



2023年3月期 決算説明資料

株式会社アートネイチャー
東証プライム：7823

2023年3月期 決算概況

株式会社アートネイチャー

2023年3月期決算は、前期比増収増益に加え、全部門の売上高も増収にて着地した

2023年3月期 決算実績

(単位:百万円)

	22/3 実績	23/3 実績	前期比	修正計画	修正 計画比
売上高	40,437	43,209	+6.9%	42,946	+0.6%
営業利益	3,020	3,573	+18.3%	3,533	+1.1%

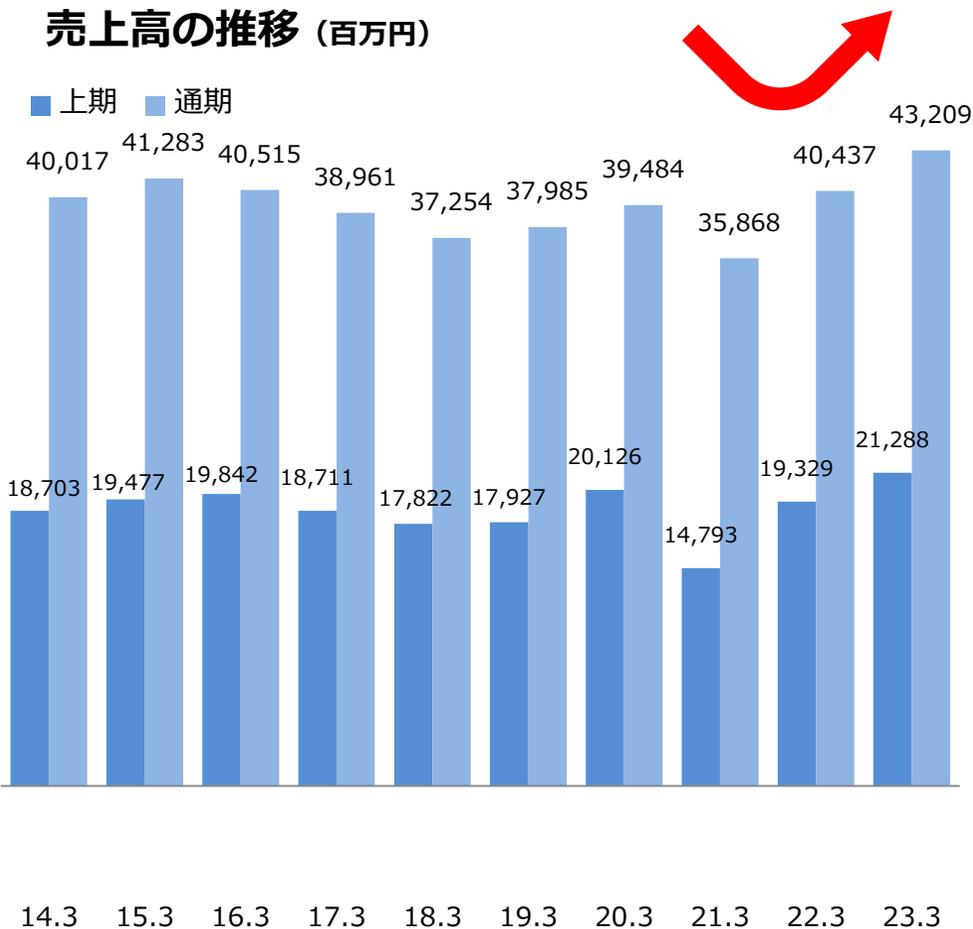
部門別売上高実績

	22/3 実績	23/3 実績	前期比
メンズ	22,660	23,237	+2.5%
レディース	16,227	18,195	+12.1%
その他	1,548	1,775	+14.6%

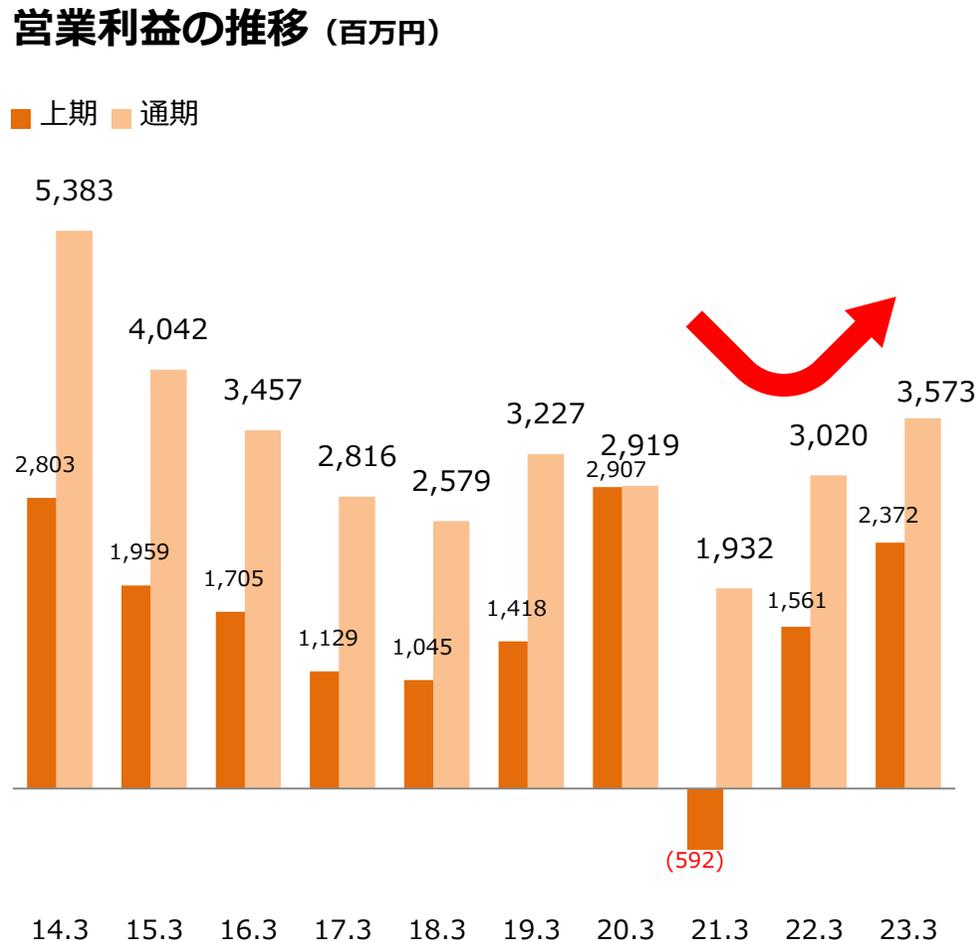
※レディースにジュリア・オージェ、ナオアート社を含む

売上高、営業利益共にコロナ禍前の水準を上回ったことに加え、売上高については上場以来、過去最高を達成した

売上高の推移（百万円）



営業利益の推移（百万円）



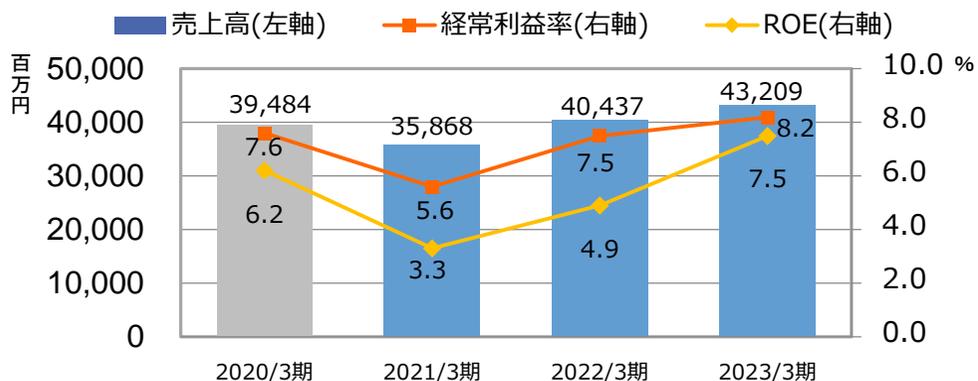
新中期経営計画の概要

株式会社アートネイチャー

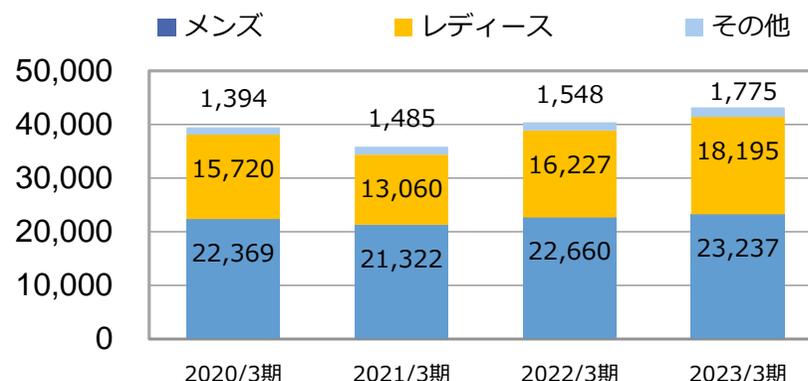
前中計の振り返り（定量事実①）

23/3期（前中計最終年度）の業績を振り返ると、当初計画には届かなかったが、
 コロナ禍前の業績水準を上回り、過去最高の売上高を達成できた

業績推移



業績推移(売上内訳)



