

**2026年 3月期**  
**第3 四半期決算説明資料**

2026年 2月

株式会社アルマード

## 全社業績

1. 3Q単独業績は、順調な顧客基盤拡大を背景に前年同期比**増収増益**
  - 3Q単独では、売上高：2,865百万円（前年同期比 122%）、営業利益：842百万円（同 143%）
  - 1-3Q累計では、売上面はOEM事業とTV通販事業の不振を直販事業と店舗流通事業がカバーするも、利益面では当該不振2事業の減収に加え、直販事業での広告宣伝費の増加も加わり前年同期比で減益
  - 下期に計画していたOEM事業での年度内受注が減少したことで通期営業利益を下方修正

## 成長 セグメント

2. 直販顧客獲得は**堅調に推移**、店舗流通事業は**順調に拡大**
  - 直販は顧客獲得コストを抑制しながら顧客獲得数も堅調な水準を維持
  - 店舗流通事業は配荷店舗数を大きく拡大し成長継続
  - 機能性表示食品「チエルラー インナーフォース」を本格展開し、成長を更に加速させる

## 他事業 トピック

3. OEM事業とTV通販事業はともに**既存領域・商品**での売上回復が課題
  - OEM事業は既存取引先各社からの年度内納品分の受注が取れず今期の大幅減収が確定
  - TV通販事業は年末恒例の2つの大型番組が予算未達成となり既存主力商材の建て直しが急務に
  - 通期利益計画が減益見通しとなったことで配当予想を65円から40円に減額修正

## 全社業績

## 成長 セグメント

## 他事業 トピック

1. 3Q単独業績は、順調な顧客基盤拡大を背景に前年同期比**増収増益**
  - 3Q単独では、売上高：2,865百万円（前年同期比 122%）、営業利益：842百万円（同 143%）
  - 1-3Q累計では、売上面はOEM事業とTV通販事業の不振を直販事業と店舗流通事業がカバーするも、利益面では当該不振2事業の減収に加え、直販事業での広告宣伝費の増加も加わり前年同期比で減益
  - 下期に計画していたOEM事業での年度内受注が減少したことで通期営業利益を下方修正
2. 直販顧客獲得は**堅調に推移**、店舗流通事業は**順調に拡大**
  - 直販は顧客獲得コストを抑制しながら顧客獲得数も堅調な水準を維持
  - 店舗流通事業は配荷店舗数を大きく拡大し成長継続
  - 機能性表示食品「チェルラー インナーフォース」を本格展開し、成長を更に加速させる
3. OEM事業とTV通販事業はともに**既存領域・商品**での売上回復が課題
  - OEM事業は既存取引先各社からの年度内納品分の受注が取れず今期の大幅減収が確定
  - TV通販事業は年末恒例の2つの大型番組が予算未達成となり既存主力商材の建て直しが急務に
  - 通期利益計画が減益見通しとなったことで配当予想を65円から40円に減額修正

## 全社業績：業績サマリー

△ALMADO

- 1Q-3Q累計では前年同期比で**増収減益**の着地
- 売上面は、直販の定期便販売及びECモール販売および店舗流通事業が好調に推移したことで前年同期比で増収
- 利益面は、直販の新規獲得数増加に伴う広告宣伝費の増加およびTV通販の不振により前年同期比で減益

(単位:百万円)

項目	3Q		前年同期比		1Q-3Q累計		前年同期比	
	前期	当期	差異	増減率	前期	当期	差異	増減率
売上高	2,350	2,865	514	122%	6,425	8,127	1,701	126%
売上総利益	1,677	2,136	459	127%	4,521	6,074	1,552	134%
販管費	1,090	1,293	203	119%	4,091	5,924	1,832	145%
営業利益	586	842	255	143%	429	149	-279	35%
当期利益 (税後)	410	588	177	143%	299	110	-189	37%

(単位:円)

EPS	44.6	63.6	19.0	143%	32.4	11.9	-20.5	37%
-----	------	------	------	------	------	------	-------	-----

## 全社業績 : 3Q単独の概況 (全社及び販路別)

- 3Q単独の全体概況は、前年同期比で**増収増益の着地**
- 直販は定期便会員数が好調に推移したことに加えECモール販売が好調だったことにより前年同期比で**大幅増収**
- TV通販は12月の大型番組の予算未達の影響し前年同期比で**減収**
- 外販はOEM事業不振も、バラエティショップ販売等の店舗流通事業好調により前年同期と**ほぼ同水準**
- 営業利益はTV通販やOEM事業の不振はあったが、直販好調の影響により前年同期比で**増益**

項目	3Q		前年同期比 (増減率)	3Q単独の計画進捗
	前期	当期		
全社売上 ( a+b+c )	2,350	2,865	122%	計画をやや下回る
a. 直販 売上	1,371	1,964	143%	定期便及びECモール販売好調により計画を上回る
b. TV通販 売上	462	370	80%	大型番組の予算未達等により計画を下回る
c. 外販 売上	516	529	103%	OEM事業不振により計画を下回る
営業利益	586	842	143%	外販・TV通販不調も直販好調により全体で計画をやや上回る

(単位:百万円)

## 全社業績：通期計画の進捗状況（全社及び販路別）

△ALMADO

- 通期計画に対する3Qまでの進捗は、**売上は計画をやや上回り、利益は計画を下回る**
- 売上は、TV通販と外販が計画を下回るも、直販が計画を大きく上回り、全体として計画をやや上回る着地となった
- 利益は、TV通販と外販が計画を下回り、直販も広告宣伝費が増加したため、全体として計画を下回る着地となった

(単位:百万円)

