



4月26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
東証プライム : 7823

前回の「logmi IR Live」にてお伝えした点

- ・アートネイチャーは、ただの「かつら屋さん」ではない

今回の「logmi IR Live」にてお伝えしたい点

- ・当社主力商品であるオーダーメイドウィッグの特徴について
前回紹介しきれなかった**開発力や技術力の確からしさ**を中心に紹介
- ・普段目にする機会がなく、ニッチな商材だが、今回の説明で
商品の魅力・可能性を感じてもらいたい



矢島和子(やじまかずこ)

営業企画部 兼 外販商品営業部 次長 毛髪診断士
1993年入社。これまで延べ約2万人の髪のご相談やヘアチェック等で全国を飛びまわる一方で、その知識を活かし社員教育やヘアケア・美容商品の開発、テレビ通販番組での実演など様々な企画を手掛けている。

事業概要について

当社のモットー

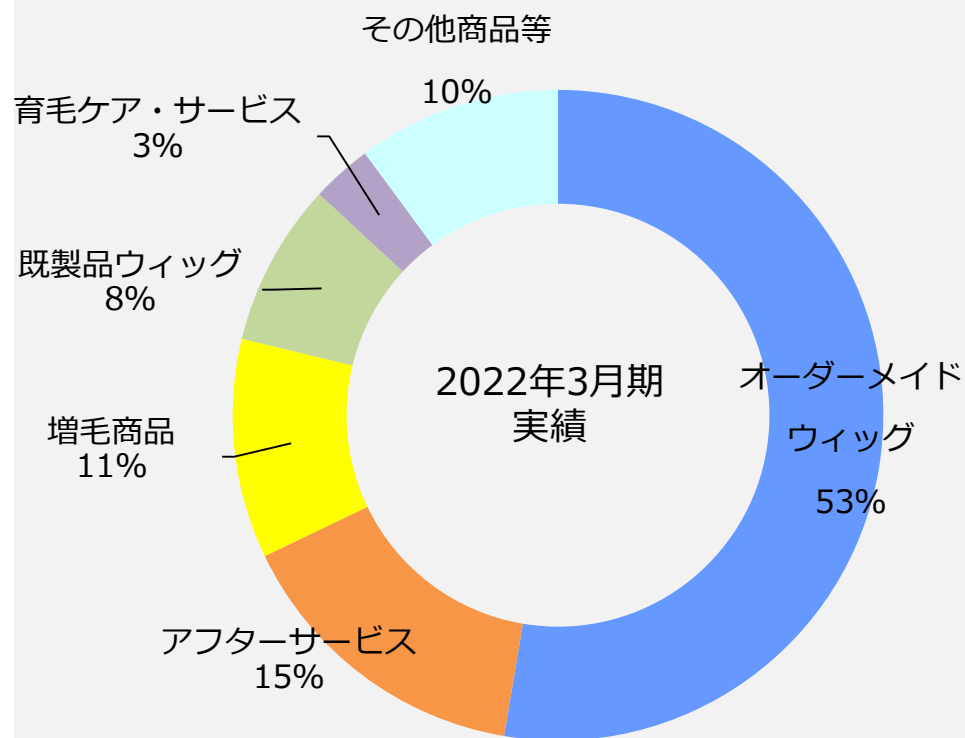
「ふやしたいのは、笑顔です。」

「オーダーメイドウィッグ」を中心とした総合毛髪企業のパイオニア

本 社 所 在 地	:	東京都渋谷区代々木三丁目40番7号
代 表 者 名	:	五十嵐 祥剛
創 業	:	昭和40年4月
設 立	:	昭和42年6月
事 業 内 容	:	オーダーメイドウィッグの製造・販売等
資 本 金	:	3,667百万円
上 場 市 場	:	東証プライム (コード: 7823)
従 業 員 数	:	3,798名 (単体: 2,256名) *2022年3月末現在
店 舗 数	:	全国 277店 (内レディース専門店 57店舗) ジュリア・オージェ87店舗 *2022年3月末現在
国 内 子 会 社	:	5社 (ウィッグ販売事業、芸能事業、医療機関サポート事業など)
海 外 子 会 社	:	工場関連 2社 (フィリピン) 販売関連 4社 (中国、シンガポール、マレーシア、タイ)

2021年度 連結売上高404億円
(新規57億円、リピート287億円、その他63億円)

商品・サービス別売上高割合
(連結/男女計)



売上高比率
53%

オーダーメイドウィッグ

全ての商品がハンドメイド植毛



売上高比率
15%

アフターサービス

商品・サービス購入のお客様に
対するアフターサービス



売上高比率
11%

増毛商品

自毛の根元に数本の人工毛を
結着する増毛法



売上高比率
8%

既製品ウィッグ(ジュリア・オージェ)

