

# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

株式会社AB&Company

2026年1月

# アジェンダ

- 1.会社概要
- 2.理美容業界の動向
- 3.当社グループの強み
- 4.収益モデルと財務ハイライト
- 5.中期経営計画

## Appendix

# 1.会社概要

# 会社概要

## 代表取締役



市瀬 一浩

2003年に山野美容専門学校を卒業後、青山の美容室にてスタイリストとして勤務を開始。低賃金・長時間労働が常態化する美容室業界に疑問を抱き、業界変革を目指して2009年に独立、創業。

## 企業理念

### 「スタイリストファースト」を信念にお客さまに幸せと喜びを提供します

美容室業界の課題であるスタイリストの長時間労働、低賃金、高離職率を是正し新たなキャリアデザインを創造することでスタイリスト自身の喜びに繋げることがより良いサービスの提供、延いてはその先のお客様の幸せに繋がると考えます。

## 事業概要

Agu.  
HAIR SALON

### 直営美容室運営事業



直営店舗の運営

営業利益構成比  
▲1.6%

### フランチャイズ事業



FC店舗の運営サポート

営業利益構成比  
96.2%

### インテリアデザイン事業



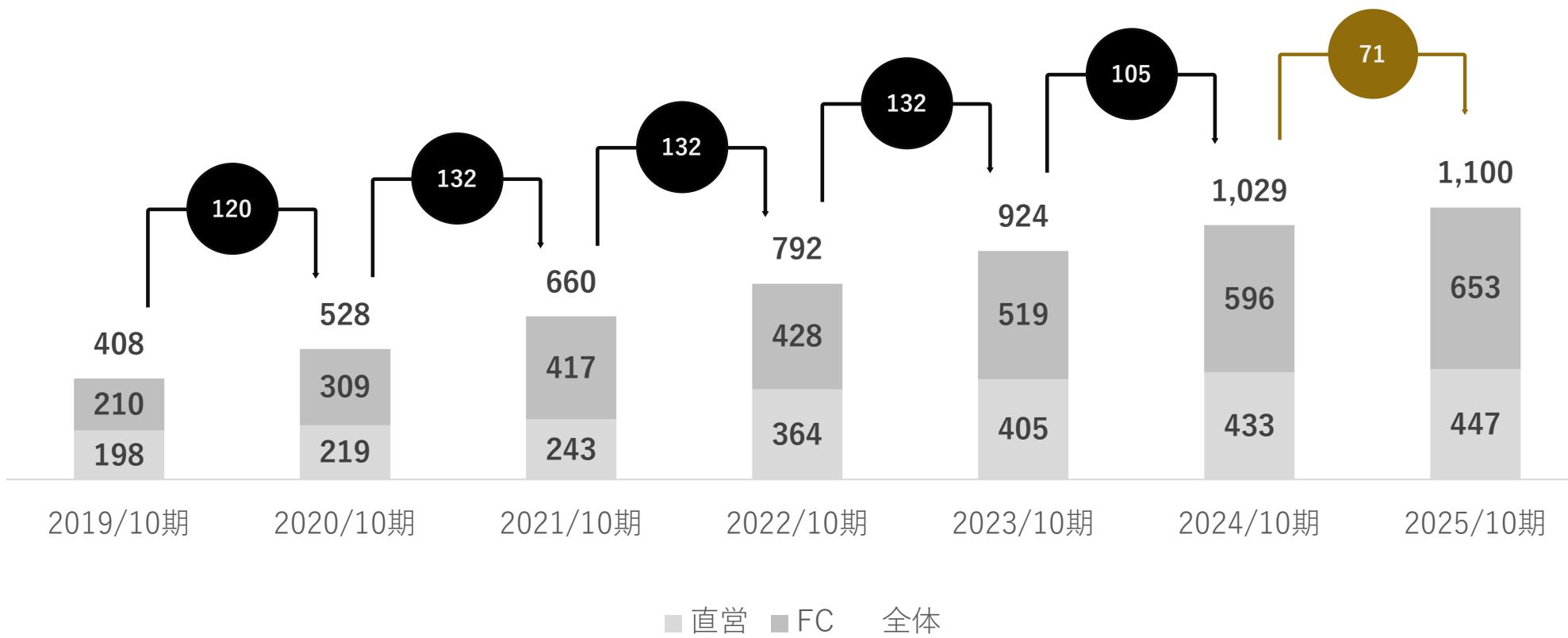
美容室を中心とした店舗デザイン、設計、施工

営業利益構成比  
5.4%

2025/10期実績。セグメント利益合計1,237百万円に対する割合であり、「その他」や「調整額」は含まない

# 国内店舗数 推移

最大の強みは出店力にあり、継続的な新規出店を実現



※Aguグループ外のM&A店舗数を除く

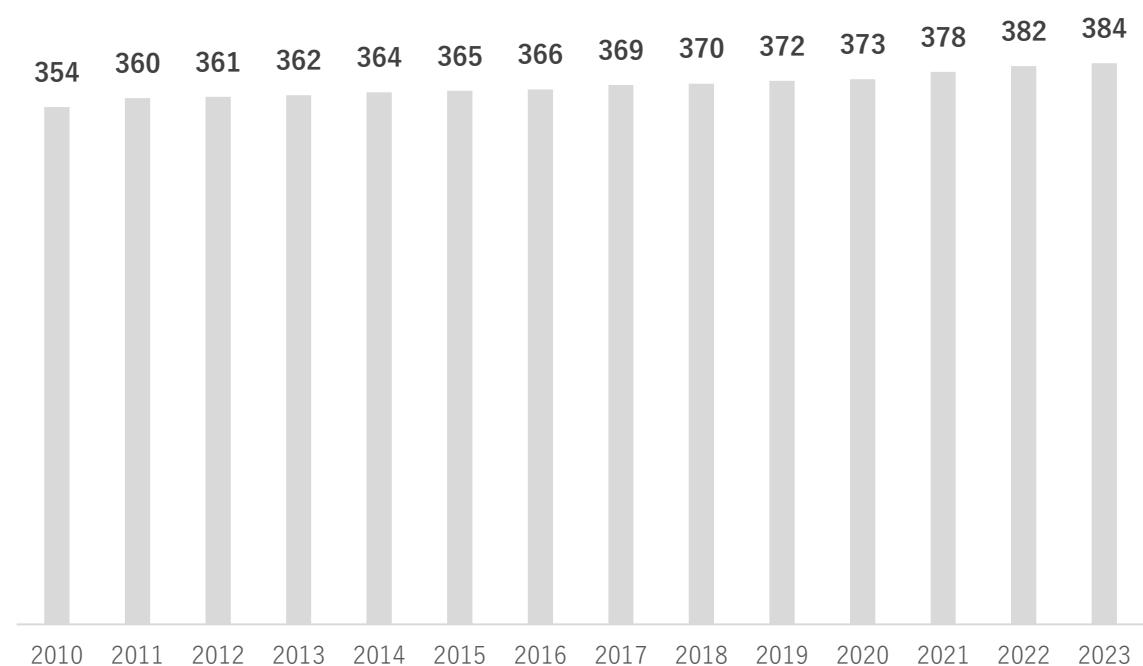
## 2.理美容業界の動向と当社グループの位置づけ

# 理美容室市場規模は約2兆円と巨大であり、店舗数推移はほぼ横ばい

日本の理美容室市場規模

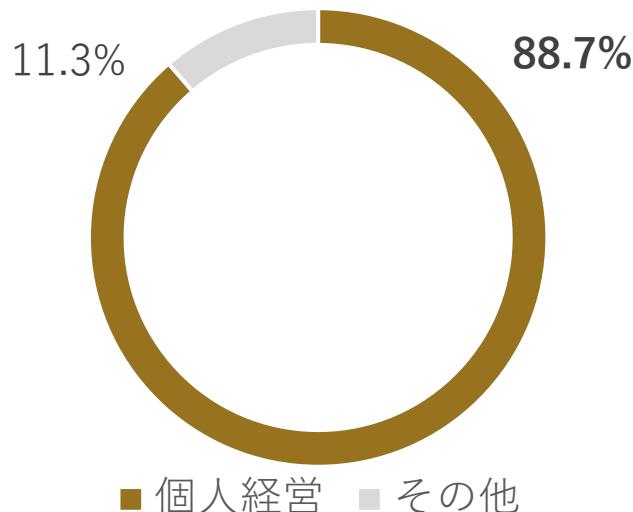


日本の理美容室数の推移  
(千軒)

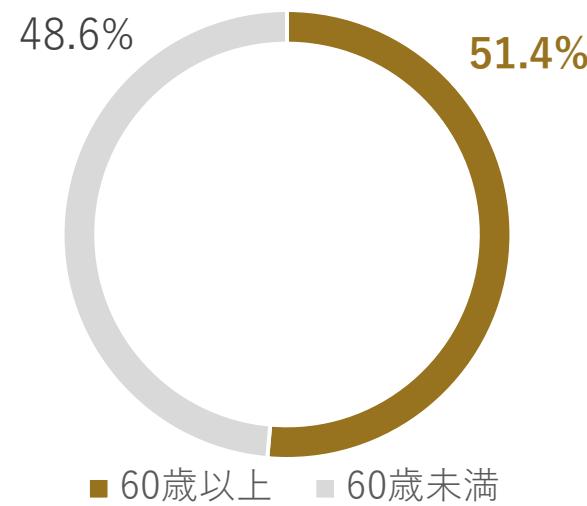


# 美容室業界では大手チェーンによる集約化が想定される

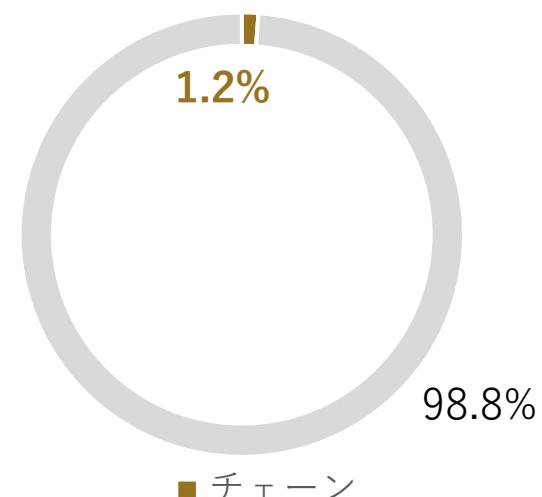
個人事業主割合<sup>\*1</sup>



経営者の年齢<sup>\*1</sup>



チェーン化率<sup>\*2</sup>



高齢化・分散化した美容室業界において、  
大手チェーンによる集約化が進む可能性が高い

\*1 厚生科学審議会生活衛生適正化分科会「美容業の実態と経営改善の方策（抄）（2018年10月31日）」を元に作成  
調査対象となった美容業の施設総数は284施設

\*2 ホットペッパービューティーで確認可能な全国のチェーン店数（2023年10月時点）÷全国の美容室数（2023年度）

# 2009年に創業し、現在は国内店舗数業界トップクラス 業務委託×FCモデルの組み合わせにより突出した出店実績を誇る

## 主要な理美容チェーンとの比較

業務委託
正社員

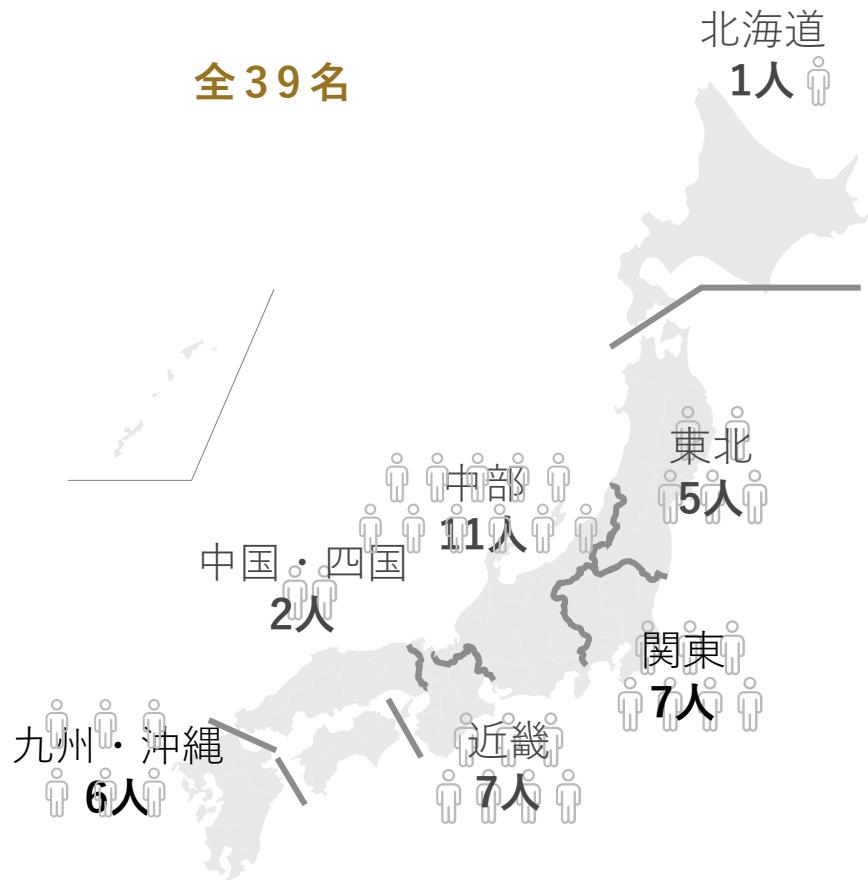
社名	メインの運営形態	創業年	国内店舗数*1
AB&Company	FC	2009年	1,210
B	直営	2009年	280
C	直営	2009年	191
D	直営	1995年	585
E	FC	1988年	356
F	直営	1975年	65
G	FC	1990年	68

