



株式会社グラフィコ

2022年6月期 第3四半期 決算説明資料

2022年5月13日

証券コード：4930



1 会社紹介

2 2022年6月期（第3四半期）概況

3 Appendix

1 会社紹介

2 2022年6月期（第3四半期）概況

3 Appendix

社名	株式会社グラフィコ
代表者	代表取締役社長 長谷川 純代
所在地	〔本社〕 東京都品川区大崎 1-6-1 TOC大崎 16F 〔日本橋オフィス〕 東京都中央区日本橋人形町3-1-17 日本橋人形町石井ビル 7F 〔大阪オフィス〕 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
設立日	1996年11月7日
資本金	2億4,549万円（2022年3月31日現在）
従業員数	54名（2022年3月31日現在）
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
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



代表取締役社長

長谷川 純代



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。



- 女性目線の商品企画開発を得意とする、健康食品・化粧品・日用雑貨・医薬品を企画製造販売するファブレスメーカー

健康食品 (ヘルスケア)



【559百万円】

ミリオンセラー
ヒット商品は
8アイテム

化粧品 (ビューティケア)



【516百万円】

女性100%の
商品企画部門が
女性目線で商品開発

日用雑貨 (ハウスホールド)



【2,837百万円】

国内約28,000店の
小売店にて展開

医薬品

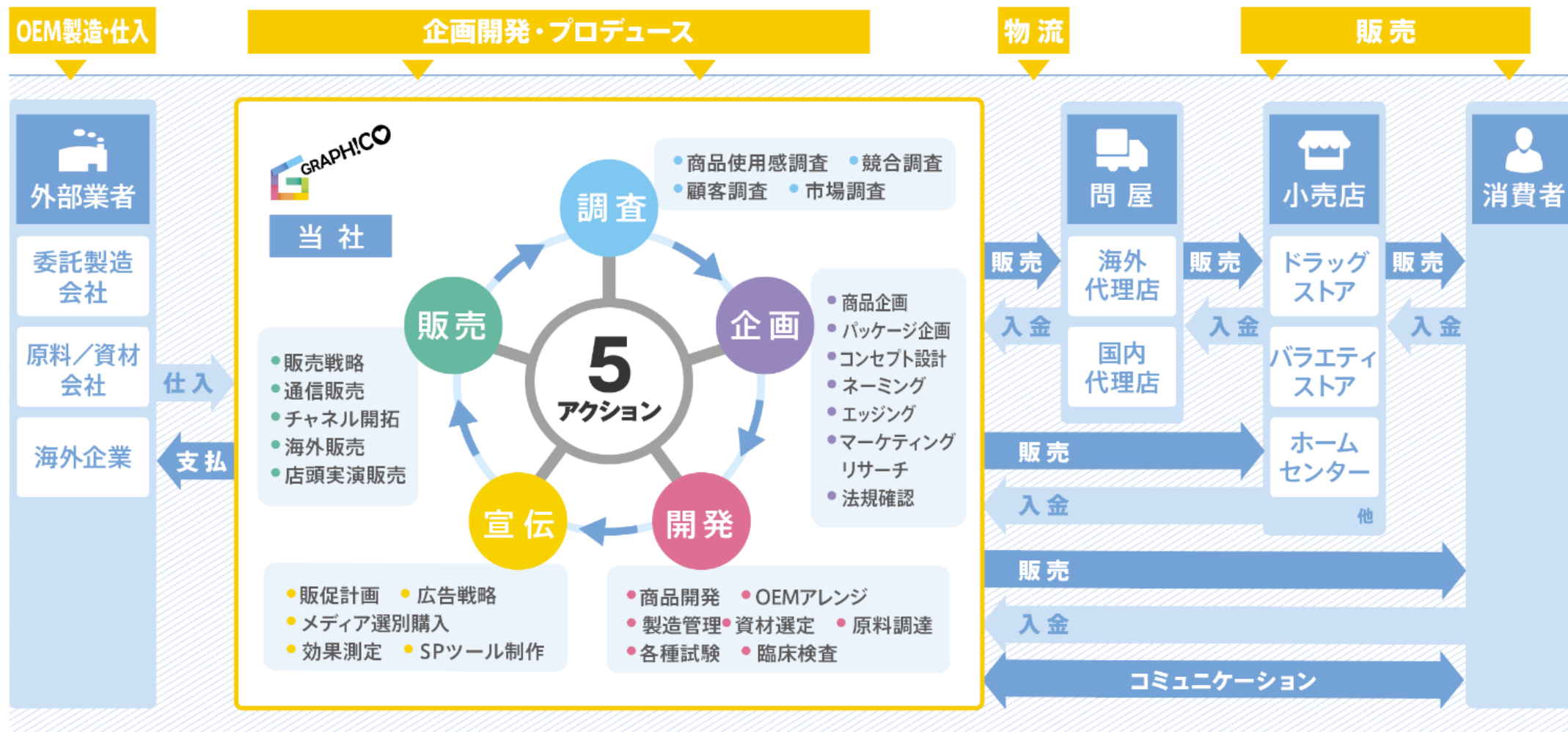


【125百万円】

12の国と地域にて
海外販売

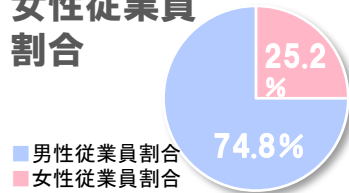
(単一セグメントであり、数値は商品カテゴリーの2021年6月期の売上高)

