



**2014年4月期
決算補足説明資料**

2014年6月9日

株式会社ビューティガレージ

(東証マザーズ：3180)

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

2014年4月末現在

社名	株式会社ビューティガレージ (BEAUTY GARAGE Inc.)
本社	東京都世田谷区桜新町一丁目34番25号
設立	2003年4月24日
代表取締役CEO	野村 秀輝 (ノムラ ヒデキ)
従業員数	137名 グループ全体:154名
拠点	札幌/仙台/金沢/千葉/東京/名古屋/大阪/神戸/広島/福岡 (全国主要都市10拠点) + 千葉物流センター + 中国広州駐在事務所
グループ会社	株式会社タフデザインプロダクト (店舗設計・施工事業) 株式会社サロンキャリア (美容業界向け人材マッチングサイト運営事業)

**理美容室、エステ、ネイルサロン等のいわゆるビューティビジネス向けに、
ITを中心とした物販事業と開業・経営支援事業を行なう会社です**

2014年4月期 業績概要

当第4四半期会計期間(2014/2~2014/4)

- ✓ **第4四半期は売上高・売上総利益・営業利益ともに、四半期ベースで過去最高を更新**

四半期売上高	1,907百万円	(対前年同期比 124.3%)
四半期売上総利益	629百万円	(対前年同期比 114.1%)
四半期営業利益	184百万円	(対前年同期比 158.1%)

累計期間(2013/5~2014/4)

- ✓ **売上高は予想値を約1.2億円上回り、対前年度比で20%以上の成長を実現**

売上高 6,457百万円 (対前年同期比 122.1% 対予想値比(*) 101.9%)

- ✓ **利益については前年実績には届かなかったものの第4四半期会計期間の大幅な伸長が寄与し、予想値(*)を大幅に上回った。**

営業利益 303百万円 (対前年同期比 97.0% 対予想値比(*) 140.0%)

- ✓ **リピート商材である「化粧品・消耗品」の売上高が大幅に増加**

「化粧品・消耗品」売上高 1,243百万円(対前年同期比: 143.0%)

⇒基本戦略である「フロー&ストック型収益構造への転換」が順調に進行中

(*) 2013年12月3日発表値

✓ 登録会員数200,000口座、アクティブユーザ数66,000口座を突破し順調に伸長

登録会員数 206,058口座 (前年同期比 +38,376口座 122.9%)
 アクティブユーザ(※) 66,131口座 (前年同期比 +12,829口座 124.1%)
 (※) 過去1年間に購入履歴のあるユーザ

✓ 「東京本社総合ショールーム」の開設

- 2013年6月24日に「東京本社総合ショールーム」を東京都世田谷区にリニューアルオープン
同時にさいたま・横浜ショールームを閉鎖(1,000坪超)
- 本社機能も同時に同一ビルに移転
- 東京ショールーム来店売上高 対前年同期比125.7%
(2013/7~2014/4)前期は旧東京・さいたま・横浜ショールーム合算値



✓ 取扱商品点数が50万点超まで増加 (前期末は約37万点)

商品ラインナップ拡充に注力し、オリジナルブランドの新商品投入だけではなくナショナルブランドメーカーとの新規取引口座も増加中



エステ化粧品
「Koh to Ka」



ジェルネイル
「Raygel (レイジェル)」



ハーブティー
「Sierra Organica」



電動チェア
「SHIFFON」

✓ 美容業界初の完全成果報酬型求人・人材マッチングサイト「salon career」の開設

- 2013年5月に連結子会社(株)サロンキャリアを設立し、同サイトの運用を開始した

2014年4月期 連結業績（累計）

- ✓ 売上高は堅調に推移したものの売上総利益率が低下したことから、利益ベースでは前年度実績にわずかに届かなかった。
- ✓ 前年度の為替差益(約2,700万円)計上に対し、今年度は為替差損を約900万円計上したことも影響し、経常利益は対前年度比88.6%に止まった。

(単位:百万円)

	2013年4月期 (累計)		2014年4月期 (累計)				予想値(*) 比	前年 同期比
	実績値	(構成比)	予想値(*)	(構成比)	実績値	(構成比)	率	率
売上高	5,288	100.0%	6,335	100.0%	6,457	100.0%	101.9%	122.1%
売上総利益	1,912	36.2%	2,130	33.6%	2,155	33.4%	101.2%	112.7%
販売費及び 一般管理費	1,599	30.2%	1,913	30.2%	1,851	28.7%	96.8%	115.8%
営業利益	312	5.9%	216	3.4%	303	4.7%	140.0%	97.0%
経常利益	333	6.3%	209	3.3%	295	4.6%	141.3%	88.6%
当期純利益	190	3.6%	138	2.2%	172	2.7%	124.7%	90.5%

(*) 2013年12月3日発表値

売上高・売上総利益の推移(連結)

【売上高】

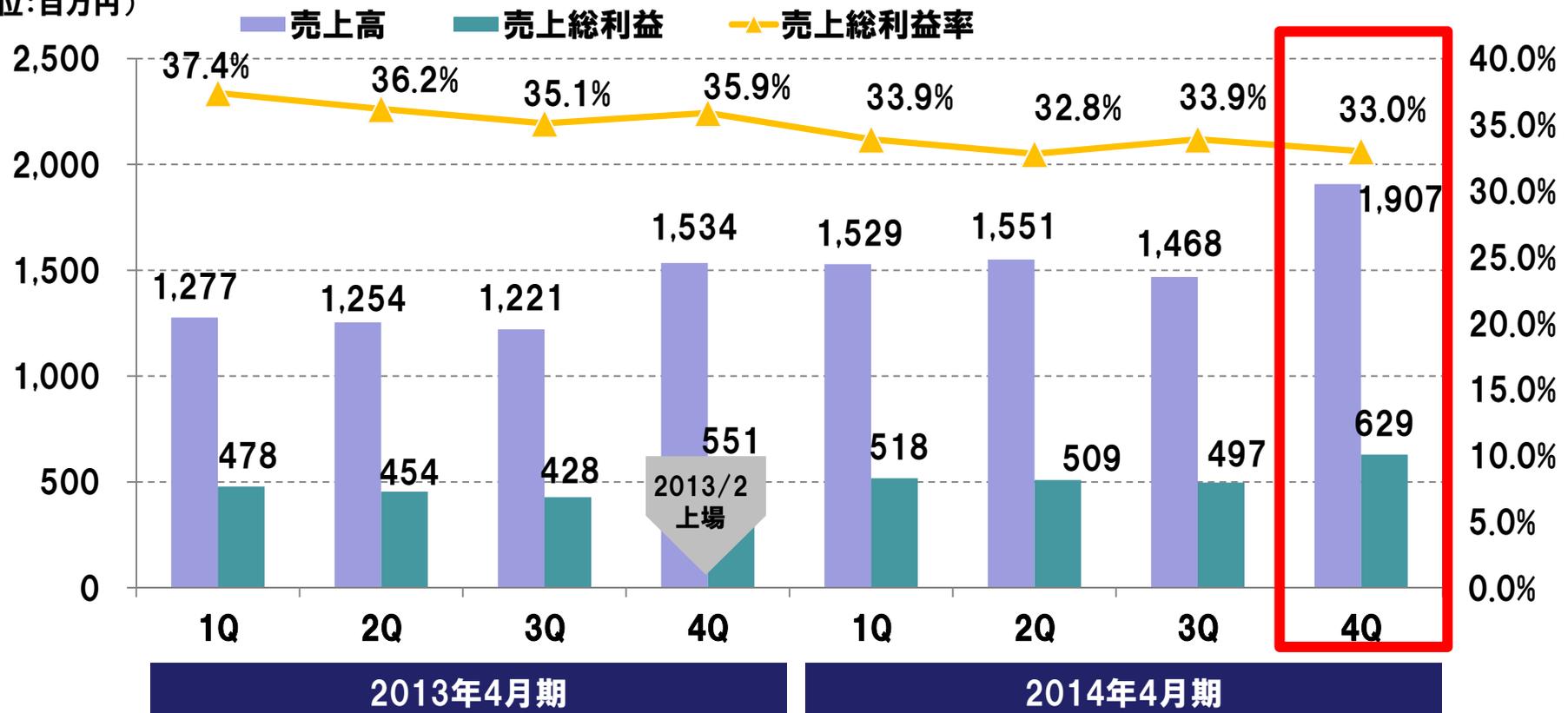
- ✓ 消費税増税前の駆け込み需要、「20万口座突破キャンペーン」の実施等により2014年4月期4Qの四半期売上高は過去最高を大幅に更新