\*1 当社グループは2025年10月末の店舗数（2025年10月期にM&Aにてグループインした110店舗を含む）。B～Gは2026年1月16日時点においてHP上に記載の店舗数。<sup>8</sup>

# グループ内で育てたFCオーナーを全国各地に配置し、 同業他社に対しての競争優位性を実現

## 地方別FCオーナー数<sup>\*1</sup>

全39名



各エリアに精通したFCオーナーが各地に散在しており、一般的な理美容チェーンでは実現できない競争優位性を実現



きめ細かいクオリティコントロールが可能



地場のスタイリストネットワークを活用  
(出身美容学校が同じ、前職での繋がり等)



地場の不動産業者との密な関係構築  
(好物件情報の入手)

### 3.当社グループの強み

# 1つ目の強みである「顧客獲得力」は、「カジュアルな価格で質の高いサービス提供」と「WEB特化型の集客チャネル」が源泉

強み

強みの源泉

1

顧客獲得力

- カジュアルな価格で質の高いサービス提供
- WEB特化型の集客チャネル

2

スタイリスト獲得力

- 業務委託モデル
- スタイリストへのサポート体制

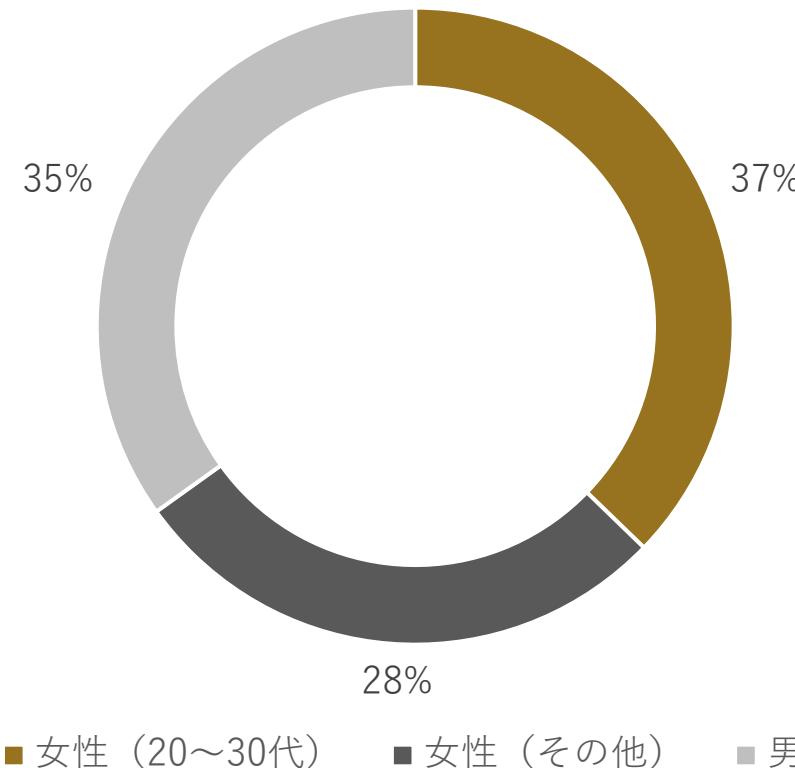
3

出店力

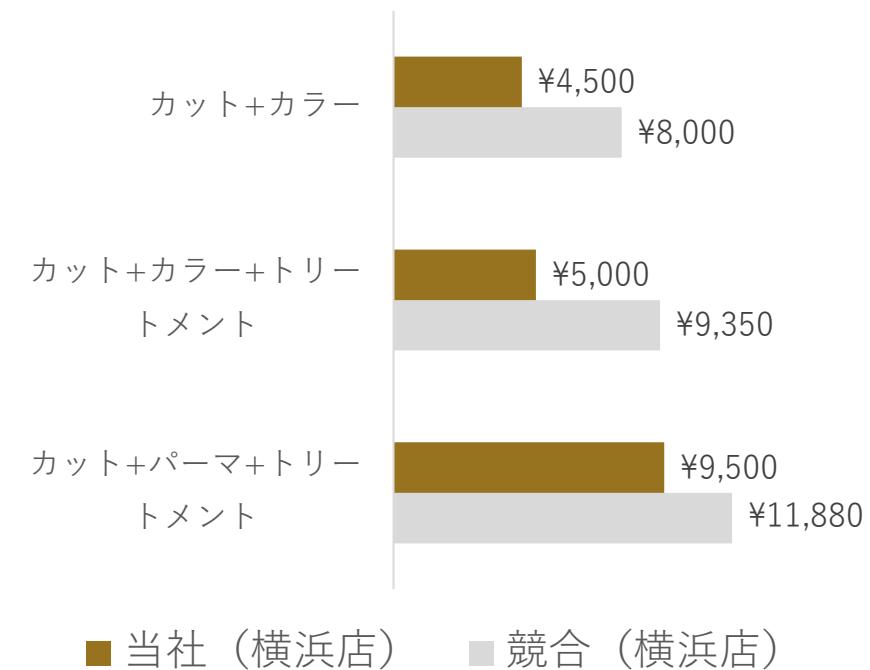
- 独自のフランチャイズモデル
- グループ子会社の建.LABOによる出店サポート

# 20~30代の女性層を主要顧客にカジュアルな価格で展開

## 男女年代別・顧客割合<sup>\*1</sup>



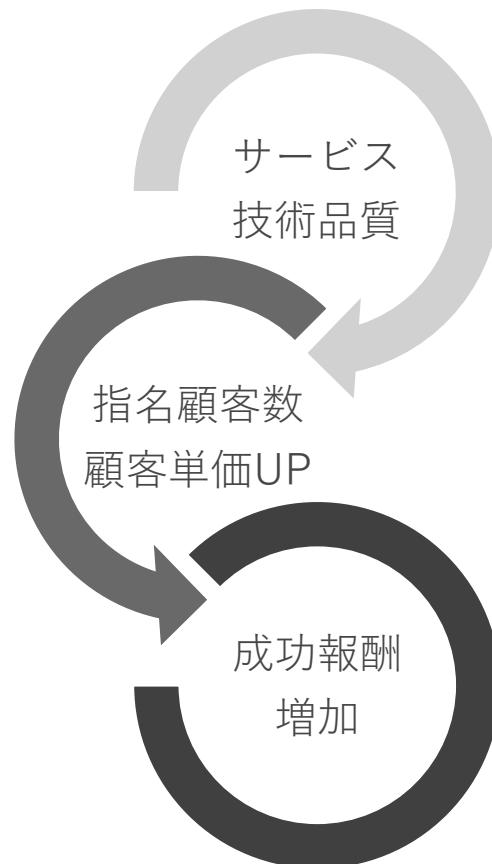
## 競合店との価格比較



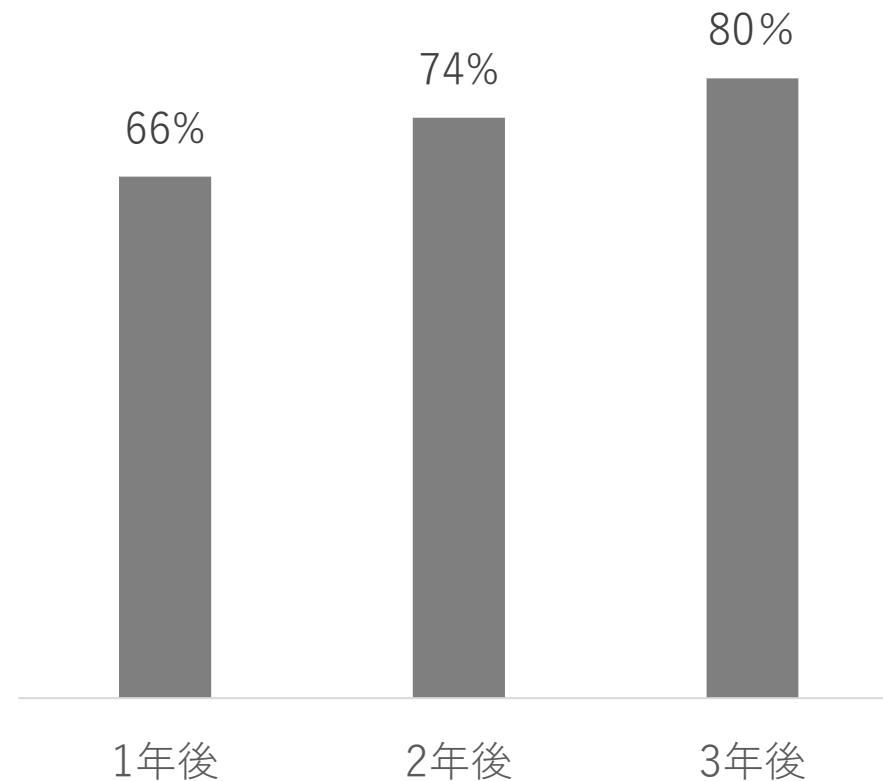
\*1 2025/10期の来店顧客のうち、性別・年代が判明する顧客数を集計

# スタイルリストへの報酬が売上連動であることからサービス・技術品質が向上し、リピーターを獲得

## サービス・技術品質向上のインセンティブ



## 出店後のリピーターの積み上がり\*1

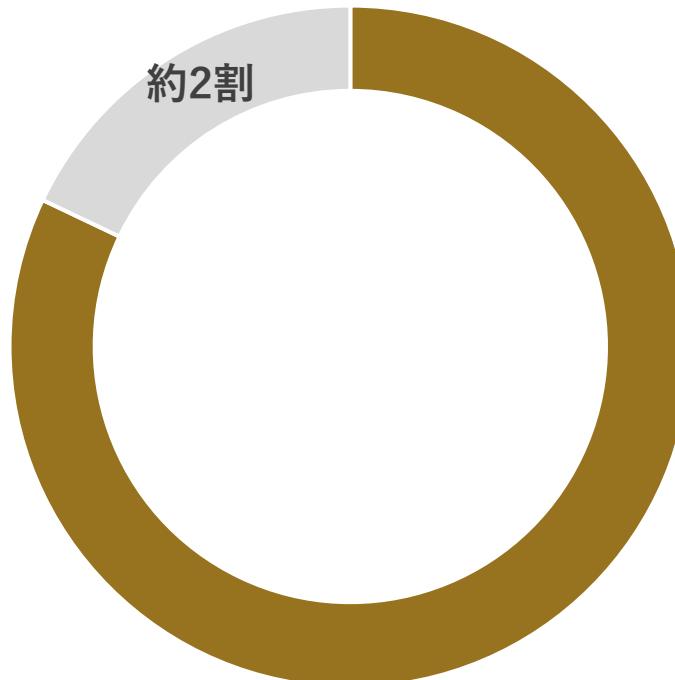


\*1 リピーター率は、出店後各期間経過後の月間総来店客数に占めるリピーター数の割合  
月間総来店客数（1店舗当たり）は、出店後各期間経過後の1店舗当たりの月間来店客数  
リピーターは、前回来店時より6ヶ月以内に再来店した顧客

