

2022年6月期第3四半期 決算説明資料



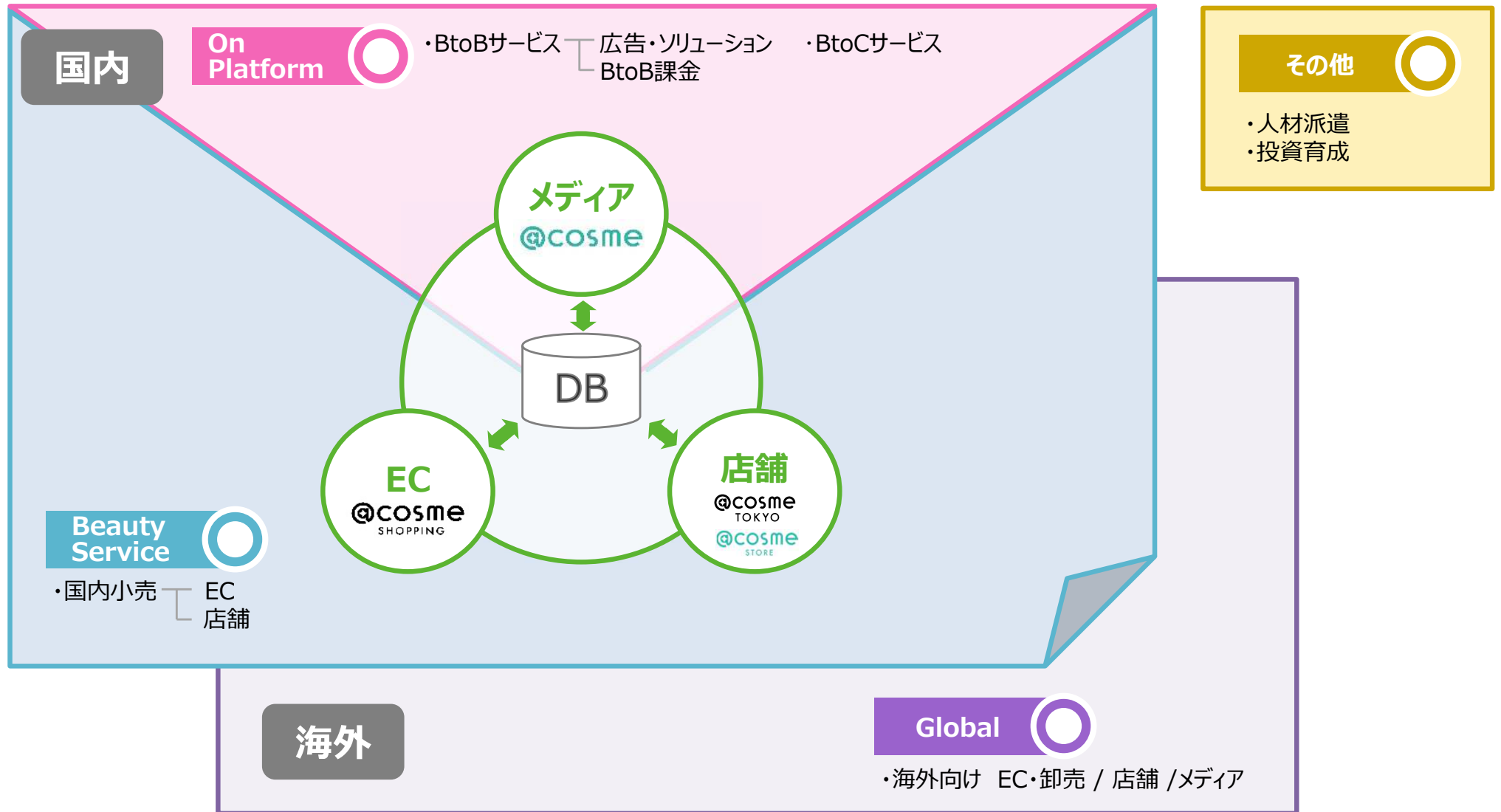
istyle

2022/05/13

株式会社アイスタイル

証券コード: 3660

事業セグメント



第3四半期決算概要

第3四半期決算サマリー

- 連結決算において、**過去最高の3Q累計の売上高**を達成し
3Q単体の売上高もYoY+10%超を実現
- 連結決算において、**3Q累計では営業損失**が出ているものの
3Q単体では営業黒字化（営業利益49百万円）
- 日本国内ではオミクロン株拡大により、3Qはまん延防止等重点措置期間と重なったが、**On Platform**事業と**Beauty Service**事業ともに
YoYでプラス（特にBeauty ServiceはYoY+19%成長）
- **Global**事業は、2Qから連結した韓国事業を除いた**既存事業合計は**
2Qに引き続き3Qも黒字
- MAU、会員数、コネクト数など**主要KPIは軒並み好調**

第3四半期累計 / ハイライト

着実な売上成長により、3Q単体で営業利益を黒字化

連結



Beauty Service事業を中心とした増収増益により、販管費増をカバーして前期比で赤字幅縮小

売上高	:	25,467	百万円	YoY	:	109.8	%
営業利益	:	△584	百万円	前年同期差	:	+40	百万円

On Platform



プラットフォームの活性化と共に、売上も堅調に推移し増収

売上高	:	5,445	百万円	YoY	:	106.1	%
営業利益	:	637	百万円	YoY	:	65.0	%

Beauty Service



店舗が新型コロナ感染拡大の影響を受けるも、着実な売上成長により黒字化

売上高	:	15,984	百万円	YoY	:	116.1	%
営業利益	:	81	百万円	前年同期差	:	+371	百万円

Global



不採算事業の整理・撤退で一部減収。営業利益は横ばいで推移

売上高	:	3,353	百万円	YoY	:	96.4	%
営業利益	:	△145	百万円	前年同期差	:	+1	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	:	685	百万円	YoY	:	85.0	%
営業利益	:	18	百万円	前年同期差	:	+38	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3四半期累計 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

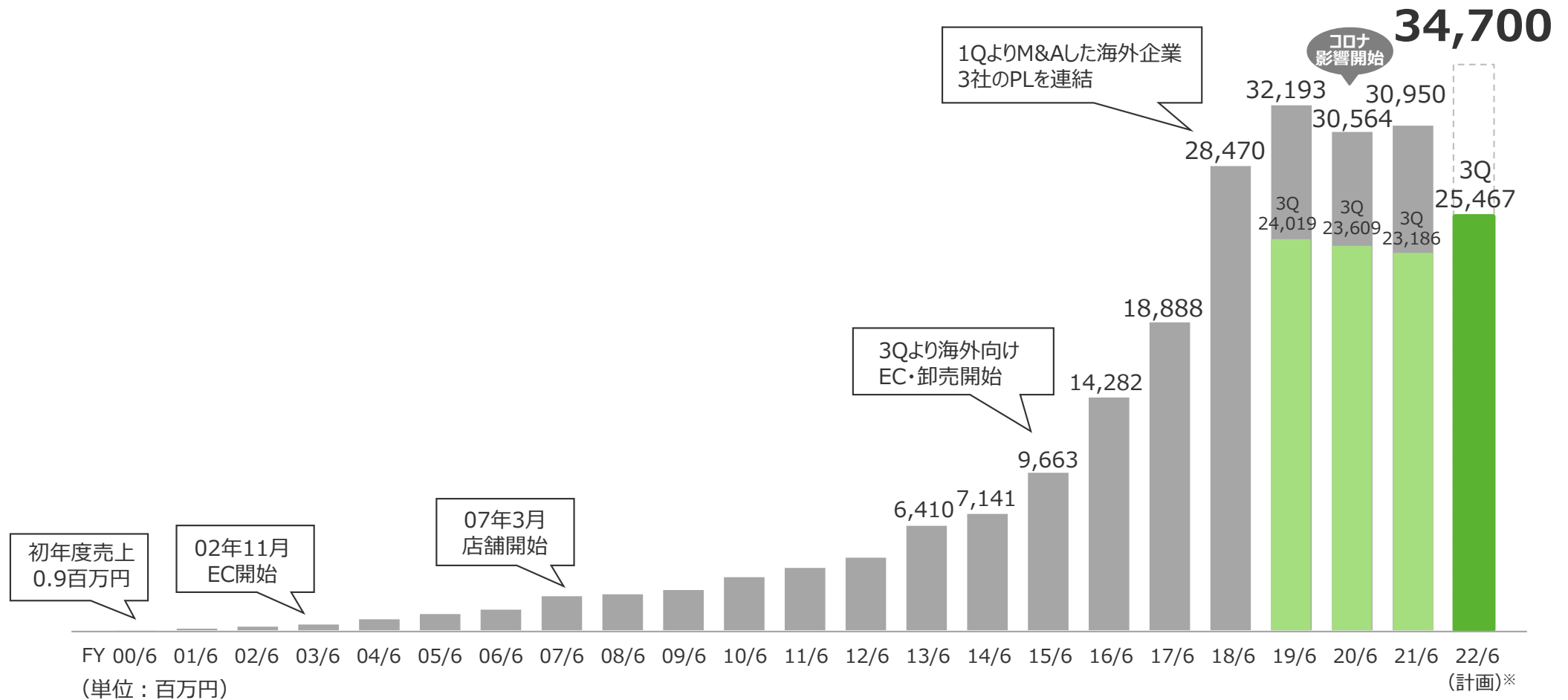
- オミクロン株の感染拡大を受け市場の回復が当社想定より遅れ、通期業績予想を修正 (詳細はP21参照)

(単位：百万円)	2022年6月期 3Q(7~3月)	2022年6月期 通期業績予想 (修正後)	進捗率	2021年6月期 3Q(7~3月)	前年同期比
売上高	25,467	34,700	73.4%	23,186	109.8%
売上総利益	11,665	-	-	10,657	109.5%
販売管理費	12,249	-	-	11,280	108.6%
営業利益	△ 584	△ 450	-	△624	+40
経常利益	△ 635	△ 560	-	△822	+187
親会社株主に帰属 する純利益	△ 620 ※	△ 600	-	△1,392	+772

※ 特別利益：1Qにて韓国Glowdayz社の株式取得に際し発生した段階取得に係る差益114百万円を計上
 特別損失：3Q累計で香港店舗の減損126百万円、本社オフィスの一部遊休資産化に伴う減損59百万円を計上

