






2023年6月期

# 通期決算説明資料



-  1 会社概要
-  2 2023年 6 月期決算概況
-  3 2024年 6 月期業績見通し
-  4 SDGsへの取り組み状況
-  5 Appendix

-  **1 会社概要**
-  2023年6月期決算概況
-  2024年6月期業績見通し
-  SDGsへの取り組み状況
-  Appendix

# 会社概要



社名	株式会社グラフィコ
代表者	代表取締役社長 長谷川 純代
所在地	〔本社〕 東京都品川区大崎 1-6-1 TOC大崎 16F 〔大阪 オフィス〕 大阪府大阪市西区靱本町1-6-10 本町西井ビル 8F
設立日	1996年11月7日
資本金	2億4,857万円（2023年6月30日現在）
従業員数	50名（2023年6月30日現在）
事業内容	健康食品・化粧品・日用雑貨・医薬部外品の企画製造販売
主要取引先	株式会社あらた、株式会社大木、中央物産株式会社、株式会社東流社、株式会社PALTAC 他 ※敬称略・順不同



代表取締役社長  
長谷川 純代



## Vision

『モノ創りで、笑顔繋ぐ。』

## Mission

常に創意工夫の限りを尽くし、お客様の立場に立った思考で、  
本当に求められる商品を創出することで、  
人々を楽しく幸せにできる商品を提供いたします。

## Value

「心」を大切に、自分の利益だけでなく周囲や世界規模まで思いやり、  
仕事のみならず人として成長し  
積極的に世界に貢献できる企業を目指しています。



# INDEX



- 1 会社概要
- 2 **2023年6月期決算概況**
- 3 2024年6月期業績見通し
- 4 SDGsへの取り組み状況
- 5 Appendix

## ■ 売上高

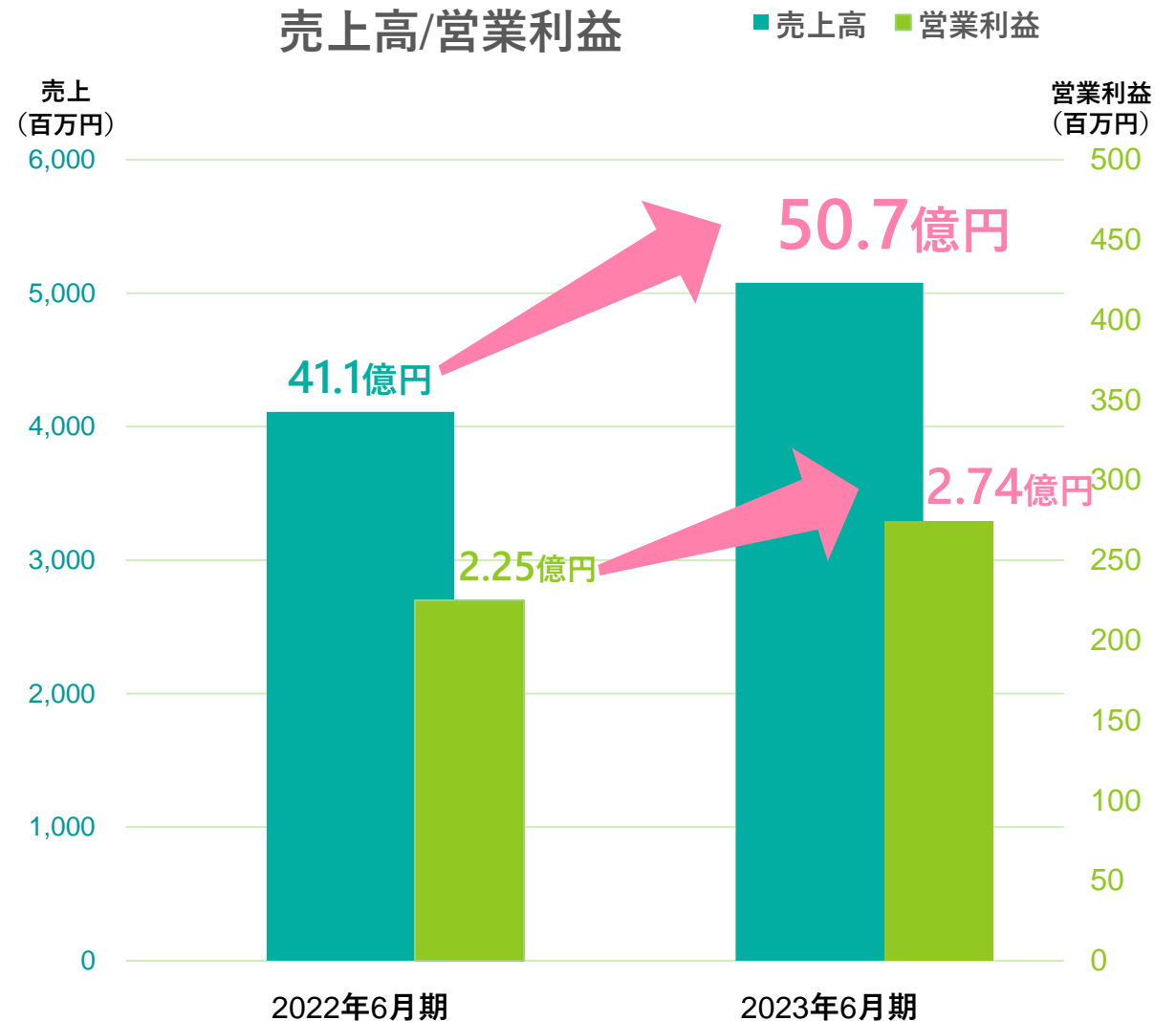
前期比+23.5%、967百万円増  
過去最高売上高・増収金額

ハウスホールドに加え、  
ビューティケアの「ウイズフェム」も貢献

## ■ 営業利益

前期比+21.6%、48百万円増

インフレによる仕入価格高騰および輸送コストの増加  
並びに急激な円安の影響を受け、売上総利益率は  
減少。反面、販管費の見直し・効率化が奏功し  
増益に寄与



■ 売上高、経常利益、当期純利益は、過去最高を達成

(百万円)

