



世界中の人の喜ぶ顔を見たい

株式会社クロスフォー 決算説明会資料

2026年9月24日

東証 スタンダード市場 証券コード 7810



Ⅲ. 今後の成長戦略 … 14

◆ I . 当社の概要

◆ 会社概要

会社名	株式会社クロスフォー (Crossfor Co., Ltd.)
設立	1987年8月
本社・支店	本社：山梨県甲府市国母7-11-4 東京支店：東京都台東区上野5-17-5 サイコービル3F
代表者	代表取締役社長 内藤彰彦
資本金	748百万円（2026年7月31日現在）
決算月	7月末
従業員数	グループ全体 82名（2026年7月31日現在）
グループ会社	Crossfor H.K.Ltd.(香港) 歌思福珠宝（深圳）有限公司 株式会社D.Tech CROSS FOR (THAILAND) CO.,LIMITED (タイ) CROSSFOR INDIA PRIVATE LIMITED (インド)（2026年7月31日現在）
上場市場	東京証券取引所 スタンダード市場
事業概要	Dancing Stoneを用いたジュエリー・アクセサリー製品の製造販売、海外向けパーツの製造販売 独自の新しい製品の開発・製造販売
監査法人	應和監査法人

◆ II. 2026年7月期決算概要

売上高
5,536百万円
前年比47.3%増

営業利益
94百万円
前年比71.2%増

売上高が過去最高を更新。営業利益・経常利益ともに大幅増益となり、
成長が加速

◆ 連結 P/L の状況

		2025年7月期	2026年7月期	増減額	増減率
売上高		3,757	5,536	+ 1,779	47.3%
◆	国内	2,580 (68.7%)	4,273 (77.2%)	+ 1,693	65.6%
	◆ 海外	1,176 (31.3%)	1,262 (22.8%)	+ 86	7.3%
売上総利益		1,186 (31.6%)	1,474 (26.6%)	+ 288	24.2%
販売費及び一般管理費		1,131 (30.1%)	1,379 (24.9%)	+ 248	21.9%
営業利益又は損失 (△)		55 (1.5%)	94 (1.7%)	+ 39	71.2%
経常利益又は損失 (△)		23 (0.6%)	61 (1.1%)	+ 38	157.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益		22 (0.6%)	26 (0.5%)	+ 4	18.8%

※ () = 売上高比率

◆ 連結P/L 四半期別 前年同期比較

(単位：百万円)

	2025年7月期 1Q	2026年7月期 1Q	2025年7月期 2Q	2026年7月期 2Q	2025年7月期 3Q	2026年7月期 3Q	2025年7月期 4Q	2026年7月期 4Q
売上高	877	1,268	946	1,332	862	1,578	1,070	1,356
◆ 国内	576	977	657	1,087	597	1,217	748	990
◆ 海外	301	291	288	244	265	361	322	366
売上総利益	315	366	299	384	269	415	302	307
販売費及び一般管理費	310	338	279	339	264	334	276	367
営業利益又は 営業損失 (△)	5	28	19	45	4	81	25	△60
経常利益又は 経常損失 (△)	5	30	15	37	△34	80	36	△87
親会社株主に帰属する 純利益又は 純損失 (△)	5	8	11	16	△30	72	35	△70

		2025年7月期		2026年7月期		増減額	増減率
		売上高	構成比	売上高	構成比		
国内		2,580	68.7%	4,273	77.2%	+ 1,693	65.6%
海外		1,176	31.3%	1,262	22.8%	+ 86	7.3%
◆	タイ	392	10.4%	370	6.7%	△ 22	△ 5.4%
	インド	308	8.2%	309	5.6%	+ 1	0.6%
	中国	255	6.8%	208	3.8%	△ 47	△ 18.0%
	その他	220	5.9%	373	6.7%	+ 153	69.5%

◆ 連結 B/S の状況

◆ 連結B/S 資産の部

(単位：百万円)

		2025年7月期	2026年7月期	増減額	増減率	摘 要
◆ 流動資産		3,587	4,502	+ 915	25.5%	
	現金及び預金	629	1,139	+ 510	81.0%	転換社債型新株予約権付社債の発行等により増加
	原材料及び貯蔵品	785	772	△ 13	△ 1.6%	
	商品及び製品・仕掛品	1,335	1,596	+ 261	19.5%	翌期の販売に備えた在庫積み増しにより増加
◆ 固定資産		1,468	1,444	△ 24	△ 1.6%	減価償却等により減少
	有形固定資産	1,208	1,234	+ 26	2.1%	
	無形固定資産	163	130	△ 33	△ 20.0%	
	投資その他の資産	95	78	△ 17	△ 17.8%	
◆ 資産合計		5,057	5,947	+ 890	17.6%	

