

2025年12月期 第2四半期 決算説明資料

2025年8月8日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

エグゼクティブサマリー

上期の業績

売上高：223.2億円（前年同期比+9.9%）

- スキンケア他カテゴリーの大幅伸長（前年同期比+432.7%）
- オンライン売上高の成長（前年同期比+58.8%）

EBITDA：25.4億円（前年同期比+15.2%） / 営業利益：16.8億円（前年同期比△17.0%）

- 計画比において、EBITDAは104%、営業利益は110%と、想定を上回る着地
- 昨年実施のM&A償却費計上により営業利益は前年同期比では悪化も、EBITDAは増益

売上原価率：前年同期比△4.0pt

- オンライン売上高比率増加に加え、「美容家電」の戦略的施策、「スキンケア他」の伸長により大幅改善

今後の方針

通期計画達成及び持続的な企業価値向上に向けて、各種施策を推進

- **多数の新商品リリース**：上期リリース48商品^{*1}に対し、下期は81商品^{*1}（予定）と、新領域を含む全カテゴリーより、多数の新ブランド/新商品をリリース予定
- **「ファブレス型R&D」JBIST^{*2}の設立**：マーケティング視点を持つスピーディーかつ柔軟な研究開発体制を強化
- **株主優待制度の拡充**：保有株式数に応じ、優待内容をグレードアップ

足元におけるマクロ環境変化に対する見解：

所謂「トランプ関税」の導入を契機としたマクロ環境の変化に対して、当社の主力マーケットは日本国内であり、前年度実績で売上高の97%超を内需が占めることから、当社業績へのネガティブインパクトは限定的と認識

01 連結業績ハイライト

02 各カテゴリーの進捗

03 今後の方針

04 Appendix

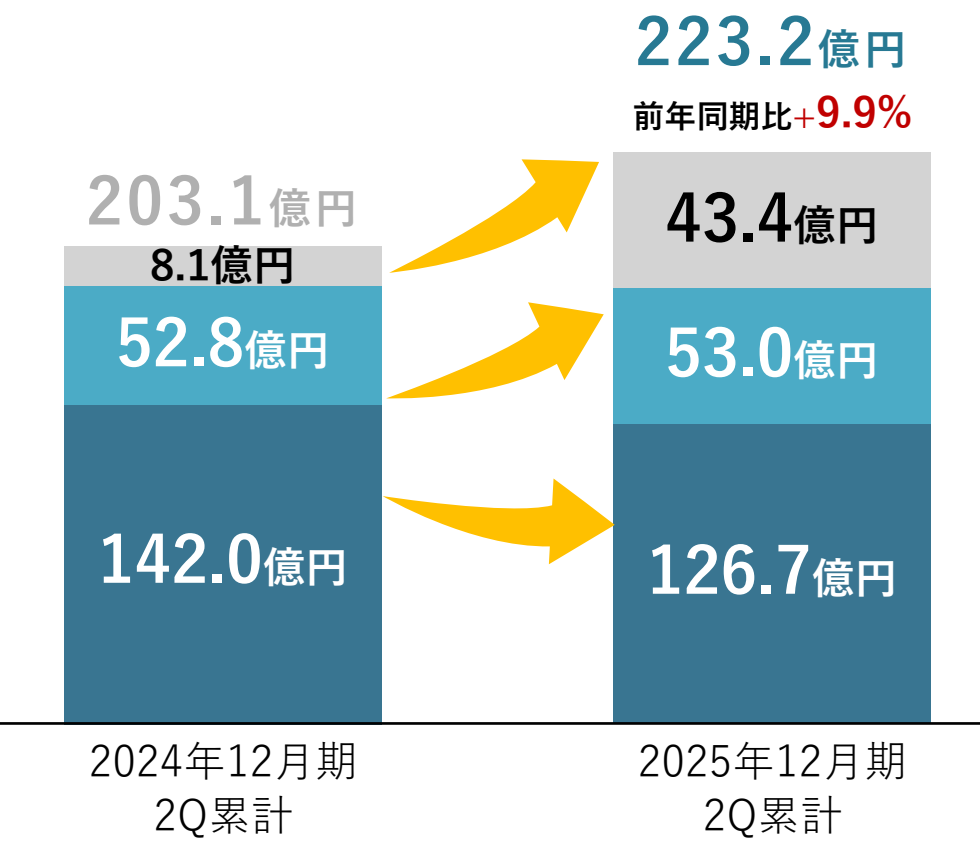
連結売上高、連結EBITDA、連結営業利益

- スキンケア他カテゴリーにおけるトゥヴェール社の連結や自社オーガニックブランドの伸長により、連結売上高は前年同期比+9.9%の増収を記録。下期施策注力により、通期計画達成を目指す。
- 昨年実施した大型M&A2件の償却費計上を主要因として営業利益は減益も、**EBITDAは+15.2%の大幅増益**。また、**EBITDA、営業利益共に、計画を上回る着地**。

	24年12月期2Q累計	25年12月期2Q累計	前年同期比	開示計画比
連結売上高	203.1億円	223.2億円	+9.9%	97%
連結EBITDA	22.1億円	25.4億円	+15.2%	104%
連結営業利益	20.3億円	16.8億円	△17.0%	110%

カテゴリー別売上高

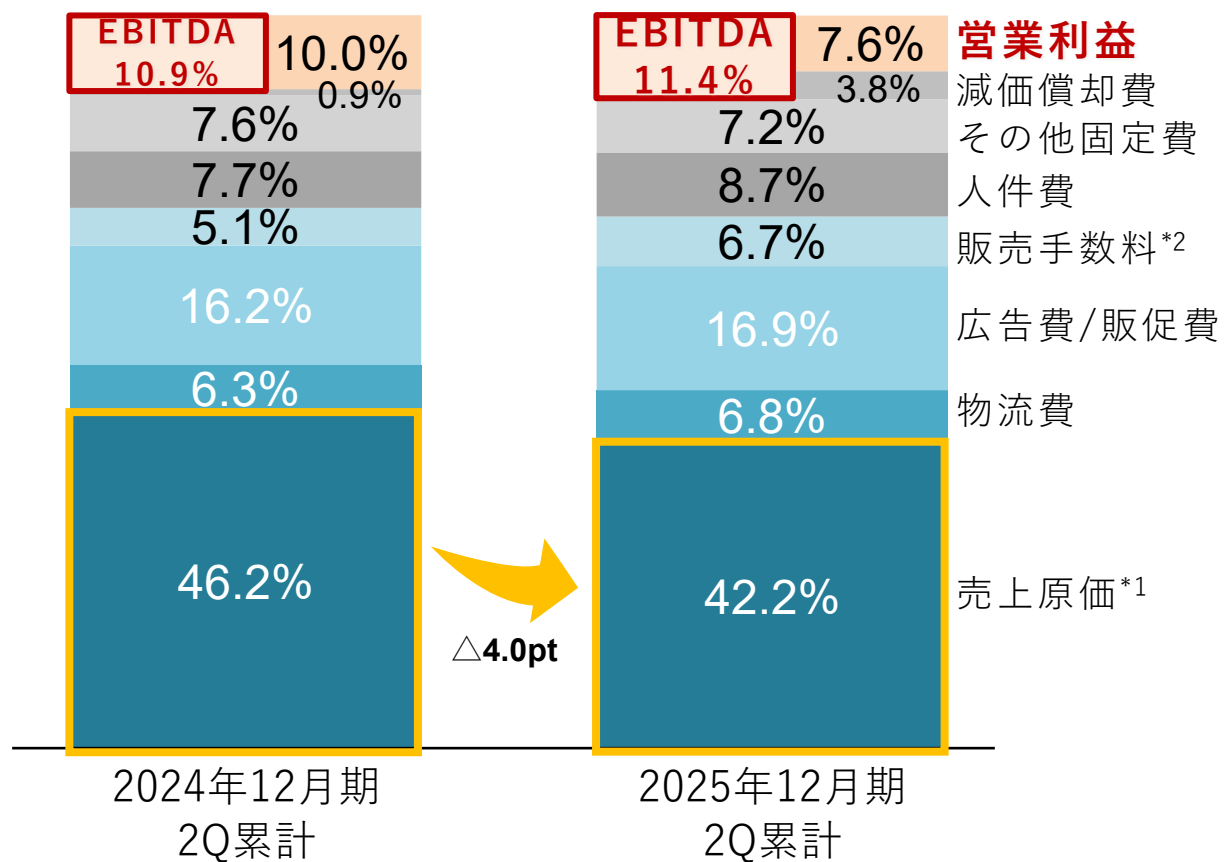
- 昨年10月にM&Aを実施したトゥヴェール社の連結及び同社ブランドを除いたその他ブランドの伸長により、「スキンケア他」は前年同期比+432.7%の大幅成長を記録。
- オンライン売上高は全カテゴリーにおいて増収となり、全社単位は前年同期比+58.8%の大幅成長を記録したほか、オンライン売上比率は約32%から46%まで向上し、安定した販売チャネル構築を実現。



	売上高 前年同期比	オンライン売上高 前年同期比
スキンケア他	+432.7%	+520.6%
美容家電	+0.3%	+7.2%
ヘアケア系	△10.8%	+16.7%

コスト構造

- 2024年度に実施したM&A2件の貢献やオンライン売上の拡大、OEMパートナーとの継続的な取組みにより、**売上原価^{*1}は前年同期比△4.0ptと大幅改善**。
- オンライン売上が大半を占める「スキンケア他」の大幅伸長や、「ヘアケア系」、「美容家電」におけるEC販売強化により、販売手数料の比率が1.6pt上昇。



変動費

- スキンケア他カテゴリーの伸長に伴うコストミックスやOEMパートナーとの取組み、美容家電カテゴリーの中間マージン削減^{*3}等により、**売上原価は前年同期比△4.0ptと大幅改善**。
- オンライン売上比率の増加により、販売手数料の比率が1.6pt上昇。

