



2022年3月期 決算説明資料

株式会社アートネイチャー
東証プライム：7823

2022年3月期決算概況と中期経営計画

株式会社アートネイチャー

2022年3月期 決算実績

(単位:百万円)

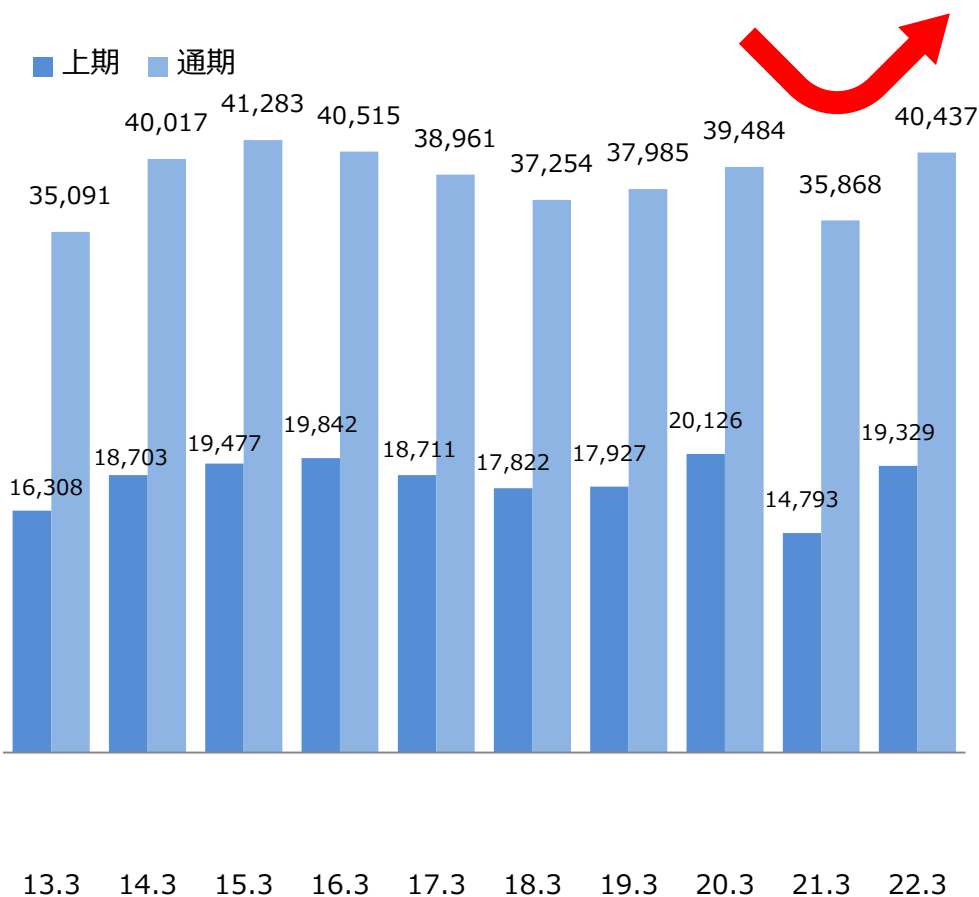
	20/3 実績	21/3 実績	22/3 実績	前期比	当初計画	修正計画	修正 計画比
売上高	39,484	35,868	40,437	+12.7%	40,363	40,219	+0.5%
営業利益	2,919	1,932	3,020	+56.3%	2,023	2,798	+7.9%

部門別売上高実績

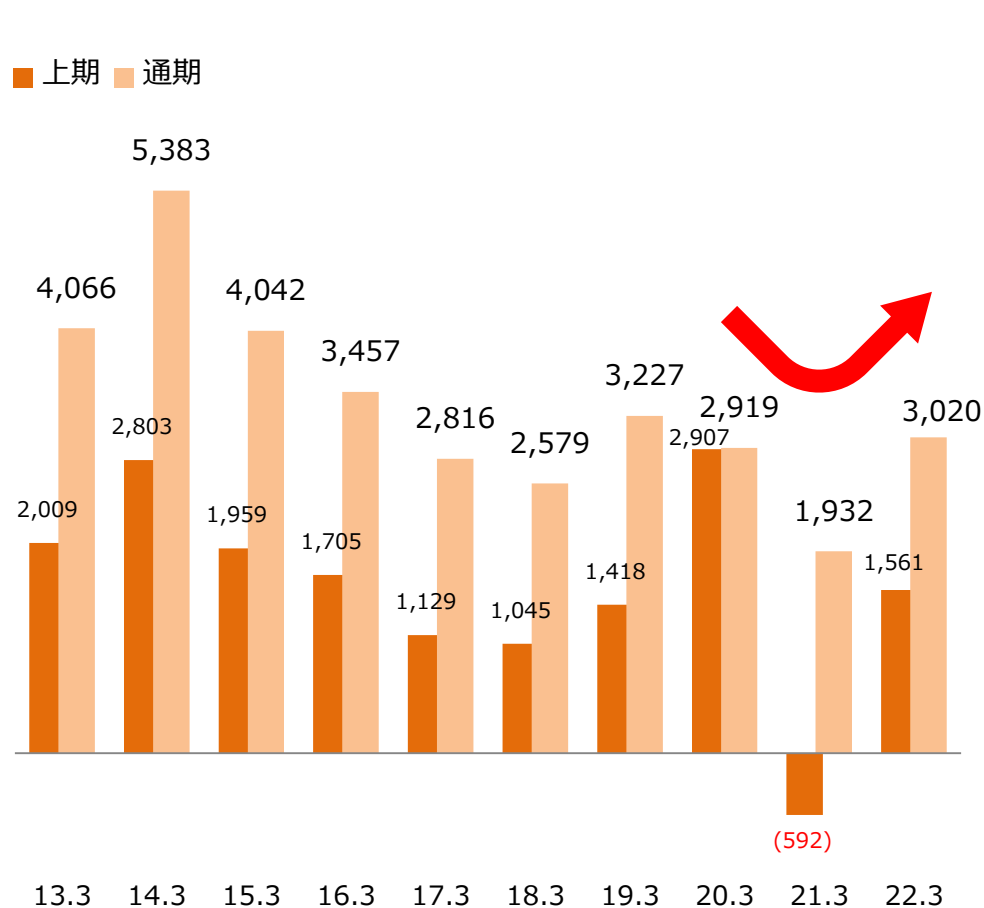
	20/3 実績	21/3 実績	22/3 実績	前期比
メンズ	22,369	21,322	22,660	+6.3%
レディース	15,720	13,060	16,227	+24.2%
その他	1,394	1,485	1,548	+4.3%

※レディースにジュリア・オージェ、ナオアート社を含む

売上高の推移（百万円）



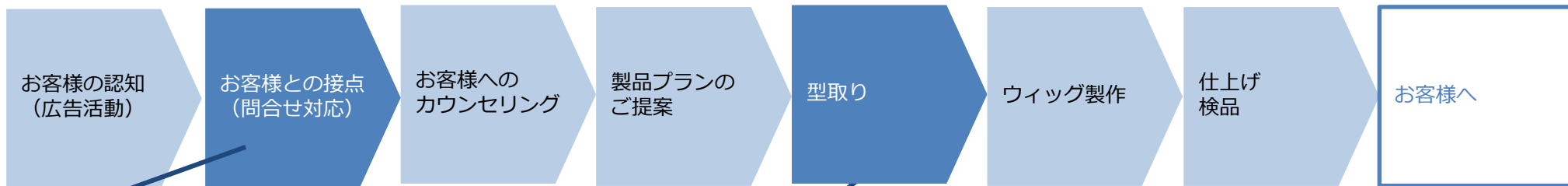
営業利益の推移（百万円）



	2021年 4月～6月	7月～9月	10月～12月	2022年 1月～3月
政府	第3回緊急事態宣言			変異株による感染拡大まん延防止等重点措置
当社全体	新型コロナウイルス感染症に係る基本方針を策定し対応 営業店舗（全店） 通常営業 / 生産工場（比国） 通常稼働			
	・大都市圏を中心に、ほぼ全ての期間が緊急事態宣言下であったため、レディース部門を中心に外出自粛やイベント中止などの影響を受ける		・レディース新商品「フィーリン」が大ヒット 当社史上最高の月間問い合わせ数を獲得 ・緊急事態宣言明けに伴い百貨店や商業施設におけるイベント開催数が増加	
PR情報 (商品他)	21.07 新形態店舗（そごう大宮サロン）を出店 21.09 メンズ増毛商品「マープワンダー」発売 21.09 レディースウィッグ「フィーリン」発売		22.03 メンズ増毛商品「マーププライム」発売 22.03 レディースウィッグ「フィーリン2」発売 22.03 新形態店舗（そごう広島サロン）を出店	
PR情報 (その他)	海外市場に当社増毛商品の提供を開始 21.05 中国最大級のヘッドスパサロン ヘアオロジー社に増毛部材を供給開始		最新技術や独創的な技術を積極活用 21.10 AI自動応答システム導入 22.01 ポータブル3Dスキャナ導入（業界初） 22.03 ウィッグ自動植毛機の開発発表（世界初※1） ※1 通常手作業によって生産されるオーダーメイド仕様のシングル植毛製品（部分ウィッグ）の全植毛工程を自動化	

