

BOTANIST



# 2022年12月期第1四半期 決算説明資料

2022年5月13日



INE

SALONIA

BEAUTY is simple

BOTANIST



## 目次

# 1. 連結業績ハイライト

# 2. 各ブランドの進捗

# 3. ガバナンス体制の変更

# 4. Appendix



INE

SALONIA

BEAUTY is simple



## 連結業績ハイライト：売上高

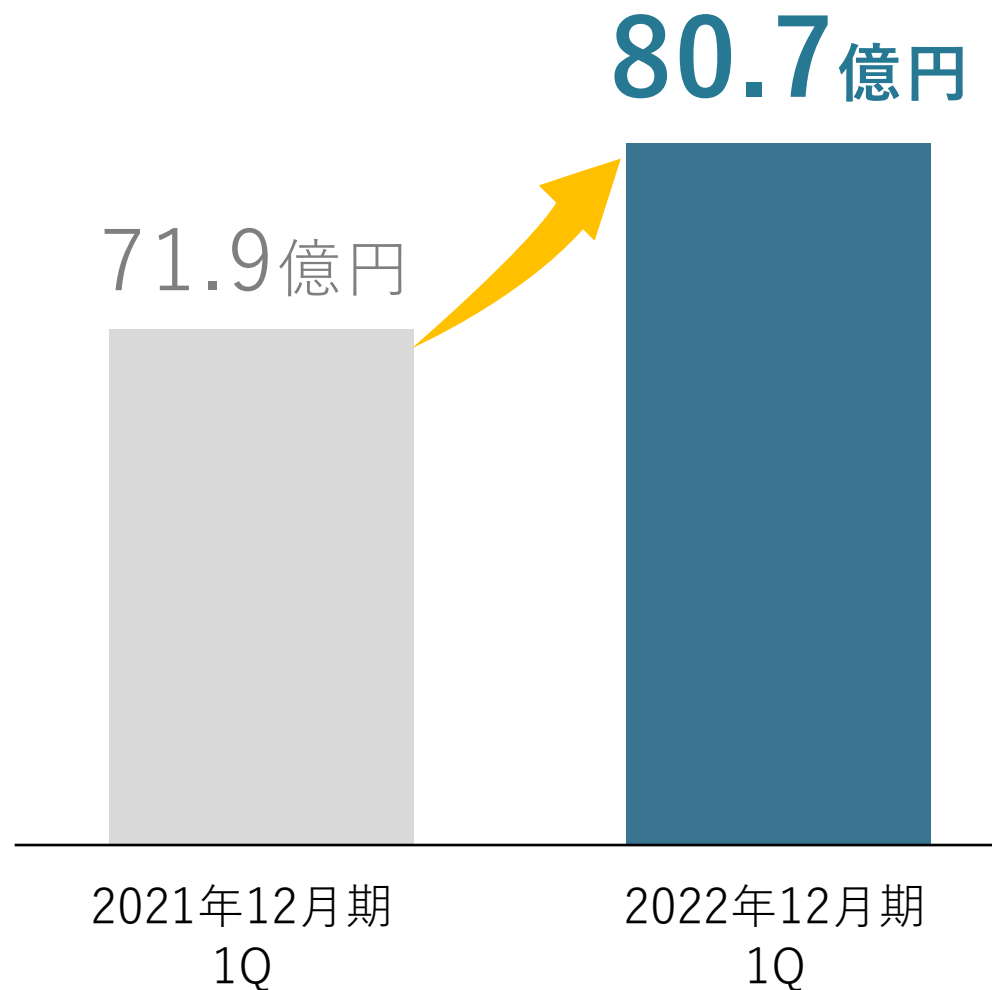
1Q連結売上高  
前年同期比

+ **12.3%**

8.8億円増加と

2年連続

過去最高を更新



\*：2022年連結業績は新収益認識基準適用後。以降のページも同様  
2021年連結業績は新収益認識基準適用前。以降のページも同様

## 連結業績ハイライト：営業利益

1Q連結営業利益

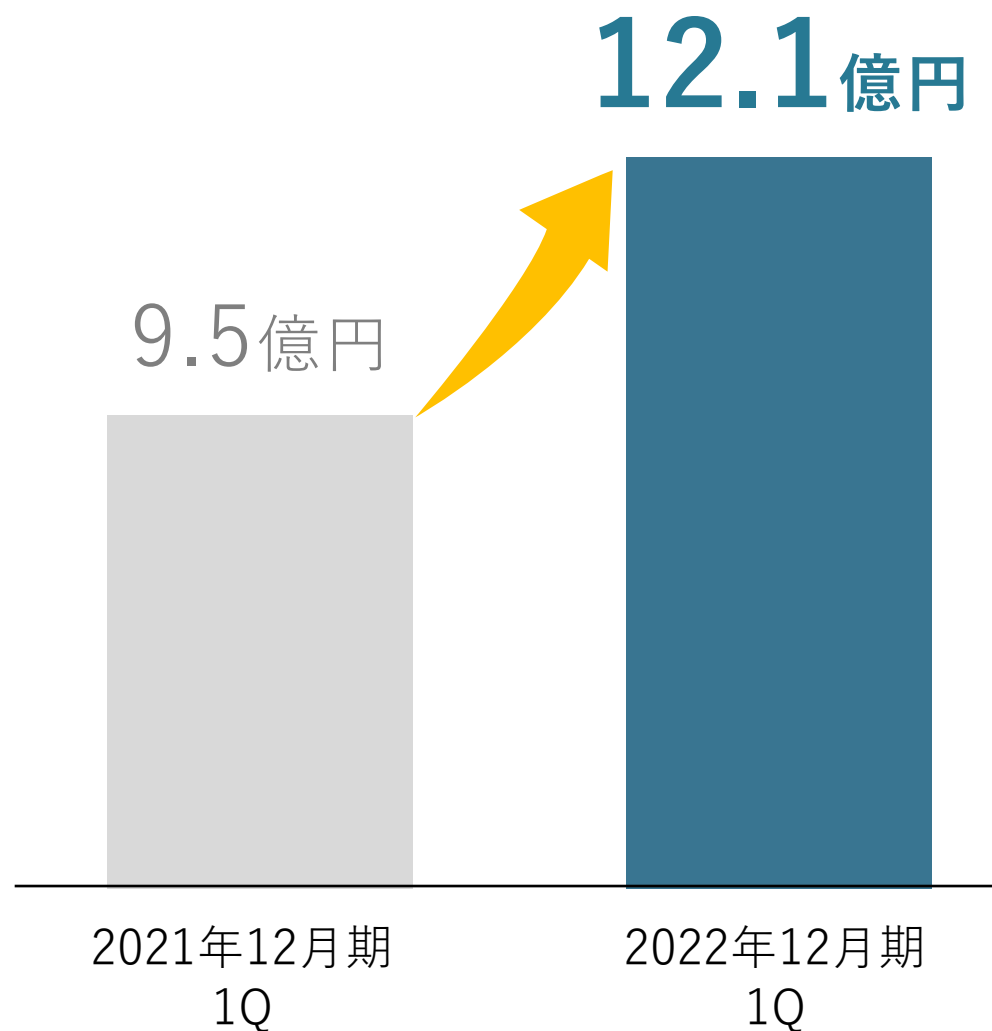
前年同期比

**+27.4%**

2.6億円増加と

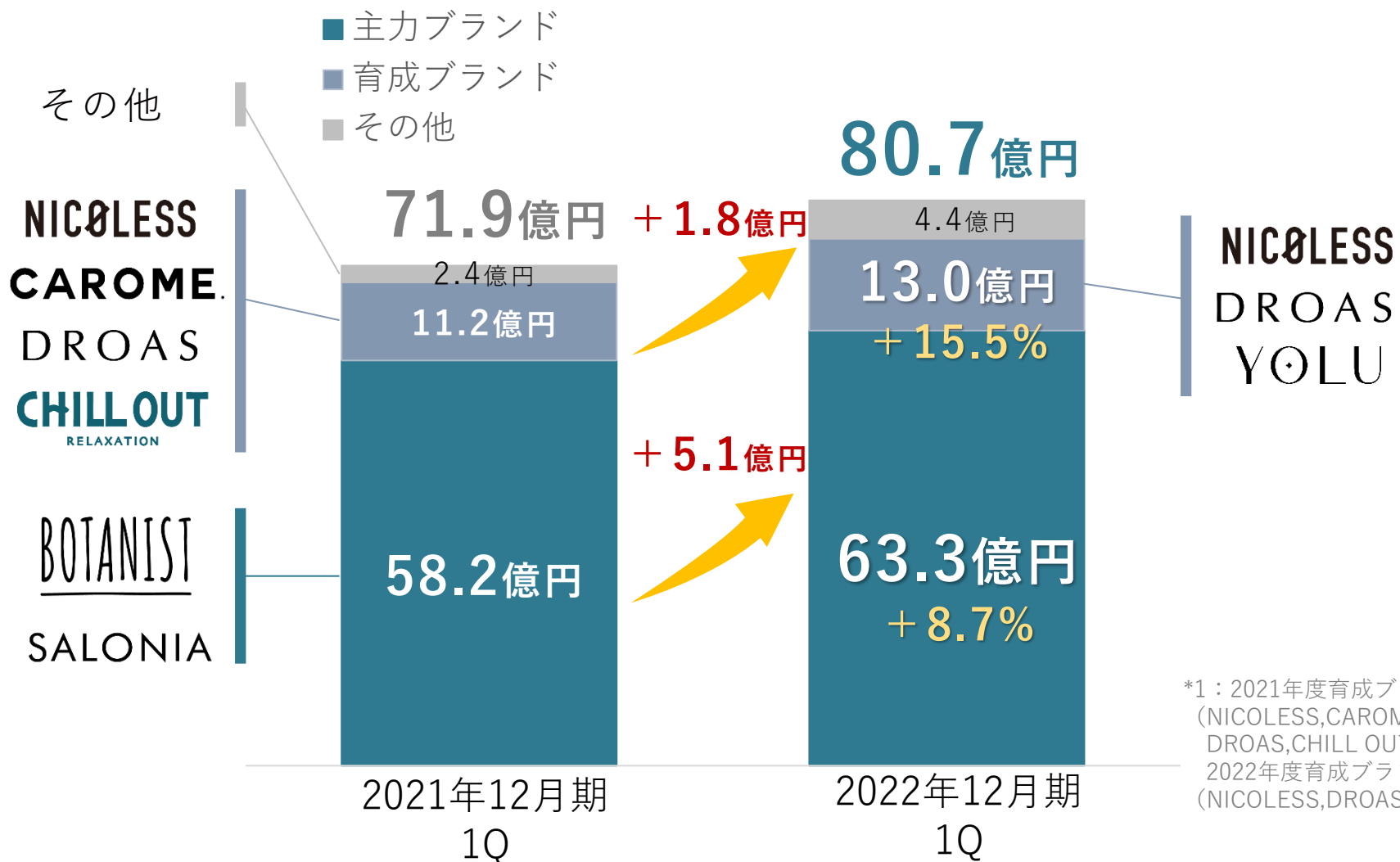
