



中期経営計画最終年度の今期—— 新領域の事業へ踏み出し、 2020年4月以降の安定的な成長を目指します。

当社は、2018年3月期を初年度とする中期経営計画「アートネイチャーREBORN^{リボーン}プラン」を策定し、業績をふたたび回復基調へ乗せるべく、「お客様満足」「体制革新」「人財育成」「従業員満足」に向けたさまざまな施策を実践してまいりました。初年度には、生産体制を抜本的に見直し、カンボジアの生産子会社の株式を譲渡いたしました。2年目には、営業体制を革新すべく、ジュリア・オージェ営業本部と営業本部を統合することで、レディース分野における営業の活性化と効率化に取り組みました。このように、中期経営計画を通して「業績回復への土台づくり」に注力した結果、2年目には増収増益への転換を達成することができました。

代表取締役会長兼社長

五十嵐 祥剛

そして、中期経営計画の最終年度である今期は、「新領域の事業へ踏み出す」ことを目標に掲げ、今後の事業拡大に向け、さまざまな検討を重ね実践しております（詳細は特集ページをご覧ください）。今後も、営業の基盤や体制を着実に整備し、来期以降の持続的な成長を目指して、引き続き各施策に取り組んでまいります。株主・投資家の皆様には、今後も変わらぬご支援・ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



2020年3月期第2四半期決算の概要

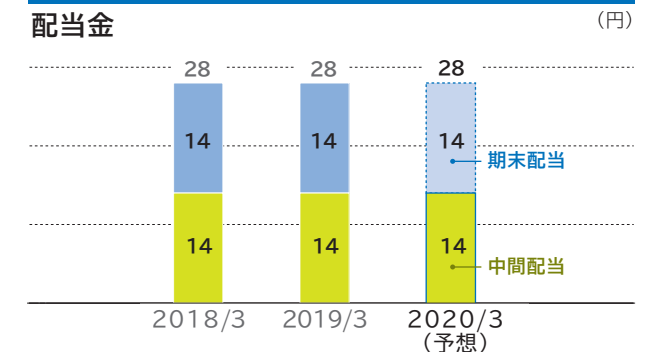
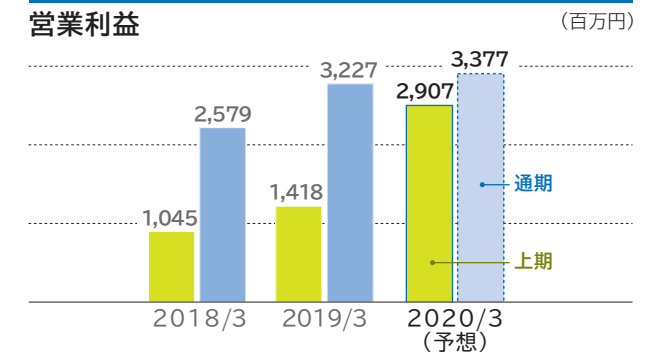
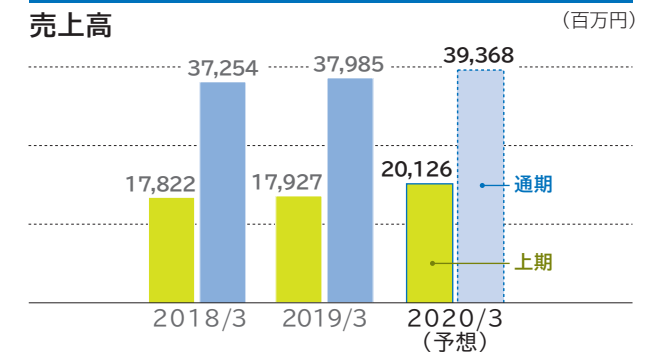
中期経営計画の最終年度に掲げた「業績の回復基調」の実現に向けて諸施策を実践したほか、メンズ、レディース、ジュリア・オージェなどの各部門において消費増税を控えた駆け込み需要が生じたことから、売上高は前年同期比12.3%増の201億円となりました。また、利益面においても、売上の伸びが奏功し、同105.0%増の29億円となりました。

通期（2020年3月期）の見通し

上期業績は好調であったものの、下期は消費増税による駆け込み需要の反動が予想され、その反動の軽減策や将来に向けた積極的な経営資源の投下を計画しています。その結果、通期業績は期初計画通り、売上高393億円（前期比3.6%増）、営業利益33億円（同4.7%増）を見込んでいます。

配当方針

当社では、株主の皆様への利益還元を重要な経営課題の一つと位置付けており、安定的かつ継続的な配当を基本方針としています。今期についても、前期同様に中間配当を1株当たり14円とし、通期では1株当たり28円の配当を予定しています。

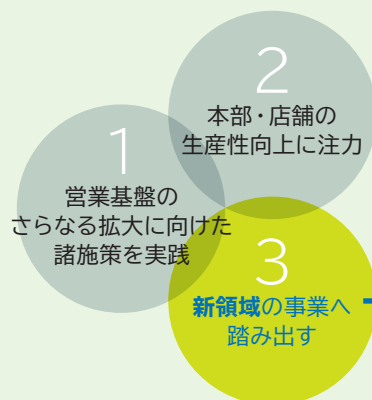


さらなる成長に向けて新領域への挑戦を進めています。

中期経営計画「アートネイチャーREBORNプラン」^{リボーン}最終年度（2020年3月期）の方針

2020年3月期は、これまで整備した営業基盤を継続的に拡大させていくとともに、「新領域の事業へ踏み出す」ことを方針として掲げています。

方針



新領域とは？

毛髪事業でのさらなる成長を目指す
 当社はこれまで高価格帯のウィッグが中心でしたが、ウィッグ初体験の方でも購入しやすい比較的安価な価格帯のウィッグを商品ラインアップに加えます。また、医薬品のカテゴリーとなる発毛剤を発売することで、毛髪に関わるさまざまなニーズに応えます。

