

# 2024年12月期 第2四半期 決算説明資料

2024年8月9日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

## エグゼクティブサマリー

- 2Q累計売上高：203.1億円（YoY+4.1%）／営業利益：20.3億円（YoY+6.0%）共に過去最高を更新。
- 2Q単体売上高：112.2億円（YoY+12.2%）／営業利益：13.9億円（YoY+57.3%）と好調に推移。

### 今期の業績

#### 2Q累計売上高 203.1億円（YoY+4.1%）

- ヘアケア系：YOLUのECモール伸長や新ブランド発売により**2Q単体YoY+12.2%**と好調
- 美容家電：主に中価格帯商品の伸長により**2Q単体YoY+36.9%**となり、4期連続での増収を実現
- グローバル：越境EC好調継続に加え、他販路拡大によりYoY+22.5%と増収

#### 2Q累計営業利益 20.3億円（YoY+6.0%）

- 売上原価率や物流費の削減に加え、ECの売上高増加に合わせた戦略的マーケティング投資が増益に貢献。

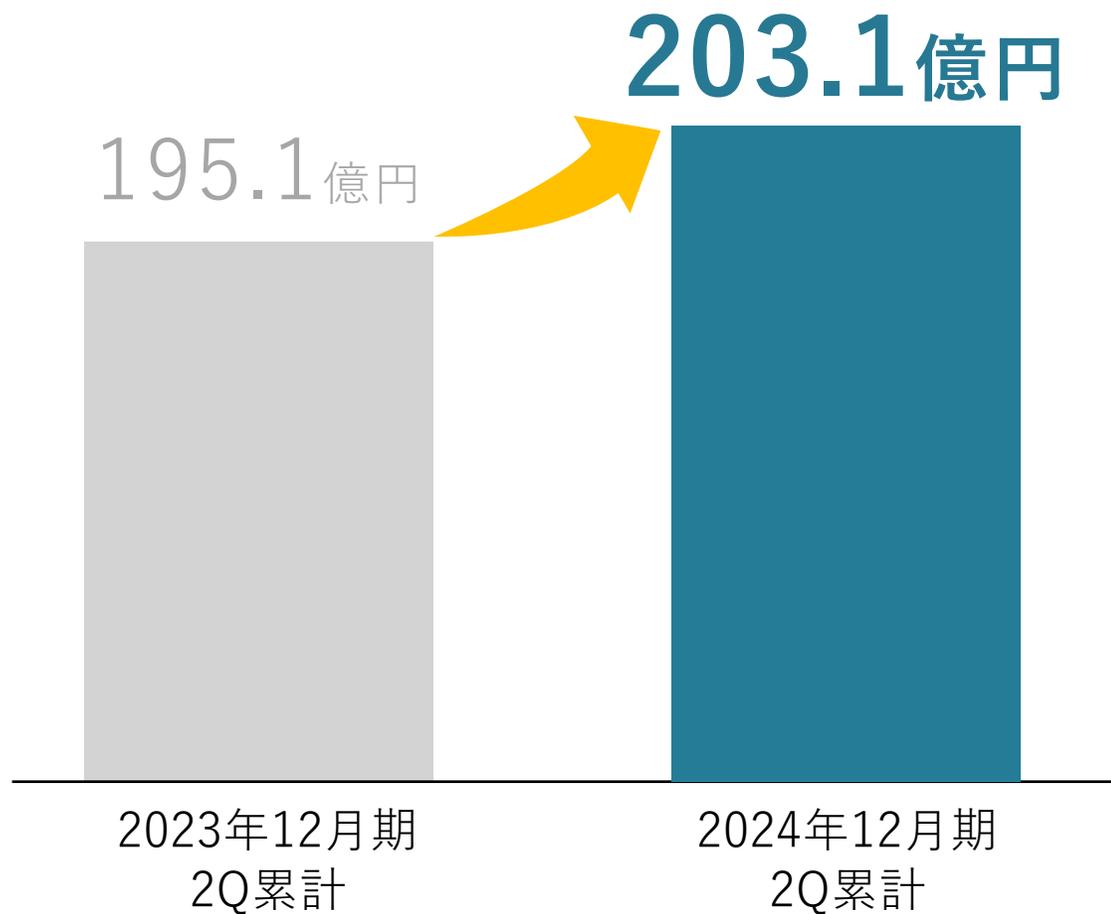
### 対業績予想

- ヘアケア市場の競争が高まっているものの、当社は下期での複数の新商品投下を見据え、市況に応じて3Qから積極的なマーケティング投資を行う想定
- 通期達成に向け、4Qにかけて各ブランドで売上高拡大と収益性向上施策を実行

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

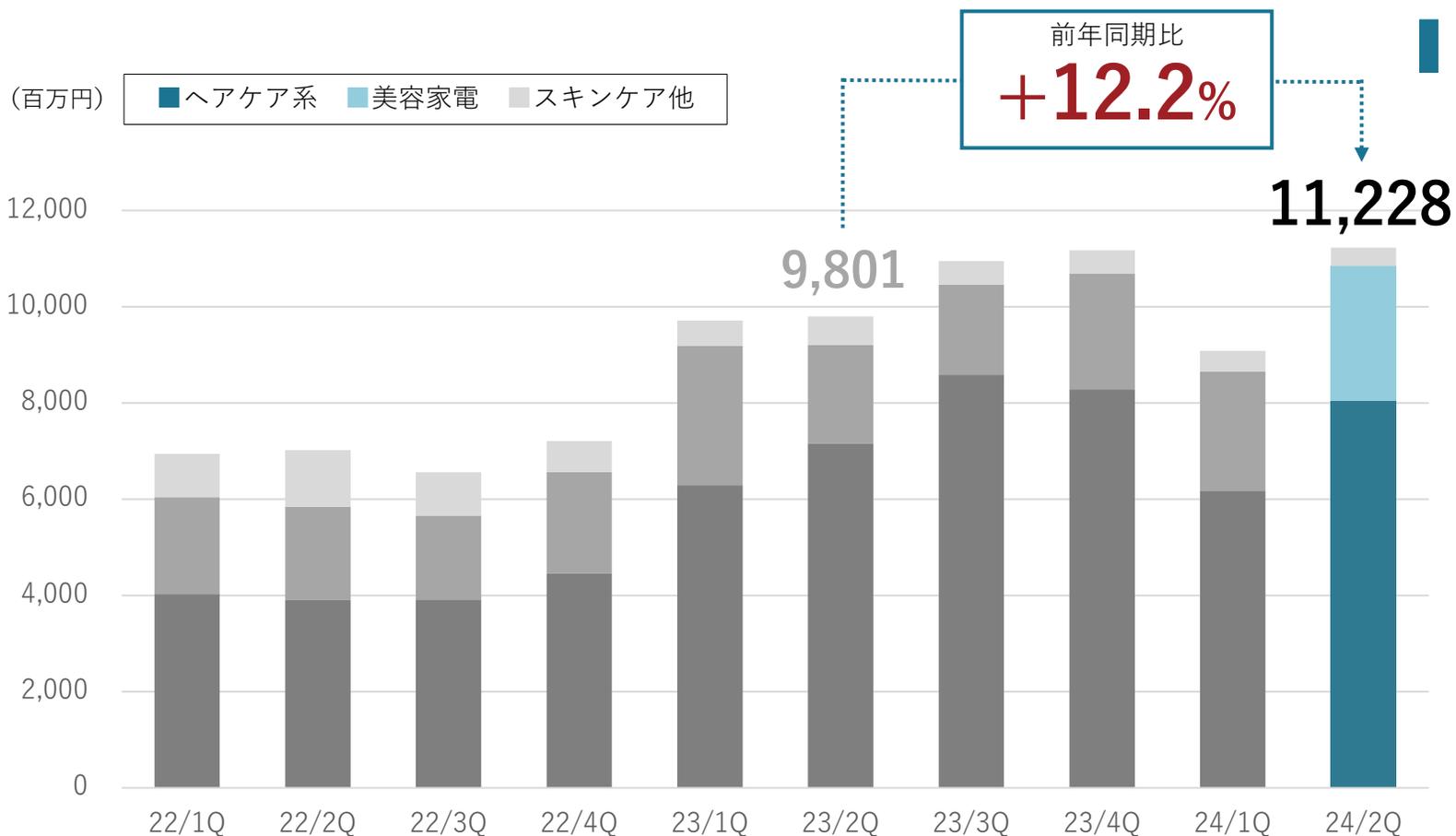
## 連結売上高

2Q累計 連結売上高  
前年同期比  
**+4.1%**



## 連結売上高 四半期推移

- 2Q単体売上高は112.2億円と **前年同期比+14.2億円 (+12.2%)** と **過去最高の四半期売上高を更新**
- ヘアケアや美容家電の各主力ブランドが伸長し、増収に貢献。 **通期に向けて好調に進捗**。



