

2024年12月期 決算説明資料

2025年2月12日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

エグゼクティブサマリー

今期の業績

上場来5期連続の増収増益*を達成、4Q単体では売上高・営業利益共に過去最高値を記録

- YOLU、SALONIAの販売好調やトゥヴェール社の連結により、**通期売上高は450.0億円（前期比+8.1%）、4Q単体売上高は136.9億円（前年同期比+22.6%）**
- 中長期成長に向けた人的資本への先行投資、売上原価率及び物流費率の効率化等により、**通期営業利益は45.8億円（前期比+4.7%）、4Q単体営業利益は16.2億円（前年同期比+22.3%）**
- **通期当期純利益は期首想定24.0億円を大幅に上回る29.3億円で着地。**主に、中国法人撤退に伴う特別損失及び累積損失に係る税効果会計を適用したことが要因

中期方針

2028-30年売上高1,000億円達成に向けた戦略・指標を更新

- 新たな成長の柱として、**スキンケア・新カテゴリーの育成を推進**
- **財務規律を重視したM&A**を通じ、新たな強みの獲得及び事業領域を拡張
- M&Aを成長戦略の重点施策の1つに位置付けたことから、**EBITDAを業績指標に追加**

来期の見込み

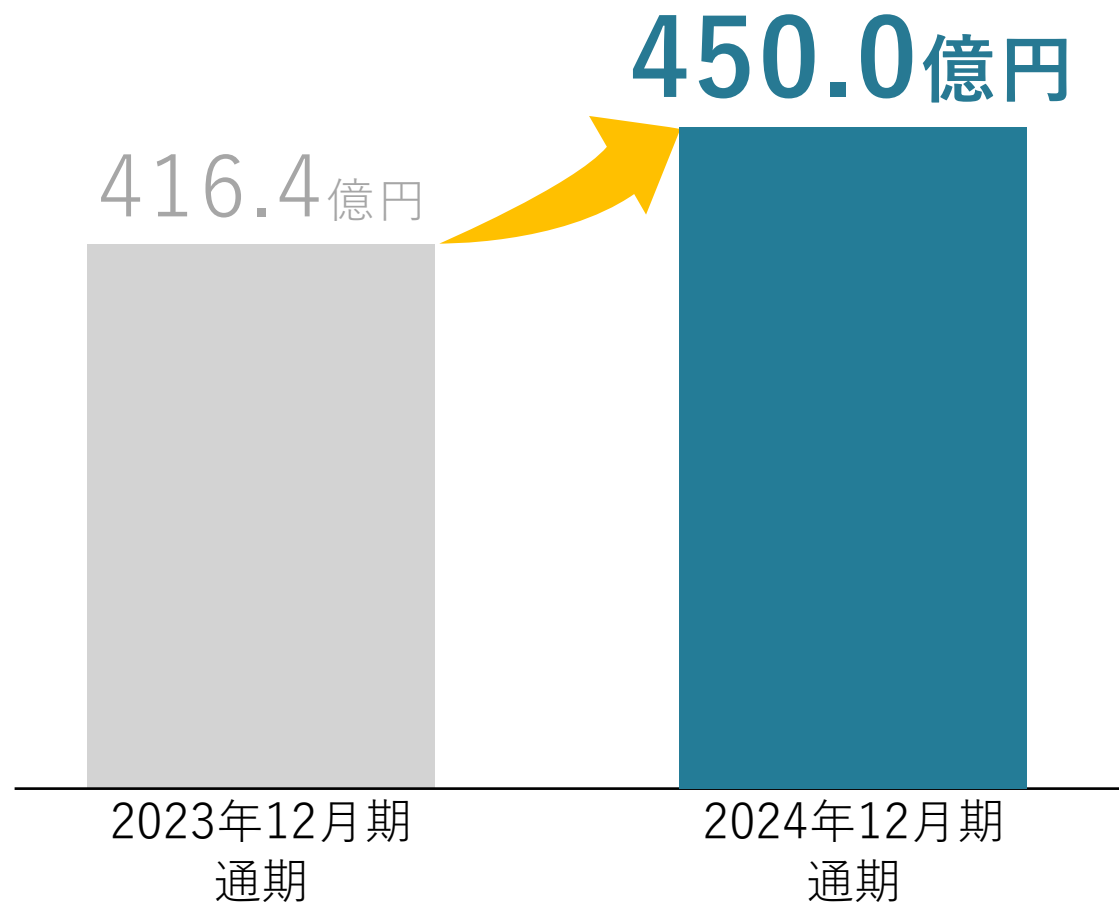
主力事業の継続成長及び新規注力事業の大幅成長による、増収増益を想定

- 売上高は520億円（前期比+15.5%）、営業利益率は50.4億円（前期比+10.0%）の増収増益を見込むほか、**EBITDAは67.6億円（前期比+30.1%）の大幅増益**を目指す
- 新たな成長の柱となる**スキンケア他事業が更なる大幅成長を牽引**予定
- **1株当たり配当金額13.0円から13.5円への増配**を実施、株主優待も継続

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 中期方針
- 04 2025年12月期連結業績予想
- 05 Appendix

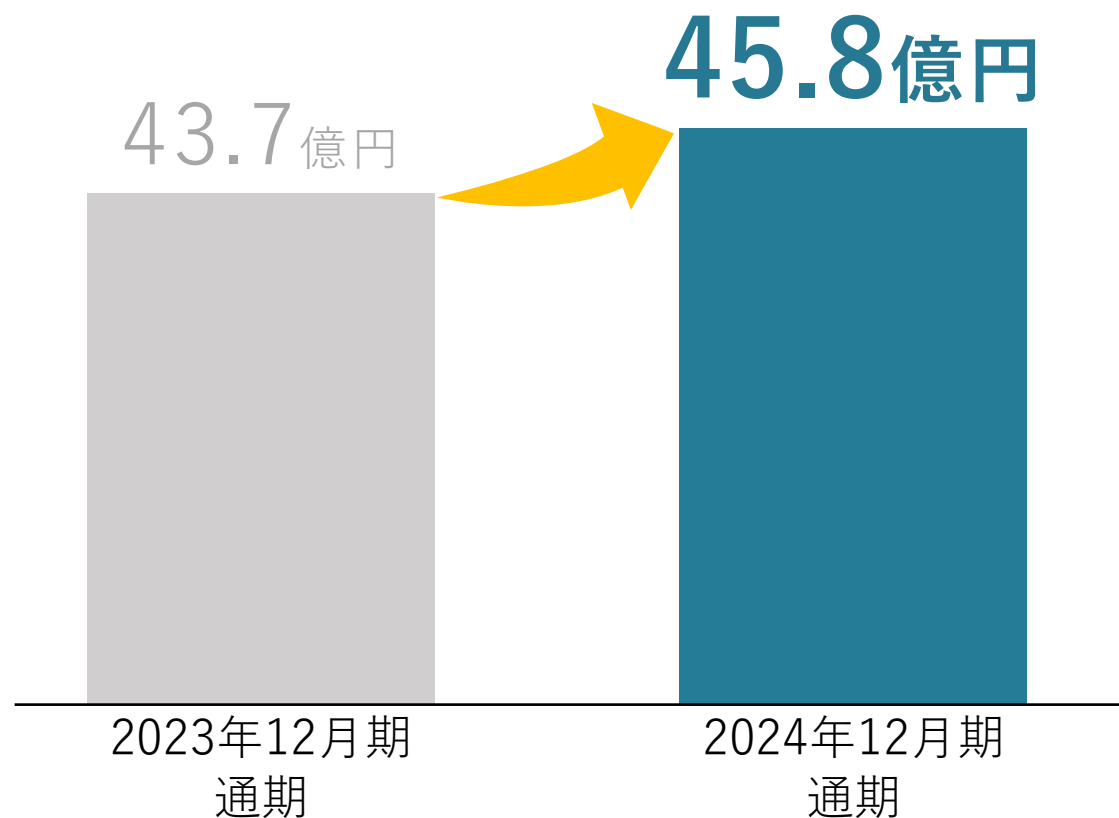
連結売上高

通期 連結売上高
前期比
+8.1%



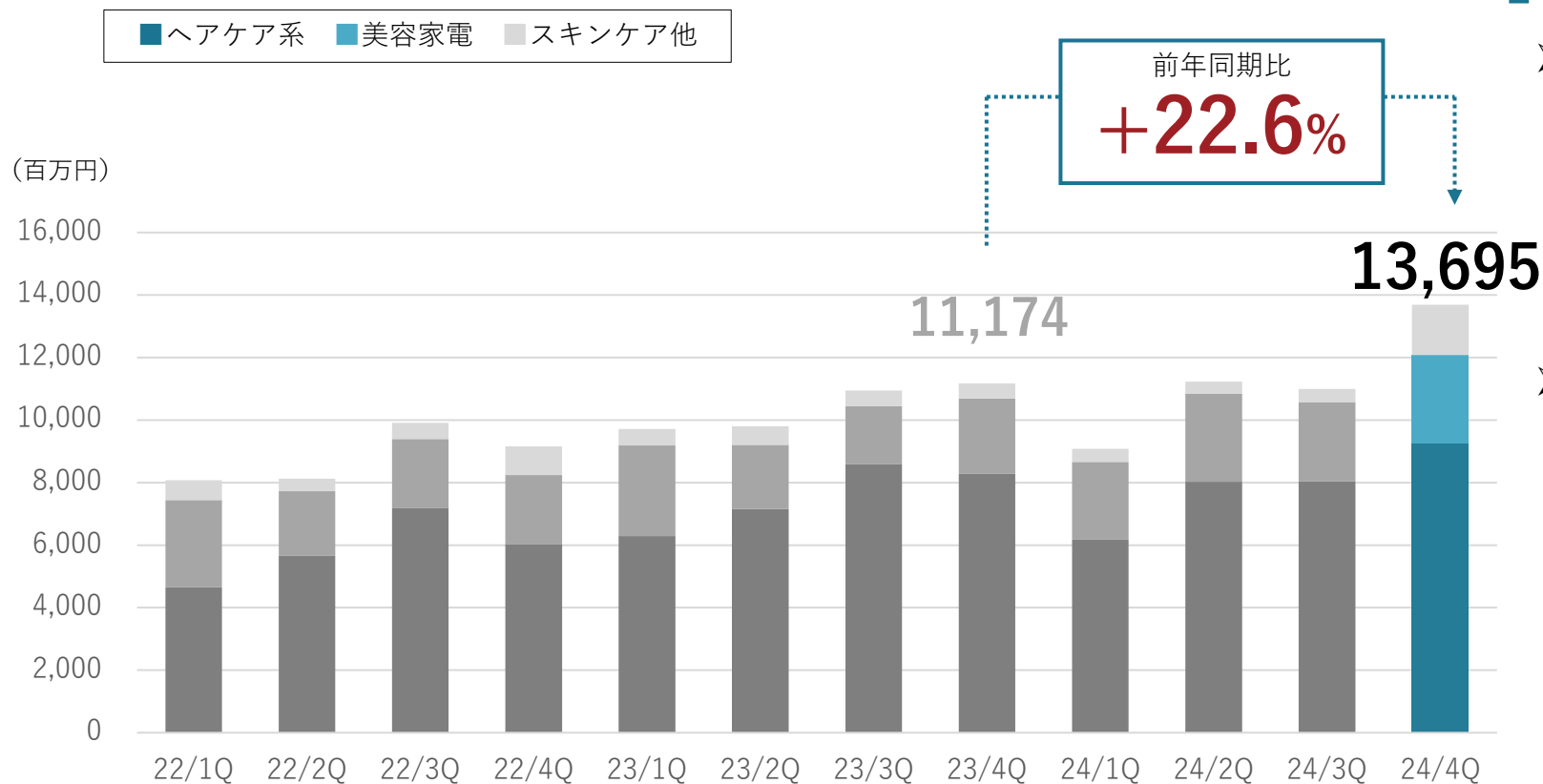
連結営業利益

通期 連結営業利益
前期比
+4.7%



連結売上高 四半期推移

- 4Q単体売上高は136.9億円と**前年同期比+25.2億円（+22.6%）の大幅増収**。
- BOTANISTやSALONIAの成長と、4Qに取得したトゥヴェール社の売上高寄与が増収を牽引。



