

2023年6月期第1四半期 決算説明資料



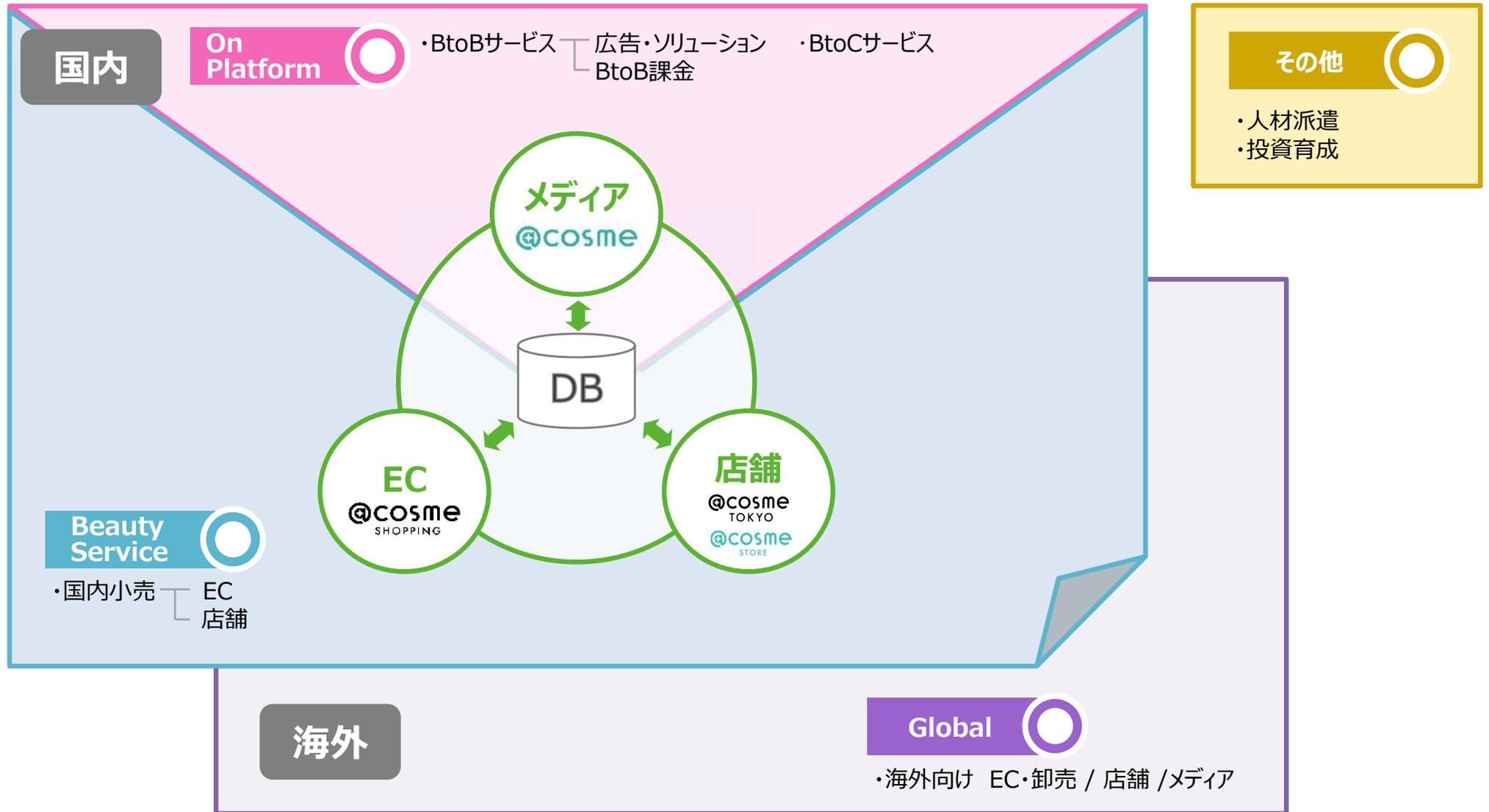
istyle

2022/11/04

株式会社アイスタイル

証券コード: 3660

【参考】事業セグメントの構造



第1四半期決算概要

店舗が増収を牽引し、1Qの売上高は**YoY+18%超**を達成
営業利益は**YoY+4.7億円**の**損益改善**により**黒字**で着地

On Platform

依然厳しい環境下でも、**売上高**は**YoY+6%**と着実に成長
増収の寄与等で**営業利益**も**YoY+64%**の増益

Beauty Service

店舗が**売上高YoY+40%**と**大幅成長**し、連結増益にも大きく貢献
ECも**YoY+11%**と**2桁成長を維持**して好調に推移

Global

中国ロックダウンの余波で売上高のYoYは横ばいも、**QoQ**は香港店舗が健闘し
+15%回復。営業利益は収益改善により**黒字化目前まで改善**

第1四半期 / ハイライト

連結



店舗などBeauty Serviceが増収に大きく貢献し、利益も4.7億円の損益改善により黒字で着地

売上高	:	9,200	百万円	YoY	:	118.2	%
営業利益	:	237	百万円	前年同期差	:	+466	百万円

On Platform



環境は依然厳しいが、ブランドによるプラットフォーム活用促進で増収・増益

売上高	:	1,967	百万円	YoY	:	105.6	%
営業利益	:	393	百万円	YoY	:	163.6	%

Beauty Service



YoYで店舗+40%、EC+11%と共に2桁成長を達成。店舗の増収が増益に大きく貢献

売上高	:	5,902	百万円	YoY	:	127.1	%
営業利益	:	226	百万円	前年同期差	:	+261	百万円

Global



中国ロックダウンの余波が続き売上高は横ばいも、収益構造の改善により黒字化目前

売上高	:	1,024	百万円	YoY	:	97.3	%
営業利益	:	△5	百万円	前年同期差	:	+30	百万円

その他



人材派遣において稼働人員の増強により増収

売上高	:	307	百万円	YoY	:	137.1	%
営業利益	:	1	百万円	前年同期差	:	△12	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1四半期 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

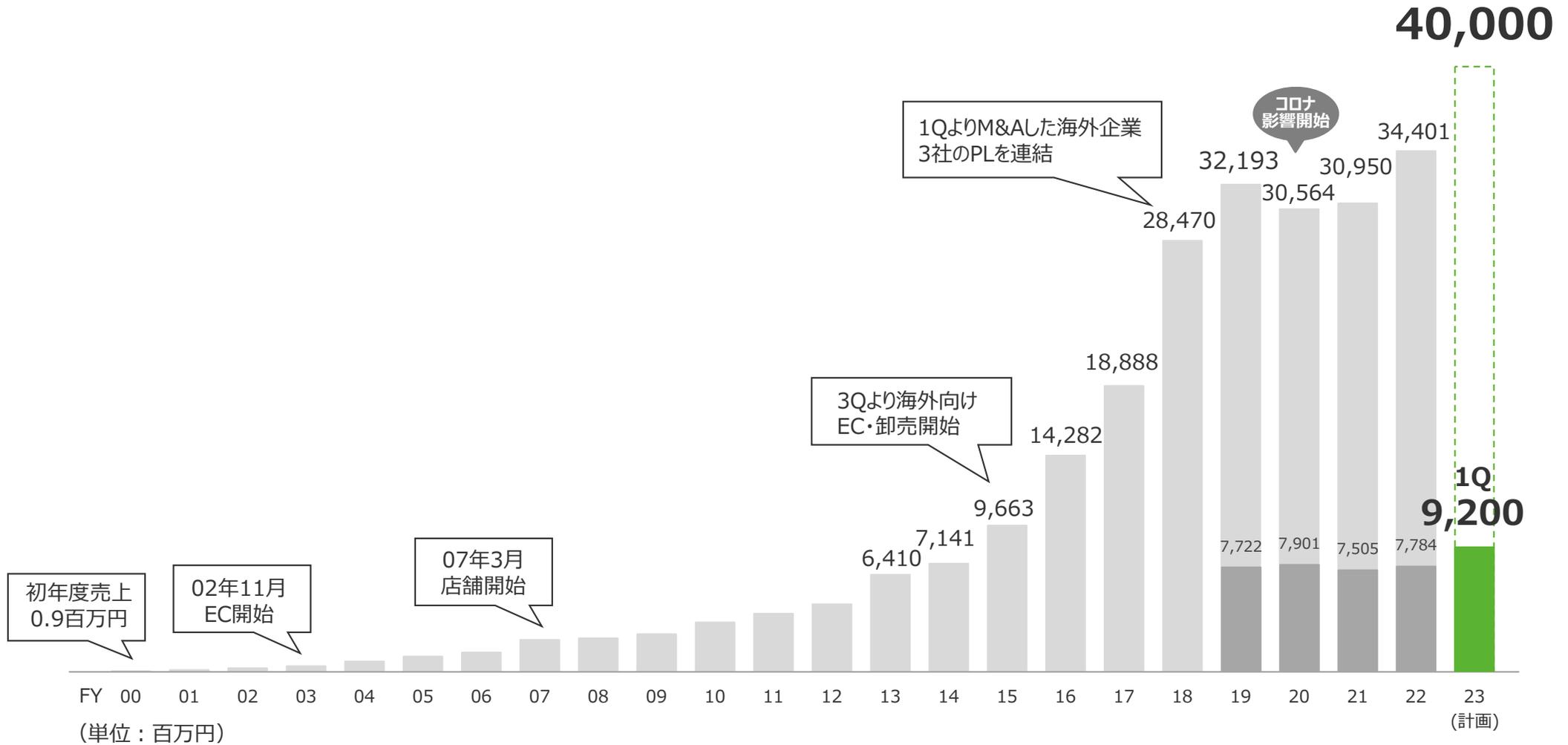
- 社内計画を上回り好調な出だし
- 当初計画に沿って約3億円のプロモーションを予定しているため、2Qは赤字見込み

