

2025年12月期 第3四半期 決算説明資料

2025年11月7日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

エグゼクティブサマリー

3Qの業績

売上高：343.6億円（前年同期比+9.8%）

- スキンケア他カテゴリーの大幅伸長（前年同期比+434.9%）
- オンライン売上高の成長（前年同期比+53.6%）

EBITDA：35.0億円（前年同期比+7.9%） / 営業利益：22.0億円（前年同期比△25.4%）

- 昨年実施した大型M&A2件の償却費計上により、営業利益は減益（同M&A償却を除いた場合は前年同期比+5.1%の増益）も、EBITDAは増益

今期の見通し と株主還元

今期の見通し

- 通期計画達成に向けてはリスクあり、但し、最終利益は計画通り*1の着地となる想定

株主優待の大幅拡充と期末配当金の増配

- 100～499株で10,000円分、500株以上で20,000円分のデジタルギフト®を進呈
- 当期末における配当金を13.5円/株から15.0円/株へ増配
- 優待利回りは8.1%*2の高水準、配当も含めた総利回りは9.3%*2

今後の方針

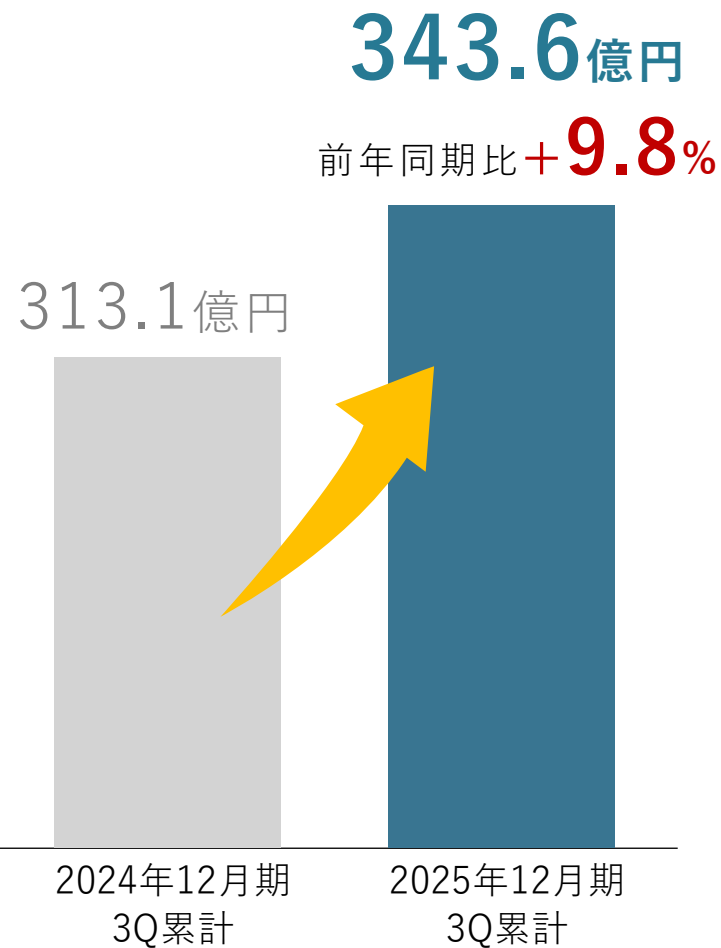
売上高1,000億円に向けての進捗と方向性

- 新規注力事業「スキンケア他」好調により、事業ポートフォリオ変革は順調に推進（同カテゴリー売上構成比は、23年実績約5%から25年見通し約20%まで拡大
- 主力既存事業「ヘアケア系」「美容家電」の再成長に向け、課題特定の上、対応中

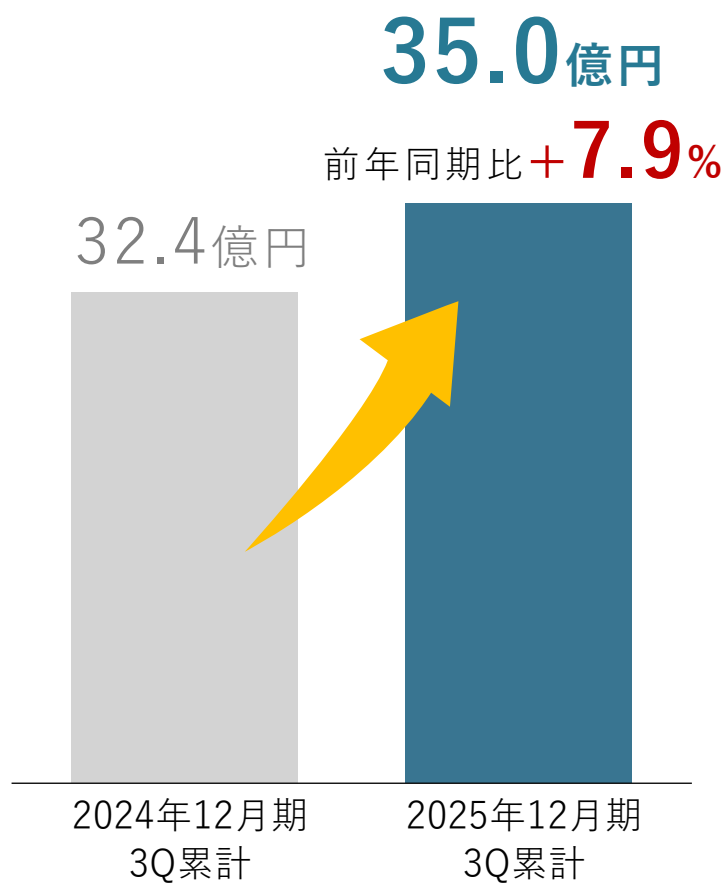
- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今期の見通しと株主還元の拡充
- 04 売上高1,000億円に向けての進捗と方向性
- 05 Appendix

