

2023年 3月期
第1 四半期決算説明資料

2022年8月

株式会社アルマード

全社業績

1. 2023年3月期 第1四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,524百万円（前年同期比 125%）
- 営業利益 △340百万円（前年同期営業利益 3百万円）
- 好調な直販事業が業績を牽引

成長 セグメント

2. 直販の顧客獲得は好調で、当1Qは過去最高の獲得数を記録

- TVCM放映により新規顧客獲得数が飛躍的に増加し、定期会員数も大幅に増加
- 他主要指標である顧客獲得コストもTVCM展開の結果、前年同期比で大幅に良化
- 美白商品は規模拡大に向けた検証段階であり、改善策を順次実施予定

他事業 トピック

3. 育毛剤のTV通販オンエアは、合格レベルに達せず

- 7月13日に実施した育毛剤のTV通販オンエアは課題の残る結果となった
- 現状の課題を解消後、24年度を目途にWEB販売用の育毛剤を上市予定

全社業績

1. 2023年3月期 第1四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,524百万円（前年同期比 125%）
- 営業利益 △340百万円（前年同期営業利益 3百万円）
- 好調な直販事業が業績を牽引

成長 セグメント

2. 直販の顧客獲得は好調で、当1Qは過去最高の獲得数を記録

- TVCM放映により新規顧客獲得数が飛躍的に増加し、定期会員数も大幅に増加
- 他主要指標である顧客獲得コストもTVCM展開の結果、前年同期比で大幅に良化
- 美白商品は規模拡大に向けた検証段階であり、改善策を順次実施予定

他事業 トピック

3. 育毛剤のTV通販オンエアは、合格レベルに達せず

- 7月13日に実施した育毛剤のTV通販オンエアは課題の残る結果となった
- 現状の課題を解消後、24年度を目途にWEB販売用の育毛剤を上市予定

- 売上高は前年同期比で**大きく増加**、利益は**計画通りマイナス着地**
- TVCM放映により、直販の定期顧客基盤が拡大した一方、広告宣伝費が一時的に計上されたことが要因

(単位:百万円)

| 項目 | 1Q | | 前年同期比 | |
|-----------|-------|-------|-------|------|
| | 前期 | 当期 | 差異 | 増減率 |
| 売上高 | 1,218 | 1,524 | 306 | 125% |
| 売上総利益 | 773 | 1,016 | 243 | 131% |
| 販管費 | 770 | 1,356 | 586 | 176% |
| 営業利益 | 3 | -340 | -343 | - |
| 当期利益 (税後) | 2 | -235 | -237 | - |
| EPS | 0.3 | -23.8 | -24.0 | - |

