HOUSE OF ROSE
ひととふれる。じぶんにふれる。

2027年3月期中間期
決算説明資料

2026年11月19日



会社概要

会社名	株式会社 ハウス オブ ローゼ
代表取締役社長	川口 善弘
本社所在地	東京都港区赤坂2-21-7
事業内容	自然志向のスキンケア化粧品、メイクアップ化粧品、ヘアケア、ボディケア、バスプロダクツ、雑貨品等の企画開発及び販売。 リラクゼーションサロン及び女性専用フィットネスサロン「カーブス」の運営。
創業	1978年11月26日
設立	1982年4月1日
資本金	934,682千円
従業員数	947名（契約社員・パート<期中平均>含む）
店舗数	・直営店舗　199店舗 ・パートナーショップ 　個人オーナー運営ショップ 40店舗 　小売店舗のコーナー展開 約720ヶ所
売上高	115億41百万円（2026年３月期）
証券コード・上場市場	7506・東京証券取引所市場「スタンダード」

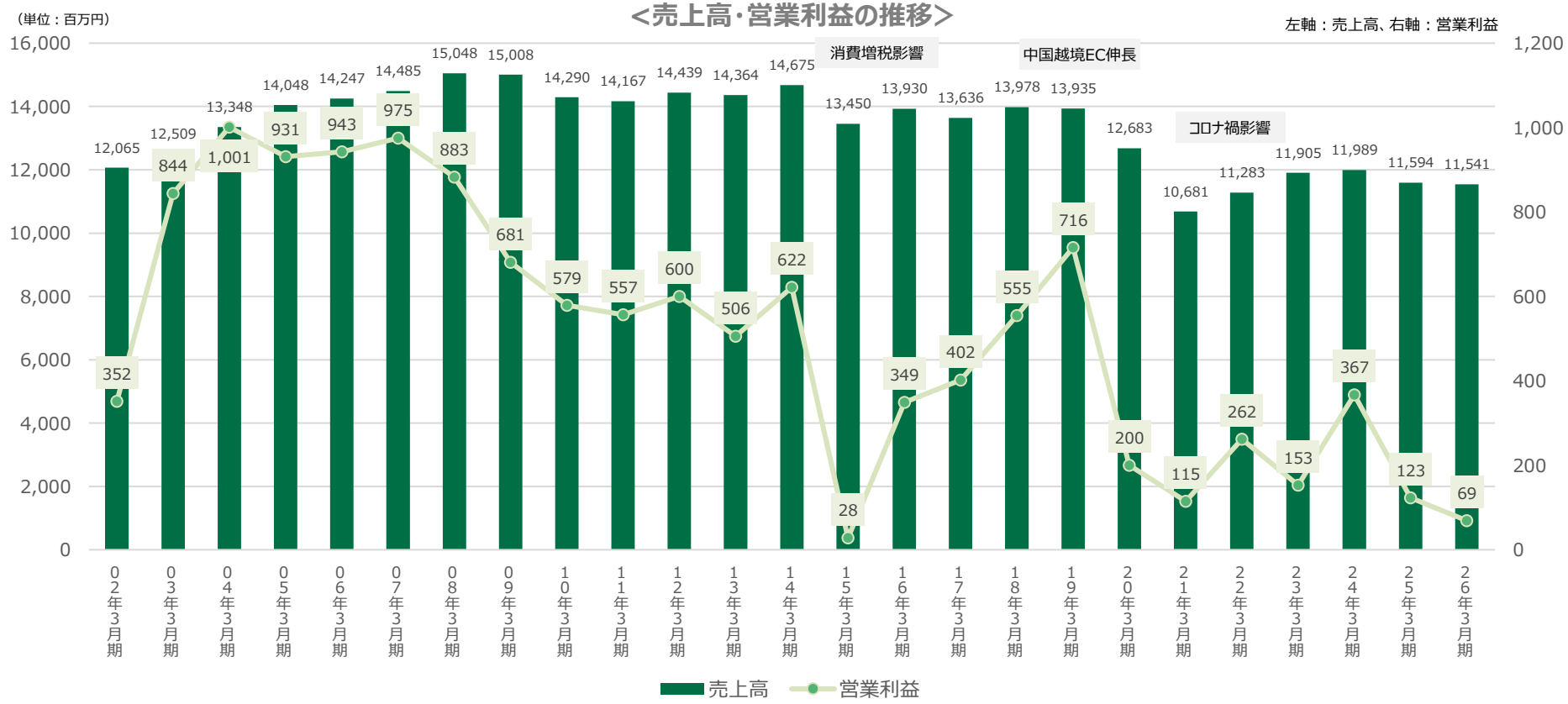
Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

沿革・業績推移

<沿革>

1982年　4月：東京都港区青山に化粧品PB商品の開発及び出店の拡大を目的として、株式会社ハウス オブ ローゼを設立
1996年　8月：日本証券業協会に株式を店頭登録
2000年10月：英国式リフレクソロジーサロン1号店を東京都新宿区に開店
2001年　4月：顧客のファン化施策「ロイヤルセブンカスタマー」づくりをスタート
2002年　3月：東京都港区赤坂に本社を移転
2004年　2月：株式会社ワコールと資本業務提携を行う
2006年　4月：世界最大の女性フィットネスチェーン「カーブス」にフランチャイズ加盟し、東京都世田谷区に当社第1号店を開店
2006年　5月：東京証券取引所市場第二部上場
2008年　5月：東京証券取引所市場第一部上場
2010年11月：ロングセラー商品「Oh！Baby ボディス ムーザー」をリニューアル
2014年11月：自社ネット通販による販売を開始
2019年　3月：株式会社アイスタイルと資本業務提携を行う
2022年　4月：東京証券取引所スタンダード市場に移行
2025年　4月：株式会社ビーバイイーからママバター事業を譲受
2026年　4月：ロングセラーブランド「ミルキュア」を、新たに「ミルキュア ミー」として刷新

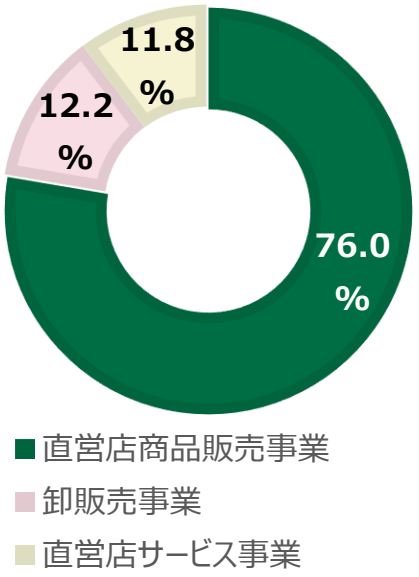
<売上高・営業利益の推移>



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

事業内容

事業別売上
2027年3月期 中間期実績



※構成比は、小数点以下第２位を四捨五入している関係で、
合計が100%にならない場合があります。

【直営店商品販売事業】

PBを中心とした自然志向化粧品、バスボディ商品等の小売販売

- **直営店事業**：親切で丁寧なコンサルティング販売、
ハウス オブ ローゼ、Be Prime、Oh!Babyの３ブランドでの幅広い顧客獲得
- **EC事業**：自社サイト、外部モール（Amazonサイト、楽天モール、ZOZOコスメ他）で、
それぞれの特長を生かしたネット通販の展開。店舗の無い地域の需要に対応

【卸販売事業】

**RS（個人オーナーと契約）、CHS（量販店との販売契約）、
特販（TDL等、契約企業への卸販売）等、ハウスオブローゼ取扱商品の
契約事業者に対する卸売事業**

- 直営店舗と競合しない地域や、特定商品のみを取り扱う取引先への卸売

【直営店サービス事業】

リラクゼーション、フィットネスサービスを直営店舗として展開するウエルネス事業

- **リラクゼーションサロン事業**：当社スタッフによるオールハンドでのボディケア、リフレクソロジー。
ハウス オブ ローゼボディケア商品を使用し、パーソナルな空間を提供
- **カーブス事業**：カーブスのフランチャイジー事業として、女性だけの30分会員制フィットネスクラブ
を運営。地域密着型商圏できめ細かくサポート

