

成長可能性に関する説明資料

2021年11月

株式会社アルマード

本資料は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものではありません。本資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。投資のご検討にあたっては、投資家の皆様ご自身の判断で行うようお願いいたします。

本資料には、当社に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記載が含まれています。これらは、当社が本資料作成時点において入手した情報に基づく、当該時点における予測等を基礎として作成されています。これらの記載は、一定の前提および仮定に基づいており、また、当社の経営陣の判断または主観的な予想を含むものであり、国内外の経済状況の変化、市場環境の変化、社会情勢の変化、他社の動向等の様々なリスクおよび不確実性により、将来において不正確であることが判明または将来において実現しないことがあります。したがって、当社の実際の業績、経営成績、財政状態等については、当社の予想と異なる結果となる可能性があります。

本資料への掲載にあたっては万全を期しておりますが、その内容の正確性、完全性および確実性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。

1. 株式会社アルマードの紹介
2. 特徴と強み
3. 事業環境認識
4. 成長可能性と中期経営目標

1. 株式会社アルマードの紹介
2. 特徴と強み
3. 事業環境認識
4. 成長可能性と中期経営目標



商号	株式会社アルマード
代表取締役	荒西 俊和
本社所在地	東京都中央区京橋3-6-18 東京建物京橋ビル8階
設立	2000年10月18日
従業員数	48名（代表者以外の取締役、派遣社員を含む）（2021年9月末時点）
資本金	110,000,000円
事業内容	<ol style="list-style-type: none">1.卵殻膜原料の研究・開発2.卵殻膜を配合した食品、化粧品の企画・開発・販売3.卵殻膜の医療分野への応用に関する技術研究・開発
取扱商品	オリジナルブランド「CELLULA」「TO-II」「Ode」シリーズにて基礎化粧品・サプリメント・医薬部外品を取り扱い
主要取引先銀行	みずほ銀行、りそな銀行

世界の人々の人生に**健康と美しさ**をもたらす
卵殻膜と**バイオテクノロジー**で

- 卵殻膜は、古来から創傷治癒薬として使われてきた天然素材で、**美容・健康成分の宝庫**

< 卵殻膜の主な特徴 >



- 鶏卵の殻の内側にある薄膜
- 400年も前に編集された中国の薬学書「本草綱目」に薬として紹介されている
- カスが傷口の治療に用いるなど、天然の絆創膏として古くから民間療法で利用される
- 主成分は、シスチンを含む18種類のアミノ酸、プロテオグリカン、ヒアルロン酸などで美容・健康成分が豊富
- 熱に強く、水や油に溶けにくいいため、そのままでは体内で成分を吸収することができない（特殊な加工が必要）

- 抗老化など様々な**美容、健康維持・増進効果**の可能性が豊富に示されている

研究が示す卵殻膜の効能

実験方法

確認された主な結果

主な効能

卵殻膜水溶液の塗布

- Ⅲ型コラーゲンの産生促進効果
- ヒトの真皮繊維芽細胞の増加効果
- ヒトの肌の弾力性向上、及び、シワの面積の減少
- 皮膚細胞の分化・形成促進、菲薄化（肌痩せ状態）改善
- 創傷治癒の早期化



美容



卵殻膜の経口摂取

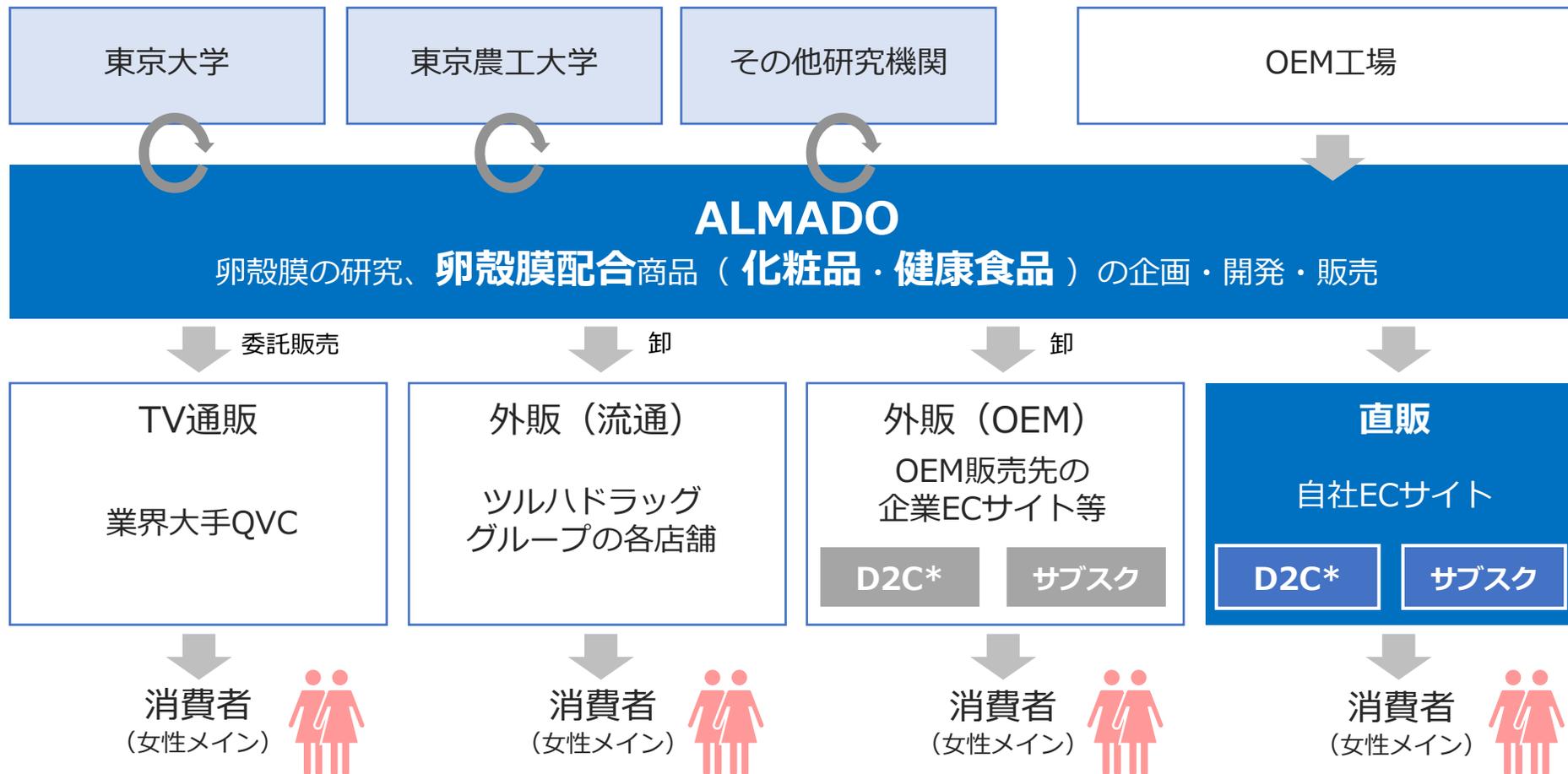
- Ⅲ型コラーゲンの産生促進効果
- 腸内フローラの多様化、善玉菌の増加
- 脂肪燃焼・生活習慣病予防効果
- 肝臓線維化への効果
- 炎症性腸疾患への効果



