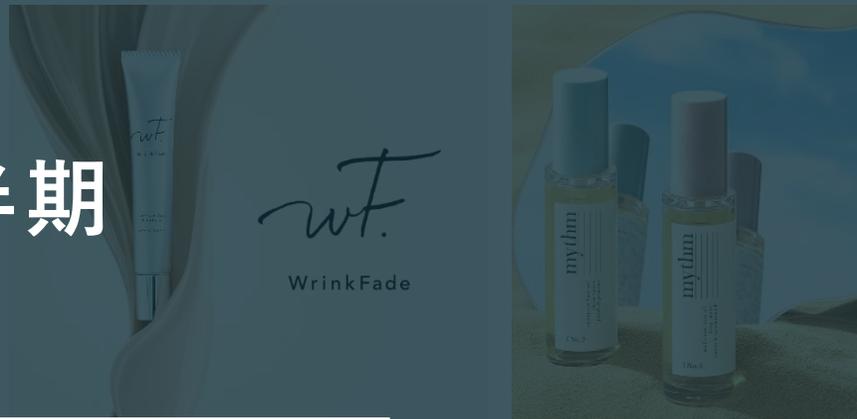


BOTANIST



# 2023年12月期 第1四半期 決算説明資料



2023年5月12日

SALONIA

BEAUTY is simple

INE

YOLU



BOTANIST

## 目次

1. 連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. 持分法適用関連会社Endianの異動(持分譲渡)
4. Appendix



## エグゼクティブサマリー

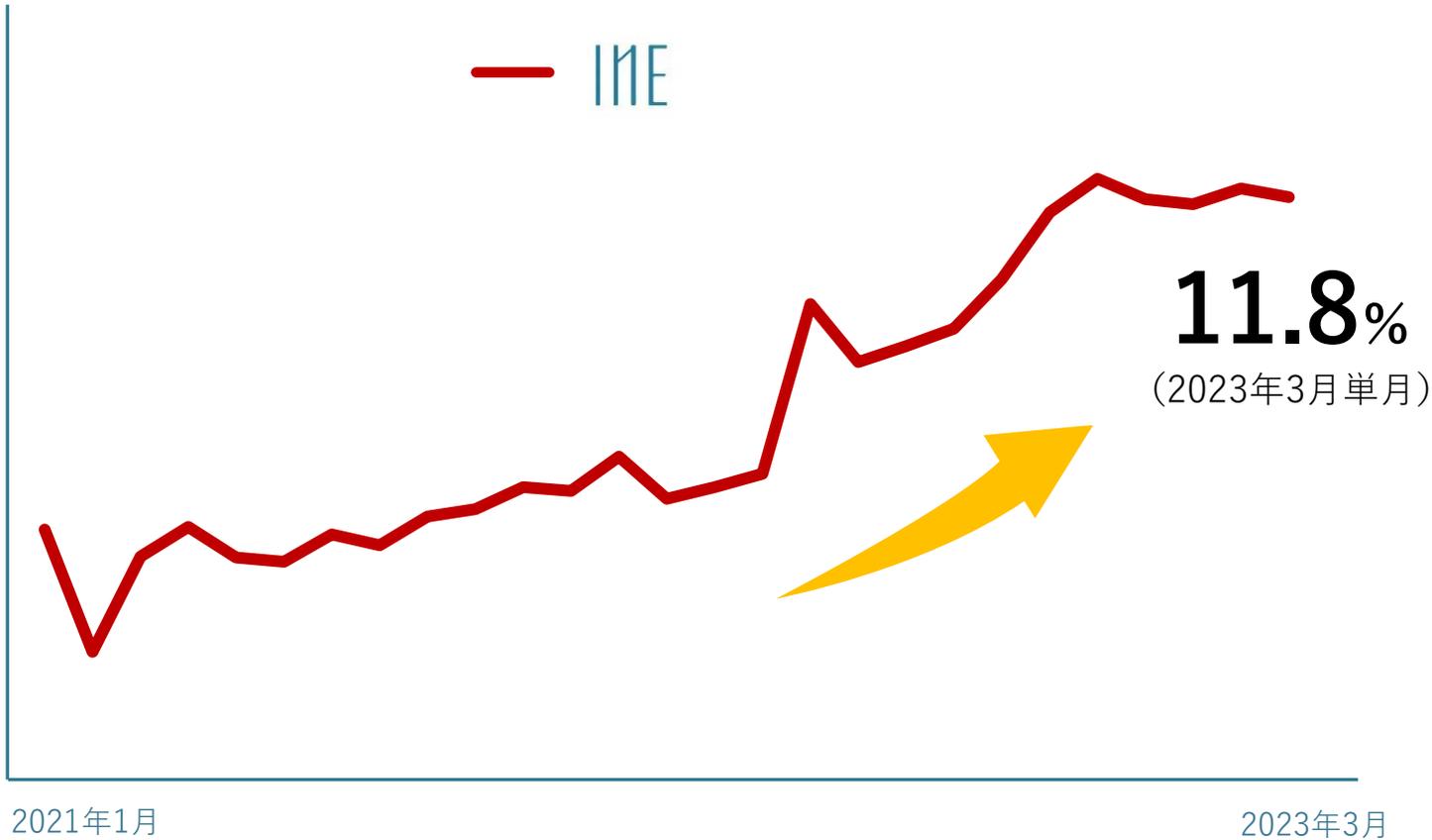
### 連結業績概要

- 売上高は前年同期比+16.3億円と大幅な増収、上場来3期連続過去最高の第1四半期累計売上高を実現。
- 営業利益は中期的なトップライン拡大に向けたマーケティング投資等を実行しながらも利益を確保。売上利益ともに通期計画に対して上振れで進捗。

### カテゴリー別概要

- ヘアケア系カテゴリーは前年同期比+35.2%と大幅増収。特にYOLUが前年同期比+378.4%と大幅伸長、加えて、フルリニューアルを実施したDROASが売上高増加に寄与。
- 結果、2023年3月単月、ドラッグストアヘアケア市場企業別シェア1位を獲得\*。
- SALONIAは高価格帯アイテムの伸長等によりQoQで+31.3%伸長。
- 中国はライブコマース等のオンラインを中心とした新戦略への切り替えに向けたテスト期間のため減収。通期計画達成に向け、新戦略へ着実に取り組む。
- CHILLOUTブランドのさらなる成長に向けて、持分法適用関連会社Endianの当社持分(49.9%)の全てを日本コカ・コーラ社へ譲渡する契約を締結。