(単位：百万円)	2023年6月期 1Q(7~9月)	2023年6月期 通期業績予想※	進捗率	2022年6月期 1Q(7~9月)	前年同期比
売上高	9,200	40,000	23.0%	7,784	118.2%
売上総利益	4,336	-	-	3,654	118.7%
販売管理費	4,100	-	-	3,883	105.6%
営業利益	237	500	47.3%	△229	+466
経常利益	158	170	93.1%	△238	+396
親会社株主に帰属 する純利益	101	30	337.4%	△52	+153

※ 2022年8月15日発表のAmazon.com, Inc.及び三井物産(株)との業務提携、ならびに東京小町の事業譲受は当該計画には含まれておりません

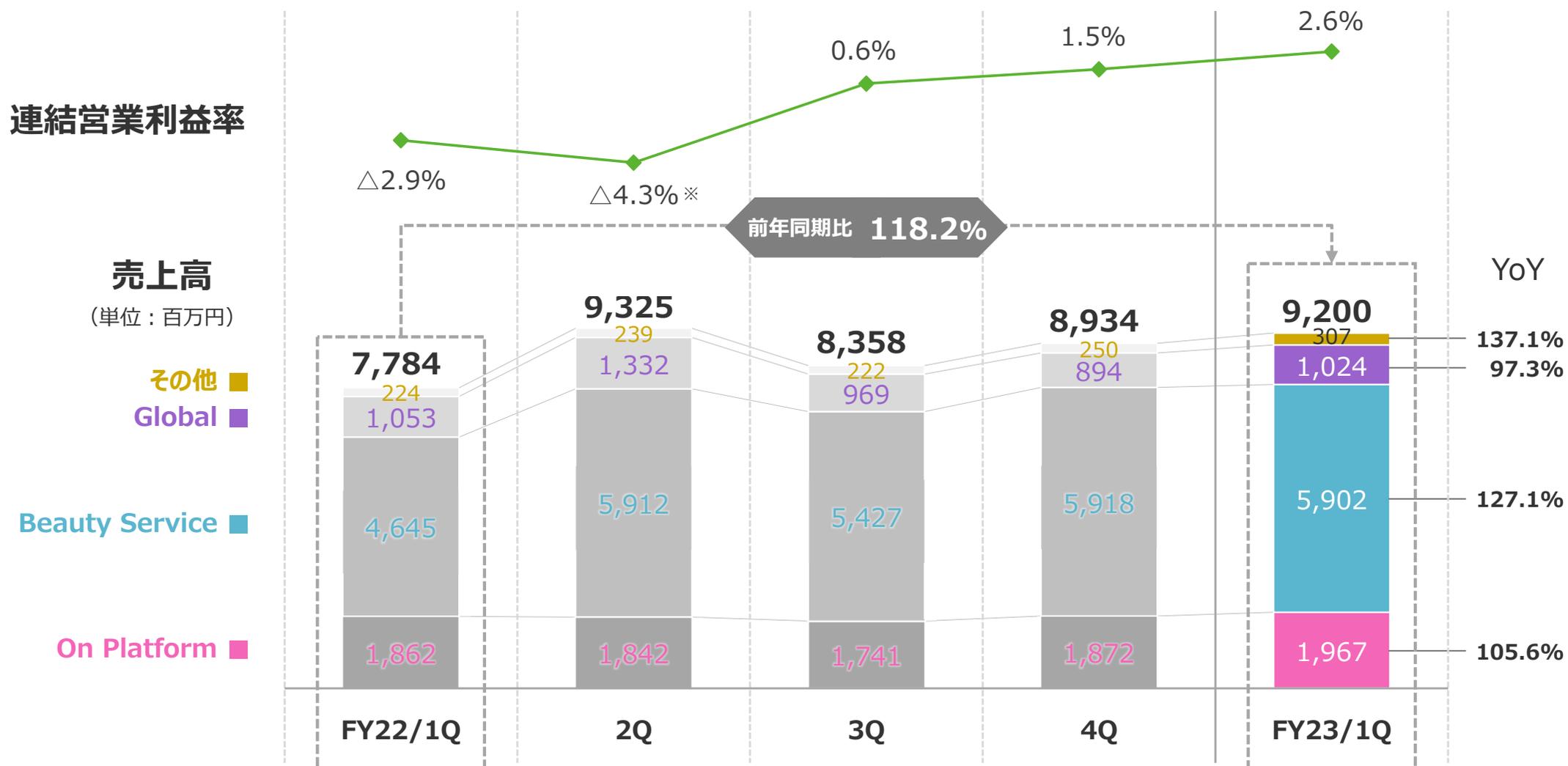
連結売上高 / 年別推移

- コロナ前(FY19,20)の1Qと比べても大きく成長して推移



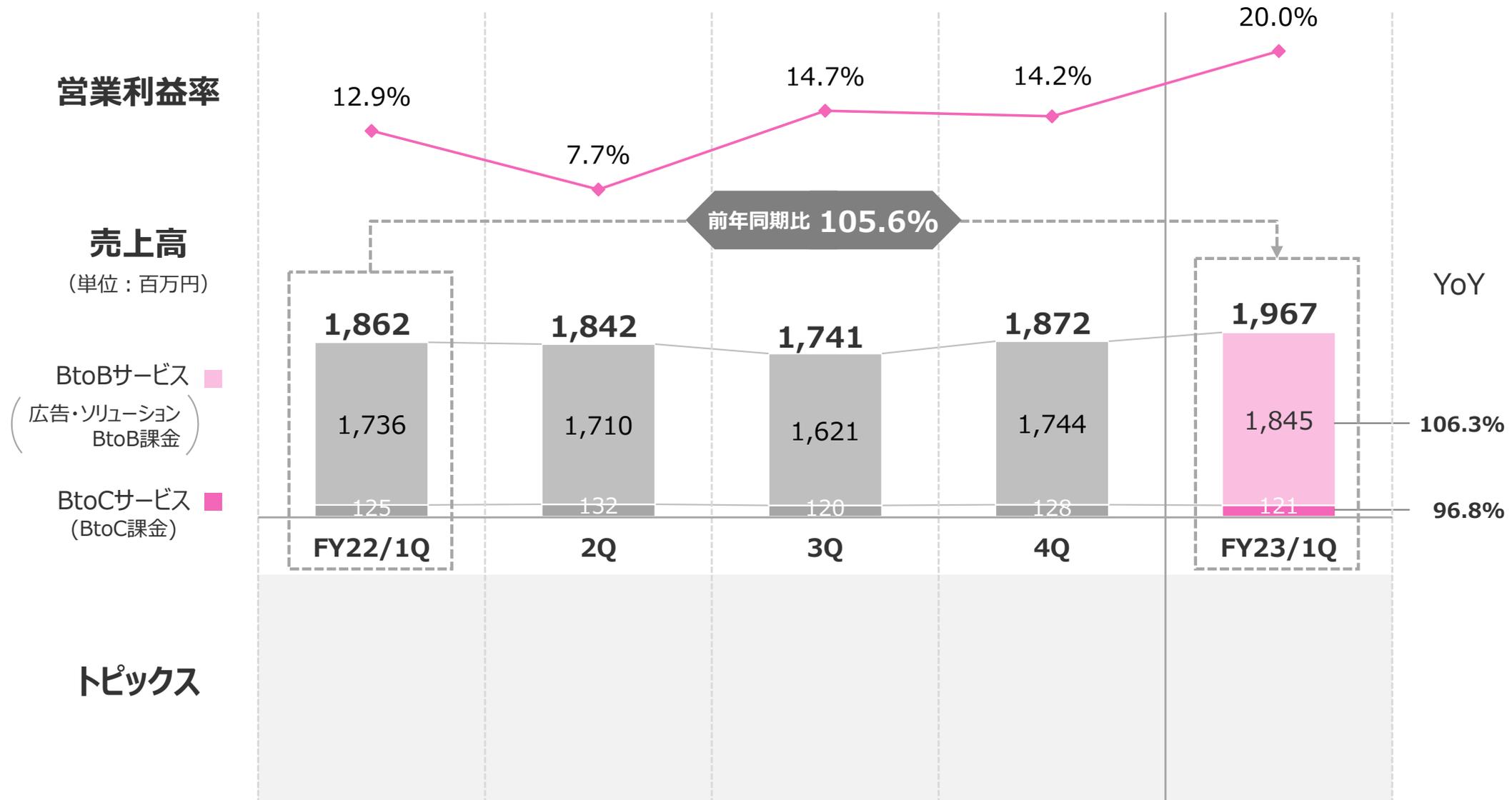
セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 店舗をはじめ好調な国内事業が増収を牽引



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

- 売上高：クライアント予算の保守化が続くも、ブランドによるプラットフォーム活用が進み**着実に成長**
- 営業利益率：増収の寄与や、採用の遅れにより人件費が見込みを下回ったこともあり**改善**



