



2025年9月29日

各 位

会社名	株 式 会 社 I - n e
代表者名	代表取締役社長 CEO 大 西 洋 平 (コード番号：4933 東証プライム)
問合せ先	取締役執行役員 CFO 原 義 典
電話番号	06-6443-0881

2025年12月期第2四半期決算に関するよくある質問と回答

平素より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。足元で投資家様からいただいた主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

本開示は投資家様への情報発信強化とフェア・ディスクロージャーを目的にしております。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性がある点ご了承ください。

以上

Q1：2025年12月期第2四半期（累計）の売上高、EBITDA 営業利益の実績と計画の差分要因は。

2025年12月期第2四半期（累計）の売上高は、主にYOLUのリニューアルの市場認知形成遅延により、計画比で約6.8億円の下振れとなりました。一方、利益面では、EC売上比率の伸長等により粗利改善が想定を上回ったこと、昨年実施したM&A関連の償却費が計画よりも下回ったことにより、EBITDAでは約1.1億円、営業利益は約1.5億円、計画比で上振れとなりました。尚、上期の計画上振れ利益分は、下期で再投資する方針です。

01 連結業績ハイライト



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%

©2025 I-ne Ltd. All rights reserved.

4

04 Appendix



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年年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		
	PPA ^{*1} 完了前暫定値	PPA ^{*1} 完了後確定値		PPA ^{*1} 完了前暫定値	PPA ^{*1} 完了後確定値	
のれん／無形固定資産計上額						
累計償却額						
無形固定資産						
のれん						
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)		

©2025 I-ne Ltd. All rights reserved.

*1：Purchase Price Allocationの略。企業会計上、被取得企業の識別可能な資産等の企業結合日時点の公正価値を算定し、のれんと区分する必要がある
*2：本評価完了に伴い、2024年12月期4Qおよび通期の決算数値について適及修正を実施 *3：M&A後に株式会社TTradingから社名変更

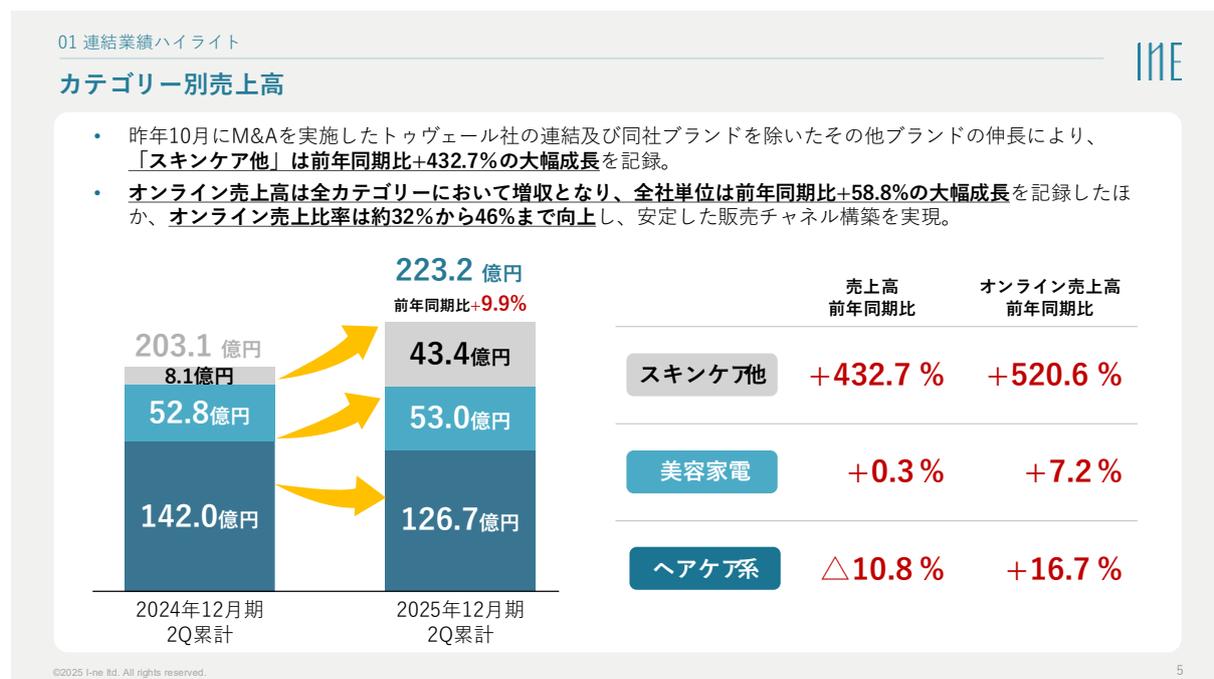
41

Q2：「YOLU」のリニューアルの認知形成遅れの要因、及び、改善に向けての取り組みは。

YOLU のリニューアルプロジェクトスタート時の消費者購買意向調査においては、リニューアル前商品を踏襲したデザインやコミュニケーションを望む声が大きかった一方、その後、想定以上のスピードで美容トレンドの変化があり、新規顧客獲得によるシェア向上に向けては、消費者意向に沿った YOLU の機能や新規性を十分にアピールできなかつた点を課題として認識しています。課題認識を踏まえ、リニューアル品については販促物の見直しを進めているほか、新シリーズの企画を前倒しで進め、2025 年 10 月より第 4 弾となる「メロウナイトトリペアシリーズ」を発売予定です。