## 国内ドラッグストア ヘアケア市場 企業別シェア

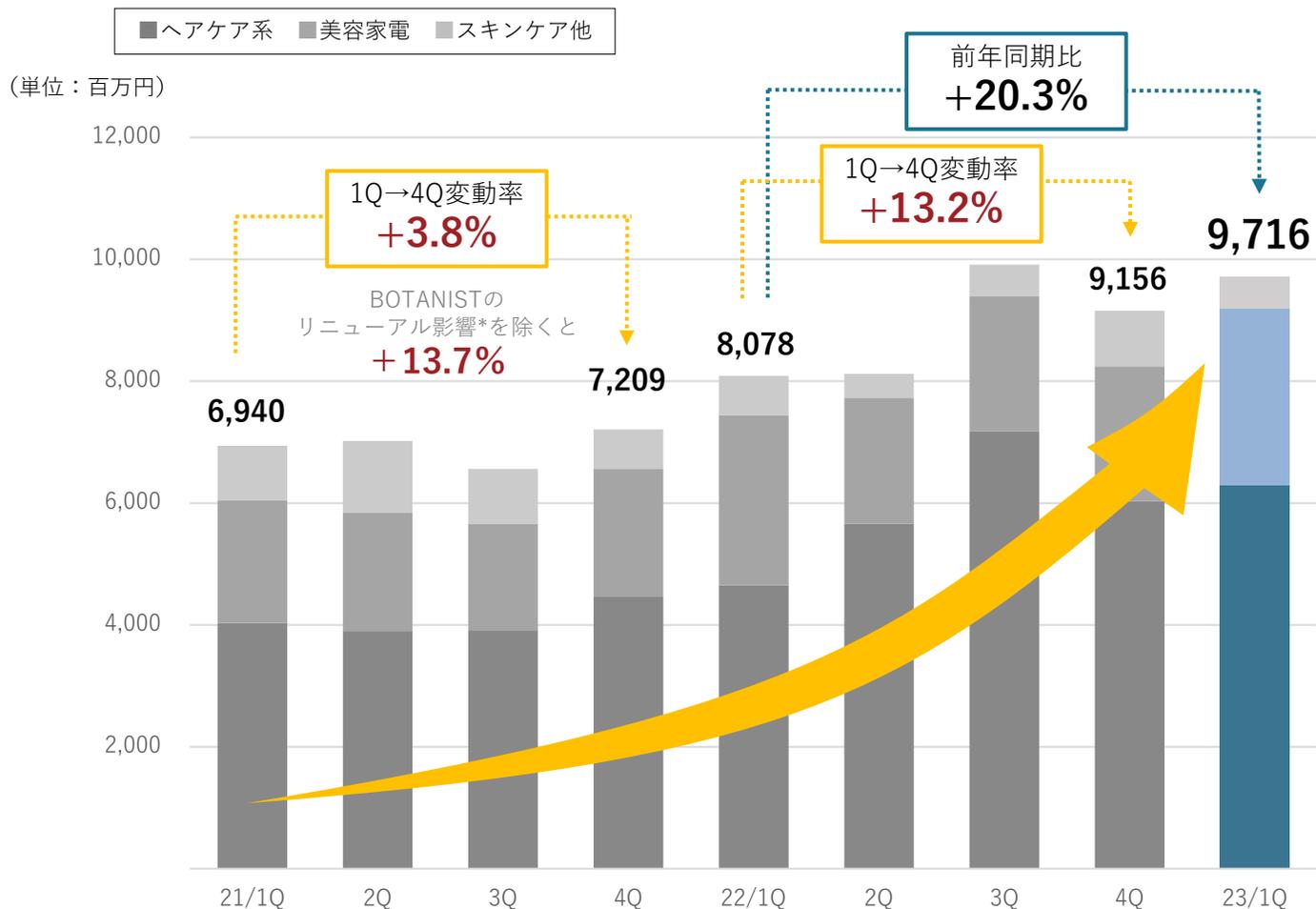


ヘアケア市場  
企業別シェア

1位

## 売上高四半期推移

- 売上高はヘアケア系、美容家電カテゴリーともに順調に成長。
- 前年同期比で大幅な増収。通期計画に対しても上振れで進捗。



### 当期売上高の進捗

- 前年同期比 +20.3%。
- 上場来3期連続過去最高の第1四半期累計売上高を実現。

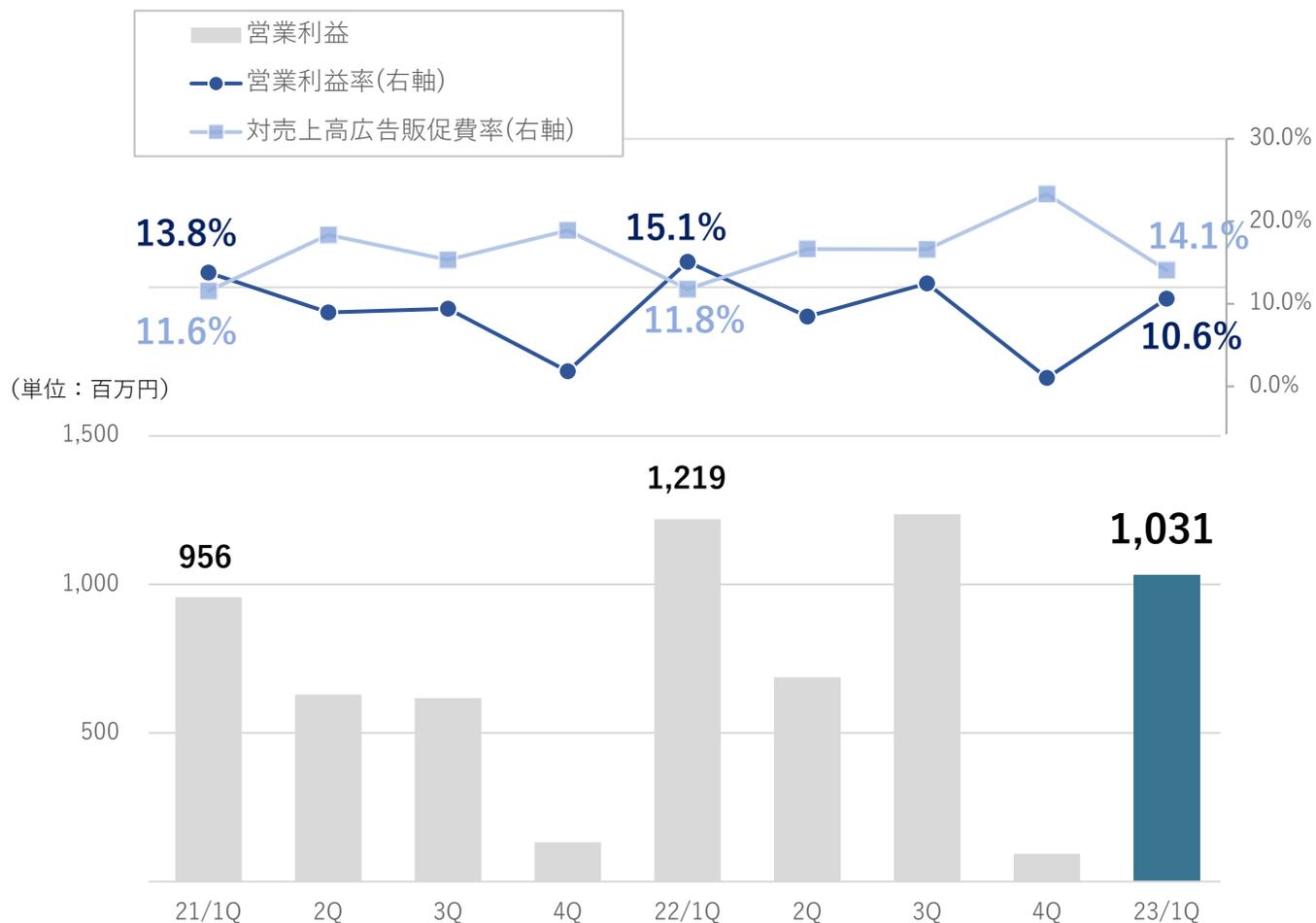
### 季節変動の影響

- 当社の売上高は季節性等から下期偏重型の傾向。
- 21/1QはBOTANISTのフルリニューアル初回出荷の影響で売上高増加。当影響を除いた場合(\*)の21/1Q→4Q変動率は+13.7%