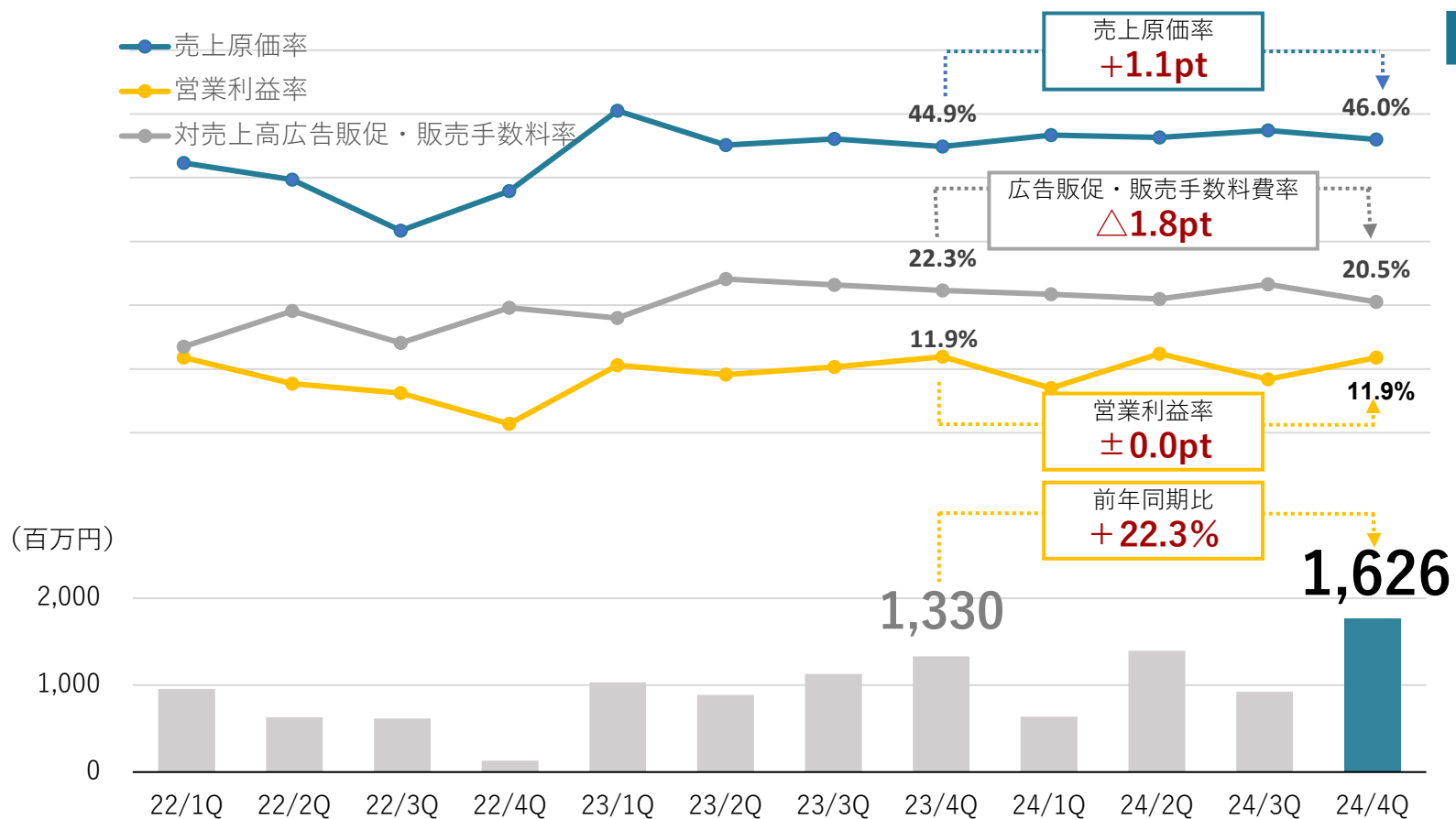
4Q単体売上高の進捗

- **ヘアケア系：前年同期比+11.6%の伸長**。BOTANISTは**前年同期比+15.4%**と増収。POS*は8月にフルリニューアルした**BOTANIST Rooth**が**前年同期比+42.7%**と大幅成長。
- **美容家電：前年同期比+18.2%と3期連続で増収**。中価格帯の商品好調に加え、新商品の拡充が増収に貢献。



連結営業利益 四半期推移

- 4Q単体営業利益は16.2億円と前年同期比+2.9億円（+22.3%）、前四半期比+7.0億円（+76.6%）の大幅増益。
- 為替影響により売上原価率は一時的に増加も、各種コストの効率化により営業利益率は横ばいで推移。

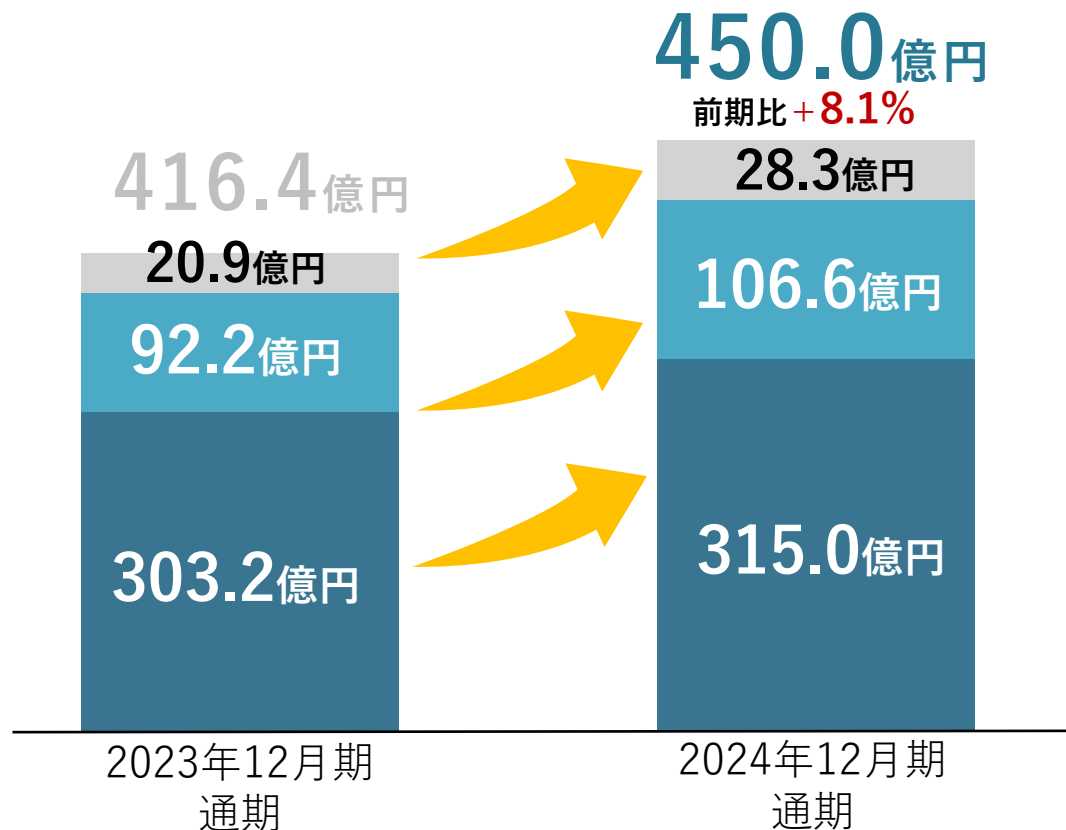


4Q単体営業利益の進捗

- 24/3Qでの新規ブランド等への投資注力及びマーケティング投資の最適配分実施により、4Qでは広告販促・販売手数料率を抑制しながらの増益を実現。
- 売上原価率は為替等の影響で一時的に増加も、物流費は継続的な改善取組みにより4Q単体で前年同期比 Δ 0.7%と好調に推移。

カテゴリー別売上高

- ヘアケア系：POS*1は前期比+6.2%、在庫調整*2などの影響もあり売上高は前期比+3.9%で着地。
- 美容家電：3Q、4Q発売新商品（合計11SKU）の貢献もあり、前期比+15.6%と好調な着地。
- スキンケア他：SKN REMEDは4Q単体売上高の前四半期比+328.4%と、3Qに引き続き大幅に増収。WrinkFadeは新規獲得の増加等により4Q単体前年同期比+8.7%と堅実に成長。また、今期より参画したTOUT VERTの売上高拡大が増収に寄与。



スキンケア他

WrinkFade

Dr.SYUWAN

SKN
REMED

Tearal

murphy

TOUT VERT

前期比

+35.5%

美容家電

SALONIA

前期比

+15.6%

ヘアケア系

BOTANIST

YOLU



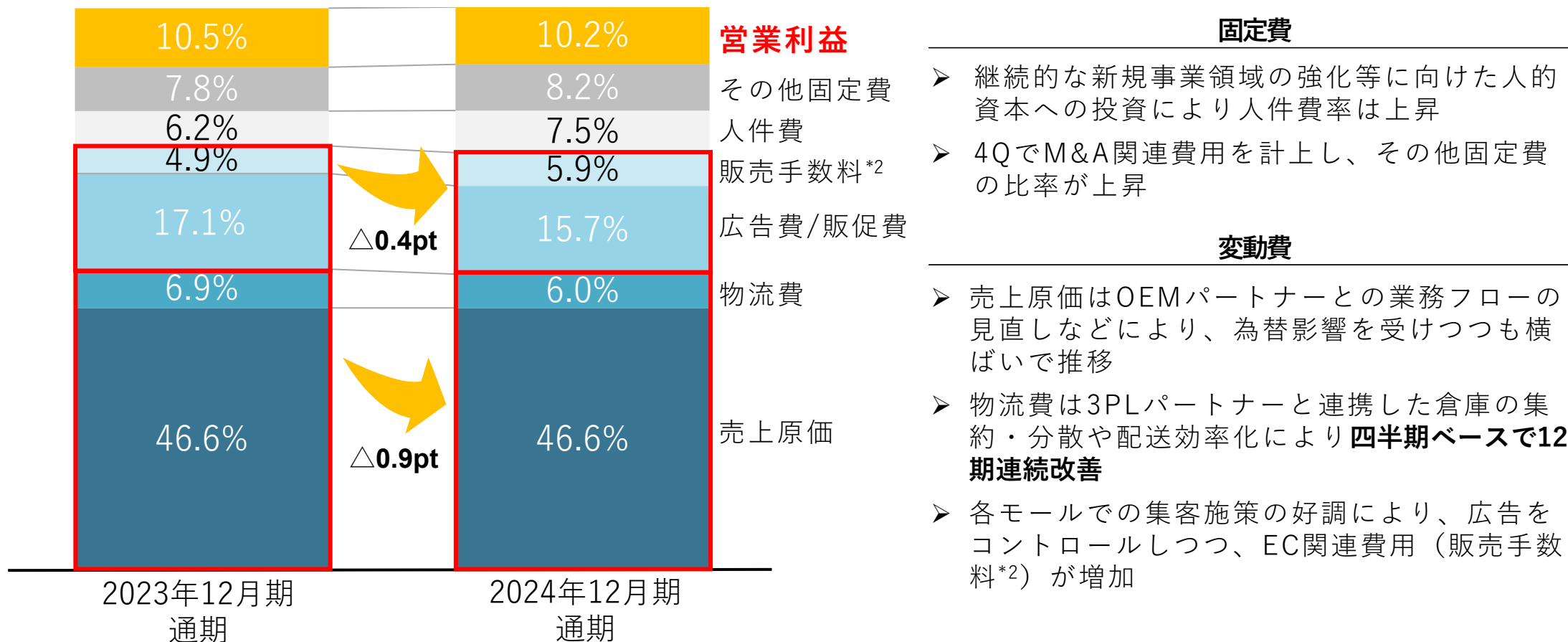
DROAS Qurap

前期比

+3.9%

コスト構造

- 営業利益率は前期比 $\Delta 0.3$ ptとなっており、**M&Aによるディール関連費用やのれん償却費等の発生**に加え、マーケティング投資や中長期に向けた投資（人的資本等）を強化していることが要因。
- 物流費率は前期比 $\Delta 0.9$ ptと**每期継続改善**しており、**上場時^{*1}の10.8%から6.0%まで大幅に低下**。



人的資本投資の強化

- 今後の更なる成長を見据え、**人的資本への先行投資を実施**。
- 労働市場における競争力強化に向けた報酬制度の大幅な見直し、及び、今後の成長戦略に沿った組織の立ち上げと人材配置を推進。

