# 株式会社アイケイ
# 2020年５月期　第２四半期決算（連結）
# 補足説明資料

（東証２部･名証２部：2722）

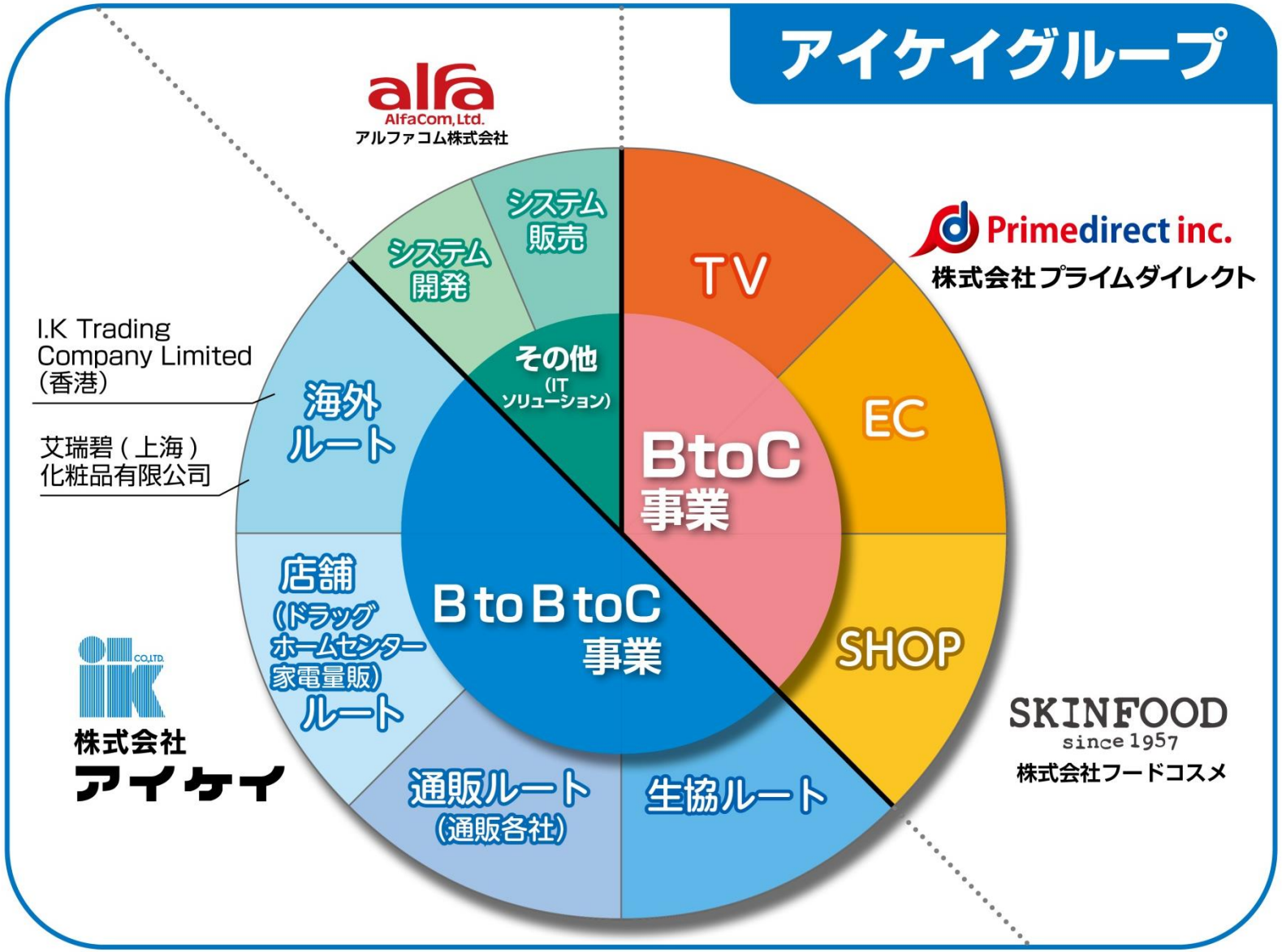
株式会社 アイケイ

# 1．2020年5月期 第２四半期決算実績（連結）

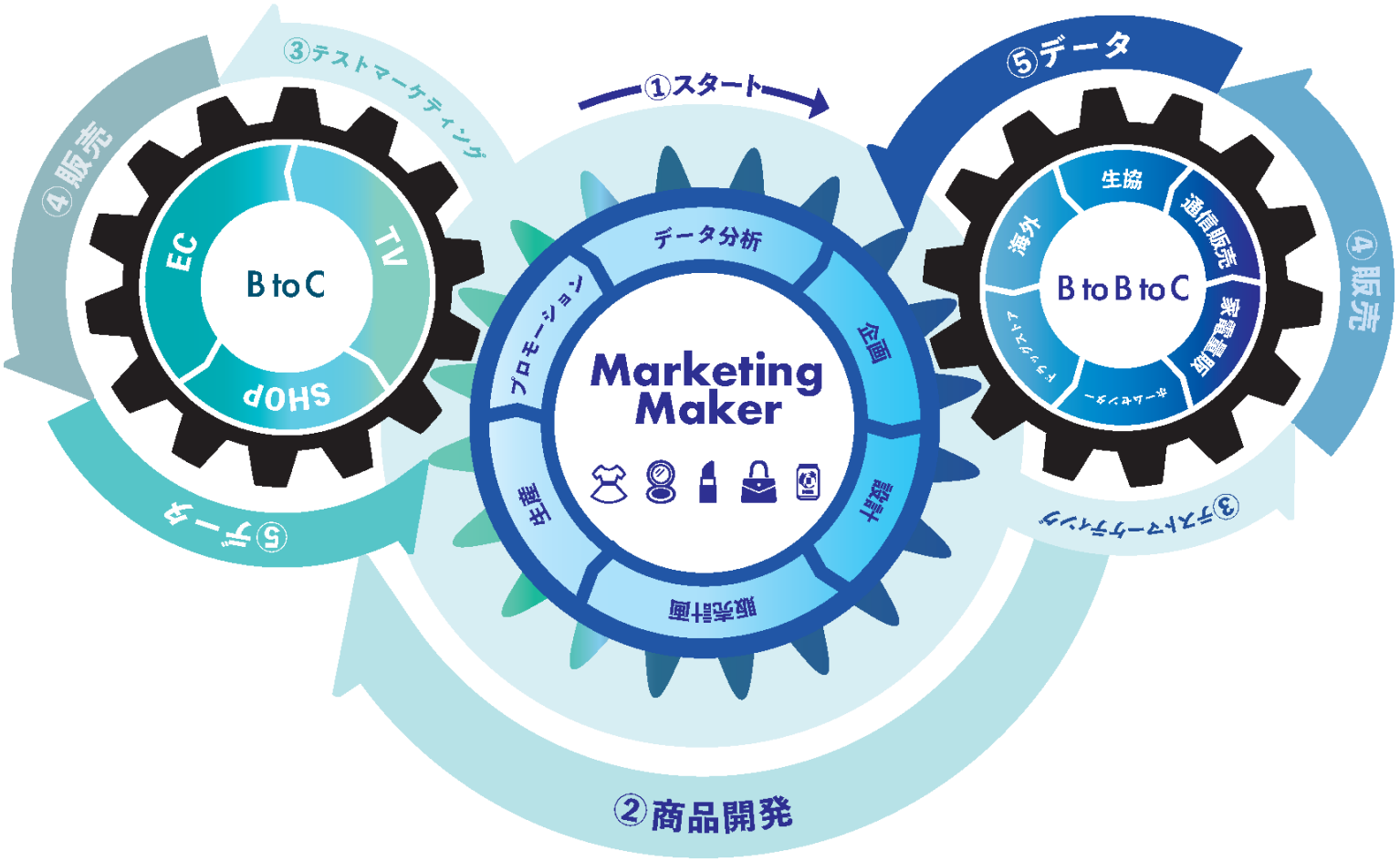
2．2020年5月期 通期業績予想（連結）

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

# 2020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<br>実績 | 当2Q<br>実績 | 前期比 | 主な要因 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 9,356 | 8,810 | 94.2 | 前第2Qと比較してBtoC事業で354百万円の減収、BtoBtoC事業で196百万円の減収、その他で4百万円の増収となり、全体では546百万円減収し売上高は8,810百万円となりました。 |
| 営業利益 | 218 | 182 | 83.4 | 売上総利益率は、前第2Qより2.1ポイントUPし47.7%となりましたが、販管費比率も人件費・荷造運賃費の売上比率が増加したことにより45.6%と、前第2Qと比較して2.3ポイントUPしたことから、営業利益は36百万円減の182百万円となりました。 |
| 経常利益 | 228 | 180 | 79.3 | 経常利益も営業利益同様に47百万円減少し、180百万円となりました。 |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | 147 | 109 | 74.4 | 親会社株主に帰属する四半期純利益は、前第2Qより37百万円減の109百万円となりました。 |

