

2026年 3月期

第 1 四半期決算説明資料

2025年 8 月

株式会社アルマード

全社業績

1. 26年3月期 1Qの業績進捗は、**新規獲得好調**で売上は計画を超過

- 売上高：2,516百万円（前年同期比 143%）
- 営業利益：△880百万円（前年同期営業利益 △279百万円）
- 好調な新規獲得を背景に広告宣伝費が増大した影響で営業利益は前年同期比で△279百万円だが、1Qでの獲得コストは当該年度中の回収が可能なため通期営業利益は計画通り

成長 セグメント

2. 直販顧客獲得は**過去最高**を大幅更新、定期会員数も**順調に拡大**

- 新規顧客獲得は過去最高数を大幅に更新、一方顧客獲得コストはTVCM効果もあり抑制に成功
- メンズ商材はTVCM投入によりシニア層の潜在需要の掘り起こしに成功し獲得数を飛躍的に拡大させる
- ROAS拡大に向けて展開中の一般流通事業は2Q中の5,000店舗配荷に目途（前期末3,000店実績）

他事業 トピック

3. 複数チャネルで同時展開を計画する2つの**戦略商品**が上市

- 柔道家野村忠宏氏とのコラボ新商品が7月に上市
- TV通販部門は大型番組に課題残すが、6年ぶりのメイク新商品がデビューし初陣を飾る
- 資本政策では65円/1株の配当は堅持する計画

全社業績

1. 26年3月期 1Qの業績進捗は、**新規獲得好調**で売上は計画を超過

- 売上高：2,516百万円（前年同期比 143%）
- 営業利益：△880百万円（前年同期営業利益 △279百万円）
- 好調な新規獲得を背景に広告宣伝費が増大した影響で営業利益は前年同期比で△279百万円だが、1Qでの獲得コストは当該年度中の回収が可能なため通期営業利益は計画通り

成長 セグメント

2. 直販顧客獲得は**過去最高**を大幅更新、定期会員数も**順調に拡大**

- 新規顧客獲得は過去最高数を大幅に更新、一方顧客獲得コストはTVCM効果もあり抑制に成功
- メンズ商材はTVCM投入によりシニア層の潜在需要の掘り起こしに成功し獲得数を飛躍的に拡大させる
- ROAS拡大に向けて展開中の一般流通事業は2Q中の5,000店舗配荷に目途（前期末3,000店実績）

他事業 トピック

3. 複数チャネルで同時展開を計画する2つの**戦略商品**が上市

- 柔道家野村忠宏氏とのコラボ新商品が7月に上市
- TV通販部門は大型番組に課題残すが、6年ぶりのメイク新商品がデビューし初陣を飾る
- 資本政策では65円/1株の配当は堅持する計画

- 1Qは前年同期比で増収減益の着地
- 売上面は、新TVCM放映による直販の新規獲得好調に加え、外販のバラエティ・生協販売も好調を維持
- 利益面は、直販新規獲得数増加に伴い広告宣伝費が増加したことで減益も、今後の収益獲得基盤は順調に拡大

(単位:百万円)

項目	1Q		前年同期比	
	前期	当期	差異	増減率
売上高	1,754	2,516	762	143%
売上総利益	1,258	1,863	604	148%
販管費	1,860	2,744	883	148%
営業利益	-601	-880	-279	-
当期利益（税後）	-416	-604	-188	-
EPS	-45.0	-65.5	-20.5	-

全社業績：1Qの概況（全社及び販路別）

△ALMADO

- 直販は新規顧客獲得が好調に推移（計画対比177%）したことで定期便会員数も順調に拡大しており、**前年比143%**
- TV通販は2回実施した大型番組のうち1回が予算未達となったことに加え、6月29日オンエアの大型番組における一部出荷が2Qに月ズレしたことが影響し、**前年比85%**
- 外販は前期とのOEM出荷時期ズレの影響（前年度では2Qに出荷の商品が今年度は1Qに前倒し出荷）とバラエティショップ等の販売好調により、**前年比275%**
- 営業利益は直販の新規獲得が計画比上振れしたことに伴い変動費である獲得コストも拡大し、**前年比▲279百万円**

項目	1Q		前年同期比 (増減率)	1Qの計画進捗
	前期	当期		
全社売上 (a+b+c)	1,754	2,516	143%	計画を上回る
a. 直販 売上	1,328	1,878	141%	新規獲得好調により計画を36%上回る
b. TV通販 売上	278	237	85%	大型番組が予算未達となったことで計画を30%下回る
c. 外販 売上	148	401	275%	バラエティショップ・生協販売好調に加えOEM時期ズレもあり計画を12%上回る
営業利益	-601	-880	-	1Q新規獲得好調により計画よりも下期偏重の利益構造に