【売上総利益】

- ✓ 上期において急激な円安の進行や中古商品売上高比率の低下等により悪化していた売上総利益率も、価格改定等の各種取り組みの成果が見え始め下期には下げ止まり傾向へ

売上高・売上総利益
(単位:百万円)

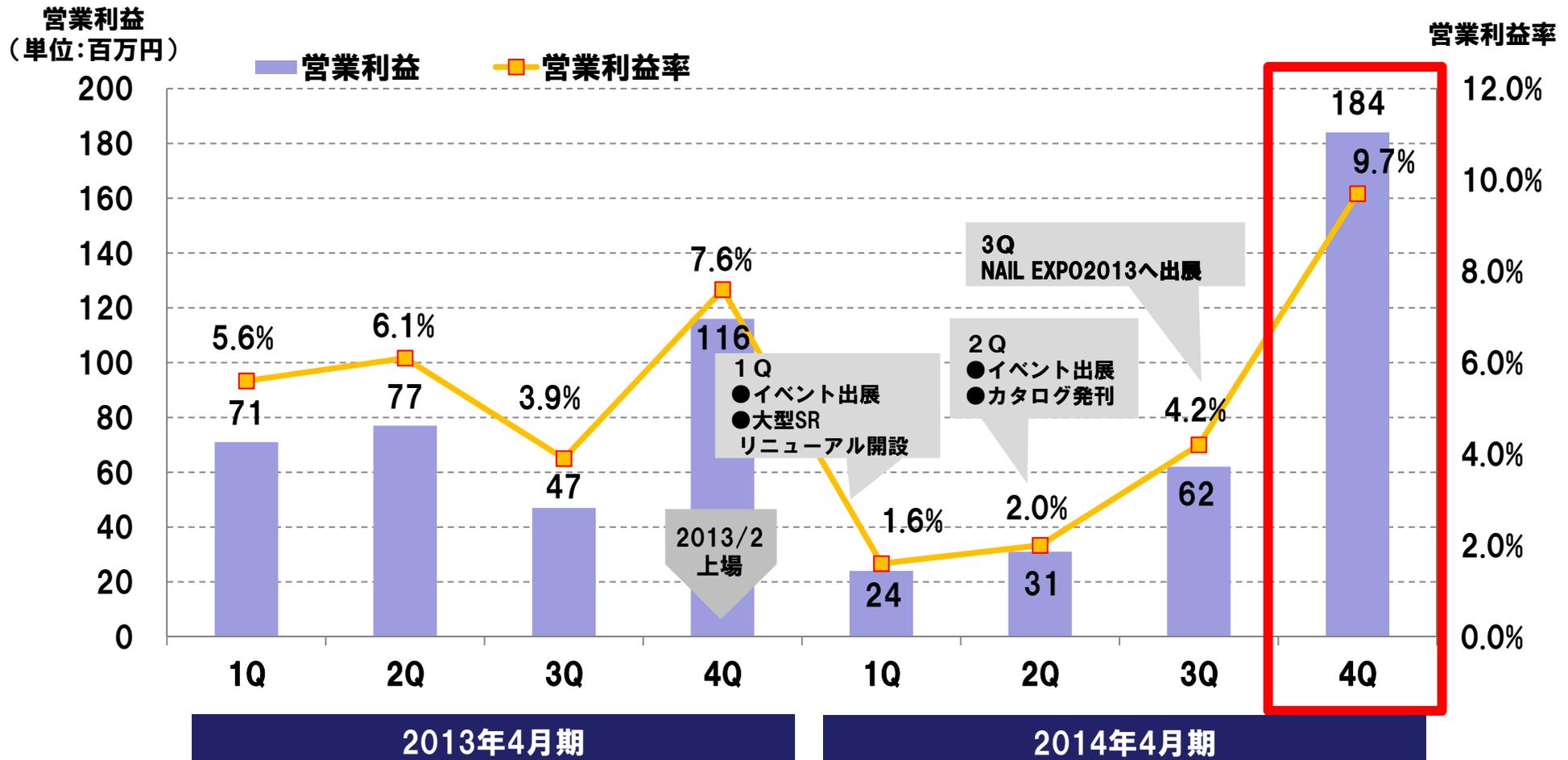
売上総利益率



営業利益の推移(連結)

✓四半期会計期間としては過去最高益の184百万円となり、対前年度比158.1%を達成。

✓第4四半期は「サロン開業シーズン」という従来の季節要因、消費税増税前の駆け込み需要等により売上高・売上総利益が大きく伸長したことに加え、販管費を予想値(*)以下に抑制できたことが好業績の要因



(*) 2013年12月3日発表値

販売費および一般管理費について(連結・累計)

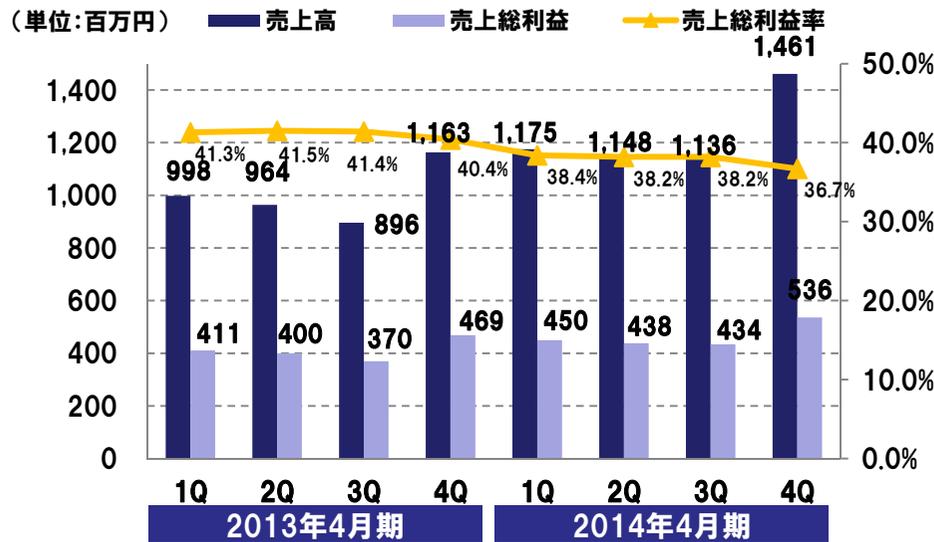
✓美容業界向け流通市場におけるマーケットシェア拡大を最優先課題と位置付けていることから、販売促進への積極的な投資は実施しつつも、販管費全体は予想値(*)以下に抑えることができた。

(単位:百万円)

