

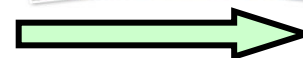
2018年5月期 株式会社アイケイ 決算(連結)補足説明資料

- 第一部** **2018年5月期 決算実績(連結)**
- 第二部** **2019年5月期決算予想と戦略**
- 第三部** **参考情報(単体実績)**

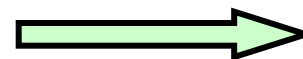
第一部 2018年5月期 決算実績(連結)

当社グループの事業系統図

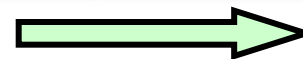
	社名	事業セグメント
アイケイグループ	株式会社アイケイ	メーカーベンダー事業
	株式会社プライムダイレクト (連結子会社)	
	グレーシャス株式会社 (連結子会社)	
	株式会社フードコスメ (連結子会社)	SKINFOOD事業
	アルファコム株式会社 (連結子会社)	ITソリューション事業



商品・サービスの提供



商品・サービスの提供



商品・サービスの提供



※ グレーシャス㈱は、B/Sのみの連結となります。

2018年5月期の総括(ハイライト情報)

(単位:百万円、%)

	期初 予想	当期 実績	達成 率	前期 比	主な要因
売上高	16,610	18,337	110.4	120.1	主力のメーカーベンダー事業で3,036百万円の増収、SKINFOOD事業で39百万円の増収となりましたことから、ITソリューション事業での12百万円の減収があるものの、全体では前期に比べ、3,063百万円増収し、18,337百万円の売上となりました。
営業利益	585	898	153.5	161.3	販管費比率はTVショッピングにおける放映枠の拡大により1.3ポイント増加しましたが、TVショッピングなどのB to Cでの売上増加に伴い売上総利益率が前期より2.6ポイント向上し42.5%となりましたことから、営業利益は前期に比べ341百万円増の898百万円となりました。
経常利益	590	899	152.4	162.2	経常利益は、営業外収益22百万円、営業外費用21百万円があり、前期に比べ344百万円増の899百万円となりました。
親会社株主に 帰属する 当期純利益	430	641	149.1	150.7	親会社株主に帰属する当期純利益は641百万円となりました。

2017年12月18日発表の業績予想との差異について

(単位:百万円、%)

	修正 予想	当期 実績	達成 率	前期 比	修正予想との差の主な要因
売上高	18,860	18,337	97.2	120.1	<p>1. TVショッピングにおけるバタフライアブスの第3四半期での売上効率ダウン バタフライアブスは春から秋にかけて売上効率が高く、冬場にその効率が下がるという季節特性があり、第3四半期において売上効率が20%程度ダウンしました。第4四半期には上昇に転じました。</p> <p>2. 生協ルート、通販ルートでの冬場におけるMDの誤り アパレル商品において、暖冬を予想していたが寒い冬場となったことから、重衣料・ブーツなどが11月に完売し、12月から1月にかけて売り損じが生じました。</p> <p>上記の主な要因により、修正予算との間に差が生じました。</p>
営業利益	1,000	898	89.8	161.3	
経常利益	1,010	899	89.0	162.2	
親会社株主に 帰属する 当期純利益	690	641	92.9	150.7	

