

2023年 3月期
通期決算 説明資料

2023年 5月

株式会社アルマード

23年3月期
財務実績

1. 2023年3月期は、前期比で**増収増益**の着地

- 売上高は上場後2期連続で2桁成長を達成、TVCM放映により直販の成長速度が加速
- 各費用面もコストコントロールが効いており、労働生産性も高い水準を維持
- 総資産回転率の改善及び他人資本の有効活用により、資本効率が向上

成長
セグメント

2. 直販顧客獲得は**過去最高数**を達成、**CPAも大きく改善**

- TVCM効果もあり年間の新規獲得数は大幅増加、定期会員数も前期比で順調に成長
- 顧客獲得コスト（=CPA）の大幅抑制に成功、より強固な収益体質に

24年3月期
業績予想

3. 広告戦略等の成長投資を継続しつつ、売上・利益ともに**2桁成長を計画**

- 中計達成に向けた先行投資を行いつつ、直販と外販で成長を図る計画
- 例年同様、利益計画は下期偏重を予定
- バランスシートマネジメントは継続実行、高配当を維持しつつ自社株買いを展開予定

23年3月期
財務実績

成長
セグメント

24年3月期
業績予想

1. 2023年3月期は、前期比で**増収増益**の着地

- 売上高は上場後2期連続で2桁成長を達成、TVCM放映により直販の成長速度が加速
- 各費用面もコストコントロールが効いており、労働生産性も高い水準を維持
- 総資産回転率の改善及び他人資本の有効活用により、資本効率が向上

2. 直販顧客獲得は**過去最高数**を達成、**CPAも大きく改善**

- TVCM効果もあり年間の新規獲得数は大幅増加、定期会員数も前期比で順調に成長
- 顧客獲得コスト（=CPA）の大幅抑制に成功、より強固な収益体質に

3. 広告戦略等の成長投資を継続しつつ、売上・利益ともに**2桁成長を計画**

- 中計達成に向けた先行投資を行いつつ、直販と外販で成長を図る計画
- 例年同様、利益計画は下期偏重を予定
- バランスシートマネジメントは継続実行、高配当を維持しつつ自社株買いを展開予定

- 売上、利益ともに、**修正した計画を上回る数値**を達成
- 前期比でも**増収増益**（当期純利益ベース）の着地となり、事業規模を拡大させることができた

(単位:百万円)

項目	1Q-4Q累計			増減	
	前期	修正計画	実績	前期比	修正計画比
売上高	5,365	6,500	6,528	+21.7%	+0.4%
売上総利益	3,321	4,300	4,350	+31.0%	+1.2%
販管費	2,485	3,497	3,518	+41.6%	+0.6%
営業利益	835	803	831	-0.5%	+3.5%
当期利益（税後）	582	560	585	+0.5%	+4.5%

(単位:円)

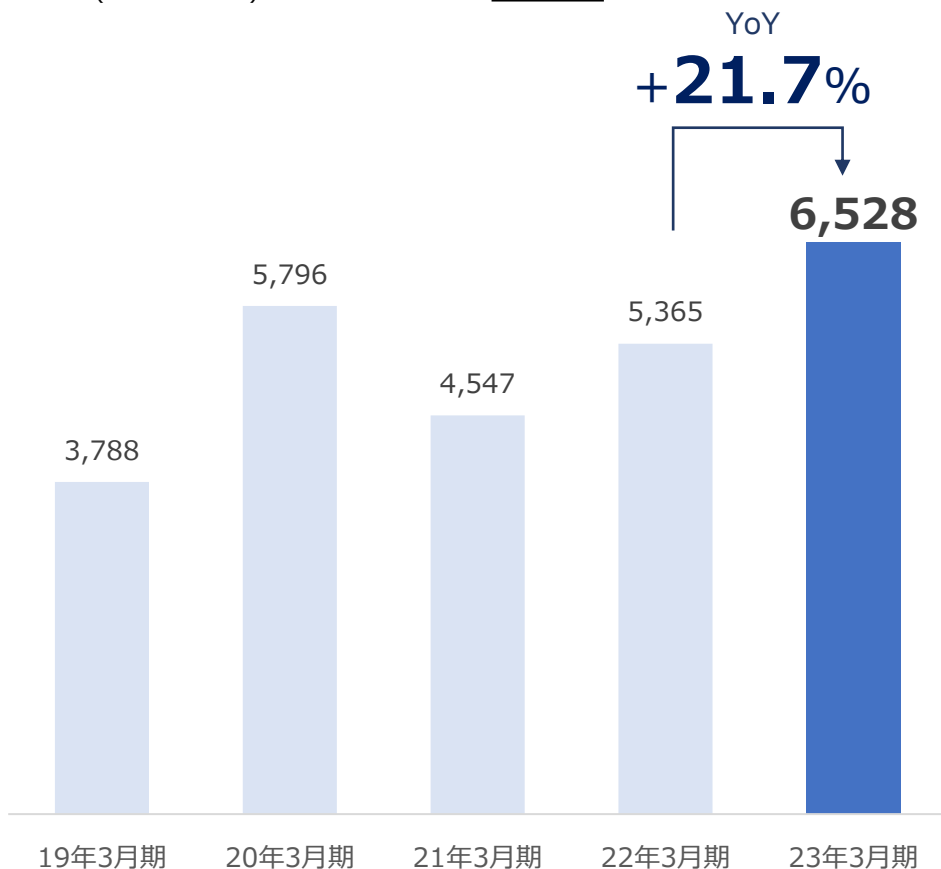
EPS	57.8	57.7	60.3	+4.3%	+4.5%
-----	------	------	-------------	-------	-------

財務実績：売上高および経常利益の状況

- 売上高は、前期比+21.7%成長となり、**上場後2期連続で2桁成長**を達成
- 経常利益は、直販事業拡大により販管費が大きくなったものの、**前期を上回る数値**を確保

