



2月27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

- ・ 1/30に、2026年3月期第3四半期決算を発表

- ・ 3Q累計業績は

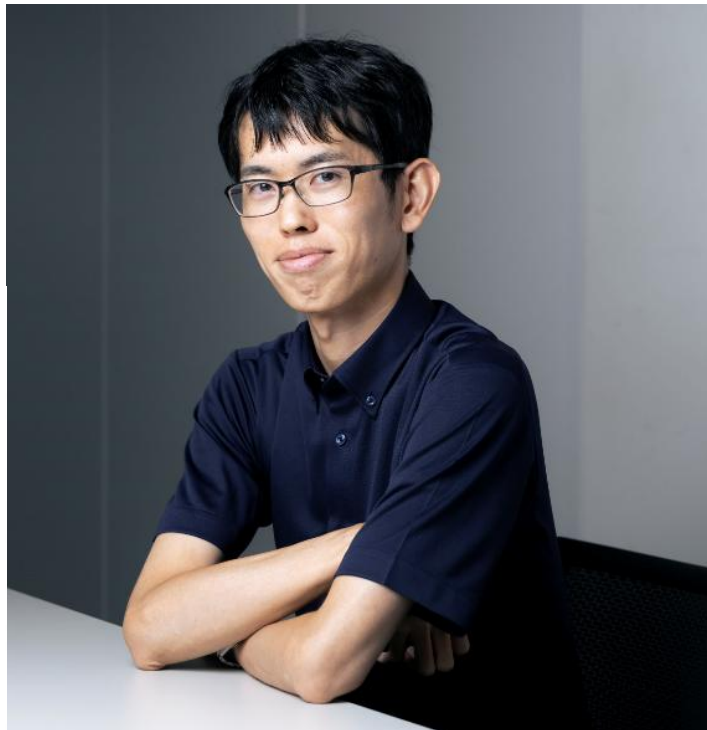
前年同期比

増収増益

計画対比

利益は概ね計画どおり

本日のIRライブは、
ゲストにkenmo様をお迎えし、1月30日に発表した
2026年3月期 3Q決算について対話形式にてご説明します！



kenmo氏

（中小企業診断士／湘南投資勉強会 主催）

湘南投資勉強会（個人投資家向け勉強会）
を神奈川県で主催しており、数々のIRイベ
ントを開催。

また、YouTube配信も行っており、視聴者参
加型のIR説明会や決算読み配信などに定評
がある。

2026年3月期 第3四半期決算概況

株式会社アートネイチャー

第3四半期決算は、前年同期比で増収増益を実現

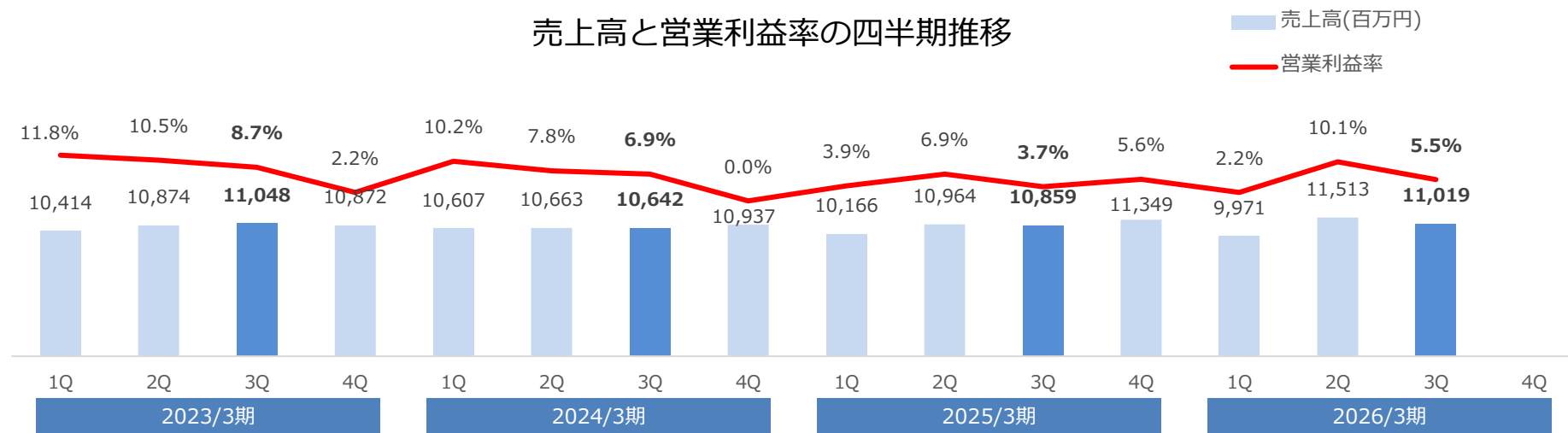
第3四半期決算実績

(単位:百万円)

	25/3期実績	26/3期実績	前年同期比	通期計画	進捗率 (対計画)
売上高	31,990	32,505	+1.6%	47,623	68.3%
メンズ	17,297	17,401	+0.6%	23,495	74.1%
レディース	13,634	14,017	+2.8%	20,869	67.2%
その他	1,058	1,085	+2.6%	3,258	33.3%
営業利益	1,551	1,992	+28.5%	2,778	71.7%

