

株式会社CLホールディングス

証券コード：4286

Today's Theme

2025年12月期 上期決算概要・通期業績予想

Contents

1. 2025年12月期 上期決算概要
2. 2025年12月期 通期業績予想
3. CLホールディングス グループ中期経営方針

1. 2025年12月期 上期決算概要

売上収益

17,105 百万円
(前期同期比 ▲6.4%)

営業利益

328 百万円
(前期同期比 ー%)

親会社の所有者に帰属する

中間利益

151 百万円
(前期同期比 +43.4%)

- ・売上収益は、ODM・OEM事業における前期の大幅な増収の反動により減収。
- ・営業利益は、おもに人材強化のための人件費用等の増加により、販売費及び一般管理費が増加したものの、売上総利益の増加分により吸収し増益。
- ・親会社の所有者に帰属する中間利益も、営業利益の増加により増益。

事業領域別の売上収益増減（前期比）

事業領域	事業種別	事業内容	売上収益 (百万円)	増減率 (前期比)	構造転換
マーケティング 事業領域	プロモーション	B2Bで、主にメーカーや外食クライアントから、景品の制作や景品を使用した販促・集客キャンペーン等を受託する事業	4,467	▲19.4%	スポット型の プロモーションサービスから、ストック型の プロモーションサービス・BPOサービス への構造転換
	流通エンタメ	B2B・B2B2Cで、主に流通クライアントから、景品を使用した販促・集客キャンペーン等を受託したり、商品を企画し、物販サービスを提供する事業	2,283	+30.5%	
	マーケティングBPO	B2Bで、クライアントの業務（マーケティング業務や調達・品管業務等）を継続的に受託する事業	2,666	+58.0%	
エンターテインメント 事業領域	フードエンターテインメント	B2Cで、主にテーマカフェ等において、生活者（消費者）に対して、飲食サービスや物販サービスを提供する事業	3,480	+42.7%	スポット型の テーマカフェサービスに加え、常設型の テーマカフェサービスの 強化・拡大
	催事	B2Cで、主に商業施設等において、生活者（消費者）に対して、催事サービスや物販サービスを提供する事業	223	▲69.2%	
マーチャンダイジング 事業領域	ODM・OEM	B2Bで、主にメーカークライアントに対して、委託者のブランドで、景品・商品の企画・デザイン・製造を受託する事業	1,597	▲66.6%	受託型のOEMサービスに加え、見込み型の自社ブランドサービスの強化・拡大
	MD	B2B・B2B2Cで、主に流通やアミューズメントクライアントに対して、商品を企画し、物販サービスを提供する事業	2,251	+76.2%	

