

2025年6月9日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ビューティガレージ
代表者名 代 表 取 締 役 CEO兼 COO 野村 秀輝
(コード番号:3180 東証プライム)
問合せ先 執行役員経営管理グループ統括 齋藤 高広
(TEL. 03-6805-9785)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2029 年度を最終年度とする次期 5 ヶ年の「中期経営計画 2025-2029」について決議致しましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 計画期間

2025年度から2029年度までの5年間(2025年5月～2030年4月)

2. 2029年度で目指すところ

現ビジョンである、「開業と繁盛を総合支援するサロンコンシェルジュNo.1企業」の集大成を目指す。

3. 成長戦略

- ① 美容サロン業界向けプラットフォーム機能を最大化
- ② 新たな価値創造で店舗開業支援力を大幅に強化
- ③ 新市場に果敢に挑戦し、“次の”ビジネスを創造

4. 数値目標

	2025 年度 予想値	2026 年度 目標	2027 年度 目標	2028 年度 目標	2029 年度 目標
売上高	380.8 億円	431.0 億円	475.0 億円	540.0 億円	620.0 億円
経常利益	18.3 億円	22.4 億円	27.5 億円	33.0 億円	40.0 億円
経常利益率	4.8%	5.2%	5.8%	6.1%	6.5%

計画の詳細につきましては、別紙の通りですのでご参照ください。

以 上

BEAUTY GARAGE

中期経営計画 2025-2029

2025年6月9日

1. 前中期経営計画2020-2024の振り返り

2. 新中期経営計画2025-2029について

3. Appendix

社名	株式会社ビューティガレージ BEAUTY GARAGE Inc.
本社	東京都世田谷区桜新町1-34-25
設立	2003年4月24日
資本金	768,385,250円
市場区分	東京証券取引所 プライム市場 証券コード：3180
代表者	ノムラ ヒデキ 野村 秀輝
従業員数	576名（内、正社員404名） ※連結2025年4月末
拠点	営業拠点：札幌/仙台/新潟/金沢/東京 埼玉/名古屋/大阪/広島/福岡 他拠点：柏DC/柏FC/尼崎FC/中国広州 シンガポール/マレーシア/ベトナム
グループ会社	日本国内：11社 海外：3社

Slogan

美容業界を変える

Mission

美容業界に新しい価値を創造し、サロンビジネスの繁栄に貢献する

Vision

開業と繁盛を総合支援する、サロンコンシェルジュNo.1企業

Basic Belief

1. お客様に喜びと感動を提供する
2. 常に新たな領域へ挑戦する
3. 日々改善・進化をし続ける
4. 努力とアイデア、スピードを是とする
5. 損得より善悪で判断する

ITとリアルを連携融合させ、美容サロンの開業から経営までをトータルサポートする事業を展開。

事業内容

プロ向け美容商材の
物販事業

**店舗設計
デザイン事業**

ソリューション事業

店舗リース / 居抜き仲介 / カード
集客支援 / POS / 保険 / でんき 等

販売経路

ONLINE (デジタル)
ECサイト&アプリ



OFFLINE (対面)
ショールーム&ストア



法人営業部門



主な顧客

理容室
美容室

エステサロン

マッサージ
リラクゼーション

ネイルサロン

アイビューティサロン

鍼灸院
接骨院

フィットネスジム

1. 前中期経営計画2020-2024の振り返り

2. 新中期経営計画2025-2029について

3. Appendix

2020年発表の前中計で目指していたもの

国内美容ディーラーTOPの地位を獲得する

※当社は、サロン向けコンセルジュ企業として様々な顔を持っているが、まずは「美容ディーラー」カテゴリーでの頂点を取るという考え方

2024年度時点で、美容ディーラーとしては国内No.1となることを目指す



(株)ビューティガレージの2024年度売上高は**337.2億円**という結果に

「国内美容ディーラー売上高ランキング」の5年間での変化【実績】

【中計策定時点（2019年度）】

1位：G社 260.0億円（19年度）
2位：K社 238.0億円（19年度）
3位：D社 166.7億円（19年度）
4位：当社 157.3億円（19年度）
5位：F社 108.7億円（19年度）
6位：M社 81.4億円（19年度）

5年
後

【最新数値（2024年度）】

1位：当社 337.2億円（24年度）
2位：G社 337.0億円（24年度）
3位：K社 307.0億円（23年度）
4位：D社 255.1億円（24年度）
5位：F社 134.0億円（24年度）
6位：M社 120.1億円（24年度）

ほぼ同水準

※一部前年度の数値を含む
※当社調べ（各社採用サイトやWEBメディア等より）

他社の最新数値が一部揃っていないものの、、、

美容ディーラー国内No.1の地位は概ね達成できた

と言えるだろう。

5ヶ年数値計画（初期目標）

CAGR見込み13.8%

	2019年度(実績)	2020年度(目標)	2021年度(目標)	2022年度(目標)	2023年度(目標)	2024年度(目標)
売上高	157.3億円	167.3億円	195.0億円	225.0億円	261.0億円	300.0億円
経常利益	7.4億円	6.0億円	9.2億円	11.8億円	14.0億円	17.0億円
経常利益率	4.8%	3.6%	4.7%	5.2%	5.4%	5.7%

5ヶ年数値計画（修正後目標）

※2021年6月に上方修正を実施

CAGR見込み17.3%

	2019年度(実績)	2020年度(実績)	2021年度(目標)	2022年度(目標)	2023年度(目標)	2024年度(目標)
売上高	157.3億円	195.9億円	230.6億円	265.0億円	305.0億円	350.0億円
経常利益	7.4億円	10.8億円	13.0億円	15.5億円	18.0億円	21.0億円
経常利益率	4.8%	5.5%	5.7%	5.8%	5.9%	6.0%

2020-2024の5ヶ年実績値

CAGR実績16.5%

	2019年度(実績)	2020年度(実績)	2021年度(実績)	2022年度(実績)	2023年度(実績)	2024年度(実績)
売上高	157.3億円	195.9億円	234.0億円	264.2億円	298.4億円	337.2億円
経常利益	7.4億円	10.8億円	12.1億円	13.5億円	17.1億円	15.8億円
経常利益率	4.8%	5.5%	5.2%	5.1%	5.8%	4.7%

初期目標に対しては、売上高は2024年度、経常利益は2023年度に達成した。
一方、修正後目標に対しては、売上高、経常利益ともに未達の結果となった。
（経常利益においては、2025年度稼働予定の新物流センター構築準備費用の計上が大きく影響した）

自己評価

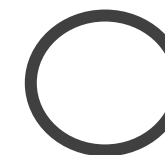
① 利便性、品ぞろえ、価格、認知度を大幅にレベルアップ

- ・多くの主要NBメーカー（特に化粧品材料）との取引口座開設を実現し、品ぞろえを大幅拡充出来た。
- ・マーケットプレイス機能を実装、新規出品者の出店により、従来扱えなかった商品も扱えるようになった。
- ・検索機能を含めたECサイトのUI&UX改善については、着実な改善進化を継続。



② 物流機能の拡充と利便性向上

- ・西日本DCを開設、翌日配送エリア拡充・キャパシティ拡大、災害リスク分散を実現。
- ・営業拠点から最短30分で配達する「エクスプレス便」を、渋谷、大阪、仙台、札幌、福岡にて展開。
- ・オートメーション化された新物流センター（柏FC）の稼働準備に注力。



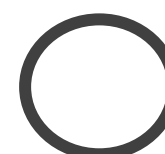
③ OMOコンセプトによる、オムニチャネル型販売の最適化

- ・体験型ショールーム&ストアへの進化は、まだ道半ば。
- ・法人営業部隊を拡充し、法人顧客への対面営業を強化するとともに、デジタル発注への切り替えを推進。
- ・紙の通販カタログを廃止する一方で、デジタル販促を強化、チャットボットやAI対応も導入済。



④ ソリューション事業の拡充

- ・店舗リース/サブリース事業が大きく伸長し、ソリューション事業全体の成長を牽引。
- ・店舗設計事業は、顧客ターゲットの拡大はできたものの、数字面で伸び悩んだ。
- ・新事業として電力供給サービスや洗濯代行サービス等をスタートしたものの、業績面への寄与は小さい。



⑤ 新サービス創出と外部リソース取り込み

- ・BtoBtoC事業である、「Salon.EC（ネットショップ構築サービス）」をスタート、数多くの登録を獲得。
- ・サロン専用ビジネスクレジットカード「Salon Professional Card」を発行、ロイヤル顧客化を推進。
- ・新たにマーケティング支援事業をスタートするとともに、M&Aによりメディア事業を強化。