項目	26年3月期		進捗率	
	1Q-3Q累計	通期計画		
全社売上 ( a+b+c )	8,127	10,000	81.3%	計画をやや上回る
a. 直販 売上	5,878	6,180	95.1%	計画を大きく上回る
b. TV通販 売上	771	1,350	57.1%	計画を下回る
c. 外販 売上	1,477	2,470	59.8%	計画を下回る
営業利益	149	1,050	14.2%	計画を下回る

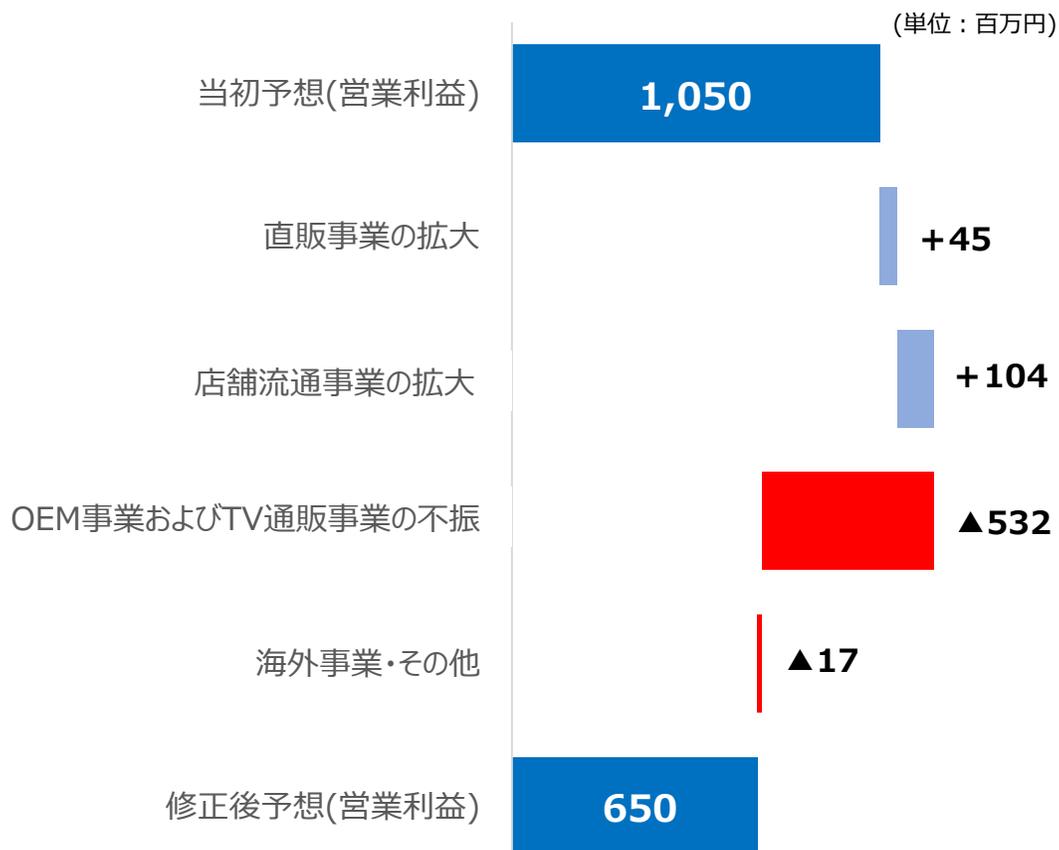
## 全社業績：通期業績予想の修正

- 3Q終了時点で、年間着地見込が当初計画から乖離する可能性が高まったため、**通期業績予想を修正**
- 売上高**は、直販の新規顧客獲得が計画以上に順調に推移したことに伴い、**やや上方に修正**
- 利益**は、外販OEM事業において下期に計画していた受注が減少したこと、およびTV通販の不調に伴い**下方に修正**

項目	26.3期 通期業績 予想		修正の程度	
	修正前	修正後	増減額	増減率
売上高	10,000	<b>10,100</b>	+100	+1%
売上総利益	6,970	<b>7,530</b>	+560	+8%
営業利益	1,050	<b>650</b>	-400	-38%
当期利益（税後）	720	<b>452</b>	-268	-37%
(単位:百万円)				
EPS	77.7	<b>48.9</b>	-28.8	-37%
(単位:円)				

- 営業利益の下方修正の主な要因は、**OEM事業およびTV通販事業での売上未達に伴う利益減少**
- 直販事業や店舗流通事業は順調に拡大するも、上述のマイナス分を補いきることができなかった

## 当初予想と修正後予想の差異（営業利益ベース）



## 差異発生要因

### 【プラス差異】

#### 直販事業の拡大

- 3Q末時点における新規顧客獲得数が計画を上回った（計画比132%）ことにより売上高が大幅増加も、伴って広告宣伝費も増加したため増益幅は抑えられ、営業利益ベースで計画比+45百万円の増益見通し

#### 店舗流通事業の拡大

- チェルラーブランドの配荷店舗数が大幅に拡大、加えてノムラボプロテインの初回配荷も順調に進み営業利益ベースで計画比+104百万円の増益見通し

### 【マイナス差異】

#### OEM事業およびTV通販事業の不振

- OEM事業は、既存取引先の事業環境悪化が継続していることを背景に、当初想定していた規模の受注が入らず、大幅な計画未達となる見通し
- TV通販事業は、諸物価上昇による視聴層の購買率低下やリピート顧客減少を背景に、大型・中型番組の予算未達が相次いだことで、計画未達となる見通し
- OEMとTV通販事業あわせて営業利益ベースで計画比▲532百万円の減益見通し

