

平成29年11月9日



平成30年3月期 第2四半期決算説明会

株式会社アートネイチャー
東証1部：7823

平成30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
代表取締役会長兼社長 五十嵐 祥剛

平成30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	18,711	17,822	▲4.7%	37,271	47.8%
営業利益	1,129	1,045	▲7.4%	1,478	70.8%

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	11,200	10,318	▲7.9%	21,440	48.1%
レディース	5,752	5,712	▲0.7%	11,451	49.9%
ジュリア・オージェ	1,395	1,284	▲7.9%	3,601	35.7%

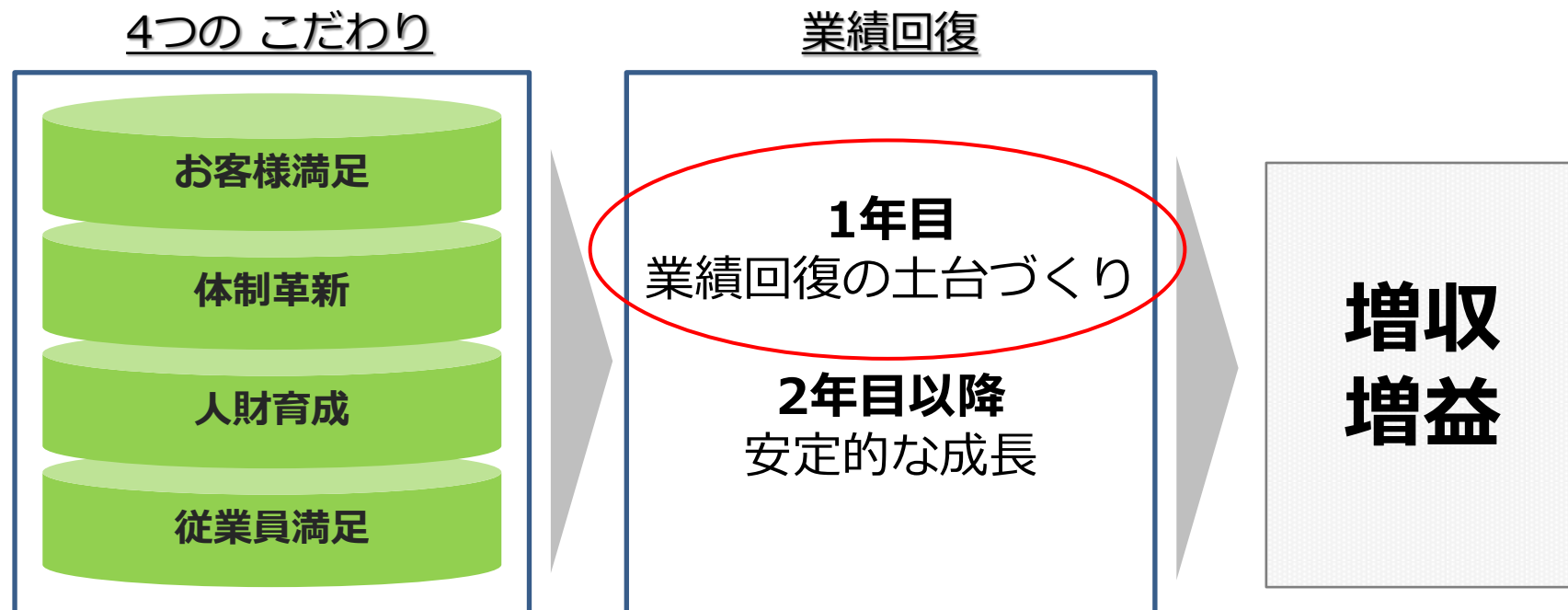
■ メンズ、● レディース、▲ ジュリア・オージェ、◆ その他

【新商品】

- 3月より新增毛システム「4Da(フォーディーアルファ)」発売
- 3月よりオーダーメイドウィッグ新商品「スタイルLaLa」発売
- 9月よりオーダーメイドウィッグ新商品「パフィール」発売
- 9月より新增毛「V50」発売
- ▲ 10月よりレディーメイドウィッグ新商品「ピュアシエル」発売
- ◆ 10月より初の男性向けスキンケア商品「ラボモ」スキンケアシリーズ発売
- ◆ 10月より男性向けヘアケアシリーズ「ラボモ」アートブラック、女性向けヘアケアシリーズ「ラボモ」シルキーソフト 発売

【新規出店】

- ▲ 4月より初の病院内サロン「ヘアサロン アンクス(ANCS)虎の門病院店」オープン
- 6月より「レディース」R名古屋駅前サロン」オープン



平成30年3月期主要施策の進捗について

営業基盤の整備・強化

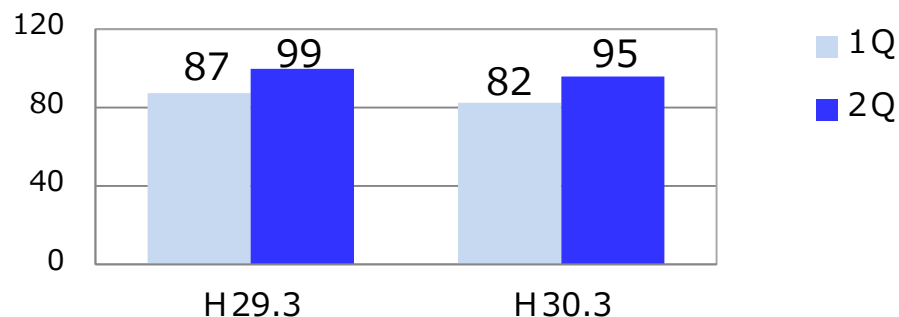
- ・ 当社の長い歴史の中で変遷してきた戦略や戦術を
いまの「時代」に合うように顧客基盤を中心に整備中

収益重視体制への切り替え

- ・ 当社生産子会社であるカンボジア社の譲渡を発表（10/30）
コスト構造の改善へ（原価低減）

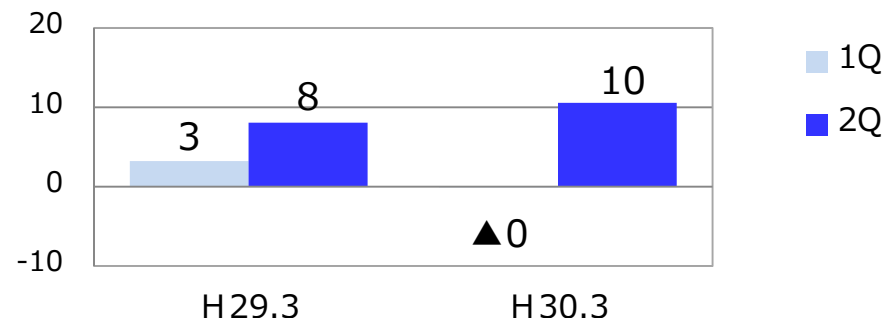
上期売上高 (億円)

