Boys, Be Beautiful!



株式会社リップス
（証券コード：373A）

2026年8月期
決算説明資料

2026年10月23日



Boys, Be Beautiful!

目次

01. 会社概要 3

02. 2026年8月期 決算概要 9

03. 2027年8月期 業績予想 21

04. 今後の戦略 25

05. Appendix 39

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

01

会社概要

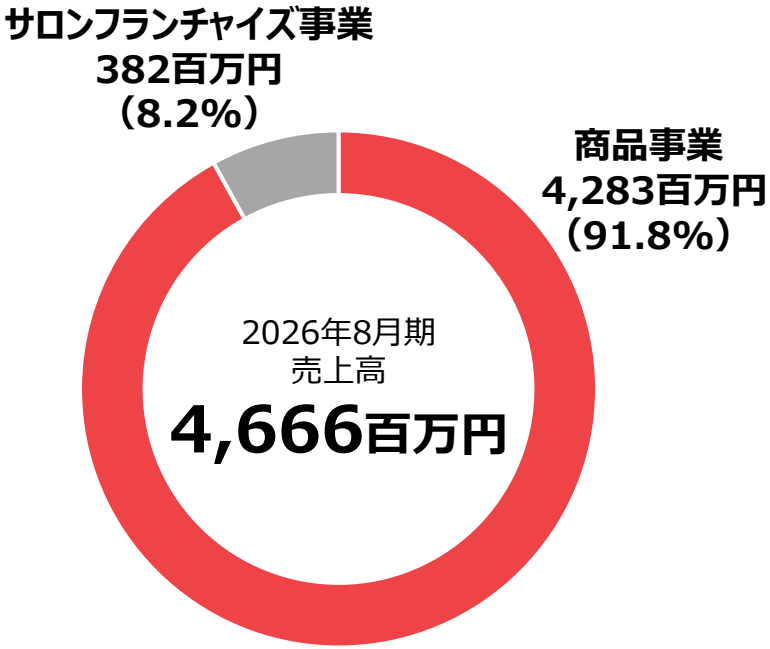
Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

会社概要

男性向けのヘアサロンを源流として、
美容感度の高い若年男性に認知された**「LIPPS」ブランド**の
男性向け化粧品の企画・開発を行う

会社名	株式会社リップス
設立	2008年4月8日（※サロン事業は1999年創業）
代表者	代表取締役　的場 隆光
資本金	172百万円
売上高	4,666百万円
経常利益	684百万円
従業員数	62名
事業内容	化粧品の企画・販売及びサロンのフランチャイズ運営

※：財務数値及び従業員数は2026年8月期末時点



Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

1999年にヘアサロンで創業、2008年に化粧品事業に参入

メンズビューティーのトップランナーとして、ヘアスタイルに関する新たなトレンドを提案
サロン事業は2022年にMBOにより分離、現在はFC事業として支援

株式会社リップス設立以前

1999

当社の前身となるヘアサロン「LIPPS（現：LIPPS hair）」オープン



2006
オリジナルのLIPPSシャンプー・トリートメント発売



2007
LIPPSオリジナルワックス発売



株式会社リップス設立以降

当社の創業以来の売上高
（百万円）

2008年4月
東京都渋谷区神宮前にスタイリング剤、シャンプー等のヘアケア商品の企画・販売、及びヘアサロン運営の支援を目的として株式会社レスプリ（当社）を設立

2015年5月
ヘアワックス及びスタイリングシャンプー＆トリートメントのリニューアル





2019年4月
スキンケア・メイクアップ商品ブランドとして「LIPPS BOY(リップスボーイ)」を発売



2022年6月
社名を株式会社レスプリから株式会社リップスに商号変更

2023年9月
「スタイリストシャンプー＆トリートメント」を発売

2026年7月
「フェイススタイリング メイクアップシリーズ」を発売



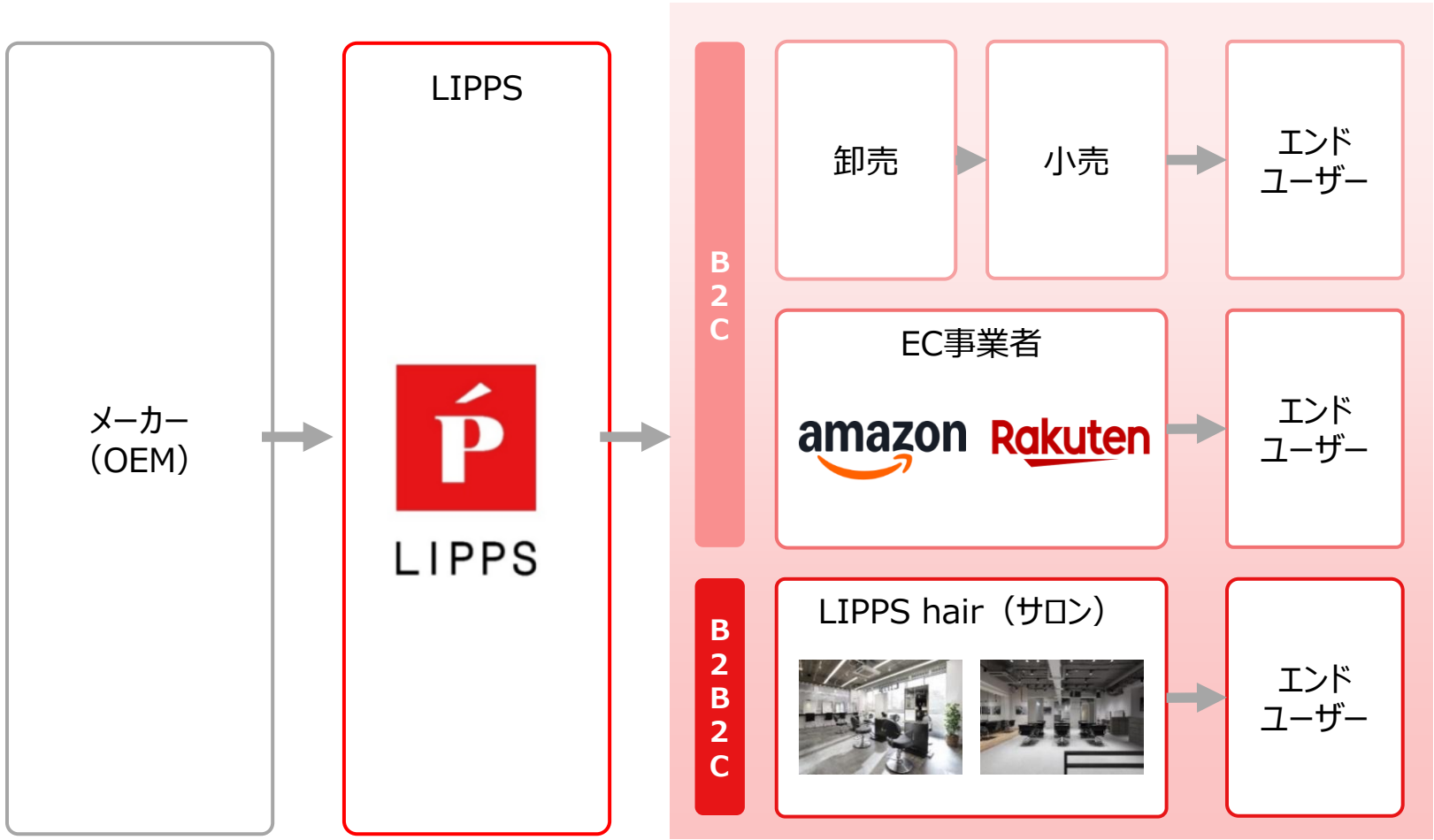
3期連続 過去最高を更新

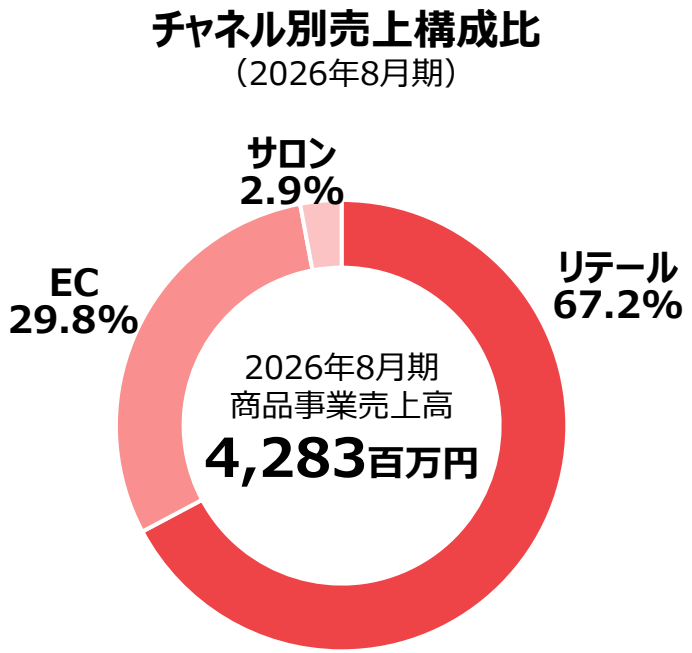
※：2022年8月期は決算期変更に伴う5カ月決算

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

ファブレス経営により、商品・ブランド開発に資源を集中

小売店への販売をメインとしつつ、他社ECおよびサロンなどのチャネルを通じ、中・高価格帯製品を展開

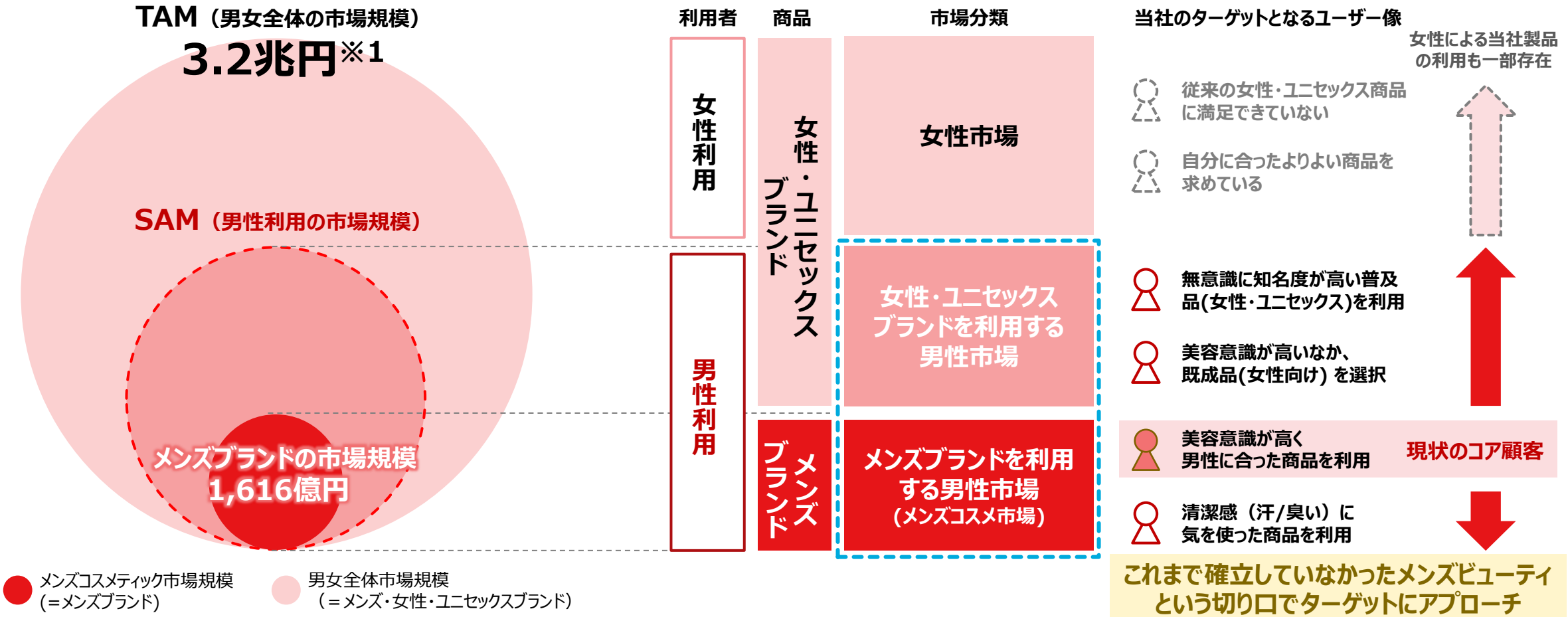




Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

メンズに加え、ユニセックス、無意識利用を含めた広大なTAMが拡がる

当社の対象とする市場は、メンズコスメティック市場（＝メンズブランドのみの市場）に留まらず、男性が女性・ユニセックスブランド利用している市場も対象となる。1,616億円よりも大きな市場規模と想定される



