

2018年3月期 第2四半期 決算補足説明資料

株式会社RVH

2017年11月14日



1. 2018年3月期 第2四半期 連結業績ハイライト

「ミュゼプラチナム」ブランドの契約高・売上高最高値更新、
「たかの友梨」及び「コロリー」売上寄与により前年同期比増収、
美容事業の広告投資及び販管費の増加等により前年同期比減益

◆美容事業

売上高前年同期比：144.5%

- ・美容脱毛部門「ミュゼプラチナム」ブランドは契約高、売上高ともに連結以来最高値
- ・「たかの友梨ビューティクリニック」、新ブランド「コロリー」の売上寄与

セグメント利益前年同期比：11.2%

- ・美容脱毛部門の新ブランド「コロリー」顧客獲得に向けた広告投資、運営費用を計上
- ・顧客需要の高い夏季商戦での積極広告投資を実施

◆メディア・コンサルティング事業

売上高前年同期比：66.9%、セグメント利益前年同期比：37.5%

- ・美容事業の広告案件の効率化、一部内製化を実施
- ・過払金広告案件は縮小傾向で推移

◆システム開発事業

売上高前年同期比：112.7%

- ・美容事業各社の社内システム構築を推進、外部売上が好調に推移
- ・グループ内システム開発の更なる内製化に向けて人材確保・育成を強化

連結損益の状況

(単位：百万円)

科目／期別	17/3期 2Q実績	18/3期 2Q実績	対前年 増減	対比 (%)	主な増減要因
売上高	20,999	26,734	5,735	127.3	美容事業の既存ブランド増収及び「たかの友梨」寄与による増収
販管費	14,096	21,928	7,832	155.6	美容事業の広告宣伝費、人件費、家賃、ミュゼのれん償却費の増加
営業利益	1,956	360	△1,596	18.4	販管費の増加による減益
E B I T D A	3,014	1,999	△1,015	66.3	※以下参照
経常利益	2,079	436	△1,642	21.0	
税金等調整前 四半期純利益	2,062	381	△1,681	18.5	
法人税、住民税及び事業税	478	85	△392	17.9	
法人税等調整額	447	557	110	124.6	※以下参照
法人税等合計	926	643	△282	69.5	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,136	△262	△1,398	—	

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

※法人税等合計のうち法人税等調整額が557百万円となっているのは、主に、ミュゼ社における旧会社からの事業譲受により生じた税務上ののれんにつき、税務上の損金算入額に応じて、対応する繰延税金資産を取り崩している影響によるものです。なお、当該税務上ののれんは発生から5年間の定額法により償却しており、償却が終了することにより、当該繰延税金資産の取崩しによる法人税等調整額の計上も終了します。

