



2025 年 6 月 17 日

各 位

会 社 名	株 式 会 社 I n e
代表者名	代表取締役社長 CEO 大 西 洋 平 (コード番号：4933 東証プライム)
問合せ先	取締役執行役員 CFO 原 義 典
電話番号	06-6443-0881

2025 年 12 月期第 1 四半期決算に関するよくある質問と回答

平素より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。足元で投資家様からいただいた主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

本開示は投資家様への情報発信強化とフェア・ディスクロージャーを目的にしております。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性がある点ご了承ください。

以上

Q1：2025年12月期第1四半期の営業利益は計画比でどの程度上振れたのか、内訳詳細を知りたい。

2025年12月期第1四半期の営業利益は、主に以下3点の要因により、計画を上回る着地となりました。いずれも計上タイミングのズレによるものであり、上期及び通期業績予想に変更はありません。

- ① 「YOLU」リニューアル品の初回セルインが3月偏重となったことで、約2億円の上振れ
- ② 1Q使用予定であった一部広告費の投下が2Qにずれ込んだことで、約2億円の上振れ
- ③ トゥヴェール社のPPA評価未完により、当初予定していた無形固定資産の償却が未計上となったことで、数千万円の上振れ

01 連結業績ハイライト

業績予想に対する進捗

- 当社決算における業績は下期偏重の傾向がある中、**1Qの売上高は概ね計画通り、各種利益は好調な滑り出し。**
- 2Qにおける広告費等の投資費用への配分を鑑み、**現時点では通期業績予想は据え置き。**

期初想定から変更なし

	1Q実績	上期業績予想	対上期業績予想 進捗率	通期業績予想
売上高	111.1億円	230.0億円	48.3%	520.0億円
EBITDA	13.1億円	24.3億円	53.9%	67.6億円
営業利益	9.0億円	15.3億円	58.9%	50.4億円
経常利益	8.4億円	14.8億円	56.9%	50.0億円
親会社株主に 帰属する当期純利益	3.7億円	7.2億円	51.9%	27.0億円

©2025 I-ne Ltd. All rights reserved.

7

01 連結業績ハイライト

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件の内、Artemis社^{*1}のPPA^{*2}評価が完了^{*3}（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）。
- トゥヴェール社は評価中であり、2Q決算発表時確定予定。完了次第、必要な会計認識を行うと共に、概算で計上している償却費の見直しも行う。

	Artemis社 ^{*1}			トゥヴェール社	
のれん／ 無形固定資産 計上額	PPA ^{*2} 完了前暫定値	PPA ^{*2} 完了後確定値		PPA ^{*2} 完了前暫定値	
	累計償却額				
	無形固定資産				
	のれん				
	2024年12月末時点	2024年12月末時点	2025年3月末時点	2024年12月末時点	2025年3月末時点
	0.3億円	0.7億円	1.8億円	1.1億円	2.9億円
	19.0億円	32.4億円	31.6億円	70.0億円	68.2億円
償却期間	のれん：10年、無形固定資産：10年				
年間償却額	4.3億円 (のれん：1.0億円、無形固定資産：3.3億円)				
	評価中 (2Q決算発表時確定予定)				

©2025 I-ne Ltd. All rights reserved.

^{*1}：M&A後に株式会社TTradingから社名変更 ^{*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}：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追及修正を実施

6

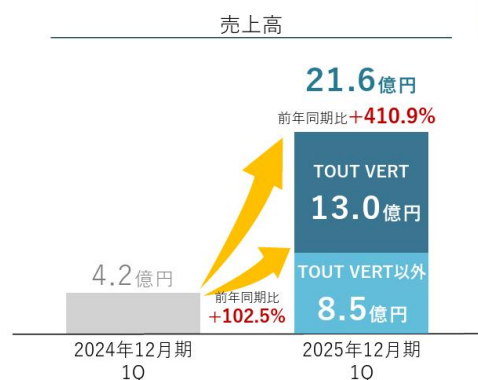
Q2：「スキンケア他」カテゴリについて、オーガニックブランドのみで見ても前年同期比+4.3億円、+102.5%の大幅増収となっており、貢献ブランドの詳細を知りたい。

主な増収要因の内訳は、「WrinkFade」が約1億円、「SKN REMED」が約1.5億円、「ReWEAR」が約2億円となります。「WrinkFade」は2022年のブランド買収後、一時減収に転じていましたが、収益改善に向けた各種施策を進めた結果、再成長の兆しが見られており、今後もD2Cビジネスにおける基幹ブランドの1つとして、さらなるブランド価値の向上と拡大に注力していきます。また、第1四半期としては初回計上となった「SKN REMED」と「ReWEAR」についても、社内ヒット基準となる年間売上高10億円の早期達成を目指し、今後も段階的かつ戦略的な施策を展開していきます。