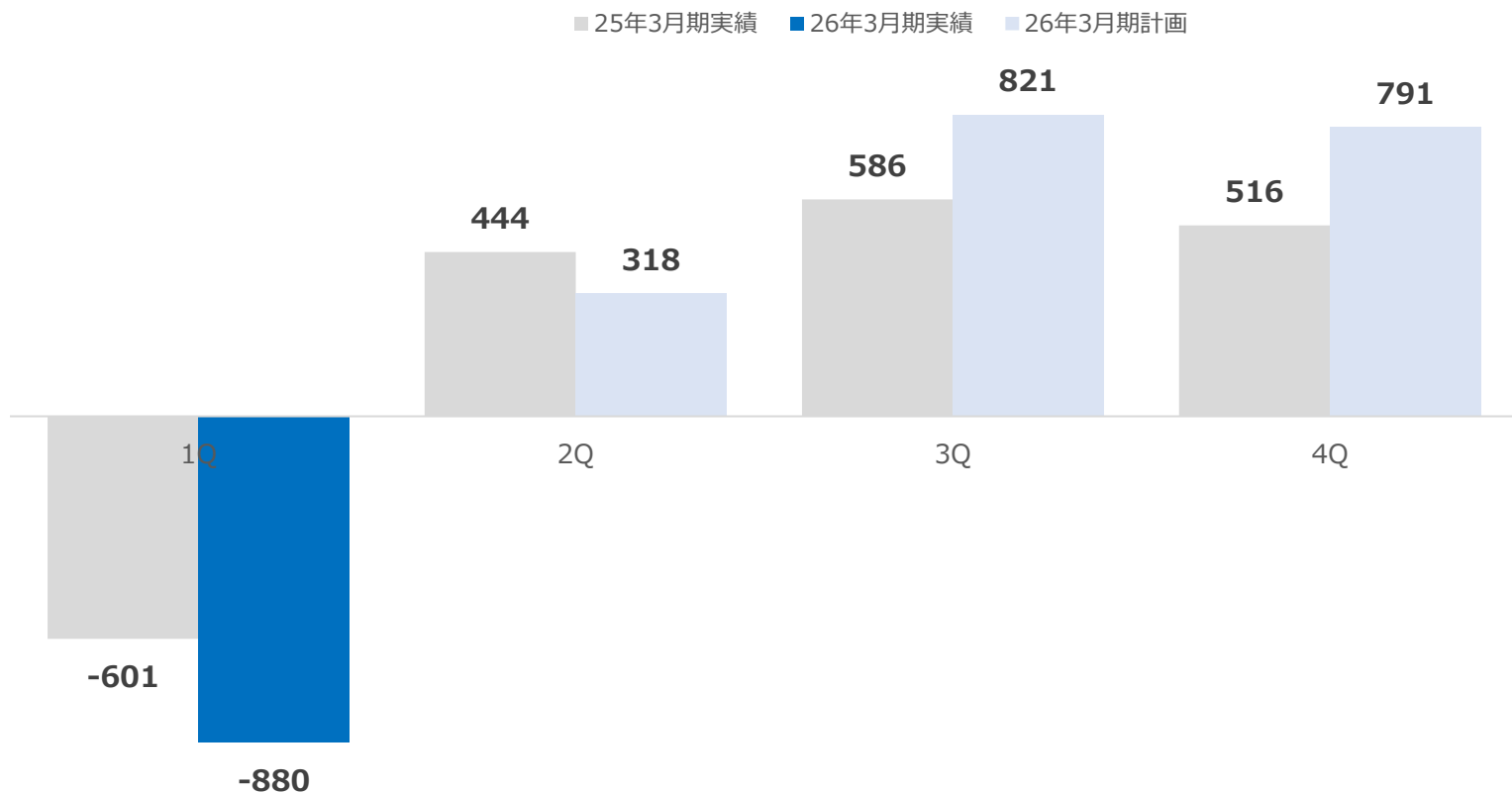
(単位:百万円)

全社業績：四半期利益の状況

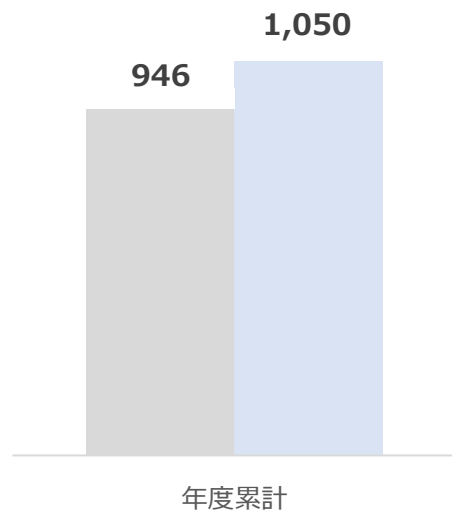
△ALMADO

- 1Qは直販部門の新規獲得好調に伴う広告宣伝費増加により△880百万円の営業損失
- 1Qの広告宣伝投資は2Q以降に回収見込みであるため、**通期の利益計画に変更なし**
- 1Qの獲得ボリュームに応じて1Qの営業損失は増減するが、当該獲得顧客の継続率やクロスセル率が安定している当社の場合、当該獲得顧客に投じた獲得コストは4Qには例年回収できている

四半期ごとの営業利益



年度営業利益



通期計画の
変更なし

全社業績

1. 26年3月期 1Qの業績進捗は、**新規獲得好調**で売上は計画を超過

- 売上高：2,516百万円（前年同期比 143%）
- 営業利益：△880百万円（前年同期営業利益 △279百万円）
- 好調な新規獲得を背景に広告宣伝費が増大した影響で営業利益は前年同期比で△279百万円だが、1Qでの獲得コストは当該年度中の回収が可能のため通期営業利益は計画通り

成長 セグメント

2. 直販顧客獲得は**過去最高**を大幅更新、定期会員数も**順調に拡大**

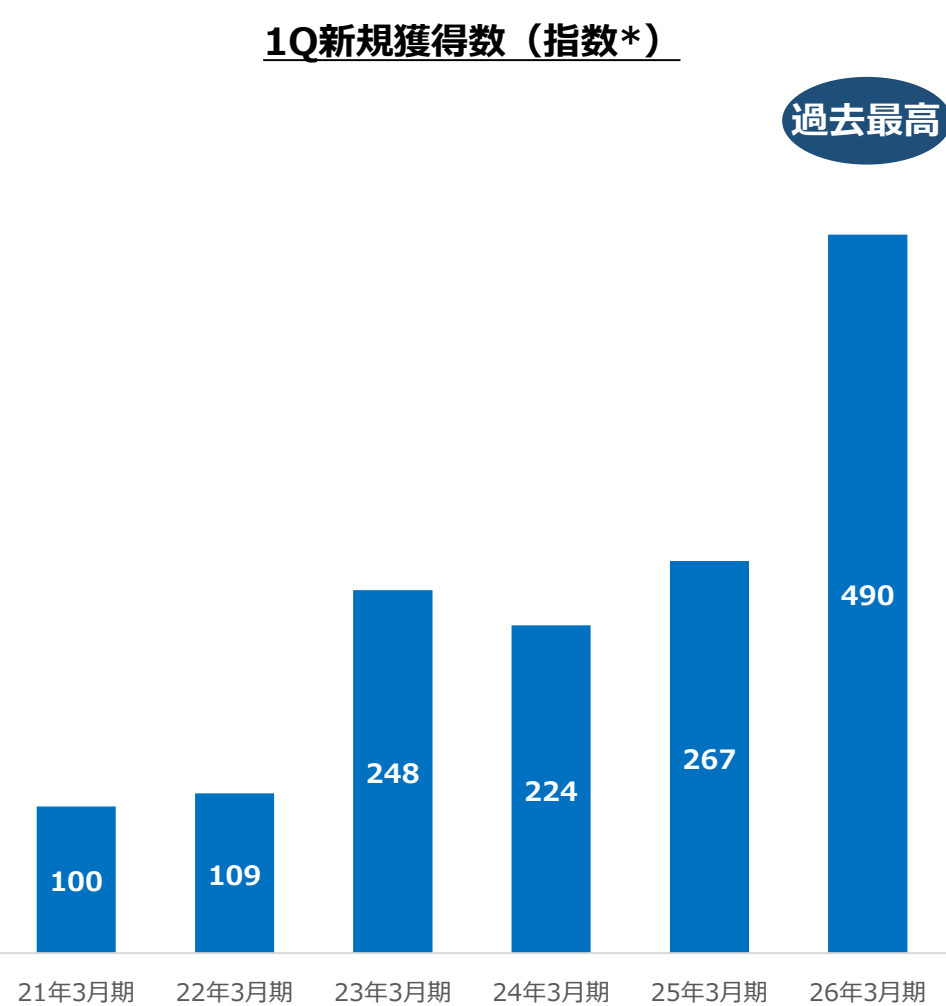
- 新規顧客獲得は過去最高数を大幅に更新、一方顧客獲得コストはTVCM効果もあり抑制に成功
- メンズ商材はTVCM投入によりシニア層の潜在需要の掘り起こしに成功し獲得数を飛躍的に拡大させる
- ROAS拡大に向けて展開中の一般流通事業は2Q中の5,000店舗配荷に目途（前期末3,000店実績）

