

YA-MAN REPORT

ヤーマン株式会社 2022年4月期 中間報告書
2021.5.1 ▶ 2021.10.31



mysé Scalp Lift



YAMAN

TOP MESSAGE

|| トップメッセージ ||

株主の皆様には、平素より格別のご高配、ご支援を賜り厚く御礼申し上げます。
2022年4月期上半期の経営成績や今後の取り組みなどについてご報告いたします。

代表取締役社長 山崎 貴三代



上半期の事業環境と業績について

当第2四半期連結累計期間(自2021年5月1日至2021年10月31日)におけるわが国経済は、新型コロナウイルスのワクチン接種が普及し、感染症の拡大に抑制の傾向が見られ始めたことから、回復基調に転じました。

海外各国においても、国や地域によって温度差はあるものの、経済活動の再開や拡大が進みました。

しかしながら、今後の感染症再拡大への懸念を完全に払拭することはできず、先行きに対する不透明感が残ったままとなっております。

いわゆる「巣ごもり」からのシフトが進み、お客さまの消費行動が更に変化していく中、当社では、お客さまのニーズにマッチした製品ラインナップの充実や、全社的な広告宣伝活動の強化などを通じて、通販・店販・直販・海外の各販路の最適化に努めてまいりました。

店販部門が売上を回復させたことや、海外部門が引き続き好調を維持したことなどから、当第2四半期連結累計期間における売上高は20,907百万円(前年同四半期比11.6%増)、経常利益は4,110百万円(前年同四半期比4.1%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益は2,796百万円(前年同四半期比18.7%増)といずれも前年同四半期を上回り、このうち売上高と親会社株主に帰属する四半期純利益は、過去最高となりました。

特に中国国内市場においては、2015年の進出以来、中国における美容機器のリーディングカンパニーとして健全な市場形成を支援することに資金を投下し、美容機器の可能性を広げていく取り組みを続けてまいりましたが、この取り組み

が奏功すると同時に、ヤーマンブランドの認知も年々高まってきております。

中国最大のネットセールスデーである「独身の日」に向けた売上は、おおむね第2四半期に計上されますが、今年も電子美容機器部門における販売実績及び売上シェアで第1位を記録し、連続記録を6年と伸ばしました。

通期の見通しについて

第3四半期以降につきましても、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を更に積極的に行い、中期経営計画に掲げた「売上高500億円、営業利益率20%以上」の実現を図ってまいります。

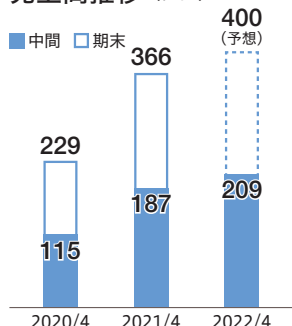
株主様への利益還元について

中間配当につきましては、当初予想どおり1株当たり2.0円とさせていただきます。

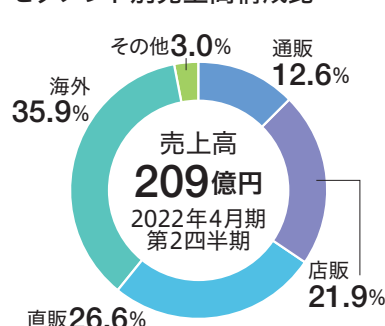
当社グループは、株主の皆様への利益還元を経営上の重要課題の一つとして位置付けております。配当金につきましては、每期安定的、継続的な実施を原則とし、将来の売上拡大に繋げるための積極的な投資と、内部留保による財務基盤の強化を維持しつつ、期中の業績や配当性向を総合的に勘案して決定することとしております。

当期の期末配当につきましては、1株当たり2.0円の予想を据え置いておりますが、上記の方針に基づき検討してまいりますので、ご理解賜りますようお願い申し上げます。

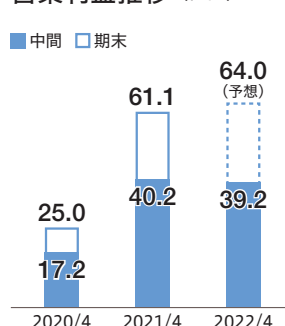
売上高推移 (億円)



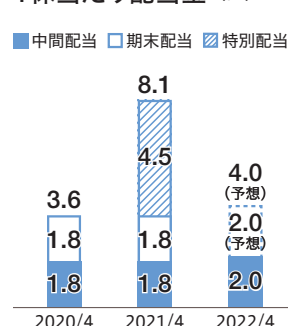
セグメント別売上高構成比



営業利益推移 (億円)



