

東証1部 4929

ADJUVANT

株式会社アジュバンコスメジャパン
平成28年3月期2Q決算説明会
平成27年10月26日



目次

- I. サマリー
- II. 平成28年3月期2Q連結業績
 - 1. 損益計算書、増減要因
 - 2. 区分別売上高前年同期比増減要因
 - 3. 区分別売上高計画対比
 - 4. 貸借対照表、増減要因
- III. 今後の取組み
 - 1. 非正規流通対策
 - 2. カラーの進捗
 - 3. コンサルティング営業
 - 4. 利益計画、定性情報
 - 5. 区分別売上高計画、定性情報
 - 6. トピックス
 - 7. 株主還元
- IV. 参考情報
 - 1. 当社の考え方
 - 2. 会社概要、当社の強み特徴、ビジネスモデル
 - 3. 売上高 経常利益推移
 - 4. サマリー実績推移
 - 5. 四半期別比較
 - 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組み～
 - 7. 中期3ヵ年経営計画取組み状況

上期総括

- ◆ 増収増益（前年同期比）
- ◆ リニューアルスキンケア、新商品ボディケアが売上に寄与
- ◆ 2Qより非正規流通追跡システムの本稼働

通期方針

- ◆ 3Qに主カスキンケア（美容液）リニューアル販売
- ◆ 非正規流通先の継続追跡&特定、取引停止
- ◆ 知識&技術のカラー教育を継続実施

サマリー②

	H27/3 2Q実績	H28/3 2Q実績	前年同期比		H28/3 2Q計画 (H27/4/24)	計画比	
			増減額	増減率		増減額	増減率
			売上高(百万円)	2,065		2,184	+118
営業利益(百万円)	341	361	+19	5.8%	330	+30	9.1%
売上高営業利益率	16.5%	16.5%	—	±0pt	14.1%	—	+2.4pt
EPS(円)	23.35円	31.82円	+8.47円	—	33.08円	▲1.26円	—
A・C・S登録数	6,644	6,992	+348	5.2%	—	—	—
MAP契約数	234	260	+26	11.1%	—	—	—

平成28年3月期2Q連結業績 損益計算書

(単位:百万円)	H27/3 2Q		H28/3 2Q							
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比		計画 (H27/4/24)	構成比	計画比	
					増減額	増減率			増減額	増減率
売上高	2,065	100.0	2,184	100.0	+118	+5.8%	2,339	100.0	▲155	▲6.6%
売上原価	735	35.6	800	36.6	+64	+8.8%	850	36.4	▲50	▲5.9%
売上総利益	1,330	64.4	1,384	63.4	+53	+4.1%	1,488	63.6	▲104	▲7.0%
販管費	988	47.9	1,023	46.8	+34	+3.5%	1,158	49.5	▲134	▲11.6%
営業利益	341	16.5	361	16.5	+19	+5.8%	330	14.1	+30	+9.1%
経常利益	349	16.9	425	19.5	+75	+21.6%	411	17.6	+13	+3.4%
四半期純利益	180	8.7	249	11.4	+69	+38.5%	259	11.1	▲9	▲3.8%

売上

- ◆ スキンケア、ヘアケア、ボディケアともに前年同期比プラス
- ◆ 計画比では155百万円の未達
- ◆ 詳細は次ページ以降参照

原価

- ◆ 売上高増による増加(前年同期比)
- ◆ 原価率に大きな影響なし(計画比)

販管費

- ◆ 増員、直送による増加(前年同期比)
- ◆ 人材採用及び一部の販促費等、下期に期ズレ(計画比)

区分別売上高 前年同期比増減要因



スキンケア	+美容液(スタッフ向け先行販売) +メイクアップ用品 ▲店販基礎
ヘアケア	+業務用トリートメント機材 +シャンプー等ホームケア用 ▲施術用お徳用シャンプー(非正規流通)
カラー	+昨年10月よりリリース
その他	+ボディソープ +期間限定日焼け止めスプレー ▲昨年新商品フォグスイの平準化
売上割戻	売上増加によるコミッション増加

※グラフ内写真は新アイテム又はリニューアルアイテム

区分別売上高 計画対比

(単位:百万円)	H27/3 2Q		H28/3 2Q							
	実績	構成比	実績	構成比	前期比		計画 (H27/4/24)	構成比	計画比	
					増減額	増減率			増減額	増減率
売上高	2,065	100.0	2,184	100.0	+118	5.8%	2,339	100.0	▲155	▲6.6%
スキンケア	808	39.1	831	38.0	+22	2.8%	非開示			
ヘアケア	1,191	57.7	1,207	55.3	+16	1.4%	非開示			
カラー	—	—	36	1.7	+36	—	39	1.7	▲2	▲7.4%
その他	196	9.5	259	11.9	+62	32.1%	非開示			
売上割戻金	▲131	▲6.3	▲149	▲6.9	▲18	—	▲159	▲6.8	+9	—