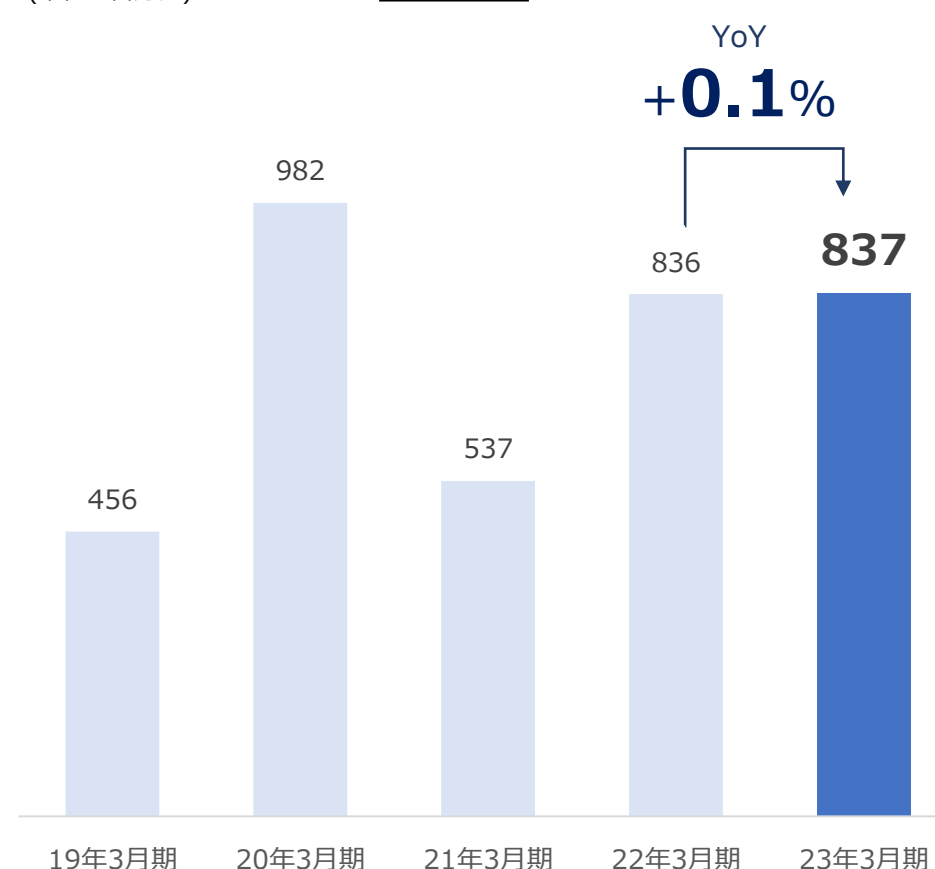
(単位：百万円)

売上高

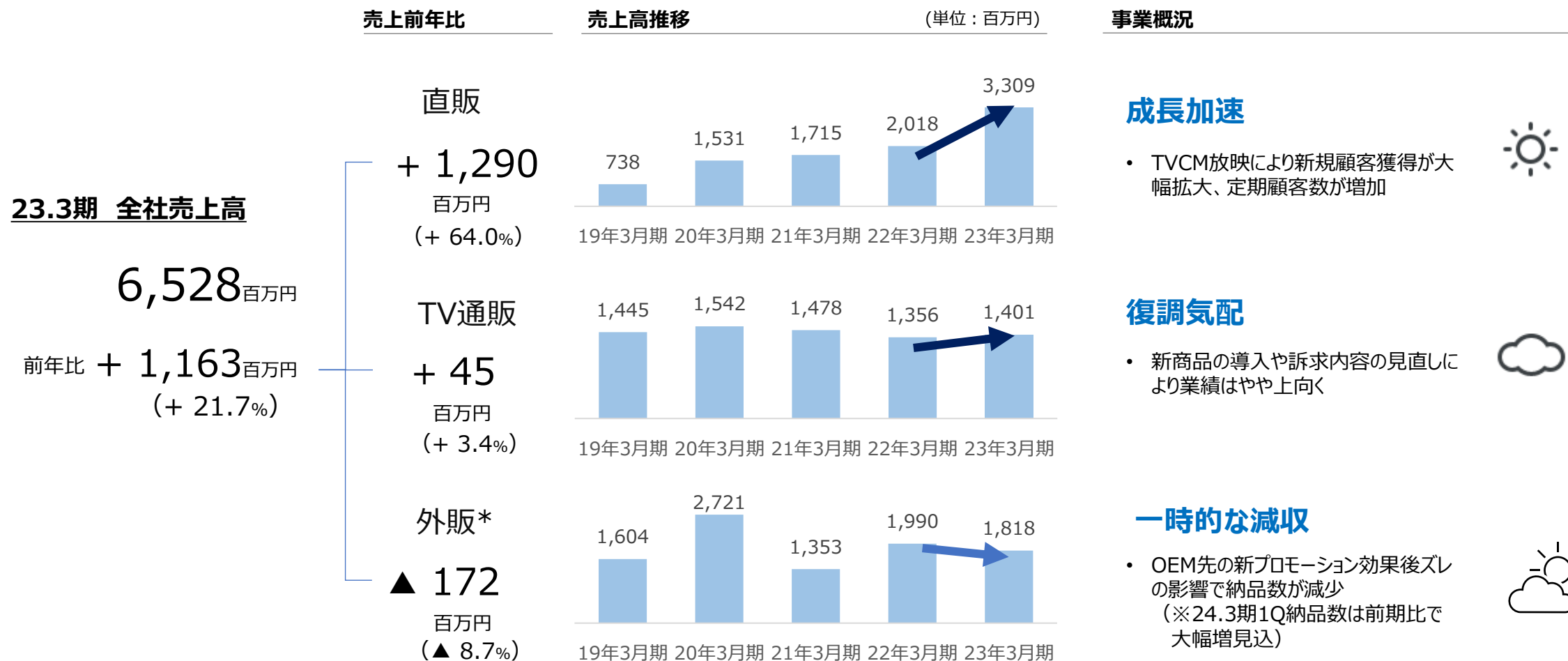


(単位：百万円)