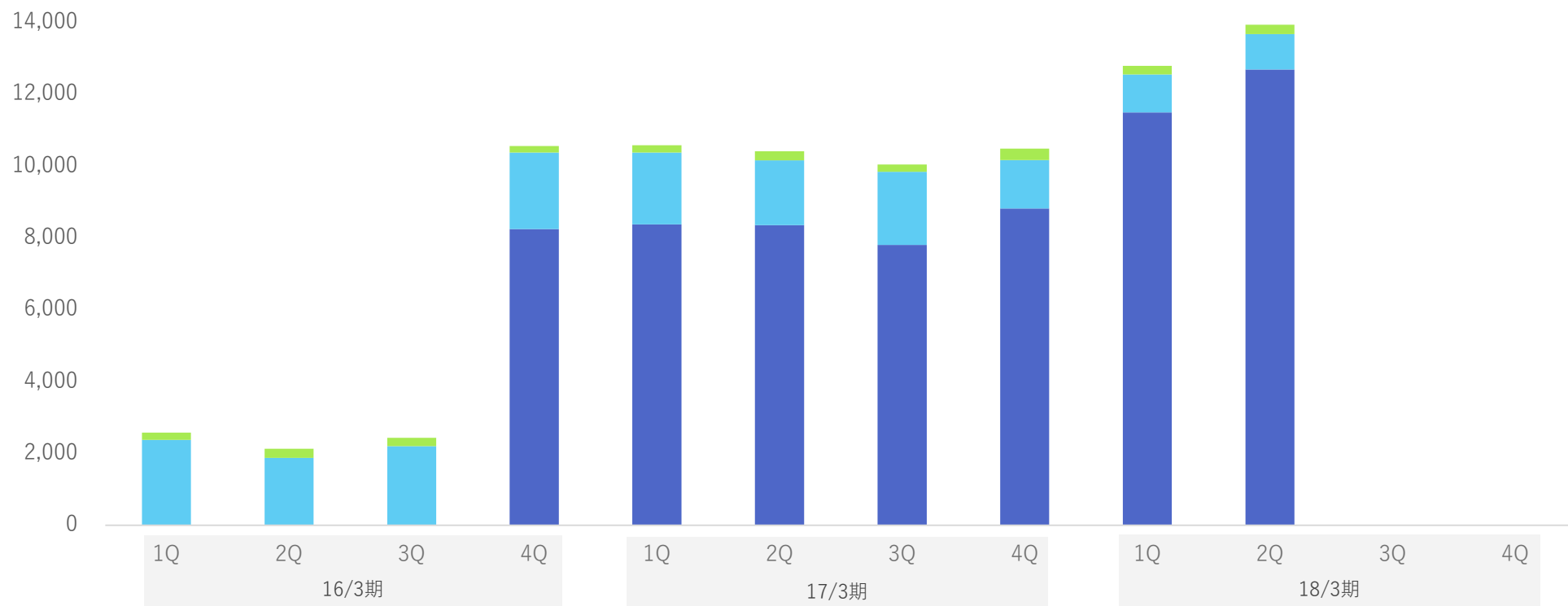
美容事業の既存ブランド及び前期M&Aブランドが寄与し増収

既存ブランド「ミュゼプラチナム」の役務消化売上、物販売上が好調推移

当期1Qより「たかの友梨ビューティクリニック」、「コロリー」が売上寄与

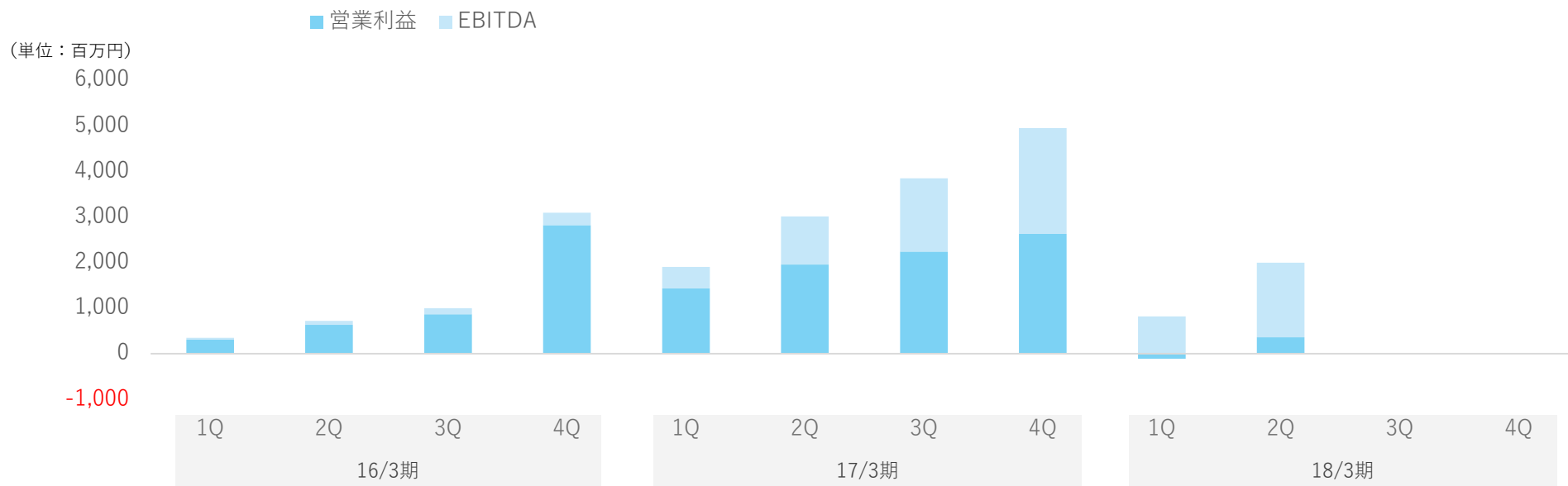
■ 美容事業 ■ メディア・コンサルティング事業 ■ システム開発事業

(単位：百万円)



美容事業における更なる成長を目指し積極的な広告投資を実施 前期M&Aブランド寄与等により販管費が増加

- ・ 顧客需要の高い夏季商戦での広告投資により広告宣伝費増加
- ・ 当期1Qよりたかの友梨ビューティクリニック（不二ビューティ）損益連結により販管費増加
- ・ 前期3Qに新ブランド店舗・従業員を取得（地代家賃・人件費等増加）
→新ブランドについては新たな収益基盤としての成長を見込み、当期は顧客契約獲得に注力