固定費

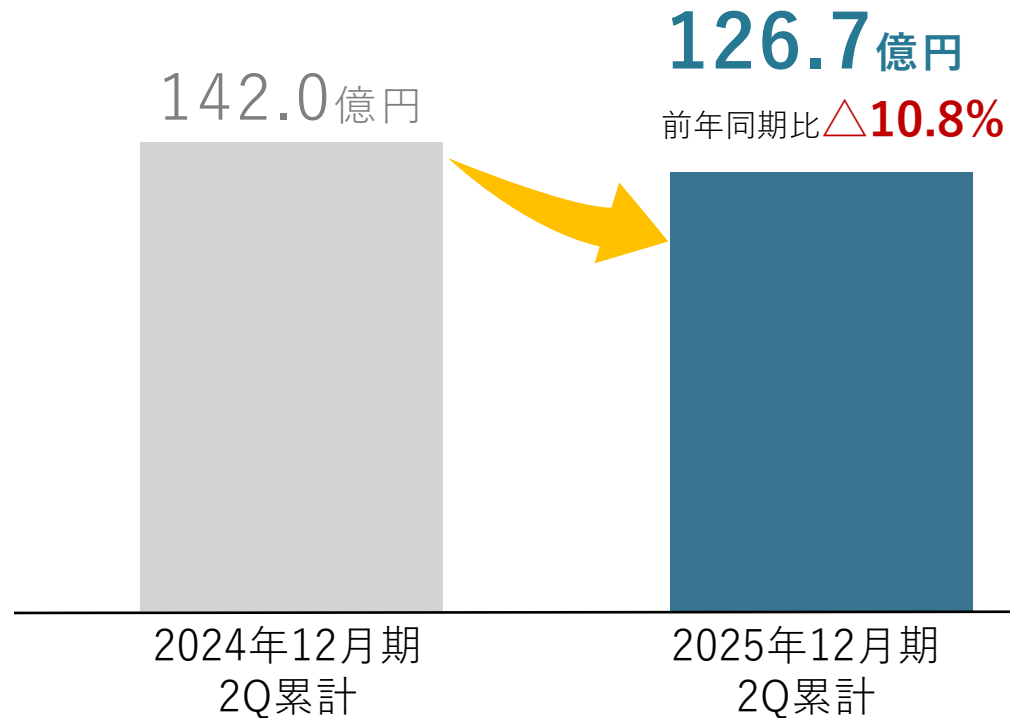
- 24/4Qに実施したM&Aに係る**のれん及び無形固定資産償却費用の計上**（Appendix参照）により、減価償却費率が上昇。
- 昨年実施した昇給や新領域の人材拡充インパクトにより人件費率は上昇も、中期では、売上高拡大及びDX・AI活用推進等により改善見込み。

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今後の方針
- 04 Appendix

ヘアケア系カテゴリーの進捗

- 中国市場からの撤退の他、4月に実施したYOLUリニューアルの市場認知形成の遅れなどの影響により、前年同期比△10.8%の減収。
- オンライン売上高は前年同期比 + 16.7%と全主力ブランドで前年同期比増収を記録。

売上高



トピックス

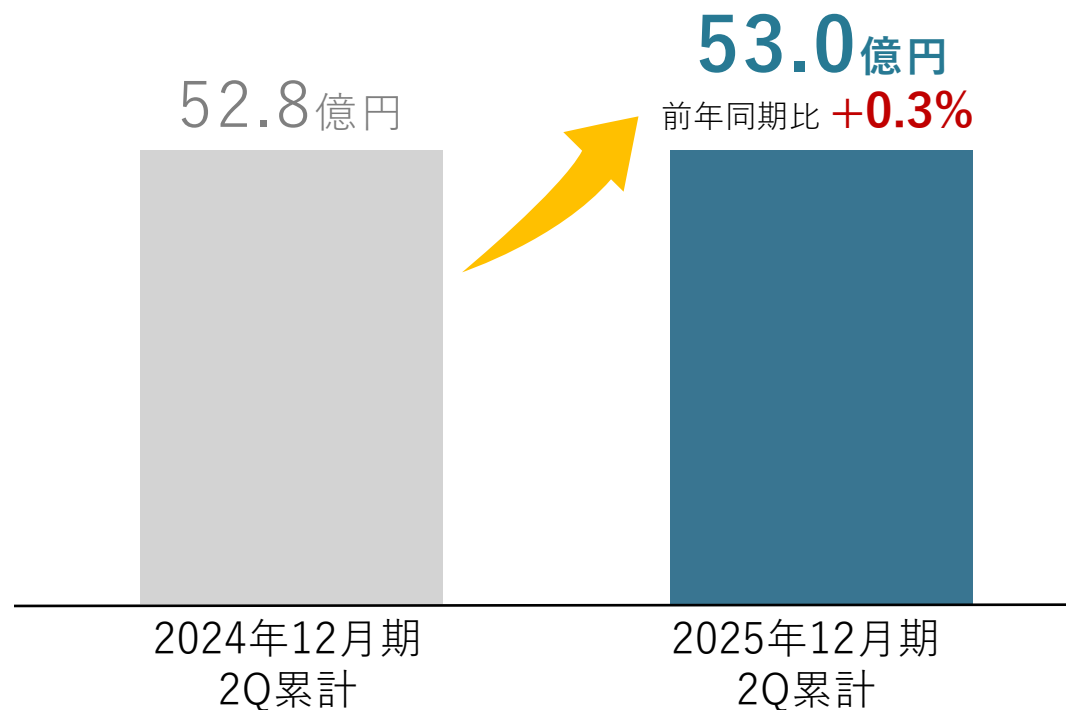
- BOTANISTサブラインのROOTHは前年同期比で売上高が+51.2%、POS*が+103.0%と、昨年のリニューアル後、大幅伸長を継続。
- YOLUは詰替え品のオンライン売上高が前年同期比+136.9%と大きく伸長。
- Qurapはオンライン売上高が前四半期比+39.3%と好調に推移。6月に初の季節限定品「ラッピングモイスト プリズムエ디션シリーズ」を発売。



美容家電カテゴリーの進捗

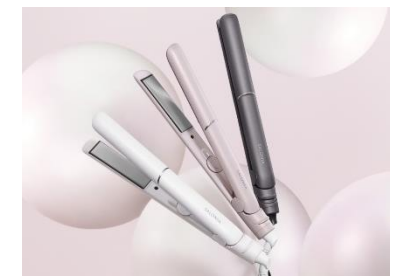
- 中高価格帯*1商品が前年同期比+69.4%と大幅な伸長を記録。
- 中高価格帯*1と定番品*2の売上比率は前年同期比で約3：7から4：6に推移し、カテゴリー内における利益率も改善。

売上高



トピックス

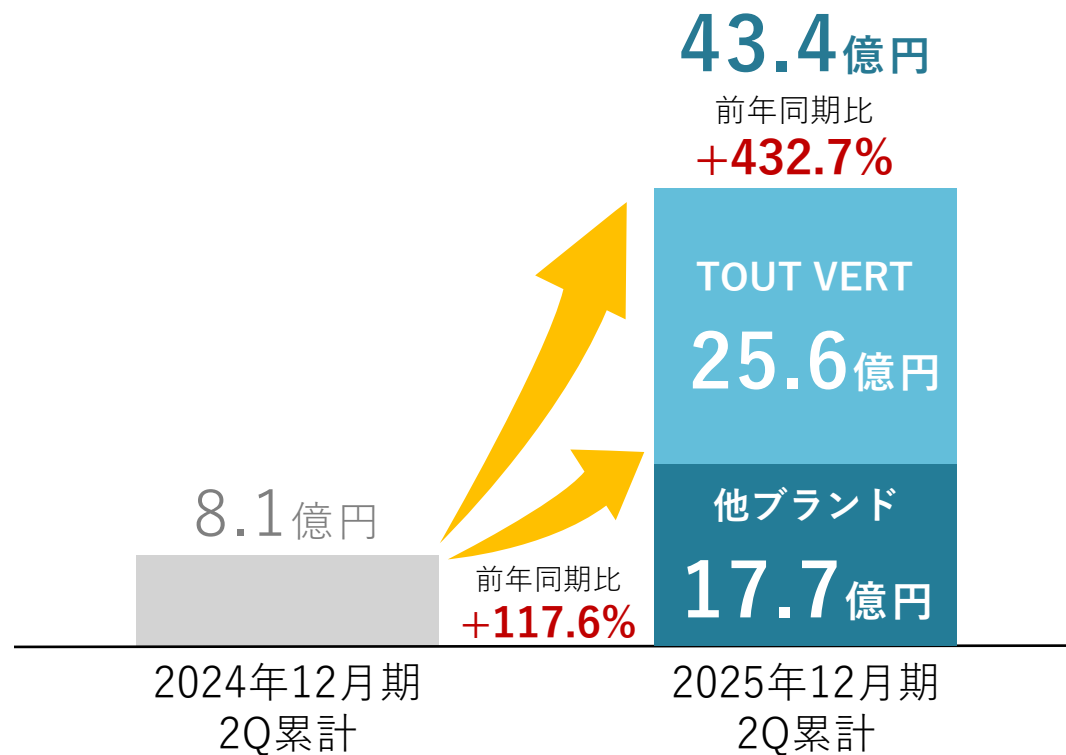
- 戦略的な売上構成比シフトが順調に進行し、中高価格帯*1商品の売上は**前年同期比+69.4%と大幅成長**。
- スムースシャインヘアアイロンが**前四半期比+56.8%**と好調に推移し、中高価格帯*1商品の成長を牽引。
- 中高価格帯アイロンのシリーズ第2弾*3として、グロッシーケア ストレートヘアアイロンを6月に新発売。



スキンケア他カテゴリーの進捗

- M&AによりグループジョインしたTOUT VERTの貢献の他、WrinkFadeの伸長や新ブランドReWEARの貢献等により、**カテゴリー全体で前年同期比+432.7%、TOUT VERTを除いた他ブランドでは前年同期比+117.6%と圧倒的な成長**を実現。

