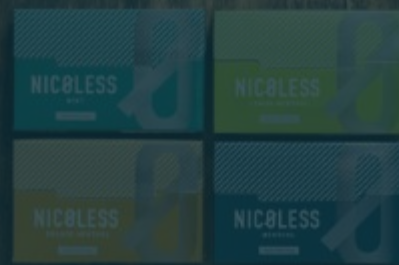


BOTANIST



# 2022年12月期第3四半期 決算説明資料

2022年11月11日



YOLU



INE

SALONIA

BEAUTY is simple



BOTANIST



目次

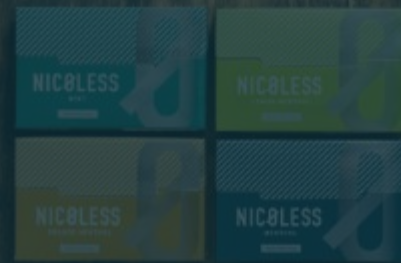
1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. 通期連結業績予想の上方修正

4. 株主還元

5. Appendix



YOLU



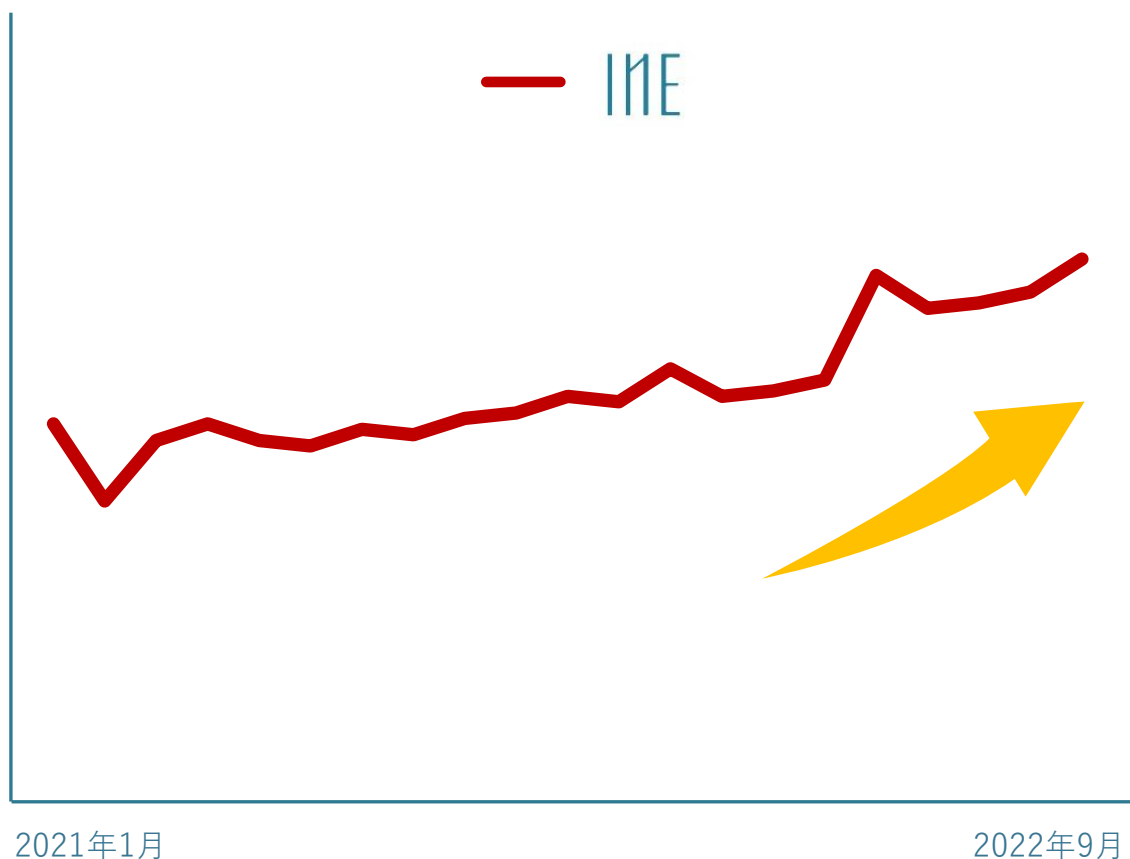
INE

SALONIA

BEAUTY is simple



## 今期のトピックス



シェア2位

**10.8%**

(2022年9月単月)