連結売上高、連結EBITDA、連結営業利益

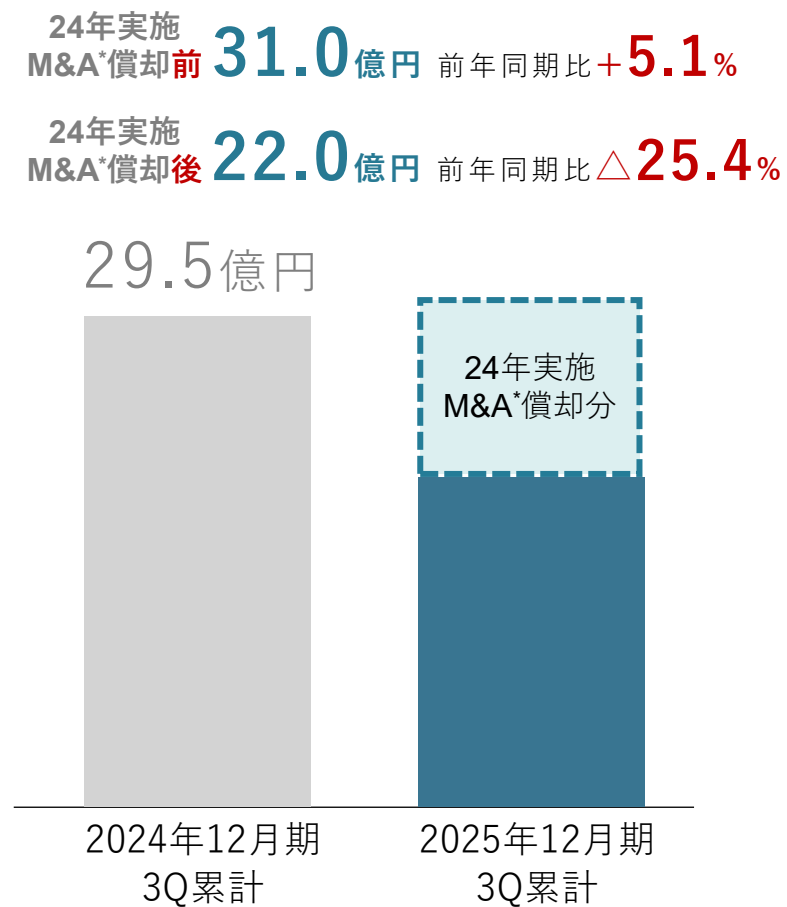
連結売上高



連結EBITDA

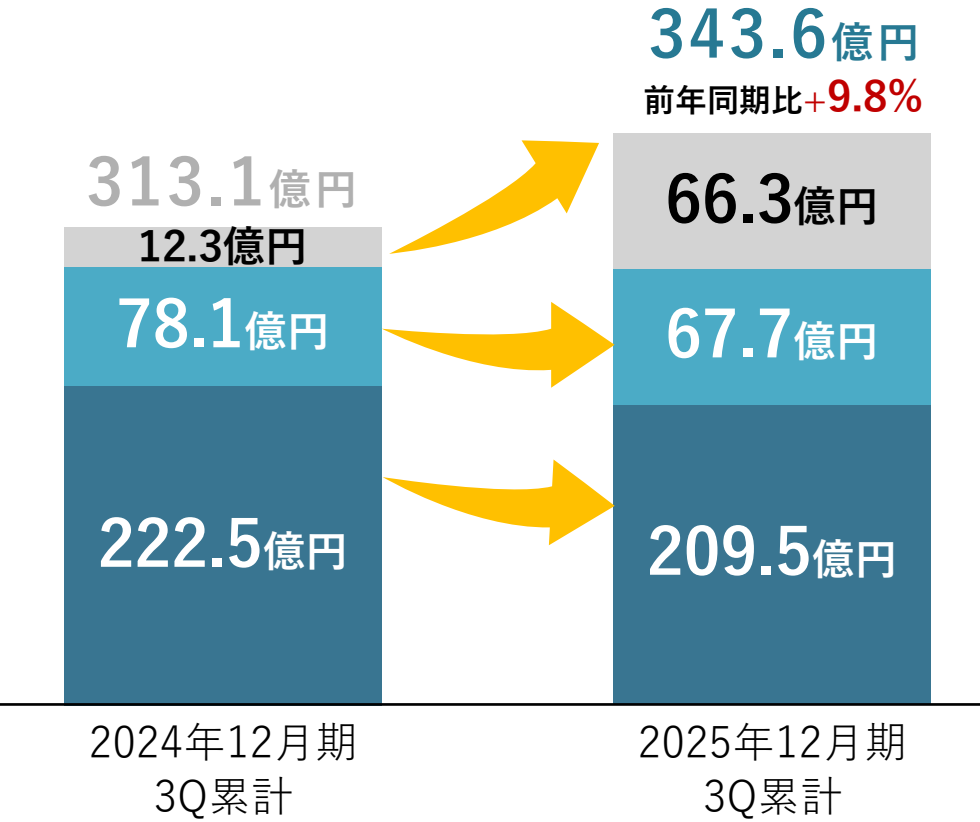


連結営業利益



カテゴリー別売上高

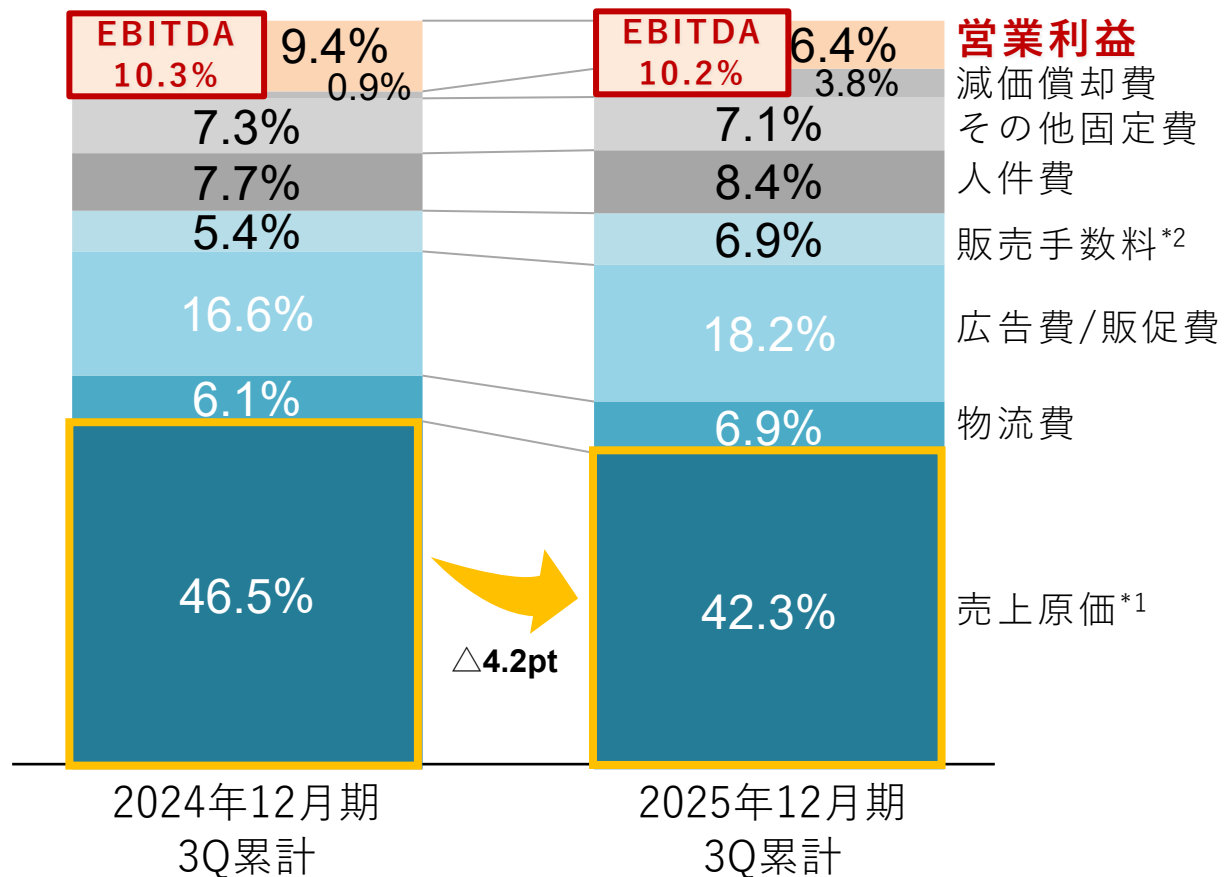
- 昨年10月にM&Aを実施したトゥヴェール社の連結及び同社ブランドを除いたその他ブランドの伸長により、「スキンケア他」は前年同期比+434.9%の大幅成長を記録。
- オンライン売上高は全社単位にて前年同期比+53.6%の大幅成長を記録。オンライン売上比率は約32%から44%まで向上。



売上高	前年同期比
全体	+9.8%
(オンライン)	+53.6%
スキンケア他	+434.9%
美容家電	△13.4%
ヘアケア系	△5.8%

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等により、**売上原価^{*1}は前年同期比△4.2ptと大幅に改善**。



変動費

- 3期連続で前年同期比での売上原価率改善を実現
- 4Q及び中長期成長に向け、広告費／販促費への投資を強化し、同比率は前年同期比+1.6pt
- オンライン売上比率の増加により、販売手数料の比率が前年同期比で+1.5pt

固定費

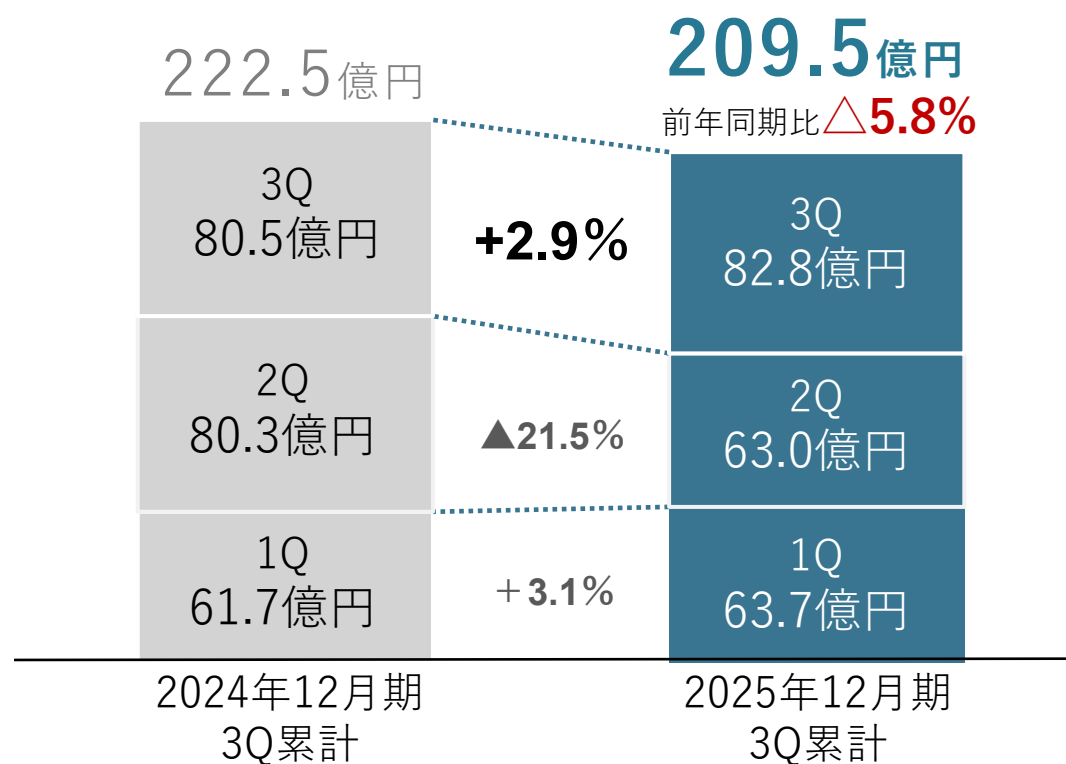
- 24/4Qに実施したM&Aに係るのれん及び無形固定資産償却費用の計上（Appendix参照）により、減価償却費率が上昇
- 昨年実施した昇給や新領域の人材拡充インパクトにより人件費率は上昇も、中期では、売上高拡大及びDX・AI活用推進等により改善見込み

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今期の見通しと株主還元の拡充
- 04 売上高1,000億円に向けての進捗と方向性
- 05 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、2Q単体で一時的に減収も、**3Qは意思決定プロセスの見直しを反映した新商品の投下等により、通期に向けて回復基調。**
- オンライン売上高は前年同期比+19.5%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

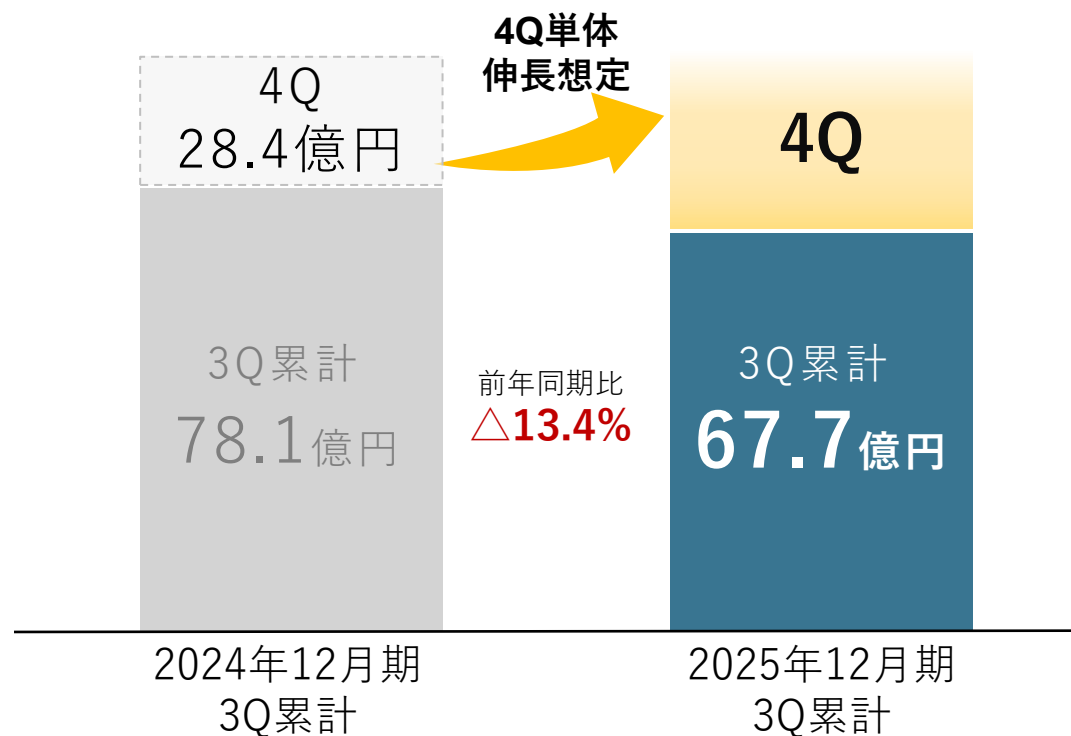
- BOTANISTは3Q単体前年同期比+4.8%と堅調に推移
- BOTANIST SANTALを9月に発売。ECでの先行発売にて当初販売計画比193%*1を達成、各ECサイトの売上ランキングにて合計10冠*2を獲得
- YOLUは前年同期比は△2.2%と微減も、前四半期比では+71.4%と大幅回復。7月発売開始のスキンケアラインはオフライン11,000店舗配荷を達成、オンラインではECサイトにて売上ランキング累計4冠*3を獲得