お客様とのコンタクトから商品提供に至る過程を、より効率的に機能させるべく最新の技術を導入

お問合せ～オーダーメイドウィッグの作成までのフロー



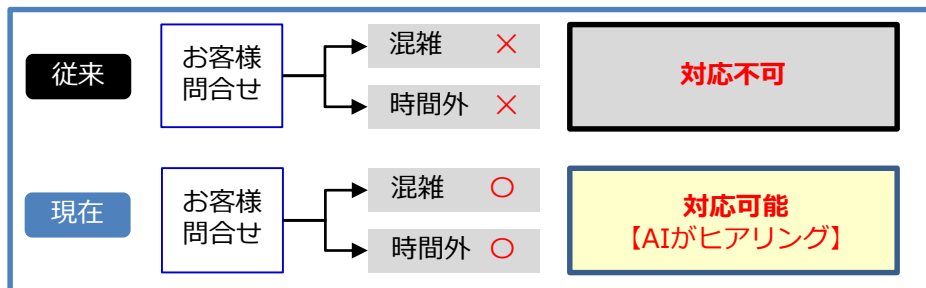
AI自動応答システム導入 (2021年10月開始)

各種カタログ請求やご希望の相談・来店日時のご予約、その他お問い合わせの電話にAIの自動音声に対応する電話受付サービスを開始。

【導入によるメリット】

問合せ業務効率の向上

- ⇒オペレーター不在の時間帯 (早朝・深夜) やオペレーター混雑時での対応が可能
- ⇒AIが会話内容を自動認識して対応するため、誰でも簡単に安心して利用できる



ポータブル3Dスキャナ導入 (2022年1月開始)

タブレット (iPad) を使用した頭部形状を計測するための「ポータブル3Dスキャナ」を業界初導入し、オーダーメイドウィッグを取り扱うアートネイチャー全店、全国の百貨店等で開催されるレディース展示・試着会での運用を開始。

【導入によるメリット】

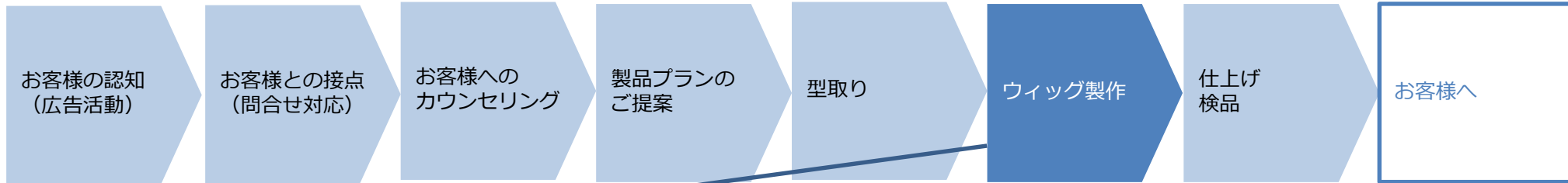
型取り業務効率の向上

- ⇒訪問先、催事会場など場所を選ぶことなく簡単に頭部3Dデータの作成が可能
- ⇒地形測量を応用した新技術を採用し、これまで計測が難しいとされてきた襟足部分などウィッグをつける部位を正確にデータ化することが可能
- ⇒大型だった旧店舗用3Dスキャナのポータブル化により、店舗の省スペース化を実現



2016年より約5年の開発期間を経て、「ウィッグ自動植毛機」を開発（現在、試作品の製作および品質検証中）
今後は一部メンズウィッグの生産を目的に改良を加え、2024年の本格生産導入を目指す

お問合せ～オーダーメイドウィッグの作成までのフロー



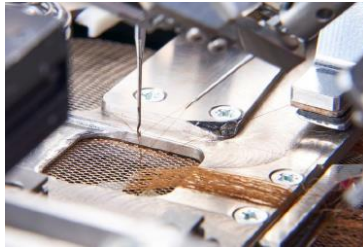
【現在】
熟練の職人が一本一本丁寧に植毛し、髪色から毛流れまで、自然な仕上がりを実現



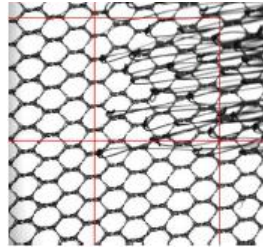
【将来】
ウィッグ自動植毛機で植毛工程を自動化



ウィッグ自動植毛機



複数の針で毛髪を絡めながら植毛を行う



植毛部分の拡大図
(赤線1マス=1cm四方)

1. 開発背景

- ① 当社主力のオーダーメイドウィッグは、フィリピンの自社工場にて全ての工程を熟練した職人による手作業によって生産している
(1枚当たり製作期間 40-50日、年間生産枚数 60,000枚以上)
- ② 現状の手作業による生産体制には様々な課題がある
(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)
- ③ 様々な課題を解消し、安定した供給を行うことで、当社の持続的成長を図ることを目的として2016年より開発に着手

2. ウィッグ自動植毛機導入によるメリット

- 事業継続力の強化
⇒ 一部作業工程の自動化による供給体制の安定化を実現
- ⇒ 職人技術の機械化による品質の安定化を実現

当社を取り巻く環境

国内外経済の鈍化

国内毛髪市場の成熟化

他社他業界との競合激化

代替商品・サービスの台頭

東証市場区分の見直し

労働市場の縮小

従業員確保の競争激化

技術革新による急速な変化
～DXの進展～

先行き
不透明

様々な
リスク

ARTNATURE CHALLENGE PLAN

アートネイチャー Challengeプラン

2021/3期-2023/3期

重点Challenge施策

業績伸長

新領域の開拓

採用の強化

人財の育成

市場との対話

業務の刷新

3年間で目指すこと

既存事業を拡充しつつ
事業領域をさらに拡大し
「次代を切り拓く
アートネイチャー」
の礎を築く

重点Challenge施策

業績伸長	新領域の開拓
採用の強化	人財の育成
市場との対話	業務の刷新

3年間で目指すこと

業績伸長

- ・お客様満足の上に向けた取組み強化
- ・既存事業間の連携を強化
- ・技術力/接客力の強化
- ・商品ラインアップの拡充/販路拡大
- ・当社ブランド浸透/潜在需要の発掘

新領域の開拓

- ・国内外M&Aなど活用し既存事業以外の新事業に挑む

業績伸長

進捗

- ・2年目の売上高は増収を達成（女性新規売上の好調が主因）
- ・お客様満足向上に向け様々な取組みを実施したが、リピート来店人数が男女共に前年並みの水準であった

既存事業の状況 (2020年度比較)		売上高	単価	購入人数
メンズ	新規	○ 増収	変化なし	○ 増加
	リピート	○ 増収	変化なし	○ 増加
レディース	新規	◎ 大幅増収	変化なし	◎ ※1 大幅増加
	リピート	○ 増収	変化なし	○ 増加