既製品ウィッグを展開
ショッピングモール等中心に
全国80店舗展開

JO
ジュリア
オージェ
produced by ARTNATURE

売上高比率
3%

育毛ケア・サービス

地肌の血行促進力を高め、強く
太い髪を養うシステム



1.【男女別/商品別売上状況速報(前年同月比)】

(4～2月は確定値、3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 (4～3月)
オーダーメイドウィッグ	男性	107.4	97.1	99.3	114.3	106.6	116.9	107.2	106.8	100.8	101.6	106.7	102.8	98.4	102.4	104.7
	女性	191.9	107.5	98.2	126.9	140.8	131.1	130.9	110.3	86.5	95.2	109.6	112.5	131.7	107.1	117.9
増毛	男性	120.8	104.2	96.5	87.0	97.3	104.2	100.2	90.7	92.1	88.4	78.8	91.9	86.3	87.7	93.8
	女性	94.1	100.2	78.8	66.7	61.9	85.4	81.6	86.0	90.1	129.5	154.7	199.4	166.7	121.7	95.8
育毛サービス	男性	98.2	93.0	99.7	102.1	96.3	98.1	97.9	97.3	94.8	94.5	95.6	96.9	94.5	95.6	96.8
	女性	92.6	98.8	91.7	88.7	91.0	88.3	91.8	89.2	85.4	87.7	93.0	100.4	91.7	90.8	91.3
育毛商品	男性	72.4	87.9	65.1	106.0	80.9	93.8	82.7	140.8	86.0	30.4	78.7	77.5	53.4	69.1	76.2
	女性	90.8	57.1	72.3	61.8	50.4	96.3	70.0	98.2	114.8	45.3	31.1	59.3	65.1	66.0	68.2
主要商品売上高	男性	新規	125.0	130.0	117.7	84.8	105.7	127.0	113.5	74.5	96.6	98.5	74.5	100.8	89.4	99.3
		リ・ート	107.3	94.9	97.0	110.7	104.3	112.8	104.7	108.2	99.1	99.0	103.4	100.5	97.2	102.7
		合計	109.0	98.2	98.7	107.9	104.5	114.0	105.5	103.1	98.7	99.0	99.8	100.6	96.6	102.4
	女性	新規	237.2	106.2	112.9	151.3	182.6	166.7	150.8	131.3	84.6	100.0	96.5	92.4	101.5	98.5
		リ・ート	135.1	105.7	84.5	99.7	101.2	103.6	105.6	95.3	88.5	95.9	129.0	149.1	183.3	115.7
		合計	163.1	105.9	95.0	116.1	122.2	118.7	120.0	105.5	86.9	97.7	111.7	115.1	131.3	107.4
	合計	新規	197.2	112.0	114.3	127.8	149.3	148.2	138.0	104.3	88.3	99.5	90.4	94.2	98.6	95.5
		リ・ート	116.8	98.3	93.5	107.1	103.4	110.4	105.0	103.9	95.6	98.3	109.7	111.9	110.0	104.6
		合計	130.3	101.4	97.4	111.0	110.3	115.4	110.8	104.0	93.7	98.6	104.3	106.5	107.1	102.3
ヘアケア商品	男性	103.3	96.0	102.5	105.5	102.2	104.0	102.3	109.3	107.3	125.7	98.7	106.6	99.4	108.7	105.4
	女性	115.5	104.2	111.3	109.5	102.2	107.2	108.3	163.2	138.6	132.3	101.7	120.3	107.0	127.4	117.9
アフターサービス	男性	101.6	97.6	102.7	101.2	98.1	103.1	100.7	102.7	103.9	104.8	104.1	106.7	109.9	105.3	103.0
	女性	107.6	113.2	113.2	105.8	108.4	122.6	114.4	107.2	107.3	116.7	110.0	117.9	32.7	86.9	100.3
ジュリア・オージェ(既製品ウィッグ)		131.3	150.7	128.2	113.1	132.5	90.7	121.2	119.8	120.3	95.2	139.4	156.1	116.6	121.7	121.5
その他商品		80.6	112.7	142.1	145.8	213.9	90.4	119.2	123.3	144.7	114.6	81.4	116.3	64.9	100.0	109.5
総売上高		122.7	104.5	102.6	110.8	112.5	110.6	110.5	106.7	100.5	101.3	106.8	111.2	100.4	104.1	107.2

オーダーメイドウィッグの特徴

ウィッグについて、どんな印象を抱いてますか

- ・見た目の不自然さ、コントで使う等ネガティブな印象
- ・ネットに毛がくっついているだけなのに高価な印象
- ・IRでは開発力や技術力が強みと説明しているが、具体的にどこが凄いのかは分からない

