



インベスターズガイド

株式会社アートネイチャー
東証スタンダード：7823

2026.06

1. 当社概要
 - 会社概要、沿革、商品サービス別売上、主要事業の紹介、収益構造
2. 事業の特徴
 - ニーズに対応したラインアップ、製造小売業、反響営業とリピート営業、ストック型ビジネス
3. 市場動向
 - 国内ヘアケア総市場、国内毛髪業市場、マーケットシェア
4. 競争優位性
 - ブランド知名度、商品開発力、店舗ネットワーク、理美容資格取得者の大量保有、強固な財務状況
5. 事業計画
 - 当社の目指す姿、中期経営計画の概要・方針等、計数目標、資金計画、株主還元
6. リスク情報
 - リスクマトリックス、主要なリスクと対応策
7. 参考情報
 - 株価・PBR推移、業績動向



当社概要

会社概要、沿革、商品サービス別売上、主要事業の紹介、収益構造

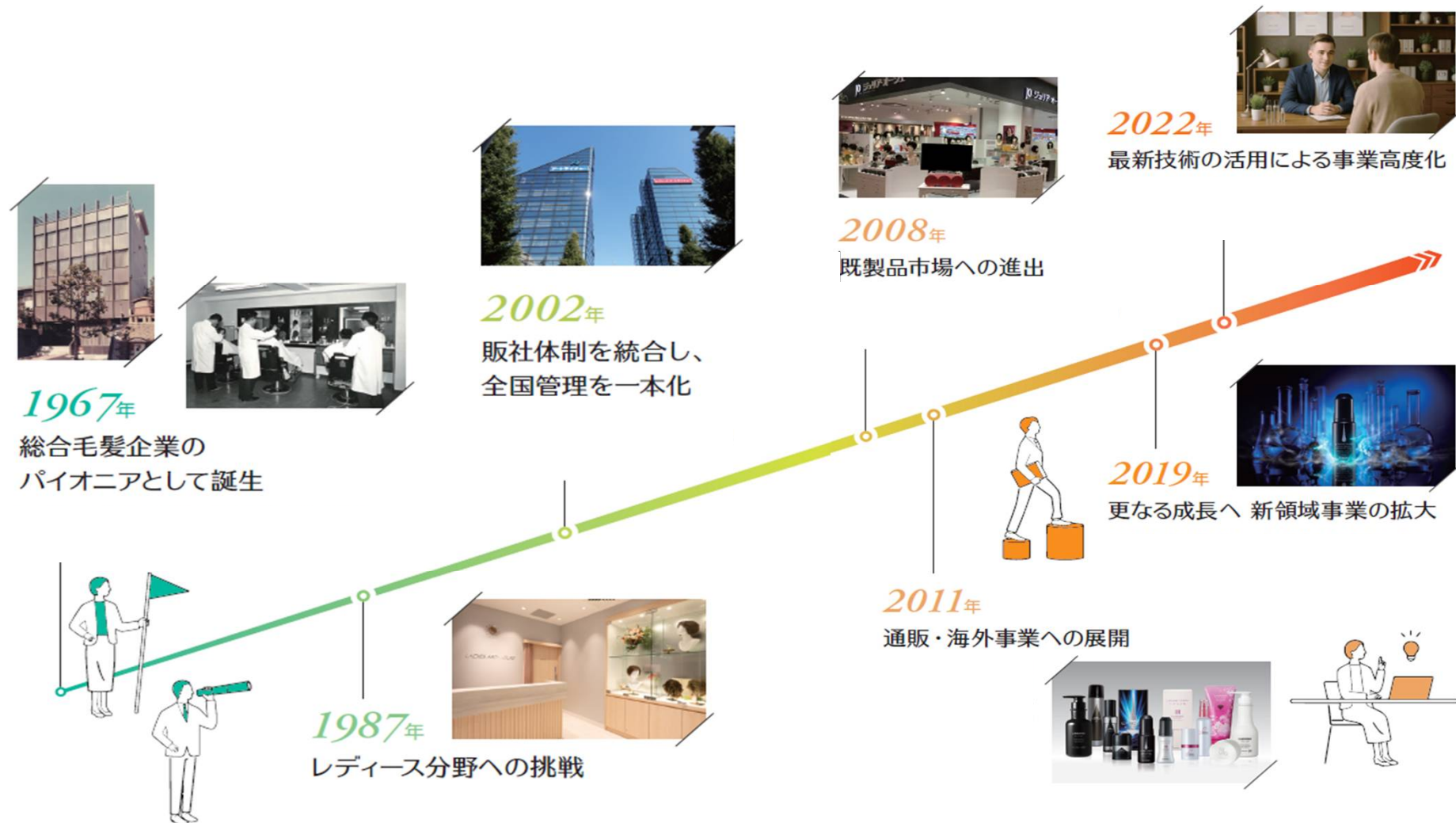
当社は「オーダーメイドウィッグ」を取扱う総合毛髪企業のパイオニアである

当社のモットー

「ふやしたいのは、笑顔です。」

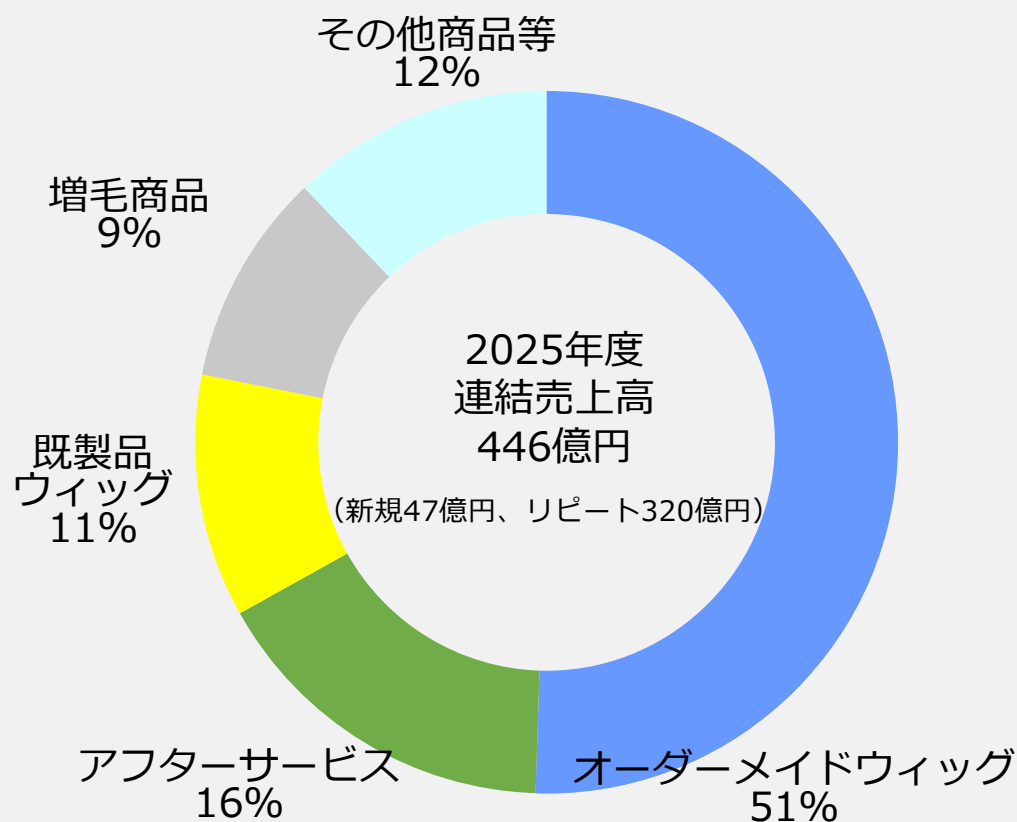
本 社 所 在 地	:	東京都渋谷区代々木三丁目40番7号
代 表 者 名	:	五十嵐 祥剛
創 業	:	1965年
設 立	:	1967年
事 業 内 容	:	オーダーメイドウィッグ、 増毛商品の製造・販売 育毛ケア・サービス、アフターサービスの提供
資 本 金	:	3,667百万円
上 場 市 場	:	東証スタンダード (コード : 7823)
従 業 員 数	:	3,851名 (単体 : 2,321名) *2026年3月末現在
店 舗 数	:	全国 283店 ジュリア・オージェ91店舗 *2026年3月末現在
国 内 子 会 社	:	5社 (ウィッグ販売事業、芸能事業、医療機関サポート事業など)
海 外 子 会 社	:	工場関連 3社 (フィリピン、バングラデシュ) 販売関連 3社 (シンガポール、マレーシア、タイ)

当社は業歴約60年のウィッグメーカーである



主力商品であるオーダーメイドウィッグを中心とした売上構成となっている

商品・サービス別売上高割合(連結/男女計)



売上高比率
51%

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
16%

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%

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
全国約90店舗に展開



売上高比率
9%

増毛商品

自毛の根元に数本の人工毛を
結着する増毛法



当社の主力商品であるオーダーメイドウィッグを取扱う事業は2つある

アートネイチャー

提供開始

1967年

お客様層

40～60歳の男性

髪に悩みをもつ「お悩み層」が大半

購入単価

オーダーメイドウィッグ価格帯

50～60万円

レディースアートネイチャー

提供開始

1987年

お客様層

60～80歳の女性

「お悩み層」だけでなく、「おしゃれ層」も一定数存在

購入単価

オーダーメイドウィッグ価格帯

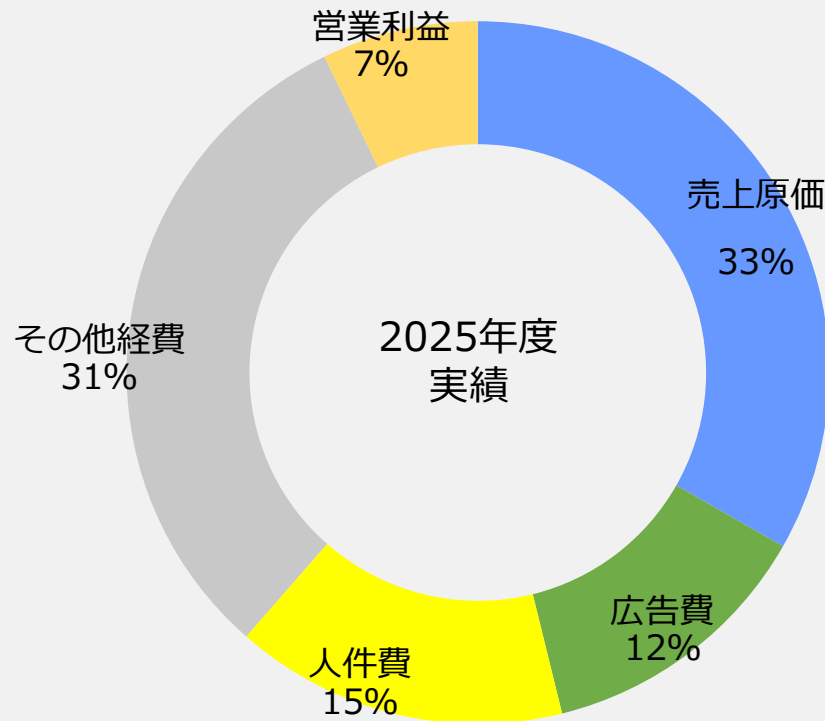
40～50万円

オーダーメイドウィッグ年間生産枚数

6万枚以上

売上全体に占める費用割合が、売上原価の次に多い費目は、新規売上獲得に必要な「広告費」や労働集約型事業のため「人件費」が多い

売上高比率(連結/営業利益ベース)