ヘアケア市場  
メーカーシェア  
で2位を獲得！

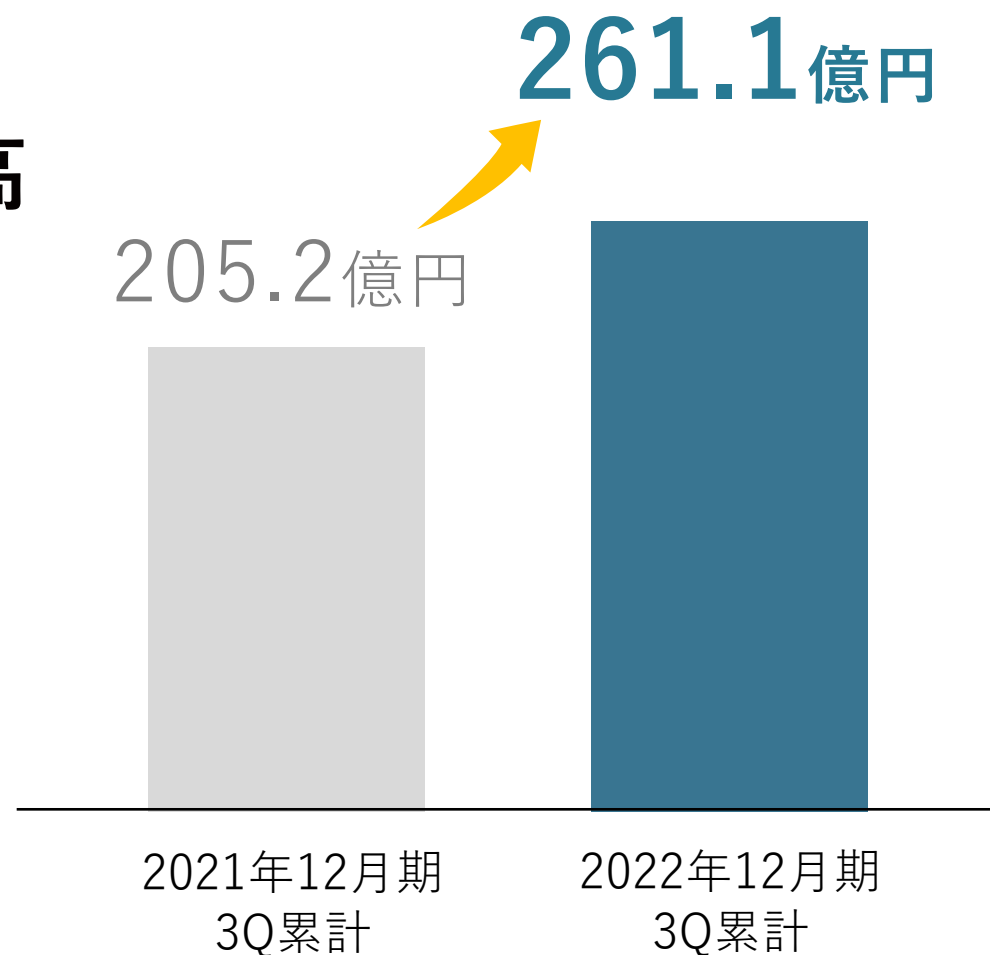
\*ドラッグストア市場におけるシャンプー・リンスカテゴリー販売金額より当社作成

## 連結業績ハイライト：売上高

3Q累計 連結売上高  
前年同期比

**+27.2%**

55.9億円増加と  
上場来2期連続  
過去最高を更新

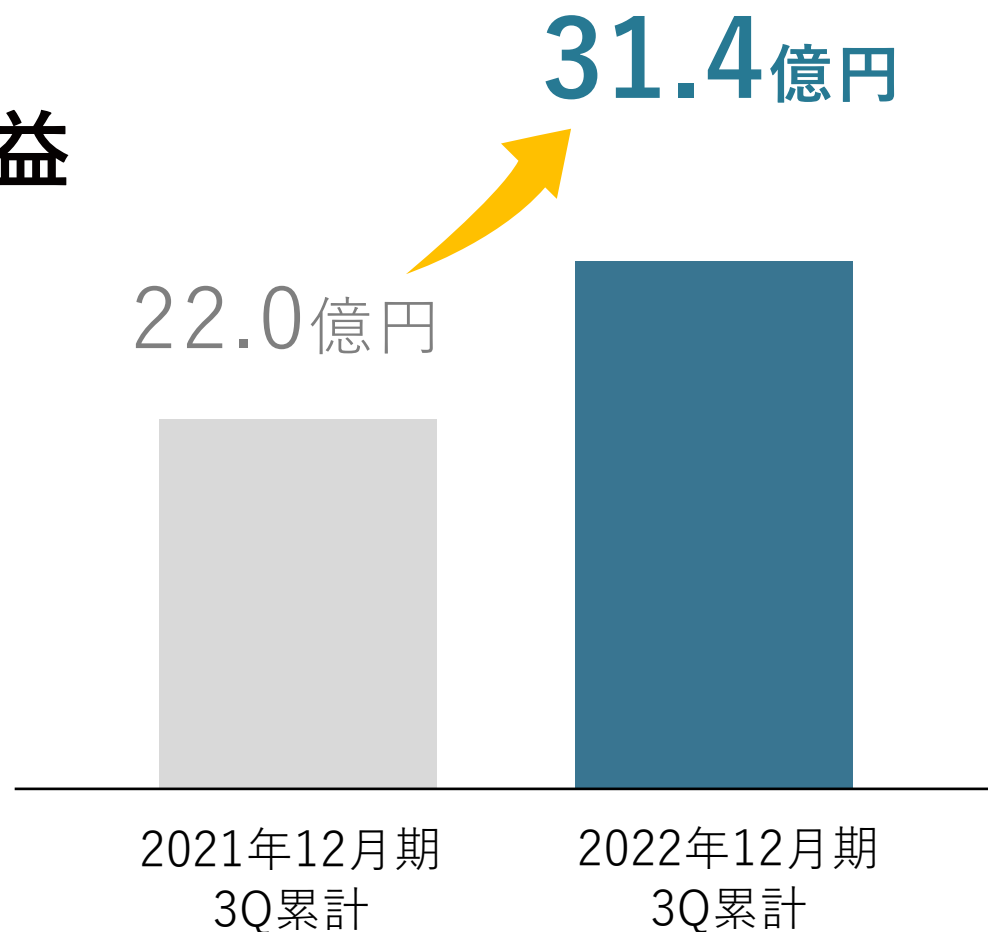


## 3Q累計 連結営業利益

前年同期比

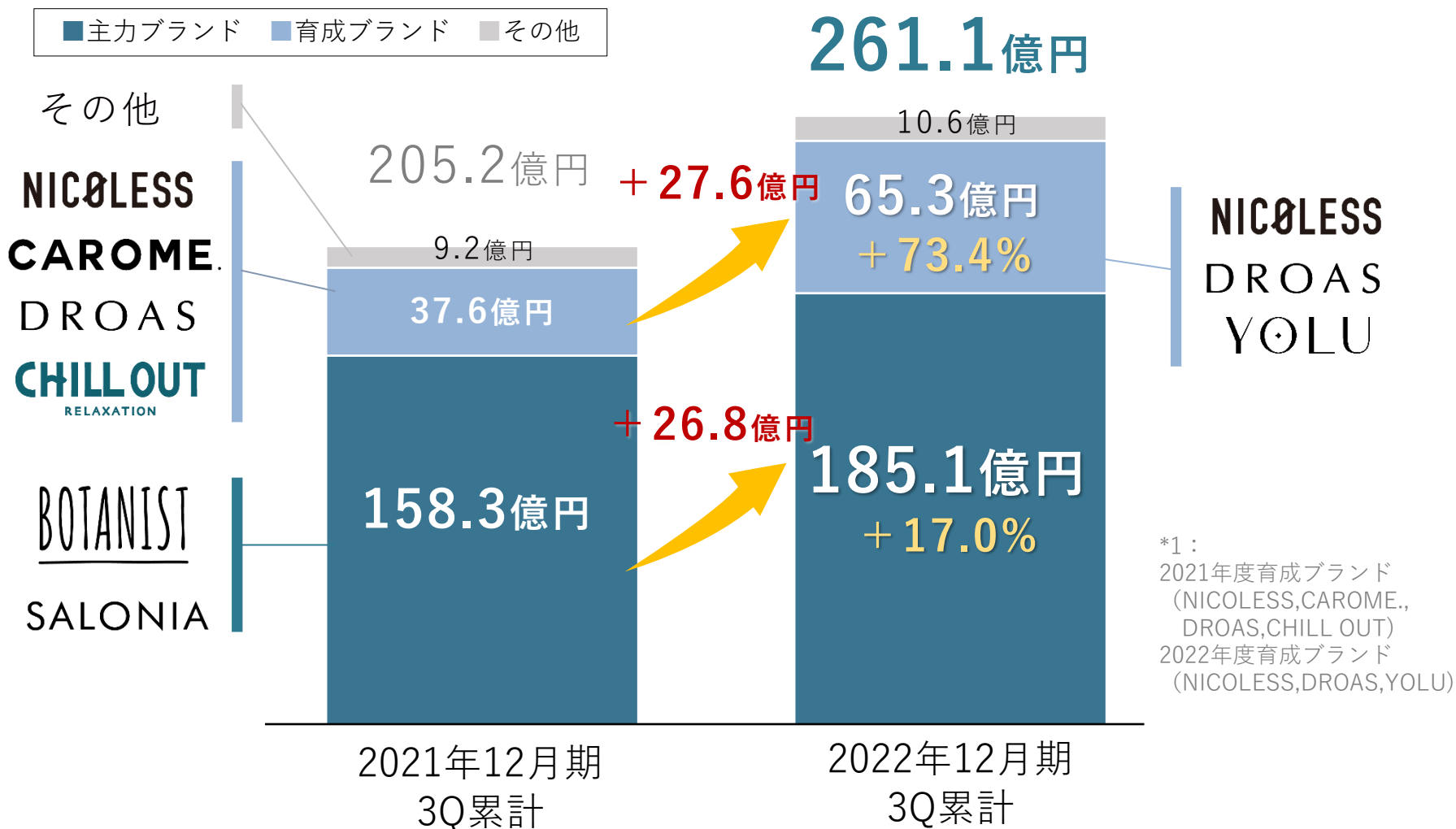
**+42.6%**

9.3億円増加と  
上場来2期連続  
過去最高を更新



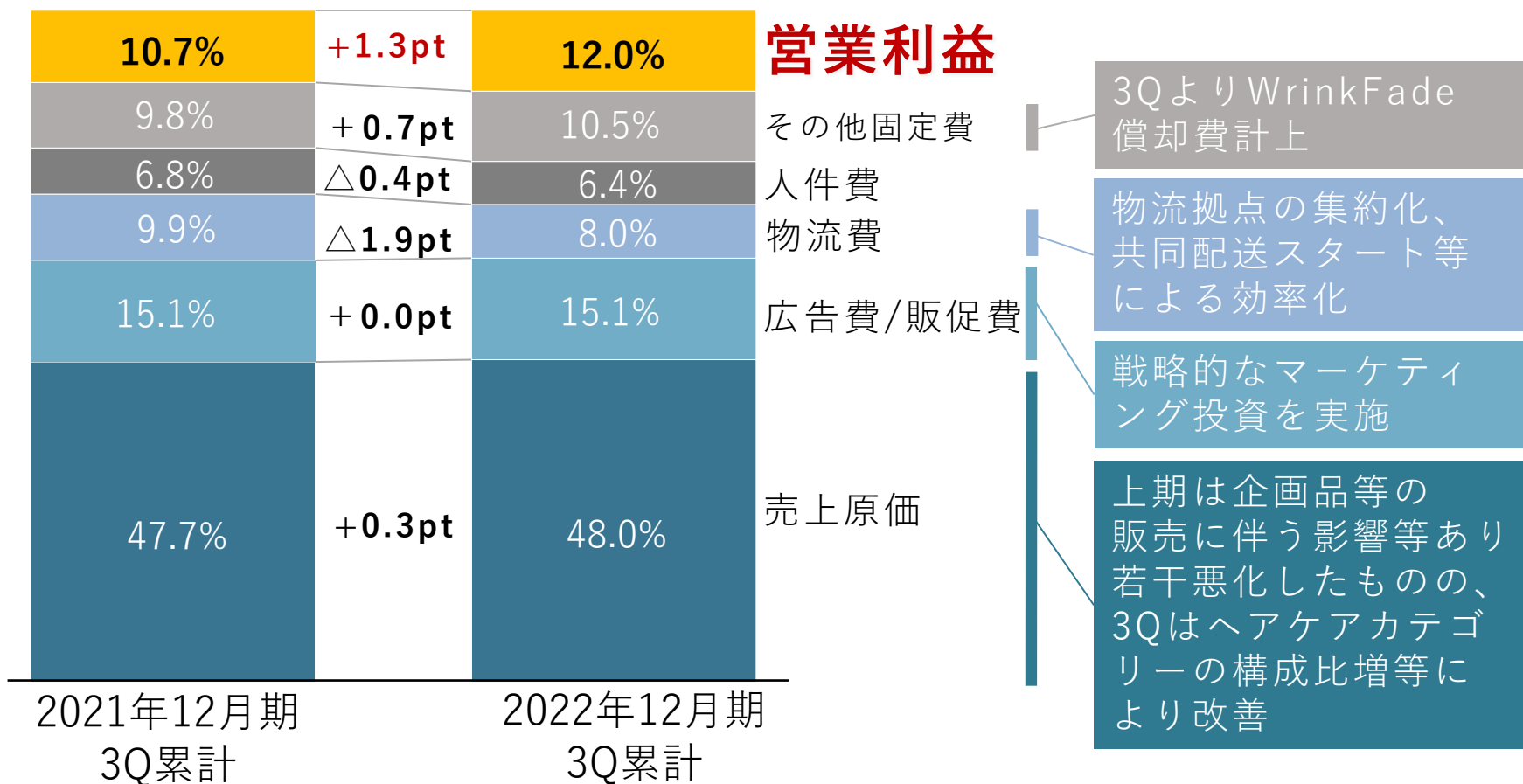
## 連結業績ハイライト：ブランド別売上高

主力ブランドが**+17.0%**、育成ブランドが**+73.4%(\*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**+1.3pt**の12.0%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  