経常利益

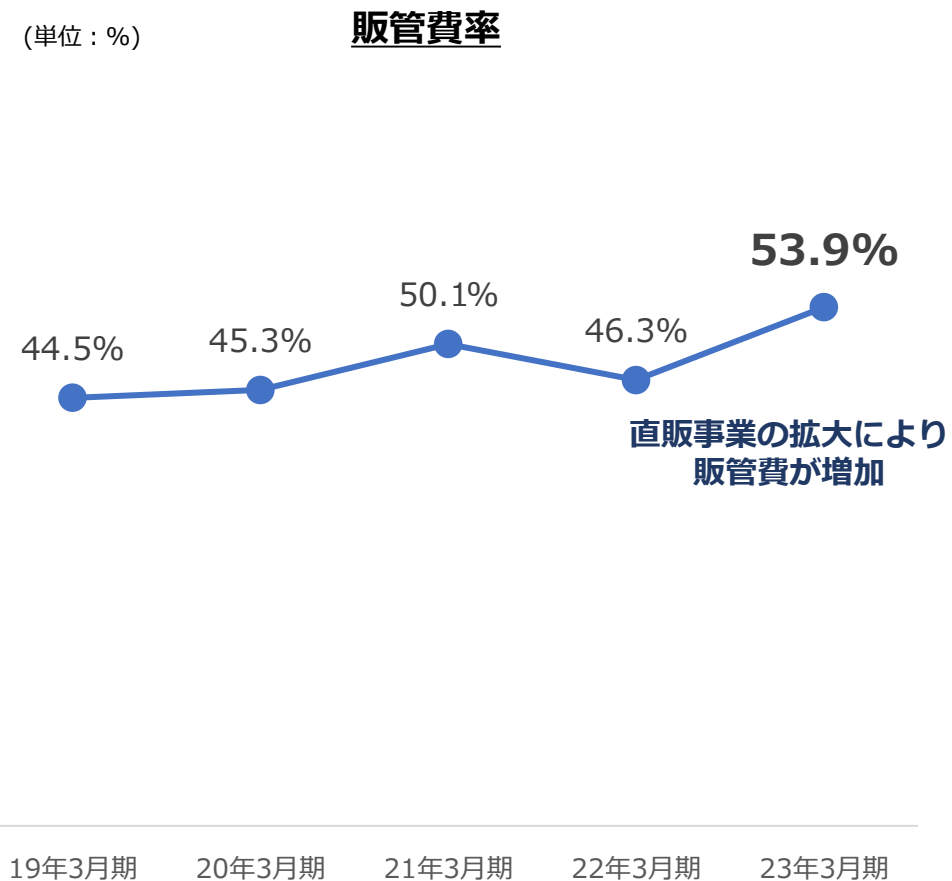
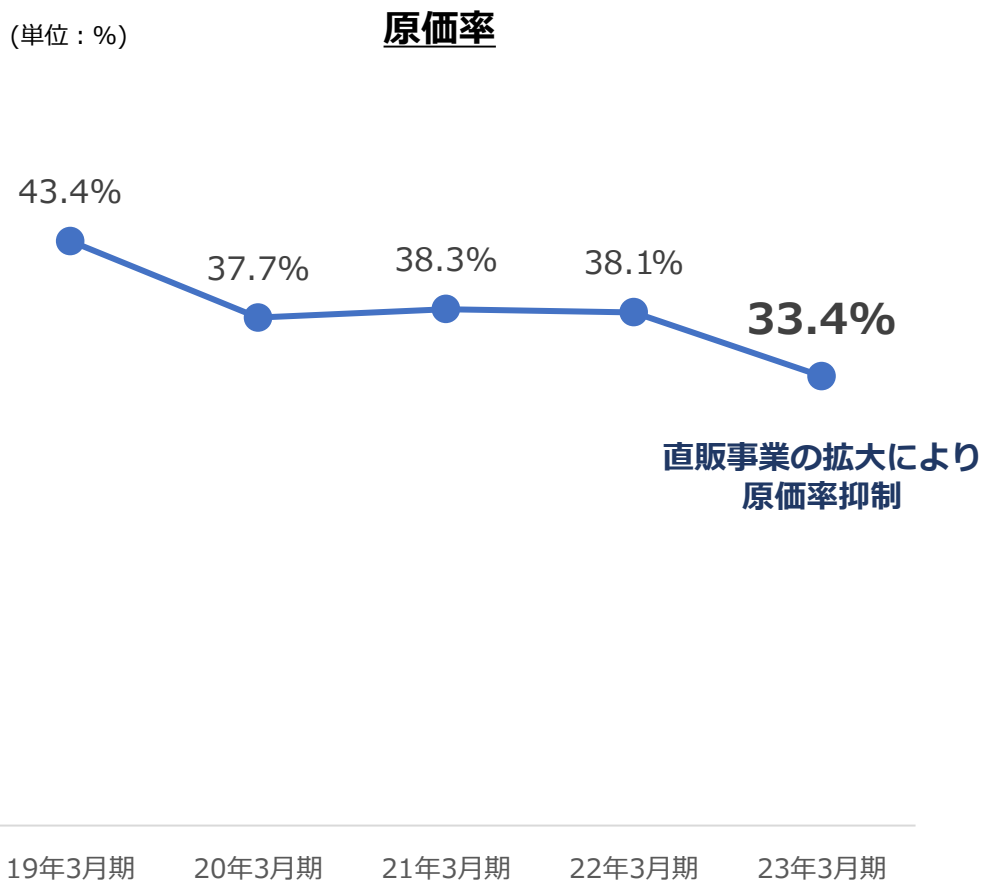


- TVCM放映により**直販の成長速度が更に加速**、外販は前期比で減収も、24年3月期の受注に明るい兆し



* 外販：海外事業の売上高を含む

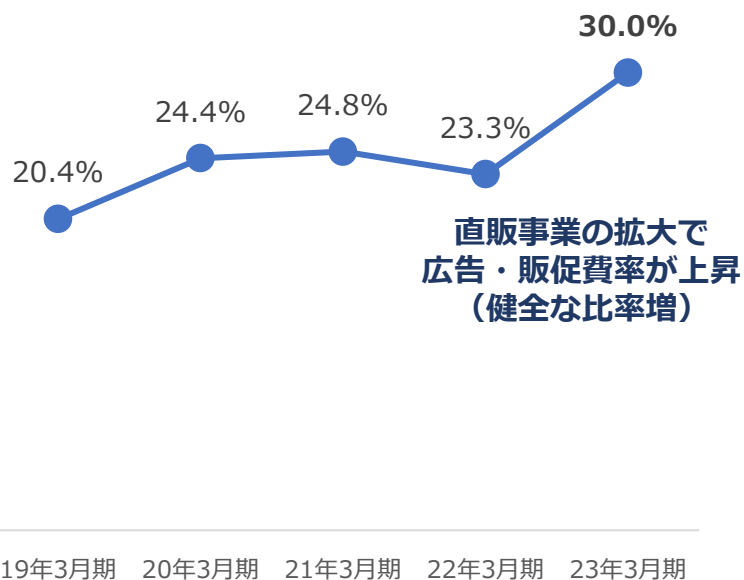
- **売上原価**は、原価率の低い**直販事業の拡大**により前期比で**抑制**
- 一方で直販事業は広告費等の販管費率が高いため、**販管費**は前期比で**増加**



- 販管費の支出額TOP3は、①広告・販促費、②物流費、③人件費であり、この3つで販管費全体の85%超を占める
- いずれの費目も、**コストコントロール**されており、概ね計画通りに着地