連結売上高 / 年別推移

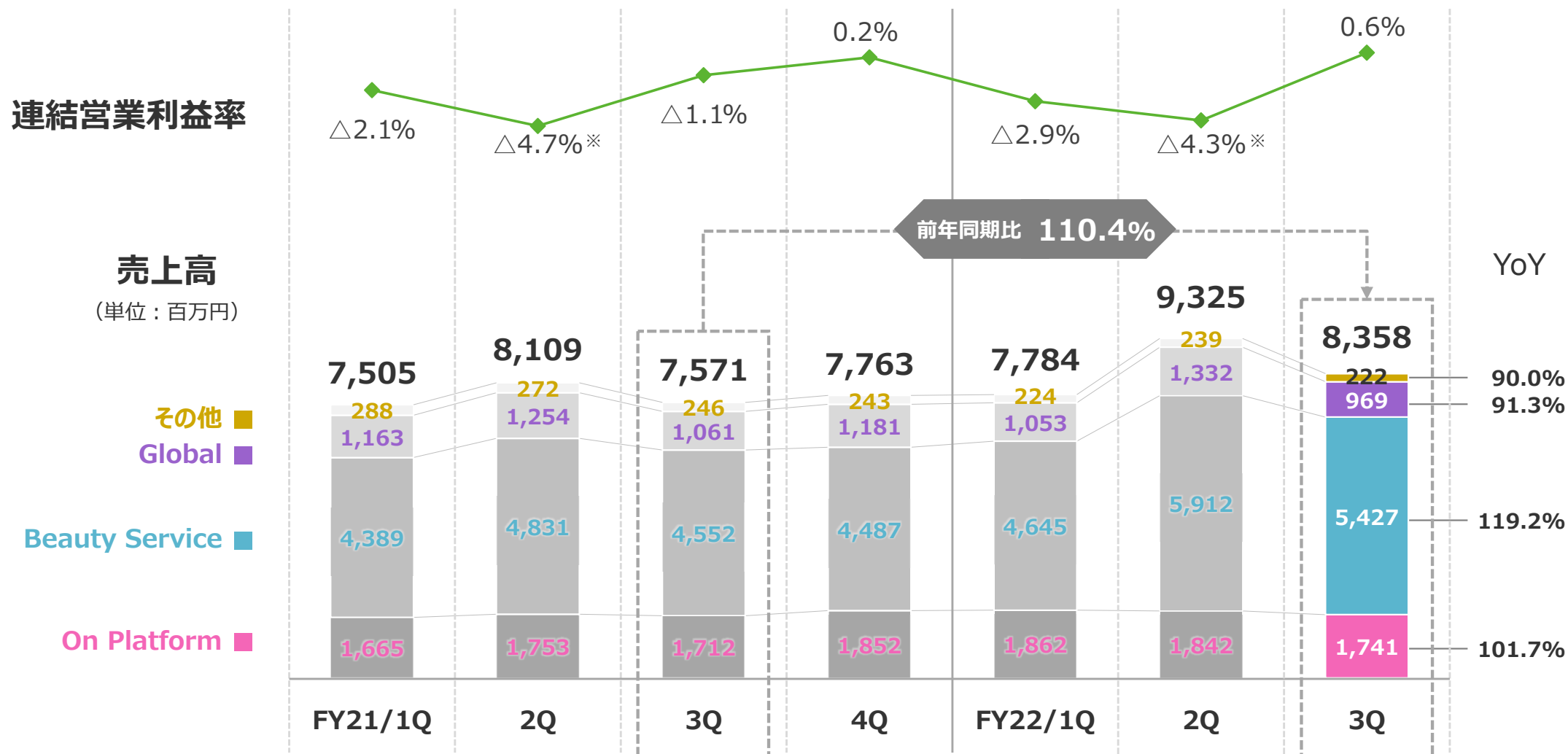
- コロナの影響を受けつつも、3Q累計でコロナ前を上回り過去最高売上高を更新



※ 2022年5月13日付で通期業績予想を修正しております。詳細はP21をご覧ください。

セグメント別売上高 / 四半期別推移

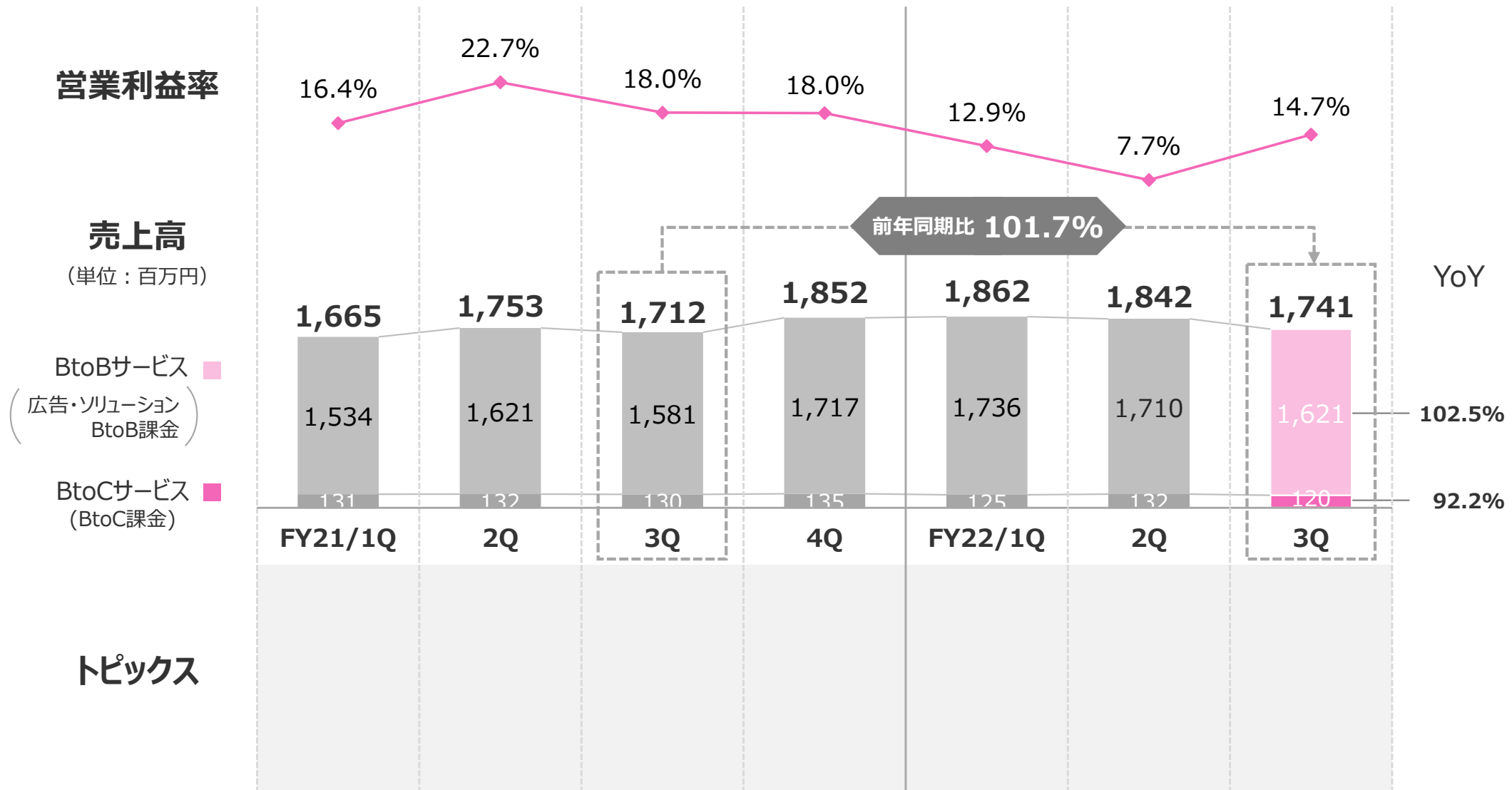
- ECや大型旗艦店などBeauty Service事業の成長が増収を牽引し、3Q単体で黒字化



※ 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%

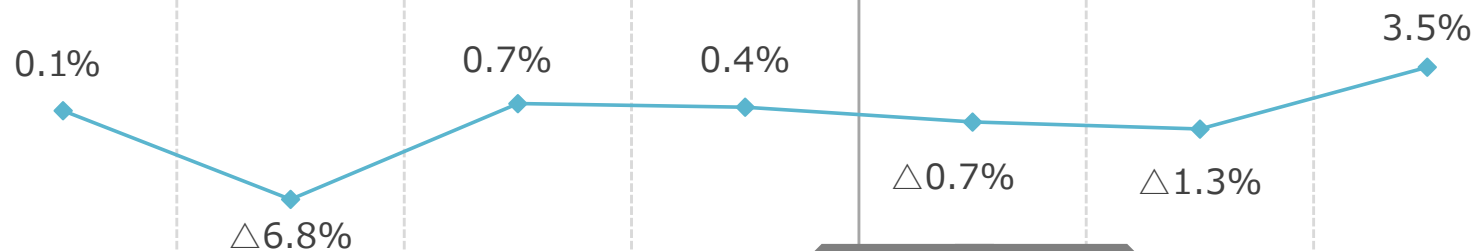
FY22.2Q : 営業利益率△4.3%のうち、@cosme BEAUTY DAYのプロモーション費用による影響が△2.5%

- 売上高：季節性の要因でQoQ減収も、4Qはプラットフォーム活性化が寄与し増収増益の見通し(詳細はP21)
- 営業利益率：ソフトウェア償却費等が増えるも、徐々に改善



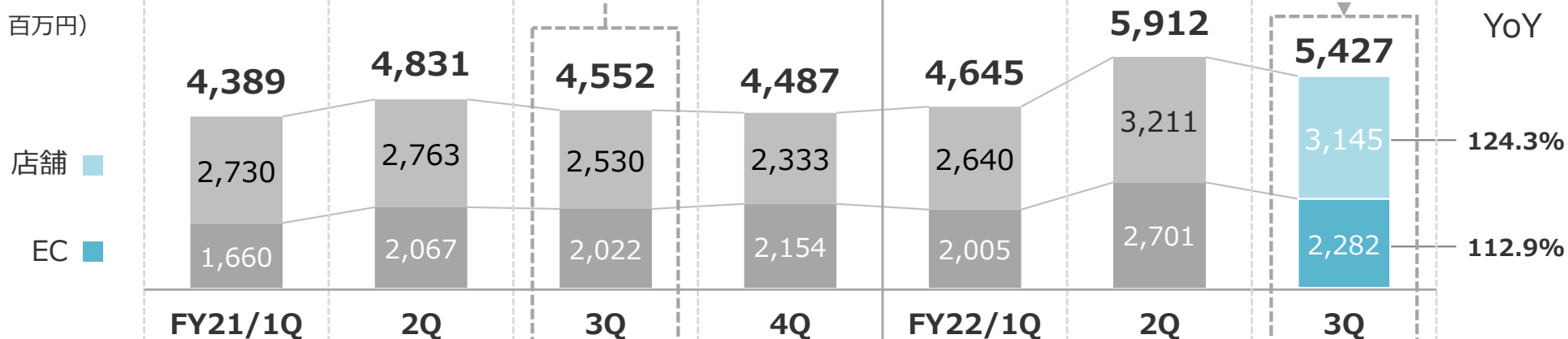
- 売上高：QoQでECはイベントの反動、店舗は感染拡大の影響で減収も、着実な成長で**YoY119%達成**
- 営業利益率：大型旗艦店を含めた店舗事業が2Qに続き黒字となり、セグメント黒字化に貢献

営業利益率



売上高

(単位：百万円)



店舗

EC

期末時点店舗数

FY21/1Q	24店舗	24店舗	24店舗	24店舗	23店舗	23店舗	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)

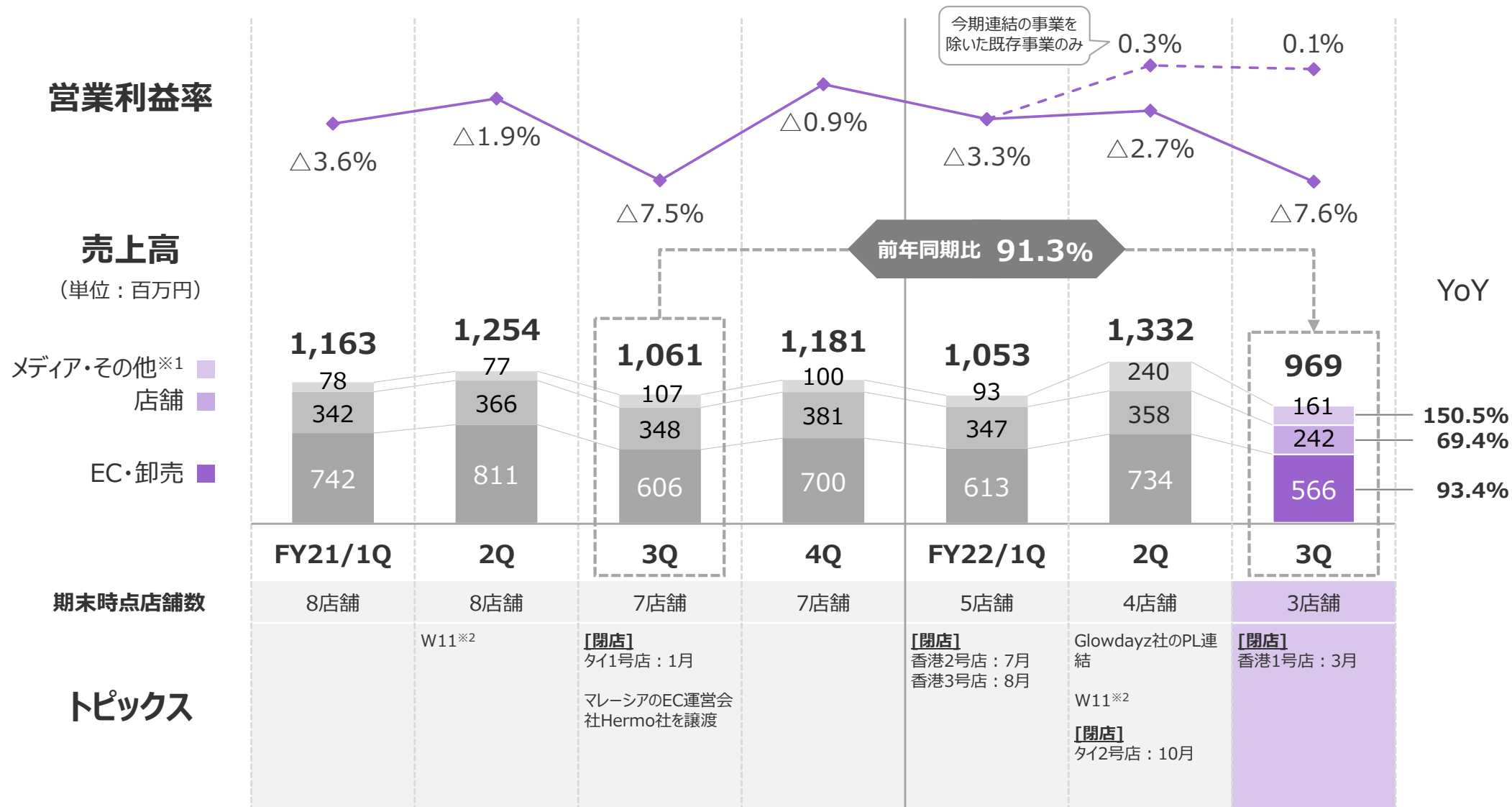
緊急事態宣言
(ほぼ店舗休業なし)