売上高



トピックス

- TOUT VERT：Amazon販路の伸長が牽引し**1～6月実績で過去最高売上高**を更新。LOFTへのテスト販売開始。
- WrinkFade：**前年同期比+38.9%と大幅伸長**。定期販売の新規獲得好調に加え、ECモールの売上伸長が貢献。
- SKN REMED：**前四半期比+17.7%と24年2Q発売来成長を継続**。オフライン店舗への配荷も開始。
- ReWEAR：EC先行発売後、4月にオフライン進出。社内POS*計画上振れ等、オフライン/オンライン共に好調。



PMIの進捗

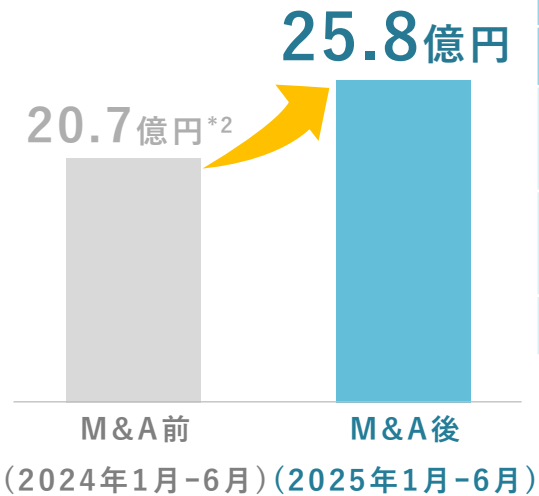
- トゥヴェール社、Artemis社^{*1}共にPMIは順調であり、1Q、2Qで売上高増及び粗利改善を実現。
- 3Q以降も継続して、当社の経営ノウハウやリソース等を活用した更なるシナジー実現に取り組む。

化粧品企画・販売

株式会社トゥヴェール

TOUT VERT

M&A前後売上高比較^{*2}



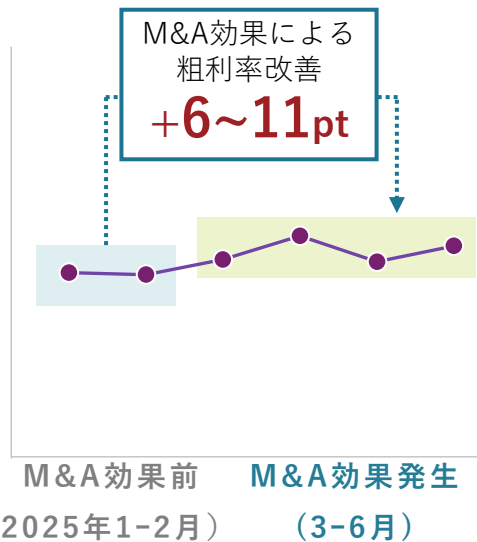
PMI施策	
✓	足元の成長機会獲得
✓	オンライン販売強化
✓	オフライン販売展開
対応中	デジタルマーケティングの強化
対応中	サプライチェーンの最適化
対応中	経営管理能力の向上

美容家電の企画・生産管理・輸出入販売

株式会社Artemis^{*1}

Artemis

美容家電事業の粗利率^{*3}
(2025年1月～6月)



PMI施策	
✓	商品仕様及び取引先の変更手続き
✓	統合業務フロー標準化
対応中	開発スピードの向上
対応中	QCDの向上
対応中	経営管理能力の向上

Social Beauty Project（サステナビリティの取り組み）



INE

CDP^{*1}の調査において、
2024年度気候変動分野でマネジメントレベルの
「B」スコアを取得



持続可能な社会に向けて、
SPTs^{*2}の達成度に応じて融資条件が変動する
「サステナビリティ・リンク・ローン」契約を締結

01 連結業績ハイライト

02 各カテゴリーの進捗

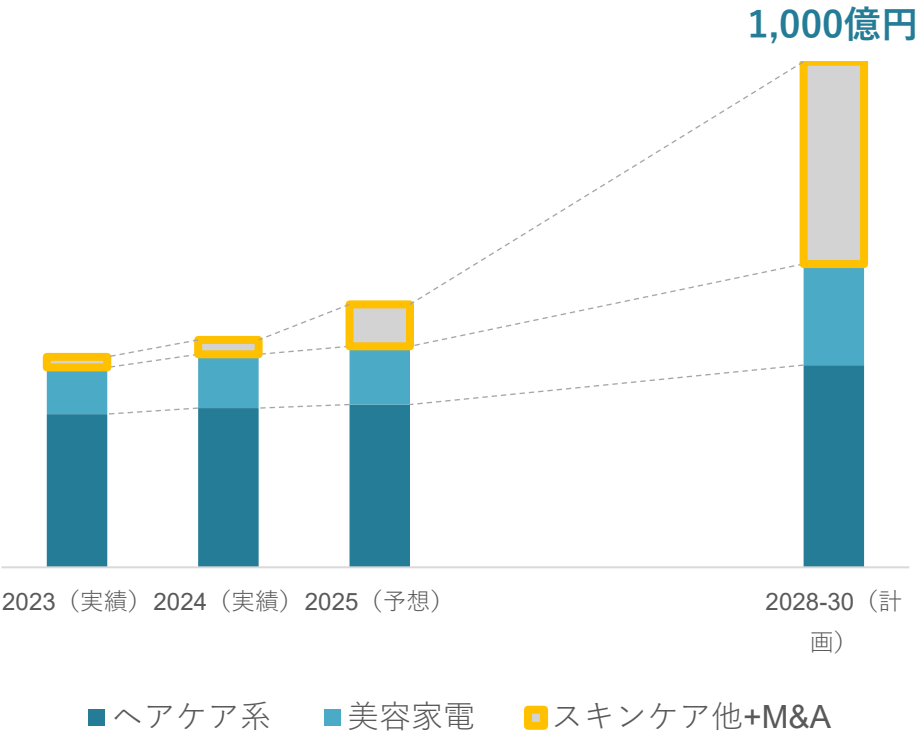
03 今後の方針

04 Appendix

事業ポートフォリオ変革に向けた取り組み

- 中期方針で掲げる事業ポートフォリオの構築に向けて、スキンケア他カテゴリーが計画通り急成長を遂げており、新たな事業の柱の構築が着実に進行中。
- 下期においても引き続き、スキンケア他カテゴリーより、新たな市場に続々参入予定。

中期方針で掲げる事業ポートフォリオ変革



ターゲット市場（一部）と足元～今後の取り組み

既存主力事業 国内TAM*1 約1兆300億円	ヘアケア	安定的かつ持続的な成長に向けて、 既存主力ブランドからの新製品や、 新ブランドをローンチ
	美容家電	
新規注力事業*2 国内TAM*1 約4兆1,300億円	スキンケア	TOUT VERTやWrinkFadeといった主力 ブランドの更なる成長促進施策の実施
	柔軟剤	New 2025年上期「ReWEAR」ローンチ
	オーラルケア	New 2025年下期「BUBLOS」他、複数 ブランドローンチ
	健康食品	New 2025年上期「Teaflex」ローンチ、 同年下期に複数ブランドローンチ
	医薬部外品	2023年ローンチ「Tearal」で、「推 しの子」とのコラボを2025年に実施

下期におけるカテゴリー戦略_ヘアケア系

- 上期発売が22商品^{*1}に対し、下期発売が44商品^{*1}（予定）と、主力ブランドから多数の新商品を展開すると共に、新ブランドもローンチ。
- 外部環境の変化に対応した商品開発とチャネル戦略を組み合わせ、持続的成長に向けた施策を多数推進。

YOLU



YOLU
主力カテゴリー
新商品など
Coming Soon

- 主力カテゴリー新商品やスキンケア商品の展開
- 自社研究開発組織JBIST^{*2}（後続頁参照）の知見・美容マーケットトレンドの反映
- 一部周辺アイテムのリニューアル

BOTANIST



- 新ライン「BOTANIST SANTAL」ローンチ
- 一部周辺アイテムのリニューアル
- 各種企画品やコラボ商品の展開

他ブランド



- 新ブランド「Collagem」ローンチ
- 「Qurap」より、新バリエーションローンチ

下期におけるカテゴリー戦略_美容家電

- **SALONIAからは、上期発売が4商品^{*1}に対し、下期発売が11商品^{*1}（予定）**と、新商品を多数展開予定。
- 美容家電カテゴリーからはSALONIAに次いで初となる新ブランドのローンチも計画。

SALONIA

SALONIA

新型美容家電／複数新商品
Coming Soon

- 中高価格帯製品の更なる拡大に向けた施策強化
- オフラインチャネルにおける販売強化
 - 販売員導入店舗及び販路の拡大
 - 一部販路での先行販売など小売店施策の強化

新ブランド

Coming Soon

- 2025年8月末、新ブランドのローンチを予定
- 第三者機関による“日本初”の認証を獲得した商品を販売予定

下期におけるカテゴリー戦略_スキンケア他

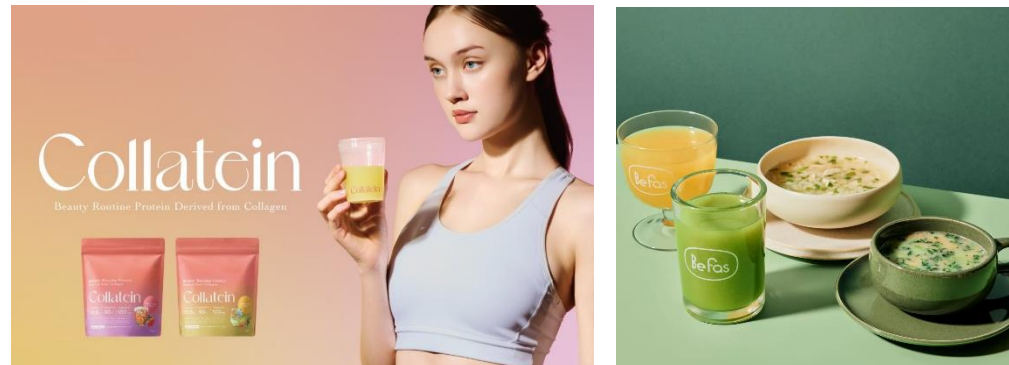
- 上期発売が22商品*1に対し、下期発売は26商品*1（予定）と、新商品を多数展開予定。
- TOUT VERT及び既存ブランドの成長施策の他、スキンケア以外の新カテゴリーから新たに3~5ブランドをローンチ予定。