- 調査・企画・開発・宣伝・販売の5アクションに社内リソースを集中した体制で運営



- 企画本部は80%以上が女性で自らがお客様目線で考え、頑張る女性のライフスタイルの変化に応じた商品企画・開発が可能な体制です。

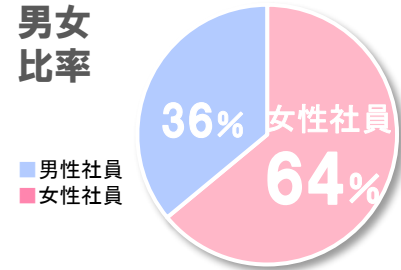
日本企業の
女性従業員
割合



■ 男性従業員割合
■ 女性従業員割合

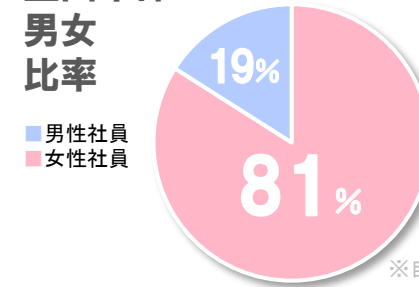
出典：帝国データバンクの
「女性登用にに関する企業の
意識調査」(2019年9月現在)

当社の
男女
比率



■ 男性社員
■ 女性社員

企画本部の
男女
比率



■ 男性社員
■ 女性社員

企画開発部門は
100%が女性！

※自社調べ(2021年6月時点)

消費者とのコミュニケーションを大切にし、
購買調査やグループインタビュー・イベント等を通じて、
お客様の生の声を企画開発に反映しています。



1852
万個

オキシクリーン
日本オリジナル
タイプ

※2008年10月発売



1846
万個

優月美人
よもぎ温座パット

個包装タイプ

※2008年10月発売



897
万個

フットメジ
足用角質クリア
ハーブ石けん

※2010年5月発売



797
万個

満腹30倍
キャンディ

※2005年3月発売



789
万個

なかつたコトに！
サプリメント

※2009年5月14日発売



282
万個

オキシクリーン
マックスフォース

※2009年8月発売



128
万個

フットメジ
ピーリングスプレー

※2014年3月発売



118
万個

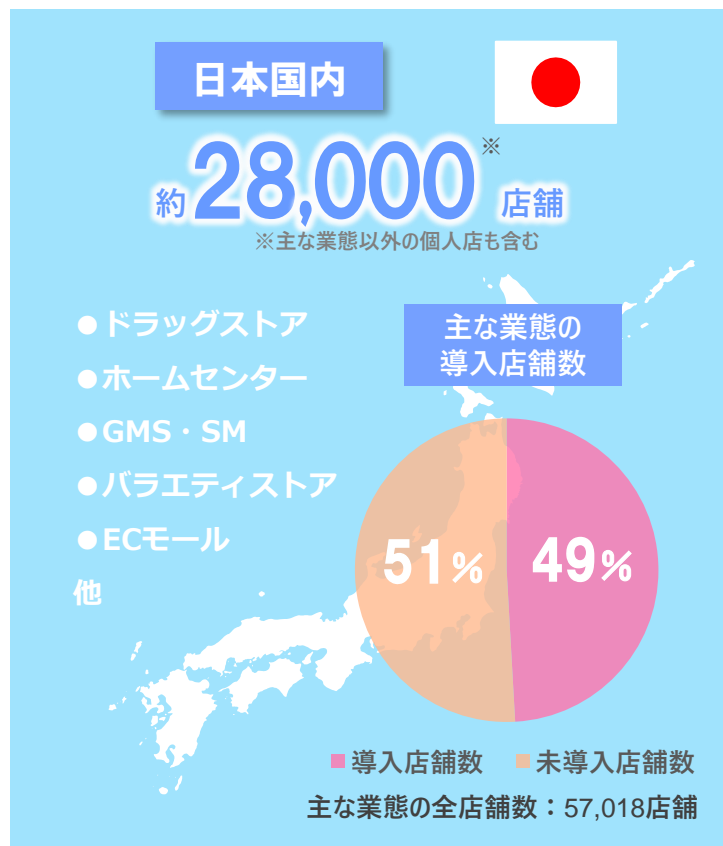
スキんピース
ファミリーUV

※2016年3月発売



※ミリオンセラー：販売数100万個を超えた商品。 ※2022年3月末現在、自社調べ。企画品・シリーズ出荷数を含む。

- 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店舗で販売しています。
- 海外においては、アジアを中心に12の国と地域でECおよび小売店舗で販売しています。



【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 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

1 会社紹介

2 2022年6月期（第3四半期）概況

3 Appendix

- 売上高は3,066百万円と、ヘルスケアのマイナス面をカバーし、全体では前年並みを確保(前年同期比△0.6%)
- 売上総利益は、1,506百万円となり、仕入原価上昇や円安影響による売上原価増加要因はあったものの、前期に比べ在庫評価損が減少した結果、前年同期比で40百万円の増益
- 営業利益は、経営基盤の強化のための投資を継続している中で、物流コストの上昇の影響があるが、業務効率化、経費削減等をすすめ、237百万円と前年同期比で30百万円の減益にとどまった

【プラス面】



ハウスホールド

「オキシクリーン」は、リアルイベントの開催や販促活動による認知度アップ施策の効果や、つめかえ用商品の投下により、省プラ・リピート需要も獲得できており、引続き**前年同期比 + 11.0%**と好調に推移（詳細はP19、20参照）