全社業績

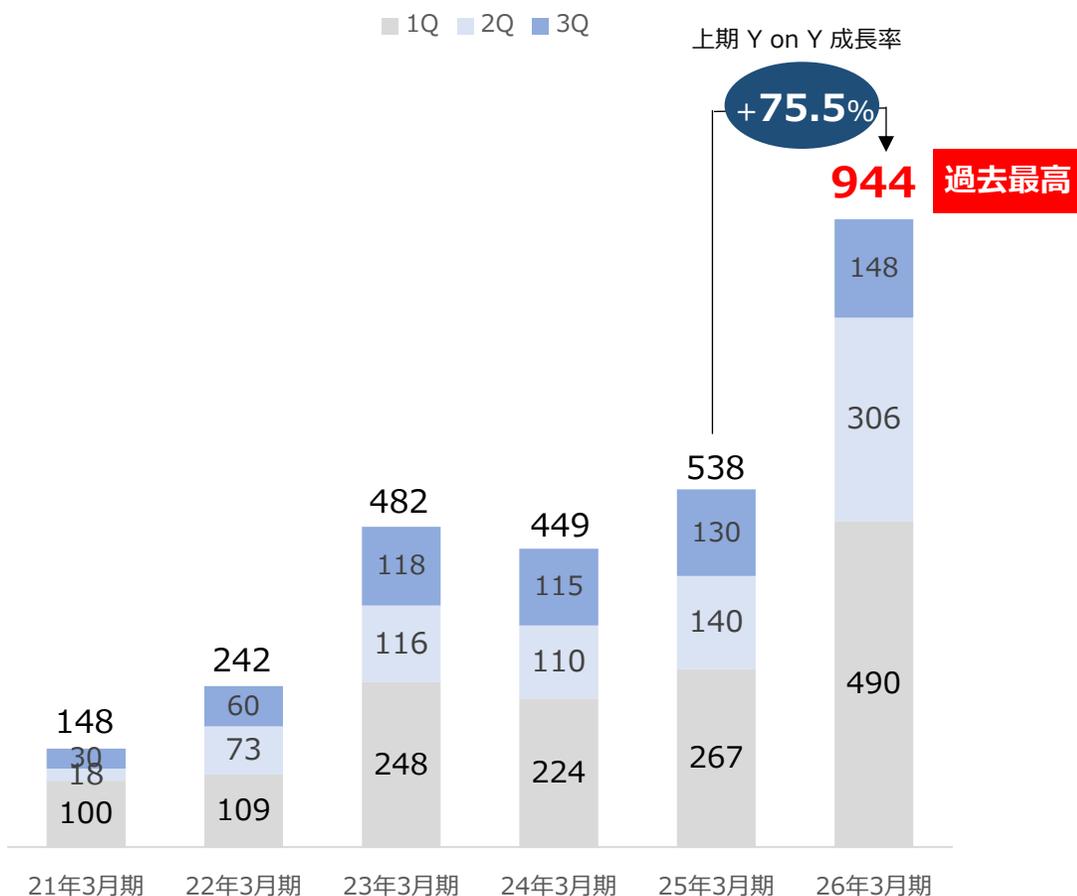
成長  
セグメント

他事業  
トピック

1. 3Q単独業績は、順調な顧客基盤拡大を背景に前年同期比**増収増益**
  - 3Q単独では、売上高：2,865百万円（前年同期比 122%）、営業利益：842百万円（同 143%）
  - 1-3Q累計では、売上面はOEM事業とTV通販事業の不振を直販事業と店舗流通事業がカバーするも、利益面では当該不振2事業の減収に加え、直販事業での広告宣伝費の増加も加わり前年同期比で減益
  - 下期に計画していたOEM事業での年度内受注が減少したことで通期営業利益を下方修正
2. 直販顧客獲得は**堅調に推移**、店舗流通事業は**順調に拡大**
  - 直販は顧客獲得コストを抑制しながら顧客獲得数も堅調な水準を維持
  - 店舗流通事業は配荷店舗数を大きく拡大し成長継続
  - 機能性表示食品「チエルラー インナーフォース」を本格展開し、成長を更に加速させる
3. OEM事業とTV通販事業はともに**既存領域・商品**での売上回復が課題
  - OEM事業は既存取引先各社からの年度内納品分の受注が取れず今期の大幅減収が確定
  - TV通販事業は年末恒例の2つの大型番組が予算未達成となり既存主力商材の建て直しが急務に
  - 通期利益計画が減益見通しとなったことで配当予想を65円から40円に減額修正