美容家電カテゴリーの進捗

- 中高価格帯^{*1}は**前年同期比+16.8%の増収**、SALONIA内での**売上構成比は45%（前年33%）と増加**。一方、定番品^{*2}は投資抑制影響から想定以上に減収。
- 4Q単体では定番品^{*2}への投資強化及び新商品の発売（1Q~3Q累計：5商品⇒4Q単体：**7商品**^{*3}予定）により、**3Q比で大幅増収見込み**。

売上高



トピックス

- 中高価格帯：スムーズシャインドライヤーが**前年同期比+121.4%**、グロッシードライヤーが**前年同期比+143.1%**と好調に推移し、中高価格帯の成長を牽引
- 4Q発売商品：コンパクトなメタルカッサコーム、スマホ充電ができるコードレスアイロン、I字型ドライヤーなど更なる付加価値のついた商品発売に加え、9人組ガールズグループNiziUとのコラボ商品を展開



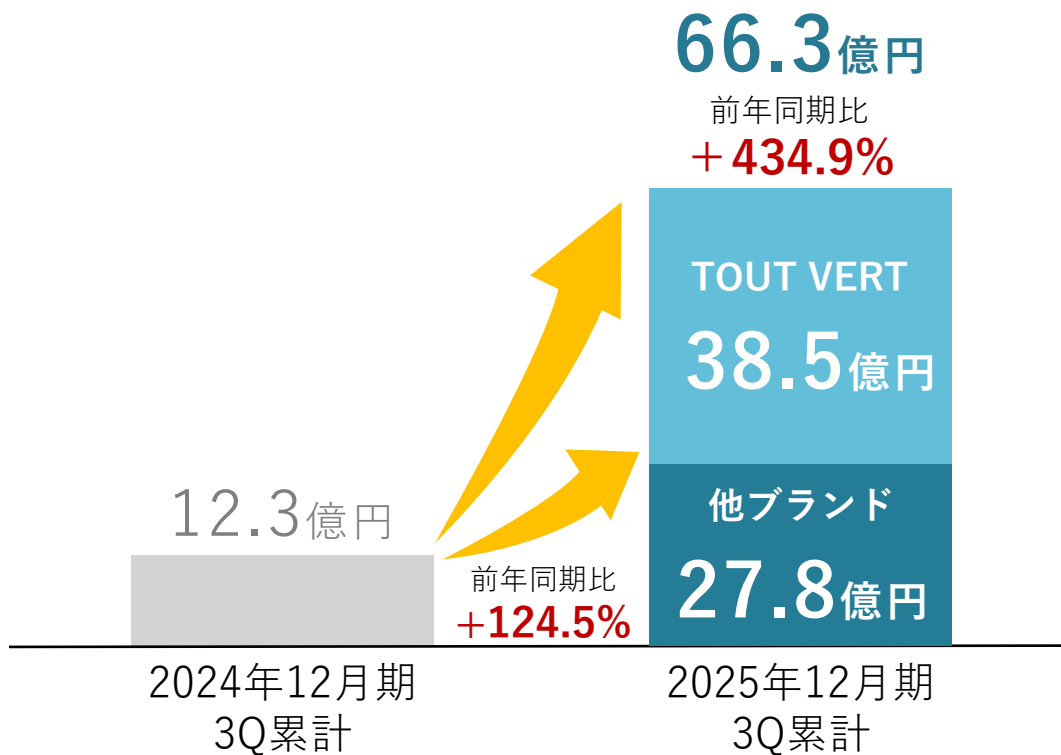
スキンケア他カテゴリーの進捗

- 主にTOUT VERT、WrinkFade、ReWEARの貢献等により、カテゴリー全体で前年同期比+434.9%、TOUT VERTを除いた他ブランドでは前年同期比+124.5%と圧倒的な成長を実現。
- ヘアケア系・美容家電に次いでスキンケアは第3の柱へと成長。また、第4の柱となりうる柔軟剤や健康食品等も順調に拡大。

売上高

トピックス

- TOUT VERT：3Q累計の過去最高売上を記録し、計画を上回る進捗。8月に大人気商品の新タイプを発売
- WrinkFade：前年同期比+30.7%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。
- Teaflex：インフルエンサー施策などの強化による獲得件数増で前四半期比+320.7%と大幅に成長。オフラインへの展開も決定
- ReWEAR：定番品に加え、8月に発売した夏限定品も好調。前四半期比+17.2%と右肩上がりに成長



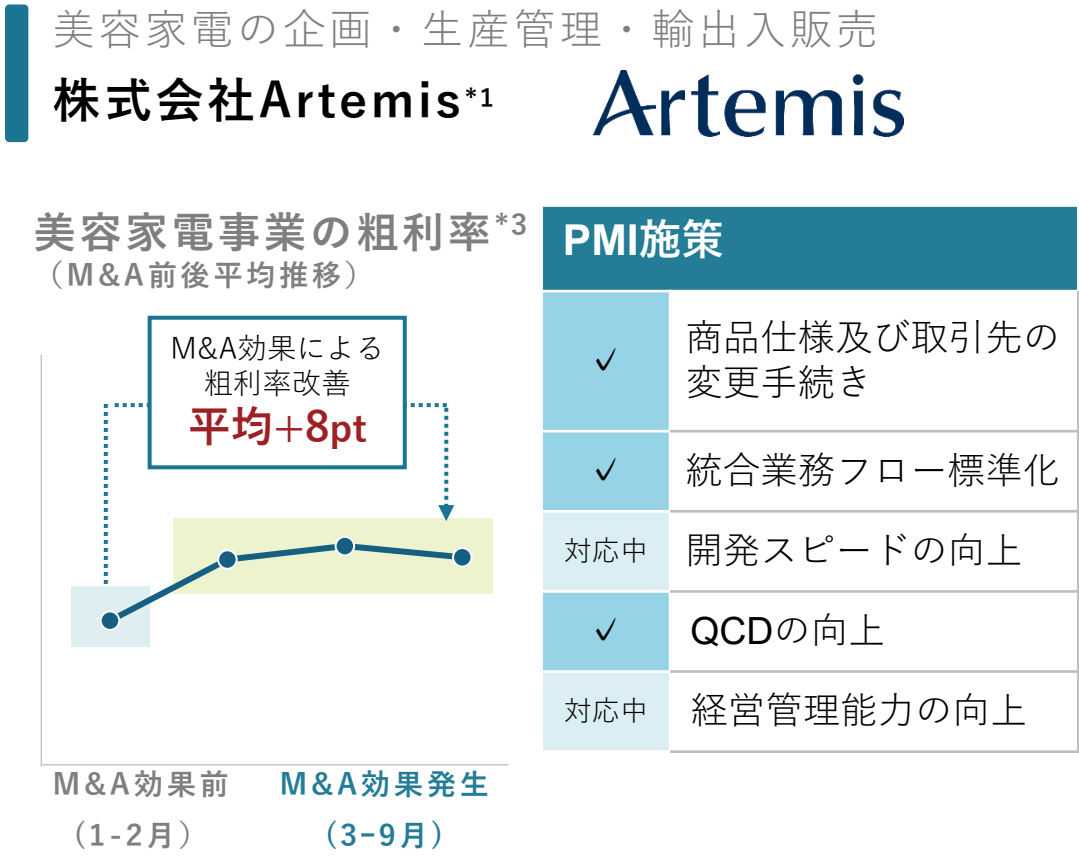
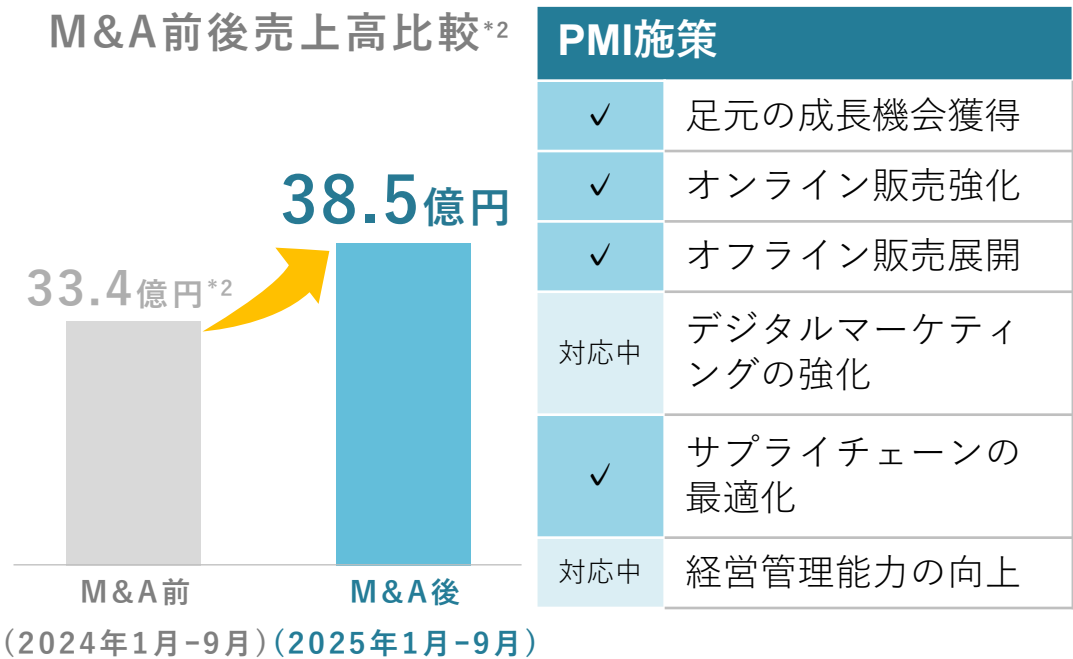
PMIの進捗

- トゥヴェール社、Artemis社*1共にPMIは順調であり、1Q~3Qで売上高増及び粗利改善を実現。
- 4Q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。