ビューティーケア

フェムテック商品の「よもぎ温座パット」のプロモーション活動強化により売上が**前年同期比 + 46.9%**と好調（詳細はP17参照）

【マイナス面】



ヘルスケア

昨年実施した「なかったコトに！」のリニューアルに伴う返品が増加、インバウンド需要の回復の遅れ、前3Qはリニューアル品の初回出荷が売上に貢献していたこともあり、**前年同期比△45.9%**と、苦戦

医薬品

ビタミンCや消毒用エタノールはコロナ禍の予防意識や衛生意識の高まりによる需要が一巡し、市場の供給過多により、販売が鈍化したことにより、全体では**前年同期比△18.6%**と、苦戦。

— 新型コロナウイルス感染症拡大の業績への影響 —

- ・ オキシクリーンは引続きコロナ禍での衛生意識の高まりにより、継続的な需要を維持
- ・ なかったコトに！はインバウンド需要、海外向け売上が厳しい状況が継続
- ・ ビューティーケアのうち、化粧品は引続き需要の減少により苦戦

※比較数値に関しては、会計基準変更の影響を除いた従来基準同士の数値

カテゴリー別3Q売上実績



(百万円)

	2021年6月期 (従来基準)		2022年6月期 (従来基準)		前年同期比 (従来基準の比較)	2022年6月期 (開示数値)	
	3Q実績	構成比	3Q実績	構成比		3Q実績	構成比
売上高	3,085	-	3,066	-	△0.6%	2,963	-
ヘルスケア	447	14.5%	242	7.9%	△45.9%	243	8.2%
ビューティケア	367	11.9%	356	11.6%	△2.9%	348	11.8%
ハウスホールド	2,124	68.8%	2,358	76.9%	+11.0%	2,263	76.4%
医薬品	98	3.2%	80	2.6%	△18.5%	80	2.7%
その他	47	1.5%	27	0.9%	△41.7%	27	0.9%

- 売上高に関しては、新商品の初回導入の遅れもあり、計画を若干下回って推移
- コロナ禍の厳しい環境に加えて、昨今の原油高等による原材料・物流コストの高騰および円安影響があるが、業務効率化、経費削減等をすすめて前年同期比30百万円の営業減益にとどまった
- 第3四半期までは全ての指標で70%超の達成を示しており、概ね計画通りに進捗

(百万円)

	2021年6月期 7-3月実績 (従来基準)	2022年6月期 7-3月実績 (従来基準)	前年同期比 (従来基準比)	2022年6月期 7-3月実績 (開示数値)	2022年6月期 業績予想 (開示数値)	通期予算 進捗状況
売上高	3,085	3,066	△0.6%	2,963	4,100	72.3%
売上総利益	1,466	1,506	+2.8%	1,380	—	—
営業利益	267	237	△11.4%	215	300	71.9%
経常利益	227	214	△5.8%	217	290	74.8%
四半期純利益	147	147	+0.4%	149	198	75.6%

営業利益の増減要因

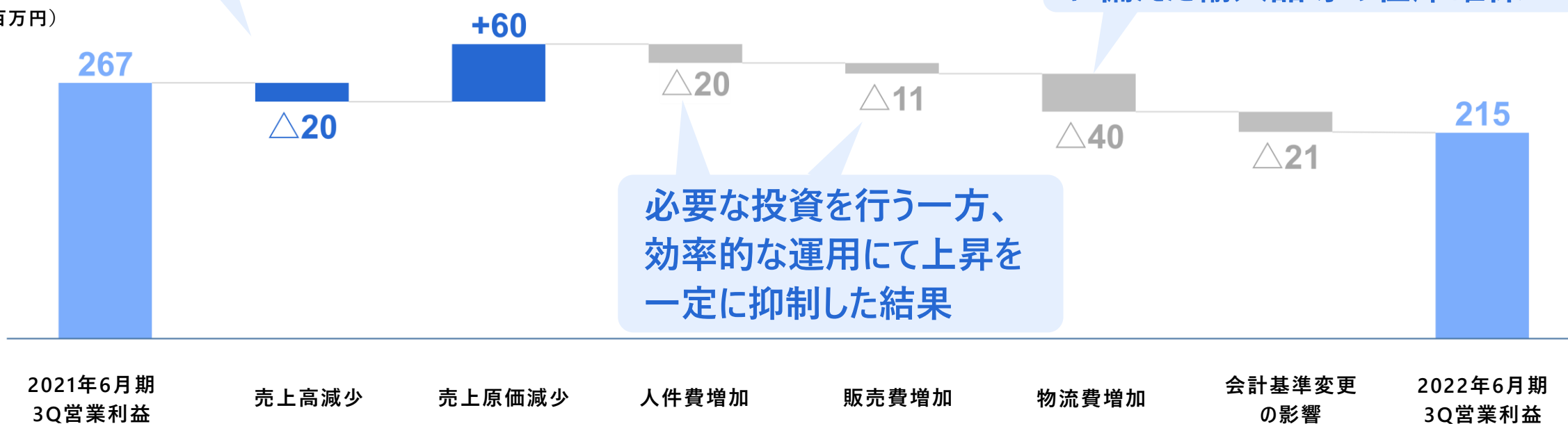
オキシクリーンの伸長とよもぎ温座パットの好調はあったものの、その他のカテゴリーの苦戦が主な要因

前期に比して在庫評価損が大幅に減少

全般的な物流コスト増に加えて、入出荷量の増加及び安定供給に備えた輸入品等の在庫確保

必要な投資を行う一方、効率的な運用にて上昇を一定に抑制した結果

(百万円)



