

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月期決算説明会  
平成28年4月25日



# 目次

- I. ビジネスモデル、当社の特徴と強み
- II. サマリー
- III. 平成28年3月期連結業績
  - 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
  - 5. キャッシュ・フロー計算書、増減要因
- IV. 平成29年3月期計画
  - 1. 利益計画、定性情報
  - 2. 区分別売上計画、定性情報
  - 3. 組織体制の見直し
  - 4. 研究開発体制の強化
  - 5. A・C・Sサロンとの深耕
  - 6. 株主還元
- IV. 参考情報
  - 1. 会社概要、当社の考え方
  - 2. 同業他社にない製品群
  - 3. Step by Stepでサロン経営をサポート
  - 4. 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～
  - 5. サロン・顧客・当社との関係強化が業界を変えるきっかけに

# 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

当社

店販商品  
(直販・代理店)

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

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

# 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



## 平成28年3月期総括

- ◆ 減収増益（非正規流通先の取締りによる売上減、段階利益は減益 投資有価証券評価損の2期連続発生有るが昨年度比では損小）
- ◆ 非正規流通排除の取組みにより、非正規流通商品が逡減し店販売上回復の兆し
- ◆ 主カスキンケアのリニューアル及びボディケアの新発売
- ◆ 研究所開設による商品開発と管理体制の強化
- ◆ 営業体制の見直し（直販体制の流通整備）
- ◆ 子会社（イノベーション・アカデミー）の吸収合併の決定

# サマリー②

	H27/3	H28/3	前年同期比	H28/3計画 (H27/4/24)	計画比
			増減率		増減率
売上高(百万円)	4,503	4,401	▲2.3%	4,787	▲8.1%
営業利益(百万円)	733	647	▲11.8%	673	▲3.9%
売上高営業利益率	16.3%	14.7%	▲1.6pt	14.1%	+0.6pt
EPS(円)	6.08円	33.83円	—	52.25円	—
MAP契約数	250	265	6.0%	—	—

