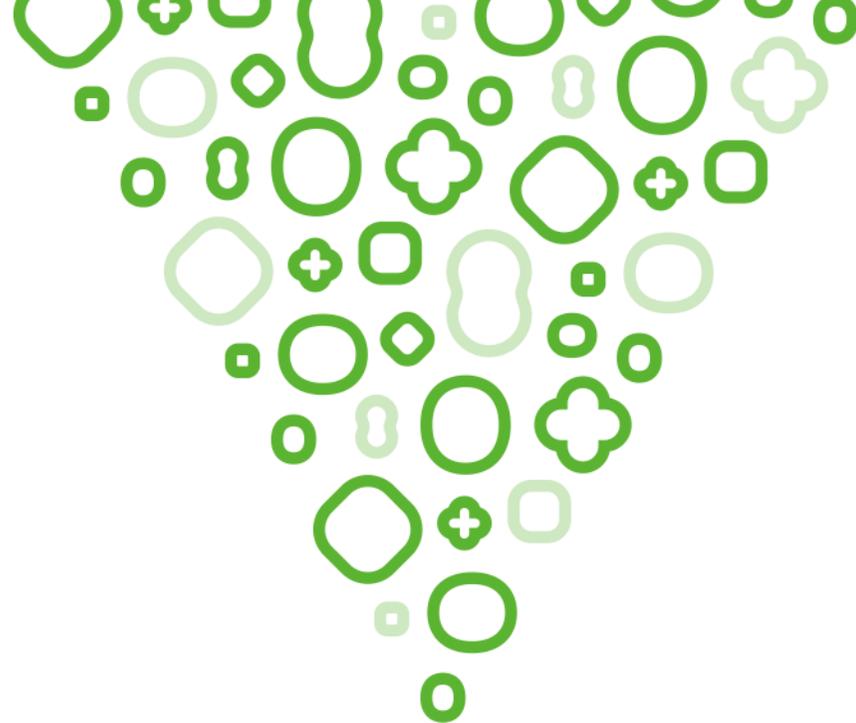


2024年6月第3四半期 決算説明資料

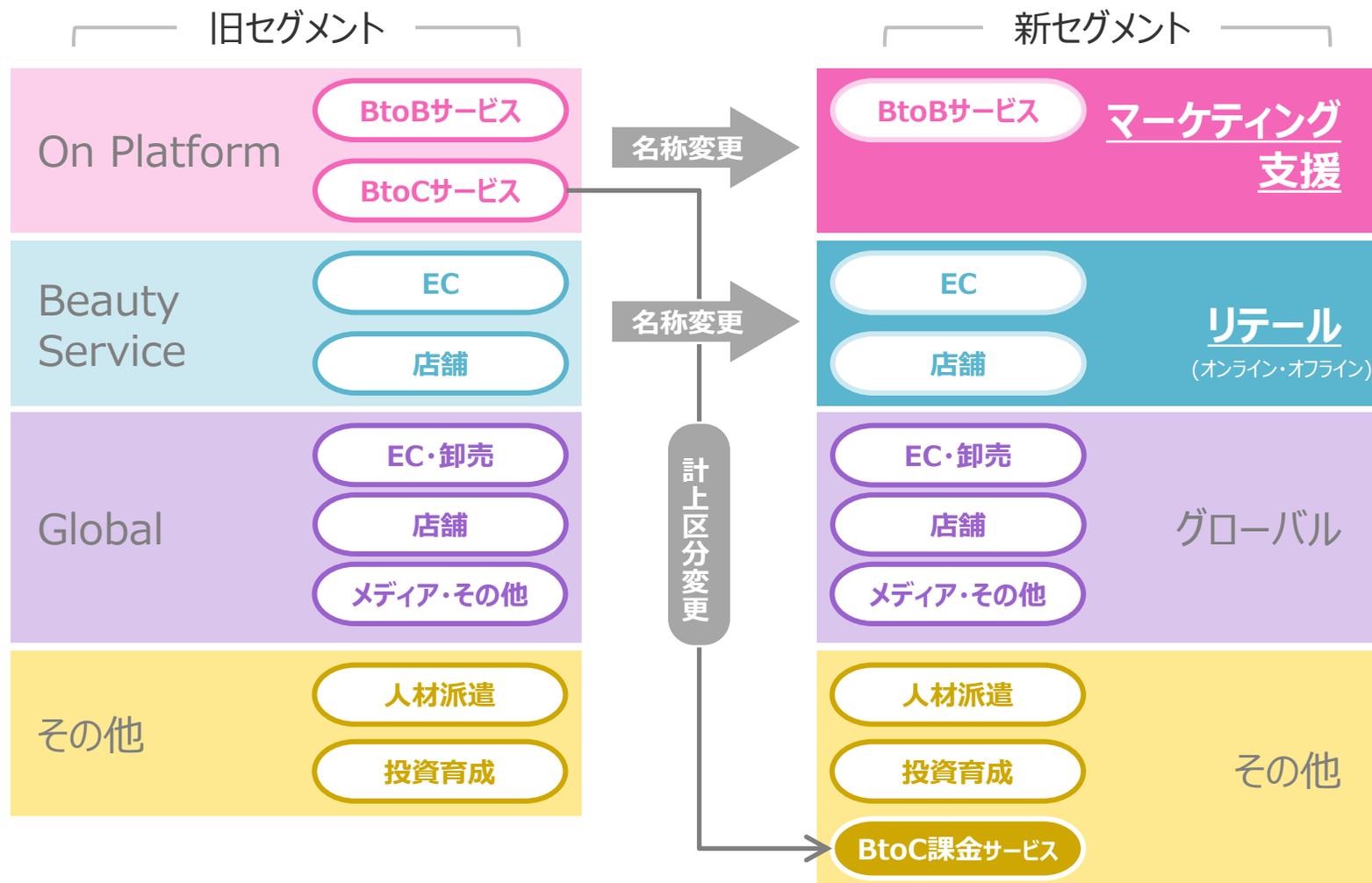


 **istyle**

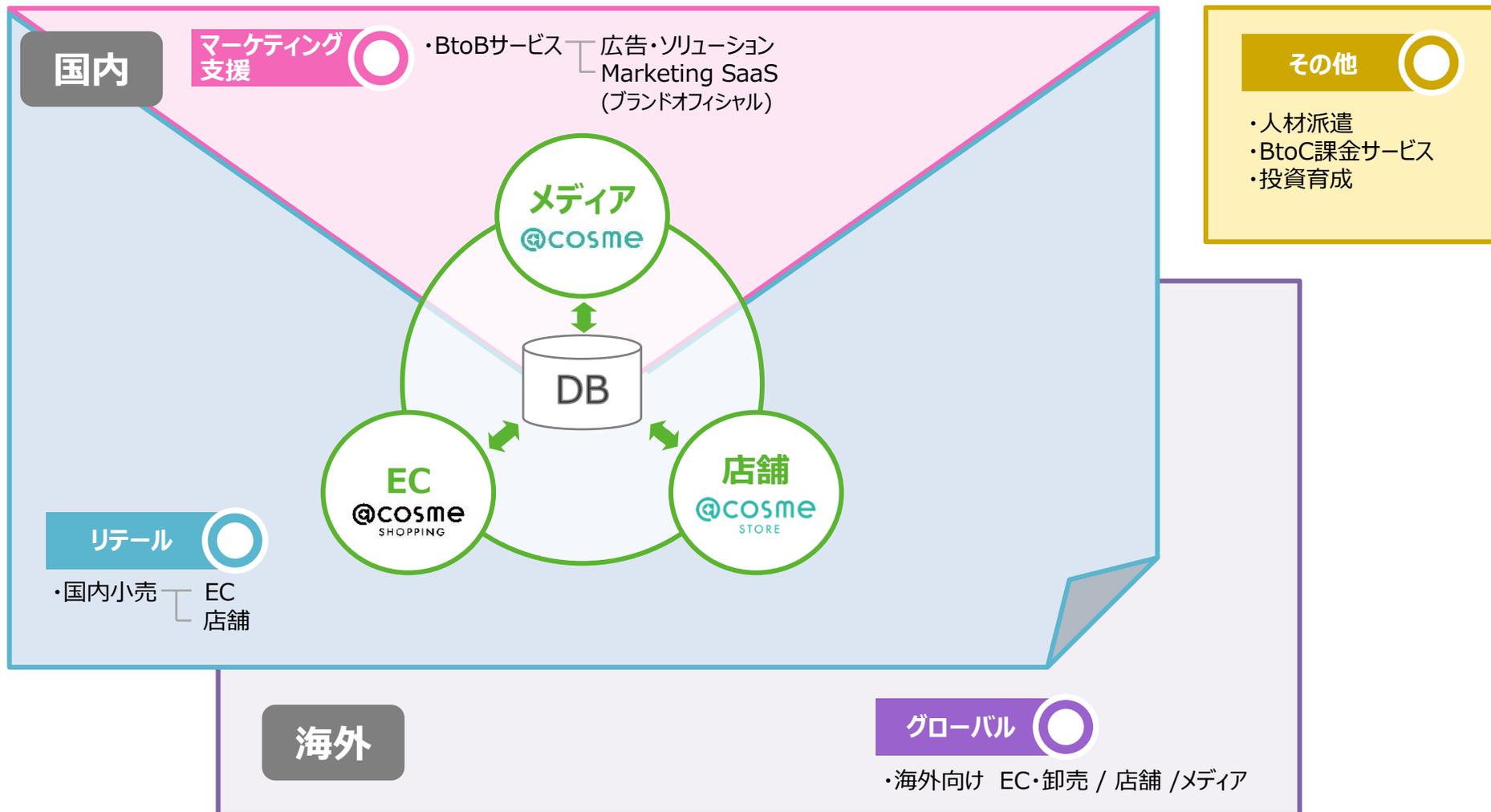
2024/05/10
株式会社アイスタイル
証券コード: 3660

【参考】セグメント名称および一部サービスの計上セグメントを変更

- 2024年6月期から、より戦略に沿った情報開示と事業領域の区分整理のため、**セグメント名称等を変更**



【参考】事業セグメントの構造



第3四半期決算概要

リテールやマーケティング支援などの国内事業が増収増益を牽引

- 連結売上高は3Q累計で**410億円** (YoY+**32.5%**)
- 連結営業利益は**14.6億円**で着地し、期初計画を前倒しで達成

好調な業績進捗を受け、**通期業績予想を上方修正**

マーケティング支援

着実な成長で売上高はYoY+14%成長。利益は一過性費用を計上も+41%の増益

リテール (オンライン・オフライン)

売上高はEC・店舗とも引き続き強い成長を記録し、YoY+46%の増収

↳ 店舗：一部商品の値上げ前の駆け込み需要もあり、**最高月販を更新し+56%増収**

↳ EC：2Qの@cosme BEAUTY DAYを経て顧客醸成が進み**+30%増収**

利益においても、**+119%の増益となり19億円**で着地

グローバル

売上高は中国越境ECが苦戦し減収。営業利益は3Qに在庫評価損を計上し赤字拡大

第3四半期累計(7-3月) / ハイライト