- 売上高：店舗は引き続き大きく成長。ECはイベントの反動でQoQ減収も、YoYでは2桁成長を維持
- 営業利益率：店舗の増収 & 黒字化により、安定した利益を創出

営業利益率

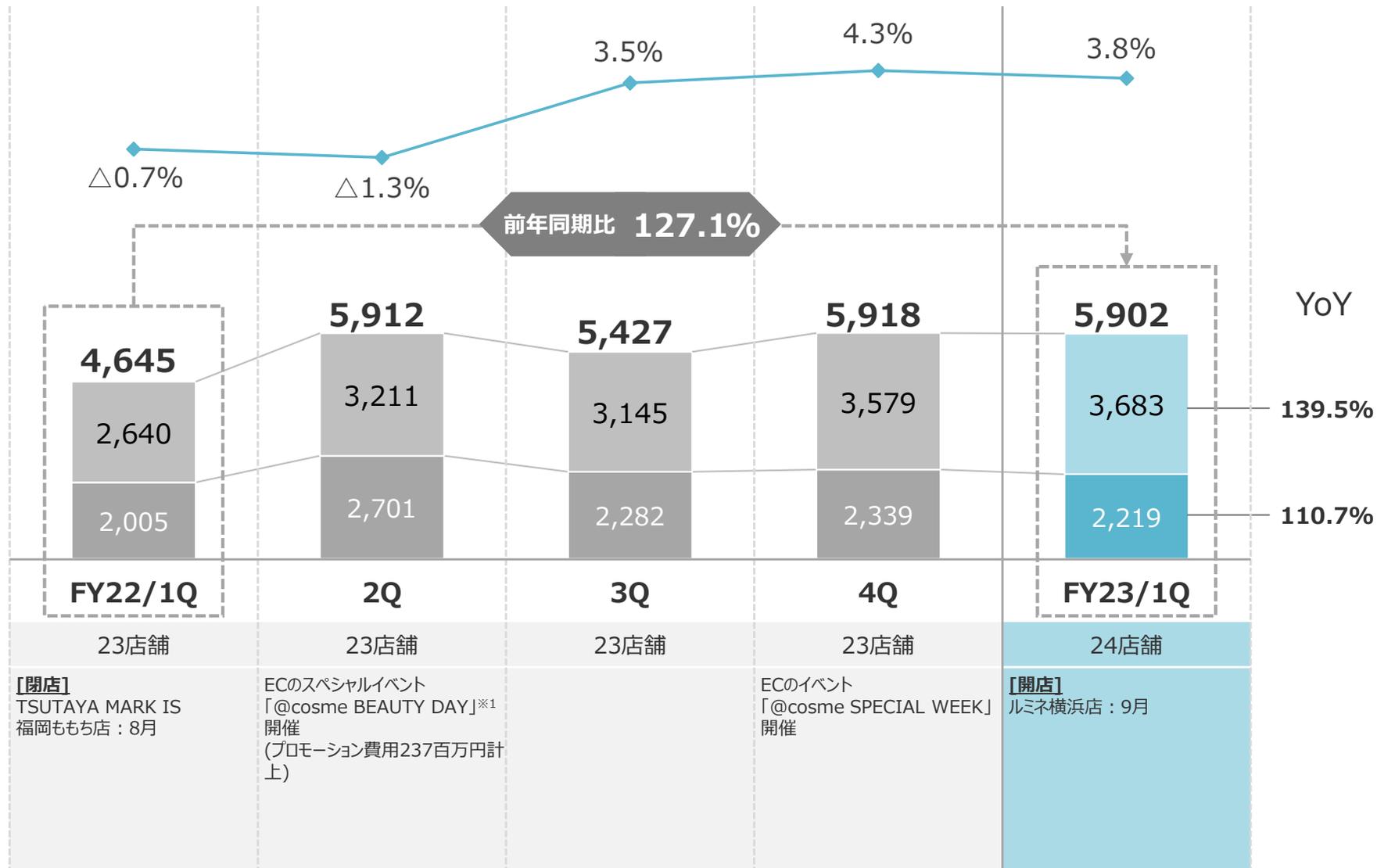


売上高

(単位：百万円)

店舗 ■

EC ■



期末時点
直営店舗数

FY22/1Q

23店舗

【閉店】
TSUTAYA MARK IS
福岡ももち店：8月

2Q

23店舗

ECのスペシャルイベント
「@cosme BEAUTY DAY」※1
開催
(プロモーション費用237百万円計上)

3Q

23店舗

4Q

23店舗

ECのイベント
「@cosme SPECIAL WEEK」
開催

FY23/1Q

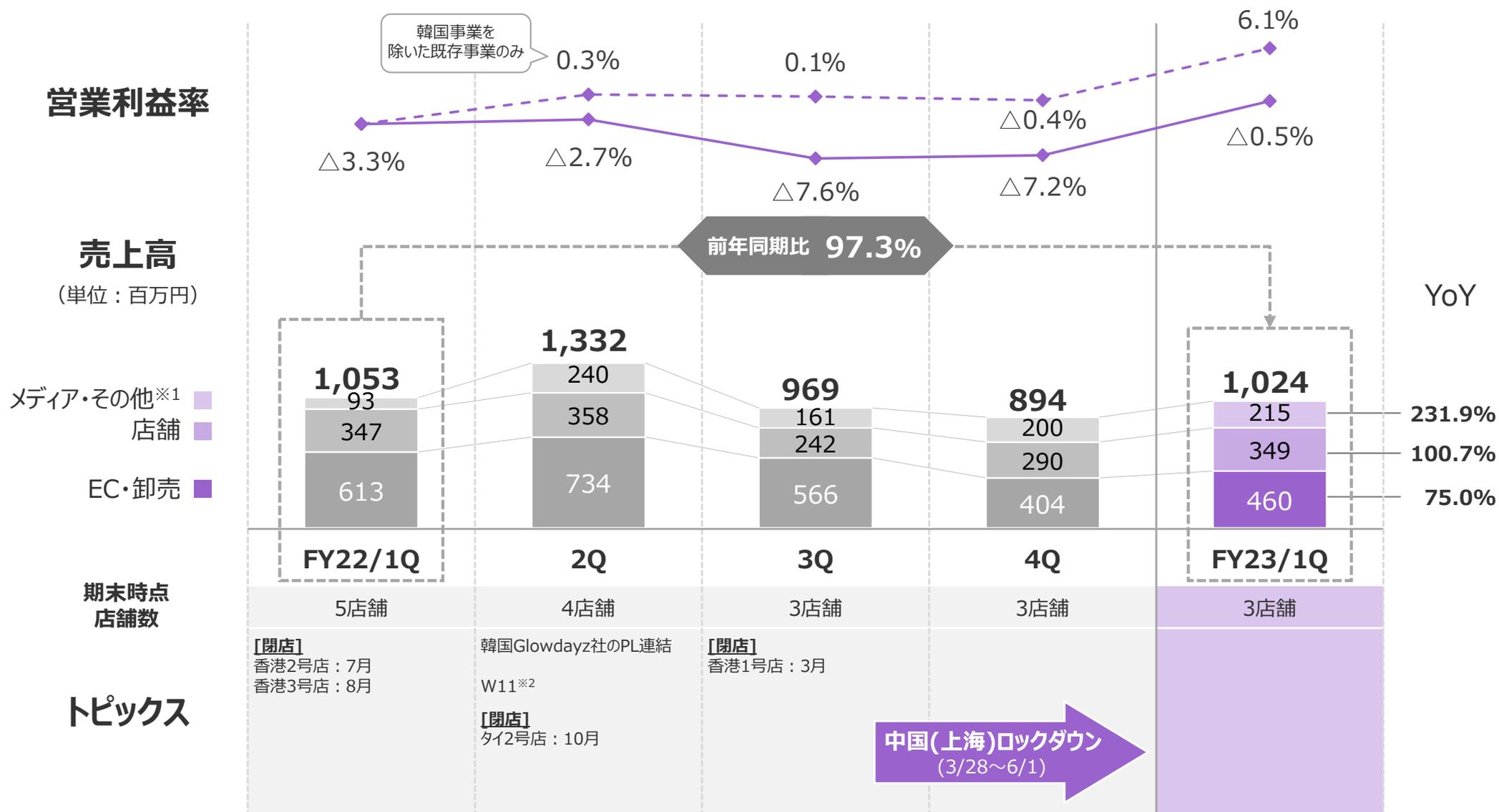
24店舗

【閉店】
ルミネ横浜店：9月

トピックス

※1 3日間限定のECスペシャルイベント

- 売上高：EC・卸売が中国ロックダウンの余波でYoY減収も、QoQでは香港店舗が健闘し+15%と回復基調に
- 営業利益率：継続的な収益改善で黒字化目前



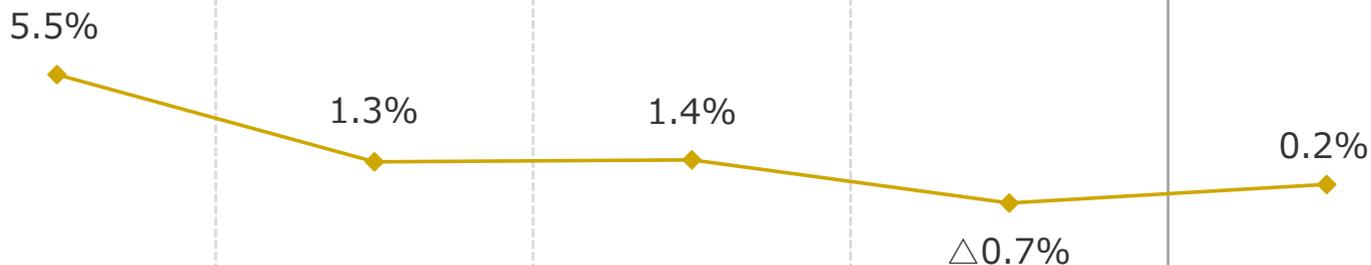
※1 FY22.2Qから韓国事業であるGlowdayz社のPL連結

※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

- 売上高：人材派遣において、稼働人員の増強や緩やかな市場回復により**増収を達成**
- 営業利益率：人材派遣で人件費が先行し一時的に赤字となるも、営業投資有価証券の売却益により黒字で着地