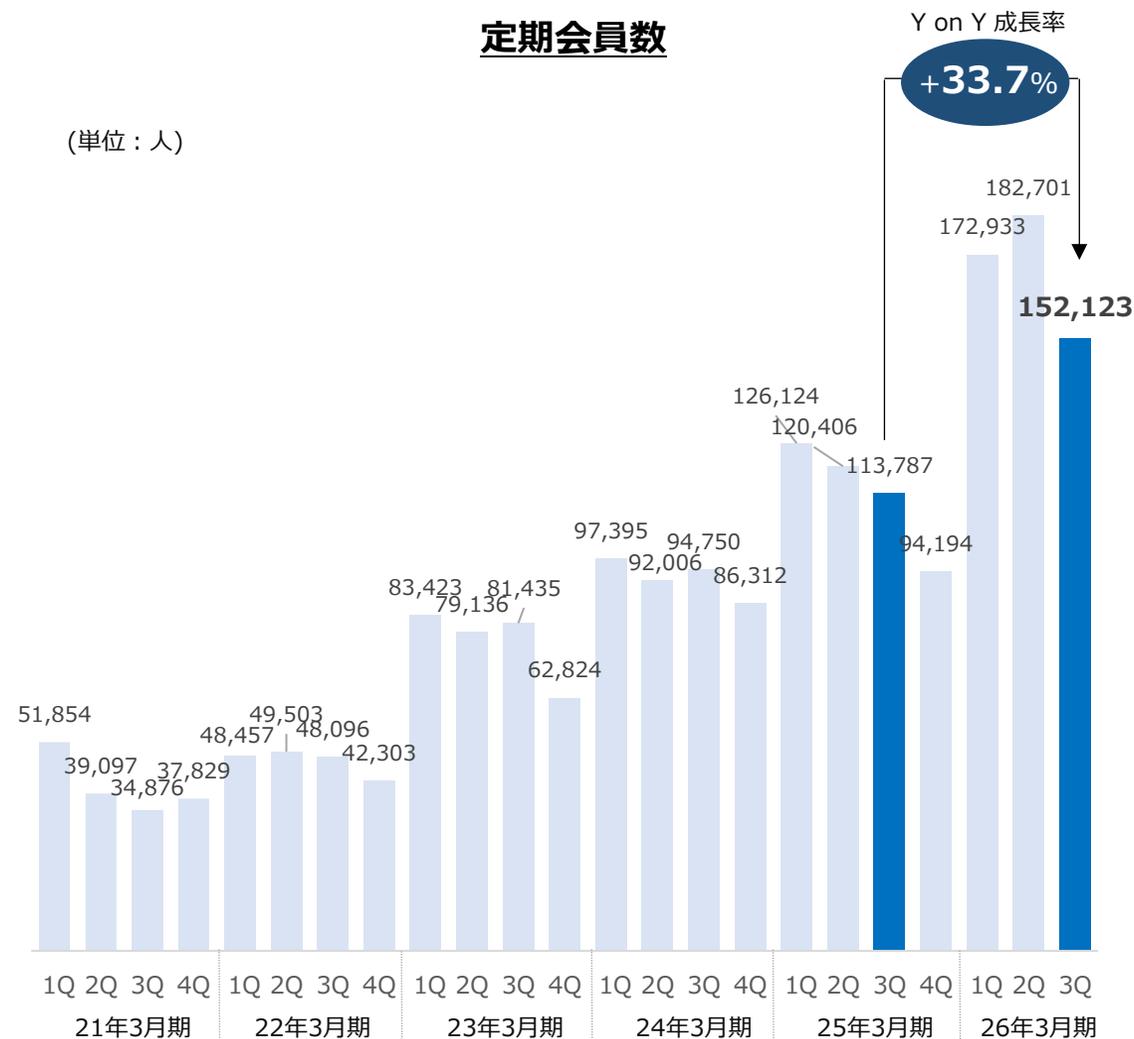
- 3Qの新規顧客獲得は、CPA重視の獲得方針に切り替えたが、3Q単独・1Q-3Q累計とも**過去最高を更新**
- 定期会員数は前年同期比で+33.7%と増加し、**収益獲得基盤は前年比で堅調に拡大**