連結



引き続きリテールやマーケティング支援などの国内事業が増収増益を牽引

売上高	: 40,980	百万円	YoY	: +32.5	%
営業利益	: 1,455	百万円	YoY	: +167.6	%

マーケティング
支援



売上は堅調な推移で2桁増収。3Qで一過性費用1.1億円を計上も、利益は大幅増益

売上高	: 6,248	百万円	YoY	: +14.0	%
営業利益	: 1,222	百万円	YoY	: +40.6	%

リテール



店舗が続伸し、ECにおいても顧客醸成で増収・増益

売上高	: 30,516	百万円	YoY	: +46.0	%
営業利益	: 1,933	百万円	YoY	: +118.7	%

グローバル



中国越境ECや韓国事業の苦戦に加えて、3Qで在庫評価損もあり減収・減益

売上高	: 2,932	百万円	YoY	: Δ 8.6	%
営業利益	: Δ 187	百万円	YoY	: Δ 108	百万円

その他



人材派遣において依然として美容人材が不足するも、収益性改善で増益

売上高	: 1,284	百万円	YoY	: Δ 5.0	%
営業利益	: 199	百万円	YoY	: +7.9	%

※ 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

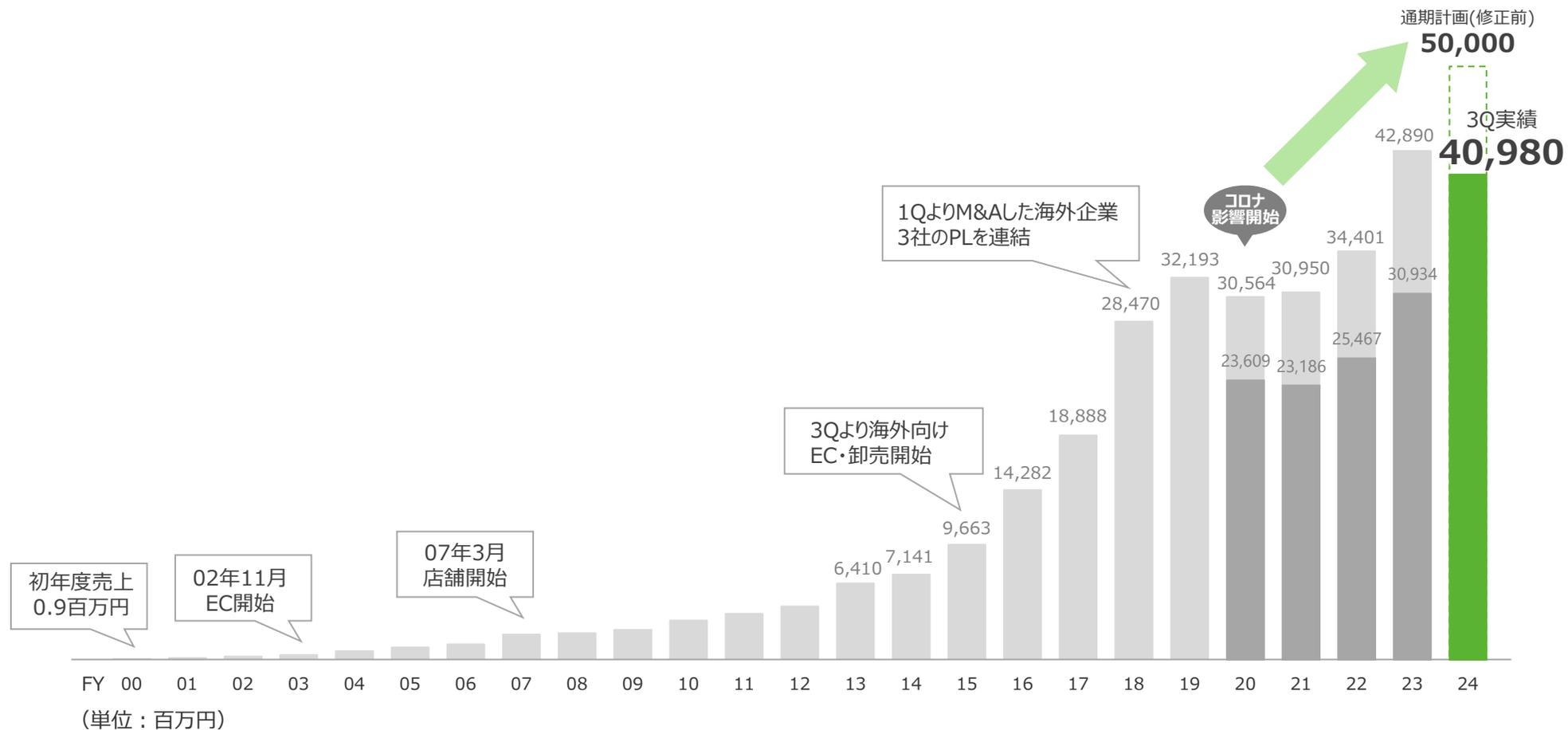
第3四半期累計(7-3月) / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

- 各利益が期初計画を前倒しで達成したことを受け、通期業績予想を上方修正 (詳細はP22参照)