他事業 トピック

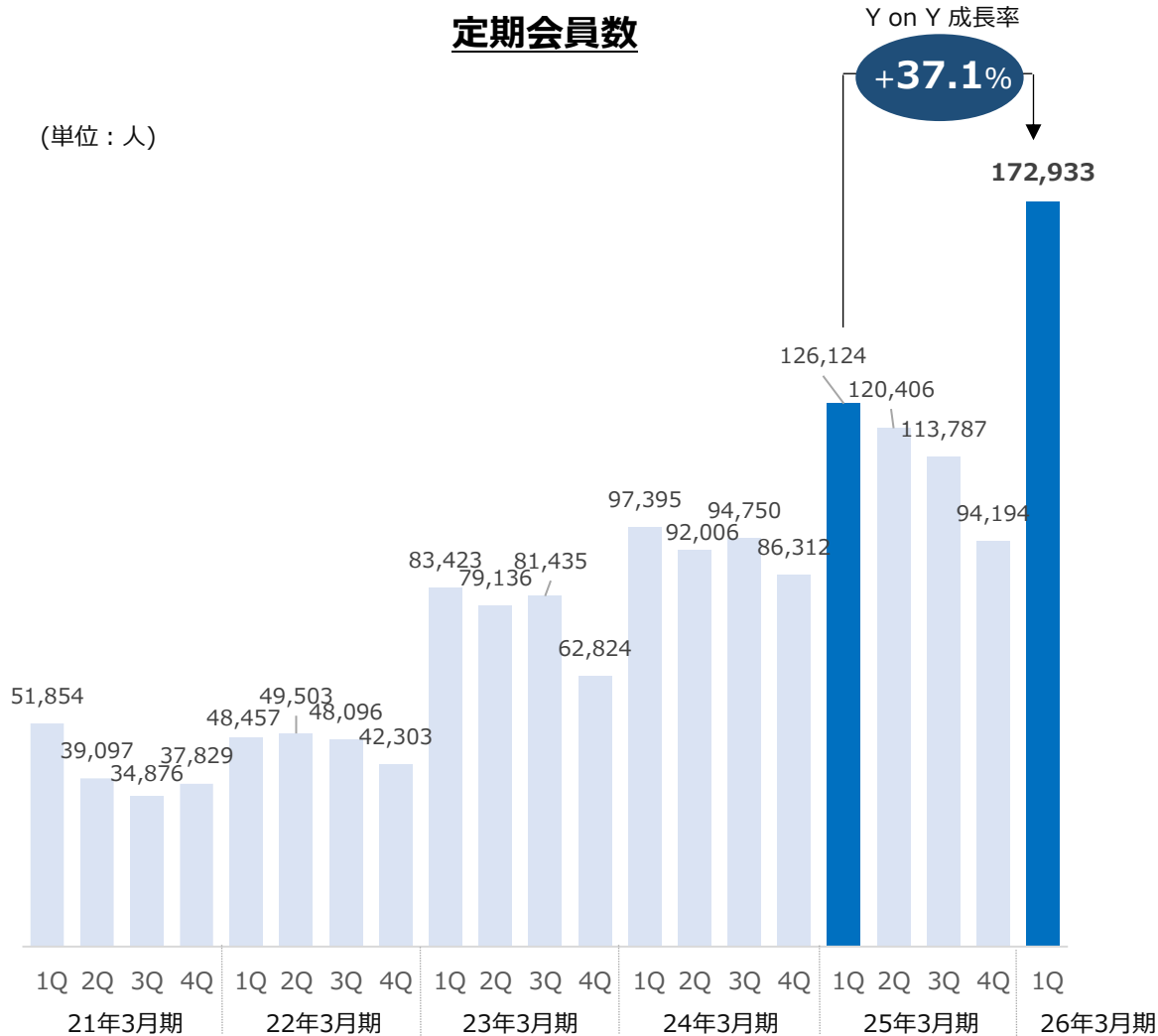
3. 複数チャネルで同時展開を計画する2つの**戦略商品**が上市

- 柔道家野村忠宏氏とのコラボ新商品が7月に上市
- TV通販部門は大型番組に課題残すが、6年ぶりのメイク新商品がデビューし初陣を飾る
- 資本政策では65円/1株の配当は堅持する計画