上期は概ね計画どおり進捗



上期営業利益 (億円)

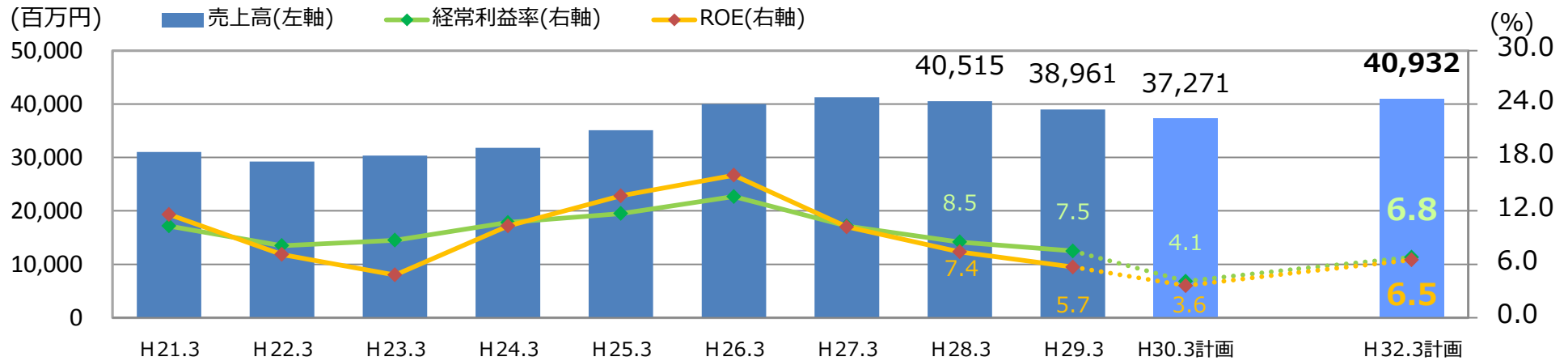
費用の抑制により計画以上の進捗



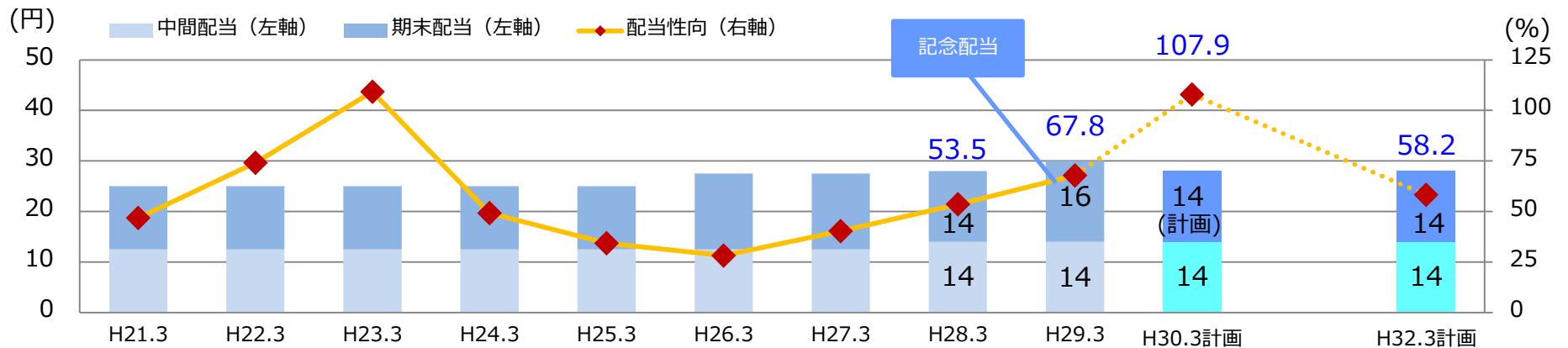
下期の取組み

- ①次年度に向けた営業基盤の整備を継続
- ②お客様ニーズを満たす新商品・販促企画を投入
- ③業務効率化を図るなどの収益体制の見直し
- ④スタッフ全体の基礎能力の引上げ
- ⑤スタッフの育成体制、評価体系の見直し

