

2021年6月期第2四半期 決算説明資料



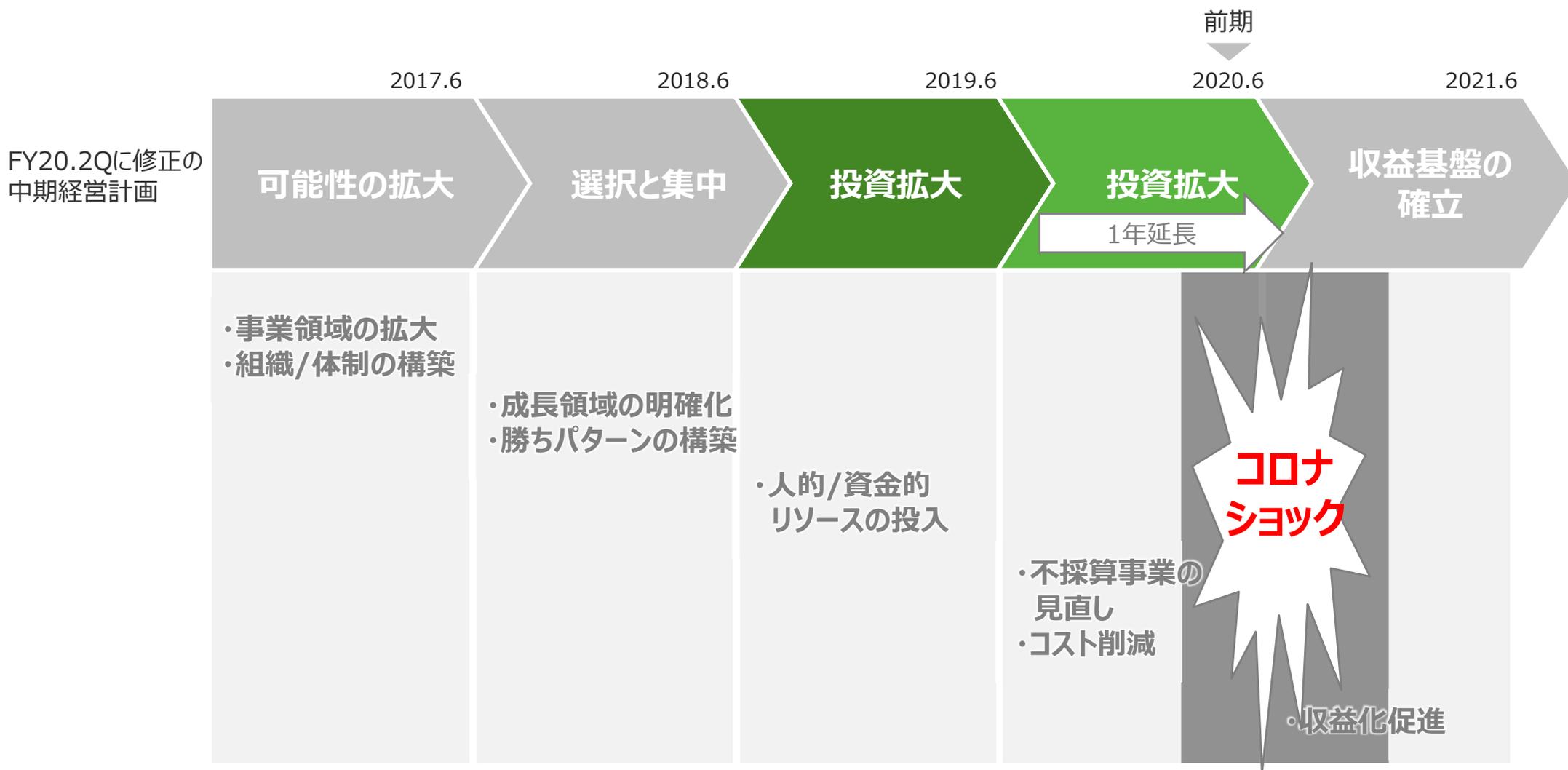
istyle

2021/02/12

株式会社アイスタイル

証券コード: 3660

前期までの振り返り



中期経営計画の再建中に新型コロナウイルスが発生
前期決算の発表時に中計を取り下げへ

第2四半期決算概要

第2四半期累計 / ハイライト

連結



Global事業の減収や新型コロナの影響により売上は横ばいで推移も、赤字は大幅縮小

売上高	:	15,615	百万円	YoY	:	98.0	%
営業利益	:	△544	百万円	前年同期差	:	+613	百万円

On Platform



コロナ影響によるクライアント予算の保守化で前年同期を下回るも、回復基調へ

売上高	:	3,418	百万円	YoY	:	87.1	%
営業利益	:	671	百万円	YoY	:	82.3	%

Beauty Service



大型旗艦店やECのスペシャルイベントの寄与で売上は順調に成長
プロモーション費用268百万円計上で一時的に赤字幅拡大も前年同期比で大幅改善

売上高	:	9,220	百万円	YoY	:	119.9	%
営業利益	:	△321	百万円	前年同期差	:	+261	百万円

Global



中国越境ECの不振により減収も、販管費の削減により赤字を大幅縮小

売上高	:	2,417	百万円	YoY	:	68.7	%
営業利益	:	△66	百万円	前年同期差	:	+349	百万円

その他



投資育成が減収・営投の減損で赤字となるも、人材派遣はコロナ禍においても黒字化

売上高	:	560	百万円	YoY	:	69.5	%
営業利益	:	△38	百万円	前年同期差	:	△33	百万円

※ 当該資料の数値は、百万円未満を四捨五入して、記載しております

第2四半期累計 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

- 新型コロナの影響を受け売上高の進捗が遅れるも、利益は社内計画より赤字幅を縮小しての着地

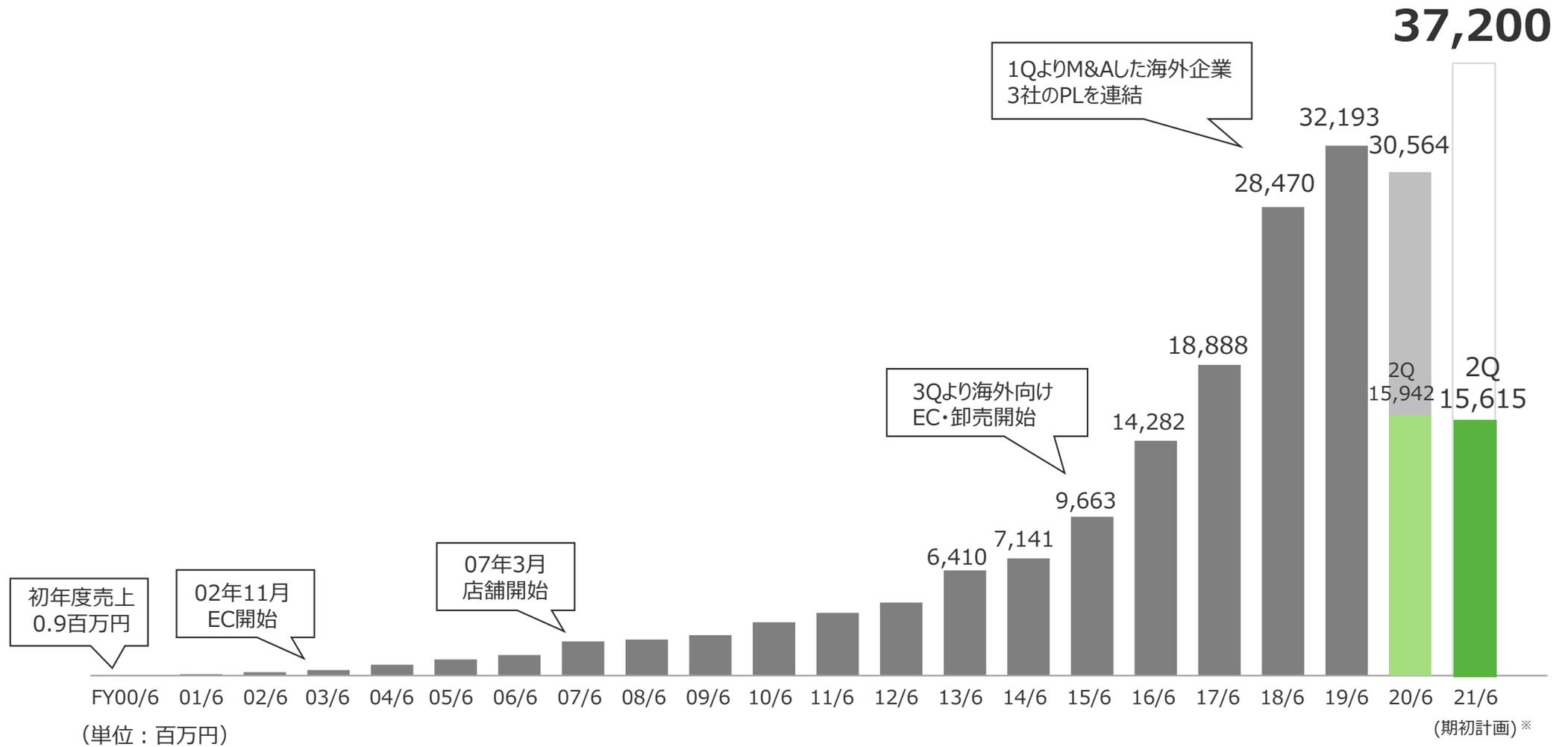
(単位：百万円)	2021年6月期 2Q累計(7~12月)	2021年6月期 通期業績予想※	進捗率	2020年6月期 2Q累計(7~12月)	前年同期比
売上高	15,615	37,200	42.0%	15,942	97.9%
売上総利益	7,174	-	-	7,295	97.9%
販売管理費	7,676	-	-	8,452	91.1%
営業利益	△544	50	-	△1,157	+613
経常利益	△602	△70	-	△1,176	+574
親会社株主に帰属 する純利益	△777	△200	-	△3,979	+3,202

→ オフィス縮小やタイ撤退に伴う特別損失127百万円を含む

※ 2021年2月12日付で業績予想の取り下げを行っております。詳細はP27をご覧ください

連結売上高/ 年別推移

- 新型コロナ影響を受け厳しい結果になるも、上期累計は前年同水準で着地

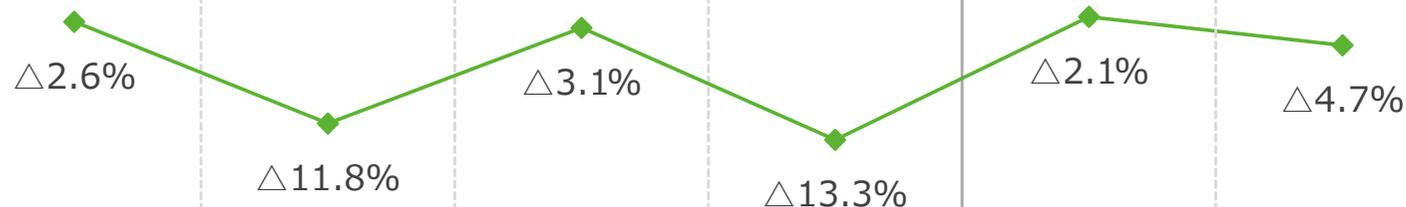


※ 2021年2月12日付で業績予想の取り下げを行っております。詳細はP27をご覧ください

セグメント別売上高/ 四半期別推移

- コロナ禍においても2Q単体では前年を上回り成長

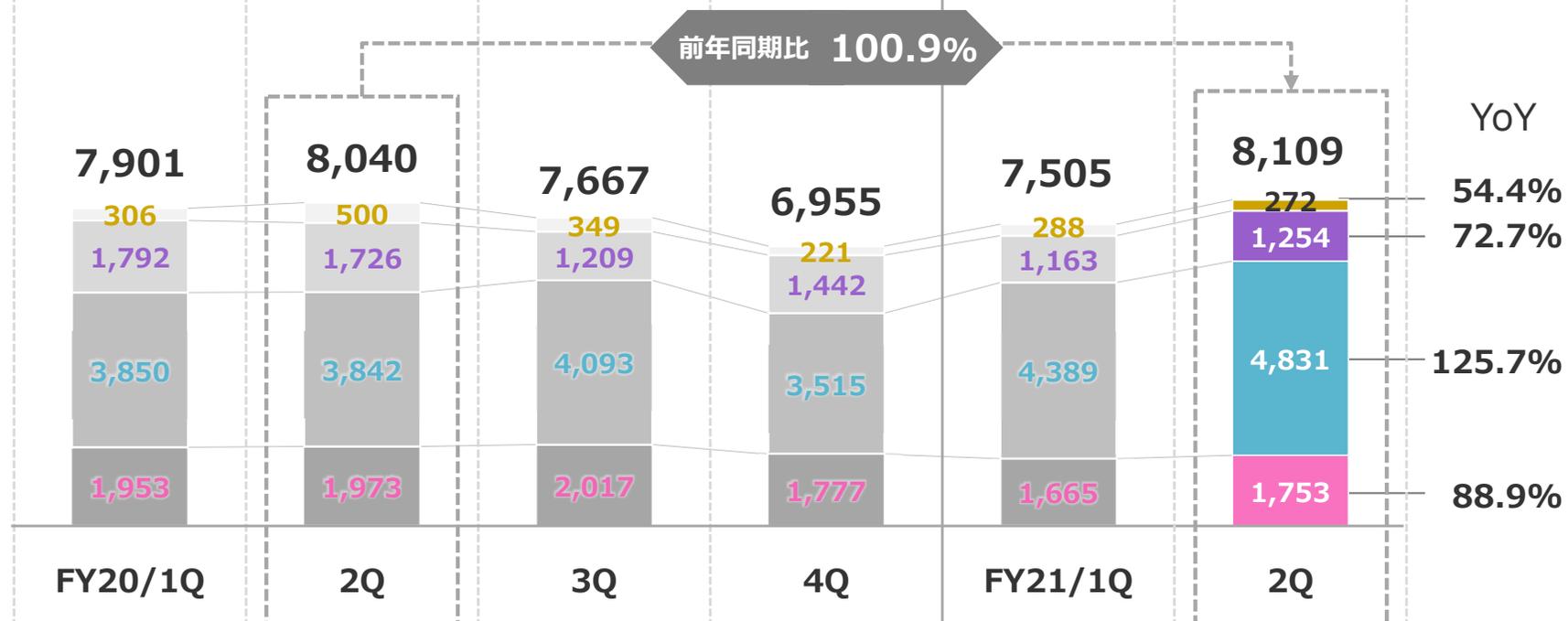
連結営業利益率



売上高

(単位：百万円)

