

# 2024年12月期 第1四半期 決算説明資料

2024年5月10日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

## エグゼクティブサマリー

- 2024年1Qの業績は業績予想に対して、予想通りの進捗
- 前四半期に引き続き、国内ドラッグストア市場においてヘアケアの企業別シェア\*は日本1位を継続
- 1Qは4つの新ブランドを発売。今後も計画達成に向けて新ブランドの開発や新領域への進出などに注力

### 対前年同期

**売上高 90.8億円** (YoY $\Delta$ 6.5% 特殊要因除く実質ベース: YoY+5.6%)

- ヘアケア系: 主に前期4Q実施のBOTANISTリニューアルによる初回出荷の影響により減収も、ヘアケア全体のPOSはYoY+16.0%と市場全体のPOS (+9.0%) に対し好調
- 美容家電: 前期1Qの価格改定前需要増によりYoYでは減収もQoQでは増加と好調に進捗
- スキンケア他: WrinkFadeの戦略的増益化に向けた変遷で減収も他ブランドは好調に推移
- グローバル: 主に越境ECでのYOLUの販売が好調で大幅に増収

**営業利益 6.3億円** (YoY $\Delta$ 38.1% 特殊要因除く実質ベース: YoY+5.5%)

- 売上原価率・物流費率の継続的な改善・効率化を実現。一方、新ブランド等の投資増強により、一時的に営業利益率は減少も、通期では計画通り営業利益率10%達成の予定。

### 対業績予想

- 新ブランド投資は想定通りに進捗。FY24は合計7ブランドを発売予定
- グローバル開発として、2QにUSに現地子会社を設立。今後の戦略構築に取り組む
- 足元の株価及び当社バランスシートの状況を鑑み、5.5億円（上限）の自己株式取得を発表

