



2024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
東証スタンダード：7823

2024年3月期 第2四半期決算概況

株式会社アートネイチャー

第2四半期決算は、前年同期比減収減益（利益は概ね計画どおり進捗）

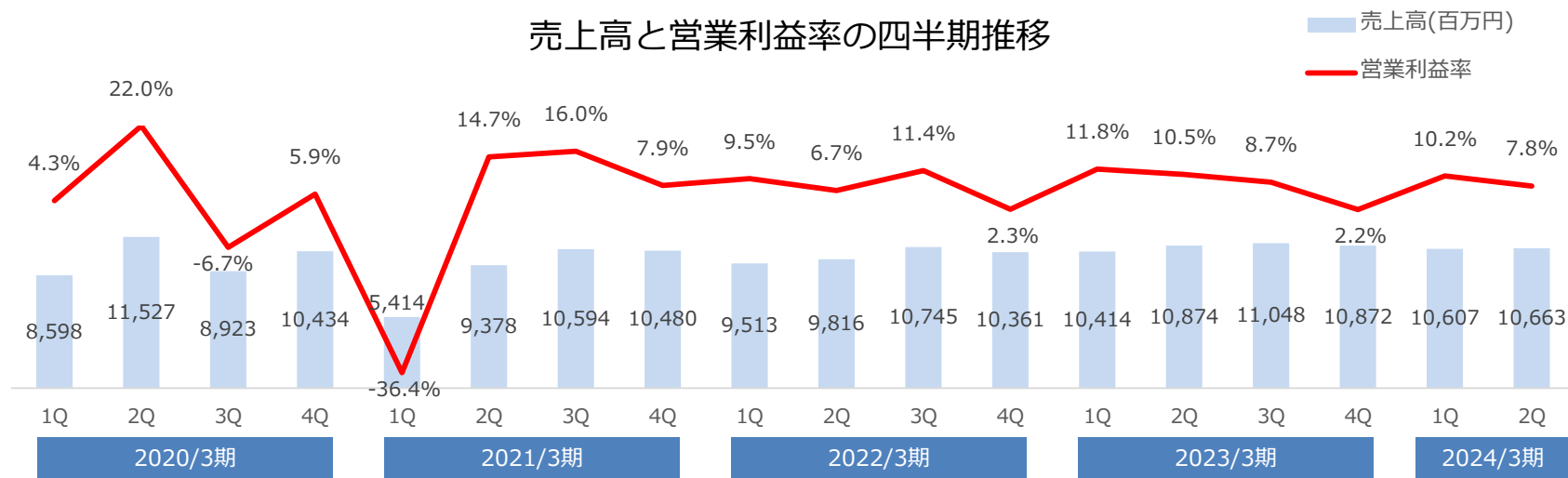
上期決算実績

(単位:百万円)

	23/3上期実績	24/3上期実績	前年同期比	通期計画	進捗率 (対計画)
売上高	21,288	21,270	▲0.1%	44,763	47.5%
メンズ	11,556	11,494	▲0.5%	23,384	49.2%
レディース	8,833	9,059	+2.6%	19,584	46.3%
その他	898	716	▲20.3%	1,794	39.9%
営業利益	2,372	1,914	▲19.3%	3,744	51.1%

※レディースにジュリア・オージェ、ナオアート社を含む

売上高と営業利益率の四半期推移



営業利益以下の利益項目も計画に対して進捗率50%を超過

(単位：百万円)

	2024年3月期 第2四半期	2024年3月期 通期計画	進捗率 (対計画)
売上高	21,270	44,763	47.5%
メンズ	11,494	23,384	49.2%
レディース	9,059	19,584	46.3%
その他	716	1,794	39.9%
売上原価	6,986	14,660	47.7%
売上総利益	14,284	30,102	47.5%
販管費	12,370	26,358	46.9%
営業利益	1,914	3,744	51.1%
経常利益	1,963	3,821	51.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,208	2,140	56.5%

中期経営計画の進捗

株式会社アートネイチャー

「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計画

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

- 追加の株主還元策（増配、株主優待等）の検討
- 新たな情報開示の検討

進捗

価値創造

- オーダーメイドウィッグの新規販売が苦戦の一方で既製品ウィッグの販売は好調
- 新領域の事業は獲得できていない

サステナビリティ推進

- 持続可能な社会の実現に向けて
気候変動：TCFD提言への賛同を表明
人権尊重：人権基本方針を制定
人的資本：従業員の処遇改善を実施
- 持続可能な生産体制に向けた取組みとして
バングラデシュに新工場設立を発表

市場との対話

- プライム市場からスタンダード市場へ変更
- 新たな配当方針の設定と配当予想の修正を発表
- 資本コストを新たに情報開示

男女共にオーダーメイドウィッグの新規販売が苦戦

要因その1

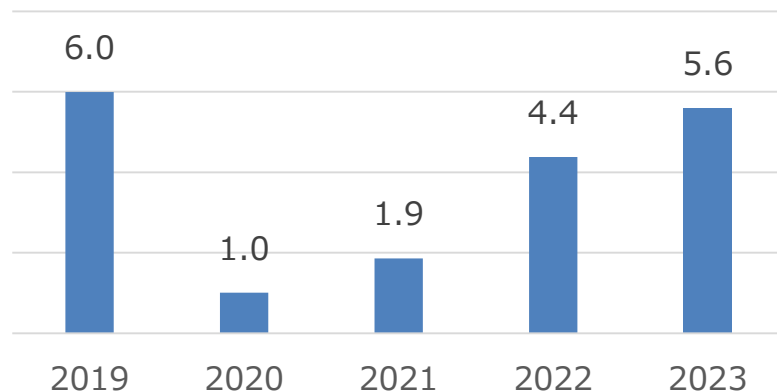
コロナ5類に移行したことで、これまで抑制されていた旅行や外食などの個人消費が好調に推移しウィッグ購入の優先順位が下がったことから新規販売に影響を及ぼした（既存顧客への販売は堅調）
※その他要因 レディースオーダーメイドウィッグ「フィーリン」の反響が落ち着いた

