

2022年6月期第2四半期 決算説明資料



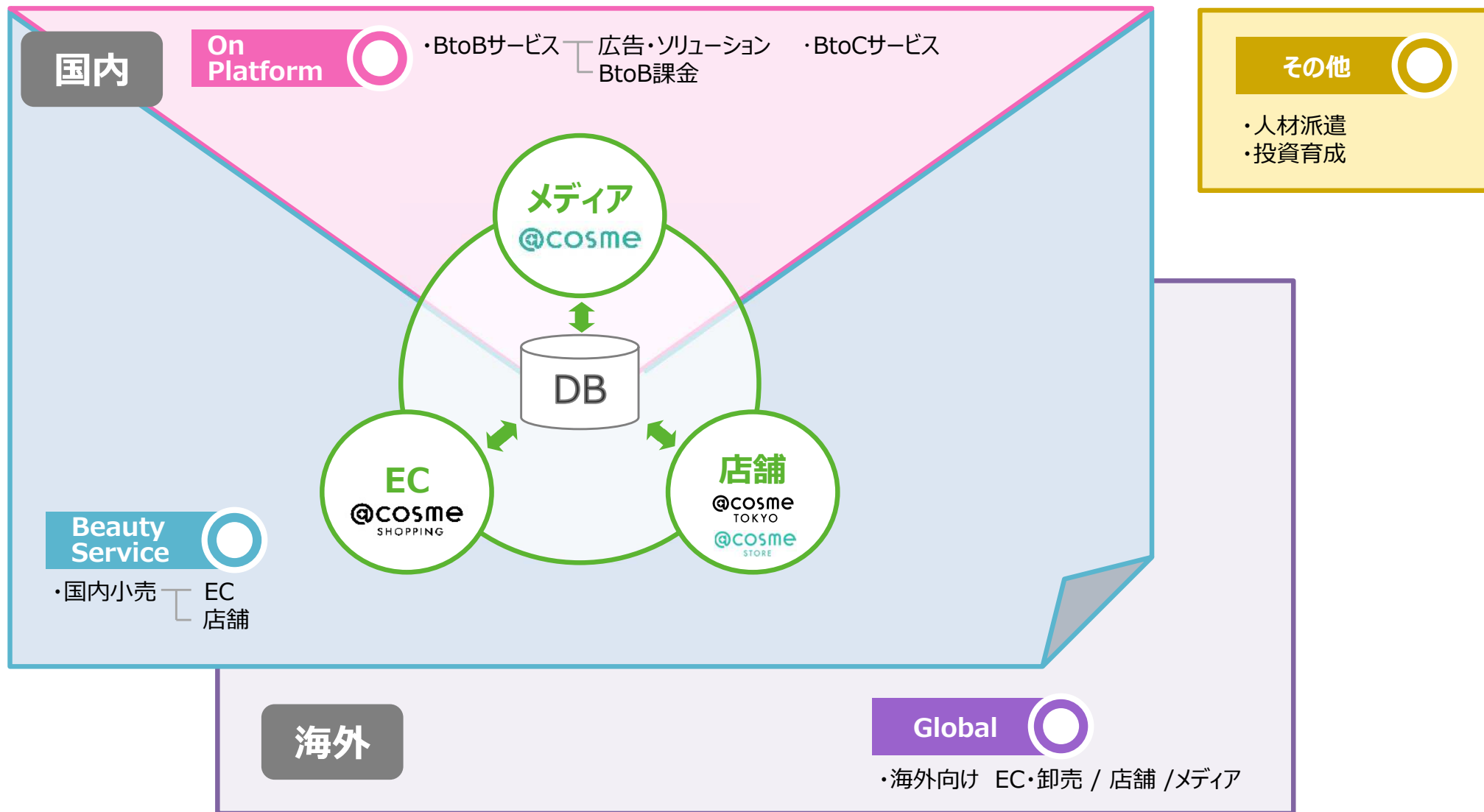
istyle

2022/02/14

株式会社アイスタイル

証券コード: 3660

事業セグメント



第2四半期決算概要

上期(7-12月)のサマリー

Beauty Service事業の成長で**過去最高の連結売上高を記録**

売上高

ECのスペシャルイベント「**@cosme BEAUTY DAY (BD)**」にて
過去最高の流通総額11億円※(YoY160%)を達成したことにより**ECが大幅成長**

原宿の大型旗艦店「**@cosme TOKYO**」が**過去最高売上**を記録し
その寄与により2Q単体では**店舗事業が黒字化**へ

営業利益 最終利益

- 営業利益は、システム費用や人件費の増加に加え、ユーザーアクション活性化施策の費用、Glowdayz社のP/L連結により減益
- 最終利益には、コロナの影響を鑑み香港店舗等の減損を計上

KPI

様々な施策によりプラットフォームの活性化が加速し
MAU、年間クチコミ投稿数、アプリDL数が過去最高水準へ

※ 店舗分を含む数値。流通総額からポイント発行分を差し引いた金額を会計上の売上高として計上。

上期累計 / ハイライト

連結



Beauty Service事業が増収を牽引。営業利益は減益ながら社内計画通りの推移

| | | | | | | | |
|------|---|---------------|-----|-------|---|--------------|-----|
| 売上高 | : | 17,109 | 百万円 | YoY | : | 109.6 | % |
| 営業利益 | : | △633 | 百万円 | 前年同期差 | : | △89 | 百万円 |

On Platform



ユーザーアクション活性化施策による費用で一時的に減益も、売上は順調に伸長

| | | | | | | | |
|------|---|--------------|-----|-----|---|--------------|---|
| 売上高 | : | 3,704 | 百万円 | YoY | : | 108.4 | % |
| 営業利益 | : | 382 | 百万円 | YoY | : | 56.9 | % |

Beauty Service



BDによるECの躍進や、店舗の成長で過去最高の売上高となり、前期比で赤字を2億円縮小

| | | | | | | | |
|------|---|---------------|-----|-------|---|--------------|-----|
| 売上高 | : | 10,557 | 百万円 | YoY | : | 114.5 | % |
| 営業利益 | : | △111 | 百万円 | 前年同期差 | : | +211 | 百万円 |

Global



不採算事業の整理・撤退で一部減収。営業利益はコロナの影響により社内計画を若干下回る

| | | | | | | | |
|------|---|--------------|-----|-------|---|-------------|-----|
| 売上高 | : | 2,385 | 百万円 | YoY | : | 98.7 | % |
| 営業利益 | : | △71 | 百万円 | 前年同期差 | : | △5 | 百万円 |

その他



新型コロナ感染拡大の影響等で減収も、黒字を維持

| | | | | | | | |
|------|---|------------|-----|-------|---|-------------|-----|
| 売上高 | : | 463 | 百万円 | YoY | : | 82.8 | % |
| 営業利益 | : | 15 | 百万円 | 前年同期差 | : | +54 | 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

上期累計 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

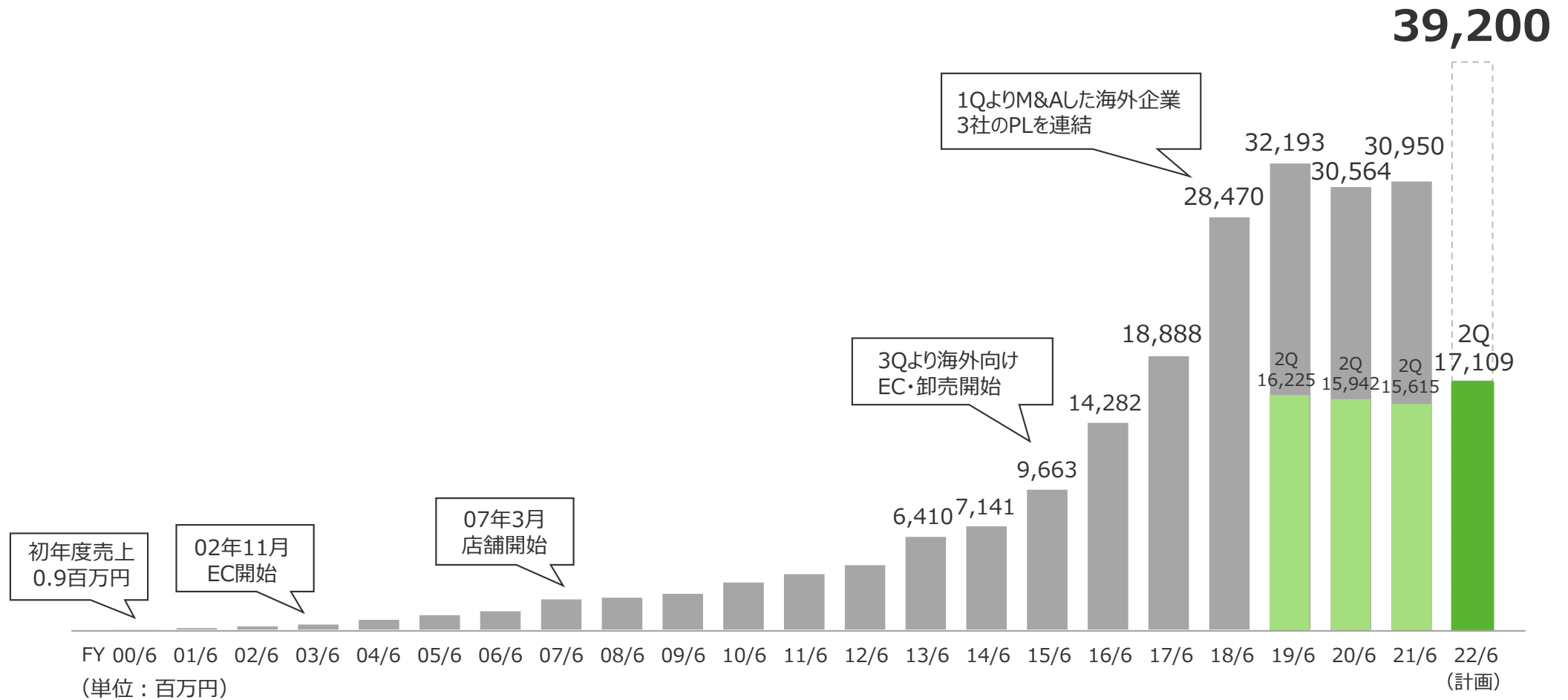
- 1Qのコロナ感染拡大(第5波)の影響を受けながらも、上期は概ね計画通りの進捗

| (単位：百万円) | 2022年6月期 2Q(7~12月) | 2022年6月期 通期業績予想 | 進捗率 | 2021年6月期 1Q(7~12月) | 前年同期比 |
|-------------------|-----------------------|--------------------|--------------|-----------------------|--------|
| 売上高 | 17,109 | 39,200 | 43.6% | 15,615 | 109.6% |
| 売上総利益 | 7,827 | - | - | 7,147 | 109.5% |
| 販売管理費 | 8,459 | - | - | 7,691 | 110.0% |
| 営業利益 | △633 | 500 | - | △544 | △89 |
| 経常利益 | △693 | 400 | - | △602 | △91 |
| 親会社株主に帰属 する純利益 | △603 ※ | 300 | - | △777 | +174 |

※ 1Q：Glowdayz社の株式取得に際し発生した段階取得に係る差益114百万円を特別利益に計上
 2Q：香港店舗の減損123百万円、本社オフィスの一部解約に伴う減損59百万円を特別損失に計上