	2022年6月期 実績	2023年6月期 実績	前期比
売上高	4,111	<b>5,079</b>	<b>+23.5%</b>
売上総利益	1,877	<b>1,961</b>	<b>+4.5%</b>
営業利益	225	<b>274</b>	<b>+21.6%</b>
経常利益	211	<b>322</b>	<b>+52.3%</b>
当期純利益	145	<b>221</b>	<b>+52.0%</b>
(参考)ドル円為替相場※	117.49円	<b>137.43円</b>	<b>+17.0%</b>

※各月の実勢レートを単純平均した為替相場であり、当社の適用レートとは異なります

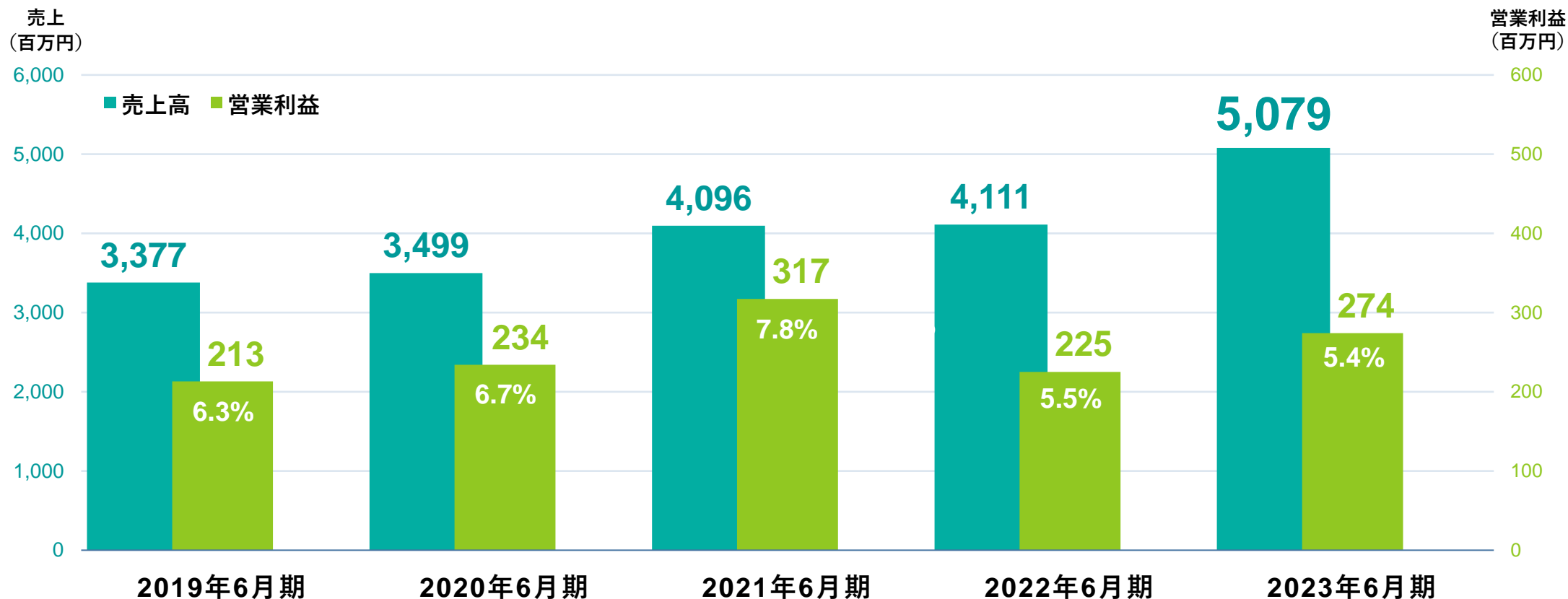


- 売上高は、「ハウスホールド」「ウィズフェム」が大幅増収を牽引
- 営業利益は、コスト構造改革の実行により増益に寄与
- 経常利益は、為替リスクヘッジ対策が奏功し、増益に貢献

(百万円)

	2023年6月期 業績期初予想 (2022/8/12公表)	2023年6月期 通期修正予想 (2023/5/15公表)	2023年6月期 通期実績	対修正予想比	対期初予想比
売上高	4,300	4,740	5,079	+7.2%	+18.1%
営業利益	165	265	274	+3.4%	+66.5%
経常利益	146	251	322	+28.3%	+121.0%
当期純利益	100	173	221	+27.8%	+121.4%

## ■ 15期連続増収で過去最高を更新



※2022年6月期からは収益認識基準適用後の数値

## 組織

- 経営管理体制を革新し、営業本部機能を強化
- 不採算部門（医薬品事業）からの撤退

## 売上

- 注力ブランドの絞り込みと各販売戦略の見直し
- EC販売戦略を大幅強化

## 利益

- 利益構造改革実行によるコスト削減の大幅実現
- コロナ禍で増加した滞留在庫の販売を強化

## 財務

- 上場来初の大型資金調達を実行
- 従来の為替予約に加え、外貨建て債券運用を実行  
⇒ 仕入れ価格上昇と粗利減少のカバーを両立し、為替対策を強化

# カテゴリー別売上実績

前期比



(百万円)	2022年6月期		2023年6月期		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	4,111	100.0%	5,079	100.0%	+23.5%
ヘルスケア	310	7.6%	193	3.8%	△37.8%
ビューティケア	501	12.2%	479	9.4%	△4.5%
ハウスホールド	3,162	76.9%	4,300	84.7%	+36.0%
医薬品	103	2.5%	65	1.3%	△36.6%
その他	32	0.8%	40	0.8%	+22.9%

# カテゴリー概況：ヘルスケア

「なかったコトに！」「満腹30倍」は、インバウンド需要の回復により、特定店舗での売上については復調傾向にある。しかしながらヘルスケア市場におけるダイエットカテゴリーの需要低迷が影響し、前期を大きく下回る結果となった

(百万円)

	2022年6月期	2023年6月期	前期比
売上高	310	193	△117

## < なかったコトに！ >

- 定番品として一定のユーザー支持を得ているが、ヘルスケア市場におけるダイエット商品の需要低迷が響く
- 2023年春からインバウンド需要に回復の兆しが見えるものの当期においては苦戦が続いた