延べ 来店人数
△ ※2 前年並み
△ ※2 前年並み

※1 女性購入人数の大幅増

- ①レディース新商品「フィーリン」が潜在需要を喚起した
- ②様々なメディアへの広告出稿やPR活動を強化
- ③展示試着会開催数の増加

※2 延べ来店人数は男女共に前年並み

- ①お客様との信頼関係構築に向けた取組みを継続実施
- ②定期的な来店を促す営業施策を実施
- ③接客に必要な理美容資格取得者の確保が充足できず
- ④動画マニュアルやリモート研修を活用して技術スキルを強化

新領域の開拓

進捗

- ・国内外M&A案件を検討するも実現せず

重点Challenge施策

3年間で目指すこと

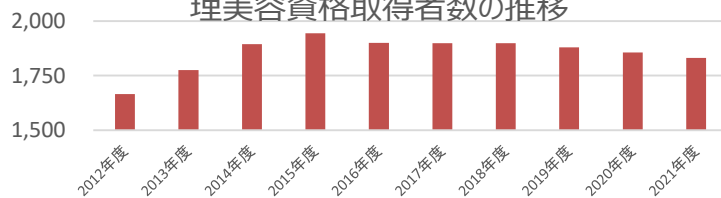
業績伸長	新領域の開拓
採用の強化	人財の育成
市場との対話	業務の刷新

採用の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・安定的な採用体制の構築 ・従業員の定着化（働き甲斐のある職場づくり）
人財の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・現場力の強化（お客様から信頼される人財の育成） ・次代を担う本社人財の育成
業務の刷新	<ul style="list-style-type: none"> ・ペーパーレス化やシステム化等による業務の刷新 ・全ての定例的な業務の刷新（時間の削減）

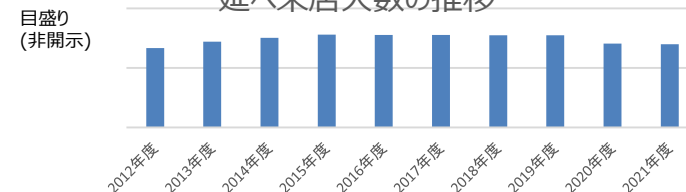
進捗

- ・採用に関する諸施策を実施したが、採用環境の変化などにより接客に必要なスタイリスト人員数が充足できておらず、延べ来店人数の増加に繋がっていない

理美容資格取得者数の推移



延べ来店人数の推移



採用の強化

進捗

- ・現場力強化に向けて動画マニュアルやリモート研修を活用しながら基礎から応用までの実務力を強化中
- ・本社人財の育成に向けて企画や経営管理などの基礎力向上に向けた研修を開始

人財の育成

進捗

- ・人事制度、システムの抜本的な業務刷新は具現化できず
- ・定年退職年齢を60歳から65歳へ引き上げ（定年延長）を実施
- ・定例的な業務のワークフロー化を実施
- ・電子帳簿保存法に対応すべく各種書類の電子化を実施

業務の刷新

重点Challenge施策

業績伸長	新領域の開拓
採用の強化	人財の育成
市場との対話	業務の刷新

3年間で目指すこと

市場との対話

- ・IR情報開示内容の拡充
- ・機関/個人投資家向けIR活動の強化
- ・SDGs 取組方針に則った活動の推進
- ・SDGs 重点課題に対する取組強化

進捗

- ・IR活動の強化として、サステナビリティ情報の拡充や企業調査レポートの導入、機関投資家向け情報発信の強化を実施
- ・「サステナビリティを巡る取組方針」を策定し、各課題への取組を開始

↓サステナビリティを巡る取組方針

課題	取組方針
気候変動などの環境問題への配慮	TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）へ賛同の検討 TCFDに基づく11項目の開示への対応
人権の尊重	人毛トレサビリティや製造等における人権問題の確認 「ビジネスと人権に関する指導原則」等に従って職場環境を整備
従業員の健康・労働環境への配慮や公正・適切な処遇	当社が掲げる「健康経営」推進にて対応
取引先との公正・適正な取引	「アートネイチャーグループの行動規範」の適切な運用
自然災害等への危機管理	リスクマネジメント関連諸規程の適切な運用 「事業等のリスク」に係るリスク管理の高度化対応

市場との対話

| アートネイチャー「challenge」プラン 達成のための重点challenge施策 |

ARTNATURE CHALLENGE PLAN

アートネイチャー 「Challenge」プラン

3カ年計画

Challenge 2020

既存事業の事業基盤を再整備すると共に、スタンダードウィッグ、発毛剤、医療機関サポートの各事業基盤の拡充に挑む

Challenge 2021

既存事業の再拡大に挑むと共に、更なる新領域の事業の拡充に向けた体制を整える

Challenge 2022

既存事業の安定的な拡大に挑むと共に、更なる新領域の事業に踏み出す

業績伸長

- ・既存事業の拡大
お客様満足を軸とした諸施策の展開による顧客定着化の推進
事業ポートフォリオに基づく戦略の実行
- ・事業基盤の拡充
ブランド認知度の向上と事業規模拡大に向けた取組み強化

新領域の開拓

- ・新規事業への進出

市場との対話

- ・開示内容の充実/情報配信の強化
- ・サステナビリティへの取組推進

採用の強化

- ・採用活動の強化
募集条件（給与水準等）の改定
募集広告の充実
- ・再雇用しやすい仕組みの構築

人財の育成

- ・現場力の強化
お客様に信頼される人財育成
育成基準に基づく各種スキルの強化
- ・新人教育プログラムの定着化
- ・次代を担う本社人財の育成

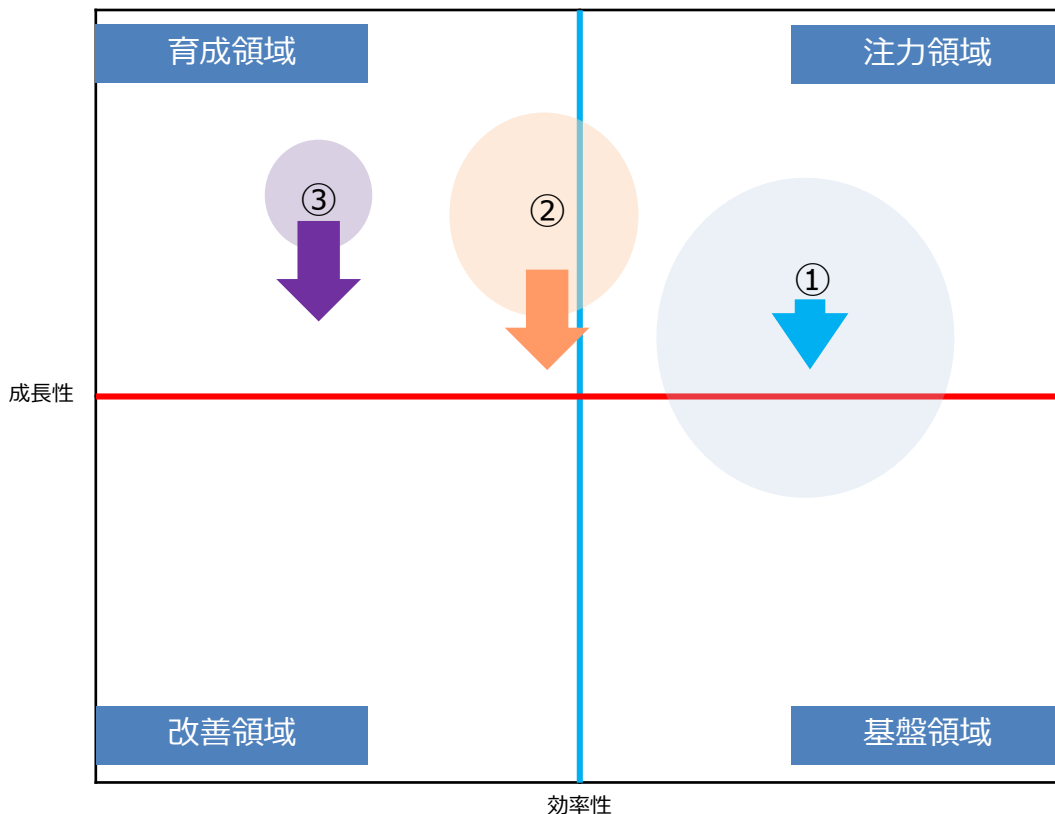
業務の刷新

- ・システム等の刷新
- ・人事制度の刷新
- ・削減対象業務の削減継続

基本方針：経営資源を効率的に活用し、事業を成長させる
 効率性・成長性の観点から4象限の領域に分類し各領域の方針を踏まえた配分とする

開示事業：①男性向け事業 ②女性向け事業 ③女性向け既製品事業とする
 (円：2021年度実績、矢印：2022年度計画の方向性)

