

株式会社トゥヴェールの株式取得及び 株式会社東亜産業子会社の一部株式取得に関する 補足説明資料

2024年10月23日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

エグゼクティブサマリー

- 2024年10月23日付で株式会社トゥヴェールの100%株式取得及び株式会社東亜産業子会社の一部株式取得に関する株式譲渡契約を締結。両案件ともに2024年10月31日に取得完了予定。

(1) 株式会社トゥヴェールの株式取得

売上高41.0億円、営業利益13.5億円^{*1}のスキンケア事業を取得

- スキンケア商品を企画・販売するトゥヴェール社は、成長性（過去3期売上高CAGR45%^{*2}）と財務健全性（純資産24.9億円、自己資本比率77%^{*1}）に優れる企業。
- 当社の強みであるOMO^{*3}やIPTOS^{*4}を最大限に活用し、オンライン売上高の成長を加速させ、かつオフライン配荷の実施から更なる売上高成長を目指す。

(2) 株式会社東亜産業子会社の一部株式取得

商流上の中間マージン約8億円^{*5}の削減 + 美容家電事業のQCD向上へ

- 当社ブランド「SALONIA」の製造・供給委託先である東亜産業の子会社の一部株式を取得。
- 本取引にて商品企画・生産管理・品質管理機能を当社グループに取り込むことで、中間マージンを削減しEBITDA約8億円^{*5}の改善。同時に、開発スピード・QCD（品質・コスト・生産管理）向上を目指す。

*1 2024年度実績 *2 2022年度～2024年度 *3 Online Merges with Offline

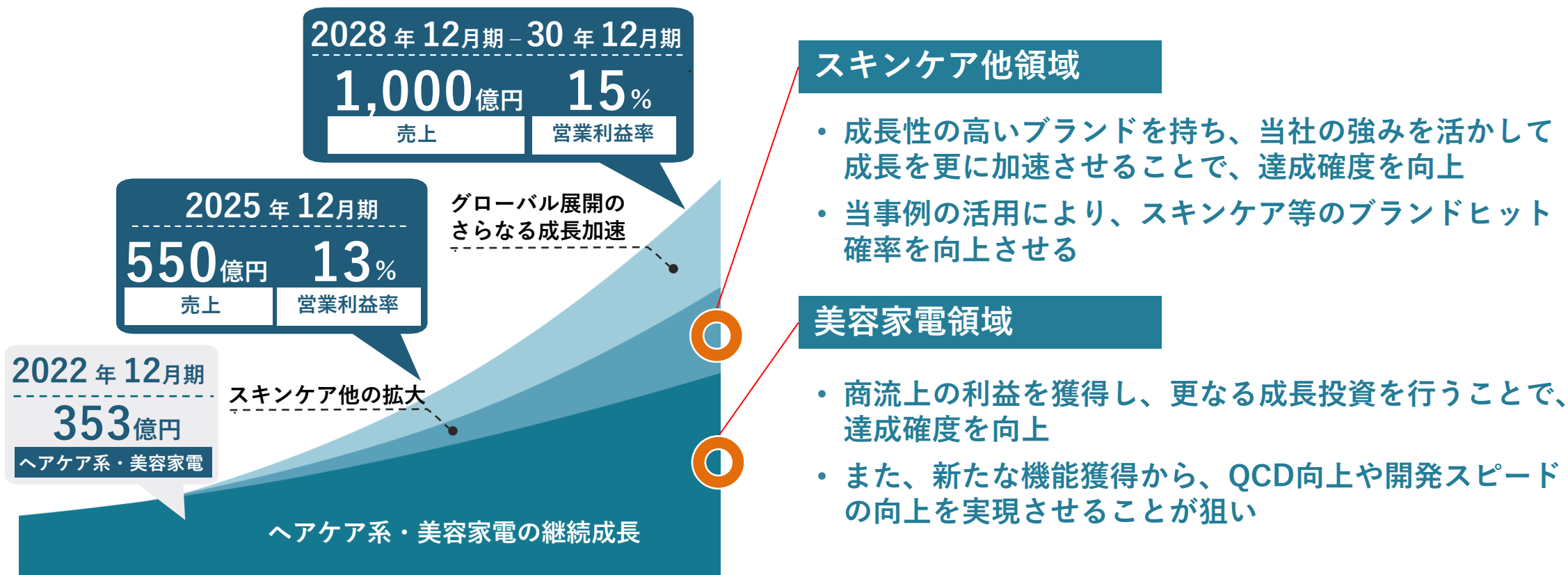
*4 IPTOS：ヒットを再現できる当社独自のブランドマネジメントシステム *5 2024年度実績をベースとした年間見積額