### 新規獲得数（指数\*）

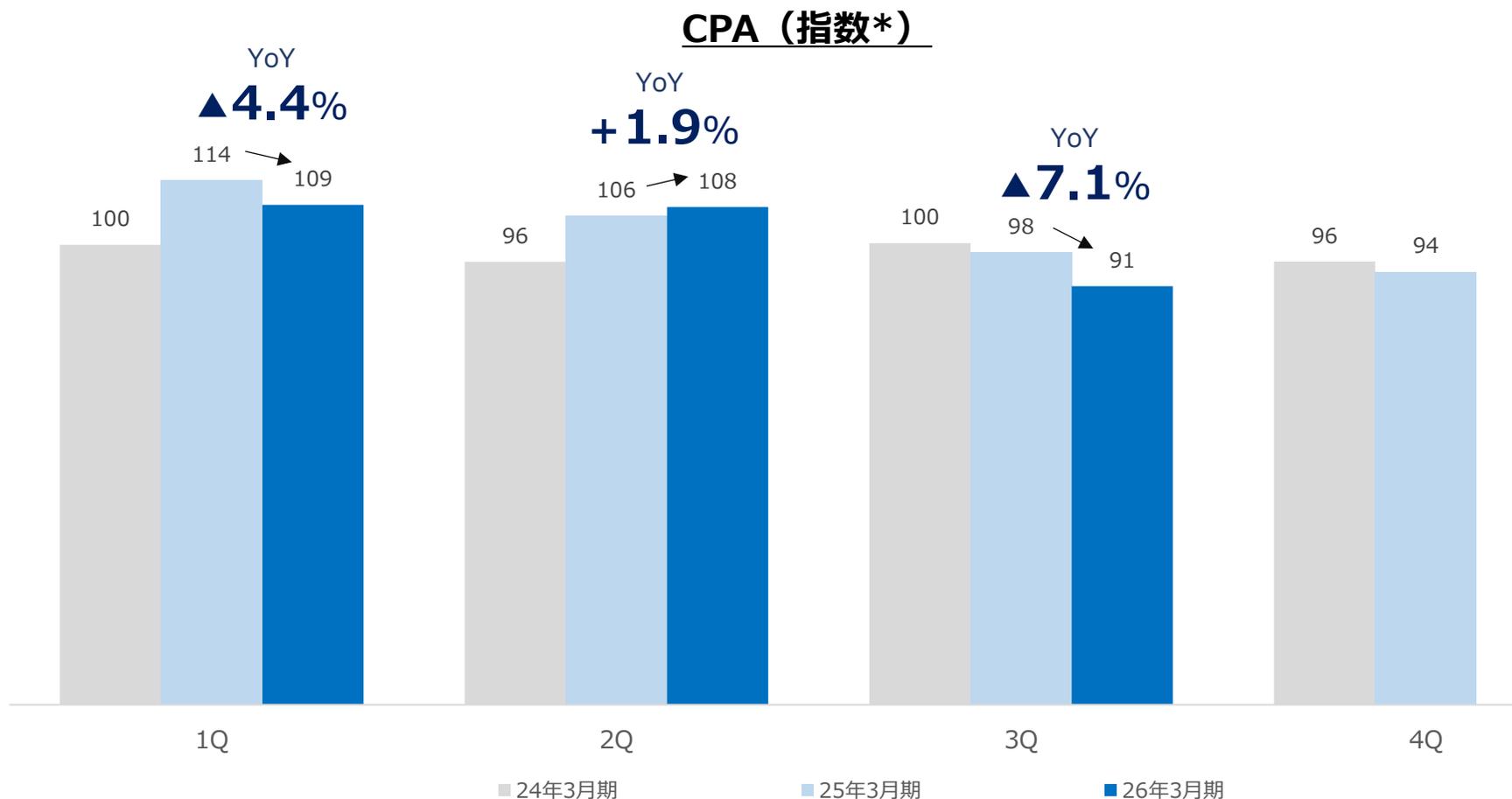


\*指数：20年3月期1Qの新規顧客獲得数を100とした時の相対値

### 定期会員数



- 3QのCPA\*は前年同期比で**7.1%の抑制**、今期2Q比で**15%の抑制に成功**
- CPA抑制は、例年の3Qの獲得方針変更（CPAを重視した獲得戦略に切り替え）に因るものだが、抑制成功の背景には、  
①**人的リソースの拡充**が順調に進展、②Web広告運用に関する**再現性のあるマネジメント**の実践、がある

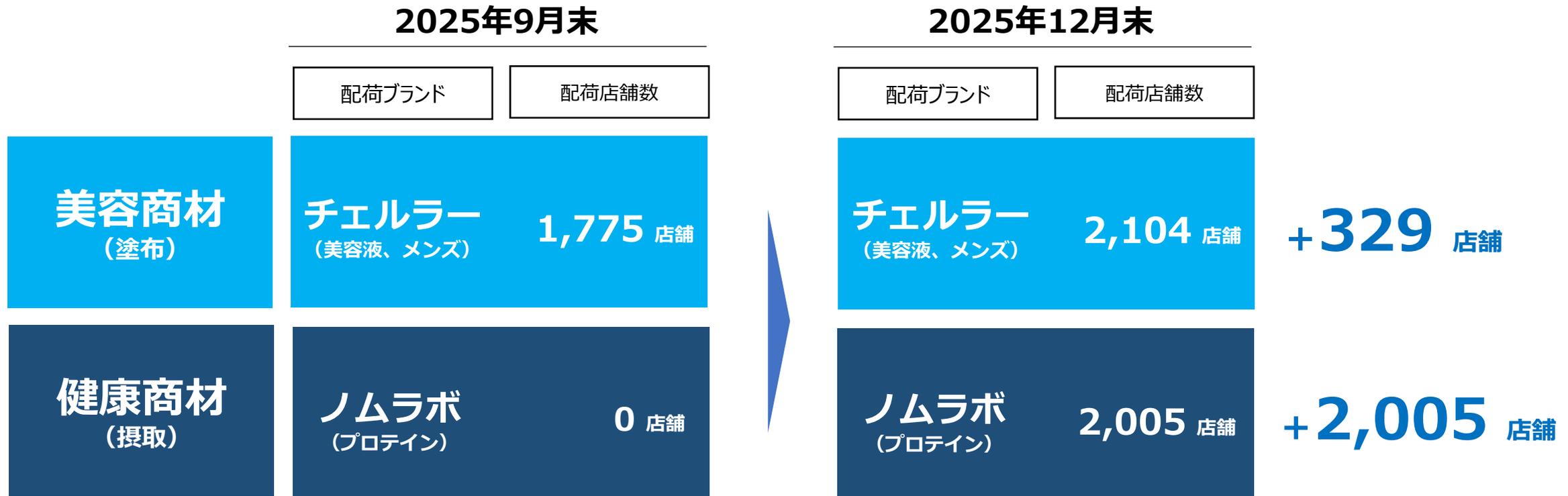


\*CPA：一人当たり顧客獲得費用

\*指数：24年3月期1QのCPAを100とした時の相対値

- 店舗流通事業（卸売経由取引）は利益率が高く、今後の収益基盤強化のための重点セグメントと位置付けている
- 当3Qでは美容商材・健康商材とも**配荷店舗数が大きく増加**、今後も商材を増やしつつ配荷店舗数拡大予定

