

ホリスティック企業レポート リップス

373A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2025年7月1日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20250630

リップス(373A東証グロース)

発行日:2025/7/1

メンズコスメの企画・販売とメンズヘアサロンのフランチャイズ運営を展開
LIPPS ブランドでメンズビューティーのスタンダードブランドを目指す

アナリスト:鎌田 良彦 +81(0)3-6858-3216
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【 373A リップス 業種：化学 】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2023/8	3,106	-	766	-	770	-	539	-	215.6	959.1	0.0
2024/8	3,760	21.1	720	-6.0	719	-6.6	423	-21.5	169.5	1,128.6	0.0
2025/8 予	4,408	17.2	910	26.4	906	26.0	629	48.7	250.8	-	0.0

- (注) 1. 単体ベース
2. 2025年3月15日付で1：25の株式分割を実施、1株当たり指標は遡って修正
3. 2025/8期は会社予想、2025/8期予想EPSは公募株式数（50千株）を含めた予定期中平均株式数で算出

【 株式情報 】	【 会社基本情報 】	【 その他 】
株価 2,843円 (2025年6月30日)	本店所在地 東京都渋谷区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 2,550,000株	設立年月日 2008年4月8日	野村證券
時価総額 7,250百万円	代表者 的場 隆光	【監査人】
上場初値 3,200円 (2025年6月30日)	従業員数 48人 (2025年4月)	EY新日本有限責任監査法人
公募・売出価格 3,130円	事業年度 9月1日～翌年8月31日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 事業年度終了後3カ月以内	

> 事業内容

(注 1)90 年代後半から 10 年代前半に生まれた世代

◆ メンズコスメの企画・販売とヘアサロンのフランチャイズ運営を展開

リップス(以下、同社)は、Z 世代^{※1}等の若年層向けを中心とした、LIPPS(リップス)ブランドのメンズコスメの企画・販売を行う商品事業と、メンズヘアサロン LIPPS hair(リップスヘアー)のフランチャイズ運営を行うサロンフランチャイズ事業の 2 事業を展開している。

セグメント情報を見ると、24/8 期の売上高構成比は、商品事業が 88.0%、サロンフランチャイズ事業が 12.0%であった。売上高セグメント利益率は、商品事業の 18.4%に対し、ロイヤリティ収入が中心のサロンフランチャイズ事業は 24.6%であった。営業利益構成比では、商品事業が 84.6%、サロンフランチャイズ事業が 15.4%であり、売上高、営業利益とも商品事業が全社の 80%以上を占めた(図表 1)。

【 図表 1 】セグメント情報

	セグメント	23/8期		24/8期		25/8期中間	
		金額 (百万円)	(%)	金額 (百万円)	(%)	金額 (百万円)	(%)
売上高		3,106	100.0	3,760	100.0	2,109	100.0
	商品事業	2,644	85.1	3,309	88.0	1,895	89.9
	サロンフランチャイズ事業	462	14.9	451	12.0	214	10.1
営業 (セグメント) 利益		766	24.7	720	19.1	471	22.3
	商品事業	508	19.2	609	18.4	392	20.7
	サロンフランチャイズ事業	258	55.8	111	24.6	79	36.9

(注) 営業(セグメント)利益の比率は売上高営業(セグメント)利益率
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 商品事業

商品事業では、同社はメンズコスメの企画と販売を行い、生産は OEM メーカーに委託している。主力商品は、整髪剤のヘアワックスで売上高の 5 割強を占める。これに、ヘアオイル、ヘアスプレー等を加えたスタイリング剤で売上高の 8 割強を占める。残りはシャンプーやトリートメントといったヘアケア商品や LIPPS BOY ブランドのスキンケア・メイクアップ商品である。

顧客は、Z 世代等の美容感度の高い若年層が多い。価格は、同社の楽天市場の公式ショップでの容量 85g のヘアワックスの販売価格が税込で 1,650 円となっており、価格帯としては中高価格帯となっている。

