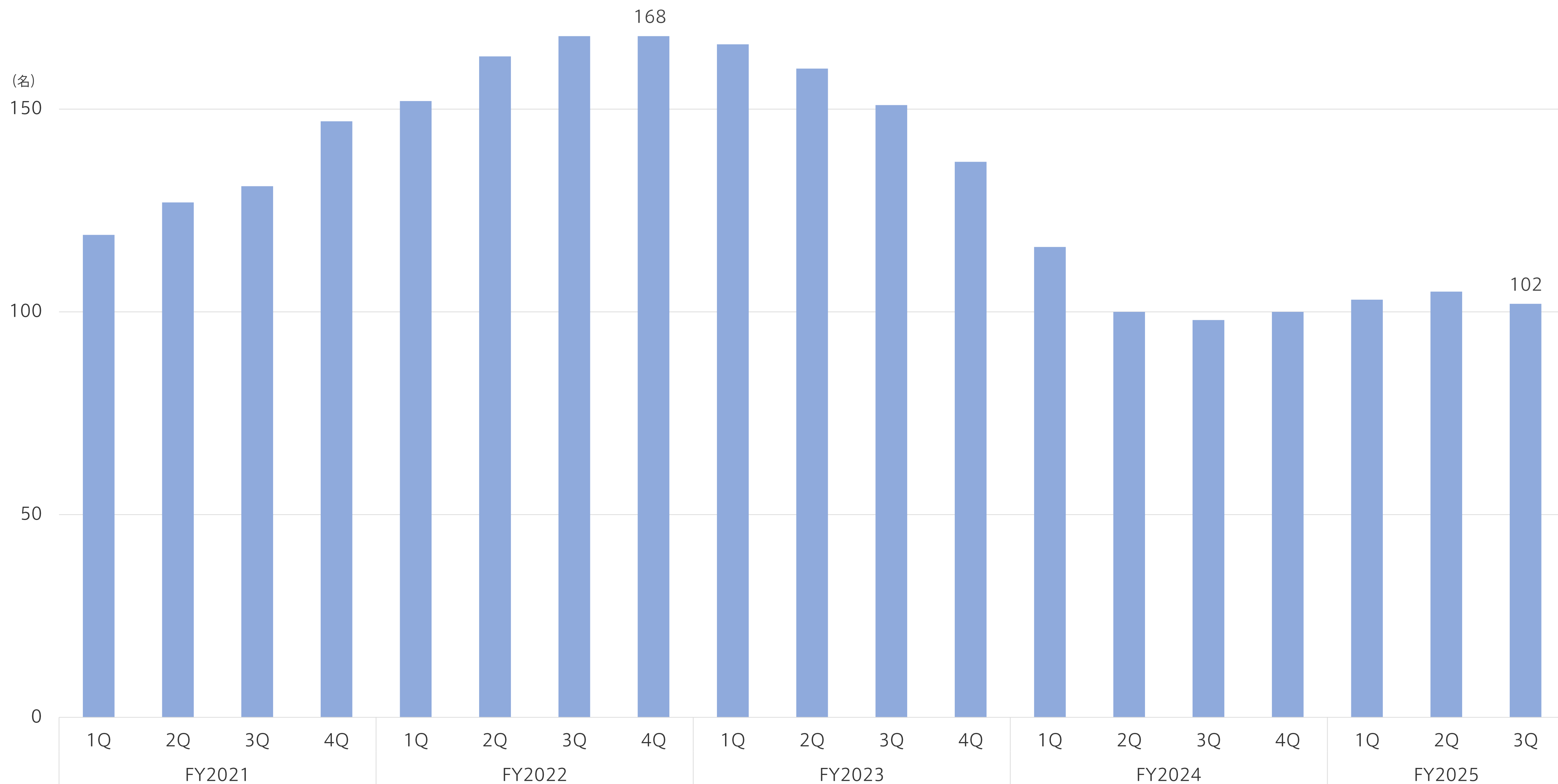
(百万円)



