

2026年第2四半期 投資家プレゼンテーション資料

2026年8月

ディスクレームー

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。これらの記述は、過去の事実や現在の状況に関するものではなく、将来の出来事や業績に関するSBCメディカルグループホールディングス（以下「当社」）は、の見通しや考え方のみを示すものです。これらの将来の出来事や業績は、その性質上、多くが本質的に不確実であり、当社の管理の及ばない要因の影響を受けます。これらの将来の見通しに関する記述は、特に、当社のサービス展開の計画および戦略、売上高および利益の成長、ならびに事業の見通しに関する当社の現在の見解を反映したものです。また、「可能性がある」、「～すべきである」、「期待する」、「予想する」、「企図する」、「見積もる」、「考える」、「計画する」、「見込まれる」、「予測する」、「潜在的な」、「目標とする」、「望む」またはこれらの否定形もしくは類似の表現は、将来の見通しに関する記述を示すために使用されることがあります。本プレゼンテーションに記載された将来の見通しに関する記述は、本プレゼンテーションの配信日時点のものであり、様々なリスク、不確実性、仮定、または予測もしくは定量化が困難な状況の変化の影響を受ける可能性があります。そのため、これらの記述に過度に依拠しないようご注意ください。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、法令により義務付けられる場合を除き、将来の見通しに関する記述について、当社の予想の変更や、当該記述の前提となる事象、条件または状況の変化を反映するために、その内容を更新または修正して公表する義務を負うものではありません。実際の結果は、現在の予想と大きく異なる可能性があります、その要因は今後新たに生じる場合もあります。当社がそのすべてを予測することはできませんが、その要因には、例えば、世界的、地域的または各国・各地域における経済、事業、競争、市場および規制環境の変化のほか、米国証券取引委員会（SEC）への提出書類に記載された「Risk Factors（リスク要因）」およびその他の記載事項が含まれます。これらの提出書類は、SECのウェブサイト（www.sec.gov）で閲覧することができます。

Non-GAAP財務指標に関する記述

当社は、経営成績の評価や、財務および経営上の意思決定の目的で、調整後EBITDA、調整後EBITDAマージン、有利子負債、純有利子負債、および調整後D/EレシオなどのNon-GAAP財務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。これらのNon-GAAP財務指標には分析ツールとしての限界があり、単独で、または米国会計基準（GAAP）に基づき報告された当社の業績分析の代替として考慮すべきではありません。全ての企業が同一の算出方法を用いているわけではないため、これらの指標は他社の同様の名称を持つ指標と比較可能でない場合があります、企業ごとに大きく異なる可能性があります。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8月13日付公表の「2Q 2026 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.	2026年第2四半期クリニック実績ハイライト	P4
II.	2026年第2四半期実績ハイライト	P6
III.	事業戦略アップデート	P9
IV.	資本・IR戦略	P22
Appendix.		P24

I . 2026年第2四半期 クリニック実績ハイライト

2026年第2四半期クリニック実績ハイライト

- 単価向上と顧客基盤の拡大により、クリニック業績は引き続き力強く成長

クリニック主要数値

拠点数¹
・2026年6月末時点-前年同期末比

287
+34拠点 / +13%

クリニック売上高^{1 2 3 4}
・年初来-前年比

582百万ドル +11%
既存店⁵売上高：543百万ドル +6%

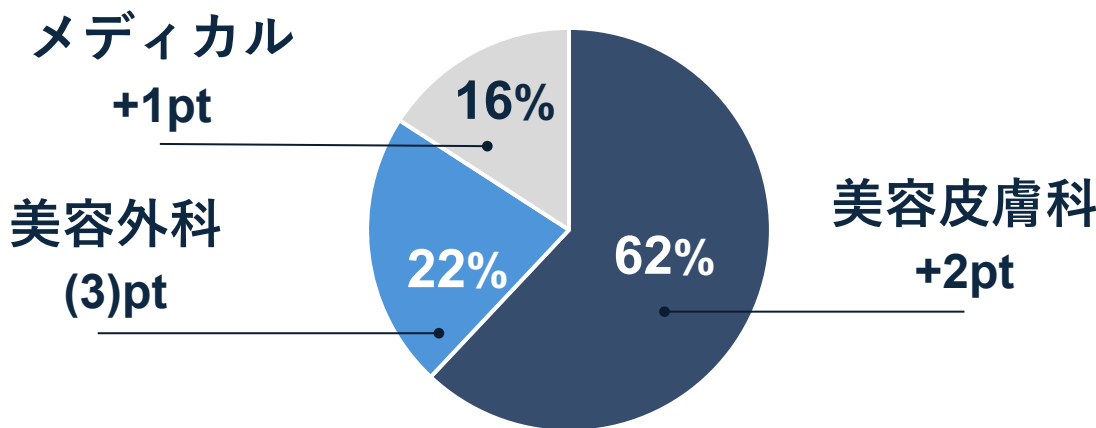
平均顧客単価 (1来院あたり)^{1 2 3 6 7 8}
・第2四半期-前年同期比

287ドル
+9%

年間来院数／ユニーク数^{1 8 9}
・過去12ヶ月-前年比

692万人 / **220**万人
+10% +10%

総取引額構成比^{1 2 3 6}
・年初来-前年比



リピート率^{1 7 8 9 10}

73%

1 SBCブランド・リゼクリニック・ゴリラクリニック・AHH・JUN CLINIC (拠点数はOrangeTwistを含む)
2 換算レート：158.1円/ドル、123.7円/シンガポールドル
3 ポイント・チケット値引後
4 売上高：役務提供 (施術) に応じて計上
5 既存店：2024年12月31日時点で営業しており、その後閉院していないクリニック
6 総取引額：顧客の会計時点における取引金額の総額

7 コース消化を含まない
8 無料カウンセリングを除く
9 ユニーク数・リピート率 (AHH, JUN CLINIC)は
SBCブランド・リゼ・ゴリラの年間顧客数との比率から算出
10 2回以上来院した顧客の割合

Ⅱ．2026年第2四半期実績ハイライト

2026年第2四半期財務ハイライト

- 高収益構造への転換が進展し、売上高からEPSに至るまで力強い成長を実現

	単位	2Q26	YoY	2Q25	1H26	YoY	1H25
売上高	百万ドル	49	+13%	43	92	+2%	91
当社株主に帰属する純利益	百万ドル	11	+335%	2	22	(8)%	24
純利益率 ¹	%	22	+16pt	6	24	(2)pt	26
調整後 EBITDA ²	百万ドル	20	+32%	15	38	(4)%	40
調整後 EBITDAマージン ³	%	41	+6pt	35	42	(2)pt	44
ROE(年換算) ⁴	%	16	+12pt	4	17	(5)pt	22
Basic EPS ⁵	ドル	0.10	+400%	0.02	0.21	(9)%	0.23