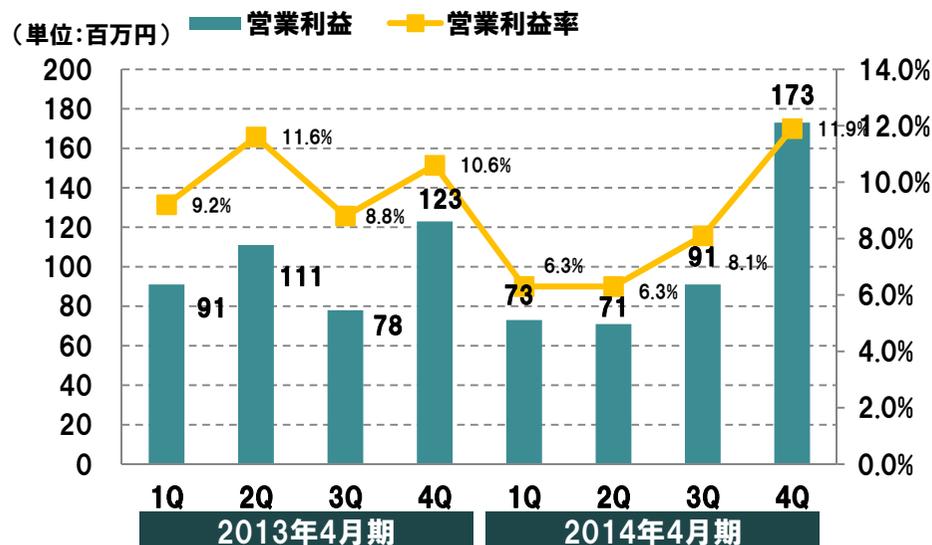
	2013年 4月期	2014年 4月期			前年 同期比	主な要因
	実績値	予想値(*)	実績値	予想値比		
販管費合計	1,599	1,913	1,851	96.8%	115.8%	
人件費	697	779	737	94.6%	105.8%	事業拡大に伴う人員増により増加 前年同期比 正社員 +14名 臨時従業員 +3名
荷造運賃/ 倉庫保管料	266	318	304	95.5%	114.4%	物販事業の売上増加に比例して荷造運賃が増加傾向
賃借料	132	202	201	99.8%	152.6%	2013年6月に実施された「東京本社総合ショールーム」の開設及び千葉物流センターの拡張に伴う増加
広告宣伝費/ 販売促進費	84	124	125	100.7%	147.8%	1Q:「Beauty World Japan2013」への出展 2Q:「Beauty World Japan West2013」への出展 通販カタログ誌「BG STYLE vol.11」の発刊 3Q:ネイル業界最大イベント「NAIL EXPO 2013」への出展 SEO対策は年間を通して継続的に実施
その他	419	488	483	98.8%	115.2%	主な要因としては 売上増加に伴うカード・代引手数料の増加や、2013/10 に実施した韓国の理美容機器メーカーの独占販売権継承 手数料の発生等

(*) 2013年12月3日発表値

四半期売上高・売上総利益推移



四半期営業利益推移



✓ マーケット環境

- 美容室の新規出店数は増加を続けており、サロン間の競争が激化
- 美容業界のBtoB市場におけるEC化率は今後大きく伸長する見込み

✓ 業績の概況 2014年4月期(累計)

売上高 **4,921百万円** (対前年同期比 122.3%)
 営業利益 **410百万円** (対前年同期比 101.2%)

- 売上総利益率は前年同期に比べ低下した(41.1%→37.8%)

✓ 主な取り組み

<プロモーション活動>

- 展示会「BEAUTY WORLD JAPAN2013」等への出展
- カタログ通販誌「BG STYLE vol.11」の発行
- 「BEAUTY GARAGE Online Shop」の強化

<商品ラインナップ拡充>

- オリジナルブランド新商品の継続的投入
- ナショナルブランドメーカーとの取引口座開設強化

<その他>

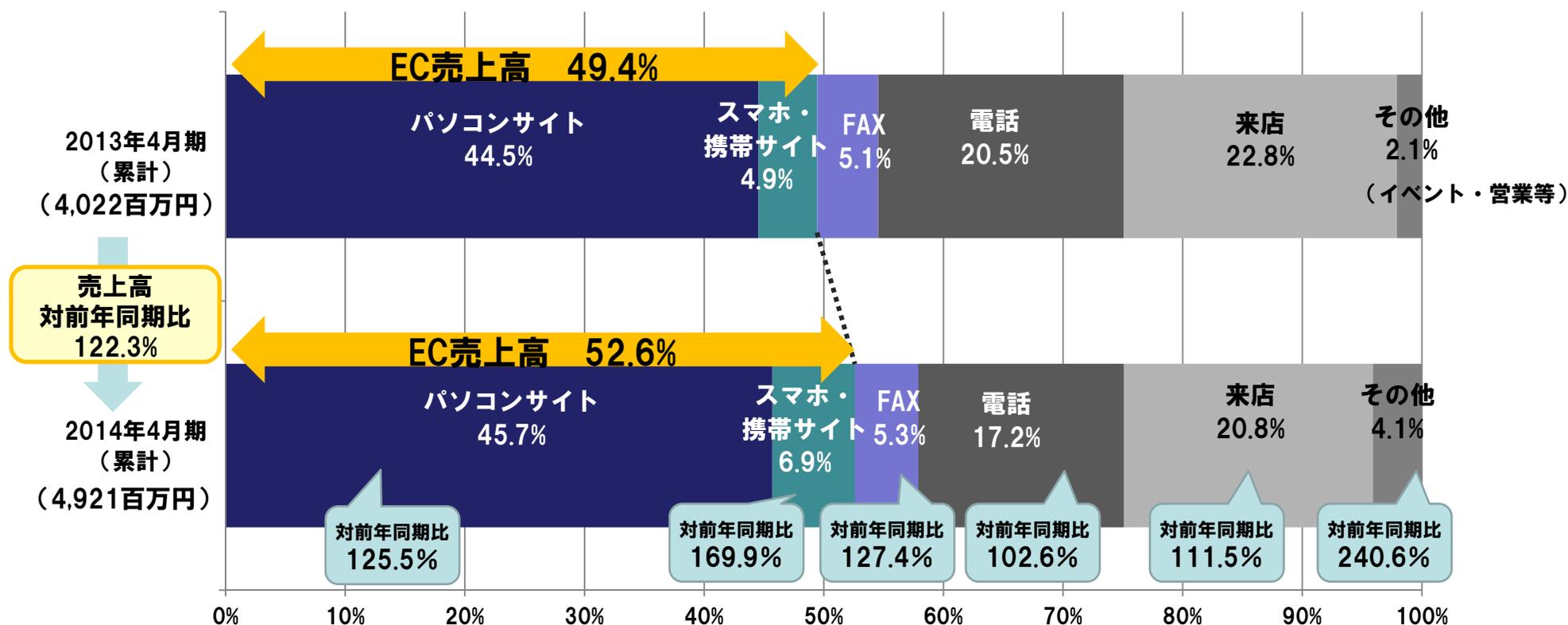
- 価格改定
- 「20万口座突破キャンペーン」の実施

物販事業（販路別売上）

✓ スマホサイト経由の売上高の顕著な伸びも寄与し（対前年同期比204.5%）、
「BEAUTY GARAGE Online Shop」経由の売上高は2,587百万円（対前年同期比130.0%）
と物販事業売上高の52.6%を占めた。

