

2022年 3月期
第2四半期決算説明資料

2021年11月

株式会社アルマード

本資料は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものではありません。本資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。投資のご検討にあたっては、投資家の皆様ご自身の判断で行うようお願いいたします。

本資料には、当社に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記載が含まれています。これらは、当社が本資料作成時点において入手した情報に基づく、当該時点における予測等を基礎として作成されています。これらの記載は、一定の前提および仮定に基づいており、また、当社の経営陣の判断または主観的な予想を含むものであり、国内外の経済状況の変化、市場環境の変化、社会情勢の変化、他社の動向等の様々なリスクおよび不確実性により、将来において不正確であることが判明または将来において実現しないことがあります。したがって、当社の実際の業績、経営成績、財政状態等については、当社の予想と異なる結果となる可能性があります。

本資料への掲載にあたっては万全を期しておりますが、その内容の正確性、完全性および確実性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。

世界の人々の人生に**健康と美しさ**をもたらす
卵殻膜とバイオテクノロジーで

全社業績

1. 2022年3月期第2四半期の業績進捗は、**引き続き順調**

- 売上高 1,246百万円（前年同期比 148%）
- 営業利益 213百万円（前年同期比 167%）
- おおむね通期計画に沿った進捗状況

成長
セグメント

2. 直販の顧客獲得数は、2四半期連続で **過去最高の獲得数に**

- 1Qに引き続き2Qも過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も順調に増加
- 他、主要指標である顧客獲得コストもさらに効率化できた

他事業
トピック

3. **美白美容液**の上市 & 卵殻膜の研究成果を追加発表

- 美白美容液チェルラーホホワイトで美白スキンケア市場に参入
- 肺機能、運動機能改善に関する研究成果が学術誌“Journal of Fiber Science and Technology”に掲載

全社業績

1. 2022年3月期第2四半期の業績進捗は、**引き続き順調**

- 売上高 1,246百万円（前年同期比 148%）
- 営業利益 213百万円（前年同期比 167%）
- おおむね通期計画に沿った進捗状況

成長
セグメント

2. 直販の顧客獲得数は、2四半期連続で **過去最高の獲得数に**

- 1Qに引き続き2Qも過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も順調に増加
- 他、主要指標である顧客獲得コストもさらに効率化できた

他事業
トピック

3. **美白美容液**の上市 & 卵殻膜の研究成果を追加発表

- 美白美容液チェルラーホホワイトで美白スキンケア市場に参入
- 肺機能、運動機能改善に関する研究成果が学術誌“Journal of Fiber Science and Technology”に掲載

- 第1四半期に引き続き、第2四半期も前年実績を上回り、**増収増益**の着地
- 成長分野である直販事業の定期会員拡大、外販事業のOEM販売の復調により、事業が再成長基調に復調した

(単位:百万円)

項目	2Q		前年同期比		1Q-2Q累計		前年同期比	
	前期	当期	差異	増減率	前期	当期	差異	増減率
売上高	842	1,246	404	148%	2,034	2,464	430	121%
売上総利益	577	813	236	141%	1,348	1,586	238	118%
販管費	449	599	150	133%	1,249	1,370	120	110%
営業利益	128	213	85	167%	98	216	118	221%
当期利益 (税後)	90	149	58	165%	62	151	89	243%

(単位:円)

EPS	9.0	14.8	5.8	165%	6.2	15.1	8.9	242%
-----	-----	------	-----	------	-----	------	-----	------

全社業績：通期計画の進捗状況（全社および販路別）

- 通期業績に対する進捗も、全社では**売上・利益**ともに計画に対して概ね**順調に進捗**
- TV通販の売上、および、全社の利益進捗が50%を下回るが、いずれも下期偏重となる季節性の影響のため

(単位:百万円)

