

BOTANIST



2022年12月期第2四半期 決算説明資料

2022年8月10日



YOLU



INE

SALONIA

BEAUTY is simple



BOTANIST



目次



1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. さらなる成長に向けて

4. 通期連結業績予想の上方修正

5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA

BEAUTY is simple



連結業績ハイライト：売上高

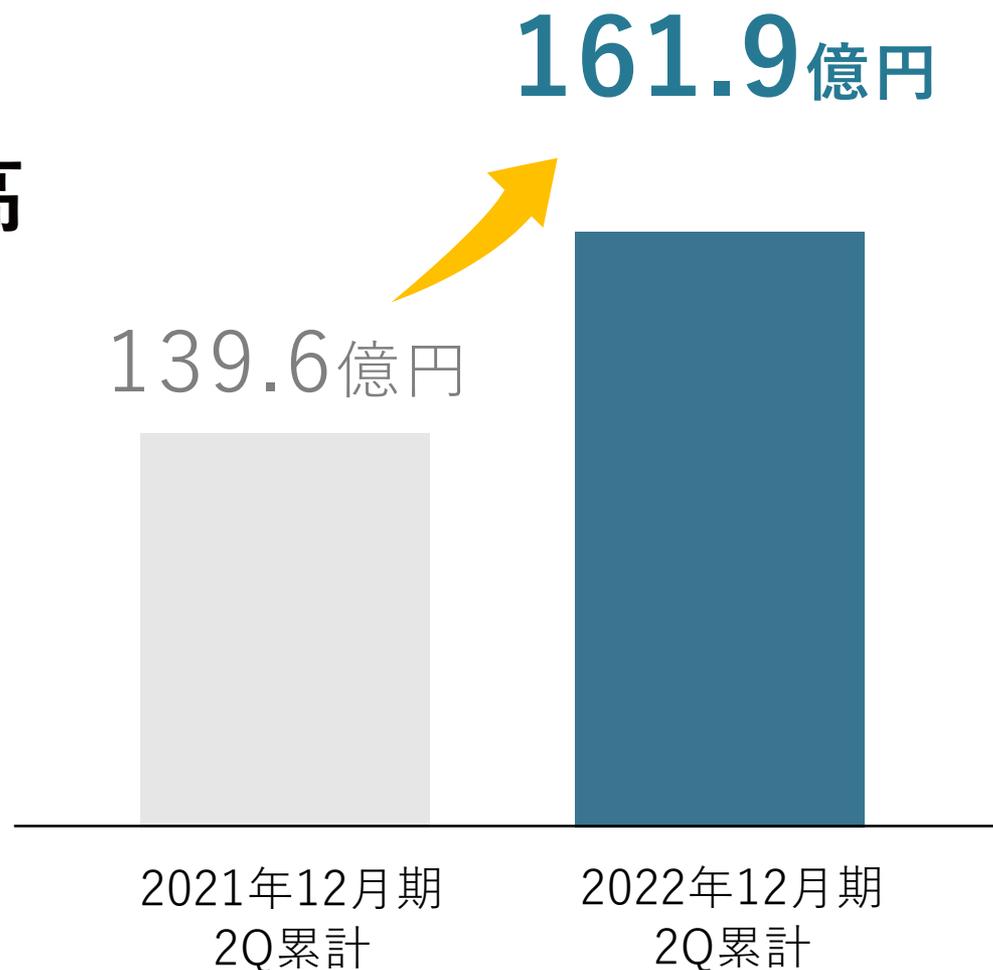
2Q累計 連結売上高
前年同期比

+16.0%

22.3億円増加と

2年連続

過去最高を更新



2Q累計 連結営業利益

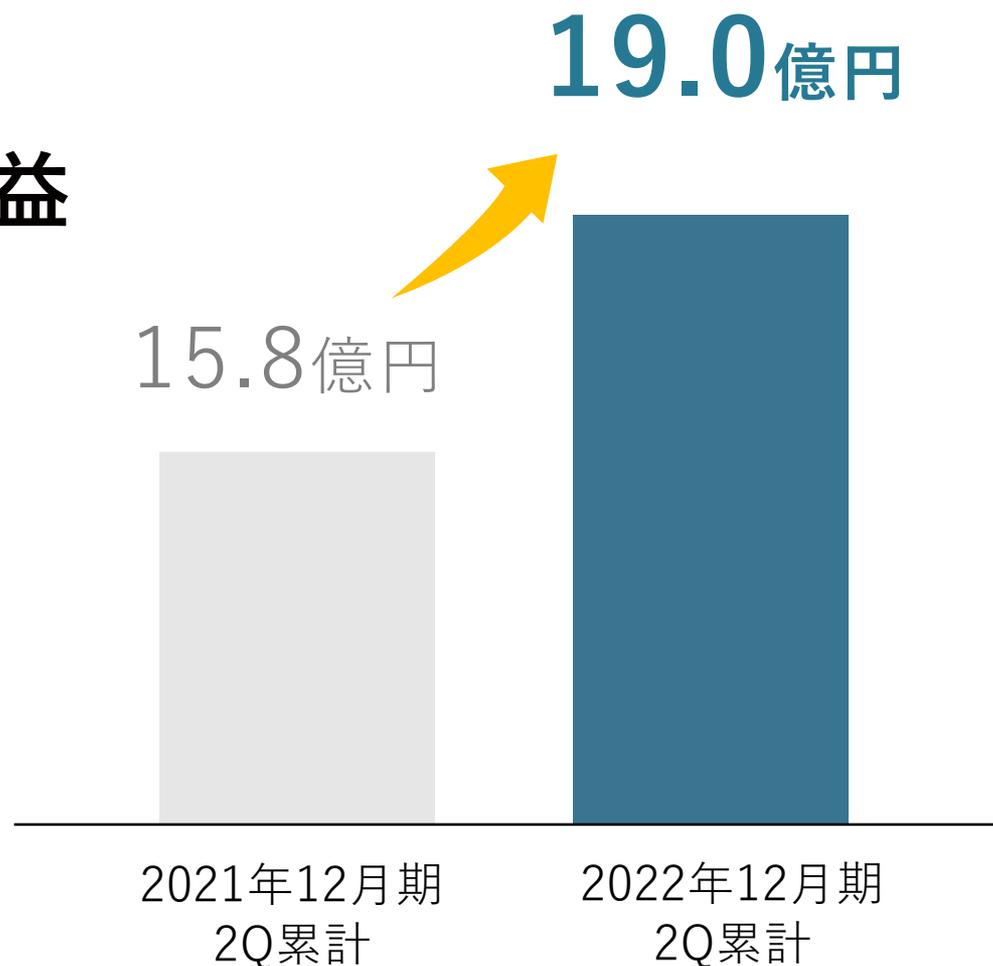
前年同期比

+20.1%

3.1億円増加と

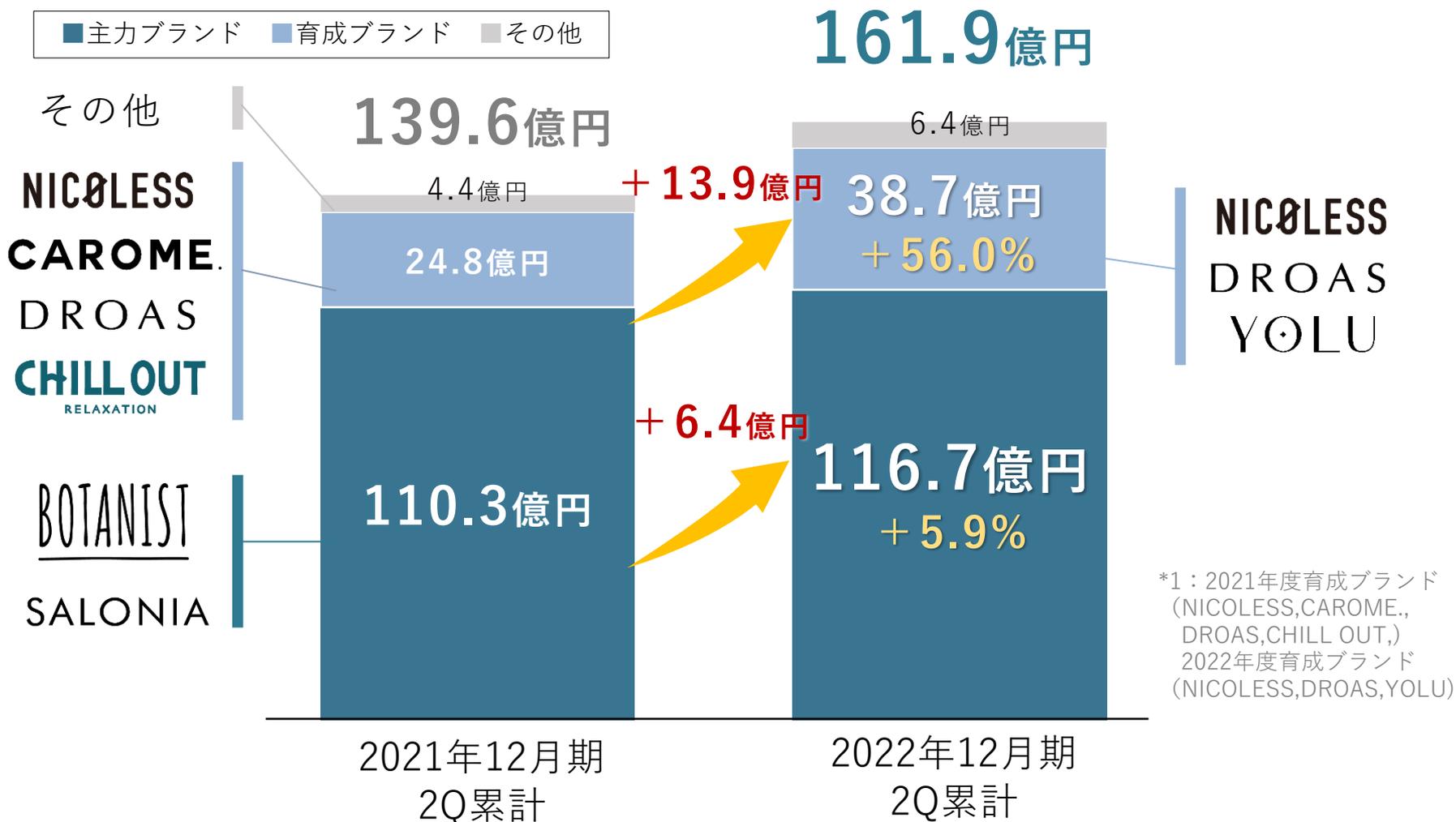
2年連続

過去最高を更新



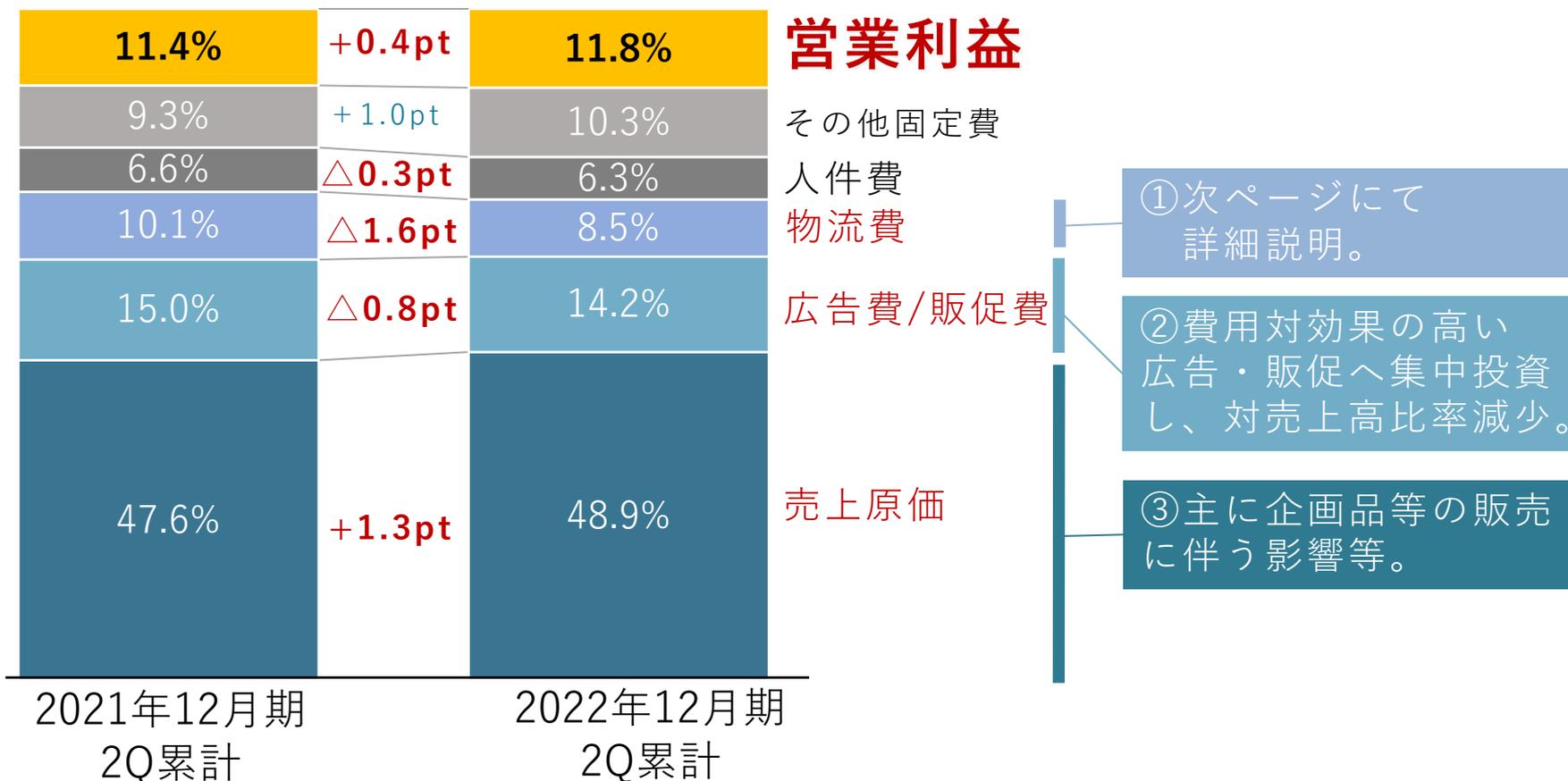
連結業績ハイライト：ブランド別売上高