※1：スキンケア+フレグランス+ヘアケア・ヘアメイク+メイクアップ＋ボディケア＋メンズブランド（メンズコスメティクス）
※2：上記は当社が想定する最大の市場規模を意味しており、2026年8月現在で当社が営む事業の客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません
出典：富士経済「化粧品マーケティング要覧2026」

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

当社の3つの強み

❶ 美容感度の高い男性のニーズを満たす、**質の高い商品**

❷ リテール店舗との強固なリレーション、**高い配荷力**

❸ サロンを交えたSNSマーケティングにより、**効率的な販促、コアファン**の蓄積を実現

美容感度が高い男性が求める商品を継続的に開発し、
長期的な利用とクロスセルで幅広い年齢層の顧客基盤を構築することが可能

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

02

2026年8月期 決算概要

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

決算のポイント

① 商品事業が成長を牽引し、全社売上は過去最高

- サロン事業382百万円（前期比13.1%減）となるも、商品事業4,283百万円（前期比7.9%増）と3期連続最高となり、2026年8月期の全社売上高は過去最高となる**4,666**百万円（前期比**5.8**%増）

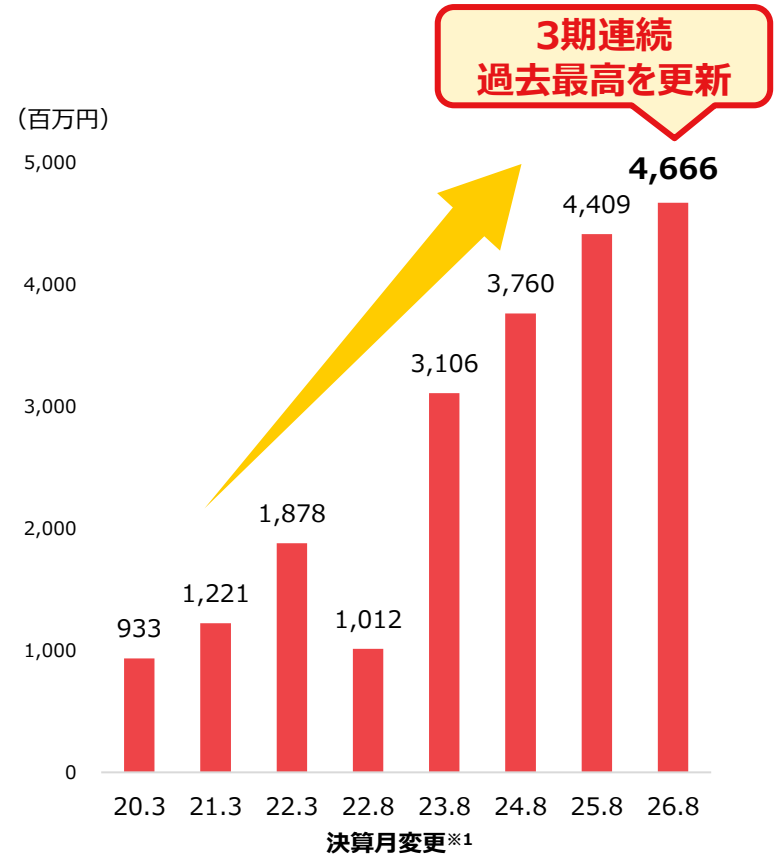
② 主力商品の配荷拡大により卸販売が堅調に推移

- 商品事業の主力商品であるスタイリング剤の配荷件数は約**18,300**店舗（前期比＋500件）となったほか、インストアシェアについても前期実績を上回り、販売基盤の拡大
- ヘアケアのシャンプー＆トリートメントの配荷件数は約**12,000**店舗（前期比＋2500件）となり、流通網の拡充

③ 公式ショップ開設と全EC販路の成長が進展

- **YAHOO!ショッピング**での公式ショップを新たに開設し、EC販売チャネルの強化を推進
- 取引しているすべてのECプラットフォームで前期を超えて売上成長

売上高の推移



※1：2022年8月期は決算期変更に伴う5カ月決算

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

損益計算書

- **売上高は商品事業が前期比7.9%増と成長し、全社売上は前期比5.8%増。将来成長に向けた戦略投資として、広告投資・人材投資を計画どおり実行。営業利益は、対前期で減少も概ね計画線で着地。**

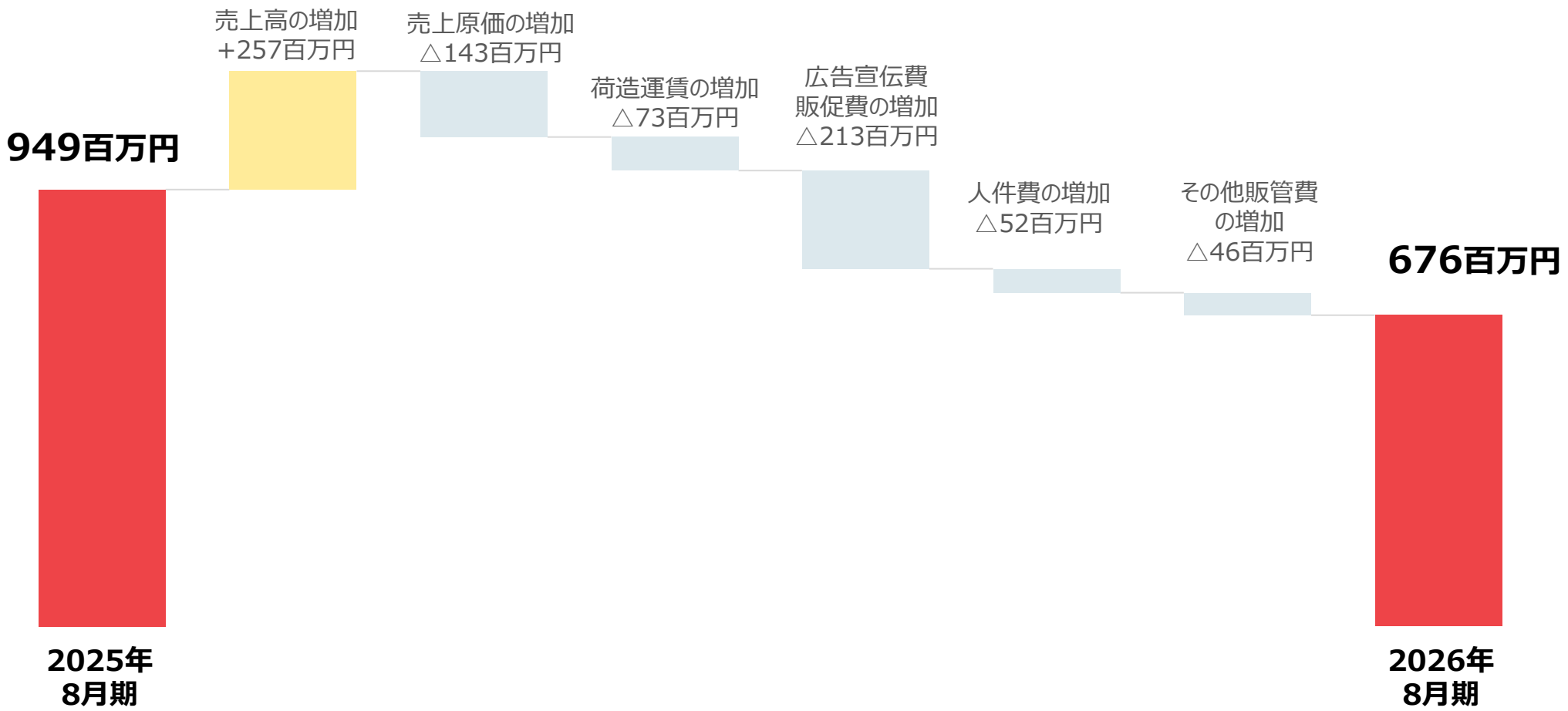
（百万円）

	2025.8期	2026.8期	計画	前期比		計画比	
				増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	4,409	**4,666**	4,748	+257	+5.8%	△81	△1.7%
商品事業	3,968	**4,283**	4,398	+314	+7.9%	△115	△2.6%
サロンフランチャイズ事業	440	**382**	349	△57	△13.1%	+33	+9.4%
営業利益 （売上高営業利益率）	949 （21.5%）	**676** **（14.5%）**	705 （14.9%）	△272	△28.7%	△28	△4.1%
商品事業	785	**548**	619	△237	△30.2%	△71	△11.4%
サロンフランチャイズ事業	163	**128**	85	△35	△21.5%	+43	+50.5%
経常利益 （売上高経常利益率）	940 （21.3%）	**684** **（14.7%）**	705 （14.9%）	△256	△27.2%	△21	△3.0%
当期純利益 （売上高当期純利益率）	652 （14.8%）	**496** **（10.6%）**	489 （10.3%）	△155	△23.9%	+6	+1.4%
1株当たり当期純利益（円）	260.01	**192.53**	192.07				
ROE（%）	20.3	**12.8**	–				

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

営業利益 増減要因

- **将来成長に向けた戦略投資として、広告宣伝投資・人材投資を計画どおり実行し、営業利益676百万円**



Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

コスト構造

- 売上原価率は、原材料費や商品仕入単価の上昇等により前期比+0.7pt
- 広告宣伝及び販売促進比率は、主力カテゴリに続く育成カテゴリの認知拡大を目的とした戦略投資を実施し、前期比+4.1pt
- 人件費は、中長期的な事業拡大を見据えた組織体制強化および人材採用を計画どおり実施

（百万円）

	2025.8期 累計	2026.8期 1Q	2Q	3Q	4Q	累計	前期比
売上高	**4,409**	1,082	1,093	1,223	1,266	**4,666**	**+5.8%**
売上原価	**1,851 (42.0%)**	452 (41.8%)	470 (43.0%)	515 (42.1%)	556 (43.9%)	**1,994 (42.7%)**	**+7.8%**
販売費および一般管理費	**1,609 (36.5%)**	482 (44.6%)	415 (38.0%)	540 (44.2%)	555 (43.9%)	**1,995 (42.7%)**	**+24.0%**
うち 荷造運賃	**544 (12.4%)**	155 (14.4%)	135 (12.4%)	157 (12.9%)	169 (13.4%)	**618 (13.2%)**	**+13.5%**
うち 広告宣伝・販売促進費	**422 (9.6%)**	150 (13.9%)	111 (10.2%)	186 (15.3%)	187 (14.8%)	**636 (13.6%)**	**+50.6%**
うち 人件費	**317 (7.2%)**	82 (7.6%)	84 (7.8%)	98 (8.1%)	104 (8.2%)	**369 (7.9%)**	**+16.4%**
営業利益	**949 (21.5%)**	147 (13.6%)	207 (18.9%)	167 (13.7%)	154 (12.2%)	**676 (14.5%)**	**△28.7%**