要因その2

メインターゲットとなる中高齢層に向けた販促等の諸施策への工夫が足りなかった

4-6月期 国内旅行消費額の推移

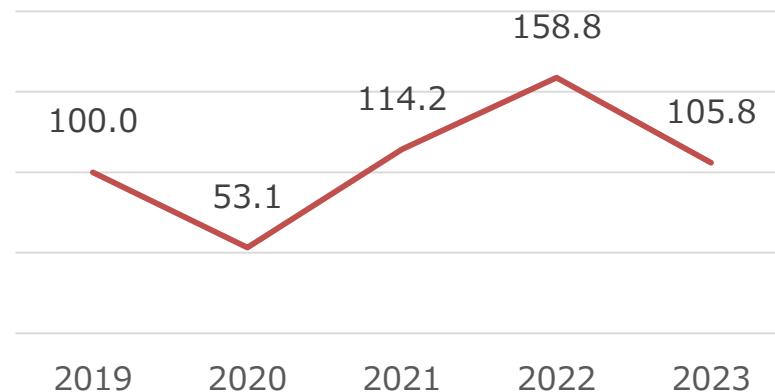
国内旅行消費額はコロナ前並みに回復（兆円）



（出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」より当社にて推計

4-9月期 当社女性新規問合せ数の推移

コロナ前の反響を100とした場合、ほぼ同水準（%）



女性向け既製品ウィッグ（ジュリア・オージェ）の販売が好調

要因その1

出店先である商業施設の売上伸長・来館人数増加に伴い、既製品ウィッグの試着数が増加した

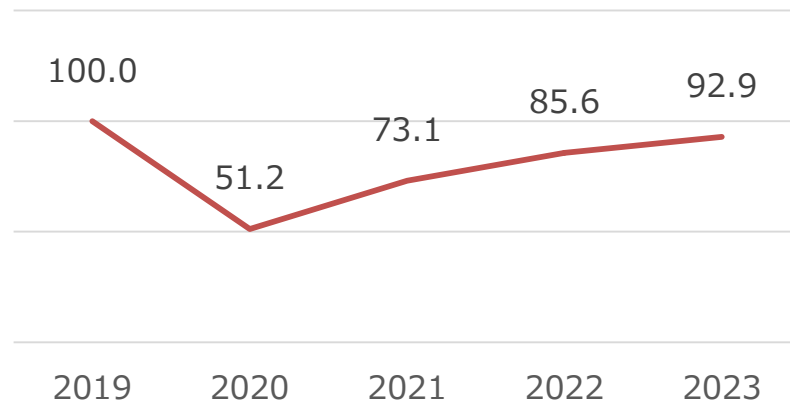
要因その2

女性向け既製品事業におけるリピート販売体制を強化した

スタッフのモチベーションアップ、販売スキルの向上、店内オペレーションの見直し

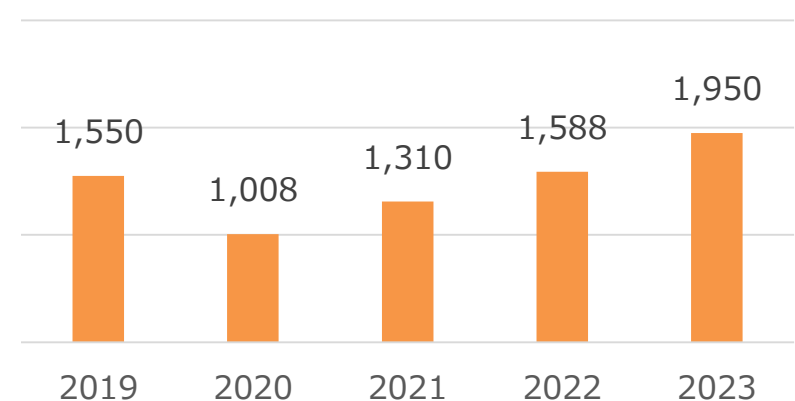
4-6月期 商業施設 売上伸長率

コロナ前の売上を100とした場合、ほぼ同水準まで回復（%）



4-9月期 ジュリア・オージェ売上高の推移

直近実績はコロナ前の水準を超過（百万円）



（出所）一般社団法人日本ショッピングセンター協会「SC販売統計調査」より当社にて推計

持続可能な社会の実現を目指すべく、人権基本方針の制定や処遇改善を実施

コーポレート・ガバナンスへの対応

サステナビリティを巡る課題である「気候変動」「人権尊重」「人的資本」に対応すべく以下の取組みを実施

気候変動

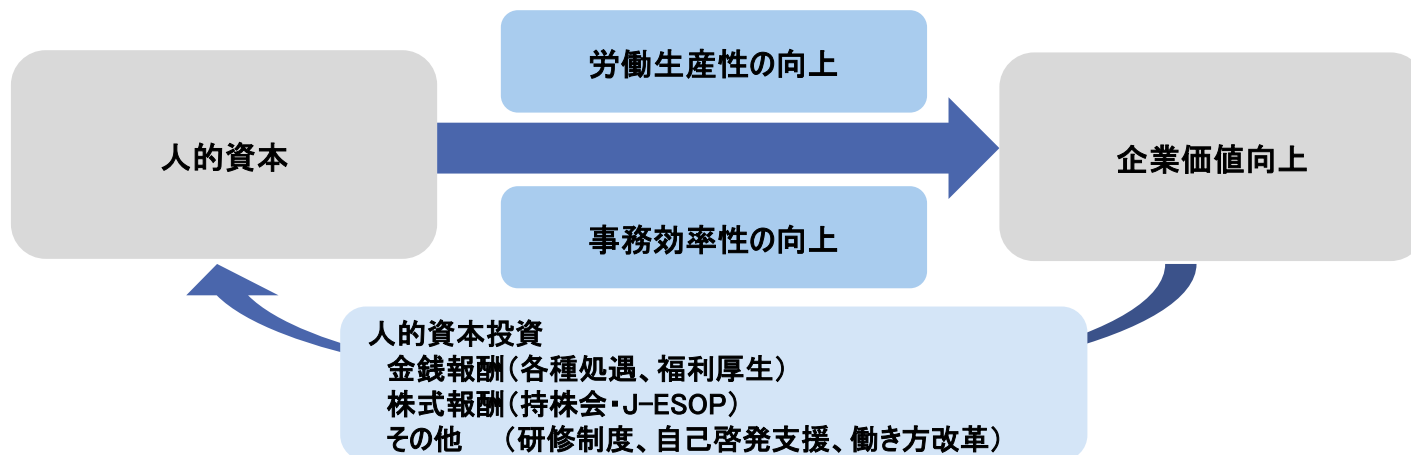
「TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）」の提言への賛同を表明（2023年5月）

人権尊重

「アートネイチャーグループの人権基本方針」を制定（2023年4月）

人的資本

物価上昇に対応すべく、全従業員に対して処遇改善（ベースアップ）を実施（2023年7月給与より）
海外関連業務の基幹人材を育成すべく、グローバル人財育成研修をスタート（2023年4月より）