\* 2021年1Qには同期に実施したBOTANISTヘアケア商品のフルリニューアルに伴う初回出荷6億円の一時的な上振れが発生

## 営業利益四半期推移

- 営業利益はマーケティング投資等を実行し、前年同期比では減益となったが、通期計画に対しては上振れで進捗。継続して収益性向上に取り組む。



### 当期営業利益の進捗

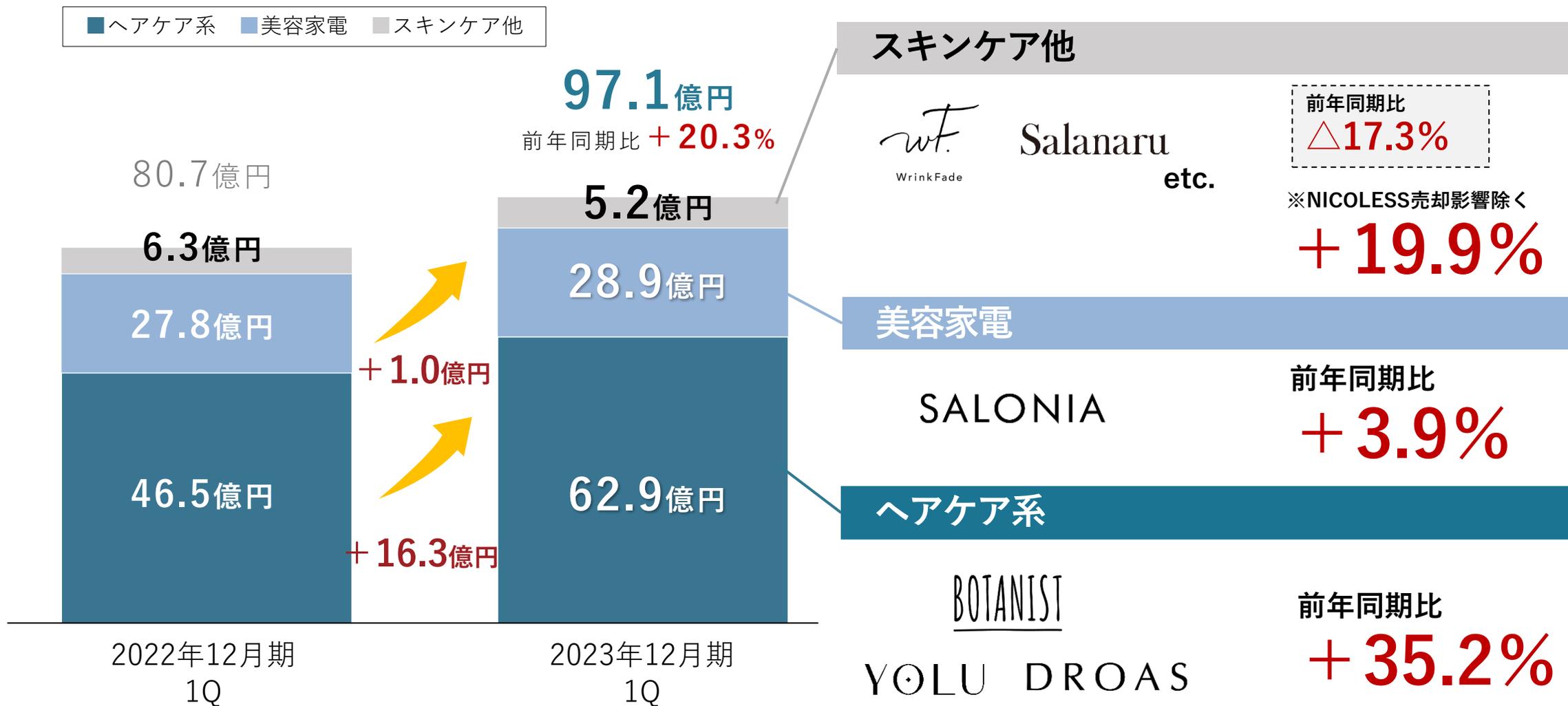
- ▶ 前年同期比△15.4%。
- ▶ 中期的なトップライン拡大に向けたマーケティング投資等を実行しながらも営業利益率10.6%を確保。

### 季節変動の影響

- ▶ 当社の営業利益はマーケティング投資の時期により変動。
- ▶ 新商品の投入やイベント等の増加する下期に向けて、費用対効果を見極めた戦略的なマーケティング投資を実施。

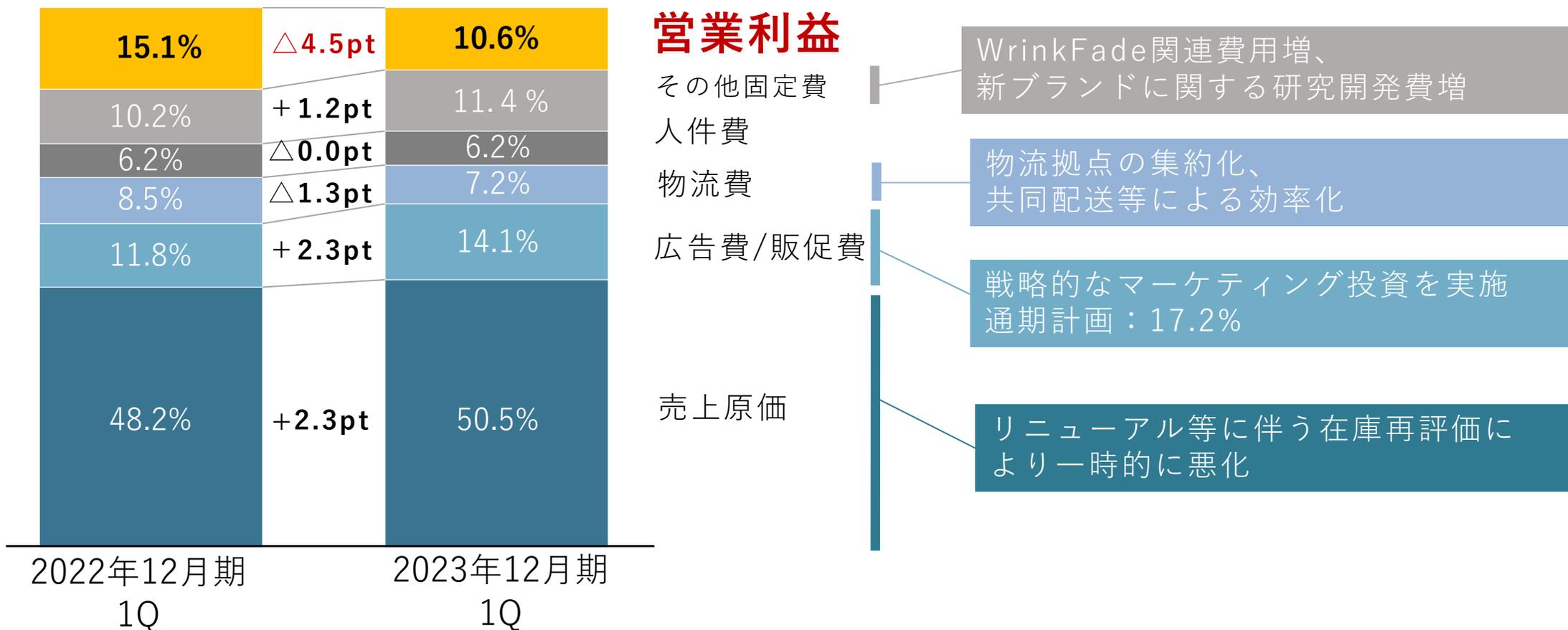
## カテゴリー別売上高

- ヘアケア系 : YOLUの好調継続、及びDROASフルリニューアル等により大幅増収。
- スキンケア他 : WrinkFadeを計上するも、NICOLESS売却に伴う影響により減収。



## コスト構造

- 戦略的なマーケティング投資等を実行した結果、営業利益率は前年同期比では減益したものの、通期計画に対しては順調な進捗。
- 売上原価率はリニューアル等に伴う在庫再評価により一時的に悪化したものの、通期計画については十分に達成可能。戦略的なマーケティング投資も引き続き実行予定。



