

2020年11月17日

各 位

会 社 名 ヤーマン株式会社
(コード番号：6630 東証第一部)
代 表 者 名 代表取締役社長 山崎 貴三代
問 合 せ 先 責 任 者 取締役管理本部長 宮崎 昌也
T E L 03-5665-7330
U R L <https://corporate.ya-man.com/>

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2021年4月期から2023年4月期に係る中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

足元の業績は好調に推移しておりますが、通販・店販・直販・海外の各販路それぞれの拡大と最適化を図って売上高の更なる伸長を目指すとともに、将来のための投資にも注力していく計画です。

数値目標につきましては、売上高が中期で500億円、長期では1,000億円、営業利益率20%の確保とし、これらの実現のため、様々な経営課題に取り組んでまいります。

また、投資につきましては、新しい市場の創造と新しいニーズの発掘に向けて、M&Aや資本提携も視野に入れながら、一定の経営資源を配分して積極的に行ってまいります。

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

中期経営計画説明資料

CONTENTS

イントロダクション	……………P.02～03
第1部：ヤーマンとは (特徴・強み)	……………P.05～12
第2部：私たちの現在 (ビジネスモデル)	……………P.13～20
第3部：私たちの未来 (中期経営計画)	……………P.21～30



技術・ファブレス生産・販売チャネルを駆使し、美容機器需要を創造

商号	ヤーマン株式会社
本社	東京都江東区東陽2-4-2 新宮ビル
設立年月日	1978年5月27日
代表取締役社長	山崎 貴三代
資本金	18億13百万円
業績	売上高 229億円 営業利益 25億円 (2020年4月期)
証券コード・上場取引所	6630・東京証券取引所第一部
グループ企業	連結子会社3社、関連会社2社 ※2020年11月現在
従業員数	329名 (連結) ※派遣等の臨時雇用人数を除く ※2020年4月現在
主な事業内容	美容健康機器の研究開発・製造・輸出入販売／化粧品品の輸入販売

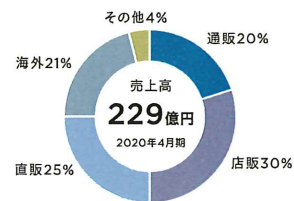
・本資料に記載されている業績数値等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等については様々な要因により大きく異なる可能性があります。
 ・本資料は皆様への情報提供を目的としており、投資を勧誘するものではありません。
 ・本資料のご利用の発生を望まない限り、当社は一切責任を負うものではありません。

沿革：1978年設立、2012年東証一部上場、2015年～海外進出

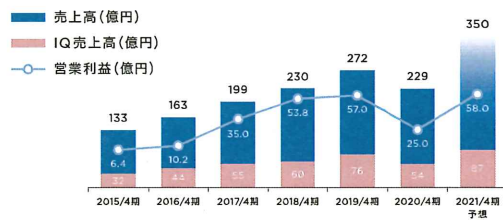
○沿革

- 1978年 ヤーマンリミテッド株式会社 東京都中央区に設立
- 1981年 ヤーマン株式会社 社名変更
- 1985年 体内脂肪重量計(足で測定)を開発
- 1992年 身体インピーダンス測定用のプローブ(手で測定)を開発
- 1998年 業務用から家庭用へ展開／通信販売業者との直接卸売取引開始
- 2001年 家電量販代理店との直接卸売取引開始
- 2007年 日本初のミネラルファンデーションの市場創造
- 2009年 ジャスダック証券取引所に上場
- 2011年 東京証券取引所第二部に上場
- 2012年 東京証券取引所第一部に指定
- 2015年 米国子会社YA-MAN U.S.A LTD. 設立
- 2015年 中国本土進出
- 2018年 株式会社ディーフィット(まかないこすめ)を子会社化
- 2020年 中国合弁会社MACHERIE BEAUTY TECHNOLOGY CO., LTD 設立
合弁会社 株式会社エフェクティム 設立

○セグメント別売上高構成比



○業績推移



Let's make a history

次々に革新を起こし続ける美容機器のトップ企業として

第1部

ヤーマンとは ～特徴・強み～



■ 顧客本位で「美」の価値創造

企業スローガン

美しくを、変えていく。

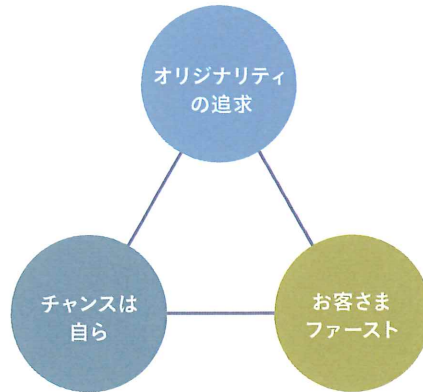
フィロソフィー

新しい「美のカタチ」をつくる。

行動指針(Credo)