※レディースにジュリア・オージェ、ナオアート社を含む

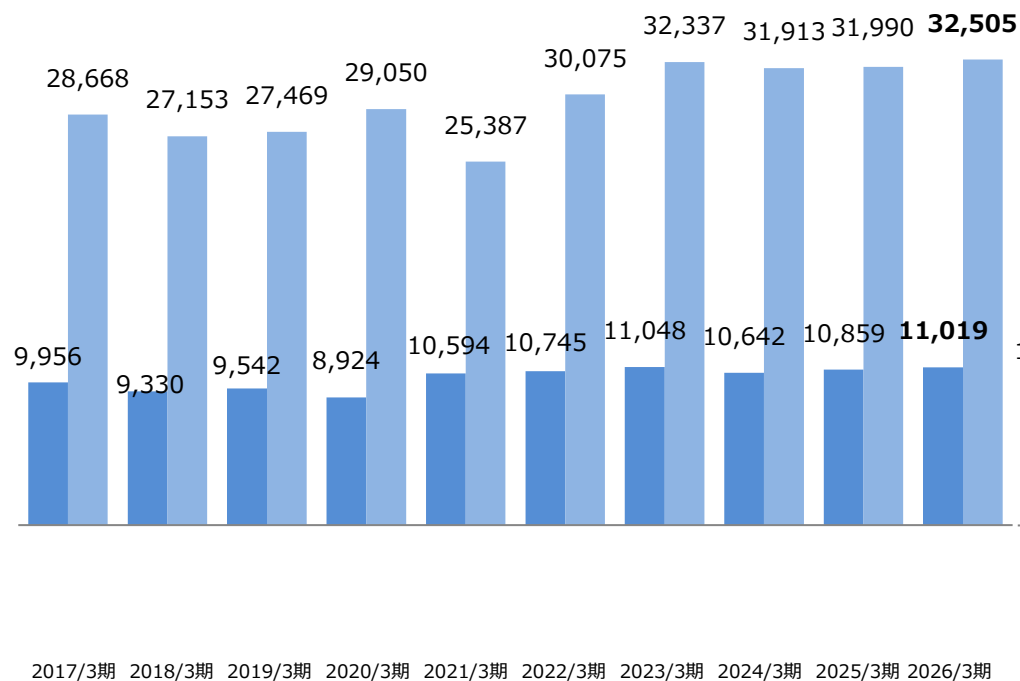
売上高と営業利益率の四半期推移



直近の売上高累計において過去最高を更新

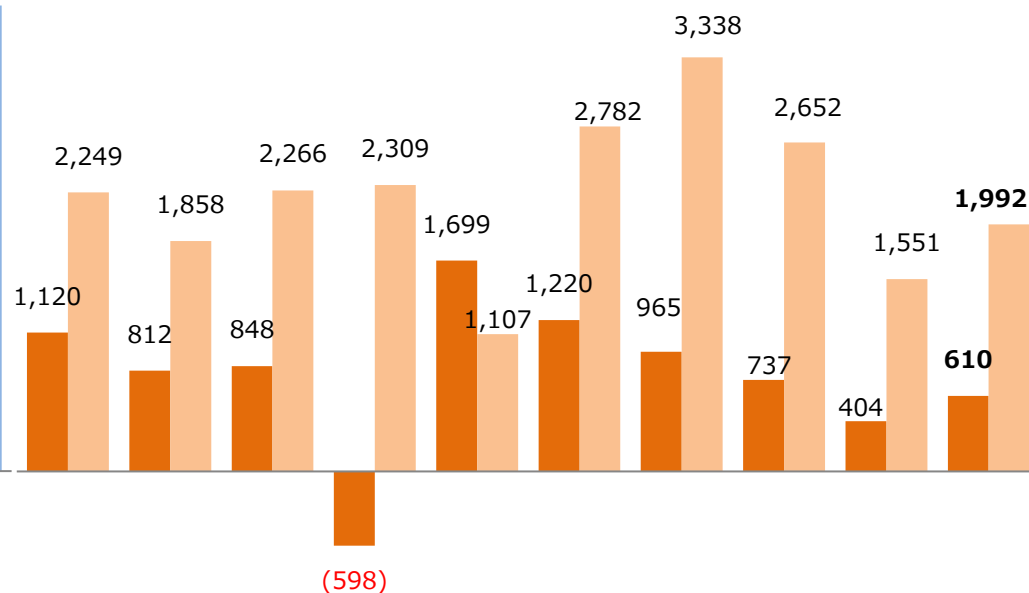
売上高の推移 (百万円)

■ 3Q会計 ■ 3Q累計



営業利益の推移 (百万円)

■ 3Q会計 ■ 3Q累計



増収による売上総利益の増加と広告費の削減により増益

累計期間 (百万円)	2025年3月期 第3四半期		2026年3月期 第3四半期		増減率
	4-12実績	売上比	4-12実績	売上比	前年同期比
売上高	31,990	—	32,505	—	+1.6%
売上原価	10,877	34.0%	11,028	33.9%	+1.4%
売上総利益	21,113	66.0%	21,476	66.1%	+1.7%
販管費	19,562	61.2%	19,484	59.9%	▲0.4%
営業利益	1,551	4.8%	1,992	6.1%	+28.5%
経常利益	1,595	5.0%	2,169	6.7%	+36.0%
当期純利益	887	2.8%	1,296	4.0%	+46.1%

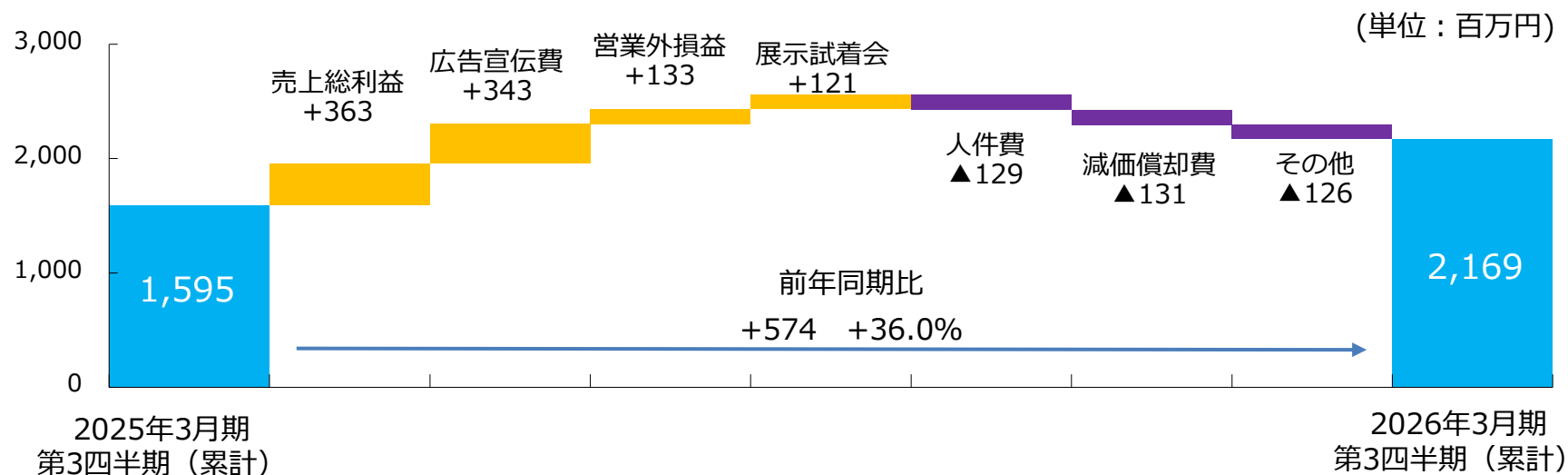
変動要因
①売上高： +1.6%
メンズ： +0.6%
レディース： +2.8%
②売上原価： +1.4%
原価率： ▲0.1P
商品原価率： ▲0.1P
ｽﾌｧｲﾙｽﾄ人件費率： ▲0.0P
③販管費： ▲0.4%
広告費： ▲7.6%
人件費： +2.6%
その他の販管費： +1.3%
④営業利益： +28.5%

