



11月11日 個人投資家向け決算説明ウェビナー

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

- ・ 上期決算は、増収増益。
- ・ 売上、利益共に概ね計画どおりの着地。男女共に2Q（7-9月）業績が好調に推移し、1Q（4-6月）の減収から増収へ転換。
- ・ 通期計画は当初計画据え置きとする。売上面については、女性向け事業を中心に伸ばすと共に、新領域への進出を目指す。

本日のIRライブは、ゲストに塩谷様をお迎えし、10月30日に発表した2026年3月期 2Q決算および中期経営計画の進捗について対話形式にてご説明します！



塩谷 航平氏
(企業経営者)

【プロフィール】

株式会社hands代表取締役

2013年に野村證券へ入社。2018年に株式会社handsを創業し、機関投資家向け日本株リサーチサービス「PERAGARU」を提供。

オルタナティブデータを駆使し、中小型株を中心に多様なセクターの企業分析を得意とする。

2026年3月期 第2四半期（中間期） 決算概況

株式会社アートネイチャー

第2四半期（中間期）決算は、前年同期比で増収増益となった

中間期決算実績

（単位:百万円）

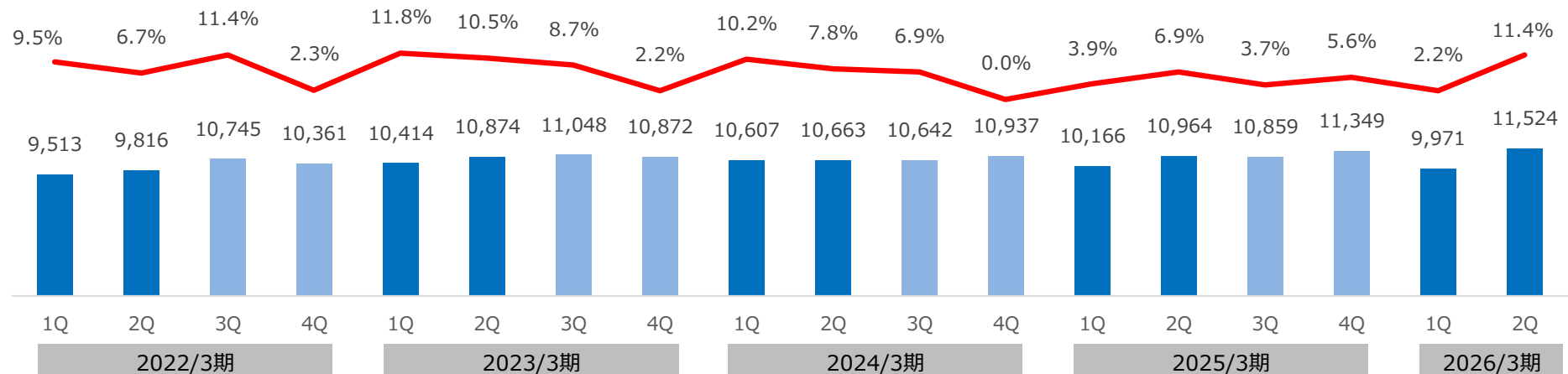
	25/3中間期 実績	26/3中間期 実績	前年 同期比	通期 計画	26/3期進捗率 (対計画)	25/3期進捗率 (対計画)
売上高	21,131	21,485	+1.7%	47,623	45.1%	47.0%
メンズ	11,480	11,570	+0.8%	23,495	49.2%	49.4%
レディース	8,923	9,204	+3.1%	20,869	44.1%	44.3%
その他	726	710	▲2.2%	3,258	21.8%	45.1%
営業利益	1,146	1,382	+20.5%	2,778	49.7%	39.4%

※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

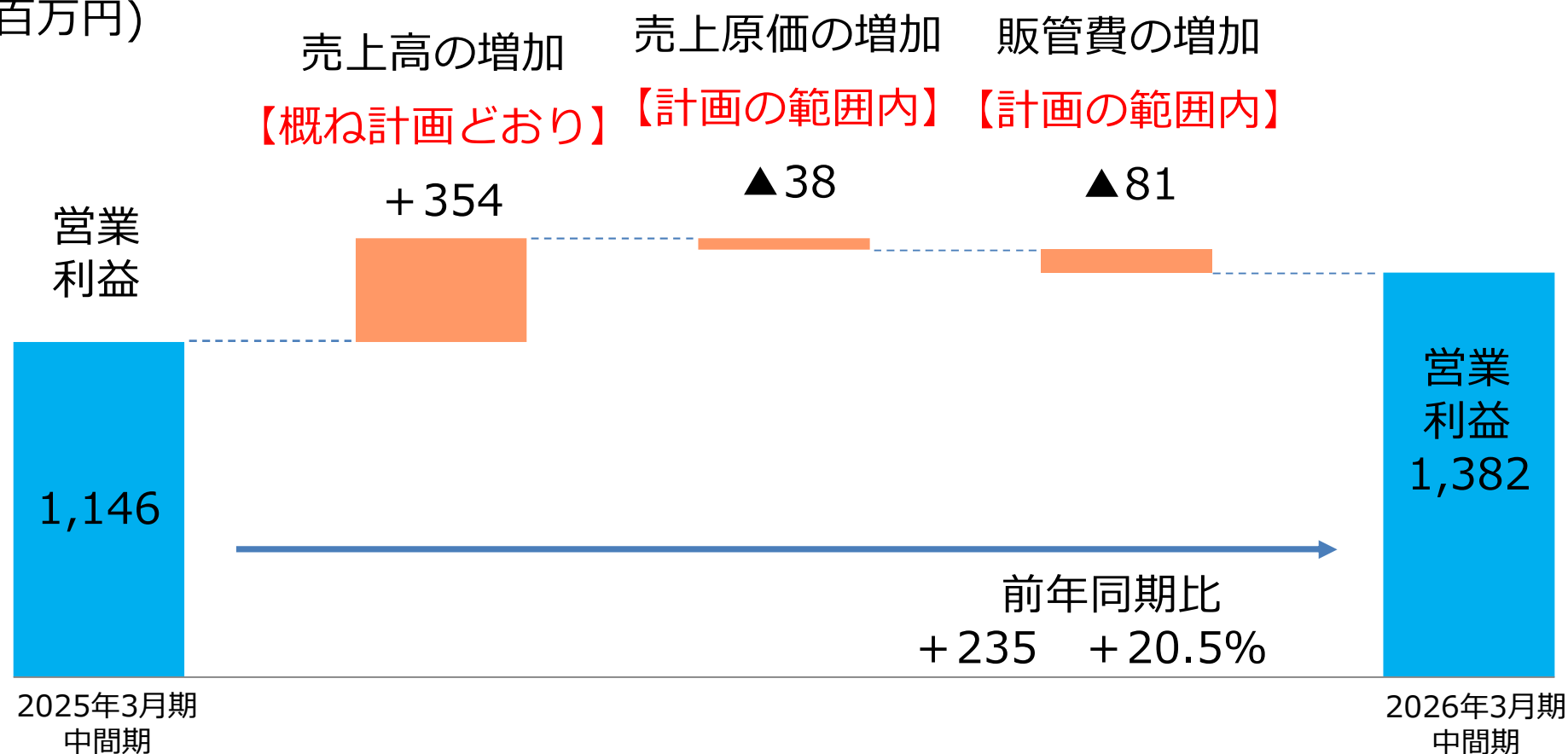
■ 売上高(百万円)