1 純利益率 = 当社株主に帰属する当期純利益 / 売上高

2 調整後 EBITDA = 当社株主に帰属する当期純利益 + 税金・営業外損益・減価償却費及び償却費 (Non-GAAP数値 : P30,31参照)

3 調整後 EBITDA Margin (%) = 調整後 EBITDA / 売上高 (Non-GAAP数値 : P30,31参照)

4 ROE = 当社株主に帰属する純利益 / 親会社株主資本平均値 (期首・期末)

5 Basic EPS = 当社株主に帰属する純利益 / 加重平均発行済み株式数

2026年第2四半期業績ハイライト

- 売上高は前年同期比+13%、営業利益は同+30%と、円安影響を跳ね返す力強いパフォーマンス
- 25年6月に運営方針を変更したポイント事業が売上伸長を牽引

(百万ドル)	2Q26			1Q26	2Q25
		QoQ	YoY		
売上高 ³	49	+14%	+13%	43	43
SBCコアセグメント	45	+4%	+3%	43	43
・フランチャイズ売上	10	+5%	(5)%	9	10
・調達売上	13	+9%	(15)%	12	16
・マネジメントサービス売上	13	+8%	+150%	12	5
・レンタルサービス売上	4	+13%	(43)%	3	7
・その他	5	(20)%	(10)%	6	6
Waqooセグメント	5	NM	NM	—	—
売上原価	13	+4%	(1)%	13	13
売上総利益	36	+19%	+20%	30	30
販売費及び一般管理費	17	+35%	+10%	13	15
営業利益	19	+7%	+30%	18	15
当社株主に帰属する純利益	11	(5)%	+335%	11	2

要因・変動額 - YoY (百万ドル)

売上高 (為替影響：(4.7))

(以下為替影響除き)

- フランチャイズ売上：+0.5
- 調達売上: (1.0)
前年の資材入替の反動：(2.7)
- マネジメントサービス売上:+9.1
ポイント事業の販促費抑制：+8.1
一部サービスフィーの見直し：+0.4
- レンタルサービス売上: (2.6)
前年の機器入替の反動：(2.7)
- その他売上:+0.0

当社株主に帰属する純利益 (為替影響：(1.3))

- 前年の一時的な法人税負担の剥落

1 為替影響=当期実績－前期レート換算値 2 換算レート：SBC (2Q26 159.3円/ドル, 1Q26 156.9円/ドル, 2Q25 144.0円/ドル) Waqoo (2Q26 156.9円/ドル)

3 2Q26より、事業をSBCコアとWaqooの2セグメントで構成 (売上は主に医療支援・D2C事業から構成)

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」Longevity市場にアプローチするために、外見・身体機能両面でアプローチしていく
- AIを活用してSBCの競争力強化を進め、「医療×AIと言えばSBC」と認知されることを目指す

戦略ビジョン：Longevity



実現する4つの戦略

4つの成長戦略

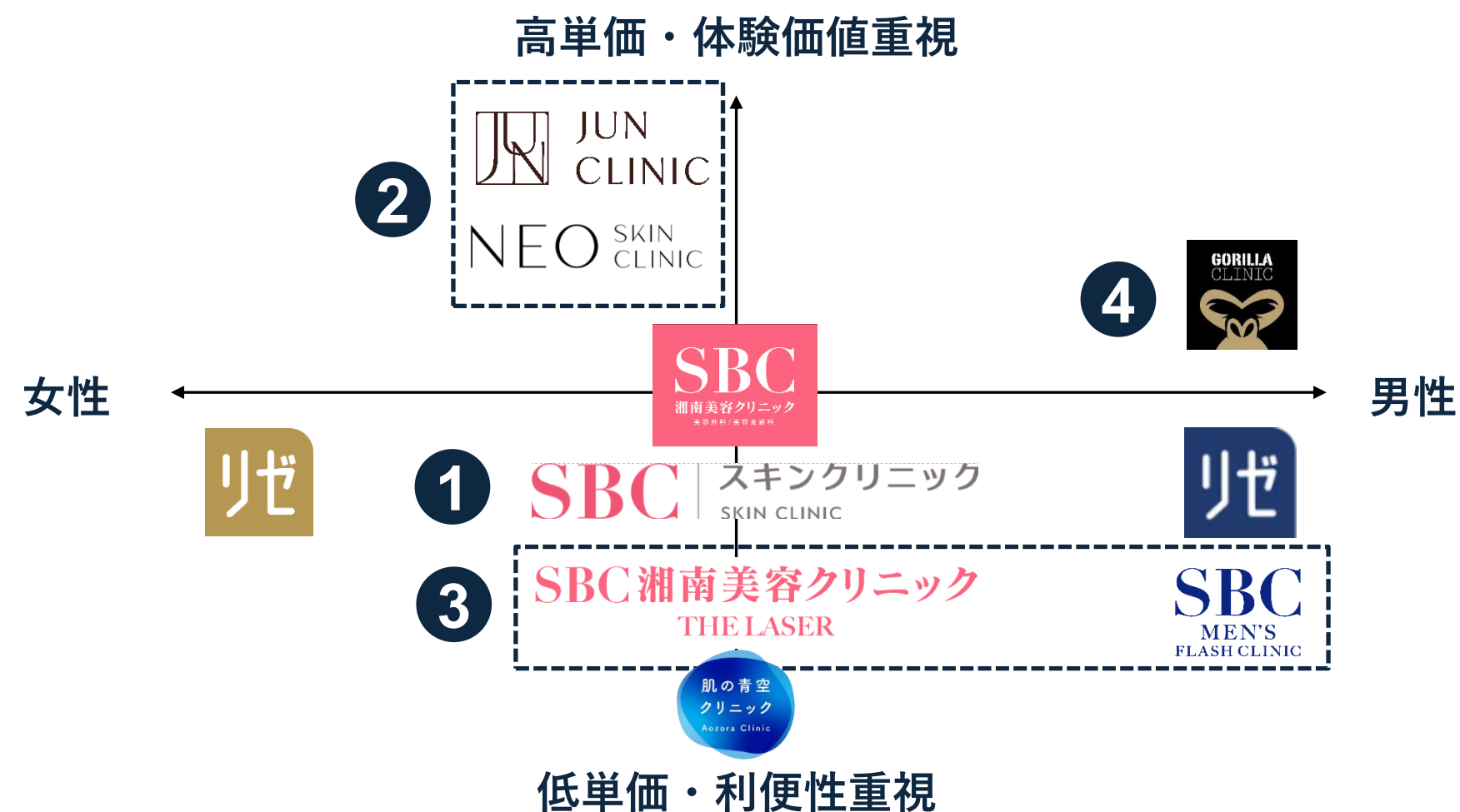
- | | |
|--|---|
| 1 皮膚科領域のマルチブランド戦略加速 <ul style="list-style-type: none">• 顧客ターゲット別のブランド展開で市場占有率を最大化 | 3 事業のグローバル展開 <ul style="list-style-type: none">• 美容皮膚科クリニックモデルを米国・東南アジアへ展開 |
| 2 一般医療の拡大 <ul style="list-style-type: none">• 美容医療で培ったノウハウを他の診療領域にも適用し事業を多角化 | 4 AI活用の競争力強化・コスト構造改革 <ul style="list-style-type: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