※その他売上収益は省略しています。

2. 2025年12月期 通期業績予想

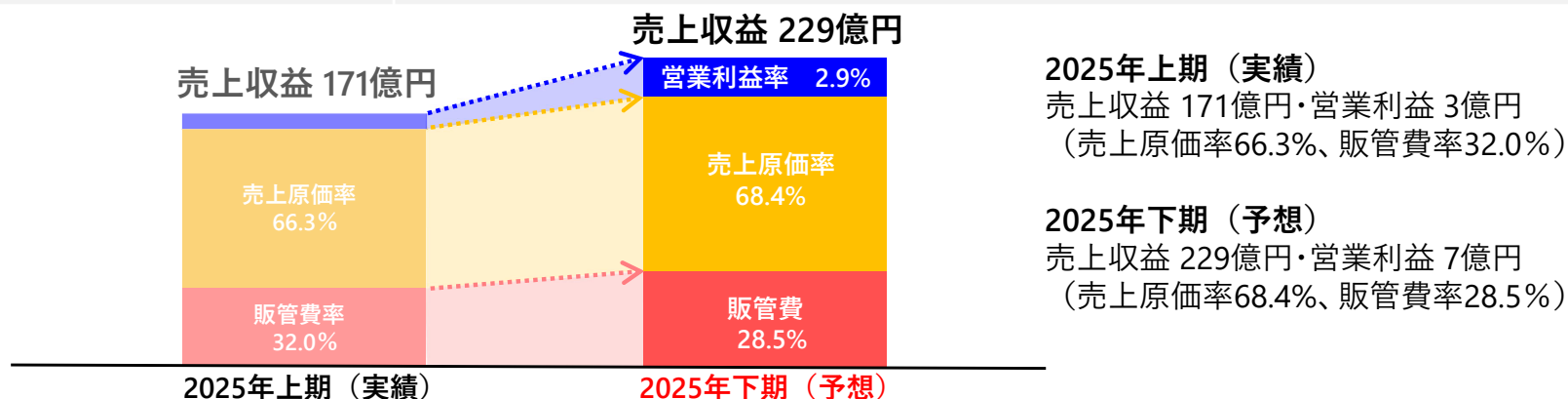
2025年12月期 通期連結業績予想

(単位：百万円)	2024年12月期		2025年12月期		前期比	
	実績	(%)	計画	(%)	増減額	増減率
売上収益	38,282	100.0%	40,000	100.0%	1,718	+4.5%
売上原価	27,014	70.6%	27,000	67.5%	▲14	▲0.1%
売上総利益	11,268	29.4%	13,000	32.5%	1,732	+15.4%
販売費及び一般管理費	10,739	28.1%	12,000	30.0%	1,261	+11.7%
営業利益	305	0.8%	1,000	2.5%	695	+227.5%
税引前当期利益	280	0.7%	900	2.3%	620	+221.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	164	0.4%	560	1.4%	396	+240.6%

下期の注力ポイントと収益性改善イメージ

	事業領域	下期の注力ポイント
売上 収益	マーケティング事業領域	<ul style="list-style-type: none"> ・流通エンタメ事業・・・コンビニエンスストア等の流通向け第4Q大型案件の最大化 ・マーケティングBPO事業・・・好調であるメーカー・外食顧客向けBPOサービスの拡大の継続
	ロケーションベースドエンターテインメント事業領域	<ul style="list-style-type: none"> ・フードエンターテインメント事業・・・新メニュー・新商品投入によるちいかわベーカーリーの拡大、インバウンド対策強化、海外テーマカフェサービスの展開加速 ・催事事業・・・海外催事案件の最大化
	マーチャンダイジング事業領域	<ul style="list-style-type: none"> ・ODM・OEM事業・・・エンタメ顧客向けOEM案件の受託増加 ・MD事業・・・第4Qの大型自社くじ案件の最大化
売上 総利益	マーケティング事業領域	<ul style="list-style-type: none"> ・プロモーション事業・・・採算改善案件の増加による収益性改善の継続 ・流通エンタメ事業・・・販売予測精度の向上による物販在庫消化率の改善
	ロケーションベースドエンターテインメント事業領域	<ul style="list-style-type: none"> ・フードエンターテインメント事業・・・物販在庫消化率の改善、食品ロスの削減による収益性の改善 ・催事事業・・・国内催事の計画見直しに伴う案件採算改善による収益性改善の継続
	マーチャンダイジング事業領域	<ul style="list-style-type: none"> ・ODM・OEM事業・・・適正な原価管理による収益性改善の継続 ・MD事業・・・プライズの計画見直しに伴う収益性改善の継続。販売予測精度の向上による物販在庫消化率の改善

収益性
改善
イメージ



ピックアップ①：プラットフォームの拡大

テーマカフェサービスの海外展開が着実に進行。

現地企業の協力のもと、韓国で「BOX cafe & space」を出店



■ BOX cafe&space Hongdae
(大韓民国ソウル市)
2025年8月 オープン予定



AK Plaza 3F

- ・韓国ソウルにおいて、優れたアクセスと立地、多様な文化・娯楽が融合したショッピングモール「AK Plaza」に、SMG HOLDINGS社と共同で、海外初の「BOX cafe & space」を出店。
- ・今後も、テーマカフェサービスの海外展開に向けて計画中。

