

SBC Medical Group Holdings, Inc.

2025年度第4四半期・通期
投資家プレゼンテーション資料
2026年3月

ディスクレーマー

本プレゼンテーションには、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述は、過去の事実や現在の状況に関する記述ではなく、将来の出来事や業績に関する当社の見解のみを示すものです。将来の出来事や業績の多くは、その性質上、本質的に不確実であり、当社のコントロールの及ばないものです。これらの将来の見通しに関する記述は、特に当社の財務実績、収益および利益の成長、事業の見通しと機会、資本配備計画および流動性に関する当社の現在の見解を反映したものです。場合によっては、「可能性がある」、「はずである」、「期待する」、「予想する」、「企図する」、「推定する」、「考える」、「計画する」、「予測する」、「可能性がある」、「希望する」といった言葉や、これらの否定語または類似語の使用により、将来の見通しに関する記述を特定することができます。当社は、本リリースの日付時点においてのみ最新であり、様々なリスク、不確実性、仮定、または予測や定量化が困難な状況の変化の影響を受ける将来見通しに関する記述を過度に信頼しないよう注意を促します。将来の見通しに関する記述は、経営陣の現在の予想に基づくものであり、将来の業績を保証するものではありません。当社は、法律で義務付けられている場合を除き、将来予想に関する記述の予想の変更、または当該記述の根拠となる事象、条件、状況の変化を反映するために、将来予想に関する記述の更新または修正を公に発表する義務を負うものではありません。そのような要因には、特に、世界的、地域的、または地方的な経済、事業、競争、市場、規制の状況の変化、および米国証券取引委員会（SEC）のウェブサイト（www.sec.gov）からアクセス可能な、当社が米国証券取引委員会（SEC）に提出した書類の「リスク要因」の見出しおよびその他の箇所に記載されているものが含まれます。当社は営業成績の評価および財務・経営上の意思決定のために、EBITDAなどのNon-GAAP指標を使用しています。当社は、Non-GAAPベースの財務指標が事業の根本的な傾向を特定するのに役立つと考えています。当社は、Non-GAAPベースの財務指標が当社の経営成績に関する有用な情報を提供し、当社の過去の業績および将来の見通しに関する全体的な理解を高め、当社の経営陣が財務および経営上の意思決定において使用する主要な指標に関する可視性を高めることができると考えています。Non-GAAP財務指標は米国会計基準では定義されておらず、米国会計基準に準拠して表示されていません。Non-GAAPベースの財務指標には分析ツールとしての限界があり、当社の経営成績、キャッシュフロー、流動性を評価する場合、投資家はこれらを単独で、あるいは純損失、営業活動から得たキャッシュフロー、または米国会計基準に基づいて作成されたその他の連結営業損益計算書およびキャッシュフロー計算書の代用として考慮すべきではありません。当社は、Non-GAAP財務指標を最も比較可能な米国GAAP業績指標に調整することにより、これらの制限を緩和しており、これらはすべて当社の業績を評価する際に考慮されるべきです。Non-GAAPベースの財務指標の詳細については、「Non-GAAP 財務指標」をご覧ください。

※本資料は英語版の2026年3月27日付公表の「4Q and Full Year 2025 Investor Presentation」の参考和訳です。齟齬があった場合には英語版が日本語版に優先します。

目次

I. 2025年度クリニック実績ハイライト	P4
II. 2025年度実績ハイライト	P7
III. 事業戦略アップデート	P12
IV. 資本政策	P26
Appendix.	P28

I . 2025年度クリニック実績ハイライト

2025年度実績ハイライト (クリニック)