見た目の不自然さ、コントで使う等ネガティブな印象

- ・ オーダーメイドウィッグのクオリティを追求する
当社としては、見た目の自然さを徹底的に追求しており、皆さんの抱くイメージとはかなり違う

男性も女性も、見た目の自然さを求めているのは共通のニーズ

お客様		使用目的（一例）
男性	▶	薄毛がばれたくない あの頃の自分になりたい
女性	▶	気軽にイメージチェンジしたい 白髪や地肌の透けを隠したい

（参考）お手入れやケアを最もしたい部位（世代別：女性）

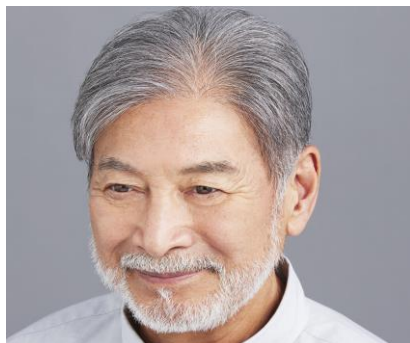
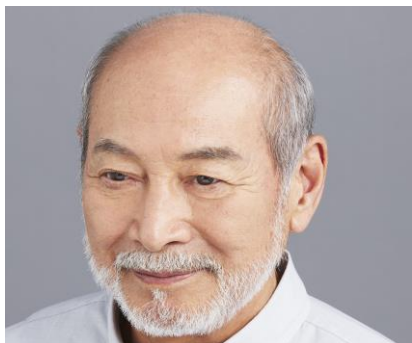
	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
1位	肌	肌	肌	肌	髪	姿勢	髪
2位	体型	体型	体型	体型	姿勢	髪	姿勢
3位	髪	髪	髪	髪	体型	体型	肌

株式会社アートネイチャー調べ（調査機関 株式会社インテージ）/期間 2023年2月24日(金)～2月28日(火)
全国の20歳～89歳女性、n=25,125s（「マスコミ・広告・市場調査」「ヘアケア関連」の業種は除く。）

当社のウィッグは、品質の向上により見た目も自然に、様々な装着方法もある
当社のお客様は、その「自然さ」に価値を見出してファンとなってくれる

当社のウィッグ

年相応の毛量に調整が可能であり
「かつら」っぽくない



理由

使用している素材の品質がよい
装着難度の改善 など



ネットに毛がくっついていては高価な印象

- ・ 実はオーダーメイドウィッグを1個製作するのに、
1～2カ月かかる
その間、様々な工程を経て、世界にひとつだけの
オーダーメイドウィッグが完成する

オーダーメイドウィッグは様々な工程を経て、世界にひとつだけのウィッグが完成

オーダーメイドウィッグの作成フロー



【ウィッグが完成するまでに約2カ月かかる】

3Dスキャナーで、お客様の頭部サイズを立体的に計測
髪型・分け目・つむじの位置等の仕様を含めたデータを製造工場へ転送
転送されたデータに基づいて、お客様の頭の型が作られる

オーダーメイドウィッグの作成フロー

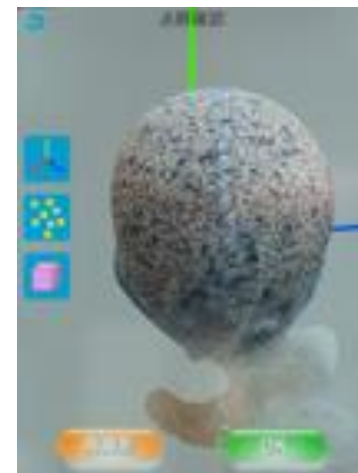


当社独自開発の「3D計測システム」でお客様の頭部を計測

ご希望のスタイル、カラーなどのオーダー情報
頭部計測データを直接、製造工場に転送

送信されたデータから、専用のミリングマシン
（切削加工機）でお客様の頭部と同じ立体の型を
削り出す

正確な型は頭部にやさしくフィットするウィッグ
のベース作製の基本となる



お客様の頭の形にコピーされた型に、毛流れ等の縫製指示を書き写す

オーダーメイドウィッグの作成フロー



削り出した型の形状に合わせて、ウィッグの土台となるベースキャップを作製

ベースキャップに書き込む項目

- ・サイズ
- ・分け目
- ・つむじの位置 など



お客様一人ひとりに合わせた素材を用いてウィッグを製作する

オーダーメイドウィッグの作成フロー



様々なウィッグのタイプに合わせ素材を準備

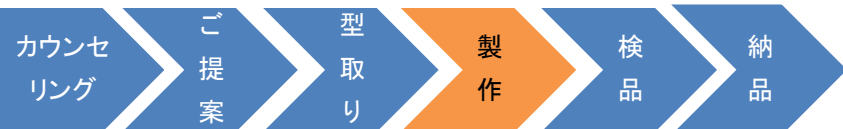
- ・ ベースとなるパーツ
- ・ フロントに使用するパーツ
- ・ 周囲に使用するパーツ
- ・ 分け目に使用するパーツ など

