



モノ創りで、笑顔を繋ぐ。



株式会社グラフィコ

2021年6月期 第2四半期
決算説明資料

2021年2月12日

INDEX

■会社概要

- ・ビジョン
- ・グラフィコとは
- ・会社概要
- ・沿革
- ・事業系統図
- ・販売実績

■商品ラインアップ

- ・ヘルスケア
- ・ビューティケア
- ・ハウスホールド
- ・医薬品

■当社の強み

- ・販売網
- ・商品企画開発
- ・プロモーション

■社会貢献活動



会社概要



vision

モノ創りで、笑顔繋ぐ。

mission

常に創意工夫の限りを尽くし、お客様の立場に立った思考で、
本当に求められる商品を創出することで、
人々を楽しく幸せにできる商品を提供いたします。

value

「心」を大切に、自分の利益だけでなく
周囲や世界規模まで思いやり、
仕事のみならず人として成長し
積極的に世界に貢献できる企業を目指しています。



グラフィコとは？

- 1 健康食品・化粧品・日用雑貨・医薬品の製造販売を行うファブレスメーカー
- 2 独自性や優位性の高い商品企画開発力
- 3 海外商品の日本独占販売権を保有
- 4 8アイテムのミリオンセラーヒット商品を創出
- 5 ドラッグストアなど、日本国内約28,000店の小売店にて展開
- 6 12の国と地域にて海外販売



会社概要



社名	株式会社グラフィコ
代表者	代表取締役 長谷川 純代
所在地	[本社] 〒141-0032 東京都品川区大崎 1-6-1 TOC大崎 16F [銀座オフィス] 〒104-0045 東京都中央区築地4-2-7 フェニックス東銀座 2F [大阪オフィス] 〒541-0056 大阪府大阪市中央区久太郎町4-2-10 大西ビルディング 8F
事業内容	健康食品、化粧品、日用雑貨、医薬品の企画製造販売
設立日	1996年11月7日
資本金	2億3,953万円
売上高	3,499百万円（2020年6月期）
従業員数	51名（2020年6月30日現在）
平均年齢	41歳（役員を除く）
主要取引先	株式会社あらた 中央物産株式会社 株式会社大木 株式会社井田両国堂 株式会社東急ハンズ 他



1996年 11月

有限会社スタジオグラフィコ設立

2000年 9月

株式会社スタジオグラフィコへ組織変更

2004年 7月

オリジナル商品を市場へ投下／メーカー事業スタート

2013年 11月

株式会社グラフィコへ社名変更／品川区大崎へ本社移転

2014年 9月

大阪オフィス開設

2017年 7月

みらいファーマ株式会社を吸収合併／銀座オフィス開設

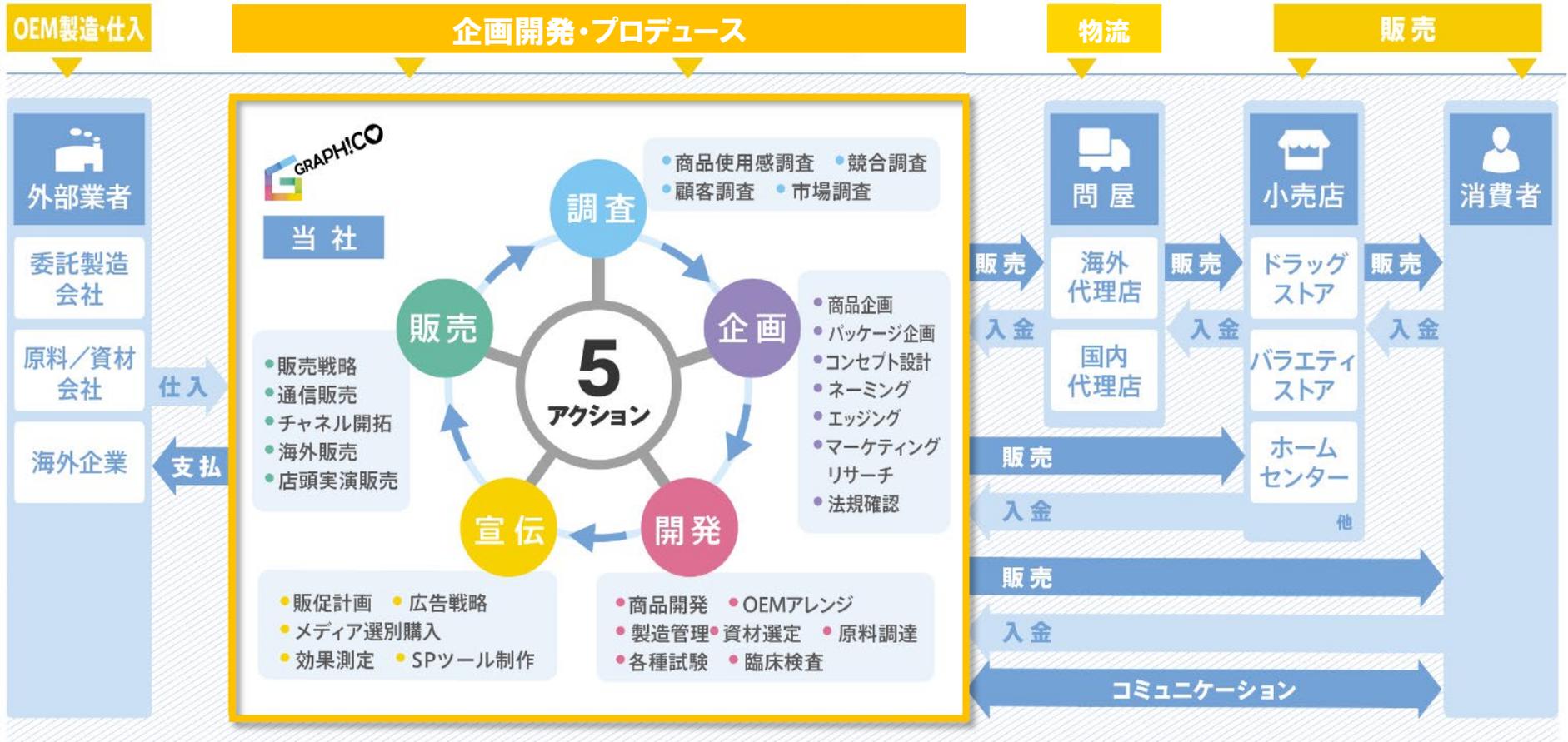
2018年 9月

オリジナル医薬品を市場へ投下

2020年 9月

東京証券取引所 J A S D A Q 市場へ上場

事業系統図



販売実績

潜在ニーズの深耕や使用実感値の高い商品で新市場を開拓してきたため、
ミリオンセラー（累計販売数100万個超え）と言われるヒット商品を**8アイテム**創出、続々展開中です。

<p>1485万個</p> <p>優月美人 よもぎ温座パット 個別袋タイプ ※2008年10月発売</p> 	<p>1174万個</p> <p>オキシクリーン 日本オリジナル タイプ ※2008年10月発売</p> 	<p>793万個</p> <p>フットメジ 足用角質クリア ハーブ石けん ※2010年5月発売</p> 	<p>710万個</p> <p>なかったコトに！ サプリメント ※2009年5月14日発売</p> 	<p>707万個</p> <p>満腹30倍 キャンディ ※2005年3月発売</p> 
<p>238万個</p> <p>オキシクリーン マックスフォース ※2009年8月発売</p> 	<p>109万個</p> <p>フットメジ ピーリングスプレー 2014年3月発売</p> 	<p>103万個</p> <p>スキンピース ファミリーUV 2016年3月発売</p> 	<p>97万個</p> <p>なかったコトに！ チョコ 2014年9月発売</p> 	<p>80万個</p> <p>優月美人 バスソルト 2014年9月発売</p> 

※ミリオンセラー：販売数100万個を超えた商品。 ※2020年12月末現在、自社調べ。企画品・シリーズ出荷数を含む（直販を除く）

もう少しでミリオンセラー

商品ラインアップ

Health care

健康食品

Beauty care

化粧品

Household

日用雑貨

Medicine

医薬品

な
か
か
つ
た
コ
ト
に
っ
た



skin
PEACE



Batiste



コリキュン

ヒヨミンC

消毒用
エタノール

酸化マグネシウム錠



ヘルスケア

なかったコトに!