平成32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



※ 平成26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。

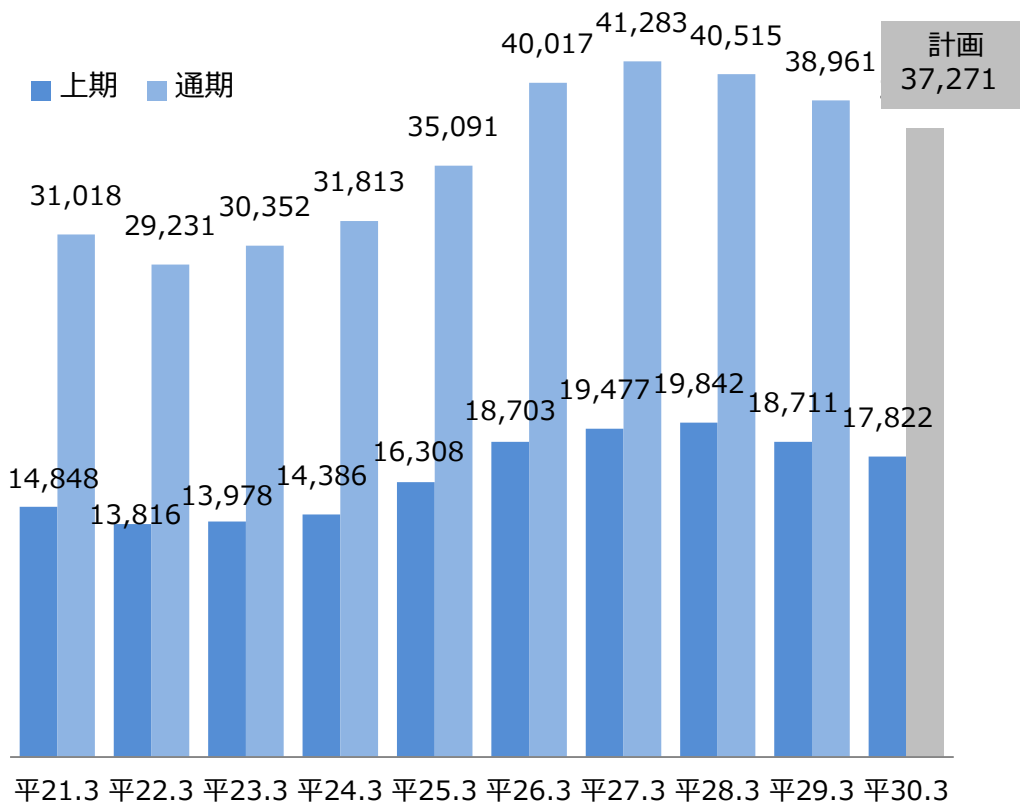
平成30年3月期第2四半期 決算実績および通期見通し

株式会社アートネイチャー
常務取締役 内藤 功

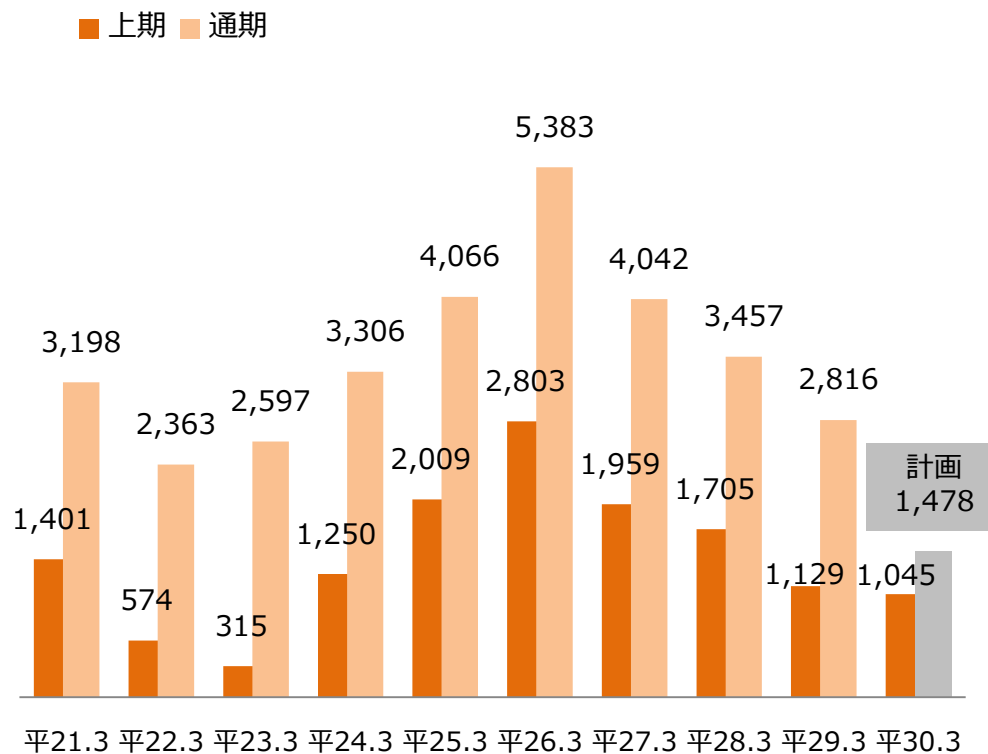
(単位：百万円)

	平成29年3月期 第2四半期	平成30年3月期 第2四半期	通期計画	変動要因
売上高	18,711	17,822	37,271	売上高：4.7%減 メンズ：7.9%減 レディース：0.7%減 ジュリア・オージェ：7.9%減
メンズ	11,200	10,318	21,440	
レディース	5,752	5,712	11,451	
ジュリア・オージェ	1,395	1,284	3,601	
その他	363	506	779	
売上原価	5,753	5,696	11,923	原価率：+1.2P上昇 (商品原価率：0.4P上昇) (スタッフ人件費率：0.8P上昇)
売上総利益	12,957	12,126	25,348	
販管費	11,828	11,080	23,869	販管費：6.3%減 広告費：10.1%減 人件費：5.9%減 その他販売費：27.6%減
広告費	3,205	2,880	5,920	
人件費	2,951	2,777	5,820	
営業利益	1,129	1,045	1,478	
経常利益	1,004	1,120	1,521	設備投資内訳 店舗設備関係：431百万円 システム関連：113百万円
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	629	387	867	
減価償却費	571	526	1,203	
設備投資	671	635	2,106	

売上高の推移 (百万円)