⑥ 海外事業の早期収益化と戦略見直し

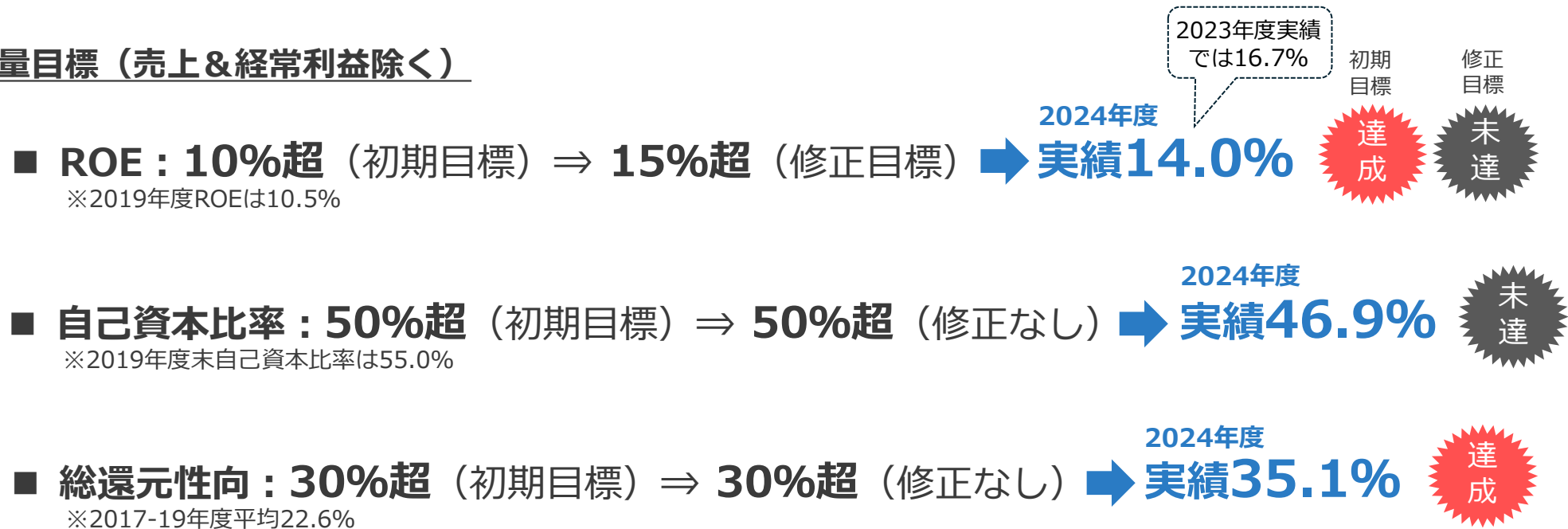
- ・海外事業はコロナ禍の影響が大きく、大幅な軌道修正を迫られた（台湾事業は撤退）。
- ・シンガポールとマレーシアに資源を集中し、赤字幅は圧縮出来ているものの、いまだ黒字化には至っていない。
- ・越境ECは実績は多少上がったものの、さらなる拡大に向けては、体制作りとネットワーキングが課題。



目指したKPI



定量目標（売上&経常利益除く）



1. 前中期経営計画2020-2024の振り返り

2. 新中期経営計画2025-2029について

3. Appendix

これまで「美容業界を変える」というスローガンを掲げ、多くの価値を創造。
最大の創造価値は、BtoB美容業界における“流通革命”である。



BotB美容EC市場

美容商材のデジタル化推進
中間流通排除（低価格実現）
スピード配送



中古美容器具市場

リユース市場の創出
循環型社会への貢献
CO2削減



格安PB器具・材料

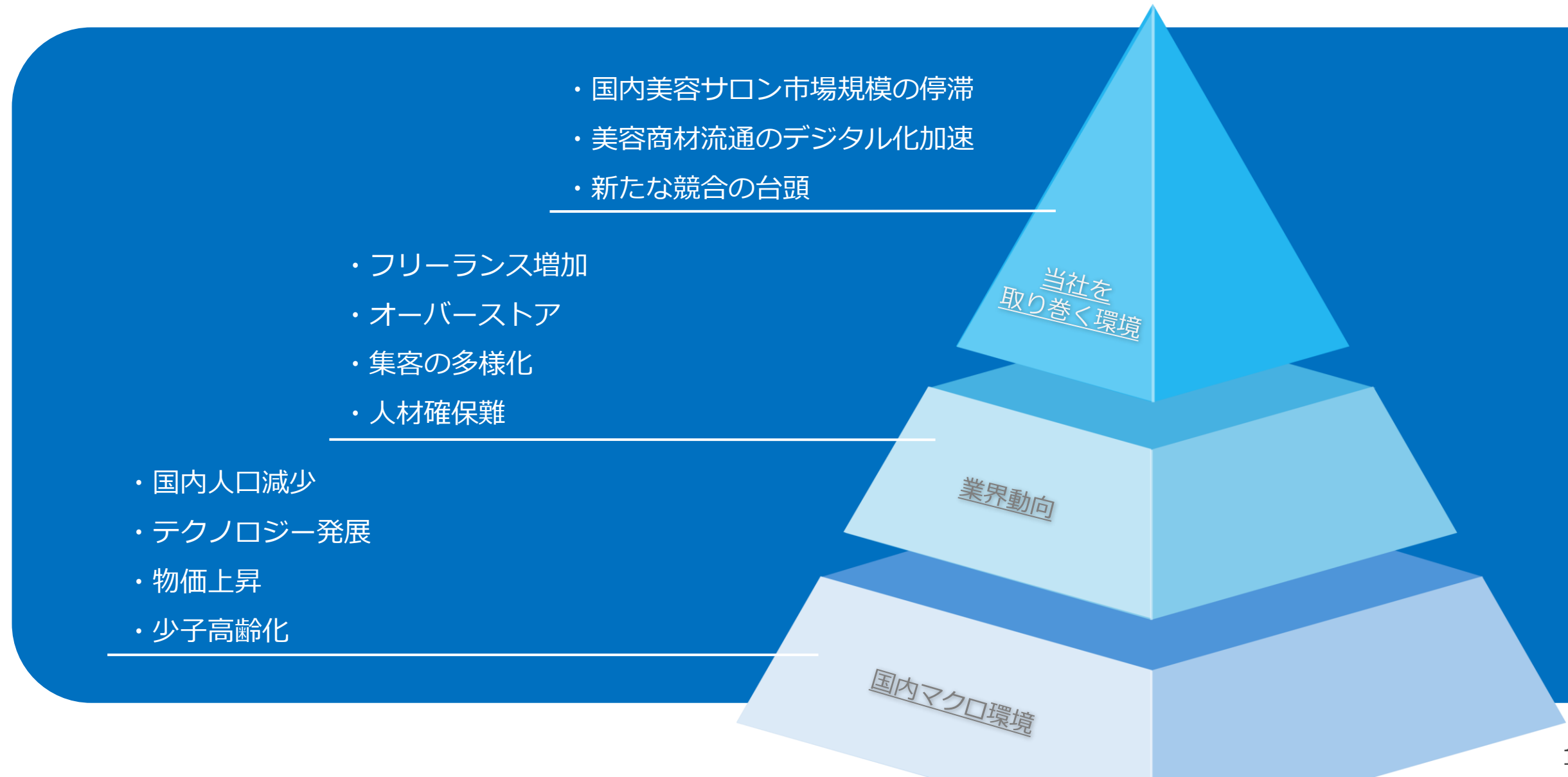
新たな選択肢の提供
出店費用低減
運営費用削減



店づくりを始めとした
開業支援

開業のワンストップサービス
開業/出店加速

国内美容ディーラーTOPの地位を獲得した当社だが、これからも“新たな価値”を創造し続けることで、美容業界を牽引するリーダーとなってサロンビジネスの発展に寄与していきたい。



2029年度で目指すところ

現ビジョンである、

「開業と繁盛を総合支援する
サロンコンシェルジュNo.1企業」
の**集大成**を目指す。

新たな価値を続々創造し既存事業の進化と掛け合わせ、ワンストップサービスにいっそう磨きをかける。
ソリューション事業を物販に次ぐコア事業と捉え、第2の柱へと大きく成長させる。

成長戦略

① 美容サロン業界向けプラットフォーム機能を最大化

EC成長フライホイール

情報プラットフォーム

フルフィルメント

BtoBtoC

② 新たな価値創造で店舗開業支援力を大幅に強化

伴走支援

店舗設計

③ 新市場へ果敢に挑戦し、“次の”ビジネスを創造

採用・教育・集客

ウェルネス

海外

前半は、第3 DCや新規事業等の将来に向けた積極投資を行うことで、利益率をやや圧迫する見込み。
後半は、生産性の向上や新たな取り組みの成果によって利益率も改善させ、成長軌道にのせていく。

	2024年度(実績)	2025年度(予想)	2026年度(目標)	2027年度(目標)	2028年度(目標)	2029年度(目標)
売上高	337.2億円	380.8億円	431.0億円	475.0億円	540.0億円	620.0億円
経常利益	15.8億円	18.3億円	22.4億円	27.5億円	33.0億円	40.0億円
経常利益率	4.7%	4.8%	5.2%	5.8%	6.1%	6.5%

2025-2026
投資Stage

- ・新物流センター（柏FC）の安定稼働実現（投資対効果の発揮）
- ・ECサイトの利便性改善（データ活用等機能充実）
- ・情報プラットフォーム構築
- ・品ぞろえ、PB機器開発強化
- ・新規事業立ち上げ（ファイナンス/HR領域等）
- ・海外事業の黒字化