ひとつひとつの素材をお客様の頭の形状に合わせて
パーツを組み合わせていく
(一つ一つ手作業で立体縫製している)



当社独自の毛髪ブレンドにて、ご要望に合わせた植毛をおこなう

オーダーメイドウィッグの作成フロー



お客様一人ひとり異なる毛量、髪色、長さを再現するため、厳選された毛髪素材のブレンドを行う

毛髪や髪色の配分が記載されたオーダーシートをもとに、熟練した専門の職人が一本一本ていねいに植毛



お客様一人ひとりの仕様通りか検品をおこなう

オーダーメイドウィッグの作成フロー



植毛後、シャンプー、カット、スタイリングの工程を経てキレイに整える

毛の長さや、毛量をご要望通りか
検品をおこない、基準をクリアしたものを出荷



世界でただひとつだけのオーダーメイドウィッグをお客様にお届けする
(このような工程を経て、年間約6万個のウィッグを生産している)

オーダーメイドウィッグの作成フロー



サロンでお客様のヘアスタイルに合わせ、
専任のスタイリストがカット調整する

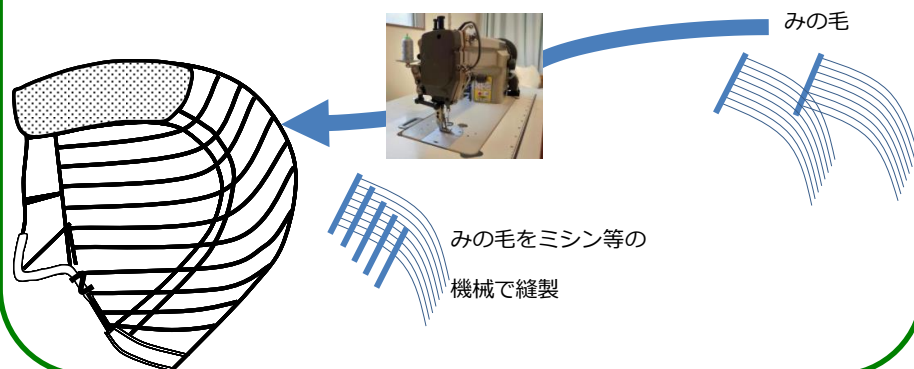


既製品ウィッグとオーダーメイドウィッグでは製法が異なるため
品質やコスト、製作期間などに違いがある

	①既製品ウィッグ	②オーダーメイドウィッグ
製法	マシンメイド	ハンドメイド
品質	低い	高い
重さ	重い	軽い
コスト	安い	高い
製作期間	短い	長い

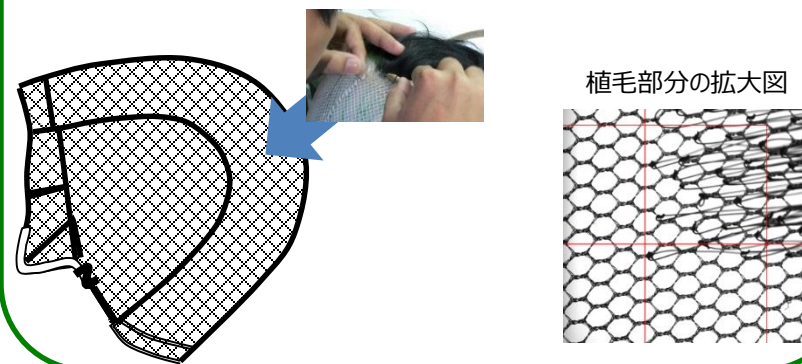
