

有価証券報告書の訂正報告書

本書は、EDINET(Electronic Disclosure for Investors' NETwork)システムを利用して金融庁に提出した有価証券報告書の訂正報告書の記載事項を、紙媒体として作成したものです。

プレミアアンチエイジング株式会社

(E36046)

目 次

【表紙】	1
1 【有価証券報告書の訂正報告書の提出理由】	2
2 【訂正事項】	2
3 【訂正箇所】	2
第一部 【企業情報】	2
第1 【企業の概況】	2
3 【事業の内容】	2

【表紙】

【提出書類】	有価証券報告書の訂正報告書
【根拠条文】	金融商品取引法第24条の2第1項
【提出先】	関東財務局長
【提出日】	2021年3月15日
【事業年度】	第11期（自 2019年8月1日 至 2020年7月31日）
【会社名】	プレミアアンチエイジング株式会社
【英訳名】	Premier Anti-Aging Co., Ltd.
【代表者の役職氏名】	代表取締役社長CEO 松浦 清
【本店の所在の場所】	東京都港区虎ノ門一丁目23番1号虎ノ門ヒルズ森タワー
【電話番号】	03-3502-2020（代表）
【事務連絡者氏名】	取締役CFO兼コーポレート本部長 戸谷 隆宏
【最寄りの連絡場所】	東京都港区虎ノ門一丁目23番1号虎ノ門ヒルズ森タワー
【電話番号】	03-3502-2020（代表）
【事務連絡者氏名】	取締役CFO兼コーポレート本部長 戸谷 隆宏
【縦覧に供する場所】	株式会社東京証券取引所 （東京都中央区日本橋兜町2番1号）

1【有価証券報告書の訂正報告書の提出理由】

2020年10月30日に提出いたしました第11期（自 2019年8月1日 至 2020年7月31日）有価証券報告書の記載事項の一部に訂正すべき事項がありましたので、これを訂正するため、有価証券報告書の訂正報告書を提出するものであります。

2【訂正事項】

第一部 企業情報

第1 企業の概況

3 事業の内容

2. 事業モデル

3【訂正箇所】

訂正箇所は_____を付して表示しております。

第一部【企業情報】

第1【企業の概況】

3【事業の内容】

2. 事業モデル

（訂正前）

<省略>

(1) 通信販売

当社が創業時から取り組んでおります主力の販売形態であり、2020年7月期における当該販売チャネルの売上構成比は、76.8%となっております。

当社は、自社ECサイトにおいて自社製品の販売を行っており、その販売手法は、1回の注文ごとに購入していただく「都度販売」に加えて、一定の間隔で同様の製品を継続的にお客様にお届けする「定期販売」の2つを用意しております。この定期販売の手法は、発送や決済処理が定期化することで事務作業が効率化できることや、安定した売り上げを確保することができるストック型のビジネスモデルであると考えております。加えて、お客様に対しても、都度商品を購入する手間が省けることや都度購入より割安に購入できる等のメリットを提供することを狙い、定期販売を行っております。当社の通信販売売上高に占める定期販売は、2020年7月期で約90%となっており、定期販売数は毎年堅調に増加しております。

新規のお客様の獲得手法につきましては、主にアフィリエイト広告を中心としたインターネット広告を主軸に、雑誌や、TVCMなど、各種メディアをミックスさせ、効率的に行っております。尚、広告につきましては、売上高の約43%（2020年7月期実績）を投じておりますが、その大半は成功報酬形式による支出となるため、実質的に売上高の変動費として位置づけられ、費用対効果を確保した上でコントロールすることが可能となっております。また、当社通信販売において過去、一度でも都度購入または定期購入実績のあるお客様の総アカウント数は2,197,035件（2020年7月末時点）となっております。

また、定期的なメール送付や、会員向け会報誌「the Beauty」の送付なども活用し、休眠中のお客様の掘り起こしにつなげたいと考えております。

<省略>

(訂正後)

<省略>

(1) 通信販売

当社が創業時から取り組んでおります主力の販売形態であり、2020年7月期における当該販売チャネルの売上構成比は、76.8%となっております。

当社は、自社ECサイトにおいて自社製品の販売を行っており、その販売手法は、1回の注文ごとに購入していただく「都度販売」に加えて、一定の間隔で同様の製品を継続的にお客様にお届けする「定期販売」の2つを用意しております。この定期販売の手法は、発送や決済処理が定期化することで事務作業が効率化できることや、安定した売り上げを確保することができるストック型のビジネスモデルであると考えております。加えて、お客様に対しても、都度商品を購入する手間が省けることや都度購入より割安に購入できる等のメリットを提供することを狙い、定期販売を行っております。当社の通信販売売上高に占める定期販売は、2020年7月期で約90%となっております。定期販売数は毎年堅調に増加しております。

新規のお客様の獲得手法につきましては、主にアフィリエイト広告を中心としたインターネット広告を主軸に、雑誌や、TVCMなど、各種メディアをミックスさせ、効率的に行っております。尚、広告につきましては、売上高の約43%（2020年7月期実績）を投じておりますが、その大半は成功報酬形式による支出となるため、実質的に売上高の変動費として位置づけられ、費用対効果を確保した上でコントロールすることが可能となっております。また、当社通信販売において過去、一度でも都度購入または定期購入実績のあるお客様の総アカウント数は2,042,956件（2020年7月末時点）となっております。

また、定期的なメール送付や、会員向け会報誌「the Beauty」の送付なども活用し、休眠中のお客様の掘り起こしにつなげたいと考えております。

<省略>