



2020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

2020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

2020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	17,927	20,126	+12.3%	39,368	51.1%
営業利益	1,418	2,907	+105.0%	3,377	86.1%

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	10,616	11,576	+9.0%	22,387	51.7%
レディース	6,799	7,938	+16.7%	14,977	53.0%
その他	511	611	+19.5%	2,003	30.5%

※ 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「ワープ(WRP)」発売
- 3月よりオーダーメイドウィッグ「パフィール モアリッチ」発売
- ◆ 5月よりヘアケア商品「アートミクロン マイスターシャンプー」発売
- 6月より増毛「ビューティーアップ ミュウ」発売
- 9月より増毛「マープゼロワン (MRP01)」発売
- 9月よりオーダーメイドウィッグ「フリーディア」発売
- ▲ 10月よりレディースオーダーメイドウィッグ「新・さらら」発売

【新規出店】

- ▲ ジュリア・オージェショップを6店舗オープン（2019年9月末現在で86店舗）
- ▲ 病院内サロンを北海道と兵庫に計2店舗オープン（2019年9月末現在で5店舗）

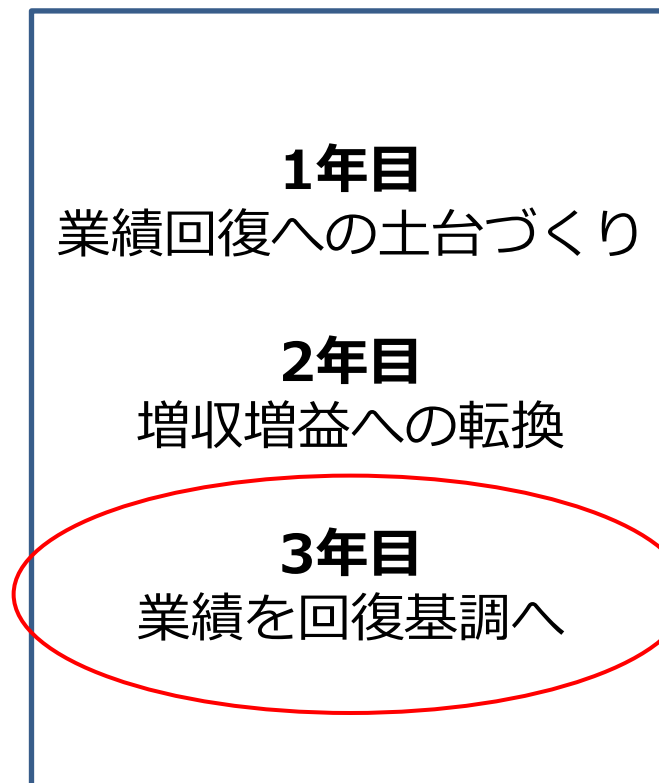
【その他トピックス】

- ◆ 9月より中国向け越境ECサイト「天猫国際モール」に旗艦店を出店
- 10月より男性向け育毛専用サロン「LABOMO(ラボモ)銀座」をオープン
- ◆ 10月より女性向け既製品ウィッグ会社の「NAO-ART株式会社」を子会社化

4つの確立

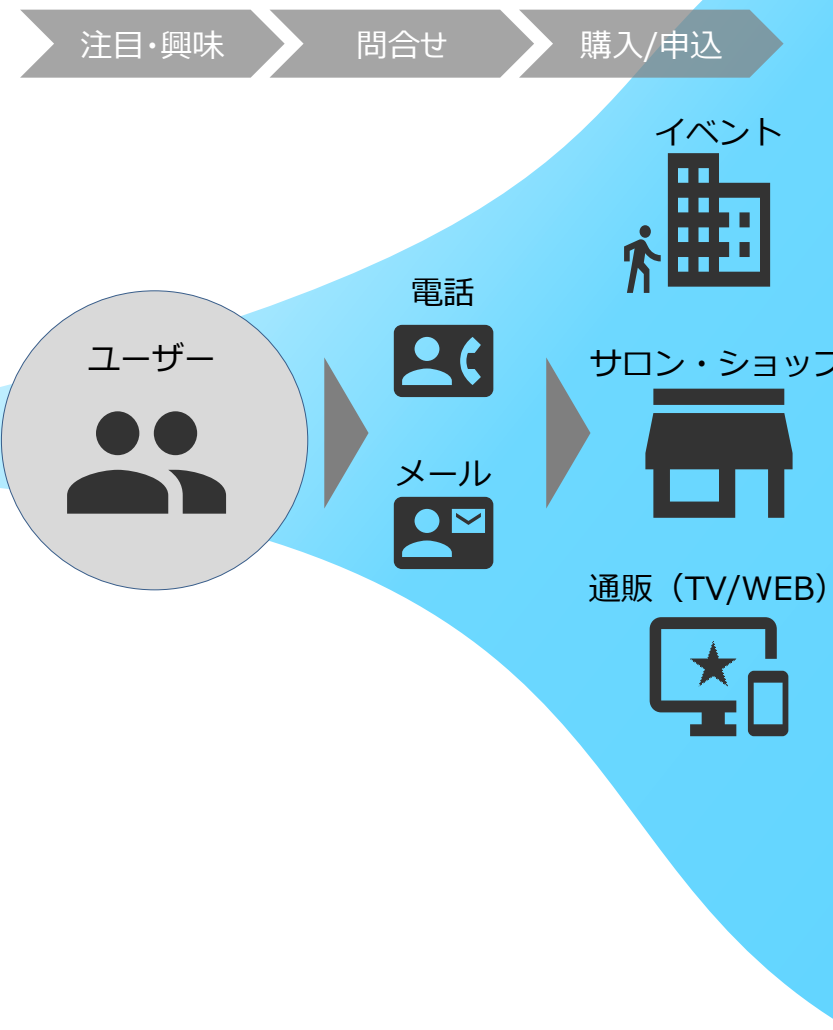
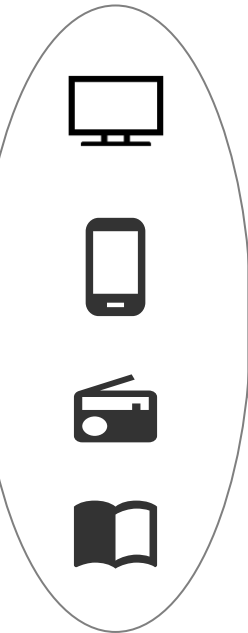