マルチブランディングによる最適化 (1)

- 美容皮膚科の上期総取引額^{1 2 3 4}は前年同期比19%増と力強い成長
- 多様化する顧客ニーズを的確に捉え、LTV (顧客生涯価値) のさらなる向上を目指し、マルチブランド展開を加速

多様化する顧客ニーズへの対応を既存・新規ブランド両軸から加速

ブランドポジショニングマップ



施策の実績・計画 (2026年)

① より多くの人に届く皮膚科ブランドへ改称

湘南美容皮フ科

増院



改称

SBC スキンクリニック

+2院
(業態転換+3 計18院)

背景：

市場拡大を牽引する、皮膚科の軽い治療を好む顧客層に向けて、「スキンクリニック」という呼称で美容医療への敷居を下げ、更に幅広い訴求を狙う

■生涯顧客価値 (LTV) および各ブランドにおける収益性の向上

マルチブランディングによる最適化 (2)

- 好調のNEO Skin Clinic、JUN CLINICを増院
- 顧客利便性、オペレーションの更なる効率化のために脱毛専門クリニックを立ち上げ

多様化する顧客ニーズへの対応を既存・新規ブランド両軸から加速

施策の実績・計画 (2026年)

② 2つの高付加価値ブランドを拡大

増院

NEO Skin Clinic

+ 3院 (計4院)

最先端機器・治療を国内随一の水準で取り揃える

JUN CLINIC

+ 1院 (計7院)

VISIA による皮膚診断×オーダーメイド型の“カスタマイズレーザー治療”が強み

背景：

医師・機器の専門性／先進性で選ぶ、美容感度の高い顧客をターゲットとした2ブランド (NEO・JUN) は引き続き好調

③ 脱毛施術の提供効率化

新ブランドの立ち上げ

THE LASER

1院

アクセスの良い拠点での大型脱毛専門クリニック

SBC MEN'S FLASH

1院

男性ひげ脱毛特化で、高速オペレーションを実現

背景：

男性美容市場の拡大に伴い脱毛需要は堅調。ヒゲ脱毛への特化とDX活用により、待ち時間解消・予約の取りやすさを追求

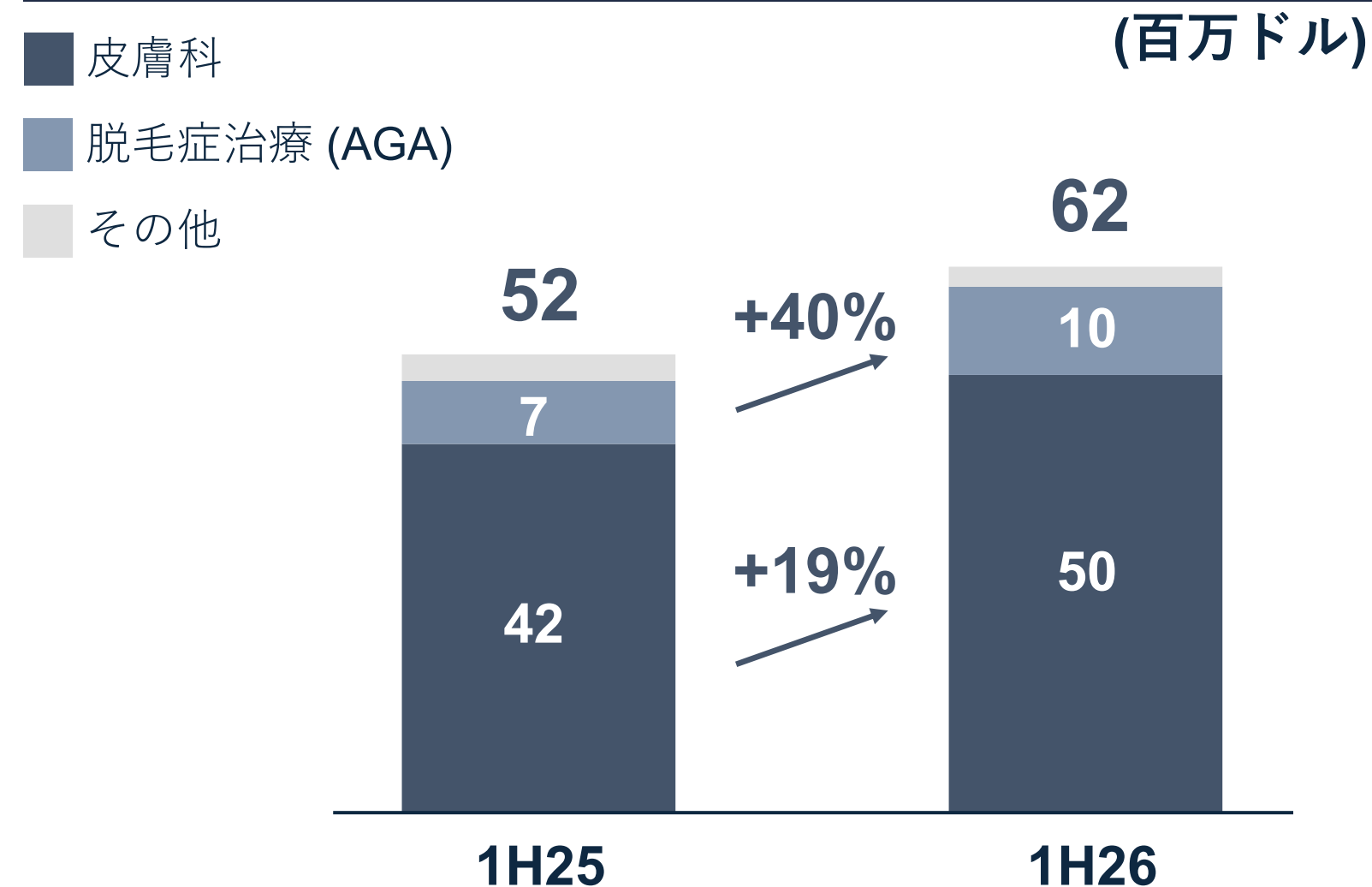
■生涯顧客価値 (LTV) の向上と各ブランドにおける収益性の向上

マルチブランディングによる最適化 (3)

