

株式会社アイケイ  
2019年5月期 第2四半期決算（連結）  
決算説明会資料

（東証2部・名証2部：2722）

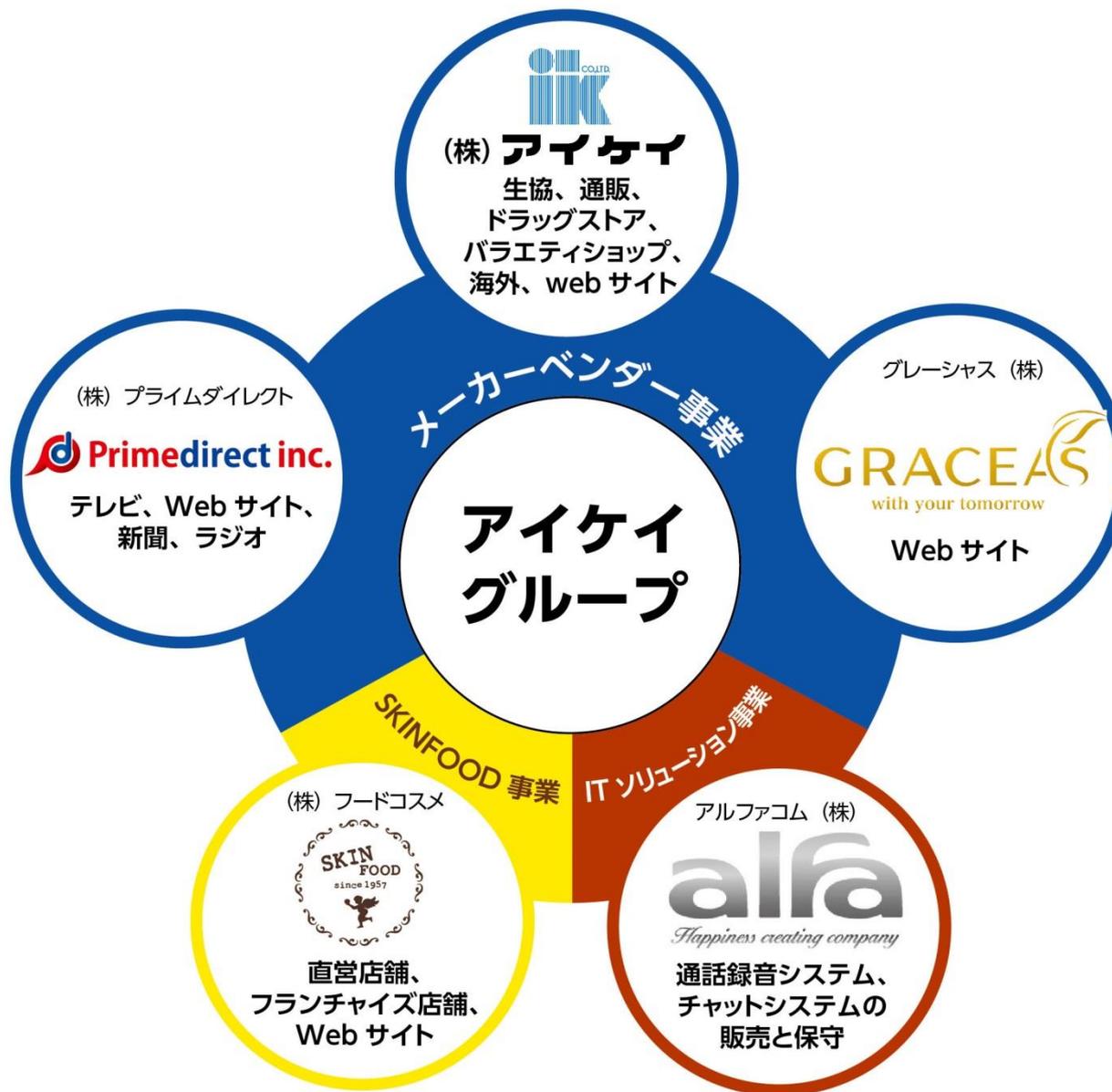
株式会社 アイケイ



## 2019年5月期 第2四半期決算実績（連結）

---

# 当社グループの事業系統図



## 2019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	9,272	9,356	100.9	前第2Qと比較して主力のメーカーベンダー事業で65百万円の増収、SKINFOOD事業で4百万円の減収、ITソリューション事業で24百万円の増収となり、全体では84百万円増収し、売上高は9,356百万円となりました。
営業利益	518	218	42.1	売上総利益率は前第2Qより2.6ポイントUPし45.6%となりましたが、販管費比率も広告宣伝費の増加などで43.3%と、前第2Qと比較して5.9ポイント増加したことから、営業利益は300百万円減の218百万円となりました。
経常利益	524	228	43.5	経常利益も営業利益同様に296百万円減少し、228百万円となりました。
親会社株主に 帰属する四 半期純利益	371	147	39.7	親会社株主に帰属する四半期純利益は、前第2Qより224百万円減の147百万円となりました。