サプリメント

現代人の乱れた食生活や生活習慣を見直すためにヘルシーバランスを応援するサプリメントシリーズ。



2009年発売

満腹30倍

キャンディ

水を含むと30倍以上に膨らむと言われている種（タネ）バジルシードを用いたキャンディシリーズ。



2005年発売

フットメジ

フットケア

角質※1のガサ付き・菌・臭い※2等、悩みの多い足用に洗ってケアできる、薬用石けんシリーズ。



2010年発売

※1 不要な角質 ※2 汚れのニオイ

優月美人

温熱パット

いつまでも美しく輝き続ける女性たちのライフスタイルを優しくサポートするために生まれた、温活ブランド。



2009年発売

スキんピース

スキンケア

保湿感にこだわりながら、シアバターと食べ物由来成分※3で作った途上国の産業支援を行うプロジェクトから生まれたブランド。



※3 食べ物由来成分だけを使用しているという意味です。食べ物ではありません。

エナシャス

スキンケア

食べ物由来成分に着目し、低刺激エイジングケアで大人の乱れ肌をハリツヤ肌へと導くスキンケアブランド。



IQメディラル

スキンケア

2004年発売

ナノ化したプラチナ、ラフィノース等を配合し、乾燥や肌バランスに働き、キメの整った、クリアな素肌へ導くスキンケア。



バティスト

ドライシャンプー

2019年発売

イギリスNo. 1。水なしでどこでもサラサラに。頭髮に香りを加えスタイリングできるドライシャンプーブランド。



オキシクリーン

酸素系漂白剤

衣類・キッチンやお風呂の掃除にも使える※1SNSでも話題の酸素系漂白剤ブランド。
日本独占販売権を取得し日本オリジナル商品も展開。



※1 汚れの種類・程度によって効果に差があります。

第3類医薬品

鎮痛消炎 ミニ温膏

鎮痛・消炎プラスター剤

「香り」「形状」「色柄」にこだわった、肩こり・腰痛用の第3類医薬品。温感タイプの外用鎮痛消炎剤。



第3類医薬品

ビタミンC2000

錠剤



しみ・色素沈着の緩和や体力低下時などに効果的なビタミンC。錠剤及びチュアブルタイプ。

医療用医薬品

消毒用エタノール

「TX」

液剤



医療用医薬品

酸化マグネシウム錠

「TX」

錠剤



販売網

当社の製品は日本国内のドラッグストア・ホームセンター・GMS※¹を中心に約28,000店舗で販売されています。海外においては、アジアを中心に12の国と地域で販売しております。

日本国内

約28,000

店舗

※主な業態以外の個人店も含む

- ドラッグストア
- ホームセンター
- GMS・SM
- バラエティストア
- ECモール

他

※主な業態以外の個人店も含む

海外

12の国と地域

(展開国)

- 中国
- 香港
- マカオ
- 韓国
- 台湾
- フィリピン
- タイ
- ベトナム
- マレーシア
- シンガポール
- 米国
- カナダ

東アジアを
中心に
海外展開中

海外展開の事例

中国最大級コスメ展示会

タイ (マツキヨ)

【総店舗数 参考データ】 *1 : 2019年度版 業界推計 日本のドラッグストア実態調査 *2 : 日本スーパー名鑑 <https://www.shogyokai.co.jp/meikan/> *3 : 株式会社フォースタンドー キレイエ <https://www.kireie.com/variety-store/>
 ※1ドラッグストア・ホームセンター・GMS・SM・ディスカウントストア・バラエティの総店舗数

商品企画・開発力

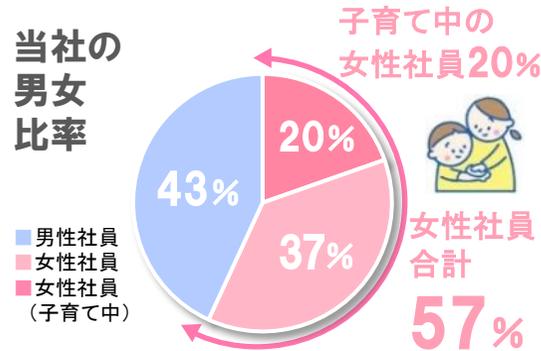
企画開発部門をすべて女性で構成しており、自らが消費者として女性ならではの企画・開発が可能。消費者とのコミュニケーションを大切に、お客様の生の声を企画開発に反映し、商品を生み出します。

日本企業の女性従業員割合

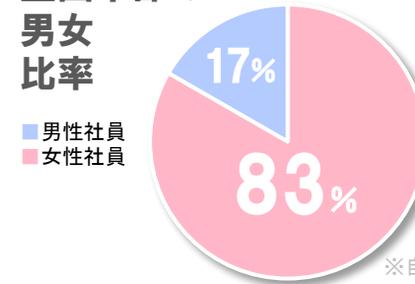


出典：帝国データバンクの「女性登用にに関する企業の意識調査」(2019年9月現在)

当社の男女比率



企画本部の男女比率



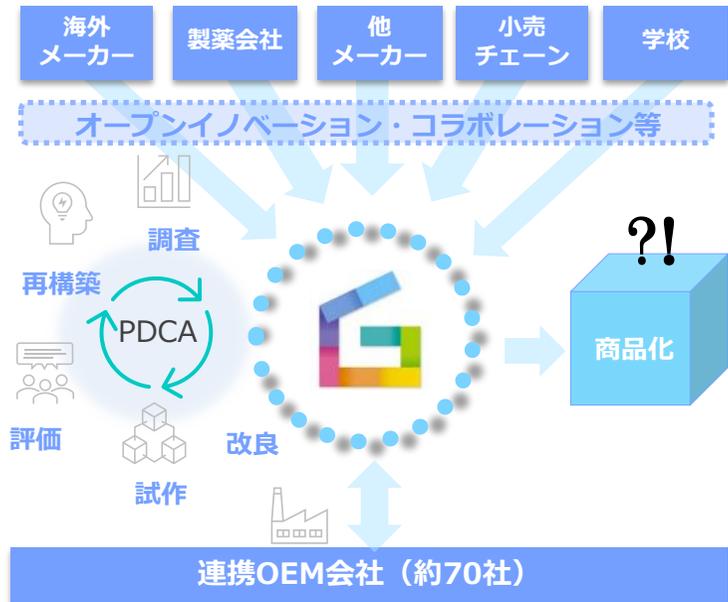
※自社調べ(2020年6月時点)