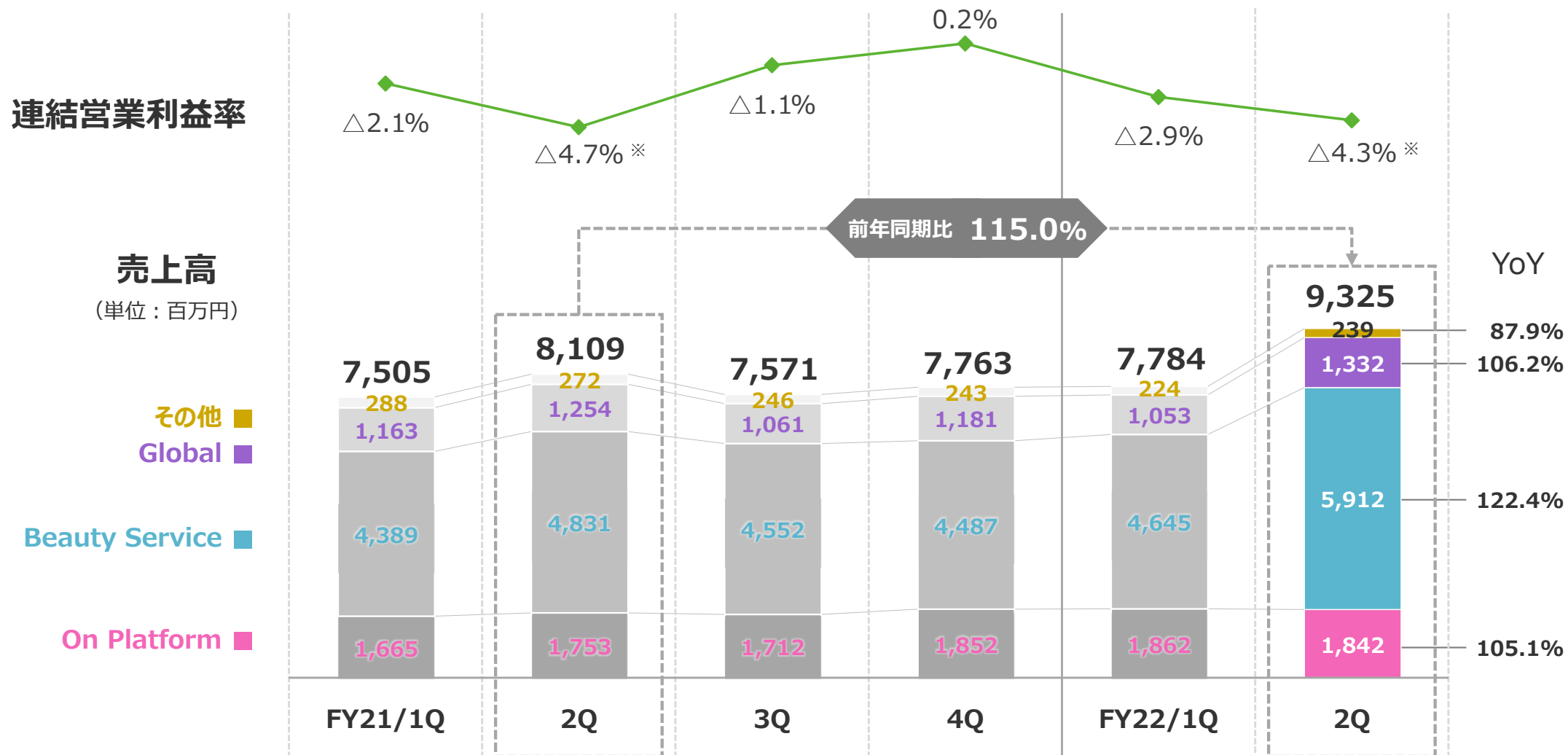
連結売上高 / 年別推移

過去最高の半期売上高を記録



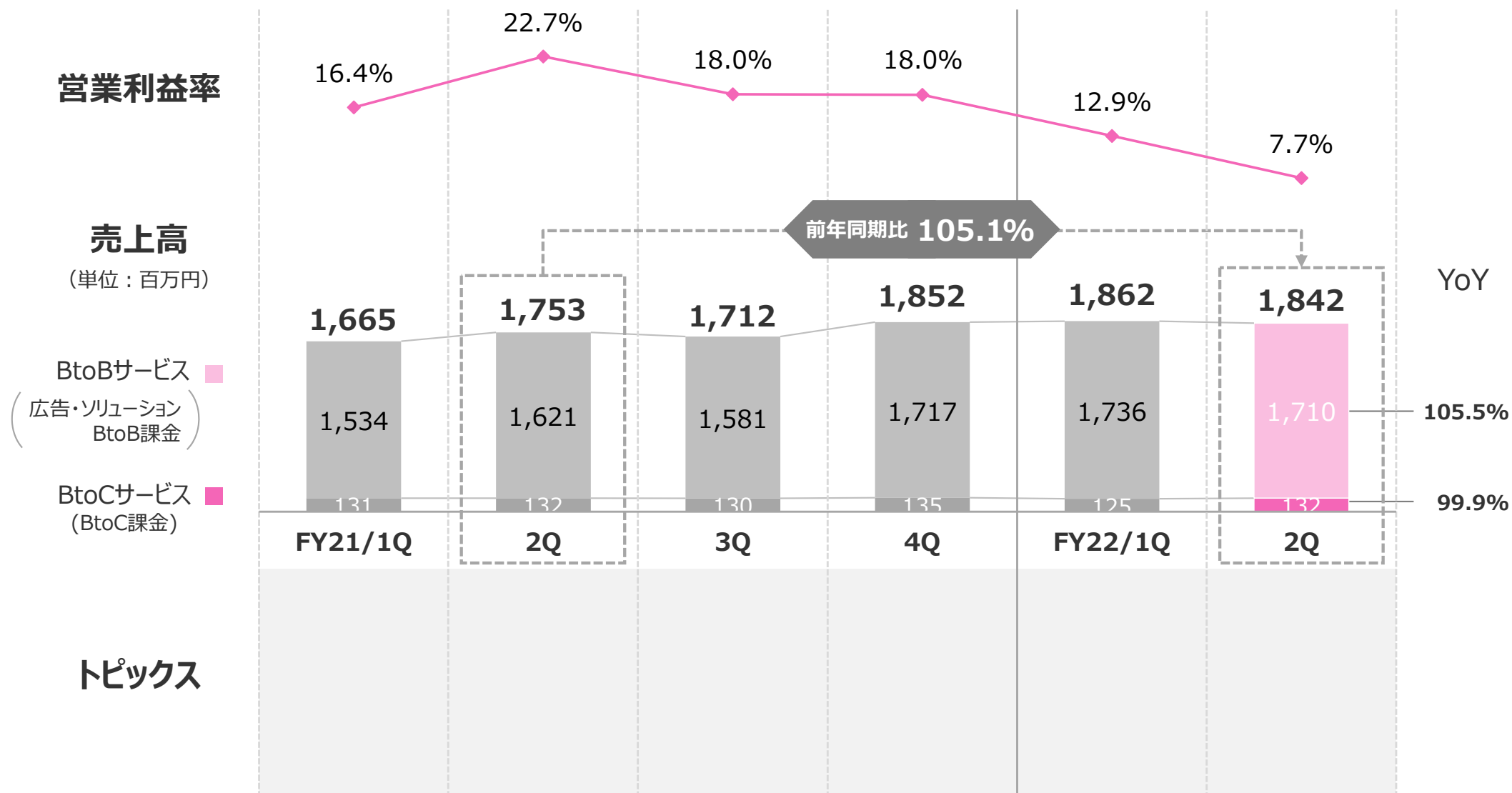
セグメント別売上高 / 四半期別推移

- ECや大型旗艦店などBeauty Service事業の成長が増収を牽引



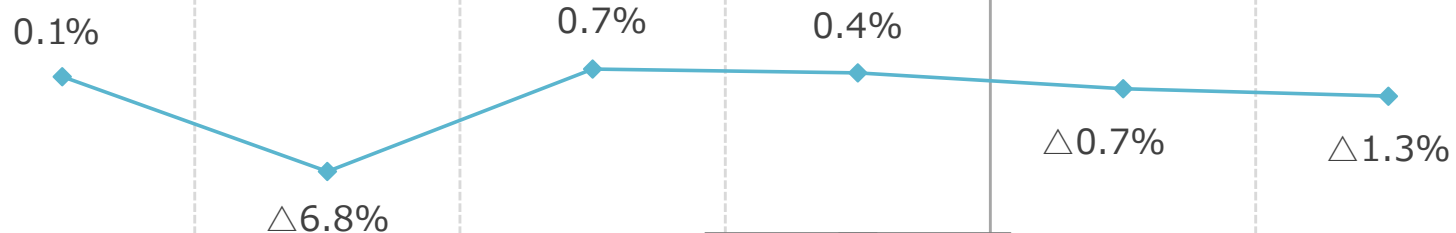
※ FY21.2Q : 営業利益率△4.7%のうち、@cosme BEAUTY DAYのプロモーション費用による影響が△3.6%
 FY22.2Q : 営業利益率△4.3%のうち、@cosme BEAUTY DAYのプロモーション費用による影響が△2.5%

- 引き続き取引ブランドによる当社のプラットフォーム活用が進み、**広告・ソリューションが前年同期比で増収**
- プラットフォームの更なる価値化を目指したユーザーアクション活性化施策等の費用で、一時的に利益率低下



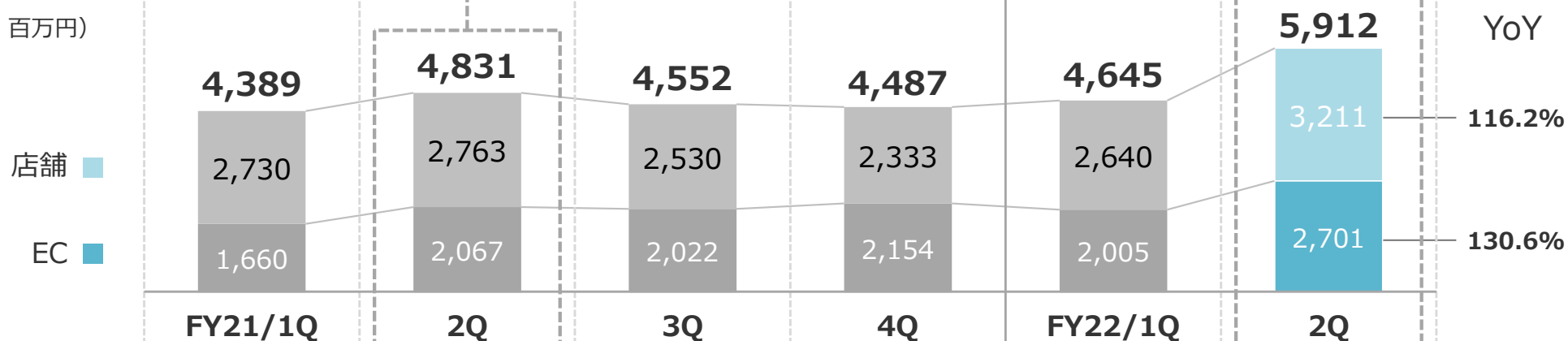
- 売上高：ECにおけるBDと大型旗艦店の集客増により**増収**
- 営業利益率：前期と同規模のBDプロモ費用を増収でカバーし、**前期比で赤字縮小**

営業利益率



売上高

(単位：百万円)



前年同期比 122.4%

期末時点店舗数

FY21/1Q

24店舗

2Q

24店舗

3Q

24店舗

4Q

24店舗

FY22/1Q

23店舗

2Q

23店舗

トピックス

@cosme BEAUTY Day
開催
(プロモーション費用291百
万円計上)

緊急事態宣言
(店舗休業なし)