マシンメイド製法

ミシンで「みの毛（のれん状の束毛）」を縫い合わせて作る製法。
機械による量産が可能のため、価格は低め



ハンドメイド製法

職人がネット部分に毛材を一本ずつ手植えする製法。
マシンメイドよりクオリティが高いが、労務コストがかかるため、価格は高め



今回、この製法の一部機械化を実現

当社は業界初のウィッグ自動植毛機を開発し、本格稼働に向けて準備中

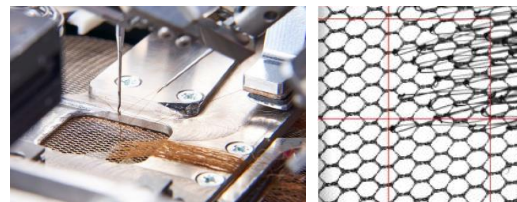
【現在】

熟練職人が一本一本丁寧に植毛



【将来】

ウィッグ自動植毛機で植毛工程を自動化



複数の針で毛髪を絡めながら植毛を行う

【導入メリット】

事業継続力の強化

- ①植毛工程自動化による供給体制の安定化
- ②機械化による品質の安定化

職人の確保と育成、災害などによる納期問題、カントリーリスクなどの課題解消に期待

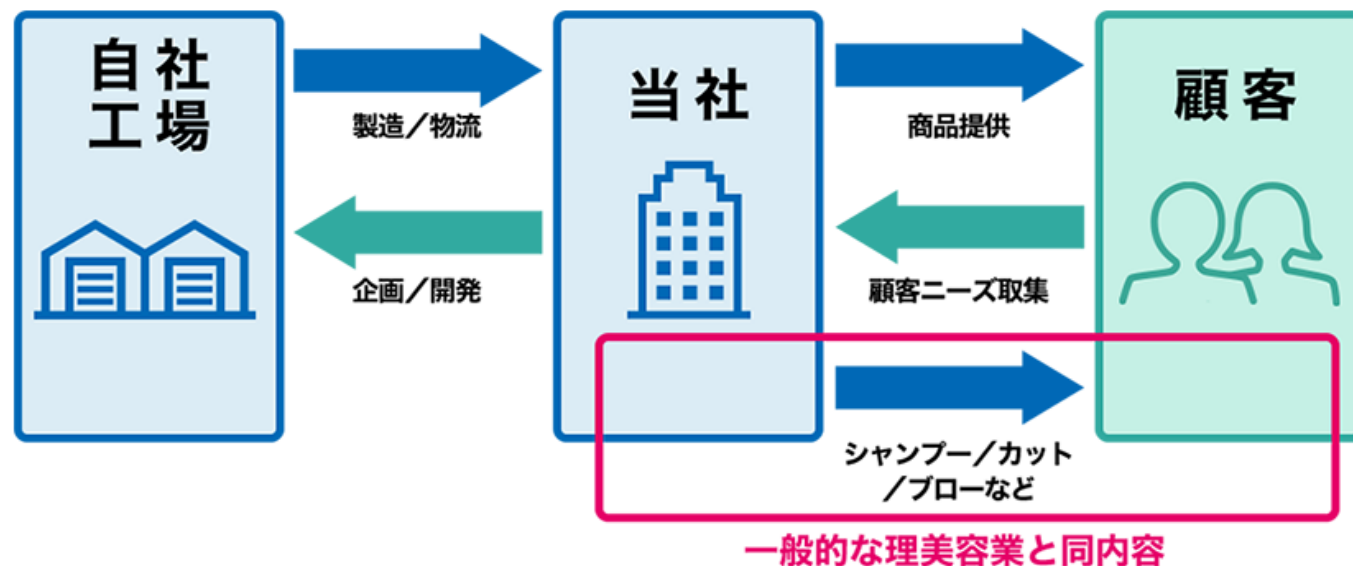
**IRでは開発力や技術力が強みと説明しているが、
具体的にどこが凄いのかは分からない**

- ・ 開発力の強みについて紹介

新商品の企画、開発から製造、販売まで、当社グループ内で完結することでお客様ニーズに対応した独創的な商品を投入できる体制が備わっている

新商品ができるまで

- STEP1 ニーズ収集
- STEP2 企画立案
- STEP3 社内検討
- STEP4 試作品の製作
- STEP5 社内検証
- STEP6 新商品完成