# セグメント別売上高（前期比較）

（単位：百万円、%）

| | 前2Q<br>売上高 | 当2Q<br>売上高 | 構成比 | 前期比 | 要　因 |
|---|---|---|---|---|---|
| B to C 事業 | 3,577 | 3,222 | 36.6 | 90.1 | TVショッピング及びSKINFOOD店舗での売上は増加しているものの、インバウンド向け売上が639百万円減収したことから全体では354百万円の減収となりました。 |
| B to B to C 事業 | 5,666 | 5,470 | 62.1 | 96.5 | 生協ルートはほぼ前期並みの売上を確保したものの、主に通販ルートにおいて既存取引先の売り場が減少したことにより196百万円減収いたしました。 |
| その他 | 112 | 117 | 1.3 | 104.1 | M-Talk（チャットシステム）の売上が順調に推移しており、売上高は4百万円の微増収となりました。 |
| 合　計 | 9,356 | 8,810 | 100.0 | 94.2 | |

（注）　なお、当第１四半期連結会計期間より報告セグメントの区分を変更しており、本資料内の前年四半期比較につきましては、前年同四半期の数値を変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較しております。

# セグメント別売上高（期首予想比較）

（単位：百万円、%）

| | 当初2Q<br>予想 | 当2Q<br>実績 | 予想比 | 要　因 |
|---|---|---|---|---|
| B to C 事業 | 2,577 | 3,222 | 125.0 | TVショッピングでの「スピードヒート」と「ステップエイト」の売上が好調に推移したことから全体の売上を押し上げました。 |