項目	22年3月期		進捗率	
	1Q-2Q累計	通期計画		
全社売上 (a+b+c)	2,464	4,883	50.5%	好調
a. 直販 売上	1,017	1,730	58.8%	好調
b. TV通販 売上	563	1,480	38.0%	下期偏重の計画で、概ね予定通り
c. 外販 売上	884	1,672	52.9%	好調
(外販 売上 + 受注残*)	1,797	1,672	107.5%	
営業利益	216	820	26.3%	下期偏重の計画で、概ね予定通り

*受注残：OEM取引で、すでに生産受注済みで当期中の納品・売上計上が高い確度で見込める取引高

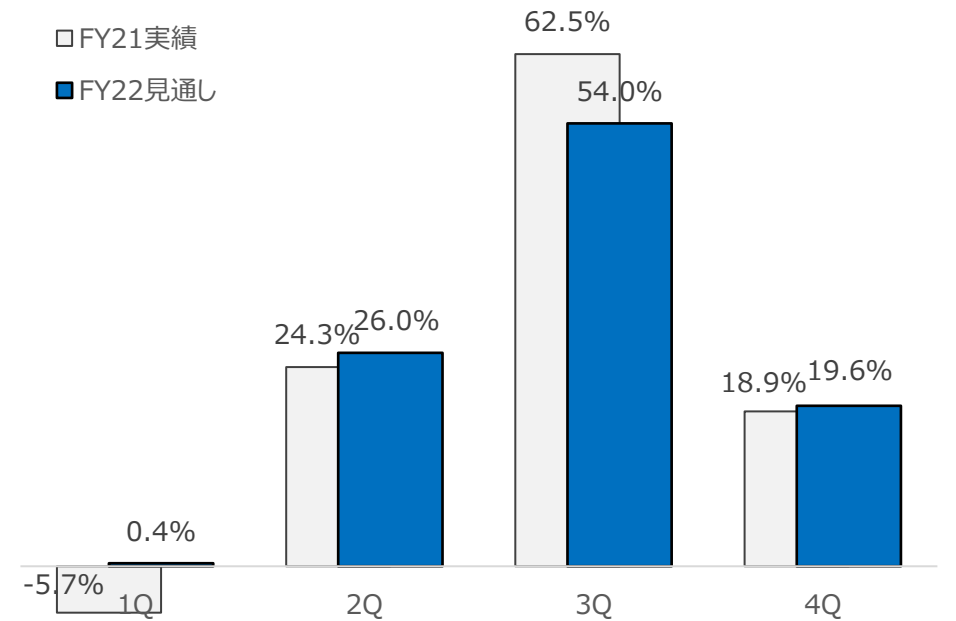
- 現在の事業構成においては、営業利益は**下期に偏る傾向**
- 直販で広告費が上期に集中すること、及び、TV通販で年末に大型の販売機会があることが要因

販路別の損益季節性

	季節性の有無と背景	年間最高益の四半期 (過去4年の実績)
直販	<p>あり：下期に偏る</p> <ul style="list-style-type: none"> 第1四半期は顧客獲得が好調に進み広告費が大きくなる傾向 	
TV 通販	<p>あり：3Qに集中する</p> <ul style="list-style-type: none"> 第3四半期に最も予算の大きな販売機会 = 放映枠があるため 	
外販	<p>なし</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸先の在庫・販売状況によるため、売上はランダムに発生 	

通期営業利益の四半期分布* (見通しと前期実績)

**前年と同様に
下期に多くの営業利益を計上する見通し**



*年間損益の分布： 年間の営業利益を100%とした場合の各四半期の営業利益の構成割合

全社業績

1. 2022年3月期第2四半期の業績進捗は、引き続き順調

- 売上高 1,246百万円（前年同期比 148%）
- 営業利益 213百万円（前年同期比 167%）
- おおむね通期計画に沿った進捗状況

成長
セグメント

2. 直販の顧客獲得数は、2四半期連続で **過去最高の獲得数に**

- 1Qに引き続き2Qも過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も順調に増加
- 他、主要指標である顧客獲得コストもさらに効率化できた