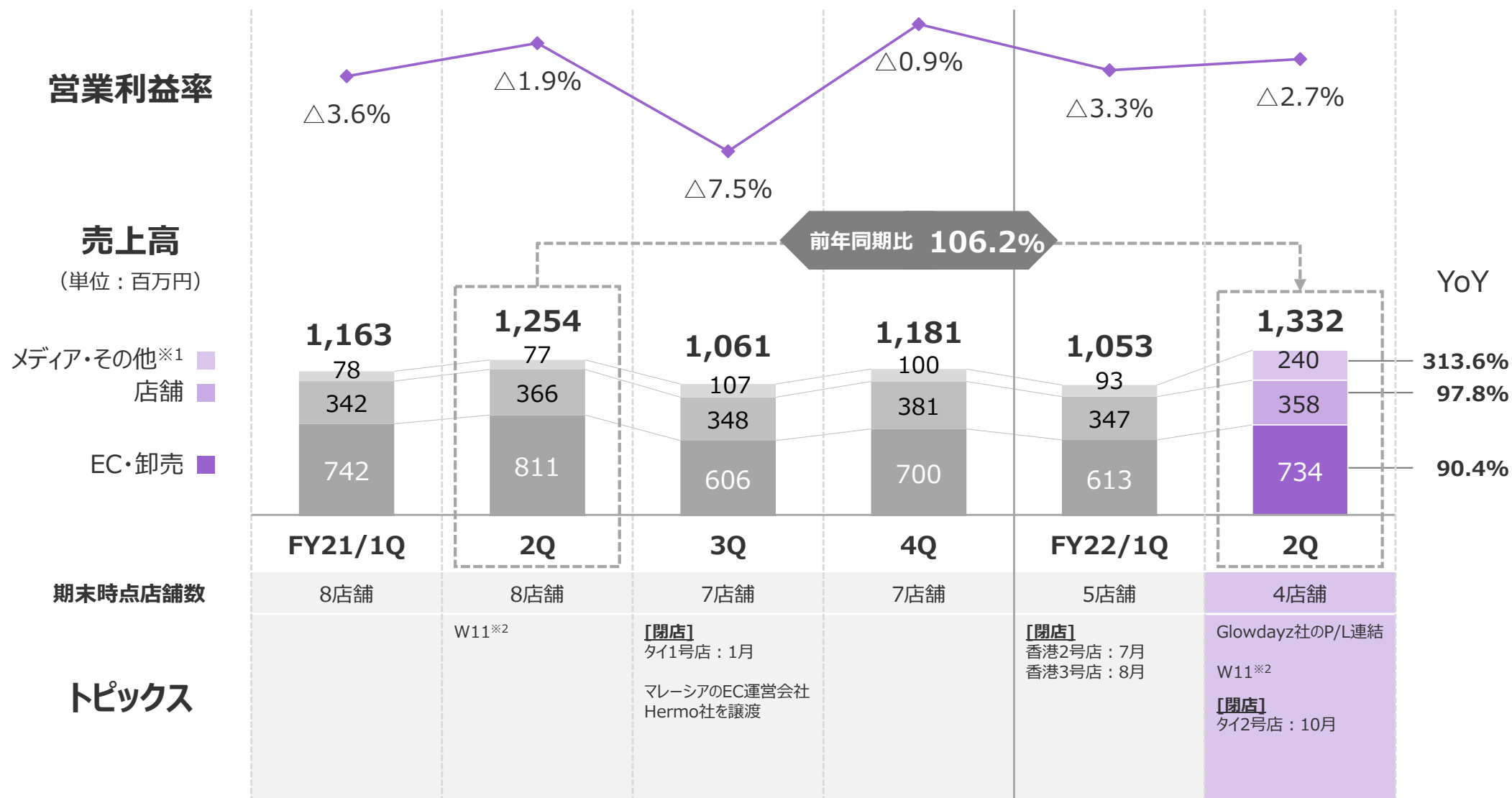
緊急事態宣言
(ほぼ店舗休業なし)

[閉店]
TSUTAYA MARK IS
福岡もち店：8月

@cosme BEAUTY Day
開催
(プロモーション費用237百
万円計上)

※ 3日間限定のECのスペシャルイベント

- 不採算事業の整理・撤退で一部減収するも、韓国Glowdayz社のP/L連結により、セグメント売上は前期比増収
- 香港店舗の売上は、長期化したコロナの影響を受け1Qで2店舗閉店しながらも、横ばいで推移



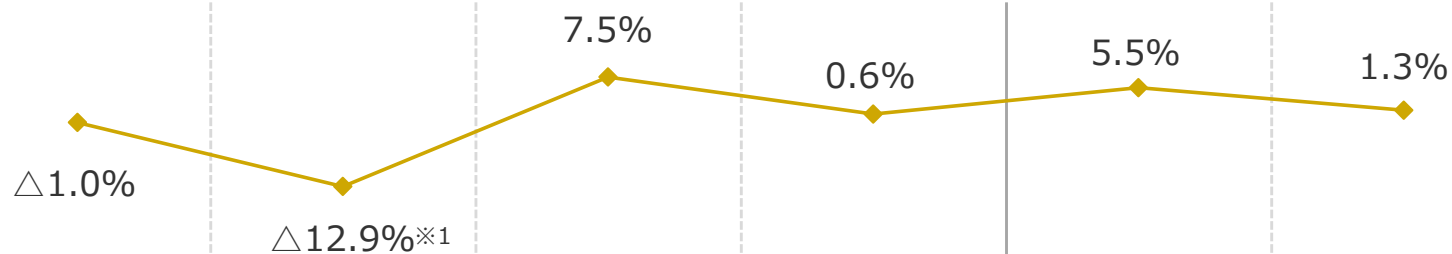
※1 FY22.2QからGlowdayz社のP/L連結

※2 中国で11月11日に開催されるEC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

- 新型コロナ感染拡大の影響等により減収するも**黒字を維持**

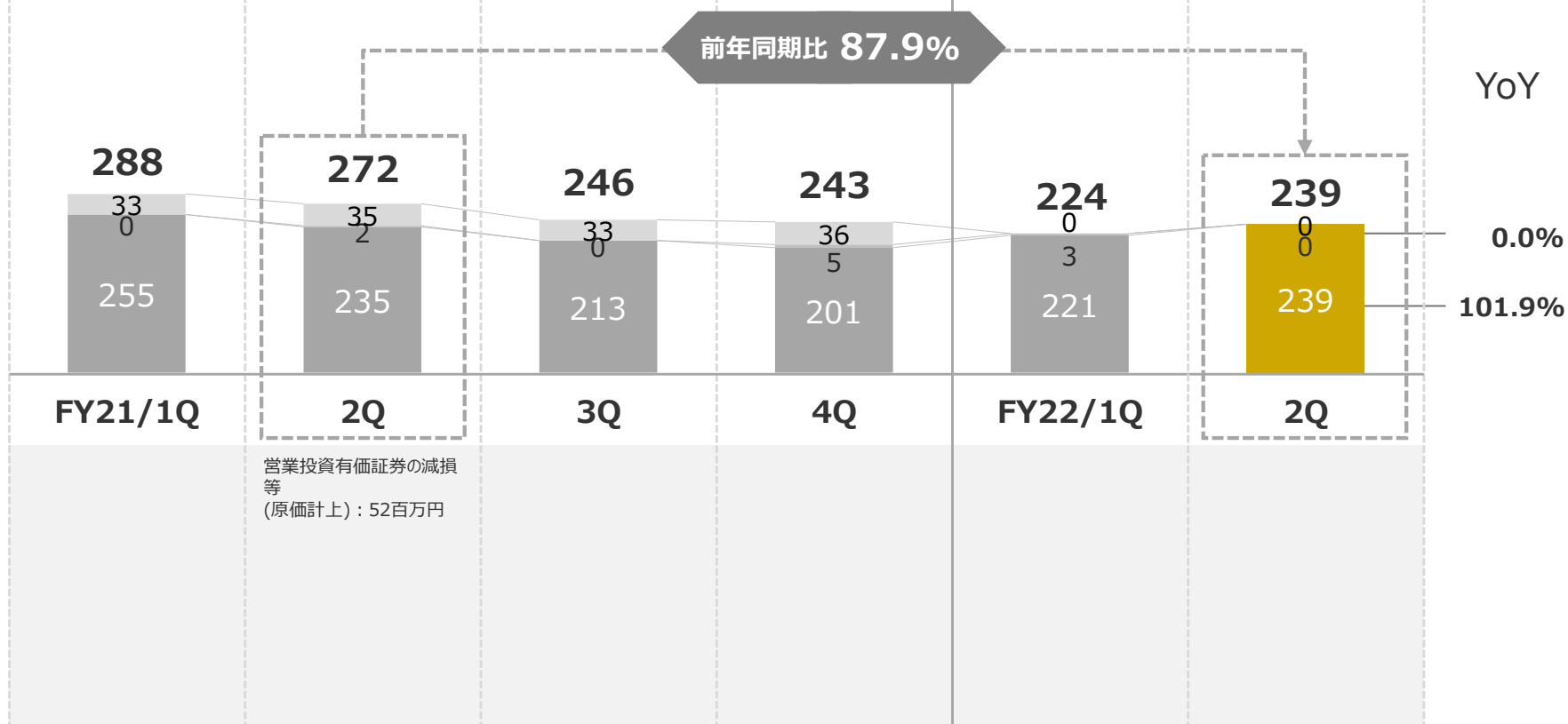
営業利益率



売上高

(単位：百万円)