1株当たり配当金 (円)



新しい、ないものを創る。

ヤーマンのブランディングと価値

取締役 ブランド戦略本部長

戸田 正太

社外取締役

井川 沙紀

当社は「美しくを、変えていく。」という企業スローガンのもと、先進テクノロジーと常識にとらわれない発想で美容機器と化粧品の可能性を追求し、新しい美の形に挑み続けています。その価値を広く伝えるブランディングについて、ブランド戦略を担当する戸田取締役と、外食業界でブランディングに携わってきた井川取締役に語り合ってもらいました。



井川 沙紀(いがわ さき)

Blue Bottle Coffee Japan合同会社取締役及びBLUE BOTTLE COFFEE Inc.ブランド最高責任者。2021年より当社社外取締役に就任。海外飲食ブランドでの経験を活かし、当社のブランディング強化に貢献。

戸田 正太(とだ しょうた)

2001年当社入社。営業部の事業部長を経て、2017年より取締役ブランド戦略本部長に就任。商品コンセプトからの企画・開発、販路展開やマーケティング、プライシングも含め、総合的に携わる。

「美しくを、変えていく。」を世の中に広げる

戸田 ブランド戦略本部の立ち上げ以前は、個々の製品ごとの価値訴求を重視していましたが、市場での認知度を考えた時に、当社の企業スローガン「美しくを、変えていく。」が示す美容の新しい習慣づくりや、お客さまの生活向上への想いを広く伝えながら、「美顔器＝ヤーマン」というポジションを築き上げてい

く必要性を感じ、「ヤーマン」としてのブランディングに取り組みはじめました。手にしたときに“ざわざわする”ような、心躍る製品づくりを目指す企業として、市場に認知されたいですね。

井川 ヤーマンに対しては、優れた製品をたくさん生み出している会社という印象を持っていますが、戸田さんもおっ

しゃるとおり、個々の製品の独立した価値ではなく、ヤーマンブランドとしての信用・信頼がお客さまに届く形でのコミュニケーションが必要だと感じます。

戸田 ブランディングにおいて当社と異なる業界・市場でグローバルな経験も積まれてきた井川さんの視点は、非常に参考になっています。私たちの視野をもっと広げていくためにも、多くのご意見をいただきたいです。

「リフトドライヤー」が変えていく美容習慣

戸田 当社は、既存の市場シェアに入り込むのではなく今までにない製品づくり・カテゴリーづくりでお客さまの支持を獲得したいと考えており、そのためのコミュニケーションの形成が、ブランディングの大きなテーマになっています。取り組みの一つとして、当社の美容機器を使って顔のトレーニングを行う『FACE LIFT GYM』という業態を立ち上げ、製品の効果を体感できる新たなタッチポイントの設置を進めています。

井川 『FACE LIFT GYM』のように、一度きりのタッチポイントとしてでなく、他の製品の購入につなげたり、ヤーマンの価値を感じていただけるようなコミュニティづくりが重要だと考えます。10月に発売した『リフトドライヤー』も、そうしたコミュニティを通じてお客さまの支持を広げていきたい製品ですね。

戸田 『リフトドライヤー』は、当社が初めて製品化した「美顔器機能」搭載ドライヤーです。開発の経緯としては、私たちにとって新市場であり、美顔器市場よりも規模が大きいドライヤー市場への進出ということがあるわけですが、前述のとおり単に市場シェアに入り込むので

なく、新しい生活習慣として何を提案し、市場を創るかという考えから、美顔器+ドライヤーという発想に至りました。**井川** 非常に斬新な製品で、まず率直に驚きました。髪を乾かすという誰もが毎日することに、美顔器でリフト*1する時間を組み込むというのは、すごく大きな価値提供だと思います。

戸田 美顔器を購入したお客さまからの「機能があり過ぎるがゆえに使い切れない」「習慣としてなかなか続かない」という声をヒントに、そうした方々に試していただきたいドライヤーというコンセプトを見つけました。前例のない製品なので開発自体も苦労しましたが、その前のアイデアの段階で時間がかかっています。

リフトドライヤー

髪を乾かすためのドライヤーに「美顔器機能」を搭載し、1台でリフトケア*1と頭皮ケアも可能にしました。日々のドライヤー習慣にリフトケア*1を取り入れることで、「続けられるリフト*1生活」を叶えます。



