



3月18日 個人投資家向け会社説明ウェビナー

開始 19 : 00
終了 20 : 00 (予定)

開始までしばらくお待ちください

株式会社アートネイチャー
東証スタンダード : 7823

今回の「logmi IR Live」にてお伝えしたい点

- ・ 本日は、新中長期経営計画の発表を前に
過去の株価や業績推移からみえる当社銘柄について説明

本日は、当社銘柄の過去の株価や市場動向、業績推移などについて
当社経営企画部長と共に振り返りたいと思います！



本多 敏男（ほんだ としお）

【プロフィール】

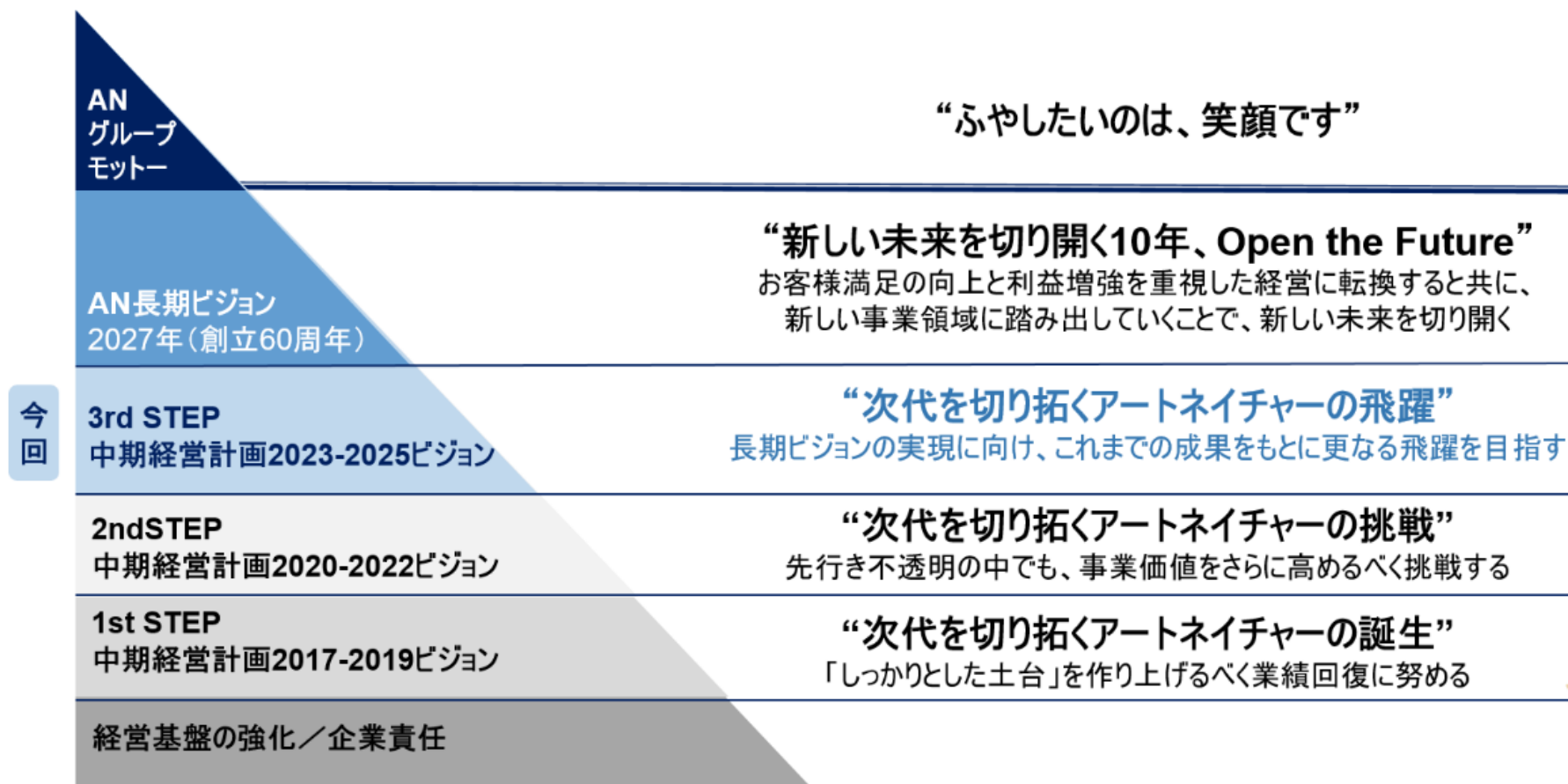
上席執行役員 経営企画部 部長

2016年入社。

現在は中長期経営戦略の策定や経営課題推進のための
諸プロジェクトの企画立案業務などに従事。

株価動向について

中期経営計画2023-2025のビジョンを“次代を切り拓くアートネイチャーの飛躍”とし、2027年の長期ビジョン実現に向けたサードステップと位置づけている



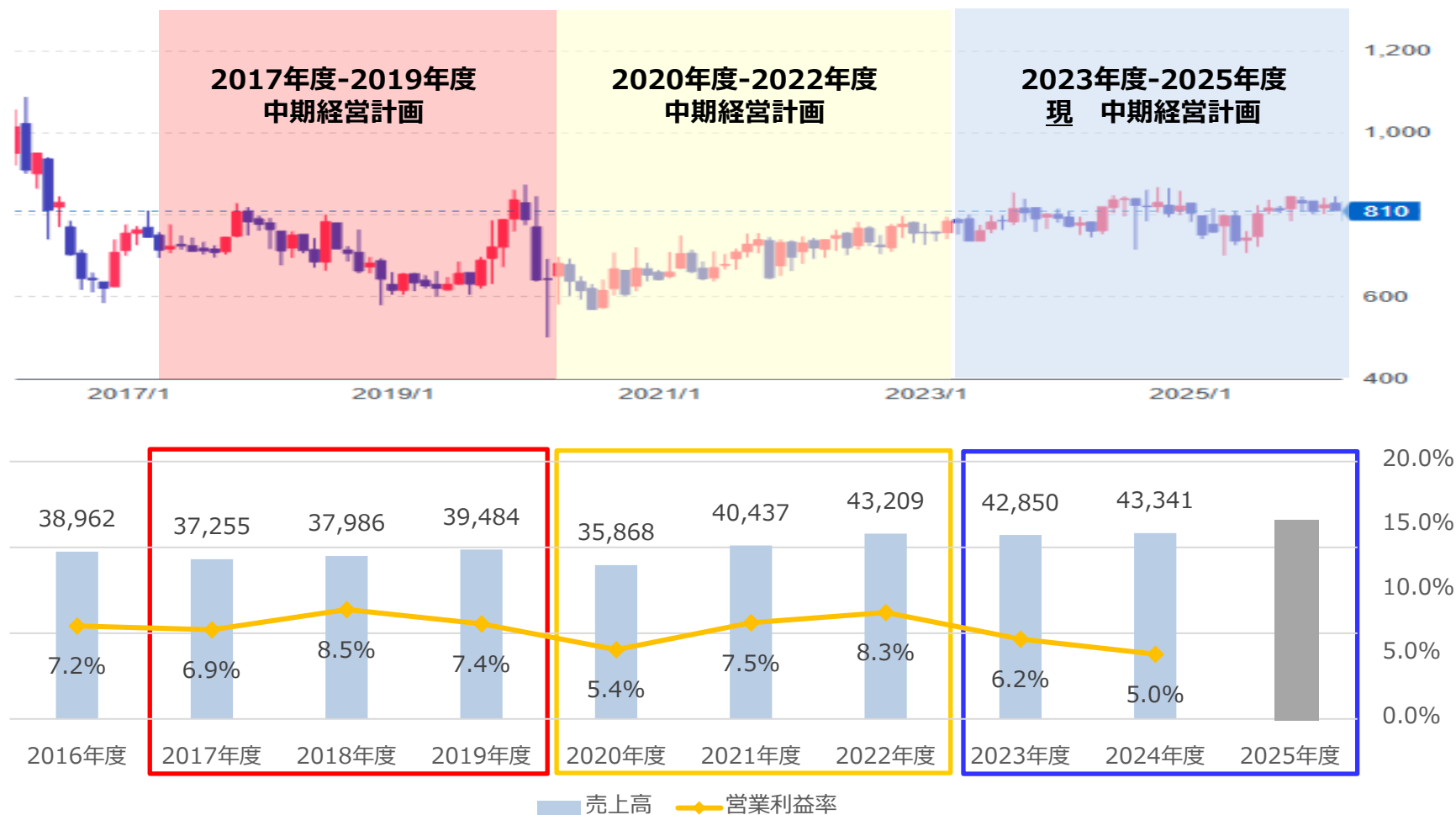
直近10年間の株価動向（2017～2026年）

コロナの影響を受けた2020年以降の株価は緩やかに伸びつつある



