



2019年3月期 第2四半期決算説明資料

株式会社アートネイチャー
東証1部：7823

2019年3月期 上期決算概況と下期計画

株式会社アートネイチャー

2019年3月期 上期 決算実績

(単位:百万円)

	前年同期	実績	前年同期比	通期計画	進捗率
売上高	17,822	17,927	+0.6%	38,000	47.2%
営業利益	1,045	1,418	+35.6%	2,796	50.7%

部門別売上高実績

	前年同期	実績	前年同期比	通期計画	進捗率
メンズ	10,318	10,616	+2.9%	21,907	48.5%
レディース	6,997	6,799	▲2.8%	14,924	45.6%
その他	506	511	+0.9%	1,169	43.7%

※ レディースにジュリア・オージェを含む

■ メンズ、● レディース、▲ ジュリア・オージェ、◆ その他

【新商品】

- 3月より増毛「マープ リボーン(MRP REBORN)」発売
- 3月よりオーダーメイドウィッグ「パフィール エアリーフィット」発売
- ◆ 6月よりヘアケアシリーズ「ラボモ クールキューブ」発売
- 8月よりオーダーメイドウィッグ「エアリス(AIRYS)」発売
- 9月より増毛「マープ コントロール システム」発売
- 9月よりオーダーメイドウィッグ「パフィール ふわり」発売
- ▲ 10月よりレディースオーダーメイドウィッグ「さらら(SARARA)」発売

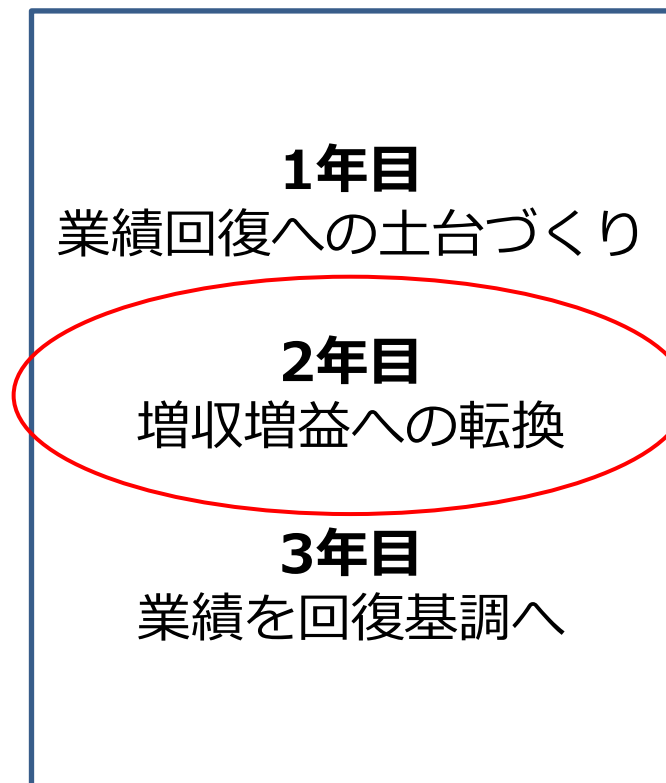
【新規出店】

- ▲ 7月より関西初の病院内サロン「アंकス奈良県立医科大学附属病院店」オープン

4つの実現



業績回復



2019年3月期主要施策の進捗について

営業基盤の整備・強化

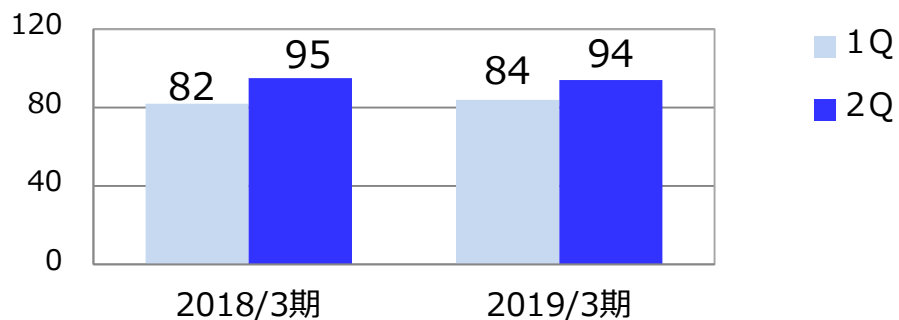
- ・ 営業基盤のうち、社内体制の整備・強化については順調に進展
- ・ 顧客基盤の整備・強化については、お客様の定着化が進展

更なる収益重視体制の実現

- ・ 「営業本部」と「ジュリア・オージェ営業本部」を統合、女性向けウィッグの営業体制を一本化することで、レディース分野に係る営業の活性化と効率化を図る

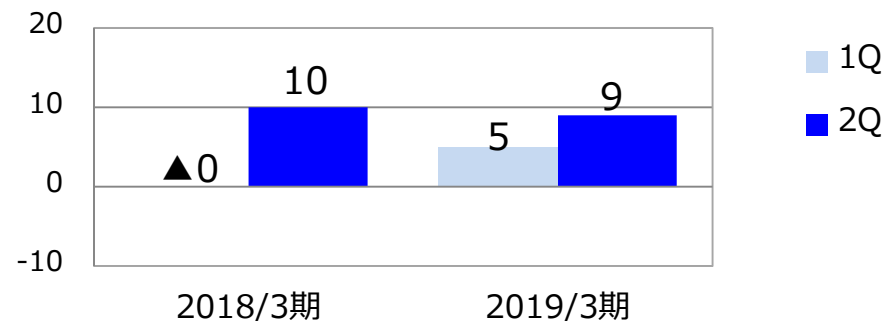
上期売上高 (億円)

上期は前期に比べ微増



上期営業利益 (億円)