新たな市場での成長を目指す
 現在展開している毛髪事業、理美容サービス、ヘアケア商品や健康食品などの販売のみならず、それ以外の分野についても、成長の機会を見極め、幅広い展開を図ります。

計画

売上高 **393億円**
 売上高経営利益率 **8.7%**
 自己資本当期純利益率 **8.0%**

2020年3月期の施策

ナオアート NAO-ART株式会社の子会社化

今回の子会社化のねらいは「女性のお客様の幅広いニーズへ応えていくこと」です。女性向けウィッグ市場においては、比較的安価な価格帯のウィッグを

医薬品である発毛剤の販売

発毛成分「ミノキシジル」を5%配合した「LABOMO ヘアグロウ ミノキシ5」（第1類医薬品）を発売します。医薬品の販売により、商品ラインアップを拡充させることで他社との差別化を図るとともに、総合毛髪企業として長年培ってきた経験を活かして売上高のさらなる拡大に努めます。

販売する会社が約3割のシェアを占めています。その一つであるNAO-ART株式会社を子会社化することで、お客様のさらなる需要を取り込み、顧客基盤を充実させていく考えです。



「LABOMO ヘアグロウ ミノキシ5」



「新領域に踏み出す」ことで、次の中期経営計画につなげていきます

執行役員 経営企画部長 本多 敏男

2018年3月期を初年度とする3年間の中期経営計画「アートネイチャーREBORNプラン」を達成すべく、各施策を全社一丸となって着実に実践しています。その中で、お客様満足への注力を再徹底すると

もに生産体制や営業体制などを見直し、新領域へ踏み出す準備を進めてまいりました。そして、今般、新領域の事業として、NAO-ART株式会社の子会社化、医薬品の販売開始を実現することができました。今後は、

次期中期経営計画を見据え、新たに踏み出した新領域の事業を着実に成長させるとともに、中長期的な観点から事業環境を見極め、事業領域のさらなる拡大を図ってまいります。

新商品の展開と販路の拡大によって、多様化するニーズに応じていきます。

Men's



銀座に男性向け育毛専用サロン
「LABOMO (ラボモ) 銀座」オープン



10月1日に男性向け育毛専用サロン「LABOMO (ラボモ) 銀座」をオープンしました。「LABOMO 銀座」では、専門のカウンセラーが生活習慣や髪の状態などを詳しくヒアリングし、お客様一人ひとりに適したパーソナルコースを提供します。さらに、髪のプロフェッショナルとして質の高い技術とホスピタリティを兼ね備えたスタッフが、極上のリラクゼーション空間でお客様の髪と心を癒します。

Ladies'

Beauty Up *Meu*
ビューティアップ ミュウ

女性用ヘアエクステ
「ビューティアップ ミュウ」誕生



5月10日、自毛にやさしい小さな結び目によって、より自然に思い通りの毛量をプラスできる女性用ヘアエクステ「ビューティアップ ミュウ」を発売しました。テレビCMのキャラクターにはフリーアナウンサーの吉川美代子さん、小島奈津子さん、木佐彩子さんを起用。テレビCMも好評で多くの反響をいただいています。

Jullia Olger

新・さらら
SARARA

女性用既製品ウィッグ
「新・さらら」発売



10月1日、女性用既製品ウィッグ「新・さらら」を発売しました。従来の「さらら」の大きな特長である和紙繊維を用いた仕様は継続しつつ、より柔らかくしなやかな肌ざわりを実現しました。また、カラーバリエーションも従来の「さらら」よりも豊富に用意し、グレイヘアなど多様化するヘアスタイルのニーズにお応えしています。

Online

ARTMICRON SHAMPOO

「アートミクロン マイスターシャンプー」発売
中国向け越境ECサイト「天猫国際
(Tmall Global)」に旗艦店を出店



5月15日、頭皮の汚れや増毛パウダーをスッキリ洗い流せる新商品「アートミクロン マイスターシャンプー」を通販サイト「アートネイチャー・オンライン」で発売しました。また、同商品をはじめとする当社商品を中国でも手軽に購入いただけるよう、阿里巴巴集团（アリババグループ）が運営する中国最大級の越境ECサイト「天猫国際 (Tmall Global)」に出店しました。今後も、国内外で当社ブランドの認知度向上と商品・販路の拡充を図っていきます。

ART ナチュラル

社名 株式会社アートネイチャー
(英文社名: ARTNATURE INC.)

創業 1965年4月

設立 1967年6月

資本金 3,667百万円(2019年9月末日現在)

代表者 代表取締役会長兼社長 五十嵐 祥剛

本社所在地 〒151-0053
東京都渋谷区代々木3-40-7
TEL.03-3379-3334

従業員数 3,535名 (単体)2,318名
※臨時雇用含まず(2019年9月末日現在)

店舗数 272店舗(2019年9月末日現在)

INFORMATION WEBサイトのご案内

株主・投資家の皆様へ適時適切な情報開示を行えるよう、ホームページでもさまざまな情報を発信しています。決算説明会の動画配信など、当社への理解を深めていただくために有用な情報を掲載しています。



アートネイチャー 投資家情報

<https://www.artnature.co.jp/ir>



J-Hair 日本毛髪工業協同組合加盟