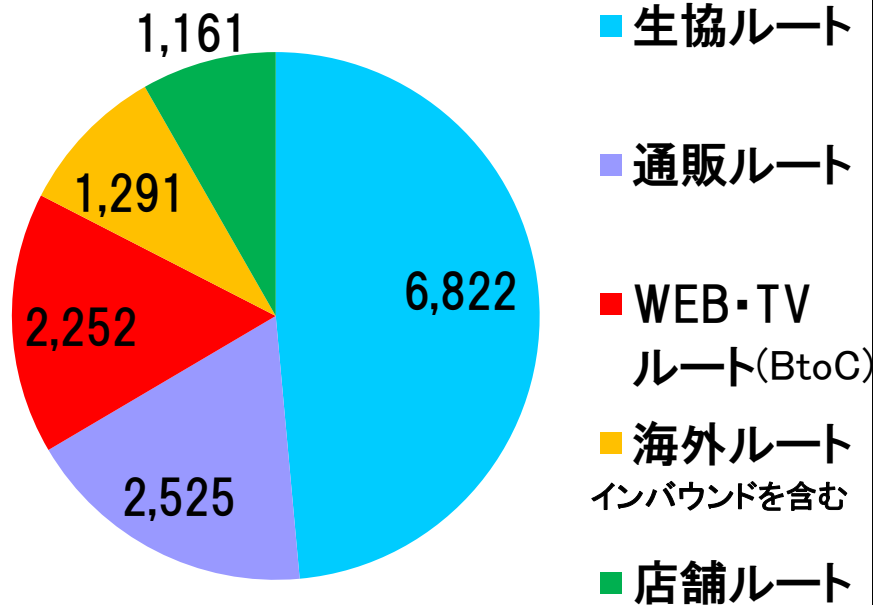
セグメント別売上高

(単位:百万円、%)

	売上高	構成比	前期比	要 因
メーカーベンダー事業	17,089	93.2	121.6	生協ルートが横ばいの中、強化中のTV・WEBルート及び通販ルート、海外ルートでの増収が寄与し、3,036百万円の増収したことから、17,089百万円となりました。
SKINFOOD事業	1,033	5.6	104.0	2店舗(うち1店舗はFC)出店とFC1店舗閉鎖により純増が1店舗となりましたことから、売上は39百万円増収し、1,033百万円となりました。
ITソリューション事業	214	1.2	94.4	既存商品(Voistore)の安定した保守売上があるものの、新規での販売が伸び悩んだことから、12百万円減収し、214百万円となりました。
合 計	18,337	100.0	120.1	

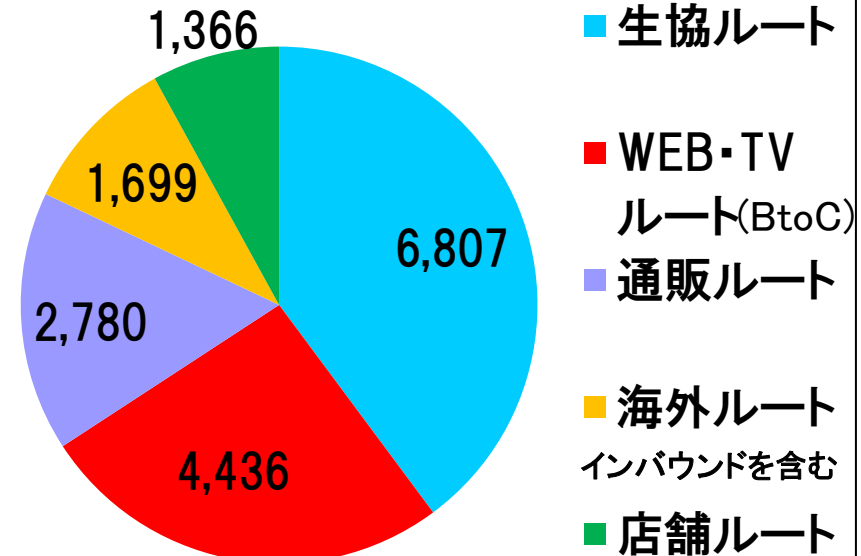
メーカーベンダー事業の売上内訳

売上高 (前期)



単位:百万円

売上高 (当期)



単位:百万円

セグメント別営業利益

(単位:百万円、%)

	営業利益	営業利益率	構成比	前期比
メーカーベンダー事業	657	3.8	73.6	166.6
SKINFOOD事業	232	22.5	26.1	152.2
ITソリューション事業	2	1.3	0.3	57.5
合計	893	4.9	100.0	161.7

(注)営業利益の合計には、セグメント利益の調整額5,233千円を含めておりません。

主要経営指標

	2017年5月期実績	2018年5月期実績
売上高総利益率(%)	39.9	42.5
営業利益率(%)	3.6	4.9
経常利益率(%)	3.6	4.9
ROA(%)	10.7	14.3
ROE(%)	22.4	25.4