主力ブランドが**+5.9%**、育成ブランドが**+56.0%** (*1) と大幅に成長。再現性のあるブランド開発を通じて複数ブランドでの伸長を実現。



連結業績ハイライト：コスト構造

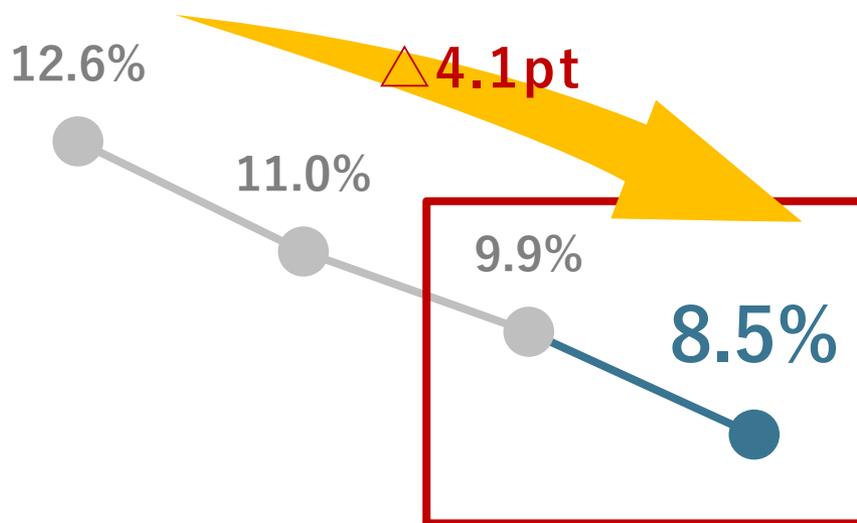
営業利益率が前年同期比**+0.4pt**の11.8%と高い水準を維持。企画品販売等に伴い売上原価率が微増したが、全社的なコストコントロールを徹底した結果、利益率が向上。



物流費の削減

高騰する物流費に対応するため、さらなる物流の効率化に取り組み物流費は2019年度比△4.1ptと大幅に削減。

売上高物流費比率推移



改善ポイント

- 物流拠点の集約化。
21年度4拠点 → 1拠点へ。
拠点間配送費等の大幅削減。



- 北海道エリアで共同配送をスタート。
- 複数の取引先と連携し、戦略的な物流管理を徹底。

2019年 12月期	2020年 12月期	2021年 12月期	2022年 2Q累計
---------------	---------------	---------------	---------------

BOTANIST



目次



1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. さらなる成長に向けて