売上高比率
33%

売上原価

お客様への商品提供に必要な費用
主に商品原価とスタイリストの人件費で構成されている

売上高比率
12%

広告費

主に新規顧客の獲得に必要な費用
TV、インターネット、新聞雑誌など様々な媒体へ投下

売上高比率
15%

人件費

当社事業の運営に必要な費用
本社スタッフやカウンセラー、販売スタッフ等の人件費が該当

売上高比率
31%

その他経費

主な費用の内訳
旅費交通費や販促費などの営業活動費
水道光熱費や賃借料などの店舗維持費

2

事業の特徴

ニーズに対応したラインアップ、製造小売業、反響営業とリピート営業、
ストック型ビジネス

特徴① ニーズに対応したラインアップ

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

髪を増やす選択肢は「かつら（ウィッグ）」だけではない

当社は、髪にまつわるお悩みやニーズに対応した幅広いラインアップがある

お客様のニーズ

髪を増やしたい

髪を育てたい

髪をととのえたい

美しく健康でありたい

提供サービス

ウィッグ/増毛/医薬品販売

育毛ケアサービス

アフターサービス

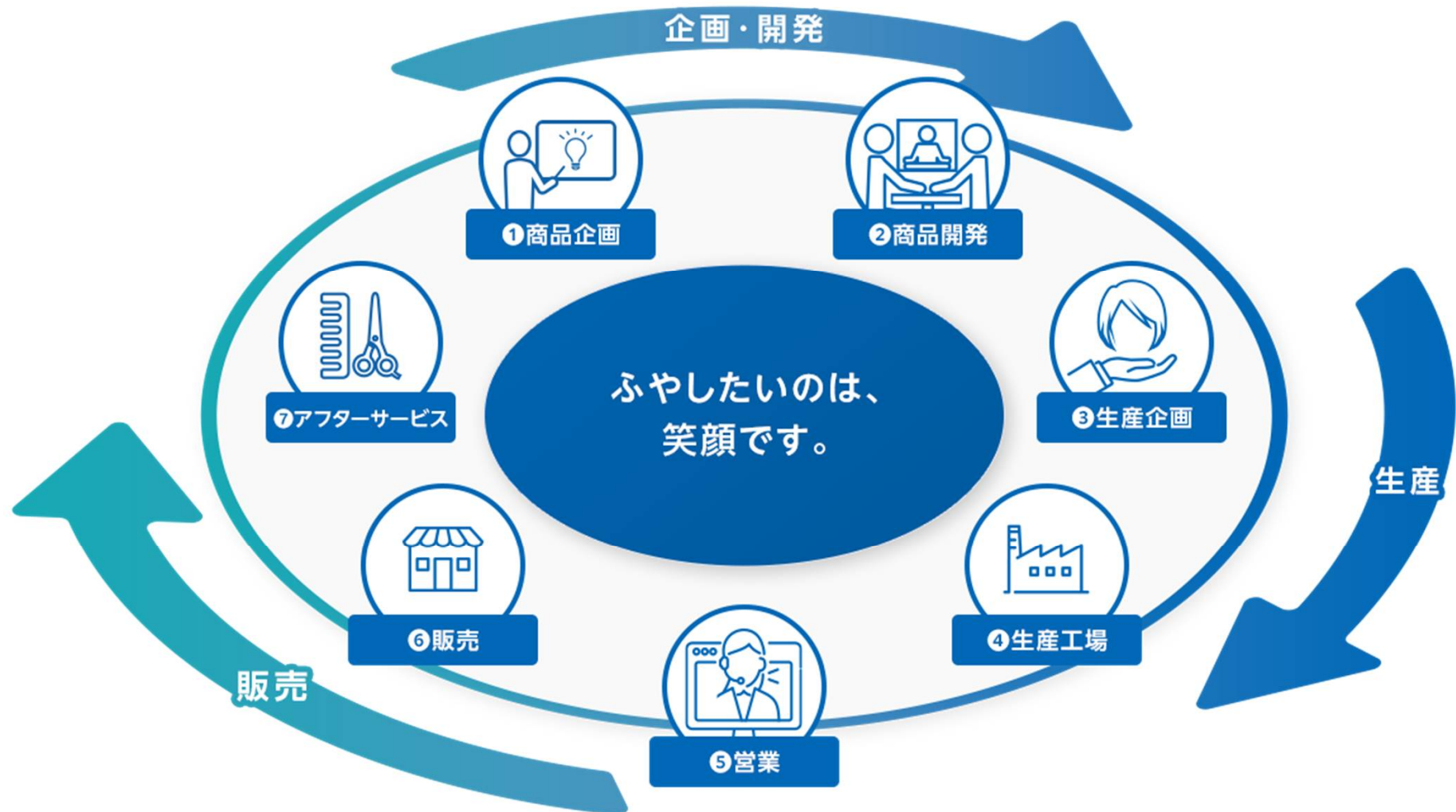
ヘアケア商品/健康食品

特徴② 製造小売業

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

当社主力商品であるオーダーメイドウィッグに関しては企画、開発から製造、販売までの一連の業務を垂直統合した製造小売業の形態である

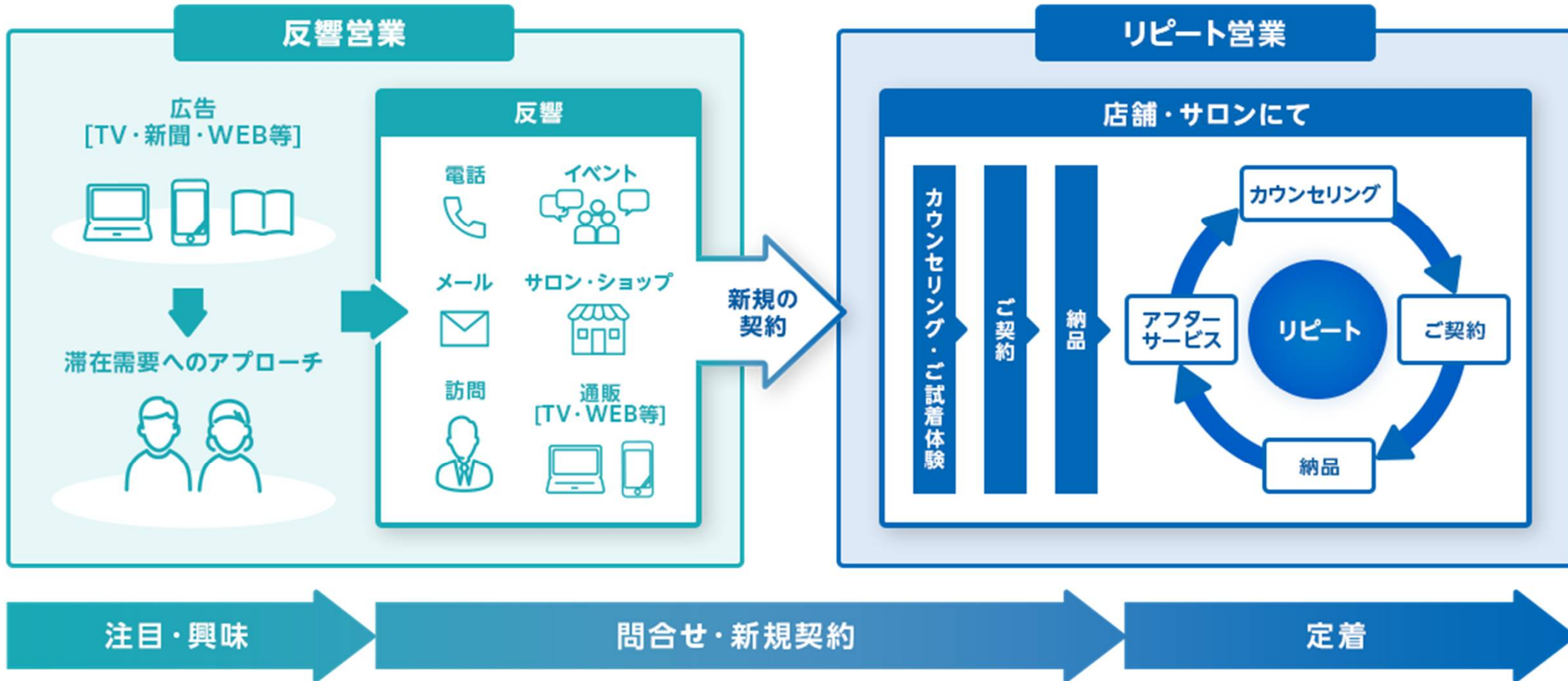


特徴③ 反響営業とリピート営業

ふやしたいのは、笑顔です。



オーダー事業の営業活動は「反響営業」と「リピート営業」にわけられる



特徴④ ストック型ビジネス

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

当社はおお客様との信頼関係構築が前提のストック型ビジネスである

顧客定着イメージ

お客様導入



- お客様一人ひとりに担当スタイリストが付き、プライバシーに配慮した個室での接客を開始する

定期来店



- 定期的な自毛のカットやウィッグメンテナンスなどを通し、お客様と担当スタイリストのコミュニケーションを深め、信頼関係を築く

リピート購入



- お客様と担当スタイリストとのコミュニケーションを通じて、お客様のニーズをくみ取り、新たな商品やサービスの提案、販売を実施する



市場動向

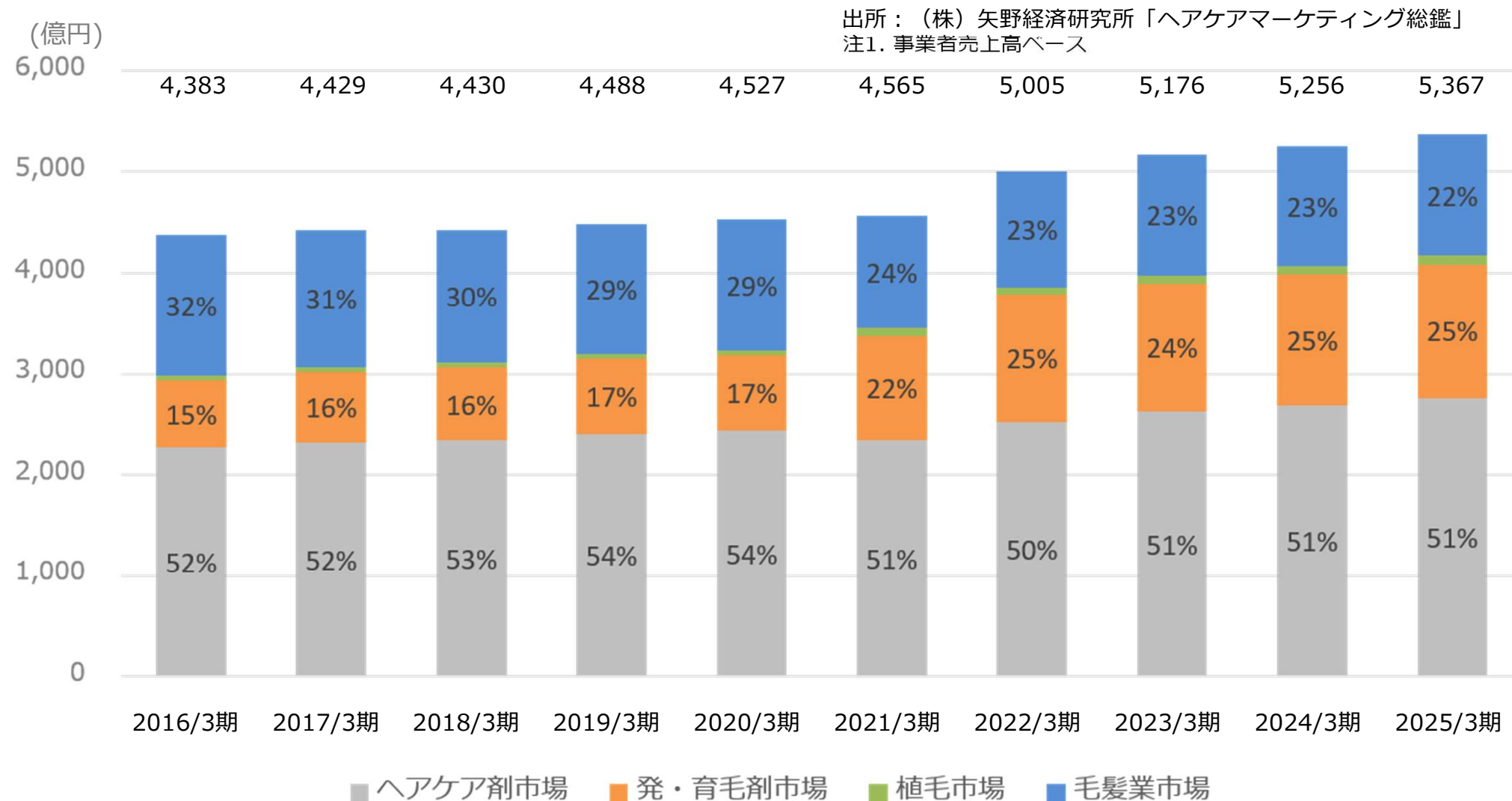
国内ヘアケア総市場、国内毛髪業市場、マーケットシェア

国内ヘアケア総市場

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

市場全体は、発・育毛市場の伸びを中心に増加傾向にある



国内毛髪業市場

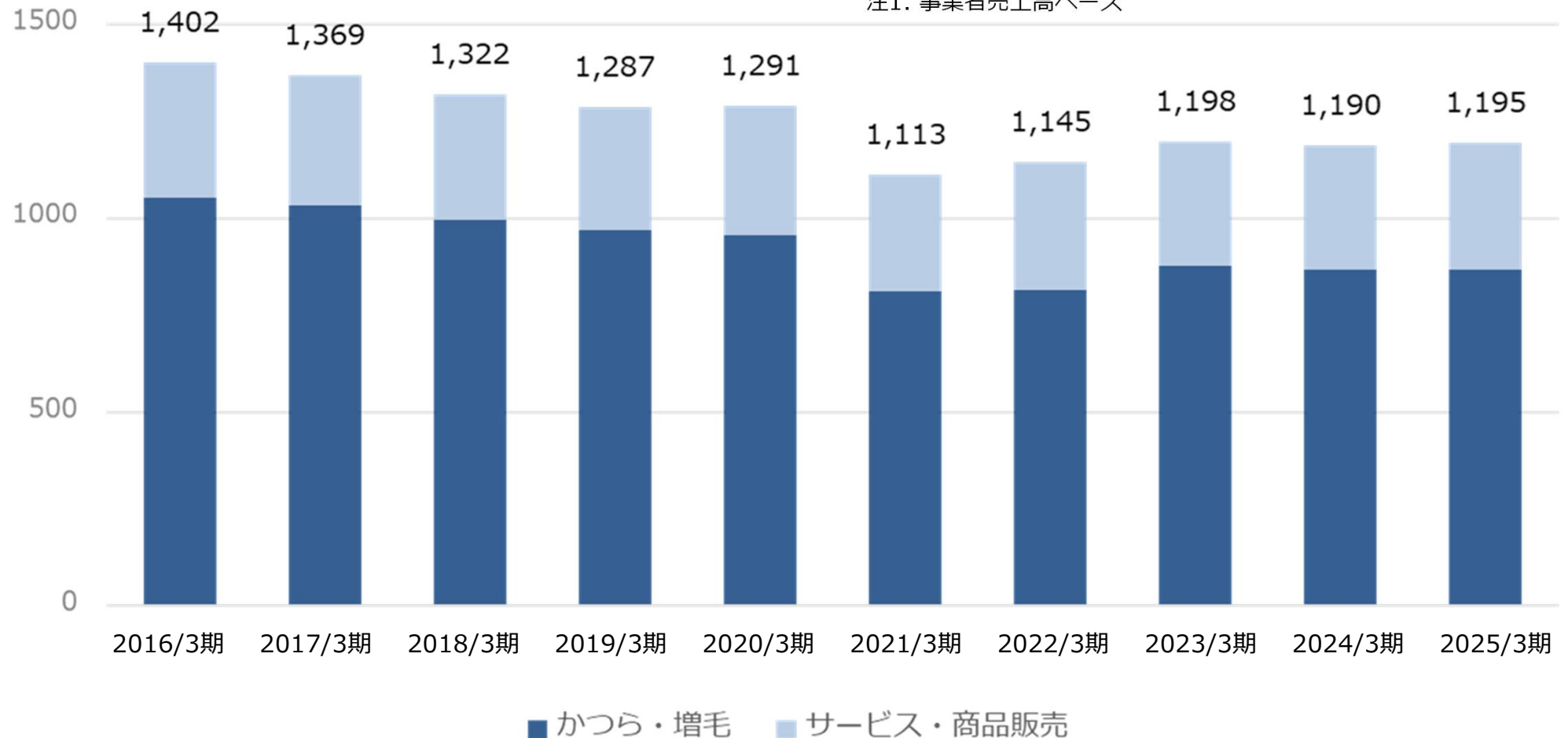
ふやしたいのは、笑顔です。



国内毛髪業市場はコロナ禍から持ち直しつつあるものの、コロナ前水準には未達。既存市場の深耕と新領域開拓による自助努力が重要

(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

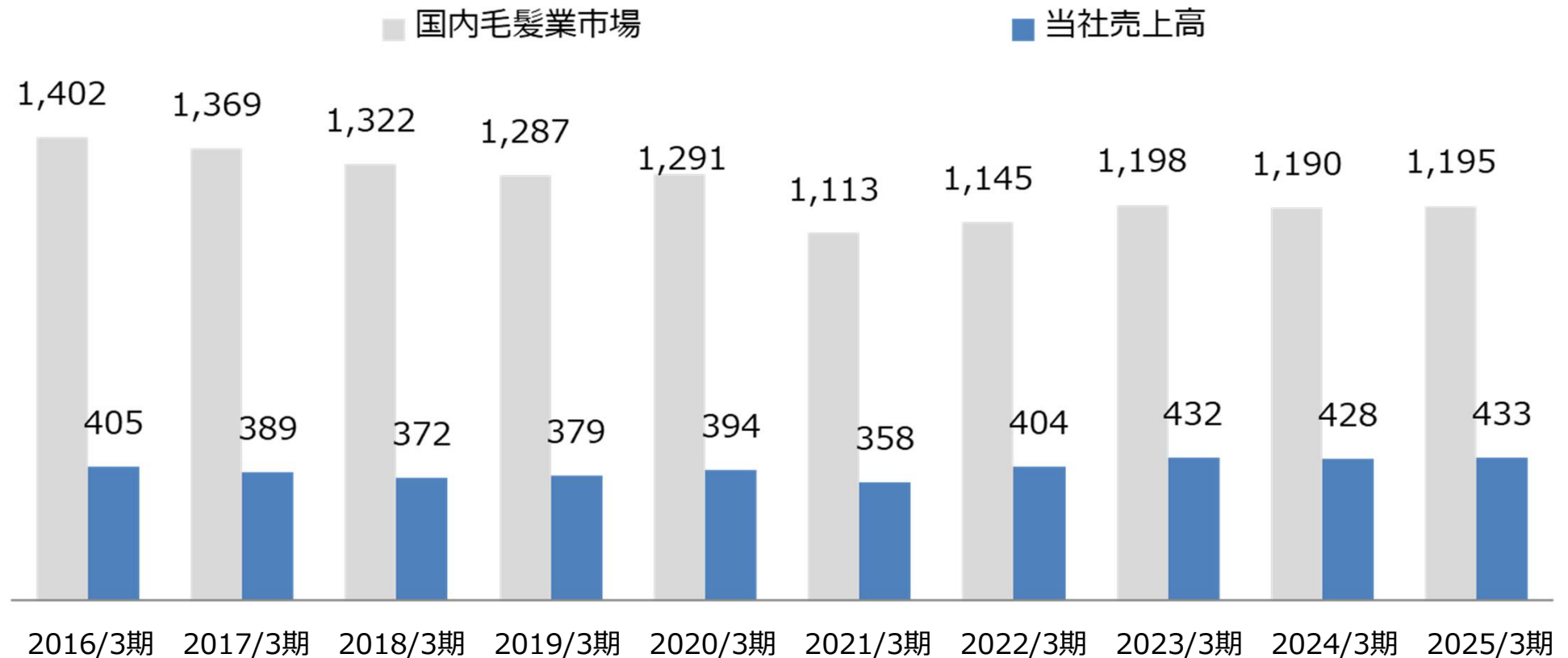


マーケットシェア

ふやしたいのは、笑顔です。



国内市場が伸び悩むなか、当社シェアは2015年28.9%→2024年36.2%へ上昇
当社の商品・サービスが選ばれ続けていることが、競争優位の高まりを示している



当社シェア	28.9%	28.4%	28.1%	29.5%	30.5%	32.2%	35.3%	36.1%	36.0%	36.2%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