◆ 連結B/S 負債・純資産の部

(単位：百万円)

		2025年7月期	2026年7月期	増減額	増減率	摘 要
◆ 流動負債		1,748	1,932	+ 184	10.5%	
	短期借入金	849	984	+ 135	15.9%	運転資金需要に対応した借入増加
	1年内返済予定の 長期借入金	581	460	△ 121	△ 20.8%	約定返済等により減少
◆ 固定負債		1,502	2,086	+ 584	38.8%	
	長期借入金	1,460	1,316	△ 144	△ 9.8%	
	転換社債型新株予約権付 社債	—	700	+ 700	—	GPとの資本業務提携
◆ 負債合計		3,251	4,018	+ 767	23.6%	
◆ 純資産合計		1,806	1,929	+ 123	6.8%	
◆ 負債純資産合計		5,057	5,947	+ 890	17.6%	

◆ Ⅲ. 今後の成長戦略



創業以来初の売上55億円超 ここから、利益で成長する会社へ

2027年7月期の重点課題と『中期経営計画2030』

本日本お伝えすること

1

2026年7月期 創業以来初の55億円超

売上高55億36百万円（前期比47.3%増）
営業・経常・当期純利益のすべてで前期を上回り、全ての段階利益で黒字を確保しました。

2

2027年7月期 4つの重点課題に集中

国内はライブコマース、海外は米国、
DtoCは収益化、そしてAI・DXによる生産性向上。この4つに経営資源を集中します。

3

中期経営計画2030 利益で成長する会社へ

FY2030に売上80億円・営業利益8億円・
営業利益率10.0%。売上は1.45倍、営業利益は8.5倍に伸ばします。

2026年7月期 通期業績

売上高は前期比47.3%増。全ての段階利益で前期を上回り、黒字を確保しました。

売上高（百万円）

5,536

前期比 +47.3%

営業利益（百万円）

94

前期比 +71.2%

経常利益（百万円）

61

前期比 +157.9%

当期純利益（百万円）

26

前期比 +18.8%

（百万円）	FY2025 実績	FY2026 実績	増減率
売上高	3,757	5,536	+47.3%
売上総利益	1,186	1,474	+24.2%
販売費及び一般管理費	1,131	1,379	+21.9%
営業利益	55	94	+71.2%
経常利益	23	61	+157.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	22	26	+18.8%