[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

- 売上高：EC・卸売は2QのW11の反動、店舗は香港における感染拡大の影響と1店舗閉店で2Q比減収
- 営業利益率：韓国Glowdayz社と香港店舗がコロナ影響で苦戦。それ以外の事業は黒字



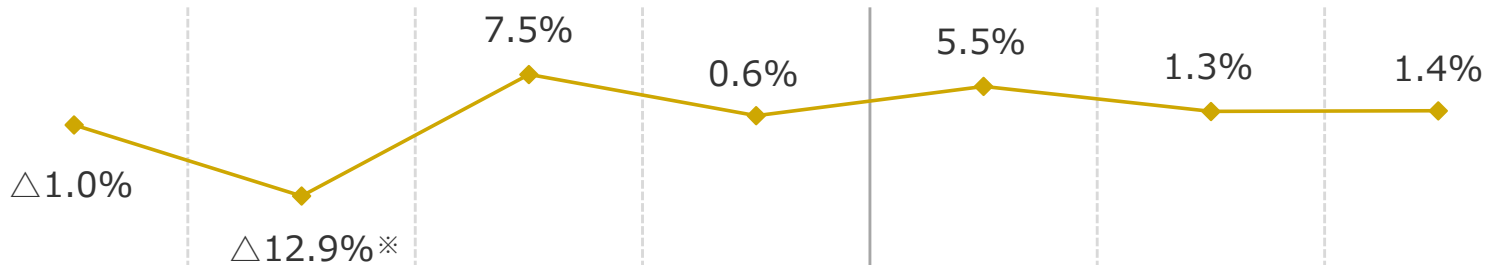
※1 FY22.2Qから韓国Glowdayz社のPL連結

※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**

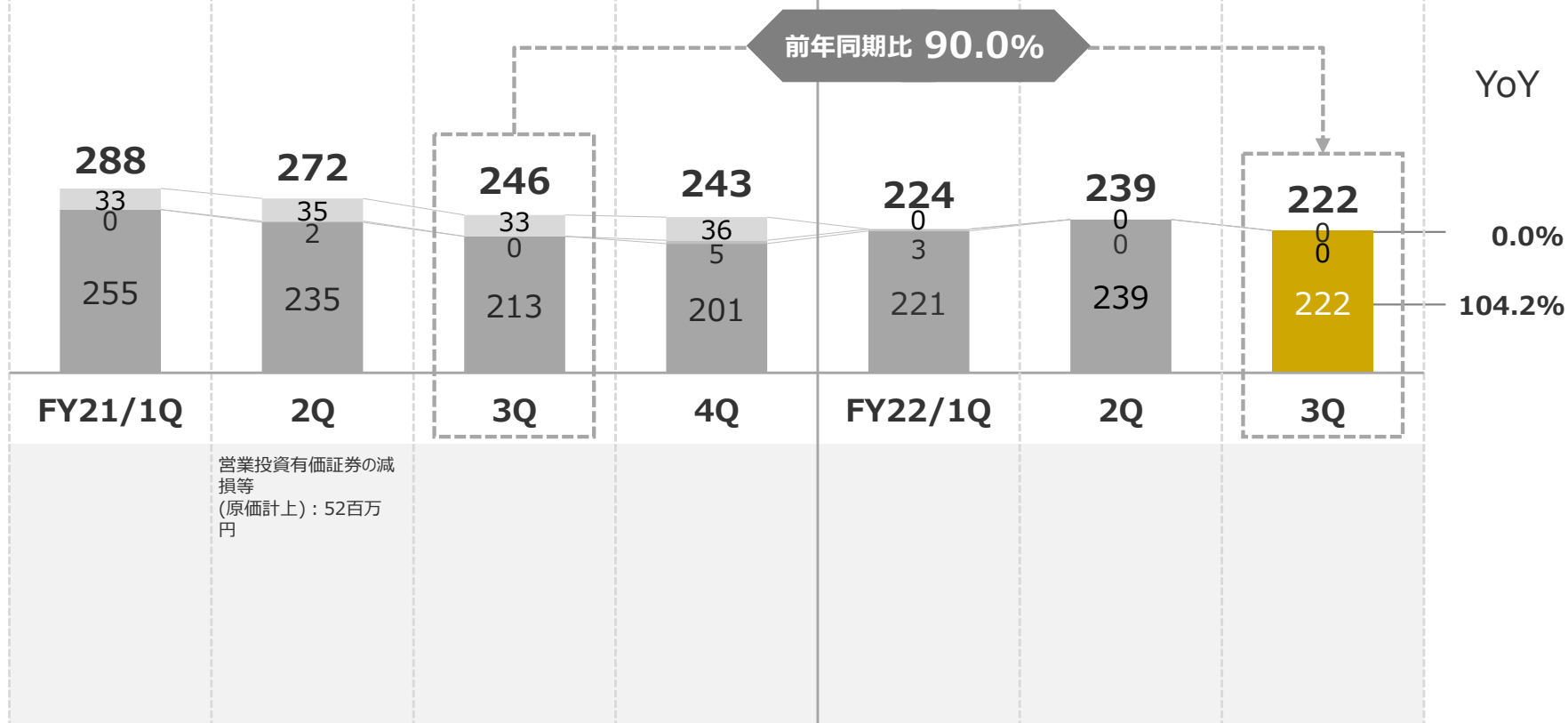
営業利益率



売上高

(単位：百万円)

- その他
- 投資育成
- 人材派遣



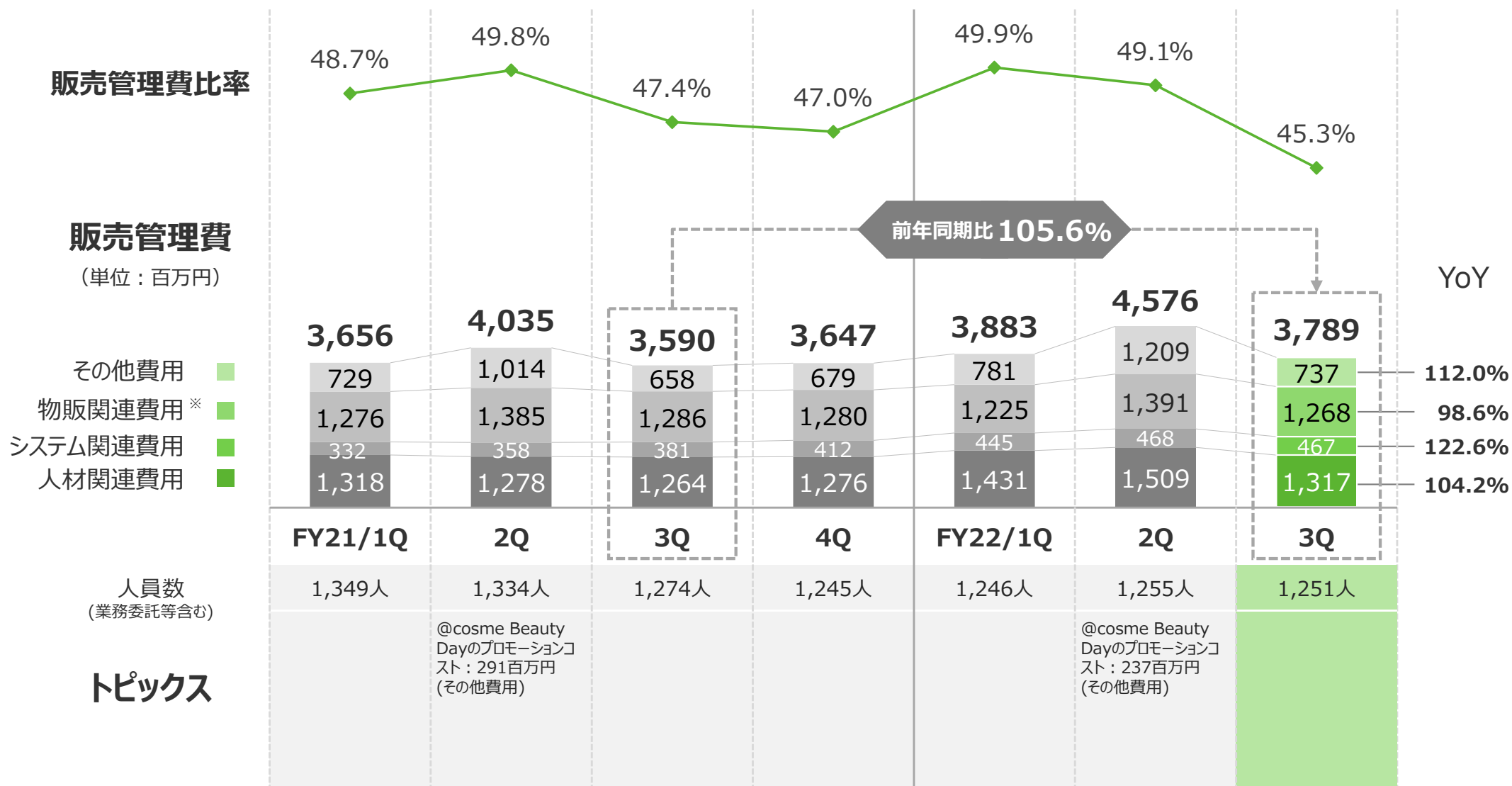
トピックス

営業投資有価証券の減損等
(原価計上) : 52百万円

※ 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

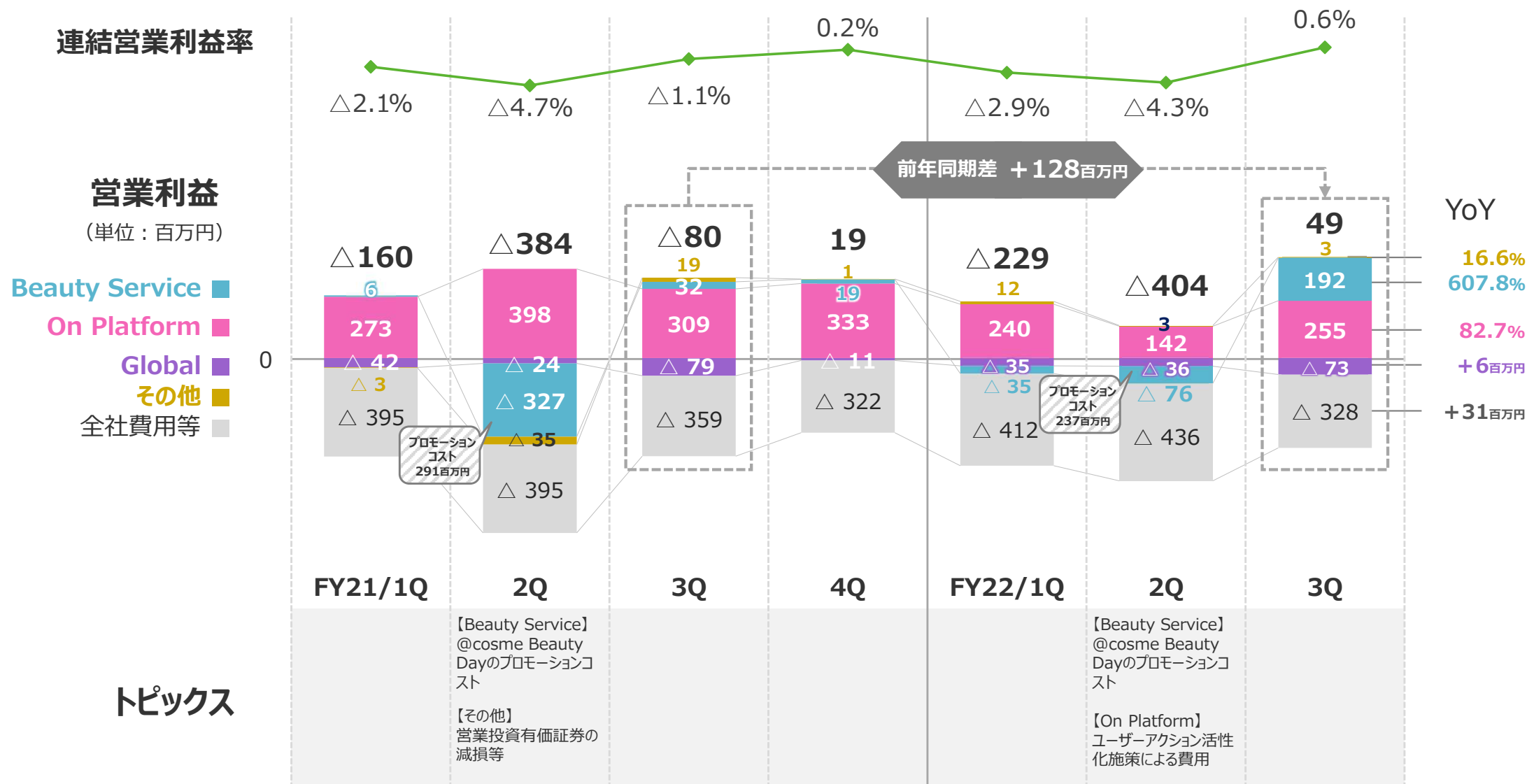
- システム関連費用等が増えるも事業成長に寄与し、結果として増収となり販管費率を改善



