

# プレミアアンチエイジング株式会社 第15回定時株主総会

東証グロース4934

2024年10月29日(火)



# 第15期

(2023年8月1日から2024年7月31まで)

## 事業報告、連結計算書類、計算書類の ご報告

01. 事業報告

02. 連結計算書類、計算書類のご報告

03. 対処すべき課題

## 01. 事業報告

- ✓子会社のベネクス社が健闘するも、アンチエイジング事業の不振により減収
- ✓広告費の効率運用、固定費の適正化により営業利益は黒字化を達成

売上高

264億円



203億 5千万円  
(22.9%減)

営業利益

△6億 1千万円



1億 3千万円

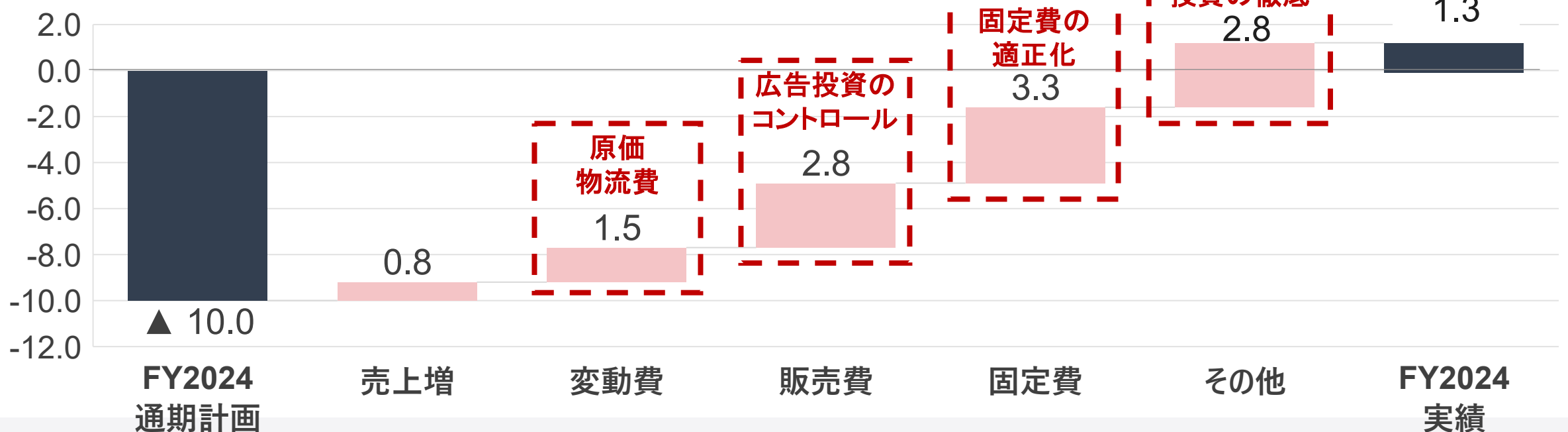
# 01. 事業報告

✓ 広告投資のコントロール、コスト構造改革の推進、規律ある投資の徹底により、約11億円の損益改善を実現