BOTANIST

## 目次

1. 2022年12月期連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. 持分法適用関連会社Endianの異動(持分譲渡)
4. Appendix



YOLU



SALONIA

BEAUTY is simple

INE

# BOTANIST

植物と共に生きる



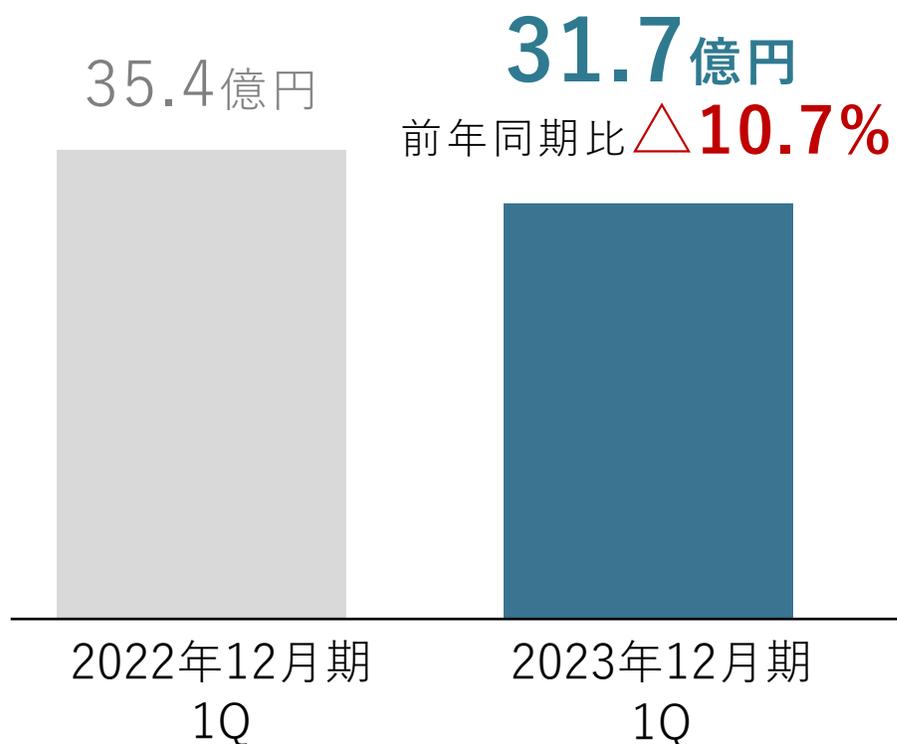
ボタニカル  
シャンプー・トリートメント  
使用感満足度  
99%<sup>※</sup>

※楽天&habitでBOTANISTシャンプー・トリートメント購入者に対するWebアンケート。男女20代～60代(n=219)のうち、「非常に満足」「かなり満足」「やや満足」と回答した割合。2022年8月実施(自社調べ)

# BOTANIST

- ボディソープのリニューアルや春限定品の発売等を実施。
- 前期実施した新商品発売やリニューアル、TVCM実施に伴う大量セルインによる反動減等があるが、通期計画に対しては順調な進捗。

## 売上高



## トピックス

- ▶ 液体ボディソープのリニューアルを実行。ブランド初の医薬部外品「マイルドケアタイプ」を新たに発売し、16,000店舗に配荷。
- ▶ 春限定品を発売。売上高の一部を「(公財)日本さくらの会」を通じて寄付し、樹勢回復等の保全活動を支援。



# SALONIA



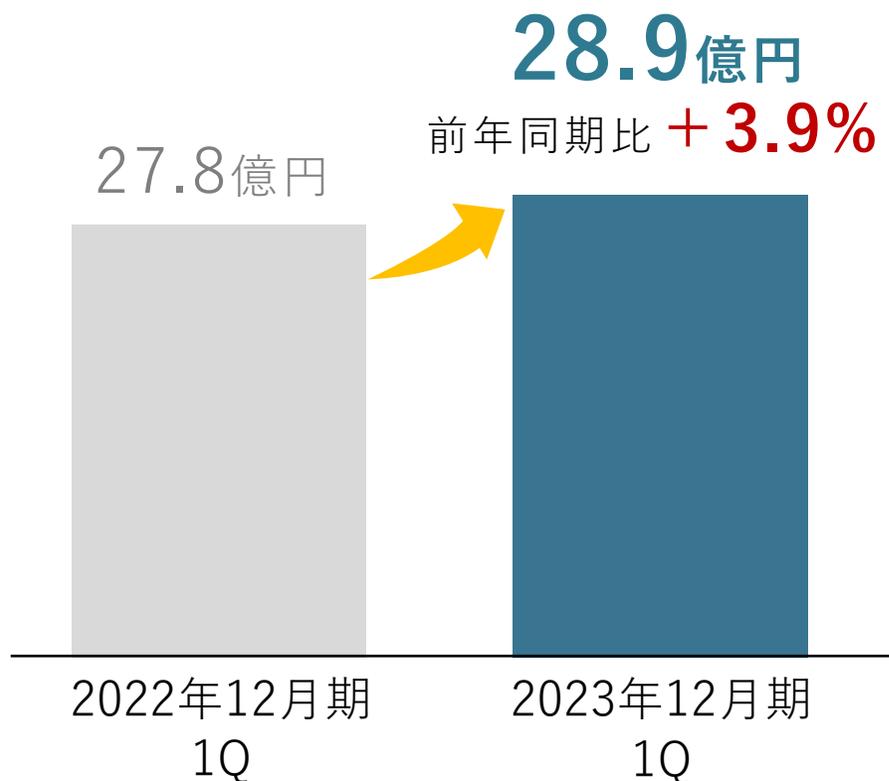
ヘアアイロン売上シェア  
**No.1**  
IN JAPAN

※1：富士経済「美容家電・健康家電マーケティングトレンドデータ2020」2018年～2019年実績

# SALONIA

- 前期施策(主力商品の新色発売)のハードルが高いにも関わらず、前年同期比+3.9%と好調に推移。QoQでは31.3%と大幅に伸長。
- EMSリフトブラシをはじめ、高価格帯アイテムが好調継続。

## 売上高



## トピックス

- 値上げ前の駆け込み需要が発生し、主力商品のセルインが好調。
- 高価格帯アイテムが好調、売上高は前年同期比2.1倍に。
- 有名サロン美容師とのコラボ企画「FIRST BEAUTY PROJECT」始動。中期的な使用習慣の定着を目指す。