# WEB予約を活用し、立地の影響を受けない集客が可能

## 当社グループにおけるWEB予約比率

一般的なWEB予約比率56.2%\*1に対して・・・



- ホットペッパービューティー
- その他

## 店舗イメージ

都市型空中店舗



郊外型ロードサイド  
店舗



約8割



Agu. hair nauraa  
三国ヶ丘店  
(大阪府堺市)



Agu. hair raid  
須賀川池ノ下店  
(福島県須賀川市)

\*1 ホットペッパービューティーアカデミー「美容センサス2025年上期」より。過去1年間でサロン予約時にネット予約を行った人数の比率

本部のマーケティングチームが蓄積されたノウハウを活用し、広告運用を最適化

### ノウハウの具体例

いくら広告費用を  
投下するか？



どのようなヘアスタイルを  
掲載するか？



メニュー価格を  
どう設定するか？



各エリアの消費者トレンド、競合状況に鑑みて  
全店舗の広告運用を店舗毎に最適化

## 2つ目の強みである「スタイリスト獲得力」は、「業務委託モデル」と「スタイリストへのサポート体制」が源泉

強み	強みの源泉
1 顧客獲得力	<ul style="list-style-type: none"><li>● カジュアルな価格で質の高いサービス提供</li><li>● WEB特化型の集客チャネル</li></ul>
2 スタイリスト獲得力	<ul style="list-style-type: none"><li>● 業務委託モデル</li><li>● スタイリストへのサポート体制</li></ul>
3 出店力	<ul style="list-style-type: none"><li>● 独自のフランチャイズモデル</li><li>● グループ会社の建.LABOによる出店サポート</li></ul>

# 業務委託モデルにより「低賃金・長時間労働」という美容室業界が抱える課題を解決

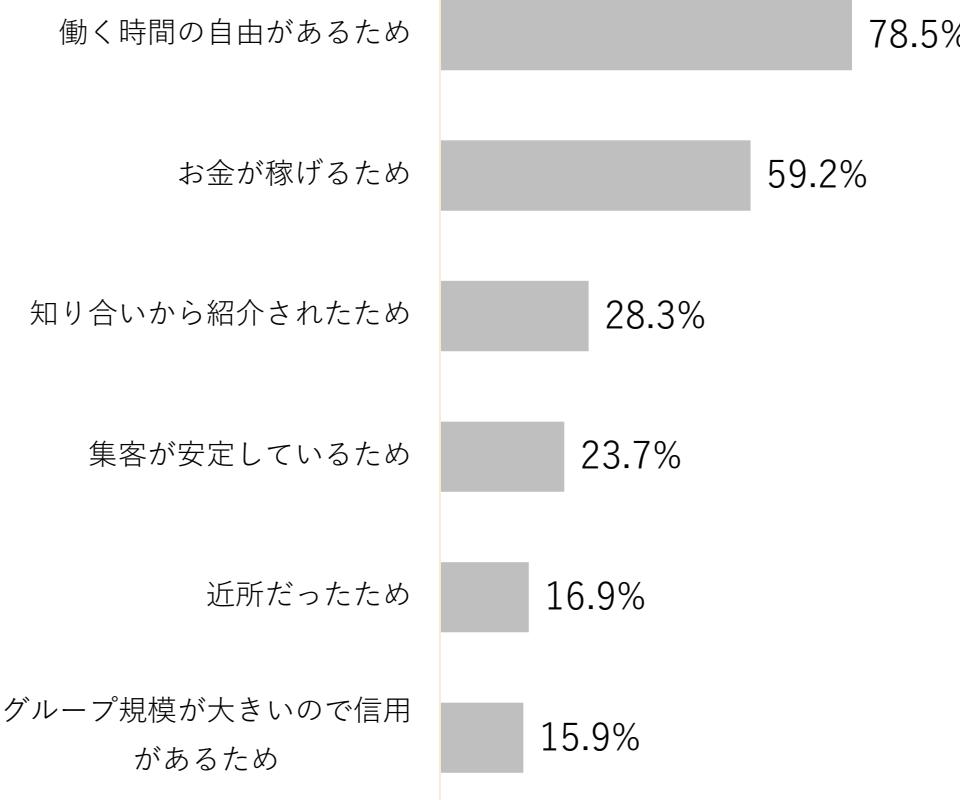
	一般的な理美容室 (主に正社員モデル)	当社グループの 業務委託モデル
平均報酬	370万円/年 <sup>*1</sup>	411万円/年 <sup>*2</sup>
ワーク スタイル	シフトが硬直的 長時間労働が常態化 (企業側がシフトを決定するため、 個々人のライフスタイルに合わせることが 難しい)	シフトが柔軟 (スタイルリスト自身が自分のライフスタイルに合わせて働くことが可能)

\*1 厚生労働省「令和6年賃金構造基本統計調査」

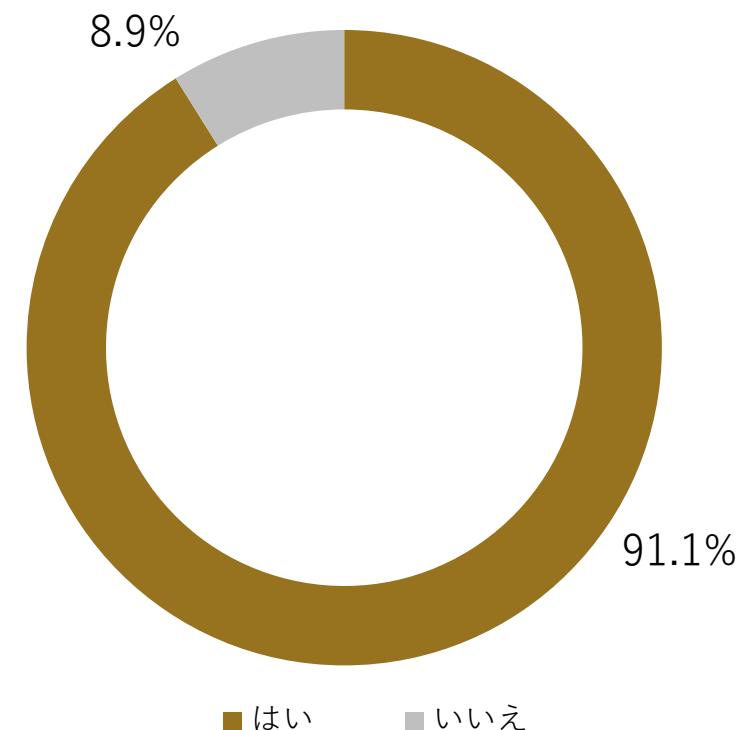
\*2 2024年11月から2025年10月までのすべての月で報酬を支払っているスタイルリストに関する同期間の平均値

# 所属スタイルリストの多くが業務委託モデルのワークスタイルを支持<sup>\*1</sup>

Q業務委託スタイルリストを選択した理由はなんですか？<sup>\*2</sup>



Q働くママにとって働きやすい環境ですか？<sup>\*3</sup>



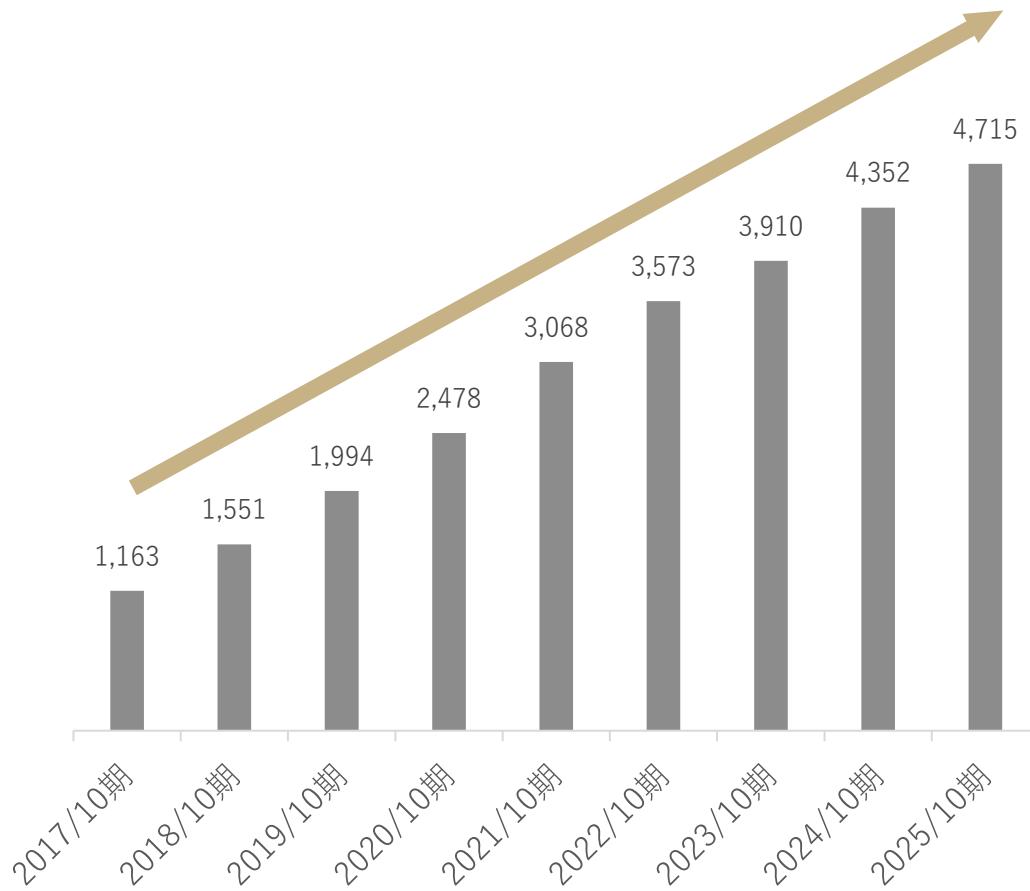
\*1 当グループ所属スタイルリストへアンケートを実施

\*2 回答数904件 複数回答可

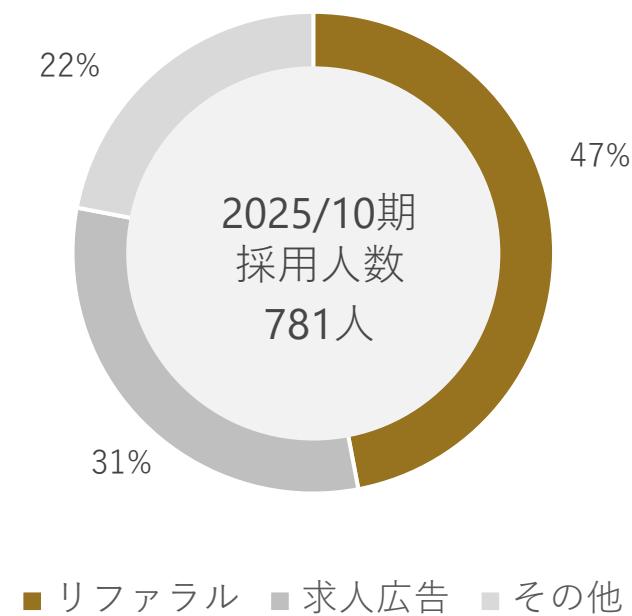
\*3 回答のうち女性に限定 回答数482件

# 所属スタイリストは増加基調にあり、リファラルによる流入が多い

所属スタイリスト数の推移(人)