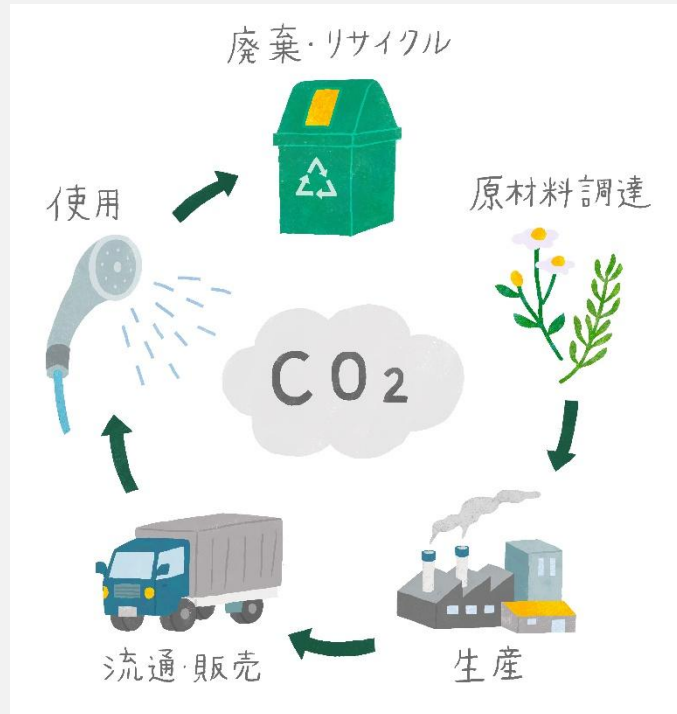
化粧品企画・販売

株式会社トゥヴェール

TOUT VERT



サステナビリティの取り組み



環境省が実施する
「製品・サービスのカーボンフットプリントに係る
モデル事業（業界団体・企業群支援）」へ参加



BOTANIST財団が
「大阪市立長居植物園」「山村塾」への
新規助成を決定

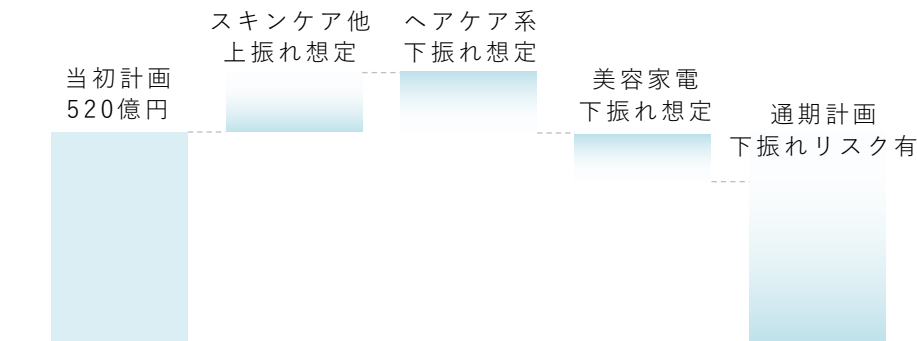
- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今期の見通しと株主還元の拡充
- 04 売上高1,000億円に向けての進捗と方向性
- 05 Appendix

最新見通し

- 外部環境変化への対応遅延等により、通期計画達成に向けてはリスクあり。
- 今後の再成長に向けて戦略投資を強めるも、最終利益は計画通りの着地となる想定。

売上高

- スキンケア他カテゴリーは計画を上回る着地見込みも、以下要因で全社では下振れリスク有
 - YOLUのリニューアルの認知形成遅延
 - ヘアケア新商品のプロモーション遅延
 - 美容家電中高価格帯^{*1}商品への投資集中に伴う定番品^{*2}への過度な投資抑制



EBITDA／営業利益

- 原価削減及び固定費削減は当初計画以上の進捗も、売上高の進捗によるインパクト及び、中長期戦略に向けた広告販促費の戦略的投資により、下振れリスク有

当期純利益

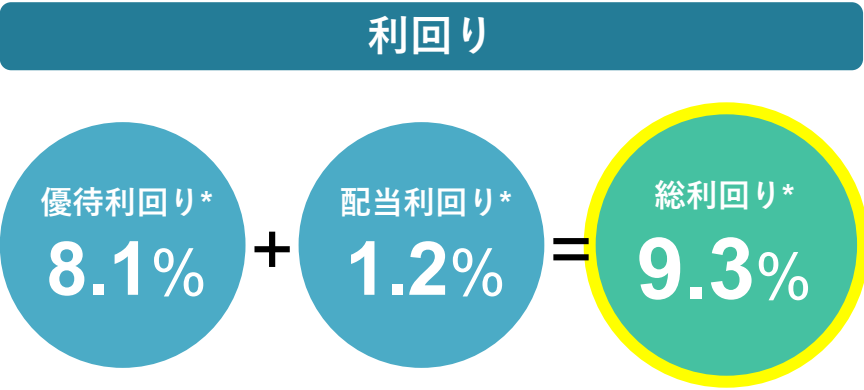
- 10/22に発表した子会社の吸収合併による税金費用の軽減効果や賃上げ促進税制により、上記EBITDA/営業利益のリスク額を吸収し、当期純利益は計画通り^{*3}の着地となる見込み

株主還元の拡充（株主優待の大幅拡充と増配）

- 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を目的として、株主優待制度の大幅拡充及び期末配当の増配を決定。優待利回りは8.1%*、配当も含めた総利回りは9.3%*の高水準。

株主優待		
	拡充前	拡充後
100～499株	公式サイト & Habitで 使用可能なポイント 2,000円分	デジタルギフト® 10,000円分
500株～	公式サイト & Habitで 使用可能なポイント 14,000円分	デジタルギフト® 20,000円分

対象となる交換先は次の予定です。交換先は今後変更の可能性があります。
& Habitポイント / 楽天ポイントギフト / Amazonギフトカード / QUOカードPay / PayPayマネーライト / dポイント / au PAY ギフトカード / Visa eギフト vanilla等



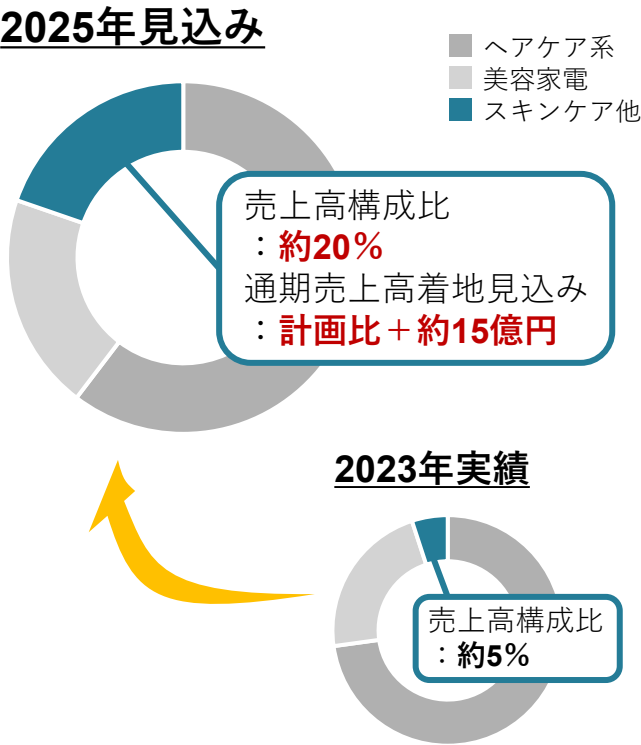
権利付き最終日：12月末日 株主名簿確定：12月31日 ご案内発送：3月上旬

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今期の見通しと株主還元の拡充
- 04 売上高1,000億円に向けての進捗と方向性
- 05 Appendix

事業ポートフォリオ変革の進捗と課題改善に向けての対応

- 「スキンケア他」は計画を上回るスピード（今年度通期計画に対し、約15億円上振れ見込み）で大幅伸長しており、ポートフォリオ変革に向けた新たな事業の柱の構築は順調に進捗。
- 「ヘアケア系」「美容家電」の成長スピード鈍化については、課題解決に向けた組織改革を推進中。

カテゴリー別売上高構成

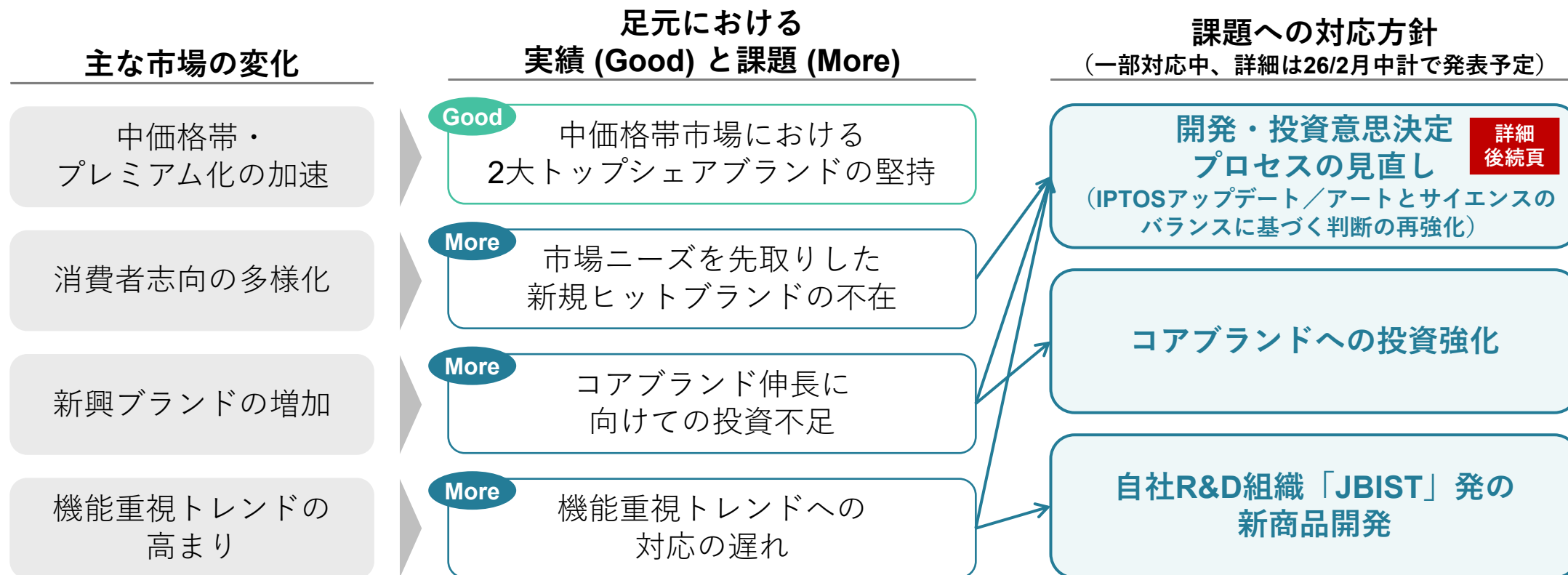


売上高1,000億円に向けての進捗

カテゴリー	実績	要因
新規注力事業 ＝スキンケア他	計画を上回る スピードで 大幅伸長	- トゥヴェール社の買収及び順調なPMI - 社長直下組織「新規事業開発室」や子会社Endeavour*発の複数のヒット商品の芽の創出（ReWear、Teaflex、SKN REMED、Collatein等）
既存主力事業 ＝ヘアケア系、美容家電	当初想定 よりも減速 ↓ 再成長に向けた 社内改革を 推進中	詳細次ページ以降