他事業
トピック

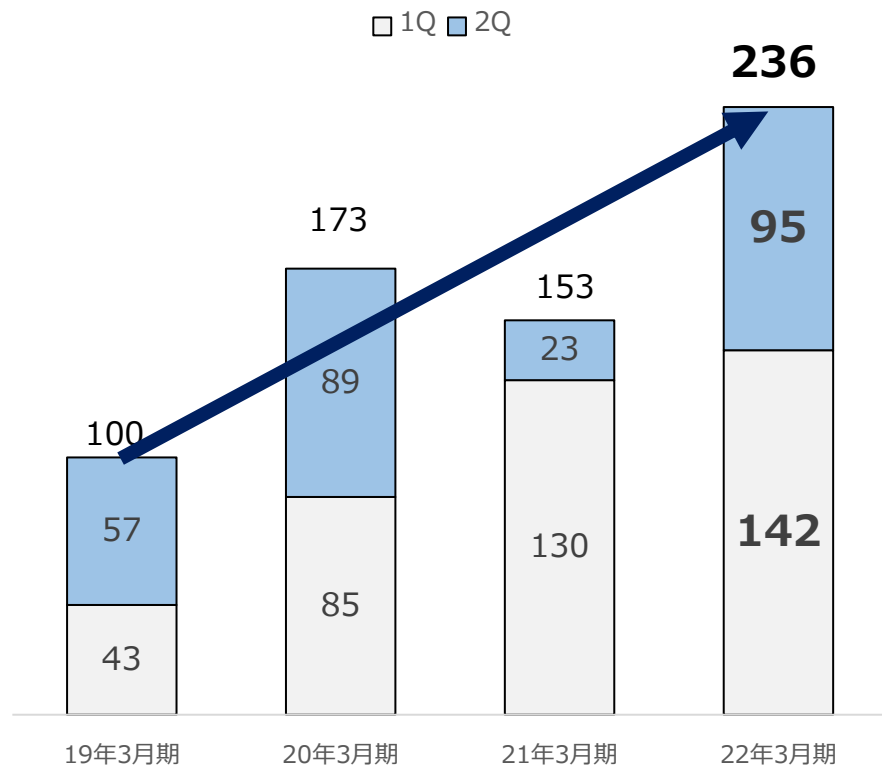
3. **美白美容液**の上市 & 卵殻膜の研究成果を追加発表

- 美白美容液チェルラーホワイトで美白スキンケア市場に参入
- 肺機能、運動機能改善に関する研究成果が学術誌“Journal of Fiber Science and Technology”に掲載

- 1Qに引き続き2Qも**好調**な**新規獲得**ペースを維持し、2Q及び上期累計で**過去最高**の**獲得数**に
- 定期会員数も順調に拡大しており、**将来売上の土台**が形成できた