※（ ）売上高に対する構成比

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

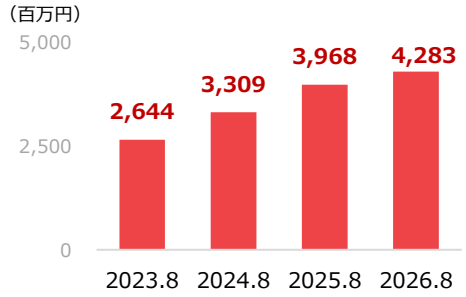
KPIとしては、商品事業の売上高、営業利益率、販促費率を重視

売上構成比約90%を占める商品事業の成長を最重視し、売上高・営業利益率・販促比率の3指標を通じて中長期的な利益成長を管理

経営指標

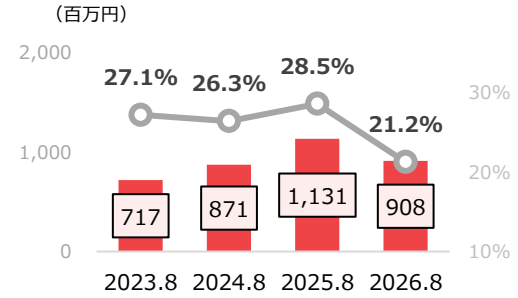
1 商品事業売上

当社の**成長性を表す指標**として商品事業の売上高を重視
（サロン事業はブランドや商品開発の仕組みとして価値を高める）



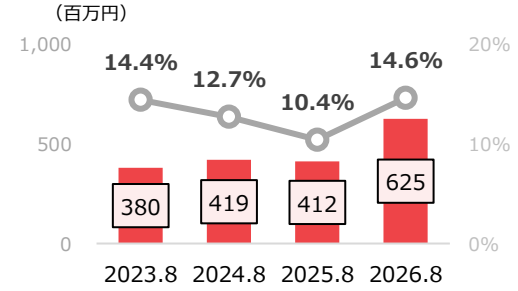
2 商品事業営業利益率 ※

当社の**収益性を表す指標**として、
商品事業の営業利益率を重視



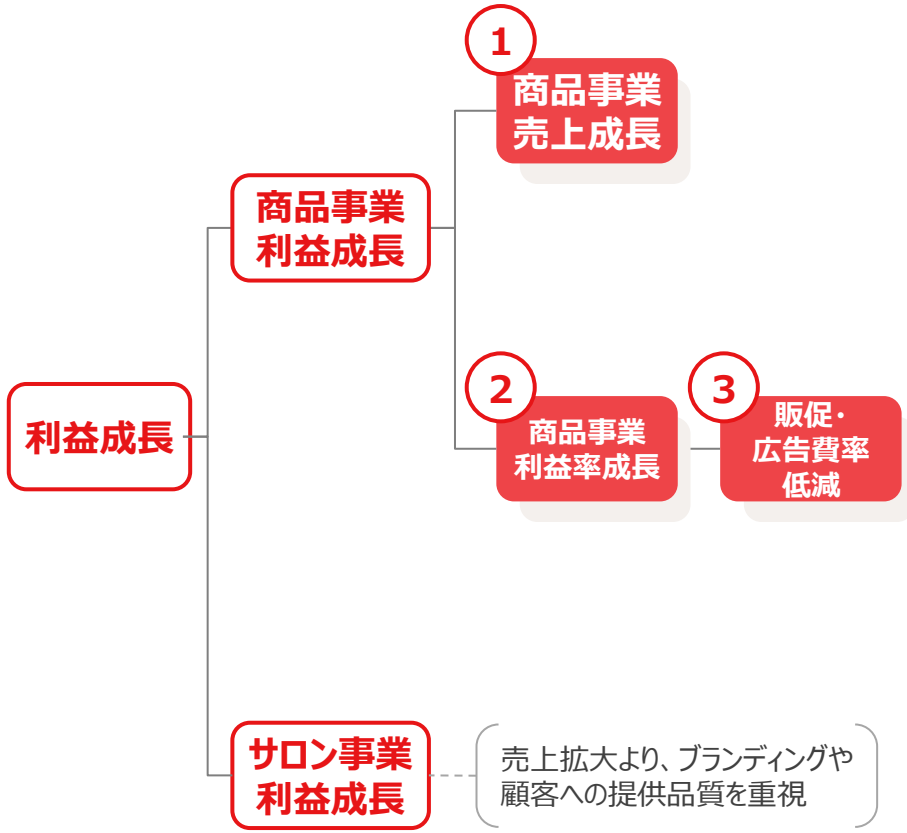
3 販促・マーケティング費率

当社の**効率的なマーケティングを表す指標**として、
販促費、マーケティング費の合計費用の売上比を重視



※商品事業部の部門単独での損益であり、本社共通費を含むセグメント利益とは一致しません。

利益成長と経営指標の関係性



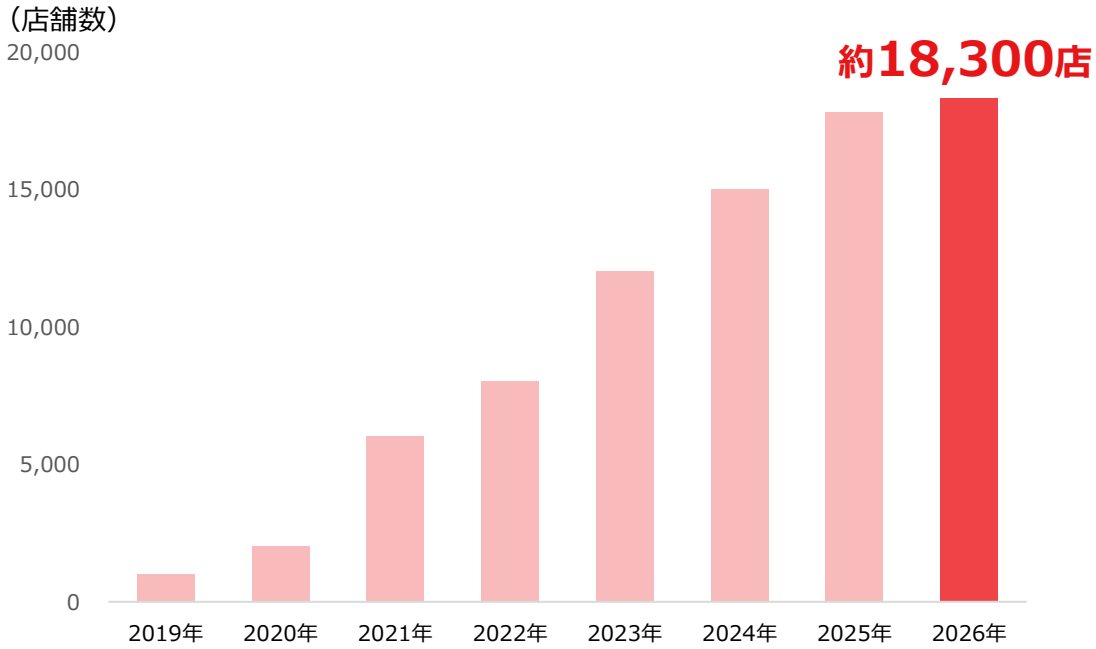
Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

スタイリング（ワックス/スプレー/ジェル等）の状況

主力ワックスは配荷拡大一巡後もインストアシェアの伸長が継続しており、ブランド競争力の向上を背景に好調に推移

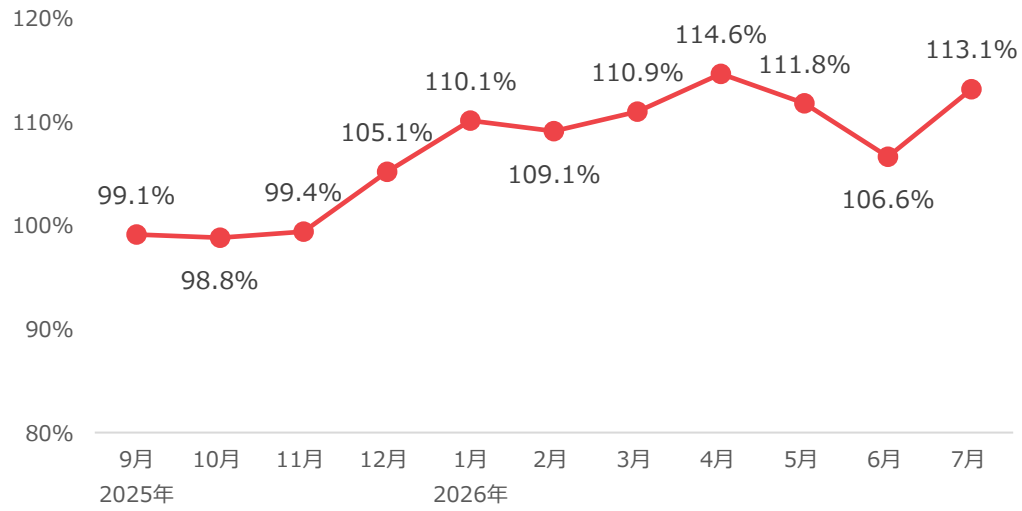
当期の取り組み

- ワックスを中心としたスタイリング剤の**配荷店舗数**は、今期約**500店舗増加**



- 新商品「スタイリングバーム」をフックに、ワックスシリーズの面的拡大で**インストアシェアの上昇**により**既存店舗**での販売数量も**伸長**





※当社の主要取引先10社POSデータ実績より

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

ヘアケア（シャンプー＆トリートメント）の状況

スタイリストシャンプー＆トリートメントは、IPコラボ製品や企画品投入に加え、インフルエンサーを起用した認知度向上施策を実施。導入店舗数も約12,000店舗まで拡大し、ブランドの浸透と販路拡大

当期の取り組み

- 26年3月に「スタイリストシャンプー/トリートメント」からホワイトムスクの香りを企画品として投入



- 「スタイリストシャンプー＆トリートメント」は認知度向上も重要なテーマとして取り組んでおり、人気インフルエンサーを起用した新宿駅メトロプロムナードへの広告掲載企画を実施

ヘアケア商品の導入店舗数は期末で約12,000店舗に拡大



Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

スキンケア・メイクアップの状況

『LIPPS BOY』のブランド資産を継承し、スキンケア・メイクアップ領域を全面リニューアル。売れ筋SKUへの集中により収益性と成長性の向上を促進

当期の取り組み

- 25年10月に「LIPPS BOY」の思いを継承した「フェイススタイリングシリーズ」からウォッシュとトナー２SKUを上市
- 26年7月に全８SKUに厳選した「フェイススタイリング メイクアップシリーズ」を上市
- 26年8月に「フェイススタイリングシリーズ」からオールインワンタイプのジェルクリームを上市









Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

サロンフランチャイズ事業の状況

スタイリストの早期戦略化に向けて教育・研修体制の強化を進めるとともに、学習アプリを導入し育成効率を向上。収益力向上とLIPPSブランドの発信力を通じて中長期的な成長基盤を構築

当期の取り組み

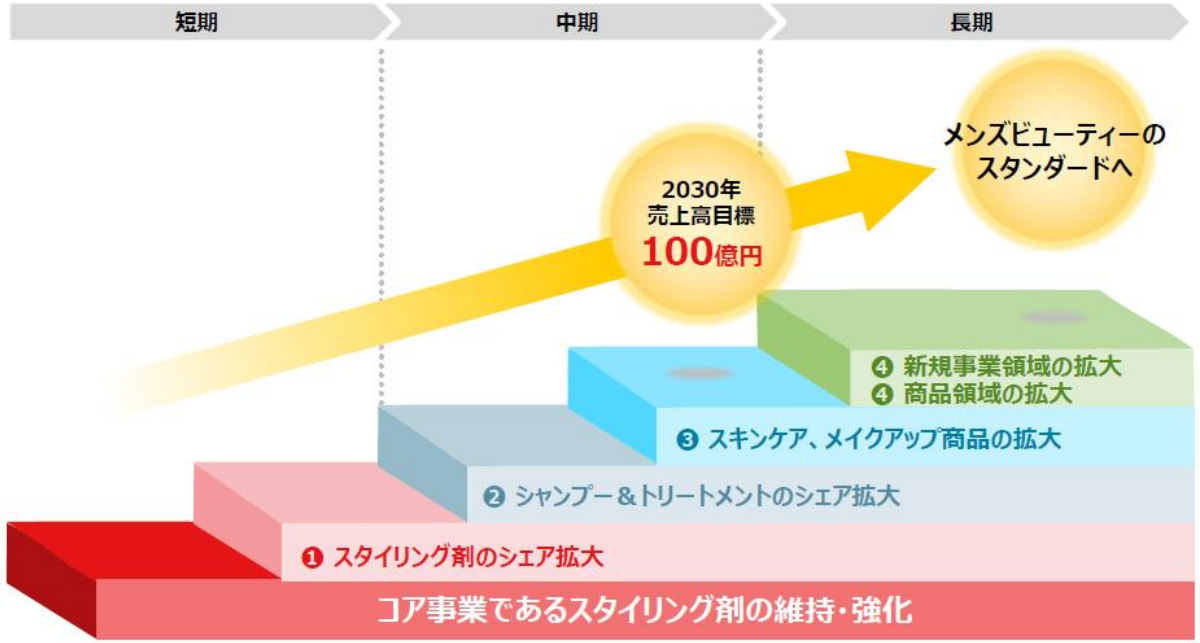
- スタイリストの早期デビューおよび生産性向上を目的に、アカデミー機能（教育・研修）と集客支援を強化
- 教育の効率化と技術力向上を目的として、カット技法を再現した学習アプリを開発し、FC店舗の従業員へ提供
- 美容師のフリーランス化を背景とした人材流動化の影響が継続するなか、FC店舗の統廃合を含む経営合理化を推進し、収益基盤の強化を図る



Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

IPO初年度を振り返って

獲得したいメンズビューティのスタンダードを目指して、2025年10月15日の「事業計画及び成長可能性に関する事項」にて2030年の売上高目標100億円を公表



※：当社の事業規模の中長期的な成長イメージを示したものであり、業績の具体的な数値の推移を保証するものではありません

ストレッチの次元	AS IS ⇒ TO BE	ギャップの性質
売上規模	46.6億円 ⇒ 100億円	量的ギャップ （配荷拡大+カテゴリー拡張で到達可能）
市場シェア	主力カテゴリ：スタイリング剤市場２位 ⇒ １位奪取	競争的ギャップ （配荷・認知度の差を埋める必要）
カテゴリー範囲	育成カテゴリ：スタイリング剤の次のカテゴリを育成	能力的ギャップ （商品開発力の拡張が必要）
ブランド認知	若年層中心 ⇒ 30-40代まで	認知的ギャップ （マーケティング戦略の転換が必要）
組織能力	62名の少数精鋭 ⇒ スケーラブルな組織	組織的ギャップ （人材・仕組みの構築が必要）

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

成長戦略の自己評価（初年度を終えて）

上場後1年で、スタイリング剤の強さは確認できた、一方でスキンケアの立ち上がりは想定より遅かった だからこそ今後数年は**スタイリング剤を圧倒的に伸ばし**、その**顧客基盤を活用**して育成セグメントの **クロスセル**を最優先する

既存領域	評価（①）・ 今後の方針（②）	評価	
		初年度進捗	今後の優先順位
❶ **スタイリング剤におけるNo.1（スタンダード化）**	① ドラッグストアへの**配荷拡大**と**インストアシェア向上**により、ワックス市場で**シェア第２位**を獲得。スタイリング剤における競争優位性を確認。 ② 獲得した顧客基盤とブランド認知を活用し、シェア首位獲得を目指すとともに、CVS等の**新規販路への展開**を加速。育成カテゴリとの**クロスセルを促進**。	◎	S
❷ **渾身のシャンプーの市場浸透（ユニセックス取込み含む）**	① シャンプー＆トリートメントは配荷12,000店舗まで拡大し、**一定の支持**を確認。一方で、スタイリング剤と比較すると**成長余地**は依然大きい。 ② スタイリング剤で構築した顧客基盤を活用し、ユニセックス市場の取り込み。あわせて成長カテゴリである**オイル・ミルクを重点育成**し、事業拡大を図る。	○	S
❸ **スキンケア・メイク市場の取込・拡大**	① 「LIPPS BOY」からの全面リニューアルを通じて、**再成長に向けた商品基盤**を構築。単独の大規模投資よりも、既存顧客基盤を活用することが有効と判断。 ② スタイリング剤・ヘアケアで獲得した顧客基盤を活用し、配荷拡大とクロスセルを通じて効率的な成長を追求。	△	A
❹ **FC加盟店の増加&成長**	① FCオーナーの独立支援を通じて店舗網を拡大し、**LIPPSブランドの発信基盤**を構築。 ② FC本部による支援を強化し店舗当たり売上高の成長を促進。サロンを起点とした**ブランド価値向上**と商品事業との**相乗効果最大**を図る。	○	A

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

03

2027年8月期 業績予想

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

業績予想のポイント

① 商品事業はCVS展開とクロスセル強化で更なる成長へ

- 商品事業の売上高は過去最高更新の**4,530**百万円（前期比**5.7**%増）、セグメント利益は**572**百万円（前期比**4.3**%増）を計画
- CVSへの新規展開による販路拡大に加わえ、ドラッグストアでは新製品を軸としたインストアシェア向上を図り、主力カテゴリの成長を継続
- ヘアケアは高成長カテゴリーであるオイル・ミルクに注力し、スタイリング剤の顧客基盤を活用したクロスセルにより市場浸透を加速

② サロンフランチャイズ事業は既存店成長とブランド価値向上を推進

- サロンフランチャイズ事業の売上高は**378**百万円（前期比**1.2**%減）、セグメント利益は**111**百万円（前期比**13.3**%減）を計画
- 人材流動化が続く厳しい状況下においても売上規模を維持する見込み。一方、人件費をはじめとする固定費の上昇により減益を見込む

③ 通期業績は、増収増益を維持し成長投資の効率化を推進

- 2027年8月期の通期業績は、売上高は**4,908**百万円（前期比**5.2**%増）、営業利益は**683**百万円（前期比**1.0**%増）、経常利益は**698**百万円（前期比**2.1**%増）、当期純利益は**472**百万円（前期比**4.7**%減）を見込む
- 広告宣伝費及び販売促進費は、過去2年間実施したタレント広告を終了し、サロンスタイリストおよび当社公式SNSを活用した発信へ再シフト。CVS向け新製品の認知拡大に必要な販促投資は継続しつつ、全社的に約**14.1**%（前期比+**0.5**pt）を計画

④ 2030年売上高100億円の実現に向けた成長戦略2年目

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

損益計算書

- 商品事業はCVSの新規配荷を開始、および既存店舗はインストアシェア向上等から売上高+5.8%を見込む
- サロンFC事業は業界全体の人材流動化の影響を受けるも、教育・研修体制が機能し始めており、売上高▲1.2%を見込む
- 事業利益：サロンFC事業（前期対比▲17百万円）も、商品事業（前期対比+23百万円）で全社ベースで増益予想

（百万円）

	2026.8期 実績	2027.8期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	**4,666**	**4,908**	**+241**	**+5.2%**
商品事業	4,283	4,530	+246	+5.7%
サロンフランチャイズ事業	383	378	△4	△1.2%
営業利益 （売上高営業利益率）	**676** **(14.5%)**	**683** **(13.9%)**	**+6**	**+1.0%**
商品事業	549	572	+23	+4.3%
サロンフランチャイズ事業	128	111	△17	△13.3%
経常利益 （売上高経常利益率）	**684** **(14.7%)**	**698** **(14.2%)**	**+14**	**+2.1%**
当期純利益 （売上高当期純利益率）	**496** **(10.6%)**	**472** **(9.6%)**	**△23**	**△4.7%**
1株当たり当期純利益（円）	**192.53**	**182.79**	**－**	**－**

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

コスト構造

- 売上原価は原価低減の活動により、売上原価率は前期比△0.7pt低下を見込む
- 広告宣伝・販売促進費は、スタイリング剤のCVS導入時の販促什器および新製品のPRを企図
- 人件費は業容拡大に向けた組織体制の強化、優秀な人材の確保を企図して予算化

（百万円）

	2026.8期 累計 実績	2027.8期 予想					
		1Q	2Q	3Q	4Q	累計	前期比
売上高	**4,666**	1,175	1,219	1,264	1,248	**4,908**	**+5.2%**
売上原価	**1,994** **(42.7%)**	506 (43.0%)	528 (43.3%)	516 (40.8%)	510 (40.8%)	**2,062** **(42.0%)**	**+3.4%**
販売費および一般管理費	**1,995** **(42.7%)**	508 (43.2%)	607 (49.8%)	553 (43.7%)	492 (39.4%)	**2,163** **(44.1%)**	**+8.4%**
うち 荷造運賃	**618** **(13.2%)**	152 (12.9%)	152 (12.5%)	157 (12.4%)	157 (12.6%)	**619** **(12.6%)**	**+0.2%**
うち 広告宣伝・販売促進費	**636** **(13.6%)**	152 (12.9%)	246 (20.2%)	183 (14.5%)	111 (8.9%)	**694** **(14.2%)**	**+9.2%**
うち 人件費	**369** **(7.9%)**	108 (9.1%)	112 (9.2%)	119 (9.4%)	132 (10.6%)	**472** **(9.6%)**	**+27.7%**
営業利益	**676** **(14.5%)**	160 (13.6%)	83 (6.8%)	194 (15.4%)	245 (19.6%)	**683** **(13.9%)**	**+1.0%**

※（ ）売上高に対する構成比

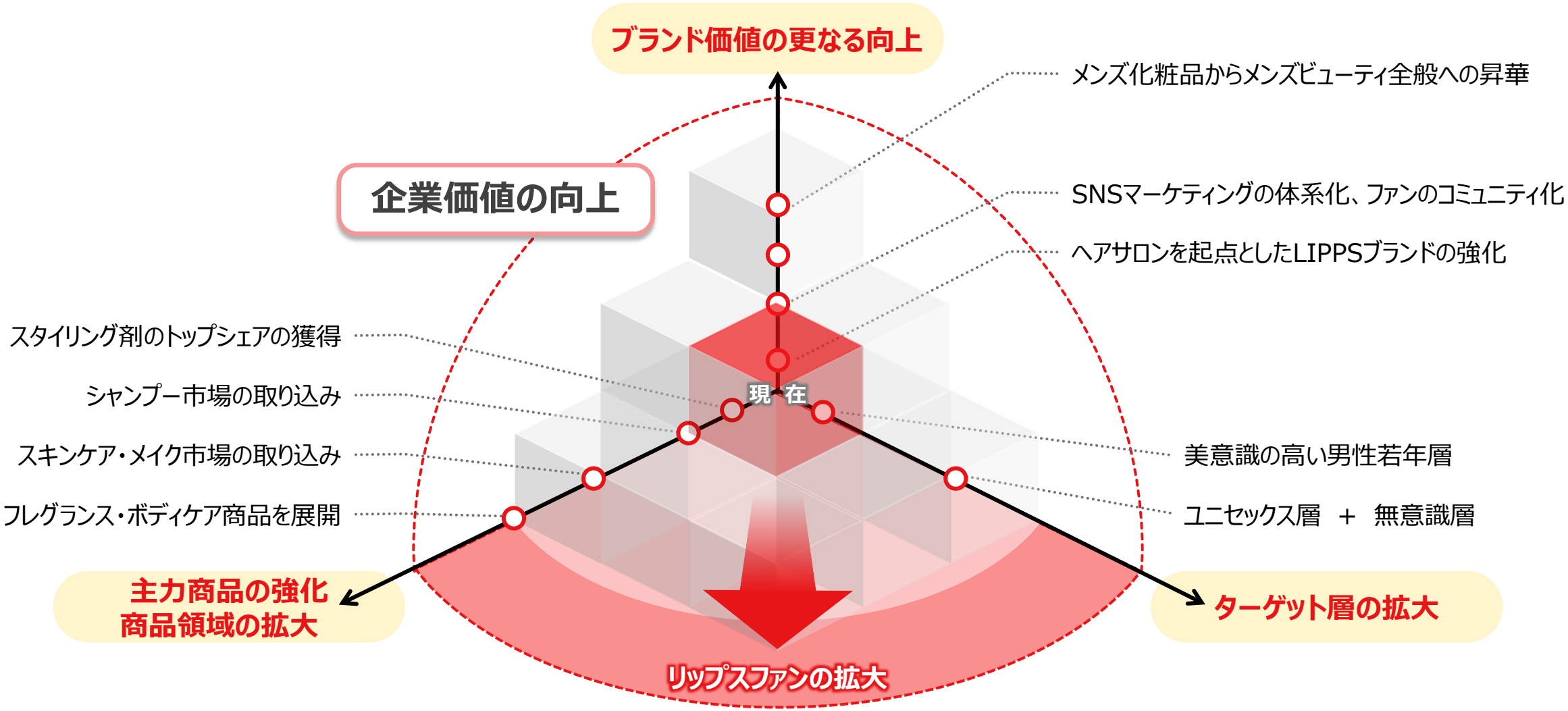
Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