企画開発部門は100%が女性！

商品企画活動



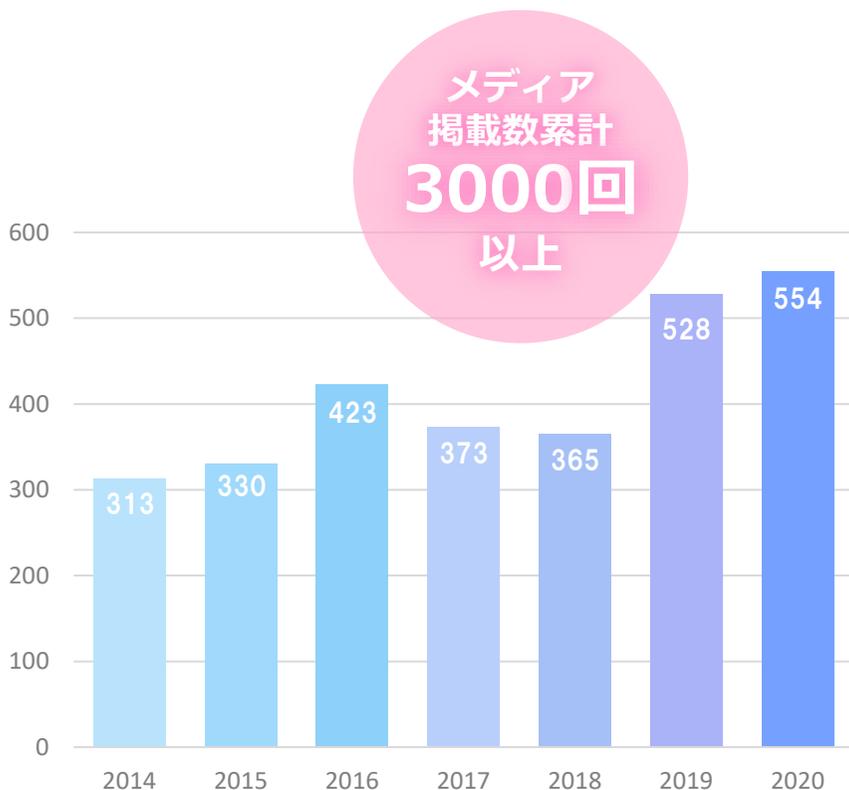
- 妊活セミナー
- 温活イベント
- 座談会
- 消費調査
- グルイン
- 社外モニター
- 社内モニター
- 企画会議
- 開発会議
- …等々



プロモーション力

メディア露出の高さ

話題になる商品が多いため、メディアで取り上げて頂く事が多く、継続的なPR活動の結果、TVや雑誌等多くの媒体への商品露出をしております。



プロモーション

消費者の声を活かすプロモーションを企画し、リアル店舗とWEBやTV、イベント等を連動。消費者視点で興味や共感を大切に、認知獲得とユーザーを拡大しております。

#オキシクリーン
#オキシ漬け
合計10万件超え

SNSの盛り上がりを店頭と連動

「1to1マーケティング」を実施
「ファンクラブ開設」イベント開催
「オキシ漬け選手権」をSNSで実施
コロナ禍の「おうち時間キャンペーン」

-店頭POP-



社会貢献活動

経営ビジョンである『モノ創りで、笑顔を繋ぐ。』を実現するため、社会貢献活動に積極的に取り組んでいます。ビジネスを通じて笑顔を繋ぎ支援貢献を行う事で、持続性のある開発や意義及び成長に繋がっております。

『FEEL PEACE』プロジェクト

ビジネスを通じ、途上国に産業基盤を築き現地に収入機会を生むを活動をしています。



途上国に産業を!
『フィール・ピース』プロジェクト



<http://www.feelpeace.jp>

『女性を温める』温活プロジェクト

女性特有の症状に、心と身体を温めポジティブに向き合う活動「あたため研究所」「温活女子会」を運営しております



あたため研究所
温活 36.5℃



<https://www.atatame365.com>

アフリカ諸国との相互理解の
推進に協賛しています



特定非営利活動法人IFE
NPO法人IFE
Non-Profit Organization IFE



<https://npo-ife.jp>

子宮と命の大切さを推進する
活動に協賛しています



NPO法人 Fine
(不妊に悩む人への心理面のサポート)

<http://j-fine.jp/>

子宮頸癌の予防の大切さを
推進する活動に協賛しています



認定NPO法人 子宮頸がんを考える市民の会

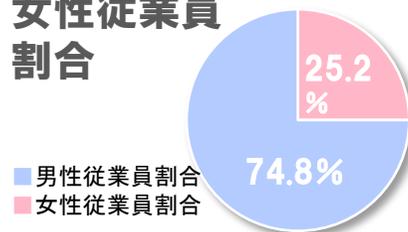
<http://love49.org>

東京都女性活躍・両立支援計画策定企業

日本企業の女性従業員の割合25.2%に対し、当社の女性従業員割合は57%、企画開発部では管理職も含めすべてが女性社員です。また、2014年以降、産休育休復職率は100%。東京都女性活躍・両立支援計画策定企業に選出されており、女性のライフステージ・体調に合わせた就業規則の構築などを行っております。

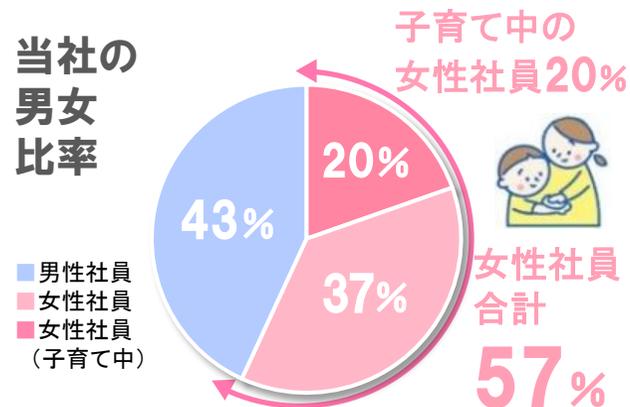


日本企業の女性従業員割合



出典:帝国データバンクの「女性登用に関する企業の意識調査」(2019年9月現在)

当社の男女比率



※自社調べ(2020年6月時点)

INDEX

■決算概況

- ・新型コロナウイルス感染拡大への対策
- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響
- ・業績ハイライト
- ・カテゴリ別概況
- ・販売チャネル別概況
- ・営業利益の増減要因
- ・財務状況の推移
- ・業績予想の上方修正
- ・プロモーションハイライト
- ・SDGs



決算概況



新型コロナウイルス感染拡大への対策

緊急対策チームを結成し、迅速な感染対策と経済活動の両立を採択したため、事業継続への大きな影響はございません。

2020年2月27日～：時差出勤 & テレワーク導入

2020年3月30日～：原則全社員をテレワークに

※緊急事態宣言発出時は同様の対応

2020年7月～：選択式在宅勤務制度を導入（現在10%超の社員が選択）

テレワーク対応インフラ整備

オンライン会議システムの導入
 日常的コミュニケーションツールの導入
 PC等遠隔操作可能な環境へ
 在宅勤務用PC・WIFI配布

オフィスでの感染対策整備

アクリルパーティションを設置
 独自ルートにて中国よりマスク調達
 空気清浄機を設置
 加湿器を設置

働き方を柔軟に対応

■外出自粛時
 時差出勤
 当番出勤制

■働き方を選択可に
 A:出勤社員
 B:在宅社員

セキュリティ強化

テレワーク環境下での
 PCウイルス対策

抗体検査の実施

6月・12月の2回実施
 PCR検査キットの備蓄

不測の資金需要への備え

3億円のコミットメントラインを確保

新型コロナウイルス感染拡大の影響

【マイナス面】



インバウンド・
海外向け商品の
販売低下

美容関連商品の
販売低下

【プラス面】



オキシクリーンの
販売続伸

業績ハイライト (2021/6期2Q累計)

2Q累計		前年同期比	
	売上高	2,221百万円	21.1%増
	売上総利益	1,039百万円	11.0%増
	営業利益	245百万円	0.4%減
	四半期純利益	142百万円	12.8%減

【売上高】前年同期比増収

※P24,25で説明

【売上総利益】増益 【営業利益】 【四半期純利益】減益

※P26で説明

※2020年9月24日に上場したため、2020年6月期各四半期は参考情報

カテゴリー別概況(2021/6期2Q累計)