(単位: 百万円)	2024年6月期 3Q(7~3月)	2024年6月期 通期業績予想 (当初予想)	進捗率	2023年6月期 3Q(7~3月)	前年同期比
売上高	40,980	50,000	82.0%	30,934	+32.5%
売上総利益	18,067	-	-	13,931	+29.7%
販売管理費	16,612	-	-	13,387	+24.1%
営業利益	1,455	1,200	121.3%	544	+167.6%
経常利益	1,342	1,000	134.2%	205	+553.7%
親会社株主に帰属 する純利益	833	700	119.0%	20	+813

連結売上高 / 年別推移

- 3Q時点で前年通期と同水準の売上高を記録



セグメント別売上高 / 四半期別推移

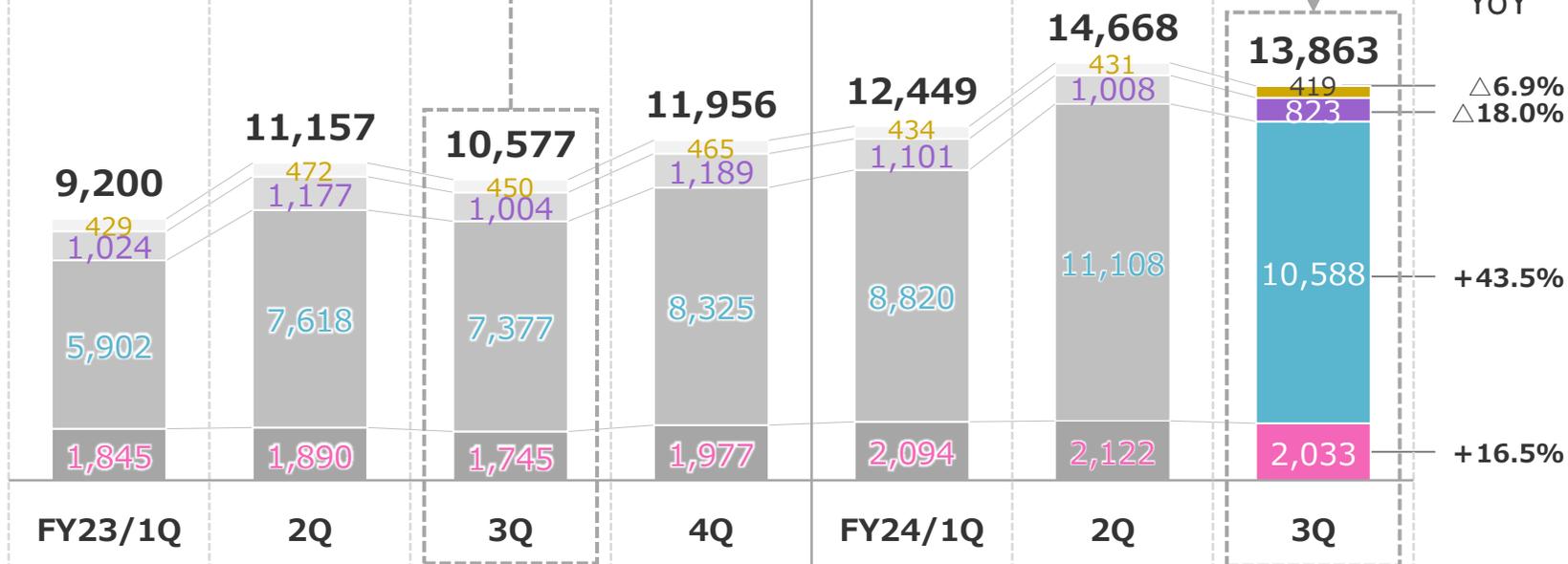
- 前期同様に2Qの@cosme BEAUTY DAYの反動でQoQ減収も、YoYでは大きく増収し営業利益率も向上

連結営業利益率



売上高

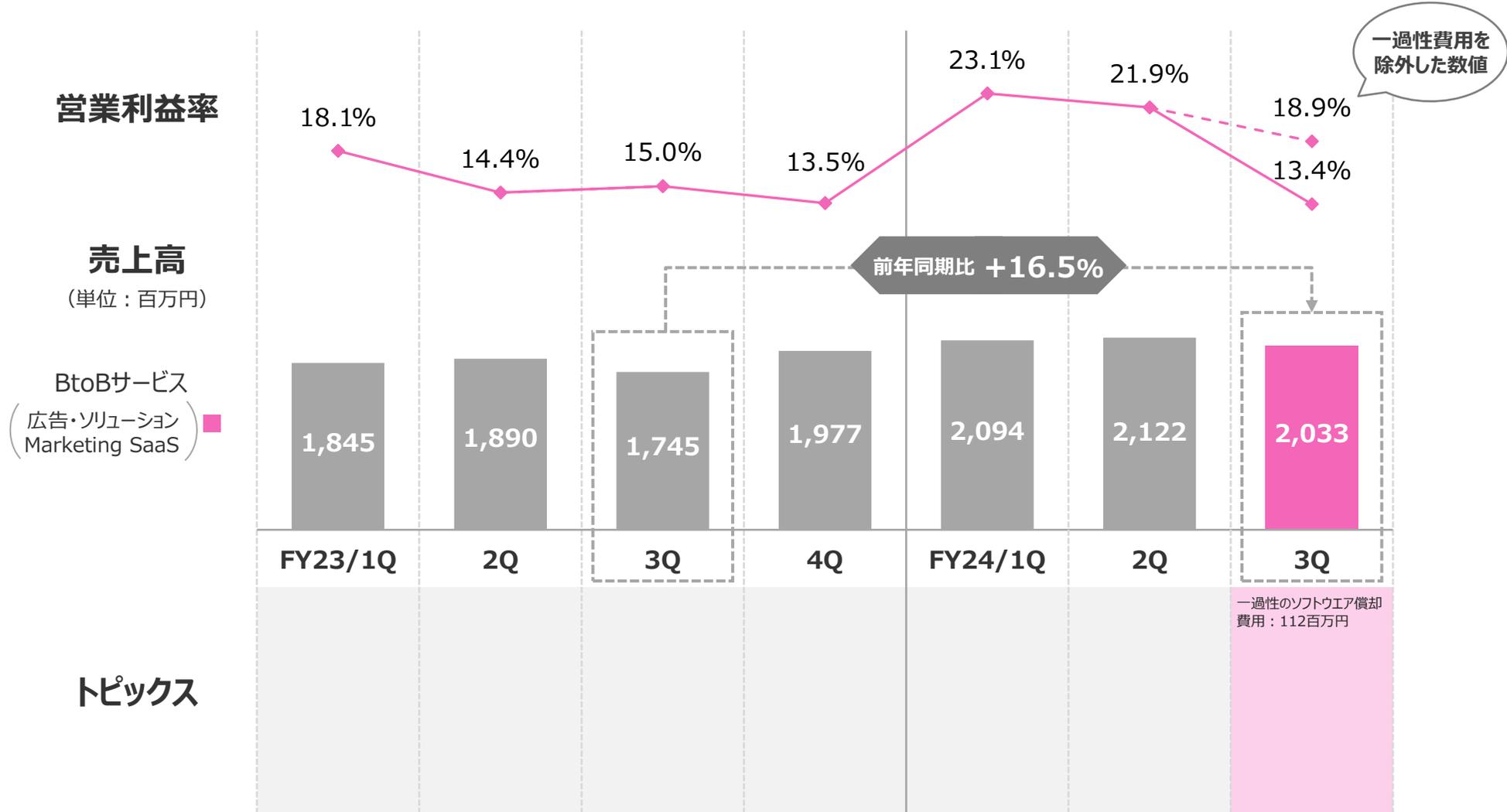
(単位：百万円)





セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：季節性でQoQ減収するも、リテール販促と連携した広告・ソリューション向上でYoYでは**2桁増収**
- 営業利益率：人員増強に加え、一過性のソフトウェア償却費用112百万円を計上したことで減少



セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：店舗は、一部ブランドの値上げ前の駆け込み需要もあり3月に最高月販を更新し、YoY/QoQともに増収
ECは、2Qの@cosme BEAUTY DAYにおける顧客獲得でYoY+32%の増収。Amazonストアも順調に拡大
- 営業利益率：3Qはプロモーション費用の計上がないため、増収がそのまま利益率に寄与し大幅に伸長

