

**2023年 3月期**  
**第2四半期決算説明資料**

2022年11月

株式会社アルマード

## 全社業績

### 1. 2023年3月期 第2四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,626百万円（前年同期比 130%）
- 営業利益 209百万円（前年同期比 98%）
- 引き続き好調な直販事業が業績を牽引

## 成長 セグメント

### 2. 直販顧客獲得は好調を維持し、2四半期連続で過去最高の獲得数

- 2Q単体及び上期累計で過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も底堅く推移
- 他主要指標である顧客獲得コストも引き続き抑制できており、前年同期比で良化
- 美白商品は検証フェーズを終え、翌期に向けた改善策を検討

## その他 トピック

### 3. 下期事業環境は予断を許さないが、株主還元は今後も積極的に実行

- TV通販事業と外販OEM事業の下期事業環境は懸念事項が多く予断を許さない状況
- CBC社との協業については初動段階であり、新たな海外展開の可能性を模索中
- 当上期において積極的な株主還元を実行、引き続き資本効率の改善を目指す

## 全社業績

### 1. 2023年3月期 第2四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,626百万円（前年同期比 130%）
- 営業利益 209百万円（前年同期比 98%）
- 引き続き好調な直販事業が業績を牽引

## 成長 セグメント

### 2. 直販顧客獲得は好調を維持し、2四半期連続で過去最高の獲得数

- 2Q単体及び上期累計で過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も底堅く推移
- 他主要指標である顧客獲得コストも引き続き抑制できており、前年同期比で良化
- 美白商品は検証フェーズを終え、翌期に向けた改善策を検討

## その他 トピック

### 3. 下期事業環境は予断を許さないが、株主還元は今後も積極的に実行

- TV通販事業と外販OEM事業の下期事業環境は懸念事項が多く予断を許さない状況
- CBC社との協業については初動段階であり、新たな海外展開の可能性を模索中
- 当上期において積極的な株主還元を実行、引き続き資本効率の改善を目指す

- 2Q単体では、前年同期比で**売上高**は**大きく増加**、**利益**は**ほぼ横ばい**
- 直販新規獲得が好調で売上増加も、獲得時に一時にかかる広告宣伝費等も増加したことで販管費が増加

(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	1,246	1,626	379	130%	2,464	3,150	686	128%
売上総利益	813	1,064	250	131%	1,586	2,081	494	131%
販管費	599	854	255	143%	1,370	2,211	841	161%
営業利益	213	209	-4	98%	216	-130	-347	-
当期利益 (税後)	149	143	-5	96%	151	-91	-243	-

(単位:円)