Q2 各カテゴリーの進捗

スキンケア他カテゴリーの進捗

- M&AによりグループジョインしたTOUT VERTの貢献の他、WrinkFadeの伸長や新ブランドReWEARの発売等により、**カテゴリー全体で前年同期比+410.9%、TOUT VERTを除いたブランドでは前年同期比+102.5%と圧倒的な成長**を実現。



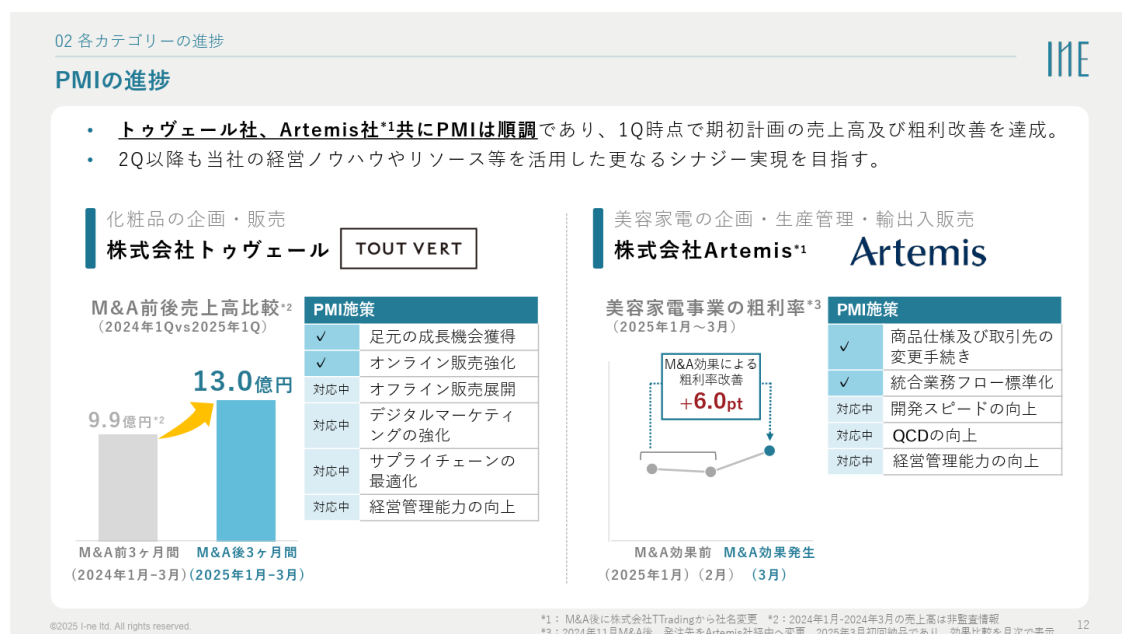
トピックス

- TOUT VERT：新規販路Qoo10の販売好調等により**1～3月実績で過去最高売上高**を更新。
- WrinkFade：前年同期比+44.8%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。
- SKN REMED：前四半期比+5.5%と**24年2Q発売来成長を継続**。新商品拡充等により2Q以降に大幅伸長予定。
- ReWEAR：1時間で3,000本完売*等、ECテスト販売好調により、**初回オフライン店舗配荷10,000店超達成**。



Q3：トゥヴェール社のM&A後の増収要因として、どのような施策が貢献しているのか知りたい。

PMIが順調に進んでおり、受発注体制の安定化により機会ロスの削減が進んでいます。加えて、Qoo10やZozocOSMEといった新規オンラインチャネルへの展開が奏功し、売上拡大に寄与しています。また、2Qよりバラエティショップでのテスト販売開始を予定しています。



Q4：今後の持続的な成長に向け、他社との差別化を強化するための施策があれば教えてほしい。

中長期的な成長を見据え、また昨今の外部環境の変化を踏まえ、各種戦略的な取り組みを進めています。これらの内容については、次期中期経営計画の発表時など、適切なタイミングにて改めてお伝えする予定ですが、その一環として「R&Dの強化」が挙げられます。

具体的には、2024年より「価値創造研究室 (<https://i-ne.co.jp/business/science/>)」を立ち上げ、大手企業における豊富な実績を有する研究者を中心に据え、ファブレスメーカーとしての柔軟性と俊敏性を最大限に活かしながら、大手企業では着手が難しい先端領域への挑戦を積極的に進めています。加えて、国内有力大学との共同研究も推進しており、その成果の一部は、すでに製品として発表・公表されているものも含め、実用化フェーズへと移行しています。今後の展開にも、是非ご期待ください。