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 Appendix

## 連結売上高

## 1Q連結売上高

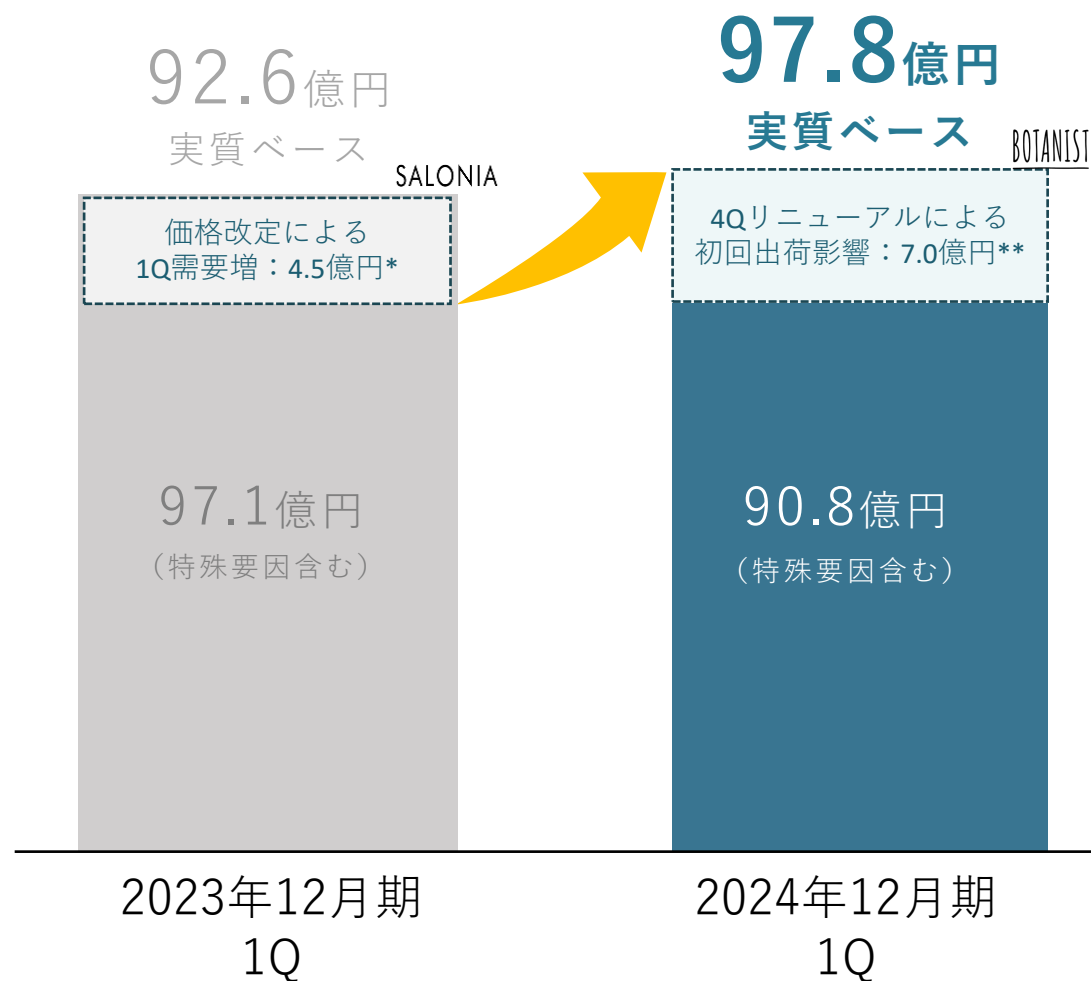
前年同期比

△6.5%

特殊要因を除いた

実質ベース前年同期比

+5.6%

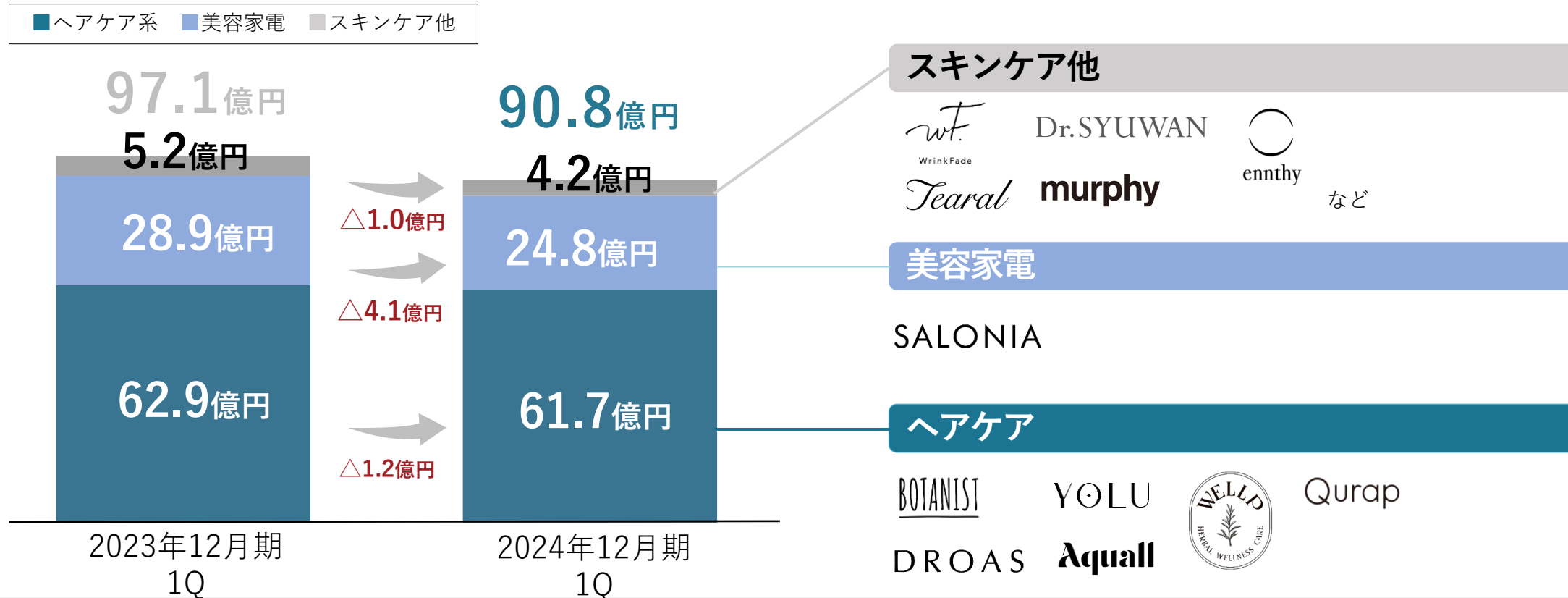


\* 2023年4月に実施したSALONIA商品の一部商品の価格改定に伴い、2023年1Q（価格改定前）の需要増加による一時的な売上増加影響額

\*\* 2023年10月発売のBOTANISTシャンプー・トリートメントのフルリニューアルに伴い2023年4Qに一時的に発生した大規模発注による上振れ額

## カテゴリー別売上高

- ヘアケア系：特殊要因により減収もヘアケア全体でPOS\*はYoYで大幅増加。主にYOLUは好調継続。BOTANISTは特殊要因で減収もPOS\*はYoYで順調に増加。
- 美容家電：前期1Qの価格改定前需要増の影響でYoYで減収もQoQ + 3.1%と中高価格帯が好調に推移。
- スキンケア他：WrinkFadeの戦略的な増益計画により減収も複数ブランドで増収と好調に進捗。



\* Point of salesの略。ドラッグストア店頭での販売金額を示し、ブランドの販売・消費動向を測る指標

## 連結営業利益

## 1Q連結営業利益

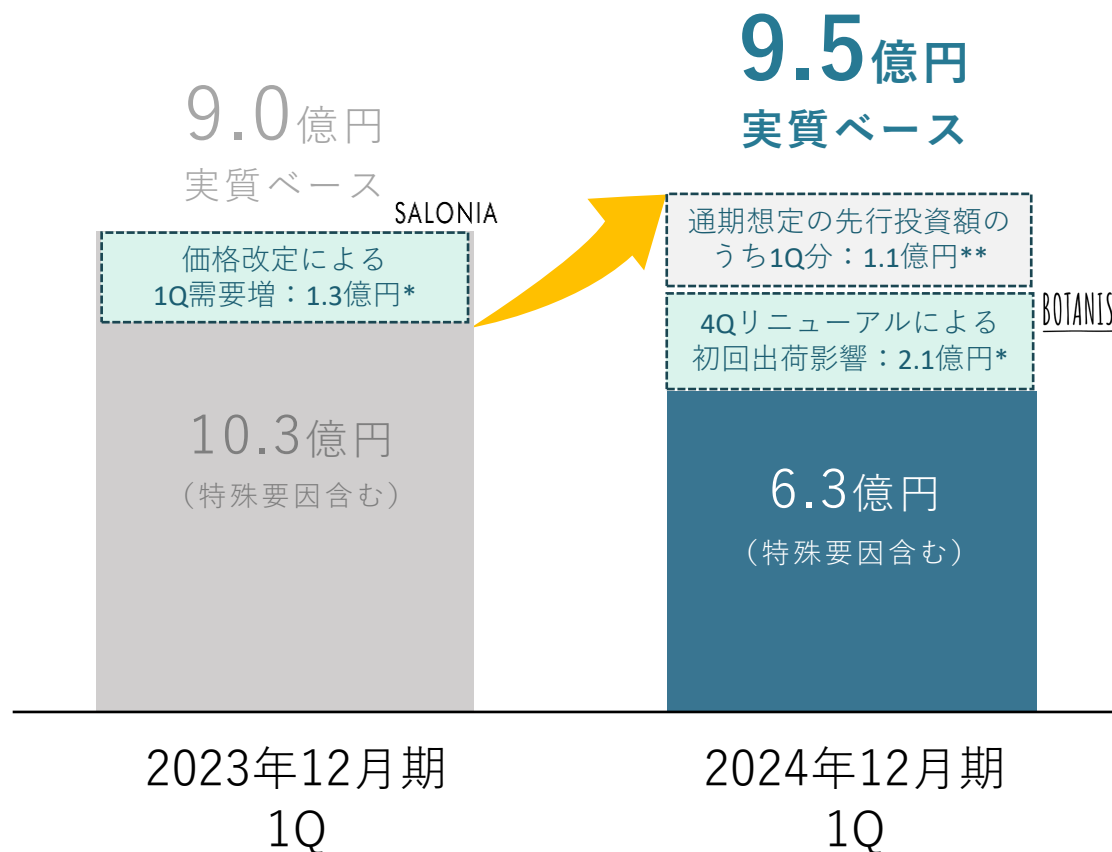
前年同期比

△38.1%

先行投資\*\*含む特殊要因を除いた

実質ベース前年同期比

+5.5%

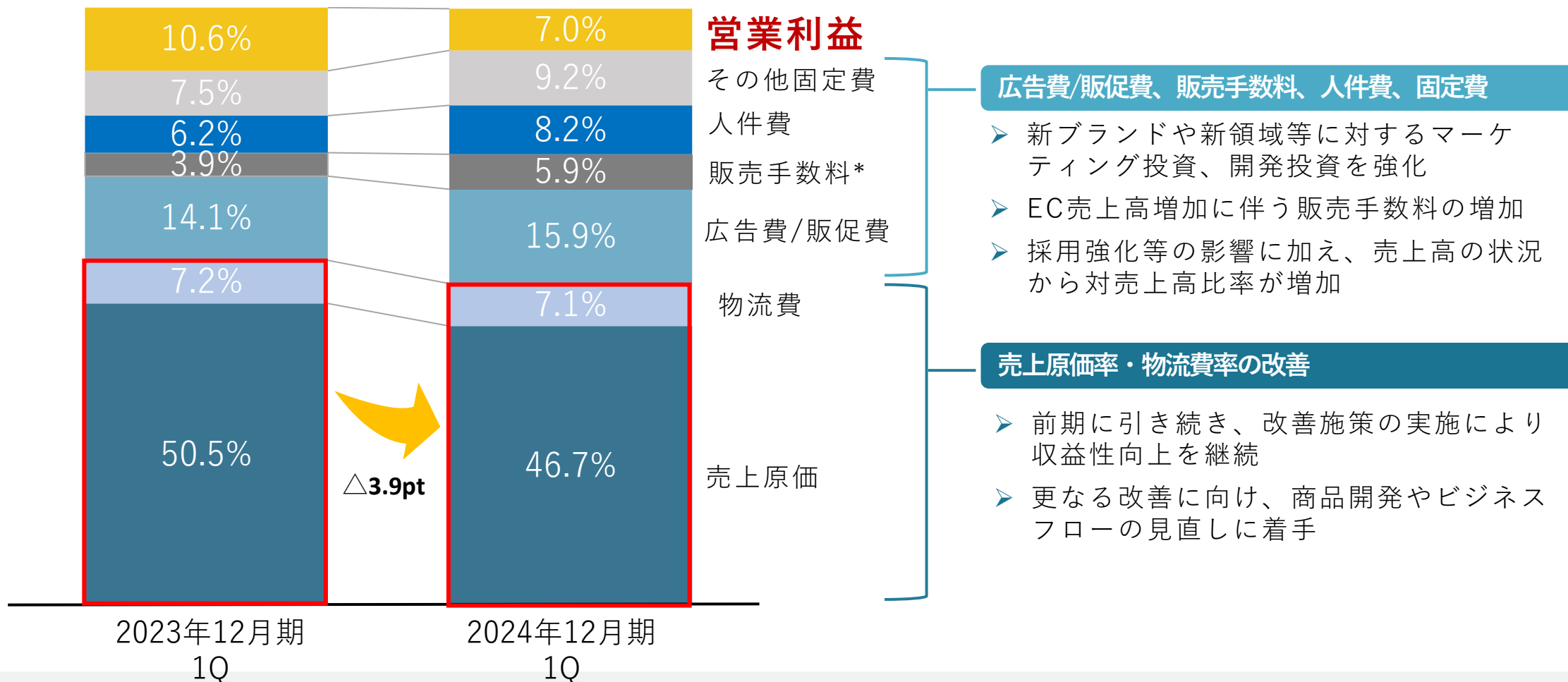


\* P3で示した特殊要因による営業利益相当額

\*\* 2024年2月9日開示の2024年度業績予想に含めている新規ブランド及び新領域への先行投資による営業利益影響額として算定

## コスト構造

- 売上原価率及び物流費率はYoY $\Delta$ 3.9ptと継続的な改善・効率化。
- 一方、主に新ブランド等に対する積極的な投資、人材採用等の強化を実施。特殊要因による売上高減少もあり、人件費・固定費比率が一時的に増加。**通期では計画通り営業利益率10%達成の予定。**