# 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	主な要因
メーカーベンダー事業	8,705	8,770	93.7	100.7	インバウンド需要の減速、中国でのCFDA登録の遅れもあり海外ルートでの減収がありましたものの、WEB・TVルートでの売上が増加し、メーカーベンダー事業全体では65百万円の増収となりました。
SKINFOOD事業	477	473	5.1	99.0	当第2Qにおいて店舗の新設・閉店はなく、店舗数は23店舗（うちFC2店舗）と変化はありませんが、韓国SKINFOOD社の回生手続の影響もあり、売上高は微減いたしました。
ITソリューション事業	88	112	1.2	127.6	主力商品のVoistore（通話録音システム）、M-Talk（チャットシステム）の売上が堅調に推移し、売上高は24百万円増収いたしました。
合計	9,272	9,356	100.0	100.9	

# セグメント別営業利益

(単位：百万円、%)

	前第2Q 営業利益	当第2Q 営業利益	前期比	営業 利益率	主な要因
メーカーベンダー事業	404	208	51.6	2.4	TVショッピングでの売上増を果たす為、TV媒体を増加させたことから広告宣伝費が前第2Qより28%増加となりましたが、TVショッピングの売上効率（MR＝マテリアル）がダウンしたことより、十分な収益を確保できず195百万円減益となりました。
SKINFOOD事業	120	18	15.2	3.9	韓国SKINFOOD社の回生手続による収益への影響は軽微であったものの、インバウンド需要の減速によりインバウンド店舗運営代行での収入が減少し営業利益は120百万円減益の18百万円となりました。
ITソリューション事業	△9	△11	—	—	広告宣伝費（展示会による商品紹介）の増加等で販管費比率が0.1ポイント悪化したことから営業損益は△11百万円となりました。
合計	518	218	42.1	2.3	

# メーカーベンダー事業の営業利益減の詳細

## ◆TVショッピングにおけるMR(メディアレーション=売上/媒体費)の推移

前期	第1Q	第2Q	中間期	第3Q	第4Q	通期
MR	2.6	2.7	2.6	2.2	2.2	2.4
主な商品	バタフライアブス 熟成黒にんにく	バタフライアブス 熟成黒にんにく		バタフライアブス ロコックス・足つら ナイト	バタフライアブス ロコックス・足つら ナイト	
当期	第1Q	第2Q	中間期	第3Q(予)	第4Q(予)	通期(予)
MR	2.0	2.0	2.0	2.8	2.4	2.2
主な商品	バタフライアブス ロコックス・足つら ナイト	バタフライアブス ロコックス・足つら ナイト		温熱ベスト「スピー ドヒート」 バタフライアブス ロコックス・足つら ナイト	バタフライアブス2 ロコックス・足つら ナイト	

メーカーベンダー事業での減益はMRの低下が大きな要因となっています。

# 主要経営指標

	2018年5月期 第2Q実績	2019年5月期 第2Q実績
売上高総利益率 (%)	43.0	45.6
営業利益率 (%)	5.6	2.3
経常利益率 (%)	5.7	2.4

# 主要販管費

(単位：百万円、%)

	2018年5月期第2Q実績		2019年5月期第2Q実績	
	金額	売上比	金額	売上比
人件費	741	8.0	725	7.8
広告宣伝費	1,447	15.6	1,852	19.8
荷造運賃	529	5.7	588	6.3
販管費合計	3,466	37.4	4,050	43.3

広告宣伝費の売上比率が前第2Q実績と比較して4.2ポイント増加している理由は、TVショッピングの放映枠の増加と新商品のテスト販売が主な要因です。これにより販管費の実額も前第2Qより583百万円増加したことから、販管費比率は前第2Q実績と比較して5.9ポイント増加し、減収の主因となりました。