2年連続

過去最高を更新



## 連結業績ハイライト：ブランド別売上高

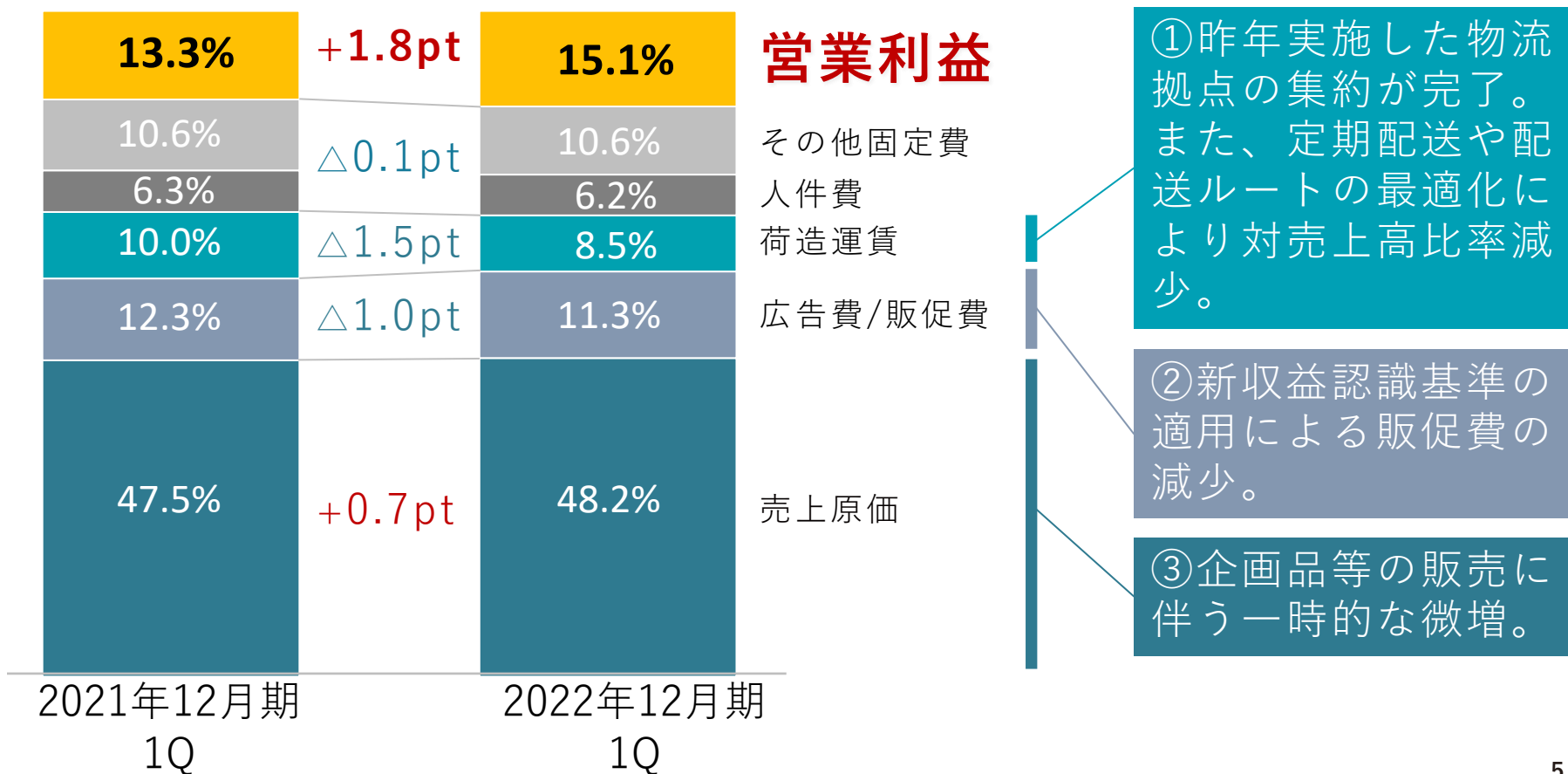
主力ブランドが**+8.7%**、育成ブランドが**+15.5%**（\*1）と大幅に成長。再現性のあるブランド開発を通じて複数ブランドでの伸長を実現。



## 連結業績ハイライト：コスト構造

営業利益率が前年同期比**+1.8pt**の15.1%と高い水準を維持。  
企画品販売に伴い売上原価率が微増したが一時的な要因であり、全体的なコストコントロールを徹底した結果、利益率が向上。

### コスト構造



BOTANIST



## 目次

1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. ガバナンス体制の変更

4. Appendix



INE

SALONIA  
BEAUTY is simple



# BOTANIST

植物と共に生きる

高価格帯シャンプー ※1  
リピート者数  
**No.1** ※2

高価格帯シャンプー※1を発売中のブランドで、  