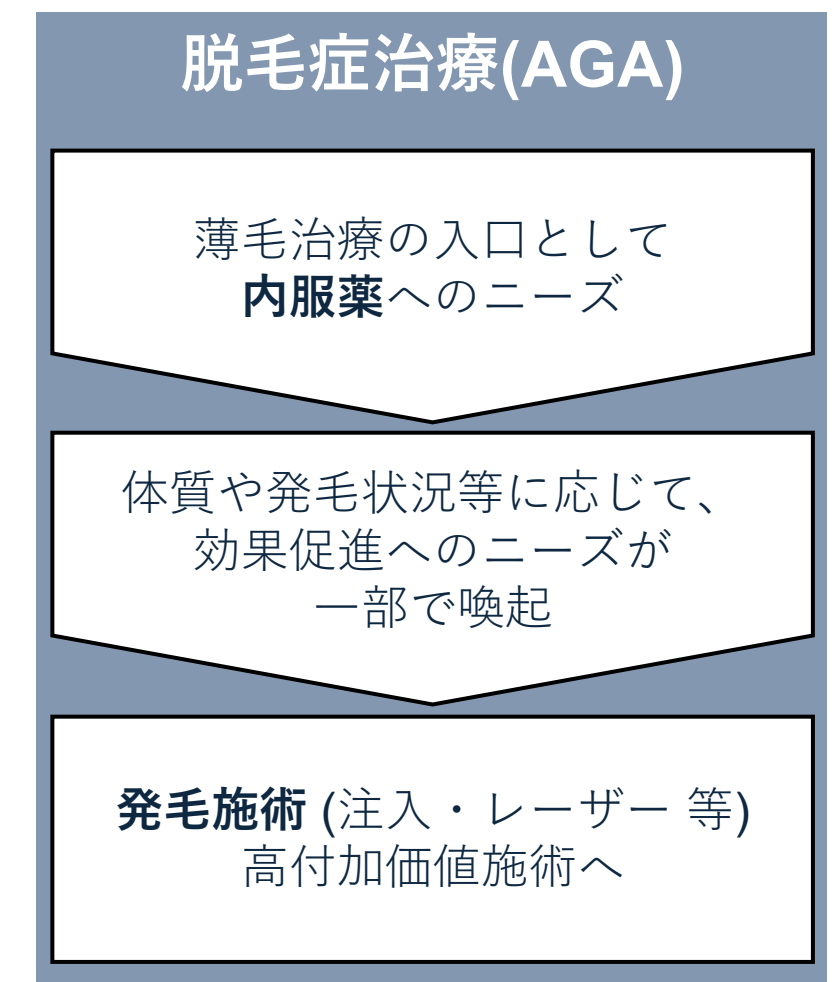
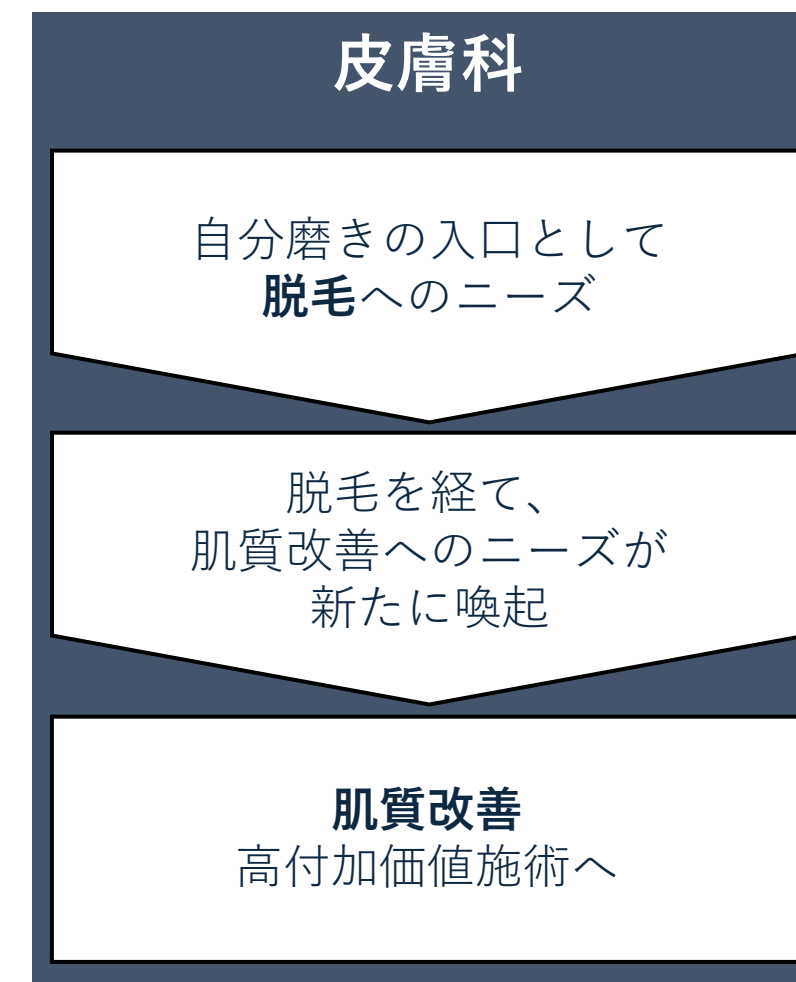
- 皮膚科・脱毛症治療 (AGA) 領域ともに、既存顧客層への高付加価値施術の浸透が増収を牽引

多様化する顧客ニーズへの対応を既存・新規ブランド両軸から加速

④ ゴリラクリニックの総取引額推移



増収要因一段階的ニーズに応じたアプローチ



■生涯顧客価値 (LTV) の向上と各ブランドにおける収益性の向上

1 換算レート：158.1円/ドル

2 ポイント・チケット値引後

3 総取引額：顧客の会計時点における取引金額の総額

一般医療事業の拡大

- ・ 「日本でLongevityと言えばSBC」を目指し、見た目 (美容) + 身体機能 (一般医療) の両面を強化
- ・ これまで美容が中心 (総取引額84%)^{1 2 3 4}、一般医療は16% = 伸び代大

「見た目」(美容) + 「身体機能」(一般医療) で、日本の Longevity No.1 を目指す

一般医療を牽引する「専門チーム」を結成 (2026年6月～)



リーダー：藤本 直也 (一般医療 事業開発 責任者/2026年6月 入社)

- ・ 前職：レバレジーズ (大手ヘルスケア/IT人材プラットフォーム企業) にて執行役員
- ・ 全60事業の戦略/マーケ/データ/プロダクト開発および新規事業を統括
- ・ 採用・教育・制度設計も統括 — 「集客」と「人材」の両面に精通
- ・ 2026年6月にSBC参画 — 一般医療の成長を牽引