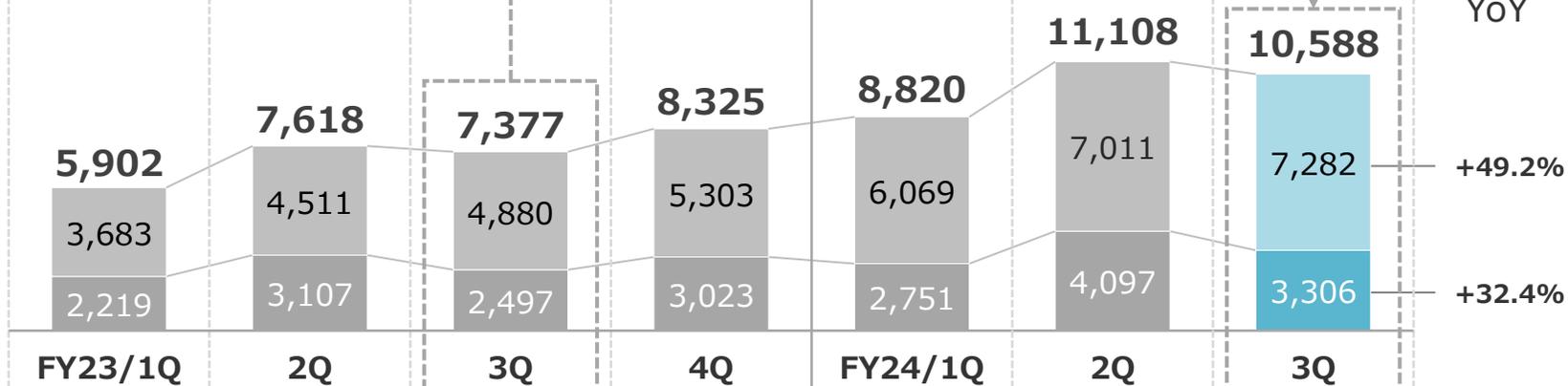
営業利益率



売上高

(単位：百万円)

店舗 ■
EC ■



期末時点 直営店舗数

四半期	FY23/1Q	2Q	3Q	4Q	FY24/1Q	2Q	3Q
直営店舗数	24店舗	28店舗	27店舗	27店舗	33店舗	33店舗	32店舗

トピックス

<p>【閉店】 ルミネ横浜店：9月</p>	<p>【M&A】 東京小町4店舗：10月</p> <p>ECのスペシャルイベント「@cosme BEAUTY DAY」開催 (プロモーション費用194百万円計上)</p>	<p>【閉店】 T-SITE COSME 枚方店：3月</p>	<p>ECのイベント「@cosme SPECIAL WEEK」開催</p>	<p>【閉店】 @cosme OSAKA：9月 (ルクア大阪店からのリニューアル)</p> <p>【M&A】 Cosmeticsシドニー7店舗：7月</p> <p>【閉店】 アビタタウン金沢ベイ店：8月</p>	<p>ECのスペシャルイベント「@cosme BEAUTY DAY」開催 (プロモーション費用137百万円計上)</p>	<p>【閉店】 シドニーアトレ松戸店：1月</p>
---------------------------	---	-------------------------------------	---------------------------------------	---	--	-------------------------------

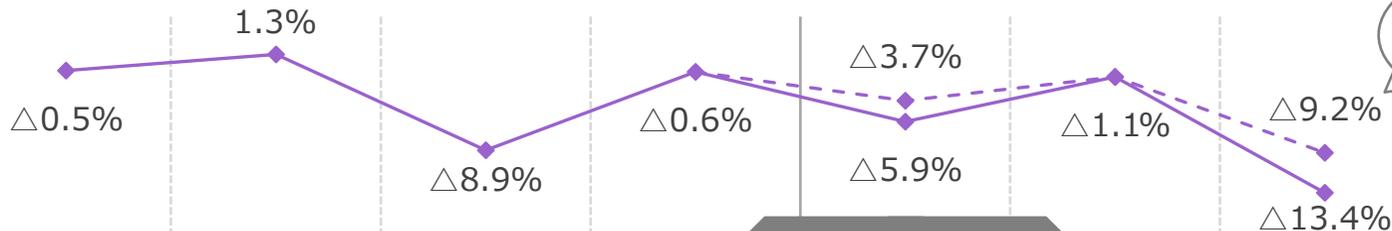
※ 3日間限定のECスペシャルイベント



セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：【EC・卸売】厳しい市場環境や、利益率の高い商品にフォーカスした結果、中国越境ECが減収
- 営業利益率：中国越境ECにおいて在庫評価損を計上し一時的に赤字幅拡大

営業利益率



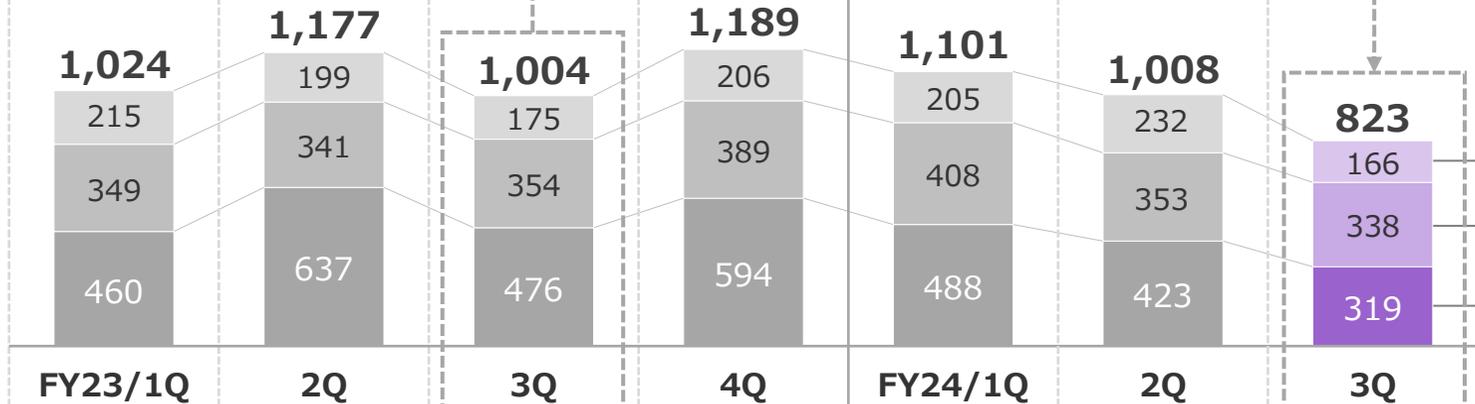
在庫評価損を除外した数値

前年同期比 △18.0%

売上高

(単位：百万円)

- メディア・その他
- 店舗
- EC・卸売



YoY

- △5.2%
- △4.4%
- △32.9%

期末時点店舗数

FY23/1Q	3店舗	3店舗	3店舗	3店舗	3店舗	3店舗
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

