

# 平成24年3月期決算の概要



平成24年5月30日

本資料に記載されている業績予想・及び将来の事象に関する記載は、現時点での見通しであり  
経済・事業環境の変化など様々な要因により変動することがございますのでご了承ください。

証券コード: 4925

**JASDAQ** 1

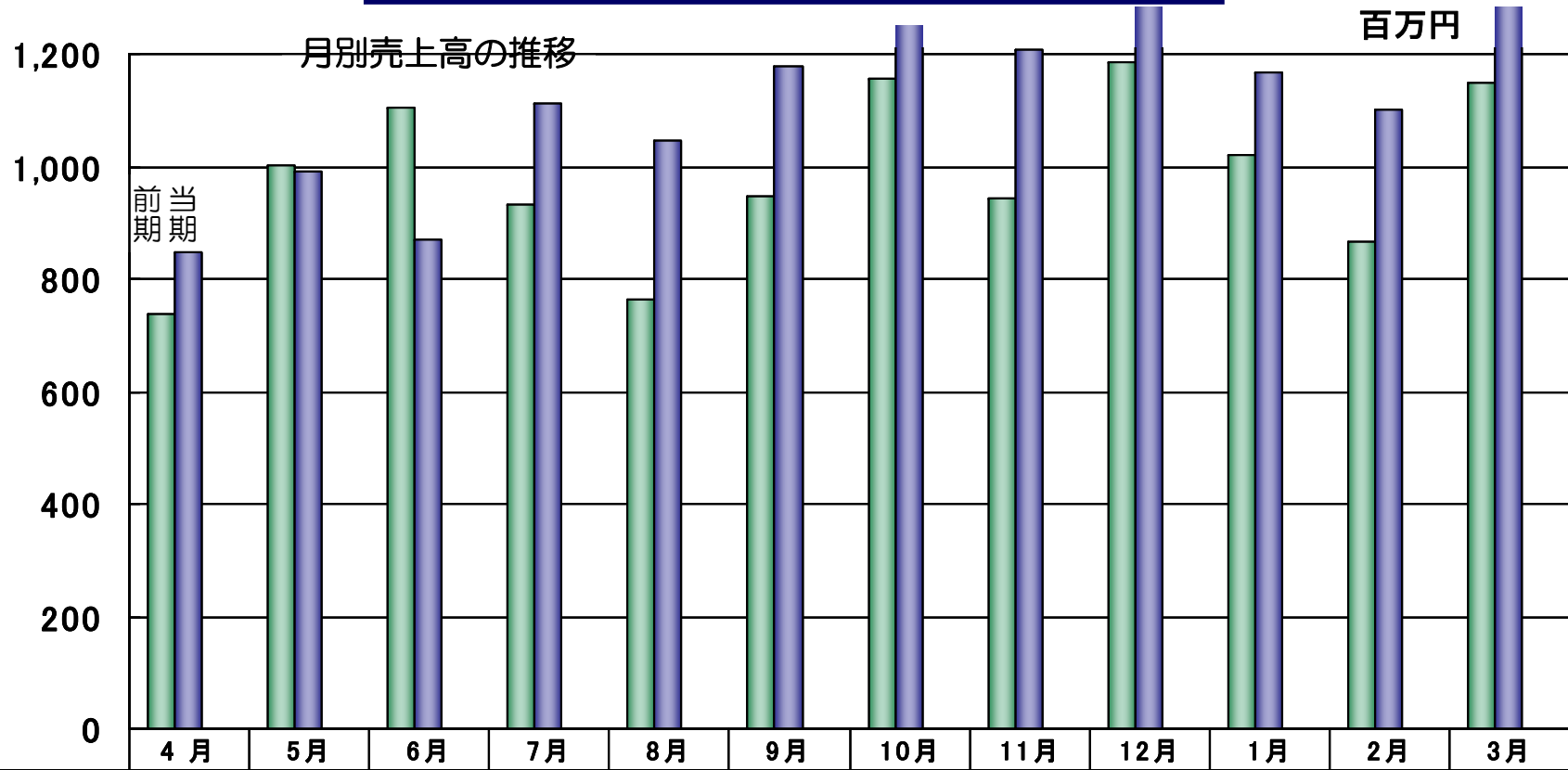
平成24年3月期業績概要（連結）

百万円

通期	平成23年3月期		平成24年3月期		前期比	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減額	増減率
売上高	11,809	100.0%	13,578	100.0%	1,768	15.0%
売上総利益	9,599	81.3%	10,148	74.7%	549	5.7%
販管費	8,938	75.7%	9,112	67.1%	174	1.9%
営業利益	660	5.6%	1,035	7.6%	375	56.9%
経常利益	626	5.3%	1,000	7.4%	374	59.6%
当期純利益	22	0.2%	537	4.0%	516	2,330.7%
1株当たり 当期純利益	5.62 (円)	—	136.73 (円)	—	131.11 (円)	2,332.9%

半期毎	平成23年3月期				平成24年3月期			
	上期		下期		上期		下期	
売上高	5,487	46.5%	6,322	53.5%	6,045	44.5%	7,533	55.5%
営業利益	▲167	—	827	—	194	—	841	1.7%
経常利益	▲185	—	811	—	185	—	814	0.3%