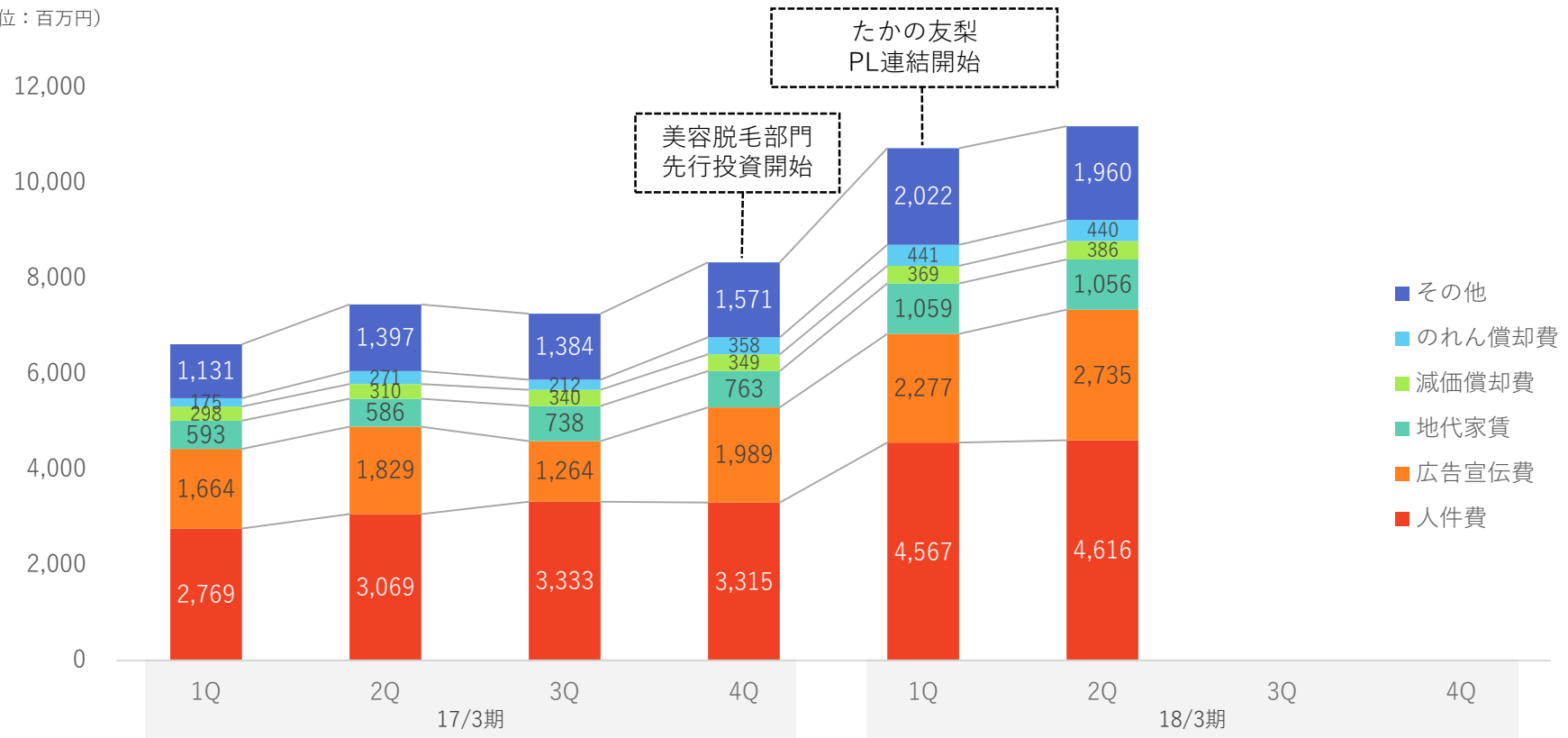


※累計表示

主要販売費及び一般管理費の推移

美容事業は夏季契約獲得に向けて積極的に広告宣伝費を投下
 →下期は季節要因により広告宣伝費縮小見込み

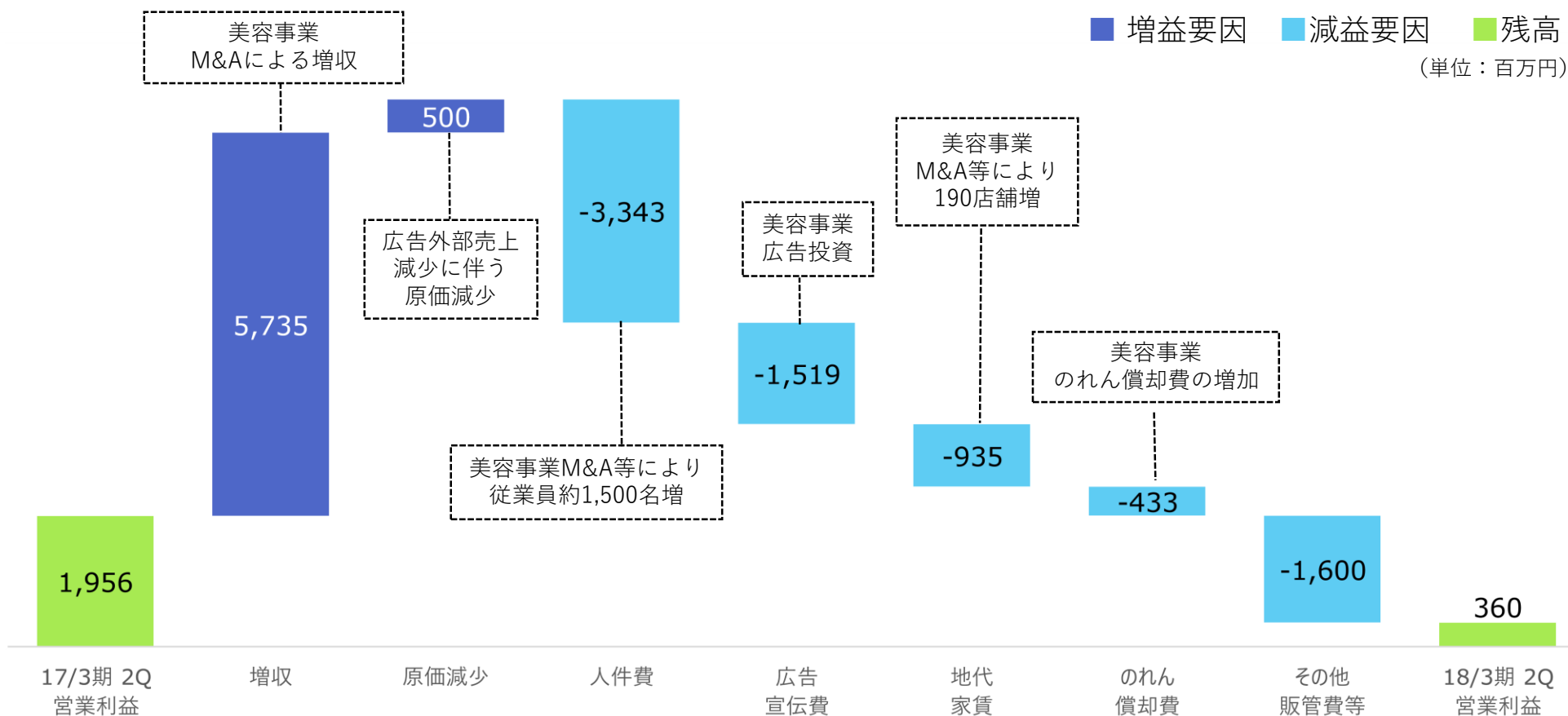
(単位：百万円)



対前年第2四半期営業利益増減要因

増収要因：美容事業M & Aによる増収

減益要因：美容事業の広告投資、店舗・従業員数の増加



美容事業の季節的要因により顧客契約高が連結以来最高値を更新
→ 現預金、前受金が大幅増加

(単位：百万円)

	2017/3期 期末	2018/3期 2Q	増減	主な増減要因
流動資産	23,142	25,540	2,398	
現金及び預金	3,420	6,157	2,736	美容事業の契約獲得による増加
固定資産	46,525	48,435	1,910	
のれん	22,945	24,997	2,052	ミュゼ社事業譲渡対価の見直しに伴う増加
繰延税金資産	6,273	7,127	854	
流動負債	42,140	47,114	4,974	
前受金	31,526	37,685	6,159	美容事業の契約獲得による増加
買掛金	2,841	2,134	△707	仕入債務の支払
短期借入金	817	313	△503	有利子負債の弁済
固定負債	16,823	16,519	△304	
純資産	10,703	10,342	△360	
総資産	69,667	73,976	4,308	

美容事業の顧客契約獲得が順調に推移し、 フリーキャッシュフローが前期末比2,007百万円（230%）増加

(単位：百万円)



(単位：百万円)

主な内訳	18/3期 2Q
営業キャッシュフロー	3,839
税金等調整前四半期純利益	381
減価償却費	758
のれん償却費	880
前受金の増減	6,159
事業譲渡対価見直しに伴う債権債務の増減	△4,488
投資キャッシュフロー	△284
固定資産の取得	△735
敷金及び保証金の回収	591
財務キャッシュフロー	△857
短期借入金の返済	△601
現金及び現金同等物の増減額	2,698
現金及び現金同等物の期首残高	2,919
現金及び現金同等物の四半期末残高	5,617

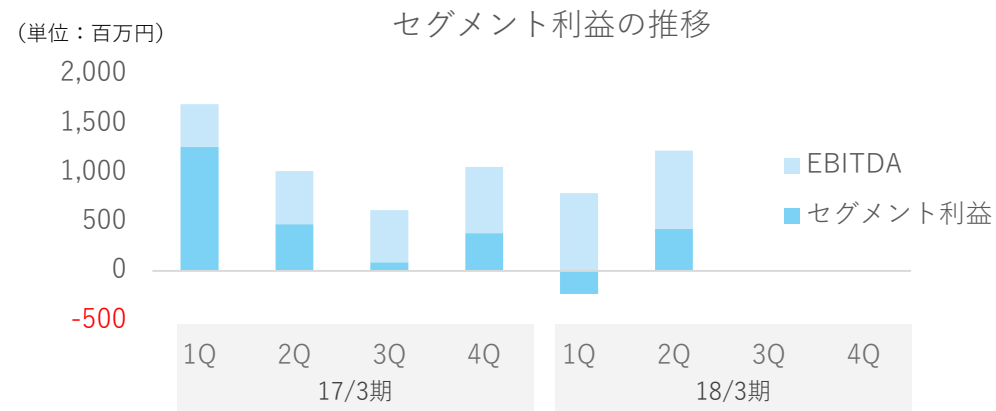
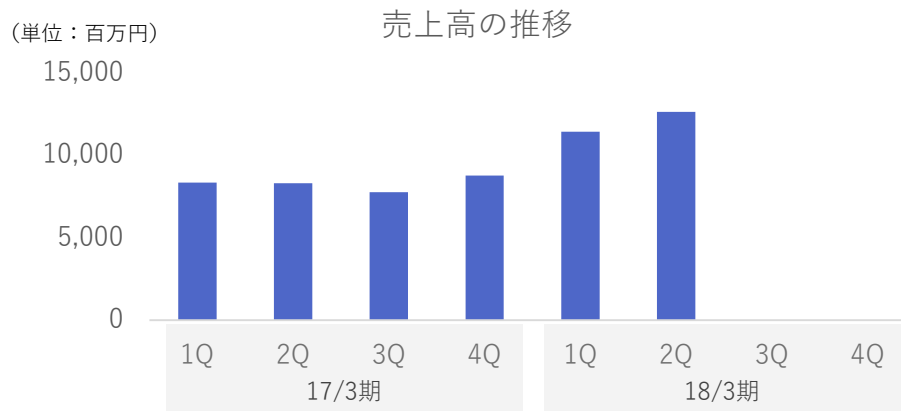
2. 2018年3月期 第2四半期 セグメント別実績

セグメント別損益の状況

(単位：百万円)