新規獲得数 (指数)*

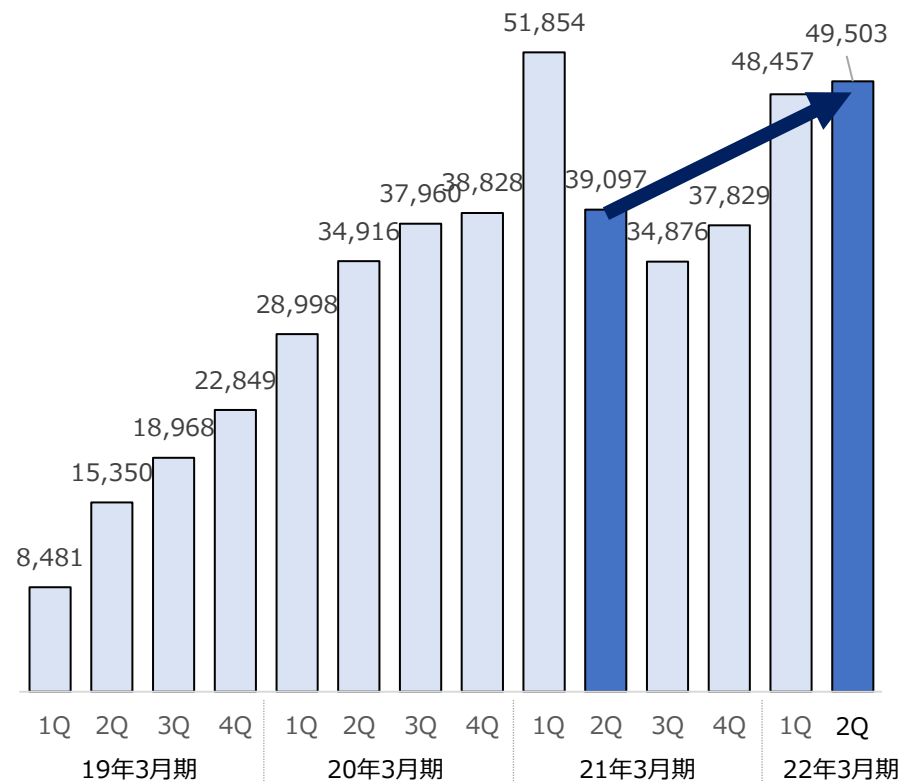
過去最高



(単位:人)

四半期末 定期会員数

再成長
継続

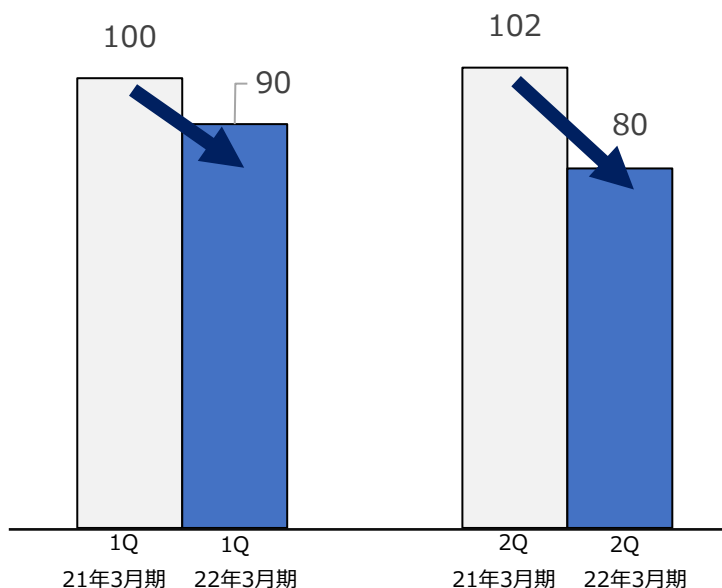


*指数: 19年3月期上期の新規顧客獲得人数を100とした時の相対値

- **マーケティング手法改善**により、**顧客獲得単価(=CPA)**の**削減**に成功
- これにより、一人当たり期待利益が拡大し、将来の事業**収益性向上**につながる体質強化ができた

CPA (指数*)

