

2018年3月期 第3四半期 決算補足説明資料

株式会社RVH

2018年2月14日



1. 2018年3月期 第3四半期 連結業績ハイライト

連結損益の状況

(単位：百万円)

科目／期別	17/3期 3Q実績	18/3期 3Q実績	対前年 増減	対比 (%)	主な増減要因
売上高	31,046	39,794	8,748	128.2	美容事業の既存ブランド増収及び期首より「たかの友梨」ブランド寄与
営業利益	2,237	859	△1,378	38.4	美容事業M&Aに伴い販管費が前年比増、ミュゼ追加のれん計上に伴い償却費増
E B I T D A	3,847	3,325	△521	86.4	EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費
経常利益	2,368	961	△1,407	40.6	
税金等調整前 四半期純利益	2,142	963	△1,178	45.0	
法人税、住民税及び事業税	281	100	△180	35.7	
法人税等調整額	784	958	173	122.1	※以下参照
法人税等合計	1,065	1,058	△7	99.3	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,076	△94	△1,171	—	

※法人税等調整額について

法人税等調整額958百万円の計上は、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

売上高前年同期比：146.7%

- ・各ブランドの物販売上が好調に推移
- ・不二ビューティ、コロリーブランドが期首より寄与

セグメント利益前年同期比：37.8%、EBITDA前年同期比：92.6%

- ・期首からのグループ会社追加、美容ブランド拡大により販管費が前年比増
- ・冬季広告宣伝費の計画的抑制によるコスト削減を実施

◆メディア・コンサルティング事業

売上高前年同期比：66.4%、セグメント利益前年同期比：21.5%、EBITDA前年同期比：28.9%

- ・美容事業の広告案件の効率化、一部内製化を実施
- ・映画館広告枠「シネアド」取扱を開始
- ・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：115.6%

- ・外部売上が好調に推移
- ・グループ内の開発体制内製化に関する取り組みを推進

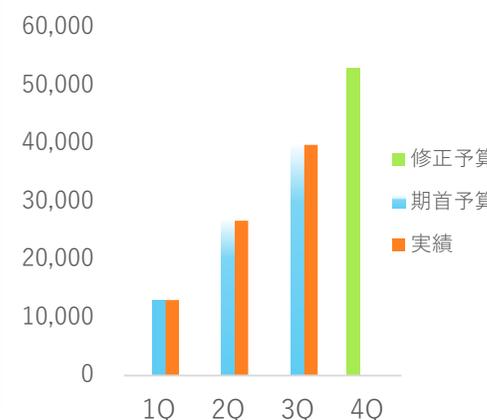
直近の業績動向を踏まえ業績予想をレンジ形式から修正

(単位：百万円)

	18/3期 予想 (前回)	18/3期 予想 (今回修正)
売上高	52,000~53,700	53,000
営業利益	1,730~2,460	1,800
経常利益	1,850~2,610	1,900
親会社株主に帰属する 当期純利益	630~890	590

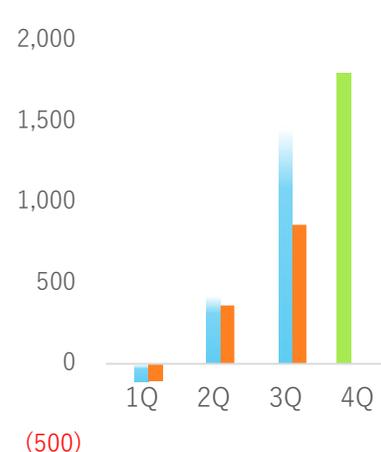
売上高予実推移 (累計)

(単位：百万円)



営業利益予実推移 (累計)

(単位：百万円)



◆売上高

美容事業エステティック部門において人員不足により施術売上が減少したものの、各美容ブランドの物販売上が期首予想を上回り53,000百万円の着地見込み

◆営業利益

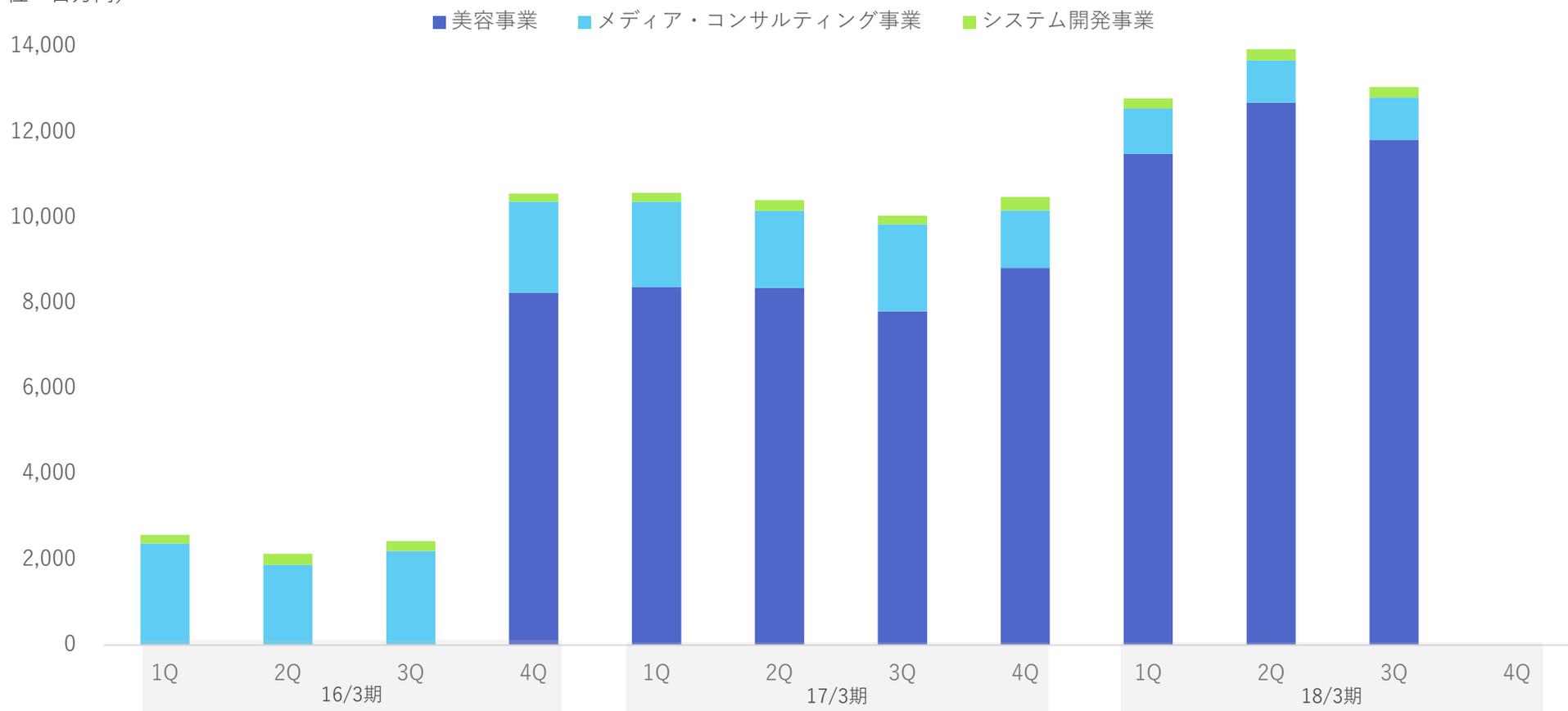
営業利益は3Q末累計で予算比下振れに推移したものの、美容事業における物販進捗を考慮及び広告宣伝費の圧縮による利益確保に努め1,800百万円の着地見込み