EPS	14.8	14.7	-0.1	99%	15.1	-9.3	-24.4	-
-----	------	------	------	-----	------	------	-------	---

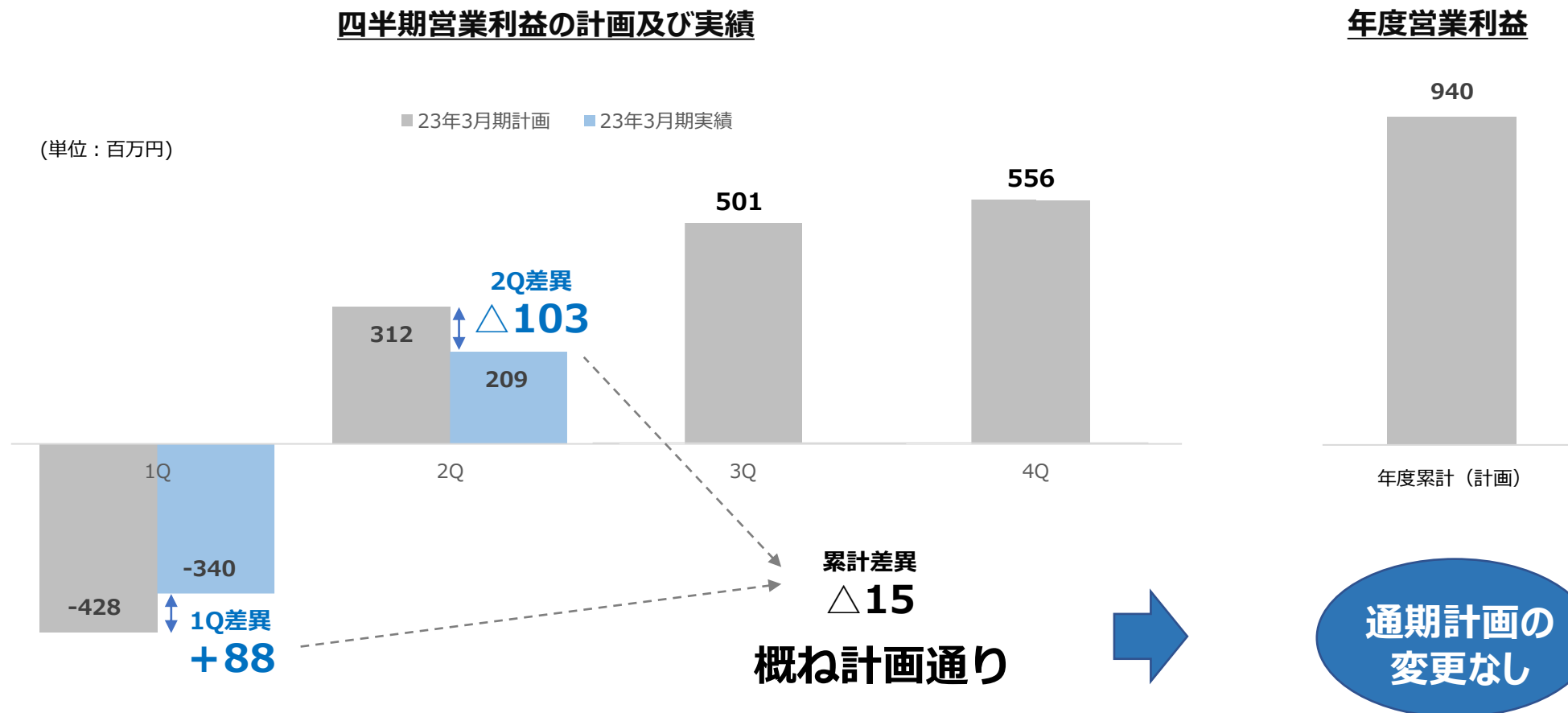
- 通期計画に対する2Qまでの進捗は、**売上・利益**ともに**概ね計画通り**
- 部門別では直販好調の一方、TV通販は大型オンエアが計画未達、外販は一部納品が後ズレしたことで計画を下回った

(単位:百万円)

項目	23年3月期		進捗率	
	1Q-2Q累計	通期計画		
全社売上 ( a+b+c )	3,150	6,250	50.4%	概ね計画通り
a. 直販 売上	1,646	2,635	62.5%	<b>好調</b>
b. TV通販 売上	619	1,452	42.6%	計画を下回る
c. 外販 売上	885	2,162	40.9%	計画をやや下回る
(外販 売上 + 受注残*)	1,436	2,162	66.4%	
営業利益	-130	940	-13.8%	下期偏重の計画で、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

- ・ 営業利益の計画比は、**2Q単体**で△102百万円の着地となった
- ・ 1Qに発生予定だった**コストの2Q後ズレ**、**TV通販オンエアの計画未達**、**外販納品の一部後ズレ**が要因
- ・ しかしながら、**1Q-2Q累計**では計画比△15百万円と概ね計画通りであり、**通期計画の変更なし**



全社業績

## 1. 2023年3月期 第2四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,626百万円（前年同期比 130%）
- 営業利益 209百万円（前年同期比 98%）
- 引き続き好調な直販事業が業績を牽引