(注)ROAは総資産経常利益率としております。

主要販管費

(単位:百万円、%)

	2017年5月期実績		2018年5月期実績	
	金額	売上比	金額	売上比
人件費	1,333	8.7	1,433	7.8
広告宣伝費	1,938	12.7	2,840	15.5
荷造運賃	958	6.3	1,087	5.9
販管費合計	5,538	36.3	6,895	37.6

財政の概要

	2017年5月期実績	2018年5月期実績
総資産(百万円)	5,207	6,288
純資産(百万円)	1,898	2,524
自己資本比率(%)	36.5	40.1
1株当たり純資産(円)	254.76	337.58
1株当たり当期純利益(円)	57.13	86.07

(注) 当社は、2017年12月1日付及び2018年4月1日付でそれぞれ普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して「1株当たり純資産(円)」及び「1株当たり当期純利益(円)」を算定しております。

キャッシュ・フローの概要

(単位:百万円)

	2017年5月期実績	2018年5月期実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	745	722
投資活動によるキャッシュ・フロー	△215	△243
財務活動によるキャッシュ・フロー	△500	△42
現金及び現金同等物期末残高	253	687

第二部 2019年5月期決算予想と戦略(連結)

業績予想

(単位:百万円)

	2018年5月期 通期(実績)			2019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	18,337	100.0	120.1	20,427	100.0	111.4
営業利益	898	4.9	161.3	1,053	5.2	117.3
経常利益	899	4.9	162.2	1,067	5.2	118.7
親会社株主に帰属 する当期純利益	641	3.5	150.7	719	3.5	112.2
1株当たり配当金	10円			12円		

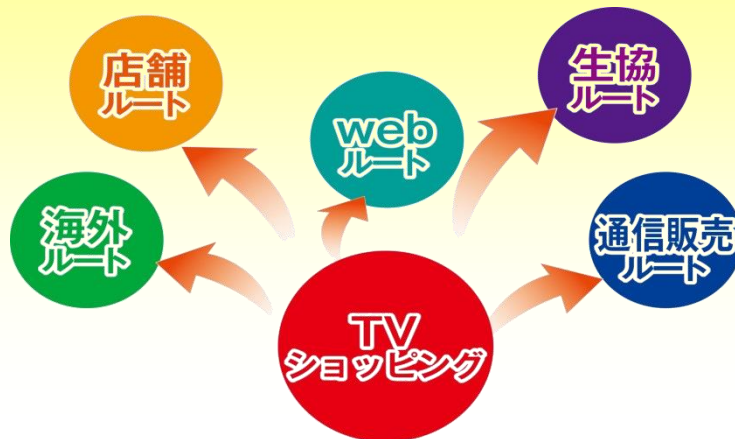
セグメント別売上高の予想

(単位:百万円)

	2018年5月期 通期(実績)			2019年5月期 通期(予想)		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
メーカーベンダー事業	17,089	93.2	121.6	18,975	92.9	111.0
SKINFOOD事業	1,033	5.6	104.0	1,175	5.8	113.8
ITソリューション事業	214	1.2	94.4	277	1.3	129.2
合 計	18,337	100.0	120.1	20,427	100.0	111.4

メーカーベンダー事業の戦略

① TVショッピングを起点とした、マルチチャネル販売



- ◆ バタフライアブスのヒットにより、当社グループの保有する販売チャネルを活用したビジネスモデルが完成
- ◆ TVショッピング業界の中で、既存のインフォーマーシャル型TVショッピング会社の売上レベルまでは到達可能と判断し、ヒット商品を年間1~2アイテム創出する為に、年間10アイテム程度のテストマーケティングを継続的に実施
- ◆ TVショッピングのレスポンスアップのため、TVメディアバイイング(放映枠の選定)にAIを導入⇒10月より本格始動