※ 当社シェア = 当社売上 ÷ 国内毛髪業市場売上



競争優位性

ブランド知名度、商品開発力、店舗ネットワーク、理美容資格取得者の大量保有、
強固な財務状況

アートネイチャーブランドの知名度

高い知名度 + 上場企業であることの社会的信用度 ⇒ 業容拡大の推進力

業界をリードする「商品開発力」

企画から製造、販売まで繋がった製造小売業の形態を活かし、新商品を迅速かつ効果的に提供

全国をカバーする店舗ネットワーク

全都道府県にあるネットワーク ⇒どのエリアでも同品質のサービスを受けることが可能

専門技術をもった数多くの理美容資格取得者を保有

約1,800名の理美容資格取得者が在籍 ⇒購入後のアフターサービスからアドバイスまで徹底サポート

強固な財務状況

現預金180億円超、自己資本比率50%超 ⇒今後の成長に向けた体制は整っている

アートネイチャーブランドの知名度

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

ウィッグブランドとしての高い知名度に加え、
上場企業であることの社会的信用度の高さは業容拡大の推進力となっている

A/ アートネイチャー

+



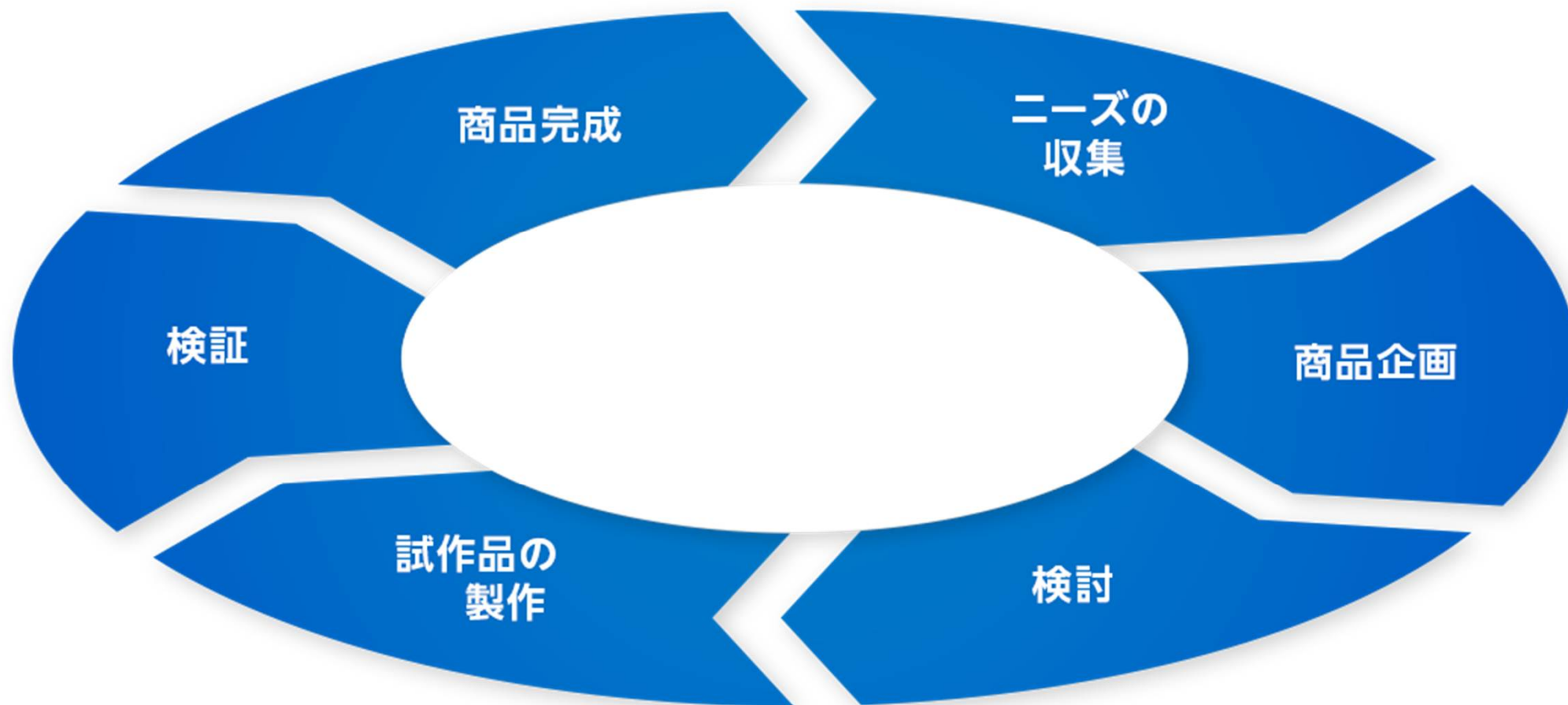
国内毛髪業界唯一の
上場企業

業界をリードする「商品開発力」

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

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スピーディに投入できる体制が備わっている

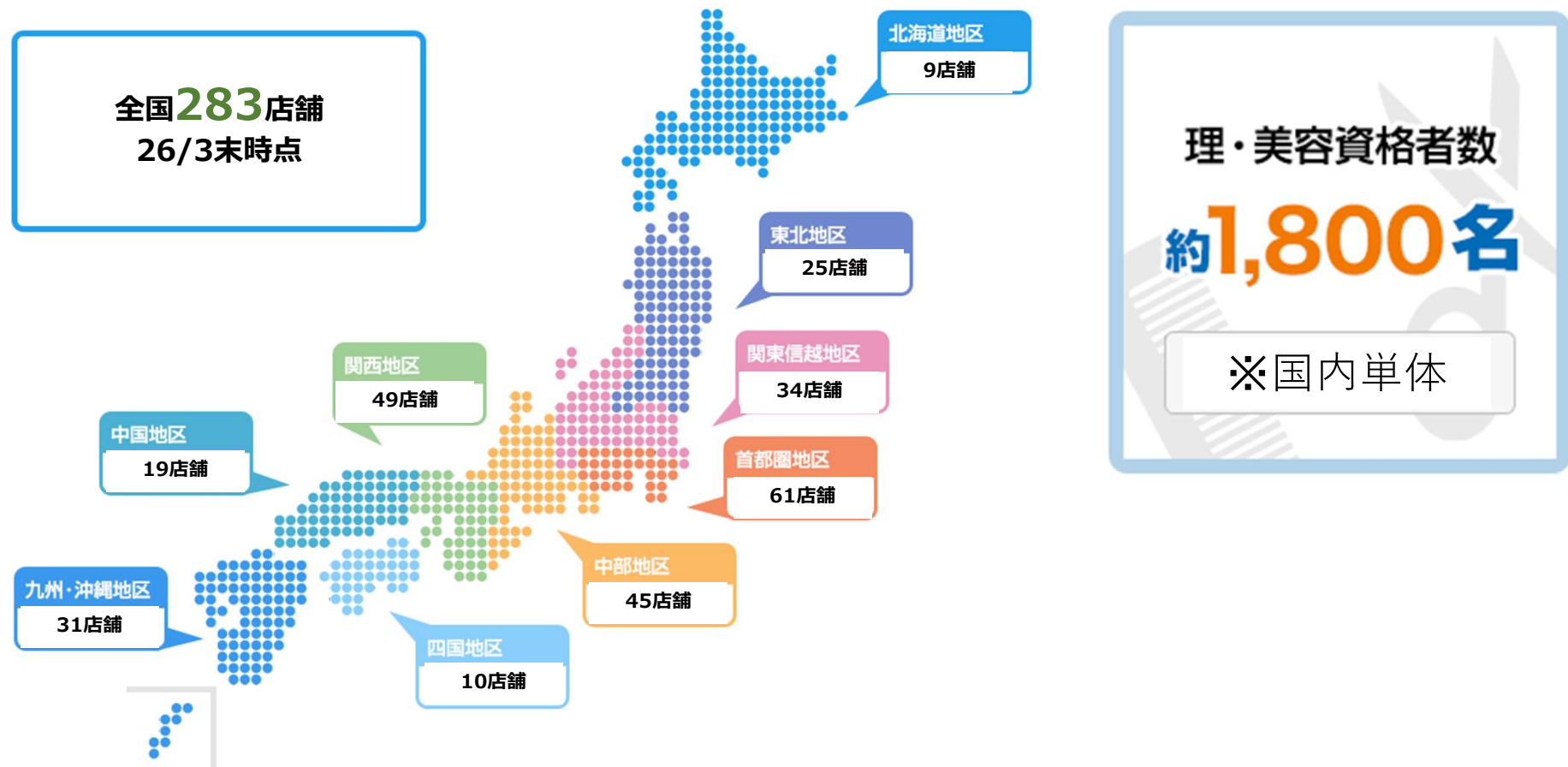


全国をカバーする店舗ネットワーク

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

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している
⇒他社からの参入障壁は非常に高い



国内従業員の約8割（1,800名）に相当する理美容資格取得者が在籍しており、ウィッグに関する専門技術を半年以上かけて習得し、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た

