

2024年12月期 第3四半期 決算説明資料

2024年11月8日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

エグゼクティブサマリー

- 3Q累計売上高313.1億円（YoY+2.8%）、営業利益29.5億円（YoY△3.0%）と想定通りの進捗
- 4QにてM&A2件の実行及び、配当未定の方針から2024年12月期普通配当実施へ方針を変更（1株当たり配当金額13.0円を予定）。

今期の業績

3Q累計売上高 313.1億円（YoY+2.8%）

- ヘアケア系：カテゴリー全体のPOS*は3Q累計YoY+10.7%と伸長。3Q新商品も好調な進捗
- 美容家電：中価格帯や新商品好調により3Q累計YoYは+14.7%、単体YoYは+35.5%と伸長継続
- グローバル：越境EC好調継続・他販路拡大によりYoY+23.8%、3Q単体YoY+26.3%と増収

3Q累計営業利益 29.5億円（YoY△3.0%）

- 継続的な売上原価率及び物流費率の効率化（YoY△1.4%）を実現。マーケティング投資や中長期に向けた投資（人的資本等）の強化により一時的なコストの増加が発生。

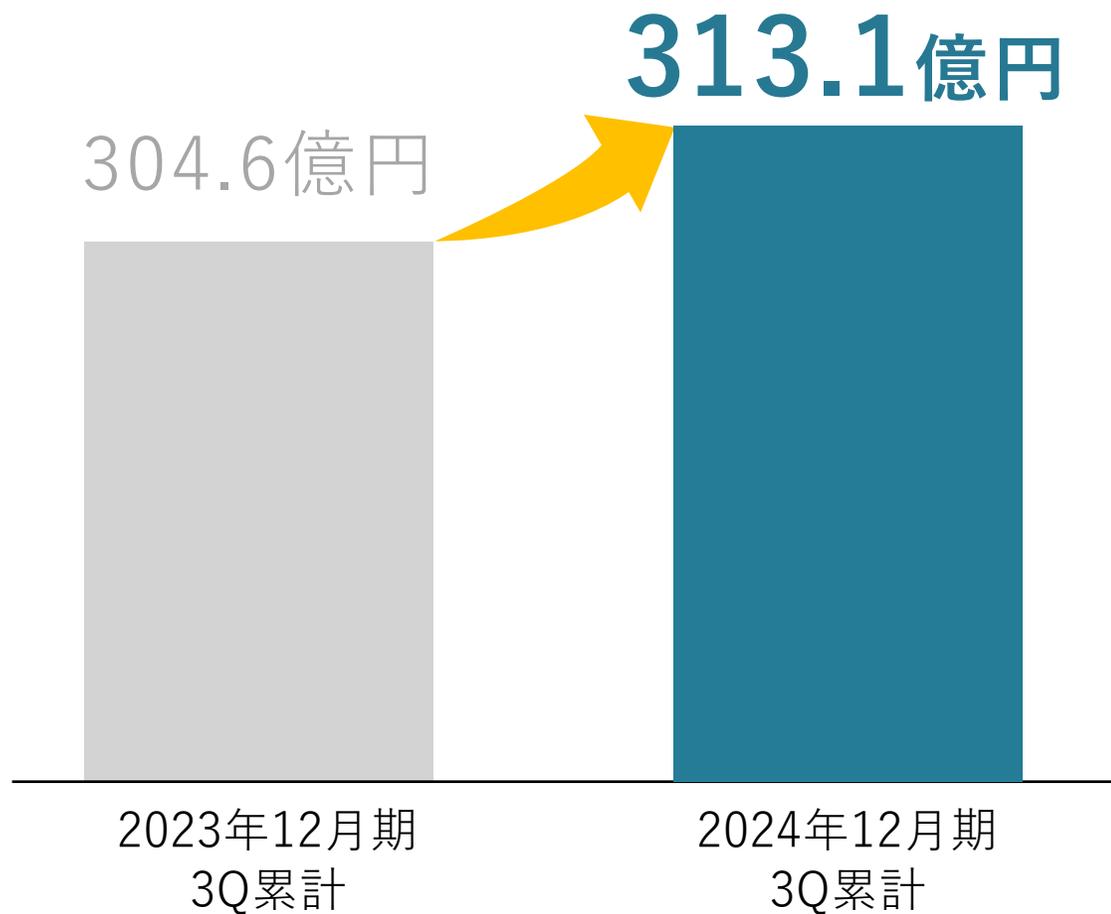
対業績予想

- 今期：中国国内の状況や直近のM&A関連費用計上等から、業績予想に対して若干のリスクが生じる可能性あり。
- 翌期：既存ブランドや新ブランドの成長に加え、M&Aによる売上高・EBITDAの取り込みにより**中期経営計画達成に向けて大幅増収増益想定**にリスクを含めて現在精査中。
- 配当未定の方針から2024年12月期に**1株当たり配当金額13.0円の普通配当実施**予定へ方針を変更。