1. 志をカタチに
2. オリジナリティの追求
3. チャンスは自ら
4. お客様ファースト
5. 共に創る

■ 行動指針 (Credo) を製品として具現化



志をカタチに・共に創る

■ 「オリジナリティの追求」⇒289件に及ぶ特許取得

研究開発、製品開発を通じて
開発技術力を積み上げてきた**42**年間

- 業務用美容機器で培ってきた技術とノウハウ
- 一般消費者向けに家庭用美容機器へ展開する応用技術力



1978年 輸入卸売業として設立
半導体検査装置の輸入卸売
エステサロン用の美容健康機器を輸入販売

融合

美容健康機器メーカー
画期的な技術開発の特許取得
1985年 体内脂肪重量計開発^{※2}

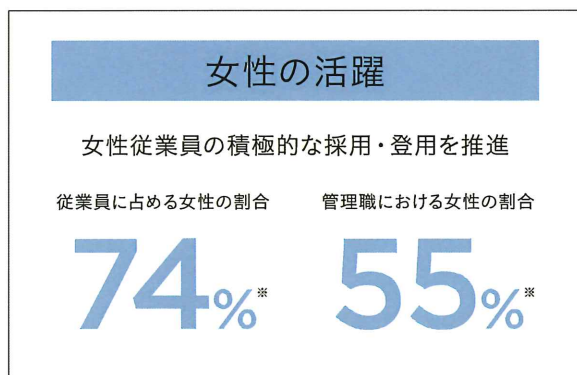
開発力向上の為、業績連動ではなく、每期継続的に必要な額の研究開発費を投入

2015/4期	2016/4期	2017/4期	2018/4期	2019/4期	2020/4期
91百万円	114百万円	135百万円	173百万円	238百万円	261百万円