「集客 (デジタル・マス)」 × 「医療経営 (組織・経営管理)」 を挺入れ

成長の打ち手：まず既存院を強化 (集客強化+オペレーション改善) + 並行してM&Aで「面」を取る

① まず既存院を強化する

- ・ SEM強化/ユニットエコノミクス適正化/生産性向上
- ・ 美容で培った集客力をそのまま横展開
→ 稼働率/院あたり収益 ↑

② 並行してM&Aで「面」を取る

- ・ 特色のある一定のネットワークを持つクリニックを中心に、M&Aを活用して「拠点数」を拡大

■ 一般医療を、美容に次ぐ「第2の成長エンジン」へ — 中長期の連結成長に貢献

アメリカ戦略 ～OrangeTwistと協働し足掛かりを確立

- OrangeTwistは (OT)、世界最大の米国の美容・健康・Longevity 市場を獲りにいく布石
- OTの強力なメンバーシップ (継続収益40%超) をベースに相互の知見を共有することで、米国事業基盤とLongevity 領域を拡張

少数持分出資 → 規律ある資本配分で、最先端知見と事業シナジーを獲得

なぜOTカー SBCの戦略的意義

- 米国でのプレゼンス拡大:
Clint CEOやHildred / Athyriumの知見も活用し、米国市場での高付加価値な事業を拡大
- グローバルな顧客インサイト獲得:
Longevity 等の消費トレンドを捕捉し、グローバルに展開する手段を獲得



拠点数：6州に24拠点

継続収益：40%超

CEO: Clint Carnell

共同出資者：
Hildred, Athyrium

どう伸ばすか — OT戦略×SBCのシナジー

① 高効率な運営・多店舗展開モデルを強化

- OT: 地域密着型マーケティングで集客効率を向上
- SBC: 運営ノウハウを共有し、オペレーションを効率化

② メニュー拡充等により収益性強化

- OT: Longevity関連を含む新規メニューを投入
- SBC: 圧倒的な購買力でベンダー価格を最適化

③ イノベーションハブ×グローバル展開

- OT: Longevityのイノベーションハブ構築
- SBC: 日本・アジアネットワークへの供給

■ 米国での事業基盤を拡張。Longevityモデルを日本・アジアへも輸出

東南アジア戦略 ～日本の「手頃×安心×標準化」を輸出する

- ・美容医療市場は堅調に拡大。一方で「手頃×安心×標準化」の供給は不十分
- ・日本で磨いた低価格×高稼働のオペレーションシステム (OS)を、アセットライトに輸出。
タイを起点にASEANへ

需要は急増・供給は玉石混交＋日本の勝ちパターンを輸出→アジアの美容医療プラットフォームへ

なぜSBCが勝てるかー「空白」×「日本のOS」

■ 市場の空白：「手頃×安心×標準化」が無い

- ・需要は拡大：中間層・若年層・医療ツーリズム
- ・供給は高額診療か品質不安の安価店の二択

■ 輸出するOS：技術ではなくシステム

- ・調達・標準化・教育・集患を一括輸出
- ・日本は数年先＝伸びる領域が読める
- ・好循環：低価格→大量来院→データ→AI→更に安価



タイ1号店『BLEZ CLINIC』－実証中

Powered by SBC モデルのASEAN展開を展望

タイ起点 → ASEANへ面展開

仕掛け | Powered by SBC

- ・現地が資本・運営、SBCは仕組みを供給
- ・対価は売上連動型のリカーリング収益
- ・アセットライトな事業展開＝高ROIC

ロードマップ | タイ→ASEAN

- ・認知・信頼を醸成し、施術領域・外販ルートを拡大
- ・実証→タイで面展開→周辺国へ移植

Longevity | 次の成長ベクトル

- ・米国OrangeTwistの知見を東南アジアにも活用

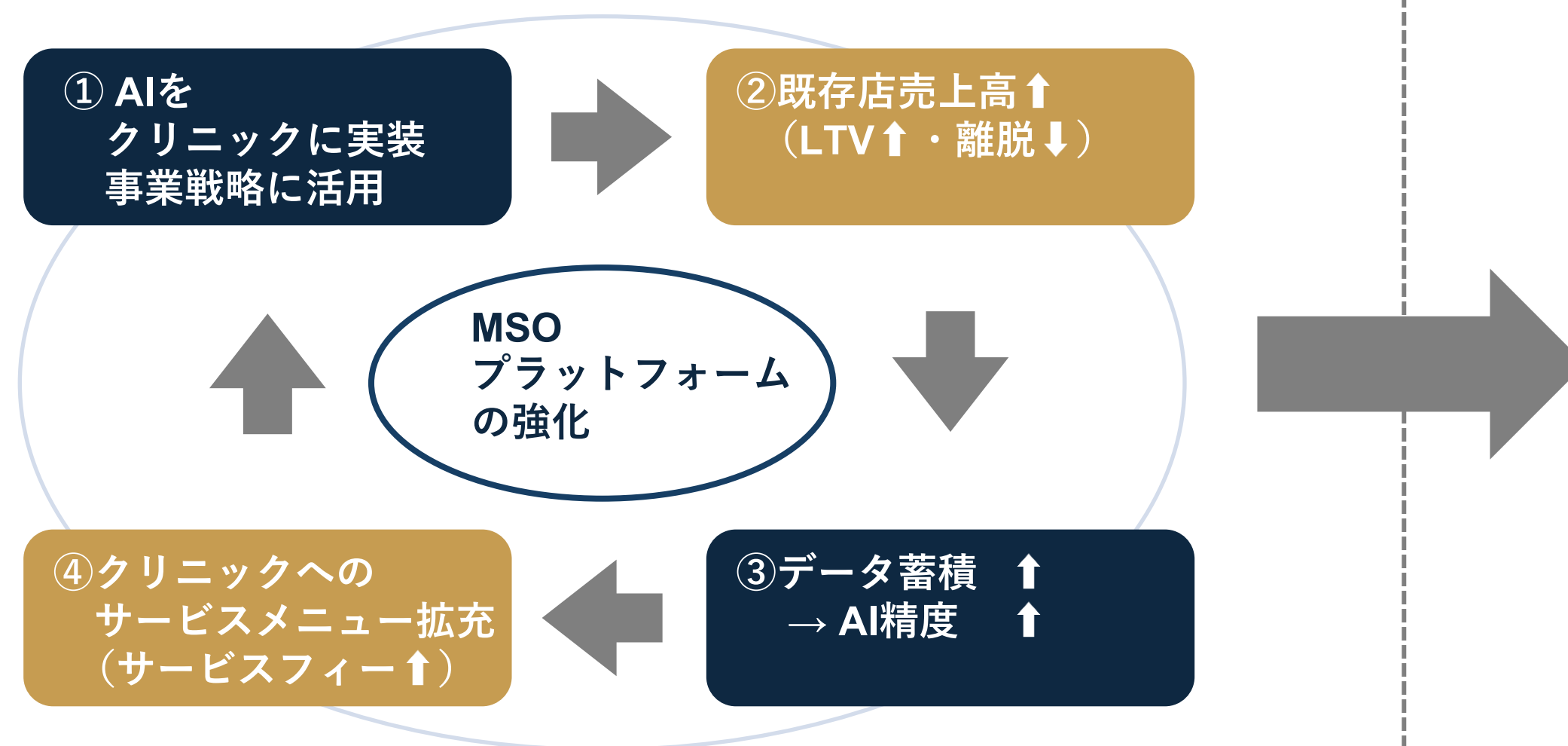
■ アセットライトに新規TAMを開拓、高ROICのリカーリング収益で連結成長に貢献