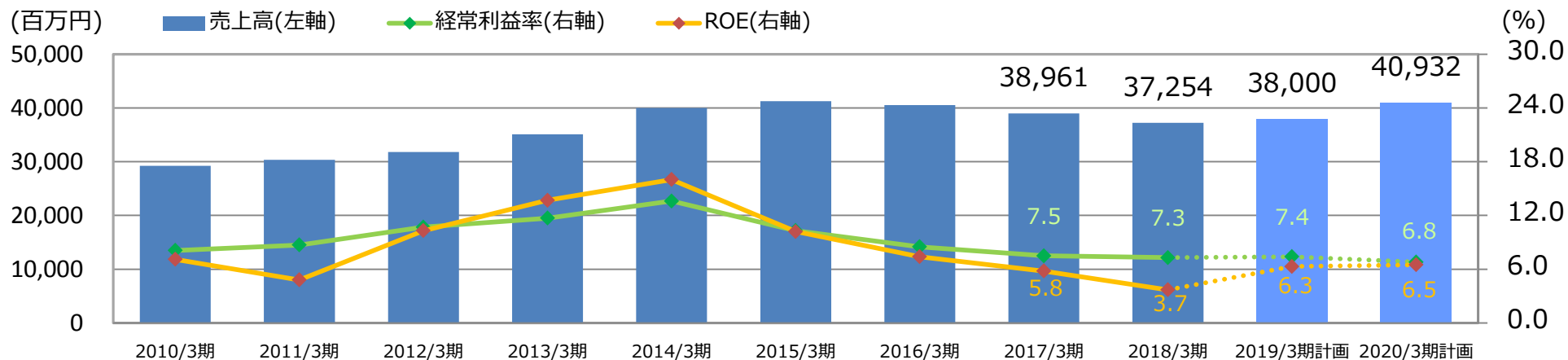
経費の効率的な使用もあって大幅に増益



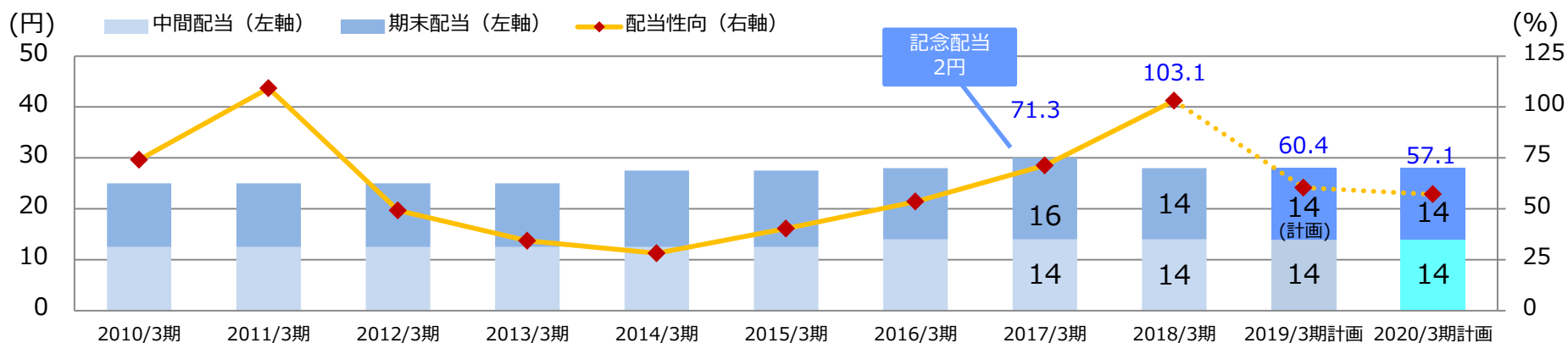
下期の取組み

- ① 営業基盤の整備・強化の継続
- ② 業務改善・改革の実践による更なる収益構造の強化
- ③ スタッフの育成強化と貢献度に応じた処遇の改善
- ④ 新領域へ踏み出す体制整備の継続