1株当たり・配当

1株当たり当期純利益

1.53円

前期 1.30円

1株当たり年間配当金

0.63円

前期 0.35円

配当性向（連結）

41.2%

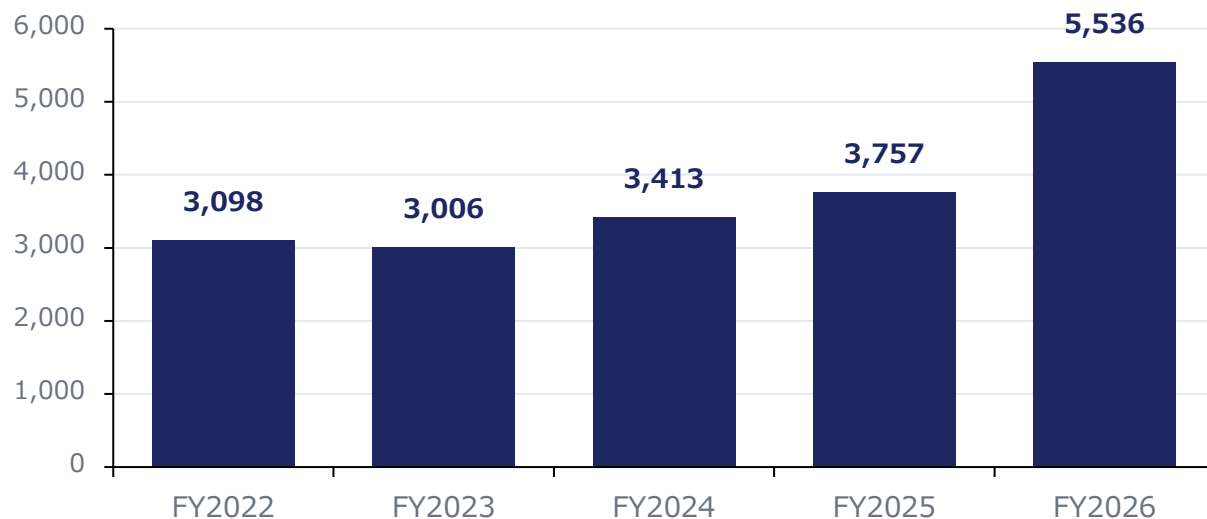
前期 27.0%

◆ WHAT DROVE GROWTH

増収の中身 — 国内が牽引し、海外は逆風下で踏みとどまりました

FY2023の赤字期からFY2025に黒字転換し、FY2026で売上規模が一段上がりました。

売上高の推移（百万円）



営業利益（百万円）	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
	44	▲203	▲16	55	94

国内 — 増収の主因

- 1 ライブ販売向けの商品提案**
前期から継続してきた提案が顧客において成果を上げ、受注に結びつきました。
- 2 展示会販売・地金系商品**
いずれも好調に推移しました。
- 3 大手小売店・問屋向け**
需要に即した企画提案の継続により、受注は堅調に推移しました。

海外 — 逆風下でも踏みとどまりました

米国の関税政策の影響と地金相場の高騰により、インド・タイの大手得意先で注文を控える動きがみられました。それでも米国向け輸出が伸長し、海外売上高は前期比微増にとどまりました。

2027年7月期 連結業績予想

増収を続けながら、利益の伸び率を売上の伸び率より高くします。当期純利益は前期比90.5%増を見込んでいます。

売上高（百万円）

5,920

前期比 +6.9%

営業利益（百万円）

120

前期比 +26.4%

経常利益（百万円）

75

前期比 +21.7%

当期純利益（百万円）

50

前期比 +90.5%

1株当たり指標・株主還元

1株当たり当期純利益 2.82円（前期 1.53円）

1株当たり年間配当金 0.85円（前期 0.63円）

配当性向（連結） 30.2%（前期 41.2%）

2027年7月期 スローガン

組織の進化と挑戦

— 盤石な基盤でDXを加速し、
グローバルに飛躍する —

2027年7月期の予算は、4つの積み上げで達成します

深める領域と、伸ばす領域を明確に分けて経営資源を配分します。

既存事業

深める

国内の卸・OEM、海外のパーツ販売。長く取引いただいているお客様との関係をさらに深め、提供する価値に見合った価格でご評価いただきます。

国内・ライブコマース

伸ばす

当期の増収を牽引した、すでに実績のある市場です。ここをさらに伸ばします。

海外・米国

広げる

これまで取引のなかった問屋・中小規模小売という新しい顧客層を開拓します。既存の大手小売チェーンとは商流が異なるため、双方を同時に伸ばせます。

DtoC・VARIÉLLE

黒字化する

粗利率の高いDtoCを収益事業に転換し、全社の利益率を押し上げます。

コスト側：AI・DXによるバックオフィスの効率化で、増収に伴う間接費の増加を抑えます。人員を増やすのではなく、社内の再配置で対応します。

2027年7月期の4つの重点課題

① 国内事業の収益性向上 ② 海外事業の成長加速 ③ DtoC事業の収益化 ④ AI・DXによる生産性向上と少数精鋭の組織体制

国内：ライブコマースを国内成長の第2の柱に

中期経営計画では、ライブコマース売上を2億円から10億円へ引き上げます。すでに実績のある市場をさらに伸ばしていきます。

ライブコマース売上 2億円 → 10億円 FY2030目標	新規獲得社数 5社/年 → 20社/年 年間目標	平均単価/件 480万円 → 600万円 取引深耕	展示会出展 年11回 新規開拓の起点
--	---------------------------------------	--	---------------------------------

当社の立ち位置（商流）



既存の卸・小売チャネルとは購買層が異なるため、社内で売上を取り合う構造にはなりません。

この市場を伸ばす鍵

- 商品数（多品種）**
配信では一度に多くの商品を見せます。品数の多さが、そのまま販売機会の多さになります。
- 新商品投入機会の高頻度化**
同じ商品の配信を繰り返しても売れ行きは続きません。新商品を高い頻度で投入し続けることが必要です。
- 企画から量産までの自社一貫**
他社企画品の受託は行わないため、多品種・高頻度の投入に供給側で応えられます。

