

東証1部 4929

ADJUVANT

株式会社アジュバンコスメジャパン  
平成27年3月期2Q決算説明会  
平成26年10月27日



# 目次

- I. 会社の特徴と強み、ビジネスモデル
- II. 平成27年3月期2Q連結業績
  - 1. サマリー
  - 2. 損益計算書、増減要因
  - 3. 売上高増減要因
  - 4. シリーズ別売上高増減要因
  - 5. 貸借対照表、増減要因
  - 6. 四半期別比較
- III. 今後の取組み
  - 1. 利益計画、今後の取組み
  - 2. シリーズ別等の売上高計画、定性情報
  - 3. 中期3ヵ年経営計画取り組み状況
  - 4. ネット不正流通対策、店販支援体制&コンサル営業の強化
  - 5. 株主還元
- IV. 参考情報
  - 1. 当社の考え方
  - 2. 会社概要
  - 3. 売上高 経常利益推移
  - 4. サマリー、過去比較
  - 5. A・C・S登録店、代理店契約推移
  - 6. ビジョン～美容業界にイノベーションを起こすための当社取り組み～、パイプライン
  - 7. 当社の特徴等

# 会社の特徴と強み

## 理美容専売 スキンケア & ヘアケア

「ノンオイル、ノンアルコール」「糖、ミネラル」にこだわり、健やかで美しい「肌」「髪」をサポートする安心、安全な化粧品開発を目指し、**サロン向けに販売**

### 1. 創業時から一貫して自然派

- ・ 四半世紀にわたり、「糖」と「ミネラル」にこだわり、肌・髪のトラブルの原因になるものを排除する研究・開発を行っております。健やかで美しい「肌」「髪」を育む商品づくりを目指しています。

### 2. こだわり続けるカウンセリング販売

- ・ サロンに来店される美に関心の高い顧客に、時間をかけてしっかりとカウンセリングします。そのため、カウンセリングの出来ない通販、量販店では、販売しません。

創業時から変わらない  
安心・安全へのこだわり

アレルギー  
疾患等への  
罹患人口が  
増加傾向

消費者の  
ナチュラル  
志向の高まり



# ビジネスモデル

サロンを通じ消費者向け化粧品を提供するファブレス企業

既存事業

新規事業

店販商品  
(直販・代理店)

H27年3月期10月度より展開

技術商品:カラー剤

A・C・S登録店  
サロン

美容室

理容室

エステティックサロン

サロン経営に貢献

技術売上 +  $\alpha$  (店販) で収益力UP

店販

安心・安全な商品の提供

スキン・ヘア等

シャンプー等商品は  
店舗でも使用

カラー・パーマ技術

国内消費者

海外消費者

当社

子会社

イノベーションアカデミー

研修

サロン  
経営

マーケティング

子会社

HONG KONG

リテール(スキン・ヘア等)

サロン店販

# 平成27年3月期2Q連結業績

# サマリー

	H26/3 2Q実績	H27/3 2Q実績	前年同期比		H27/3 2Q計画 (H26/4/24)	計画比	
			増減額	増減率		増減額	増減率
売上高(百万円)	2,187	2,065	▲122	▲5.6%	2,350	▲284	▲12.1%
営業利益(百万円)	531	341	▲190	▲35.8%	465	▲123	▲26.6%
売上高営業利益率	24.3%	16.5%	—	▲7.8pt	19.8%	—	▲3.3pt
EPS(円)	42.29円	23.35円	▲18.94	—	33.75円	▲10.4	—
A・C・S登録数	6,200	6,644	+444	7.2%	—	—	—
MAP契約数	189	234	+45	23.8%	—	—	—

# 損益計算書

(単位:百万円)	H26/3 2Q		H27/3 2Q							
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比		計画 (H26/4/24)	構成比	計画比	
					増減額	増減率			増減額	増減率
売上高	2,187	100.0	2,065	100.0	▲122	▲5.6%	2,350	100.0	▲284	▲12.1%
売上原価	749	34.2	735	35.6	▲13	▲1.8%	818	34.8	▲82	▲10.1%
売上総利益	1,438	65.8	1,330	64.4	▲108	▲7.5%	1,532	65.2	▲201	▲13.2%
販管費	907	41.5	988	47.9	+81	+9.0%	1,067	45.4	▲78	▲7.3%
営業利益	531	24.3	341	16.5	▲190	▲35.8%	465	19.8	▲123	▲26.6%
経常利益	540	24.7	349	16.9	▲190	▲35.3%	466	19.8	▲117	▲25.1%
四半期純利益	317	14.5	180	8.7	▲137	▲43.2%	260	11.1	▲80	▲30.8%

# 損益計算書 増減要因

**減収減益** ～不正流通排除対策、消費増税駆け込み反動及び営業力の分散が影響～

## 売上総利益

前年同期比▲7.5%

- A・C・Sサロン保護対策によるインターネット不正流通先排除による減収
- 消費増税の駆け込み反動、消費者マインドの低下による売上の鈍化
- 期初に起こった欠品による機会損失、その対応による営業力の分散、A・C・Sサロンへのフォロー不足が顕著となり、スキンケアキャンペーンが不調に終わる等、売上に影響
- 子会社(イノベーション・アカデミー サロン経営)開設準備等の費用先行のため原価率UP