ピックアップ②：プラットフォームの拡大

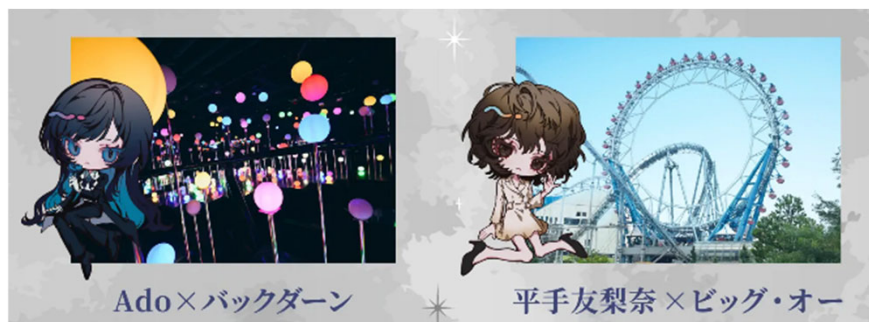
全国各地のテーマパークでイベント×物販サービスを展開

版権元のパートナーとして、IPコンテンツの世界観を再現したテーマパークを展開



■ クラウドナインパーク※

6月開催：ナガシマスパーランド・東京ドームシティ アトラクションズ
7月以降開催：グリーンランド・ひらかたパーク・よみうりランド



コラボアトラクション



来場者限定イベント



オリジナルグッズ

- ・人気IPコンテンツとコラボし、全国各地のテーマパークを巡回して、コラボアトラクションや謎解き等のイベント、オリジナルグッズの物販サービスを展開。
- ・テーマパークの集客に貢献するとともに、IPコンテンツの更なる認知拡大にも貢献。

※音楽芸能事務所「クラウドナイン」と全国各地のテーマパークとのコラボ企画

ピックアップ③：商品・サービスの拡大

自社くじブランド「エニマイくじ」の展開。

有力なIPコンテンツを調達し、店頭キャンペーンと連動した自社くじサービスを展開



■ エニマイくじ 大妖怪×サンリオキャラクターズ
(展開期間：2025年3月)



A賞
ダイカットクッション



B賞
ブランケット



ラスト賞
オリジナルクッション

- ・コンビニエンスストアや書店、テーマパークなどの流通プラットフォームを活用し、店頭キャンペーンと連動させて全国の流通店舗で展開。
- ・自社くじ専用のECサイトでも販売することで、より多くの生活者（消費者）へ展開。

配当・資金の使途に関する方針

- ・グループ経営の観点から連結配当性向主義を採用し、業績に応じた配当を実施する。
- ・連結配当性向30％以上として利益配分を実施。

配当

- ・2024年12月期配当は、1株当たり5.0円（中間－円、期末5.0円）。
- ・2025年12月期配当は、1株当たり16.0円（中間－円、期末16.0円）を予想。

	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年 (予想)
1株当たり 配当金※1	36.0円	11.0円	16.0円	5.0円	16.0円
配当性向 (連結)	29.7%※2	31.2%	31.8%	31.0%	31.1%

