

BOTANIST



2022年12月期 決算説明資料



2023年2月10日

SALONIA
BEAUTY is simple

INE

YOLU



BOTANIST

目次

1. 2022年12月期連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. 2023年12月期連結業績予想

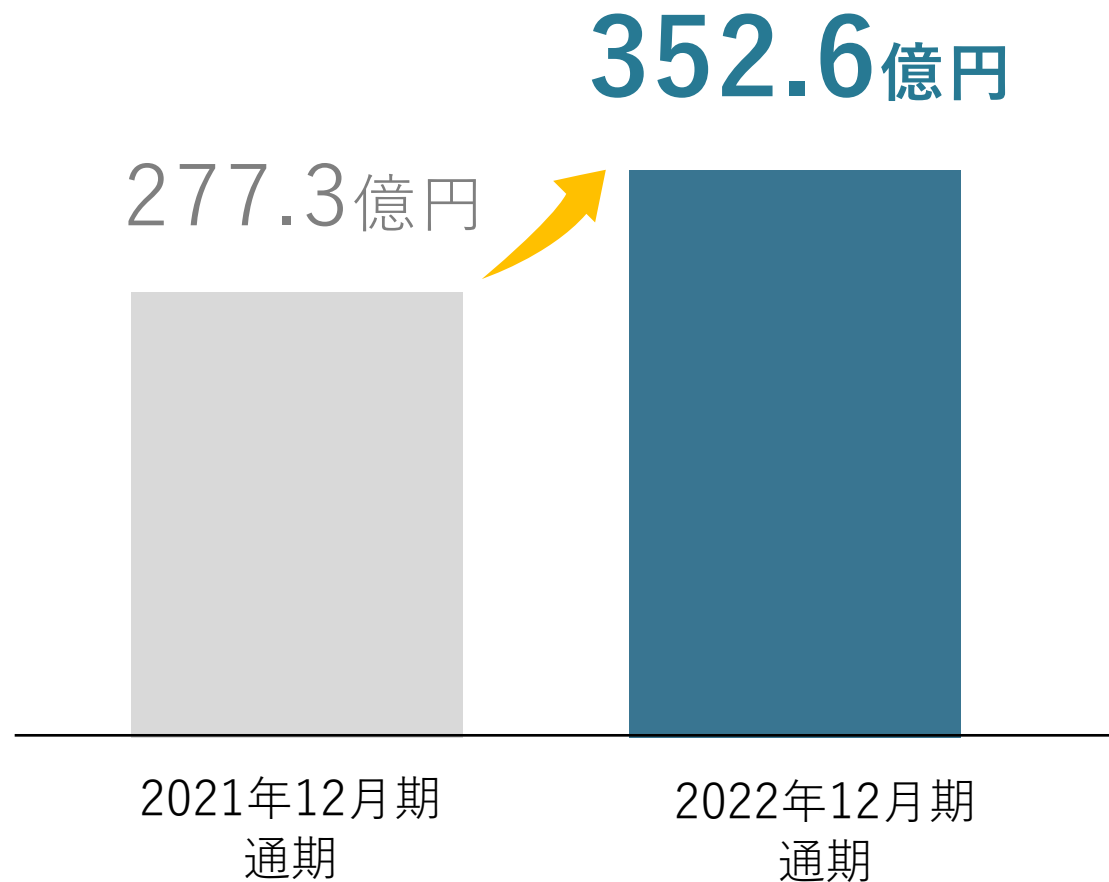
4. Appendix



通期 連結売上高
前期比

+27.2%

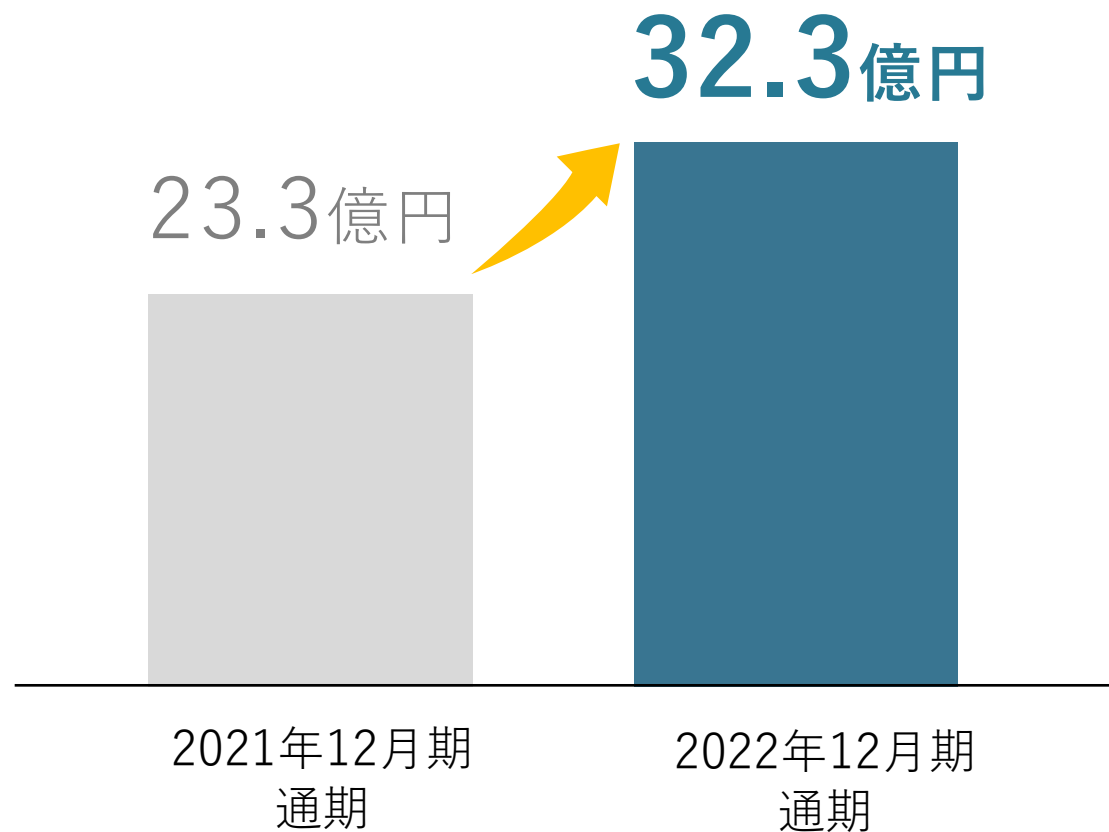
75.3億円増加と
上場来3期連続
過去最高を更新



通期 連結営業利益
前期比

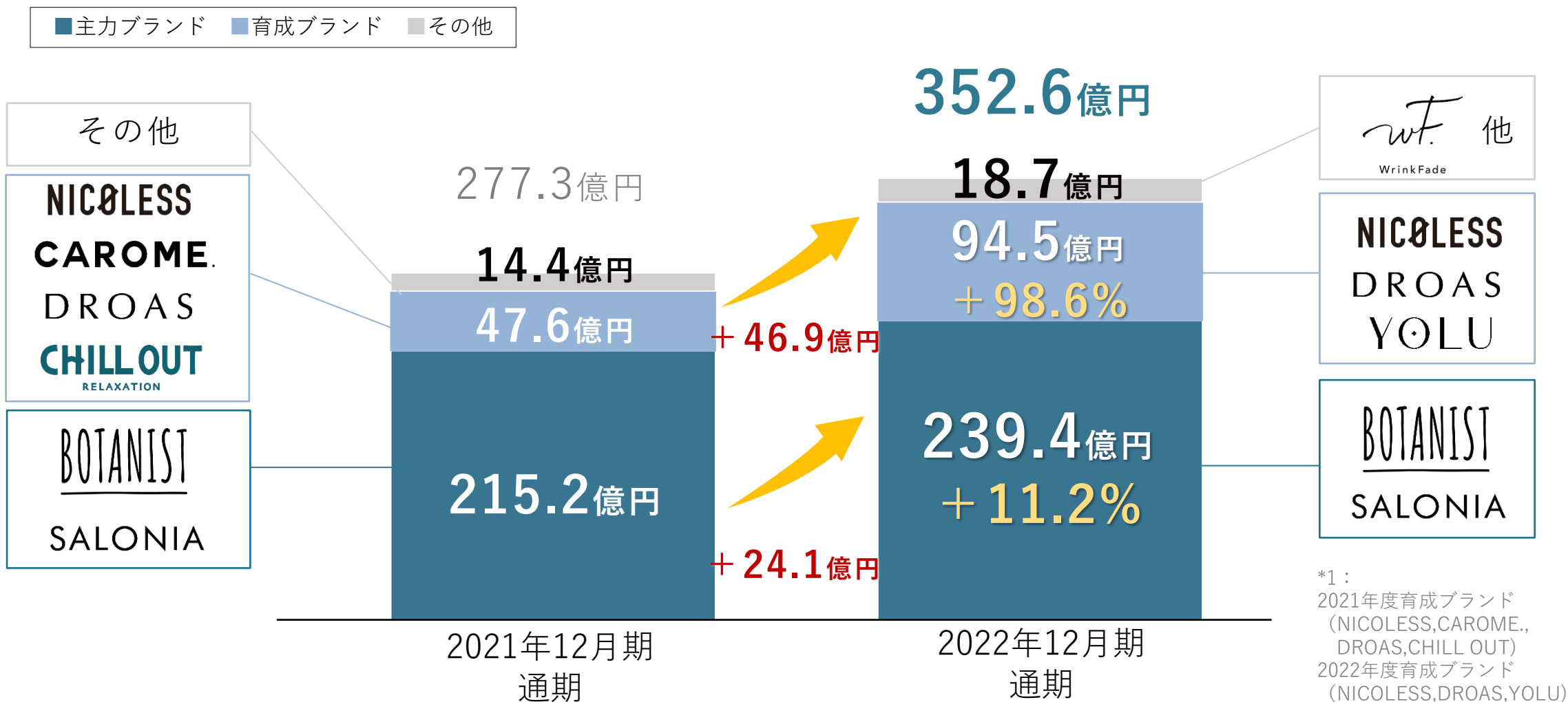
+ 38.5%

9.0億円増加と
上場来3期連続
過去最高を更新



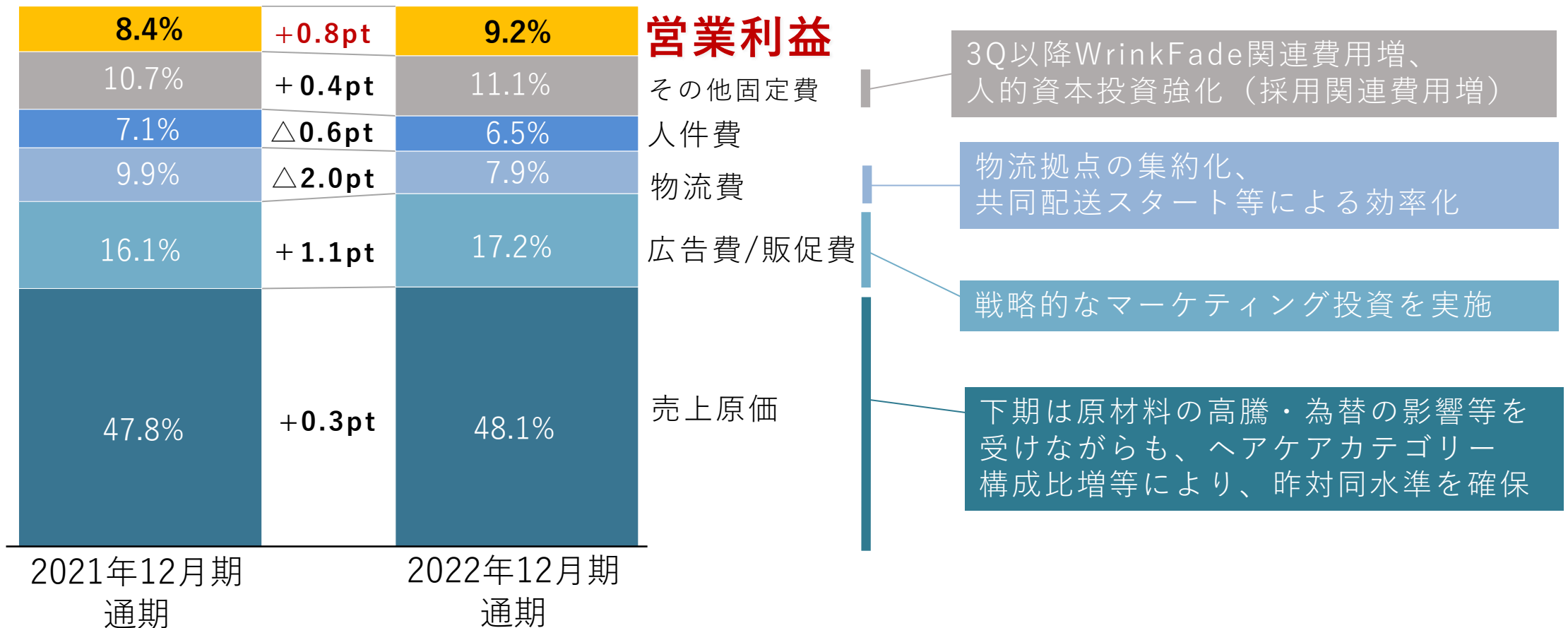
連結業績ハイライト：ブランド別売上高