報酬制度の見直し

	【2023年度】		【2024年度】
平均給与*1	665万円	→	694万円
昇給率*1	3.6%	→	6.1%
退職率*1	11.8%	→	7.2%

- 労働市場における競争力強化に向け、報酬制度の大幅な見直しを実施
- 上記取り組みにより、退職率も改善

新領域及び非連続な成長への人材投資強化

	【2023年度】		【2024年度】
社員数*2	344名	→	434名

体制強化に向けた取組みと各組織の所属人数

1	国内新規事業開発チームの発足	30名
2	M&A/PMI*3体制の構築	13名
3	M&Aによる2社新規連結子会社化	15名*4
4	グローバル拡大に向けた組織増強	13名*5

連結BSサマリー

- 2024年10月に実施したM&A2件について、企業結合日時点の暫定的なのれんを計上。
- 今後、M&AのPPA*1評価完了に伴い、必要な会計認識を行う。償却費については、2025年度業績予想には概算で見込んでおり、評価結果に応じて見直す想定。

連結BS推移

(億円)

2023年12月末		2024年12月末	
現預金 89.8	その他負債 85.1 有利子負債0.5	現預金 83.9	その他負債 85.5
その他流動資産 112.4	純資産 143.3	その他流動資産 133.2	有利子負債 100.2
その他固定資産 26.7		その他固定資産 45.0	純資産 165.4
資産	負債/純資産	資産	負債/純資産
		のれん 89.0	

企業結合日の暫定的なのれんについて

- 2024年10月31日に実施したM&A2件ののれんについて、暫定的に企業結合日時点の90.5億円を計上)
- 今後、企業結合日に計上したのれんについて、被取得会社の識別可能な資産をPPAによって認定する修正（のれん及び無形資産、繰延税金負債*2、非支配株主持分の認識）を行う予定

のれん償却費について

- 2024年12月期のれん償却費は1.5億円（2024年11月より償却開始）。2025年度業績予想には、のれん償却に加え、PPA評価による無形資産の償却費も概算で見込む
- PPA評価完了後に概算から修正があった場合には、のれん償却費等の変動あり

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 中期方針
- 04 2025年12月期連結業績予想
- 05 Appendix



BOTANIST



YOLU



BOTANIST
ROOTH



WELLO
HERBAL WELLNESS CARE



Qurap
キュラップ



DROAS

ヘアケア系カテゴリーの進捗

- 市場競争が高まる中においても、メーカー別POS^{*1}は前期比+6.2%と、安定的な成長を継続。
- BOTANIST、YOLU、WELLPから新商品を複数発売したことが増収に貢献。

売上高

303.2億円

315.0億円

前年同期比 +3.9%

2023年12月期
通期2024年12月期
通期

トピックス

- YOLU：既存品の伸長に加え、ECでのランキング複数獲得や地上波でも露出のバスタブレット（入浴剤）・ボディソープが増収に貢献し、前期比+13.0%。
- BOTANIST：4Q単体では前年同期比+11.5%と堅調に成長。サブラインのROOTHは3Qリニューアル後の再成長で伸長率^{*2}+158.6%と課題改善を経て大幅に成長。
- BOTANIST・YOLUから季節限定品、BOTANISTサブラインのWELLPから2バリエーション目了新発売。



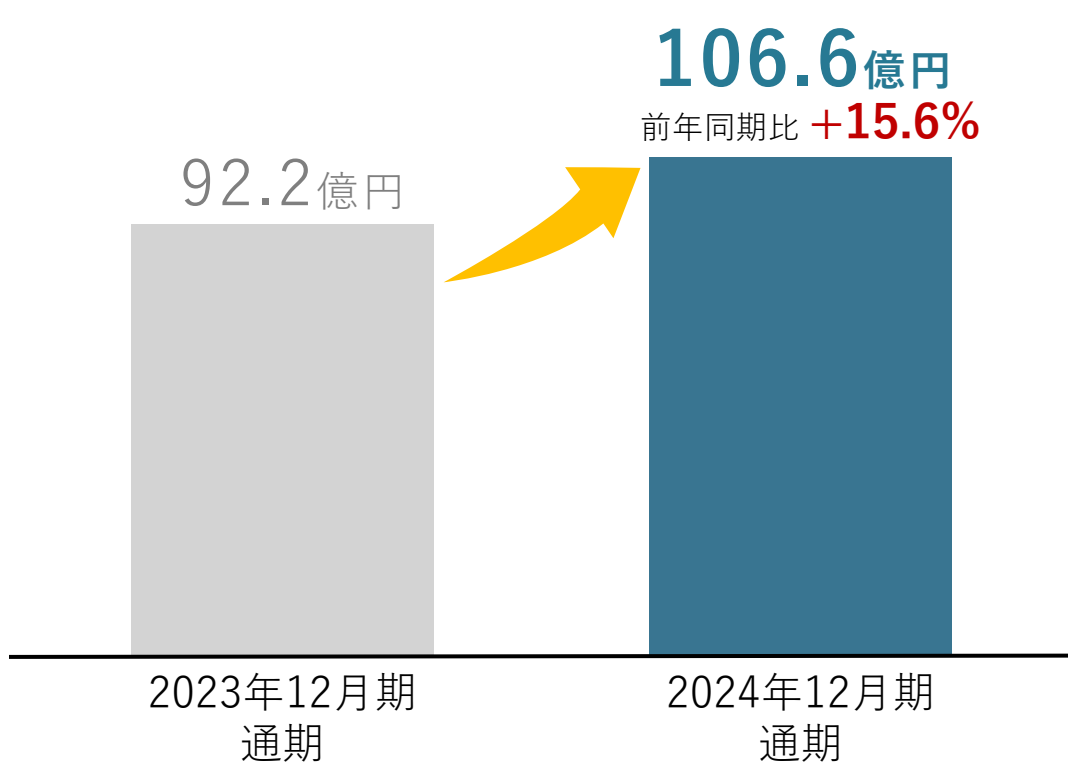


SALONIA

美容家電カテゴリーの進捗

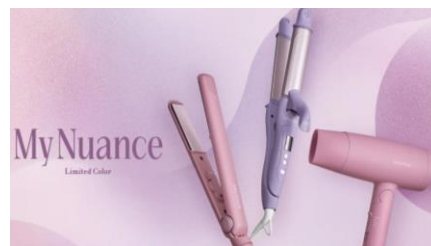
- 中高価格帯^{*1}美容家電の好調継続により、前期比+15.6%、4Q単体では前年同期比+18.2%と大幅に伸長の上、**ブランド目標予算100億円を上回って着地し、過去最高実績を更新。**
- 中高価格帯^{*1}の売上比率増加による利益率向上**を実現。定番品^{*2}と中高価格帯^{*1}の売上比率は前期比で約8：2から6：4に推移。

売上高



トピックス

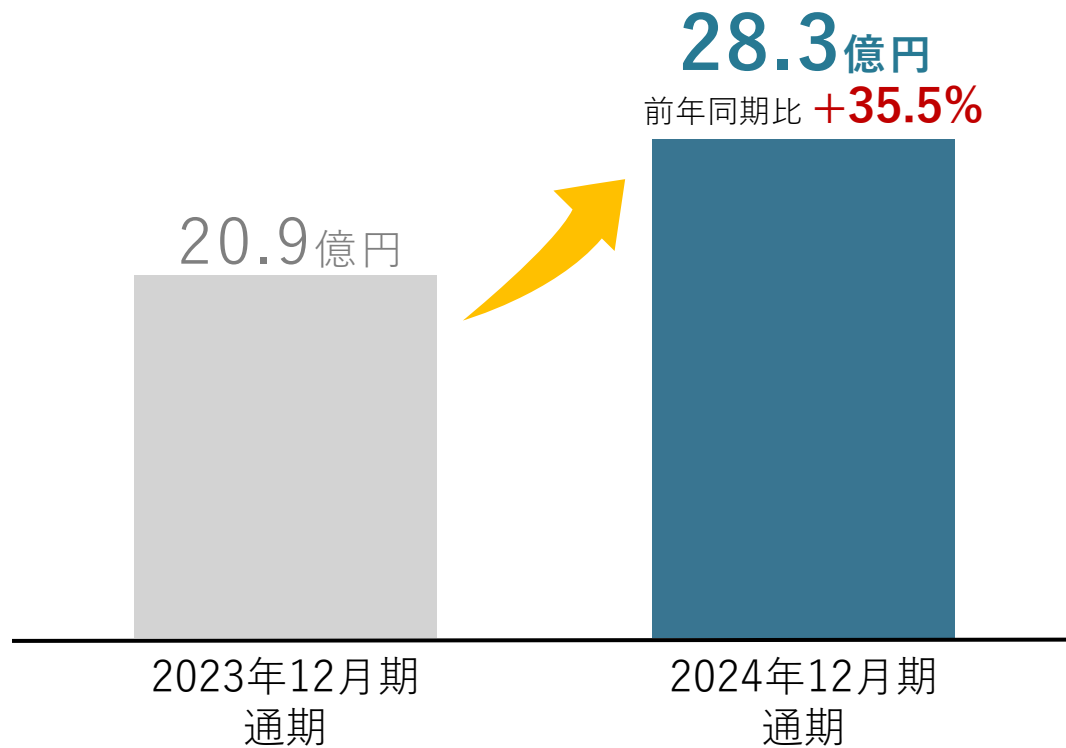
- 前期比で**EMSリフトブラシが+322.7%、フェイススチーマーが+154.0%**と、中高価格帯^{*1}美容家電が好調を継続し**大幅に増収。**
- 10月に定番品の秋冬限定カラーを、11月に中高価格帯^{*1}の最上位モデルであるエアトリートメントドライヤーとEMS 3Dリフトケアブラシを新発売。
- 「スムーズシャインシリーズ」がグッドデザイン賞を受賞。SALONIAとして**5期連続での受賞。**



スキンケア他カテゴリーの進捗

- 今期より参画した**TOUT VERT**の売上高拡大が増収に寄与。
- 4Q単体においては、既存ブランドはWrinkFadeが**前年同期比 +8.8%**、SKN REMEDが**前四半期比 +328.4%**と、**発売来右肩上がりの増収を記録**。

売上高



トピックス

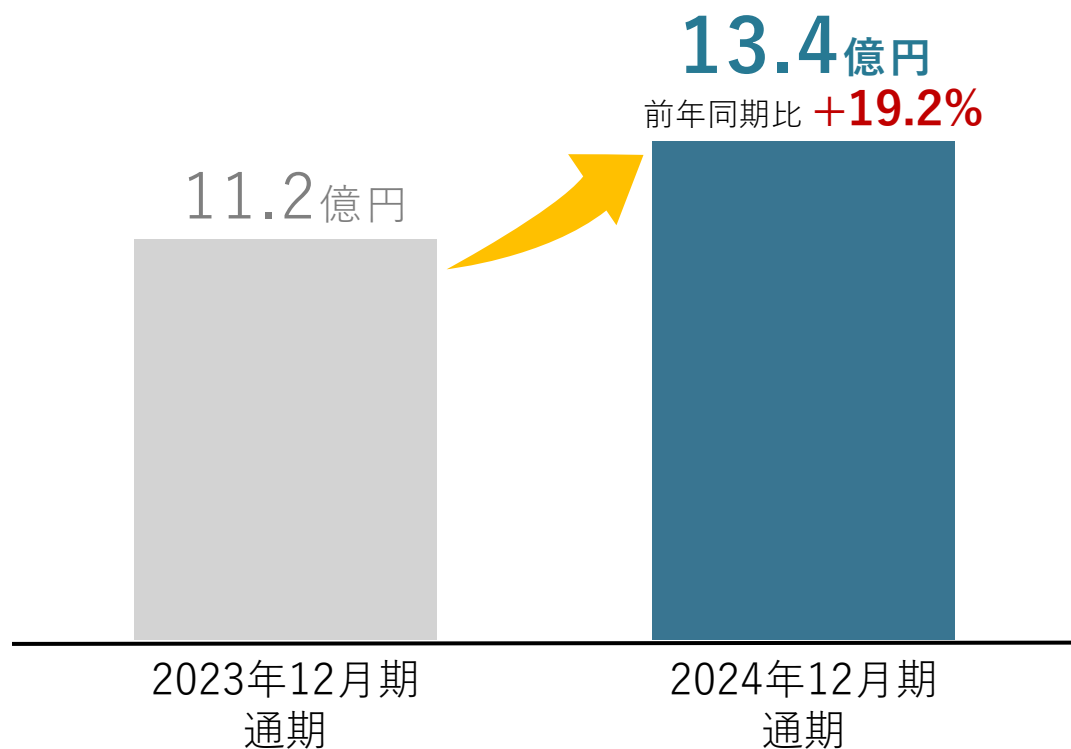
- TOUT VERT：ECチャネルの売上好調により、**創業以来過去最高の売上高**を更新。複数販路で**ECアワード**を獲得。
- SKN REMED：複数のデジタル広告施策での新規顧客獲得や継続率好調により**成長率が加速し、着実に規模拡大**を実現。
- 11月に日本初^{*1}美容鍼灸発想^{*2}ブランドの**Biryu**をローンチ。新商品2種を発売開始。



