

第53期（2026年12月期）第1四半期
決算補足説明資料

ヤーマン株式会社

2026年5月15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。

決算の概要

| (百万円) | 2025年 1月-3月 | 第53期 1Q | 対前年 | 主な増減コメント |
|-------------------|-------------------|-------------------|--------|---|
| 売上高 | 5,504 | 6,524 | +1,020 | 中国市場におけるEC売上の増加や銀座旗艦店が過去最高売上を更新するなど好調に推移 売上構成は、美容機器75%・化粧品19%・その他6% |
| 売上総利益 (売上総利益率) | 2,942 (53.46%) | 3,658 (56.08%) | +716 | 銀座旗艦店を中心にYA-MAN THE MIYABIやブルーグリーンマスクリフトなどの販売伸長や国内卸売チャネルにおける値引き抑制により収益性改善 |
| 販売費及び一般管理費 | 3,144 | 3,674 | +530 | グローバル展開に向けた戦略的投資を継続したほか、前年に計上した貸倒引当金戻入の反動等により増加 |
| 営業利益 (営業利益率) | △201 (△3.66%) | △15 (△0.23%) | +186 | 増収効果と売上総利益率の改善が寄与し、営業損失は大幅に縮小 |
| 経常利益 | △149 | 49 | +198 | 為替差損益の改善等が寄与 |
| 四半期純利益 | 789 | 14 | △774 | 前年に計上した一過性の関係会社株式売却益の反動により、前年比では減益 |
| 1株当たり四半期純利益 (円) | 14.34 | 0.27 | △14.07 | |

※第52期は決算期変更に伴い8か月の変則決算となっており、前期同四半期と対象期間が異なります。このため、本資料では前期同四半期との比較は行わず、参考として前年同期間との比較を行っております。

国内は、銀座旗艦店でのインバウンド需要の強力な取り込みにより、大幅な増収増益となりました。

海外は、中国市場におけるEC売上が大幅に増加し増収となった一方、利益面では前年に計上した貸倒引当金戻入の反動等により、前年比で減少いたしました。

※第52期は決算期変更に伴い8か月の変則決算となっており、前期同四半期と対象期間が異なります。このため、本資料では前期同四半期との比較は行わず、参考として前年同期間との比較を行っております。

| (百万円) | 売上高 | | | 営業利益 | | |
|-------|----------------|--------------|--------|----------------|----------------|------|
| | 2025年 1月-3月 | 53期1Q | 対前年 | 2025年 1月-3月 | 53期1Q | 対前年 |
| 通販部門 | 629 | 595 | △34 | 183 | 197 | +13 |
| 店販部門 | 1,459 | 2,036 | +576 | 157 | 564 | +407 |
| 直販部門 | 1,688 | 1,408 | △280 | 263 | 251 | △11 |
| 海外部門 | 1,425 | 2,335 | +909 | 335 | 41 | △294 |
| その他 | 300 | 149 | △151 | 119 | 67 | △52 |
| 調整額※ | — | — | — | △1,261 | △ 1,137 | +123 |
| 合計 | 5,504 | 6,524 | +1,020 | △201 | △ 15 | +186 |

(百万円)

| | 25年 12月末 | 26年 3月末 | 増減 | | 25年 12月末 | 26年 3月末 | 増減 |
|------|-------------|---------------|--------|------------|-------------|---------------|--------|
| 流動資産 | 24,691 | 23,458 | △1,232 | 負債 | 3,503 | 2,534 | △968 |
| 現預金 | 14,498 | 14,993 | +494 | 仕入債務 | 1,770 | 870 | △900 |
| 売掛債権 | 5,271 | 3,500 | △1,770 | 有利子負債 | 119 | 117 | △1 |
| 棚卸資産 | 4,096 | 3,903 | △193 | | | | |
| 固定資産 | 3,198 | 3,325 | +127 | 純資産 | 24,386 | 24,249 | △136 |
| 総資産 | 27,889 | 26,784 | △1,105 | 負債 純資産 | 27,889 | 26,784 | △1,105 |
| | | | | 自己資本 比率 | 87.4% | 90.5% | +3.1pt |

