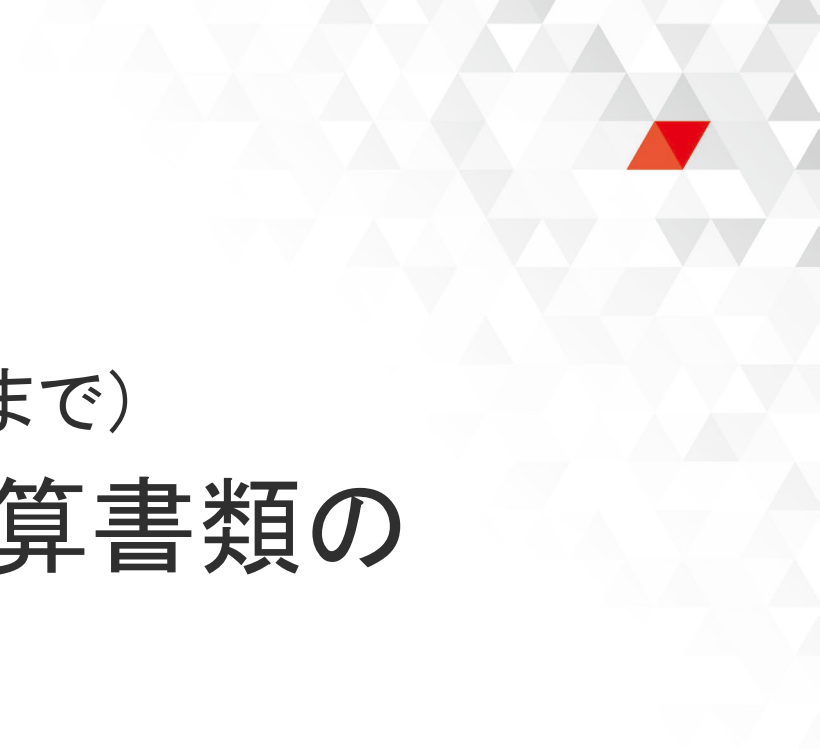




第17回定時株主総会

2026年10月29日（木）

プレミアアンチエイジング株式会社
東証グロース 4934



第17期

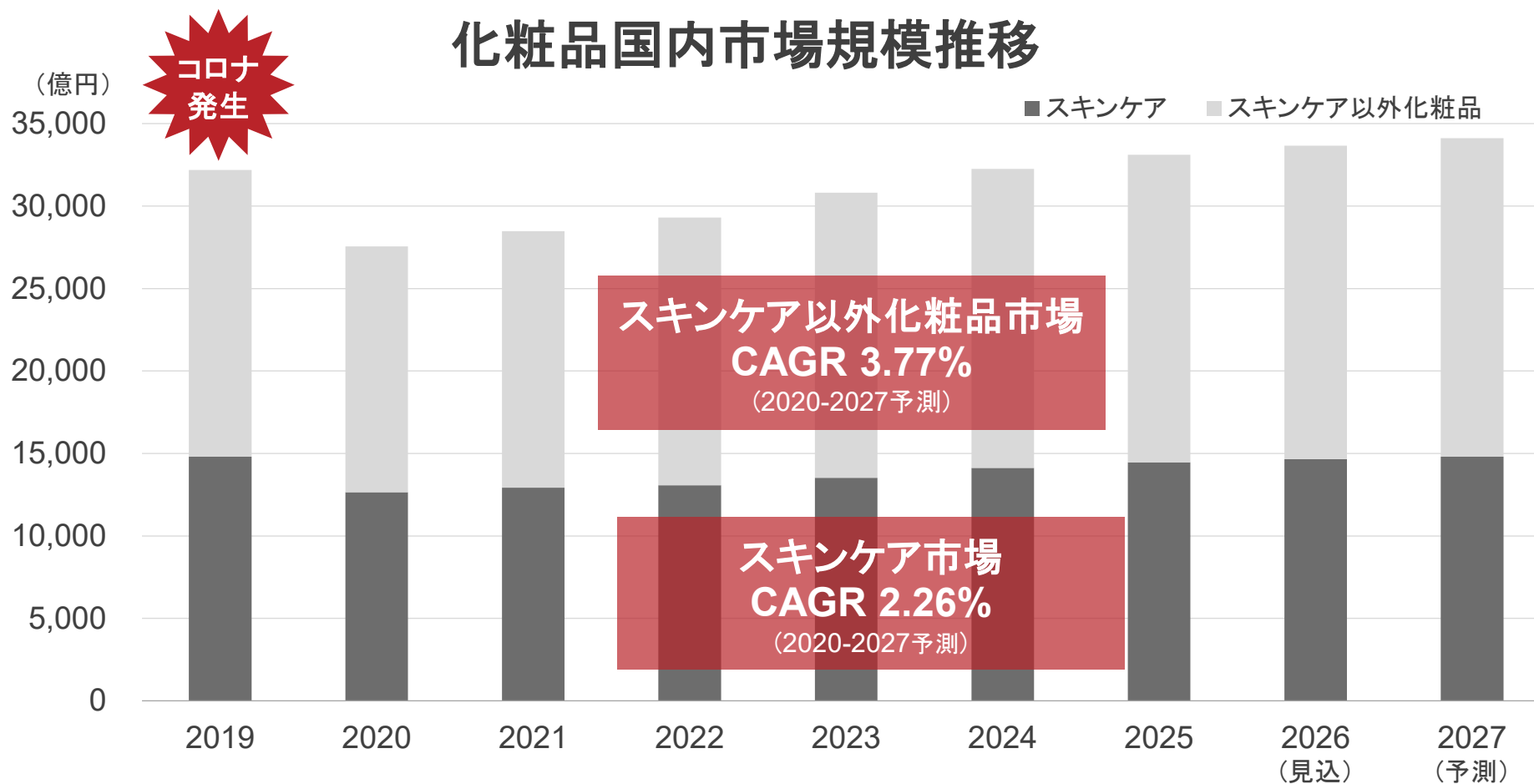
(2025年8月1日から2026年7月31まで)