※売上高増加、売上原価減少及び販売費増加に関しては、会計基準変更の影響を除いた数値

- 売上は、カテゴリによりばらつきは生じているものの、売上全体では概ね計画通りに進捗する見込みであるものの、コロナ禍での需要を予測しづらい状況は続いている。
- 商品仕入価格、製造コストの高騰および物流コストの上昇については、第3四半期までに既に利益面でのマイナス影響が発現している。さらに輸入品に関しては、2月以降の急激な円安の影響が、第4四半期以降に生じることを想定している。
- コスト上昇などの利益圧迫要因への対応として、販促費を含めた経費の効率化、為替リスク対策は進めつつ、新商品の研究開発など、未来へむけた事業創造への投資は積極的に実行する。
- 以上の状況を鑑みて、通期業績見込みは期初予想を据え置き

	従来基準	従来基準		新基準
	2021年6月期 通期実績	2022年6月期 通期業績予想	前期比	2022年6月期 通期業績予想
売上高	4,096	4,327	+5.6%	4,100
営業利益	317	331	+4.2%	300
経常利益	274	290	+5.6%	290
当期純利益	182	198	+8.4%	198

※ 新会計基準採用により前期との比較ができないため、前期比は記載しておりません

『優月美人 よもぎ温座パット』の積極的販促活動により販売好調！

社内愛用者で結成されたブランドチームによる継続的なプロモーション活動で、女性の深い悩みにアプローチした「温活フェムテック」アイテムとして販売拡大！ サンプリングも積極的に実施し、お客様とのコミュニケーションを深めている。



販売額
前年比 **+47%**

導入店舗数
前年比 **+65%**

Rakuten
売上 **第1位** 獲得!

@cosme
クチコミランキング **第1位** 獲得!

※2021年7月～2022年3月末・2020年7月～2021年3月末までの比較結果。自社調べ

※2021年7月～2022年3月末・2020年7月～2021年3月末までの6個入り導入店舗数比較結果。自社調べ

※ 使い捨てカイロ・その他部門（集計期間：2021年11月29日～2021年12月5日）

※@cosme クチコミランキング 第1位
※ボディ・バスグッズ部門
（集計期間：2021年10月1日～2021年12月31日）

「スキんピース」が、「ソーシャルプロダクツ・アワード2022」の「プロダクツアワード賞」を受賞。

途上国の産業支援プロジェクト「フィール・ピース プロジェクト」第一弾ブランドのスキンケア商品「スキんピース」が、その活動と商品設計から社会性と商品性の両面が評価され、「プロダクツアワード賞」を受賞しました。



審査員コメントと該当カテゴリ

途上国の社会・環境問題を解決に導く、シアバターボディケア商品。シアバターの生産地・パナン共和国の仕事創出に貢献。その他にも子どもの就学、現地人材の育成、現地NGOを通して自然林の保全を政府に提言しており、生産地の人々が自分たちの力で産業に関わっていけるよう取り組んでいる。原材料についても適切な情報開示と説明があり、信頼性がある。購入者からの評価も高く、品質、実績ともに十分。プラスチック包装の改善や、商品デザインを通じたメッセージ発信の強化に期待したい。

ソーシャルプロダクツアワードソーシャルプロダクツ・アワード（SPA）は、一般社団法人ソーシャルプロダクツ普及推進協会が主催する2012年から始まった、持続可能な社会の実現につながる優れた「ソーシャルプロダクツ」に光をあて、社会性と商品性の両面を評価する日本では初めての表彰制度。ソーシャルプロダクツ・アワードHP：<https://www.apsp.or.jp/socialproducts/>

オキシクリーンのPRイベント『Best 白T Dresser賞 2022』開催。

2022年3月14日の「オキシクリーンの日」、「オキシ漬けの日」を記念して、白Tシャツが似合う有名人を選出する「Best 白T Dresser賞 2022」を開催。吉田栄作さん、河北麻友子さんが受賞し、多くのメディアに掲載され、「白い衣類のお手入れにはオキシクリーン」という認知拡大に繋がった。



合計611件のメディア掲載！

広告換算額（総計）3億6千万円相当

TV	WEB	新聞他
6件	596件	9件

※広告換算値算出基準

【紙誌】

記事下基本レート（カラーor白黒）料金×cm×段

【WEB】

訪問者数（UU）×広告平均インプレッション単価×ポジション・見出しキーワード・写真/動画有無・掲載時期
※業界大手のクリッピング会社「内外通信社」が提示する基準のもと算出しております。



オキシクリーン本第三弾 オキシクリーン 掃除・洗濯大事典を紹介！

オキシクリーンの基本的な使い方から、「オキシ漬け」「オキシパック」「オキシこすり」などのオキシテク、キッチンやトイレ、浴室などでの活用法、さらに衣類の襟汚れ、泥汚れ、スニーカーの黒ずみ、カーテンの黄ばみなどの洗濯術も紹介されたオキシクリーン大辞典
※2022年4月30日発売



オキシクリーン初のアパレル企画品 OXICLEAN × #FFFFFF オリジナル白Tシャツを紹介！

6周年を迎える白無地Tシャツ専門店「#FFFFFF（シロティ）」、「白」で共鳴する両者初のコラボレーション限定パックTシャツ。
※2022年5月下旬～6月発売予定

オキシクリーンつめかえ用の販売が順調に推移。リピート購入が増加。

2018年頃から新規ユーザーの獲得が順調に進み、売上は順調に伸長。

また、日本オリジナル商品として、2020年夏に省プラスチック対策を行い発売したオキシクリーンつめかえ用商品（1000g、2000g）が順調に販売伸長。つめかえ用商品に関しては、3Q累計販売実績の対昨年同期間比較で+168%を記録。