業績回復



新領域への進出とは 今回新たに進出する領域

広告
(TV/新聞/WEB等)



ウィッグ | オーダー/既製品
ハイエンド

ウィッグ | 既製品
スタンダード

ヘアケア | 増毛・育毛ケア
増毛 育毛

アフターサービス
理美容サービス ウィッグメンテ

備品販売
ヘアケア商品 健康食品他

医薬品販売
発毛剤

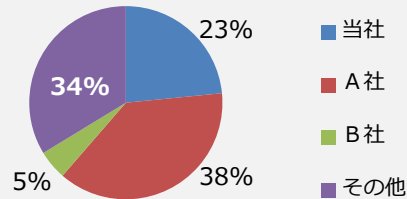
新領域進出のねらい

①スタンダード市場への進出について

⇒当社ウィッグのエントリーモデルとして、値頃感や手軽さを求める層のニーズに応える



2018年度 女性用毛髪業市場規模 (売上シェア)



注. 事業者売上金額ベース
(出所) (株) 矢野経済研究所「2019年版ヘアケアマーケティング総鑑」

現状のウィッグ市場

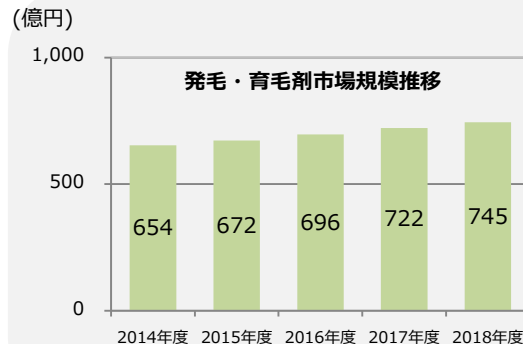
- ・ウィッグ市場はハイエンド市場（高級価格帯）とスタンダード市場（値頃感のある価格帯）に分別できる。
- ・女性市場の売上規模「その他」は、値頃感のある価格帯のウィッグが大半であり、販売数量に換算すれば相応の人数が存在すると予想できる。



総合毛髪企業として、多様化する女性ニーズに応えるべく、新たに既製品ブランドを獲得し、当社グループにおける顧客の拡大を目指す。

②発毛剤市場への進出について

⇒商品ラインアップを拡充することで他社との差別化を図り、更なる販路の開拓をねらう



注. ブランドメーカー出荷金額ベース
(出所) (株) 矢野経済研究所「2019年版ヘアケアマーケティング総鑑」

現状の発毛剤市場

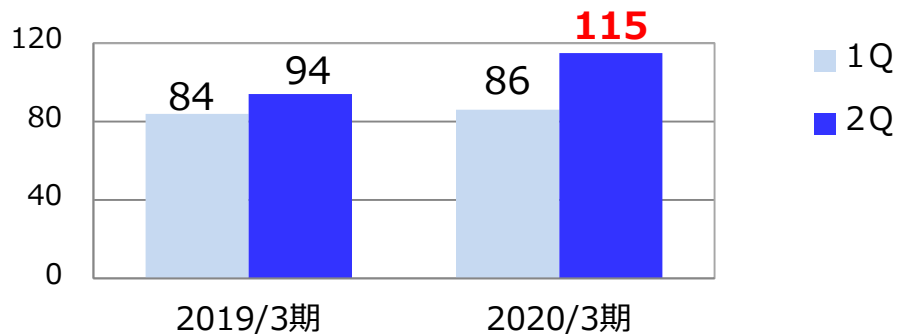
- ・薬局等では販売のみのため、アフターフォローといったアクションがおこしにくい。



総合毛髪企業として医薬品販売に着手することで、当社商品ラインアップを拡充させると共に、これまで培ってきた経験を活かしていくことで、他社との差別化を図る。

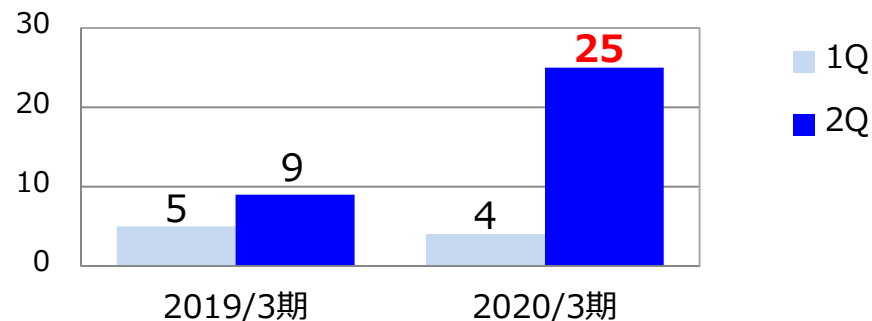
上期売上高 (億円)

増収 (2Q: 増税前の駆け込み需要あり)



上期営業利益 (億円)

増益 (トップラインの増加に伴い利益も増加)