ヘルスケア

売上高 前年同期比

27.6%減

インバウンド需要急減や輸出低下で、「なかったコトに!」「満腹30倍」の売上高が、コロナの影響を受けていない前期と比べ、それぞれ25.7%、49.8%減少。

ハウスホールド

売上高 前年同期比

43.3%増

コロナ禍での衛生意識の高まり、巣ごもり需要の獲得や前期末に実施した広告拡大の効果で「オキシクリーン」が前期比43.3%増加と好調を維持、大容量版も伸長し、新規ユーザーがリピーターとして定着している。

ビューティケア

売上高 前年同期比

19.6%減

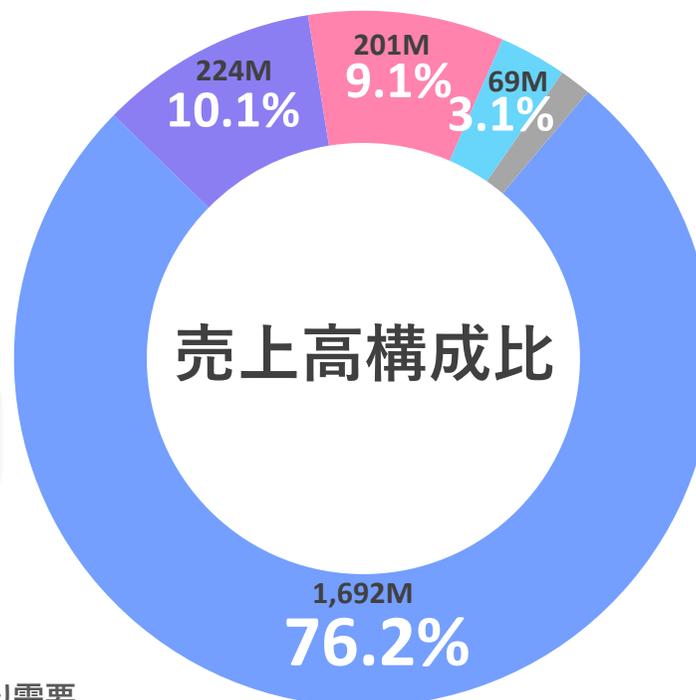
外出自粛等で化粧品需要が減少、「フットメジ」の売上高が、コロナの影響を受けていない前期と比べ26.8%減少。

医薬品

売上高 前年同期比

1.4%減

除菌・衛生関連製品の需要は一時期に比べ落ち着いたが、底堅く推移。「消毒用エタノール」、「ビタミンC2000」シリーズの売上は堅調に推移、一方でリニューアルに伴う返品も計上している。



販売チャネル別概況(2021/6期2Q累計)

国内

売上高 前年同期比

24.9%増

主要卸売先との強固な連携により、販売強化が行われている。下期の新商品商談も順調に進んでいる。

海外

売上高 前年同期比

46.8%減

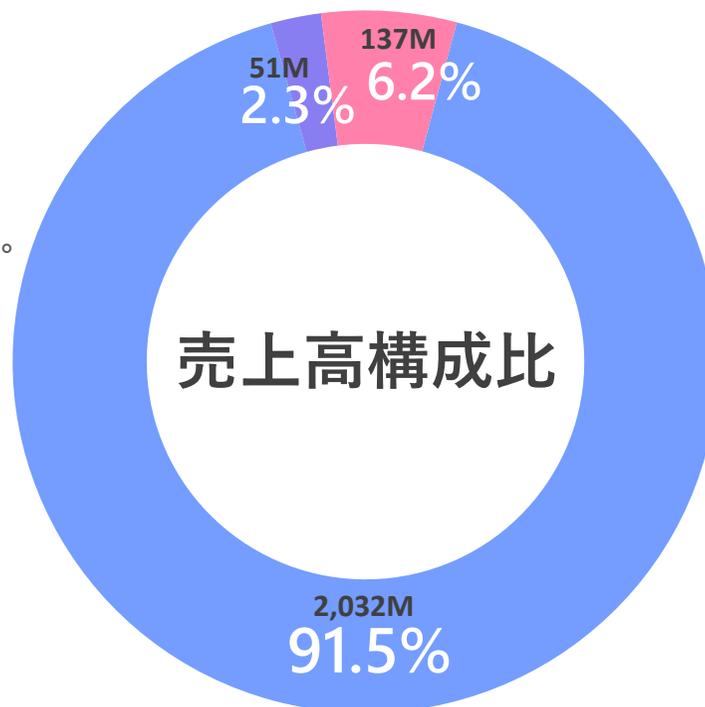
ヘルスケアは韓国の不買運動・中国当局の規制の影響が継続しており、前期好調であった中国向け「フットメジ」のピーリングも落ち着いている。下期は「なかったコトに！」のリニューアルにより対応予定。

直販

売上高 前年同期比

24.5%増

自社EC等で「オキシクリーン」の大容量版が好調に推移、またEC専売の化粧品「エナシヤス」のテスト販売を開始している。



営業利益の増減要因(対前年同期)

2021/6期2Q累計 営業利益

245百万円

前年同期比

0.4%減

【要因】

■売上原価

製品原価に大きな変動なしも、リニューアルに伴う在庫の評価減等で原価率4.2ポイント上昇

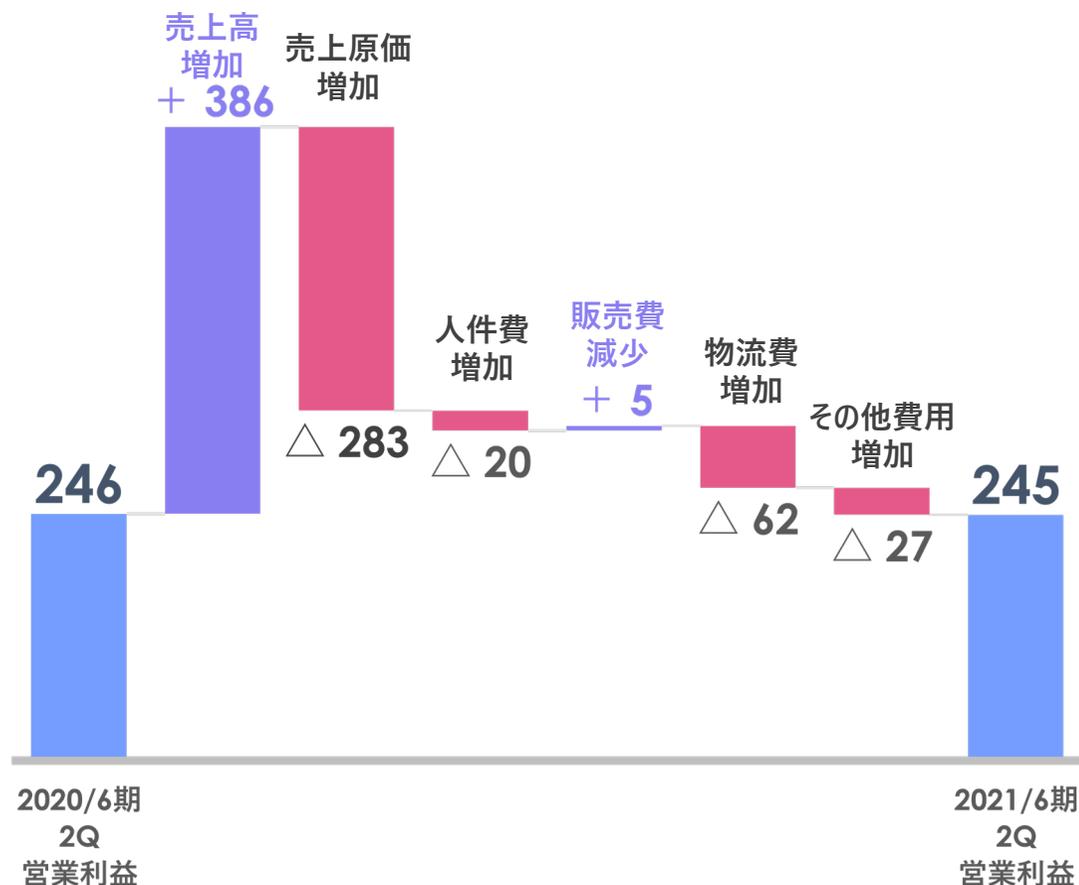
■販管費

人員増強、物流コスト増加、上場に伴う費用発生で前年同期比増加しているが売上高の増加に伴い販管費率は1.8ポイント減少

■営業外費用

東京証券取引所JASDAQ上場に伴う上場関連費用（一時的な発生）

(百万円)