「2回以上購入して使用したことがある」ブランドNo.1※2を獲得。



※1：1000円以上の価格帯を高価格帯シャンプーと定義

※2：1000円以上の高価格帯ヘアケア消費財6ブランドについてのWEBアンケートによる。

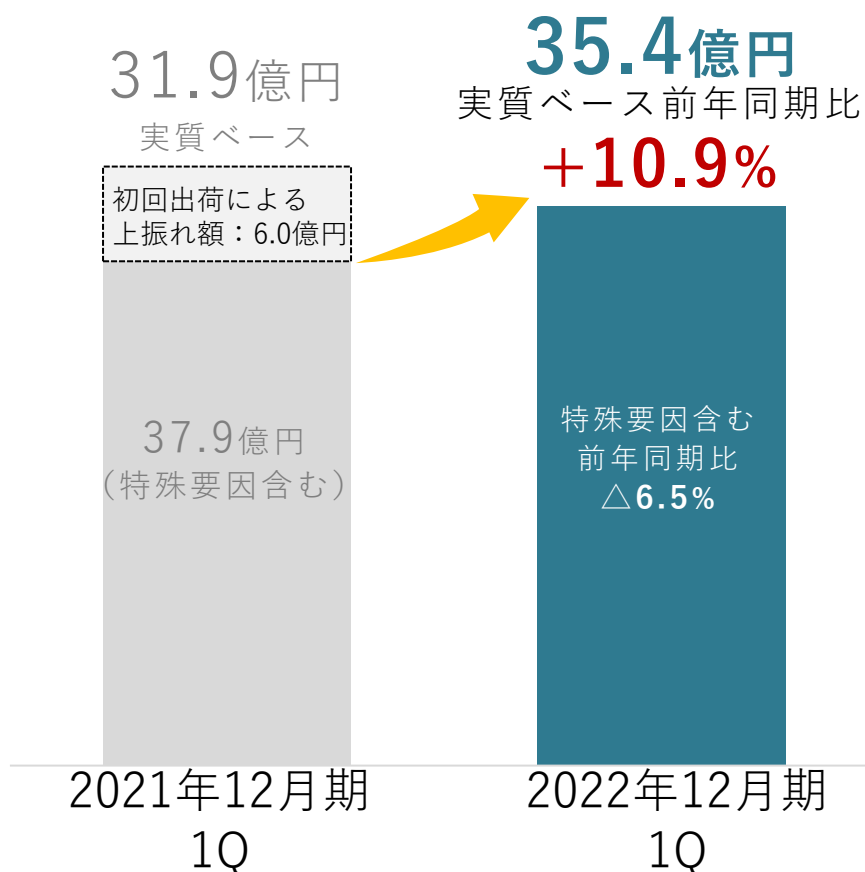
男女10代～60代（n=30,000）のうち、BOTANISTを「2回以上購入して使用したことがある」と回答した方の数。2022年2月実施（自社調べ）



# BOTANIST

昨年1Qのヘアケアリニューアルの特殊要因(\*1)を除く実質ベースで、前年同期比**+10.9%**と継続して大幅に伸長し、想定を上回る着地。

## 2022年1Q売上高



## トピック

- ヘアケアのPOSが前年同期比+6%と好調。
- ヘアオイルのリニューアルに伴い、アウトバスの売上高が前年同期比で約3倍と大幅に伸長。
- 「ボタニカルフェイスウォッシュ」を3月より全国ドラッグストア10,000店舗で販売開始。
- 高価格帯(\*2)シャンプーにおいて、リピート率ランキングNo.1(\*3)