事業ポートフォリオ (イメージ)



軸と領域の考え方について

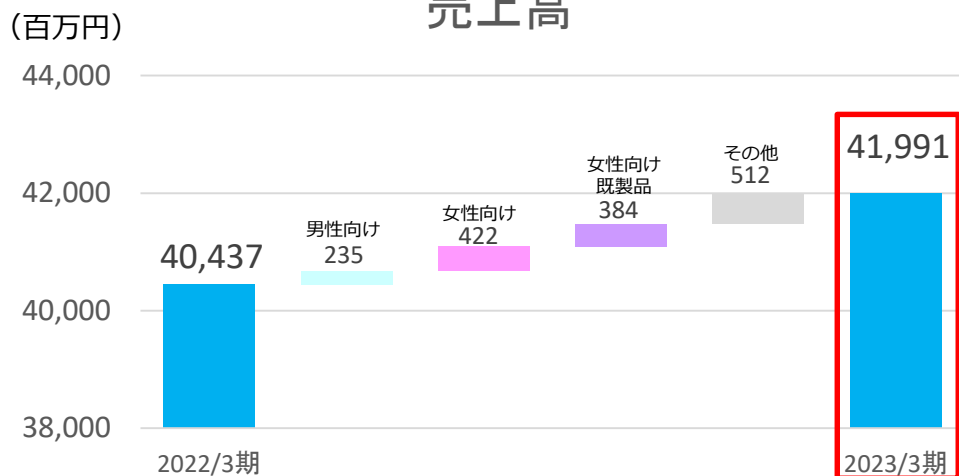
基本軸	領域区分の考え方	各事業の採用指標
成長性【縦軸】	毛髪業3か年平均市場成長率 (赤線)	事業別売上高成長率
効率性【横軸】	想定加重平均資本コスト (WACC) 直近3か年平均 (青線)	事業別投下資本利益率 (ROIC)

領域	位置付け	経営資源の配分方針
基盤領域	安定的な業績向上に貢献	収益源として事業を長期維持するために配分する
注力領域	更なる収益拡大を見込む	収益の拡大を加速するために配分する
育成領域	3年以内の注力領域転換を期待	効率の向上を加速するために配分する
改善領域	早期に抜本的な収益構造の改善が必要	左記に従い配分する

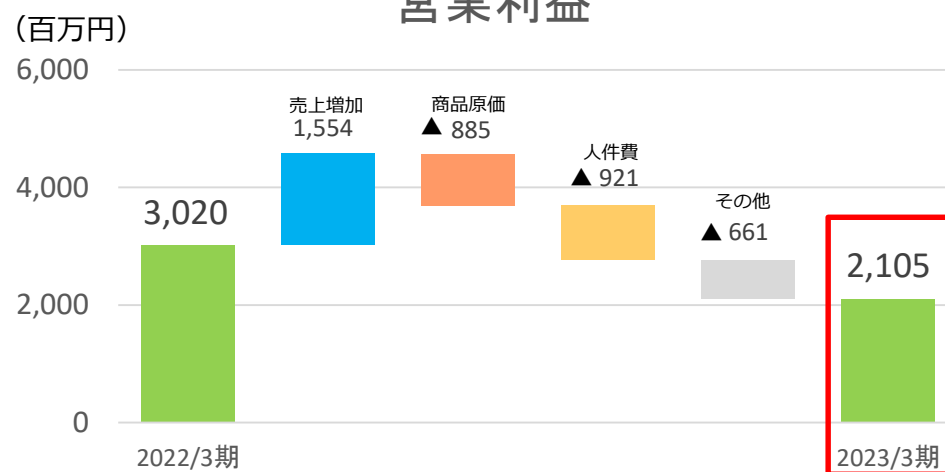
(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 計画	増減額	前期比
売上高	40,437	41,991	+1,554	+3.8%
メンズ	22,660	22,896	+235	+1.0%
レディース	16,227	17,034	+806	+5.0%
その他	1,548	2,061	+512	+33.1%
販売管理費	24,719	25,855	+1,136	+4.6%
営業利益	3,020	2,105	▲914	▲30.3%
経常利益	3,038	2,155	▲882	▲29.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,204	1,137	▲66	▲5.6%

売上高



営業利益



売上高計画について

(2014年の412億円を超える過去最高の目標値)

- ・ 2021年度実績比15億円プラス
男性向け/女性向け/女性向け既製品事業：安定成長
その他事業：2桁成長（通販事業中心に拡大成長を目指す）
- ※新領域は計画に含めず

計画改善要素

新領域への早期進出、スタイリスト人員不足の解消、お客様数の増加

営業利益について

(最終年度は減益目標値)

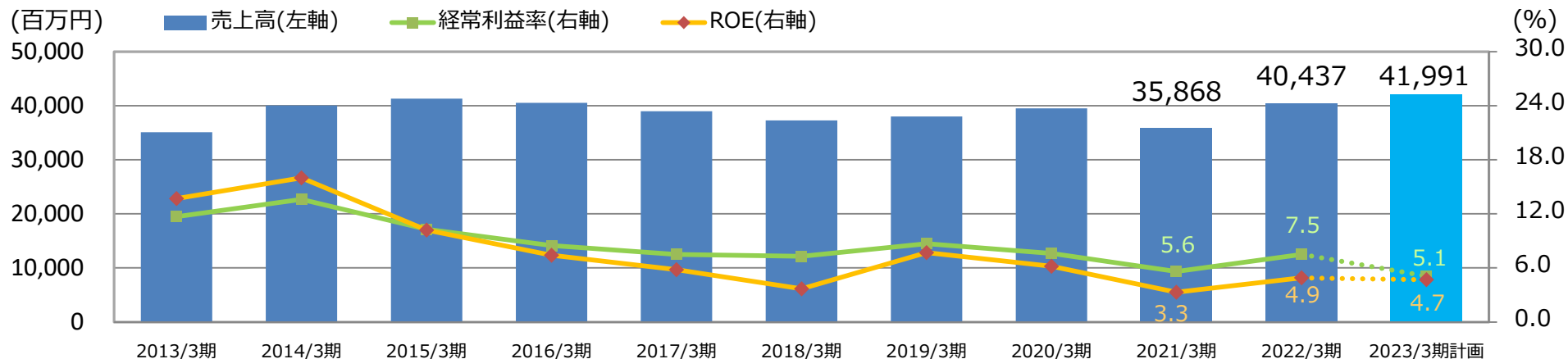
- ・ 2021年度実績比9億円マイナス
外部要因：当初計画時の想定環境と比べ、パンデミックの拡大やロシアのウクライナ侵攻等により海外取引先との取引コストの増加や円安の影響等が追加
内部要因：重点チャレンジ施策のうち採用強化・人財育成・業務刷新に係るコストを強化
事業ポートフォリオに基づく戦略実行により育成領域へ経営資源を集中投下