グローバルの進捗

- 通期売上高は**13.4億円**で前期比**+19.2%**、4Q単体では前年同期比**+9.3%**と**安定的に増収**。台湾の4Q単体は前四半期比**+93.0%**、香港の4Q累計は前期比**+33.4%**と**大幅に増収**し、複数販路で成長を継続。
- 中国国内の市場動向や事業環境の悪化等を踏まえ、現地法人の解散及び清算を決定。撤退に伴う特別損失及び累積損失に係る税効果会計を適用した結果、期首想定比で当期純利益が上昇。

売上高



トピックス

- 24/1Q~4Qにかけて、主にYOLUの伸長により**台湾・香港の売上高は右肩上がりに成長し、連続的に増収**を実現。
- 配荷拡大中のマレーシアにて、11月に首都クアラルンプールの交差点でBOTANISTのローンチイベントを実施。



4Q 新商品 (一部抜粋)

- 中長期での成長に向けて、引き続き各ブランドから新商品を多数発売。



ヨル サクラ ナイトリペアシャンプー・トリートメント
(ヘアオイル・バスタブレット・ボディソープ・バームヘア
マスク)



ボタニスト ボタニカルシャンプー・トリートメント サクラ&
チェリーの香り (ヘアマスク・ヘアオイル・ヘアミルク・ヘア
バーム・ボディソープ)



サロニア エアトリートメントドライヤー
(ストーングレー・グラファイトブラック)



サロニア EMSリフトブラシ 3Dケア
(ブラック)



ウェルプ 薬用スカルプケアシャンプー・
トリートメント (スムース)



サロニア マイニュアンスシリーズ



BiRyu ダーマチャージセラム・ダーマチャージ
スポットクリーム

4Q 受賞アワード

- 複数のECモールでの受賞に加え、製品デザインやコーポレートサイトにおけるアワードも受賞。

ECモール受賞

- ◆ Amazon.co.jpマーケットプレイスアワード2024*カテゴリー賞 / タイムセール賞
- ◆ Qoo10 AWARDS 2024 最優秀賞
- ◆ 2024ZOZOCOSME AWARDS 2024 ベーシック部門 カテゴリー大賞
- ◆ Qoo10 AWARDS 2024 特別賞 新人賞（株式会社トゥヴェール）
- ◆ 楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2024 定期購入大賞 / ジャンル賞（株式会社トゥヴェール）



その他受賞

- ◆ 【2年連続受賞】第12回Webグランプリ 「企業 コーポレートサイト賞」グランプリ
- ◆ 【5年連続受賞】グッドデザイン賞



Social Beauty Project (2024年通期 サステナビリティの取り組み)



CFP*1

- 原材料調達から使用・廃棄までのCFPを算定*2



原料透明化

- 主要ブランドの全植物由来の原料について原産国の特定可否を確認



資源利用

- 容器資材の脱バージンプラスチック利用率30%超*3
- FSC認証紙利用100%



RSPO*4

- RSPOのB&C購入*5



ボランティア

- のべ553人の従業員の参加を実現



寄付・支援

- 能登半島地震への寄付
- コスメバンク参加
- SALONIA物品寄付

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 中期方針**
- 04 2025年12月期連結業績予想
- 05 Appendix

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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	



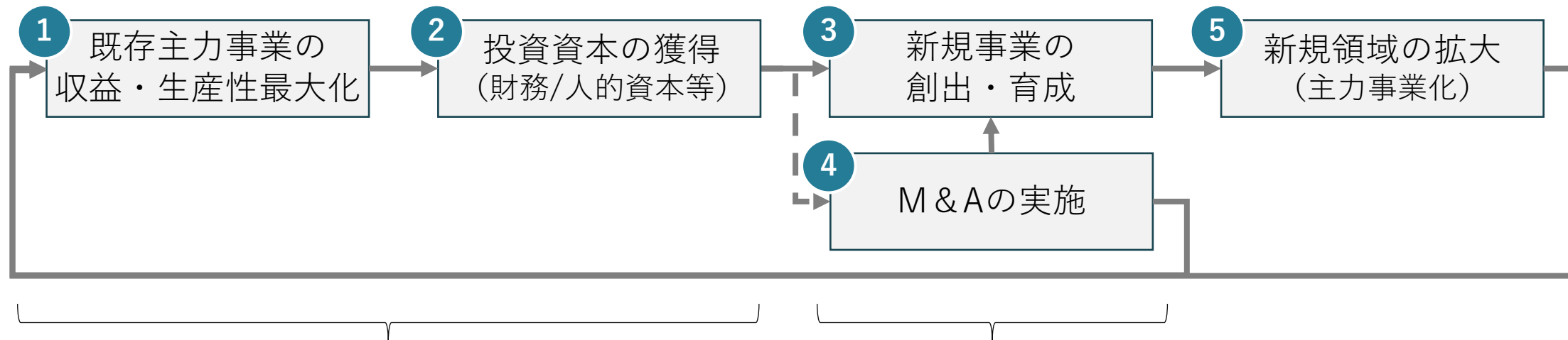
更新版 2028-30年ビジョン (太字：主要更新ポイント)

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	<ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 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) 	

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%

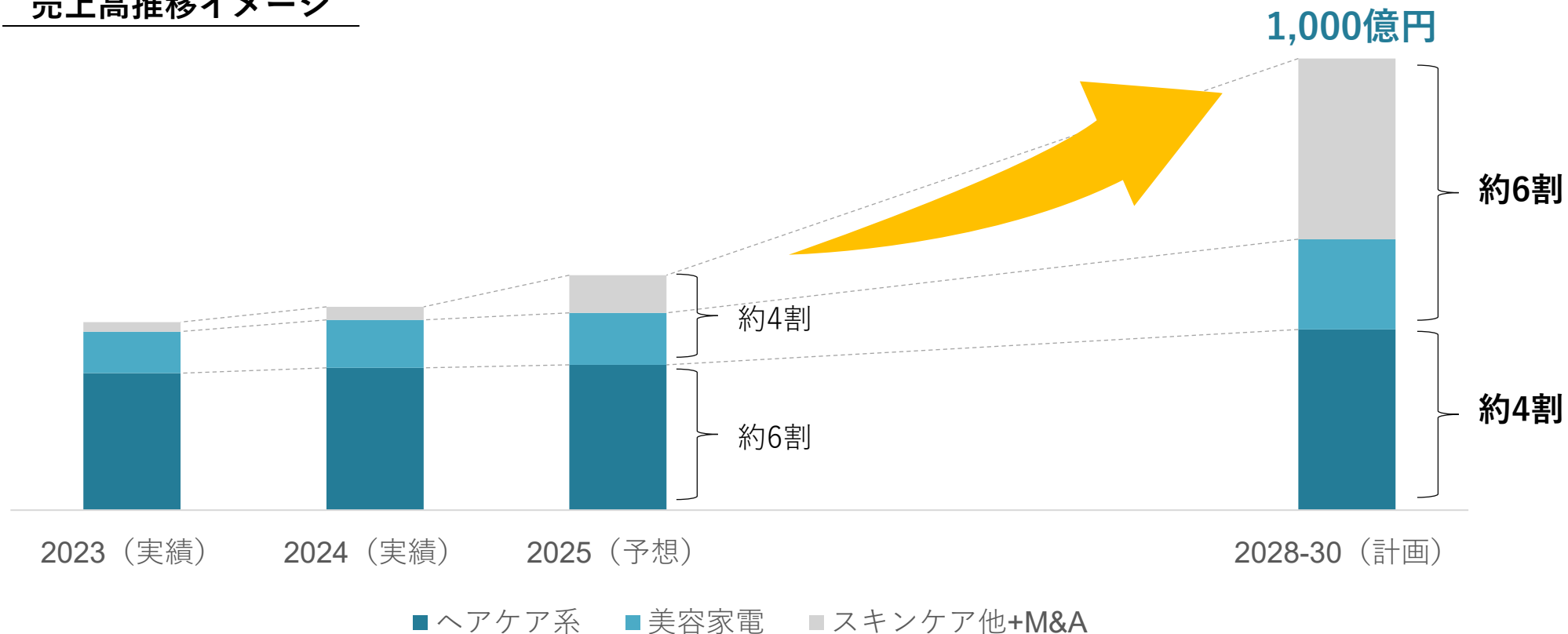
*1：アドバイザー費用、のれん償却費、PMI^{*2}関連コスト等

*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

事業ポートフォリオの変革

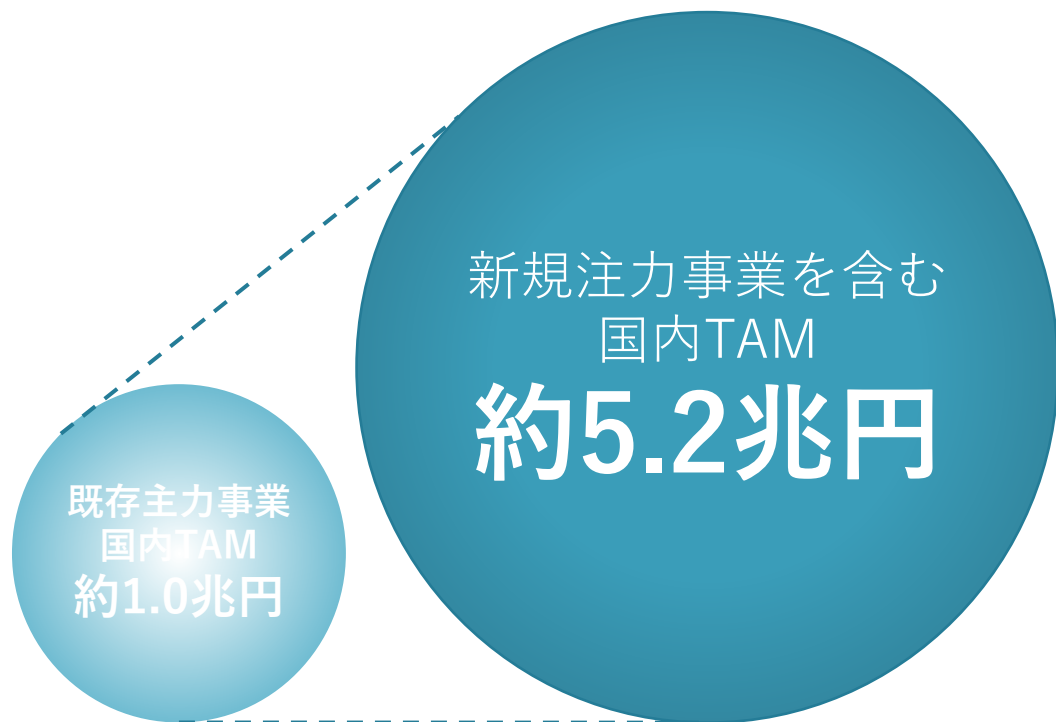
- 足元ではヘアケア系カテゴリの売上高が全体の6~7割を占めているが、今後はスキンケア・新カテゴリを新たな成長の柱として育成するほか、継続的にM&Aを実施することで、2028-30年時点ではヘアケア系カテゴリの売上高が全体の約4割となる事業ポートフォリオを目指す。

売上高推移イメージ



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

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 wrinkle WrinkFade	2024 TOUT VERT
新カテゴリー		
(売却)	2022 skinvill	2023 RELAXATION CHILL OUT ※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