※ 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

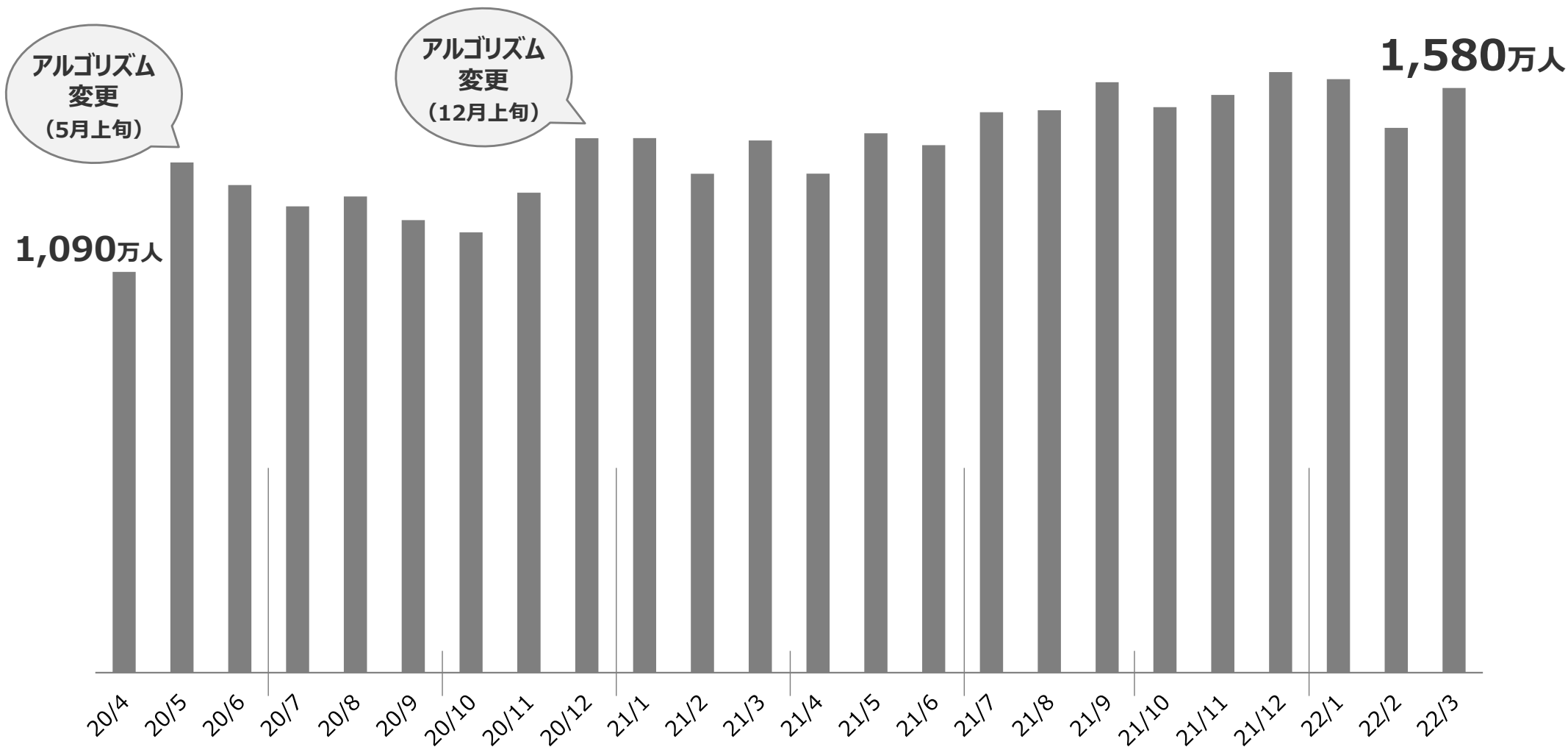
- On Platform・Beauty Serviceなど国内事業の利益が成長 & 安定化したことで、収益性を改善し**黒字化**