当社グループへの流入経路

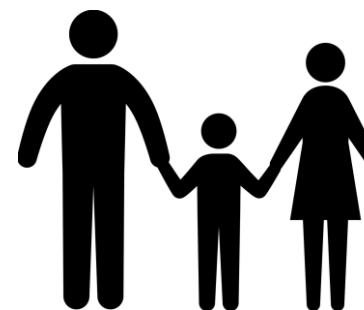


# 正社員からフリーランスになるハードルを下げるため、スタイリストに対して各種サポートを実施

## 確定申告代行サービス（Dr.確定申告）



## スタイリストケア制度



- スタイリストは領収書などの必要書類を画像としてアップし、オペレーターが入力を代行
- 煩雜な確定申告の負担を軽減

- 結婚・出産時や休業復帰時に一定額のお祝い金を給付
- ケガや病気などにより業務不能になった際も一定額のお見舞金を給付

## 3つ目の強みである「出店力」は、「独自のフランチャイズモデル」と「グループ会社の建.LABOによる出店サポート」が源泉

### 強み

### 強みの源泉

1

顧客獲得力

- カジュアルな価格で質の高いサービス提供
- WEB特化型の集客チャネル

2

スタイリスト獲得力

- 業務委託モデル
- スタイリストへのサポート体制

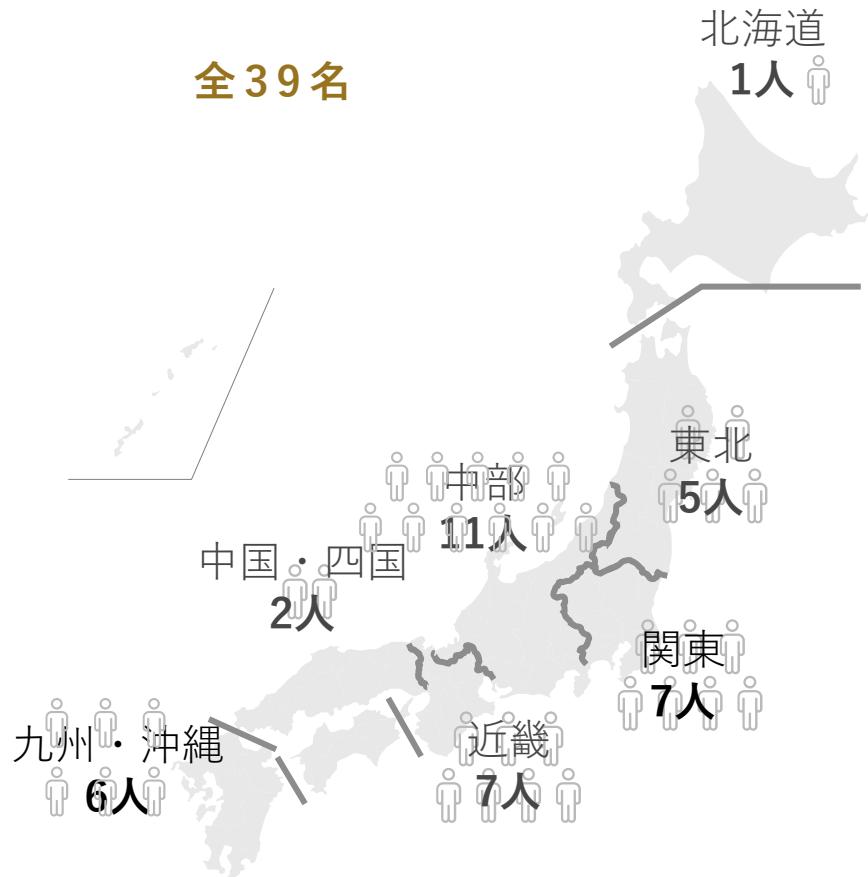
3

出店力

- 独自のフランチャイズモデル
- グループ会社の建.LABOによる出店サポート

# 全国に散在するFCオーナーが地場の不動産業者との強固な関係を構築しており、優良な物件情報を取得

## 地方別FCオーナー数<sup>\*1</sup>



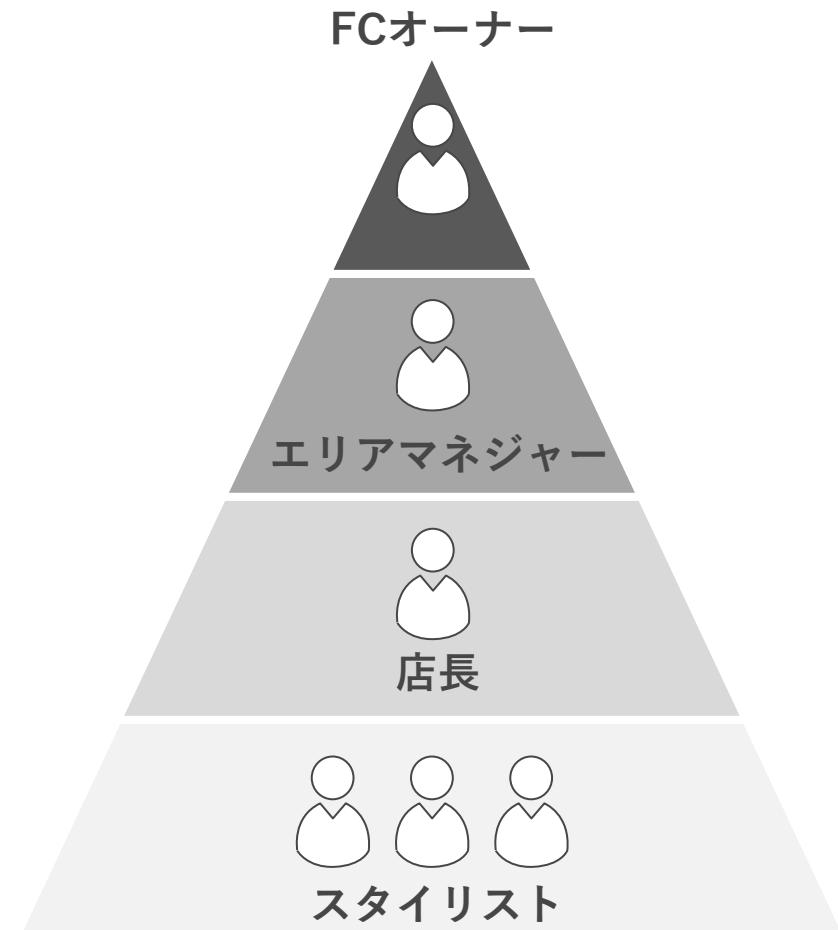
FCオーナーが各地に散在していることで

- 各FCオーナー自らが不動産業者と接し、物件確認を早急に行うことで信頼関係を構築でき、
- 優良な物件情報が入ってきやすい好循環が発生



当社グループの生え抜きスタイリストをFCオーナーとして起用しており、離反リスクが少ない

### FCオーナーへのステップアップ



### ステップアップ事例



FCオーナーに昇格 (27歳)

エリアマネージャーに昇格 (26歳)  
5店舗管理

店長に昇格 (25歳)

当社グループスタイリストとして勤務  
(24歳)

シニアFCオーナーが所属スタイリストをFCオーナーへと育成しFC店舗を拡大  
同時にシニアFCオーナーのエリア内外での調整によりカニバリゼーションを抑制

### シニアFCオーナーによるFCオーナー育成（例）

シニアFCオーナー  
(12年目)



101店舗管轄

子FCオーナーが10店舗を超えるまで、売上の1%が育成手数料として支払われる

- ①子FCオーナーの育成・助言  
(出店立地選定/財務/採用等)
- ②エリア内カニバリゼーションの防止

子FCオーナー  
(元シニアFCオーナー所属のスタイリスト)



