

2023年12月期 決算説明資料

2024年2月9日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

エグゼクティブサマリー

連結業績概要

- 通期（1-12月、以下同様）の売上高は、YOLUの伸長などにより**416.4億円（YoY+18.1%）**と大幅に増収。上場来4期連続で過去最高売上高を更新。
- 通期の営業利益も**43.7億円（YoY+35.3%）**と大幅に増益となり、上場来4期連続で過去最高営業利益を更新。
- 売上高、営業利益ともに**通期業績予想を達成**。
- 2024年12月期業績予想として連結売上高**458.0億円**、連結営業利益**46.0億円**を見込む。中期経営計画達成のため、投資を強めながら増収増益を目指す。

カテゴリー別トピック

- ヘアケア系の通期売上高は、**YoY+28.9%**と大幅に増収し、ドラッグストアヘアケア市場企業別シェア1位*を獲得。特にYOLUは3バリエーションの新商品発売により、通期で**YoY+93.0%**とさらに成長が加速。ドラッグストア市場ヘアケアブランド別売上シェア日本1位*を獲得し、増収を牽引。
- 美容家電の通期売上高は**YoY△0.6%**と概ね横ばいに推移。価格改定に合わせた低採算チャネルの戦略的撤退により利益率は改善。また、プレミアムラインのヘアアイロン発売により4Q単体で増収。
- グローバルの通期売上高は、**YoY+28.8%**と大幅に増収。中国における処理水の影響があった一方、越境EC売上が増加し増収を牽引。

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各ブランドの進捗
- 03 2024年12月期連結業績予想
- 04 Appendix

国内ドラッグストアヘアケア市場 企業別シェア*



2023年度 通期^{**}
ヘアケア市場
企業別シェア

1位

* ドラッグストア市場における単体企業別のシャンプー・リンスカテゴリー販売金額より（自社調べ）

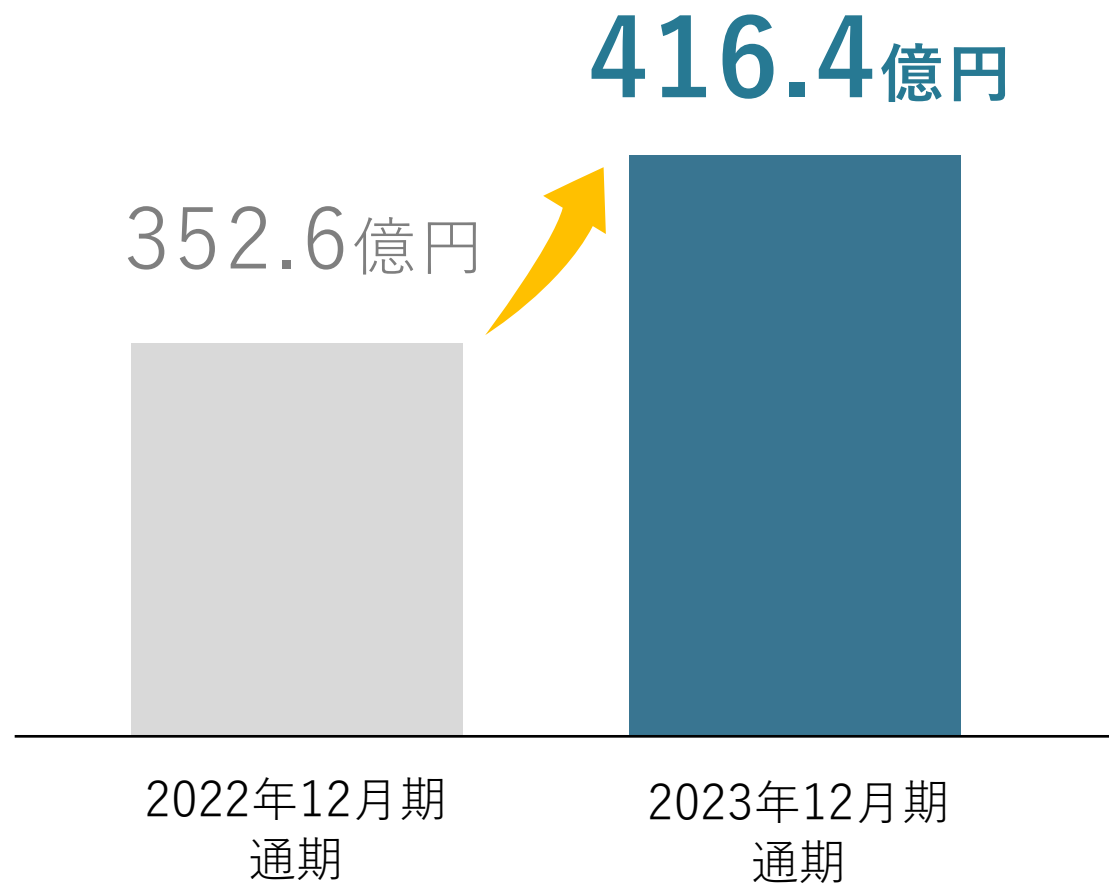
** 2023年1月～12月

通期連結売上高

通期 連結売上高
前期比

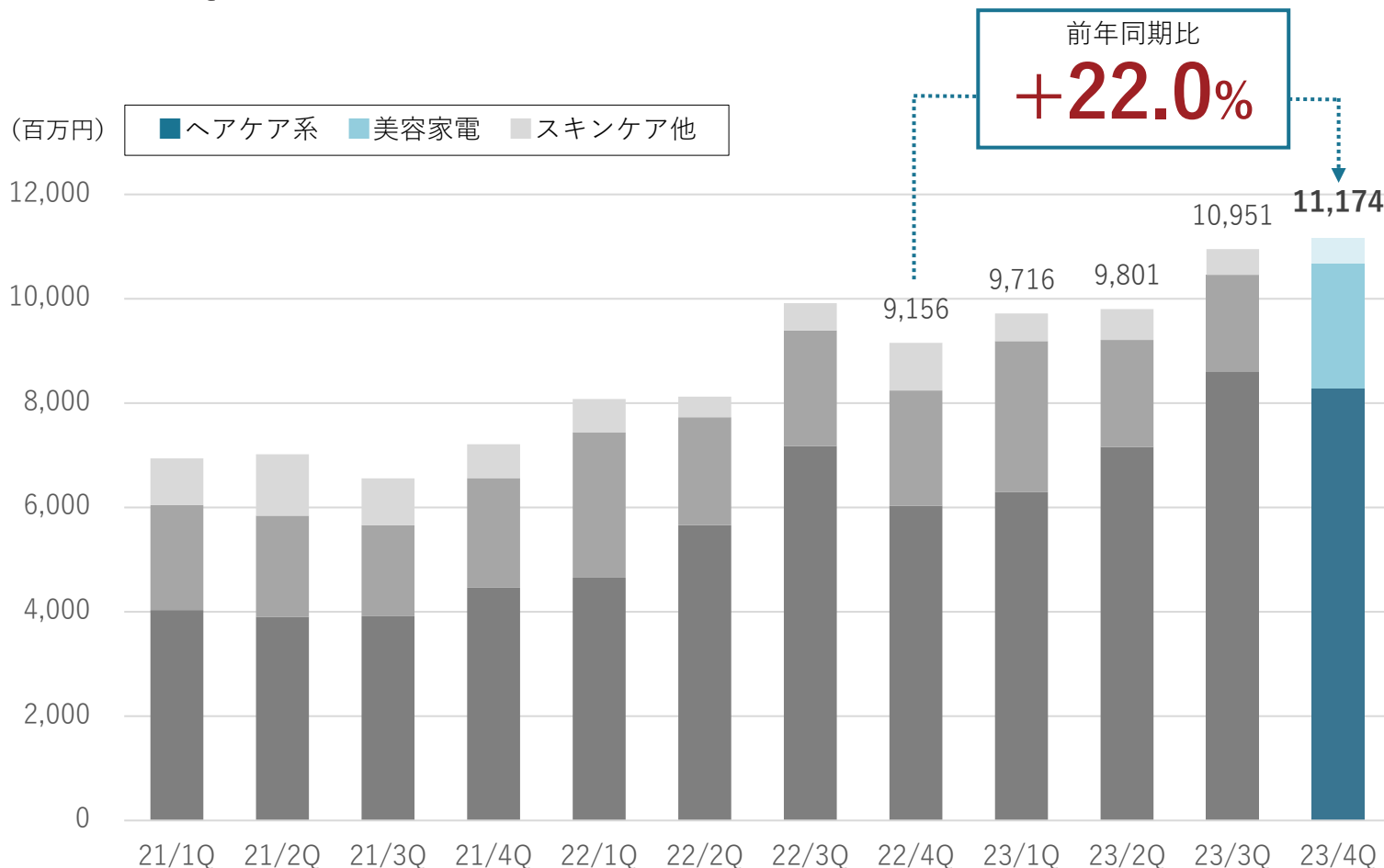
+18.1%

63.8億円増加と
上場来4期連続
過去最高を更新



連結売上高 四半期推移

- 主にヘアケア系の伸長により4Q単体売上高は**前年同期比+22.0%**と大幅に増収。
- 22/4Qから**4期連続の増収**を達成。



4Q単体売上高の進捗

- 前年同期比+22.0%の111.7億円となり、上場来過去最高の四半期単体売上高を実現。また、22/4Qから4期連続の増収を達成。
- ヘアケア系、特にYOLUの伸長が全体増収を牽引。
- 国内ECモール売上高が前年同期比+32.7%と増収に貢献。複数のECグランプリ受賞。