科目／期別	17/3期 2Q実績	18/3期 2Q実績	対前年同四半期 増減	対比 (%)
売上高	20,999	26,734	5,735	127.3
美容事業	16,736	24,191	7,455	144.5
メディア・コンサルティング事業	6,446	4,309	△2,136	66.9
システム開発事業	458	516	57	112.7
(連結調整等)	△2,642	△2,283	△358	—
EBITDA	3,014	1,999	△1,015	66.3
美容事業	2,707	1,780	△927	65.8
メディア・コンサルティング事業	433	187	△245	43.3
システム開発事業	△17	10	27	—
(連結調整等)	△108	21	129	—
セグメント損益	1,956	360	△1,596	18.4

※ミュゼ社は当期から消費税課税事業者となったため、消費税会計処理を税込方式から税抜方式に変更。



◆売上高

美容脱毛部門「ミュゼプラチナム」ブランドは契約高、売上高ともに連結以来最高値
 エステティック部門「たかの友梨ビューティクリニック」の契約高が順調推移
 4月より新ブランド「コロリー」の契約獲得及び施術（役務提供）を開始

◆セグメント利益

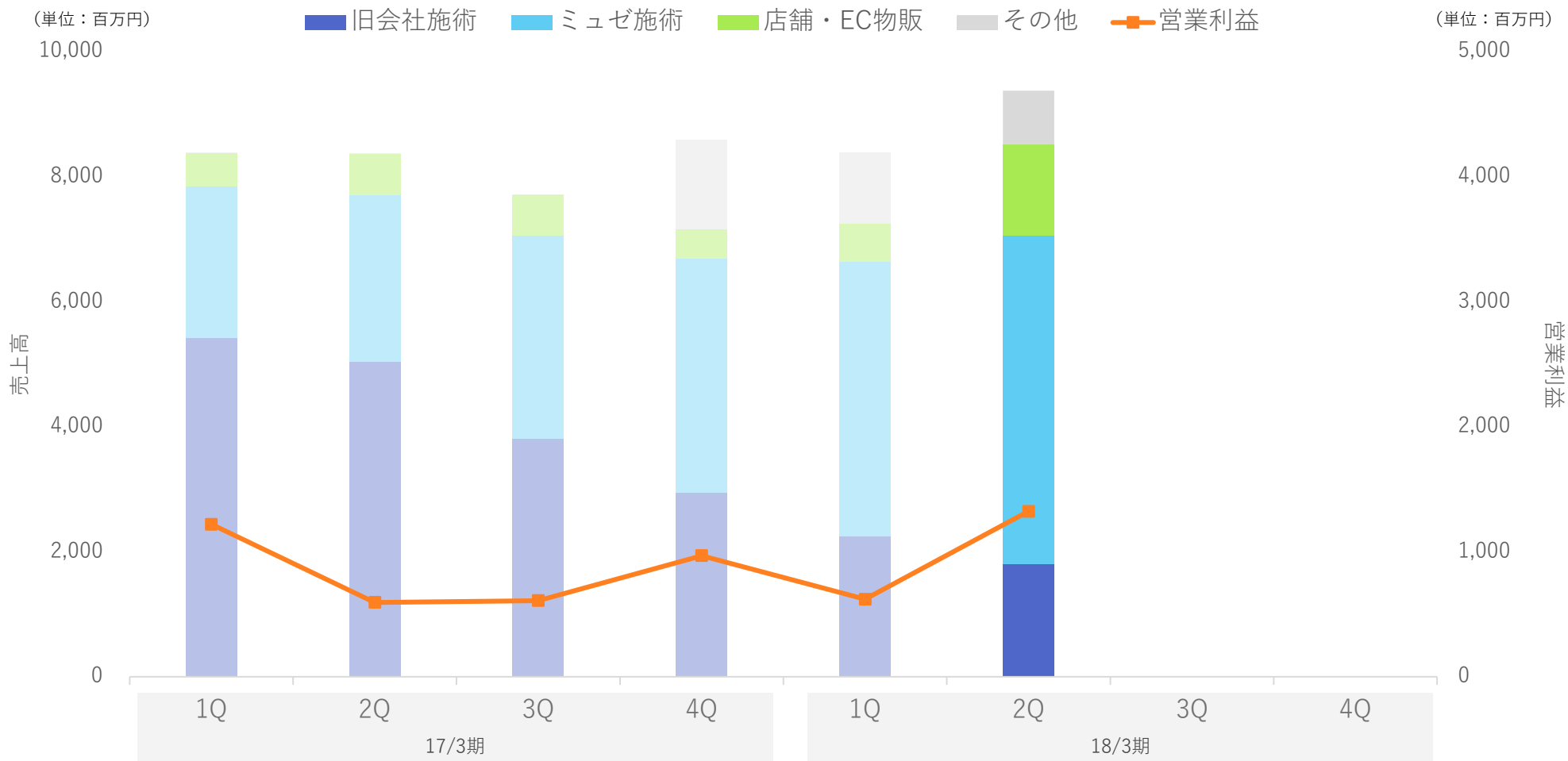
顧客需要の高い夏季商戦での積極広告投資を実施
 成長部門である新ブランド「コロリー」新規契約獲得に向けた広告投資、運営費用を計上

【美容事業の業績季節性】

顧客来店頻度が概ね一定であるため、役務提供売上は年間を通して一定となる傾向。
 一方、顧客契約獲得期である夏季及び年末年始に向けて広告宣伝費の積極投下を実施するため、
 6月から8月頃及び12月から1月頃にかけて売上高に対する費用負担割合が大きくなる傾向。