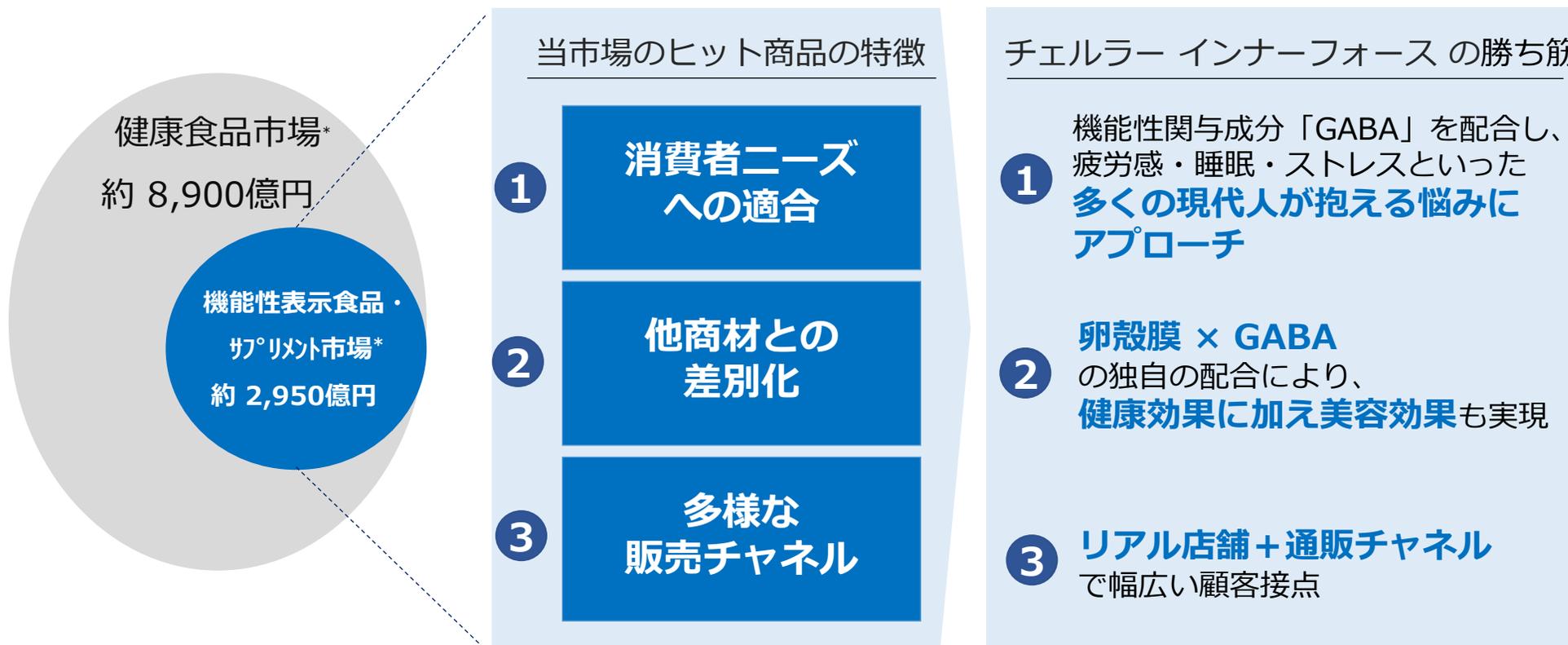
**卸売経由取引（ドラッグストア・バラエティショップ）の配荷店舗数※推移**



※配荷店舗数：美容商材と健康商材では一部店舗が重複してカウントされています

## 成長セグメント：店舗流通事業の状況②

- 機能性表示食品「チェルラー インナーフォース」の本格展開を開始
- 実店舗への配荷計画が順調に進捗、加えて自社ECサイト販売にも今後注力することで、加速度的な成長を目指す



\* 出典 矢野経済研究所「健康食品市場に関する調査を実施（2025年）」（2025年3月28日）

全社業績

1. 3Q単独業績は、順調な顧客基盤拡大を背景に前年同期比**増収増益**
  - 3Q単独では、売上高：2,865百万円（前年同期比 122%）、営業利益：842百万円（同 143%）
  - 1-3Q累計では、売上面はOEM事業とTV通販事業の不振を直販事業と店舗流通事業がカバーするも、利益面では当該不振2事業の減収に加え、直販事業での広告宣伝費の増加も加わり前年同期比で減益
  - 下期に計画していたOEM事業での年度内受注が減少したことで通期営業利益を下方修正

成長  
セグメント

2. 直販顧客獲得は**堅調に推移**、店舗流通事業は**順調に拡大**
  - 直販は顧客獲得コストを抑制しながら顧客獲得数も堅調な水準を維持
  - 店舗流通事業は配荷店舗数を大きく拡大し成長継続
  - 機能性表示食品「チエルラー インナーフォース」を本格展開し、成長を更に加速させる

他事業  
トピック

3. OEM事業とTV通販事業はともに**既存領域・商品**での売上回復が課題
  - OEM事業は既存取引先各社からの年度内納品分の受注が取れず今期の大幅減収が確定
  - TV通販事業は年末恒例の2つの大型番組が予算未達成となり既存主力商材の建て直しが急務に
  - 通期利益計画が減益見通しとなったことで配当予想を65円から40円に減額修正

- 3Qは既存取引先からの今年度納品分の受注獲得に注力したものの受注獲得に至らず、今年度の当社OEM事業は計画対比で大幅な計画未達となることが確定的になる
- 一方新規取引先の開拓は概ね計画通り進捗しておりこの2年間での新規開拓先は計5社に拡大
- 化粧品事業環境の悪化継続に加え、新規先の初回受注商材の8割が健康食品商材ということもあり、今後OEM事業におけるメイン提案商材は既存・新規問わず健康食品系商材提案に軸足を移すことに

3  
Q  
ま  
で  
の  
状  
況

今  
後  
の  
展  
望

### 既存取引先の足元状況と今後の展望 ※当社見立て

#### 通販系化粧品各社の事業環境悪化で納品時期・量に狂い

- 通販系化粧品各社を取り巻く事業環境の悪化が長期化しており、各社とも販売に苦戦中で当社提供商品の在庫消化が進まない状況
- 予定通りの時期に納品できた商品も当初計画していた数量よりも大幅に数量減で受注する状況



#### 既存取引先の売上回復に向け新商品提案を加速

- 通販系化粧品各社の事業環境悪化は今後も継続する見通しの中、厳しい事業環境でも消費者に選択してもらえる差別化された新商品の提案に加えインナービューティーを訴求する美容系健康食品の新商品提案も拡充させ受注回復につなげる



### 新規開拓の足元状況と今後の展望

#### 3Qは新規開拓先1社への納品が完了し新規先は計5社に

- 3Qに新規取引先への納品が完了し、2024年～2025年の2年間で開拓した新規取引先は合計5社に拡大
- 上記5社のうち4社からの初回受注はいずれも卵殻膜サプリの受注