◆ OVERSEAS

海外：米国が中期経営計画の最大の成長源です

海外売上高はFY2026の12.4億円からFY2030に24.3億円へ。うち米国は1.0億円から10.0億円へ引き上げます。

地域（億円）	FY2026 実績	FY2030 目標	位置づけ
アメリカ	1.0	10.0	最重要成長市場。問屋・中小規模小売へ半製品・完成品を販売
ASEAN（香港）	11.2	12.3	既存顧客10億円を維持・深耕し、大手ブランド獲得で上積み
タイ	0.15	1.5	現地法人を軸に、SV（シルバー）ジュエリー輸出企業を開拓
インド	0.03	0.5	現地法人を軸に、大手小売チェーンとの取引を開始
海外合計	12.4	24.3	年平均成長率 +18.3%／平均粗利率 約50%

◆ 既存商流と競合しません

米国の既存の取引先は大手小売チェーンです。
今回開拓するのは問屋・中小規模小売という別の階層のため、双方を同時に伸ばせます。

◆ 半製品と完成品、両方に対応します

半製品をお求めのお客様と完成品をお求めのお客様は異なります。価格で競争はせず、商品の独自性と特許技術でご評価いただきます。

◆ 回答の速さと取引条件

見積書の作成と納期回答はAIエージェントを活用し迅速に対応します。支払条件は基本的に前払いです。

DtoCの収益化とAI・DXによる生産性向上

VARIÉLLEは2026年11月の単月黒字化を目指します。AIは初年度、「時間をつくる」ことに徹します。

DtoC : VARIÉLLE の黒字化

2026年11月 単月黒字化を目指します

- 1

内製化

外注フル契約を解約し内製化。年間4,200万円相当の外注費を削減します。
- 2

粗利率

海外仕入先の開拓とボリュームディスカウントで、70%→75%へ。
- 3

平均単価

2.5万円を維持します。値引きで数量を取りにいきません。
- 4

投資判断

6か月後にGo/No-Goを判定します。CVR・フォロワー・黒字化進捗が基準です。

AI・DX : バックオフィスの生産性向上

バックオフィス
定型業務をAI化

創出された時間
人時を空ける

プロフィット部門
営業・商品開発へ

利益
粗利の増加で確認

生産性の目標	FY2026	FY2030
1人当たり売上	0.67億円	0.89億円
粗利/人（付加価値）	18百万円	30百万円
営業利益/人	1.1百万円	8.9百万円
グループ社員数	82名	90名