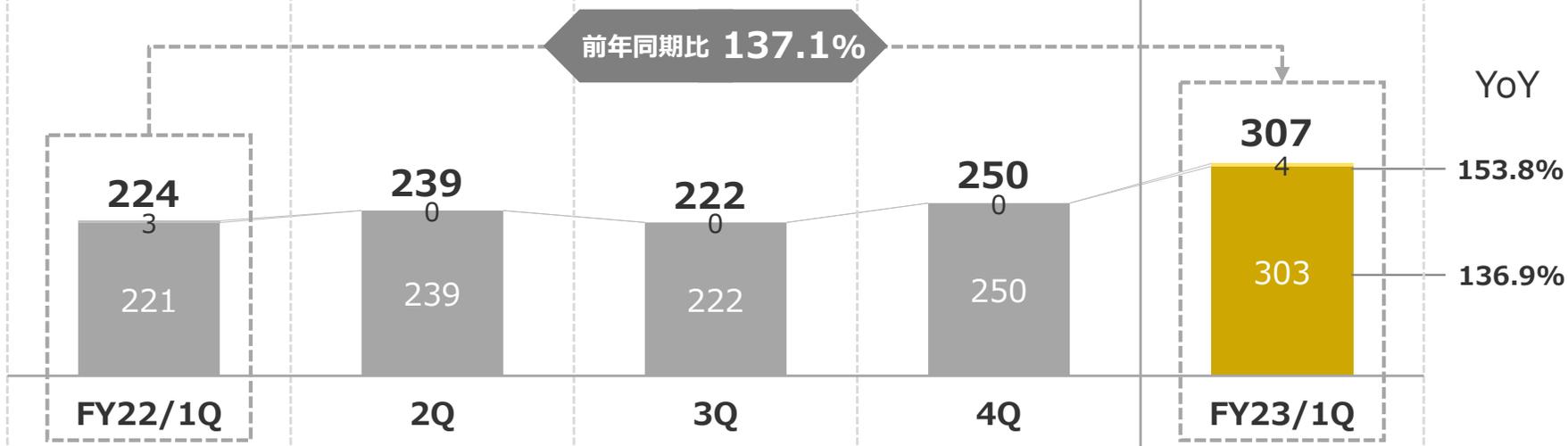
営業利益率



売上高

(単位：百万円)

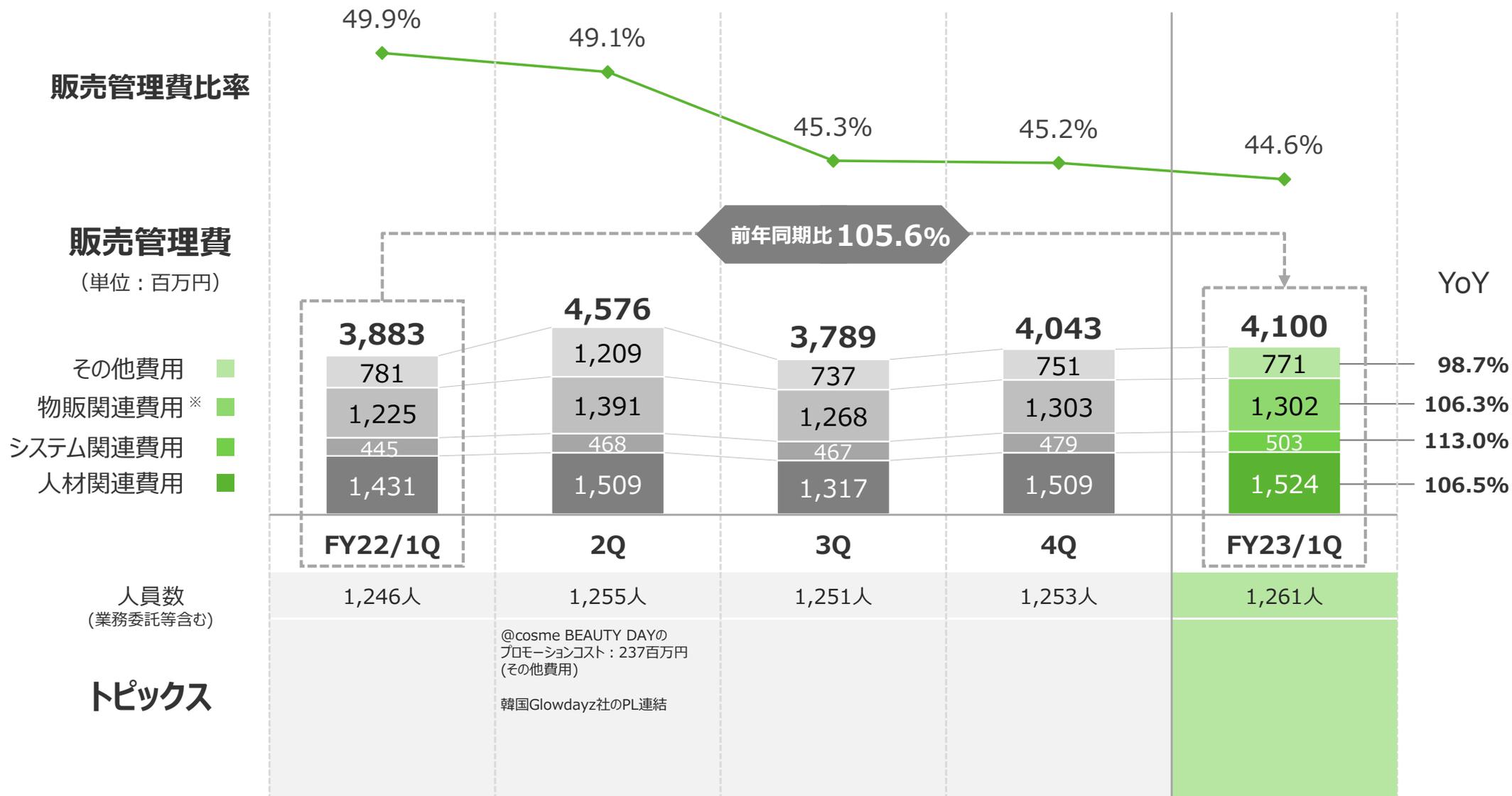
投資育成 ■
人材派遣 ■



トピックス

販売管理費 / 四半期別推移

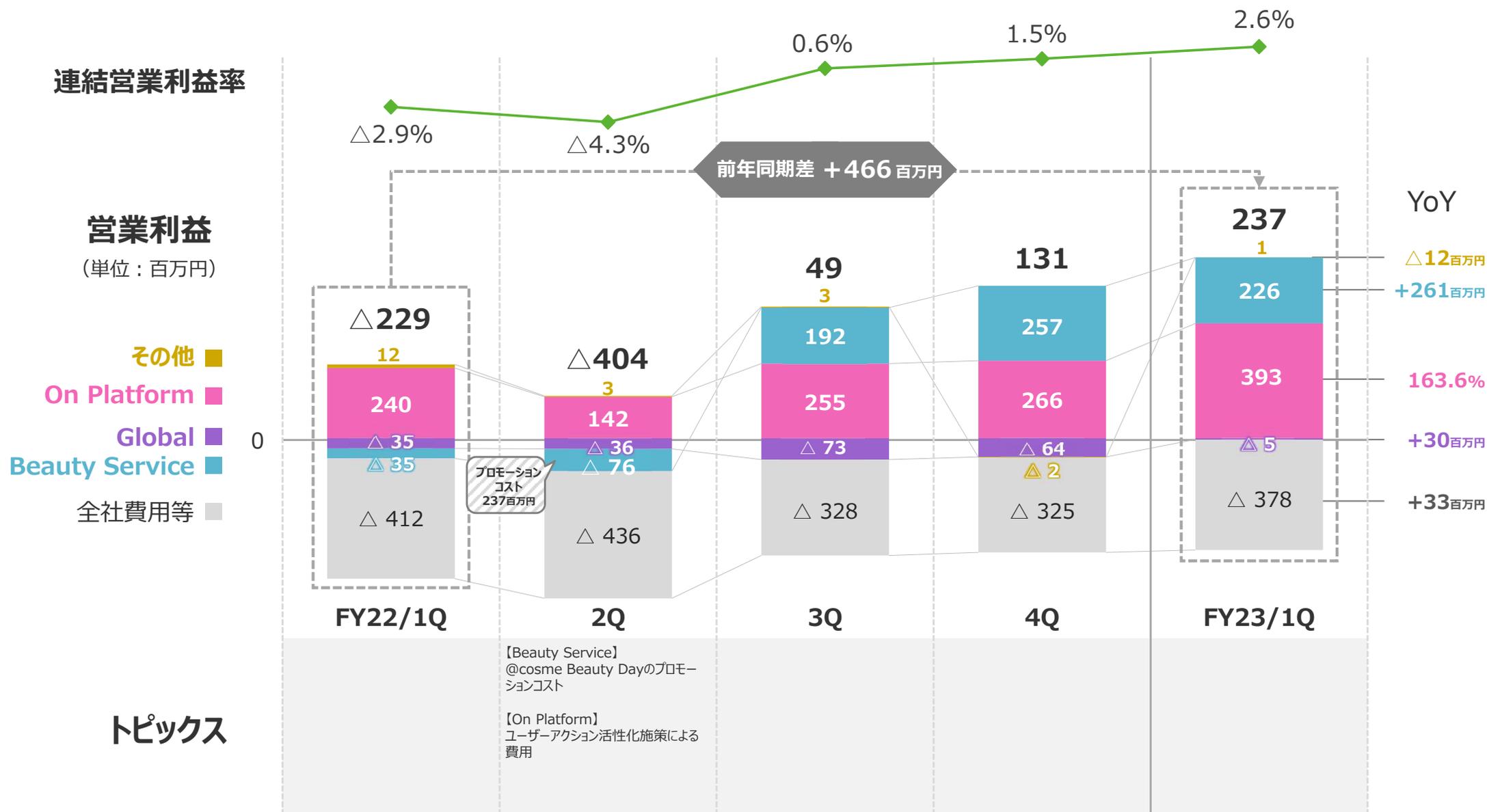
- コストコントロールにより販管費率を改善。人材関連費用の増加は前期2Q連結の韓国事業の影響。