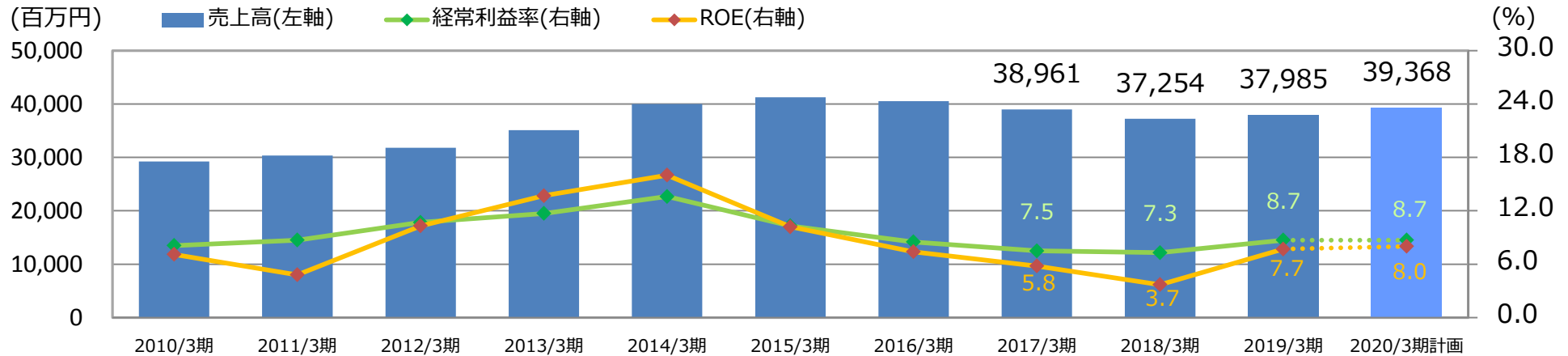


下期の取組み

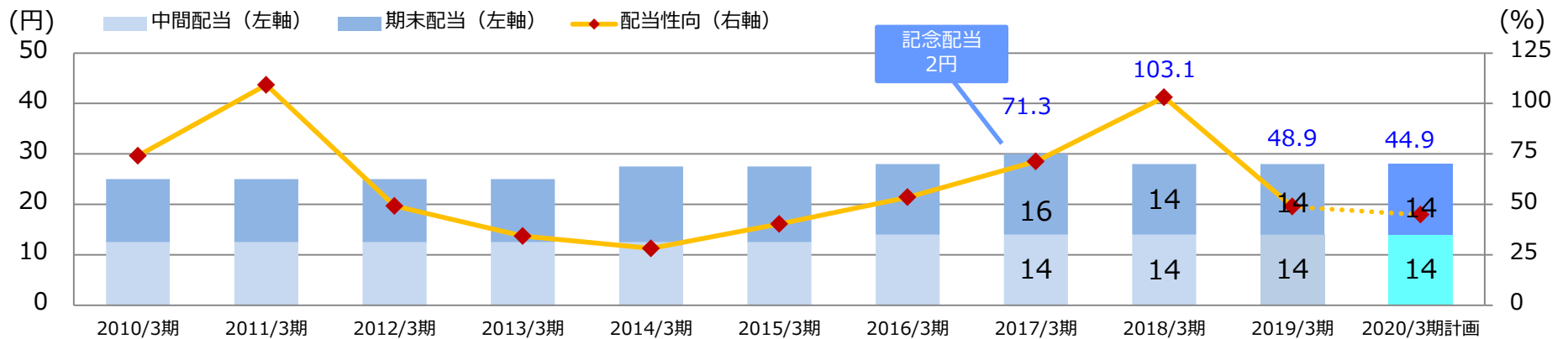
- ① 9月発売の新商品・新サービス等の販売活動に注力
- ② 積極的な経営資源の投下 (広告プロモーション等の強化)
- ③ 新領域の事業に踏み出す