| B to B to C 事業 | 5,704 | 5,470 | 95.9 | 主に生協マーケットにおいて、雑貨類企画はほぼ計画通りに推移いたしましたものの、食品類企画においては不採算宅配企画を削減したことにより期首予想を下回りました。 |
| その他 | 128 | 117 | 91.6 | Voistoreの構築売上が下期にずれたことが主因となっており、こちらの売上は下期へと計上しております。 |
| 合　計 | 8,410 | 8,810 | 104.8 | |

（注）　なお、当第１四半期連結会計期間より報告セグメントの区分を変更しており、本資料内の前年四半期比較につきましては、前年同四半期の数値を変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較しております。

# セグメント別営業利益

（単位：百万円、%）

| | 前第2Q<br>営業利益 | 当第2Q<br>営業利益 | 営　業<br>利益率 | 前期比 | 主な要因 |
|---|---|---|---|---|---|
| B to C 事業 | 58 | 203 | 6.3 | 346.2 | TVショッピングでの放映枠の厳選により売上が好調に推移したと共に売上効率（MR＝メディアレーション)が前第2Qから0.6ポイントアップし2.6となり、営業利益は203百万円となりました。 |
| BtoBtoC 事業 | 169 | △24 | － | － | 売上高の減少による売上総利益の減少に加え、役員退職慰労金制度の廃止に伴う功労加算金等（26百万円）の計上により、販管費比率が2ポイントアップした結果、営業利益は△24百万円となりました。 |
| その他 | △11 | △12 | － | － | 販管費比率は改善したものの、利益率の低いM-Talkの売上が伸びたことから売上総利益率が5.1ポイントダウンし、営業利益は△12百万円となりました。 |
| 合　計 | 218 | 182 | 2.1 | 83.4 | |