- ・ 低迷していた平均顧客単価も、2025年下半期以降は回復基調になり、クリニック売上高も前年並みに回復

クリニック主要数値

拠点数¹

・ 2025年12月末時点-前年比

283

+34拠点 / +14%

売上高^{2 3 4}

・ 通期-前年比

1,163百万ドル +2%

既存店売上高：1,062百万ドル (2)%

平均顧客単価 (1来院当たり)^{2 3 4 5}

・ 第4四半期-前年同期比

316ドル +11%

年間顧客数／ユニーク数^{2 5 6}

・ 過去12ヶ月-前年比

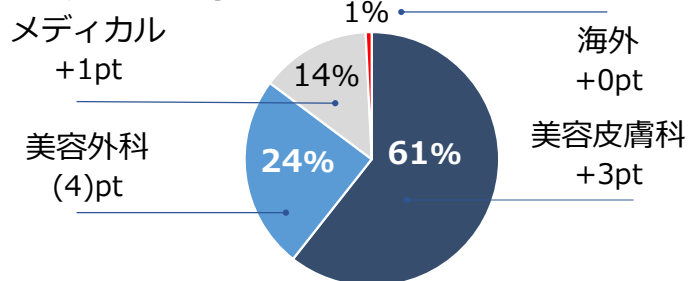
663万人 / **210**万人

+12%

+10%

売上高構成比^{2 3 4}

・ 通期-前年比



リピート率^{2 5 6 7}

72%

¹ SBCブランド、リゼクリニック、ゴリラクリニック、AHH、JUN CLINIC、OrangeTwistの数字

² SBCブランド、リゼクリニック、ゴリラクリニック、AHH、JUN CLINIC の数字

³ 換算レート：149.6円/ドル、114.5円/シンガポールドル

⁴ ポイント・チケット値引後

⁵ 無料カウンセリングを除く

⁶ ユニーク数、リピート率(AHH、JUN CLINIC)はSBCブランド、リゼクリニック、ゴリラクリニックの年間顧客数との比率から概算

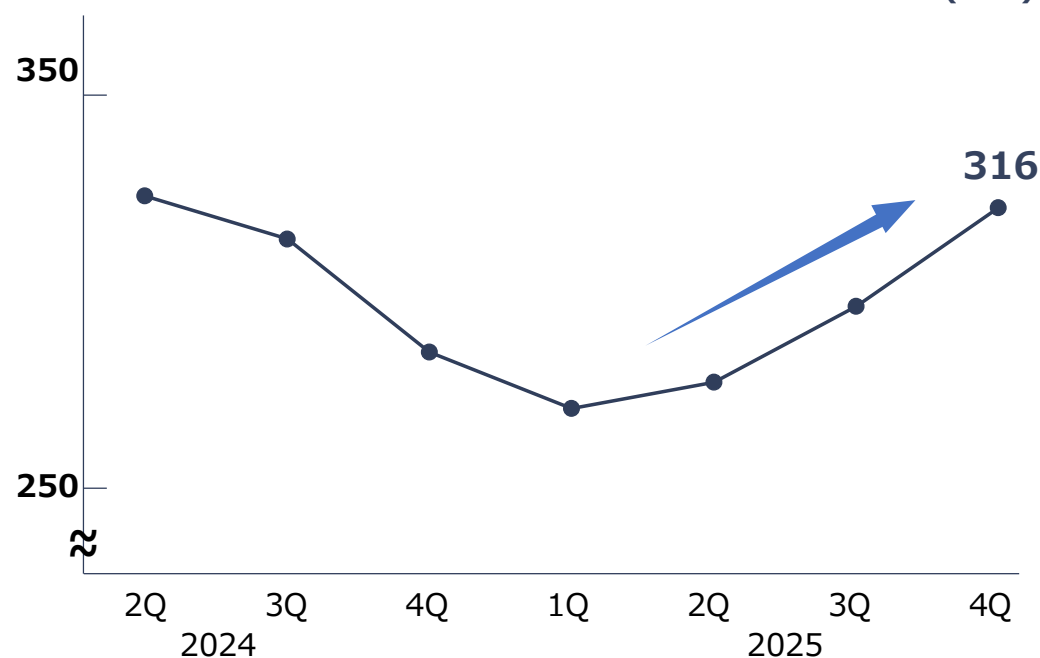
⁷ 2回以上来院した顧客の割合

平均顧客単価および売上高の推移分析（クリニック）

- 平均顧客単価の復調に伴い、クリニック売上高も反転トレンド

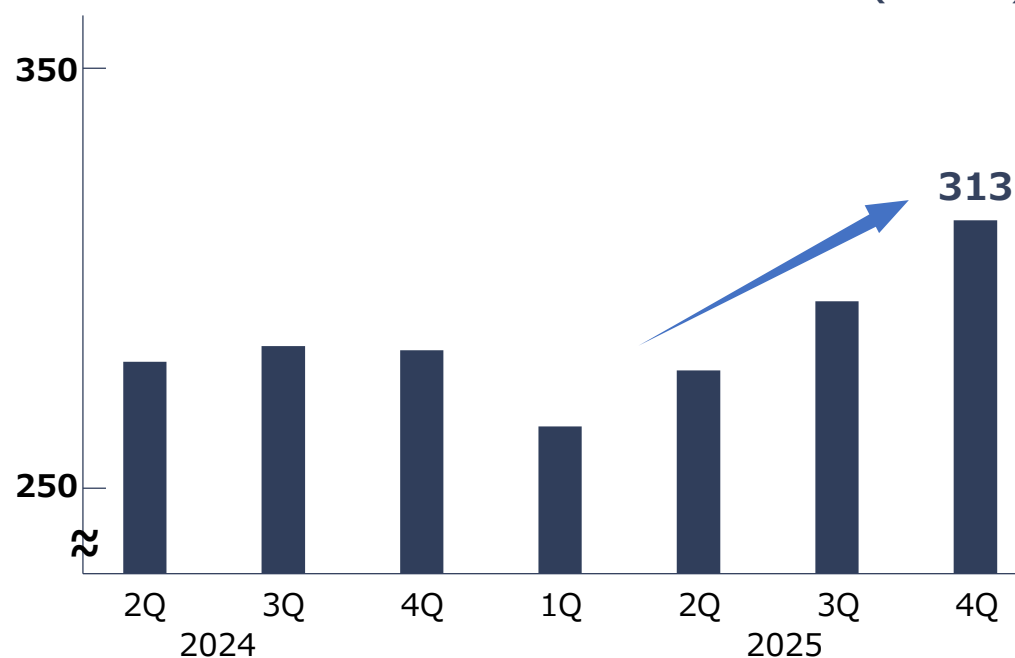
平均顧客単価（1来院当たり）^{1 2 3 4}の推移

（ドル）



クリニック売上高の推移^{1 2 3}

（百万ドル）



Ⅱ. 2025年度実績ハイライト

2025年度事業ハイライト

- 国内では美容医療の顧客単価が反転し、皮膚科顧客も順調に拡大
- 国内における新業態クリニックの開院・M&Aにより、事業基盤は着実に拡大
- 海外事業では、米国・タイ市場への進出における本格的な足掛かりを構築した年

国内既存事業の成長

- クリニックの顧客単価反転
- 市場成長を捉え、皮膚科顧客拡大
- AGAのクリニックネットワークが日本最大級
- 整形外科・不妊治療クリニックの拡大 (+2院)

国内事業基盤の拡大

- NEO Skin Clinic 開院
- 肌の青空クリニック 開院
- MB career lounge社 (JUN CLINIC) M&A
- 株式会社Waqoo 公開買付け (TOB)による連結子会社化

グローバル展開の加速

- OrangeTwist社 戦略的投資
- BLEZ社 戦略的提携
- Dr. Steven R. Cohenのアドバイザー就任

2025年度財務ハイライト

SBC Medical Group Holdings 主要財務数値 ¹

	売上高	EBITDA ²	EBITDA ³ マージン	当社株主に 帰属する純利益	ROE ⁴ (年換算)	Basic EPS ⁵
通期 (前年比)	174百万ドル (15)%	70百万ドル (21)%	40.4% (3.0)pt	51百万ドル +9%	23.0% (4.6)pt	0.50ドル +4%
第4四半期 (前年同期比)	40百万ドル (11)%	14百万ドル (35)%	34.2% (12.4)pt	14百万ドル +117%	22.9% +9.8pt	0.14ドル +133%

連結損益計算書（通期）

- ・ フィー改定・事業リストラクチャリング等の影響で売上高が減少するも、上場関連コスト(株式報酬)の減少により増益

(百万ドル)	FY25	% YoY	FY24
売上高	174	(15)%	205
フランチャイズ売上	46	(25)%	61
調達売上	56	+2%	55
マネジメントサービス売上	30	(44)%	53
レンタルサービス売上	23	+43%	16
その他	19	(7)%	20
売上原価	46	(6)%	49
売上総利益	127	(18)%	156
販売費及び一般管理費	60	(30)%	86
営業利益	67	(4)%	70
当社株主に帰属する純利益	51	+9%	47

売上高

- ・ フィー改定により (24.4) 百万ドル
- ・ 事業リストラクチャリングにより (17.1) 百万ドル
 - － うち人材派遣の終了²
(マネジメント売上 (12.0)百万ドル)

販売費及び一般管理費

- ・ 昨年度の上場に関する株式報酬費用の減少

連結損益計算書（四半期ベース）

- 2024年4Q対比：フィー改定などの影響で売上高が減少するも、上場関連コストの減少により増益
- 2025年3Q対比：ポイント収益の減収により売上高及び営業利益は減少

(百万ドル)	25Q4	% QoQ	% YoY	25Q3	24Q4	売上高 YoY
売上高	40	(9)%	(11)%	43	44	• フィー改定により (8.3) 百万ドル • 事業リストラクチャリングにより (0.8) 百万ドル - 木島平・SNA連結除外の影響
フランチャイズ売上	10	+4%	(34)%	10	16	
調達売上	13	(6)%	+19%	13	11	
マネジメントサービス売上	6	(33)%	(27)%	9	9	
レンタルサービス売上	4	(31)%	(13)%	6	5	
その他	6	+41%	+29%	4	5	
売上原価	11	(17)%	+1%	13	11	
売上総利益	29	(5)%	(15)%	31	34	
販売費及び一般管理費	16	+9%	(45)%	15	29	QoQ • 一時的要因のポイント収益の減少を主因に マネジメントサービス売上が減少
営業利益	13	(19)%	+172%	16	5	
当社株主に帰属する純利益	14	+11%	+117%	13	7	販売費及び一般管理費 YoY • 昨年度の減損損失剥落により減少