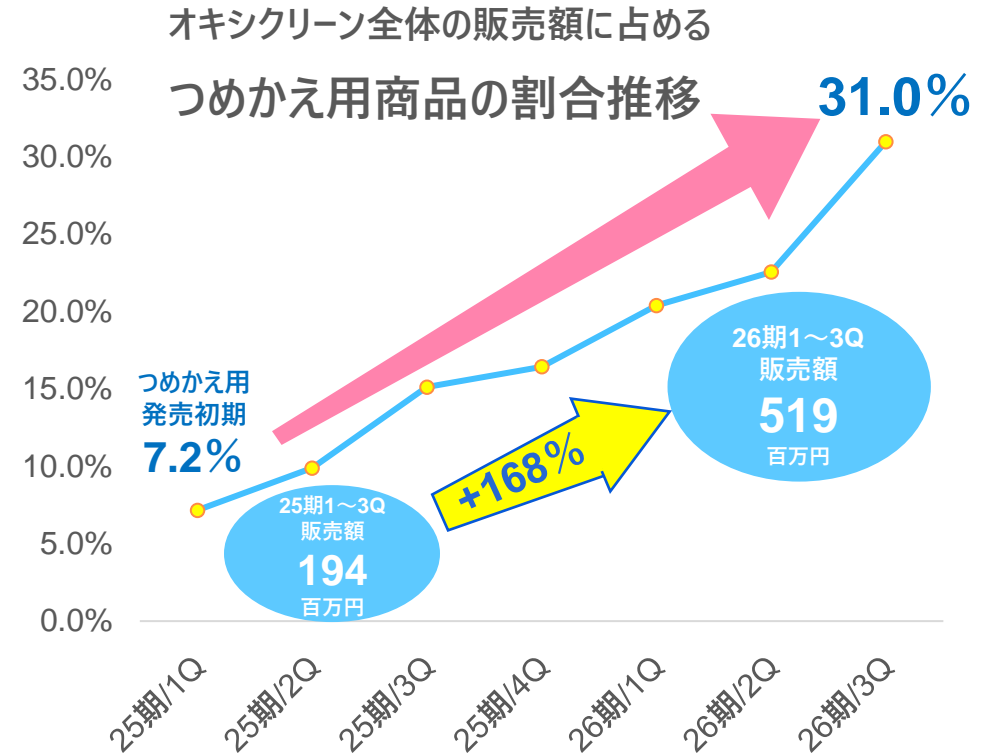


つめかえ用 1000g



つめかえ用 2000g

(百万円)



敏感肌・乾燥肌の方に向けたスキンケアブランド「セバメド（Sebamed）」 正規輸入販売元として、2022年5月26日（木）に発売開始！



「セバメド（Sebamed）」は、1967年にドイツ・セバファルマ社が開発したスキンケアの世界的トップブランド！
健康な皮膚がpH5.5の弱酸性の保護膜におおわれていることに注目し、画期的な弱酸性の製品として誕生！
50年以上前より敏感肌・乾燥肌の方々に愛用されており、現在も世界80カ国以上で販売！
赤ちゃんのためのスキンケアライン「ベビーセバメド」も展開しています。

1 会社紹介

2 2022年6月期（第3四半期）概況

3 **Appendix**

損益計算書 四半期推移



(百万円)

	2020/6期					2021/6期					2022/6期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	計	1Q	2Q	3Q	4Q	計	1Q	2Q	3Q
売上高	928	906	671	992	3,499	1,148	1,072	864	1,010	4,096	1,117	1,094	751
売上総利益	458	477	330	466	1,733	527	512	427	530	1,997	531	507	341
(売上高総利益率)	(49.4%)	(52.7%)	(49.3%)	(46.9%)	(49.5%)	(45.9%)	(47.8%)	(49.4%)	(52.5%)	(48.8%)	(47.6%)	(46.3%)	(45.5%)
販売費及び 一般管理費	326	363	306	502	1,498	413	379	405	480	1,679	411	371	381
営業利益	132	114	24	△36	234	113	132	21	49	317	120	135	△39
(営業利益率)	(14.3%)	(12.6%)	(3.7%)	(△3.7%)	(6.7%)	(9.9%)	(12.4%)	(2.5%)	(4.9%)	(7.8%)	(10.8%)	(12.4%)	(△5.3%)
経常利益	128	115	19	△42	222	90	129	7	47	274	122	135	△40
四半期純利益	84	79	10	△25	148	55	87	4	35	182	84	93	△28
(四半期純利益率)	(9.1%)	(8.8%)	(1.5%)	(△2.6%)	(4.3%)	(4.8%)	(8.2%)	(0.5%)	(3.5%)	(4.5%)	(7.6%)	(8.5%)	(△3.8%)