◆親会社株主に帰属する当期純利益

法人税等負担額の見積が期首予想より増加したこと等により590百万円の着地見込み

M&Aによるグループ会社及び美容ブランド追加に伴い前年同期比増収

(単位：百万円)

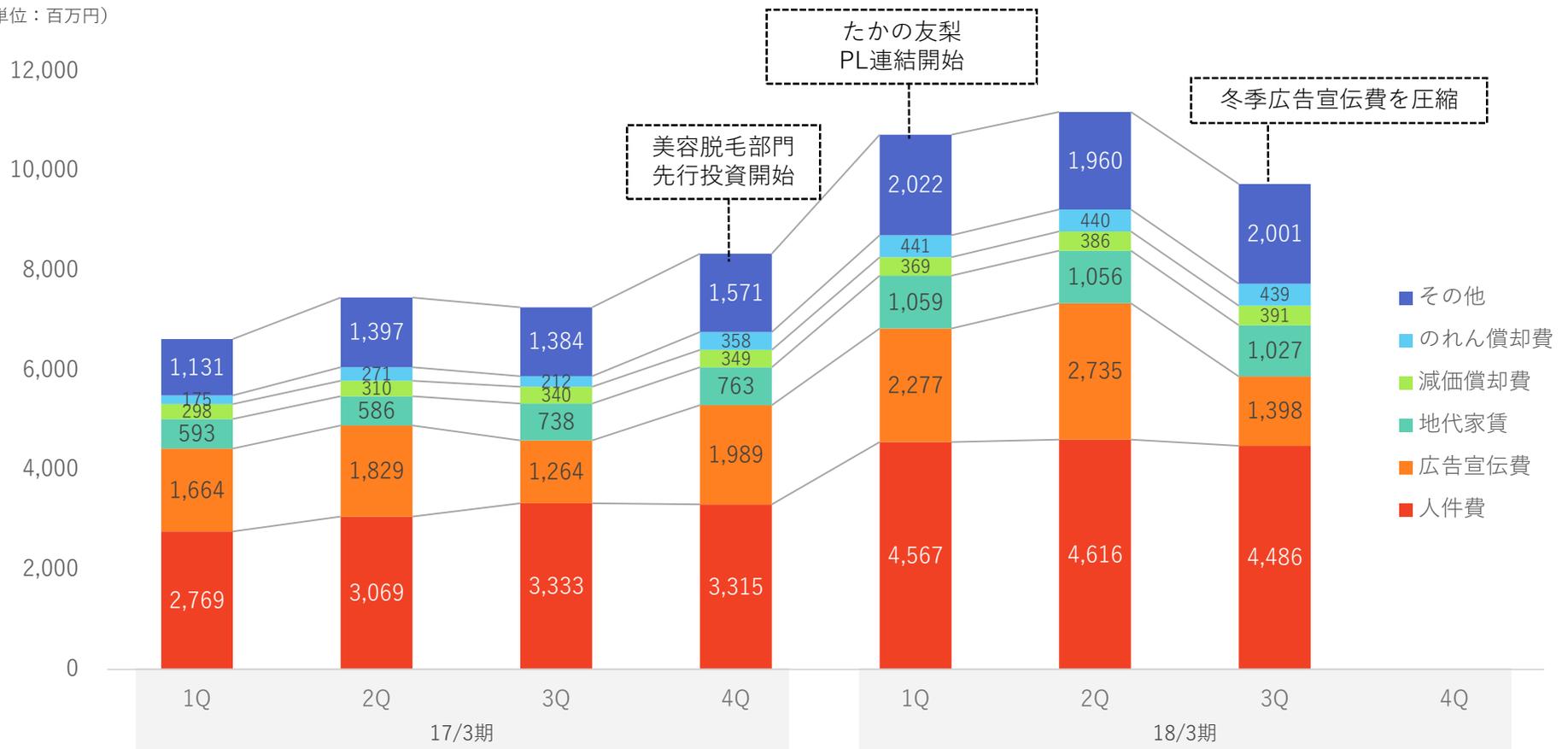


※外部売上のみ

主要販売費及び一般管理費の推移

美容事業において冬季広告宣伝費の計画的抑制によるコスト削減を実施
 新ブランドへの投資、期首グループ会社追加により前年同期比では販管費増加

(単位：百万円)