全社業績：通期計画の進捗状況（全社及び販路別）

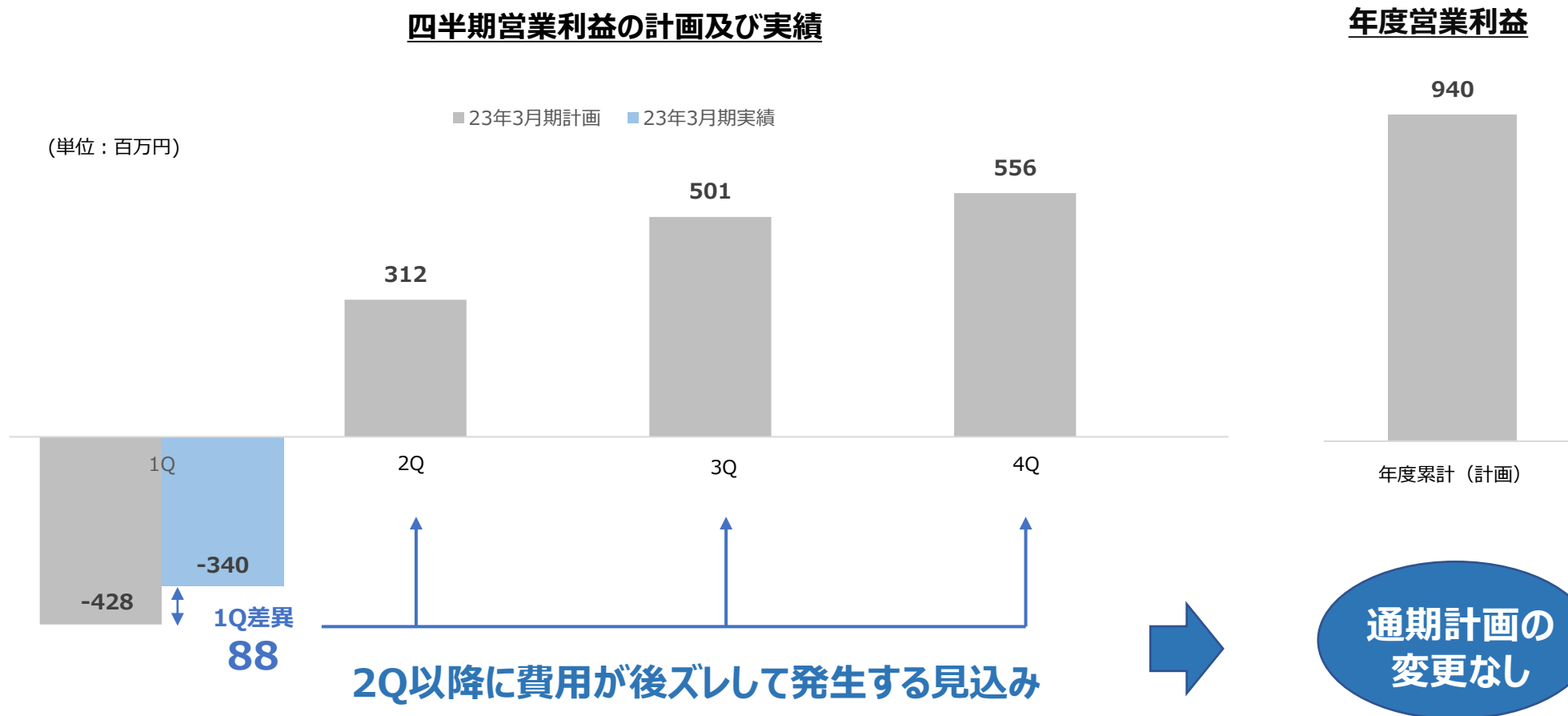
- 通期計画に対する1Qでの進捗は、**売上・利益**ともに**概ね計画通り**に進捗
- TV通販は1Q最大の6月オンエアが節約志向等の影響を受け計画を下回るも、直販が順調に推移し全社業績を牽引

(単位:百万円)

| 項目 | 23年3月期 | | 進捗率 | |
|----------------|--------|-------|--------|-----------|
| | 1Q | 通期計画 | | |
| 全社売上 (a+b+c) | 1,524 | 6,250 | 24.4% | 概ね計画通り |
| a. 直販 売上 | 782 | 2,635 | 29.7% | 好調 |
| b. TV通販 売上 | 332 | 1,452 | 22.9% | 計画を下回る |
| c. 外販 売上 | 410 | 2,162 | 19.0% | 概ね計画通り |
| (外販 売上 + 受注残*) | 1,149 | 2,162 | 53.2% | |
| 営業利益 | -340 | 940 | -36.2% | 概ね計画通り |

*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

- 当1QはTVCMの展開により広告費用が多額に計上されたものの、1Q計画比で約88百万円のプラス
- しかしながら今後費用が後ズレで発生することが見込まれており、**営業利益の通期計画に変更なし**



全社業績

1. 2023年3月期 第1四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,524百万円（前年同期比 125%）
- 営業利益 △340百万円（前年同期営業利益 3百万円）
- 好調な直販事業が業績を牽引

成長
セグメント

2. 直販の顧客獲得は好調で、当1Qは**過去最高**の獲得数を記録

- TVCM放映により新規顧客獲得数が飛躍的に増加し、定期会員数も大幅に増加
- 他主要指標である顧客獲得コストもTVCM展開の結果、前年同期比で大幅に良化
- 美白商品は規模拡大に向けた検証段階であり、改善策を順次実施予定