⇒ 上記より、下期はコスト増が見込まれるため通期計画は当初公表どおり

2020年3月期目標 売上高:393億円 経常利益率:8.7% ROE:8.0%



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。

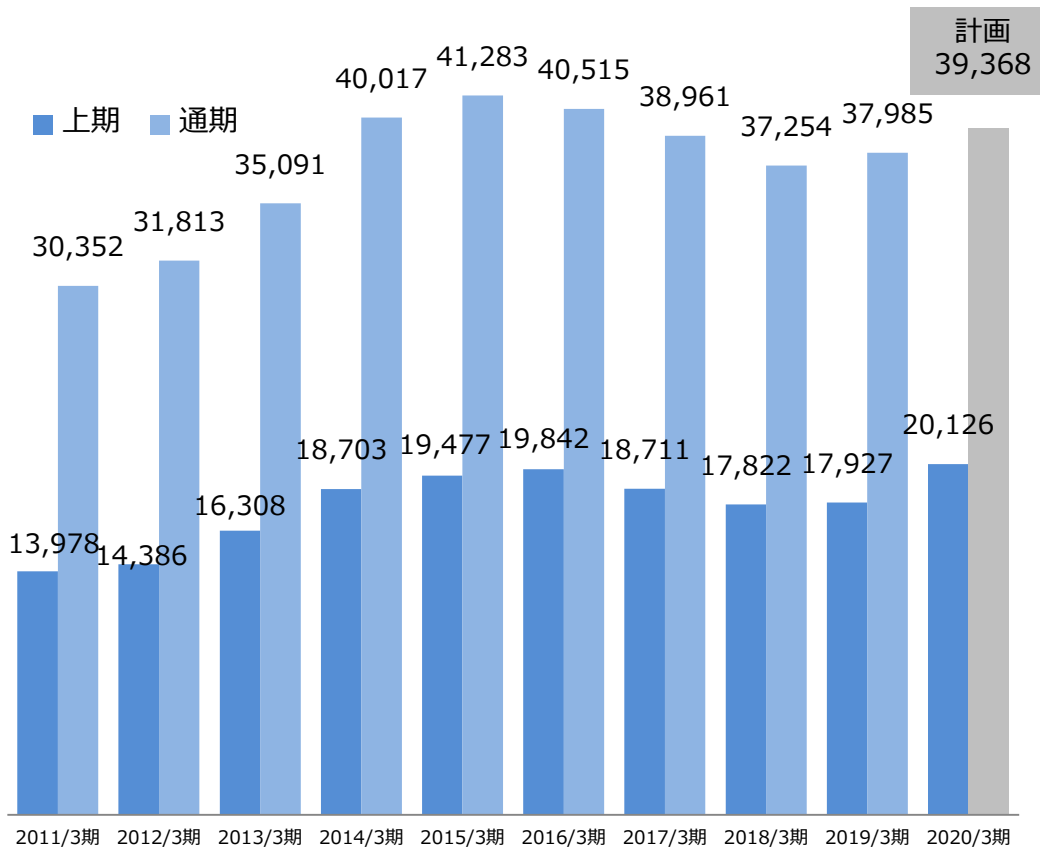
2020年3月期 第2四半期 決算実績および通期見通し

株式会社アートネイチャー

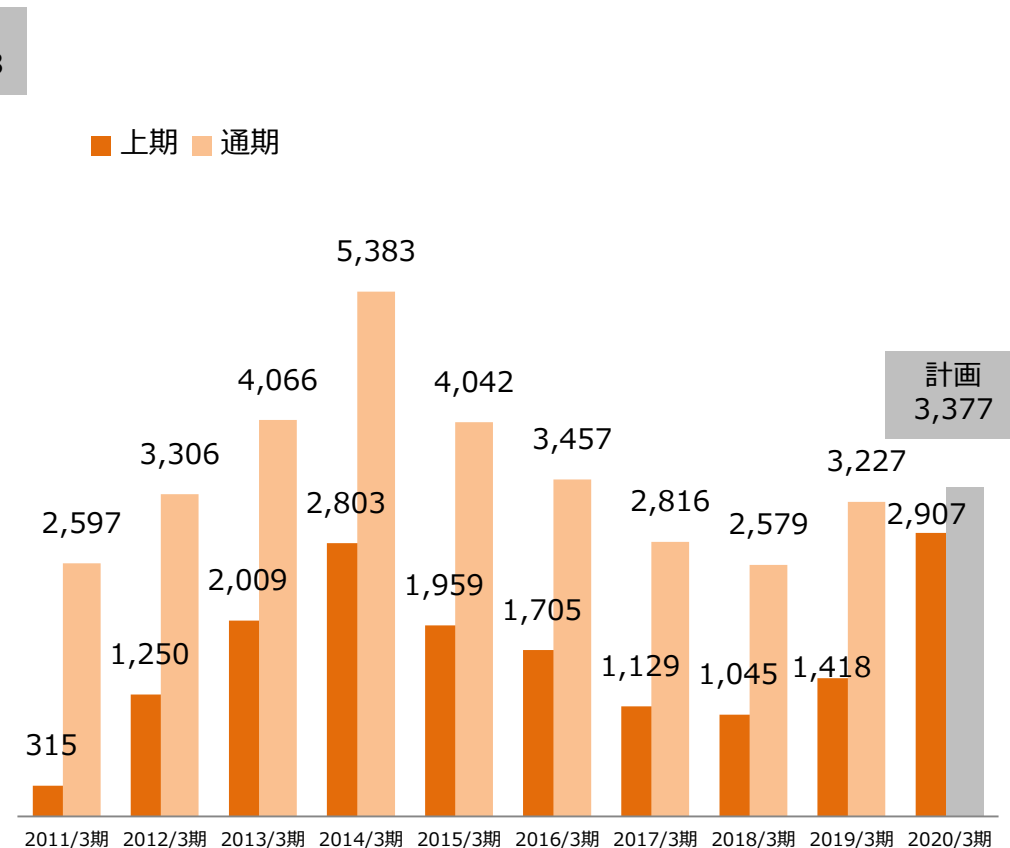
(単位：百万円)

	2019年3月期 第2四半期	2020年3月期 第2四半期	通期計画	変動要因
売上高	17,927	20,126	39,368	売上高：12.3%増 メンズ：9.0%増 レディース：16.7%増
メンズ	10,616	11,576	22,387	
レディース	6,799	7,938	14,977	
その他	511	611	2,003	
売上原価	5,776	6,008	12,076	原価率：2.3P下降 (商品原価率：▲0.2P) (スタッフ人件費率：▲2.1P)
売上総利益	12,150	14,117	27,292	
販管費	10,732	11,210	23,915	販管費：4.5%増 広告費：0.1%増 人件費：6.3%増 その他の販売費：16.3%増
広告費	2,993	2,996	6,791	
人件費	2,490	2,647	5,086	
営業利益	1,418	2,907	3,377	設備投資内訳 店舗設備関係：464百万円 システム関連：56百万円
経常利益	1,489	2,941	3,425	
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	920	1,925	2,031	
減価償却費	461	432	932	
設備投資	539	533	2,115	

売上高の推移 (百万円)

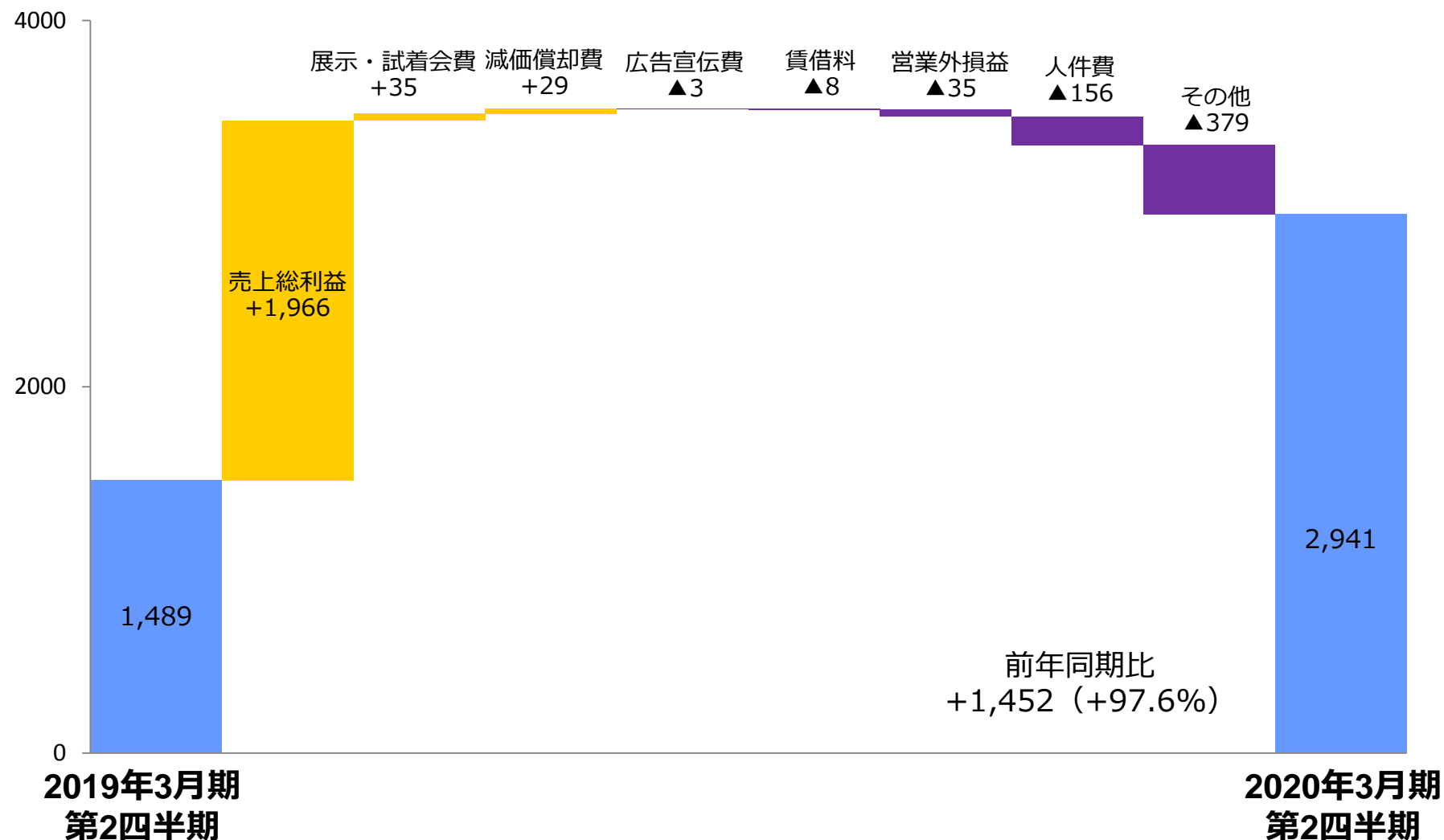


営業利益の推移 (百万円)