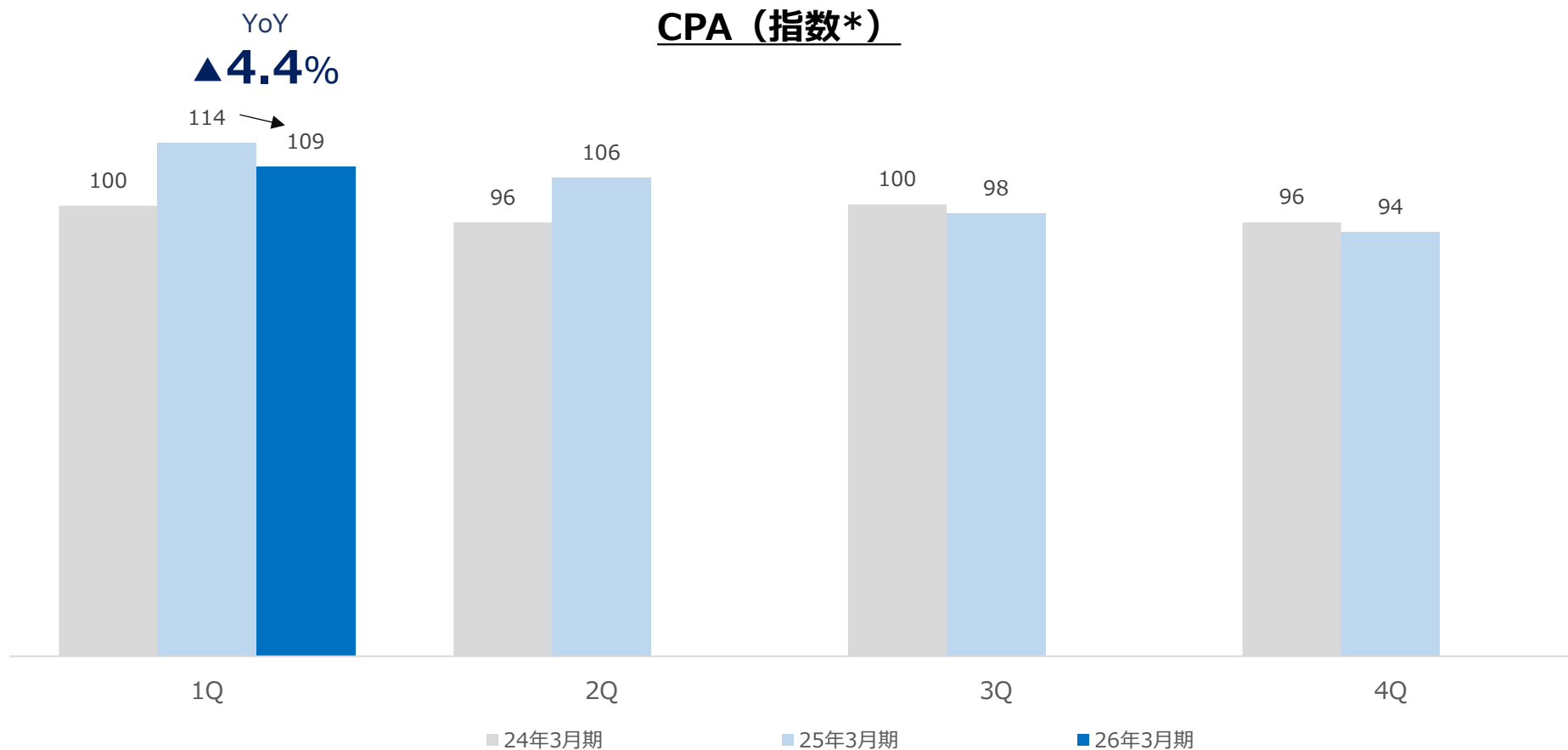
- 1Qの新規顧客獲得数は新TVCMの放映によりメンズ商材を中心に好調に推移し、**過去最高を大幅に更新**
- 定期会員数は前年同期比で+37.1%と増加し、**収益獲得基盤は順調に拡大**



*指数：20年3月期1Qの新規顧客獲得数を100とした時の相対値



- 1Qの新規顧客獲得は前年同期比で**183%と大幅増加**だがCPA*は前年同期比で**4.4%の抑制**に成功
- TVCM放映により高効率でメンズ商材を一気に拡販できたことがその要因ではあるが、CPAはまだ計画比108.2%の水準にあるため更なる効率改善が課題