### 2Q単体売上高の進捗

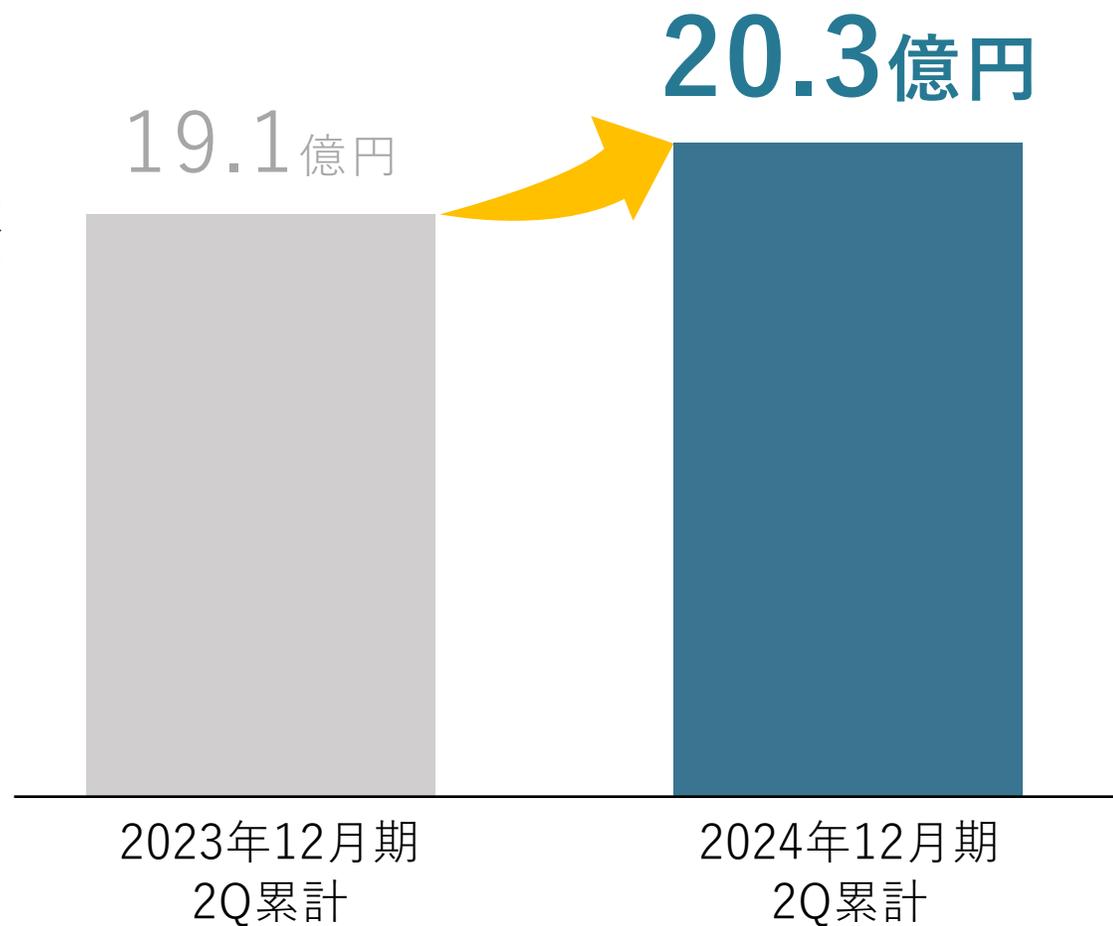
- ヘアケア系：前年同期比+12.2%と伸長。**YOLUのECチャンネルが前年同期比+49.0%**と大幅に伸長し、BOTANISTと共に増収に貢献。
- 美容家電：前年同期比+36.9%の大幅増収。既存ラインの増収に加え、中価格帯の商品拡充が増収に貢献。



\*YOLU シャンプー&トリートメントセット・ナイトリペアヘアマスク、  
BOTANIST ボタニカルボディソープが\*ZOZOCOSME AWARDS 2024 上半期 カテゴリー大賞を受賞

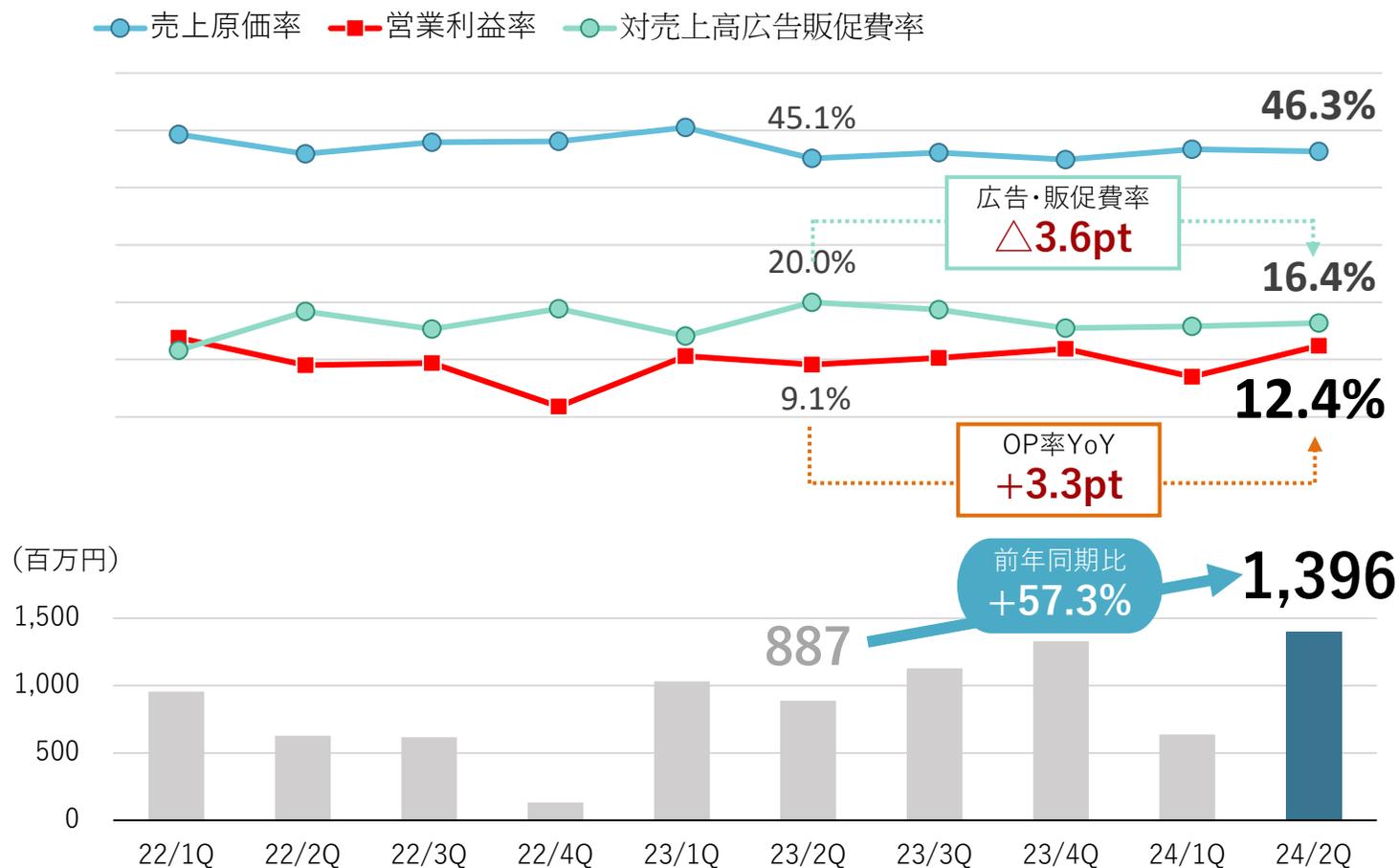
## 連結営業利益

**2Q累計 連結営業利益**  
**前年同期比**  
**+6.0%**



## 連結営業利益 四半期推移

- 2Q単体営業利益は13.9億円と**前年同期比+5.0億円 (+57.3%)**と**過去最高の四半期営業利益を更新**
- 売上原価率や物流費の削減に加え、戦略的マーケティング投資が増益に貢献。**通期に向けて好調に進捗。**