連結営業利益／EBITDA 四半期推移

将来の収益基盤として美容脱毛新ブランド「コロリー」へ投資
EBITDAは3Q末累計で3,325百万円（前年同期比86.4%）

（単位：百万円）

2,500

■ 営業利益 ■ EBITDA

2,000

1,500

1,000

500

0

1Q

2Q

3Q

4Q

16/3期

1Q

2Q

3Q

4Q

17/3期

1Q

2Q

3Q

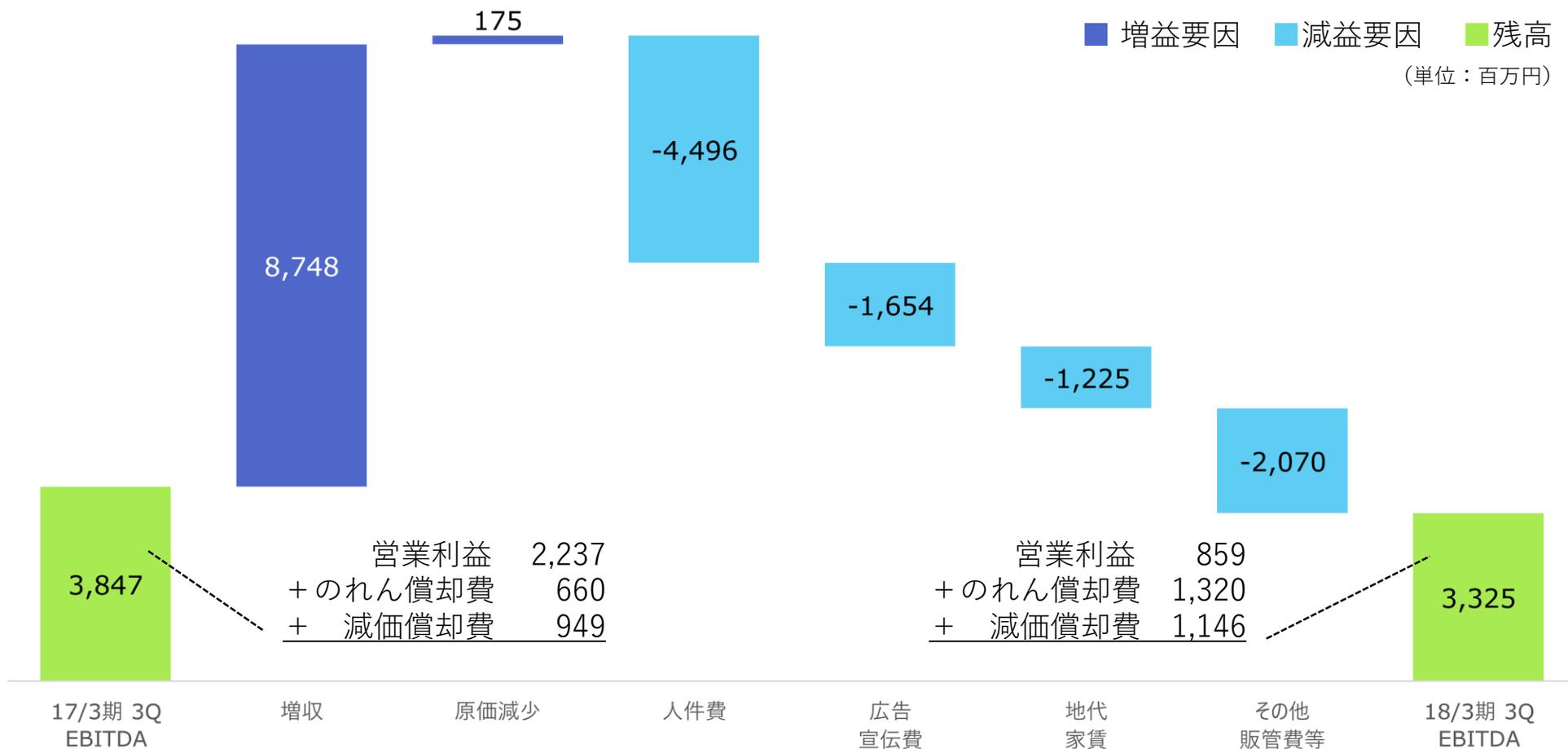
4Q

18/3期

(500)

対前年第3四半期EBITDA 増減要因

美容事業M&Aにより増収
グループ会社追加、新ブランドへの投資継続により前年同期比で販管費増加



美容事業の顧客契約獲得が好調に推移 → 現預金、前受金が大幅増加

(単位：百万円)

	2017/3期 期末	2018/3期 3Q	増減	主な増減要因
流動資産	23,142	25,467	2,324	
現金及び預金	3,420	6,057	2,637	美容事業の契約獲得による増加
固定資産	46,525	48,632	2,107	
のれん	22,945	25,476	2,531	ミュゼ社事業譲渡対価の見直しに伴う増加
有形固定資産	9,506	9,038	△468	美容設備等の除売却及び通常償却
流動負債	42,140	47,236	5,096	
前受金	31,526	37,943	6,416	美容事業の契約獲得による増加
買掛金	2,841	1,988	△853	仕入債務の支払
短期借入金	817	328	△488	有利子負債の弁済
固定負債	16,823	16,359	△464	
純資産	10,703	10,503	△199	
総資産	69,667	74,099	4,432	

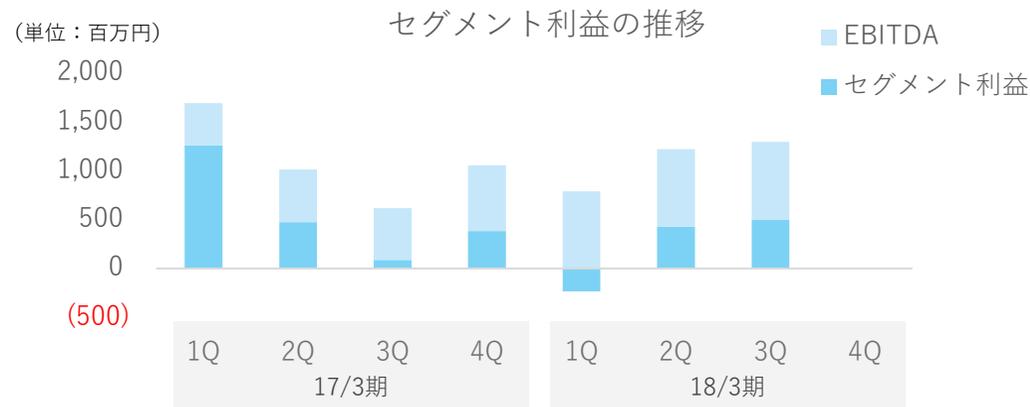
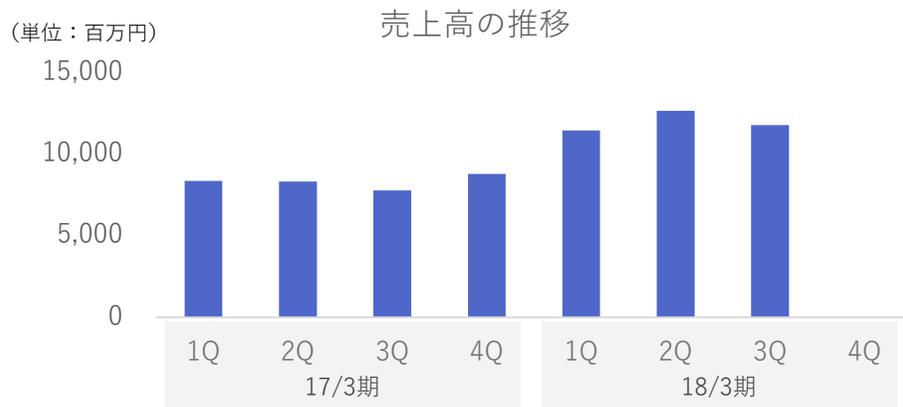
2. 2018年3月期 第3四半期 セグメント別実績