◆売上高の内訳及び推移

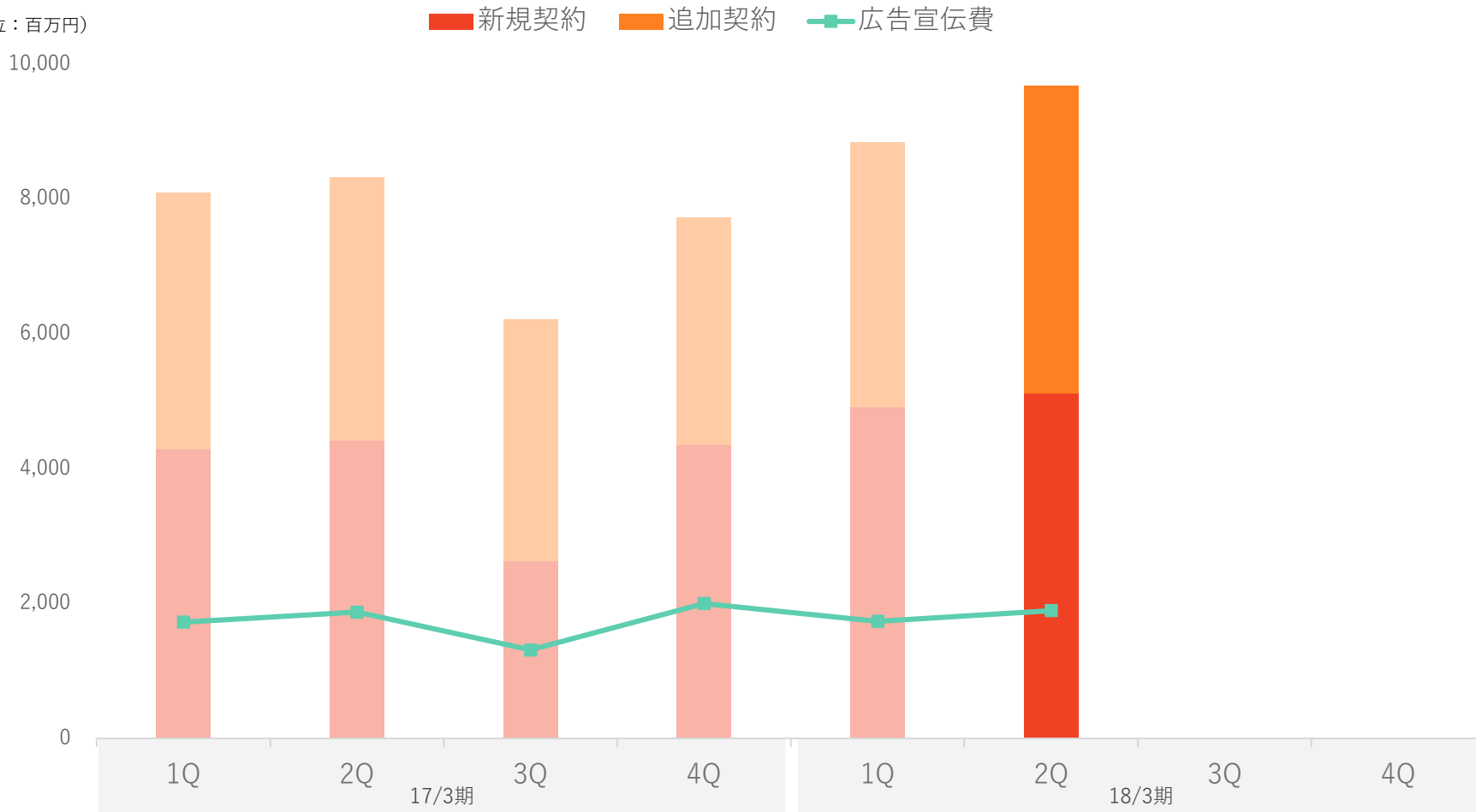
連結以来最高売上高を更新、ミュゼ分施術、物販売上が大幅増



◆契約獲得高の推移

積極的な広告投資により、繁忙期の契約高が連結以来最高値を更新

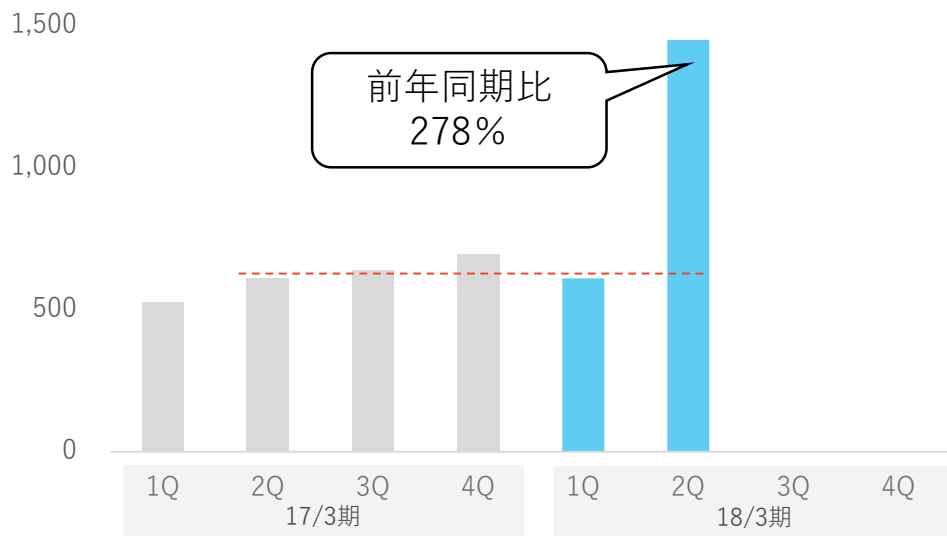
(単位：百万円)



◆物販売上推移

2Qより脱毛コースとのセット販売を開始し、物販売上が大幅増

(単位：百万円)



第3四半期以降の取り組み

- ◆「たかの友梨」コラボ商品
“スキんクリーナー たまごchan”
10月1日 発売開始



- ◆自社商品の開発及び外販拡大に注力
- ◆会員向けECサイトは自社商品に拘らず、
フックとなる人気ブランドの仕入強化や
外部との商品共同開発により売上増を目指す

ミュゼコスメ ラインナップ

S.S.Cシリーズ (脱毛期間中の肌ケア)



デリケートケアシリーズ



パーツケア



UVシリーズ



ホワイトスキンケアシリーズ



プラセンタシリーズ



※高級ライン



◆ブランディング戦略

新CMにミランダ・カーを起用、幅広い世代へのブランド認知拡大を図る



7月11日 イベントプロモーション、CM発表会を開催
同日よりTVCM放映開始

メディア放映・掲載件数 合計173件

TV放映：12番組、紙面掲載：33件、WEBニュース：128件



ミランダ・カー氏 Profile

1983年4月20日 オーストラリア生まれ、ファッション業界で最も影響力のあるモデルの一人。高級ブランドのランウェイショー、ファッション、コスメビューティー撮影のほか、グローバルブランドのTVCMや広告出演など幅広く活動。モデルとしての活躍を超え、ベストセラー作家、ビジネスオーナーとしての顔を持ち、認定ヘルス・コーチとしての資格も有している。

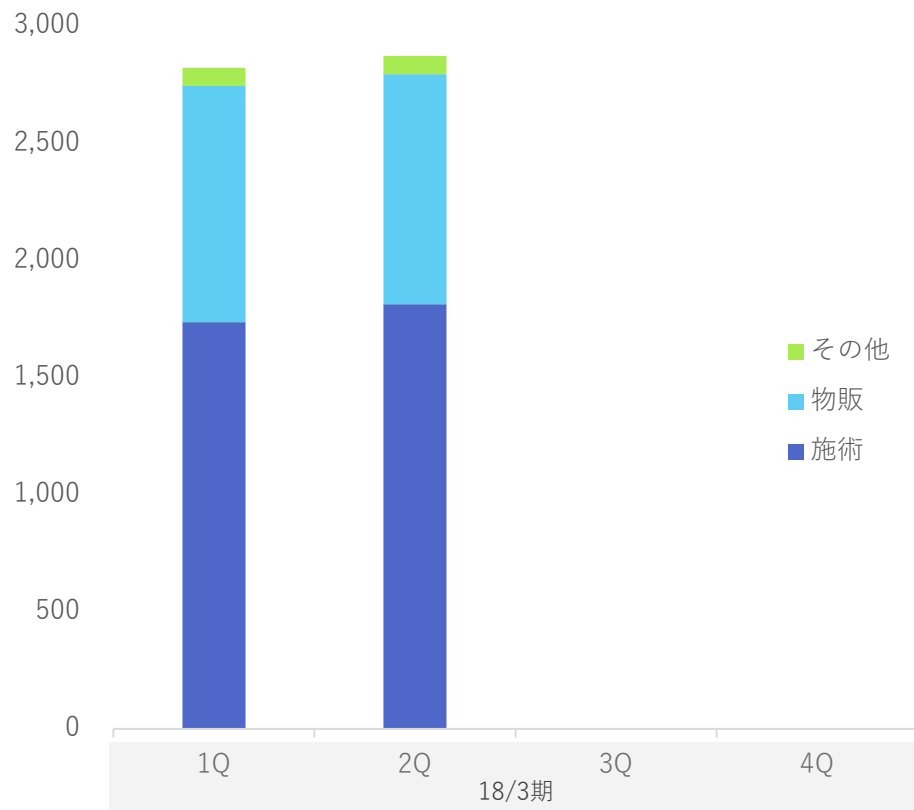


◆売上高の内訳及び推移

役務消化売上はほぼ横ばいで推移

施術者増員、物販強化により売上増を目指す

(単位：百万円)