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今後の方針
- 04 Appendix

連結売上高

3Q累計 連結売上高
前年同期比
+2.8%

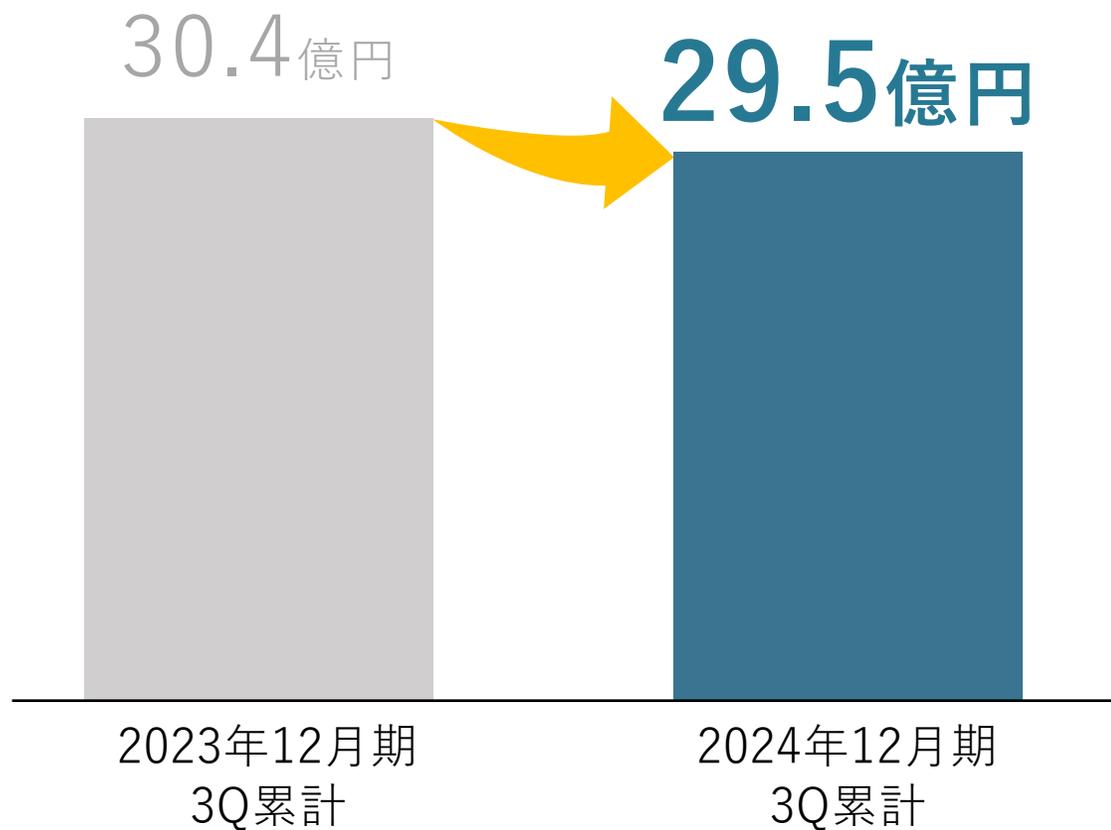


連結営業利益

3Q累計 連結営業利益

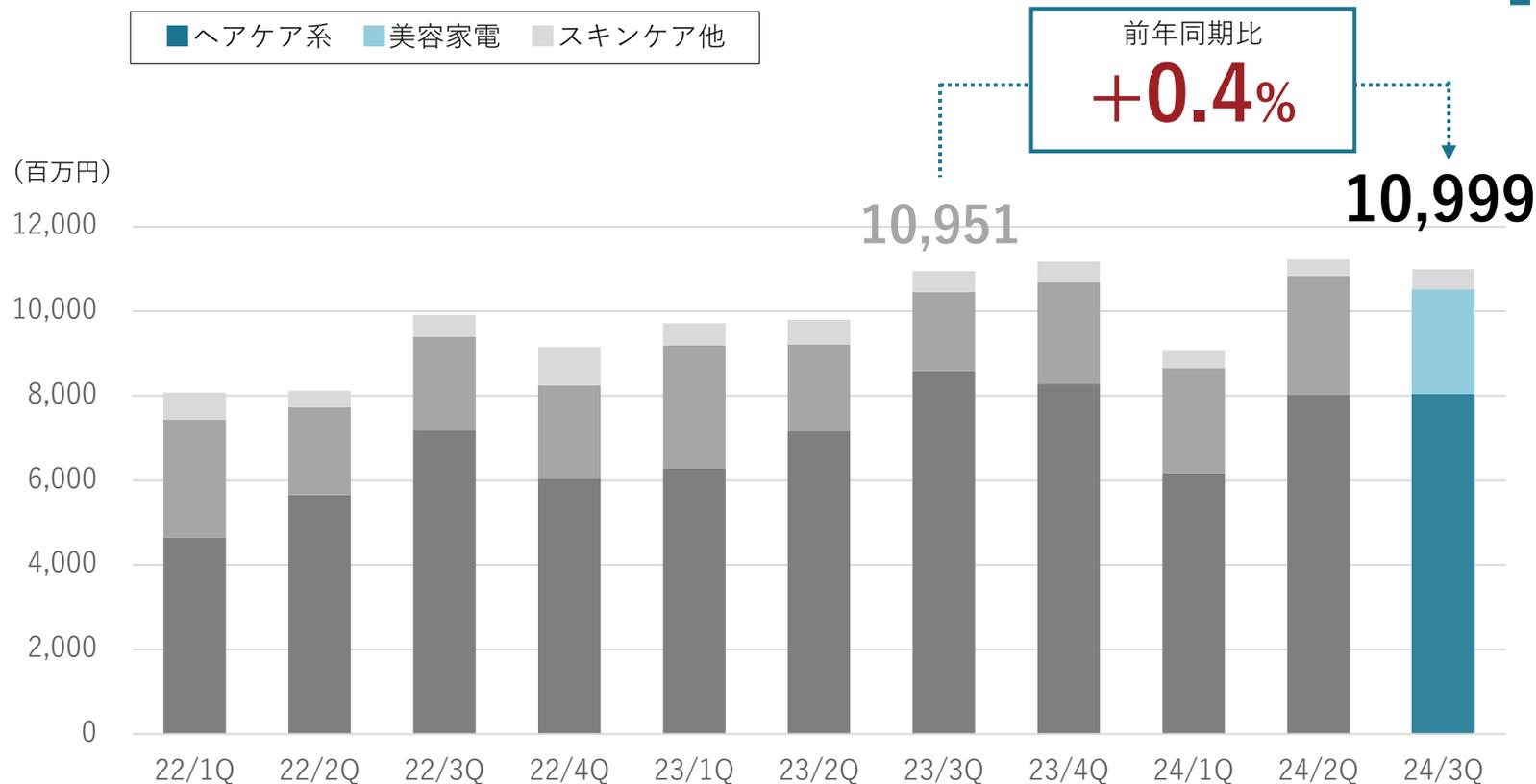
前年同期比

△3.0%



連結売上高 四半期推移

- 3Q単体売上高は109.9億円と **前年同期比+0.4億円 (+0.4%)** と伸長。
- YOLUやSALONIAの成長が増収を牽引。通期に向け、新商品発売等により売上積み上げに取り組む。



3Q単体売上高の進捗

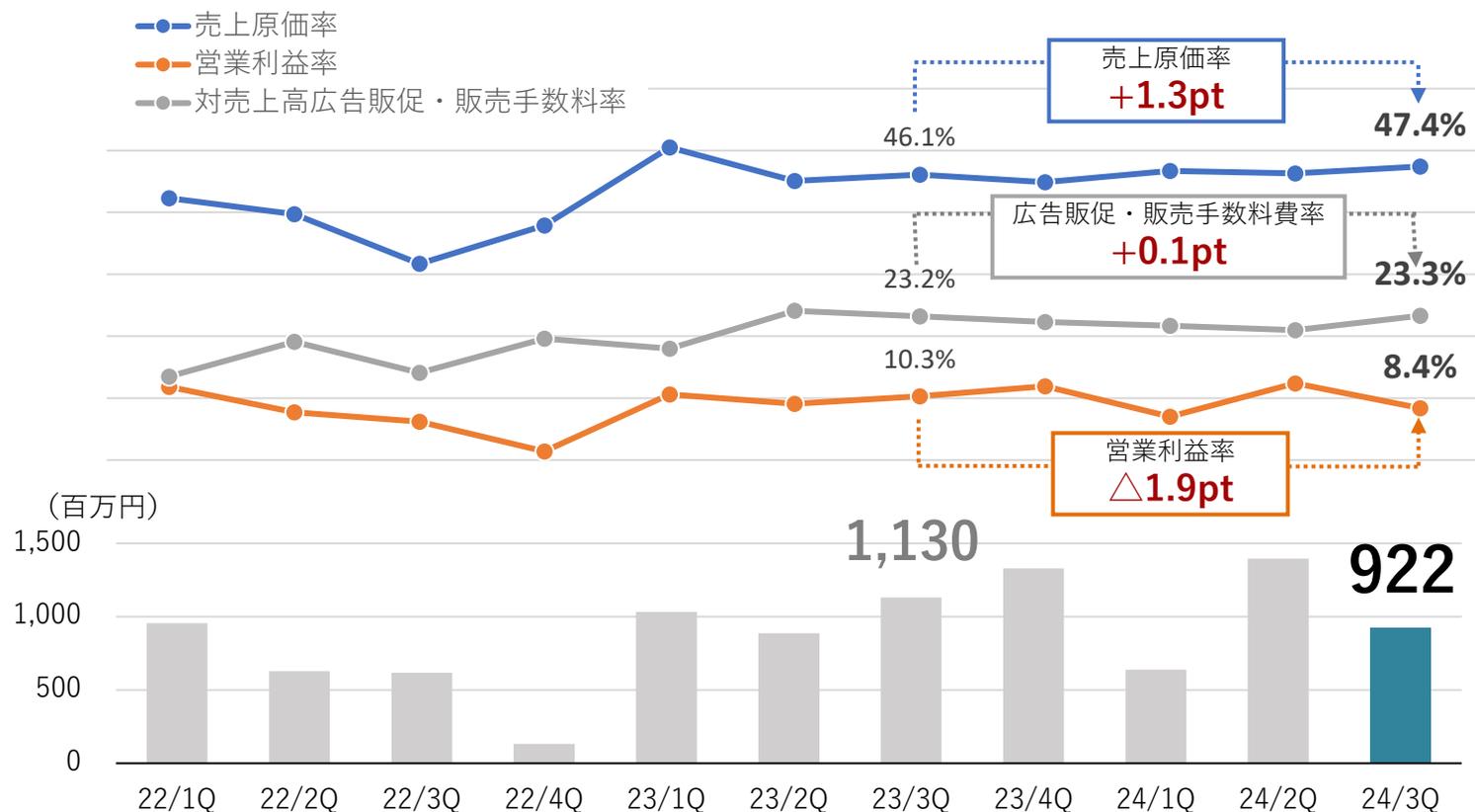
- ヘアケア系：POS*はBOTANIST定番品が**前年同期比+13.4%**、YOLUは新カテゴリーの拡充により売上高**前年同期比+10.8%**と、ヘアケア全体の増収に貢献。
- 美容家電：**前年同期比+35.5%の大幅増収**。中価格帯の商品好調に加え、新商品の拡充が増収に貢献。



* Point of salesの略。ドラッグストア店頭での販売金額を示し、ブランドの販売・消費動向を測る指標

連結営業利益 四半期推移

- 3Q単体営業利益は9.2億円と前年同期比△2.0億円（△18.4%）。
- 売上原価率について一時的な返品引当の発生により増加となっているが**通期では改善傾向継続**。
- 3Q～4Qでの小売店の棚割り時期（店頭での商品販売時期）とマーケティング投資時期の関係で四半期での営業利益率が変動。下期合計で前年同期比増益を目指す。

