

2020年11月17日

各 位

会 社 名 ヤーマン株式会社
 (コード番号: 6630 東証第一部)
 代 表 者 名 代表取締役社長 山崎 貴三代
 問合せ先責任者 取締役管理本部長 宮崎 昌也
 T E L 03-5665-7330
 U R L <https://corporate.ya-man.com/>

業績予想の修正及び特別損失の計上（見込み）に関するお知らせ

当社は、2020年11月17日開催の取締役会において、以下のとおり、最近の業績の動向等をふまえ、6月12日の2020年4月期決算発表時に開示した2021年4月期（2020年5月1日～2021年4月30日）の業績予想を修正することとしましたので、お知らせいたします。

記

1. 2021年4月期第2四半期（累計）連結業績予想数値の修正（2020年5月1日～2020年10月31日）

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1株当たり 四半期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	13,678	1,732	1,636	1,038	18.87
今回修正予想(B)	18,727	4,026	3,953	2,354	42.80
増減額(B-A)	5,049	2,293	2,316	1,316	
増減率(%)	36.9	132.3	141.6	126.8	
(ご参考)前期第2四半期実績 (2020年4月期第2四半期)	11,516	1,721	1,634	952	17.03

2. 2021年4月期通期連結業績予想数値の修正（2020年5月1日～2021年4月30日）

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	26,000	2,600	2,407	1,526	27.74
今回修正予想(B)	35,000	5,800	5,631	3,420	62.17
増減額(B-A)	9,000	3,199	3,223	1,894	
増減率(%)	34.6	123.0	133.9	124.1	
(ご参考)前期実績 (2020年4月期)	22,975	2,504	2,310	1,322	23.66

3. 修正の理由

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う緊急事態宣言の発令やその後の外出自粛などの影響により、実店舗の売上が減少する一方で、巣ごもり消費により EC を中心とした通信販売は売上を増加させるなど、お客様の消費行動に変化が起きました。

在宅時間が長くなり、美容健康機器というカテゴリが非常に好調となる中、当社の多種多様な製品ラインナップがお客様のニーズにマッチしたことや、当社が長年にわたって取り組んできた販売チャネルの多角化が奏功してリスク分散が図られたこと、特別給付金効果による需要捕捉に成功したことなどから、期首における当社の想定以上にインフォーマーシャルや EC を軸とした直販部門が大きく売上を伸ばしたほか、地上波の各テレビ局への卸売を展開する通販部門も堅調な売上となりました。

世界的な渡航制限のため、訪日客によるインバウンド需要は後退しましたが、中国国内においても日本国内と同様、T-mall や JD.com など EC による通信販売が好調となりました。

現地代理店と協働し、T-mall 内でライブコマースを配信して製品の機能や技術の詳細な説明を行い、リアルな視聴者とのコミュニケーションを通して販売促進を強化するなど、これまで以上にブランディングや販売体制の整備を進めてきたことが結実し、海外部門も期首の想定を大きく上回る売上となりました。

なお、中国においては、世界最大規模のネットセールスデーとして知られる 2020 年 11 月 11 日の「独身の日」に、2019 年の同日に当社が記録した美顔器カテゴリにおける史上最高売上額を更新し、電子美容機器部門(※)における販売実績及び売上シェアで 5 年連続 1 位を記録いたしました。

世界大手企業も含めた中国の消費者が購入した輸入ブランドのトップ 10 では当社が 1 位を獲得し、1 日の売上が 1 億人民元を超えた「億元ブランド」に美顔器カテゴリから唯一 3 年連続でリズインすると同時に、1 日の売上が 1 億人民元を超えた単独店舗として、昨年に続いて美顔器カテゴリから唯一、「雅萌(ヤーマン) 旗艦店」が 2 年連続でリズインしております。

これらの結果から、2021 年 4 月期第 2 四半期(累計)及び通期連結業績は、売上高・利益ともに前回予想を上回るとともに、通期連結業績については過去最高となる見込みとなりました。

2020 年 10 月 19 日に開示いたしました、連結子会社である株式会社ディーフィットからの事業譲受け及び同社の解散に係る損失につきましては、現時点での見込み額 485 百万円を特別損失として第 2 四半期(累計)及び通期連結業績予想に反映させております。

(※) 電子美容機器部門=美顔器・美容ローラー・ボディケア美容器・脱毛器・スチーマー等を含む。

4. 今後の取り組みについて

新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりお客様の消費行動が大きく変わった結果、当社はその恩恵を受ける形で上半期の売上を大きく伸ばすことができました。

しかしながら、特別定額給付金による消費が一巡し、「GO TO トラベル」「GO TO イート」の影響により通販消費の伸びに鈍化の傾向が見られるなど、当社を取り巻く経営環境は未だ変化の途上にあります。

このような状況の中、通販・店販・直販・海外の各販路それぞれの伸長と最適化を図りながら、研究開発や広告宣伝などの今後の売上に繋げるための投資については、経営資源を手厚く配分し、上半期よりも更に積極的に行ってまいります。

研究開発では、将来を見据えた新しいカテゴリの創出を目指して、自社の研究開発部門を充実させるほか、国内外の外部研究機関との共同研究開発にも力を入れてまいります。

グローバルブランドとして、これまで以上に国内外のお客様に安心してご購入いただくため、品質管理体制の維持・向上にも注力してまいります。

広告宣伝では、テレビ CM 広告・交通広告・EC 関連広告を積極的に展開し、個別の製品はもちろん、長期的な視点でヤーマンブランドの認知度を向上させていくための取り組みを強化いたします。

また、自社ブランドだけではなく、総代理店として展開できる新たなブランドを国内外で発掘していくとともに、マーケティングリサーチなども進めてまいります。

新型コロナウイルス感染症拡大第 3 波の懸念もある中、非常に厳しい環境下ではありますが、M&A や資本提携など企業価値向上のための投資機会を継続的に検討していくとともに、売上高の更なる伸長と営業利益率 20%の確保を目標とし、グローバルブランドカンパニー・ヤーマンの実現を図ってまいります。

以上

【ご参考】