直近の運営サービスの状況

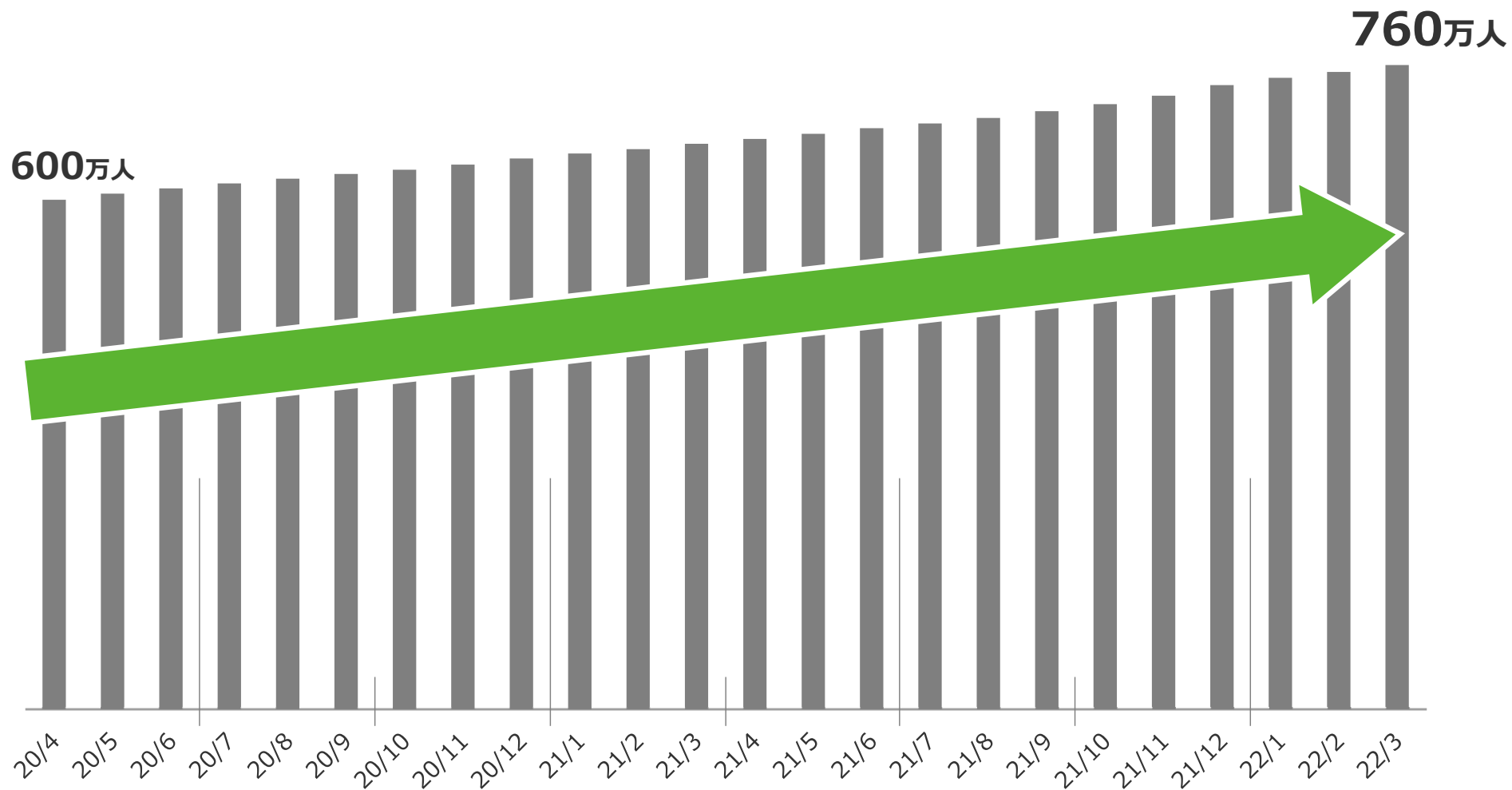
@cosmeの月間ユニークユーザー数の推移

- 依然として高水準をキープ



@cosmeの会員数※の推移

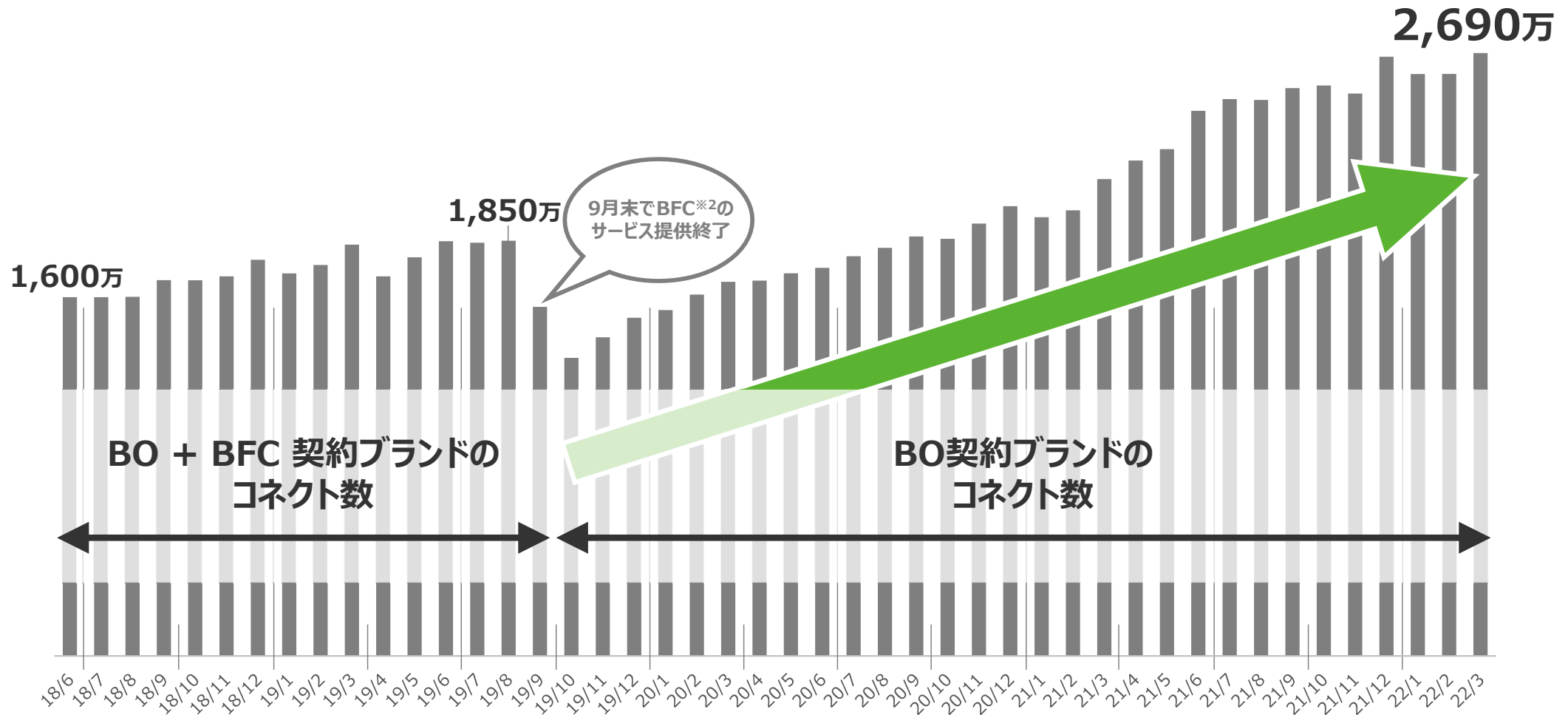
- 会員数は引き続き増加傾向



※ 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



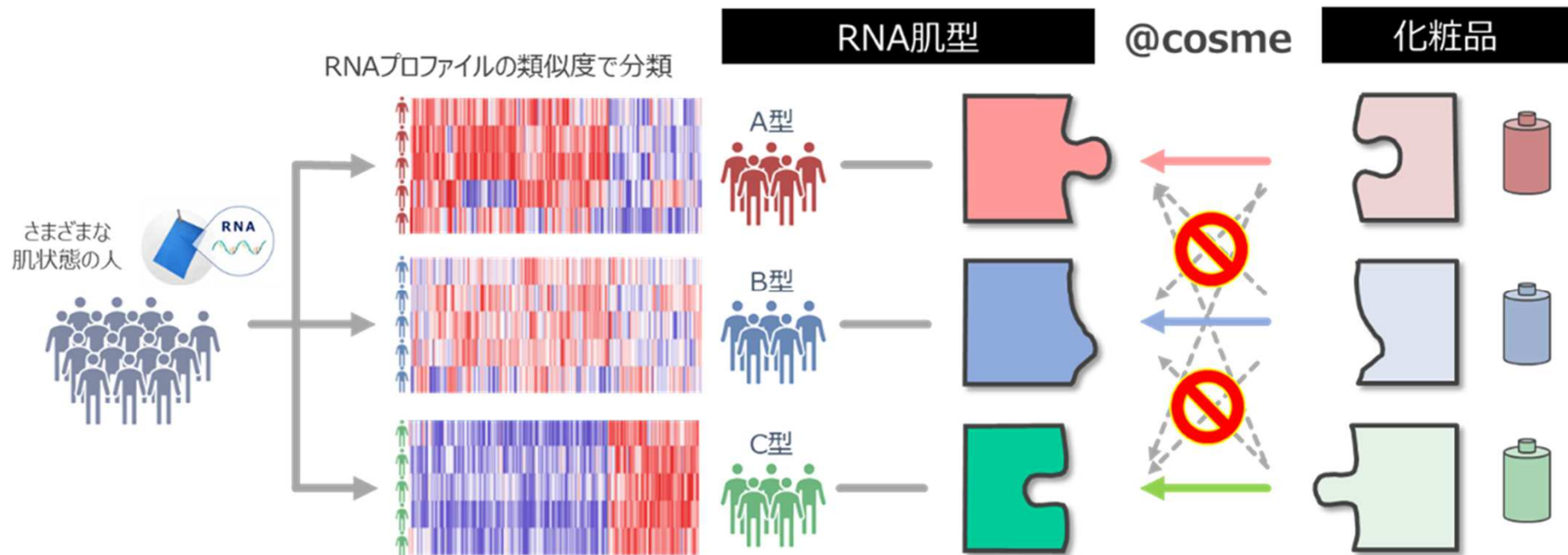
※1 ユーザーが契約ブランドやブランドの商品に対して行ったアクション（Follow, Like, Have:同一ブランドに対して複数ある場合は1としてカウント）の総和

※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」

アイスタイルと花王、自分の肌に合う化粧品との出会いを創出

- 花王の開発した皮脂RNAモニタリング技術※を応用し、生活者が自身のRNA肌型と合う化粧品の出会いを促進する共同の取り組みを開始

【RNA肌型を用いた化粧品のマッチングイメージ】



将来的には、化粧品業界の課題でもある需給バランスのアンマッチなどによる商品廃棄を削減する一助となることを目指す

※ 2019年6月4日 花王ニュースリリース <https://www.kao.com/jp/corporate/news/rd/2019/20190604-001/>

皮脂中に人のRNAが存在することを発見。独自の解析技術「RNA Monitoring (RNAモニタリング)」を開発。

RNA：顔の形や体質等、人が生まれながらに持つ特徴を生み出すDNAの情報に基づき、酵素やホルモンなど体内でいろいろななたらきをするタンパク質を生み出すもとなる分子。

DNAは、その人固有のものとして一生変化しないのに対し、RNAは、肝臓や皮膚等の組織ごとにプロファイルも合成される量も違い、またその時の体調や環境によって日々変化するという性質を持つ。

サステナブルな社会の実現に向けた取り組み「@cosme SUSTAINABILITY」を強化

- 既存事業においてサステナビリティの要素を組み込んだサービスを4月から順次展開

① 「@cosme BEAUTYHOOD」のローンチ



インスタアカウント



Instagramにアカウントを新設し、サステナビリティ関連のコンテンツ投稿やライブ配信等の情報発信を強化。

② 大型旗艦店、ECで「フェムケア商品※」展開



JR原宿駅前の大型旗艦店「@cosme TOKYO」2階の特設棚でフェムケア関連商品の売り場を展開。ECでも特集コーナーを設置。

③ 使用済み容器回収の取組 「@cosme BEAUTY RECYCLE PROGRAM」



第1弾は株式会社カネボウ化粧品 ALLIE(アリー)にご協賛いただき@cosme TOKYOでスキンケア・メイクアップ等の使用済み容器を回収。

④ 「あっ!とコスメWEEK」キャンペーンでの 「使って納得。クリーンビューティー」企画の実施

毎週 知らなかったコスメがきっとみつける



週替わりのテーマで@cosmeのオンライン/オフラインのプラットフォームを横断して展開するキャンペーン「あっ!とコスメWEEK」。

※ 「Feminine (女性の)」と「ケア (Care)」をかけあわせた用語で、女性の体や健康のケアをする商品・サービスを指す

TCFD※1提言への賛同およびTCFDコンソーシアム※2への参画

- 今後、気候変動に関するリスクと機会等の情報開示を強化



今回のTCFDの提言への賛同表明を機に、アイスタイルグループだからこそできる環境課題、社会課題解決のための事業推進と、TCFD提言を踏まえた情報開示を強化し、サステナブルな社会の実現を目指す

※1 TCFD：「気候関連財務情報開示タスクフォース」G20からの要請を受け、金融安定理事会（FSB）が2015年に設立。

気候変動によるリスク及び機会が経営に与える財務的影響を評価し、「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」について開示することを推奨。

※2 TCFDコンソーシアム：企業の効果的な情報開示や、開示された情報を金融機関等の適切な投資判断につなげる取り組みについて議論する場として2019年に設立。

修正後通期業績予想の発表

今期の着地見込みに関するサマリー

- コロナ禍の影響継続や、2Q連結の海外子会社の業績不振等により期初計画を下方修正
 - **4Q**は3Q比増益で2四半期連続で**営業利益黒字**を見込む
 - 化粧品市場の回復が遅れる中、**Beauty Service**が大きく成長
国内における存在感が高まり、**過去最高の売上高**となる見込み
ブランドのマーケティング予算が縮小傾向のなか、**On Platform**は**堅調に伸長**
- ▼
- 結果として、**コロナ前の連結売上高を更新し過去最高**となる見通し

2022年6月期通期業績予想の修正

(単位：百万円)

	期初計画 (A)	修正後計画 (B)	期初計画比 (B/A)
売上高	39,200	34,700	88.5%
営業利益	500	△450	△950
経常利益	400	△560	△960
親会社株主に 帰属する純利益	300	△600	△900

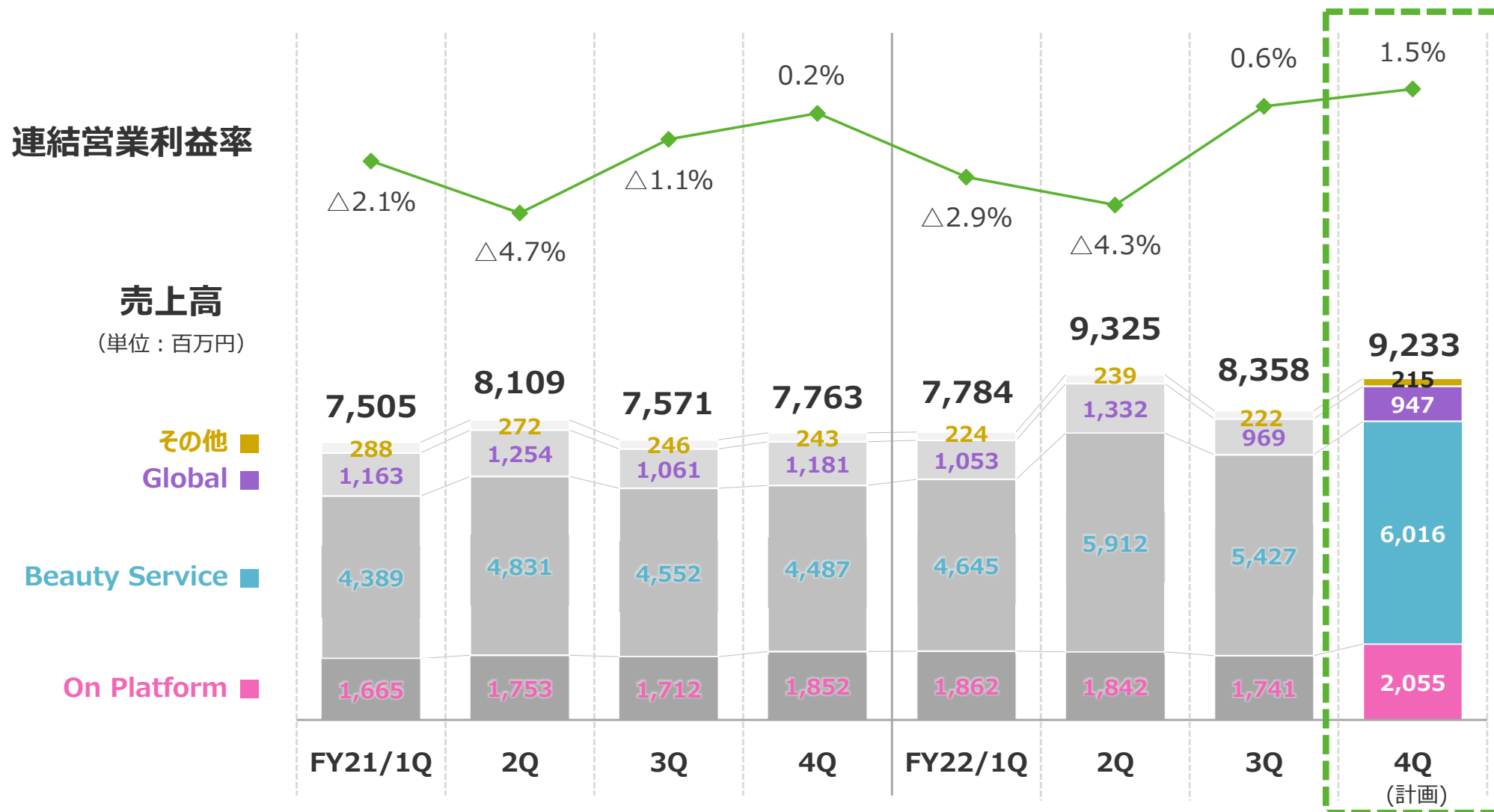
期初計画と修正後計画の比較 / 各セグメント

(単位：百万円)

		期初計画 (A)	修正後計画 (B)	期初計画比 (B/A)
連結	売上高	39,200	34,700	88.5%
	営業利益	500	△450	△950
On Platform	売上高	8,460	7,500	88.7%
	営業利益	1,720	980	57.0%
Beauty Service	売上高	24,520	22,000	89.7%
	営業利益	230	290	126.1%
Global	売上高	5,180	4,300	83.0%
	営業利益	130	△140	△270
その他	売上高	1,040	900	86.5%
	営業利益	0	20	+20
全社	営業利益	△1,580	△1,600	△20