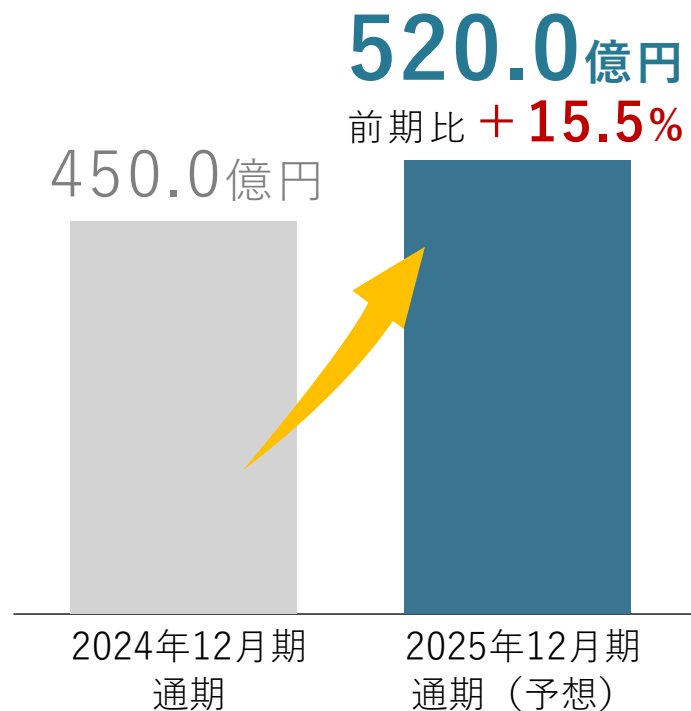
1. 連結EPSの向上
2. EBITDAマルチプル設定
3. Net Debt EBITDA2倍以下

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 中期方針
- 04 2025年12月期連結業績予想**
- 05 Appendix

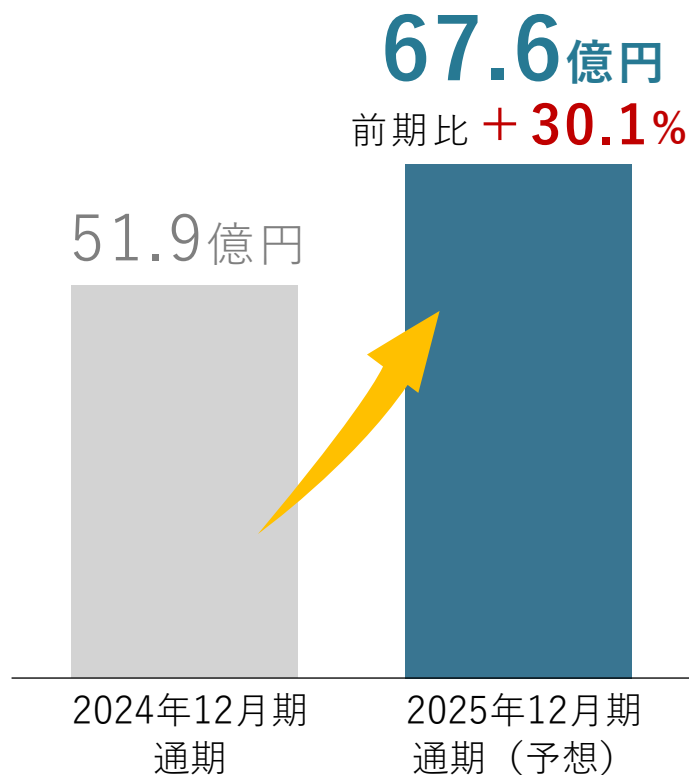
2025年12月期 業績予想

- 連結売上高は520.0億円（前期比+15.5%）、連結営業利益は50.4億円（前期比+10.0%）の増収増益の継続を、**連結EBITDAは67.6億円（前期比+30.1%）の大幅増益**を目指す。

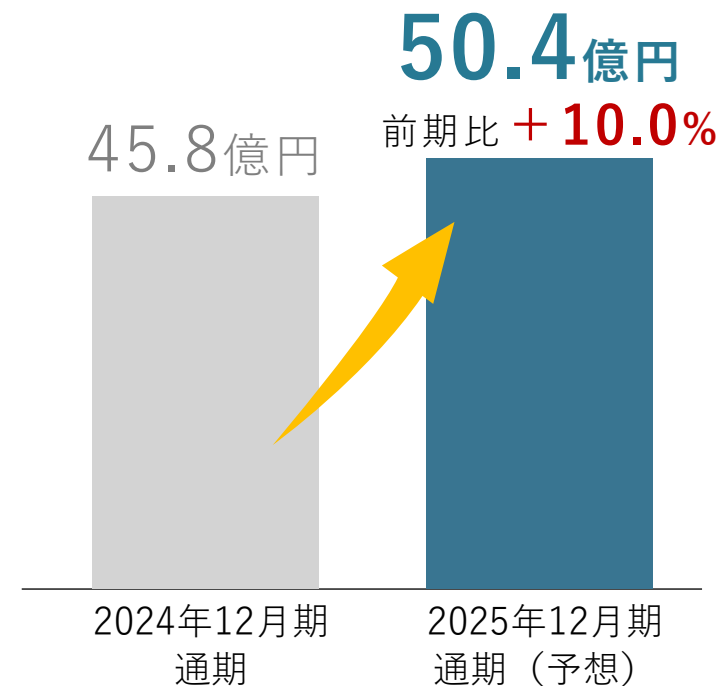
連結売上高



連結EBITDA

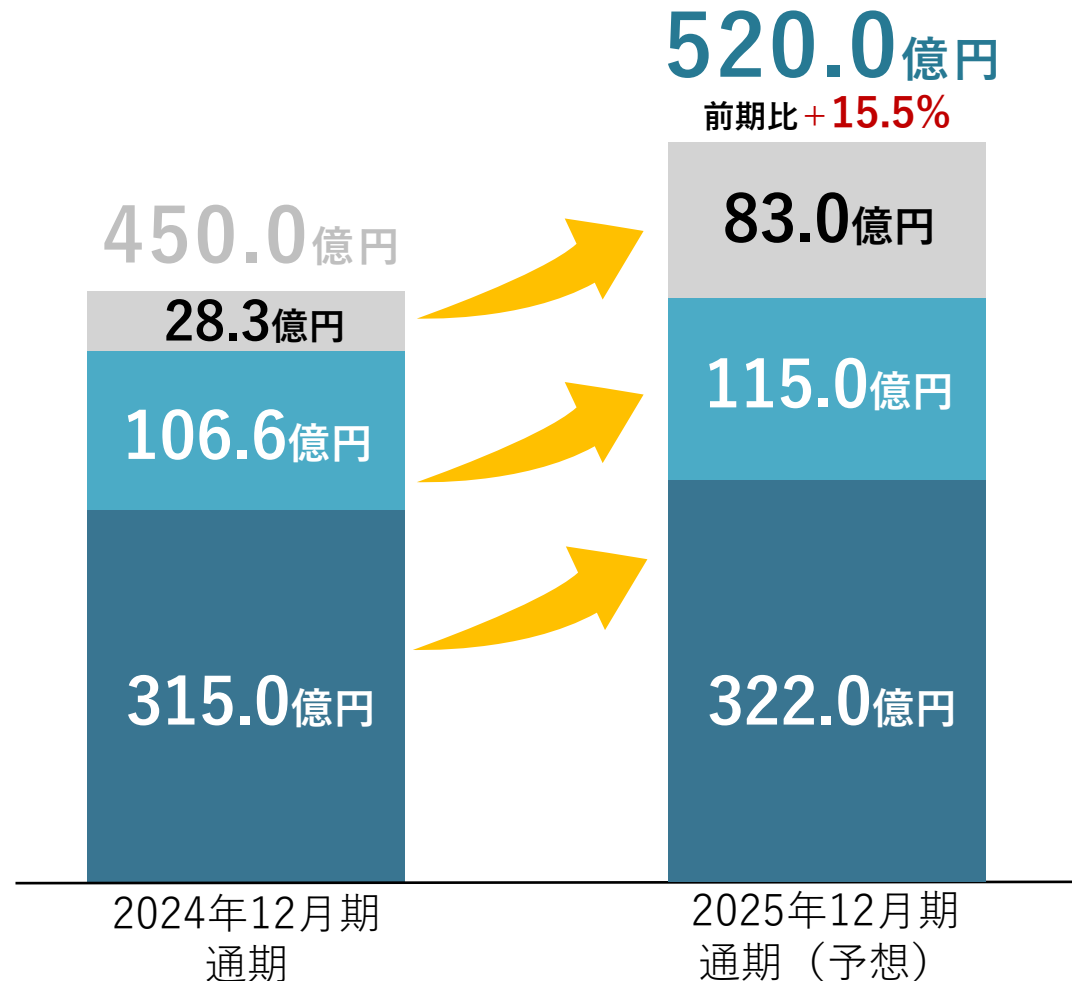


連結営業利益



2025年12月期 業績予想：カテゴリ別売上高

- 前期比において、「ヘアケア系」は+2.2%、「美容家電」は+7.9%、「スキンケア他」は+192.3%、全体では+15.5%の増収を目指す。



スキンケア他

wf. Dr.SYUWAN **SKN REMED** **ReWEAR** 再生柔軟剤 リウェア **前期比 +192.3%**
Tearal **murphy** **TOUT VERT** **Teaflex**

美容家電

SALONIA **前期比 +7.9%**

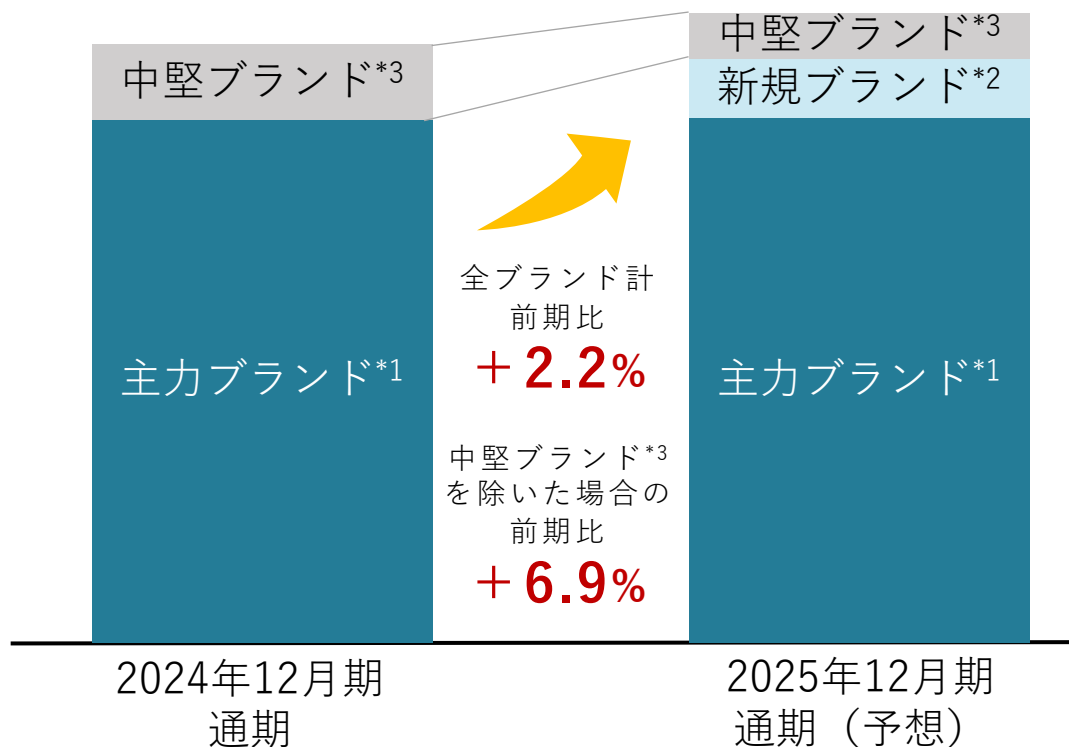
ヘアケア系

BOTANIST **YOLU** **SOLAMY** **前期比 +2.2%**
DROAS **Qurap**

2025年12月期 業績予想：ヘアケア系カテゴリーの注力取り組み

- ヘアケア市場への参入企業は増加傾向。主力ブランド*1の棚確保や新規ブランド*2の初回配荷は順調である一方、中堅ブランド*3の継続成長ハードルは高まっており、成長率は保守的に前期比+2.2%で設定。
- ECを強化しつつ、小売店向けの新たな施策を複数実行の上、棚及び山積み*4獲得の最大化を図る。