※2020年9月24日に上場したため、2020/6期の各四半期は参考情報。

※2022/6期1Q以降の数値は「収益認識に関する会計基準」等を適用した後の指標等となっております。

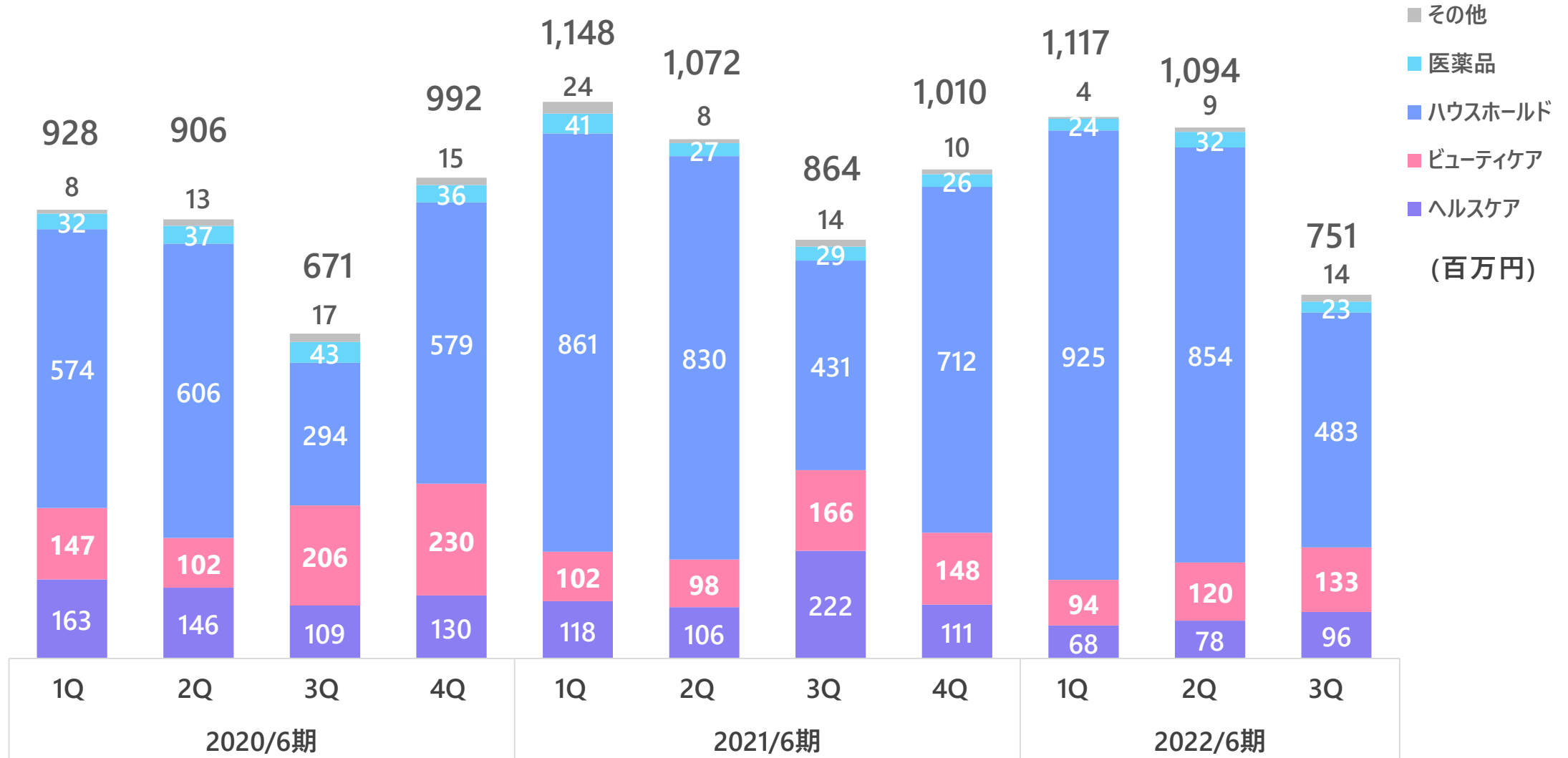
貸借対照表 推移

(百万円)

	2021年6月期末	2022年6月期3Q	増減額
流動資産	2,194	2,520	+325
うち、現預金	671	552	△119
うち、受取手形及び売掛金	463	444	△18
うち、たな卸資産	992	1,446	+453
固定資産	126	131	+5
資産合計	2,321	2,652	+330
流動負債	382	561	+179
うち、買掛金	90	359	+269
固定負債	5	5	0
負債合計	387	566	+179
純資産	1,934	2,086	+151
負債・純資産合計	2,321	2,652	+330