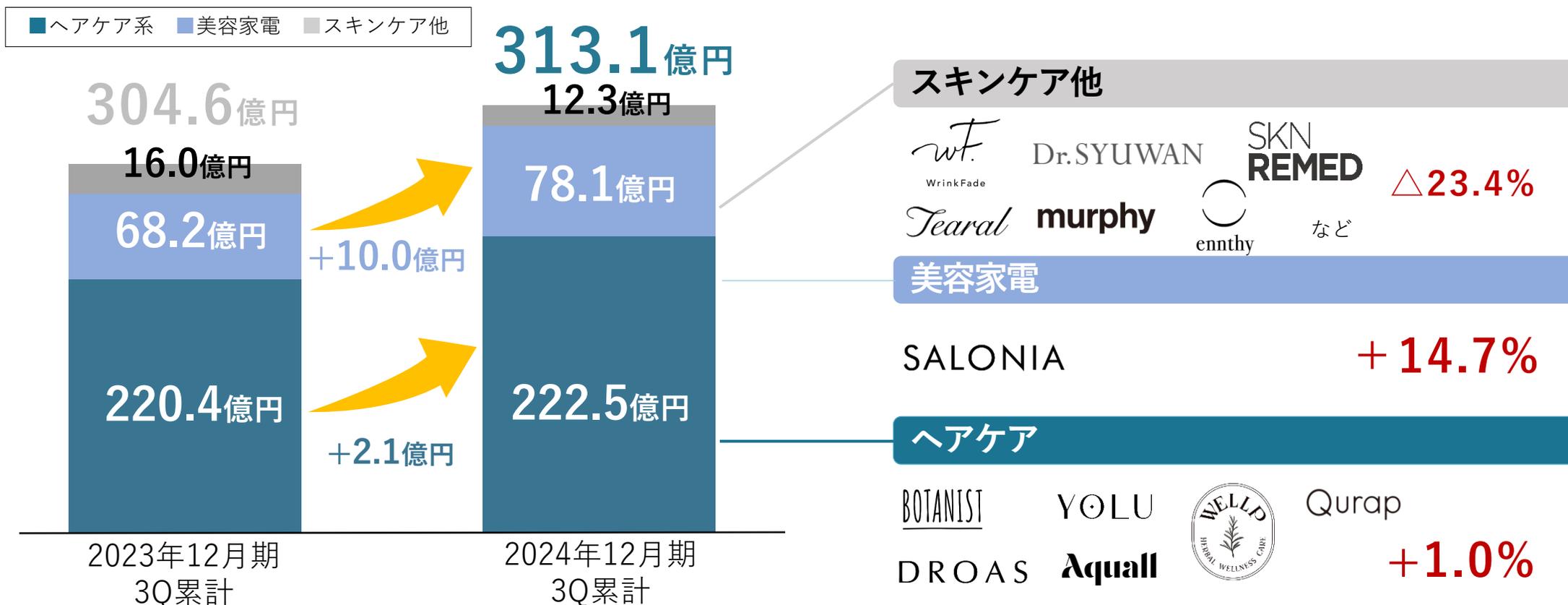


3Q単体営業利益の進捗

- 新規ブランド等への投資に注力しつつ、**EC売上高増加（前年同期比+31.8%）**に伴い、マーケティング投資の最適配分を実施。これに伴い、広告・販促費は減少。
- 売上原価率は為替等の影響で一時的に増加も、**物流費は継続的な取り組みにより前年同期比△1.2%**と上場以来**9期連続**で前年同期比での削減を実現

カテゴリー別売上高

- ヘアケア系：POS*¹は3Q累計YoY+10.7%、売上高は在庫調整*²などの影響もありYoY+1.0%で着地。
- 美容家電：美容家電の好調継続に加え3Q発売の新商品が貢献。
- スキンケア他：Dr.SYUWANにおける一時的な引当等により3Q単体で減収の一方、WrinkFadeでは収益改善改革により会員獲得を推進し増収。またSKN REMEDは3Q単体売上高QoQ+138.7%と大幅に増収傾向。

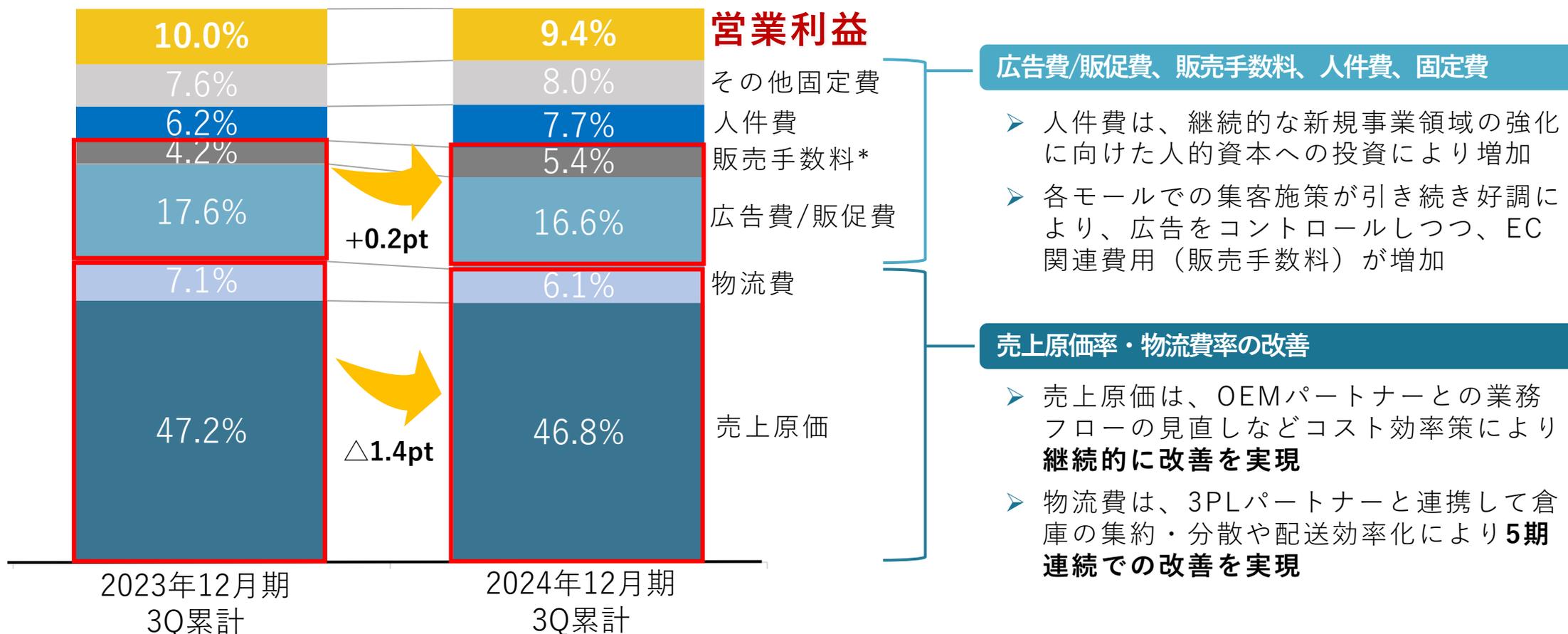


*1 Point of salesの略。ドラッグストア店頭での販売金額を示し、ブランドの販売・消費動向を測る指標

*2 2023年10月発売のBOTANISTシャンプー・トリートメントのフルリニューアルに伴い2023年4Qに一時的に発生した大規模発注による上振れ分

コスト構造

- 営業利益率はYoY Δ 0.6ptと、主に売上原価及び物流費の効率化（YoY Δ 1.4pt）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。
- 直近実施したM&Aの影響について、通期でディール関連の費用やのれん償却費等が主に4Qで発生予定。



- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今後の方針
- 04 Appendix

Qurap

キュラップ



YOLU



BOTANIST



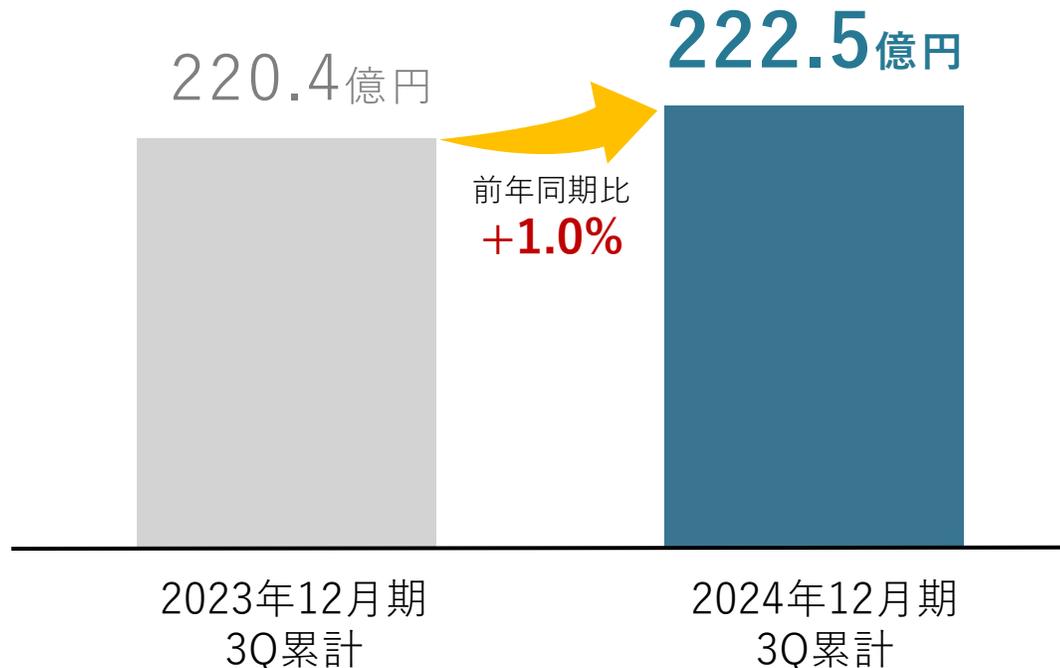
DROAS



ヘアケア系カテゴリーの進捗

- 3Q累計YoYのPOS*は、**BOTANIST定番品 +7.6%**、**YOLUシャントリ +16.5%**と主要ブランドの定番ラインも安定的に成長を継続。
- BOTANIST、YOLU、Qurapより**新商品を複数発売し、増収に貢献。**

売上高



トピックス

- YOLU：**3Q累計YoY19.0%**、**QoQは+22.2%**と、新発売の入浴剤、ボディソープ・ボディミルクも貢献し、引き続き好調に推移。
- BOTANIST：サブラインのROOTHをフルリニューアル。**ROOTH3Q累計YoYは+67.2%**と好調な進捗。また、定番ラインからは秋限定商品を発売。
- 9月にツヤ膜ラッピングシャンプー「Qurap」からヘアマスクを新発売。



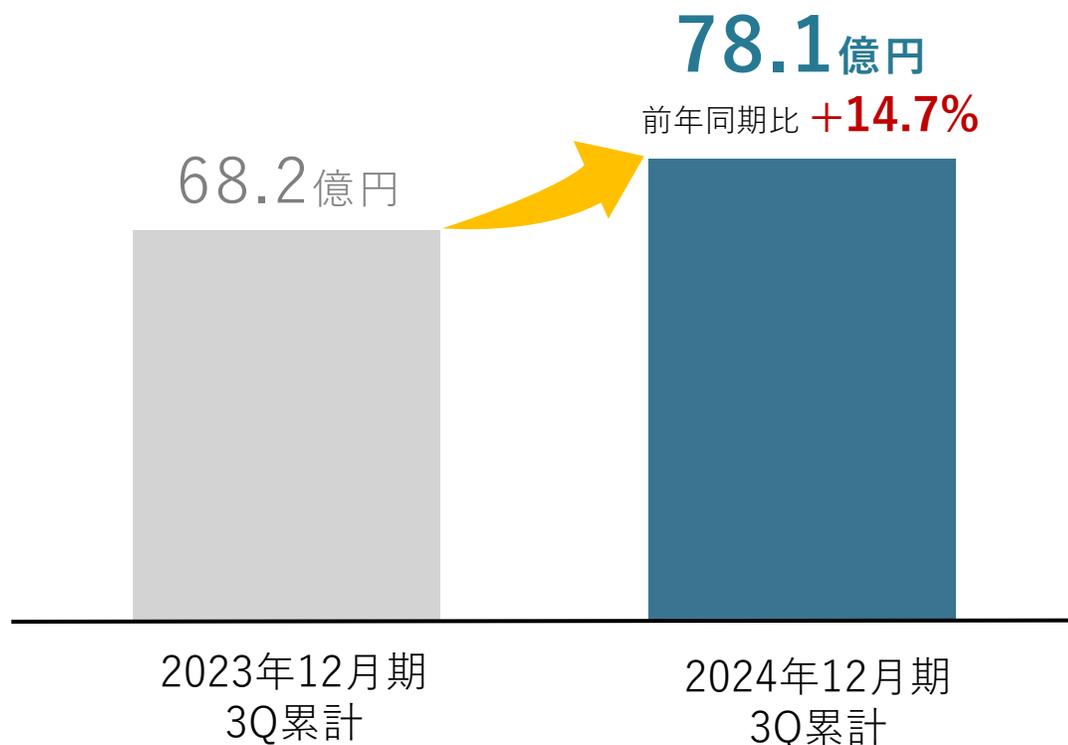


SALONIA

美容家電カテゴリーの進捗

- 3Q累計でYoY+14.7%、3Q単体ではYoY+35.5%と大幅に伸長。
- 2Qに引き続き**中価格帯商品の好調**が増収を牽引。積極的な新商品の投下、及びマーケティング施策により**通期での更なる増収**を目指す。

売上高



トピックス

- 3Q累計YoYでフェイススチーマー+90.8%、EMSリフトブラシ+79.4%、脱毛器+88.4%と**中価格帯美容家電が好調継続**。
- 7月より新発売のシャワーヘッドが、商品比較サイト「Mybest」の「ファインバブルシャワーヘッド特集」で**1位を獲得**。
- 8月に中価格帯ドライヤーのグロッシューケアドライヤーを新発売。また、スチーマーに新色のベージュが登場。



グローバルの進捗

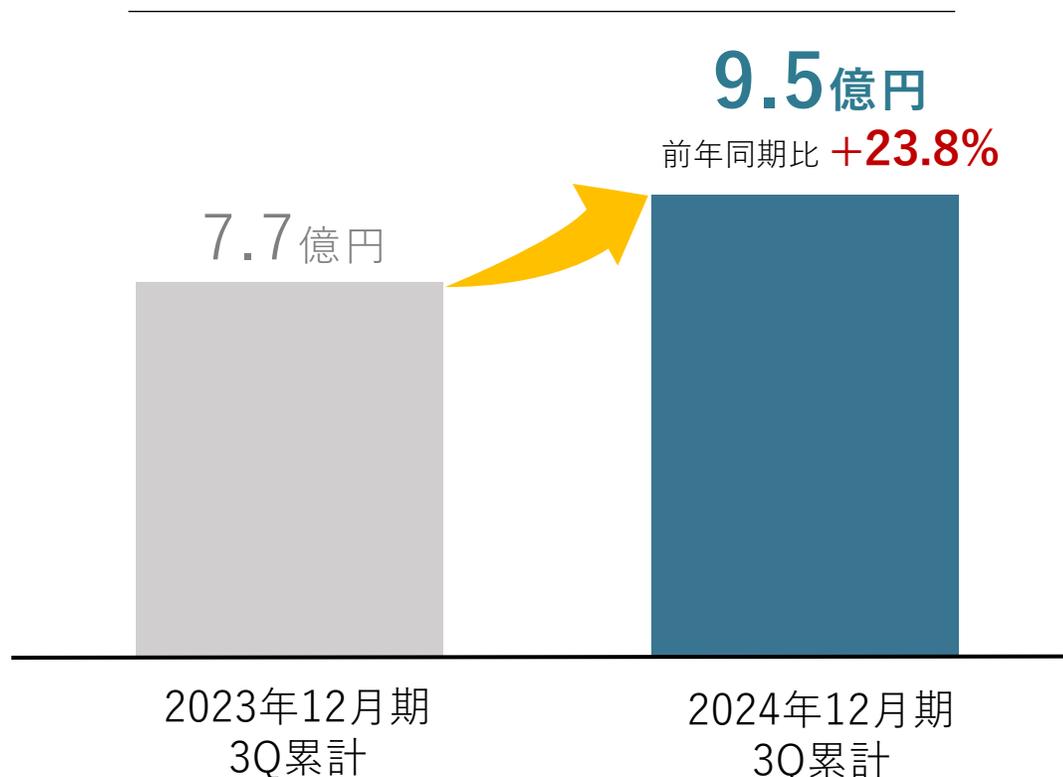
- 3Q累計売上高は**9.5億円**でYoY+23.8%、また3Q単体ではYoY+26.3%と大きく増収。
- 主にYOLUの**越境ECでの好調継続に加え、東南アジアへの販路拡大**などが増収に寄与。一方で中国国内においてはマーケティング環境の変化により投資を抑制しており、売上高は減少傾向。