2020年3月期目標 売上高:409億円 経常利益率:6.8% ROE:6.5%



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。

2019年3月期 第2四半期 決算実績および通期見通し

株式会社アートネイチャー

2019年3月期 第2四半期 連結損益計算書の概要

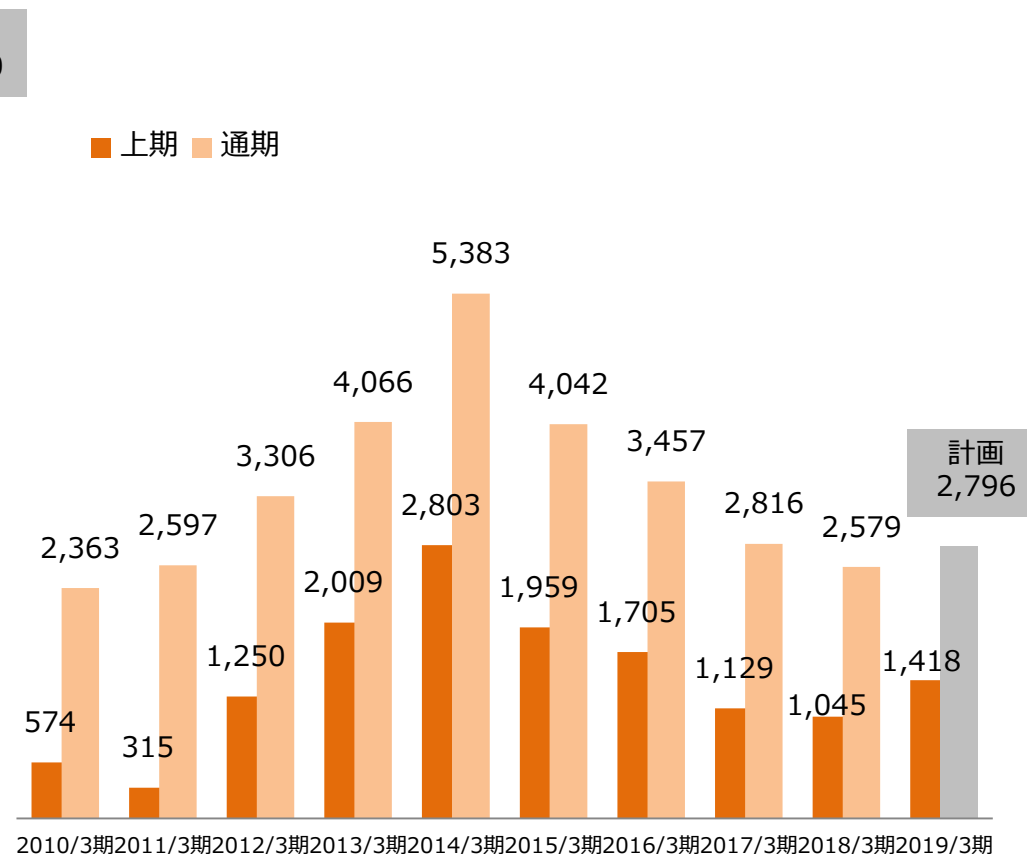
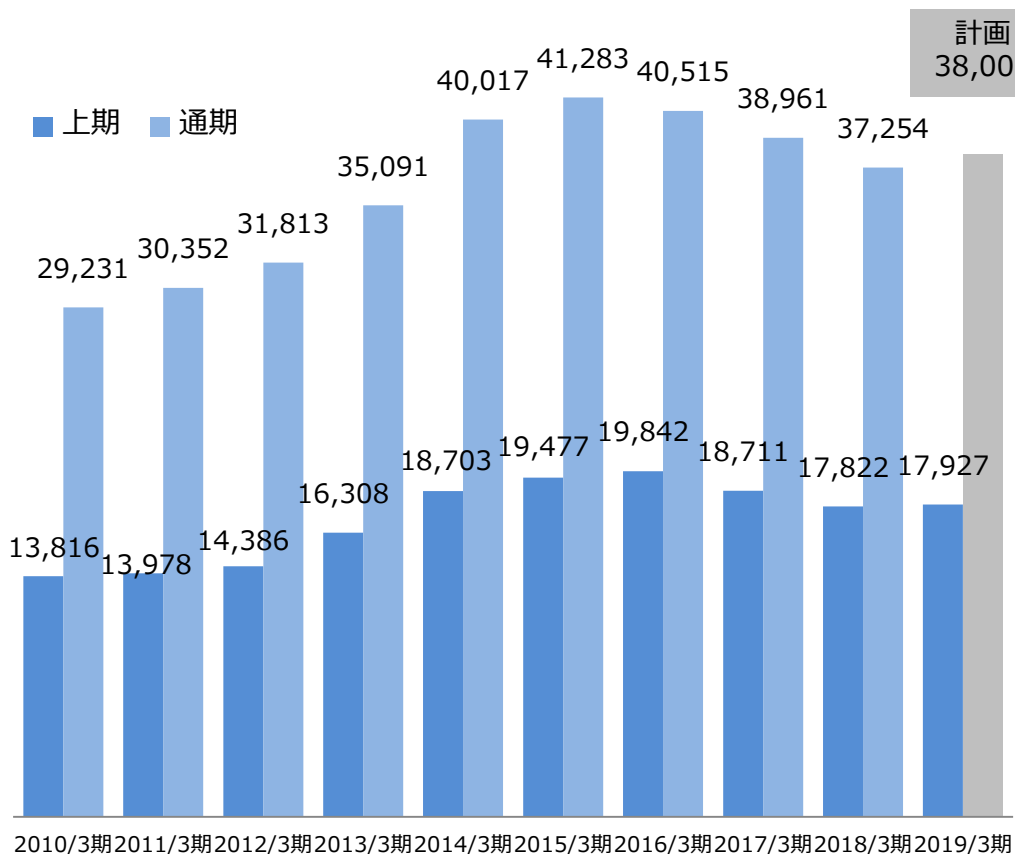


(単位：百万円)

	2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	通期計画	変動要因
売上高	17,822	17,927	38,000	売上高：0.6%増 メンズ：2.9%増 レディース：2.8%減
メンズ	10,318	10,616	21,907	
レディース	6,997	6,799	14,924	
その他	506	511	1,169	
売上原価	5,696	5,776	12,024	原価率：0.2P上昇 (商品原価率：▲1.1P) (スタッフ人件費率：+1.4P)
売上総利益	12,126	12,150	25,976	
販管費	11,080	10,732	23,179	販管費率：2.3P下降 広告費：3.9%増 人件費：10.3%減 その他の販売費：4.7%増
広告費	2,880	2,993	6,339	
人件費	2,777	2,490	5,179	
営業利益	1,045	1,418	2,796	設備投資内訳 店舗設備関係：388百万円 システム関連：60百万円
経常利益	1,120	1,489	2,813	
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	387	920	1,517	
減価償却費	526	461	1,001	
設備投資	635	539	2,013	

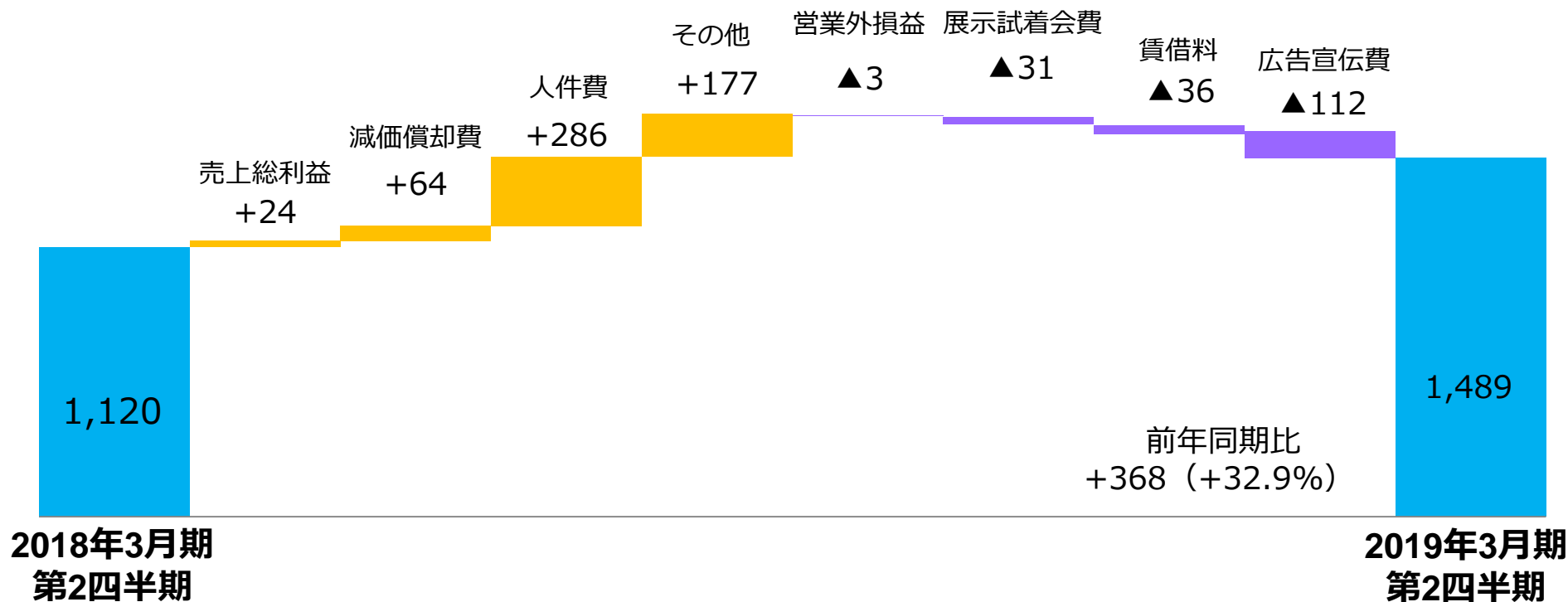
売上高の推移 (百万円)