通期連結営業利益

通期 連結営業利益

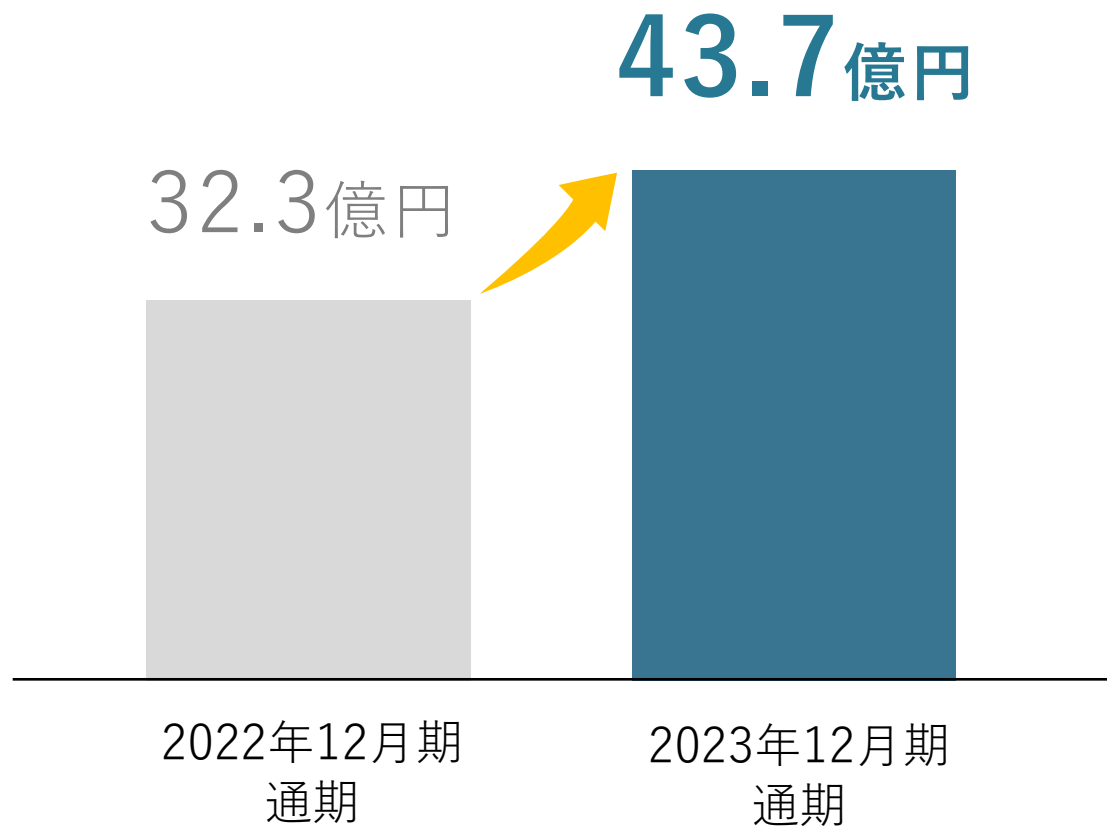
前期比

+ 35.3%

11.4億円増加と

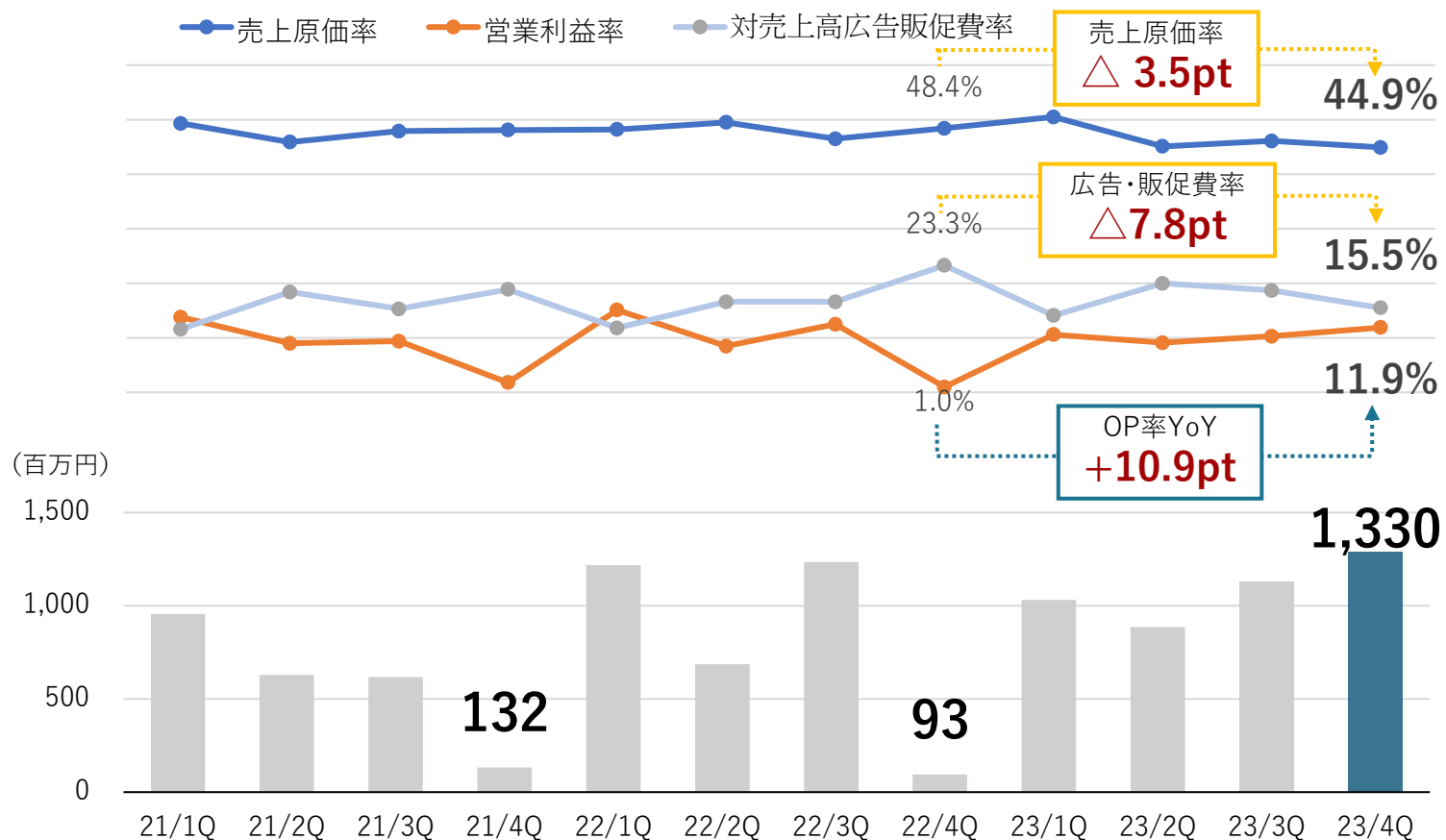
上場来4期連続

過去最高を更新



連結営業利益 四半期推移

- 4Q単体は、連結営業利益13.3億円、**前年同期比 +12.3億円**と大幅増益。
- 前年同期比で売上原価率、広告・販促費率が改善したことで営業利益率が改善し、大幅増益を達成。

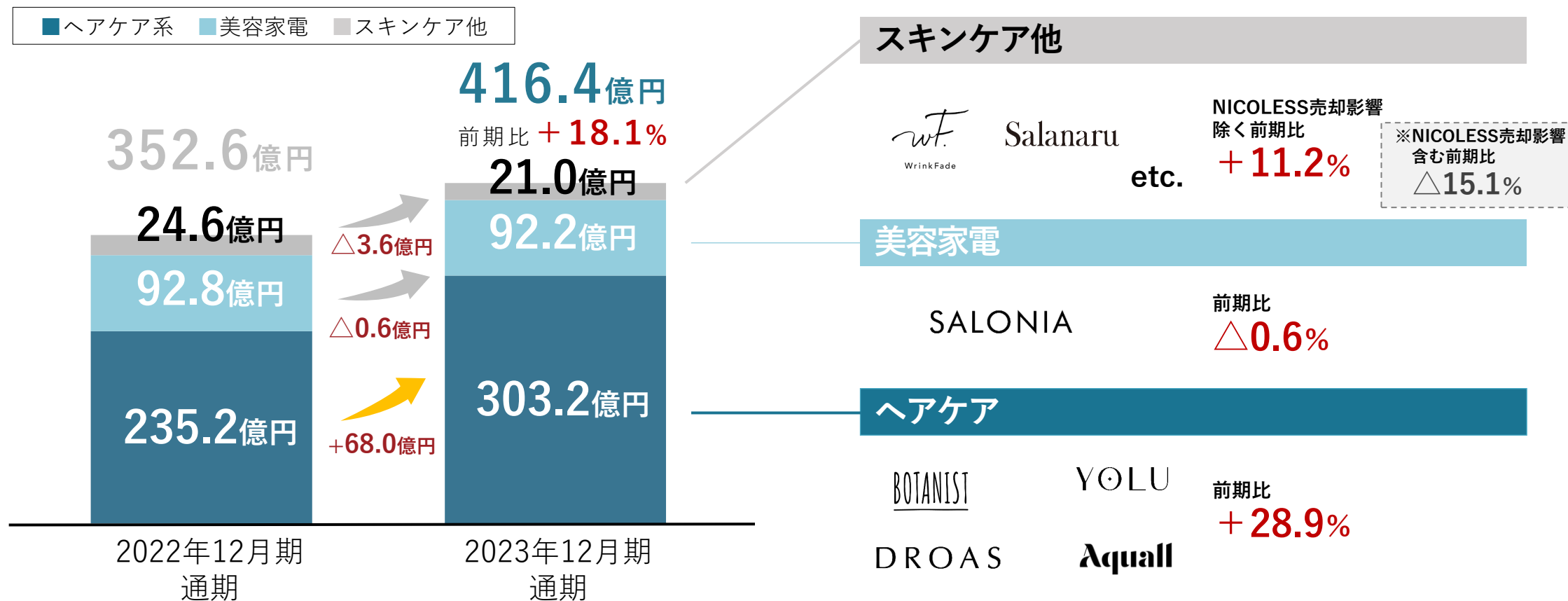


4Q単体営業利益の進捗

- 4Q単体で13.3億円、前年同期比12.3億円増と大幅な増益を達成。
- 商品価格改定、セールスマックス改善等による粗利率改善や、広告・販促費率の改善により、営業利益率11.9%を確保。
- 売上原価率については今後も概ね同水準で継続。広告・販促費は新商品導入時期や需要の季節変動に応じて増減するため、これに応じて営業利益率も変動。