Q3：オンライン売上高比率向上の要因は。

全社単位では、特にオンライン売上比率の高いスキンケア他カテゴリーの伸長が大きく寄与しております。そのほか、ヘアケア系カテゴリーでは、主にオンライン限定発売の大容量詰め替え品の好調が寄与しました。



Q4：JBIST の設立で、具体的にはどのような効果が期待できるのか。

弊社の 3 つの強みの内、「ブランド創出力」と「IPTOS (独自のブランドマネジメントシステム)」を更に強化します。具体的には、主に以下の効果を見込みます。

- ✓ 独自処方を開発による、より差別化されたユニークな商品展開
- ✓ 商品開発期間の大幅短縮
- ✓ 開発マージンの削減、開発工数の削減、原料指定購買によるコストダウン

JBIST 設立の詳細背景につきましては、2025 年 8 月 25 に実施しました説明会資料もご参考ください。

1. 説明会資料

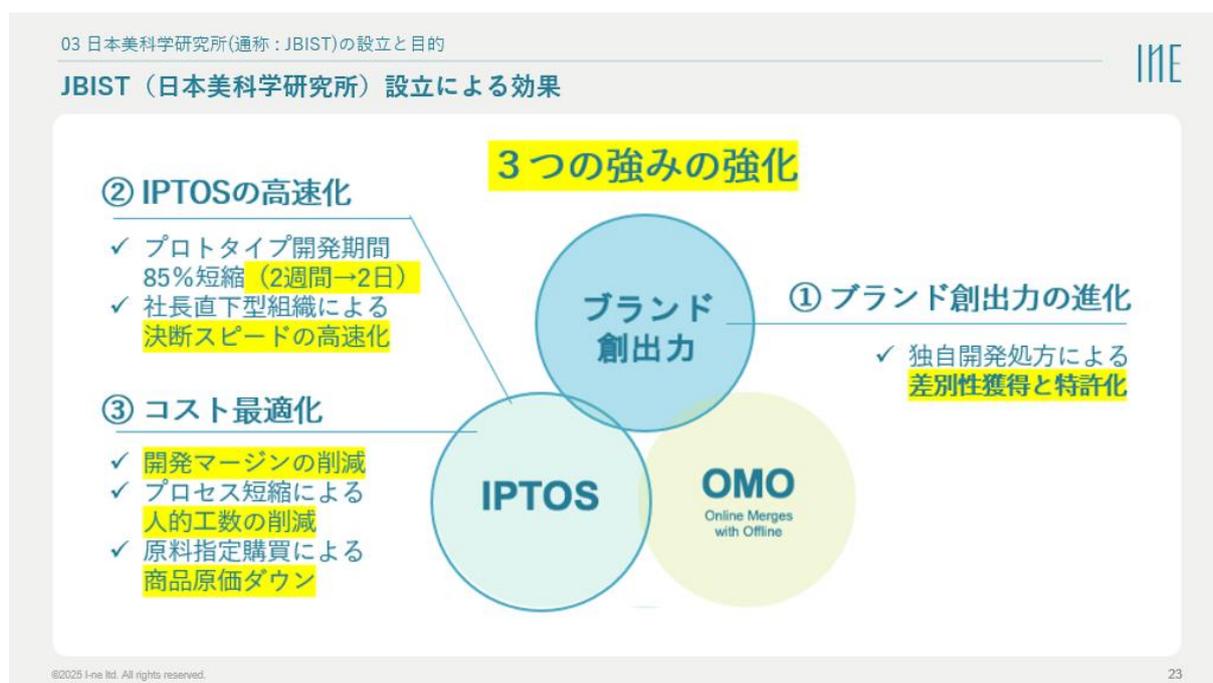
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03869/edf29b28/97f2/43e8/8a54/e9aaa6093939/20250825192023754s.pdf>

2. 説明会資料（スクリプト付）

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03869/8d224731/7cc2/4f99/a746/a18bedf805dd/20250826124336459s.pdf>

3. QA

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS03869/41127a23/0729/4837/a4fd/fcf731f8c14e/20250826162040675s.pdf>



Q5：2025年8～9月にかけて、社長である大西氏が保有株を一部売却した背景は。

主な目的は「株式の流動性向上」です。直近の当社株価は割安で推移していると認識している一方、売却前の流通株式比率は約38%とプライム上場維持基準をкаろうじて上回る水準であり、また、株価及び企業価値を上げていく上で機関投資家の皆さまにエントリーいただきやすい流動性を確保することは重要であるという認識のもと、今回の売却判断となりました。尚、本売却により、当社の流通株式比率は約41%まで改善しています。