- \*1：初回出荷に伴う大規模発注によって大きく上振れ  
\*2：1000円以上の価格帯を高価格帯と定義  
\*3：ヘアケア6ブランドについてのアンケートによる。  
2022年2月実施（自社調べ）

# SALONIA

ヘアアイロン売上シェア  
**No.1**<sup>※1</sup>  
IN JAPAN



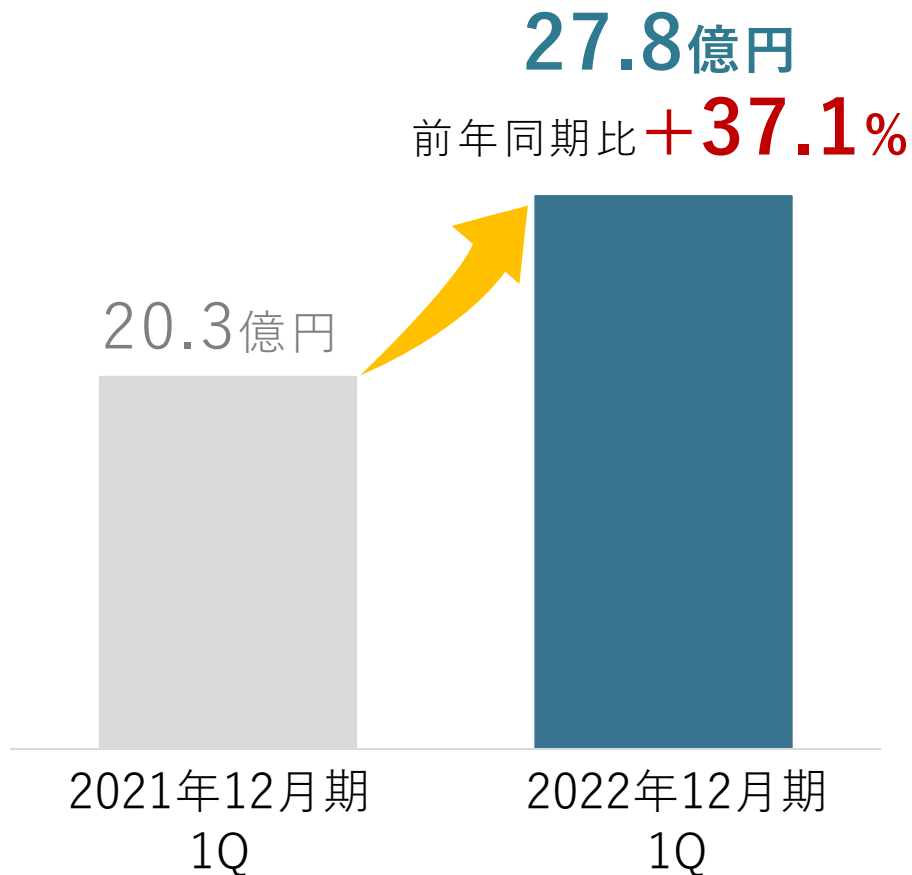
 **GOOD DESIGN  
AWARD 2021**

※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）及び他カテゴリーの成長により、2022年1Q売上高27.8億円（前年同期比+37.1%）と大幅に伸長。

## 2022年1Q売上高



### トピック

- ▶ヘアアイロンの新カラーが3月より販売開始。
- ▶オンラインにて販売好調なミストドライヤーが3月より店頭にて販売開始。(1,400店舗)
- ▶家電量販店におけるイオンフェイシャルブラシのPOSが前期末時点から+9%と大幅に伸長。



## 育成ブランド

プロモーション強化及び配荷拡大に加え、新商品拡充により、2022年1Q売上高13.0億円（前年同期比+15.5%）と伸長。（\*1）

2022年1Q売上高

13.0億円

前年同期比+15.5%



## DROAS

- ▶3月よりヘアケア新ラインナップ「グロッキーシリーズ」全国ドラッグストア10,000店舗で販売開始。
- ▶3月7日から全国TVCM放映開始。



## YOLU

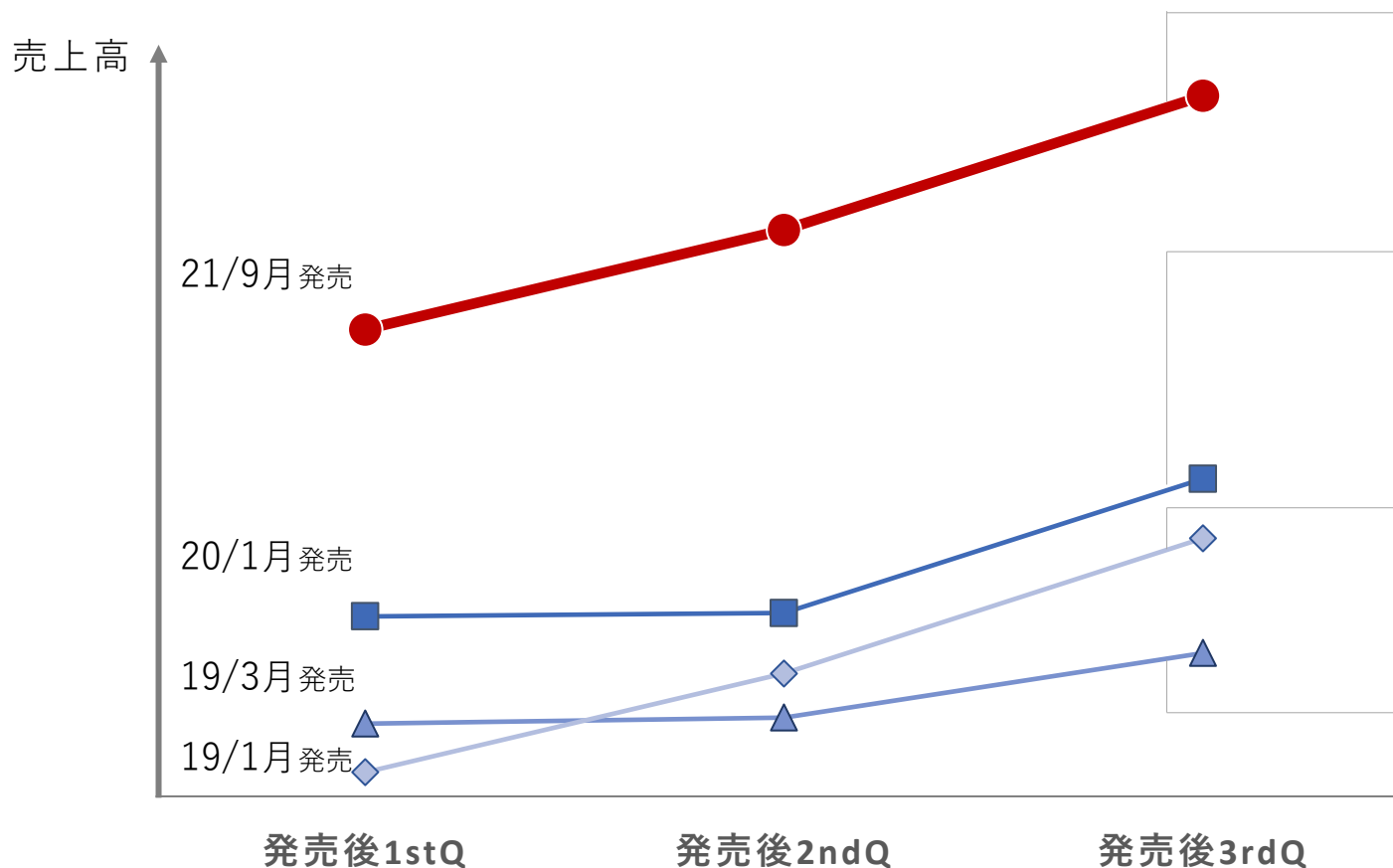
- ▶2022年春より配荷店舗数が4,000店舗拡大し、売上高が前期末時点から+22.8%と成長。