¹ 換算レート：149.6円／ドル

Ⅲ. 事業戦略アップデート

成長戦略の全体像

- 人々が「若々しく活力を持って生きる」ためには、外見・身体両面でのアプローチが有効
- SBCの総力を結集して、Longevity市場にアプローチする

戦略ビジョン：Longevity



4つの成長戦略

- | | |
|--|---|
| 1 皮膚科領域のマルチブランド戦略加速 <ul style="list-style-type: none">• 顧客ターゲット別のブランド展開で市場占有率を最大化 | 3 事業のグローバル展開 <ul style="list-style-type: none">• 美容皮膚科クリニックモデルを米国・東南アジアへ展開 |
| 2 一般医療の拡大 <ul style="list-style-type: none">• 美容医療で培ったノウハウを他の診療領域にも適用し事業を多角化 | 4 AI活用の競争力強化・コスト構造改革 <ul style="list-style-type: none">• 膨大な臨床・経営データをAI学習資源へ転換 |

Longevity市場の広がり

- Longevity市場は美容医療の延長線上にある、より大きな統合ヘルスケア市場
- ただ、日本市場は米国等と比較すると依然として黎明期で、今後、更なる成長が見込める

美容医療市場 (日本)

40億ドル

対象領域

- 注入治療
(ボトックス・若返り注射)
- レーザー治療
- スキンケア
- 外科治療 他



Longevity市場 (日本)

340億ドル

計測・ウェアラブル

デジタルヘルス、健康アプリ、
バイオマーカー 他



美容医療

注入治療、レーザー治療、
スキンケア、外科治療 他



アンチエイジング

細胞修復・再生医療、
AGA 他



機能改善

関節・骨格メンテナンス、
歯科、眼科、婦人科 他

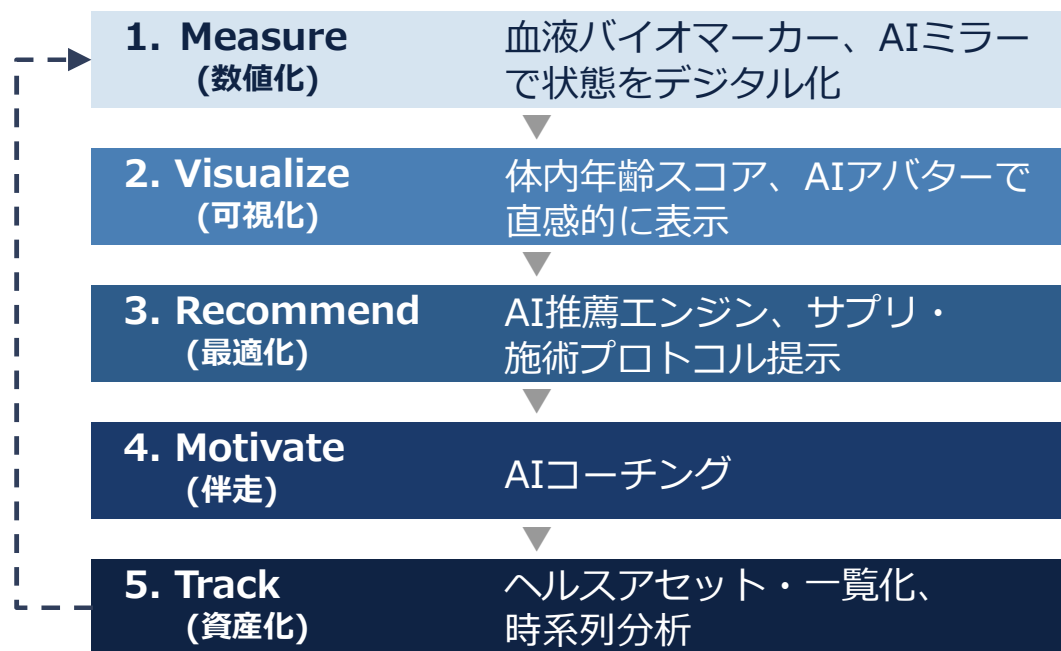


SBC Wellness 2.0 ～サービス概要

- ・ 予防・身体強化・最適化を主軸とし、「パフォーマンス医療」という新カテゴリーを創造
- ・ 法人顧客にアプローチすることでマーケティングコストを抑えつつ、一気に面を取りに行く

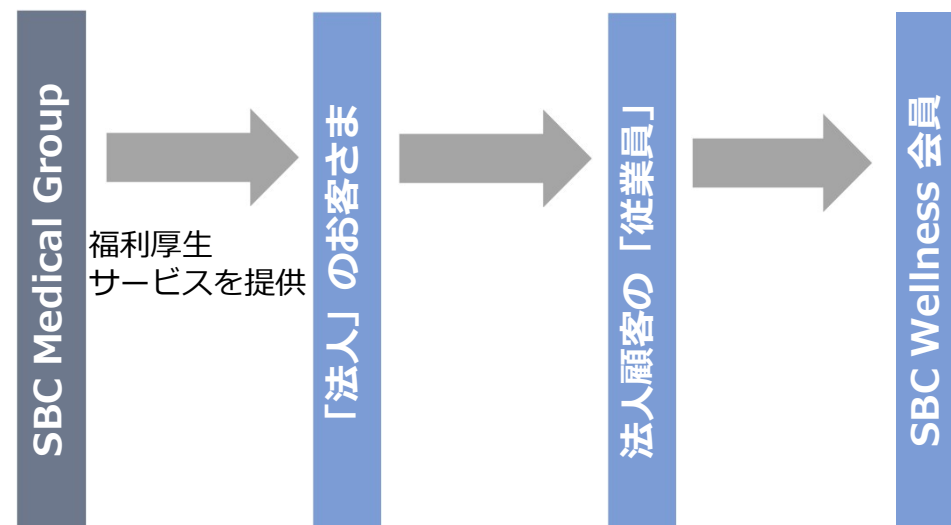
SBC Wellness 2.0 サービス概要

- ・ 身体の状態の数値化から資産化まで一貫したサービス



サービスフロー

1. 法人に福利厚生としてパッケージを提供
2. 法人顧客にとっては、社員のパフォーマンス強化、採用力強化・離職率抑制等の競争力向上が期待



SBC Wellness 2.0 ～事業意義

- 日本では新しい市場に対して、SBCの圧倒的競争優位性を活かしてドミナントポジションを確立していく
- SBCの事業領域を拡大させ、潜在力の高いマーケットを取りに行く

背景・コンセプト

1. 勃興する市場

- 「若く生きたい」というLongevityニーズの高まり
- 企業の人的資本経営への意識の高まり

2. 医療のパラダイムシフト

- 治療から身体を最適化する (バイオハッキング) へ

競争優位性 (Why SBC)

