



2025年12月期 決算補足説明資料

2026年2月13日

2025年度12月期連結業績総括

- 売上高
レンタル事業における法人得意先の堅調な稼働に支えられ前年比増収
- 営業利益・経常利益
価格改定の実施等を通じてコスト増を吸収した結果、概ね当初計画通りの着地
経常利益は過去最高益を更新
- 親会社株主に帰属する当期純利益
投資有価証券売却益の減少により前年比で減少したが、繰延税金資産の追加計上により当初計画比で増加

単位：百万円

	2025年 実績	2024年 実績	前年比	対前年 増減率	2025年 計画	計画比	対計画 増減率
売上高	44,625	43,580	+1,044	+2.4%	44,000	+625	+1.4%
営業利益	2,397	2,295	+101	+4.4%	2,350	+47	+2.0%
経常利益	2,601	2,501	+99	+4.0%	2,570	+31	+1.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,133	2,215	▲81	▲3.7%	1,950	+183	+9.4%

※2024年12月期決算短信（2025年2月14日開示）記載の修正前業績予想数値を2025年計画値として記載しております。

財務指標

- ・ 連結ROE、連結自己資本比率は中期経営計画目標比で順調に推移

2025年度の年間配当

- ・ 期初配当予想より増配し、1株当たり80円（記念配当10円含む）を予定

2026年12月期連結業績予想および配当予想

- ・ 連結業績予想は売上高45,800百万円、経常利益2,700百万円（売上高は中期経営計画目標比で増加）
- ・ 年間配当予想は1株当たり100円とし、株主還元の継続的な拡充を明確化

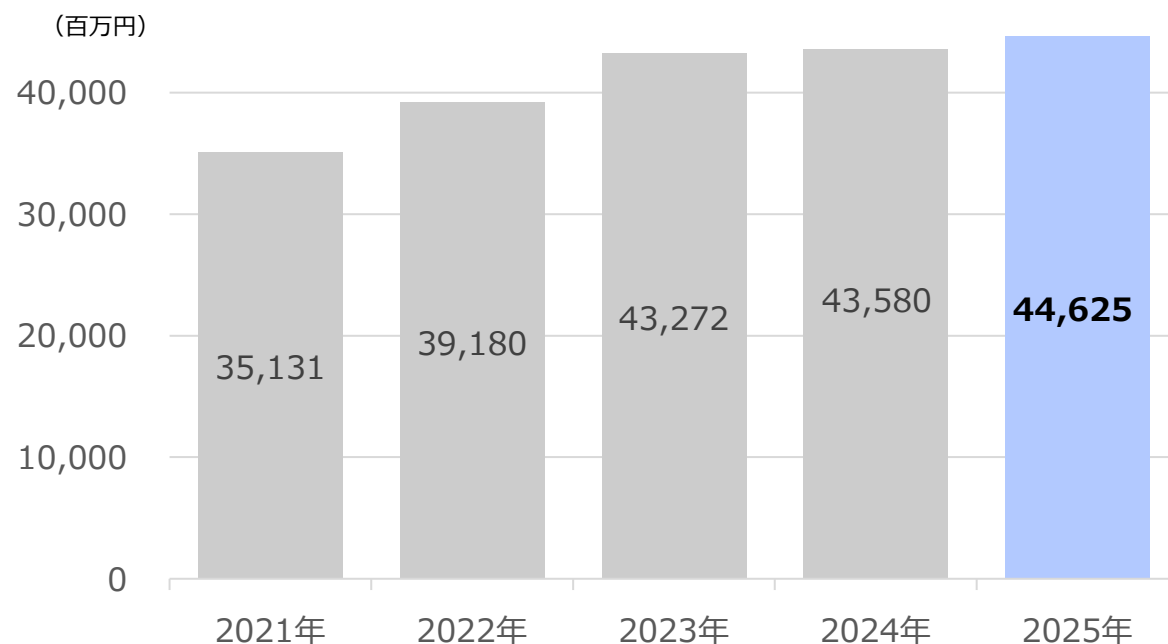
中期経営計画（2024～2026年の3ヶ年）

- ・ 基本方針に基づき、構造改革と収益力強化を着実に実行
- ・ クリーニング・レンタル両事業で、店舗・集配・工場の各プロセスにおける生産性向上施策を実行
- ・ デジタルマーケティングの活用により見込顧客との接点拡大、親和性の高い事業間でリソースを共有、組織力と効率性を向上