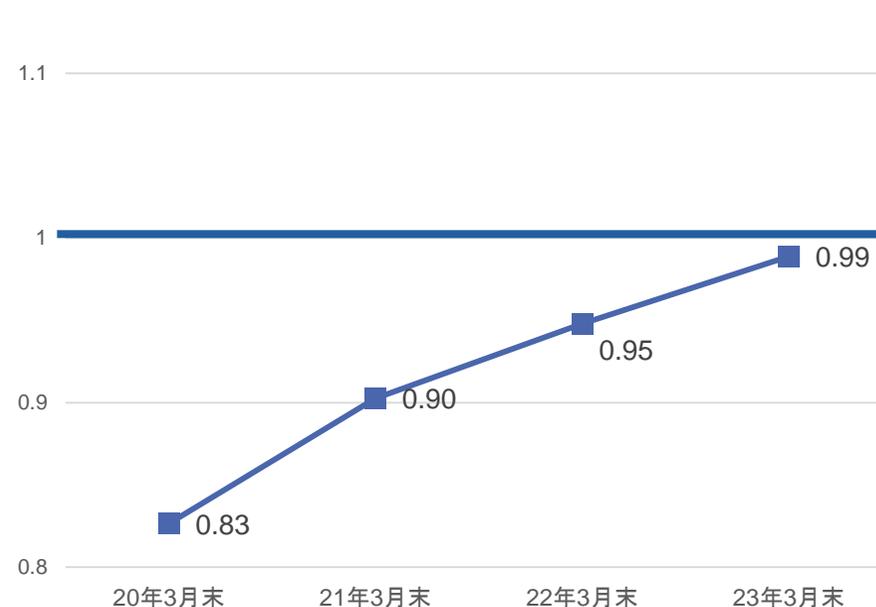
項目	20/3期 (前々中計最終年度) 実績	23/3期（前中計最終年度）		中計評価
		当初計画 (20/9時点)	実績	
売上高	394億円	442億円	432億円	▲
経常利益率	7.6%	8.7%	8.2%	▲
ROE	6.2%	8.7%	7.5%	▲

PBR1倍を超えていないが、株価は2020年7月を底に着実に上昇傾向にある

株価推移



PBR推移



来店人数はコロナ禍前の水準に至っていないが、売上高は過去最高の結果を残した
新領域の開拓については、継続課題となった

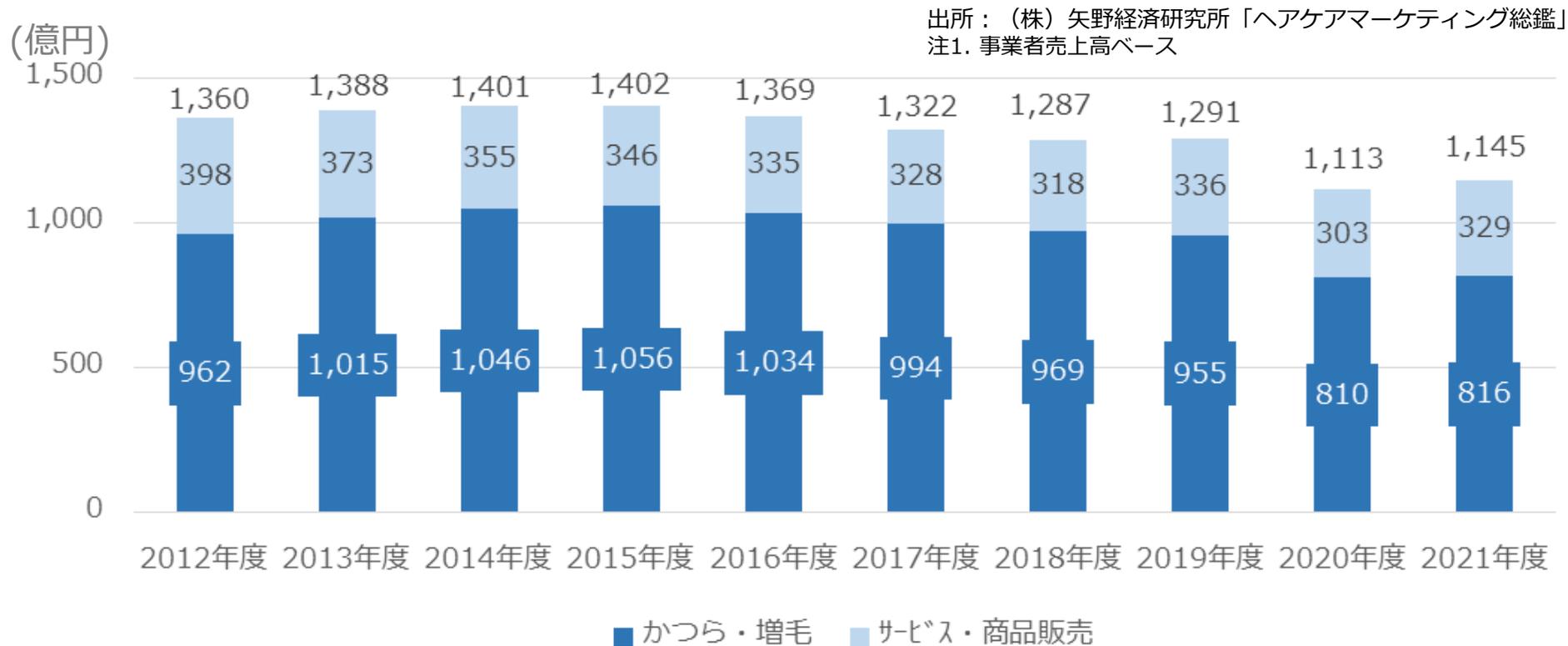
項目		内容	中計評価	振り返り(20.4~23.3)
業績伸長	既存事業	・顧客満足を軸とした行動の徹底による顧客基盤の安定・強化	▲	【来店顧客数】 男性・女性共にコロナ禍前の水準に至っていない
			▲	【売上高】 当初計画は未達となる。但し21年9月発売の女性向けオーダーメイドウィッグ「フィーリン」ヒット等で女性向け事業が躍進
	新規事業※	・商品ラインアップの拡充/販路拡大 ・当社ブランド浸透による認知拡大	○	【商品拡充/販路拡大】 20年8月に新たに女性向け発毛剤を導入し、業績に貢献
			×	【認知拡大】 コロナ禍の影響を受け、認知拡大に至らず
新領域の開拓		・次代の礎を築くために既存事業以外の新事業に挑む	×	様々なM&A案件を検討したが、新領域の事業への進出には至らず