営業利益の推移 (百万円)

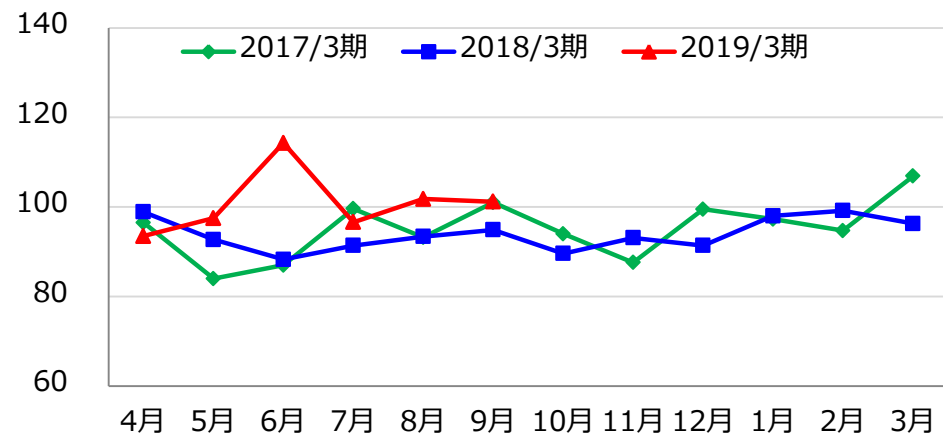


● 連結経常利益増減要因

(単位：百万円)



(%) **主要商品 全体**

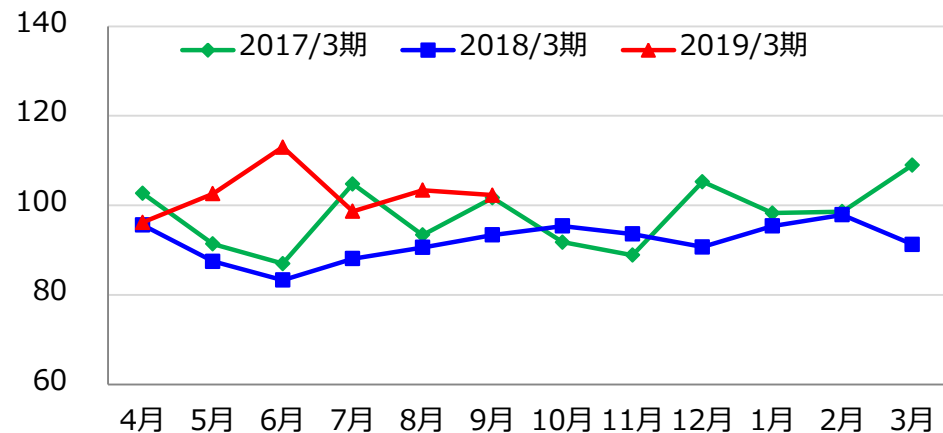


第2四半期：主要商品売上高

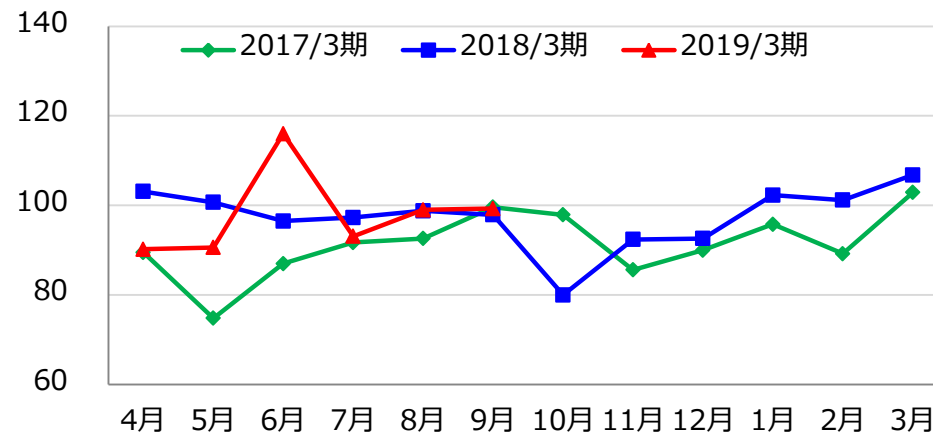
(単位：%)

	全体	男性	女性
2017年3月期	93.5	96.6	88.7
2018年3月期	93.2	89.7	99.0
2019年3月期	100.8	102.7	97.8

