

第1四半期決算説明会議事録

開催日時:

米国東部時間：2026年5月13日 午前8時30分

日本時間：2026年5月14日 午後9時30分

参加者:

- ・ 吉田 優也: 取締役副社長兼 CFO 兼 COO 兼 AI エバンジェリスト
- ・ 福井 輝: IR 部長(司会)

1. 開会・ご挨拶

福井 輝: IR 部長の福井です。定刻となりましたので、これより本日の会を始めさせていただきます。お忙しい中、SBC メディカルグループホールディングスの 2026 年度第 1 四半期決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。本日の説明会は、取締役副社長兼 CFO 兼 COO 兼 AI エバンジェリストの吉田優也がお話し、IR 部長の私、福井輝が司会進行を務めさせていただきます。まずは AI アバターによるプレゼンテーションから始めさせていただきます。内容は事前に経営陣が確認しています。プレゼンテーション終了後、質疑応答に移ります。ご質問がございましたら、画面下部の「Q&A」アイコンをクリックし、ご質問を入力の上送信してください。それでは、吉田よりご説明申し上げます。

2. プレゼンテーション

SBC メディカルグループホールディングス CFO の吉田です。本日はご多忙の折、当社の決算説明会にご参加いただき誠にありがとうございます。これより、2026 年度第 1 四半期の業績についてご説明いたします。

[I. クリニック実績ハイライト]

まず、クリニックの実績ハイライトについてです。顧客数および平均顧客単価がともに上昇し、既存店売上高を含むクリニック売上高も増加いたしました。引き続き、マルチブランド

戦略によるきめ細やかな顧客ニーズへの対応や、新サービスの開発等、サービスレベルの向上を進めてまいります。次をお願いします。

[Ⅱ. 連結業績(連結損益計算書)]

続いて、連結損益についてです。2026 年度第 1 四半期の売上高は 43 百万ドルとなりました。前年同期比では 9%の減収ですが、これは昨年 4 月に実施したフィーストラクチャー改定の影響が主因であり、フランチャイズ売上で▲6.2 百万ドル、マネジメントサービス売上で▲2.4百万ドルと、合計で▲8.7百万ドルのマイナス影響がありました。それ以外では、医療資材やレーザーレンタルが前年比で減少しました。一方で、ポイント手数料の増加等によりマネジメントサービス売上は底上げされております。なお、純利益が低下しておりますが、これは前年度に一過性の生命保険の解約益が発生していたことが影響しています。次をお願いします。

[売上高の増減分析(ウォーターフォール)]

先程、売上高の減少はフィーストラクチャー改定が主因とお伝えしましたが、それに加えて、テクニカルな要因である AHH の連結取込期間の差異 1.3 百万ドルも調整したベースで見ると、売上高は前年同期から+11%の成長となっております。

[EBITDA の増減分析(ウォーターフォール)]

同様に、EBITDA についても、フィーストラクチャー改定の影響 8.7 百万ドルを除いたベースでは、+17%の成長となっております。ヘッドラインの数字は減収減益ですが、フィー改定という過年度の構造変化影響を除いたベースでは、売上高・EBITDA とともに着実に成長していることをご理解いただきたいと思います。私からのご説明は以上です。

3. 質疑応答

Q: 今四半期は同店舗売上を含めクリニック売上が前年同期比で大きく成長しました。これは競争環境が正常化に向かい始めた兆候とご認識でしょうか。

吉田 優也: 総じて、はい、その通りと考えております。日本および海外の美容医療市場における競争環境は、以前と比較して一定程度落ち着いてきていると感じております。国内のク

クリニック運営も好調で、高いリピート顧客比率を維持しながら顧客基盤を拡大しており、顧客単価も回復し始めています。私どもの優先事項は、顧客の信頼をさらに強化し、市場本来の成長を取り込んでいくことです。加えて、AGA や歯科といった美容医療以外のカテゴリーにおいても有意な勢いが見られており、これらの隣接領域は有望な成長領域と捉えています。並行してこれらの拡大にも投資してまいります。