# サマリー③

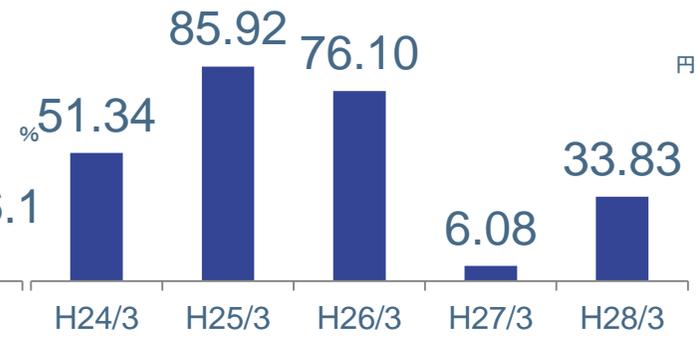
## 売上高営業利益率



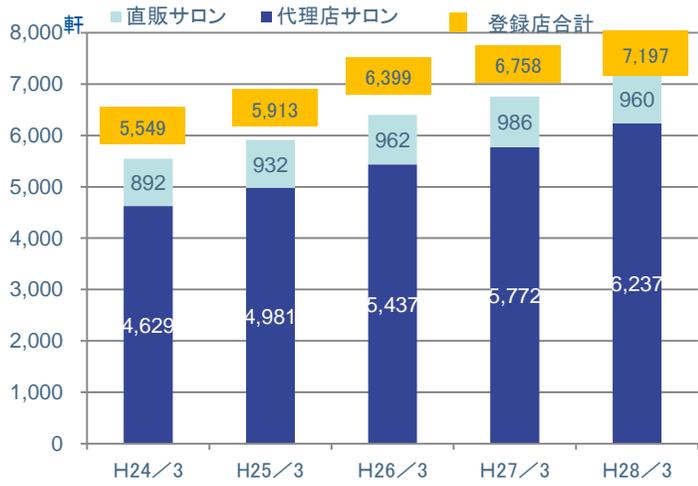
## ROE



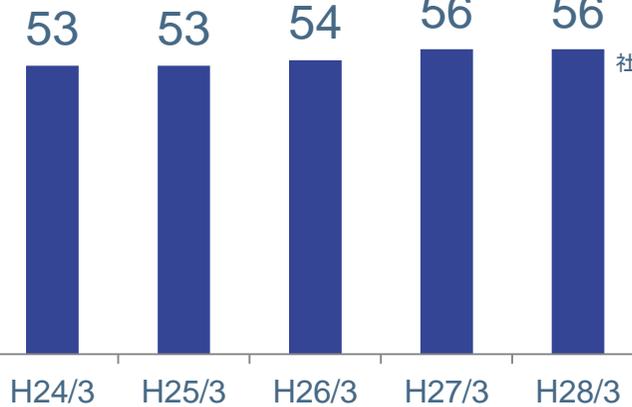
## EPS



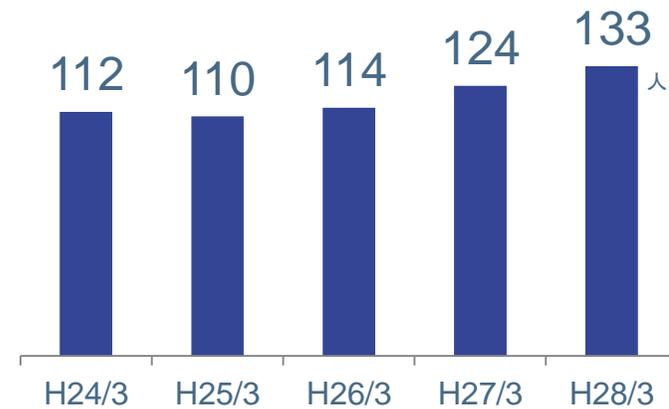
## A・C・S登録店数



## 代理店数



## 従業員数



## 非正規流通対策

### 当期の取組み

- トレーサビリティシステムの構築と稼働(6月スタート)
- 非正規流通先の特定と商品の出荷&取引停止
- 物流の見直しによる営業活動の変更

### 効果

- ✓ インターネットショッピングモールの商品在庫が減少⇒稼働前の1/3(当社調べ)
- ✓ 店販顧客の回帰
- ✓ A・C・Sサロンの店販へのモチベーションアップ⇒売上割戻金の増加(前期比)

### 今後の課題

- A・C・Sサロンの深耕(1店舗あたりの店販売上UP)
- ネット在庫品の根絶
- コンサルティング営業力の向上

# 平成28年3月期連結業績 損益計算書

(単位:百万円)	H27/3		H28/3					
	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
					増減率			増減率
売上高	4,503	100.0	4,401	100.0	▲2.3%	4,787	100.0	▲8.1%
売上原価	1,633	36.3	1,592	36.2	▲2.5%	1,693	35.4	▲6.0%
売上総利益	2,870	63.7	2,808	63.8	▲2.1%	3,094	64.6	▲9.2%
販管費	2,136	47.4	2,161	49.1	+1.2%	2,421	50.5	▲10.7%
営業利益	733	16.3	647	14.7	▲11.8%	673	14.1	▲3.9%
経常利益	759	16.9	707	16.1	▲6.9%	753	15.7	▲6.2%
当期純利益	47	1.0	266	6.0	+456.7%	410	8.6	▲35.2%
配当(1株):円	24	—	24	—	—	24	—	—

# 損益計算書 前年同期比増減要因

## 売上

- ◆ スキンケアは主力美容液のリニューアルがあったが、前年リニューアルした一部商品の一服感、ヘアケアと共に非正規流通対策により大きく減少し前年割れとなる
- ◆ 非正規流通対策による売上減少は一過性と見込む