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

直営店ブランド　店舗形態

HOUSE OF ROSE（HOR）



町田ルミネ店

自然志向化粧品、バス・ボディ商品等の小売販売。頭の先からつま先までケアできるラインナップで、親切で丁寧なコンサルティング販売が強み。スキンケア・ベースメイク類を中心とした9ステップのうち7ステップを獲得するとランクアップする「R7カスタマーサービス」施策で顧客との関係を深耕。

HOUSE OF ROSE

Be Prime（BP）


Be Prime日本橋高島屋店

都市部主要百貨店を中心にHOR百貨店店舗との差別化を図り、嗜好性の高い顧客層に対しワンランク上の商品とグレードの高い接客を提供。顧客満足の更なる向上で基幹ブランドへ成長させるべく売上拡大を目指す。

Be Prime

Oh ! Baby（OB）



Oh! Baby 横浜ジョイナス店

若年層をターゲットとしたOh!Babyオリジナル商品を中心としたセミセルフ型ショップ。主にEC向けで、実店舗はアンテナショップ的位置づけだったが、今後は選定した主要都市部でも展開予定。SNSでブランド認知を高め、客数増を図る。

Oh! Baby

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

直営店ブランド　主力商品

HOUSE OF ROSE



Oh!Baby ボディスムーザー



ミルキュア ミー



モイスチュアコントローラー



ヘアケア３シリーズ



アロマルセットシリーズ

BEE HONEY
Bee Beautiful, Bee Happy



越冬シリーズ

Be Prime



テラピエンヌ



シュピネ

Oh! Baby





Oh!Babyシリーズ

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

卸販売事業　店舗紹介

個人オーナー店　RS

個人オーナーによる運営。取扱商品は直営店ハウスオブローゼと同様の展開。

当社スタッフ派遣店舗　CHS

売上増が見込める大手量販店店舗に当社販売スタッフを派遣。コンサルティング販売と店舗管理を実施。

リラックスタイム®店舗　CHS

大手量販店の化粧品コーナーなどでボディケアを中心にセルフ販売。棚の鮮度維持のためラウンダーを配置し、定期的な巡回を実施。
全国のイオン、イトーヨーカドーを中心として拠点数の拡大を図る。

その他一般卸　CHS

大手量販店の化粧品コーナーでスキンケア、ボディケア等を販売。

その他、Oh!Babyシリーズやビーハニーシリーズ等セルフ販売向け単品商品の国内市場拡大を目指す。

特販　特販

ディズニーランドのフレグランスショップ「ラ・プティ―ト・パフュームリー」へ専売品卸を実施。

その他、ロフト、ハンズ等を中心にビーハニーシリーズやOh!Babyボディスムーザー等を卸売し、市場拡大を目指す。

中国向け越境EC卸売　特販

中国を対象として、Oh!Baby ボディスムーザーを中心にアイスタイル社を通じて展開。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

直営店サービス事業　店舗紹介

リラクゼーションサロン

HOUSE OF ROSE
RELAXATION
SALON



ローズガーデン新越谷ヴァリエ店



カーブス

Curves
The power to amaze yourself.®



カーブス神楽坂店



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2027年3月期中間期 経営成績
2. 2027年3月期中間期 直営店商品販売事業／卸販売事業の概況
3. 2027年3月期中間期 直営店サービス事業の概況
4. 2027年3月期 計画
5. 中期経営計画 取り組み進捗

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2027年3月期中間期 経営成績
2. 2027年3月期中間期 直営店商品販売事業／卸販売事業の概況
3. 2027年3月期中間期 直営店サービス事業の概況
4. 2027年3月期 計画
5. 中期経営計画 取り組み進捗



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期中間期 概要

- 売上高：ママバター事業譲受（*）による卸・EC売上増があったものの、天候不順に伴う夏季限定商品の需要低迷や直営店における不採算店舗の退店影響、量販店向け卸売上の減少等により、55億円（前期比2.7%減）
- 営業利益：売上高の減少、新商品発売に伴う広告宣伝費の増加等により、▲234百万円（前期比較▲117百万円）
- 一株配当：2026年11月5日発表の「剰余金の配当（中間配当・減配）に関するお知らせ」の通り、2026年5月14日公表の配当予想から1株当たり2円50銭を減額し、中間配当金を10円に修正

（百万円）	前中間期		当中間期		
	金額	構 成 比	金額	構 成 比	増 減 率
売上高	5,653	100.0%	5,500	100.0%	▲2.7%
営業利益	▲116	–	▲234	–	–
経常利益	▲113	–	▲231	–	–
税引前中間純利益	▲113	–	▲231	–	–
中間純利益	▲98	–	▲198	–	–
総資産	8,571	100.0%	7,540	100.0%	▲12.0%
純資産	5,509	64.3%	5,218	69.2%	▲5.3%
一株利益（円）	▲20.86	–	▲42.20	–	–
一株配当（円）	12.50	–	10.00	–	▲2円50銭

（*）ママバター事業譲受について
2025年４月28日付で株式会社ビーバイイーより、ナチュラルコスメブランド**「MAMA BUTTER（ママバター）」**を事業譲受。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

事業セグメント別業績

- **直営店商品販売事業**

  売上高：41億円（前期比4.9%減） ※天候不順に伴う夏季限定商品の需要低迷、不採算店舗の退店影響等による

  営業利益：▲2.6億円（85百万円損失額拡大） ※売上高の減少、新商品発売に伴う広告宣伝費の増加等による

- **卸売販売事業**

  売上高：6.7億円（前期比2.5%増） ※大手量販店向け卸が苦戦も、ママバター事業の拡大や中国越境EC回復が寄与

  営業利益：▲38百万円（18百万円損失拡大） ※原価率の上昇、体制強化に伴う人件費の増加等による

- **直営店サービス事業**

  売上高：6.4億円（前期比7.7%増） ※人員不足に伴いリラクゼーションサロン事業が減収となった一方、カーブス事業が伸長

  営業利益：71百万円（前期比15.8%減） ※カーブス事業における店舗リニューアル費用、正社員化に伴う人件費増による

（百万円）		前中間期	当中間期	
		金額	金額	増減率
直営店商品販売事業	売上高	4,394	4,178	▲4.9%
	営業利益	▲181	▲267	–
卸販売事業	売上高	656	673	2.5%
	営業利益	▲19	▲38	–
直営店サービス事業	売上高	602	648	7.7%
	営業利益	84	71	▲15.8%
全社　合計	売上高	5,653	5,500	▲2.7%
	営業利益	▲116	▲234	–

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

事業セグメント別売上高

- HOR直営店舗：天候不順に伴う夏季限定商品の需要低迷や退店影響等により、売上高33.9億円（前期比7.8%減）
- EC事業：外部モールにおける集客施策の強化が寄与し、売上高7.5億円（前期比10.5%増）
- 卸販売事業：ママバター事業の拡大や中国越境EC回復が寄与し、売上高6.7億円（前期比2.5%増）
- リラクゼーションサロン事業：スタッフ不足に起因する稼働率低下により、売上高1.8億円（前期比1.4%減）
- カーブス事業：会員数増加施策が奏功したほか、物販も堅調に推移し売上高4.5億円（前期比12.0%増）