主要な OEM メーカーとしては、同社のヘアワックス 10 商品のうち 9 商品の製造を行っているエフシー中央薬理研究所(静岡県藤枝市)がある。

24/8 期の販売チャネル別売上高は、卸経由でドラッグストアを中心に約 15,000 店の小売店舗で販売する卸小売が 66.3%、Amazon や楽天市場等の EC 販売が 29.0%、ヘアサロンでの販売が 4.7%であった(図表 2)。

【図表 2】商品事業の販売チャネル別売上高(24 年 8 月期)

	金額 (百万円)	構成比 (%)
卸小売	2,193	66.3
EC販売	959	29.0
サロン販売	156	4.7
合計	3,309	100.0

(注) 端数処理の関係で合計と一致しない場合がある
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ サロンフランチャイズ事業

サロンフランチャイズ事業では、同社はフランチャイザーとして、メンズヘアサロン LIPPS hair に対する経営指導、店舗運営支援、美容師への技術指導等を行い、対価としてロイヤリティ収入等を得ている。

25 年 4 月末時点で、LIPPS hair は関東を中心に 28 店舗を展開し、スタイリスト 161 名を擁して年間約 40 万回のカットを行っている。

同社のサロンフランチャイズ事業は、第三者の加盟店を募集するのではなく、LIPPS hair に所属しているスタイリスト個人やスタイリストが設立した法人とフランチャイズ契約を結び、のれん分けの形で店舗展開を行ってきた。

LIPPS hair 所属のスタイリストが、LIPPS 以外の屋号で独立する場合の支援サービスも行っており、25 年 4 月末の対象件数は 34 件となっている。

◆ 主要販売先

主要販売先の大山(東京都中央区)は、同社の商品事業の商品を小売店向けに販売する化粧品卸会社である。アマゾンジャパン(東京都目黒区)はEC 販売の最大販売先である。リップスヘア(東京都渋谷区)は、LIPPS hair を展開する同社のフランチャイジーの最大手企業で、売上高には商品事業の売上高とサロンフランチャイズ事業のロイヤリティの双方が含まれる(図表 3)。

【図表 3】主要販売先

	23/8期		24/8期		25/8期中間	
	金額 (百万円)	割合 (%)	金額 (百万円)	割合 (%)	金額 (百万円)	割合 (%)
大山	1,037	33.4	1,409	37.5	851	40.3
アマゾンジャパン	743	23.9	953	25.4	513	24.3
リップスヘア	329	10.6	-	-	-	-

(注) 1. 割合は売上高に対する比率
2. リップスヘア向けの 24/8 期、25/8 期中間の計数は、売上高に対する比率が 10%未満のため記載を省略
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

> 特色・強み

◆ ヘアサロンでの業務に基づく意見や評価を反映した商品開発

同社の商品開発は、開発担当者の市場調査に基づくもののほか、メンズヘアサロン LIPPS hair のスタイリストの日常業務に基づく意見や評価を取り入れて商品開発を行っている点が特色であり強みとなっている。

◆ ヘアサロンのスタイリストやファン顧客の情報発信によるマーケティング
リクルートホールディングス(6098 東証プライム)傘下のリクルートが主催するホットペッパービューティーアワード 2025 で、LIPPS hair のスタイリストは、ベストスタイル部門のメンズスタイル TOP20 に 9 名が選ばれる等、メンズサロン業界での知名度は高い。LIPPS hair のスタイリスト等がインフルエンサーとして SNS で同社商品について情報発信し、フォロワーのファン顧客が情報拡散を行うこと等で、商品事業では多くの広告宣伝費や販売促進費をかけずに売上高増加を達成してきた。

同社では主要経営指標として、商品事業の売上高、販促・広告費売上高比率、営業利益率を重視している。販促・広告費売上高比率は 15%以下を目標としているが、24/8 期の販促・広告費売上高比率は 12.7%と前期比 1.7%ポイント低下し、商品事業の売上高は同 25.2%増となった。