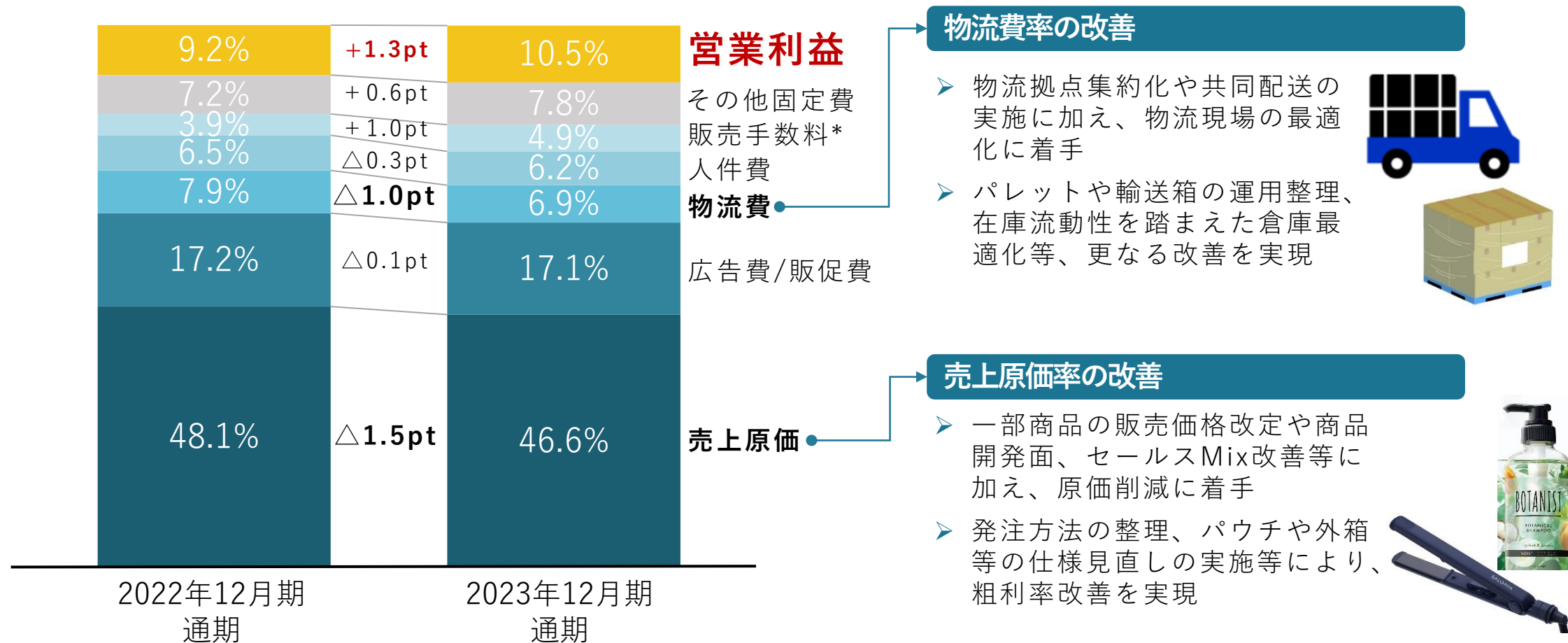
カテゴリー別売上高

- ヘアケア：YOLUの好調継続と新商品発売により急成長。BOTANISTは10月にフルリニューアルを実施。
- 美容家電：価格改定に合わせた低採算チャネルの戦略的撤退などにより売上はほぼ横ばいとなったが、利益率は改善。プレミアムラインのヘアアイロン発売により4Q単体で増収し、翌期増収に繋がる結果に。



コスト構造

- 物流拠点の集約化、共同配送による効率化などによる **物流費率△1.0ptの改善**、価格改定やセールスミックス改善による **売上原価率△1.5ptの改善** などにより、通期営業利益率は前期比+1.3ptの10.5%。



- 01 連結業績ハイライト
- 02 各ブランドの進捗
- 03 2024年12月期連結業績予想
- 04 Appendix

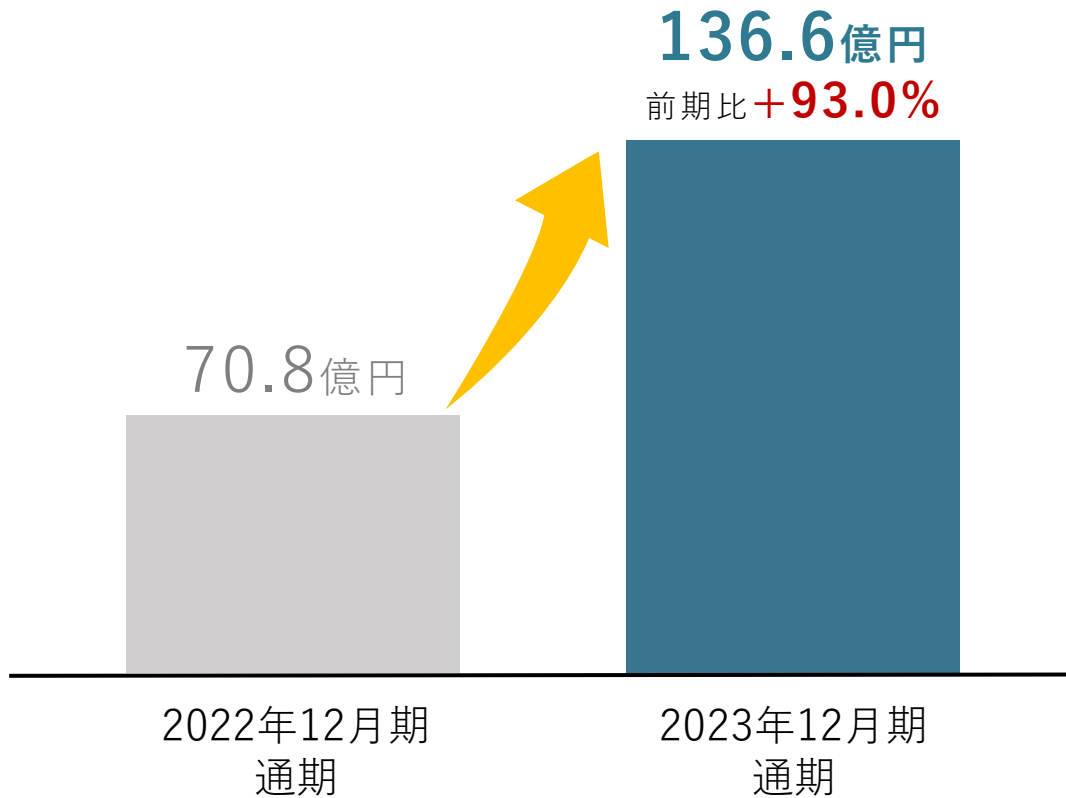
YOLU



YOLU

- 主力商品の好調維持や新商品発売等により、通期累計売上高は136.6億円、YoY+93.0%の急成長。
- 9月度・10月度のドラッグストア市場ヘアケアブランド別売上シェア日本1位*を獲得し、増収を牽引。

売上高



トピックス

- ブランドローンチからわずか2年で累計販売数2,500万個**を突破し、全社増収を牽引。
- 同年12月に春の限定商品「サクラ ナイトリペアシリーズ」を発売。



* ドラッグストア市場におけるシャンプー・リンスカテゴリ販売金額より (当社調べ)

** YOLU 全カテゴリの累計販売数実績より (2021年8月~2023年6月26日 当社調べ)

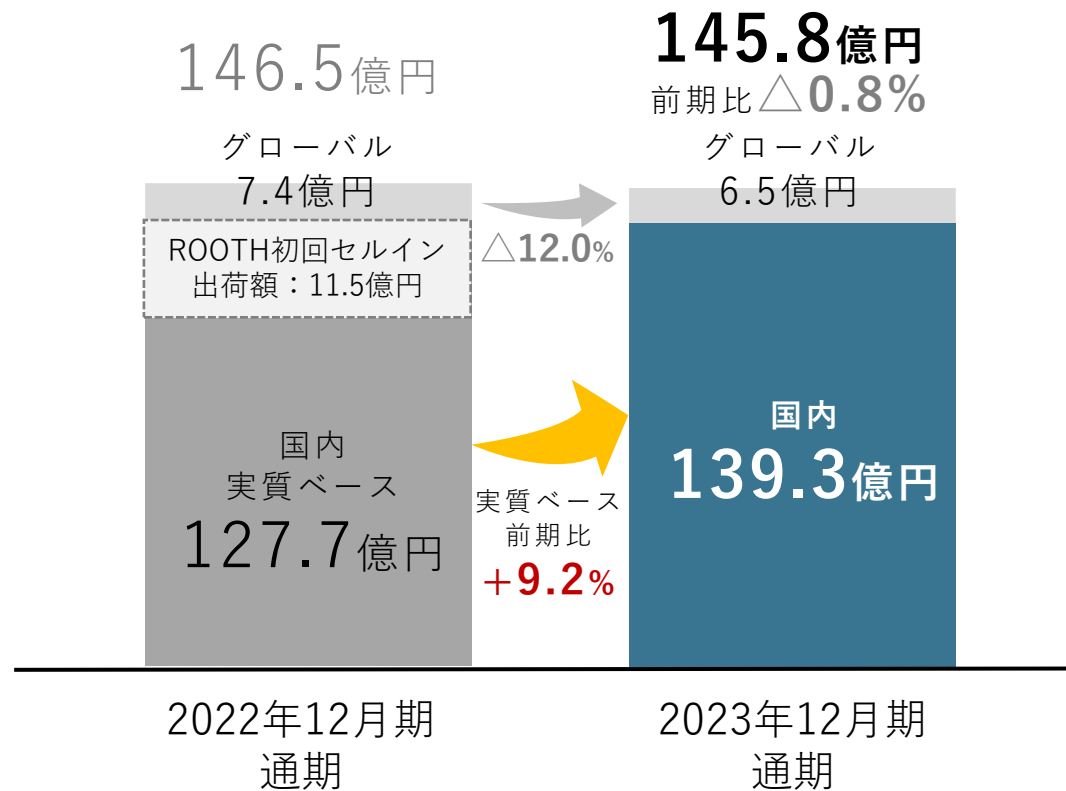
BOTANIST



BOTANIST

- 4Q単体では、フルリニューアル及び春の限定商品発売などにより前年同期比+18.5%と増収。
- 通期累計では22年3Qに実施したROOTHセルイン影響を除く国内の実質ベースでYoY+9.2%と増収。
- グローバル面では、処理水の影響等による販売施策の実施タイミングの見極めに努める。

売上高



トピックス

- 10月に「ボタニカルシャンプー・トリートメント」フルリニューアルを実施。新濃密ボタニカル美容液を新たに配合。
- 厳選した香りの「フレグランスコレクション」始動。第一弾として12月に春の限定商品「ボタニカル スプリングシリーズ」を発売。