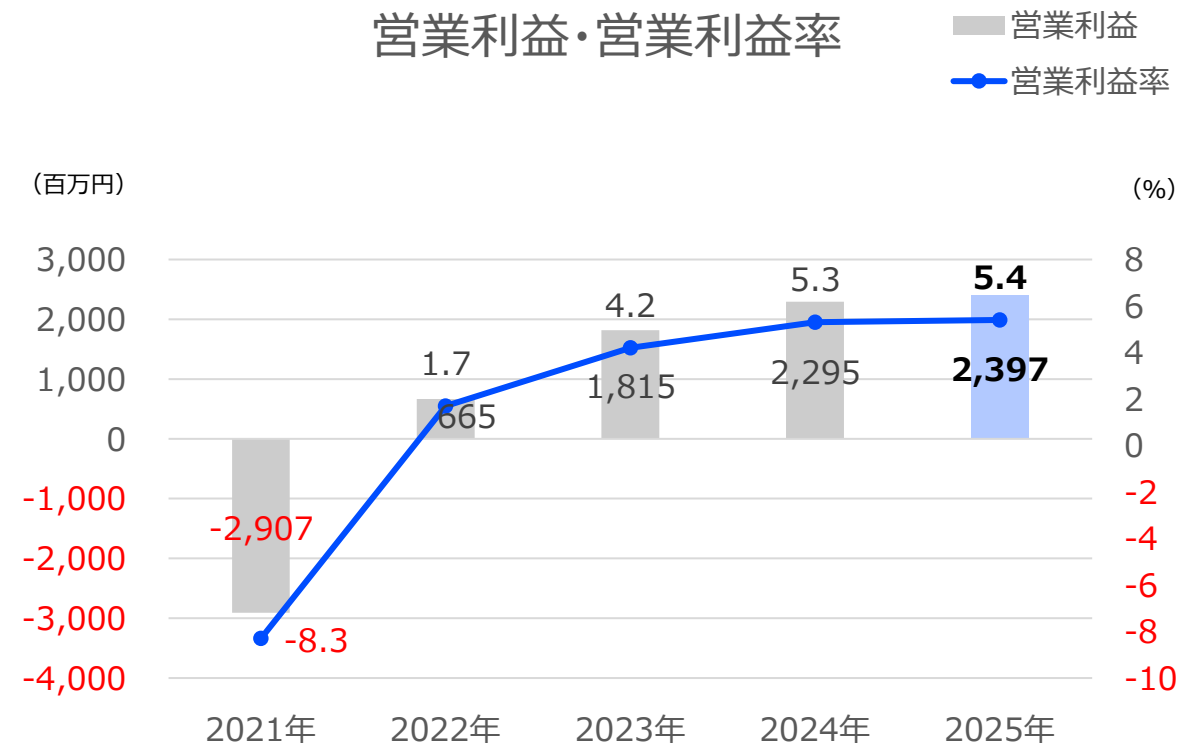
■ 連結業績ハイライト（前年比）

- 売上高はレンタル事業での法人得意先の堅調な稼働に支えられたこと等から、**44,625百万円**(前年比+2.4%)に拡大
- 営業利益は2021年のコロナ禍による赤字から黒字転換し、増益基調を継続
- 営業利益率は前年差0.1pt改善し、収益改善トレンドを維持