持続的な企業価値向上を目指すべく、 Bangladesh に新工場設立を発表（9月12日決議）

設立の目的

- ① フィリピン一国集中生産による生産リスクの分散
自然災害、政治リスク、経済発展に伴う労働者雇用確保等への備え
- ② 今後の事業拡大および生産台数増加に伴う生産ラインの確保
オーダーメイドウィッグ、既製品ウィッグ生産能力の増強

概要

商号 ARTNATURE BANGLADESH LTD.
所在地 Bangladesh 共和国 ナラヤガンジ県 アライハザール地区
代表者 取締役会長 五十嵐 祥剛（当社代表取締役会長兼社長）
事業内容 かつら製品等の製造・販売
資本金 2,400,000米ドル
設立時期 2023年12月（予定）
出資比率 当社 100%

今後の見通し

子会社設立に伴う当期業績に与える影響は軽微



9月12日にスタンダード市場への上場の再選択を決定、10月20日に市場変更

上場維持基準への適合に向けた取組みの実施状況

取組み項目	実施状況
企業価値の向上	中期経営計画「アートネイチャーAdvanceプラン」を策定 現在計画通りに進捗中
流通株式数の向上	自己株式の処分については現預金等を勘案し見送り 大株主の一部に市場での売却可否の検討依頼を実施
追加的な株主還元策の検討	新たな配当方針を設定すると共に、今年度配当予想の修正を実施
市場との対話の強化	今回の決算発表より、新たな情報として資本コストの値を開示 投資家向けに、定期的なオンラインイベントを開催

プライム市場からスタンダード市場への変更を決断した理由について

- ①上場維持基準のひとつ「1日平均売買代金」が適合しておらず、上場廃止のリスクが懸念されるため
- ②株主の皆様が当社株を売買できる環境を確保した上で、中長期的な企業価値の向上に取り組むため

なお、「プライム市場の上場維持基準への適合に向けた計画書」の取組みは今後も継続して取り組んでいく

2024年3月期 通期計画 他

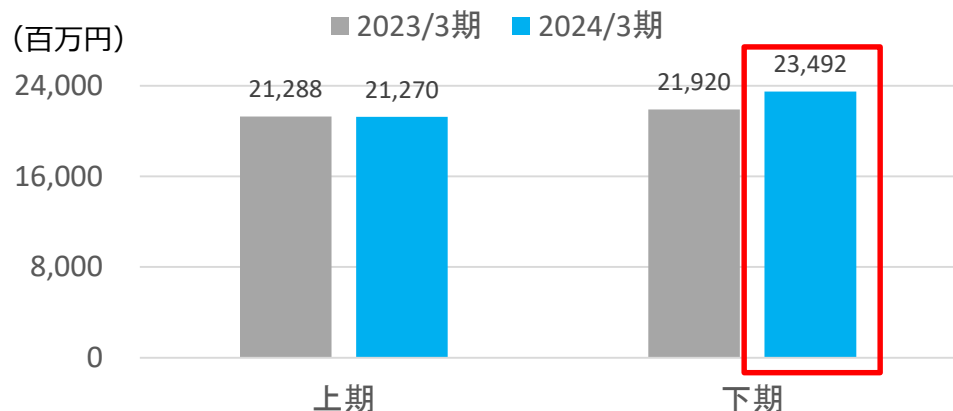
株式会社アートネイチャー

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計画(業績予想の修正はなし)