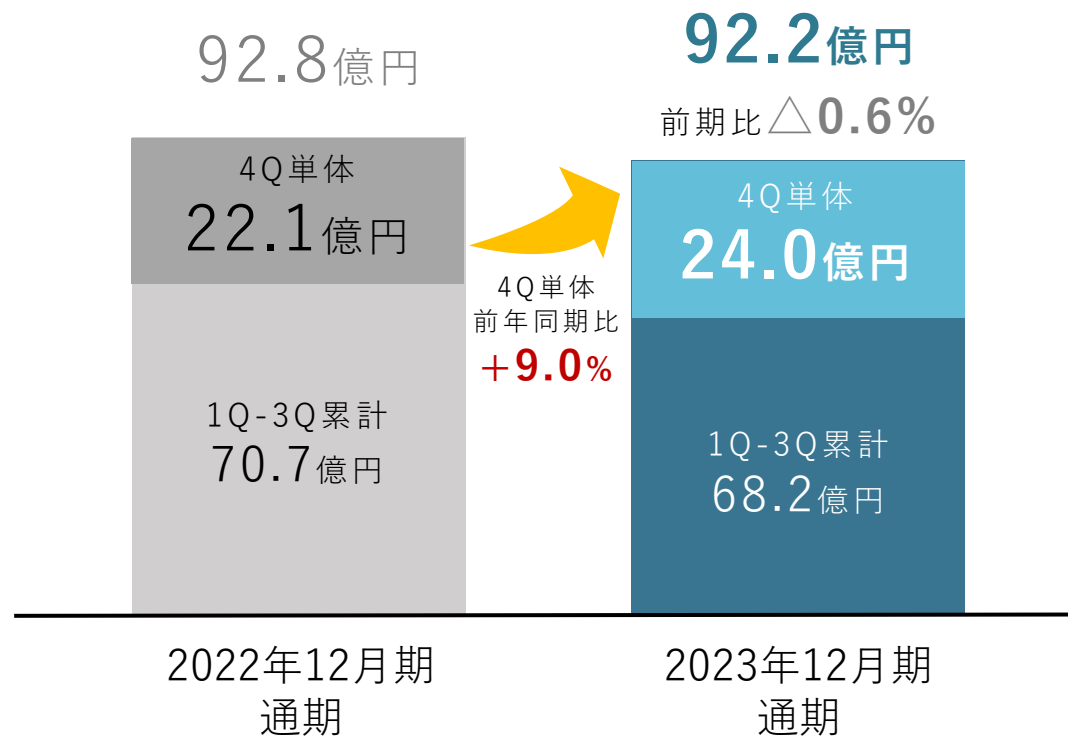


SALONIA

SALONIA

- 4Q単体では、初のプレミアムラインのヘアアイロン発売などにより前年同期比+9.0%と増収。
- 中長期の収益性向上を優先し、一部商品の価格改定や低採算チャネルの戦略的撤退を実施。4Q単体では回復し増収となったものの、1Q-3Q累計で減収となった影響でYoY△0.6%と推移。

売上高



トピックス

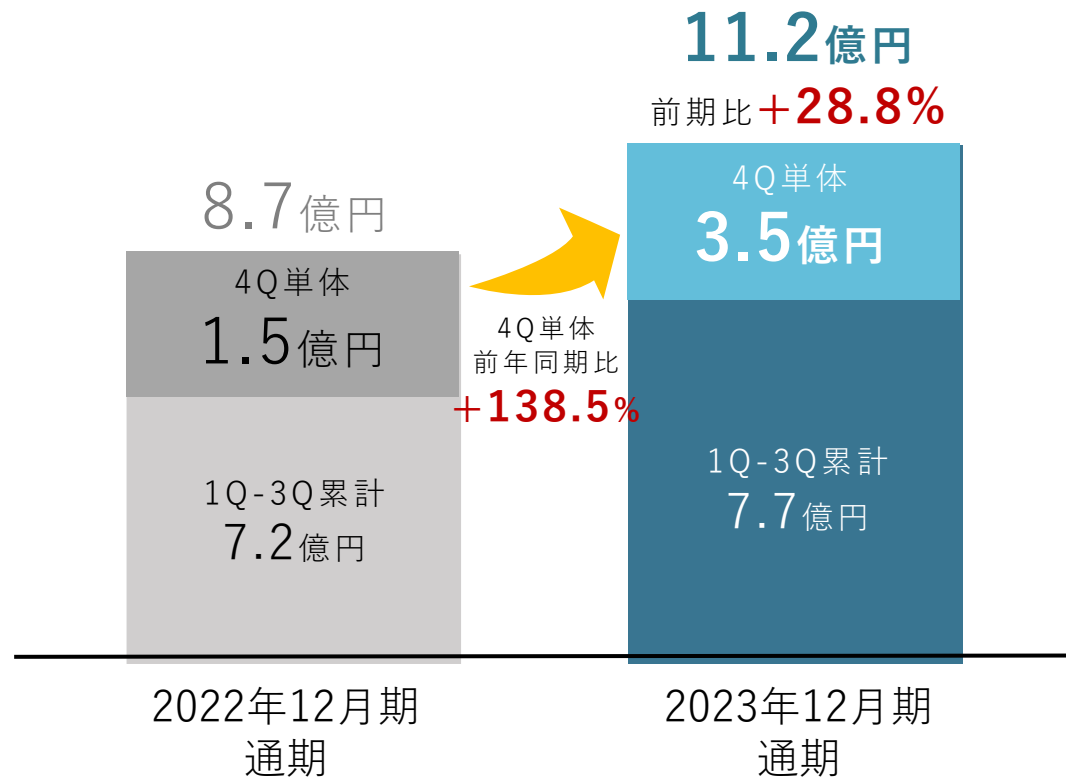
- 10月に初のプレミアムラインである「スムーズシャイン ストレートヘアアイロン」「スムーズシャインカールヘアアイロン」を発売。
- SALONIAでアウトレット初出店。サーキュラーエコノミー型プロジェクト実施。
- EMS、スチーマー等ビューティ家電のオフライン進出。Amazonを中心にEC売上も増加。



グローバル

- グローバルの売上高は、中国における処理水の影響があった一方、越境EC売上が増加し、4Q単体の前年同期比で+138.5%、YoY+28.8%と大きく増収。

売上高



トピックス

- 10月に台湾および香港において、YOLU Deep Nightを導入。
- ヘアマスクの売上が好調。12月のTmall国際におけるダメージヘアマスクの売上指数ランキングでYOLUの「カームナイトリペアジェルヘアマスク」が1位を獲得。



FOR A SUSTAINABLE FUTURE



Sedex加入によりサプライチェーンにおけるサステナビリティを強化



当社のサステナビリティ発信ウェブサイトが「企業BtoCサイト賞」グランプリ受賞



大阪府のアドプトフォレスト活動合同調印式に出席



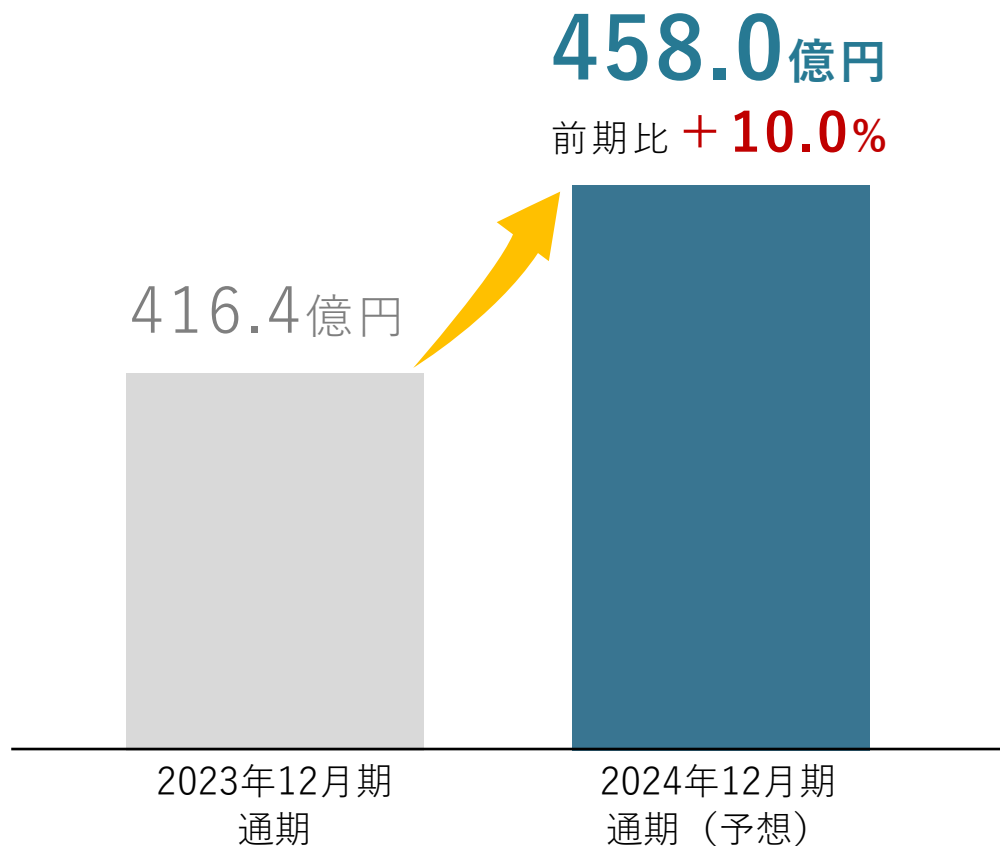
当社独自のボランティア休暇制度「COH(Chain of Happiness)休暇」開始

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各ブランドの進捗
- 03 2024年12月期連結業績予想
- 04 Appendix

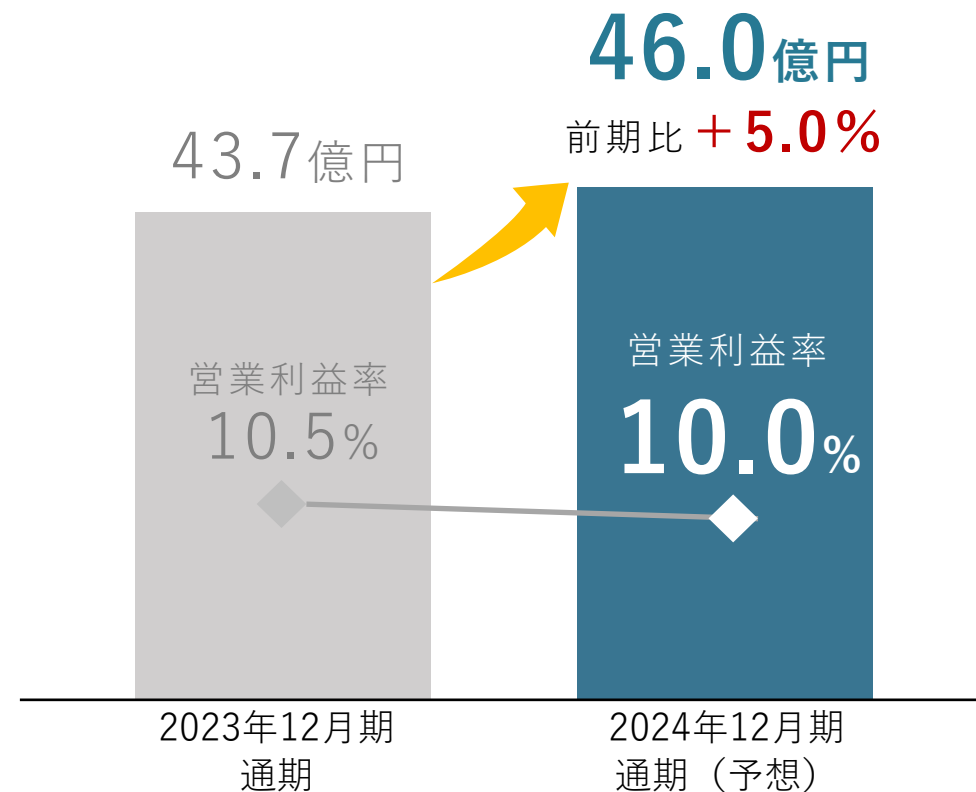
2024年12月期 業績予想

- 連結売上高は458.0億円（前期比+10.0%）、連結営業利益は46.0億円（前期比+5.0%）、営業利益率10.0%と、中期経営計画達成のため、投資を強めながら増収増益を目指す。