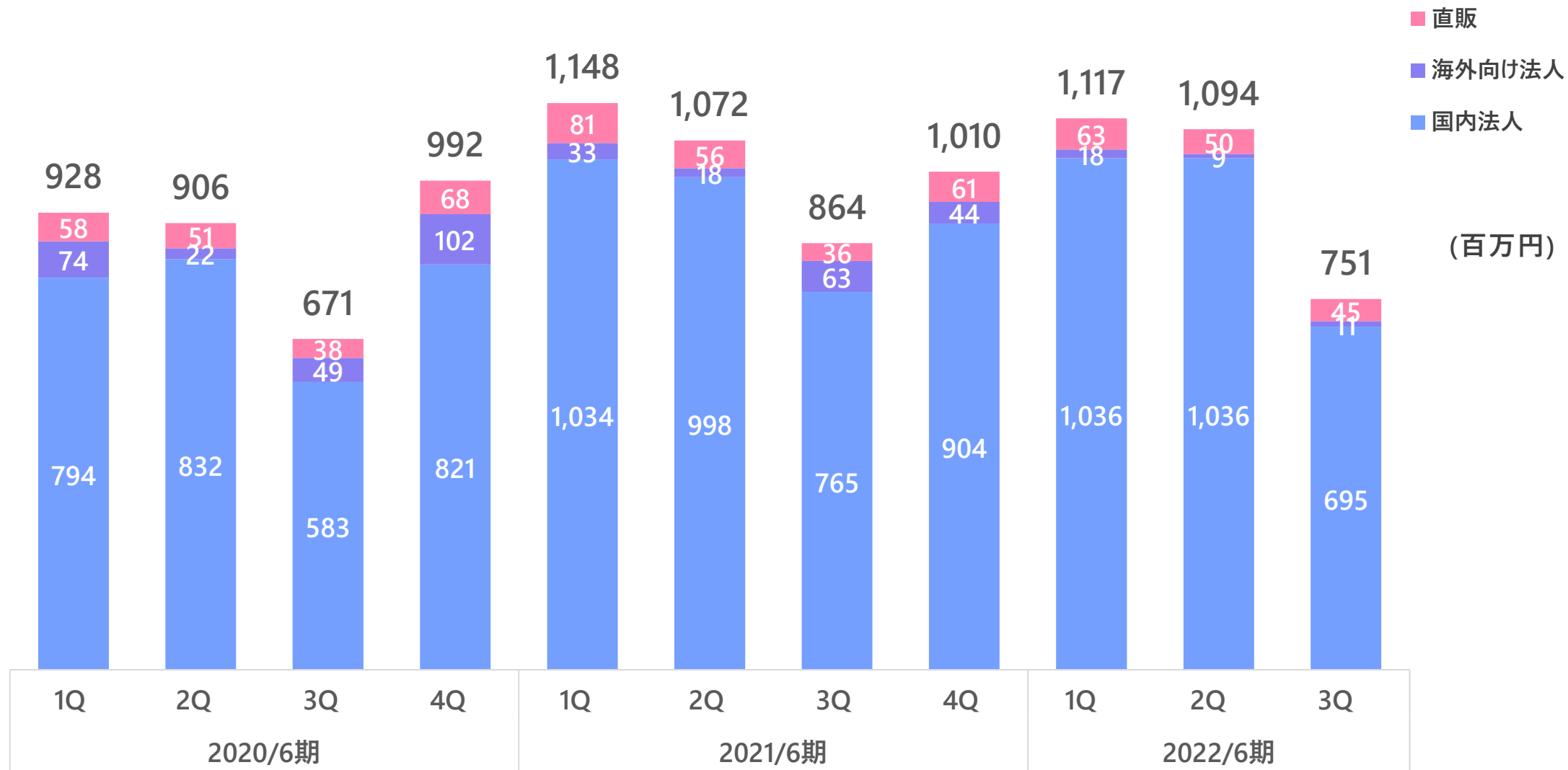
※2022/6期3Qの数値は「収益認識に関する会計基準」等を適用した後の指標等となっております。

カテゴリー別売上高 四半期推移



※2020年9月24日に上場したため、2020/6期の各四半期は参考情報。
 ※2022/6期1Q以降の数値は「収益認識に関する会計基準」等を適用した後の指標等となっております。