\*主にECチャンネルにおけるモール利用料や決済手数料が含まれている

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 Appendix



# Qurap

キュラップ



# YOLU



# BOTANIST



# DROAS



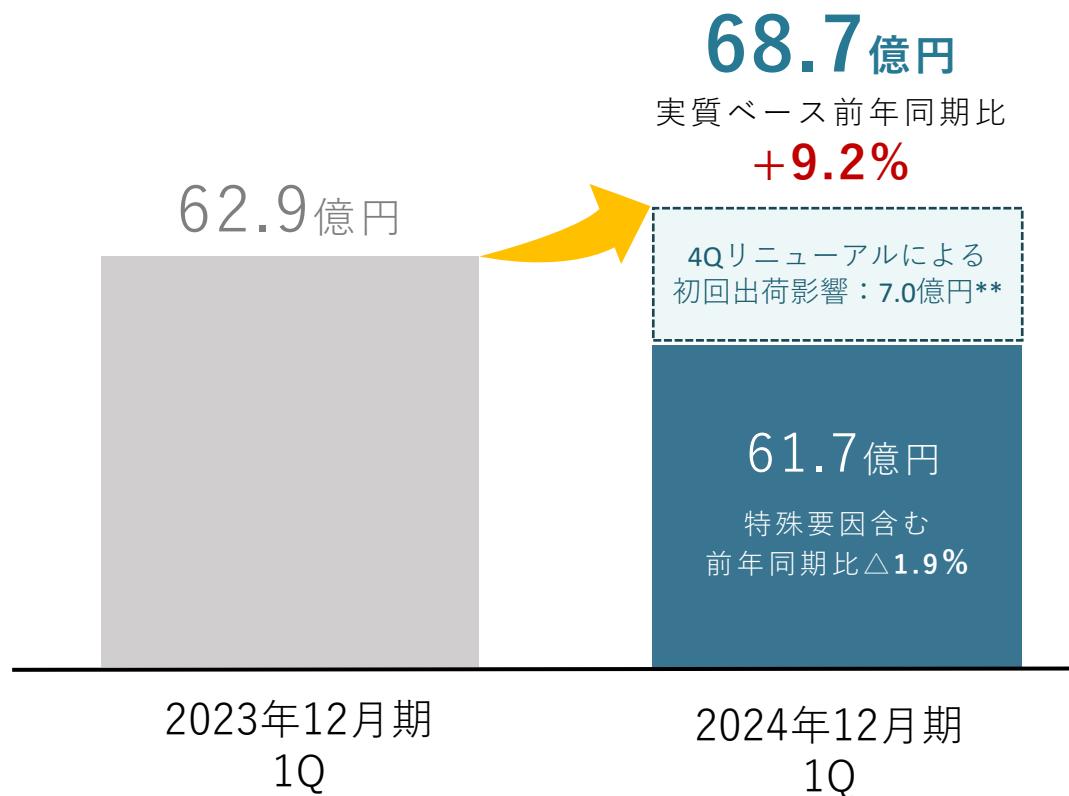
## ヘアケア系カテゴリーの進捗

- ヘアケア系カテゴリー全体でのPOS\*はYoY+16.0%増と好調な進捗。
- YOLUはYoY+31.3%と国内での伸長継続とグローバルでの販路拡大により引き続き好調に進捗。
- 1月から3月でも引き続きドラッグストアヘアケア市場でメーカー別売上シェア日本1位\*獲得を継続。

売上高

## トピックス

- YOLU：YoY+31.3%と大幅増収。主にディープナイトトリペアシリーズや詰め替え商品の伸長、グローバルでの販路拡大が売上高に貢献。
- BOTANIST：前期4Q実施のリニューアルによりセルイン出荷額が一時的に急増した特殊要因により減収。定番品\*\*\*POSはYoYで増加しており、販売動向は順調に推移。



\* ドラッグストア市場におけるシャンプー・リンスカテゴリー販売金額より（当社調べ）

\*\* 2023年10月発売のBOTANISTシャンプー・トリートメントのフルリニューアルに伴い2023年4Qに一時的に発生した大規模発注による上振れ額

\*\*\* ROOTHを除くBOTANIST商品

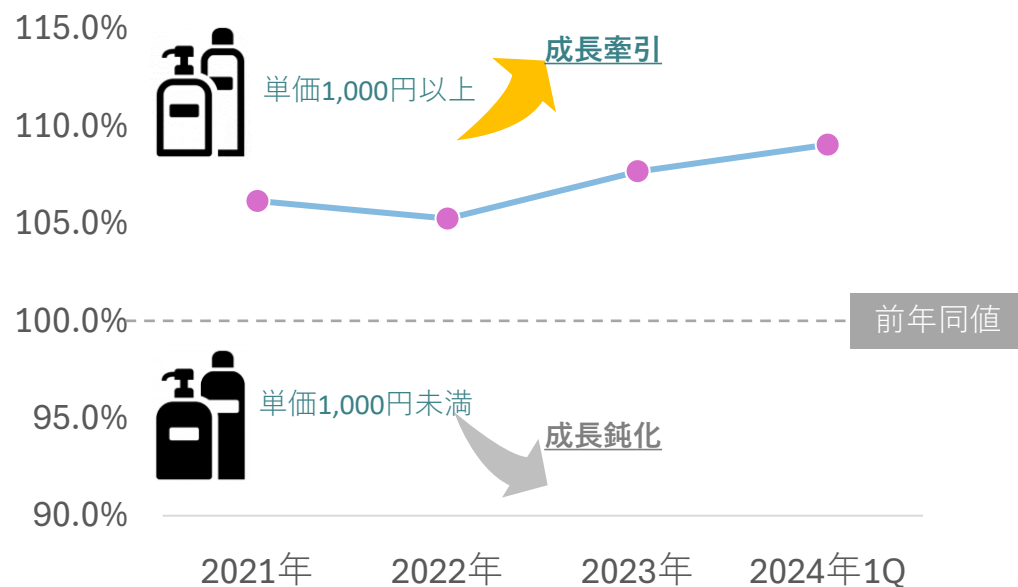


## 国内シャンプー・トリートメント市場の状況

- 国内シャンプー・トリートメント市場全体\*は主に高付加価値化によりCAGR6.4%\*\*で伸長。
- 四半期別では需要動向の季節変動に伴い、例年1Qの販売高は相対的に低い傾向。