連結売上高

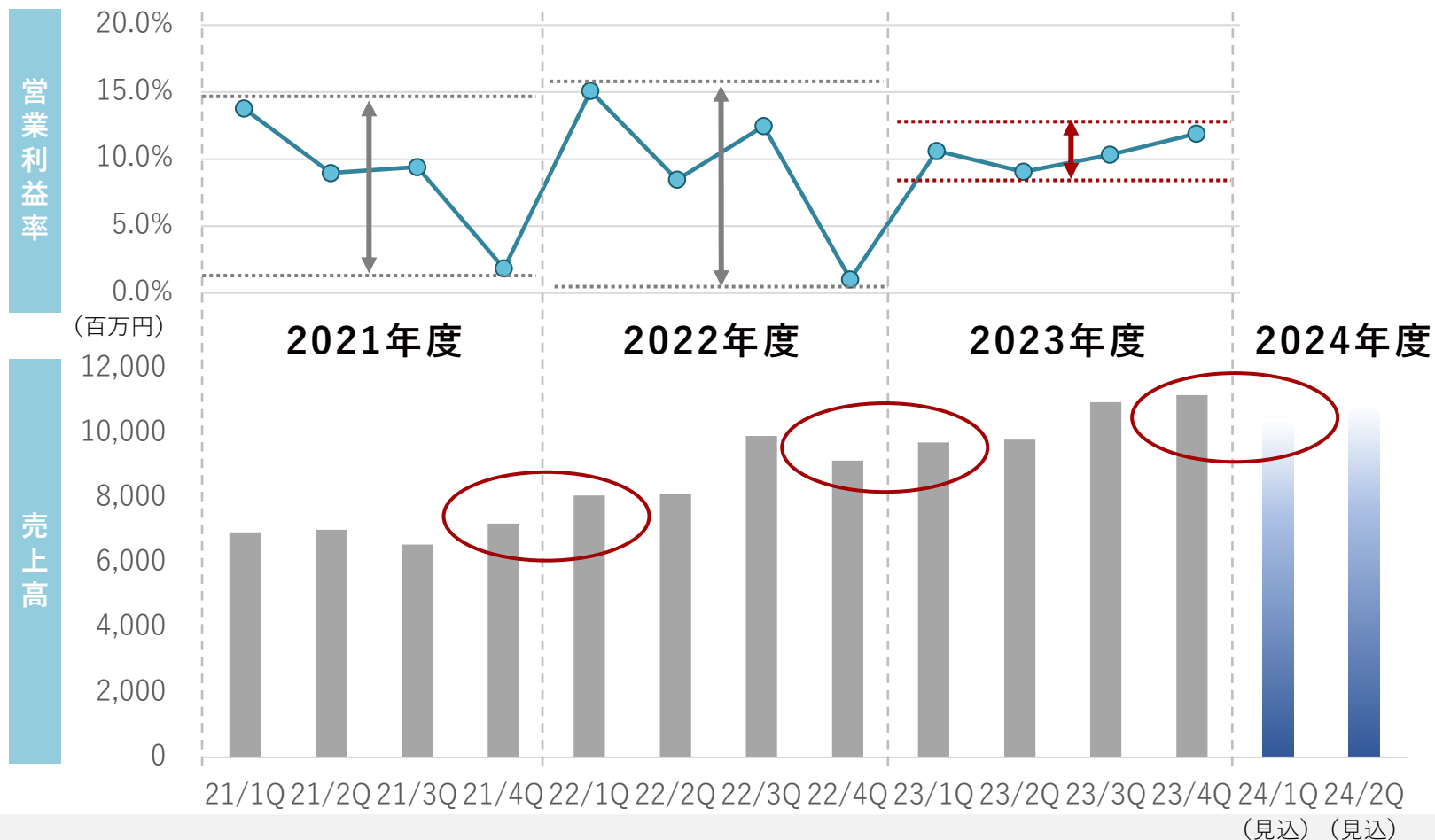


連結営業利益



2024年12月期 上期業績見込み

- 前期の四半期業績推移は、マーケティング投資の平準化等に取り組み、四半期営業利益率の安定化を実現。
- 前期4Qにおけるマーケティング投資の影響で、FY24 1Qは反動減に転じる一方で、2Q以降は増収傾向となり、通期合計ではYoYで約10%の増収を見込む。

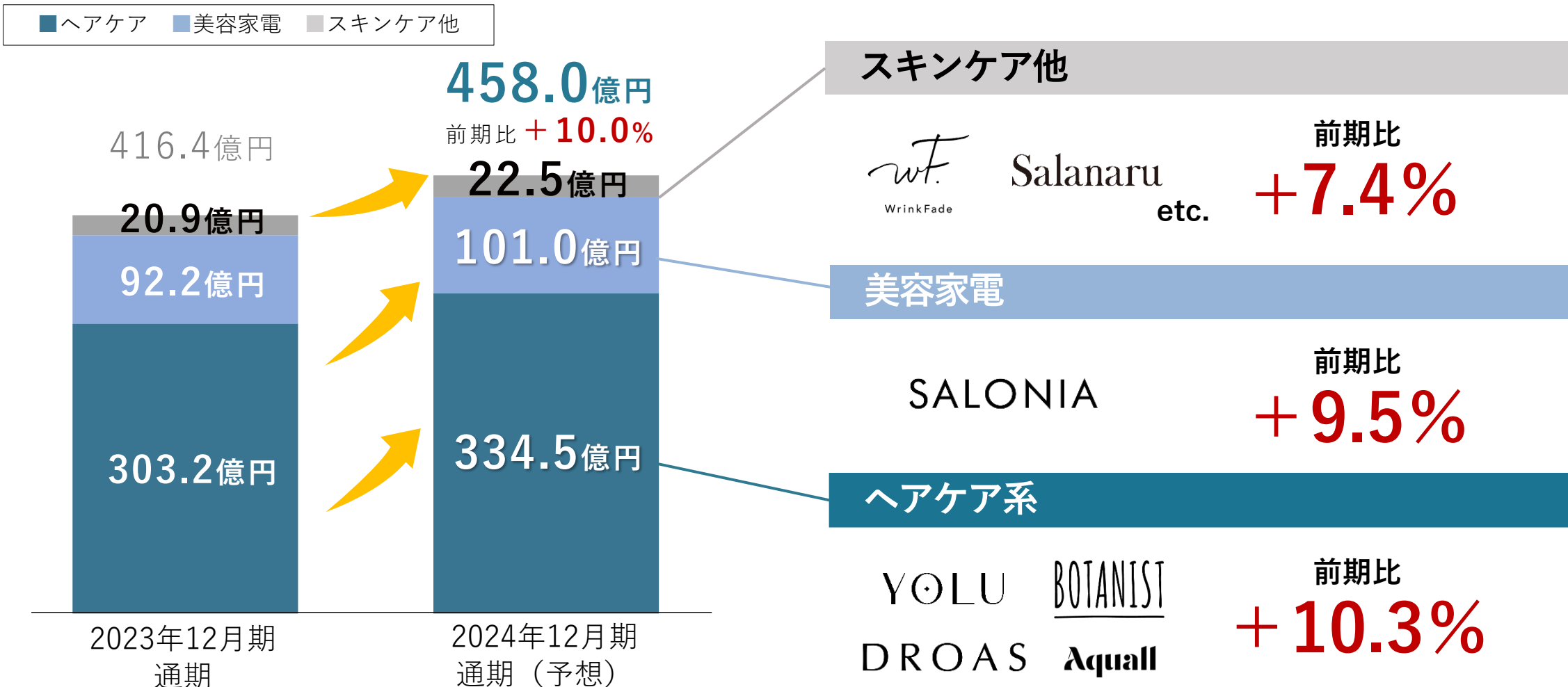


FY24上期見込み

- FY23上期売上高進捗率47%に対し、FY24はマーケティング投資の平準化等により進捗率44%程度の見込み。
- ドラッグストアの棚割りに合わせた新商品の導入やセールイン後の戦略的なマーケティング投資により、2Q及び上期での増収増益を計画。

2024年12月期 業績予想：カテゴリー別売上高

- 「ヘアケア」において前期比+10.3%、「美容家電」において前期比+9.5%、「スキンケア他」において+7.4%の達成により、全社で前期比+10.0%の増収を目指す。



2024年12月期 業績予想：投資領域

- 中期計画達成に向け、今期1Qでも具体的施策を多数控える「スキンケア及び新規カテゴリでの投資」等といった「成長のための新規投資」に7億円投じることで、今期は営業利益46.0億円(営業利益率10.0%)と戦略的に設定。

53.0億円
(営業利益率 11.5%)

**成長のための
新規投資7億円**

**FY24業績予想
営業利益**

46.0億円

(営業利益率10.0%)

2024年12月期
通期 (予想)

スキンケア及び新規カテゴリでのブランド投資

- 新規ブランド開発投資及び認知獲得に向けたマーケティング投資を強化
- 24/1Q「PORELOGY」「SKN REMED」「ennthy」を発売。通期通して複数ブランドの開発に取り組む

グローバル領域に対する事業開発投資

- 新たにUS、東南アジアでの販路拡大に向けた事業開発に取り組む

生産性向上に向けた経営基盤構築への投資

- 今後の事業拡大を見据えた全社の基幹システムの入れ替えに伴うシステム投資他

2024年12月期 業績予想：カテゴリ別注力取組み

- FY24は中長期計画達成に向け、中長期的な成長に向けた投資に注力。



ヘアケア系

- 各ブランドでブランドエクイティを訴求し、認知非購買層の獲得及び認知向上に向けた投資を強化
- BOTANISTでの新ラインを企画
- ヘアケア以外の商品拡充に取り組む