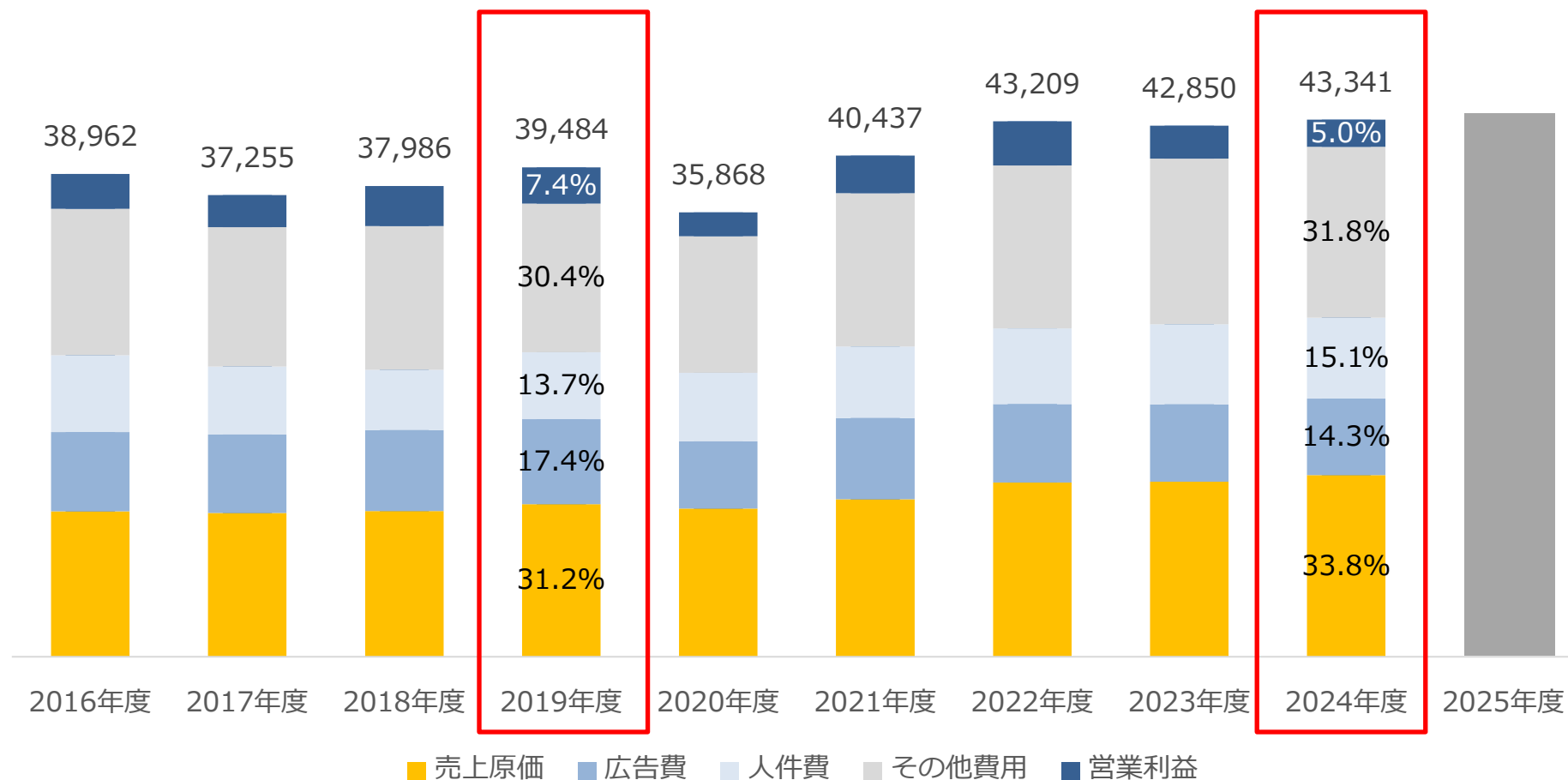
直近10年間の株価動向と業績動向

2017年度以降の業績回復に伴い株価は上向くも、コロナ禍突入時に再び下落
その後、コロナ禍前の利益水準には届いていないが、株価は軟調に推移



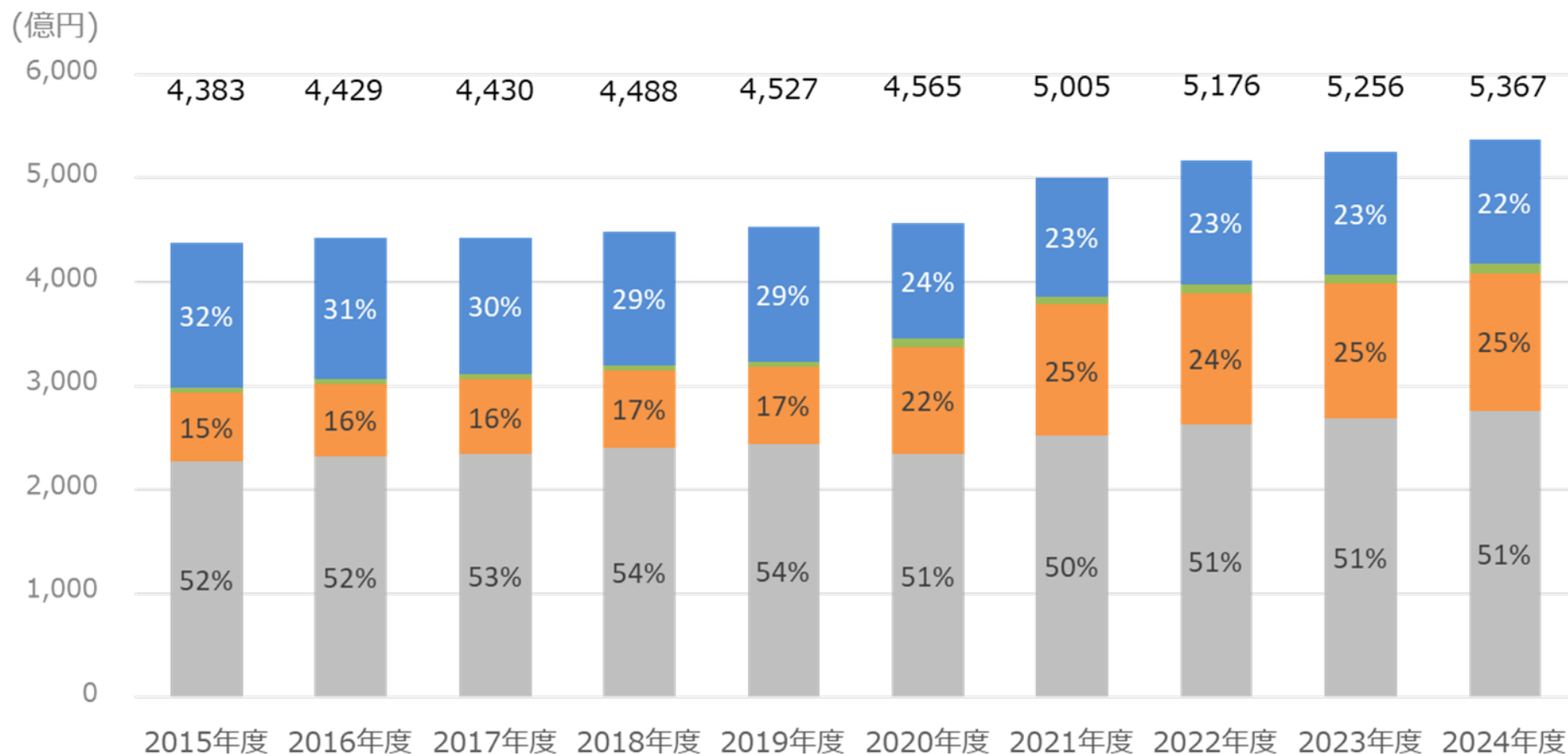
営業利益率の下落理由

利益率の下落理由は、為替や物価高の影響に伴い経費効率の悪化によるもの



市場動向について

国内ヘアケア市場は、発・育毛市場の伸びを中心に増加傾向にある

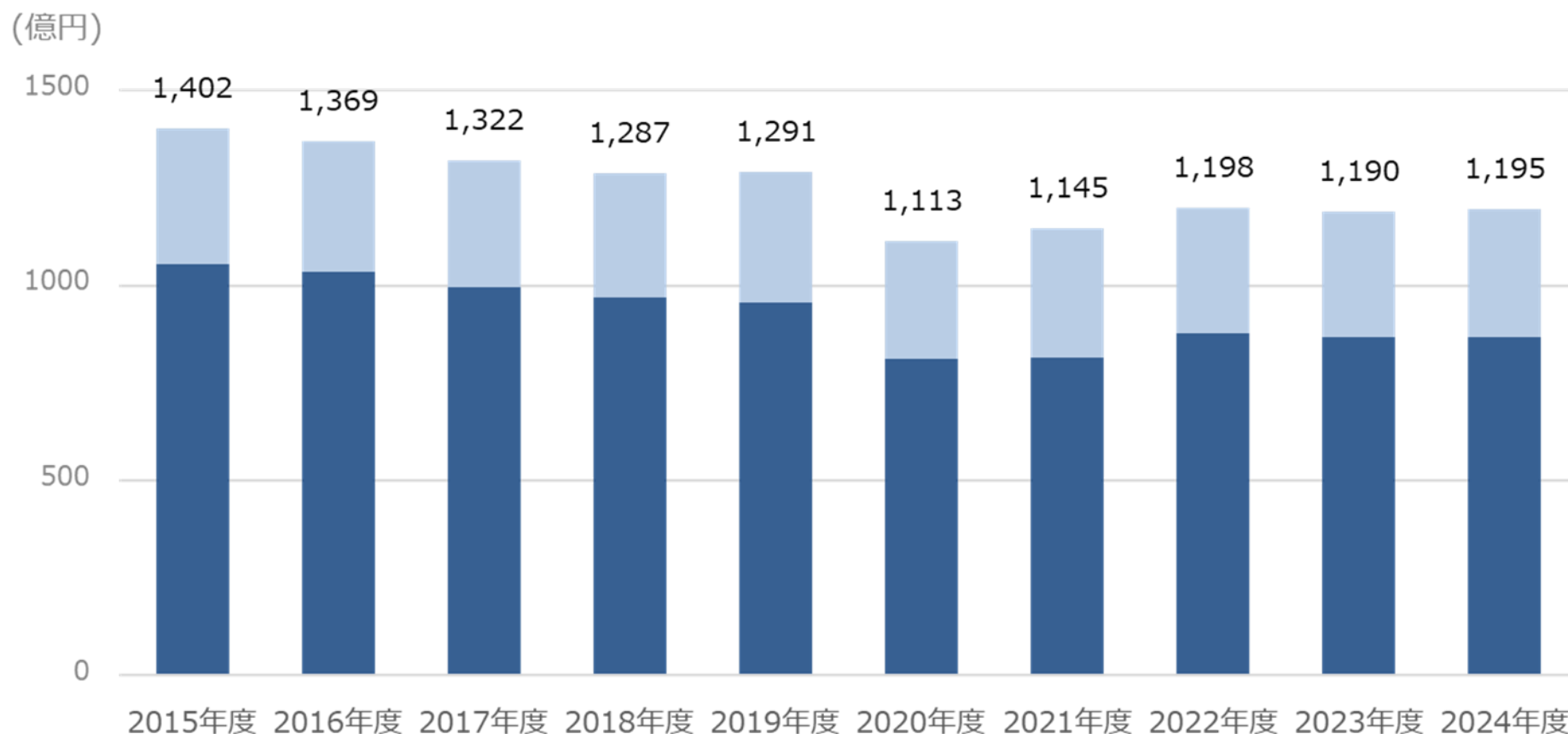


注1. 事業者売上高ベース

■ ヘアケア剤市場 ■ 発・育毛剤市場 ■ 植毛市場 ■ 毛髪業市場

出所：(株) 矢野経済研究所「ヘアケアマーケティング総鑑」

国内毛髪業市場は、かつら・増毛の減少に伴い遞減傾向
2021年度は回復するも、コロナ禍前の市場規模には戻っていない



注1. 事業者売上高ベース

■ かつら・増毛 ■ サービス・商品販売

出所：(株) 矢野経済研究所「ヘアケアマーケティング総鑑」

国内毛髪業市場において、男性向け市場ではトップシェアを維持している

市場動向

毛髪業各社との激しい競争の中で、当社はトップシェアを維持している

- 薄毛への対処法はウィッグだけでなく、AGA治療や発毛剤等さまざまあり、毛髪業市場における男性需要は逡減傾向にある
- 毛髪業市場においては、当社はトップシェアを維持している

顧客動向

日常的に使用されている方が多く、高齢でも継続している方が多く存在している

- お悩み層が大半であり、ウィッグ使用者にとっては生活必需品の意味合いが強い
- 定年延長等による現役期間の長期化により、60歳以上でも継続する方が多く存在している

今後の市場展望

- 隣接市場にて取扱っている医薬品や発毛剤の効果は人それぞれであり、医薬品や発毛剤で効果を実感できない方にとってウィッグや増毛は「着実に効果を実感できる商品」として引き続き底堅いニーズがあると考えている

国内毛髪業市場において、女性市場シェアは第2位となっている

市場動向

薄毛への対処のみならず、ウィッグで楽しみたいというニーズがある

- お手入れやケアをしたい部位として「髪」を第一にあげる年齢が60代から高まっており、そのような層においてウィッグを活用してポジティブに生活したいというニーズがある
- 毛髪業市場においては、当社はシェアを拡大しているが、現状は第2位である