## 原価

- ◆ 原価率は計画 & 前年比較においても大きな増減なし

## 販管費

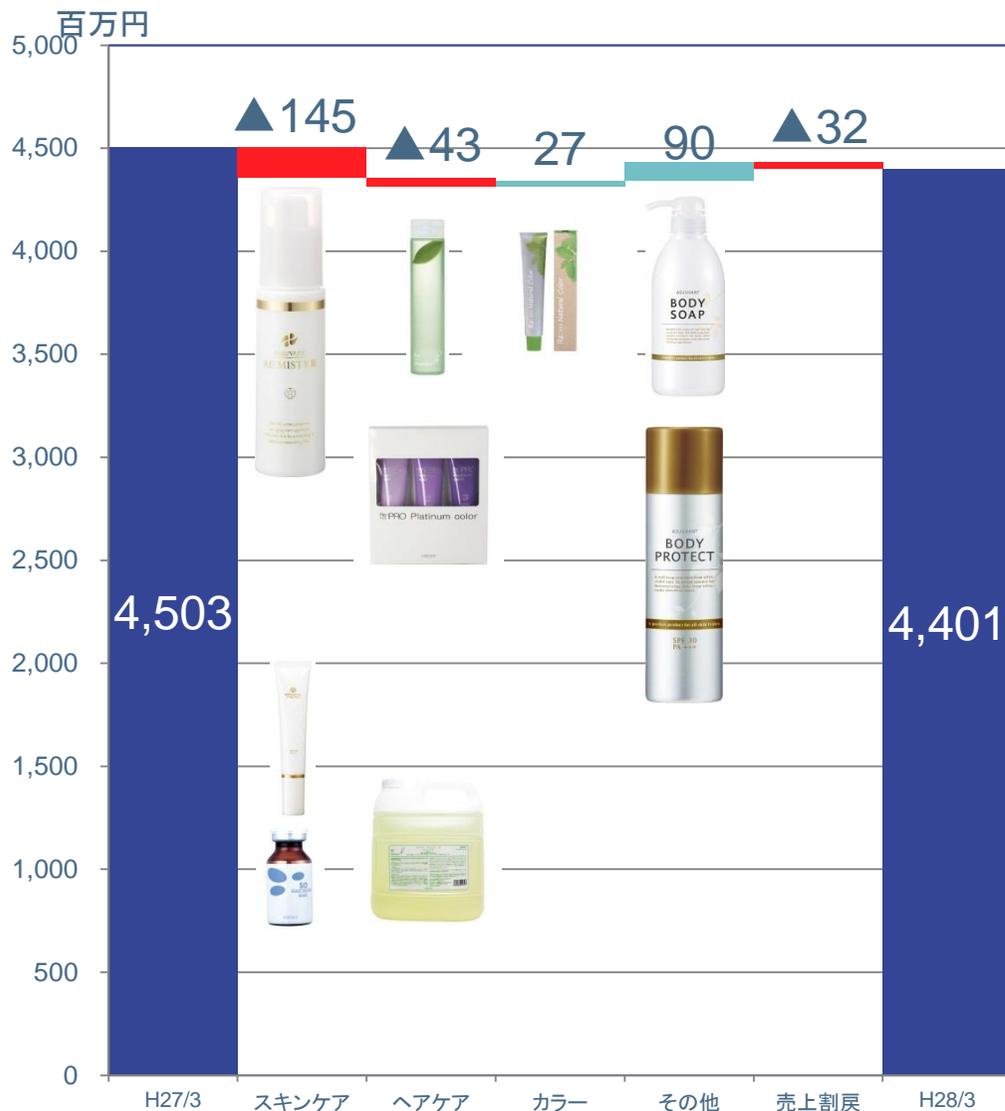
- ◆ 前年同期比較: 人件費増加(新卒14名、研究者4名等採用)、研究開発費増加
- ◆ 計画比較: 宣伝広告費は下回る

## 特別損失

- ◆ 投資有価証券の評価損

# 区分別売上高 前年同期比増減要因

非正規流通による売上減少分を新&リニューアル商品でカバーするが前年実績に届かず



スキンケア	+美容液 ▲メイクアップ用品 ▲店販基礎(非正規流通)
ヘアケア	+店販商品 +カラー前処理トリートメント ▲施術用お徳用シャンプー(非正規流通)
カラー	+通年販売(2014年10月上市)
その他	+ボディソープ +夏季限定日焼け止めスプレー
売上割戻	店販商品増加によるコミッション増加

# 区分別売上高 計画対比

(単位:百万円)	H27/3		H28/3					
	実績	構成比	実績	構成比	前期比	計画 (H27/4/24)	構成比	計画比
					増減率			増減率
売上高	4,503	100.0	4,401	100.0	▲2.3%	4,787	100.0	▲8.1%
スキンケア	1,940	43.1	1,795	40.8	▲7.5%	1,850	38.7	▲2.9%
ヘアケア	2,451	54.4	2,408	54.7	▲1.8%	2,600	54.3	▲7.3%
カラー	34	0.8	62	1.4	+81.1%	150	3.1	▲58.7%
その他	382	8.5	473	10.8	+23.7%	545	11.4	▲13.2
売上割戻金	▲305	▲6.8	▲338	▲7.7	-	▲358	▲7.5	-