## 営業利益

前年同期比▲35.8%

- 上記理由による減収
- 期初からの計画通り、カラー剤発表会の開催、新設子会社費用の発生等により販管費は増加

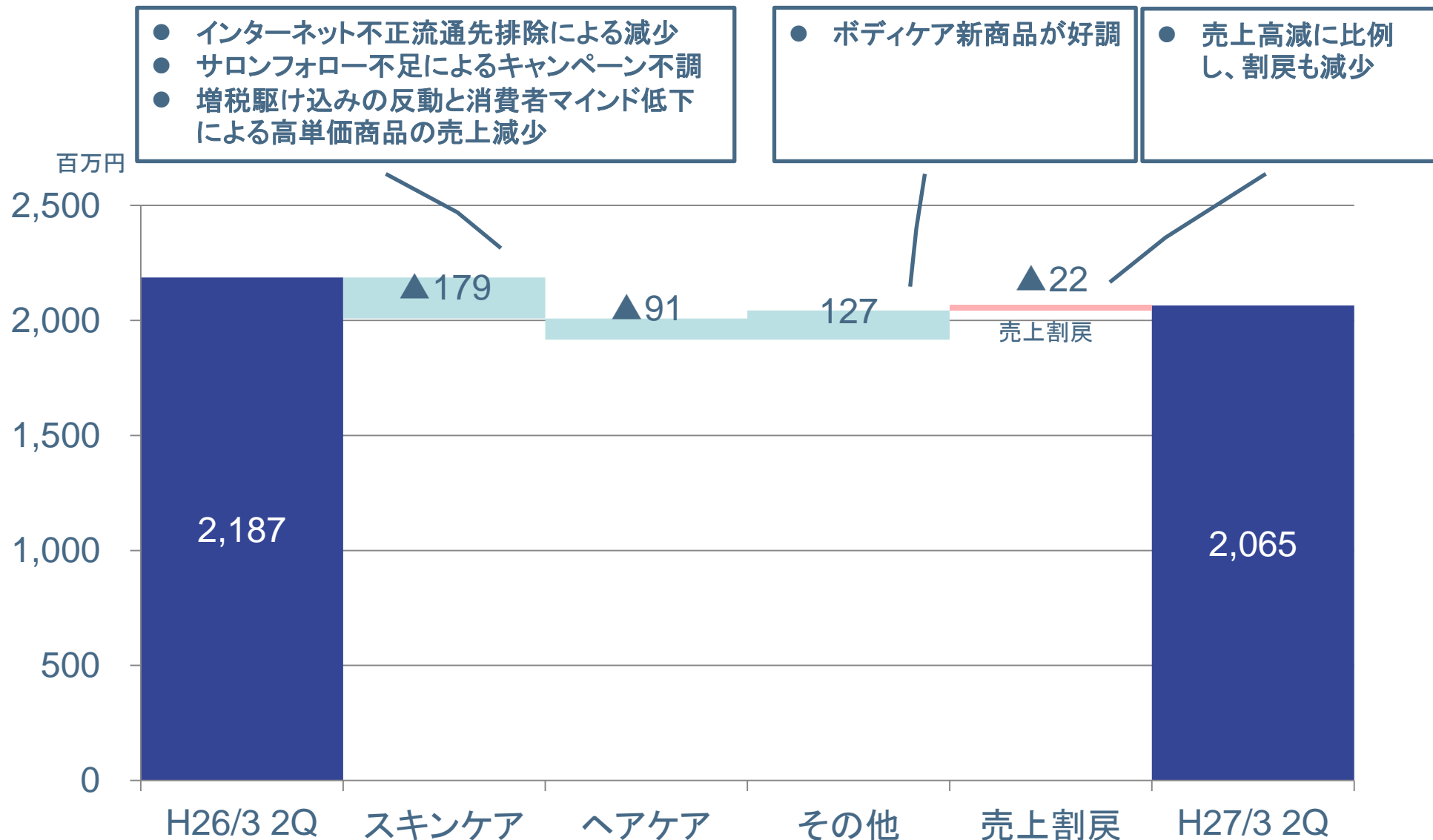
## 四半期純利益

前年同期比▲43.2%

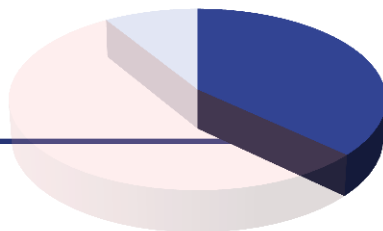
- 上記理由による減益



# 売上高増減要因



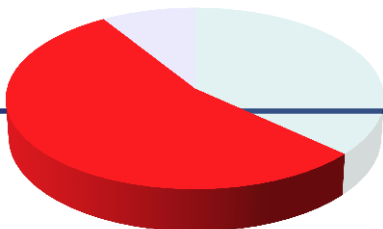
## スキンケア



前年同期比▲18.2%

- 消費増税後の消費者マインドの冷え込みによる高単価ホームケア商品の買い控え
- サロン顧客の来店頻度及び利用金額低調により高付加価値サービスの喪失による周辺商材の注文減
- 営業力の分散によりキャンペーンの企画提案が不十分に終わる

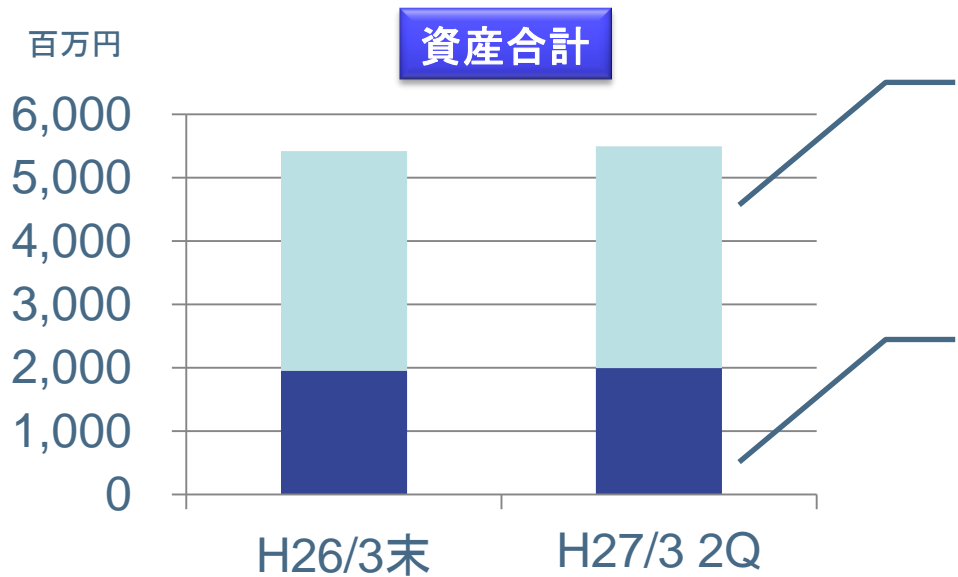
## ヘアケア



前年同期比▲7.1%

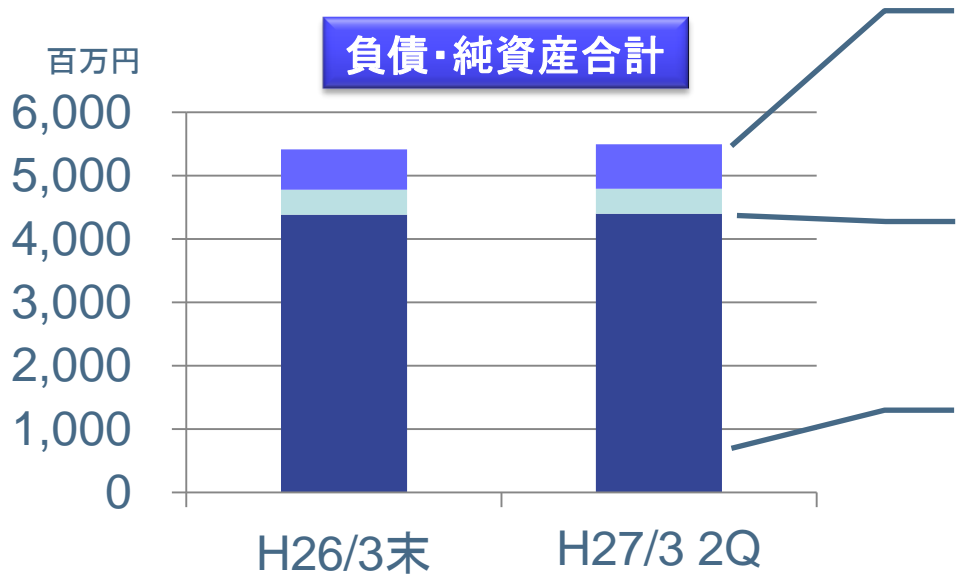
- 消費増税後の消費者マインドの冷え込みによるプラスケア商品の買い控え

# 貸借対照表



- 流動資産**
- 現金及び預金2,317百万円
  - 売掛金402百万円
  - 商品567百万円

- 固定資産**
- 有形固定資産1,023百万円
  - 無形固定資産51百万円
  - 投資その他の資産921百万円



- 流動負債**
- 699百万円

- 固定負債**
- 395百万円

- 純資産**
- 4,401百万円

## 総資産

前期末比1.4%(76百万円)