健康維持



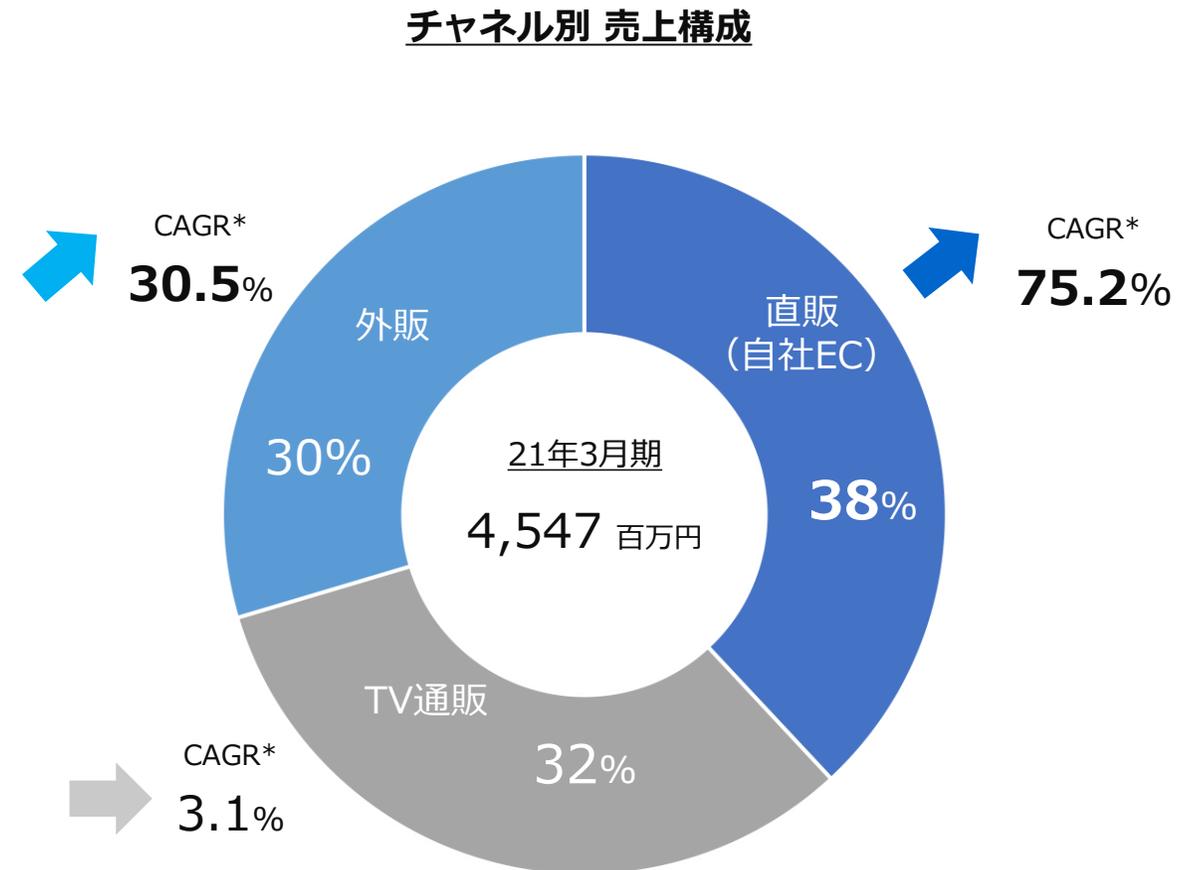
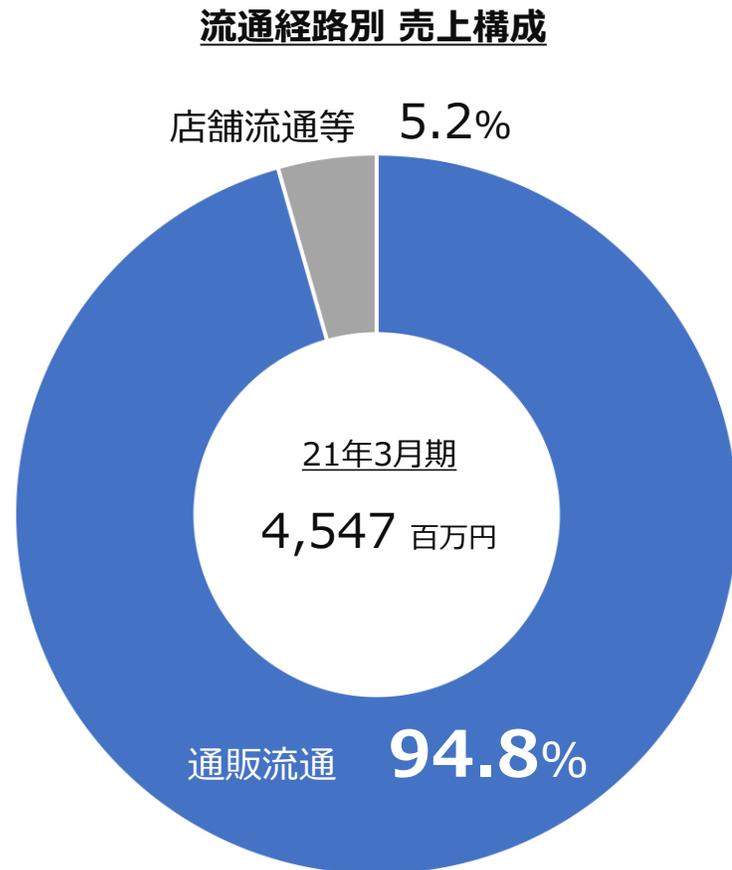
- 独自開発の**卵殻膜原料**を配合した化粧品・サプリメントに**特化**して商品を開発
- **TV通販、外販、直販(自社EC)** の3つの経路で、**主に女性消費者向け**に商品を販売