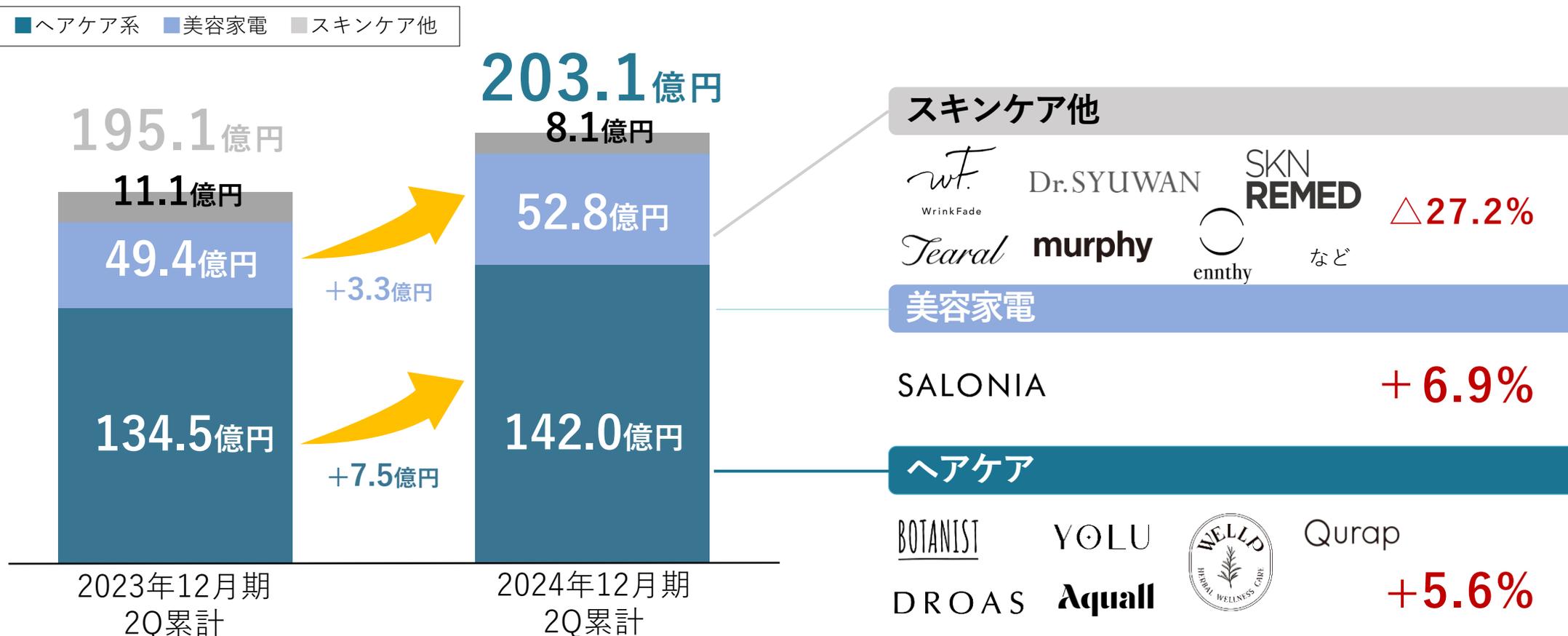


### 2Q単体営業利益の進捗

- 新規ブランド等への投資に注力しつつ、EC売上高増加（前年同期比+18.5%）に伴い、マーケティング投資の最適配分を実施。これに伴い、広告・販促費は減少。
- その他、売上原価率は為替等の影響で一時的に増加も、物流費等の効率化に取り組み、営業利益率は改善。

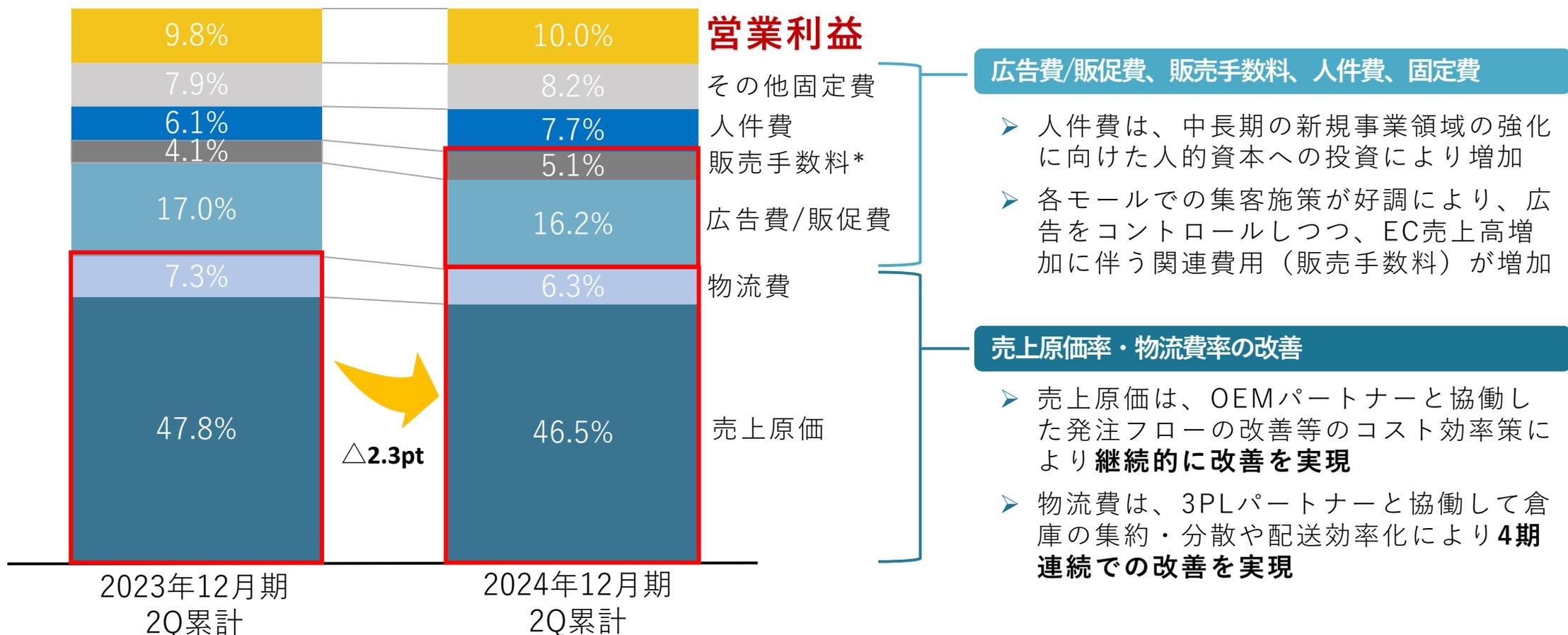
## カテゴリー別売上高

- ヘアケア系：BOTANISTは定番品が確実に成長、YOLUは特にグローバルで好調継続
- 美容家電：6月発売の新商品を含む**中価格帯商品が好調に推移**
- スキンケア他：WrinkFadeの戦略的な増益計画により全体では減収も複数ブランドで引き続き好調に推移



## コスト構造

- 営業利益率は**YoY+0.2pt**と前年同期比で収益性を向上させ、**上期予想を達成**。
- 売上原価率及び物流費率のコスト効率化（**YoY△2.3pt**）に加え、マーケティング投資の戦略的な投資配分によりコスト構造を柔軟に適用させつつ、中長期に向けた投資（人的資本等）を行い、**通期達成を目指す**



