

第49期（2023年4月期）第1四半期  
決算補足説明資料

ヤーマン株式会社

2022年9月13日

# 美しくを、変えていく。

美しさを実現するものづくり。

それを生むのは、尽きることのないアイデアと卓越した開発力です。

理想の美しさをかなえ、世界中に夢や驚きを届けるために、

私たちは新しい「美のカタチ」を追求し続けます。

# 業績ハイライト

## 《トピックス》

### ➤増収減益

- 売上高 116億円
- 営業利益 17億円、経常利益 21億円、純利益 13億円

### ➤増収の主な要因

- 中国のECによる販売が6.18などのイベントを中心に好調を維持

### ➤減益の主な要因

- 円安、資源価格の高騰、海外売上の増加に伴う輸出入コストの増加などによる原価の上昇
- 第2四半期以降に大きく展開を拡大する予定であるヘアケア・シェーバーへの広告投資

(百万円)

回次	第47期 第1四半期 2020年5月1日 ～ 2020年7月31日	第48期 第1四半期 2021年5月1日 ～ 2021年7月31日	第49期 第1四半期 2022年5月1日 ～ 2022年7月31日	【ご参考】 第48期 2021年5月1日 ～ 2022年4月30日
売上高	8,754	10,639	<b>11,688</b>	40,943
営業利益	1,666	2,929	<b>1,784</b>	6,880
営業利益率 (%)	19.0	27.5	<b>15.3</b>	16.8
経常利益	1,591	2,955	<b>2,104</b>	8,063
親会社株主に帰属する 当期純利益	961	2,021	<b>1,381</b>	5,586
1株当たり 当期純利益 (円)	17.48	36.75	<b>25.11</b>	101.54

# セグメント情報

## 《トピックス》

### ▶海外部門は好調

- 中国国内のECによる販売が、6.18などのイベントを中心に好調に推移
- 継続的な広告宣伝活動により高級ブランドのイメージが定着
- 現地で好まれる製品の開発が奏功

### ▶国内各販路は売上を伸ばした前期に及ばず

- 急激な円安に伴う物価上昇によって、国内消費は一時的に落ち込み気味
- ウィズコロナのライフスタイルの確立に伴ってお客様の消費行動が変化し、この期間はモノ消費からコト消費に向かった
- 自社直販サイトの会員数は着実に増加しているものの、リピート商材拡大施策に想定よりも時間を要している

## 売上高

(百万円)

回次	第47期 第1四半期 2020年5月1日 ～ 2020年7月31日	第48期 第1四半期 2021年5月1日 ～ 2021年7月31日	第49期 第1四半期 2022年5月1日 ～ 2022年7月31日	【ご参考】 第48期 2021年5月1日 ～ 2022年4月30日
通販部門	1,495	1,608	<b>1,345</b>	5,202
店販部門	1,451	2,466	<b>1,904</b>	8,398
直販部門	3,291	3,120	<b>2,608</b>	11,566
海外部門	2,385	3,148	<b>5,809</b>	14,522
その他	130	296	<b>20</b>	1,253
合計	8,754	10,639	<b>11,688</b>	40,943

## 営業利益

(百万円)

回次	第47期 第1四半期 2020年5月1日 ～ 2020年7月31日	第48期 第1四半期 2021年5月1日 ～ 2021年7月31日	第49期 第1四半期 2022年5月1日 ～ 2022年7月31日	【ご参考】 第48期 2021年5月1日 ～ 2022年4月30日
通販部門	629	743	483	2,132
店販部門	401	966	528	2,508
直販部門	1,425	1,847	1,243	5,844
海外部門	839	1,105	2,290	4,385
その他	△58	156	14	499
調整額 (※)	△1,571	△1,889	△2,776	△8,489
合計	1,666	2,929	1,784	6,880

(※) 調整額は開発部門・管理部門等の全社に共通する費用です。

# 財務ハイライト

## 《トピックス》

### ➤ 棚卸資産が増加

- 原価低減を目的として、主要な製品について受注生産から計画生産へと生産体制を転換中
- 電子部品の供給逼迫や価格高騰に対応するため、計画に従って在庫を確保

### ➤ 手許資金の確保

- 積極的な投資が機動的に行えるよう、一定水準の手許資金を保持

(百万円)