マーケティングの手法改善により
顧客獲得費が10%~20%低下



*指数 : 21年3月期1QのCPAを100とした時の相対値

直販事業の主要指標

顧客獲得費の低下により
顧客一人当たりの採算性が良化

↓
事業の収益体質強化に



全社業績

1. 2022年3月期第2四半期の業績進捗は、引き続き順調

- 売上高 1,246百万円（前年同期比 148%）
- 営業利益 213百万円（前年同期比 167%）
- おおむね通期計画に沿った進捗状況

成長
セグメント

2. 直販の顧客獲得数は、2四半期連続で過去最高の獲得数に

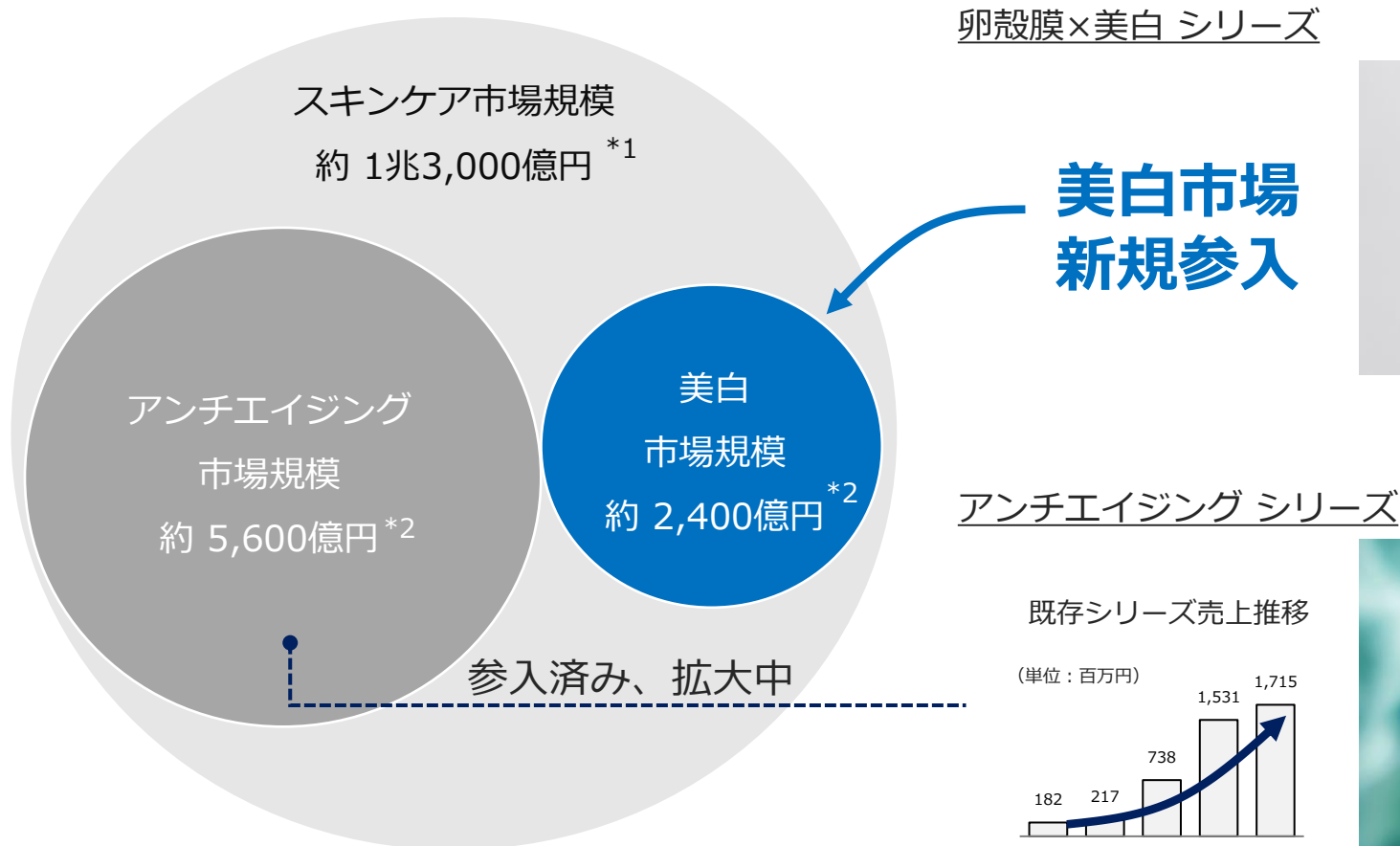
- 1Qに引き続き2Qも過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も順調に増加
- 他、主要指標である顧客獲得コストもさらに効率化できた

他事業
トピック

3. 美白美容液の上市 & 卵殻膜の研究成果を追加発表

- 美白美容液チェルラーホホワイトで美白スキンケア市場に参入
- 肺機能、運動機能改善に関する研究成果が学術誌“Journal of Fiber Science and Technology”に掲載