※ 医薬品販売事業、医療機関サポート事業、スタンダードウィッグ販売事業等のこと

採用の強化や業務の刷新には課題を残したが、人財の育成や市場との対話は進捗するなど、項目ごとにバラツキがでた

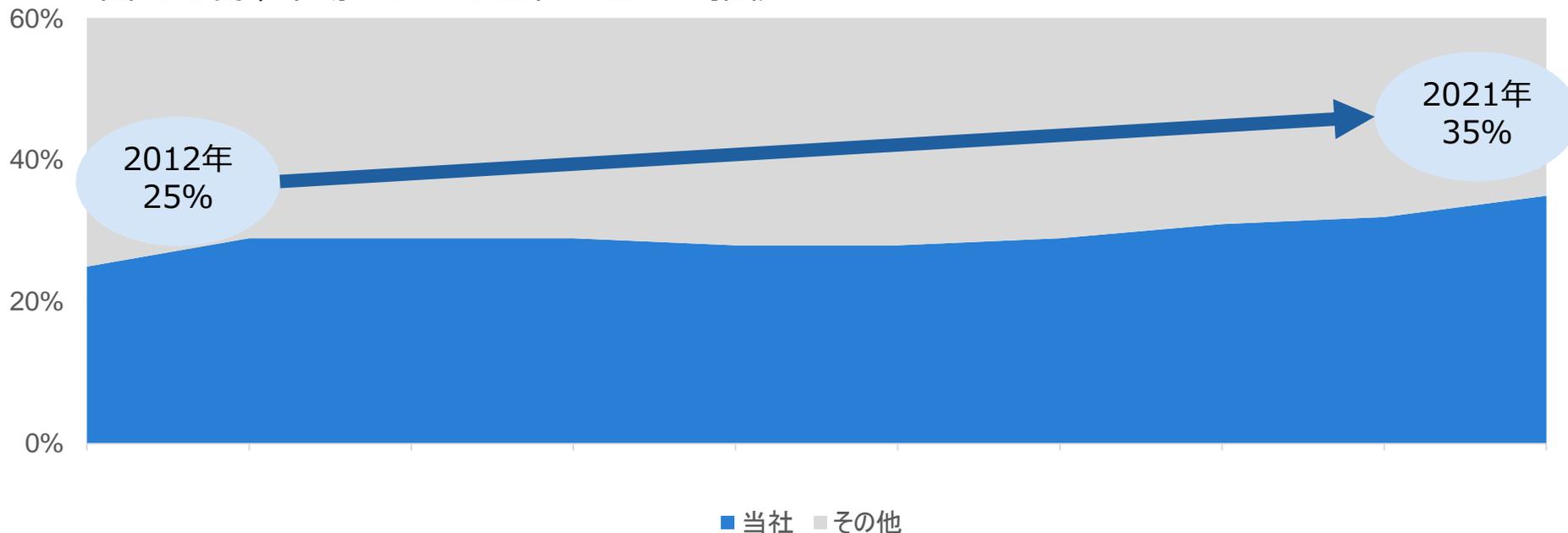
項目	内容	中計評価	振り返り(20.4～23.3)
採用の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・安定的な採用体制の構築 ・働き甲斐のある職場づくり 	▲	新規採用者の初任給の引き上げや募集媒体の見直し等を実施。従業員の定着支援施策等に課題を残す
人財の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・現場力の強化 ・次代を担う本社人財の育成 	○	教育プログラムの見直し、動画・リモート研修等を実施すると共に全国技術大会「テクニカル コンペティション2022」を開催次代のリーダーシップを担える本社人財の育成を実施
業務の刷新	<ul style="list-style-type: none"> ・定例的な業務の刷新 ・情報システムの刷新 ・人事制度の刷新 	▲	各種書類の電子化や業務のワークフロー化を実現するもシステム刷新はDX課題の特定に留まる。また、人事制度の抜本的な業務刷新は具現化できず
市場との対話	<ul style="list-style-type: none"> ・IR活動の強化 ・SDGsの実践 	○	外部レポート、オンライン説明会、投資家向け調査等を実施SDGs達成に向けた取組み（プラスチック削減等）に加え、TCFD、人権の尊重などサステナビリティへの対応を開始

国内毛髪業市場は逡減傾向（かつら・増毛が縮小）にあり、
2021年度は、2020年度比増加するもコロナ禍前の市場規模には戻っていない



当社の売上高が国内毛髪業市場に占める割合（当社シェア）は上昇している

国内毛髪業市場における当社シェアの推移



当社 連結 売上高 (億円)	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
	350	400	412	405	389	372	379	394	358	404

現在、当社を取り巻く環境におけるキーワードは以下のとおり

Politics (政治)	<p>機会</p> <p>高年齢者雇用安定法 改正 (定年延長によりLTVが伸長)</p>	<p>機会</p> <p>女性活躍推進法 改正 (働き方改革により女性客増加)</p>	<p>機会</p> <p>CGコードの改定 (行政的要請の厳格化)</p>
	<p>リスク</p> <p>人手不足の慢性化 (理美容師の採用競争が激化)</p>	<p>リスク</p> <p>為替相場の不安定 (円安:輸入デメリットあり)</p>	<p>リスク</p> <p>資源の高騰 (原価・販管費上昇)</p>
	<p>リスク</p> <p>人口減少 (将来の顧客数に影響)</p>	<p>機会</p> <p>高齢者生活の変化 アクティブシニア増加 (当社主要顧客層の増加)</p>	<p>機会</p> <p>コロナ5類認定による 消費行動の変化 (外出機会が増えウィッグ需要増)</p>
Economy (経済)	<p>機会</p> <p>DX推進 (利便性の高い技術の進展)</p>	<p>機会</p> <p>SNSの普及 (デジタル販売チャネルの多様化)</p>	<p>機会</p> <p>持続可能な技術開発 (環境に適した素材開発の進展)</p>
	Society (社会)	Technology (技術)	

1. 主要顧客層であるシニア層の消費行動が活性化

仕事や趣味に対し意欲的な60歳以上のシニア層が増加
(総務省 変わる高齢者像-アクティブシニアの出現-より)

2. 国内毛髪市場はコロナ禍の影響から脱して微増から拡大基調へ

①コロナが5類認定になり、個人消費の回復が期待される

②団塊ジュニア世代の女性需要の取り込みが進展する

③ビジネスモデルのDX化と、デジタルとリアルの融合が加速する

(②③: 矢野経済研究所2022年度ヘアケアマーケティング総鑑より抜粋)

中期経営計画2023-2025のビジョンを“次代を切り拓くアートネイチャーの飛躍”とし、2027年（創立60周年）の長期ビジョン実現に向けたサードステップと位置づけている

AN
グループ
モットー

“ふやしたいのは、笑顔です”

AN長期ビジョン
2027年（創立60周年）

“新しい未来を切り開く10年、Open the Future”

お客様満足の向上と利益増強を重視した経営に転換すると共に、新しい事業領域に踏み出していくことで、新しい未来を切り開く

今
回

3rd STEP
中期経営計画2023-2025ビジョン

“次代を切り拓くアートネイチャーの飛躍”

長期ビジョンの実現に向け、これまでの成果をもとに更なる飛躍を目指す

2ndSTEP
中期経営計画2020-2022ビジョン

“次代を切り拓くアートネイチャーの挑戦”

先行き不透明の中でも、事業価値をさらに高めるべく挑戦する

1st STEP
中期経営計画2017-2019ビジョン

“次代を切り拓くアートネイチャーの誕生”

「しっかりとした土台」を作り上げるべく業績回復に努める

経営基盤の強化／企業責任

当社を取り巻く環境変化は激しい状況であるが、本中計では次の大台である「500億円超」をめざす

長期ビジョン「新しい未来を切り開く10年、Open the Future」				
中期経営計画	前々中計	前中計	新中計	最終年度
	2017-2019	2020-2022	2023-2025	2026
	REBORN	Challenge	Advance	—
	次代を切り拓く アートネイチャーの <u>誕生</u>	次代を切り拓く アートネイチャーの <u>挑戦</u>	次代を切り拓く アートネイチャーの <u>飛躍</u>	—
売上高※1	394億円(2019)	432億円(2022)	523億円(2025)	—
経常利益率※1	7.6%(2019)	8.2%(2022)	10.0%(2025)	—
ROE※1	6.2%(2019)	7.5%(2022)	10.2%(2025)	—
毛髪業界シェア※2	30.5%(2019)	35.3%(2021)	40%超(2025)	—

※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 毛髪業界シェア = 当社売上 ÷ 国内毛髪業市場売上 (2019年、2021年)

業績と毛髪業界シェアを拡大させ、国内マーケットリーダーとしてのポジションを確立すると共に、新領域の事業を獲得し、拡充する

環境認識	主要顧客層(シニア層)の消費行動が変化		国内毛髪業市場は微増から拡大基調へ	
当社の強み	信頼、ブランド、技術力、開発力、接客力、収益力			
事業	男性向け	女性向け	女性向け既製品	
年平均成長率 (20-22年度 売上高)	1.3%	3.5%	5.1%	
年平均成長率 (23-25年度 売上高)	1.5% (+0.2P)	5.4% (+1.9P)	12.7% (+7.6P)	
戦略方針①	国内毛髪業市場シェア40%超を獲得し、マーケットリーダーとしてのポジションを確立			
戦略方針②	新領域の事業を獲得し、拡充する			

国内毛髪業市場シェア40%超を獲得し、マーケットリーダーとしてのポジションを確立

- 男性向け事業 : 他社との差別化戦略の推進
- 女性向け事業 : 新たな顧客接点の創出、事業間の連携を強化
- 女性向け既製品事業 : 出店数の拡大、既存顧客に対する販売戦略の強化
- その他事業 : 認知度拡大に向けた取組みの強化

当社は「ふやしたいのは、笑顔です。」をモットーに、「持続的な企業価値の向上」と「持続可能な社会の実現」を目指す

アートネイチャーのサステナビリティへの取組み

持続的な企業価値の向上

持続可能な社会の実現 (SDGsの実践)