— 営業利益率



売上高、営業利益について、概ね計画どおりの進捗となった

（単位：百万円）



男女別売上動向（単体 前年同期比）

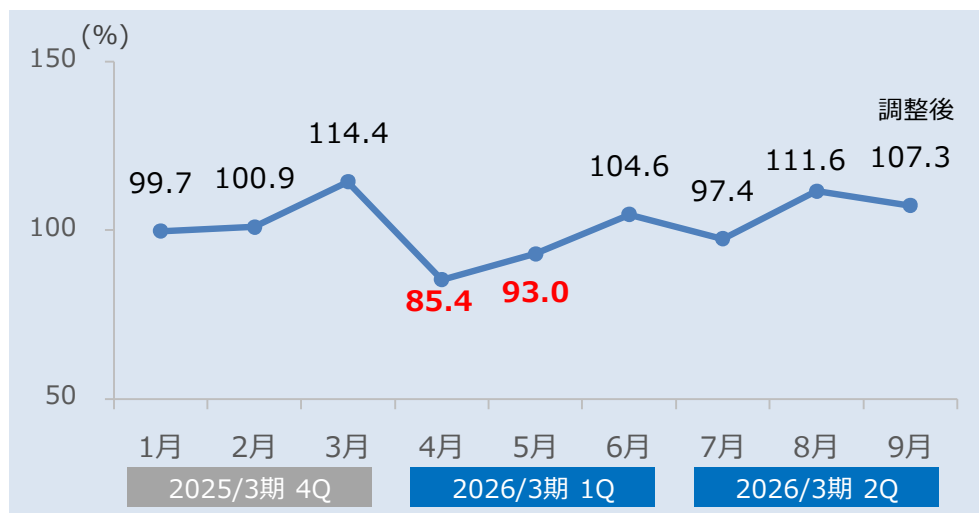
男女共に新規リピート合算では、2Q（7-9月）業績が好調であった。

（単位：百万円）

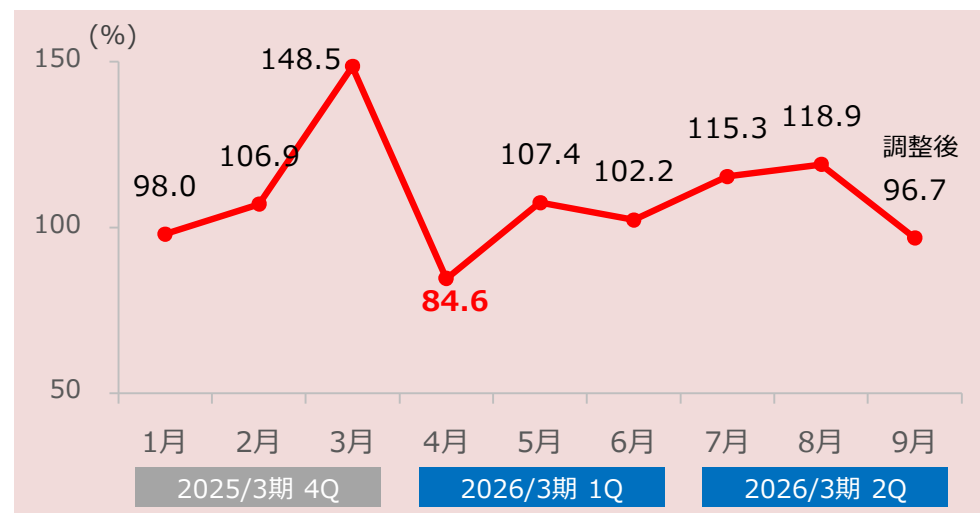
メンズ単体	売上高		2025年3月期 中間期（2Q）	2026年3月期 中間期（2Q）	増減額	増減率
	全商品・サービス	新規	705（ 377）	722（ 429）	+16（+ 51）	+2.3%（+13.8%）
		リピート	10,774（5,856）	10,848（6,078）	+73（+221）	+0.7%（+ 3.8%）
		合計	11,480（6,234）	11,570（6,507）	+89（+273）	+0.8%（+ 4.4%）
レディース単体	売上高		2025年3月期 中間期（2Q）	2026年3月期 中間期（2Q）	増減額	増減率
	全商品・サービス	新規	1,541（ 607）	1,522（ 584）	▲19（▲ 22）	▲1.3%（▲3.8%）
		リピート	4,772（2,435）	5,004（2,727）	+231（+291）	+4.9%（+12.0%）
		ジュリア・オージェ	2,061（1,027）	2,155（1,061）	+93（+ 33）	+4.5%（+ 3.3%）
		合計	8,376（4,071）	8,681（4,374）	+305（+303）	+3.6%（+ 7.4%）