コントロールを実行し、特に物流費改善が営業利益率の向上に寄与。



BOTANIST



目次

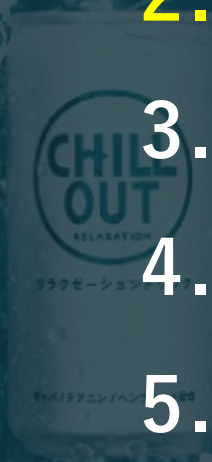
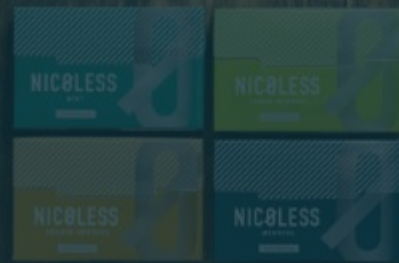
1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. 通期連結業績予想の上方修正

4. 株主還元

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。



※1：1,000円以上の価格帯を高価格帯シャンプーと定義

※2：1,000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

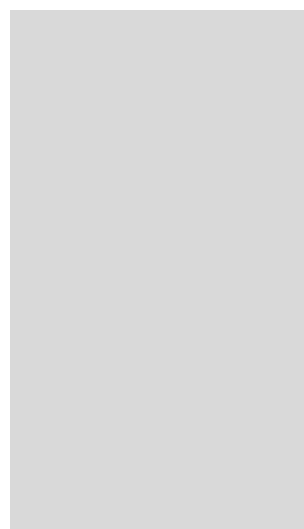