AI戦略 ～データという26年分の資産を、成長と収益性へ

- AIをクリニックへ実装、事業戦略高度化への活用を本格化
- 売上成長を多面的に加速しつつ、効率化 (販管費レバレッジ) も両立 — 持続的なEPS成長を追求

MSOプラットフォームを強化し、SBCの成長を加速

1. AIの活用によりMSOプラットフォームを強化



2. SBCの成長を加速

「AI活用」が「トリプル」に効く

(1) プラットフォーム魅力↑
→ 新規クリニックを誘引

拠点数 ↑

(2) クリニックの取引活性化↑
→ サービスフィー増加

AFPC¹ ↑

(3) サービスメニュー↑

= 連結収益・EPS 成長

■ 店舗数 × AFPC × サービスメニューのトリプル成長を、持続的な連結収益・EPS成長につなげる

AI戦略 ～クリニック経営を強力に支援するAI (1)

- ・ 24時間自動化・多言語対応・マーケティングのAI化により、機会損失を排除し顧客獲得を強化
クリニックの売上成長に寄与する

顧客体験価値・マーケティングの質を高め、クリニック売上高向上に寄与する

① コールセンターAI (2026年中リリース予定)

- ・ 電話応対をAIが代替・支援、応答率↑
- ・ 離脱を防止／クリニックの負担を軽減



取りこぼし・離脱↓

② AI Chatbot (リリース済み)

- ・ 24h体制で顧客の悩み相談に自動対応
- ・ 顧客獲得力↑ + クリニック対応負担↓



顧客獲得 & 運営効率↑

③ マーケティングAI (順次リリース)

- ・ SNS投稿の半自動対応
- ・ LTV・カスタマージャーニー分析
- ・ SNSの効果分析・改善
- ・ 画像蓄積・抽出の自動化



マーケティング高度化・効率↑

④ AI通訳「TalkBridge」 (リリース済み)

- ・ 英語・中国語のAI通訳をその場で
- ・ 顧客数前年比+20% (2026年第2四半期) で増加する訪日需要を取りこぼさず収益化



インバウンド捕捉↑

■ 顧客利便性・体験価値を引き上げるとともに、マーケティングの高度化を実現

AI戦略 ～クリニック経営を強力に支援するAI (2)

- 出店の「場所」と「立ち上げ」をAIで高度化 — ネットワーク拡大を支援
- 現場のノウハウを全社資産化し、再現性ある拡大とクリニック誘引力を強化

事業拡大を速めるAI — 出店を速く・ネットワーク全体の高い質を担保

⑤ AI出店候補地提案 (リリース済み)

- 人口・人流・競合をAIが自動収集しDB化
- 商圈マップで範囲内人口を自動算出
- 出店候補地の選定をスピードアップ
- 出店後の立ち上がりも早期化

出店の「精度 × 速度」 ↑



⑥ ナレッジ共有AI (リリース済み)

- 26年蓄積の暗黙知をAIで「全社資産」に
- 新規出店を容易に (再現性 ↑)
- スタッフ立ち上げを早期化 (教育コスト ↓)
- 全院で高品質を標準化

再現性ある拡大 + クリニック誘引力 ↑



- 出店リスクを抑制・新規拠点の早期の収益化
- スタッフは早期戦力化により、高い品質を維持したまま新規出店が可能

サービスフィーのアップデート

- サービスフィー水準を順次見直し中 (コールセンター：7月～、ゴリラ・リゼクリニック：6月～)
1拠点当たりのサービスフィー (AFPC) の持続的な向上を目指す
- クリニックへの提供価値向上に沿った措置で、Win-Winの関係を維持

機能向上に伴う価値向上 ⇒ 価値向上に合わせてフィーの見直し ⇒ AFPC ↑

① コールセンター機能向上

AIも活用したコールセンターへの機能向上

- 電話対応をAIが支援
- 24時間対応・外国語対応



予約転換率が向上すると共に、クリニック負担も低下



マネジメントフィーを引上げ

推定 \$11M+ / 年ベース¹

② ゴリラ・リゼクリニック支援強化

AI活用支援、データ基盤再構築、教育支援の強化

- AI活用による顧客体験向上・業務効率化支援
- データ基盤の再構築によるデータ経営強化
- 教育支援メニューの拡充



クリニックの競争力強化、経営高度化に寄与



マネジメントフィーを引上げ

推定 \$4M+ / 年ベース¹

■ 価値ベースのフィーでAFPCを高め、リカーリングな連結収益・EPS成長へ

1 158.1円/ドル前提

事業の成長軌道 ～収益性を伴う成長加速のフェーズへ

- これまでは、コア事業基盤を再強化しつつ、海外・新領域へも戦略的に成長への布石を打ってきた
- これからは、国内・海外・新領域と多面的に加速するフェーズへ

事業基盤の強化 + 成長への戦略的な布石 → 多面的に成長が加速するフェーズに

これまで: 事業基盤強化 + 成長への布石

■ 国内コア事業基盤の強化

- 皮膚科でマルチブランド展開（新設 + M&A）
- AI活用でオペレーションを高度化

■ 成果

2026年上期既存店売上高 + 6% (前年同期比)

■ 将来の成長に向けた戦略的な布石

- 米国：OrangeTwistへ少数持分出資 (24拠点)
- R&D：Waqooへ出資し技術基盤を強化
- 東南アジア：Blezと合併クリニックを設立



これから: 多面的に成長が加速

国内

- 美容皮膚科拡大 / リブランディング
- 脱毛専業など新業態を設立 (MEN'S FLASH/THE LASER)
- 一般医療領域の強化 (M&A模索/専門チーム設立)

海外

- 米国事業がPhase 2 へ。OrangeTwistとの協働を本格化
- 東南アジアでB2B・合併を拡大

新領域・デジタル能力

- AI活用によりサービス強化・効率化を推進
- Longevityセンター設立 (27年予定)

■ 規律ある投資で、差別化された収益と持続的なEPS成長を追求

IV. 資本・IR戦略

資本・IR戦略 ～中長期的な株主価値向上に向けて

- これまで築いた資本市場基盤＋戦略的な布石をベースに、株主価値を向上させていく
- 2つのレバーを並行推進し、現金を活かした成長投資でEPSを積み上げ、認知を広げて適正な評価へ