上記の研究開発費のほか、次世代の製品開発等の為に、特許権の取得（直近6年間で約107百万円取得）をしております。

■ 「チャンスは自ら」⇒多彩な人材を採用、自発性・実力で評価・登用し、女性や外国籍の人材が躍動する

創業以来約40年以上、年功序列等ではなく、
従業員の自発的な行動とその成果を評価基準として採用



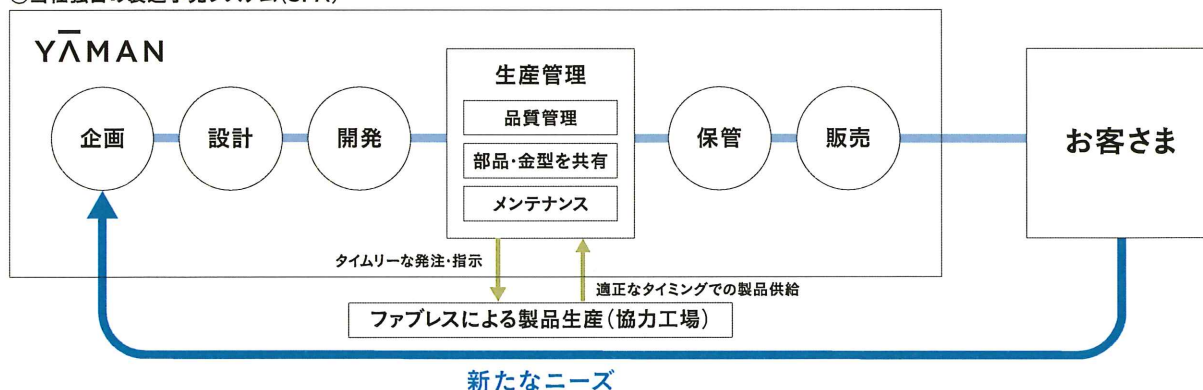
※2020年4月現在

■ 「お客さまファースト」⇒多様なニーズを速やかに製品化し、市場投入

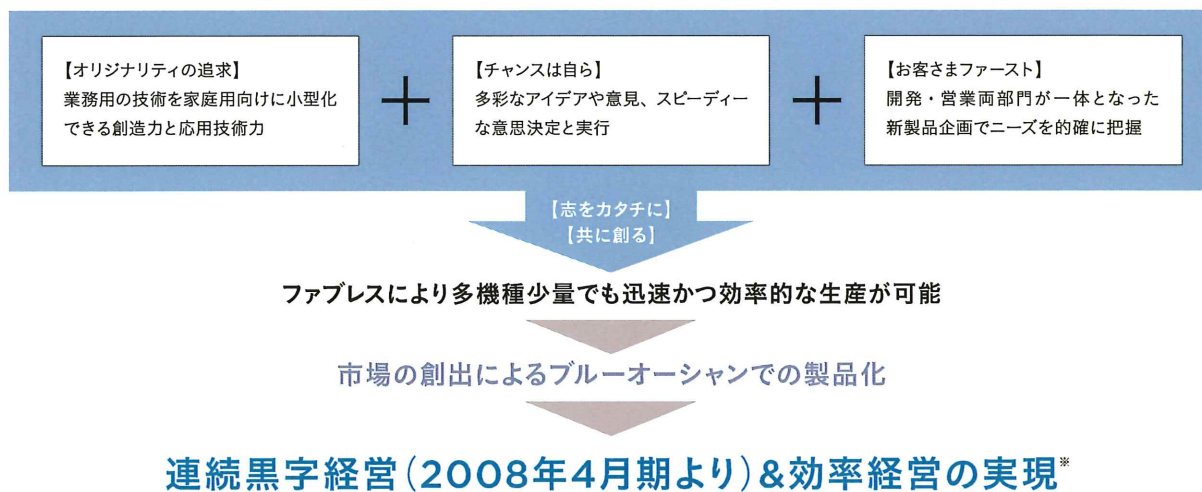
年間20アイテム*程度の自社、企画製品を投入 ※各シリーズ仕様変更を含む。

お客さまのニーズを捉えた多機種少量の製品を市場投入するプロセス

○当社独自の製造小売システム(SPA)



■ 「志をカタチに」「共に創る」⇒主体性とチームワークで新しい価値と市場を創り、黒字経営を実現



[リーマンショック:2008年9月]

※次ページにて、参考として当社のROE【自己資本利益率】の推移を記載しております。

■ 参考:当社のROE【自己資本利益率】の推移とその状況

高い収益性「ROS」[※]と安定した効率性「総資産回転率」で、
一般的な水準を上回るROEを実現^{※※}

	2015/4期	2016/4期	2017/4期	2018/4期	2019/4期	2020/4期	直近6年の 平均値
ROE(%)	4.7	8.7	28.9	32.7	28.4	10.0	18.9
ROS(%)	2.3	3.6	11.4	14.8	13.0	5.8	8.5
総資産回転率(回)	1.3	1.5	1.6	1.5	1.6	1.3	1.5
財務レバレッジ	1.5	1.6	1.6	1.5	1.4	1.3	1.5

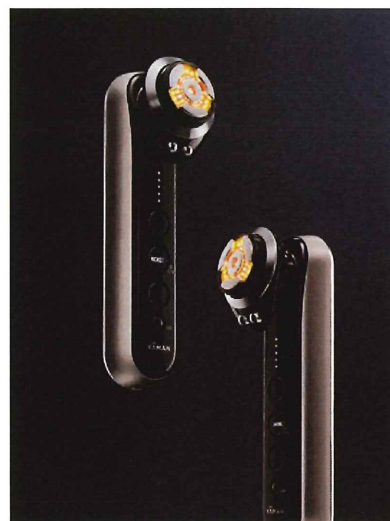
※ ROS:売上高当期純利益率

※※ アベノミクスの企業統治改革では8%を目標の一つとしており、上場企業(金融・日本郵政除く)のROEについては、2017年度には10.4%まで高まったが、2019年度は6.7%となっている。