メーカーベンダー事業の戦略

②LBを中心とした化粧品販売

◆国内

- ・フルライン型壁面什器

既導入店舗数1,750店舗(2018年5月末)⇒2019年5月末までに2,500店舗へ拡大予定

- ・単品型吊り下げ什器

2019年5月末に10,000店舗の国内店舗に導入予定

◆海外

- ・中国:LB上海化粧品有限公司(正式名称:艾瑞碧(上海)化粧品有限公司)が本格始動

⇒5年後に1兆円に達する見込みの中国メイク化粧品マーケットにおいて、

2~3%のシェア獲得を目指し、2018年12月末までに、3,000店舗への導入を予定

オンラインショッピングは2018年4月より先行スタート

- ・アセアン10カ国:香港のI.K Trading Company Limited を営業拠点とし、

LBやスキンケアの新商品を投入

◆国内、国外ともに、SNSを中心にプロモーションを強化

SKINFOOD事業の戦略

1. 反復来店をキーワードとした「ファンづくり」戦略

◆ 新規⇒お客様⇒顧客⇒ファンへ

- ・LINE会員数の拡大(2018年5月末のLINE会員数は約160,000名)
- ・サンプル引換券・友人紹介カードの発行で、戻り率15%以上を目指す

2. 記憶に残る店づくり

◆徹底的に店長教育をやりきる

- ・ミステリーショッパーによる隔月の定期顧客満足度チェックの実施

3. 日本国内限定品の売上シェアを拡大する

◆ 2018年5月期20%⇒2019年5月期25%へ

4. EC売上の拡大

◆ オフライン(リアル店舗)とオンライン店舗との融合を目指し、お客様の利便性をアップさせていく

- ・WEB会員数約18,000名(2018年5月末実績)
- ・ECサイトへの出店を増やす(Amazon、ZOZOTOWN、ASKUL等)
- ・2018年5月期売上実績104百万円

⇒2019年5月期目標140百万円

ITソリューション事業の戦略

1. チャットシステム「M-Talk」で、LINE連携チャットシェアNo.1を目指す
 - ・LINE社との連携強化、関係性維持
 - ・継続利用率100%の維持
 - ・導入フロー、サポート業務の標準化

2. 通話録音システム「Voistore」の拡販と、
 既存ユーザーへの確実なリプレースの獲得
 - ・新バージョン「Voistore TOV」の販売開始
 - ・他社との協業プランの検討
 - ・保守契約の確実な更新

第三部 参考情報(個別実績)

損益計算書(個別)

(単位:百万円、%)

	2017年5月期 実績			2018年5月期 実績		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
売上高	13,271	100.0	111.6	14,558	100.0	109.7
売上総利益	4,659	35.1	110.6	4,952	34.0	106.3
販売費及び 一般管理費	4,335	32.7	109.3	4,622	31.7	106.6
営業利益	324	2.4	130.8	330	2.3	102.0
経常利益	499	3.8	209.7	466	3.2	93.3
当期純利益	384	2.9	285.1	343	2.4	89.4

ルート別売上高(個別)

(単位:百万円、%)

		2017年5月期 実績			2018年5月期 実績		
		金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
生協 ルート	雑貨類	4,325	32.6	102.7	4,281	29.4	99.0
	食品類	2,496	18.8	91.1	2,525	17.3	101.1
	小計	6,822	51.4	98.1	6,807	46.7	99.8
通販 ルート	雑貨類	2,862	21.6	100.7	3,198	22.0	111.7
	食品類	824	6.2	93.2	948	6.5	115.0
	小計	3,686	27.8	98.9	4,146	28.5	112.5
B to C(ダイレクト通販)		1470	11.1	199.0	1,905	13.1	129.5
海外		1291	9.7	271.3	1,699	11.7	131.7
合計		13,271	100.0	111.6	14,558	100.0	109.7

主要販管費(個別)

(単位:百万円、%)

	2016年5月期			2017年5月期			2018年5月期		
	金額	前年比	売上比	金額	前年比	売上比	金額	前年比	売上比
人件費	758	104.2	6.4	875	115.4	6.6	896	102.3	6.2
広告宣伝費	1,515	112.6	12.7	1,476	97.4	11.1	1,519	102.9	10.4
荷造運賃	818	101.5	6.9	866	105.9	6.5	889	102.6	6.1