事業報告、連結計算書類、計算書類の ご報告

- 01. 事業報告
- 02. 連結計算書類、計算書類のご報告
- 03. 対処すべき課題

01. 事業報告 市場環境

- ✓コロナ禍を機に大幅に減少した国内化粧品市場は、2020年以降緩やかな回復が継続
- ✓個人消費の増加や円安によるインバウンド需要に支えられ底堅く推移



01. 事業報告 全社実績

- ✓リカバリー事業が順調に伸長した一方、アンチエイジング事業の売上減少により減収
- ✓リカバリー事業の投資を積極的に実施したものの、広告費の効率運用や適切なコストマネジメントにより安定的に収益を確保

売上高

161億円



138億円
(14%減)

営業利益

6億円



4億円
(19%減)

01. 事業報告 アンチエイジング事業

- ✓ 通信販売の売上は、各種施策の効果が未だ限定的となり減収の一方、卸売販売・ECモールの売上は「デュオ」リニューアルや専売品等が貢献し、増収に転換
- ✓ 販売費の効率化、固定費の削減を継続的に実施した結果、減収下でも増益を確保

売上高

129億円



103億円
(19%減)

営業利益

4億円



6億円
(61%増)

01. 事業報告 アンチエイジング事業

スキン フォー ロンジェビティ

✓2026年7月、「Skin for Longevity」のコンセプトの下、スキンケア領域への本格展開を発表

✓お客様の「スキンケア・ライフ」全体を支える存在として、『Longevity』の実現を目指す

コンセプト

Skin for Longevity (スキン・フォー・ロンジェビティ)

私たちの考える『Longevity』: 長く生きることにとどまらず、自分らしく輝く時間を永く生きること

具体的な取り組み

01 「起点」から 「ステップ全般」へ

クレンジング

洗顔

化粧水・美容液

クリーム・保湿

UV・スペシャルケア

クレンジングを起点に、
一貫して捉える

02 商品ラインナップの拡充

約30

の新商品を企画・開発

第18期 開始

19期上期まで

2026年8月 → 2028年1月

03 お客様との 「共創型」の商品開発

PA STATION

サロン

クルー

カスタマー
センター

店頭

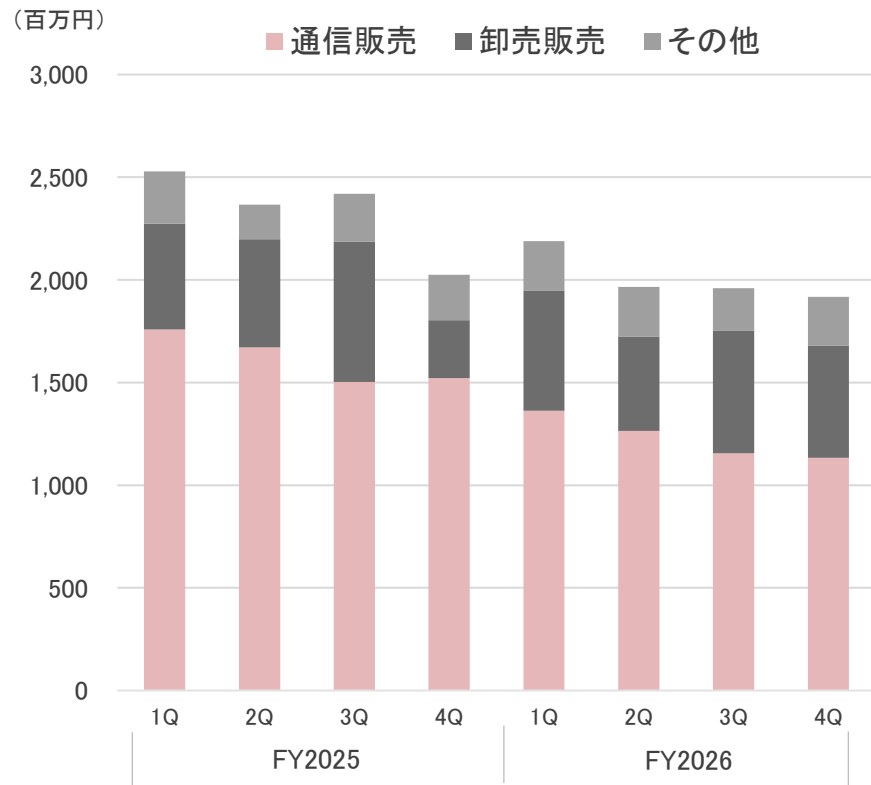
全販売チャネルで繋がっている
お客様の声 → 商品化
アクティブな交流を継続・強化