1. 豊富な医療エビデンス・データ

- AIモデルの高度化に直結

2. 幅広い診療領域・サービス

- 包括的に最適な医療サービスの提供が可能

3. 日本全国のクリニックネットワーク

- 顧客利便性が高く継続しやすい

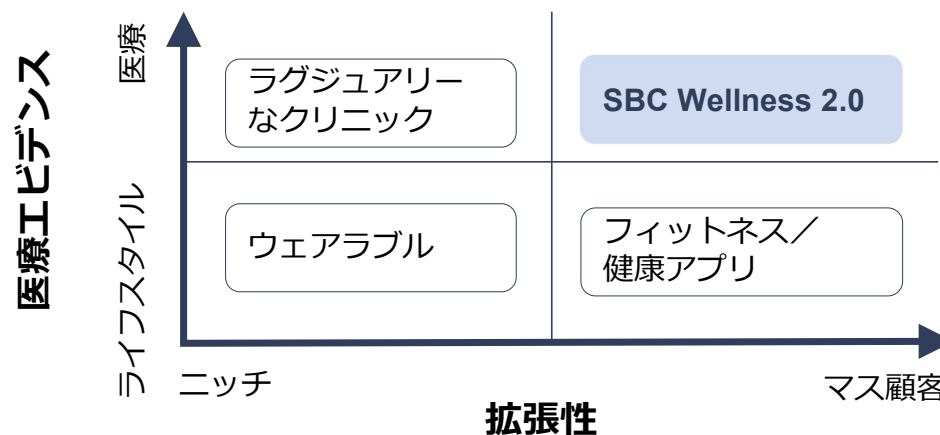
事業面での意義

1. 黎明期の市場へのアプローチ

- 参入障壁が高い市場で独自ポジションを確立することが可能

2. 安定的なサブスク収益 + 高収益個別収益

- マーケティングコストを抑えながら、継続的な収益とアップサイドの両立が狙える



皮膚科領域のマルチブランド戦略加速（1）

- ・ 顧客ターゲット別のブランド展開で成長余地を拡大し、市場占有率を最大化
- ・ ブランド間送客によるLTV（顧客生涯価値）の向上を実現

市場環境の変化：ニーズの高度分化

SNS普及、情報民主化・増加

顧客ニーズの多様化・細分化

マルチブランド展開の戦略的重要性

マルチブランド展開における経済合理性

成長余地の拡大・顧客ニーズの捕捉

- ・ 自社競合回避による出店の自由度確保
- ・ 多様化する顧客ニーズを捕捉する

SBCエコシステムの構築・グループ間送客

グローバル展開とスケーリング戦略

日本で磨いた「美容皮膚科クリニックモデル」の輸出

- ・ 「NEO Skin Clinic」モデル
文化依存度が低く、海外でのスケーリングに最適
「モデル」の輸出を推進

皮膚科領域のマルチブランド戦略加速 (2)

- 顧客ターゲットの細分化と最適配置により、各ブランドの順調な売上成長と横展開を継続
- 未開拓セグメントへの新業態ブランドの開院を引き続き検討

ブランドポジショニングマップ



¹ 換算レート：149.6円／ドル

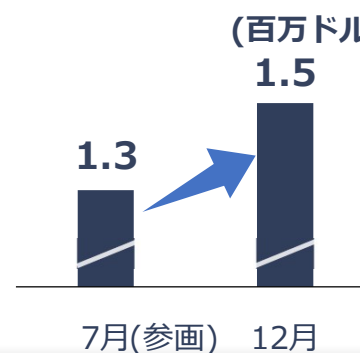
足元のアップデートと方向性

NEO Skin Clinic 月次売上高 ¹



- 美容感度が高い顧客のニーズをつかみ、売上は順調に推移

JUN CLINIC 月次売上高 ¹



- 7月に開院したクリニックが順調に立ち上がり
- 高顧客単価を継続して集客

一般医療事業の拡大 (1)

- 事業領域を多角化して成長エンジンを拡大し、持続的な高成長につなげる
- 美容医療で培ったノウハウを、その他の診療領域にも適用

戦略的意義

1. 収益源の多角化

- 医療ポートフォリオを拡大し、成長余地を高める

2. 成長市場の取り込み

- 自社ノウハウを活用して高収益・高成長が望める市場への進出

競争優位性：SBCが勝てる「3つのノウハウ」

1. 高度なマーケティング機能

- 美容医療で磨き上げた集客、CRM (顧客関係管理) ノウハウ
- 豊富なデータに基づいたマーケティング戦略

2. 運営標準化と横展開

- 属人性を排除したオペレーションマニュアル
- 多拠点展開を支えるインフラ (採用・教育・DX)

3. 自由診療×保険診療の融合

- 自由×保険のシームレスなメニューに拡充
- 自由診療→保険診療への送客

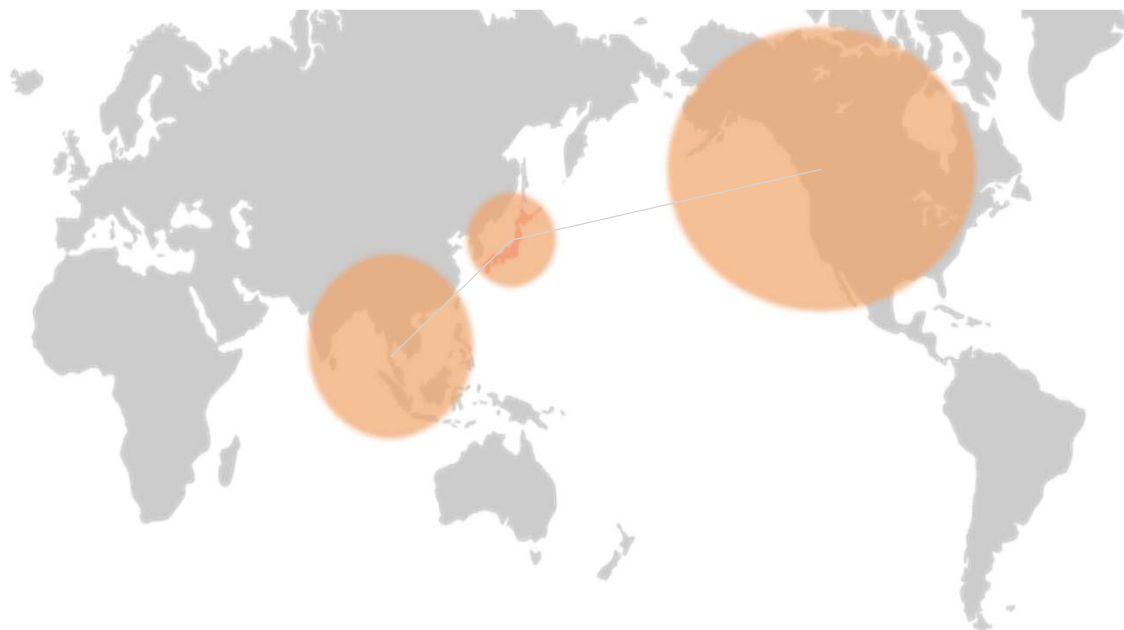
一般医療事業の拡大 (2)