ブランド区分別売上高イメージ



トピックス

- ▶ BOTANISTブランド誕生10周年を記念し、特別キャンペーンや感謝セールを実施。
- ▶ YOLUのリニューアルを4月に実施予定。
- ▶ UVケアをコンセプトとしたSOLAMYを2025年2月にローンチ。その他新規ブランドも企画中。



2025年12月期 業績予想：美容家電・スキンケア他カテゴリの注力取り組み

- 中長期計画達成に向けた2025年12月期における注力取り組みは以下の通り。

美容家電

- 24年4Q実施のM&Aでの各機能の獲得による売上高・利益率の成長及びQCD向上
- 中高価格帯商品の新カラーや季節限定色の発売に加え、新たなカテゴリ進出も検討
- 既存ECチャンネルに加え、オフラインチャンネルにおける販路拡大



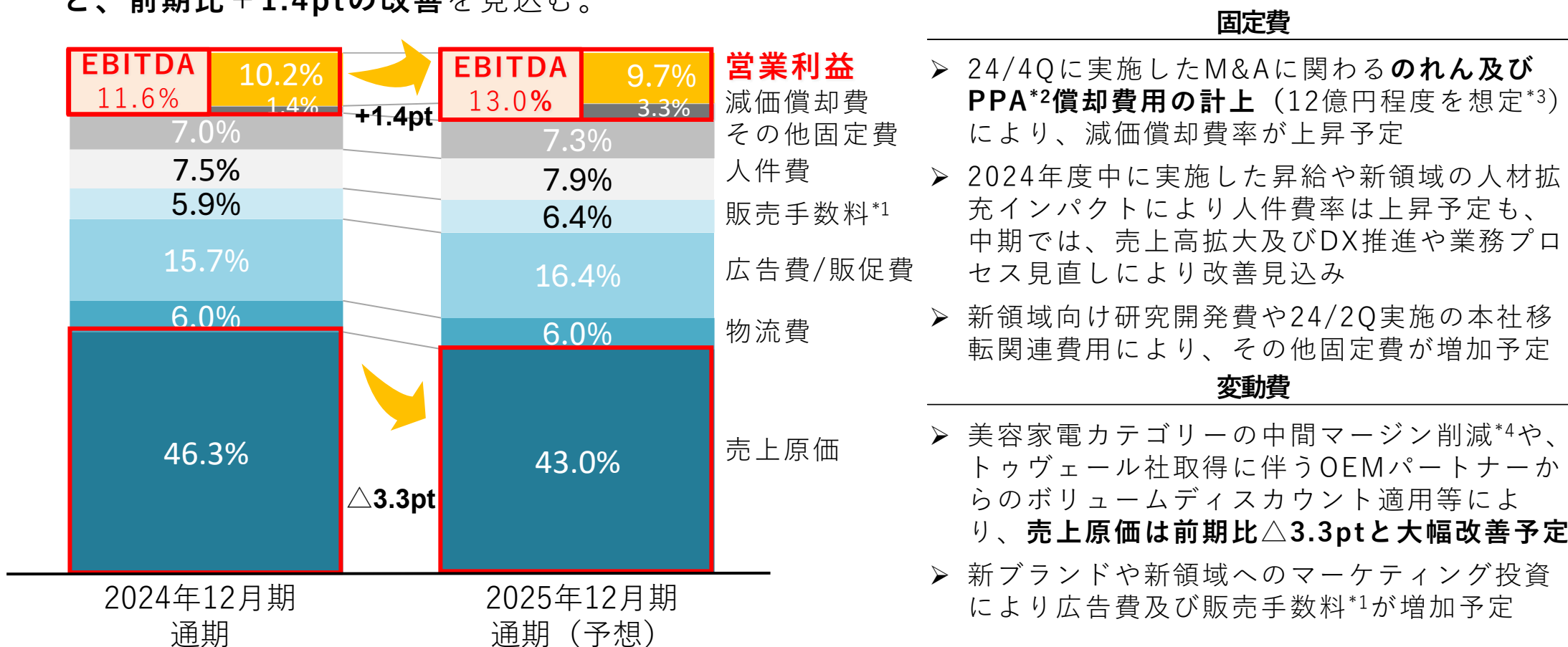
スキンケア他

- TOUT VERT：PMI*に注力しつつ、ECチャネル伸長や他販路拡大による更なる成長継続
- TOUT VERTを除くブランドでは認知拡大及び新商品発売により前年同期比で+83.5%の売上高成長を想定
- I-neの強みを活かした新カテゴリ（柔軟剤など）の展開



2025年12月期 コスト構造

- 2024年度に実施したM&Aの貢献やOEMパートナーとの継続的な取組みにより、**売上原価は前期比△3.3ptの大幅改善**を予定。
- 売上原価の改善による収益は、広告費/販促費や人件費等の成長投資へ配分。**EBITDAマージンは13.0%**と、**前期比+1.4ptの改善**を見込む。



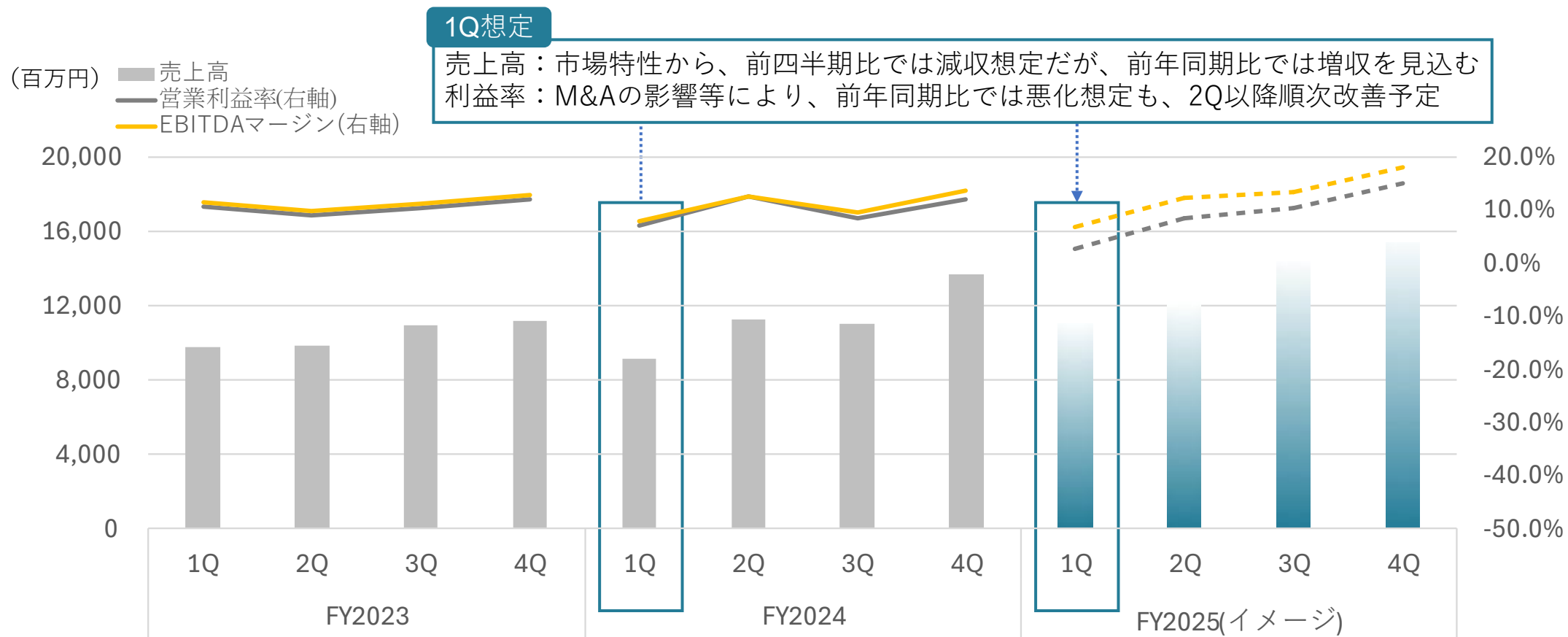
*1：主にECチャネルにおけるモール利用料や決済手数料が含まれる
©2025 I-ne Ltd. All rights reserved.

*2：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

*3：PPA*2償却額は2024年度通期決算発表時点で未確定であり、社内想定値を反映 *4：2024年4Qに取得したArtemis社を通じた商売によるもの 32

2025年12月期 四半期イメージ

- M&Aによるのれん計上や広告費/販促費等への先行投資の影響などから、1Qの営業利益率・EBITDAマージンは前年同期比で悪化想定も、四半期ごとの増収を見込み、2Q以降の営業利益率及びEBITDAマージンは上昇を想定。



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	—	<ul style="list-style-type: none"> 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） 	<ul style="list-style-type: none"> 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

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 中期方針
- 04 2025年12月期連結業績予想
- 05 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	5,000万円 (2024年12月時点)
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	434名 (2024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4社、海外2社 (2024年12月時点)



MISSION

We are
**Social Beauty
Innovators**
for
Chain of Happiness

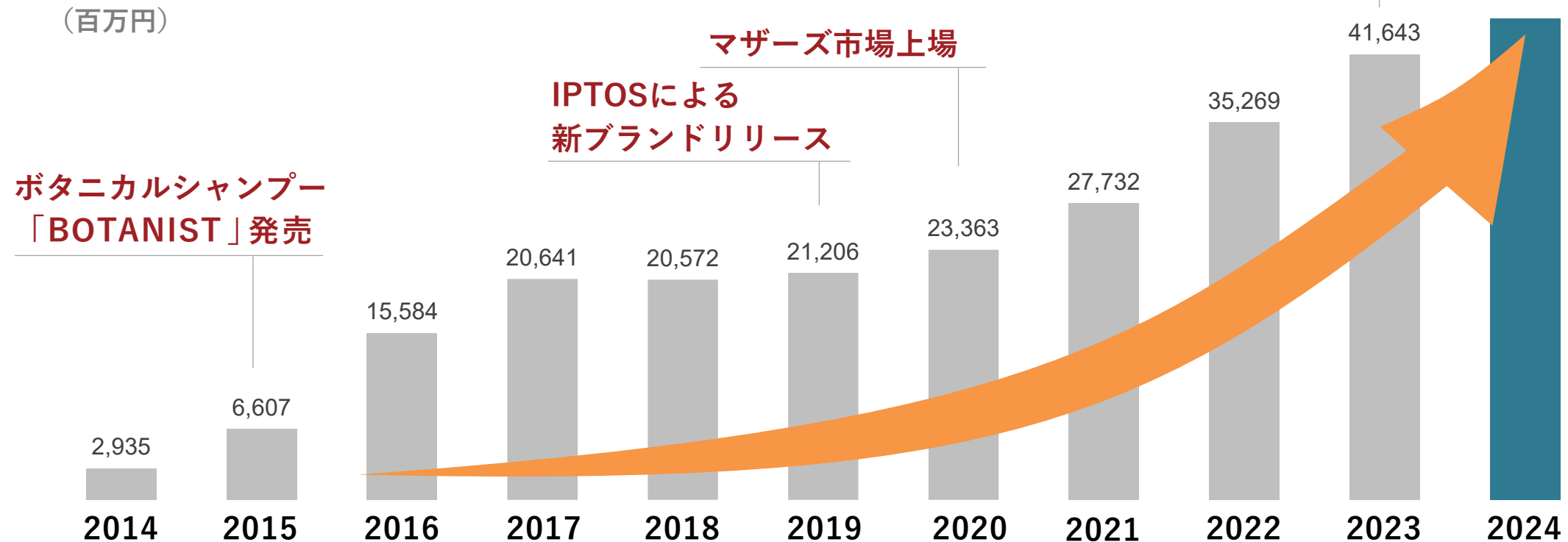
私たちは、
美しく革新的な方法で、
「幸せの連鎖」が溢れる
社会の実現に挑戦し続けます。