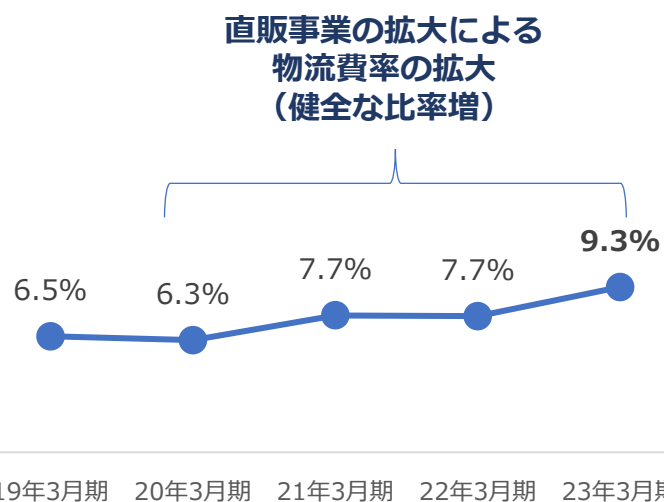
① 広告・販促費率

(単位：%) 販管費の**55.7%**を構成*



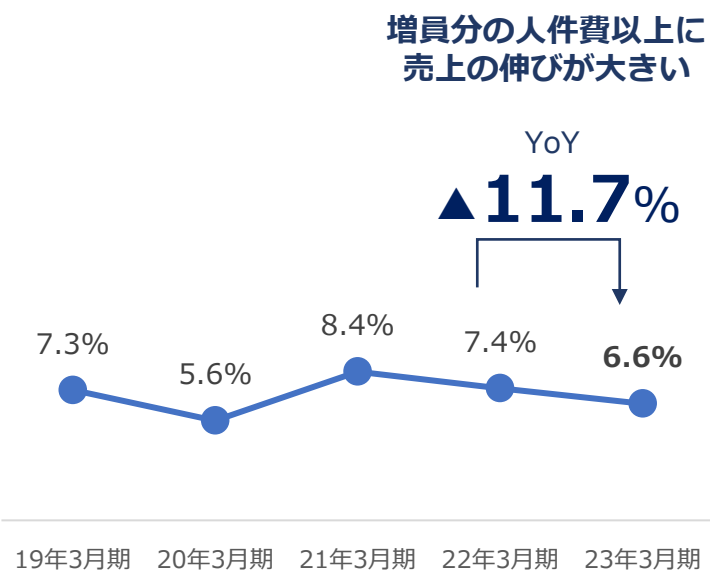
② 物流費率

(単位：%) 販管費の**17.2%**を構成*



③ 人件費率

(単位：%) 販管費の**12.2%**を構成*

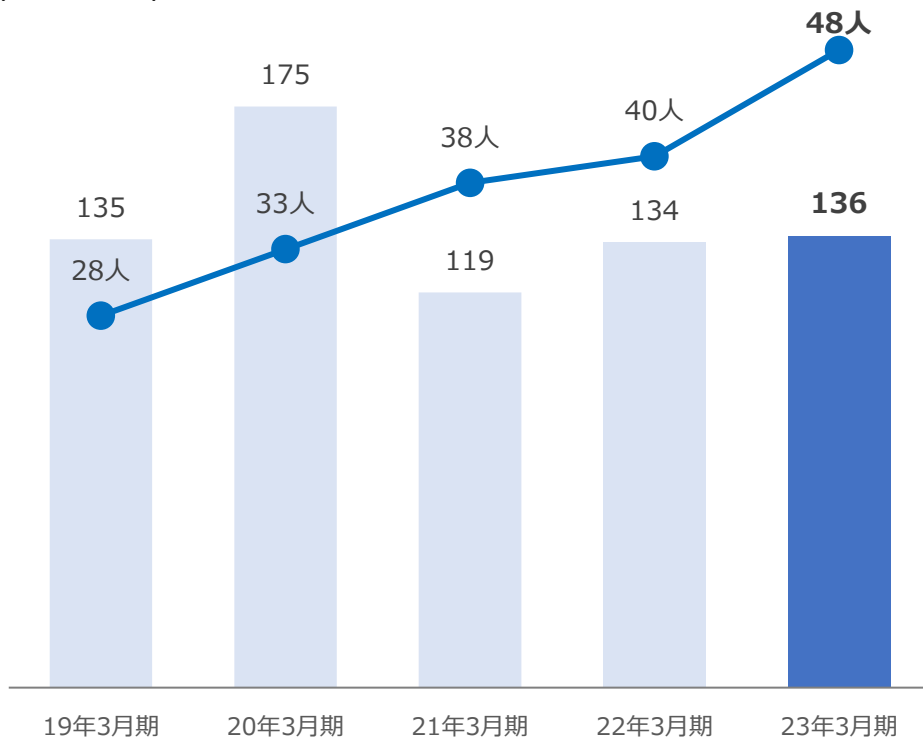


*販管費の総額を100%としたときの各費目の割合を示している

- 直販を中心に人員を拡充しながら、**一人あたり売上高**は**1.3億円を超える水準**を維持
- 従来の化粧品会社と比べて極めて生産性が高く、**高効率な事業運営**を行っている

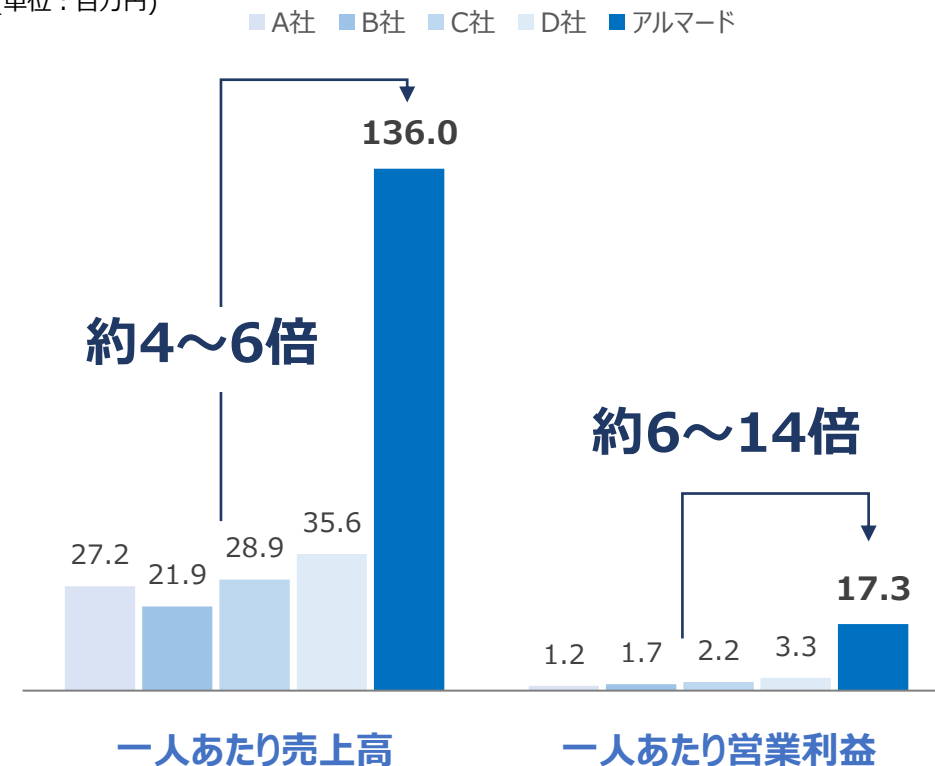
人員数と生産性

(単位：百万円)



大手化粧品会社との生産性比較

(単位：百万円)