4. 通期連結業績予想の上方修正

5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA

BEAUTY is simple



BOTANIST

植物と共に生きる

高価格帯シャンプー ※1
リピート者数
No.1 ※2

高価格帯シャンプー※1を発売中のブランドで、
「2回以上購入して使用したことがある」ブランドNo.1※2を獲得。



※1：1000円以上の価格帯を高価格帯シャンプーと定義

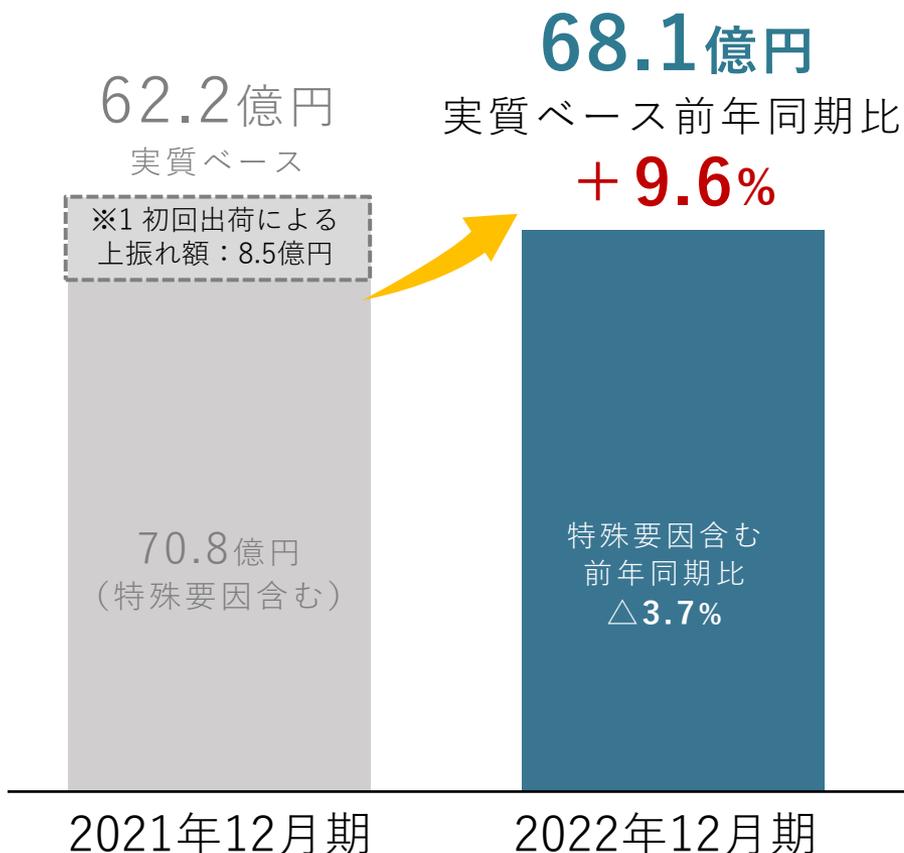
※2：1000円以上の高価格帯ヘアケア消費財6ブランドについてのWEBアンケートによる。

男女10代～60代（n=30,000）のうち、BOTANISTを「2回以上購入して使用したことがある」と回答した方の数。2022年2月実施（自社調べ）

BOTANIST

昨年3月のヘアケアリニューアルの特殊要因(*1)を除く実質ベースで前年同期比**+9.6%**と継続して大幅に伸長し、想定通りの着地。

2022年2Q累計 売上高



トピックス

- ▶ BOTANIST初の全国TVCMを放映。好意度や購入意向の醸成に成功。
- ▶ アウトバス過去最高シェアを獲得。3月のリニューアル及びヘアケアとのクロスセルが奏功。