主力ブランドが**+11.2%**、育成ブランドが**+98.6%(*1)**と大幅に成長。4QよりWrinkFadeの業績取込み開始。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

営業利益率が前期比**+0.8pt**の9.2%と過去最高益を達成。原材料高騰や為替の影響等受けながらも、商品ミックス改善等で昨対同水準を確保。売上高増に伴う増収効果や、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. 2022年12月期連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. 2023年12月期連結業績予想

4. Appendix



BOTANIST

植物と共に生きる



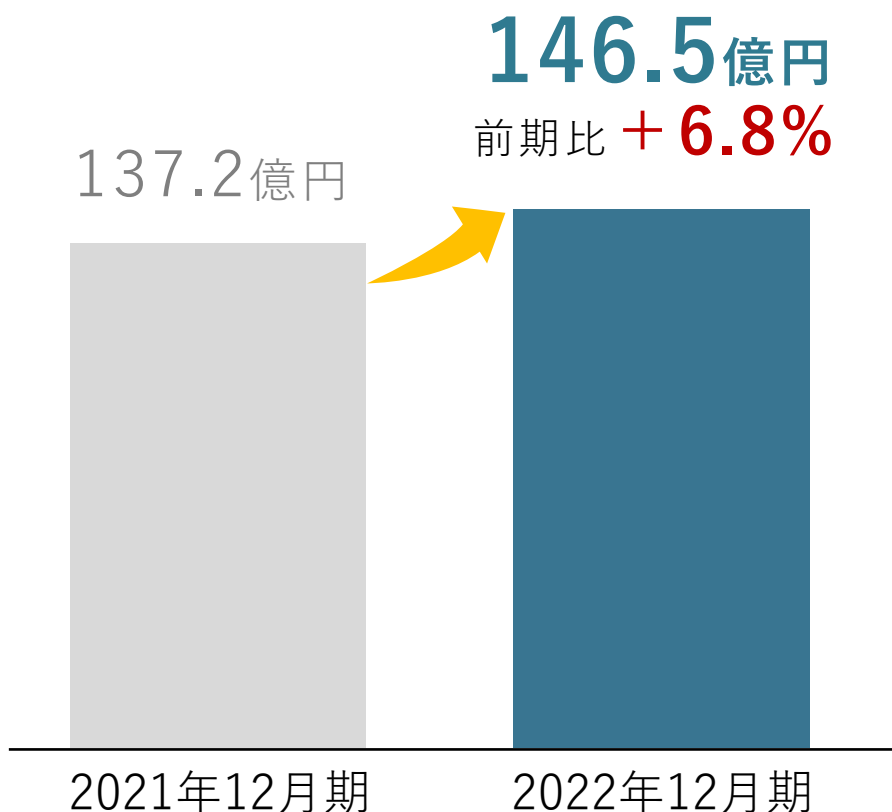
ボタニカル
シャンプー・トリートメント
使用感満足度
99%^{*}

※楽天&habitでBOTANISTシャンプー・トリートメント購入者に対するWebアンケート。男女20代～60代(n=219)のうち、「非常に満足」「かなり満足」「やや満足」と回答した割合。2022年8月実施(自社調べ)