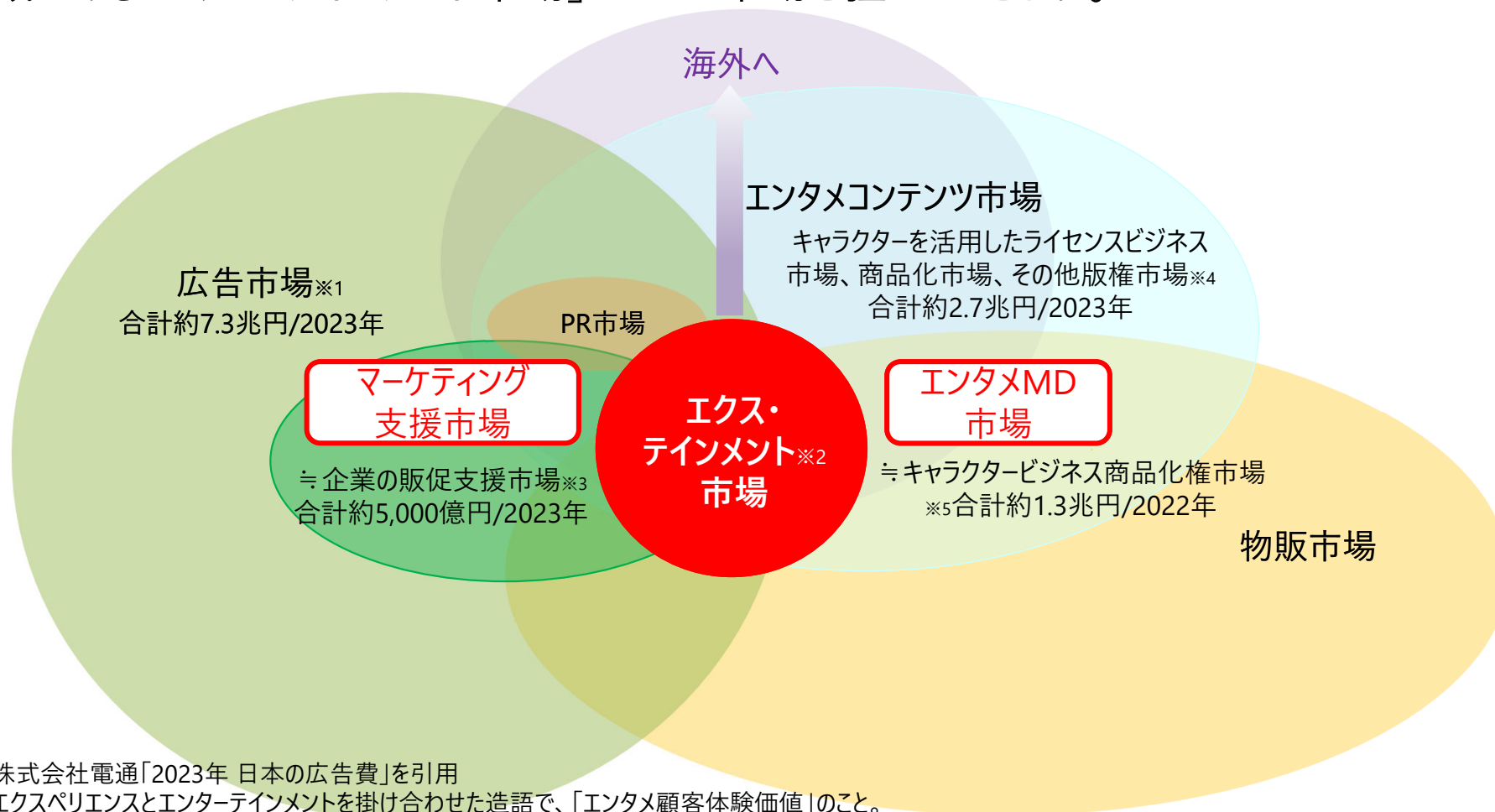
※1：株式分割を遡及修正した金額です。2014年12月1日付で普通株式1株につき2株の割合での株式分割を実施しております。