（注）セグメント利益の調整額が前第２Qでは1百万円、当第２Qでは△16百万円あります。

# 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 | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 2.1 | 2.0 | 2.0 |
| 主な商品 | バタフライアブス<br>ロコックス<br>足つらナイト | バタフライアブス<br>ロコックス<br>足つらナイト | | スピードヒート<br>バタフライアブス<br>ロコックス<br>足つらナイト | バタフライアブスDT<br>ロコックス<br>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 | 2.3 | 2.9 | 2.6 | 2.8 | 2.9 | 2.7 |
| 主な商品 | バタフライアブスDT<br>ステップエイト<br>流氷マット<br>エアーヨーン | スピードヒート<br>ステップエイト<br>エアーヨーン<br>足つらナイト | | スピードヒート<br>ステップエイト<br>エアーヨーン<br>黒にんにく | ステップエイト<br>エアーヨーン<br>黒にんにく、リサラ失禁対策ガードル、黒大豆ヘアーファンデーション | |

# 主要経営指標

| | 2019年５月期<br>第2Q実績 | 2020年５月期<br>第2Q実績 |
|---|---|---|
| 売上高総利益率（%） | 45.6 | 47.7 |
| 営業利益率（%） | 2.3 | 2.1 |
| 経常利益率（%） | 2.4 | 2.1 |

# 主要販管費

（単位：百万円、%）

| | 2019年5月期第2Q実績 | | 2020年5月期第2Q実績 | |
|---|---|---|---|---|
| | 金　額 | 売上比 | 金　額 | 売上比 |
| 人件費 | 725 | 7.8 | 740 | 8.4 |
| 広告宣伝費 | 1,852 | 19.8 | 1,692 | 19.2 |
| 荷造運賃 | 588 | 6.3 | 609 | 6.9 |
| 販管費合計 | 4,050 | 43.3 | 4,017 | 45.6 |

TVショッピングでの広告宣伝を効率的に行うことで広告宣伝費比率は前第2Qと比較して0.6ポイント改善いたしましたが、役員退職慰労金制度の廃止に伴う功労加算金等の一時的な計上により人件費が増加したとともに、運送費の高騰により荷造運賃費の売上比率も前第2Qと比較して0.6ポイント増加したため、販管費の売上比率は前第2Qと比較して2.3ポイント増加いたしました。