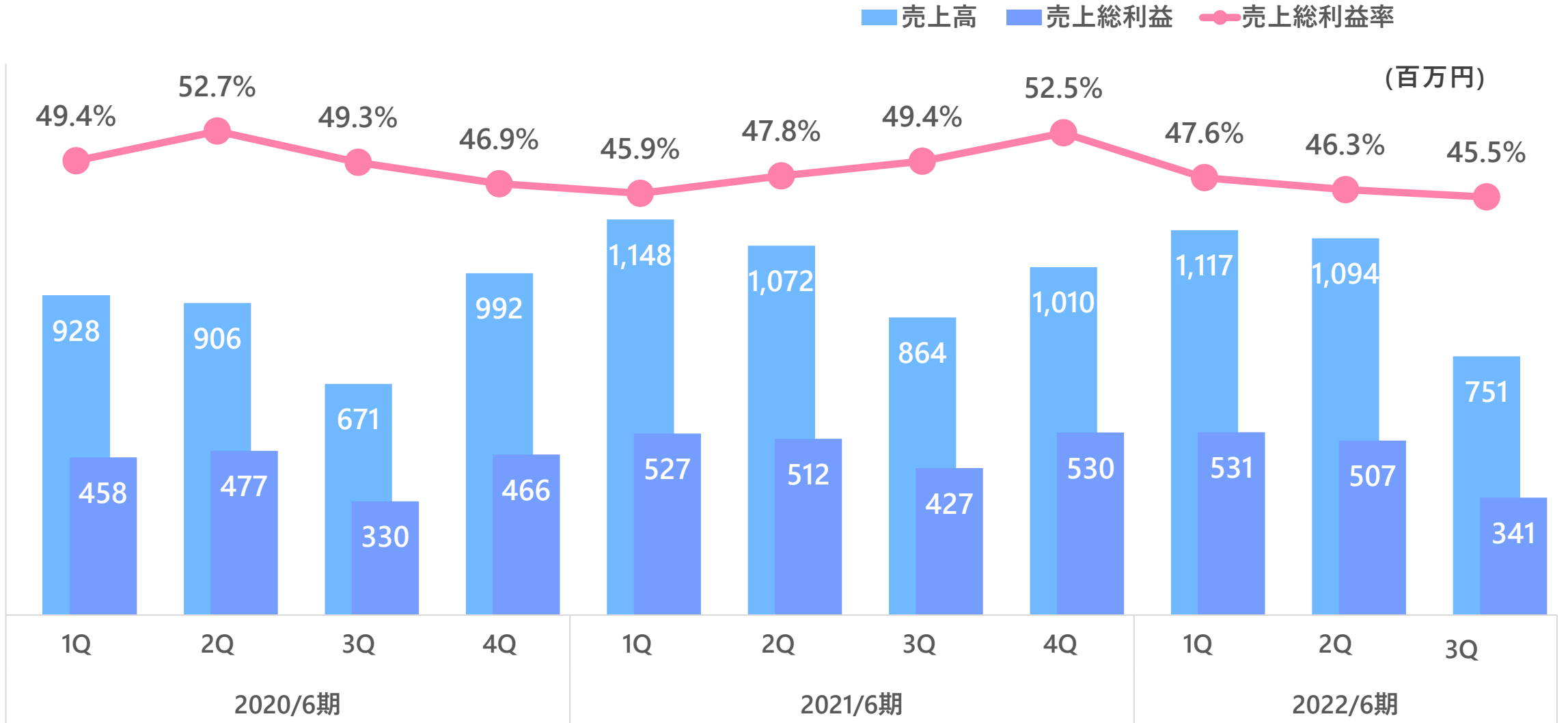
チャネル別売上高 四半期推移



※2020年9月24日に上場したため、2020/6期の各四半期は参考情報。

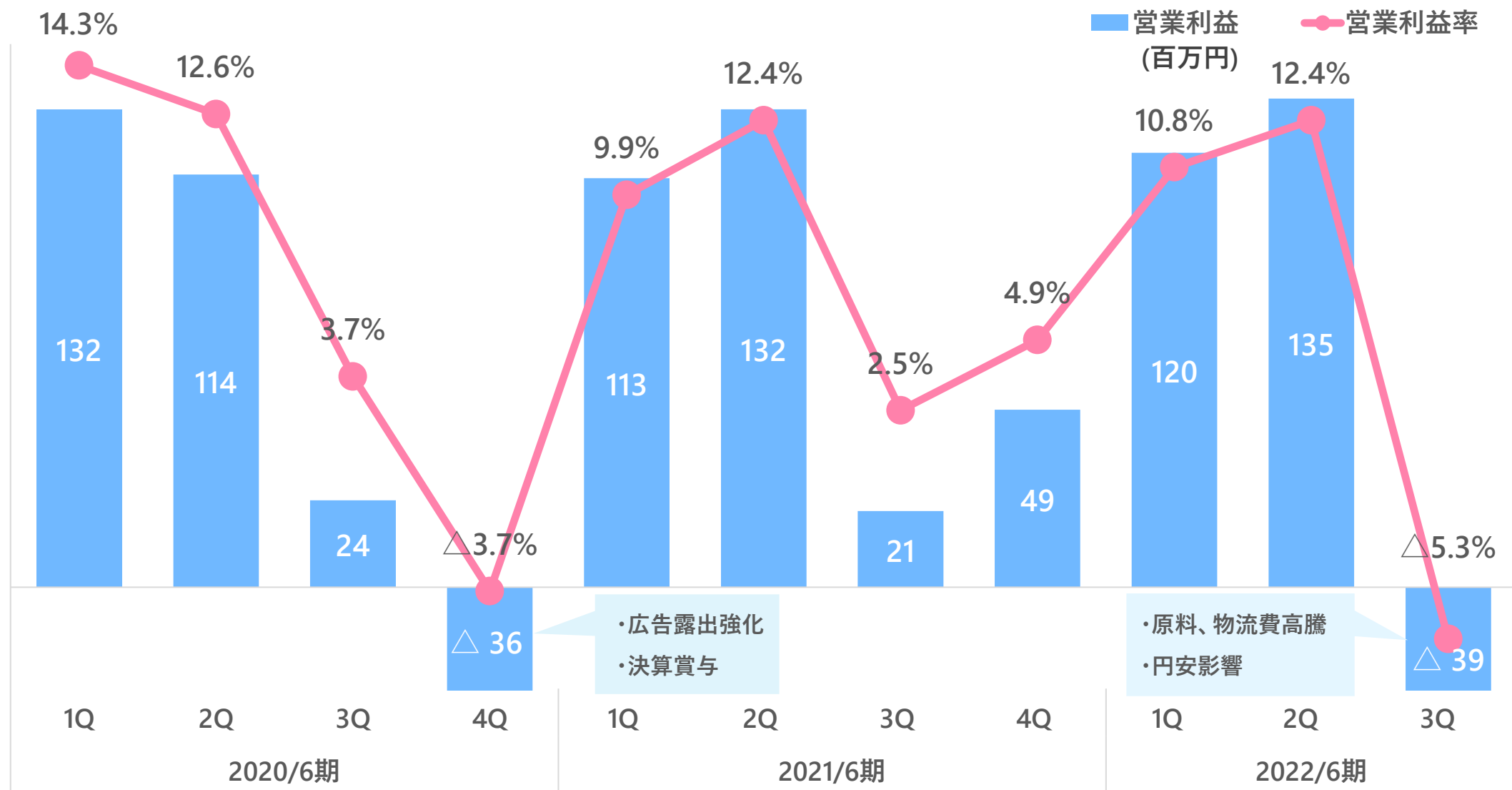
※2022/6期1Q以降の数値は「収益認識に関する会計基準」等を適用した後の指標等となっております。

売上/売上総利益 四半期推移



※2020年9月24日に上場したため、2020/6期の各四半期は参考情報。
 ※2022/6期1Q以降の数値は「収益認識に関する会計基準」等を適用した後の指標等となっております。

営業利益/営業利益率 四半期推移



※2020年9月24日に上場したため、2020/6期の各四半期は参考情報。
 ※2022/6期1Q以降の数値は「収益認識に関する会計基準」等を適用した後の指標等となっております。

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）をお届け予定です。

※商品内容等は変更になる可能性があります。

【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。

配当政策に関しては、将来の持続的な成長に必要な設備投資等や経営基盤の強化に係わる
内部留保を確保しつつ、総合的に判断し利益配当を行っていく方針です。
なお、現時点において配当実施の可能性およびその実施時期については未定です。



※写真はイメージです

【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。



株式会社グラフィコ