01. 事業報告 アンチエイジング事業 - デュオブランド

✓「ザ クレンジングバーム」シリーズが8年連続クレンジングバーム売上No.1を獲得

✓ブランド価値を訴求し浸透を図るコミュニケーションを実行し、売上反転に注力

デュオ 四半期売上高推移



ポイント

- ✓ シリーズ累計出荷個数が6,000万個を突破
- ✓ 通販事業では、「トライアルセット」の提供を実施し、お客様と複数商品でつながるための取り組みを本格化。卸売事業は、コラボ商品や限定商品で売上げ強化を図る
- ✓ 新ラインの、落とす美容液「デュオ クレンズセラムピール&ブースト」は本格発売からわずか半年でベストコスメ受賞数21冠を達成

01. 事業報告 アンチエイジング事業 - カナデル・クレイエンスブランド

- ✓カナデルは、販促予算を効率的に活用しながらブランド再強化に取り組む
- ✓クレイエンスは、商品改良・開発等により、総合ヘアケアブランドとしての育成を図る



「カナデル プレミアモイストクール」

CANADEL (カナデル)

- ✓ 商品の高評価の一方、売上減少が継続
- ✓ 夏限定の人気商品「カナデル プレミアモイストクール」を公式通販限定で販売。高評価を獲得



「クレイSPA カラーキープ&ダメージケアマスク」

clayence (クレイエンス)

- ✓ 「クレイSPA カラーキープ&ダメージケアマスク」をリニューアル新発売

01. 事業報告 アンチエイジング事業 - 育成ブランド

- ✓ レインカは業績貢献は限定的なものの、前期実績・計画を大きく上回って伸長
- ✓ その他育成ブランド群のテストマーケティングも継続実施



Reinca
(レインカ)

ポイント

- ✓ レインカ独自の幹細胞培養エキスと、子会社のベネクス独自成分を配合した新商品「レインカ ステムトリートメント リカバリーマスク」を2026年4月に発売。アンチエイジング技術に強い当社を体現するブランドとして、育成に取り組む
- ✓ ファスト美容医療発想を叶えるスキンケアブランド「ララスキン」、サプリメントブランド「シントー」、高濃度ビタミンCスキンケアブランド「シーマニア」等のテストマーケティングも継続

SINTO
(シントー)



Lalaskin
(ララスキン)

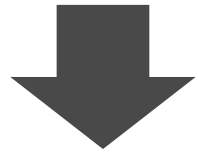
C⁺mania
(シーマニア)

01. 事業報告 リカバリー事業

- ✓売上高は、百貨店などオフラインで販売を着実に伸ばし前期に続き増収
- ✓ブランド認知獲得や組織強化のための積極的な投資を実施し、営業損失を計上

売上高

32億円



35億円
(9%増)

営業利益

2億円



▲1億円

01. 事業報告 リカバリー事業 - ベネクスブランド

- ✓第17期は、富永愛さんを起用したCMを筆頭に、上質なブランディングを継続的に実施
- ✓先の20年を見据えた、多岐にわたるリカバリー事業も展開。併せて休養市場の拡大を図る



実施したブランディング活動

多岐にわたるリカバリー事業や啓発活動

第17期

(2025年8月1日から2026年7月31まで)

事業報告、連結計算書類、計算書類の ご報告

- 01. 事業報告
- 02. 連結計算書類、計算書類のご報告
- 03. 対処すべき課題

02.連結計算書類、計算書類のご報告 - 連結貸借対照表

✓自己資本比率は67.6%と引き続き健全性は向上

(単位: 億円)