（百万円）	前中間期		当中間期		
	金額	構成比	金額	構成比	増減率
全社売上高	5,653	100.0%	5,500	100.0%	▲2.7%
直営店商品販売事業	4,394	77.7%	4,178	76.0%	▲4.9%
HOR直営店舗	3,675	65.0%	3,390	61.6%	▲7.8%
EC事業	685	12.1%	757	13.8%	10.5%
その他	33	0.6%	31	0.6%	▲7.3%
卸販売事業	656	11.6%	673	12.2%	2.5%
直営店サービス事業	602	10.6%	648	11.8%	7.7%
リラクゼーションサロン事業	191	3.4%	188	3.4%	▲1.4%
カーブス事業	410	7.3%	459	8.4%	12.0%

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

主な損益の状況

- 売上原価率：HOR直営店舗の売上構成比低下及びママバター卸売上増加により前期比較0.8pt増
- 物件費：直営店店舗資産の減価償却費の増加等により前期比0.6%増
- 人件費：ベースアップ等の賃上げを実施した一方、従業員の減少及び退職給付費用の一時的な減少により同4.9%減
- その他経費：前期ママバター事業譲受関連費用の影響が無くなった一方、新商品発売に伴う広告宣伝費の増加等により同5.4%増

（百万円、%）	前中間期		当中間期			
	金　額	構成比	金　額	構成比	増減額	増減率
売上高	5,653	100.0%	5,500	100.0%	▲153	▲2.7%
売上原価	1,629	28.8%	1,625	29.6%	▲3	▲0.2%
売上総利益	4,024	71.2%	3,874	70.4%	▲150	▲3.7%
販売費及び一般管理費	4,141	73.3%	4,108	74.7%	▲33	▲0.8%
物件費	1,390	24.6%	1,398	25.4%	8	0.6%
人件費	1,849	32.7%	1,759	32.0%	▲90	▲4.9%
その他経費	902	16.0%	950	17.3%	48	5.4%
営業利益	▲116	–	▲234	–	▲117	–
営業外損益	3	0.1%	2	0.0%	▲1	▲29.6%
経常利益	▲113	–	▲231	–	▲118	–
特別損益	0	–	0	–	0	–
税引前中間純利益	▲113	–	▲231	–	▲118	–
中間純利益	▲98	–	▲198	–	▲100	–

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

当中間期 四半期別損益

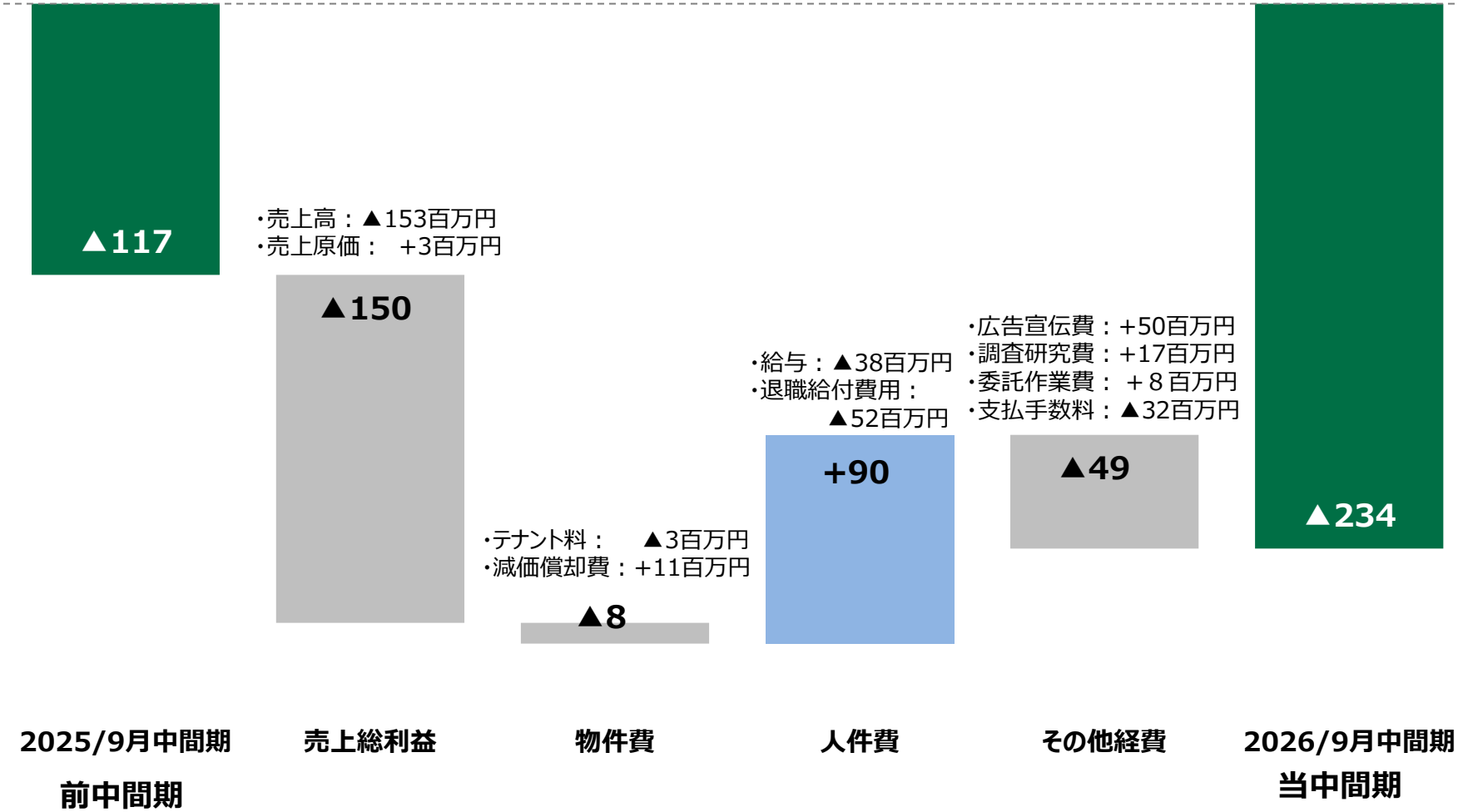
（百万円）	第1四半期		第2四半期		当中間期	
	金　額	構成比	金　額	構成比	金額	構成比
売上高	2,538	100.0%	2,961	100.0%	5,500	100.0%
売上原価	785	30.9%	840	28.4%	1,625	29.6%
売上総利益	1,752	69.1%	2,121	71.6%	3,874	70.4%
販売費及び一般管理費	2,053	80.9%	2,055	69.4%	4,108	74.7%
物件費	659	26.0%	738	24.9%	1,398	25.4%
人件費	906	35.7%	852	28.8%	1,759	32.0%
その他経費	487	19.2%	463	15.7%	950	17.3%
営業利益	▲300	—	66	2.2%	▲234	–
経常利益	▲299	—	68	2.3%	▲231	–
税引前中間純利益	▲299	—	68	2.3%	▲231	–
中間純利益	▲226	—	27	0.9%	▲198	–

※第2四半期（会計期間）の純利益については、当中間期実績から第1四半期実績を控除して便宜的に算出しております。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

営業利益増減要因（前期比較）

（単位：百万円）　（10万円の位四捨五入）



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

主な資産・負債の状況

（百万円）	2026年3月期末		当中間期			
	金　額	構成比	金　額	構成比	増減額	増減率
流動資産合計	5,056	63.4%	4,553	60.4%	▲503	▲10.0%
現金・預金	2,670	33.5%	1,976	26.2%	▲694	▲26.0%
売掛金	829	10.4%	817	10.8%	▲12	▲1.4%
商品	1,433	18.0%	1,586	21.0%	152	10.7%
固定資産合計	2,924	36.6%	2,987	39.6%	62	2.2%
有形固定資産	1,465	18.4%	1,479	19.6%	14	1.0%
無形固定資産	134	1.7%	122	1.6%	▲11	▲8.7%
投資その他の資産	1,324	16.6%	1,385	18.4%	60	4.6%
資産合計	7,980	100.0%	7,540	100.0%	▲440	▲5.5%
流動負債合計	1,023	12.8%	946	12.6%	▲76	▲7.5%
買掛金	237	3.0%	153	2.0%	▲83	▲35.2%
固定負債合計	1,480	18.5%	1,374	18.2%	▲105	▲7.1%
退職給付引当金	1,198	15.0%	1,162	15.4%	▲36	▲3.0%
負債合計	2,503	31.4%	2,321	30.8%	▲182	▲7.3%
資本金	934	11.7%	934	12.4%	0	0.0%
株主資本合計	5,512	69.1%	5,255	69.7%	▲257	▲4.7%
評価・換算差額等	▲35	–	▲36	–	▲0	–
純資産合計	5,476	68.6%	5,218	69.2%	▲258	▲4.7%
負債・純資産合計	7,980	100.0%	7,540	100.0%	▲440	▲5.5%