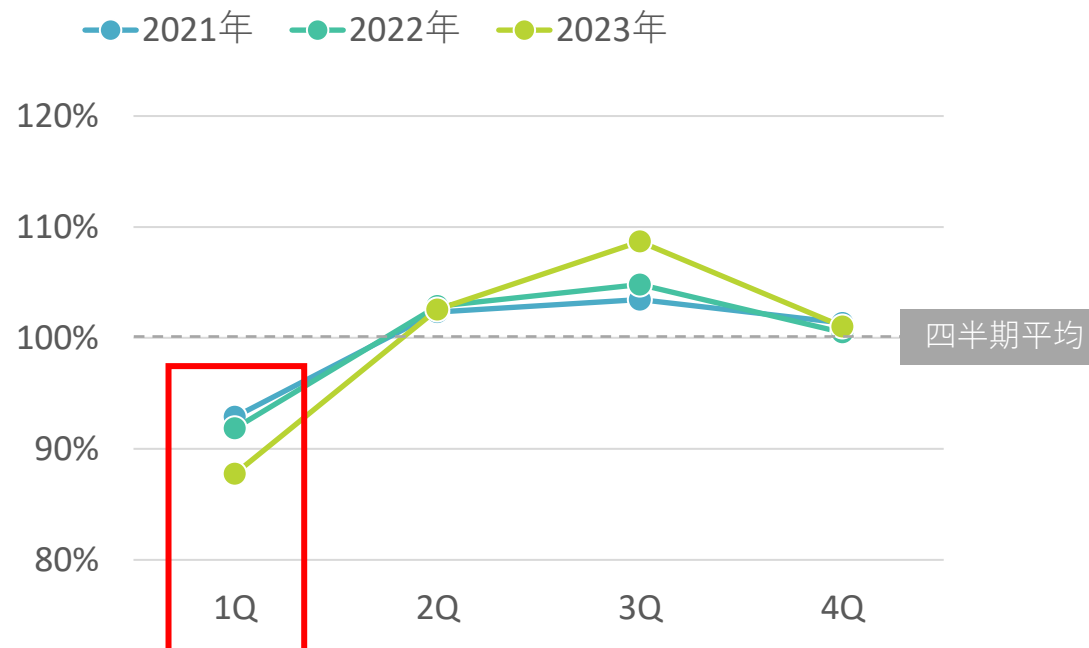
### シャンプー・トリートメント対前年同期市場伸長率\*

市場の対前年同期成長率では主に高付加価値化により、継続的に市場が成長。直近1Qでは約9%の伸長



### 同市場の四半期推移\*

各年度の四半期平均に対する比率で見た場合、1Qはヘアケア市場全体の消費が抑制されることから相対的に低い傾向。



\*インテージ SRI+ シャンプー・リンス市場（ドラッグストア）2021年1月～2024年3月 金額前年比

\*\* 2020年～2023年

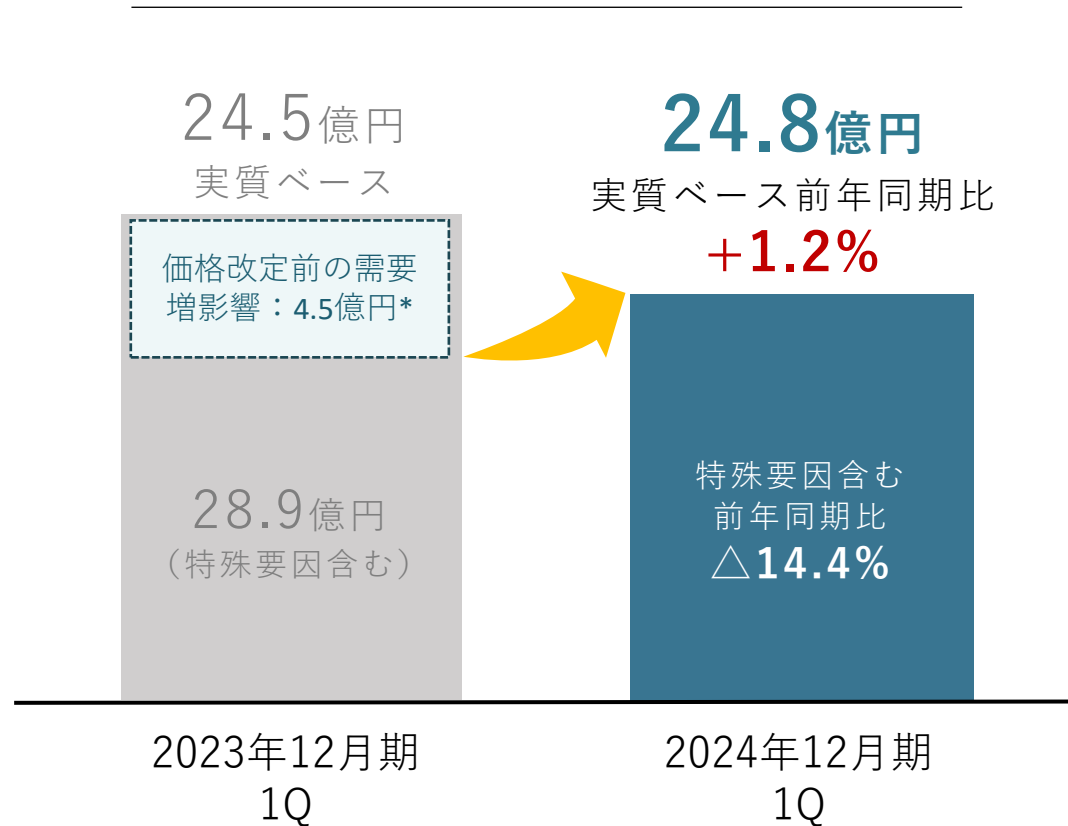


SALONIA

## 美容家電カテゴリーの進捗

- 前期2Qに実施した一部商品の価格改定前の駆け込み需要による販売増の影響を除いた場合にYoY+1.2%。また、前期4Qから発売している中価格帯商品ラインナップ拡充により、**QoQ+3.1%**と**通期に対して好調な進捗**。

### 売上高



### トピックス

- 前期4Qに発売した中価格帯ヘアアイロンの配荷店舗が拡大（+500店舗以上）し、売上高拡大に貢献。
- 取扱高・顧客評価などの視点から活躍したECストアを評価する「Yahoo!ショッピング Best Store Awards 2023」にて、第3位\*\*を受賞。
- 今後投入する新規商品開発も順調に進行中。

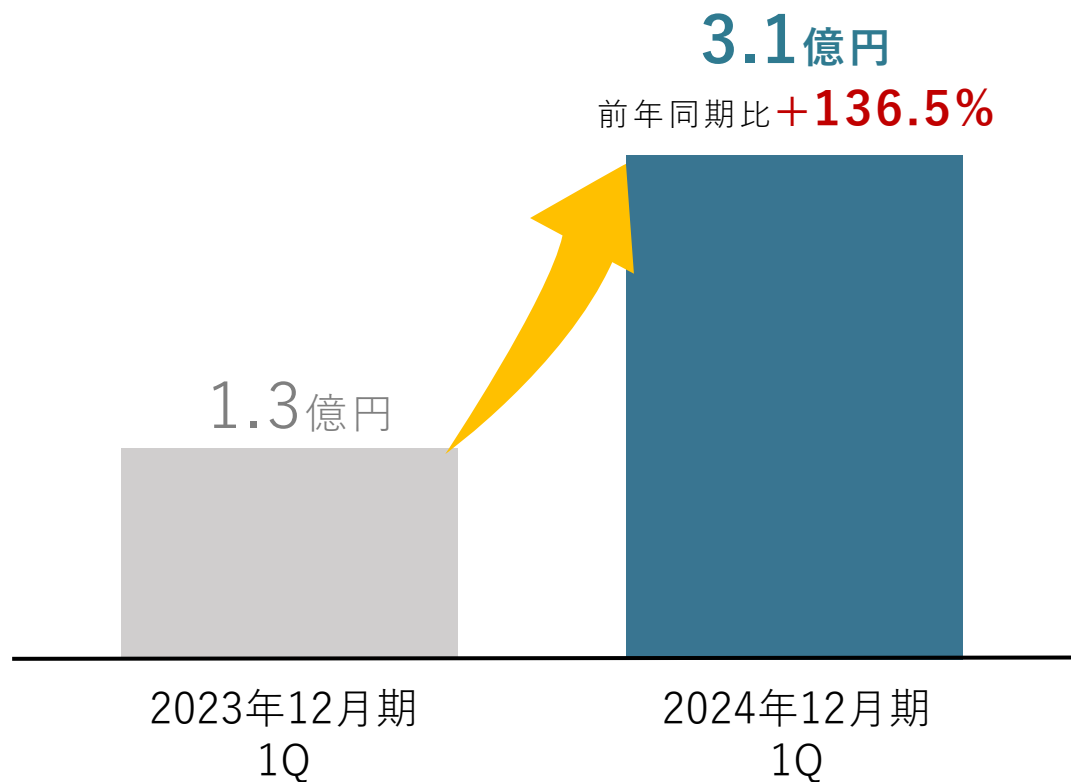


\* 駆け込み需要対象月である23年3月単体の売上高と対象後である23年4月～12月の平均売上高を基に算出  
\*\* コスメ・美容ヘアケア部門賞

## グローバルの進捗

- 1Q売上高3.1億円とYoY+136.5%、+1.8億円と大きく増収。
- 主にYOLUの越境ECでの継続的な伸長や東アジアへの販路拡大が売上高増加に寄与。

売上高



## トピックス

- 中国にて約1,000社が参加したCiE展示会にて、YOLUが「最も競争力のあるパーソナルケアブランド」として賞を受賞。
- 4月に米国法人として「I-ne US CO., Ltd.」を設立。USを拠点として更なる販路の拡大を目指す。