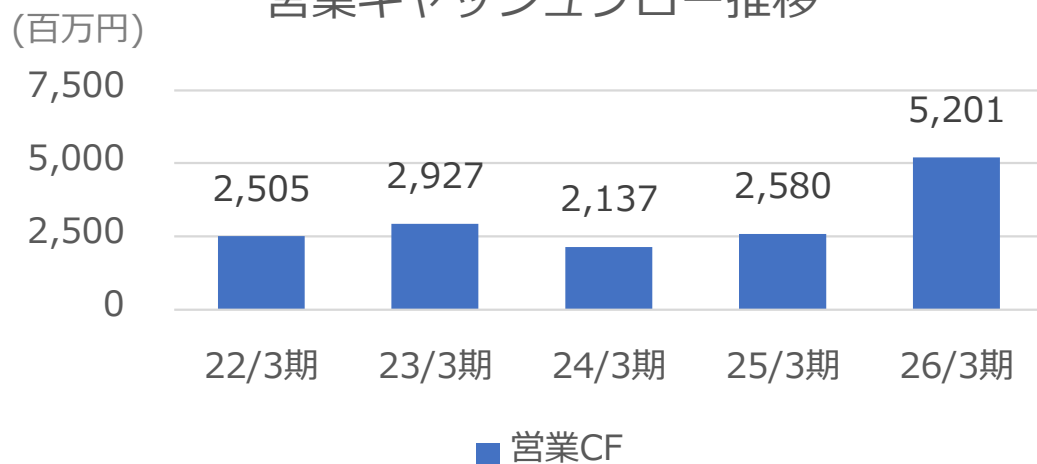
強固な財務状況

ふやしたいのは、笑顔です。

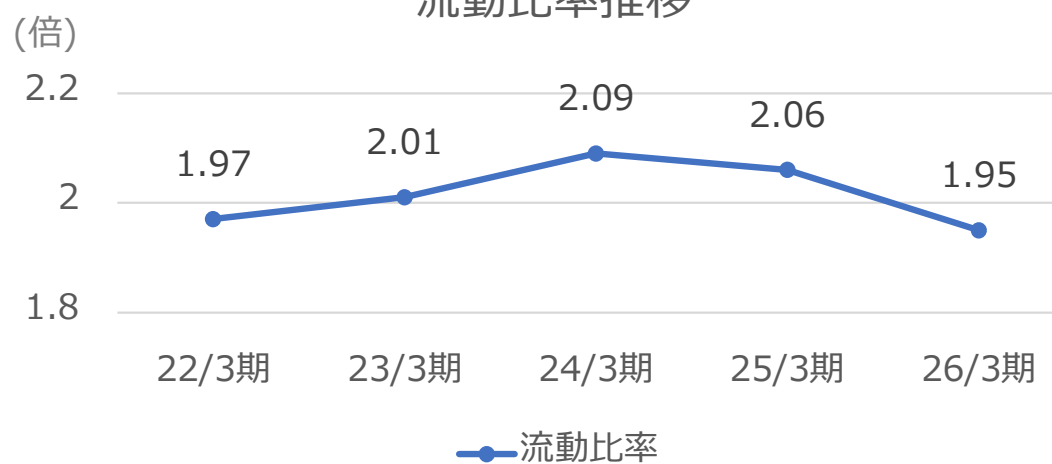


強固な財務体質により業界トップシェアを維持している

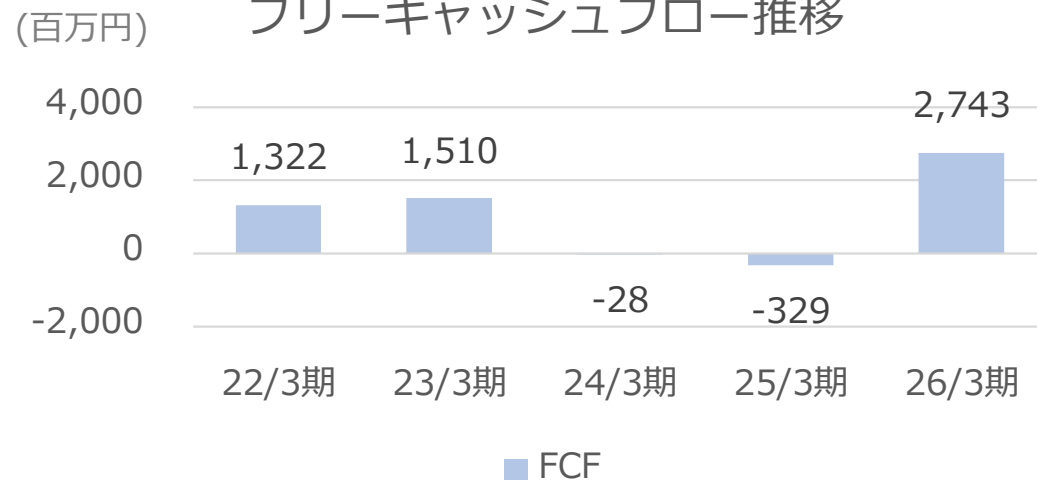
営業キャッシュフロー推移



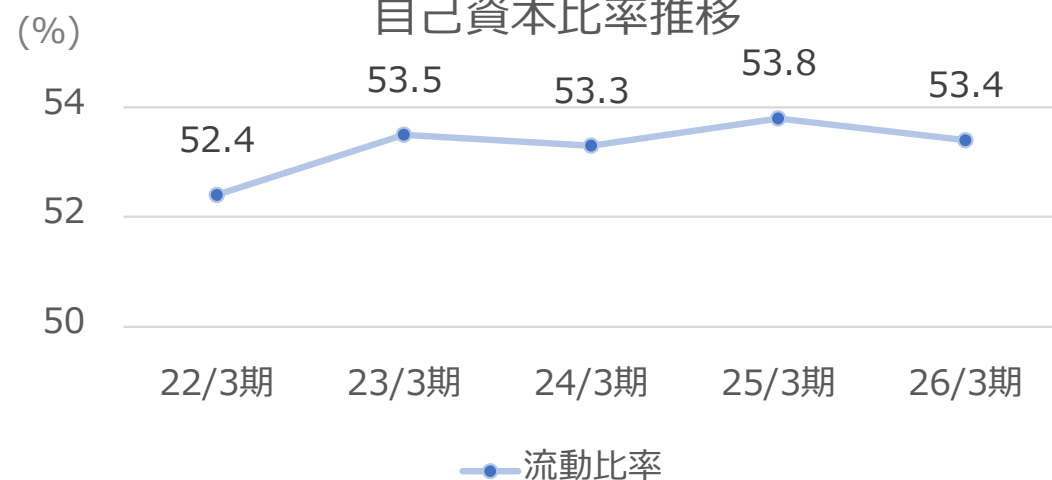
流動比率推移



フリーキャッシュフロー推移



自己資本比率推移



5

事業計画

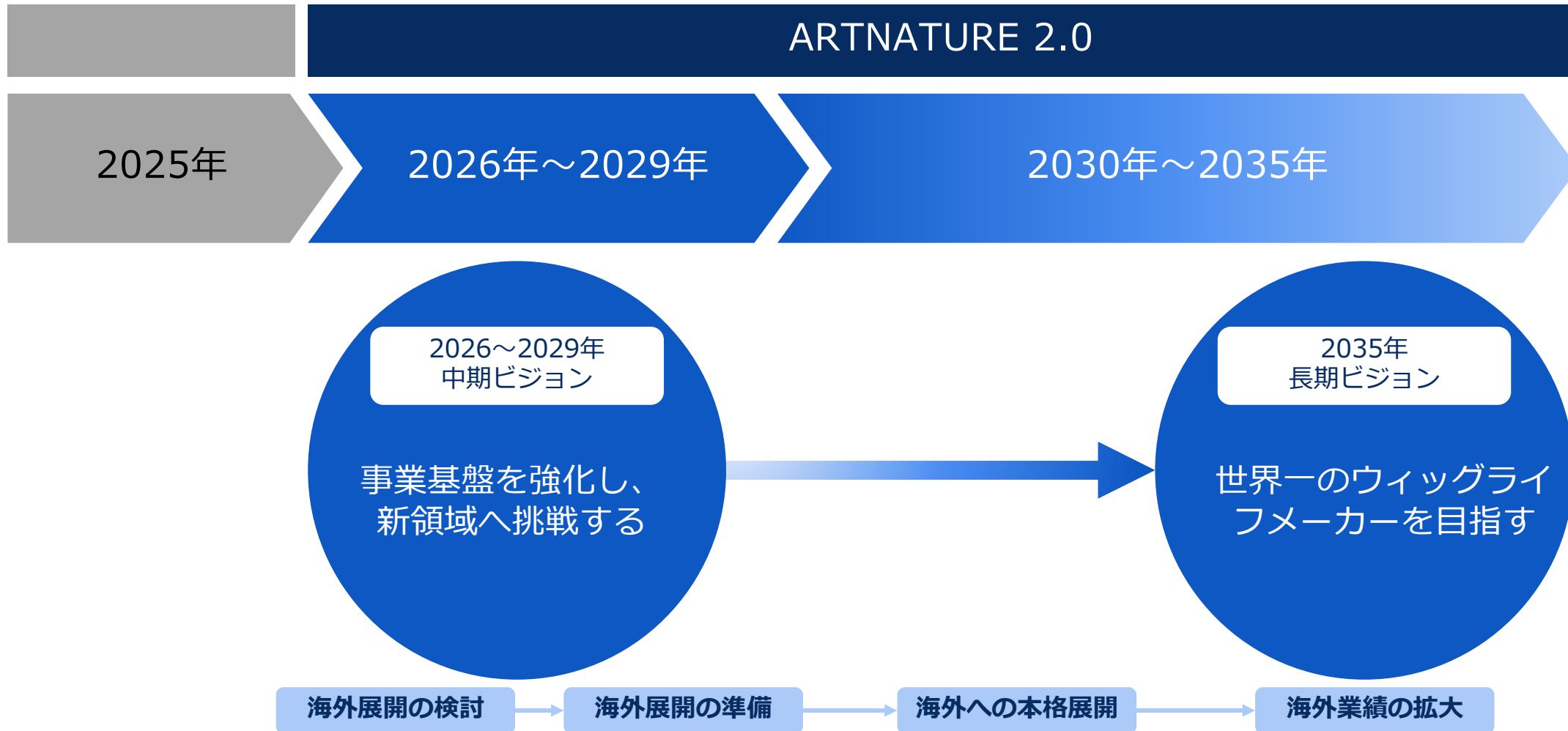
当社の目指す姿、中期経営計画の概要・方針等、計数目標、資金計画、株主還元

当社の目指す姿

ふやしたいのは、笑顔です。

ARTNATURE

長期ビジョンとして「世界一のウィッグライフメーカー」を目指す
中期ビジョンとしては、事業基盤の強化と新領域への挑戦を具体化する



※「ウィッグライフメーカー」とは、お客様の毛髪ケアをサポートすると共に、豊かな生活を送るために必要なモノ（商品）やコト（サービス）を提供すること

中期経営計画の概要

ふやしたいのは、笑顔です。



長期ビジョンの第一段階として、事業基盤の強化と新領域への挑戦を進め、
売上成長・資本効率の向上を目指す

		ARTNATURE2.0
中期経営計画	前中計	新中計
	2024/3-2026/3	2027/3-2030/3
	Advance	Frontier
売上高※1	448億円(2025)	599億円(2029)
経常利益率※1	7.0%(2025)	6.7%(2029) ※2
ROE※1	5.6%(2025)	9.2%(2029) ※2

※1 売上高、経常利益率、ROEは中期経営計画最終年度の実績、計画を示す

※2 新リース会計基準の適用前

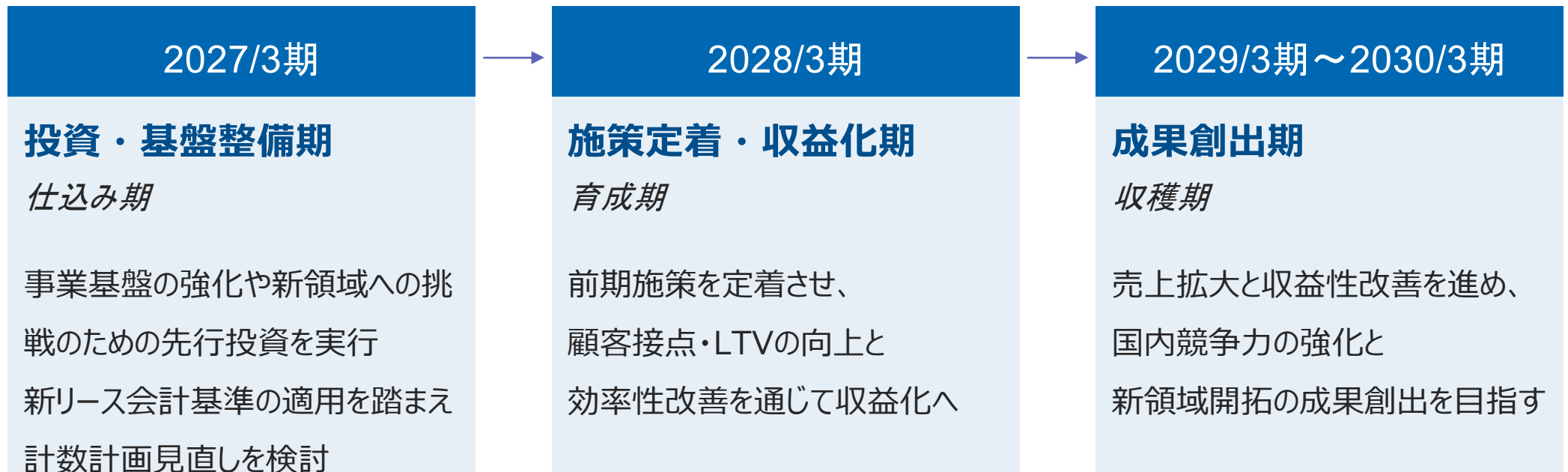
中期経営計画の方針

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

まずは国内で勝ち切るための事業基盤の強化と、その基盤の上に本業周辺の成長機会を獲得するための新領域への挑戦の4年間とする

■ ARTNATURE Frontier Plan | 4年間のロードマップ