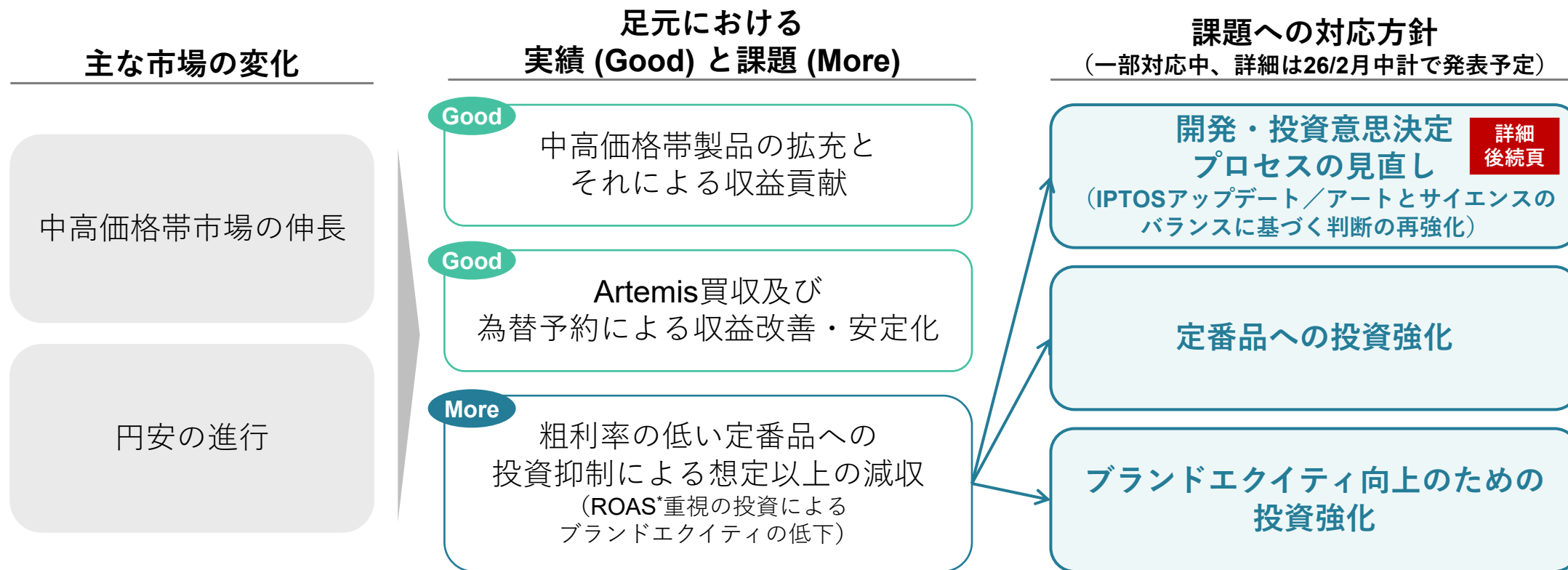
ヘアケア系カテゴリーの課題と対応

- 国内におけるヘアケア市場は、中価格帯・プレミアム化の加速により市場規模が継続拡大しており、機会として認識。
- 消費者志向の変化や競合の増加への対応について、社内の抜本的な組織体制の見直しや投資方針の見直しにより、再成長を目指す。



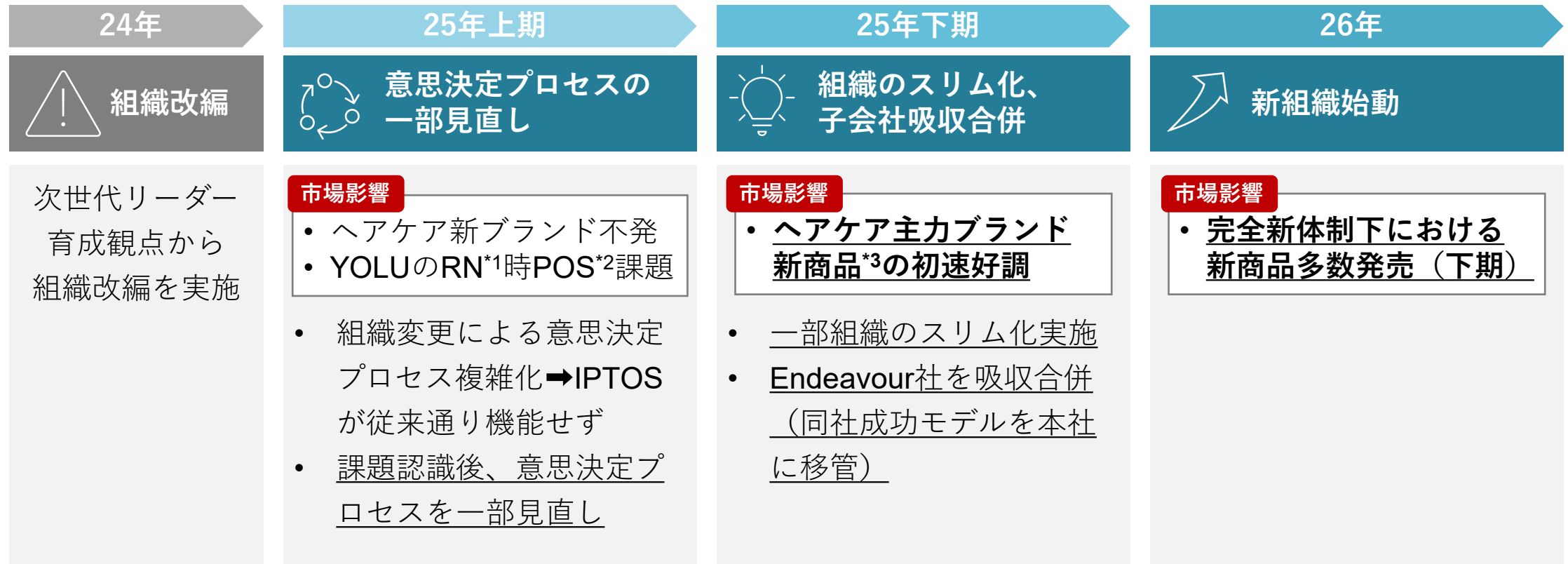
美容家電カテゴリーの課題と対応

- 国内における美容家電市場は、中高価格帯市場の伸長が顕著であり、機会として認識。
- 上記市場動向や円安が大きく進んだことから、中高価格帯商品への戦略的な投資を進め、一定の実績をあげている一方、定番品の想定以上の減収やブランドエクイティ低下は課題であり、社内の抜本的な組織体制の見直しや投資方針の見直しにより、再成長を目指す。



開発・投資意思決定プロセスの見直し（IPTOS再強化）

- 2024年に実施した組織改編により、主力既存事業（ヘアケア系、美容家電）にて、独自ブランドマネジメントシステム「IPTOS」が十分に機能しない課題が発生。
- 同課題改善に向けた施策を2025年以降進めた結果、ヘアケア系新商品は回復兆候を観測。組織改革を踏まえた完全新体制における新商品の発売は26年下期を予定。



Innovation Never Ends／次期中計：2026年2月発表予定

Innovation Never Ends

2028～2030年

国内を代表するビューティーマガベンチャーへ

財務目標

売上高1,000億円、EBITDA140億円、営業利益110億円

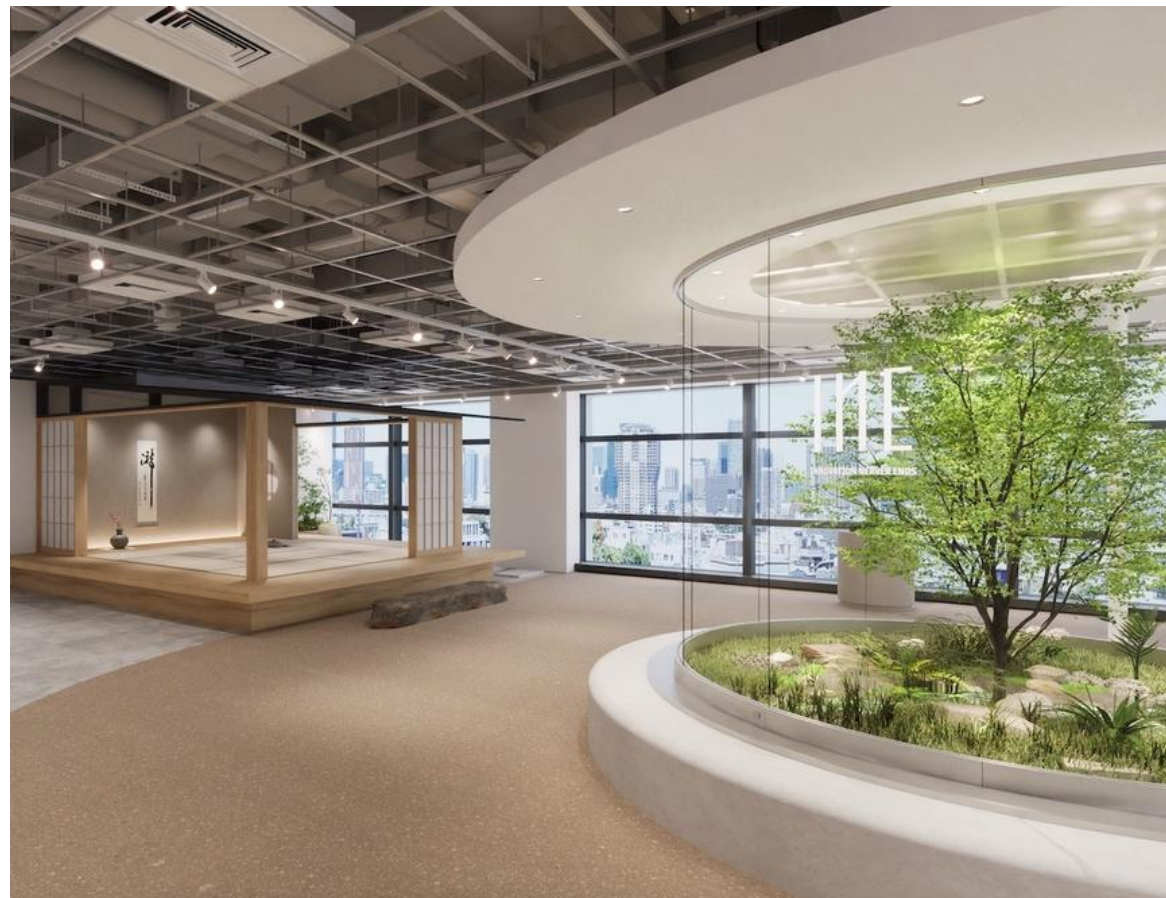
- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今期の見通しと株主還元の拡充
- 04 売上高1,000億円に向けての進捗と方向性
- 05 Appendix