#### 健康食品系提案メニューを拡充して新規開拓に注力

- 新規取引先の開拓は通販系化粧品企業以外のターゲットに対して健康食品系商品を武器に開拓を加速
- 上記5社の新規開拓先からのリピートオーダー受注に向けて営業活動を強化



- 3Qの第1象限では例年実施される2つの大型番組がいずれも予算未達成に終わり、今後は既存市場である大手TVショッピング番組において既存主力ブランドの立て直しを最優先課題としてリソースを投下予定
- 一方、第4象限では来期1Qを目途に民放キー局のTVショッピング番組での当社新ブランド商品のOAが内定しており、上記第1象限の挽回施策が結実するまでの間は、第2～第4象限での取り組みによる売上の積み上げを粘り強く継続展開

※OA：オンエア（＝番組放映）

### 【3Q概況】 評価：×

例年12月に予定される2つの大型番組はいずれも予算達成ならず  
 要因は上期同様に当社商品の相対的な魅力の低下や諸物価上昇による視聴層の購買率低下、当社web系ブランドとのカニバリ等々に加え番組編成における交渉力の低下が挙げられる

### 【今後の対策】

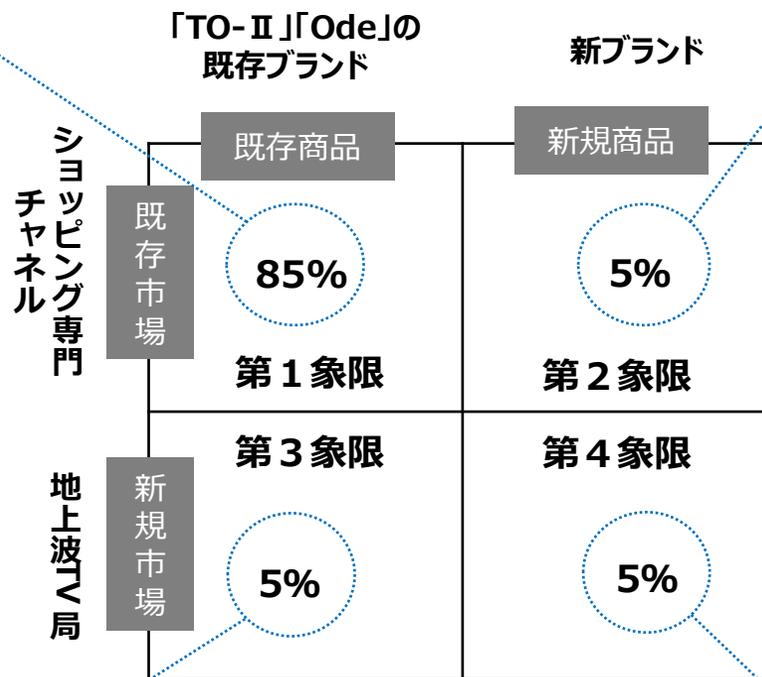
- ①OA内容・事前販促準備・当日演出の精度向上
- ②TV局上層部への営業強化で番組編成を改善
- ③視聴者数拡大に向けたプロモーション施策の導入

### 【3Q概況】 評価：×

関西テレビのTVショッピング番組でOdeクレンジングの番組収録実施（2/13オンエア用）

### 【今後の対策】

- ①大手民放での放映の実現
- ②番組ゲストの育成強化



※点線円内数値は売上計画上の構成比

### 【3Q概況】 評価：▲

上期に上市した「ODE MODE」2商材はいずれも初戦こそ予算を大幅にクリアしたものの3Qに実施された3回のOAはいずれも予算未達成に終わり、中型番組へのステップアップのトライは4Q以降に持ち越しになる

### 【今後の対策】

- ①「ODE MODE」2商材については引き続き番組サイズのステップアップを目指すべくOA内容の抜本的見直しを断行
- ②ノムラボプロテインのOA獲得に向け商談継続

### 【3Q概況】 評価：▲

11/21 関西テレビで「ODE MODE」の新商品「クッションファンデーション」がOAされる  
 ※再放送も決定し1月に実施済み

### 【今後の対策】

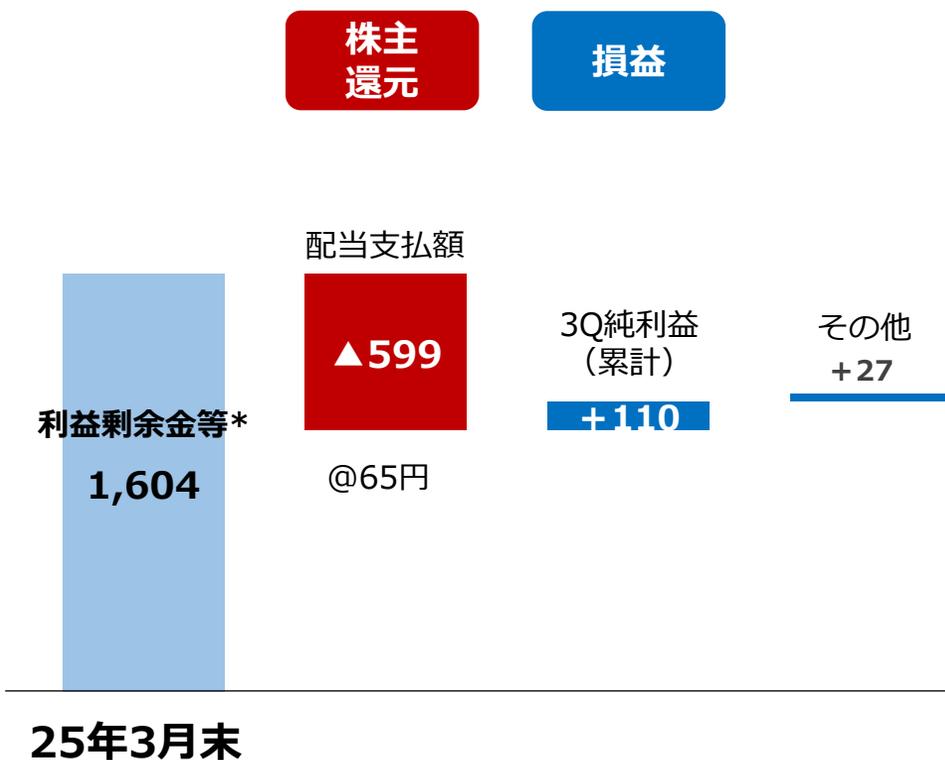
- ①関西テレビ以外での「ODE MODE」OAの実現に向け各局と商談継続
- ②ノムラボプロテインのOAについても各局と商談継続