04

今後の戦略

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

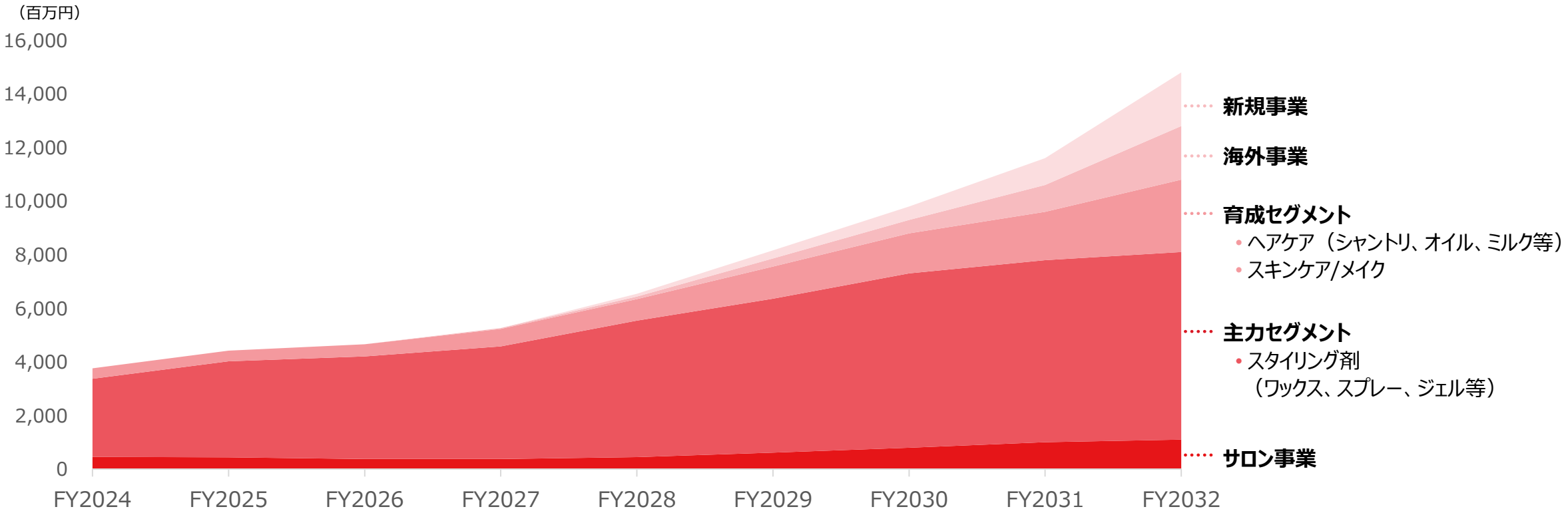
3つの軸で成長を牽引、企業価値の向上を目指す



※：上記は当社の今後の成長と方策のイメージを記載したものであり、それぞれの記載事項が将来的に実現することを保証するものではありません。

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

メンズビューティのスタンダードとしての成長戦略



Phase 1

- サロン事業確立
- ワックスのドラッグストア配荷
（市場規模シェア２位まで拡大）

Phase 2

- ワックスの販路及び商品拡大
（市場トップシェアを目指す）
- ワックス更なる認知向上で育成セグメント（ヘアケア）のクロスセル加速
- 海外テストマーケティング開始
※東アジア地域
- 小規模M&Aによる事業拡張

Phase 3

- 国内で確立したブランドの海外展開加速
- 新規事業の成長

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

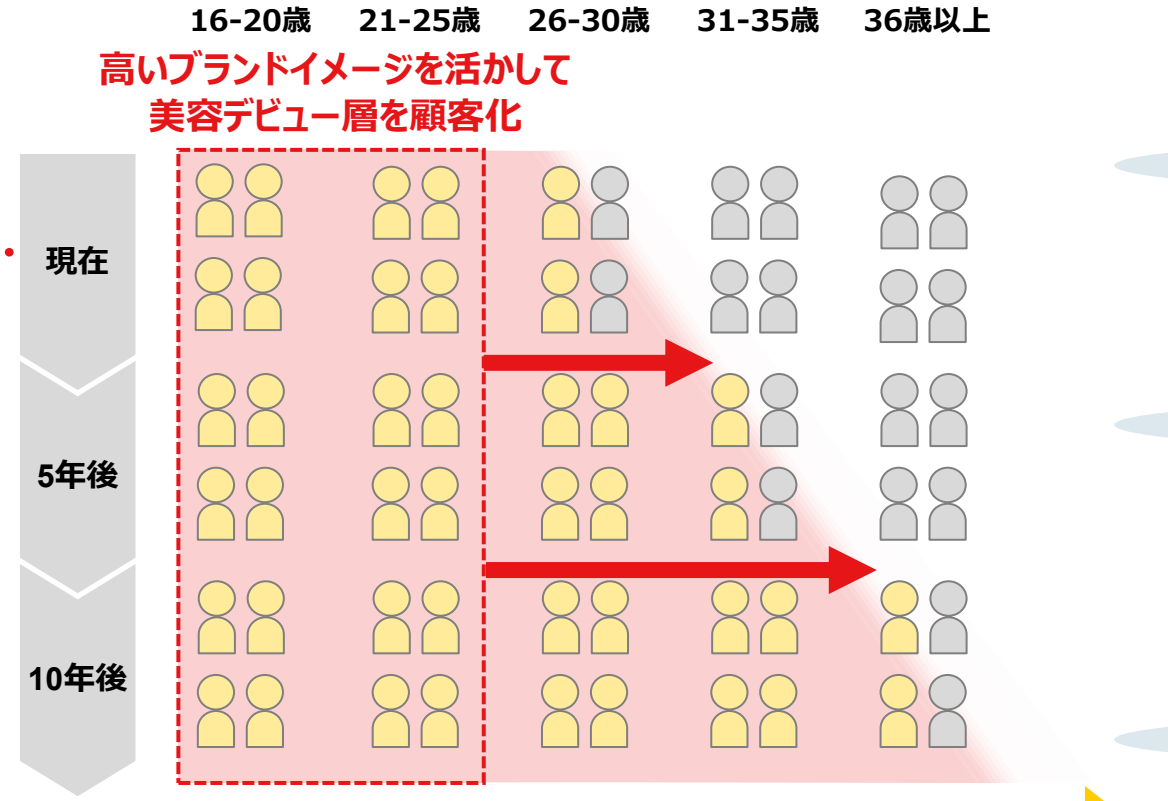
若年層の顧客化を起点としたLTV最大化戦略

美容感度の高い16-25歳の入り口の時期に顧客化することで、長期的に幅広い年齢層を顧客基盤としていくことを目指す

SNS戦略

- Instagram
- LINE
- YouTube
- X
- TikTok

コアターゲットの顧客化イメージ



長期使用を促し、中長期にわたって顧客基盤を拡大

リップスが
状態

スタイリングでその人自身の
“カッコよさ”を引き出す

男性の日常にリップスがある

メンズビューティーで困ったら、
リップスの商品を使えば間違いない

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

～マーケティング戦略～　①ブランド戦略

おしゃれ感度の高い若年層（10代・20代）向けに『メンズビューティーのスタンダードブランド』としての認知度・知名度を獲得していく

コスメポジショニングマップ



商品別　ブランディング位置づけ/取り組み

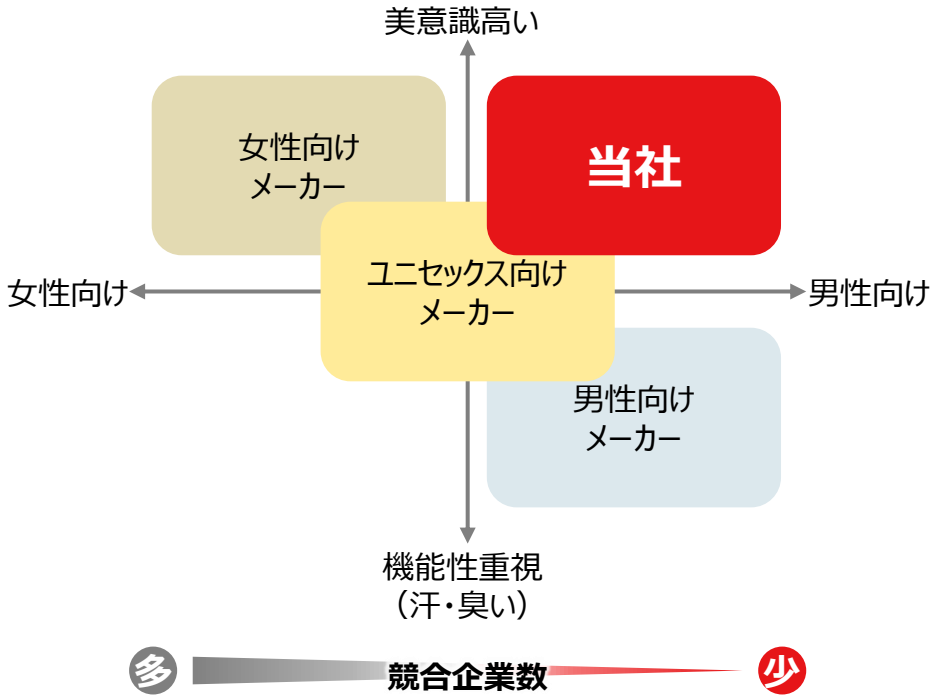
憧れがある	メイク	・メイク商品の強化（リニューアル） ・プロモーションを通じたブランド強化
	スキンケア	・スキンケア商品の強化（リニューアル） ・プロモーションを通じた販売強化
	自社EC	・自社ECを通じたブランディング/ファンづくり
よく見かける	スタイリング剤	・スタイリング剤No1に向けた商品・販売戦略 ・配荷拡大
	シャンプー&トリートメント	・1,500円帯シャンプーを通じたインバスの成長

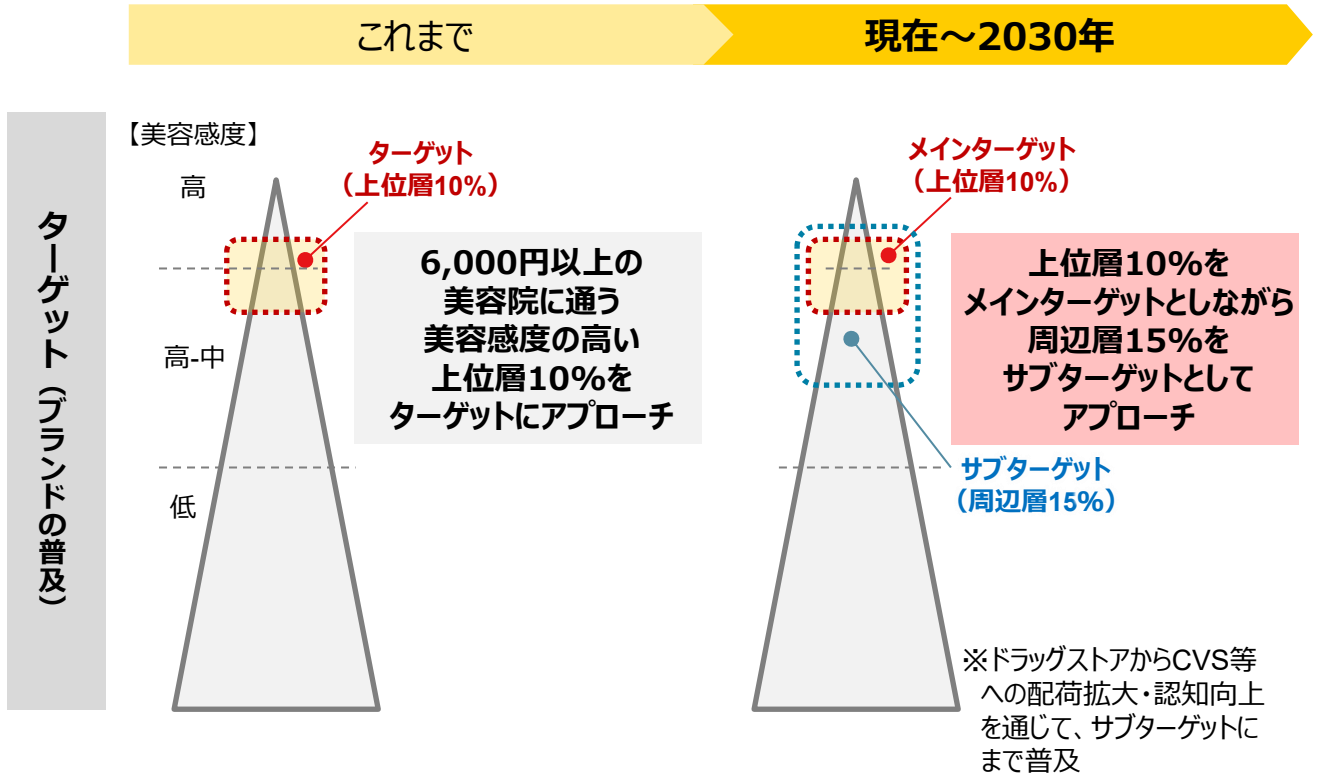
Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