## < 満腹30倍 >

- 「糖類ゼロ」キャンディとして販売継続するも全体的に苦戦が続いた
- 海外販売において、台湾専用商品を継続展開している



# カテゴリー概況：ビューティケア

フットメジはコロナ禍による売場縮小からの回復が遅れており前期比△10.8%  
フェムケア商品のウイズフェムよもぎ温座パットは、プロモーション強化により  
前期比+56.3%、カテゴリー全体では前期から微減の売上高となった

(百万円)

	2022年6月期	2023年6月期	前期比
売上高	501	479	△22

## <フットメジ>

- キャプテン翼コラボ新商品を約900店舗へ投下
- 定番品は一定の売上を確保ができてきているものの、コロナ禍以前の状態まで戻すには至らなかった



## <ウイズフェム>

- 通年定番採用になった小売店も増え、販売は堅調に推移
- メディア露出量も+113%増加



# カテゴリー概況：ハウスホールド

オキシクリーンは、コロナ禍に獲得した新規ユーザーのリピート購入促進により  
 つめかえ用の販売が増えた。EXシリーズのつめかえ用を投下した効果もあり、  
 店頭展開面積は増加。マックスフォースシリーズの販売強化もあり  
 前期比+36%、11.3億円の売上増となった

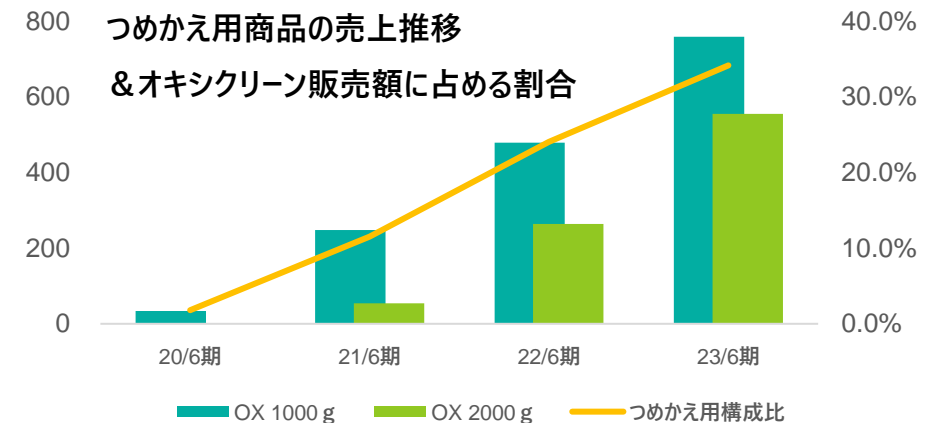
(百万円)

	2022年6月期	2023年6月期	前期比
売上高	3,162	4,300	+1,137



## <オキシクリーン>

- 引き続きタレントをイメージキャラクターとして起用し、  
 テレビCMをはじめとしたプロモーション活動を実施  
 ブランドの認知度は77%に達し、リピート率も上昇している
- つめかえ用の売上構成比が34%となり、  
 前期比+93%とさらに成長。リピート需要を獲得できている



# 販売チャネル別売上業績

前期比



(百万円)

	2022年6月期		2023年6月期		前期比
	通期実績	構成比	通期実績	構成比	
売上高	4,111	—	5,079	—	+23.5%
国内販売	3,825	93.0%	4,681	92.1%	+22.4%
海外販売	57	1.4%	39	0.8%	△31.6%
通信販売	228	5.6%	359	7.1%	+57.5%