※2020年9月24日に上場したため、2020年6月期各四半期は参考情報

財務状況の推移

上場に伴う公募増資等、無借金も十分な手元資金確保。

2021/6期2Q末
自己資本比率 **78.7%**

【主な増減】

■流動資産

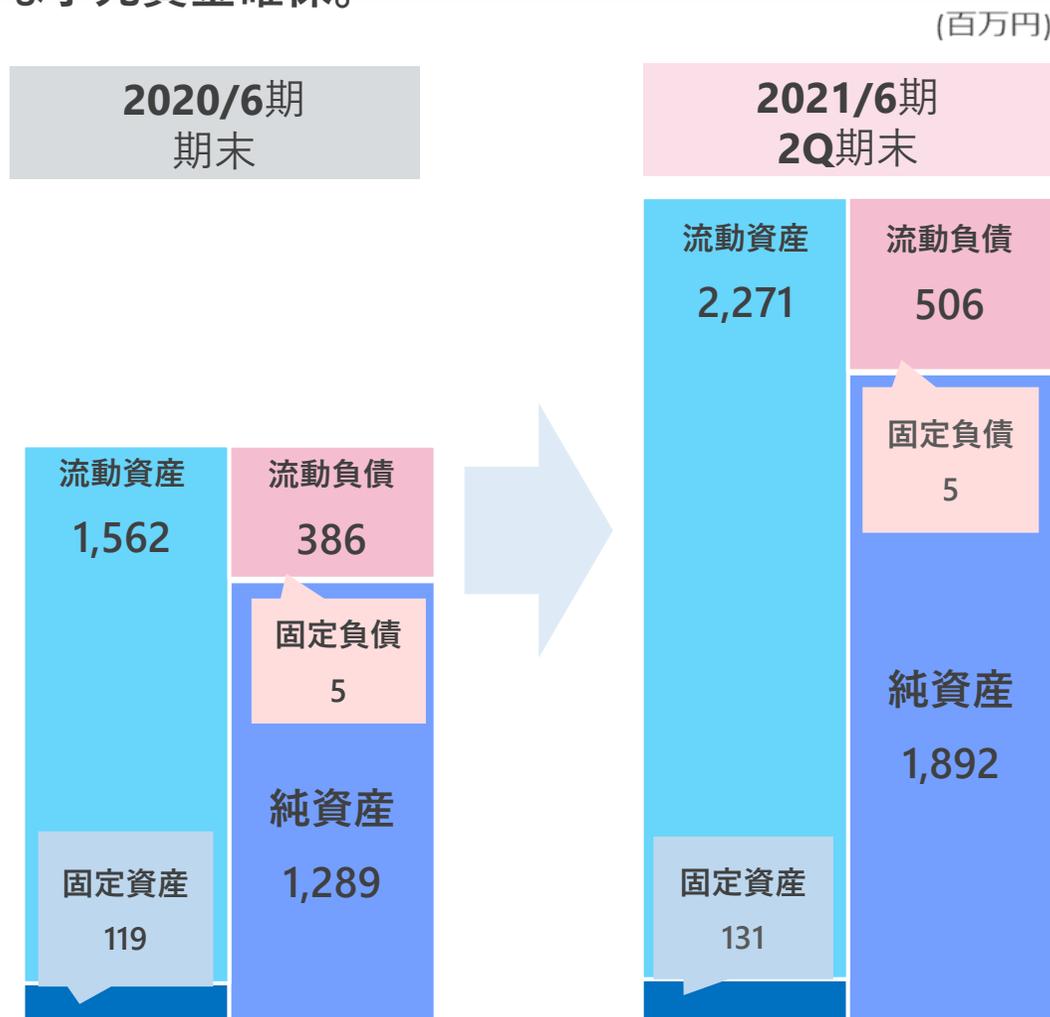
- ・現預金
792百万円 (393百万円増)
- ・売掛金・受取手形
709百万円 (262百万円増)
- ・商品・製品
547百万円 (90百万円増)

■流動負債

- ・買掛金
171百万円 (47百万円増)
- ・未払法人税等
95百万円 (75百万円増)

■純資産

- ・資本金、資本剰余金
469百万円 (459百万円増)
- ・利益剰余金
1,422百万円 (142百万円増)



業績予想の上方修正

全体の通期売上高は当初予想から**13.7%**増加見込みとなり上方修正を行う。

【売上高】 2021/6期2Qの業績は当初見込みを上回る進捗も、コロナ再拡大で緊急事態宣言発出等で先行き不透明なため、下半期売上はほぼ当初見込みに据え置き。

【営業利益】上半期の業績の進捗状況に鑑み、下半期は「なかったことに！」「オキシクリーン」において当初計画を上回る宣伝活動や人材採用強化等の先行投資を実施予定。

(百万円)	2020/6期 実績	2021/6期 前回予想	2021/6期 修正後	前回予想 からの増減	前年同期比	進捗率
売上高	3,499	3,650	4,150	+ 500	+ 18.6%	53.5%
営業利益 (営業利益率)	234 (6.7%)	300 (8.2%)	320 (7.7%)	+ 20 (▲0.5pt)	+ 36.2%	76.8%
経常利益 (経常利益率)	222 (6.3%)	263 (7.2%)	280 (6.7%)	+ 17 (▲0.5pt)	+ 26.1%	78.6%
当期純利益 (当期純利益率)	148 (4.2%)	171 (4.7%)	181 (4.4%)	+ 10 (▲0.3pt)	+ 22.3%	78.6%
1株当たり 当期純利益 (円)	185.90	191.86	204.07			

プロモーションハイライト

「オキシクリーン」TVCMを放映

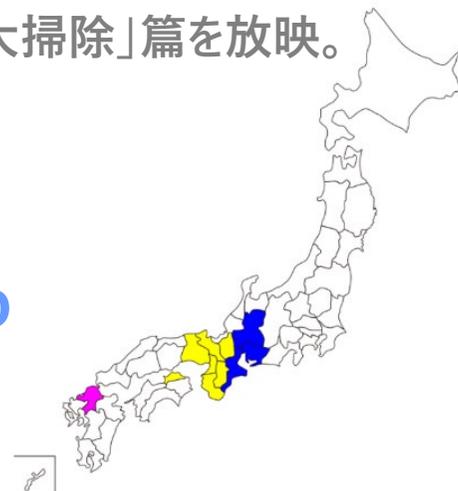
12月に中部・関西・福岡にてオキシクリーン新CM「オキシクリーンで大掃除」篇を放映。



POSデータの
昨年同時期比
(500g+1500g)

12月
(全国平均)