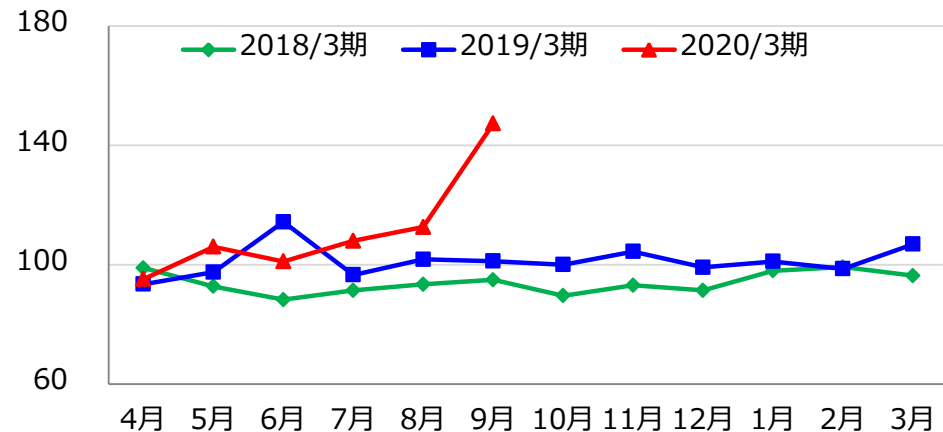


● 連結経常利益増減要因

(単位：百万円)



(%) **主要商品 全体**

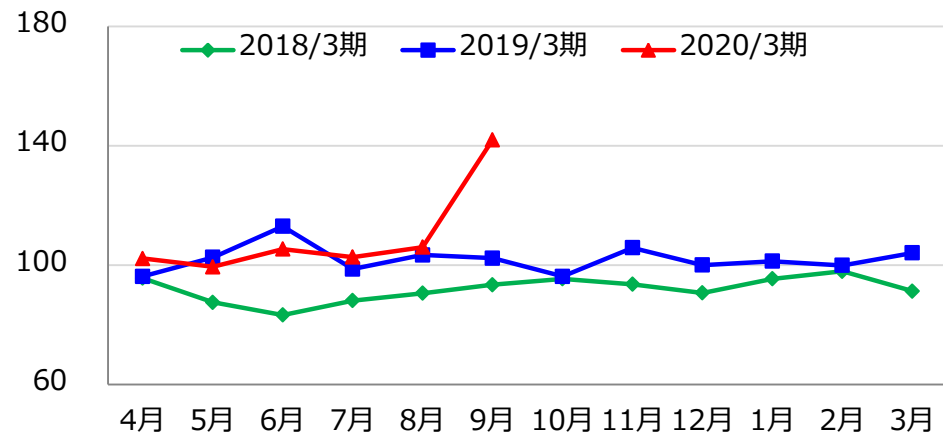


上期平均：主要商品売上高

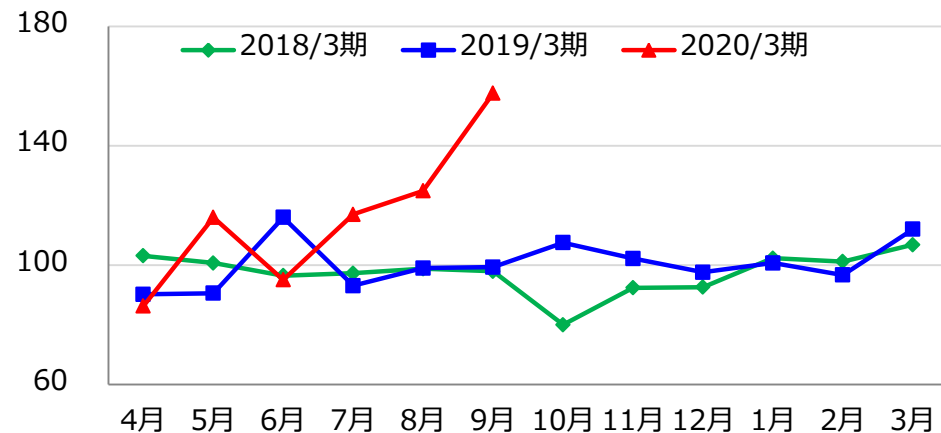
(単位：%)

	全体	男性	女性
2018年3月期	93.2	89.7	99.0
2019年3月期	100.8	102.7	97.8
2020年3月期	113.3	111.6	116.1