※2：2022年12月期より国際財務報告基準（IFRS）を適用しているため、2021年12月期以降は、IFRSに準拠して表示しております。

3. CLホールディングス グループ中期経営方針

CLグループが狙うべき市場

CLグループは、「マーケティング支援市場」「エンタメMD市場」とそれにまたがる潜在的な領域である「エクス・テインメント市場」の3つの市場を狙っていきます。



※1：株式会社電通「2023年 日本の広告費」を引用

※2：エクスペリエンスとエンターテインメントを掛け合わせた造語で、「エンタメ顧客体験価値」のこと。

※3：一定の前提のもと、自社調べにより算出。

※4：株式会社矢野経済研究所「キャラクタービジネス年鑑 2024年版」を引用。

※5：株式会社矢野経済研究所「キャラクタービジネス年鑑 2023年版」を引用。

CLグループ中期戦略と重点ポイント

CLグループ中期戦略

『グループシナジーを高めて、収益力をさらに強化する。』

経営理念の実現のために、私たちはさらに「収益性」を高めます。そのために下記3つを実現します。

グループ中期戦略

3つの
重点ポイント

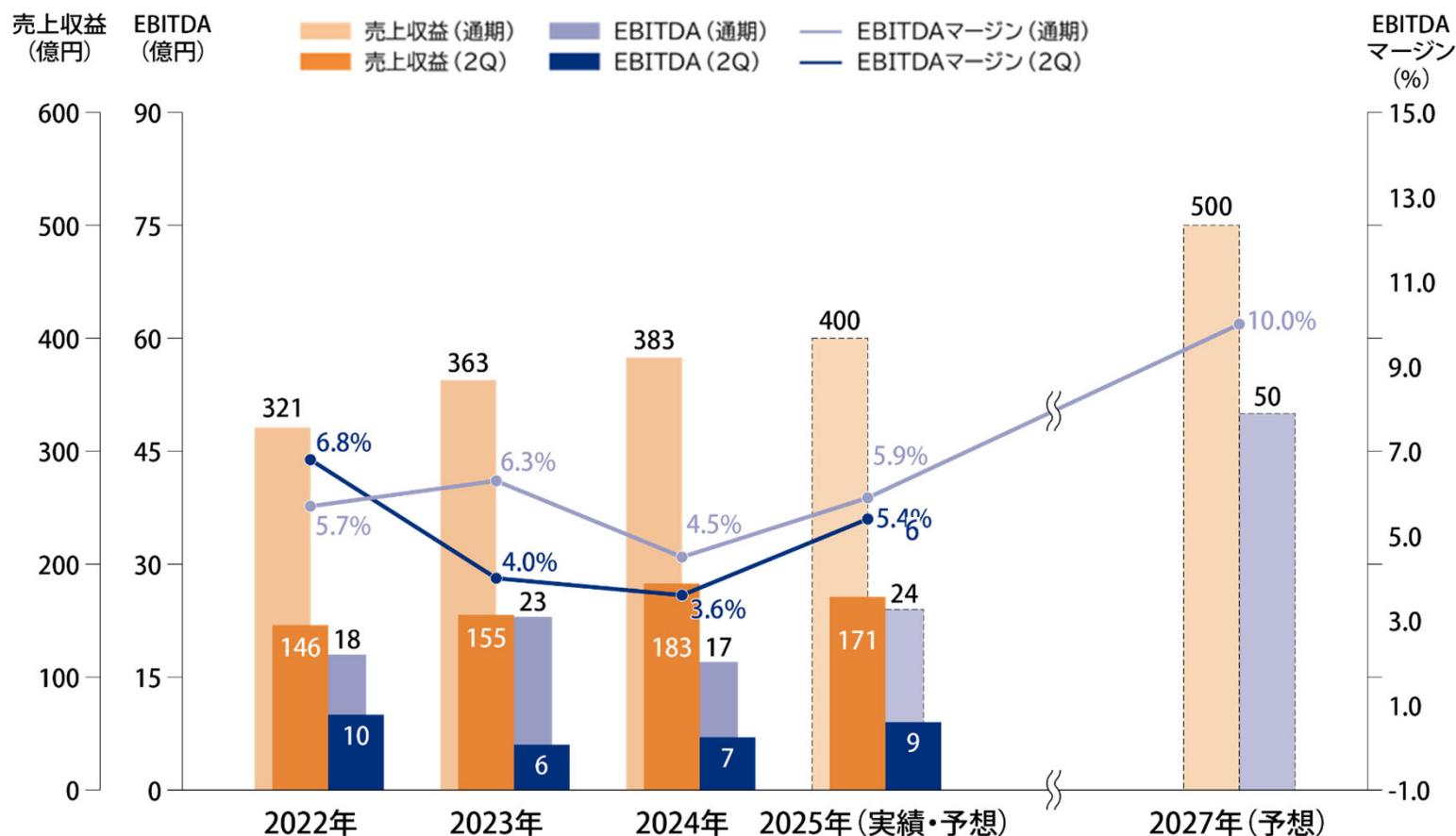
(1) 領域運営によるグループシナジーの強化

(2) 事業ポートフォリオの最適化と業務の最適化

(3) 投資の最適化

CLグループ中期戦略の進捗

CLグループは、「EBITDA」、「EBITDAマージン」を戦略進捗の指標とし、2027年12月期に
EBITDA※1 50億円、EBITDAマージン※2 10%以上の中期定量目標の達成に向けて、中期
戦略を推進していきます。



※1：簡易的に、EBITDA=営業利益+減価償却費で計算しています。

※2：EBITDAマージン=EBITDA÷売上収益

サステナビリティについて

当社グループは、サステナビリティを中長期的な企業価値向上の基盤と捉え、持続可能な成長の実現に向けてマテリアリティに対する取組みを推進していきます。