> 事業環境

◆ 23 年度の男性用化粧品市場は 1,330 億円で化粧品市場全体の 5.4%を占めた

矢野経済研究所の「2024 年版 化粧品マーケティング総鑑」によれば、23 年度の国内化粧品市場は、2 兆 4,780 億円(前年度比 4.6%増)であった。この

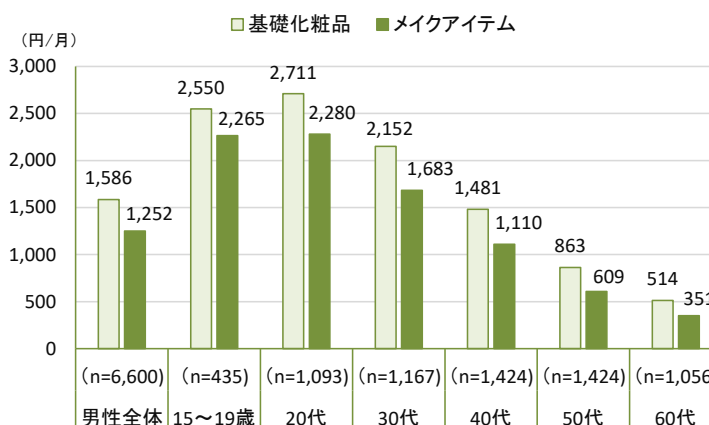
うち男性用化粧品市場は 1,330 億円(同 3.1%増)で、全体の 5.4%を占めた。化粧品にはシャンプー等のヘアケア、スキンケア、ボディケア等、男女を問わずに使われる商品があるため、実際に男性が使用している化粧品の市場規模は、同調査による男性用化粧品市場よりも大きいと見られる。

◆ 20 代男性は他の世代に比べて美容関連支出が多い

リクルート ホットペッパービューティーアカデミーの「美容センサス 2024 年下期 資料編(詳細版)」によれば、男性の年代別の基礎化粧品、メイクアイテムに使う 1 カ月当たりの金額は、20 代で基礎化粧品が 2,711 円、メイクアイテムが 2,280 円と、いずれも他の年代との比較で一番使用金額が多くなっている(図表 4)。

こうした化粧品の使用傾向は、美容への関心が高い現在 20 代が 30 代、40 代と年齢が上がっても続くと同社では見ている。

【図表 4】男性の年代別の化粧品に使う 1 カ月当たりの金額



(出所)リクルート ホットペッパービューティーアカデミー「美容センサス 2024 年下期 資料編(詳細版)」証券リサーチセンター作成

◆ 競合

同社の主力商品のスタイリング剤での競合ブランドとしては、マンダム(4917 東証プライム)の GATSBY(ギャツビー)、ファイントゥデイホールディングス(東京都港区)の uno(ウーノ)、オーシャントーキョーグループ(東京都渋谷区)の OCEAN TRICO(オーシャントリコ)等がある。

大手化粧品メーカーによる GATSBY、uno は、40～50 代を中心に若年層を含む幅広い年代をカバーし、同社よりも低価格の商品が多い。OCEAN TRICO の商品は、同社と同様に若年層向けを中心とし、商品価格も中高価格帯となっている。

> 業績

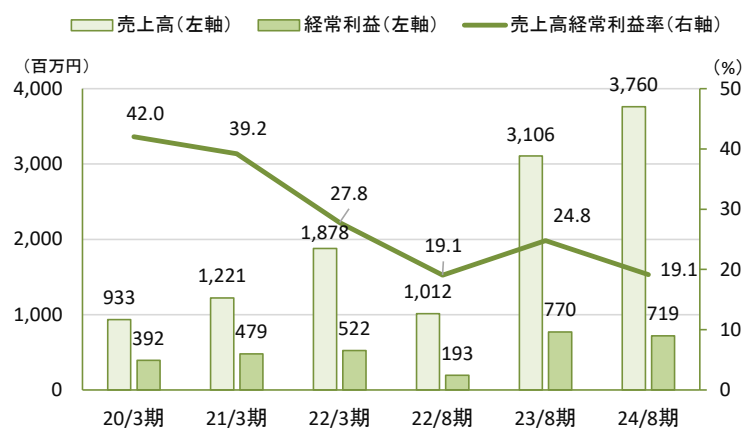
◆ 過去の経緯と業績推移

同社のルーツは、同社創業者の的場隆光社長が、99年に原宿で開業したヘアサロンのLIPPSにある。その後、ヘアサロンを多店舗展開する中で、08年4月に、サロン店舗で扱うスタイリング剤、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に、レスプリ(現同社)が設立された。