BOTANIST

4Qは春限定品の発売時期タイミングの後ろ倒し等により一時的に減収となったが、通期では前期比+6.8%と大幅に伸長。

2022年通期 売上高



トピックス

- 8月発売 Roothによるユーザー層の拡大。
- 9月発売 泡タイプのボディソープが好調。
- ブランディング活動を評価する「Japan Branding Awards 2022」において優れた取組みである「Winners」を受賞。事業成長とサステナブルな取組みの両立を実現。



詳細につきましてはこちらのリリースもご覧ください
▶ <https://i-ne.co.jp/news/61131/>



SALONIA



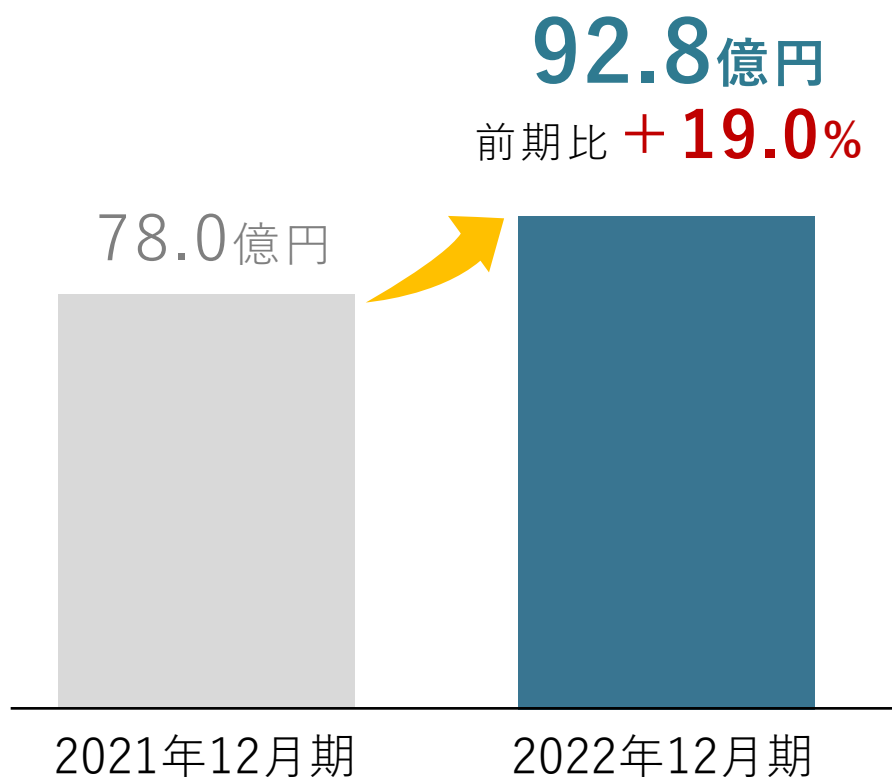
ヘアアイロン売上シェア
No.1
IN JAPAN

※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、前期比**+19.0%**と大幅に伸長。

2022年通期 売上高

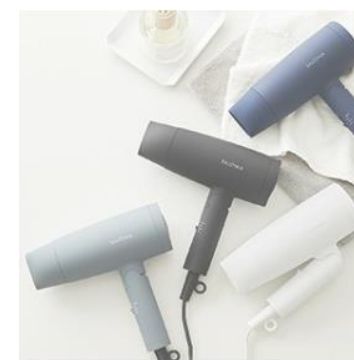


トピックス

- 「楽天年間ランキング2022 家電部門」にて1位、2位を独占。



1位：ヘアアイロン



2位：ヘアドライヤー

- 11月開催のAmazonブラックフライデーは前年開催時より2.7倍と好調。
- 10月発売 EMSリフトブラシが好調。



夜間美容シャンプー

YOLU



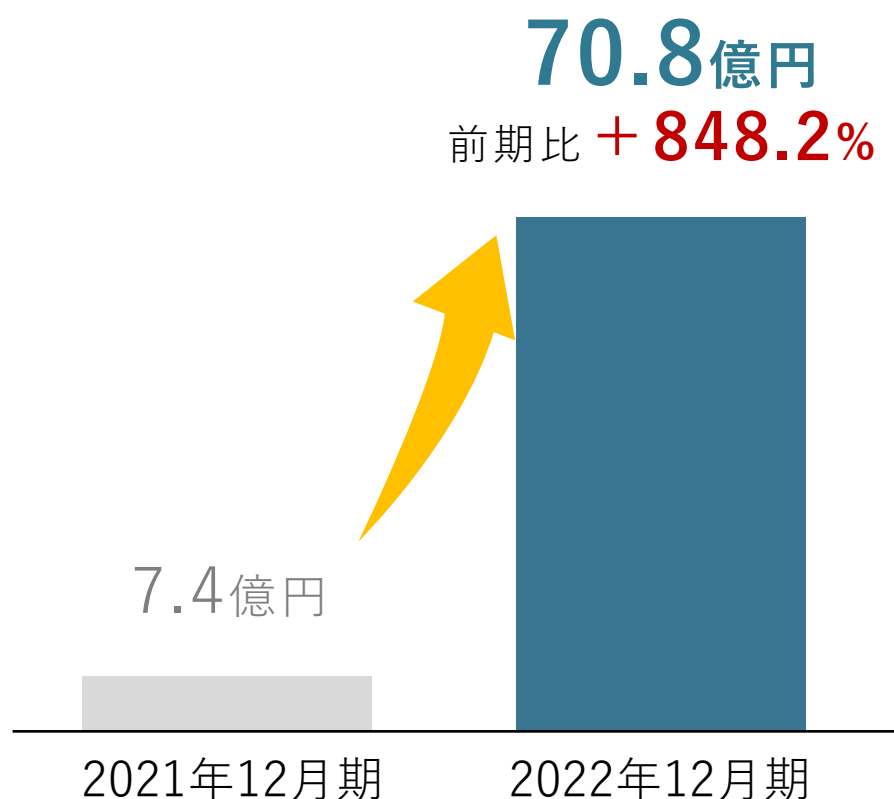
ブランド累計販売数
1000万本※

※YOLUシリーズ累計出荷実績 (2021年8月1日～2022年9月30日) 自社調べ

YOLU

主力商品（カームナイト、リラックスナイト）の好調継続、及びYOLU初となる春限定商品の発売等により、前期比**+848.2%**と大幅に伸長。

2022年通期 売上高



トピックス

- カームナイトリペアシャンプー・トリートメントがシリーズ別売上シェア国内1位を獲得 (*1)



*1：ドラッグストア市場のシャンプー・リンスカテゴリーにおける商品シリーズ別の2022年10月、11月、12月単月の販売金額において（自社調べ）

- 12月発売 春限定の「サクラナイトリペアシリーズ」が好調



- 日経トレンディ「2022年ヒット商品ベスト30」にて第19位に選出

グローバル

その他地域は増収したものの、中国のゼロコロナ政策による人流減少の影響等により、前期比△29.1%と減収。

2022年通期 売上高

■中国 ■その他地域（台湾・香港他）

12.3億円



2021年12月期

8.7億円

前期比△29.1%



2022年12月期

トピックス

- 中国は、10・11月のゼロコロナ政策で人流が減少。12月のゼロコロナ政策の解除により、急速な感染が拡大し、さらに人流が減少。
- 10月に抖音(Douyin)で実施したインフルエンサーによるショートムービーが奏功。



张凯毅
(ジャン・カイイ)