	前連結会計年度 16期	当連結会計年度 17期	増減額	増減率
資産合計	101.4	102.4	1.0	1.0%
└ 流動資産	80.7	82.9	2.2	2.8%
└ 棚卸資産※	14.6	16.5	1.9	13.5%
└ 固定資産	20.6	19.4	△1.2	△5.8%
└ 無形固定資産	9.1	8.0	△1.1	△12.2%
負債合計	35.3	32.8	△2.4	△6.9%
純資産合計	66.1	69.5	3.4	5.3%
負債純資産合計	101.4	102.44	1.0	1.0%
自己資本比率(%)	65.1%	67.6%	—	2.5pts

※棚卸資産=製品+原材料及び貯蔵品

02.連結計算書類、計算書類のご報告 - 連結損益計算書

- ✓売上高は修正後計画を着実に達成
- ✓営業利益は、適切なコストマネジメントを実行したことにより安定的な収益を確保
- ✓中国現地法人の解散・清算に伴う特別損失を計上

(単位:億円)

	前連結会計年度 16期実績	当連結会計年度 17期修正計画	当連結会計年度 17期実績	前期比 増減額	計画比 増減額
売上高	161.6	135.0	138.8	△22.7	3.8
営業利益	6.1	3.0	4.9	△1.2	1.9
営業利益率(%)	3.8%	2.2%	3.6%	—	—
経常利益	5.9	3.0	6.0	0.2	3.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	4.7	3.0	3.6	△1.0	0.6

第17期

(2025年8月1日から2026年7月31まで)

事業報告、連結計算書類、計算書類の ご報告

- 01. 事業報告
- 02. 連結計算書類、計算書類のご報告
- 03. 対処すべき課題

03.対処すべき課題 - 18期(2027年7月期)業績予想

✓リカバリー事業を成長ドライバーとして、底打ち・反転を目指す

✓ブランド投資の拡充、広告・販促投資の推進に伴い、営業利益は減少する見込み

(単位:百万円)

	17期実績	18期予想	増減額	増減率
売上高	13,883	13,500	△383	△2.8%
営業利益	494	100	△394	△80.0%
営業利益率(%)	3.6%	0.7%	—	△2.8pts
経常利益	602	100	△502	△83.4%
親会社株主に帰属する 当期純損益	364	100	△264	△72.5%

03.対処すべき課題 - 18期における各事業の取り組み

- ✓アンチエイジング事業は、「Skin for Longevity」の下、スキンケア領域における展開強化を通じ売上の底打ちを目指す
- ✓リカバリー事業は、パイオニアとして、成長市場における更なる事業拡大を目指す

アンチエイジング事業

「Skin for Longevity (スキン・フォー・ロンジェビティ)」

スキンケア領域への
本格展開

チャネルミックスと
メディアミックスの徹底

「顧客基盤」の
有機的活用

リカバリー事業

業界パイオニアとしての
ブランド構築

グループシナジーの
創出・強化

顧客接点の強化

03.対処すべき課題 - サステナビリティ

- ✓事業環境の変化に応じて、エンゲージメントサーベイを刷新。併せて目標値を見直し
- ✓高いエンゲージメントの維持・向上、更なる企業価値向上への取り組みを推進

サステナビリティ基本方針



【5つのマテリアリティ】

地球環境保全
への貢献

ともに育ち、育てあう
組織文化の追求

ウェルビーイング
の向上

Uniqueな価値
の提供

ガバナンス
の強化



社員エンゲージメントは、経営における重要指標のひとつに位置付け。
事業環境の変化に応じてエンゲージメントサーベイを刷新し、目標値の見直し実施

03.対処すべき課題 - アンチエイジングカンパニーへの進化

- ✓当社の考える「アンチエイジング」を再定義し、目指す姿を「OUR STORY」として、言語化
- ✓「R&D(研究開発)」コンテンツを新設。ベネクスと横断で商品開発とR&Dの情報発信を強化

人生がより輝くものとなるきっかけを、
これからも届けていきます。

プレミアアンチエイジング株式会社
代表取締役社長 松浦 清

「OUR STORY」の公開

「R&Dコンテンツ」の新設



03.対処すべき課題 - アンチエイジングカンパニーへの進化

- ✓「Skin for Longevity」をコンセプトに掲げ、スキンケア領域への本格展開を発表
- ✓商品やサービスの提供を通じて、社会に貢献するアンチエイジングカンパニーを目指す

「アンチエイジング」領域でのリーディングカンパニー

誰もが実年齢にとらわれず、より健康で、より自信を持ち、より好奇心を育み、より新しいことに挑戦し、自分の時間を生きて輝くこと(=「アンチエイジング」)を目指した、新たな商品やサービスを提供することで社会貢献する。当社の「顧客基盤」を最大限に活用した新たな商品やサービスを提供することで、お客様のQOLを高め、社会全体の幸せに繋げる

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部
mail : ir@p-antiaging.co.jp

Forever vivid

とき
人の時間を、解き放つ。

Untether time.