- 直販事業において、卵殻膜配合の**新たな美容液**を**美白スキンケア市場**に21年度10月に投入
- 既存アンチエイジングに続く、直販事業の**第2の柱**としてブランドを育成

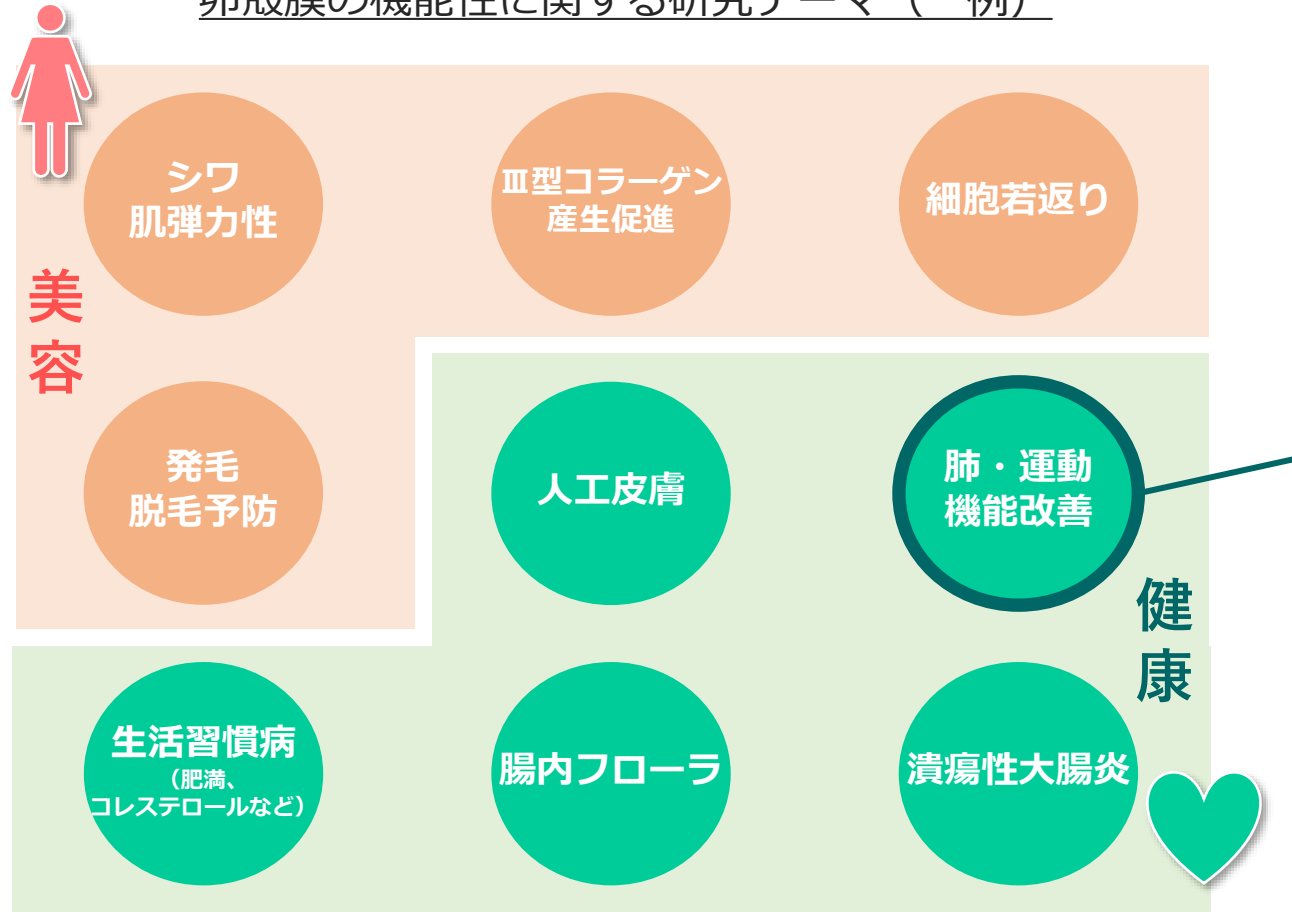


*1 出典 富士経済「スキンケア、フレグランスの国内市場を調査」(2021年7月13日)