Douyinでのフォロワー数が1,478万人と、高い影響力を有するインフルエンサー



- 台湾は主力企業の配荷店舗増、及び認知拡大等により通期で過去最高の売上高を記録。

FOR A SUSTAINABLE FUTURE

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

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組みを実施。

国連グローバル・コンパクト(以下、UNCG)に署名

国際山岳デーに合わせた「BOTANISTの森」の活動報告

WE SUPPORT



- グローバルレベルでのサステナビリティに関する取組みを推進していくため、UNCGに署名。
- 今後、UNGCが提唱する「人権の保護」「不当な労働の排除」「環境への対応」「腐敗の防止」に関わる10原則を遵守するとともに、国際的な社会課題に対しての取組みをより一層強化することで、持続可能な社会の実現を目指す。



- 2021年に植林した1,000本の樹高は順調に生長、2022年は合計6,000本の植林を行い、BOTANISTの森の植林は3ヘクタールへ。
- 新たな取組みとして、BOTANISTと more trees、美幌町役場と協働で、BOTANISTの森と同じく美幌町にある旭小学校にて「森林環境教育」を開始。

是非こちらの動画もご覧ください。 <https://youtu.be/9RWuZaoRRwQ>

BOTANIST

目次

1. 2022年12月期連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. 2023年12月期連結業績予想