今後の取組み

- ▶ 新ライン「ROOTH」発売。



シャンプー
トリートメント
各1,760円(税込)

8/9～ 公式オンラインストア、ECモール先行発売、
8/25～ 全国バラエティショップ、ドラッグストアにて発売

SALONIA

ヘアアイロン売上シェア
No.1^{※1}
IN JAPAN



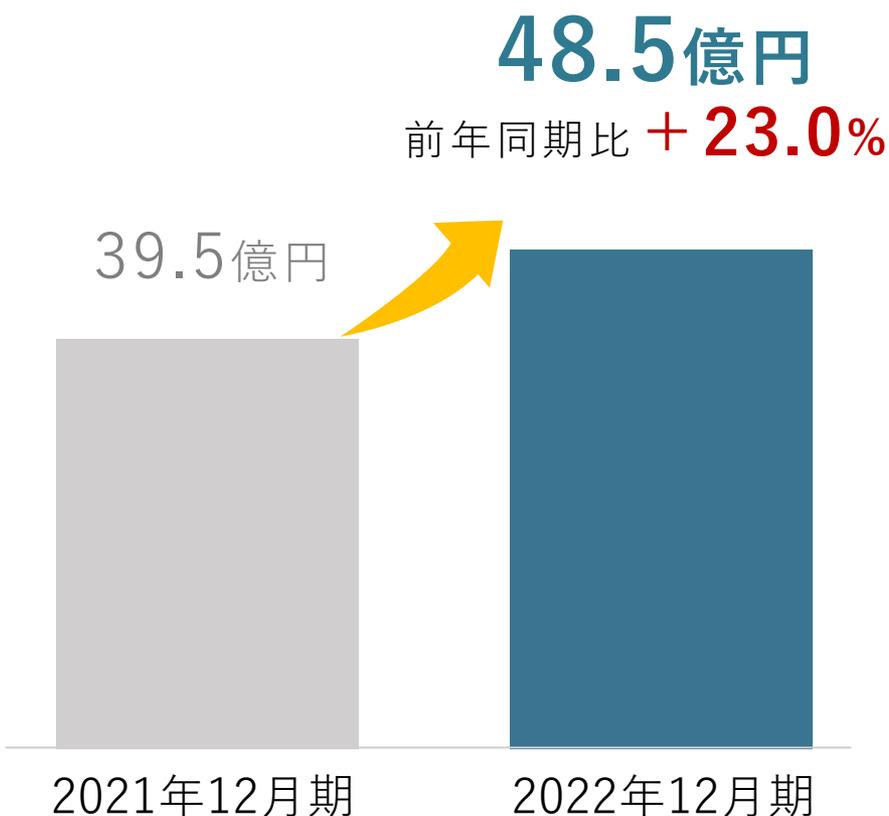
 **GOOD DESIGN
AWARD 2021**

※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

主力商品（ヘアアイロン、ヘアドライヤー）及び他カテゴリーの成長により、売上高48.5億円（前年同期比+23.0%）と大幅に伸長。

2022年2Q累計 売上高



トピックス

- ▶ 3月～オフライン展開を開始した定番色のネイビーが好調に推移し、アイロン、ドライヤーが伸長。
- ▶ 洗顔ブラシ、美顔器等の高価格帯アイテムも引続き好調。

今後の取組み

- ▶ 光脱毛器、リフトケア美顔器発売。



76,780円(税込)



28,600円(税込)

7月～公式オンラインストア、ECモールにて順次発売

育成ブランド

プロモーション強化及び配荷拡大に加え、新商品拡充により、売上高38.7億円（前年同期比+56.0%）と伸長。（*1）

2022年2Q累計 売上高



YOLU

➤ 4月～新ライン「リラックスナイトリペアシリーズ」発売。

➤ 新たに15,000店舗へ配荷、好調に推移。



DROAS

➤ 5月～DROAS史上初の夏限定品発売、売上に寄与。

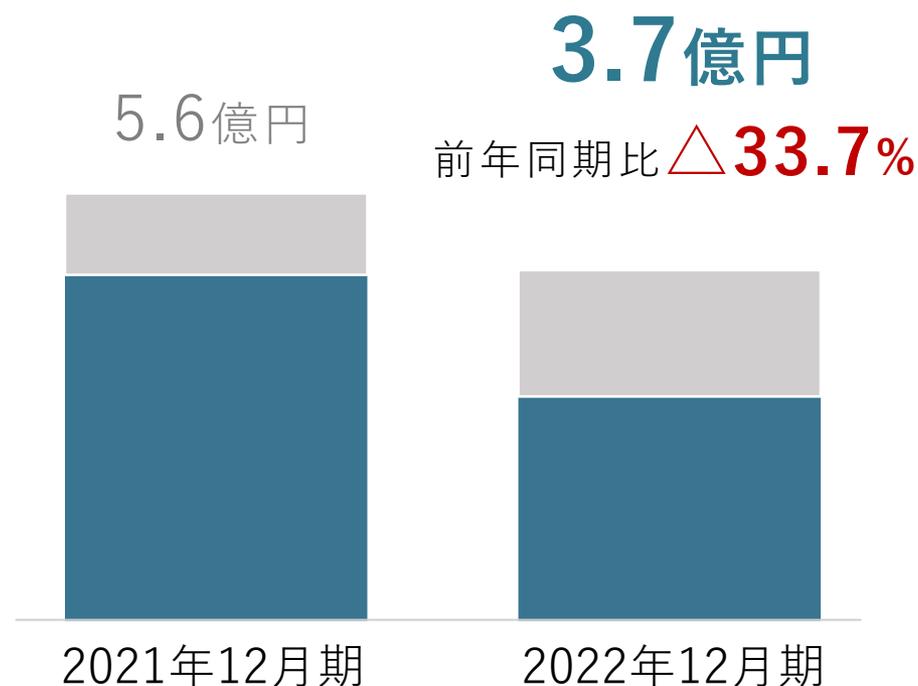


*1：2021年度育成ブランド（DROAS,NICOLESS,CHILL OUT,CAROME.）
2022年度育成ブランド（DROAS,NICOLESS,YOLU）

グローバル

台湾・香港は伸長したものの、中国ロックダウン及び代理店変更に伴う影響等により、売上高3.7億円（前年同期比△33.7%）と減収。

2022年2Q累計 売上高



トピックス

- ▶ 台湾は過去最高売上を更新。配荷店舗数の増加、認知率向上が寄与。
- ▶ ロックダウンが明けた6月の中国WatsonsのPOSは前年同期比2.4倍。
(※ヘアケアカテゴリー)