第1四半期の進捗報告と 今後に向けた施策

長期目標である「売上高1,000億円達成」の実現に向け、
2026年3月13日に3ヵ年の中期経営計画見直しを公表。

売上高 500億円

営業利益 50億円以上

Going Global Strategy -グローバルニッチトップを目指す-

| | 経営指標 | |
|---------|----------------|----------------|
| | 2026/12期 予想 | 2028/12期 計画 |
| 売上高 | 275億円 | 500億円 |
| 国内 | 210億円 | 300億円 |
| 海外 | 65億円 | 200億円 |
| 営業利益 | 4.5億円 | 50億円以上 |
| 営業利益率 | 1.6% | 10%以上 |
| 棚卸資産回転率 | 6.5回 | 9回 |
| ROE | 1.4% | 15%以上 |
| 自己資本比率 | 86% | 80%以上 |

| | KPI | |
|--------------|----------------|----------------|
| | 2026/12期 予想 | 2028/12期 計画 |
| 美顔器売上 | 120億円 | 280億円 |
| 海外売上比率 | 20% | 40% |
| 直販売上比率 | 40% | 50% |
| 売上高広告費 比率 | 30% | 20% |

製品販売戦略

美顔器を重点戦略カテゴリーとして、グローバルなマーケットシェア拡大に注力。

▶ 美顔器売上の進捗

美顔器売上KPI：120億円

累計実績：32億円、中経指標進捗率：27%

▶ 売れ筋美顔器TOP3

主力製品である、多機能・高性能モデルが美顔器売上げを牽引。当社最高峰モデルである「YA-MAN THE MIYABI」は前年同期比の売上げを大幅に上回る推移を見せ、全体の売上成長に寄与。



1位 フォトプラス ディープリフト
価格：79,200円（税込み）



2位 YA-MAN THE MIYABI
価格：385,000円（税込み）



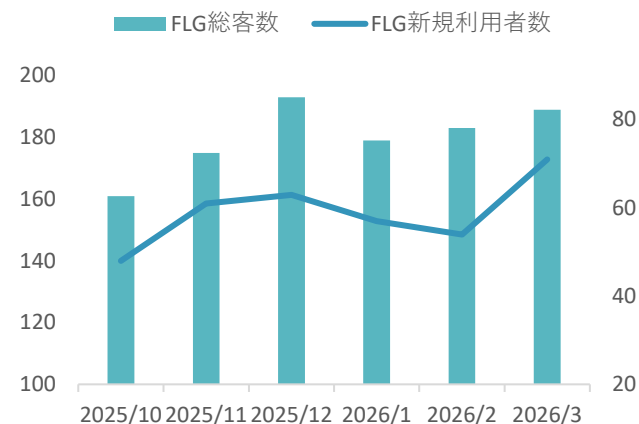
3位 リフトロジーSP
価格：58,300円（税込み）

直営店・百貨店

製品販売戦略においては、直販及び直営店を中心とした拡販に注力し、美顔器マーケットシェアNo.1を目指していく。

▶ 旗艦店の売上げが好調

売上げ好調の要因として、グローバルブランディング戦略による、インバウンド需要の拡大・来客国籍の多様化、顔専門トレーニングジム「FACE LIFT GYM（フェイス・リフト・ジム）」新規利用者率増加などが挙げられる。



▶ 「ヤーマン 京都高島屋s.c.店」がオープン

高島屋で複数店舗に渡りPOP UPイベントを開催。

高島屋に初となる常設店をオープン（2026年3月31日）。店頭には、「FACE LIFT GYM（フェイス・リフト・ジム）」を併設し、店頭で気になった製品を、ご自身の肌でご体験いただくことが可能。