トピックス

- 台湾にてサステナブルな商品が選定される「女人我最大 粉美賞（ビューティー大賞）」にて、**BOTANIST**が「**Clean Beauty**」賞を受賞。
- 7月からマレーシアへのYOLU出荷を開始。**6月のシンガポール出荷に続き、東南アジアでの販路を拡大**。他ヘアケアブランド含め、今後もグローバルでのオンライン配荷拡大に取り組む。



売上高



スキンケア他ブランドの進捗

- 新商品の発売や各施策への取り組みを通じて、認知度の向上及びブランドのスケールを目指す。

SKN REMED (2024年3月発売)

- 日本、韓国のクリニックでの施術に採用されている本格的なドクターズコスメとして認知度を拡大
- 24年2Qから3Qでの売上高QoQは+138.7%と、発売から右肩上がりの顕著な伸長を実現
- 複数のデジタル広告への注力などによる新規顧客獲得により4Q以降も更なる成長を見込む



ブランド売上高推移



wf. WrinkFade (2022年6月取得)

- 3月に医薬部外品としてリニューアル販売した薬用リソクルケアファンデーション（ハイカバー）の新規獲得好調が売上伸長を牽引
- デジタル広告の強化等によりECモールの売上がQoQで+64.0%伸長
- インフォマーシャルのアップセル率が好調に推移し利益率改善に貢献

ブランド売上高推移



KPI改善から
会員獲得の
再投資へ



3Q発売 新商品の一部紹介

- 通期、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。
- 3Qで42SKUの新商品を発売し、Xでのトレンド入り*1や楽天市場でのランキング*2を多数獲得。

YOLU



1. YOLU ナイトケアボディソープ/ナイトケアボディミルク (限定品)
2. YOLU ナイトドリーミングパスタブレット
- 2a. パスタブレット (リラックス) イメージ図

BOTANIST



1. BOTANIST ルース エイジングケアシリーズ (フルリニューアル)
2. BOTANIST フレグランスコレクションシリーズ
キンモクセイ&フィグの香り (秋限定商品)

SALONIA



1. SALONIA ファインバブルクリア (重炭酸バブルシャワーヘッド)
2. SALONIA ピュアブライト スチーマー ベージュ (新色)
3. SALONIA グロッキーケア ドライヤー

*1 BOTANISTフレグランスコレクション：7月18日時点 / BOTANIST ルース：8月7日時点

*2 週間ランキング：入浴剤：9月2日～9月8日のランキング / デイリーランキング：日用品雑貨・文具・手芸 / バス用品 / 入浴剤 全て9月3日時点

Social Beauty Project (サステナビリティの取り組み)



- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今後の方針
- 04 Appendix

直近実施したM&A2件について

- 2024年10月23日付で株式会社トゥヴェールの100%株式取得及び株式会社東亜産業の子会社の普通株式全ての取得に関する株式譲渡契約を締結。両案件ともに2024年10月31日に取得完了。
- ディール関連の費用やのれん償却費等が主に4Qで発生予定。翌期影響は大幅増収増益想定でリスク含めて現在精査中。

(1) 株式会社トゥヴェールの株式取得

売上高41.0億円、営業利益13.5億円*¹のスキンケア事業を取得

- スキンケア商品を企画・販売するトゥヴェール社は、成長性（過去3期売上高CAGR45%*²）と財務健全性（純資産24.9億円、自己資本比率77%*¹）に優れる企業。
- 当社の強みであるOMO*³やIPTOS*⁴を最大限に活用し、トゥヴェール社におけるオンライン売上高の成長を加速させ、かつオフライン配荷の新規開始を通じて更なる売上高成長を目指す。

(2) 株式会社東亜産業子会社の全普通株式取得

商流上の中間マージン約8億円*⁵の削減 + 美容家電事業のQCD向上へ

- 当社ブランド「SALONIA」の製造・供給委託先である東亜産業の子会社の全普通株式を取得（連結化）。
- 本取引にて商品企画・生産管理・品質管理機能を当社グループに取り込むことで、中間マージンを削減しEBITDA約8億円*⁵の改善。同時に、開発スピード・QCD（品質・コスト・生産管理）向上を目指す。

*1 2024年6月期実績 *2 2022年6月期～2024年6月期 *3 Online Merges with Offline

*4 IPTOS：ヒットを再現できる当社独自のブランドマネジメントシステム *5 2024年度実績をベースとした年間見積額

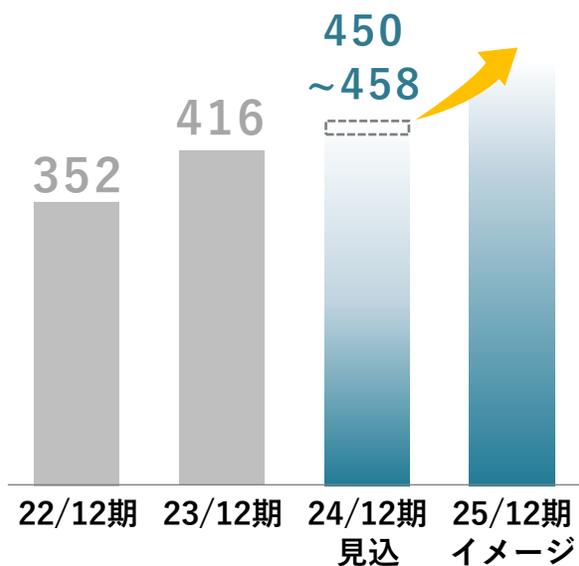
2024年12月期通期業績見込み及び翌期業績イメージ

- 今期はBOTANISTの主力以外の商材や中国国内の状況、直近M&Aのコスト計上等から、業績予想に対して若干のリスクが生じる可能性あり。
- 翌期は既存ブランドの成長に加え、**M&Aによる売上高・EBITDAの取り込みにより中期経営計画達成に向けて大幅増収増益想定でリスクを含めて現在精査中**。M&A等を踏まえてEBITDAでの目標設定を検討。

(億円)

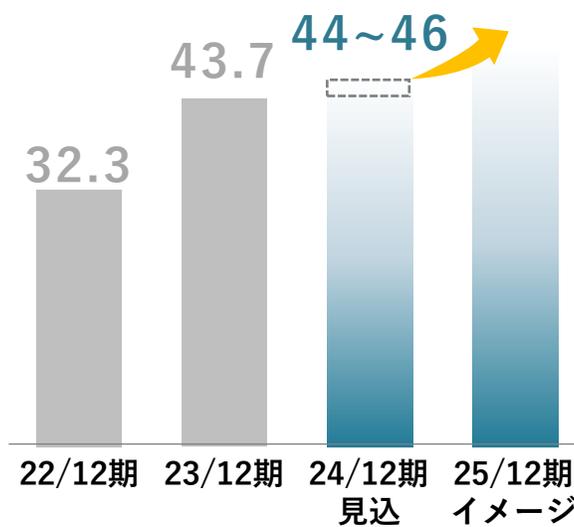
売上高

- 24/12期：中国国内等の状況からリスクが生じる可能性あり
- 25/12期：既存事業の成長に加え、M&Aによる影響を踏まえ精査中



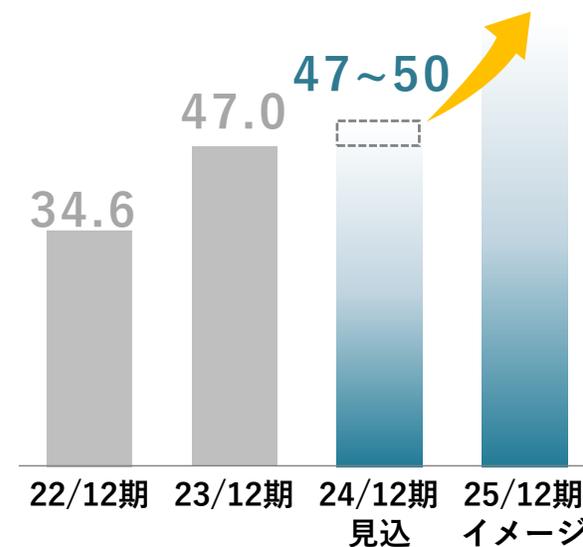
営業利益

- 24/12期：売上高の状況及びディール関連費用やのれん償却費の発生等によりリスクが生じる可能あり、精査中
- 25/12期：既存事業の成長及びM&Aによる取り込みに加え、のれん償却費の計上を精査中