美容家電

- プレミアムライン等の中高価格帯商品の拡充
- 美容家電領域での商品拡充
- EC及びオフライン店頭の双方を活用したブランド訴求による認知度拡大



スキンケア他

- 既存ブランド（Dr.SYUWANやTearal等）の認知向上及び配荷拡大に向けた投資を強化
- スキンケア及び新規カテゴリでの複数のブランド開発に取り組む

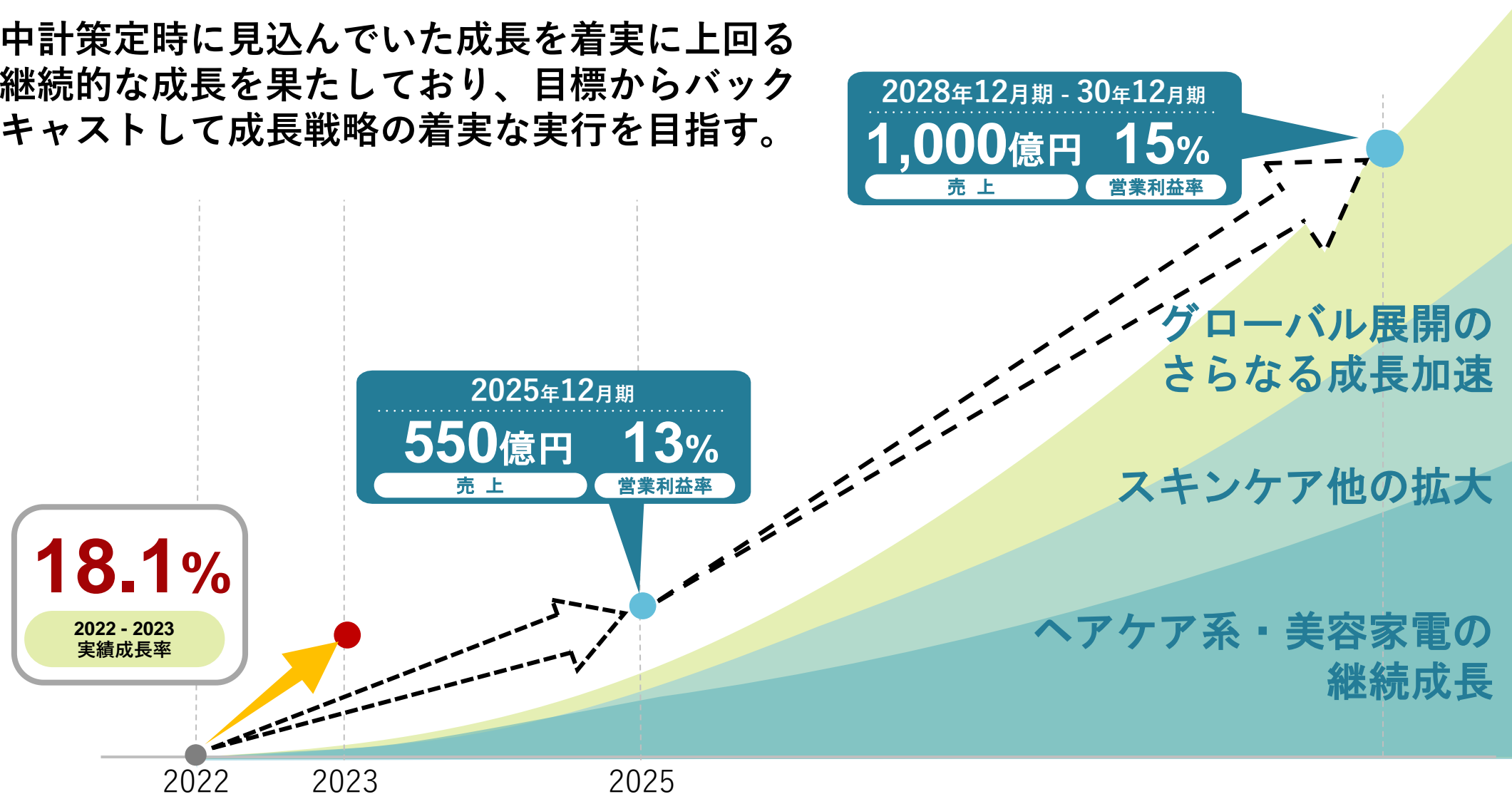


グローバル

- BOTANISTは2024年1月にリニューアル商品をローンチ
- YOLUは2025年一般貿易開始に向けた越境EC中心の投資
- グローバル拡大に向けた新体制を構築した中国以外の東アジア、US、東南アジア等の複数国の販路拡大

これまでの成長の軌跡と確かな実行力

中計策定時に見込んでいた成長を着実に上回る
継続的な成長を果たしており、目標からバック
キャストして成長戦略の着実な実行を目指す。



- 01 連結業績ハイライト
- 02 各ブランドの進捗
- 03 2024年12月期連結業績予想
- 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 (2023年12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	344名 (2023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2社、海外1社 (2023年12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。