- ・ 流動資産は、36百万円増加
- ・ 固定資産は、40百万円増加 資本業務提携に伴う投資有価証券の増加等

## 負債

前期末比6.1%(63百万円)

- ・ 買掛金の増加や未払法人税等の減少

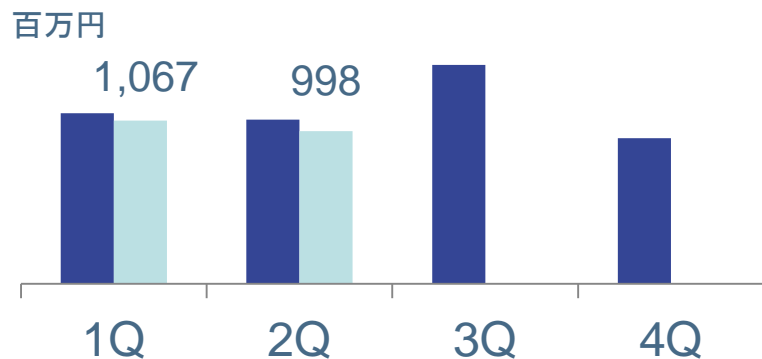
## 純資産

前期末比0.3%(13百万円)

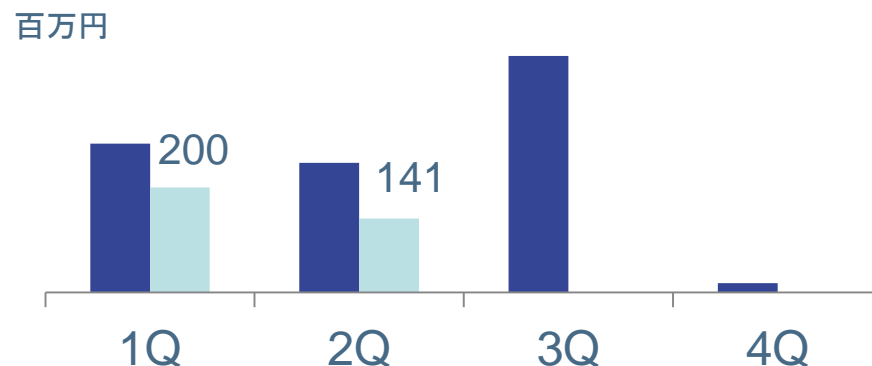
- ・ 利益剰余金の増加等により増加

# 四半期別比較

売上高 左H26/3 右H27/3



営業利益 左H26/3 右H27/3



## 売上高

- インターネット不正流通先排除による減収(1Q&2Q)
- 消費増税の駆け込み反動、消費者マインドの低下による売上の鈍化(1Q後半-2Q)
- 期初に起こった欠品等のイレギュラー対応により営業力が分散し、A・C・Sサロンへのフォロー不足が顕著となり、スキンケアキャンペーンが不調に終わる(2Q)等、売上に影響

## 営業利益

- 新設子会社の費用先行(1Q&2Q)
- カラー剤発表会の開催費用発生(2Q)

# 今後の取組み

# 利益計画

(単位:百万円)	H26/3		H27/3					
	実績	構成比	計画 (H26/10/24修正)		構成比		内訳	
			期初計画	期初計画	上期(実績)	下期(計画)		
売上高	4,571	100.0	4,580	5,184	100.0	100.0	2,065	2,514
売上原価	1,581	34.6	1,610	1,804	35.2	34.8	735	875
売上総利益	2,990	65.4	2,969	3,380	64.8	65.2	1,330	1,639
販管費	1,988	43.5	2,262	2,251	49.4	43.4	988	1,273
営業利益	1,002	21.9	706	1,129	15.4	21.8	341	365
経常利益	1,008	22.1	708	1,129	15.5	21.8	349	358
当期純利益	571	12.5	332	640	7.3	12.3	180	151

# 利益計画 今後の取組み(修正計画)

## 売上総利益

計画対H26/3期比 ▲0.7% (当初計画+13.0%)

- 個人消費が足踏みする中、カウンセリング販売の重要性を今一度サロンに説明し、販売機会の着実な創出、不正流通の払拭を進め、当社既存事業(店販)の立て直しを図る
- 営業体制の見直し(急ピッチでロイヤルサロンへのカラー剤導入提案)
- 海外子会社の苦戦は、SNSを活用しながら商品PRを図る

## 営業利益

計画対H26/3期比 ▲29.5% (当初計画+12.7%)

- 組織体制の強化により、効率的営業活動の徹底
- 引き続き販管費のコントロールを徹底

## 当期純利益

計画対H26/3期比 ▲41.9% (当初計画+11.9%)

- 上記理由による減益



# シリーズ別等の売上高計画

(単位:百万円)	H26/3		H27/3			
	実績	構成比	計画 (H26/10/24修正)	構成比	内訳	
					上期(実績)	下期(計画)
売上高合計	4,571	100.0	4,580	100.0	2,065	2,514
スキンケア	2,172	47.5	1,767	38.6	808	958
AE	1,540	33.7	1,199	26.2	549	650
ベーシック	82	1.8	65	1.4	29	35
メイク	549	12.0	502	11.0	229	272
ヘアケア	2,605	57.0	2,600	56.8	1,190	1,410
シャンプー・ トリートメント等	2,383	52.1	2,380	52.0	1,089	1,290
スタイリング等	222	4.9	220	4.8	100	119
その他	162	3.6	364	8.0	166	198
売上割戻金	▲368	▲8.1	▲322	▲7.1	▲131	▲191
既存事業合計	4,571	100.0	4,410	96.3	2,034	2,375
業務用(カラー)	—	—	100	2.2	1	99
イノベーション	—	—	20	0.4	6	13
香港	0	0.0	50	1.1	23	26

# シリーズ別等の売上高計画 定性情報

## スキンケア

ターゲット層を明確にしたスペシャルケア愛用者づくりキャンペーンによる拡販

- 当社の強みであるトータルビューティーの提案強化
- リニューアルメイクシリーズ等のスタッフキャンペーンの実施
- リニューアル商品(ソープ)の継続キャンペーンの実施



## ヘアケア

サロン施術用シャンプー&リートメント、プラスケア商材の拡販と店販(カウンセリング)提案

- カラー剤を含めたトータル提案によるヘアケアの拡販
- Re:Pro Cyberリニューアルによるサロンサービス(施術)付加価値向上の提案【期初計画より発売時期遅延】