\*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 今後の方針
- 04 Appendix

# Qurap

キュラップ



# YOLU



# BOTANIST



# DROAS



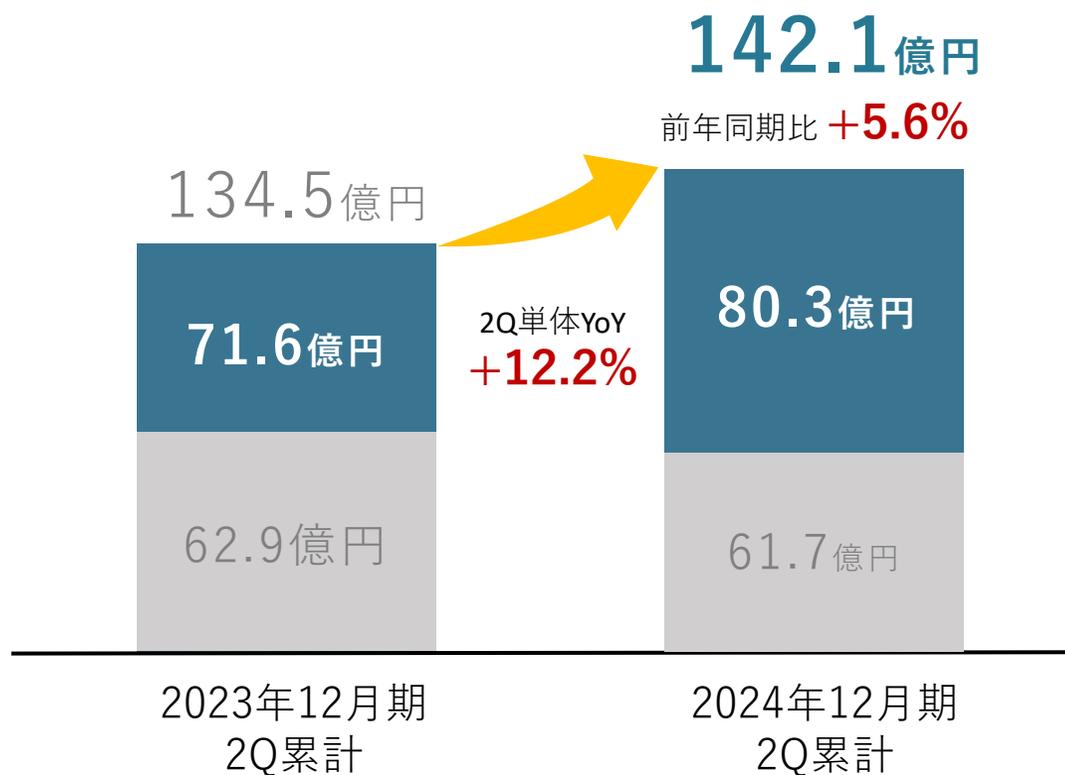
## ヘアケア系カテゴリーの進捗

- ヘアケア系カテゴリー全体の売上高は**2Q単体でYoY+12.2%**と好調な進捗。また、**複数賞を受賞**。
- YOLUは**YoY+25.0%**と好調。国内は定番・企画品共に売上高増、グローバルも販路拡大から売上高増に。
- BOTANISTは2Q単体で**YoY+7.3%**と伸長。また、WELLP・Qurapの配荷拡大など**各ブランドで増収**。

売上高

## トピックス

- YOLU：**YoY+25.0%**と好調な進捗。5月に初の夏限定商品「ナイトチュベローズシリーズ」を発売。
- BOTANIST：5月に厳選した香りのフレグランスコレクションから夏限定「アイスピーチティーの香り」を発売。“#想像以上にアイスピーチティー”がSNSトレンド入り\*。
- 4月に新ブランドのツヤ膜ラッピングシャンプー「Qurap」からヘアケア製品3種を発売。



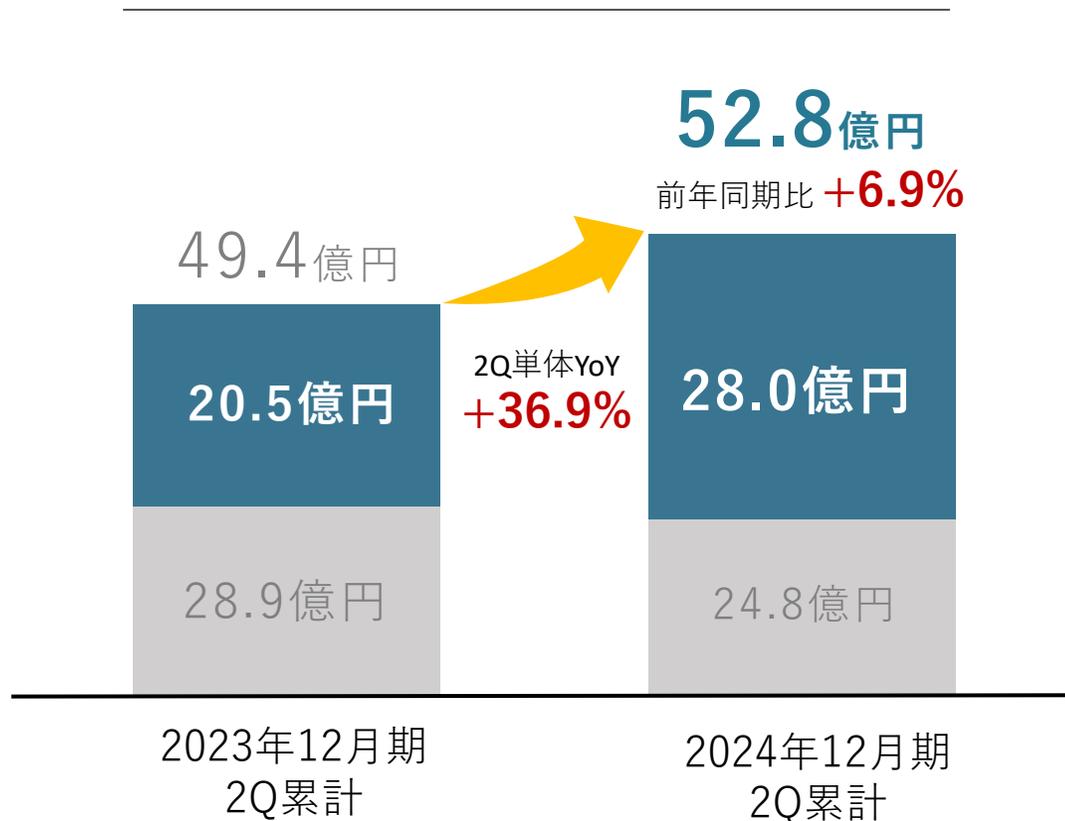


SALONIA

## 美容家電カテゴリーの進捗

- 2Q累計でYoY+6.9%、2Q単体でYoY+36.9%、QoQ+13.1%と伸長。
- 主に中価格帯商品の拡充（2Qで6商品\*の発売）により、増収に貢献

## 売上高



## トピックス

- 6月に発売した新商品のスムーズシャインドライヤーが楽天家電ジャンル週間ランキング\*\*にて**1位を獲得**
- 楽天ベストコスメ2024上半期の美容家電・グッズ部門にてピュアブライドスチーマーが**1位を獲得**
- ECチャンネルでの売上増加により、中価格帯商品のスチーマーが**前年比200%、脱毛器が300%超を記録**



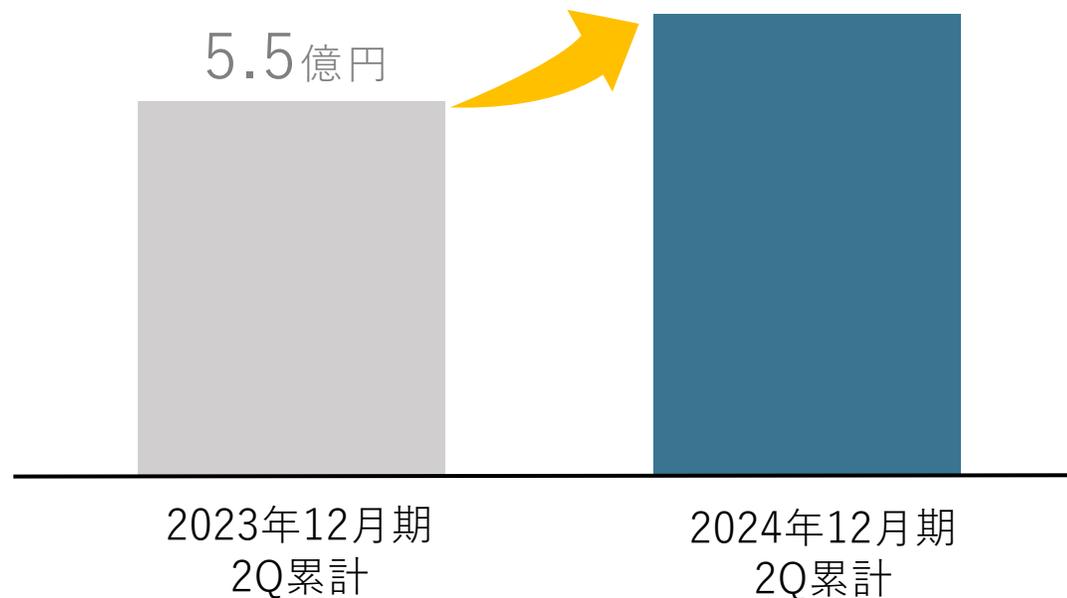
\* サロニア スムースシャインストレートヘアアイロン ピンク/ サロニア スムースシャインドライヤー (カラー3色) / サロニア ファインバブルクリア (カラー2色)