ブランド戦略

国内外での一貫性のあるブランディングを目指し、
クリエイティブ発信と有カメディアへの露出を行っていく。

▶ グローバルブランディング戦略

ブランディングのため、一貫したクリエイティブ発信を行っていく。

- ・グローバル発信に関しては、旗艦店を舞台とした商品紹介動画発信や、有力グローバルメディアの取材記事・広告の露出を実施

▶ 広告宣伝の社内コミュニケーション活性化・費用管理体制刷新

これまで部門ごとに管理・投資していた広告宣伝費を、ブランド戦略本部にて一元管理する体制へ移行中。事前社内コミュニケーションを活性化させる事、および、認知からコンバージョンまでを連続した視野で見るとして広告投資の精度を高める狙い。

海外

長年にわたり投資を続けてきた中国、米国の基盤拡大を図るとともに、アジア・GCC諸国・欧州を第三の軸に育成し、海外事業基盤の安定化を図っていく。

▶ 海外売上の進捗

海外売上KPI：65億円

累計実績：23億円、進捗率：35%

米国

■ 認知拡大の取り組み

2026年3月より「Anthropologie」にて当社商品の販売を開始。

高感度でライフスタイル志向の女性をターゲットとする米國小売ブランドであり、米国における認知拡大を図っていく。

中国

中国・上海にて子会社を設立

2026年2月25日開催の取締役会において、中国子会社を設立することを決議。
中期経営計画の目標達成に向け、重点市場である中国における事業成長の加速を重要な経営課題として認識し、新設する100%子会社において新たなECプラットフォームのBtoC事業運営による、中国市場でのさらなる展開を強化を図っていく。

中国・子会社との取組み

中国の子会社も含めた新たな体制で、国際女性デーイベント（38イベント）において各プラットフォームで美顔器カテゴリー1位を含む上位ランクインを達成。

製品開発

長年培ってきた美容技術開発を軸に、美容工学×皮膚科学の研究を強みとした当社の技術の進化を加速させていく。

▶ 新カテゴリー

2026年12月期中の製品化・販売開始を目標に、シニア層向けの業務用機器の開発に着手。また医療機器製造販売業許可は取得済みであり、日本国内向け家庭用医療機器の開発にも着手。来期以降での販売に向けて製造業・販売業・修理業許可についても2026年12月期中に取得予定。

▶ 認証取得の進捗

2026年12月期中を目標に、3機種目となる美顔器の米国FDA認証取得に向けた準備が計画通り進行中。

業績及び配当予想

52期は8ヵ月決算であったため、52期実績を12ヵ月換算した数字と53期予想を比較しております。

(億円)

| | 52期実績 (8ヵ月) | 【参考値】 52期実績 (12ヵ月) | 53期予想 (12ヵ月) | 対前期 増減額 |
|-------|----------------|--------------------------|-----------------|------------|
| 売上高 | 172.4 | 258.7 | 275.0 | +16.3 |
| 営業利益 | △7.2 | △10.8 | 4.5 | +15.3 |
| 経常利益 | △6.4 | △9.6 | 5.0 | +14.6 |
| 当期純利益 | △12.0 | △18.0 | 3.5 | +21.5 |