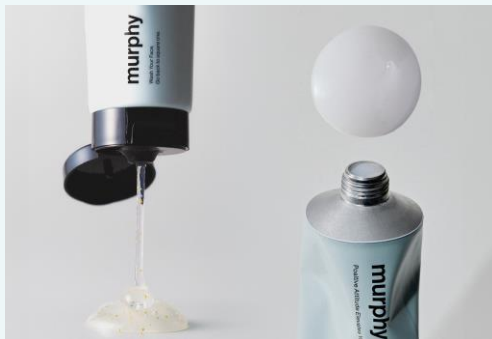
## スキンケア他カテゴリーの進捗

- デジタルマーケティングを活用することでスキンケアだけに留まらず医薬品などの領域でも伸長

### murphy

#### 1Q売上高がQoQ+88.4%の伸長

- 3月のオーガニック投稿 (Youtube) でデジタル上での認知が広まり、販売高が伸長。
- Amazonのオールインワンスキンケアカテゴリーで「欲しいものランキング」1位を獲得\*。
- EC販売から、3月より一部オフライン販売へ拡大 (100店舗以上)



### Tearal

#### テスト販売を経て配荷店拡大へ

- 1月のオーガニック投稿 (X) でデジタル上の認知が広がり、店頭売上高が過去最高を更新。
- 2月ではインバウンド需要が拡大し、インバウンド店でも売上高が好調に推移。
- 4月より配荷店が約350店舗から約4,000店舗に増加



### Dr.SYUWAN

#### 店舗専売品から全国販売へ

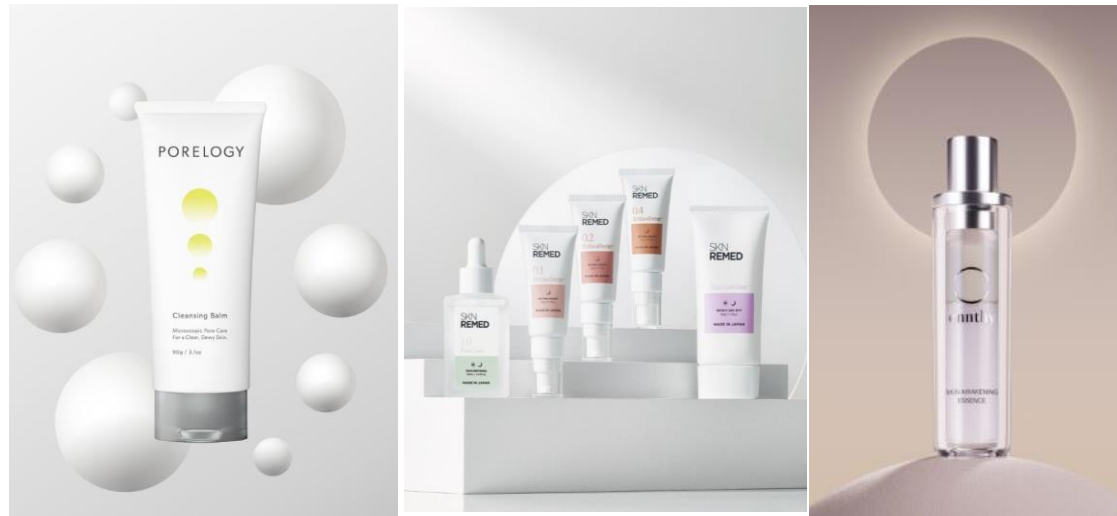
- 2月のオーガニック投稿 (Youtube) でデジタル上での認知が広まり、シートマスクの販売高が増加。
- 3月より新商品として「マイクロバブルVCセラムミニ」を発売。
- 3月より3,000店舗以上の全国のバラエティショップ、ドラッグストア\*\*へ配荷拡大



\* 2024年3月13日時点。Amazon.comでのデイリーランキング。

\*\* 一部店舗を除く

## 1Qローンチ新ブランド



## ヘアケア



BOTANISTのサブブランドとして誕生した  
ハーバルウェルネスブランド。  
シャンプー・トリートメントなどの医薬部外品\*を  
含むヘアケア製品を展開。

\*（製品名称）ウェルプ 薬用スカルプケアシャンプー [モイスト]、  
ウェルプ 薬用スカルプケアトリートメント [モイスト]  
医薬部外品〈販売名〉薬用IシャンプーMA、薬用IトリートメントMA

## スキンケア他

PORELOGY 毛穴ケアに特化したスキンケアブランド。  
クレイ処方のクレンジングバームを展開。



自分の肌を信頼するという、新しいスキンケアのかたちを  
コンセプトとしたブランド。新発想のエッセンスを展開。

SKIN  
REMED 美容クリニック専売品として発売していたドクターズ  
スキンケアブランド。セラム、ジェル、クリームを展開。



## FOR A SUSTAINABLE FUTURE



全社員の名刺にアップサイクルされたPELP紙を使用



ennthyの香料にアップサイクル天然香料\*\*を使用、廃棄物削減の取り組みも実施



BOTANISTの新ヘアマスクの容器\*をサステナブル素材にアップデート



2月オープン of 北九州アウトレットで小型家電リサイクル回収を実施

\* サトウキビの搾汁から砂糖を精製した搾りかすを原料とするバイオエタノールを一部に使用した環境負担の少ないバイオマスプラスチックを使用

\*\* 美容液にアップサイクル原料としてジャスミン（花市場の売れ残り等）やシダーウッド（家具の端材等）を使用

## 新取締役の体制

- 新任取締役として、執行役員CFOの原が就任。また監査等委員である新任社外取締役として、山中氏と古本氏が新たに就任。
- 各分野での豊富な経験と幅広い知見を有する取締役の配置により、コーポレート・ガバナンス体制を強化。



代表取締役社長  
大西 洋平



新任  
取締役  
原 義典

元P&Gジャパンファイナンス部門No2としてビジネスに加え組織開発もリードする。2022年にI-ne参画。CFOとしてファイナンス領域を担当。2024年より現職



社外取締役  
足立 光

元P&Gジャパン、元戦略コンサルティングファームで活躍。元日本マクドナルドCMOとしてV字回復を牽引。ファミリーマートCMO\*（現任）。2019年より現職



社外取締役  
笹俣 弘志

A.T.カーニーにて、食品・嗜好品・日用品などのメーカー企業等に対し、ブランドポートフォリオ戦略や組織・構造改革等を支援。同社エネルギープラクティス東京事務所リーダー（現任）。2022年より現職