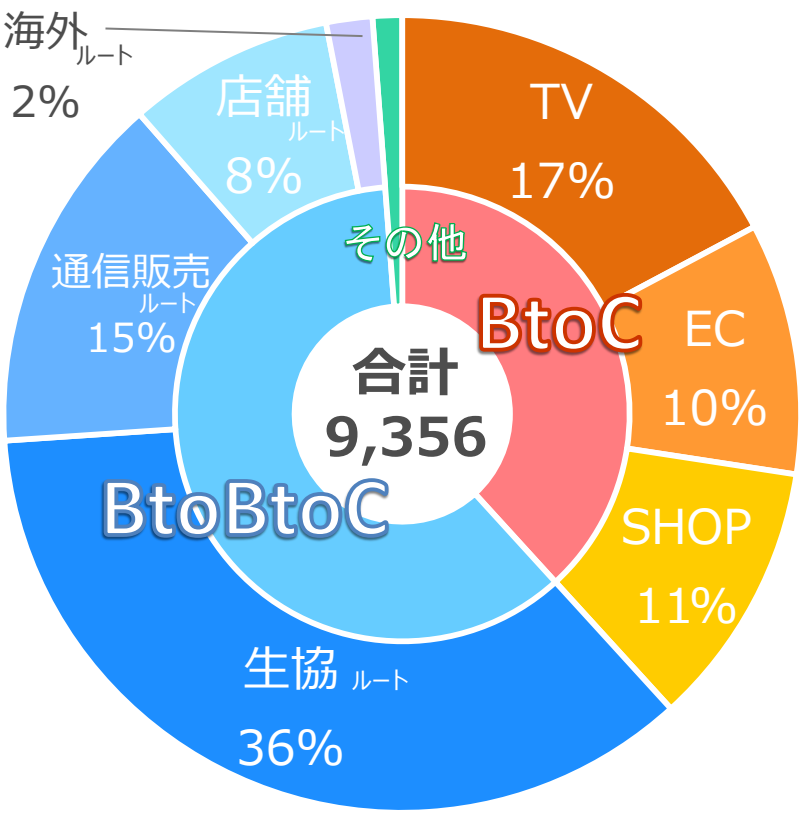
# 財政の概要

| | 2019年5月期 第2Q実績 | 2020年5月期 第2Q実績 |
|---|---|---|
| 総資産（百万円） | 6,544 | 7,047 |
| 純資産（百万円） | 2,596 | 2,523 |
| 自己資本比率（%） | 39.7 | 35.8 |
| 1株当たり純資産（円） | 347.28 | 347.68 |
| 1株当たり四半期純利益（円） | 19.74 | 15.12 |