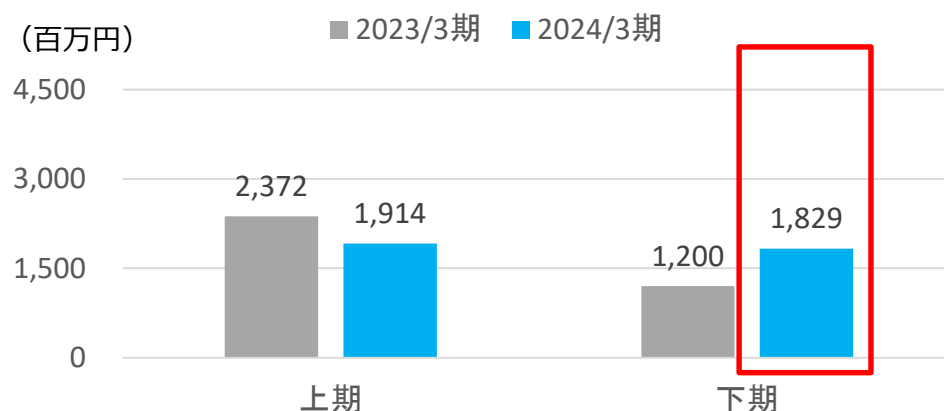
(単位：百万円)

	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当期純利益	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%

売上高



営業利益



下期取組みについて

【売上高】

- 各事業に向けて下期注力する新商品の投入と共に新たなプロモーションを展開し、上期の新規販売苦戦分の挽回を目指す
- 特に女性向け事業の拡大に向けて、2021年9月に発売したオーダーメイドウィッグ「フィーリン」の買い替え需要の獲得や、事業間の連携強化を推進

下期取組みについて

【経費】

- 取引コストの増加や為替影響を考慮し、諸費用の抑制的運用を継続
- 一方で採用強化やシステム投資、育成領域への経営資源の集中投下を継続

本中計最終年度に売上高500億円超、経常利益率およびROE10%超を計画

主要指標 (業績計画)	前中計			本中計		
	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
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%	8.2%	9.6%	10.3%
資本コスト	6.4%	4.3%	5.2%	5.2%		

2024年3月期より、新たな配当方針を設定し、配当予想の修正を実施

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			本中計		
	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
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
ROE	3.3%	4.9%	7.5%	8.2%	9.6%	10.3%
1株当たり 配当金	28円	28円	28円	33円 ^{※1}	28円以上	28円以上
配当性向	107.7%	74.7%	48.3%	50.6%	50%以上	40%以上