\*\* 2024年6月17日～6月23日におけるランキング

## グローバルの進捗

- 2Q累計売上高は6.7億円と前年同期比+1.2億円（+22.5%）と大きく増収。
- 主にYOLUの越境ECでの継続的な伸長や、東南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

- 5月に中国のライブコマース（Douyin）にて、YOLUカームナイトトリペアシャンプーがカテゴリランキング1位を獲得。
- 6月より東南アジア（シンガポール）へのYOLU出荷を開始。他ヘアケアブランド含め、今後もグローバルでのオンライン配荷拡大に取り組む。



## スキンケア他カテゴリーの進捗

- 新商品の発売や各施策への取り組みを通じて、認知度の向上及びブランドのスケールを目指す。

### Dr.SYUWAN

(2023年6月発売)

- 5月に新商品の「マイクロバブルVC10セラム」を発売し、売上高伸長に貢献
- インバウンド施策等により一部ドラッグストアでは6月初週に**過去最高の店頭売上高**を記録。
- ECチャンネルでのリピート率\*は**平均値を10%以上上回る**など、好調に進捗。



### SKN REMED

(2024年3月発売)

- 日本、韓国のクリニックでの施術に採用されている本格的なドクターズコスメとして認知度を拡大。
- 独自の「スキンサイクルメソッド\*\*」がユーザーに評価され、**ECチャンネルでの獲得KPIが良好\*\*\***
- 5月のXでの投稿によりデジタル上の認知が広まり、**月次売上高が増加傾向**



\* 「マイクロバブルVCセラム」のリピート率

\*\* より効果的にレチノールを使う方法として世界的に流行しているスキンケア方法を、日本人の肌に合うようにアレンジした独自美容理論

\*\*\* 5月のECチャンネルで実施したキャンペーンにて限定1,000個が半日で完売し、会員獲得に繋がる。

## 2Q発売 新商品・新ブランド

- 通期、中長期での成長に向けて、各カテゴリにおいて新ブランドや新商品を多数発売。

## 新商品（一部抜粋）



1. YOLU ナイトチュベローズシリーズ（夏限定商品）
2. SALONIA スムースシャインドライヤー
3. スムースシャインストレートヘアアイロンピンク（新色）
4. WrinkFade 薬用リンクルケアモイスチュアローション・薬用リンクルケアコンセントレートセラム・薬用リンクルケアリフトクリーム
5. Dr.SYUWAN マイクロバブルVC10セラム

## 新ブランド

- ・ハイトーンカラーなどが原因で起こる髪の毛のダメージにアプローチする**ツヤ膜ラッピングブランド**として、4月より発売
- ・浸透型ケラチン\*×ビタミンC誘導体\*\*のツヤ膜ラッピング処方です密着補修
- ・サシェが国内ドラッグストア市場において**シェア1位**を獲得\*（4月～6月）

Qurap  
キュラップ



\* シャンプー・トリートメント：加水分解ウールキューティクルタンパク、ヘアオイル：イソステアロイル加水分解ケラチン（羊毛）（全て毛髪補修成分）  
\*\* テトラヘキシルデカン酸アスコルビル（毛髪補修成分）

## Social Beauty Project (サステナビリティの取り組み)



BOTANISTの夏限定商品にバイオマス容器\*とアップサイクル原料\*\*を採用



持続可能な地球の未来を考える「100万人のキャンドルナイト@増上寺2024」にYOLUが初出店



DROASの夏限定商品にリサイクルPETとアップサイクル原料\*\*を採用



環境保全と自然体験機会の創出に向けて「一般財団法人BOTANIST財団 助成プログラム」を開始

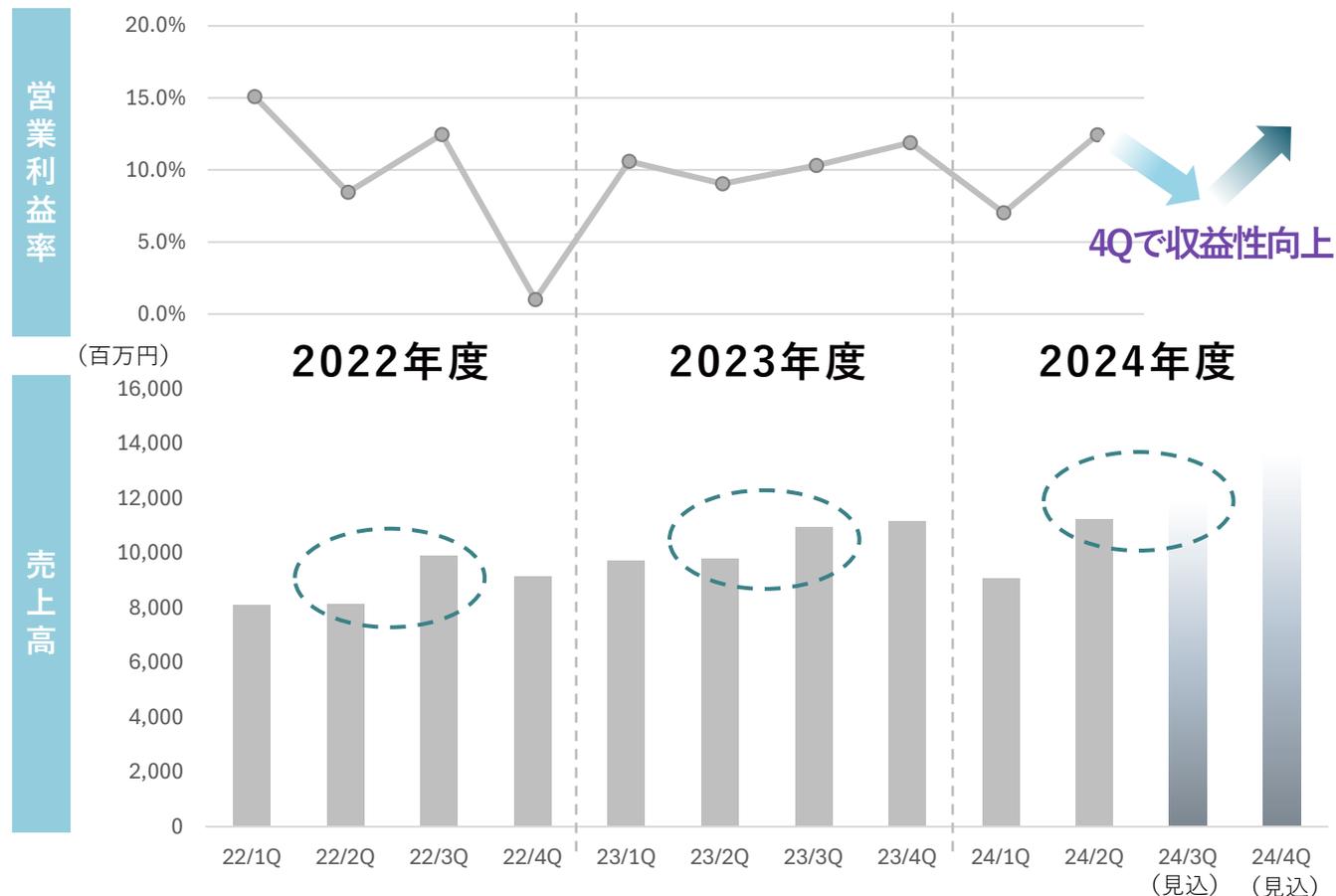
\*シャンプー、トリートメント、ヘアオイル、ヘアミルク、ボディソープのボトルはバイオマスプラスチック、容器ラベルのインクは植物由来のバイオマスインキを採用。  
フォーミングボディソープのみボトルはバイオマス容器を採用。

