

株式会社アイケイ
2021年5月期 第2四半期決算（連結）
補足説明資料

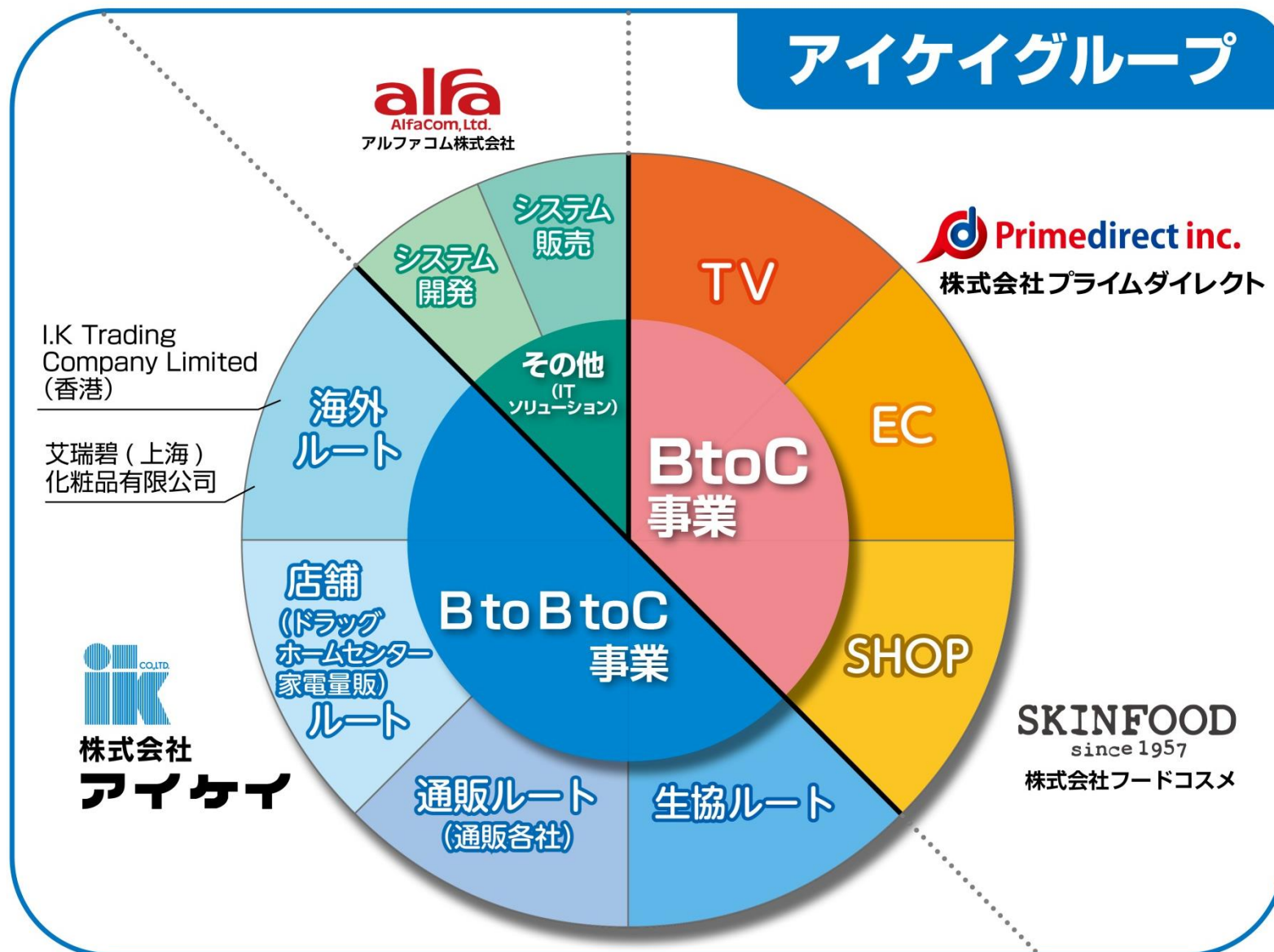
（東証1部・名証1部：2722）

株式会社 アイケイ

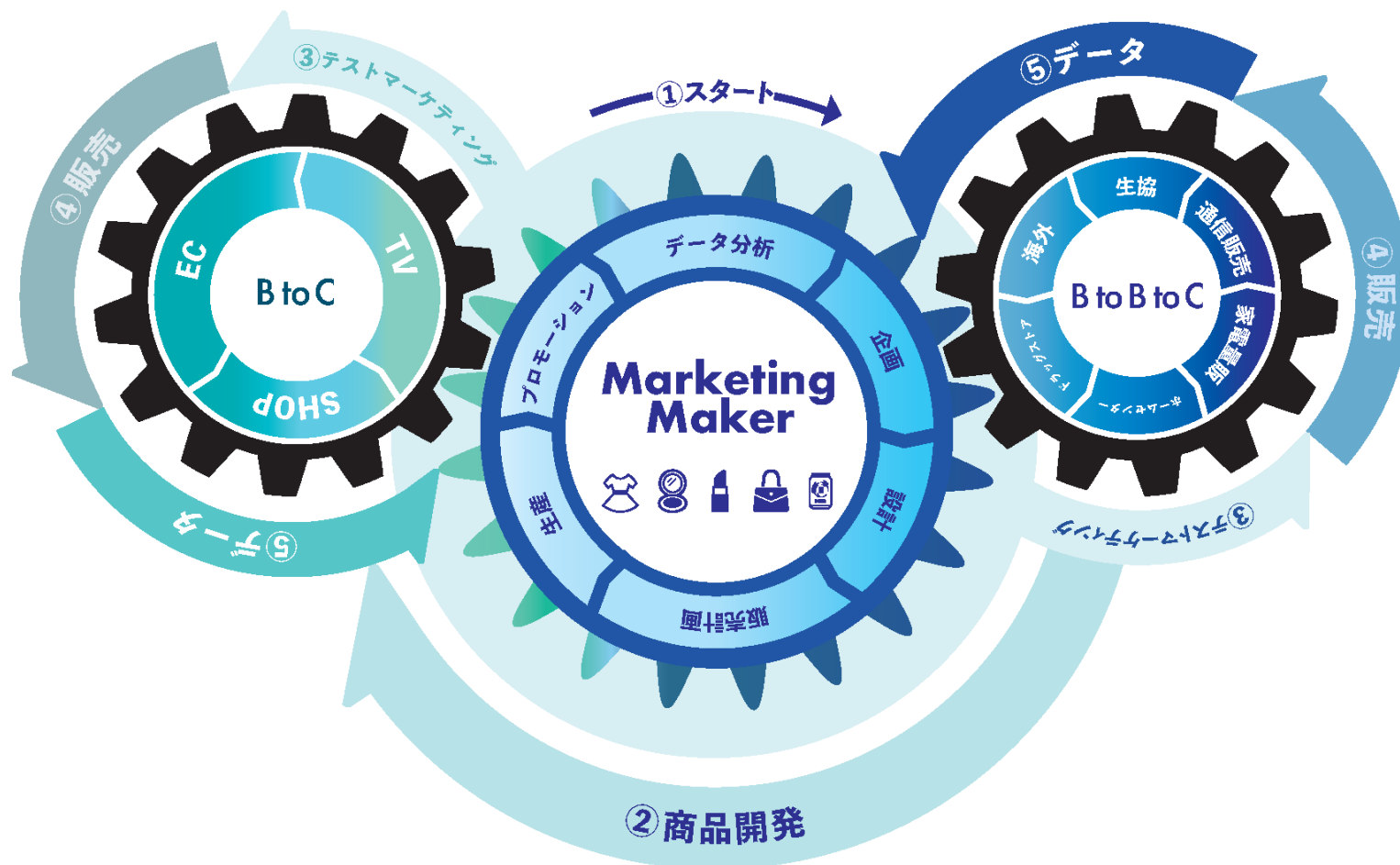


- 1. 2021年5月期 第2四半期決算実績（連結）**
2. 2021年5月期 通期業績予想（連結）
3. ご参考

当社グループの事業系統図



当社グループのビジネスモデル＝マーケティングメーカー



アイケイは独自のプロモーション戦略で、商品の**企画・製造・販売・物流**を
自社で一貫して行う**マーケティングメーカー**です

2021年5月期第2四半期決算の総括(ハイライト情報)