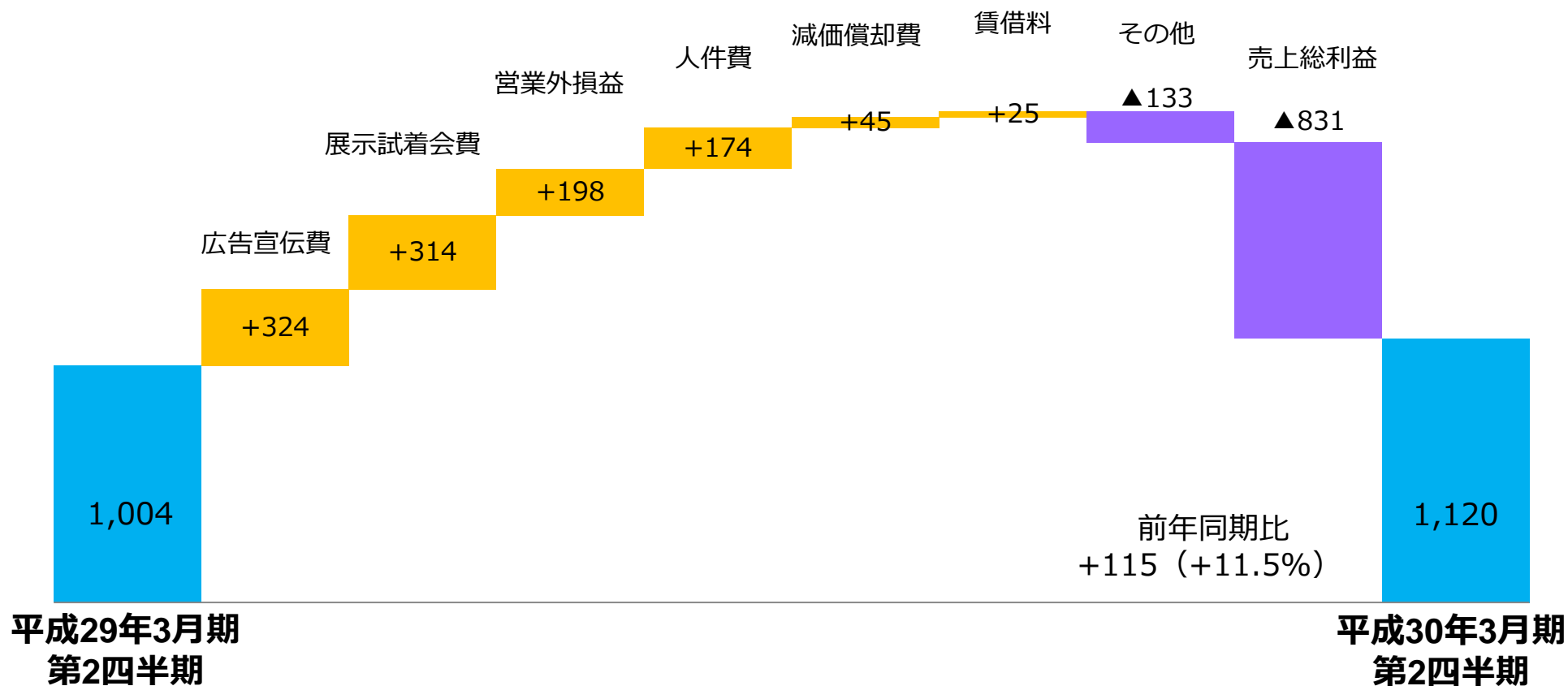


営業利益の推移 (百万円)

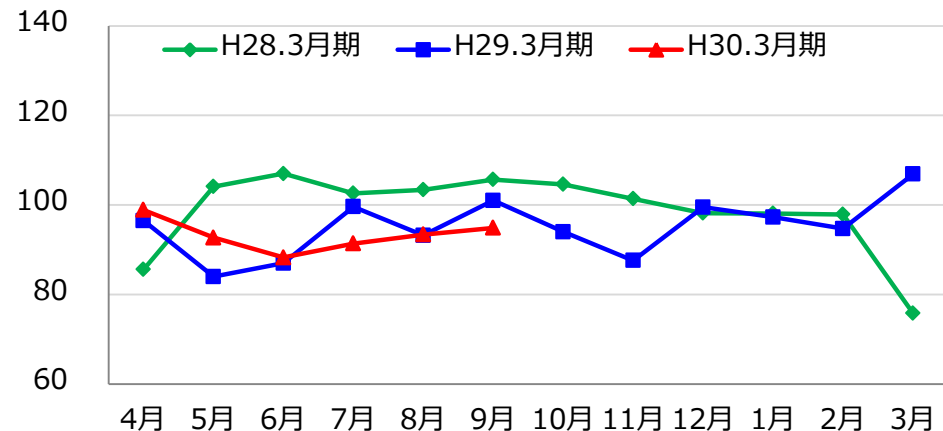


● 連結経常利益増減要因

(単位：百万円)



主要商品 全体

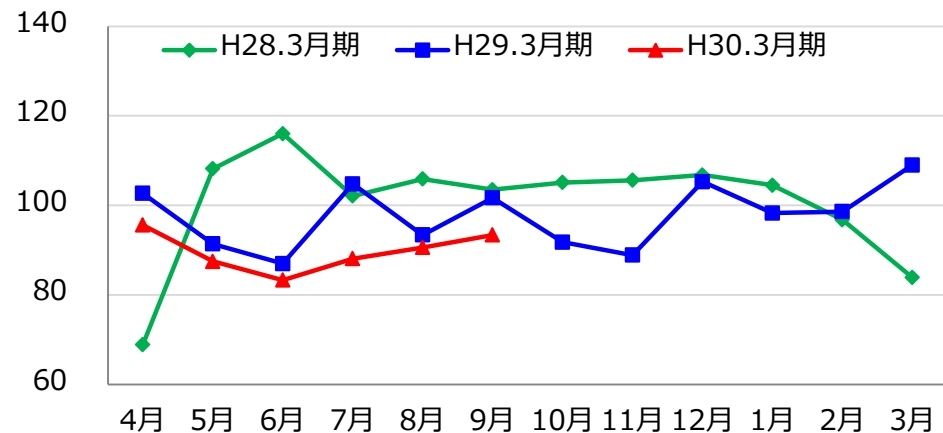


第2四半期：主要商品売上高

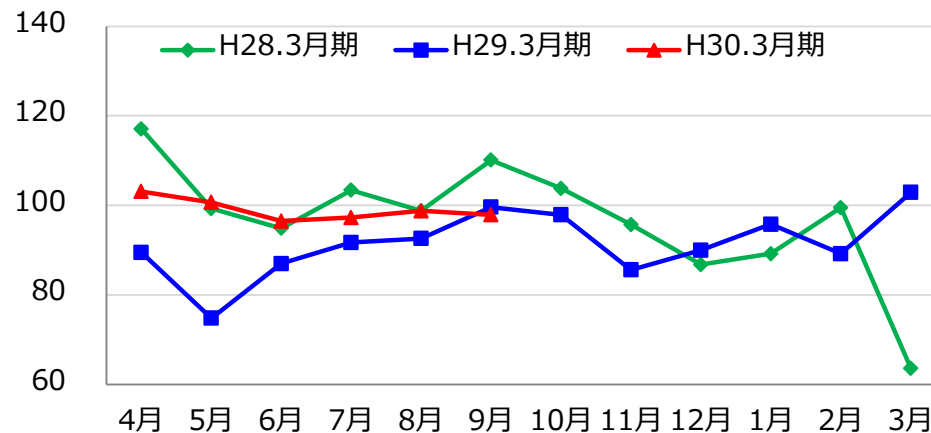
(単位：%)