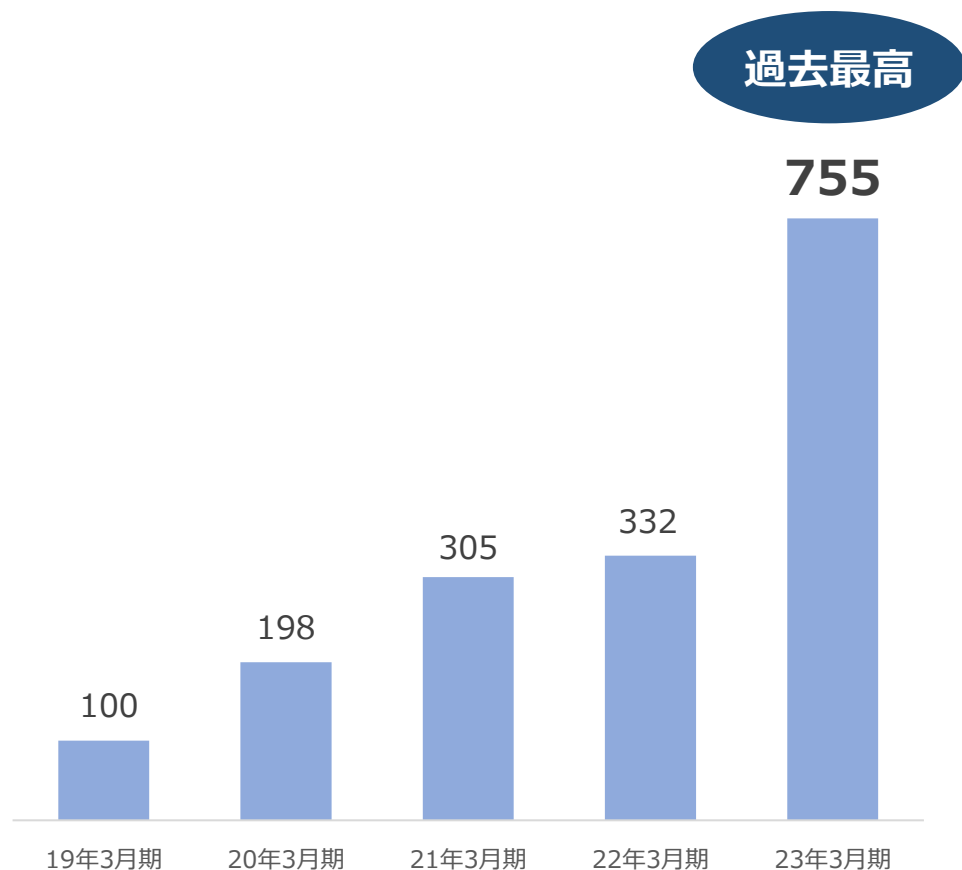
他事業
トピック

3. 育毛剤のTV通販オンエアは、合格レベルに達せず

- 7月13日に実施した育毛剤のTV通販オンエアは課題の残る結果となった
- 現状の課題を解消後、24年度を目途にWEB販売用の育毛剤を上市予定

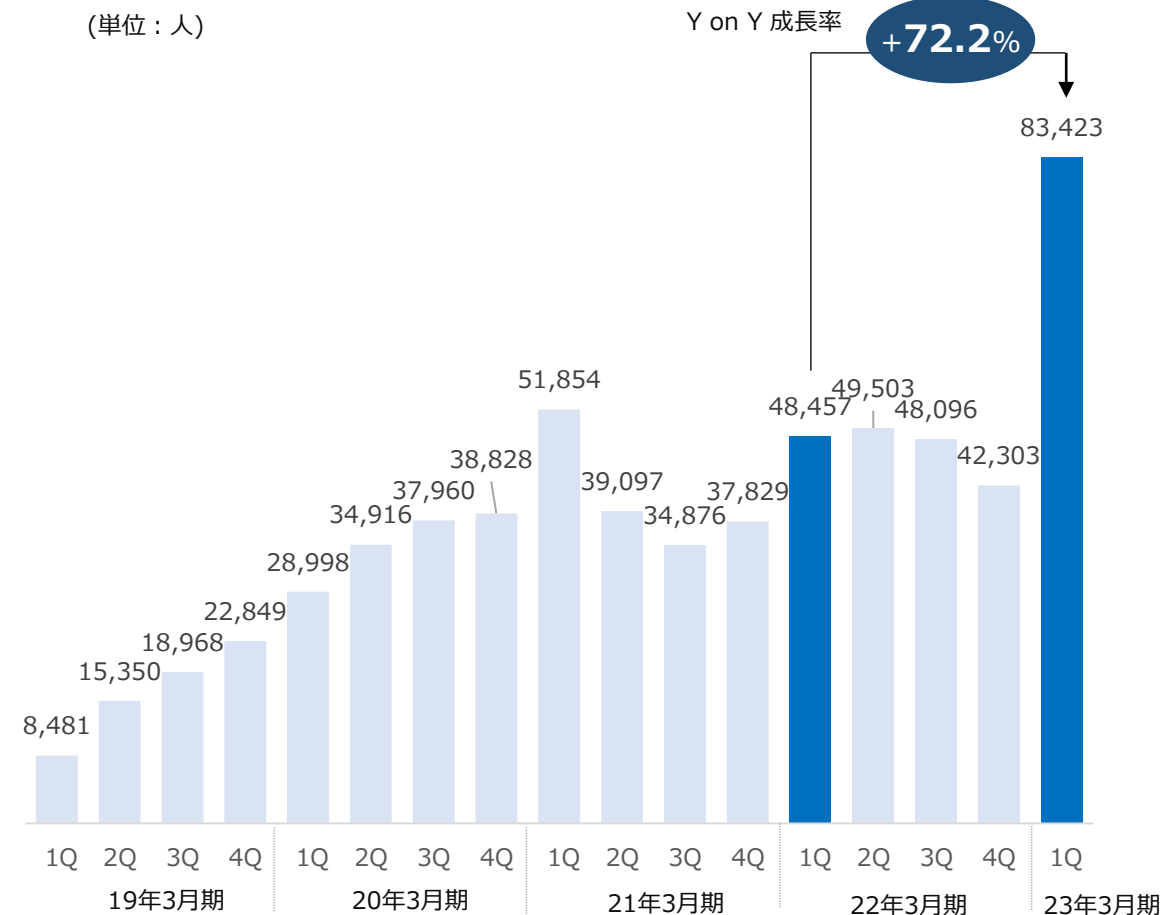
- 第1四半期の新規獲得数は、TVCM効果により前期比で大幅に増加し**過去最高**の獲得数を記録
- 定期会員数も対前年同四半期比で+72.2%と大幅に増加し、今後の**収益獲得基盤を拡大**