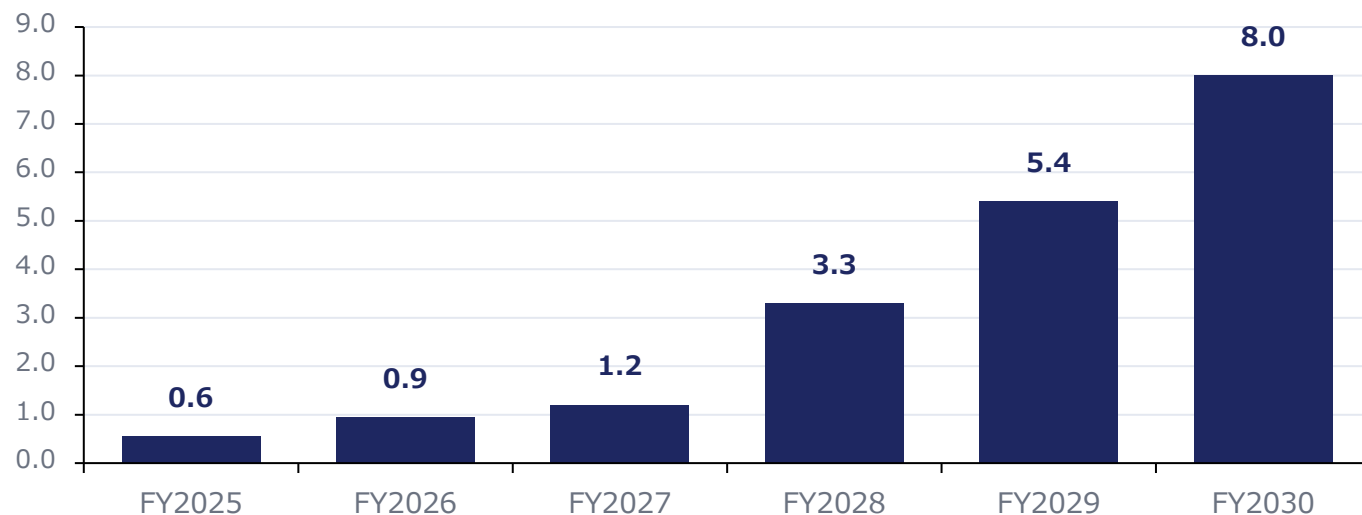
初年度に見るのは、削減時間と再配置人時、そして再配置後の粗利です。

◆ THE EQUITY STORY

当社を売上の伸び率ではなく、利益の伸び率でご覧ください

FY2026からFY2030にかけて、売上は1.45倍です。これに対し、営業利益は8.5倍に伸ばします。

営業利益の計画（億円） FY2025・FY2026は実績、FY2027以降は
計画目標値



FY2026 実績 → FY2030 目標

売上高

55.3億 → 80.0億

×1.45／年平均+9.7%

営業利益

0.94億 → 8.0億

×8.5／年平均+70.8%

営業利益率

1.7% → 10.0%

+8.3pt

◆ 「売上を伸ばす会社」から「利益を伴って成長する会社」へ。この5年間で、その変革期間です。

営業利益 +7.1億円は、どこから生まれるのか

利益増の最大の源泉は海外です。次いでDtoC、国内の順に積み上がります。

項目	金額（億円）	内容
FY2026 営業利益（実績・起点）	0.94	営業利益率 1.7%
海外 粗利増	+5.9	海外売上 12.4億→24.3億。粗利率約50%が利益を牽引します
国内 粗利増	+2.8	原価率78%→75%。売上上位20社の低採算取引（粗利20%未満）を是正します
新EC 粗利増	+2.6	粗利率75%。2026年8月立ち上げ、FY2030に3.4億円
VARIÉLLE 粗利増	+2.2	粗利率70%→75%。FY2030に3.3億円
販売費及び一般管理費 増加	△5.2	成長投資（人員・海外・AI）。粗利増12.3億の範囲内に規律を維持します
間接原価 増加	△1.2	—
FY2030 営業利益（目標）	8.0	営業利益率 10.0%

利益成長が後半に集中する理由は、DtoCの立ち上げ時期と、米国の売上ランプにあります。FY2028の点火は、主に米国で説明されます。

3つのフェーズで到達し、初年度の確度は先行指標で示します

利益の本格的な伸びはFY2028以降です。FY2027に何が積み上がるかを、あらかじめお示します。



FY2027にご確認いただきたい先行指標

領域	FY2027に積み上げるもの	FY2028以降への効き方
国内ライブコマース	売れ筋の見極め ―― どの商品が、どの配信事業者で売れるかの特定	多品種・高頻度投入の精度が上がり、FY2030の10億円につながります
米国	新規開拓件数 ―― 問屋・中小規模小売の新規口座数	FY2028の米国営業所設立と、売上ランプの前提になります
VARIÉLLE	2026年11月の単月黒字化と、その継続	DtoC投資を継続する判断の条件になります
AI・DX	削減した時間と、プロフィット部門へ再配置した人時	1人当たり営業利益 8.9百万円への起点になります

出典：『中期経営計画2030』。進捗管理の体制は、参考資料 A-9。フェーズ別の戦略詳細は、参考資料 A-8。

企業価値創造の道筋 — 利益成長 × 再評価

「赤字からの再建」を完了し、「高収益・成長フェーズ」へ。株主価値が再評価される転換点にあると考えています。

1 利益成長 ×8.5倍

営業利益 0.94億円 → 8.0億円

売上は×1.45倍ですが、利益は×8.5倍です。
これが企業価値創造の源泉です。

2 収益の「質」の向上

営業利益率 1.7% → 10.0% (+8.3pt)