## その他トピック：資本政策

- 当期利益が計画比減少、それに伴い配当原資も計画比減少
- 1株当たり65円の配当予想を**40円に修正**

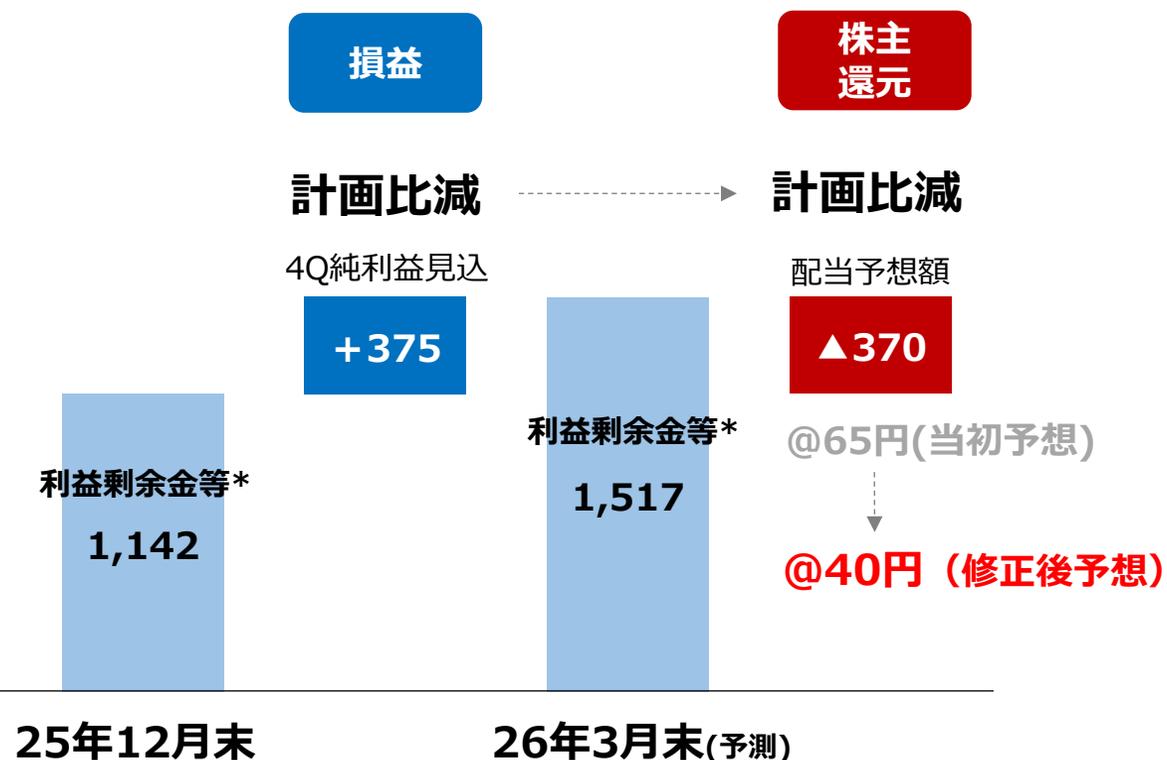
### 当3Qまでの資本推移

(単位：百万円)



### 当4Q以降の資本推移予測

(単位：百万円)



\* 利益剰余金等：繰越利益剰余金から自己株式の帳簿価額を控除した数値

## Appendix

(単位：百万円)

	3Q		前年同期比		1Q-3Q累計		前年同期比	
	前期	当期	差異	増減率	前期	当期	差異	増減率
売上高	2,350	2,865	514	122%	6,425	8,127	1,701	126%
売上原価	673	729	55	108%	1,903	2,052	149	108%
売上総利益	1,677	2,136	459	127%	4,521	6,074	1,552	134%
販売費及び一般管理費	1,090	1,293	203	119%	4,091	5,924	1,832	145%
人件費	177	231	54	131%	511	644	132	126%
販促費	566	605	39	107%	2,486	3,861	1,375	155%
物流費	159	209	50	131%	528	670	141	127%
営業利益	586	842	255	143%	429	149	-279	35%
経常利益	592	848	255	143%	433	159	-273	37%
当期純利益	410	588	177	143%	299	110	-189	37%
1株当たり当期純利益（円）	44.6	63.6	19.0	143%	32.4	11.9	-20.5	37%

# 貸借対照表

(単位：百万円)

	2025年3月末	2025年12月末	差異	増減率
流動資産	4,429	4,928	498	111.3%
現金及び預金	1,570	1,483	-86	94.5%
固定資産	292	258	-33	88.4%
総資産	4,721	5,186	464	109.8%
負債合計	2,847	3,775	928	132.6%
流動負債	2,789	3,708	918	132.9%
固定負債	58	67	9	116.2%
純資産（株主資本）	1,873	1,410	-463	75.3%
流動比率	158.8%	132.9%	-25.9pt	-
自己資本比率	39.7%	27.2%	-12.5pt	-

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。

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

ALMADO