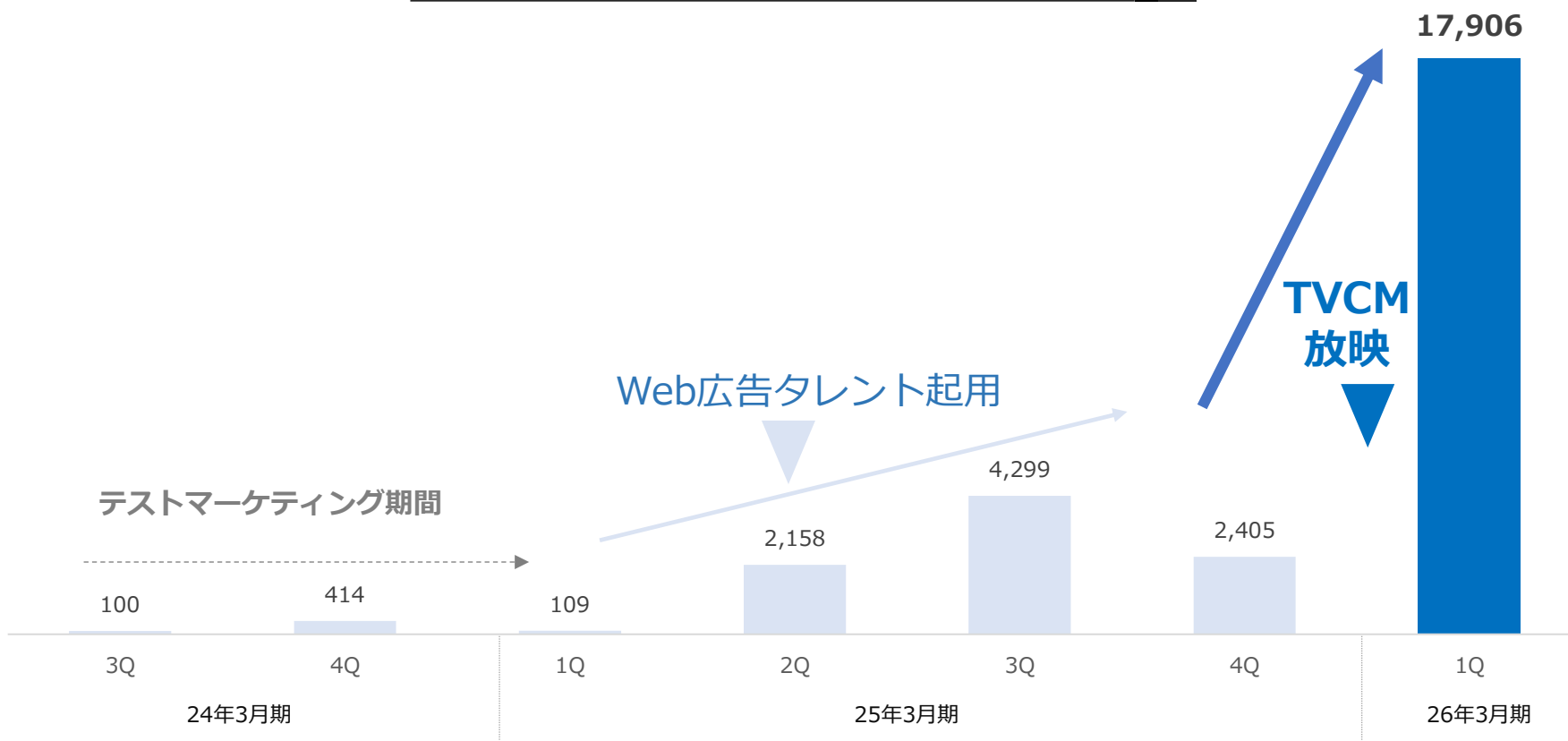
*CPA：一人当たり顧客獲得費用

*指数：24年3月期1QのCPAを100とした時の相対値

成長セグメント：新たな主力商品の育成（メンズスキンケア商品の状況）

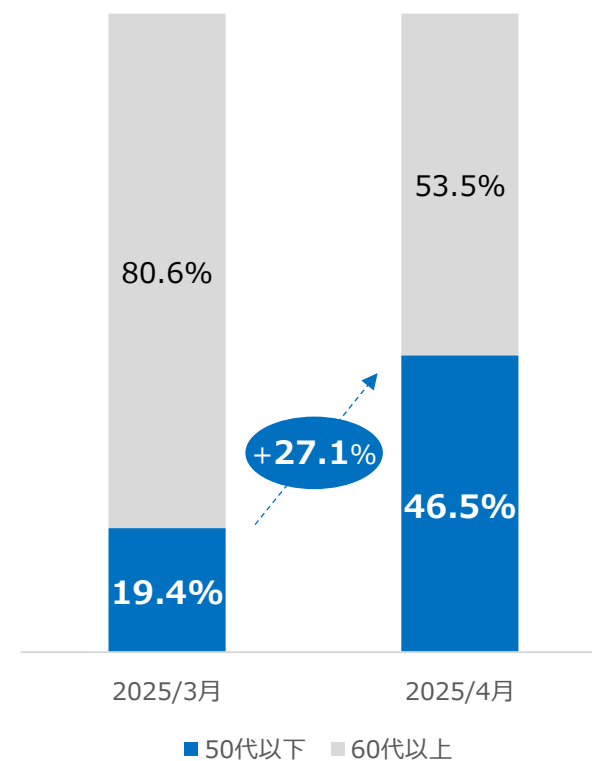
- 当1Qに有名男性タレントを起用したTVCMを放映したことにより、メンズスキンケア商品の新規獲得数は**急拡大**
- 獲得年代構成比でみると**50代以下男性**の構成比が一気に拡大（LTVや商品寿命の観点から非常にGood）
- 新規に獲得した男性顧客の購買データを分析し、今後は**クロスセル率の改善**に向けてUVケア、ヘアケア、サプリ等の商材を順次投入予定

メンズスキンケア商品の新規獲得数（指数*）



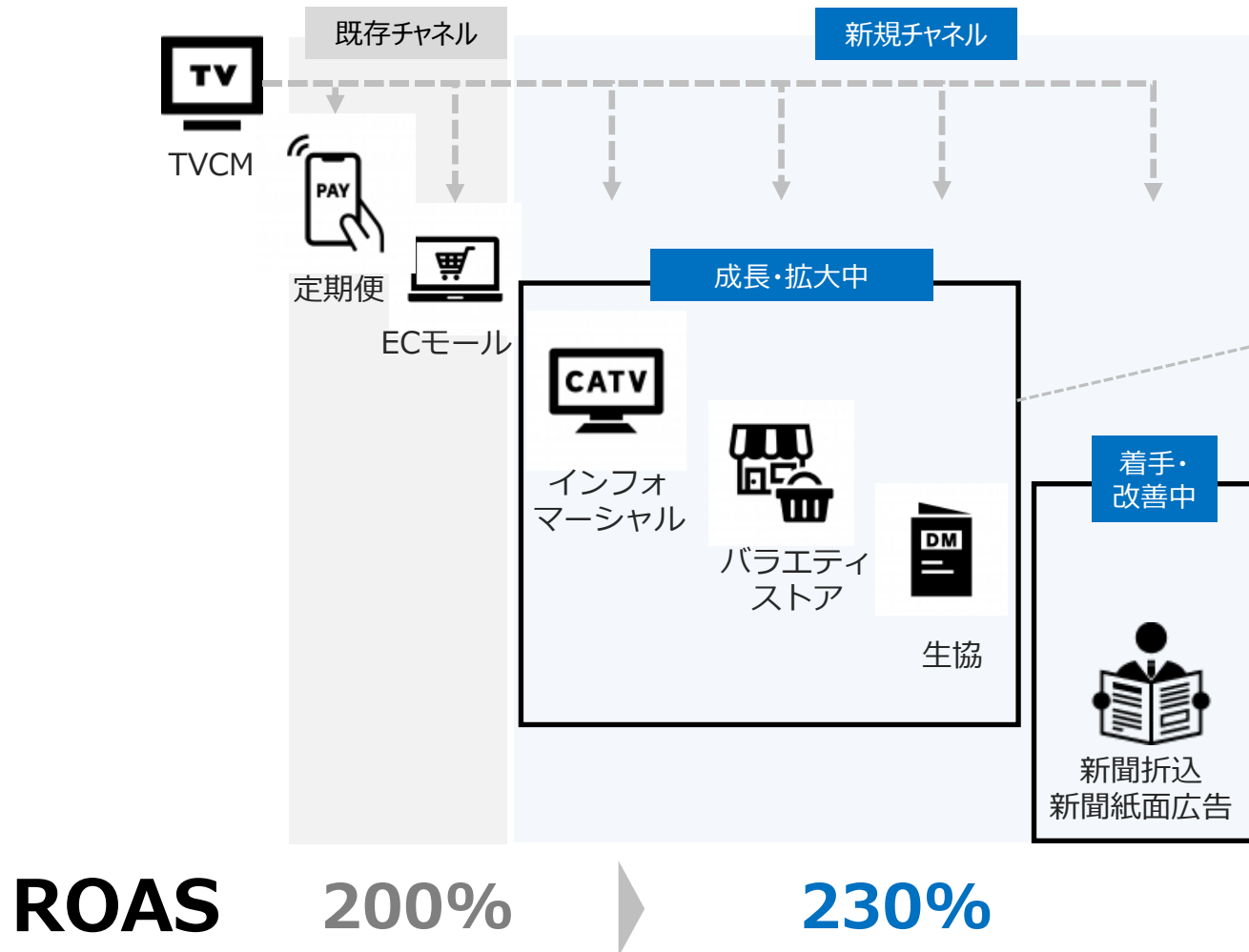
* 指数：24年3月期3Qの獲得数を100とした時の相対値

獲得年代構成比



成長セグメント：ROAS改善に向けた取組み（全体像）

- 全社的な利益率向上の一環として、広告の費用対効果を示すROAS改善を図り、**中期的には230%**を目指す
- 上記目標を達成すべく、広告宣伝の効果の大きい**新規チャンネルにおいて取組みを実施中**



26年3月期1Qの状況

- バラエティショップ、生協は**成長が加速**、詳細は次ページで説明
- インフォマーシャルは更なる拡大を図るため、**メンズ・ヘアケア商品への拡大**を予定

- 新聞折込広告による新規顧客獲得数は順調に増加しており、当1Qは**前4Q比327%の獲得数を記録**
- Web広告やインフォマーシャルと比較し**低いコストで顧客獲得が可能な媒体**であるため、今後も注力