1Q新規獲得数 (指数)*

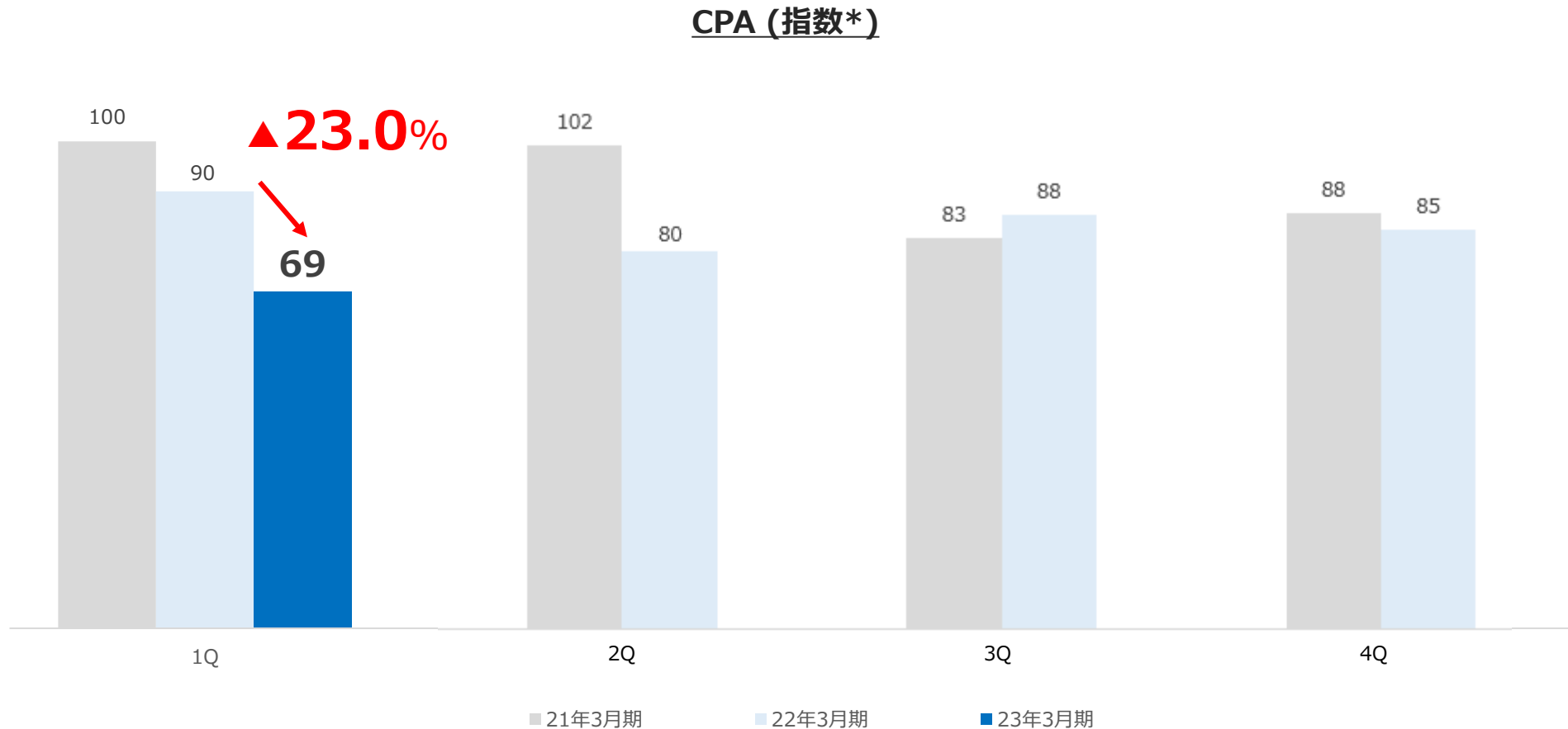


*指数：19年3月期1Qの新規顧客獲得数を100とした時の相対値

定期会員数



- TVCM展開の結果、**一人あたり顧客獲得費用（=CPA）の大幅抑制**に成功
- これにより、新規顧客一人あ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



*指数：21年3月期1QのCPAを100とした時の相対値

- 前期に導入した**美白スキンケア商品**は、今後の規模拡大に向けた**検証実施段階**
- アンチエイジング商品と比較して採算性の面で課題があり、**今後に向けて改善策を実施**

美白スキンケア商品の現状

- アンチエイジングと比較すると現状の売上は**極めて小規模**
- 商品購入率の低迷によりCPAが高止まりの状況であり、今後の規模拡大に向けて**採算性の向上が必須**

| | アンチエイジング | VS | 美白 |
|-----------|----------|----|-----|
| 売上高 (指数*) | 100 | VS | 3.2 |
| CPA (指数*) | 100 | VS | 180 |

美白売上は年度計画に含めておらず
販売分は当期計画比で増収となる

今後の検討施策

- 1 クリエイティブの検証加速
- 2 ランディングページの最適化
- 3 価格設定の見直し
- 4 人材投資によるマンパワー強化

*売上高(指数)：アンチエイジングの当1Q売上を100とした時の相対値

*CPA(指数)：アンチエイジングの当1Q末時点のCPA（一人あたり顧客獲得費用）を100とした時の相対値

全社業績

1. 2023年3月期 第1四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,524百万円（前年同期比 125%）