## 業務用(カラー)

発売から着実に実績を上げるための活動に注力

- ロイヤルサロンへの導入に注力
- 段階的に導入店舗数を増やし(認知度UP)、追加色発売後、カラーアレンジの再提案により、在庫回転率を高めていく(店舗における利用率UP)



# 中期3カ年経営計画:5つの成長戦略への取り組み状況

## 既存顧客支援体制の強化

- A・C・Sサロンとの深耕強化を図るため、営業体制を今一度テコ入れしサロンとの接点を増やす
- インターネット不正流通先排除に注力

## コンサルティング営業の強化

- ケイアートファクトリー社との提携によるコンサルティング営業力の強化
- 既存顧客への多角化提案に向けた人財育成(知識・知恵の向上)

## 業務用商品市場への進出

- ホームカラーでは出せない個々人に合った色を提供
- 明るいおしゃれカラーを経験しているグレイヘアの女性がターゲット
- 染毛頻度の高いグレイヘアのためのカラー剤(くすみの少ない既染部専用カラー)のPR

## サロン経営の支援

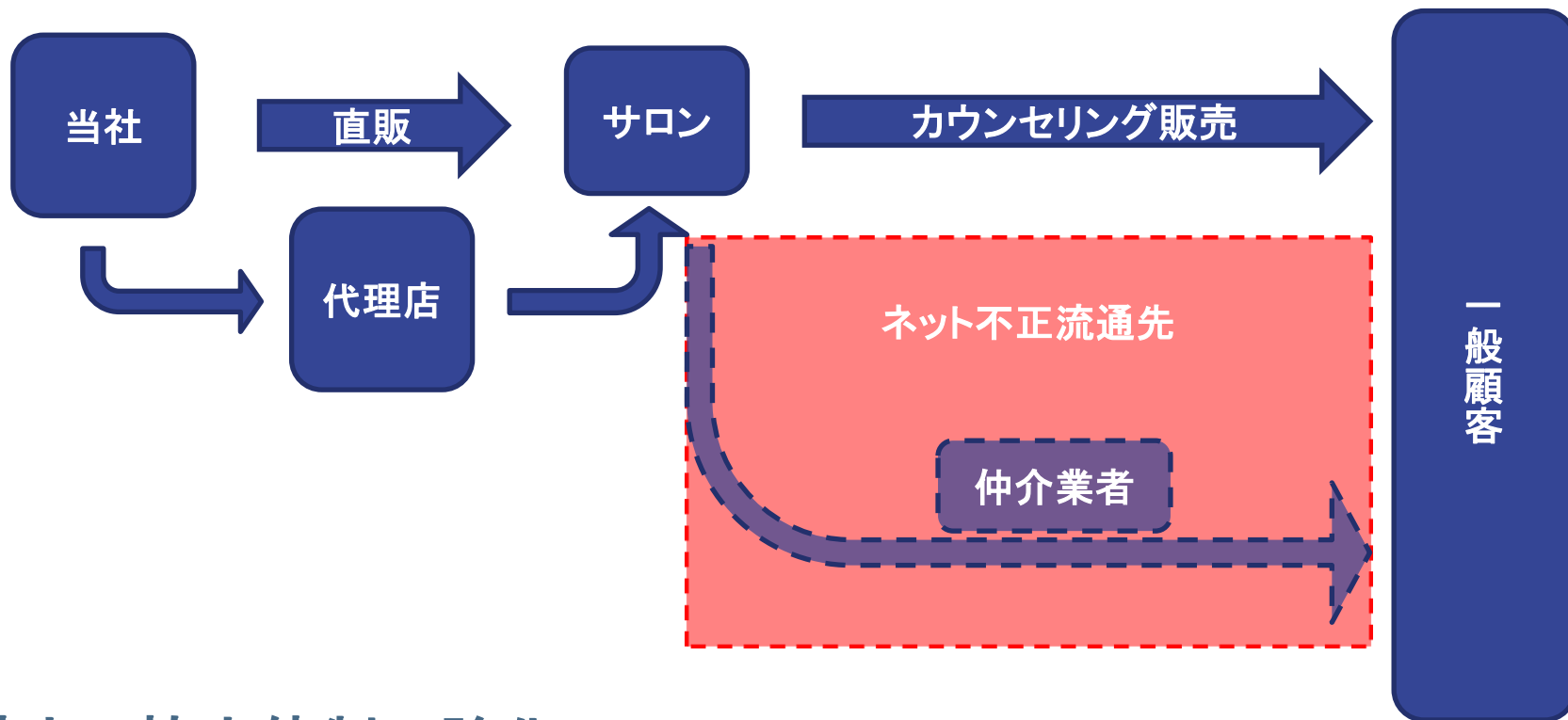
- 11月東京都港区北青山にてイノベーションアカデミーサロン『MAGIE』をグランドオープン  
当面はダイレクトマーケティングに注力