	全体	男性	女性
H28.3月期	101.4	100.3	103.3
H29.3月期	93.5	96.6	88.7
H30.3月期	93.2	89.7	99.0

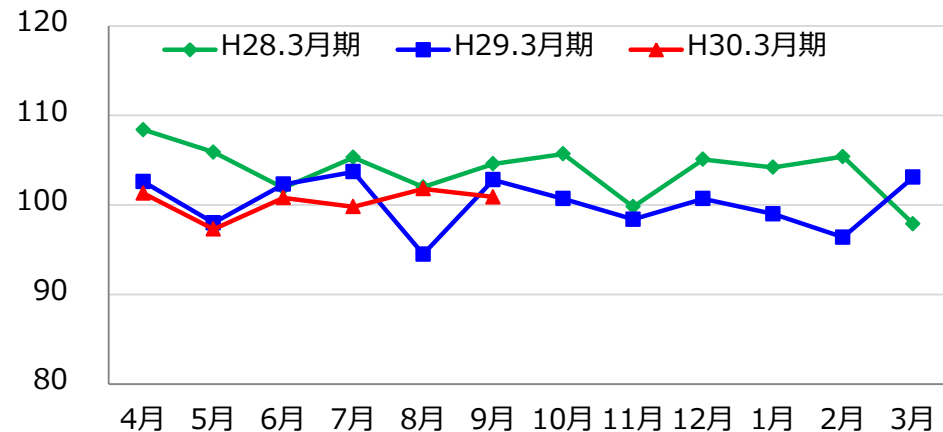
主要商品 男性



主要商品 女性



(%) 月次延べ来店顧客数 全体

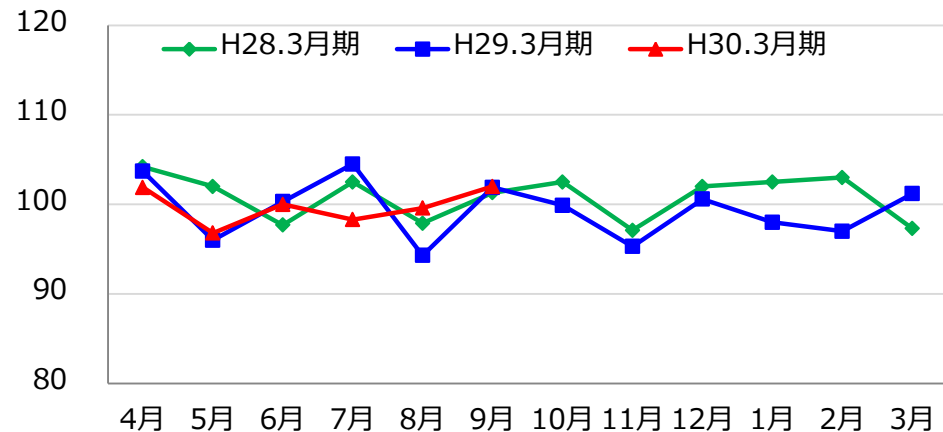


第2四半期：来店顧客数

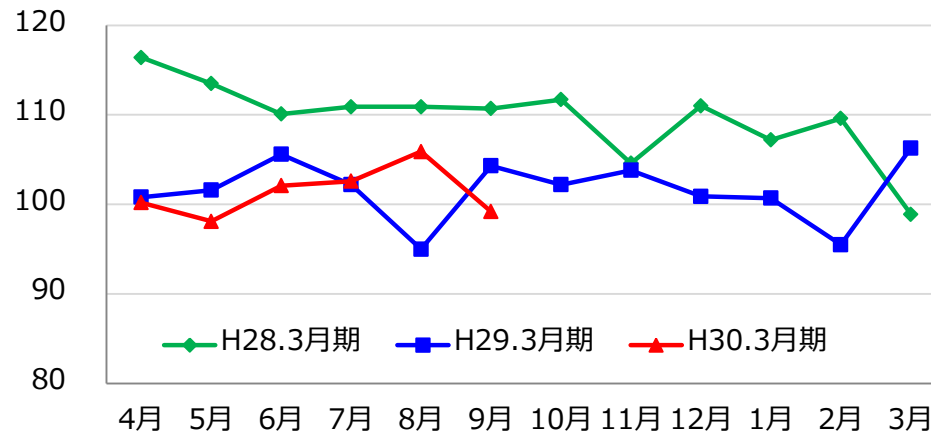
(単位：%)

	全体	男性	女性
H28.3月期	104.6	100.8	112.1
H29.3月期	100.6	100.0	101.6
H30.3月期	100.3	99.7	101.2

(%) 男性



(%) 女性

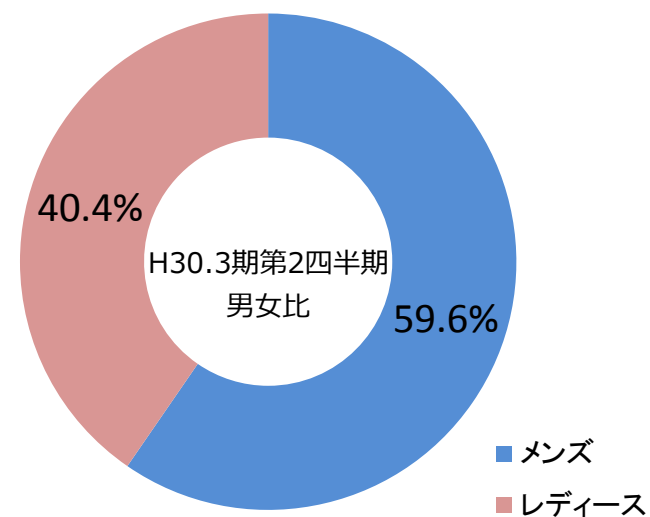
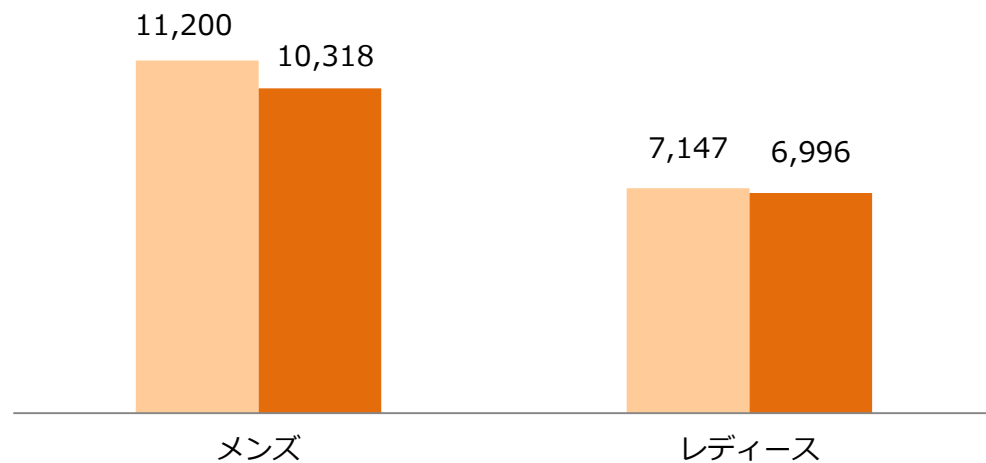