40店舗  
管轄



12店舗  
管轄



8店舗  
管轄

### シニアFCオーナーによるエリア間調整

FC運営本部

エリアを管轄



シニア  
FCオーナー

エリアを管轄



シニア  
FCオーナー

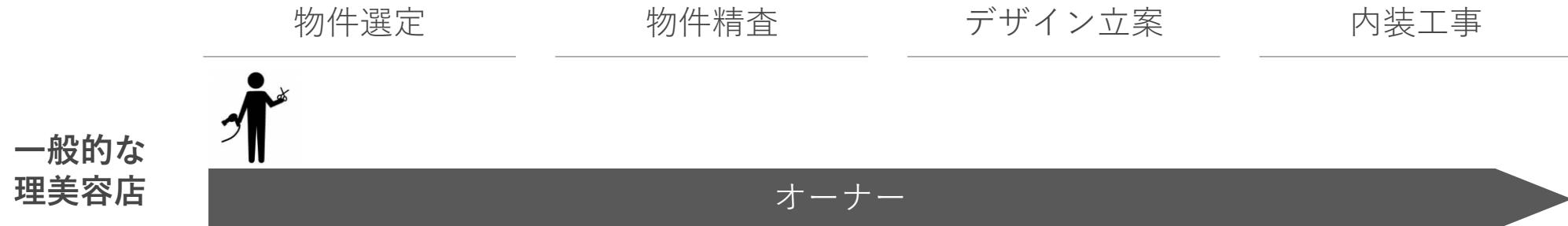
エリアを管轄



シニア  
FCオーナー

# 当社グループ会社の建.LABOのサポートにより、FCオーナーは物件選定に注力可能

## FCオーナーは物件選定に注力可能



当社  
グループ

物件選定に  
集中可能

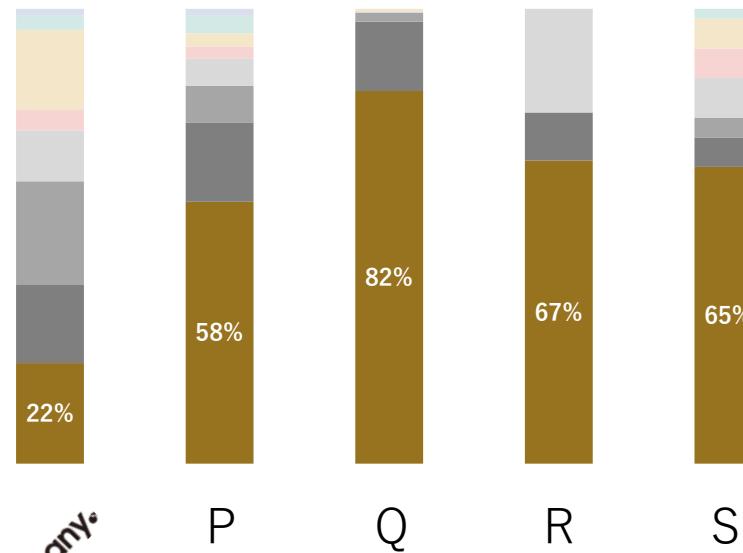
- ・ 内装コストを安価に抑えることが可能
- ・ 短い期間での開業が可能

# 特定エリアの集中を抑え、全国各地へ分散した出店を実現

## 関東以外のエリアが当社グループの店舗数増加を牽引

エリア別の店舗数又は売上高比率<sup>\*1</sup>

■ 関東 ■ 近畿 ■ 中部 ■ 九州・沖縄 ■ 北海道 ■ 東北 ■ 中国 ■ 四国



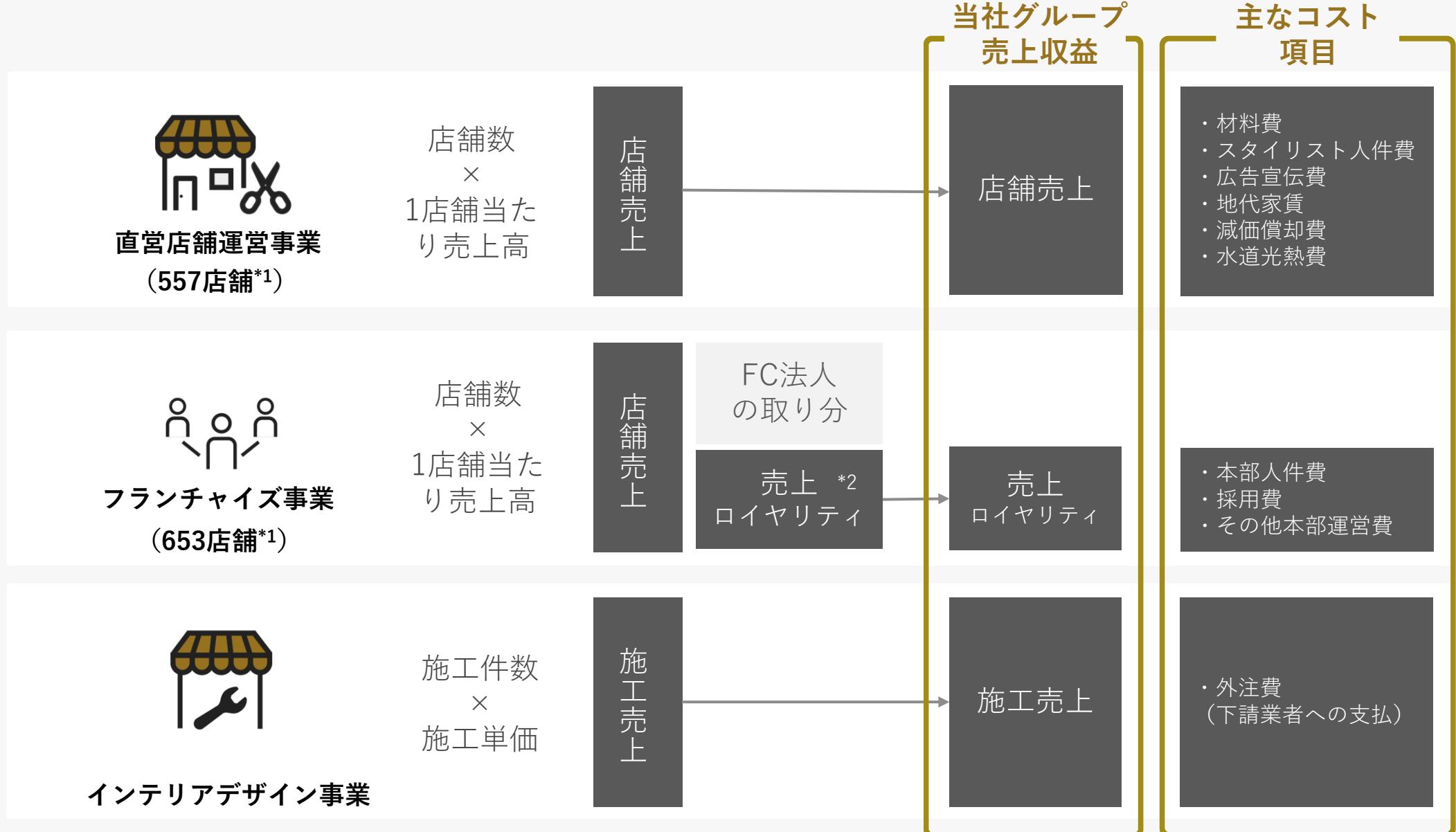
当社グループの店舗数推移



\*1 当社グループは2025年10月末時点の国内店舗数。Pは2025年12月時点の国内店舗数。Qは2025年12月時点の国内店舗数。Rは2025年12月時点の国内店舗数。Sは2025年12月時点の国内店舗数。

## 4.収益モデルと財務ハイライト

# セグメント毎の収益モデル



\*1 2025/10期末店舗数

\*2 フランチャイズ事業の売上収益は売上ロイヤリティに加え、「その他収入」（仕入代行・記帳代行・POSリース・スタイリスト採用代行等。概ね店舗数と連動）で構成される

## BS概況 (IFRS)

(金額単位：百万円)

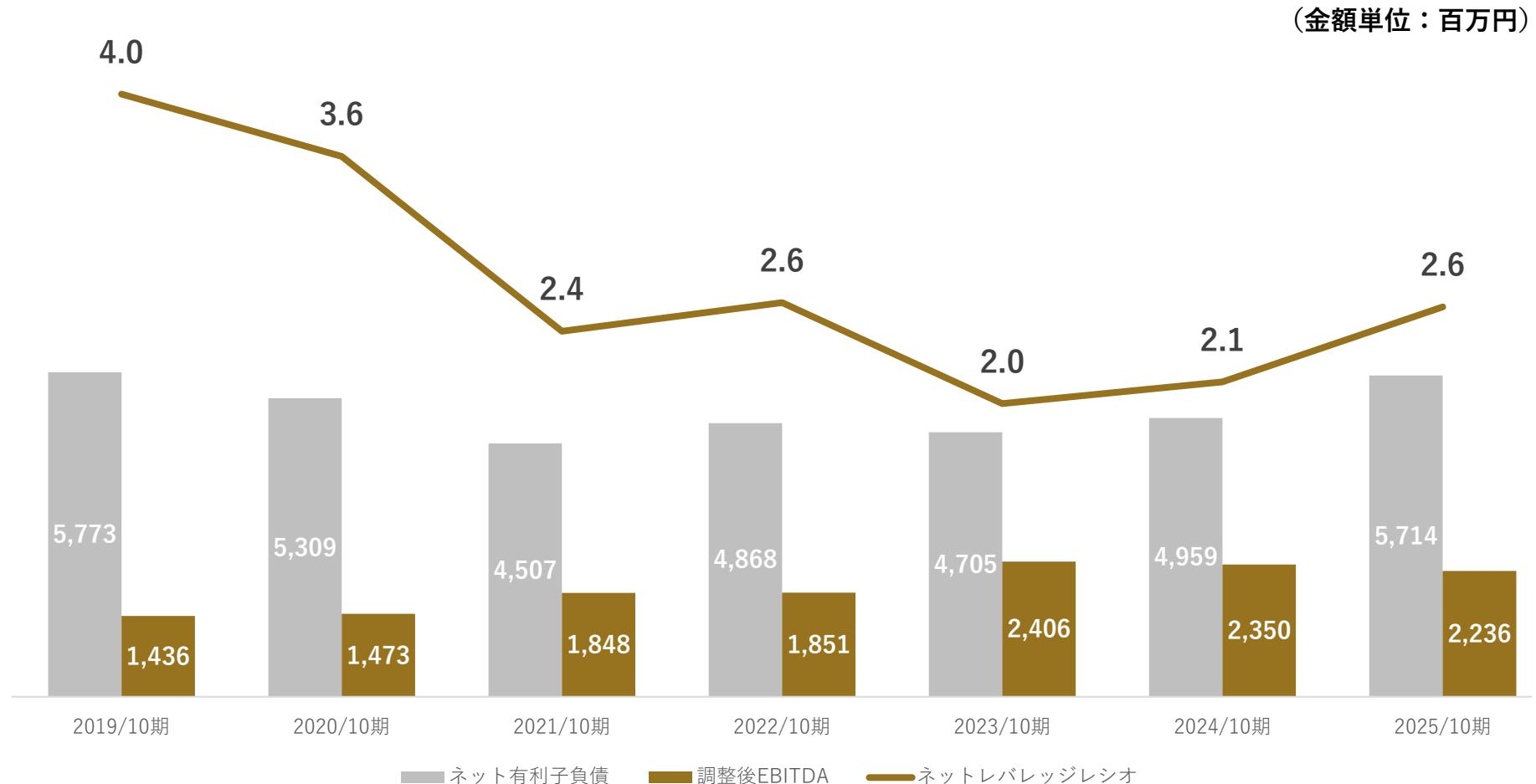
	2024/10 期末	2025/10 期末	増減		2024/10 期末	2025/10 期末	増減
現金及び現金同等物	2,241	2,263	21	営業債務及びその他の債務	1,126	1,169	42
営業債権及びその他の債権	1,086	1,280	194	契約負債	79	54	▲24
棚卸資産	176	344	167	借入金	1,936	2,138	201
その他の流動資産	521	482	▲38	リース負債	1,533	1,837	304
<b>流動資産合計</b>	<b>4,025</b>	<b>4,370</b>	<b>345</b>	未払法人所得税等	246	313	67
有形固定資産	1,574	1,607	33	その他の流動負債	666	774	108
使用権資産	4,917	5,392	474	<b>流動負債合計</b>	<b>5,589</b>	<b>6,288</b>	<b>699</b>
のれん	8,488	9,713	1,225	借入金	5,264	5,839	574
無形資産	4,410	4,374	▲36	リース負債	3,301	3,662	360
その他の金融資産	637	736	98	引当金	838	1,026	187
繰延税金資産	639	823	184	繰延税金負債	1,280	1,263	▲17
その他の非流動資産	53	58	4	<b>非流動負債合計</b>	<b>10,686</b>	<b>11,791</b>	<b>1,105</b>
<b>非流動資産合計</b>	<b>20,722</b>	<b>22,706</b>	<b>1,983</b>	<b>負債合計</b>	<b>16,275</b>	<b>18,080</b>	<b>1,804</b>
<b>資産合計</b>	<b>24,747</b>	<b>27,077</b>	<b>2,329</b>	資本金	195	211	15
				資本剰余金	5,002	5,018	15
				利益剰余金	4,252	4,749	496
				自己株式	▲995	▲995	0
				その他の資本の構成要素	17	14	▲2
				<b>親会社の所有者に帰属する持分合計</b>	<b>8,472</b>	<b>8,997</b>	<b>524</b>
				<b>資本合計</b>	<b>8,472</b>	<b>8,997</b>	<b>524</b>
				<b>負債及び資本合計</b>	<b>24,747</b>	<b>27,077</b>	<b>2,329</b>

3件のM&A実行 (est社/2025年6月、Arose社/2025年8月、SENSE社/2025年10月) によりのれんが増加  
(使用権資産・リース負債も増加)

※当社グループはIFRSを採用していることから、将来に渡って支払う予定の家賃を物件の使用権利とみなし、「使用権資産」(資産側)、「リース負債」(負債側)としてBSに計上されている

# 借入指標：ネットトレバレッジレシオ（ネット有利子負債÷調整後EBITDA）

ネットトレバレッジレシオは順調に低下傾向（2026/10期は2.0倍前後となる見込）



\*1 調整後EBITDAはEBITDAから「使用権資産の減価償却費」を差し引いて算出（使用権資産の償却費は実質的な家賃に相当するため）30

# キャッシュフロー計算書

(金額単位：百万円)

	2024年10月期 4Q	2025年10月期 4Q
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税引前当期利益	1,581	1,489
減価償却費及び償却費	2,205	2,330
営業債権及びその他の債権の増減	▲ 147	▲ 6
棚卸資産の増減	▲ 44	▲ 137
営業債務及びその他の債務の増減	175	▲ 113
契約負債の増減	25	▲ 117
法人所得税の支払額	▲ 725	▲ 572
その他	341	6
	3,411	2,879
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産の取得による支出	▲ 663	▲ 407
無形資産の取得による支出	▲ 67	5
差入保証金の差入による支出	▲ 59	▲ 71
その他	89	▲ 770
	▲ 700	▲ 1,244
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
借入金の純増減額	166	548
リース負債の返済による支出	▲ 1,639	▲ 1,766
支払配当金	▲ 422	▲ 397
株式の発行による収入	8	30
自己株式の取得による支出	▲ 884	▲ 0
その他	▲ 22	▲ 29
	▲ 2,794	▲ 1,614

## IFRS会計基準適用による留意点

IFRS基準では実質的な家賃（使用権資産の償却）が減価償却費に含まれている（2025年10月期4Qの実質家賃：1,670百万円）  
実質的な家賃支払いに伴うキャッシュアウトは「リース負債の返済による支出」として計上されている

## 前期のイレギュラーなキャッシュの動き

2024年10月期は自己株式取得の実行（2023年12月）のために「2023年10月期末時点で一時的に証券会社に預託していた380百万円の戻り（キャッシュイン）」が「その他」に反映されている