✓ 通販カタログ誌「BG STYLE」効果によるFAX経由の売上高も対前年度比127.4%と大きく伸長

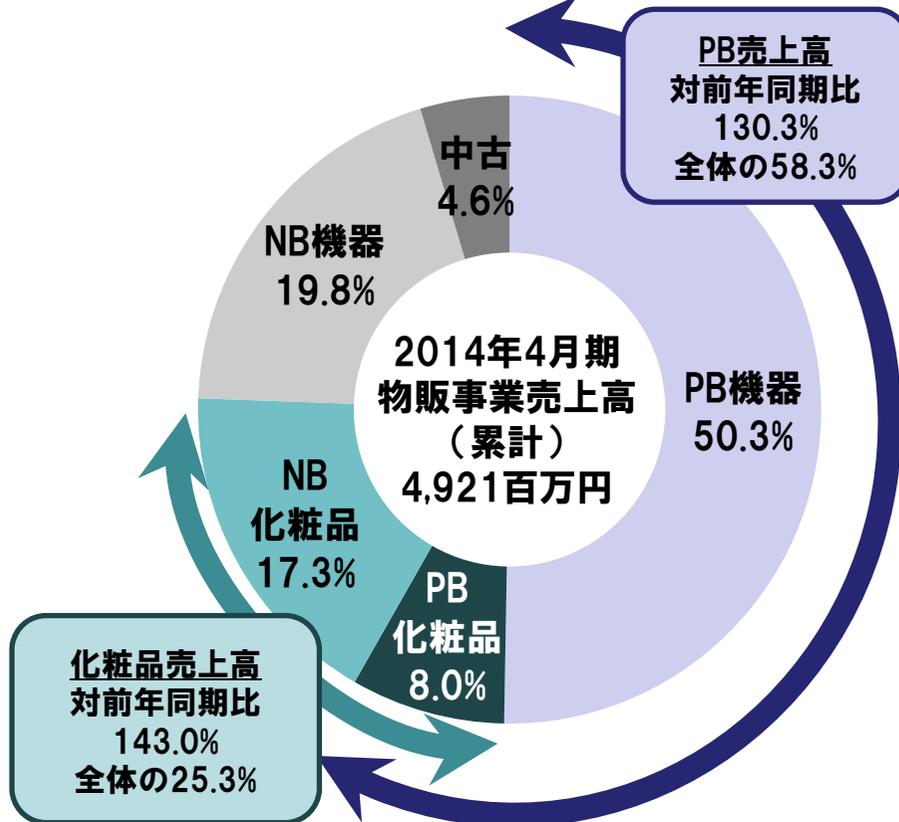
販路別売上高構成比率



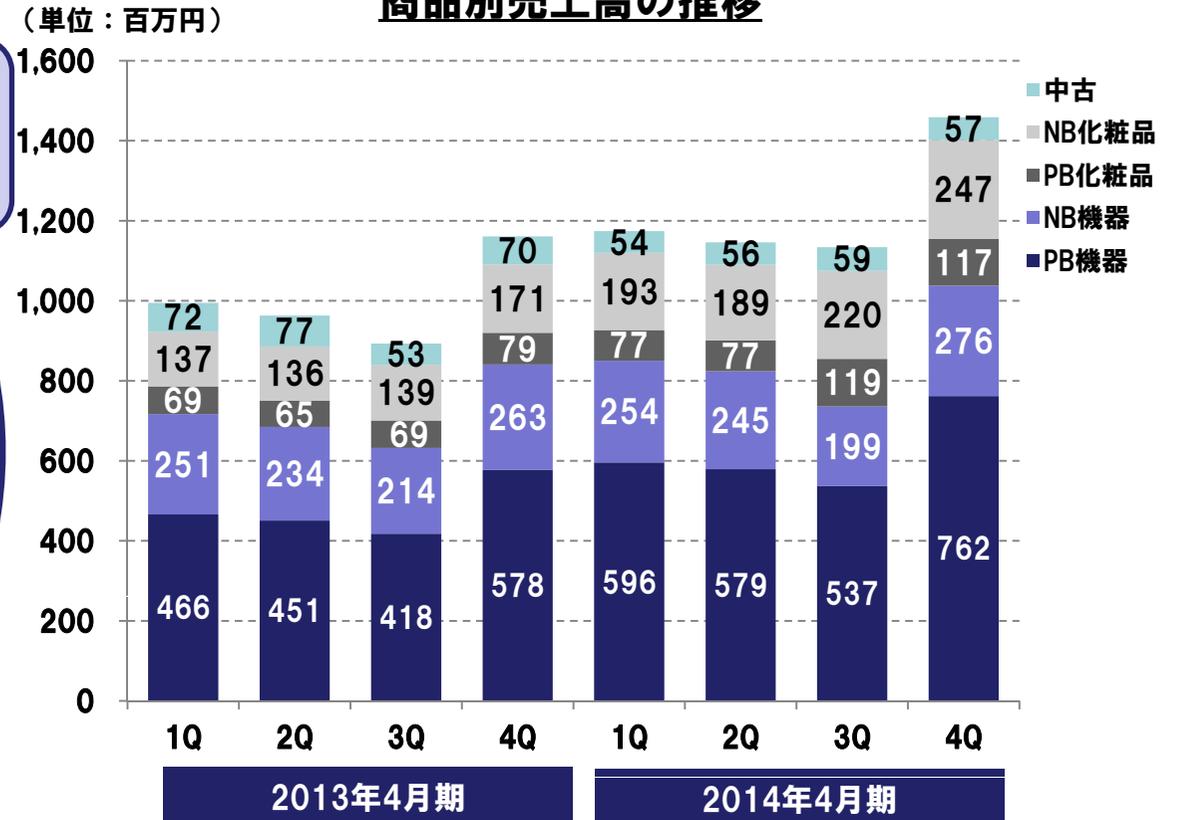
物販事業（商品別売上）

- ✓物販事業におけるオリジナルブランド構成比率は全体の58.3%まで上昇(前年同期は54.7%)
- ✓リピート商材である「化粧品・消耗品」の売上高は1,243百万円（構成比25.2%）となり、対前年同期比は物販事業全体の122.3%を大きく上回る143.0%となった