スキンケア

- リニューアルキャンペーンは成功したが、技術と店販の連動による営業活動の取組みが遅れ、ト्रेस本稼働後のコンサルティング営業活動が不十分だった

ヘアケア

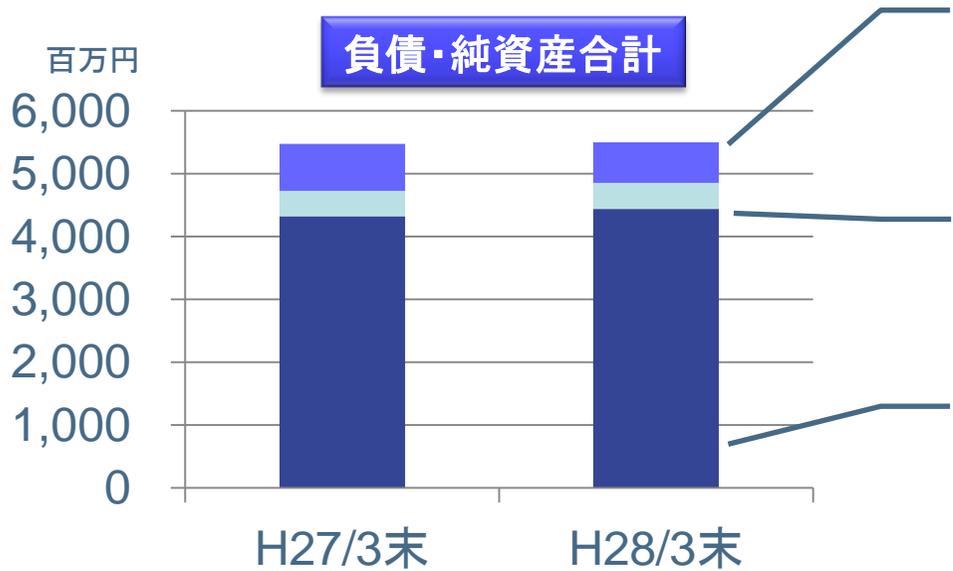
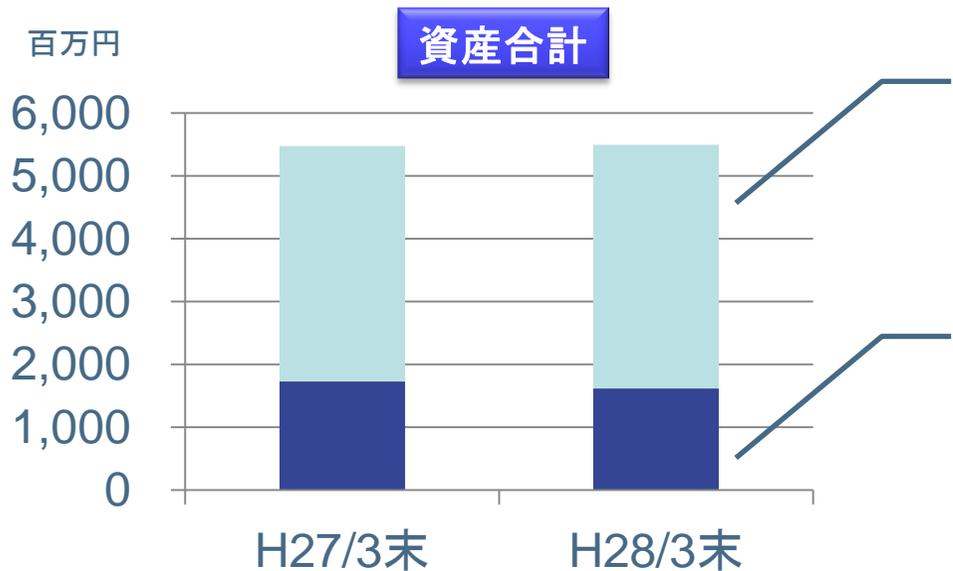
カラー

- 下期に導入店舗を増加させる計画に対し、前段階の活動が不十分だったため計画未達に終わった。しかし、導入店舗のリピートは堅調であり、伸長スピードは遅いが実績は確実に上がっている

その他

- ボディケア新商品が牽引したが子会社計画が未達

# 貸借対照表



**流動資産**

- 現金及び預金2,288百万円
- 売掛金445百万円
- 商品467百万円

**固定資産**

- 有形固定資産981百万円
- 無形固定資産44百万円
- 投資その他の資産594百万円

**流動負債**

- 645百万円

**固定負債**

- 414百万円

**純資産**

- 4,441百万円

# 貸借対照表 前年同期比増減要因

## 総資産

前期末比+0.4%(+20百万円)