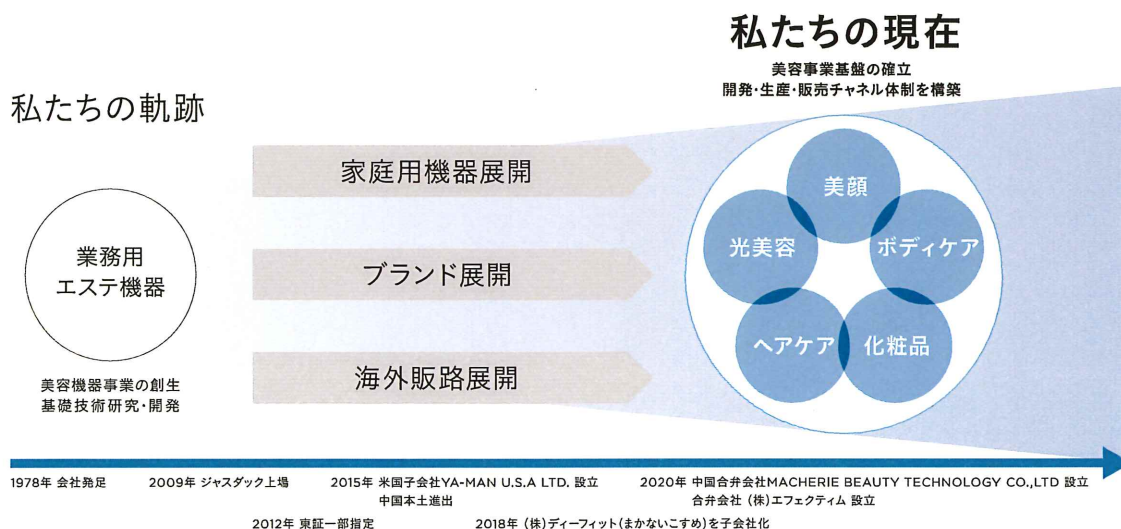
出典/参考:2020/6/8 20:35 (2020/6/9 5:04更新)日本経済新聞電子版<https://www.nikkei.com/article/DGXMZ060120850Y0A600C2EA2000/>

第2部

私たちの現在 ~ビジネスモデル~



■ 私たちの現在:美容機器のリーディング・カンパニー(次のSTAGEへの準備が完了)



■ 私たちの力

- 製品力
技術力

高機能な業務用製品を家庭用に転用
- 発想力
実行力

アイデアの豊かさとオリジナリティで、
他の家電メーカーや化粧品メーカーには創れない
美容機器・化粧品を販売
- ブランドカ

1978年設立以来、40年以上美容健康機器
に特化したメーカーとしてのポジション
- 販売力

国内：直販、通販卸、店販卸を確立
海外：東アジア、東南アジア、北米等への進出

■ 製品力・技術力

主な製品(自社製造品と化粧品)とその発売開始時期

※ブランドの詳細は18ページに記載しております。
YTJ: YA-MAN TOKYO JAPAN OM: ONLY MINERALS

シリーズ・製品名	発売開始時期	ブランド*	カテゴリー	製品の用途
RF美顔器	2013年10月	YTJ	自社製造品	美顔器
レイボーテ	2014年3月	YTJ	自社製造品	光美容器
メディリフト	2018年3月	YTJ	自社製造品	美顔器
mysé / アセチノ	2019年10月 / 2011年2月	mysé	自社製造品	美容器
キャビスパ	2014年9月	YTJ	自社製造品	美容器
オンリーミネラル	2005年5月	OM	化粧品	化粧品



RF美顔器



レイボーテ



メディリフト



mysé / アセチノ



キャビスパ



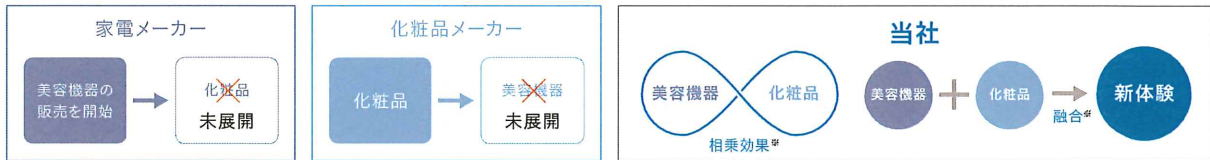
オンリーミネラル

■ 発想力・実行力

美容機器事業で培った経営ノウハウを化粧品事業にも応用



他のメーカーとは一線を画する機器と化粧品との2軸体制



※美容機器と化粧品の相乗効果の一環として、ブランド[YA-MAN TOKYO JAPAN]にてコスメティクスを展開し、また、美容機器のテクノロジーとコスメの融合の一環として、ブランド[MINERAL^{air}]にてミストファンデーション等を展開しております。