- 現金・預金：ママバター品揃え強化に伴う商品在庫の戦略的積み増し、システム関連投資、新商品発売に伴う広告宣伝等による減

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2027年3月期中間期 経営成績
2. **2027年3月期中間期 直営店商品販売事業／卸販売事業の概況**
3. 2027年3月期中間期 直営店サービス事業の概況
4. 2027年3月期 計画
5. 中期経営計画 取り組み進捗



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ハウス オブ ローゼ 直営店舗 四半期別売上推移

※ビューティデリ 2店舗は除く

- **退店の影響に加え、天候不順による集客減・需要減少により第2四半期の売上トレンドが悪化**

- 第1四半期は新商品「ミルキュア ミー」による下支えでマイナス幅を抑えたものの、第2四半期は天候不順の影響で実需期の夏季限定商品が低迷。特に専門店の落ち込みが顕著
- 第2四半期は夏季限定商品の需要低迷や限定ボディスムーザーの苦戦により、専門店の低迷が継続。サマーセールの値引率抑制による購買心理変化も影響

全店ベース

（百万円、10万の位四捨五入）

全店

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	1,595	2,035	3,630
当期	1,481	1,836	3,317
対前期増減	▲7.2%	▲9.7%	▲8.6%

百貨店

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	1,009	1,305	2,315
当期	938	1,195	2,133
対前期増減	▲7.1%	▲8.4%	▲7.8%

専門店

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	586	729	1,315
当期	543	642	1,184
対前期増減	▲7.4%	▲12.1%	▲10.0%

既存店ベース

全店

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	1,512	1,908	3,421
当期	1,462	1,814	3,275
対前期増減	▲3.3%	▲5.0%	▲4.2%

百貨店

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	965	1,235	2,201
当期	935	1,187	2,122
対前期増減	▲3.1%	▲3.9%	▲3.6%

専門店

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	547	673	1,220
当期	526	627	1,153
対前期増減	▲3.7%	▲6.8%	▲5.4%

※各表の売上高は、収益認識基準によるポイントの影響を考慮していません。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ハウス オブ ローゼ 直営店舗の状況

※ビューティデリ 2店舗は除く

- 当中間期は前期末から8店舗減の161店舗体制
- 客数減とスタッフ一人当たりの販売効率低下が売上減に直結

直営店店舗数

（店）	25年3月末	26年3月末	当中間期	当下期計画
新規出店	4	4	3	2
退店	9	13	11	4
店舗数	**178**	**169**	**161**	**159**

客数推移

（千人、百の位四捨五入）

【全店ベース】	第1Q	第2Q	中間計
前期	325	370	695
当期	292	333	624
対前期増減人数	▲33	▲37	▲70

【既存店ベース】	第1Q	第2Q	中間計
前期	306	344	650
当期	286	327	613
対前期増減人数	▲20	▲18	▲38

スタッフ効率推移

※スタッフ効率…スタッフ一人当たりの１日平均売上高

（円、1の位四捨五入）

	前中間期		当中間期	
	金　額	前期差	金　額	前期差
百貨店	63,490	▲890	62,700	▲790
専門店	47,430	▲930	45,680	▲1,750
全店	56,550	▲880	55,340	▲1,210

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

商品分類別売上高

（百万円、10万の位四捨五入）

ハウス オブ ローゼ 直営店	前中間期		当中間期		
	金 額	構成比	金 額	構成比	増減率
合 計	3,630	100.0%	3,317	100.0%	▲8.6%
スキンケア化粧品	1,868	51.4%	1,744	52.6%	▲6.6%
メイクアップ化粧品	250	6.9%	237	7.1%	▲5.4%
ボディケア・バスプロダクツ・ヘアケア	1,267	34.9%	1,127	34.0%	▲11.0%
化粧雑貨品	188	5.2%	166	5.0%	▲11.7%
その他	57	1.6%	44	1.3%	▲23.6%

ハウス オブ ローゼ 直営店 ＋ EC ＋ 卸売 合計 （上表にEC・卸売部門を加算）	前中間期		当中間期		
	金 額	構成比	金 額	構成比	増減率
合 計	4,965	100.0%	4,736	100.0%	▲4.6%
スキンケア化粧品	2,265	45.6%	2,160	45.6%	▲4.6%
メイクアップ化粧品	302	6.1%	299	6.3%	▲1.0%
ボディケア・バスプロダクツ・ヘアケア	2,048	41.2%	1,974	41.7%	▲3.6%
化粧雑貨品	234	4.7%	206	4.4%	▲11.8%
その他	117	2.4%	97	2.1%	▲16.8%

※構成比は、小数点以下第2位を四捨五入している関係で、合計が100%にならない場合があります。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期中間期　出店･改装店舗例

【新規出店】
2026年4月22日
東急百貨店日吉店（神奈川県）



■狙い

2階中央付近のコーナー区画で、二面開放の
好区画に新規オープン。
東急日吉駅直結で幅広い年齢層に対応。

【改装オープン】
2026年8月5日
ビープライム京都大丸店（京都府）



■狙い

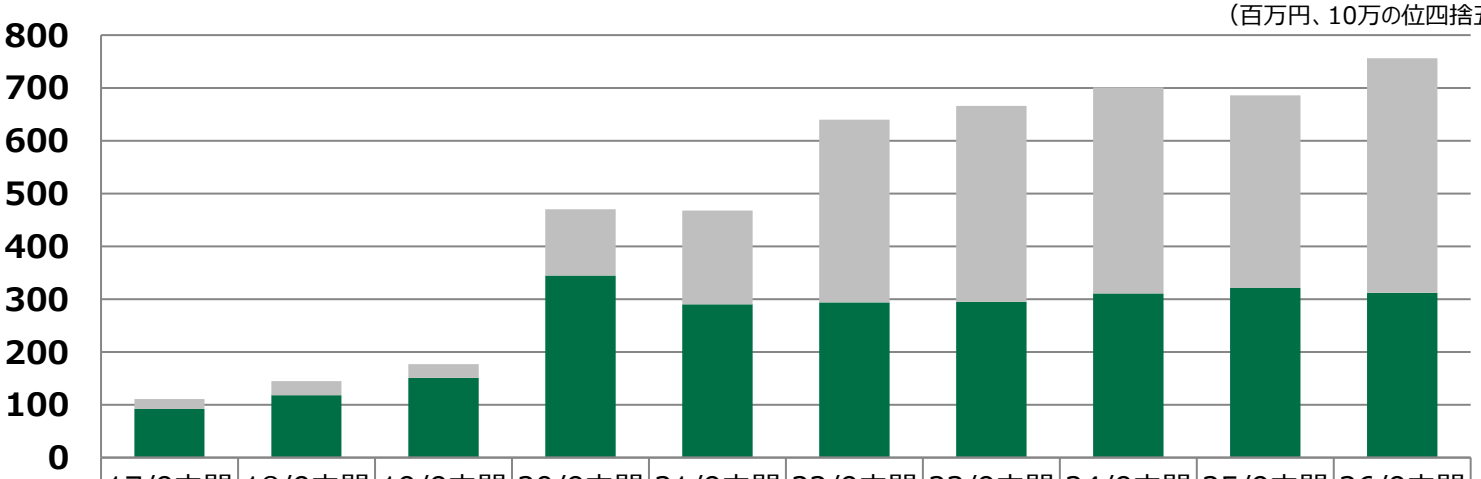
同区画に約4坪増床し、「ビープライム」に業態変更オープン。
メイン通路側の増床となり、お客様への視認性も改善。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