※ 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

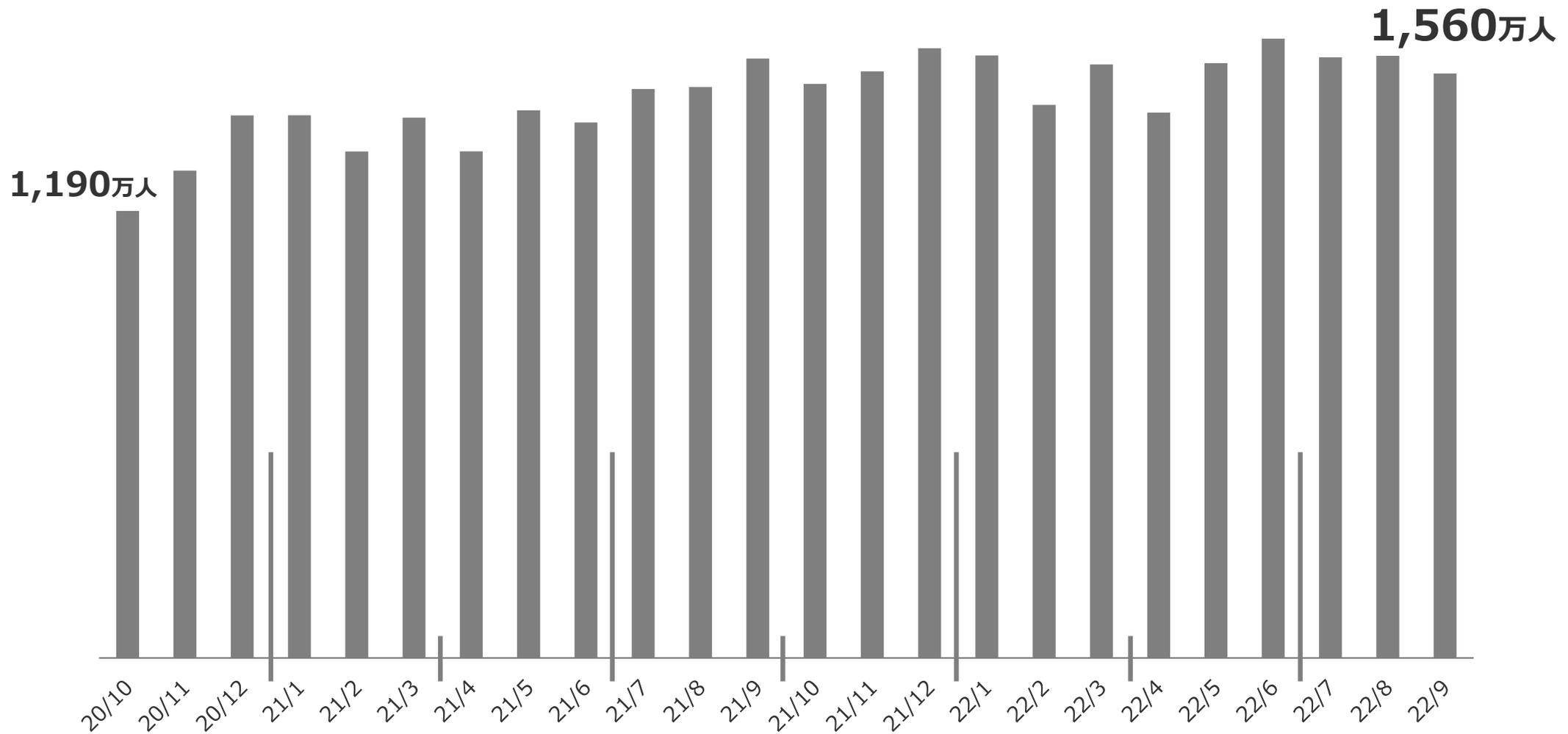
- 店舗の増収でBeauty Serviceが大きく増益。On Platformも着実に収益性を回復