## アジア地域への進出

- SNS等により香港リテールショップ1号店(尖沙咀 iSQUARE)の来店者数増加を図る

# ネット不正流通先対策

美容業界のイノベーション、店販支援体制の強化、サロン経営のサポートのため  
我々は、インターネット不正流通排除に注力していきます

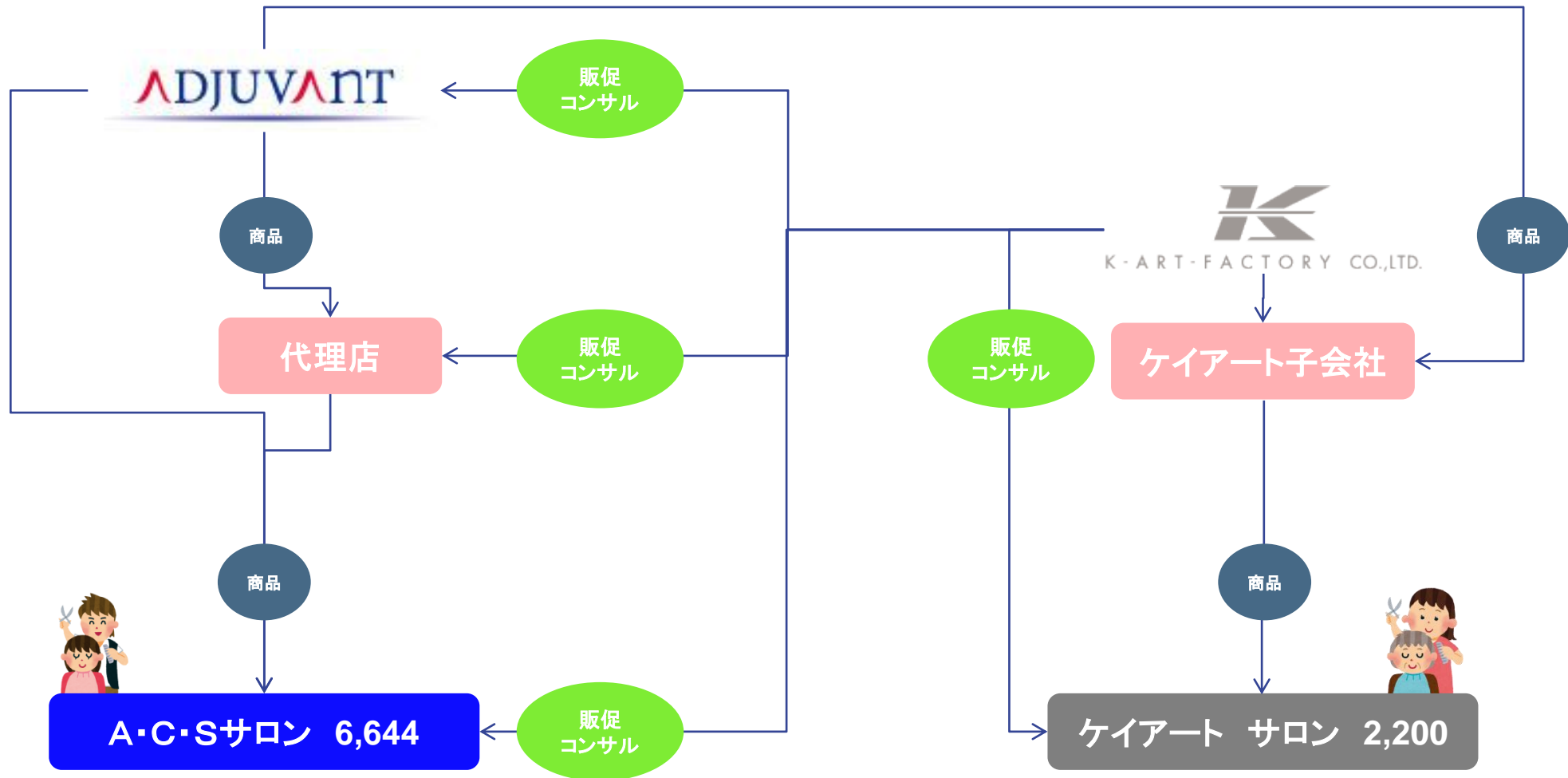


- 代理店との協力体制の強化
- 不正流通先サロンの徹底追跡、取引解除
- インターネット購入に流れないしっかりとしたカウンセリング販売指導の強化

# 既存顧客支援体制 & コンサル営業の強化

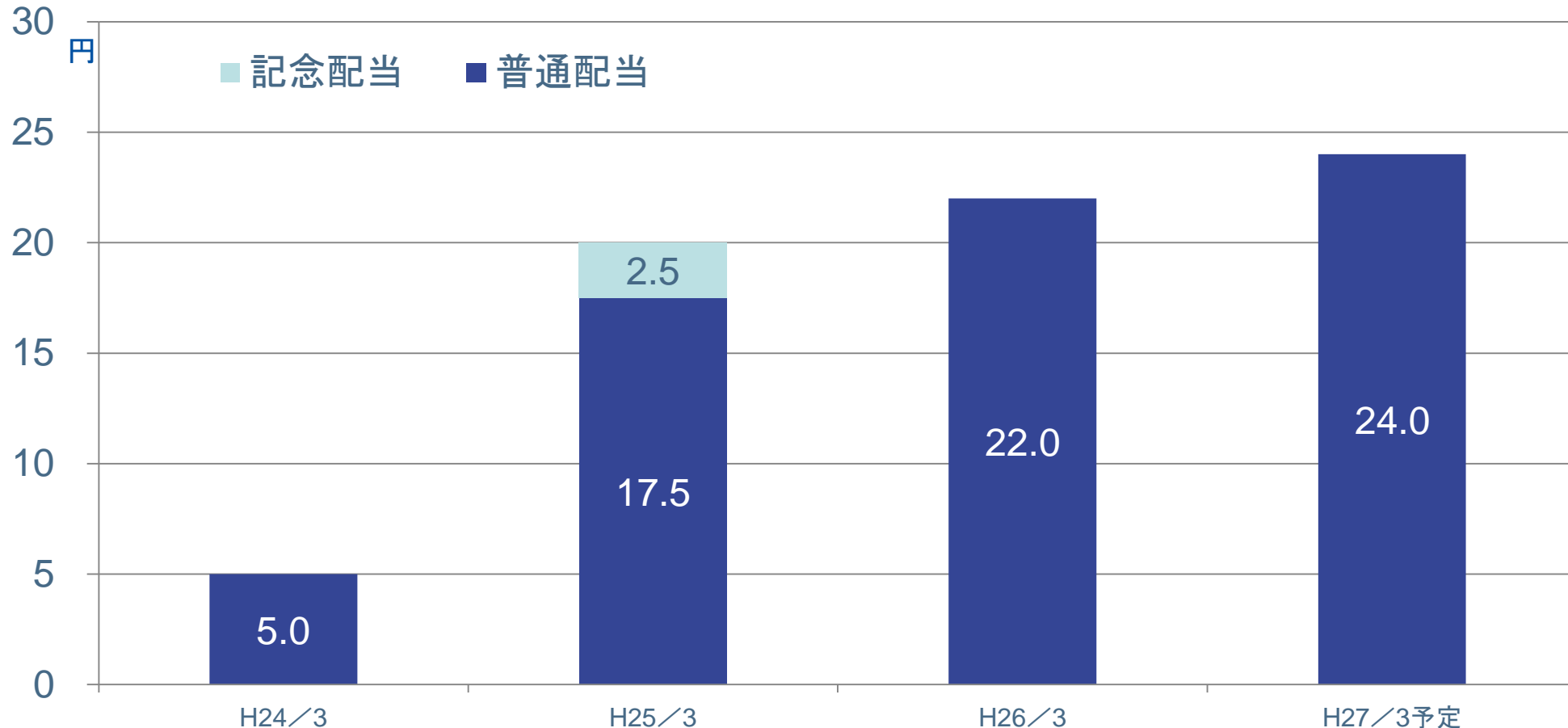
～提携によるシナジー～

- ケイアート子会社がA・C・S代理店機能となり潜在サロンが2,200軒増加
- 集客コンサルティング等によりA・C・Sの売上拡大 & 当社コンサルティング営業の強化



# 株主還元

配当金の推移(1株当たり) ～業績を勘案しつつ安定的な配当を継続して実施していく方針～



(注) H24年6月15日付で普通株式1株を3株に、H25年8月21日付で普通株式1株を2株に分割をしております。  
なお、上記グラフは、H24年期首に上記2回の分割が行われたと仮定して配当金額を算定しております。