EBITDA*

- 24/12期：売上高や営業利益の状況と連動
- 25/12期：既存事業の成長及びM&Aによる取り込みが主で大幅増益想定で精査中



* EBITDA=営業利益+減価償却費で算出

配当実施（配当方針及び配当予想の修正）について

- 2023年度にプライム上場に合わせた記念配当を実施。その後、配当予想として未定としていたが、**2024年12月期に1株当たり配当金額13.0円の普通配当実施を発表。**
- キャピタルアロケーションとして、中期経営計画達成に向けたオーガニック成長に向けた投資と、インオーガニック成長に向けた連続的なM&A等の事業投資を優先する。継続的なキャッシュ創出できる体制構築が出来ている状況から、事業成長に沿って安定的・継続的な株主還元を行うことを基本方針として修正。

キャピタルアロケーション方針（優先度）

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

- 収益拡大とCCC短縮によるキャッシュ創出強化
- 機動的な自己株式取得等の活用

2024年12月期実績

中期経営計画達成に向けた投資

- ヘアケア、美容家電、スキンケア他における積極的なマーケティング投資や複数の新ブランドの開発
- 国内およびグローバル領域の組織強化

M&A2件の実行

- トゥヴェール社の株式取得
- 美容家電領域における一部ODM機能の取得
- 新規領域に対する人材投資強化

株主還元施策の実施

- 約5億円の自己株式取得
- 株主優待制度の導入開始
- **2024年度配当（1株当たり配当金13.0円）実施予定**

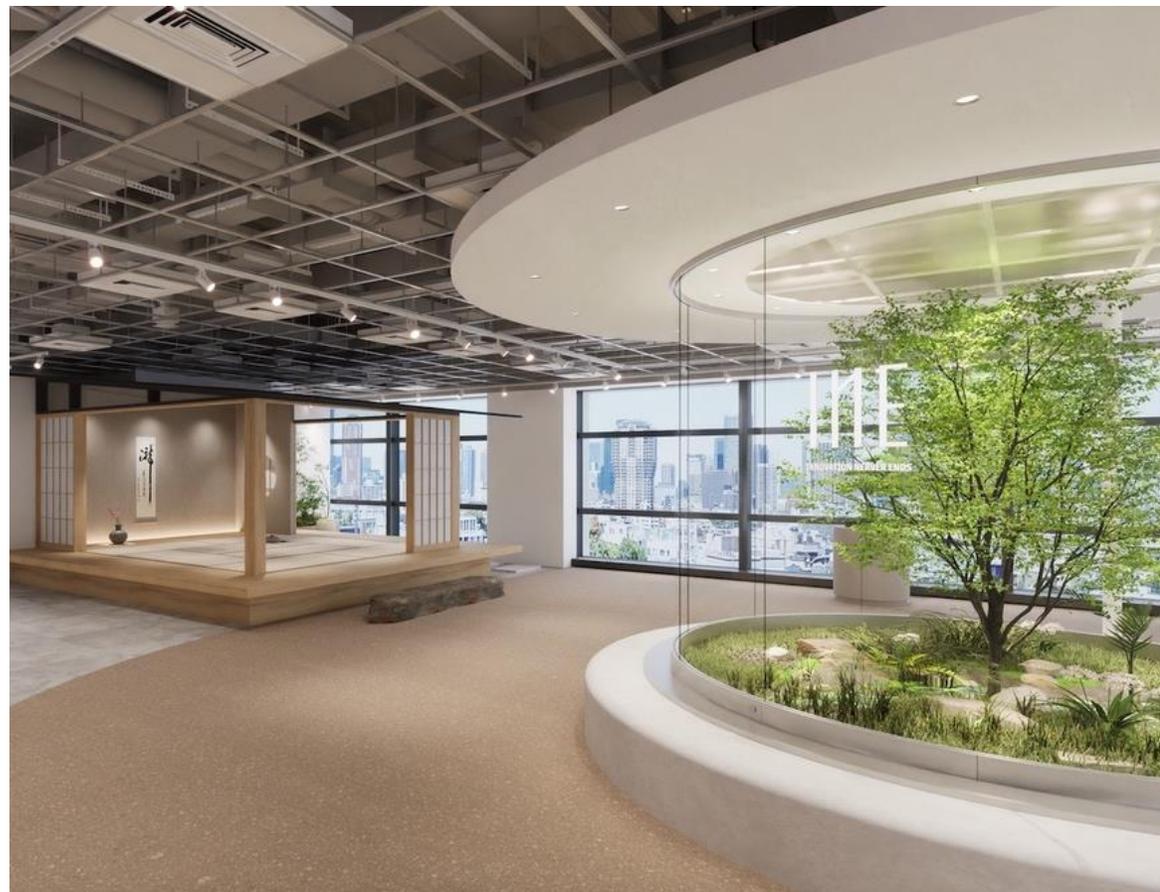
- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 今後の方針
- 04 Appendix

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	32億9,915万円 (2024年9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	397名 (2024年9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2社、海外2社 (2024年9月時点)