社外取締役（常勤監査等委員）  
堀川 健

元株式会社ポーラ・オルビスホールディングス執行役員（経営企画・財務・法務総務管掌）を経て、2022年より現職



新任  
社外取締役（監査等委員）  
山中 典子

朝日監査法人、サントリーホールディングス、プロントコーポレーション監査役を経て、2024年より現職



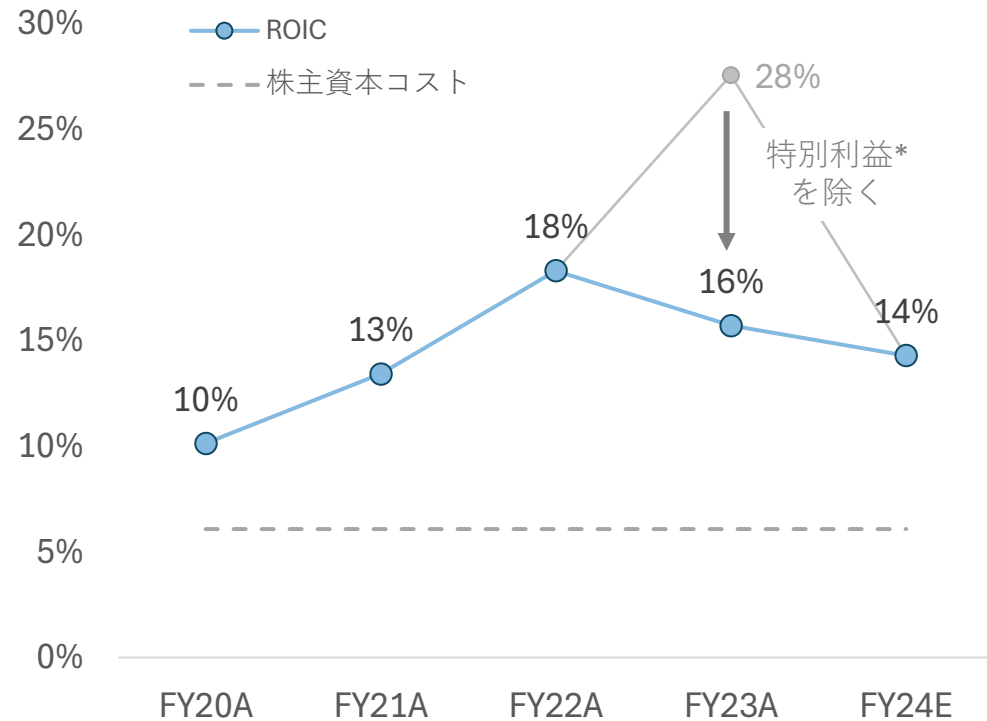
新任  
社外取締役（監査等委員）  
古本 結子

米国NY州弁護士新日本製鐵、三菱商事、カンロ社外取締役、三菱商事ライフサイエンス監査役を経て、2024年より現職

## 株主資本コストを意識したROIC向上施策について

- 資本効率を意識した成長投資を行い、事業ポートフォリオの組み換え等の実行により収益性向上に取り組んだ結果、ROICは株主資本コストを上回る推移を継続
- 事業拡大による継続的なキャッシュフロー創出から、成長投資に向けた優先的資源配分を実施し、更なるROICの向上を目指す。

ROIC\*と株主資本コスト\*\*



更なるROIC向上に向けて

### 中期事業戦略への成長投資

- ▶ ブランド拡大に向けたマーケティング投資
- ▶ サステナビリティ・スキンケア等のブランド開発投資
- ▶ グローバル拡大に向けた投資
- ▶ 人材開発・業務生産性向上に向けた投資

### インオーガニック成長に向けた戦略投資（M&A等）

- ▶ 規律ある新規事業開発、M&Aの実行

### B/Sマネジメントや株価水準等考慮した株主還元

- ▶ 収益拡大とCCC短縮によるキャッシュ創出強化
- ▶ 機動的な自己株式取得等の活用

\* 親会社株主に帰属する当期純利益を用いて算定。2023年度は合同会社Endianの持分49%にかかる関係会社株式売却益を調整

\*\* 株主資本コスト（%）：リスクフリーレート+リスクプレミアム×ベータ(B)感応度。CAPMより自社算定

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各ブランドの進捗
- 03 Appendix



## 会社概要

INE

INNOVATION NEVER ENDS

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	32億9,915万円 (2024年3月時点)
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	365名 (2024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2社、海外1社 (2024年3月時点)