成長  
セグメント

## 2. 直販顧客獲得は好調を維持し、2四半期連続で**過去最高の獲得数**

- 2Q単体及び上期累計で過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も底堅く推移
- 他主要指標である顧客獲得コストも引き続き抑制できており、前年同期比で良化
- 美白商品は検証フェーズを終え、翌期に向けた改善策を検討

その他  
トピック

## 3. 下期事業環境は予断を許さないが、**株主還元は今後も積極的に実行**

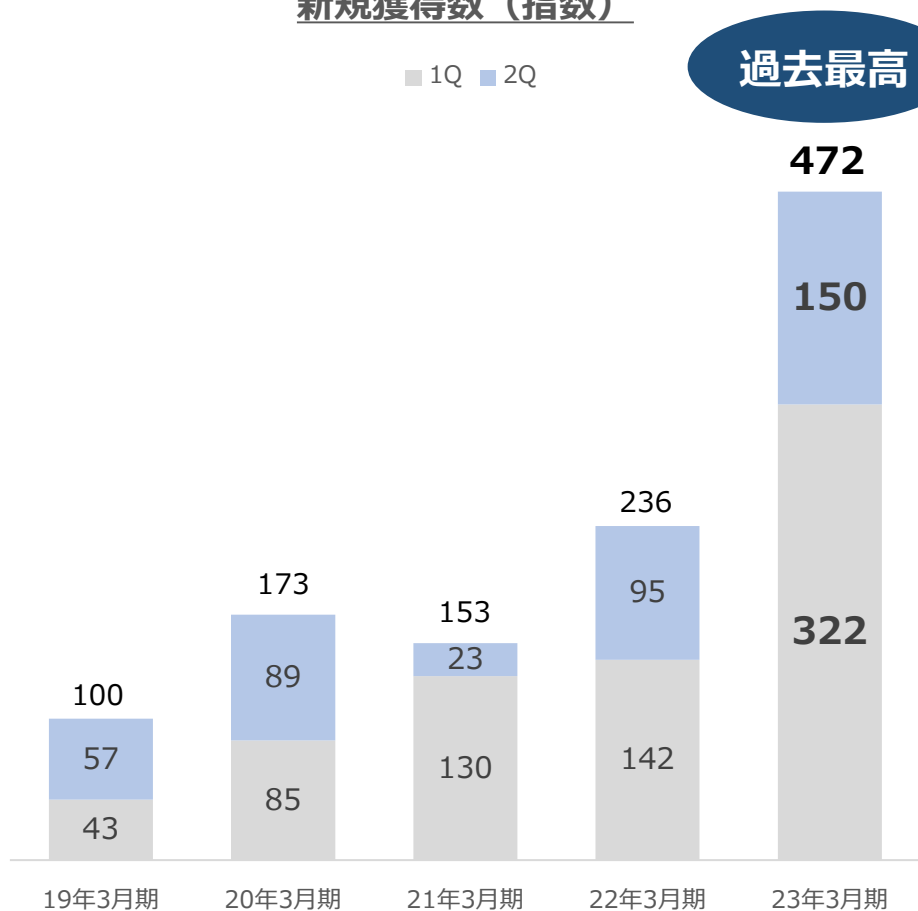
- TV通販事業と外販OEM事業の下期事業環境は懸念事項が多く予断を許さない状況
- CBC社との協業については初動段階であり、新たな海外展開の可能性を模索中
- 当上期において積極的な株主還元を実行、引き続き資本効率の改善を目指す

- 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**を記録
- 定期会員数は前年同期比で+59.9%で着地、TVCMを放映した1Qからはやや減少も、**底堅く推移**

新規獲得数（指数）\*

■ 1Q ■ 2Q

過去最高



\*指数：19年3月期上期の新規顧客獲得数を100とした時の相対値

定期会員数

(単位：人)