顧客動向

既製品ウィッグの普及が進み、ウィッグ使用者の裾野は広がっている

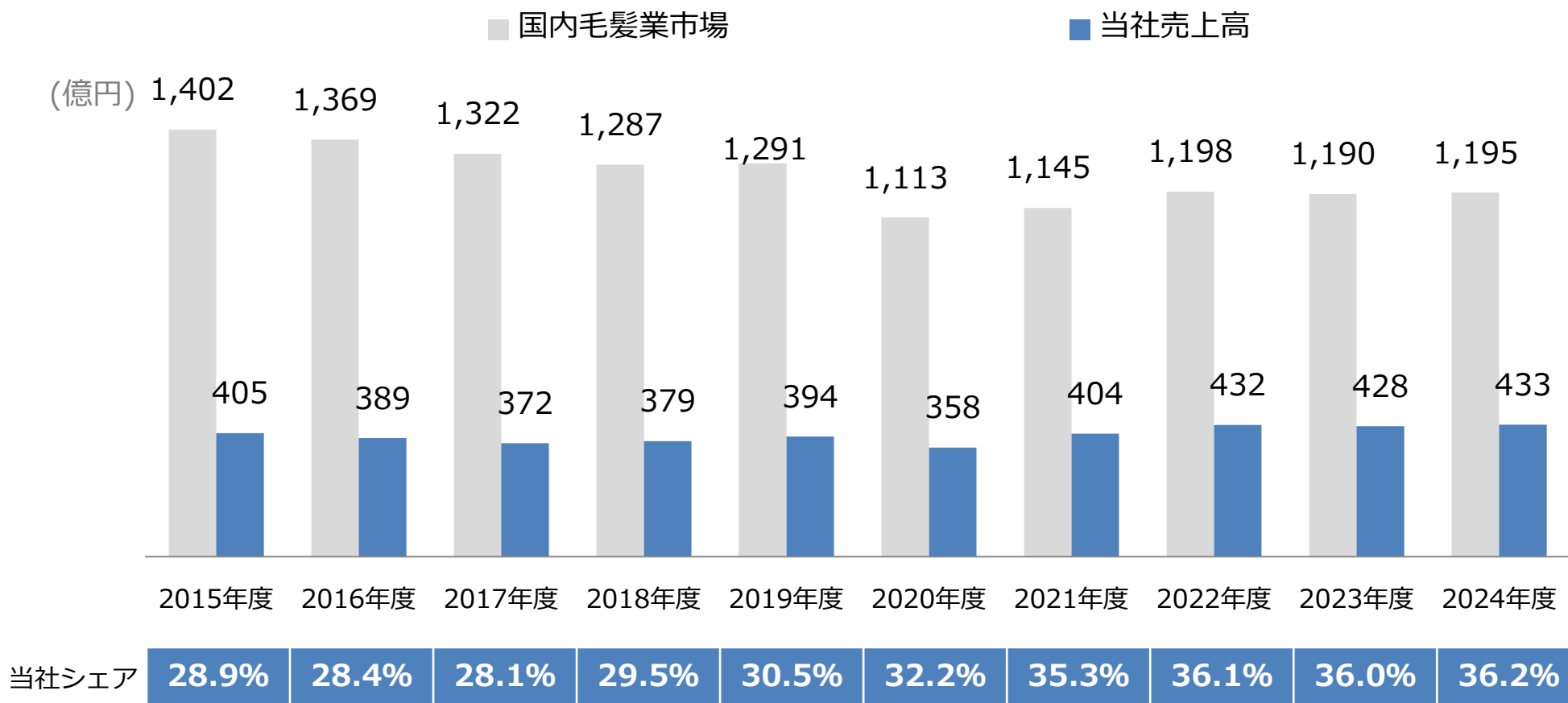
- 男性と異なりウィッグを楽しみたい方が一定数おり、複数のウィッグを使い分けている場合もある
- 比較的手にとりやすい価格帯である既製品ウィッグの普及が進んでいる