*2 出典 富士経済「機能性化粧品の国内市場を調査」(2021年2月19日)

- 健康分野における卵殻膜の新たな機能性を示唆する研究成果を追加発表し、素材の訴求便益を拡大・強化

卵殻膜の機能性に関する研究テーマ (一例)



卵殻膜による健康改善効果

- 卵殻膜の摂取による、皮膚の弾力性、**肺機能、運動機能の改善**効果を示唆
- 上記研究結果が学術誌“Journal of Fiber Science and Technology”に掲載 (2021.10.23)

美容・未病改善・健康維持 における **訴求便益の拡大**に取り組んでいる

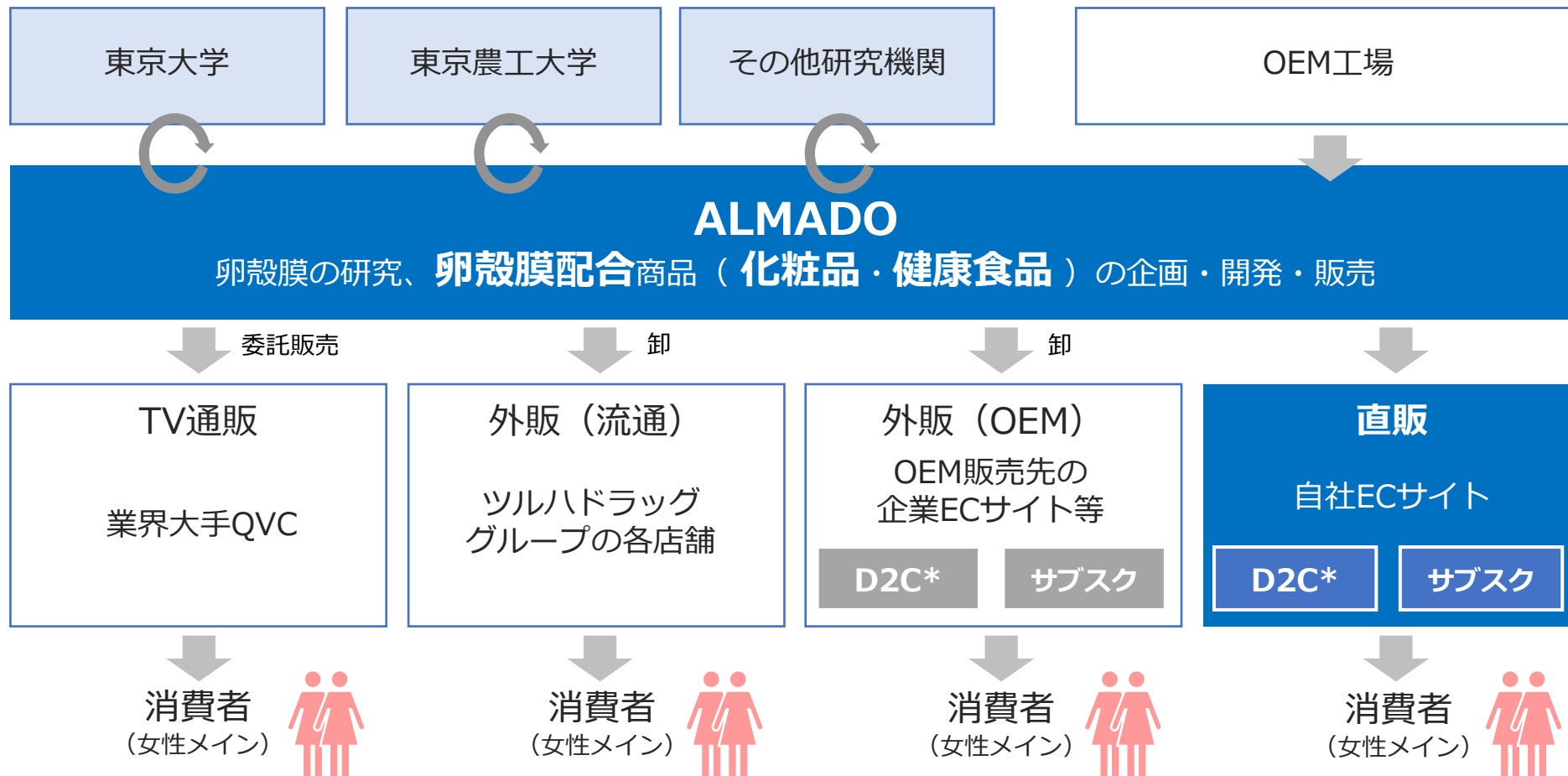
Appendix



商号	株式会社アルマード
代表取締役	荒西 俊和
本社所在地	東京都中央区京橋3-6-18 東京建物京橋ビル8階
設立	2000年10月18日
従業員数	48名（代表者以外の取締役、派遣社員を含む）（2021年9月末時点）
資本金	110,000,000円
事業内容	<ol style="list-style-type: none">1.卵殻膜原料の研究・開発2.卵殻膜を配合した食品、化粧品の企画・開発・販売3.卵殻膜の医療分野への応用に関する技術研究・開発
取扱商品	オリジナルブランド「CELLULA」「TO-II」「Ode」シリーズにて基礎化粧品・サプリメント・医薬部外品を取り扱い
主要取引先銀行	みずほ銀行、りそな銀行

事業の特徴

- 独自開発の**卵殻膜原料**を配合した化粧品・サプリメントに**特化**して商品を開発
- **TV通販、外販、直販(自社EC)** の3つの経路で、**主に女性消費者向け**に商品を販売



* D2C : Direct To Consumerの略語で、主にインターネットを通じた顧客との直接取引による販売形態と定義

- 直販、外販での販売が好調で、引き続き**増収増益**で進捗している

(単位：百万円)