新商品 Rooth、泡タイプのボディソープが順調に配荷店を拡大、好調に推移し、前年同期比**+12.9%**と大幅に伸長。

2022年3Q累計売上高

**114.4億円**

前年同期比 **+12.9%**

101.3億円



2021年12月期

2022年12月期

## トピックス

- 8月発売 Roothが好調。
  - 配荷店舗 17,000店舗。
  - 狙ったターゲット（40～50代）を順調に獲得。
- 9月発売 ボタニカルフォーミングボディソープが好調。
  - 配荷店舗 14,000店舗。
  - 既存の液体タイプとの競合は少なく泡タイプのユーザーを順調に獲得。



# SALONIA

ヘアアイロン売上シェア  
**No.1**<sup>※1</sup>  
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

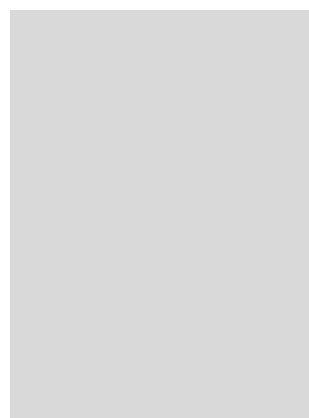
主力商品（ヘアアイロン、ヘアドライヤー）の好調継続、及び高価格帯アイテムの成長により、前年同期比**+24.1%**と大幅に伸長。