会計期間 (百万円)	2025年3月期 第3四半期		2026年3月期 第3四半期		増減率
	10-12実績	売上比	10-12実績	売上比	前年同期比
売上高	10,859	—	11,019	—	+1.5%
売上原価	3,625	33.4%	3,738	33.9%	+3.1%
売上総利益	7,234	66.6%	7,281	66.1%	+0.6%
販管費	6,830	62.9%	6,670	60.5%	▲2.3%
営業利益	404	3.7%	610	5.5%	+51.0%
経常利益	499	4.6%	705	6.4%	+41.2%
当期純利益	266	2.5%	448	4.1%	+68.6%

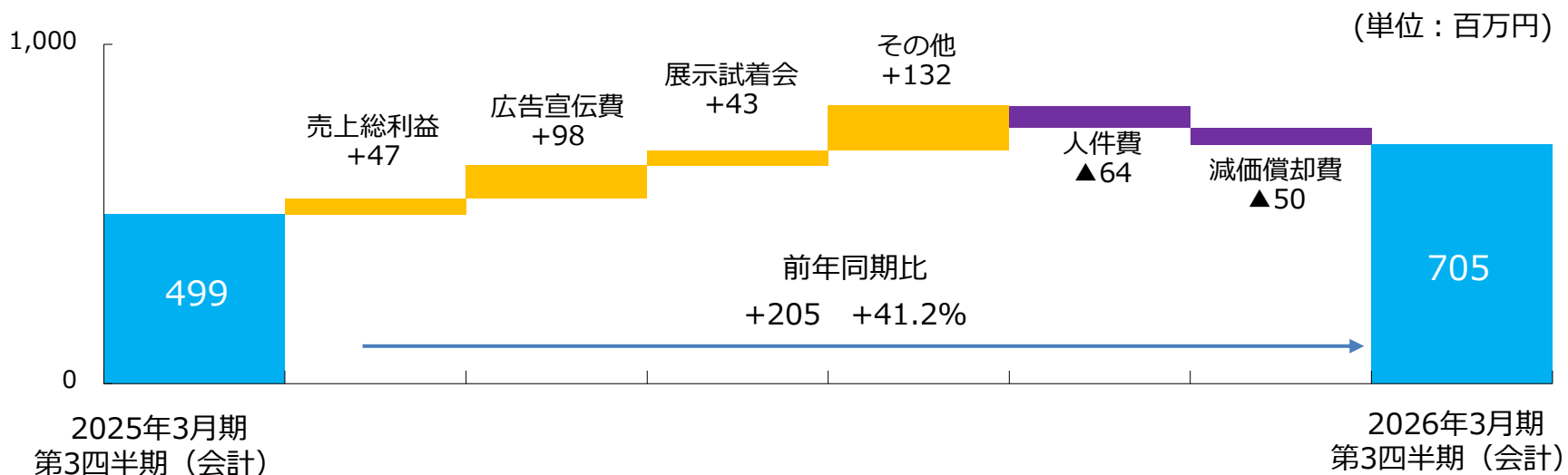
変動要因
①売上高： +1.5%
メンズ： +0.3%
レディース： +2.2%
②売上原価： +3.1%
原価率： +0.5P
商品原価率： +0.6P
ｽﾌｧｲﾙｽﾄ人件費率： ▲0.0P
③販管費： ▲2.3%
広告費： ▲6.5%
人件費： +4.0%
その他の販管費： ▲3.4%
④営業利益： +51.0%