Q: 2026 年度第 1 四半期の QoQ +9%の売上高成長を踏まえ、2025 年初頭の価格・市場調整の影響はすでに通過したとご認識でしょうか。

吉田 優也: 基本的にはその通りです。2025 年度は、会社をより健全な基盤に乗せるための移行期と位置付けておりました。そのため、事業再構築やフィーストラクチャー改定により売上高は減収となりましたが、ご覧の通り収益性は改善し、事業環境はより正常化してきております。その意味で、ご指摘の通り、フィーストラクチャー改定の影響はおおむね通過したと考えております。

Q: 昨年実施されたフィーストラクチャー改定の影響を除けば、第 1 四半期のトップラインは成長しております。今後もこの前向きなトレンドは継続するとお考えでしょうか。

吉田 優也: はい。ご指摘の通り、売上高伸長は有望と認識しております。ご説明した通り、当社の基盤となるクリニック運営は好調であり、その活動が加速するにつれ、トップラインも自然に加速していくものと考えております。もちろん、季節要因等による変動はございますが、平準化したベースで見れば、全体の方向性については確信を持っております。年度が進むにつれ、また昨年のフィーストラクチャー改定による前年同期比影響が薄れるにつれ、基盤事業の成長プロファイルがより明確に見えてくると見込んでおります。

Q: 2026 年度第 1 四半期の売上総利益率は想定を下回りましたが、販管費の低下で相殺されました。残りの 2026 年度およびそれ以降の売上総利益率と営業利益率の水準について、どのように見込まれていますか。

吉田 優也: 利益率は安定的に推移し、時間とともに改善していくと考えております。前回のプレゼンテーションでもご説明した通り、現在 AI に関する施策を推進しており、二つの効果を期待しております。一つはカスタマー体験の向上によるトップライン成長、もう一つは

コストサイドにおいてよりスリムで効率的な組織を構築することです。中長期的には収益性の改善を目指しており、その意味で、今年度を通じて利益率は安定的かつ緩やかに改善していくと見込んでおります。

Q: バランスシート上に潤沢な現金をお持ちですが、今後のキャッシュの活用方針についてどのようにお考えでしょうか。

吉田 優也: ご質問ありがとうございます。一貫して申し上げている通り、成長投資が最優先事項です。当社が支援するクリニック数は売上・利益の重要な KPI の一つですので、競争力のある事業グループを構築するべく、規律を持って投資を継続してまいります。幸いなことに、日本の美容医療市場における競争激化を背景に、魅力的な M&A 機会が継続的に流入してきております。現時点では具体的な案件についてお話しすることはできませんが、本年度および来年度にかけて、インオーガニックな M&A 機会から得られる効果は非常に有望と考えております。

Q: フィーストラクチャー改定後、フランチャイジーの収益性、リテンション、ユニットエコノミクスに測定可能な改善は見られていますか。

吉田 優也: フィーストラクチャー改定の有無にかかわらず、当社のクリニックパフォーマンスおよびクリニックレベルの収益性は引き続き良好です。フィーストラクチャー改定の目的は、クリニックグループがより多くの新しいタイプのクリニックを開設できるようにすることでした。その意味で、ご覧の通り、今四半期もクリニック数は着実に増加しております。フィーストラクチャー改定の効果は、クリニックレベルの収益性に対してプラスに作用していると考えております。

Q: Talk Bridge が湘南美容クリニックの全拠点で展開され、社内の通訳センターも月 800 セッションを超える規模に拡大しています。投資家として注視すべきインバウンド KPI は何でしょうか——来店数、英語問い合わせパイプラインからの転換率、来店単価の対国内差異、また来店単価の高いインバウンド構成比が来店単価にどのように反映されているか、等でしょうか。また、OrangeTwist とのパートナーシップの最初のフル四半期が完了しました。コラボレーションの運営面のアップデートをいただけますか。さらに重要なのは、両国を跨いだ展開のポテンシャル——SBC のネットワークを通じて OrangeTwist の拠点をアジアに展

開すること、また米国において OrangeTwist の拠点を通じて SBC ブランドや運営モデルを展開すること——についてお聞かせください。その展開のタイムラインはいかがでしょうか。