～マーケティング戦略～　②顧客戦略

- **LIPPSブランドのターゲットとしては、これまでと変わらず上位層10%をメインターゲットとしながらも、周辺層15%、中長期的には30%までアプローチすることで、ライトユーザーの囲い込みを行う**
- **メンズビューティのスタンダードとなっていく（商品が標準的な美容アイテムとして普及/ライフスタイルに溶け込む）**

主な化粧品メーカーの分類





Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

～マーケティング戦略～　③プロダクト戦略

男性の美容意識の向上に伴いメンズビューティ市場には広大な拡大余地が存在しており、ヘアスタイルとのトータル提案で周辺市場の需要獲得を目指す

スタイリング剤市場※3
746億円
メンズブランド：315億円






スタイリング剤の
シェア拡大

現在の売上高

美容感度の高い若年層を
顧客化して長期使用を促進
⇒美容デビュー層がターゲット

幅広い年代へスタイリング剤の
使用層を拡大
⇒美容感度の高いコア層から
マス層へ顧客層を拡大

シャンプー＆トリートメントの
シェア拡大
⇒女性・ユニセックスブランドを
利用している層がターゲット

スキンケア、メイクアップ
商品の拡大
⇒プチプラスキンケアに満足
できない層がターゲット

ヘアスタイルとのトータル提案で
メンズビューティ市場の拡大を牽引




スタイリング剤で培った販路・ブランドイメージ
を活かしてクロスセル

スキンケア・メイク市場※4
2兆1480億円
メンズブランド：325億円

シャンプー市場※2
5,563億円
メンズブランド：689億円

※1：市場規模は2025年　※2：シャンプー＋リンス・コンディショナー＋ヘアトリートメント＋女性用スカルプケア＋メンズブランド（メンズシャンプー・リンス＋メンズスカルプケア）　※3：ヘアスタイリング剤＋メンズブランド（メンズスタイリング剤）
※4：スキンケア＋メイクアップ＋メンズブランド（メンズ整肌料）※5：上記は当社が想定する最大の市場規模を意味しており、2026年8月現在で当社が営む事業の客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。
出典：富士経済「化粧品マーケティング要覧2026」を当社が再集計

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

③-1 スタイリング剤のシェア拡大

メンズビューティのスタンダードとして、幅広い層に当たり前に利用される商品を目指す

シェア獲得に向けた施策

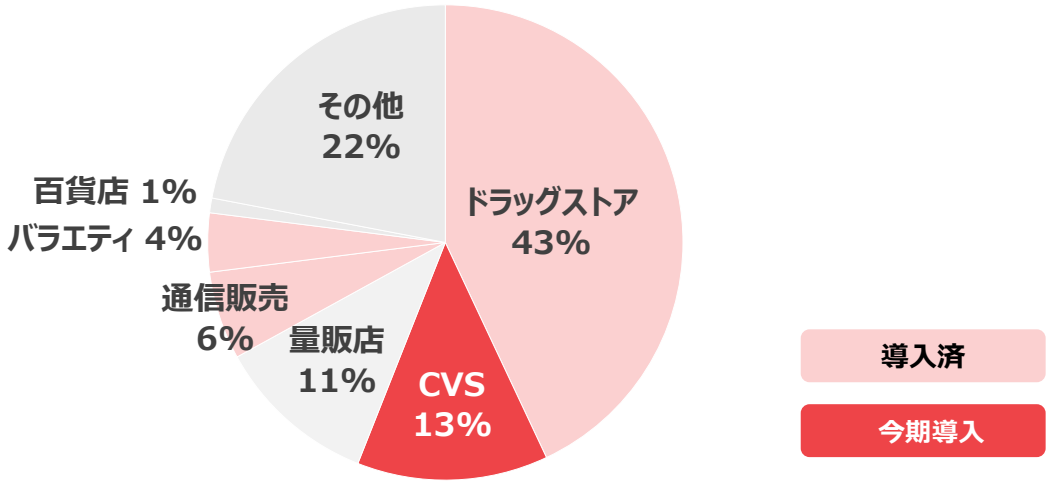
商品

- 売れ筋ワックスシリーズからCVS向けの新アイテム（1000円未満）を投入する

ターゲット

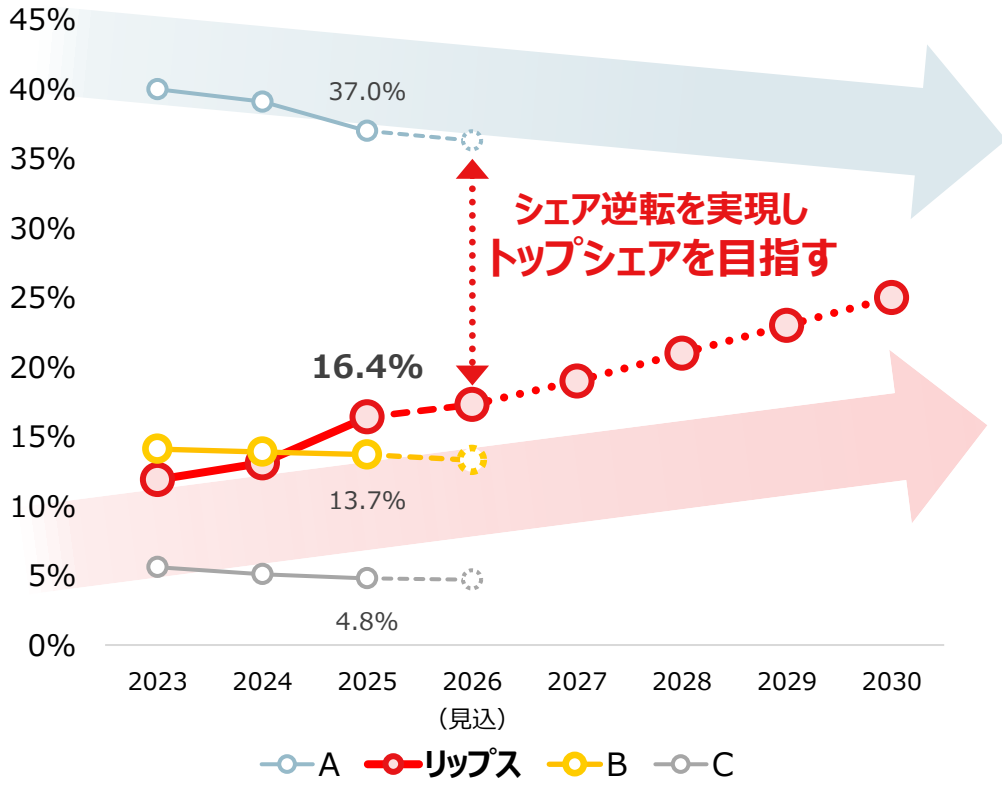
- 美容感度が高い層に加え、美容初心者・美容難民もターゲット
- 他社の中・高価格帯商品（1,000円以上）、低価格帯商品（1,000円未満）からの切り替えを狙う

メンズスタイリング剤のチャネル規模



出典：富士経済「化粧品マーケティング要覧2026」※2026年見込

メンズヘアワックスにおけるブランドシェア *国内上位4社



出典：富士経済「化粧品マーケティング要覧2026」※2023年実績～2026年見込

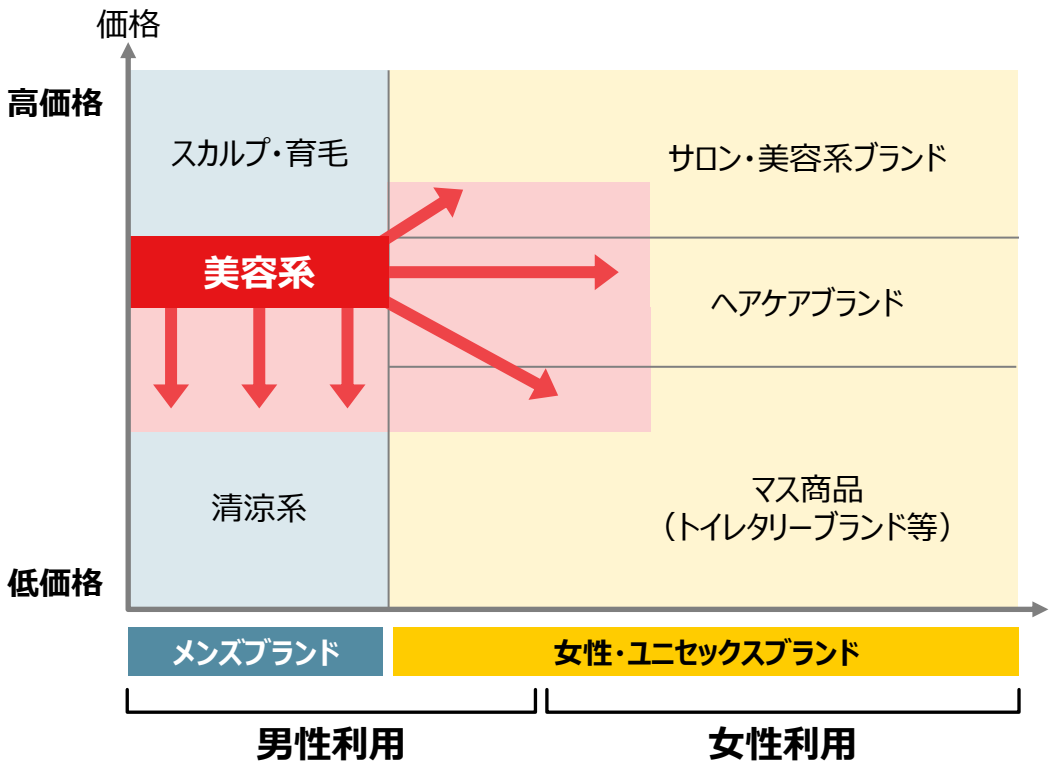
Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