- その他
- Global
- Beauty Service
- On Platform

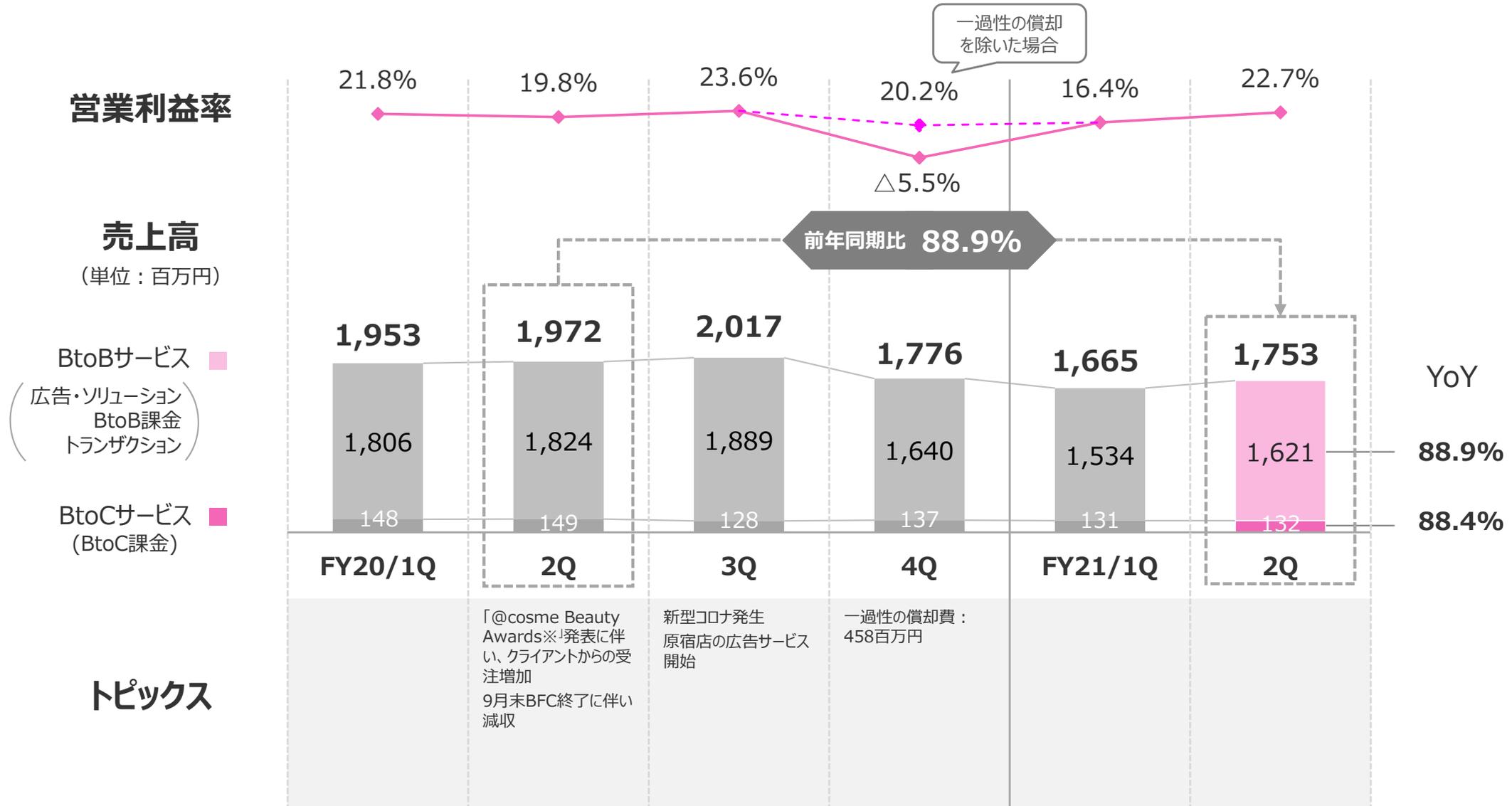


(ご参考) 営業利益率に対する特殊要因による影響

- @cosme Beauty Dayの 프로모ーション費用 FY20.2Q: △4.0pt FY21.2Q: △3.6pt
- オープン前における@cosme TOKYOの先行費用 FY20.1Q: △1.8pt FY20.2Q: △4.7pt

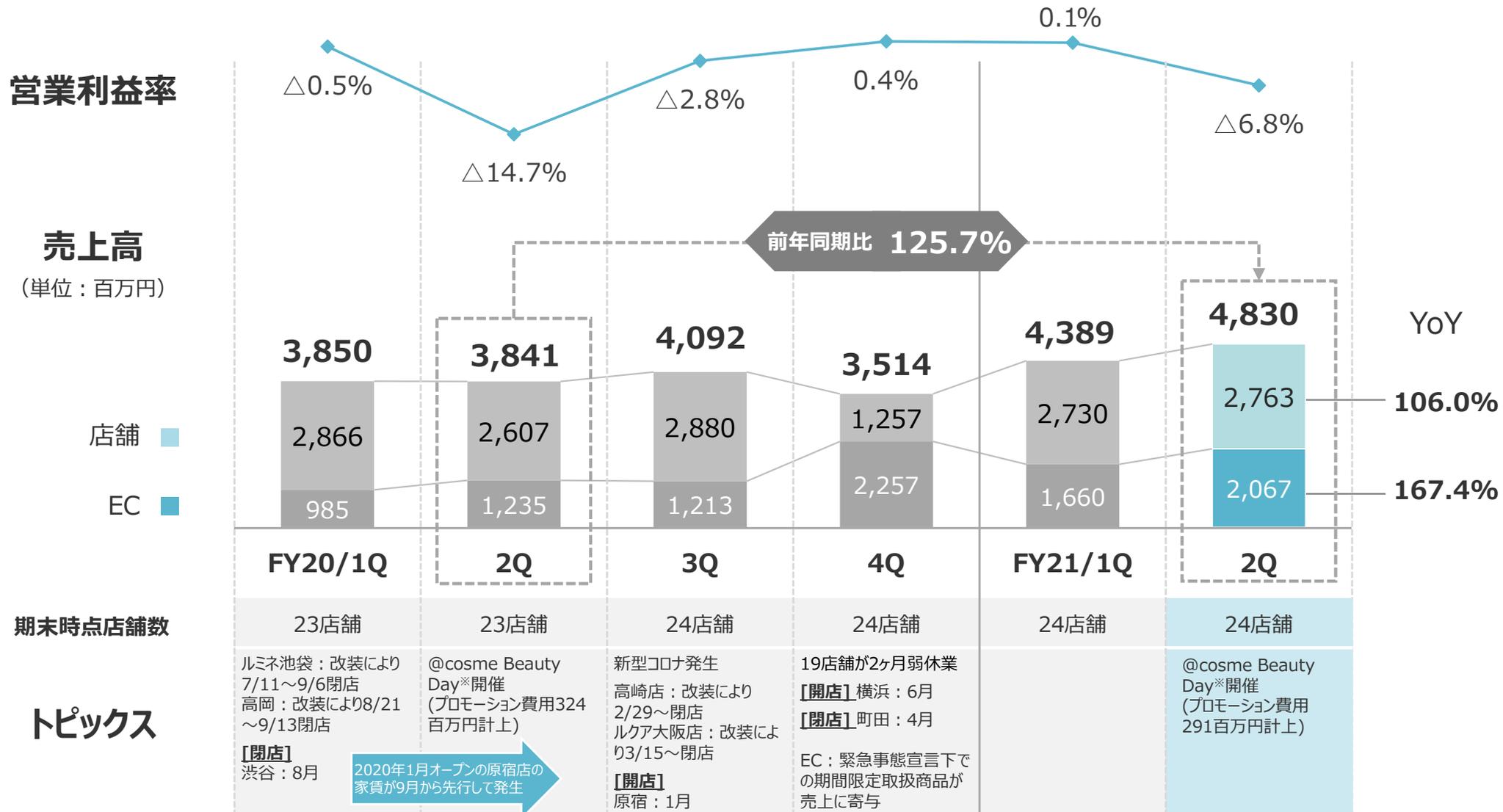
On Platform セグメント別売上高/ 四半期別推移

- 売上高は新型コロナの影響により顧客の予算保守化が続いたため**減収**
- 減収となるも営業利益は**コスト削減等によりコロナ前の水準まで回復**



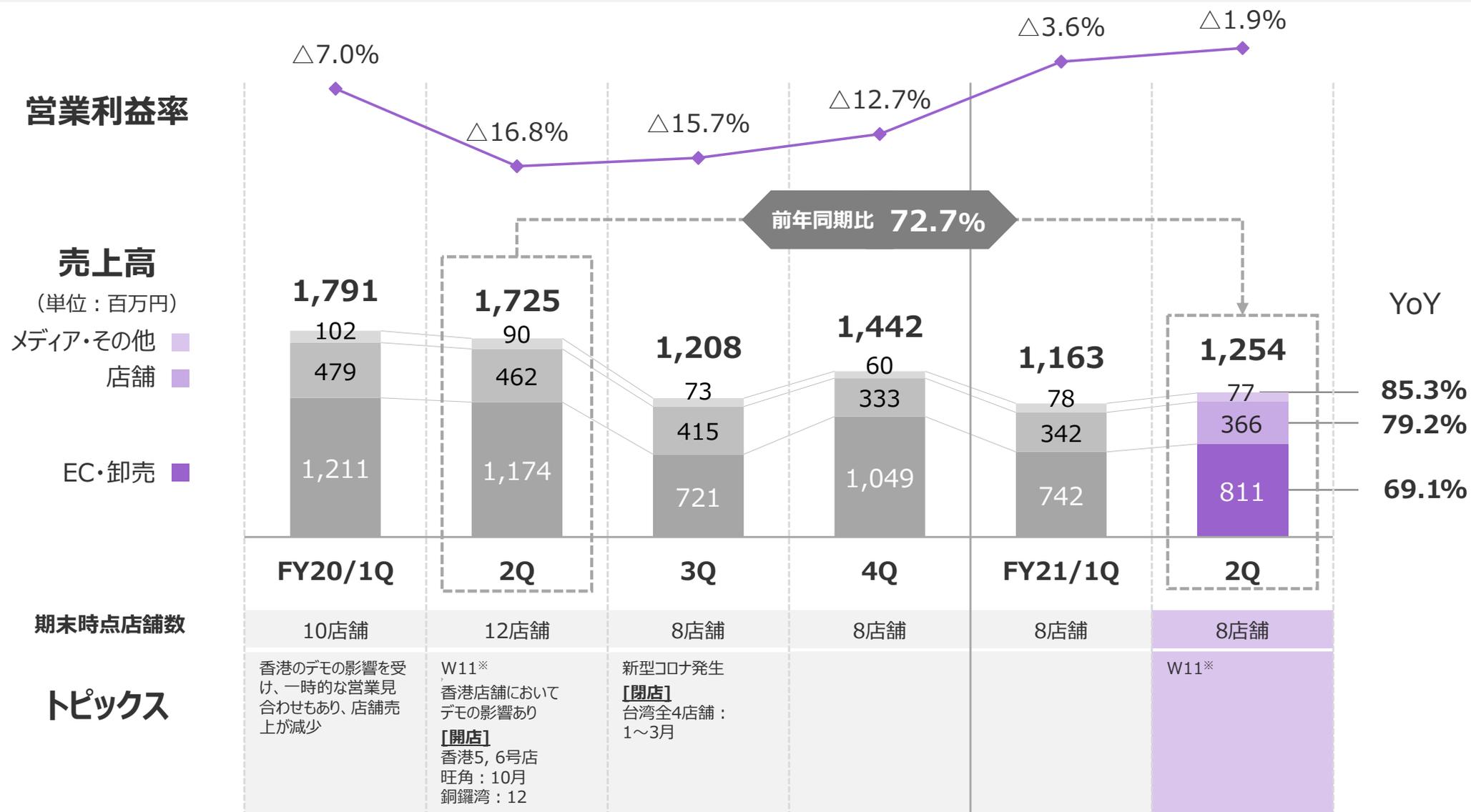
※ アイスタイルが発表する日本最大級の美容アワード

- 店舗はコロナ影響を受けるも大型旗艦店の寄与で増収。ECはコロナ禍による需要増で引き続き大きく成長
- 利益はイベントのプロモーション費用で一時赤字が増えるも、ECの成長やコスト削減等によりYoYで赤字縮小