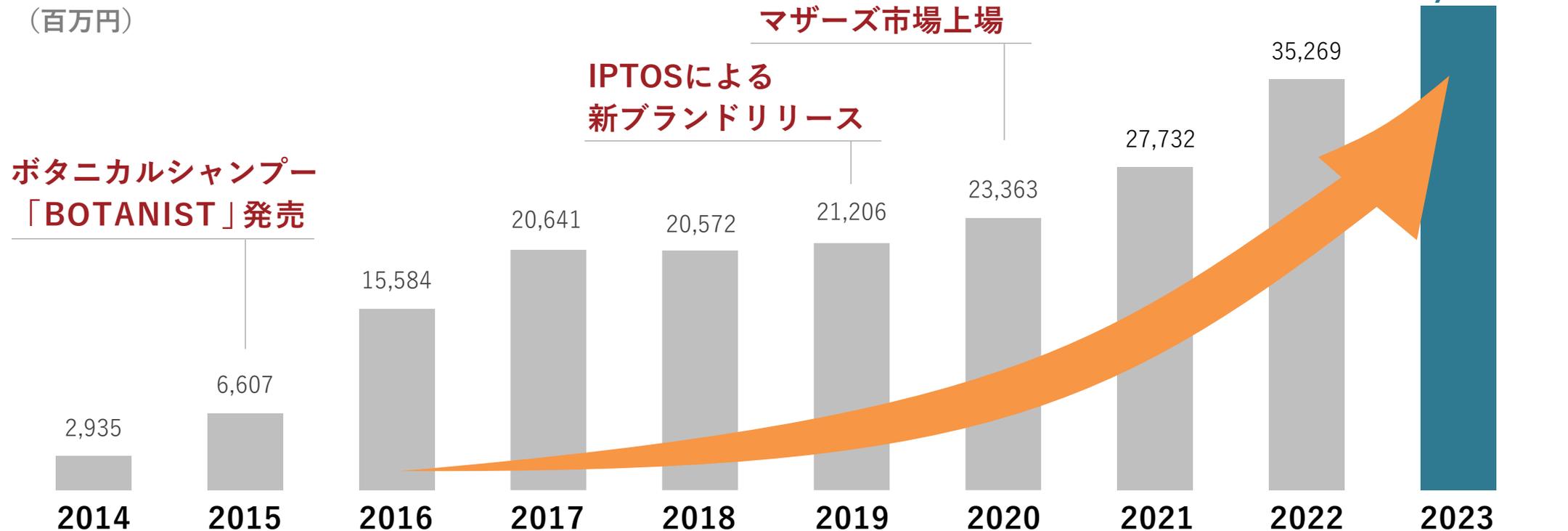
MISSION

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

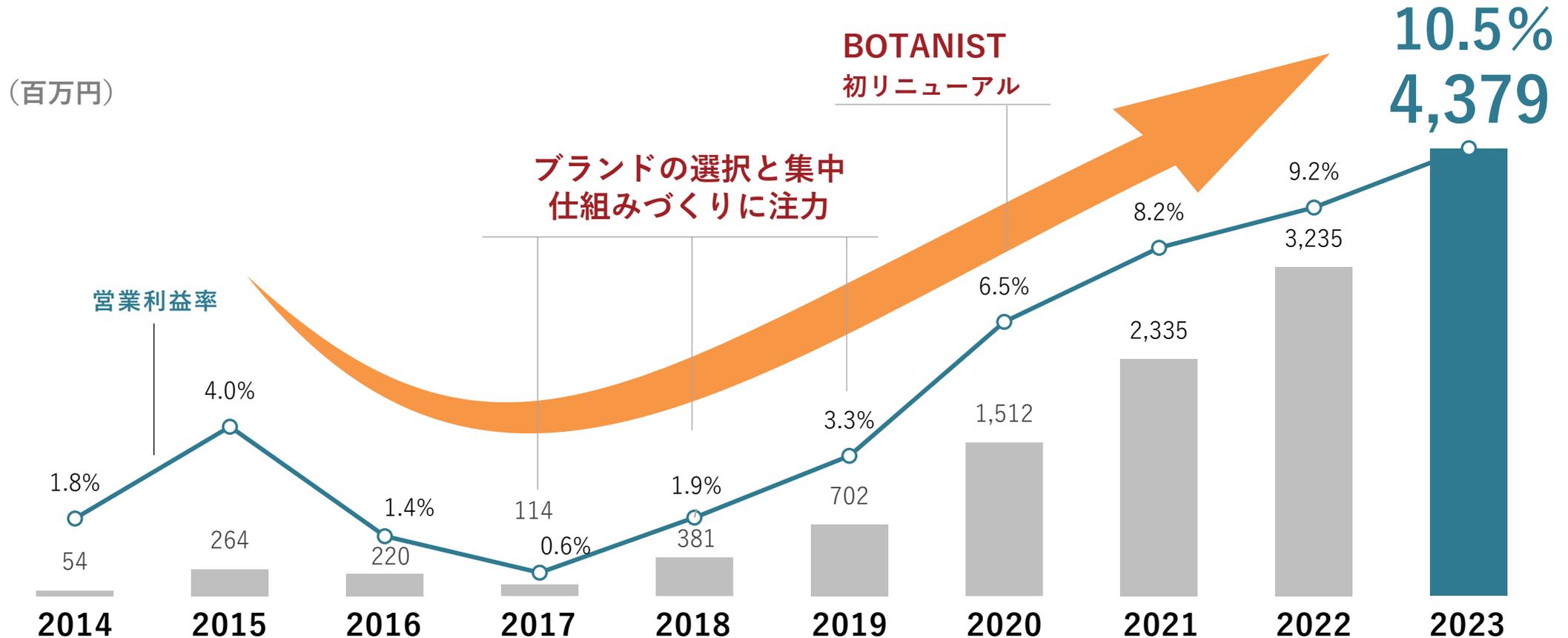
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。
2023年9月東京証券取引所プライム市場へ上場。
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



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



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
足立 光

元P&Gジャパン、元戦略コンサルティングファームで活躍。元日本マクドナルドCMOとしてV字回復を牽引。ファミリーマートCMO*（現任）。2019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

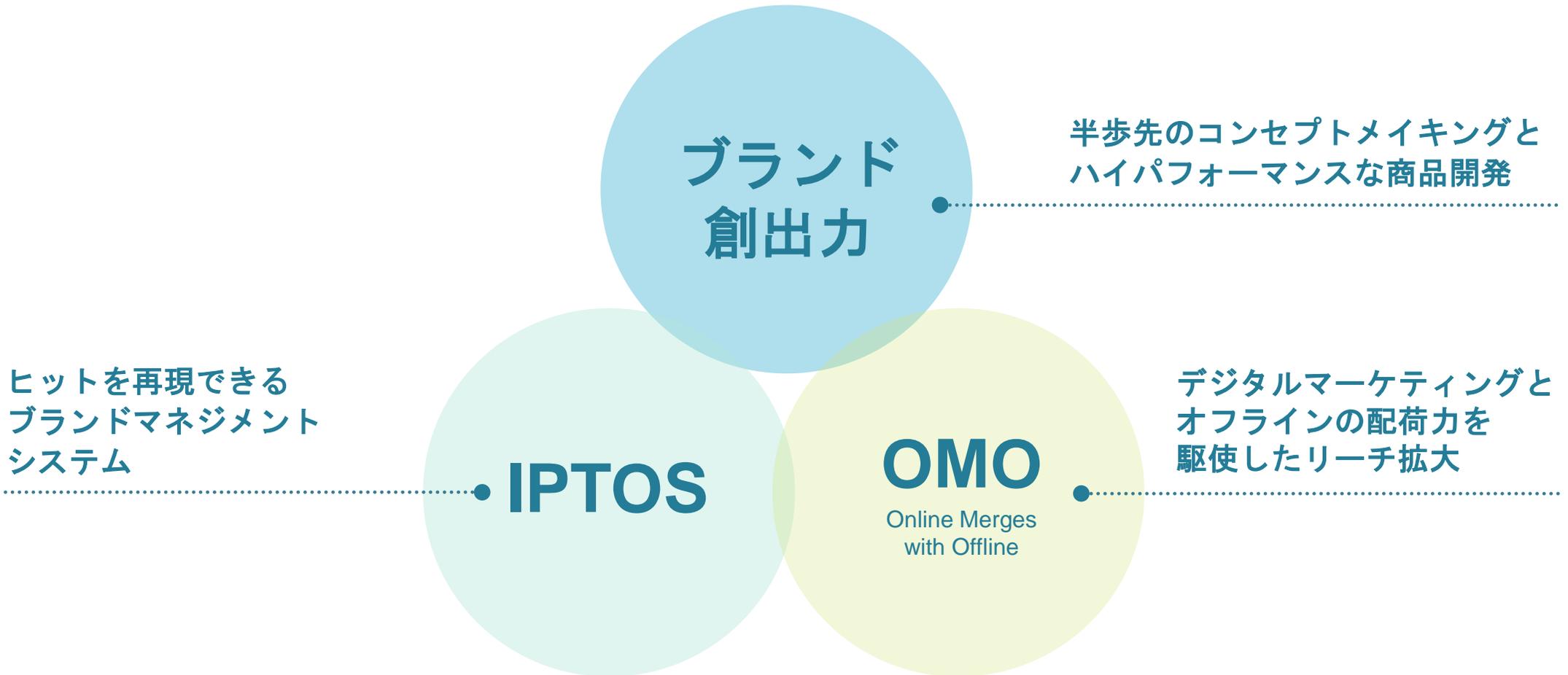
朝日監査法人、サントリーホールディングス、プロントコーポレーション監査役を経て、2024年より現職



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

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

アイデア

10,000個

1

サイエンス

新規性×マス需要調査

2

アート

I-ne文化に基づく意思決定

3

半歩先のコンセプト



「ボタニカル」

「夜間美容」

■クリエイティブカ



インハウスクリエイター

84人^{*1}

*1: 2024年9月時点。臨時雇用者含む

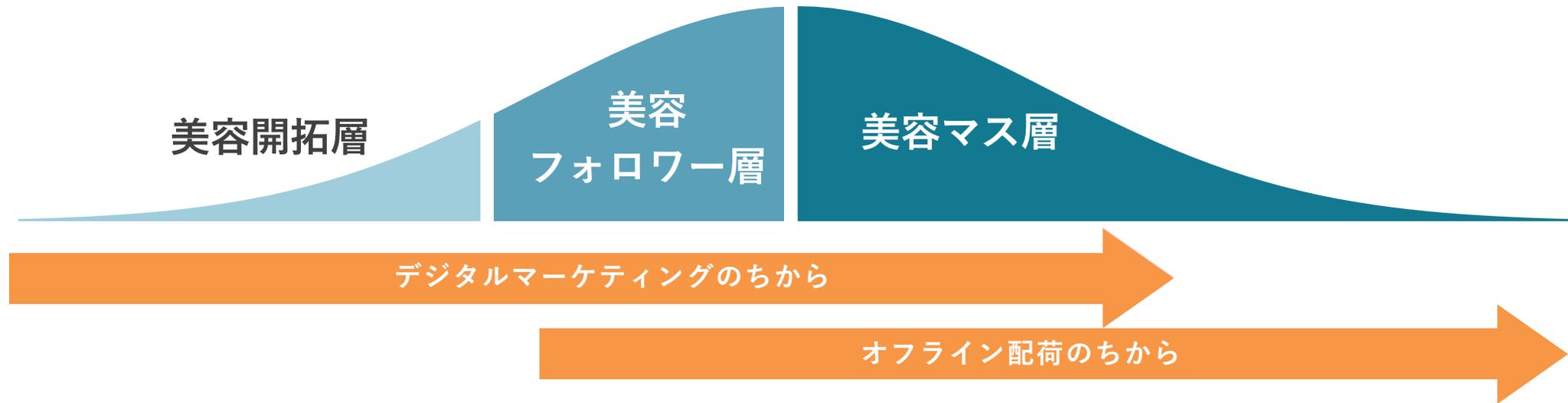
■商品開発



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)