# 夜間美容シャンプー

# YOLU



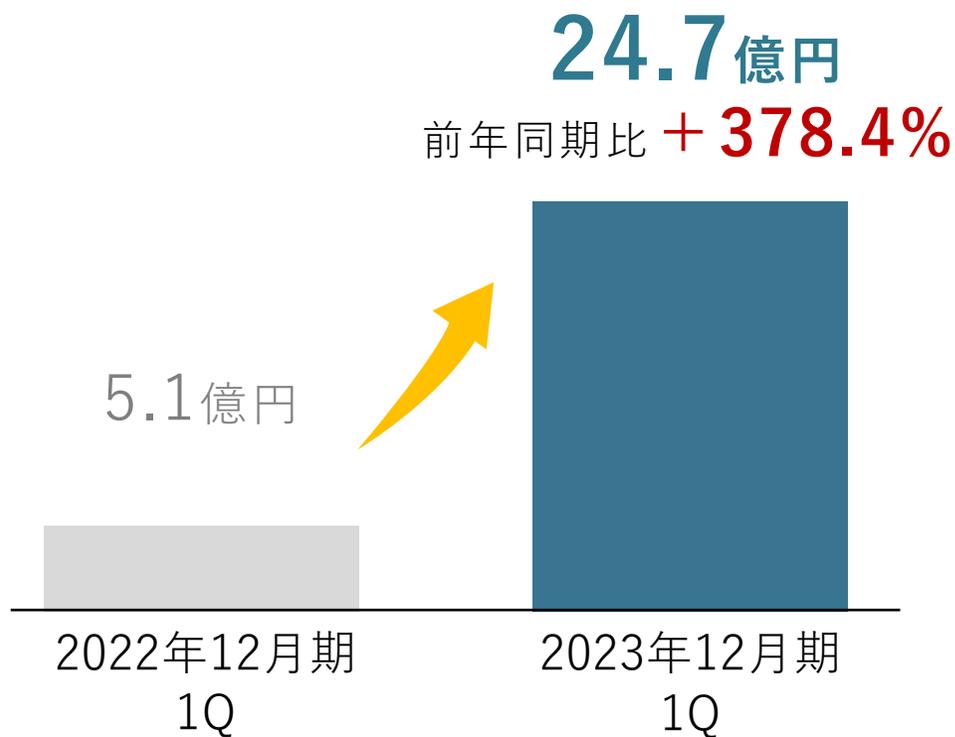
ブランド累計販売数  
**1000**万個<sup>※</sup>

※YOLUシリーズ累計出荷実績 (2021年8月1日～2022年9月30日) 自社調べ

# YOLU

- 主力商品(カームナイト、リラックスナイト)が好調継続。
- 新商品のヘアミストが順調に配荷店舗数を拡大し、売上高の増加に寄与。

## 売上高



## トピックス

- カームナイトリペアシャンプー・トリートメントがシリーズ別売上シェア日本1位を維持 (\*1)

\*1：ドラッグストア市場のシャンプー・リンスカテゴリーにおける商品シリーズ別の2022年10月～2023年3月各月の販売金額において (自社調べ)

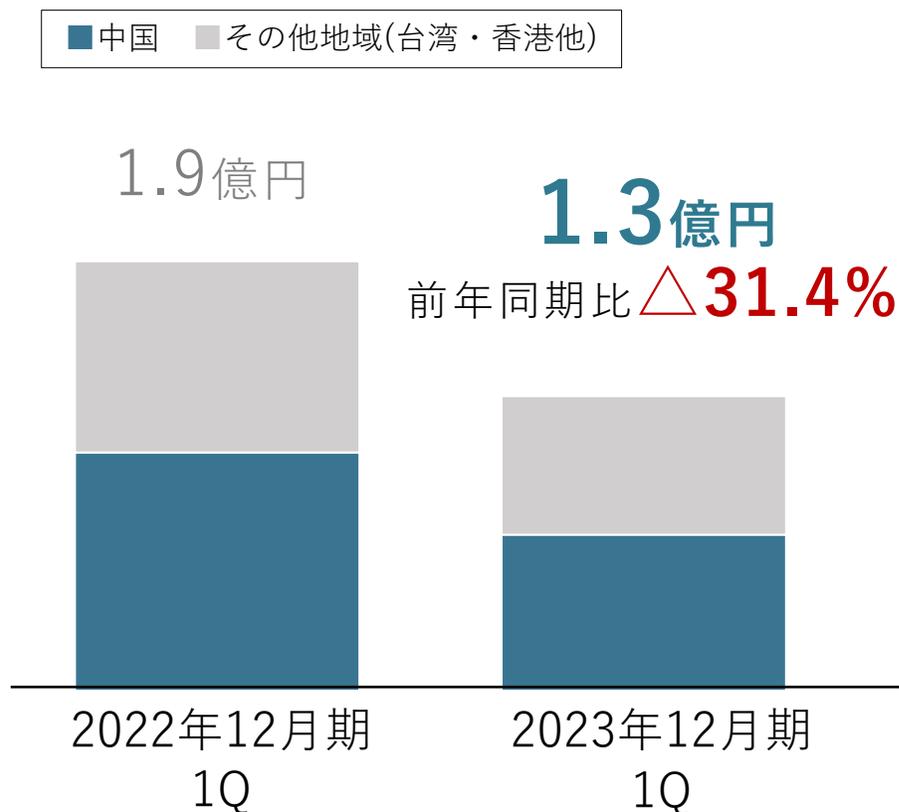
- 髪の導入美容液「カームナイトリペアブースターヘアミスト」を新たに発売し、18,500店舗に配荷。



## グローバル

- 中国は2022年12月のゼロコロナ政策解除により、人流が徐々に回復。
- ライブコマース等のオンラインを中心とした新戦略への切り替えに向けたテスト期間のため減収。通期計画達成に向け、新戦略に着実に取り組む。

### 売上高



### トピックス

- 2023年3月YOLUの越境EC旗艦店をTmallGlobal(天猫国際)、Douyin(抖音)にてオープン。
- ライブコマースが奏功し、TmallGlobalのシャンプーカテゴリーで1位を獲得。

▼天猫国際



▼抖音



## 新ブランドの発売



4/14  
NEW

# Aquall

## 美容液成分が溶け込んだ 「うるおい美溶水」ヘアケア

- 美容液成分をたっぷりと配合し、保湿×ダメージケアでうるおい美髪へ。
- 今あるダメージや、未来のダメージを多角的に補修・ケアすることに着目。



左下：アクオル モイスチャーダメージケア シャンプー・トリートメント  
1,694円(税込)／475mL

右下：アクオル モイスチャーダメージケア ヘアオイル  
1,694円(税込)／70mL

## FOR A SUSTAINABLE FUTURE

当社ミッションの実現に向け、多様な環境・社会課題解決に向けた取り組みを実施。

### 継続的な寄付の実施



- 経済的困難な状況に置かれている女性支援として、「コスメバンクプロジェクト」への商品寄付を実施。
- 公式オンラインストア「and Habit」の2022年度売上高の1%を、自然環境保護団体である「1% for the Planet」へ寄付。
- トルコ・シリア大地震による被災者緊急支援のため、UNICEF・UNHCRへ総額250万円を寄付。

### コーポレートサイト サステナビリティページのリニューアル



- コーポレートサイト内に、サステナビリティの取り組みを発信するコーナーを新設。ESGの取り組みを推進し、ソーシャルブランドの時代を創ることを宣言。
- 2022年に策定したマテリアリティとその目標や、各種定量データを公開。

詳細はこちらをご覧ください ▶ <https://i-ne.co.jp/csr/>

BOTANIST

## 目次

1. 2022年12月期連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. 持分法適用関連会社Endianの異動(持分譲渡)
4. Appendix



## 持分法適用関連会社Endianの異動(持分譲渡)

- 今般、CHILL OUTブランドの更なる継続的成長を両社で目指し、当社持分(49.9%)の全てを日本コカ・コーラ社へ譲渡する契約を締結。
- Endian事業の投資回収を行うとともに、さらなるブランド成長への投資に充当。



### Endianの持分売却の経緯

- CHILL OUTブランドについては、両社の強みを最大限活かし、様々なイノベーションを起こし、加速度的な成長を実現。
- さらなる継続的成長に向けた戦略を両社で協議し、本持分譲渡を決断。

### 当社の財務インパクト (23/2Q以降)

- 持分法適用関連会社より除外。
- 2023年12月期 第2四半期連結決算にて特別利益を計上する見込み。

※2023年12月期の通期業績予想につきましては、お示しできる状況となった段階で速やかにお知らせいたします。詳細は以下の資料をご覧ください。

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03869/aee5c857/d192/4ba4/a6df/672d44ddebada/20230420110340920s.pdf>