スキンケア

- サロンスタッフ先行販売により人気商品(美容液)のリニューアルを周知

ヘアケア

- カラー&トリートメント施術サービスからホームケア品購入へ
～技術と店販の連動～

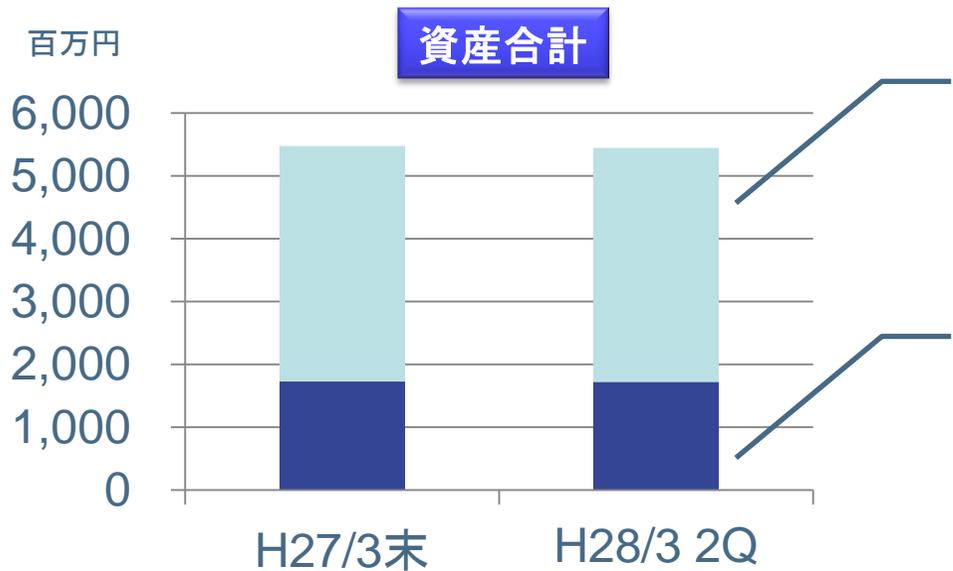
カラー

- 計画に対し若干遅れ

その他

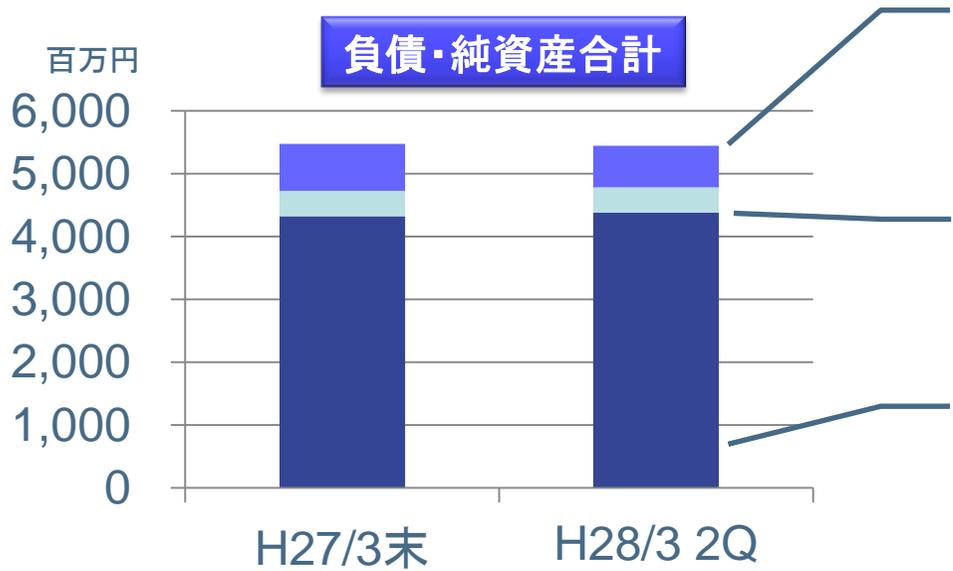
- ボディソープ、日焼け止めスプレー(期間限定販売)の新商品が好調

貸借対照表



- 流動資産**
- 現金及び預金2,456百万円
 - 売掛金407百万円
 - 商品644百万円

- 固定資産**
- 有形固定資産988百万円
 - 無形固定資産42百万円
 - 投資その他の資産694百万円



- 流動負債**
- 660百万円

- 固定負債**
- 408百万円

- 純資産**
- 4,379百万円

貸借対照表 増減要因

総資産

前期末比▲0.6%(▲31百万円)

◆ 特記事項なし

負債

前期末比▲7.3%(▲84百万円)

◆ 法人税等の支払い等による減少

純資産

前期末比+1.2%(+53百万円)