生産/開発体制

- 生産安定性の向上
- 持続的な素材商品の開発

営業/管理体制

- 労働生産性の向上
- 事務効率性の向上

その他全般

- CGコード対応
- 後継者育成の推進

環境

- 省エネルギー
- プラスチックの削減
- 水資源の削減
- 紙資源の削減

社会

- 新しいサービス体制
- 平等な社会の実現
- 健康経営の推進
- 女性活躍の推進
- 罹患者の活躍推進



取組み
テーマ

2023年度は安定配当の維持に努め、2024年度以降の追加的な還元策を検討していく

基本方針	当社は、株主への利益還元を経営の最重要課題の一つと認識しており、経営基盤の強化、財務体質の強化および将来の事業拡大のための内部留保の充実を勘案しつつ、株主への安定配当の維持に努める					
	前中計			本中計		
主要指標 (株主還元)	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
1株当たり 当期純利益	25.99円	37.51円	58.00円	65.92円	80.08円	91.04円
1株当たり 配当金	28円	28円	28円	28円		
配当性向	107.7%	74.7%	48.3%	42.5%		

検討中

2023年3月期 決算実績

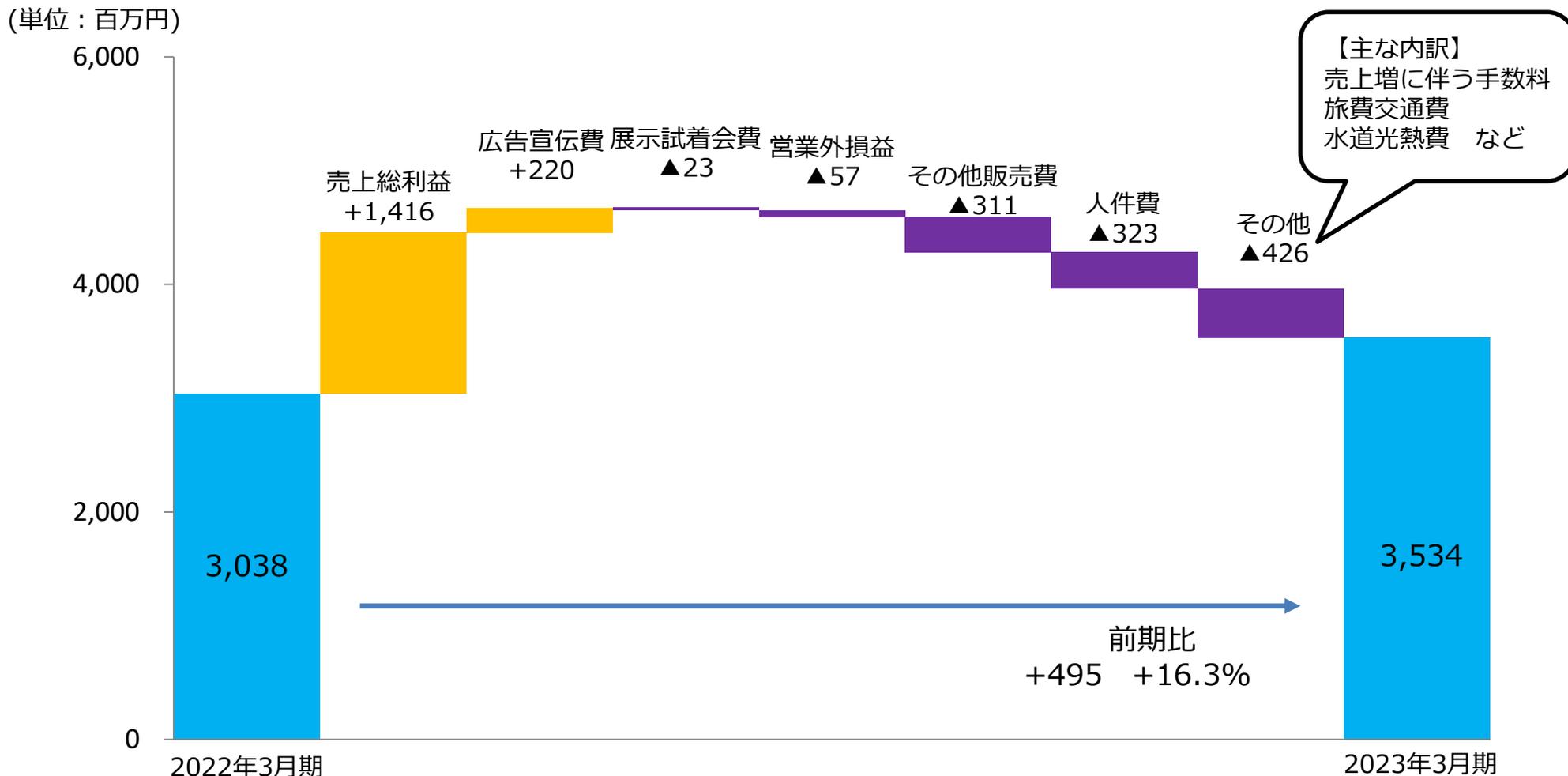
株式会社アートネイチャー

2023年3月期決算は、前期比増収増益に加え、修正計画を上回った

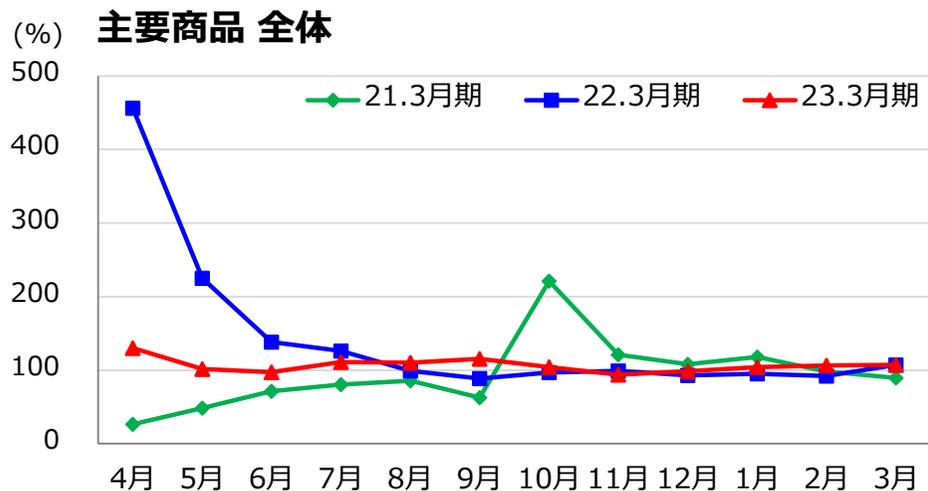
(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	修正計画	変動要因 (前期比)
売上高	40,437	43,209	42,946	売上高 : +6.9%
メンズ	22,660	23,237	23,152	メンズ : +2.5%
レディース	16,227	18,195	18,090	レディース : +12.1%
その他	1,548	1,775	1,703	
売上原価	12,698	14,053	13,939	原価率 : +1.1P
売上総利益	27,739	29,156	29,007	商品原価率 : +1.6P
販管費	24,719	25,582	25,474	ｽﾀｯﾌﾟ人件費率 : ▲0.5P
広告費	6,556	6,336	-	販管費率 : ▲1.9P
人件費	5,790	6,113	-	広告費率 : ▲1.5P
営業利益	3,020	3,573	3,533	人件費率 : ▲0.2P
経常利益	3,038	3,534	3,474	その他率 : ▲0.2P
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,204	1,874	1,817	設備投資内訳 店舗設備関係 : 914百万円
減価償却費	827	829	-	システム関連 : 90百万円
設備投資	1,359	1,410	-	

増収に伴い売上総利益が伸長し増益に寄与した

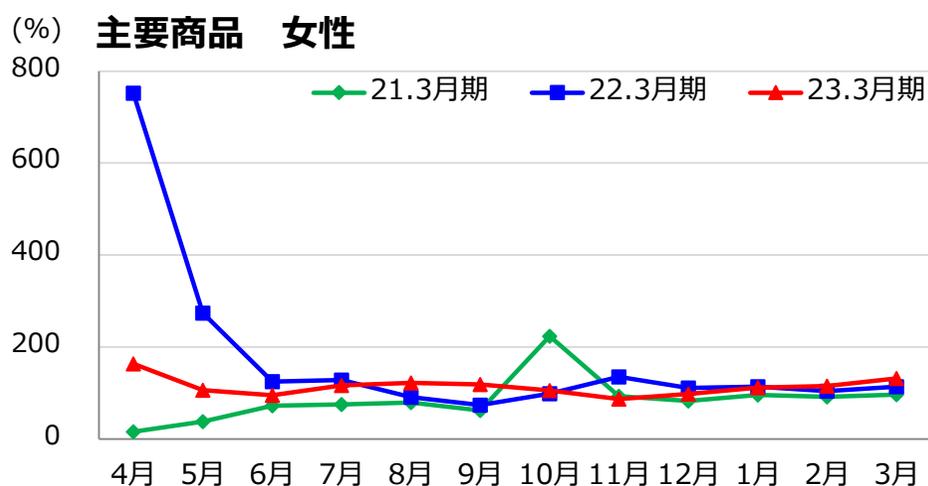
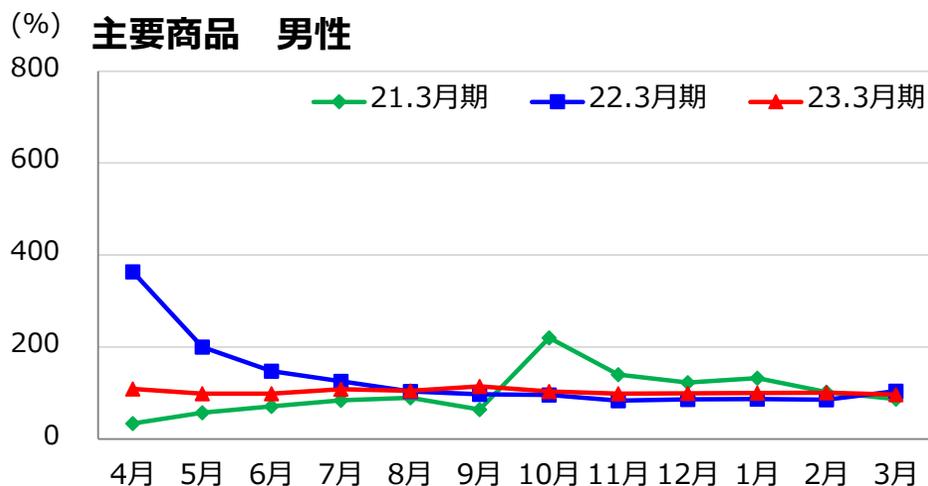