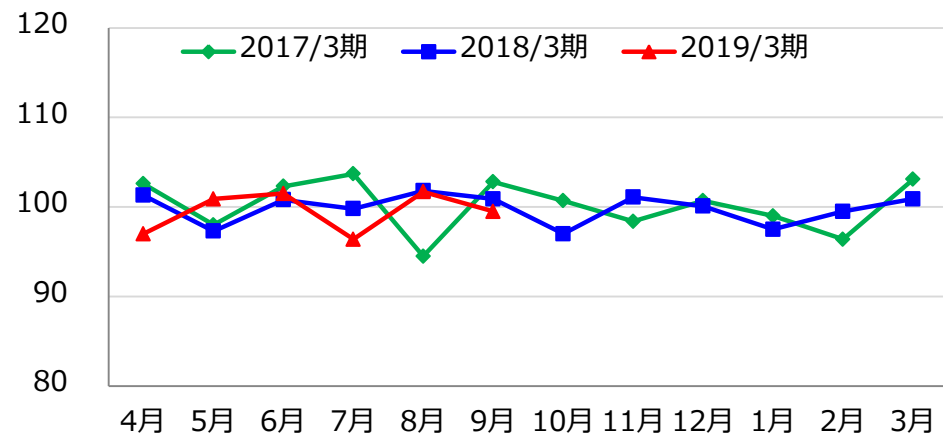
(%) **主要商品 男性**



(%) **主要商品 女性**



(%) 月次延べ来店顧客数 全体

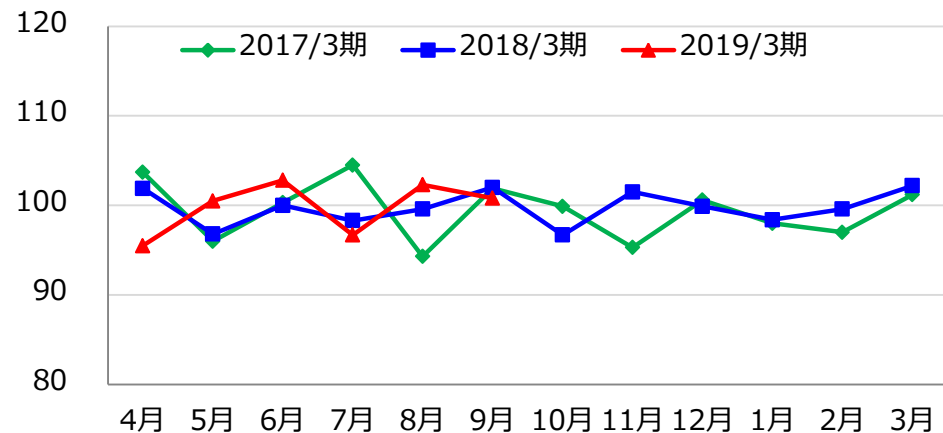


第2四半期：来店顧客数

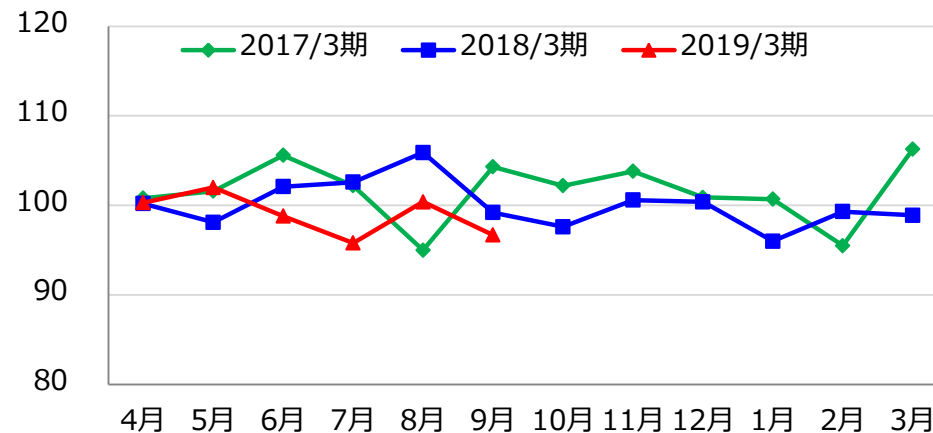
(単位：%)

	全体	男性	女性
2017年3月期	100.6	100.0	101.6
2018年3月期	100.3	99.7	101.2
2019年3月期	99.5	99.7	99.0

(%) 男性



(%) 女性

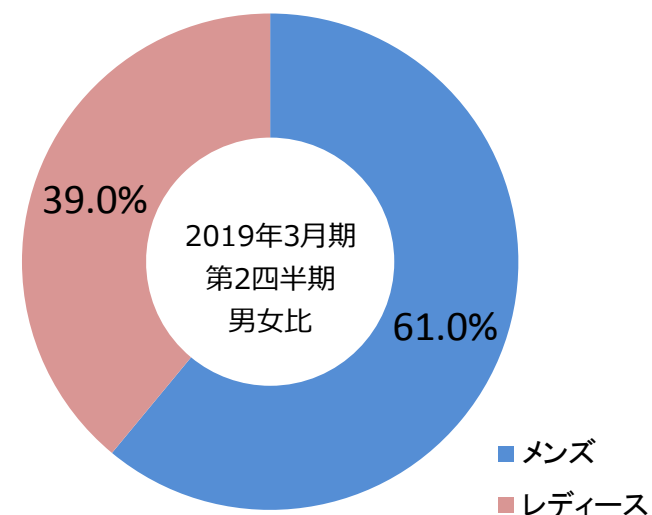
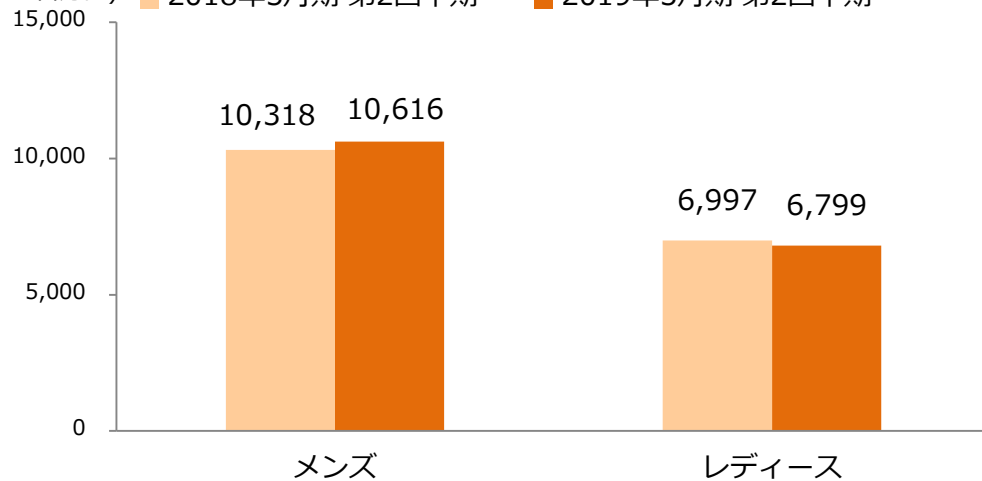