EPS成長 × バリュエーション適正化 → 株主価値の向上

これまで: 資本市場での基盤強化＋戦略的な布石

■ 資本市場での認知度の確立

- Russell 3000採用 (2025年6月)
- アナリストカバレッジ獲得 (投資銀行2社)

■ 流動性・投資家基盤の拡大

- 口座数¹が大幅に拡大 (2026年7月時点で4.7倍 前年比)
- 2026年6月末時点浮動株比率＋8% 前年比

■ 戦略的な布石・資金調達基盤

- OrangeTwist (米国/MedSpa)、Waqoo (R&D)、MB Career Lounge 等へ戦略的投資
- 銀行との関係強化 (借入活用)、成長投資の余力を強化



株主価値向上に向けた3つのレバー

豊富な現金を成長投資へ投下

- 豊富な現金を有効活用し、オーガニック＋規律あるM&Aの双方に戦略投資
(2026年6月末の現金及び現金同等物：184百万ドル)
- EPSの継続的な拡大を追求

投資家との接点を大幅に拡充

- 8～12月にIRカンファレンスに10件～参加予定 (NY/香港 等)
- 通年でNDR＋個別1on1 → 年間200回超の対話
＋国内個人投資家対応

アナリストカバレッジのさらなる拡大を追求

- 多数の証券会社アナリストとの積極的に対話を継続
- 拡大を追求 (カバレッジ開始は各社判断)

■ EPSを高める努力とマルチプル適正化の努力を並行推進し、中長期的な株主価値向上を追求

Appendix.

2026年上半期業績ハイライト

- 1Qのフィー改定の前年比マイナス影響を、2Qの好調な決算で凡そ相殺している状況
- 25年6月に運営方針を変更したポイント事業が売上伸長を牽引

(百万ドル)	1H26	YoY		1H25
売上高 ³	92	+2	+2%	91
SBCコアセグメント	88	(3)	(3)%	91
・ フランチャイズ売上	19	(7)	(28)%	26
・ 調達売上	26	(4)	(14)%	30
・ マネジメントサービス売上	25	+11	+79%	14
・ レンタルサービス売上	7	(5)	(41)%	12
・ その他	11	+3	+33%	9
Waqooセグメント	5	+5	NM	—
売上原価	26	+3	+13%	23
売上総利益	66	(1)	(2)%	68
販売費及び一般管理費	30	+1	+2%	29
営業利益	37	(2)	(5)%	39
当社株主に帰属する純利益	22	(2)	(8)%	24

変動額・要因 (百万ドル)

売上高 (為替影響：(5.7))

(以下為替影響除き)

- **フランチャイズ売上：(5.9)**
前年4月のフィー改定影響：(5.5)
- **調達売上：(2.7)**
マーケティング活動の増加：+2.1
前年の資材入替の反動：(5.4)
- **マネジメントサービス売上:+12.5**
ポイント事業の販促費抑制：+13.9
- **レンタルサービス売上：(4.7)**
前年の機器入替の反動：(5.0)
- **その他売上：+3.5**

当社株主に帰属する純利益 (為替影響：(1.6))

- 前年の生命保険解約益の剥落：(8.8)
- 前年の一時的な法人税負担の剥落

1 為替影響=当期実績－前期レート換算値 2 換算レート：SBC (1H26 158.1円/ドル, 1H25 148.5円/ドル) Waqoo (2Q26 156.9円/ドル)
3 2Q26より、事業をSBCコアとWaqooの2セグメントで構成 (売上は主に医療支援・D2C事業から構成)

連結損益計算書

(百万ドル)	2Q26	QoQ	YoY	1Q26	2Q25	1H26	YoY	1H25
売上高	49	+14%	+13%	43	43	92	+2%	91
SBCコアセグメント	45	+4%	+3%	43	43	88	(3)%	91
・ フランチャイズ売上	10	+5%	(5)%	9	10	19	(28)%	26
・ 調達売上	13	+9%	(15)%	12	16	26	(14)%	30
・ マネジメントサービス売上	13	+8%	+150%	12	5	25	+79%	14
・ レンタルサービス売上	4	+13%	(43)%	3	7	7	(41)%	12
・ その他	5	(20)%	(10)%	6	6	11	+33%	9
Waqooセグメント	5	NM	NM	—	—	5	NM	—
売上原価	13	+4%	(1)%	13	13	26	+13%	23
売上総利益	36	+19%	+20%	30	30	66	(2)%	68
販売費および一般管理費	17	+35%	+10%	13	15	30	+2%	29
・ 給与・手当	8	+26%	+15%	6	7	14	+6%	13
・ 減価償却費	0	+12%	(27)%	0	0	1	(30)%	1
・ コンサルティング費用	5	+48%	+32%	3	4	9	+20%	7
・ オフィス賃料、光熱費等費用	2	+68%	(7)%	1	2	3	(15)%	4
・ その他	2	+22%	(19)%	1	2	3	(18)%	4
営業利益	19	+7%	+30%	18	15	37	(5)%	39
当社株主に帰属する純利益	11	(5)%	+335%	11	2	22	(8)%	24

連結貸借対照表

(百万ドル)	26年 6月末	増減	25年 12月末
資産合計	407	+27	380
流動資産合計	259	+28	231
・ 現金及び現金同等物	184	+20	164
・ 関連当事者に対する売掛金	41	+13	28
・ 顧客貸付金 (流動)	5	(4)	9
・ その他流動資産	29	(2)	31
非流動資産合計	147	(2)	149
・ 有形固定資産 (純額)	7	(1)	8
・ 無形資産 (純額)	46	(2)	48
・ オペレーティング・リース使用権 資産	10	+2	8
・ ファイナンス・リース使用権資産	0	(0)	0
・ 顧客貸付金 (非流動)	3	(2)	5
・ 関連当事者に対する長期投資資産	17	(1)	18
・ その他資産	64	+2	62

(百万ドル)	26年 6月末	増減	25年 12月末
負債合計	127	+10	117
流動負債合計	78	+17	61
・ 買掛金	23	+6	17
・ 銀行及びその他の借入	12	+3	9
・ 関連当事者からの前受金	4	(1)	5
・ 未払法人税等	19	+10	9
・ オペレーティング・リース負債	5	+1	4
・ ファイナンス・リース負債	0	(0)	0
・ その他流動負債	15	(1)	16
非流動性負債合計	48	(8)	56
・ 銀行及びその他の借入 (非流動)	26	(8)	34
・ オペレーティング・リース負債	5	+1	4
・ ファイナンス・リース負債	0	(0)	0
・ その他非流動性負債	17	(1)	18
株主資本合計	280	+17	263
当社株主に帰属する株主資本	264	+16	248
非支配株主持分	16	+1	15