* D2C : Direct To Consumerの略語で、主にインターネットを通じた顧客との直接取引による販売形態と定義

売上構成（チャネル・流通経路別）

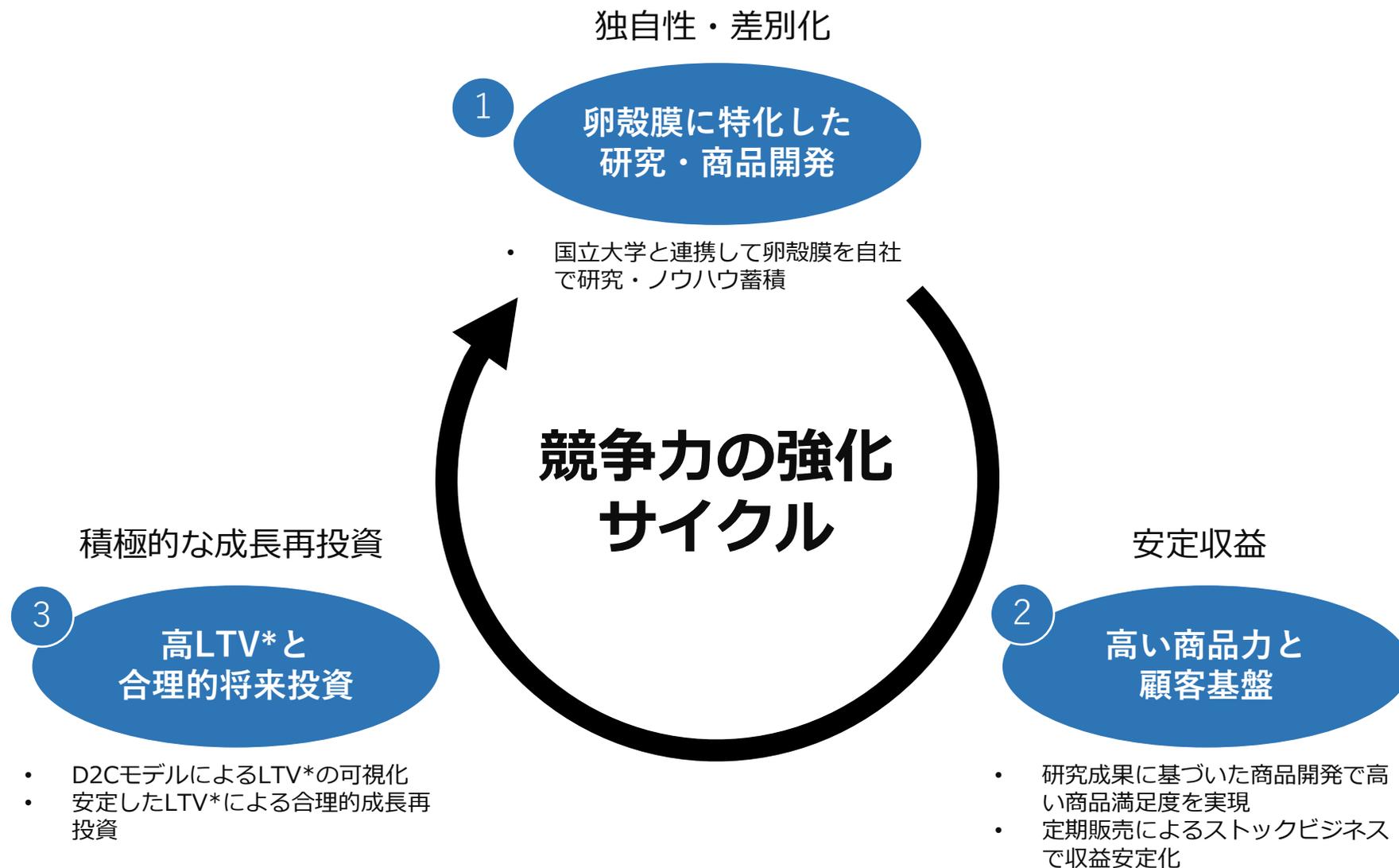
- 売上の**94.8%**を**通信販売**が占めている
- 様々な通販経路のうち、特に**直販チャネル**の**育成**に**注力**しており、ここが近年の成長を牽引している



* CAGR：2017年3月期～2021年3月期までの5期間の年平均売上成長率を計算

1. 株式会社アルマードの紹介
2. 特徴と強み
3. 事業環境認識
4. 成長可能性と中期経営目標

- 当社の競争力の背景に、**3つの特徴**と各要素の**好循環**がある



* LTV : 顧客生涯価値の略語 (Life Time Value)

- **卵殻膜に特化**した独自の素材研究と商品展開は、他社にはない大きな**独自性・新奇性の源泉**
- 東京大学などとの10年を超える共同研究により、卵殻膜加工の豊富な独自ノウハウを蓄積している

長期的な共同研究と蓄積された豊富な素材応用ノウハウ

海外学術誌に掲載されるハイレベルな卵殻膜の機能性研究

- 2つのチームで10年超にわたり卵殻膜の機能性研究を継続実施

- 東京大学、東京農工大学との研究成果が、著名な**ネイチャーパブリッシンググループの2誌**で**計4回掲載**されている

卵殻膜の**摂取**研究

卵殻膜の**塗布**研究

共同研究機関

共同研究機関

東京大学

(加藤久典教授)

東京農工大学

(跡見順子教授)

主な研究成果

主な研究成果

- 潰瘍性大腸炎の抑制効果
- 腸内フローラの多様化、善玉菌の増加
- 肝臓線維化への効果
- Ⅲ型コラーゲンの産生促進効果

- ヒトの真皮繊維芽細胞の増加効果
- Ⅲ型コラーゲンの産生促進効果
- ヒトの肌の弾力性向上、及び、シワの面積の減少
- 創傷治癒の早期化



当社研究の掲載実績 **2回**

2011年及び2018年に当社研究成果が掲載

当社研究の掲載実績 **2回**

2014年及び2017年に当社研究成果が掲載

- 雑誌「ネイチャー」を出版するネイチャーパブリッシンググループが運営するオープンアクセスの学際的電子ジャーナル
- 雑誌「ネイチャー」を出版するネイチャーパブリッシンググループが運営するオープンアクセスの学際的電子ジャーナル
- 分子、細胞、幹細胞等の生物学、及び、組織工学の分野において権威のあるジャーナル
- 生物学、化学、物理学、地球科学などの自然科学のあらゆる領域を対象としており、科学的に正当で、オリジナルな質の高い研究であることが掲載の基準

2 高い商品力と顧客基盤 – TV通販での当社商品に対する強固な支持

- 品質への強いこだわりをもって独自原料開発と商品設計を行っており、**リピート購買客**が多く、**強い顧客支持**を得ているのが特徴
- この強い顧客支持により、**安定**して**売上・利益**を生み出せている

TV通販チャンネルQVCでの販売実績（例）



全身美容サプリメントTO-II

- 独自原料“超微粉碎&加水分解卵殻膜”配合サプリメント

*1
連続ベストセラー受賞 **30回**
*3
リピーター率 **80%超**



ハリ・弾力を実感ケアOde

- 独自原料“超微粉碎&加水分解卵殻膜”配合サプリメント

*2
連続ベストセラー受賞 **13回**
*3
リピーター率 **80%超**

*1 2003年12月～2019年12月まで連続でQVCより選出・表彰。表彰回数は2015年、2017年、2018年、2019年、2020年が年1回、それ以外は年2回。

*2 2012年6月～2019年12月まで連続でQVCより選出・表彰。表彰回数は2015年、2017年、2018年、2019年、2020年が年1回、それ以外は年2回。