セグメント別損益の状況

(単位：百万円)

科目／期別	17/3期 3Q実績	18/3期 3Q実績	対前年同四半期 増減	対比 (%)
売上高	31,046	39,794	8,748	128.2
美容事業	24,545	36,018	11,473	146.7
メディア・コンサルティング事業	9,516	6,315	△3,200	66.4
システム開発事業	662	765	103	115.6
(連結調整等)	△3,677	△3,304	372	—
EBITDA	3,847	3,325	△521	86.4
美容事業	3,325	3,078	△246	92.6
メディア・コンサルティング事業	666	192	△473	28.9
システム開発事業	△17	20	38	—
(連結調整等)	△125	33	159	—
セグメント損益	2,237	859	△1,378	38.4

※ミュゼ社は当期から消費税課税事業者となったため、当期より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」、エステティック部門「たかの友梨ビューティクリニック」の自社コスメ等に関する物販売上が好調に推移
株式会社不二ビューティ及び美容脱毛部門「コロリー」の業績が期首より寄与

◆セグメント利益

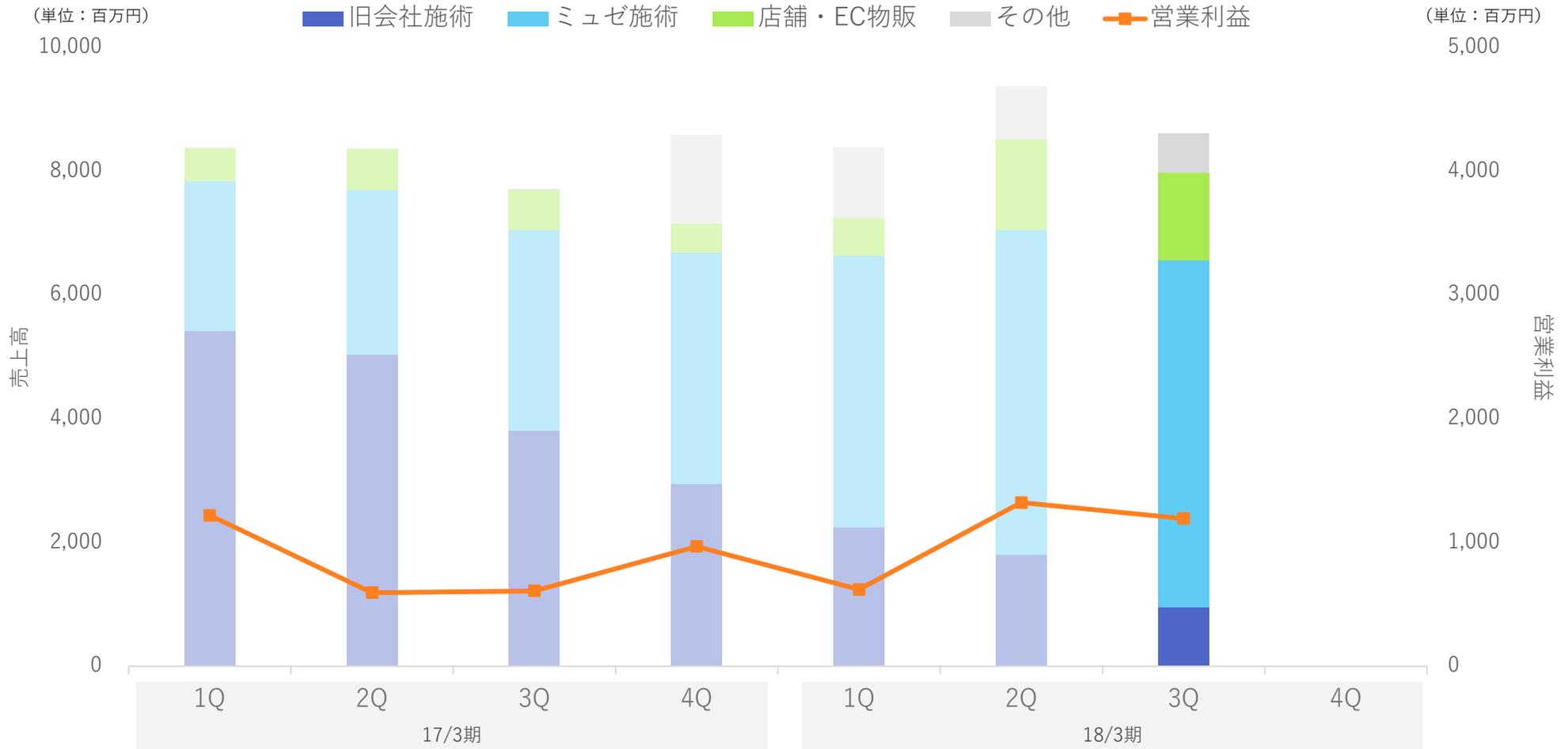
冬季広告宣伝費の計画的圧縮によるコスト削減を実施
前期M&Aにより大幅拡充した店舗、人員に係る費用を計上

◆セグメントEBITDA

ミュゼプラチナム、不二ビューティののれん償却額及び美容事業に係る減価償却費をセグメント利益に加算したセグメントEBITDAは3Q末累計3,078百万円（前年同期比92.6%）