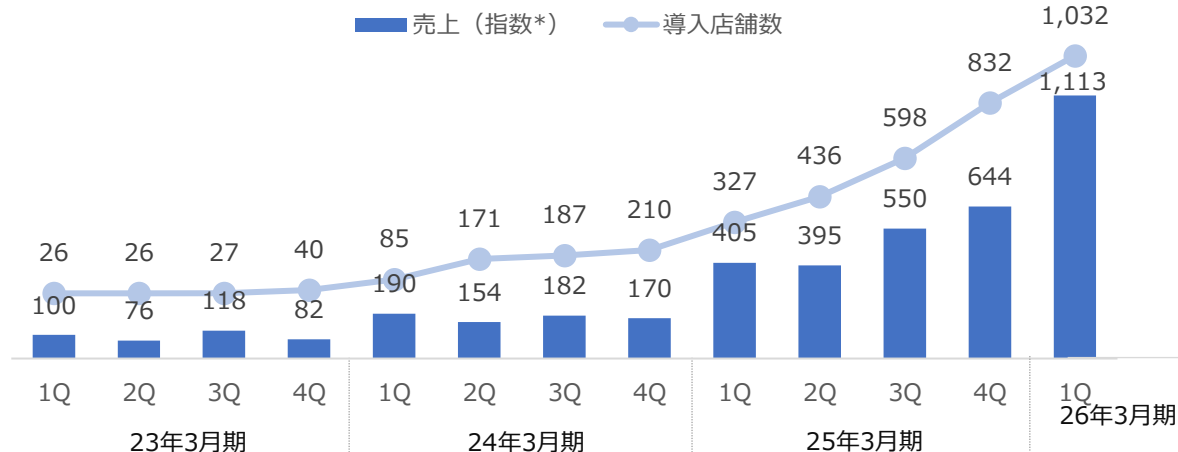
- バラエティショップ・生協は急速に成長、ドラッグストアは大きな成長余地あり

バラエティショップ・生協

取扱店舗数・売上ともに順調に拡大

- バラエティショップ系統（卸経由の一部ドラッグストア含む）の1Q末時点の**取扱店舗数は1,032店舗まで急速に拡大**しており、それに伴い**売上は過去最高値を記録**
- 生協販売は大型事業連合含め順調にチラシ掲載数を獲得し、1Q売上は**直前四半期比147.9%と着実に成長**

バラエティショップの取扱店舗数と売上(生協含む)



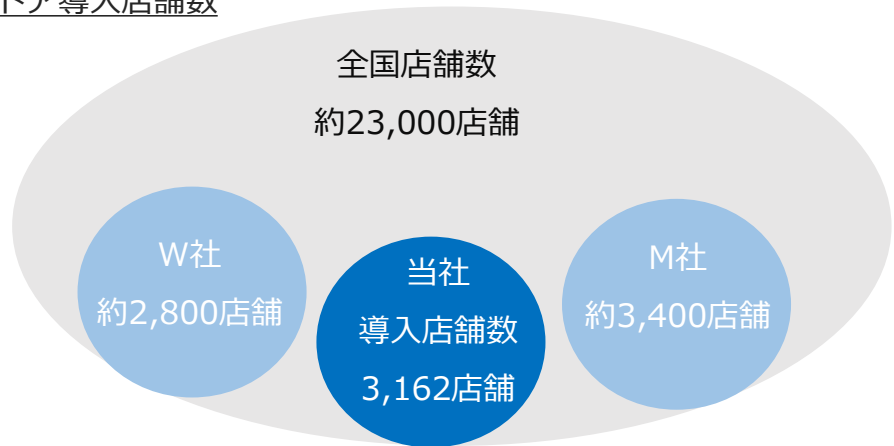
*指数：23年3月期1Qのバラエティストア売上を100とした時の相対値

ドラッグストア

大きな成長余地を確実に捉えるべく営業を強化

- 全国のドラッグストア約23,000店舗に対し、当社商品の導入店舗数は3,162店舗であり、**大きな成長余地**がある
- 今後はツルハとの統合を控えるW社へのヘルスケア商材の配荷やM社へのスキンケア配荷拡大といった施策により導入店舗数の更なる拡大を目指す

ドラッグストア導入店舗数



全社業績

1. 26年3月期 1Qの業績進捗は、**新規獲得好調**で売上は計画を超過

- 売上高：2,516百万円（前年同期比 143%）
- 営業利益：△880百万円（前年同期営業利益 △279百万円）
- 好調な新規獲得を背景に広告宣伝費が増大した影響で営業利益は前年同期比で△279百万円だが、1Qでの獲得コストは当該年度中の回収が可能のため通期営業利益は計画通り

成長 セグメント

2. 直販顧客獲得は**過去最高**を大幅更新、定期会員数も**順調に拡大**

- 新規顧客獲得は過去最高数を大幅に更新、一方顧客獲得コストはTVCM効果もあり抑制に成功
- メンズ商材はTVCM投入によりシニア層の潜在需要の掘り起こしに成功し獲得数を飛躍的に拡大させる
- ROAS拡大に向けて展開中の一般流通事業は2Q中の5,000店舗配荷に目途（前期末3,000店実績）

他事業 トピック

3. 複数チャネルで同時展開を計画する2つの**戦略商品**が上市

- 柔道家野村忠宏氏とのコラボ新商品が7月に上市
- TV通販部門は大型番組に課題残すが、6年ぶりのメイク新商品がデビューし初陣を飾る
- 資本政策では65円/1株の配当は堅持する計画