*3 リピーター率：1回のオンエアにおける購入者のうち、過去に同商品の購買実績がある顧客の割合

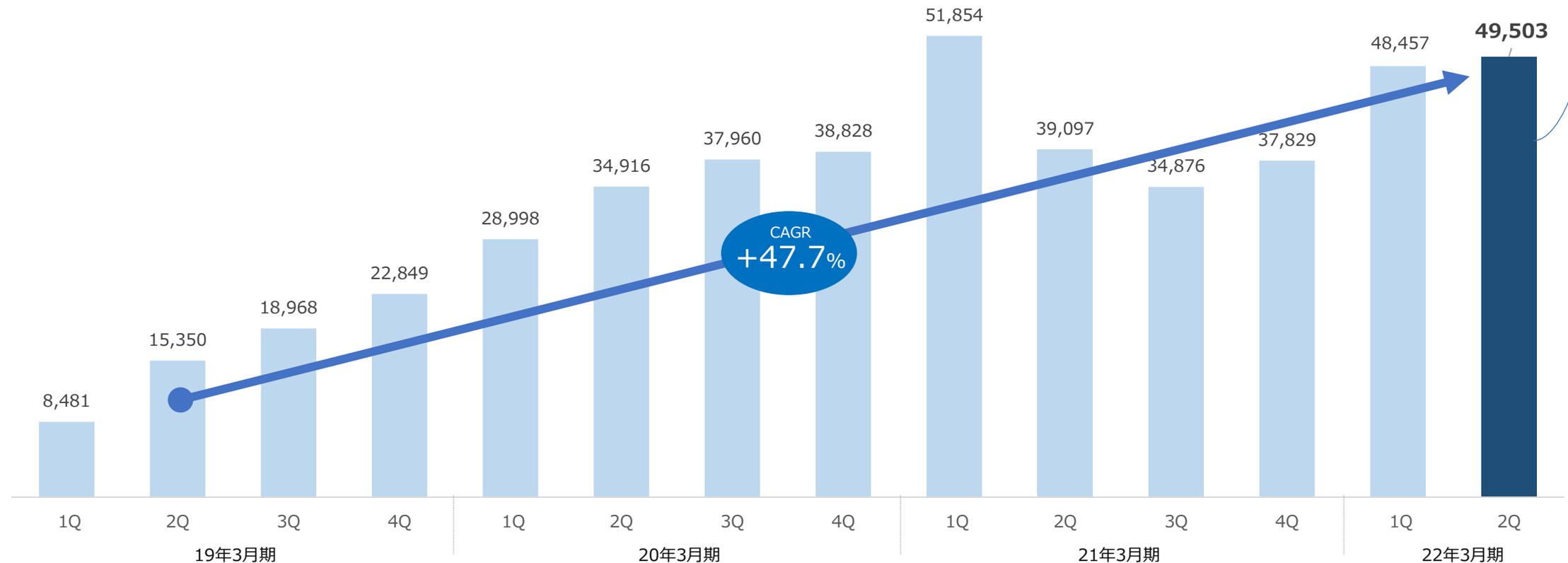
2 高い商品力と顧客基盤 – 直販で展開するストック型ビジネス

- 直販（自社EC）事業では、商品の魅力だけでなく仕組みとしても再購買が発生しやすい**定期販売モデル**を採用
- これにより、より安定した売上・利益が見込める**ストックビジネス**の売上構成が拡大している

(単位：人)

直販 四半期末 定期会員数

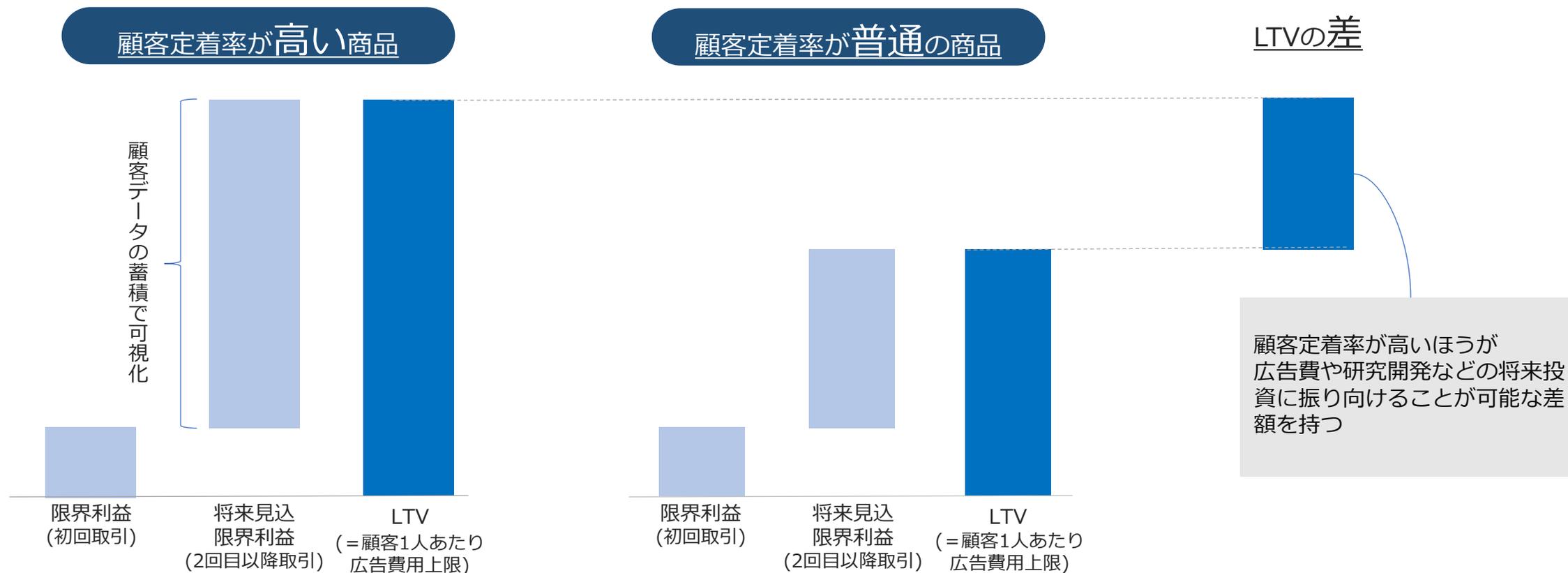
定期的に商品をお届けする会員様の数



3 高LTVと合理的将来投資

- 直販の顧客データの蓄積で可視化されたLTVに基づき、合理的かつ**積極的に**に**広告に投資**
- 当社の顧客定着率の高さは高LTVに直結するため、広告宣伝や研究開発といった将来投資を市場の平均的商品より優位に進めることができる