今後の取組み

- ▶ 7月～WatsonsにてBOTANISTの現地専売品「茶川」を発売。



- ▶ 7月～オンライン運営で豊富な実績を有する代理店への変更を実施。

FOR A SUSTAINABLE FUTURE

当社ミッションの実現に向け、BOTANIST等 各ブランドの事業活動を通じて多様な環境・社会課題解決に向けた取り組みを実施。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

「植物発電」を体験できるイベントを開催



- 日本初 (※1) 植物でスマホを充電できるサステイナブルな次世代型エネルギー「植物発電」を体験できる「CHARGING SPOT BOTANIST」を表参道に期間限定オープン。

※1：植物育成環境下で発電された電力を使用した、スマートフォン充電スポットとして日本初(自社調べ)

アップサイクルした原料を配合



- 「ボタニカルリフレッシュシリーズ」を発売。自然落下した茶の実をアップサイクル (※2) した「国産茶の実オイル (※3)」を配合。

※2：チャ種子油 (保湿成分)

※3：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。

BOTANIST



目次

1. 連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. さらなる成長に向けて
4. 通期連結業績予想の上方修正
5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA
BEAUTY is simple



WrinkFade-リンクフェード-ブランド買収

さらなる成長に向けて、スキンケア・メイクカテゴリーのEC定期ブランド「WrinkFade」の買収を実行。



WrinkFadeとは

- 2021年6月発売。
シワ改善・美白をコンセプトに
メイク・スキンケア商品を
展開するブランド。
- 定期販売モデルで展開。
発売から数ヵ月で単月新規獲得
顧客数1万件を突破。
お客様より高い支持を得ている。



買収の狙い

安定的かつ高収益なビジネスモデルの構築と、それに伴う
全社営業利益率のさらなる向上を図る。

INE

デジタルマーケティング

ブランディング

商品開発力



W.F.

WrinkFade

スキンケア・メイク

定期通販モデル

顧客基盤

- ▶ スキンケア・メイクカテゴリー
拡大による中長期での全社売上高
拡大及び利益率の向上。
- ▶ 当社の強みを活かして、
ブランド拡大に取り組み、
さらなる顧客基盤拡大。
- ▶ 既存顧客基盤を活用した
クロスセル促進等の実施により、
自社EC売上高のさらなる拡大。

BOTANIST



目次

1. 連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. さらなる成長に向けて
4. 通期連結業績予想の上方修正
5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA
BEAUTY is simple

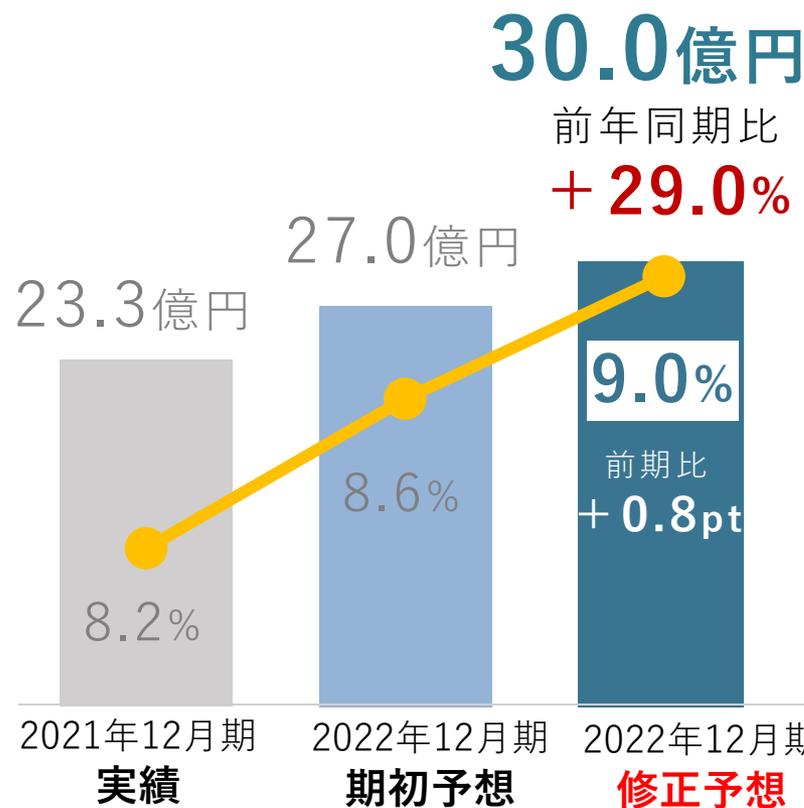
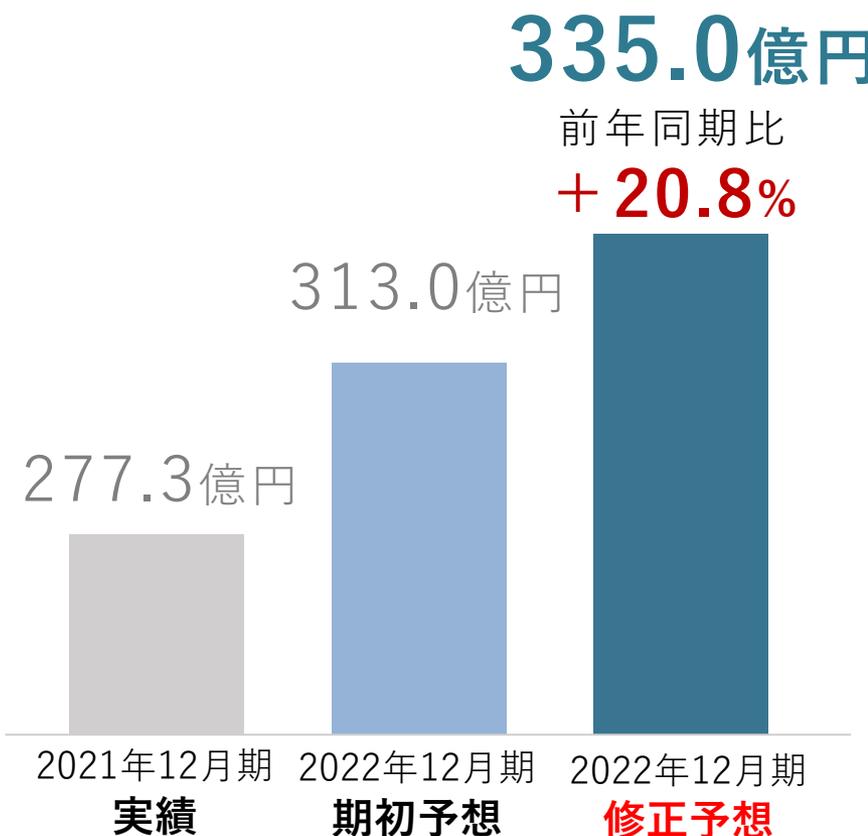