男女別売上動向（連結）

(単位：百万円)

	2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	前年同期比	通期計画	第2四半期までの 進捗率
売上高	17,822	17,927	+0.6%	38,000	47.2%
メンズ	10,318	10,616	+2.9%	21,907	48.5%
レディース	6,997	6,799	▲2.8%	14,924	45.6%
その他	506	511	+0.9%	1,169	43.7%

(単位：百万円) 2018年3月期 第2四半期 2019年3月期 第2四半期



※ レディースにジュリア・オージェを含む

商品・サービス別売上高（単体／男女計）

（単位：百万円）

売上高		2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	増減額	
				増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	1,525	1,537	+12	+0.8%
	リピート	8,420	8,650	+229	+2.7%
	合計	9,945	10,187	+242	+2.4%
増毛商品	新規	940	795	▲144	▲15.4%
	リピート	1,250	1,258	+8	+0.7%
	合計	2,190	2,054	▲136	▲6.2%
育毛ケア・サービス	新規	68	56	▲11	▲16.6%
	リピート	470	472	+1	+0.3%
	合計	538	528	▲9	▲1.9%
理・美容サービス		2,673	2,754	+80	+3.0%
ジュリア・オージェ		1,284	1,179	▲105	▲8.2%
その他商品等		1,088	1,123	+35	+3.2%
全商品・サービス	新規	2,533	2,390	▲143	▲5.7%
	リピート	13,497	13,846	+348	+2.6%
	ジュリア・オージェ	1,284	1,179	▲105	▲8.2%
	その他	406	412	+6	+1.6%
	合計	17,722	17,828	+106	+0.6%

※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		2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	380	358	▲22	▲5.8%
	リピート	5,643	5,780	+136	+2.4%
	合計	6,024	6,138	+113	+1.9%
増毛商品	新規	552	601	+48	+8.7%
	リピート	725	782	+56	+7.8%
	合計	1,278	1,383	+105	+8.2%
育毛ケア・サービス	新規	60	51	▲8	▲14.7%
	リピート	312	306	▲5	▲1.7%
	合計	372	358	▲14	▲3.8%
理・美容サービス		2,148	2,225	+77	+3.6%
その他商品等		494	510	+16	+3.2%
全商品・サービス	新規	993	1,011	+17	+1.7%
	リピート	9,324	9,605	+280	+3.0%
	合計	10,318	10,616	+298	+2.9%

※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。

メンズ部門

	営業施策	進捗	下期の取組み
新規	信頼度・満足度を高められる商品提案及び接客スキルの向上	顧客ニーズに応じたカウンセリングスキル構築の為の個別研修を实践	<ul style="list-style-type: none"> ・カウンセラー・地区リーダーへの集合または個別研修等を強化 ・地区リーダーに対するマネジメントに関する指導を強化
	地区体制強化の継続	地区別課題に対する地区リーダーの率先活動の活性化	
	店舗へ新規導入されるお客様の定着推進(店舗連携強化)	カウンセラーが納品後のお客様満足度の確認を实践	
レポート	お客様担当制の徹底によるお客様との信頼関係の強化	本社主導によるお客様担当制の実施状況を確認・分析し、個別店の指導を強化	<ul style="list-style-type: none"> ・適切なアドバイスと商品提案の徹底を継続 ・接客力強化に向け店長・次席を講師とする店内研修を实践 ・業務の効率化、時間外削減への取組みの継続
	適切な販売サイクルを前提とした商品提案の継続	お客様や商品に係る情報収集に基づいた適切なアドバイスと商品提案の徹底による販売サイクルの正常化の進展	
	お客様満足度の向上にむけた技術力・接客力の強化	スタイリスト向けに技術検定・個別研修を实施 店長向けの接客研修は完了、次席へ展開中	
	生産性向上を意識した店舗運営の実施	スタイリストの一人当たり売上高等を意識させる活動を展開	

注力商品

- ◆ 新增毛法『マップコントロール システム』
 特長：自毛を活かす「マップシリーズ」の技術を結集した新增毛法。
 自毛が伸びても増毛位置を元に戻すことができるコントロール自由自在の増毛法



（単位：百万円）

	2018年3月期		2019年3月期				
	第2四半期	通期	第2四半期	前年同期比	通期計画	前期比	第2四半期までの進捗率
オーダーメイドかつら	6,024	12,990	6,138	+1.9%	12,604	▲3.0%	48.7%
増毛商品	1,278	2,642	1,383	+8.2%	3,101	+17.4%	44.6%
育毛ケア・サービス	372	725	358	▲3.8%	882	+21.5%	40.7%
理・美容サービス	2,148	4,247	2,225	+3.6%	4,374	+3.0%	50.9%
その他商品等	494	966	510	+3.2%	943	▲2.3%	54.1%
合計	10,318	21,573	10,616	+2.9%	21,907	+1.5%	48.5%

商品・サービス別売上高（単体／女性）

（単位：百万円）

売上高		2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	1,145	1,179	+34	+3.0%
	リピート	2,776	2,870	+93	+3.4%
	合計	3,921	4,049	+128	+3.3%
増毛商品	新規	387	194	▲193	▲49.8%
	リピート	524	475	▲48	▲9.3%
	合計	912	670	▲241	▲26.5%
育毛ケア・サービス	新規	7	4	▲2	▲32.9%
	リピート	158	165	+6	+4.2%
	合計	165	170	+4	+2.6%
理・美容サービス		525	529	+3	+0.7%
その他商品等		1,472	1,380	▲92	▲6.3%
全商品・サービス	新規	1,539	1,379	▲160	▲10.4%
	リピート	4,173	4,240	+67	+1.6%
	ジュリア・オージェ	1,284	1,179	▲105	▲8.2%
	合計	6,997	6,799	▲198	▲2.8%