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）

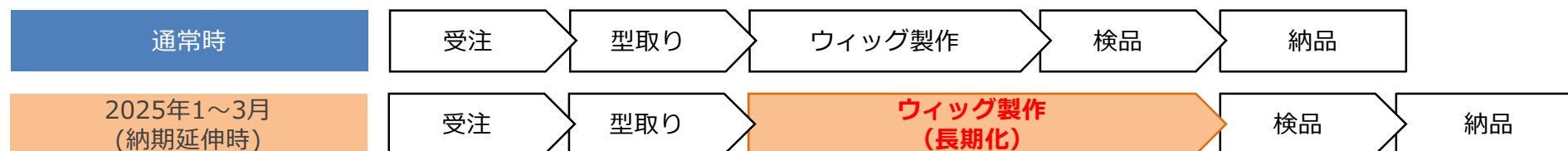


納期延伸→回復の背景

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



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化することで、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

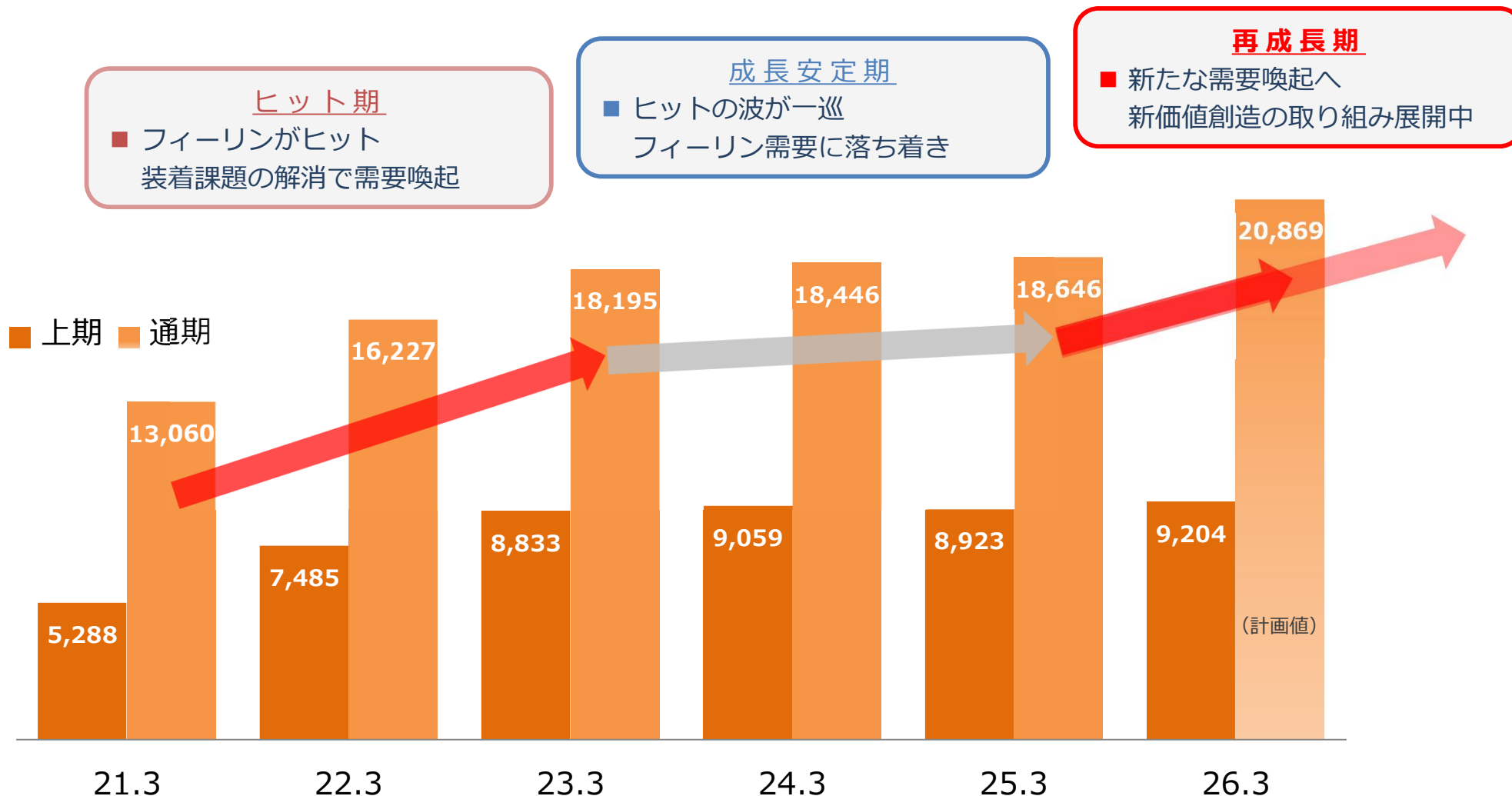
WEB上で一部商品について定額制の表記を開始（新規顧客に向けた価格開示は当社初の試み）



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）

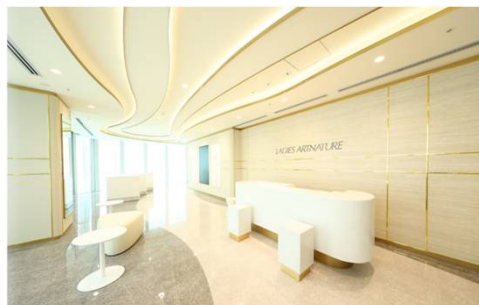
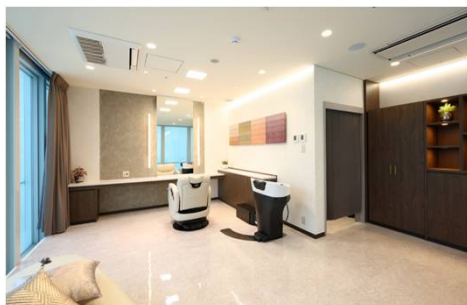