ホールディングスサステナビリティ方針

CLホールディングスは、経営理念の実践を通じて、持続可能な社会の実現に貢献します。

「事業」に関する主な取組み

～「社会にちょっといいこと」につながるマーケティング支援の強化～

「miffy café tokyo」×食育イベント

miffy café tokyoで「食」にフォーカスした、親子で楽しめる食育イベントを実施。
クイズ等の企画を通して、様々な食材に触れながら参加者に「食の楽しさ」や「みんなで食べる美味しさ」を感じてもらうとともに、周囲の人と幸せな時間を共有できる場を提供。



▲ミートボールソースの中にお野菜を混ぜて味の違いを楽しむ。

「機能」に関する主な取組み

～パートナーとの未来につながる共創～

環境に配慮した素材を活用した商材等の開発

- [主な商品・景品]
- ・再生陶器マグカップ、ティーカップ、ソーサー
 - ・バイオマスプラスチックストロー
 - ・フェアトレードコットンを使用したトートバッグ
 - ・再生アクリル素材を使用したアクリルスタンド



▲木の端材を活用した各種ノベルティ

「人財」に関する主な取組み

～全社員の成長と物心両面の幸福を追求するための仕組みづくり～

サステナビリティの「自分ごと化」につながる社内の環境づくりを推進

社内ポータル上にサステナビリティサイトを新設し、サステナビリティに関する情報発信を実施。
情報発信により、社員一人一人のサステナビリティの意識を高め、行動や提案に活かせるような環境づくりを推進。



▲社内ポータルのサステナビリティサイト

「会社」に関する主な取組み

～社会と共生したガバナンス～

本社周辺の清掃活動

当社グループでは、本社勤務の全社員が輪番制で毎週清掃活動を実施。
2025年にはこの取り組みが評価され、「港区環境美化の推進及び喫煙による迷惑の防止に関する条例」に基づき、港区の「環境美化表彰 団体(法人)部門」を受賞。