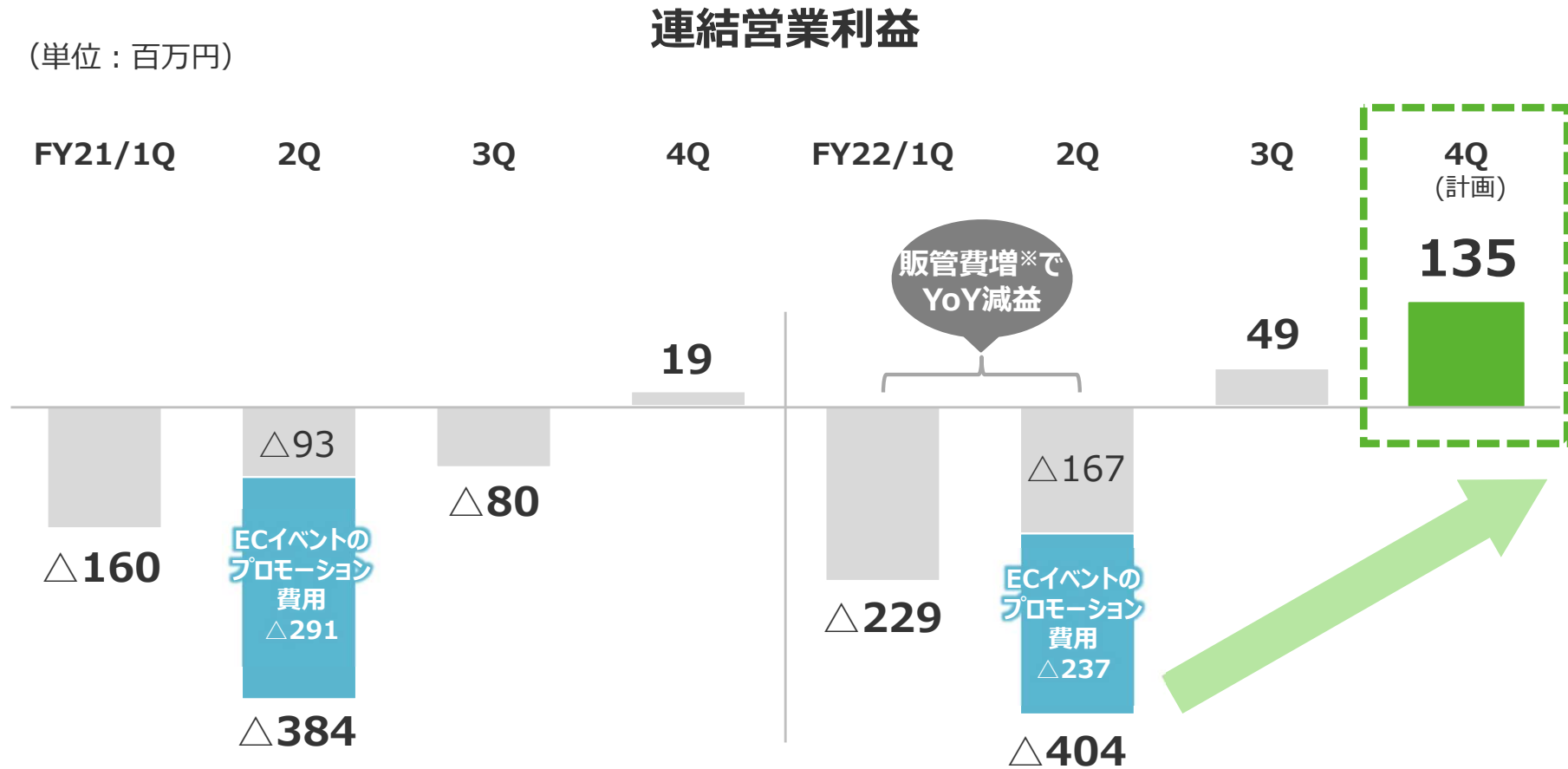
セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 4Qは売上水準の向上および販管費の最適化により収益性改善を見込む



連結営業利益 / 四半期別推移

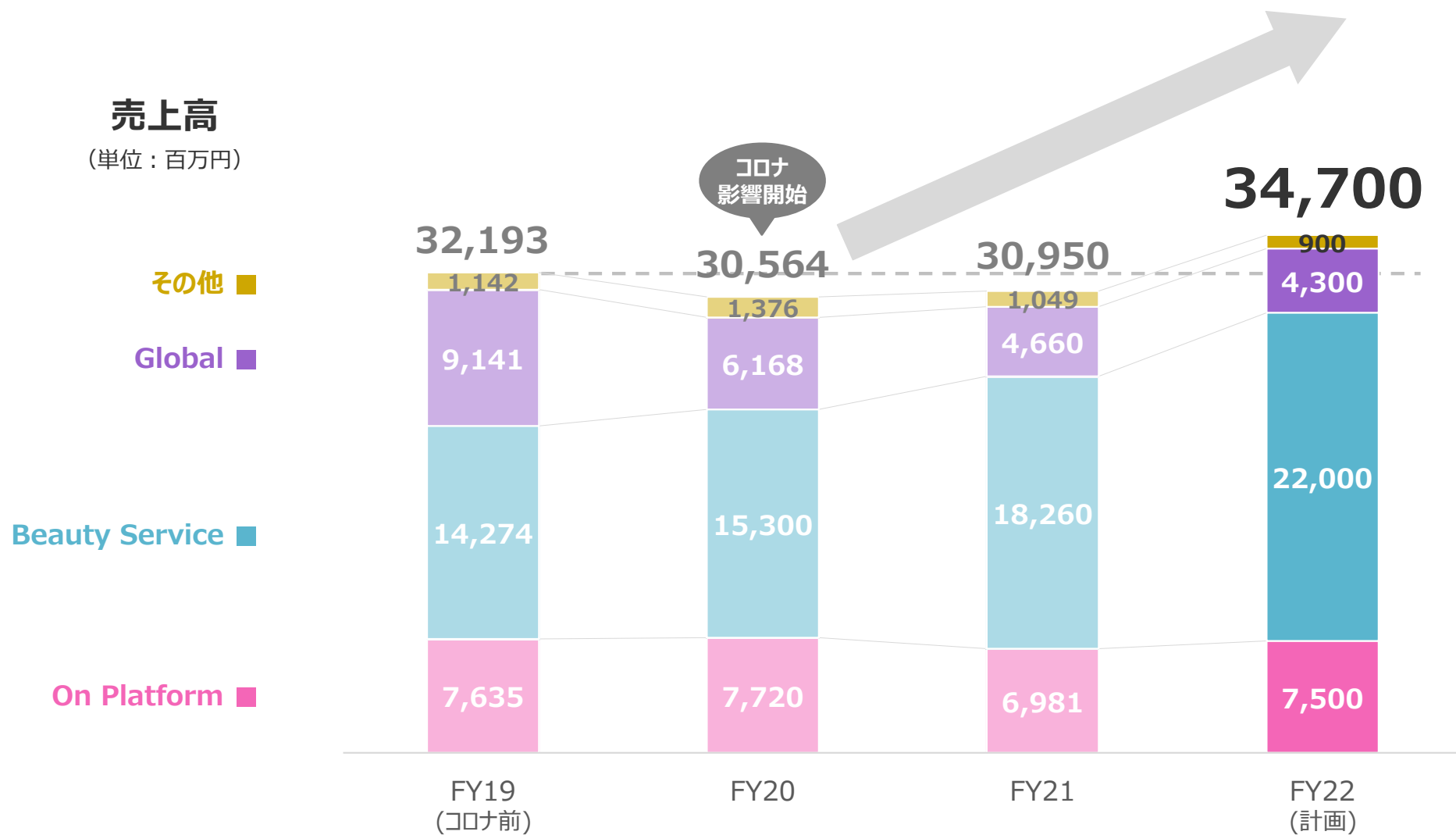
- コロナ禍においても**安定的な黒字化を実現する**



※ グループ全体における賞与支給の再開、On Platform事業におけるソフトウェア償却の増加、また同事業におけるプラットフォーム活性化費用の支出によるもの。

セグメント別売上高 / 4か年推移

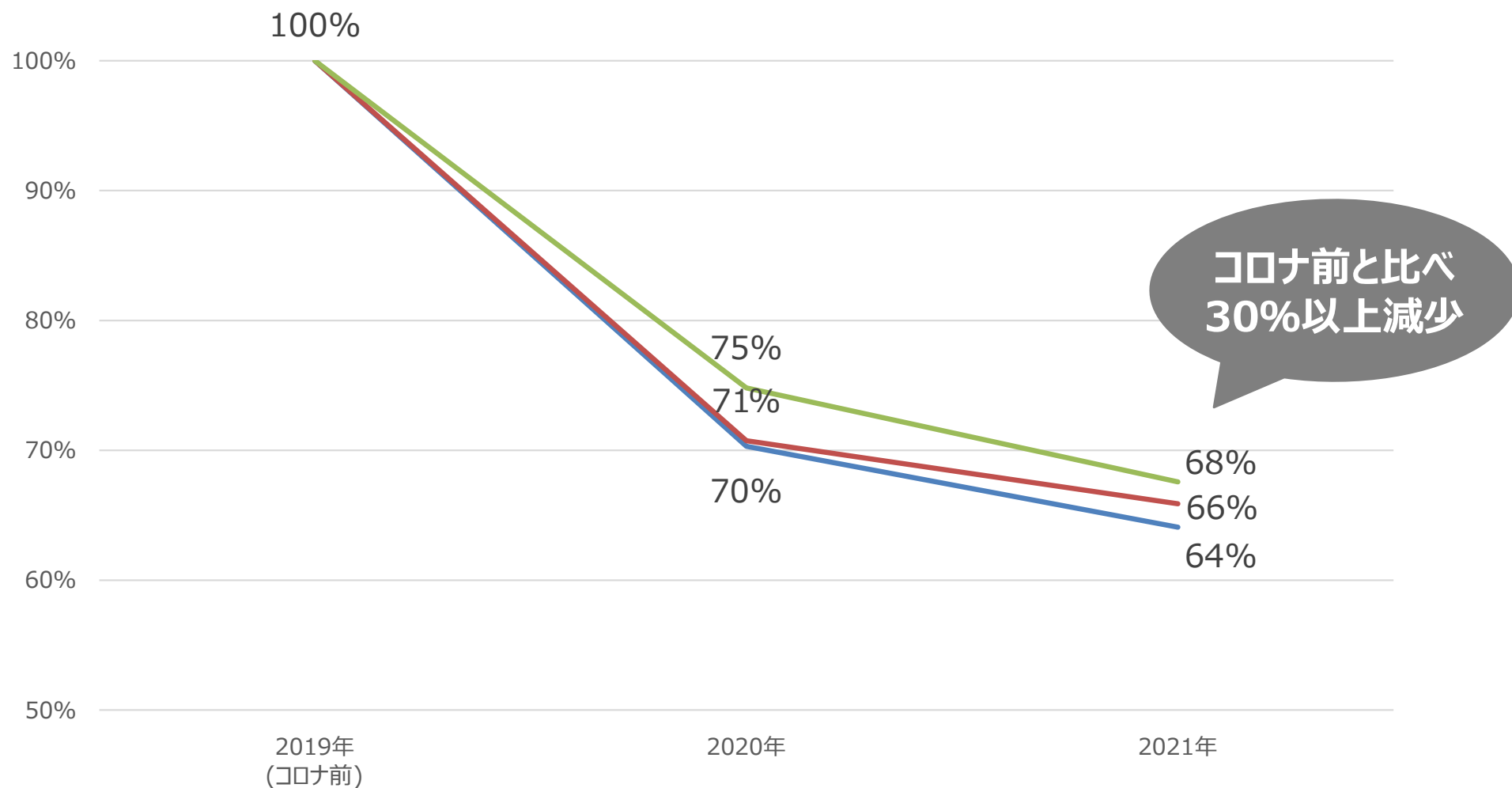
- 市場の回復が遅れるなか、着実な事業成長によりコロナ前の売上高を上回る見込み



国内化粧品市場の動向

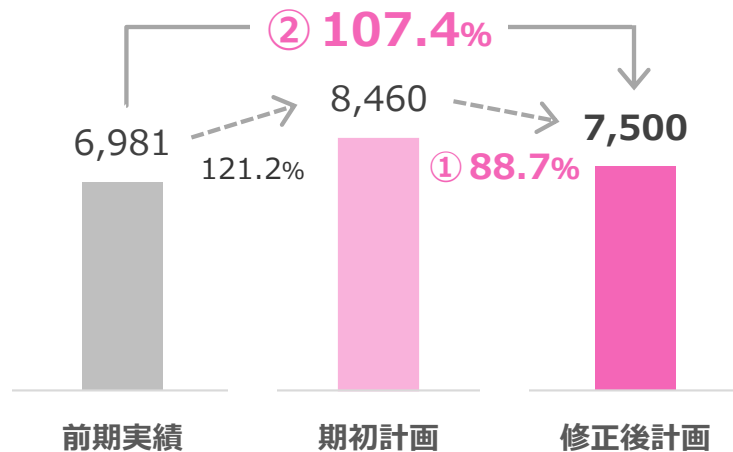
- 国内の化粧品市場は依然として厳しく、コロナ前の水準まで回復していない

大手化粧品メーカー3社の日本売上高推移



売上高

(単位：百万円)