2027-2029
躍進Stage

- ・スケールメリット創出
- ・物販売上のシェア拡大
- ・生産性大幅改善(特に物流)
- ・ソリューション利益構成比向上
- ・新規事業の成長と既存事業とのシナジー拡大
- ・海外事業の新規拠点開設

2030-
NewStage

美容サロンのさまざまなライフサイクルに包括的にお役に立っていくことで、LTVの最大化を目指す。
フリーランス増加やAI活用など変化するニーズを捉え、価値あるサービスを考案・提供し続けていく。



「サロンDX」を牽引する存在が、ビューティガレージグループ

成長戦略 ①

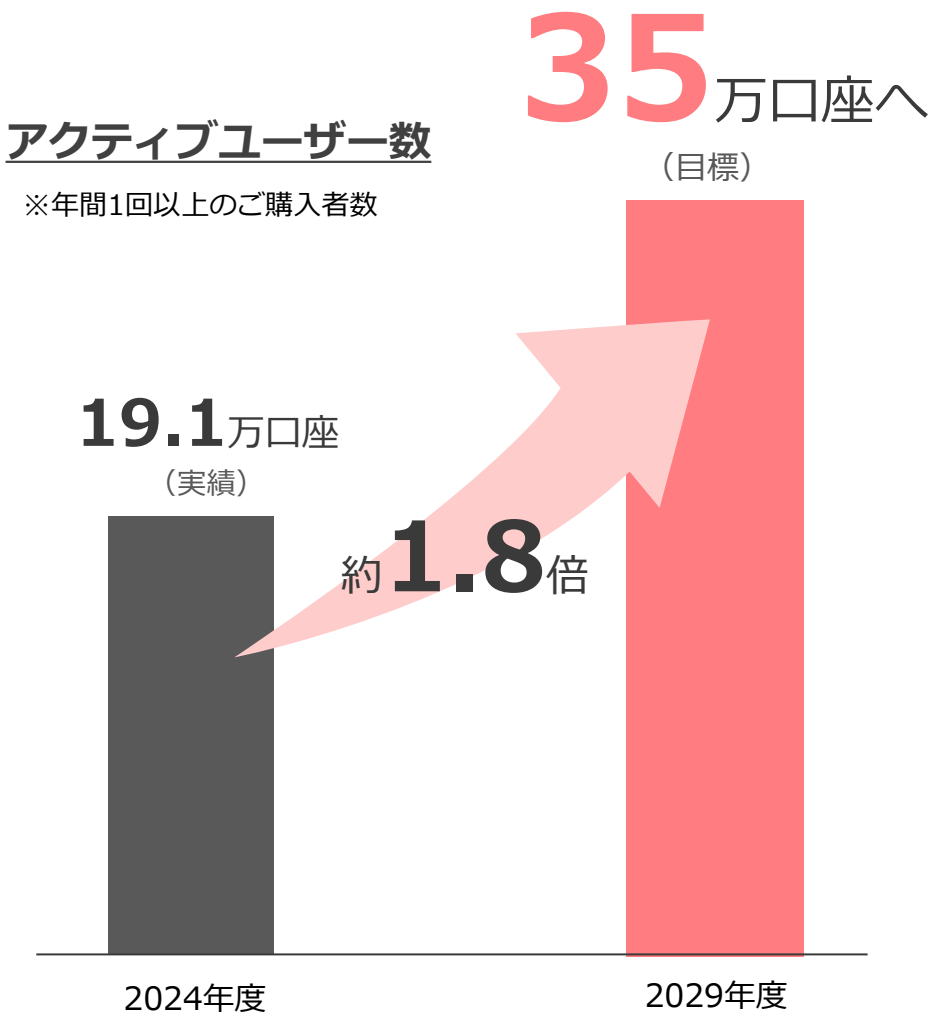
美容サロン業界向けプラットフォーム機能を最大化

AIなどの最新テクノロジーやデータベースの活用により次世代型ECへと進化。
魅力ある品揃えのさらなる拡充と業界内最先端の物流機能を生かした便利なサービスを続々展開。

具体策

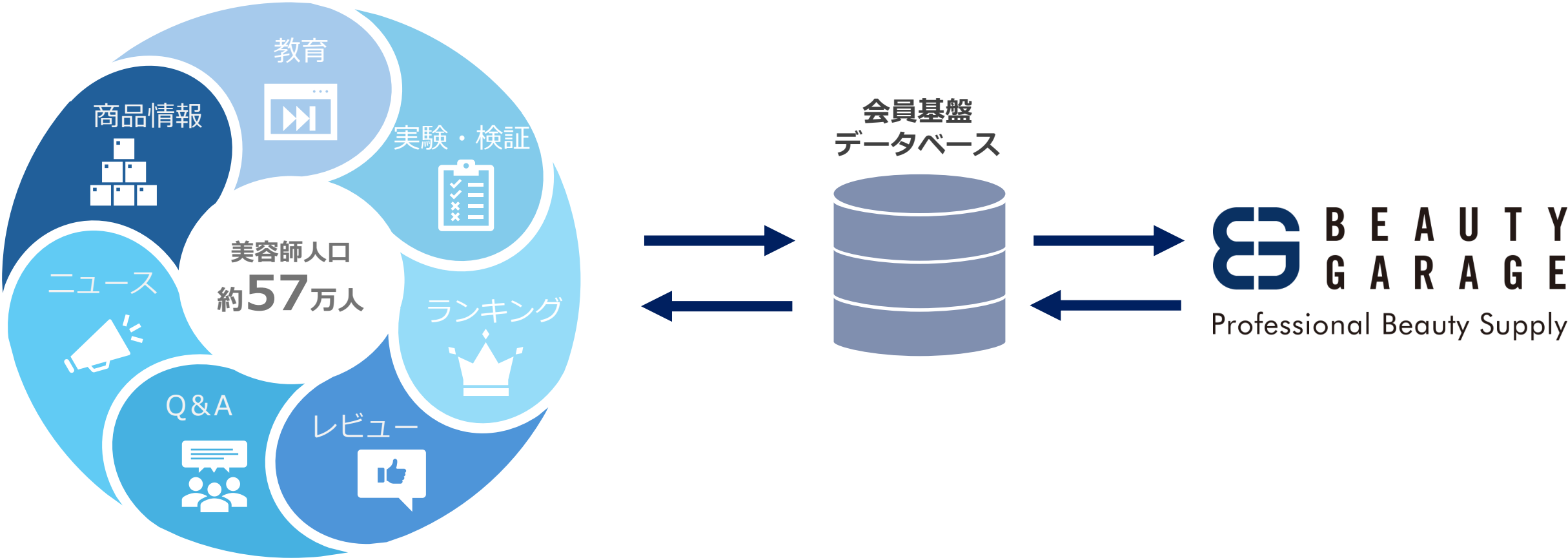
1. 生成AIなどの最新テクノロジー導入により「ECサイト」成長のループを作る
2. 大量のDBとコンテンツ制作力を活用した『情報プラットフォーム』を構築
3. 圧倒的な物流力を武器に「フルフィルメントサービス」を開始
4. SaaS型EC構築支援サービス「Salon.EC」活性化によるC向け市場開拓（BtoBtoC）

利用者数・利用回数の増加により得られる圧倒的なデータ量を、
生成AIなどの最新テクノロジーで「利便性」に自動的に還元し続ける仕組みにより、
他社が追従できない**持続的な成長のループ**を実現する。



美容室、美容師が真に求めている情報を網羅した『美容師向け情報プラットフォーム』の構築を目指す。
一方通行の情報取得ではなく、情報発信や情報シェア、コミュニティ形成が可能に。

※2024年4月にM&Aした美容業界専門出版社「ヘアモード社（旧：女性モード社）」が持つ、薬剤や技術に関する専門性の高いコンテンツ制作力を活用



※
BtoB美容業界における“m3.com”のような役割を担うことで、
美容メーカー/ベンダー向け「マーケティング支援事業」も展開していく。

※日本最大級の医療従事者向けポータルサイト

美容サロン本部や美容メーカー向けの「フルフィルメント事業」 を本格稼働させ、美容業界の発展を支える物流インフラへ。

OEM商品や供給された商品を当社の物流センターで保管し、BtoB・BtoCを問わず一括管理



消費者への発送業務を完全代行し、EC運営をサポート

サロンのEC化が進む中、当社物流サービスを標準化させ、**BtoBtoC市場**での競争力も確立していく。

参考) 柏フルフィルメントセンター（物流第三拠点）開設による効果

2024年度（現状）

2029年度（目標）

保管キャパシティ
SKU

38,000_{SKU}

約2.6倍

100,000_{SKU}

出荷キャパシティ
件数/日

7,000_{件/日}

約2.8倍

20,000_{件/日}

対売上高
物流費比率

11.5%

約1.4
ポイント改善

10.1%

東西3拠点体制×最新鋭マテハン導入により
美容業界No.1の物流体制構築を目指す



柏ディストリビュー
ションセンター
(大型器具・機器中心)
約6,200坪
千葉県柏市



尼崎フルフィル
メントセンター
(材料・小物中心)
約2,000坪
兵庫県尼崎市



新
柏フルフィル
メントセンター
(材料・小物中心)
約6,000坪
千葉県柏市

- ✓ 最新鋭の機器導入で各指標を大きく改善。（＝売上拡大に大きく寄与）
- ✓ 売上高対比で物流費率が抑えられ利益創出に貢献。（＝中長期的に利益率が大きく改善）

サロンの店販プラットフォーム「**Salon.EC**」を大きく進化させることで。
サロンの店販売上拡大に貢献するとともに、C向け市場を開拓。

Salon.EC

サロン専用ネットショップ構築サービスの決定版



今後の各種取り組み（計画）

- 生成AI導入
- UI/UX改善
- 機能拡張（POS連携等）
- フルフィルメント活用 etc.