（注） 当社は、2019年11月13日に自己株式235,800株をN-NET3により取得いたしました。

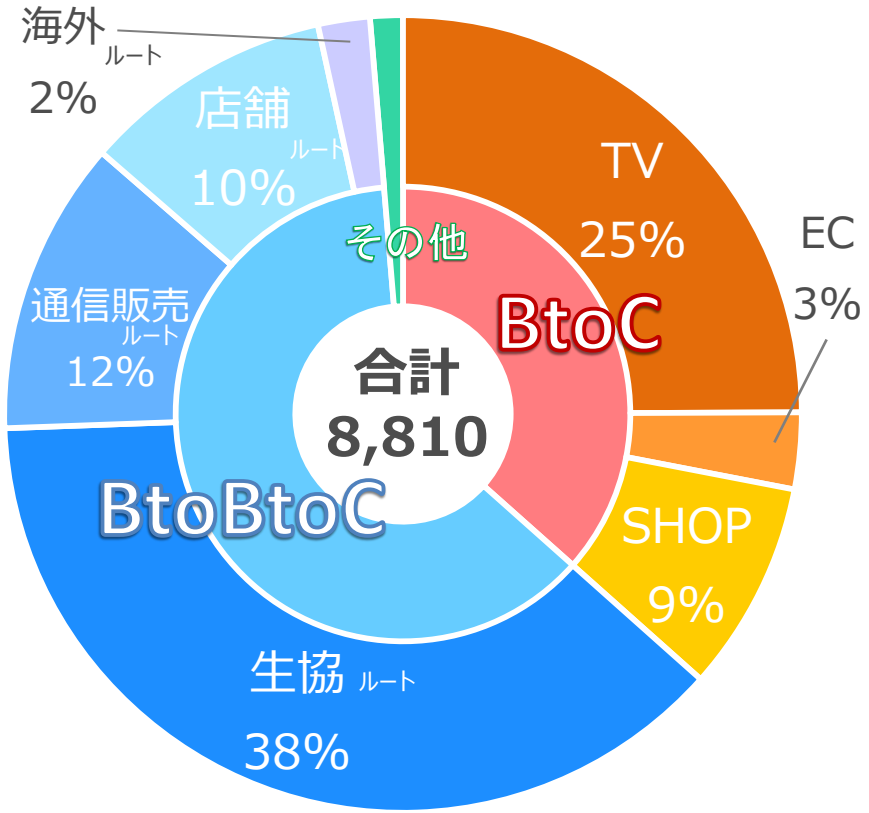
# 販路別売上内訳

2019年5月期　第2Q




2020年5月期　第2Q

（単位：百万円）



1．2020年5月期 第２四半期決算実績（連結）

**2．2020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、%）

| | 2019年5月期 通期（実績） | | | 2020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 | 17,614 | 100.0 | 96.1 | 16,946 | 100.0 | 96.2 |
| 営業利益 | 431 | 2.5 | 48.1 | 577 | 3.4 | 133.6 |
| 経常利益 | 437 | 2.5 | 48.7 | 585 | 3.5 | 133.6 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 238 | 1.4 | 37.1 | 402 | 2.4 | 168.8 |
| １株当たり配当金 | 12円 | | | 12円 | | |

（注） 2020年５月期通期予想は2019年７月９日に公表いたしました予想値から変更ありません。

# 会社的な戦略

## 1．世界で唯一の「マーケティングメーカー」を極める

- BtoCとBtoBtoCの歯車を回しながらマーケットデータを分析しそれを商品開発に生かし、プロモーション付きで再度BtoCとBtoBtoCの多彩な販路へ商品を販売していく

## 2．生産性の向上

- 社員教育制度の充実
- **RPA・AI**を駆使した社内業務の効率化

# BtoC事業の戦略

## 1．TV・EC

◆上半期にヒットした商品の更なる**メディア放映枠の拡大及びブランディング**の実施
- 「ステップエイト」**「黒にんにく」「流氷マット」**のメディア放送枠拡大
- 「スピードヒート」来シーズンに向けた各種プロモーションの準備

◆ヒットの芽が出つつある商品の**映像作り変え**
- **「エアーヨーン」「リサラ失禁対策ガードル」**「黒大豆ヘアファンデーション」「シミのケアピーリングジェル」の映像作り変え
- タレント起用型通販番組の制作実施

## 2．店舗

◆SKINFOOD化粧品の店舗販売
- 反復来店率UP（サンプル引換券、LINE獲得、友人紹介カード）
- 記憶に残る店づくり（**顧客アプリの完全移行と動向分析**、Instagramの活用）
- **オンライン販売売上の拡大**（自社サイト、楽天、ZOZOTOWN、Qoo10）
- 日本限定商品の投入

# BtoBtoC事業の戦略

## 1．成長事業の推進

◆LBを始めとした化粧品の販売
・「**ColleenMaliaWilcox**」との**コラボアイシャドウ**の発売
・人気商品「パワーオブアイライナー」の**限定パッケージ**の販売
・**新商品**「ギャラクシーシャドウ」「グロッシーフィットルージュ」の発売
・**TV**・**Instagram**を使った販促活動の推進

◆海外での化粧品販売
・B！FREE＋のNMPA登録（衛生登録）による販路拡大
・LB商品アイテム拡充による販売の拡大

## 2．BtoC事業とのシナジー強化

・TVショッピングを起点とした**マルチチャネル販売**の強化
⇒自社開発商品の販売拡大⇒粗利益率のUP

1．2020年5月期 第２四半期決算実績（連結）

2．2020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 | ：401百万円 |
| 連結売上高 | ：17,614百万円（2019年５月期） |
| 連結経常利益 | ：437百万円（2019年５月期） |
| 連結総資産 | ：6,818百万円（2019年５月期） |
| 連結純資産 | ：2,688百万円（2019年５月期） |
| 従業員数 | ：291名（2019年５月期　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<br>証券コード：2722 |

# 沿　革

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
　　5月：グレーシャス株式会社の株式取得(100%子会社)
2019年　9月：グレーシャス株式会社を吸収合併

# 自社開発商品（化粧品）

＜ LB ＞

＜ B!FREE+ ＞

＜ intima ＞

＜ SKINFOOD ＞

# 自社開発商品（雑貨品）

＜ スピードヒートベスト ＞

＜ LOCOX ＞

＜ ステップエイト ＞

＜ エアーヨーン ＞

# 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 ＞