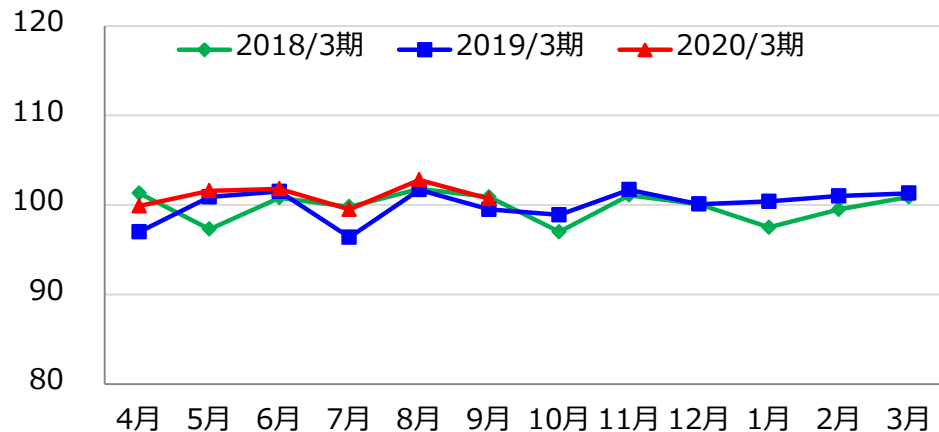
(%) **主要商品 男性**



(%) **主要商品 女性**



(%) 月次延べ来店顧客数 全体

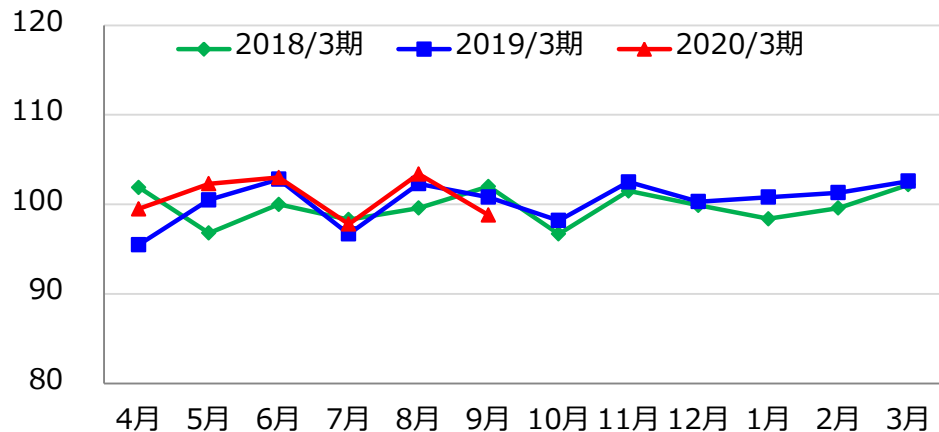


上期平均：来店顧客数

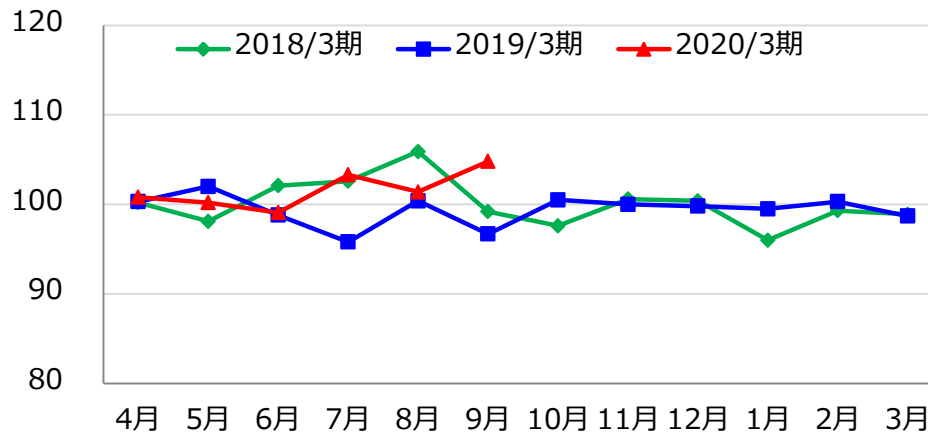
(単位：%)

	全体	男性	女性
2018年3月期	100.3	99.7	101.2
2019年3月期	99.5	99.7	99.0
2020年3月期	100.7	100.4	101.5

(%) 男性



(%) 女性

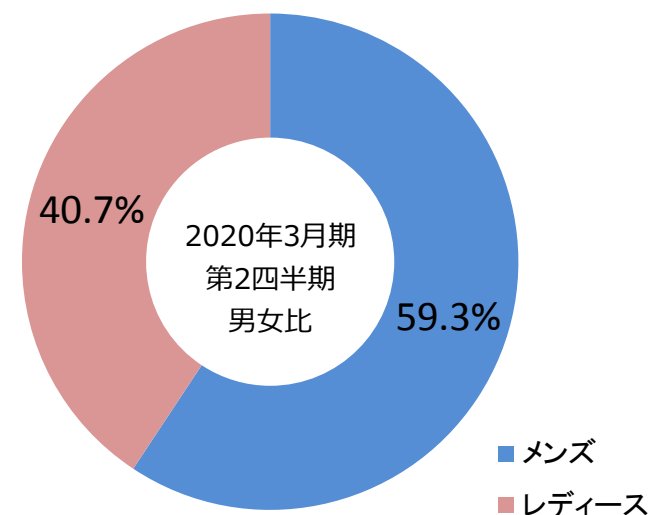
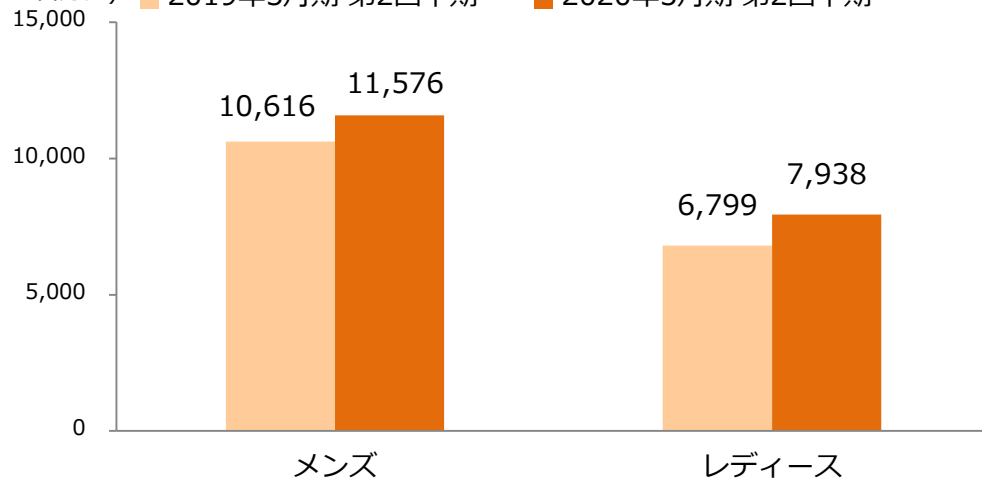


男女別売上動向（連結）

(単位：百万円)

	2019年3月期 第2四半期	2020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	17,927	20,126	+12.3%	39,368	51.1%
メンズ	10,616	11,576	+9.0%	22,387	51.7%
レディース	6,799	7,938	+16.7%	14,977	53.0%
その他	511	611	+19.5%	2,003	30.5%