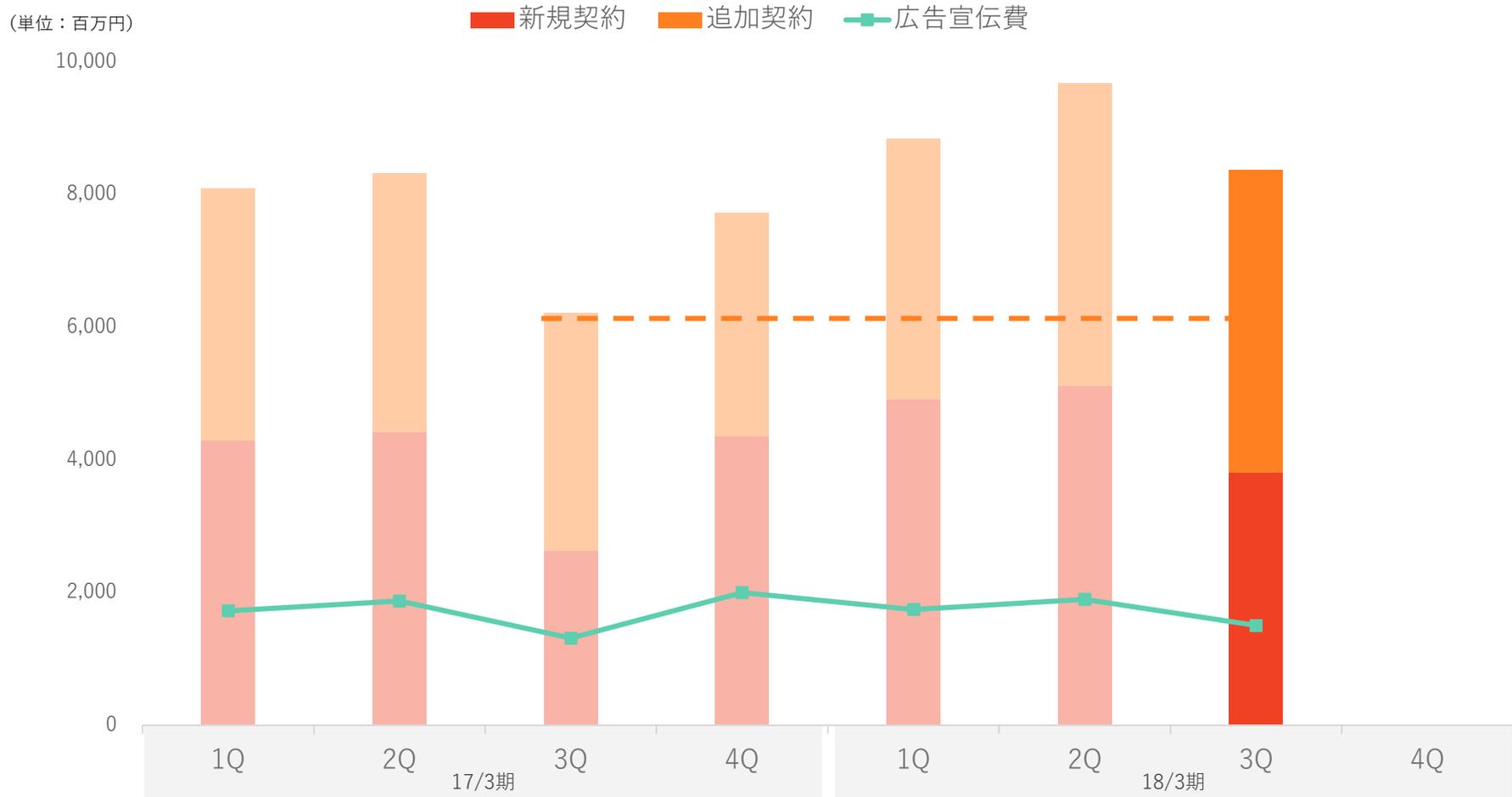
◆売上高の内訳及び推移

店舗、ECサイトによる物販売上が引き続き好調に推移



◆契約獲得高の推移

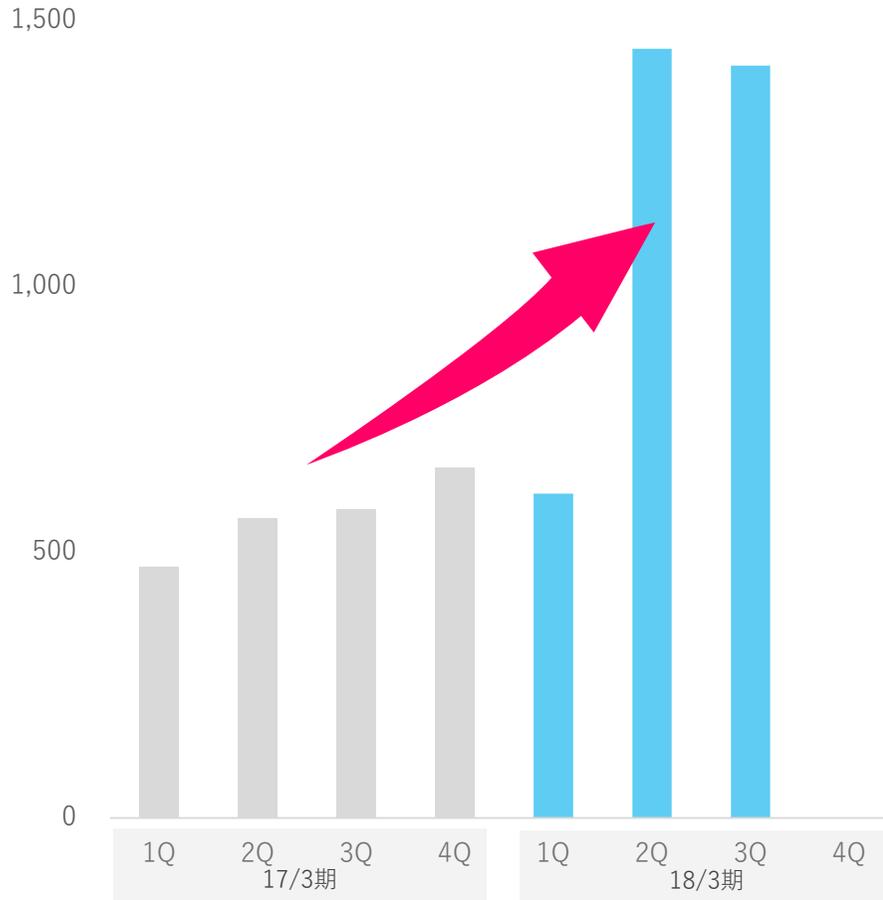
2017年4月開始の土日優遇コース導入等により前年同期比134%で推移



◆物販売上推移

物販売上は**四半期で約1,500百万円と前期比2倍以上の推移**

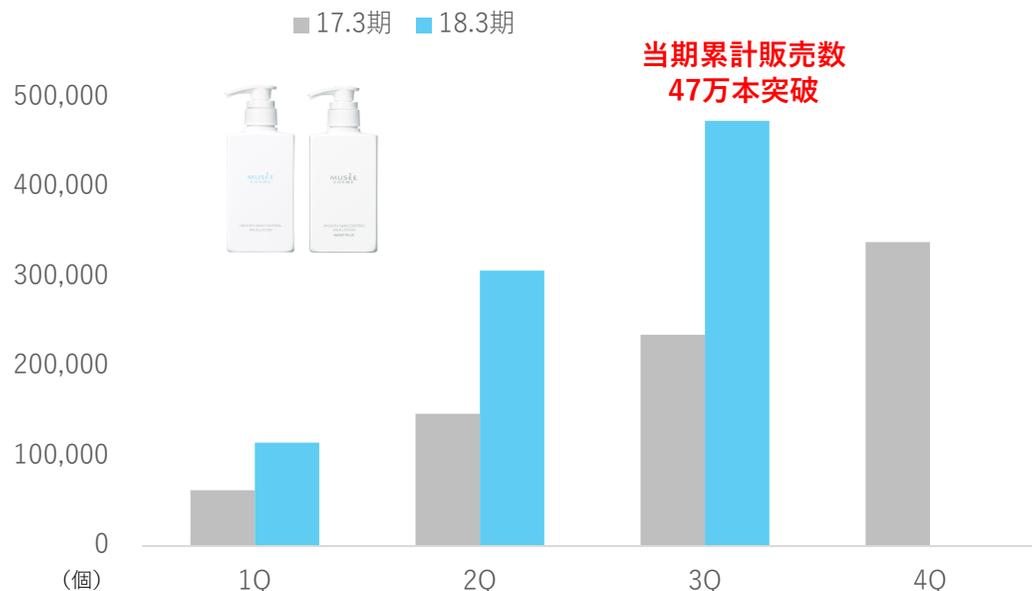
(単位：百万円)