◆ 利益剰余金等による増加

今後の取組み

非正規流通対策が本稼働

非正規流通追跡システムの本稼働による流通先の特定

トレース 2Qよりコード付与した商品を市場へ投入

足元の状況

非正規流通先より買戻し、流通先の特定

下期取組み

都度、流通先への通告

**副次的
メリット**

直販の配送業務が終了

足元の状況

配送納品業務比重大の営業からコンサルティング営業にシフト

下期取組み

カラーを中心とした提案活動に注力

トレース&コンサル営業によりサロン店販のモチベーションアップ

長期的視点でスキンケア・ヘアケアと並ぶ3本の柱に育てていく

売上 2Q末で導入483サロン 36百万円 年度計画進捗率24.1%

- ◆ 完全プロユース製品として着実にサロンの信頼を得る
- ◆ 色味を厳選し、美容師による薬剤選定等の基礎知識を求める製品
- ◆ 導入サロンの拡大により年度計画クリアを目指す

サロン・ユーザーの声

繰り返すほど、ムラなく艶のある明るい仕上がり

取組み ロイヤルサロンへの臨店、セミナー、合同講習会の開催、
導入サロンへのヒアリング&フィードバック⇒サロン数拡大&リピート率向上

足元の状況 スキルアップ社内勉強会の定期開催

下期取組み 導入サロンへの技術サポート、成功サロン紹介による新規導入

コンサルティング営業のベースとなるプラットフォームの構築進捗状況

MAP導入 2Q末現在で導入260件 前期末比+10件 当社・サロン・ユーザーの関係強化

MAP=サロン経営管理システム

トリプルウィン

当社

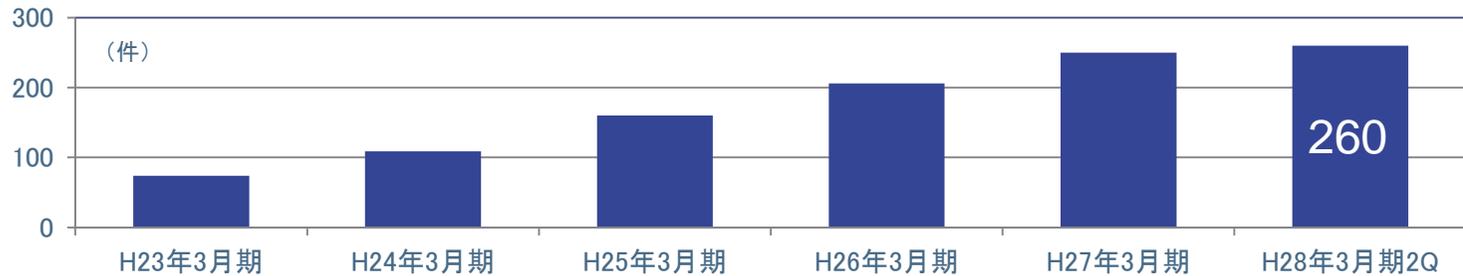
MAP導入サロンの拡大⇒サロン情報の収集⇒ノウハウ構築

サロン

データによる現状認識⇒顧客管理&高付加価値メニュー提案⇒収益改善

ユーザー

データ管理によるきめ細かいフォロー⇒満足度UP



提携&代理店

提携先および代理店との連携強化

- ◆ 提携先ケアート社との協働による販促コンサルノウハウの習得
- ◆ 非正規流通対策の副次的メリットを活かし代理店との連携強化

データ量とスキルの両面を伸ばし優良サロンを育成していく

利益計画

(単位:百万円)	H27/3		H28/3					
	実績	構成比	計画 (H27/4/24)	構成比	内訳			
					上期		下期	
					実績	構成比	計画(差分)	構成比
売上高	4,503	100.0	4,787	100.0	2,184	100.0	2,603	100.0
売上原価	1,633	36.3	1,693	35.4	800	36.6	893	34.3
売上総利益	2,870	63.7	3,094	64.6	1,384	63.4	1,710	65.7
販管費	2,136	47.4	2,421	50.5	1,023	46.8	1,398	53.7
営業利益	733	16.3	673	14.1	361	16.5	312	12.0
経常利益	759	16.9	753	15.7	425	19.5	328	12.6
当期純利益	47	1.0	410	8.6	249	11.4	160	6.2

売上

- ◆ 新商品(ボディケア)、リニューアル商品(スキンケア)が牽引
- ◆ 詳細は次ページ以降参照

原価

- ◆ 店販商品が売上を牽引し、原価率低減

販管費

- ◆ 非正規流通対策に関連する配送費用の増加
- ◆ 新卒社員増員(15名)による人件費増加
- ◆ 研究所開設による研究開発費の増加

区分別売上計画

(単位:百万円)	H27/3		H28/3						
	実績	構成比	計画 (H27/4/24)	構成比	内訳				
					上期		下期		
					実績	構成比	計画(差分)	構成比	
売上高合計	4,503	100.0	4,787	100.0	2,184	100.0	2,603	100.0	
スキンケア	1,940	43.1	1,850	38.7	831	38.0	1,018	39.1	
ヘアケア	2,451	54.4	2,600	54.3	1,207	55.3	1,392	53.5	
カラー	34	0.8	150	3.1	36	1.7	113	4.4	
その他	382	8.5	545	11.4	259	11.9	285	11.0	
売上割戻金	▲305	▲6.8	▲358	▲7.5	▲149	▲6.9	▲208	▲8.0	