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。

プライム市場上場

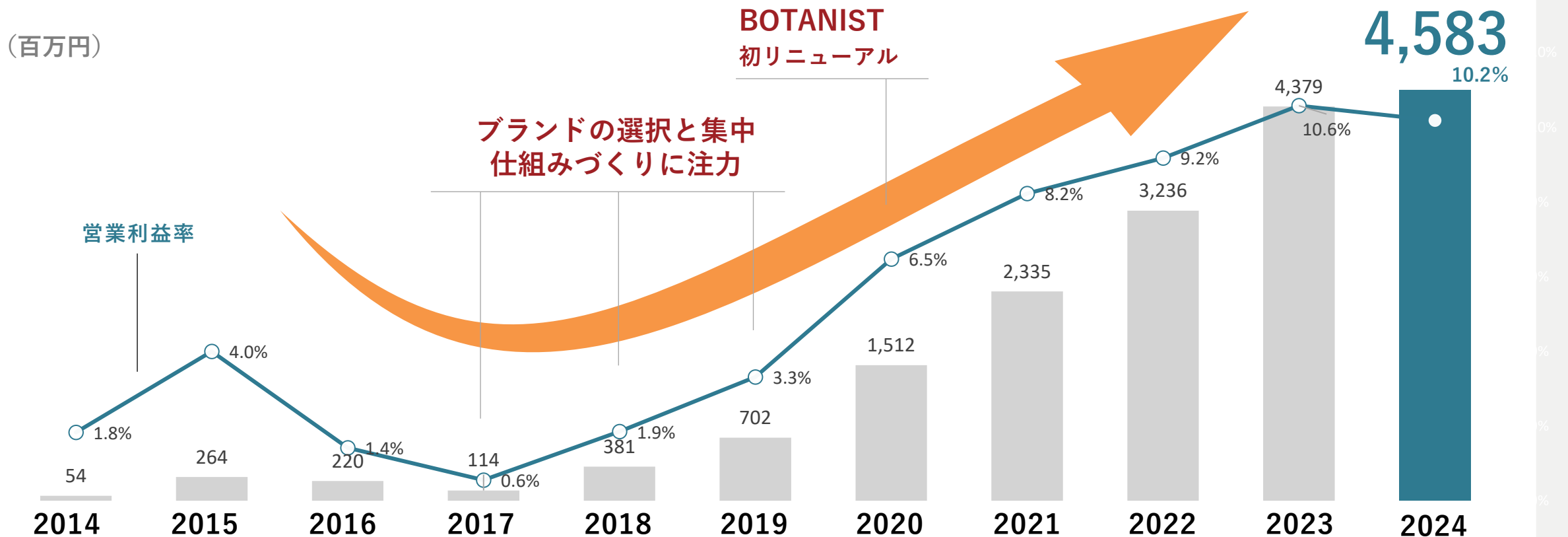
45,006



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）

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

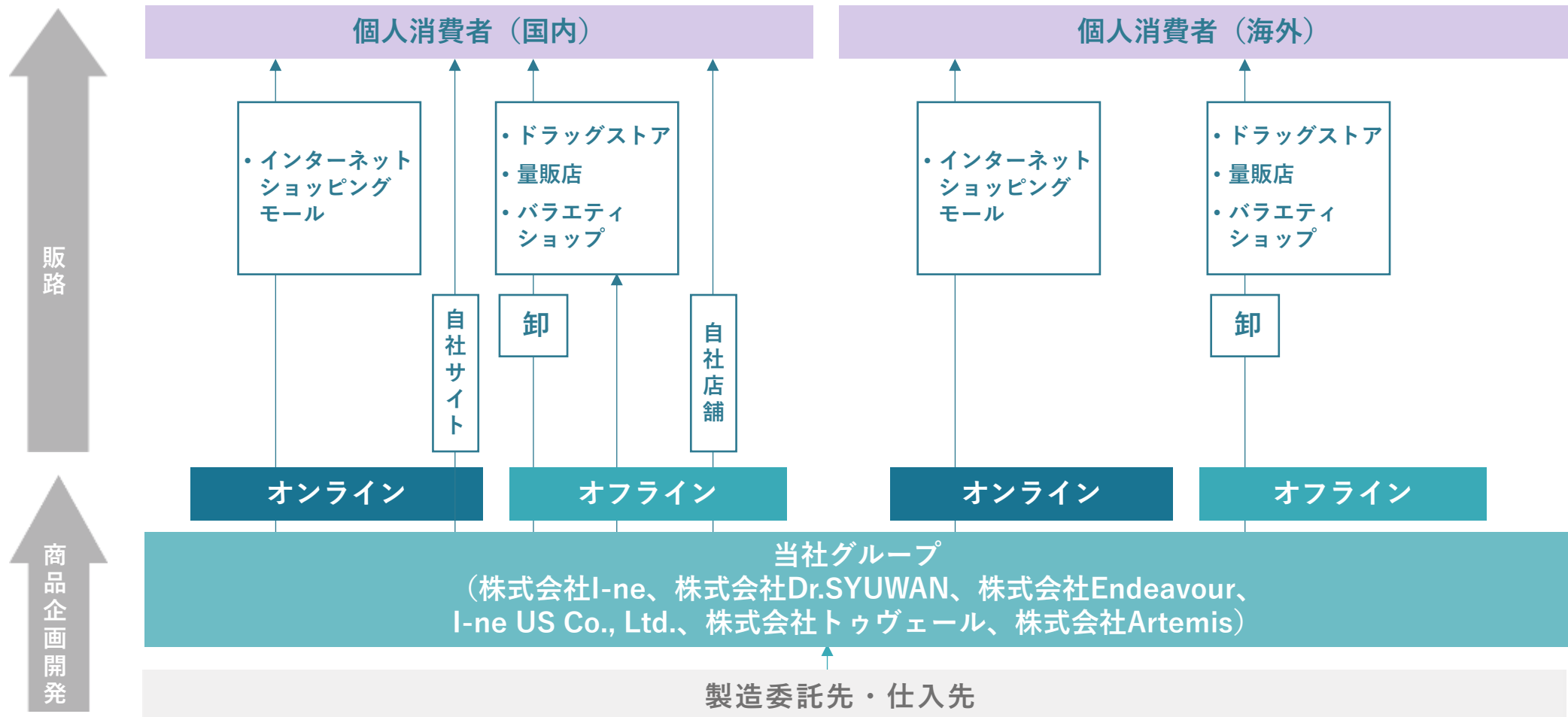


社外取締役（監査等委員）
古本 結子

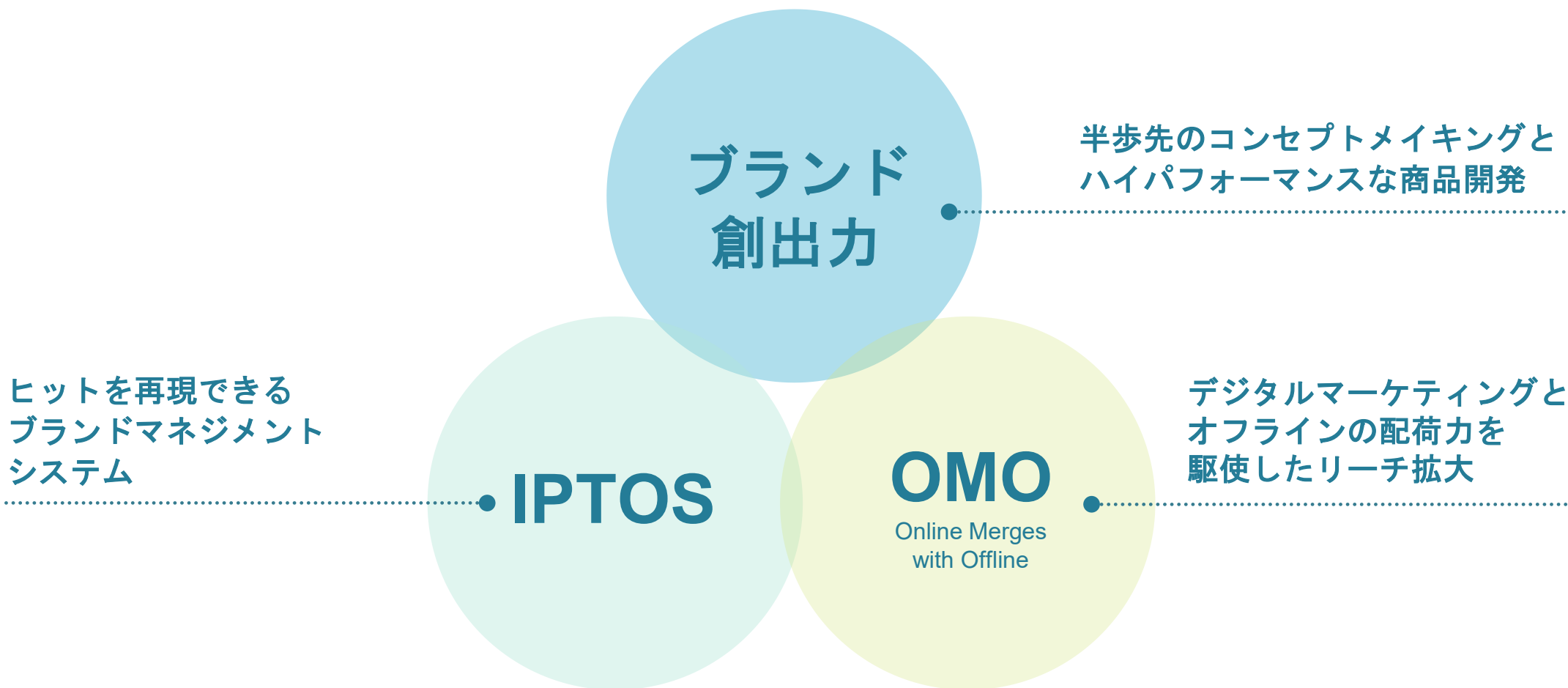
米国NY州弁護士新日本製鐵、三菱商事、カンロ社外取締役、三菱商事ライフサイエンス監査役を経て、2024年より現職

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。

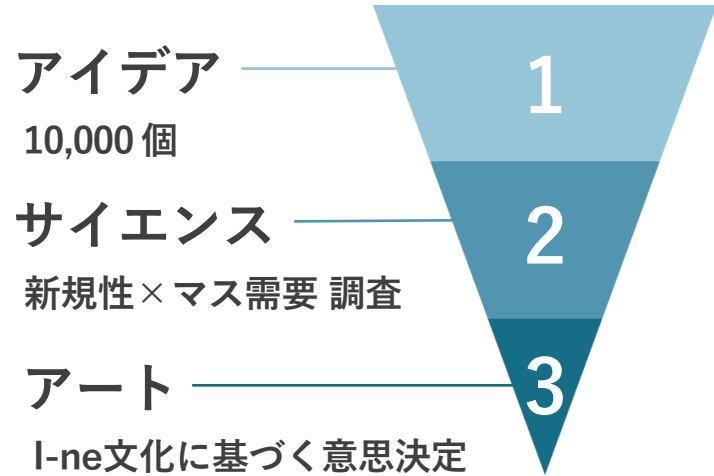


ヒットを量産できるI-neの3つの強み



ブランド創出力

■コンセプト設計



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

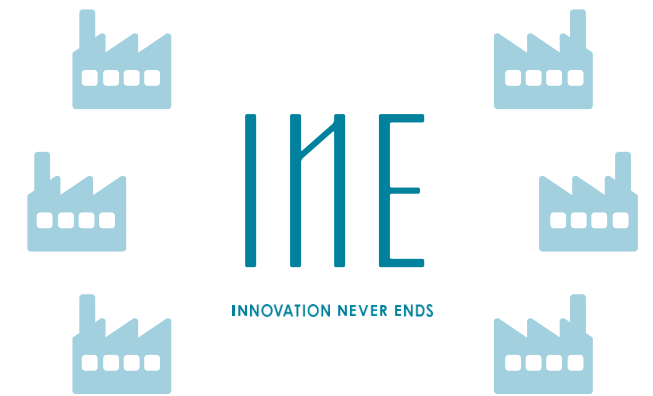


インハウスクリエイター

82人^{*1}

*1: 2024年12月時点。臨時雇用者含む

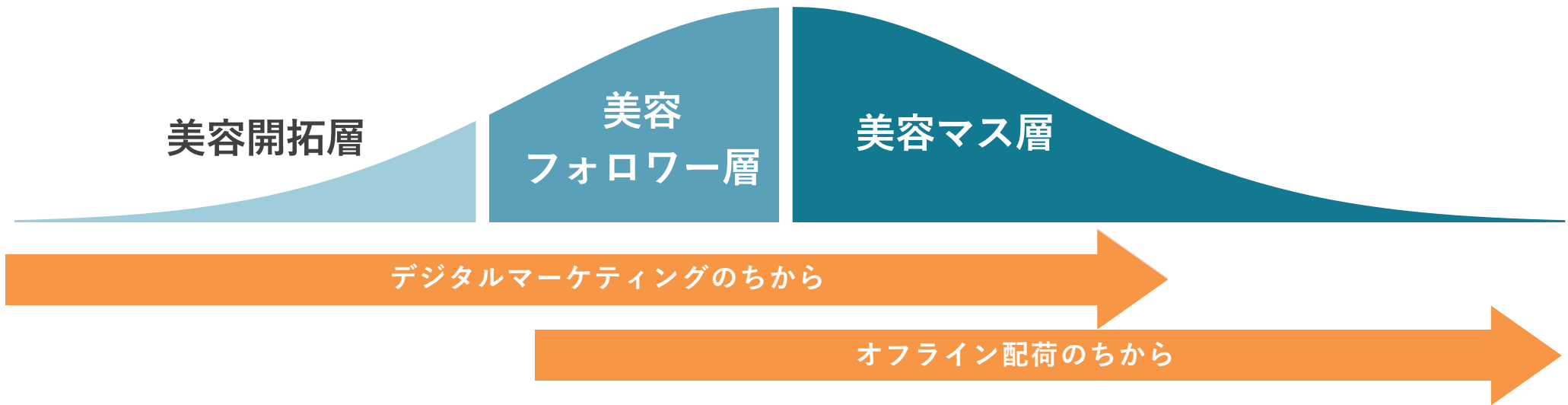
■商品開発



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)