- 01 当社成長戦略と本取引の狙い
- 02 株式会社トゥヴェールの株式取得
- 03 株式会社東亜産業子会社の一部株式取得
- 04 財務規律・PMI・長期ビジョンの達成に向けて

中期経営計画達成における本取引の狙い

- 2025年度の中期経営計画の達成に向け各事業領域で取り組む事項がある中で、**美容家電領域とスキンケア他領域での達成確度を上げるための打ち手を企画**

中期経営計画の達成確度向上に向けた本取引の狙い



* 2023年2月16日開示資料より

株式会社トゥヴェールの概要

- 創業以来、皮膚科学に基づき厳選した成分と配合技術の研鑽により作り上げた成分研究化粧品の展開により、**2022年度～2024年度CAGR45%と成長継続**

企業概要

会社名	株式会社トゥヴェール	TOUT VERT
設立	2002年7月	
代表者名	森山 義彦	
所在地	大阪府箕面市船場西二丁目2番1号	
事業内容	化粧品の企画・販売	
上場区分	非上場	
従業員数	42名（うち非常勤21名、2024年3月時点）	

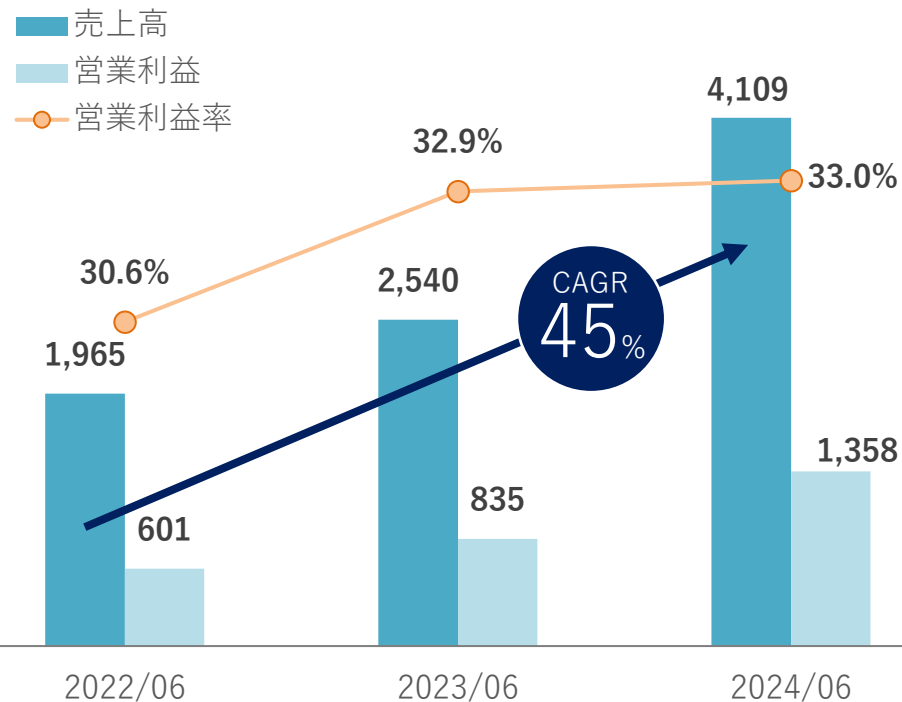
- オフライン配荷は行わず、自社ECサイト・Amazon・楽天を通じて商品を販売
- 効率的な広告宣伝（多額の投資は未実施）により、オーガニックな成長を実現