ウィッグに使用する素材について、研究開発を通して日々改良を施している

商品の特徴【髪の毛】

本物のような自然な風合いを再現

事例

人間の髪の毛は全て同じ色・太さのものが生えているわけではない



毛髪の太さ・細さ・ツヤ感をばらつかせることで自然さを再現



ウィッグに使用する素材について、研究開発を通して日々改良を施している

商品の特徴【分け目・つむじ】

まるで本物の皮ふから髪の毛が生えている
のような自然さを再現

事例

分け目やつむじから見える地肌の色合い
は人それぞれ



**ウィッグ装着時にネットに透けてみえる
色合いを忠実に再現**



ウィッグに使用する素材について、研究開発を通して日々改良を施している

商品の特徴【装着方法】

いつでも・どこでも・簡単・快適なつけ心地を実現

事例

ピンによるウィッグ装着の場合、装着工程が多く、音もするので人前で直せない



装着工程を大幅に短縮し、ウィッグをのせて、なじませるだけの装着が可能に

●一般的なピン装着の装着工程

- ①ウィッグをのせる
- ②装着する位置を決める
- ③ピンを開く
- ④髪にからめる
- ⑤ピンを閉じる
- ⑥ピンの数だけ③～⑤をおこなう
- ⑦装着完了

●フィーリンの装着工程

- ①ウィッグをのせる
- ②ウィッグを左右に動かす
- ③装着完了

自分の髪の毛がある人には、全く意識できない点に着目し、日々改良を施す
こだわりは「開発力の強み」である

自然な髪の毛の風合いにすべく、毛髪の太さ・細さ・自然なツヤ感を再現

ウィッグ装着時に、ネットに透けてみえる地肌の色合いを忠実に再現

ウィッグの装着工程を短縮し、いつでも・どこでも快適・簡単な着け心地を実現

などなど…

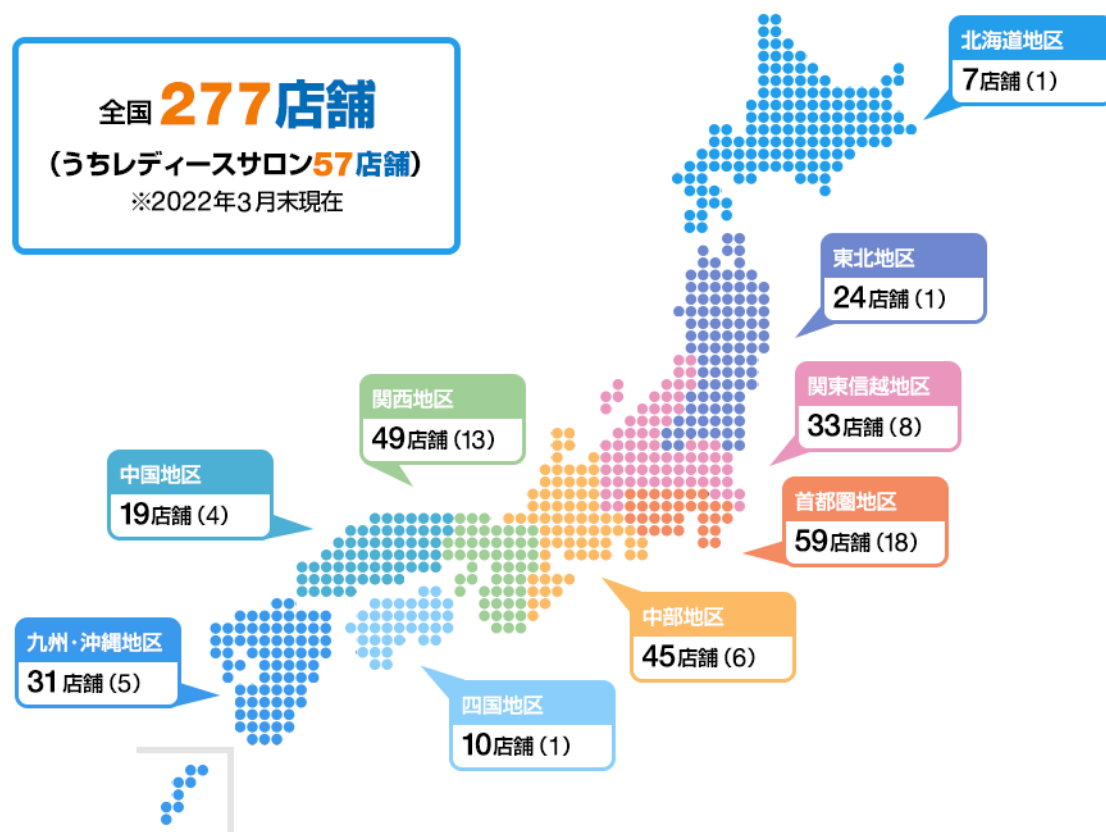
普通の人では意識しない部分に着目し、改良するこだわりは、当社「開発力の強み」

**IRでは開発力や技術力が強みと説明しているが、
具体的にどこが凄いのかは分からない**

- ・ 技術力の強みについて紹介

全国展開している店舗網や、国家資格を有するスタイリストを多数保有

⇒他社からの参入障壁は非常に高い



お客様にウィッグを提供する当社スタイリストは、入社当初は、専門技術を習得していないため、即戦力とはなりえない

当社に入社した新人スタイリスト



理美容技術	レベル	●●	(人それぞれ)
センス	レベル	●●	(人それぞれ)
専門技術	レベル	1	(初心者)