FY2024通期営業利益の増減要因

約11億円の損益改善

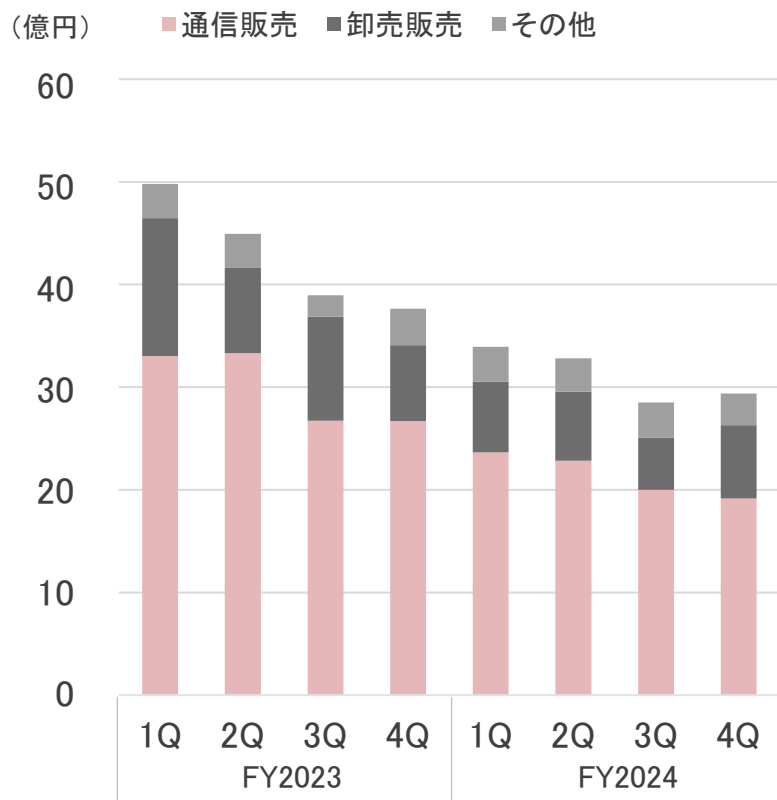
(単位: 億円)



# 01. 事業報告 アンチエイジング事業 - デュオブランド

- ✓バーム剤型からオイル剤型へのシフトが継続。低価格バーム商品への流出も続く
- ✓ブランド価値、商品価値の理解を促進するコミュニケーションを引き続き強化

デュオ 四半期売上高推移



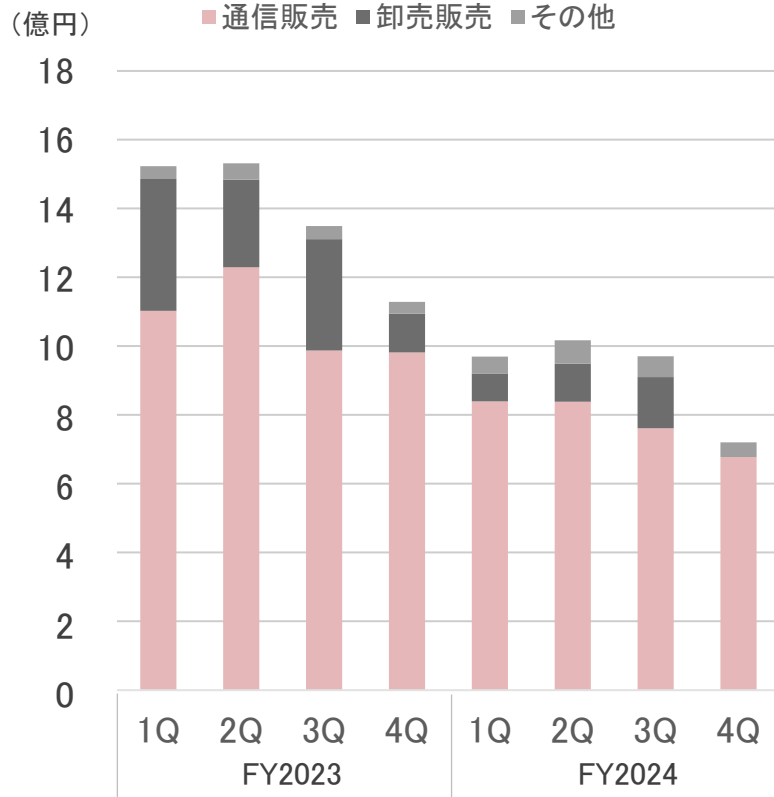
## ポイント

- ✓ 5年連続クレンジング売上No.1※を獲得するも、ダウントレンドは継続
- ✓ 通販では、獲得効率とその後の転換率を重視する新規獲得方針を徹底し、価値訴求を継続実施
- ✓ リテールでは、デジタル媒体と店頭でのプロモーションを連動させた認知向上施策を実施