- M&Aも活用しながら、SBCの強みが最大化される領域への展開を加速

領域	市場・背景	SBCの戦略的アプローチと勝ち筋	活動状況
リハビリ・整形外科 	• 高齢化に伴い需要増加	• 保険診療×再生医療のハイブリッド化により、収益性を担保	• 25年上期に横浜院を新設
脱毛症治療 (AGA) 	• 植毛・レーザーの需要増加	• 美容医療で培った圧倒的集客力 • 服薬に加え植毛、レーザーを組み合わせた複合治療を提供	• 国内ネットワーク最大級 (計34院)
不妊治療・婦人科 	• 卵子凍結需要の急増 • 自治体の補助金拡大	• SBCの主要顧客との高い親和性 • 高付加価値な生殖医療を提供	• 25年上期に池袋院を新設
歯科 	• セラミック・矯正・インプラント 等に需要	• 審美領域に注力 • 既存の美容医療顧客からのクロスセル	• LTV向上に寄与する継続通院型モデルを全国展開
眼科 	• ICL・LASIKなど、視力回復施術の浸透	• 設備投資と症例数による信頼獲得	• 高単価かつ高効率な「手術特化型」モデルを推進

グローバルへの事業展開

- 1)信頼できる現地パートナーとの提携、2)各国での勝ち筋の模索・発見、3)事業モデルの横展開、といったステップで拡大
- 拡大する Longevity 領域のニーズも事業戦略に反映



日本：安定収益基盤

- 圧倒的No.1ブランドによる優位性
- グローバル展開を支える中核事業
- 一般医療領域も含め多角化

米国：事業基盤の確立

- OrangeTwistのMedSpa事業拡大
- Longevity市場へのアプローチ
- 他地域へ事業を輸出

アジア：地域・B2B拡大

- 主にM&Aを活用した地域拡大を模索
- B2B事業の拡大を模索

米国事業戦略

- 新規店舗開発・事業モデルのグローバル輸出を推進
- Longevity志向の顧客ニーズを取り込み、新たな市場機会を創出

SBCとOrangeTwistの相互メリット

SBC

- 高品質・高回転モデル
- 中核事業に裏打ちされた高い投資余力

OrangeTwist

- 米国市場に精通したマネジメント陣
- ラグジュアリー体験モデル
- 事業基盤の拡張性

今後の展開の方向性

- **Longevityニーズの取り込み：**
美容と身体機能最適化を融合した市場にアプローチ
- **事業モデルの輸出：**
日本・アジアへLongevity事業、MedSpa事業を輸出



東南アジア事業戦略

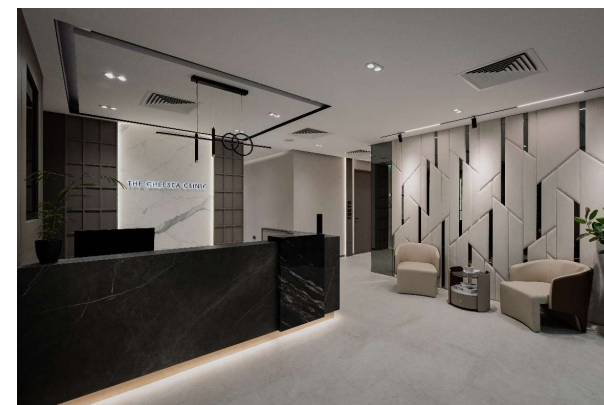
- 日本の「地理的・ブランド優位性」を活かし、成長が望まれる東南アジアでの事業を拡大
- M&Aも活用して進出国を拡大し、それぞれの国での勝ち筋を模索。その後、横展開を実施

東南アジア進出の勝ち筋と意義

- 1 現地クリニック向けのB2Bビジネスの機会**
 - 小規模のクリニックが多く、日本ブランドを活かしたB2Bビジネスの機会
- 2 地理的・ブランド優位性**
 - 東南アジアは地理的に日本に近く、経済的・人的結びつきも強い
 - 日本のサービス品質・安全性に対する信頼も高い
- 3 市場の成長性**
 - 引き続き経済発展が続いており、美容医療市場の拡大が期待できる

今後の展開の方向性

- 物販等、B2Bビジネスの事業拡大を模索
- M&Aの活用も含めて拠点拡大を模索



AIを活用した競争力強化・コスト構造改革（1）

- ・ 労働集約的な構造の成長限界を突破し、多角的なスケラビリティを向上
- ・ SBC独自の膨大な臨床・経営データをAI学習資源へ転換し、他社が模倣できない参入障壁を構築

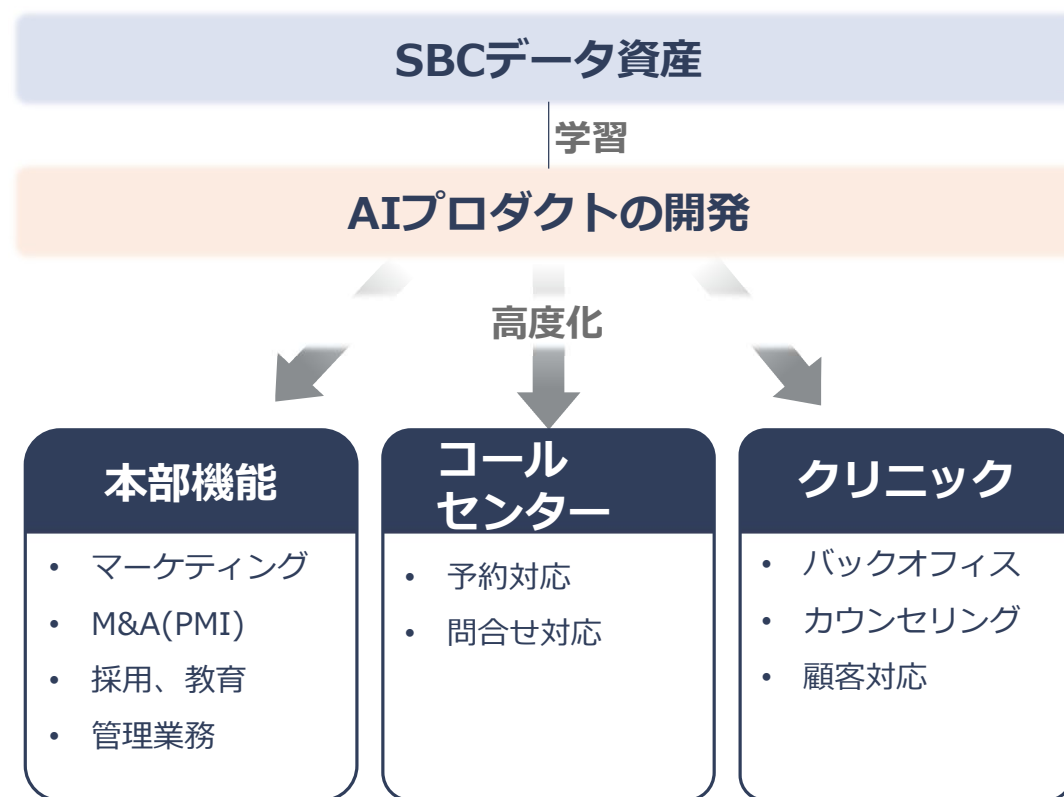
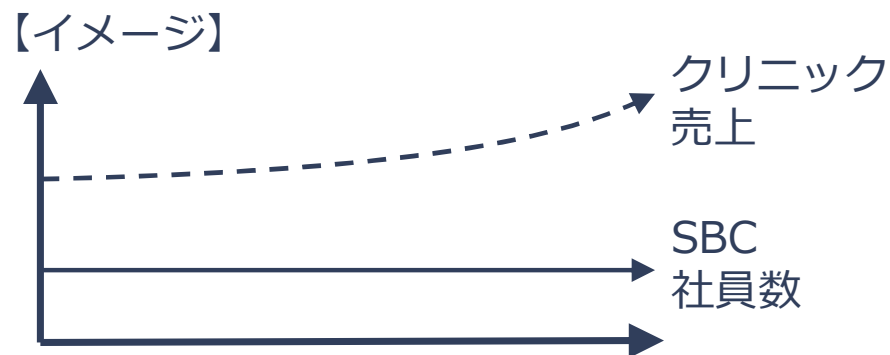
AI推進の目的と戦略