③-2 ヘアケア（シャンプー＆トリートメント、オイル＆ミルク）のシェア拡大

小売店の売上に繋がるプロモーションを実施し、既存店の売上拡大および新規配荷を目指す

ヘアケア市場で当社が狙うエリア

男性向けの美容系市場は未確立であり、女性・ユニセックスブランド利用の男性への販売拡大を狙う

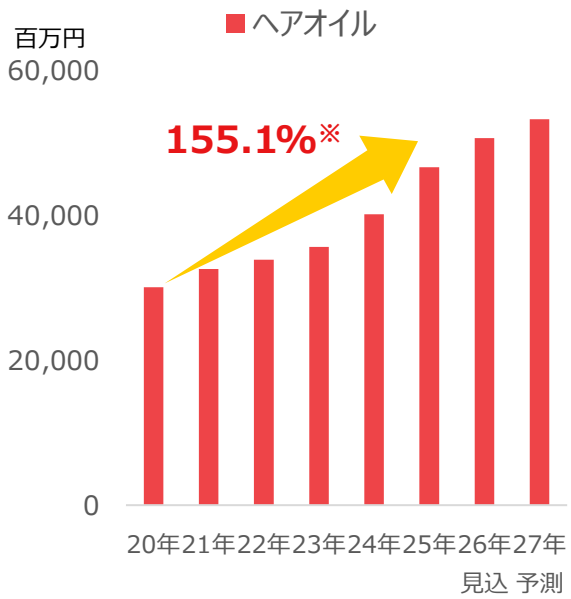


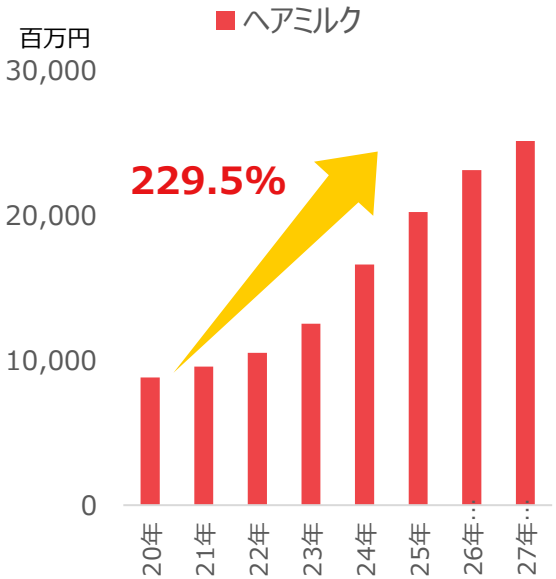
シェア獲得に向けた施策



小売店への配荷拡大

- 現在、オイル・ミルクという市場が年々拡大している
- スタイリング剤の導入済み店舗に対し、オイル・ミルクの配荷を促進





※出典：富士経済 アウトバスヘアケア注目剤型のブランド動向分析 2026
ヘアオイル・ヘアミルク市場
※2025年伸長率（20年比）

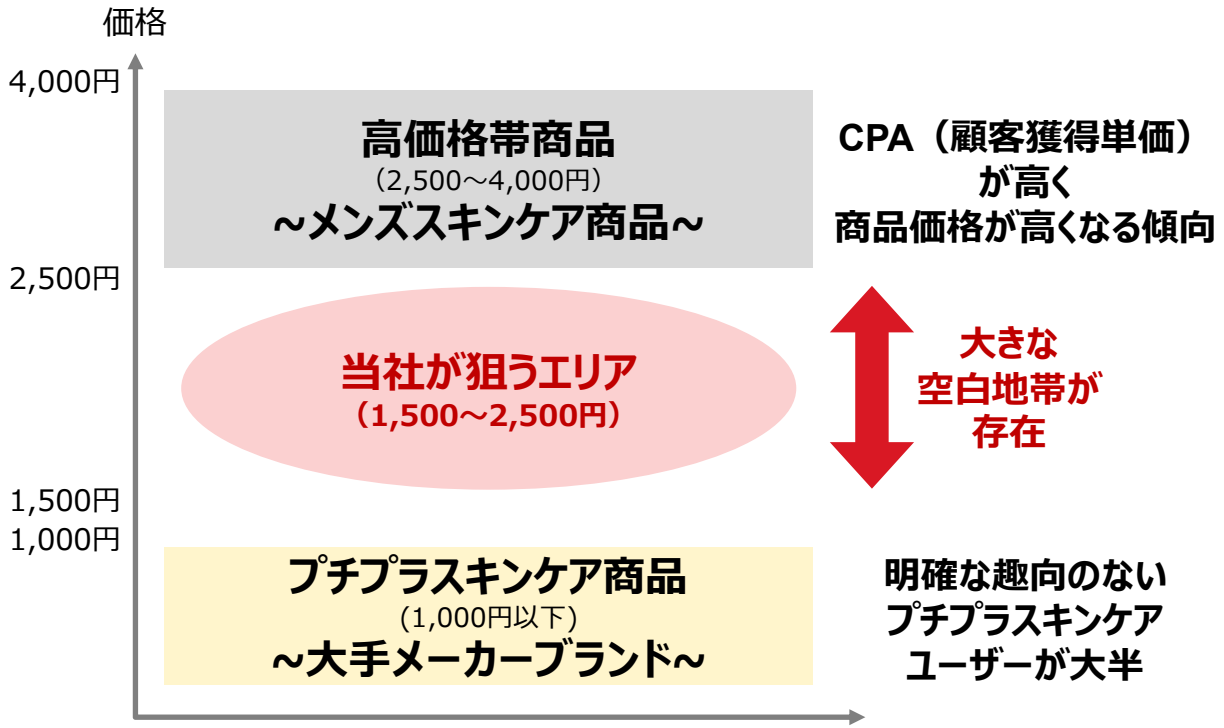
Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

③-3 スキンケア、メイクアップ商品の拡大

EC中心かつ中価格帯のスキンケア市場で商品認知拡大とリピート顧客の囲い込みを目指す

男性スキンケア市場で当社が狙うエリア

メンズビューティブランドとしての価値を訴求し、
プチプラよりもワンランク上の商品を求める層を取り込む



シェア獲得に向けた施策

スキンケア商品の強化

- 2026年7月に『印象をスタイリングする。肌も。』をコンセプトとしたスキンケアの新商品を発売





プロモーションを通じた販売強化

- サロン・ECを中心とした企画提案、販促施策、広告投資を行い需要を喚起

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

中長期的な成長投資の方向性

❹ 新規事業領域への拡大（M&Aを含む）を模索

お客様のライフスタイルのなかで「こうなりたい」「カッコつけると、背筋が伸びる」といった価値をサロンサービスやコスメ商品を通じて提供してきました。お客様がステキになる喜びや、満足感を得られるような新たな事業の開発も、「LIPPS」がスタンダードブランドになるためには必要であると考えております。

❸ 周辺プロダクトの開発を検討

ヘアサロンでは他社に先駆けてメンズの新たなヘアスタイリングを創造してきました。2019年にはまだ国内でそれほど一般的でなかったメンズのスキンケアやメイクアップ商品を「LIPPS BOY」として発売しました。2026年には、「LIPPS BOY」のブランド資産を継承して全面リニューアル。既存事業から派生する新たなトレンドを生み出すような取組みや開発に挑戦し続けます。

❷ コミュニケーション施策などマーケティングコストの継続的投下

効果が発現しやすい商品へのターゲティング広告のみならず、「LIPPS」ブランド認知向上のためのコミュニケーション施策にも積極的に投資を行い、一過性のブームに終わらないメンズビューティーブランドとしてのポジションを確立していきます。

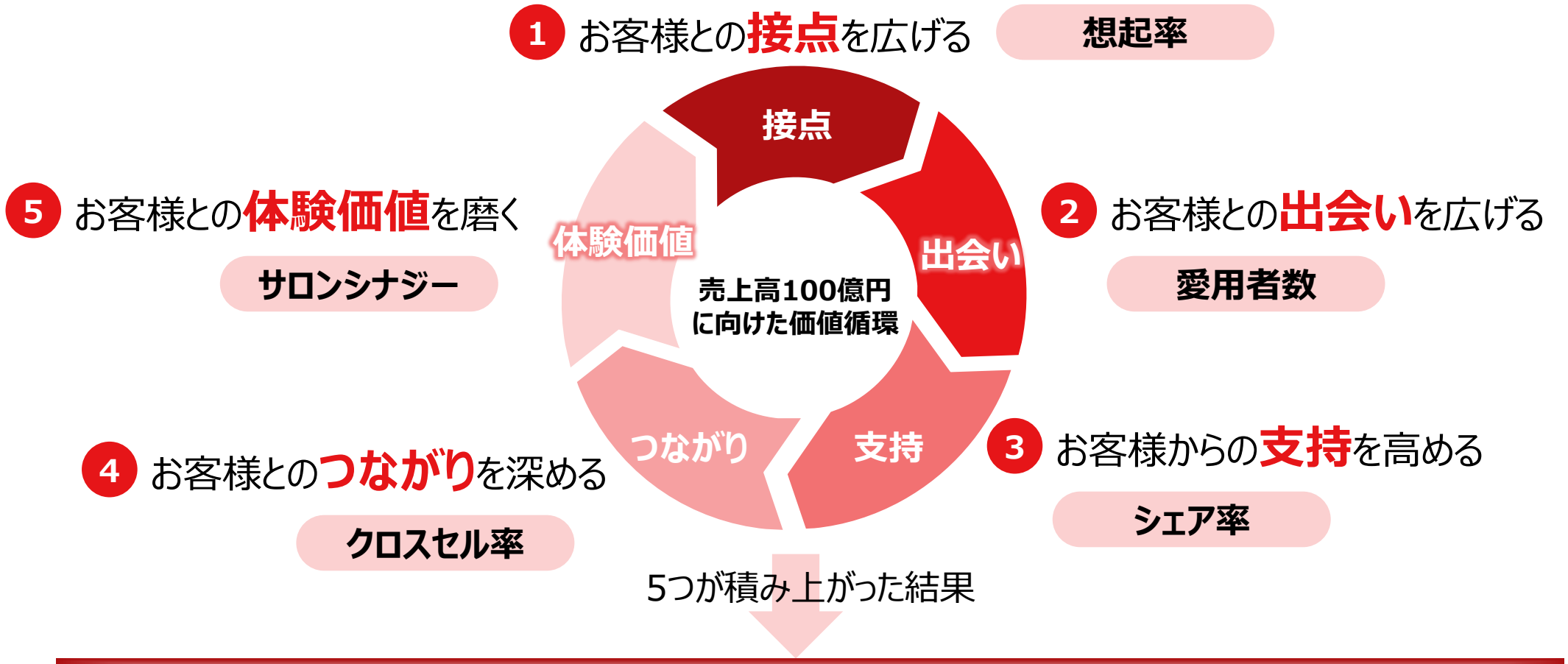
❶ 人的資本への先行投資

持続的な成長を果たすためのケイパビリティの向上、そのための優秀な人材の獲得と教育に対しても積極的な投資をおこなっていきます。

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

当社の価値創造サイクル

当社は、お客様との関係性を５つのステップで捉え、持続的な成長を追求しています



Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

株主還元策

2026年８月期より開始しております株主優待制度の内容について、継続とさせていただきます。

株主優待について

優待制度の目的

- 株主の皆様へ日頃のご支援への感謝と自社商品への理解度促進
- 投資魅力の向上と個人投資家の増加

優待制度の内容

- 対象：毎年8月末時点で当社株主名簿に記載された100株(１単元)以上保有されている株主様
- 優待：当社公式ECサイトで商品購入時にご利用いただける5,000円分のクーポンコード※

(※2026年８月31日終値1,461円で計算すると１単元あたりの配当利回りは**3.4**%)

※優待制度の詳細は同日（2026年４月13日付）に公表した「株主優待制度の詳細決定に関するお知らせ」をご参照ください。

配当について

中長期的に安定的かつ継続的な株主還元を行っていく方針ですが、現下では事業規模も小さく、継続的な業容拡大を優先する段階にあると考えております。よって当面の間、事業成長及び財務の健全性を両立するため、具体的な配当の実施時期については未定としております。今後の業績推移及び経営計画を見極めた上で、配当の実施を検討していきます。

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

業績連動型有償ストック・オプションの導入

- 30年8月期の売上高目標100億の達成に向けて、役職員のコミットメントを一層強化する目的でインセンティブを構築
- 25年10月15日公表の「事業計画及び成長可能性に関する事項」において掲げる30年の売上高目標と同一

達成条件1

売上高60億円以上

行使可能な割合 **33%**

達成条件2

売上高80億円以上

行使可能な割合 **66%**

達成条件3

売上高100億円以上

行使可能な割合 **100%**

株主価値への配慮

本新株予約権がすべて行使された場合に増加する当社普通株式の総数は、発行済株式総数2,587,500株に対して6.76%に相当します。しかしながら、本新株予約権は、上記のとおり段階的な業績目標の達成が行使条件とされており、最大の行使が可能となるのは、売上高目標である連結売上高100億円以上を達成した場合に限られます。当該目標の達成は、当社の企業価値・株主価値の大幅な向上を伴うものと認識しております。このため、本新株予約権の発行は、当社の既存株主の皆様の利益に貢献できるものと認識しており、株式の希薄化への影響は合理的なものであると考えております。