顧客体験の深化とブランド提携による新たな価値創造に向けた取組みを展開

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。

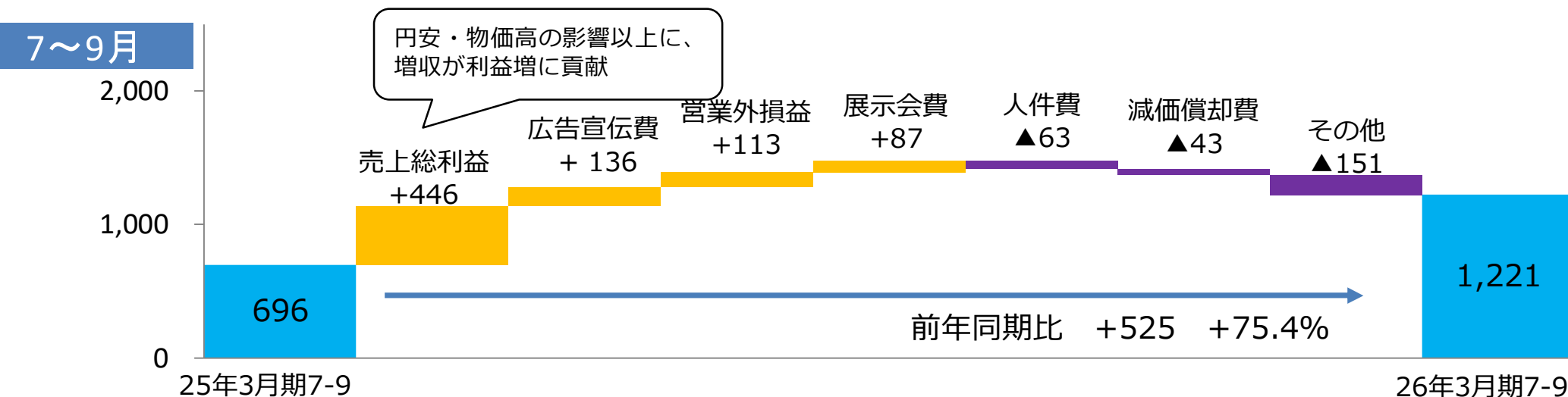
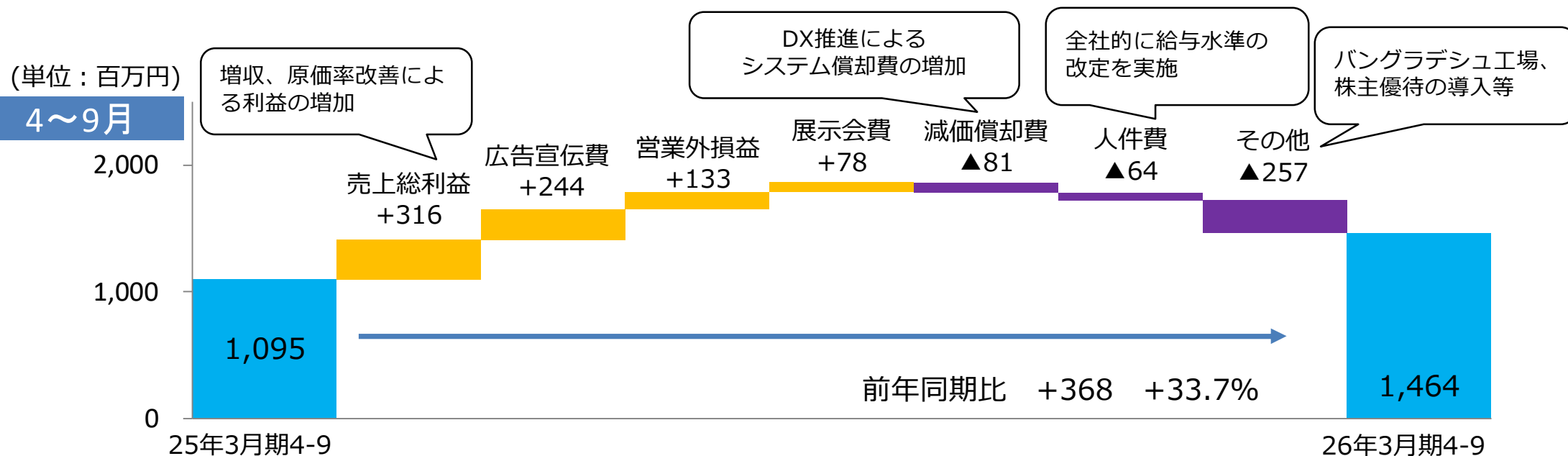
2026年3月期（第2四半期）連結損益計算書の概要

売上原価、販管費共に売上高の増減率を下回る増減率に抑えられている

累計期間 (百万円)	2025年3月期		2026年3月期		増減率	変動要因
	4-9実績	売上比	4-9実績	売上比	前年同期比	
売上高	21,131	—	21,485	—	+1.7%	①売上高： +1.7% メンズ : +0.8% レディース : +3.1% ②売上原価： +0.5% 原価率 : ▲0.4P 商品原価率 : ▲0.4P スタッフ人件費率: ▲0.1P ③販管費： +0.6% 広告費： ▲8.1% 人件費： +2.0% その他の販管費: +4.1% ④営業利益： +20.5%
売上原価	7,251	34.3%	7,289	33.9%	+0.5%	
売上総利益	13,879	65.7%	14,195	66.1%	+2.3%	
販管費	12,732	60.3%	12,813	59.6%	+0.6%	
営業利益	1,146	5.4%	1,382	6.4%	+20.5%	
経常利益	1,095	5.2%	1,464	6.8%	+33.7%	
当期純利益	621	2.9%	848	3.9%	+36.5%	

会計期間 (百万円)	2025年3月期	第2四半期	2026年3月期	第2四半期	増減率	変動要因
	7-9実績	売上比	7-9実績	売上比	前年同期比	
売上高	10,964	—	11,513	—	+5.0%	①売上高： +5.0% メンズ : +4.4% レディース : +6.4% ②売上原価： +2.8% 原価率 : ▲0.7P 商品原価率 : ▲0.1P スタッフ人件費率: ▲0.6P ③販管費： +0.5% 広告費： ▲8.5% 人件費： +3.9% その他の販管費: +3.3% ④営業利益： +54.6%
売上原価	3,703	33.8%	3,806	33.1%	+2.8%	
売上総利益	7,260	66.2%	7,707	66.9%	+6.2%	
販管費	6,505	59.3%	6,539	56.8%	+0.5%	
営業利益	755	6.9%	1,167	10.1%	+54.6%	
経常利益	696	6.4%	1,221	10.6%	+75.4%	
当期純利益	420	3.8%	727	6.3%	+73.2%	