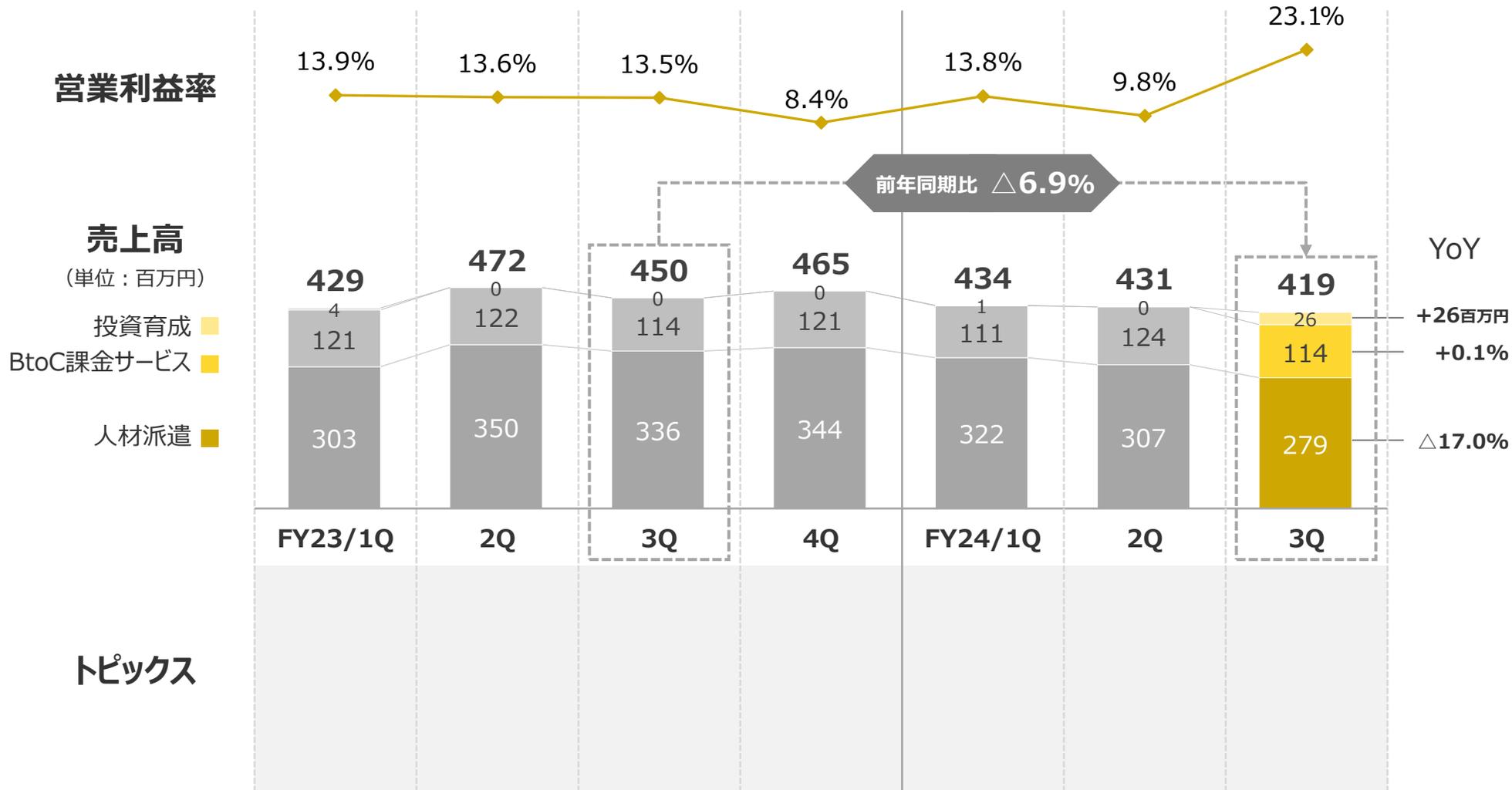
トピックス

		W11*			EC・卸売： 在庫評価損 25百万円	W11	EC・卸売： 在庫評価損 35百万円
--	--	------	--	--	-----------------------	-----	-----------------------

※ 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

- 人材派遣において美容人材が不足し減収するも、収益性の高い案件の獲得で一時的に利益率改善



販売費及び一般管理費 / 四半期別推移

- 一過性の費用を含めても販管費比率を低い水準でキープ

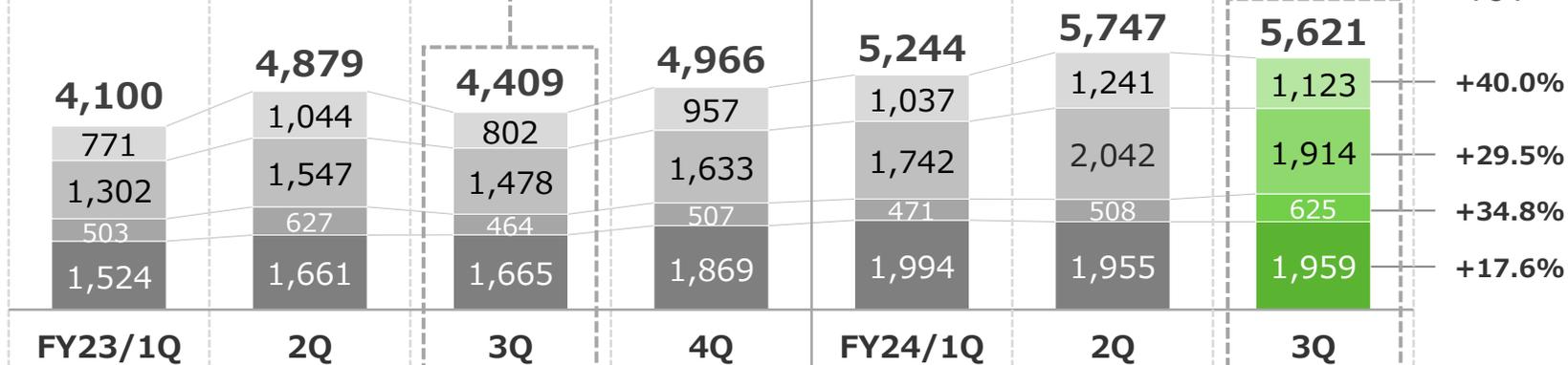
販売管理費比率



販売管理費

(単位：百万円)

- その他費用
- 物販関連費用※
- システム関連費用
- 人材関連費用



人員数
(業務委託等含む)

期間	人員数
FY23/1Q	1,261人
2Q	1,325人
3Q	1,352人
4Q	1,374人
FY24/1Q	1,415人
2Q	1,464人
3Q	1,492人

トピックス

【その他費用】
@cosme BEAUTY DAYの
プロモーション費用：194百
万円

【システム関連費用】
一過性のソフトウェア償却
費：96百万円

【人材関連費用】
@cosme OSAKA等の新店
人件費と、株式報酬費用

【その他費用】
@cosme BEAUTY DAYの
プロモーション費用：137百
万円

【人材関連費用】
人員増で増加するも、株式
報酬費用の減少によって合
計はQoQ減少

【システム関連費用】
一過性のソフトウェア償却費
用：112百万円

※ 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

- リテール事業が営業利益を牽引し、YoYで利益倍増

連結営業利益率



連結営業利益

(単位：百万円)