111%



スポットCM期間の該当週

	12月	11月23日	11月30日	12月7日	12月14日	12月21日	12月28日	1月4日
全国	111%	118%	116%	125%	103%	91%	147%	128%
北海道	69%	62%	73%	75%	63%	64%	92%	85%
東北	152%	219%	181%	143%	187%	109%	192%	140%
関東	126%	142%	129%	132%	114%	100%	187%	124%
中部	138%	143%	135%	164%	124%	122%	164%	187%
近畿	89%	90%	99%	101%	84%	67%	122%	96%
中国	85%	65%	84%	99%	69%	75%	173%	101%
四国	95%	177%	109%	82%	127%	78%	101%	199%
九州	93%	75%	93%	131%	78%	72%	159%	75%

三井住友銀行より「SDGs推進融資 実行証」発行



SDGs推進融資とは、株式会社三井住友銀行と株式会社日本総合研究所が、企業のSDGsに関する現状の取り組み状況を確認した上で、本業を通じたSDGs貢献への道筋を分析し、SDGs推進に向けたアドバイス等をご提供頂ける融資です。当社は、以下に記す事業を通して、SDGsの目標達成に向けた貢献ができると判断されました。

事業① 途上国の産業基盤の確立に資する化粧品の企画・販売



1.1



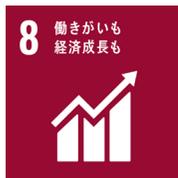
4.1

2009年に「フィール・ピース プロジェクト」を開始して以降、約5トンのシアバターを現地から輸入し、これまでに40名以上の現地雇用を創出。また、シアバターの売上が村の収入になり、その収入で村の子どもたち（100人以上）が小学校に通えるようになるなど、教育水準の向上にも貢献。

事業② 働きやすい職場づくりを通じて加速する、女性活躍を支える新商品の提供



5.5



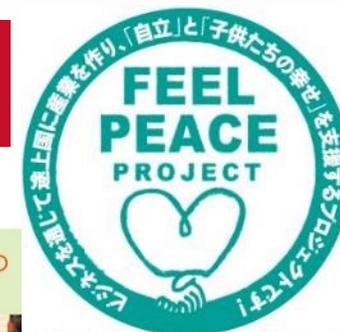
8.5

女性が働きやすい職場環境を構築することで、従業員の離職防止につながり、新しい商品企画なども増えることが期待できます。実際に「よもぎ温座パット」など、女性ならではの目線による新商品も開発されています。女性を応援する新商品が増えることで、女性が職場で本来の能力を発揮できるようになり、社会全体の女性の活躍推進にもつながると考えます。

社会貢献活動 - FEEL PEACE Project -

フィール・ピース プロジェクト

<http://feelpeace.jp/>



ベナン共和国にシアバター産業をつくる「フィール・ピース プロジェクト」

2008年に発足した、ビジネスを通じて資源の少ない途上国に、寄付やフェアトレードに留まらず現地の長期的収入源となる産業基盤構築をサポートするプロジェクトです。



途上国に産業を!
「フィール・ピース」プロジェクト



社会貢献活動 —温活女子会—

温活女子会

<http://www.atatame365.com/>



温活® 36.5℃

女性の不調に役立つ商品企画や発信を行う「温活女子会」

今では一般用語になっている「温活」は、グラフィコの登録商標です。女性のQOLを高めるため、心と身体を温める活動として、2010年より様々な温活に取り組む「温活女子会」の運営を行い、必要とされるフェムテック関連商品を具現化しております。



社会貢献活動 —その他—

東京都女性活躍・両立支援計画策定企業



日本企業の女性従業員の割合25.2%に対し、当社の女性従業員割合は57%、企画開発部では管理職も含めすべてが女性社員です。また、2014年以降、産休育休復帰率は100%。

東京都女性活躍・両立支援計画策定企業に選出されており、女性のライフステージ・体調に合わせた就業規則の構築などを行っております。

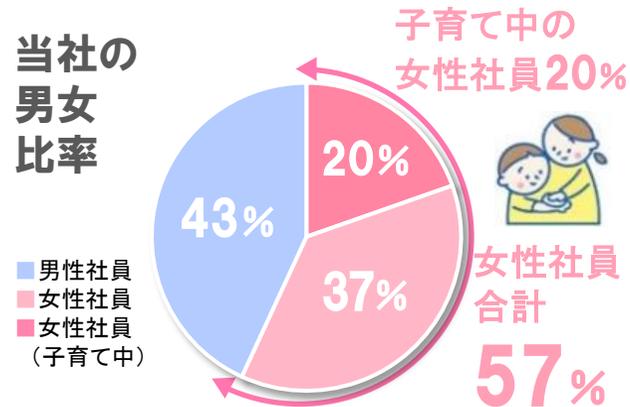


日本企業の女性従業員割合



出典: 帝国データバンクの「女性登用に関する企業の意識調査」(2019年9月現在)

当社の男女比率



※自社調べ(2020年6月時点)



INDEX

■ 新商品情報

- ・なかつたコトに！
- ・機能性表示食品
- ・フットメジ
- ・オキシクリーン

■ プロモーション情報

- ・オキシクリーン
- ・なかつたコトに！

■ 未来展望

■ 株主優待制度



下期 行動計画



新商品情報

『なかつたコトに！-栄養機能食品*』

なかつたコトに！サプリメントを栄養機能食品としてリニューアルします！

新 なかつたコトに!

ロングセラー商品
“なかつたコトに!”が
栄養バランスを考えて
リニューアル!

+
栄養成分
追加!!

なかつたコトに! VM 126粒

なかつたコトに! R40 VM 120粒

2021年
2月16日
発売!

*ビタミンB₁、ビタミンB₂、ビタミンB₆、ビタミンC、鉄。栄養機能食品とは、特定の栄養成分の補給のために利用される食品で、栄養成分の機能を表示するものをいいます。本品は特定保健用食品とは異なり、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。

『なかつたコトに！-機能性表示食品-』

なかつたコトに！シリーズから機能性表示食品を新発売します！

2021年
2月16日
発売！



なんとかしたい お腹の脂肪！
14日分



食事で気になる 糖や脂肪！
14日分

『フットメジ』

足用石けん「フレッシュハーブ」を医薬部外品へリニューアルします！



フットメジ 薬用フットソープ F1 フレッシュハーブ

新商品情報

『オキシクリーン』

EXタイプ500gを新発売！既存500gはパッケージをリニューアルします！

The advertisement features a central image of a smiling man in a red polo shirt holding a bottle of OxiClean. To his left is a young girl in a red shirt, and to his right is a woman in a purple graduation cap and gown holding a red garment. A small brown dog is also present. The background is a bright blue and yellow banner with Japanese text. On the left, a bottle of OxiClean 500g is shown with a label that includes '無香料タイプ!' (Fragrance-free type!), '除菌OK!' (Disinfection OK!), and 'いつものお洗濯に1杯足す!!' (Add 1 cup to your usual laundry!!). On the right, a bottle of OxiClean EX 500g is shown with a label that includes '洗浄成分プラス!' (Plus cleaning ingredients!), '色柄物OK!' (Colorful items OK!), and '落とすにくい汚れとニオイに!' (For stubborn stains and odors!). A pink speech bubble in the top right corner says '2021年2月22日発売!' (Released February 22, 2021!).

2021年
2月22日
発売!

オキシクリーン 500g

オキシクリーンEX 500g

プロモーション

『オキシクリーン』

4月より オキシクリーンの新CMを投下します！

【スポット】宮城・中部3県・福岡

【番組提供】全国番組1番組予定



プロモーション

『なかつたコトに!』

なかつたコトに!イメージキャラクターにファーストサマーウイカさんを起用!