- その他
- 投資育成
- 人材派遣



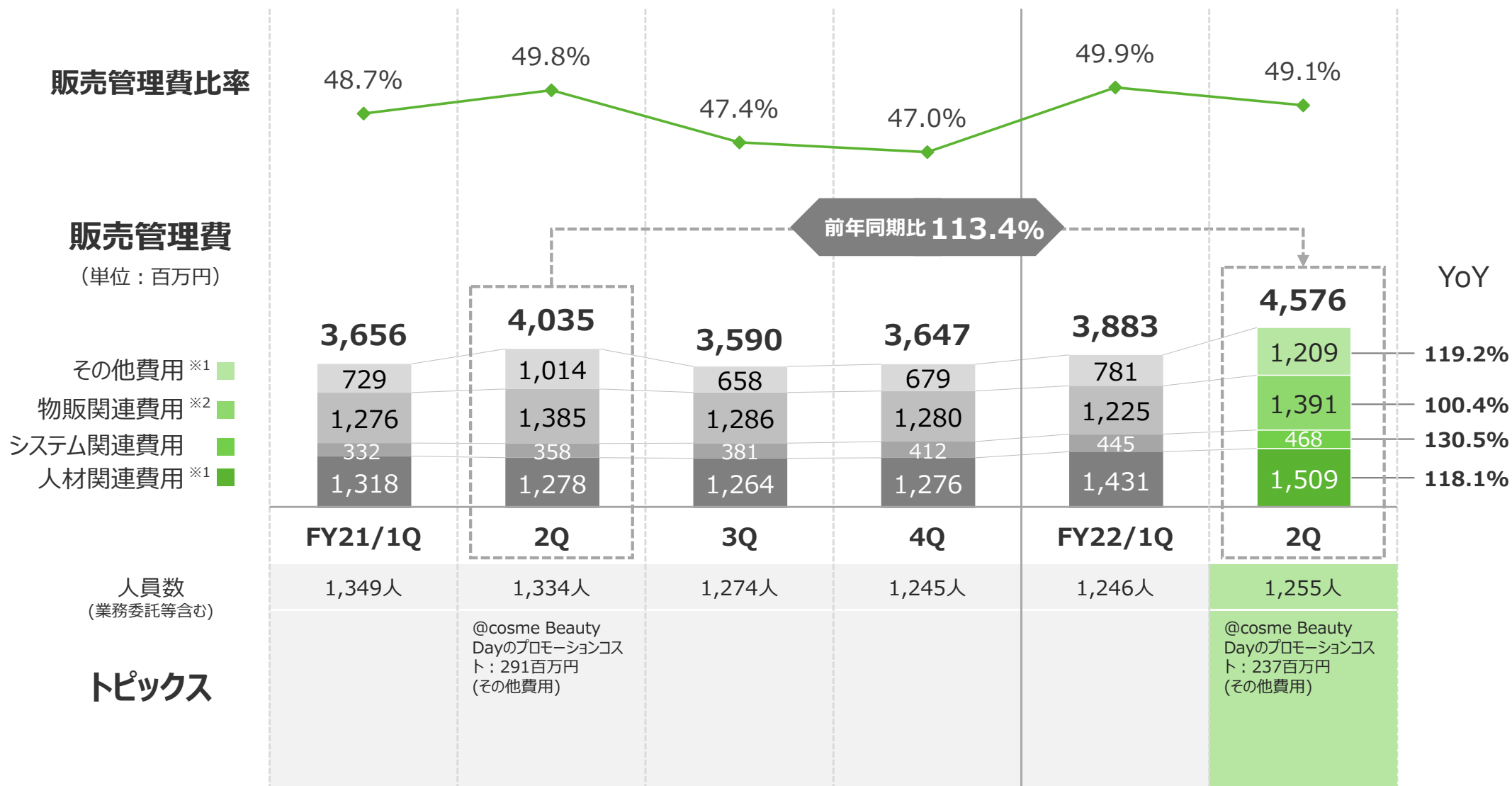
営業投資有価証券の減損等
(原価計上) : 52百万円

トピックス

※ 営業利益率△12.9%のうち、営業投資有価証券の減損による影響が△18.9%

販売管理費 / 四半期別推移

- 賞与繰入による人材関連費用増やGlowdayz社のP/L連結※1等により前期比で販管費増も、増収により販管費率を改善

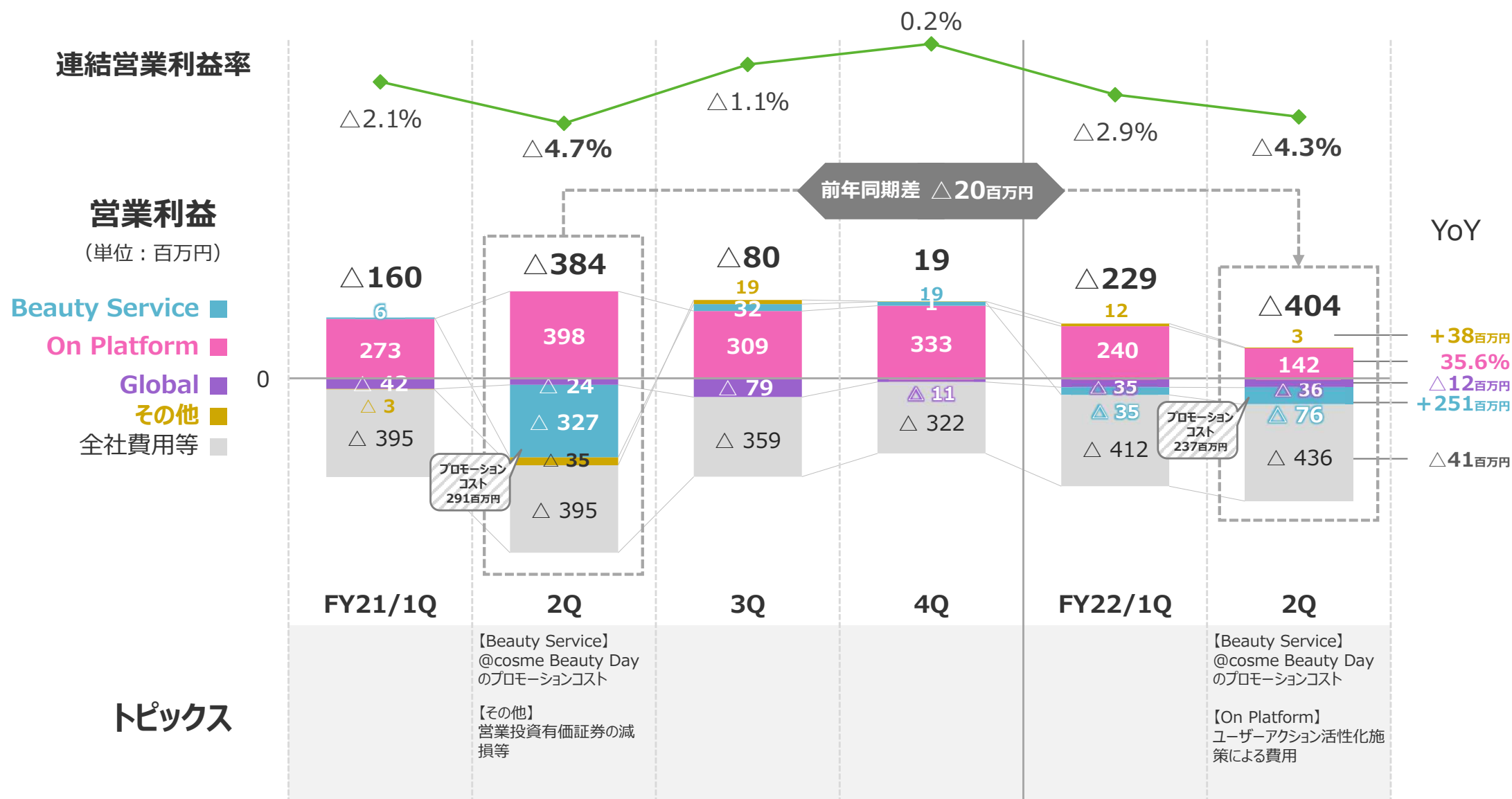


※1 Glowdayz社のP/L連結による影響額：「その他費用」で91百万円増加、「人材関連費用」で64百万円増加

※2 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

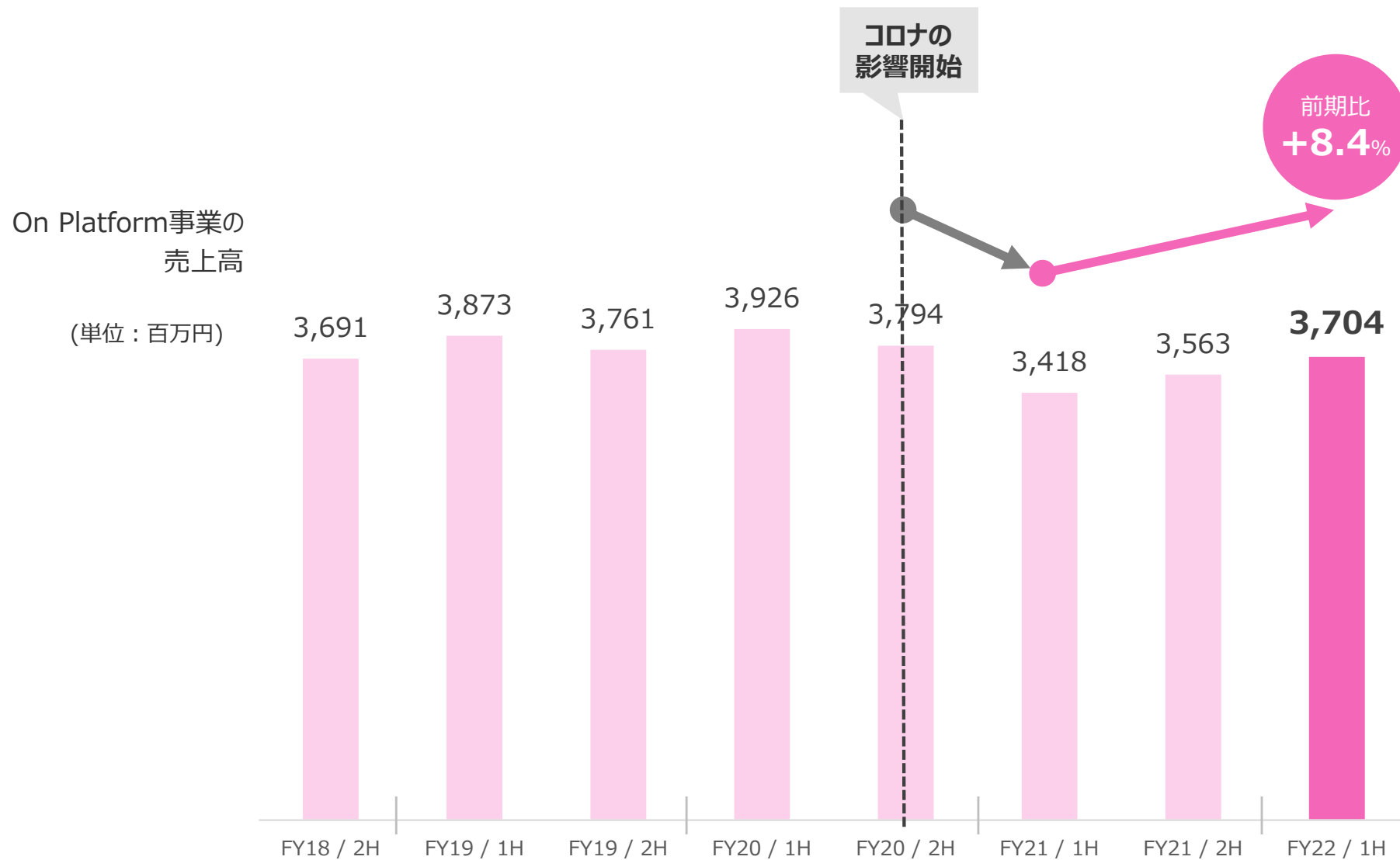
セグメント別営業利益 / 四半期別推移

- ユーザーアクション活性化施策等でOn Platformが1Q比減益も、プラットフォームの価値向上により下期から改善



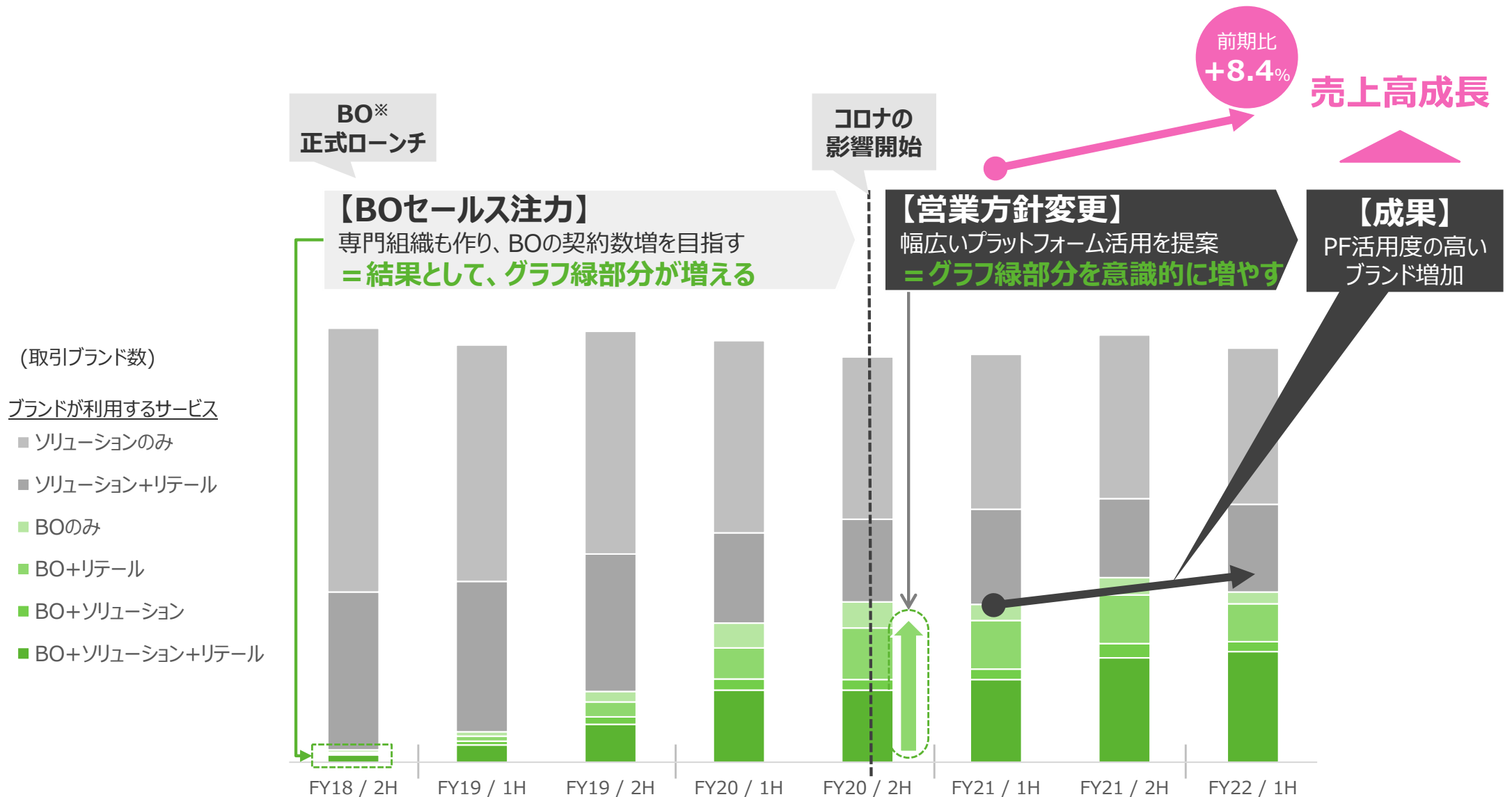
○ 上半期の振り返りと今後について

- コロナ禍の影響によりFY20下半期途中から売上高が減少したものの、着実に復調(前期比+8.4%)