# 財政の概要

	2018年5月期 第2Q実績	2019年5月期 第2Q実績
総資産（百万円）	6,154	6,544
純資産（百万円）	2,216	2,596
自己資本比率（%）	36.0	39.7
1株当たり純資産（円）	297.41	347.28
1株当たり四半期純利益（円）	49.91	19.74

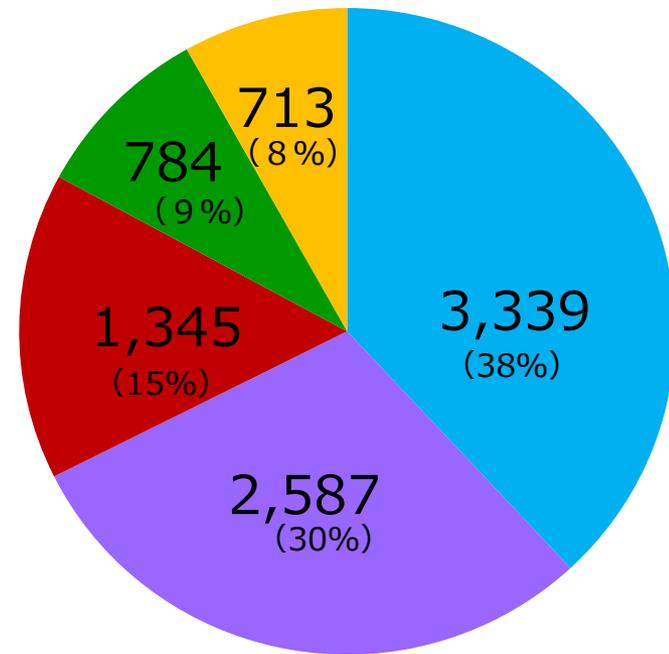
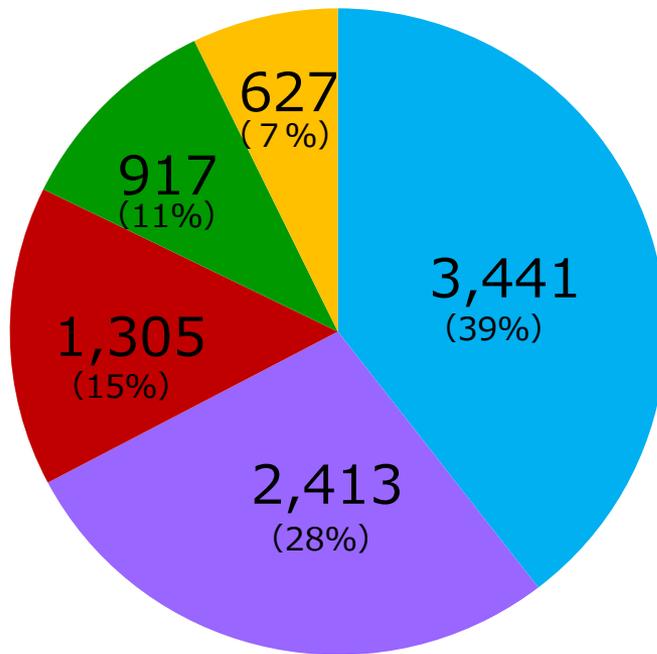
（注）当社は、2017年12月1日付及び2018年4月1日付でそれぞれ普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。2018年5月期第2Q実績の「1株当たり純資産（円）」及び「1株当たり四半期純利益（円）」は、当該株式分割が前連結会計年度の期首に行われたと仮定して算出してあります。

# メーカーベンダー事業の販路別売上内訳

2018年5月期 第2Q

2019年5月期 第2Q

(単位：百万円)



■ 生協ルート ■ WEB・TVルート ■ 通信販売ルート ■ 海外ルート ■ 店舗ルート

## 2019年5月期 通期業績予想（連結）

---

# 業績予想



(単位：百万円、%)