## M&A（美容室法人3社）による支出

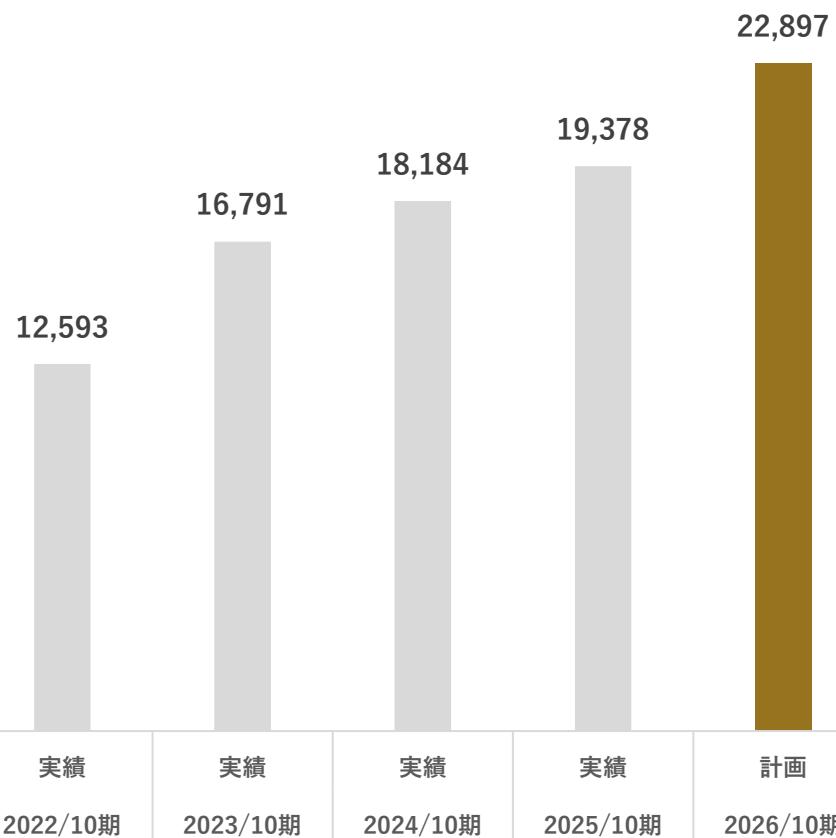
929百万円

## 5.財務サマリ

# 売上収益と営業利益の推移

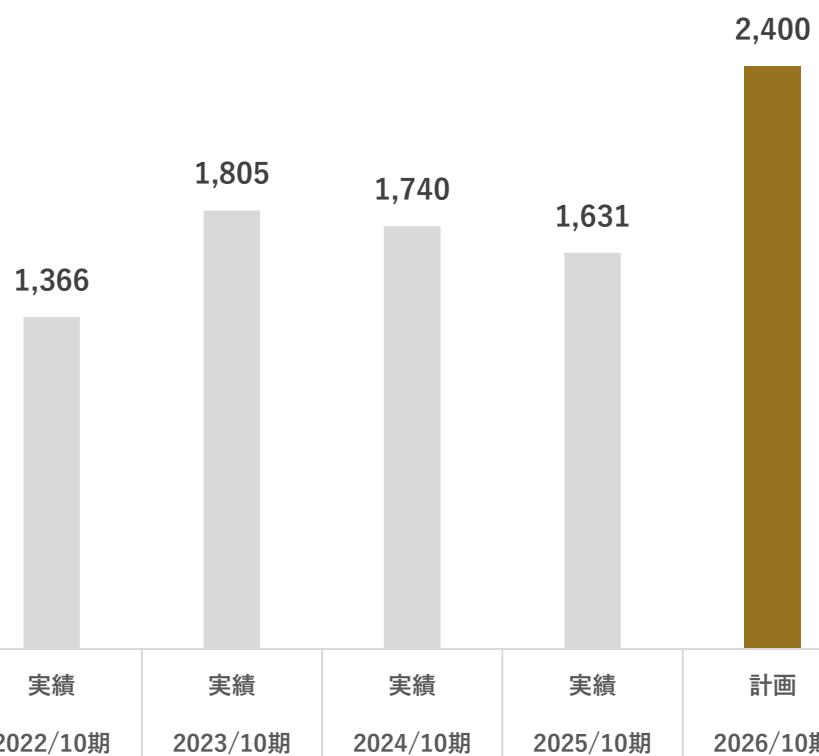
売上収益

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



# <前年比> 2025年10月期 通期連結サマリ

- ・直営セグメントにおける減益 (+139百万円→▲20万円) や、M&A実行による一過性費用 (93百万円) 等により減益
- ・繰延税金資産取り崩しにより、当期利益の減益幅が大きい (一過性)

	2024/10期	2025/10期	前年比増減	対売上割合 2024/10期	対売上割合 2025/10期
売上収益	18,184	19,378	6.6%	100.0%	100.0%
売上総利益	8,589	9,154	6.6%	47.2%	47.2%
販管費	7,008	7,570	8.0%	38.5%	39.1%
営業利益	1,740	1,631	▲ 6.3%	9.6%	8.4%
税引前当期利益	1,582	1,489	▲ 5.9%	8.7%	7.7%
当期利益	1,077	894	▲ 17.0%	5.9%	4.6%
調整後EBITDA	2,350	2,236	▲ 4.8%	12.9%	11.5%

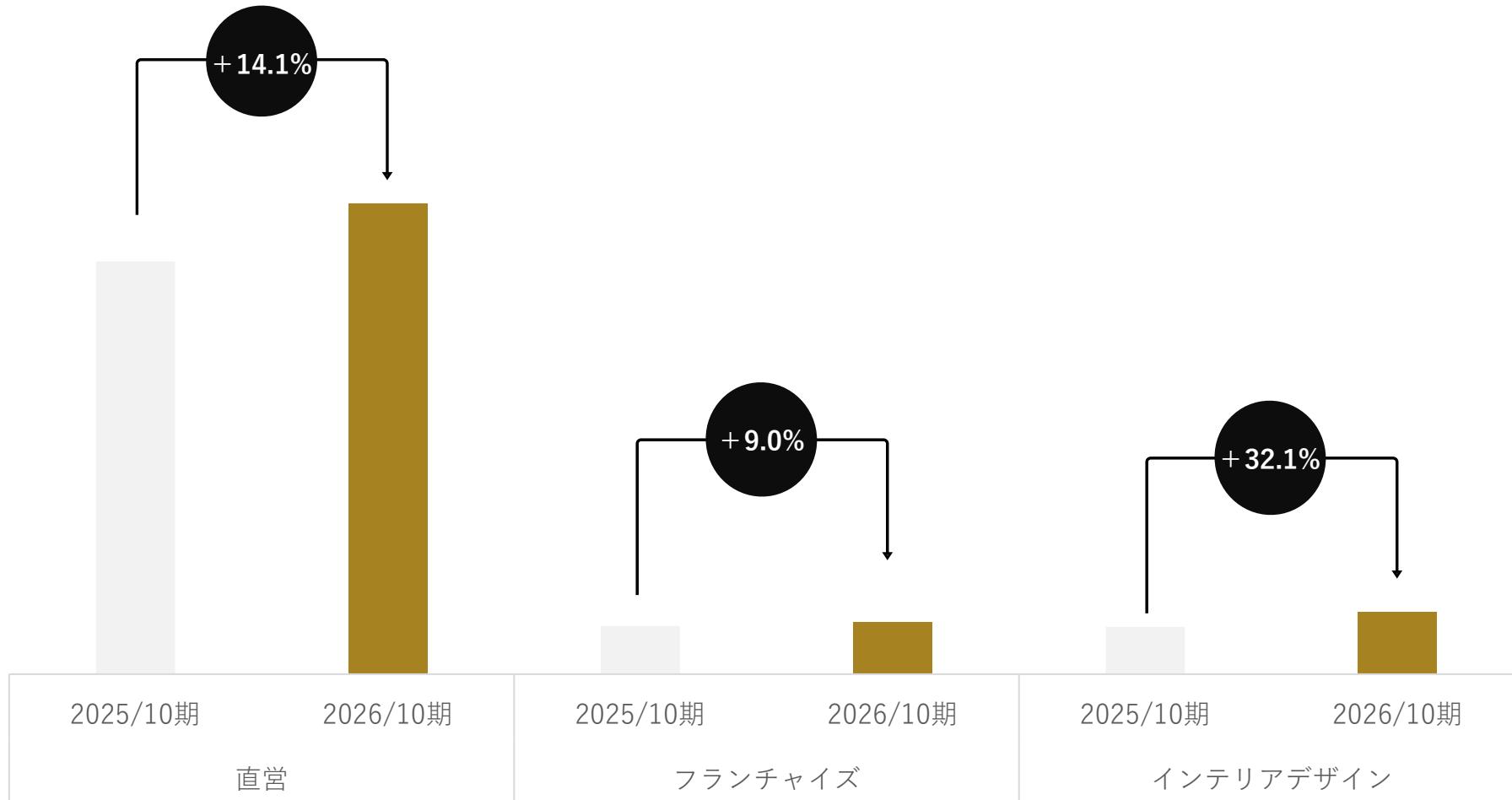
# 2026年10月期 計画・売上/段階利益

- 各段階利益において +40% を超える増加を見込む
- 前年対比増益要因（営業利益ベース）は直営セグメントにおける増益

	2025/10期	2026/10期	前年同期比
売上収益	19,378 百万円	22,897 百万円	+ 18.2 %
営業利益	1,630 百万円	2,400 百万円	+ 47.1 %
税引前利益	1,489 百万円	2,230 百万円	+ 49.7 %
当期利益	893 百万円	1,471 百万円	+ 64.6 %

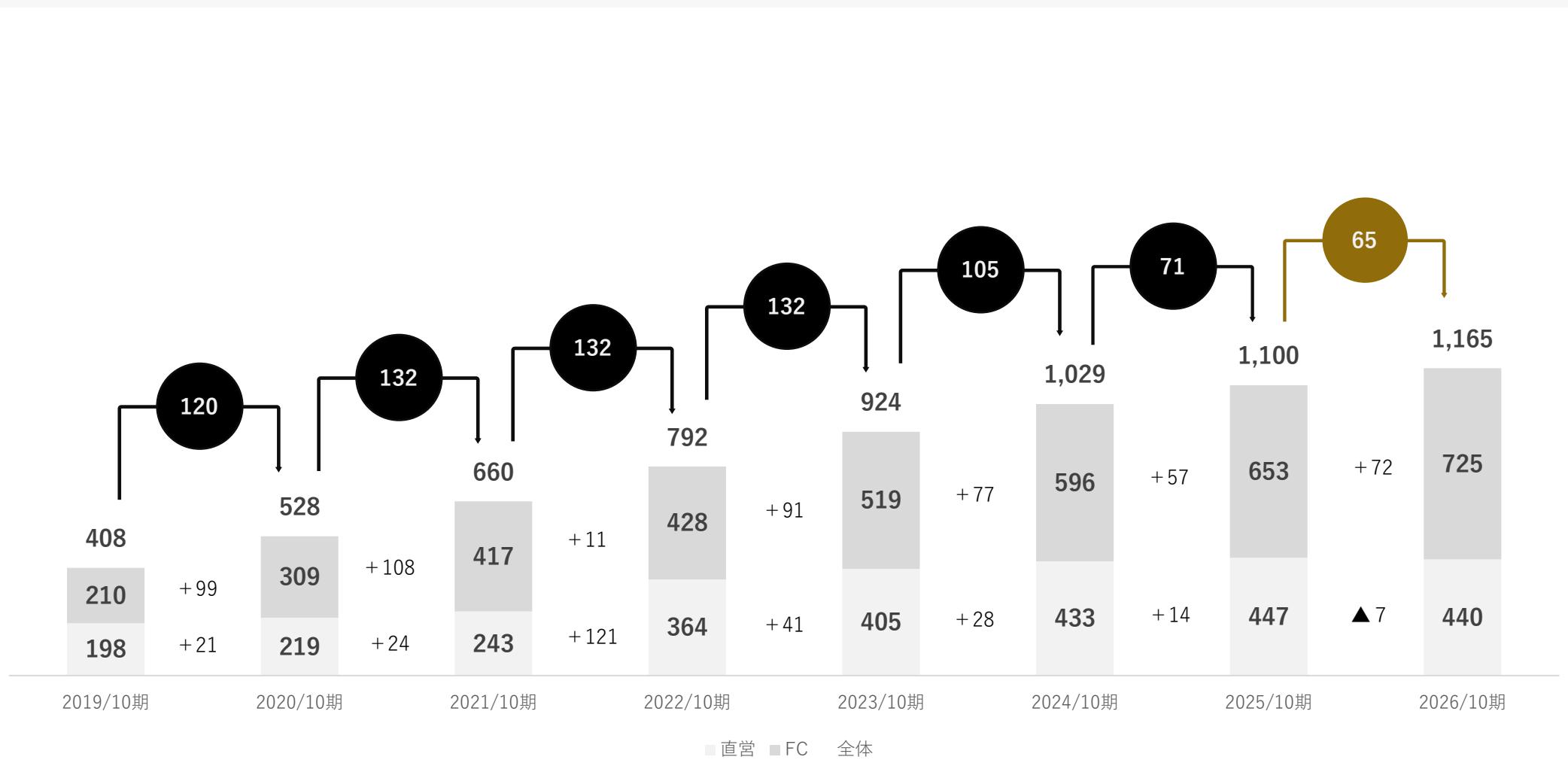
# 2026年10月期 計画・セグメント売上（外部売上ベース）

- ・各セグメントにおいて、増収を見込む
- ・直営セグメント増収の主因は2025年10月期の3件のM&A実行によるもの



# 2026年10月期 計画・店舗純増数

競争環境の激化から店舗純増数を保守的に設定（65店舗純増）



# 想定されるご質問への回答

## 中期経営計画に対して

Q：中期経営計画において2026年10月期の営業利益計画26.5億円を掲げていたが、今回開示の業績予想では24.0億円としている。

取り下げはしないか。

A：中期経営計画・営業利益計画26.5億円の達成可能性が完全に消失したとは認識していない。達成ハードルとしては高いものであることは認識しつつも、達成可能性が消失しない限りにおいては、営業利益26.5億円の達成に向けて尽力したい。尚、2025年10月期の営業利益実績16.3億円に対しての、2026年10月期業績予想値24.0億円の増益要素は以下の通り