On Platform ブランドの当社プラットフォーム活用度合い推移

- コロナ禍で投資余力が低下したブランドの増加に対応し、営業方針変更
- **プラットフォーム活用度の高いブランドの増加**という成果が売上高の復調につながっている

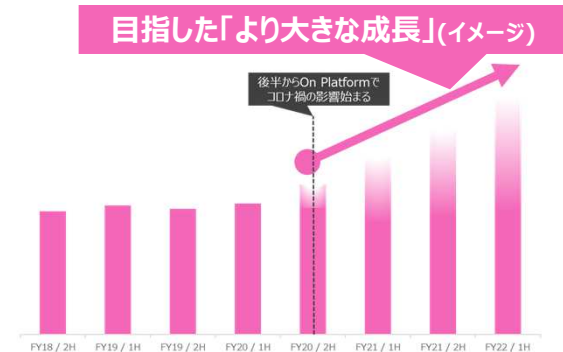


※ BO : マーケティングSaaS「ブランドオフィシャル」

- より大きな成長に向けたシステム投資に対し、コロナ禍により成長に遅れ
- **売上高は着実に回復し、プラットフォームも活性化。改めて大きな成長へ**

積み重ねた
事業投資

- より大きな成長に向け、これまでシステム投資をしてきた
- コロナ禍によって社会/事業環境が変わり、計画に比べ売上高の成長に遅れが生じたため、営業利益が減益に



プラット
フォームの
状況

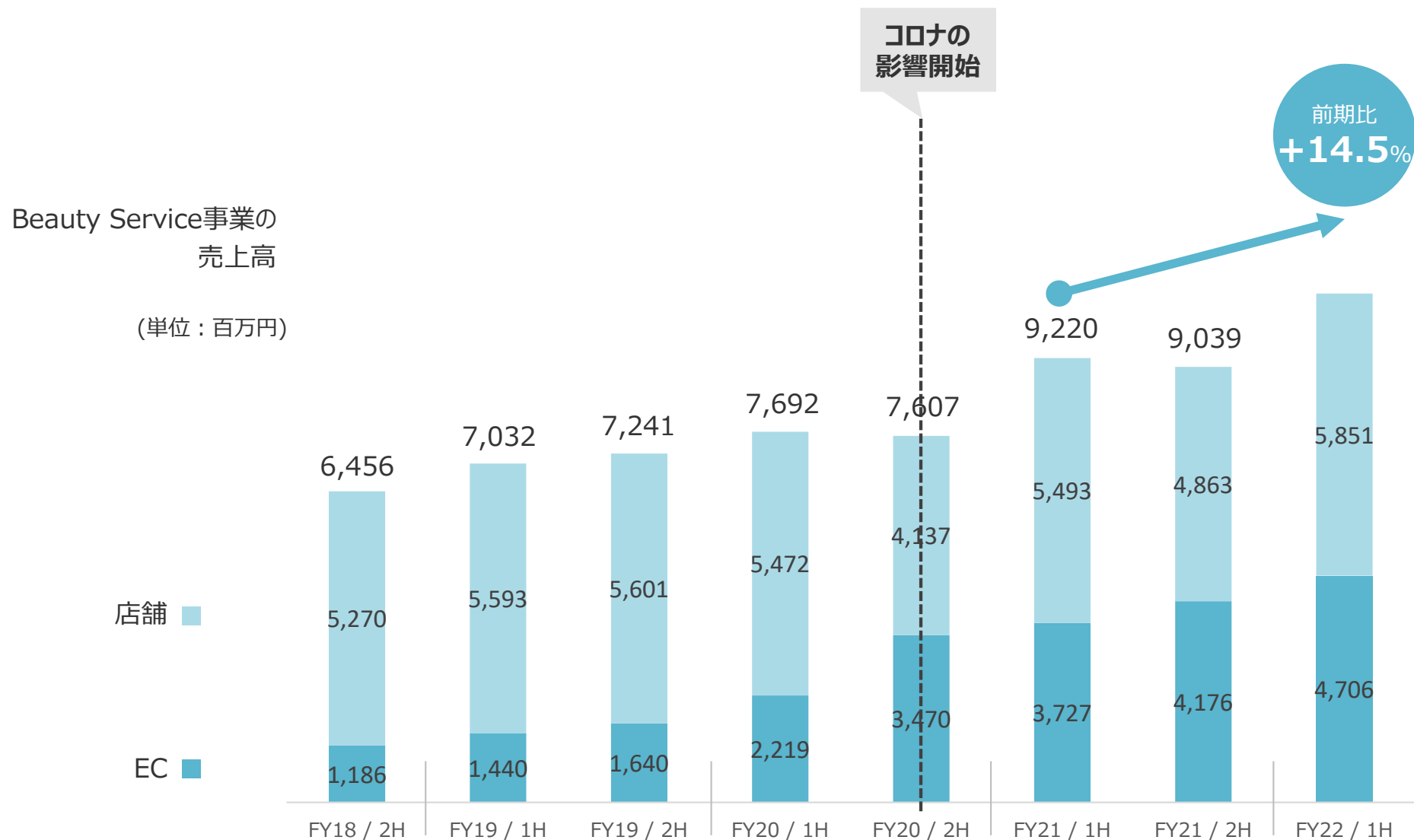
- @cosmeプラットフォームにおけるユーザーアクションはさらに活性化 (MAU：過去最高水準の1,630万、クチコミ投稿数：過去最高112万/年)
- ブランドのマーケティングをより一層、強力に支援できるプラットフォームに成長 (ブランドのPF活用度合い増加と取引ブランド数の増加を目指す体制に)

今後
に向けて

コロナ禍により時間軸のずれは生じたものの、
活性化したプラットフォームも原動力にして大きな成長を目指す

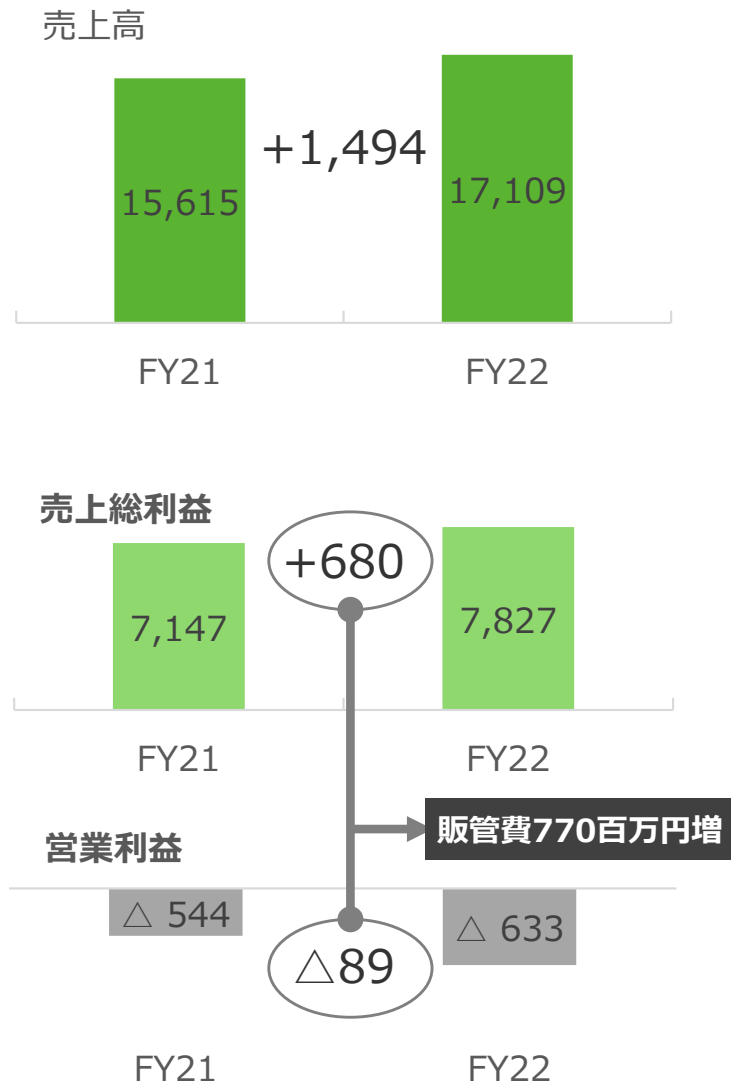
On Platform 今後に向けて「小売販売力の成長」

- コロナ禍を経て、小売りにおける販売力がさらに成長(ECだけでなく店舗も前期比増収)
- 「購買接点における販促の場所」としてのプラットフォームの価値も増大し、On Platformの成長にも寄与