## 2022年3Q累計売上高

70.7億円

前年同期比 **+24.1%**

56.9億円



2021年12月期

2022年12月期

## トピックス

- 7月開催のAmazonプライムデーは前年開催時より3.6倍と好調。
- 高価格帯アイテムも引続き好調。
- EMSリフトブラシがグッドデザイン賞（主催：公益財団法人日本デザイン振興会）を受賞。



- 10月～公式オンラインストア、ECモールにて順次発売
- 27,500円(税込)

## 育成ブランド

YOLUのプロモーション強化による既存品の好調継続、及び新商品ジェルヘアマスクが好調に推移し、前年同期比**+73.4%**と伸長。(\*1)

2022年3Q累計 売上高

65.3億円

前年同期比**+73.4%**

37.6億円

CAROME  
NICOLESS  
CHILL OUT  
RELAXATION  
DROAS

2021年12月期

YOLU  
NICOLESS  
DROAS

2022年12月期

## YOLU

### トピックス

- ▶ 8月「あなたはどっち？キャンペーン」を展開 → 認知度向上に寄与
- ▶ 9月発売 ジェルヘアマスクが好調。
  - －配荷店舗 18,000店舗。 (\*2)
  - －ジェルという新剤形と、たった10秒でスペシャルケアできる点が好評。



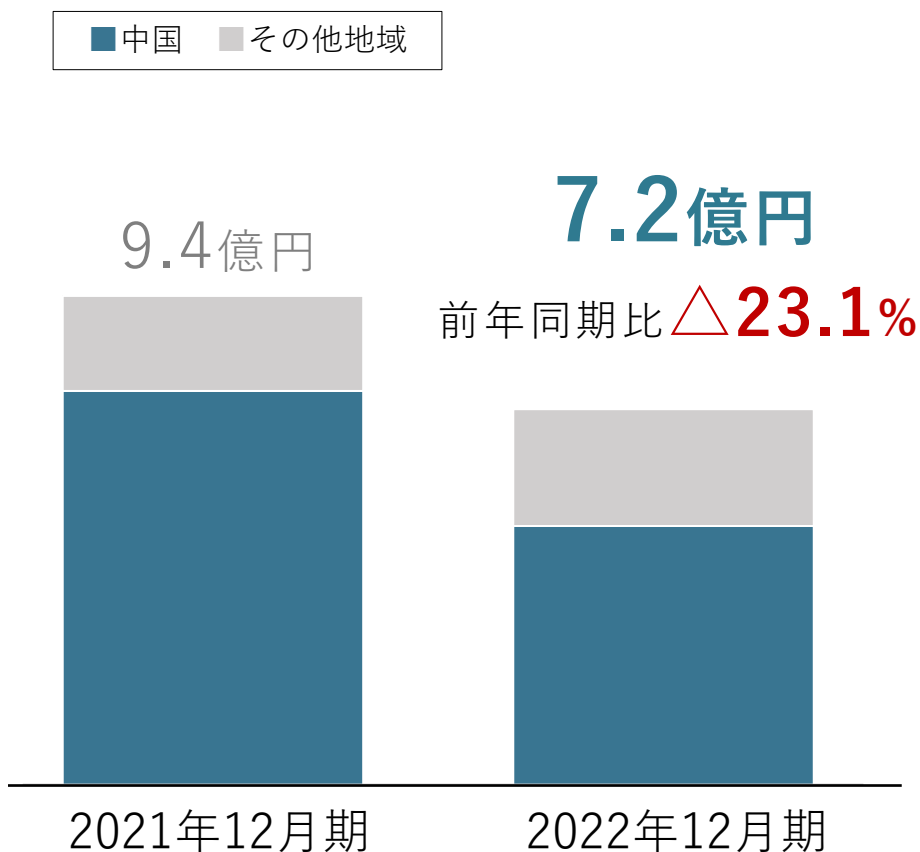
\*1：2021年度育成ブランド（DROAS,NICOLESS,CHILL OUT,CAROME.）  
2022年度育成ブランド（DROAS,NICOLESS,YOLU）

\*2：髪に馴染ませる時間の目安

## グローバル

その他地域は増収したものの、上期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、前年同期比 $\Delta 23.1\%$ と減収。

### 2022年3Q累計売上高



### トピックス

- 7月発売の「茶川」が WATSONS HWB AWARDSを受賞。



- 台湾は主力企業の配荷店舗増、及び認知拡大等により前年同期を上回る。



# FOR A SUSTAINABLE FUTURE

当社ミッションの実現に向け、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

### YOLU キャンドルナイトを開催



- 毎年7月7日は、地球環境について考える「クールアース・デー」と制定されている。
- YOLUも特設サイトを設け、電気を消して満点の星空を楽しめる疑似体験ができるコンテンツや、リラックスしたい夜におすすめの夜間美容法を紹介。

### ROOTH サステナブルボトル



- 新商品のROOTHのパッケージには石油由来原料の使用量を削減するため、植物由来のバイオマスPETやリサイクルPET、FSC認証紙を使用。
- この取組みにより、年間約1tの石油由来原料の削減を見込む。