その他トピック：複数チャネルで同時展開する2つの戦略商品が上市

△ALMADO

- 多機能プロテインと美容液マスカラが上市し、今後複数チャネルで同時展開していく

新規戦略商品

Nom-Lab PROTEIN



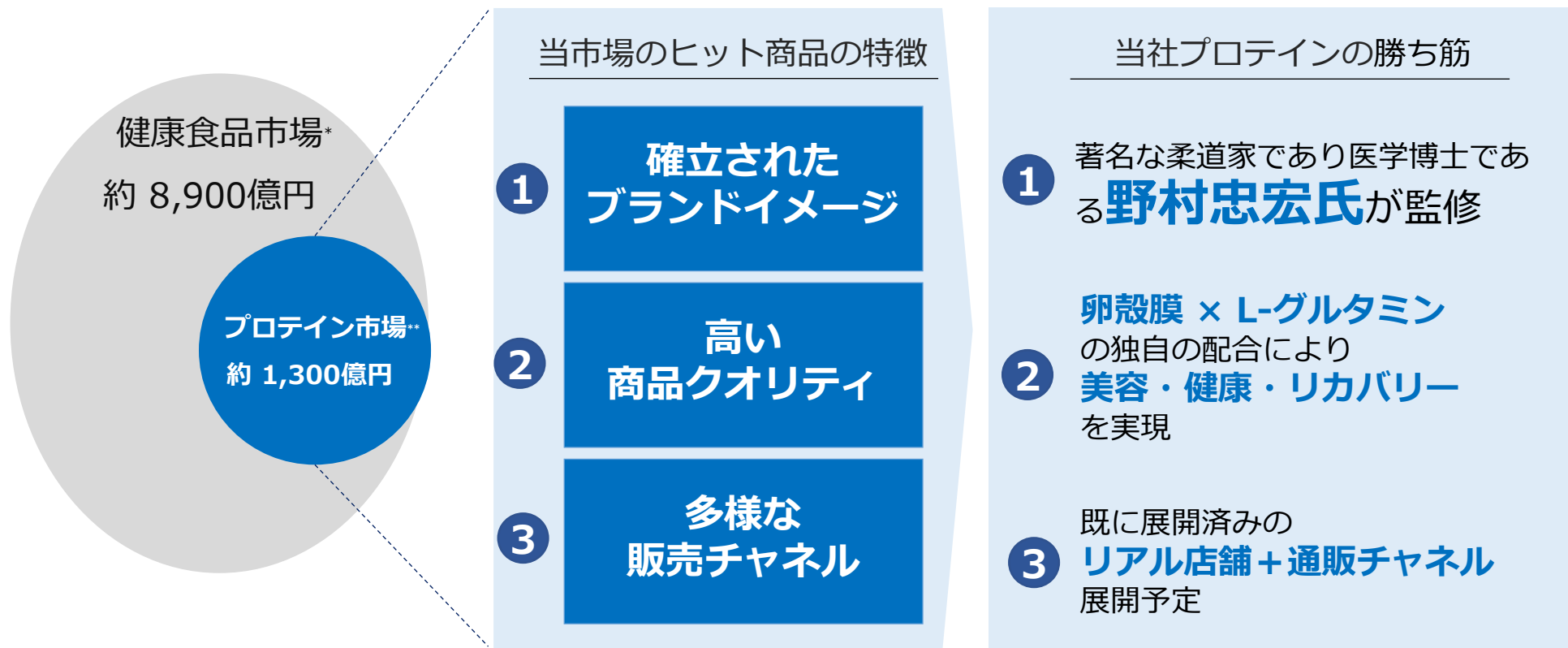
オーディモード アイラッシュインパクト



- 動物性(ホエイ)と植物性(ソイ)を含有の**Wプロテイン**
- 美容・健康効果の卵殻膜**に加え、リカバリー効果のある**L-グルタミンを配合**
- 卵殻膜、加水分解ケラチン、AnaGain™***の配合により、まつ毛に**ハリ・コシ・潤い**
- 高品質により**ニューヨークコレクション**で**プロが使用**

* AnaGain™：エンドウ芽エキス、イソマルト（ハリ、コシ、保湿成分）

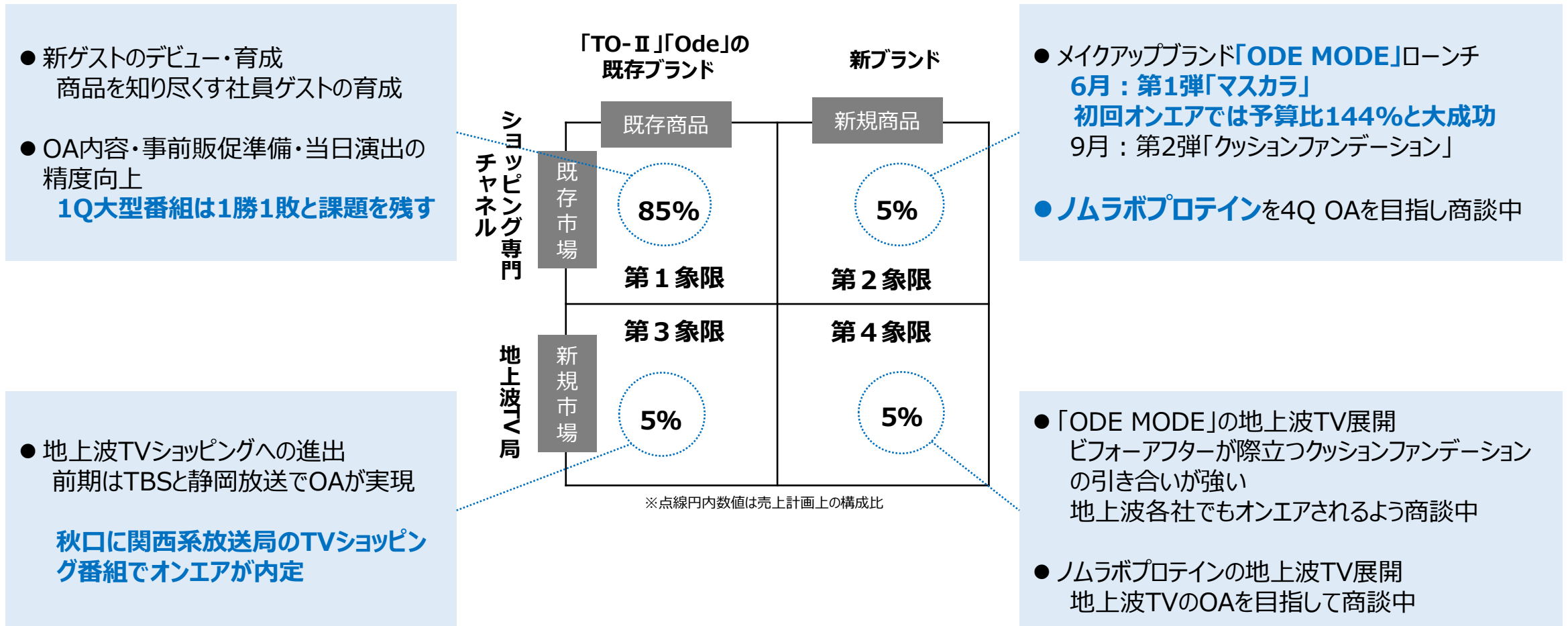
- ・ 柔道家の**野村忠宏氏**と**共同企画開発**した卵殻膜配合のプロテインを7月22日に上市
- ・ 商品クオリティを消費者にいかに広範囲に伝達できるかが鍵となるため、リアル店舗のみならずTV・生協・EC等の幅広いチャネルで訴求を強化していく