- 営業利益 △340百万円（前年同期営業利益 3百万円）
- 好調な直販事業が業績を牽引

成長
セグメント

2. 直販の顧客獲得は好調で、当1Qは**過去最高**の獲得数を記録

- TVCM放映により新規顧客獲得数が飛躍的に増加し、定期会員数も大幅に増加
- 他主要指標である顧客獲得コストもTVCM展開の結果、前年同期比で大幅に良化
- 美白商品は規模拡大に向けた検証段階であり、改善策を順次実施予定

他事業
トピック

3. 育毛剤のTV通販オンエアは、合格レベルに達せず

- 7月13日に実施した育毛剤のTV通販オンエアは課題の残る結果となった
- 現状の課題を解消後、24年度を目途にWEB販売用の育毛剤を上市予定

- 7月13日に当社育毛剤がTSV*に初挑戦も、**課題の残る結果**となった（年度売上への影響は軽微）
- 構成成分の訴求力不足**により**他社商材との差別化訴求が不十分**だったことが要因
- 浮き彫りになった課題を解消し、**24年度を目途にWEB販売用の育毛剤を上市**予定
（当初の中期計画においても、23年度まで育毛剤のWEB販売は計画しておりません）

育毛剤TSVの結果

初のTSVに挑戦するも 売上は合格レベルに達せず

オーディヘアセラムビューティーアップ(薬用育毛剤)

効果・効能

- 育毛
- 薄毛
- かゆみ
- 脱毛の予防
- 毛生促進
- 発毛促進
- ふけ
- 病後・産後の脱毛
- 養毛



TVショッピングにおいては今後も現行品の販売を継続

課題認識及び今後の計画

| 課題 | 改善策 |
|------------------------|-----------------------|
| 1 構成成分を改良し差別化を図る必要あり | 薬用有効成分の見直し及びその他成分の再調整 |
| 2 卵殻膜と育毛の相関性に関する説明が不十分 | 卵殻膜と育毛の相関性に関する共同研究加速 |