BOTANIST



## 目次

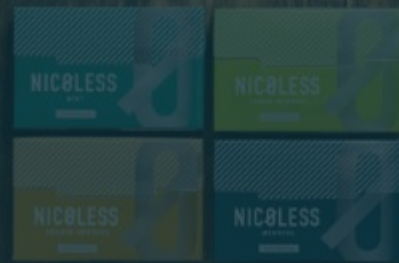
1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. 通期連結業績予想の上方修正

4. 株主還元

5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA

BEAUTY is simple





## 業績予想の上方修正

直近の業績動向等を踏まえ、通期の業績予想を上方修正。  
4Qは来期以降のトップライン成長を確実なものとするため、  
戦略的なマーケティング投資を先行実施。

(単位：百万円)	2022年12月期 通期				
	前期実績	前回発表予想	修正予想	増減額	増減率
売上高	27,732	33,500	<b>35,000</b> 〔前期比：+26.2%〕	+1,500	+4.5%
営業利益	2,335	3,000	<b>3,200</b> 〔前期比：+37.0%〕	+200	+6.7%
営業利益率	8.4%	9.0%	<b>9.1%</b> 〔前期比：0.7 pt〕	—	+0.1pt

## 戦略的なマーケティング投資

主力・育成ブランド、及びWrinkFadeを中心に積極的なマーケティング投資を実施し、さらなるトップライン拡大を図る。

# BOTANIST



# SALONIA



# YOLU



WrinkFade

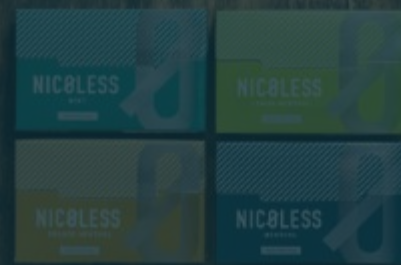


BOTANIST



## 目次

1. 連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. 通期連結業績予想の上方修正
4. 株主還元
5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA

BEAUTY is simple



## 株主還元

- 株式の流動性を高めることにより、一層投資しやすい環境を整えることを目的とし、株式分割を実施。

株式分割の内容	
方法	普通株式1株につき、2株の割合をもって分割
日程	基準公告日：2022年11月11日（金） 基準日：2022年11月30日（水） 効力発生日：2022年12月1日（木）
株式数	発行済株式総数 （分割前）8,741,120株 （分割後）17,482,240株 発行可能株式総数 （分割後）52,800,000株

BOTANIST



目次

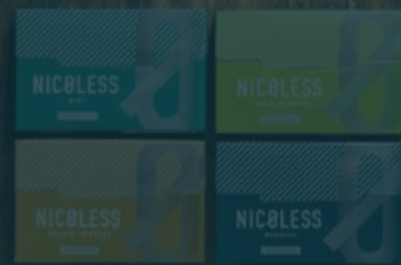
1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. 通期連結業績予想の上方修正

4. 株主還元

5. Appendix



YOLU



INE

SALONIA

BEAUTY is simple



## 会社概要

# INE

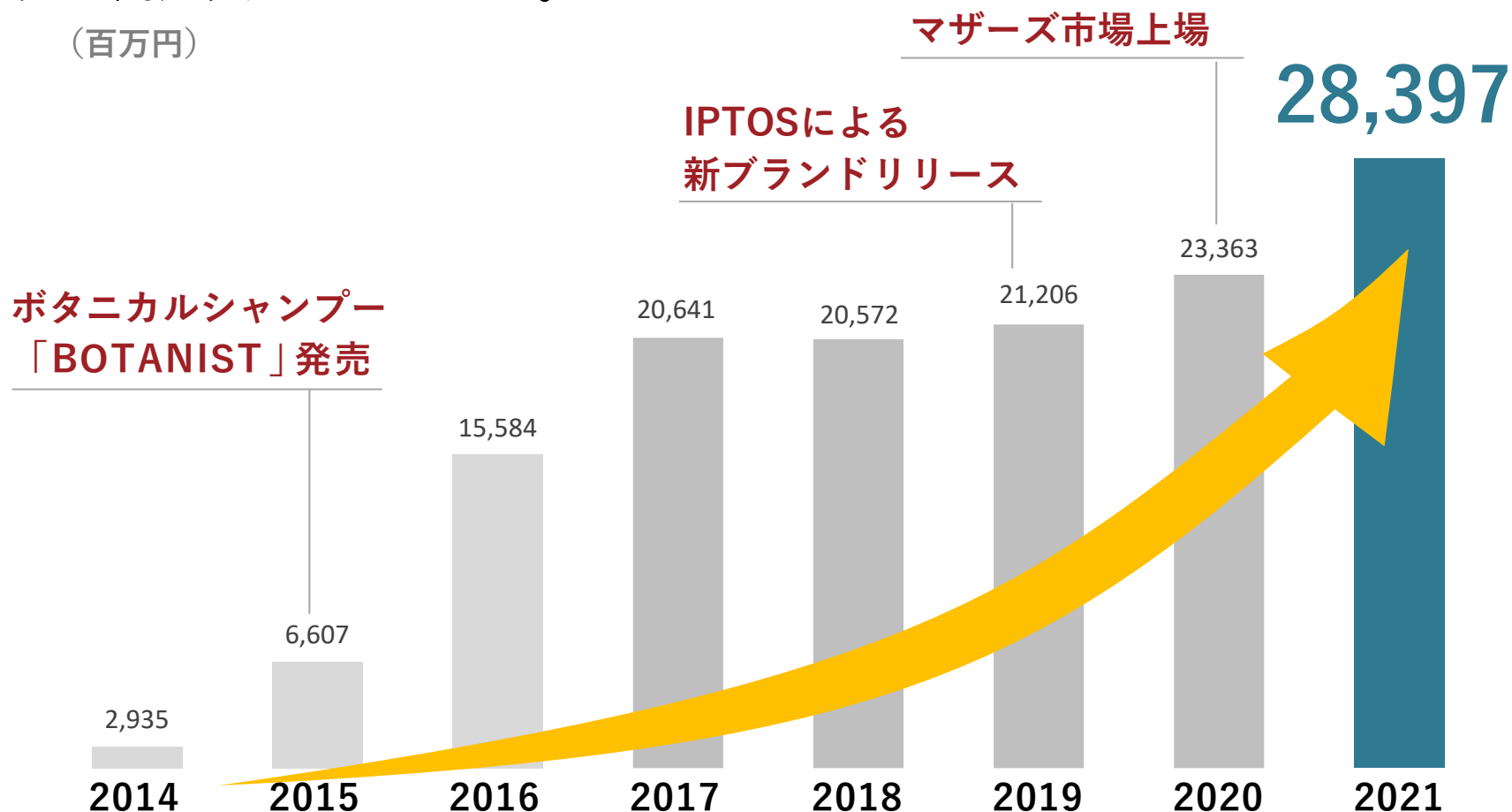
会社名	株式会社 I - n e (証券コード：4933)
設立	2007年3月
資本金	32億9,181万円
所在地	大阪府大阪市北区 中之島六丁目1番21号
従業員数	284名 (2022年9月時点、臨時雇用者除く)
代表者	代表取締役社長 大西 洋平
子会社	国内1社、海外1社 (2022年9月時点)