* 出典 富士経済「プロテインなどのタンパク補給食品市場を調査」(2024年9月12日)

** 出典 矢野経済研究所「健康食品市場に関する調査を実施(2025年)」(2025年3月28日)

- 従来の第1象限のみでは成長に陰りが見えてきたため、前期から第3象限に加え、今期は第2・第4象限へと拡大展開する計画
- 1Qは既存大型番組で課題を残す（第1象限）も、新ブランドの好発進（第2象限）や新販路の開拓（第3象限）等、**再成長へ向けた順調な滑り出し**となる



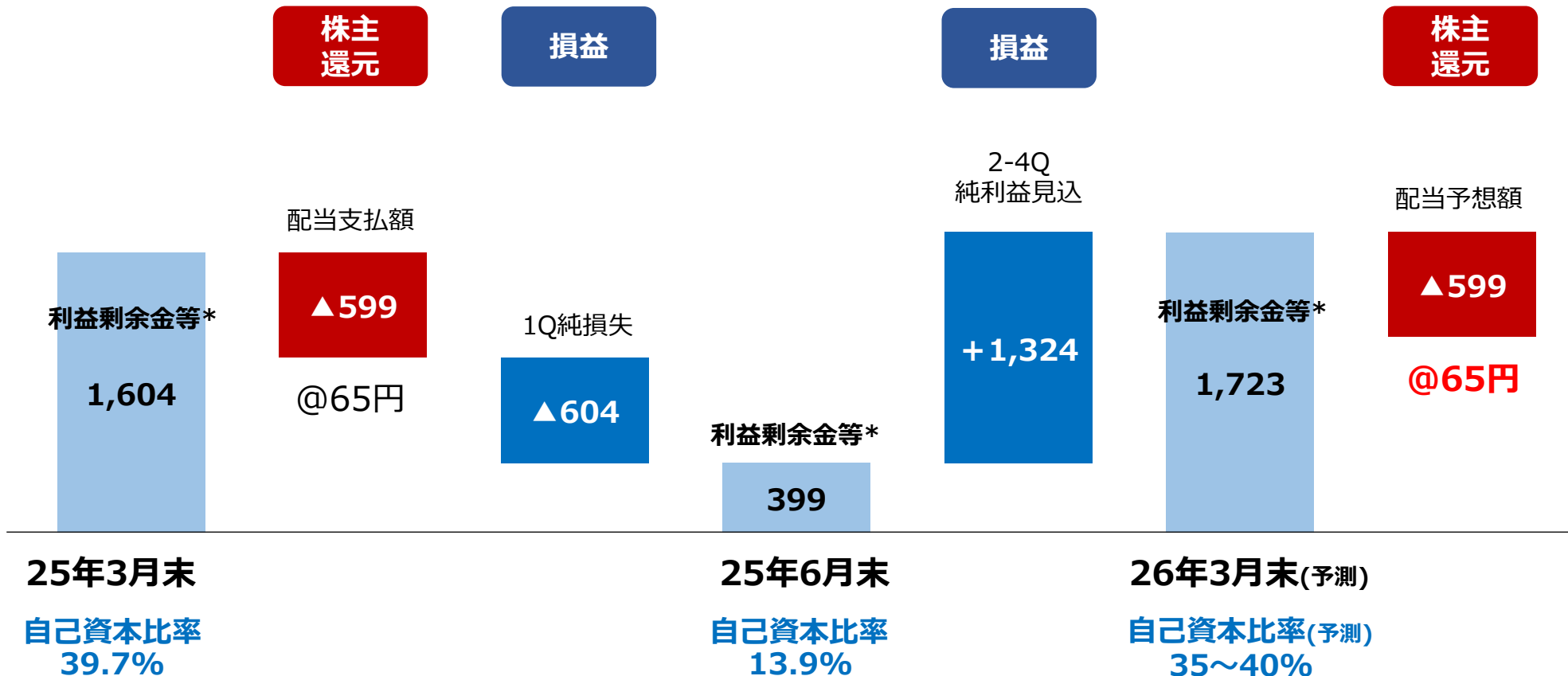
- 当1Qは概ね計画通りに業績が推移しており、**配当予想の65円は堅持**
- 自己資本比率は当1Q末時点においては一時的に低下も、当期末時点において前期末並みの水準まで回復見込み

当1Qの資本推移

(単位：百万円)

当2Q以降の資本推移予測

(単位：百万円)



* 利益剰余金等：繰越利益剰余金から自己株式の帳簿価額を控除した数値

Appendix

(単位：百万円)

	1Q		前年同期比	
	前期	当期	差異	増減率
売上高	1,754	2,516	762	143%
売上原価	495	653	157	132%
売上総利益	1,258	1,863	604	148%
販売費及び一般管理費	1,860	2,744	883	148%
人件費	161	204	42	126%
販促費	1,326	2,059	733	155%
物流費	189	236	46	125%
営業利益	-601	-880	-279	146%
経常利益	-599	-871	-272	145%
当期純利益	-416	-604	-188	145%
1株当たり当期純利益（円）	-45.0	-65.5	-20.5	146%

(単位：百万円)

	2025年3月末	2025年6月末	差異	増減率
流動資産	4,429	4,278	-151	96.6%
現金及び預金	1,570	1,183	-387	75.4%
固定資産	292	552	259	189.0%
総資産	4,721	4,830	108	102.3%
負債合計	2,847	4,161	1,313	146.1%
流動負債	2,789	4,099	1,309	147.0%
固定負債	58	61	3	105.8%
純資産（株主資本）	1,873	669	-1,204	35.7%
流動比率	158.8%	104.4%	-54.4pt	-
自己資本比率	39.7%	13.9%	-25.8pt	-

本資料は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものではありません。本資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。投資のご検討にあたっては、投資家の皆様ご自身の判断で行うようお願いいたします。

本資料には、当社に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記載が含まれています。これらは、当社が本資料作成時点において入手した情報に基づく、当該時点における予測等を基礎として作成されています。これらの記載は、一定の前提および仮定に基づいており、また、当社の経営陣の判断または主観的な予想を含むものであり、国内外の経済状況の変化、市場環境の変化、社会情勢の変化、他社の動向等の様々なリスクおよび不確実性により、将来において不正確であることが判明または将来において実現しないことがあります。したがって、当社の実際の業績、経営成績、財政状態等については、当社の予想と異なる結果となる可能性があります。

本資料への掲載にあたっては万全を期しておりますが、その内容の正確性、完全性および確実性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。

世界の人々の人生に**健康と美しさ**をもたらす
卵殻膜とバイオテクノロジーで

ALMADO