(単位：百万円、%)

	前2Q 実績	当2Q 実績	前期比	主な要因
売上高	8,810	11,091	125.9	前第2Q期と比較してBtoC事業で1,766百万円の増収、BtoBtoC事業で450百万円の増収、その他で64百万円の増収となり、全体では2,281百万円増収し売上高は11,091百万円となりました。
営業利益	182	534	293.4	販管費比率は荷造運賃と広告宣伝費の売上比率が増加したことにより47.8%と、前第2Qと比較して2.2ポイントUPしましたが、売上総利益率が前第2Qより4.9ポイントUPし52.6%となりましたことから、営業利益は352百万円増の534百万円となりました。
経常利益	180	534	295.3	経常利益も営業利益同様に353百万円増加し、534百万円となりました。
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	109	323	294.6	親会社株主に帰属する四半期純利益は、前第2Qより213百万円増の323百万円となりました。

セグメント別売上高

(単位：百万円、%)

	前2Q 売上高	当2Q 売上高	構成比	前期比	要 因
B to C 事業	3,222	4,989	45.0	154.8	TVショッピングのヒット商品スピードヒートおよびステップエイトの売上高が大きく増加したことで、SKINFOOD店舗での売上の減少をカバーし、全体では1,766百万円の増収となりました。
B to B to C 事業	5,470	5,920	53.4	108.2	ドラッグストア等への化粧品の卸売が減収の中、食品類の売上が生協ルートで42.4%、通信販売ルートで65.9%の増収となり、BtoBtoC事業全体では、450百万円増の5,920百万円となりました。
その他	117	181	1.6	154.7	M-Talk（チャットシステム）の新規顧客の獲得と、Voisore（通話録音システム）の売上により、売上高は64百万円の増収となりました。
合 計	8,810	11,091	100.0	125.9	

セグメント別営業利益

(単位：百万円、%)

	前2Q 営業利益	当2Q 営業利益	営 業 利益率	前期比	主な要因
B to C 事業	203	364	7.3	179.2	前第2Qと比較してMR（売上/媒体費）が0.2ポイントアップし、TVショッピングの売上が増加したこと、粗利益率が4.2ポイント改善したことから、BtoC事業全体の営業利益は364百万円となりました。
BtoBtoC 事業	△24	132	2.2	—	売上高が前第2Qと比較して8.2%増収し、売上高に占める販管費の比率が2.0ポイントダウンした結果、営業利益は157百万円増加いたしました。
その他	△12	17	9.6	—	M-Talkの売上が好調に推移したこと、販管費比率が16.8ポイントダウンしたことにより、営業利益30百万円増加いたしました。
合 計	182	534	4.8	293.4	

(注) セグメント利益または損失の調整額が前期では16百万円、当期では20百万円あります。

TVショッピングにおけるMRの推移

※ MR（メディアレーション＝売上/媒体費）

前期	第1Q	第2Q	中間期	第3Q	第4Q	通期
MR	2.3	2.9	2.6	2.8	2.9	2.7
主な商品	バタフライアブスDT ステップエイト 流水マット エアークン	スピードヒート ステップエイト エアークン 足つらナイト		スピードヒート ステップエイト エアークン 黒にんにく	ステップエイト エアークン 黒にんにく、リサラ失禁 対策ガードル、黒大豆 ヘアファンデーション	

当期	第1Q	第2Q	中間期	第3Q(予)	第4Q(予)	通期(予)
MR	2.4	3.1	2.8	3.0	2.5	2.8
主な商品	ステップエイト エアークン 流水マット ホワイトアップパンツ	ステップエイト エアークン スピードヒートベスト マルチ寝袋ダンネル ブラックファインパンツ スピードヒートケット		スピードヒートベスト ステップエイト エアークン 黒にんにく キッズ寝袋 ウォーターサーバー	ステップエイト エアークン 黒にんにく ビーズ枕 電動ウォーカー ステップエイトゴールド	

主要経営指標

	2020年5月期 第2Q実績	2021年5月期 第2Q実績
売上高総利益率 (%)	47.7	52.6
営業利益率 (%)	2.1	4.8
経常利益率 (%)	2.1	4.8