※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。

レディース部門

	営業施策	進捗	下期の取組み
新規	展示・試着会の効率的かつ効果的な開催（過去実績を踏まえ適切な時期・場所・計画内容を立案）	百貨店の開催は一定の効果が現出したが、百貨店以外の開催では競合他社との差別化が打ち出せず	<ul style="list-style-type: none"> ・展示会について、他社との差別化を図ると共に、ジュリア・オージェとのコラボ開催を強化
リピート	技術/接客/商品提案の基礎力向上による全体レベルの引き上げ	スタイリストへ向けた個別研修等に加え、技術力・接客力強化のための社内検定を実施	
ジュリア・オージェ等	顧客管理システム活用によるリピートユーザーの売上拡大	顧客管理システムの予約機能を活用し効率化、各種イベント等でのタイムリーなアプローチでお客様の定着化に寄与	<ul style="list-style-type: none"> ・ジュリア・オージェ事業における顧客管理システムによるフォローを強化 ・地上波TVの通販獲得に向けたアプローチを継続 ・病院内サロンの新規開拓を継続 保険会社2社との連携を強化
	TV通販の放映回数増加、地上波TV通販へのアプローチ継続	ショップチャンネル放映販売枠は前年同水準を確保	
	医療向けウィッグの販売ルート及び認知度の拡大	2店舗目の病院内サロンオープン。保険会社2社と提携し、医療用ウィッグの認知度を向上	

注力商品

◆ オーダーメイドウィッグ『パフィール ふわり』
 特長：パフィールシリーズの「軽い」「柔らかい」「薄い」の三大特長を継承しつつ、細かく編んだネットを採用することで、植毛もより繊細になり、ボリューム感やふんわり感もアップ。



パフィール Perfect
ふわり

◆ 既製品ウィッグ『さらら』
 特長：当社で初めてウィッグのベースネット素材に和紙を原料とした糸を採用した新商品。吸湿性のあるベース素材、さらっと気持ちいい付け心地、消臭効果でニオイを抑え、UVカット効果によって紫外線からも頭皮を守る。



さらら SARARA

(単位：百万円)

	2018年3月期		2019年3月期				
	第2四半期	通期	第2四半期	前年同期比	通期計画	前期比	第2四半期までの進捗率
オーダーメイドかつら	3,921	8,165	4,049	+3.3%	8,256	+1.1%	49.0%
増毛商品	912	1,581	670	▲26.5%	1,501	▲5.0%	44.7%
育毛ケア・サービス	165	332	170	+2.6%	348	+4.9%	48.9%
理・美容サービス	525	1,043	529	+0.7%	1,084	+4.0%	48.8%
ジュリア・オージェ	1,284	3,102	1,179	▲8.2%	3,308	+6.6%	35.7%
その他商品等	187	393	200	+6.8%	424	+8.0%	47.2%
合計	6,997	14,617	6,799	▲2.8%	14,924	+2.1%	45.6%

(単位：百万円)

	2018年3月期		2019年3月期				
	第2四半期	通期	第2四半期	前年同期比	通期計画	前期比	第2四半期までの進捗率
オーダーメイドかつら	9,945	21,156	10,187	+2.4%	20,861	▲1.4%	48.8%
増毛商品	2,190	4,223	2,054	▲6.2%	4,603	+9.0%	44.6%
育毛ケア・サービス	538	1,057	528	▲1.9%	1,230	+16.3%	43.0%
理・美容サービス	2,673	5,291	2,754	+3.0%	5,459	+3.2%	50.5%
ジュリア・オージェ	1,284	3,102	1,179	▲8.2%	3,308	+6.6%	35.7%
その他商品等	1,088	2,215	1,123	+3.2%	2,242	+1.2%	50.1%
合計	17,722	37,047	17,828	+0.6%	37,705	+1.8%	47.3%

(単位：百万円)

	2018年3月期		2019年3月期			
	第2四半期	通期	第2四半期	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	17,822	37,254	17,927	+0.6%	38,000	+2.0%
メンズ	10,318	21,573	10,616	+2.9%	21,907	+1.5%
レディース	6,997	14,617	6,799	▲2.8%	14,924	+2.1%
その他	506	1,063	511	+0.9%	1,169	+9.9%
売上原価	5,696	11,594	5,776	+1.4%	12,024	+3.7%
売上総利益	12,126	25,659	12,150	+0.2%	25,976	+1.2%
販管費	11,080	23,080	10,732	▲3.1%	23,179	+0.4%
広告費	2,880	6,335	2,993	+3.9%	6,339	+0.1%
人件費	2,777	5,480	2,490	▲10.3%	5,179	▲5.5%
営業利益	1,045	2,579	1,418	+35.6%	2,796	+8.4%
経常利益	1,120	2,707	1,489	+32.9%	2,813	+3.9%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	387	897	920	+137.8%	1,517	+69.1%
減価償却費	526	1,077	461	▲12.3%	1,001	▲7.1%
設備投資	635	1,359	539	▲15.0%	2,013	+48.1%