直近の運営サービスの状況

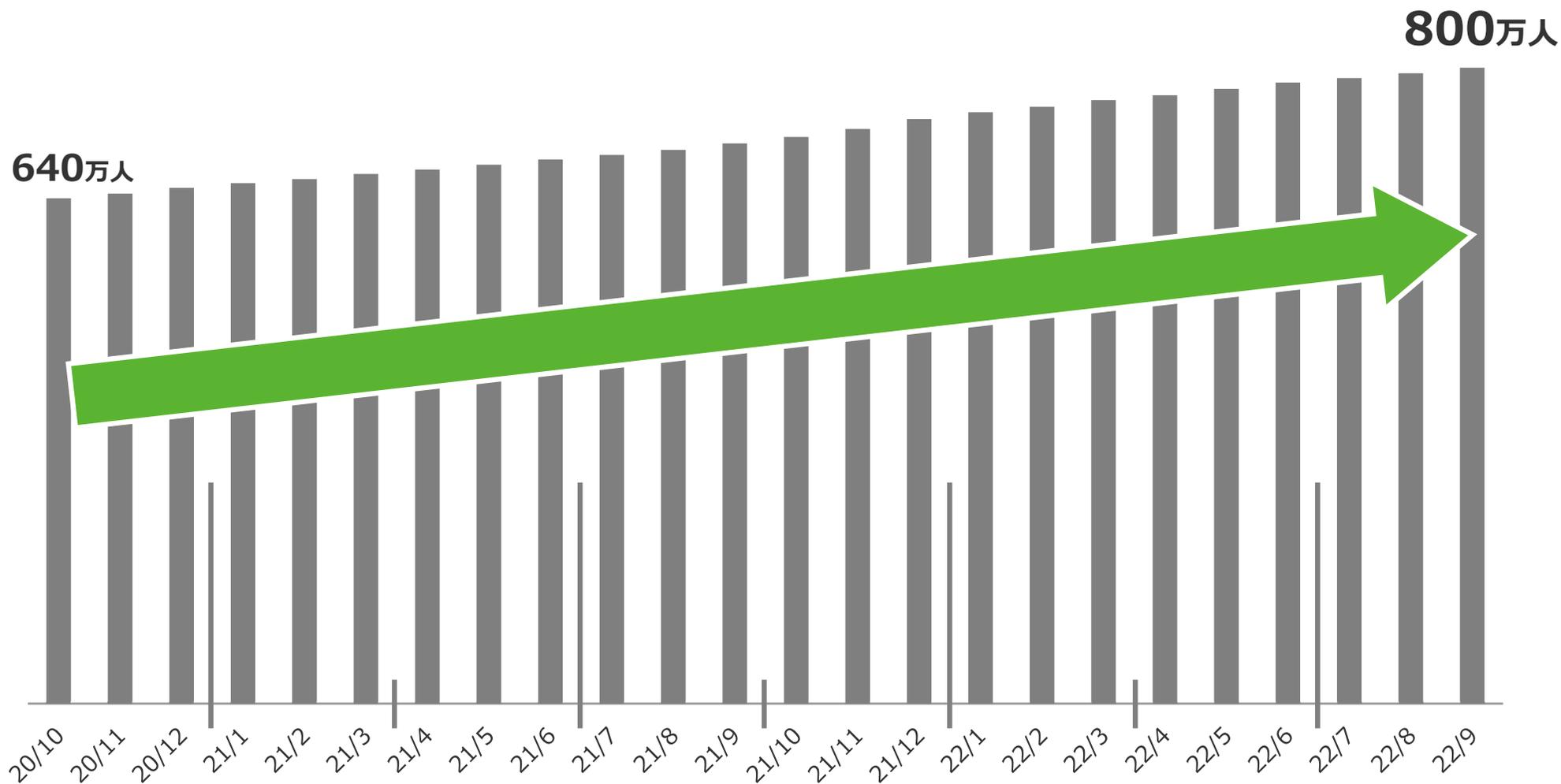
@cosmeの月間ユニークユーザー数の推移

- 依然として高水準をキープ



@cosmeの会員数※の推移

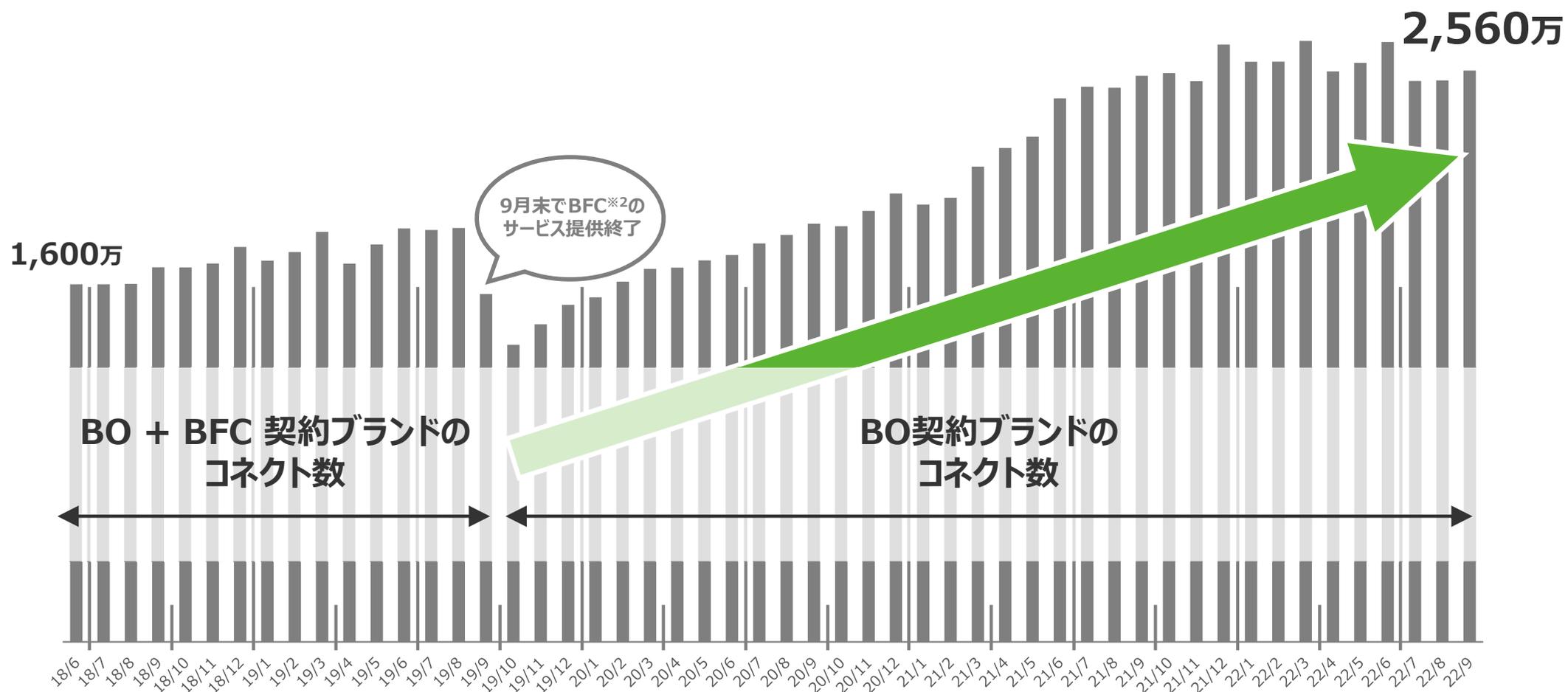
- 会員数は引き続き増加傾向



※ 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

- 業績寄与は中長期で見込んでおり、今後も成長ドライバーとして注力



※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」

- EC・店舗合わせて350以上のブランドが参加する「コスメ欲、大解放の3日間！」

【開催概要】

コスメ欲、大解放の**3日間!**

@cosme

BEAUTY DAY 2022

12.1 THU 12:00 - 12.3 SAT 23:59

<開催期間> 2022年12月01日12:00 ~ 12月03日23:59

<事前予約> 2022年11月22日12:00 ~

- 初参加のブランドも含め、**350以上のブランド**が参画
- **日本未上陸**や**限定復刻**など**豊富なラインナップ**
- **最大30%の全品ポイントバック**
- **TVCM**など**大規模プロモーション**
- **店舗**でも**同時開催**

【参加ブランド(一部)】



【友達紹介キャンペーン】※

premium pass

プレミアムパスを使ってお友達を招待しよう。

最大**2,500円分**の**ポイント**がGETできる!

開催中 2022.11.1 TUE 12:00 ~ 12.3 SAT 23:59

紹介キャンペーンの促進で新規獲得を狙う

※ 詳細は2022年11月1日発表の当社プレスリリース「『@cosme BEAUTY DAY プレミアムパス』キャンペーンを実施 お友達を招待して@cosme BEAUTY DAYをみんなでお得に楽しもう」をご覧ください

「Amazon Beauty Festival “キレイに出会う4日間”」にて特別企画を実施

- Amazon.co.jp上における弊社「@cosme SHOPPING(仮)」のオンラインストアのオープンは準備中だが、並行して以下のような様々な取組や協業を順次実施

イベント概要



- Amazonが開催する、コスメを中心とする美容カテゴリー※1としては初のオンラインイベント
- 人気の美容家、メイクアップアーティスト、インフルエンサーなど豪華出演者で送るライブショッピングも実施

日時：2022年10月28日(金)～31日(月) ※2

※1 コスメ、ヘアケア、美容家電

※2 11月4日現在、同イベント及びイベント内企画とも終了済

特別協業企画

「教えて！美容部員さんライブショッピング」を初の出張版として配信

大型旗艦店「@cosme TOKYO」スタジオから@cosmeの美容のプロが、“このイベントで買うべきおすすめ商品”をAmazon.co.jp上で紹介



@cosme TOKYOでガチャガチャにてクーポン・サンプルを配布

本イベント期間中にAmazon.co.jpで対象のコスメがお得にお買い求めいただける割引クーポンコードと化粧品サンプルがもらえるガチャガチャを@cosme TOKYO店内に設置



- 中免集団(CDFG)が中国・海南島に開業した**世界最大級の市中免税店「海口国際免税城」**に出店

店舗概要

名称：@cosme STORE
海口国際免税城店

オープン日：2022年10月28日

売場面積：291m²

※1 当店舗では販売せず、陳列商品の商品説明にあるQRコードを読み込んで、オンラインで購入する仕組み

海口国際免税城の外観



店舗の内観



中免集団×@cosme 海南島プロジェクト概要

以下の取り組みにより、化粧品ブランドに対して**低リスクかつ効率的な海南島進出を支援**

- 化粧品カテゴリで越境EC商品をオフライン展開できるのは海南島の@cosme STOREが初であるため**トラベルリテール市場参入のテストマーケティング**や、**オフラインでのタッチポイントとして活用可能**
- 中免集団が持つ約2,200万人の優良会員に対して、**インバウンド復活を見越したマーケティングも可能に**
- 越境ECのスキームの利用により、トラベルリテール市場に参入するには**原則必須となるNMPA認証※2が不要**