# 01. 事業報告 アンチエイジング事業 - カナデルブランド

- ✓通販では獲得効率と転換率を重視する新規獲得方針を徹底し、獲得をコントロール
- ✓リテールではオールインワン市場の競争激化が継続し、売上は前年を下回る

カナデル 四半期売上高推移



## ポイント

- ✓ 著名な美容家・インフルエンサーを活用した投稿・動画配信を通じ、顧客にとっての価値訴求を継続
- ✓ 通販事業においては、獲得効率とその後の転換率を重視する新規獲得方針を徹底
- ✓ リテールでは、美容家・インフルエンサー施策との連動に加え、各店舗でのポイント施策等を実施し、店頭での訴求強化



## 01. 事業報告 アンチエイジング事業 - クレイエンスブランド

- ✓カラートリートメントの競争は激化しているものの、売上は計画に対してインライン
- ✓トレンドに合わせたラインナップを拡充し、お客様に選ばれるヘアケアブランドを目指す



クレイSPA カラートリートメント新色「ローズブラウン」

### ポイント

- ✓ 通信販売においては、獲得効率重視の観点から新規獲得は抑制し、CRM施策強化による転換率改善に注力
- ✓ 美容家・インフルエンサーの活用や同梱物による商品理解促進のコミュニケーションを継続的に実施
- ✓ 秋冬向けに新色「ローズブラウン」を発売し、ブランドのラインナップを拡充

## 01. 事業報告 アンチエイジング事業 - 育成ブランド

- ✓ 複数の成長カテゴリーにおいてテストマーケティングを継続
- ✓ 引き続き投資効率を慎重に見極めながら、売上の拡大を目指す



### SINTO (シントー)

- ✓ インフルエンサー施策の強化により新規獲得件数が拡大
- ✓ シントーブランドと親和性の高いチャネルの開拓も検討



### C<sup>+</sup>mania (シーマニア)

- ✓ 卸売販売を中心に堅調に成長
- ✓ 新たな顧客層の獲得を目指し、インバウンド向けにテストマーケティングを実施



## 01. 事業報告 リカバリー事業 - ベネクスブランド

- ✓新しい休養シーンの提案を行った新製品の販売が好調に推移
- ✓グループ間における事業連携やサプライチェーンの強化も貢献し、過去最高収益を達成



新製品「リカバリームーヴ」

### ポイント

- ✓ ブランド強化・営業販売促進・商品開発・SCMに加え、グループ間連動が奏功
- ✓ 業界トップのエビデンスと休養学に基づく製品開発を引き続き実施
- ✓ 「休養学セミナー」を併せて実施し、パフォーマンス向上のために必要な「休養」の理解を促進

# 第15期

(2023年8月1日から2024年7月31まで)

## 事業報告、連結計算書類、計算書類の ご報告

01. 事業報告

02. 連結計算書類、計算書類のご報告

03. 対処すべき課題

## 02.連結計算書類、計算書類のご報告 - 連結貸借対照表

- ✓棚卸資産は14期下期に大幅な評価減を実施。継続して在庫数量をコントロール
- ✓財務の総点検は完了し、資産の透明性・健全性は向上。健全な自己資本比率を維持

(単位:億円)

	前連結会計年度 14期	当連結会計年度 15期	増減額	増減率
資産合計	121.3	110.0	△11.3	△9.3%
└ 流動資産	92.2	88.8	△3.4	△3.8%
└└ 棚卸資産※	19.0	15.8	△3.2	△16.9%
└ 固定資産	29.0	212	△7.8	△27.0%
└└ 無形固定資産	15.1	9.9	△5.1	△33.9%
負債合計	45.2	48.7	3.5	7.8%
純資産合計	76.0	61.2	△14.8	△19.5%
負債純資産合計	121.3	110.0	△11.3	△9.3%
自己資本比率(%)	62.7%	55.7%	—	△7.0pts

※棚卸資産=製品+原材料及び貯蔵品

## 02.連結計算書類、計算書類のご報告 - 連結損益計算書

- ✓修正後計画に対して、売上高はインラインで進捗
- ✓営業利益においては、14期実績・通期修正後計画を上回り、黒字を計上

(単位:億円)