※1 2023/9/12開示

2024年3月期 第2四半期 決算実績および通期見通し

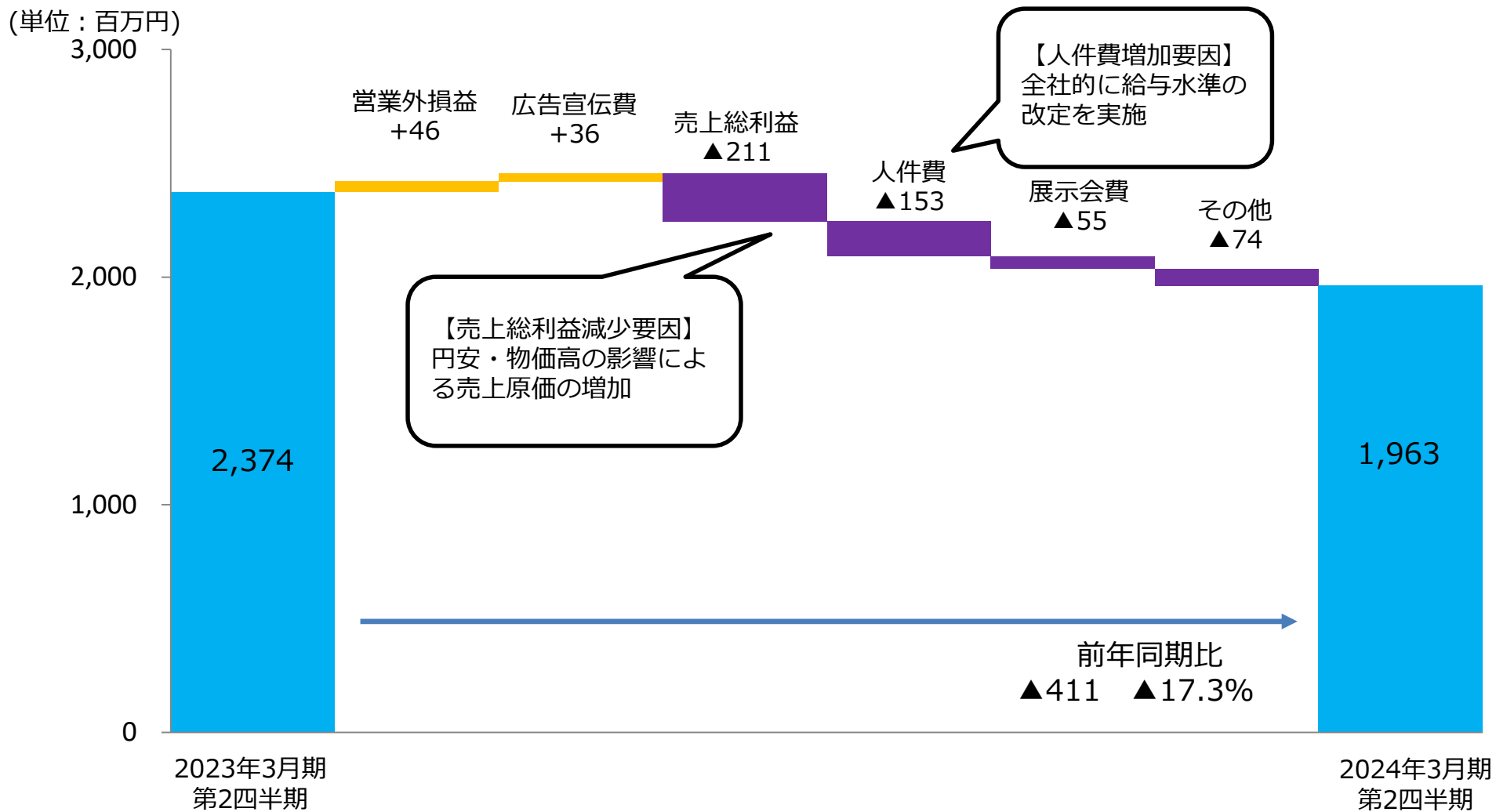
株式会社アートネイチャー

第2四半期決算は、前年同期比減収減益（利益は概ね計画どおり進捗）

（単位：百万円）

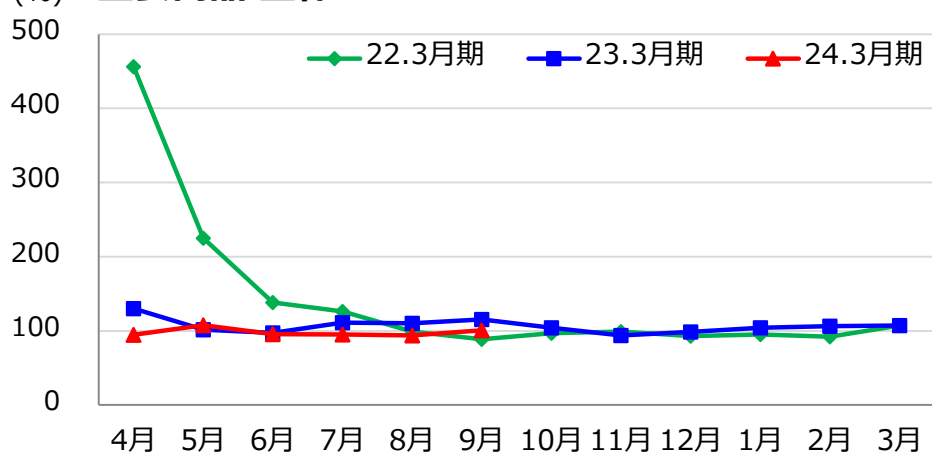
	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	通期計画	変動要因 (前年同期比)
売上高	21,288	21,270	44,763	売上高 : ▲0.1% メンズ : ▲0.5% レディース : +2.6%
メンズ	11,556	11,494	23,384	
レディース	8,833	9,059	19,584	
その他	898	716	1,794	
売上原価	6,792	6,986	14,660	原価率 : +0.9P 商品原価率 : +0.3P スタッフ人件費率 : +0.6P
売上総利益	14,496	14,284	30,102	
販管費	12,123	12,370	26,358	
広告費	2,950	2,913	6,406	販管費率 : +1.3P 広告費率 : ▲0.2P 人件費率 : +0.8P その他率 : +0.7P
人件費	3,052	3,206	6,568	
営業利益	2,372	1,914	3,744	設備投資内訳 店舗設備関係 : 361百万円 システム関連 : 134百万円
経常利益	2,374	1,963	3,821	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,463	1,208	2,140	
減価償却費	389	417	893	
設備投資	697	697	3,015	

売上高はほぼ前年並みであったが、売上原価と人件費の増加に伴い減益



主要商品の売上高は男女ともに前年同月比マイナス

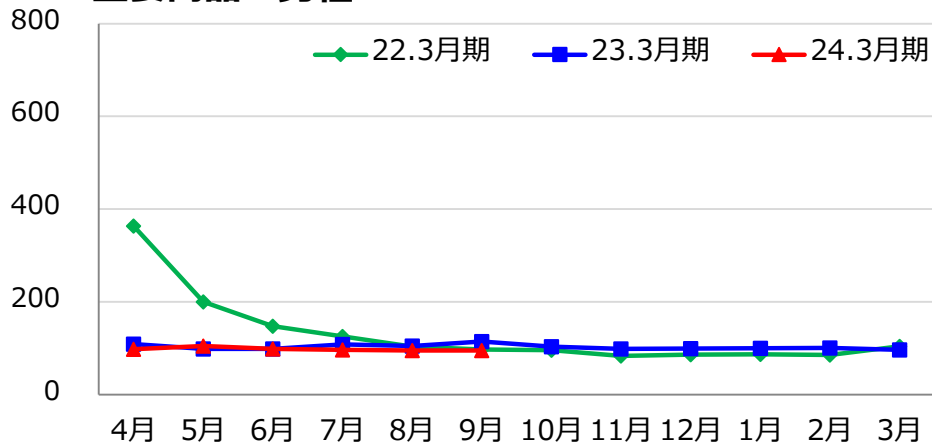
主要商品 全体



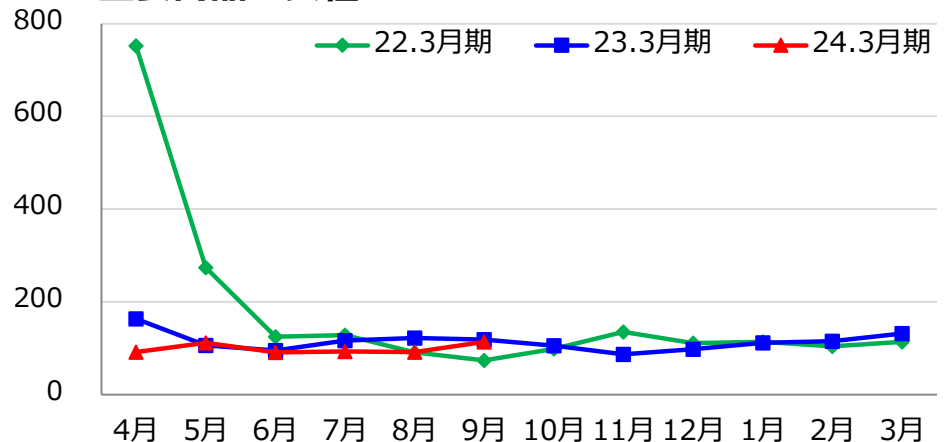
上期平均：主要商品売上高

	全体 (%)	男性 (%)	女性 (%)
2022.3月期	138.6	138.0	139.6
2023.3月期	110.8	105.5	120.0
2024.3月期	97.7	97.6	97.8