TOUT VERT



- 新商品の発売（予定）
- デジタルマーケティングの強化
- トゥヴェール社とI-ne研究開発組織（JBIST*2）との連携強化

他ブランド



- 健康食品やオーラルケア等、様々なビューティーカテゴリーに参入
- 社長直下の新規事業開発室にてスピード感ある商品開発を推進
- 既存ブランドからの季節限定品及び新商品も多数発売予定

日本美科学研究所（JBIST*（ジェービスト））の設立

- 2025年8月1日、自社初となる研究所「日本美科学研究所（以下、JBIST*）」を設立。
- 当社の強みであるファブレス体制を活かし、差別化技術の内製化と商品化工程の外部連携を両立させた、これまでにないハイブリッドな「ファブレス型R&D」を実現。

JBIST*で実現する「ファブレス型R&Dの独自性」

- ① **柔軟かつ高品質な商品開発・供給体制**
 - 差別化技術や独自処方 of 自社開発・特許化
 - 多様なOEM・ODMパートナーと連携した製剤化・量産
- ② **生活者ニーズや市場の兆しに応じたタイムリーな商品づくり**
 - マーケティングと研究開発を融合した組織構築
 - 社長直下の機動的な意思決定体制

今後の展望

- 1 2026年より、研究成果を市場へ投入
- 2 コンソーシアム型の共創の本格始動
- 3 AI等を活用したライトアセット型R&Dによる少数精鋭・高機動型ラボの実現



日本美科学研究所所長：竹内 啓貴

- ポーラ化成工業株式会社にて研究員としてキャリアをスタート
- 2011年からボストン大学で新規シワメカニズムの研究に挑戦
- 2017年に市場を驚かせた日本初のシワ改善医薬部外品「リンクルショット」の開発には初期段階から関わり、基礎研究・メカニズム解明から製品化・上市までをリード
- 2023年よりI-neに参画し、価値創造研究室を立ち上げ、2025年より日本美科学研究所所長も兼任

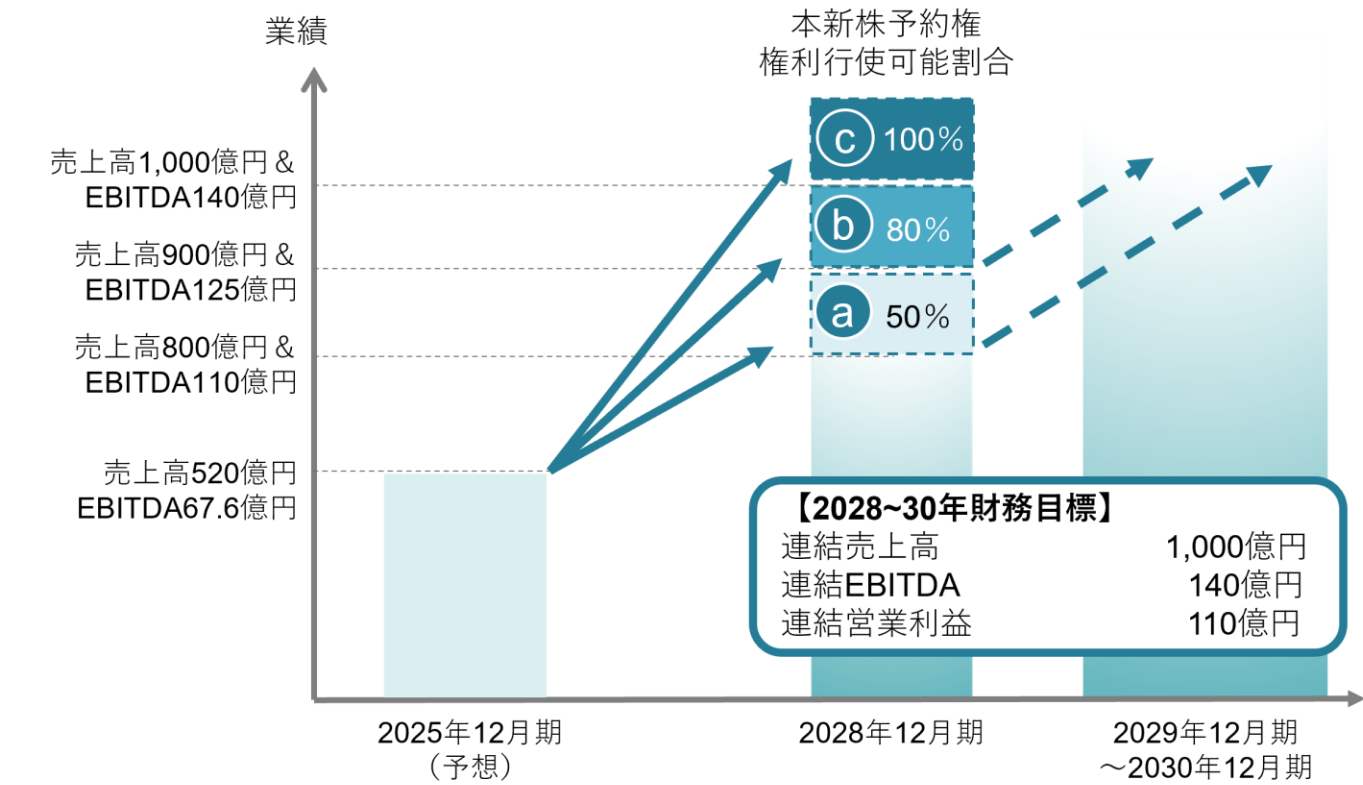
中期方針達成に向けた業績目標連動型有償ストック・オプションの発行

- 2025年7月3日、中長期的な業績拡大及び企業価値向上に対する結束力と貢献意欲をより一層高めることを目的とし、業績目標連動型ストック・オプションの導入を決定*1。
- 2028年12月期の売上高及びEBITDAを権利行使条件とした、中期方針目標の達成確度を高める設計。

割当対象者	取締役1名、従業員26名
新株予約権の数	2,400個
発行規模	1.34%
発行価格	1円／個
権利行使価格	1,560円*2
権利行使条件 (一部)	右図a～cの通り、 2028年12月期業績に応じた行使可能割合を設定

POINT

- 2028-30年売上高1,000億円、EBITDA140億円を中期方針に掲げる中、**最も早い2028年単年度業績を対象に設定**
- 早期から経営陣・従業員の意識を高め、中期方針目標の達成確度を高める設計



*1 : <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03869/cad98f73/1ffd/4a81/9730/65e348409560/140120250625599333.pdf>

*2 : 決議日前日の終値と同額

株主優待の拡充

- 当社株式の投資魅力を高め、中長期的に当社株式を保有していただくこと、また当社商品及び当社事業へのご理解をより一層深めていただくことを目的として、**株主優待制度の拡充を決定**。

【優待内容】公式サイトアンドハビットで使用可能なポイント

100株以上 ポイント **2,000** 円分

New

500株以上 ポイント **14,000** 円分



14,000ポイント使用例

BOTANIST
シャンプー・トリートメント
約1年分相当*



権利付き最終日：12月末日 株主名簿確定：12月31日 ご案内発送：3月上旬

01 連結業績ハイライト

02 各カテゴリーの進捗

03 今後の方針

04 Appendix

会社概要



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	5,000万円（2025年6月末時点）
所在地	大阪府大阪市中央区南久宝寺町4-1-2 御堂筋ダイビル
従業員数	452名（2025年6月末時点、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4社、海外2社（2025年6月末時点）