売上高



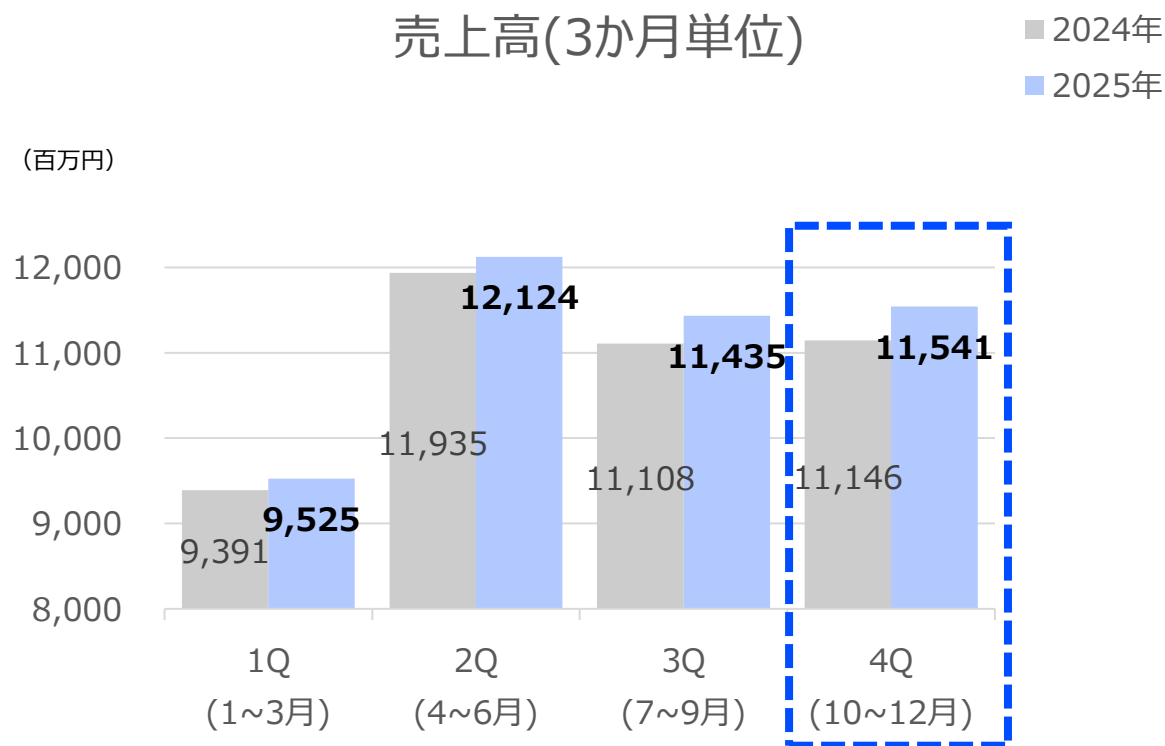
営業利益・営業利益率



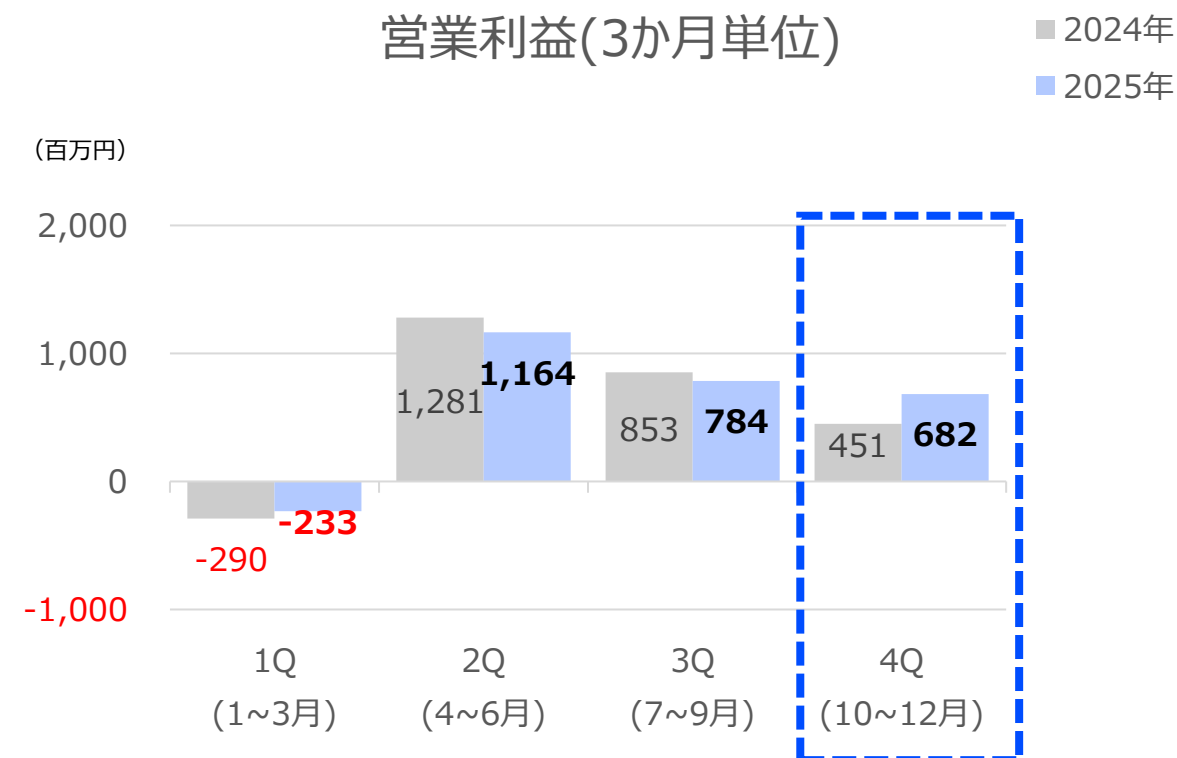
■ 連結業績ハイライト（第4四半期：10月～12月）

- 4Qはレンタル部門の好調を主因に増収増益となり、1-3Qを上回る改善ペースを実現
- レンタル部門では、インバウンド需要を背景とした堅調なホテル稼働に加え、価格改定効果も寄与
- 売上増に加え、一部コスト要因の改善も加わり、営業利益が大幅に伸長

売上高(3か月単位)