22年には事業や組織の大幅な変更を行った。ヘアサロンを運営するLIPPS hairの株式をMBOによって従業員に譲渡してフランチャイジーとし、同社はフランチャイズ本部として、サロンフランチャイズ事業を行う形とし、社名をレスプリからリップスに変更した。また、将来の上場を目指して野村キャピタル・パートナーズの出資を得て、組織や経営管理体制の強化を進めた。

同社は決算期変更により5カ月決算となった22/8期を含め過去6期分の業績を開示している。売上高は一貫して増収を続けてきたが、売上高経常利益率は低下傾向であった(図表5)。これは、将来の上場を目指して経営管理体制の強化等で22/3期以降、人員が増加した影響が大きい。従業員数は21/3期末の11名から24/8期末には39名に増加した。

【図表5】業績推移



(注)22/8期は決算期変更に伴う5カ月決算

(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 25年8月期中間の業績

25/8期中間の業績は、売上高 2,109 百万円、営業利益 471 百万円、経常利益 480 百万円、中間純利益 314 百万円であった。

商品事業の売上高は、1,895 百万円であった。商品ラインナップの拡充や販売小売店舗数拡大により売上高は順調に拡大した。EC 販売では、24 年 9 月に楽天市場に公式ショップを開設した。

サロンフランチャイズ事業の売上高は、214 百万円であった。サロン業界全体で、複数のスタイリストが共同でスペースを借りるシェアサロンや、個人事業主として働くフリーランスが台頭し、早期独立による人材流動化が進んでいる。同社ではスタイリストの早期デビューを目指して教育・研修機能の強化を進めた。

◆ 25 年 8 月期会社計画

同社の 25/8 期計画は、売上高 4,408 百万円(前期比 17.2%増)、営業利益 910 百万円(同 26.4%増)、経常利益 906 百万円(同 26.0%増)、当期純利益 629 百万円(同 48.7%増)である(図表 6)。

【図表 6】25 年 8 月期会社計画

	24/8期		25/8期会社計画		
	金額 (百万円)	(%)	金額 (百万円)	(%)	前期比 (%)
売上高	3,760	100.0	4,408	100.0	17.2
商品事業	3,309	88.0	3,972	90.1	20.0
サロンフランチャイズ事業	451	12.0	435	9.9	-3.5
売上原価	1,533	40.8	1,860	42.2	21.3
売上総利益	2,227	59.2	2,546	57.8	14.3
販売費及び一般管理費	1,506	40.1	1,636	37.1	8.6
営業(セグメント)利益	720	19.1	910	20.6	26.4
商品事業	609	18.4	745	18.8	22.3
サロンフランチャイズ事業	111	24.6	165	37.9	48.6
営業外収支	-1	-	-4	-	-
経常利益	719	19.1	906	20.6	26.0
当期純利益	423	11.3	629	14.3	48.7

(注)1.営業(セグメント)利益の比率は売上高営業(セグメント)利益率
2.端数処理の関係で合計と一致しない場合がある
(出所)「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

商品事業の売上高は、3,972 百万円(前期比 20.0%増)を見込んでいる。卸小売チャネルの売上高は、同社と競合他社の POS データ分析結果、過去の販売実績等を踏まえ、販売店舗の増減を予測して計画を策定している。EC 販売については、従来、売上高の一定割合を広告宣伝費に投じて安定的に新規顧客を開拓してきたことから、過去の販売の伸び率と今期の広告投入予定額を考慮して計画を策定している。今期の商品売上高に対する販促費・広告宣伝費の比率は、新商品発売に伴う費用が剥落するため 10.3%(同 2.4%ポイント減)を見込んでいる。