Salon.EC流通総額

30億円
(目標)

約14倍
の拡大を目指す

2.14億円
(実績)

2024年度

2029年度

成長戦略 ②

新たな価値創造で店舗開業支援力を大幅に強化

出店を強力にサポートする「店舗大家」＋経営支援を行う「BPOサービス」。
店舗設計事業は、その事業ドメインを大幅に拡大していく。

具体策

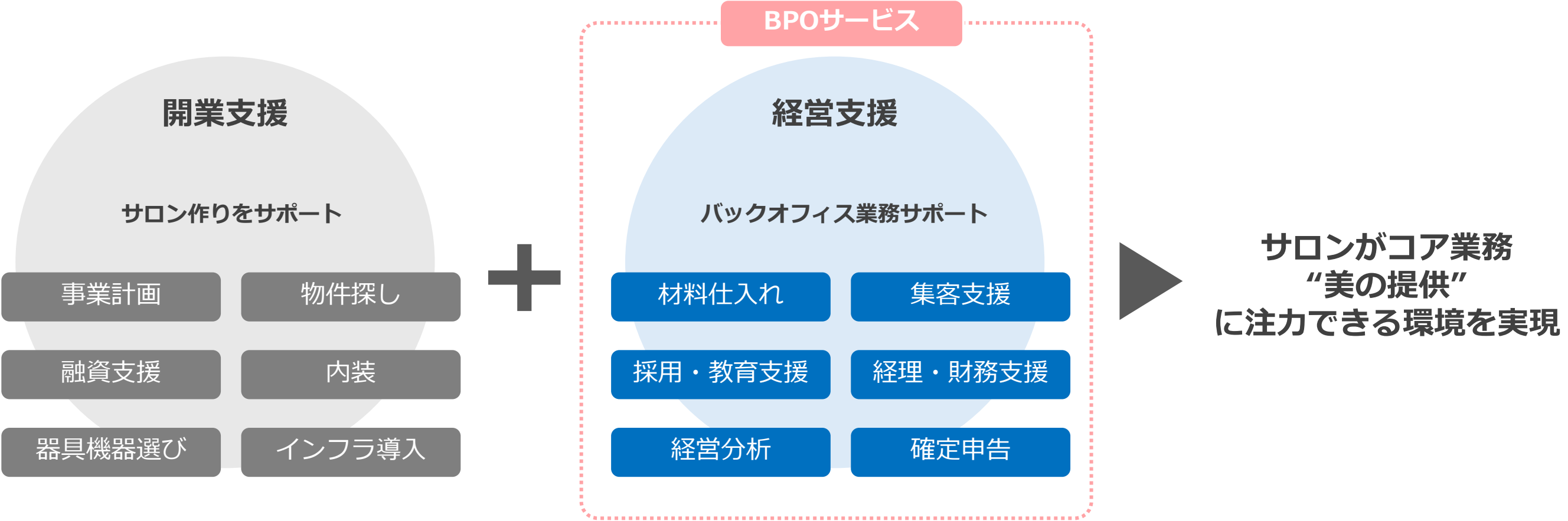
1. 「[※]美経分離」で伴走サポートを展開し、さまざまな独立のカタチに対応

2. あらゆる業態・規模の店づくりに対応できる店舗設計事業へ変貌

※「美経分離」：美容の仕事と経営業務の分離という意味。

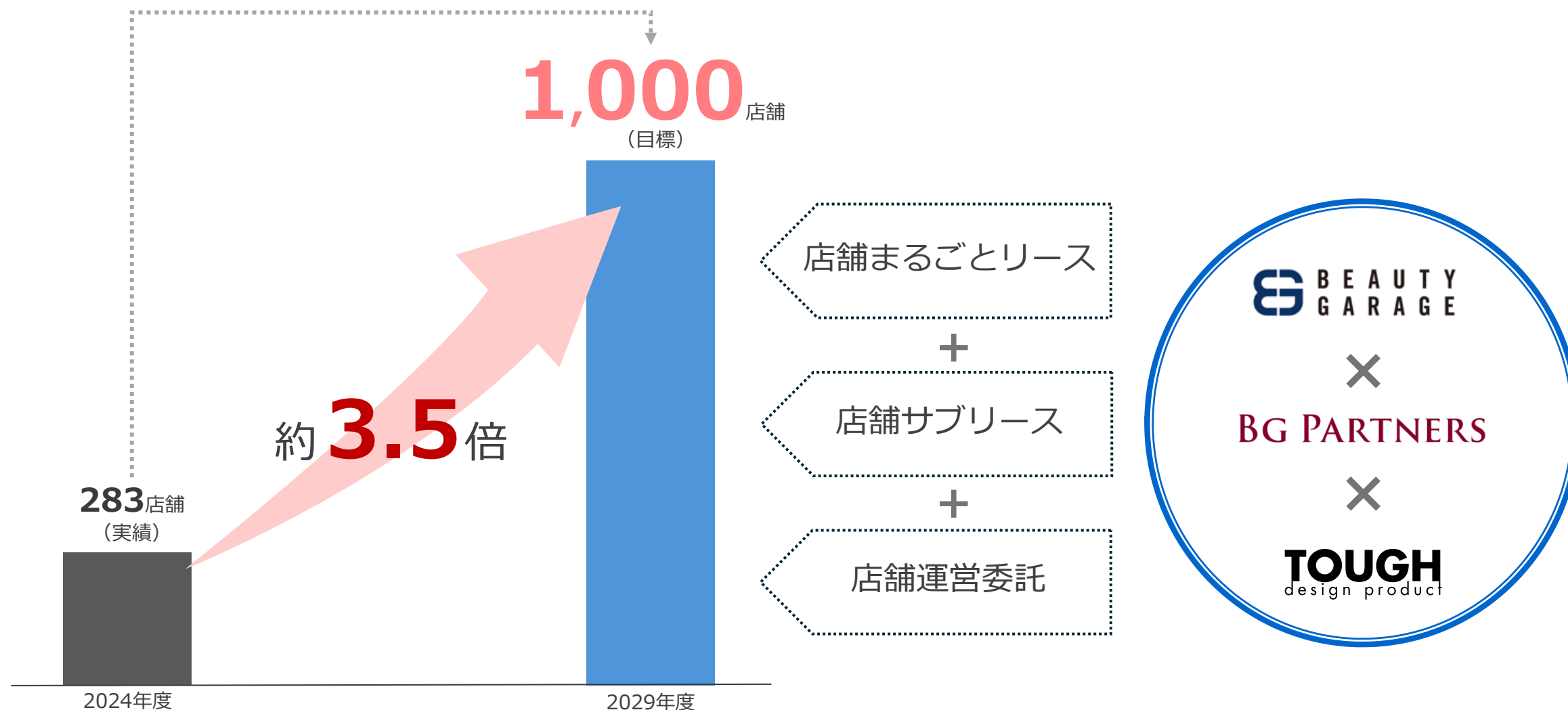
顧客においてノンコア業務となるバックオフィスを当社でカバーすることで、顧客がよりコアな仕事（＝美容業務）に注力できる環境づくりに貢献していくことを目指す。

サロンにとってノンコア業務となる、バックオフィス業務を当社グループが請け負うBPOサービスを推進。
出店時のファイナンスサポートに加え、開業準備から経営の伴走支援を開始。