EC事業

- **自社サイトにおいて、天候不順に伴う夏季限定商品の需要低迷に加え、限定ボディスムーザーの苦戦により売上高は前年同期比2.7%減。但し、ママバターはEC需要の高いフェムケアアイテムが好調に推移し、計画通りに推移**
- **一方、Amazonを始めとする外部モールにおいては、夏季限定商材が苦戦したものの各モールと連動した集客施策の強化が奏功。結果、EC事業全体の売上高は前年同期比10.3%増**（収益認識基準による影響は考慮せず）

（百万円、10万の位四捨五入）



	17/9中間	18/9中間	19/9中間	20/9中間	21/9中間	22/9中間	23/9中間	24/9中間	25/9中間	26/9中間
自社EC外	19	27	26	125	178	346	371	390	365	444
自社EC	92	118	151	345	290	294	295	311	321	312
合　計	**111**	**144**	**176**	**470**	**467**	**640**	**666**	**701**	**686**	**757**
増減率	25.1%	30.4%	22.2%	166.0%	▲0.7%	37.1%	4.0%	5.3%	▲2.2%	10.3%

自社EC 四半期別売上高

（百万円、10万の位四捨五入）

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	**145**	**176**	**321**
当期	**139**	**173**	**312**
対前期増減率	**▲4.0%**	**▲1.6%**	**▲2.7%**

※グラフ及び表の売上高は、収益認識基準によるポイントの影響を考慮していません。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

卸販売事業　（１）

- ママバター事業の拡大や中国越境ECの回復により、売上高は事業合計で前期比2.5%増
- 一方、天候不順に伴う夏季限定商材の苦戦、ボディスムーザーの伸び悩みが各業態共通の低迷要因となった
- ママバター卸について、前中間期は製造準備期間のため実績僅少も、今期から稼働体制が整い、販路拡大とあわせ出荷額が伸長

（百万円、10万の位四捨五入）

	前中間期	当中間期	
	金額	金額	増 減 率
個人オーナー店向け（RS）	110	104	▲5.6%
量販店向け卸（CHS）	301	265	▲11.9%
特販（中国越境EC含む）	234	231	▲1.1%
ママバター卸	4	62	1429.5%
その他	8	11	37.8%
卸販売事業　合計	657	673	2.5%

（RS）個人オーナー店向け卸

- 当期売上実績（卸売額）：104百万円 / 前期比5.6%減
- ミントリーフシリーズ等の夏季限定商品の苦戦やボディスムーザーの伸び悩みが影響
- 主力スキンケア売上は前期比プラスとなるも、上記のマイナス分を解消するまでには至らず

（CHS）当社スタッフ派遣店舗

- 当期売上実績（卸売額）：102百万円　/　前期比0.5%減
- 出店先における集客低迷に加え、ミントリーフシリーズ等の夏季限定商品の苦戦やボディスムーザーの伸び悩みが影響

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

卸販売事業　（２）

（CHS）リラックスタイム®店舗

- 当期売上実績（卸売額）：40百万円 / 前期比9.9%減
- 展開店舗数を拡大したものの、前期大口受注の反動減を補えず大幅マイナス

（CHS）量販店向け卸・その他

- 当期売上実績（卸売額）：122百万円 / 前期比20.1%減
- 海外卸先の法令変更対応に伴う出荷減が大きく影響
- 冬期商品の越冬シリーズは出荷好調も、夏季限定商品及びボディスムーザーの苦戦が下押し要因

（特販）国内卸（中国越境EC除く）

- 当期売上実績（卸売額）：166百万円 / 前期比11.9%減
- 国内一般卸は、他業態同様に夏季限定商品及びボディスムーザーの苦戦が影響
- TDL向け卸は、入館客数の回復やSNSで特定商品が話題となったことを追い風に堅調推移

（特販）中国向け越境EC卸売

- 当期売上実績（卸売額）：65百万円 / 前期比43.8%増
- 限定品（限定の香り）を含むボディスムーザーが回復傾向、越冬シリーズも前期比4.8倍と大幅伸長
- 中国インフルエンサー誘致イベントへの参加を通じ、ボディスムーザーの更なる認知度向上に取組んだ

ママバター卸

- 当期売上実績（卸売額）：62百万円　/ 前期比較　58百万円
- 新商品発売や卸先拡大により堅調に推移。今後も販路拡大と卸先ニーズに応じた提案活動に注力

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期中間期　商品・販促トピックス　（１）



LIPSベストコスメ2026
上半期新作賞３位受賞 *1

【新商品】

ミルキュア ミー

2026年4月1日

■ロングセラースキンケア商品「ミルキュア」を刷新

誕生から46年を迎える当社のスキンケアを代表するロングセラーブランド「ミルキュア」がさらにパワーアップし、角質ケア洗顔シリーズ ミルキュア ミーとして刷新

提携している北海道旭川市の斉藤牧場のグラスミルクからつくられる美容保湿成分を全品に配合。当社の美容理論である「素肌みがき」*2 の考えを体現する商品のひとつです

*1　受賞商品は「ミルキュア ミー ウォッシュ＆パウダー」です

*2　頭の先からつま先まで、正しい方法で丹念にみがき上げて美しくなること

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期中間期　商品・販促トピックス （２）

【限定商品】 2026年7月1日発売
Oh!Baby ボディ スムーザー KTシリーズ



【限定商品】 2026年8月1日発売
ミルキュア ミー KTシリーズ



©'26 SANRIO CO.,LTD APPR. NO.L663202

■「Oh!Baby ボディ スムーザー」、「ミルキュア ミー」が “ハローキティ”限定パッケージで登場

1988年の初代の登場以来、Oh!Babyの愛称で親しまれ、ハウス オブ ローゼを代表するロングセラー商品に成長した「ボディ スムーザー」が、株式会社サンリオの人気キャラクター『ハローキティ』と初めてコラボ。ラベルやロゴにハローキティを大胆にあしらい、ブランド認知の拡大を図りました

8月1日には、提携牧場である北海道旭川市にある斉藤牧場でとれた、こだわりのミルクを配合した当社を代表するスキンケアブランド「ミルキュア ミー」とのコラボレーションパッケージも限定発売