主要販管費

(単位：百万円、%)

	2020年5月第2Q期実績		2021年5月期第2Q実績	
	金 額	売上比	金 額	売上比
人件費	740	8.4	760	6.9
広告宣伝費	1,692	19.2	2,455	22.1
荷造運賃	609	6.9	898	8.1
販管費合計	4,017	45.6	5,301	47.8

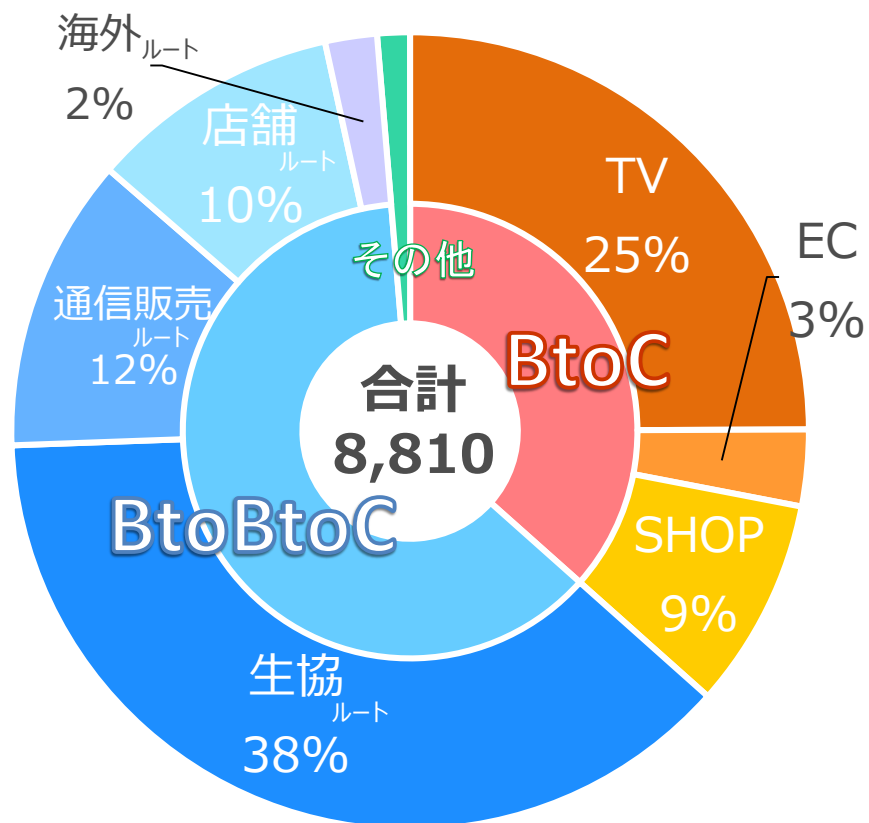
TVショッピングでのスピードヒートの放映枠拡大等により、広告宣伝費比率は前2Qと比較して2.9ポイントUPしました。さらに物流センターでの商品荷受け増加、発送作業料等の上昇により荷造運賃費の売上比率も前2Qと比較して1.2ポイント増加しましたが、人件費比率が1.5ポイント改善したことにより、販管費全体の売上比率は前期と比較して2.2ポイント増加にとどまりました。

財政の概要

	2020年5月期 第2Q実績	2021年5月期 第2Q実績
総資産（百万円）	7,047	8,022
純資産（百万円）	2,523	3,056
自己資本比率（%）	35.8	38.0
1株当たり純資産（円）	347.46	419.56
1株当たり四半期純利益（円）	14.72	44.54