比較イメージ図



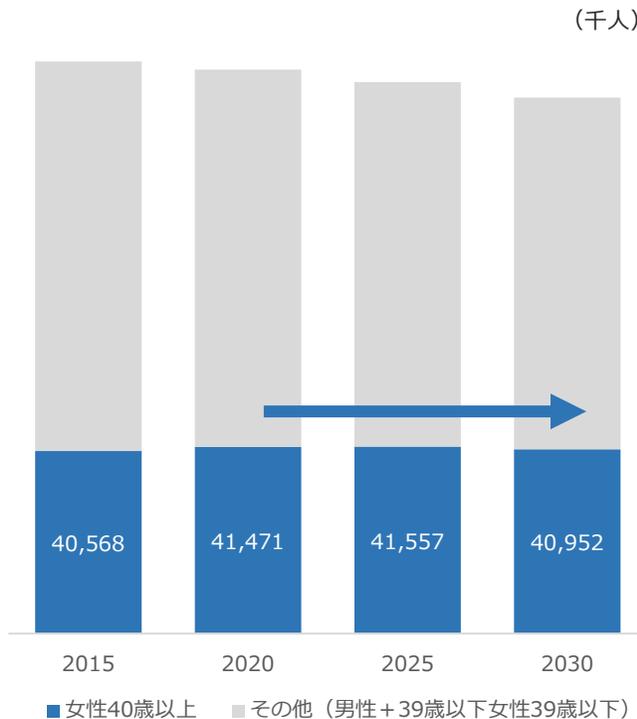
※グラフはイメージであり、特定の企業、市場平均値のデータから算出したものではありません。限界利益は売上高から原価、運送、決済手数料等を控除したものと定義。

1. 株式会社アルマードの紹介
2. 特徴と強み
- 3. 事業環境認識**
4. 成長可能性と中期経営目標

- ターゲットとしているアンチエイジングや健康維持に対するニーズは**今後も底堅く推移**する見通し

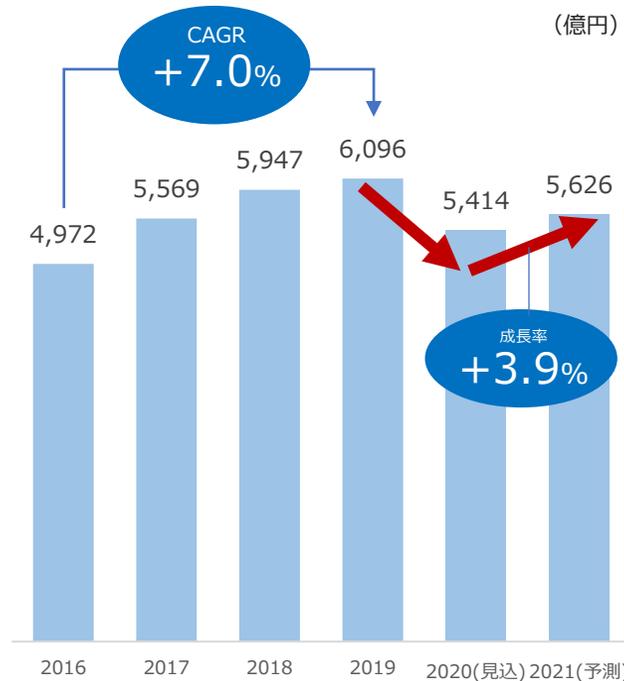
40歳以上女性の人口動態予測

向こう10年は安定推移



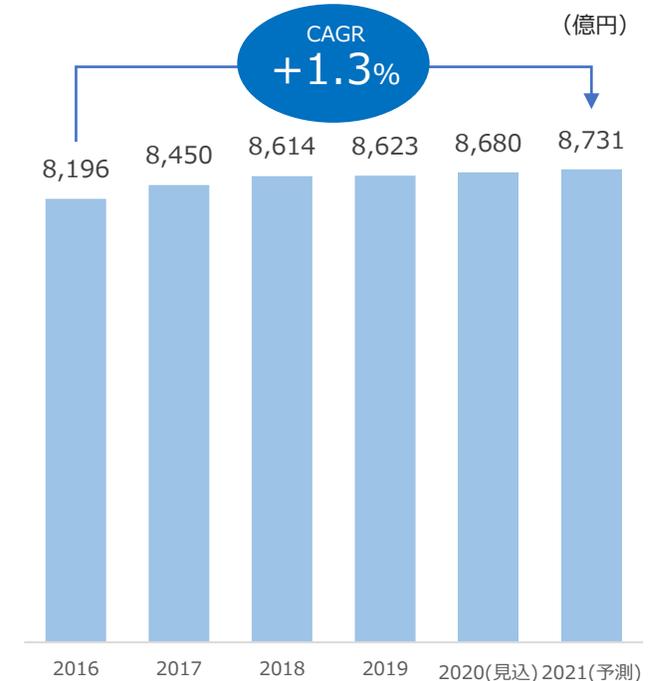
機能性化粧品
アンチエイジングスキンケア市場

コロナを経て再成長の見通し



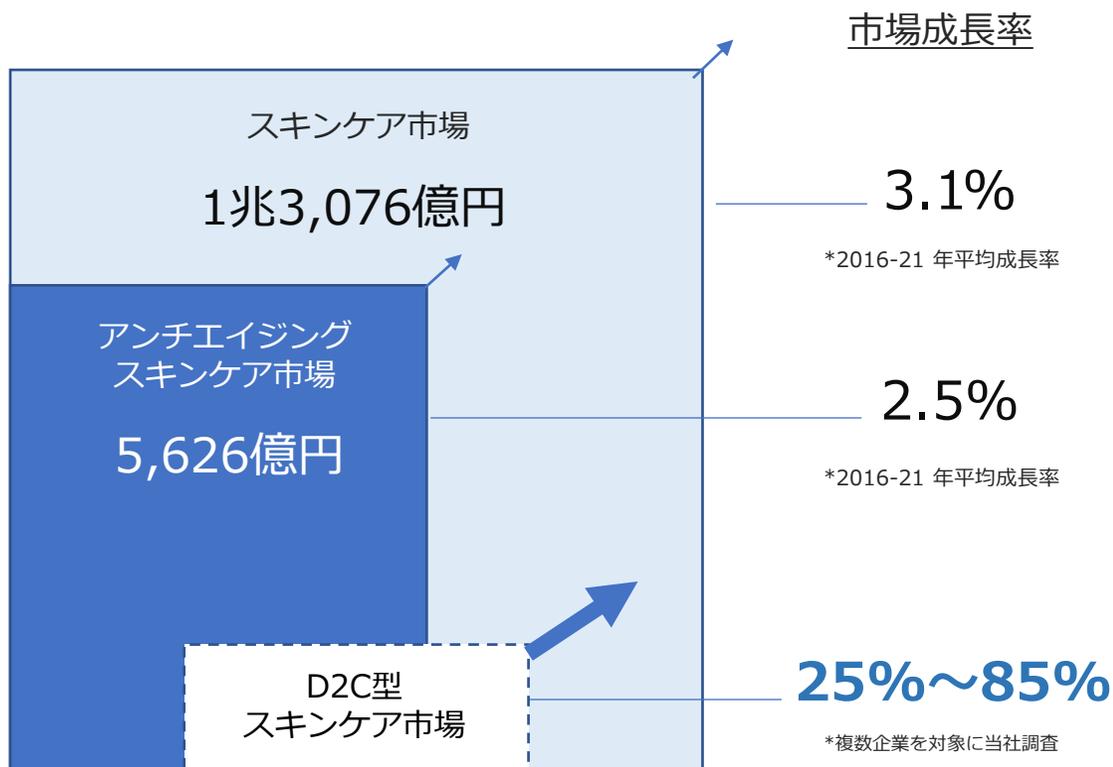
健康食品市場

安定推移



- 安定推移する市場の中で売上成長スピードや規模などで目覚ましい実績を残す**D2C企業**が**台頭**してきている
- 従来の販売方式ではあまり見ることのできない成長速度が特徴