【①: 期初計画比】

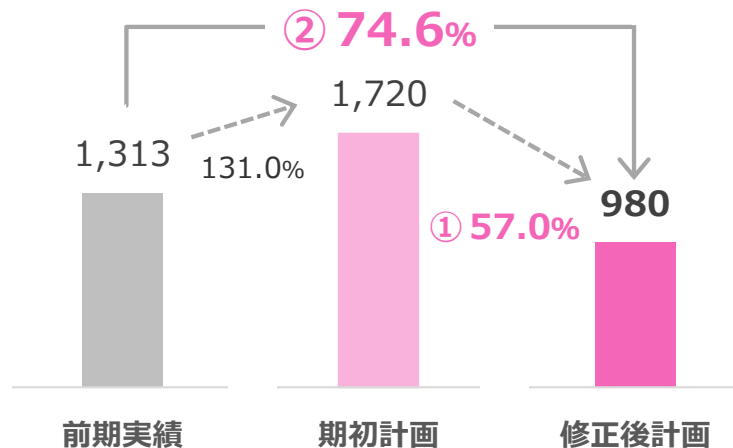
下期から成長軌道にのる前提も、感染拡大への懸念により期を通じてブランドの予算保守化が続き想定を下回る

【②: 前期比】

プラットフォームを活用するブランドが増えたことで増収

営業利益

(単位：百万円)



【①: 期初計画比】

売上高と同様の理由により想定を下回る

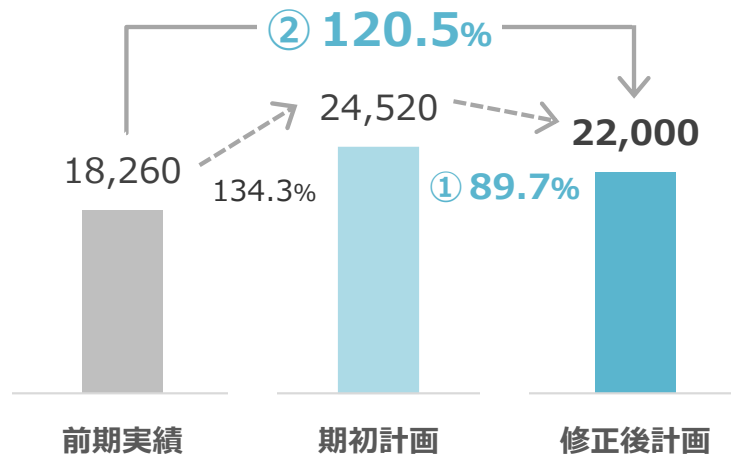
【②: 前期比】

賞与の再開・ソフトウェア償却費等が増加し減益



売上高

(単位：百万円)



【①:期初計画比】

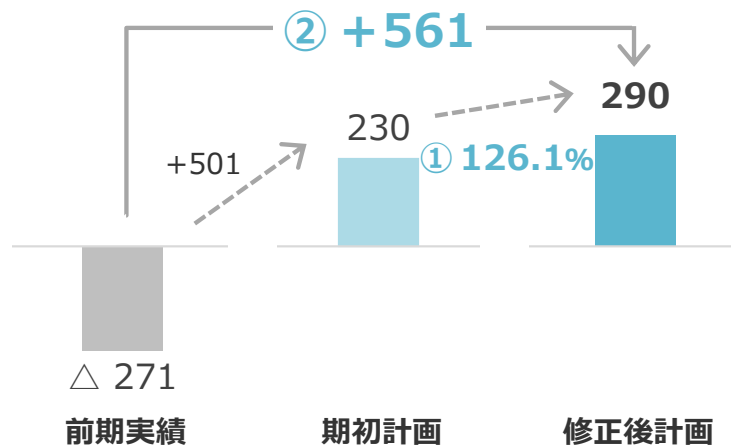
下期からコロナ影響が緩和する想定に対して未だ影響が大きく残り、店舗において売上高が未達

【②:前期比】

市場の回復が遅れるなか、店舗は着実に成長
ECも引き続き好調に推移

営業利益

(単位：百万円)



【①:期初計画比】

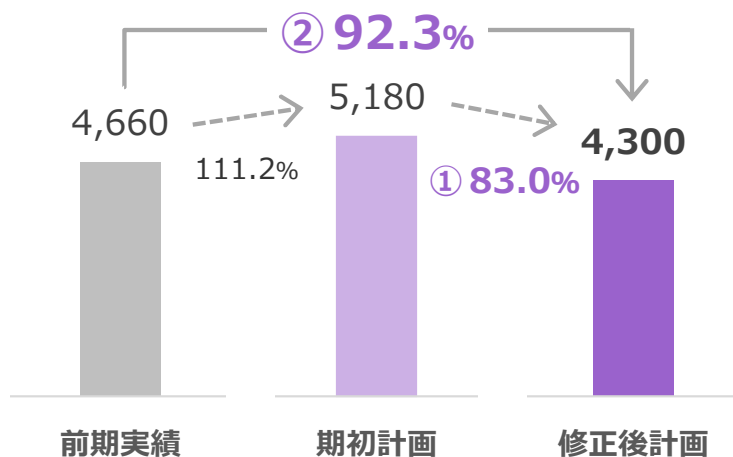
収益性改善で利益は上振れ

【②:前期比】

賞与の再開で固定費が増えるも
ECの飛躍・店舗の成長でカバーして増益

売上高

(単位：百万円)



【①:期初計画比】

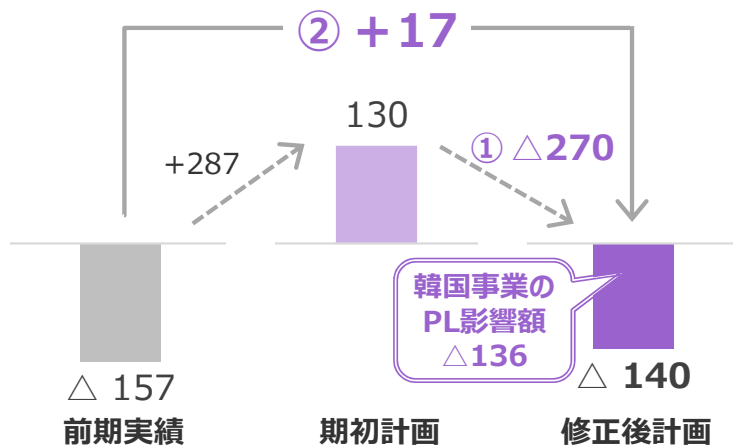
下期からコロナ影響が緩和する想定も
実際には中国・香港・韓国の事業が影響を受け減収

【②:前期比】

不採算事業の整理・撤退により減収

営業利益

(単位：百万円)



【①:期初計画比】

売上高と同様の理由により減益

【②:前期比】

韓国事業の不調により収益性は若干の改善に留まるも
韓国と香港以外はほぼ黒字化

不採算事業の整理・撤退

- コロナショックを機に事業の選択と集中をさらに推進

【撤退・売却した事業一覧】

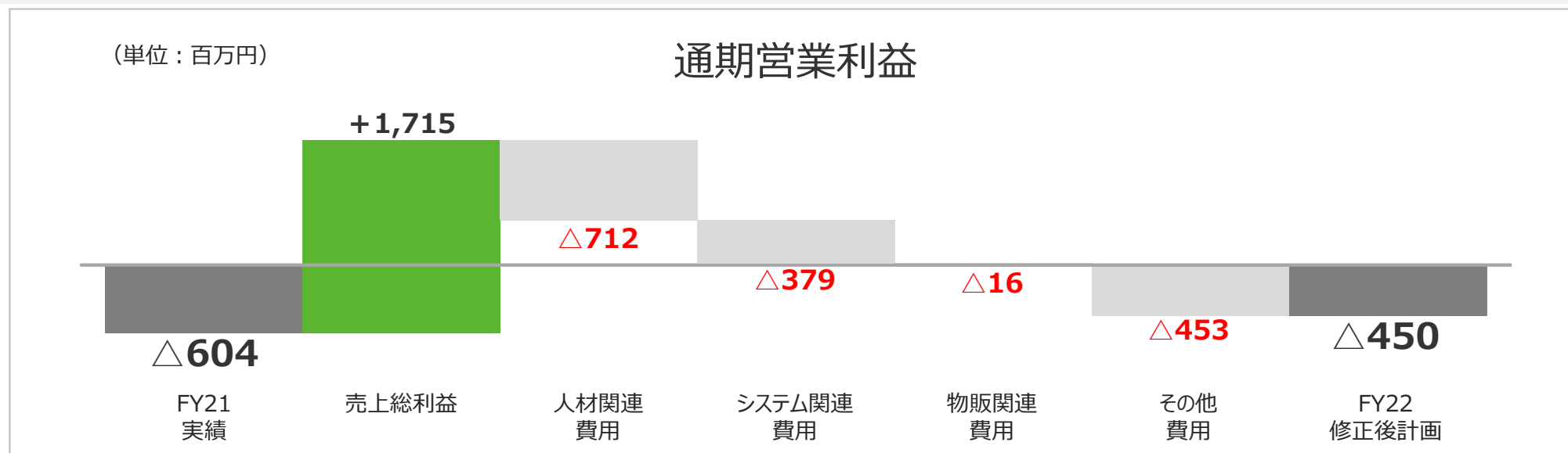
	FY20 (コロナ発生)	FY21	FY22 (今期)
On Platform		1Q : サロン予約事業 撤退	4Q : Eat Smart社※1 売却
Beauty Service	4Q : 国内1店舗閉店	1Q : プライベート ブランド事業撤退	1Q : 国内1店舗閉店
Global	3Q : 台湾全4店舗 閉店	1Q : 韓国免税店閉店 3Q : Hermo社※2売却 タイ1店舗閉店	1Q : 香港2店舗閉店 2Q : タイ1店舗閉店 3Q : 香港1店舗閉店

※1 Eat Smart社 : 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」等の運営会社。2016年9月に子会社化。

※2 Hermo社 : マレーシアのEC運営会社。2017年4月に子会社化。

前期実績と修正後計画の比較 / PL詳細

- 市場の回復を見込み費用を先行するも、当社想定より回復が遅れ増収幅は限定的に



項目	利益影響額 (単位：百万円)	前期実績との増減理由
売上総利益	+1,715	Beauty Service事業を中心とした増収によるもの。 その他、GlowdayzのPL連結で+300。
人材関連費用	△712	グループ全体で差し止めていた賞与支給の再開。 その他、GlowdayzのPL連結で△207。
システム関連費用	△379	EC基盤や小売DXの強化などプラットフォーム全体の価値向上に資する費用が先行。
物販関連費用	△16	Beauty Service事業が増収するも、Global事業の整理によってほぼ横ばいで推移。
その他費用	△453	On Platform事業でのプラットフォーム活性化費用(アプリ広告&ポイント配布)の増加。 その他、GlowdayzのPL連結で△225。

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 (英文表記: istyle Inc.)
市場/銘柄コード	東証プライム/3660 ※2022年5月時点
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



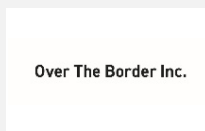
株式会社アイスタイルトレーディング
美容用品の卸売、小売、及び輸出入並びにこれらの代理業



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

【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 China Corporation 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
- 9月 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 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
- 2022年 4月 東証プライム市場に変更

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)