※ 3日間限定のECのスペシャルイベント

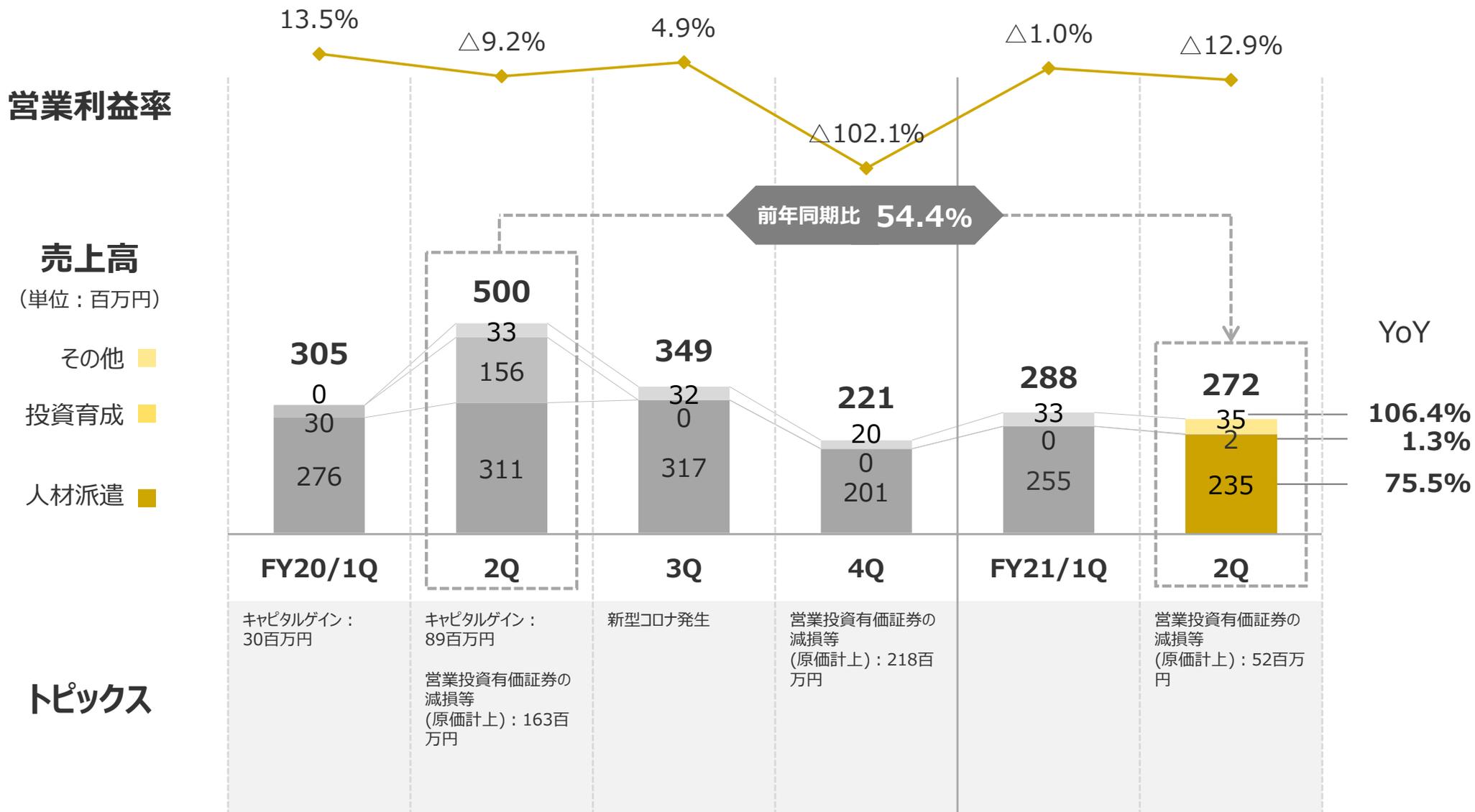
- 事業環境の変化により事業拡大路線から不採算事業の整理・撤退に方針転換。コロナ影響もあり更に注力
- 積極的かつ継続的なコスト削減策により**赤字幅を縮小**



※ 中国で11月11日に開催されるECでの大規模なセール（独身の日）

セグメント別売上高/ 四半期別推移

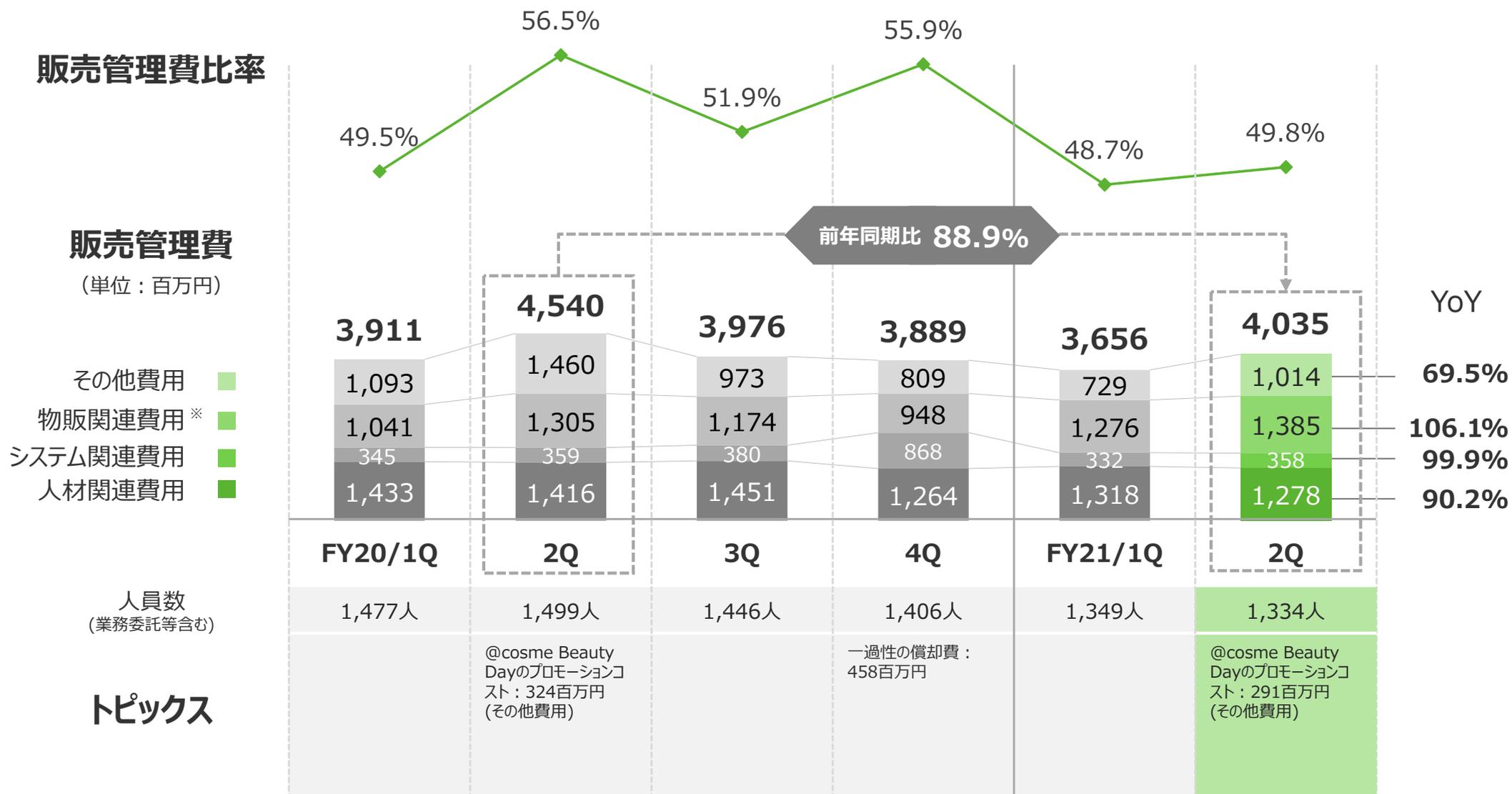
- 投資育成の減収に加えて、人材派遣事業がコロナ影響により減収
- 営業投資有価証券の減損で赤字となるも、**人材派遣はコロナ禍においても黒字化**



(ご参考)キャピタルゲインや営業投資有価証券の減損の影響 FY20.2Q:△17.2pt FY20.4Q:△98.5pt FY21.2Q : △18.9pt

販売管理費/ 四半期別推移

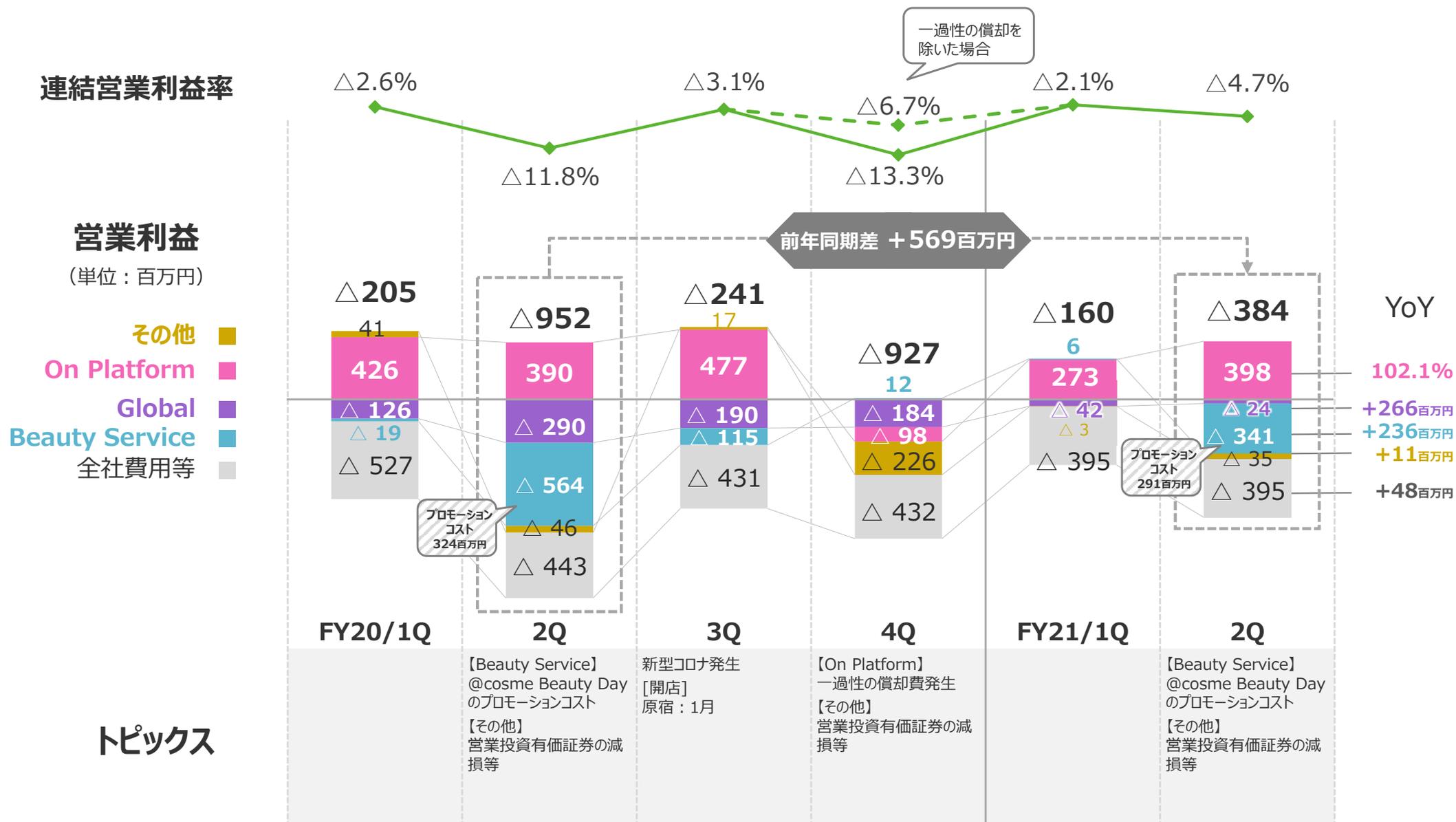
- 積極的なコストコントロールにより、販管費率を改善
- 変動費である物販関連費用を除き、人材関連やその他費用など**固定費はYoY81.9%と大幅減少**