77人^{*1}

インハウス デジタルマーケッター

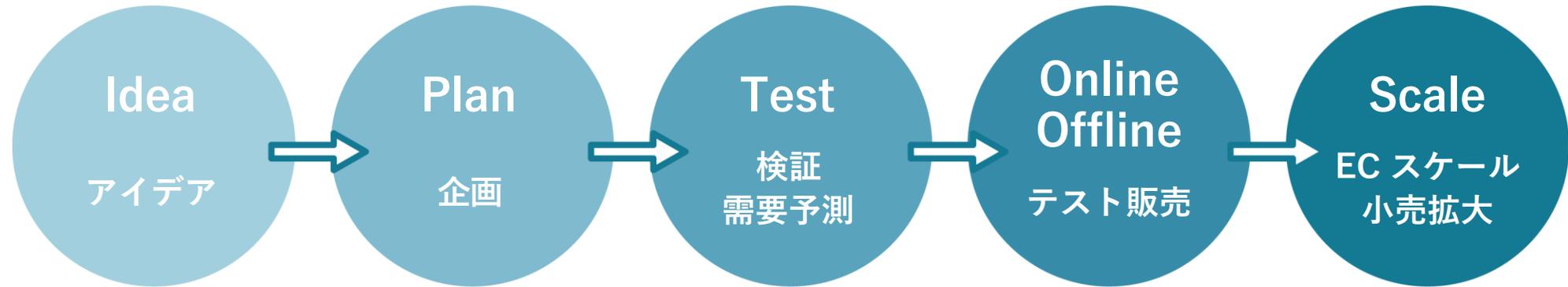
約65,000店舗^{*2}

オフライン配荷実績店舗数

*1：2024年9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



94.6 % ^{*1}

需要予測精度
(2023年 ヘアケア主要ブランド)

75 % ^{*2}

ヘアケア系カテゴリー
新ブランド 過去3年間ヒット率

*1 : 2023年 ヘアケア主要ブランド (BOTANIST、YOLU、DROAS、Aqual) の全SKUの実績値 ÷ 需要予測値の平均値

*2 : 2021年-2023年発売したブランド数のうち、発売後2年間で累計販売額10億円以上 (/年) を達成したブランド数の比率

カテゴリーについて

ヘアケア

BOTANIST



YOLU

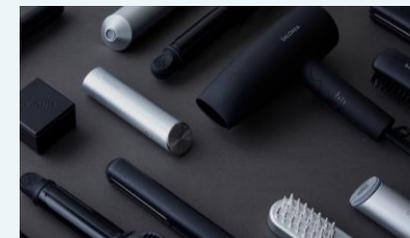


DROAS



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



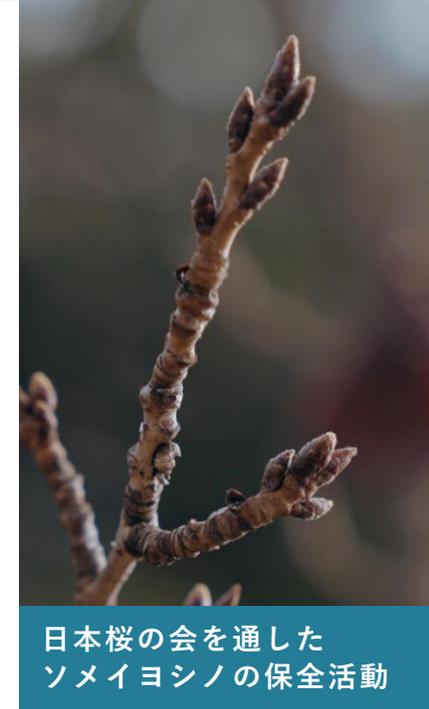
moretreesを通じた
森林保全活動 (BOTANIST財団)



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

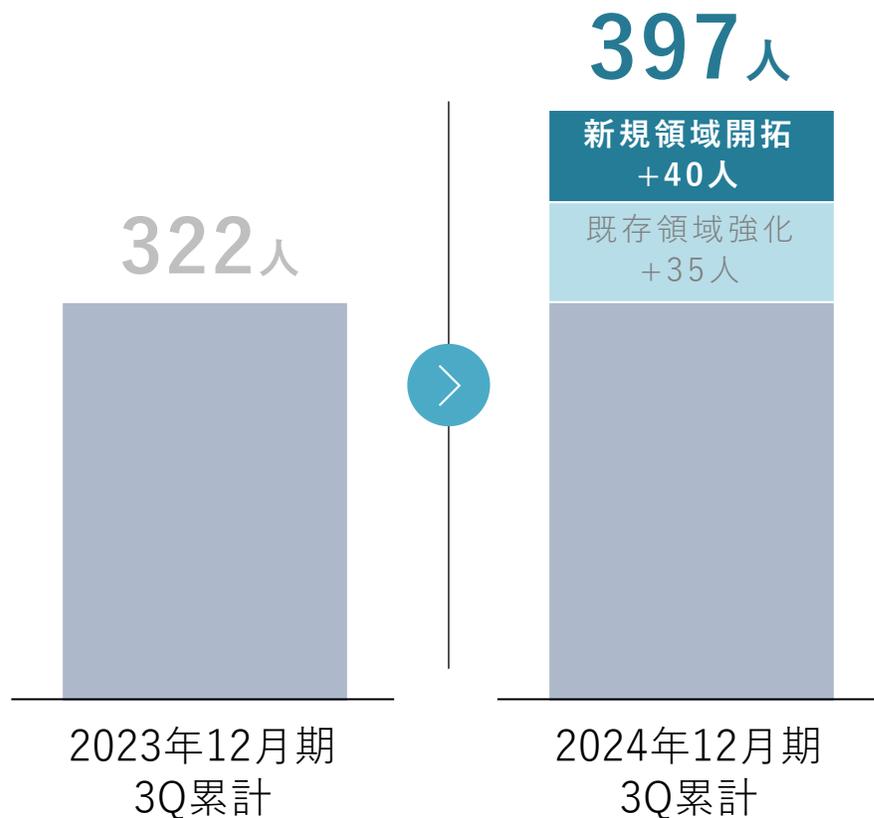


使わなくなった家電の
回収・再利用

新規領域に対する人員強化について

- 売上高人件費率が3Q累計で7.7%（前年同期比+1.5%）と増加傾向
- 持続的な中長期成長に向け、ブランド開発やグローバル、M&A等の新規領域に対する投資を強化

新規領域に対する体制強化



体制強化取り組み状況

1	国内における新規事業開発チームの発足	<ul style="list-style-type: none"> • 新カテゴリー開発や新しい販売チャネル開拓を目的にチーム立上げ • ブランド開発や新規チャネル展開から収益性拡大を目指す
2	グローバル拡大に向けた組織増強	<ul style="list-style-type: none"> • グローバルでの展開エリア拡大に向け、グローバルチームを強化 • 当社ブランドの海外展開に取り組む
3	M&A/PMI体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> • M&A実現に向けた専門チームの組成 • PMIを見据え、プラン策定から対象会社と各事業部の結合の準備を進める
4	既存領域強化	<ul style="list-style-type: none"> • 主力領域（ヘアケア、美容家電、スキンケア他）や管理領域等各セクションで成長に向けた体制を強化

株主優待制度

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、また当社商品及び当社事業へのご理解をより一層深めていただくことを目的とした株主優待制度です。

当社オンラインサイト

and Habit

<https://andhabit.com/>

100株以上

ポイント **2,000** 円分



※ポイントの有効期限は付与日より1年です。

※株主番号の入力が必要です。

※1ポイント1円で「andHabit」で販売している商品代金に使用できます。



※毎年12月末日の当社株主名簿に記載または記録されている1単元（100株）以上を保有の株主様を対象とします。

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
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
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
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%
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
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%
物流費	690	692	705	683	2,771	695	730	751	715	2,892	648	631	630
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%
販売手数料	286	265	397	431	1,381	383	407	502	758	2,052	532	513	657
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%
人件費	504	518	647	623	2,294	599	589	685	697	2,572	599	821	834
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%
その他固定費	530	585	667	756	2,539	728	810	789	921	3,250	834	821	834
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%
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
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%
EBITDA	1,249	721	1,315	182	3,469	1,104	961	1,214	1,419	4,700	718	1,491	1,037
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%

注：EBITDA=営業利益+減価償却費で算出

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
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
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
└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
└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
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

(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
グローバル	191	182	352	148	876	131	423	217	355	1,128	310	369	274

ディスクレーマー

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。