スキンケア

- ◆ 発売以来高い評価を受けている美容液(ミスティ)のリニューアル販売による牽引

ヘアケア

- ◆ サロンカウンセリングにおけるホームケア商品の提案
 - トリートメント機器を使用した施術の時に正しいホームケアを紹介
 - カラー施術の時にアフターケアの方法を紹介 等

業務用(カラー)

- ◆ 知識&技術教育に注力
- ◆ 導入サロンへの継続フォロー

その他

- ◆ 新ボディケア商品(ソープ)の販売

トピックス

2015ー2016秋冬パリコレクション
「Busardi」でヘアケア・スキンケアが使用されました。

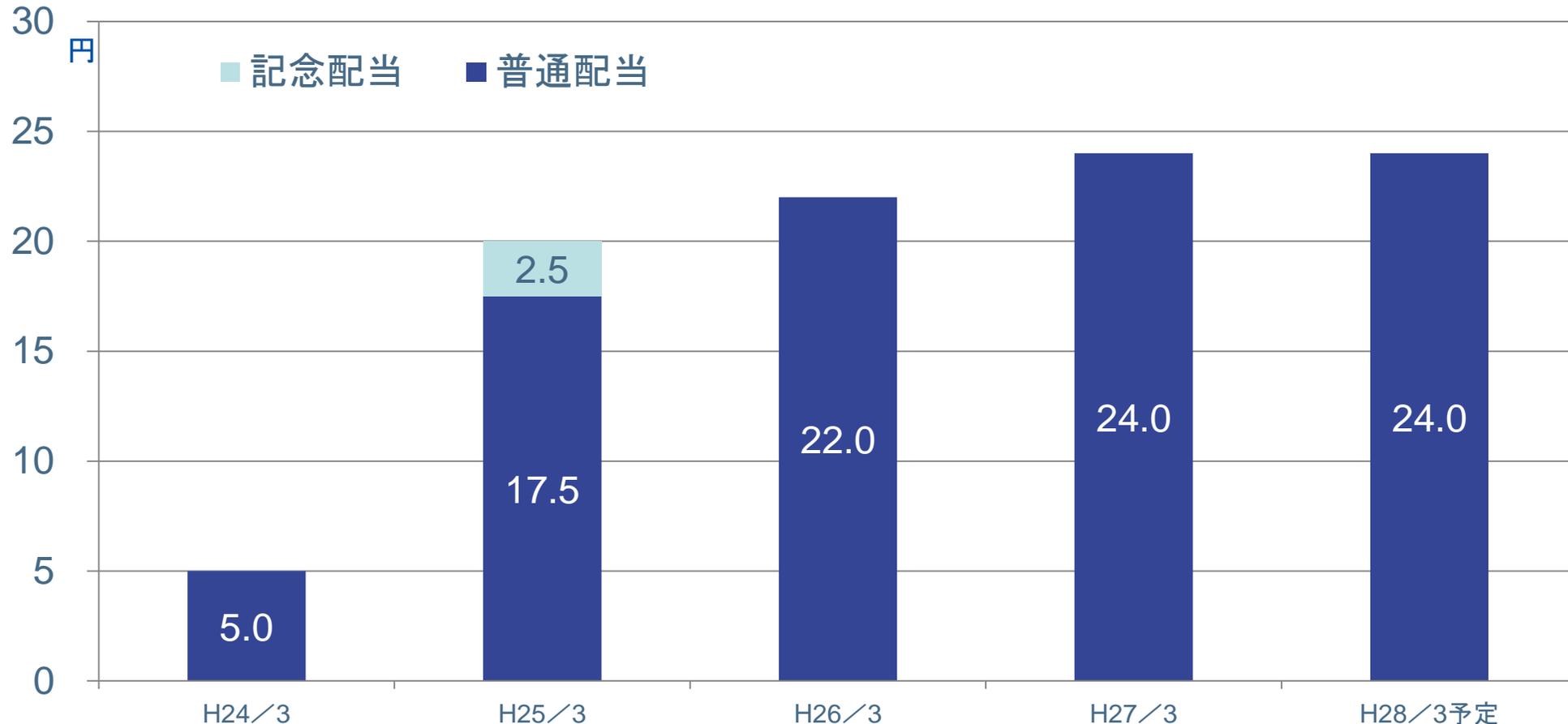


2015年10月より研究所が開設されました。



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	733百万円（平成27年9月20日現在）
■ 発行済株式数	7,855,200株（平成27年9月20日現在）
■ 売上高	4,503百万円（平成27年3月期）
■ 従業員数	単体：114名 連結：140名（平成27年9月20日現在）