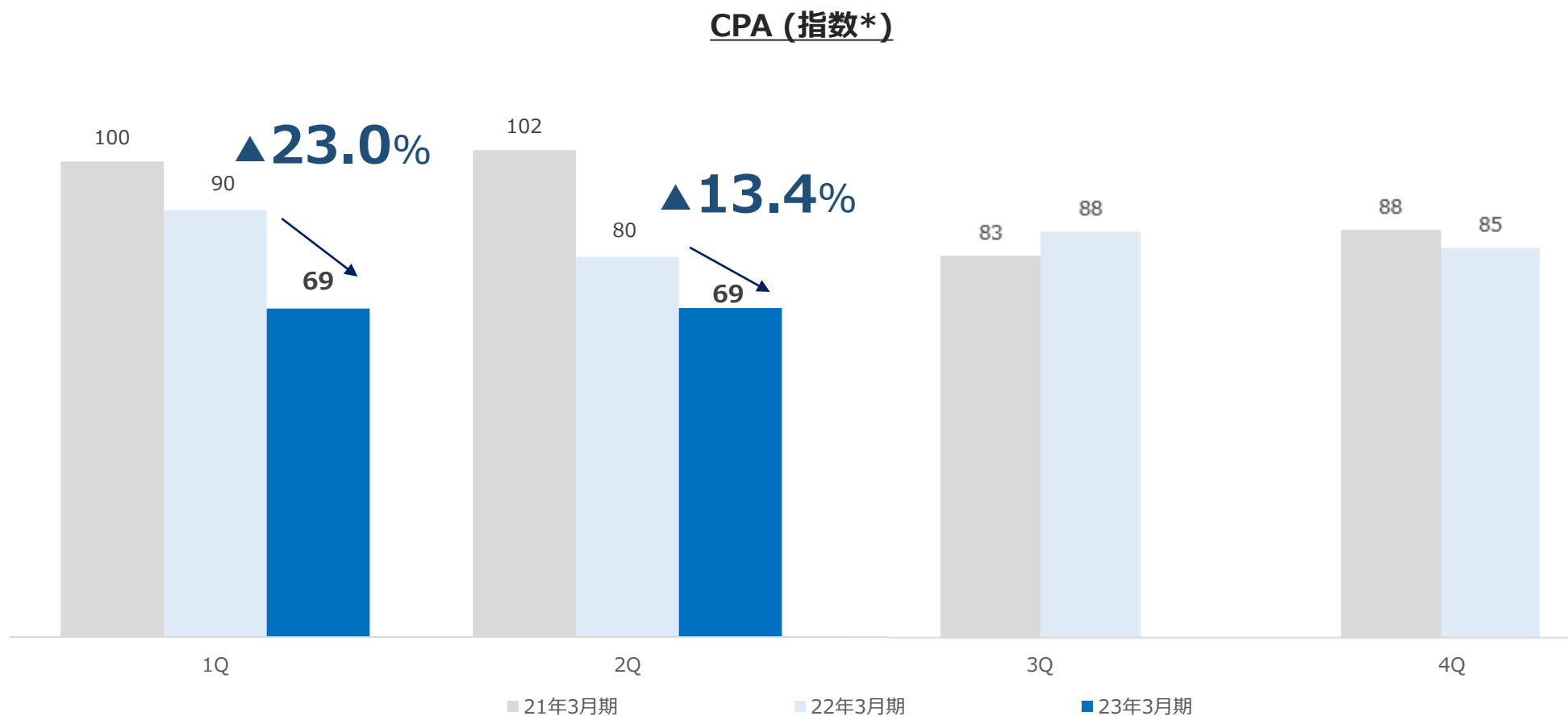
Y on Y 成長率

+59.9%





- 1Qに引き続き、2Qにおいても前年同期比で**一人あたり顧客獲得費用 (= CPA) を抑制**
- 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

- **美白スキンケア商品**は、検証実施フェーズを終えて**一定の成果を獲得**
- 下期は季節性を考慮しアンチエイジングに注力、美白商品は**来期の本販売に向けた改善策**を準備