業績予想の修正

主力ブランド及び育成ブランドの伸長により売上高・営業利益は好調に推移。下期に控える追加的プロモーション等による売上の上振れ等を考慮し、通期業績予想を上方修正。

連結売上高

営業利益・営業利益率



※前年度の実績につき、新収益認識基準を遡及適用したと仮定した数値（非監査）を表示しております。 19

BOTANIST



目次

1. 連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. さらなる成長に向けて
4. 通期連結業績予想の上方修正
5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA
BEAUTY is simple



会社概要

INE

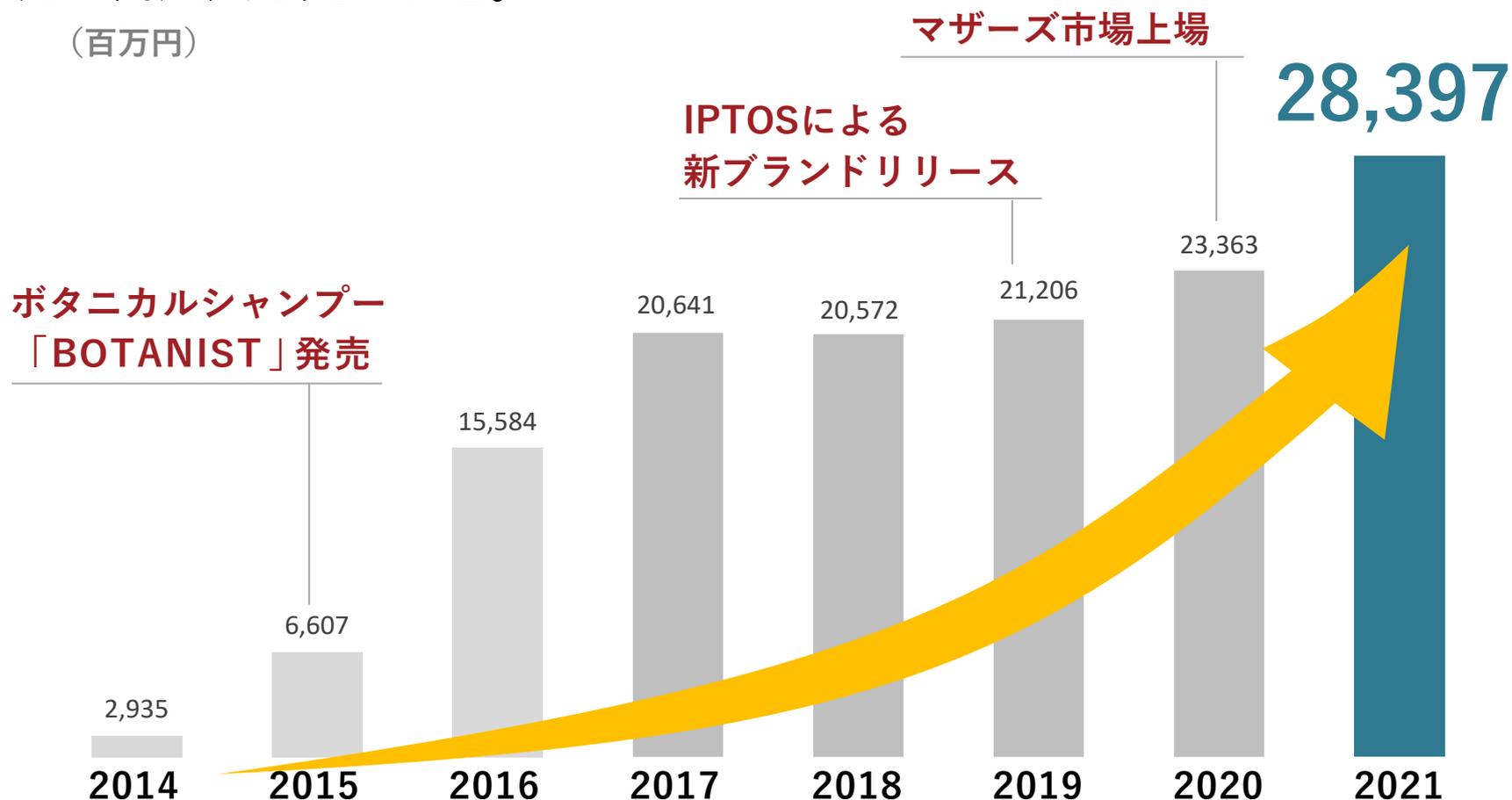
会社名	株式会社 I - n e (証券コード：4933)
設立	2007年3月
資本金	32億9,181万円
所在地	大阪府大阪市北区 中之島六丁目1番21号
従業員数	286名 (2022年3月時点、臨時雇用者除く)
代表者	代表取締役社長 大西 洋平
子会社	国内1社、海外1社 (2022年3月時点)



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。引続き主力ブランドの堅調な進捗、また育成ブランドも大幅に伸長し、売上高成長を更に加速。

(百万円)