連結キャッシュフロー計算書

(百万ドル)	1H26		1H25
		YoY	
営業活動の結果得た (支出した) 資金	32	+38	(6)
投資活動の結果得た資金	0	(15)	15
財務活動の結果得た (支出した) 資金	(4)	(11)	7
為替レート変動の影響	(7)	(19)	12
現金及び現金同等物の純増加	21	(7)	28
期首現金及び現金同等物残高	164	+39	125
期末現金及び現金同等物残高	184	+32	153

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 (26年6月末時点)⁷

現金及び現金同等物	有利子負債 ²	純有利子負債 ^{4 5}
184百万ドル	48百万ドル	(136)百万ドル (1株あたり\$1.33)
自己資本比率 ¹	調整後 D/Eレシオ ³	BPS ⁶
64.9%	0.17 _x	2.57ドル

1 自己資本比率 = 当社株主に帰属する株主資本 / 総資産
2 オペレーティング・リース負債を含む (Non-GAAP数値 : P32参照)
3 調整後 D/Eレシオ = 有利子負債 / 株主資本合計 (Non-GAAP数値 : P32参照)

4 純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金等価物 (Non-GAAP数値 : P32参照)
5 1株あたり純有利子負債 = 純有利子負債 / 発行済株式数
6 BPS = 当社株主に帰属する株主資本 / 発行済株式数
7 本スライドに記載されている主要連結貸借対照表科目数値 : P27参照
貸借対照表全体は2026年8月13日付の関連決算リリースをご参照ください

Non-GAAP財務指標

本資料では、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)		2Q26	2Q25	1H26	1H25
(A)	売上高	49	43	92	91
(B)	当社株主に帰属する当期純利益	11	2	22	24
	以下の項目を除外調整				
(C)	非支配株主持分に帰属する当期利益（損失）	0	(0)	0	(0)
(D)	持分法投資損失	1	—	1	—
(E)	法人税等	8	11	15	21
(F)	保険解約益	—	—	—	(9)
(G)	その他費用	0	0	1	1
(H)	その他収益	(0)	(0)	(1)	(0)

Non-GAAP財務指標

本資料では、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)

		2Q26	2Q25	1H26	1H25
(I)	為替差損益（純額）	(1)	1	(2)	2
(J)	支払利息	0	0	0	0
(K)	受取利息	(0)	(0)	(0)	(0)
(L)	減価償却費及び償却費	1	1	2	1
(M)	$\begin{aligned} &=(B)+(C)+(D)+(E) \\ &+(F)+(G)+(H)+(I) \\ &+(J)+(K)+(L) \end{aligned}$ 調整後 EBITDA	20	15	38	40
(N)	$=(B) \div (A)$ 純利益率	22%	6%	24%	26%
(O)	$=(M) \div (A)$ 調整後 EBITDAマージン	41%	35%	42%	44%

Non-GAAP財務指標

本資料では、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)

		26年6月末	25年12月末
(A)	銀行その他借入金 (流動)	12	9
(B)	銀行その他借入金 (非流動)	26	34
(C)	オペレーティング・リース負債 (流動)	5	4
(D)	オペレーティング・リース負債 (非流動)	5	4
(E)	ファイナンス・リース負債 (流動)	0	0
(F)	ファイナンス・リース負債 (非流動)	0	0
(G)	$=(A)+(B)+(C)+(D)+(E)+(F)$ 有利子負債	48	52
(H)	現金及び現金同等物	184	164
(I)	$=(G)-(H)$ 純有利子負債	(136)	(112)
(J)	株主資本合計	280	263
(K)	$=(G) \div (J)$ 調整後D/Eレシオ	0.17x	0.20x

一般医療事業の拡大

- 2026年上期総取引額は、94百万ドル (前年同期比+16%)^{1 2 3 4}と順調に拡大
- 「日本でLongevityと言えばSBC」をめざす第2の成長エンジンとして、専門チームが自由診療ノウハウを活かして推進

領域	市場・背景	戦略的アプローチと勝ち筋	活動状況
脱毛症治療 (AGA) 	・ 植毛・レーザー施術の需要増加	・ 薬剤治療を入口とし、高付加価値なレーザー・植毛施術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 ・ 脱毛症治療特化ブランド以外の拠点においても薬剤治療を提供
歯科 	・ セラミック・矯正・インプラント 等に需要	・ 継続通院型モデル展開 (LTV向上) ・ 保険診療にも拡大	・ グループ内の居抜テナントに1院増院予定
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	・ 顧客からの信頼を獲得し、上半期の顧客数は75千人 (前年比+22%)
リハビリ・整形外科 	・ 関節症治療の需要増加	・ 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	・ 1院増院 (2026年8月) ・ 1院増院予定 (2026年12月)
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・高効率の「手術特化型」を推進	・ 稼働率に向上の余地あり ・ 各都市部に出店を検討中

投資ハイライト

1 クリニック数日本No.1の美容医療グループ¹

2000年の1院から、20以上のブランド・287拠点へと拡大。
年間692万人以上の来院者数、リピート率73%。
クリニック数と顧客基盤は26年以上にわたり継続的に成長中

2 自己強化型の競争優位性

高水準のサービス・ブランド信頼性・高リピート率&膨大な症例、
強固なグループネットワークといった強みの相互作用による
自己強化モデルを実現

3 高い収益性による、継続的な成長投資

当社株主に帰属する純利益：22百万ドル²（純利益率：24%）
調整後 EBITDA^{2 3} マージン40%以上
豊富なキャッシュフローを継続的に成長投資に再投下し、
事業の拡張および拡大を推進

4 日本のLongevity市場における先行優位性

「外見」（美容医療）と「身体之最適化」（一般医療）の両面から
市場にアプローチできる独自のポジション。
圧倒的リーダーが確立されていない日本の黎明期市場において
先行優位性を確保

5 日本での成功モデルを海外市場で展開

M&Aおよびパートナーシップを通じた東南アジア・米国への展開。
OrangeTwistへの戦略的マイノリティ出資によりMedSpa・
Longevity事業を推進。
当該事業の日本・アジアへの輸入も検討

6 財務・医療・グローバルビジネスに 精通した経験豊富なリーダーシップチーム

各専門分野に深い知見を持つ経営陣が、成長戦略を加速。
米国株式指数「Russell 3000」に採用（2025年）

¹ 矢野経済研究所「2025年版 美容医療の展望と戦略：市場分析編」

² 1H26数値

³ 調整後 EBITDA Margin (%)=調整後 EBITDA / 売上高 (Non-GAAP数値：P30,31参照)

SBC Medical Group Holdings Incorporated

ご清覧いただきありがとうございました

IR関連お問い合わせ：ir@sbc-holdings.com

IRサイト



LinkedIn