計画改善要素

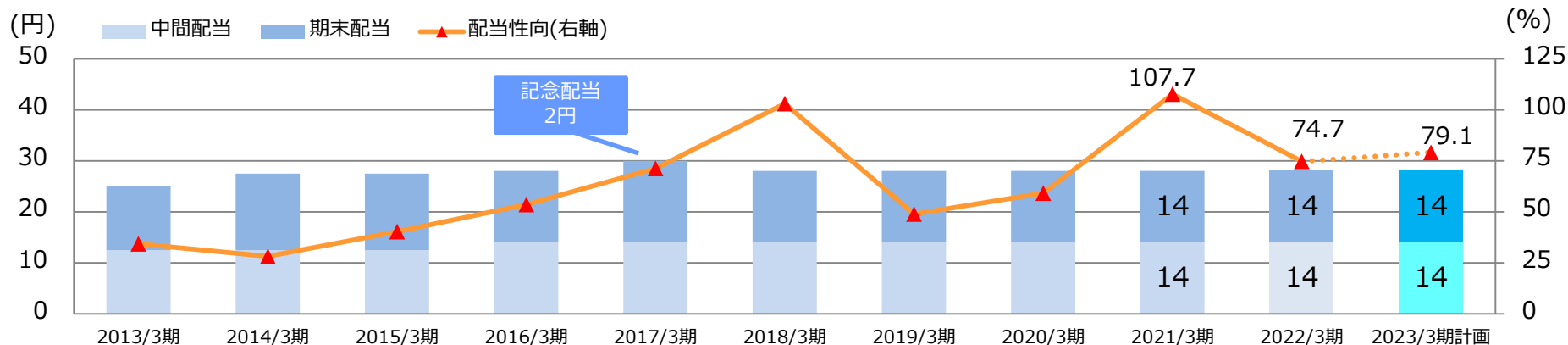
売上高の増加、海外委託先への外注コスト低減、為替変動（円高）

2023年3月期目標

売上高: 419億円 経常利益率: 5.1% ROE: 4.7%



安定的かつ継続的な配当を維持



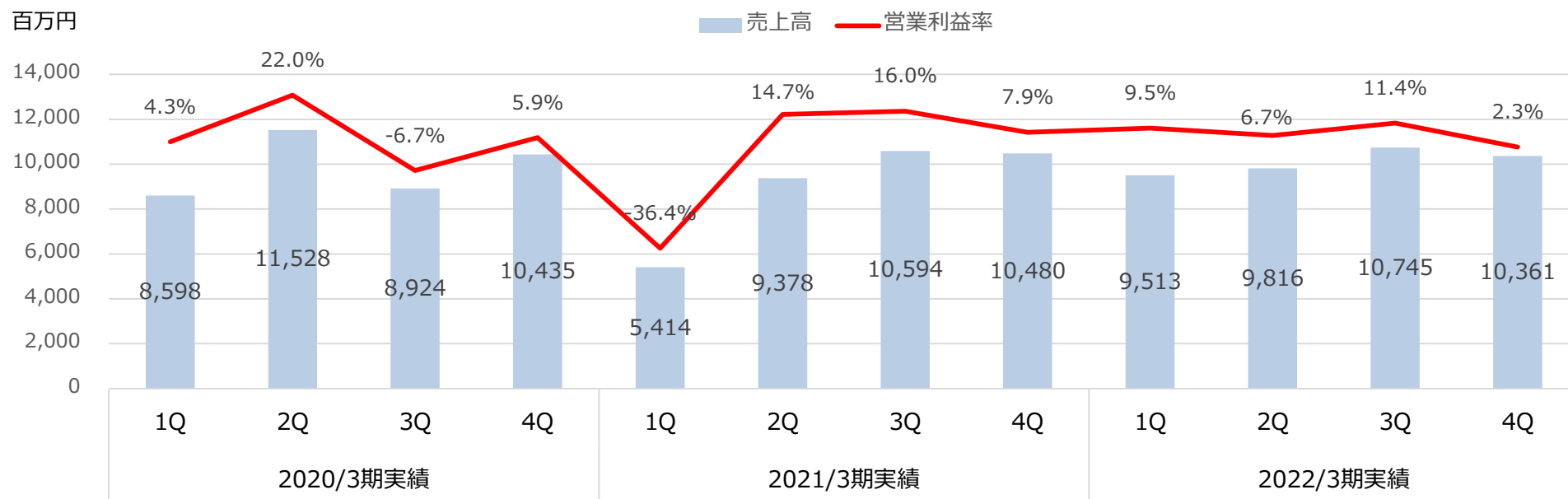
※ 2014年11月に実施した1:2の株式分割を遡及して適用しています。

2022年3月期 決算実績

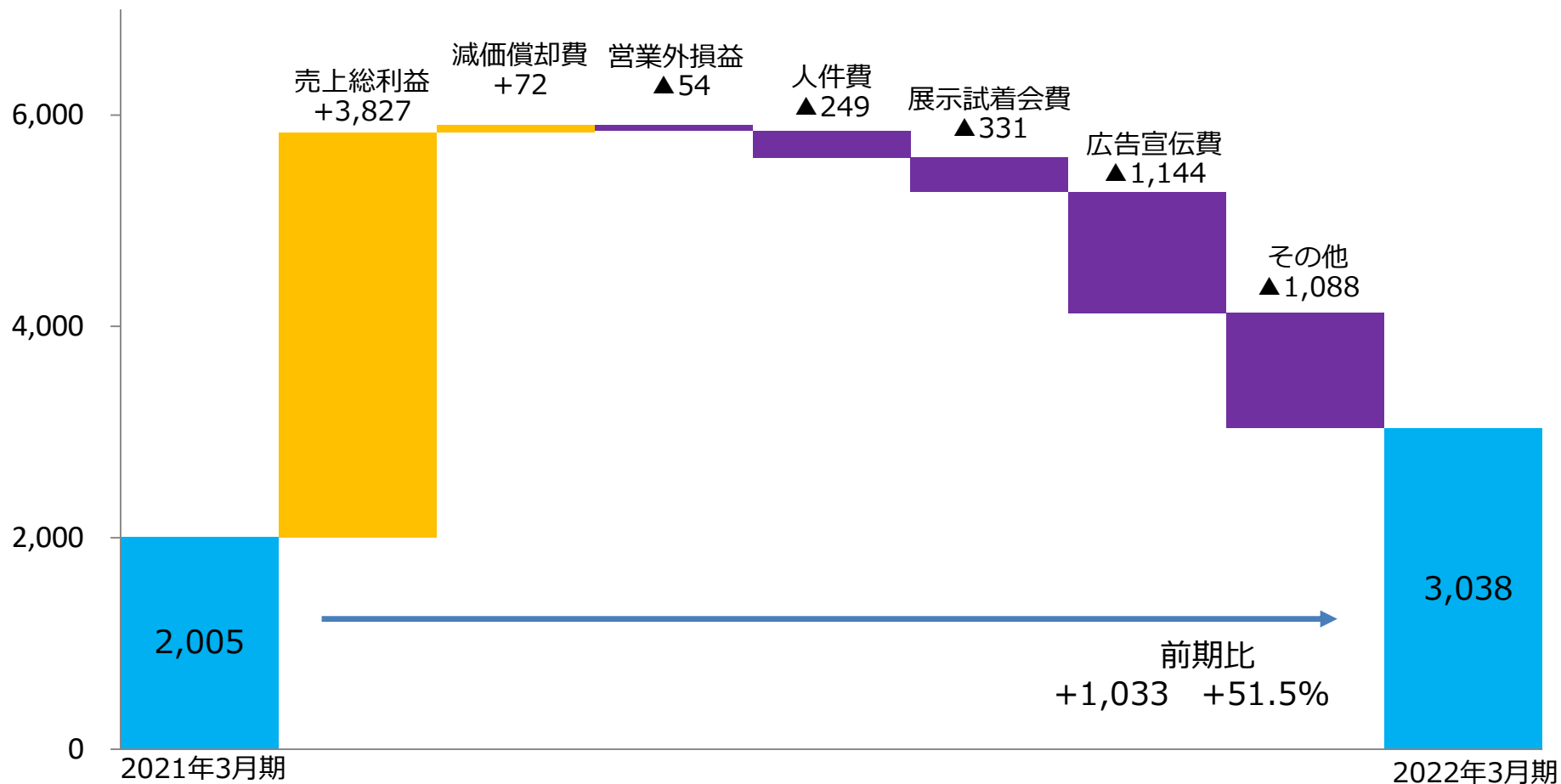
株式会社アートネイチャー

(単位：百万円)