お客様にウィッグを提供する当社スタイリストは、ウィッグに関する専門技術を半年以上かけて習得し、その技術を常に向上すべく努力している

専門技術について

- ・ウィッグの洗浄
- ・ウィッグのブロー
- ・ウィッグのセット
- ・ウィッグのメンテナンス
- ・ウィッグ+人のスタイリング
- ・人工毛髪のカット/増毛の取付方法 等

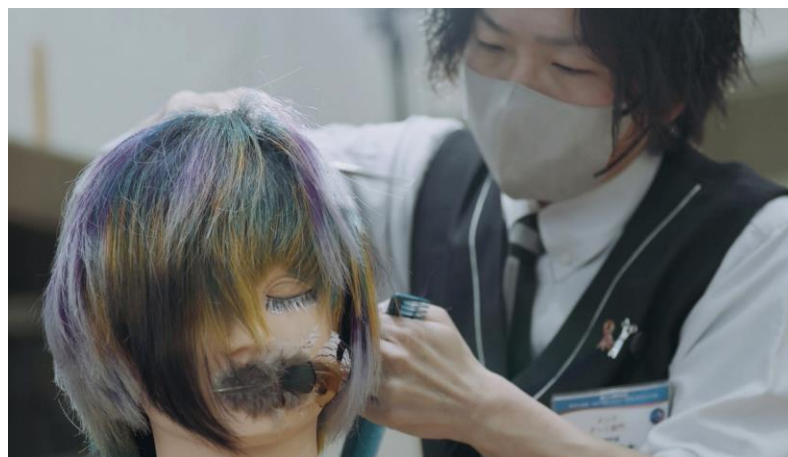
新人スタイリストは入社後、半年から1年かけて、この専門技術を研修にて習得する

この専門技術も流行に合わせて変化させており、階層別に集合研修をおこなったり、各地域に存在するアドバイザーたちが個別研修をするなど、技術力を日々向上させている

コロナ禍では、リモートによる研修を積極的に活用している

⑤技術力の強み

お客様にウィッグを提供する当社スタイリストは、技術大会の場で技術力を競い合うこともある



⑤技術力の強み

国内従業員の約8割（1,800名）が、ウィッグに関する専門技術を習得し、その技術を常に向上させようとするこだわりは「技術力の強み」である

スタイリストは、入社後半年から1年かけて専門技術を習得する

専門技術は流行を取り入れながら、階層別研修にて技術力を向上させている

技術大会のような場にて、スタイリスト同士の専門技術を競わせている

などなど…

普通の理美容師では習得していない専門技術を習得し、その技術力を向上させるこだわりは、当社「技術力の強み」

オーダーメイドウィッグの特徴はよくわかったけど、
世間では発毛剤や植毛なんていう治療をよく聞くし
ゆくゆくは再生医療が発展すれば、
ウィッグ自体がいらなくなるのでは？

オーダーメイドウィッグの 可能性について

①薄毛の原因とウィッグ・増毛以外の対応策

薄毛の原因は男性・女性で異なっている

医療行為による対応策は、効果が人それぞれに加え、副作用等の懸念あり

薄毛の原因(男性)

- ①AGA
- ②脂漏性
- ③加齢（紫外線）

薄毛の原因(女性)

- ①加齢（紫外線）
- ②ホルモン
- ③AGA

発毛剤

- ・ つけ薬
ミノキシジル
- ・ 飲み薬
ミノキシジル
フィナステリド
ディスタリド

病院

- ・ 植毛
- ・ 注射
- ・ レーザー
- ・ 投薬

男性型および女性型脱毛症診療ガイドラインにて、かつらの着用の推奨度は「C1:行ってもよい」と評価されている

日本皮膚科学会ガイドラインより抜粋

区分	推奨度	内容
かつらの着用	C1	かつら着用は脱毛症状を改善するものではないが、通常の治療により改善しない場合や、QOLが低下している場合に行ってもよい
医薬品の内服	A（男性） D（女性）	男性型脱毛症に関しては効果あるが、内服を中止すると効果は消失する。妊娠・授乳中の女性への投与は禁忌である。重要な副作用として頻度は明らかではないが、肝機能障害や性機能障害等があらわれることがある
医薬品の外用	A	男性型に5%ミノキシジル、女性型には1%ミノキシジルの外用を勧める。男女ともに外用初期に休止期脱毛がみられることがある
植毛術	B～D	自毛植毛術と異なり人工毛植毛術は、過去に多くの有害事象の報告があるため行うべきではない
A :行うよう強く勧める B :行うよう勧める C1 : 行ってもよい C2 : 行わない方がよい D :行うべきではない		