● 連結経常利益増減要因

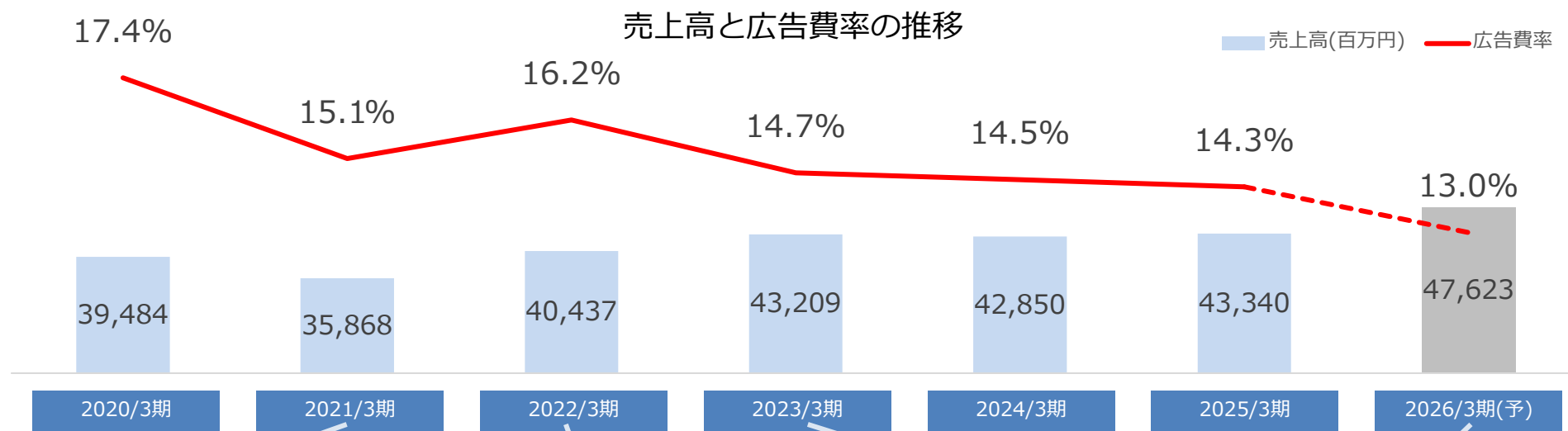
第3
四半期
累計



第3
四半期
会計



売上高広告費率はコロナ前の水準を下回る推移。今後も抑制的運用を継続



①21/3期 広告費率
(前期比 ▲2.3pt)

コロナ禍における海外
自社工場のロックアッ
プに伴い、広告費もTV
媒体を中心に抑制

②22/3期 広告費率
(前期比 +1.1pt)

コロナ前の売上水準に
戻すべく前年に抑制し
たTV媒体を中心に強化

③23/3期 広告費率
(前期比 ▲1.5pt)

女性向け事業間の連携
により、広告イメージ
を統一。以降、広告費
率14%台をキープ

④26/3期 広告費率
(前期比 ▲1.3pt)

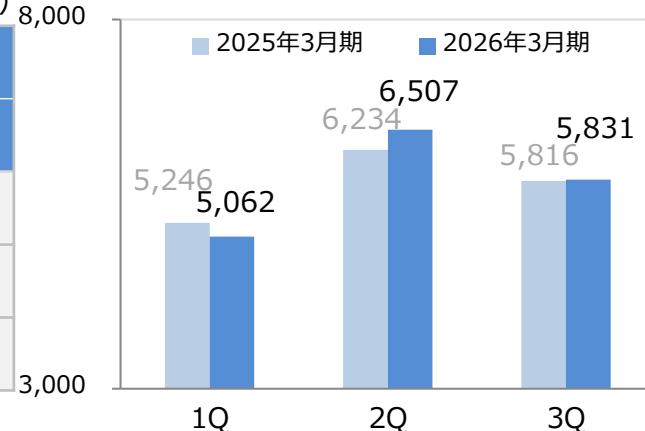
各事業セグメントごと
にDXを活用し、より効
果的かつ効率的な広告
運用へ

男女別売上動向（単体）

男女共に3Q以降の業績は前年を上回ることができた。但し女性向け事業の新規販売が苦戦している

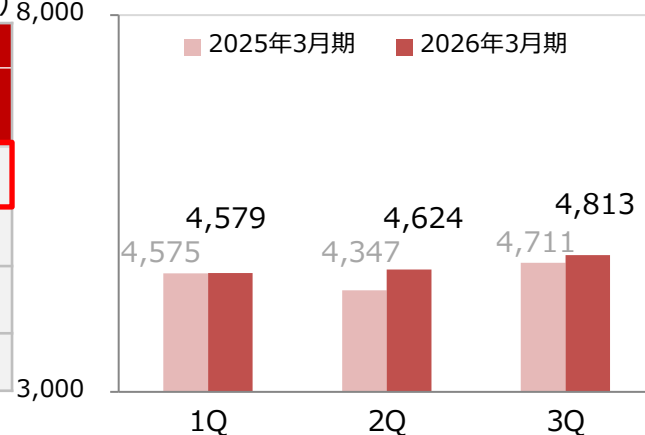
(単位：百万円)

男性	売上高		2025年3月期 第3四半期	2026年3月期 第3四半期	増減額	増減率
	全商品・サービス	新規	1,152	1,177	+ 24	+ 2.1%
		リピート	16,144	16,224	+ 79	+ 0.5%
		合計	17,297	17,401	+ 104	+ 0.6%



(単位：百万円)

女性	売上高		2025年3月期 第3四半期	2026年3月期 第3四半期	増減額	増減率
	全商品・サービス	新規	2,256	2,164	▲ 91	▲ 4.1%
		リピート	7,032	7,413	+ 380	+ 5.4%
		ジュリアオージェ	3,455	3,572	+ 117	+ 3.4%
		合計	12,744	13,150	+ 406	+ 3.2%



外部要因

- ① シニア層の消費行動に慎重さがでている
(物価高に加え、公的年金支給への不安、将来の医療費など、今後の生活に不安を感じている)
- ② シニア世代のスマホ利用者の増加
(問合せ方法が電話からインターネットを介した問合せへ変化)

内部要因

- ① 2021年9月に発売した「フィーリン」級のヒット商品を投入できなかった
- ② 中高齢層の獲得を目的としたプロモーションや販促等の諸施策が反響数の回復につながらなかった

単体月次売上状況について

1.【男女別/商品別売上状況速報(前年同月比)】

(4～12月は確定値、1月は速報値)

(単位:%)