## 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、売上高成長をさらに加速。

(百万円)

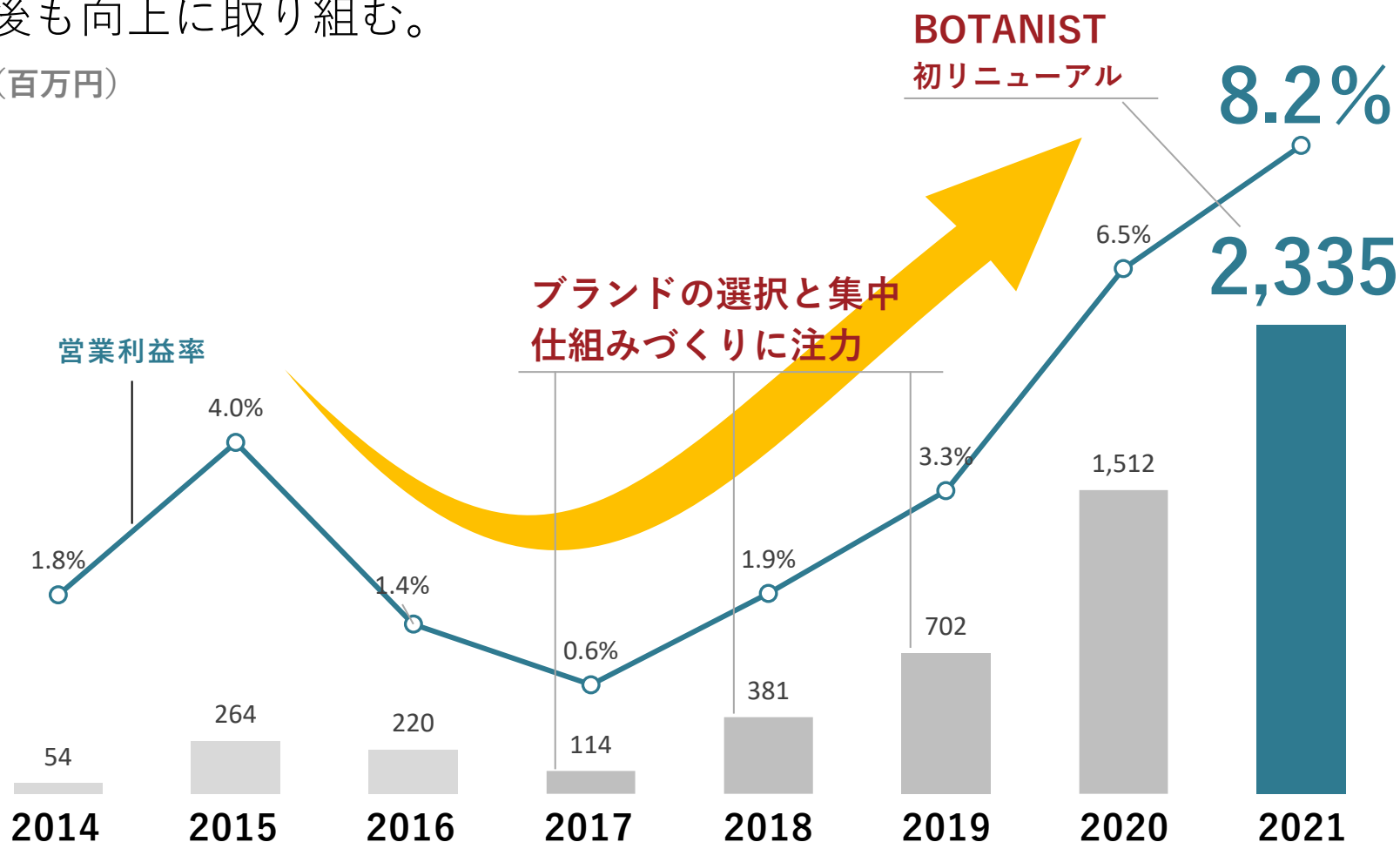


注：・2014/12-2016/12期は単体数値、2017/12-2021/12は連結数字を使用  
・2014/12-2017/12期は参考値（非監査情報）  
・全て収益認識適用前数値。