男女別売上動向（連結）

(単位：百万円)

	平成29年3月期 第2四半期	平成30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	18,711	17,822	▲4.7%	37,271	47.8%
メンズ	11,200	10,318	▲7.9%	21,440	48.1%
レディース	5,752	5,712	▲0.7%	11,451	49.9%
ジュリア・オージェ	1,395	1,284	▲7.9%	3,601	35.7%
その他	363	506	+39.6%	779	65.1%

■ H29.3期第2四半期 ■ H30.3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		平成29年3月期 第2四半期	平成30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	2,027	1,525	▲502	▲24.8%
	リピート	9,155	8,420	▲734	▲8.0%
	合計	11,182	9,945	▲1,237	▲11.1%
増毛商品	新規	715	940	+225	+31.5%
	リピート	1,118	1,250	+131	+11.8%
	合計	1,833	2,190	+357	+19.5%
育毛ケア・サービス	新規	80	68	▲12	▲15.4%
	リピート	505	470	▲34	▲6.9%
	合計	586	538	▲47	▲8.1%
理・美容サービス		2,650	2,673	+23	+0.9%
ジュリア・オージェ		1,395	1,284	▲110	▲7.9%
その他商品等		954	1,088	+134	+14.1%
全商品・サービス	新規	2,823	2,533	▲289	▲10.3%
	リピート	14,129	13,497	▲632	▲4.5%
	ジュリア・オージェ	1,395	1,284	▲110	▲7.9%
	その他	254	406	+151	+59.5%
	合計	18,603	17,722	▲880	▲4.7%

※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		平成29年3月期 第2四半期	平成30年3月期 第2四半期	増減	
				増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	488	380	▲108	▲22.1%
	リピート	6,257	5,643	▲613	▲9.8%
	合計	6,745	6,024	▲721	▲10.7%
増毛商品	新規	589	552	▲36	▲6.2%
	リピート	812	725	▲86	▲10.7%
	合計	1,401	1,278	▲123	▲8.8%
育毛ケア・サービス	新規	73	60	▲12	▲17.1%
	リピート	333	312	▲21	▲6.5%
	合計	407	372	▲34	▲8.4%
理・美容サービス		2,149	2,148	▲1	▲0.1%
その他商品等		496	494	▲2	▲0.5%
全商品・サービス	新規	1,150	993	▲156	▲13.6%
	リピート	10,049	9,324	▲725	▲7.2%
	合計	11,200	10,318	▲882	▲7.9%

※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および接客スキルの向上	スタッフ一人ひとりに合わせて、接客力強化につながるロープレ研修を充実	秋の新商品を中心とした販売推進をおこない新規のお客様の開拓をはかる 施策面については、引き続き営業基盤の整備・強化による業績回復への土台作りに注力していく 育成面については、技術力・接客力の全体レベルの底上げをはかっている 採算面については、本部主導による活動を継続する
	地区体制強化の継続	地区毎の弱点を克服すべく個別課題について取組み中	
	店舗へ新規導入されるお客様の定着管理の推進	定着率向上に向け、アフターフォローに関する様々な施策を取組み中	
リピート	お客様担当制の徹底によるお客様との信頼関係の強化	当社50周年記念に合わせ、お客様へ感謝の気持ちを伝えるような施策・取組みを実践中	
	適切な販売サイクルを前提とした商品提案力の強化	従来 of 営業施策について「お客様満足」を軸に見直し中	
	お客様満足度の向上にむけた技術力・接客力の強化	スキル強化については接客技術対応の場面でみられる基本動作を習得させる研修を展開中	
	利益を意識した店舗運営の実施	採算意識を醸成させるべく本部主導による啓発活動を展開中	

注力商品

◆ 新增毛『V50』

特長：当社50年の技術を集結した新增毛として開発。独自の技術により、これまでの増毛では難かかった生え際からつむじまでの広範囲なボリュームアップに対応。増毛が初めてのお客様を対象に50本無料増毛体感を実施。



V50

（単位：百万円）

	平成29年3月期		平成30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	6,745	14,320	6,024	▲10.7%	12,732	▲11.1%	47.3%
増毛商品	1,401	2,720	1,278	▲8.8%	2,760	+1.4%	46.3%
育毛ケア・サービス	407	785	372	▲8.4%	784	▲0.1%	47.6%
理・美容サービス	2,149	4,221	2,148	▲0.1%	4,211	▲0.2%	51.0%
その他商品等	496	955	494	▲0.5%	951	▲0.4%	51.9%
合計	11,200	23,003	10,318	▲7.9%	21,440	▲6.8%	48.1%

商品・サービス別売上高（単体／女性）

（単位：百万円）

売上高		平成29年3月期 第2四半期	平成30年3月期 第2四半期	増減	
				増減額	増減率
オーダーメイドかつら	新規	1,539	1,145	▲394	▲25.6%
	リピート	2,898	2,776	▲121	▲4.2%
	合計	4,437	3,921	▲515	▲11.6%
増毛商品	新規	126	387	+261	+207.5%
	リピート	306	524	+218	+71.4%
	合計	432	912	+480	+111.1%
育毛ケア・サービス	新規	7	7	+0	+2.7%
	リピート	172	158	▲13	▲7.8%
	合計	179	165	▲13	▲7.3%
理・美容サービス		501	525	+24	+4.9%
その他商品等		1,597	1,472	▲125	▲7.8%
全商品・サービス	新規	1,672	1,539	▲132	▲7.9%
	リピート	4,079	4,173	+93	+2.3%
	ジュリア・オージェ	1,395	1,284	▲110	▲7.9%
	合計	7,147	6,997	▲149	▲2.1%