参考

## ECチャネル合計

自社通信販売 + 卸経由の通信販売※

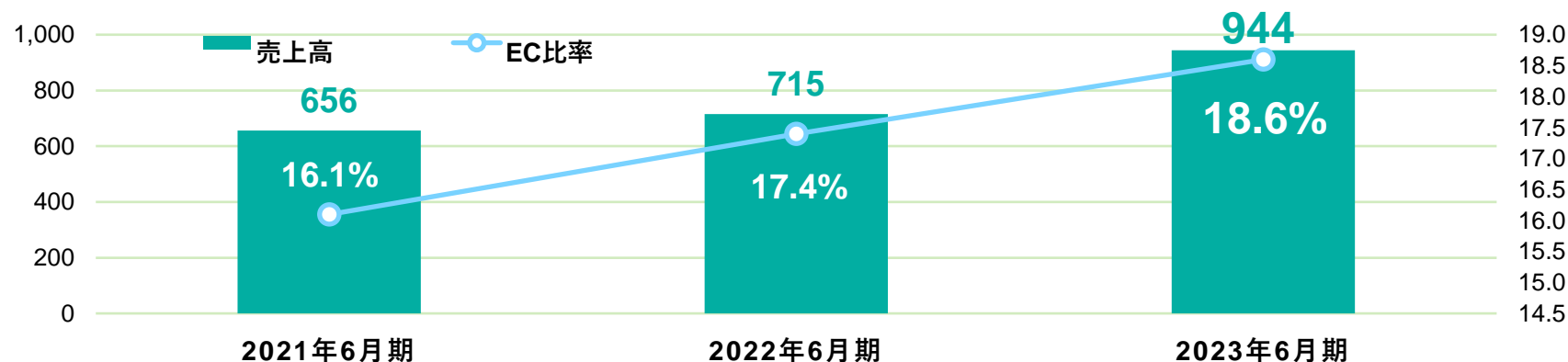
715

17.4%

944

18.6%

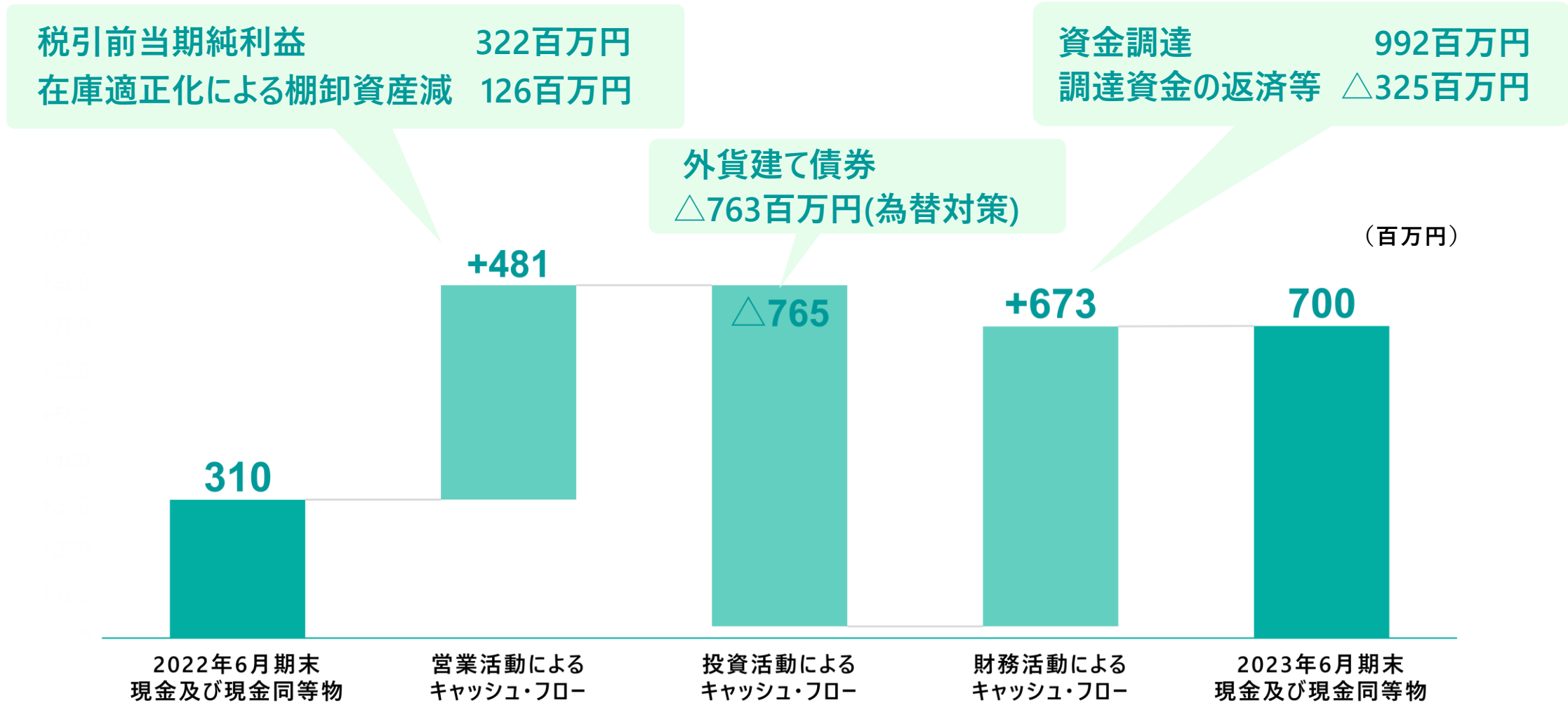
+32.0%



※卸経由の通信販売の売上高は「国内販売」の売上高に含まれております。



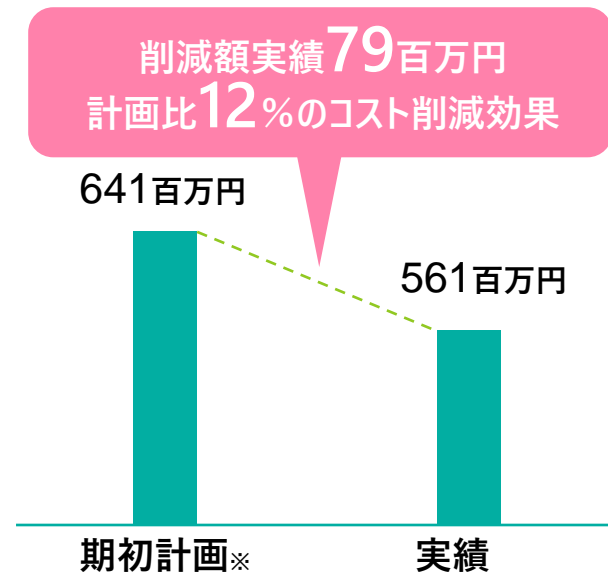
# キャッシュ・フロー計算書



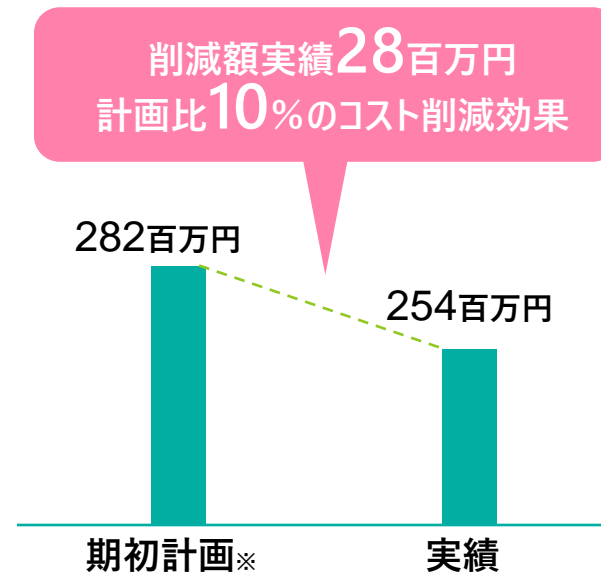
## 原材料費・輸送費の高騰や急激な為替変動などの外的環境変化に、迅速に対応できる体制への利益構造改革を実行