*1 機器で肌を持ち上げること

東京都主催

「NEW CONFERENCE」に 当社代表取締役社長 山崎貴三代が登壇

2021年11月1日(月)に開催された「第4回 NEW CONFERENCE」に当社代表取締役社長・山崎貴三代が登壇いたしました。このカンファレンスは、東京都の女性活躍推進の一環として、成長を目指す女性経営者に必要な経営知識やスキル、ネットワークなどの獲得を支援するものです。

基調講演では、当社が今に至るまでの道筋で「開発指向型メーカーの技術力」「少数精鋭の加点主義」「とにかくやってみる」の3つが重要であったことなどを講演いたしました。





「美顔器機能」搭載ドライヤー リフトドライヤー

美容機器開発の過程で蓄積してきた表情筋理論を活かし、表情筋、頭筋からリフトケア*¹。ヤーマン史上初*²「美顔器機能」搭載ドライヤーで毎日のドライヤー時間を、リフトケア*¹の習慣に。

*¹ 機器で肌を持ち上げること

*² フェイスケア用のモード搭載ドライヤーとして



2021
10月
発売

超音波ヘアトリートメントアイロン シャインプロ

超音波×温熱×赤色LEDのトリプルアプローチで美しいツヤ髪へ。1MHz（1秒間に約100万回振動）の超音波が物質を振動させる力を利用して、トリートメント剤を毛髪内部に浸透、さらに約50℃に温まるヒーターと赤色LEDのトリプルアプローチで、普段のお手入れがサロンクオリティに。



2021
10月
発売

ブラシ型EMS美顔器 スカルプリフト アクティブ

"頭筋"を刺激しながら顔の表情筋をケアするブラシ型EMS美顔器『スカルプリフト』からパワーアップした『スカルプリフト アクティブ』が登場。インテリアにもなじんで、手に取りやすいニュートラルなカラーで、EMSの体感も約2倍にアップ*¹。2つのアタッチメントで頭皮と顔それぞれに適したモードに切り替え、肌を持ち上げて動かしてリフトケア*²をします。

*¹ 『スカルプリフト』(MS-80W)との比較において

*² 機械を上に乗せること



2021
10月
発売

塗るニードル美容液 メディリフト ニードルリフトセラム

純金24Kとプラチナを付着させたニードルを贅沢に約140万本*¹配合した高濃度*²の塗るニードル美容液が誕生。3種のヒアルロン酸*³と、3種のコラーゲン*⁴が肌を柔らかくして美容成分の導入をサポートし、目もとや口もとのエイジングサインに集中アプローチ。

*¹ 製造上、本数には若干の変動があります

*² シリーズ従来品比較 *³ 保湿成分 *⁴ 整肌成分

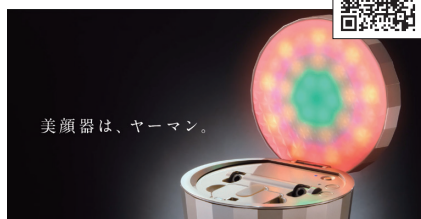


2021
8月
発売



テレビCM

フォトシャイン



mysé



メディリフト



2021年度株主優待のご案内

2021年7月の定時株主総会後に、当社直販Webサイト(ヤーマンオンラインストア)でご利用いただける株主優待券をお送りいたしました。株主優待のお申込期限は**2022年4月30日(土)23時59分まで**となります。まだご利用でない方はぜひご利用をご検討ください。*株主優待券は2021年7月29日発送の「株主総会決議ご通知」に同封しております。*優待金額は保有株式数と保有期間に応じて異なります。

保有株式数	保有期間			
	1年未満	1年以上2年未満	2年以上5年未満	5年以上
100株以上 500株未満	5,000円の 株主優待割引券(1枚)	7,000円の 株主優待割引券(1枚)	10,000円の 株主優待割引券(1枚)	13,000円の 株主優待割引券(1枚)
500株以上	14,000円の 株主優待割引券(1枚)	17,000円の 株主優待割引券(1枚)	20,000円の 株主優待割引券(1枚)	23,000円の 株主優待割引券(1枚)