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

05

Appendix

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

貸借対照表

（百万円）

	2025.8期	2026.8期	増減率	主な増減要因
流動資産	3,943	4,430	+12.3%	現金及び預金　+597 原材料及び貯蔵品　+72 商品及び製品　△71
固定資産	130	127	△2.3%	ソフトウェア　△4
総資産	**4,073**	**4,557**	**+11.8%**	
流動負債	432	417	△3.4%	未払法人税等　△79 未払消費税等　△58 未払金　+96
固定負債	23	24	+1.3%	
負債合計	456	441	△3.1%	
純資産合計	3,617	4,115	+13.8%	利益剰余金　+496
負債･純資産合計	**4,073**	**4,557**	**+11.9%**	
自己資本比率	**88.8%**	**90.3%**		

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

キャッシュ・フロー表

（百万円）

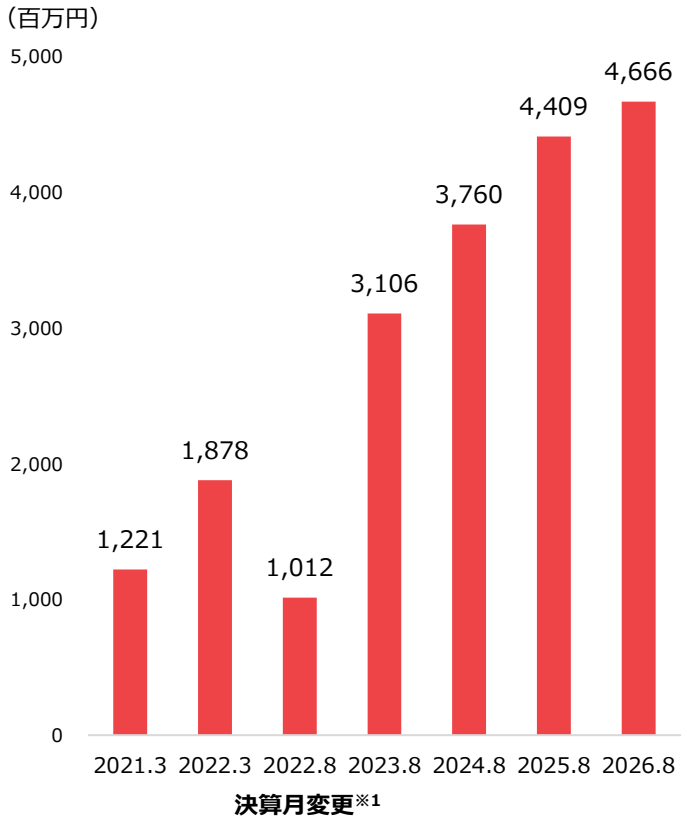
	2025.8期	2026.8期	主な増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	676	611	税引前当期純利益の減少 △258 売上債権の増減額の増加 +136 未払金の増減額の増加 +147
投資活動によるキャッシュ・フロー	△13	△1,514	定期預金の預入による支出の増加 △1,500 有形固定資産の取得による支出の増加 △7 無形固定資産の取得による支出の減少 +10
財務活動によるキャッシュ・フロー	124	1	新株の発行による収入の減少 △142
現金及び現金同等物の増減額	**787**	**△902**	
現金及び現金同等物の期末残高	**2,652**	**1,750**	

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

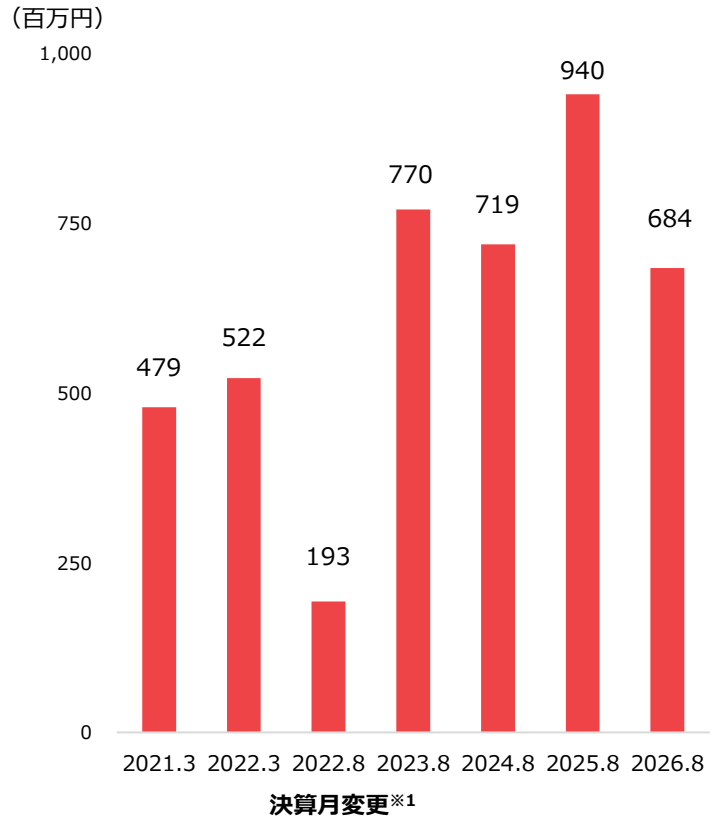
ヘアワックスの拡販が牽引役となり、業績は堅調に推移

商品事業の成長が牽引し、純資産も着実に積み上がり財務基盤を強化

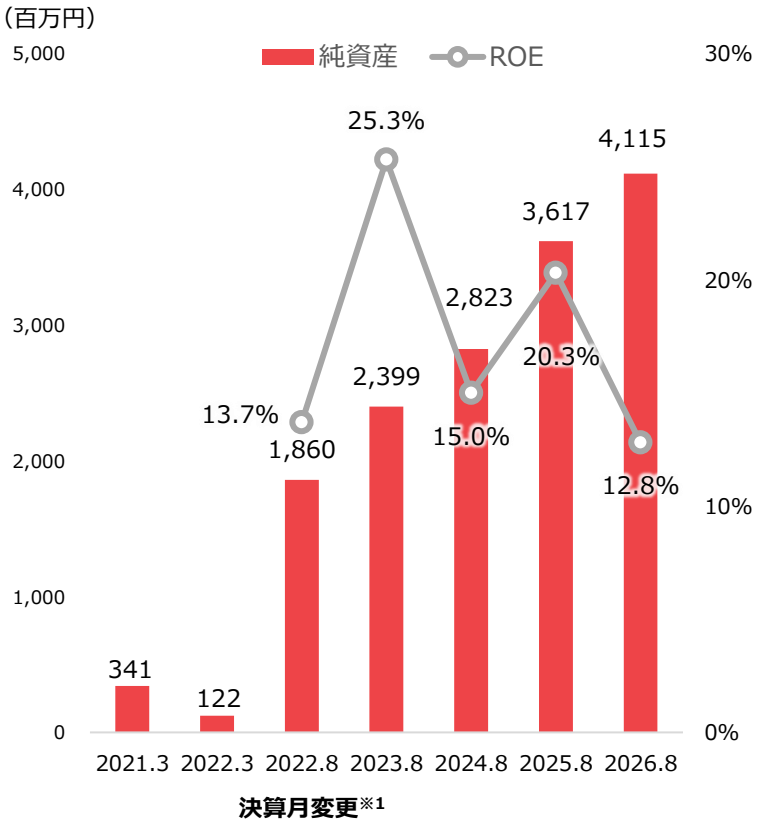
売上高



経常利益



純資産・ROE



※1：2022年8月期は決算期変更に伴う5カ月決算

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

主な事業リスク及びその対応策

主な事業リスク	発生可能性	時期	影響度	リスクの内容と当社の対応策
特定の商品カテゴリーへの依存	高	長期的	大	当社はスタイリング剤を含むヘアケア商品、男性向けスキンケア・メイクアップ商品などの企画・開発・販売を行っております。主要商品であるヘアワックスは、当社商品売上高の半数以上を占めております。当社はヘアサロンを祖業としており、ヘアワックスなど中高価格帯のスタイリング剤の販売を中心に拡大してまいりました。しかし、当社の参入が大手メーカーの寡占状態にあった市場に変化をもたらした結果、新興ブランドが台頭し、競争が激化しております。特にEC通販チャネルにおいては、Amazon等のプラットフォーム上で競合商品が増加しており、広告投資の競争が激しさを増しております。当社は「LIPPS」ブランドの認知度及びサロン発信の信頼性を強みとし、周辺分野への商品展開や新規事業の検討を進めながら、ビューティーブランドとしての成長を目指しております。しかしながら、消費者嗜好の変化やブランド力の低下により当社商品のシェアが低下した場合、または主力商品の属する市場自体が縮小した場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。
特定の取引先への高い依存	中	特定時期なし	大	当社の主要商品であるワックスシリーズは、その大部分の製造をエフシー中央薬理研究所株式会社（以下「同社」）に委託しております。当社は同社との間で、製品の製造ならびにそれに伴う加工、荷造り、保管及び輸送に関する製品供給基本契約を締結しております。当該契約の有効期間は契約締結日から1年間とし、期間満了の一定期間前までにいずれの当事者からも解除の申し入れがない場合には、同一条件で1年間自動延長されるものとなっております。現時点において、当社は同社と緊密なコミュニケーションを図り、良好な取引関係を継続しております。しかしながら、同社における製造能力の制約、品質上の問題、又は災害等による操業停止その他の事由により製品供給に支障が生じた場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。当社は、このようなリスクに対し、同社との関係強化に加え、代替製造先の調査・検討を進めることで、リスク低減に努めてまいります。
原材料・物流コストの変動	中	特定時期なし	大	当社の主力商品であるワックス等には石油由来の原材料が使用されており、その調達価格は原油価格の変動や為替相場の影響を受けます。また、当社は商品の配送及び保管を外部の物流業者に委託しており、配送費・倉庫保管費等の物流コスト等も事業運営における重要なコスト要素となっております。当社は、原材料メーカーや製造委託先と情報交換を密に行い、原材料の代替品の検討、製造工程におけるコスト削減及び物流オペレーションの効率化に取り組むことで、利益率低下リスクの軽減を図っております。しかしながら、国際情勢の変化、為替の急激な変動、物流業界における労働力不足に伴う運賃上昇等により、原材料価格又は物流コストが想定を超えて上昇し、価格転嫁が困難な場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。
商品の品質に関するリスク	中	特定時期なし	中	当社は商品に使用される成分の安全性評価、製造委託先における製造工程の管理状況の確認、原材料及び商品の保管環境の点検など、開発段階から製造・保管に至るまで一貫した品質管理体制の構築に努めております。しかしながら、これらの取り組みに関わらず、原材料の品質不良、製造工程における異物混入、保管・輸送中の変質等の予期せぬ事象が発生し、商品の自主回収や健康被害が生じた場合には、当社のブランドイメージの毀損、売上高の減少及び対策費用の発生を招く可能性があります。さらに、製造物責任法(PL法)に基づく損害賠償請求がなされた場合には、賠償額が保険の補償範囲を超える可能性もあり、当社の財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。

※上記は当社が主なリスクと判断したものであり、その他のリスク情報についてはすでに公表している有価証券届出書または今後公表する有価証券報告書をご覧ください。

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.

Disclaimer

本資料に掲載されている情報には、将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報は、現時点で当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の業績に影響を与える要因としては、一般的な業界および市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

本資料における将来情報に関する記載は、上記のとおり本資料の作成時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新する義務も方針も有しておりません。また、本資料の全部または一部は、当社の承諾なしに、いかなる方法もしくは媒体または目的においても、複製、公表または第三者に伝達（直接であるか間接であるかを問いません。）することはできません。

本資料は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものでもありません。

本資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。投資のご検討にあたっては、投資家ご自身の判断で行うようにお願いいたします。

本資料の次回の開示については、2027年10月を予定しております。

Copyright© LIPPS Co., Ltd All Rights Reserved.