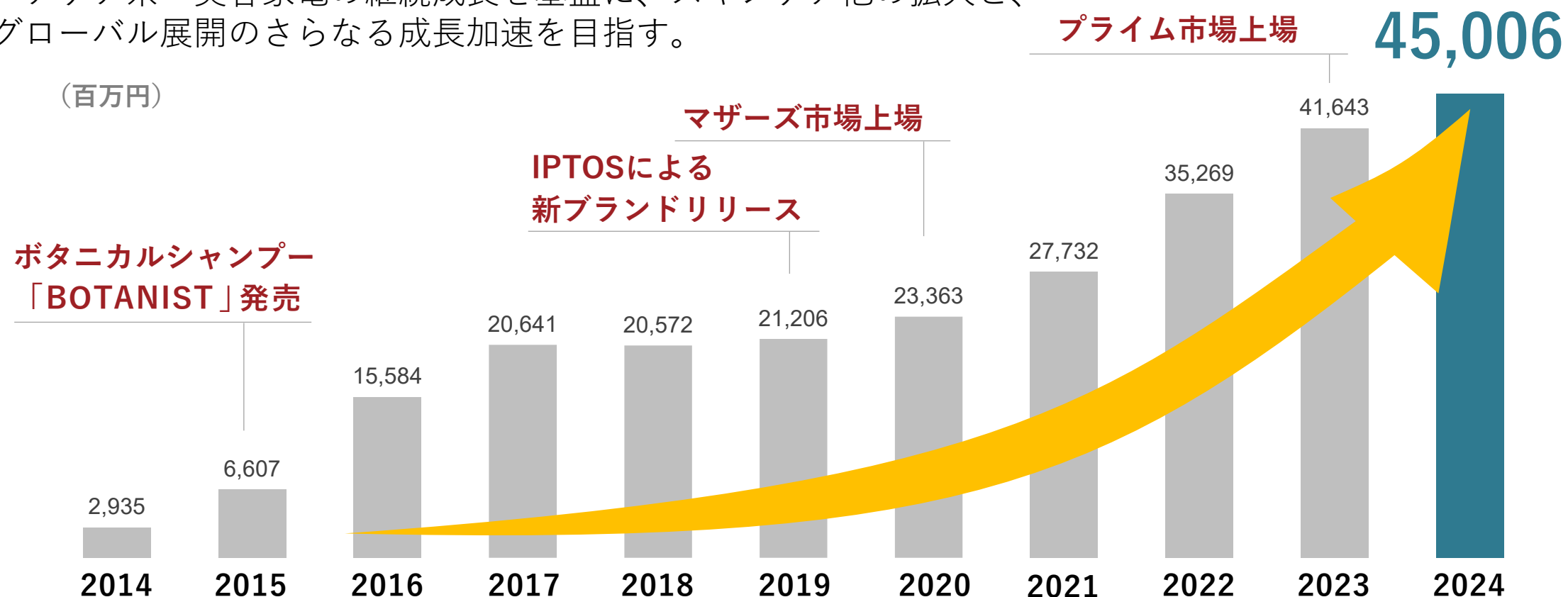
MISSION

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」があふれる
社会の実現に挑戦し続けます。

連結売上高推移

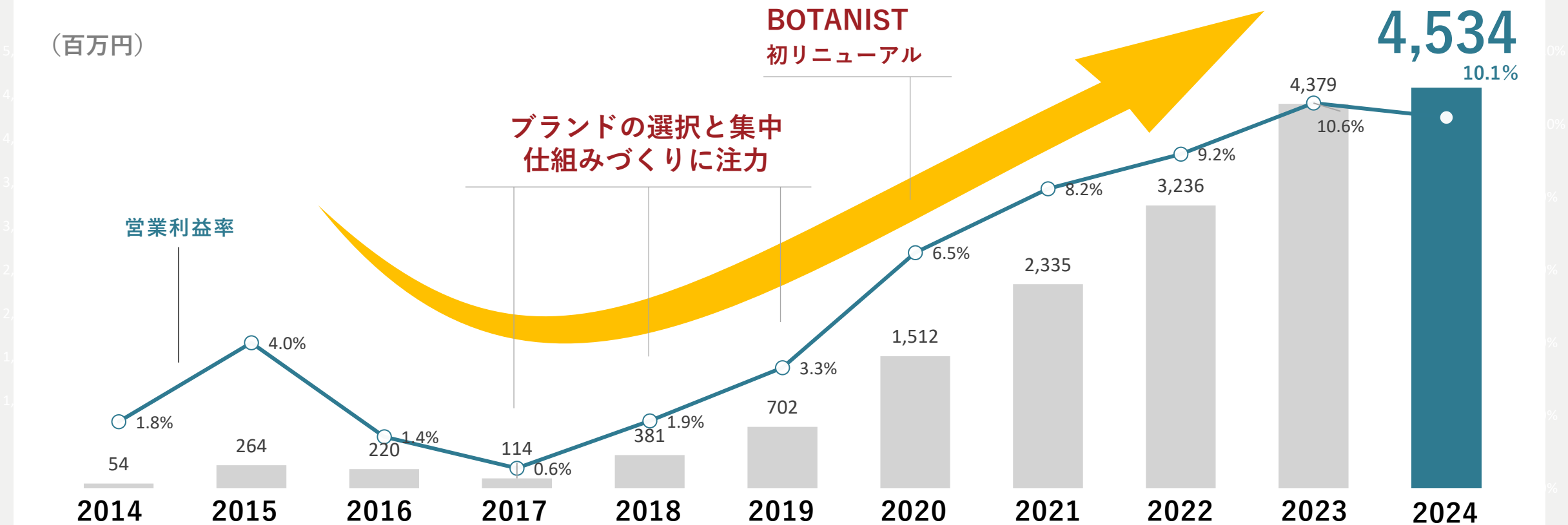
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。
2023年9月東京証券取引所プライム市場へ上場。
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



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（前）の数値。・2021/12月期以降は収益適用認識後（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）

取締役の体制



代表取締役社長
大西 洋平

大学在学中に個人事業主としてY.B.O.を設立。当時のモバイル通販市場とブログメディアの拡大に着目し、EC×ブログPRを強みとした事業で起業。「ネットで流行らせたものを店頭で売る（流行を創る→EC→卸）」という独自のビジネスモデルを確立



取締役
原 義典

元P&Gジャパンファイナンス部門No2としてビジネスに加え組織開発もリードする。2022年にI-ne参画。CFOとしてファイナンス領域を担当。
2024年より現職



社外取締役
笹俣 弘志

A.T.カーニーにて、食品・嗜好品・日用品などのメーカー企業等に対し、ブランドポートフォリオ戦略や組織・構造改革等を支援。同社エネルギープラクティス東京事務所リーダー（現任）。
2022年より現職