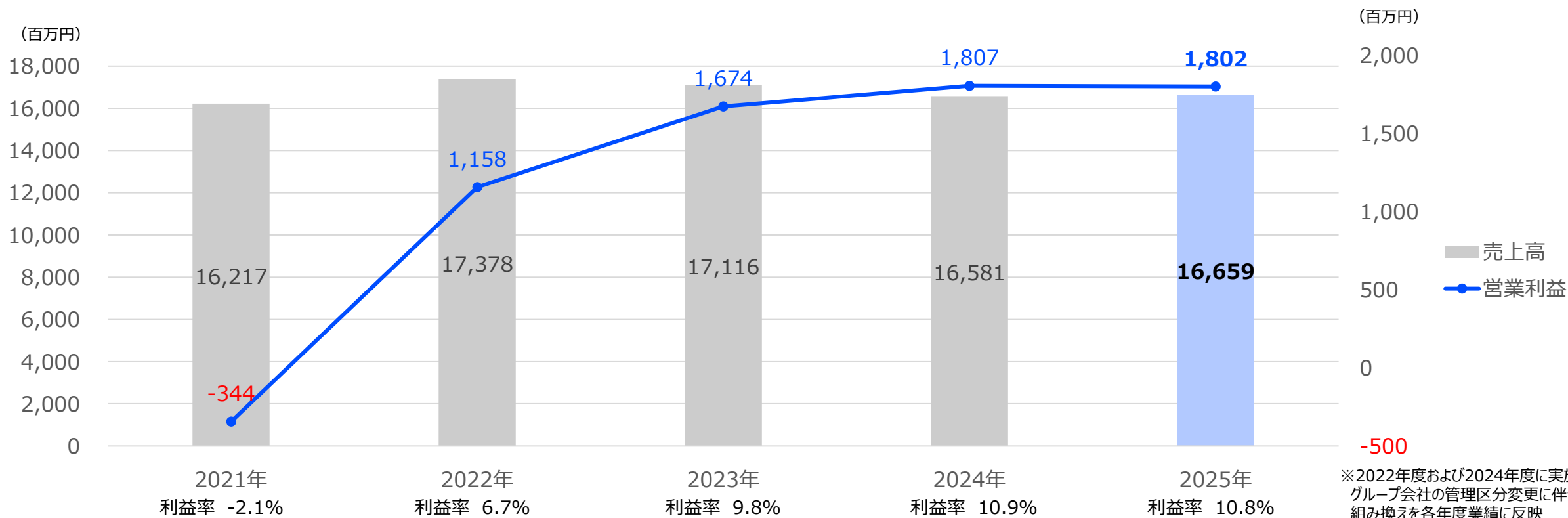


営業利益(3か月単位)



■ セグメント別業績（クリーニング）

- 天候要因による来店客数減少の影響を受けつつも、事業構造改革により営業利益は過去最高水準を維持
- 店舗・拠点の再編、集配ルート最適化等、需要構造の変化を前提に、効率化と高付加価値化を推進
- 収益性重視の事業運営へ転換が進展



■ セグメント別トピックス

- ・市場縮小を前提に、コスト構造改革と運営効率化を推進
- ・不採算店舗の整理と生産体制の最適化により、コスト競争力を強化
- ・店舗・集配に加え、宅配・ロッカー等、多様な接点を通じて、顧客利便性と満足度の向上に注力