	前連結会計年度 14期実績	当連結会計年度 15期計画	当連結会計年度 15期実績	前期比 増減額	計画比 増減額
売上高	264.0	200.0	203.5	△60.4	3.5
└ 通信販売	183.1	—	131.7	△51.3	—
└ 卸売販売	56.4	—	37.8	△18.6	—
└ その他	24.4	—	34.0	9.5	—
営業損益	△6.1	△10.0	1.3	7.5	11.3
営業利益率(%)	△2.3%	△5.0%	0.7%	—	—
経常損益	△6.3	△10.0	1.6	7.9	11.6
親会社株主に帰属する 当期純損失	△7.3	△25.0	△14.8	△7.4	10.1



# 第15期

(2023年8月1日から2024年7月31まで)

## 事業報告、連結計算書類、計算書類の ご報告

01. 事業報告

02. 連結計算書類、計算書類のご報告

03. 対処すべき課題



# 03. 対処すべき課題 - 中期経営計画の取り下げについて

- ✓ 中期経営計画2024-2027+Beyondの中で設定した主要財務KPIを2024年9月に取り下げ
- ✓ 数値目標以外の経営方針は取り下げず、引き続き実現を目指す

## 中期経営計画の構造

時間軸

2024年7月期

2027年7月期

主要  
財務KPI

	計画	実績
未達成	連結売上高	260億円 / 203億円
達成	連結営業利益率	0.4% / 0.7%

取り下げ

連結売上高	400億円
連結営業利益率	10% 以上
自己資本比率	50% 以上
ROE	12-15%水準

中期戦略  
経営方針

継続して実現を目指す

- 中期的な経営指針「Uniqueな価値にこだわりぬく」
- 中長期に目指す姿「アンチエイジングカンパニーへの進化」
- デュオをはじめ主要ブランドをチャネルミックスで成長させ、アンチエイジングに関わる新たな成長分野(リカバリー事業等)を開拓・積み上げる

## 03. 対処すべき課題 - 取り組むべき課題について

- ✓ アンチエイジング事業はブランドマネジメントと各チャネルの協働により事業の成長を目指す
- ✓ リカバリー事業はグループ間連携を強化し、成長市場における売上伸長を目指す

### アンチエイジング事業

ブランド  
マネジメント

×

チャネル戦略

+ 適切なコストマネジメント

### リカバリー事業

プレミアアンチエイジング

連携強化

ベネクス

## 03. 対処すべき課題 - 取り組むべき課題について

- ✓ ブランドマネジメントにおいては、ブランドを再定義し、ブランド価値を訴求する
- ✓ 4つの販売チャネルそれぞれの特徴を生かした戦略を実行する

### ブランド マネジメント

- ✓ ブランドを再定義し、新商品・新ブランドを投入
- ✓ ブランド価値を訴求する新たなコミュニケーション・新プロモーションの実行

### チャネル 戦略

- 通販** 獲得効率の徹底を継続し、顧客構造を強化するCRM施策の更なる拡充
- リテール** 新プロモーションとのタイアップ施策を推進。卸売先企業との連携を深化し成長力を獲得
- 海外** 中国本土における越境ECおよび一般貿易を強化。アジアパシフィック市場を開拓
- 新規** 新たな販路の拡大

### 03. 対処すべき課題 - 取り組むべき課題について

- ✓ サステナビリティ基本方針をもとに5つのマテリアリティを特定し、それぞれに目標を設定
- ✓ 公表した目標に対して順調に進捗。一部前倒しで達成し、目標値を更新