5つの重点課題を4年間で段階的に解決

顧客基盤の増強

生産基盤の強化

効率性の向上

新領域への挑戦

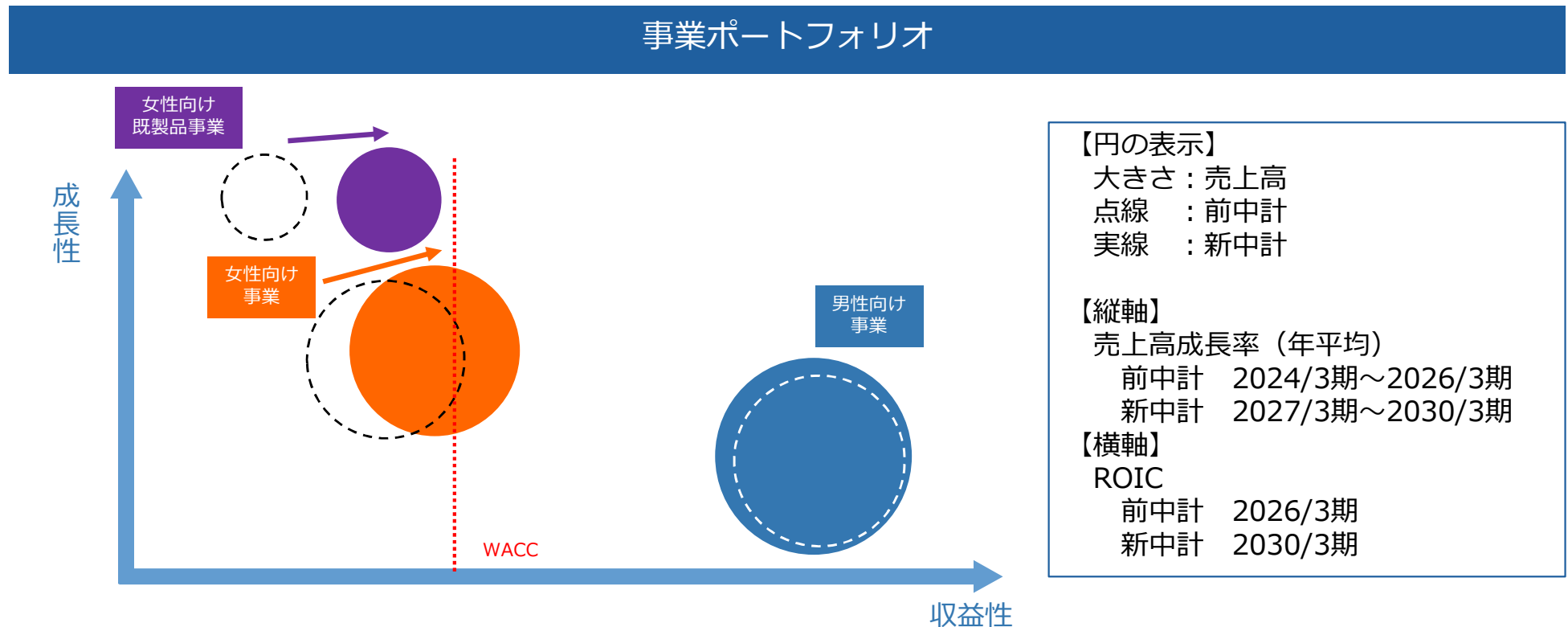
人的資本の強化

事業ポートフォリオ

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

男性向け事業で得た利益を、女性向け事業や既製品事業の成長のために投資し、全社の成長を加速させる



※当社事業ポートフォリオ区分をシンプルなイメージにしたもの

計数目標（財務）

ふやしたいのは、笑顔です。



初年度は仕込み期の位置づけにあり増収減益となるが、
2年目に業績伸長に繋げ、3年目以降でROEを着実に向上させる

主要指標 (業績計画)	前中計			新中計			
	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期	2028/3期	2029/3期	2030/3期
売上高	428億円	433億円	446億円	484億円	521億円	559億円	599億円
経常利益率	6.4%	5.2%	7.7%	5.5%	6.8%	6.8%	6.7%
ROE	5.6%	3.1%	6.9%	4.5%	8.3%	8.9%	9.2%
資本コスト (当社推計)	3.6%	4.4%	5.6%	—	—	—	—

※網掛けの数値は新リース会計基準適用前の値

計数目標（非財務）

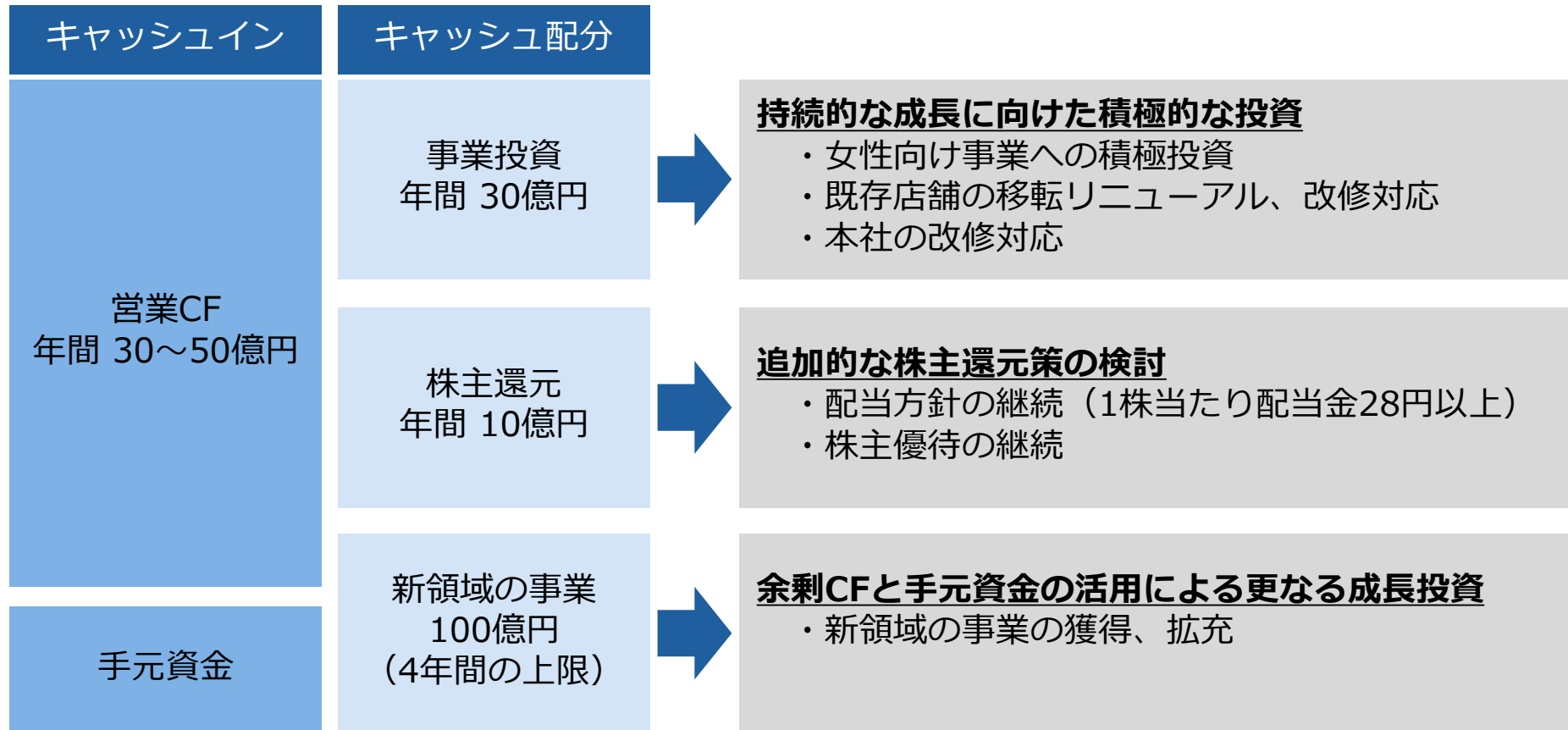
ふやしたいのは、笑顔です。



「環境」や「社会」の問題への取組みを実践する

主要指標 (非財務)		基準		前中計	新中計
		2022/3期	2023/3期	2026/3期	2030/3期
環境	GHG排出量 国内単体 スコープ1.2	6,076t-CO2	5,984t-CO2	5,406t-CO2 2025/3期	売上高あたり排出量 23/3期比20%以上 削減 (2031/3期目標)
	GHG排出量 連結 スコープ1.2	—	7,324t-CO2	6,727t-CO2 2025/3期	
社会	女性管理職比率	—	19.4% 2022年4月時点	22.5%	22.7%
	男女間賃金格差 非正規雇用含む	—	73.5%	74.3%	76.7%
	男性育児休業 取得率	80.6%	72.4%	100.0%	90.0%