低粗利の国内卸中心から、高粗利mix（海外50%・DtoC75%）へ構造転換します。

3 再評価の余地

「再建企業」から「高収益・成長企業」へ

利益率10%の高収益モデルの定着により、成長企業としての評価の獲得を目指します。

本説明会でお示しする指標

営業利益率

FY2030 10.0%

中期経営計画2030にて開示済み

株主還元方針

配当性向 30.0%

利益成長に応じて、更なる配当性向の引き上げを目指す



株主・投資家の皆様へ

クロスフォーは2026年7月期に、創業以来初となる売上高50億円超を達成し、新経営体制のもと再成長フェーズへ移行します。

当社は、市場の声から発想するマーケットインと、独自技術から発想するプロダクトアウトの両方ができる会社です。

創業以来の特許技術・製造基盤・取引先との信頼を受け継ぎつつ、本中期経営計画で3つの転換を実行します。

① 国内：ライブコマース市場への売上拡大 ② 海外：パーツ販売に加え、半製品・完成品を強化 ③ AIの徹底的な現場活用

この3つの転換により、2030年7月期に売上80億円・営業利益8億円・営業利益率10%の達成を目指します。

引き続きご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

株式会社クロスフォー 代表取締役社長 内藤 彰彦

将来の見通しに関する注記

将来見通しについて

本資料に記載されている業績見通し、計画、方針等のうち、歴史的事実でないものは、本資料の作成時点において当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は、経済情勢、市場動向、地金相場、為替相場、米国の関税政策その他の要因により、記載された見通しと大きく異なる可能性があります。

数値について

本資料の数値は、特段の記載がない限り連結ベースです。決算数値は2026年9月14日開示の「2026年7月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」に基づきます。中期経営計画の数値は同日開示の『中期経営計画2030』に基づく目標値であり、達成を保証するものではありません。FY2026は実績、FY2027以降は計画目標値です。端数処理により合計が一致しない場合があります。

本資料の位置づけ

本資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としており、当社株式の取得または売却を勧誘するものではありません。投資に関する最終決定は、投資家ご自身の判断でお願いいたします。



最後までご清聴いただき、ありがとうございました。



参考資料

Appendix

- ◆ A-1 財政状態とキャッシュ・フロー
- ◆ A-2 成長の質（売上構成と粗利率）
- ◆ A-3 固定費レバレッジ
- ◆ A-4 国内：ライブコマース実行計画
- ◆ A-5 海外：半製品と完成品
- ◆ A-6 DtoC：VARIÉLLE ロードマップ
- ◆ A-7 AI・DX：対象業務と生産性目標
- ◆ A-8 3フェーズ×4戦略 詳細
- ◆ A-9 進捗が見える形にする仕組み
- ◆ A-10 織り込んでいない成長余地

財政状態とキャッシュ・フロー

転換社債型新株予約権付社債7億円の発行等により、期末の現金及び現金同等物は10億29百万円となりました。

総資産（百万円）

5,947

前期末比 +890

純資産（百万円）

1,929

前期末比 +123

自己資本比率（%）

32.4

前期末 35.7%

現金及び現金同等物（百万円）

1,029

前期末比 +480

（百万円）	FY2025	FY2026	主な内容
営業活動によるキャッシュ・フロー	△125	△58	棚卸資産の増加249、売上債権の増加59
投資活動によるキャッシュ・フロー	△21	△142	有形固定資産の取得90、無形固定資産の取得23
財務活動によるキャッシュ・フロー	△208	+669	転換社債型新株予約権付社債の発行700

◆ 売上の拡大に伴い棚卸資産が増加し、営業キャッシュ・フローはマイナスとなりました。在庫管理を高度化し、運転資金の規律を高めます。

成長の「質」を変えます — 粗利率 約26.6% → 約33.8%

利益率が1.7%から10.0%へ上がる主因は、粗利率の高い海外・DtoCの構成比が上がることです。

FY2030 売上構成	金額	構成比	粗利率	FY2026からの変化
国内事業	49.0億円	61.3%	25%	原価率 78%→75%へ改善
海外事業	24.3億円	30.4%	50%	12.4億円から約2倍。米10.0／ASEAN12.3／タイ1.5／インド0.5
DtoC事業	6.7億円	8.4%	75%	VARIÉLLE 3.3億円＋新EC 3.4億円
合計	80.0億円	100%	約33.8%	粗利 14.7億円→27.0億円

海外は粗利率50%

国内の25%を大きく上回ります。海外の構成比が上がることで、全社の利益率を押し上げます。

DtoCは粗利率75%

規模は8.4%ですが、粗利への貢献は構成比以上です。

国内は原価率で効かせる

売上上位20社の低採算取引を是正し、原価率を78%から75%へ改善します。

人を8名増やして、売上を25億円増やします

販管費は固定費が主体です。粗利の増加が営業利益に反映されやすい費用構造を、AI活用で徹底します。

人員増加率（%）

+9.8

82名 → 90名

売上増加率（%）

+44.7

55.3億 → 80.0億

営業利益の成長

×8.5

0.94億 → 8.0億

1人当たり営業利益

×8.1

1.1百万 → 8.9百万

なぜ利益率が10%まで上がるのか

- 1 固定費主体の販管費構造 —— 粗利の増加が営業利益に反映されやすい
- 2 高粗利セグメントの構成比向上 —— 海外50%・DtoC75%が利益を牽引
- 3 固定費を抑制しながら売上拡大 —— 人員+9.8%で売上+44.7%