※ EC事業の配送費やモールへの支払手数料、店舗の家賃等、売上に連動する費用

セグメント別営業利益/ 四半期別推移

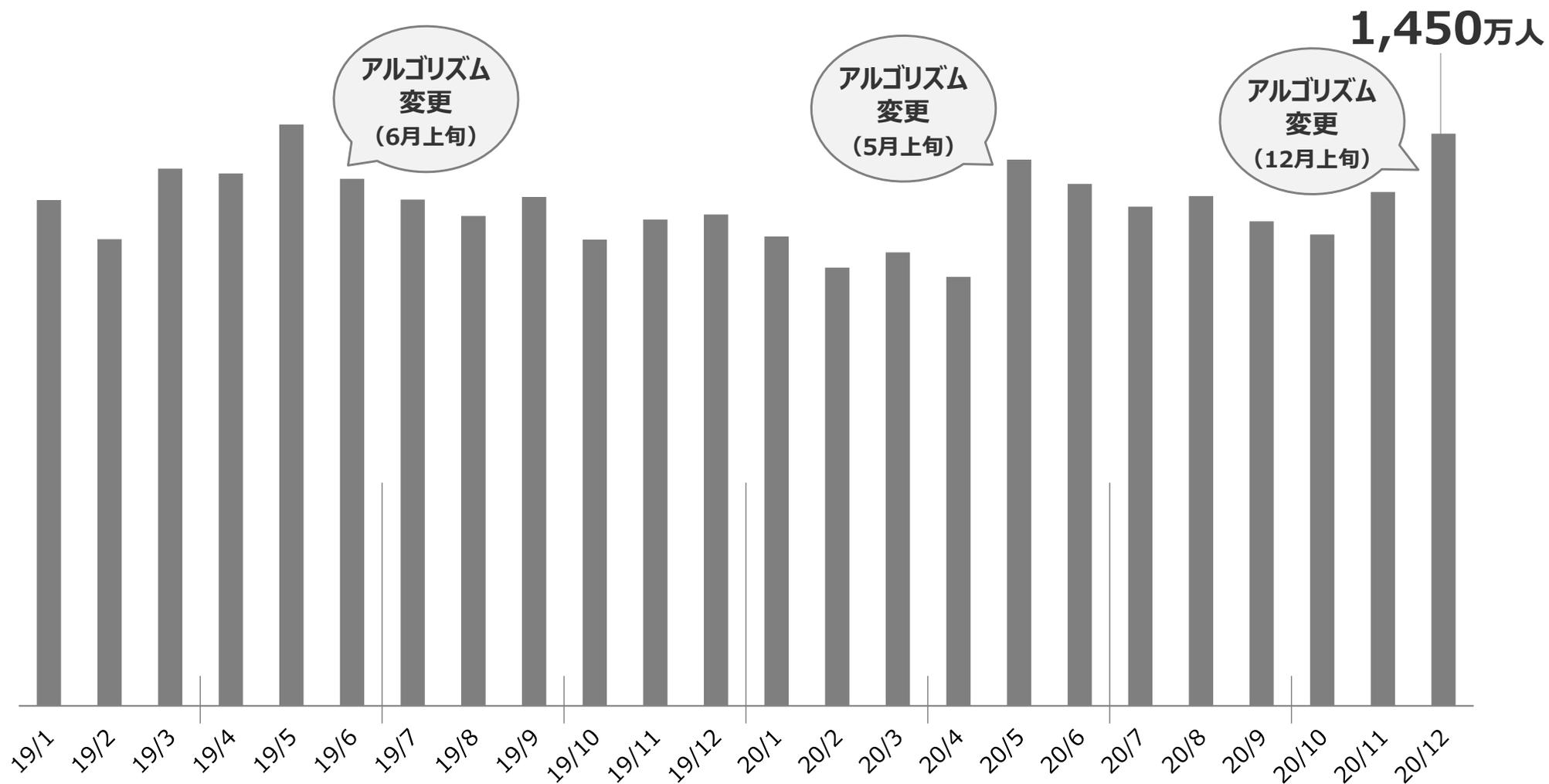
- ECの成長やGlobal事業をはじめ全セグメントにおけるコスト削減等もあり**全セグメントで収益性を改善**



直近の運営サービスの状況

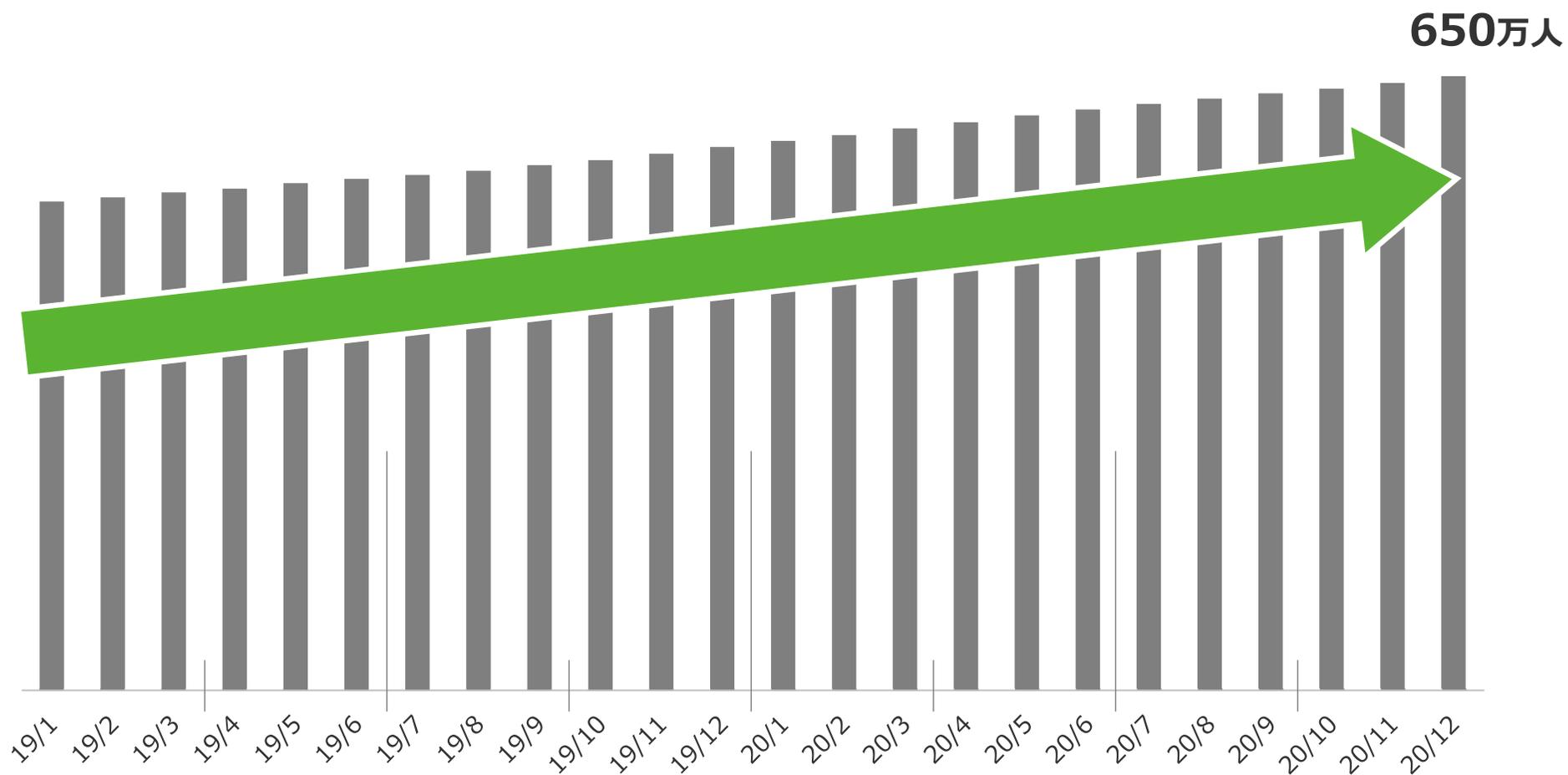
@cosmeの月間ユニークユーザー数の推移

- 検索サイトのアルゴリズム変更による影響や継続的な対策の結果、**1,400万台まで回復**



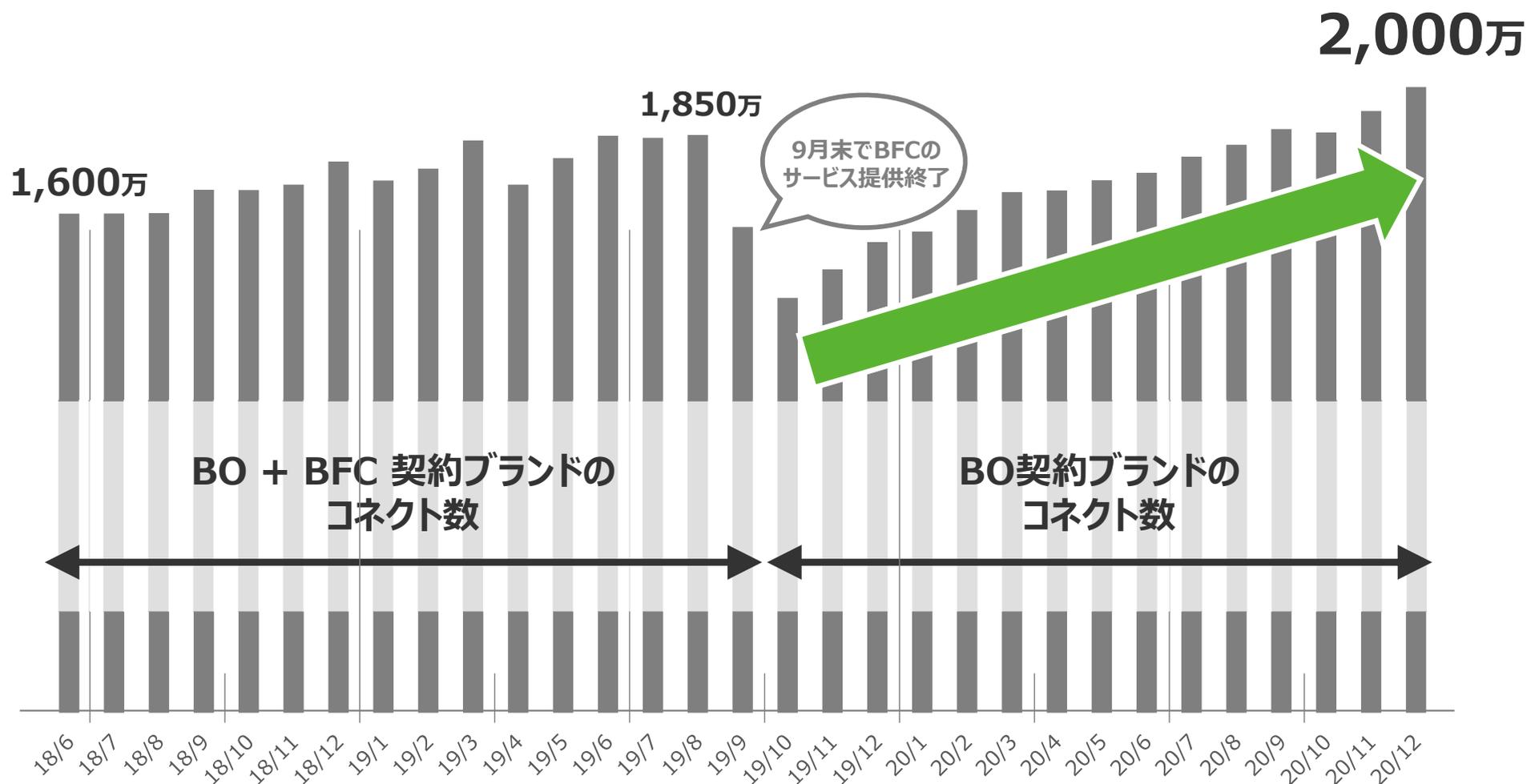
@cosmeの会員数の推移

- 会員数は引き続き**増加傾向**



マーケティング支援サービスのKPI「コネクト」※の推移

- ブランドオフィシャル(BO)の寄与により順調に伸長



※ ユーザーが契約ブランドやブランドの商品に対して行ったアクション (Follow, Like, Have:同一ブランドに対して複数ある場合は1としてカウント) の総和

○ FY21上期の振り返り

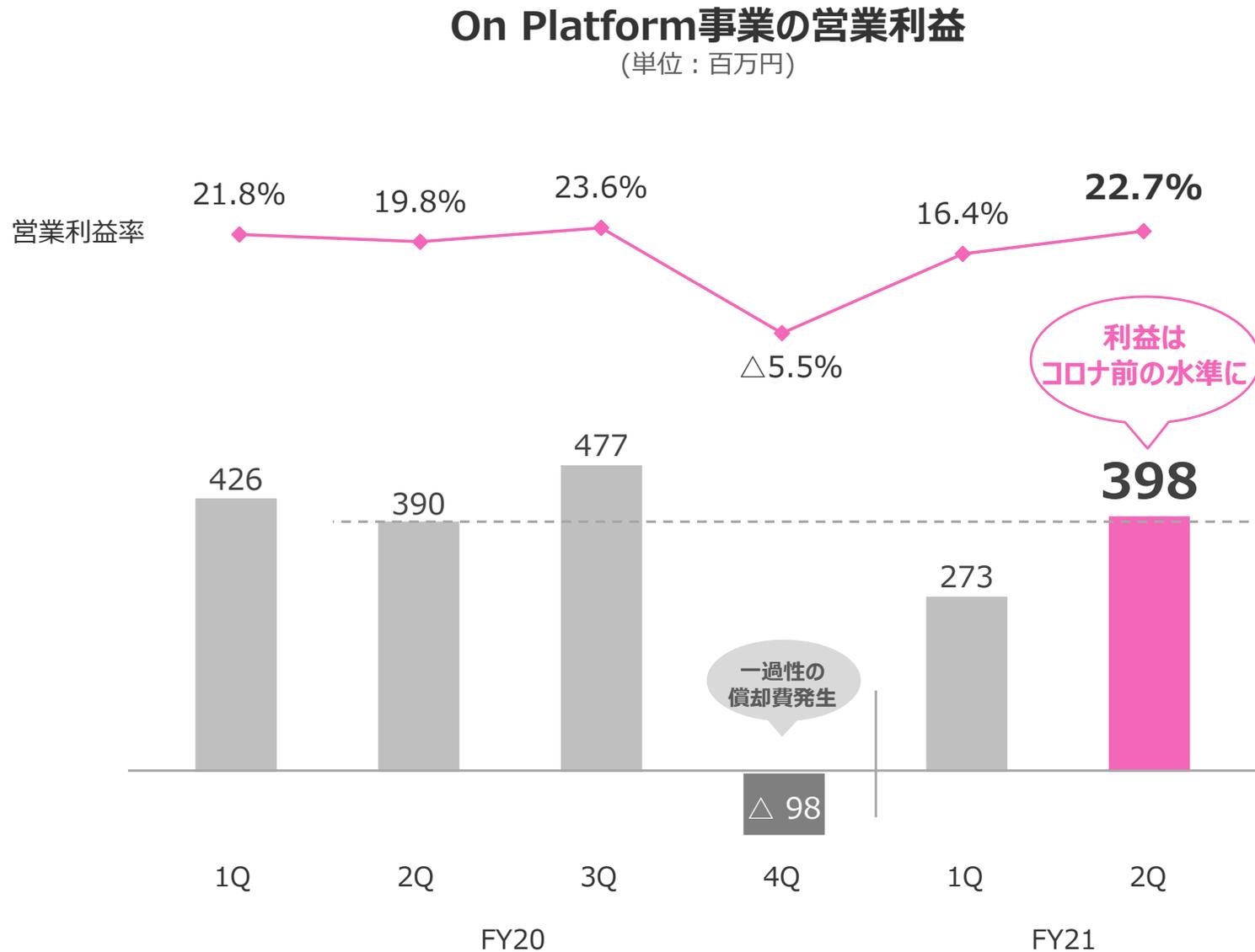
上期におけるサービス別の経常的な利益状況

赤文字：赤字のサービス

セグメント	主要なサービス	
On Platform	- 広告・ソリューション - BtoCサービス	- ブランドオフィシャル
Beauty Service	- 既存店舗 - EC※	- 大型旗艦店 <small>※スペシャルイベントのプロモーション費用は 通期をかけて回収するため除外</small>
Global	- EC・卸売 - メディアその他	- 海外店舗
その他	- 人材派遣	- 投資育成 <small>※一時的な減損を除く</small>