 **アートネイチャー**

<http://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

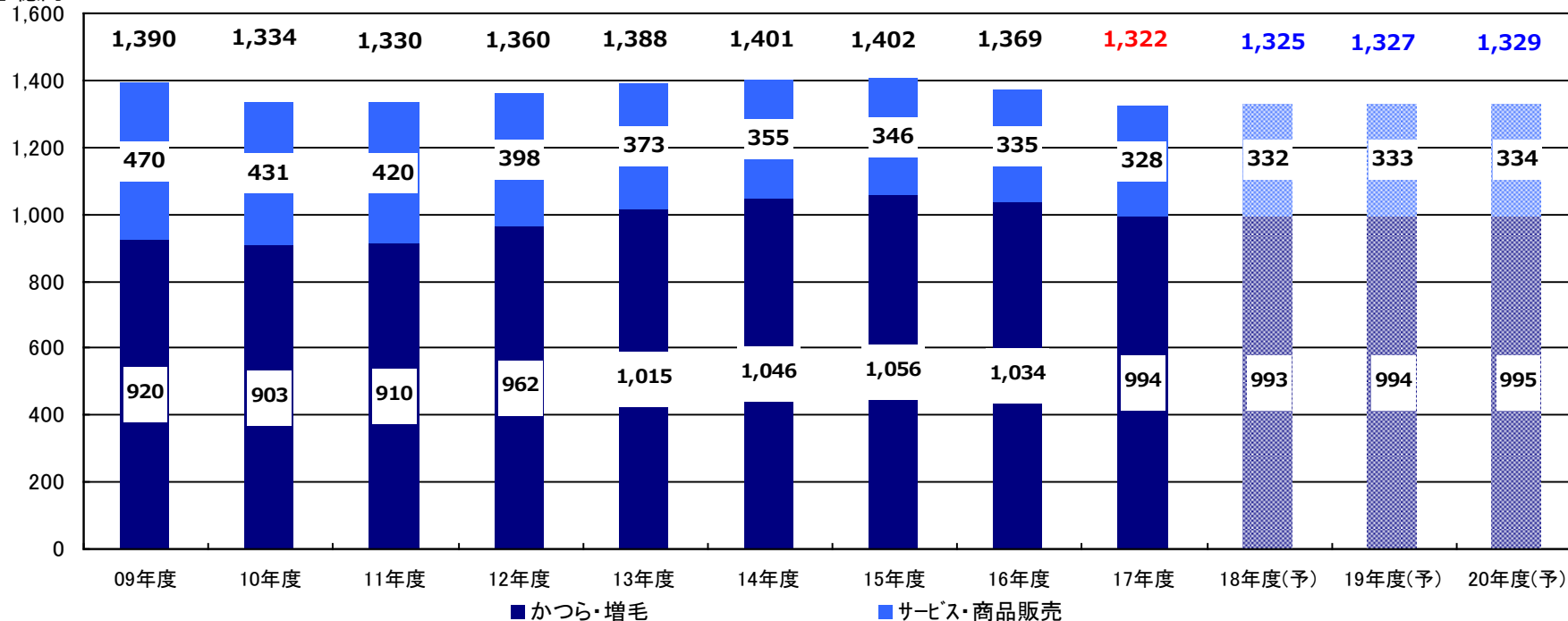
・毛髪業市場

→2008年秋のリーマンショック以降の消費の低迷に加え、隣接市場との競争激化によって低迷してきたが、各社の女性用かつら強化策や男性顧客へのリピート販売が実を結び2012年度以降拡大に転じてきた。しかし、2016年度以降は新規参入企業や中小事業者の低価格品が市場に多く出回った影響から市場は一転して減少傾向になり、**2017年度は前年度比96.6% 1,322億円**となった。

・市場の問題点・課題と今後の見通し

- ・女性用かつら市場は認知・浸透が進み低価格品流通で裾野が拡大。同質化からの差別化が課題
 - ・男性市場の需要喚起の取組みと有カマーケットと見込まれる海外市場への進出が進行
 - ・毛髪関連=ヘアケア商材の拡充と相乗効果の取組み
- 高齢化の進展や消費者のアンチエイジング志向等から、潜在需要は大きく、2018年度以降は横ばいから微増で推移すると予測される。

単位:億円



(出所：(株) 矢野経済研究所「ヘアケアマーケティング総鑑」 注1. 事業者売上高ベース 注2. (予) は予測値 (2018年9月現在)

(単位：百万円 / 下段は構成比)

	2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	17,822 (100.0%)	17,927 (100.0%)	+0.6%
売上総利益	12,126 (68.0%)	12,150 (67.8%)	+0.2%
販売費・一般管理費	11,080 (62.2%)	10,732 (59.9%)	▲3.1%
営業利益	1,045 (5.9%)	1,418 (7.9%)	+35.6%
経常利益	1,120 (6.3%)	1,489 (8.3%)	+32.9%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	387 (2.2%)	920 (5.1%)	+137.8%

(単位：百万円 / 下段は構成比)

	2019年3月期				
	第2四半期	前年同期比	通期計画	前期比	進捗率
売上高	17,927 (100.0%)	+0.6%	38,000 (100.0%)	+2.0%	47.2%
売上総利益	12,150 (67.8%)	+0.2%	25,976 (68.4%)	+1.2%	46.8%
販売費・一般管理費	10,732 (59.9%)	▲3.1%	23,179 (61.0%)	+0.4%	46.3%
営業利益	1,418 (7.9%)	+35.6%	2,796 (7.4%)	+8.4%	50.7%
経常利益	1,489 (8.3%)	+32.9%	2,813 (7.4%)	+3.9%	52.9%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	920 (5.1%)	+137.8%	1,517 (4.0%)	+69.1%	60.7%

連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)

	2018年3月期末		2019年3月期 第2四半期末		増減率	変動要因
		構成比		構成比		
流動資産	23,426	57.3%	23,566	57.4%	+0.6%	流動資産
現預金	16,530	40.4%	17,509	42.6%	+5.9%	・現預金 +978
固定資産	17,462	42.7%	17,500	42.6%	+0.2%	・売掛金 ▲620
有形固定資産	9,167	22.4%	9,221	22.5%	+0.6%	・有価証券 ▲119
資産合計	40,888	100.0%	41,066	100.0%	+0.4%	・棚卸資産 ▲44
流動負債	9,788	23.9%	9,772	23.8%	▲0.2%	固定資産
前受金	4,576	11.2%	4,660	11.3%	+1.8%	・投資有価証券 ▲2
固定負債	7,077	17.3%	6,998	17.0%	▲1.1%	・有形固定資産 +53
負債合計	16,866	41.2%	16,770	40.8%	▲0.6%	・無形固定資産 ▲64
純資産	24,021	58.8%	24,296	59.2%	+1.1%	流動負債
利益剰余金	17,560	42.9%	18,022	43.9%	+2.6%	・前受金 +84
負債及び純資産合計	40,888	100.0%	41,066	100.0%	+0.4%	・未払法人税等 +551
						・未払金 ▲788
						純資産
						・利益剰余金 +462
						(純利益 +920)
						(配当金支払 ▲458)

(単位：百万円)

	2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	変動要因
営業：キャッシュフロー	1,497	2,217	営業C F ・減損損失 ▲665 ・前受金 ▲6 ・売上債権 +152 ・調整前純利益 +1,034 投資C F ・有形固定資産取得 ▲15 ・無形固定資産取得 +147 財務C F ・配当金 +71 ・自己株式取得 ▲147
投資：キャッシュフロー	▲679	▲490	
フリー・キャッシュフロー	818	1,726	
財務活動によるキャッシュフロー	▲748	▲818	
現金及び現金同等物 期首残高	15,515	16,401	
現金及び現金同等物 期末残高	15,552	17,303	
現金及び現金同等物 増減額	37	901	