・WEB CM ・ラジオCMにて展開いたします。

2021年
2月18日
露出開始



未来展望

めまぐるしく変化する時代、ニーズを迅速・柔軟に先取りし、国内外のさらなる販路の拡大や、商品 + サービスの新しいアプローチで、より深い悩みをサポート。着実に継続的な成長を目指します。



株主還元策(株主優待制度)

株主の皆様の日頃からのご支援に感謝の気持ちを表すとともに、当社商品及び当社事業へのご理解をより一層深めていただくため株主優待制度をご用意いたします。

【対象となる株主様】

毎年、期末（6月30日）の株主名簿に記載されている100株以上保有されている株主様。

【優待内容】

上記対象株主様に、5,000円相当の自社商品の詰め合わせセット及び当社通販サイトの商品券1,000円（期間限定）をお届けします。

【贈呈方法及び時期】

毎年、8月頃に対象の株主様に発送する予定です。

【開始時期】

2021年6月30日現在の株主名簿に記載されている100株以上保有されている株主様を対象として開始いたします。



INDEX

■ 補足資料

- ・カテゴリ別売上高の四半期推移
- ・チャネル別売上高四半期推移
- ・売上高・利益の四半期推移
- ・キャッシュフロー計算書の概要

■ DISCLAIMERS

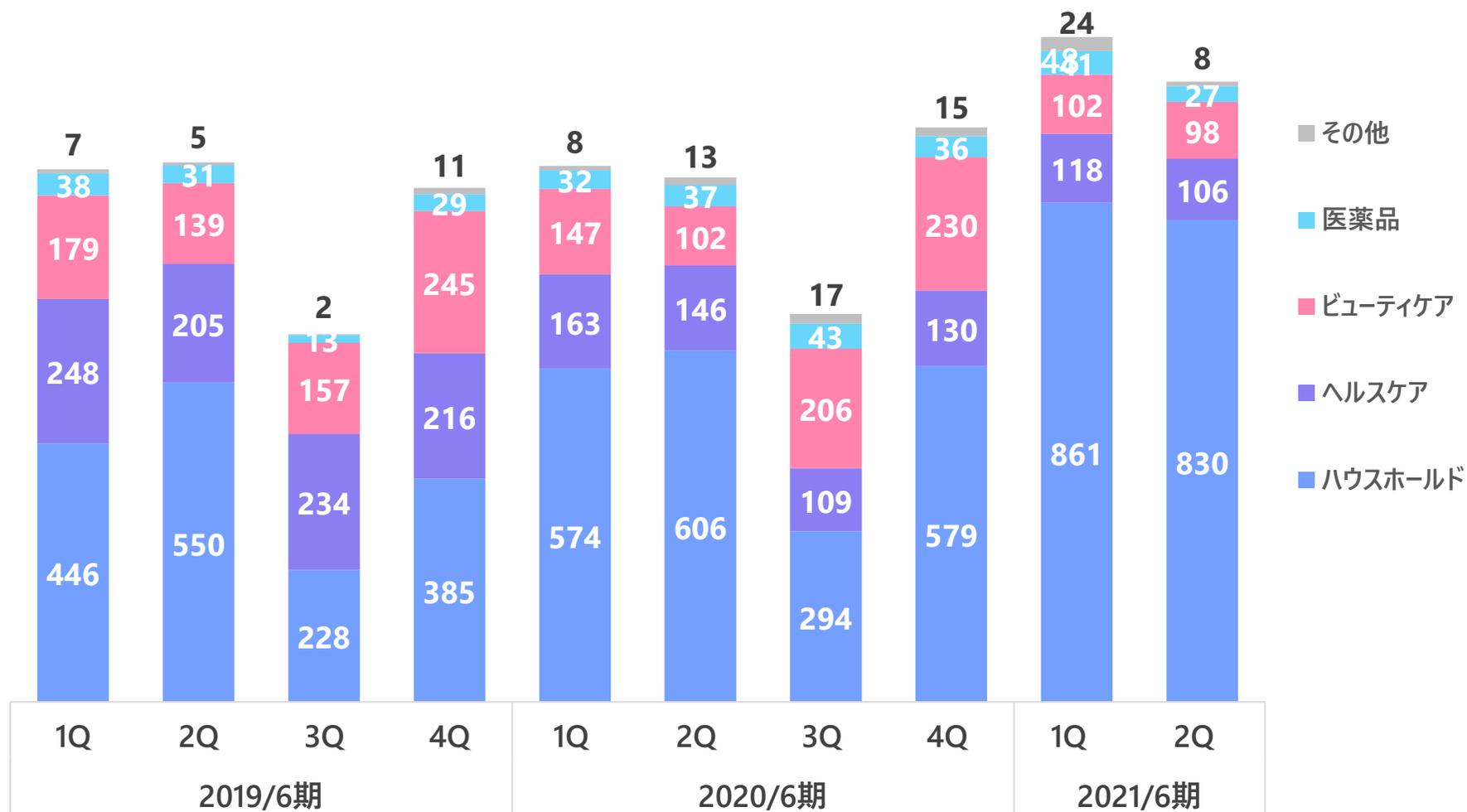


Appendix



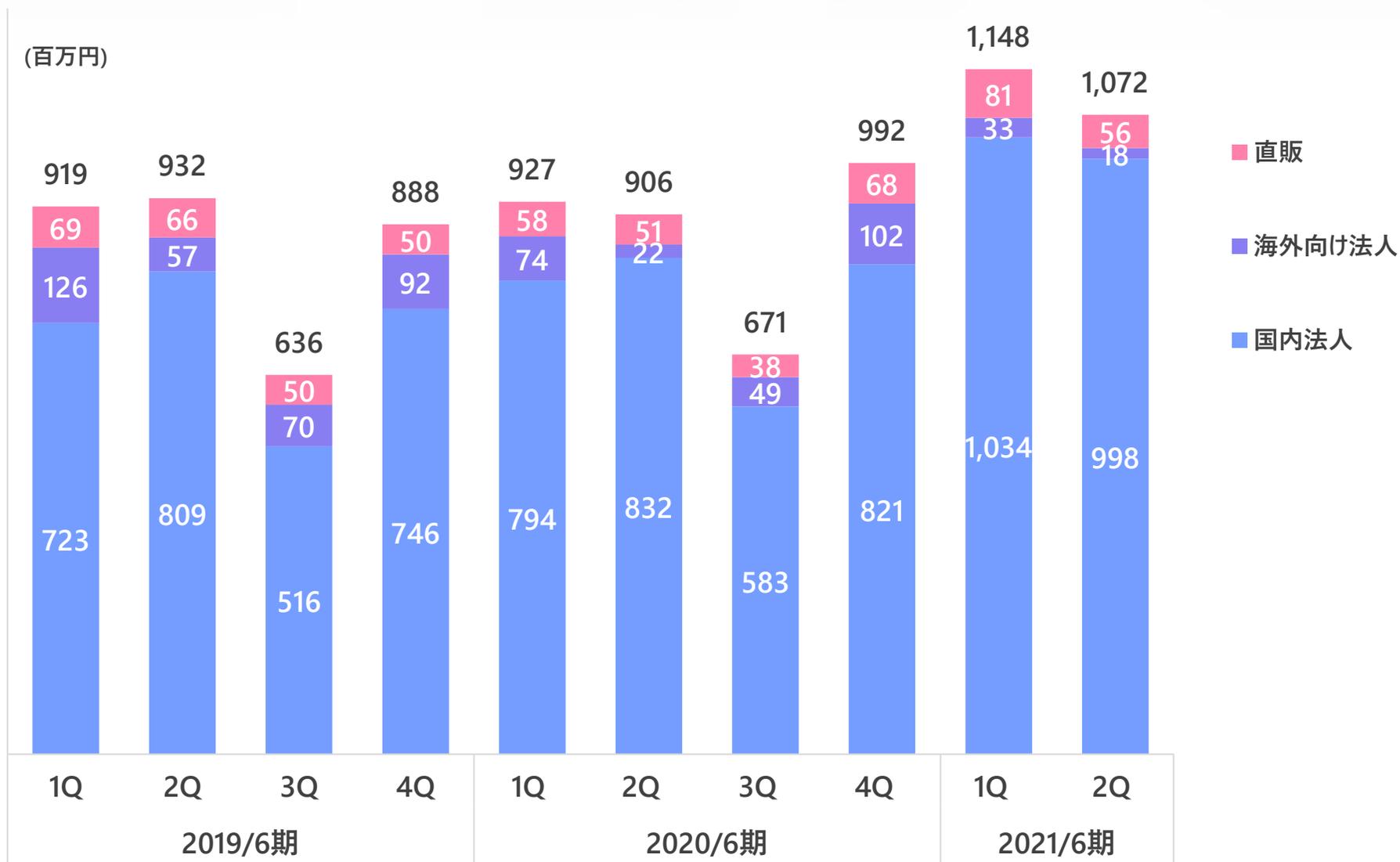
補足資料：カテゴリー別売上高の四半期推移

(百万円)



※2020年9月24日に上場したため、2020年6月期各四半期は参考情報

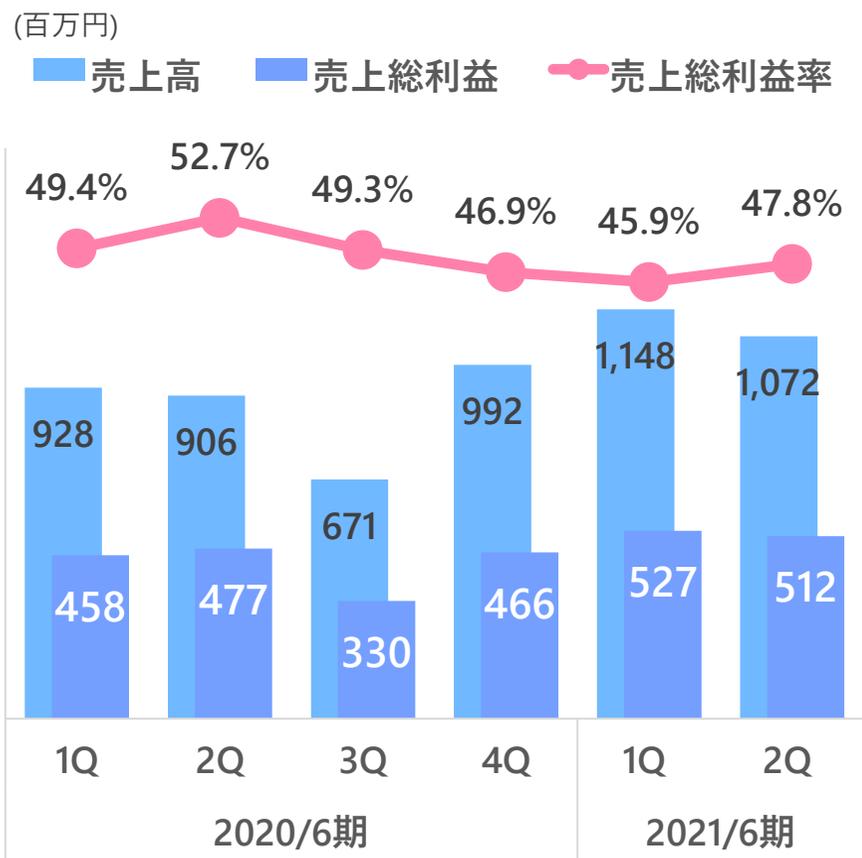
補足資料：チャネル別売上高四半期推移