今後の市場展望

- 高齢化がより進んでいくものの、アンチエイジング志向の強いシニア層が多く存在していることから、市場自体はこの先も拡大すると考えている

国内毛髪業市場動向と業績動向

国内毛髪業市場はコロナ禍前の市場規模に戻っていないが
当社売上高は過去最高を更新した（当社のシェアは上昇）



注1. 事業者売上高ベース

出所：(株) 矢野経済研究所「ヘアケアマーケティング総鑑」

アートネイチャーブランドの知名度

高い知名度 + 上場企業であることの社会的信用度 ⇒ 業容拡大の推進力

業界をリードする「商品開発力」

企画から製造、販売まで繋がった製造小売業の形態を活かし、新商品を迅速かつ効果的に提供

全国をカバーする店舗ネットワーク

全都道府県にあるネットワーク ⇒ どのエリアでも同品質のサービスを受けることが可能

専門技術をもった数多くの理美容資格取得者を保有

約1,800名の理美容資格取得者が在籍 ⇒ 購入後のアフターサービスからアドバイスまで徹底サポート

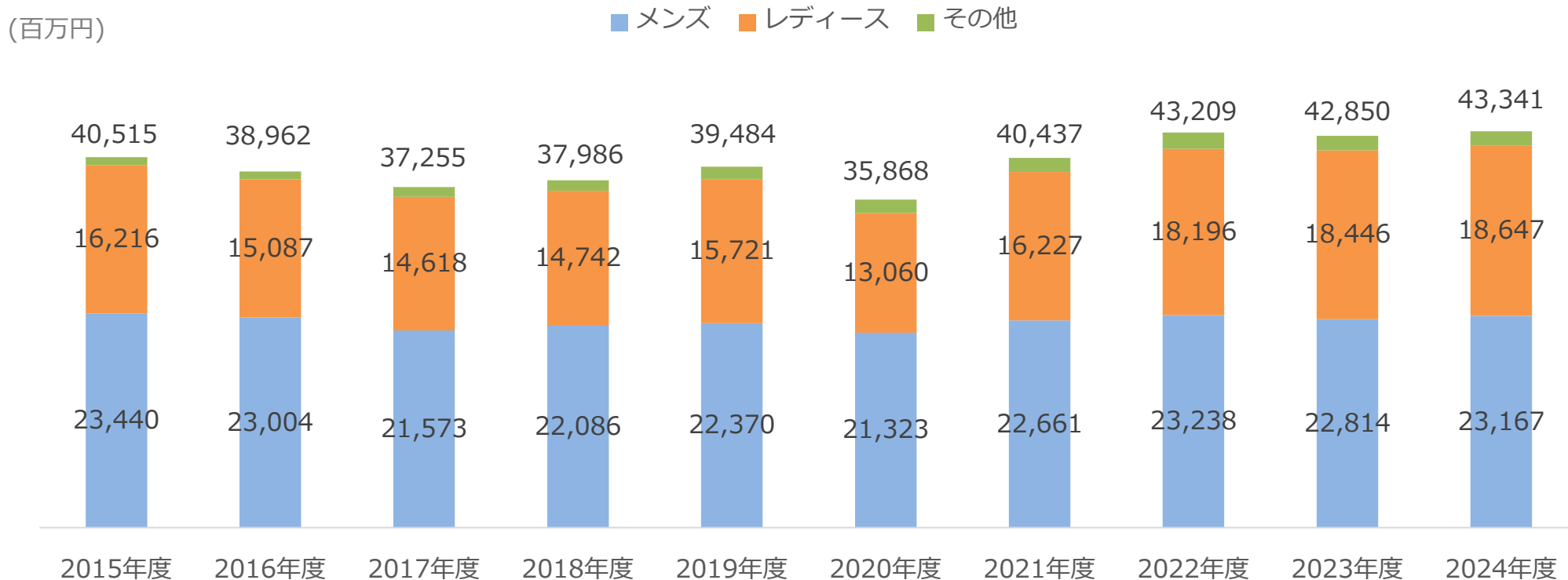
強固な財務状況