ウィッグは副作用がなく、確実に増やせる手段であり、これまでも・これからも底堅い需要がある

医薬品の外用・内服

- ・発毛効果はあるが確実とはいえない（前頭から薄毛の人に効果ありといわれる）
- ・血圧・心臓に異常がある人は使えない
- ・薬の耐性ができるため量が増える
- ・副作用の懸念あり（定期的な検査を推奨）
- ・使用をやめると効果が消失

植毛術

- ・別の部位にある自分の毛髪を移すので希望通りの量は増やしにくい
- ・人工毛髪の植毛は欧米では違法

再生医療

- ・実現化の目途はたっていない

ウィッグの着用

- ・発毛効果はない
- ・増やしたい箇所を確実に増やせる
- ・自分の髪質・髪色以外も試せる
- ・副作用がない

ウィッグの可能性

- ・仕事や趣味に対し意欲的な60歳以上のシニア層が増加する
- ・1990年代後半に若い女性に流行したファッションより、エクステやつけ毛等に抵抗感がない世代が40歳以上となる

⇒ウィッグの使用シーンは増えていく？

まとめ

これまでの要点まとめ

1. 当社オーダーメイドウィッグの特徴

- ①見た目の自然さを徹底追求したつくりである
- ②ウィッグ完成までに約2カ月かかる（様々な製造工程がある）
- ③普通の人では意識しない部分に着目し、日々改良を施している
- ④ウィッグを提供するスタイリストは専門技術を習得しており、その技術を日々向上させている

2. オーダーメイドウィッグの可能性

- ①ウィッグは医薬品等と違い、副作用がなく、確実に増やせる
- ②アクティブシニアの増加等もあり、ウィッグの需要は今後も底堅い

オーダーメイドウィッグの「自然さ」にお客様が価値を見出し、
当社のファンが増えた結果、売上全体の5割以上を占める主力商品となっている

質問	回答
かつらについて、売り切りではなくて、メンテナンス等のストック収益もあるのでしょうか？	はい。会社概要で説明のとおり、自毛のカットやウィッグメンテナンスなどの「アフターサービス」が、売上全体の約15%を占めております。
ストックビジネスとのことですが、年齢層、解約率、新規獲得者数などのKPIを開示頂けないですか？	社内においては、様々なKPIを使用しておりますが、上場している毛髪企業が当社のみということもあり、現状は開示を差し控えている状況です。
アートネイチャーと言うとかつらというイメージですが、競合他社について教えてください。市場シェアや競合戦略、競合他社との比較などについて知りたいです。	残念ながら競合他社に関しては、上場している企業がなく非常に情報量が少ないのが現状です。
フィーリンの好調さは、新規顧客が増えたことによるか、既存顧客が置き換えたのかどちらでしょう？	2021年9月に発売したフィーリンですが、好調の主因は、新規顧客が増えたことと捉えて頂ければと思います。
ウィッグなどで男性用と女性用とで利益率の差はあるのでしょうか？	開示しているセグメント情報では、女性向け事業の方が利益率は高いです。
他社との差別化ポイントについて教えてください。	開発力や技術力へのこだわりについては今回の説明のとおりです。他社より優れている点としましては開発力でいうと、独創的な新商品を定期投入できる点、技術力でいうと、他社もおこなう集合研修に加え、地域密着型の個別研修を展開する点等が考えられます。

質問	回答
中国のtiktokへの出店の反響は如何でしたか？	現在ヘアケア商品の展開をスタートしましたが、まだオープンして1カ月程度ですので、反響に関してはまだなんともいえない状況です。
株主還元の方針について教えてください 株主優待を導入する予定はありますか？	当社は、安定かつ継続的な配当の維持に努めております。今後につきましては、3/14に開示した「プライム市場の上場維持基準の適合に向けた計画書」に記載していますが、増配や優待といった追加的な株主還元策を検討してまいります。
御社の課題の一つ、流動性増加についてここ1年、余り改善が見られないように感じます。今後、売買代金を増加させる施策はどのようなことお考えですか？	売買代金を増加させる具体的な施策について、ここで申し上げることは出来ませんが、今後につきましては、企業価値の向上、流通株式数の向上、追加的な株主還元策の検討、市場との対話の強化の4点に取り組んでまいります。
売上と利益の成長に向けての具体的な取り組みを教えてください。 将来の成長戦略について詳しく教えてください。新規事業や市場展開の計画、投資予定などについて教えてください。	具体的な取り組みにつきましては、5月12日の決算発表日に中期経営計画について開示を予定しておりますので、今暫くお待ち頂ければと思います。 次回6月1日（木）のIRライブでは、個人投資家の足立武志さまをゲストに、前期決算や中期経営計画の内容に関するイベントを開催予定です。こちらも是非ご参加ください！

Q&A