回次	第47期 第1四半期 2020年5月1日 ～ 2020年7月31日	第48期 第1四半期 2021年5月1日 ～ 2021年7月31日	第49期 第1四半期 2022年5月1日 ～ 2022年7月31日	【ご参考】 第48期 2021年5月1日 ～ 2022年4月30日
総資産	22,955	27,151	<b>33,493</b>	30,552
純資産	14,221	18,569	<b>23,139</b>	22,093
自己資本比率 (%)	62.0	68.4	<b>69.1</b>	72.3
現預金	11,249	11,368	<b>13,689</b>	16,649
売上債権	4,118	5,204	<b>7,262</b>	5,194
棚卸資産	2,801	5,154	<b>6,167</b>	4,118
仕入債務	3,175	3,248	<b>4,601</b>	1,870
有利子負債	2,974	2,448	<b>1,811</b>	1,970

# 第2四半期以降の取り組み

## ▶新カテゴリーの拡販に注力

- 「ヘアケア」「シェーバー」といった新たなカテゴリーに新製品を投入し、本格的に参入
- 秋冬シーズンに向けて、TVCMを含めた広告宣伝に積極的な投資を予定



### ■ヘアケア

<https://www.ya-man-tokyo-japan.com/products/hair.html>



### ■シェーバー (HOT SHAVE)

<https://www.ya-man-tokyo-japan.com/special/shaver/rfshaver2022/>

(注) 日本初：日本マーケティングリサーチ機構調べ  
2022年4月期 日本初であることの証明・検証調査

## ➤ 原価低減への取り組み

- 主要な製品の一部について、従来の受注生産から計画生産へと生産体制を移行
- コスト削減に向け、サプライチェーンを見直し

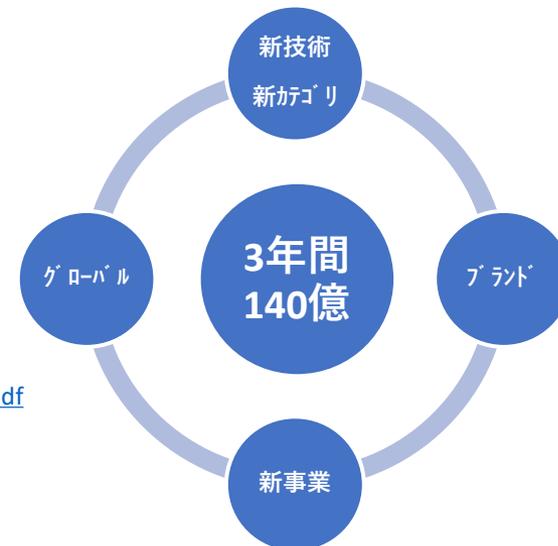
## ➤ 各種認証の取得

- FDA、NMPAなどの認証取得を加速するための投資を強化
- 品質管理部門の人員を増強



## ▶ 中期投資計画に基づき、各種投資を実行

- 新規カテゴリに重点投資
- 既存カテゴリについては、広告宣伝に積極投資して国内売上の拡大を図る
- 企業ブランディング強化のための投資も継続
- 研究開発については、お客様のニーズにお応えするヤママンらしいユニークな製品開発への投資に注力
- グローバル市場拡大に向けた広告宣伝投資や海外子会社・関連会社に対する投資を強め、海外でのさらなる成長を加速させる