【商品分類別】		4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下期	当期累計 (4～1月)
オーダーメイドウィッグ	男性	81.7	93.4	107.2	98.3	108.5	107.1	100.1	90.2	100.9	99.7	94.5			96.7	98.8
	女性	82.8	105.6	101.8	118.5	115.6	88.3	102.2	115.6	93.5	99.8	112.5			105.4	103.5
増毛	男性	102.9	90.4	95.3	93.0	131.2	110.3	104.0	101.0	99.4	122.6	127.5			112.7	107.5
	女性	99.6	131.7	104.1	92.2	142.0	126.5	116.1	90.5	101.5	136.9	101.8			107.2	112.6
育毛ケア・サービス	男性	93.2	96.6	94.1	97.2	98.9	95.8	96.0	101.1	96.9	99.3	97.8			98.8	97.1
	女性	96.9	102.3	102.5	109.2	113.0	111.3	105.7	108.9	107.2	108.6	98.8			106.0	105.8
主要商品売上高	男性	新規	92.4	83.1	91.1	94.1	140.9	108.7	102.3	108.5	80.9	120.6	136.6		107.5	104.5
		リポート	84.7	93.9	106.0	97.7	109.2	107.2	100.5	90.5	103.6	101.4	97.3		98.5	99.7
		合計	85.4	93.0	104.6	97.4	111.6	107.3	100.6	92.5	100.5	102.9	100.0		99.4	100.1
	女性	新規	86.8	121.4	93.9	111.3	95.8	68.7	98.7	103.4	79.3	90.1	98.1		92.5	96.2
		リポート	83.1	99.3	105.7	116.9	126.7	104.9	106.4	114.7	103.3	112.0	118.6		112.3	108.7
		合計	84.6	107.4	102.2	115.3	118.9	96.7	104.0	111.7	95.2	104.4	110.8		105.6	104.6
	合計	新規	88.0	112.4	92.9	105.9	113.2	87.6	99.8	105.5	79.9	100.5	106.2		97.6	98.9
		リポート	84.2	95.7	105.9	104.0	114.1	106.6	102.3	98.3	103.5	103.8	103.9		102.5	102.4
		合計	85.1	99.1	103.8	104.3	113.9	104.3	101.9	99.5	98.5	103.3	104.3		101.6	101.8
ヘアケア商品	男性	101.4	105.4	98.7	101.1	96.8	95.5	99.7	103.8	106.2	108.6	99.2			104.8	101.7
	女性	108.6	106.0	100.7	107.2	99.6	93.0	102.7	101.1	108.0	81.5	95.8			95.2	99.5
アフターサービス	男性	101.4	104.6	98.8	103.0	104.6	98.3	101.8	104.5	104.2	101.3	103.6			103.4	102.4
	女性	101.3	101.3	100.9	101.3	103.5	100.0	100.9	99.0	96.6	102.4	99.0			100.5	100.8
ジュリア・オージェ(既製品ウィッグ)		99.4	109.5	109.9	102.9	93.5	113.4	104.5	104.0	108.1	92.4	104.9			102.5	103.6
その他商品		86.3	113.9	92.8	93.6	98.0	91.7	95.2	84.8	90.8	116.5	158.5			110.8	101.1
総売上高		89.9	101.6	103.0	103.6	109.3	103.3	101.8	100.5	100.7	101.9	105.3			102.1	102.0

売上高の進捗はやや遅れているが、販管費の削減により利益は計画どおり進捗

(単位：百万円)

	2025年3月期実績	2026年3月期 第3四半期実績	2026年3月期計画	進捗率
売上高	43,340	32,505	47,623	68.3%
メンズ	23,167	17,401	23,495	74.1%
レディース	18,646	14,017	20,869	67.2%
その他	1,526	1,085	3,258	33.3%
売上原価	14,646	11,028	16,154	68.3%
売上総利益	28,694	21,476	31,468	68.2%
販管費	26,512	19,484	28,690	67.9%
広告費	6,188	4,186	6,187	67.7%
人件費	6,533	5,018	6,967	72.0%
営業利益	2,181	1,992	2,778	71.7%
経常利益	2,249	2,169	2,844	76.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	821	1,296	1,464	88.5%

90%近い進捗だが、4Qにて特別損失（減損損失）の計上を想定しているため、当初計画どおりの着地を見込んでいる

2026年3月期の見通しについて

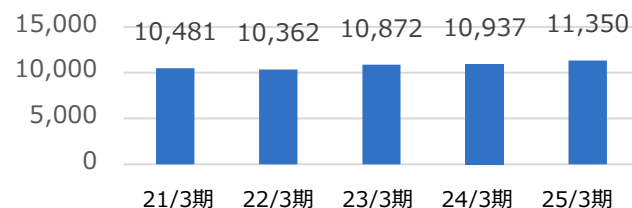
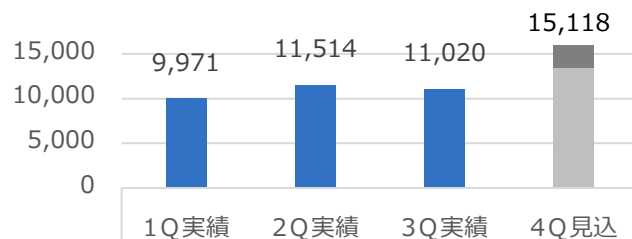
百万円

26/3期 について

過年度4Q実績の推移

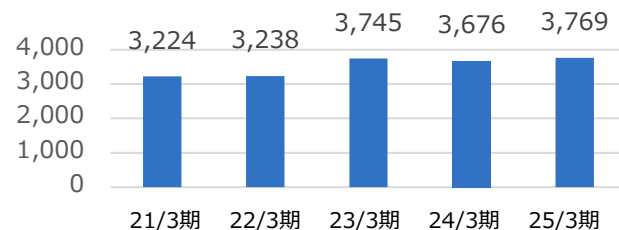
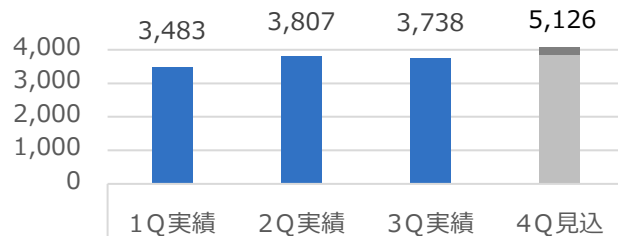
26/3期4Q見込について

売上高



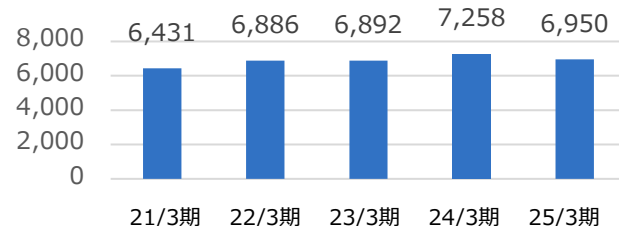
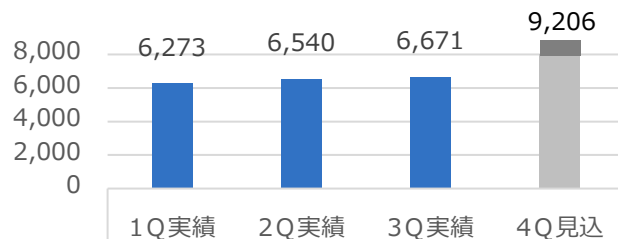
女性向け事業の納品が進捗し、前年同期比増を見込む
※新領域は現状実現していない