※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	変化するお客様のニーズを満たし、満足度を高められる商品提案および接客スキルの向上	お客様ニーズを満たすため各種研修だけでなく様々なお客様満足度アップにつながる施策を展開中	<p>秋の新商品を中心とした販売推進をおこない新規のお客様の開拓をはかる</p> <p>施策面については、引き続きお客様と永続的な関係を構築できる体制作り注力していく</p> <p>育成面については、技術力・接客力の全体レベルの底上げをはかるだけでなく、新たな技術の伝授など積極的に取り組む</p> <p>採算面については、メンズ同様本部主導による活動を継続する</p>
	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）	展示会会場のデザインを刷新。開催数を厳選したことで一定のコスト削減はみられたが、集客に課題を残す	
リポート	長期/継続的にお客様と繋がりを持てる体制づくり	お客様との関係強化に向けた様々な企画を実施中	
	技術/接客/商品提案の基礎力向上による全体レベル引上げ	基礎力の向上だけでなく、新たな技術の伝授など積極的に取り組む	
	利益を意識した店舗運営の実施	メンズ同様に採算意識を醸成すべく本部主導による啓発活動を展開中	

注力商品

- ◆ オーダーメイドウィッグ『パフィール』
 特長：アートネイチャー史上最も軽いオーダーメイドウィッグをコンセプトとし、独自の立ち上げ技術で軽さを極めつつ、自然なボリューム感を実現。ベースネットは当社初となる3段階のやわらかさから選ぶことが可能。



パフィール Pafiel

ジュリア・オージェ (JO)部門

	営業施策	進捗	下期の取組み
店舗	店舗ごとのきめ細やかなプロモーションの実施	商業施設との関係を強化し、地域や店舗の特性に合わせた販促イベントを実施	秋の新商品を中心とした販売推進をおこない新規のお客様の開拓をはかる 施策面については、顧客管理システムの活用に加え、引き続き商業施設との関係強化に注力し、イベントに積極的に参加 育成面については、役職別に技術力・販売力の基礎レベルの底上げをはかる 催事部門は、引き続き費用対効果を重視した催事の開催を予定
	顧客管理手法の刷新によるリピートユーザーへの売上拡大	顧客管理システムを導入し、お客様へのフォロー体制を構築	
	接客/技術/販売の基礎能力の引上げによる満足度向上	新人/中堅別の基礎能力向上研修を実施中	
	効果的な出店推進および不採算店舗の退店検証の実施	出店/退店については随時検証中	
その他	TV通販回数増、既存放映先以外へのアプローチ強化	ショップチャンネルを中心に着実な通販実績を確保	
	効率重視の催事開催	催事については効率重視により開催を厳選対応したが、1開催当り売上に課題を残す	
	医療向けウィッグの販売ルートおよび認知度の拡大	初の病院内サロンを虎の門病院に出店、認知拡大を目指す	

注力商品

- ◆ レディーメイドウィッグ『ピュアシエル』
 特長：手のひらサイズながら、根元をしっかり立ち上げ、気になる「分け目部分」のボリュームアップが可能。発売にあわせて各店舗ではシーズンに合せたフェアを開催し、お客様のご来店を訴求中。



PURE CIEL
ピュアシエル

（単位：百万円）

	平成29年3月期		平成30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	4,437	8,617	3,921	▲11.6%	8,145	▲5.5%	48.1%
増毛商品	432	1,351	912	111.1%	1,453	+7.5%	62.8%
育毛ケア・サービス	179	349	165	▲7.3%	350	+0.3%	47.3%
理・美容サービス	501	1,009	525	+4.9%	1,077	+6.7%	48.8%
ジュリア・オージェ	1,395	3,359	1,284	▲7.9%	3,601	+7.2%	35.7%
その他商品等	202	398	187	▲7.4%	425	+6.6%	44.1%
合計	7,147	15,086	6,997	▲2.1%	15,052	▲0.2%	46.5%

（単位：百万円）

	平成29年3月期		平成30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	11,182	22,938	9,945	▲11.1%	20,878	▲9.0%	47.6%
増毛商品	1,833	4,072	2,190	+19.5%	4,213	+3.5%	52.0%
育毛ケア・サービス	586	1,134	538	▲8.1%	1,134	▲0.0%	47.5%
理・美容サービス	2,650	5,230	2,673	+0.9%	5,288	+1.1%	50.6%
ジュリア・オージェ	1,395	3,359	1,284	▲7.9%	3,601	+7.2%	35.7%
その他商品等	954	2,006	1,088	+14.1%	1,809	▲9.8%	60.1%
合計	18,603	38,743	17,722	▲4.7%	36,925	▲4.7%	48.0%

(単位：百万円)

	平成29年3月期		平成30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	18,711	38,961	17,822	▲4.7%	37,271	▲4.3%
メンズ	11,200	23,003	10,318	▲7.9%	21,440	▲6.8%
レディース	5,752	11,726	5,712	▲0.7%	11,451	▲2.4%
ジュリア・オージェ	1,395	3,359	1,284	▲7.9%	3,601	+7.2%
その他	363	871	506	+39.6%	779	▲10.6%
売上原価	5,753	11,736	5,696	▲1.0%	11,923	+1.6%
売上総利益	12,957	27,225	12,126	▲6.4%	25,348	▲6.9%
販管費	11,828	24,408	11,080	▲6.3%	23,869	▲2.2%
広告費	3,205	6,385	2,880	▲10.1%	5,920	▲7.3%
人件費	2,951	6,216	2,777	▲5.9%	5,820	▲6.4%
営業利益	1,129	2,816	1,045	▲7.4%	1,478	▲47.5%
経常利益	1,004	2,923	1,120	+11.5%	1,521	▲48.0%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	629	1,394	387	▲38.5%	867	▲37.8%
減価償却費	571	1,198	526	▲7.9%	1,203	+0.4%
設備投資	671	1,388	635	▲5.5%	2,106	+51.7%