2Qで実施した施策

- 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

• 新規獲得数（指数\*）

	アンチエイジング		美白	
1Q	100	VS	0.5	➡ 拡大
2Q	100	VS	10.2	

• CPA（指数\*）

	アンチエイジング		美白	
1Q	100	VS	180	➡ 改善
2Q	100	VS	153	

依然として採算性に課題あり、来期に向けて改善策検討

\*新規獲得数(指数)：アンチエイジングの各四半期の新規獲得数を100とした時の相対値

\*CPA(指数)：アンチエイジングの各四半期末時点の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2四半期の業績進捗は、概ね計画通り

- 売上高 1,626百万円（前年同期比 130%）
- 営業利益 209百万円（前年同期比 98%）
- 引き続き好調な直販事業が業績を牽引

成長  
セグメント

## 2. 直販顧客獲得は好調を維持し、2四半期連続で過去最高の獲得数

- 2Q単体及び上期累計で過去最高の獲得数を記録し、定期会員数も底堅く推移
- 他主要指標である顧客獲得コストも引き続き抑制できており、前年同期比で良化
- 美白商品は検証フェーズを終え、翌期に向けた改善策を検討

その他  
トピック

## 3. 下期事業環境は予断を許さないが、株主還元は今後も積極的に実行

- TV通販事業と外販OEM事業の下期事業環境は懸念事項が多く予断を許さない状況
- CBC社との協業については初動段階であり、新たな海外展開の可能性を模索中
- 当上期において積極的な株主還元を実行、引き続き資本効率の改善を目指す

- **TV通販事業**については**個人消費動向**や**他の大型番組動向**が下期の成否のカギを握る
- **外販OEM事業**についてはOEM先企業が10月下旬から展開中の**新プロモーション**の反響が下期に影響

### TV通販事業の上期振り返りと下期展望

### 外販OEM事業の上期振り返りと下期展望

上期  
振り返り

#### TV通販において高額商品が敬遠され、予算未達

- 物価上昇を背景に節約志向加速
- 旅行や外食への支出割合増



#### ほぼ想定通りに進捗したものの、懸念事項も検出

- 製造委託工場での従業員の採用難から納期遅延が発生
- OEM提供先のアイテム数拡大に伴う納品時期ズレが発生



下期  
展望

#### 売上回復に向けた施策を検討中も、先行きは不透明

- 節約志向は継続見込み
- GoToトラベルによる旅行、外食への支出増
- サッカーW杯開催による当社OA視聴者減少



#### 上期に検出された懸念事項の状況が下期のカギを握る

- 上期末時点の既受注額は年度計画比約66%
- OEM先の10月から始まった大物タレント2名による新プロモーションの効果は計画に織り込み済み
- 残り約34%の計画残は4Q後半に出荷予定



- 8月15日付で**CBC社が当社株式を約10%追加取得**し、当社との関係性を強化
- CBC社と協業し、同社の持つ強みを活用することで、**営業拡大の可能性**を模索中

### CBC社との関係性強化により期待される効果

CBC社の強み・特徴	期待される効果
<ul style="list-style-type: none"><li>全世界40カ所以上のネットワークを保有</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ ネットワークの活用により海外展開を加速</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>商社とメーカーの両機能で顧客ニーズに合わせた原料を提供</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 既存商品の品質向上及び新商品開発の加速化</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>大株主の立場から当社の企業価値向上を支援</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 安定株主と実需により、株価の安定と経営基盤を強化</li></ul>