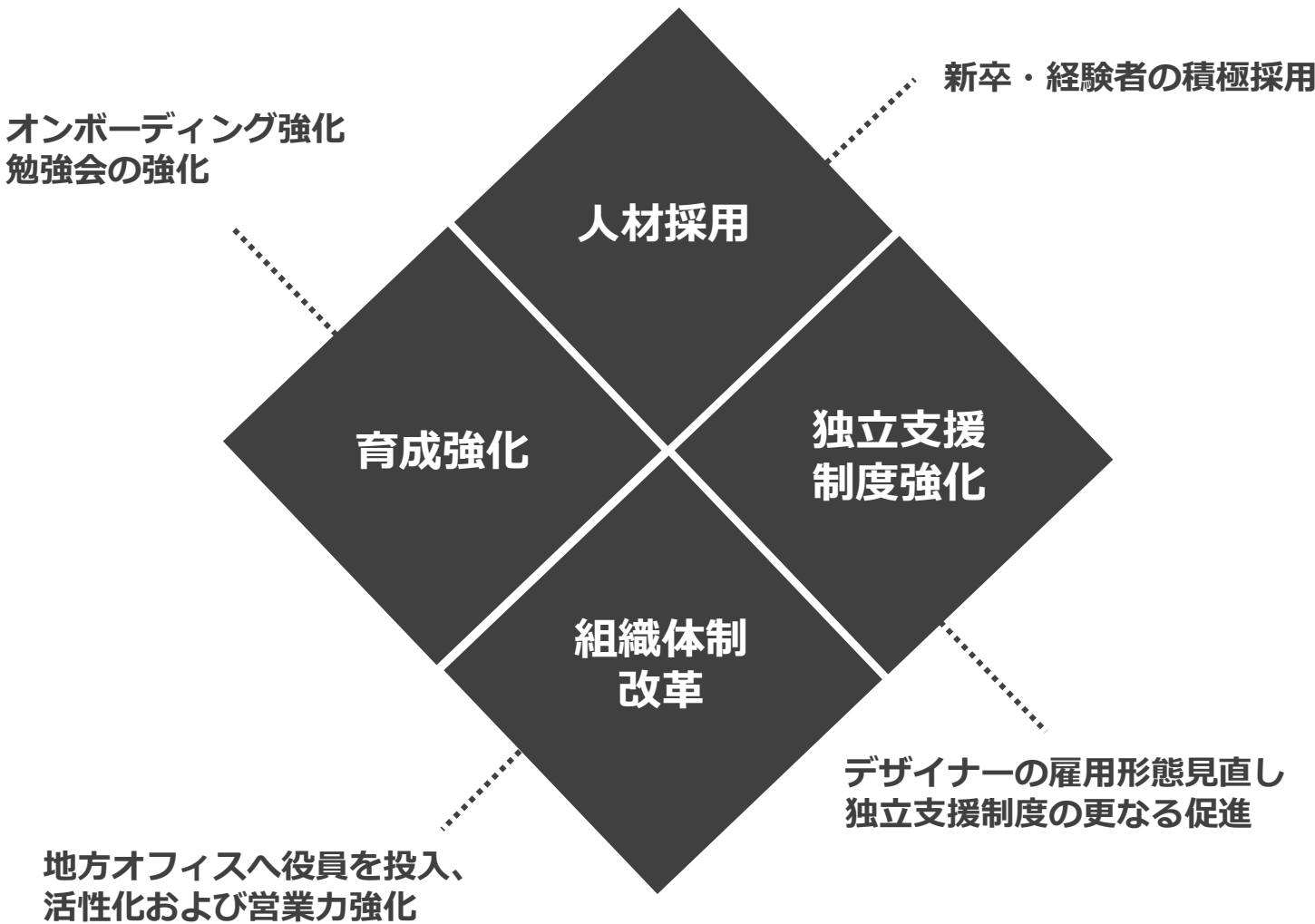
初期費用の負担抑制に加え、手間と時間の大幅削減に貢献し、開業の促進と繁盛を徹底支援。

利便性とサービス魅力度を大幅にレベルアップすることで、
国内で最も好物件を提供できる（サロン向け）**「店舗大家No.1企業」**へ。



1. (株)タフデザインプロダクト組織力の強化

採用や育成は引き続き強化しつつ、デザイナーの独立支援制度を強化し、独立後も良好な関係を持ちながら貢献してもらうサイクルを実現する。



TOUGH design product



2. 顧客ターゲットと対応エリアの拡大

顧客層を拡大し、美容サロン以外の受注数増加を図る。
また、英語版HP設置による海外からの受注も促進する。



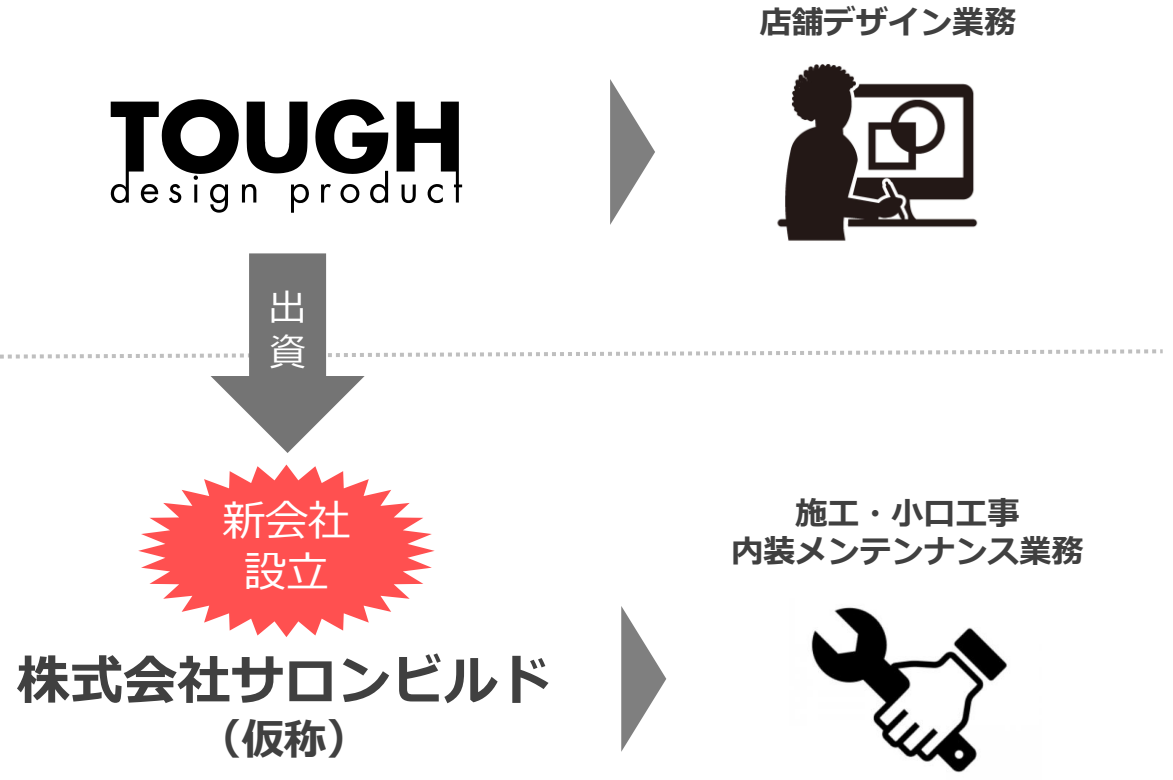
現在の5拠点から、6～7拠点に増やす
ことで、対応可能エリアを拡大する。



※新オフィス候補地

3. 新たなチャレンジ

小口工事や内装メンテナンスを専門とする**新会社**設立を計画。
顧客の幅広いニーズに対応すると共に、デザイナーがよりコ
アな仕事に集中できる環境整備を目指す。



新拠点開設による対応エリア拡大、新会社設立による請負範囲の大幅拡充を目指す。



目標KPI（2029年度時点）

デザイナー数

※2024年度末時点：37名

50名超

100万円以上案件数

※2024年度時点：340件

500件超

平均単価

※2024年度時点：1,029万

1,200万超

成長戦略 ③

新市場へ果敢に挑戦し、“次の”ビジネスを創造

「垂直型成長戦略」 x 「水平型成長戦略」の両輪で展開。
また、日本ブランドのASEAN進出の架け橋となることで海外事業を強化。

具体策

1. サロンの最大の経営課題である「採用」「教育」「集客」領域への挑戦
2. 当社ビジネスモデルを武器にウエルネス市場を開拓
3. “JAPAN BEAUTY”の魅力をASEANへ広める