サロンフランチャイズ事業の売上高は、435 百万円(前期比 3.5%減)を見込んでいる。ロイヤリティ収入は、サロン売上高に連動しているため、スタイリス

トの流動化によるサロン売上高減少により、減収となる見通しである。

商品事業の売上原価は、OEM メーカーの外注加工による製品売上原価と、同社が企画した商品を仕入れる商品売上原価からなる。原油価格上昇を始めとする物価高の影響により、OEM メーカーへの発注単価引き上げを織り込み、商品事業の売上原価は 1,703 百万円(前期比 24.3%増)、売上総利益は 2,268 百万円(同 17.0%増)の計画である。

サロンフランチャイズ事業の売上原価の主要項目は、フランチャイズ本部の人件費、サロン経営の支援に必要なシステム等の手数料である。期初に新設した社長室への人事異動による人員減少の影響により、サロンフランチャイズ事業の売上原価は 157 百万円(前期比 3.3%減)、売上総利益は 278 百万円(同 3.5%減)の計画である。これらの結果、全社の売上原価は 1,860 百万円(同 21.3%増)、売上総利益は 2,546 百万円(同 14.3%増)を見込んでいる。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)の主要項目は、商品の荷造運賃、広告宣伝費、販売促進費、本社人員の人件費や地代家賃である。商品事業の売上高拡大に伴う荷造運賃の増加や、社長室新設に伴う人員増加等があるが、前期にあった本社移転費用が剥落すること等により、販管費は 1,636 百万円(前期比 8.6%増)、営業利益は 910 百万円(同 26.4%増)の計画である。

セグメント利益は、商品事業が 745 百万円(同 22.3%増)、サロンフランチャイズ事業が 165 百万円(同 48.6%増)を見込んでいる。サロンフランチャイズ事業が増益になるのは、販管費で本社移転費用が剥落することと、前期に同事業のソフトウェアの減損を行い減価償却費が減少する影響が大きい。

営業外収益ではサロンフランチャイズ事業での WEB サイトのアフィリエイト収益や、ソフトウェアに関する IT 導入補助金等で 10 百万円を見込み、営業外費用では上場関連費用 14 百万円を見込み、経常利益は 906 百万円(前期比 26.0%増)の計画である。

特別損益は見込んでおらず、当期純利益は、前期に特別損失で計上したサロンフランチャイズ事業でのソフトウェアの減損損失 120 百万円がなくなることから、629 百万円(前期比 48.7%増)の計画である。

◆ 成長戦略

同社は今後の戦略として、LIPPS ブランドをメンズビューティーのスタンダードブランドとすることを目指しており、具体的には、①スタイリング剤でトップシェアを目指す、②シャンプー、トリートメントのシェア上昇、③スキンケア分野の売上高拡大を挙げている。

スキンケア分野では、ヘアケア製品とは異なる専門性が必要になるため、上場による知名度上昇と調達資金を活用して人材の確保を行う考えである。また、調達資金はブランド認知向上のためのマーケティング費用に充てる考えである。

> 経営課題/リスク

◆ ヘアワックスへの依存度の高さについて

同社は商品事業売上高の過半をヘアワックスが占めている。ヘアサロンでの日常課題や顧客のニーズに基づく商品開発を強みとしているが、消費者の嗜好の変化やブランド力の低下等により、ヘアワックスの売上高の伸びが鈍化する場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 特定の OEM メーカー、卸会社への依存度の高さについて

同社が外注している OEM メーカーのエフシー中央薬理研究所は、同社のワックス 10 品のうち 9 品の製造を行う等、商品生産において重要な役割を果たしている。卸会社の大山は、卸小売チャネル販売額の 60%強を占め、販売面での依存度が高い。何らかの理由でこれら企業との関係が悪化した場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 配当政策について