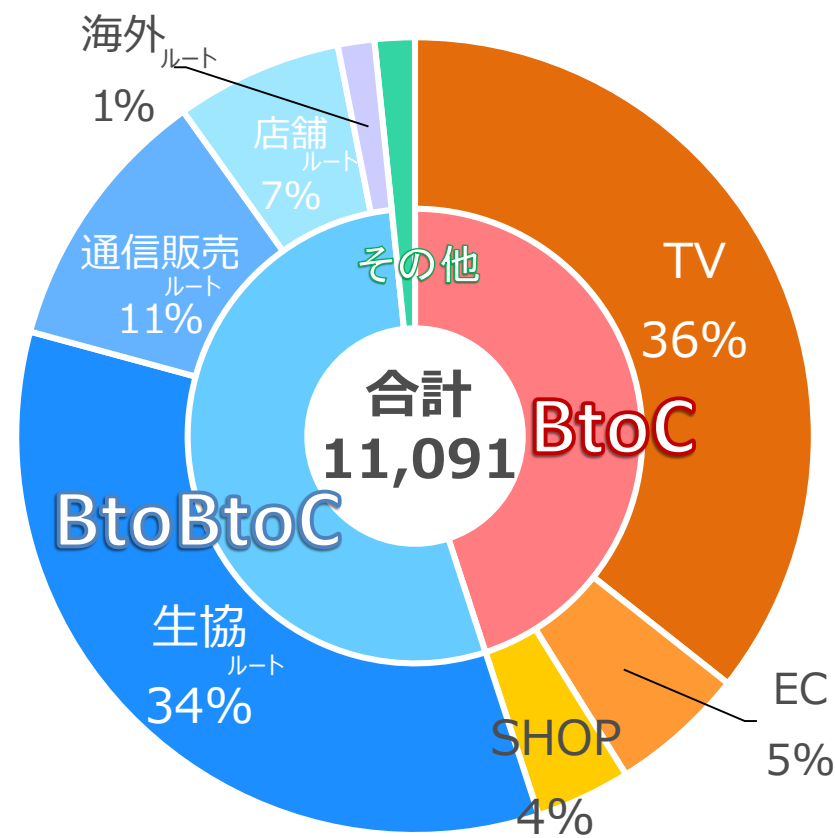
販路別売上内訳

2020年5月期 第2Q



2021年5月期 第2Q

(単位：百万円)



1. 2021年5月期 第2Q決算実績（連結）
- 2. 2021年5月期 通期業績予想（連結）**
3. ご参考

業績予想

(単位：百万円、%)

	2020年5月期 通期（実績）			2021年5月期 通期（予想）		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
売上高	18,483	100.0	104.9	19,846	100.0	107.4
営業利益	590	3.2	136.9	804	4.1	136.3
経常利益	623	3.4	142.5	810	4.1	130.0
親会社株主に帰属する当期純利益	384	2.1	161.3	506	2.5	131.8
1株当たり配当金	12円			12円		

1. 世界で唯一の『マーケティングメーカー』 というビジネスモデルを極める

TVショッピングでマーケットに**着火**し、シームレスに
繋がる各種販路での販売による利益の増加



マーケティング力・商品開発力・営業力
それぞれのアップに経営資源を投入する

会社的な成長戦略

2. EC強化への取り組み

ECサイトの運営スペシャリストの**スカウト**or**M&A**

3. ジャパンビューティの海外輸出

当面は**中国マーケット**への**特化**

4. 物流改革

新システム導入による庫内作業生産性アップ

BtoC事業の成長戦略

1. TVショッピング

- ◆ 既存ヒット商品「ステップエイト」「エアーヨーン」「**黒にんにく**」の放映
- ◆ 1月 「**VOLZACミネラルステーション**」の発売
 3月～5月 **3商品**のテストマーケティング（ステップエイト新シリーズ等）
 ⇒常にヒット **5～6** アイテムを保有⇒**TV枠の最適化**を図る
 ⇒TV枠の拡大⇒**拡大安定成長**へ

2. ECサイト

- ・TVショッピングの受注ツールとして、最適化を図る
- ・化粧品(**LUXER**)に続く**定期購入型ビジネス**への本格参入

3. ショップ

- ・SKINFOOD化粧品 … オンライン販売の強化
- ・**OLIVE YOUNG** … **ポップアップ店舗**の出店増、公式サイトの開設

BtoBtoC事業の成長戦略

1. 生協マーケットの深耕開拓

- ◆生協・通販ルートにおいてお取引実績による信頼関係を維持拡大し
マーケティングメーカーとして開発した**自社開発商品**の投入
⇒好調の**食品企画**を中心に売上の拡大を図る
- ◆新しい生活様式に適した**営業改革**⇒生産性の向上