(単位：百万円) 2019年3月期 第2四半期 2020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		2019年3月期 第2四半期	2020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	1,537	1,668	+130	+8.5%
	リピート	8,650	9,464	+814	+9.4%
	合計	10,187	11,132	+944	+9.3%
増毛商品	新規	795	980	+184	+23.2%
	リピート	1,258	1,752	+493	+39.2%
	合計	2,054	2,733	+678	+33.0%
育毛ケア・サービス	新規	56	61	+4	+8.1%
	リピート	472	543	+71	+15.1%
	合計	528	604	+75	+14.3%
理・美容サービス		2,754	2,786	+31	+1.2%
ジュリア・オージェ		1,179	1,550	+370	+31.4%
その他商品等		1,123	1,172	+48	+4.3%
全商品・サービス	新規	2,390	2,710	+320	+13.4%
	リピート	13,846	15,254	+1,408	+10.2%
	ジュリア・オージェ	1,179	1,550	+370	+31.4%
	その他	412	464	+51	+12.5%
	合計	17,828	19,979	+2,150	+12.1%

※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。

商品・サービス別売上高（単体／男性）

（単位：百万円）

売上高		2019年3月期 第2四半期	2020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	358	290	▲67	▲18.8%
	リピート	5,780	6,443	+662	+11.5%
	合計	6,138	6,733	+595	+9.7%
増毛商品	新規	601	668	+66	+11.1%
	リピート	782	1,029	+246	+31.5%
	合計	1,383	1,697	+313	+22.7%
育毛ケア・サービス	新規	51	55	+3	+6.4%
	リピート	306	305	▲1	▲0.4%
	合計	358	360	+2	+0.6%
理・美容サービス		2,225	2,266	+41	+1.8%
その他商品等		510	518	+7	+1.6%
全商品・サービス	新規	1,011	1,014	+2	+0.3%
	リピート	9,605	10,562	+957	+10.0%
	合計	10,616	11,576	+960	+9.0%

※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

新商品投入効果により増毛売上が好調に推移。リピート売上も堅調

	2020年3月期 上期振り返り
新規	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品「WRP」で採用している増毛の新技術（マープ アドバンス）に対する反響が増加
リピート	<ul style="list-style-type: none"> ・増毛に加え、オーダーメイドかつらの新商品も好調 ・営業基盤の強化に向けた取組みが着実に前進
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・消費増税の影響による納期の前倒しが一定量発生



【マープ アドバンス】



※イメージ図

(単位：百万円)

	2019年3月期		2020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	6,138	13,192	6,733	+9.7%	13,209	+0.1%	51.0%
増毛商品	1,383	2,785	1,697	+22.7%	2,807	+0.8%	60.5%
育毛ケア・サービス	358	705	360	+0.6%	895	+26.9%	40.3%
理・美容サービス	2,225	4,393	2,266	+1.8%	4,465	+1.6%	50.8%
その他商品等	510	1,009	518	+1.6%	1,009	+0.0%	51.3%
合計	10,616	22,086	11,576	+9.0%	22,387	+1.4%	51.7%

商品・サービス別売上高（単体／女性）

（単位：百万円）

売上高		2019年3月期 第2四半期	2020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	1,179	1,377	+197	+16.8%
	リピート	2,870	3,021	+151	+5.3%
	合計	4,049	4,399	+349	+8.6%
増毛商品	新規	194	312	+117	+60.6%
	リピート	475	723	+247	+51.9%
	合計	670	1,035	+365	+54.5%
育毛ケア・サービス	新規	4	6	+1	+26.3%
	リピート	165	237	+72	+43.7%
	合計	170	243	+73	+43.2%
理・美容サービス		529	519	▲9	▲1.7%
その他商品等		1,380	1,739	+359	+26.1%
全商品・サービス	新規	1,379	1,696	+317	+23.0%
	リピート	4,240	4,691	+450	+10.6%
	ジュリア・オージェ	1,179	1,550	+370	+31.4%
	合計	6,799	7,938	+1,138	+16.7%

※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。

レディース部門

新商品・プロモ効果により前年を上回る反響を獲得。ジュリア・オージェも好調キープ

	2020年3月期 上期振り返り
新規	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品「ビューティーアップ ミュウ」が好調 ・百貨店催事も好調
リピート	<ul style="list-style-type: none"> ・新規同様、新商品効果により、第2Qから業績の堅調な伸びに寄与
ジュリア・オージェ	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様の来店数を増やすべく、様々な営業施策を実践 ・全国に6店舗の新店オープン
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・消費増税の影響による納期の前倒しが一定量発生



ジュリア・オージェ東武百貨店池袋店



ジュリア・オージェ大丸梅田店

(単位：百万円)

	2019年3月期		2020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	4,049	8,241	4,399	+8.6%	8,265	+0.3%	53.2%
増毛商品	670	1,501	1,035	+54.5%	1,440	▲4.1%	71.9%
育毛ケア・サービス	170	373	243	+43.2%	355	▲4.8%	68.5%
理・美容サービス	529	1,041	519	▲1.7%	1,067	+2.5%	48.7%
ジュリア・オージェ	1,179	3,199	1,550	+31.4%	3,378	+5.6%	45.9%
その他商品等	200	384	189	▲5.5%	471	+22.6%	40.2%
合計	6,799	14,741	7,938	+16.7%	14,977	+1.6%	53.0%

(単位：百万円)

	2019年3月期		2020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	10,187	21,434	11,132	+9.3%	21,475	+0.2%	51.8%
増毛商品	2,054	4,286	2,733	+33.0%	4,247	▲0.9%	64.3%
育毛ケア・サービス	528	1,079	604	+14.3%	1,250	+15.9%	48.3%
理・美容サービス	2,754	5,434	2,786	+1.2%	5,532	+1.8%	50.4%
ジュリア・オージェ	1,179	3,199	1,550	+31.4%	3,378	+5.6%	45.9%
その他商品等	1,123	2,326	1,172	+4.3%	3,163	+36.0%	37.1%
合計	17,828	37,760	19,979	+12.1%	39,047	+3.4%	51.2%

(単位：百万円)

	2019年3月期		2020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	17,927	37,985	20,126	+12.3%	39,368	+3.6%
メンズ	10,616	22,086	11,576	+9.0%	22,387	+1.4%
レディース	6,799	14,741	7,938	+16.7%	14,977	+1.6%
その他	511	1,157	611	+19.5%	2,003	+73.1%
売上原価	5,776	11,756	6,008	+4.0%	12,076	+2.7%
売上総利益	12,150	26,228	14,117	+16.2%	27,292	+4.1%
販管費	10,732	23,001	11,210	+4.5%	23,915	+4.0%
広告費	2,993	6,531	2,996	+0.1%	6,791	+4.0%
人件費	2,490	4,873	2,647	+6.3%	5,086	+4.4%
営業利益	1,418	3,227	2,907	+105.0%	3,377	+4.7%
経常利益	1,489	3,308	2,941	+97.6%	3,425	+3.5%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	920	1,864	1,925	+109.1%	2,031	+9.0%
減価償却費	461	933	432	▲6.3%	932	▲0.0%
設備投資	539	1,390	533	▲1.1%	2,115	+52.1%