市場規模も大きい！

サロンの3大お悩み「採用」「教育」「集客」に、応えられるようになりたい。

サロン向け 採用市場

既存サービス/プレイヤー

- REJOB
- re-request QJ navi
- HOT PEPPER beauty Work
- Timee/SPOJOB
- 各種SNS活用
他

サロン向け 教育市場

既存サービス/プレイヤー

- 美容専門学校
- 各種美容アカデミー/講座
- メーカー/ディーラー研修
- HAIRCAMP
他

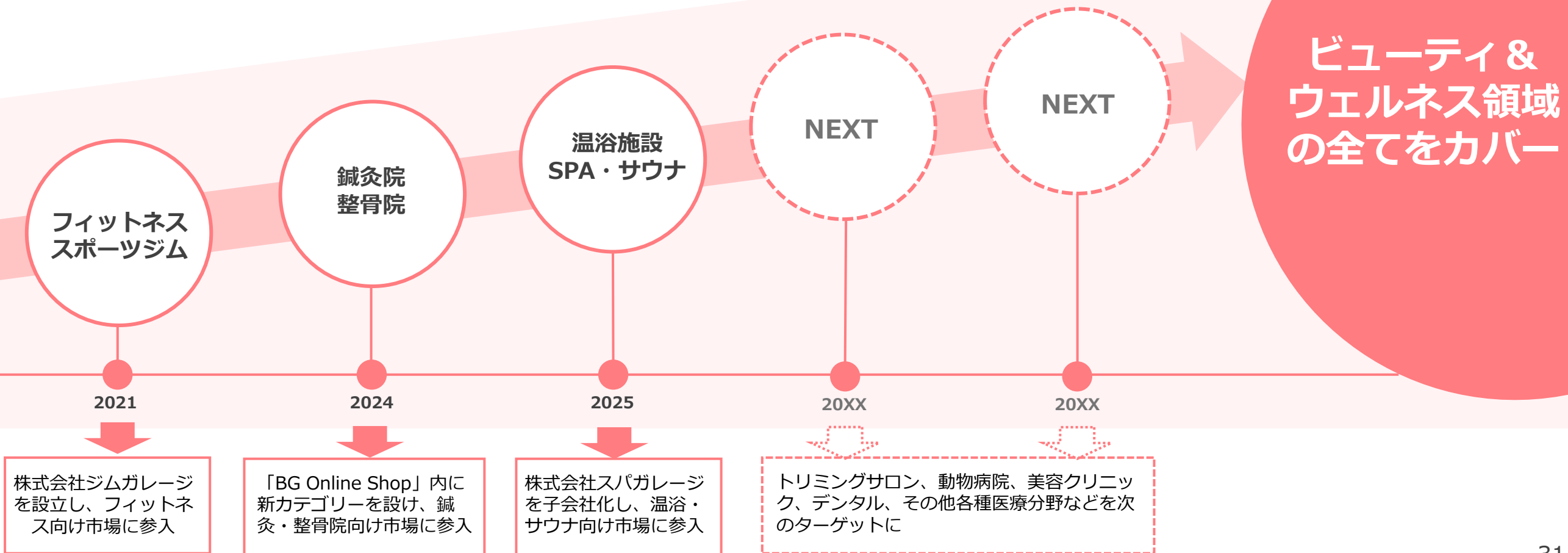
サロン向け 集客市場

既存サービス/プレイヤー

- HOT PEPPER Beauty
- Google Map/リスティング広告
- Beauty Merit
- 各種SNS活用
他

テクノロジーとDBを活用し、
既存プレイヤーとの連携強化 or/and 新規サービス立ち上げを模索

新規参入した「フィットネスジム市場」と「鍼灸院・整骨院市場」に注力するとともに、独自のビジネスモデルとサロン顧客DBを武器に「SPA・温浴・サウナ施設市場」へ本格進出。さらに将来は「トリミング・動物病院市場」や「美容クリニック市場」、「デンタル市場」等への水平展開を行うことで、ウェルネス領域での売上拡大を狙う。



日本の高品質な製品と技術を武器に、日本の美容体験を海外へ浸透させていく。

PRODUCT SALES

日本有名メーカー代理店

日本の有名メーカーとタッグを組み、高品質、高機能な化粧品や機器類を現地で拡販。

ARIMINO

b-ex

MT COSMETICS

marbb

New!

New!

New!

New!