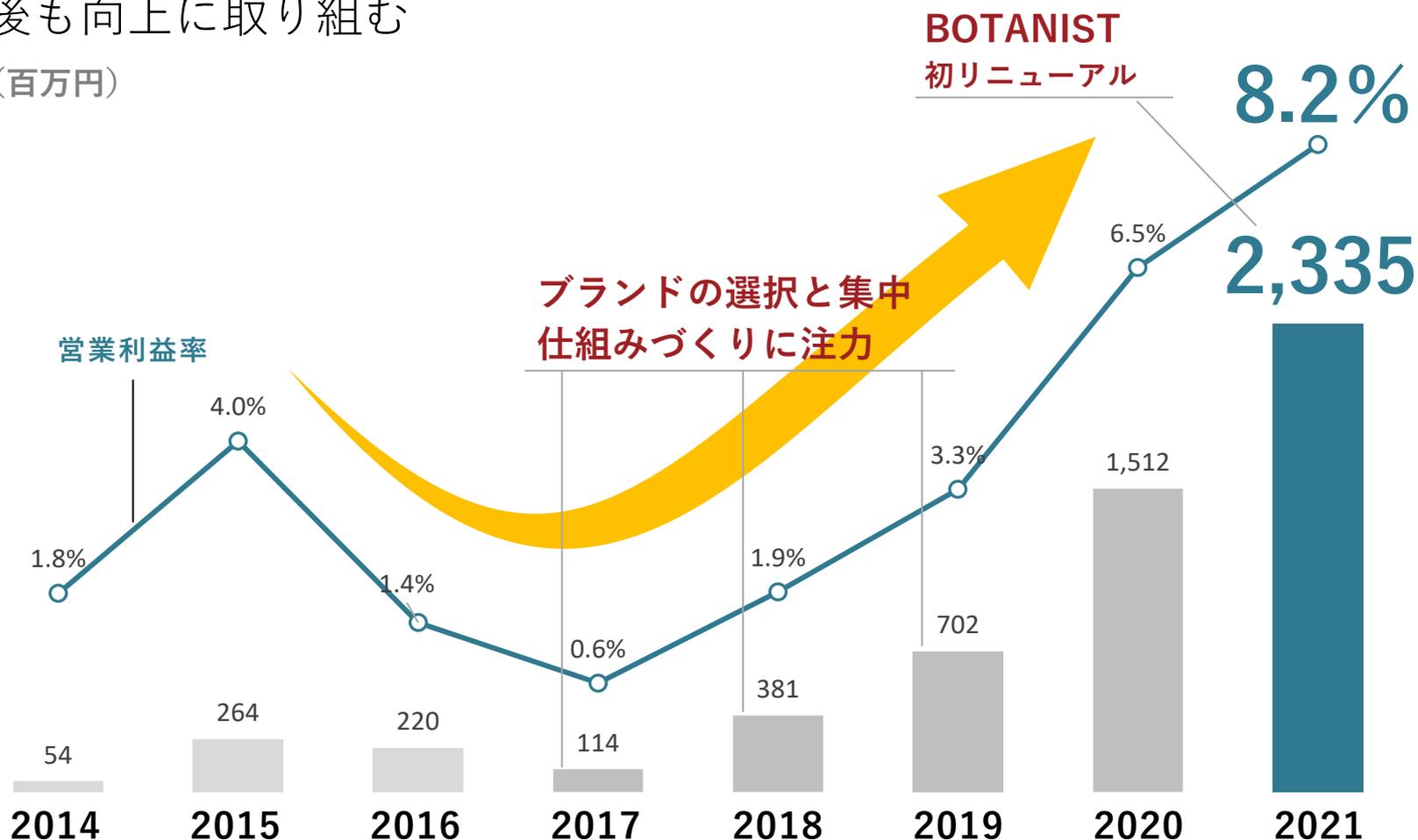


注：・2014/12-2016/12期は単体数値、2017/12-2021/12は連結数字を使用
・2014/12-2017/12期は参考値（非監査情報）
・全て収益認識適用前数値。

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

(百万円)



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）
・全て収益認識適用前数値。

Beauty Tech Company

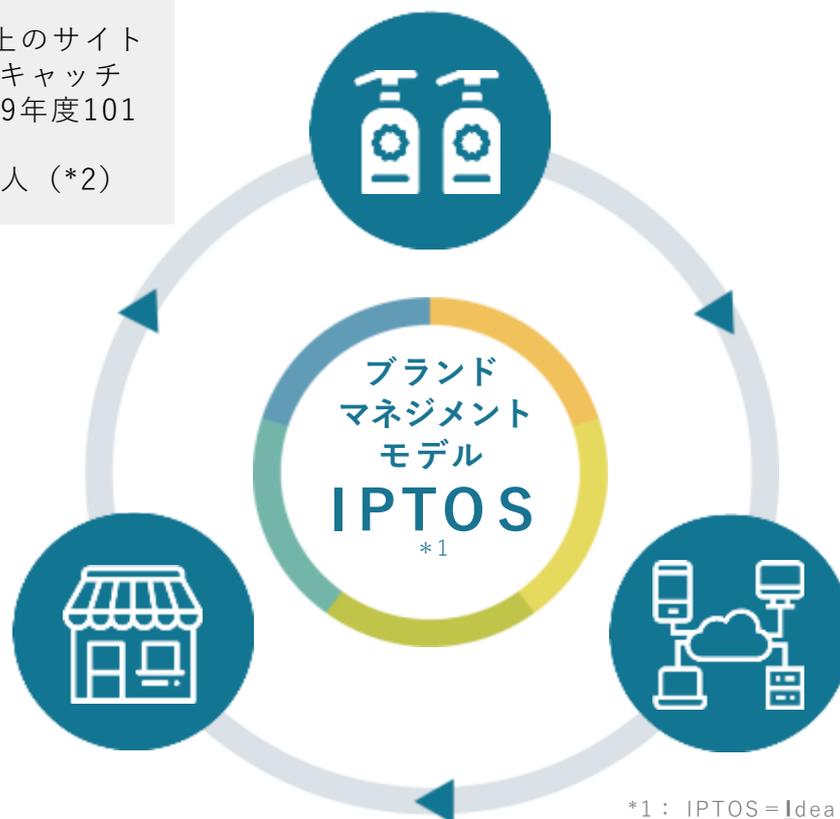
人の美に関わる全ての領域に対してテクノロジーを通して、必要なモノやサービスを提供。

ハイバリューブランドの企画開発

- AI活用で世界中の2,000万以上のサイトから情報収集して、トレンドキャッチ
- 自社システムで、OEM（2019年度101社と取引実施）と連携
- 世界観を創るインハウスクリエイター62人（*2）