\*1：2021年度育成ブランド（DROAS,NICOLESS,CHILL OUT,CAROME.）  
2022年度育成ブランド（DROAS,NICOLESS,YOLU）

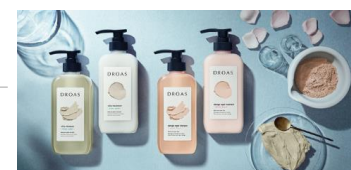
## YOLUの成長

育成ブランドにおいて、YOLUの初回配荷及び成長速度は圧倒的。  
IPTOSがブラッシュアップされる事によって、再現性向上と成長速度の  
早期化が実行できている。

### ブランド別発売後四半期売上高推移



YOLU



DROAS



NICØLESS



CAROME

## 新規ブランド

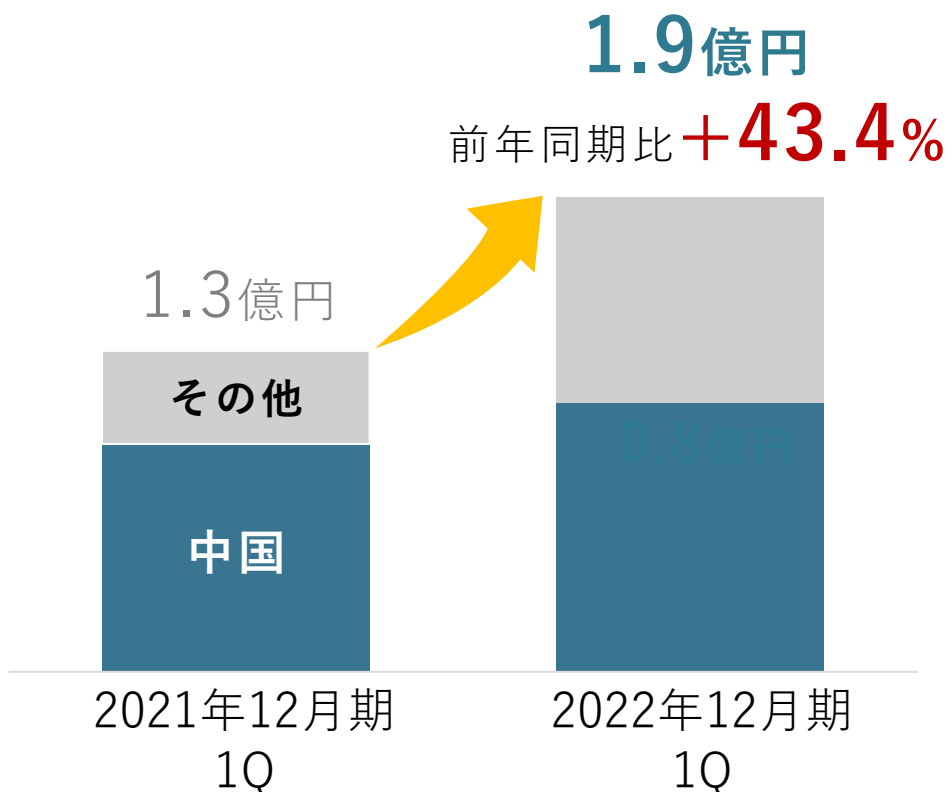
2022年も様々なカテゴリーからブランドをローンチ。  
今期及び来期以降の売上高拡大を目指す。