【上半期】「連結」売上高、営業利益の前期比較

- 連結で前期比増収(過去最高半期売上高)ながら、前期比減益。販売管理費770百万円増加が要因



販管費前期比増加分(770百万円)のうち、主なもの

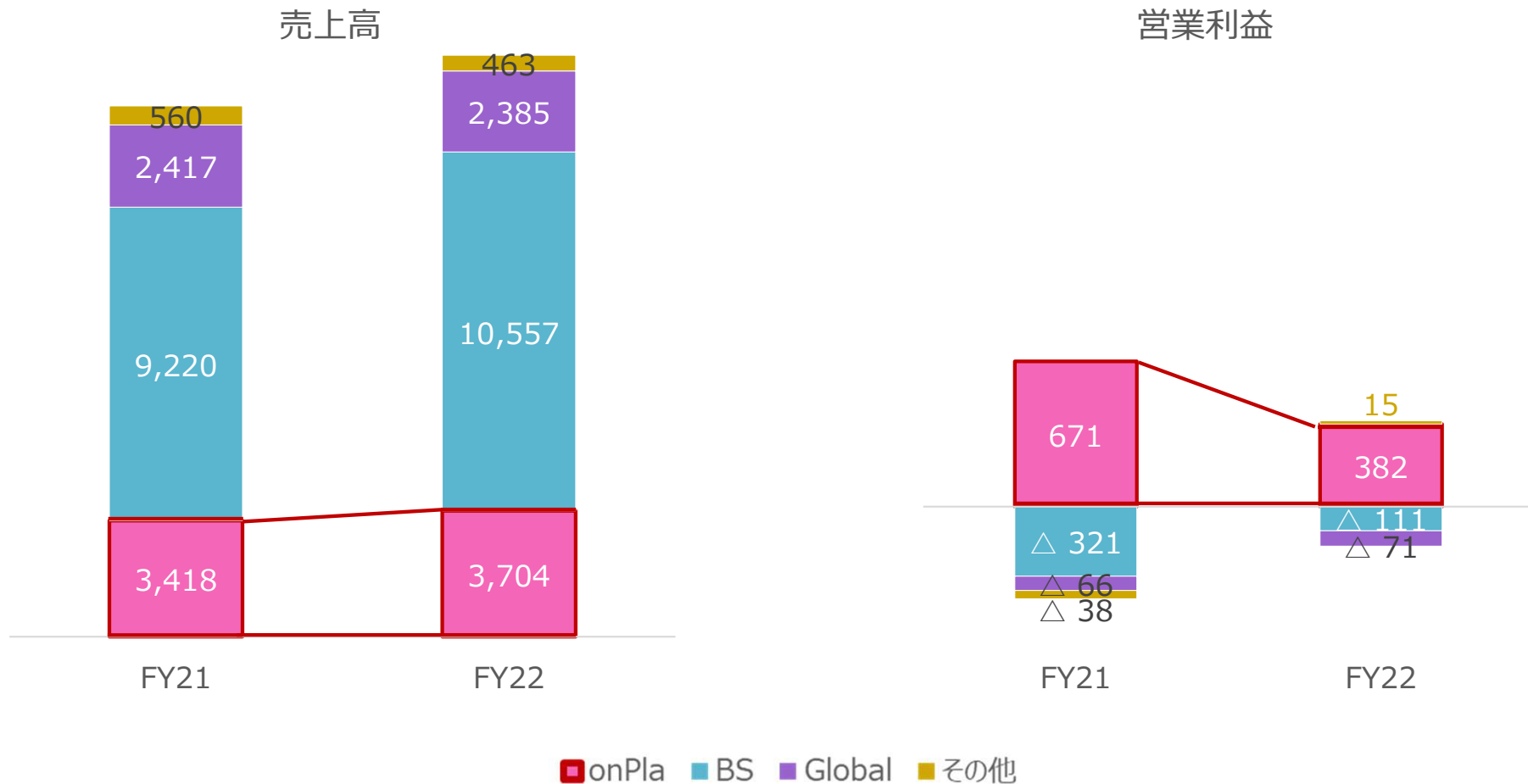
| | | |
|-------------|--------------------------------------|--------|
| 連結 | 賞与引当金の繰り入れ →前期は大幅カットしたため、正常化した状態 | 259百万円 |
| On Platform | ソフトウェア償却費 →より大きな成長を目指し、積み重ねた事業投資 | 182百万円 |
| On Platform | ユーザー活性化施策費 →主に@cosme内でのアクション活性化施策 | 175百万円 |
| Global | Glowdayz社関連 →主に給与+のれん。今期2Qから連結開始 | 156百万円 |

→ On Platformにかかる費用

【上半期】「セグメント別」売上高、営業利益の前期比較

- **On Platform** : 増収減益。今後大きな成長によって、利益面の成長も目指す
- **Beauty Service** : 増収により赤字幅圧縮(2QはBDのプロモーション費用発生。FY21: 2.9億円、FY22: 2.4億円)