EDUCATION

HAIR CAMP・カラログ

日本の美容技術や美容文化等を、教育Webコンテンツを通して世界へ輸出。

HAIRCAMP



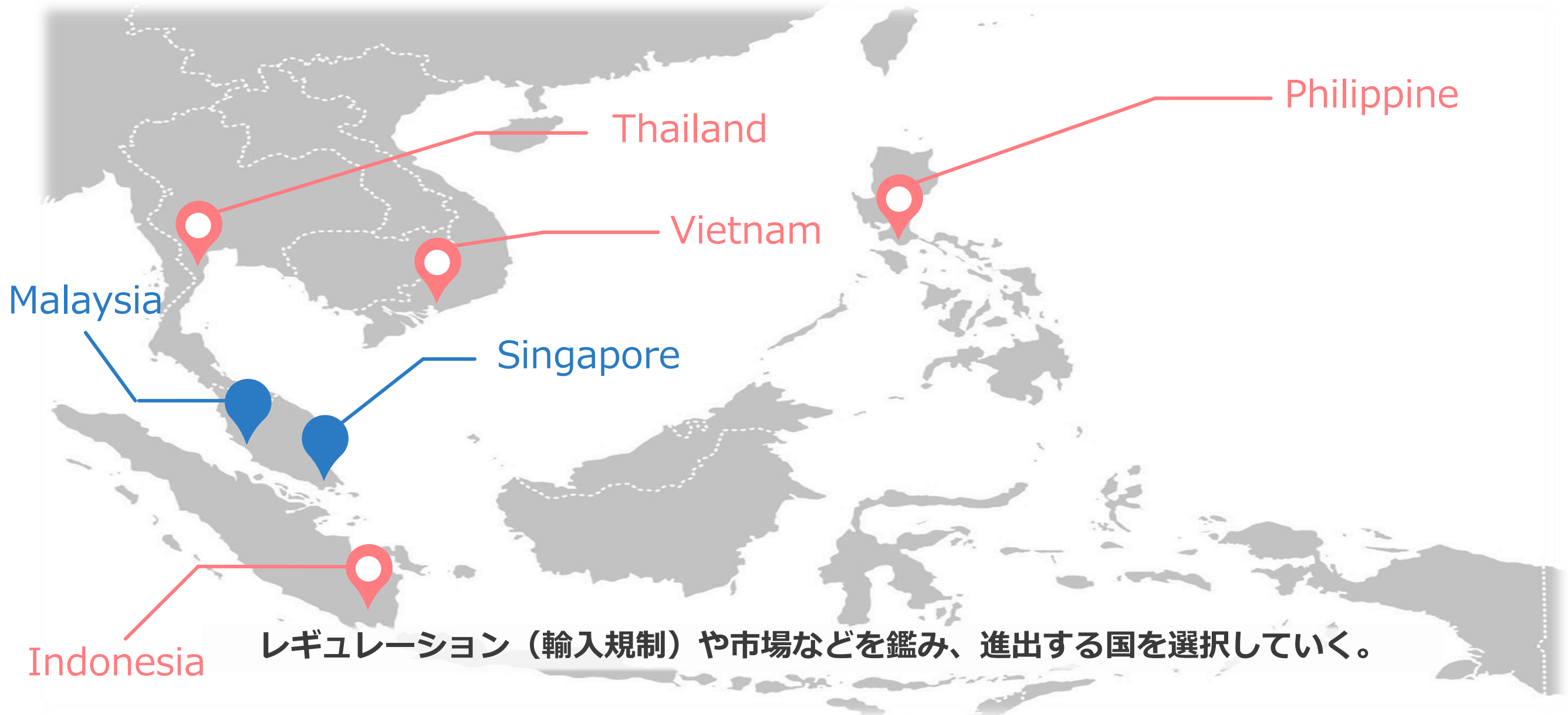
SALON MANAGEMENT

ビューティシャン海外進出支援

日本型の美容サロンをASEANに展開し、日本のビューティシャンの海外進出をサポート。海外進出のハードルを下げることで、日本の美容技術や美容文化の輸出を促進。



海外における拠点展開については、
現在の2拠点（シンガポール・マレーシア）から、まずはASEANに絞っての新展開を目指す。

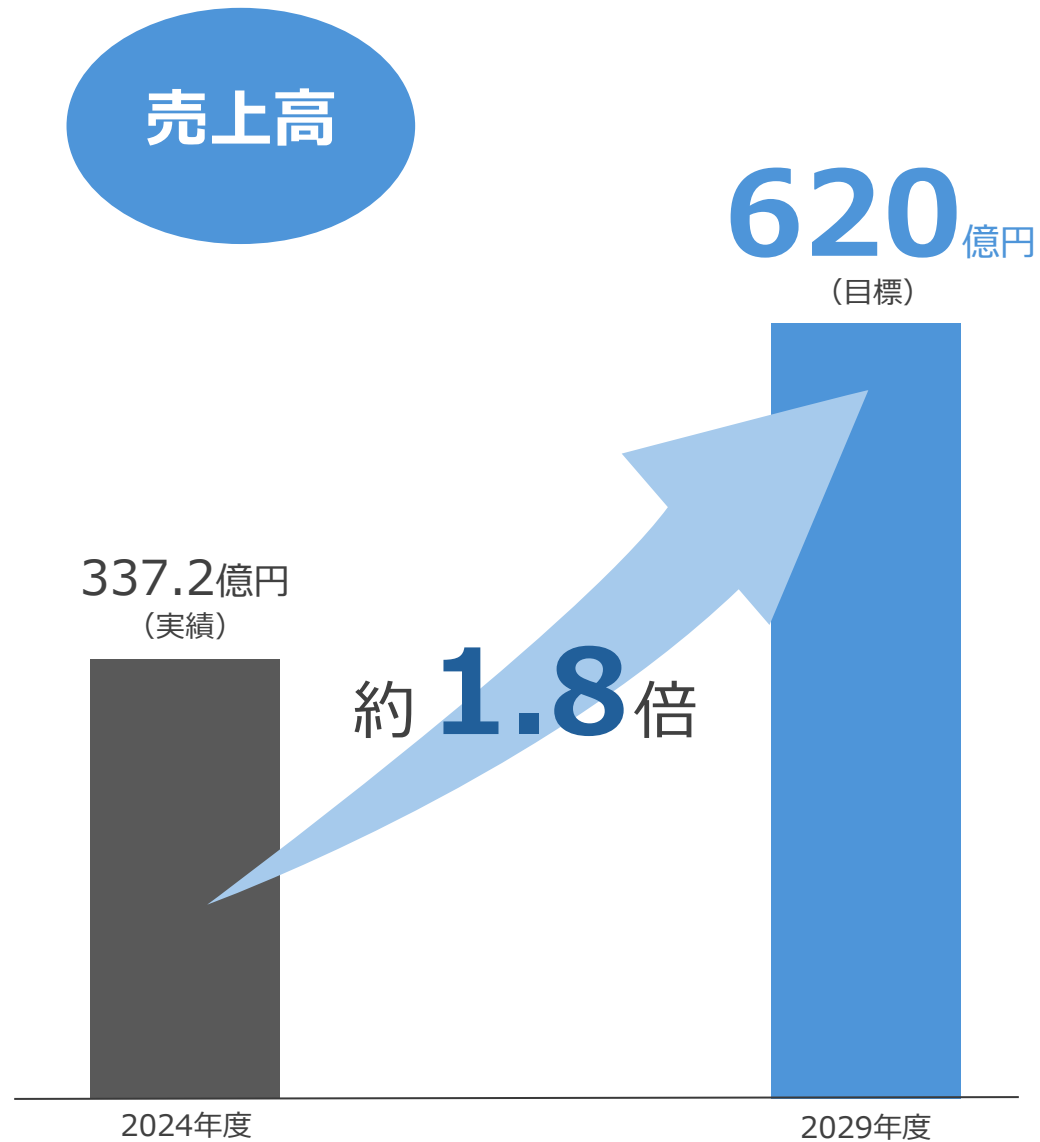


5年後である、2029年度に成し遂げたいこと

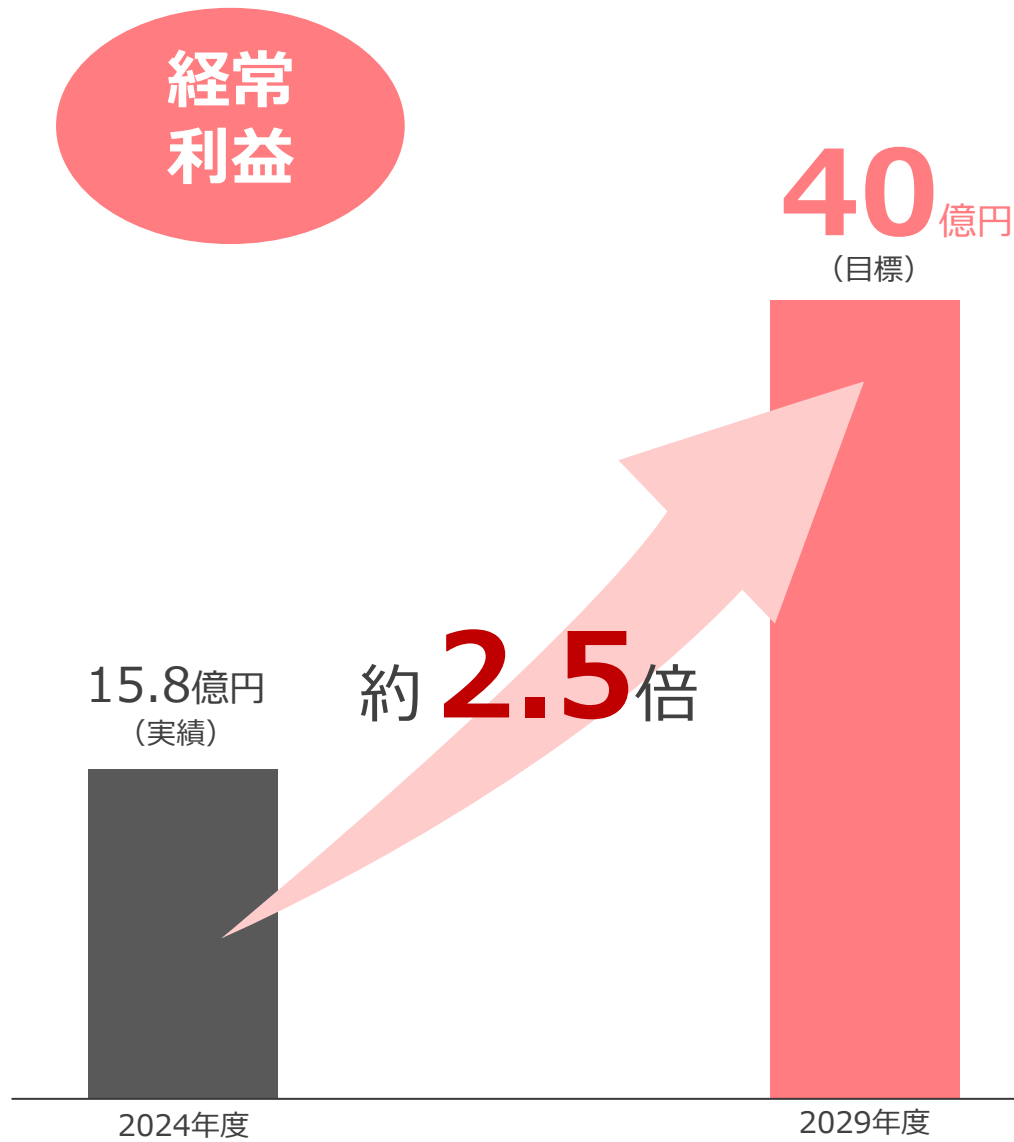
<ビジョン>

「開業と繁盛を総合支援する
サロンコンシェルジュNo.1企業」
の**集大成**を目指す。

売上高

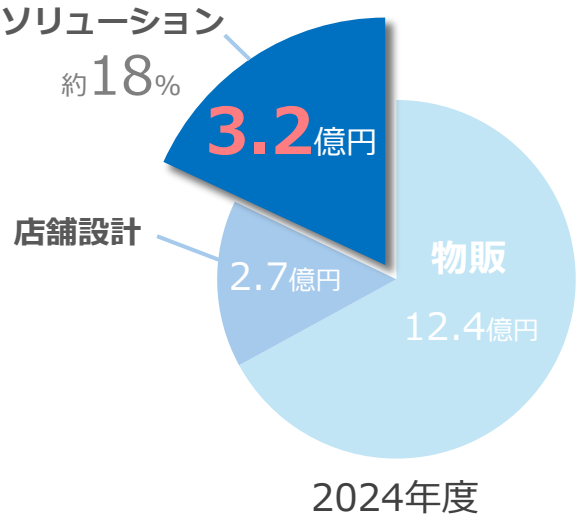


経常
利益

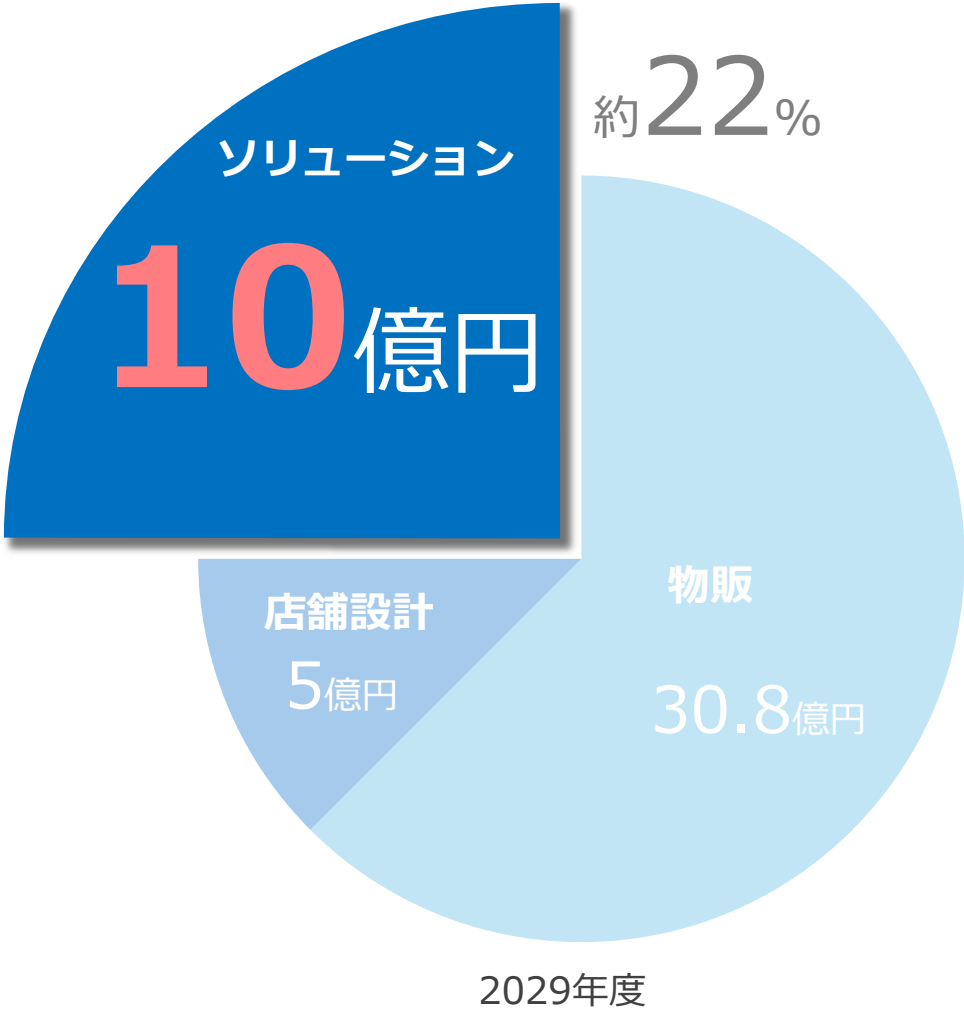


真のソリューションカンパニーへと進化することで、
利益ポートフォリオを大きく変えていくことを目指す。

セグメント別利益



ソリューション利益
3倍超へ



※全社費用などセグメント利益調整額があるため、合算数値は実際の経常利益額とは一致しません。

目指す主要KPI

アクティブユーザー数

35万口座

※2024年度は約19.1万口座

店舗リース/サブリース

1,000店舗

※2024年度末は283店舗

店舗設計受託案件数

（100万円以上案件）

500件

※2024年度は340件

定量目標

時価総額

500億円

※2024年度末は約190億円

ROE

15%超

※2024年度は14.0%

配当性向

20%超

※2024年度は18.5%



様々なサステナビリティへの取り組みを通して、より良い地球環境作りと美容業界の発展、そして持続的な成長を可能とする企業基盤の構築へと努力していく。

テーマ	主な取り組み
Reduce	● 梱包材や配送に関する廃棄物削減 ● デジタル化推進による紙の使用削減 ● 在庫管理の精度向上による廃棄削減 ● 電気等省エネ対応の促進 ● アウトレット商品の販売促進
Reuse	● 中古機器流通の活性化 ● 修理・メンテナンスの強化 ● 詰め替え商品の拡充
Recycle	● カラー剤容器等の回収・再資源化 ● リサイクル対応資源の拡充 ● リサイクル対応商品の拡充

サステナブルな社会、美容業界、企業へ

素晴らしい人材が集まる仕組み作りや人が成長する土壌づくり、
働きがいのある環境を整えることにより、成長持続的な企業成長の実現を目指していく。

目指す姿

新たな価値を創造し続けることができる自走型組織へ

組織開発を推進する部門を新設、人材・組織の成長にコミット

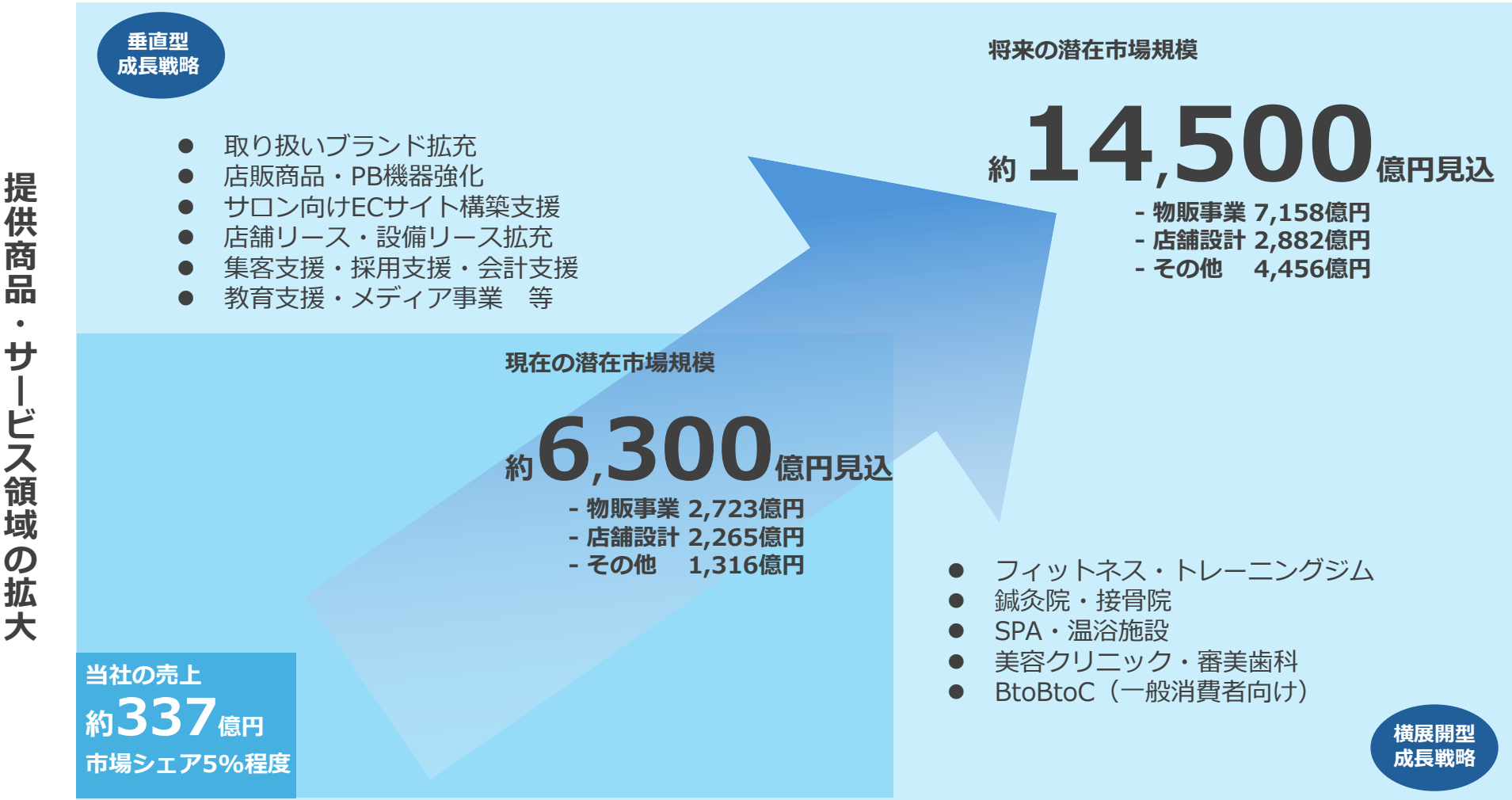
採用	美容業界に変化を起こせる人材の採用 ●専門人材が働きやすい環境構築（報酬および人事制度のアップデート） など