売上原価



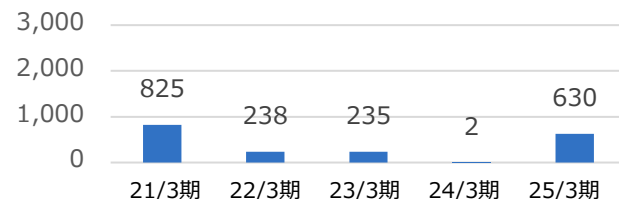
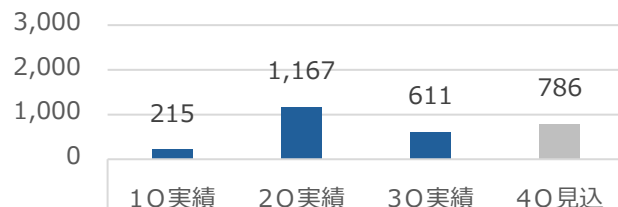
為替・物価高の影響が継続。直近の原価率とほぼ同水準での着地を見込む

販管費



3Q実績迄の経費トレンドが継続することを見込む

営業利益



売上高の増加により前年同期比増を見込む

中期経営計画の進捗

株式会社アートネイチャー

「次代を切り拓くアートネイチャー」を次のステージに飛躍させるべく、
業績と毛髪業界シェアの拡大を計画

主要テーマ

進 捗

価値創造

- 国内毛髪市場におけるマーケットリーダーとしてのポジションの確立
- 新領域の事業獲得と拡充



- 第2四半期以降、オーダーメイドウィッグの納品が進捗し、男女共に前期比増収
- 新領域の事業は獲得できていない

サステナビリティ推進

- 持続可能な社会の実現
CGコード対応（気候変動、人権尊重、人的資本）推進、SDGsの実践
- 持続的な企業価値の向上
労働生産性/生産安定性/事務効率性の向上



- 持続可能な社会の実現に向けた取組み
TCFD対応等サステナビリティ情報を拡充
- 持続可能な企業価値向上に向けた取組み
バングラデシュ新工場が2025年11月完成

市場との対話

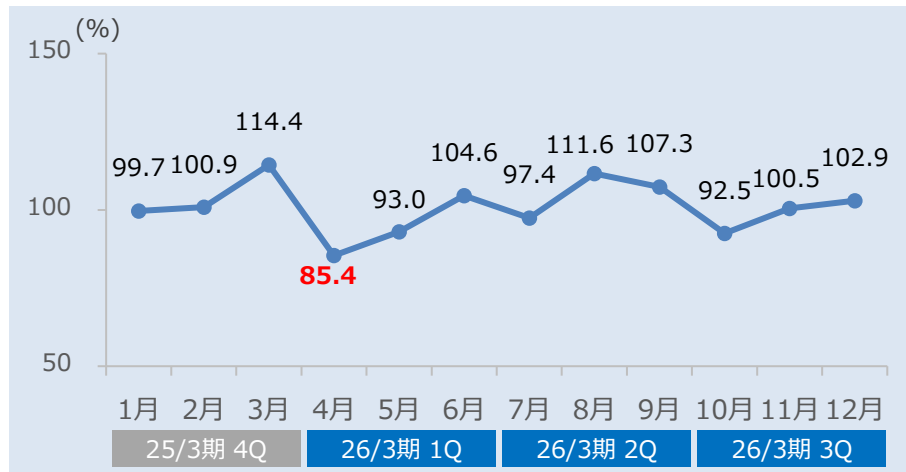
- 追加の株主還元策（増配、株主優待等）の検討
- 新たな情報開示の検討



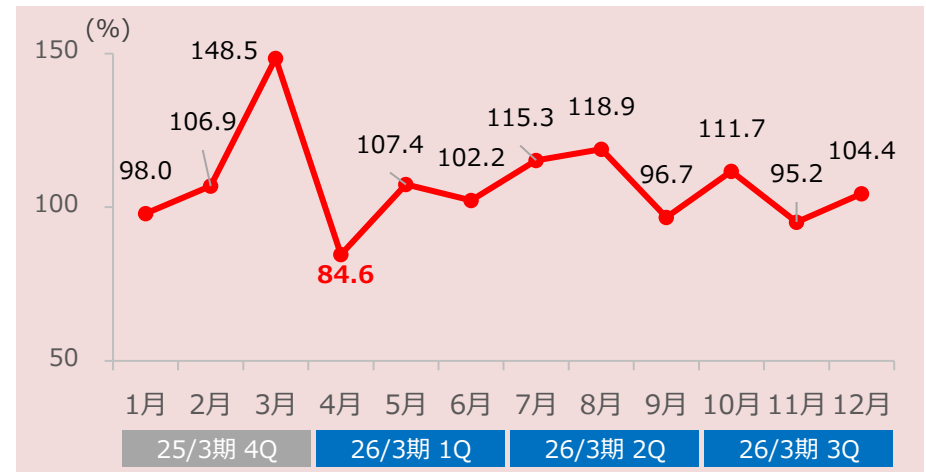
- 新たな施策として株主優待制度を新設
- 個人投資家に向けた極的なIR活動を継続