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

Oh!Baby ボディ スムーザーについて

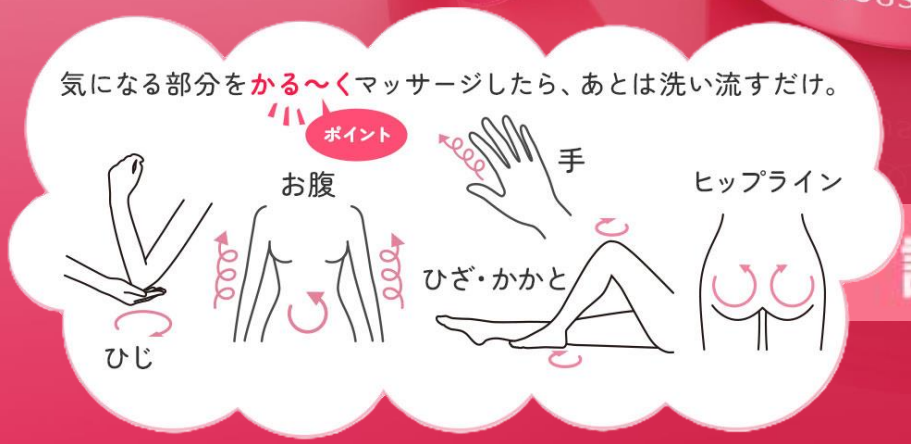
累計販売個数
1500※万個突破！

やさしくなでるだけ角質すっきり
全身すべすべ！





由布院の天然温泉水(角質柔軟成分)配合の
マッサージペースト
温泉にも含まれる成分の３種のスクラブ*が
溶けながらスクラブ効果を発揮します



誕生から35年以上のロングセラー

※2025年7月末までの定番品、限定品を含む全ボディ スムーザーの累計
＊硫酸ナトリウム、炭酸水素ナトリウム、炭酸ナトリウム

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期 秋冬シーズン　商品トピックス

【限定商品】 2026年9月1日発売
Oh!Baby スクラブリップ アメリカンダイナー



【限定商品】 2026年9月15日発売
ママバターウィズ



■秋冬限定商品が続々登場

＜Oh!Baby＞から、‘50ｓアメリカンダイナーをイメージしたスクラブリップバーム
「チェリーパイの香り」、「クラシックコーラの香り」が数量限定で登場

＜ママバター ウィズ＞から、オーガニックシアバター配合の定番アイテムからゆずの香りが限定登場。
また、香りや使用感、シーンで 選べるハンドクリーム3種も限定で登場

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2027年3月期中間期 経営成績
2. 2027年3月期中間期 直営店商品販売事業／卸販売事業の概況
3. **2027年3月期中間期 直営店サービス事業の概況**
4. 2027年3月期 計画
5. 中期経営計画 取り組み進捗



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

リラクゼーションサロン事業

HOUSE OF ROSE RELAXATION SALON

- 天候不順等の影響、人員不足に伴う稼働率低下により売上高は前年同期比1.4%減
- コース価格改定による売上押し上げ効果があった一方、客数減をカバーするまでに至らず
- 人材育成・採用強化と販促施策の拡充により下期の業績回復を図る

売上高 前期比

（百万円/10万の位四捨五入）

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	91	100	191
当期	89	100	189
対前期増減	▲2.8%	▲0.1%	▲1.4%

客数 前期比

（千人/十の位四捨五入）

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	12.6	13.1	25.7
当期	11.9	12.5	24.3
対前期増減数	▲0.7	▲0.6	▲1.3

出退店推移

（店）	25年3月末	26年3月末	当中間期末	当下期予定
新規出店	0	0	0	0
退店	2	0	0	0
店舗数	9	9	9	9

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

カーブス事業

- 売上高は各四半期で着実に増加し、中間期は前年同期比12.0%増
- 入会者数も安定的に推移し、会員数は対前年同期末から約470人増加
- スタッフ正社員化により体制強化を図るとともに、20周年を迎えた店舗の改装投資を実施
- 10月には22店舗目となる大塚駅前店をオープン
- スタッフ正社員化に伴い、売上原価率は前年同期比較で3.0pt増加

売上高 前期比

（百万円/十万の位四捨五入）

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	203	208	411
当期	226	234	460
対前期増減	11.5%	12.4%	12.0%

会員数 前期比

（人/一の位四捨五入）

	第1Q末	第2Q末
前期	10,010	10,310
当期	10,680	10,780
対前年同期末からの増減数	+670	+470
前期末からの増減数	+190	+290

売上原価率 前期比

	第1Q	第2Q	中間期計
前期	32.1%	32.6%	32.4%
当期	35.1%	35.7%	35.4%
対前期増減	+3.0P	+3.1P	+3.0P

※カーブス事業の売上原価は、主に店舗スタッフ人件費

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

カーブス事業　新店オープン

Curves
The power to amaze yourself.®

当社は女性だけの30分健康フィットネス「カーブス」を運営するフランチャイズ加盟企業で、
現在東京都内を中心に22店舗をウエルネス事業部が運営しています。
2026年10月13日に8年ぶりとなる新店「カーブス大塚駅前店」をオープンいたしました。



店舗基本情報

カーブス大塚駅前店

【住所】　〒170-0004
東京都豊島区北大塚２丁目27-3
富士建LKビル２F

【営業時間】
平日　10：00-19：00（※13：00-15：00の間はクローズ）
土曜日　10：00-13：00
定休日　日曜・祝日



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2027年3月期中間期 経営成績
2. 2027年3月期中間期 直営店商品販売事業／卸販売事業の概況
3. 2027年3月期中間期 直営店サービス事業の概況
4. **2027年3月期 計画**
5. 中期経営計画 取り組み進捗



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期　利益計画

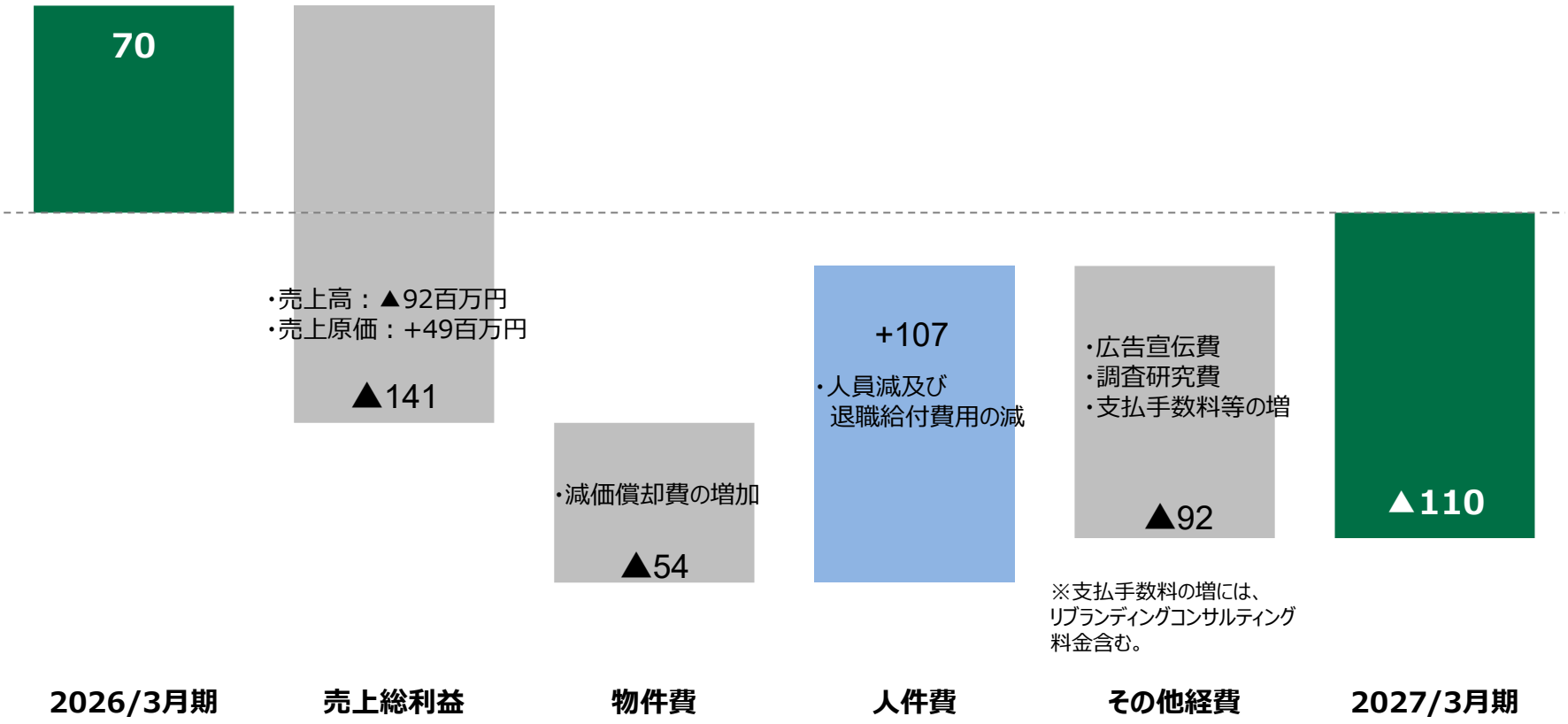
- 10月1日より直営店舗と自社ECのID統合（ポイント共通化）を実施し、お客様の利便性の更なる向上に取り組むと共に、購買行動の可視化を生かしたタイムリーな営業施策を推進
- 売上高については、今期４月にリニューアル発売した新スキンケアライン「ミルキュア ミー」は概ね計画通りの推移となった一方、天候不順に伴う夏季限定商品の需要低迷やサマーセールの集客苦戦、大型キャンペーンの開催時期変更、不採算店舗の退店影響等により、予想を下回る見込み
- 利益面については、売上高の減収影響に加え、期初計画外のシステム関連費用の増加、リブランディング実施に伴う先行費用の発生等により、営業利益、経常利益、当期純利益とも予想を下回る見込み
- 2027年3月期 期末配当予想について、１株当たり12円50銭を予定していたが、2027年3月期通期業績予想の修正を踏まえ、10円に修正。これにより2027年3月期の1株当たり年間配当金は20円となる見込み　※P.38「2027年3月期 期末配当予想」参照