役員一覧



代表取締役社長
大西 洋平
Yohei Onishi



取締役
足立 光
Hikaru Adachi



取締役
笹俣 弘志
Hiroshi Sasamata



取締役
(常勤監査等委員)
堀川 健
Ken Horikawa



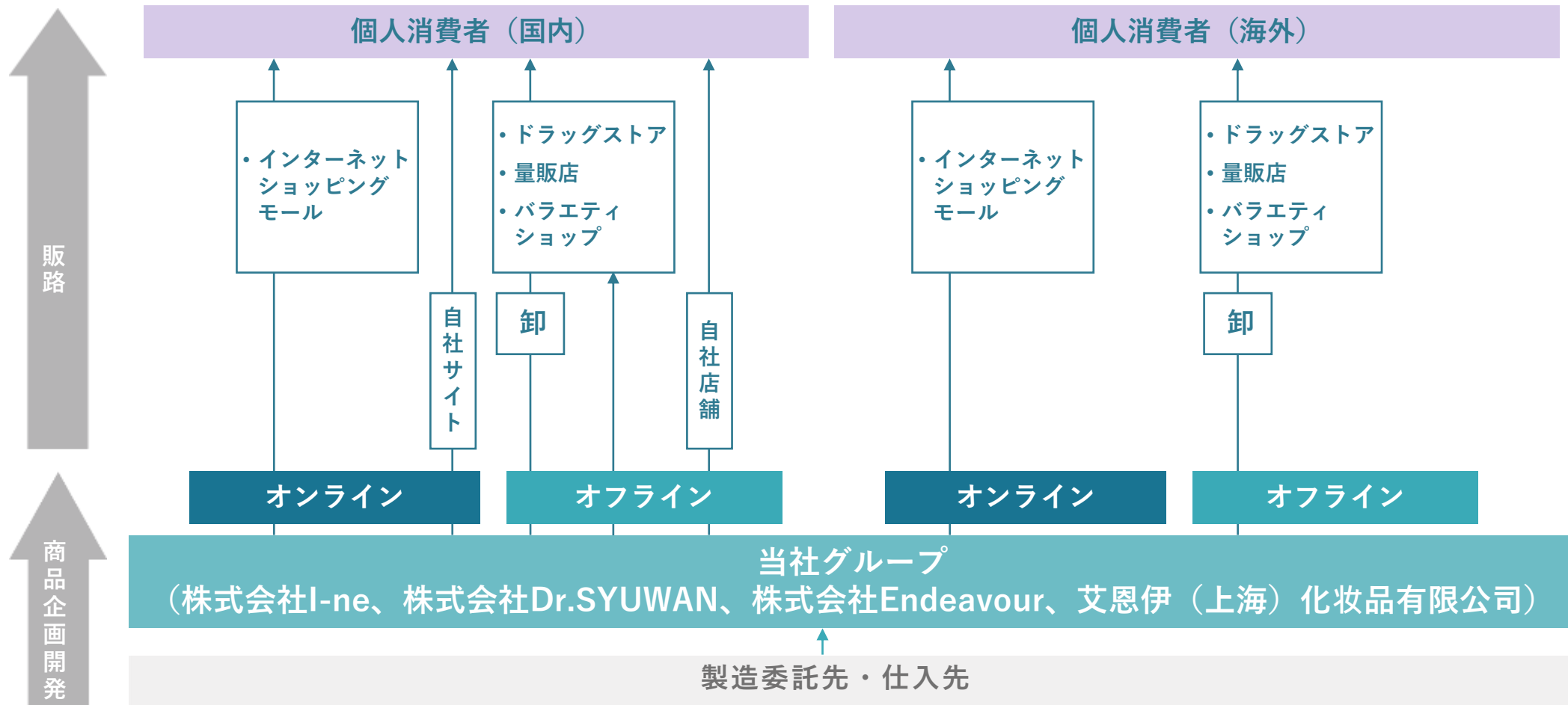
取締役
(監査等委員)
西橋 久仁子
Kuniko Nishibashi



取締役
(監査等委員)
舟串 信寛
Nobuhiro Funakushi

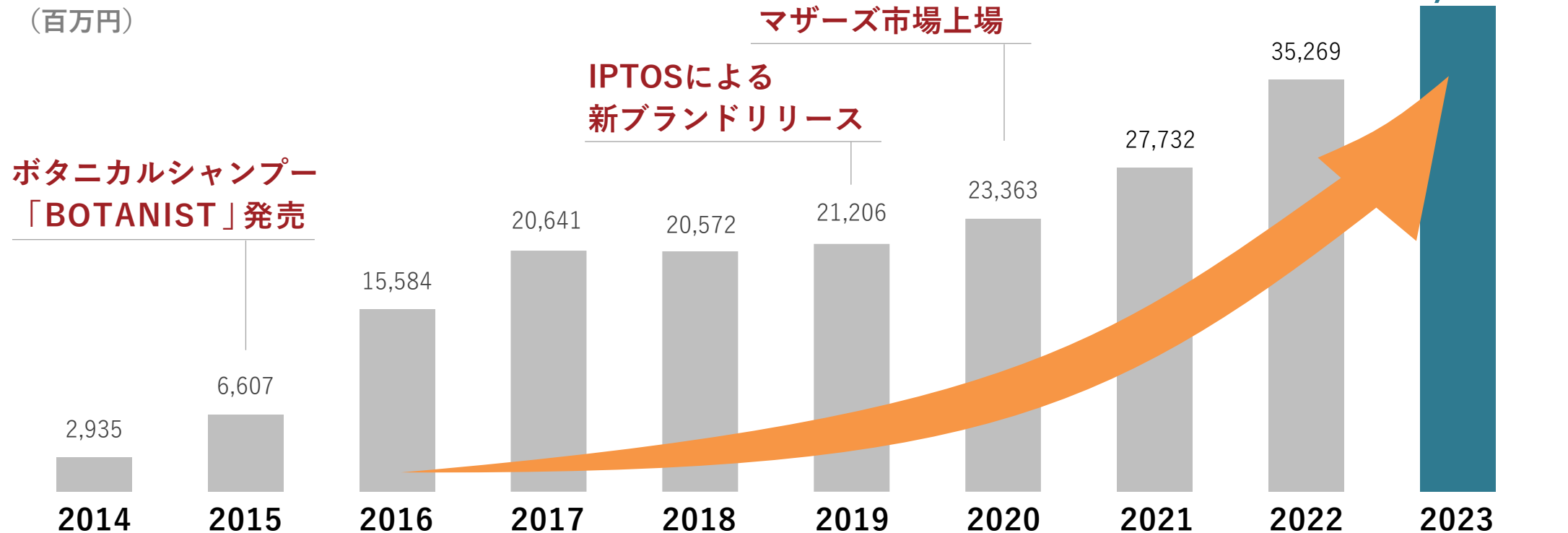
事業系統図

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

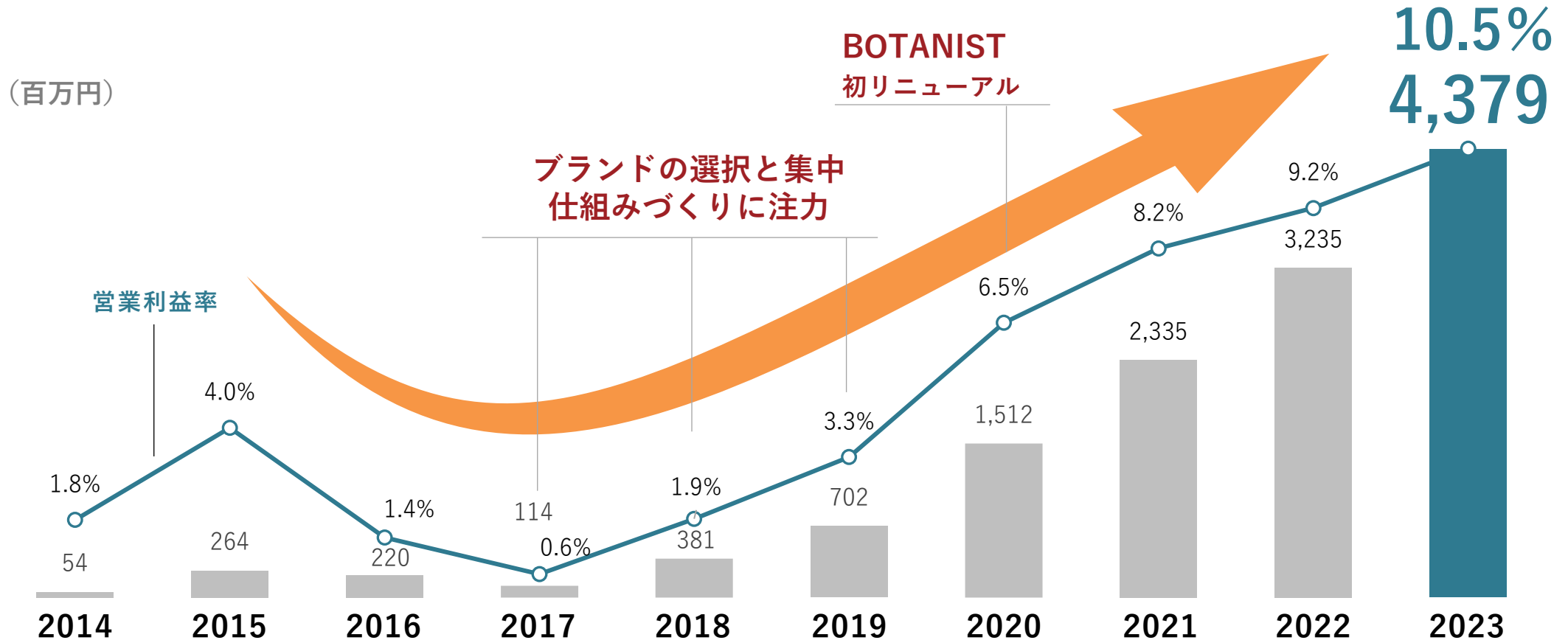
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。
2023年9月東京証券取引所プライム市場へ上場。
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



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

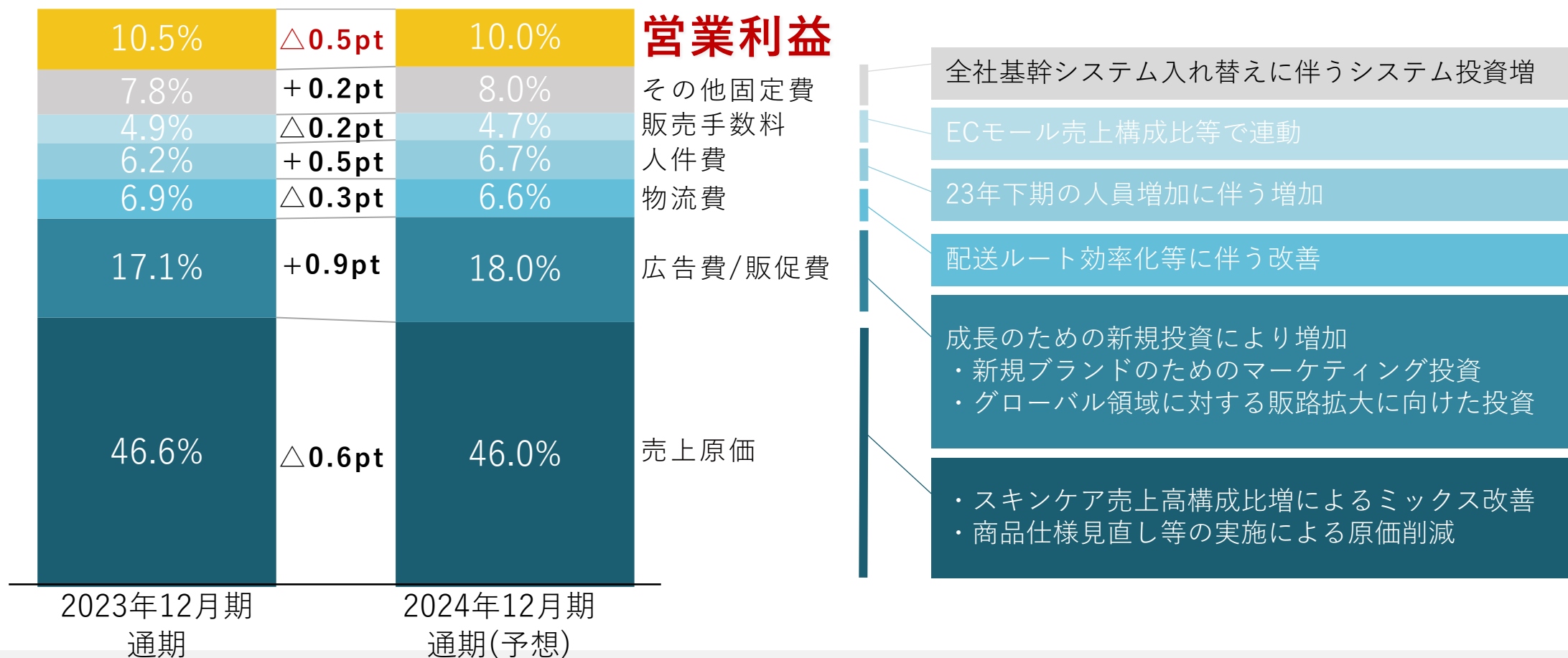
2018年よりブランドの選択と集中やIPTOSの徹底化に努め、営業利益及び営業利益率が大幅に拡大。グローバル水準の収益性を実現するべく、今後も向上に取り組む。



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）

2024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る物流費の改善で利益率を改善する一方、成長のための新規投資として広告費/販促費への投資を強化し、戦略的に営業利益率10.0%を目指す。



ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)	2021年12月期					2022年12月期					2023年12月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高	6,940	7,020	6,560	7,209	27,732	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643
売上原価	3,420	3,220	3,141	3,469	13,251	3,895	4,019	4,613	4,436	16,965	4,911	4,419	5,048	5,019	19,399
売上原価率	49.3%	45.9%	47.9%	48.1%	47.8%	48.2%	49.5%	46.5%	48.4%	48.1%	50.5%	45.1%	46.1%	44.9%	46.6%
広告・販促費	802	1,289	1,005	1,362	4,459	951	1,351	1,646	2,132	6,081	1,366	1,955	2,042	1,731	7,096
広告・販促費率	11.6%	18.4%	15.3%	18.9%	16.1%	11.8%	16.6%	16.6%	23.3%	17.2%	14.1%	20.0%	18.7%	15.5%	17.1%
物流費	719	686	625	728	2,758	690	692	705	683	2,771	695	730	751	715	2,892
物流費率	10.4%	9.8%	9.5%	10.1%	9.9%	8.5%	8.5%	7.1%	7.5%	7.9%	7.2%	7.5%	6.9%	6.4%	6.9%
人件費	450	466	486	574	1,977	504	518	647	623	2,294	599	589	685	697	2,572
人件費率	6.5%	6.6%	7.4%	8.0%	7.1%	6.2%	6.4%	6.5%	6.8%	6.5%	6.2%	6.0%	6.3%	6.2%	6.2%
販売手数料	204	278	243	360	1,086	286	265	397	431	1,381	383	407	502	758	2,052
販売手数料率	2.9%	4.0%	3.7%	5.0%	3.9%	3.5%	3.3%	4.0%	4.7%	3.9%	3.9%	4.2%	4.6%	6.8%	4.9%
その他固定費	386	451	441	583	1,863	530	585	667	756	2,539	728	810	789	921	3,250
その他固定費率	5.5%	6.3%	6.8%	8.1%	6.7%	6.7%	7.2%	6.8%	8.3%	7.2%	7.5%	8.3%	7.2%	8.2%	7.8%
営業利益	956	629	617	132	2,335	1,219	687	1,235	93	3,235	1,031	887	1,130	1,330	4,379
営業利益率	13.8%	9.0%	9.4%	1.8%	8.4%	15.1%	8.5%	12.5%	1.0%	9.2%	10.6%	9.1%	10.3%	11.9%	10.5%
EBITDA	983	669	663	187	2,503	1,249	721	1,315	182	3,469	1,104	961	1,214	1,419	4,700
EBITDAマージン	14.2%	9.5%	10.1%	2.6%	9.0%	15.5%	8.9%	13.3%	2.0%	9.8%	11.4%	9.8%	11.1%	12.7%	11.3%

注：・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）

・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)