(注) 保有期間とは、該当株式数を取得したことが株主名簿に記載又は記録された日から基準日まで継続して保有した期間を言います。詳細は同封の書類をご確認ください。

中国「独身の日」

Tmall美顔器カテゴリ* 販売実績6年連続1位を記録

2021年11月11日の「独身の日」(世界最大規模のネットセールスデーとして知られる日)に、中国最大のECサイト「Tmall」にて、今年発売のRF美顔器『Bloom WR STAR』や『フォトプラス プレステージ S』などを販売し、電子美容機器部門*における販売実績、売上シェアで6年連続1位を記録いたしました。

* 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



中国・杭州にて

「ASIA ANTI-AGING SKINCARE SUMMIT 2021」を開催

2021年9月26日に中国・杭州にて「ASIA ANTI-AGING SKINCARE SUMMIT 2021」を開催いたしました。当社は、中国における美容機器のリーディングカンパニーとして、専門家との協業による情報発信を行ってまいります。

ライブコマース情報発信特設ページ

『YA-MAN ライブショッピング』を開設

『YA-MAN ライブショッピング』では、ダイレクトにリアリティのあるコミュニケーションでオンラインでの最適な製品選びをお手伝いします。社員による配信のほか、美容家やヘア&メイクアップアーティストとのコラボライブの配信など、当社ならではの多彩なコンテンツを展開しております。

YA-MAN ライブショッピング
<https://live.ya-man.com/>



ブランディング活動を評価するアワード

「Japan Branding Awards 2021」にて「Rising Stars」受賞

日本最大のブランディング会社である株式会社インターブランドジャパンが主催する「Japan Branding Awards 2021」にて、ブランディング活動を通じて特に著しい成長を収め、かつ取り組み内容にオリジナリティを有するブランドに贈られる「Rising Stars」を受賞いたしました。今回の受賞は、社員が一丸となってリブランディングに取り組み、目に見える形での事業上の成果を実現している点が高く評価されたものです。アジャイルかつ実践的なアプローチで、3年の短期間で社外からの認知変容を実現し、同時にカテゴリーの進化をもたらし、会社のビジネスモデルや企業文化と相まって奏功した好例として紹介されました。



美顔器体験を新しくする美顔器 BX アプリ

『YA-MAN App』をリリース

当社の美顔器とアプリを連携することで、正しく効果的な使い方をガイドし、日々のお手入れを見える化、履歴の記録をします。アプリによる継続的なサポートにより、効果の実感とお手入れの継続、お客さまの製品満足度を高めていくことを期待しています。



YA-MAN App

<https://www.ya-man-tokyo-japan.com/app/>



会社概要・株式状況

会社概要 (2021年10月31日現在)

商号 ヤーマン株式会社
設立 1978年(昭和53年)5月27日
資本金 1,813百万円
従業員 319名
事業内容 美容健康関連機器及び化粧品の研究開発・製造・販売、バラエティ雑貨等の仕入販売

役員一覧 (2021年10月31日現在)

代表取締役社長 山崎 貴三代
取締役 宮崎 昌也
取締役 戸田 正太
取締役 高田 潤
取締役*1 石田 和男
取締役*1 栗原 猛
取締役*1 井川 沙紀
常勤監査役*2 岩崎 榮治
監査役*2 小嶋 一美
監査役*2 鳥山 望

*1 社外取締役 *2 社外監査役

株式の状況 (2021年10月31日現在)

発行可能株式総数 195,555,520株
発行済株式総数 58,348,880株
(自己株式3,327,668株を含む)
株主数 50,905名
単元株式数 100株

大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
山崎静子	9,527,450	17.31
山崎貴三代	6,204,600	11.27
日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口)	3,458,500	6.28
一般社団法人美山崎	2,811,050	5.10
山崎光英	2,453,600	4.45
Victoria Yamazaki	2,080,000	3.78
山崎知美	2,080,000	3.78
山崎岩男	1,473,600	2.67
(株)日本カストディ銀行(信託口)	1,254,100	2.27
SMBC日興証券(株)	753,400	1.36

(注) 1. 持株比率は、小数第3位以下を切り捨てて表示しております。
2. 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

株主メモ

事業年度 毎年5月1日から翌年4月30日まで
定時株主総会 毎年7月
基準日 定時株主総会 4月30日
期末配当金 4月30日
中間配当金 10月31日
公告方法 電子公告。ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載。
単元株式数 100株
株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先 〒168-0063
東京都杉並区和泉二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社
証券代行部
(電話照会先) 0120-782-031(フリーダイヤル)
取次事務は三井住友信託銀行株式会社の本店及び全国各支店で行っております。