社外取締役（常勤監査等委員）
堀川 健

元株式会社ポーラ・オルビスホールディングス執行役員（経営企画・財務・法務総務管掌）を経て、2022年より現職



社外取締役（監査等委員）
山中 典子

朝日監査法人、サントリーホールディングス、プロントコーポレーション監査役を経て、
2024年より現職



社外取締役（監査等委員）
古本 結子

米国NY州弁護士新日本製鐵、三菱商事、カンロ社外取締役、三菱商事ライフサイエンス監査役を経て、
2024年より現職

カテゴリーについて

ヘアケア系

BOTANIST



YOLU

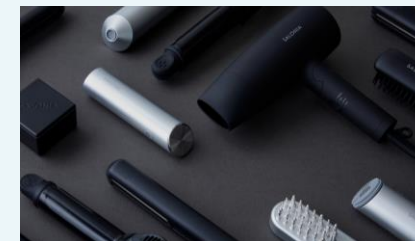


DROAS



美容家電

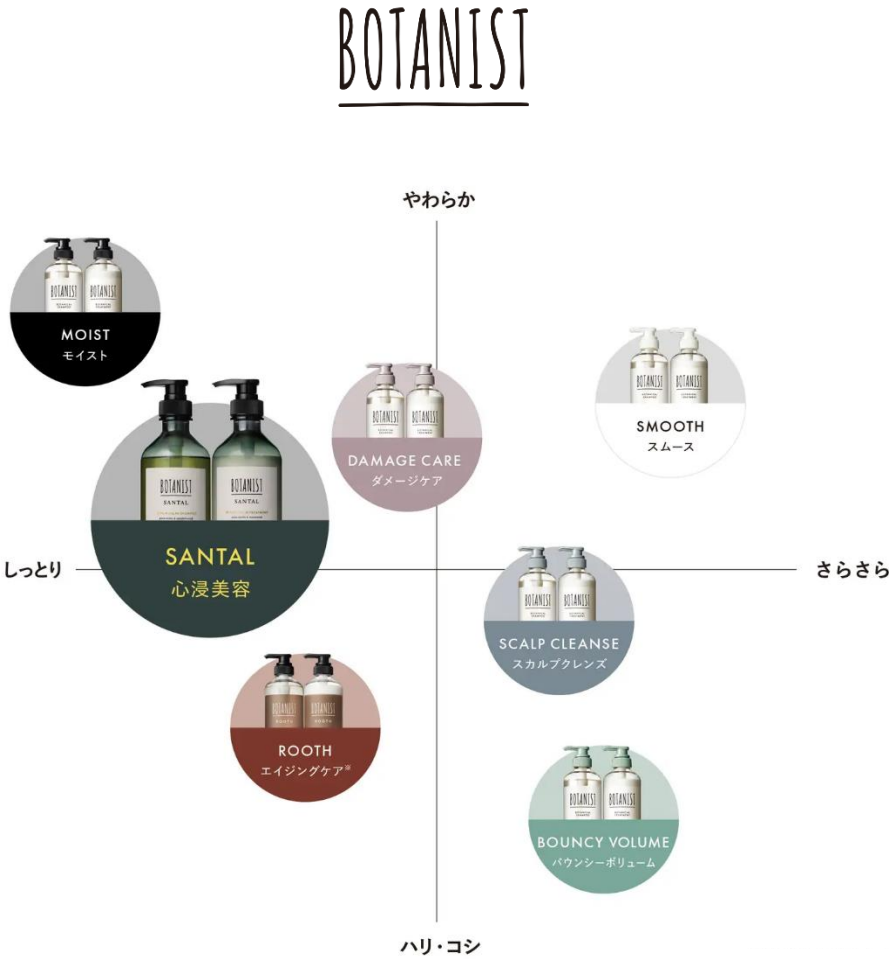
SALONIA



スキンケア他



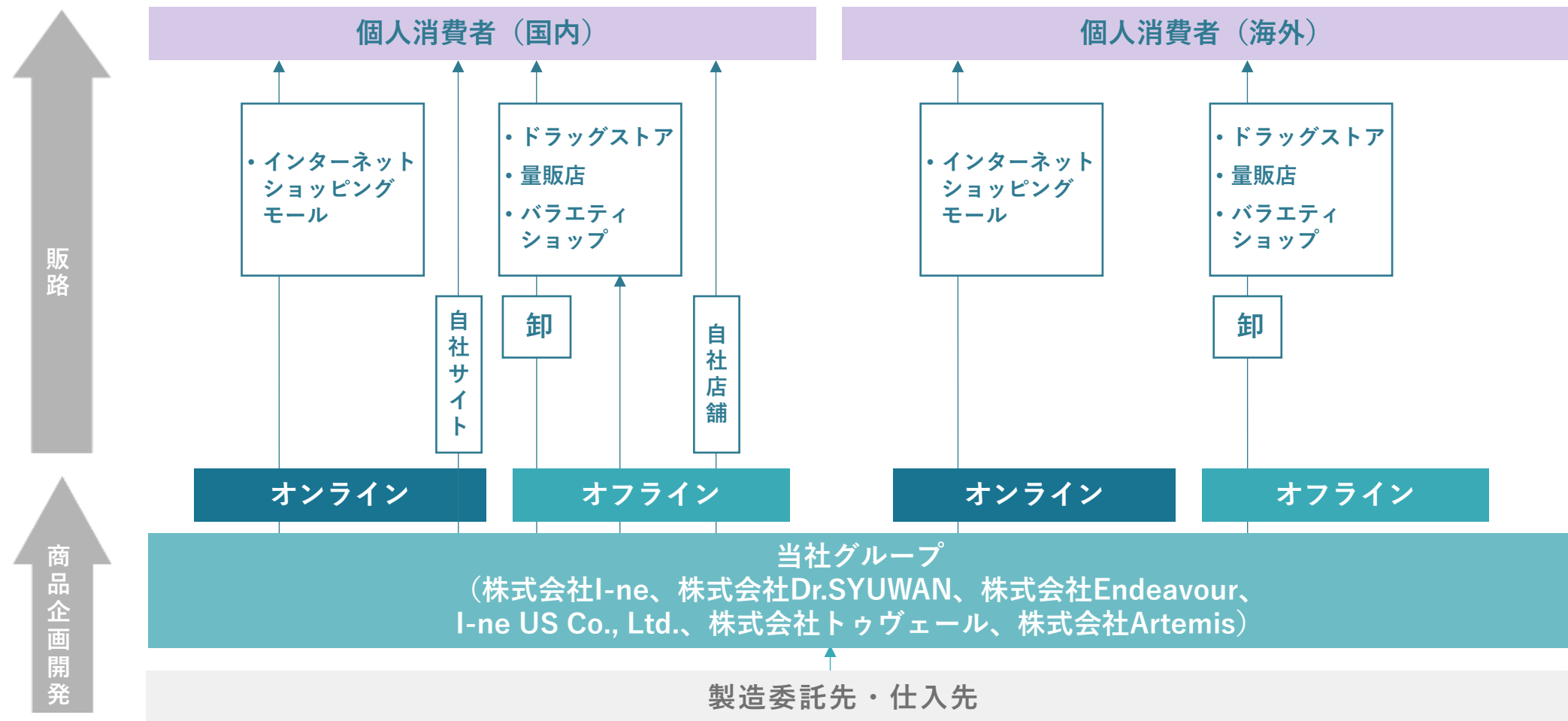
BOTANIST・SALONIA商品（一部）



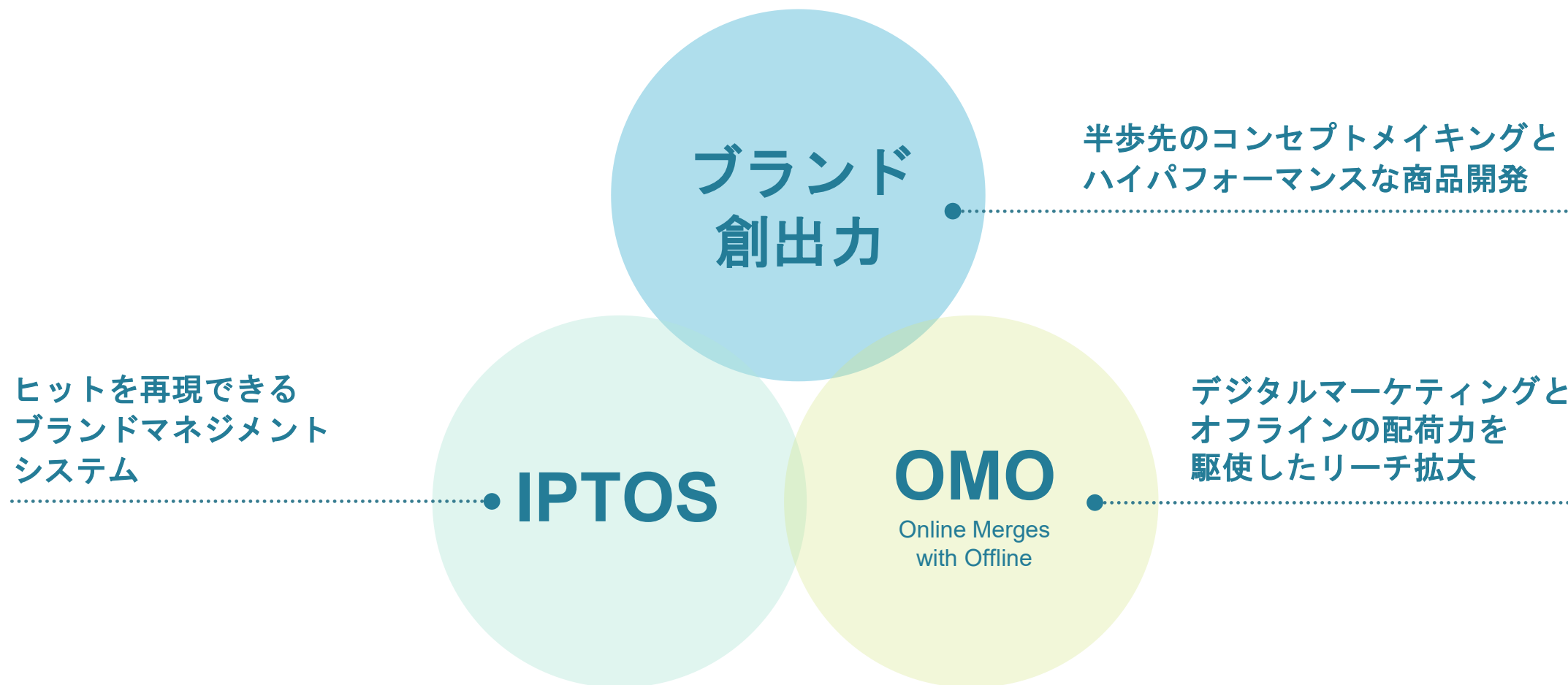
SALONIA			
グロッシーケア ストレートヘアアイロン	ストレートヘアアイロン	スムーズシャイン ストレートヘアアイロン	
			
メイクをするようにツヤ髪をめざしたい方	シンプル設計で幅広い色から選びたい方	ダメージを抑えて仕上がりの良さを追求したい方	
7,678円	3,828円	13,200円	
[パール髪プレート] 輝くツヤ髪へ導く3つの成分配合	[コーティングプレート] なめらかな仕様で3種類のプレートサイズ	[シルキーテックプレート] 水蒸気爆発を防ぎダメージを抑える	
エアトリートメントドライヤー	スムーズシャインドライヤー	グロッシーケアドライヤー	スピーディーイオンドライヤー
			
最上級の仕上がりをめざしたい方	速乾+しっかり美髪ケアしたい方	コスパよくツヤ髪をめざしたい方	手頃な価格で早く乾かしたい方
29,700円	13,200円	7,678円	5,918円
2.1m ³ /min HIGH時・自社測定	2.4m ³ /min 風強時・自社測定	2.1m ³ /min TURBO時・自社測定	2.3m ³ /min TURBO時・自社測定