現預金180億円超、自己資本比率50%超 ⇒ 今後の成長に向けた体制は整っている

業績動向について

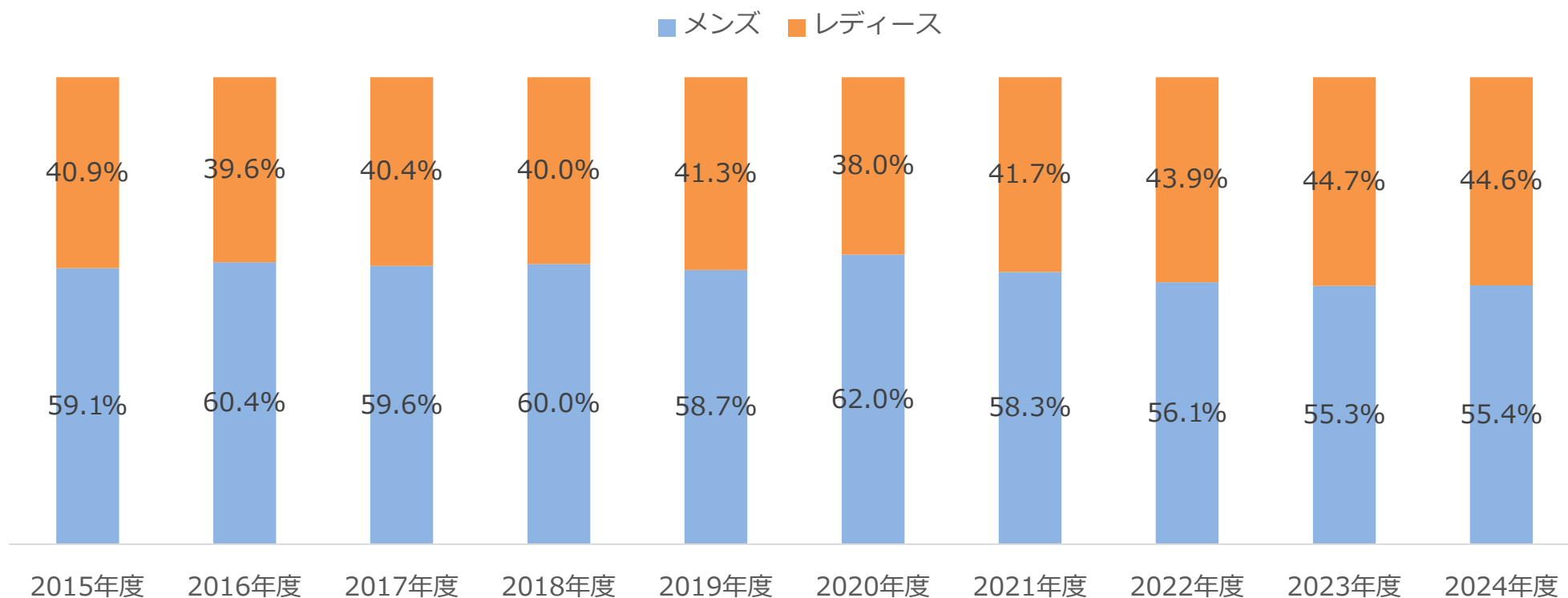
直近10年間の業績動向（男女別、連結）

2015年度をピークに2017年度まで男女共に漸減傾向にあったが、
2021年度は女性向け事業を中心に回復し、直近では過去最高の売上高を更新した



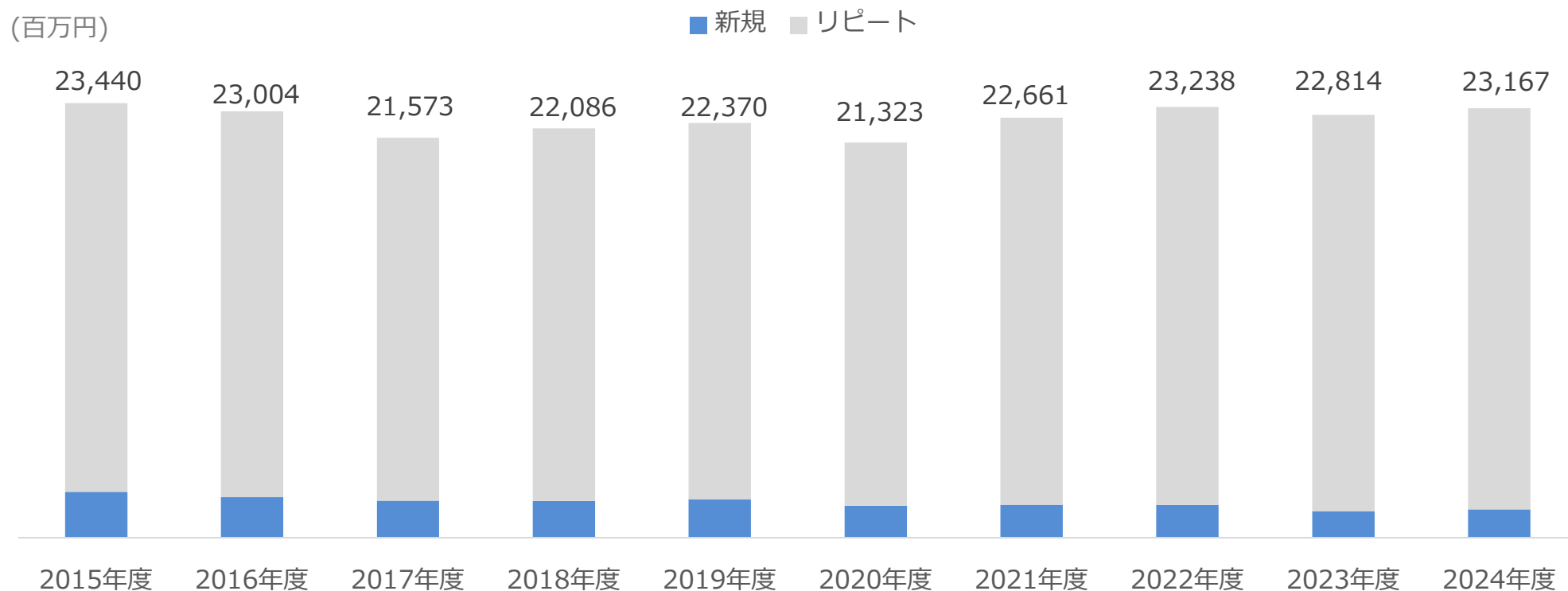
直近10年間の業績動向（売上高男女比）

男女比は【男性：6、女性：4】→【男性：5.5、女性：4.5】に変化している



直近10年間の業績動向（男性売上、単体）

2015年度をピークに逡減傾向、その後、コロナ禍を底に堅調に推移している

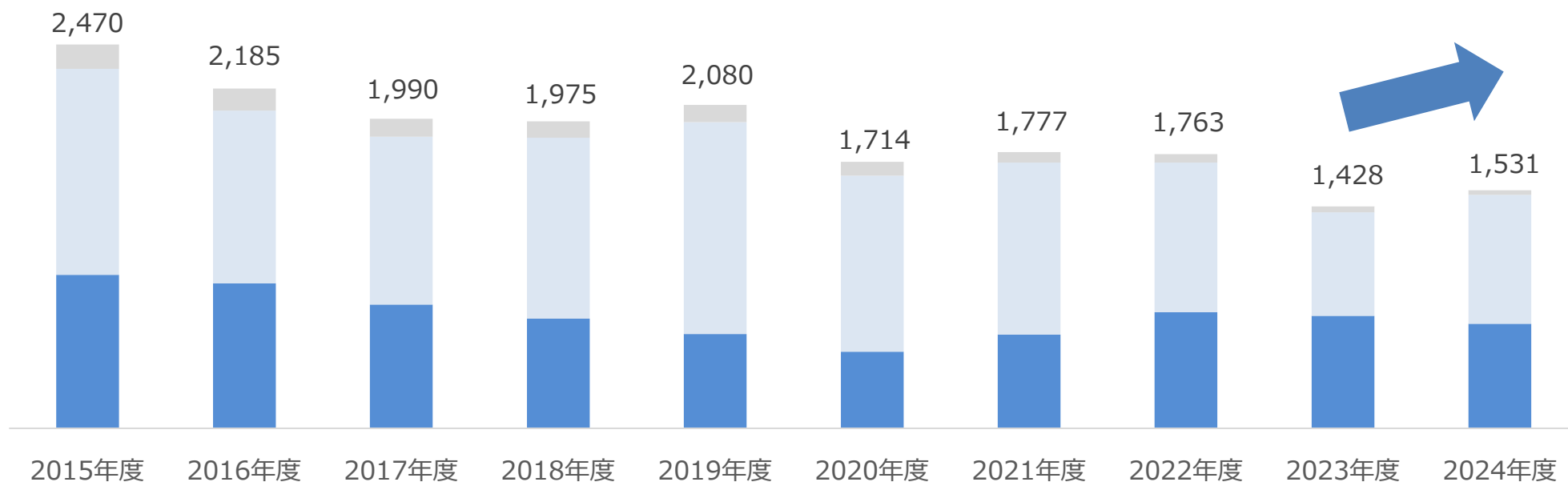


直近10年間の業績動向（男性売上 新規）

新規売上高は逡減傾向（発毛剤や育毛剤といった隣接市場との競合激化のため）
2023年度を底に現在は回復傾向にある

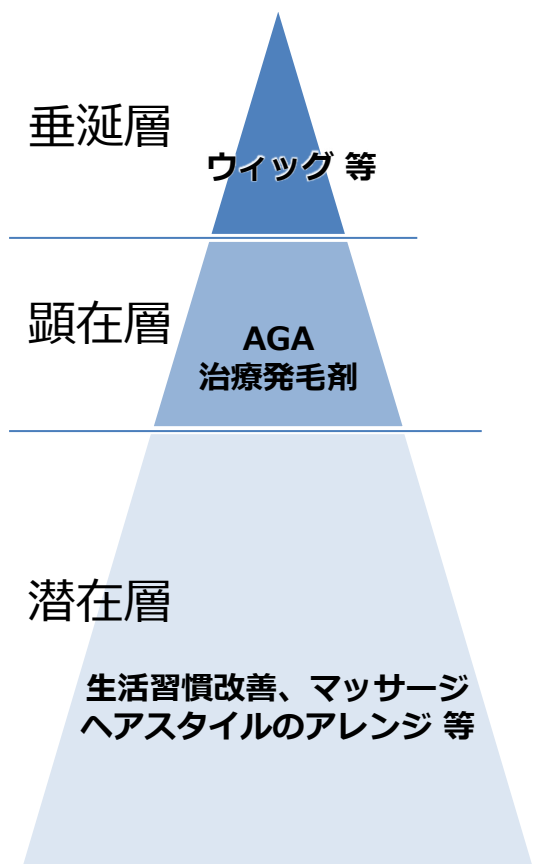
(百万円)