- ・ 脱毛コースとのセット販売が引き続き好調
- ・ 「スキンケアマイスター」検定制度導入により販売力、サービスレベルが向上
 - 肌全般に関する正しい知識を取得することで幅広いラインナップからひとり一人の悩みに合った商品をご提案
 - 施術前の肌状態をよりの的確に見極めることで脱毛トラブルの未然防止を強化
 - 1店舗につき最低1名以上の在籍
有資格スタッフ在籍数：1,247名 (2017年11月時点)



◆主力商品 S.S.Cミルクローション 年間累計販売個数推移（前期比）



第4四半期以降の取り組み

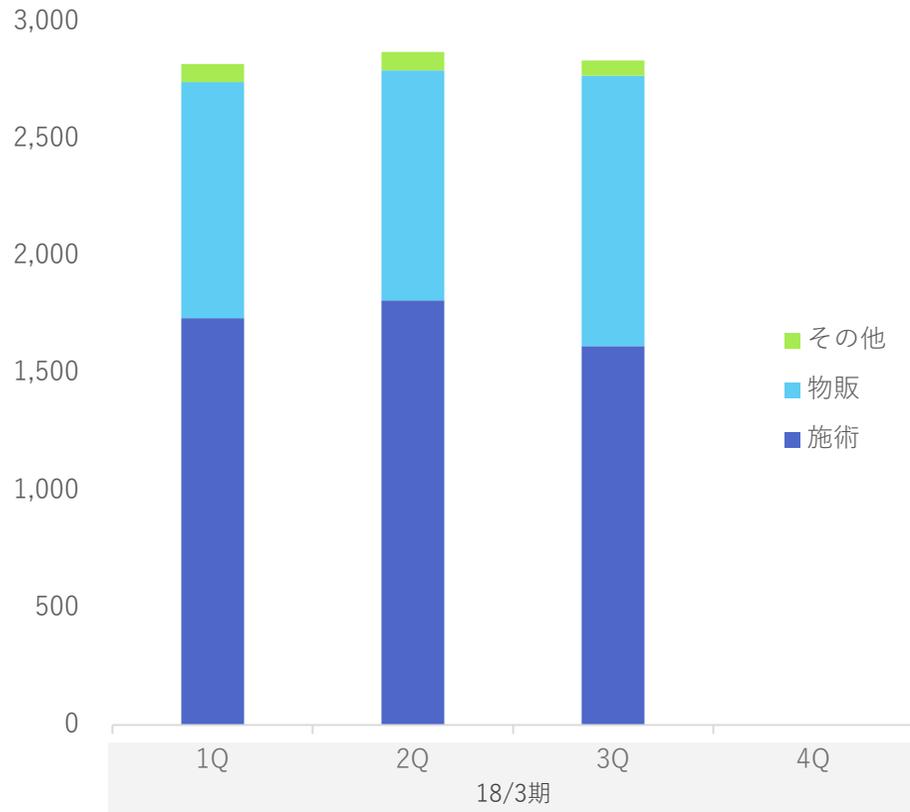
- ◆自社商品開発や他社との共同商品開発、外販拡大に引き続き注力
- ◆全店舗スタッフの「スキンケアマイスター」資格取得を目指す
- ◆ミュゼ会員以外の消費者への販売促進のためブランディング強化
- ◆ECサイトはフックとなる人気ブランド商品の仕入強化
有名ブランドコスメ以外にもバッグ、小物等ラインナップの充実を図る



◆売上高の内訳及び推移

新商品「たかの友梨スーパーセル」等リリースにより化粧品物販が好調推移
 施術売上は人員不足により苦戦 →今後の人員確保に向けて採用・人事制度を強化

(単位：百万円)