## グローバル

中国における販売拡大及びその他の国での販売好調により、2022年1Q売上高1.9億円（前年同期比**+43.4%**）と大幅に伸長。

### 2022年1Qグローバル売上高



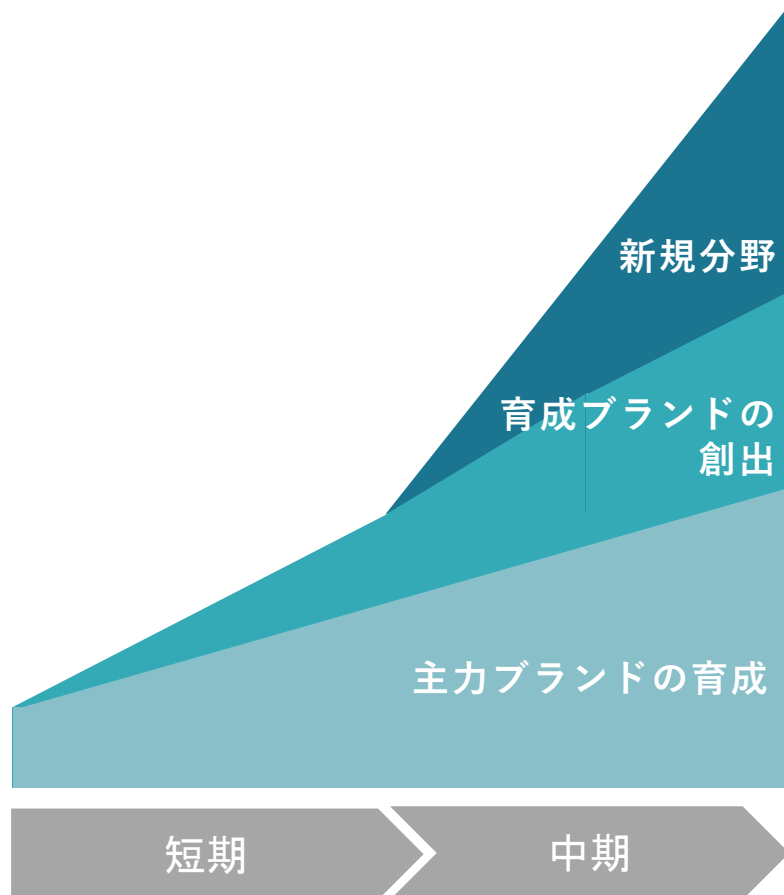
### トピック

- ▶ Watsonsでの販売金額が前期末時点からヘアケア+17%、ボディソープ+35%成長と好調。
- ▶ BOTANIST企画品が台湾、香港にて販売し、売上高増加に寄与。



## 今後の成長戦略

主力ブランドの拡大及び育成ブランド、新規領域で収益を拡大。  
Beauty領域において、世界規模で技術革新をリードする存在を目指す。



### 新規分野 M&A アライアンス

- ブランドM&Aの推進
- サステナブル関連の新規事業

### 育成ブランドの創出

- 育成ブランド  
NICOLESS、DROAS、YOLU …
- P2Cブランド (\*1)

### 主力ブランドの グローバルブランド化

- BOTANIST  
既存の育成、新カテゴリ進出、中国展開
- SALONIA  
美容家電ブランドへ発展、中国展開



BOTANIST



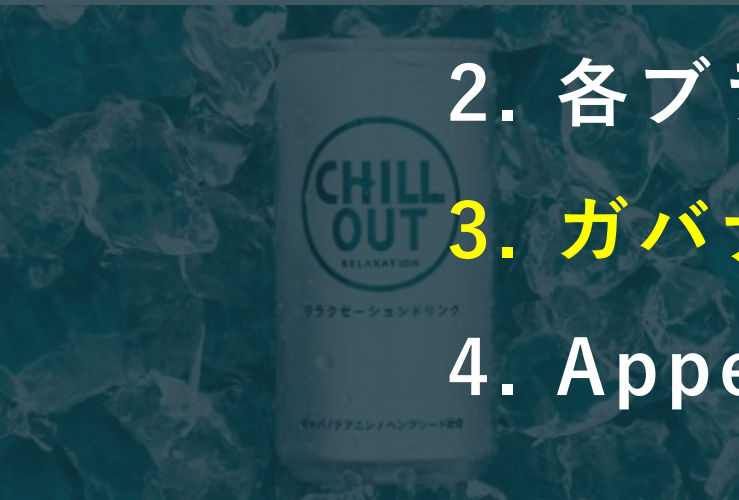
## 目次

1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. ガバナンス体制の変更

4. Appendix



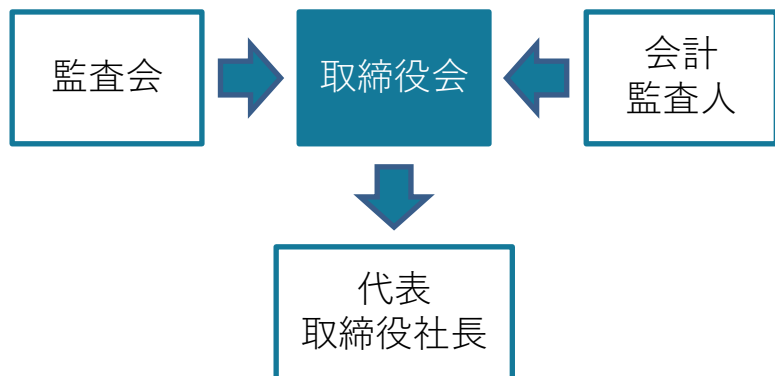
## 監査等委員会設置会社への移行

取締役の職務執行の監査等を担う監査等委員を取締役会の構成員とすることにより、コーポレート・ガバナンスの一層の充実を図る。

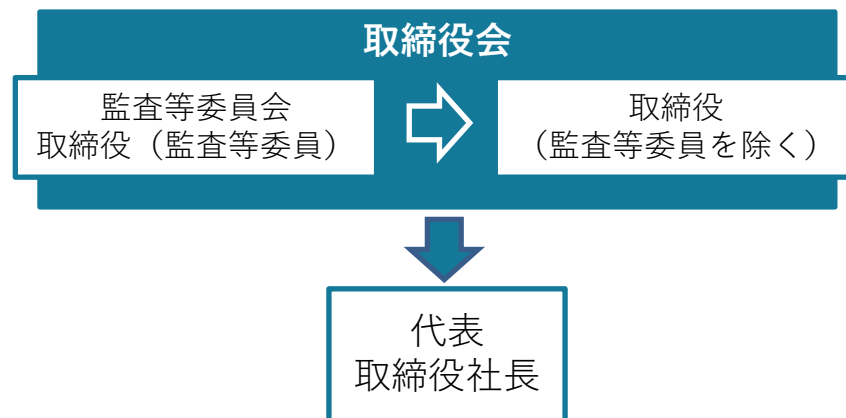
### 目的

- ▶ 健全な経営を目指し、**監督機能の強化**
- ▶ 取締役会が業務執行の決定を広く取締役に委任することを可能とすることで経営の意思決定を**迅速化**
- ▶ 経営の効率性を高めるため、**執行役員制を採用**し企業の経営・監督に法的な責任を負う取締役と業務執行を担当する執行役員との役割分担を明確

### 変更前



### 変更後



## 経営体制の一新

経営の効率性を高める為、取締役会が重要な経営課題に集中できる体制に。取締役6名中、社内は大西1名のみ。業務執行役員による迅速な会社運営の実現を目的とする。

### 取締役

役職名	氏名	区分
代表取締役	大西 洋平	社内
取締役	足立 光	社外
取締役	笹俣 弘志	社外
取締役 (監査等委員)	堀川 健	社外
取締役 (監査等委員)	舟串 信寛	社外
取締役 (監査等委員)	西橋久仁子	社外