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	50百万円（2025年9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9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9月末時点）



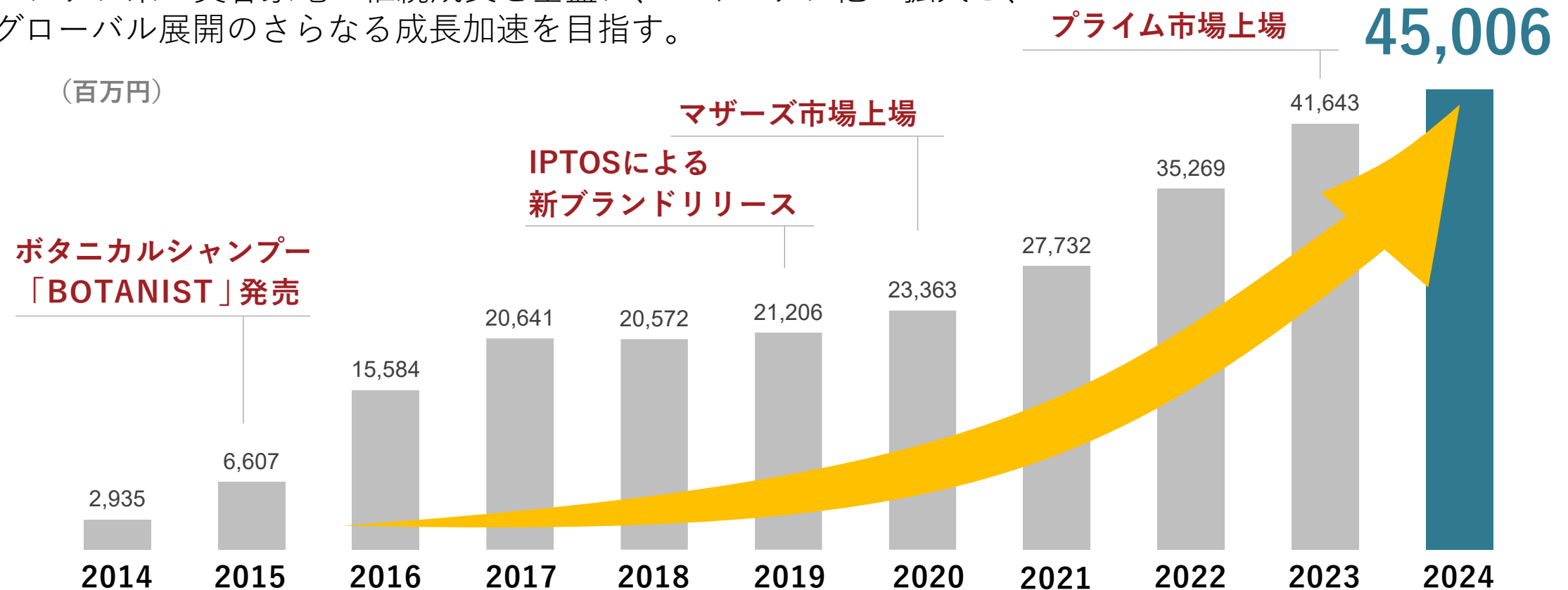
MISSION

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

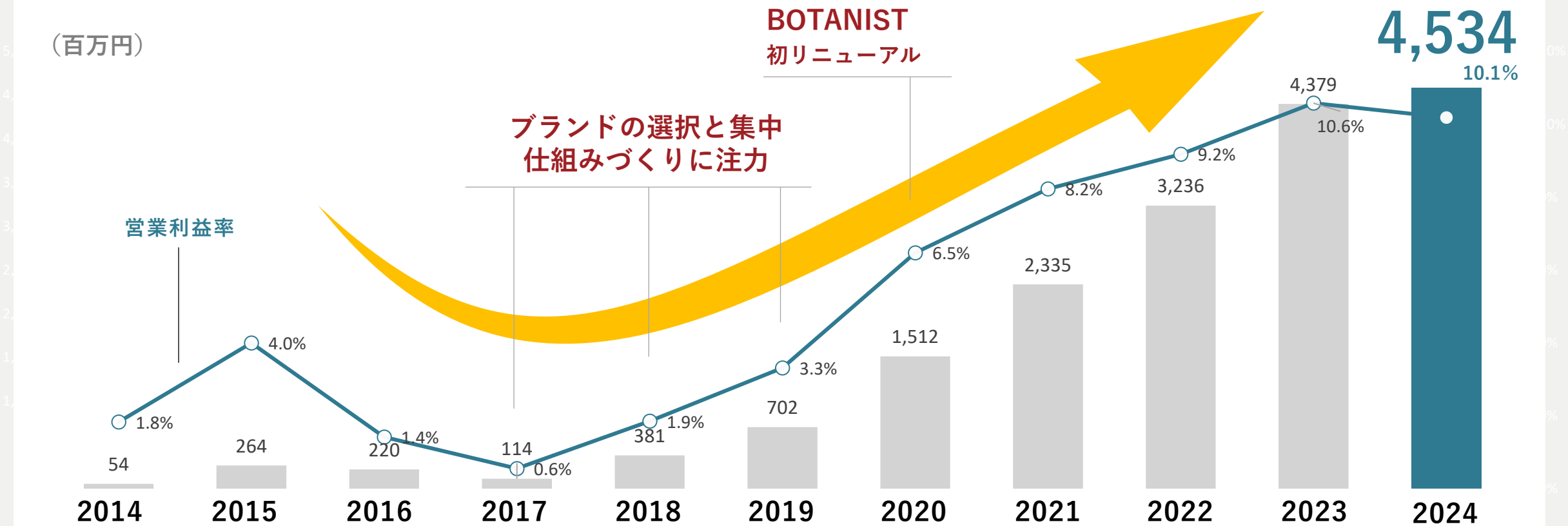
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。
2023年9月東京証券取引所プライム市場へ上場。
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



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の前の数値。・2021/12月期以降は収益適用認識後の後の数値。
・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

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
水留 浩一

日本航空にて管財人代理として更生計画策定に携わり、元あきんどスシロー*社長として海外出店拡大・業績回復を牽引。同社取締役特別顧問（現任）。2025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