増収、原価率改善および広告宣伝費削減で増益となった



2026年3月期 通期計画 他

株式会社アートネイチャー

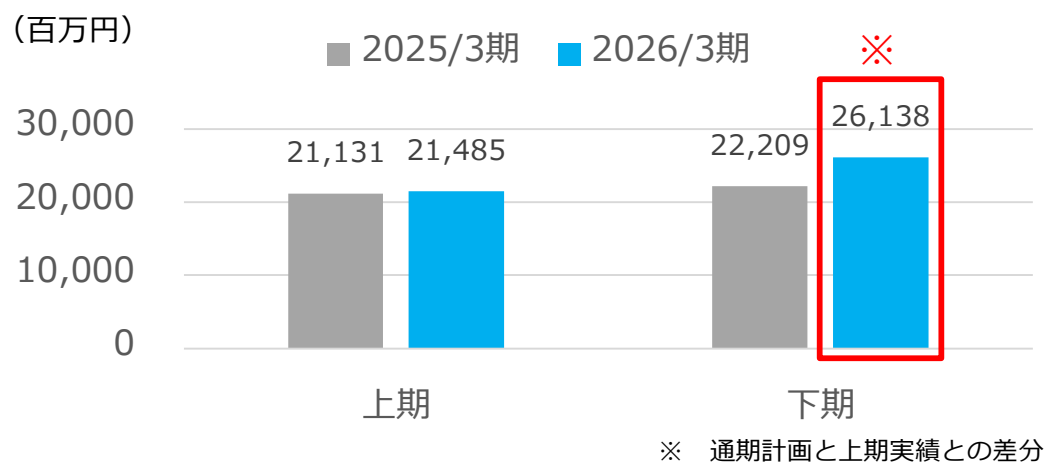
下期施策を積極推進し、増収増益の計画を据え置いた

(単位：百万円)

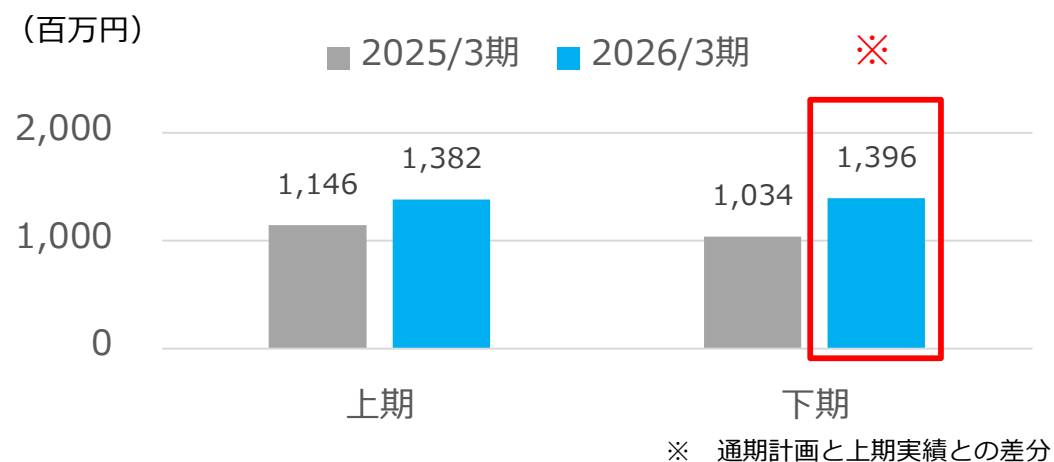
	2025年3月期		2026年3月期			
	中間期	通期	中間期	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	21,131	43,340	21,485	+1.7%	47,623	+9.9%
メンズ	11,480	23,167	11,570	+0.8%	23,495	+1.4%
レディース	8,923	18,646	9,204	+3.1%	20,869	+11.9%
その他	726	1,526	710	▲2.2%	3,258	+113.5%
売上原価	7,251	14,646	7,289	+0.5%	16,154	+10.3%
売上総利益	13,879	28,694	14,195	+2.3%	31,468	+9.7%
販管費	12,732	26,512	12,813	+0.6%	28,690	+8.2%
広告費	3,027	6,188	2,782	▲8.1%	6,187	▲0.0%
人件費	3,284	6,533	3,349	+2.0%	6,967	+6.6%
営業利益	1,146	2,181	1,382	+20.5%	2,778	+27.4%
経常利益	1,095	2,249	1,464	+33.7%	2,844	+26.4%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	621	821	848	+36.5%	1,464	+78.2%
減価償却費	513	1,117	594	+15.8%	1,503	+34.6%
設備投資	739	2,831	1,612	+118.0%	2,820	▲0.4%