①M&A関連損益（2025年10月期に発生した一過性コスト影響含む）：+2.3億円

②直営セグメント（上記M&A関連影響除く）：+3.0億円（うち、減価償却費見直しによる減少/+2.1億円、その他既存店のスクラップ&ビルト影響および2025年10月期の一過性ネガティブ要素（NY店舗撤退など）/+0.9億円）

③フランチャイズセグメント：+1.5億円

④インテリアデザインセグメント：+0.5億円

⑤全社費用低減：+0.4億円

## 株主還元に対する考え方

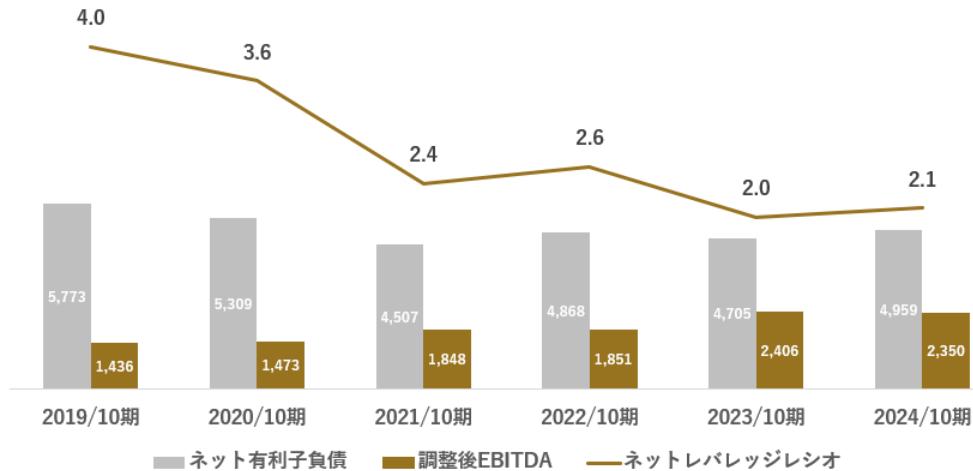
Q：2025年9月に増配開示が出たが、キャッシュフロー上は問題ないか。また株主優待の内容変更もあったが、今後も変更は想定されるか。

A：

細かくシミュレーションした上で判断しており、キャッシュフロー上の問題はない。配当・株主優待の方針は短期的に見直すべきものではなく、経営環境に大きな変化がない限りは数年単位で最適化を図るべき内容のものだと理解している

# 財務状況と今後の株主還元方針

## 財務 状況



ネットレバレッジレシオは低下傾向にあり、財務健全性は向上

## 株主 還元 方針

### 配当

「配当性向 30%を基準に算出した額と直近の配当金実績額の高い方」という方針を継続

### 自社株買い

財務状況と株価水準を勘案しながら、必要に応じて都度実施検討

### 株主優待

商品拡充を推進しつつ、現行の内容を継続

# 事業等のリスク及びリスク対応策について

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があると認識する主要なリスクは以下の通りです。その他のリスクについては有価証券届出書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

## 事業等のリスク及び対応策

項目	リスク概要	可能性	時期	影響度	対応策
スタイリストの確保及び育成	今後の事業拡大に伴い、継続的に優秀なスタイリストの確保及び育成が必要であると考えておりますが、必要なスタイリストの確保及び育成が計画通り進まなかった場合には、新規出店数や店舗当たり売上高が低下し、事業計画が未達となるリスクがあります。	中	短期	中	業務委託モデルにより高報酬かつスタイリストのライフスタイルに合致した労働環境を提供し、スタイリストの満足度を向上させるとともに、フランチャイズオーナー制度により地域におけるスタイリスト獲得力は高め、全国各地に教育施設を設置しスタイリスト育成に力を入れ、魅力的な独立開業支援により優秀な人材の離反を防止する仕組みを構築しております。
フランチャイズ加盟店の離脱	フランチャイズ加盟店が何らかの理由で離脱してしまった場合、フランチャイズ事業の事業計画が未達となり、継続的な成長が阻害されるリスクがあります。	低	中期	大	加盟店とフランチャイズ契約を締結し、経営指導、企業ノウハウ及び教育研修の提供を行うと共に人材採用やマーケティング、資金調達等の多面的な支援を行っております。またオーナー間で成功ノウハウの共有等、密なコミュニケーションを取りつつ連携しており、フランチャイズ加盟店間のカニバリゼーションリスクを抑えると同時に、グループに所属することのメリットを多面的に享受できる仕組みを構築しております。

# 事業等のリスク及びリスク対応策について

## 事業等のリスク及び対応策

項目	リスク概要	可能性	時期	影響度	対応策
業務委託契約に対する労働関係法令の適用	<p>当社グループでは、スタイリストとの間において主に業務委託契約を締結しており、業務委託スタイリストによる施術の方法やシフト等の勤務条件について、当社グループが個別具体的な指揮命令を行うことはありませんので、業務委託スタイリストは当社グループが使用する労働者ではないと考えておりますが、今後の法令改正の内容によって、また、裁判例、行政の解釈・運用等が変更された場合には、そのための対応を迫られる可能性があります。</p>	低	長期	大	<p>業務委託スタイリストに対して、施術の方法やシフト等の勤務条件について、当社グループが個別具体的な指揮命令を行わないことを徹底し、適宜に実態も調査することで業務委託性の透明度を高めるとともに、顧問弁護士、顧問社労士とも連携し、法的規制の動向について常に注視し、臨機応変に対応出来る体制を取っております。</p>
有利子負債について	<p>当社グループは、2023年10月末時点で11,644百万円の有利子負債を計上しており、このうち5,004百万円の借入金利は市場金利と連動して半年毎に見直される契約となっており、今後、市場金利が上昇した場合には当社グループの業績や財務状況に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>また、財務制限条項（財務コベナンツ）及び一定規模の新規買収及び設備投資制限条項が付されている借入があり、財務制限条項に抵触した場合には、一括返済を求められる可能性があり、買収及び投資制限条項については当社グループの事業展開が一部制限され、継続的な成長が阻害されるリスクがあります。</p>	中	中期	中	<p>収益性を重視した戦略立案と経営管理を行っております。具体的には、新規出店する際は、市場環境、物件の立地や建物の状況、競合環境等を多面的に検討した上で収益性を勘案して慎重に意思決定を行っております。また、毎月すべての店舗の損益状況を把握し、スタイリストの配置の最適化を行うことにより、機会損失を最少化すべく取り組んでおります。また、営業活動によるキャッシュ・フローの実績等を参考に財務バランスを意識した投資計画を立案し、これに従って投資を実行しております。</p>

# 本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または默示された予想とは大幅に異なる場合があります。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、当資料のアップデートは2027年1月に開示を行う予定です。

# APPENDIX

# 事業成長の軸

## 国内出店

- 郊外エリアでの小型店の新規出店割合が増加しており、単店売上は都会エリア店舗に劣るもの、固定費（家賃・広告費等）が小さいため利益率は相対的に高い傾向
- Aguブランドに対する依存度を減らすことを目的として他ブランドも育成中（2025年10月末時点の店舗数割合で約22%がAguブランド以外の店舗）
- 中途採用だけでなく、新卒スタイリストの育成にも注力していく

## 物販事業推進

- 現状のラインナップはヘアケア商品が中心だが、ドライヤーも販売開始
- 2025年10月期の総販売個数実績は60,000個超（計画：58,000個）となり、オイルスリーク等の販売が好調に推移（参考：2026年10月期販売計画→66,000個）

# 事業成長の軸 国内出店

## 国内出店を支える要素

### 顧客基盤

ホットペッパービューティーを最大限活用した形で集客を継続する一方、line会員数（2025/10時点：53万人）もさらに伸長させて、更なる顧客基盤強化を図る。lineでは再来店促進施策等を取組中

### スタイリスト獲得

スタイリストに対して一層勤務しやすい環境を提供することで、引き続きリファラルを中心にスタイリスト獲得を推進

### 物件情報

各地場に根差したオーナー・マネージャーが不動産会社様とのネットワークを活かして良質な物件情報を入手

### 出店資金調達

グループ全体での信用度を活かしてFCの資金調達をフランチャイズ本部側でサポート

# 2025年10月期 通期計画対比進捗率

各種コスト増や新規出店数の伸び悩み、M&A実行による一過性費用等の発生から営業利益は20%強の計画未達で着地

2025年10月期  
通期計画

	2025年10月期 通期計画	
売上収益	19,378百万円	97.2% 19,939百万円
営業利益	1,630百万円	78.8% 2,070百万円
税引前当期利益	1,489百万円	77.6% 1,920百万円
当期利益	893百万円	70.9% 1,261百万円

一部、不採算法人の繰延税金資産取り崩し  
の影響あり (▲85百万円)

# <参考>2026年10月期 計画（前回開示数値（2023/12/15）との差）

- ・売上収益については、当初想定していないM&Aの実行によりプラス  
各段階利益については各種コスト増要因から前回開示数値よりも減益に
- ・外部環境の悪化（競争激化）により、出店数（純増数）においてもマイナス傾向

## 2026年10月期 計画

【前回】 2023/12/15

【今回】 2025/12/15

差 (%)