売上高 前年同月比/Q別比



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
■ H23.3月期	736	1,002	1,104	933	763	947	1,155	943	1,187	1,019	867	1,149
■ H24.3月期	848	990	869	1,112	1,047	1,178	1,252	1,206	1,431	1,167	1,101	1,373
□ 前年同月比	115.3%	98.8%	78.7%	119.1%	137.3%	124.4%	108.4%	128.0%	120.5%	114.5%	126.9%	119.5%
H23.3月期Q別	2,843			2,644			3,285			3,036		
H24.3月期Q別	2,709			3,337			3,890			3,642		
前期比	95.3%			126.2%			118.4%			119.9%		

## 平成24年3月期業績の総括



**売上高** 13,578百万円（前期比115.0%）

本年度は、平成23年6月に卸売を中心とした株式会社エイチプラスビイ・ライフサイエンスを買収し、本年度第2四半期から連結経営成績に反映させたため、通期で前期同期比115.0%の増収となりました。

**利益** 経常利益1,000百万円（前期比159.6%）

売上原価は卸売の売上比率増加により3,430百万円（前年同期比155.2%）、広告・販促費は前年比136百万円減少、その他の販売・一般管理費は310百万円増加。経常利益は374百万円の増益。

百万円

	平成23年3月期		平成24年3月期		増減	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率
広告宣伝費	1,345	11.4%	921	6.8%	▲424	▲31.5%
販売促進費	2,021	17.1%	2,308	17.0%	287	14.2%
（計）	(3,366)	(28.5%)	(3,230)	(23.8%)	(▲136)	(▲4.1%)

販売形態別実績

百万円

	平成23年3月期		平成24年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
通信販売	8,461	71.7%	8,642	63.6%	181	2.1%
百貨店向卸売	1,260	10.7%	1,209	8.9%	▲50	▲4.0%
その他卸売	1,097	9.3%	2,799	20.6%	1,702	155.2%
直営店	856	7.3%	798	5.9%	▲58	▲6.8%
小計	11,676	98.9%	13,450	99.1%	1,774	15.2%
ハーバーガーデン等	133	1.1%	128	1.0%	▲5	▲3.8%
合計	11,809	100.0%	13,578	100.0%	1,768	15.0%

- ・ インターネットの売上額は、1,809百万円（前期比109.7%）で通信販売に占める比率は、前期の19.5%から20.9%にアップ、ネット会員は530千人から645千人に115千人増加。

※ 百貨店の店舗数は、42店舗。（3月末現在。前期末比1）

※ 直営店の店舗数は、26店舗。（3月末現在。前期末比▲3）

## 品目別売上高と構成比

百万円

		平成23年3月期		平成24年3月期		増 減	
		金 額	構成比	金 額	構成比	金 額	増減率
化粧品	基礎化粧品	7,469	63.2%	7,784	57.3%	315	4.2%
	メイクアップ化粧品	1,271	10.8%	1,375	10.1%	103	8.2%
	トイレットリー	560	4.7%	648	4.8%	88	15.8%
	その他	500	4.2%	545	4.0%	45	9.1%
	計	9,801	83.0%	10,354	76.2%	553	5.6%
栄養補助食品・雑貨等		1,874	15.9%	3,095	22.8%	1,220	65.1%
ハーバーガーデン等		133	1.1%	128	1.0%	▲5	▲4.1%
合 計		11,809	100%	13,578	100%	1,768	15.0%

- ・ スクワランを中心とした基本3品と無機顔料メイクの正しい使い方の普及に努めた結果、化粧水・スクワラン、メイクアップ化粧品が増収。
- ・ トイレットリー、栄養補助食品・雑貨等は、平成23年6月に買収した(株)エイチプラスビー・ライフサイエンスが第2四半期から寄与し増収。

新規客/会員数動向

		平成23年	平成24年	前期比	
		3月末	3月末	増減	増減率
クラブメンバー	プラチナ会員(年間10万円以上)	20,684 (人)	20,869 (人)	185 (人)	0.9%
	ゴールド会員(年間5万円以上)	45,457 (人)	45,861 (人)	404 (人)	0.9%
	フレンド会員(年間3万円以上)	42,049 (人)	42,364 (人)	315 (人)	0.7%
	計	108,190 (人)	109,094 (人)	904 (人)	0.8%
稼働会員(1年以内の本製品購入者)		292千人	301千人	8千人	2.8%
見込客獲得数(通期)		443千人	284千人	▲159千人	▲35.8%
新規客獲得数(通期)		91千人	86千人	▲4千人	▲5.3%

※「おためしセット」新規購入者は新規客獲得数にカウントしていません。  
 ※ プラチナ会員数は、ダイヤモンド会員(年間20万円以上)を含みます。



平成25年3月期の施策

1. グループ営業力の強化・業務の効率化を更に図る。
2. 「生命科学研究所」を中心に、大学や研究機関との共同研究や、物質、素材、原料等の専門的研究、化粧品、食品などの開発体制を充実させ当社独自の高機能商品を開発する。
3. 化粧水の5回重ねづけの効果を実感していただくため、一部商品価格の値下げを実施、顧客数の安定的増加と定着化を促進する。
4. WEBサイトをリニューアルし、一層の新規顧客獲得と販売強化を図る。
5. 当社グループの商品開発力や製造ノウハウを活かし、PBやOEM事業の攻勢を強める。
6. 海外新市場の開拓を図る。