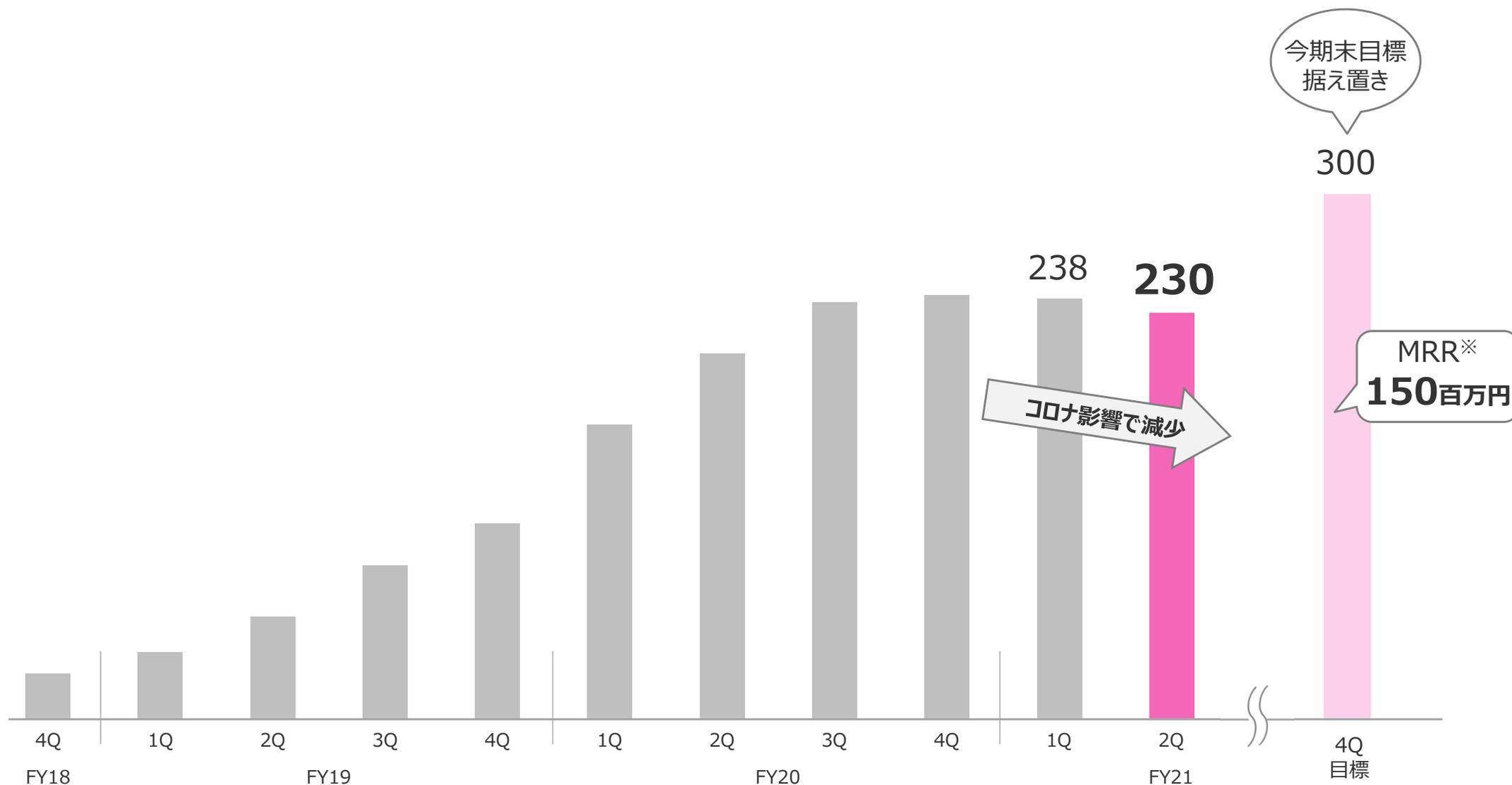
コロナの影響を大きく受けている大型旗艦店と海外店舗を除き黒字化へ

- コロナ禍で売上が伸び悩むもコスト削減で営業利益は前年同期水準まで回復、利益率は増加し収益性向上



上期の振り返り / ブランドオフィシャルの導入数推移

- コロナ影響で1Qに続き減少。コロナで先行き不透明感があるものの今期末目標は据え置き



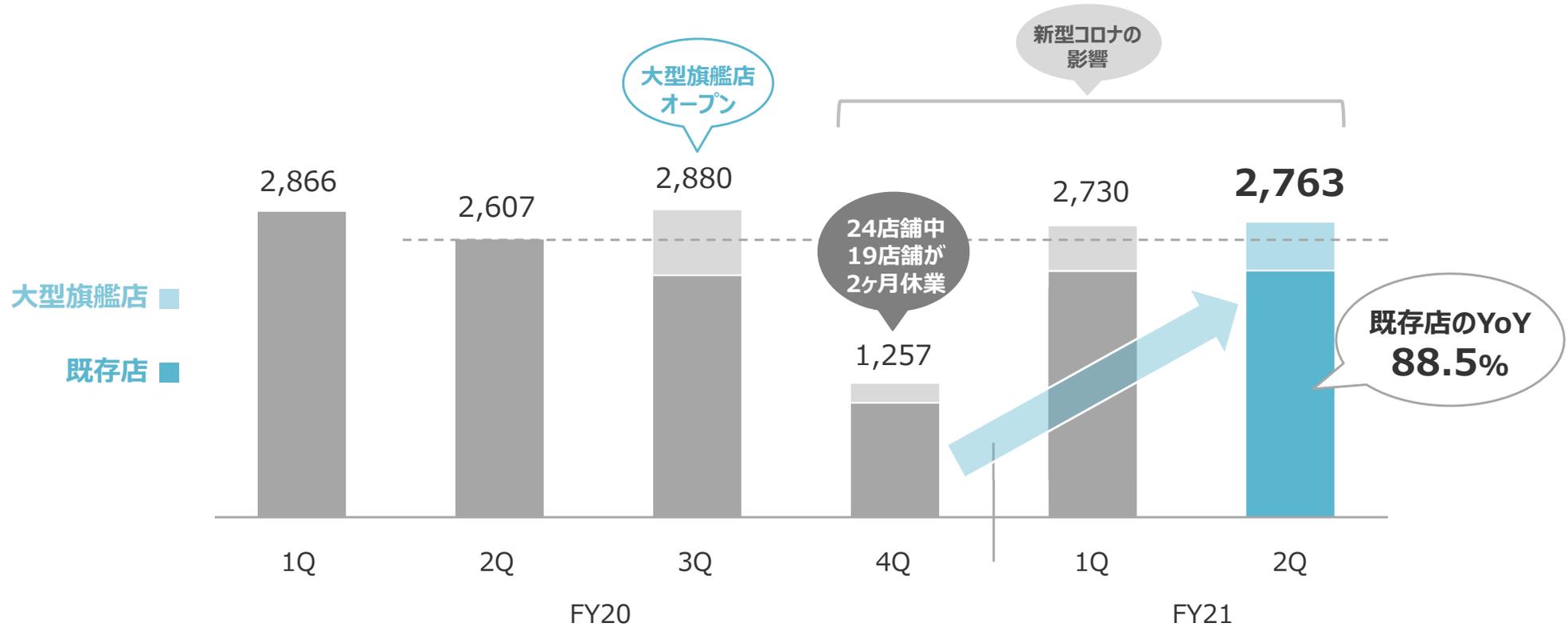
※ MRR・・・ Monthly Recurring Revenueの略。毎月経常的に得られる収益

上期の振り返り / 店舗の売上高

- 大型旗艦店の寄与で店舗全体では前年同水準となるも、既存店は依然としてコロナ影響により減収

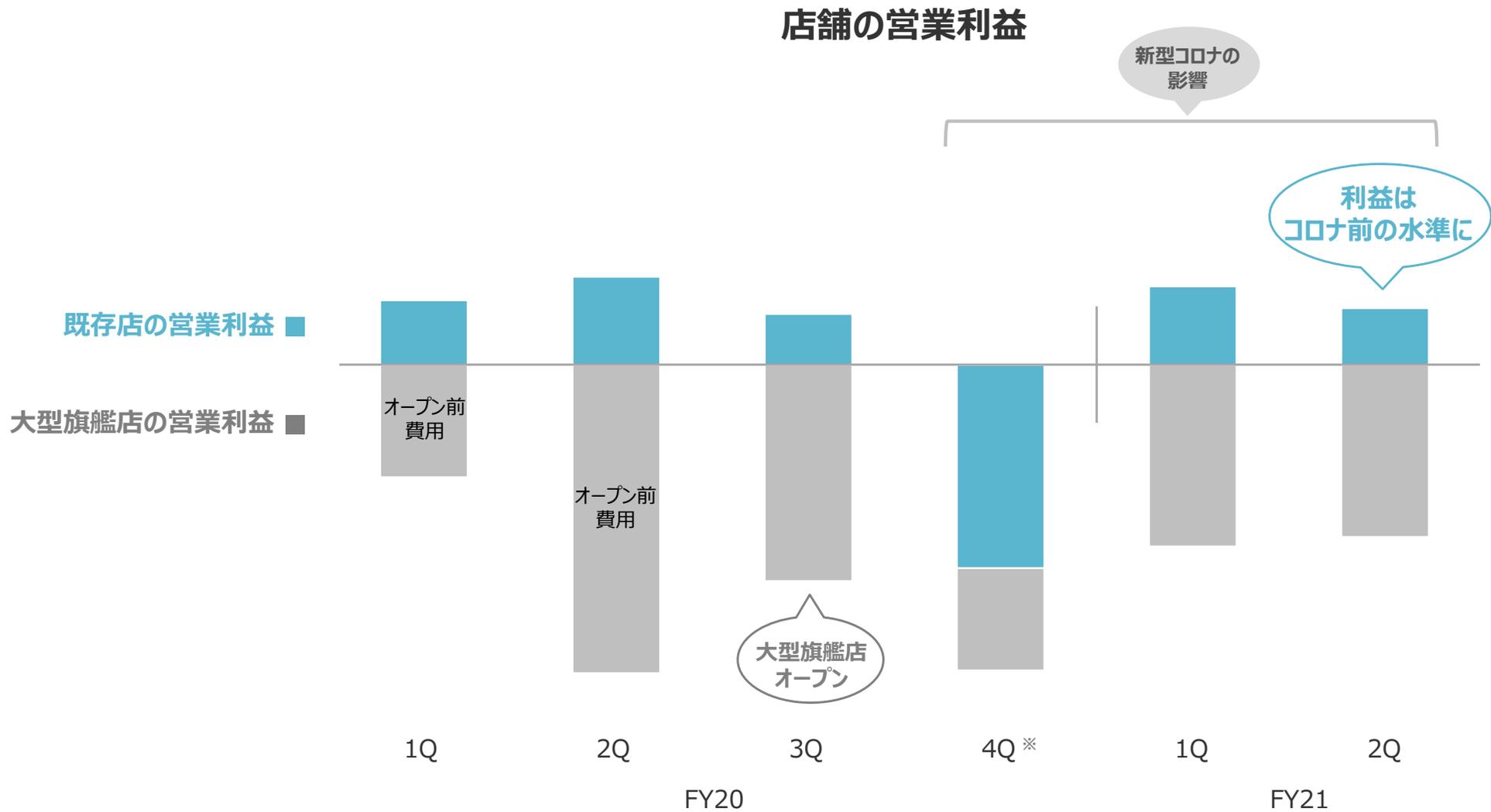
店舗の売上高

(単位：百万円)