（百万円）	2026年3月期実績		【5/14 当初予想】2027年3月期計画		【11/5 修正予想】2027年3月期計画	
	金額	構 成 比	金額	構成比	金額	増 減 率（対前期）
売上高	11,541	100.0%	12,100	100.0%	11,450	▲0.8%
営業利益	69	0.6%	160	1.3%	▲110	–
経常利益	75	0.7%	160	1.3%	▲110	–
当期純利益	1	0.0%	14	0.1%	▲166	–
一株利益（円）	0.36	—	2.98	—	▲35.48	–
一株配当（円）	25.00	—	25.00（予）	—	20.00（予）	▲5.00円

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期　営業利益増減計画（前期比較）

（10万円の位四捨五入）



2027年3月期
【11/5 修正予想】

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期　事業セグメント別売上計画

（百万円）	2026年3月期実績		【5/14 当初予想】2027年3月期計画		【11/5 修正予想】2027年3月期計画		
	金額	構 成 比	金額	構成比	金額	構 成 比	増 減 率（対前期）
全社売上高	11,541	100.0%	12,100	100.0%	11,450	100.0%	▲0.8%
直営店商品販売事業	8,957	77.6%	9,290	76.8%	8,782	76.7%	▲2.0%
HOR 直営店舗	7,476	64.8%	7,580	62.6%	7,095	62.0%	▲5.1%
EC事業	1,412	12.2%	1,643	13.6%	1,632	14.3%	15.6%
その他	68	0.6%	67	0.6%	55	0.5%	▲19.2%
卸販売事業	1,376	11.9%	1,490	12.3%	1,355	11.8%	▲1.5%
直営店サービス事業	1,208	10.5%	1,320	10.9%	1,313	11.5%	8.7%
リラクゼーションサロン事業	367	3.2%	420	3.5%	373	3.3%	1.4%
カーブス事業	840	7.3%	900	7.4%	940	8.2%	11.8%

注）「ママバター」売上高（2027年3月期：154百万円計画）は、直営店商品販売事業（EC事業）及び卸販売事業セグメントに割り振っています。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期 期末配当予想

年間配当金			
基　準　日	第2四半期末	期末	合計
前回予想 （2026年5月14日発表）	12円50銭	12円50銭	25円00銭
今回修正予想 （2026年11月5日発表）	―	**10円00銭**	**20円00銭**
当期実績	**10円00銭**	―	―
前期実績 （2026年３月期）	12円50銭	12円50銭	25円00銭

2026年11月5日発表の「剰余金の配当（中間配当・減配）に関するお知らせ」の通り、
2027年3月期第２四半期（中間期）の業績において中間純損失を計上したことや、成長のための資本配分最適化の観点から総合的に勘案いたしました結果、中間配当金において、2026年5月14日公表の配当予想から１株当たり2円50銭を減額し、**中間配当金を10円**とさせていただきました。

期末配当予想につきましても、１株当たり12円50銭を予定しておりましたが、2027年3月期通期業績予想の修正を踏まえ、当期純損失となる見込みであることから、10円に修正しております。
これにより2027年３月期の１株当たり**年間配当金は20円となる見込み**です。

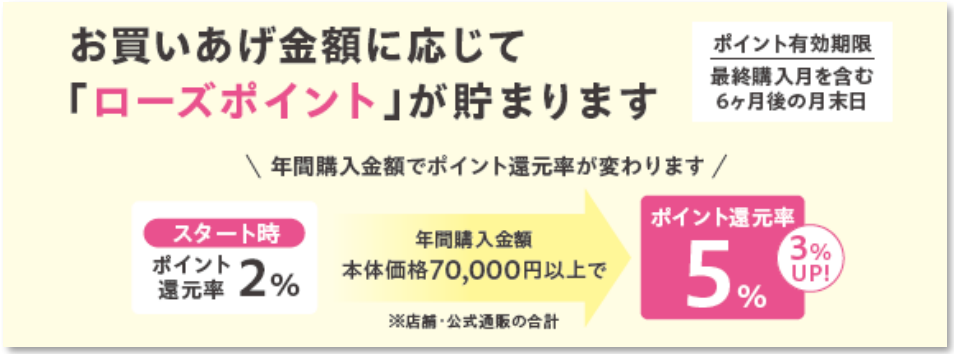
今後、リブランディングの実施に取り組む等、早期の業績回復、収益力の向上に努めてまいりますので、
ご理解と引き続きのご支援を賜りますよう何卒宜しくお願い申し上げます。

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

新メンバーズシステム「ROSE CLUB（ローズクラブ）」について

2026年10月1日からハウス オブ ローゼ のメンバーズシステムを刷新し、お買上げ金額に応じた「ローズポイント」が貯まる仕組みに変更いたしました。これにより、直営店舗・公式通販の双方で「1ポイント＝1円」としてお支払いにご利用いただけます。





※メンバー登録にあたっては、「ハウス オブ ローゼ公式LINE」を友だち追加していただき、メニュー内の会員証より会員登録していただく必要があります。



「ローズポイント」の有効期限は6ヶ月

・有効期限は最終購入月を含む6ヶ月後の月末日です。

・お買いあげのたびに有効期限が延長されますので、長く貯めていただくことも可能です。

1ポイント1円から利用可能

・貯まったポイントのご利用方法が従来の「商品交換」から「割引」に変わり、店舗と公式オンラインショップでご利用いただけます。

・セール商品を含むほぼすべての商品がポイント対象となります。（一部除外商品あり）

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2027年3月期中間期 経営成績
2. 2027年3月期中間期 直営店商品販売事業／卸販売事業の概況
3. 2027年3月期中間期 直営店サービス事業の概況
4. 2027年3月期 計画
5. **中期経営計画 取り組み進捗**



Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

中期経営計画 取り組み進捗

＜3ヶ年中期経営計画の概要＞

経営ビジョン

- 当社の強みの源泉である「素肌みがき」に改めてフォーカスし、顧客関係性の深化を通じて「ハウス オブ ローゼ」ブランドの再構築を図る。
- 基幹事業である直営店舗の構造改革と、成長事業・新規事業領域への投資を並行させ、事業ポートフォリオ変革と収益力の強化を図る。
- 次の時代を担う人材育成を推進するとともに、デジタル化を通じた営業効率・経営効率の最適化を実現する。