■ ブランドカ

<p>業務用美容機器</p> <p>サロン向け業務用機器とコスメ</p> <p>PROFESSIONAL YAMAN</p> <p>フェイス・ボディアイテムにおいてベストアイテム受賞</p>	<p>家庭用美容機器</p> <p>独自開発の家庭用ブランド</p> <p>YAMAN TOKYO JAPAN mysé</p> <p>RF美顔器シリーズ累計販売台数 累計 250 万台突破 ※2013年10月～2020年8月末までのRF美顔器シリーズ累計出荷台数</p> <p>美顔器マーケットシェア 第1位 ※(株)富士経済「美容家電・化粧品市場マーケティングトレンドデータ2018」 2016年美容機器カテゴリにおけるメーカーマーケットシェア</p> <p>ボディ用美容機器カテゴリメーカーシェア 2年連続 第1位 ※(株)富士経済「美容家電・化粧品市場マーケティングトレンドデータ2018」 2015・2016年ボディ用美容機器カテゴリにおけるマーケットシェア</p>	<p>化粧品</p> <p>メイクアップ スキンケアコスメブランド</p> <p>ONLY MINERALS MINERAL^{air}</p> <p>9年連続 国内売上 第1位</p> <p>【化粧品マーケティング調査2012-2020】 ファンデーション・スキンケア部門として2011-2019年連続第1位獲得</p>
---	---	---

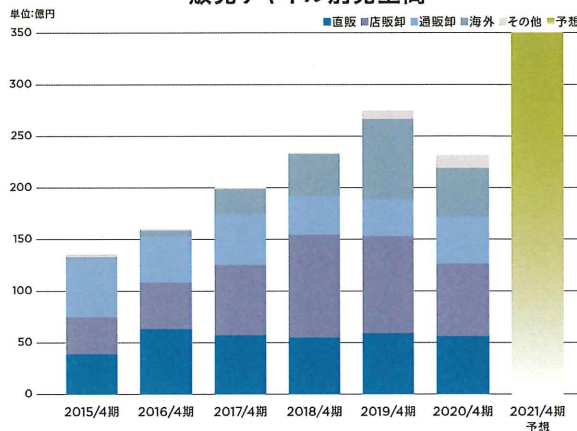
販売力

需要トレンドに合わせて複数の販売チャネルを深掘り

直販 【国内】	店販卸 【国内】	通販卸 【国内】	海外
BtoC取引	BtoB取引		BtoC取引 BtoB取引
①	②	③	④
◆ YA-MAN ONLINE STORE	◆ 直営店 ◆ 家電量販店 ◆ 百貨店 ◆ 免税店	◆ 地上波テレビ ◆ 専門チャンネルによる24時間テレビショッピング ◆ カタログ通販	◆ T-mall(天猫)* ◆ のやーマン旗艦店 ◆ T-mallのオンリーミネラル海外旗艦店 ◆ 現地の有名百貨店 ◆ 代理店**