主要商品の売上高は男性は堅調に推移、女性はフィーリン効果が継続している

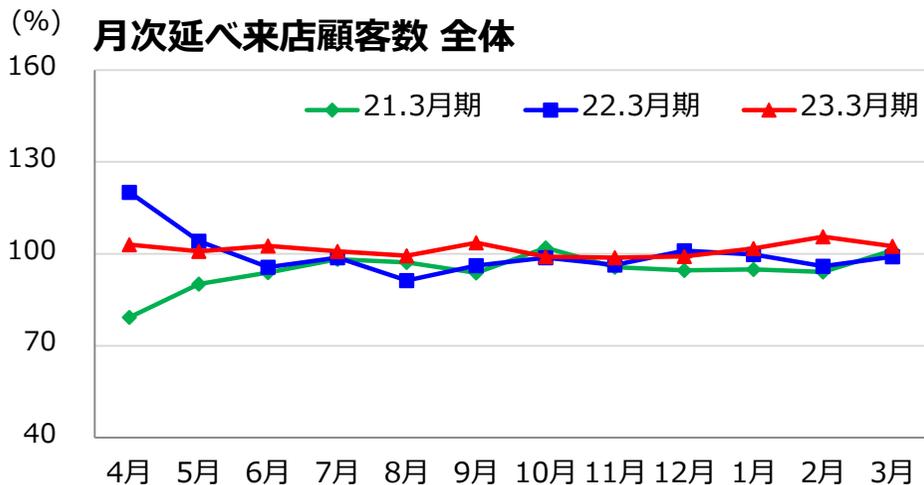


主要商品売上高 (%)

	全体	男性	女性
2021.3月期	87.9	93.8	78.4
2022.3月期	113.4	108.3	123.4
2023.3月期	106.4	102.4	113.5

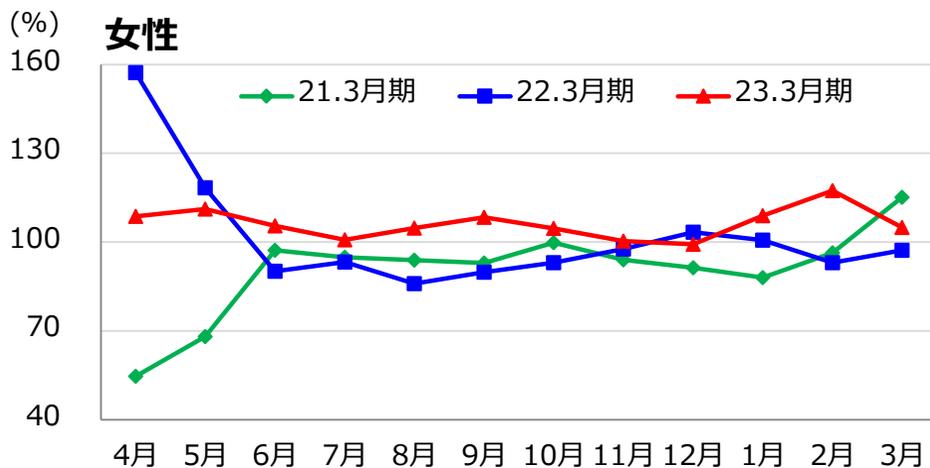
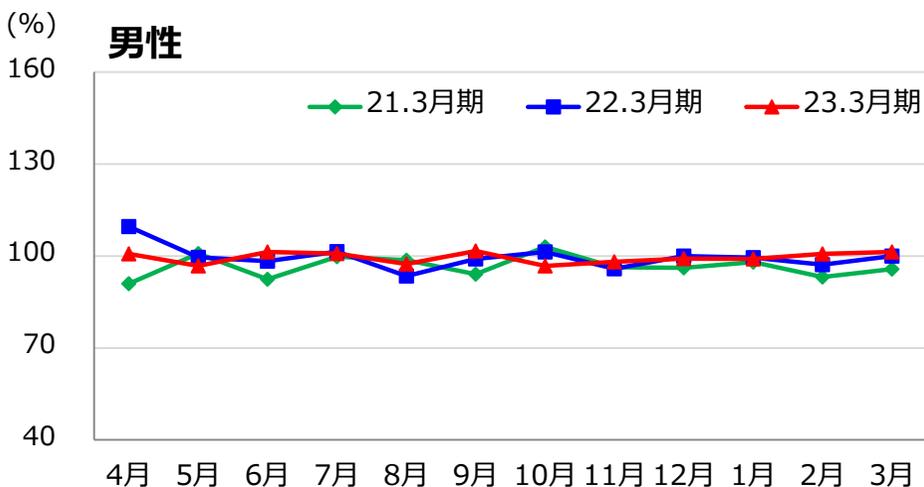


来店顧客数は、男性が漸減傾向にあるのに対して、女性は増加に転じた



来店顧客数 (%)

	全体	男性	女性
2021.3月期	94.6	96.6	90.1
2022.3月期	99.4	99.5	99.2
2023.3月期	101.4	99.4	106.0



新中期経営計画の詳細

「次代を切り拓くアートネイチャー」を次のステージに飛躍させるべく、
業績と毛髪業界シェアの拡大を目指す

主要テーマ

価値創造

- 国内毛髪市場におけるマーケットリーダーとしてのポジションの確立
- 新領域の事業獲得と拡充

サステナビリティ推進

- 持続可能な社会の実現
CGコード対応（気候変動、人権尊重、人的資本）推進
SDGs の実践
- 持続的な企業価値の向上
労働生産性/生産安定性/事務効率性の向上

市場との対話

- 新たな情報開示の検討
- 追加の株主還元策（増配、株主優待等）の検討

主要指標（2025年度）

財務指標

売上高
(年平均成長率)

523億円
(6%以上)