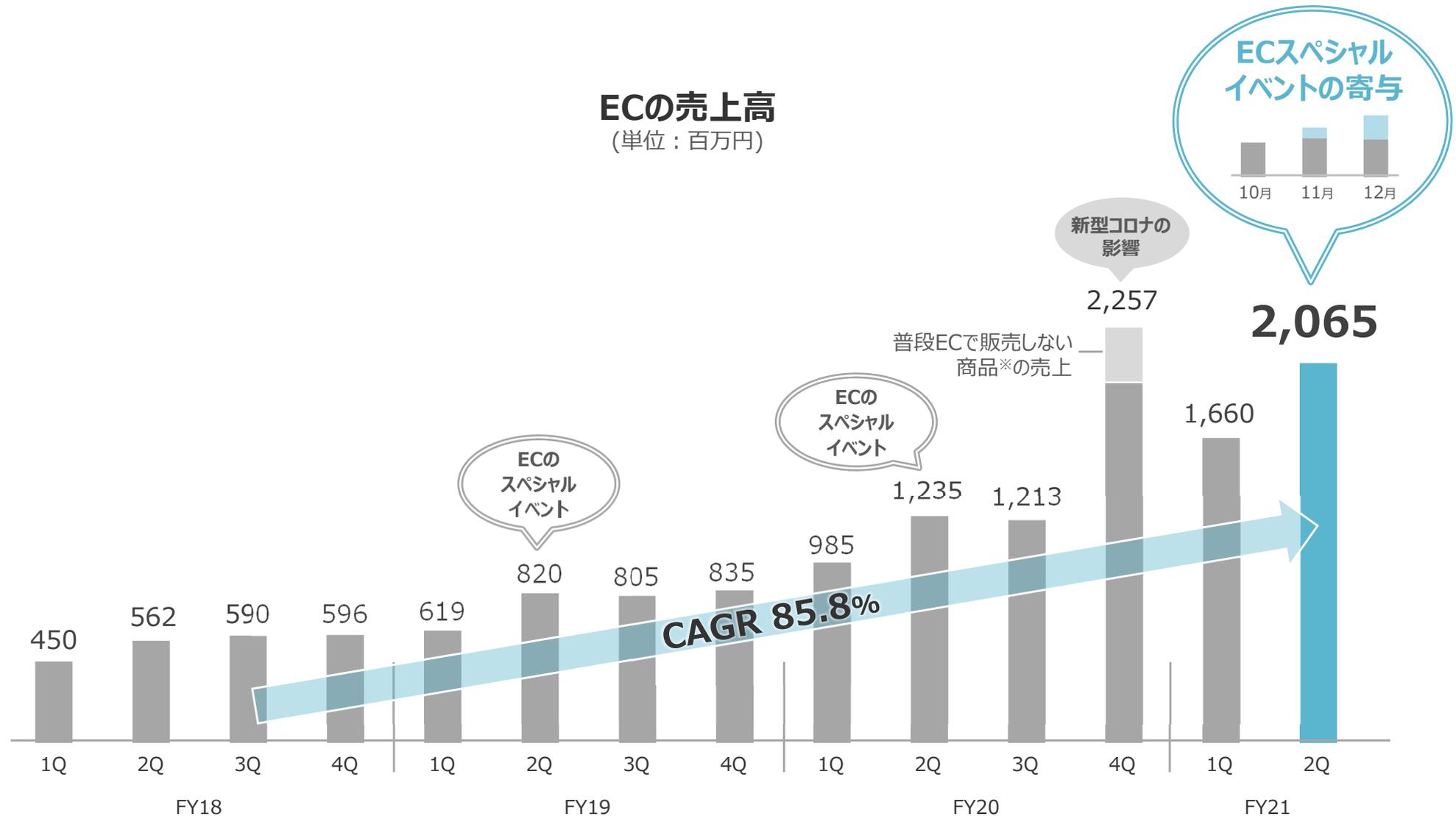
上期の振り返り / 店舗の営業利益

- 積極的なコスト削減により**既存店の利益水準はコロナ前まで回復**



※ 2020年4,5月の緊急事態宣言に伴い休業した期間の費用2.8億円は特別損失に振替

- ECスペシャルイベントのGMVがYoY140%を記録。その寄与もあり3年で3.5倍と大きく成長

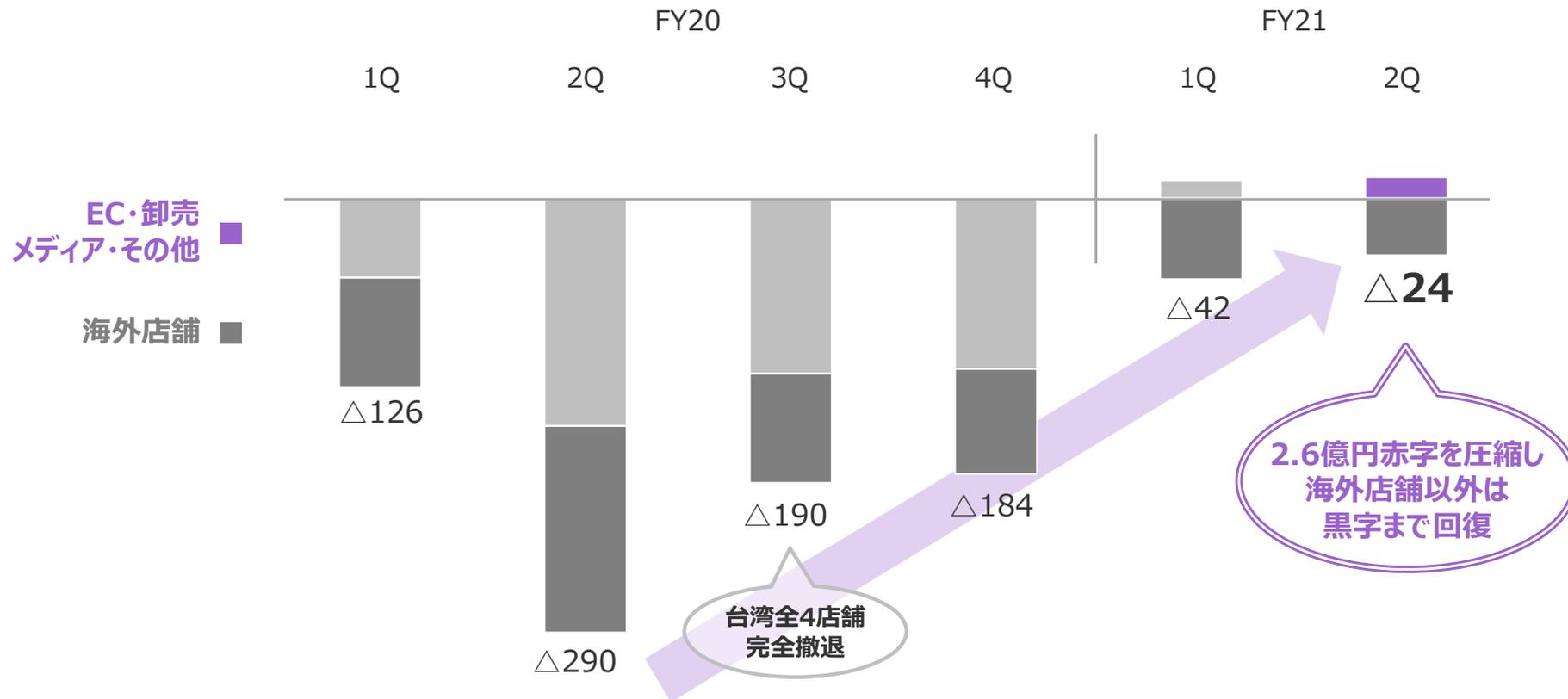


※ 普段ECに商品を卸さないメーカーが、店舗を持つ企業の運営するECに対してのみ期間限定で販売を許可した商品

- コロナ影響を大きく受ける海外店舗以外の事業はコスト削減により黒字まで回復

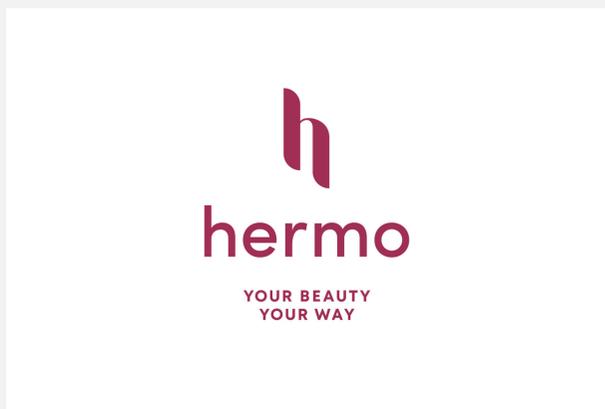
Global事業の営業利益

(単位：百万円)



- 不採算事業の整理・撤退により赤字幅を縮小

Hermo社の全株式を譲渡



黒字化したものの安定収益が見込めないことや
早急なキャッシュアウト抑止が喫緊の課題であるため
同社の全株式を1月19日に譲渡

事業整理として同社に対する債権を放棄するなど
これによる特別損失173百万円※を3Qに計上予定
一時的に損失増となるも、経常的な収支はプラスへ

※ 金額は為替の影響により変動する可能性があります

タイの店舗事業を撤退決定



新型コロナの影響により現地の景況感が
更に悪化したことを受けて、1号店を1月末に閉店し
2号店の撤退手続きも開始

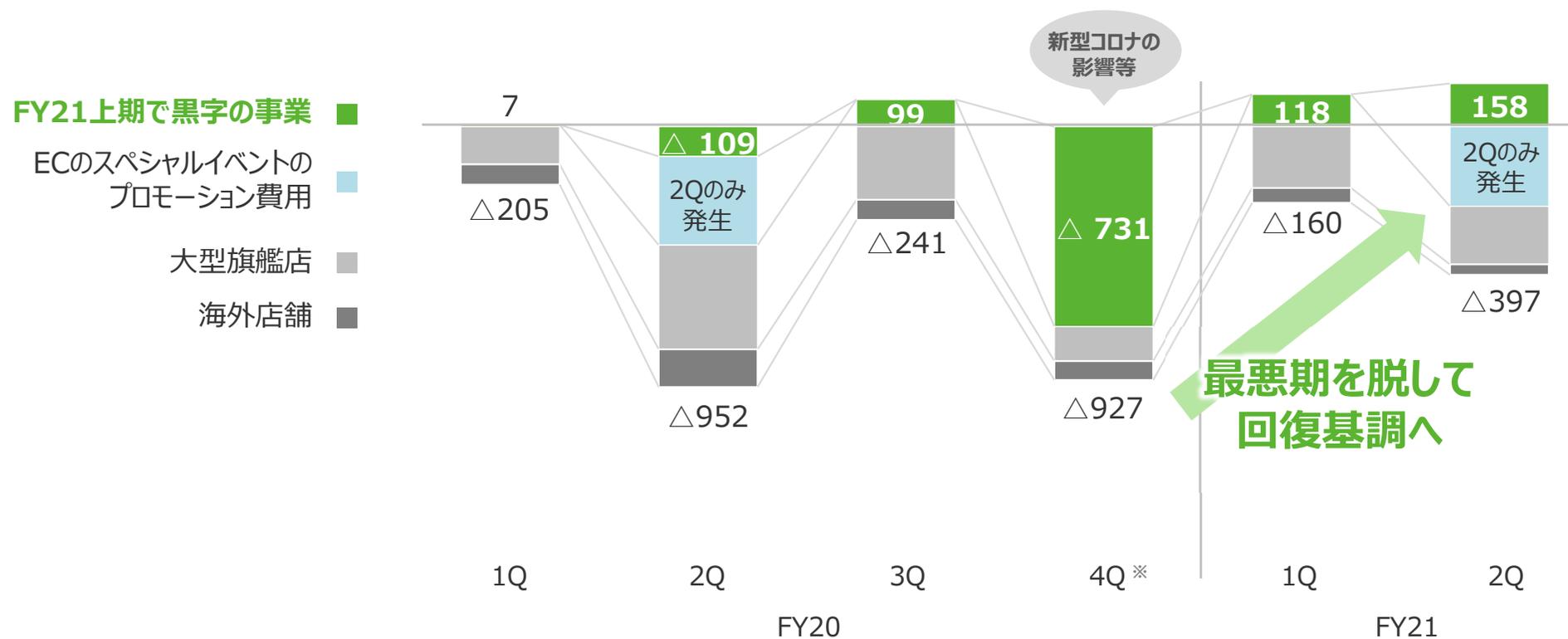
今後も中長期的な成長見込と現在の状況を
勘案しながら海外店舗の展開を検討

上期の振り返り / 連結全体の営業利益推移

- 赤字である大型旗艦店や海外店舗、通期をかけて回収するECスペシャルイベントのプロモーション費用を除外したFY21上期で黒字事業の営業利益

連結全体の営業利益

(単位：百万円)

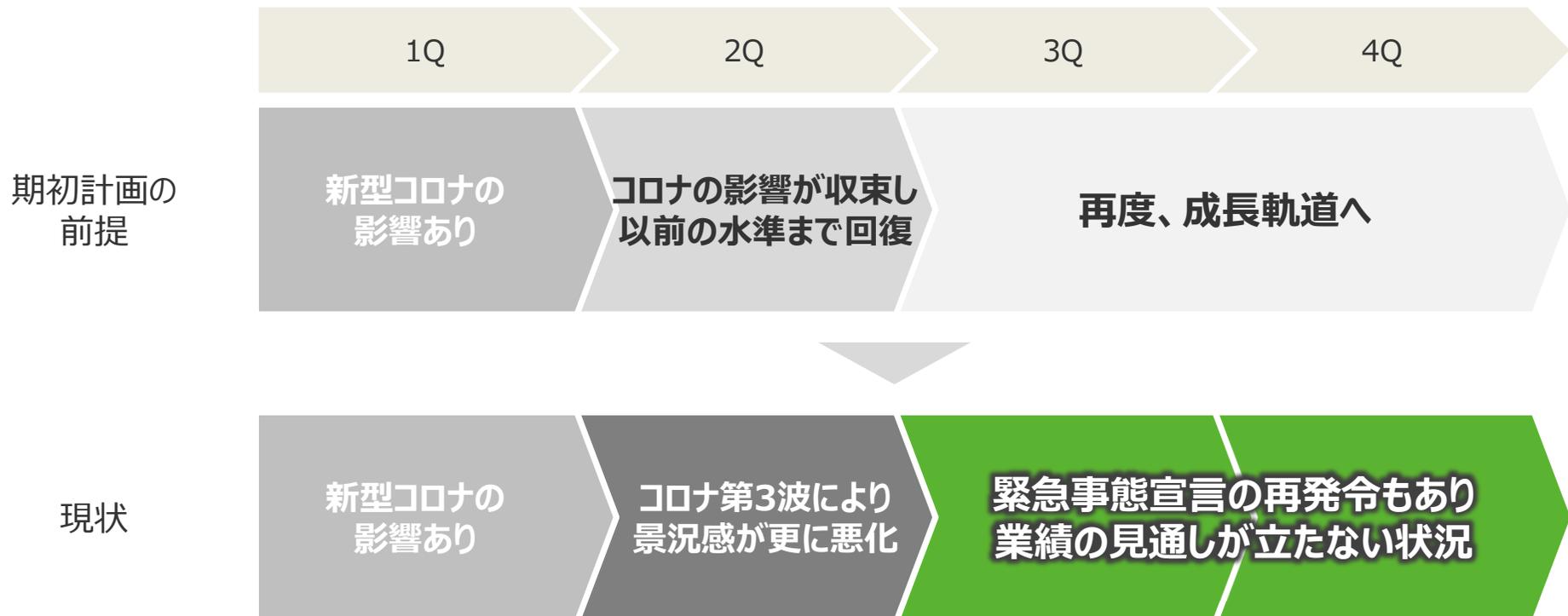


※ 4,5月の緊急事態宣言に伴い休業した期間の費用2.8億円は特別損失に振替

期初計画と上期実績の乖離

- 期初計画では2Qでコロナ影響から回復する見込みであったが、コロナ第3波により計画と実績に乖離が発生

計画の前提と実績の乖離



期初の通期業績予想を取り下げ
コロナ影響を精査できた段階で修正後予想を発表

期初計画と上期実績の乖離 / セグメント別

上期実績が計画と乖離した主な理由

On Platform

広告・ブランドオフィシャル

コスト削減により収益性は改善するも、2Qでコロナ影響が収束する見込みに対して コロナ第3波等の影響でクライアントである化粧品ブランドの予算保守化が続いた

Beauty Service

店舗

大幅な赤字圧縮に成功するも、2Qでコロナ影響が収束する見込みに対して コロナ第3波等の影響で客足の戻りが鈍くインバウンドも蒸発したため、売上において乖離が発生した