規律の置き方

販管費は成長投資により増加します。ただし粗利増（+12.3億円）の範囲内に抑える規律を維持し、粗利率の改善と併せて利益率の改善を支えます。

5カ年の増員は8名までに抑制し、年2～3名の厳選採用とします。

国内：ライブコマースの実行計画

実績のある取引先の拡大を先に進めながら、展示会を起点に新規の配信事業者を獲得します。

取り組み	やること	追う指標	着手
既存取引の拡大	2026年7月期にすでに売上が伸びています。期首から、実績のある配信事業者の売上拡大に取り組みます	1社あたり月商	1Q
商品投入	多品種の商品を、高い頻度で投入し続けます	新商品の投入点数・投入頻度	1Q
新規獲得	年間11回出展予定の展示会を起点に、国内営業部が主体となって新規開拓を行います	新規獲得社数（目標20社/年）	1Q
供給体制	小ロット・短納期で出せる体制を整えます	受注から出荷までの日数	1Q
回収条件	売掛金は発生させません。回収はキャッシュ・オン・デリバリーを基本とします	回収遅延件数	1Q

FY2027の到達点

実績のある取引先の月商と、新規20社/年の獲得ペースの両方が積み上がっている状態にします。この2つが揃えば、FY2028以降は横展開で伸ばせます。

海外：半製品と完成品、それぞれのお客様に応えます

半製品を仕入れるお客様と、完成品を仕入れるお客様は異なります。当社は、その両方に対応できます。

項目	半製品をお求めのお客様	完成品をお求めのお客様
主なお客様	現地メーカー、ブランド、問屋	問屋、中小規模小売店
求められること	必要な量を、必要なときに安定して供給すること	企画から仕上げまでを一貫して任せられること
当社の応え方	石・機構・パーツを、自社の量産体制で供給します	独自の特許技術を活かした完成品を、そのまま棚に置ける状態で供給します
FY2027の重点	既存のお客様の深耕と、半製品の提案拡大	米国での新規口座の獲得と、初回採用の実現

お客様が異なるため、どちらか一方を選ぶ必要はありません。価格の安さで競争はせず、商品の独自性と特許技術でご評価いただきます。

見積・納期回答

AIエージェントを活用し、見積書の作成と納期回答を迅速に行います。

支払条件

基本的に前払いとします。関税・物流費・為替は見積段階で価格に織り込みます。

FY2028 米国営業所

販売基盤の構築に向けて設立します。運営費は年0.5～1.0億円を予算化しています。

DtoC : VARIÉLLE ロードマップ

広告依存・外注から、Instagram起点・内製運用へ。2026年11月の単月黒字化を目指します。

PHASE 1

FY2026

- ◆ 内製体制へ移行
- ◆ CVR改善（LP・カゴ落ち導線）
- ◆ 2026年11月 単月黒字化

PHASE 2

FY2027-28

- ◆ Instagramフォロワー 5万人
- ◆ 月商 1,100万円を定着

PHASE 3

FY2029-30

- ◆ フォロワー 10万人／月商 2,800万円
- ◆ VARIÉLLE 3.3億円（DtoC計 6.7億円）

黒字化の4つのレバー

内製化

外注フル契約を解約し内製化。年間4,200万円相当の外注費を削減します。

粗利率

海外仕入先の開拓とボリュームディスカウントで、粗利率70%→75%へ。

平均単価

2.5万円を維持します。値引きで数量を取りにいきません。

投資判断

6か月後にGo/No-Goを判定します。CVR・フォロワー・黒字化進捗が基準です。

AI・DX：対象業務と生産性目標

AIは人を置き換えるツールではなく、人が付加価値の高い仕事に集中するためのツールと位置づけています。

領域	対象業務	FY2027の到達点
受発注	FAX発注書のOCR、受発注処理、基幹システムへ投入する前処理	入力にかかる時間を短縮し、転記ミスを減らします
商品管理	在庫管理の自動化、在庫販売分析	在庫回転と欠品・過剰の同時改善につなげます
営業支援	見積書の作成、納期回答、翻訳、問い合わせ対応	商談準備と回答にかかる時間を短縮します
経営管理	KPIの集計と可視化	報告資料の作成を内製化します