業績推移

- 売上高、営業利益共に成長を継続
（過去3期売上高CAGR45%、営業利益率30%超）

（百万円）



本取引により想定されるシナジー

- 当社の持つブランディング力・OMO・サプライチェーン機能等の強みを活用し、**売上高・営業利益の更なる成長を目指す**
- トゥヴェール社のノウハウを活用することで、**l-neグループ全体のスキンケア等のブランドヒット率の向上に繋げる。**

INE

×

TOUT VERT

足元の成長機会獲得による売上高増加

- 当社が持つ親和性の高い各事業機能と素早く連携することで、商品欠品や受注・物流業務改善から、足元の売上高獲得が可能に。

オンラインチャネルの更なる販売強化

- 当社デジタルマーケティング人材を活用し、自社ECや既存モールの販売強化、新規モール等開拓から売上高増加にを目指す

サプライチェーン最適化による収益力向上

- 当社の持つ調達や在庫管理・物流ノウハウ等を活用し、各ロジ面の最適化・効率化に取り組み、収益力向上を目指す

SNS等を活用した認知拡大から新規顧客の獲得へ

- ユーザーに受け入れられているブランド力を活かし、当社が持つマーケティング力を活用し、認知度向上に取り組む

オフラインチャネルの新規開拓

- 当社の持つ商品開発力やオフライン流通網を活用し、バラエティ等の配荷開拓に取り組み、新規売上高獲得を目指す

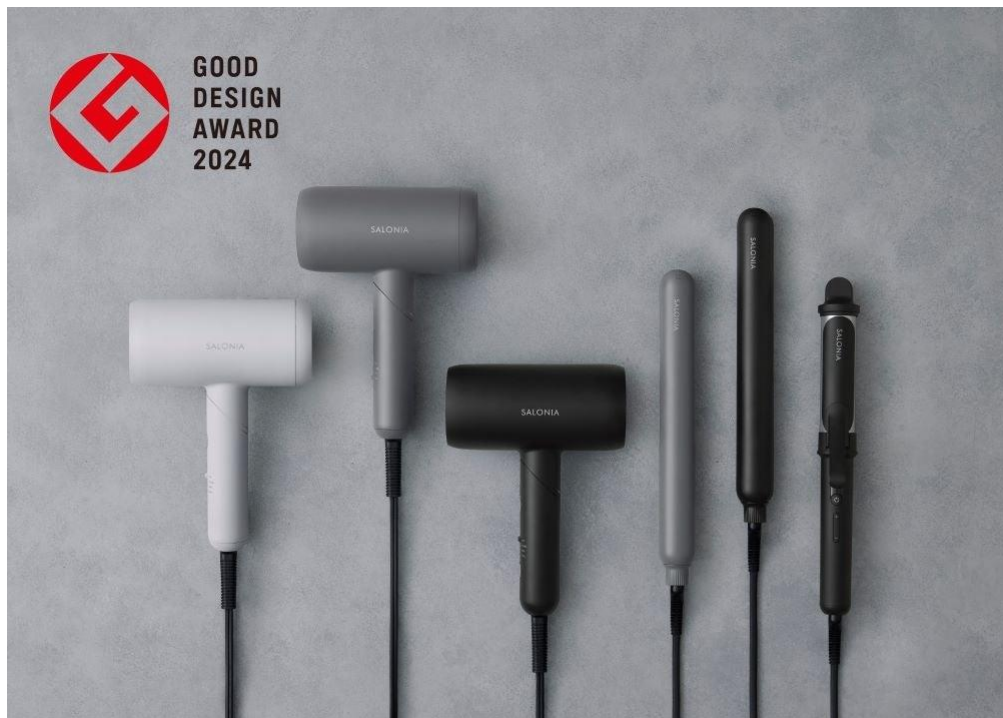
経営管理力強化からサステナブルな事業成長へ

- バックオフィス機能や投資マネジメント手法を活用し、効率化や潜在リスク防止に取り組み、持続的な成長を目指す

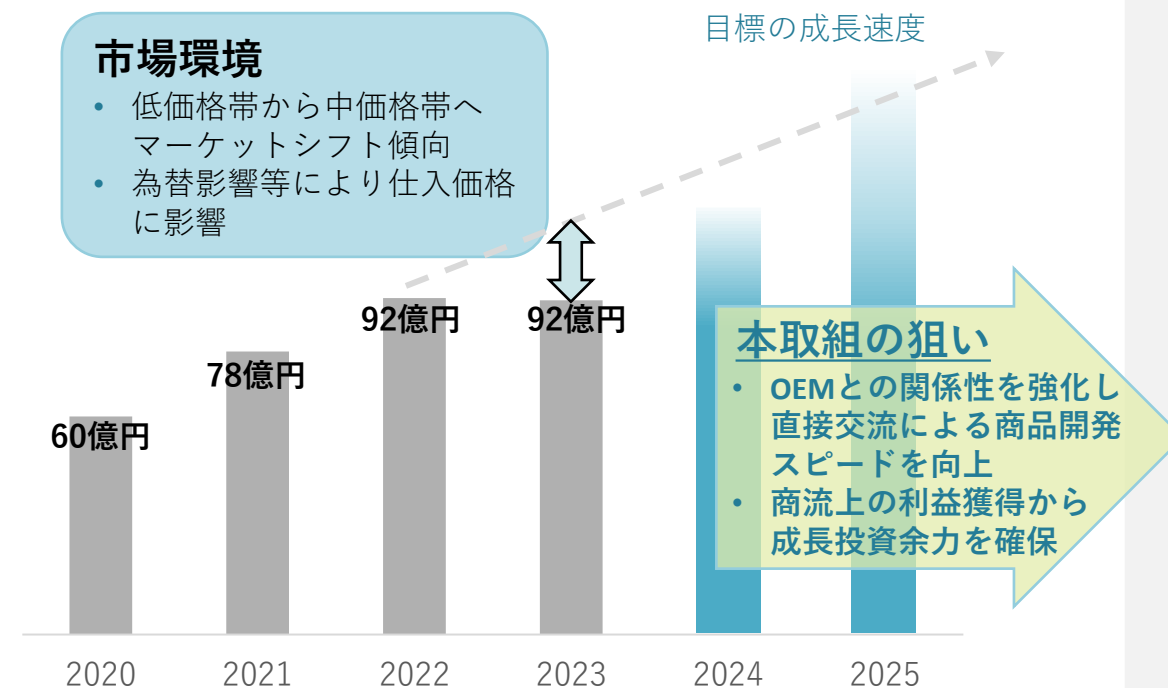
美容家電事業における本取引の狙い

- 為替影響により輸入による仕入価格が上昇している環境下で、本取引により**収益力を抜本的に改善**。
- 獲得利益を事業成長投資に充当し、かつ、新たな機能獲得から**同事業の売上高の更なる成長を目指す**。

SALONIA



SALONIA事業売上高推移

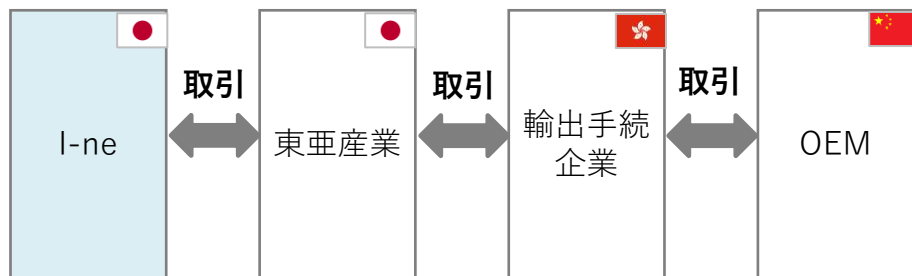


本取引により想定されるシナジー

- 東亜産業子会社（TTrading社）の保有するSALONIAの商品企画・生産管理・品質管理機能を取り込むことで**OEM先との直接取引を可能にし、中間マージンを削減（EBITDAは約8億円*改善）**
- 製造体制の一体化を実現し、**開発スピードやQCD（品質・コスト・生産管理）のさらなる向上を目指す**