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。



ヒットを量産できるI-neの3つの強み



強み① ブランド創出力

■コンセプト設計

アイデア

10,000 個

サイエンス

新規性×マス需要 調査

アート

I-ne文化に基づく意思決定

1

2

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

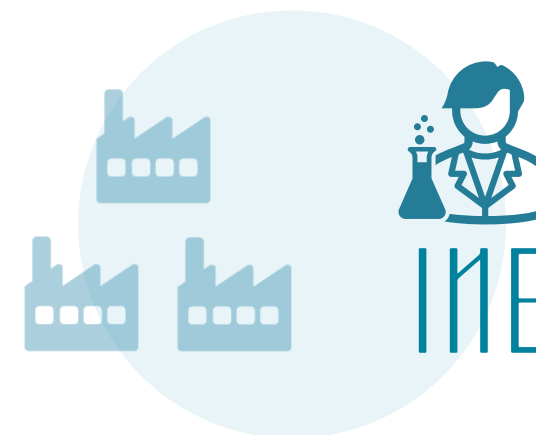


インハウスクリエイター

87人^{*1}

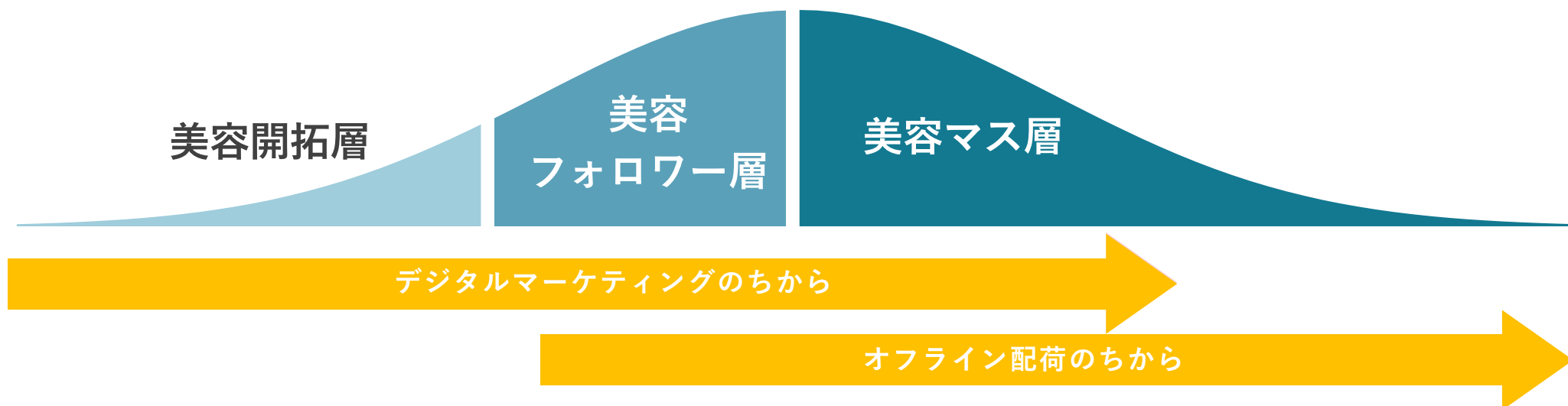
^{*1}：2025年6月時点。臨時雇用者含む

■商品開発



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
I-ne社内の専門家と開発

強み② OMO（Online Merges with Offline）



99人^{*1}

インハウス デジタルマーケッター

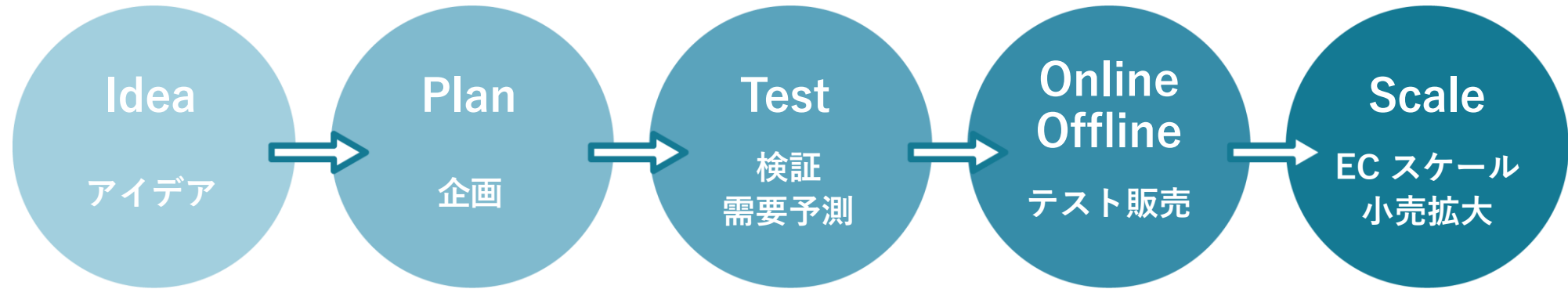
約65,000店舗^{*2}

オフライン配荷実績店舗数

*1：2025年6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

強み③ IPTOS（ブランドマネジメントシステム）



特徴

- ✓ 各ゲートでのKPI設置
- ✓ 成功・失敗の体験データ蓄積
- ✓ 迅速なPDCAサイクル運用

メリット

- ✓ リスクの抑制
- ✓ ヒットの再現性の向上
- ✓ 需要予測精度の高度化



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を通した
森林保全活動（BOTANIST財団）



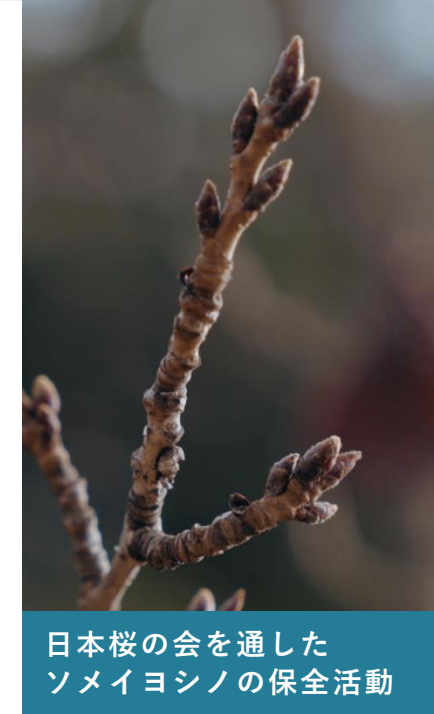
BOTANIST白樺ファーム
（植物資源の循環）



北海道美幌町BOTANISTの森



アウトレット・ファミリーセール
実施による廃棄物削減



日本桜の会を通した
ソメイヨシノの保全活動



使わなくなった家電の
回収・再利用

【中期方針】 2028-30年売上高1,000億円の達成に向けた成長戦略

- 当社を取り巻く昨今のビジネス環境を鑑み、2028-30年売上高1,000億円に向けた戦略及び指標を更新。
- スキンケア・新カテゴリーにおいて更なる成長を図ると共に、M&Aを通じた新たな強みの獲得及び事業領域拡張により、国内トップレベルのメガベンチャーを目指す。

2022年通期決算発表時 長期ビジョン

目標	売上高 営業利益率	1,000億円 15%
成長戦略	① ヘアケア系・美容家電の継続成長 ② スキンケア他の拡大 ③ グローバル展開のさらなる成長加速	



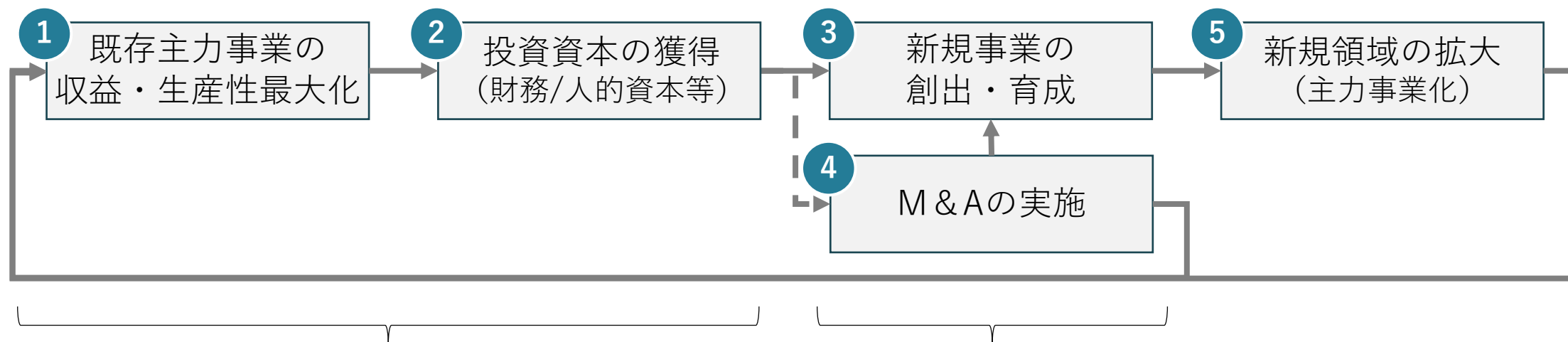
更新版 2028-30年ビジョン (太字：主要更新ポイント)

目標	売上高 EBITDAマージン 営業利益率	1,000億円 14% 11%
成長戦略	① ヘアケア系・美容家電の持続的成長 ② 新たな成長の柱となる事業の育成 ➢ スキンケア ➢ 新カテゴリー ③ M&Aを通じた新たな強みの獲得と事業領域拡張 ④ グローバル市場における基盤作り (東南アジアやUS等)	

【中期方針】成長戦略の実現サイクルと収益率イメージ

- 既存主力事業の収益・生産性の最大化により得た資本を新たな事業の育成に向けた原資とし、更なる事業成長を推進するサイクルを回す。
- 既存主力事業の営業利益率及びEBITDAマージンのターゲットは約15～17%、新規事業の創出・育成及びM & Aにかかる費用のターゲットは、売上高比で合計約4～6%とする。