前年同期比 +108.2%

YoY

+59.8%

+78.4%

+4.2%

△21百万円

△108百万円

トピックス

【リテール】
@cosme BEAUTY
DAYの
プロモーション費用 194百
万円

【全社費用等】
人材関連費用の増加

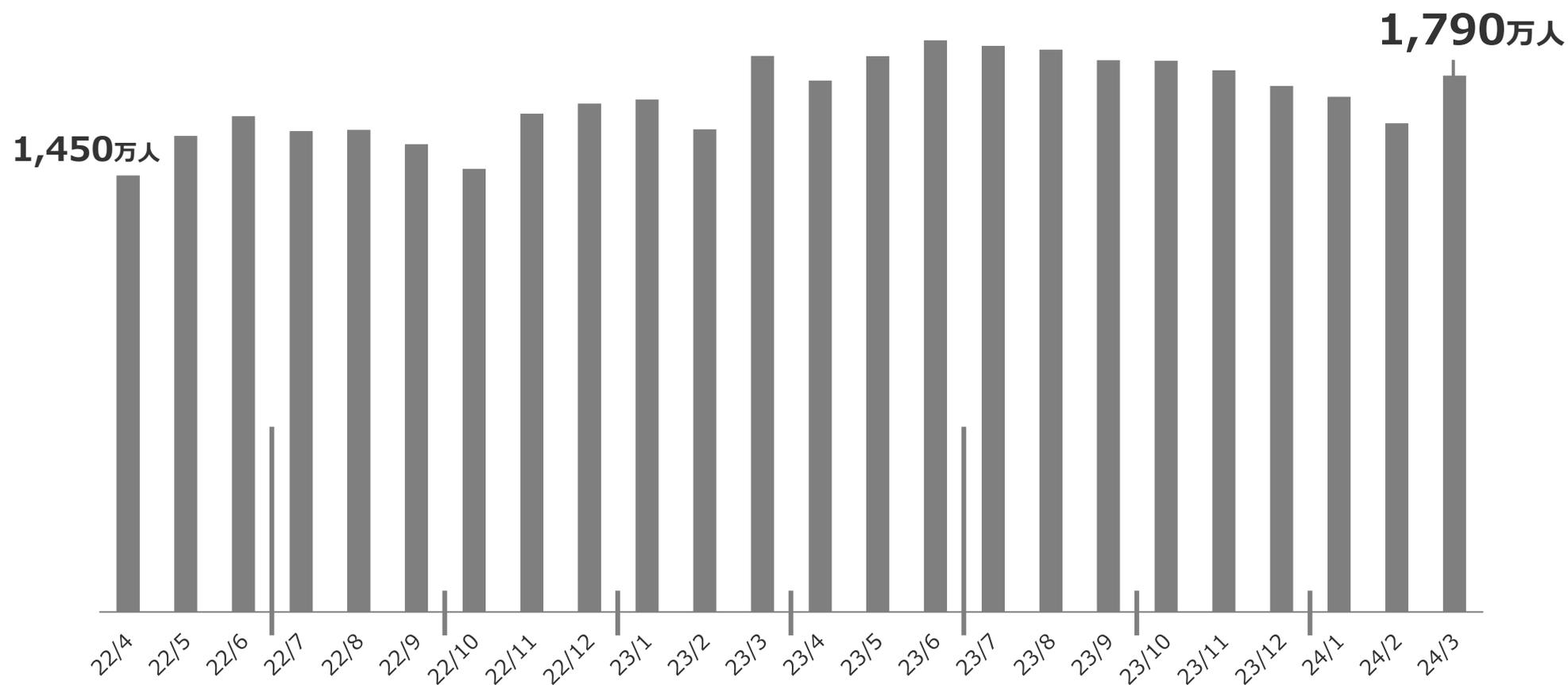
【リテール】
@cosme BEAUTY
DAYの
プロモーション費用 137百
万円