個人向けクリーニング の市場規模は

- ・服装のカジュアル化
- ・家庭用洗濯機の高性能化
- ・在宅勤務の普及

等を背景に、中長期的に
需要が低下する傾向



コスト構造 改善

▶ 首都圏支店統合



管理機能集約、
工場生産体制の
全体最適化を実現

▶ 不採算店舗の閉鎖・移転



閉鎖による収益改善、
移転による売上向上

お客様満足 向上

▶ 集配サービスの テリトリー・経路最適化



機動力が向上、
柔軟な訪問が可能に

▶ 店舗の運営体制見直し

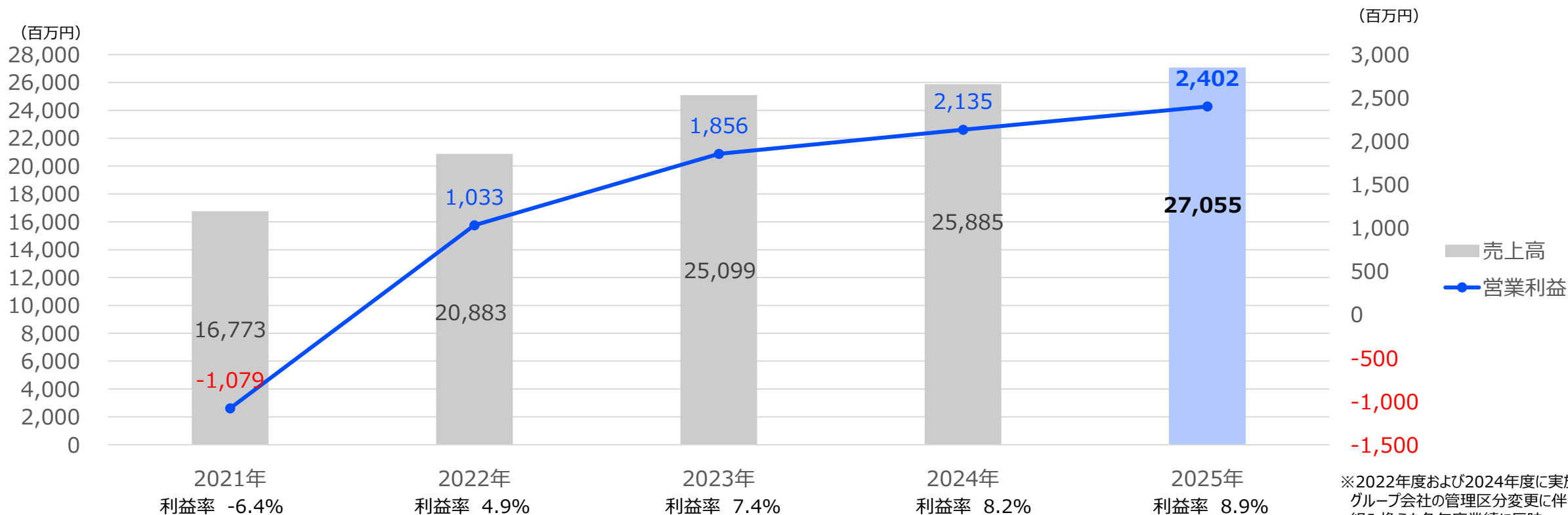


一部地域の店舗にて
24時間受渡ロッカーを試行運用
お客様の利便性が向上

左記の改革を通じ
事業収益力の
向上を図る

■ セグメント別業績（レンタル）

- ・ インバウンド需要によるホテルの堅調な稼働を背景に、リネンサプライ部門が売上成長を牽引
- ・ ユニフォームレンタル部門は、ナショナルチェーンの堅調な稼働や食品分野の衛生意識向上に伴う需要を取り込み安定成長
- ・ 価格の適正化（料金改定など）によりコスト増を吸収し、増益基調を維持



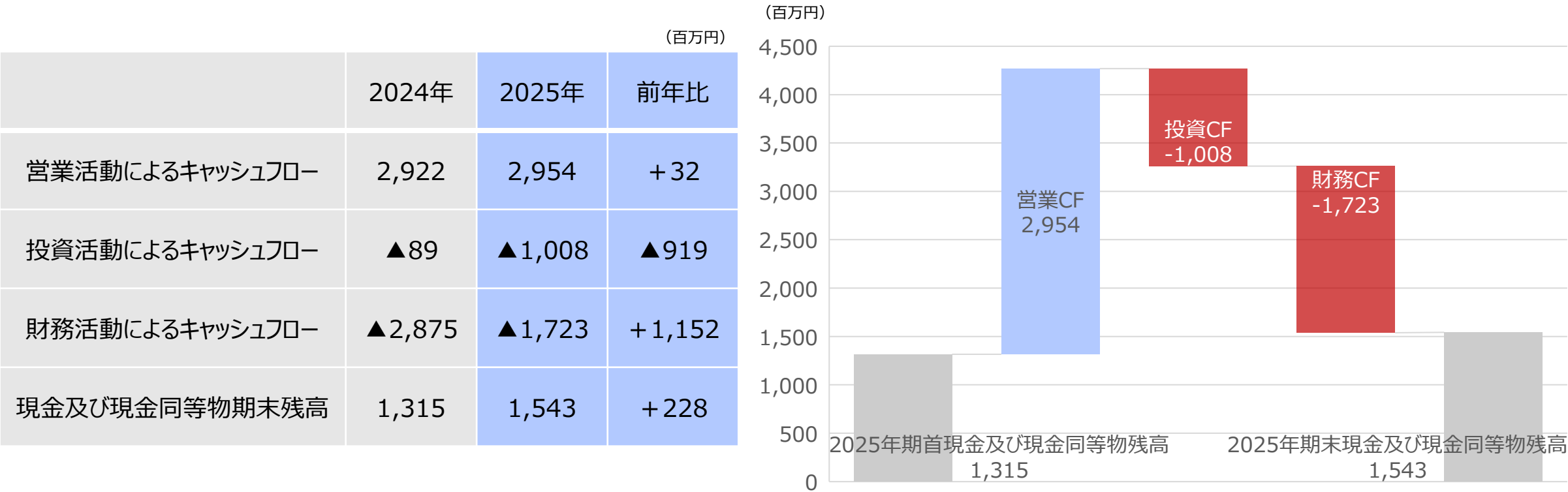
■ セグメント別トピックス

- ・ インバウンド需要や衛生意識の高まりを背景に、レンタル事業は構造的な成長局面
- ・ 営業・生産体制の強化により、需要拡大を着実に取り込み
- ・ 工場原価管理の精緻化による工程改善等の効率化及び価格適正化により、成長と収益性の両立を推進