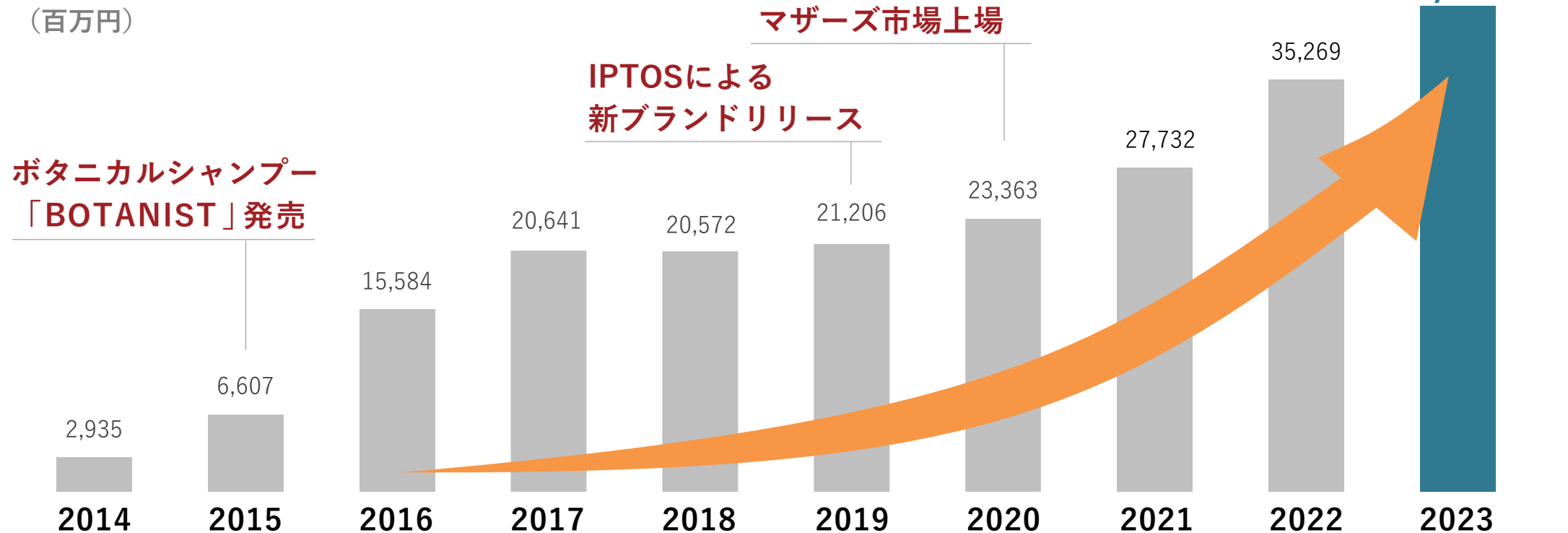
## MISSION

We are  
**Social Beauty  
Innovators**  
for  
**Chain of Happiness**

私たちは、  
“美しく革新的な方法”で、  
幸せの連鎖が溢れる  
社会の実現に挑戦し続けます。

## 連結売上高推移

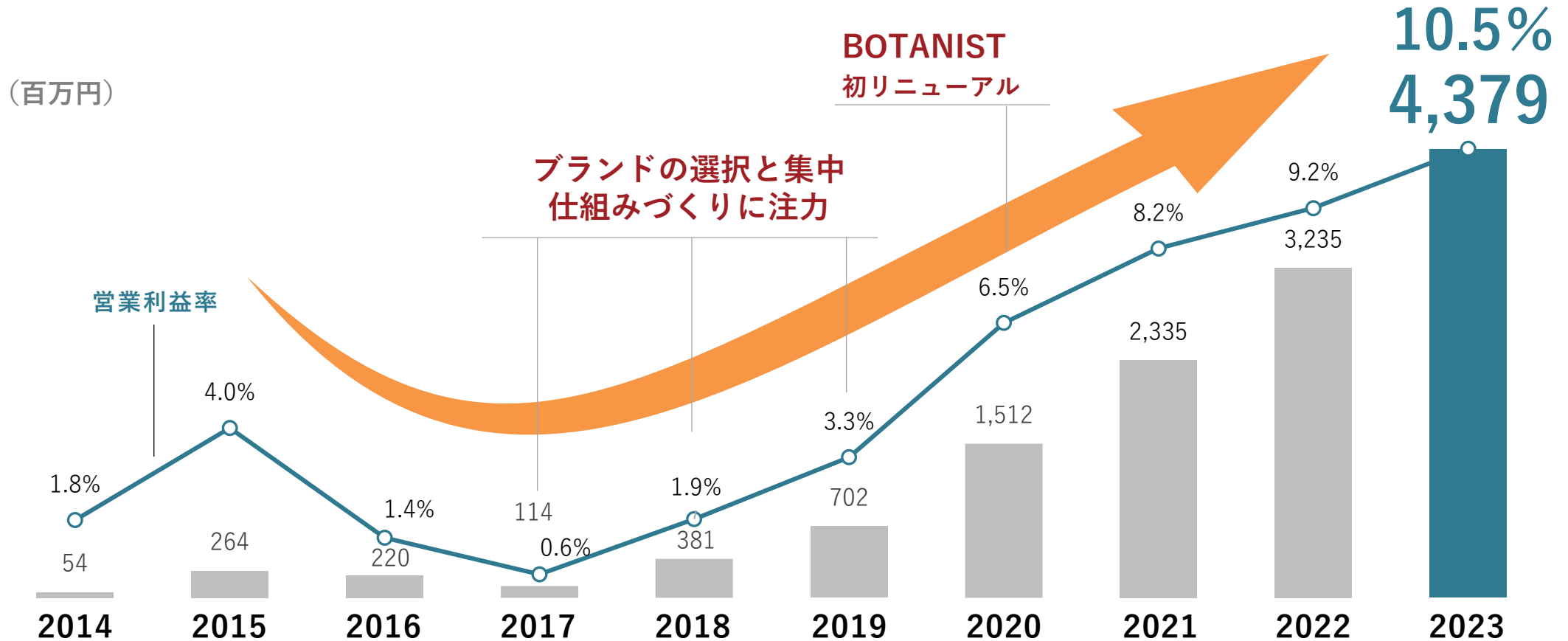
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。  
2023年9月東京証券取引所プライム市場へ上場。  
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、  
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



注：・2014/12-2016/12月期は単体数値、2017/12-2021/12月期は連結数字を使用・2014/12-2017/12月期は参考値（非監査情報）  
・2020/12月期は収益適用認識前の数値。・2021/12月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月期は単体数値、2017/12-2021/12月期は連結数字を使用・2014/12-2017/12月期は参考値（非監査情報）  
 ・2020/12月期は収益適用認識前の数値。・2021/12月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

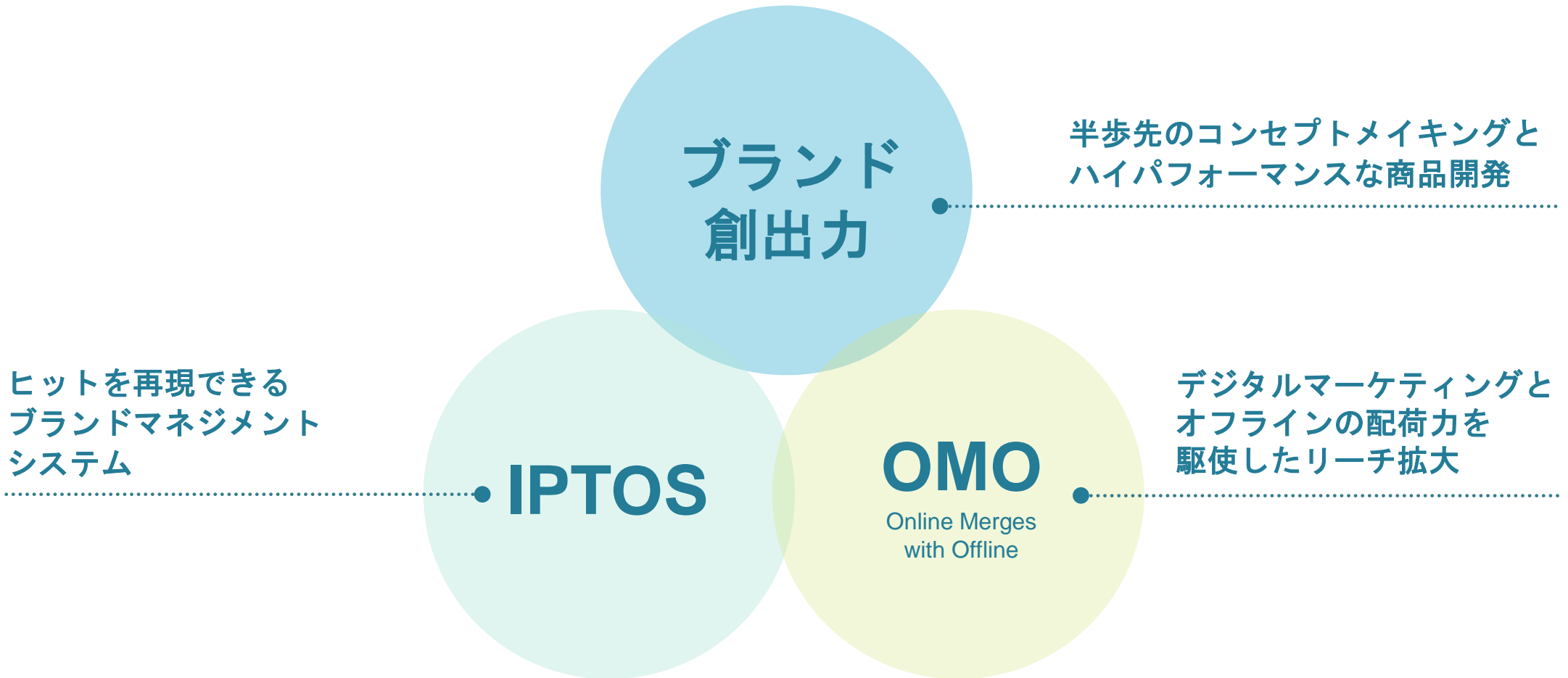
(単位：百万円)	2022年12月期					2023年12月期					2024年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
売上高	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082
売上原価	3,895	4,019	4,613	4,436	16,965	4,911	4,419	5,048	5,019	19,399	4,245
売上原価率	48.2%	49.5%	46.5%	48.4%	48.1%	50.5%	45.1%	46.1%	44.9%	46.6%	46.7%
広告・販促費	951	1,351	1,646	2,132	6,081	1,366	1,955	2,042	1,731	7,096	1,438
広告・販促費率	11.8%	16.6%	16.6%	23.3%	17.2%	14.1%	20.0%	18.7%	15.5%	17.0%	15.8%
物流費	690	692	705	683	2,771	695	730	751	715	2,892	648
物流費率	8.5%	8.5%	7.1%	7.5%	7.9%	7.2%	7.5%	6.9%	6.4%	6.9%	7.1%
人件費	504	518	647	623	2,294	599	589	685	697	2,572	744
人件費率	6.2%	6.4%	6.5%	6.8%	6.5%	6.2%	6.0%	6.3%	6.2%	6.2%	8.2%
販売手数料	286	265	397	431	1,381	383	407	502	758	2,052	532
販売手数料率	3.5%	3.3%	4.0%	4.7%	3.9%	3.9%	4.2%	4.6%	6.8%	4.9%	5.9%
その他固定費	530	585	667	756	2,539	728	810	789	921	3,250	834
その他固定費率	6.7%	7.2%	6.8%	8.3%	7.2%	7.5%	8.3%	7.2%	8.2%	7.8%	9.2%
営業利益	1,219	687	1,235	93	3,235	1,031	887	1,130	1,330	4,379	638
営業利益率	15.1%	8.5%	12.5%	1.0%	9.2%	10.6%	9.1%	10.3%	11.9%	10.5%	7.0%
EBITDA	1,249	721	1,315	182	3,469	1,104	961	1,214	1,419	4,700	718
EBITDAマージン	15.5%	8.9%	13.3%	2.0%	9.8%	11.4%	9.8%	11.1%	12.7%	11.3%	7.9%

## ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)	2022年12月期					2023年12月期					2024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	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082
ヘアケア系	4,032	3,900	3,915	4,460	16,309	6,290	7,160	8,588	8,286	30,326	6,176
└BOTANIST	3,548	3,270	4,624	3,216	14,659	3,170	3,456	4,140	3,822	14,589	2,274
└YOLU	517	1,909	2,142	2,511	7,081	2,474	3,001	3,962	4,231	13,669	3,248
美容家電(SALON)	2,010	1,940	1,746	2,104	7,801	2,899	2,050	1,865	2,406	9,222	2,481

(単位：百万円)	2022年12月期					2023年12月期					2024年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
グローバル	191	182	352	148	876	131	423	217	355	1,128	310

## ヒットを量産できるI-neの3つの強み



## ブランド創出力

### ■コンセプト設計

アイデア

10,000個

1

サイエンス

新規性×マス需要調査

2

アート

I-ne文化に基づく意思決定

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

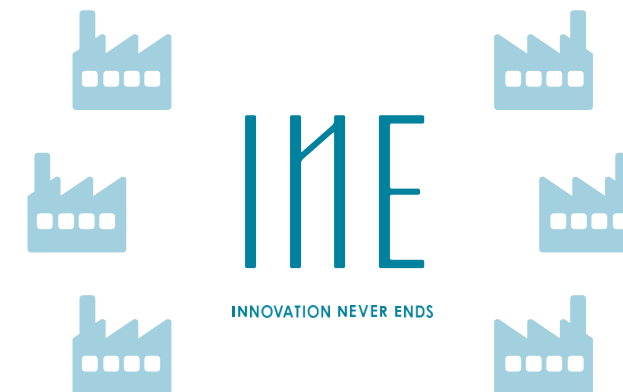


インハウスクリエイター

74人<sup>\*1</sup>

\*1: 2023年12月時点。臨時雇用者含む

### ■商品開発



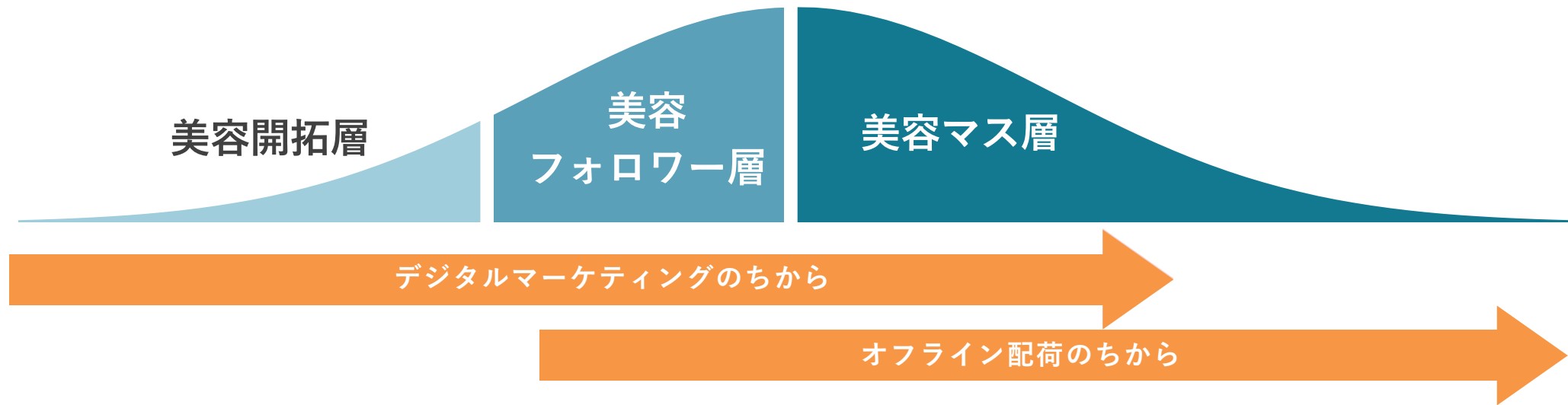
商品ごとに

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)



**60人** <sup>\*1</sup>

インハウス デジタルマーケッター

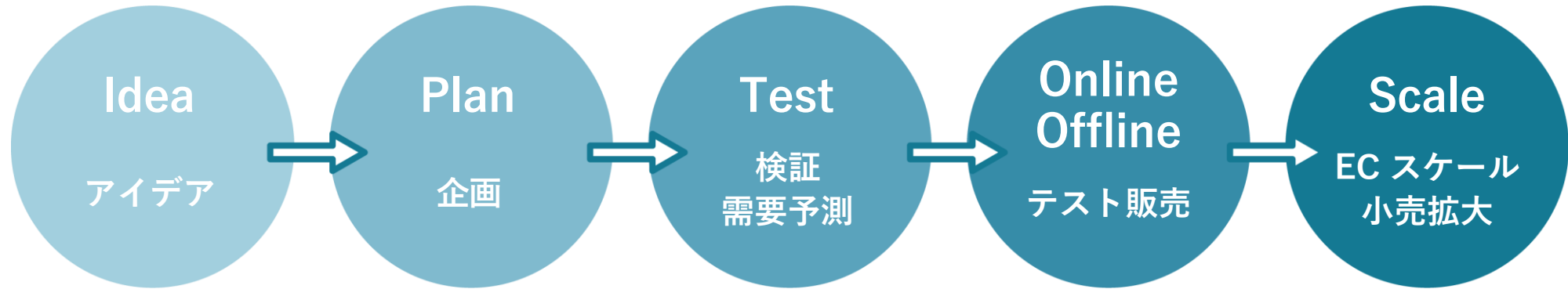
**約65,000店舗** <sup>\*2</sup>

オフライン配荷実績店舗数

\*1：2023年12月時点（臨時雇用者含む）

\*2：2023年12月末時点における当社商品配荷実績店舗数。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

## IPTOS



**94.6 %** <sup>\*1</sup>

需要予測精度  
(2023年 ヘアケア主要ブランド)

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

ヘアケア系カテゴリー  
新ブランド 過去3年間ヒット率

\*1 : 2023年 ヘアケア主要ブランド (BOTANIST、YOLU、DROAS、Aqual) の全SKUの実績値 ÷ 需要予測値の平均値

\*2 : 2021年-2023年発売したブランド数のうち、発売後2年間で累計販売額10億円以上 (/年) を達成したブランド数の比率

# カテゴリーについて

## ヘアケア

BOTANIST



YOLU



DROAS



## 美容家電

SALONIA



## スキンケア他







バイオマスPET使用



FSC認証紙使用



コスメバンクプロジェクト参画



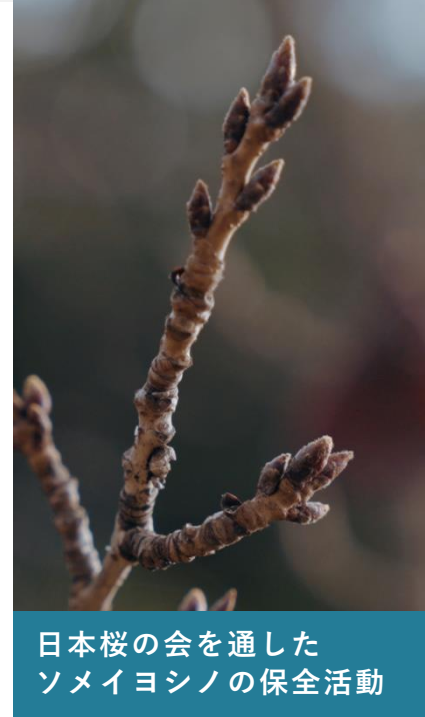
moretreesを通じた  
森林保全活動 (BOTANIST財団)



BOTANIST白樺ファーム  
(植物資源の循環)



北海道美幌町BOTANISTの森



日本桜の会を通じた  
ソメイヨシノの保全活動



アウトレット・ファミリーセール  
実施による廃棄物削減



使わなくなった家電の  
回収・再利用



## ディスクレーマー

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。