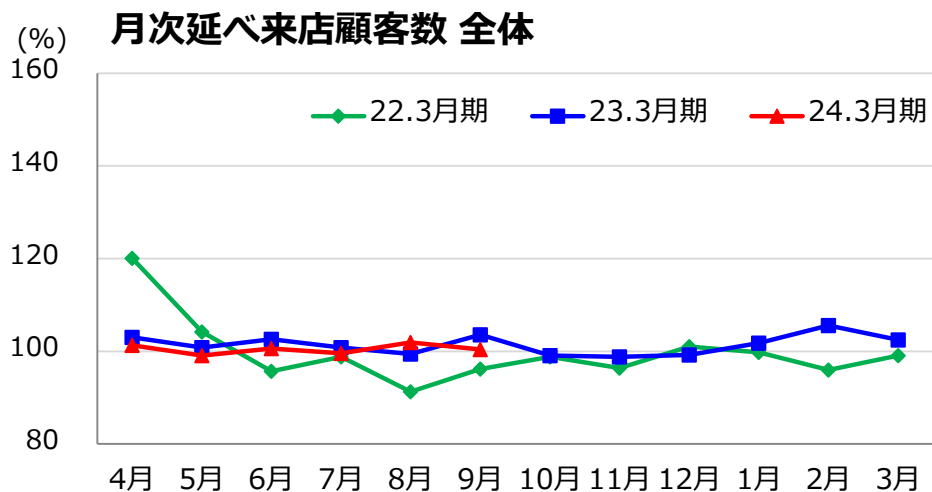
主要商品 男性



主要商品 女性

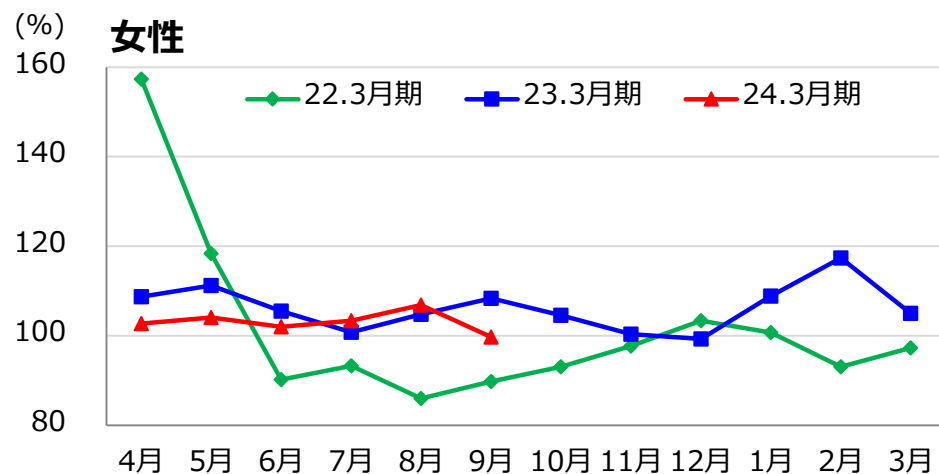
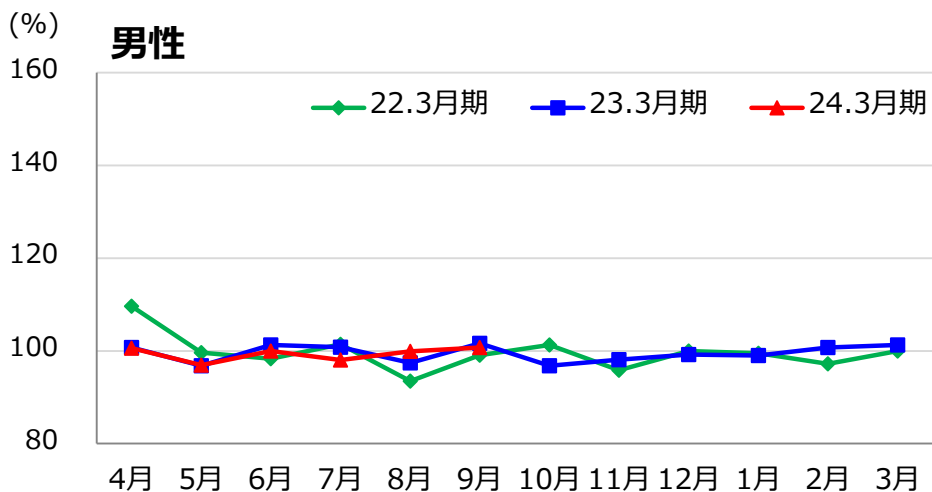


来店顧客数は、男性が漸減傾向にあるのに対して、女性は着実に増加



上期平均：来店顧客数 (%)

	全体	男性	女性
2022.3月期	100.4	100.0	101.1
2023.3月期	101.7	99.7	106.5
2024.3月期	100.5	99.4	103.1