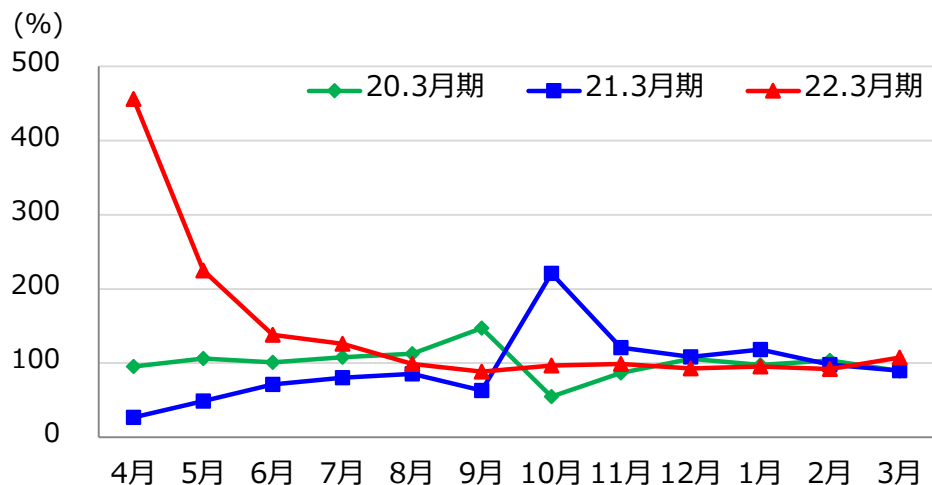
	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	期初計画	変動要因 (前期比)
売上高	39,484	35,868	40,437	40,363	売上高 : +12.7% メンズ : +6.3% レディース : +24.2%
メンズ	22,369	21,322	22,660	22,366	
レディース	15,720	13,060	16,227	16,052	
その他	1,394	1,485	1,548	1,945	
売上原価	12,320	11,956	12,698	13,076	原価率 : ▲1.9P 商品原価率 : +0.2P スタッフ人件費率 : ▲2.1P
売上総利益	27,163	23,911	27,739	27,286	
販管費	24,243	21,979	24,719	25,262	
広告費	6,860	5,412	6,556	6,740	販管費率 : ▲0.2P 広告費率 : +1.1P 人件費率 : ▲1.1P その他率 : ▲0.1P
人件費	5,394	5,541	5,790	6,066	
営業利益	2,919	1,932	3,020	2,023	設備投資内訳 店舗設備関係 : 817百万円 システム関連 : 161百万円
経常利益	3,006	2,005	3,038	2,088	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,542	840	1,204	1,045	
減価償却費	921	900	827	878	
設備投資	1,191	885	1,359	1,977	



(単位：百万円)



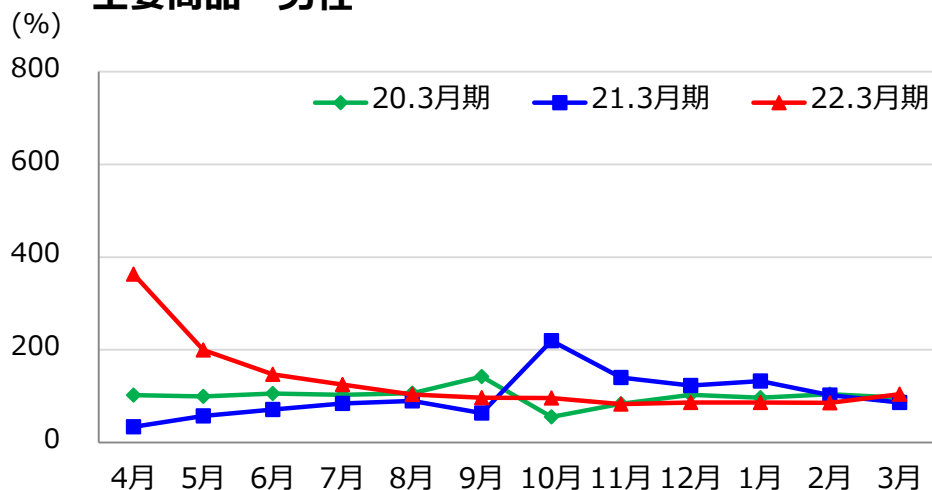
主要商品 全体



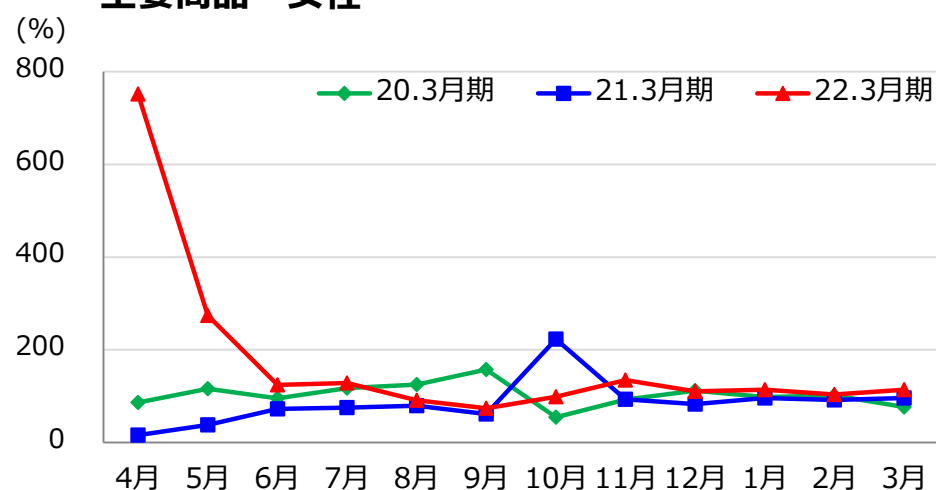
主要商品売上高

	売上高 (%)		
	全体	男性	女性
2020.3月期	101.6	101.1	102.4
2021.3月期	87.9	93.8	78.4
2022.3月期	113.4	108.3	123.4