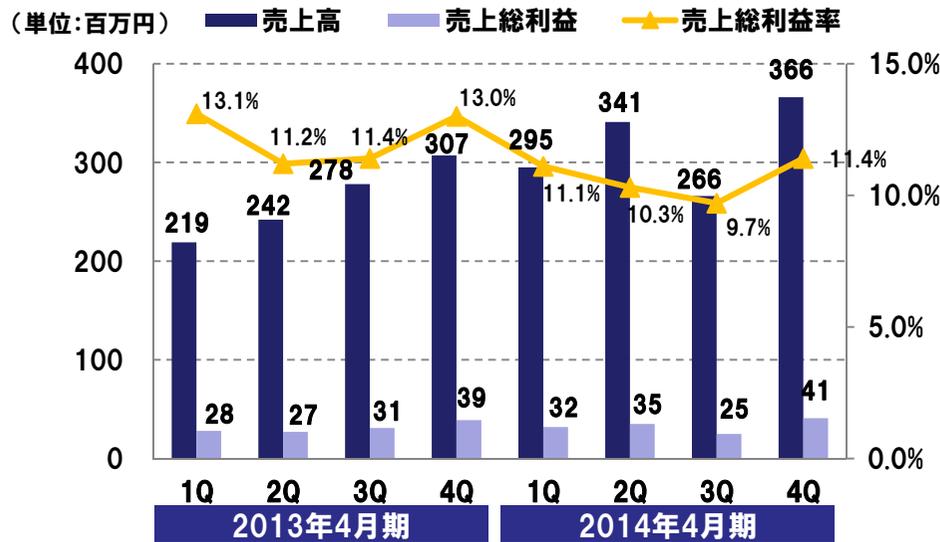
商品別売上高構成内訳



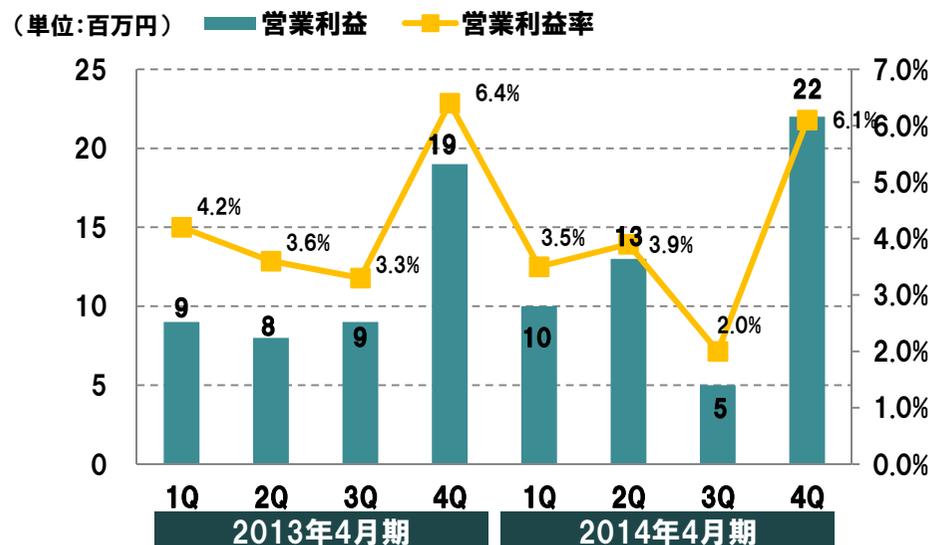
商品別売上高の推移



四半期売上高・売上総利益推移



四半期営業利益推移



✓ マーケット環境

➤平成10年ころの「カリスマ美容師ブーム」の時期に美容師になった男性美容師が独立時期と重なっており、美容室の新規開業数はここ数年増加傾向。

✓ 業績の概況 2014年4月期 (累計)

売上高 1,270百万円 (対前年同期比 121.2%)
 営業利益 51百万円 (対前年同期比 109.4%)

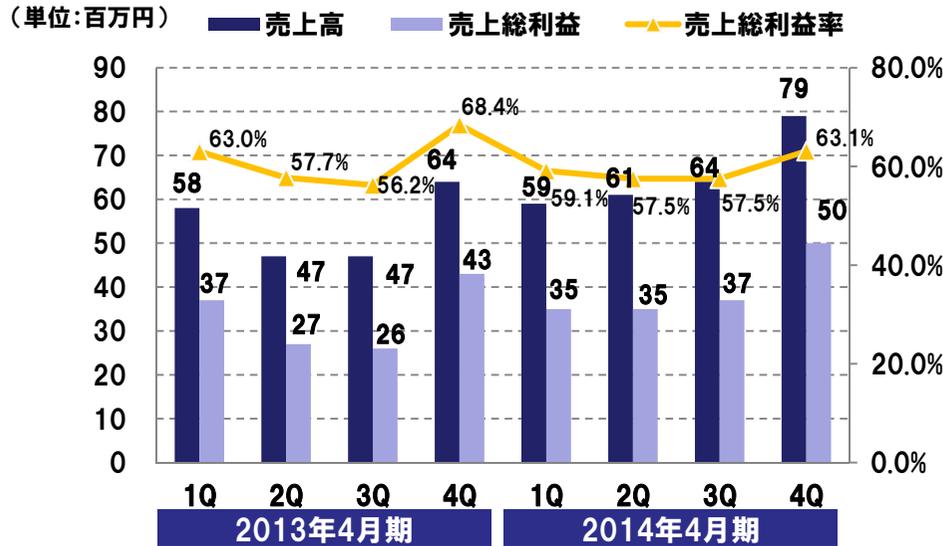
➤春の「サロン開業シーズン」という季節要因に加え消費税増税前の駆け込み需要から4Qは売上高、利益ともに大きく伸長した

➤大手有名サロンの新規案件獲得を最優先とし、競争力のある契約価格を提示したことにより売上総利益率が低下12.2% (2013年4月期4Q) ⇒10.7% (2014年4月期4Q)

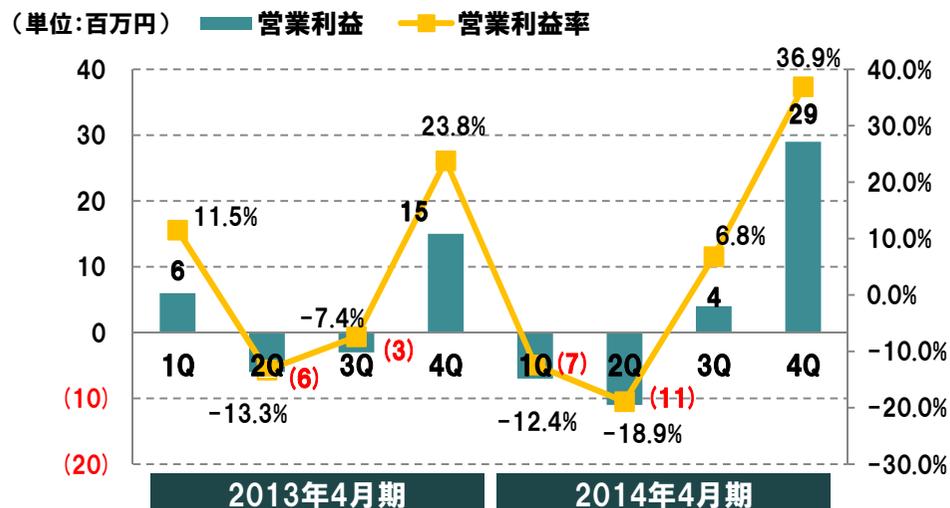
✓ 主な取り組み

➤引き続き有名サロンの案件獲得に努め、知名度向上に努めた
 →超人気スタイリストの新店舗開店に伴う店舗設計を手掛けたことで、業界誌に取り上げられるなどの宣伝効果もあった

四半期売上高・売上総利益推移



四半期営業利益推移



2013/5/1付で求人・人材マッチングサイト運営を事業とする㈱サロンキャリアを連結子会社として設立いたしました。

✓ マーケット環境

➢ 競合他社による類似サービスが増加傾向にある

✓ 業績の概況 2014年4月期 (累計)

売上高 265百万円 (対前年同期比 121.9%)

営業利益 14百万円 (対前年同期比 122.0%)

➢ 「集客・プロモーション支援」「保険」の売上が好調
(対前年同期比158.5%) (対前年同期比130.0%)

➢ 上期まで不調であった「居抜不動産仲介」の売上が回復基調
(対前年同期比 上期:75.5%→4Q:90.2%)