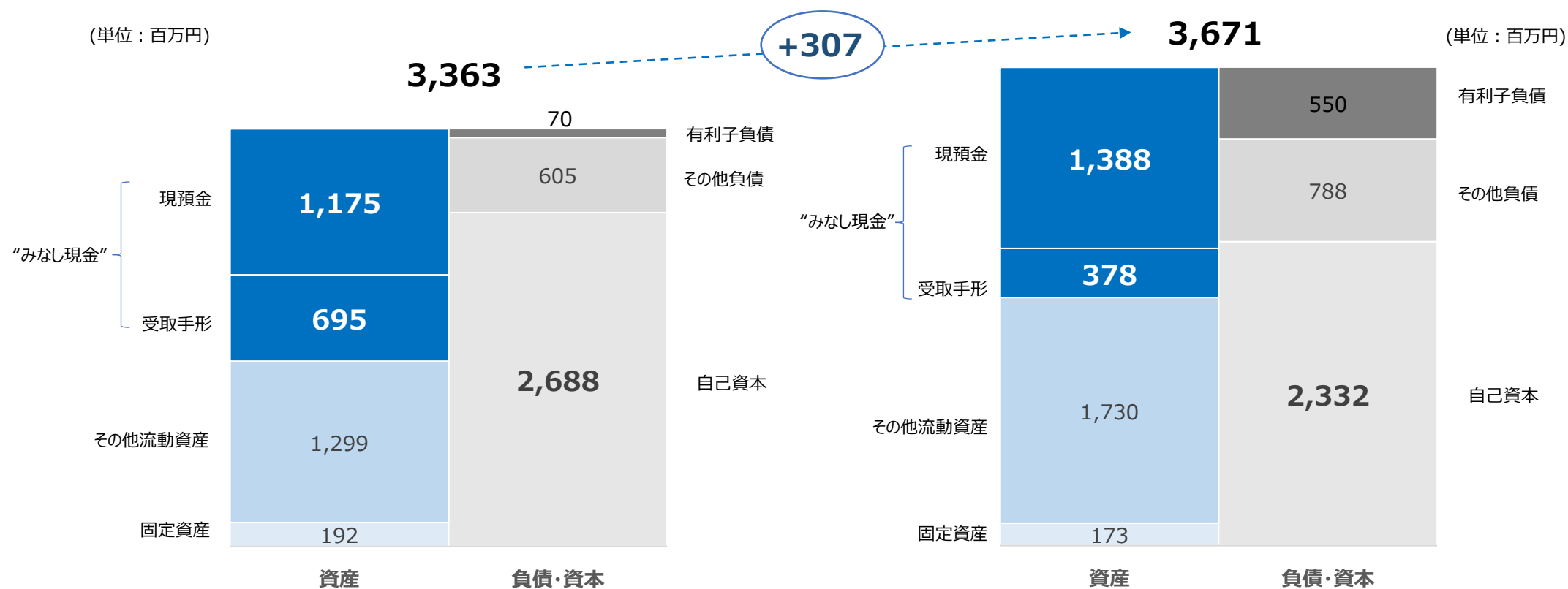


* 従業員数：役員と派遣社員は除いて算出

- 総資産の増加率を売上増加率以下に抑制し、**資本効率を改善**
- 最適資本構成の実現を目指し**有利子負債が増加**、積極的株主還元施策により**自己資本が計画通り減少**

22年3月末 バランスシート

23年3月末 バランスシート



23年3月期
財務実績

成長
セグメント

24年3月期
業績予想

1. 2023年3月期は、前期比で**増収増益**の着地

- 売上高は上場後2期連続で2桁成長を達成、TVCM放映により直販の成長速度が加速
- 各費用面もコストコントロールが効いており、労働生産性も高い水準を維持
- 総資産回転率の改善及び他人資本の有効活用により、資本効率が向上

2. 直販顧客獲得は**過去最高数**を達成、**CPAも大きく改善**

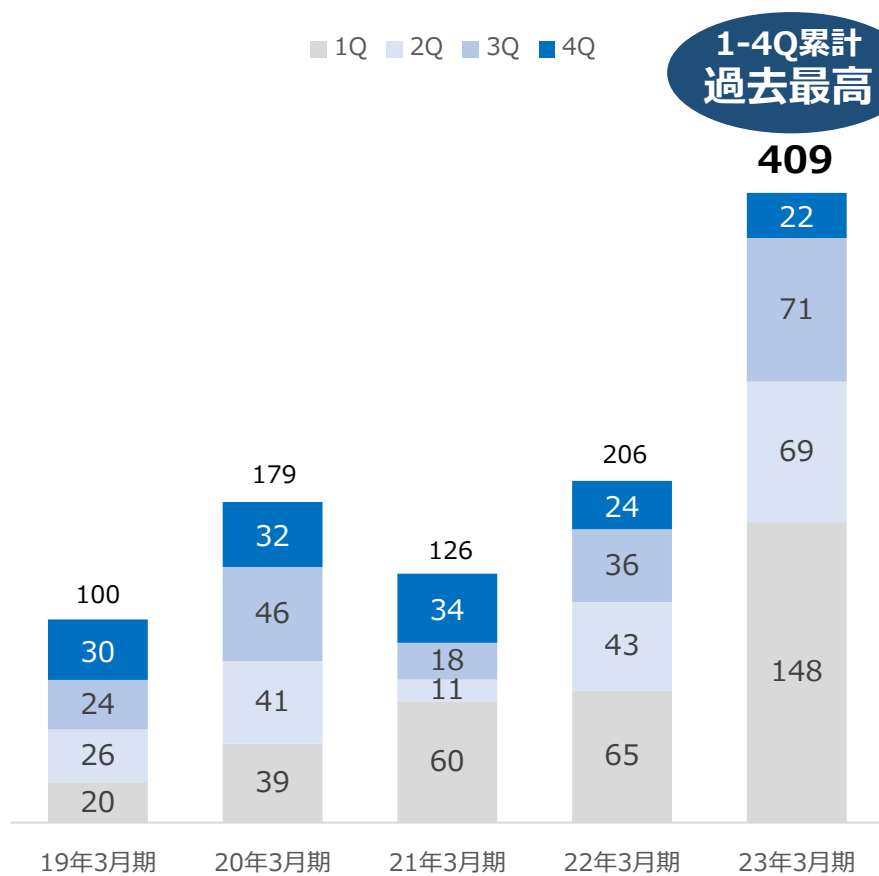
- TVCM効果もあり年間の新規獲得数は大幅増加、定期会員数も前期比で順調に成長
- 顧客獲得コスト（=CPA）の大幅抑制に成功、より強固な収益体質に

3. 広告戦略等の成長投資を継続しつつ、売上・利益ともに**2桁成長を計画**

- 中計達成に向けた先行投資を行いつつ、直販と外販で成長を図る計画
- 例年同様、利益計画は下期偏重を予定
- バランスシートマネジメントは継続実行、高配当を維持しつつ自社株買いを展開予定

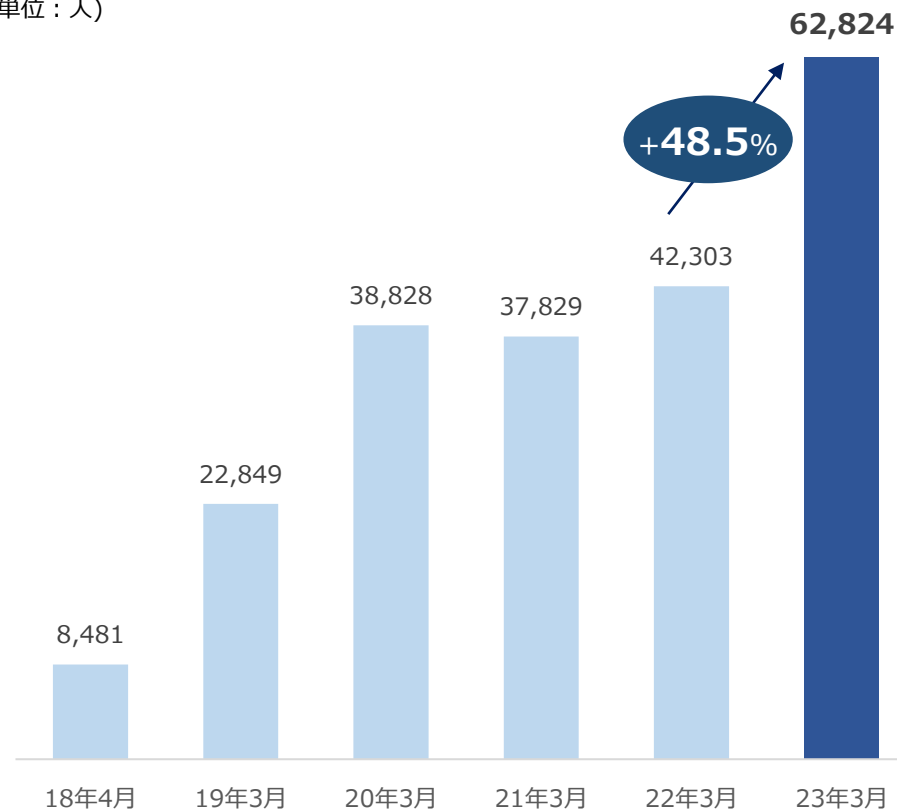
- 新規獲得数は前年比でほぼ倍増し、**過去最高を記録**
- 定期会員数は4Qの獲得抑制により3Q比減少するも、前年比+48.5%と**売上成長の土台**が強固に