納期延伸が発生していたオーダーメイドウィッグは
月次で納品が着実に進捗し、男女とも前年同期比で増収を確保

男性主要商品売上高の月次推移（前年同月比）



女性主要商品売上高の月次推移（前年同月比）

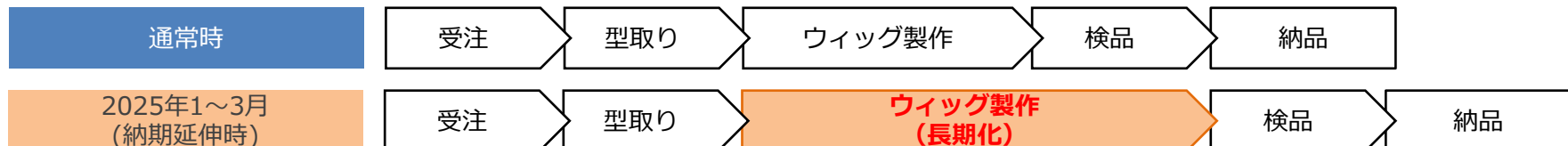


納期延伸→回復の背景

2024年11月の台風による影響でフィリピン工場の稼働率が一時的に低下

→製造期間が通常よりも長期化→今期1Qの納品が前年と比べて減少

その後→稼働正常化、納品が順調に進捗、現在→前年を上回るペースで供給能力は安定化



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

垂涎層

ウィッグ等

顕在層

AGA
治療発毛剤

潜在層

生活習慣改善、マッサージ
ヘアスタイルのアレンジ等

反響営業

広告から



TV、新聞、WEBなどからの流入

認知

関心

検索

行動

広告以外から

HAIRの部屋

定額制サービス

エントリーフォーム
見直し

アドアフィリエイト
施策

男性向け催事

新規顧客の獲得

薄毛に係るニーズを持つ層に向けた取組みを一部ご紹介

アドアフィリエイト施策

SNS利用者（Meta（Instagram・フェイスブック））に向けた動画配信を展開



SNS利用者を意識した動画を制作。また、配信地域等をパーソナライズすることで、視聴者に自分事として捉えてもらう内容を意識

定額制サービス

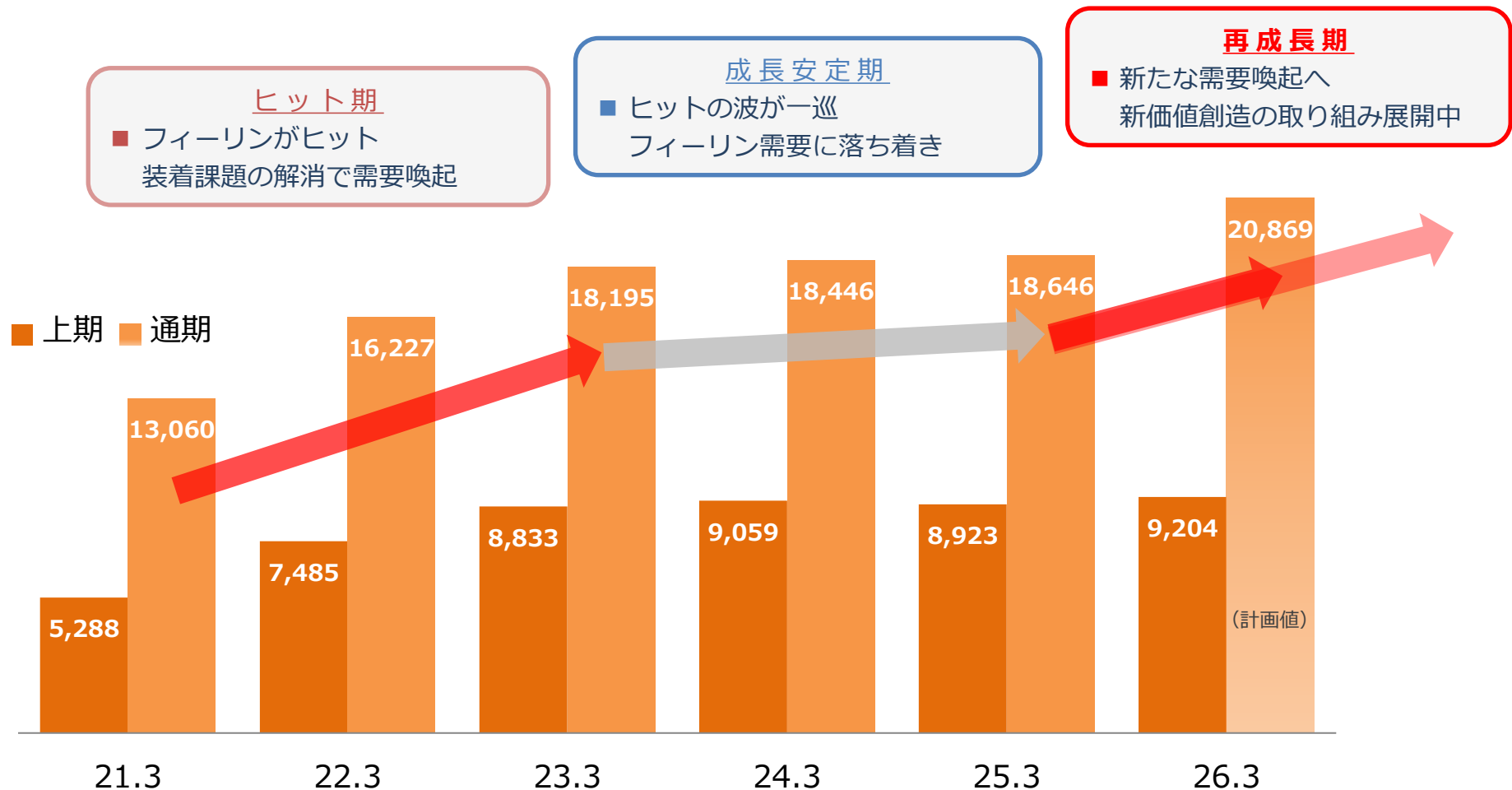
WEB上で一部商品について定額制の表記を開始（新規顧客に向けた価格開示は当社初の試み）