### ■コスト削減効果

#### 〈物流関連費〉



#### 〈一般経費〉



- オキシクリーン販売価格改定
- 在庫適正化による倉庫保管費の削減
- 新販路での販売強化
- 人材への投資は継続

※売上増に伴い増加するコストを加味した場合

# 2023年6月期（4Q）トピックス



リブランディングを行った、ウィズフェムよもぎ温座パットの積極的なプロモーション活動によって、3年間でのCAGRが136%となり、高水準で成長を達成

リブランディングを行い  
3回分を投下！  
売上をプラスオン！



3回分

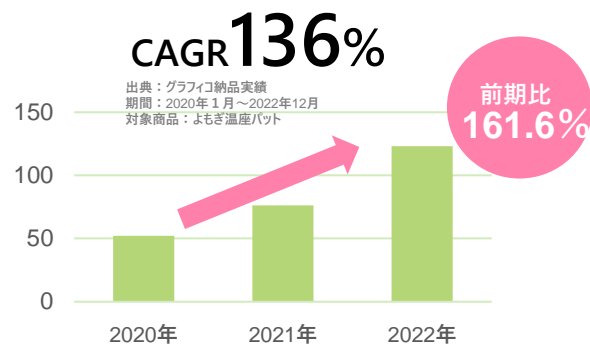


6回分

新商品導入店舗数

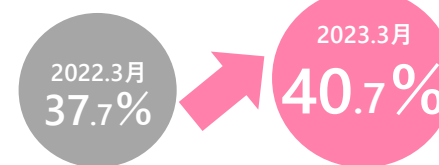
10,340店

## 納品実績



## 認知率

認知率 40.7%



※自社調査 n = 840

## 受賞歴



楽天No.1※1



6か月集計1位を獲得※2



Femtech Japan Award 2022



ヘルスケア大賞  
血流アップ部門



リネール  
ベストコスメ大賞  
2022  
フェムテック部門  
第3位

※1 2022年12月26日(月)更新(集計日: 2022年12月25日)使い捨てカイロ・その他部門 デイリーランキング1位  
※2 ポディ・バスグッズ部門(集計期間: 2022/11/01 - 2023/04/30)

# 2023年6月期（4Q）トピックス



## アフターコロナの需要戻りを見据え、プロモーション活動を再開、キャプテン翼をイメージキャラクターに起用。



キャプテン翼コラボ商品を投下



大空翼・若林源三  
バージョン

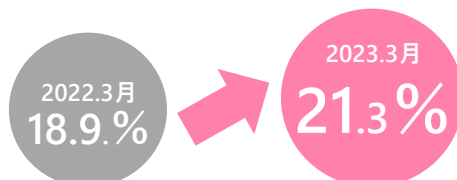
日向小次郎・若島津健  
バージョン

新商品導入店舗数

900店

認知率

認知率 21.3%



※自社調査 n=840

SNS

Twitterフォロワー**3万人**突破!  
対前期比 2万7千人増

オリジナル漫画やフットケア情報・キャンペーン情報を配信



PR活動

南葛SC主催試合にて  
フットメジDAYを開催



キャプテン翼をイメージキャラクターに起用し、  
広告・販促物にて宣伝



# 2023年6月期（4Q）トピックス



継続的なプロモーション活動の結果、コロナ禍に使用開始したユーザーのリポート率が67.2%に上昇。前期比+11%となった。

EXシリーズのつめかえ用を投下



EX 1000g  
つめかえ用



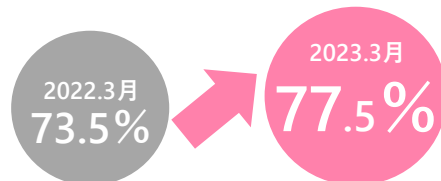
EX 2000g  
つめかえ用

新商品導入店舗数

10,300店

認知率

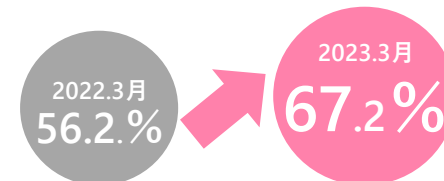
認知率 77.5%



※自社調査 n=840

リポート率

リポート率 67.2%



※自社調査 n=840

PR活動

アパレルブランド  
WIND AND SEAとのコラボ

WIND AND SEA



ベスト白Tドレスアワード2023



TVCM



Copyright © GRAPHICO, Inc. All Rights Reserved

# 株主還元



株主の皆様へ、当社商品及び当社事業へのご理解を深めて頂くため  
株主優待制度を導入しております

## 【対象となる株主様】

毎年、期末（6月30日）の株主名簿に  
記載されている100株以上保有されている株主様

## 【優待内容】

「グラフィコオンラインストアでお好きな商品を選べる  
グラフィコ商品 6,000 円券」（期間限定）を進呈

## 【贈呈方法及び時期】

毎年、9月下旬に対象の株主様に発送する予定です



※写真はイメージです

# INDEX



- 1 会社概要
- 2 2023年6月期決算概況
- 3 2024年6月期業績見通し**
- 4 SDGsへの取り組み状況
- 5 Appendix

# 2024年6月期 業績予想



- オキシクリーン・ウィズフェムの更なる成長並びにフットメジの販売強化を想定し、高成長を持続させる計画
- 売上総利益率は、円安の影響により保守的な水準を想定
- 継続的な利益構造改革の実行
- ECの拡大、各ブランドの新規ユーザー獲得、新商品の研究開発など未来へむけた事業創造への投資を積極的に実行

(百万円)

	2023年6月期 通期実績	2024年6月期 通期業績予想	前期比
売上高	5,079	5,765	+13.5%
営業利益	274	331	+20.8%
経常利益	322	346	+7.3%
当期純利益	221	240	+8.5%



# カテゴリー別業績予想



- ハウスホールド：オキシクリーンのリピート層獲得、新商品投下による新規層の獲得により、安定的な収益源として、売上水準はさらに上昇
- ビューティケア：「ウイズフェム」「フットメジ」のプロモーション、販売を強化。セバメドの全国一般発売開始による売上の増加
- ヘルスケア：引き続き厳しい状況が続くが、既存販路・ユーザーを維持し、海外展開を推進

(百万円)

	2023年6月期 通期実績	2024年6月期 通期業績予想	前期比
売上高	5,079	5,765	+13.5%
ハウスホールド	4,300	4,849	+12.8%
ビューティケア	479	740	+54.5%
ヘルスケア	193	176	△8.9%
その他	106	—	—

# 販売チャネル別業績予想



- 国内販売：オキシクリーン・ウイズフェムを中心に、既存販路は安定成長、新規販路も開拓し成長の土台を構築
- 通信販売：リピート需要の拡大
- 海外販売：韓国、台湾、東南アジアを中心に再拡販活動

(百万円)

	2023年6月期 通期実績	2024年6月期 通期業績予想	前期比
売上高	5,079	5,765	+13.5%
国内販売	4,681	5,295	+13.1%
通信販売	359	420	+17.0%
海外販売	39	50	+28.2%

# 新商品・リニューアル商品の計画



- 新商品・リニューアル商品をリリース予定（5SKU）
- 注力ブランドでの新商品の投入により、店頭展開のさらなる拡大、新販路開拓などによりブランド全体の底上げを図る



 一部店舗にて先行販売していたセバメドは2023年9月に全国一般発売となります。

※ 2023年8月時点での計画です。今後増減する可能性があります。 ※企業別PBや企画品、通販等販路別オリジナル品は含まれておりません。

※「SKU」とは、stock keeping unit（ストック・キープング・ユニット）の略で、在庫管理を行うときの最小の単位

# 注カブランドの取り組み



## ウィズフェム

32.4%  
成長!