下期は、新領域への進出および女性向け事業を中心に伸ばしていく
 なお、経費は抑制的運用を継続し、年間計画の範囲内に着地させる

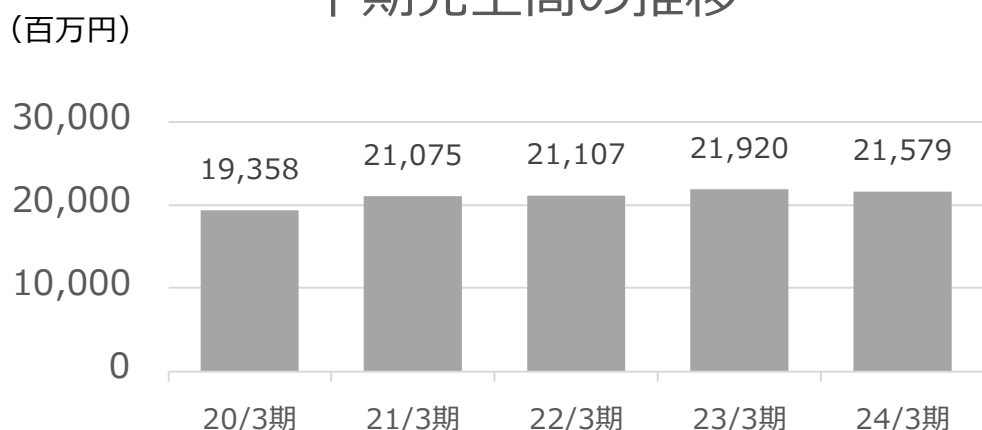
売上高



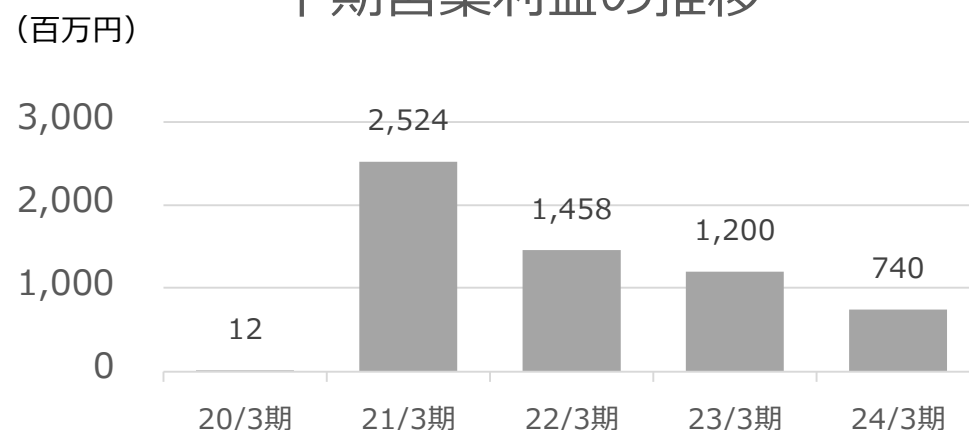
営業利益



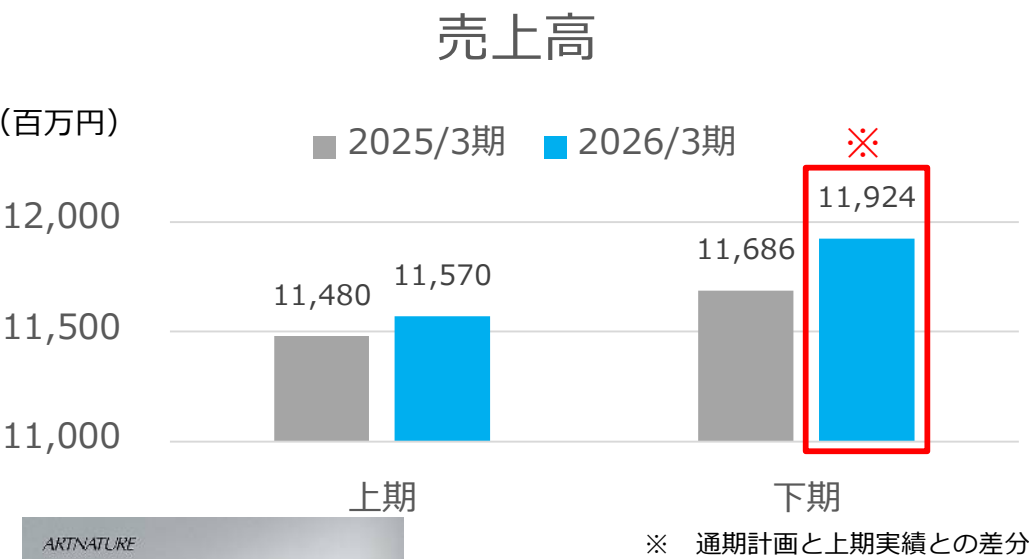
下期売上高の推移



下期営業利益の推移



薄毛に係るニーズを持つ様々な層への訴求を強化し、新規販売を積み増す



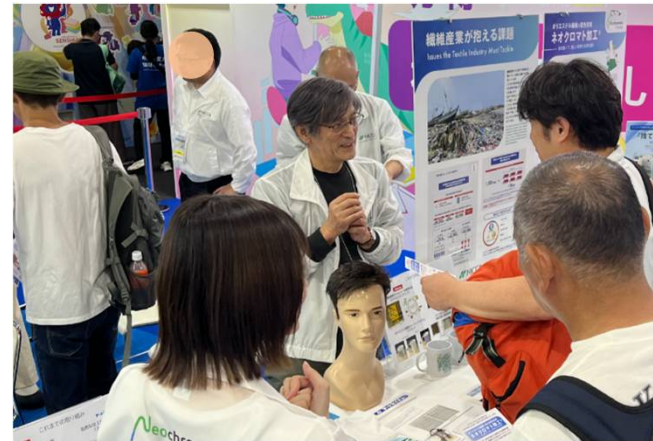
	2025年3月期 下期取組み
商品・プロモ	・ 他社にない、高付加価値商品の開発・投入 ・ インターネット、SNSからの訴求を強化
その他	・ 顧客定着に向けた施策の展開 ・ 広告以外からの反響を増やす取組み推進（男性向けイベントの開催等の強化）