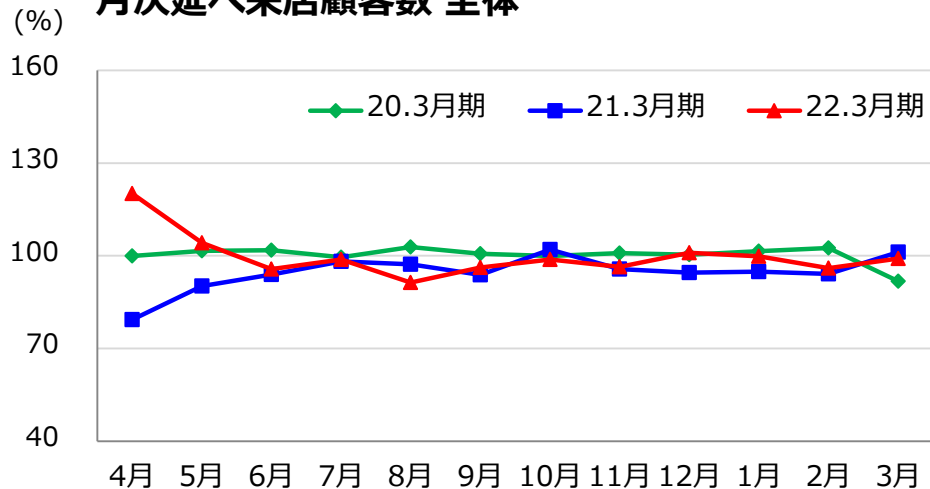
主要商品 男性



主要商品 女性



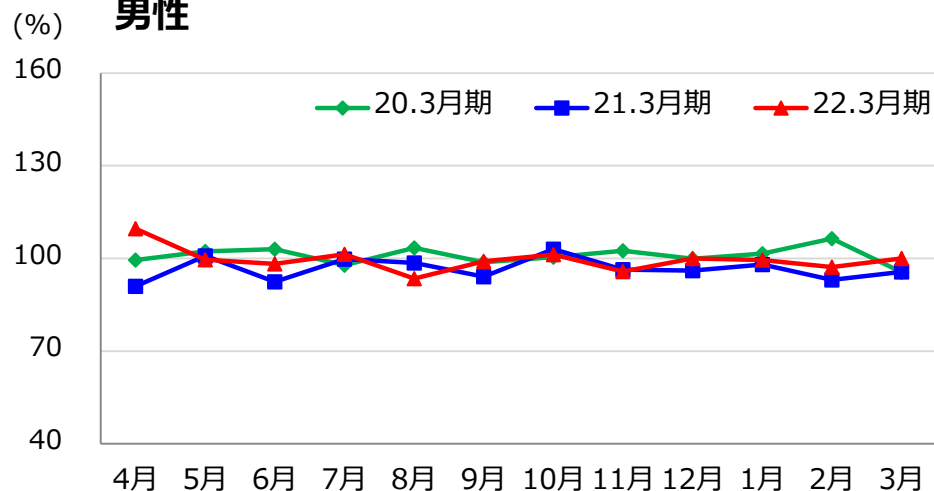
月次延べ来店顧客数 全体



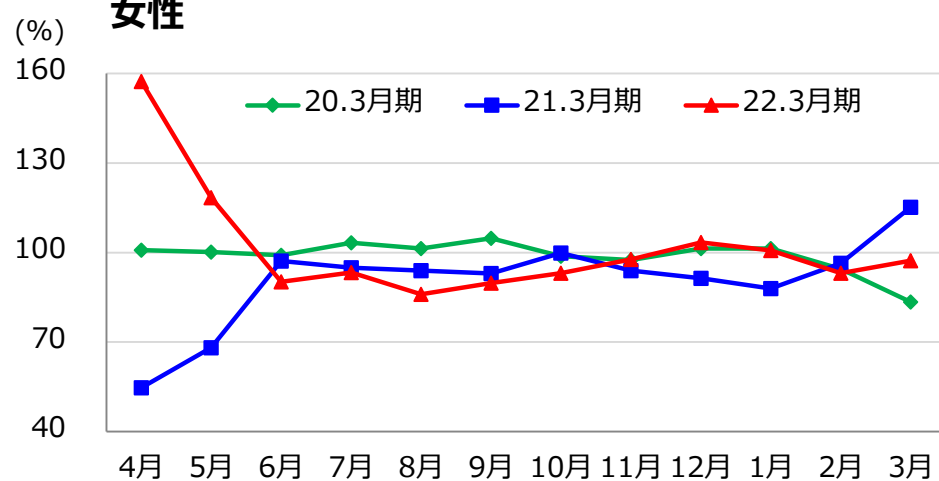
来店顧客数

	全体	男性	女性
2020.3月期	100.1	100.7	98.8
2021.3月期	94.6	96.6	90.1
2022.3月期	99.4	99.5	99.2

男性



女性

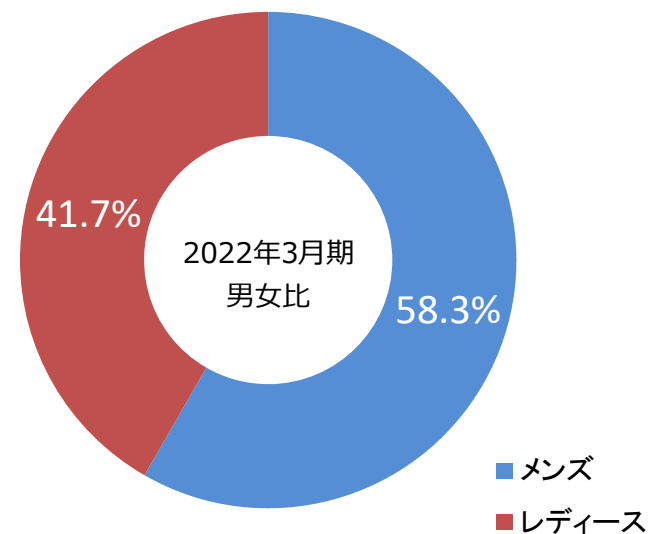
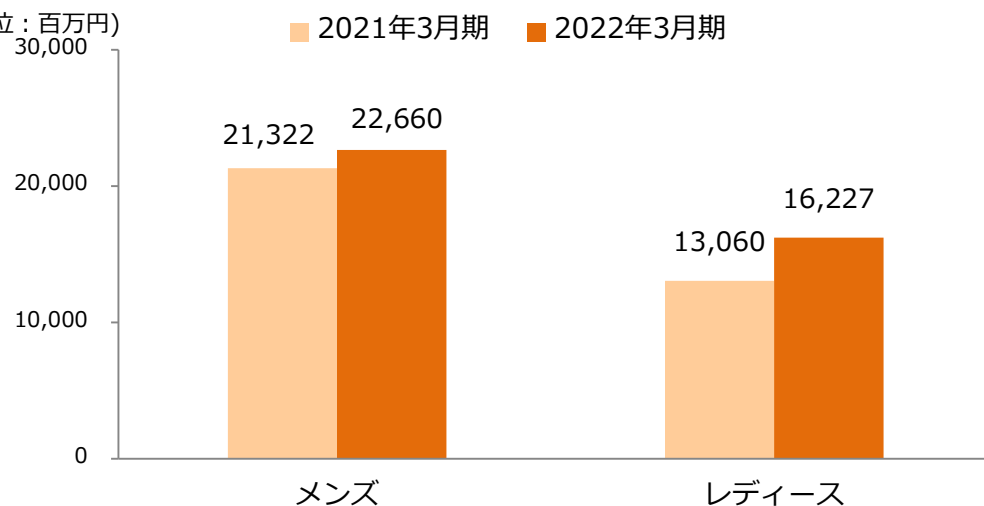


男女別売上動向（連結）

(単位：百万円)

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	前期比	期初計画	計画比
売上高	39,484	35,868	40,437	+12.7%	40,363	+0.2%
メンズ	22,369	21,322	22,660	+6.3%	22,366	+1.3%
レディース	15,720	13,060	16,227	+24.2%	16,052	+1.1%
その他	1,394	1,485	1,548	+4.3%	1,945	▲20.4%

(単位：百万円)



※ レディースにジュリア・オージェ、ナオアート社を含む

商品・サービス別売上高（単体／男女計）

(単位：百万円)

売上高		2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	3,292	2,358	4,378	+2,019	+85.6%
	リピート	17,531	16,225	16,905	+679	+4.2%
	合計	20,824	18,584	21,283	+2,699	+14.5%
増毛商品	新規	1,910	1,465	1,283	▲181	▲12.4%
	リピート	3,304	2,700	3,129	+429	+15.9%
	合計	5,215	4,165	4,413	+247	+6.0%
育毛ケア・サービス	新規	123	98	77	▲21	▲22.1%
	リピート	1,070	1,096	1,141	+44	+4.1%
	合計	1,193	1,195	1,218	+23	+1.9%
理・美容サービス		5,487	5,373	6,134	+760	+14.2%
ジュリア・オージェ		3,433	2,761	3,287	+526	+19.1%
その他商品等		2,542	2,569	2,580	+10	+0.4%
全商品・サービス	新規	5,326	3,922	5,739	+1,816	+46.3%
	リピート	28,780	26,744	28,707	+1,963	+7.3%
	ジュリア・オージェ	3,433	2,761	3,287	+526	+19.1%
	その他	1,157	1,221	1,183	▲38	▲3.1%
	合計	38,697	34,649	38,917	+4,268	+12.3%

※合計欄のリピートの内訳は、各商品・サービス欄のリピート、「理・美容サービス」、「その他商品等」の一部です。

商品・サービス別売上高（単体／男性）

(単位：百万円)

売上高		2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	増減	
					増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	606	493	602	+109	+22.1%
	リピート	12,193	11,777	12,712	+935	+7.9%
	合計	12,799	12,271	13,315	+1,044	+8.5%
増毛商品	新規	1,363	1,131	1,106	▲24	▲2.2%
	リピート	2,002	1,753	2,078	+324	+18.5%
	合計	3,366	2,885	3,184	+299	+10.4%
育毛ケア・サービス	新規	110	89	68	▲21	▲23.6%
	リピート	595	575	563	▲12	▲2.1%
	合計	705	664	631	▲33	▲5.0%
理・美容サービス		4,484	4,499	4,499	▲0	▲0.0%
その他商品等		1,014	1,001	1,029	+28	+2.8%
全商品・サービス	新規	2,079	1,713	1,777	+63	+3.7%
	リピート	20,289	19,608	20,883	+1,275	+6.5%
	合計	22,369	21,322	22,660	+1,338	+6.3%