## 参考情報～企業理念・経営目標・経営方針等～

# 当社の考え方

## 企業理念

知恵 勇気 夢と感動を与える

## 経営目標

より良い商品の開発・提供により社会貢献を図る  
美容業界のリーダーとなり、業界を変える  
サロン経営に貢献する

## 経営方針

顧客サービス第一主義  
社会に貢献できる人財育成  
社員の生活の安定、向上

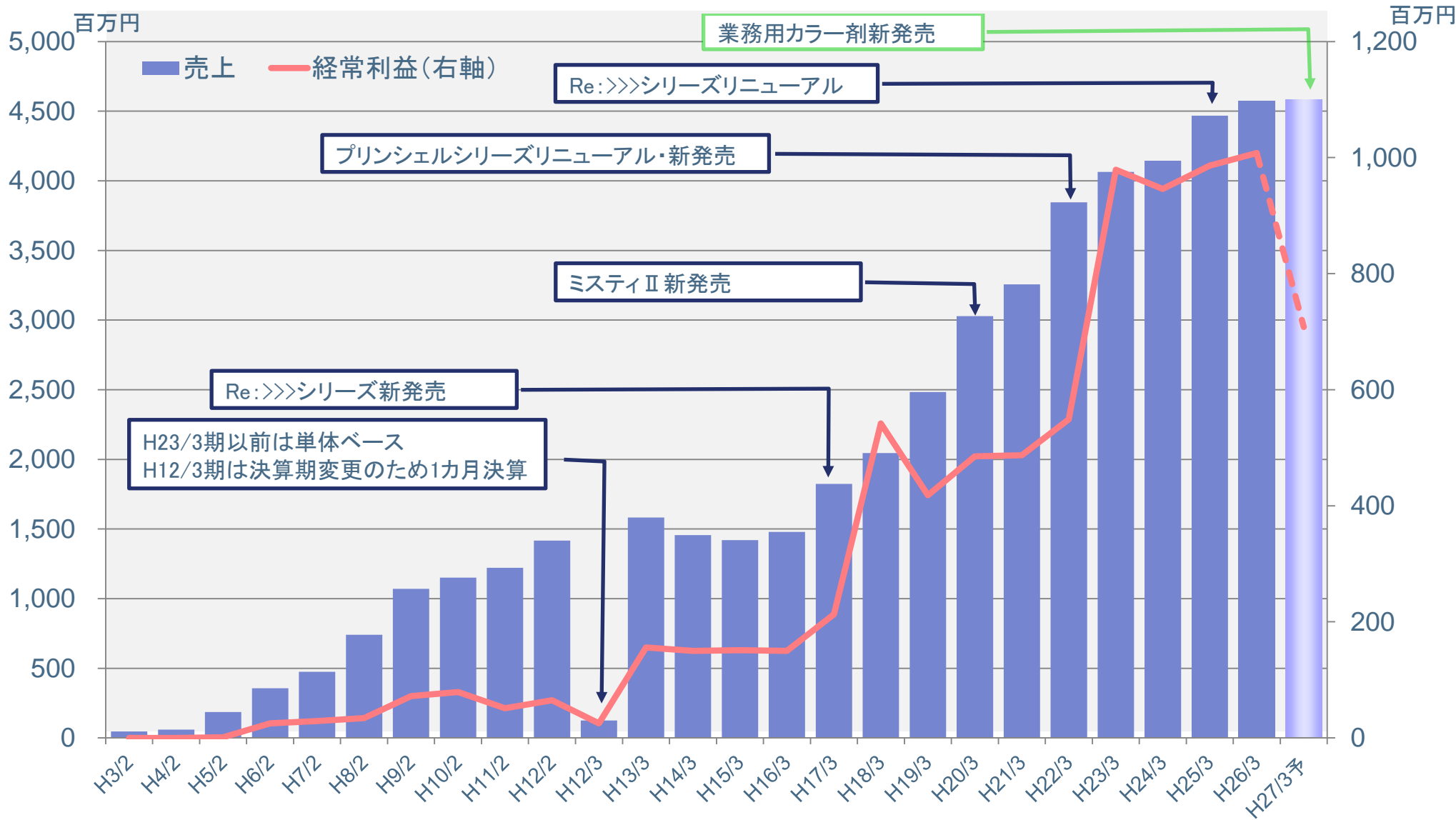




# 会社概要

■ 事業内容	美容室・理容室・エステティックサロン向け化粧品の商品企画、研究開発、販売
■ 設立	平成2年4月10日
■ 本社	神戸市中央区下山手通5丁目5番5号
■ 代表者	代表取締役社長 中村 豊
■ 資本金	704百万円（平成26年9月20日現在）
■ 発行済株式数	7,727,400株（平成26年9月20日現在）
■ 売上高	4,571百万円（平成26年3月期）
■ 従業員数	122名（平成26年9月20日現在）