BOTANIST

## 目次

1. 2022年12月期連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. 持分法適用関連会社Endianの異動(持分譲渡)
4. Appendix



YOLU



SALONIA

BEAUTY is simple

INE

## 会社概要

# INE

会社名	株式会社 I - n e (証券コード: 4933)
設立	2007年3月
資本金	32億9,532万円
所在地	大阪府大阪市北区 中之島六丁目1番21号
従業員数	297名 (2023年3月時点、臨時雇用者除く)
代表者	代表取締役社長 大西 洋平
子会社	国内1社、海外1社 (2023年3月時点)



We are

# Social Beauty Innovators

for

# Chain of Happiness

## 役員一覧



代表取締役社長  
大西 洋平  
Yohei Onishi



取締役  
足立 光  
Hikaru Adachi



取締役  
笹俣 弘志  
Hiroshi Sasamata



取締役  
(常勤監査等委員)  
堀川 健  
Ken Horikawa



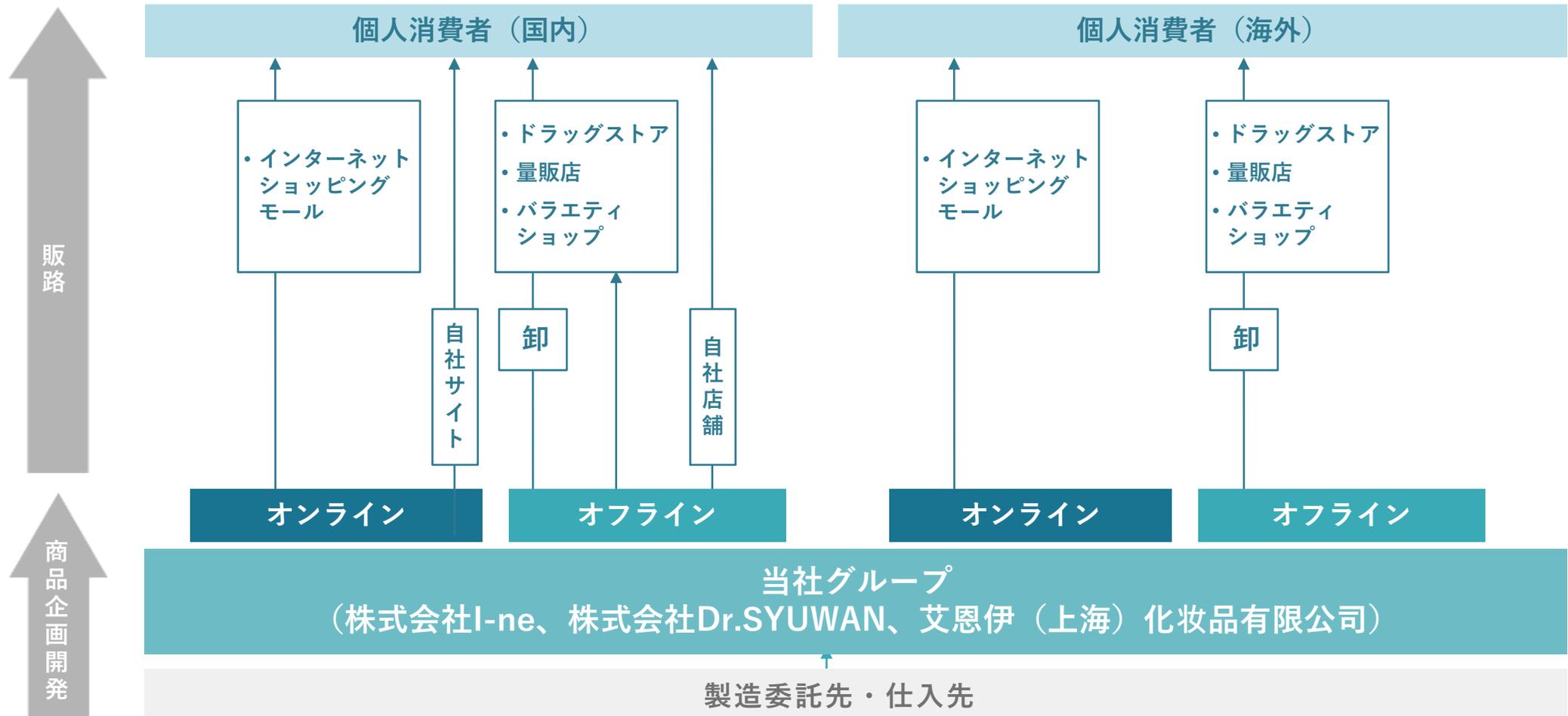
取締役  
(監査等委員)  
西橋 久仁子  
Kuniko Nishibashi