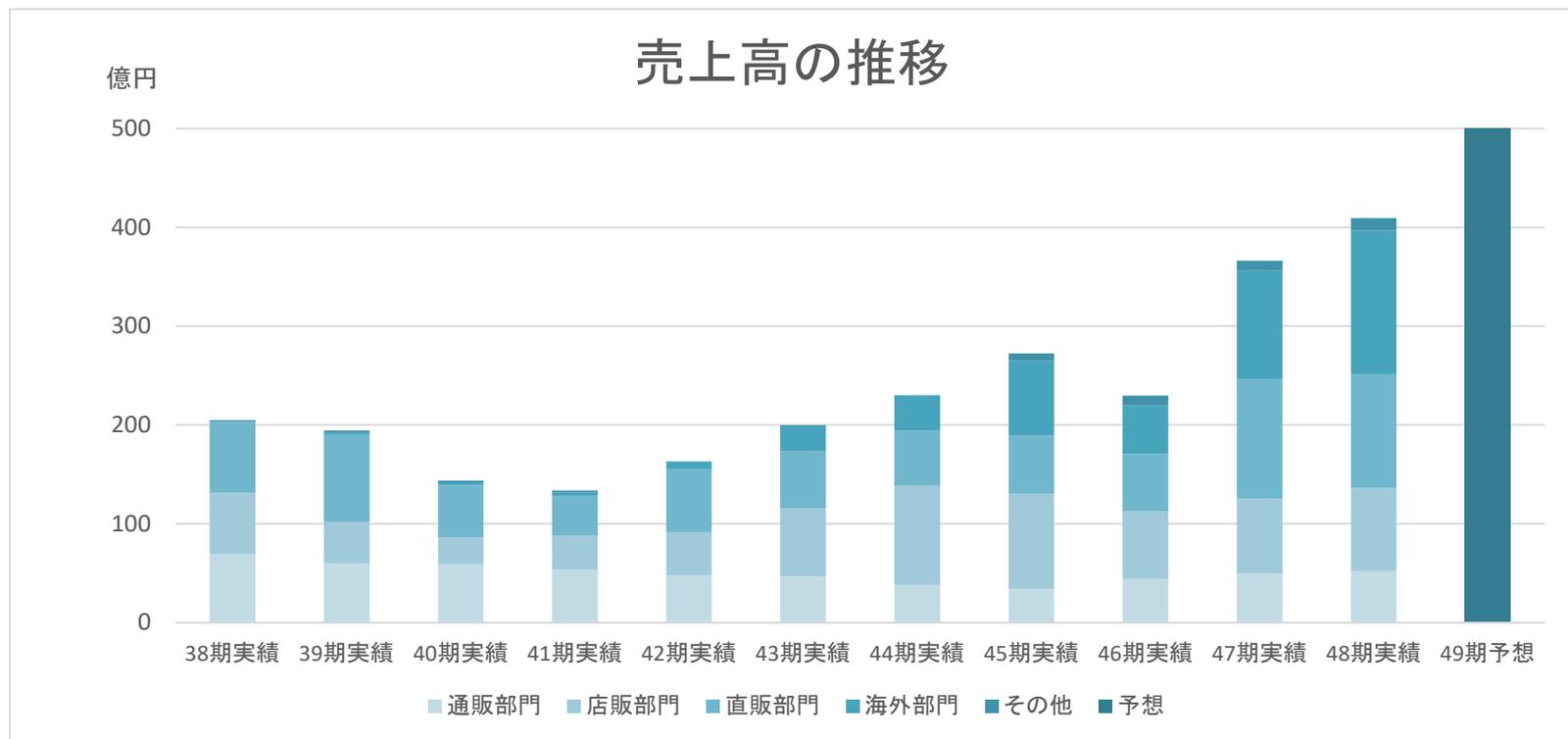
### ■ 中期投資計画

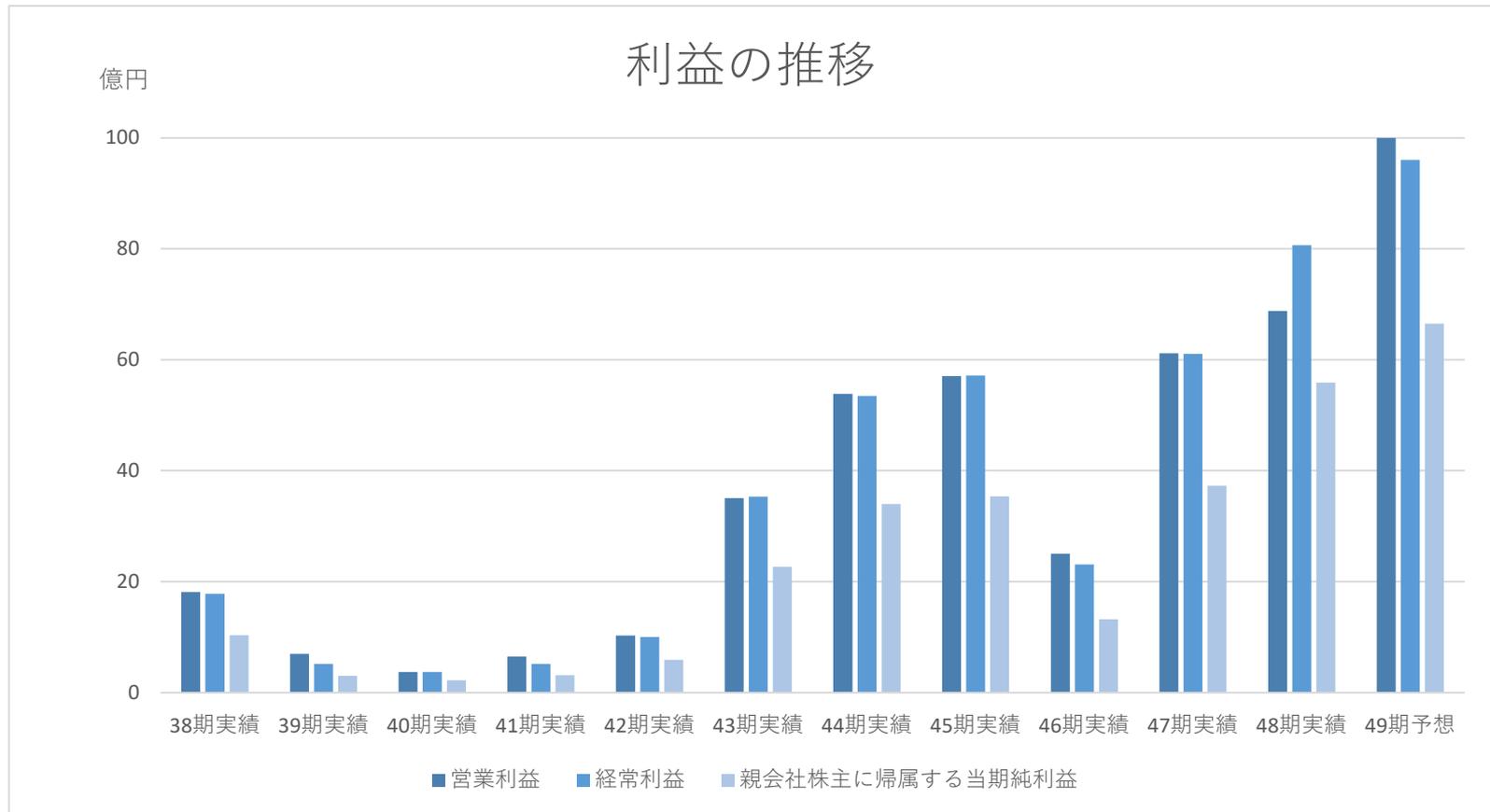
[https://www.ya-man.co.jp/wp/wp-content/uploads/investment\\_plan\\_20220614.pdf](https://www.ya-man.co.jp/wp/wp-content/uploads/investment_plan_20220614.pdf)

# 業績予想

## ➤ 通期予想 売上高500億円、営業利益率20%

今期は2020年11月公表の中期経営計画の集大成の期であり、これらの数値目標の実現に邁進いたします。





# 配当政策

## ➤ 今期の配当予想は普通配当を底上げ

中間配当4.25円 + 期末配当4.25円 = 年間配当8.5円

例年、通期の業績等を勘案して最終的な金額を決定してまいりましたが、その方針は維持しつつ、今期は普通配当の部分を大きく底上げいたします。



- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等については、様々な要因により大きく異なる可能性があります。
- 本資料は皆様への情報提供を目的としており、投資を勧誘するものではありません。
- 本資料のご利用にあたっては、利用者の責任によるものとし、情報の誤りや瑕疵、目標数値の変更、その他本資料のご利用の結果生じたいかなる損害についても、当社はその責を負いかねますのでご了承ください。