基本方針

Ⅰ．化粧品事業の再構築 及び ブランド価値向上
Ⅱ．デジタル化推進による経営効率とサービス向上
Ⅲ．事業収益力の強化
Ⅳ．人的資本の最大活用

全社的重要戦略

対応する基本方針	全社的重要戦略
Ⅰ・Ⅲ	1．「素肌みがき」を通じたブランド価値向上
Ⅲ・Ⅳ	2．組織力強化と人事制度改革
Ⅱ・Ⅲ	3．情報システムの再構築と運用強化
Ⅲ	4．在庫管理の強化と在庫金額の適正化
Ⅰ・Ⅲ	5．情報発信の強化
Ⅰ・Ⅲ	6．商品開発・サステナビリティの取組み強化
Ⅲ	7．新規事業の取組みと推進

計数目標

（百万円）	2026年3月期（実績）	2028年3月期（目標）
売上高	11,541	13,200
営業利益	69	420
経常利益	75	420
当期純利益	1	190
ROE	0.0%	3.5%

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

中期経営計画 取り組み進捗

＜各重要戦略の主な取り組み＞

1. 「素肌みがき」を通じたブランド価値向上

- **ハウス オブ ローゼの角質ケアの強み（商品力・接客力）に脚光を当て、健全かつ長期的な売上拡大に繋げる取り組みの全社的推進（商品開発・人材教育・店頭販売・広告宣伝等）**

  → 「素肌みがき」を通じたブランド価値の向上に向け、社内教育の一環としてWEB社内報「みがくTIMES」の運営に加え、現場教育においてもハンドウォッシュのレベルアップを目的とした研修会を各地で継続的に実施し、お客さま満足の向上に注力

  → 外部の戦略パートナーを活用し、企業価値・商品価値・接客価値の向上を図るべく、全社的リブランディングの取組みを開始。創業50周年を迎える2029年3月期をターゲットに、全社的プロジェクトとして一体推進中

- **「ハウス オブ ローゼのファン」を増やすための販売促進活動強化（スキンケア商品の認知度向上施策、店頭体験型のプロモーション、スキンケア基幹商品のリニューアル等）**

  → 2026年4月には、当社の「素肌みがき」の代表商品と位置付ける角質ケア洗顔シリーズ「ミルキュアミー」を発売。あわせて、当社を代表するロングセラー商品である「Oh!Baby ボディ スムーザー」の拡販、販売強化にも注力

2. 組織力強化と人事制度改革

- **多様性のある人的資本の活用（女性管理職比率の向上等）**

  → 2028年3月期に本社女性管理職比率35%を目指し、活躍推進・リーダー育成に取り組み中（2026年9月末時点：27.8%）

- **働きやすい職場づくり、働き甲斐のある職場づくりの推進**

  → 2028年3月期に年間休日数115日（2025年3月期に対して+3日）を目指し、段階的拡充（2027年3月期：年間114日）

- **次世代の経営幹部・管理職候補の育成に向けた教育拡充、人事制度改革**

  → 役職制度・昇降格制度の改定・運用改善とともに、外部による評価者研修等を実施。
  次世代経営幹部の育成を目的にヒューマン・アセスメント研修に加え、次世代役員候補のアセスメント研修を実施
  → 今下期より店舗の人事評価制度の運用方法見直しに着手（2027年3月目途）
  → 仕事と育児の両立支援制度として、育児短時間勤務延長を実施（小学校第3学年終了まで）

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

中期経営計画 取り組み進捗

＜各重要戦略の主な取り組み＞

3. 情報システムの再構築と運用強化

- **IT活用を通じた顧客の維持・育成（デジタル会員の量的拡大と関係性強化、施策精度の向上）**

  → 2026年10月には直営店舗および自社ECにおける1ID化（商品購入ポイントの共通化）が完了。これを通じた利便性向上、来店・購入施策の充実、店頭オペレーション効率化、購買行動の可視化による情報の有効活用を推進

- **店頭業務及び後方支援業務のデジタル化推進による業務効率向上、人的生産性向上**

  → 売上データ・顧客行動に関連する定量的レポートの自動化（ダッシュボード化）、店舗在庫状況の可視化を推進

4. 在庫管理の強化と在庫金額の適正化

- **販売予測や消化率分析の精緻化を通じた効率的な在庫調整**

  → ABC分析により、B・Cランク商品について計画的な生産コントロールを実施
  → 限定品の部署別消化率を算出し、残在庫の可視化による効率的な商品移動を推進

- **売上分析に基づくSKU数最適化、発注単位見直しや店舗在庫適正化を通じた回転率向上**

  → 売上高基準・販売点数基準に基づく、商品カテゴリー別のSKU削減を推進
  → 店舗別/商品別の在庫日数・在庫額、売上高・販売点数に基づく、店舗単位の適正在庫基準を策定中
  → **店舗間の在庫状況を可視化する照会画面を新設**

5. 情報発信の強化

- **投資家・株主に向けた積極的な情報開示による企業理解の醸成**

  → 決算説明会：2026年5月19日（オンライン開催）、資料は当社HP/東証TDネットで開示
  中間決算説明会：実施せず。資料は当社HP/東証TDネットで開示

- **コーポレートサイトをはじめとする情報充実化（商品づくりや原材料へのこだわり、角質ケア商品に関する当社商品の特長、サステナビリティへの取り組み等）を通じた新規顧客獲得**

  → ① コーポレートサイト/東証TDネットを利用した新商品情報等のリリース強化
  ② コーポレートサイトの改修は、創業50周年イベントの中で検討

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

中期経営計画 取り組み進捗

＜各重要戦略の主な取り組み＞

6. 商品開発・サステナビリティの取り組み強化

- **当社の商品づくりに関する理念の明確化を通じたブランドイメージ向上**

  → 「for Skin／for Everyone／for Animals／for Earth」の4つの価値を軸にした「4ユニバーサル」を理念として策定
  これに伴い、当社の商品づくりのコンセプトを表現したストーリー性のあるシンボルマークを考案し、取り組み内容とあわせ順次発信予定

  → 2026年4月の新商品「バリアライズ　ローションS」においては、昨年発売したバリアライズ　シリーズと同様に品質にこだわり抜いた8つの国産植物エキスを配合し、肌と地球環境に配慮したクリーンビューティを徹底

  → 2026年4月に、自然放牧で育てられた乳牛の牛乳（グラスミルク）を美容保湿成分として原料化したスキンケアラインである「ミルキュア」を、新たな洗顔シリーズ「ミルキュア ミー」として新発売

- **天然成分やアップサイクル原料の使用拡大、環境配慮資材の積極的な活用**

  → 天然成分は累計901成分（今期10成分追加予定）
  アップサイクル原料については、今期新商品で2成分、来期新商品で4成分を採用予定
  その他、可能な範囲で詰め替え容器の採用を進めているほか、新技術・新品種の情報収集を推進

7. 新規事業の取り組みと推進

- **ブランド譲受を通じた卸売事業・EC事業における新たな基幹商品の導入及び育成**

  → 2025年4月にママバター事業を譲受し、2025年10月に卸販売先となる全国の取扱い小売店舗にて新商品「ママバターマイン」を一般発売。製造販売表示の関係や製造工場の遅れ等に起因し、既存商品の卸展開やオンラインショップでの本格的取扱いが想定より遅延したものの、今期からフル稼働体制となり、通期での寄与を見込む

- **他企業とのアライアンスを通じた卸事業における新たな販売ルートの開拓**

  → ママバター事業譲受を契機に取引を開始した新規卸先（卸ベンダー、小売店）に対し、取扱い商品の拡大交渉を推進

- **EC事業における出店先モールの拡大**

  → 2025年5月にQoo10に加盟、若年齢層の顧客拡大を図っている

Copyright © 2026 HOUSE OF ROSE Co.,Ltd. All Rights Reserved.

HOUSE OF ROSE

ひととふれる。じぶんにふれる。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在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、達成を約束するものではありません。実際の業績は経済情勢等様々な不確定要因により、これらの予想数値と異なる場合があります。

資料お問合せ先／経営企画室　小野 敏健
TEL：03-5114-5814