同社は株主への利益還元を経営の重要項目の一つと位置付け、内部留保の充実と企業体質の強化を図りながら、業績や財務状況、将来の事業展開等を勘案しながら配当を実施する方針としている。現在は成長過程にあるとの認識から、事業の効率化と事業拡大の投資を行うことが、株主への最大の利益還元につながるとの考えから、当面の間、配当を行わない方針としている。

【 図表 7 】 財務諸表

損益計算書	2023/8		2024/8		2025/8 中間	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	3,106	100.0	3,760	100.0	2,109	100.0
売上原価	1,156	37.2	1,533	40.8	887	42.1
売上総利益	1,950	62.8	2,227	59.2	1,222	57.9
販売費及び一般管理費	1,183	38.1	1,506	40.1	750	35.6
営業利益	766	24.7	720	19.1	471	22.3
営業外収益	3	-	1	-	10	-
営業外費用	0	-	3	-	2	-
経常利益	770	24.8	719	19.1	480	22.8
税引前当期（中間）純利益	770	24.8	598	15.9	480	22.8
当期（中間）純利益	539	17.4	423	11.3	314	14.9

貸借対照表	2023/8		2024/8		2025/8 中間	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	2,740	91.9	3,058	94.0	3,405	95.9
現金及び預金	1,980	66.4	1,864	57.3	2,206	62.2
売上債権	351	11.8	550	16.9	420	11.8
棚卸資産	281	9.4	544	16.7	735	20.7
固定資産	241	8.1	194	6.0	143	4.0
有形固定資産	13	0.4	43	1.3	40	1.1
無形固定資産	115	3.9	25	0.8	30	0.8
投資その他の資産	113	3.8	125	3.8	71	2.0
総資産	2,982	100.0	3,252	100.0	3,549	100.0
流動負債	557	18.7	402	12.4	386	10.9
買入債務	47	1.6	59	1.8	43	1.2
固定負債	25	0.8	26	0.8	24	0.7
純資産	2,399	80.4	2,823	86.8	3,137	88.4
自己資本	2,397	80.4	2,821	86.7	3,135	88.3

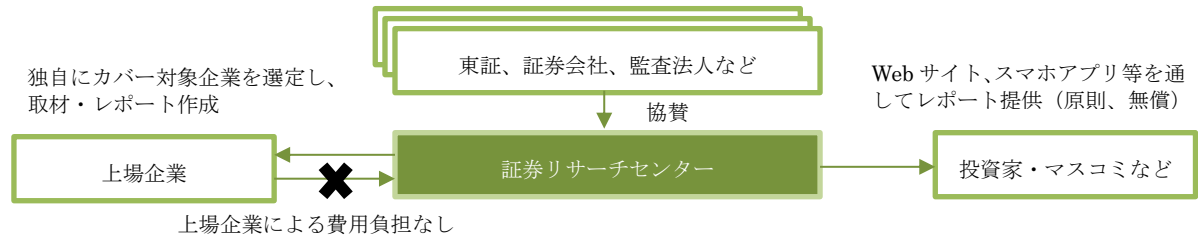
キャッシュ・フロー計算書	2023/8	2024/8	2025/8 中間
	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	651	-21	352
減価償却費	12	51	12
投資キャッシュ・フロー	-133	-94	-10
財務キャッシュ・フロー	-390	-	-
配当金の支払額	-	-	-
現金及び現金同等物の増減額	128	-115	342
現金及び現金同等物の期末残高	1,980	1,864	2,206

(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所	S M B C 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC Japan 有限責任監査法人	いちよし証券株式会社	監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人
監査法人アヴァンティア	宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス	日本証券業協会
公益社団法人日本証券アナリスト協会			

■後援

株式会社名古屋証券取引所	証券会員制法人札幌証券取引所
一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会	一般社団法人日本 IR 協議会
一般社団法人スチュワードシップ研究会	一般社団法人機関投資家協働対話フォーラム

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。