目的：高効率経営、顧客体験向上による非連続な成長

- ・ 「労働集約型」管理モデルからの脱却
- ・ AIが判断と実行を担う「自動化経営インフラ」実装

コア戦略：埋蔵された「経営アセット」の価値転換

- ・ 他社模倣不可能な「圧倒的データ資産」を活用し、絶対的な競争優位性を確立



AIを活用した競争力強化・コスト構造改革 (2)

- AIによる現場負荷の軽減および本部機能モデルの浸透により、コスト構造を抜本的に改革
- 合わせてクリニックの顧客体験の向上も推進

活用シナリオ

1 活用基盤構築 現場日常業務のAI化

- 全社ナレッジの集約
- バックオフィス・予約導線自動化

2 オペレーションの自律化 本部機能の革新

- AIカウンセリングの展開 等
- M&A (PMI高度化)
- マーケティング最適化

- 管理・現場コストの大幅な削減
- スケーラビリティの向上

AI実装によるバリューチェーンの再構築イメージ

本部機能

AIカルチャー

- 推進チーム
- 研修・メンター

データ蓄積

- データの集約・統合

AI活用

- 業務プロセスの革新

顧客体験

集客

- マーケティング最適化

診療

- AI-カウンセリング

フォロー

- 24時間AI-コンシェルジュ

IV. 資本政策

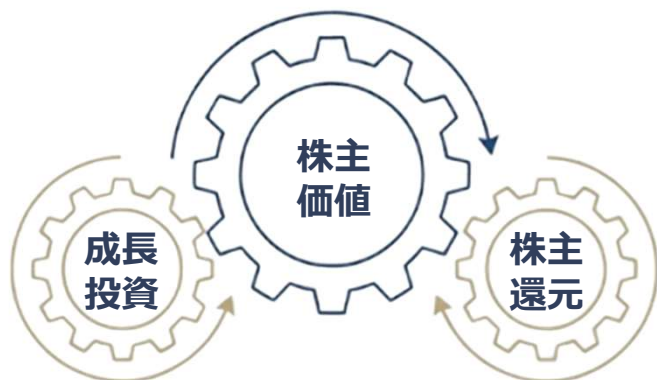
資本政策

- 手元資本を有効活用して国内外で成長機会を模索しつつ、株主価値の最大化をめざす
- 浮動株の増加を通じた流動性改善の必要性を認識

資本戦略の概要

成長投資を最優先としつつ、株主価値最大化をめざす

- 国内外への成長投資を最優先に検討
- 株主価値の最大化に向け、流動性の改善や株主還元策も状況に応じて検討



各施策の位置づけ

成長投資

- 国内では、美容医療に加えて、その他の診療領域も含めて投資機会を模索
- 海外では米国・東南アジアを中心に成長機会を模索

流動性改善

- 浮動株比率の向上が流動性向上に有用と認識
- CEO保有株の売却も含めて対応を検討
- S-3ファイリングも実施

株主還元策

- 自己株式取得プログラムを承認し機動性を確保

Appendix.

連結損益計算書

(百万ドル)	FY25		FY24	25Q4		24Q4
		% YoY			% YoY	
売上高	174	(15)%	205	40	(11)%	44
・ フランチャイズ売上	46	(25)%	61	10	(34)%	16
・ 調達売上	56	+2%	55	13	+19%	11
・ マネジメントサービス売上	30	(44)%	53	6	(27)%	9
・ レンタルサービス売上	23	+43%	16	4	(13)%	5
・ その他	19	(7)%	20	6	+29%	5
売上原価	46	(6)%	49	11	+1%	11
売上総利益	127	(18)%	156	29	(15)%	34
販売費および一般管理費	60	(30)%	86	16	(45)%	29
・ 給与・手当	26	(1)%	27	7	+19%	6
・ 減価償却費	2	(23)%	2	0	(73)%	0
・ コンサルティング費用	17	+17%	15	5	+27%	4
・ オフィス賃料、光熱費等費用	7	+11%	7	2	+23%	2
・ その他	7	(80)%	36	2	(89)%	17
営業利益	67	(4)%	70	13	+172%	5
SBC Medical Group Holdings株主に帰属する純利益	51	+9%	47	14	+117%	7

連結貸借対照表

(百万ドル)	25年 12月末	増減	24年 12月末
資産合計	380	+114	266
流動資産合計	231	+47	184
・ 現金及び現金同等物	164	+39	125
・ 売掛金 - 関連会社	28	(1)	29
・ 顧客貸付金（流動）	9	(1)	10
・ その他流動資産	31	+11	20
非流動資産合計	149	+67	82
・ 有形固定資産（純額）	8	(1)	9
・ 無形資産（純額）	48	+46	2
・ 顧客貸付金（非流動）	5	+0	5
・ 関連当事者に対する 長期投資資産	18	+0	18
・ その他資産	71	+23	48