2. 小売店舗ルート

- ◆ドラッグ・バラエティストアを中心に
LB・たまご化粧品、CAWAIDEAシリーズ化粧品の導入店舗数拡大
Instagram、Youtube、CMへプロモーションコストを**集中投下**
- ◆**TVショッピングヒット商品**のホームセンタールートへの卸売拡大

3. 海外ルート

- ◆ LB・たまご化粧品・B！FREEシリーズ化粧品で、
中国マーケットを**徹底攻略**する

1. 2021年5月期 第2Q決算実績（連結）
2. 2021年5月期 通期業績予想（連結）
- 3. ご参考**

株式会社アイケイ

本社 : 名古屋市中村区名駅三丁目26番8号 KDX名古屋駅前ビル5F

代表者 : 代表取締役会長 飯田 裕、代表取締役社長 長野 庄吾

設立 : 1982年5月1日

資本金 : 620百万円

連結売上高 : 18,483百万円 (2020年5月期)

連結経常利益 : 623百万円 (2020年5月期)

連結総資産 : 7,369百万円 (2020年5月期)

連結純資産 : 2,809百万円 (2020年5月期)

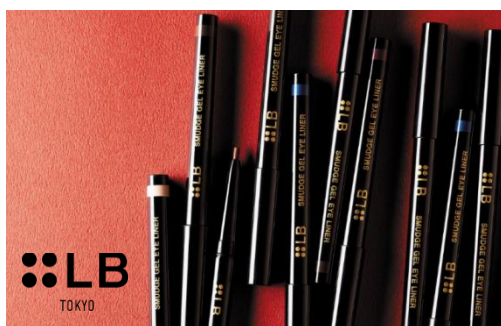
従業員数 : 282名 (2020年5月期 連結)

上場市場 : 東京証券取引所市場第一部・名古屋証券取引所市場第一部

証券コード : 2722

- 1982年 5月：アイケイ商事有限会社を設立
- 1983年 4月：愛知県生活協同組合連合会との取引を開始
- 1991年 4月：有限会社から株式会社へ組織変更 社名を株式会社アイケイに変更
- 2001年12月：JASDAQ上場
- 2005年12月：プライベートブランド「ローカロ生活」販売開始
- 2009年 6月：株式会社フードコスメ（現100%子会社）を設立
- 2010年12月：アルファコム株式会社の株式取得（100%子会社）
- 2013年 2月：プライベートブランド化粧品「LB」販売開始
- 2014年 9月：株式会社プライムダイレクトの株式取得（100%子会社化）
- 2017年 8月：I.K Trading Company Limited（100%子会社）設立
- 10月：艾瑞碧(上海)化粧品有限公司（間接所有60%）設立
- 2018年 2月：東京証券取引所(市場第二部)市場変更、名古屋証券取引所(市場第二部)上場
- 2019年 9月：グレーシャス株式会社を吸収合併
- 2020年12月：東京証券取引所および名古屋証券取引所市場第一部指定

自社開発商品（化粧品）



< LB >



< CAWAIDEA >



< たまご化粧品 >



< SKINFOOD >

自社開発商品（雑貨品）



< スピードヒートベスト >



< エアーヨーン >



< VOLZAC >



< ステップエイト >

自社開発商品（食品）



< 熟成黒にんにく >



< はとむぎエキス >



< ローカロ生活 >



< Mother's Market >

自社開発商品



ごろっとおかずスープ



ラシークス カラートリートメント



やわらか輪切りドライレモン



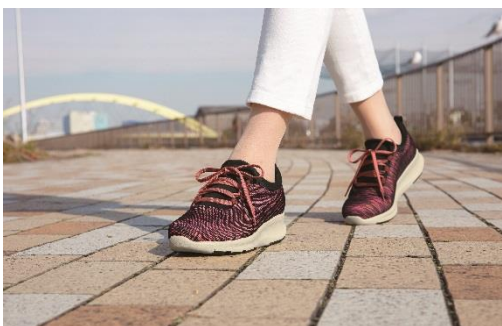
シミノケア薬用ピーリングエッセンス



マヌカ蜂蜜入りジンジャーシロップ



LUXER 薬用ディープライン ホワイトセラム



LOCOX アクティブウォーカー



BEFREE+



あとりえOKADA