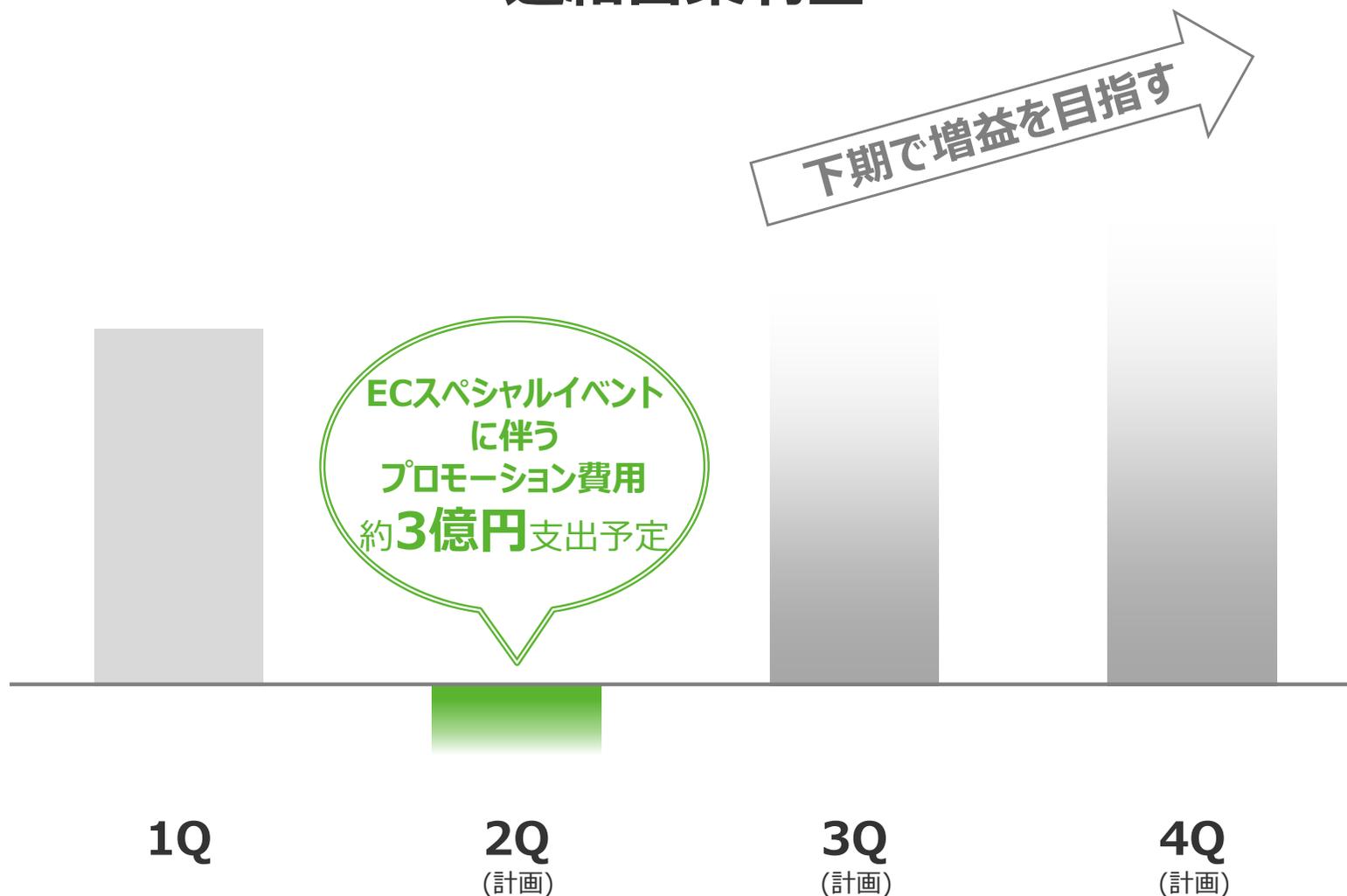
※2 中国で販売する医療機器、医薬品、化粧品の審査認可を行う政府機関である、中国国家薬品监督管理局による販売許可のこと

日本の化粧品ブランドの海南島進出や中国市場におけるブランド拡大を支援

連結営業利益のイメージ / 四半期別推移

- 当初計画のとおり、ECスペシャルイベント「@cosme BEAUTY DAY」の 프로모ーションにより2Qは赤字見込み
当イベントの詳細はP18を参照

連結営業利益



參考資料

会社概要 (2022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
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	967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



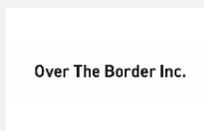
株式会社アイスタイルトレーディング
美容用品の卸売、小売、及び輸出入並びにこれらの代理業



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 |
| | 9月 | 第三者割当による転換社債型新株予約権付社債により、50億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)



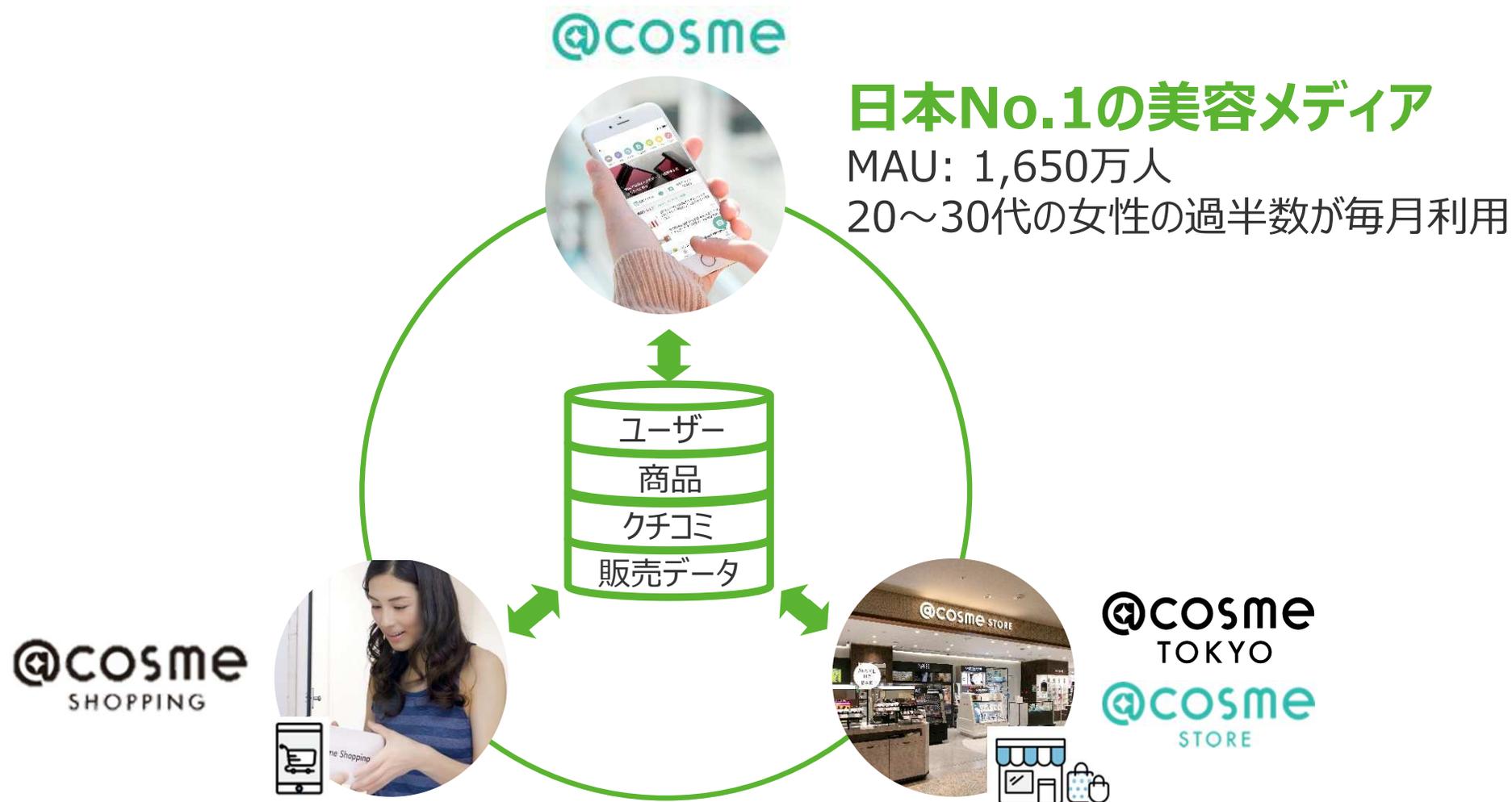
コスメ・香水
ジャンル賞
Rakuten



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: 46,000sku

日本No.1の化粧品専門店

年間売上: 126億円※1

※1 FY22における店舗の年間売上実績

※ 各数値は2022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

1,650万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

780万人

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

42,000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

37万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

クチコミ数

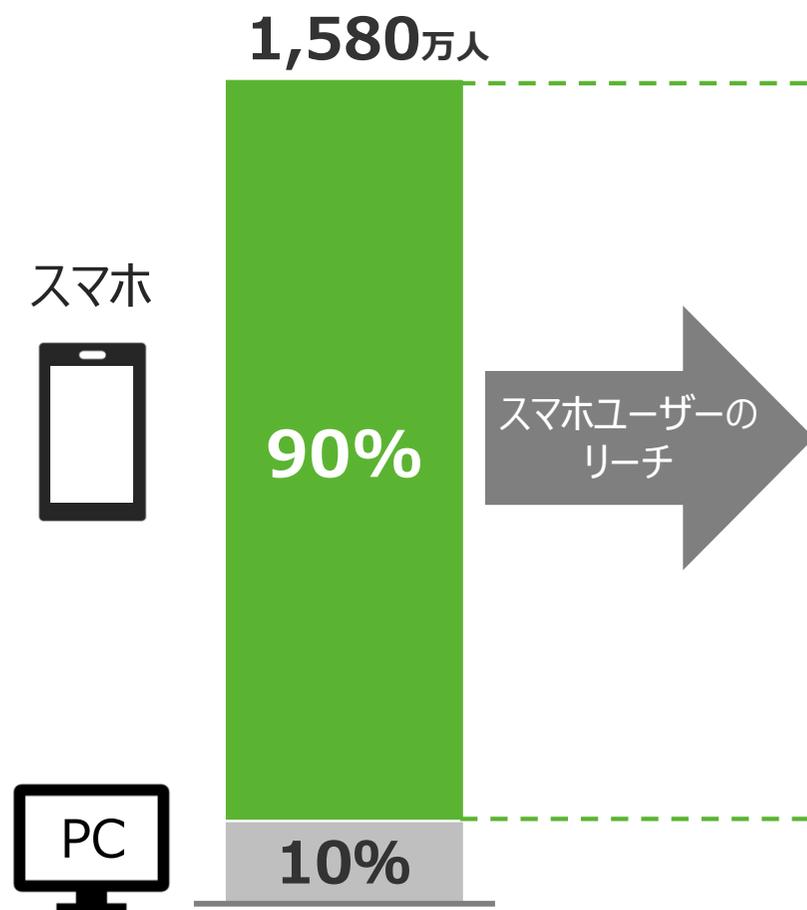
1,810万件

※ 各数値は2022年6月末時点

@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,650万人（2022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	5.2%
20代	57.1%
30代	75.0%
40代	39.3%
50代	18.2%
60代以上	1.5%