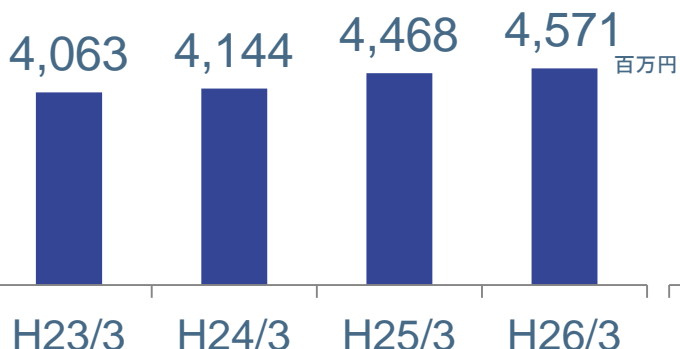
# 売上高 経常利益推移



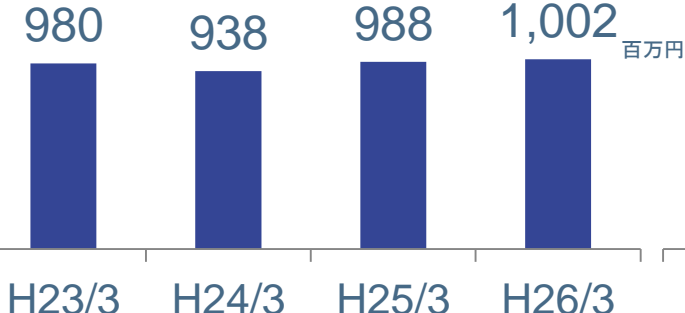
# サマリー 過去比較

堅実な経営により、安定成長を継続

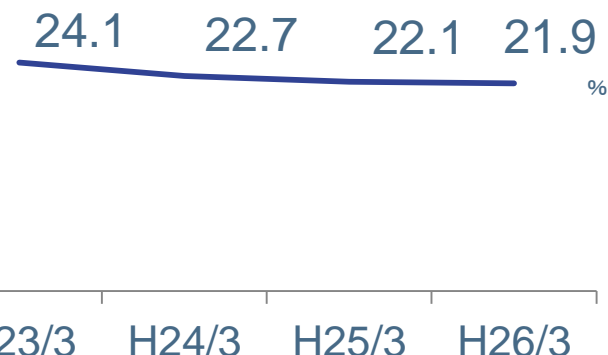
## 売上高



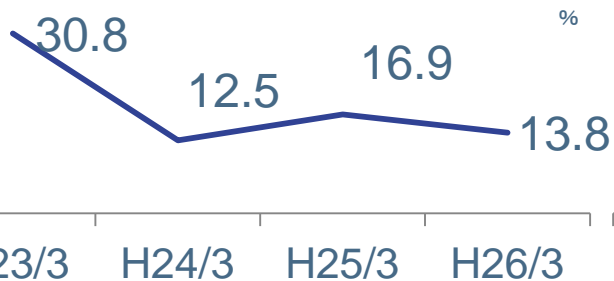
## 営業利益



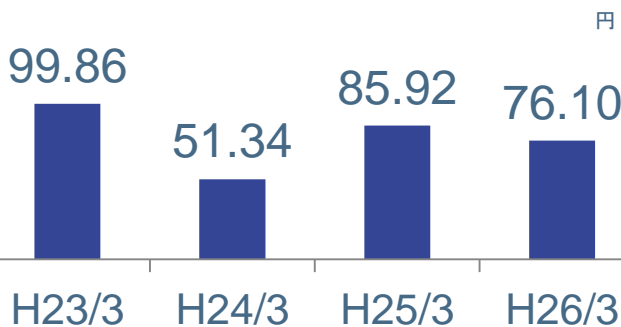
## 売上高営業利益率



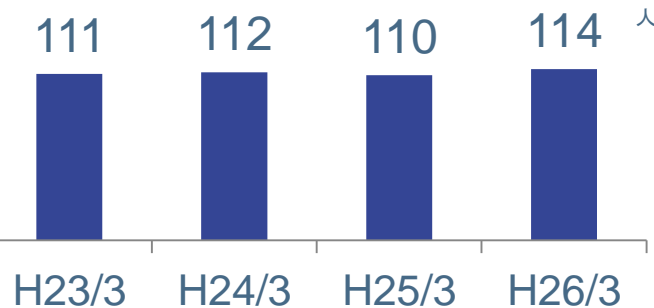
## ROE



## EPS

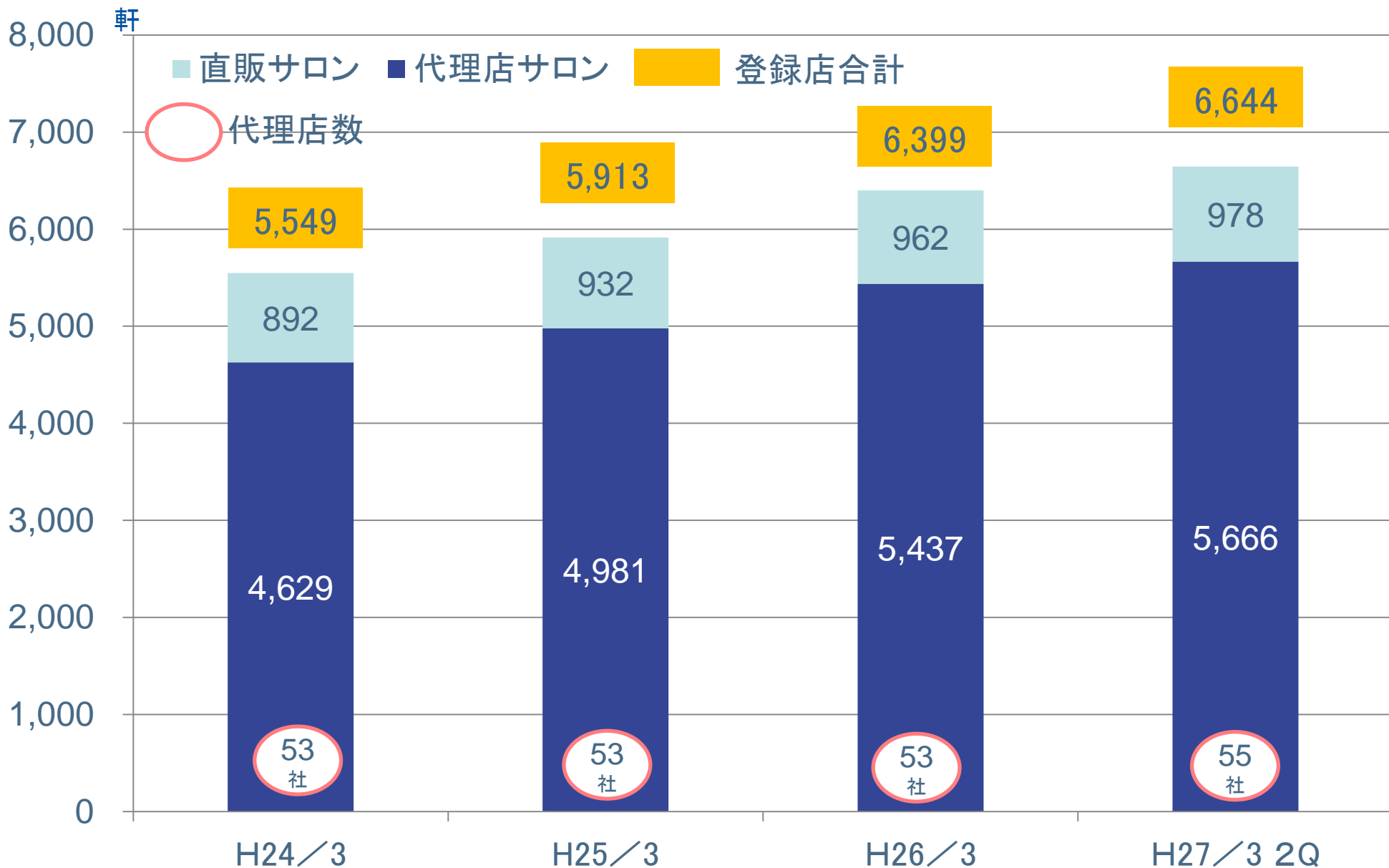


## 従業員数



(注) H24年6月15日付で普通株式1株を3株に、H25年8月21日付で普通株式1株を2株に分割。なお、上記グラフは、H22年期首に2回の分割が行われたと仮定してEPSを算定。

# A・C・S登録店、代理店契約推移



# 美容業界にイノベーションを起こすための当社取り組み

～5つの戦略の目的～

業務用 & 香港リテールによるトップラインの創出により  
盤石な経営基盤構築と業界ポジションを確立しつつ  
イノベーションを起こす

Top Line

## ● マーケットの声に応えた商品開発とサービス提供

- MAPシステムによるサロン経営支援(顧客・労務管理等)と定量的データの収集
- アカデミーによるサロンスタッフ支援と定性的マーケット情報のダイレクト収集
- 20年にわたり「糖」と「ミネラル」にこだわった安心・安全なヘア・スキンケア販売
- これまでのノウハウを活かした安心・安全な業務用商品(カラー・パーマ剤)への参入

Brand Value

## ● 業界における優位なポジション確立

- 業務用商品 & 香港リテールショップ展開による知名度(ブランド力)向上の加速化

Innovation

## ● サロンと一般企業との雇用格差是正

- 店販商品売上による収益性向上を唱えサロン経営をサポート

長期30年ビジョン

# パイプライン ～中期3カ年計画～

## フェーズⅠ H27/3～

- ★店販支援体制強化
- ★コンサルティング営業強化
- ★スキンケアNew & ReNew
- ★業務用カラー剤発売(下期)
- ★香港リテール店新規開設
- ★アカデミーサロン店新規開設
- ☆カラー剤販促費用先行