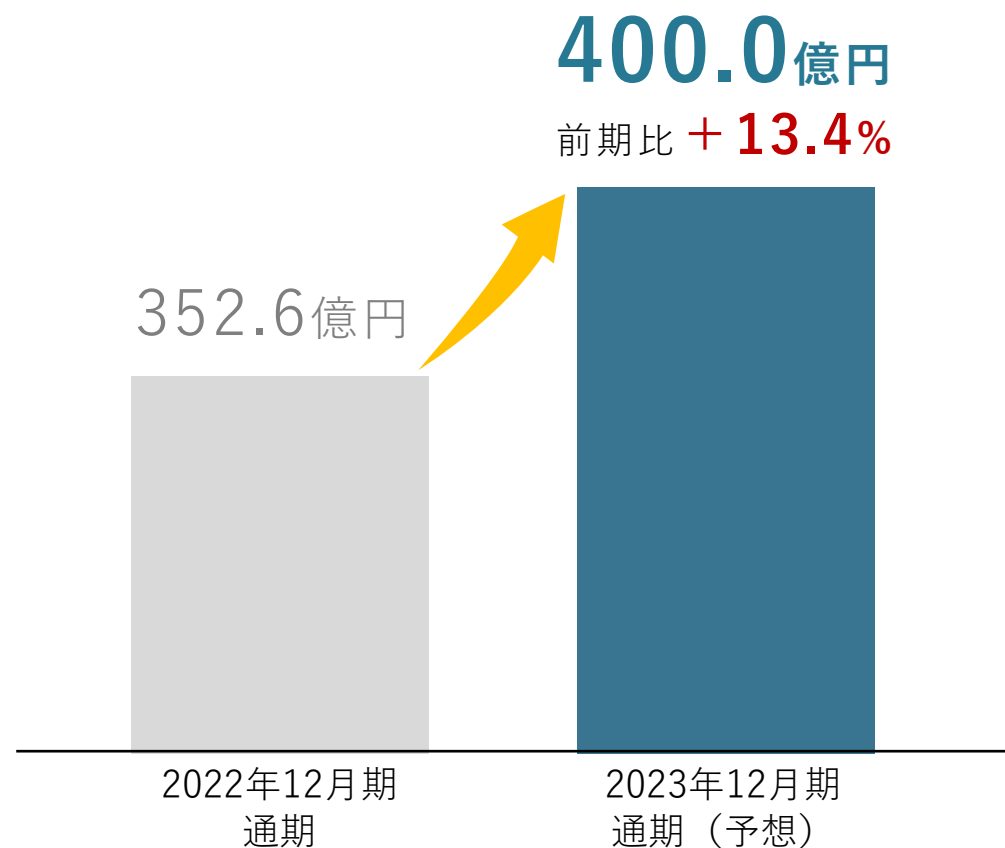
4. Appendix



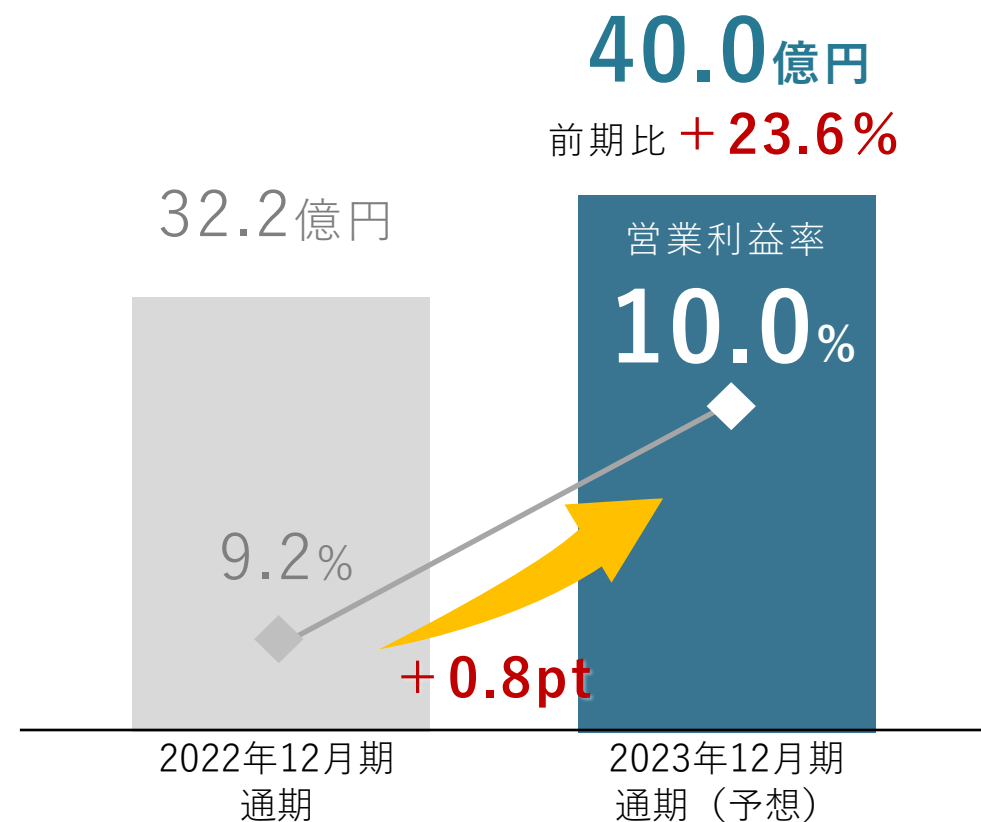
2023年12月期 業績予想

連結売上高は400億円（前期比+13.4%）、連結営業利益は40億円（前期比+23.6%）
営業利益率は0.8pt向上の10%を目指す。

連結売上高

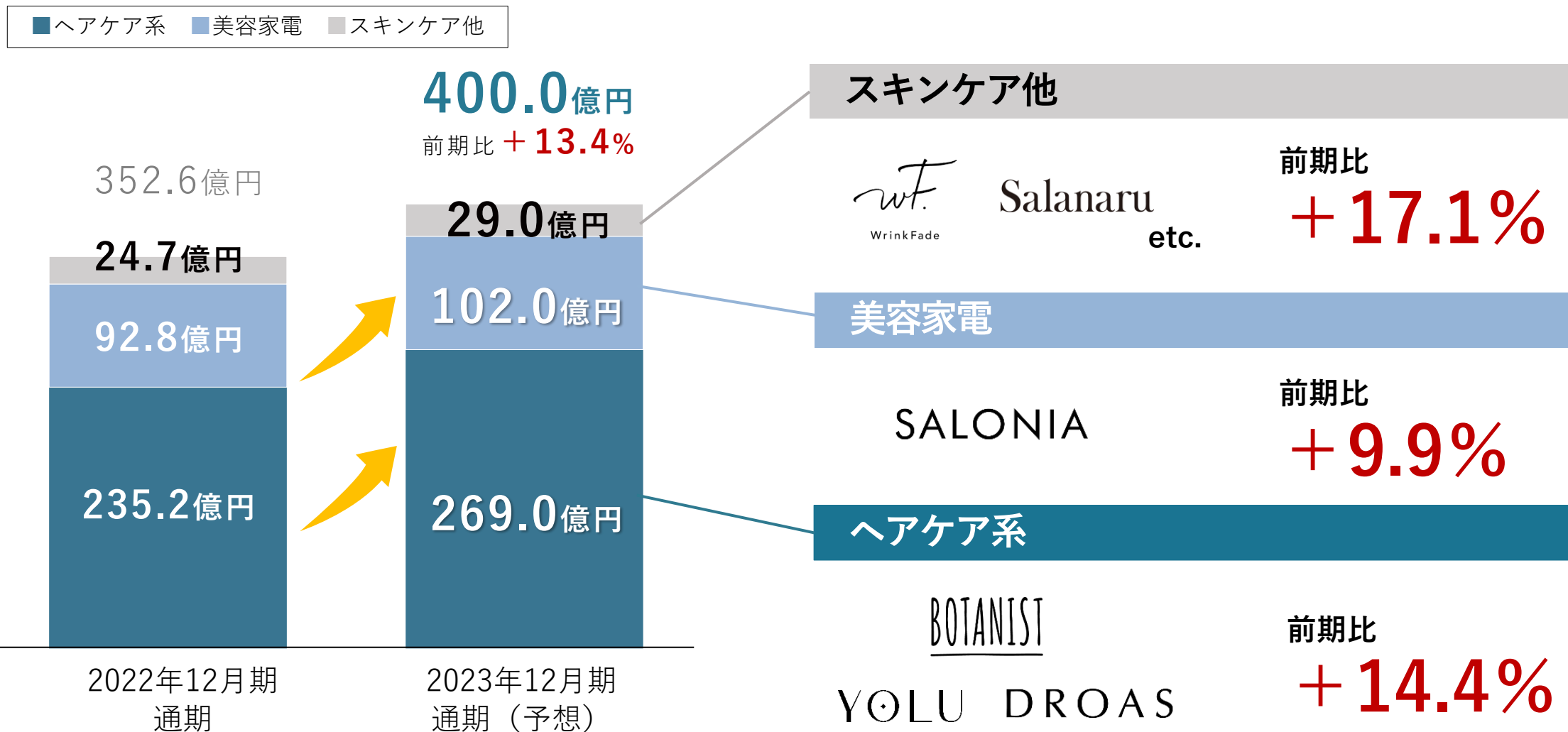


連結営業利益



2023年12月期業績予想：カテゴリー別売上高

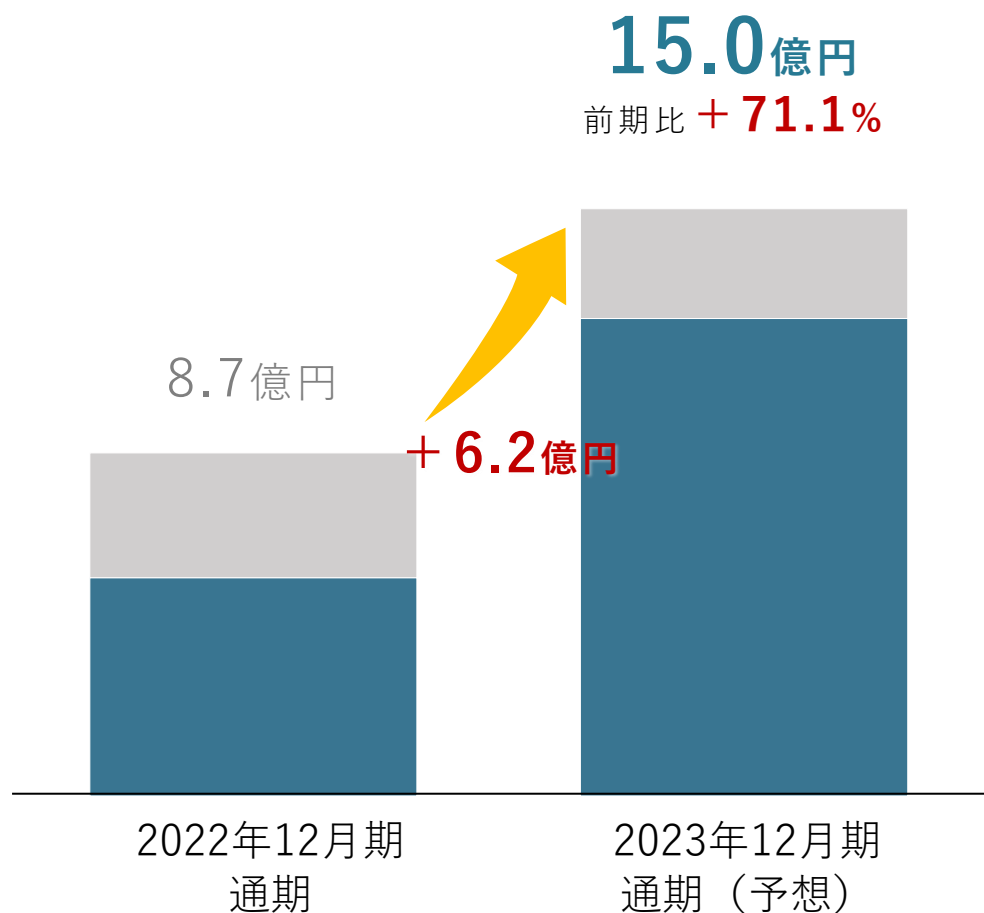
メインカテゴリー別での売上高に表示変更。2大柱である「ヘアケア系」「美容家電」に加え、今後さらなる成長を目指す「スキンケア他」を加え、ブランドポートフォリオを拡充。



2023年12月期業績予想：グローバル

引続き市場成長可能性の高い中国事業の拡大に向けてヒーローアイテムの創出に努め、売上高15億円（前期比+71.1%）を目指す。

■ 中国 ■ その他地域（台湾・香港他）



注力取組み

- 選択と集中を徹底し、ヒーローアイテムを創出、より効果的・効率的なマーケティングを実現



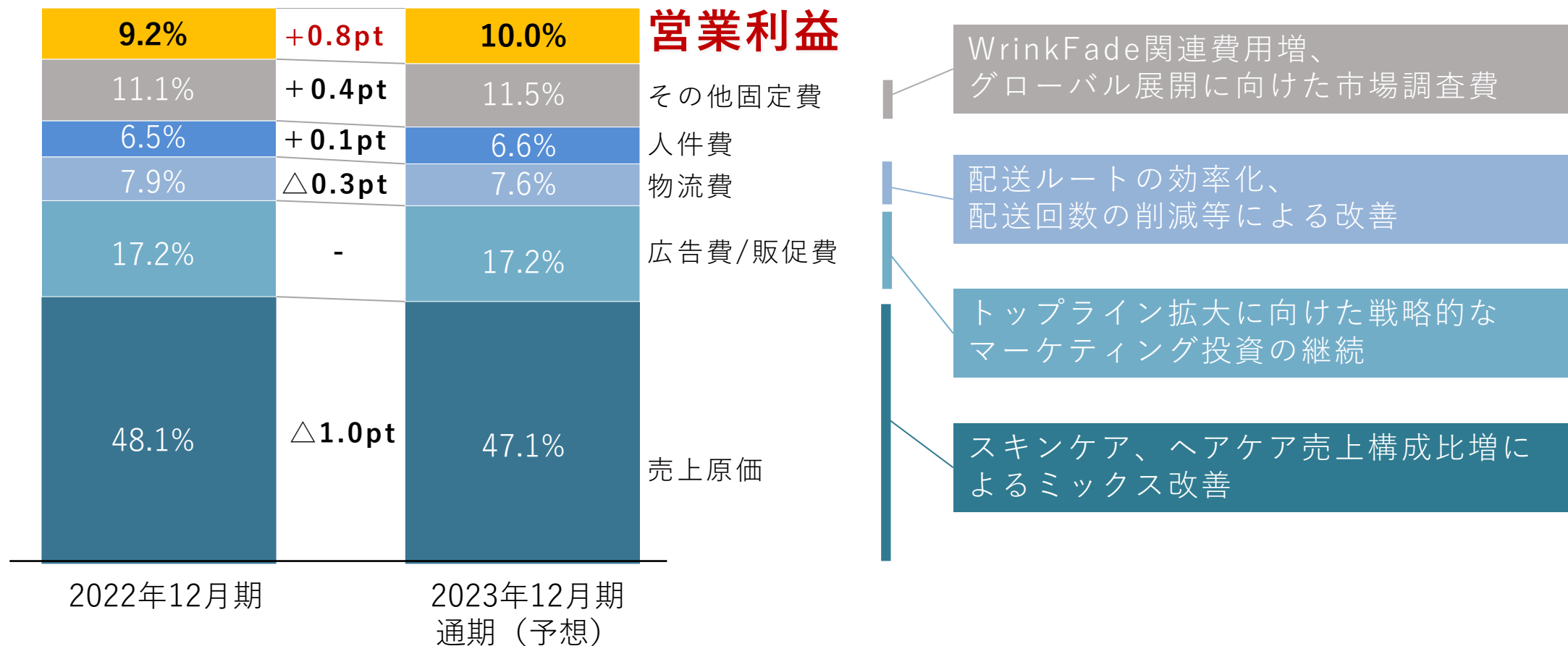
- Tmallに加え、抖音(Douyin)と快手(Kuaishou)等のプラットフォームを強化