たかの友梨ビューティクリニック 商品ラインナップ

プラチナライン



ホワイトライン



メイクアップ



セビアンライン



美容機器

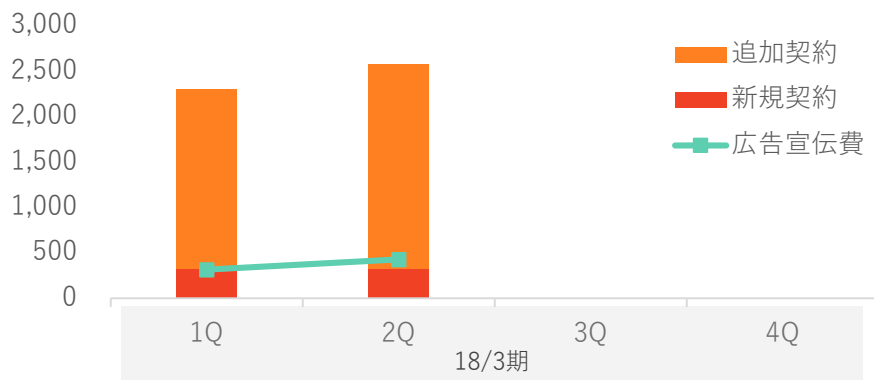




◆契約獲得高の推移

40周年記念コースを販売開始し好調推移
約90%の高いリピート率を維持

(単位：百万円)

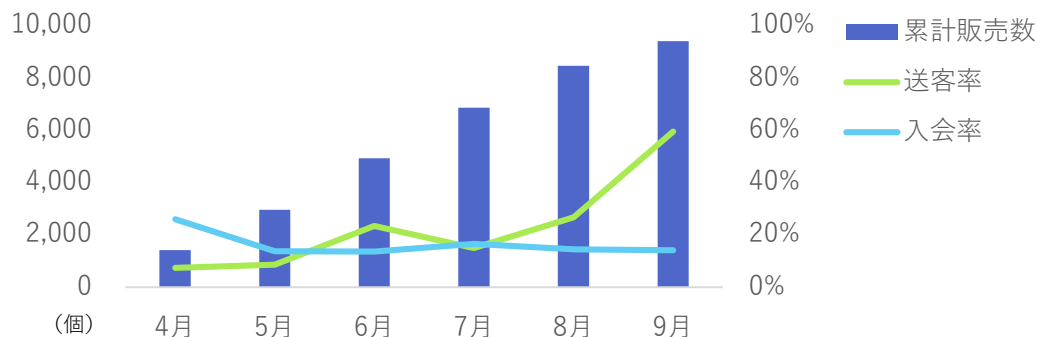


単価：194千円～388千円

単価：116千円～233千円

◆グループ間送客

ミュゼ顧客への各種チケット販売を促進



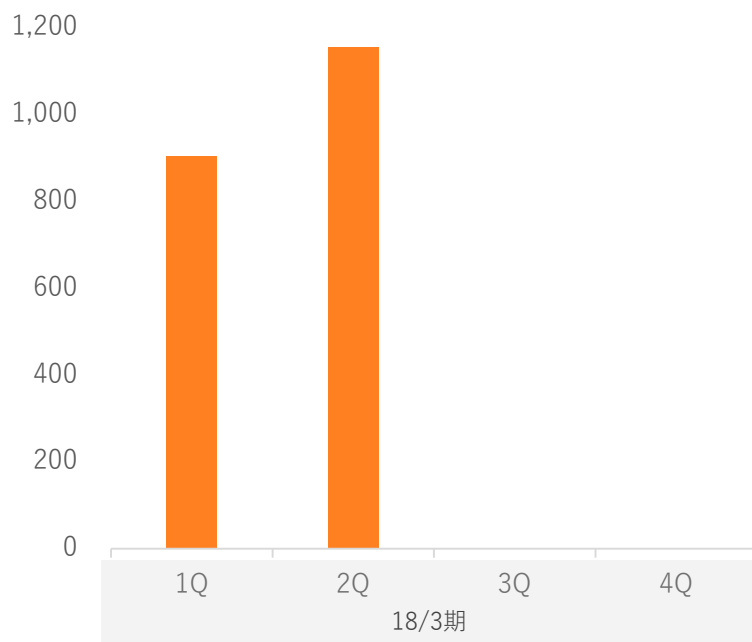
新たな収益基盤として美容事業の成長分野へ積極投資 翌年度以降の売上利益貢献を目指す

将来売上高の源泉となる契約高を積上げるため、引き続き積極的な広告投資を実施

◆累計契約高の推移

積極的な広告宣伝投資により契約高増加

(単位：百万円)