手元資金と営業キャッシュフローを活用し、新領域の事業への投資や追加的な株主還元策を検討する



ROE10%超達成までは配当性向50%以上を基本とし、安定的な還元を継続する
(2026年3月期は配当方針に則って2円増配)

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			新中計			
	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期	2028/3期	2029/3期	2030/3期
ROE	5.6%	3.1%	6.9%	4.5%	8.3%	8.9%	9.2%
1株当たり 配当金	28円	28円	30円	28円以上	28円以上	28円以上	28円以上
配当性向	62.2%	110.9%	51.5%	50%以上	50%以上	50%以上	50%以上



リスク情報

リスクマトリックス、主要なリスクと対応策

リスク・マトリックス

当社は、影響度（縦軸）と発生可能性（横軸）を掛け合わせてリスクを計量し、優先順位付けをおこなっている（赤字は重要性の高いリスク）

影響度	大	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">IT・システム</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">情報漏洩</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">自然災害</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">サプライチェーン</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">生産</div>	
	中	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">感染症</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">技術革新</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">コンプライアンス</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">政治</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">市場</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">レピュテーション</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">人的資本</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">金融</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">投資</div>
	小	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">知的財産</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">製造物責任</div>		
		小	中	大
		発生可能性		

重要性の高いリスクと対応策①

重要性の高いリスクと、その対応策は以下のとおり

リスク項目	内容	対応策
自然災害リスク	地震、津波、風水害、気候変動	<ul style="list-style-type: none">・ B C P（事業継続計画）の策定・ 定期的な訓練の実施・ 物流拠点の分散化
IT・システムリスク	サイバー攻撃、システム障害	<ul style="list-style-type: none">・ データセンターへのサーバ構築・ 脆弱性診断や脅威情報の収集・分析・ 定期的な訓練の実施
情報漏洩リスク	個人情報の漏洩	<ul style="list-style-type: none">・ 社内情報管理体制の整備・ 業務委託先での個人情報管理・ 従業員へのITリテラシー及び個人情報教育

重要性の高いリスクと対応策②

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

重要性の高いリスクと、その対応策は以下のとおり

リスク項目	内容	対応策
サプライチェーンリスク	仕入、調達、在庫、生産、販売	<ul style="list-style-type: none">・ サプライチェーンのモニタリング・ サプライヤーとの共有、原材料の仕入分散
生産リスク	製造、生産コスト、設備・機械	<ul style="list-style-type: none">・ 複数国への製造拠点や製造委託先の設置・ 各国情勢のモニタリング
投資リスク	事業投資の失敗（新規事業、設備投資、研究開発、システム投資、他社との連携、M&A）	<ul style="list-style-type: none">・ 投資額に応じた会議体での審議を踏まえた投資判断・ 他社との資本提携や企業買収等に際した調査・ 投資後の経営成績やガバナンス状況等の確認
金融リスク	金利や外国為替相場の変動	<ul style="list-style-type: none">・ 輸出入における為替変動の把握と影響分析・ 仕入決済に必要な外貨の継続購入

6

参考情報

株価・PBR推移、業績動向

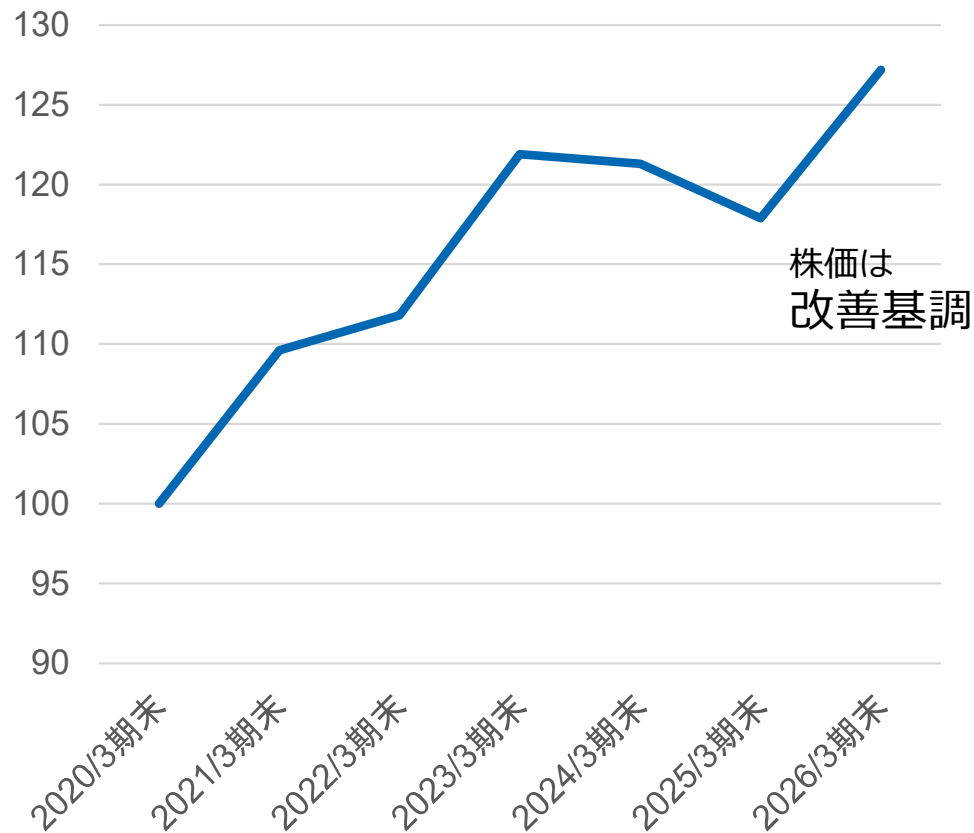
株価・PBR推移

ふやしたいのは、笑顔です。

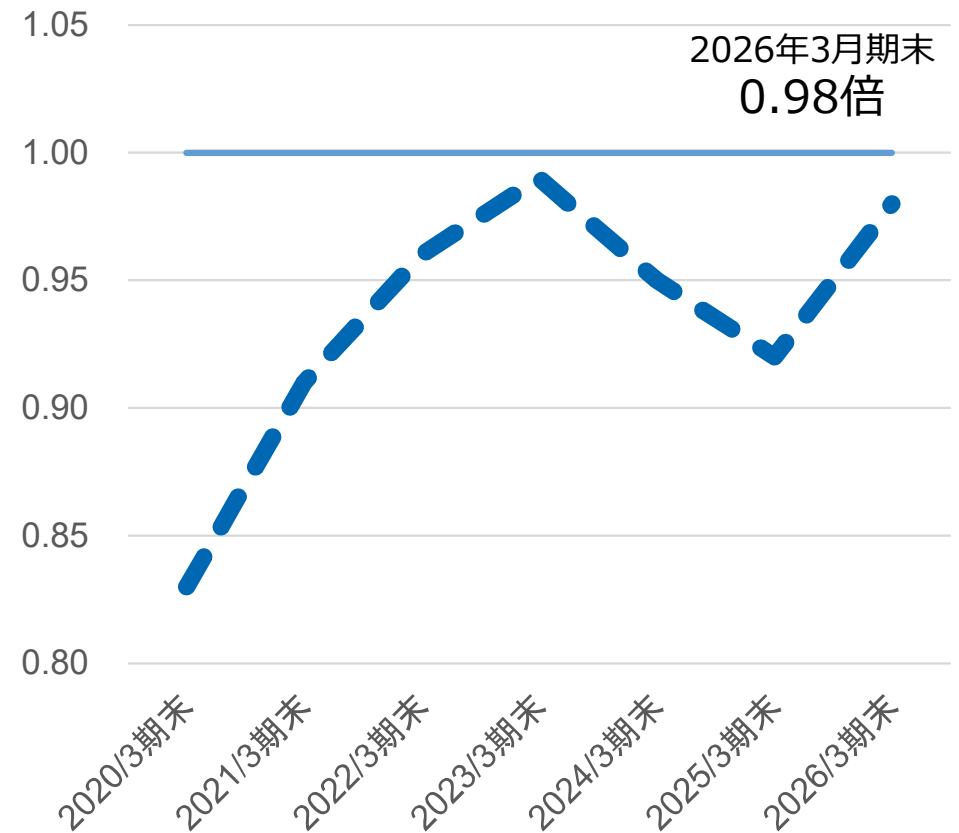


業績は2021年3月期を底に回復基調にあり、株価は順調に伸長するも、市場からは成長の再現性と資本効率の改善が求められている

株価推移 (2020/3末=100)



PBR推移 (倍)