新規獲得数 (指数)*



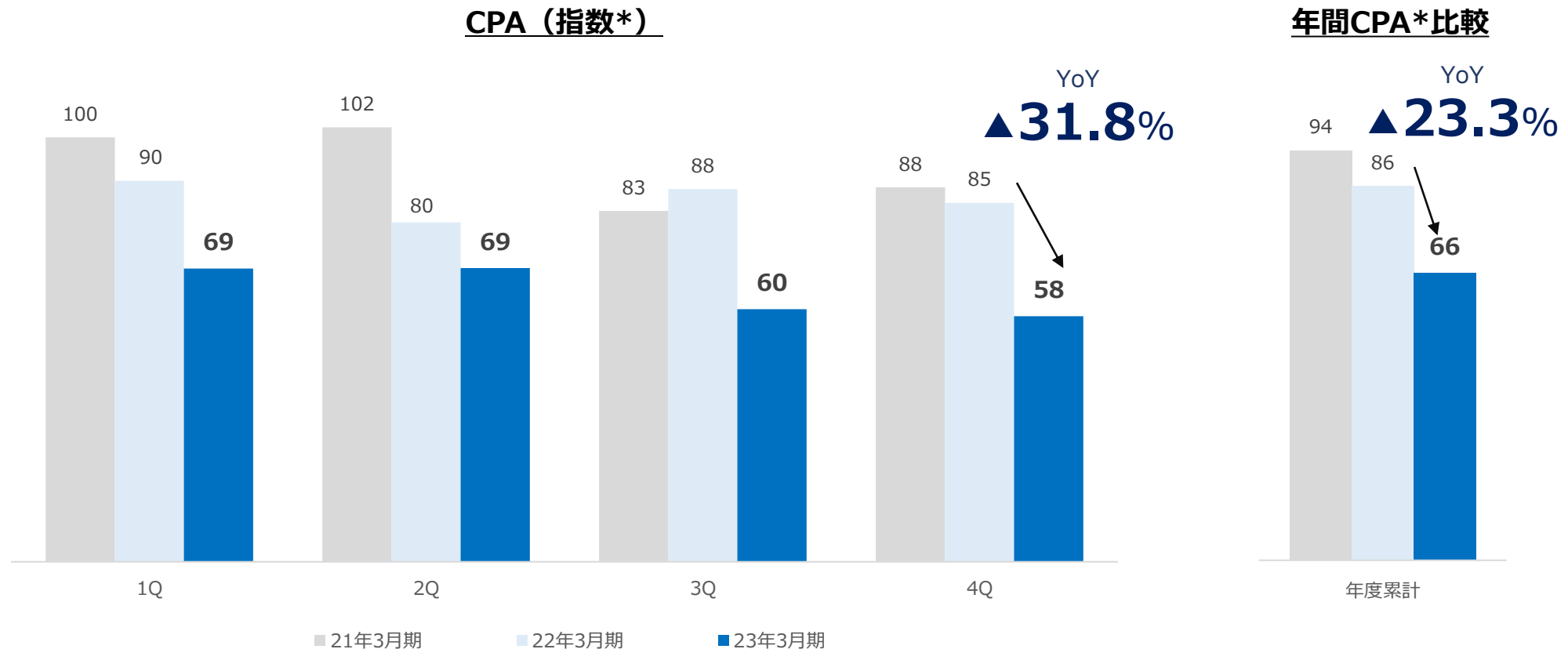
定期会員数

(単位: 人)



*指数: 19年3月期の通期新規顧客獲得人数を100とした時の相対値

- 顧客獲得効率の改善により、年度の**顧客獲得単価(=CPA)**を前年比で**23.3%削減**
- これにより、新規顧客一人当たりの期待利益が拡大し、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

23年3月期
財務実績

成長
セグメント

24年3月期
業績予想

1. 2023年3月期は、前期比で**増収増益**の着地

- 売上高は上場後2期連続で2桁成長を達成、TVCM放映により直販の成長速度が加速
- 各費用面もコストコントロールが効いており、労働生産性も高い水準を維持
- 総資産回転率の改善及び他人資本の有効活用により、資本効率が向上

2. 直販顧客獲得は**過去最高数**を達成、**CPAも大きく改善**

- TVCM効果もあり年間の新規獲得数は大幅増加、定期会員数も前期比で順調に成長
- 顧客獲得コスト（=CPA）の大幅抑制に成功、より強固な収益体質に

3. 広告戦略等の成長投資を継続しつつ、売上・利益ともに**2桁成長を計画**

- 中計達成に向けた先行投資を行いつつ、直販と外販で成長を図る計画
- 例年同様、利益計画は下期偏重を予定
- バランスシートマネジメントは継続実行、高配当を維持しつつ自社株買いを展開予定

24年3月期 業績予想 : 売上・利益の計画

△ ALMADO

- 直販事業と外販事業の拡大を中心に全社の成長を実現する
- 直販事業では新CM放映による美白商品の販売拡大、外販事業ではドラッグストア等の導入店舗拡大やOEM事業の新規取引先開拓を実行する

(単位:百万円)