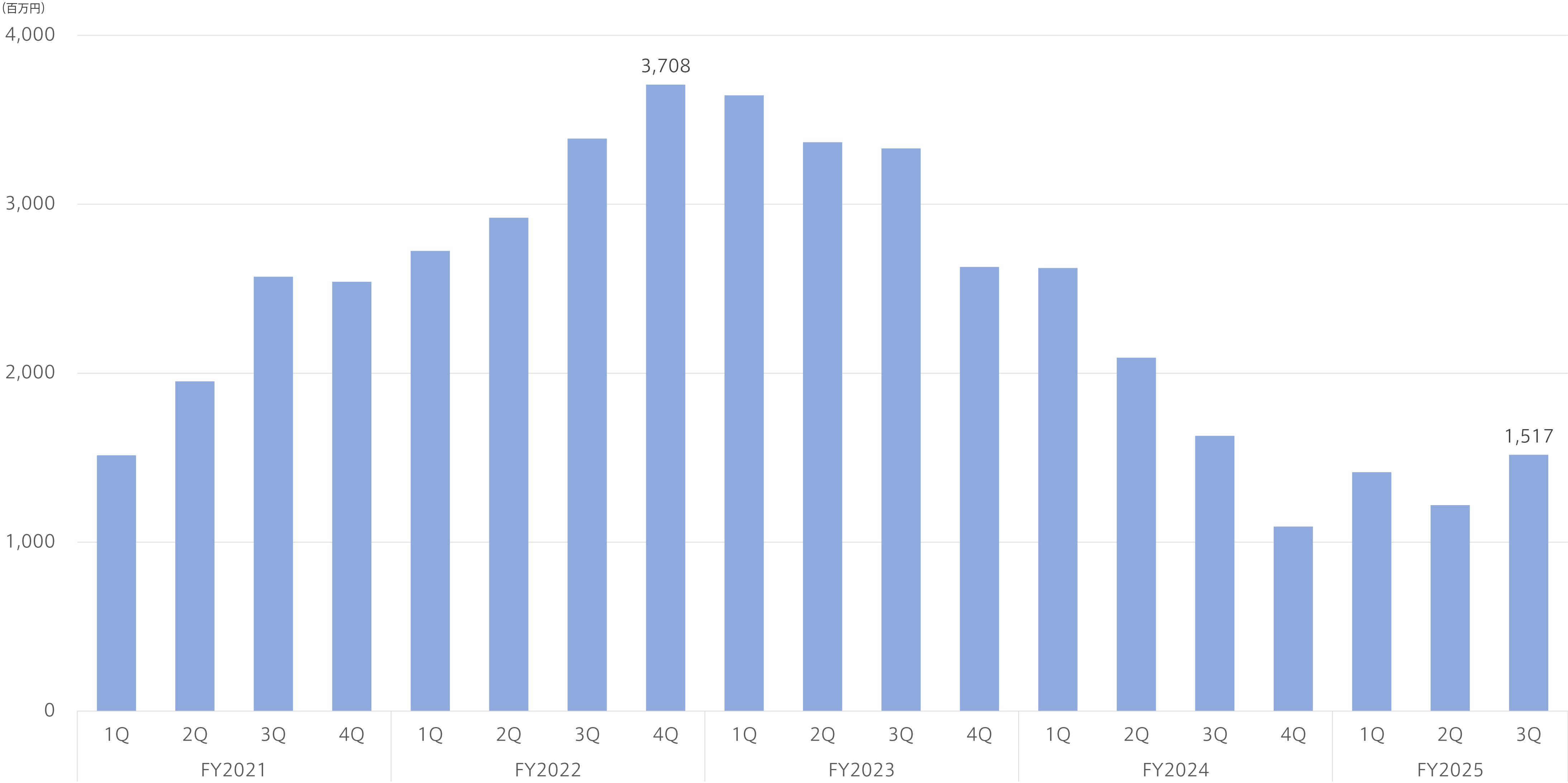
売上高・営業利益・売上総利益率・販管費率推移



社員数推移



在庫高推移



連結損益計算書 四半期推移

(百万円)