安定成長を維持すべく、他社との差別化戦略を推進していく

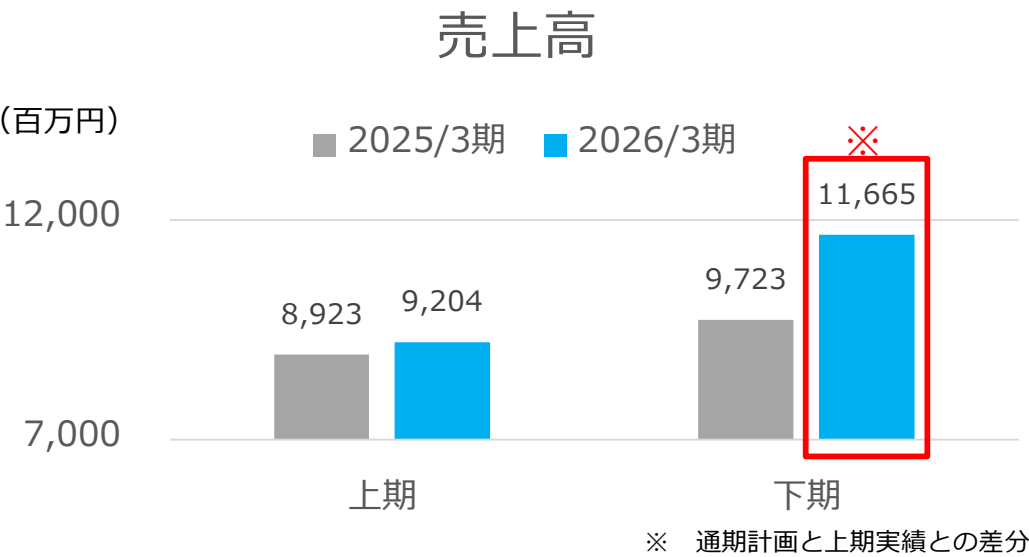
『THE AGA World Tokyo 2025』
企業ブース出展の様子



大阪・関西万博 日華化学様出展ブースにて
当社商品を展示



女性向け事業全体の連携強化と、新たな価値を創造することで新規販売を拡大



2025年3月期 下期取組み		
女性向け事業	商品・プロモ	・ 他社にない、魅力ある新商品の開発・投入 ・ WEB活用による販促コストの削減
	その他	・ 「グランサロン銀座」を中心とした店舗運営体制の強化 ・ 広告以外からの反響を増やす取組み推進（理美容協業等の強化）
既製品事業		・ 女性向け事業との連携強化 ・ 新たな価値創造に向けた取組みを展開（ディズニーキャラクターウィッグ展開等）

新たな価値創造に向けた取組みを展開
(ディズニーキャラクターウィッグ10月販売開始)

リリース後のSNS反応（抜粋）

ディズニープリンセスのウィッグか～。え、アートネイチャー？

アートネイチャーの出すディズニーウィッグかぁちょっと興味ある。

えーっ！これ完全に仮装民目当ての商品じゃないすか…私はウィッグ使わないけど、ガチ勢はウィッグにマジで数万かけてるからなあ、欲しい人たくさんいそう。

ディズニーウィッグがアートネイチャーから出たのに少し笑ってしまってる。最近はいまむらとかでもドレス売ってるし、比較的小手軽価格で気軽に仮装できるね。

ディズニーウィッグが意外と安かったのでもって買ってみたいと思ったが、ベル売り切れ（ドレスもってる）

アートネイチャーディズニーウィッグめっちゃくちゃ良すぎる ラプンツェル アリエル オーロラ姫 ベルの仮装ができる、、、？？やらせてください

バングラデシュ新工場が、2025年11月末に完成予定
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

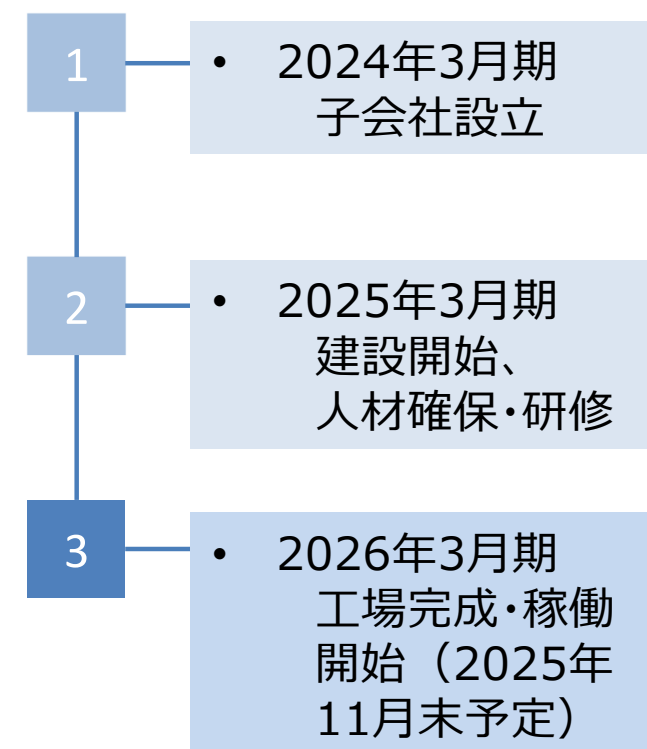
設立の目的

- 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



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

中期経営計画の進捗

株式会社アートネイチャー

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（創立60周年）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

AN
グループ
モットー

“ふやしたいのは、笑顔です”

AN長期ビジョン
2027年（創立60周年）

“新しい未来を切り開く10年、Open the Future”

お客様満足の向上と利益増強を重視した経営に転換すると共に、新しい事業領域に踏み出していくことで、新しい未来を切り開く

今
回

3rd STEP
中期経営計画2023-2025ビジョン

“次代を切り拓くアートネイチャーの飛躍”

長期ビジョンの実現に向け、これまでの成果をもとに更なる飛躍を目指す

2ndSTEP
中期経営計画2020-2022ビジョン

“次代を切り拓くアートネイチャーの挑戦”

先行き不透明の中でも、事業価値をさらに高めるべく挑戦する

1st STEP
中期経営計画2017-2019ビジョン

“次代を切り拓くアートネイチャーの誕生”

「しっかりとした土台」を作り上げるべく業績回復に努める

経営基盤の強化／企業責任

「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、SDG s 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月完成予定

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積極的なIR活動を継続

中計3年目（2026年3月期）の計画達成をもって、次期中計へつなぐ

主要指標 （業績計画）	前中計			本中計		
	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
売上高	358億円	404億円	432億円	428億円	433億円	476億円
年平均成長率	男性向け事業 1.3% 女性向け事業 3.5% 女性向け既製品事業 5.1%			男性向け事業 0.4% 女性向け事業 1.9% 女性向け既製品事業 12.7%		
経常利益率	5.6%	7.5%	8.2%	6.4%	5.2%	6.0%
ROE	3.3%	4.9%	7.5%	5.6%	3.1%	5.5%
資本コスト	6.4%	4.3%	5.2%	3.6%	4.4%	—