新商品投下、メディア露出強化を行い、より幅広い女性のお悩みをカバーする

- 新商品・タイアップ商品投下
- メディアプロモーション
- コミュニティサイト開設
- バリノス社との共同開発

現在、臨床試験結果の分析を進行中であり、製品化に向けて両社にて研究開発を重ねております。



## セバメド

一般発売  
開始!

全国一般発売開始！  
スキンケア界に“セバメドpH5.5”を浸透させ、  
敏感肌ケアに新しい選択肢を提供する

- 全国一般発売開始
- メディアプロモーション
- 展示会出展

敏感肌を  
肌質から  
整える。

皮膚科学に基づくpH5.5スキンケア



## オキシクリーン

12.8%  
成長!

日本オリジナル新商品の投下、  
広告宣伝等メディア露出拡大で認知率をアップし、  
より多くの人の家事に驚きと楽しさを提供する

- 新商品投下
- メディアプロモーション
- PRイベント
- C&D社との共同新商品開発



## フットメジ

17.6%  
成長!

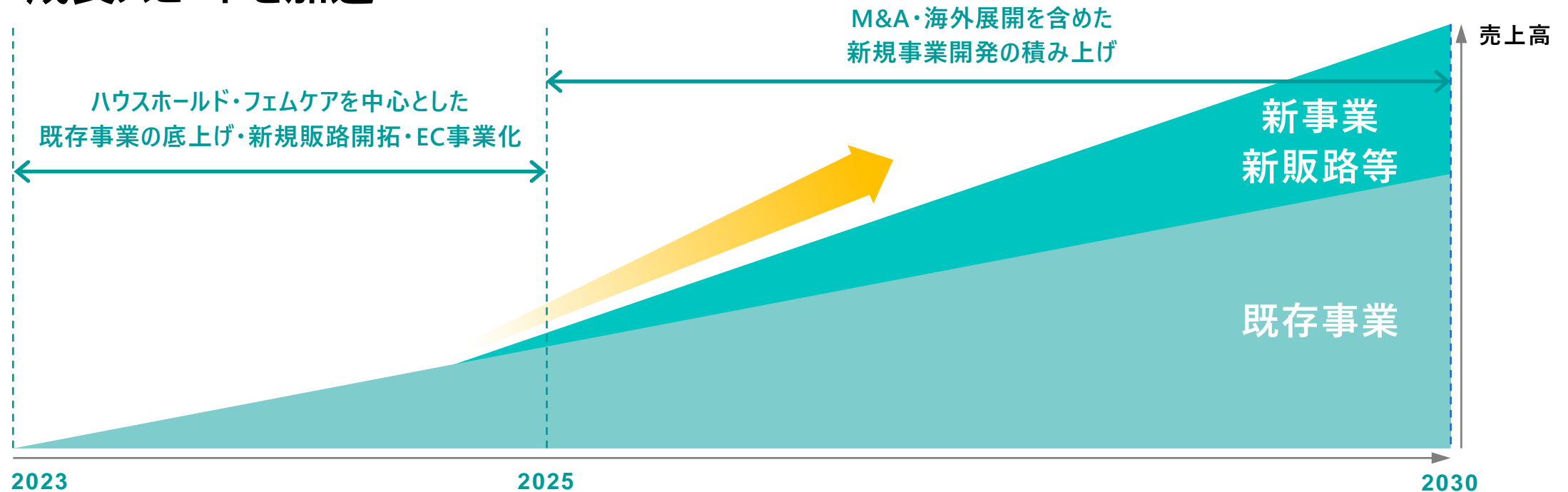
ラインナップ戦略で新規層を獲得。  
「足洗い」を習慣化し、がんばる人の  
足のお悩みを解決していく

- 新商品投下
- メディアプロモーション
- リアルイベント出展



# 2030年へのロードマップ

- 変化する時代・ニーズに迅速・柔軟に対応し、国内外の新たなチャネル開拓やサービスなどの新しいアプローチにより、お客様の深い悩みをサポートして着実に継続的な成長を目指す
- 既存事業の成長レベルを上げ、新たなブランド・施策・事業を積極的に展開し、成長スピードを加速



# INDEX



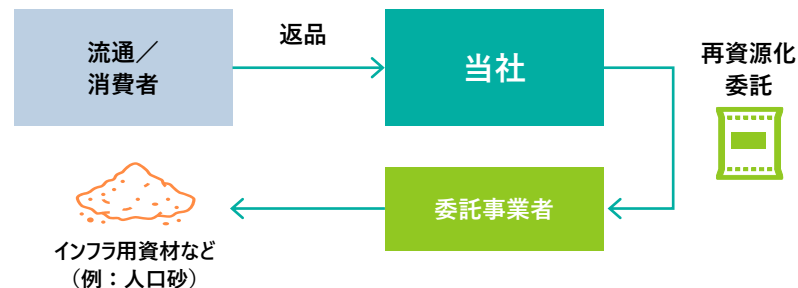
- 1 会社概要
- 2 2023年6月期決算概況
- 3 2024年6月期業績見通し
- 4 SDGsへの取り組み状況**
- 5 Appendix