課題解消に早急に取り組み 24年度目途にWEBデビュー予定

* TSV : 「Today's Special Value」の略で、QVCが自信をもっておすすめする厳選アイテムを、1日限りの特別価格で提供する番組

Appendix

- TVCM展開により直販の定期会員基盤が拡大し増収も、一時的に販促コストが増加したことで前年同期比で減益

(単位：百万円)

| | 1Q | | 前年同期比 | |
|---------------|-------|-------|-------|------|
| | 前期 | 当期 | 差異 | 増減率 |
| 売上高 | 1,218 | 1,524 | 306 | 125% |
| 売上原価 | 445 | 508 | 62 | 114% |
| 売上総利益 | 773 | 1,016 | 243 | 131% |
| 販売費及び一般管理費 | 770 | 1,356 | 586 | 176% |
| 人件費 | 95 | 103 | 8 | 108% |
| 販促費 | 451 | 935 | 483 | 207% |
| 物流費 | 108 | 184 | 76 | 171% |
| 営業利益 | 3 | -340 | -343 | - |
| 経常利益 | 4 | -338 | -342 | - |
| 当期純利益 | 2 | -235 | -237 | - |
| 1株当たり当期純利益（円） | 0.3 | -23.8 | -24.0 | - |

- BSマネジメントにより借入金(流動負債)が増加し、純資産が減少したことで、流動比率及び自己資本比率が変動

(単位：百万円)

| | 2022年3月末 | 2022年6月末 | 差異 | 増減率 |
|-----------|----------|----------|----------|--------|
| 流動資産 | 3,170 | 2,972 | -198 | 93.8% |
| 現金及び預金 | 1,175 | 750 | -424 | 63.9% |
| 固定資産 | 192 | 292 | 99 | 151.4% |
| 総資産 | 3,363 | 3,264 | -98 | 97.1% |
| 負債合計 | 675 | 1,511 | 835 | 223.7% |
| 流動負債 | 642 | 1,476 | 833 | 229.7% |
| 固定負債 | 32 | 34 | 2 | 106.2% |
| 純資産（株主資本） | 2,688 | 1,753 | -934 | 65.2% |
| 流動比率 | 493.2% | 201.3% | -291.9pt | - |
| 自己資本比率 | 79.9% | 53.7% | -26.2pt | - |

- 23年3月期の業績に影響を与え得る主な事項として、以下の点に関する当社見解を共有いたします

認識している主な業績変動リスクに対する見解

| | |
|------------------|---|
| 外部環境 | <ul style="list-style-type: none">昨今のCOVID-19など感染症の流行に伴う消費者の購買行動の変化、及び、ウクライナ情勢や為替変動等による企業間商取引の大幅な変化や制限など、今後新たに大きな社会的影響を及ぼす外部環境の変化が起きた際は、当社の今期業績に影響を及ぼす可能性がございます。 |
| 調達コスト | <ul style="list-style-type: none">円安の進展や原材料価格の高騰が一層進んだ場合、当社の原料調達や配送料にも影響が及び、現在予定している費用水準を上回る可能性がございます。そのような変化に対して、タイムリーに対応策を展開できない場合は、今期の利益水準を押し下げる可能性がございます。 |
| 顧客増に伴う 広告費の拡大 | <ul style="list-style-type: none">直販の新規顧客獲得が計画以上に効率的に進む場合、中長期的利益を優先して当年度の利益水準を損なっても先行して積極的に広告費を投下し、顧客獲得を進めていく可能性がございます。その場合は、今期の利益水準を押し下げる可能性がございます。 |
| インフラの キャパシティ | <ul style="list-style-type: none">計画を上回る新規受注が集中して、コールセンター、物流センター、サーバ・ネットワークなどを含む情報システムインフラのキャパシティが受注に追いつかない事象が一時的に発生し、これを増強していく計画を立てております。この各インフラのキャパシティ拡張が順調に進まない場合、機会損失や超過費用によって売上・利益面で影響を与える可能性がございます。 |
| 株価変動と 自社株買い | <ul style="list-style-type: none">今年度計画している自社株買いの実行において、予定している株価と実際の株価に大幅な乖離が生じた場合、予定通りの株数取得ができず、これがEPSを押し下げる可能性がございます。 |

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

ALMADO