82人^{*1}

インハウス デジタルマーケッター

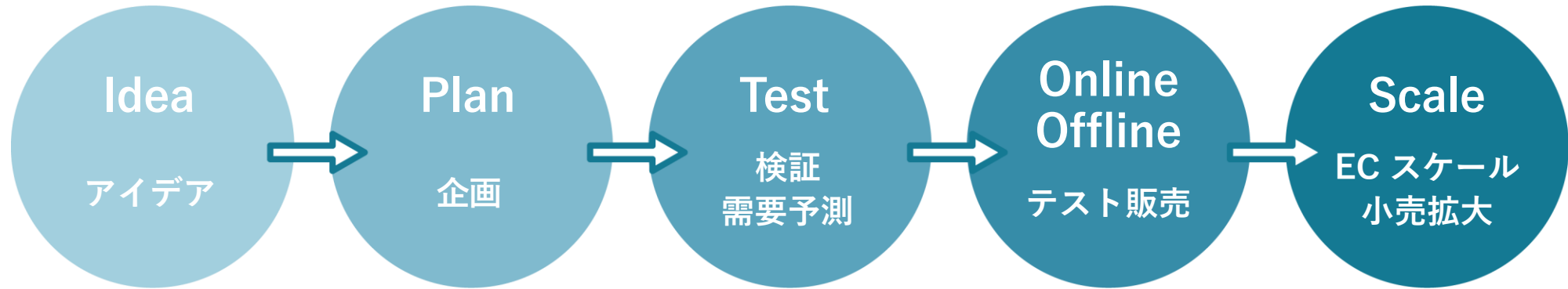
約65,000店舗^{*2}

オフライン配荷実績店舗数

*1：2024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 (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

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





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



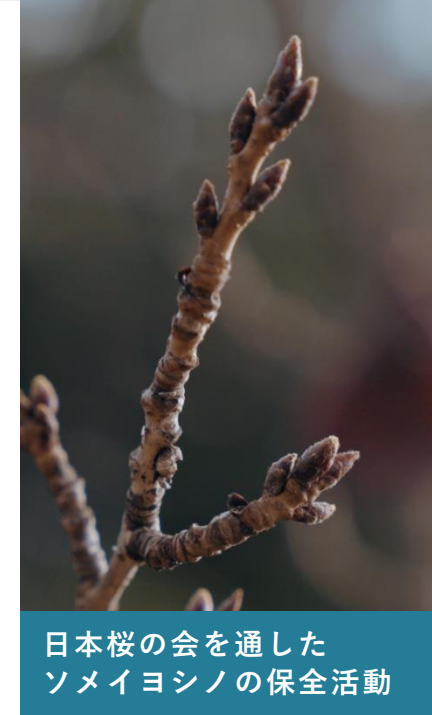
moretreesを通じた
森林保全活動 (BOTANIST財団)



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

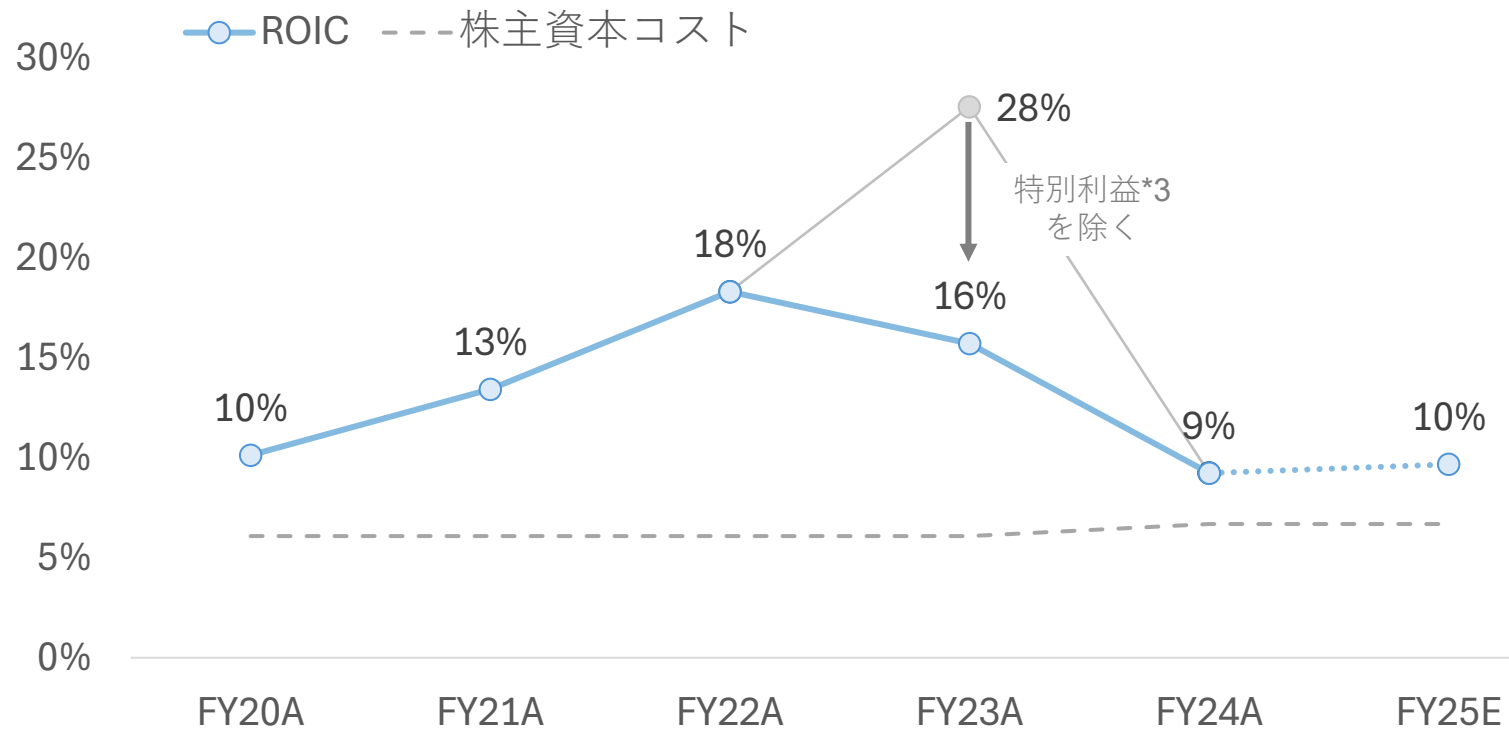


使わなくなった家電の
回収・再利用

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について

- 金融機関からの調達を活用したM&Aの実施により、ROICは前期比減少。一方、資本効率を意識した成長投資や事業ポートフォリオの組み換え等により収益性が向上。株主資本コストを上回るROICを継続。
- 株式市場の評価は直近割安で推移。市場の期待値に対して、当社経営方針や事業内容への理解醸成のため、事業等の成長に加えSR/IR強化に取り組む。

ROIC*1と株主資本コスト*2



ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)	2022年12月期					2023年12月期					2024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	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082	11,228	10,999	13,695	45,006
売上原価	3,895	4,019	4,613	4,436	16,965	4,911	4,419	5,048	5,019	19,399	4,245	5,197	5,210	6,306	20,959
売上原価率	48.2%	49.5%	46.5%	48.4%	48.1%	50.5%	45.1%	46.1%	44.9%	46.6%	46.7%	46.3%	47.4%	46.0%	46.6%
広告・販促費	951	1,351	1,646	2,132	6,081	1,366	1,955	2,042	1,731	7,096	1,438	1,846	1,910	1,853	7,049
広告・販促費率	11.8%	16.6%	16.6%	23.3%	17.2%	14.1%	20.0%	18.7%	15.5%	17.0%	15.8%	16.4%	17.4%	13.5%	15.7%
物流費	690	692	705	683	2,771	695	730	751	715	2,892	648	631	630	784	2,694
物流費率	8.5%	8.5%	7.1%	7.5%	7.9%	7.2%	7.5%	6.9%	6.4%	6.9%	7.1%	5.6%	5.7%	5.7%	6.0%
販売手数料	286	265	397	431	1,381	383	407	502	758	2,052	532	513	657	949	2,652
販売手数料率	3.5%	3.3%	4.0%	4.7%	3.9%	3.9%	4.2%	4.6%	6.8%	4.9%	5.9%	4.6%	6.0%	6.9%	5.9%
人件費	504	518	647	623	2,294	599	589	685	697	2,572	744	821	834	993	3,394
人件費率	6.2%	6.4%	6.5%	6.8%	6.5%	6.2%	6.0%	6.3%	6.2%	6.2%	6.2%	7.3%	7.6%	7.3%	7.5%
その他固定費	530	585	667	756	2,539	728	810	789	921	3,250	834	821	834	1,182	3,672
その他固定費率	6.7%	7.2%	6.8%	8.3%	7.2%	7.5%	8.3%	7.2%	8.2%	7.8%	9.2%	7.3%	7.6%	8.6%	8.2%
営業利益	1,219	687	1,235	93	3,235	1,031	887	1,130	1,330	4,379	638	1,396	922	1,626	4,583
営業利益率	15.1%	8.5%	12.5%	1.0%	9.2%	10.6%	9.1%	10.3%	11.9%	10.5%	7.0%	12.4%	8.4%	11.9%	10.2%
EBITDA	1,249	721	1,315	182	3,469	1,104	961	1,214	1,419	4,700	718	1,491	1,037	1,949	5,195
EBITDAマージン	15.5%	8.9%	13.3%	2.0%	9.8%	11.4%	9.8%	11.1%	12.7%	11.3%	7.9%	13.3%	9.4%	14.2%	11.5%

ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)

	2022年12月期					2023年12月期					2024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	8,078	8,120	9,913	9,156	35,269	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082	11,228	10,999	13,695	45,006
ヘアケア系	4,652	5,658	7,177	6,033	23,522	6,290	7,160	8,588	8,286	30,326	6,176	8,031	8,049	9,247	31,505
└BOTANIST	3,548	3,270	4,624	3,216	14,659	3,170	3,456	4,140	3,822	14,589	2,274	3,709	3,190	4,409	13,584
└YOLU	517	1,909	2,142	2,511	7,081	2,474	3,001	3,962	4,231	13,669	3,248	3,593	4,390	4,216	15,449
美容家電(SALONIA)	2,789	2,068	2,215	2,207	9,280	2,899	2,050	1,865	2,406	9,222	2,481	2,807	2,527	2,844	10,661
スキンケア他	635	394	520	915	2,466	526	590	496	481	2,094	424	389	421	1,603	2,839

(単位：百万円)

	2022年12月期					2023年12月期					2024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	191	182	352	148	876	131	423	217	355	1,128	310	369	274	388	1,345

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。