## 持続可能な社会実現に向け、 ゼロエミッション及び省プラスチックを推進中



### ゼロエミッション

- 2021年4月より、返品処理の委託事業者を変更し、返品商品に対し、ゼロエミッションを推進中

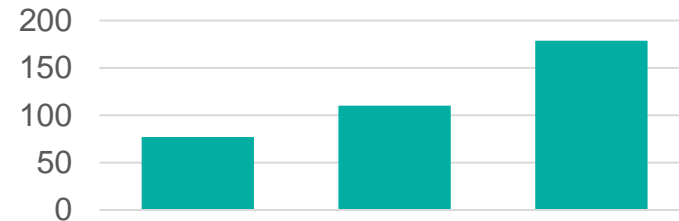


### 省プラスチック

#### 取組事例

- ①「オキシクリーン」つめかえ用商品の発売
- ②「よもぎ温座パット」パッケージ仕様変更

プラスチック削減量 (単位: トン)



累計  
366トン  
達成※

※ 2020年7月以降の数値を集計

2021年6月期 2022年6月期 2023年6月期

# SDGsへの取り組み ②



社会課題を解決する団体に賛同し、引き続きビジネスと社会貢献を繋ぐ新しい形にチャレンジしてまいります



## deleteC



誰もが参加でき、がんの治療研究を応援していける仕組み作りを目指す「NPO法人 deleteC」の活動に賛同

## Love49



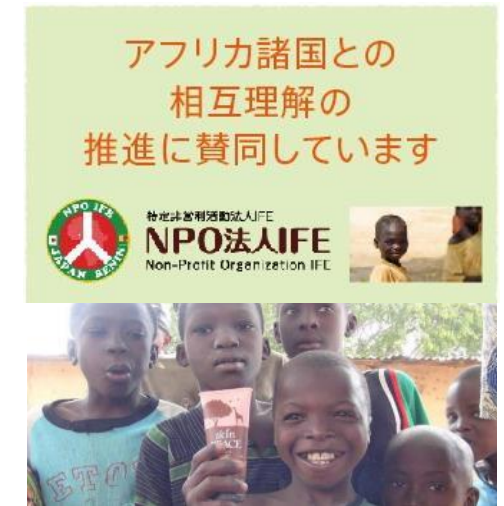
子宮頸がんの予防の大切さを広める活動をしている「NPO法人 子宮頸がんを考える市民の会」に賛同し、LOVE49♥プロジェクトを応援

## Fine



不妊体験者のセルフ・サポートグループとして設立された、子宮といのちを大切に考える「NPO法人 Fine (ファイン)」の活動に賛同

## IFE



アフリカ・ベナンの人々との技術的な協力などの国際協力活動を通じて、人材教育に取り組む「NPO法人 IFE (イフェ)」の活動に賛同



# SDGsへの取り組み ③



変化するライフスタイルに柔軟に対応した  
働きやすさ・働きがいのある会社を目指して、様々な取り組みを実施



## 新型コロナウイルス感染症拡大に対応した働き方の推進

- ・テレワークや時差出勤に対応した社内インフラの整備
- ・選択式在宅勤務社員制度の導入等

### 産休育休復職率

100%

- ・東京都女性活躍・両立支援計画策定企業に選出
- ・男性の育休取得制度の設置  
(取得事例あり)

### 女性従業員比率

69%

### 女性管理職比率

※ 33%

※日本企業の平均 9.4%

出典: 帝国データバンクの「女性登用にに関する企業の意識調査」(2022年8月現在)

### 商品開発・マーケティング部門の 女性従業員率 (管理職含む)

90%

# INDEX



- 1 会社概要
- 2 2023年6月期決算概況
- 3 2024年6月期業績見通し
- 4 SDGsへの取り組み状況
- 5 **Appendix**

# 貸借対照表



(百万円)

	2022年6月期末	2023年6月期末		2022年6月期末	2023年6月期末
<b>流動資産</b>	<b>2,575</b>	<b>2,921</b>	<b>流動負債</b>	<b>595</b>	<b>847</b>
うち、現預金	310	700	うち、買掛金	151	182
うち、売上債権	583	653	うち、有利子負債	200	200
うち、棚卸資産	1,590	1,463	<b>固定負債</b>	<b>5</b>	<b>680</b>
<b>固定資産</b>	<b>118</b>	<b>921</b>	うち、有利子負債	—	675
うち、投資有価証券	—	797	<b>負債合計</b>	<b>600</b>	<b>1,527</b>
			<b>純資産</b>	<b>2,093</b>	<b>2,315</b>
<b>資産合計</b>	<b>2,694</b>	<b>3,842</b>	<b>負債・純資産合計</b>	<b>2,694</b>	<b>3,842</b>