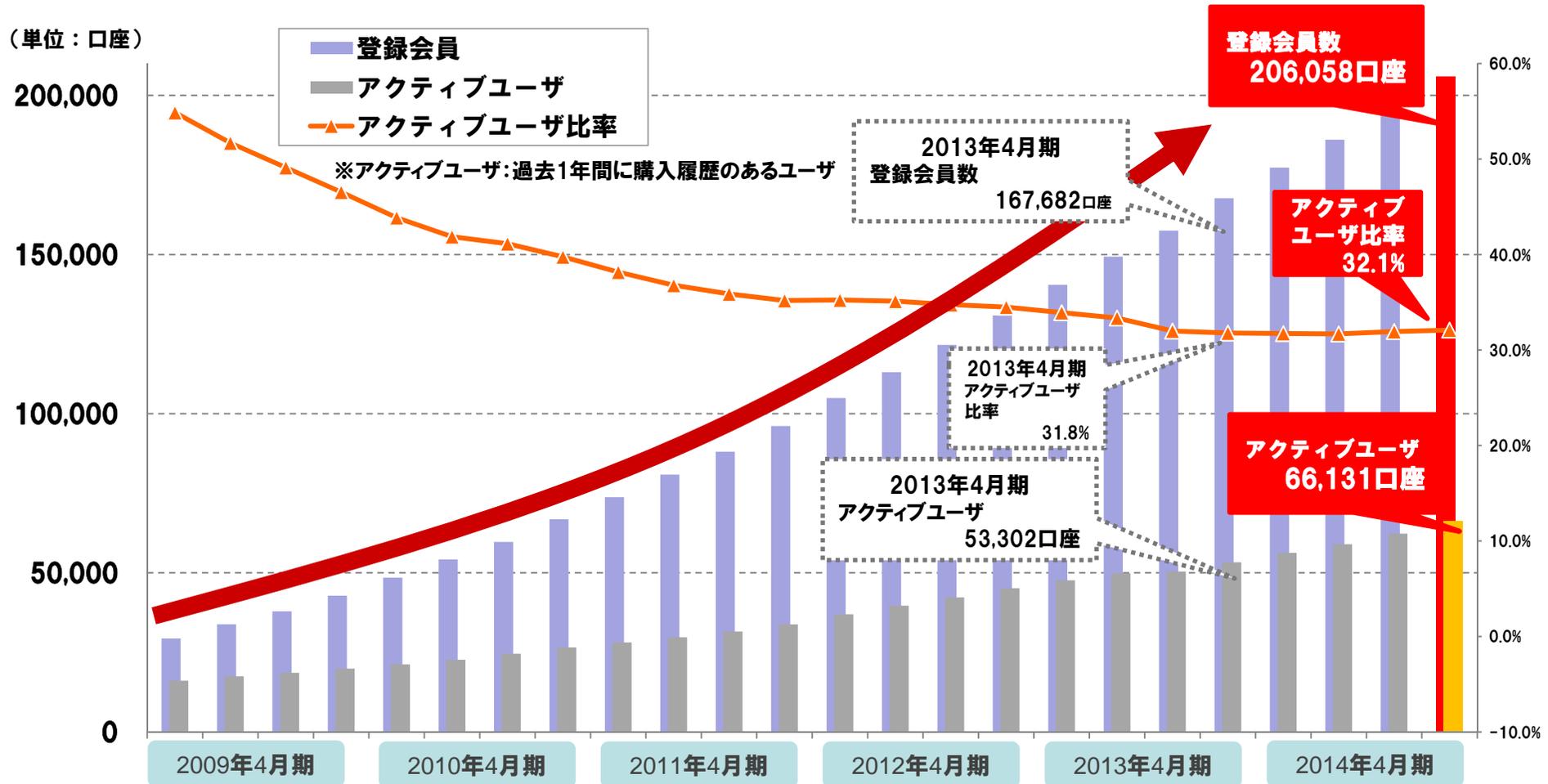
➢ 2013年5月に運用を開始した求人・人材マッチングサイト「salon career」は求人の掲載件数が7,000件を突破

✓ 主な取り組み

➢ 「salon開業・経営チャンネル」のリニューアルオープン
これまでサロンの開業時の情報発信サイトとして運営していた「開業チャンネル」を開業後の経営支援に関する情報も発信するサイトとしてリニューアルオープン

顧客基盤である登録会員口座数は、**200,000サロン**を突破！

(2014/4末現在)



低下し続けていたアクティブユーザ比率が底を打ち上昇傾向に転換

- ✓ 2014年4月期の売上高は消費税増税前の駆け込み需要による特需を含んだものと想定し対前年売上高はここ数年来の傾向(約120%)よりも保守的に算定。
- ✓ 「美容業界向け流通市場におけるマーケットシェア獲得」を最優先課題とし、積極的な営業・プロモーション活動を展開予定

(単位:百万円)

	2014年 4月期	2015年4月期	
	実績値	予想値	YoY
売上高	6,457	7,390	114.4%
営業利益	303	349	115.2%
経常利益	295	352	119.3%
当期純利益	172	218	126.8%

物販事業

- ✓ 「BEAUTY GARAGE Online Shop」スマホ専用サイトの大幅リニューアルを予定
- ✓ エステティック化粧品の新オリジナルブランド発表(2014/5)
- ✓ 通販カタログ誌「BG STYLE」のページ数・発行部数を増加(2014/5)



ワンランク上の機能性
コスメシューティカル化粧品
CLIV（シーエルフオー）

店舗設計事業

- ✓ (株)タフデザインプロダクト 名古屋支店開設

⇒店舗設計事業を営む連結子会社(株)タフデザインプロダクト 名古屋支店開設が東京・金沢・福岡
・大阪に続き5拠点目となる名古屋支店を開設

その他周辺ソリューション事業

- ✓居抜不動産仲介サイト「サロン不動産ネット」のリニューアルオープン
+スマホ専用サイトオープン
- ✓教育事業の強化（アカデミー専門サイトをオープン予定）

中期経営計画 2014-16

「2014-16」は、下記会計期間を指します
2014年度（2015年4月期）～2016年度（2017年4月期）

スローガン

美容業界を変える

ミッション

美容業界に新しい価値を創造し、
サロンビジネスの繁栄に貢献する



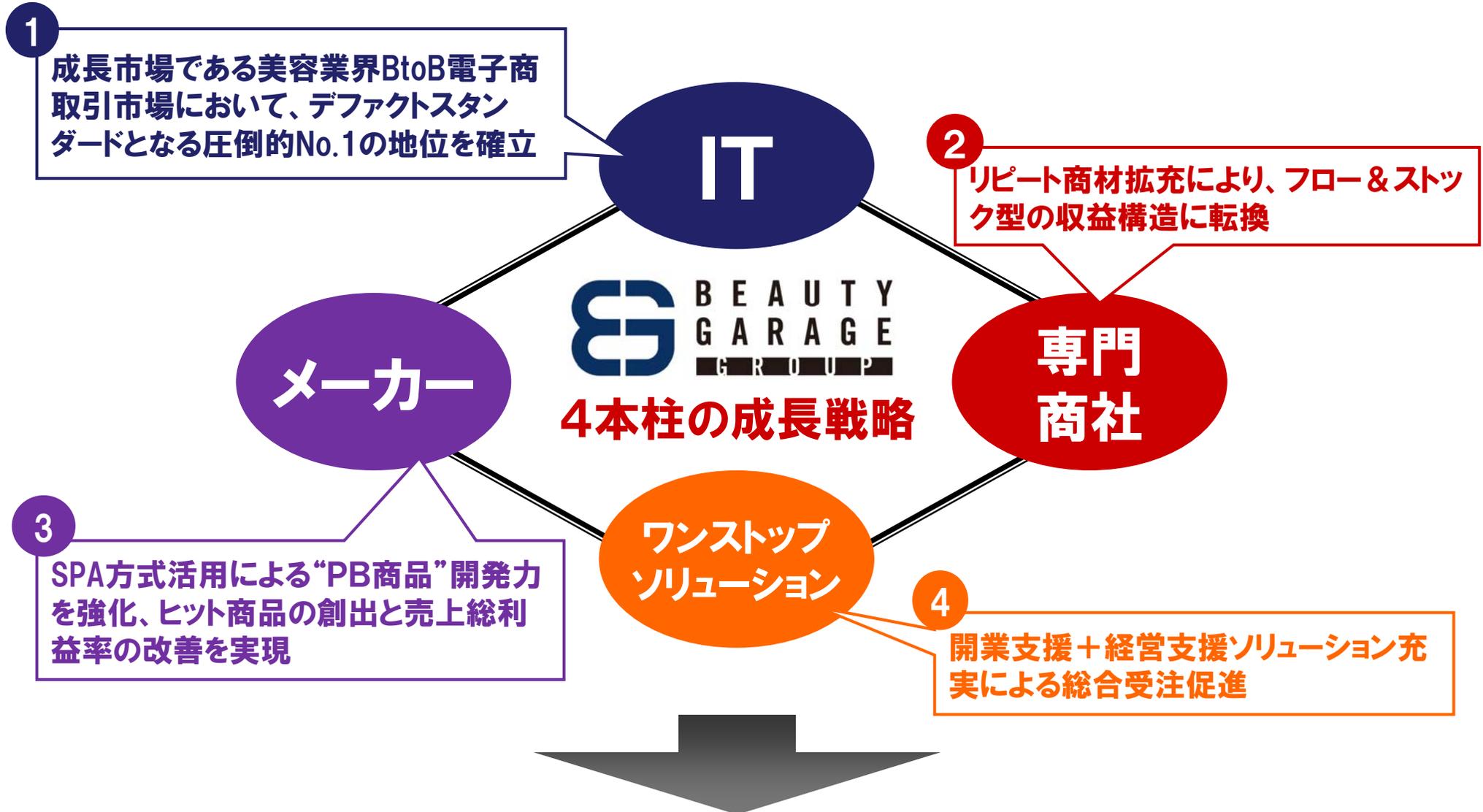
私達は、「新しい価値の創造」を通じて、
「美容業界を変える」役目を持っているのです。