### 業務執行役員

役職名	氏名
執行役員 営業本部長	杉元 将二
執行役員 ダイレクトマーケティング本部長	伊藤 翔哉
執行役員 ブランディング本部長	今井 新
執行役員 マーケティング本部長	藤岡 礼記
執行役員 経営管理本部長	佐藤 洋志
執行役員 経営企画室長	松江 朝子

BOTANIST



## 目次

1. 連結業績ハイライト

2. 各ブランドの進捗

3. ガバナンス体制の変更

4. Appendix



INE

SALONIA  
BEAUTY is simple



## 会社概要

# INE

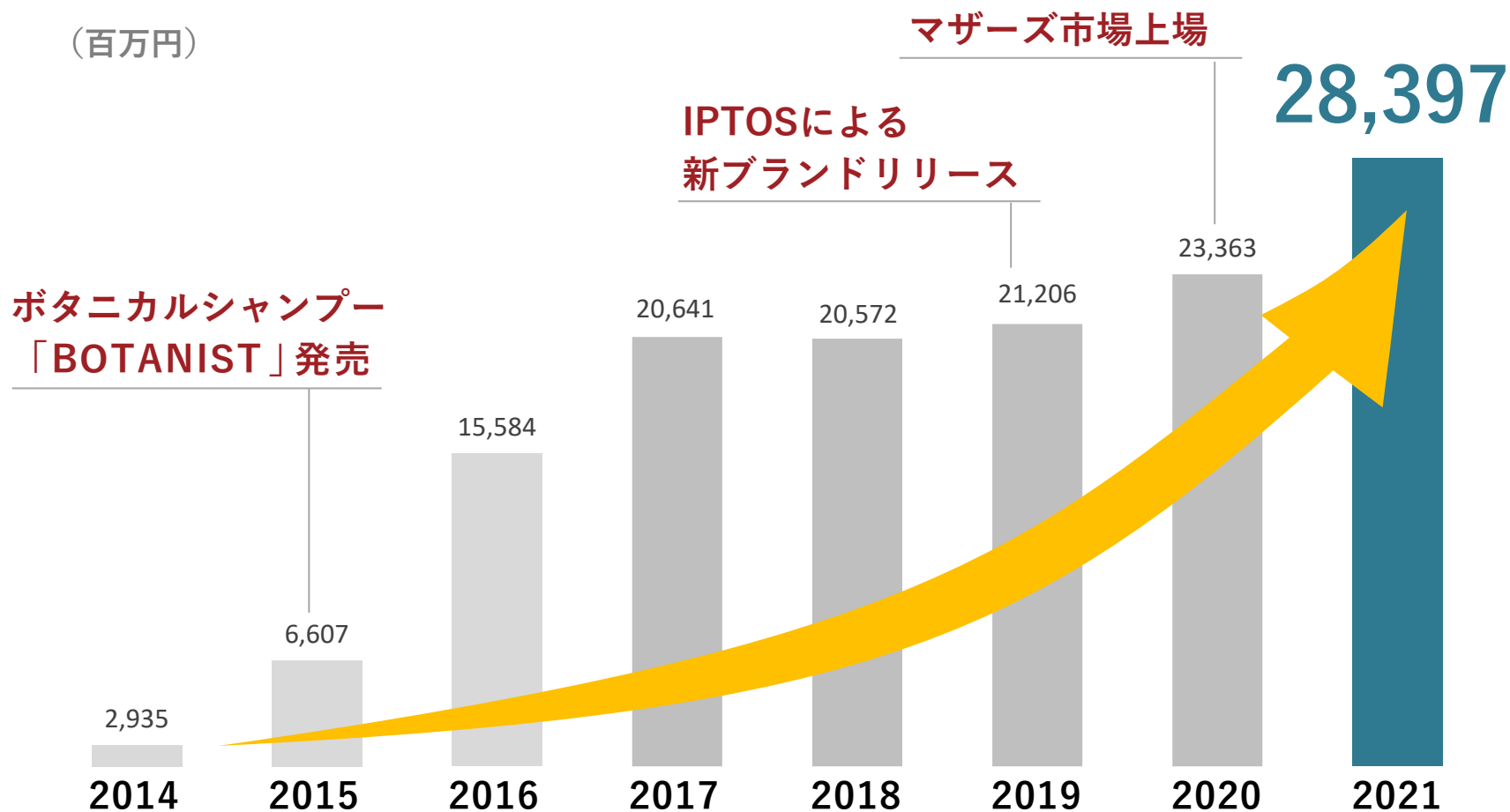
会社名	株式会社 I - n e (証券コード：4933)
設立	2007年3月
資本金	32億9,181万円
所在地	大阪府大阪市北区 中之島六丁目1番21号
従業員数	286名 (2022年3月時点、臨時雇用者除く)
代表者	代表取締役社長 大西 洋平
子会社	国内1社、海外1社 (2022年3月時点)



## 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。引き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、売上高成長を更に加速。