- Tmall 2020年10月～展開
- Douyin 2022年7月～展開
- Kuaishou 今期展開予定



2023年12月期業績予想：コスト構造

スキンケア売上高構成比増によるミックス改善を図ることに加え、配送ルート効率化等により物流費を改善する計画。引続き戦略的なマーケティング投資は継続しつつ、営業利益率10%を目指す。



BOTANIST

目次

1. 2022年12月期連結業績ハイライト
2. 各ブランドの進捗
3. 2023年12月期連結業績予想
4. Appendix



会社概要

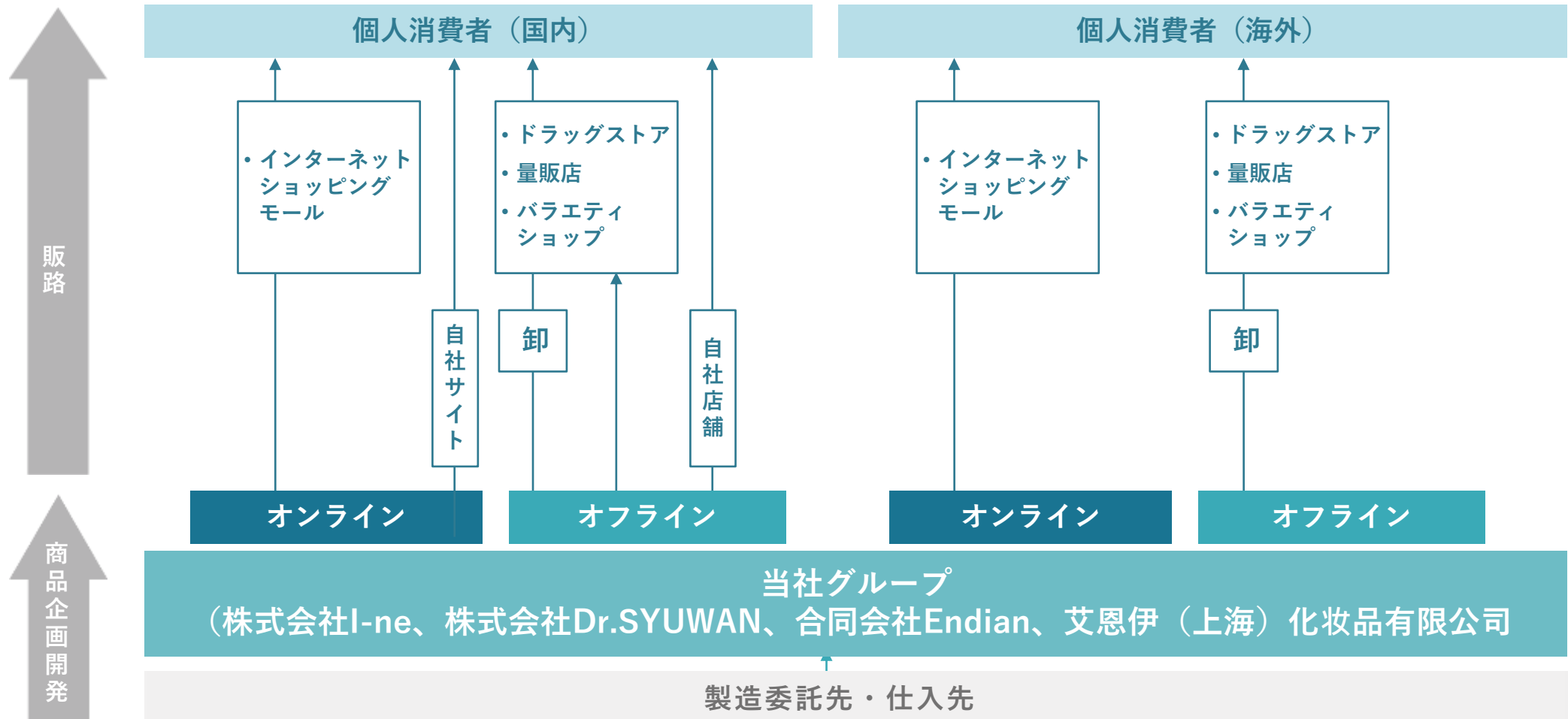
INE

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12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12月時点)