*中国アリババグループが運営する消費者向けオンラインショッピングモールです。※※代理店については、一層に一代理店という方針をとり、販路と育成に努めています。

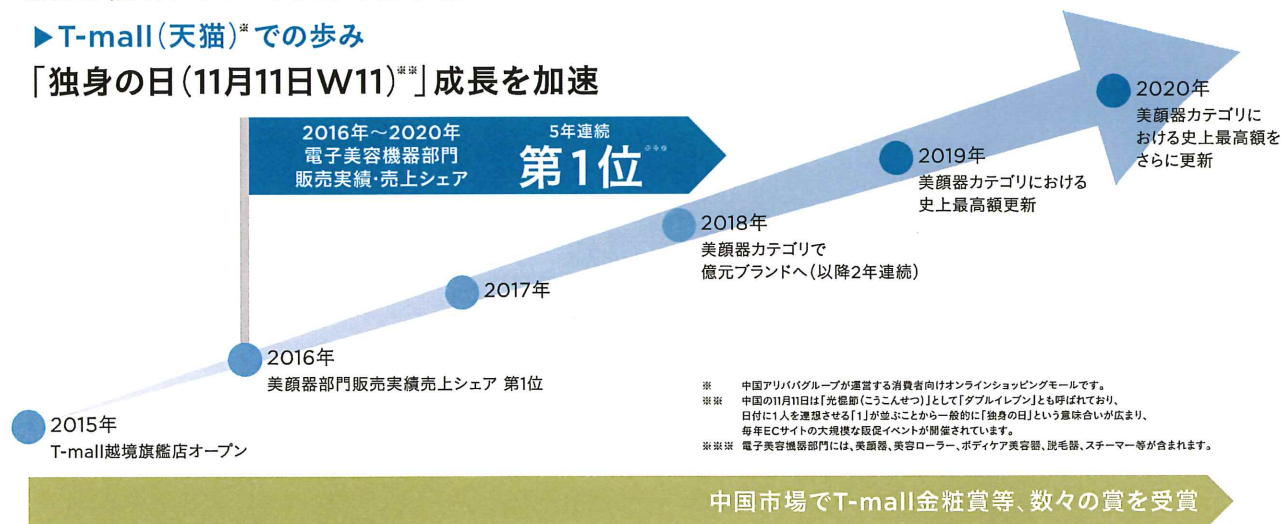
販売チャネル別売上高



販売力(海外チャネルの事例 中国市場)

▶T-mall(天猫)*での歩み

「独身の日(11月11日W11)**」成長を加速



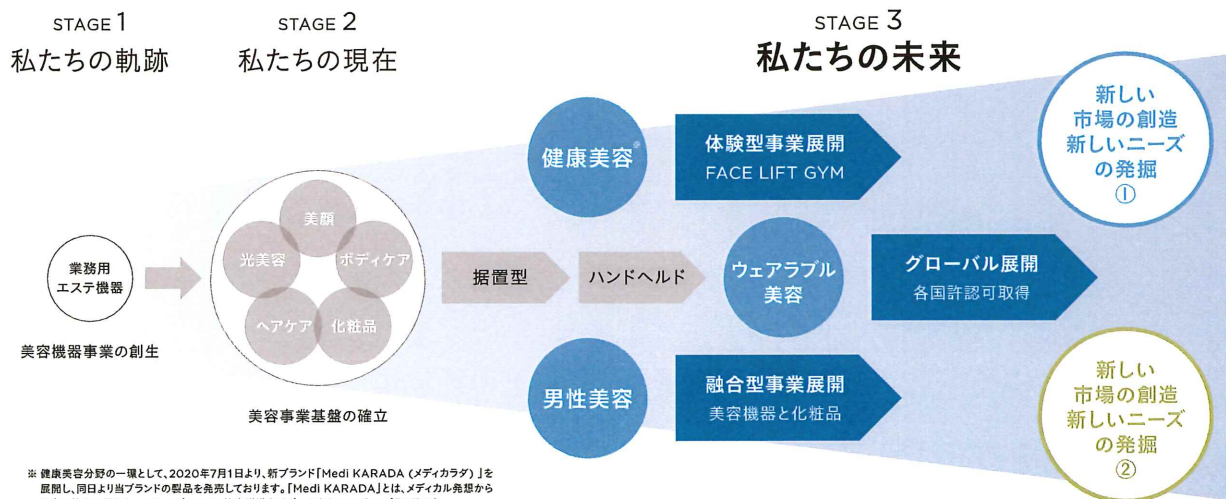
* 中国アリババグループが運営する消費者向けオンラインショッピングモールです。
 ** 中国の11月11日は「光棍節(こうこんせつ)」として「ダブルイレブン」とも呼ばれており、
 日付に「1」が重複することから「独身の日」という意味合いが広まり、
 毎年ECサイトの大規模な販促イベントが開催されています。
 *** 電子美容機器部門には、美顔器、美容ローラー、ボディケア美容器、脱毛器、スチーマー等が含まれます。

第3部

私たちの未来 ～中期経営計画～



■ 私たちの未来：主力製品分野の進化、新たな試み、そして市場（顧客）の創造とニーズの発掘



※ 健康美容分野の一環として、2020年7月1日より、新ブランド「Medi KARADA (メディカラダ)」を
展開し、同日より当ブランドの製品を発売しております。「Medi KARADA」とは、メディカル発想から
独自の技術で開発し、アクティブシニアの健康増進をサポートするヘルスケアブランドです。