■ キャッシュフロー分析

- ・ 営業CFは前期並みの水準を維持し、安定的にキャッシュを創出
- ・ 投資CFは投資有価証券売却の減少、および収益力維持・効率化に資する投資の実施により支出が増加
- ・ 借入金圧縮を進め、財務体質の改善を継続しつつ、期末の手元流動性は増加

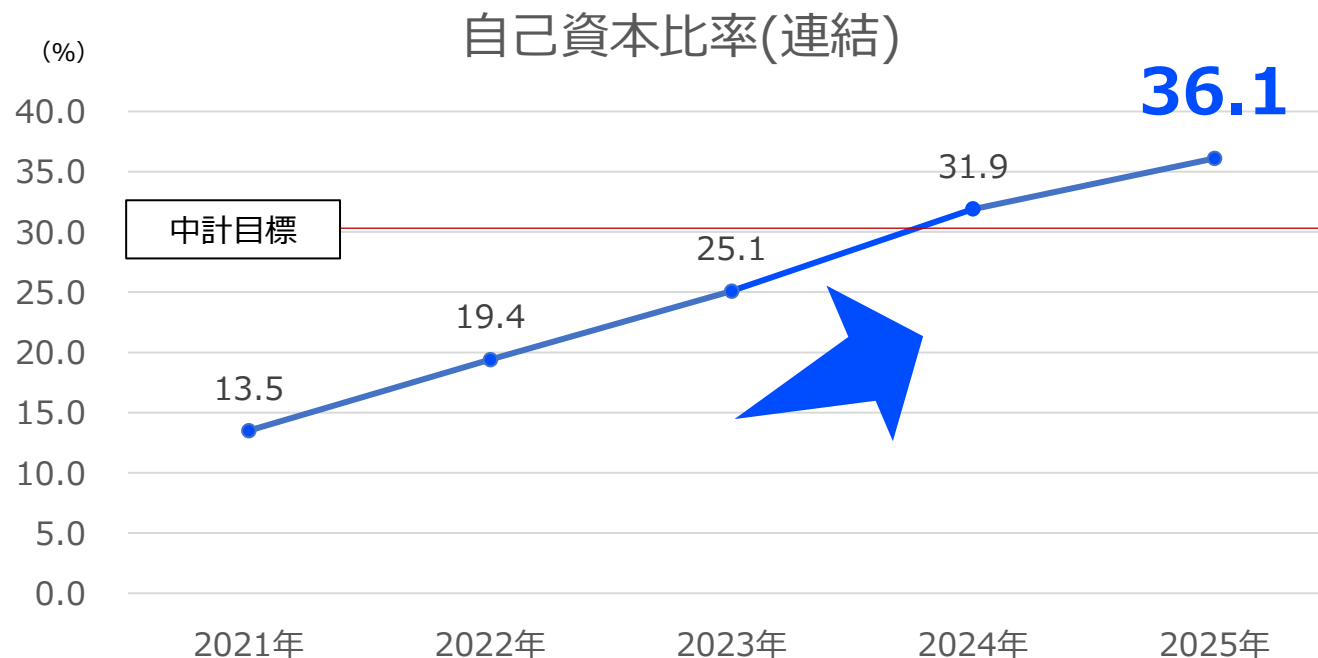


■ 財務健全性

- 借入金圧縮と自己資本の積み上げにより、財務体質は着実に改善
- 連結自己資本比率は36.1%まで向上し、中計最終年度を待たずに財務目標（30%）を達成
- 財務健全性の向上により、将来の成長投資余力確保と株主還元の両立が可能な体制を構築