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。

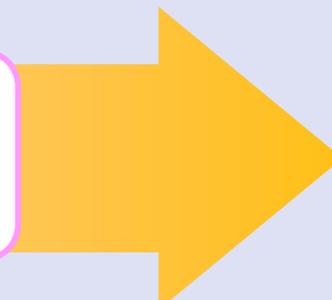
2. こだわり続けるカウンセリング販売

- ・ 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



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

トータルビューティー
の確立

エステメニュー

単価 & 利益率
UP

スキンケア

ハイエンド・高付加価値商品
による売上単価UP

スキンケア基礎

基礎愛用者獲得で
ロイヤルカスタマー作り

単価 & 利益率
UP

ヘアメニュー

ヘアケアメニューに
高付加価値をプラス

スタイリング

ヘアケアの良さを
実感しスタイリング剤へ

ヘアケア

適切なカウンセリングにより顧客の信頼を得る

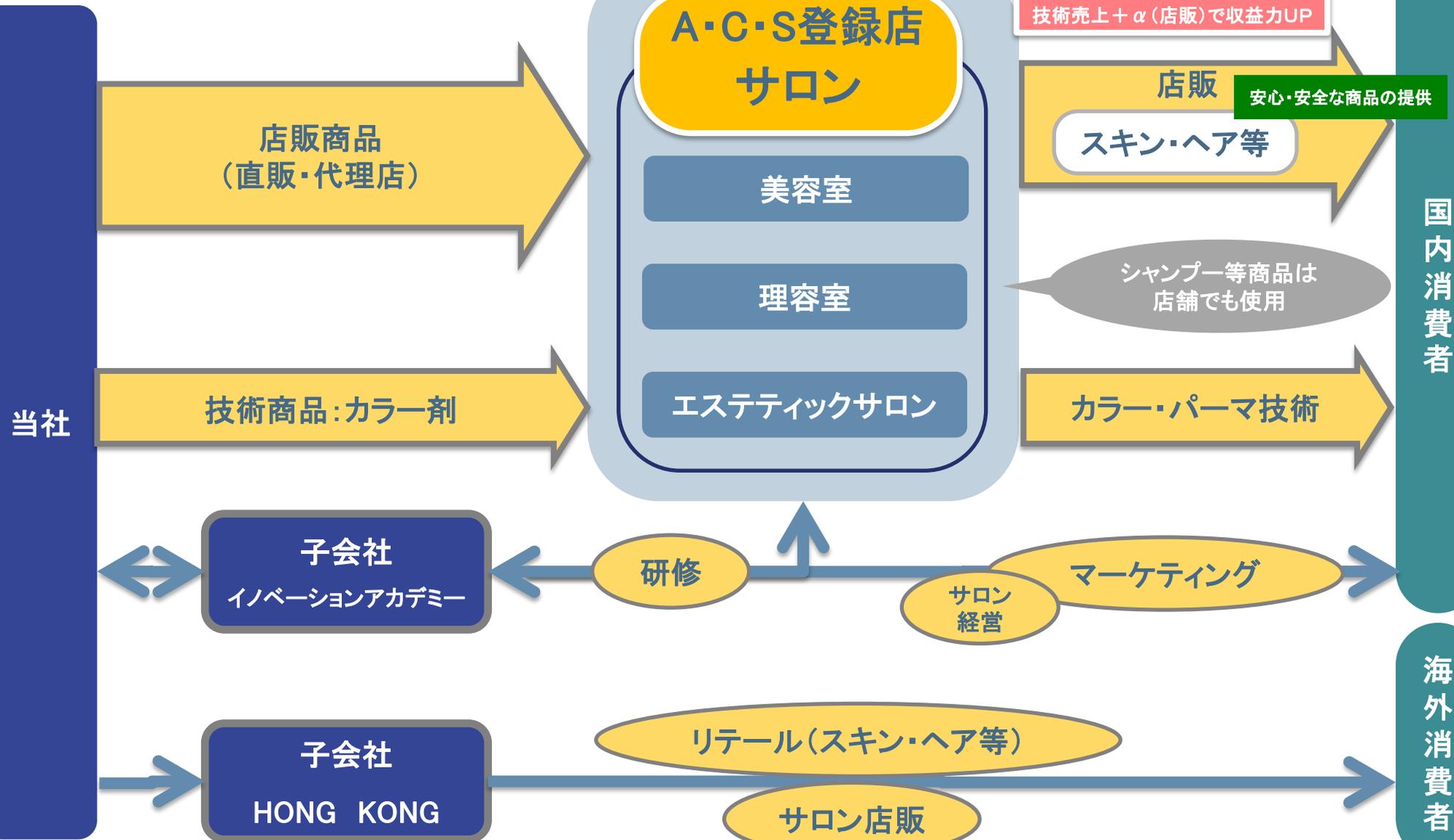
カウンセリング

カウンセリング後⇒
シャンプー・トリートメント
からスタート

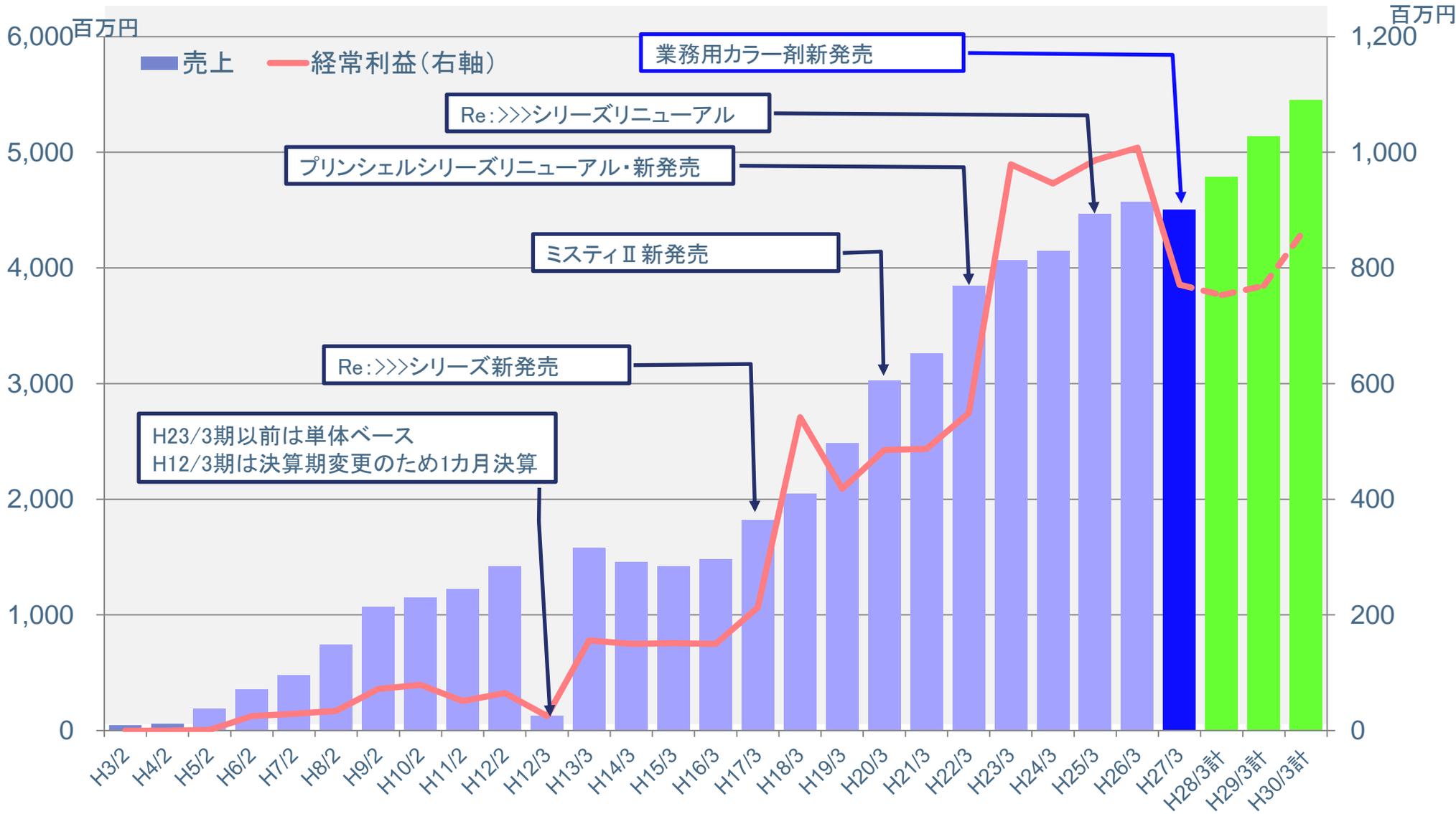


ビジネスモデル

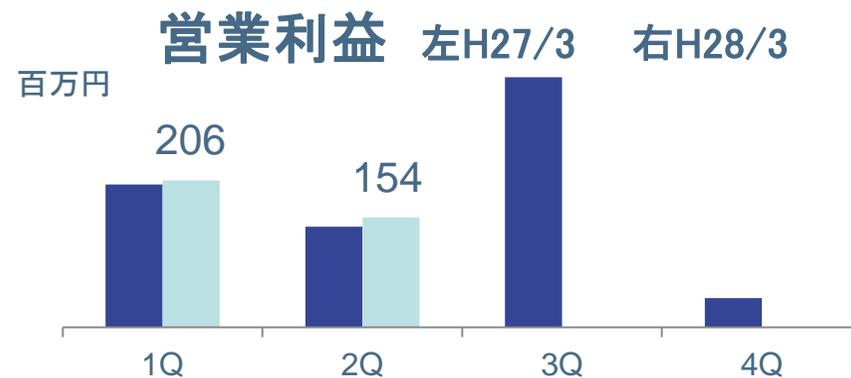
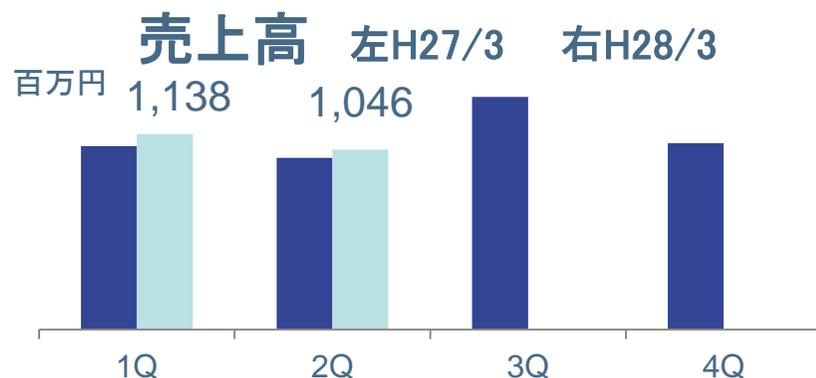
サロンを通じ消費者向け化粧品を提供するファブレス企業