【マーケティング支援】
一過性のソフトウェア償却
費用 112百万円

直近の運営サービスの状況

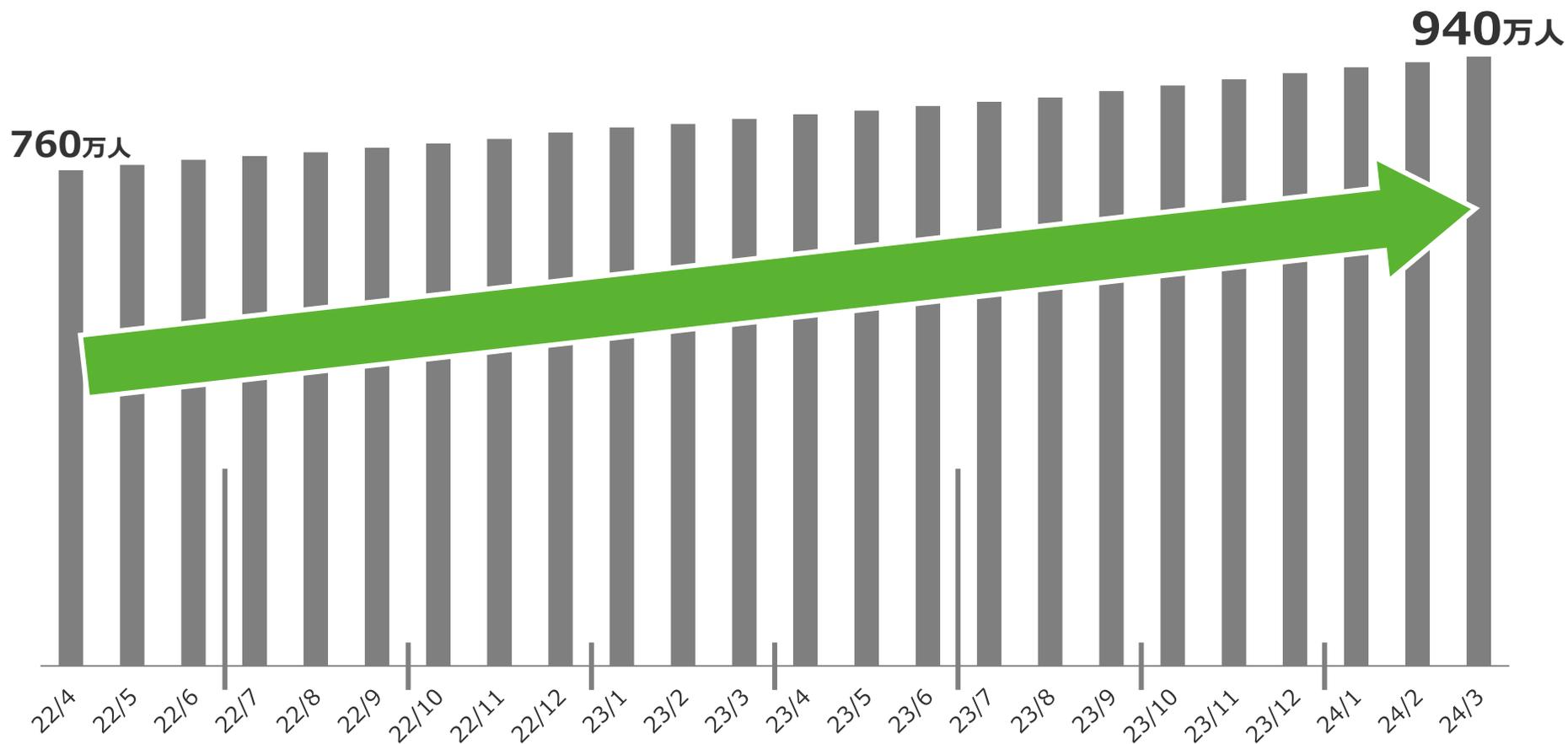
@cosmeの月間ユニークユーザー数(MAU)の推移

- 引き続き高い水準をキープ



@cosmeの会員数※の推移

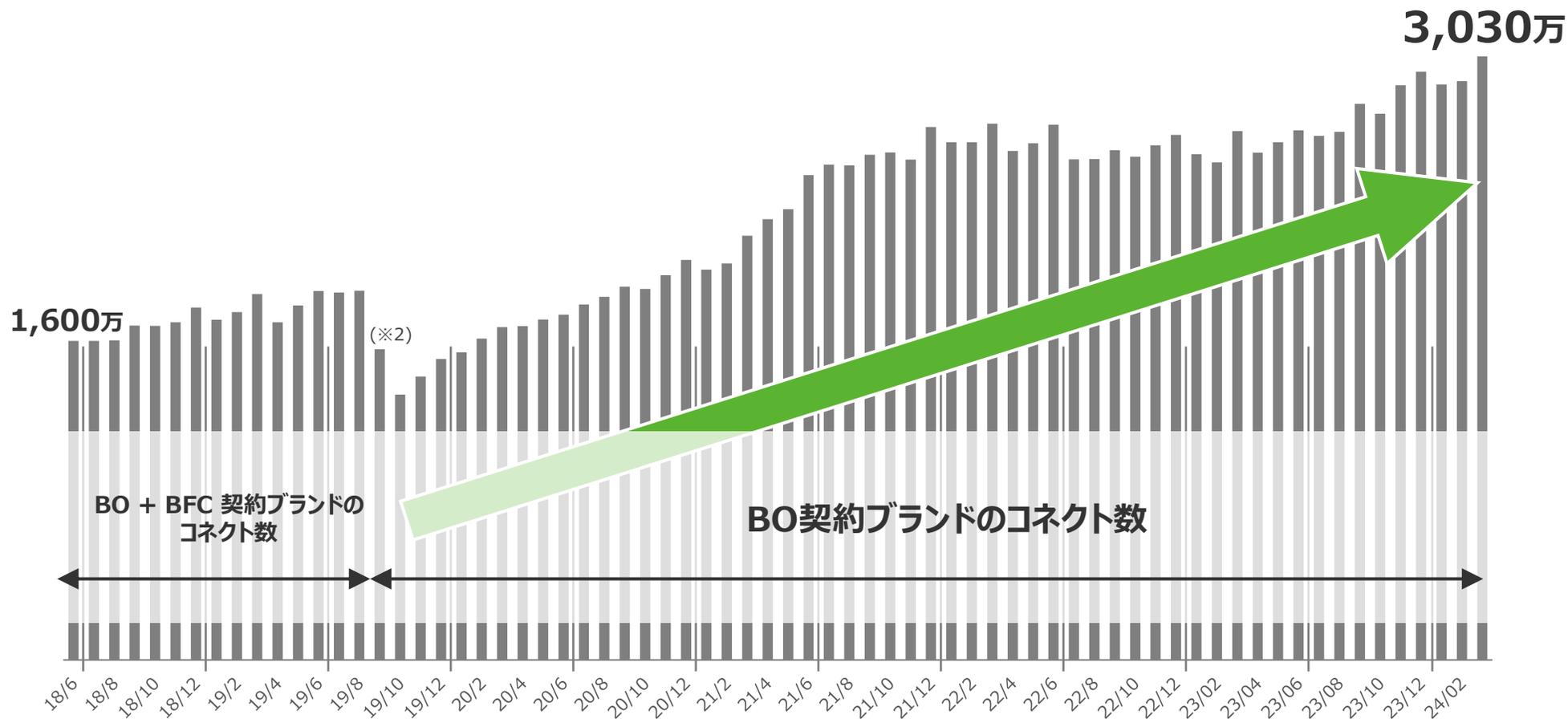
- 会員数は引き続き**増加傾向**



※ 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の活性化により引き続き増加傾向

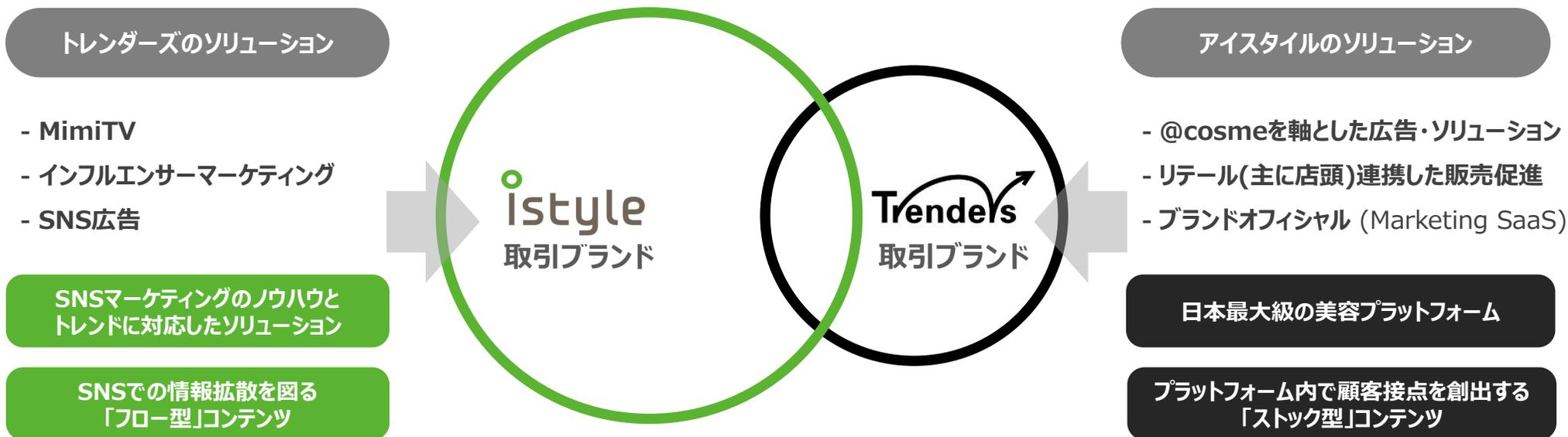


※1 ユーザーが契約ブランドやブランドの商品に対して行ったアクション（Follow, Like, Have:同一ブランドに対して複数ある場合は1としてカウント）の総和

※2 2019年9月末の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」の提供終了に伴う減少

トレンドーズ株式会社(証券コード：6069) との協業進捗

- 資本業務提携※したトレンドーズ社と、SNSマーケティング・@cosmeプラットフォームを掛け合わせた共同広告メニューを提案開始
- 各々のクライアントに互いのソリューションを提案し、相互連携を図る



今後も@cosmeとMimiTVによる広告メニューの共同開発で
SNSと@cosme、店頭まで連携した一貫性のあるブランドコミュニケーションの実現を目指す

※ 本資本業務提携の詳細は、2024年2月14日の適時開示資料を参照 <https://ssl4.eir-parts.net/doc/3660/tdnet/2398691/00.pdf>

JR東日本「TRAIN TV」とのコラボレーション番組「Rebeauty by @cosme」放映開始

- 週に延べ8,400万人にのぼる路線利用者※に@cosmeならではのタイムリーなコスメ・美容にまつわる情報をお届けし、生活者とブランドの新たな出会いを創出 (2024年4月1日から放映開始)

電車の中のTV局、はじまる。

Rebeauty TRAIN TV

by @cosme

TRAIN TV® (トレインティーヴィー)

JR東日本の首都圏主要10路線(山手線、中央線、京浜東北線など)とゆりかもめの車内に搭載された約5万面のデジタルサイネージに映像コンテンツを放映する番組配信プラットフォーム

TRAIN TV公式ウェブサイト : <https://ttv.jeki.co.jp/rebeauty/backnumber/>



※ 株式会社ジェイアール東日本企画(jeki) 調べ

※ プレスリリース : <https://www.istyle.co.jp/news/press/2024/03/0307.html>

アイスタイルと花王が「RNA共創コンソーシアム」を設立

- 体調や食生活、運動、ストレスなど環境要因によって日々変化する肌や体の状態を知る花王の解析技術「**皮脂RNA※モニタリング**」を用いて、**企業の垣根を超えたサステナブルな消費サイクル実現に挑む**

「皮脂RNAモニタリング」技術を核としたビジネス共創

【コンソーシアム概要】



共創パートナー：

花王株式会社(共同理事) / 株式会社コーセー / 株式会社マツキヨココカラ&カンパニー
キリンホールディングス株式会社 / パーフェクト株式会社 / 株式会社ヘルスケアシステムズ

公式HP：

<https://www.rna-co-creation.jp/>

【取り組み例】

istyle

@cosmeメンバーから提供された
皮脂RNAや画像情報の取得



KaO

当該情報を分析して肌タイプ^oを特定
それに適した高評価アイテムを紹介



- ✓ **生活者の商品選びに関する悩みの解消**
- ✓ **最適な需給バランスによる商品廃棄の低減**

※ 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はたらきをするタンパク質を生み出すもとなる分子

※ プレスリリース：<https://www.istyle.co.jp/news/press/2024/03/0311.html>

2024年6月期 通期業績予想の修正

2024年6月期 通期業績予想の修正

- 好調な計画進捗を鑑み、業績予想を上方修正

	修正後計画 (A)	期初計画 (B)	期初計画比 (A/B)
(単位：百万円)			
売上高	55,000	50,000	+10.0%
営業利益	1,700	1,200	+41.7%
経常利益	1,500	1,000	+50.0%
親会社株主に 帰属する純利益	1,000	700	+42.9%

2024年6月期 通期業績予想の修正 / 各セグメント

(単位：百万円)

		修正後計画 (A)	期初計画 (B)	期初計画比 (A/B)	前期実績 (C)	前期比 (A/C)
連結	売上高	55,000	50,000	+10.0%	42,890	+28.2%
	営業利益	1,700	1,200	+41.7%	817	+108.0%
マーケティング 支援	売上高	8,400	8,300	+1.2%	7,457	+12.6%
	営業利益	1,600	1,600	±0%	1,136	+40.8%
リテール	売上高	41,100	35,500	+15.8%	29,222	+40.6%
	営業利益	2,550	1,450	+75.9%	1,397	+82.6%
グローバル	売上高	3,800	4,400	△13.6%	4,395	△13.5%
	営業利益	△250	50	△300	△86	△164
その他	売上高	1,700	1,800	△5.6%	1,816	△6.4%
	営業利益	200	200	±0%	224	△10.6%
全社費用等	営業利益	△2,400	△2,100	△300	△1,853	△547