## フェーズⅡ H28/3～

- ★業務用パーマ剤販売
- ★香港リテール店舗数拡大
- ★アカデミーサロン店舗数拡大
- ☆営業員の積極採用
- ☆管理コストのコントロール

## フェーズⅢ H29/3～

- ★香港リテール店舗数拡大
- ★アカデミーサロン店舗数拡大
- ☆営業員の積極採用
- ☆生産性向上

# 当社の特徴等

# 安心・安全な化粧品とは

## ■化粧品の基本構成

水 + 油 + 界面活性剤(乳化剤) + 助剤

鉱物油  
動物油  
植物油

石油系  
石鹸系  
植物系 等

防腐剤  
殺菌剤  
香料 等

上記の配合の割合によってクリーム、乳液、化粧水等になります

自然治癒力を高めるために「異物」を除去することが大切

- ・ 石油系合成界面活性剤
- ・ 旧表示指定成分 等のアレルギー成分を皮膚につけない



「異物」を入れない成分構成 ⇒ 安心・安全な化粧品

- ・ 糖・ミネラルにこだわった製造
- ・ 自然治癒力が高まることで老化促進を抑えることにつながる



# 同業他社にない製品群

スキンケア商品のラインアップは他社との差別化要因

商品ラインアップ

ナチュラル志向

ノンオイル・ノンアルコール

糖・ミネラルへのこだわり

スキンケア  
シリーズ



ヘアケア  
シリーズ



トータルビューティへの提案が可能

当社製品を取り扱うサロンでは髪の施術だけにとどまらず、スキンケアも含めたトータルビューティへの提案が可能となる。

# Step by Stepでサロン経営をサポート

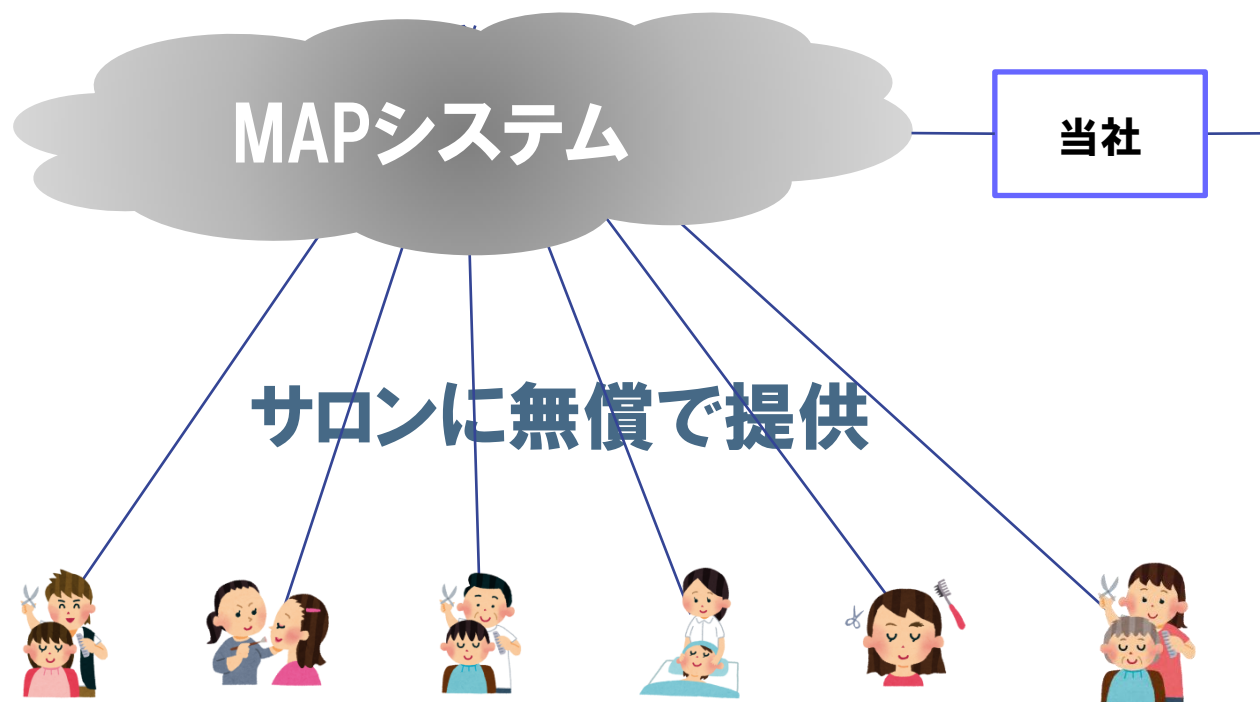
店販への意識が整った段階でスキンケア商品を提案



# MAPシステムとは

## サロン向け顧客管理機能と経営分析機能を搭載したオリジナルシステム

### ■ クラウドタイプのオールインワンシステム



顧客管理	予約	CTI (電話連動)	ショッピングサイト機能
	メール配信	電子カルテ	デコメール
売上等管理	会計	売上集計	入・出金管理
	在庫管理	仕入支払管理	コミッション計算
分析等	各種集計	アンケート	本部機能 (店舗管理)
	帳票出力	勤怠管理	etc...

サロンがインプットしたデータを当社に集約し、  
その情報を今後のサロン経営及びマーケティングデータとして活用

# 業務用カラー商品



創業期:安心して使用できる安全なスキンケアの開発・販売



成長期:

シャンプー&トリートメント開発・販売により

アジュバンブランド認知向上→業務用商材のニーズ遡増

## サロン来店客が、施術カラー剤(ブランド)を指名する戦略

### ■ 商品名:Re:>>>Natural Color

- 主な対象者:グレイヘアー向け

✓ 主に40~60代の若返りをサポート 大人世代の肌色に似合う設定 <似合わせアプリ>

- 頭皮や頭髪に負担をかけない施術

- 色数を厳選し、過剰在庫を抑制



## Re:>>> Natural Color H26.9.21 Debut

- 業務用カラー剤 17色（追加8色予定）  
（染毛剤）

	Cl	N	Be	Or	Gr	A	P
12	B-C12						
11							
10							
9							
8							
7		B-N 7 B-N Down1	B-Be 7 B-Be Down1	B-Or 7 B-Or Down1			
6	B-C6	B-N 6 B-N Down2	B-Be 6 B-Be Down2	B-Or 6 B-Or Down2			
5		B-N 5	B-Be 5	B-Or 5			
4							

単にカラー剤を納めるのではなく、サロンカラーの質向上を図るため  
Re:>>> Natural Color Systemとしてサロンシェア拡大を狙う

- カラーのシステム化【カウンセリング-プレシャンプー-カラー-仕上】
- 頭皮の刺激に配慮
- KARACORE(タブレット端末を利用したカラーシミュレーション)





本資料ならびにIR関係のお問合せにつきましては、  
下記までお願いいたします。

株式会社アジュバンコスメジャパン 総務部 IR課

TEL:078-351-3136

FAX:078-351-3138

本資料は、当社の現状を理解していただくために作成したものです。

本資料に記載された内容は、現時点において一般に認識されている経済・社会等の情勢及び当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。