たかの友梨ブランド 新商品



たかの友梨スーパーセル(定価：200千円) ピーリングジェル



オイルミスト ナイトセラム SCシートマスク

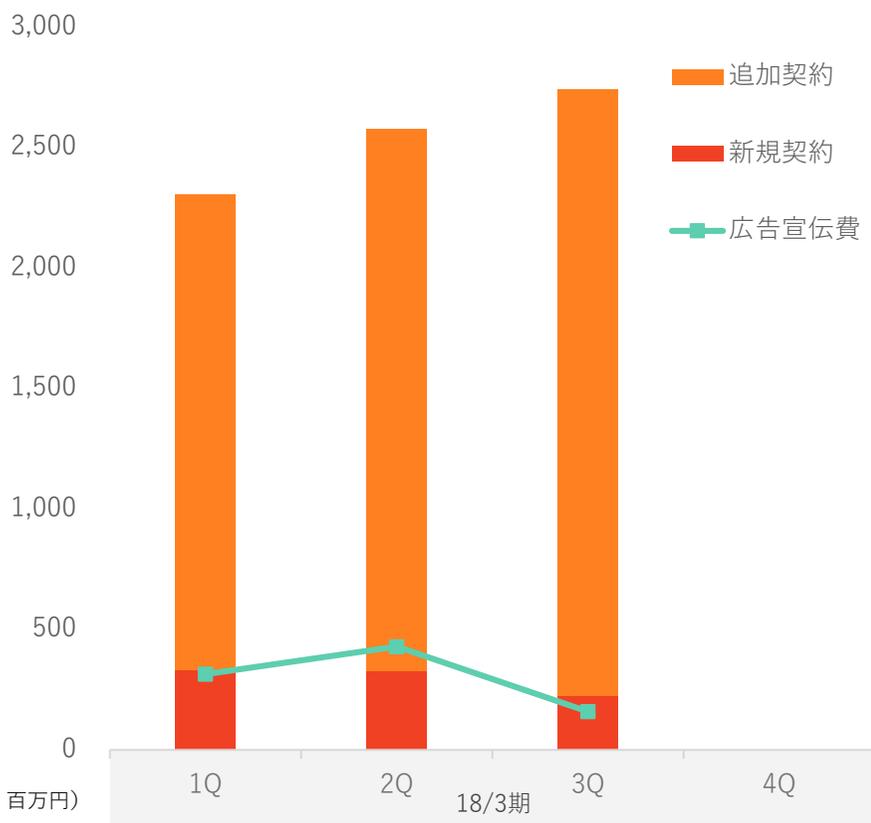


メイクアップシリーズ



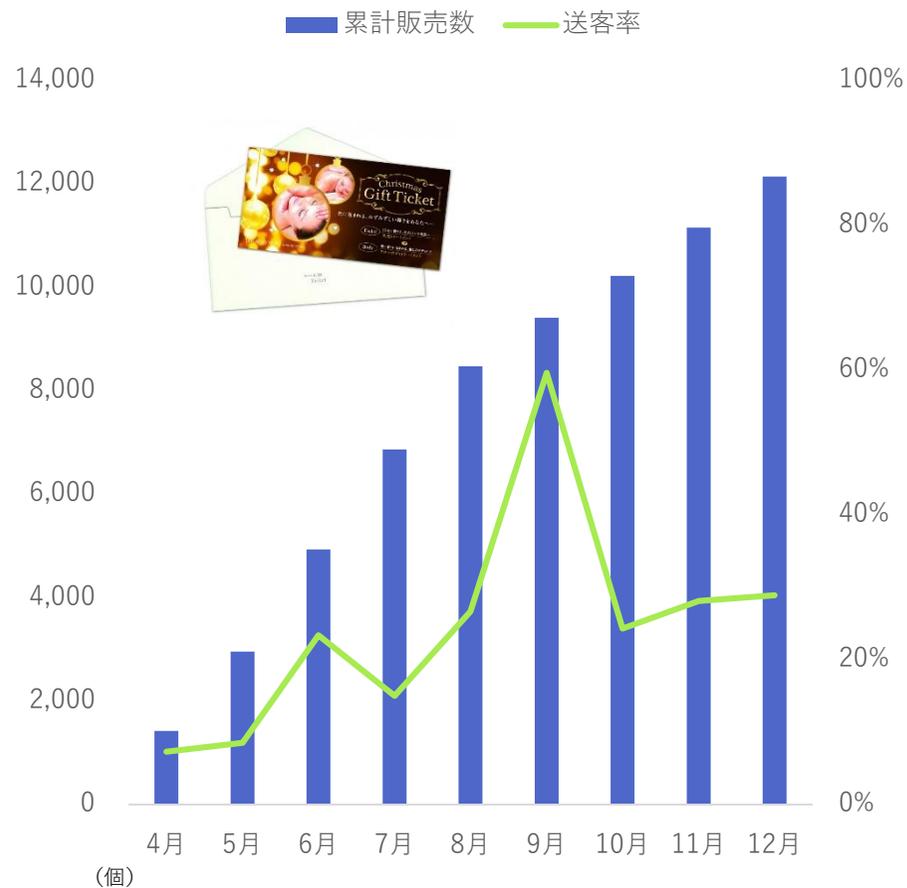
◆契約獲得高の推移

広告宣伝費を抑制も、既存顧客を対象とした40周年記念コースにより契約獲得は好調推移



◆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

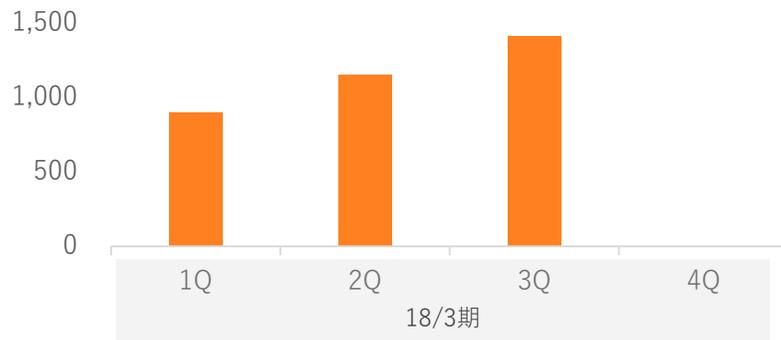


期首より新ブランドとして「コロリー」をスタート 新たな収益基盤として翌期以降の売上利益貢献を目指し、顧客獲得に注力

◆ 累計契約高の推移

新コースの導入により契約高伸長

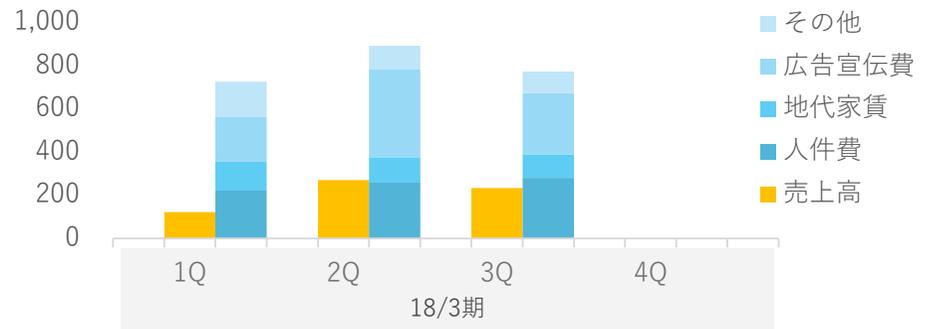
(単位：百万円)



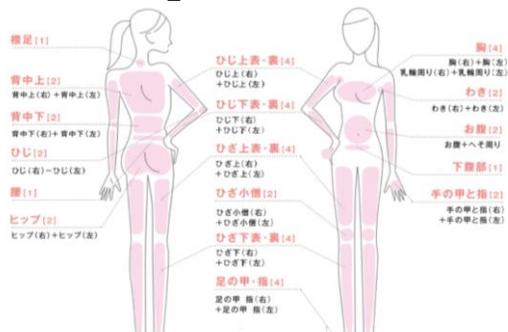
◆ 売上高及び主要販管費の推移

救済顧客の来店減により売上高はやや減少
繁忙期である夏季以降の広告宣伝費を抑制

(単位：百万円)



◆ 「コロリー」ブランド 新設コース



ミュゼプラチナムは店舗統廃合によりやや減少
マキアは各ブランド店舗への併設出店等を実施し増加

(単位：店舗)