	FY2021				FY2022				FY2023				FY2024				FY2025		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	3,702	4,095	3,288	7,293	4,092	4,691	3,708	5,101	2,405	3,339	2,210	5,055	2,359	3,970	2,376	3,755	2,184	3,003	1,578
売上総利益	1,565 42.3%	1,734 42.4%	1,187 36.1%	2,832 38.8%	1,492 36.5%	1,583 33.7%	1,076 29.0%	1,314 25.8%	749 31.1%	970 29.1%	665 30.1%	1,117 22.1%	738 31.3%	1,185 29.9%	766 32.2%	1,195 31.8%	671 30.8%	958 31.9%	530 33.6%
販売費及び一般管理費	1,111 30.0%	1,464 35.8%	1,478 45.0%	1,748 24.0%	1,319 32.2%	1,334 28.4%	1,340 36.1%	1,397 27.4%	1,166 48.5%	1,249 37.4%	1,113 50.4%	1,349 26.7%	974 41.3%	1,040 26.2%	913 38.5%	944 25.2%	952 43.6%	1,062 35.4%	988 62.6%
（人件費）	273	293	322	397	379	338	382	388	385	357	347	302	273	250	230	253	235	285	246
（広告宣伝費）	114	206	129	199	95	139	124	127	60	102	100	167	85	131	80	122	130	167	161
（試験研究費）	63	315	424	341	70	100	74	86	58	100	89	76	56	67	78	68	74	79	86
営業利益	454 12.3%	270 6.6%	▲290 ▲8.8%	1,083 14.9%	172 4.2%	248 5.3%	▲263 ▲7.1%	▲82 ▲1.6%	▲416 ▲17.3%	▲278 ▲8.3%	▲448 ▲20.3%	▲231 ▲4.6%	▲236 ▲10.0%	145 3.7%	▲147 ▲6.2%	251 6.7%	▲280 ▲12.8%	▲103 ▲3.5%	▲457 ▲29.0%
経常利益	462	245	▲300	1,054	144	224	▲294	▲60	▲354	▲243	▲431	▲208	▲160	193	▲262	323	▲300	▲95	▲457
親会社株主に帰属する 四半期純利益	301	146	▲179	747	96	137	▲190	▲40	▲1,144	▲241	▲435	▲251	▲160	192	▲263	298	▲301	▲95	▲458

地域・製品カテゴリー別売上高 四半期推移

(百万円)

	FY2021				FY2022				FY2023				FY2024				FY2025		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	3,702	4,095	3,288	7,293	4,092	4,691	3,708	5,101	2,405	3,339	2,210	5,055	2,359	3,970	2,376	3,755	2,184	3,003	1,578
【地域別売上高】																			
日本	2,439 65.9%	3,028 74.0%	2,263 68.8%	5,782 79.3%	2,905 71.0%	2,832 60.4%	2,132 57.5%	3,047 59.7%	1,744 72.5%	2,452 73.4%	1,323 59.9%	3,286 65.0%	1,898 80.5%	2,096 52.8%	1,631 68.6%	2,399 63.9%	1,572 72.0%	1,951 65.0%	1,001 63.5%
海外	1,262 34.1%	1,066 26.0%	1,024 31.2%	1,511 20.7%	1,187 29.0%	1,859 39.6%	1,576 42.5%	2,053 40.3%	660 27.5%	887 26.6%	886 40.1%	1,769 35.0%	460 19.5%	1,874 47.2%	744 31.4%	1,356 36.1%	611 28.0%	1,052 35.0%	576 36.5%
韓国	974 26.3%	714 17.5%	579 17.6%	1,048 14.4%	715 17.5%	1,405 30.0%	956 25.8%	1,250 24.5%	318 13.2%	468 14.0%	515 23.3%	1,026 20.3%	214 9.1%	1,131 28.5%	395 16.7%	573 15.3%	329 15.1%	626 20.9%	303 19.3%
北米	94 2.5%	85 2.1%	101 3.1%	159 2.2%	160 3.9%	152 3.3%	132 3.6%	213 4.2%	118 4.9%	131 3.9%	160 7.3%	220 4.4%	109 4.6%	155 3.9%	136 5.8%	201 5.4%	116 5.3%	141 4.7%	160 10.2%
その他	194 5.2%	266 6.5%	343 10.5%	303 4.2%	311 7.6%	301 6.4%	487 13.2%	590 11.6%	224 9.3%	288 8.6%	209 9.5%	521 10.3%	136 5.8%	587 14.8%	212 8.9%	581 15.5%	166 7.6%	284 9.5%	112 7.1%
【製品カテゴリー別売上高】																			
空調関連	680 18.4%	1,168 28.5%	817 24.9%	681 9.3%	740 18.1%	1,231 26.3%	930 25.1%	894 17.5%	460 19.1%	779 23.3%	433 19.6%	768 15.2%	340 14.4%	1,004 25.3%	324 13.7%	442 11.8%	308 14.1%	706 23.5%	208 13.2%
キッチン関連	2,167 58.5%	2,210 54.0%	2,009 61.1%	3,244 44.5%	2,732 66.8%	2,925 62.3%	2,103 56.7%	3,075 60.3%	1,598 66.4%	2,137 64.0%	1,547 70.0%	3,995 79.0%	1,879 79.7%	2,703 68.1%	1,882 79.2%	3,061 81.5%	1,726 79.0%	2,142 71.4%	1,263 80.0%
携帯端末関連	- -	- -	- -	2,847 39.0%	177 4.3%	5 0.1%	172 4.6%	513 10.1%	2 0.1%	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
その他	854 23.1%	715 17.5%	460 14.0%	519 7.1%	441 10.8%	529 11.3%	502 13.5%	617 12.1%	344 14.3%	422 12.7%	229 10.4%	291 5.8%	139 5.9%	262 6.6%	168 7.1%	251 6.7%	149 6.8%	153 5.1%	107 6.8%

