

2025年7月期第2四半期

決算説明会質疑応答要旨



プレミアアンチエイジング株式会社

2025年3月18日

# 2025年7月期第2四半期 決算説明会質疑応答要旨 (2025年3月13日開催)

## 【ご留意事項】

「決算説明会質疑応答要旨」は、説明会での質疑をそのまま書き起こしたのではなく、ご参加いただけなかった方向けに、当社の判断で簡潔にまとめたものです。

### 1. 2025年7月期通期業績予想を据え置いた理由は？

2025年7月期第2四半期の売上高は計画通りの着地となったが、営業利益は計画を大きく上回り黒字を計上した。

下期に向けアンチエイジング事業を取り巻く事業環境は引き続き厳しく、通信販売及び卸売販売に加え、中国市場についても慎重に見ている。通信販売では広告効率が十分に改善せず、新規獲得が厳しい状況が続く可能性がある。またデュオのリニューアルや新ブランド「ララスキン」の広告・販促投資のコストがかかる。リカバリー市場は伸長しているが、ベネクスブランドの認知向上に向けた追加のマーケティング投資を予定している。デュオのリニューアルに伴う旧品の返品影響についても想定しておく必要がある。これらの要因を考慮した結果、現時点で通期の業績予想は修正しないこととした。

2025年7月期第2四半期はしっかりと計画を達成することができたが、リカバリー事業の貢献が大きかった。一方アンチエイジング事業はまだ底を打ったとは言えない状況となっている。通期の売上・利益について当初の見込通り着地できるよう取り組んでいく。

### 2. 2025年7月期第2四半期の営業利益は第1四半期に続いて計画から上振れたが、その理由を販売費、固定費、原価等、要因毎にブレイクダウンして教えて欲しい。

詳細な数字の開示は控えるが、第1四半期は計画と比較して販売費が大きく抑えられた。一方、第2四半期は販売費の抑制と固定費の削減が同程度の貢献となった。原価については、モノの値段が上がっているの上昇傾向にあるが、パートナー様との連携で物流費の水準は概ね想定通りである。

### 3. アンチエイジング事業の売上高が減少しているが、通信販売、卸売販売それぞれの売上高が減少した要因を説明して欲しい。

通信販売では、広告効率が十分に改善しなかったことから、新規獲得ができなかった影響が大きな要因となっている。既存顧客と長く、深くお付き合いいただくための施策に取り組んでおり、少しずつその効果を実感してきているが、施策の効果は長期的に見ていく必要がある。

卸売販売では、デュオ（リニューアル前）、カナデル、クレイエンスについて、店舗で

の売上が伸び悩んでいる。カナデルは新 CM がスタートし、短期的な POS の上昇やブランド認知の向上等一定の効果が出ているが、店頭での売上を大きく上昇させるには至っておらず、中長期的な観点からさまざまな施策に取り組んでいるところだ。

#### 4. デュオの売上高の減少が続いているがどのように立て直すのか？

デュオの立て直しの優先順位は高い。リニューアルは 15 周年で初めてとなるが、これまでリニューアルを行わなかったのは、商品力が強くお客様の満足度が高かったからである。今回のリニューアルでは商品力をさらに強化し、お客様からも高く評価されている。また 3,600 円の通常サイズ 90g に加えて、リテール向けに 2,700 円の 66g サイズの販売を開始し、店頭での競争力を強化した。1,000 円を下回る価格設定とした 18g のミニサイズの売れ行きも好調である。下期から来期に向けて引き続きさまざまな施策を用意しており、デュオの確実な反転を目指していく。

#### 5. カナデルの売上高の減少が続いているがどのように立て直すのか？

カナデルはオールインワン市場の競争激化が継続しており厳しい状況が続いている。木村拓哉さんを新ブランドキャラクターに起用した新テレビ CM の効果もあり、CM に連動した SNS や店頭での施策も一定の成果を上げているが、中長期的な取り組みが必要と考えている。

4 月にはカナデルチューニングローションを投入しブランドラインナップを拡充する。今期後半から来期にかけて新しい施策を展開し回復を図っていく。

#### 6. 新ブランド「ララスキン」を発売する予定とのことだが、ファスト美容医療スキンケアの競争は厳しい。デュオの立て直しを最優先とするのであれば、新ブランドを投入するのではなく、マーケティング投資をデュオに集中させるべきではないか？

当社は通信販売メインで事業を展開してきたが、通信販売の商品は 3,000 円台と単価が高くなるので、リテールでも機能や品質はもちろん、価格の観点からお客様の支持を受けるブランドを創りたいと考えてきた。

今回、ファスト医療美容発想を軸に商品力のある良い商品ができたので、当社のマーケティング力とかけ合わせるによりリテール市場で戦えると考えている。デュオは 18,000 店舗以上で販売しており、店舗様や店舗様を通じたお客様とのつながりもできている。

#### 7. リカバリー事業の売上が急速に伸長している理由は？取扱店舗数等に変化はあるか？

2025 年 7 月期第 2 四半期のリカバリー事業の売上高は過去最高を達成した。第 2 四半期に含まれる 11 月、12 月はギフトシーズンで、比較的高価格帯のベネクス製品の売上が伸びる傾向にある。また 11 月から富永愛さんを起用したテレビ CM やデジタルマーケテ

イング施策を積極的に展開した効果も売上の伸長に貢献した。さらにリカバリーウェア市場や休養市場に対する社会的認知が高まっており、市場が拡大している恩恵も享受したと考えている。

取扱店舗数に大きな変化はないが一店舗当たりの来店顧客数は着実に増加している。また実店舗に加えてECを通じてベネクスは販売しているが、デジタルマーケティング等の施策の効果もあり、こちらも取扱数が増加している。

以上

### 免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- ✓ 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- ✓ それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- ✓ 成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクとして、通販化粧品市場の動向に影響を受けることがあります。積極的なプロモーションの推進や顧客の潜在ニーズを探り、商品企画に活かすことにより、当社製品の競争力を維持することに努めております。また、その他のリスクについては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

**【お問い合わせ先】**

コーポレートコミュニケーション本部

mail : ir@p-antiaging.co.jp