■ オーダーメイドウィッグ ■ 増毛商品 ■ 育毛ケアサービス

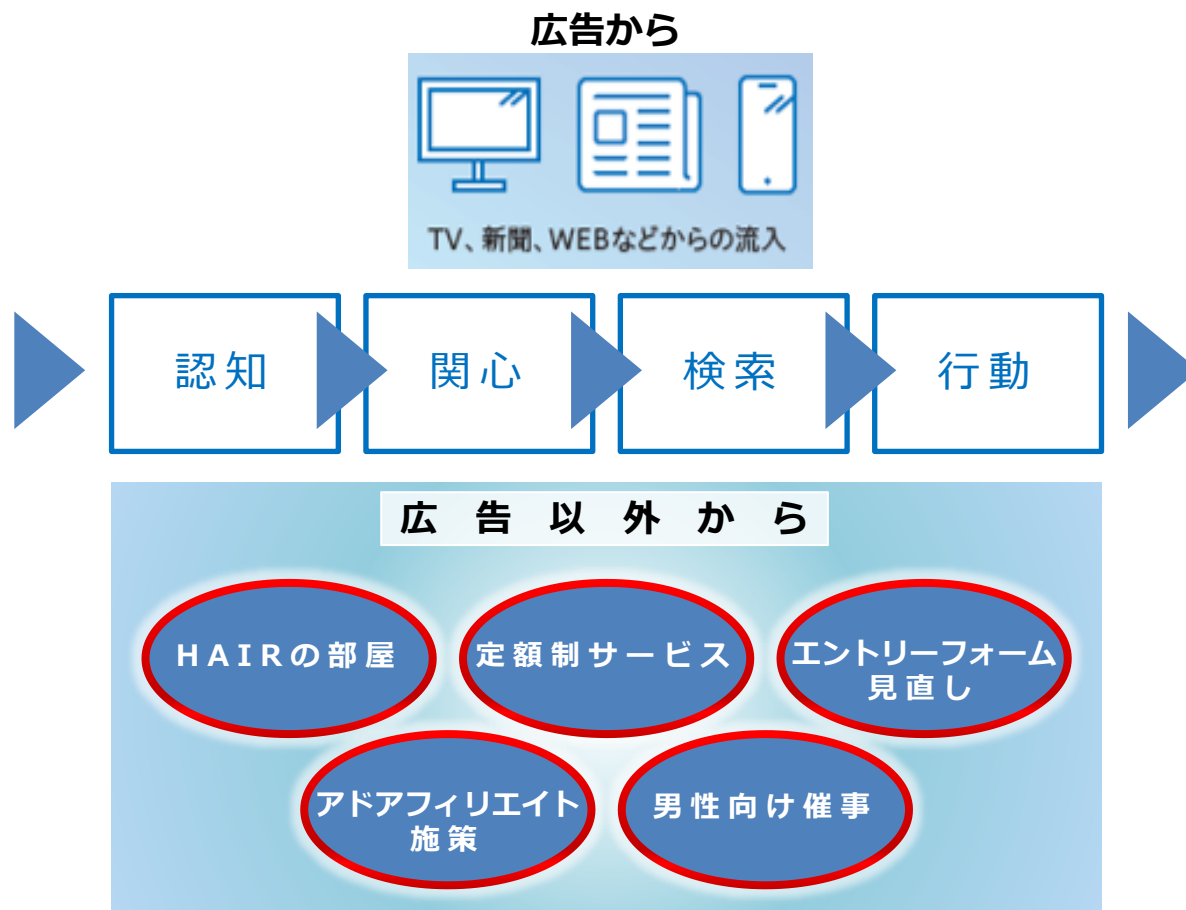


薄毛に係るニーズを持つ層に向けて、様々な取組みを展開

薄毛に係るニーズ



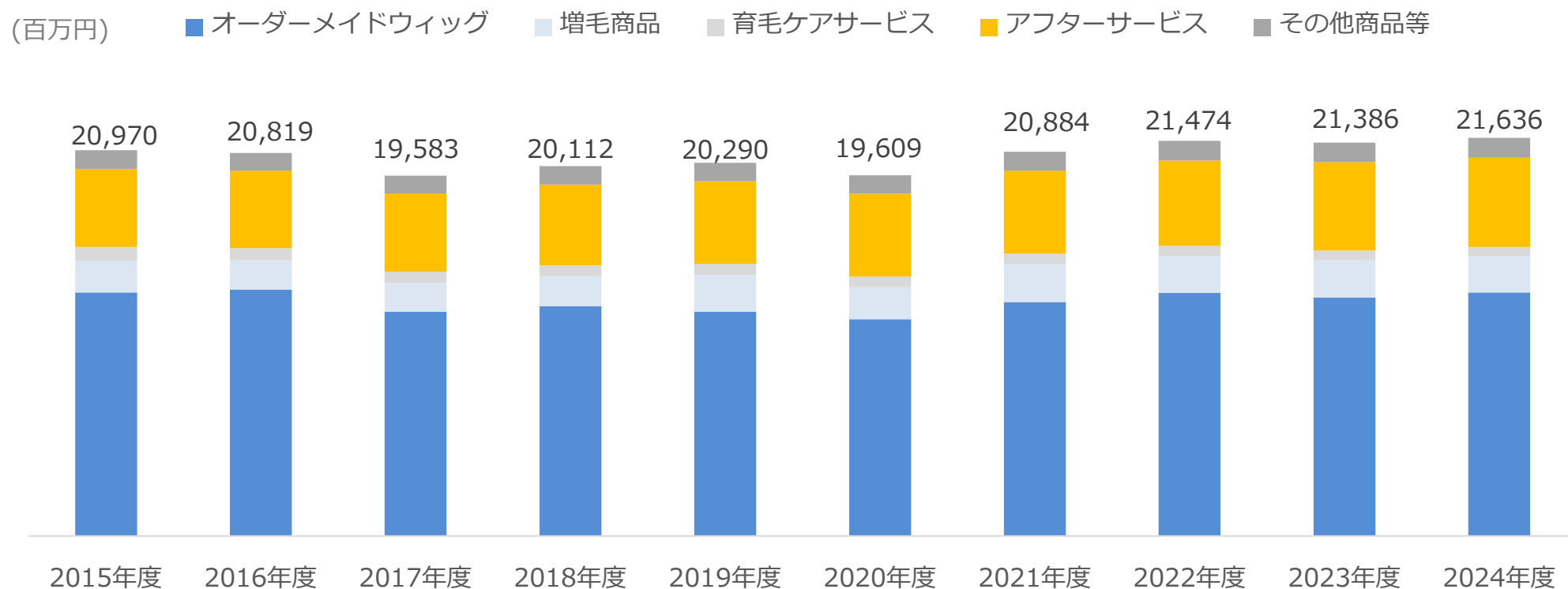
反響営業



新規顧客の獲得

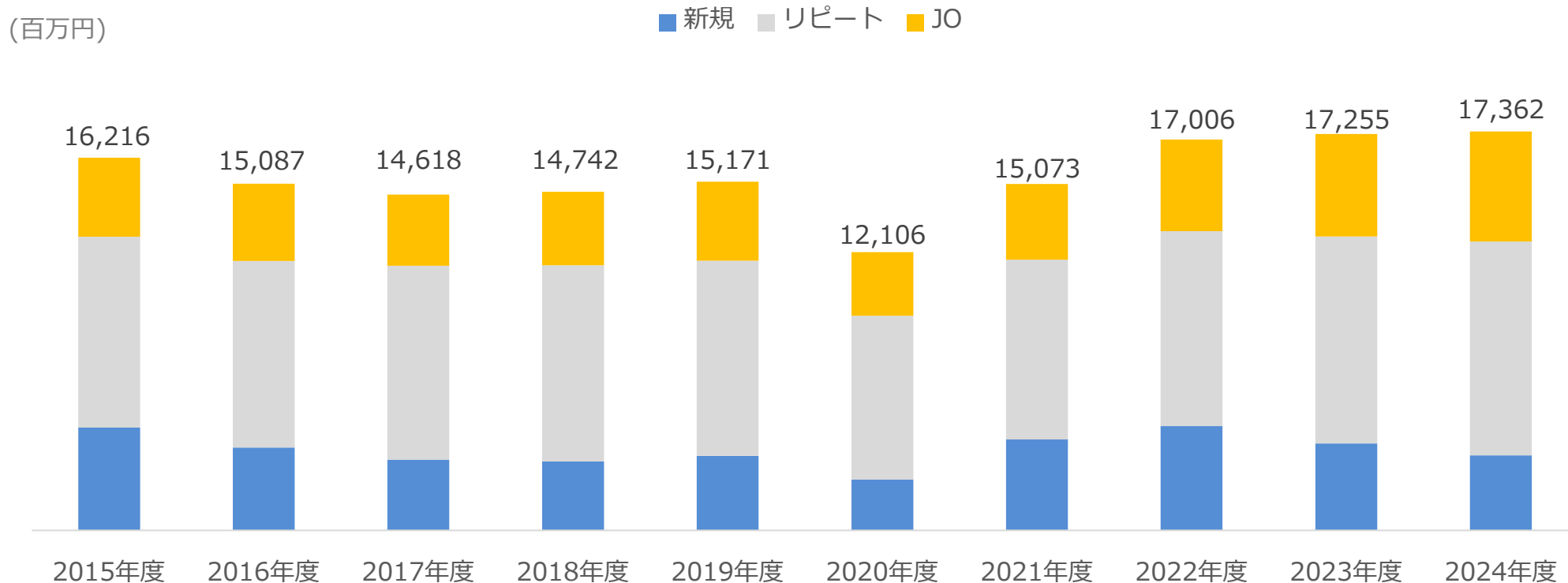
直近10年間の業績動向（男性売上レポート）

リピート売上高は、過去と比べても200億円台と高い水準を維持している



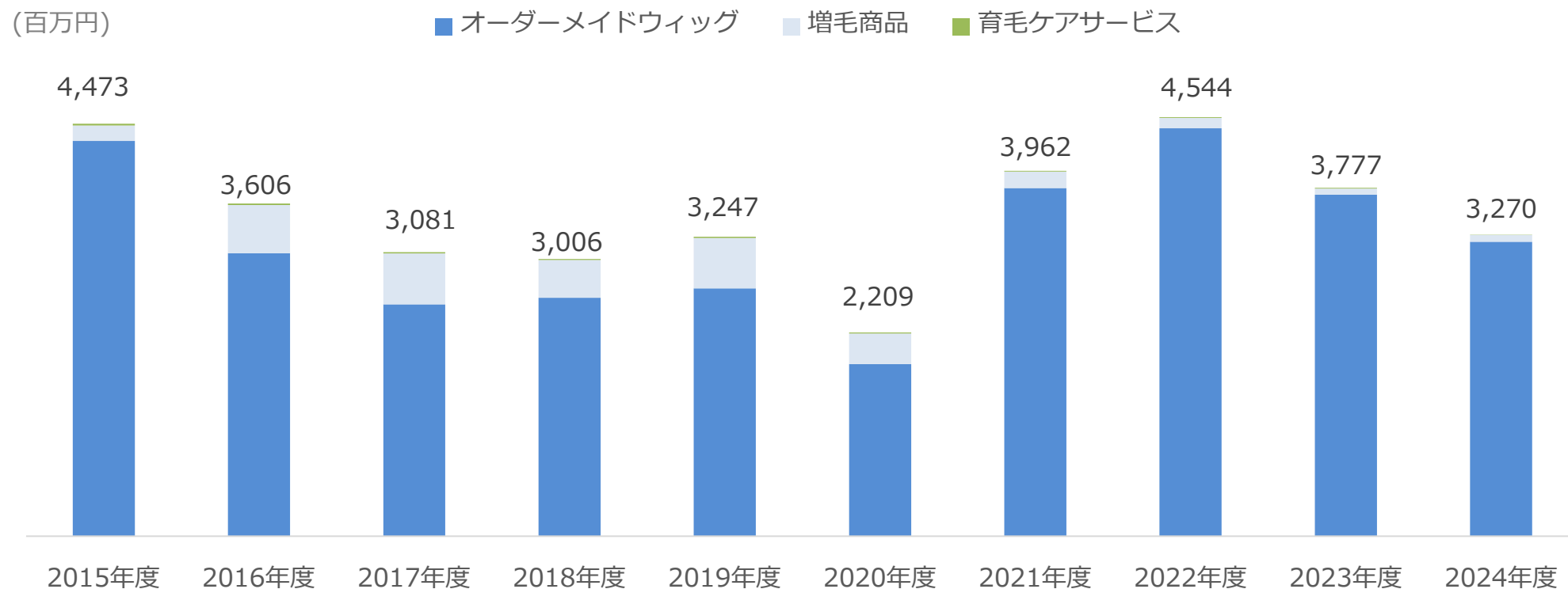
直近10年間の業績動向（女性売上、単体）

コロナ禍において大きく落ち込むも、直近では過去最高の売上高を更新している



直近10年間の業績動向（女性売上、新規）

競合激化に伴い新規売上は減少傾向の中、「フィーリン」というヒット商品の効果により2021年度大きく回復し、現在に至る

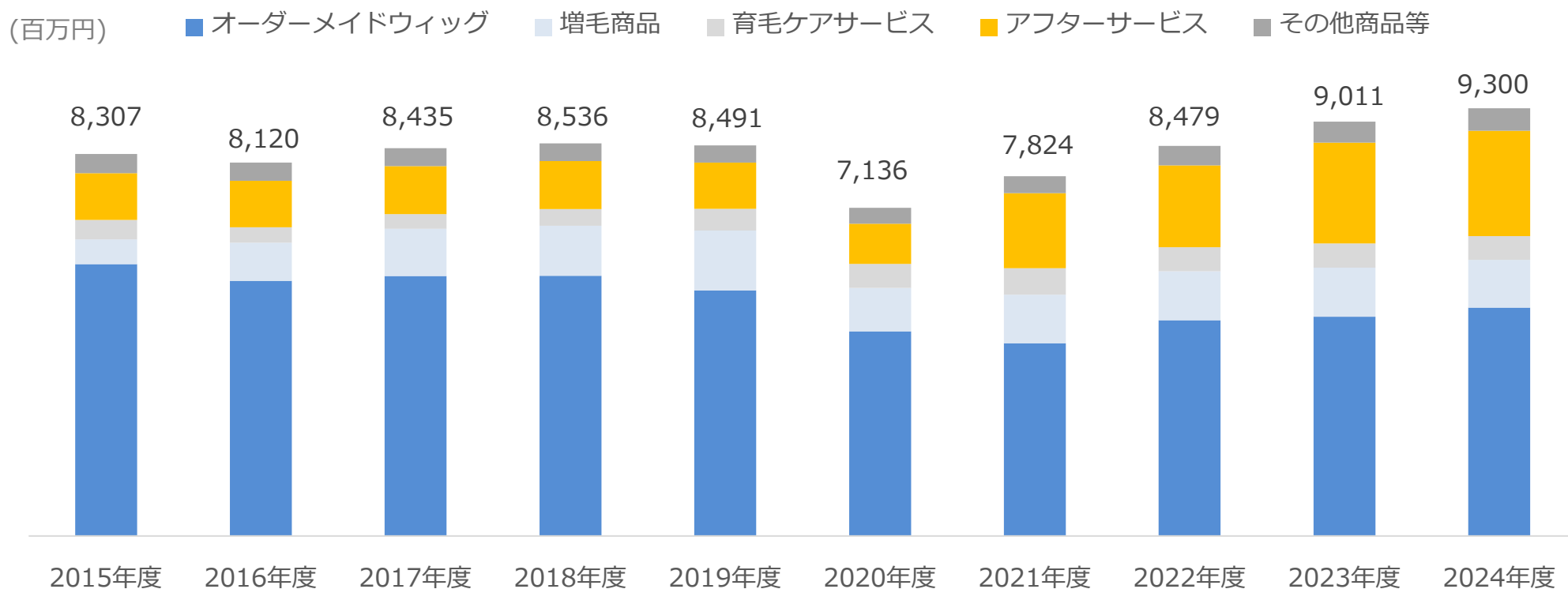


女性自身の白毛を活かした商品が多く、2021年に「ピンで留めない」ウィッグがヒット。引き続き、多様なお客様ニーズに応えた商品を開発していく

年度	2017～2019	2020～2022	2023～2025
キーワード	「軽さ・柔らかさ」の追求	「簡単・時短」の追求	「快適さ・自然さ」の追求
代表商品	パフィールシリーズ	フィーリンシリーズ	JUSMEシリーズ
商品の特徴	・ウィッグ自体の軽さ (装着しても気にならない) ・ウィッグ素材の柔らかさ (スタイルが馴染みやすい)	・ウィッグの着けやすさ (ピンで留めない) ・スタイルのキープ力 (決まったヘアスタイルが持続)	・着けやすさを更に改良 (ウィッグ周囲に新部材を採用) ・ウィッグ素材の厚みを軽減 (シルエットがより自然に)