# 主要財務指標（2023年6月期）



ROA

**9.9** (%)

ROE

**10.0** (%)

自己資本比率

**60.2** (%)

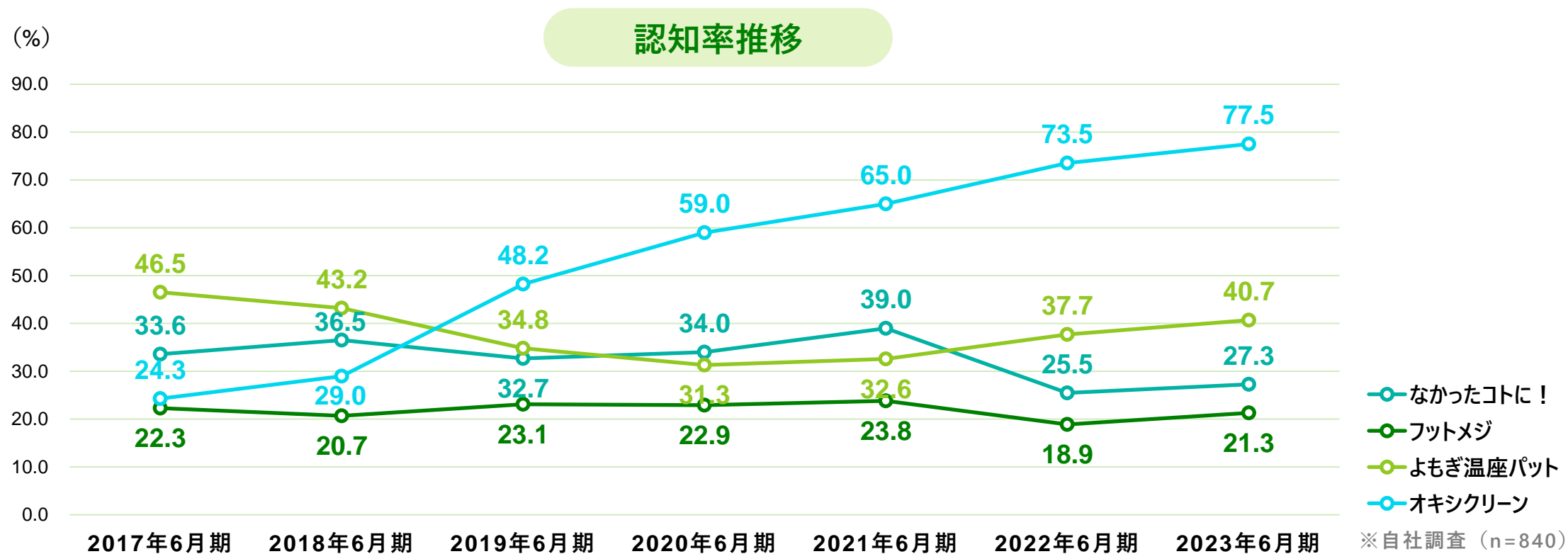
従業員一人当たりの売上高

**102** (百万円)

# 認知率推移



- 広告宣伝費を投じた「よもぎ温座パット」「オキシクリーン」は大きくスコアを伸長  
オキシクリーンは大手NB品と同等レベルの認知率に
- 「フットメジ」もPR活動の効果もあり上昇傾向に

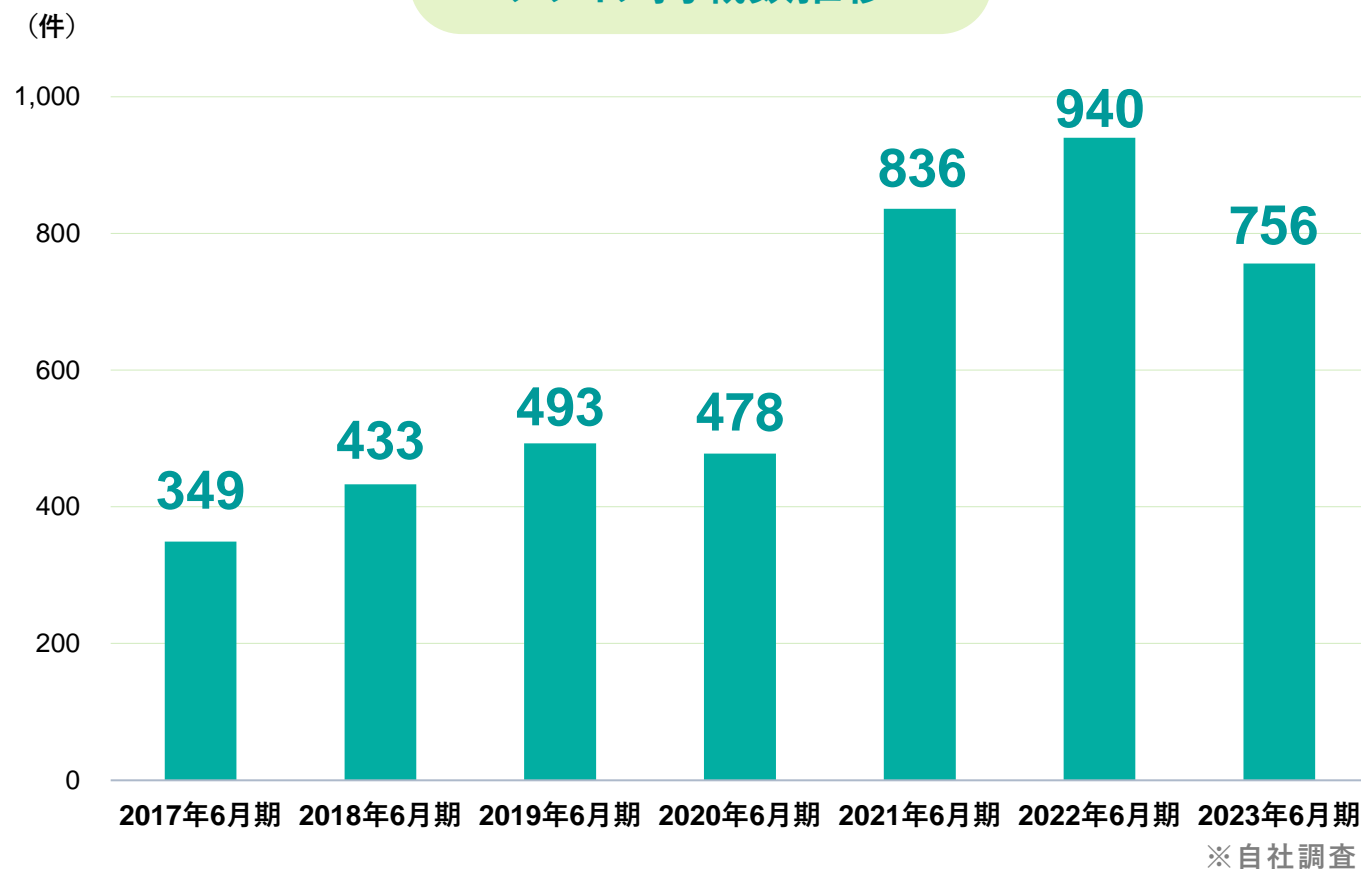


# メディア掲載数、SNS投稿件数



- メディアとの良好な関係性により、商品のメディア掲載数は順調に推移
- オキシクリーン関連のSNS投稿数は44万件を突破

メディア掲載数推移



#オキシクリーン  
#オキシ漬け  
のSNS投稿数

累計

約44万件

※ 集計を開始した2017年からのTwitter  
とInstagramの合計値 (自社調査)

## 【見通しに関する注意事項】

本資料に記載されている当社の現在の業績、計画、戦略などのうち、過去の事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現時点で把握可能な情報から判断した見込みです。従って、経済動向や市場需要、その他諸制度などに関わるリスクや不確実性を含んでおり、実際の業績は記載の将来の見通しと大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。