※2020年9月24日に上場したため、2020年6月期各四半期は参考情報

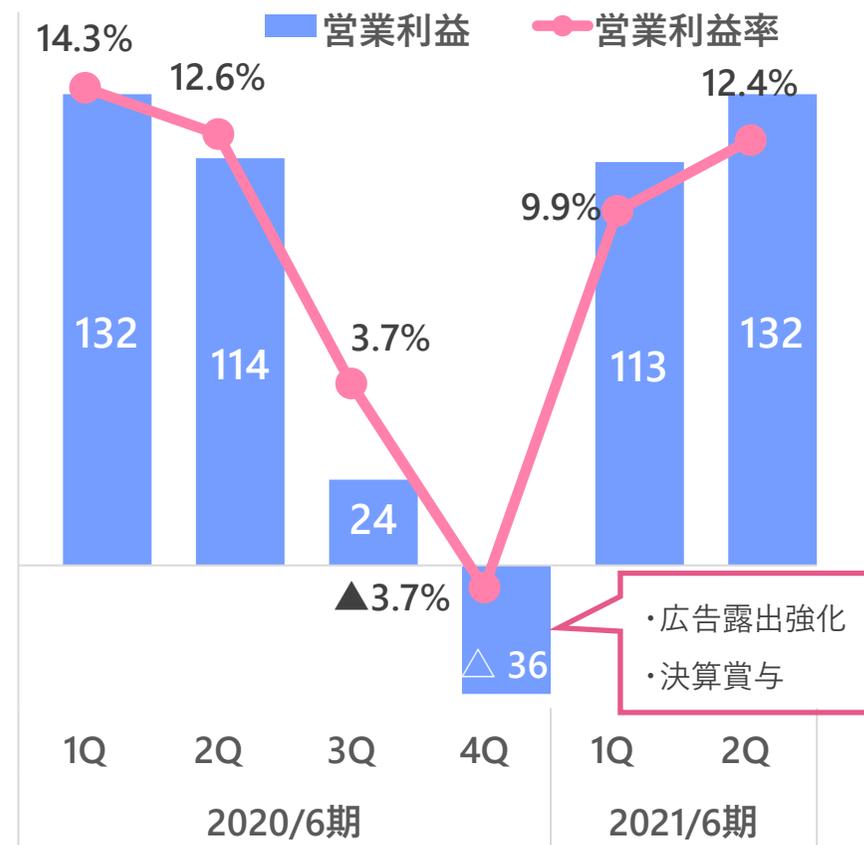
補足資料：売上高・利益の四半期推移

売上 / 売上総利益の推移



営業利益 / 営業利益率の推移

(百万円)



※2020年9月24日に上場したため、2020年6月期各四半期は参考情報

補足資料：キャッシュフロー計算書の概要

(百万円)	2020/6期	2021/6期 2Q累計	増減
営業C F	178	▲39	▲218
投資C F	▲6	▲4	+1
財務C F	—	438	+438
現金及び現金同等物の増減額	171	393	+222
現金及び現金同等物の期末残高	398	792	+393

2021/6月期2Q末 現預金残高
792百万円 (393百万円増)

【主な増減】

■営業キャッシュ・フロー

- 税引前四半期純利益 + 220百万円
- 仕入債務の増加 + 47百万円
- 売上債権の増加 ▲ 262百万円
- たな卸資産の増加 ▲ 59百万円
- 法人税等の支払 ▲ 20百万円

■投資キャッシュ・フロー

- 固定資産の取得 ▲ 4百万円

■財務キャッシュ・フロー

- 新株発行による増加 + 452百万円



株式会社グラフィコ

【見通しに関する注意事項】

本資料に記載されている当社の現在の業績、計画、戦略などのうち、過去の事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現時点で把握可能な情報から判断した見込みです。従って、経済動向や市場需要、その他諸制度などに関わるリスクや不確実性を含んでおり、実際の業績は記載の将来の見通しと大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。