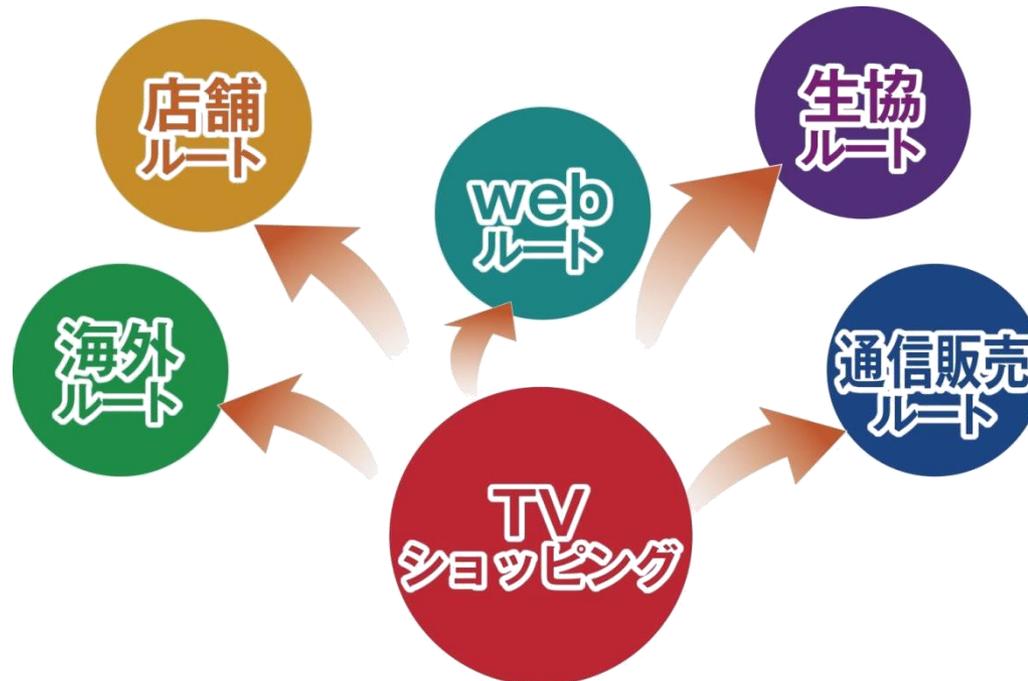
	2018年5月期 通期 (実績)			2019年5月期 通期 (予想)		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
売上高	18,337	100.0	120.1	19,947	100.0	108.8
営業利益	898	4.9	161.3	831	4.2	92.5
経常利益	899	4.9	162.2	846	4.2	94.0
親会社株主に帰属 する当期純利益	641	3.5	150.7	571	2.9	89.0
1株当たり配当金	10円			12円		

# メーカーベンダー事業の下期戦略

## 1. TVショッピングでの販売効率アップ

温熱ベスト「スピードヒート」とバタフライアブスのリニューアル版「**バタフライアブス2**」の発売開始でMR(売上/媒体費)の向上を図る。

## 2. TVショッピングを起点としたマルチチャネル販売の促進



# メーカーベンダー事業の下期戦略

## 3. LBを主体とした化粧品販売の強化

### ◆国内

- ・「LB」の取扱店舗数を中間期の1,930店舗から、今期末**2,500店舗**へ拡大
- ・「**ブラシ型ティントルージュ**」を3月に発売、5月に「**パワーオブアイライナーリキッド**」の新色2色を発売

### ◆海外

- ・「LB」の取扱店舗数を中間期の2,000店舗弱から、今期末4,000店舗へ拡大
- ・超敏感肌向けスキンケアブランド「**B!FREE+**」の販売開始

## 4. メーカーベンダー事業での自社開発商品の販売強化

粗利益率のアップを図るため、雑貨類・食品類ともに自社開発商品（PB商品）の開発と販売を引き続き強化する。

(前中間期末のPB比率33.7%から当中間期末45.4%へと**11.7ポイントアップ**)

# SKINFOOD事業の下期戦略

## 1. 既存店の収益力アップに注力（反復来店の促進）

- ・友人紹介カード、サンプル引換券の発行
- ・店舗におけるハウスカード獲得（全店TOP10入りを目指す）
- ・**大型GWに合わせた顧客様対象イベント実施**

## 2. 記憶に残る店づくり

- ・接客時に必ず名前を名乗る（双方向でのありがとう）の強化  
⇒隔月のミステリーショッパーで定期チェック
- ・LINE会員の獲得に合わせてTwitterフォロワーの獲得
- ・**Instagramアカウントのオフィシャル化**

## 3. 販路の拡大

- ・EC系の販路拡大
- ・ギフト系カタログへの販路拡大

# ITソリューション事業の下期戦略

---

## 1. 営業面

- ◆ **チャットシステム「M-Talk」** 導入の拡大と効率化
  - ・サービス提供に向けた業務の効率化
- ◆ 自社独自サービスの立上げ
  - ・収益体制の改善による経営基盤の安定化
- ◆ 「Voistore（通話録音システム）」の販売強化
  - ・新バージョンの**「VoistoreTOV」**の事例を活用した拡販