## 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

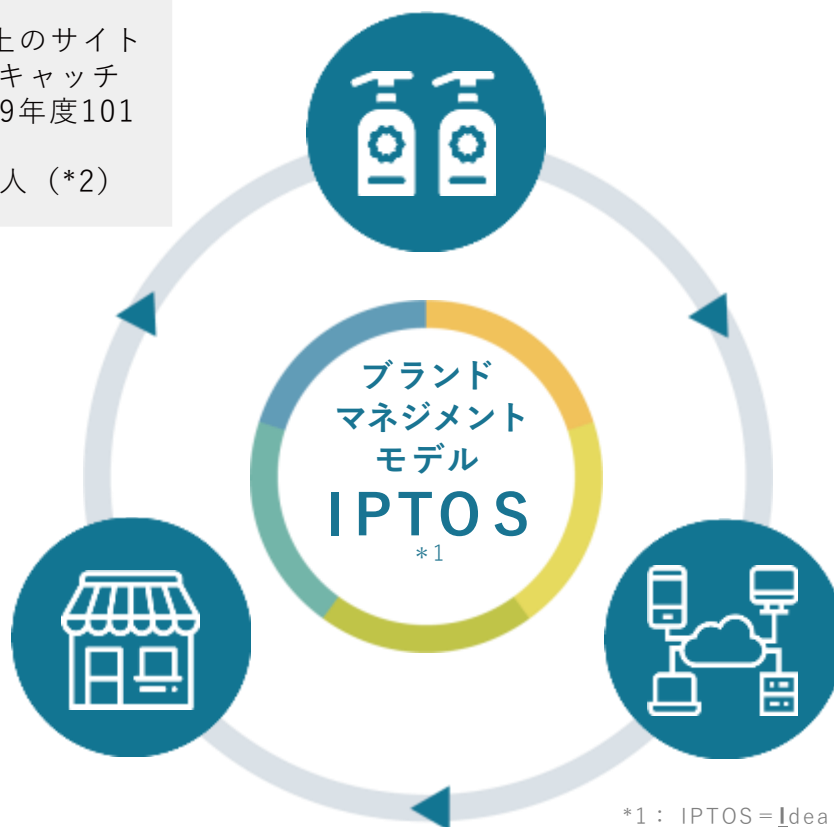
人の美に関わる全ての領域に対してテクノロジーを通して、必要なモノやサービスを提供。

### 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）  
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



～女性と地球にスマイルを～  
CosmeBank  
プロジェクト

コスメバンクプロジェクト参画



北海道美幌町BOTANISTの森

フラワーロス削減活動



moretreesを通じた森林保全活動



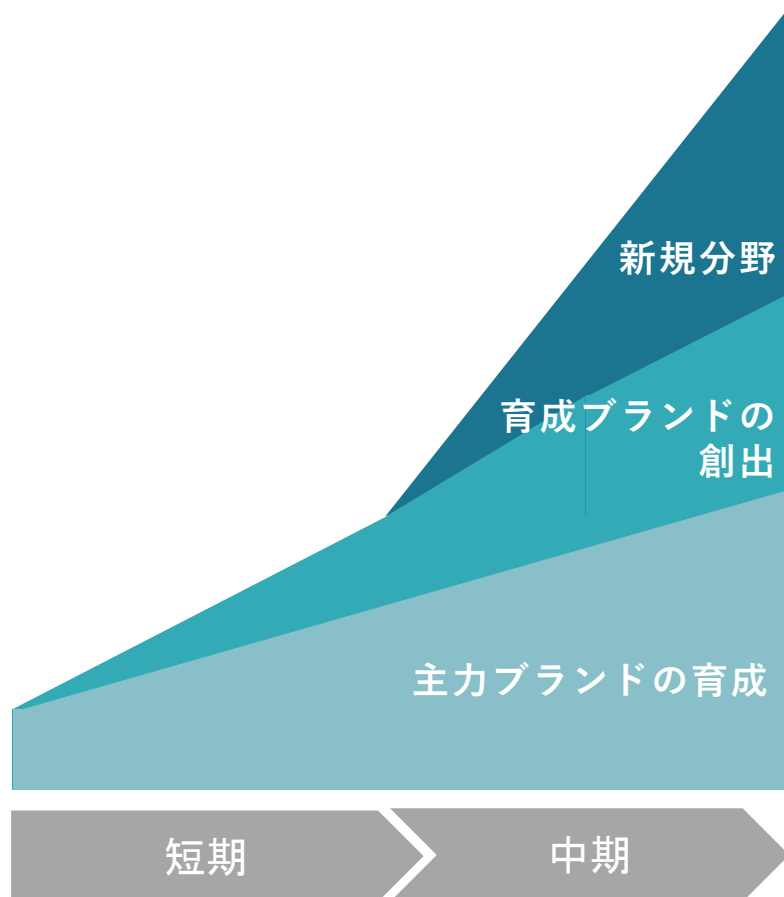
SDGs啓蒙活動  
各種キャンペーン実施



アウトレット・ファミリーセール実施による廃棄物削減

## 今後の成長戦略

主カ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 …

### 主カブランドの 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。