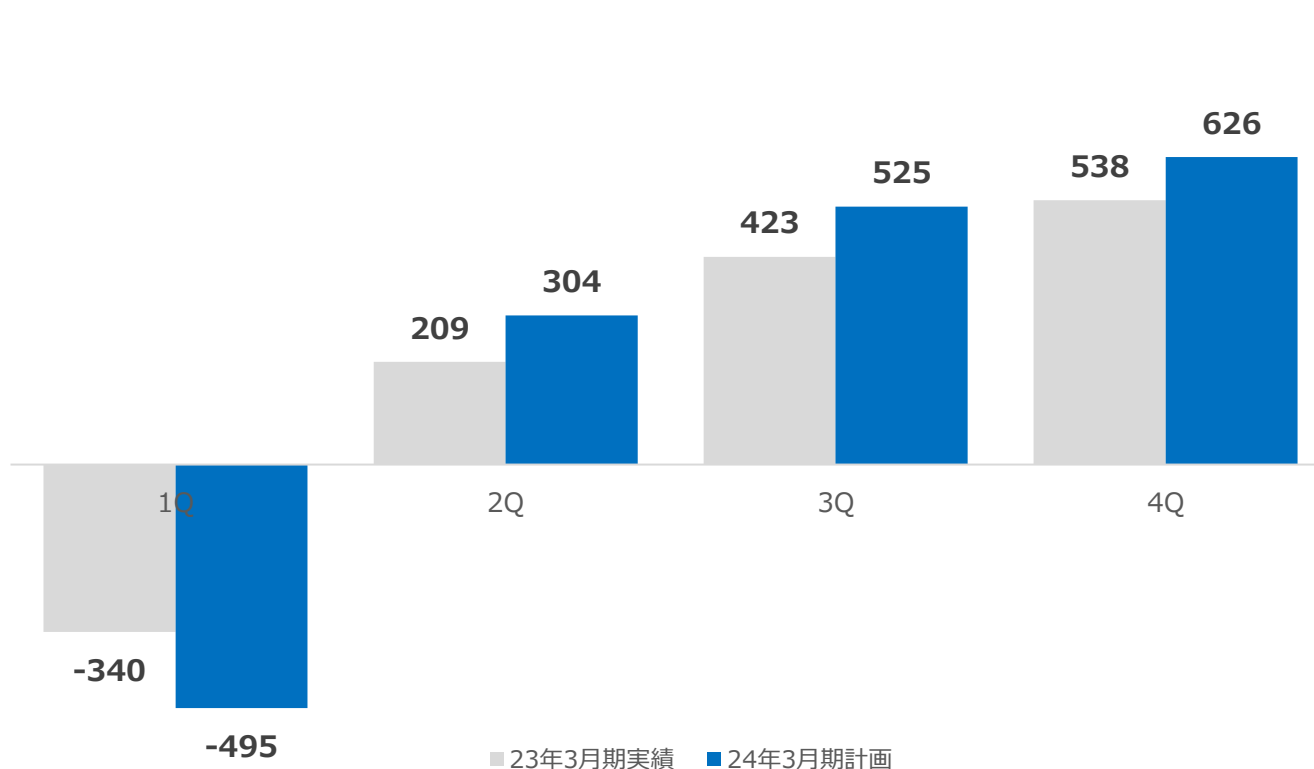
項目	23年3月期 実績	24年3月期 計画	前期比
売上高	6,528	7,800	+19.5%
直販 売上	3,309	4,300	+29.9%
外販 売上*	1,818	2,099	+15.5%
TV通販 売上	1,401	1,400	-0.1%
売上総利益	4,350	5,201	+19.6%
販管費	3,518	4,241	+20.6%
営業利益	831	960	+15.5%
当期利益 (税後)	585	646	+10.4%
(単位:円)			
EPS	60.3	67.4	+11.8%
一株あたり配当	65.0	65.0	+0.0%