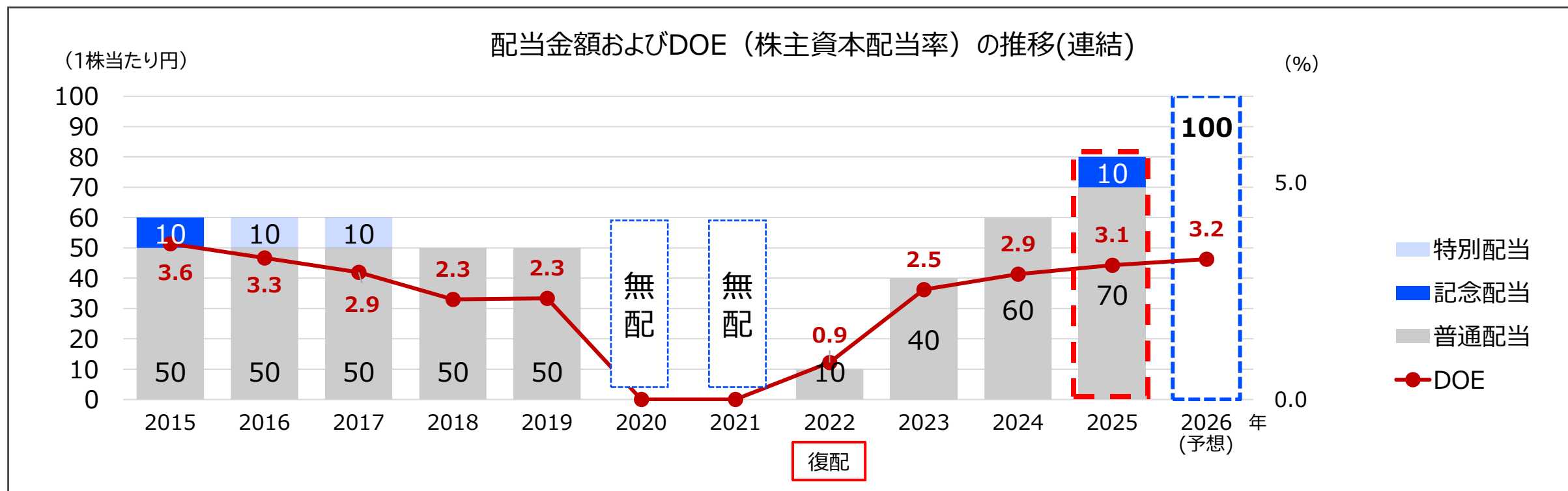


※借入金：短期借入金、1年内返済予定の長期借入金、長期借入金



■ 株主還元実績

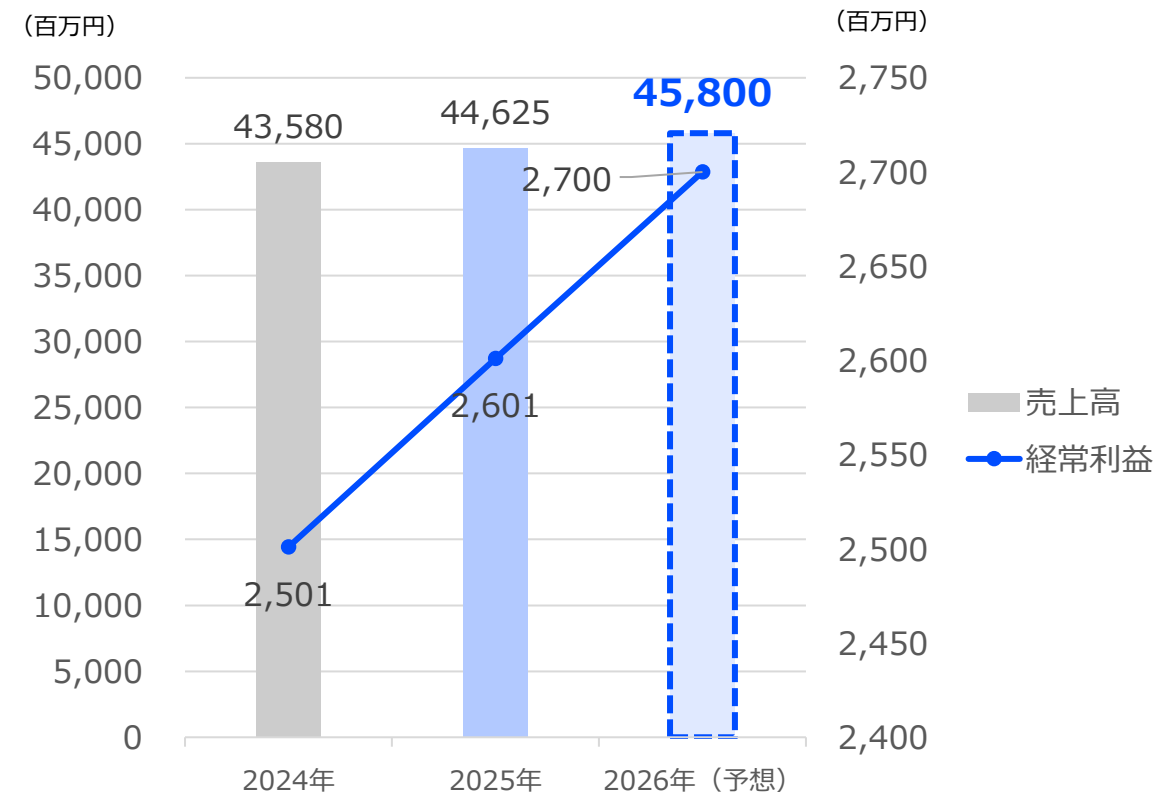
- ・ 今次中計期間中は、業績回復と財務基盤の強化を勘案、株主還元方針を「段階的な配当水準引き上げ」とする
- ・ 2025年12月期は上記配当方針に基づき1株当たり80円（記念配当10円含む）を実施予定
- ・ 2026年12月期は100円配当を予想し、株主還元の継続的な拡充を明確化