経常利益率

10.0%

ROE

10.2%

非財務指標

毛髪業界シェア

40%超

GHG排出量

2025年迄に設定
(参考)2021年度 国内単体
スコープ1.2→6,076t-CO2

女性管理職比率
男女間賃金格差
男性育児休業取得率

22%以上
現状+1.0%以上
82%以上

本中計最終年度に売上高500億円超、経常利益率およびROE10%超を目指す
女性向け事業の拡大や新領域の事業の開拓に注力する

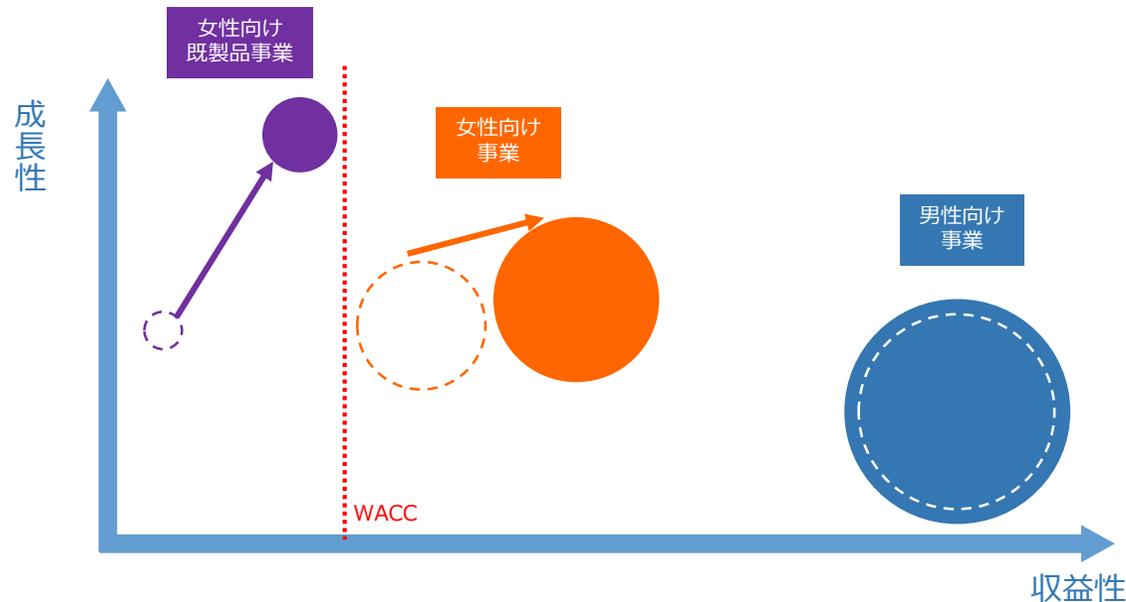
主要指標 (業績計画)	前中計			本中計		
	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
売上高	358億円	404億円	432億円	447億円	470億円	523億円
年平均成長率	男性向け事業 1.3% 女性向け事業 3.5% 女性向け既製品事業 5.1%			男性向け事業 1.5% (+0.2 P) 女性向け事業 5.4% (+1.9 P) 女性向け既製品事業 12.7% (+7.6 P)		
経常利益率	5.6%	7.5%	8.2%	8.5%	9.7%	10.0%
ROE	3.3%	4.9%	7.5%	8.3%	9.6%	10.2%

気候変動などの「環境」の問題や人権尊重、人的資本などの「社会」の問題への取組みを実践する

主要指標 (非財務)		基準		本中計	
		2021年度	2022年度	2023~ 2025年度	
環境	GHG排出量	6,076t-CO2 <small>国内単体 スコープ1.2</small>	—	本中計期間に 目標を設定	国内外子会社の GHG排出量の把握 次第、設定する
		—	19.4% <small>2022年4月時点</small>		
社会	男女間賃金格差	—	73.5% <small>非正規雇用含む</small>	現状より+1.0% 以上	全体として女性社 員の割合が多く、 且つ、時短勤務の 割合が多い
	男性育児休業 取得率	80.6%	72.4%		

男性向け事業で得た利益を女性向けのオーダーメイドウィッグ事業や既製品ウィッグ事業へ投入し、2つの女性向け事業を拡大させる

事業ポートフォリオ



【円の表示】

大きさ : 売上高
 点線 : 前中計
 実線 : 本中計

【縦軸】

売上高成長率（年平均）
 前中計 2019～22年度
 本中計 2022～25年度

【横軸】

ROIC
 前中計 2022年度
 本中計 2025年度

※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

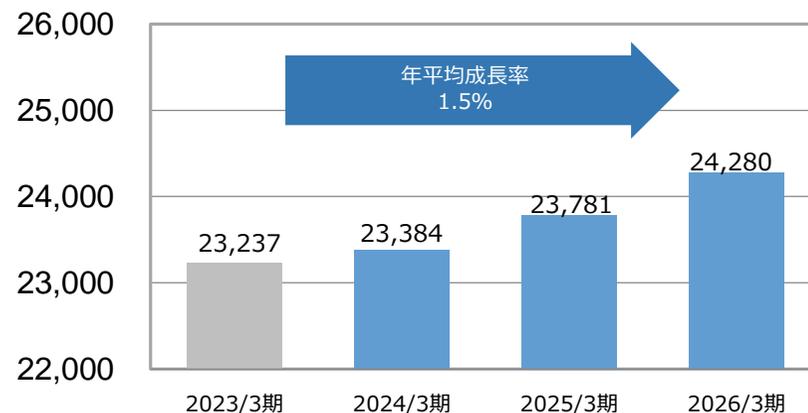
年平均成長率1.5%の安定成長を維持すべく、製品の差別化戦略を推進する

戦略

Product 製品	価格競争に負けない高付加価値商品を開発し投入
Price 価格	既存モデルの価格改定（原材料高への対応）
Place 流通	安心して来店頂ける環境整備 人員増強による受入体制の強化
Promotion プロモーション	ウィッグ訴求のプロモーション強化 シニア層以外への認知拡大に向けた取組み強化

本中計のポイント

(百万円)



本中計では、他社との差別化戦略を推進

当社が取扱う商品は『高付加価値商品』

この高付加価値商品を販売するための
ソフト(人)・ハード(設備)両面の体制を整備

フィーリン効果を追い風に年平均成長率5.4%を目指す
 オーダーメイドウィッグ事業、既製品ウィッグ事業の事業間の連携を強化する

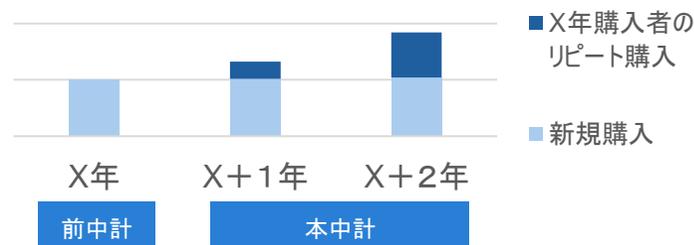
戦略

Product 製品	フィーリンを超えるメガヒット商品を開発し投入
Price 価格	既存モデルの価格改定（原材料高への対応）
Place 流通	新たな顧客接点の機会創出 女性向け事業間の連携強化（ハイブリッド店舗の展開強化）
Promotion プロモーション	女性向け事業間で連携した広告展開 催事開催の新規開拓

本中計のポイント



本中計では、フィーリン効果の追い風がある
 前中計のヒット商品であるオーダーメイドウィッグ「フィーリン」の
 買い替え需要（リピート購入）が期待できる



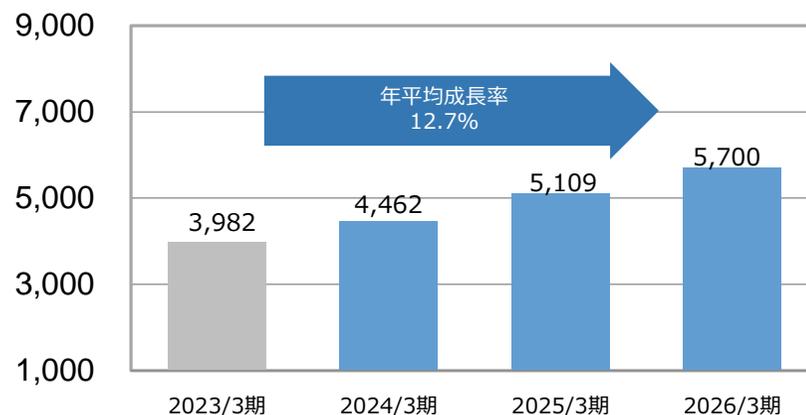
出店数の拡大と共に、既存顧客に対する販売戦略（リピート販売戦略）を強化し、年平均成長率12.7%を目指す

戦略

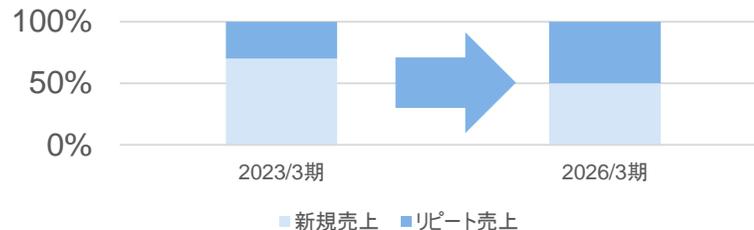
Product 製品	既製品ウィッグユーザーの潜在需要を刺激するオーダーメイド品質の商品投入
Price 価格	既存モデルの価格改定（原材料高への対応）
Place 流通	未出店エリアへの出店数の拡大（26/3末+9店舗） 女性向け事業間の連携強化
Promotion プロモーション	リピート販売体制の強化

本中計のポイント

(百万円)



本中計では、新規・リピート売上の構成比が変化



新規売上 ... 初めて当社商品を購入
 リピート売上... 新規購入後、ウィッグメンテナンス等で継続的に来店頂き
 然るべきタイミングで当社商品を追加購入

通販・海外事業については認知度拡大に向けた取組みを強化すると共に、「美と健康」に係る新領域の事業を獲得し拡充する

1. 通販事業および海外事業について

- ① アートネイチャーブランドの認知拡大に向けた取組みを強化
- ② 海外渡航など、アフターコロナにおける営業活動を再開
- ③ 収益性（費用対効果）を重視した運営を徹底