\*\*捨てられるはずだった廃棄物や不用品を新しい製品にアップグレードすること

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

## 2024年12月期 通期業績見込み

- 下期での複数の新商品投下を見据え、3Qから積極的なマーケティング投資を行う想定
- 通期達成に向け、4Qにかけて各ブランドで売上高拡大と収益性向上施策を実行



### FY24下期見込み

- 下期は、市況に応じた戦略的なマーケティング投資の実行により、3Qから4Qにかけて業績が変動
- 背景として、ヘアケア市場の競争が高まっている状況も一因

#### 対応

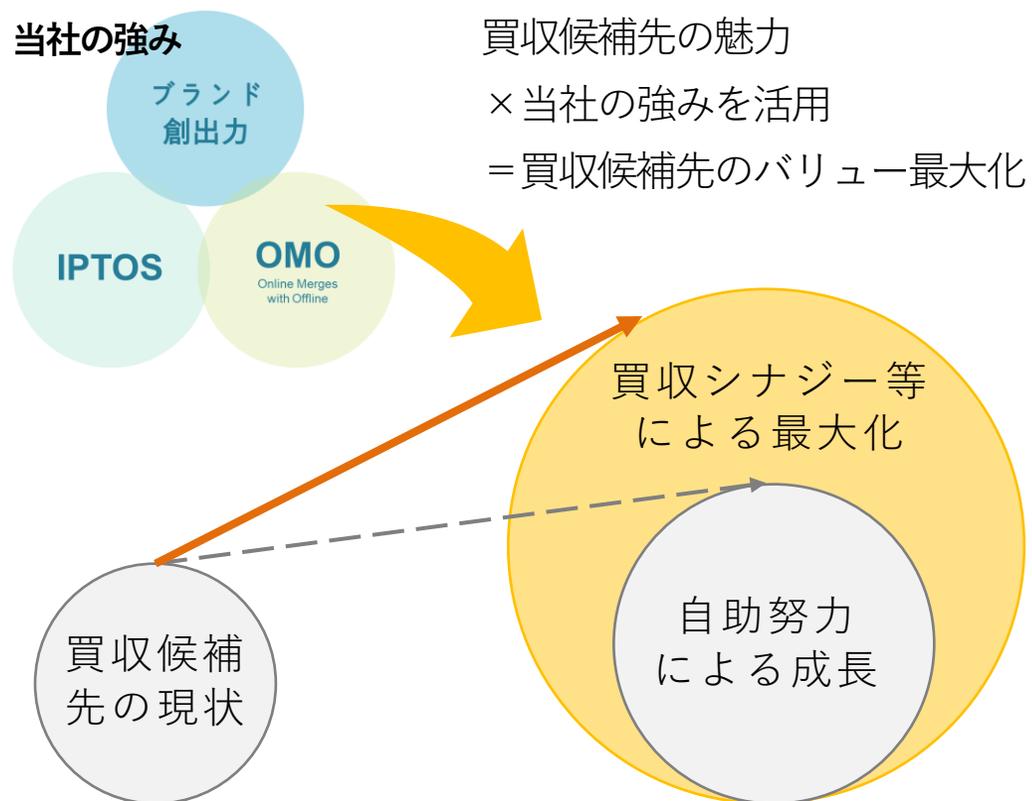
各ブランドで下期新商品を投入し、マーケティング投資を行うことで市場シェア獲得を目指す

- 「YOLU」バスタブレット・ボディケア
- 「SALONIA」バブルシャワーヘッド
- 「WELLP」セカンドバリエーション
- 「BOTANIST」ROOTHリニューアル など

## M&A方針について

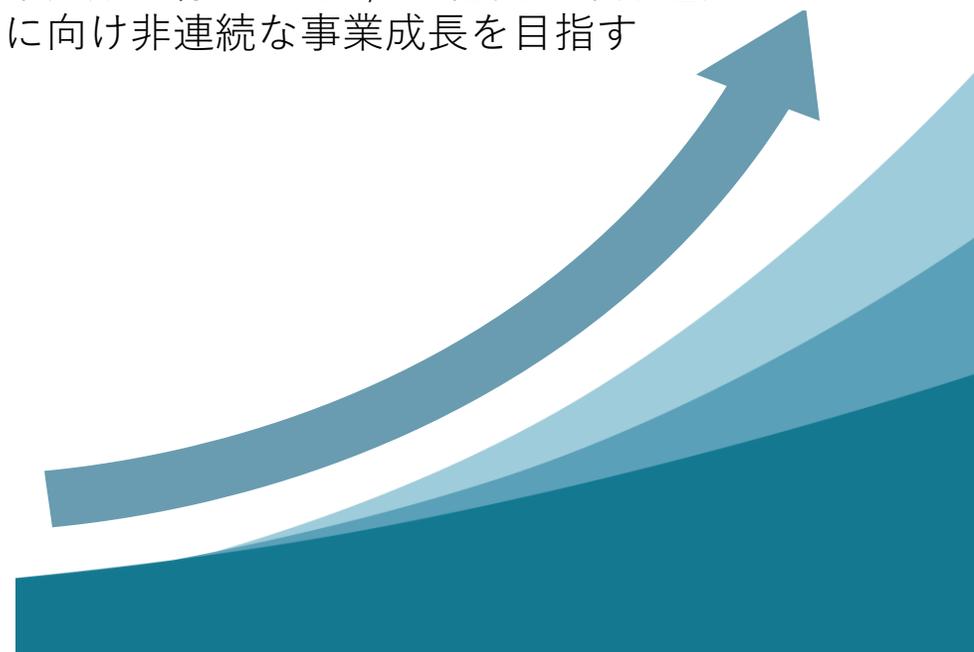
- 当社の強みを活用して事業成長が実現できる買収候補先と複数リレーションを構築中
- 双方のミッション達成や持続的な中長期成長に取り組み、当社グループの中期事業計画達成を目指す

### 中長期の成長に必要なケイパビリティ



### 非連続な中長期成長を目指す

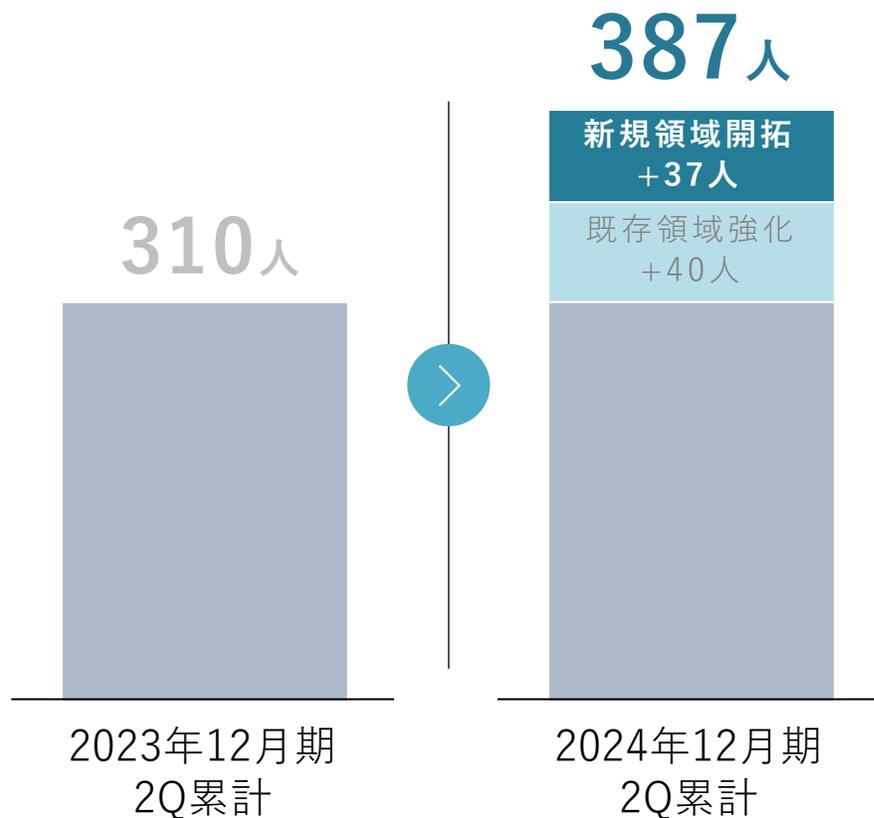
M&Aを活用して、  
ブランド価値の最大化に取り組み  
中長期目標である1,000億円の早期達成  
に向け非連続な事業成長を目指す



## 新規領域に対する人員強化について

- 売上高人件費率が2Q累計で7.7%（前年同期比+1.6%）と増加傾向
- 持続的な中長期成長に向け、ブランド開発やグローバル、M&A等の新規領域に対する投資を強化