売上高1,000億円、営業利益率11%、EBITDAマージン14%をターゲットとした成長戦略の実現サイクル



収益 営業利益率、EBITDAマージン：約15～17%

費用 新規事業立ち上げ費用／売上高：約1～2%

費用 M & A関連費用^{*1}／売上高：約3～4%

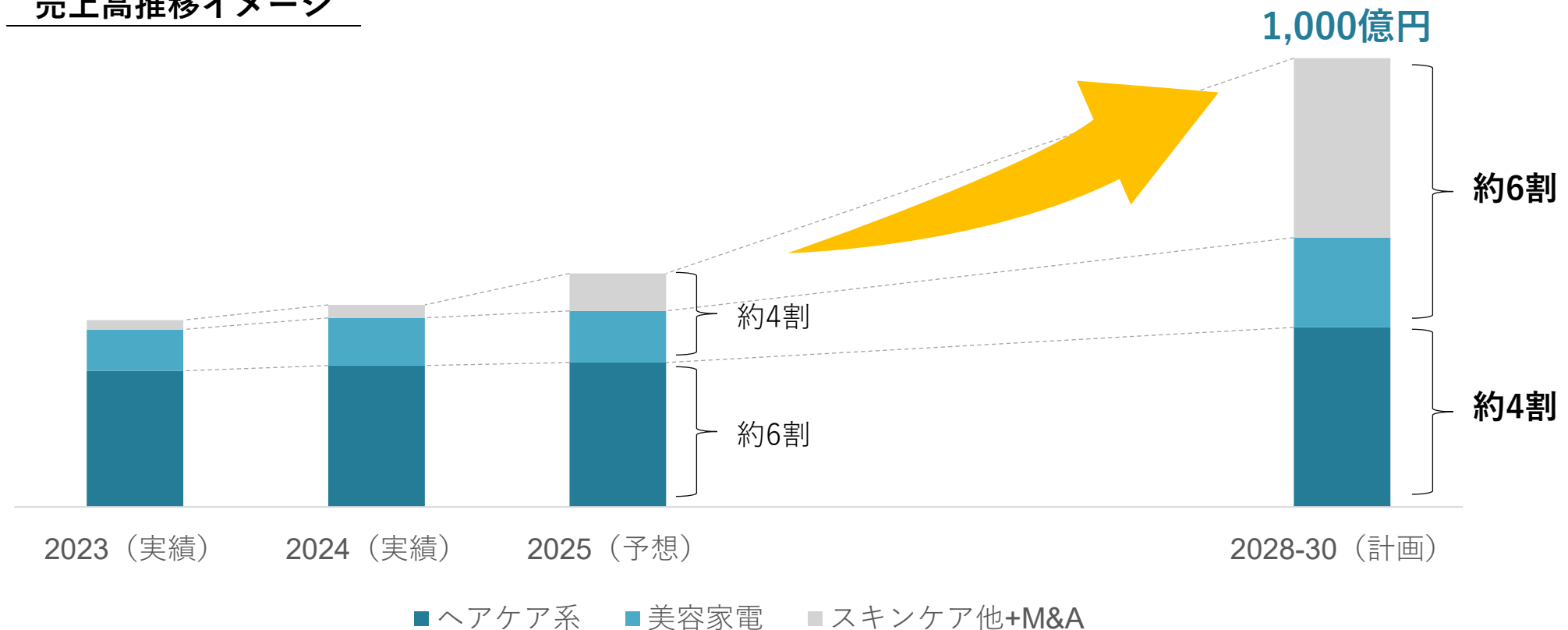
^{*1}：アドバイザー費用、のれん償却費、PMI^{*2}関連コスト等

^{*2}：Post Merger Integrationの略。経営統合、業務統合、意識統合の3段階からなるM&A（合併・買収）後の統合プロセスを指す

【中期方針】事業ポートフォリオの変革

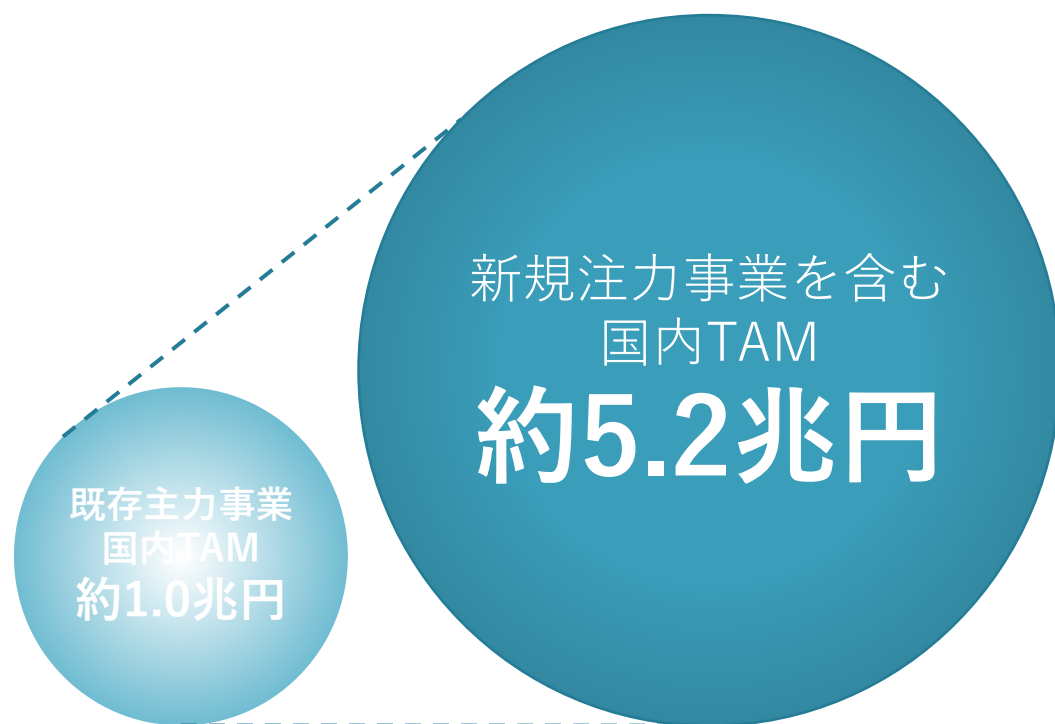
- 足元ではヘアケア系カテゴリーの売上高が全体の6~7割を占めているが、今後はスキンケア・新カテゴリーを新たな成長の柱として育成するほか、継続的にM&Aを実施することで、2028-30年時点ではヘアケア系カテゴリーの売上高が全体の約4割となる事業ポートフォリオを目指す。

売上高推移イメージ



【中期方針】 国内におけるターゲット市場規模

- 今後、新たにターゲットとする新規注力事業を含めた国内TAMは約5.2兆円。
- I-neの知見と強みを最大限発揮できる市場／製品を厳選の上、新カテゴリーにおいても、Innovationの実現による市場創出・獲得を目指す。



ターゲット市場規模

既存 主力事業	ヘアケア 7,024億円*1	美容家電／雑貨 3,335億円*2
新規 注力事業	スキンケア 1兆4,324億円*1	新カテゴリー 約2兆7,000億円*3

I-neの3つの強みを最大限発揮できる市場／製品を厳選

- 1 半歩先のコンセプト×高品質な商品開発：ブランド創出力
- 2 デジタルマーケティング×オフライン配荷力：OMO
- 3 ヒットを生み出し続ける仕組み：IPTOS

【中期方針】 M&A戦略の推進

- 2024年10月に美容家電カテゴリー、スキンケア他カテゴリーで2件のM&Aを実行。
- 財務規律を重視したM&Aを通じて、新たな強みの獲得、双方のシナジー創出による事業領域拡張を更に推進。

当社のM&A領域における実績

ヘアケア系		
美容家電	2024 Artemis	
スキンケア	2022 wt. WrinkFade	2024 TOUT VERT
新カテゴリー		
(売却)	2022 skinvill	2023 RELAXATION CHILL OUT

※一部を掲載

※一部を掲載

積極的なM&A戦略の実行

組織強化

- 企業価値を上げるM&A専門組織の強化
- PMIを見据えた人材確保と事業担当者の強いコミットメントの追求

財務規律方針

以下の財務規律を方針とした投資検討

1. 連結EPSの向上
2. EBITDAマルチプル設定
3. Net Debt EBITDA2倍以下

キャッシュアロケーション方針と株主還元

- 成長投資を最優先としたキャッシュアロケーション方針は継続する一方、適宜、キャッシュバランスや株価等を鑑みた株主還元施策は実施予定。
- 昨年度より普通配当を実施しており、**2025年度は1株当たり0.5円増配した13.5円の普通配当**を実施。

キャッシュアロケーション方針（優先度順）

1) 中期事業戦略への成長投資

- ブランド拡大に向けたマーケティング投資
- サステナビリティ・スキンケア等のブランド開発投資
- グローバル拡大に向けた投資
- 人材開発・業務生産性向上に向けた投資

2) インオーガニック成長に向けた戦略投資（M&A等）

- 新規事業開発、M&Aの実行

3) B/Sマネジメントや株価水準等考慮した株主還元

- 事業成長に沿った安定的・継続的な株主還元
- 普通配当・株主優待の継続

株主還元施策

	2023年度	2024年度	2025年度
配当	プライム上場 記念配当 13.0円／株	普通配当 13.0円／株	普通配当 13.5円／株
その他 施策	—	- 自己株取得の実施（約5億円） - 株主優待の発表（自社サイトで使用可能な2000円相当のポイント付与）	- 株主優待は継続（内容は継続検討） - その他、決定があり次第発表予定

M & Aに伴うのれん・無形固定資産の計上

- 2024年10月末に実施したM&A2件のPPA^{*1}評価が完了^{*2}。年間償却額は2025年期初業績予想策定時の想定と大幅な乖離なし。

	Artemis社 ^{*3}			トゥヴェール社		
のれん／ 無形固定資産 計上額	PPA ^{*1} 完了前暫定値			PPA ^{*1} 完了前暫定値		
	PPA ^{*1} 完了後確定値			PPA ^{*1} 完了後確定値		
	累計償却額			累計償却額		
	無形固定資産 のれん			無形固定資産 のれん		
	2024/12末時点	2024/12末時点	2025/6末時点	2024/12末時点	2024/12末時点	2025/6末時点
償却期間	のれん：10年、契約関連資産：10年			のれん：10年、顧客関連資産：8年、商標権：15年		
年間償却額	4.3億円 (のれん：1.0億円、契約関連資産：3.3億円)			7.5億円 (のれん：5.4億円、顧客関連資産：0.9億円、商標権：1.2億円)		

ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)

	2023年12月期					2024年12月					2025年12月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q* ²	通期* ²	1Q* ²	2Q
売上高	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082	11,228	10,999	13,695	45,006	11,116	11,205
売上原価	4,911	4,419	5,048	5,019	19,399	4,245	5,197	5,210	6,306	20,959	4,875	4,576
売上原価率	50.5%	45.1%	46.1%	44.9%	46.6%	46.7%	46.3%	47.4%	46.0%	46.6%	43.9%	40.8%
広告・販促費	1,366	1,955	2,042	1,731	7,096	1,438	1,846	1,910	1,853	7,049	1,753	2,021
広告・販促費率	14.1%	20.0%	18.7%	15.5%	17.0%	15.8%	16.4%	17.4%	13.5%	15.7%	15.8%	18.0%
物流費	695	730	751	715	2,892	648	631	630	784	2,694	729	782
物流費率	7.2%	7.5%	6.9%	6.4%	6.9%	7.1%	5.6%	5.7%	5.7%	6.0%	6.6%	7.0%
販売手数料	383	407	502	758	2,052	532	513	657	949	2,652	682	818
販売手数料率	3.9%	4.2%	4.6%	6.8%	4.9%	5.9%	4.6%	6.0%	6.9%	5.9%	6.1%	7.3%
人件費	599	589	685	697	2,572	744	821	834	993	3,394	940	1,008
人件費率	6.2%	6.0%	6.3%	6.2%	6.2%	8.2%	7.3%	7.6%	7.3%	7.5%	8.5%	9.0%
その他固定費	728	810	789	921	3,250	834	821	834	1,231	3,721	1,246	1,198
その他固定費率	7.5%	8.3%	7.2%	8.2%	7.8%	9.2%	7.3%	7.6%	9.0%	8.3%	11.2%	10.7%
営業利益	1,031	887	1,130	1,330	4,379	638	1,396	922	1,577	4,534	888	800
営業利益率	10.6%	9.1%	10.3%	11.9%	10.5%	7.0%	12.4%	8.4%	11.5%	10.1%	8.0%	7.1%
EBITDA* ¹	1,104	961	1,214	1,419	4,700	719	1,491	1,037	1,949	5,196	1,316	1,231
EBITDAマージン	11.4%	9.8%	11.1%	12.7%	11.3%	7.9%	13.3%	9.4%	14.2%	11.5%	11.8%	11.0%

*1：EBITDA＝営業利益＋減価償却費で算出
*2：2025年12月期1QにArtemis社、2Qにトゥヴェール社のPPA評価が完了したことにより、2024年12月期4Qおよび通期、2025年1Q数値について遡及修正を実施

ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)		2023年12月期					2024年12月期					2025年12月期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
連結売上高		9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082	11,228	10,999	13,695	45,006	11,116	11,205
ヘアケア系		6,290	7,160	8,588	8,286	30,326	6,176	8,031	8,049	9,247	31,505	6,371	6,303
L BOTANIST		3,170	3,456	4,140	3,822	14,589	2,274	3,709	3,190	4,409	13,584	1,906	3,315
LYOLU		2,474	3,001	3,962	4,231	13,669	3,248	3,593	4,390	4,216	15,449	3,832	2,505
美容家電(SALONIA)		2,899	2,050	1,865	2,406	9,222	2,481	2,807	2,527	2,844	10,661	2,577	2,728
スキンケア他		526	590	496	481	2,094	424	389	421	1,603	2,839	2,167	2,173

(単位：百万円)		2023年12月期					2024年12月期					2025年12月期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
グローバル		131	424	218	355	1,128	310	370	274	388	1,345	180	369

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。