2. 新領域の事業について

本業と隣接した「美と健康」に係る事業を獲得・拡充し、売上高30億円（最大100億円）の積上げを目指す

持続的な企業価値向上を目指すべく、新たな生産・開発体制の構築を推進する

持続可能な生産・開発体制に向けた取組み

◆生産安定性の向上

- ・生産拠点分散(新規委託先、フィリピン以外の国における新工場の検討)や原材料の備蓄の強化
- ・世界初の自動植毛機による一部オーダーメイドウィッグの製造を開始

◆持続的な素材・商品の開発

- ・年間数アイテムの独創的な商品を開発・投入できる体制整備
- ・環境に配慮した次世代新毛髪の研究・検証

(参考)ウィッグ自動植毛機の導入

【現在】

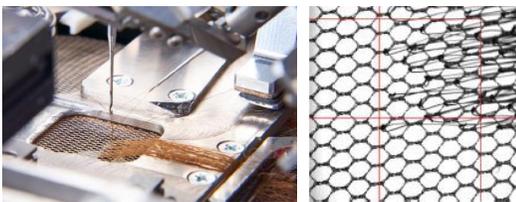
熟練職人が一本一本丁寧に植毛

- ・1枚当たり製作期間 40-50日
- ・年間生産枚数 60,000枚以上



【将来】

ウィッグ自動植毛機で植毛工程を自動化



複数の針で毛髪を絡めながら植毛を行う

【導入メリット】

事業継続力の強化

- ①植毛工程自動化による供給体制の安定化
- ②機械化による品質の安定化

職人の確保と育成、災害などによる納期問題、
カントリーリスクなどの課題解消に期待

持続的な企業価値向上を目指すべく、新たな営業・管理体制の構築を推進する

持続可能な営業・管理体制に向けた取組み

◆労働生産性の向上

- ・最新技術の活用やシステム投資による業務効率化により、付加価値の高い業務への集中を推進し、1人当たり売上高等の労働生産性を向上させる

◆事務効率性の向上

- ・システムと各種制度の刷新や職場環境の整備等により、事務効率性を向上させる



持続的な企業価値向上を目指すべく、CGコードへの対応や主要ポストの後継者育成を推進する

持続可能な企業価値向上に向けた取組み(その他全般)

◆コーポレートガバナンス・コードへの対応

- ・サステナビリティ項目である「気候変動」「人権尊重」「人的資本」の各項目を推進する
- ・事業等のリスクを洗い出し、リスク・マトリクスの作成や優先順位付け等のリスク管理体制の高度化に対応する

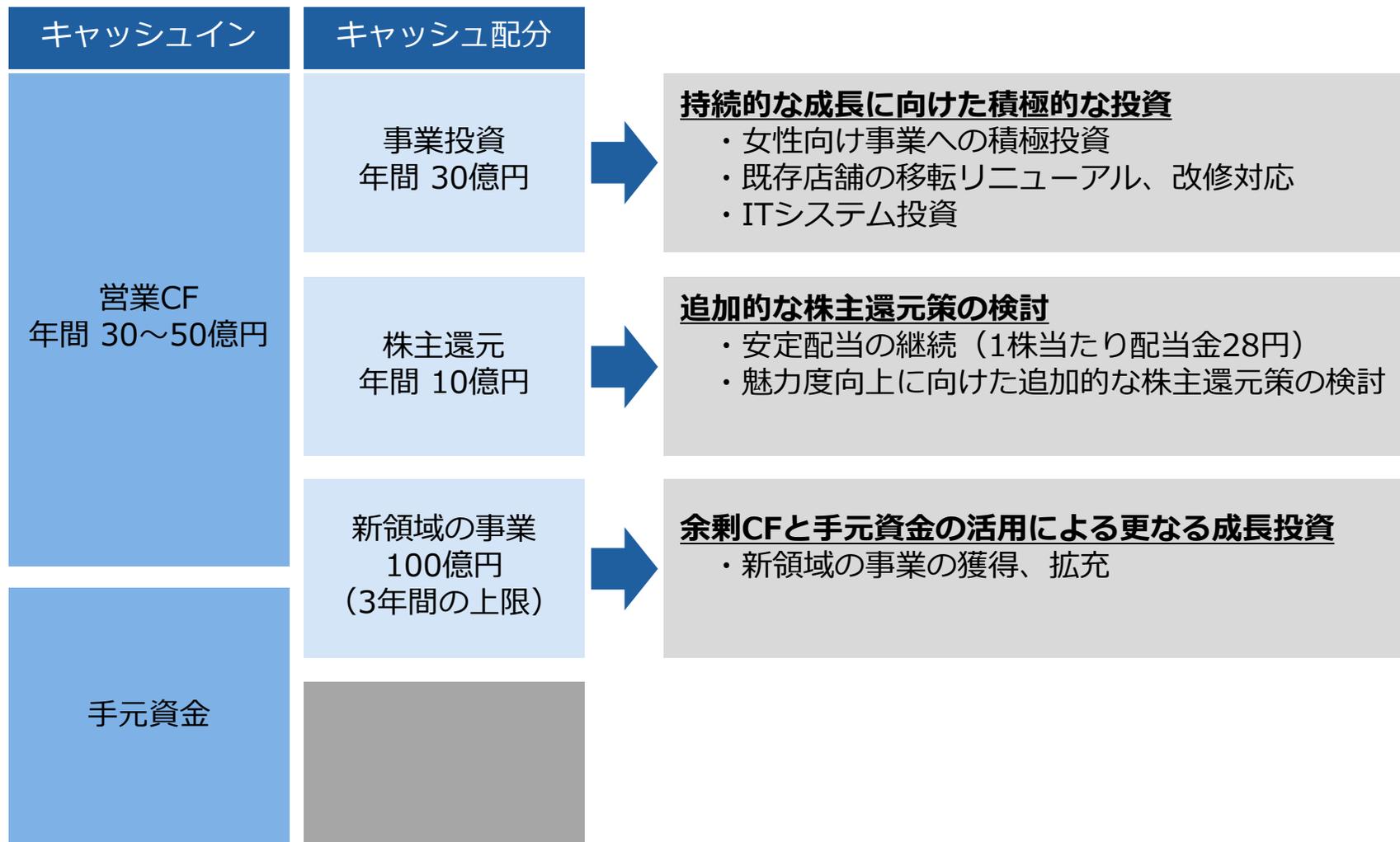
◆主要ポストの後継者育成の推進

- ・本社機能を維持・強化すべく、リスクリングを通じた人財育成や本部各部の主要ポストの後継者育成を推進する

持続可能な社会の実現を目指すべく、環境や社会の問題への取組みを実践する

持続可能な社会の実現に向けた取組み	
環境	<ul style="list-style-type: none"> ◆省エネルギー対応(施設照明のLED化など) ◆プラスチック削減(容器における再生PET、エコボトルの採用など) ◆各資源への取組み(水資源:節水シャワーヘッドの導入、紙資源:帳票の電子化など)
社会	<ul style="list-style-type: none"> ◆新たなサービス体制の構築(新技術の採用検討、自社固定店舗のサービス見直しなど) ◆平等な社会の実現(障がい者支援体制の強化、病院内ヘアサロンの開設など) ◆健康経営の推進(健康診断の受診促進、長時間労働の禁止など) ◆女性活躍の推進(男性育児休業の取得推進など) ◆罹患者の活躍推進(罹患者のQOL向上に向けた医療向けウィッグの取扱いなど)