### 新規領域に対する体制強化



### 体制強化取り組み状況

1	国内における 新規事業開発 チームの発足	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新カテゴリ開発や新しい販売チャネル開拓を目的にチーム立上げ</li> <li>• ブランド開発や新規チャネル展開から収益性拡大を目指す</li> </ul>
2	グローバル 拡大に向けた 組織増強	<ul style="list-style-type: none"> <li>• グローバルでの展開エリア拡大に向け、グローバルチームを強化</li> <li>• 当社ブランドの海外展開に取り組む</li> </ul>
3	M&A/PMI 体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>• M&amp;A実現に向けた専門チームの組成</li> <li>• PMIを見据え、プラン策定から対象会社と各事業部の結合の準備を進める</li> </ul>
4	既存領域強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主力領域（ヘアケア、美容家電、スキンケア他）や管理領域等各セクションで成長に向けた体制を強化</li> </ul>

# 株主優待制度の導入

当社株式の投資魅力を高め、中長期的に当社株式を保有していただくこと、また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ことを目的として、株主優待制度を導入。

当社オンラインサイト

## and Habit

<https://andhabit.com/>

100株以上

ポイント **2,000** 円分



※ポイントの有効期限は付与日より1年です。

※株主番号の入力が必要です。

※1ポイント1円で「andHabit」で販売している商品代金に使用できます。



※毎年12月末日の当社株主名簿に記載または記録されている1単元（100株）以上を保有の株主様を対象とします。

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今後の方針
- 04 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	387名 (2024年6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2社 (2024年6月時点)



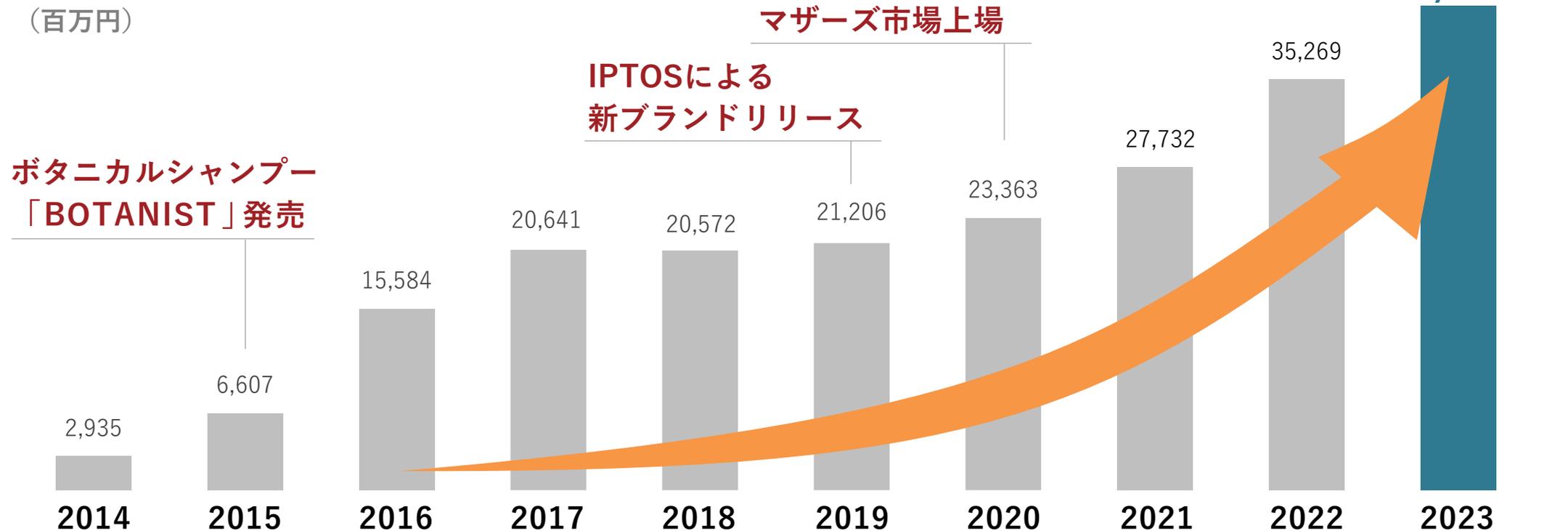
## MISSION

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

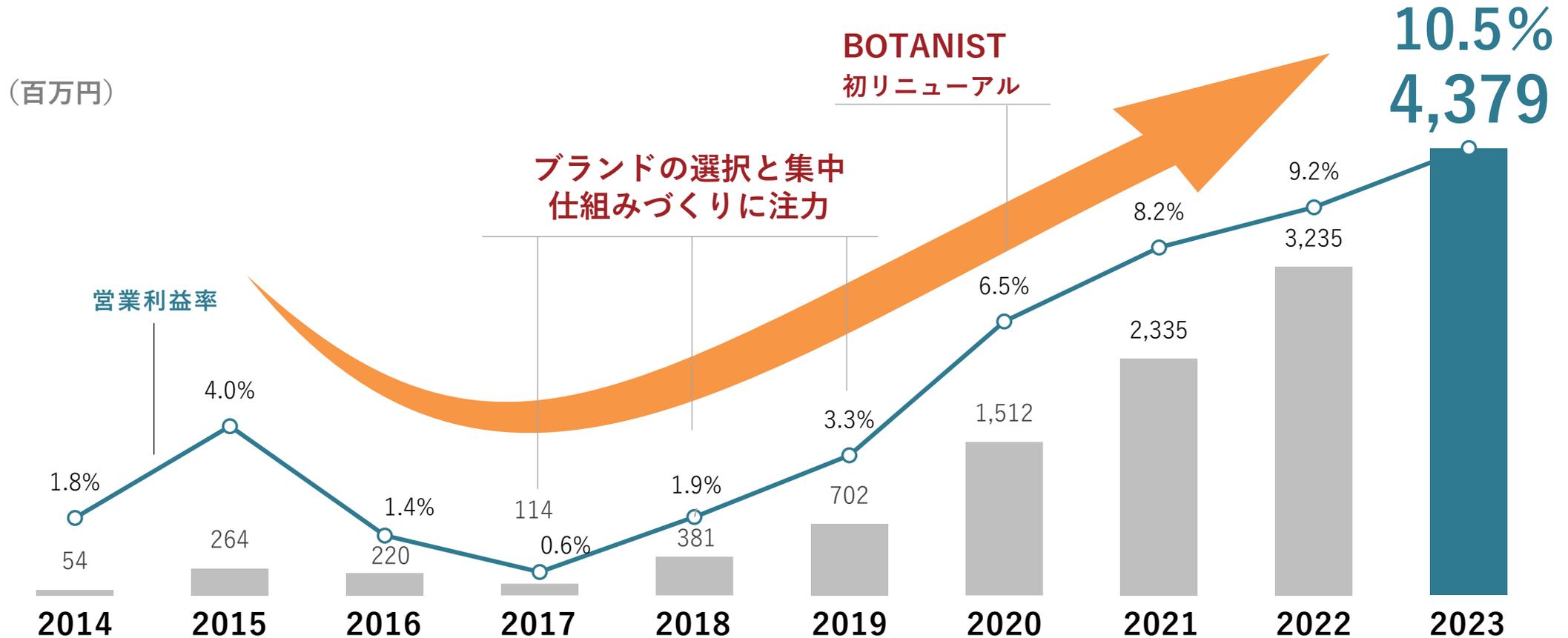
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。  
2023年9月東京証券取引所プライム市場へ上場。  
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、  
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