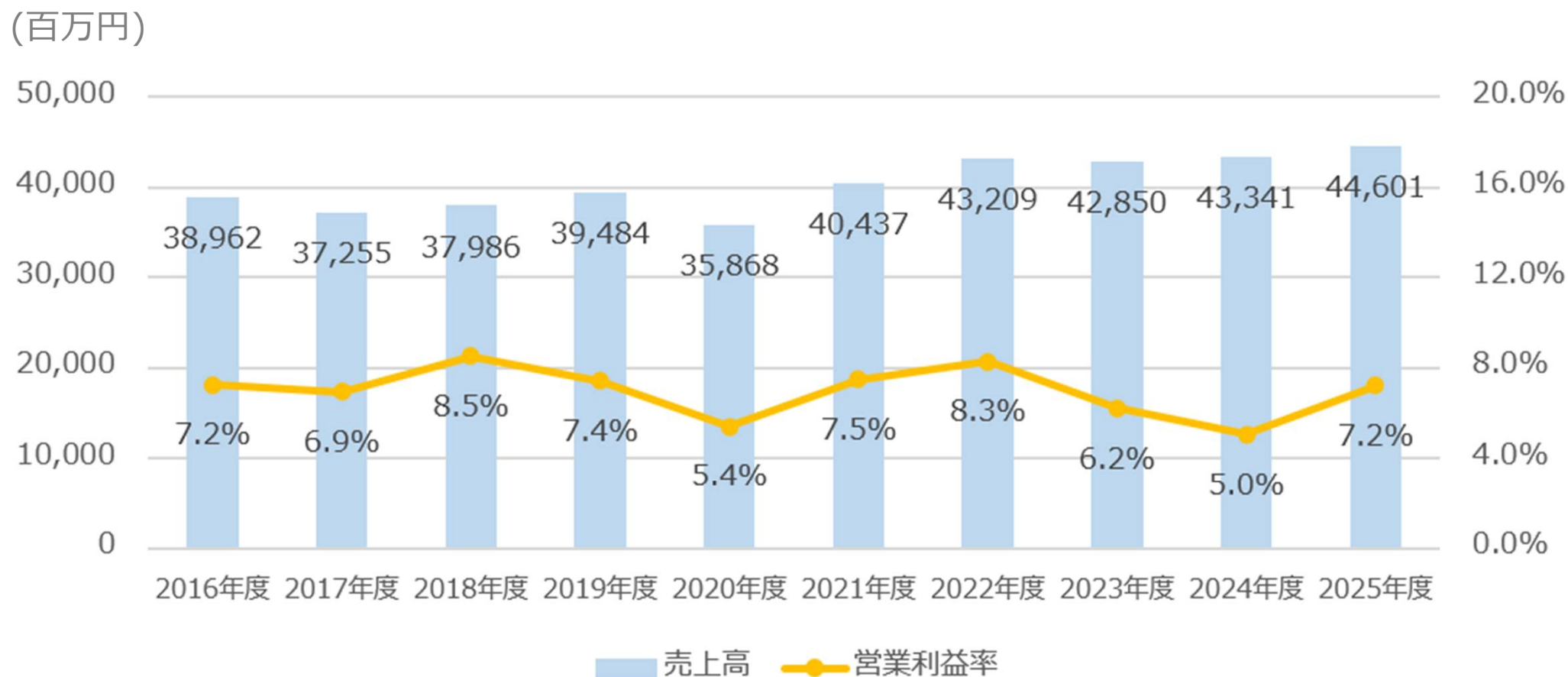
直近10年間の売上高・営業利益推移

ふやしたいのは、笑顔です。



売上高は直近において上場来最高を更新

営業利益率は、為替や物価高の影響等により停滞気味である



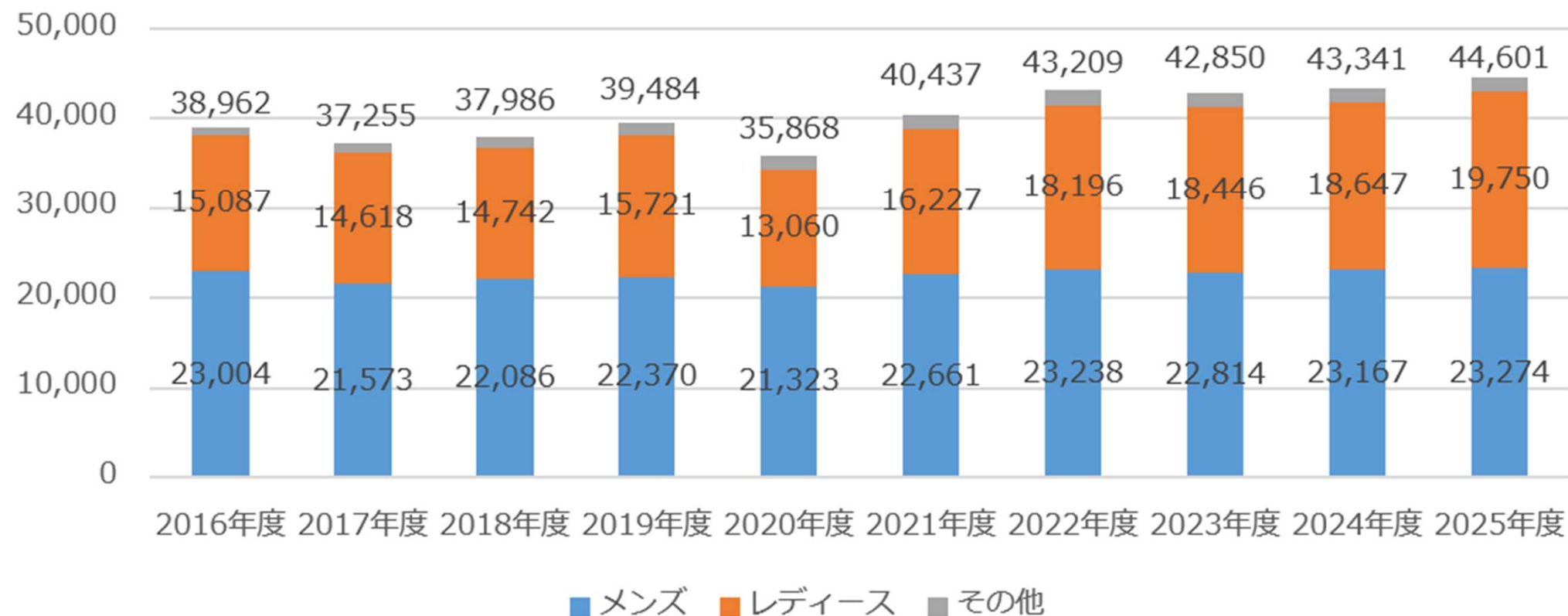
直近10年間の売上動向（男女別、連結）

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

女性向け売上の伸びを中心に増加傾向にある
男女共にコロナ禍前の業績水準を超えている

(百万円)

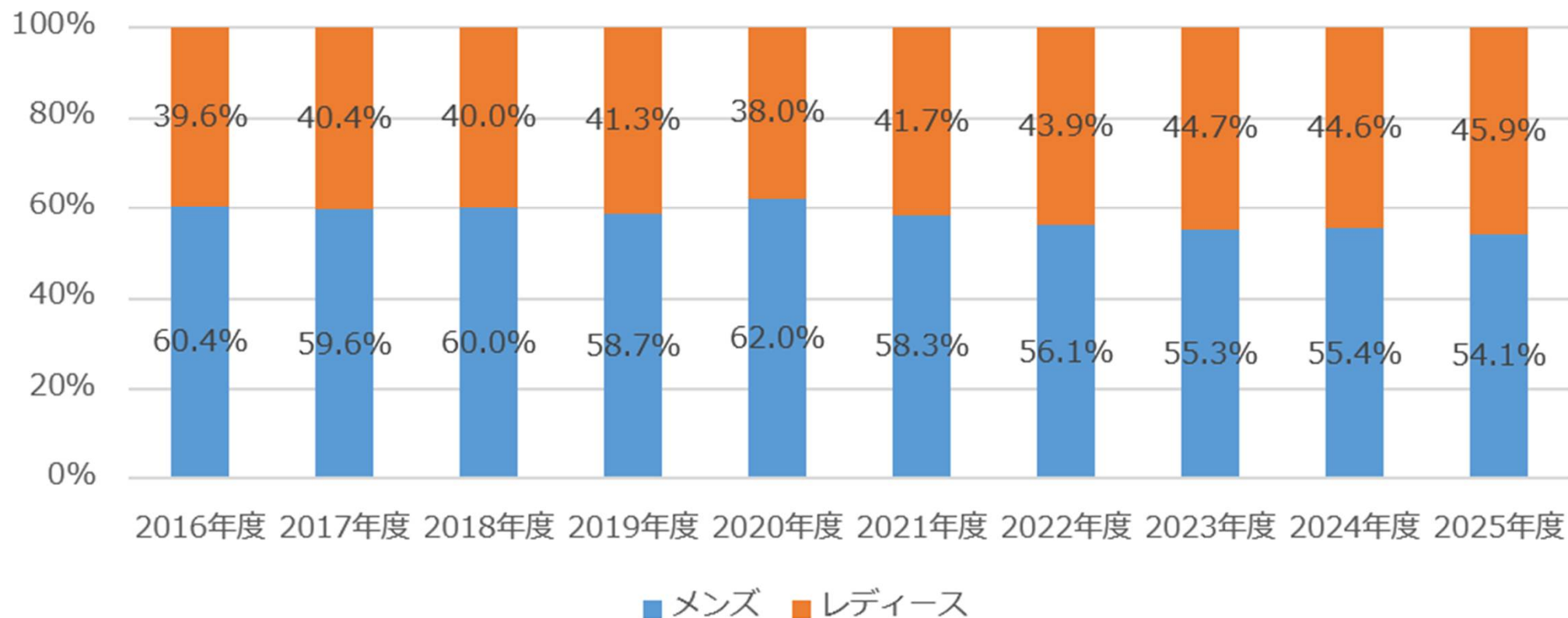


直近10年間の売上動向（売上高男女比）

ふやしたいのは、笑顔です。



男女比は過去から現在に至るまで男性：6、女性：4で概ね変化はない
直近においては、女性比率が上昇傾向にある



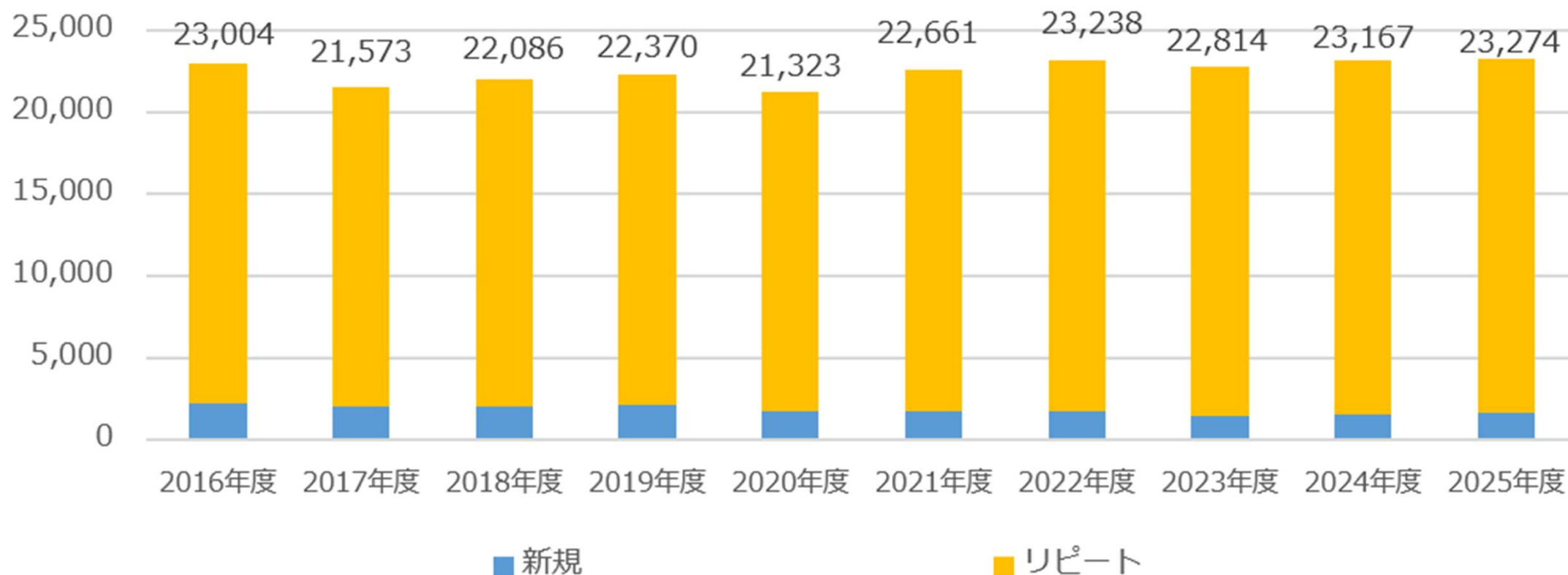
直近10年間の売上動向（男性、単体）

ふやしたいのは、笑顔です。

A/ アートネイチャー

新規売上の回復と、リピート売上の維持により、
コロナ禍を底に堅調に推移している

(百万円)



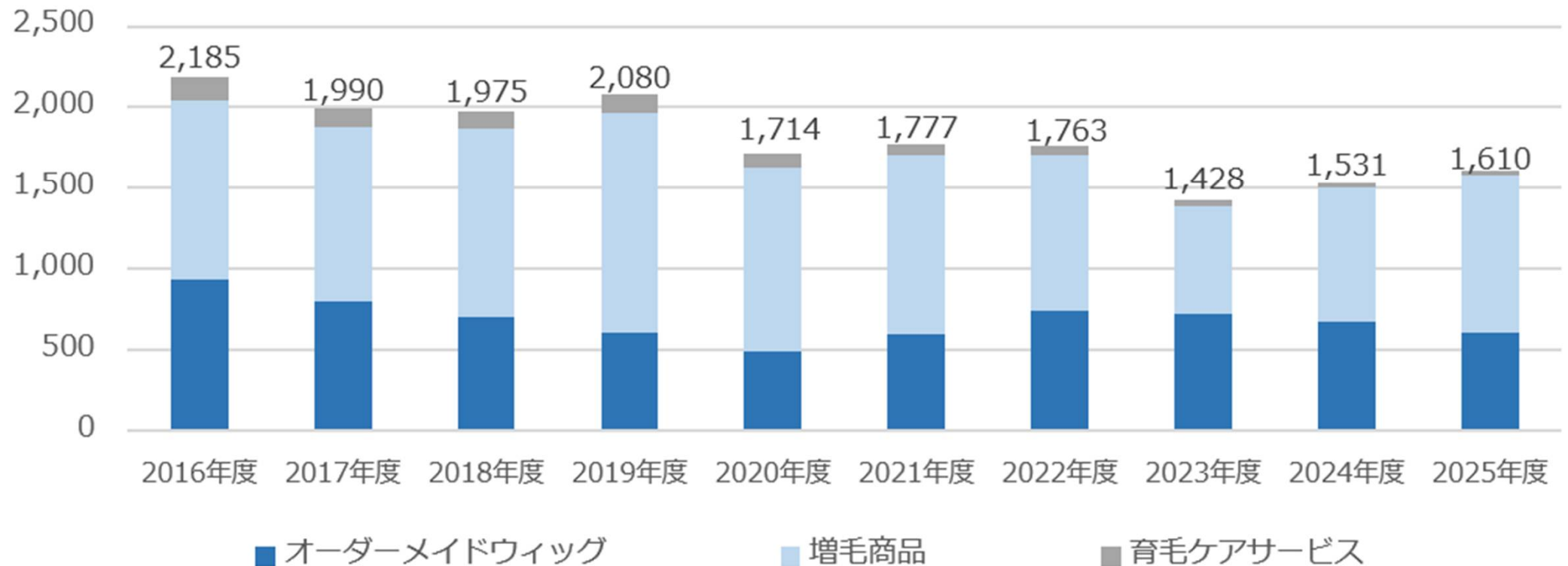
直近10年間の売上動向（男性 新規）

ふやしたいのは、笑顔です。



発毛剤や育毛剤といった隣接市場との競合激化のため逡減傾向であったが、2023年度を底に業績が回復傾向にある

(百万円)