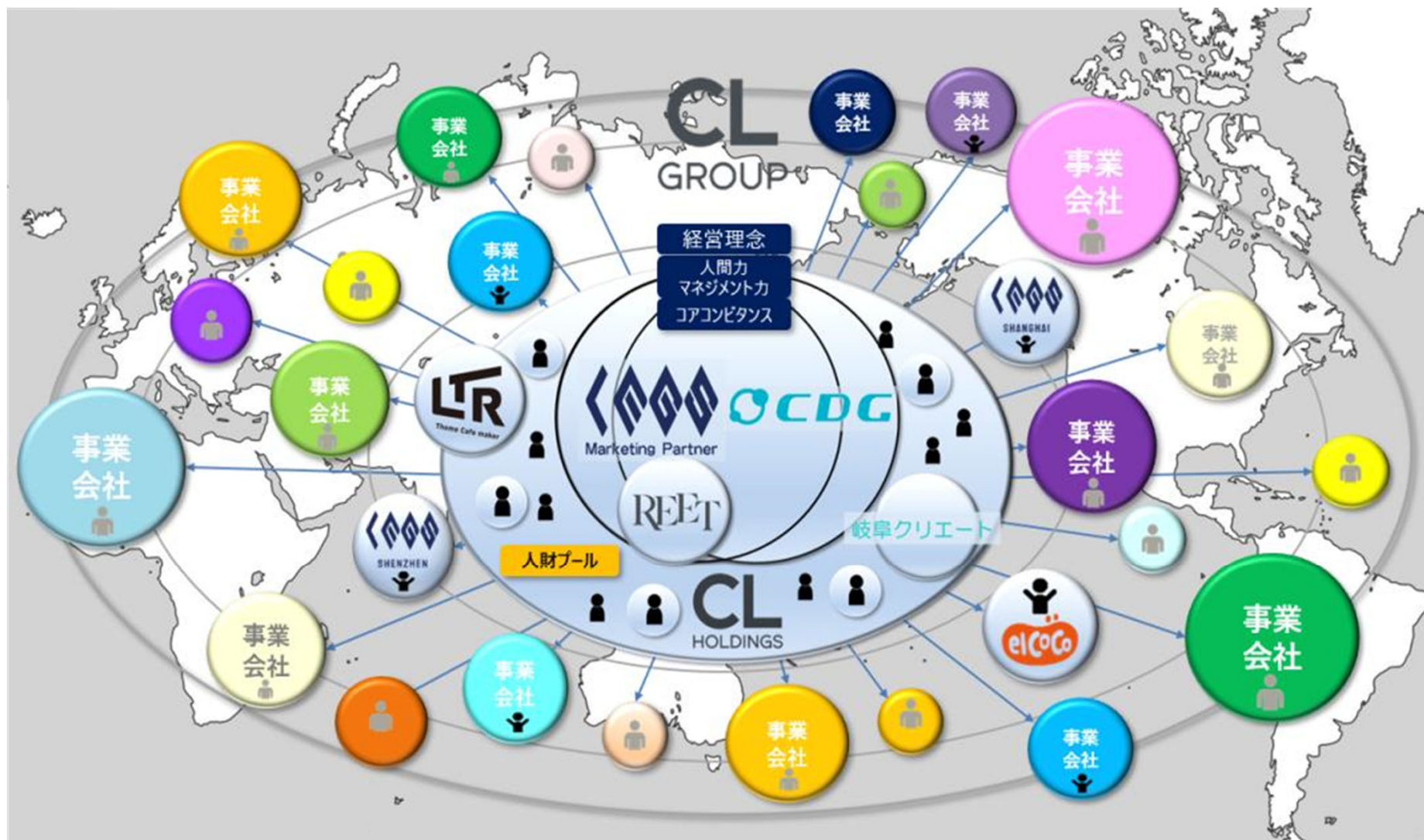


▲港区「環境美化表彰 団体(法人)部門」受賞

CLグループ長期方針



人財育成と経営人財の創出



新規事業の創出と経営人財を輩出し続けるグループへ

ディスクレーマー

・この資料は当社をよりご理解いただくために作成されたものであり、投資勧誘を目的として作成されたものではありません。

・この資料に含まれている当社の計画・将来の見通し・戦略等のうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、将来の見通しに関する記述であり、これらは当社がその時点で入手可能な情報による判断および仮定にもとづいています。実際の業績等は、様々なリスクや不確定要素の変動および経済情勢等の変化により、見通しと大きく異なる可能性があります。