- ◆ 現金及び預金が426百万円増加
- ◆ 売掛金108百万円減少
- ◆ 商品116百万円減少
- ◆ 保険積立金80百万円減少

## 負債

前期末比▲8.2%(▲94百万円)

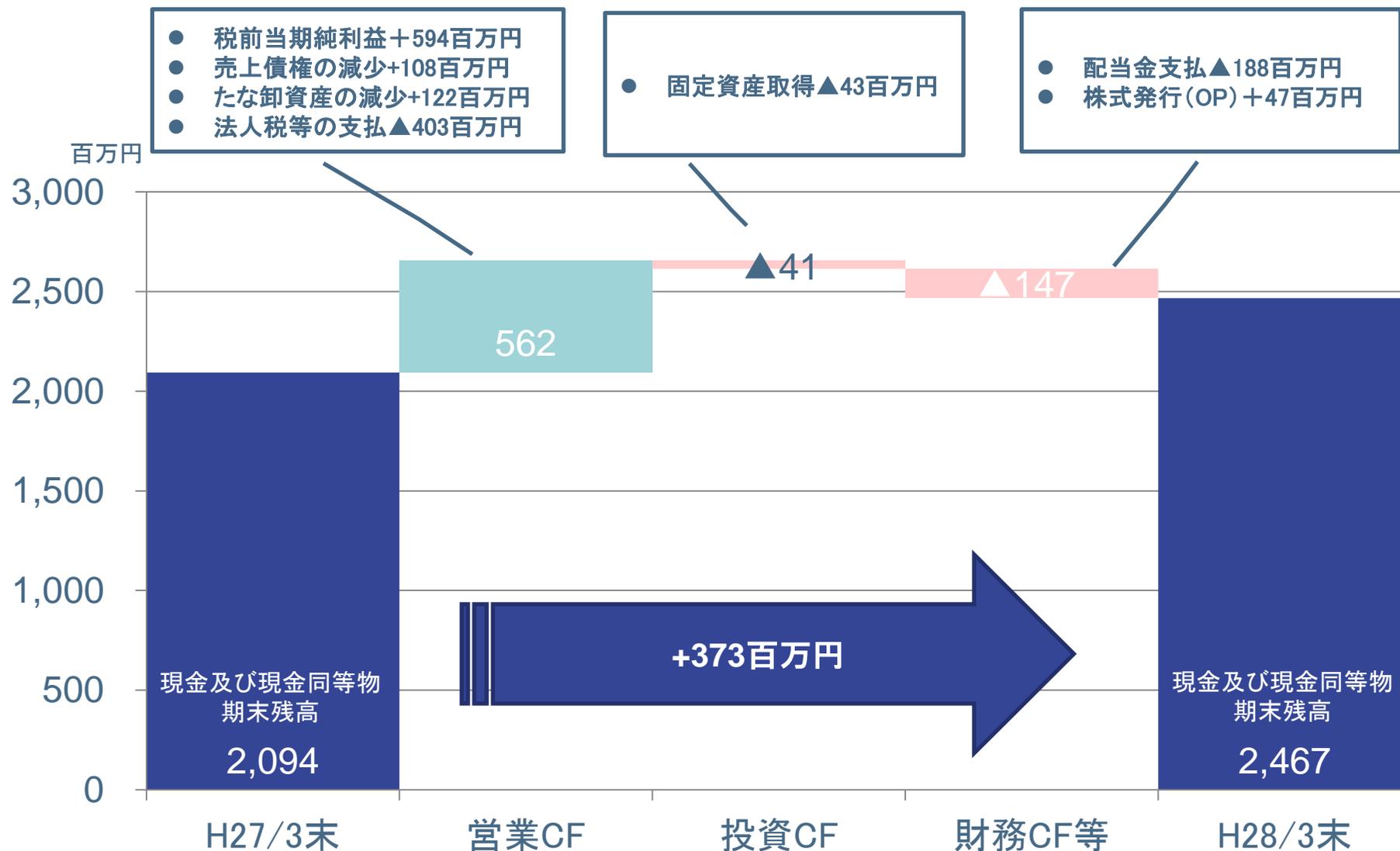
- ◆ 未払い法人税等が87百万円減少

## 純資産

前期末比+2.7%(+114百万円)