連結貸借対照表

	(百万円)	
	FY2024末	FY2025_3Q末
流動資産		
(現金及び預金)	1,345	975
(売掛金)	2,367	720
(商品及び製品)	1,092	1,517
(その他)	726	1,105
固定資産		
有形固定資産	464	538
無形固定資産	147	109
その他	38	101
資産合計	6,182	5,067
流動負債		
(買掛金)	717	484
(短期借入金)	100	100
(1年内長期借入金)	303	191
(製品保証引当金)	186	121
(その他)	500	454
固定負債		
(長期借入金)	25	169
負債合計	1,832	1,521
純資産合計	4,349	3,546
負債純資産合計	6,182	5,067

通期業績予想 製品カテゴリー別売上高

	FY2024 (実績)	FY2025 (期初予想)	FY2025 (今回修正)
キッチン関連	9,527	9,785	7,670
空調関連	2,112	1,681	1,598
その他	822	1,033	530
合計	12,462	12,500	9,800

(百万円)

通期業績予想 主な販管費

(百万円)

	FY2024 (実績)	FY2025 (期初予想)	FY2025 (今回修正)
人件費	1,007	1,100	1,060
広告宣伝費	419	590	655
試験研究費	270	330	324

製品一覽

BALMUDA



BALMUDA The Toaster



BALMUDA The Toaster Pro



ReBaker



BALMUDA The Range



BALMUDA The Range S



BALMUDA The Brew



BALMUDA The Pot



MoonKettle



BALMUDA The Gohan



BALMUDA The Plate Pro



Table Stove

製品一覽

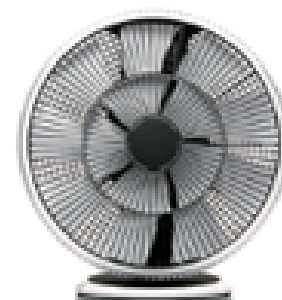
BALMUDA



The GreenFan



GreenFan Studio



GreenFan Cirq



GreenFan C2



BALMUDA The Pure



Rain



BALMUDA The Speaker



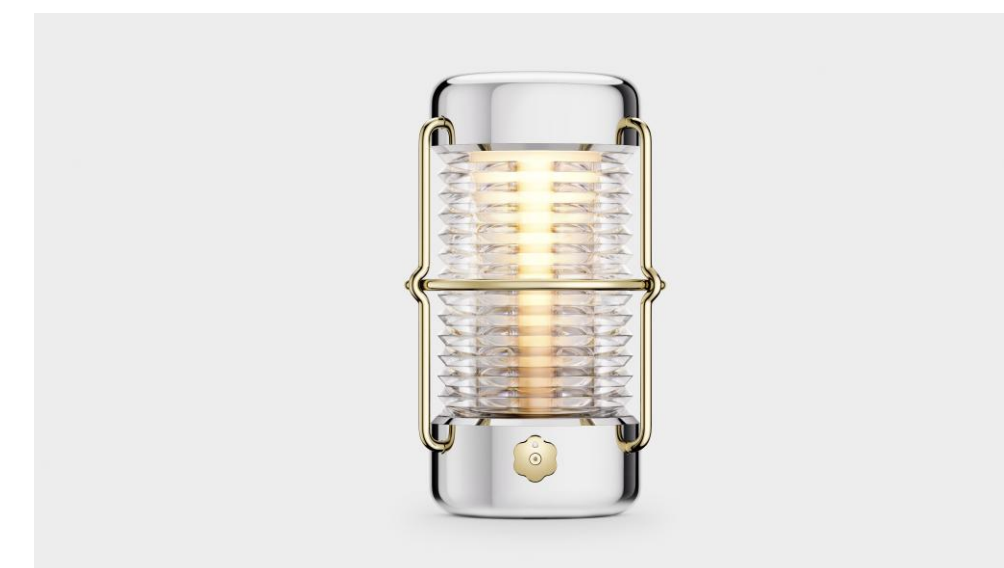
BALMUDA The Lantern



BALMUDA The Light



BALMUDA The Cleaner Lite



Sailing Lantern

免責事項

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、
当社グループ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、
その達成を当社グループ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。

BALMUDA