売上高 経常利益推移



四半期別比較



売上高

- ◆ 今期より全国ゼミナール招待基準を変更し、売上の平準化(サロンの仕入れ負担軽減、C/F改善)

営業利益

- ◆ 非正規流通対策を2Qよりスタートし、トレース&配送費用の発生

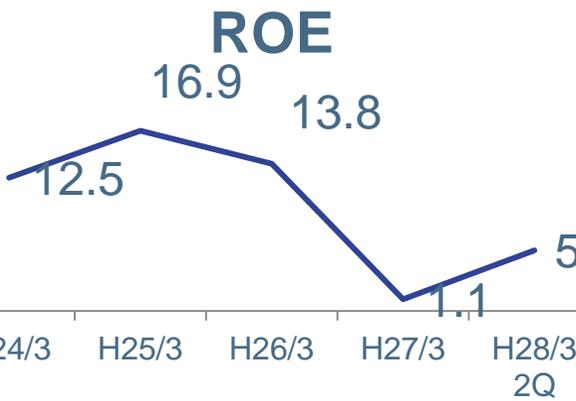
サマリー 実績推移

堅実な経営により、安定成長を継続

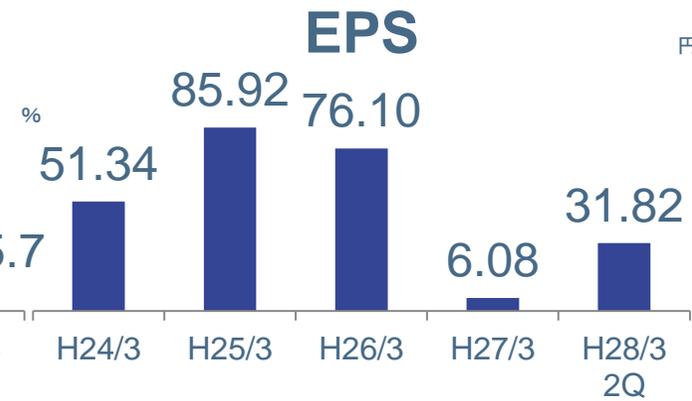
売上高営業利益率



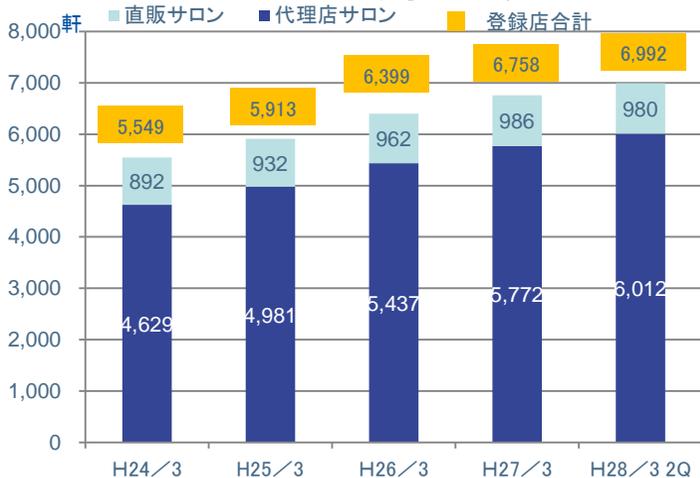
ROE



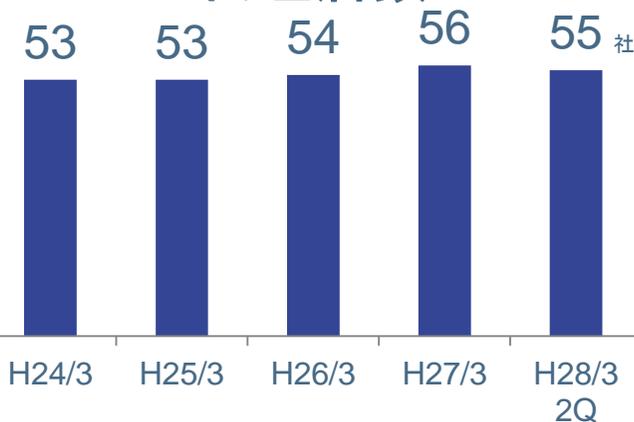
EPS



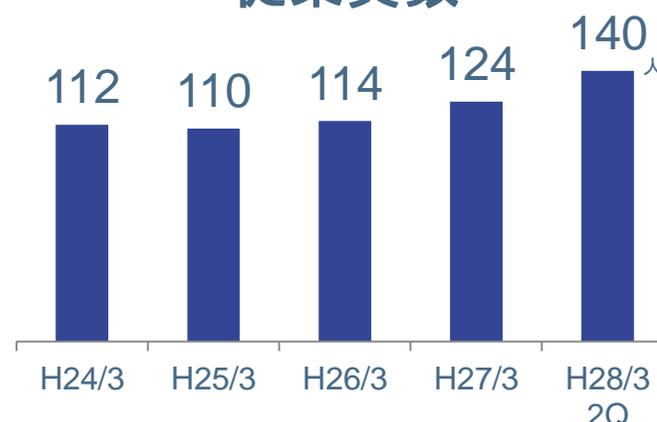
A・C・S登録店数



代理店数



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。

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

中期経営計画：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

- ・ サロンとの接点を増やし深耕強化を図る
- ・ 非正流通対策によるサロン店販のモチベーションアップ

コンサルティング営業の強化

- ・ MAP導入サロンの拡大
- ・ 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