 **アートネイチャー**

<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

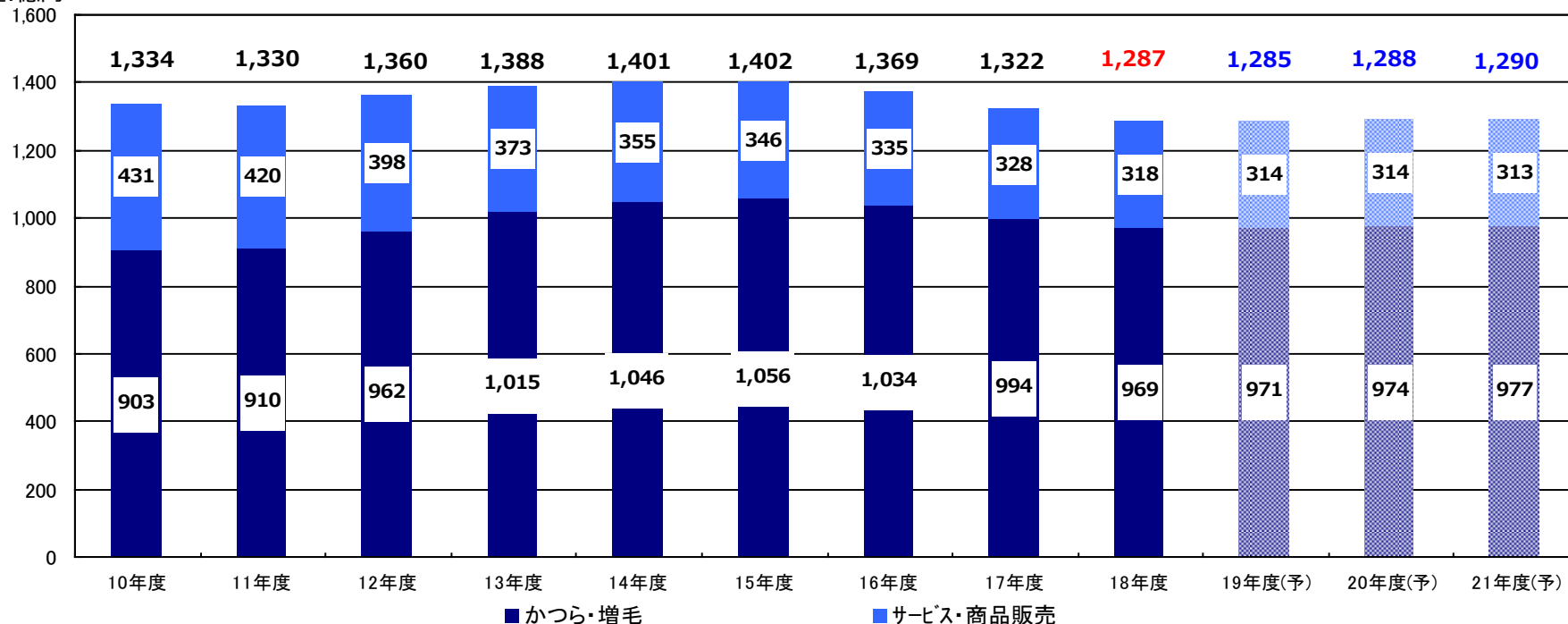
・毛髪業市場

→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、2018年度は前年度比97.4% 1,287億円となった。

・市場の問題点・課題と今後の見通し

- ・女性用かつら市場は顧客のリピーター化が課題
 - ・男性市場は有力マーケットであるアジア市場進出が拡大
 - ・「ヘアケア・美容商材」の拡充と「オンライン・B to C」向けチャネル進出による接点強化
- 高齢化の進展や消費者のアンチエイジング志向等から、潜在需要は見込まれ、2019年度以降も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「2019年版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 (2019年10月現在)

連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)

	2019年3月期末		2020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	25,206	58.7%	25,714	59.1%	+2.0%	流動資産 +507
現預金	18,275	42.5%	18,701	43.0%	+2.3%	・現預金 +425
固定資産	17,764	41.3%	17,810	40.9%	+0.3%	・売掛金 ▲264
有形固定資産	9,282	21.6%	9,376	21.5%	+1.0%	・有価証券 ▲10
資産合計	42,971	100.0%	43,525	100.0%	+1.3%	・棚卸資産 +360
流動負債	11,213	26.1%	10,068	23.1%	▲10.2%	固定資産 +46
前受金	4,770	11.1%	4,504	10.3%	▲5.6%	・有形固定資産 +93
固定負債	6,989	16.3%	7,124	16.4%	+1.9%	・無形固定資産 ▲68
負債合計	18,203	42.4%	17,193	39.5%	▲5.5%	流動負債 ▲1,144
純資産	24,767	57.6%	26,331	60.5%	+6.3%	・前受金 ▲265
利益剰余金	18,510	43.1%	19,980	45.9%	+7.9%	・未払法人税等 ▲64
負債及び純資産合計	42,971	100.0%	43,525	100.0%	+1.3%	・未払金 ▲705
						純資産 +1,563
						・利益剰余金 +1,469 (純利益 +1,925) (配当金支払 ▲455)

(単位：百万円)

	2019年3月期 第2四半期	2020年3月期 第2四半期	変動要因
営業：キャッシュフロー	2,217	1,459	営業C F ・前受金 ▲350 ・売上債権 ▲351 ・調整前純利益 +1,455 ・法人税等支払額 ▲989 投資C F ・有形固定資産取得 +168 ・無形固定資産取得 +15 財務C F ・配当金 +3 ・自己株式取得 +147
投資：キャッシュフロー	▲490	▲362	
フリー・キャッシュフロー	1,726	1,097	
財務活動によるキャッシュフロー	▲818	▲662	
現金及び現金同等物 期首残高	16,401	17,986	
現金及び現金同等物 期末残高	17,303	18,408	
現金及び現金同等物 増減額	901	421	