※合計欄のリピートの内訳は、各商品・サービス欄のリピート、「理・美容サービス」、「その他商品等」の一部です。

商品・サービス別売上高（単体／女性）

(単位：百万円)

売上高		2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	増減	
					増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	2,686	1,864	3,775	+1,910	+102.5%
	リピート	5,338	4,447	4,192	▲255	▲5.7%
	合計	8,025	6,312	7,968	+1,655	+26.2%
増毛商品	新規	547	334	177	▲156	▲46.8%
	リピート	1,302	946	1,051	+104	+11.1%
	合計	1,849	1,280	1,228	▲51	▲4.0%
育毛ケア・サービス	新規	13	9	8	▲0	▲8.0%
	リピート	474	521	578	+57	+11.0%
	合計	488	530	587	+56	+10.6%
理・美容サービス		1,003	874	1,635	+760	+87.0%
その他商品等		3,804	3,107	3,654	+546	+17.6%
全商品・サービス	新規	3,246	2,208	3,962	+1,753	+79.4%
	リピート	8,490	7,135	7,823	+688	+9.6%
	ジュリア・オージェ	3,433	2,761	3,287	+526	+19.1%
	合計	15,170	12,105	15,073	+2,967	+24.5%

※合計欄のリピートの内訳は、各商品・サービス欄のリピート、「理・美容サービス」、「その他商品等」の一部です。

2023年3月期 通期計画

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	
	通期実績	通期計画	前期比
売上高	40,437	41,991	+3.8%
メンズ	22,660	22,896	+1.0%
レディース	16,227	17,034	+5.0%
その他	1,548	2,061	+33.1%
売上原価	12,698	14,030	+10.5%
売上総利益	27,739	27,961	+0.8%
販管費	24,719	25,855	+4.6%
広告費	6,556	6,873	+4.8%
人件費	5,790	6,265	+8.2%
営業利益	3,020	2,105	▲30.3%
経常利益	3,038	2,155	▲29.1%
親会社株主に帰属する期純利益	1,204	1,137	▲5.6%
減価償却費	827	795	▲3.8%
設備投資	1,359	2,522	+85.5%

計画策定にあたっての前提条件

【外部環境】
 ・大規模な緊急事態宣言等の社会的制限は想定しない

【生産体制】
 ・通常操業が継続

【営業体制】
 ・通常営業が継続

※新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言の再発出等の大規模な社会的制限について想定・反映はしておらず、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。開示すべき重要な事項が発生した場合には、速やかに業績予想の修正をお知らせいたします。

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期		
	通期実績	通期計画	増減額	増減率
オーダーメイドかつら	21,283	21,471	+187	+0.9%
増毛商品	4,413	4,628	+215	+4.9%
育毛ケア・サービス	1,218	1,342	+124	+10.2%
理・美容サービス	6,134	6,155	+21	+0.3%
ジュリア・オージェ	3,287	3,432	+145	+4.4%
その他商品等	2,580	3,105	+525	+20.4%
合計	38,917	40,137	+1,219	+3.1%

売上高	2022年 3月期	2023年 3月期計画	(単位：百万円)			2023年3月期 主要施策
			増減額	増減率		
オーダーメイドかつら	13,315	13,408	+93	+0.7%	全体	「お客様満足」を軸とした営業活動を行っていくことで「アートネイチャーの真のファン」の拡大を目指す
増毛商品	3,184	2,977	▲206	▲6.5%	新規	<ul style="list-style-type: none"> 商品力訴求を強化したプロモーション戦略の実行 youtubeの継続活用による若年層への訴求強化 カウンセラー人員の増強と育成 市場環境、ニーズの変化に対応するスキル強化 本社バックアップ施策（定期DMなど）の実施
育毛ケア・サービス	631	853	+222	+35.2%		
理・美容サービス	4,499	4,648	+149	+3.3%		
その他商品等	1,029	1,007	▲22	▲2.2%	レポート	<ul style="list-style-type: none"> お客様満足度向上を軸とした各種施策の継続 お客様から信頼され愛される人材を育成強化 若年層定着を目的としたサービスプランの投入 既存顧客の定着企画を強化 オンラインを活用した研修等の継続
合計	22,660	22,896	+235	+1.0%		

売上高	2022年 3月期	2023年 3月期計画	(単位：百万円)			2023年3月期 主要施策
			増減額	増減率		
オーダーメイドかつら	7,968	8,062	+94	+1.2%	全体	「お客様満足」を軸にした営業活動を行っていきと共に 既製品部門においては店舗網の更なる拡大を目指す
増毛商品	1,228	1,651	+422	+34.4%		
育毛ケア・サービス	587	489	▲97	▲16.7%	新規	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア向けブランド戦略の強化 ・リーダーおよび新人早期戦力化に向けた育成強化 ・店舗との連携強化による新規顧客定着化の推進 ・新たな催事販路の開拓
理・美容サービス	1,635	1,506	▲128	▲7.8%	リピート	<ul style="list-style-type: none"> ・既存顧客の定着企画を強化 ・来店困難者に対するアフターケア施策の導入 ・お客様満足度向上を軸とした店舗カルチャーの改革 ・オンライン活用による会議、研修の継続実施
ジュリア・オージェ	3,287	3,432	+145	+4.4%		
その他商品等	366	503	+136	+37.3%	ジュリア・オージェ	<ul style="list-style-type: none"> ・レディースアートネイチャーとの連携強化 ・出店先施設での展示イベントの開催強化 ・スクラップ&ビルド等による店舗網の拡充やハイブリッド店舗の強化 ・研修体制の充実によるスタッフ育成強化
合計	15,073	15,646	+573	+3.8%		



<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 IR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

參考資料

連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)

	2021年3月末		2022年3月末		増減率	変動要因
		構成比		構成比		
流動資産	26,586	59.2%	28,021	60.2%	+5.4%	流動資産 +1,435 ・現預金 +472 ・売掛金 +151 ・棚卸資産 +775 固定資産 +155 ・繰延税金資産 +652 ・のれん ▲368 流動負債 +2,089 ・未払金 +341 ・契約負債等 +1,853 ・未払法人税等 ▲124 純資産 ▲658 ・利益剰余金 ▲767 ・期首調整：▲1,072 (収益認識に関する会計基準適用により) (純利益 +1,204) (配当金支払 ▲898)
現預金	19,073	42.5%	19,546	42.0%	+2.5%	
固定資産	18,332	40.8%	18,488	39.8%	+0.8%	
有形固定資産	8,674	19.3%	8,694	18.7%	+0.2%	
資産合計	44,919	100.0%	46,510	100.0%	+3.5%	
流動負債	12,147	27.0%	14,237	30.6%	+17.2%	
前受金	6,464	14.4%	6,502	14.0%	+0.6%	
固定負債	7,517	16.7%	7,676	16.5%	+2.1%	
負債合計	19,664	43.8%	21,914	47.1%	+11.4%	
純資産	25,255	56.2%	24,596	52.9%	▲2.6%	
利益剰余金	19,075	42.5%	18,307	39.4%	▲4.0%	
負債及び純資産合計	44,919	100.0%	46,510	100.0%	+3.5%	

(単位：百万円)

		2021年3月期	2022年3月期	発生要因
	営業：キャッシュフロー	4,232	2,505	営業C F ・調整前純利益 +2,322 ・減価償却費 +911 ・減損損失 +545 ・法人税及び住民税 ▲1,433
	投資：キャッシュフロー	▲ 885	▲ 1,183	
	フリー・キャッシュフロー	3,347	1,321	
	財務活動によるキャッシュフロー	▲ 1,112	▲ 924	投資C F ・固定資産取得 ▲787 ・長期貸付による支出 ▲150 財務C F ・配当金支払 ▲898
	現金及び現金同等物 期首残高	16,736	18,984	
	現金及び現金同等物 期末残高	18,984	19,452	
	現金及び現金同等物 増減額	2,247	468	