代表取締役社長
大西 洋平社外取締役
(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



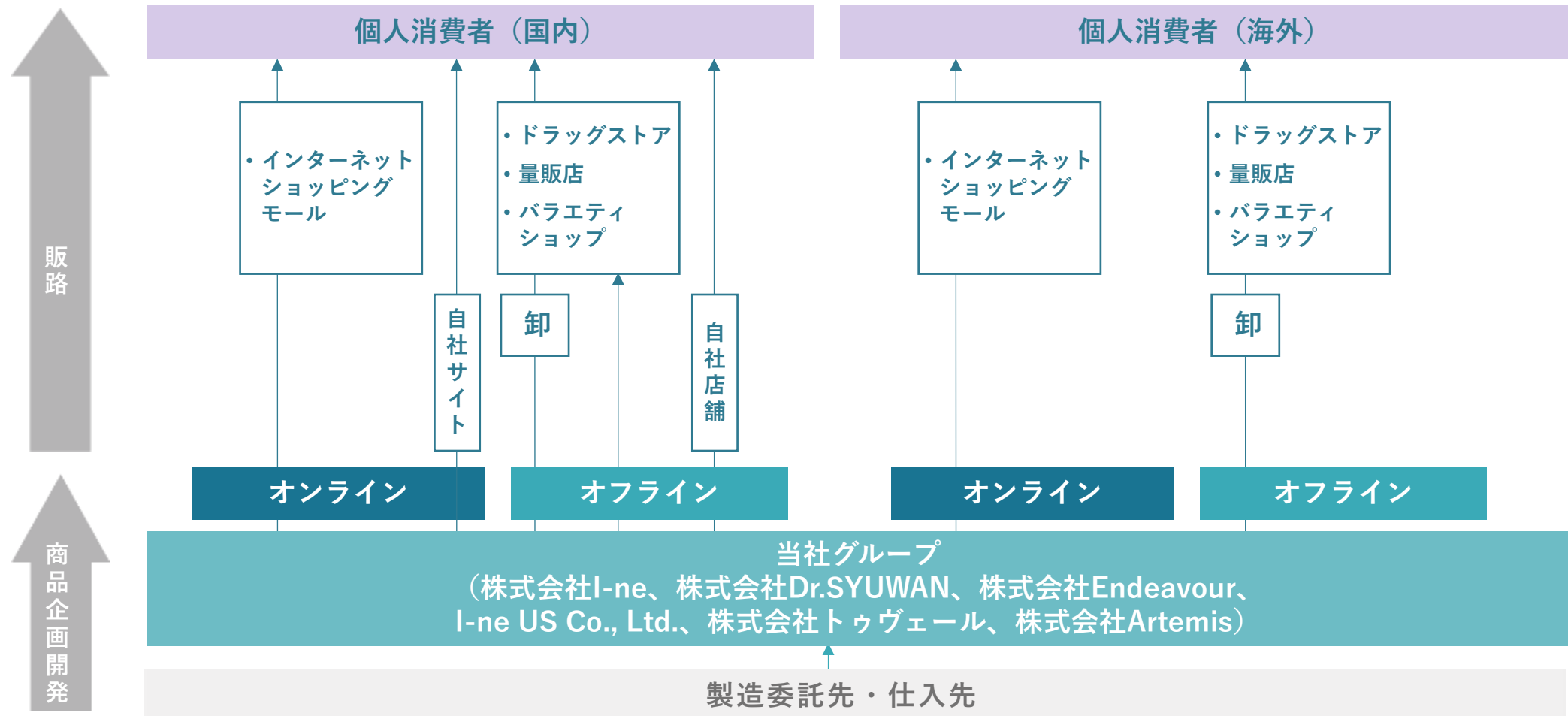
BOTANIST・SALONIA商品（一部）



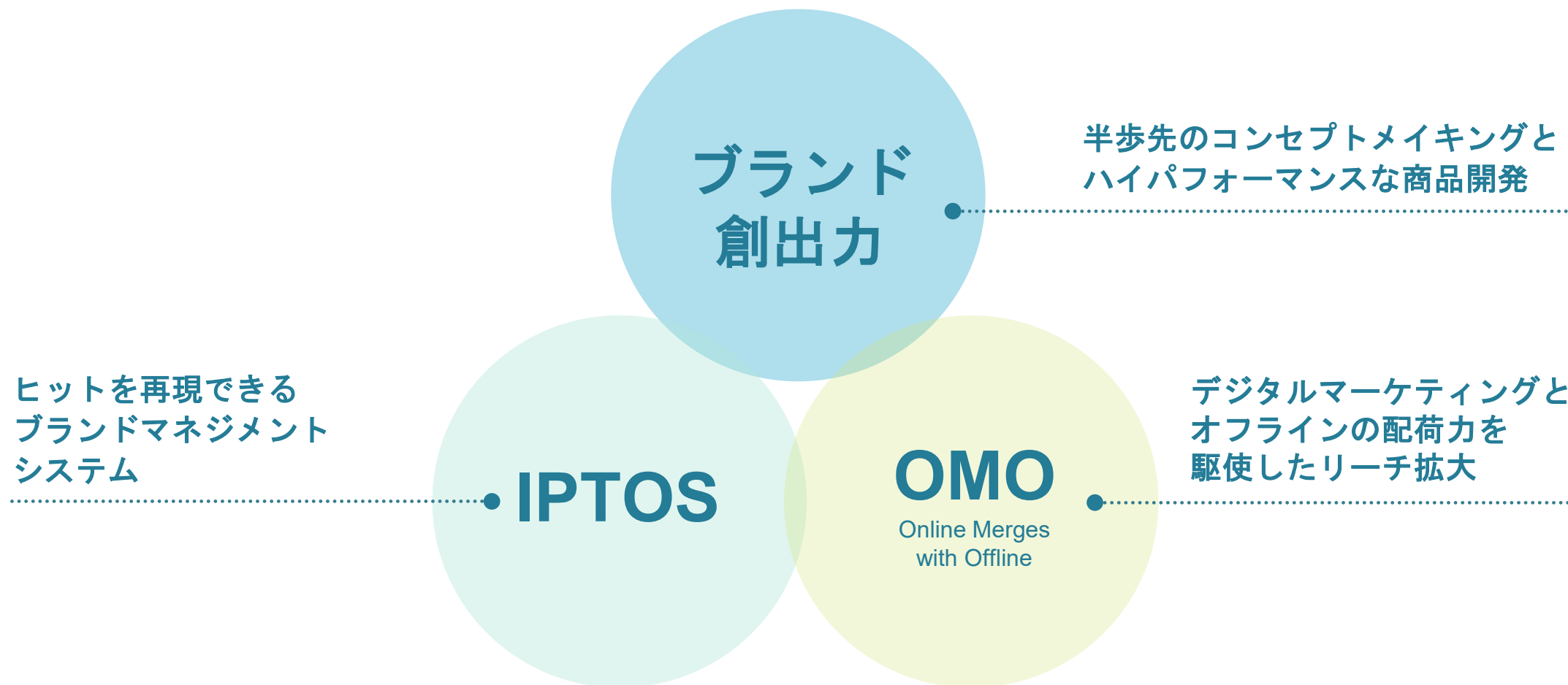
SALONIA			
グロッシーケア ストレートヘアアイロン	ストレートヘアアイロン	スムーズシャイン ストレートヘアアイロン	
			
メイクをするようにツヤ髪をめざしたい方	シンプル設計で幅広い色から選びたい方	ダメージを抑えて仕上がりの良さを追求したい方	
7,678円	3,828円	13,200円	
[パール髪プレート] 輝くツヤ髪へ導く3つの成分配合	[コーティングプレート] なめらかな仕様で3種類のプレートサイズ	[シルキーテックプレート] 水蒸気爆発を防ぎダメージを抑える	
エアトリートメントドライヤー	スムーズシャインドライヤー	グロッシーケアドライヤー	スピーディーイオンドライヤー
			
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
2.1m³/min HIGH時・自社測定	2.4m³/min 風強時・自社測定	2.1m³/min TURBO時・自社測定	2.3m³/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。