新規顧客に向けて定額制の価格開示をおこなうことで「初期費用が高そう」「ランニングコストが高そう」等の心理的ハードルの解消を実現

女性向け事業全体の売上高は、過去最高を連続更新中

女性向け事業全体の業績推移（単位：百万円）



顧客体験の深化とブランド提携による新たな価値創造に向けた取組みを展開

女性向け事業 トピックス

レディースアートネイチャーの新たなフラッグシップサロン「グランサロン銀座」が9月オープン

高まる女性シニア世代の美容への関心に応えるべく、心と髪の「ウェルビーイング体験」を提供することをコンセプトとしており、ここでしか購入できない限定商品の展開を予定。また、レディースアートネイチャーで唯一のVIPルームを併設している。



女性向け既製品事業 トピックス

ディズニーキャラクターウィッグ「ディズニーウィッグコレクション」を10月より販売受付開始

当社のグループ会社であるNAO-ART社より、ディズニー人気女性キャラクターのヘアスタイルをイメージした「ディズニーウィッグコレクション」（8種）を自社ECサイトおよび楽天市場にて販売受付を開始。自毛ではスタイリングがむずかしい結い上げから編み込み、カラーなど、完成されたヘアスタイルが誰でも簡単に届いたその日から楽しめる。



本製品はウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社との商品化契約に基づき、株式会社グレイスが企画・製造し、NAO-ART株式会社が販売する商品です。

バングラデシュ新工場が、2025年11月末に完成
フィリピン集中生産からリスク分散と供給安定化を実現

設立の目的

- ① 供給拠点の多極化によるレジリエンス強化
 - ・ 自然災害・政治リスク、
経済発展に伴う人材確保リスクへの備え
- ② 需要拡大に対応する生産キャパシティの確保
 - ・ オーダーメイドウィッグおよび既製品ウィッグ
の生産能力増強



完成イメージ

中期経営計画における進捗

- 1 2024年3月期
子会社設立
- 2 2025年3月期
建設開始、
人材確保・研修
- 3 2026年3月期
工場完成・稼働
開始

2026年3月期損益への影響

- ・ 新工場の稼働に関して当期
業績に与える影響は軽微

株主の皆様への還元強化として、ポイント型優待制度を導入



対象株主

- 9月末時点で700株以上を保有する株主



内容

- 保有株数に応じてポイント付与（1ポイント≒1円）
- 5,000種類以上の商品と交換可能



特徴

- 「アートネイチャー・プレミアム優待倶楽部」で利用可能
- 他社優待ポイントとの合算利用も可能
- * 特設サイト公開は2025年11月7日予定

保有株式数	進呈ポイント
700 株 ～ 799 株	☀️ 3,000 point
800 株 ～ 899 株	☀️ 4,000 point
900 株 ～ 999 株	☀️ 5,000 point
1,000 株 ～ 1,999 株	☀️ 6,000 point
2,000 株 ～ 2,999 株	☀️ 20,000point
3,000 株以上	☀️ 30,000point

5,000種類以上の商品から交換できる 株主様へのプレミアム優待「選べる楽しみ」



最低28円維持 + ROE10%超到達まで連結配当性向50%以上を堅持、
到達後は40%以上を基本に安定配当しつつ、業績に応じて柔軟に判断

配当方針

連結配当性向40%以上を基本に、現状水準（年間配当28円）を下限として、連結業績に応じた配当水準の向上（1円単位で増配）を図る。
但し、**ROE10%超を達成する迄は、連結配当性向50%以上を基本とする**。なお、連結当期純利益が大きく変動する場合には、その影響を考慮して配当水準を決定することもある

主要指標 (株主還元)	前中計			本中計		
	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
1株当たり 当期純利益	25.99円	37.51円	58.00円	44.99円	25.25円	44.99円
ROE	3.3%	4.9%	7.5%	5.6%	3.1%	5.5%
1株当たり 配当金	28円	28円	28円	28円	28円	28円
配当性向	107.7%	74.7%	48.3%	62.2%	110.9%	50%以上

Q&A

質問	回答
毛髪業界におけるプレーヤーとシェアについて、足元どのように分析されてますか？	国内毛髪業市場における当社シェアは、市場全体で第1位、男性市場で第1位、女性市場で第2位のシェアになります。また、毛髪業市場全体では、当社とアデランス（AD社）で市場の6割を占めております。 また、他の競合先については目新しい動きもなく、大きくシェアを伸ばしているところはないと思われませんが、当社は、ここ数年で女性市場のシェアを伸ばせたのではないかと考えられます。
M&A・資本提携の考え方について	本業と隣接した「美と健康」に係る事業を獲得したいと考えております。なお、獲得にあたっては、手元資金と営業キャッシュフローの活用を想定しております。
1株あたり利益が伸び悩み、配当も株価も伸び悩んでおりますが、今後の株主還元についてはどのようにお考えでしょうか。	まずは現中計で制定した配当方針に基づいた株主還元を継続したいと考えております。今後の更なる株主還元策に関しては、当社の業績推移、事業展開や資本政策に加え、流動性低下などのデメリット面にも配慮の上、慎重に検討してまいります。

質問	回答
足元の採用状況はいかがでしょうか。離職防止のための施策などと併せて教えてください。	現状の人手不足の環境下において当社も採用には苦戦しております。しかしながら25/3末で1,853名の正社員の理美容資格者が当社に在籍しており、一定の人材は確保できている認識です。 離職防止について当社では、スタッフがいきいきと働けるよう、育児や介護の両立支援や転居支援などの福利厚生充実のもとより、各種資格取得の支援や表彰制度の運用、コミュニケーション向上施策など、様々な取り組みによりスタッフのモチベーションアップを図っております。
営業活動やマーケティング、新製品開発等にAIの活用は行っておりますか？	髪にお悩みをもつ潜在層に向けて、主に男性向け商談ツール（HAIRの部屋、AIシミュレーション）等にAIの活用をおこなっております。 今後はAIに当社データを更に学習させると共に、利用者の動向を分析し、より効率的・効果的なシステムへ改良させ、新規販売の増加に繋げていきたいと考えております。
次期中計(発表予定)の達成確度を高めるための、社内施策についてお聞かせください。(組織変更、新たなマーケティング施策等)	具体的な施策について現時点で発表できるものはありません。5月の通期決算発表のタイミングで新たな戦略が開示されると思って頂ければと思います。

今回は、新中長期経営計画の発表を前に、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。