業務用商品市場への進出

- ・ 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に8、9レベルを提案
- ・ ホームカラーからプロユースカラーへ導くためのサロン技術向上サポート

サロン経営の支援

- ・ 東京都港区北青山サロン『MAGIE』にてダイレクトマーケティングに注力
- ・ A・C・Sサロン後継者の育成

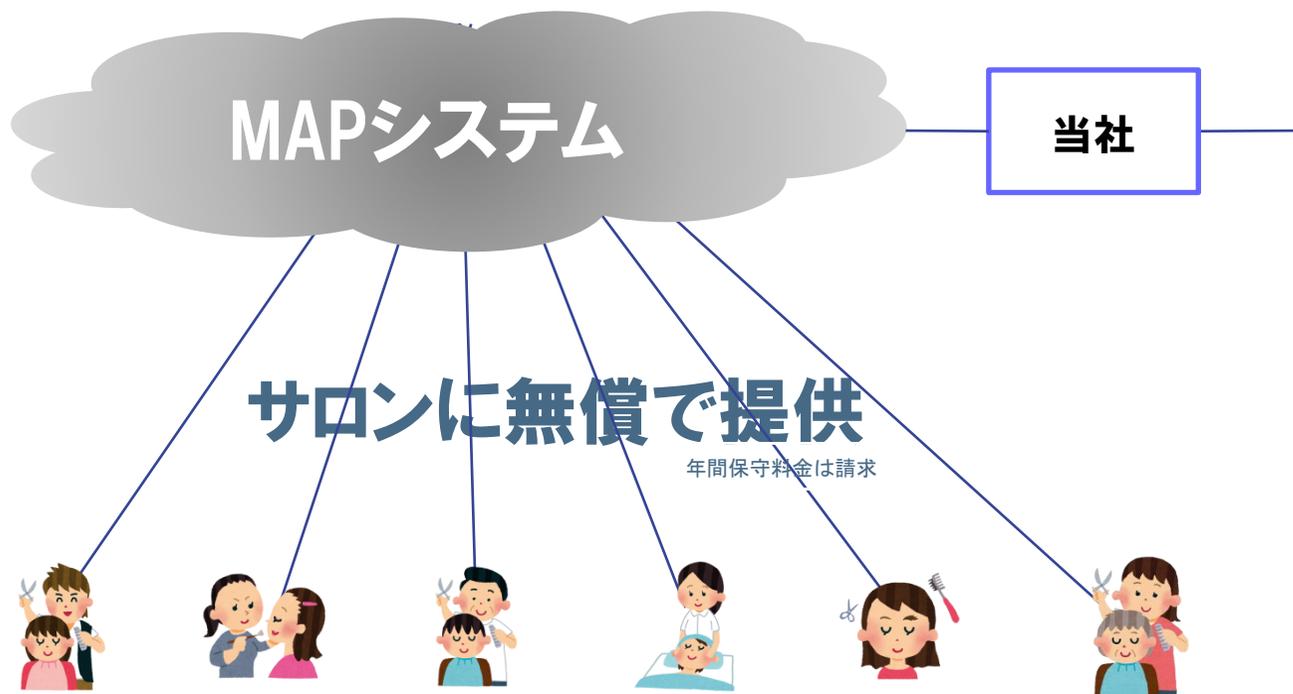
アジア地域への進出

- ・ 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り、認知度を上げる

～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



■ 店販『販売機会創造』のサポートシステム

- ✓ 来店頻度・購入履歴等のデータ活用
- ✓ 情報配信機能の活用
- ✓ マーケット情報の提供

等によるサロンへのアプローチ

■ データから導き出す現状認識による改善提案

- ✓ サロンの強み・弱みを指摘

■ トータルパッケージ化されたシステムだからできる多角的視点からのサポート

- ✓ サロン経営を全般的にサポート

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



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。