SALONIA事業の現商流

- 東亜産業と輸出手続企業を介在して、OEM先に発注
- 商流の各ステップにて、中間マージンが発生

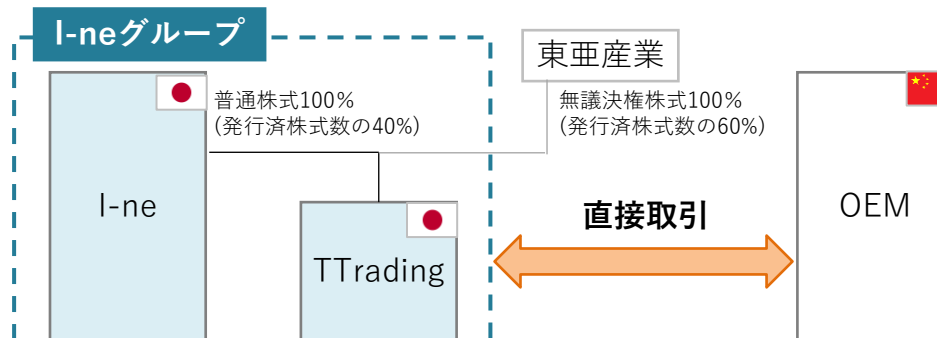


役割

- | | | | |
|-----------|-------|-------|-----|
| ・ブランドホルダー | ・商品設計 | ・商社機能 | ・製造 |
| ・商品企画/販売 | ・生産管理 | | |
| ・ブランディング | ・品質管理 | | |

本取引後

- 東亜産業子会社が保有していた各種機能を獲得
- I-neグループがOEM先に直接発注し中間マージン削減



役割

- | | | |
|-----------|-------|-----|
| ・ブランドホルダー | ・商品設計 | ・製造 |
| ・商品企画/販売 | ・生産管理 | |
| ・ブランディング | ・品質管理 | |

財務規律およびPMI

- **厳格な財務規律のもと、M&Aを推進。** 借入可能額や営業CFを活用した資本効率の最適化を図る
- 企業価値の向上に寄与する効果的なPMIとして、**人材交流を推進し事業成長と文化融合を図る**

財務戦略に関する基本方針

1. **EPS（1株当たり税引後当期利益）の持続的成長を図る**
2. **規律あるEBITDAマルチプルを目安レンジと設定**
3. **純有利子負債倍率は、2倍以下とする**

基本方針に基づき、買収後の投資リターンに関する基準を設ける等、厳格な財務規律を設定

効果的なPMIによるM&Aの成果最大化

(1) トゥヴェール社

- マネジメント人材の派遣や両社の各事業機能の交流を促進し、サプライチェーン・商品開発・販売領域の各チームとプロジェクトを発足
- 人的交流から、両社の文化融合に取り組み、組織的なシナジー創出を図る

(2) 東亜産業子会社（TTrading社）

- 当社派遣のマネジメント人材を中心に、東亜産業*と連携して、OEM先との直接交流を促進し、QCDや開発スピードの向上に取り組む
- 上記同様、人的交流から両社の文化融合を促進

長期ビジョン達成に向けて

- M&Aを活用してブランド価値の最大化に取り組み、売上高1,000億円の早期達成に向けた非連続成長を目指す

2028年12月期 - 30年12月期

1,000億円
売上

15%
営業利益率

グローバル展開の
さらなる成長加速

2025年12月期

550億円
売上

13%
営業利益率

スキンケア他の拡大

2022年12月期

353億円

ヘアケア系・美容家電

ヘアケア系・美容家電の継続成長