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）

## 取締役の体制



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



代表取締役社長  
大西 洋平



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



社外取締役（監査等委員）  
山中 典子

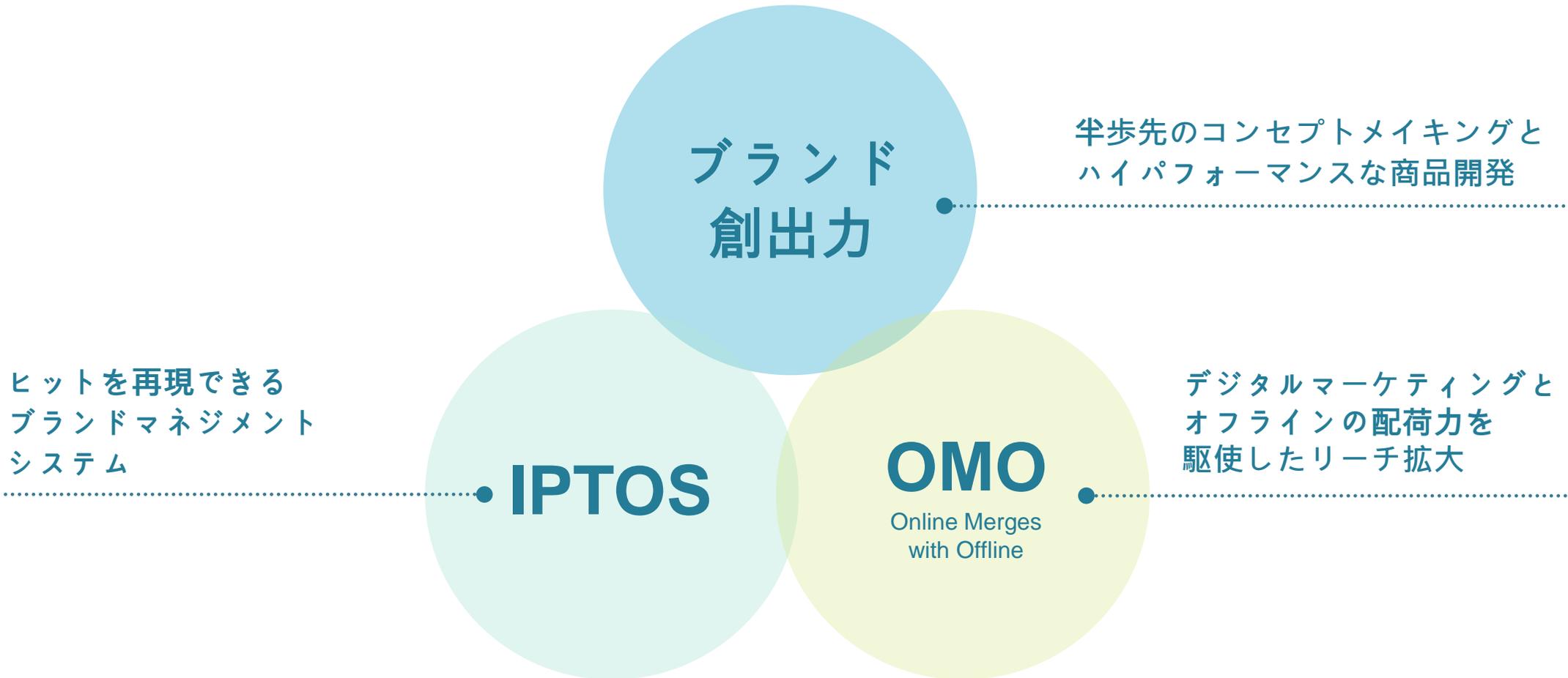
朝日監査法人、サントリーホールディングス、プロントコーポレーション監査役を経て、2024年より現職



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

## 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

80人<sup>\*1</sup>

\*1: 2024年6月時点。臨時雇用者含む

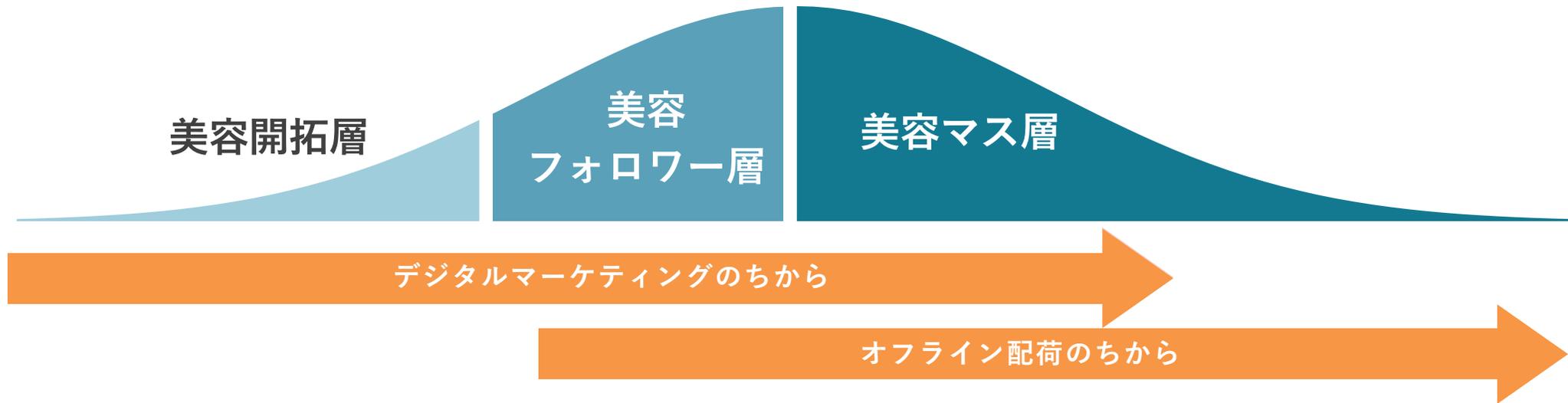
### ■商品開発



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)

73人<sup>\*1</sup>

インハウス デジタルマーケッター

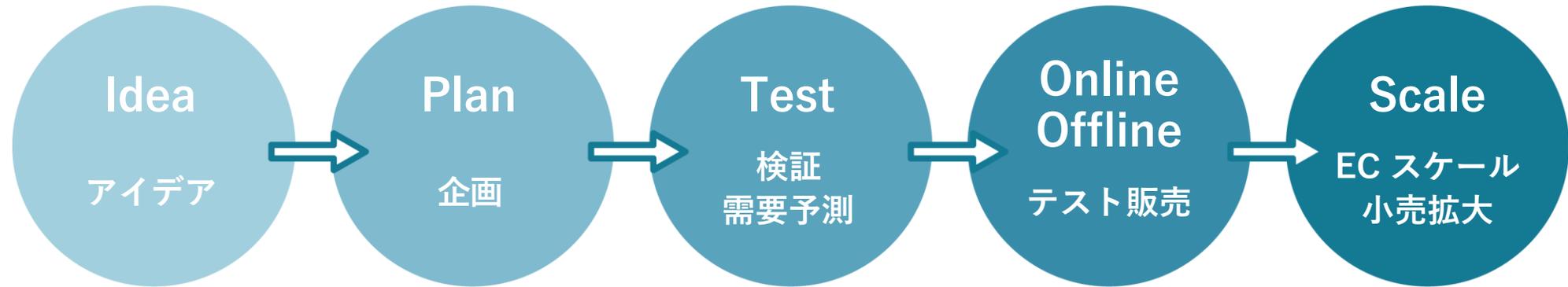
約65,000店舗<sup>\*2</sup>

オフライン配荷実績店舗数

\*1：2024年6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



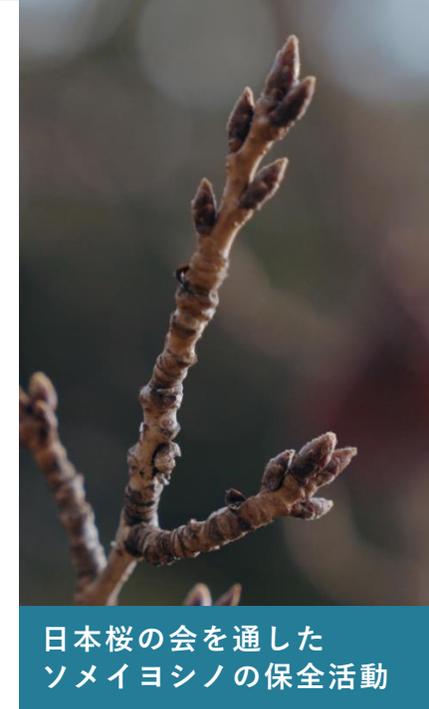
moretreesを通じた  
森林保全活動 (BOTANIST財団)



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

## 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	2Q
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	11,228
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	5,197
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%	46.3%
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	1,846
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%	16.4%
物流費	690	692	705	683	2,771	695	730	751	715	2,892	648	631
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%	5.6%
販売手数料	286	265	397	431	1,381	383	407	502	758	2,052	532	513
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%	4.6%
人件費	504	518	647	623	2,294	599	589	685	697	2,572	744	821
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%	7.3%
その他固定費	530	585	667	756	2,539	728	810	789	921	3,250	834	821
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%	7.3%
営業利益	1,219	687	1,235	93	3,235	1,031	887	1,130	1,330	4,379	638	1,396
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%	12.4%
EBITDA	1,249	721	1,315	182	3,469	1,104	961	1,214	1,419	4,700	718	1,491
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%	13.3%

注：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)

	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	2Q
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	11,228
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	8,031
L BOTANIST	3,548	3,270	4,624	3,216	14,659	3,170	3,456	4,140	3,822	14,589	2,274	3,709
LYOLU	517	1,909	2,142	2,511	7,081	2,474	3,001	3,962	4,231	13,669	3,248	3,593
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	2,807

(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	2Q
グローバル	191	182	352	148	876	131	423	217	355	1,128	310	369

## 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。