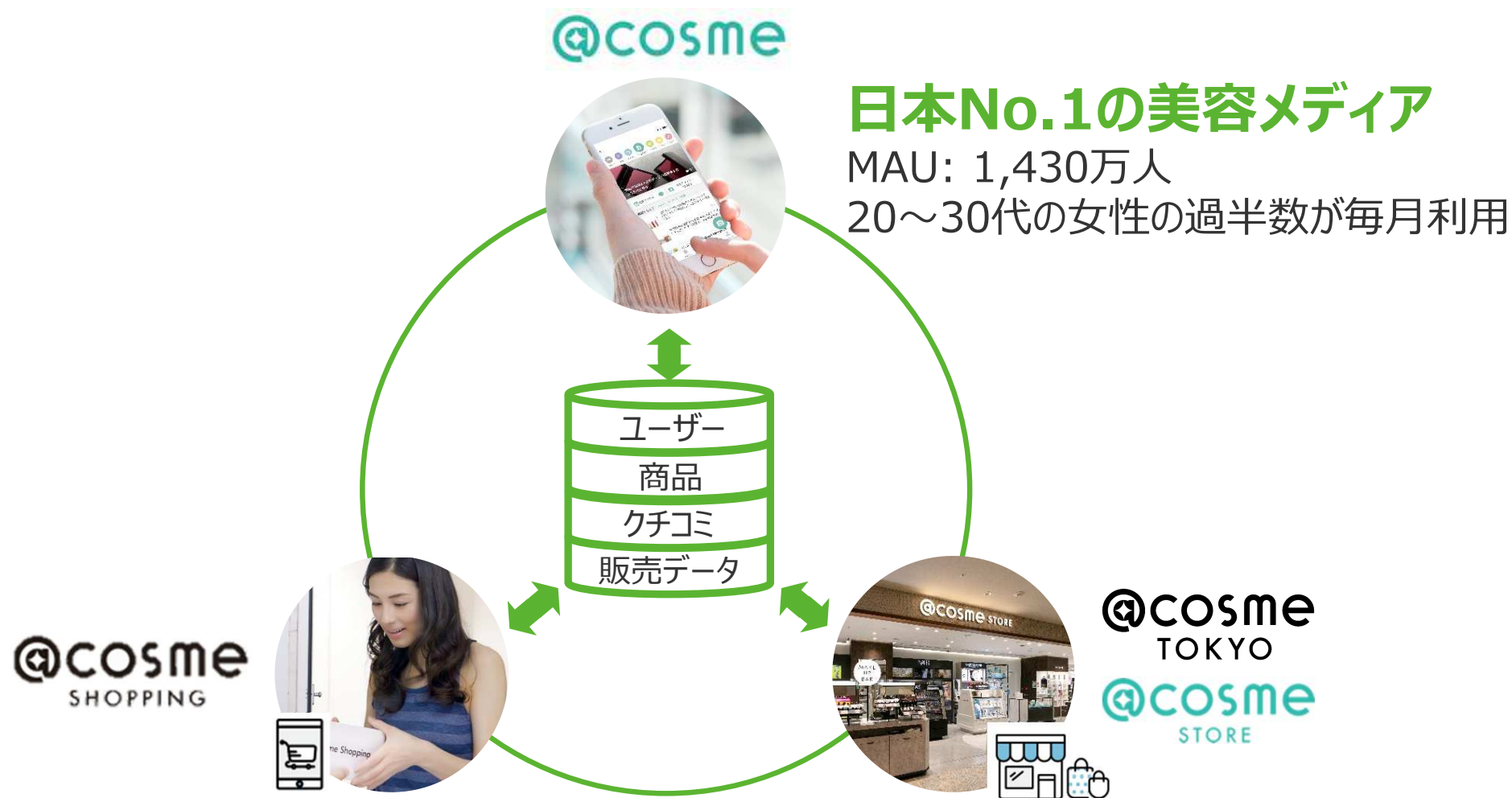
コスメ・香水
ジャンル賞
Rakuten



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

※ 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

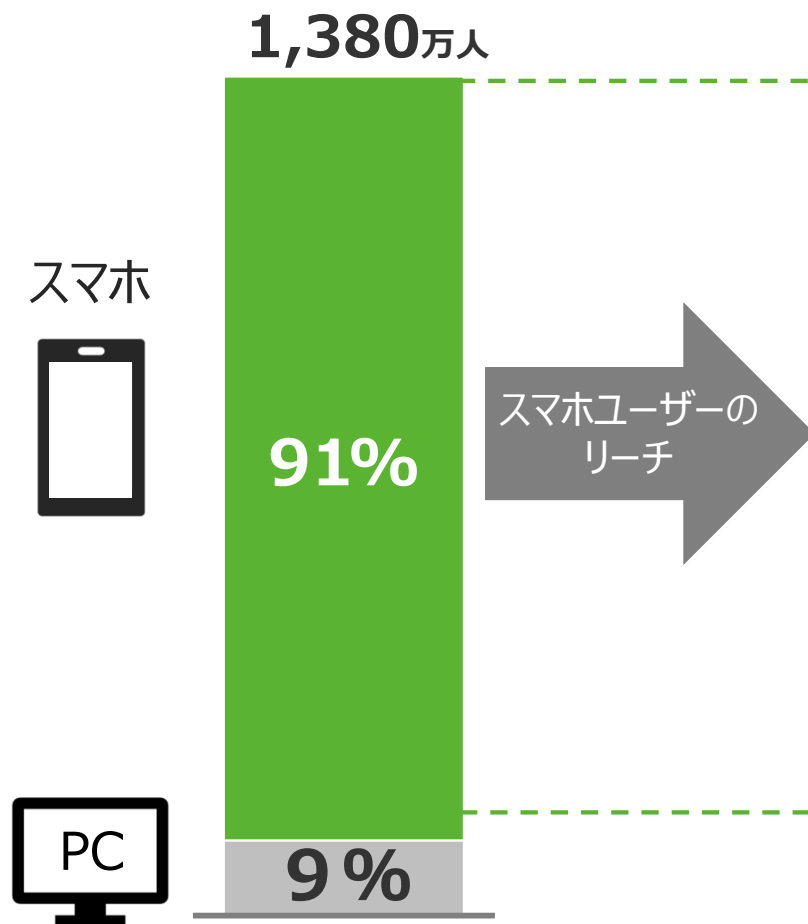
クチコミ数

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

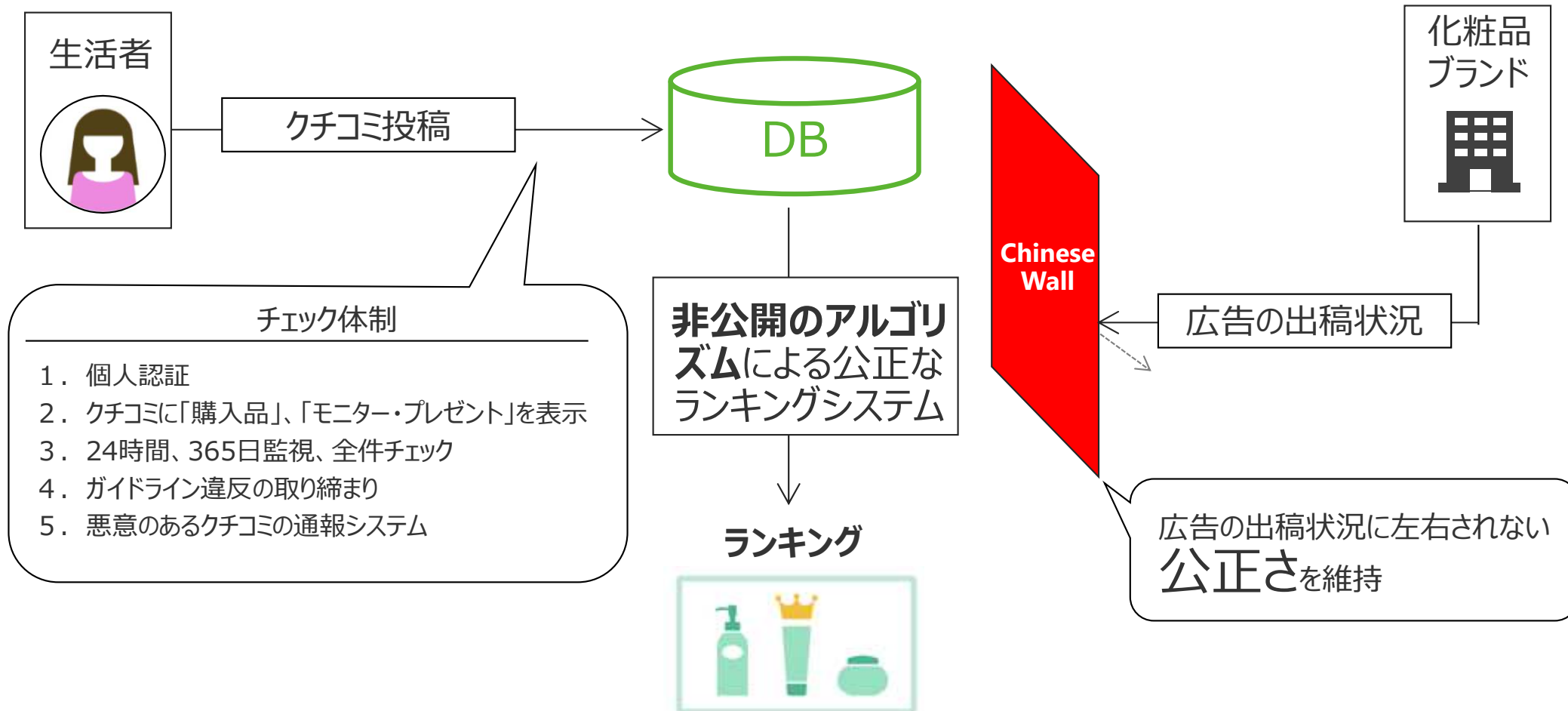
@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

- 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。

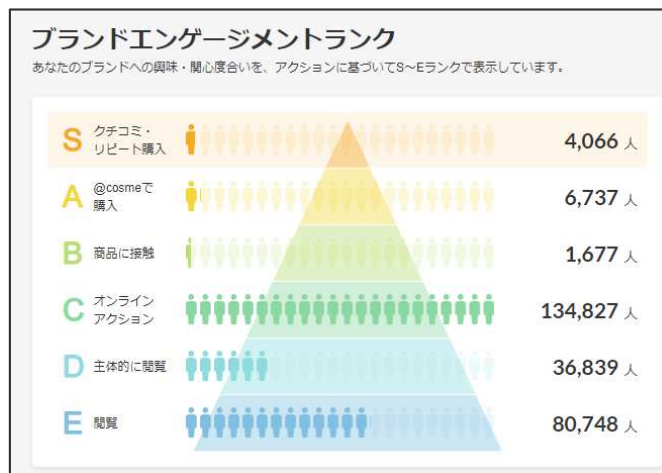
マーケティング支援サービス

- @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



店舗一覧(国内・海外合計 26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 (海外 : 香港3店舗)

East Point City store (Hang Hau)	2018年12月OPEN	191㎡
Langham Place store (Mong Kok)	2019年10月OPEN	188㎡
Lee Theatre store (Causeway Bay)	2019年12月OPEN	231㎡








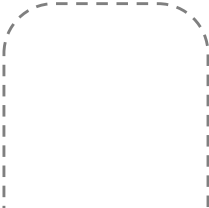




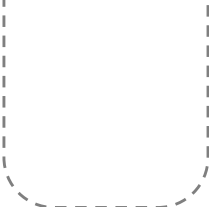


ルクア大阪店	2017年3月OPEN 2020年4月増床	181㎡
名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	2017年4月OPEN	182㎡
アピタタウン金沢ベイ店 ※	2007年11月OPEN 2017年4月増床	228㎡
ルミネ大宮店	2018年3月OPEN 2019年3月増床	241㎡
ららぽーと富士見店	2018年3月OPEN	244㎡
マリエとやま店 ※	1987年9月OPEN 2018年9月増床	191㎡
イオンモール高岡店 ※	2002年9月OPEN 2019年9月増床	240㎡
イオンモール高崎店 ※	2006年10月OPEN 2020年4月増床	254㎡
ニューマン横浜店	2020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

@cosme TOKYO (1店舗)

@cosme TOKYO (原宿)	2020年1月OPEN	1,300㎡
-------------------	-------------	--------

※ 2016年9月にKcosme Beaute社より取得 (FY2017.6 2QよりPL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>@cosme (M&A)</p>	 <p>MakeupAlley (M&A)</p>	 <p>@cosme Hong Kong (APP)</p>	 <p>GLOWPICK</p>
<u>EC・卸売</u>	 <p>官方海外旗舰店 @cosme</p>			 <p>@cosme STORE (EC)</p>	 <p>GLOWPICK</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

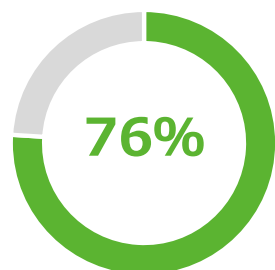


Materiality 03

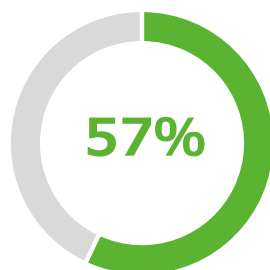


人材のエンパワーメント

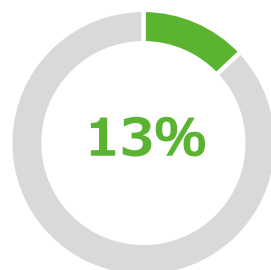
- 多様な働き方の選択肢の提供 (在宅勤務・育児休暇)
- キャリア形成を促進する人材育成制度の充実
- 人材におけるダイバーシティ促進



女性従業員



女性管理職



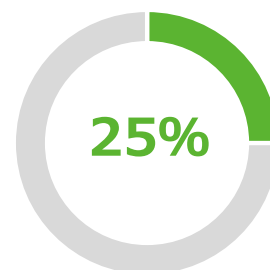
外国人従業員

Materiality 04

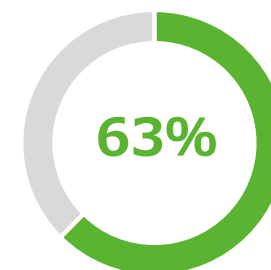


ガバナンスの充実

- 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。