Global

香港店舗

2Qでコロナ前の水準まで戻る見込みも、現地におけるコロナ影響が続きインバウンド需要(中国人観光客)が依然として蒸発した状況

參考資料

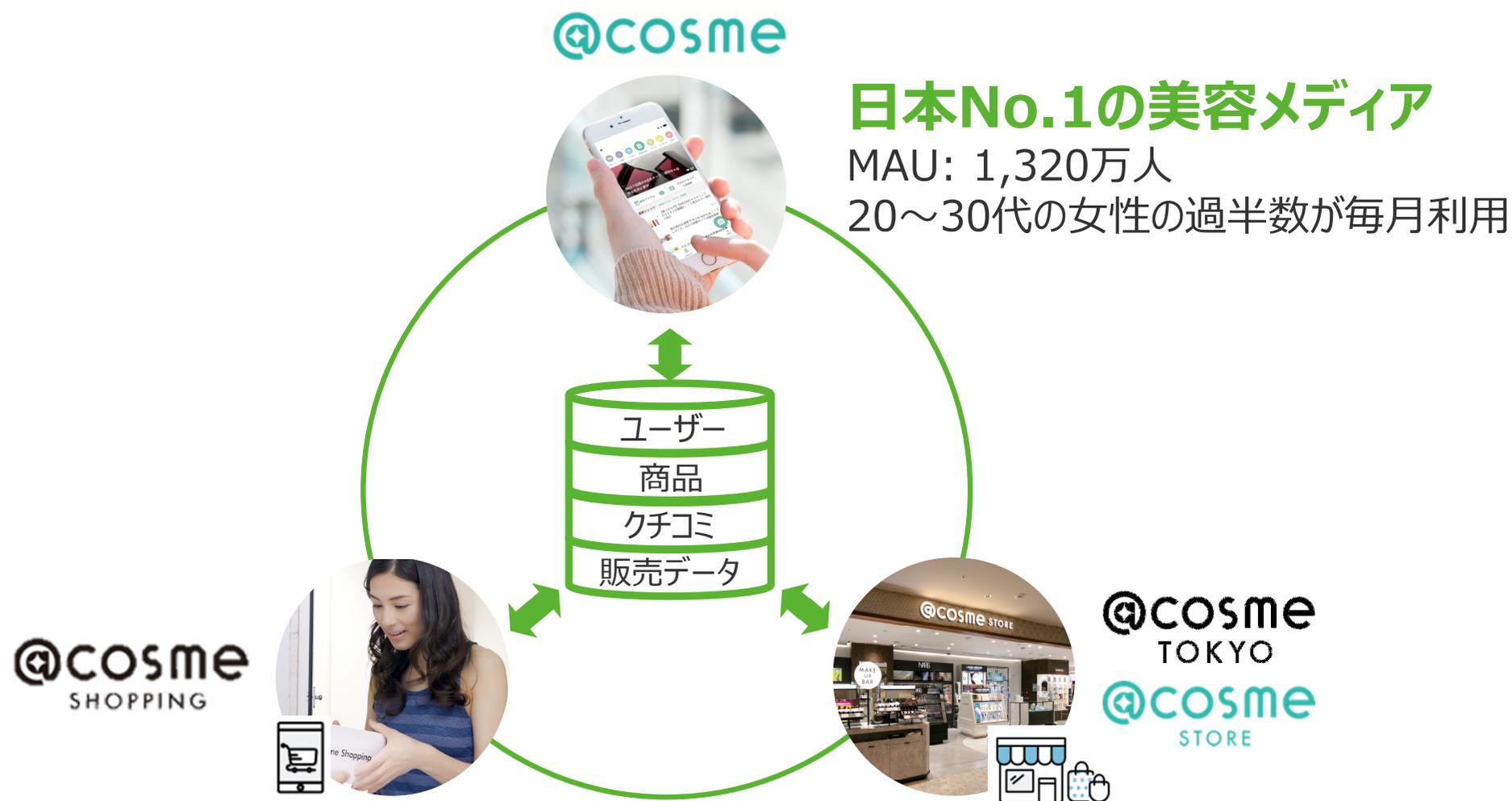
会社概要 (2020年6月時点)

商号	株式会社アイスタイル (英訳名 istyle Inc.)		
市場/銘柄コード	東証一部/3660		
代表取締役社長	吉松徹郎		
設立年月日	1999年7月27日		
本社所在地	東京都港区赤坂一丁目12番32号		
資本金	3,703百万円		
決算期	6月末日		
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・美容系総合サイト「@cosme (アットコスメ)」の企画・運営 ・関連広告サービス、マーケティング・リサーチサービスの提供 		
従業員数	1,161名 (連結)		
主要関係会社	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>【国内】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社コスメ・コム ・株式会社コスメネクスト ・株式会社アイスタイルキャリア ・株式会社アイスタイルトレーディング ・株式会社ISパートナーズ ・株式会社アイスタイルウィズ ・株式会社メディア・グローブ ・株式会社Eat Smart </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>【海外】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・istyle China Co., Limited ・istyle Global (Singapore) Pte. Limited ・istyle China Corporation Limited ・istyle Retail (Hong Kong) Co., Limited ・istyle USA Inc. ・istyle Retail (Thailand) Co., Limited ・Herma Creative (M) Sdn. Bhd. ・i-TRUE Communications Inc. ・MUA Inc. </td> </tr> </table>	<p>【国内】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社コスメ・コム ・株式会社コスメネクスト ・株式会社アイスタイルキャリア ・株式会社アイスタイルトレーディング ・株式会社ISパートナーズ ・株式会社アイスタイルウィズ ・株式会社メディア・グローブ ・株式会社Eat Smart 	<p>【海外】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・istyle China Co., Limited ・istyle Global (Singapore) Pte. Limited ・istyle China Corporation Limited ・istyle Retail (Hong Kong) Co., Limited ・istyle USA Inc. ・istyle Retail (Thailand) Co., Limited ・Herma Creative (M) Sdn. Bhd. ・i-TRUE Communications Inc. ・MUA Inc.
<p>【国内】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社コスメ・コム ・株式会社コスメネクスト ・株式会社アイスタイルキャリア ・株式会社アイスタイルトレーディング ・株式会社ISパートナーズ ・株式会社アイスタイルウィズ ・株式会社メディア・グローブ ・株式会社Eat Smart 	<p>【海外】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・istyle China Co., Limited ・istyle Global (Singapore) Pte. Limited ・istyle China Corporation Limited ・istyle Retail (Hong Kong) Co., Limited ・istyle USA Inc. ・istyle Retail (Thailand) Co., Limited ・Herma Creative (M) Sdn. Bhd. ・i-TRUE Communications Inc. ・MUA Inc. 		

沿革

- | | | |
|-------|-----|---|
| 1999年 | 7月 | 有限会社アイ・スタイル設立 |
| | 12月 | コスメ情報ポータルサイト「@cosme」をオープン |
| 2000年 | 4月 | 株式会社アイスタイルへ組織変更 |
| 2002年 | 11月 | 化粧品オンラインショッピングサイト「cosme.com（現 @cosme shopping）」をオープンし、EC事業の運営を開始 |
| 2007年 | 3月 | 株式会社コスメネクストがルミネエスト新宿に「@cosme store」第1号店がオープン |
| 2008年 | 1月 | 転職・求人サイト「@comes Career」をオープン |
| 2010年 | 9月 | 株式会社コスメネクストを完全子会社化 |
| 2012年 | 3月 | 東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場 |
| | 5月 | 海外展開の本格化を目的として、istyle Global (Hong Kong) Co., Limited（現 istyle International Trading (Hong Kong) Co., Limited）を設立
「ispot」を運営する株式会社サイバースター（株式会社アイスタイルビューティソリューションズ）を連結子会社化（2017年7月に、当社が吸収合併） |
| | 8月 | シンガポールにistyle Global (Singapore) Pte. Limitedを設立 |
| | 10月 | 中国にistyle China Co., Limitedを設立 |
| | 11月 | 東京証券取引所市場第一部へ市場変更 |
| 2014年 | 7月 | 「GLOSSYBOX（現 BLOOMBOX）」を運営するビューティー・トレンド・ジャパン株式会社の全株式を取得 |
| | 11月 | 投資育成事業の開始に伴い株式会社アイスタイルキャピタルを設立 |
| | 12月 | 海外向け化粧品卸売事業の開始に伴い、株式会社アイスタイルトレーディングを設立し、翌1月より、海外向けEC・卸売を開始 |
| 2015年 | 7月 | 化粧品・美容業界専門の人材サービス会社、株式会社アイスタイルキャリアを設立 |
| | 9月 | 化粧品に特化したPR会社、株式会社メディア・グローブの株式を取得し子会社化（2018年6月に株式交換により完全子会社化） |
| 2016年 | 3月 | 株式会社ISパートナーズを設立 |
| | 7月 | 株式会社istyle makers設立準備会社（現 株式会社アイメイクーズ）を設立 |
| | 9月 | 食と健康に関するサービスを展開する株式会社Eat Smartの株式を取得し子会社化
化粧品小売店を運営する株式会社ユナイテッド・コスメの株式を取得し子会社化（2018年7月に株式会社コスメネクストが吸収合併） |
| | 10月 | istyle Retail (Hong Kong) Co., Limitedを設立 |
| 2017年 | 5月 | マレーシアで美容・化粧品のECサイトを運営するHerma Creative (M) Sdn. Bhd.の株式を取得し子会社化
台湾で美容系ポータルサイトを運営するi-TRUE Communications Inc.の株式を取得し子会社化
米国でistyle USA Inc.を設立し、7月に同社を通じて、米国で美容系ポータルサイトを運営するMUA Inc.の株式を取得し子会社化 |
| | 6月 | 海外募集による新株式の発行により、約36億円の資金調達を実施 |

生活者のデータを軸に、日本No.1の美容プラットフォームを構築



日本No.1の美容専門ECサイト

取扱い商品数: 42,000sku

日本No.1の化粧品専門店

年間売上: 96億円※1

※1 FY20における店舗の年間売上実績

※2 各数値は2020年6月時点

日本最大級の美容系総合サイト@cosme

- ユーザーだけでなく、ブランドなどの多くのステークホルダーからも支持される日本最大級の美容系総合サイト@cosme



20~30代の
多くの若い女性が
毎月利用

月間ユニークユーザー

1,320万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

610万人

日本で展開する化粧品
ブランドはほぼすべて網羅

登録ブランド数

39,000ブランド

化粧品から美容全般へと
カテゴリを拡大中

登録商品数

34万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

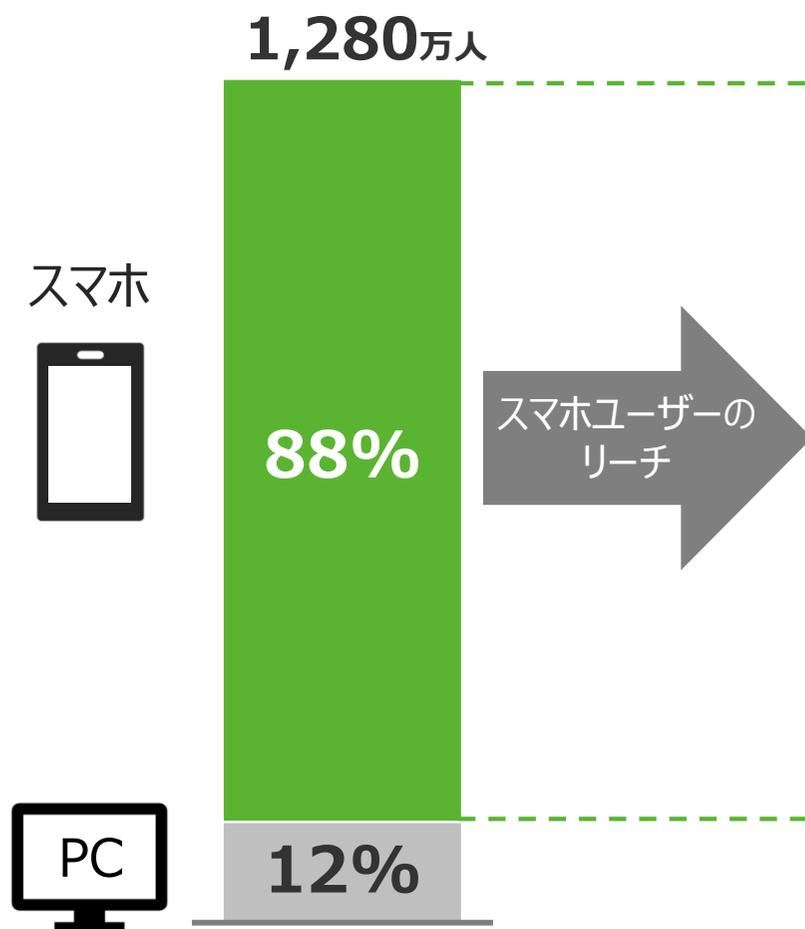
クチコミ数

1,580万件

@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,320万人（2020年6月末時点）
- 20代・30代の日本人女性に対して圧倒的なリーチを持つ