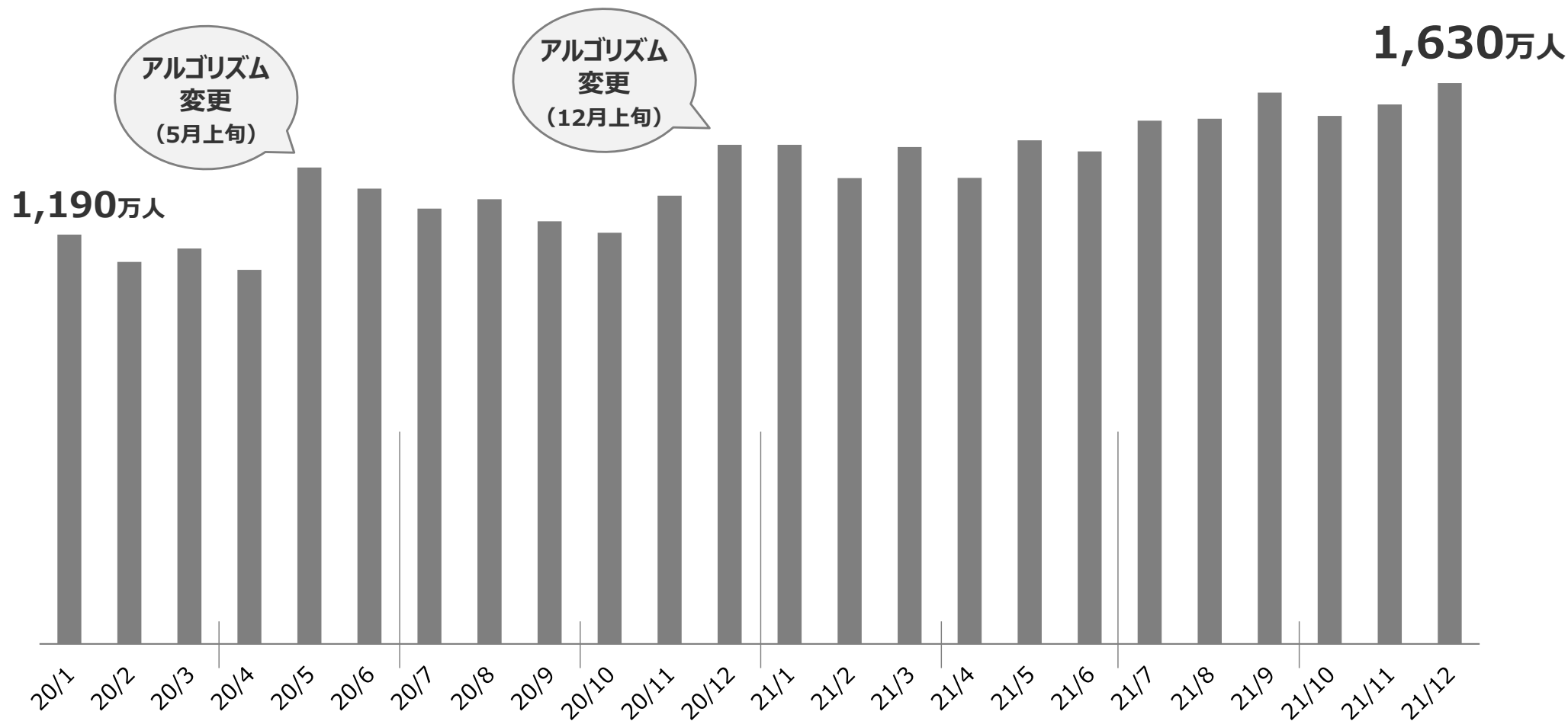
セグメント別前期比較



直近の運営サービスの状況

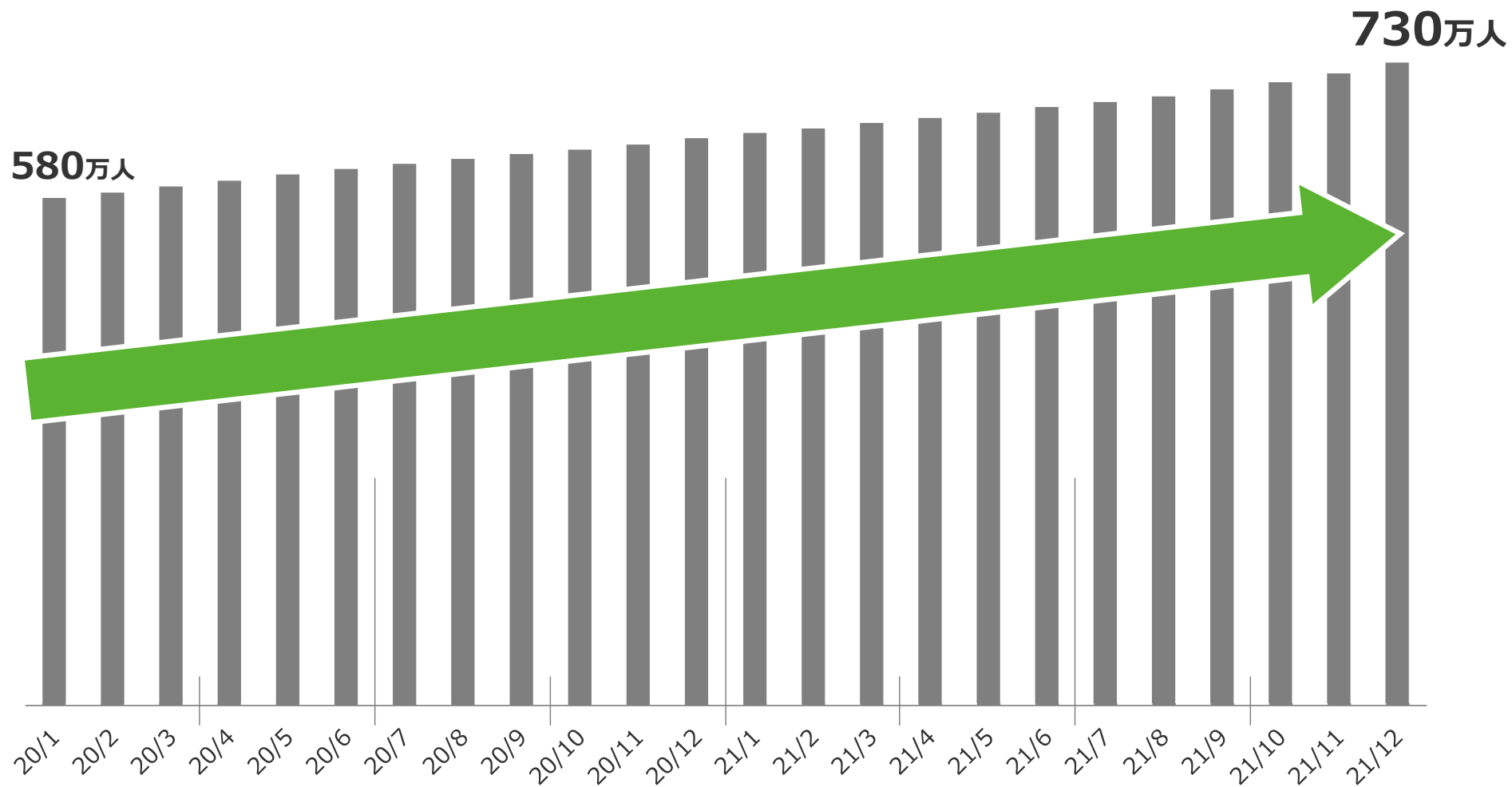
@cosmeの月間ユニークユーザー数の推移

- 継続的なSEO対策や、BDの寄与により過去最高水準まで伸長



@cosmeの会員数※の推移

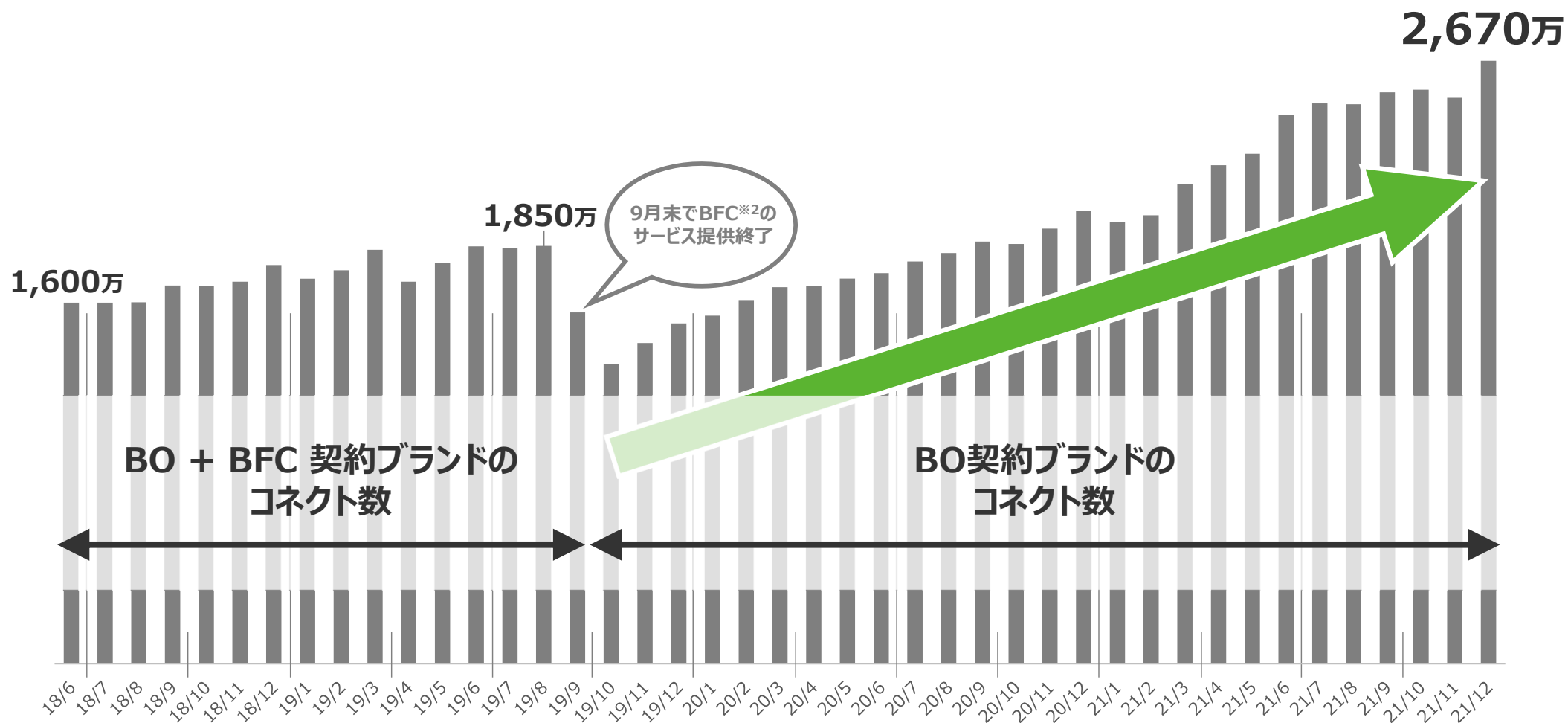
- 会員数は引き続き増加傾向



※ プレミアム会員などの有料会員とは異なる@cosmeにユーザー登録した会員数

マーケティング支援サービスのKPI「コネクト」※1の推移

- ユーザーアクション活性化施策により伸長



※1 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

※2 ブランドオフィシャルの前身である旧サービス「ブランドファンクラブ」

東証プライム市場への移行決定



PRIME

2022年4月に予定されている東証の市場変更にてプライム市場への移行が決定。
今後も持続的な成長および中長期的な企業価値のさらなる向上を目指し、事業活動に邁進してまいります。

「DX認定事業者」の認定取得



経済産業省が、デジタルによって自らのビジネスを変革する準備が整っている事業者を認定する「DX認定事業者」の認定を取得。
今後もDXの推進により、美容に関するあらゆるプロダクト・サービス・ヒトと生活者の出会いを生み出し、業界の発展に貢献してまいります。

參考資料

会社概要 (2021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 | 4,756百万円 |
| 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 | 1,009名 (連結) |

主要関係会社一覧

【国内】



株式会社アイスタイルリテール
化粧品専門店「@cosme STORE」及び
化粧品専門EC「@cosme SHOPPING」の運営



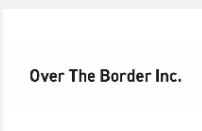
株式会社アイスタイルトレーディング
美容用品の卸売、小売、及び輸出入並びにこれらの代理業



株式会社アイスタイルキャリア
化粧品・美容業界専門の求人サイト「@cosme CAREER」
の運営及び一般労働者派遣事業



株式会社メディア・グローブ
女性誌、美容誌、女性系WEB サイトに向けた
化粧品のPRなどコミュニケーション活動



株式会社Over The Border
越境MCNの運営



株式会社istyle me
YouTuberを中心としたインフルエンサーマーケティング事業の
企画・運営など



株式会社ISパートナーズ
『Beauty』に専門特化した、デジタルコンテンツの
制作・運営・編集



株式会社Eat Smart
国内最大級の食品クチコミサイト「もぐナビ」や
全国の料理教室ポータルサイト「クスパ」等の運営

【海外】



istyle China Co., Limited.
化粧品メーカーへの輸出入、販売、マーケティング支援



istyle China Corporation Limited
アジア諸国展開におけるアライアンス及びサービス、事業投資



istyle Retail (Hong Kong) Co., Limited
店舗企画開発・運営事業/他
小売店、流通業に対する販促支援



i-TRUE Communications Inc.
台湾版「@cosme」の運営



istyle Global (Singapore) Pte. Limited
東南アジア諸国におけるアライアンス及び事業投資



MUA Inc.
美容関連メディア「MakeupAlley」の運営等



Glowdayz, Inc.
ビューティプラットフォーム「GLOWPICK」の企画・運営、
関連広告サービスの提供

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
- 2020年 1月 原宿に大型旗艦店「@cosme TOKYO」オープン
- 11月 第三者割当による新株式の発行により、約21億円の資金調達を実施

受賞履歴

日本経済新聞社
2002 日経インターネットアワード
ビジネス賞

世界経済フォーラム (World Economic Forum)
2014 Global Growth Company

独立行政法人 中小企業基盤整備機構
2003 Japan Venture Awards (JVA)
奨励賞



2017 Forbes JAPAN WOMEN AWARD
総合ランキング(300名以上/1,000名未満の部) 2位

50 | Technology Fast 50
2017 Japan WINNER
Deloitte.

2014-2017 日本テクノロジー Fast 50

KOTLER
AWARD
JAPAN 2018



2018 Kotler Award 優秀賞



2014 ポーター賞

World Assoc. of Overseas Jap. Entrepreneurs
2019 Global Business Award グランプリ

 GOOD DESIGN AWARD

2014 グッドデザイン賞
(ビジネスモデル・ビジネスメソッド)



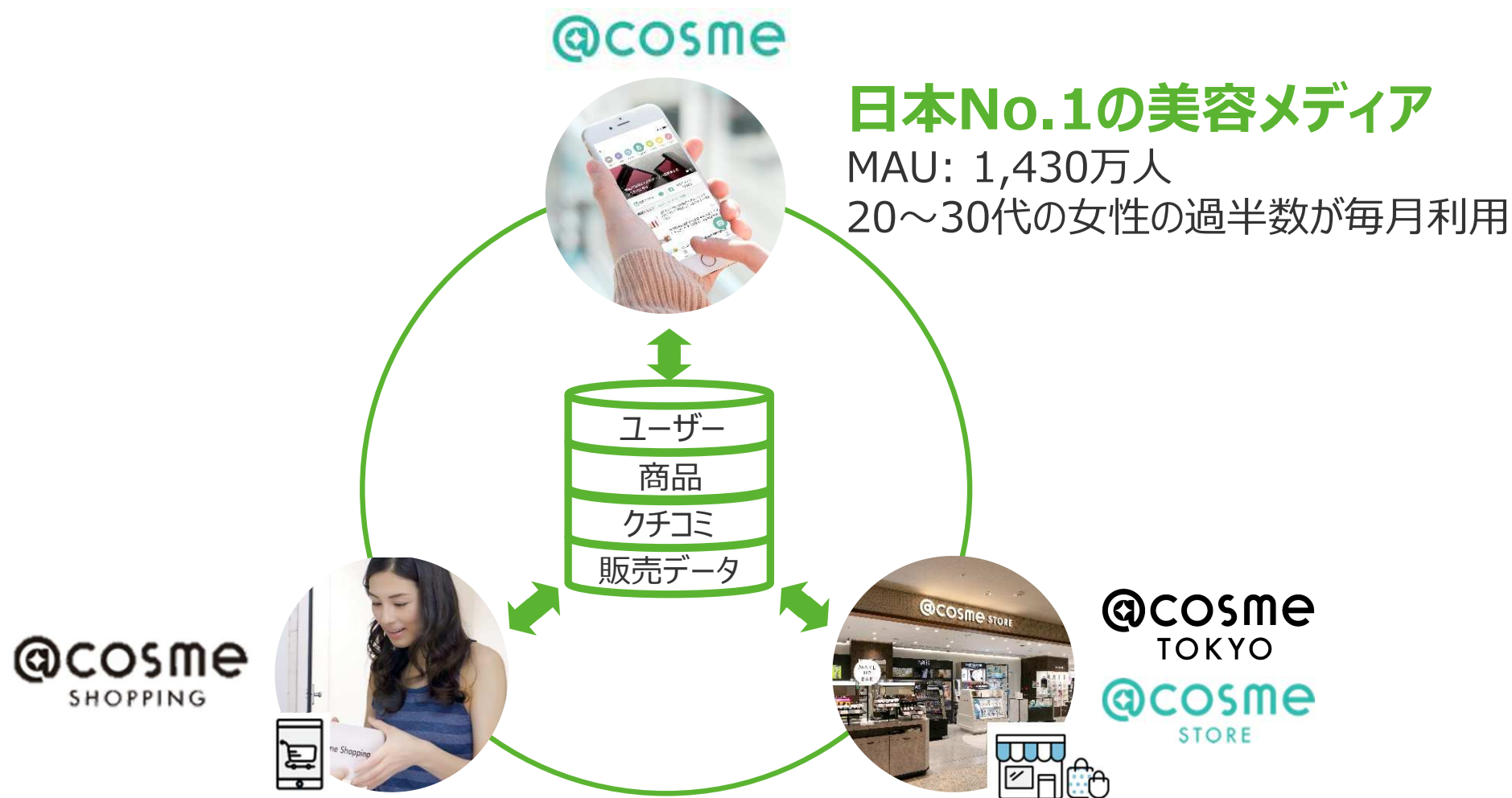
コスメ・香水
ジャンル賞
Rakuten



コスメ・香水
ジャンル賞
Rakuten

2020-2021 楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー
ジャンル賞 (美容・健康部門 コスメ・香水)