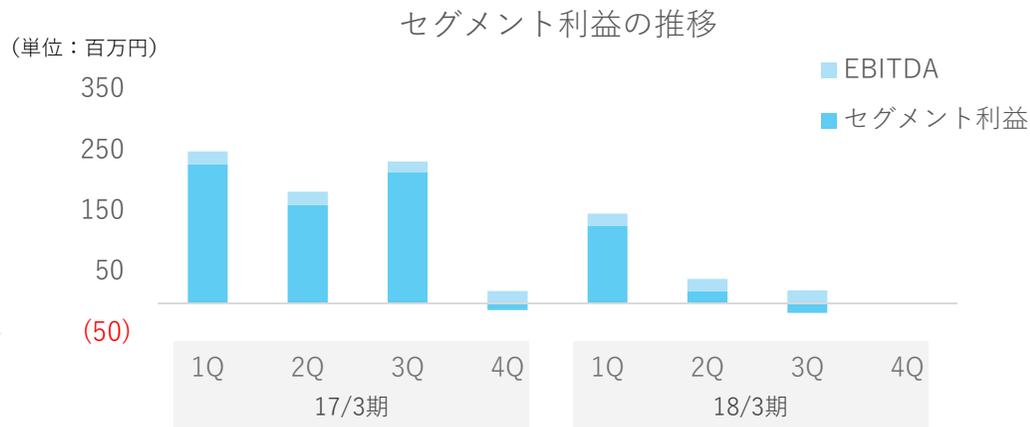
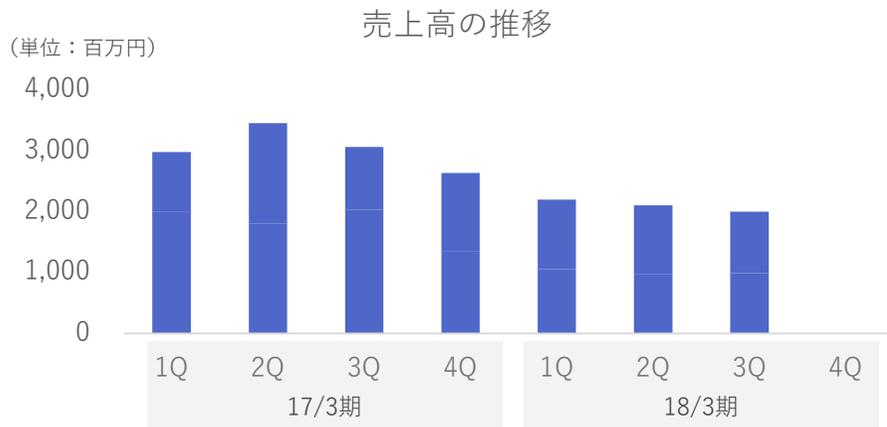
ブランド	18/3期 2Q末	18/3期 3Q末	出店	退店	増減
 美容脱毛サロン ミュゼプラチナム	178	173	1	6	△5
 エステティックサロン たかの友梨ビューティクリニック(※)	103	103	—	—	0
 全身美容脱毛専門サロン コロリー	62	60	—	2	△2
 アイラッシュサロン マキア	32	37	5	—	5
合計	375	373	6	8	△2

(※)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 3Q実績



◆トピックス

- Webマーケティング部門におけるWeb広告案件、Webサイト企画制作、コンサルティング部門におけるHot pepper Beauty代理店案件、映画館広告枠「シネアド」サービス等のグループ内売上増加の一方、広告代理店部門における過払金広告案件縮小により減収
- より厳格な見積による貸倒引当金の計上等により減益

◆第4四半期以降の取り組み

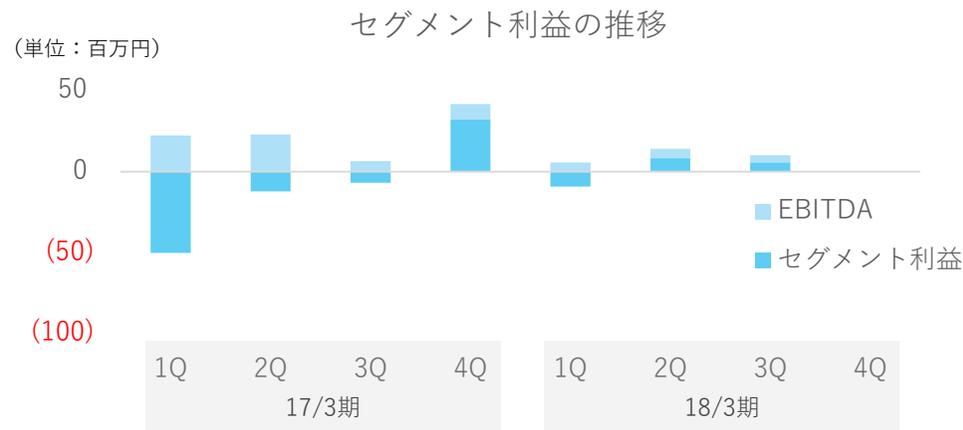
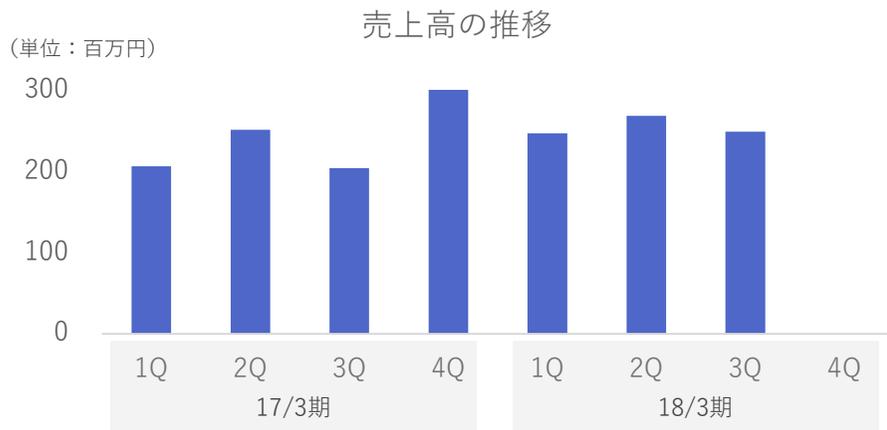
映画館広告枠「シネアド」

- ローカルエリアの潜在顧客に対し、美容各ブランドの訴求を目指す
- 外部顧客獲得に向けた営業強化を並行して推進

広告代理店部門

- 新たな収益基盤としてWeb広告案件の獲得に取り組む





◆トピックス

- ・システムエンジニアリング及びバックオフィスに係る人材派遣、組込系システム受託開発等の外部売上、美容事業各社の社内システム構築、システム開発に係るコンサルティング等の内部売上が好調に推移し増収・黒字転換
- ・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
機動性の確保及び案件対応範囲の拡大を目指す

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。