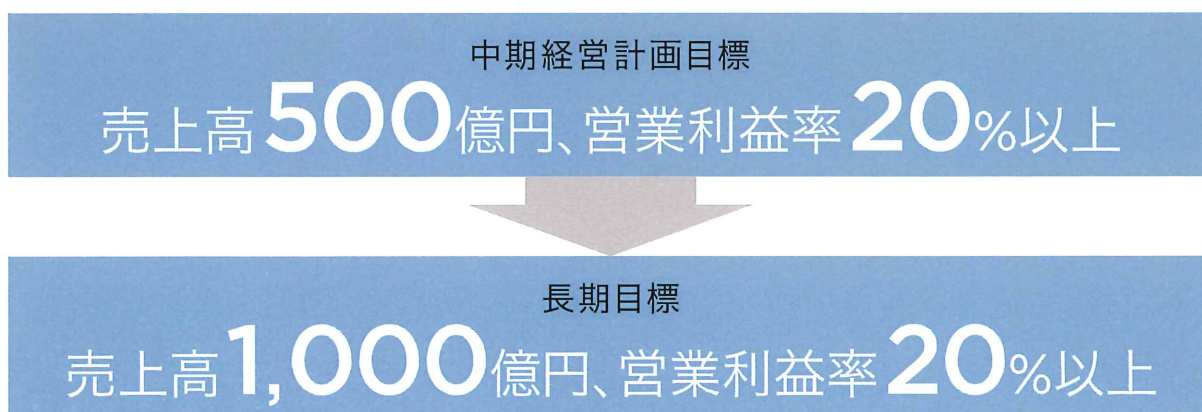
■ 企業の目的は、「新しい市場の創造と新しいニーズの発掘」

「顧客満足」の先へ、「新しい市場の創造と新しいニーズの発掘」が、企業の目的

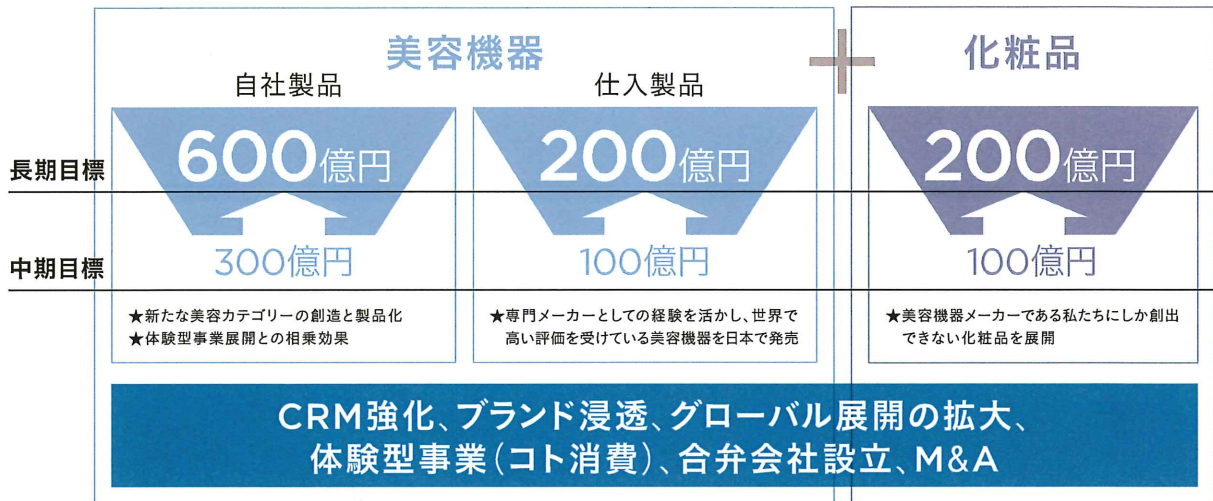


■ 私たちの目指すべきもの:日本発のグローバルブランドカンパニーへ

美容機器メーカーとして日本発の「グローバルブランドカンパニー」へ



基本戦略:中期売上高目標500億円、長期売上高目標1,000億円



体験型事業展開:体験型サービス参入でブランド力強化・顧客層の拡大

顔専門トレーニングジムで新しい市場の開拓

FACE LIFT GYM

顔専門トレーニングジム

専門トレーナーが当社の機器を使って美人づくりをお手伝い
美しさを自分自身で手に入れる当社最新機器が揃う充実の環境

効果

- 体験によるブランド浸透
- 顧客層の拡大
- 顧客満足度の向上
- 固定客(リピート需要)の獲得



メニュー (2020年11月現在)

パーソナル トレーニング	
SIGNATURE / 30min.	¥5,000
QUICK / 15min.	¥3,000
RESCUE / 45min.	¥9,000
LUXE / 65min.	¥12,000
オーナーズ レッスン 30min.	¥3,000