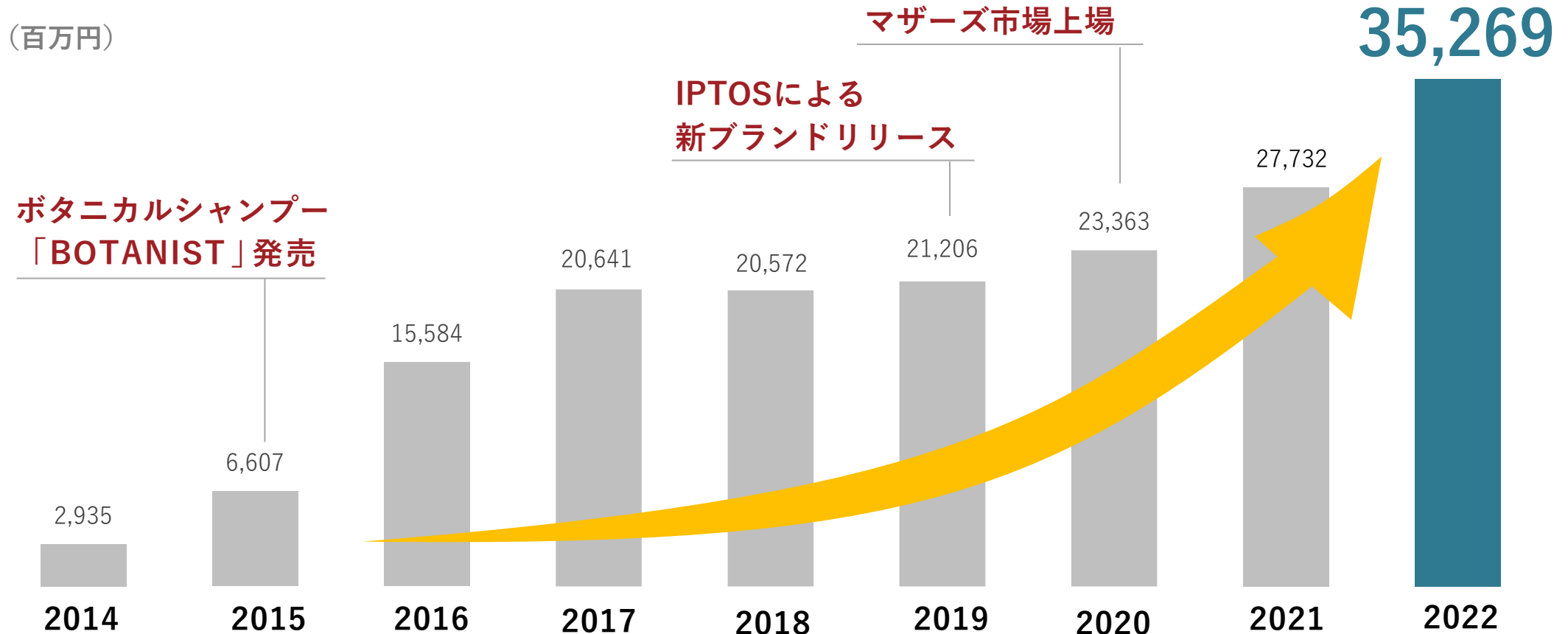
I-neの事業系統図

生産機能を外部企業に委託するファブレスのメーカーとして、国内外にオンライン・オフラインの販売チャネルを構築し、消費者に商品を届けている。



連結売上高推移

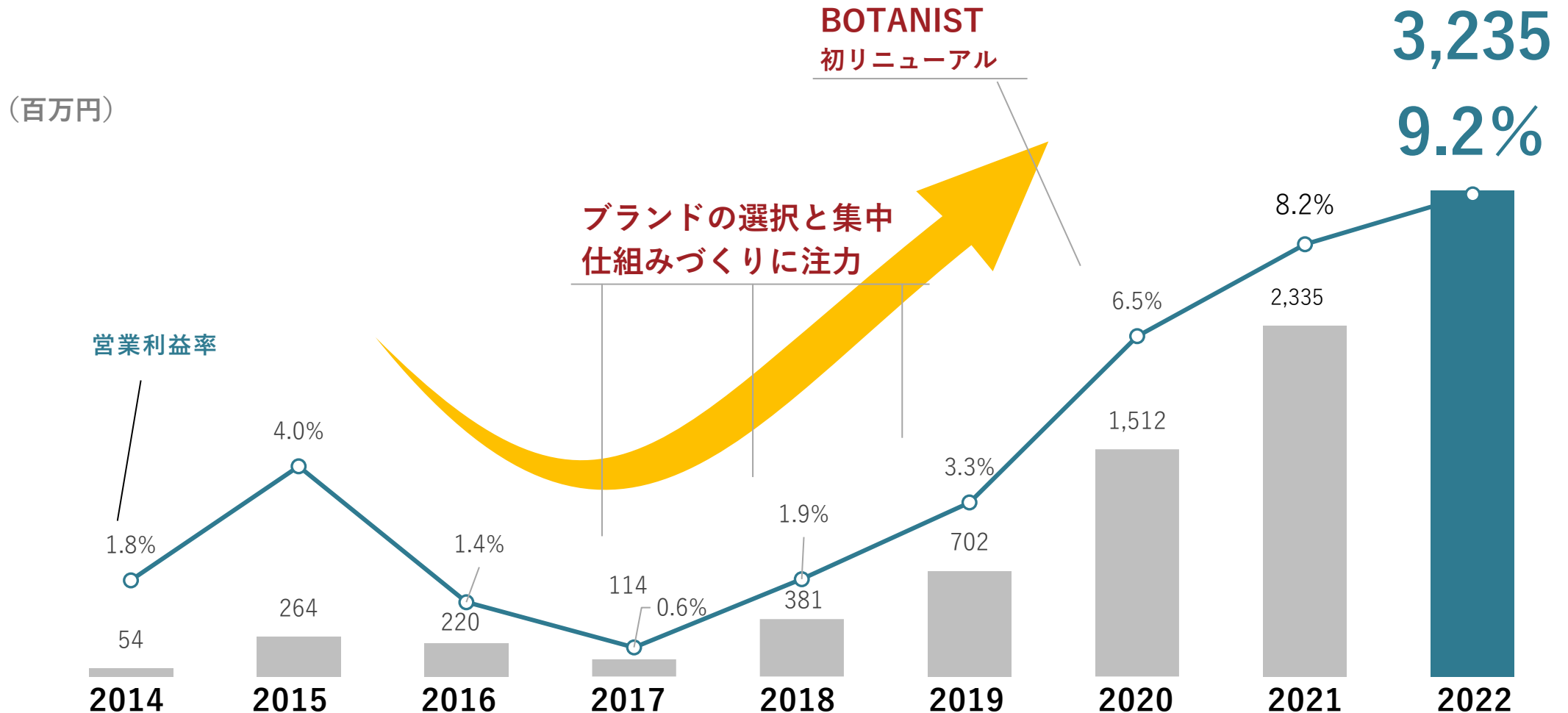
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。2020年9月マザーズ市場へ上場。
引続き主力ブランドの堅調な進捗、また育成ブランドも大幅に伸長し、売上高成長をさらに加速。



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）
・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12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）
・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12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)	2020年12月期			2021年12月期					2022年12月期				
	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高	5,699	7,136	23,363	6,940	7,020	6,560	7,209	27,732	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269
売上原価	2,920	3,707	12,155	3,420	3,220	3,141	3,469	13,251	3,895	4,019	4,613	4,436	16,965
売上原価率	51.2%	51.9%	52.0%	49.3%	45.9%	47.9%	48.1%	47.8%	48.2%	49.5%	46.5%	48.4%	48.1%
広告・販促費	601	917	2,918	802	1,289	1,005	1,362	4,459	951	1,351	1,646	2,132	6,081
広告・販促費率	10.5%	12.9%	12.5%	11.6%	18.4%	15.3%	18.9%	16.1%	11.8%	16.6%	16.6%	23.3%	17.2%
物流費	648	670	2,529	719	686	625	728	2,758	690	692	705	683	2,771
物流費率	11.4%	9.4%	10.8%	10.4%	9.8%	9.5%	10.1%	9.9%	8.5%	8.5%	7.1%	7.5%	7.9%
人件費	449	432	1,683	450	466	486	574	1,977	504	518	647	623	2,294
人件費率	7.9%	6.1%	7.2%	6.5%	6.6%	7.4%	8.0%	7.1%	6.2%	6.4%	6.5%	6.8%	6.5%
その他固定費	644	745	2,563	590	729	685	944	2,950	816	851	1,064	1,188	3,920
その他固定費率	11.4%	10.4%	11.0%	8.4%	10.3%	10.5%	13.1%	10.7%	10.2%	10.5%	10.8%	13.0%	11.1%
営業利益	434	663	1,512	956	629	617	132	2,335	1,219	687	1,235	93	3,235
営業利益率	7.6%	9.3%	6.5%	13.8%	9.0%	9.4%	1.8%	8.4%	15.1%	8.5%	12.5%	1.0%	9.2%
EBITDA	459	696	1,621	983	669	663	187	2,503	1,249	721	1,315	182	3,469
EBITDAマージン	8.1%	9.8%	6.9%	14.2%	9.5%	10.1%	2.6%	9.0%	15.5%	8.9%	13.3%	2.0%	9.8%

注：・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12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）
 ・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)	2020年12月期			2021年12月期					2022年12月期				
	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
連結売上高	5,699	7,136	23,363	6,940	7,020	6,560	7,209	27,732	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269
ヘアケア系	3,288	4,080	13,144	4,032	3,900	3,915	4,460	16,309	4,652	5,658	7,177	6,033	23,522
└ BOTANIST	3,052	3,560	12,118	3,612	3,468	3,052	3,592	13,725	3,548	3,270	4,624	3,216	14,659
└ YOLU	0	0	0	0	0	335	411	746	517	1,909	2,142	2,511	7,081
美容家電 (SALONIA)	1,517	1,806	6,016	2,010	1,940	1,746	2,104	7,801	2,789	2,068	2,215	2,207	9,280

(単位：百万円)	2020年12月期			2021年12月期					2022年12月期				
	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
グローバル	156	316	898	132	432	381	289	1,235	191	182	352	148	876

注：・2020/12期は収益適用認識前の数値。・2021/12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）

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を抑制しながら、複数ブランド創出に向けた多くの挑戦ができています。