取締役  
(監査等委員)  
舟串 信寛  
Nobuhiro Funakushi

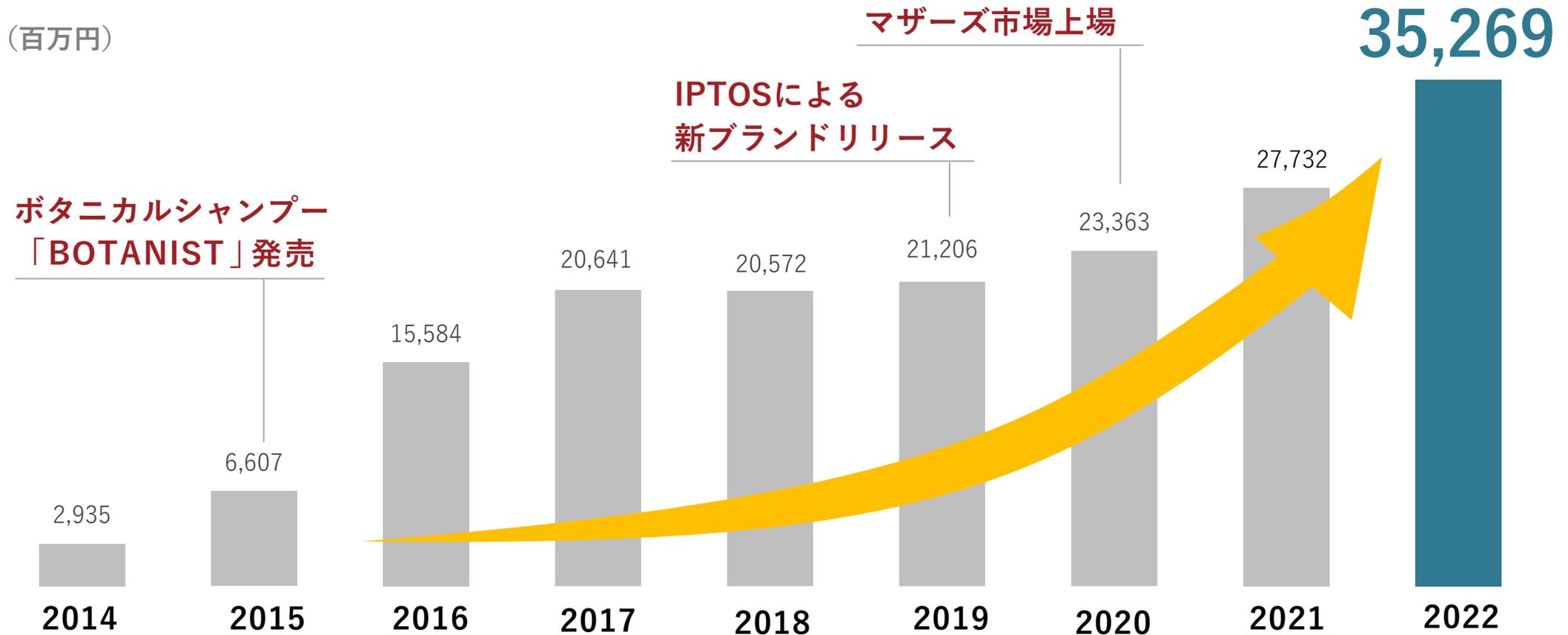
## I-neの事業系統図

生産機能を外部企業に委託するファブレスのメーカーとして、国内外にオンライン・オフラインの販売チャネルを構築し、消費者に商品を届けている。



## 連結売上高推移

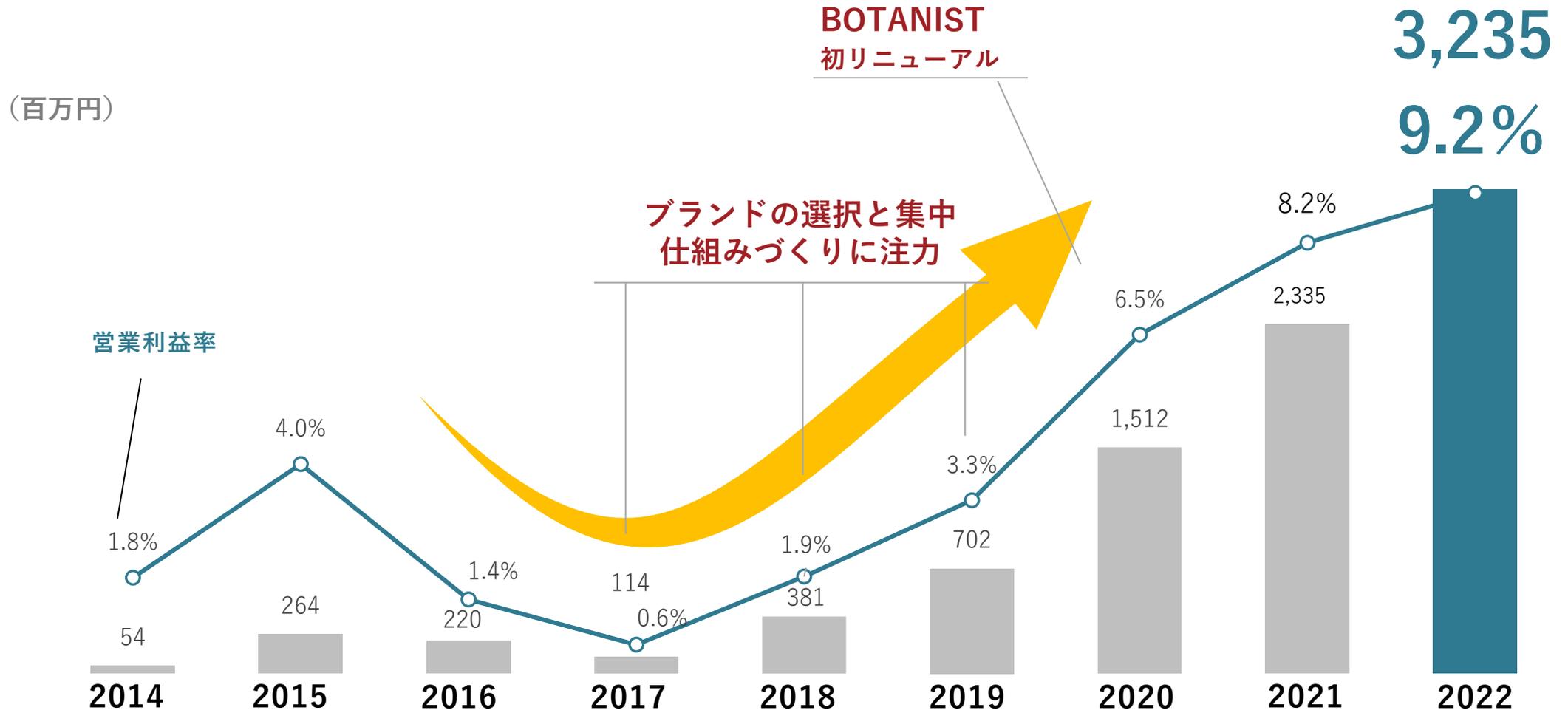
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。2020年9月マザーズ市場へ上場。  
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、  
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



注：・2014/12-2016/12期は単体数値、2017/12-2021/12は連結数字を使用・2014/12-2017/12期は参考値（非監査情報）  
・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12期以降は収益適用認識後の数値。  
・2021/12月期は新収益認識基準を遡及適用したと仮定した数値（非監査）

## 連結営業利益推移

2018年よりブランドの選択と集中やIPTOSの徹底化に努め、営業利益及び営業利益率が大幅に拡大。グローバル水準の収益性を実現するべく、今後も向上に取り組む。



注：・2014/12-2016/12期は単体数値、2017/12-2021/12は連結数値を使用・2014/12-2017/12期は参考値（非監査情報）  
・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12期以降は収益適用認識後の数値。  
・2021/12月期は新収益認識基準を遡及適用したと仮定した数値（非監査）

## ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)	2021年12月期					2022年12月期					2023年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
売上高	6,940	7,020	6,560	7,209	27,732	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269	9,716
売上原価	3,420	3,220	3,141	3,469	13,251	3,895	4,019	4,613	4,436	16,965	4,911
売上原価率	49.3%	45.9%	47.9%	48.1%	47.8%	48.2%	49.5%	46.5%	48.4%	48.1%	50.5%
広告・販促費	802	1,289	1,005	1,362	4,459	951	1,351	1,646	2,132	6,081	1,366
広告・販促費率	11.6%	18.4%	15.3%	18.9%	16.1%	11.8%	16.6%	16.6%	23.3%	17.2%	14.1%
物流費	719	686	625	728	2,758	690	692	705	683	2,771	695
物流費率	10.4%	9.8%	9.5%	10.1%	9.9%	8.5%	8.5%	7.1%	7.5%	7.9%	7.2%
人件費	450	466	486	574	1,977	504	518	647	623	2,294	599
人件費率	6.5%	6.6%	7.4%	8.0%	7.1%	6.2%	6.4%	6.5%	6.8%	6.5%	6.2%
その他固定費	590	729	685	944	2,950	816	851	1,064	1,188	3,920	1,112
その他固定費率	8.4%	10.3%	10.5%	13.1%	10.7%	10.2%	10.5%	10.8%	13.0%	11.1%	11.4%
営業利益	956	629	617	132	2,335	1,219	687	1,235	93	3,235	1,031
営業利益率	13.8%	9.0%	9.4%	1.8%	8.4%	15.1%	8.5%	12.5%	1.0%	9.2%	10.6%
EBITDA	983	669	663	187	2,503	1,249	721	1,315	182	3,469	1,104
EBITDAマージン	14.2%	9.5%	10.1%	2.6%	9.0%	15.5%	8.9%	13.3%	2.0%	9.8%	11.4%

注：・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12期以降は収益適用認識後の数値。  
 ・2021/12月期は新収益認識基準を遡及適用したと仮定した数値（非監査）  
 ・EBITDA = 営業利益 + 減価償却費で算出

## ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)	2021年12月期					2022年12月期					2023年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
連結売上高	6,940	7,020	6,560	7,209	27,732	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269	9,716
ヘアケア系	4,032	3,900	3,915	4,460	16,309	4,652	5,658	7,177	6,033	23,522	6,290
L BOTANIST	3,612	3,468	3,052	3,592	13,725	3,548	3,270	4,624	3,216	14,659	3,170
L YOLU	0	0	335	411	746	517	1,909	2,142	2,511	7,081	2,474
美容家電 (SALONIA)	2,010	1,940	1,746	2,104	7,801	2,789	2,068	2,215	2,207	9,280	2,899