3か年の位置づけ

**高い収益性と継続的な成長が可能な
ビジネスモデルを確立させるステージ**

中期経営目標

- ✓ **2016年度売上高100億円
および経常利益7億円を達成する**
- ✓ **東証一部への市場変更を目指す**

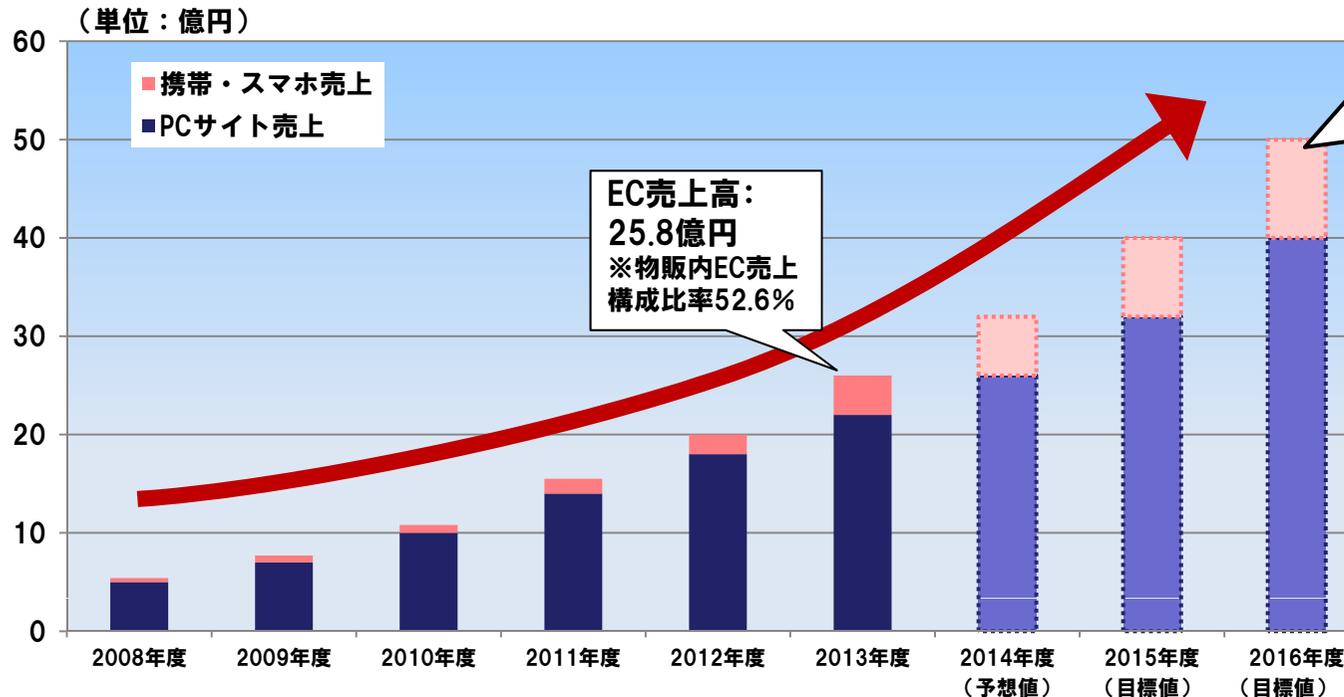


開業と繁盛を総合支援する、サロンコンシェルジュNo.1企業へ

成長市場である美容業界 B to B 電子商取引市場において、デファクトスタンダードとなる圧倒的No.1の地位を確立する

- サイト利便性の徹底追及により、競合優位性を構築
- 社内開発体制の強化により、スピードUPおよび生産性を向上

EC売上高推移



**2016年度EC売上高
50億円を目指す!**

※物販内EC売上構成比率66%を想定

2016年度時点での物販売上合計は76億円を見込む

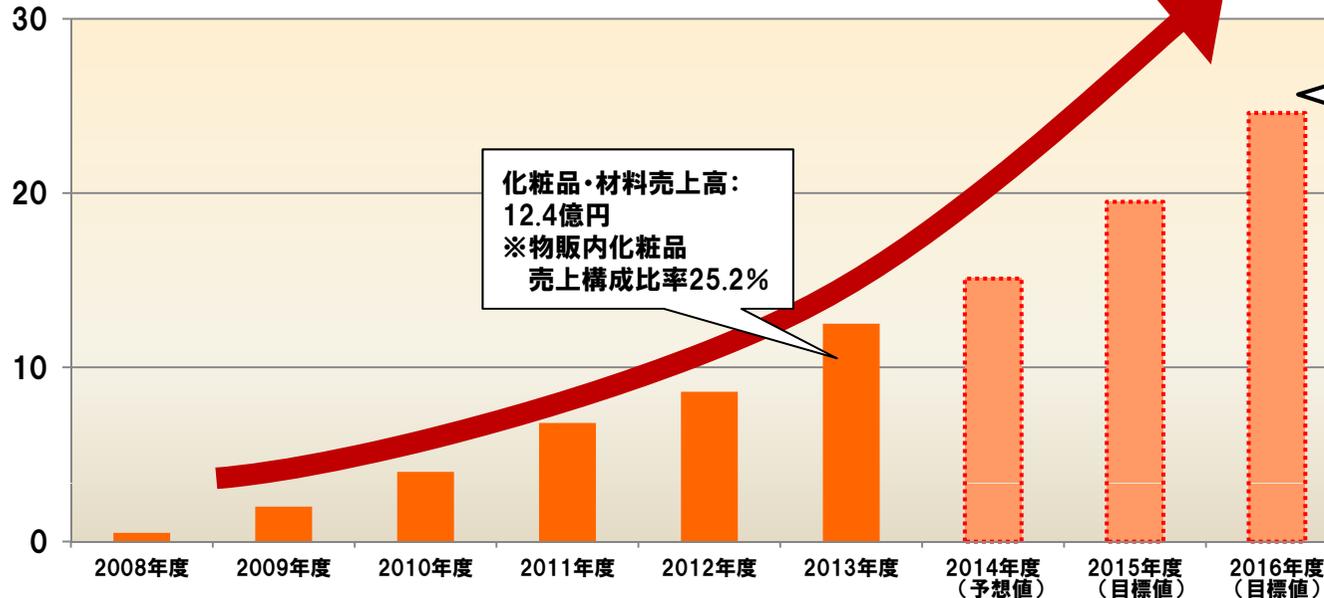
**EC売上を成長の
メインエンジンに!**

化粧品・消耗品といったリピート商材の拡充により、 フロー＆ストック型の収益構造に転換する

- 取扱い商品ラインナップの大幅な拡充(メーカー品を強化)
⇒「サロンに必要なモノが何でも揃うビューティガレージ」のポジションを確立
- 商品体験会・セミナー拡充による、導入プロモーションを強化