- ◆ 利益剰余金が77百万円増加
- ◆ ストックオプションにより資本金が23百万円増加

# キャッシュ・フロー計算書



# キャッシュ・フロー計算書 前年同期比増減要因

## 営業CF

得られた資金は前年同期比329百万円の増加

- ◆ 売上債権、棚卸資産の減少による増加

## 投資CF

使用した資金は前年同期比90百万円の減少

- ◆ 預金等の出し入れの減少

## 財務CF

使用した資金は前年同期比25百万円の増加

- ◆ 配当金の支払いによる増加

# 平成29年3月期計画

## 新体制スタート ～選択と集中～

- ◆新商品の上市はせず、既存主力商品の拡充に注力
- ◆カラーインストラクターのサポートによる展開（技術と店販の連動）
- ◆非正規流通排除（ネット在庫の根絶）の徹底
- ◆研究開発体制の強化
- ◆業務効率化の徹底
- ◆エクシードシステム社を完全子会社化

# 利益計画

(単位:百万円)	H28/3		H29/3		
	実績	構成比	計画	構成比	計画/H28/3期比
					増減率
売上高	4,401	100.0	5,135	100.0	16.7%
売上原価	1,592	36.2	1,875	36.5	17.8%
売上総利益	2,808	63.8	3,260	63.5	16.1%
販管費	2,161	49.1	2,492	48.5	15.3%
営業利益	647	14.7	768	15.0	18.8%
経常利益	707	16.1	769	15.0	8.8%
当期純利益	266	6.0	450	8.8	69.4%
配当(1株):円	24	—	24	—	—

## 売上

- ◆ 今期は既存サロンの深耕を図る
- ◆ 新商品を投入せず既存主力商品に注力し、リピート顧客の深耕と新規ユーザーの獲得を目指す

## 原価

- ◆ 研究所による原価率の取組みは来期以降のため、今期低減はなし

## 販管費

- ◆ 新卒社員増員(6名)による人件費増加
- ◆ 研究所の本稼働及び理研共同研究による研究開発費の増加
- ◆ 業務効率化による一般管理費の低減

# 区分別売上計画

(単位:百万円)	H28/3		H29/3		
	実績	構成比	計画	構成比	前期比
売上高合計	4,401	100.0	5,135	100.0	16.7%
スキンケア	2,120	48.2	2,282	44.4	7.6%
ヘアケア	2,408	54.7	2,716	52.9	12.8%
カラー	62	1.4	104	2.0	68.4%
その他	148	3.4	433	8.5	191.3%
売上割戻金	▲338	▲7.7	▲402	▲7.8	—

H29/3期より「その他」に区分していたボディシリーズを「スキンケア」にて区分(上記H28/3期分も遡及し表示)

## スキンケア

- ◆ メイクや皮脂の汚れ落とし、素肌を潤す美容液、肌のキメを整え紫外線や乾燥から肌を守る化粧下地、全身用保湿化粧水に注力

## ヘアケア

- ◆ 頭皮ケア、ヘアカラー・パーマ後のダメージをケアする商品を展開

## カラー

- ◆ カラーインストラクターによる拡販

## その他

- ◆ エクシードシステム社

## 営業体制

- 子会社(マーケティング・教育機能)を親会社に吸収合併するとともに、情報収集及び営業との連携機能を強化する目的でマーケティング部署を設置
- 本社営業支援スタッフを増員し営業サポートの強化(カラー&技術サポート)

## 管理体制

- 情報共有が円滑に行えるコミュニティ機能の強化
- 業務改善によるコストダウン活動の実施

# 研究開発体制の強化

## ◆ 研究所の開設 東京都品川区

- ダイレクトマーケティングにより得られたニーズをシームレスに商品開発・管理に反映させるため
  - ✓ 開発のスピードアップ
  - ✓ 品質・購買管理の向上
- 理化学研究所との共同研究
  - 辻チームリーダー(理研)を中心とした共同研究グループ
    - ✓ 毛質の加齢に伴う質的変化の科学的な解析
    - ✓ 加齢による毛質変化の改善を促す物質の探索
    - ✓ 毛質の健やかな育成を図る物質の探索
    - ✓ ヘアケア剤を中心とする新規機能性化粧品の開発