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



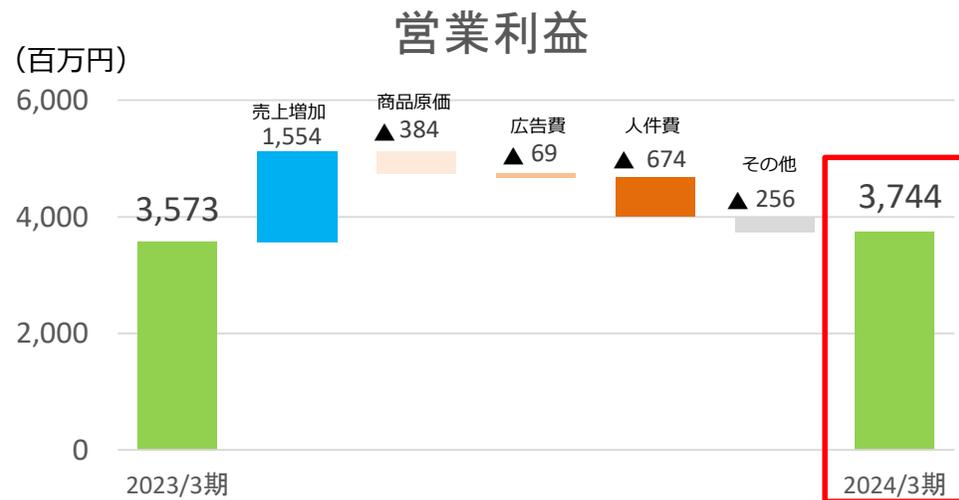
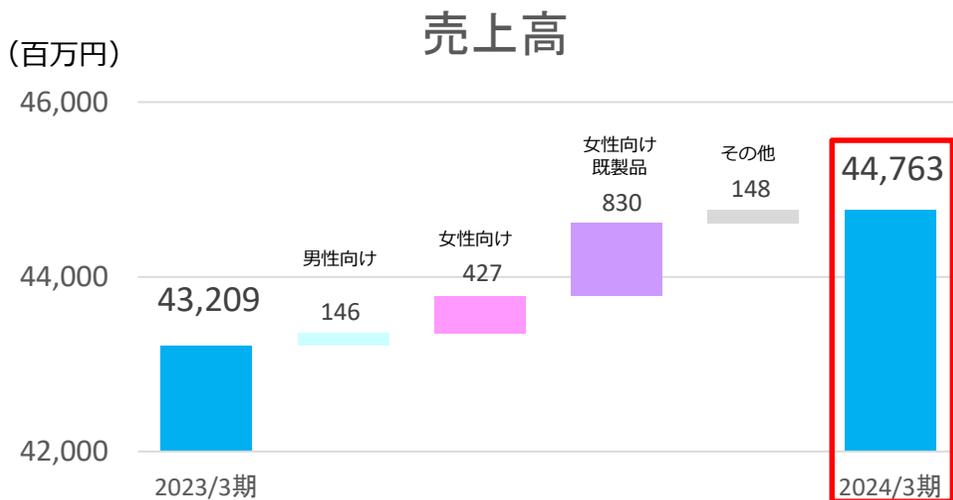
2024年3月期 計画

業績拡大に向けた活動を積極的に推進し、3期連続の増収増益を目指す

(単位：百万円)

	2023年3月期	2024年3月期	
	通期実績	通期計画	前期比
売上高	43,209	44,763	+3.6%
メンズ	23,237	23,384	+0.6%
レディース	18,195	19,584	+7.6%
その他	1,775	1,794	+1.1%
売上原価	14,053	14,660	+4.3%
売上総利益	29,156	30,102	+3.2%
販管費	25,582	26,358	+3.0%
広告費	6,336	6,406	+1.1%
人件費	6,113	6,568	+7.4%
営業利益	3,573	3,744	+4.8%
経常利益	3,534	3,821	+8.1%
親会社株主に帰属する期純利益	1,874	2,140	+14.2%
減価償却費	829	893	+7.8%
設備投資	1,410	3,015	+113.7%

女性向け事業を中心に業績を拡大させ、増収増益を目指す



売上高計画について

- 2022年度実績比 15.5億円プラス

- 男性向け事業：安定成長を維持
- 女性向け事業：新たなチャネルからの新規資料獲得を開始
- 既製品事業：既存顧客に向けた販売戦略の強化
- その他事業：認知拡大に向けた取組みを強化
- ※新領域は計画に含めず（探索を継続）

- 計画改善要素

お客様数の増加、スタイリスト人員の拡充、新領域への早期進出

営業利益について

- 2022年度実績比 1.7億円プラス

- 商品原価：原材料等の増加や為替影響等を考慮
- 広告費：事業ポートフォリオ経営に基づく経営資源の選択と集中を考慮
- 人件費：人員の拡充および既存社員の処遇改善等を考慮
- その他：新しい情報システムの基盤整備に係るコストや人の移動再開に伴う営業活動に係るコスト等を考慮

- 計画改善要素

売上高の増加、原材料等の低減、為替変動（円高）



<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

商品・サービス別売上高（単体／男女計）

(単位：百万円)

売上高		2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期計画	増減額	増減率
オーダーメイドウィッグ	新規	4,378	5,168	-	-	-
	リピート	16,905	17,895	-	-	-
	合計	21,283	23,063	23,334	+271	+1.2%
増毛商品	新規	1,283	1,077	-	-	-
	リピート	3,129	3,092	-	-	-
	合計	4,413	4,169	4,354	+185	+4.4%
育毛ケア・サービス	新規	77	61	-	-	-
	リピート	1,141	1,072	-	-	-
	合計	1,218	1,133	1,170	+36	+3.2%
アフターサービス		6,134	6,406	6,433	+27	+0.4%
ジュリア・オージェ		3,287	3,982	4,813	+830	+20.9%
その他商品等		2,580	2,834	2,693	▲140	▲5.0%
全商品・サービス	新規	5,739	6,307	-	-	-
	リピート	28,707	29,953	-	-	-
	ジュリア・オージェ	3,287	3,982	-	-	-
	その他	1,183	1,347	-	-	-
	合計	38,917	41,590	42,801	+1,210	+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。

商品・サービス別売上高（単体／男性）

(単位：百万円)

売上高		2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期計画	増減	
					増減額	増減率
オーダーメイドウィッグ	新規	602	746	-	-	-
	リピート	12,712	13,205	-	-	-
	合計	13,315	13,951	13,960	+9	+0.1%
増毛商品	新規	1,106	962	-	-	-
	リピート	2,078	2,024	-	-	-
	合計	3,184	2,986	3,023	+37	+1.2%
育毛ケア・サービス	新規	68	54	-	-	-
	リピート	563	550	-	-	-
	合計	631	605	664	+59	+9.9%
アフターサービス		4,499	4,627	4,733	+105	+2.3%
その他商品等		1,029	1,066	1,002	▲63	▲6.0%
全商品・サービス	新規	1,777	1,763	-	-	-
	リピート	20,883	21,474	-	-	-
	合計	22,660	23,237	23,384	+146	+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／女性）

（単位：百万円）

売上高		2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期計画	増減額	増減率
オーダーメイドウィッグ	新規	3,775	4,421	-	-	-
	リピート	4,192	4,690	-	-	-
	合計	7,968	9,111	9,374	+263	+2.9%
増毛商品	新規	177	115	-	-	-
	リピート	1,051	1,067	-	-	-
	合計	1,228	1,182	1,331	+149	+12.6%
育毛ケア・サービス	新規	8	7	-	-	-
	リピート	578	521	-	-	-
	合計	587	528	506	▲22	▲4.3%
アフターサービス		1,635	1,779	1,700	▲79	▲4.4%
その他商品等		3,654	4,403	5,351	+948	+21.5%
全商品・サービス	新規	3,962	4,543	5,052	+508	+11.2%
	リピート	7,823	8,479	8,398	▲80	▲1.0%
	ジュリア・オージェ	3,287	3,982	4,813	+830	+20.9%
	合計	15,073	17,005	18,264	+1,258	+7.4%

※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。

(単位：百万円)

	2022年3月末		2023年3月末		増減率	変動要因
		構成比		構成比		
流動資産	28,021	60.2%	29,310	61.1%	+4.6%	流動資産 +1,288 ・現預金 +634 ・棚卸資産 +520 固定資産 +156 ・繰延税金資産 +206 ・有形固定資産 +100 ・のれん ▲178 流動負債 +311 ・契約負債等 +256 ・賞与引当金 +199 ・未払法人税等 +66 ・前受金 ▲317 純資産 +1,331 ・利益剰余金 +970 (純利益 +1,874) (配当金支払 ▲903)
現預金	19,546	42.0%	20,180	42.1%	+3.2%	
固定資産	18,488	39.8%	18,645	38.9%	+0.8%	
有形固定資産	8,694	18.7%	8,795	18.3%	+1.2%	
資産合計	46,510	100.0%	47,956	100.0%	+3.1%	
流動負債	14,237	30.6%	14,548	30.3%	+2.2%	
前受金	6,502	14.0%	6,184	12.9%	▲4.9%	
固定負債	7,676	16.5%	7,480	15.6%	▲2.6%	
負債合計	21,914	47.1%	22,028	45.9%	+0.5%	
純資産	24,596	52.9%	25,927	54.1%	+5.4%	
利益剰余金	18,307	39.4%	19,278	40.2%	+5.3%	
負債及び純資産合計	46,510	100.0%	47,956	100.0%	+3.1%	

(単位：百万円)

		2022年3月期	2023年3月期	発生要因
	営業：キャッシュフロー	2,505	2,927	
	投資：キャッシュフロー	▲ 1,183	▲ 1,417	営業 C F ・調整前純利益 +3,173 ・減価償却費 +902 ・減損損失 +360 ・法人税及び住民税 ▲1,464
	フリー・キャッシュフロー	1,321	1,510	
	財務活動によるキャッシュフロー	▲ 924	▲ 924	投資 C F ・固定資産取得 ▲1,000 ・無形固定資産取得 ▲217
	現金及び現金同等物 期首残高	18,984	19,452	財務 C F ・配当金支払 ▲903
	現金及び現金同等物 期末残高	19,452	20,082	
	現金及び現金同等物 増減額	468	629	