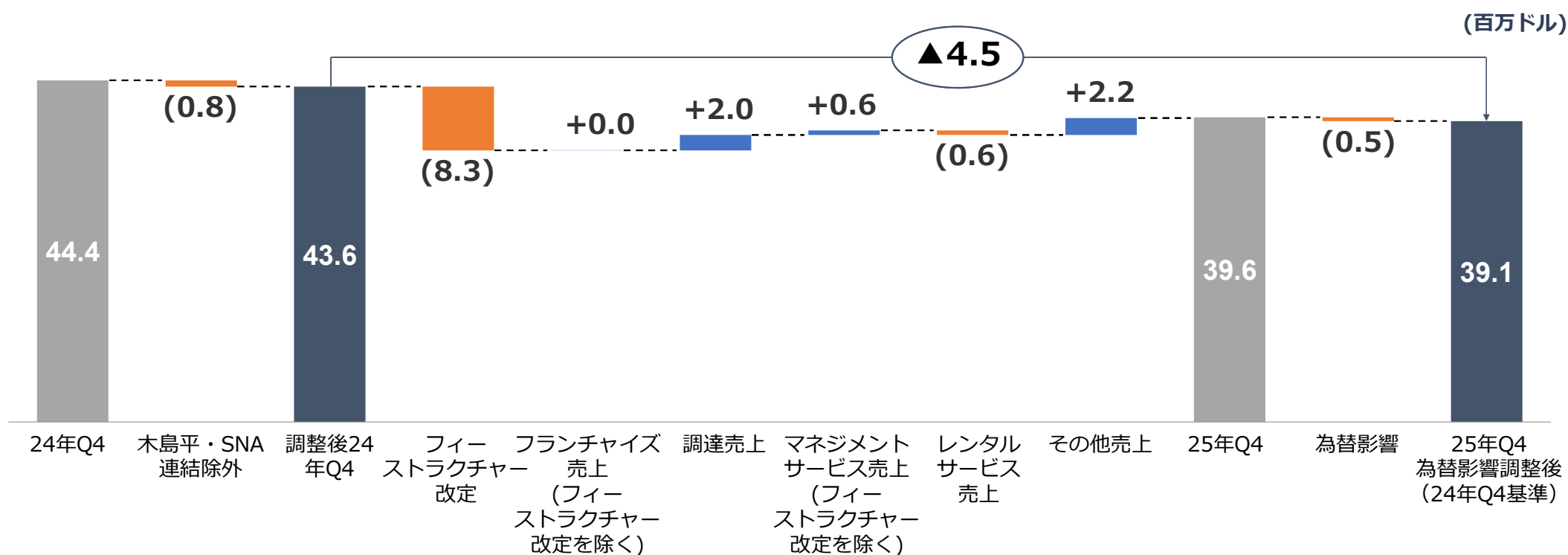
(百万ドル)	25年 12月末	増減	24年 12月末
負債合計	117	+46	71
流動負債合計	61	+0	61
・ 買掛金	17	+3	14
・ 関連当事者に対する手形及び その 他支払債務（流動）	0	+0	0
・ 関連当事者からの前受金	5	(7)	12
・ 未払法人税等	9	(10)	19
・ 1年以内に返済期限の 到来する長期借入金	9	+9	0
・ その他流動負債	21	+4	17
固定負債合計	56	+46	10
・ 長期借入金	34	+27	7
・ 関連当事者に対する手形及び その 他支払債務（非流動）	0	+0	0
・ その他固定負債	22	+19	3
株主資本合計	263	+68	195
当社株主に帰属する株主資本	248	+53	195

連結キャッシュフロー計算書

(百万ドル)	FY25		FY24
		増減	
営業活動の結果得た（支出した）資金	25	+4	21
投資活動の結果得た（支出した）資金	(21)	(11)	(10)
財務活動の結果得た（支出した）資金	38	+15	23
為替レート変動の影響	(3)	+8	(11)
現金及び現金同等物の純増加	39	+17	22
期首現金及び現金同等物残高	125	+22	103
期末現金及び現金同等物残高	164	+39	125