月間ユニークユーザー（女性のみ）の構成



@cosmeスマホユーザーの日本人女性に対する世代別シェア ※

10代未満	0.1%
10代	4.8%
20代	48.8%
30代	59.6%
40代	29.3%
50代	12.3%
60代以上	0.9%

20～30代女性の過半数が毎月利用

出所：総務省人口統計（2020年1月確定値）
2020年6月末時点のPC・スマホ・FPのUU数と会員分布より推計

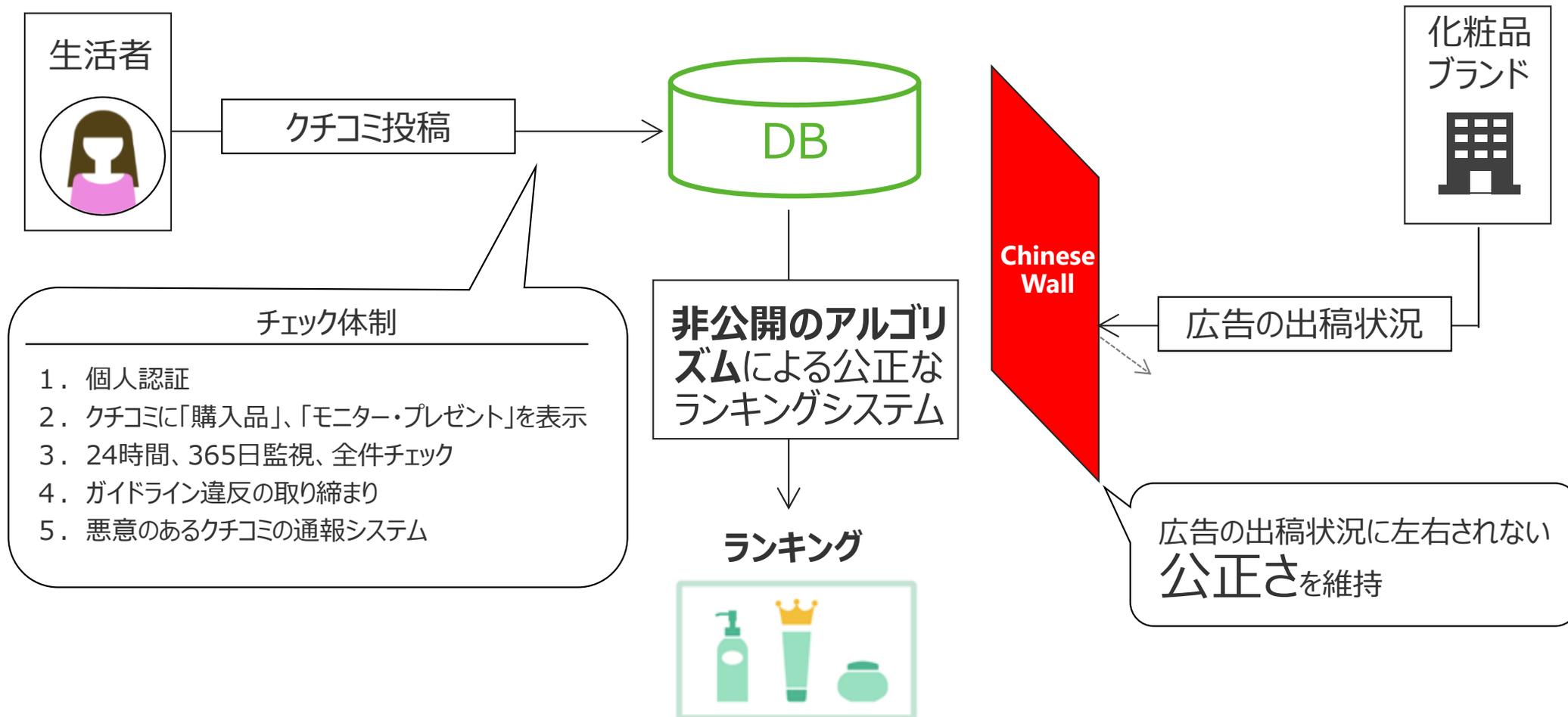
@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

- 各施策によりDBの健全性を確保

生活者

@cosme

化粧品ブランド



- Beauty Platform”@cosme”を通じた各種サービスを提供
- 新たにデータベースを活用したサービスをローンチ。広告に次ぐ収益の柱へと成長させる

B to B

広告サービス

@cosmeに掲載する広告や各種販促

タイアップ

+

バナー

etc.

Marketing SaaS

データベースを活用した各種サービス

月額課金

+

従量課金

B to C

プレミアム会員 & Bloombox

生活者に提供する便利でお得なサービス

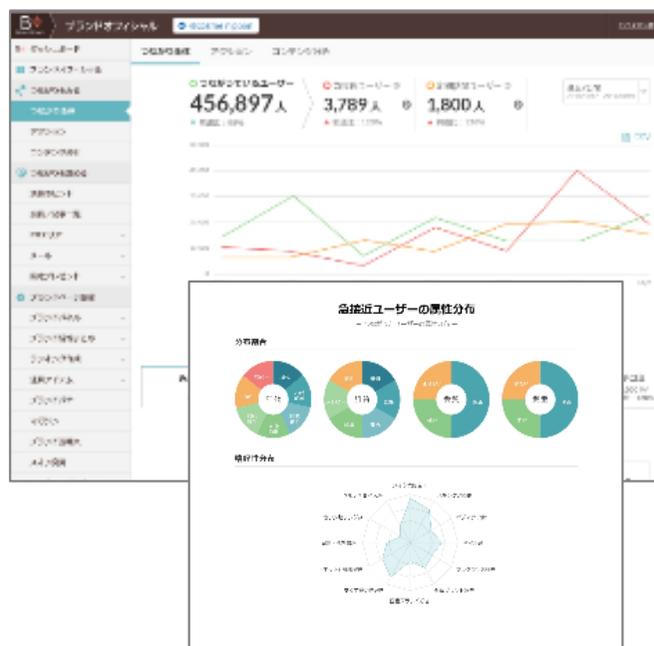
月額課金

@cosmeに蓄積されたデータベースを活用し
マーケティングプロセス全体をサポートする
新サービスをクラウドで提供開始。

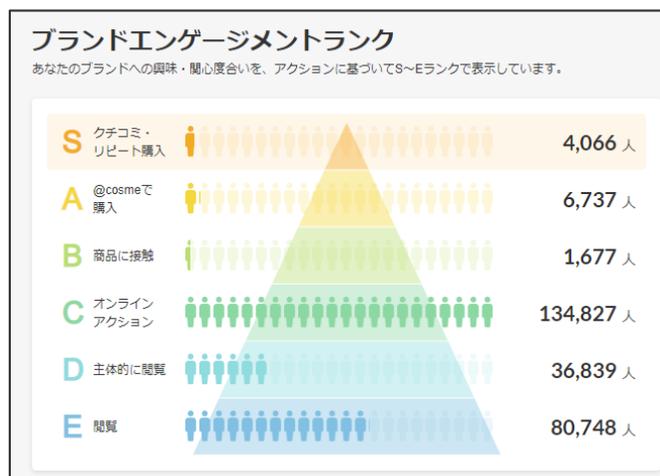
マーケティング支援サービス

- @cosmeのユーザー動向の分析や、@cosme内で情報発信が可能
- 月額：50万円（年間契約）※従量課金のオプションサービスも検討中

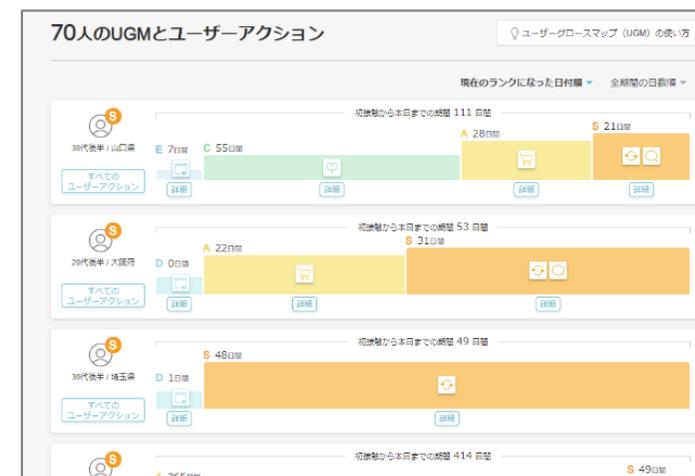
ブランドとユーザーとのつながりを
数値やグラフで分析可能



エンゲージメント度合いでユーザーを区分し
効率的な情報発信を可能に



ブランドエンゲージメントの
強化プロセスを可視化



広告に次ぐ第2の収益の柱とすべく注力



- 自らが事業者となり、@cosmeを活用したサービスを運営

リアル店舗

MD等に@cosmeのデータを活用した化粧品専門店「@cosme TOKYO」「@cosme STORE」を運営し、国内最大の化粧品専門店グループに成長

全国計 24店舗

(2020年6月末時点)



EC

@cosmeと連携した化粧品ECサイト「@cosme SHOPPING」を運営



店舗一覧(国内・海外合計 30店舗)

@cosme STORE (国内 : 23店舗)

@cosme STORE (香港 : 6店舗)

ルミネエスト新宿店	2007年3月OPEN 2016年9月改装	238㎡
上野マルイ店	2008年11月OPEN 2017年2月増床	350㎡
ルミネ池袋店	2012年4月OPEN 2019年9月増床	333㎡
ルミネ有楽町店	2014年2月OPEN	224㎡
TSUTAYA EBISUBASHI店	2014年11月OPEN	297㎡
マルイファミリー溝口店	2015年10月OPEN	271㎡
神戸マルイ店	2016年5月OPEN	162㎡
T-SITE COSME 枚方店	2016年5月OPEN	89㎡
TSUTAYA 熊本三年坂店	2016年6月OPEN	228㎡
TSUTAYA 札幌美しが丘店	2016年9月OPEN	234㎡
池袋サンシャインシティ店	2016年10月OPEN	162㎡
TSUTAYA 函館蔦屋書店	2016年11月OPEN	264㎡
アミュエスト博多店	2017年3月OPEN 2019年2月増床	142㎡

ルクア大阪店	2017年3月OPEN 2020年4月増床	181㎡
名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	2017年4月OPEN	182㎡
アピタタウン金沢ベイ店 ※	2007年11月OPEN 2017年4月増床	228㎡
ルミネ大宮店	2018年3月OPEN 2019年3月増床	241㎡
ららぽーと富士見店	2018年3月OPEN	244㎡
マリエとやま店 ※	1987年9月OPEN 2018年9月増床	191㎡
TSUTAYA MARK IS 福岡もち店	2018年11月OPEN	241㎡
イオンモール高岡店 ※	2002年9月OPEN 2019年9月増床	240㎡
イオンモール高崎店 ※	2006年10月OPEN 2020年4月増床	254㎡
ニユマン横浜店	2020年6月OPEN	323㎡

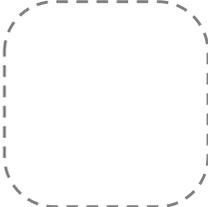
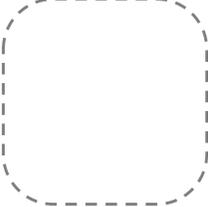
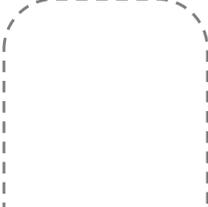
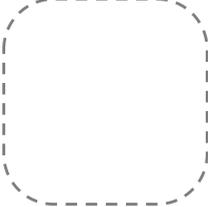
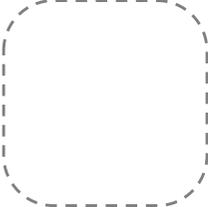
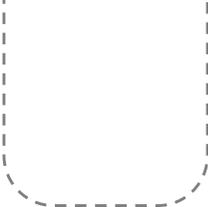
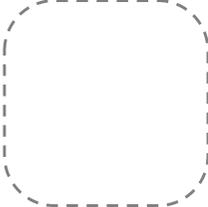
Star House store	2018年6月OPEN	360㎡
tmtplaza store	2018年9月OPEN	116㎡
Landmark North store	2018年11月OPEN	149㎡
East Point City store	2018年12月OPEN	191㎡
Langham Place store	2019年10月OPEN	188㎡
Lee Theatre store	2019年12月OPEN	231㎡

@cosme TOKYO (1店舗)

原宿店	2020年1月OPEN	1,300㎡
-----	-------------	--------

※ 2016年9月にKcosme Beaute社より取得 (FY2017.6 2QよりP/L連結)

- 国内で確立したビジネスモデルを各国の状況に合わせて展開

	中国	台湾	US, EU	香港	韓国
<u>メディア</u>					
<u>EC・卸売</u>					
<u>店舗</u>					

※ 連結ベースの記載であり、マイナー出資や提携先は含んでおりません



MARKET DESIGN COMPANY

本資料は、業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしており、当社の判断が含まれております。情報の正確性を保証するものではなく、今後様々な要因により実際の業績や結果とは異なることがあります。