スキンケア化粧品の市場成長率



D2Cモデルを採用する化粧品事業のCAGR

複数年にわたりニケタ超の成長率を示す
D2Cビジネスが台頭している

売上規模	CAGR	対象期間
A社 15→328億円	85%	5年
B社 26→92億円	36%	4年
C社 56→139億円	25%	4年

(出典) 富士経済プレスリリース「機能性化粧品の国内市場を調査」、「スキンケア、フレグランスの国内市場を調査」

(出典) 自社独自調査 (DTCを採用する上場企業の決算説明会資料等、IR情報を元に当社作成)

- 当社の直販事業（**卵殻膜商品のEC**）は**D2Cと親和性**があり、実際に**短期間で大きく事業拡大**しながら会社全体の成長を牽引している

D2Cビジネスと当社直販事業との相性

D2Cビジネス成功要件

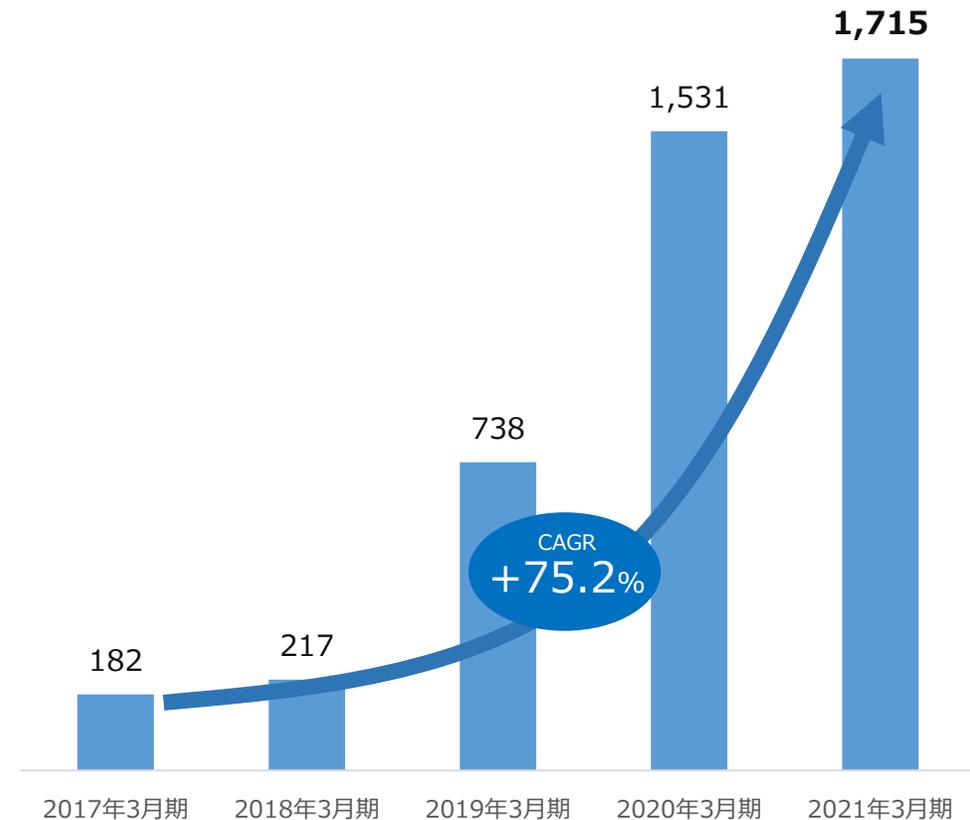
- 新規顧客を効率的に多く集められるか？
- 高いLTVが見込めるか？
- 運転資金（広告費）が十分確保できるか？

当社直販事業

- ✓ 顧客の関心を集める商品の独自性・新奇性
- ✓ 商品力による高リピート率定期購買モデル
- ✓ 直販広告費に卸ビジネスからの収入を割当可

直販事業 売上

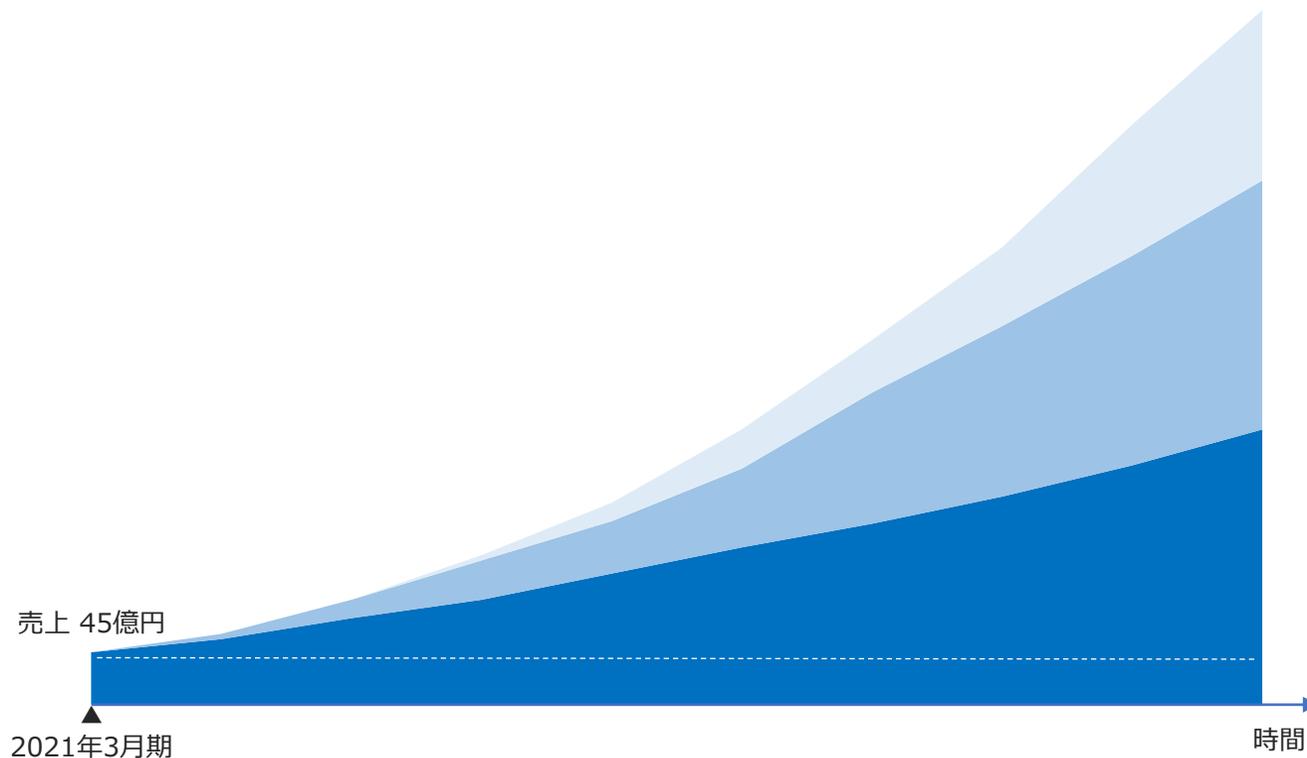
(百万円)