	2Q		前年同期比		1Q-2Q累計		前年同期比	
	前期	当期	差異	増減率	前期	当期	差異	増減率
売上高	842	1,246	404	148%	2,034	2,464	430	121%
売上原価	264	432	168	163%	686	878	191	128%
売上総利益	577	813	236	141%	1,348	1,586	238	118%
販売費及び一般管理費	449	599	150	133%	1,249	1,370	120	110%
人件費	96	102	6	107%	185	198	12	107%
販促費	154	283	129	184%	660	735	74	111%
物流費	87	106	18	122%	189	214	25	114%
営業利益	128	213	85	167%	98	216	118	221%
経常利益	127	213	85	167%	97	217	119	223%
当期純利益	90	149	58	165%	62	151	89	243%
1株当たり当期純利益 (円)	9.0	14.8	5.8	165%	6.2	15.1	8.9	242%

- 流動比率や自己資本比率など、財務安全性に関する指標が良化し、**より強固な財務体質**に

(単位：百万円)

	2021年3月末	2021年9月末	差異	増減率
流動資産	2,787	2,960	172	106.2%
現金及び預金	1,133	1,155	22	102.0%
固定資産	197	173	-24	87.7%
総資産	2,984	3,133	148	105.0%
負債合計	667	621	-46	93.0%
流動負債	640	591	-49	92.3%
固定負債	27	29	2	110.1%
純資産（株主資本）	2,317	2,512	195	108.4%
流動比率	435.2%	500.8%	+65.6 pt	-
自己資本比率	77.6%	80.2%	+2.5 pt	-

世界の人々の人生に**健康と美しさ**をもたらす
卵殻膜とバイオテクノロジーで

ALMADO