 **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

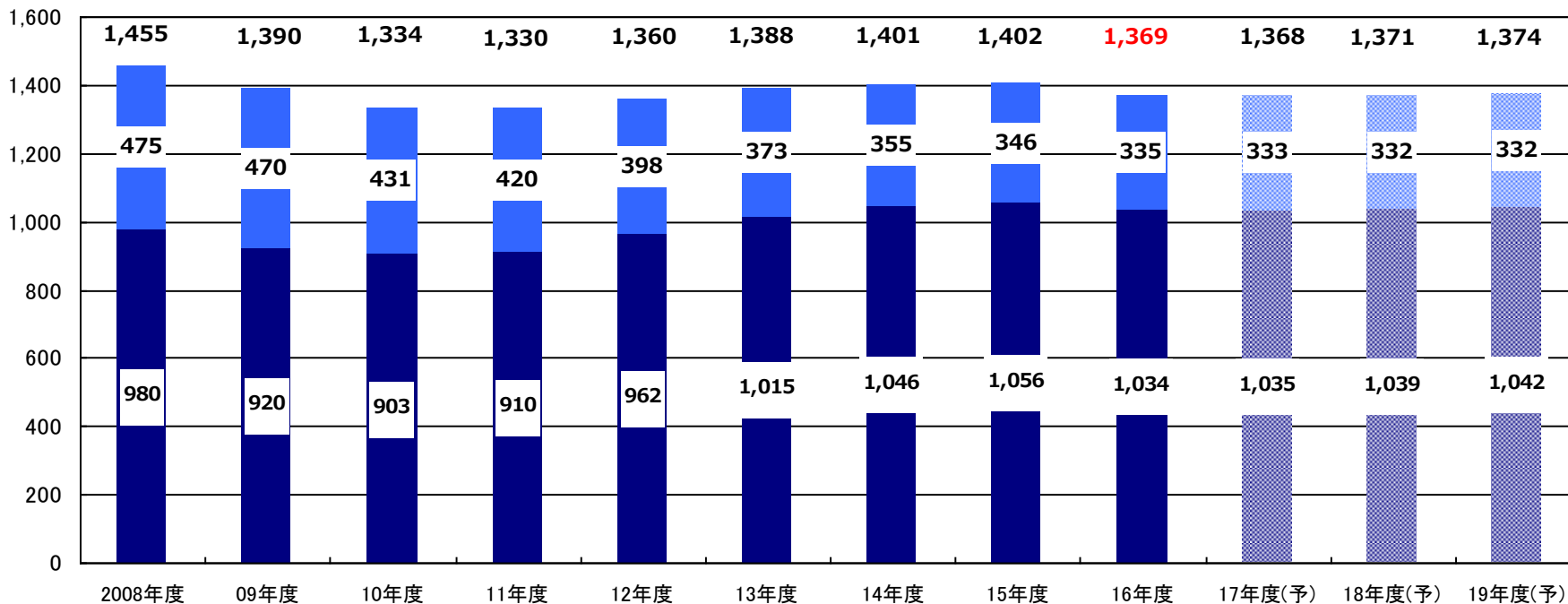
2008年秋のリーマンショック以降の景気悪化による消費低迷に加え、隣接市場との競争激化によって低迷も、各社女性用かつら強化策や男性顧客へのリピート販売が実を結び2012年度以降拡大に転じてきた。しかし2016年度は新規参入企業や中小事業者の低価格品が市場に多く出回った影響から前年度比97.6%の136,900百万円となった。

・市場の問題点・課題と今後の見通し

- ・女性用かつら市場の裾野の拡大と低価格品で獲得した顧客の固定客化
- ・エントリーユーザーをターゲットにした女性用かつら・増毛市場の活性化
- ・ヘアケア関連商品販売の拡大

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(2017年8月現在)

(単位：百万円 / 下段は構成比)

	平成29年3月期 第2四半期	平成30年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	18,711 (100.0%)	17,822 (100.0%)	▲4.7%
売上総利益	12,957 (69.2%)	12,126 (68.0%)	▲6.4%
販売費・一般管理費	11,828 (63.2%)	11,080 (62.2%)	▲6.3%
営業利益	1,129 (6.0%)	1,045 (5.9%)	▲7.4%
経常利益	1,004 (5.4%)	1,120 (6.3%)	+11.5%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	629 (3.4%)	387 (2.2%)	▲38.5%

(単位：百万円 / 下段は構成比)

	平成30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	17,822 (100.0%)	▲4.7%	37,271 (100.0%)	▲4.3%	47.8%
売上総利益	12,126 (68.0%)	▲6.4%	25,348 (68.0%)	▲6.9%	47.8%
販売費・一般管理費	11,080 (62.2%)	▲6.3%	23,869 (64.0%)	▲2.2%	46.4%
営業利益	1,045 (5.9%)	▲7.4%	1,478 (4.0%)	▲47.5%	70.8%
経常利益	1,120 (6.3%)	+11.5%	1,521 (4.1%)	▲48.0%	73.7%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	387 (2.2%)	▲38.5%	867 (2.3%)	▲37.8%	44.7%

連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)

	平成29年3月期末		平成30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	23,431	56.2%	23,076	56.6%	▲1.5%	流動資産 ▲355 ・現預金 +46 ・売掛金 ▲465 ・有価証券 ▲8 ・棚卸資産 ▲188 固定資産 ▲627 ・投資有価証券 +21 ・有形固定資産 ▲671 ・無形固定資産 ▲32 流動負債 ▲721 ・前受金 +91 ・未払法人税等 ▲197 ・未払金 ▲299 純資産 ▲199 ・利益剰余金 ▲142 (純利益 +387) (配当金支払 ▲530)
現預金	15,482	37.1%	15,529	38.1%	+0.3%	
固定資産	18,298	43.8%	17,670	43.4%	▲3.4%	
有形固定資産	10,342	24.8%	9,670	23.7%	▲6.5%	
資産合計	41,729	100.0%	40,747	100.0%	▲2.4%	
流動負債	10,062	24.1%	9,340	22.9%	▲7.2%	
前受金	4,529	10.9%	4,621	11.3%	+2.0%	
固定負債	7,234	17.3%	7,173	17.6%	▲0.8%	
負債合計	17,296	41.4%	16,513	40.5%	▲4.5%	
純資産	24,432	58.6%	24,233	59.5%	▲0.8%	
利益剰余金	17,657	42.3%	17,514	43.0%	▲0.8%	
負債及び純資産合計	41,729	100.0%	40,747	100.0%	▲2.4%	

(単位：百万円)

	平成29年3月期 第2四半期	平成30年3月期 第2四半期	変動要因
営業：キャッシュフロー	1,423	1,497	
投資：キャッシュフロー	▲2,942	▲679	営業CF +74 ・減損損失 +660 ・前受金 +94 ・売上債権 ▲113 ・調整前純利益 ▲516
フリー・キャッシュフロー	▲1,519	+818	
財務活動によるキャッシュフロー	▲702	▲748	投資CF +2,263 ・固定資産取得 +82 ・投資有価証券取得 +2,000
現金及び現金同等物 期首残高	16,072	15,515	
現金及び現金同等物 期末残高	13,707	15,552	財務CF ▲46 ・配当金 ▲66
現金及び現金同等物 増減額	▲2,364	+37	