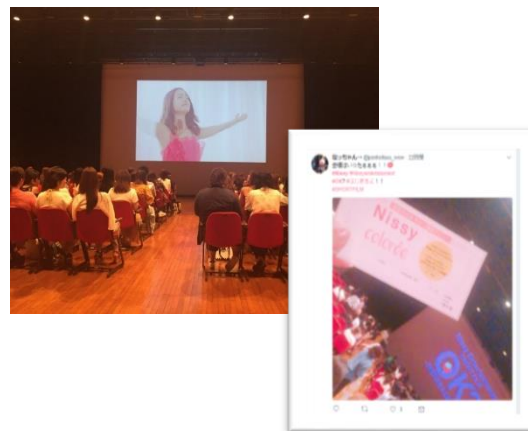
◆交通広告



◆SNS広告



◆イベントプロモーション



◆女性誌 純広告



◆売上高の内訳及び推移

契約獲得に伴い施術売上が伸長

→今後の契約獲得に応じて役務提供売上は緩やかに増加見込み

下期広告宣伝費は季節要因によりやや縮小見込み

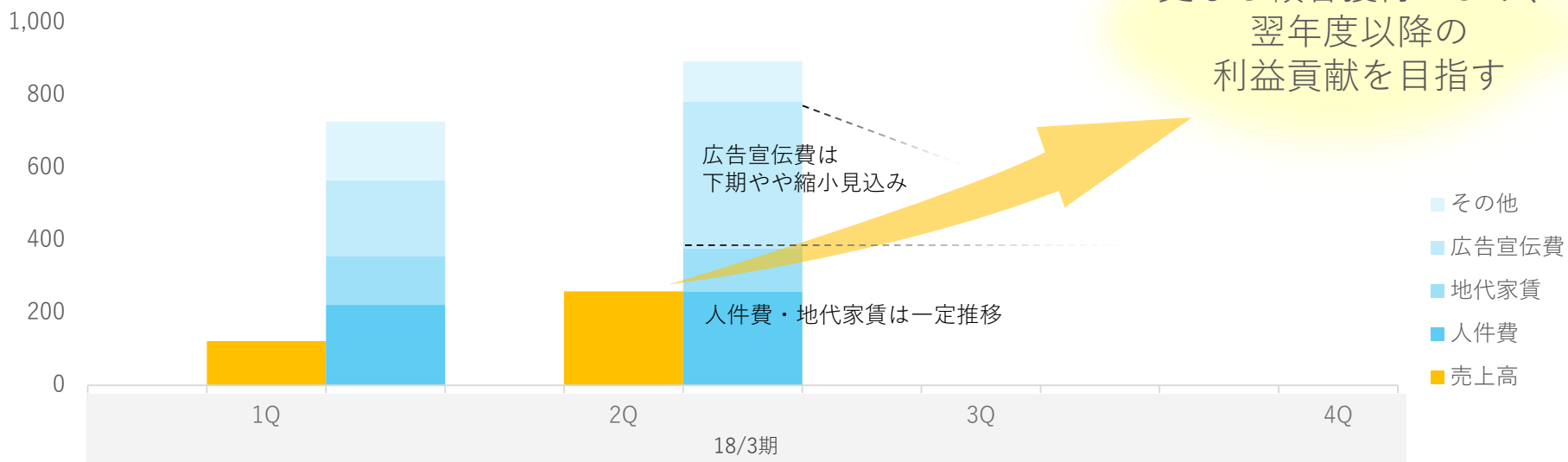
前期4QのM&Aにより約60店舗・従業員約300名引継ぎ

→引継ぎによる地代家賃・人件費はM&A後ほぼ一定で推移

→美容脱毛ブランド間での機動的な人員配置によりシナジー創出

→更なる顧客獲得のため店舗スタッフの教育・育成に注力

(単位：百万円)



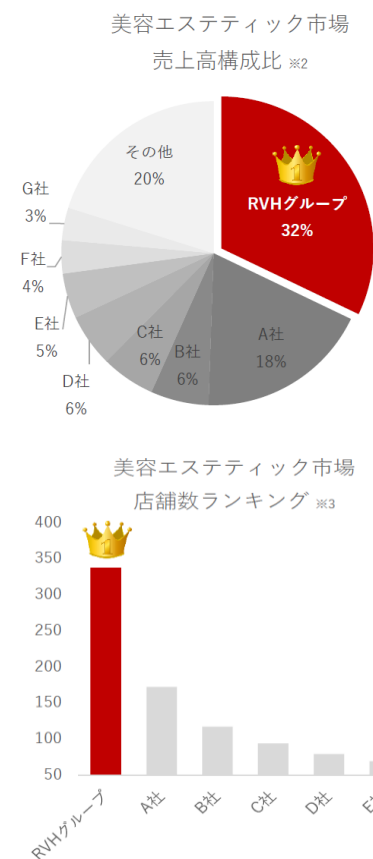
R V Hグループとして、
国内の美容エステティック市場で**売上高・店舗数ともにNo.1**^{※1}を獲得

美容エステ市場
No.1
売上高・店舗数

おかげさまで、RVHグループは
国内美容エステ市場において
売上高・店舗数ともに**No.1**を獲得しました。

※東京商工リサーチ調べ。店舗数については自社運営店舗のみ集計。





RVH GROUP | **MUSEE PLATINUM** | **たかの友梨** | **colorée** | **eyelash salon MAQUIA**



(※1) 東京商工リサーチ調べ、店舗数については自社運営店舗のみ集計。(※2) 東京商工リサーチ調べ「美容エステティック企業の売上高」上位20社より当社作成。
(※3) 東京商工リサーチ調べ「美容エステティック企業の店舗数(自社運営店舗のみ)」上位6社より当社作成。当社店舗数はアイラッシュ事業、ヘッドスパ事業を除く。
(※4) 顧客数、店舗数は2017年9月末時点。

各ブランドとも店舗数は前四半期からほぼ横ばいで推移

(単位：店舗)

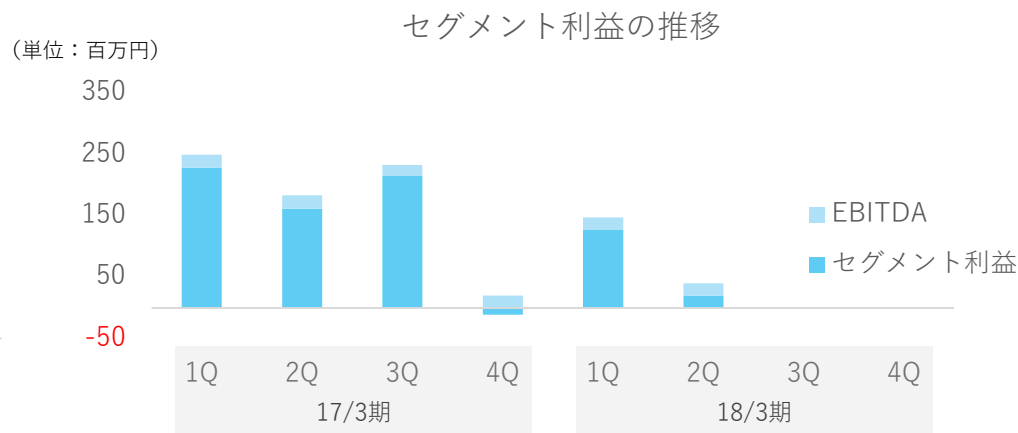
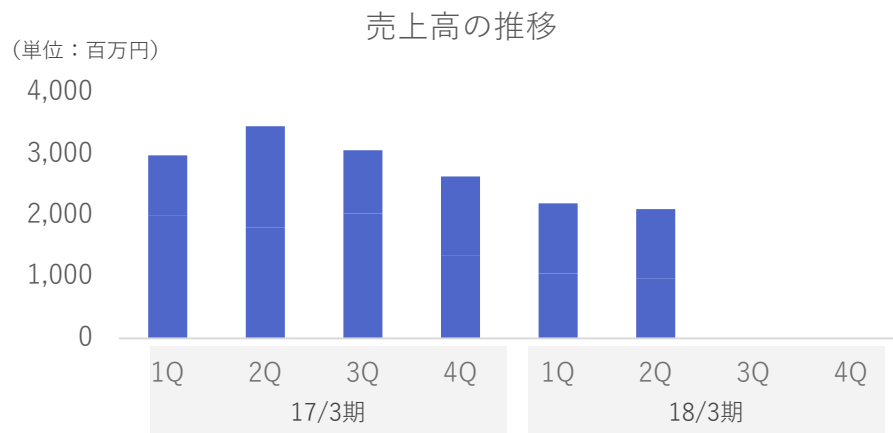
ブランド	18/3期 1Q末	18/3期 2Q末	出店	退店	増減
 美容脱毛サロン ミュゼプラチナム	179	178	4	5	△1
 エステティックサロン たかの友梨ビューティクリニック(※)	105	103	—	2	△2
 全身美容脱毛専門サロン コロリー	64	62	—	2	△2
 アイラッシュサロン マキア	33	32	—	1	△1
合計	381	375	4	10	△6