1. 株式会社アルマードの紹介
2. 特徴と強み
3. 事業環境認識
4. 成長可能性と中期経営目標

- 直近の数倍以上の売上水準を視野に、3つの取り組みで成長を図る

中長期の売上拡大イメージ



成長に向けた基本スタンス

- 注力販路は**直販**（浸透力と成長スピード高）
- 売上50億円超の**強い商品**を**複数**

③ 卵殻膜の**新用途・機能性開発**による新たなニーズの開拓

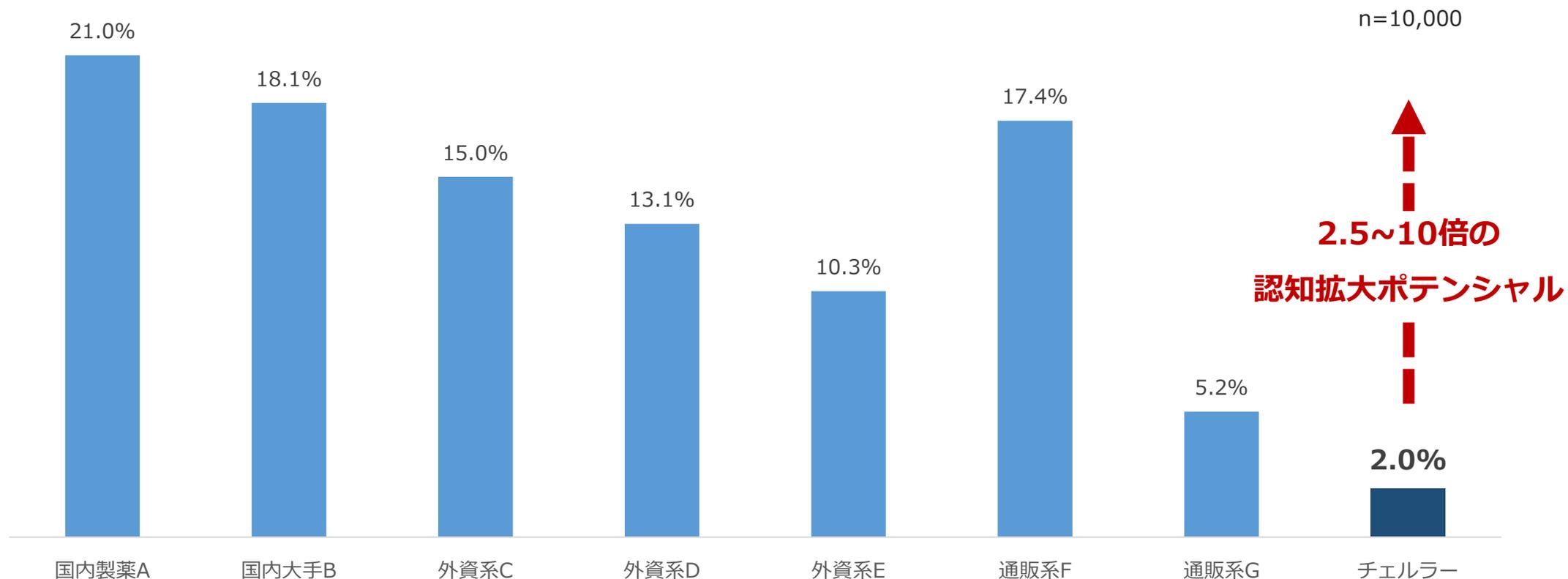
② 直販（自社EC）の**新たな主力商品の育成**

① 直販（自社EC）の**既存主力商品の更なる浸透**

① 直販（自社EC）の既存主力商品の更なる浸透

- 直販で展開している自社ブランド“チェルラー”は**認知率がまだ2%**と他社比で低い水準にあり、他社水準を基準とすると2.5倍～10倍の認知拡大余地がある
- 売上換算で+25億～100億超の**大きな事業成長ポテンシャル**がある

美容液 ブランド認知率



2 直販（自社EC）の新たな主力商品の育成

- **主力商品のEC展開**はまだ途上の段階で、フロント商品化*しているのは1品のみ
- 自社運用により**強化された獲得力を活かして**、第2、第3商品の育成に注力する