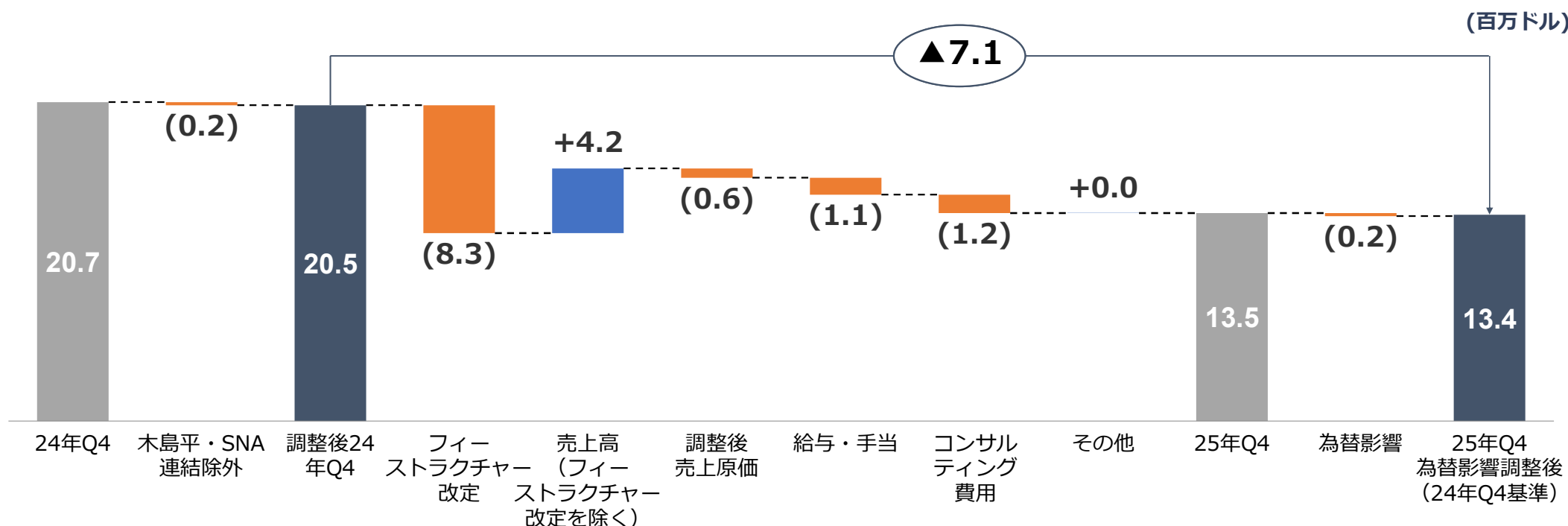
売上高の増減分析（対2024年第4四半期／四半期ベース）

- ・ フランチャイズフィーの改定を主因に、売上高は前年同期比で低下



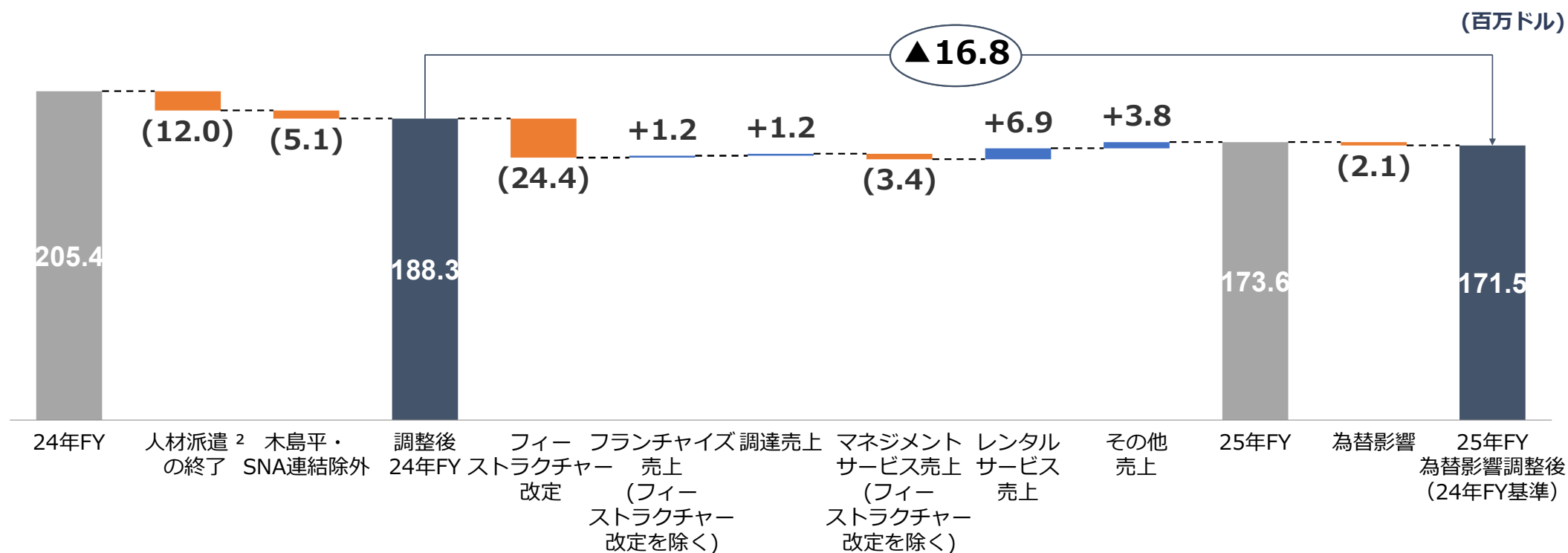
EBITDAの増減分析（対2024年第4四半期／四半期ベース）

- ・ フィーストラクチャー改定の影響を主因に、調整後ベースでのEBITDA ¹は減少



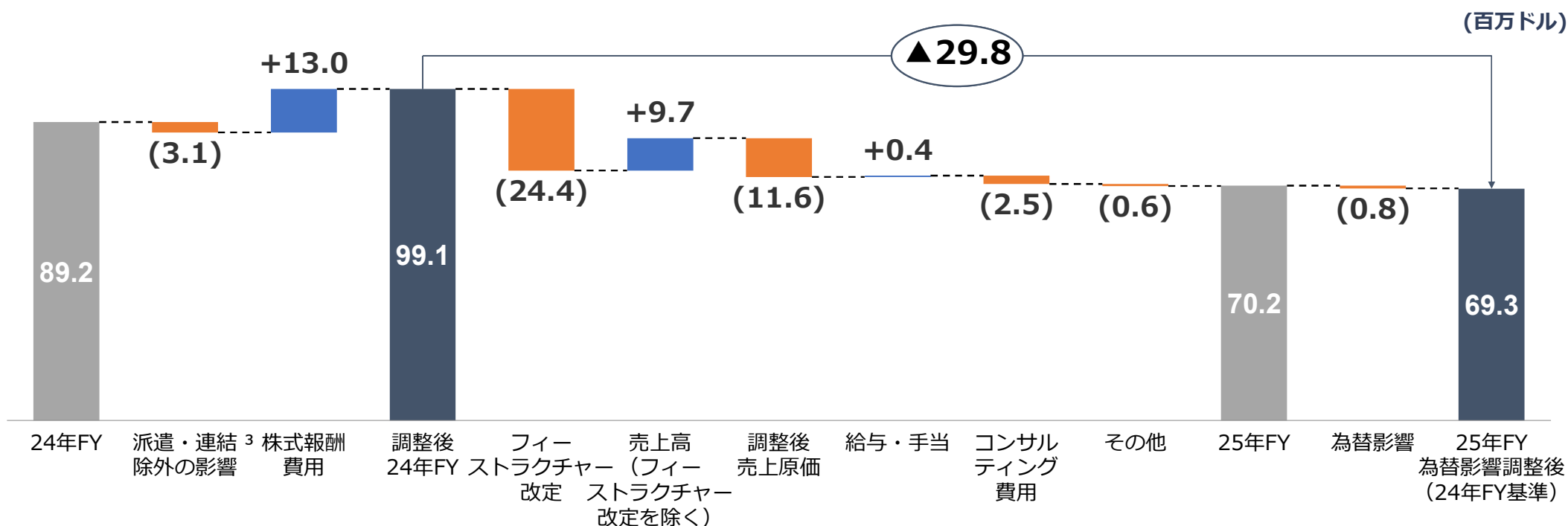
売上高の増減分析 (対2024年度／通期)

- 事業リストラクチャリングとフランチャイズフィーの改定を主因に、売上高は前年同期比で低下



EBITDAの増減分析 (対2024年度／通期)

- ・ フィーストラクチャー改定の影響及び売上原価の増加を主因に、EBITDA ¹は減少



成長に向けた強固な財務基盤

- 今後の成長投資を支える潤沢な現金および借入余力を有する健全な財務基盤

貸借対照表主要数値 (25年12月末時点)

現金及び現金等価物	有利子負債	純有利子負債 ⁴
164百万ドル	52百万ドル	(112)百万ドル
自己資本比率 ¹	D/E ²	BPS ³
65.3%	0.20x	2.42ドル

Non-GAAP 財務指標

本プレゼンテーションでは、米国会計基準 (GAAP) によらない財務指標 (Non-GAAP 指標) を引用している場合があります。これら Non-GAAP 指標と最も直接的に関連する GAAP 指標との調整表は、以下をご確認ください。

GAAP数値からNon-GAAP数値への調整

(百万ドル)		25Q4	25Q3	24Q4	25Q4 YTD	24Q4 YTD
(A)	売上高	40	43	44	174	205
(B)	営業利益	13	16	5	67	70
(C)	減価償却費	1	1	1	3	4
(D)	減損損失	-	-	15	-	15
(E) =(B)+(C)+(D)	EBITDA	14	17	21	70	89
(F) =(E)／(A)	EBITDAマージン	34.2%	38.4%	46.6%	40.4%	43.4%
(G)	SBC Medical Group Holdings 株主に帰属する純利益	14	13	7	51	47
(H) =(G)／(A)	純利益マージン	35.9%	29.6%	14.7%	29.4%	22.7%

お問い合わせ先 : ir@sbc-holdings.com

SBC Medical Group Holdings, Inc.