吉田 優也 (CFO): いくつかに分けてお答えいたします。まず、インバウンド顧客に関するご質問ですが、本日具体的な数値はお伝えできず、次回の開示でインバウンド顧客データに関するより詳細な情報・知見を含めてまいります。売上の観点では、インバウンドツーリスト売上の比率は依然として相対的に小さいものの、成長率は非常に大きく、大きな成長機会があると認識しております。様々な施策を実施しており、例えば、最近では当社の医師が中国本土に渡り、現地の中国人顧客に対して当社の治療における専門性を説明するカンファレンスを開催いたしました。このような取り組みが奏功し、インバウンド顧客数は増加しております。

二点目のご質問、パートナーシップについてお答えいたします。米国戦略については、初日から大規模なスタンドアロン展開を進めるのではなく、OrangeTwist との協業を通じて当社のプレゼンスを構築することに重点を置いております。当社の取り組みは、三つの協業領域から構成されております。

第一に、マーケティング支援です。OrangeTwist の顧客獲得、リテンション、ブランド運営には改善の余地があると見ております。重点分野の一つは、ブランド認知の向上と新規顧客の獲得です。

第二に、AI 実装の支援です。AI の活用により、コスト構造を改善する大きなポテンシャルがあると考えております。

第三に、ロンジェビティクリニックの実証実験(PoC)です。OrangeTwist のメディカルスパ拠点の一部において、当社のロンジェビティ治療の実装を計画・検討しております。

クロスボーダー展開については、OrangeTwist のメディカルスパモデルをアジアにグローバル展開していくコラボレーションの構想を持っております。ただし、現時点では具体的なタイムラインはございません。先程申し上げた三つの協業項目に注力しているためです。より長期的には、OrangeTwist ブランドをアジア諸国、ひいては日本にも導入することも検討しております。

Q: 米国の M&A バリュエーション、また足元での戦略的取引機会についてお聞かせくださ

い。

吉田 優也: ご承知の通り、日本の M&A 市場と比較して、米国のバリュエーションは相対的に高水準です。EBITDA マルチプルの観点では、5 倍を超え、時には 10 倍を超える水準で取引されております。当社としては、5 倍から 8 倍程度の EBITDA マルチプルでメディカルスパグループを取得することが妥当と考えております。

Q: 海外比率はクリニック売上の約 1%、フェーズ 2 のロードマップでは 2027~2028 年に米国・東南アジアを対象としています。OrangeTwist 以外で、東南アジアではどの市場が優先でしょうか。参入方法——直接運営、合併、フランチャイズ、医療ツーリズム提携の選好、また海外事業が連結売上により有意な貢献となる時期について、いつ頃を見込めばよろしいでしょうか。

吉田 優也: ご質問ありがとうございます。OrangeTwist と同様のパートナーシップモデルが、東南アジアを含むグローバル展開における一つのモデルになり得ると考えております。パートナーシップ方式は、東南アジア進出における有力な選択肢の一つです。なぜなら、美容医療市場は非常に国内志向が強く、各国の文化や顧客の嗜好に大きく影響を受けるため、現地市場に精通した専門人材が必要となるためです。その意味で、大規模なスタンドアロン展開よりも、パートナーシップモデルの方が望ましいと考えており、現在検討中です。

ただし、インオーガニックな M&A 機会次第では、東南アジアにおける直接 M&A や医療クリニックグループの直接運営にも非常に前向きです。状況次第とご理解いただければと存じます。

Q: 顧客一人当たりの平均支出のトレンド、また価格最適化が ARPU 成長を支え続けているかについて、お聞かせください。

吉田 優也: はい。過去数回の決算でご説明した通り、日本の美容医療市場では非常に厳しい競争環境が続いており、当社は治療メニュー単位で戦略的に価格を調整してまいりました。これまでお伝えしている通り、価格は底を打ったと考えており、現在は当社の規模とレジリエンスから得られる優位性を享受し始めている段階です。最大手の美容医療グループとして、市場の価格動向を見極められる立場にあります。