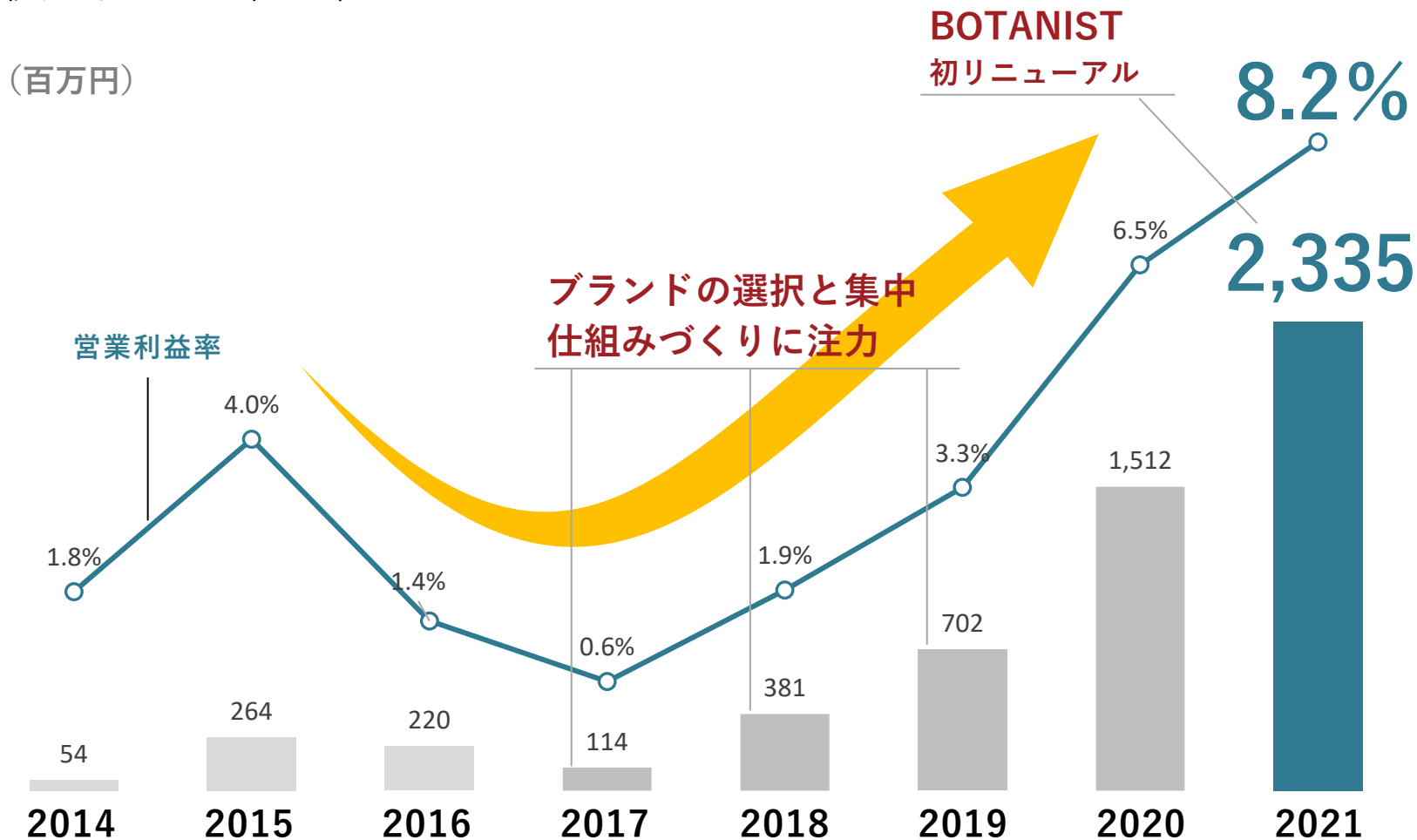
(百万円)



注：2014/12-2016/12期は単体数値、2017/12-2021/12は連結数字を使用  
なお、2014/12-2017/12期は未監査の数値を使用

## 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  
なお、2014/12-2017/12期は未監査の数値を使用

# Beauty Tech Company

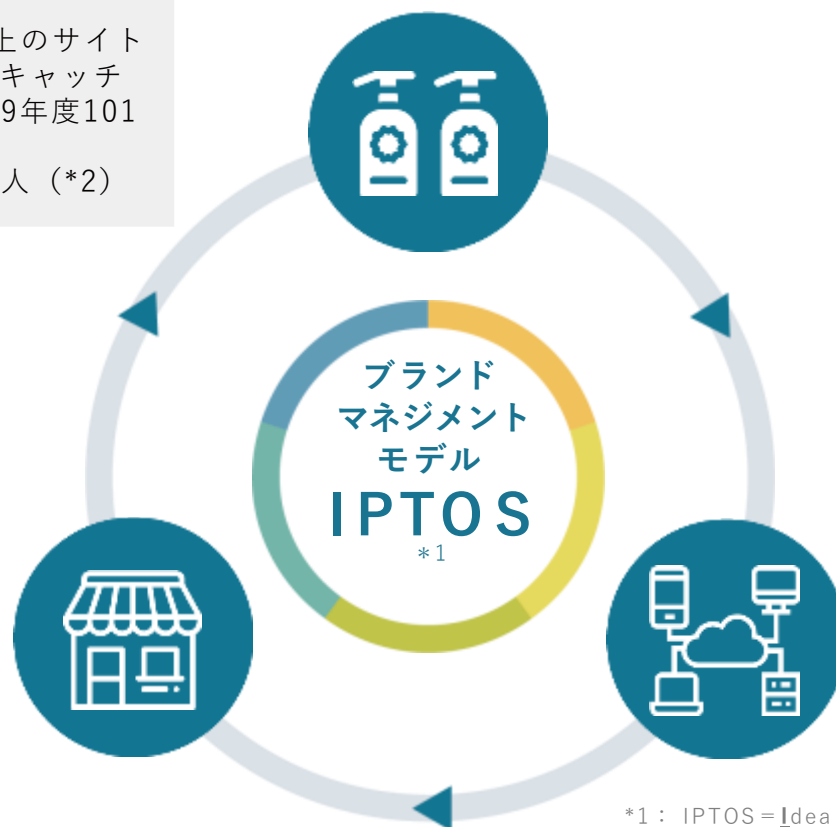
人の美に関わる全ての領域に対してテクノロジーを通して、必要なモノやサービスを提供。

### ハイバリューブランドの企画開発

- AI活用で世界中の2,000万以上のサイトから情報収集して、トレンドキャッチ
- 自社システムで、OEM（2019年度101社と取引実施）と連携
- 世界観を創るインハウスクリエイター62人（\*2）

### OFFLINE 流通店舗網

国内6万店舗（\*3）  
海外14カ国（\*3）  
強靱なオフライン流通網があるから可能なOMO（\*4）の流れを構築



### D2Cプラットフォーム

- 3,400万人を超える基盤  
自社サイト「&Habit」  
ECモール  
LINE・各SNS
- デジタルマーケッター71人（\*2）

\*1：IPTOS = Idea : Plan : Test : Online/Offline : Scaleの略称

\*2：2021年12月時点。臨時雇用者含む

\*3：2021年12月時点

\*4：Online Merges with Offline



## 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小さく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

バイオマスPET使用



FSC認証紙使用



Vegan Cruelty-Free and Vegan

- NOT 動物由来原料
- NOT 動物実験



ヴィーガン・PeTA認証

フラワーロス削減活動



moretreesを通じた森林保全活動



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

SDGs啓蒙活動  
各種キャンペーン実施



# FOR A SUSTAINABLE FUTURE

当社ミッションの実現に向け、BOTANISTなど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り組みを実施。

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



- 「BOTANIST ボタニカルスプリングシリーズ」発売。ソメイヨシノなどのサクラを後世に残すため、売り上げの一部で保全活動を支援。
- 石油由来樹脂の使用量を削減するため、バイオマスプラスチックを使用した「BOTANIST ボタニカルフェイスウォッシュシリーズ」が2022年3月1日より発売。



## ディスクレマー

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、過去又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。