## 2. 管理面

- ◆ 事業拡大に向けた経営体制の検討
  - ・個のレベルアップと組織化の検討

---

## 参考情報(個別実績)

---

# 損益計算書

(単位：百万円、%)

	2018年5月期第2Q 実績			2019年5月期第2Q 実績		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
売上高	7,331	100.0	119.8	6,840	100.0	93.3
売上総利益	2,519	34.4	115.5	2,301	33.6	91.3
販売費及び 一般管理費	2,361	32.2	115.3	2,102	30.7	89.0
営業利益	157	2.2	119.3	199	2.9	126.5
経常利益	267	3.7	141.1	213	3.1	79.9
四半期純利益	206	2.8	145.5	146	2.1	70.9

# ルート別売上高

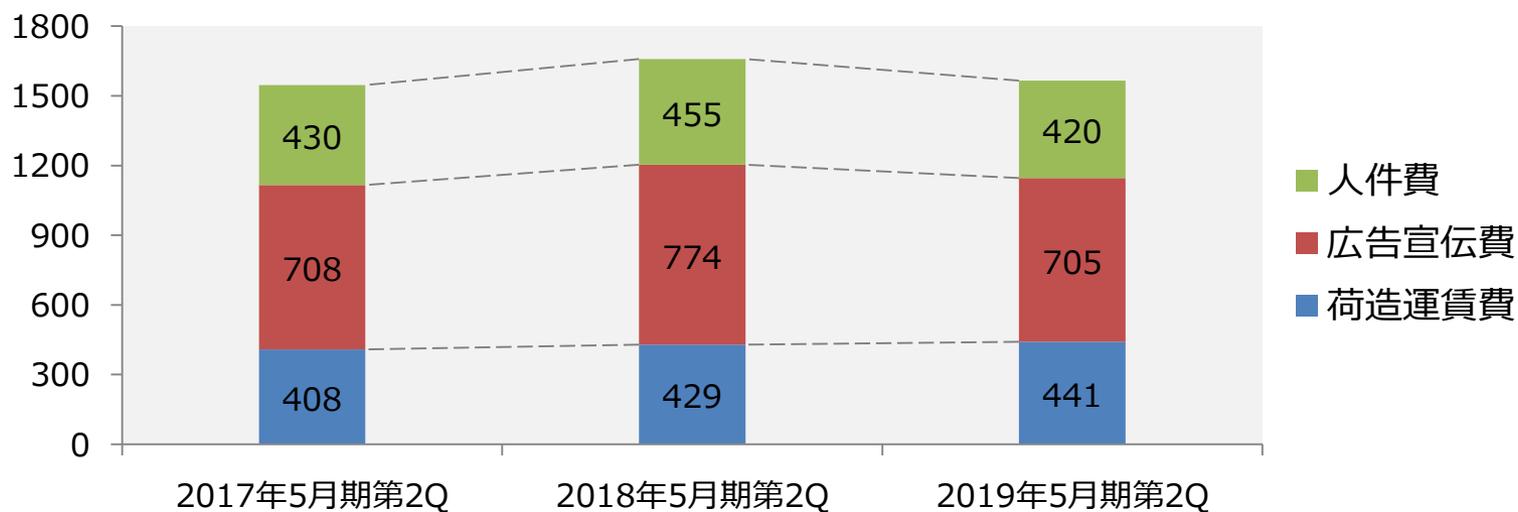
(単位：百万円、%)

		2018年5月期第2Q 実績			2019年5月期第2Q 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	2,238	30.5	107.8	2,164	31.6	96.7
	食品類	1,203	16.4	102.6	1,174	17.2	97.6
	小計	3,441	46.9	105.9	3,339	48.8	97.0
通販 ルート	雑貨類	890	12.1	113.5	865	12.7	97.3
	食品類	414	5.7	108.5	479	7.0	115.6
	小計	1,305	17.8	111.9	1,345	19.7	103.1
店舗ルート		627	8.6	110.8	784	11.5	124.9
B to C (ダイレクト通販)		1,039	14.2	182.7	657	9.6	63.3
海外 (インバウンドを含む)		917	12.5	160.6	713	10.4	77.8
合計		7,331	100.0	119.8	6,840	100.0	93.3