顧客満足度を最優先としつつも、一部の治療では段階的に価格を引き上げ始めております。

それでもなお、ご覧の通り顧客数は増加し続けており、価格決定力と収益性の両面で着実に改善が進んでおります。

Q: マルチブランド戦略の進展、また新規ブランドが異なるデモグラフィックや価格帯セグメントを獲得しているかについて、もう少し詳しくお聞かせください。

吉田 優也: はい。申し上げた通り、当社はマルチブランド戦略を推進しております。例えば、NEO Skin Clinic を開業し、美容医療リテラシーの高い顧客——特に韓国に渡航して最新治療を受けていた層——をターゲットとしております。当ブランドでは、先進的なレーザー機器を含む最新の医療機器を導入しており、これらの取り組みによりリテラシーの高い顧客の獲得に成功しております。当該施策は順調に進んでおります。

加えて、JUN CLINIC を買収いたしました。JUN CLINIC は、NEO Skin Clinic とは対照的に、美容医療を初めて利用する顧客層という異なるセグメントに焦点を当てた医療クリニックグループです。このマルチブランド戦略により、当初の想定通り、多様な顧客ニーズを取り込むことができております。

Q: 組織全体で AI の導入を進めるなか、EBITDA マージンは今後上昇トレンドにあると見てよろしいでしょうか。

吉田 優也: はい、その通りです。美容医療クリニックグループの性質上、当社の事業はこれまで労働集約的なモデルを基盤としてきました。しかし、AI には生産性の向上とオペレーティングコストの削減における有意なポテンシャルがあると考えております。

具体的には、実装が比較的容易で、効果検証が迅速に可能な領域——いわゆるクイックウィン——から着手することを優先しております。例えば、社内マニュアル検索は短期的なクイックウィンと位置付けております。当社では多様な顧客ニーズに対応するため幅広い治療メニューを揃えており、その結果として社内マニュアルは大量に存在しますが、カウンセラーや看護師が自力で適切なマニュアルを見つけ出すことは容易ではありません。AI はこの課題への対処に適しています。

より広範には、本社における採用についてはすでに規律ある姿勢を確立しており、中途採用についても選別的なアプローチを取っております。コスト削減の観点でも、時間をかけて自動化やワークフロー再設計を通じてオペレーションを効率化する余地が大きいと考えており

ます。端的に申し上げますと、コスト削減およびマージン改善が見込めます。

Q: 昨年末に自社株買いプログラムを設定されましたが、今後の活用方針についてどのようなお考えでしょうか。

吉田 優也: 今後の対応について明確に申し上げることはできませんが、私どもとしては、自社株買いプログラムを設定した時点と比較して状況は大幅に改善したと認識しております。ご覧の通り、基盤となる売上は増加し、収益性も改善が続いております。

私どもの最優先事項は流動性の改善です。その観点から、自社株買いプログラムは性質上フロートを減少させるという指摘を一部の投資家からいただいております。その点は十分に理解しております。そのため、現段階では自社株買いプログラムを優先度の高いツールとは見ておりません。代わりに、アナリストカバレッジの拡大、機関投資家ベースの拡充、能動的なIR 活動を通じて、流動性の改善に引き続き取り組んでまいります。流動性の改善とフロートの拡大に向けて、できる限りのことに取り組む——これが現在の重点事項です。

Q: 2026 年における追加の創業者株売却の可能性はございますか。その場合、規模とタイミングはいかがでしょうか。

吉田 優也: 創業者保有株の売却については、最終的には創業者個人の判断によるものであり、これが基本的な考え方です。先ほども申し上げた通り、当社としては流動性の改善およびフロートの拡大は優先事項です。現時点で申し上げられるのは以上です。

Q: 投資家の皆様へ締めくくりのメッセージはありますか？

吉田 優也: 本日はご参加いただき、また数々の大変良いご質問をいただき、誠にありがとうございました。当社は引き続き、流動性の改善、フロートの拡大、収益性の向上に強くコミットしてまいります。ご覧いただいた通り、QoQ ベースで有意な改善が進んでおります。近い将来、改めて皆様と議論できますことを楽しみにしております。誠にありがとうございました。

4. 閉会

福井 輝: ありがとうございました。それでは、本日の決算説明会を終了させていただきます。

皆様の継続的なご支援に心より感謝申し上げます。ご参加いただき、誠にありがとうございました。