化粧品・材料売上高推移

(単位：億円)



2016年度
化粧品・材料売上高
24.5億円を目指す!
※物販内化粧品売上構成比率32%

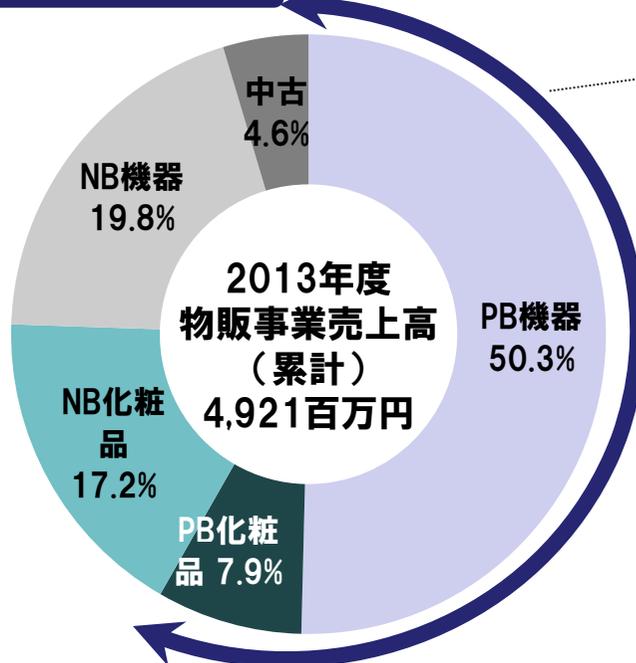
市場規模はプロ向け
美容市場で最大の
1,390億円市場!

※出典：矢野経済研究所

SPA方式活用によって“PB商品”開発力を徹底強化し、ヒット商品の創出と売上総利益率の改善を実現する

- 顧客である“サロン”の声をダイレクトに反映させた商品企画
- 中間流通コストカットによる、驚きの低価格を実現
- 「安い」だけではなく、「品質」でも安心して頂ける製品を提供

商品別売上構成比率



2013年度 PB売上高:28.6億円
-物販内売上構成比率:58.3%
-対前年同期比130.3%

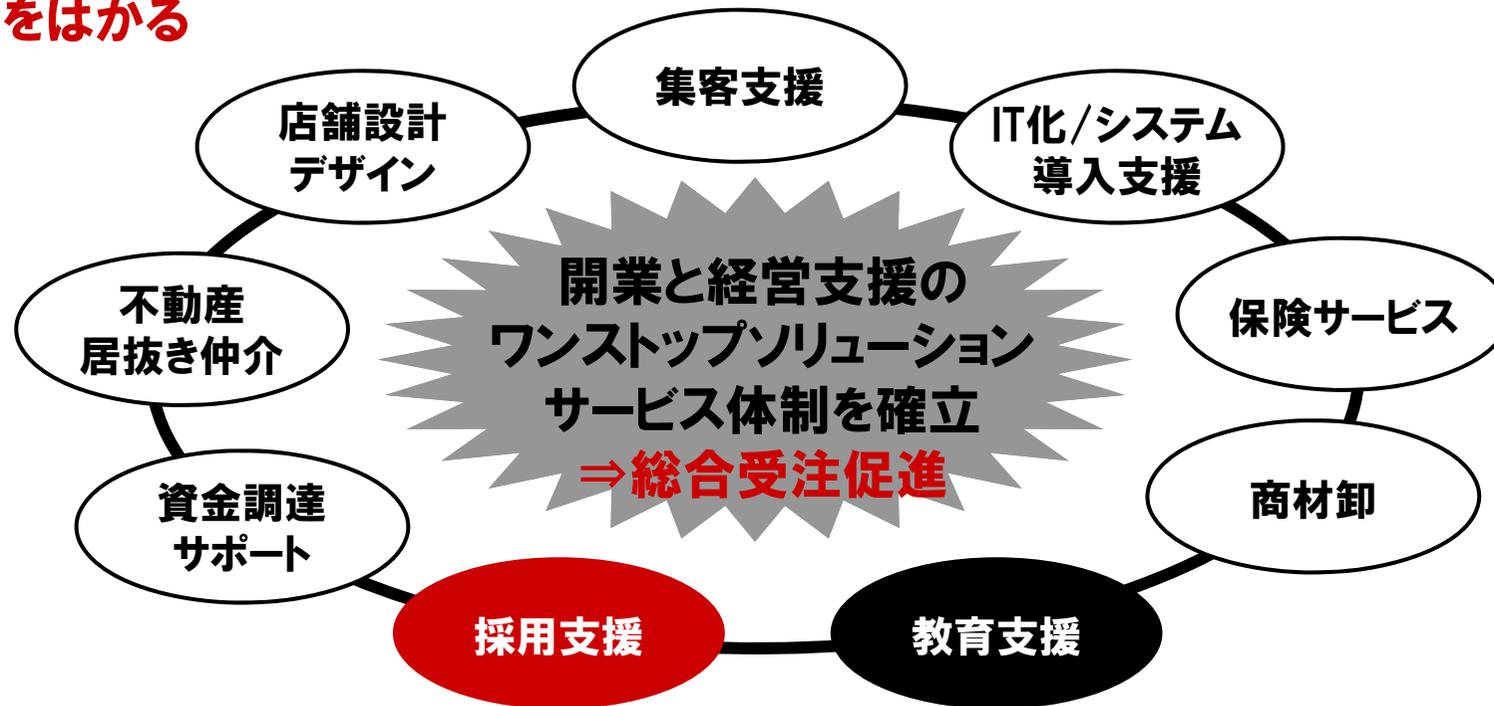


2016年度にはPB売上高で48.7億円、物販内売上構成比率64%を想定

製造から販売までを一気通貫で自社完結出来る体制を構築し、売上総利益率の改善を目指す

「開業支援」+「経営支援」ソリューション充実による総合受注促進

- 開業支援としては、地方拠点での対応力強化を図り、新規開業顧客を囲い込む
- 経営支援としては、採用支援・教育支援事業に注力、既存顧客向けサービスの強化をはかる



2016年度にソリューション事業売上高で24億円、売上構成比率24%を目指す！

3カ年計画値

	2014年度 (予想値)	2015年度 (目標値)	2016年度 (目標値)
売上高	73.9億円	85.7億円	100.0億円
経常利益	3.5億円	4.7億円	7.0億円
経常利益率	4.8%	5.5%	7.0%

**2016年度(2017年4月期)
売上高100億円および経常利益7億円
を目指します**

高い収益性と継続的な成長が可能なビジネスモデルを確立し、開業と繁盛を総合支援するサロンコンシェルジュNo.1企業を目指します。

(単位:百万円)