# 主要販管費

(単位：百万円、%)

	2017年5月期第2Q			2018年5月期第2Q			2019年5月期第2Q		
	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	430	118.4	7.0	455	105.8	6.2	420	92.3	6.1
広告宣伝費	708	97.2	11.6	774	109.3	10.6	705	91.1	10.3
荷造運賃	408	105.4	6.7	429	105.1	5.9	441	102.8	6.5



# ご参考

---

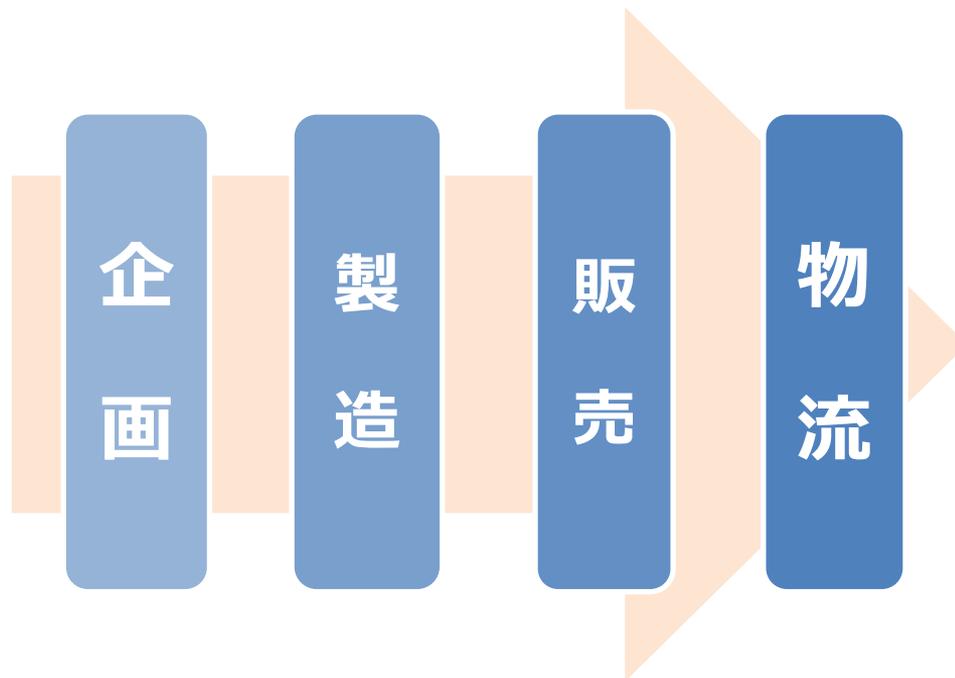
## 株式会社アイケイ

- 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（昭和57年）5月1日
- 資本金 : 401百万円
- 連結売上高 : 18,337百万円（2018年5月期）
- 連結経常利益 : 899百万円（2018年5月期）
- 連結総資産 : 6,288百万円（2018年5月末現在）
- 連結純資産 : 2,524百万円（2018年5月末現在）
- 従業員 : 275名（2018年5月末現在 連結）
- 上場市場 : 東京証券取引所市場第二部・名古屋証券取引所市場第二部  
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 2月：プライベートブランド「ロックスはくだけエクスパッツ」販売開始  
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  
5月：グレーシャス株式会社の株式取得(100%子会社)

## マーケティングメーカー

企画・製造・販売・物流までを一貫して行っています



## 高いマーケティング力

多彩な販路からつかんだ  
**販売実績、ビッグデータ**等を分析  
ヒット品のヒントをキャッチ

## 企画・製造できる メーカー機能

「美しく生きる・健康に生きる・楽しく生きる」  
を軸に、最もハイクオリティで  
コストパフォーマンスが良い工場に  
発注して商品化します

## 多彩な販売チャネル

**B to C**  
TV、ラジオ、Web、小売店舗  
**B to B to C**  
生協、通販会社、小売店舗、海外<sup>※</sup>

※中国、香港、台湾、タイ、etc.13カ国

# 自社開発商品（化粧品）



< LB >



< B!FREE+ >



< intima >



< SKINFOOD >

# 自社開発商品（雑貨品）



< バタフライアブス >



< LOCOX >



< 足つらナイト >



< スピードヒートベスト >

# 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 >



< プロシア8 >