*外販売上：海外売上を含む

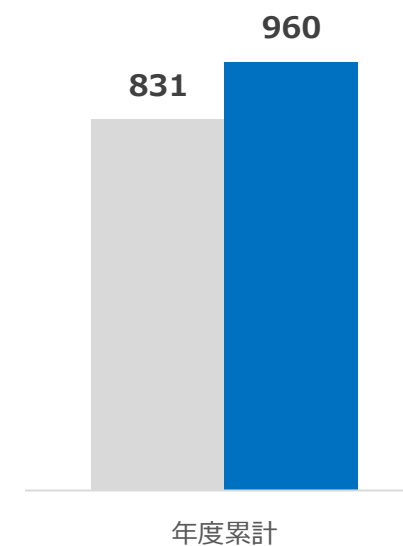
24年3月期 業績予想 : 四半期利益の計画

- 24年3月期も、TVCMの展開により **1Qに先行して広告費を投下**する計画
- これにより例年同様、**下期偏重の営業利益計上**を予定している

四半期毎の営業利益の計画

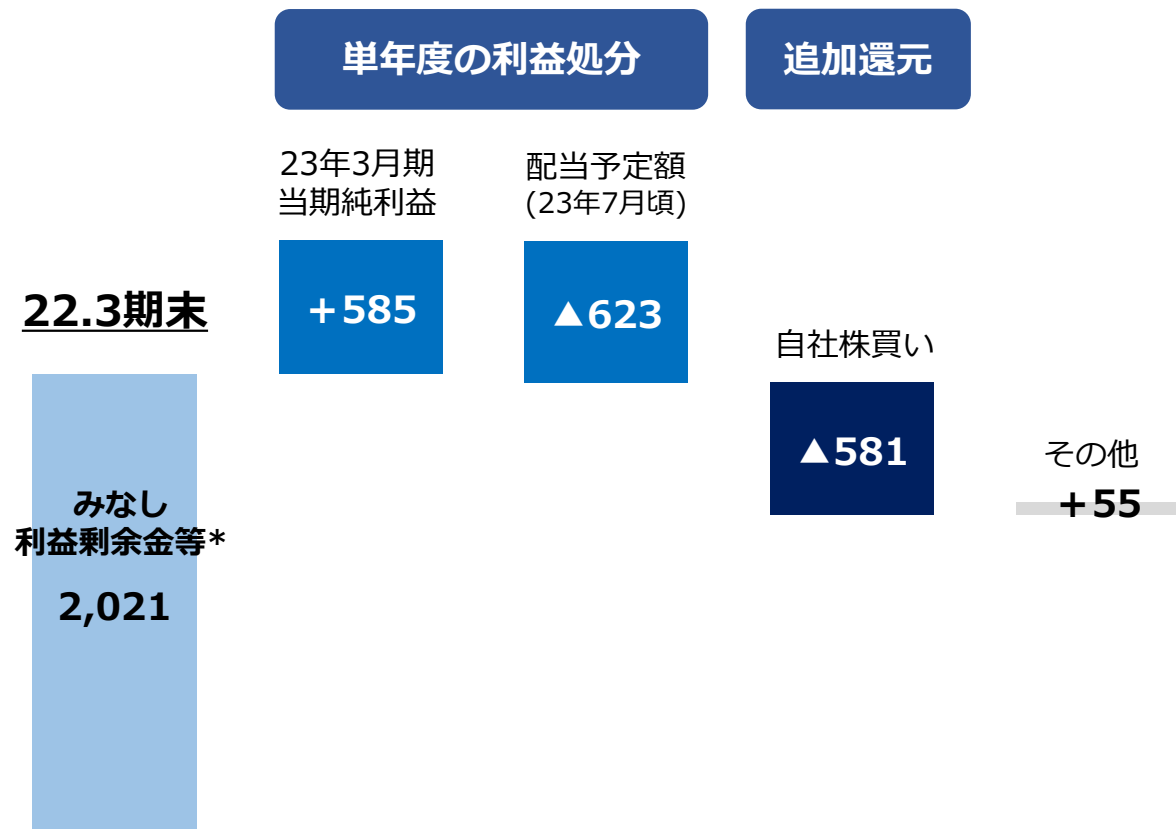


年度営業利益

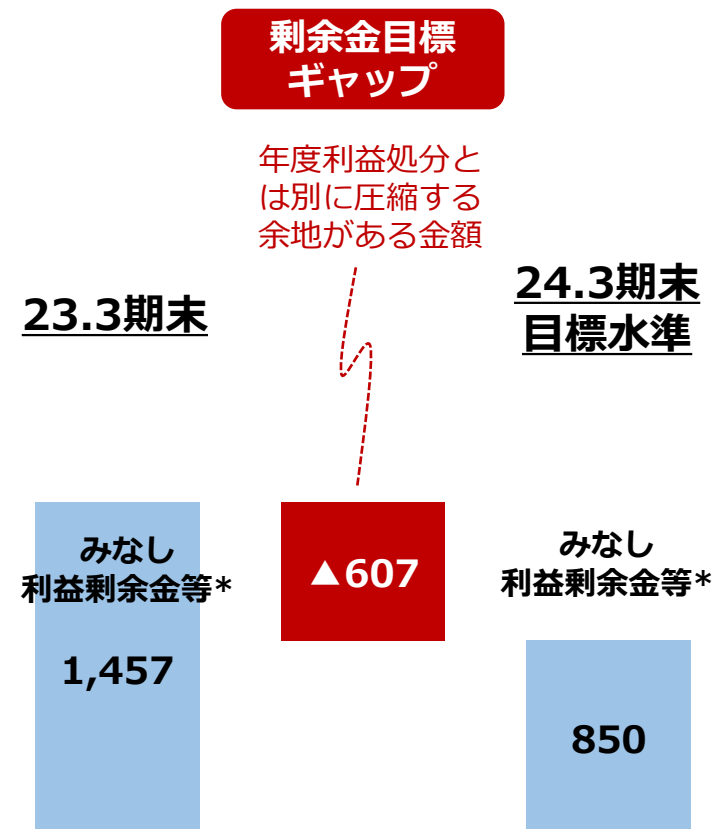


- 23.3期は計画通り、**積極的な株主還元**を**実行**
- 引き続き、バランスシートのスリム化、および、資金調達の適正化で**剰余金水準の適正化に取り組む**

今期の株主還元



将来の株主還元余地



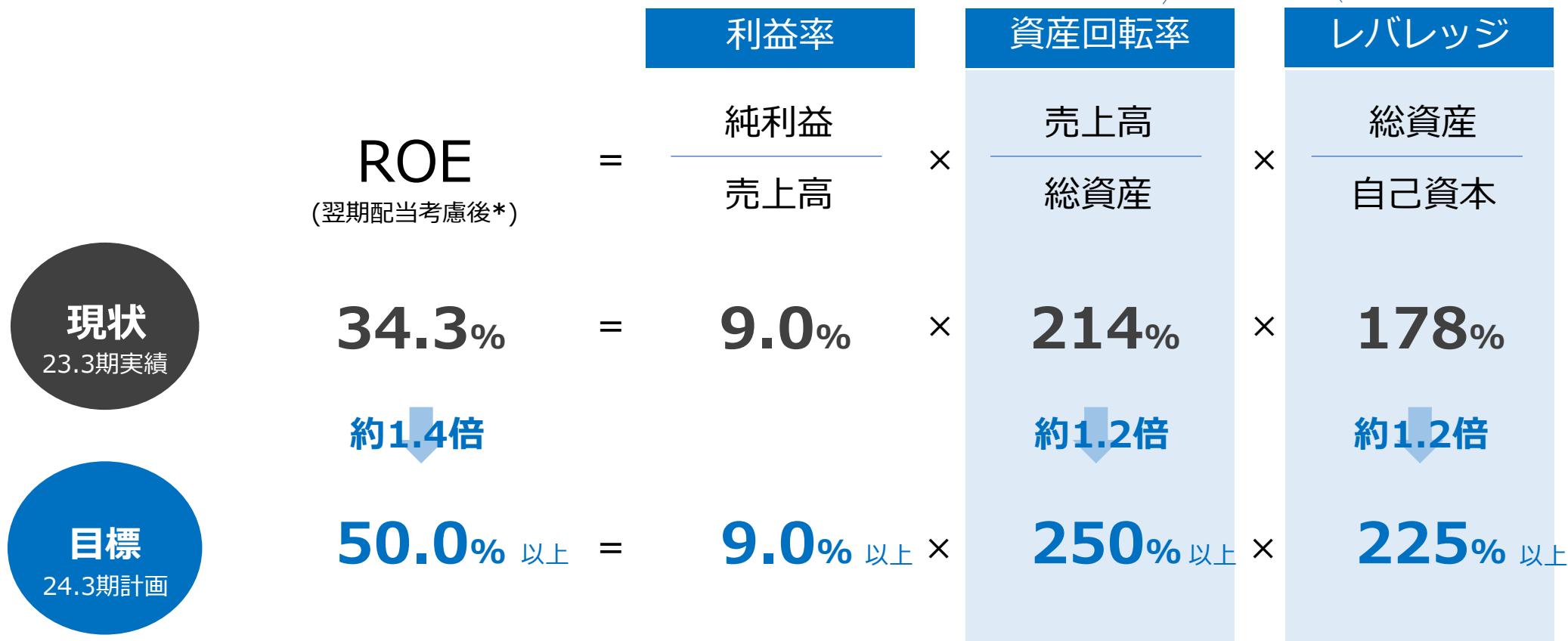
* みなし利益剰余金等：利益剰余金等**から翌期中に予定している配当額を控除した数値

** 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

- 23年3月期のROEは**34.3%**で昨年から改善が進む
- 24.3期のROE**目標値50%以上**を目安に、資産回転率、および、レバレッジ水準を改善していく

中期経営計画における財務KPI

バランスシートマネジメントにより
改善していく



* 翌期配当考慮後ROE：期末時点の総資産及び自己資本から翌期配当予定額を控除した数値を用いて算出

Appendix

- 直販の事業規模が大きく拡大し、**増収増益**の着地

(単位：百万円)

	4Q		前年同期比		1Q-4Q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	1,234	1,685	450	136%	5,365	6,528	1,163	122%
売上原価	515	613	97	119%	2,044	2,178	134	107%
売上総利益	718	1,071	353	149%	3,321	4,350	1,029	131%
販売費及び一般管理費	504	533	28	106%	2,485	3,518	1,033	142%
人件費	99	111	12	113%	398	428	29	108%
販促費	219	180	-39	82%	1,252	1,958	706	156%
物流費	90	113	23	126%	410	606	195	148%
営業利益	214	538	324	251%	835	831	-4	100%
経常利益	212	538	325	253%	836	837	0	100%
当期純利益	150	379	229	253%	582	585	3	101%
1株当たり当期純利益 (円)	14.9	39.7	24.8	266%	57.8	60.3	2.5	104%

- 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	2023年3月末	差異	増減率
流動資産	3,170	3,497	326	110.3%
現金及び預金	1,175	1,388	212	118.1%
固定資産	192	173	-19	90.0%
総資産	3,363	3,671	307	109.1%
負債合計	675	1,338	663	198.2%
流動負債	642	1,300	657	202.3%
固定負債	32	38	5	117.1%
純資産（株主資本）	2,688	2,332	-355	86.8%
流動比率	493.2%	268.9%	-224.3pt	-
自己資本比率	79.9%	63.5%	-16.4pt	-

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