## サステナビリティ基本方針

### 5つのマテリアリティを特定

地球環境保全  
への貢献

ともに育ち、  
育てあう  
組織文化の追求

ウェルビーイングの  
向上

Uniqueな  
価値の提供

ガバナンスの  
強化

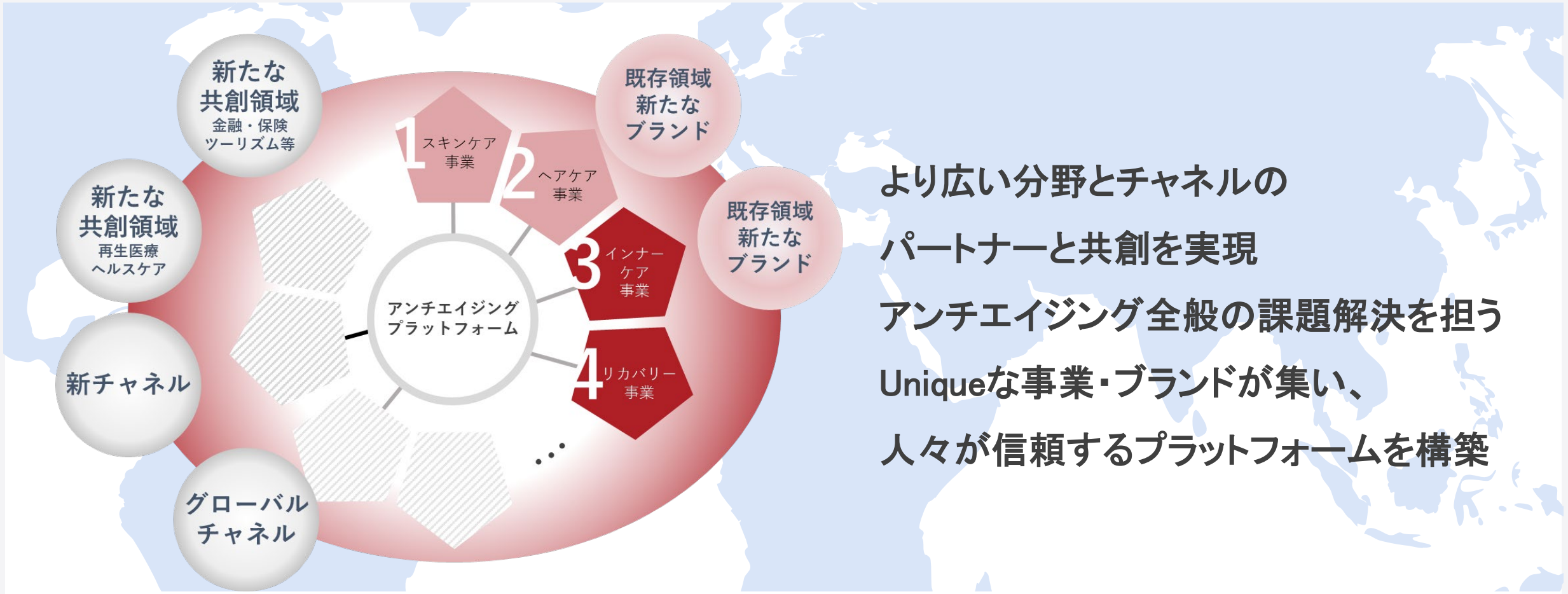
それぞれに目標を設定

15期は、「調達方針の策定」、「社員のアンチエイジングに関する資格の保有個数」において前倒しで達成し、目標値を更新

## 03. 対処すべき課題 - 取り組むべき課題について

✓ 年齢や性別にとらわれず、全ての人が好奇心をもつ。

そして、いくつになっても新しいことに挑戦し、いきいきと生きることが出来る社会の実現を目指す





# 免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- ✓ 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- ✓ それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- ✓ 成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクとして、通販化粧品市場の動向に影響を受けることがあります。積極的なプロモーションの推進や顧客の潜在ニーズを探り、商品企画に活かすことにより、当社製品の競争力を維持することに努めております。また、その他のリスクについては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

【お問い合わせ先】  
コーポレートコミュニケーション本部  
mail: [ir@p-antiaging.co.jp](mailto:ir@p-antiaging.co.jp)

# Forever vivid

とき  
人の時間を、解き放つ。

Untether time.