生産性の目標	FY2026	FY2030	変化
グループ社員数	82名	90名	5カ年の増員を8名までに抑制
1人当たり売上	0.67億円	0.89億円	+33%
粗利/人（付加価値）	18百万円	30百万円	+67%
営業利益/人	1.1百万円	8.9百万円	×8.1

初年度に見る指標・見ない指標

- 見る：削減できた時間、プロフィット部門へ再配置した人時、そして再配置後の粗利。
- 見ない：AIの利用回数や導入ツール数。これらは成果ではないため、評価指標にしません。

出典：『中期経営計画2030』。次期ERPの導入はFY2031以降（現行ERPの減価償却終了後）を予定しており、本計画のキャッシュ・フローに影響はありません。

3 フェーズ×4 戦略 — 積み上げの詳細

一気に到達する計画ではありません。土台を固め、ドライバーを確立し、高収益モデルを完成させます。

戦略 (FY2030目標)	PHASE 1 FY2026 再成長の土台	PHASE 2 FY2027-28 ドライバー確立	PHASE 3 FY2029-30 高収益モデル完成
国内 49.0億円	42.6億円 ライブコマース市場への販売強化	43億→45億円 新規20社/年・資本提携/M&A 1社	49.0億円 独自の高付加価値商品の拡販・粗利率25%
海外 24.3億円	12.4億円 重点国・重点エリアの開拓	14億→17億円 販売基盤の強化・収益機会の拡大	24.3億円 収益基盤の確立・粗利率50%
DtoC 6.7億円	立ち上げ SNS広告でブランド認知拡大	1.8億→3.3億円 AIデータ活用で高速PDCA	6.7億円 粗利率75%・DtoCモデル確立
固定費効率 利益率10%	営業利益率1.7% AI導入開始・82名維持	営業利益率2%→5% 少数精鋭化・生産性向上	営業利益率10% 90名で売上80億円・利益×8.5倍

4つの戦略が積み上がり、FY2030に売上80億円・営業利益8億円・営業利益率10%を達成します。

進捗を見える形にする仕組み

年度末にまとめて確認するのではなく、週次・月次で進捗を判定し、早い段階で打ち手を入れ替えます。

毎週

各部署のKPIを追い、進捗を確認しています

現在すでに運用している仕組みです。数値の動きを週単位で把握します。

第2四半期～

部門別PLによる管理を開始します

部門ごとの採算を可視化し、伸ばす施策と止める施策を同じ基準で判断できるようにします。

月次

グロースパートナーズとの4プロジェクト×ステアリングコミッティ

収益向上・リソース最適化・非連続成長・採用の4プロジェクトで、進捗とKPIを管理します。

月次

海外の運営KPIをモニタリング

新規ライセンシー獲得数・海外主要顧客数を毎月確認します。

評価の軸：売上や活動量ではなく、粗利・キャッシュフロー・在庫・投下資本に対する成果で評価します。

中期経営計画の数値に、織り込んでいない成長余地があります

以下はいずれも、FY2030の売上80億円・営業利益8億円には含めていません。計画の上振れ要因と位置づけています。

1 PARA setting 軽量化技術

0.1mmの薄い土台にダイヤを留める高度技術。
金相場の高騰下で高まる軽量化ニーズに応える次世代セッティングです。特許申請済み。

2 AI活用 商品企画・需要予測

蓄積データのAI分析により、商品企画・需要予測・在庫最適化を高度化します。ヒット率と在庫回転の改善を狙います。

3 知財・特許戦略 参入障壁の維持

Dancing Stoneを代表とする特許群を核に、新技術を順次展開し、模倣困難性を維持します。

M&A・資本提携 — 非連続成長の選択肢

- ◆ 国内基盤の確立 異業種の取引先を持つ国内業者とのM&A・資本提携で、新市場を獲得します
- ◆ DtoC・ECブランド取得 EC・SNS基盤を持つジュエリーブランドの取得で、DtoC事業の機能を補完します
- ◆ 海外パートナー・現地拠点 米国では代理店網の強化と資本提携・M&A、インド・タイでは既存現地法人を軸に展開を加速します