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・拡充する戦略方針

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			

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

増毛商品の新規販売が苦戦、リピート販売は堅調

（単位：百万円）

売上高		2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	増減額	増減率
オーダーメイドウィッグ	新規	369	370	+1	+0.3%
	リピート	6,519	6,517	▲2	▲0.0%
	合計	6,889	6,888	▲1	▲0.0%
増毛商品	新規	489	330	▲158	▲32.4%
	リピート	1,050	1,035	▲15	▲1.5%
	合計	1,540	1,366	▲173	▲11.3%
育毛ケア・サービス	新規	28	20	▲8	▲29.5%
	リピート	284	265	▲18	▲6.6%
	合計	312	285	▲27	▲8.7%
アフターサービス		2,287	2,416	+129	+5.6%
その他商品等		526	537	+11	+2.1%
全商品・サービス	新規	887	721	▲165	▲18.7%
	リピート	10,669	10,773	+103	+1.0%
	合計	11,556	11,494	▲61	▲0.5%

※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、「アフターサービス」、「その他商品等」の一部です。

お客様満足向上を軸とした各種施策・サービスを展開すると共に、新規販売の増加に向けた差別化戦略に注力

2024年3月期 下期取組み	
商品・プロモ	<ul style="list-style-type: none"> 商品力を訴求した新商品の開発・投入 新CMキャラクター投入による新たなプロモーション戦略の開始 商談効率化、顧客満足向上を目的とした新ツールの導入
その他	<ul style="list-style-type: none"> 部署横断の課題対策プロジェクトを通じた各種施策の展開 お客様満足向上を軸とした新たなサービスプランの投入



オーダーメイドウィッグの新規販売が苦戦、リピート販売は堅調、既製品ウィッグ販売は好調

(単位：百万円)

売上高		2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	増減	
				増減額	増減率
オーダーメイドウィッグ	新規	2,210	1,972	▲237	▲10.8%
	リピート	2,518	2,537	+19	+0.8%
	合計	4,728	4,509	▲218	▲4.6%
増毛商品	新規	47	26	▲21	▲44.8%
	リピート	600	489	▲110	▲18.4%
	合計	648	516	▲132	▲20.4%
育毛ケア・サービス	新規	3	3	+0	+7.2%
	リピート	267	254	▲13	▲5.0%
	合計	270	257	▲13	▲4.8%
アフターサービス		907	1,106	+198	+21.9%
その他商品等		1,782	2,174	+391	+22.0%
全商品・サービス	新規	2,261	2,002	▲258	▲11.5%
	リピート	4,488	4,611	+123	+2.8%
	ジュリア・オージェ	1,588	1,950	+362	+22.8%
	合計	8,337	8,564	+226	+2.7%

※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、「アフターサービス」、「その他商品等」の一部です。

変化する顧客ニーズに対応した運営体制の強化を図ると共に、女性向け事業間の連携を更に強化

		2024年3月期 下期取組み
女性向け事業	商品・プロモ	<ul style="list-style-type: none"> 商品力を訴求した新商品の開発・投入 顧客満足向上を目的としたオンライン商談ツールの導入 猛暑経過後の消費者の行動に合わせた各種施策の展開
	その他	<ul style="list-style-type: none"> 注力店舗であるハイブリッド店舗の体制整備 顧客ニーズに対応した運営の強化 フィーリン販売から2年経過に伴う買替需要の獲得
既製品事業		<ul style="list-style-type: none"> リピート販売体制の強化を継続 既製品⇔オーダーメイドウィッグ間送客体制の整備

FEELIN

ウルトラフィット



purefine
LEFIA

業績拡大に向けた活動を積極推進し、下期は前年同期比増収増益とし、
3期連続の増収増益計画を維持

(単位：百万円)

	2023年3月期		2024年3月期			
	第2四半期	通期実績	第2四半期	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	21,288	43,209	21,270	▲0.1%	44,763	+3.6%
メンズ	11,556	23,237	11,494	▲0.5%	23,384	+0.6%
レディース	8,833	18,195	9,059	+2.6%	19,584	+7.6%
その他	898	1,775	716	▲20.3%	1,794	+1.1%
売上原価	6,792	14,053	6,986	+2.8%	14,660	+4.3%
売上総利益	14,496	29,156	14,284	▲1.5%	30,102	+3.2%
販管費	12,123	25,582	12,370	+2.0%	26,358	+3.0%
広告費	2,950	6,336	2,913	▲1.2%	6,406	+1.1%
人件費	3,052	6,113	3,206	+5.0%	6,568	+7.4%
営業利益	2,372	3,573	1,914	▲19.3%	3,744	+4.8%
経常利益	2,374	3,534	1,963	▲17.3%	3,821	+8.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,463	1,874	1,208	▲17.4%	2,140	+14.2%
減価償却費	389	829	417	+7.3%	893	+7.8%
設備投資	697	1,410	697	+0.1%	3,015	+113.7%

 **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

【新商品】

■ メンズ、● レディース、▲ ジュリア・オージェ、◆ その他

- 3/17 増毛「マープ ラッシュ」発売
- ◆ 3/21 白髪ケアアイテム「ラボモ スカルプアロマ ヘアカラートリートメント アクア」発売
- 3/31 オーダーメイドウィッグ「フィーリン4」発売
- ◆ 6/9 「CARE FACTER クールシャンプー」「CARE FACTER クールコンディショナー」発売
- ◆ 7/3 自宅で将来の薄毛リスクを知ることができる「AGAリスク検査キット」発売
- 9/1 オーダーメイドウィッグ「フィーリン ウルトラフィット」発売
- ▲ 9/8 ジュリア・オージェのピンでとめないウィッグ「タッチデボータ」発売 ※TV通販専用
- 9/21 増毛「マープ ラッシュ プレミアム」発売