### 現在の協業状況

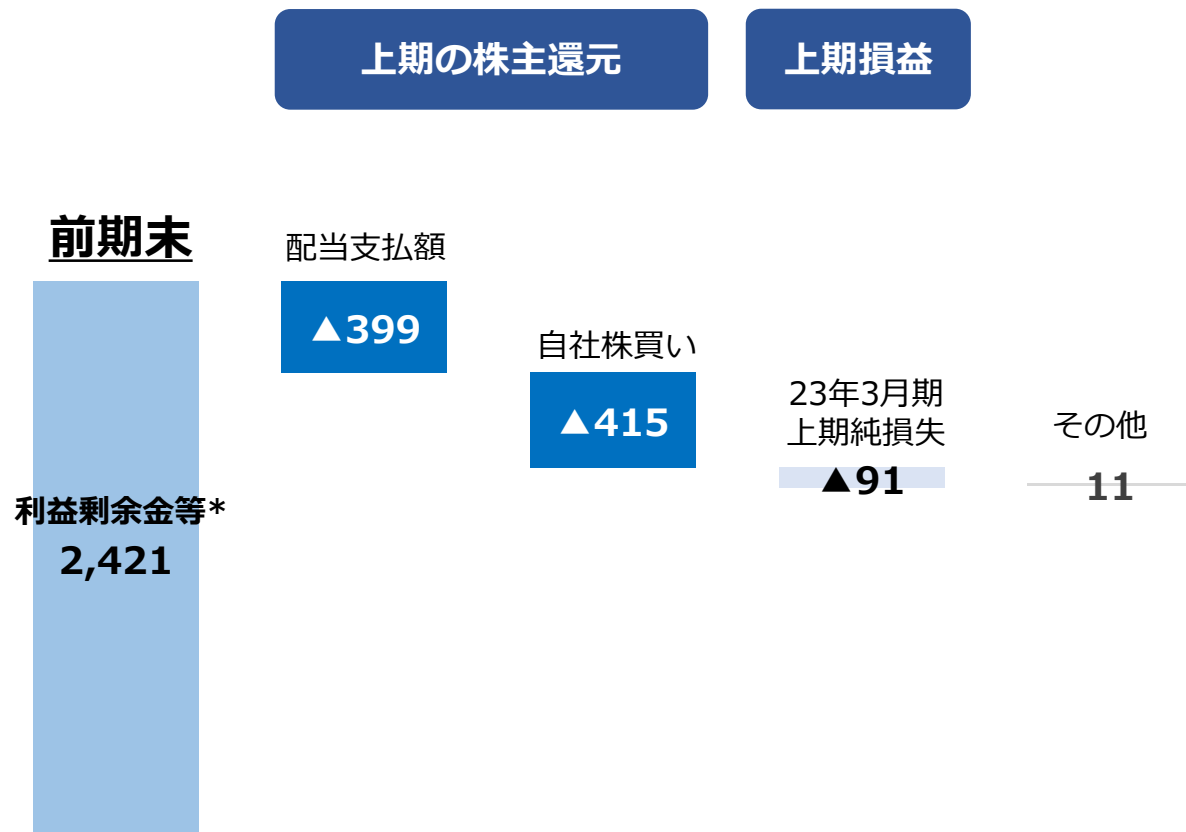


既に進出している中華圏に加え、  
**欧米を中心とした海外展開の可能性**を模索中

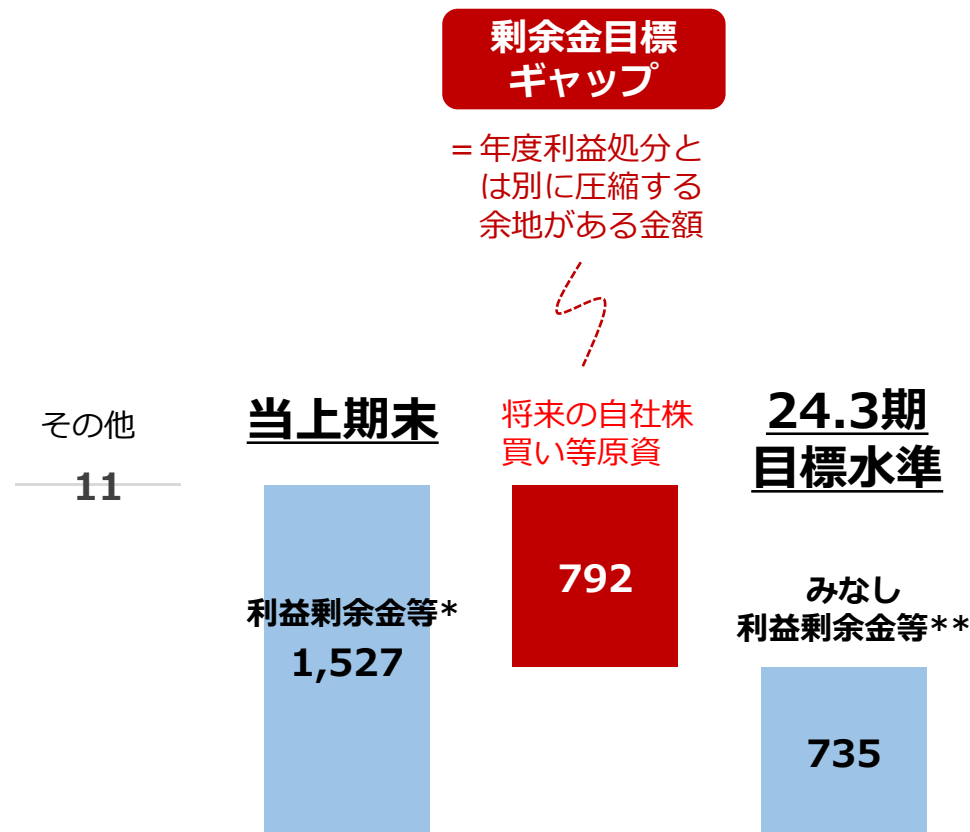
現時点では初動の段階であり  
当期業績への影響なし

- 23.3期上期は**自己株式取得等**による**積極的な株主還元**を実行
- バランスシートのスリム化、および、資金調達の適正化で**剰余金水準の適正化を継続的に取り組む**

上期の資本推移



将来の株主還元余地



\* 利益剰余金等：繰越利益剰余金から自己株式の帳簿価額を控除した数値

\*\* みなし利益剰余金等：“利益剰余金等”から翌期中に予定している配当額を控除した数値

## Appendix

- 直販の定期会員基盤が拡大し増収も、新規顧客獲得増に伴う販促費や物流費も連動して増加

(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	1,246	1,626	379	130%	2,464	3,150	686	128%
売上原価	432	561	128	130%	878	1,069	191	122%
売上総利益	813	1,064	250	131%	1,586	2,081	494	131%
販売費及び一般管理費	599	854	255	143%	1,370	2,211	841	161%
人件費	102	103	0	100%	198	206	8	104%
販促費	283	452	169	160%	735	1,388	652	189%
物流費	106	170	63	160%	214	355	140	165%
営業利益	213	209	-4	98%	216	-130	-347	-
経常利益	213	207	-5	97%	217	-130	-348	-
当期純利益	149	143	-5	96%	151	-91	-243	-
1株当たり当期純利益 (円)	14.8	14.7	-0.1	99%	15.1	-9.3	-24.4	-



- 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9月末	差異	増減率
流動資産	3,170	2,808	-362	88.6%
現金及び預金	1,175	573	-602	48.8%
固定資産	192	226	33	117.2%
総資産	3,363	3,034	-329	90.2%
負債合計	675	1,222	546	180.9%
流動負債	642	1,185	542	184.4%
固定負債	32	36	3	111.7%
純資産（株主資本）	2,688	1,812	-875	67.4%
流動比率	493.2%	236.9%	-256.3pt	-
自己資本比率	79.9%	59.7%	-20.2pt	-

- 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"><li>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。</li></ul>
調達コスト	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
顧客増に伴う 広告費の拡大	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
インフラの キャパシティ	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
株価変動と 自社株買い	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>

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