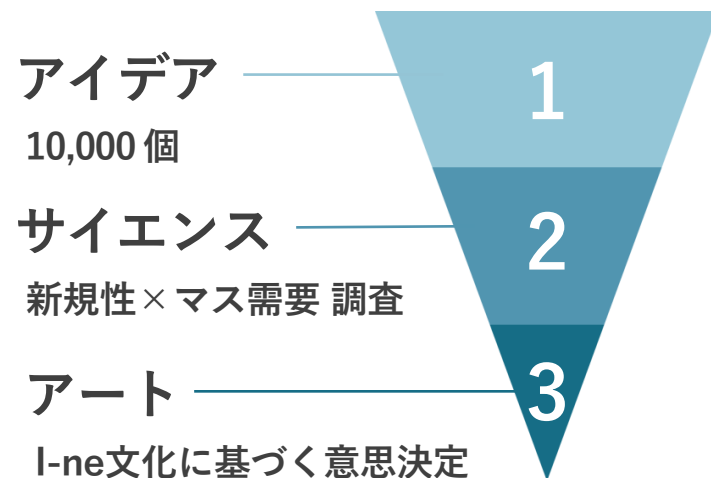


ヒットを量産できるI-neの3つの強み



強み① ブランド創出力

■コンセプト設計



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

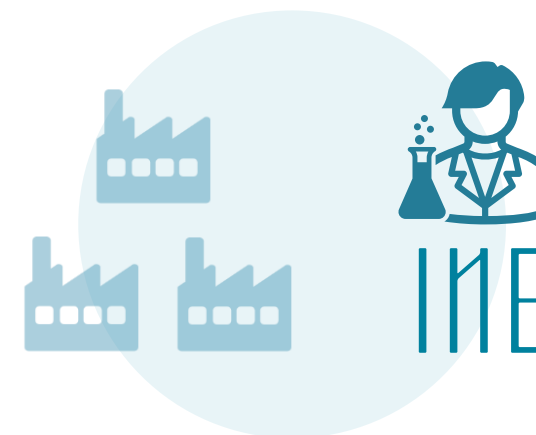


インハウスクリエイター

87人^{*1}

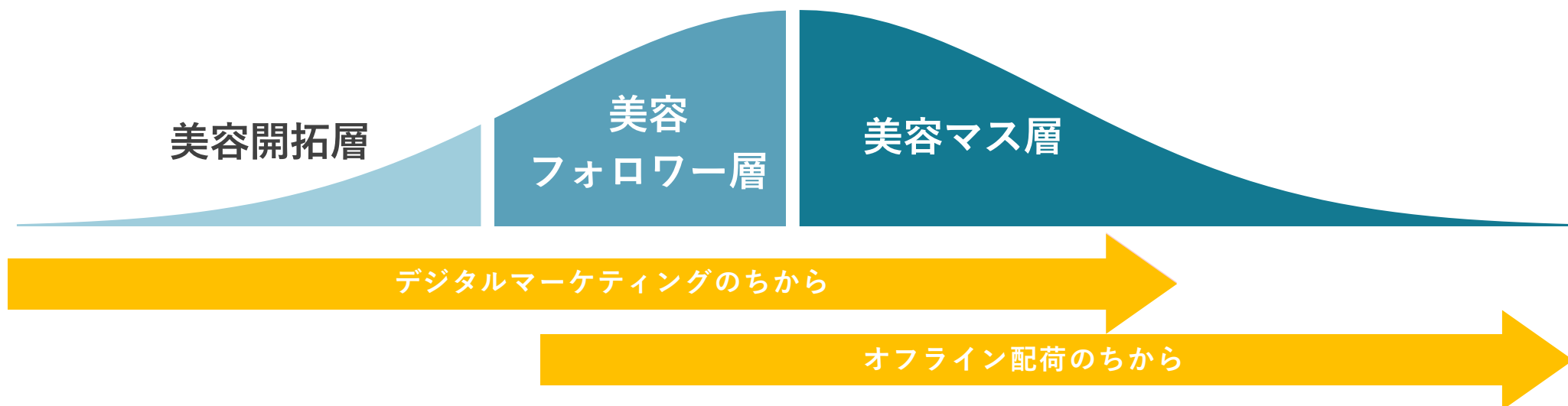
*1：2025年6月時点。臨時雇用者含む

■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

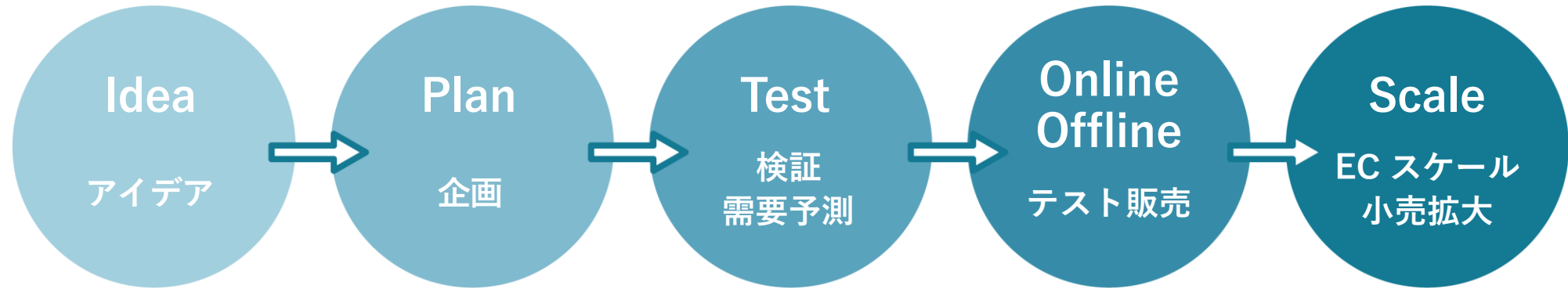
約65,000店舗^{*2}

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）



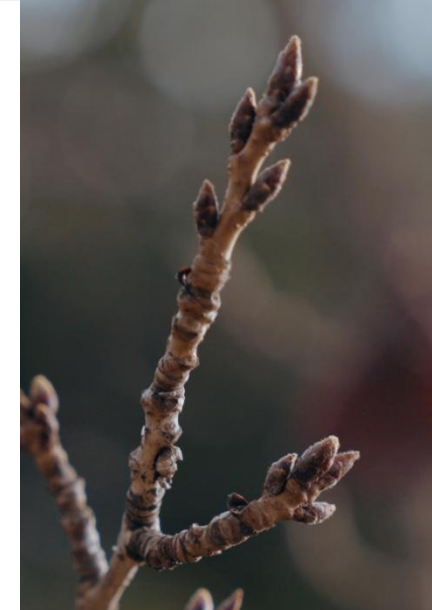
BOTANIST白樺ファーム
（植物資源の循環）



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	



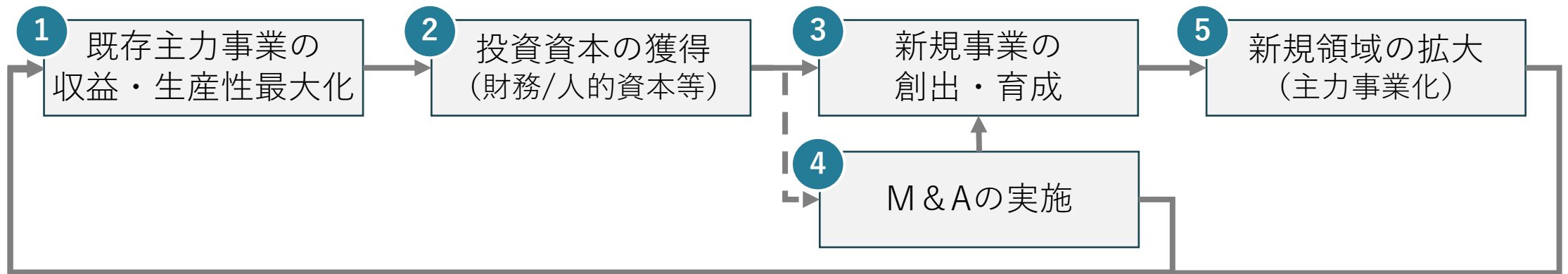
更新版 2028-30年ビジョン (太字：主要更新ポイント)

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%

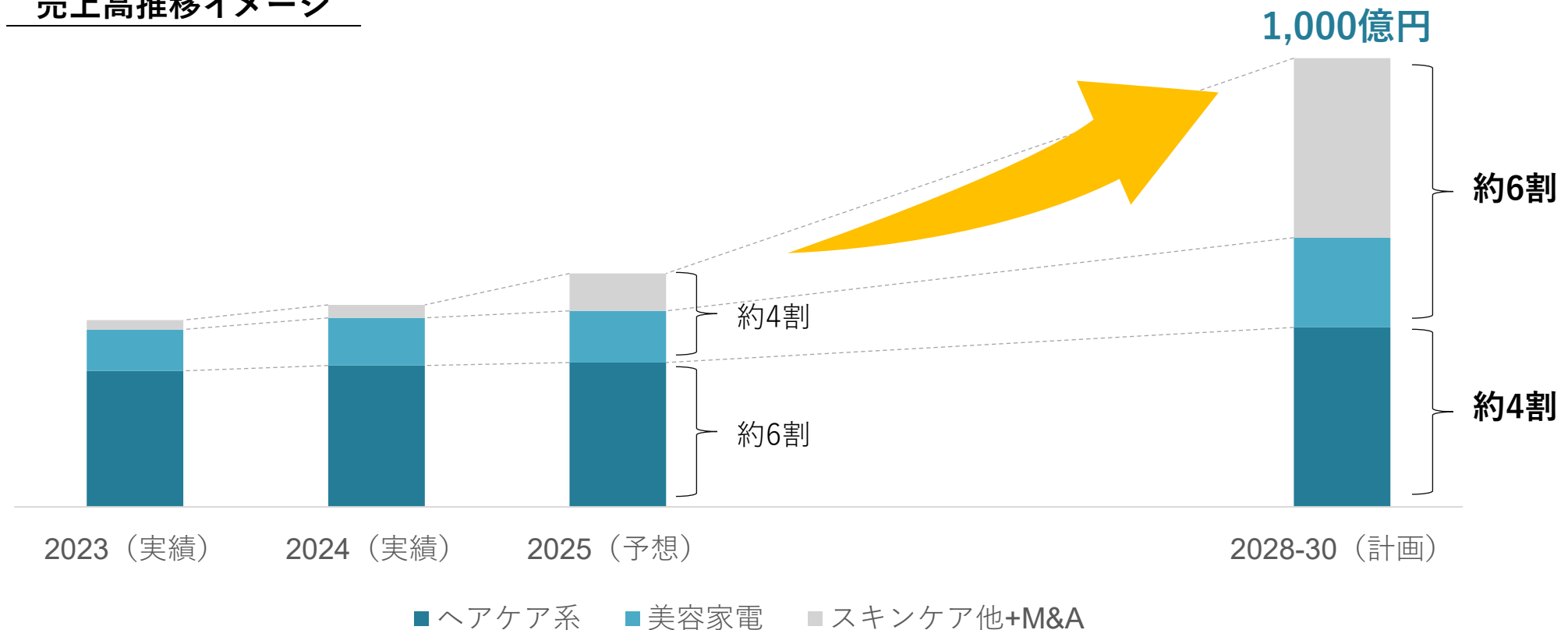
^{*1}：アドバイザー費用、のれん償却費、PMI^{*2}関連コスト等

^{*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

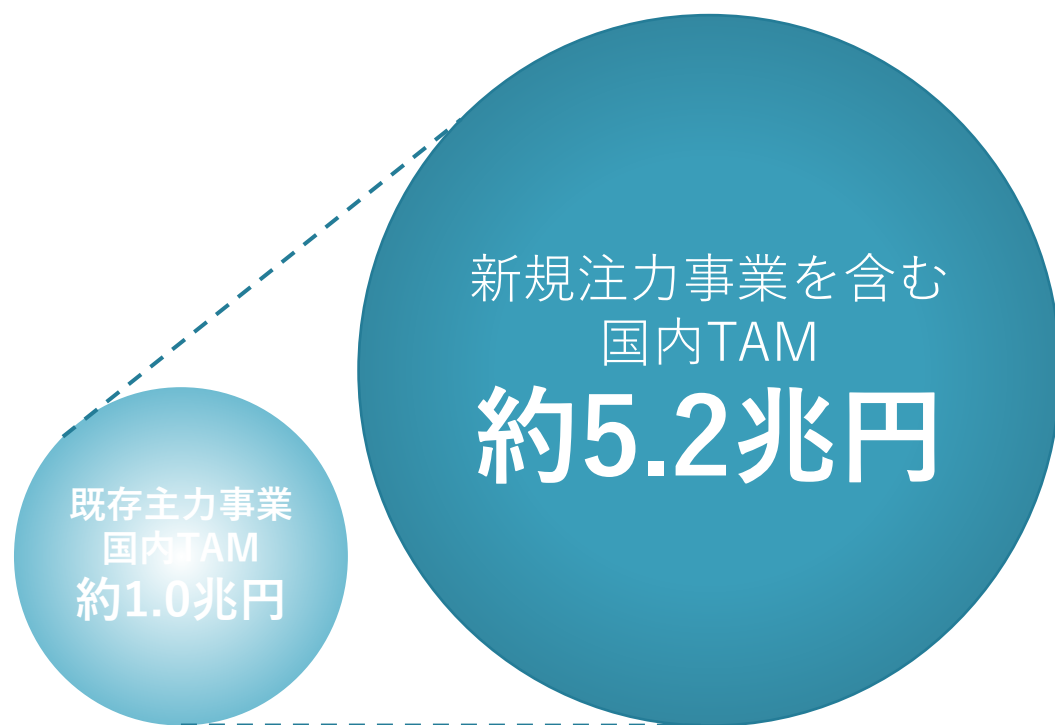
- 足元ではヘアケア系カテゴリの売上高が全体の6~7割を占めているが、今後はスキンケア・新カテゴリを新たな成長の柱として育成するほか、継続的にM&Aを実施することで、2028-30年時点ではヘアケア系カテゴリの売上高が全体の約4割となる事業ポートフォリオを目指す。

売上高推移イメージ



【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

- 連結EPSの向上
- EBITDAマルチプル設定
- 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2.0円増配した15.0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 15.0円／株
その他 施策	—	・自己株取得の実施 （約5億円） ・株主優待発表 （自社サイトで 使用可能な2000 円相当のポイント付与）	・株主優待大幅 拡充 （100～499株： デジタルギフト 10,000円分、 500株以上：デ ジタルギフト 20,000円分）

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	2025/9末時点	2024/12末時点	2024/12末時点	2025/9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)			7.6億円 (のれん：5.4億円、顧客関連資産：0.9億円、商標権：1.2億円)		

^{*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遡及修正を実施 ^{*3}：M&A後に株式会社TTradingから社名変更

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	3Q
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	12,044
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	5,110
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%	42.4%
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	2,482
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%	20.6%
物流費	695	730	751	715	2,892	648	631	630	784	2,694	729	782	854
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%	7.1%
販売手数料	383	407	502	758	2,052	532	513	657	949	2,652	682	818	859
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%	7.1%
人件費	599	589	685	697	2,572	744	821	834	993	3,394	940	1,008	948
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%	7.9%
その他固定費	728	810	789	921	3,250	834	821	834	1,231	3,721	1,246	1,198	1,269
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%	10.5%
営業利益	1,031	887	1,130	1,330	4,379	638	1,396	922	1,577	4,534	888	800	519
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%	4.3%
EBITDA*1	1,104	961	1,214	1,419	4,700	719	1,491	1,037	1,949	5,196	1,316	1,231	958
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%	8.0%

*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	3Q
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	12,044
	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	8,281
	└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	3,344
	└YOLU	2,474	3,001	3,962	4,231	13,669	3,248	3,593	4,390	4,216	15,449	3,832	2,505	4,295
	美容家電	2,899	2,050	1,865	2,406	9,222	2,481	2,807	2,527	2,844	10,661	2,577	2,728	1,466
	スキンケア他	526	590	496	481	2,094	424	389	421	1,603	2,839	2,167	2,173	2,295

(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	3Q
グローバル		131	424	218	355	1,128	310	370	274	388	1,345	180	388	224

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、過去または現在の実事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」、「予想する」、「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。