# A・C・Sサロンとの深耕

## ◆ ロイヤルサロンとの関係強化

アジュバン目線の企画提案から、サロンに寄り添い丁度良い企画提案へ

- 感激されるサロンづくりへの支援

求められるサロン力

- カットの再現性
- ケアアドバイス
- カウンセリング力

- 販促コミュニケーションツールの構築

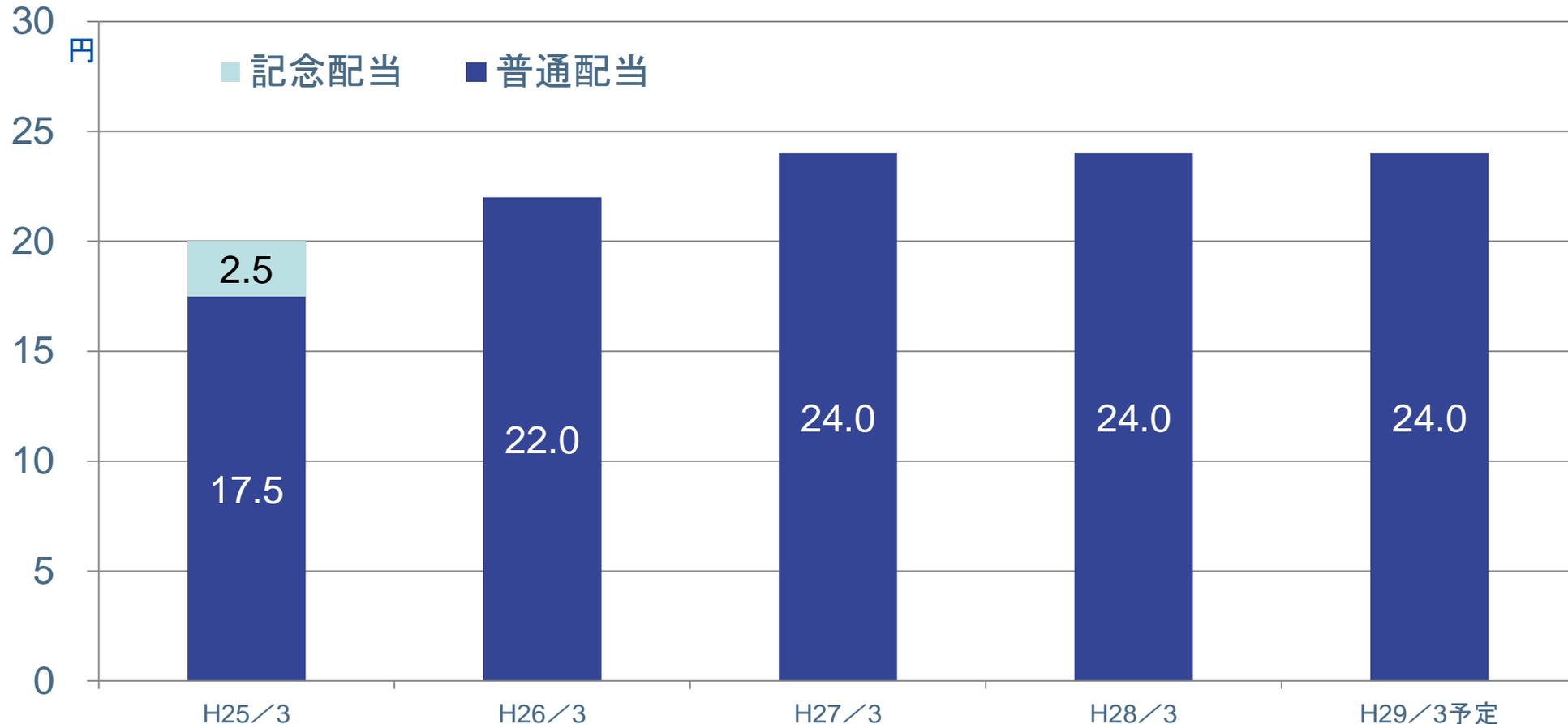
✓ 全国ゼミナール等による情報発信の強化

✓ 情報コンテンツの整備



# 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) 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、H25年期首に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～

# 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	757百万円（平成28年3月20日現在）
■ 発行済株式数	7,959,600株（平成28年3月20日現在）
■ 売上高	4,401百万円（平成28年3月期）
■ 従業員数	単体：106名 連結：133名（平成28年3月20日現在）