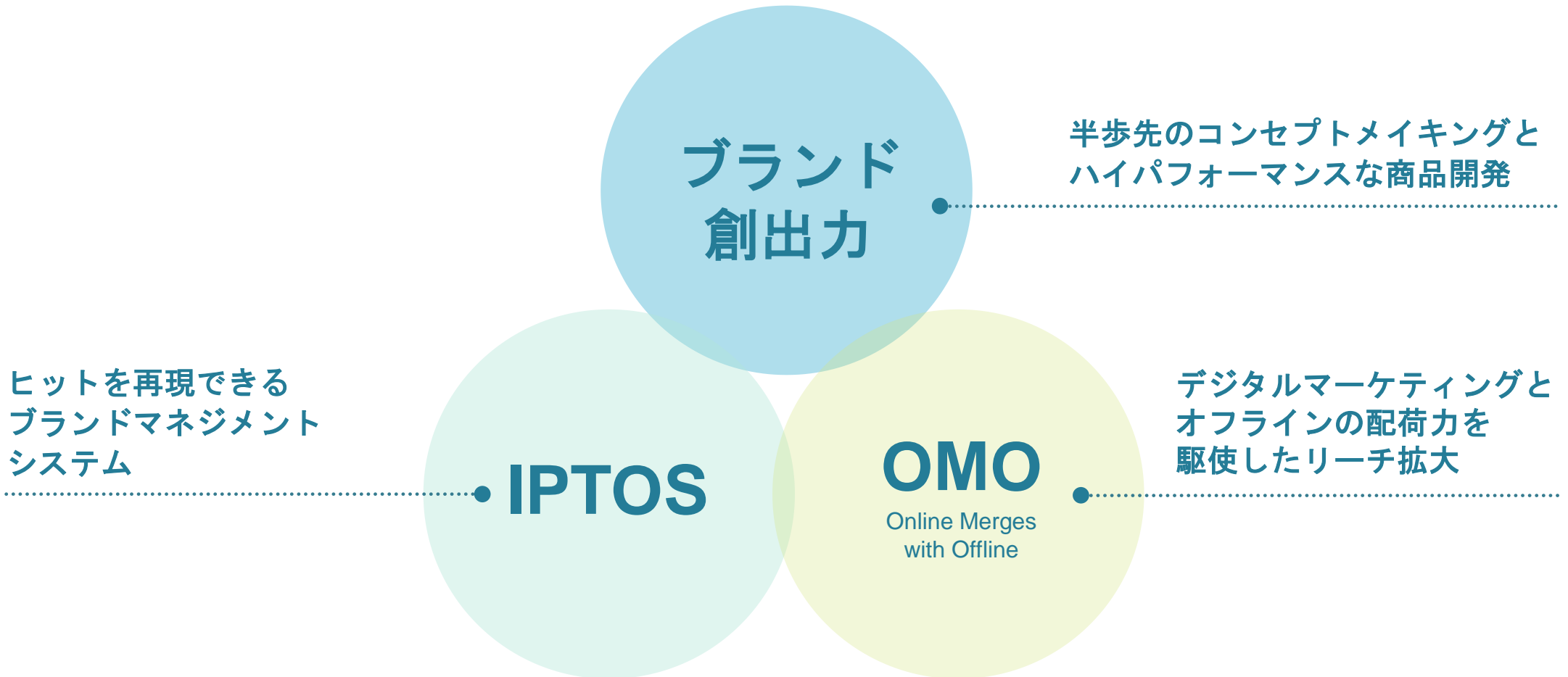
	2021年12月期					2022年12月期					2023年12月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
連結売上高	6,940	7,020	6,560	7,209	27,732	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643
ヘアケア系	4,032	3,900	3,915	4,460	16,309	4,652	5,658	7,177	6,033	23,522	6,290	7,160	8,588	8,286	30,326
L BOTANIST	3,612	3,468	3,052	3,592	13,725	3,548	3,270	4,624	3,216	14,659	3,170	3,456	4,140	3,822	14,589
LYOLU	0	0	335	411	746	517	1,909	2,142	2,511	7,081	2,474	3,001	3,962	4,231	13,669
美容家電(SALONIA)	2,010	1,940	1,746	2,104	7,801	2,789	2,068	2,215	2,207	9,280	2,899	2,050	1,865	2,406	9,222

(単位：百万円)

	2021年12月期					2022年12月期					2023年12月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
グローバル	132	432	381	289	1,235	191	182	352	148	876	131	423	217	355	1,128

注：・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）

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」

■クリエイティブ力

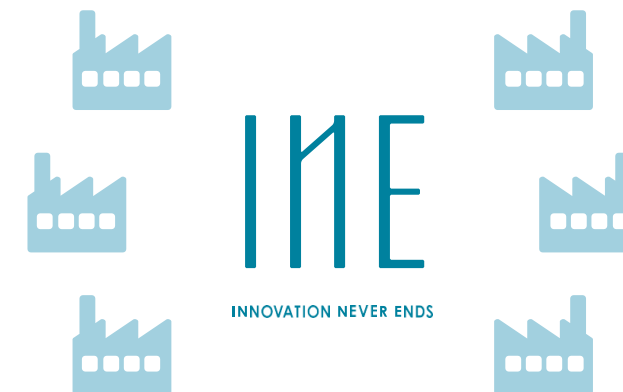


インハウスクリエイター

74人^{*1}

*1: 2023年12月時点。臨時雇用者含む

■商品開発



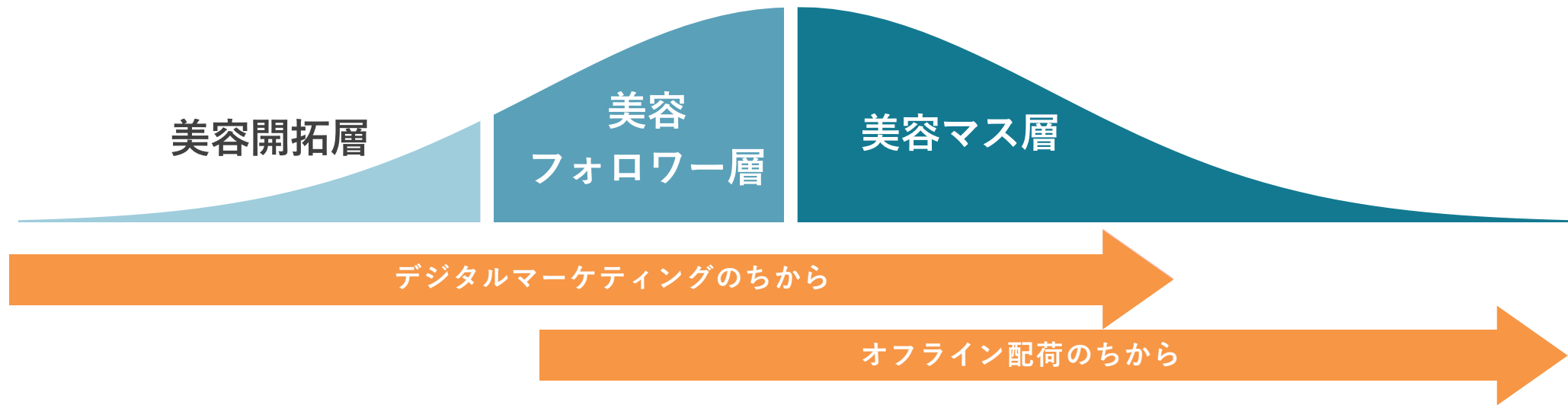
商品ごとに

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)



60人 ^{*1}

インハウス デジタルマーケッター

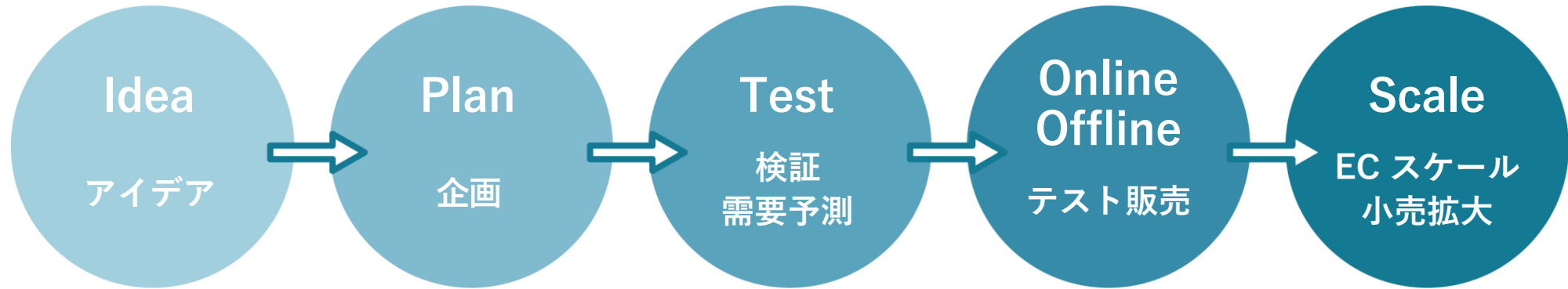
約65,000店舗 ^{*2}

オフライン配荷実績店舗数

*1：2023年12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 % ^{*1}

需要予測精度
(2023年 ヘアケア主要ブランド)

75 % ^{*2}

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



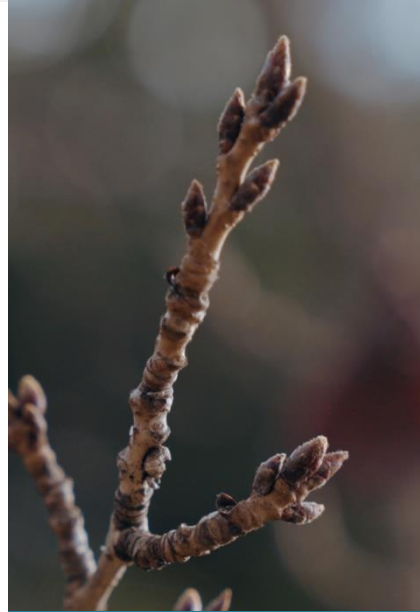
moretreesを通じた
森林保全活動 (BOTANIST財団)



BOTANIST白樺ファーム
(植物資源の循環)



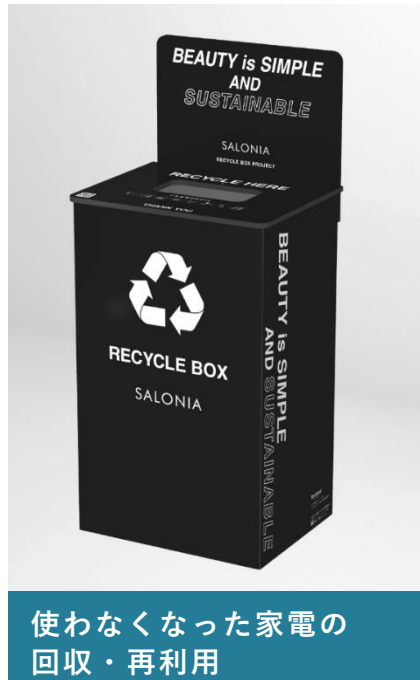
北海道美幌町BOTANISTの森



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

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。