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

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

交換ラインアップに当社ヘアケア商品や割引チケットを追加拡充



文

- 9月末時点で70



徴

ー・プレミアム優待
能
との合算利用も可能
2025年11月7日予定



5,000種類以上の優待商品から
ポイントと交換！

Q&A

質問	回答
女性の来店客数が前年比96.1%と減少しているが、来店周期延伸のトレンドは構造的なものか?EC化など販売チャネルの見直しは検討しているか?	・今回の来店客数減少は2021年以降に新規導入した方々の来店周期が変化していったことが要因であり、新規導入が伸び悩まなければ見えなかった部分である ・一般的にウィッグ使用者は、装着に慣れるまで月複数回は来店する。その後装着に慣れれば、それぞれのライフスタイルに合わせた来店頻度に変化する。 ・販売チャネルの見直しは常に検討している。当社では、高齢化の進展や労働人口の減少を鑑み、様々な手法を用いることで、将来的な店舗の在り方や商品・サービスの提供方法を見直す方向である

上期平均：主要商品売上高

(%)

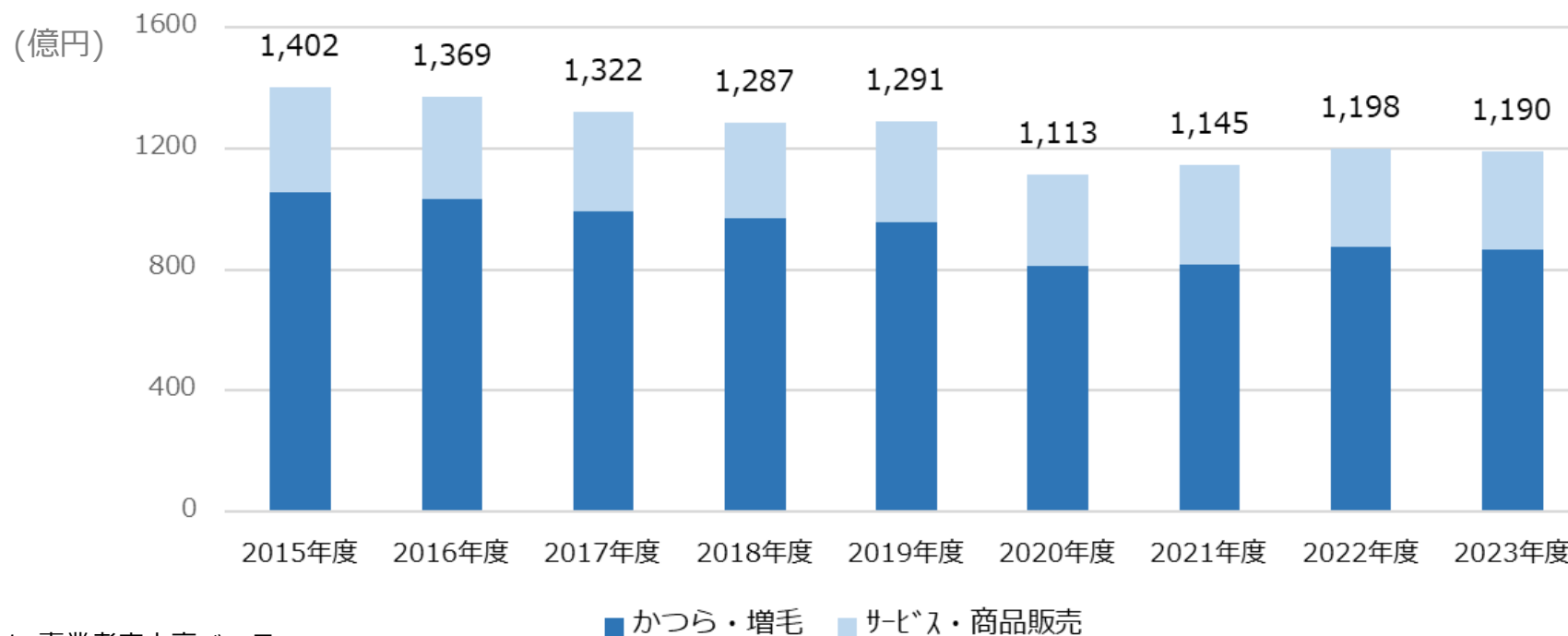
	全体	男性	女性
2024.3月期	96.1	97.7	93.6
2025.3月期	98.4	99.4	96.8
2026.3月期	101.9	100.6	104.0

上期平均：来店顧客数

(%)

	全体	男性	女性
2024.3月期	100.5	99.4	103.1
2025.3月期	98.8	97.8	100.8
2026.3月期	97.9	98.8	96.1

質問	回答
薄毛・ウィッグ市場における競合状況の変化と、アートネイチャーの差別化要因の現状は？	・直近の国内毛髪業市場規模は約1,200億円。コロナ禍前の水準に戻ってはいない（下表ご参照）。 ・発毛剤やAGA治療などの隣接市場との競合激化の一方で、ウィッグや増毛へのニーズは依然底堅く、引続き微増で推移すると予測している。 ・当社は、顧客ニーズを先取りする「開発力」や、「技術力」、「接客力」の3つの「力」は、他社と比べ優れていると自負している。



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」

動画による事業等のご紹介

オンラインセミナーなどで事業や決算概要をご説明しています

事業概要 2025年3月時点 (45分)



- 01:15 会社概要・事業の特徴
- 23:40 競争優位性
- 28:40 中期経営計画
通期業績見通し
- 37:30 株主還元
- 38:40 質疑応答

株価の変遷と業績 (50分)



- 02:13 直近10年間の株価推移と業績
- 07:46 直近10年間の市場動向
- 10:50 直近10年間の市場動向と業績
- 30:31 質疑応答

ウィッグについて (60分)



- 03:55 オーダー
- 30:47 オーダー
可能性
- 41:43 まとめ
- 43:00 質疑応答

Xでもセミナー情報等を公開中



QRはコチラ





<https://www.artnature.co.jp>

本資料に掲載されている計画数値は、現時点で入手可能な情報に基づき作成した将来の業績に関する見通しです。実際の業績は、今後様々な不確定要素により、計画数値と異なる結果になり得ることをご了承下さい。また、本資料記載の金額は、表示単位未満切捨て、比率は少数第一位未満を四捨五入で表示しております。

株式会社アートネイチャー 経営企画部 I R 室
T E L : 03-3379-2405 F A X : 03-3379-3518
E - m a i l : ir@artnature.co.jp
〒151-0053 東京都渋谷区代々木3-40-7

質問	回答