(単位：百万円)	2021年12月期					2022年12月期					2023年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
グローバル	132	432	381	289	1,235	191	182	352	148	876	131

注：・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12期以降は収益適用認識後の数値。  
 ・2021/12月期は新収益認識基準を遡及適用したと仮定した数値（非監査）  
 ・EBITDA = 営業利益 + 減価償却費で算出

## ヒットを量産できるI-neの3つの強み

---

半歩先のコンセプト  
メイキングと  
ハイパフォーマンスな  
商品開発

ブランド  
創出力

OMO

---

デジタルマーケと  
オフラインの配荷力を  
駆使したリーチ拡大

IPTOS

---

ヒットを再現できる  
ブランドマネジメン  
システム

# ブランド創出力

## コンセプト設計

アイデア

10,000 個

サイエンス

新規性×マス需要 調査

アート

I-ne文化に基づく意思決定

1

2

3

半歩先の  
コンセプト



「ボタニカル」

「夜間美容」



## クリエイティブカ



インハウスクリエイター

67人<sup>\*1</sup>

\*1：2022年12月時点。臨時雇用者含む

## 商品開発



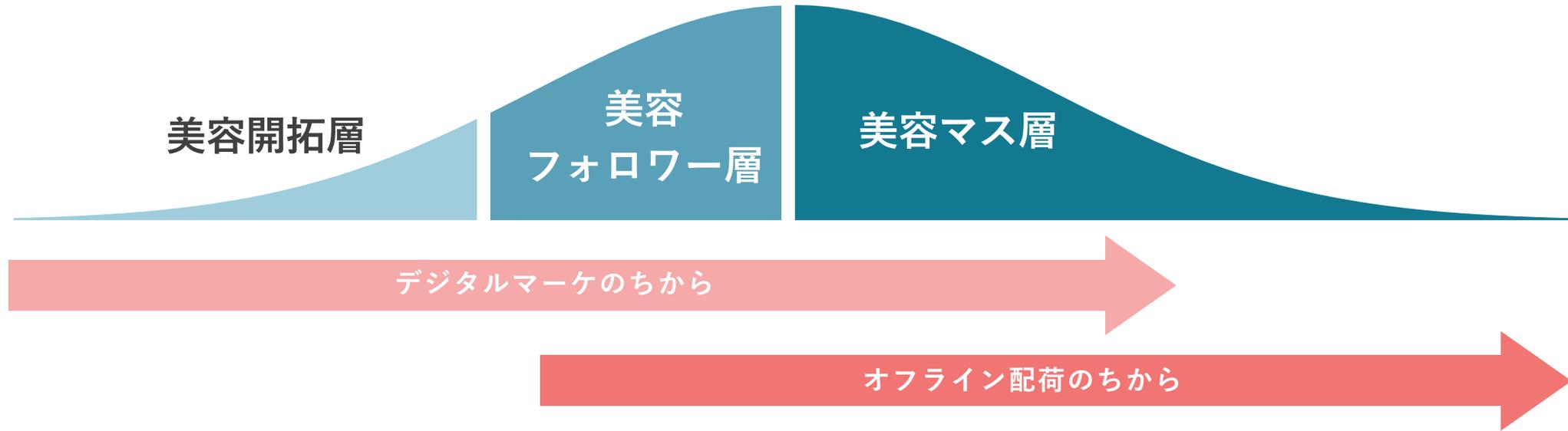
商品ごとに

全国200社以上の

ネットワークの中から

最適なOEM先を選択

# OMO (Online Merges with Offline)



54人<sup>\*1</sup>

インハウス デジタルマーケッター

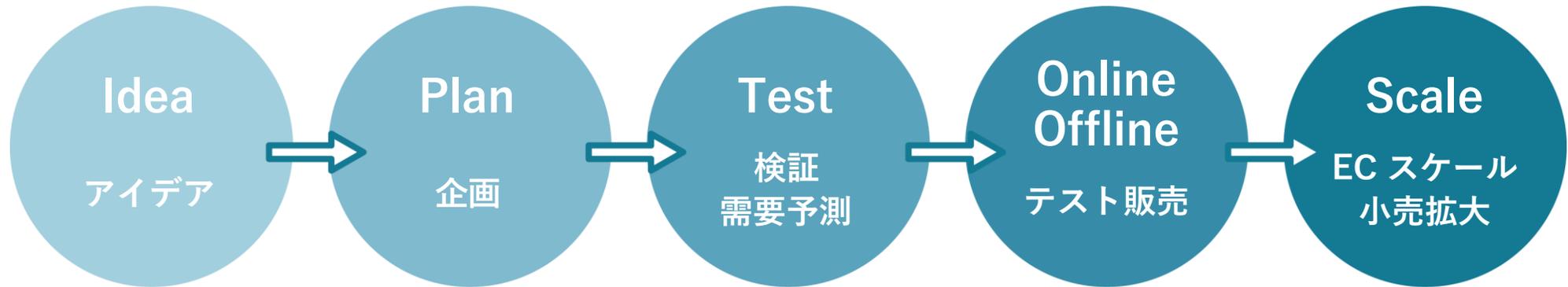
約65,000店舗

オフライン配荷実績店舗数

\*1：2022年12月時点。臨時雇用者含む

\*2：2022年12月末時点における当社商品配荷対象店舗数。対象店舗は、ドラッグストア、総合スーパー、食品スーパー、ホームセンター、コンビニエンスストア、家電量販店。

出所：経済産業省「商業動態統計」、一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会、各社ホームページより当社作成



**92.8 %** <sup>\*1</sup>

需要予測精度  
(2022年 ヘアケア主要ブランド)

**75%** <sup>\*2</sup>

ヘアケア系カテゴリ  
新ブランド 過去3年間ヒット率

\*1 : 2022年 ヘアケア主要ブランド (BOTANIST、YOLU、DROAS) の全SKUの実績値 ÷ 需要予測値の平均値

\*2 : 2020年-2022年発売したブランド数のうち、発売1年間で累計10億以上、もしくは2年間で累計20億以上を達成したブランド数の比率

# BOTANIST



# SALONIA



# YOLU



# カテゴリーについて

## ヘアケア系

BOTANIST



YOLU



DROAS

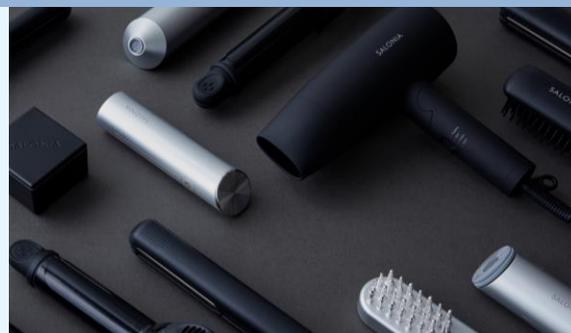


Aquall



## 美容家電

SALONIA



## スキンケア他

wf.  
WrinkFade



Salanaru



FSC認証紙使用



フラワーロス削減活動



moretreesを通じた森林保全活動



アウトレット・ファミリーセール実施による廃棄物削減



コスメバンクプロジェクト参画



北海道美幌町BOTANISTの森



## ディスクレーム

本資料は、情報の開示のみを目的として当社が作成したものであり、米国、日本国またはそれ以外の一切の法域における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。本資料に記載された記述のうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、「将来予想に関する記述」に該当します。将来予想に関する記述には、「信じる」、「予期する」、「計画」、「戦略」、「期待する」、「予想する」、「予測する」または「可能性」や将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みますが、これらに限りません。将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。そのため、これらの将来に関する記述は、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黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。当社は、本資料の日付後において、将来予想に関する記述を更新する義務を負いません。