ヤーマンの美顔器をお持ちのお客さま向けのレッスンコース
オプション各種

出店計画

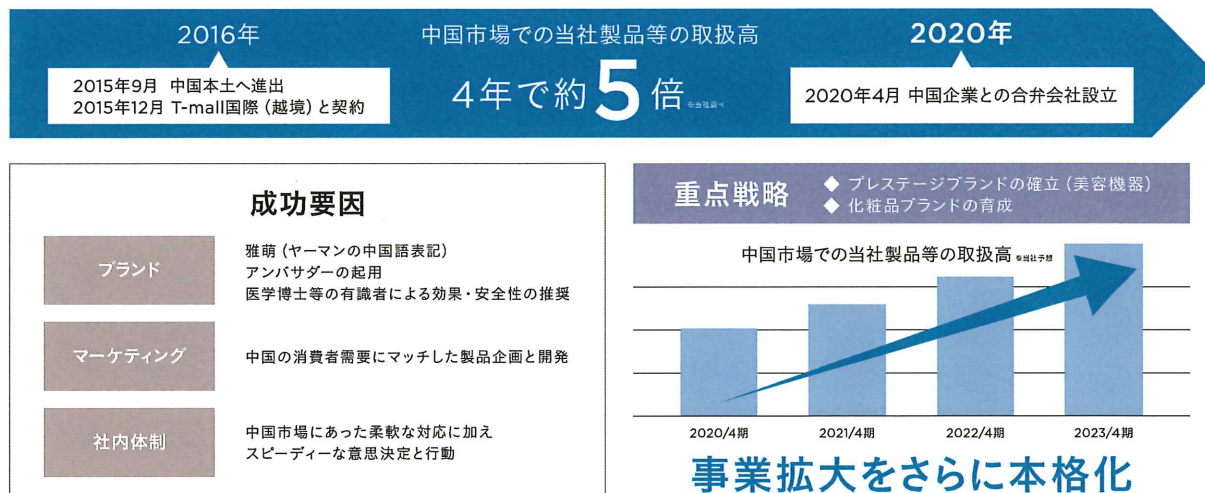
2020年 東京・青山と銀座にオープン

2021年以降 主要都市への展開





■ グローバル展開(中国市場での成功要因と今後の戦略)：取扱高の伸びに合わせ、売上高も拡大



■ 資本政策：財務状況及び株式市場の動向を鑑みながら今後も対応

上場以来の株主還元実績

	2010/4期	2011/4期	2012/4期	2013/4期	2014/4期	2015/4期	2016/4期	2017/4期	2018/4期	2019/4期	2020/4期
1株当たり年間配当額 [※]	2.3円	3.0円	3.6円	3.6円	3.6円	3.6円	3.6円	7.2円 (3.6円)	7.6円 (4.0円)	8.1円 (4.5円)	3.6円
配当総額	1.3億円	1.7億円	2.1億円	2.1億円	2.1億円	2.1億円	2.0億円	4.1億円	4.3億円	4.5億円	1.9億円
配当性向 ^(連結)	14.1%	18.6%	20.3%	69.2%	94.1%	67.4%	35.5%	18.1%	12.7%	12.9%	15.2%
純資産配当率 ^(連結)	3.4%	3.3%	3.4%	3.2%	3.2%	3.1%	3.1%	5.2%	4.2%	3.7%	1.5%
自己株式取得株数	—	—	—	—	—	—	13.1万株	—	—	116万株	92.2万株
自己株式取得金額	—	—	—	—	—	—	2.9億円	—	—	20.3億円	5.7億円
総還元額	1.3億円	1.7億円	2.1億円	2.1億円	2.1億円	2.1億円	5.0億円	4.1億円	4.3億円	24.9億円	7.7億円

※1株当たり年間配当額は、2020/4期までに実施した株式分割を加味して、平尺を合わせてあります。また()内は連結配当となります。

株主優待制度

株主優待

株主優待割引券

当社のWebサイト(ヤーマンオンラインストア)にて利用可能

保有株式数	保有期間	
	2年未満	2年以上*
100株以上500株未満	5,000円	10,000円
500株以上	14,000円	20,000円

* [2年以上]とは、2020年4月30日の基準日時点で、該当株式数の保有が毎年10月31日及び4月30日現在の株主名簿に同一株主番号で継続して5回以上記載又は記録されていることが条件となっております。

トピックス：合併会社を設立

新たなブランド開発、ビジネスモデル構築