OFFLINE 流通店舗網

国内6万店舗（*3）
海外14カ国（*3）
強靱なオフライン流通網があるから可能なOMO（*4）の流れを構築



D2Cプラットフォーム

- 3,400万人を超える基盤
自社サイト「&Habit」
ECモール
LINE・各SNS
- デジタルマーケッター71人（*2）

*1：IPTOS = Idea : Plan : Test : Online/Offline : Scaleの略称

*2：2021年12月時点。臨時雇用者含む

*3：2021年12月時点

*4：Online Merges with Offline

継続的なイノベーションを可能にする「IPTOS」

商品企画から販売スケールまでのフェーズを管理ステップ及びKPIを設けることでリスク小さく多くの挑戦ができています。



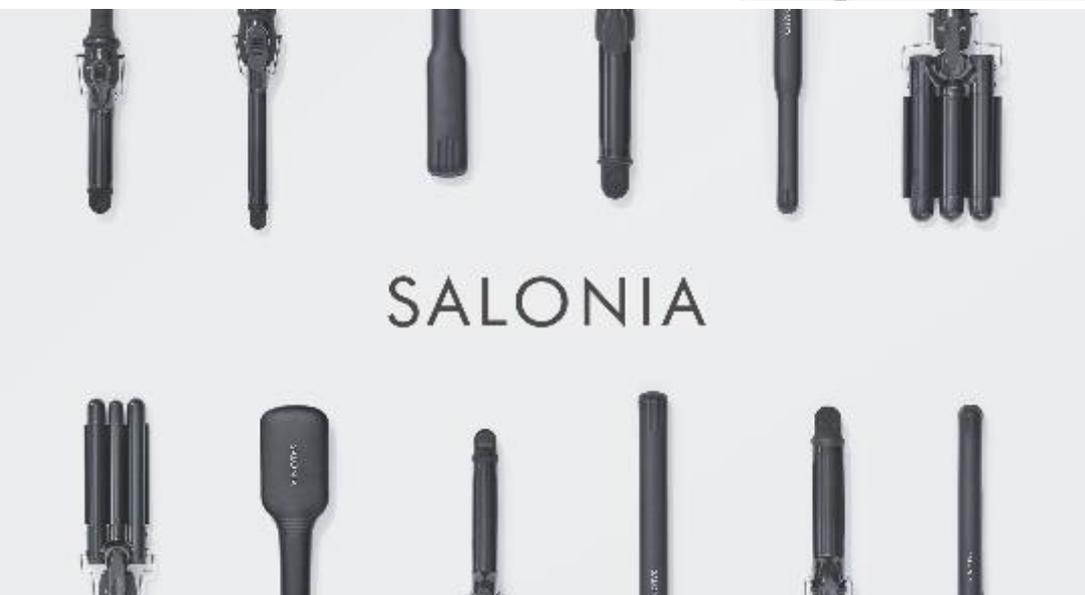
IPTOSの
メリット

- リスクの抑制
- ヒットの再現性の向上
- 需要予測精度

主カブランド：BOTANIST



主カブランド：SALONIA



育成ブランド

NICØLESS



DROAS



YOLU



バイオマスPET使用



FSC認証紙使用



- NOT 動物由来原料
- NOT 動物実験

ヴィーガン・PeTA認証

フラワーロス削減活動



moretreesを通じた森林保全活動



北海道美幌町BOTANISTの森



アウトレット・ファミリーセール実施による廃棄物削減

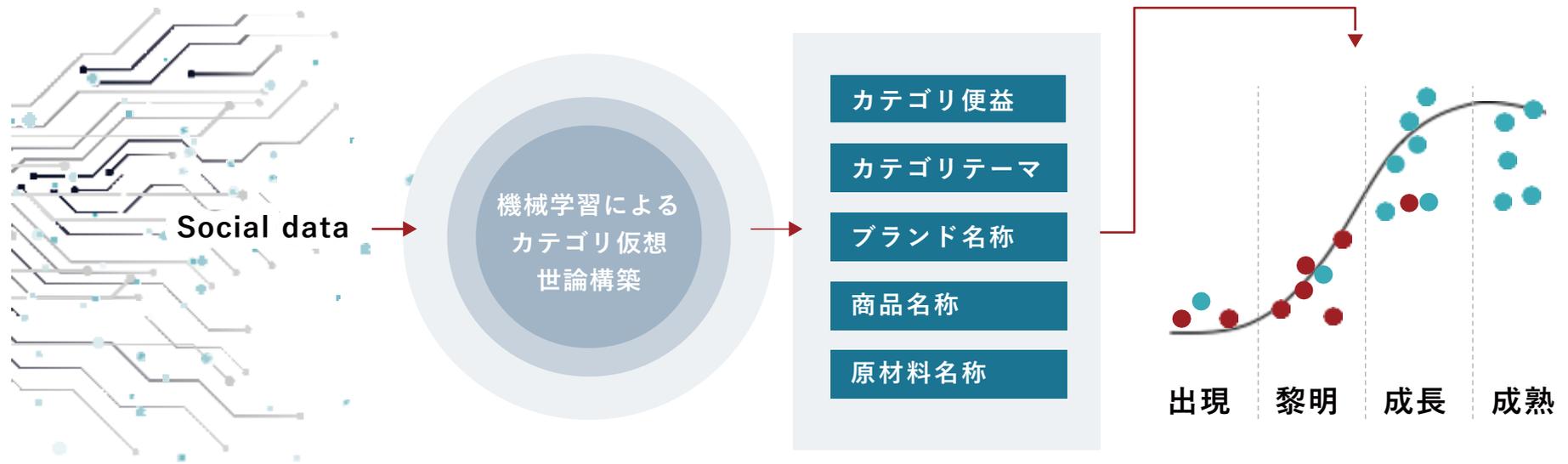
SDGs啓蒙活動
各種キャンペーン実施





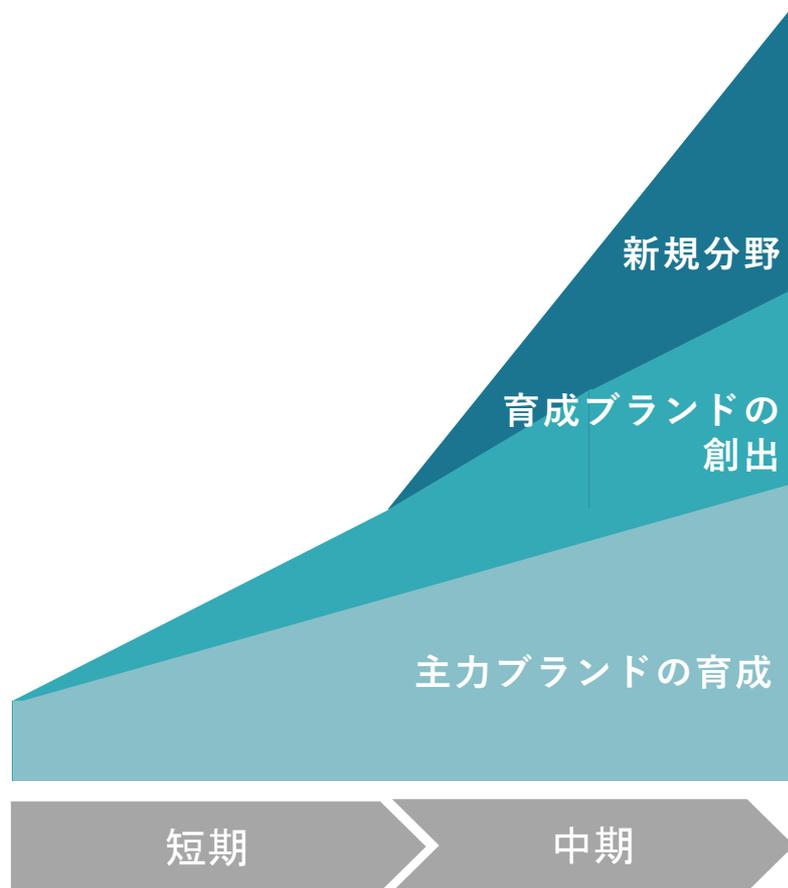
ハイバリューブランドの企画開発

AIインサイトスコープシステム「KIYOKO」により、海外情報を自動収集し、新しいトレンドの着想を得ることで、一歩先のブランド企画開発が可能となる。



今後の成長戦略

主力ブランドの拡大及び育成ブランド、新規領域で収益を拡大。
Beauty領域において、世界規模で技術革新をリードする存在を目指す。



新規分野 M&A アライアンス

- ブランドM&Aの推進
- サステナブル関連の新規事業

育成ブランドの創出

- 育成ブランド
NICOLESS、DROAS、YOLU …
- P2Cブランド (*1)

主力ブランドの グローバルブランド化

- BOTANIST
既存の育成、新カテゴリ進出、中国展開
- SALONIA
美容家電ブランドへ発展、中国展開

ディスクレマー

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、過去又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。