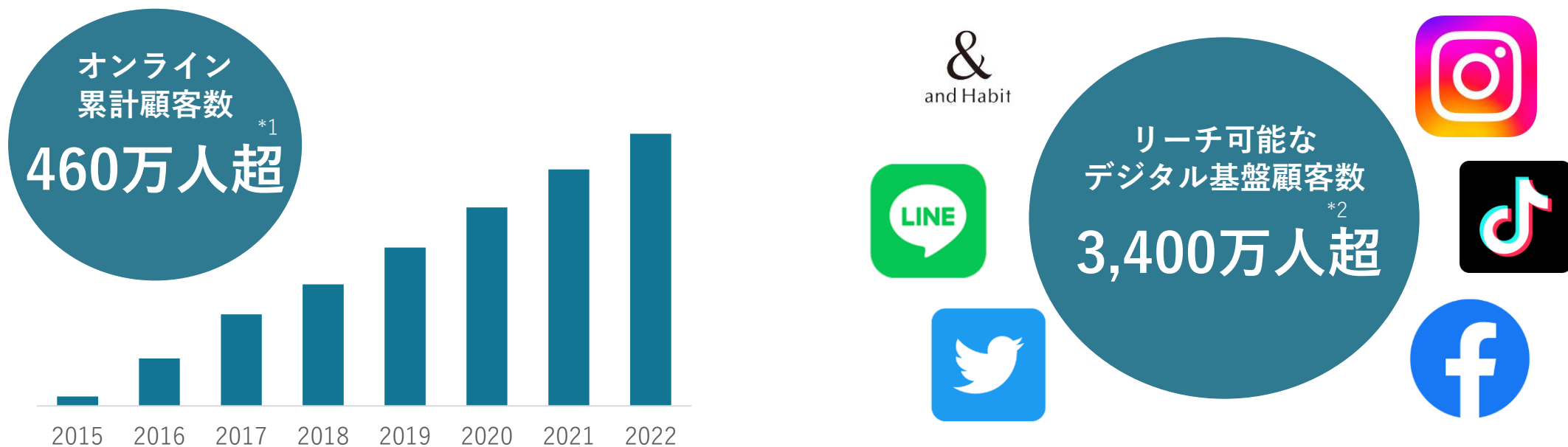


IPTOSの
メリット

- リスクの抑制
- ヒットの再現性の向上
- 需要予測精度

D2Cプラットフォームの拡大実績

創業以来、育成してきたD2Cプラットフォームを起点として、オンラインからオフラインへの流れを活かした商品開発・マーケティングが強み。



D2Cプラットフォーム強化のメリット

- お客様のリアルな声を直接蓄積でき、購入意向の高いプロダクト企画開発に活用。
- デジタルで認知いただいたお客様をオフラインに送客することで、早期のブランドスケール化と、効果的・効率的な広告の実現ができています。

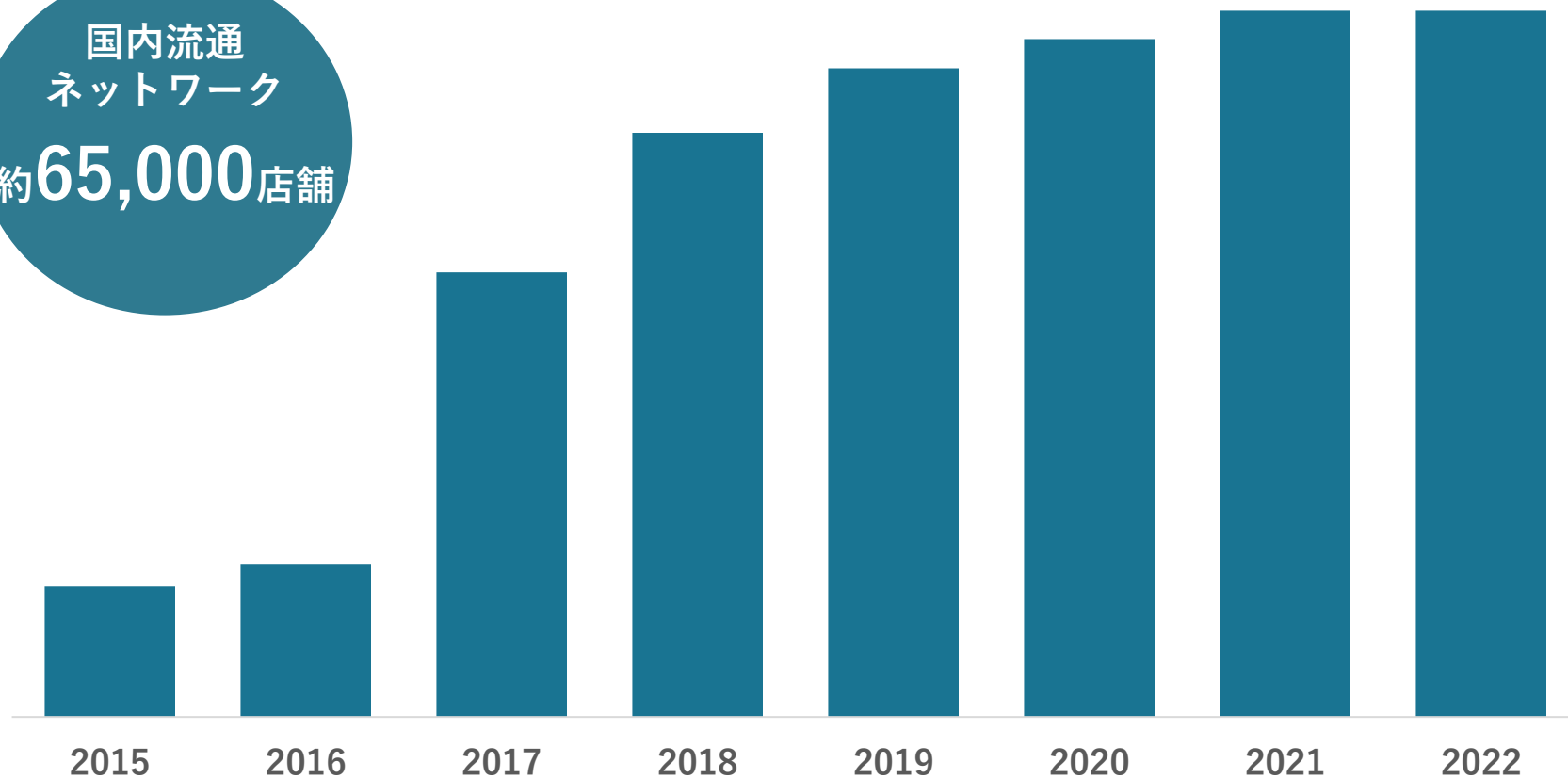
*1: 2022年12月末時点 (計測期間: 2015/10/8 - 2022/12/31) における当社EC販売管理システムに登録された名前と電話番号が一致する顧客の数を集計したもの

*2: 2022年12月末時点における各ブランドのLINEアカウントの友だち数の合算、Twitter、Instagram、TikTok、Facebookのフォロワー数 (1人が各ブランドの友だち登録及びフォローしている場合、重複カウントされている) 及び、2022年12月末時点 (計測期間: 2015/10/8 - 2022/12/31) における当社EC販売管理システムに登録された名前と電話番号が一致する顧客の数を集計したもの

国内オンライン店舗網の拡大実績

国内流通は約65,000店舗に配荷し、全体のカバー率は約7割に達する。(*1)
オンライン・オフライン両軸で顧客体験価値を提供できていることが強み。

国内流通
ネットワーク
約65,000店舗



国内
市場流通網
カバー率
約7割

*1: 市場流通店舗数100,166店舗で2022年12月末時点における当社商品配荷対象店舗数を除した割合。
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、ホームセンター
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

BOTANIST



SALONIA



YOLU



カテゴリーについて

ヘアケア系

BOTANIST



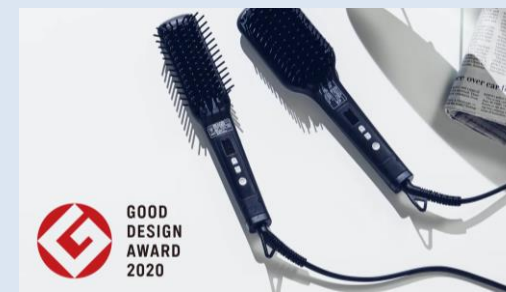
DROAS

YOLU



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



フラワーロス削減活動



moretreesを通じた森林保全活動



アウトレット・ファミリーセール実施による廃棄物削減



コスメバンクプロジェクト参画



北海道美幌町BOTANISTの森



ディスクレーム

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。