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: 45,000sku

日本No.1の化粧品専門店

年間売上: 104億円※1

※1 FY21における店舗の年間売上実績

※2 各数値は2021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

1,430万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

680万人

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

40,000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

36万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

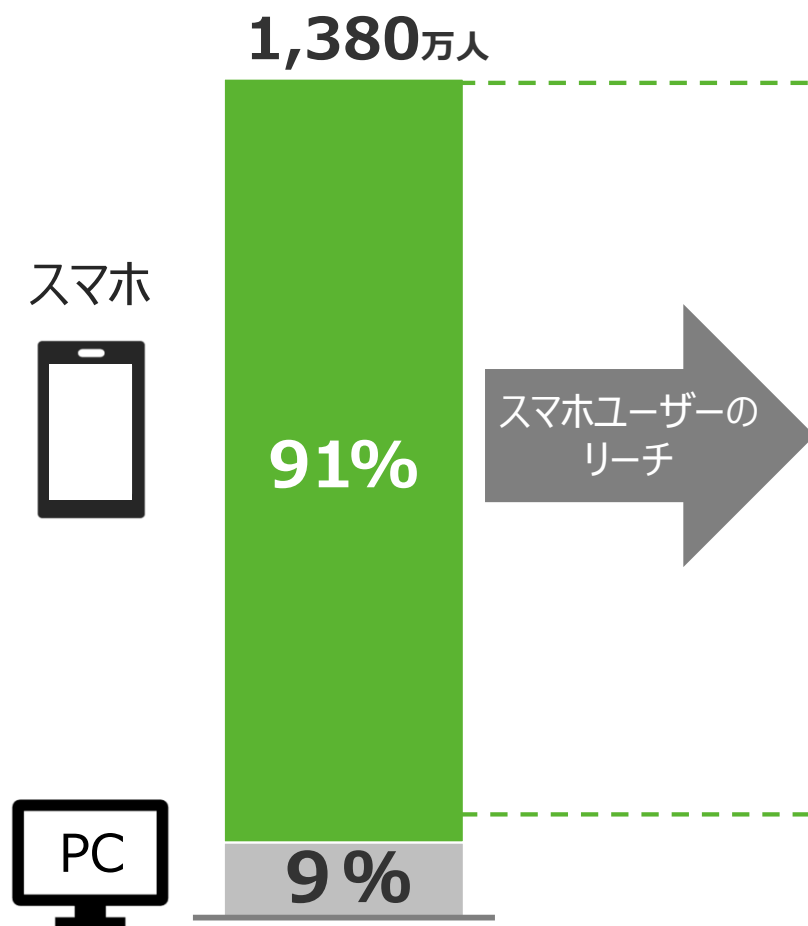
クチコミ数

1,690万件

@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,430万人（2021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 | 4.5% |
| 20代 | 51.5% |
| 30代 | 66.5% |
| 40代 | 33.7% |
| 50代 | 15.0% |
| 60代以上 | 1.2% |

20～30代女性の過半数が毎月利用

出所：総務省人口統計（2021年1月確定値）
2021年6月末時点のPC・スマホ・FPのUU数と会員分布より推計

※ 各世代の高さは、各世代の人口ボリュームを表しています

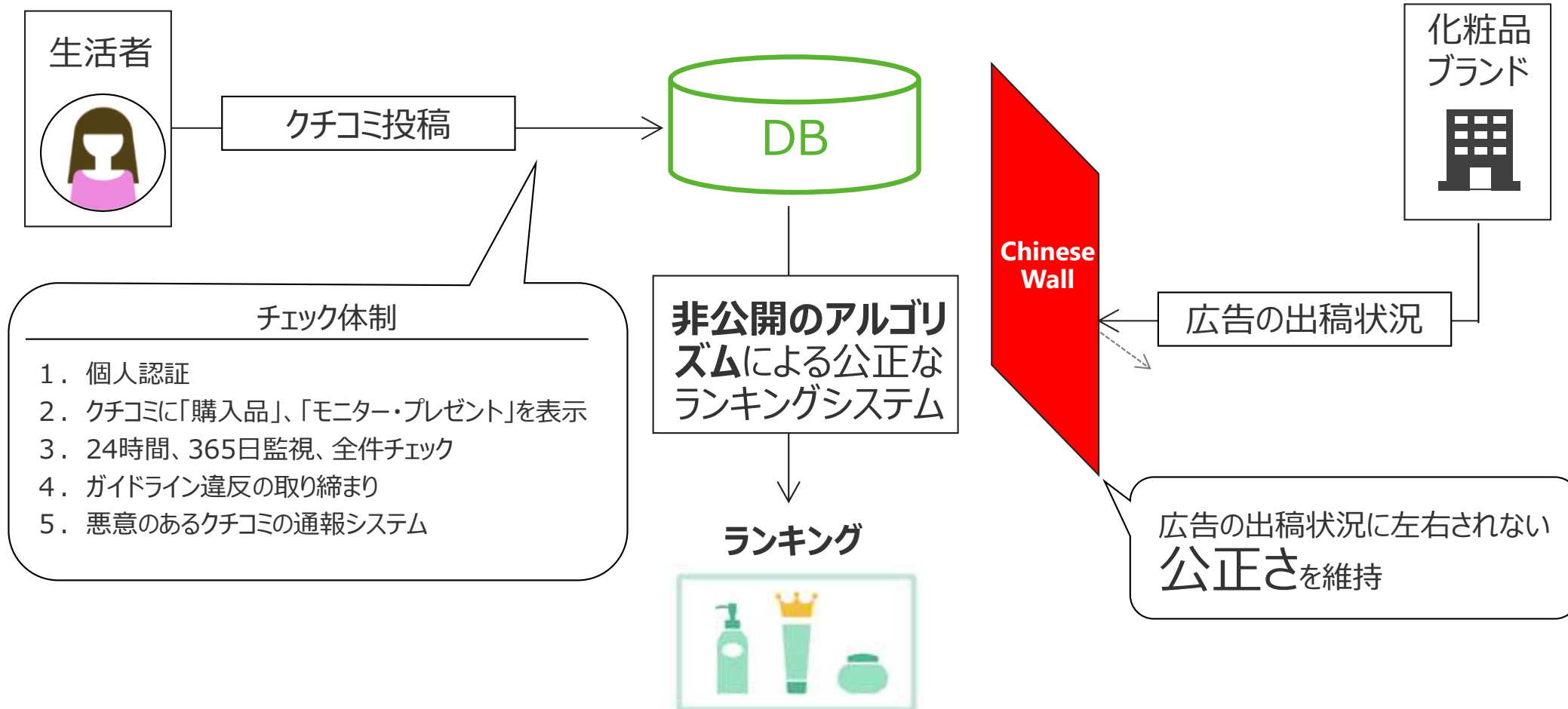
@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

- 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。

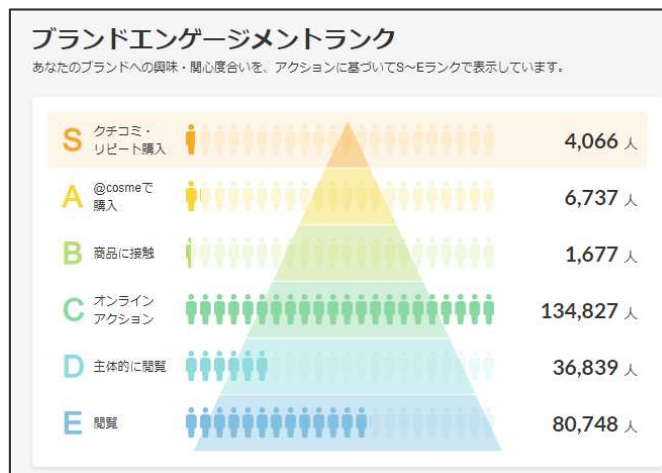
マーケティング支援サービス

- @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
(2021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 27店舗)

@cosme STORE (国内 : 22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㎡ |

@cosme STORE (香港 : 4店舗)

| | | |
|-----------------------|--------------|------|
| Star House store | 2018年6月OPEN | 360㎡ |
| 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㎡ |







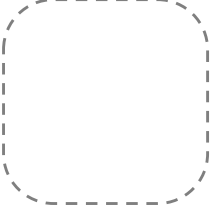
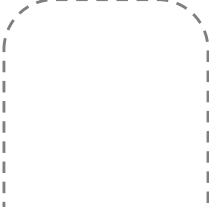




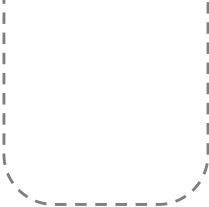


| | | |
|------------------------|---------------------------|------|
| ルクア大阪店 | 2017年3月OPEN 2020年4月増床 | 181㎡ |
| 名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店 | 2017年4月OPEN | 182㎡ |
| アピタタウン金沢ベイ店 ※ | 2007年11月OPEN 2017年4月増床 | 228㎡ |
| ルミネ大宮店 | 2018年3月OPEN 2019年3月増床 | 241㎡ |
| ららぽーと富士見店 | 2018年3月OPEN | 244㎡ |
| マリエとやま店 ※ | 1987年9月OPEN 2018年9月増床 | 191㎡ |
| 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㎡ |
| ニューマン横浜店 | 2020年6月OPEN | 323㎡ |

@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> |  <p>Wechat Mini program (APP)</p> |  <p>UrCosme @cosme TAIWAN (M&A)</p> |  <p>MakeupAlley (M&A)</p> |  <p>@cosme Hong Kong (APP)</p> |  <p>GLOWPICK</p> |
| <u>EC・卸売</u> |  <p>@cosme 官方海外旗舰店</p> |  |  |  <p>@cosme STORE (EC)</p> |  <p>GLOWPICK @cosme J BEAUTY PARK</p> |
| <u>店舗</u> |  |  |  |  <p>@cosme STORE</p> |  <p>GLOWPICK</p> |

※ 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

SUSTAINABILITYにおけるマテリアリティと主な取り組み

Materiality 01



信頼されるプラットフォーム

- 健全で中立なレビューメディアの運営 (@cosme宣言)
- 情報セキュリティの強化
- ITによる新しい価値創出 (DX推進・データベース)



- | | |
|--|--|
| <p>宣言 1 私たちは生活者と美容情報のよりよい出会いをお手伝いするために活動します。</p> <p>宣言 2 私たちは常に中立で公正な姿勢をつらぬきます。</p> <p>宣言 3 私たちは@cosmeメンバーの発言を最大限尊重します。</p> | <p>宣言 4 私たちは透明性の高いサイト運営を行います。</p> <p>宣言 5 私たちは投稿の強要や意図的な評価操作を断固認めません。</p> <p>宣言 6 私たちは法的責任、社会的責任を遵守します。</p> |
|--|--|

Materiality 02



「共創」によるサステナブル・ビューティー

- 生活者へのサステナビリティに対する意識醸成
- 化粧品ブランドとの循環型社会に向けた取り組み (リサイクル促進・梱包資材の削減などの環境配慮)

BEAUTY SDGs WEEK powered by @cosme

サステナブルな社会の実現に向け、@cosmeのプラットフォームを介して、パートナー企業のサステナブルな活動の認知を広げ、SDGsに関心を持つ人を増やすためのイベントを実施

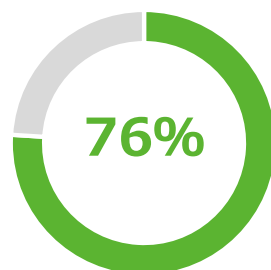


Materiality 03

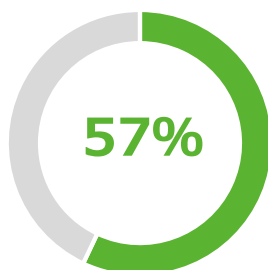


人材のエンパワーメント

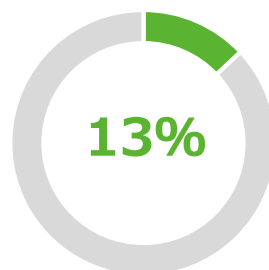
- 多様な働き方の選択肢の提供 (在宅勤務・育児休暇)
- キャリア形成を促進する人材育成制度の充実
- 人材におけるダイバーシティ促進



女性従業員



女性管理職



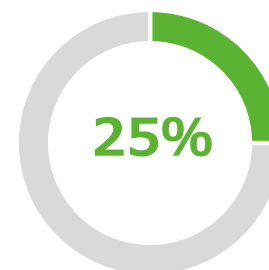
外国人従業員

Materiality 04

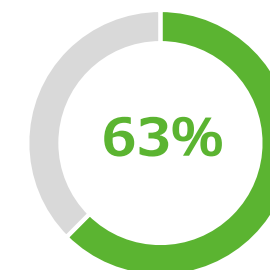


ガバナンスの充実

- コーポレートガバナンスの強化
- コンプライアンスの徹底 (法律・社会倫理に関する従業員教育)
- BCP(事業継続計画)の策定



女性役員



独立役員

※ 各数値は2021年6月時点のもの



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。