# 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



# 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

カウンセリング後⇒  
シャンプー・トリートメント  
からスタート

カウンセリング



# 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
  - ・ マーケティングを強化し、活かしたサロン情報の提供
  - ・ 四半期にわたり「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

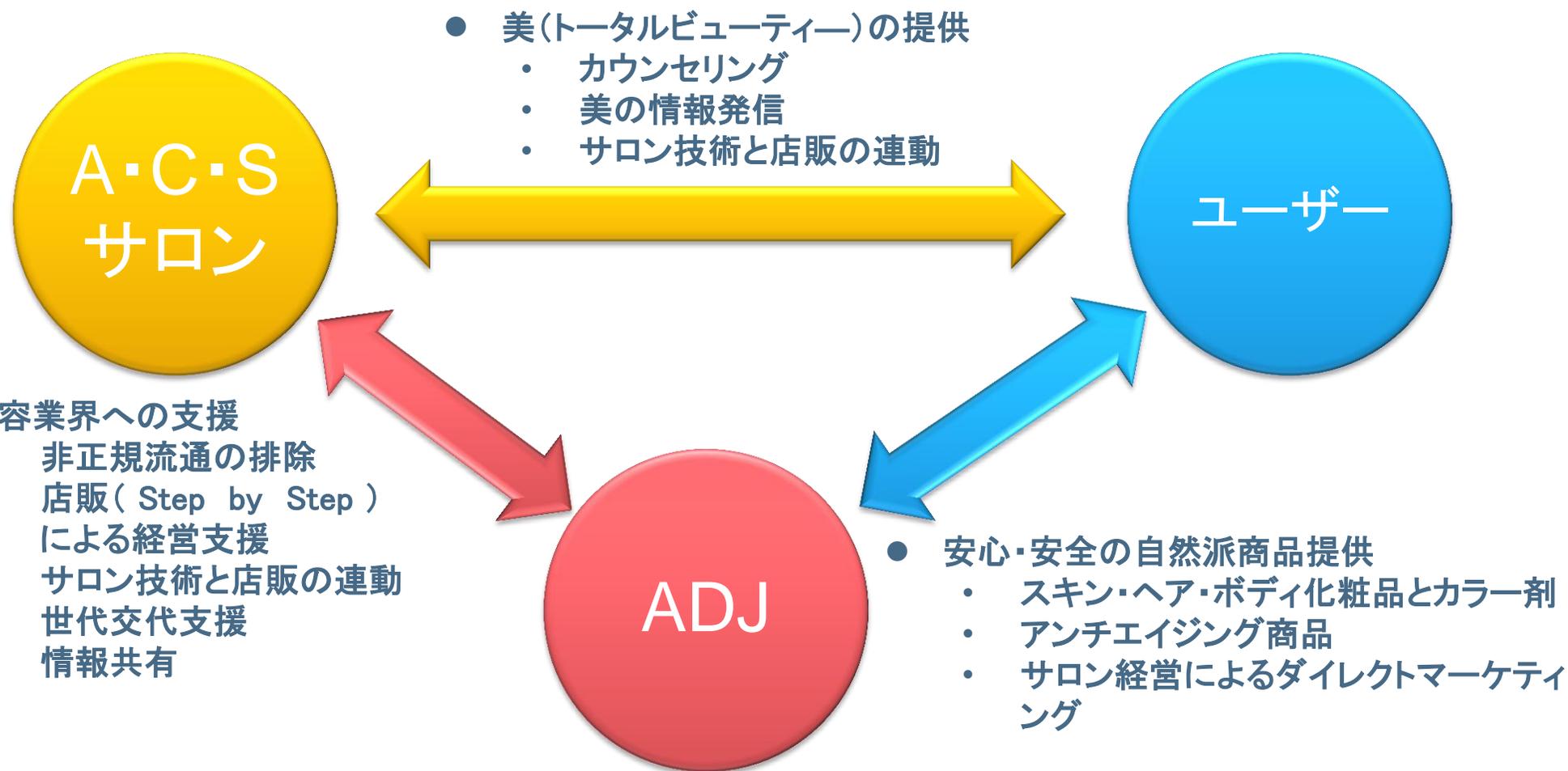
- 業界における優位なポジション確立
  - ・ 業務用商品 & 香港リテールショップ展開による知名度(ブランド力)向上の加速化

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

# サロン・顧客・当社との関係強化が業界を変えるきっかけに





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。