成長の源泉

成長の牽引役

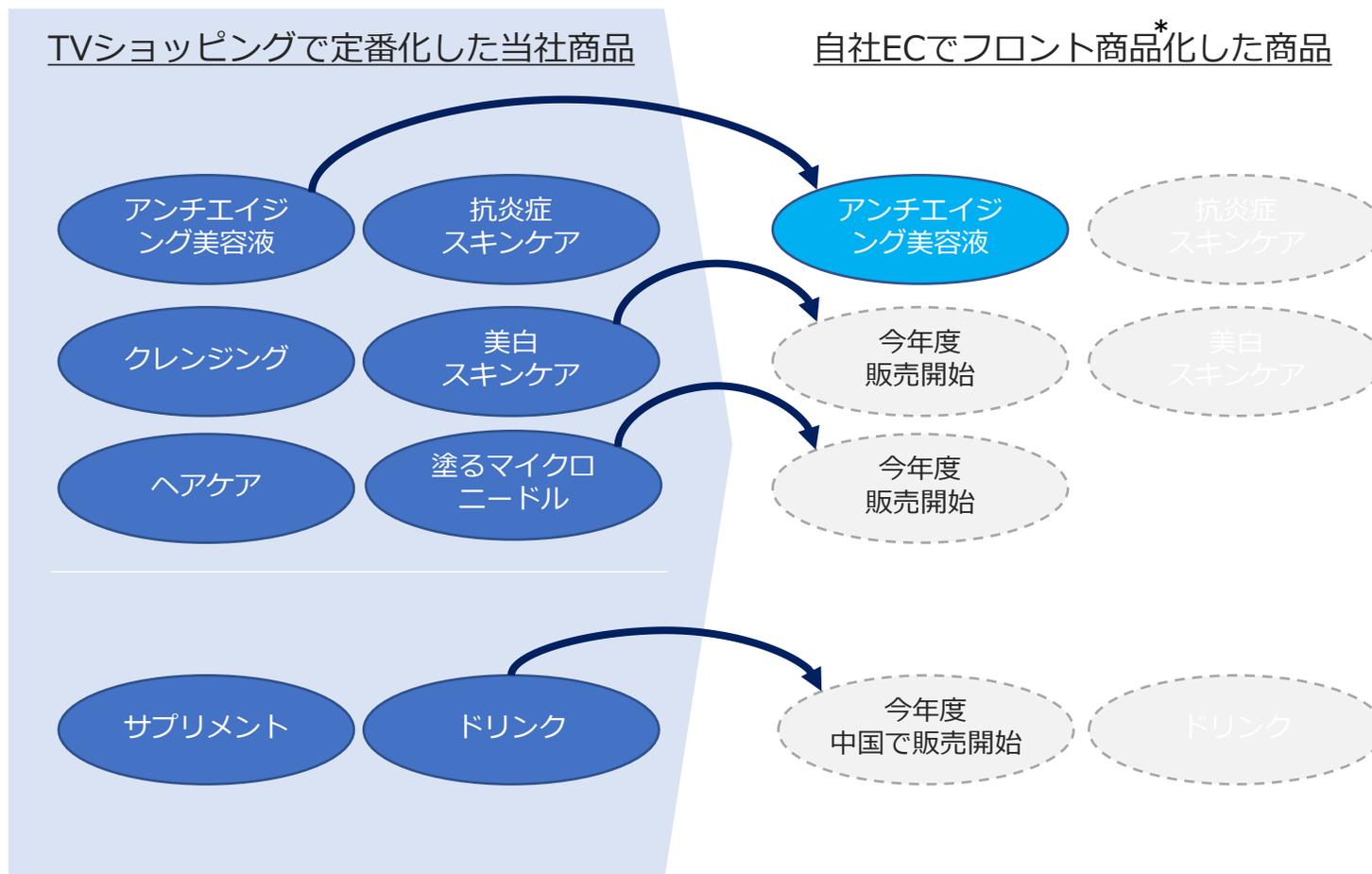
確認された主な研究成果

ビューティ

- Ⅲ型コラーゲンの産生促進効果
- ヒトの真皮繊維芽細胞の増加
- ヒトの肌の弾力性向上、及び、シワの面積の減少
- 皮膚細胞の分化・形成促進、菲薄化（肌痩せ状態）改善
- 創傷治癒の早期化

ヘルスケア

- Ⅲ型コラーゲンの産生促進効果
- 腸内フローラ多様化、善玉菌の増加
- 脂肪燃焼・生活習慣病予防効果
- 肝臓線維化への効果
- 炎症性腸疾患への効果



*フロント商品：ECで新規顧客を獲得するために、広告宣伝を積極的に行う対象の商材

③ 卵殻膜の新用途・機能性開発による新たなニーズの開拓

- 更なる卵殻膜の機能性に関するエビデンスの創造により、既存商品の魅力強化及び**将来の新たなニーズの開拓、主力商品の開発**を目指す

卵殻膜の機能性に関する当社研究テーマの一例



美容・未病改善・健康維持 における **応用範囲の拡大** をはかる

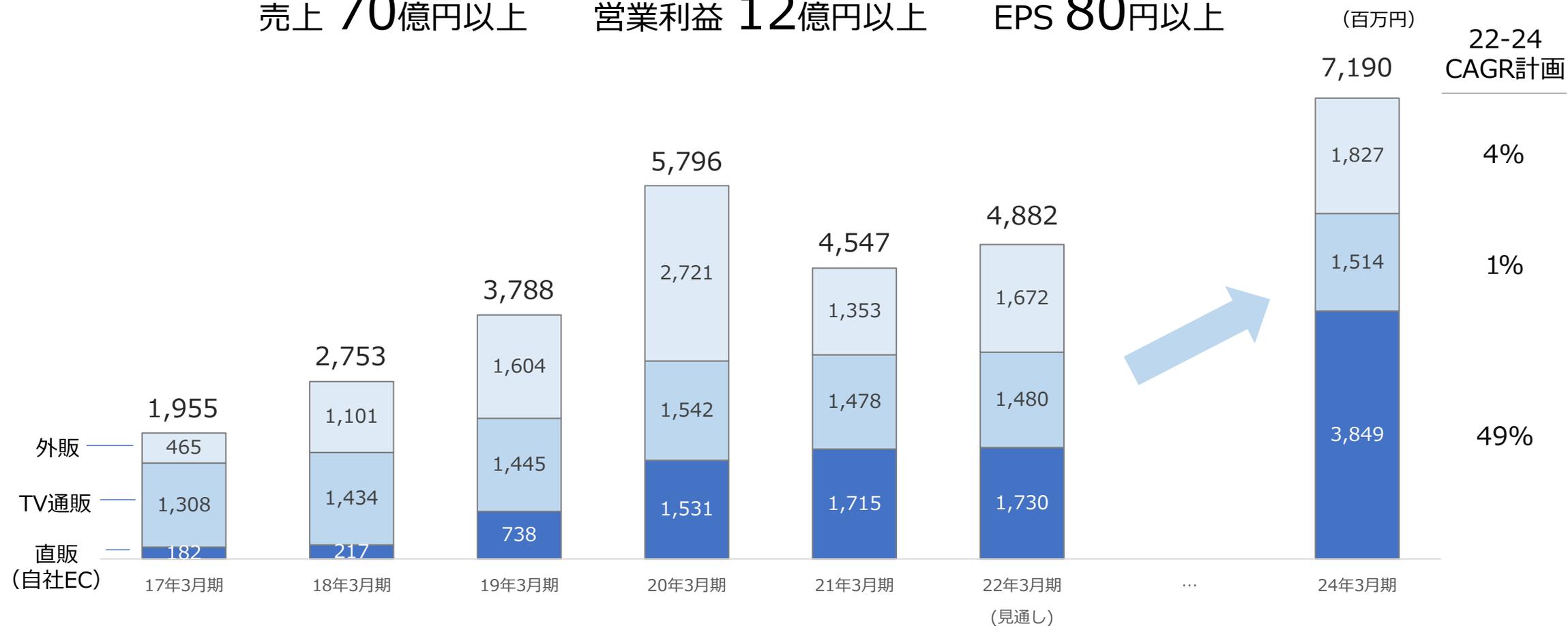
- 直販を成長の柱として、24年3月期に70億円超の水準に到達する事業拡大を計画している

24年3月期 目標

売上 **70**億円以上

営業利益 **12**億円以上

EPS **80**円以上



世界の人々の人生に**健康と美しさ**をもたらす
卵殻膜とバイオテクノロジーで