【出店・移転】

- ● 4/14 「アートネイチャー 溝の口店」「レディースアートネイチャー 溝の口サロン」移転リニューアル
- 4/21 「レディースアートネイチャー 大宮サロン」移転リニューアル
- ▲ 8/11 「ジュリア・オージェ イオンモール高崎店」オープン
- ▲ 8/23 「レディースアートネイチャー 三越日本橋サロン」オープン
- ▲ 9/1 「ジュリア・オージェ 越谷レイクタウン店」移転リニューアル
- 9/6 「レディースアートネイチャー そごう広島サロン」移転リニューアル
- ▲ 9/15 「ジュリア・オージェ イオンモール各務原店」移転リニューアル

【その他】

- ▲ 5/19 ジュリア・オージェ 15周年記念大感謝祭 開催
- ● ▲ 8/25 注目商品をオールラインナップした展示会「アートネイチャー フェスティバル 2023 in Osaka」開催

商品・サービス別売上高計画（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・サービス別売上高計画（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・サービス別売上高計画（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。

連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)

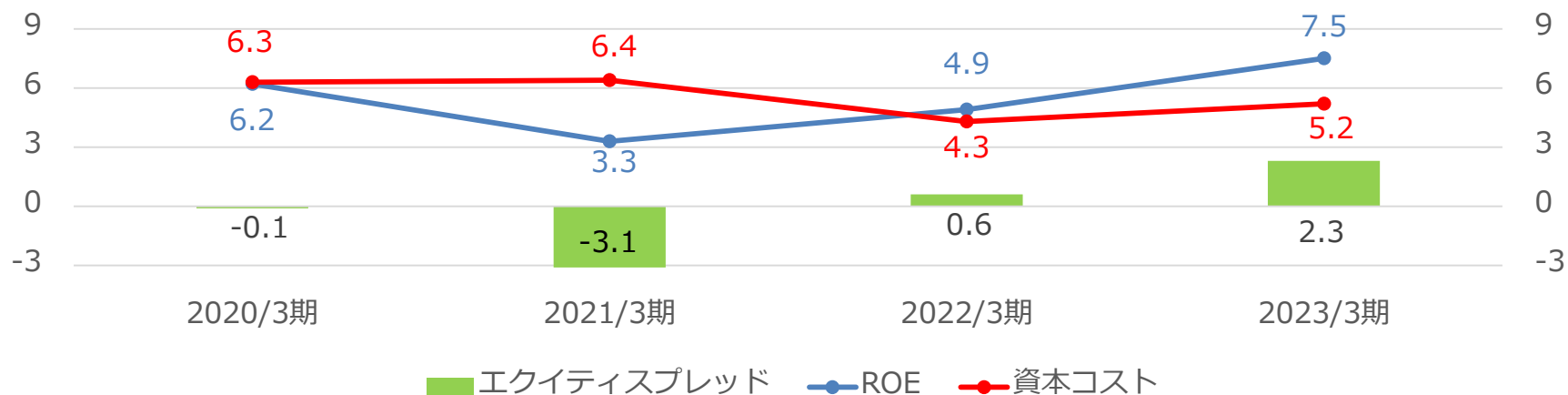
	2023年3月期末		2024年3月期 第2四半期末		増減率	変動要因
		構成比		構成比		
流動資産	29,310	61.1%	28,999	60.7%	▲1.1%	流動資産 ▲311 ・ 売掛金 ▲422 ・ 現預金 +41 ・ 棚卸資産 +42 固定資産 +142 ・ 有形固定資産 +108 ・ のれん ▲18 流動負債 ▲1,225 ・ 未払金 ▲260 ・ 未払法人税等 ▲277 ・ 前受金 ▲367 純資産 +905 ・ 利益剰余金 +754 (純利益 +1,208) (配当金支払 ▲454)
現預金	20,180	42.1%	20,222	42.3%	+0.2%	
固定資産	18,645	38.9%	18,788	39.3%	+0.8%	
有形固定資産	8,795	18.3%	8,904	18.6%	+1.2%	
資産合計	47,956	100.0%	47,787	100.0%	▲0.4%	
流動負債	14,548	30.3%	13,322	27.9%	▲8.4%	
前受金	6,184	12.9%	5,817	12.2%	▲5.9%	
固定負債	7,480	15.6%	7,631	16.0%	+2.0%	
負債合計	22,028	45.9%	20,954	43.8%	▲4.9%	
純資産	25,927	54.1%	26,832	56.2%	+3.5%	
利益剰余金	19,278	40.2%	20,032	41.9%	+3.9%	
負債及び純資産合計	47,956	100.0%	47,787	100.0%	▲0.4%	

(単位：百万円)

		2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	発生要因
	営業キャッシュフロー	1,476	1,272	
	投資キャッシュフロー	▲ 999	▲ 850	営業C F ・調整前純利益 +1,953 ・減価償却費 +440 ・法人税及び住民税 ▲866
	フリー・キャッシュフロー	477	422	
	財務キャッシュフロー	▲ 459	▲ 461	投資C F ・有形固定資産取得 ▲632 ・無形固定資産取得 ▲117
	現金及び現金同等物 期首残高	19,452	20,082	財務C F ・配当金支払 ▲451
	現金及び現金同等物 期末残高	19,546	20,114	
	現金及び現金同等物 増減額	94	32	

ROEと資本コストの差分であるエクイティスプレッドは、
コロナ禍突入時にマイナスとなったが現在はプラスを維持

資本コストとROEの過年度推移（2020/3期～2023/3期、単位：％）



資本コストの算定式（2023/3期推定値。負債は0のため、株主資本コストのみ算定）

株主資本コスト CAPM		リスクフリーレート		リスクプレミアム		β値
5.21%	=	0.41%	+	6.00%	×	0.80%

資本資産評価モデル（CAPM）によるコストの推定を採用

長期国債（10年）利回りをベースに設定

株式市場リターンをベースに設定

株価情報データをベースに設定（対TOPIX180日）