直近10年間の業績動向（女性売上、リピート）

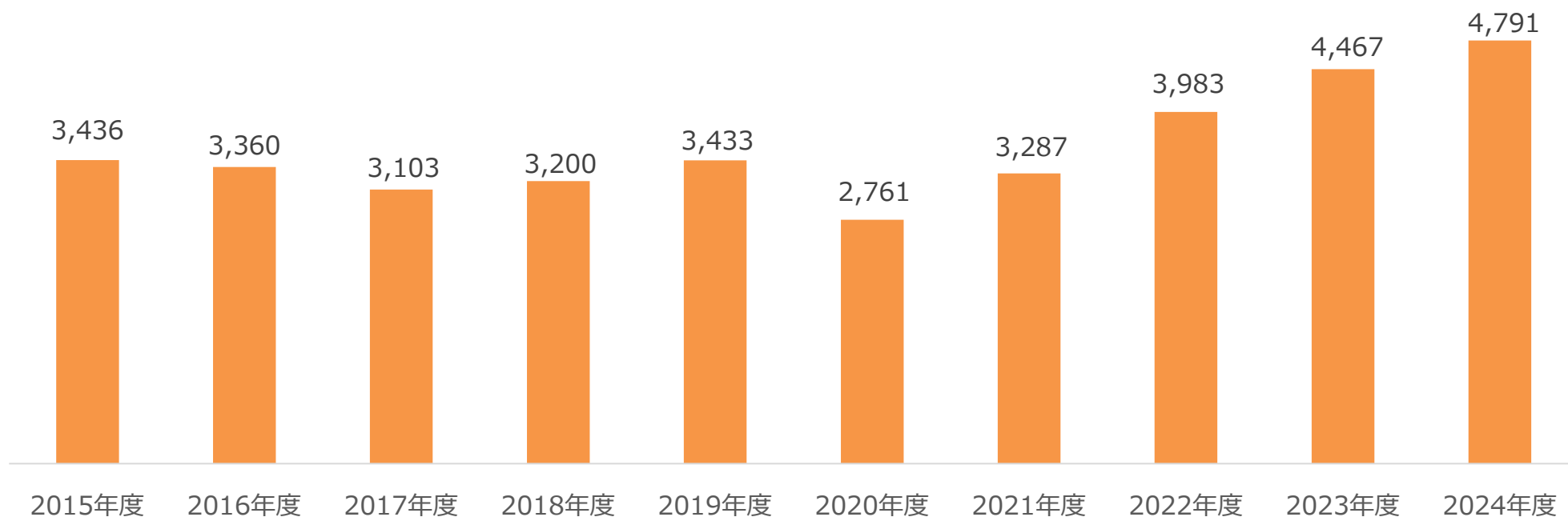
リピート売上高は、買い替え需要獲得により、着実に伸びている



直近10年間の業績動向（女性売上、JO）

女性向け既製品売上高は、コロナ禍以降、過去最高を更新し続けている

(百万円)



- ・ 本日は、株価や業績推移からみえる当社銘柄について説明

(株価動向)

コロナ禍に伴い下落、2021年以降は緩やかに伸びている

(市場動向)

国内毛髪業市場は、隣接市場の影響を受けているが、
需要は底堅く、堅調に推移している

(業績動向)

直近では過去最高の売上高を更新。

メンズは新規売上が回復傾向。

レディースは買替需要の獲得によりリピート売上が堅調。

Q&A

質問
レディース既製品ウィッグ（JO）の成長性について、既製品売上が過去最高を更新し続けていますが、オーダーメイド商品とのカニバリゼーションの懸念はないのでしょうか？
理美容資格保持者の採用・育成について、約1,800名の専門スタッフが強みとされていますが、労働力不足の中で今後の人材確保への対応をどう考えていますか？
広告宣伝費の効率化について、売上高は過去最高を更新していますが、広告費の投入が売上増にどの程度寄与しているのか、また今後の広告戦略の効率化について教えてください。
現預金の活用方法について、180億円超という強固な現預金を、今後のM&Aや株主還元、設備投資にどのように配分していく方針か、新中期経営計画で示していく予定はありますか？
隣接市場（AGA・発毛剤）との棲み分けについて、AGA治療の低価格化などが進む中で、ウィッグの優位性をどう維持しますか？