(※)ヘッドスパ Re-beaute (リポータ) を含む

【美容エステティック業界概況】

美容エステティック業界は、近年の市場規模が概ね横ばいで推移する一方、少子高齢化等の影響によるエステティシャン不足が続いており、人材確保が重要な課題となっています。チェーン展開を行うエステティックサロンの多くが、既存店舗の収益性確保のため、出店ペースの鈍化または現状維持、統廃合等を進める傾向にあります。

メディア・コンサルティング事業： 2018年3月期 2Q実績



【トピックス】

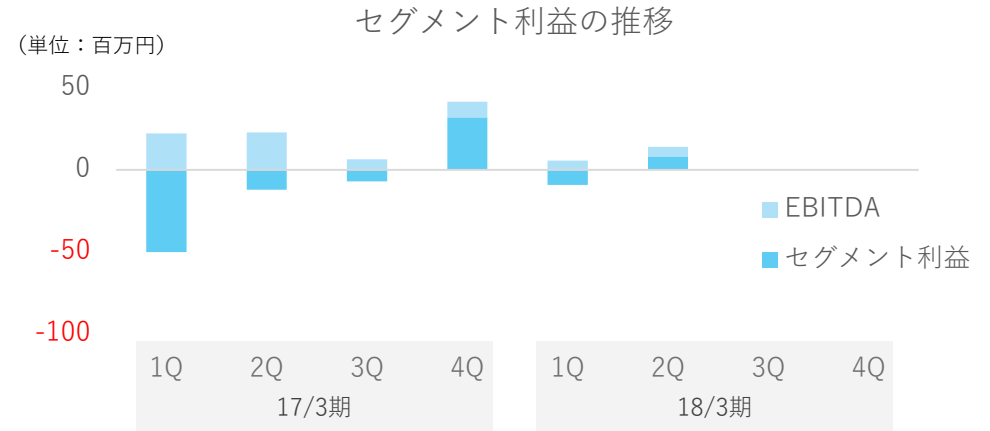
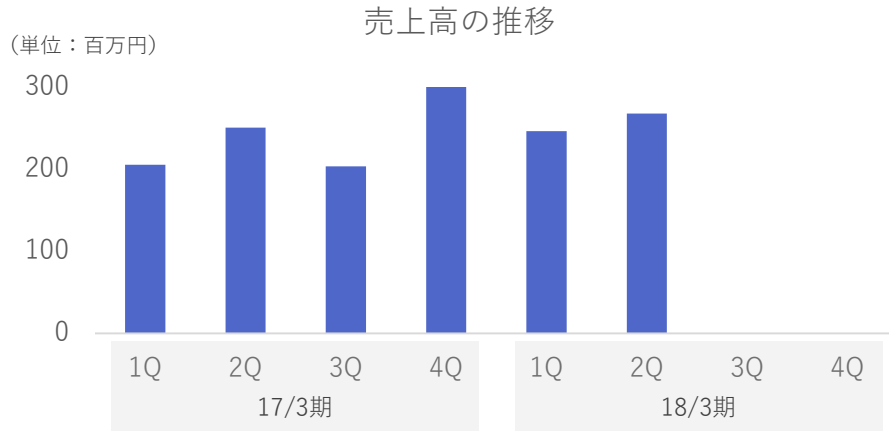
- ◆WEBマーケティング部門、コンサルティング部門におけるグループ内広告案件の取扱い増加
→美容事業の広告案件の効率化、一部内製化を実施
- ◆ Hot Pepper Beauty代理店としてグループ内外で広告サービスを展開
- ◆外部売上の過払金広告案件は縮小傾向で推移



【第3四半期以降の取り組み】

- ◆コンサルティング部門において映画館広告枠「シネアド」の取扱いを開始
→ローカルエリアの潜在顧客に対し、美容事業各ブランドの訴求を目指す





【トピックス】

- ◆美容事業各社の社内システム構築を推進
- ◆例年同様、下期偏重傾向であるものの、外部売上が好調に推移し増収及び赤字幅縮小
- ◆グループ内システム開発の更なる内製化に向けて人材確保・育成を強化

【第3四半期以降の取り組み】

- ◆事業の一部を不二ビューティ（たかの友梨ビューティクリニック）社屋に移転
- ◆グループ内開発案件により注力するため、中途採用等により雇用を強化
→機動性の確保及び案件対応範囲の拡大を目指す

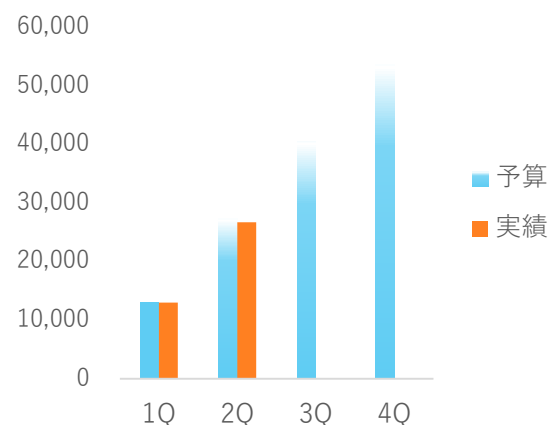
美容事業の季節性により利益構成は下期偏重型を想定

(単位：百万円)

	18/3期 予想
売上高	52,000~53,700
営業利益	1,730~2,460
経常利益	1,850~2,610
親会社株主に帰属する 当期純利益	630~890

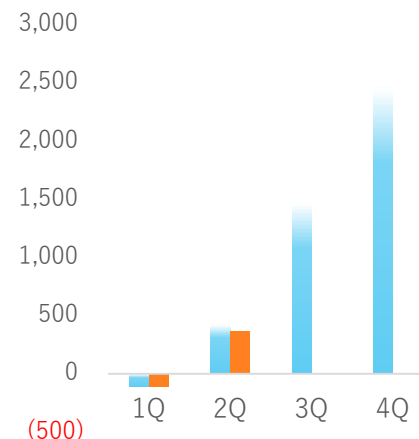
売上高予実推移 (累計)

(単位：百万円)



営業利益予実推移 (累計)

(単位：百万円)



◆第3四半期以降の取り組み

美容事業

ミュゼプラチナムは「脱毛コース+自社商品」の販売促進、外販拡大を実施
たかの友梨ビューティクリニックは施術者増員、物販強化の実施により売上増を目指す
コロリーは引き続き顧客獲得のためのマーケティング、店舗スタッフ教育・育成に注力
いずれのブランドも季節要因により下期広告宣伝費は縮小見込み

メディア・コンサルティング事業

映画館広告枠「シネアド」を活用し、ローカルエリアでの美容事業各ブランド訴求を目指す

システム開発事業

グループ内開発案件により注力するため、中途採用等により雇用を強化

本資料は、当社及び当社グループの企業説明に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。