20～30代女性の過半数が毎月利用

出所：総務省人口統計（2022年1月確定値）
2022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

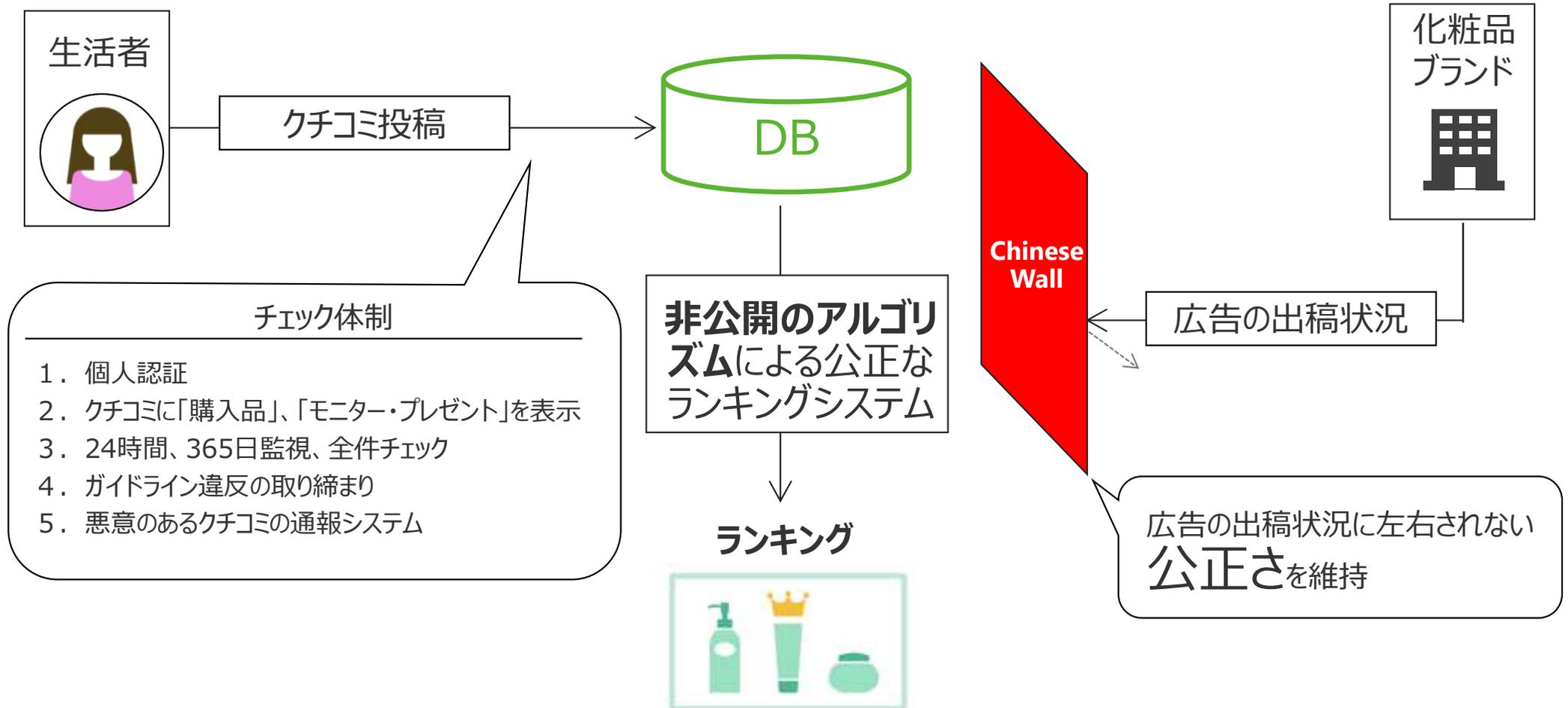
@cosmeのデータベースを健全に保つための仕組み

- 各施策によりデータベースの健全性を確保

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。

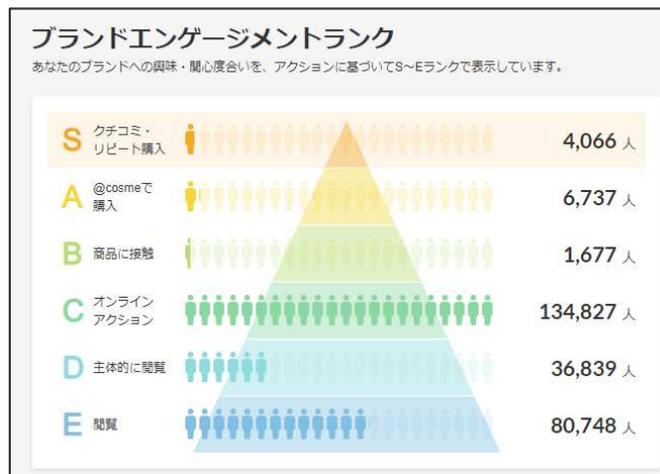
マーケティング支援サービス

- @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





- 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 29店舗

(2022年10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 33店舗)

@cosme TOKYO (国内直営旗艦店：1店舗)

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

@cosme STORE (国内直営：23店舗)

北海道	TSUTAYA 札幌美しが丘店	2016年9月OPEN	234㎡
	TSUTAYA 函館薦屋書店	2016年11月OPEN	264㎡
関東	イオンモール高崎店	2006年10月OPEN 2020年4月増床	254㎡
	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㎡
	マルイファミリー溝口店	2015年10月OPEN	271㎡
	池袋サンシャインシティ店	2016年10月OPEN	162㎡
	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㎡

関東	ニューマン横浜店	2020年6月OPEN	323㎡
	ルミネ横浜店	2022年9月OPEN	349㎡
中部	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㎡
	アピタタウン金沢ベイ店	2007年11月OPEN 2017年4月増床	228㎡
	名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	2017年4月OPEN	182㎡
近畿	TSUTAYA EBISUBASHI店	2014年11月OPEN	297㎡
	神戸マルイ店	2016年5月OPEN	162㎡
	T-SITE COSME 枚方店	2016年5月OPEN	89㎡
	ルクア大阪店	2017年3月OPEN 2020年4月増床	181㎡
九州	TSUTAYA 熊本三年坂店	2016年6月OPEN	228㎡
	アミュエスト博多店	2017年3月OPEN 2019年2月増床	142㎡

東京小町 (国内直営：4店舗) ※1

関東	東京小町 ラゾーナ川崎店	2006年9月OPEN	179㎡
	東京小町 ららぽーと豊洲店	2006年10月OPEN	202㎡
	東京小町 ららぽーと横浜店	2007年3月OPEN	173㎡
	東京小町 イオン浦和美園店	2012年10月OPEN	162㎡

@cosme STORE (フランチャイズ：1店舗)

近畿	天満橋京阪 シティモール店	2022年3月OPEN 2022年3月FC加盟	137㎡
----	---------------	----------------------------	------

@cosme STORE (海外直営：3店舗)

香港	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㎡

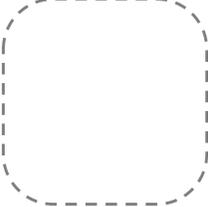
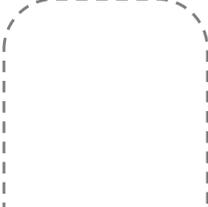
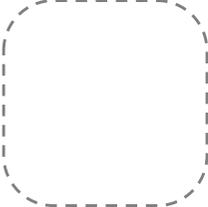
@cosme STORE (海外免税店：1店舗) ※2

中国	海口国際免税城店 (海南島)	2022年10月OPEN	291㎡
----	----------------	--------------	------

※1 2022年9月にミズ社より取得 (FY2022.2QからPL連結)

※2 当店舗では販売せず、陳列商品の商品説明にあるQRコードを読み込んで、オンラインで購入する仕組み

- 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

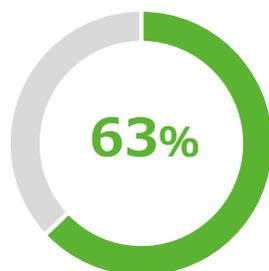


人材のエンパワーメント

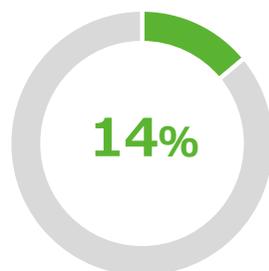
- 多様な働き方の選択肢の提供 (在宅勤務・育児休暇)
- キャリア形成を促進する人材育成制度の充実
- 人材におけるダイバーシティ促進



女性従業員



女性管理職



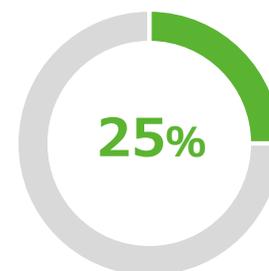
外国人従業員

Materiality 04

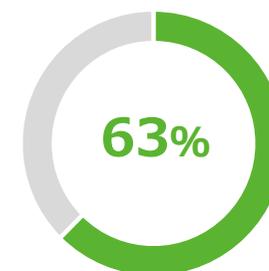


ガバナンスの充実

- 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2022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。