2026年2月13日公表から、変更はありません。

今期の配当予想は、1株当たり9.00円を見込んでいます。

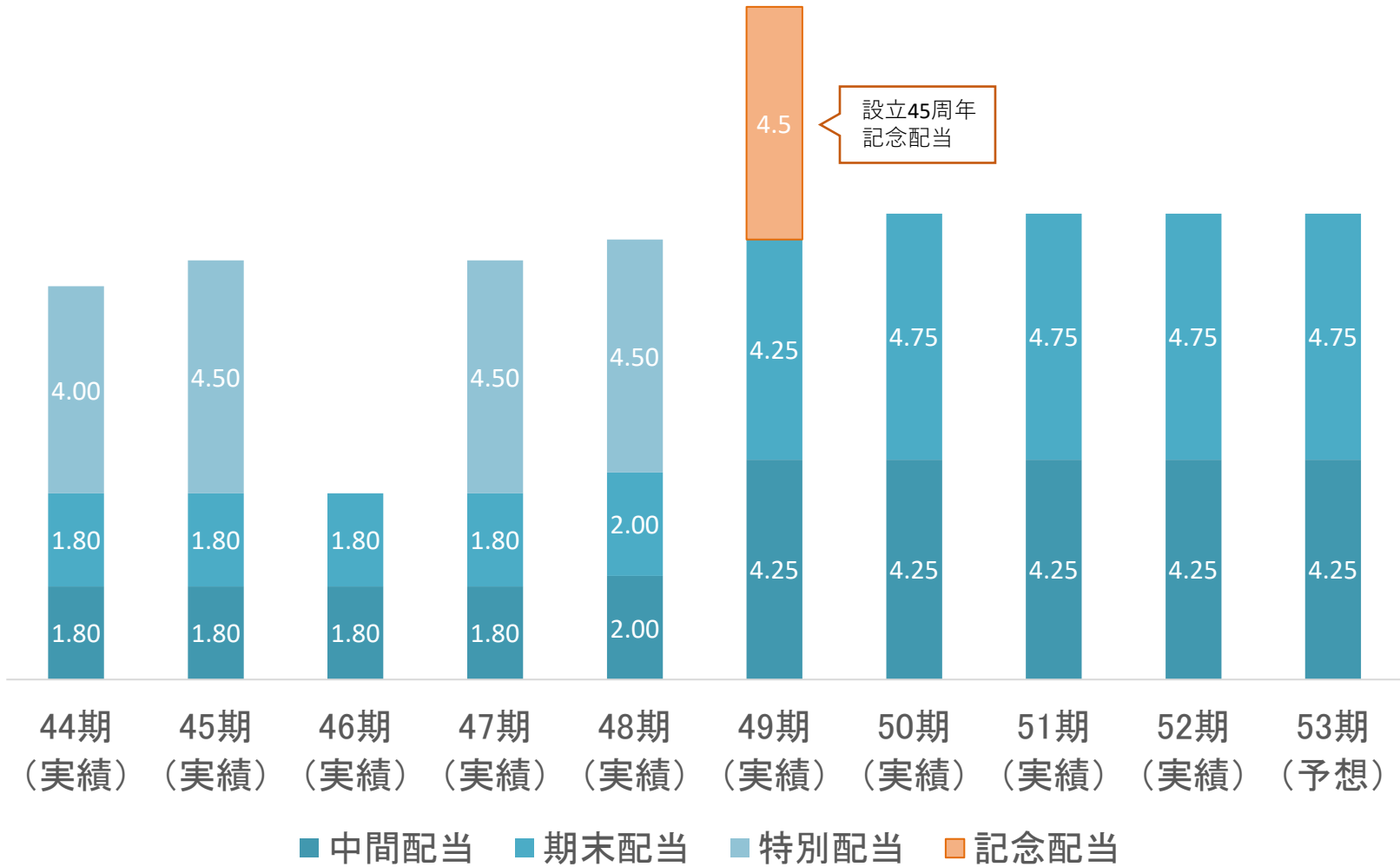
なお、最終的な金額は、通期の業績等を鑑みて決定する方針です。

(円／1株当たり)

| | 53期 予想 | 52期 実績 |
|---------|-----------|-----------|
| 中間配当 | 4.25 | 4.25 |
| 期末配当 | 4.75 | 4.75 |
| 年間普通配当計 | 9.00 | 9.00 |

➤ 配当に関する基本方針

当社は、每期安定的・継続的な配当を原則とし、最終的な金額は、通期の業績等を鑑みて決定する方針です。



- 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。