育成	権限移譲と抜擢によるセルフリーダーシップを持った人材の育成 ●成長を支援する研修制度の充実 ●チャレンジサインによる次世代リーダー育成 ●自律的キャリア形成の支援（ジョブチャレンジ制度&副業制度の活性化） ●360度フィードバック実施 など
風土醸成	挑戦と安心を両立した組織風土の醸成 ●従業員エンゲージメント向上のためのサーベイ実施 ●健康経営の推進 ●より働きやすい環境の整備 ●ダイバーシティの推進（障害者の積極採用や女性管理職・女性役員比率向上、LGBTQへの理解促進） など

1. 前中期経営計画2020-2024の振り返り

2. 新中期経営計画2025-2029について

3. Appendix

提供商品とソリューションサービス拡充を図ると共に、
近隣市場やBtoBtoC等ターゲット顧客拡大にも努めていきます。



ターゲット顧客領域の拡大

※数値は、矢野経済研究所『理美容マーケティング総鑑2022年版』、『エステティックサロンマーケティング総鑑2022年版』、日本ネイリスト協会『ネイル白書2020』、日本実業出版社『最新 失敗しない美容室開業BOOK』、アイビューティジャーナル記事、日本美容外科学会（JSAPS）資料、厚生労働省「2018医療施設[動態] 調査」をもとに当社試算

セグメント別 5ヶ年数値計画（2025-2029）

		2024年度(実績)	2025年度(予算)	2026年度(目標)	2027年度(目標)	2028年度(目標)	2029年度(目標)
売上高		337.2億円	380.8億円	431.0億円	475.0億円	540.0億円	620.0億円
	物販	277.3億円	310.2億円	347.2億円	402.0億円	455.7億円	523.7億円
	店舗設計	35.2億円	40.8億円	47.0億円	54.0億円	60.5億円	67.5億円
	ソリューション	24.6億円	29.7億円	36.8億円	19.0億円	23.8億円	28.8億円
経常利益		15.8億円	18.3億円	22.4億円	27.5億円	33.0億円	40.0億円
	物販	12.4億円	13.9億円	17.2億円	21.3億円	25.5億円	30.8億円
	店舗設計	2.7億円	3.1億円	3.3億円	3.7億円	4.2億円	5.0億円
	ソリューション	3.2億円	4.1億円	5.2億円	6.5億円	8.1億円	10.0億円
経常利益率		4.7%	4.8%	5.2%	5.8%	6.1%	6.5%
	物販	4.5%	4.5%	5.0%	5.3%	5.6%	5.9%
	店舗設計	7.7%	7.6%	7.0%	6.9%	6.9%	7.4%
	ソリューション	13.3%	13.8%	14.1%	34.2%	34.0%	34.7%

新リース
会計基準
の影響減

※経常利益については、事業間の調整が入るため、3事業の合算値と一致しません。

売上・利益（率）・時価総額共に大きな成長を目指します。

売上高

1,000 億円

約 3.0 倍

2024年度：337億円

経常利益率

7.0 %超

+ 2.3 ポイント

2024年度：4.7%

時価総額

1,000 億円

約 5.3 倍

2024年度末：約190億円



Beauty Industry Innovator
美容業界の、常識に挑む