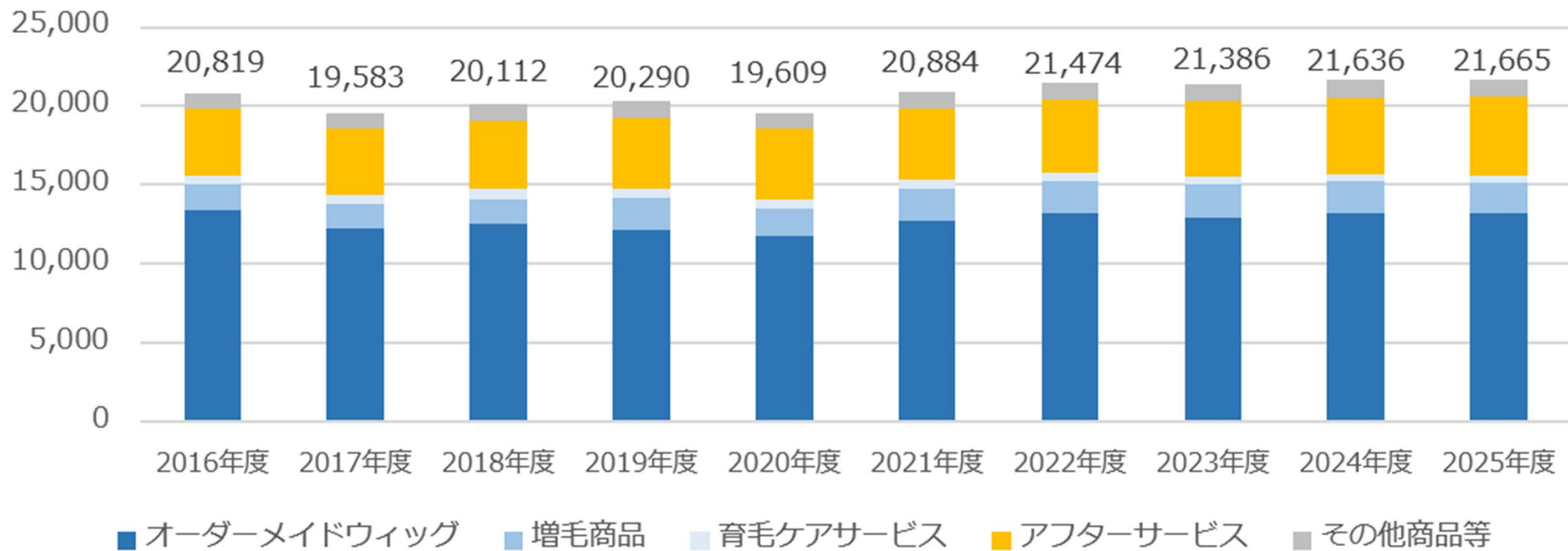
直近10年間の売上動向（男性 リピート）

ふやしたいのは、笑顔です。



リピート売上は、過去と比べても200億円台と高い水準を維持している

(百万円)



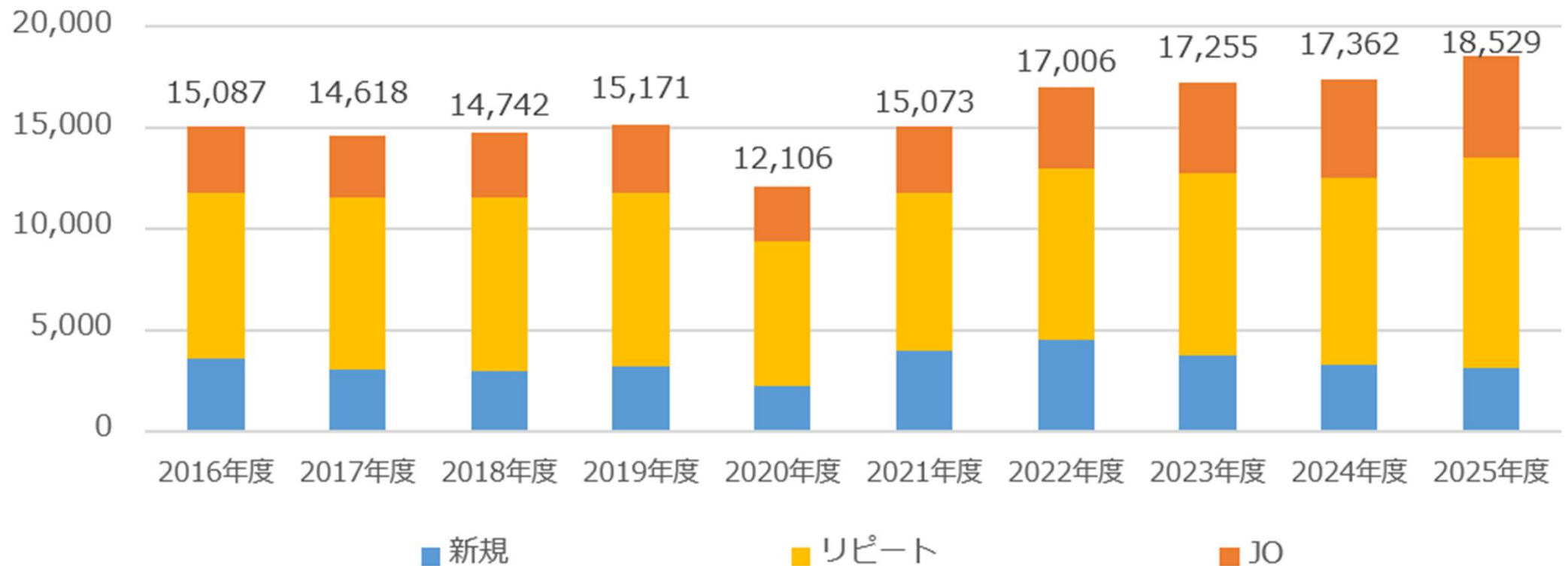
直近10年間の売上動向（女性、単体）

ふやしたいのは、笑顔です。



リピート売上と既製品売上が堅調のため、2022年度以降は最高売上を更新している

(百万円)



直近10年間の売上動向（女性、新規）

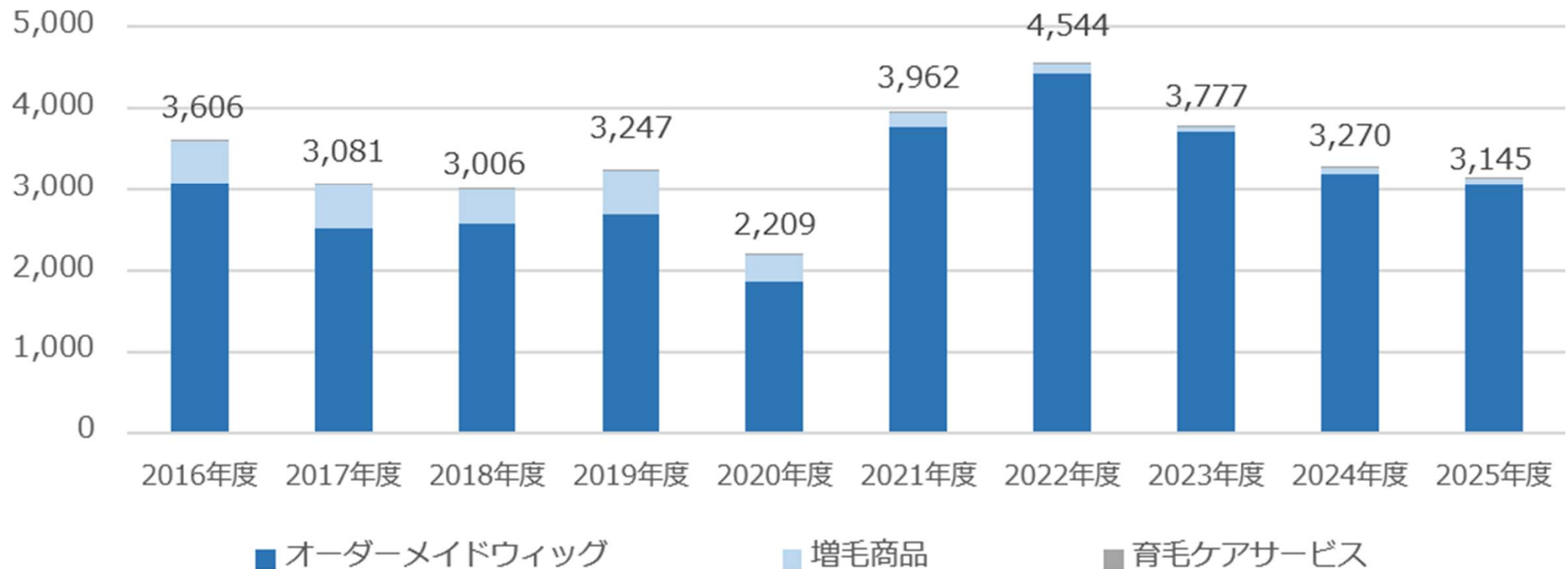
ふやしたいのは、笑顔です。



2022年度をピークに新規売上は減少傾向

直近の売上はメンズ新規売上の約2倍

(百万円)



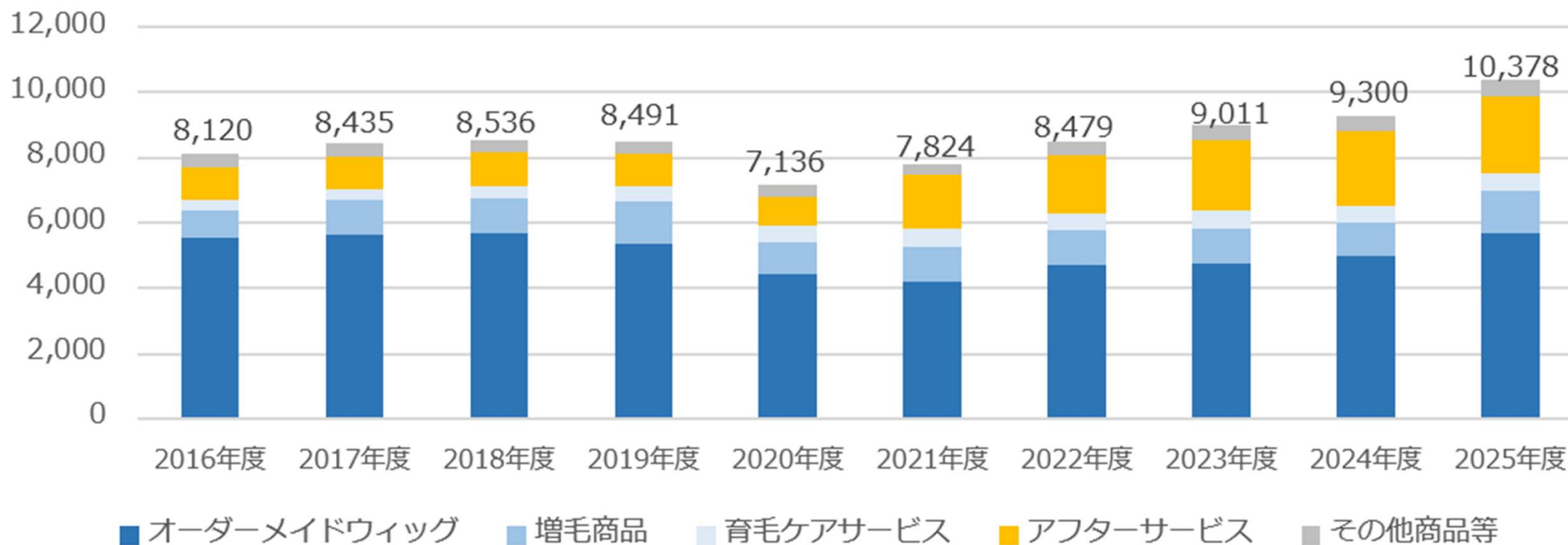
直近10年間の売上動向（女性、リピート）

ふやしたいのは、笑顔です。



リピート売上は、コロナ禍を底に堅調に推移している
直近の売上はメンズリピート売上の約4割

(百万円)



当社は国内外の事業領域を更に広げると共に、毛髪ケアのみならず、豊かな生活を送るために必要なモノ（商品）とコト（サービス）を拡充することで、未来を切り拓く

長期ビジョン

ARTNATURE 2.0

～世界一のウィッグライフメーカーを目指す～