### 売上収益

21,178百万円

22,897百万円

+ 8.1 %

### 営業利益

2,650百万円

2,400百万円

▲ 9.4 %

### 当期利益

1,631百万円

1,471百万円

▲ 9.8 %

### 出店数 (純増数)

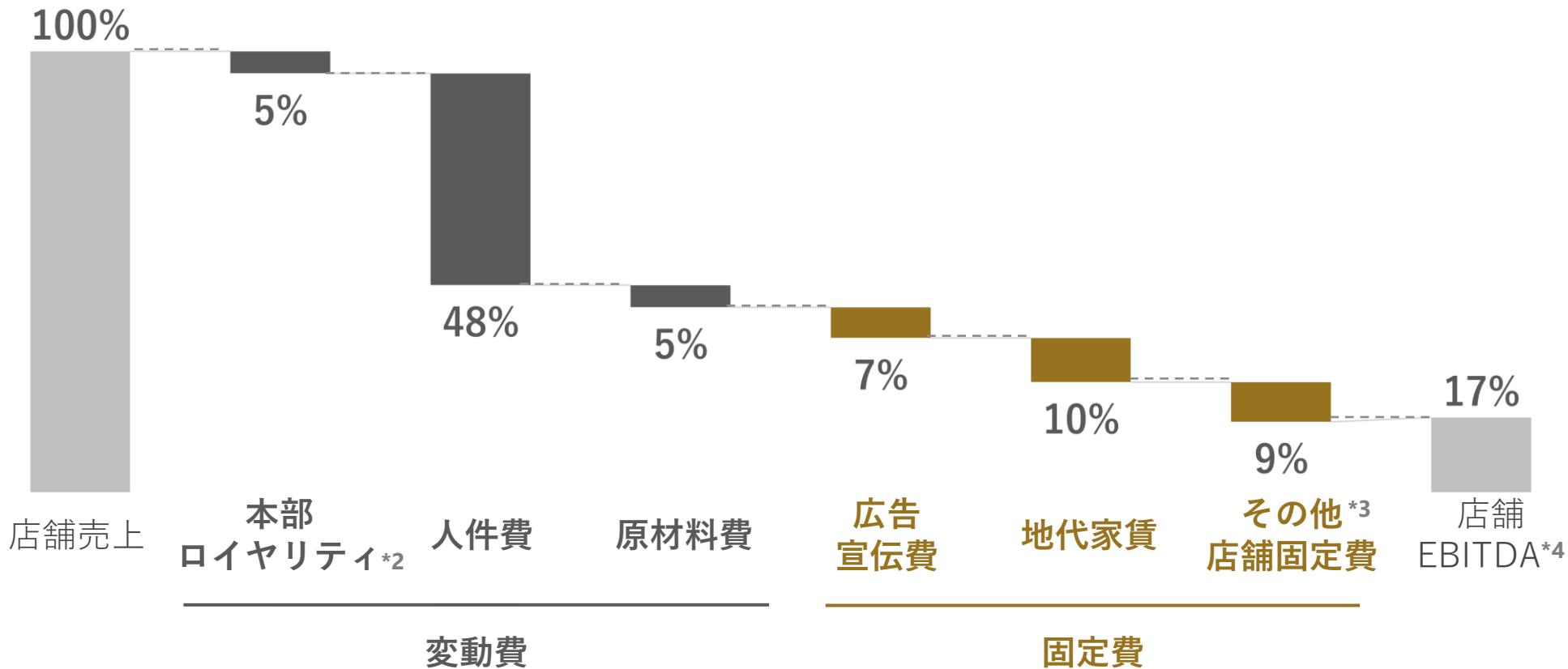
+ 151

+ 65

▲ 86

# 店舗損益モデル

## 一般的な店舗の損益モデル<sup>\*1</sup>



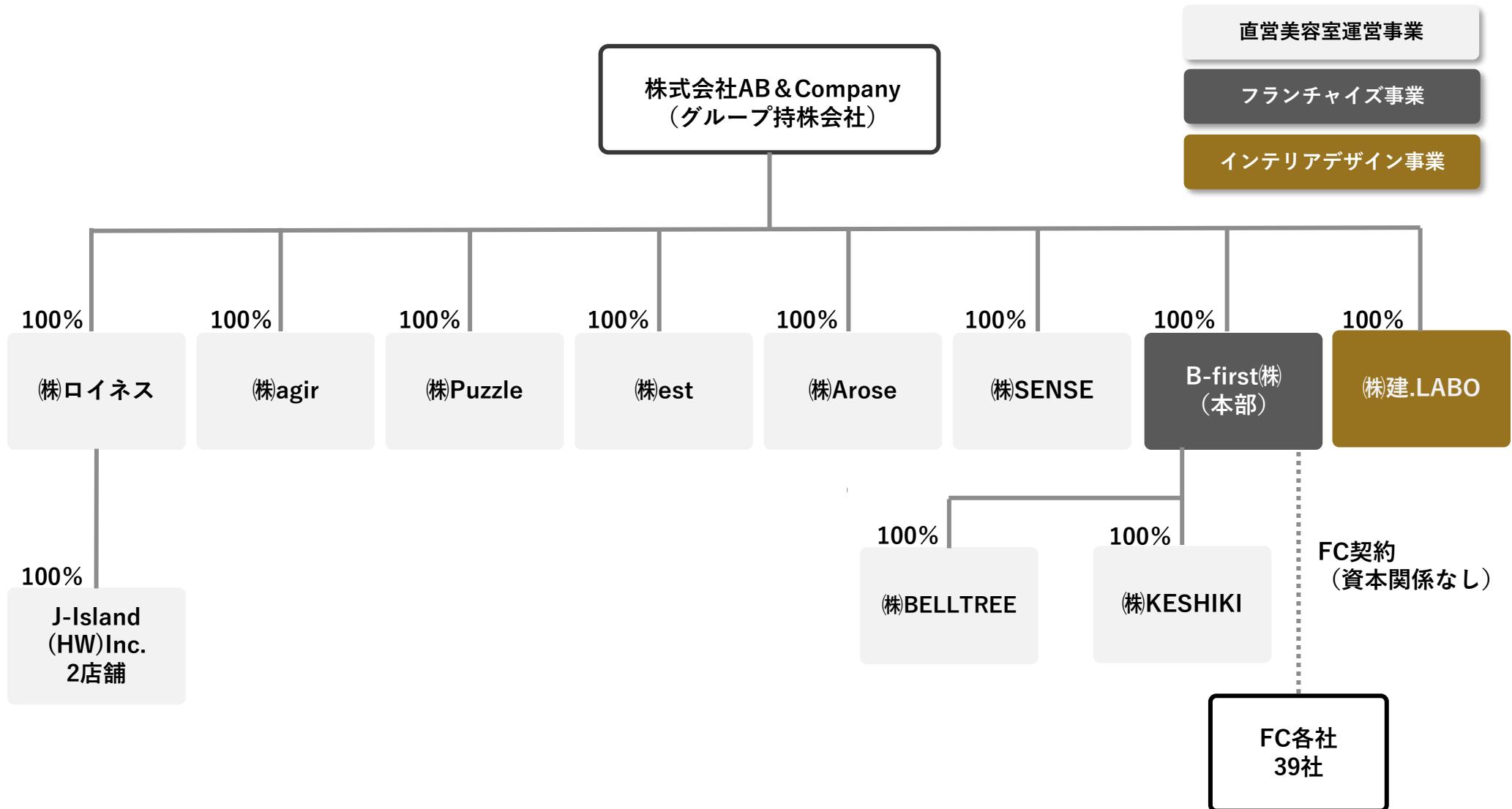
\*1 当社子会社である(株)ロイネス、(株)Puzzle、(株)agir、(株)BELLTREE、(株)KESHIKIにおける2025/10期の平均数値を基に作成

\*2 本部ロイヤリティは「売上ロイヤリティ + 仕入ロイヤリティ」となっております。

\*3 その他店舗固定費は水道光熱費、POS使用料等となっております。

\*4 店舗EBITDAは店舗営業利益、減価償却費、全社共通費用となっております。

# AB&Companyグループ構成図 (2025/10末時点)



# 店舗売上KPI 実績推移と26/10期計画

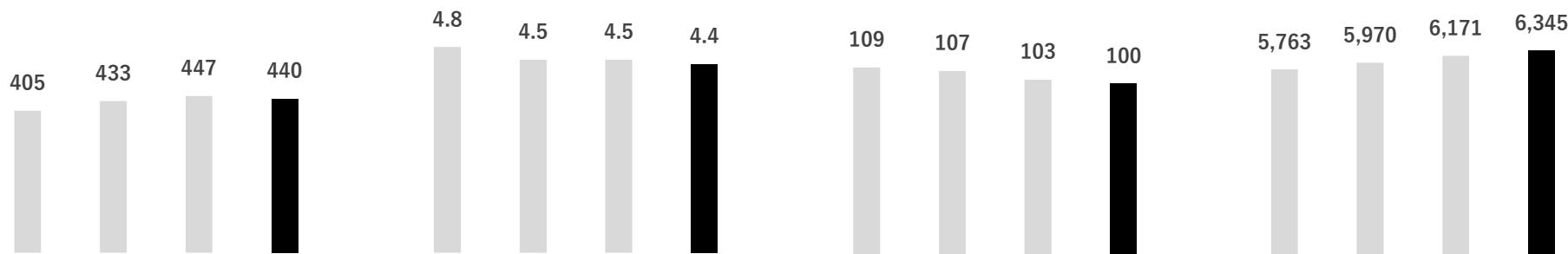
(通期ベース・M&A店舗を除く)

国内店舗数

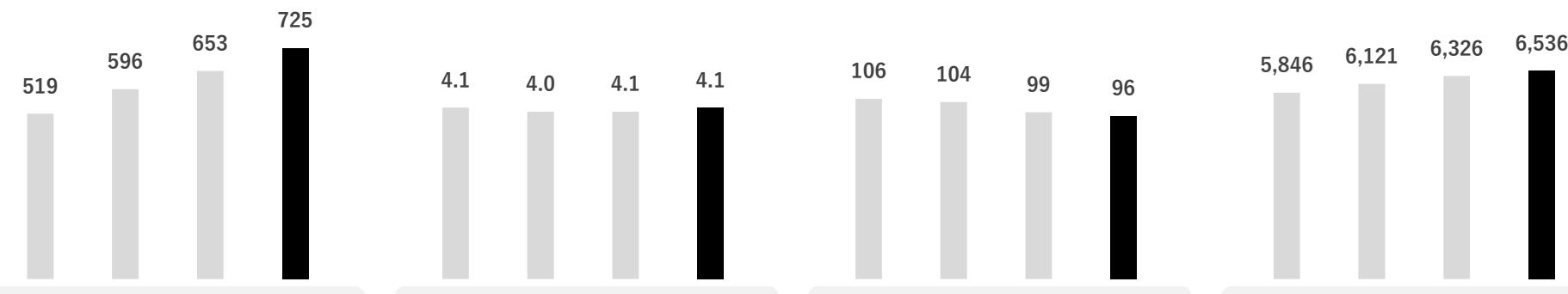
国内店舗あたり  
スタイリスト数スタイリストあたり  
顧客数

顧客単価

直営



FC



<参考> 2025/10期 KPI計画と実績

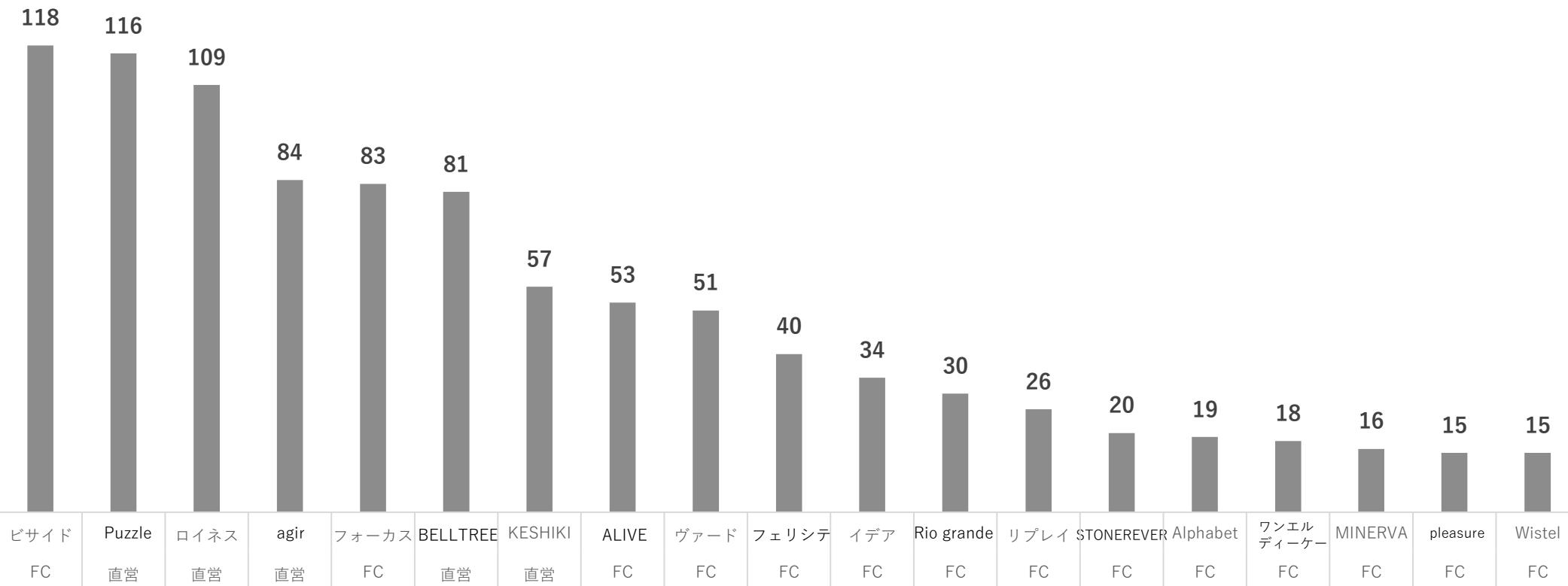
国内店舗数：直営は計画458 ⇄ 実績447、FCは計画696 ⇄ 実績653

国内店舗あたりスタイリスト数：直営は計画4.6 ⇄ 実績4.5、FCは計画4.0 ⇄ 実績4.1

スタイリストあたり顧客数：直営は計画103 ⇄ 実績103、FCは計画99 ⇄ 実績99

顧客単価：直営は計画6,153円 ⇄ 実績6,171円、FCは計画6,367円 ⇄ 6,326円

# <参考>法人別の管轄店舗数<sup>\*1</sup> (Aguグループの直営・FC法人)



\*1 2025年10月末時点。上記の他、15店舗未満のFCが25社