■ 2026年12月期連結業績予想

- ・ リネンサプライ部門の成長を背景に、連結売上高は中計目標を上回る見通し
- ・ 営業利益は増益を見込み、収益改善トレンドを維持
- ・ 中計修正目標に沿った着実な業績成長を計画

	2024年 実績	① 2025年 実績	②中計 修正 目標	③ 2026年 予想	③-② 計画比	③-① 2025年 比
売上高	43,580	44,625	44,800	45,800	+1,000	+1,175
営業利益	2,295	2,397	—	2,500	—	+103
経常利益	2,501	2,601	2,700	2,700	0	+99
親会社株主 帰属 当期純利益	2,215	2,133	—	2,450	—	+317



■ 財務目標と主な経営指標

- ・ 中期経営計画は順調に進捗、売上高・経常利益は中計目標水準へ着実に接近
- ・ 収益性・財務健全性は計画を上回る水準で推移
- ・ PBRはPERの低さもあり1倍割れ。株主還元や成長性についての市場からの評価獲得に課題
- ・ 中計最終年度である2026年度は、売上高・経常利益ともに中計目標達成を見込む

経営指標	2023年12月期 (前中計最終年) 実績	中期経営計画 当初目標 (2023年12月25日開示)	2025年12月期 実績	中期経営計画 修正目標 (2025年1月29日開示)
売上高（連結）	43,272百万円	44,800百万円	44,625百万円	44,800百万円
経常利益（連結）	2,149百万円	2,170百万円	2,601百万円	2,700百万円
ROE（連結）	27.0%	12.0%以上	18.4%	12.0%以上
PBR	1.07倍	1.25倍以上	0.95倍	1.25倍以上
自己資本比率（連結）	25.1%	30.0%	36.1%	30.0%

■ 成長戦略の進捗

- 中計の3つの基本方針に基づき、構造改革と収益力強化を着実に実行
- クリーニング・レンタル両事業で、店舗・集配・工場の各プロセスにおける生産性向上施策を実行
- デジタルマーケティングの活用により見込顧客との接点拡大、親和性の高い事業間でリソースを共有、組織力と効率性を向上

中計/基本方針	部門	施策	今期の取り組み
構造改革 の完遂 オペレーション の磨き上げ	クリーニング	店舗部門の収益力強化 ①既存店のコスト構造改善 ②不採算店舗の閉鎖・移転	各店舗人員適正化・賃料交渉によるコスト削減、店舗当たり売上向上を見据えた有望商圈への移転検討 24時間受渡ロッカーの設置（省人化トライアル）、繁閑に応じたシフト管理・狭小店展開に向けた検討
		集配部門の生産性向上	テリトリー重複解消とAIによるルート最適化を実施、効率化による捻出人財は今後有望商圈へ再配置予定
		工場生産体制の効率化	首都圏全体の生産最適化（各工場間のヒト・モノの柔軟な調整）、自動化・省人化に資する機械投資
	リネンサプライ ユニフォームレンタル	工場原価管理の精緻化	ランニングコストの管理及び異常値感知の実施、フォーミュラの最適化、帳票・設備管理DX化による効率化
		資材調達コストの削減	付加価値のある差別化製品への顧客ニーズが高く、スケールメリットのあるリネン資材の共通化等は進まず

■ 成長戦略の進捗

中計/基本方針	部門	施策	今期の取り組み
マーケティングによる収益向上	クリーニング	リソースシフト（店舗部門）	人口動態や競合分析をベースとした出退店戦略・立地戦略（人口増加エリア等への移転・出店）を計画
		リソースシフト（集配部門）	前頁記載の生産性向上施策により有望商圈に再配置する人財を捻出→今後、潜在需要層へアプローチ
	リネンサプライ ユニフォームレンタル	差別化、ブランディング	エコ素材ユニフォーム・脱炭素貢献型商材の開発検討、サステナビリティを切り口とした提案のブラッシュアップ
		サービス提案、営業力強化	デジタルマーケティングの強化による見込み得意先の増加、現行の提携先との取組強化・深化
事業ポートフォリオの最適化	クリーニング リネンサプライ	経営資源配分の見直しによる資本収益性の改善	主に地方拠点において、 クリーニング部門からユニフォームレンタル部門及びリネンサプライ部門へ人的リソースをシフト また、地方クリーニング工場へのユニフォーム生産ラインの設置・増設 今後のさらなる主力・成長事業の増産投資、クリーニング工場の活用拡大による ユニフォーム及びリネンサプライ受入態勢の整備・拡大に向けた検討 各地域の外部環境に対応するポートフォリオ最適化により、各地域で持続的な成長と収益の最大化を図る
	全事業	マーケット環境を考慮した地域別事業展開	



本資料に記載されている内容については、当社が現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績等の結果は、今後の様々な要因により、本資料の内容と異なる可能性があります。