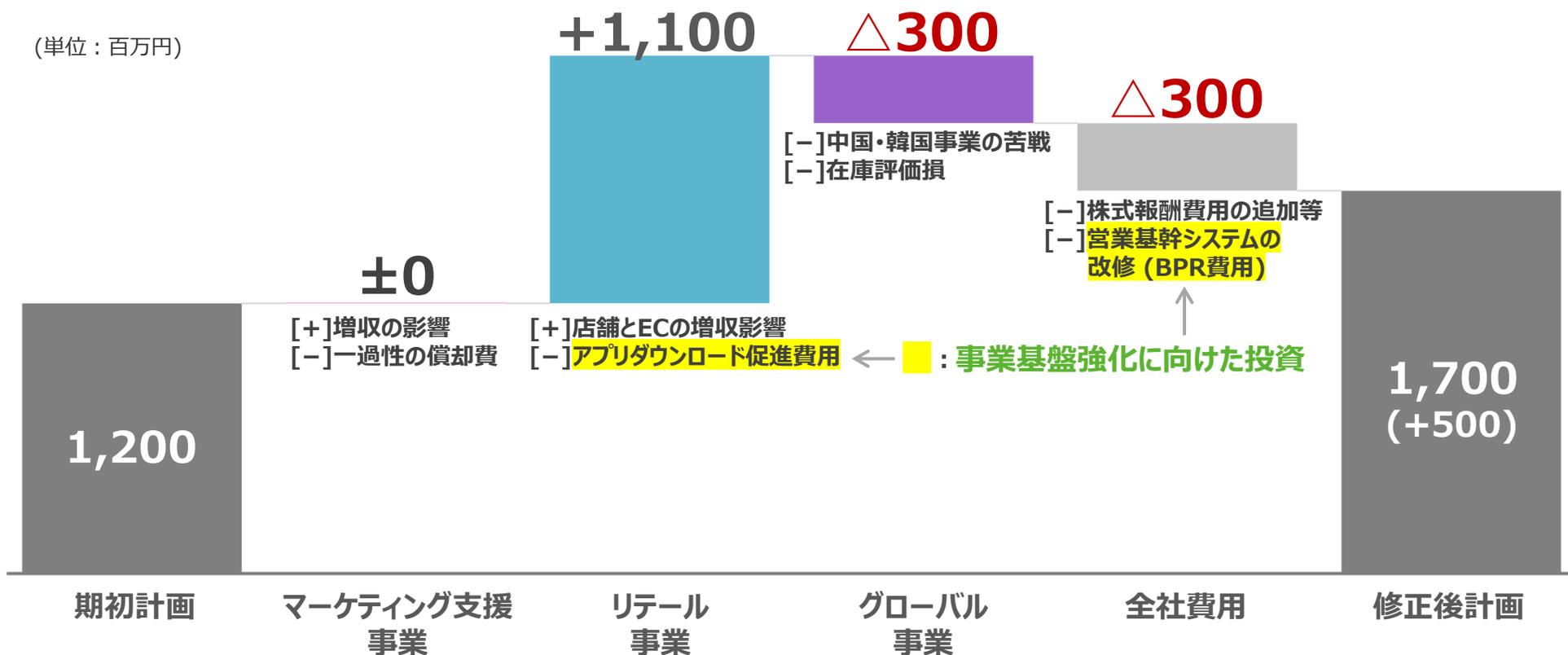
2024年6月期 通期業績予想の修正 / 営業利益の増減

- 事業基盤強化に向けた投資で計画外コスト等が膨らむも、リテール事業の飛躍で結果的に大幅増益

セグメント別の営業利益増減と主な計画差異

営業利益に対する
 [+] : プラス影響
 [-] : マイナス影響

(単位 : 百万円)

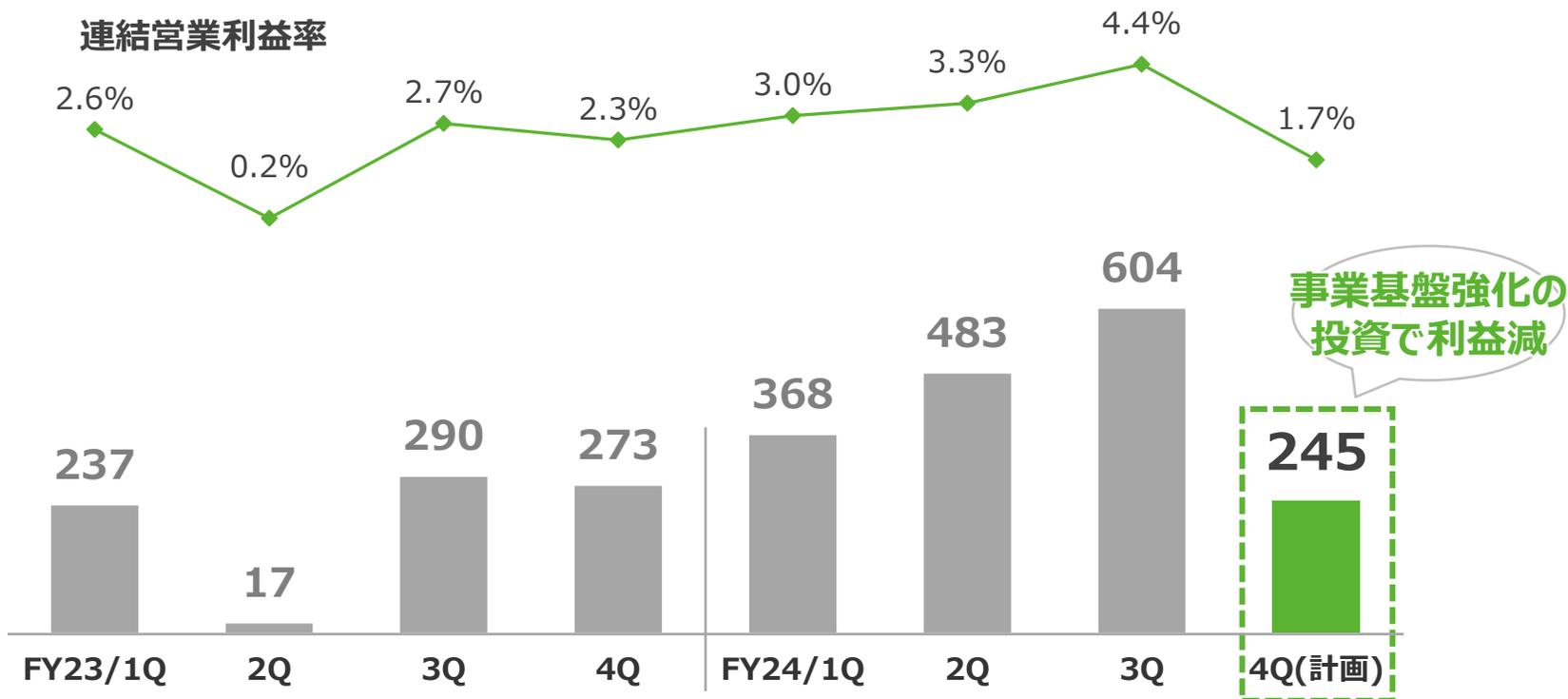


第4四半期の営業利益見込み

- 4Qにおいては事業基盤強化の投資でQoQ減益の計画

連結営業利益

(単位：百万円)



参考資料



会社概要 (2023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
代表取締役会長 代表取締役社長	吉松 徹郎 遠藤 宗
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	5,467百万円
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	996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



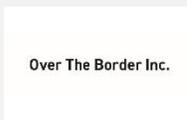
株式会社アイスタイルトレーディング
美容用品の卸売、小売、及び輸出入並びにこれらの代理業



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「@cosme 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 「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
	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	東京の原宿に大型旗艦店「@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
	8月	Amazon.com, Inc.及び三井物産株式会社との資本業務提携
	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
2023年	9月	大阪に2店舗目となる大型旗艦店「@cosme OSAKA」オープン
2024年	2月	トレンダーズ株式会社との資本業務提携

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: 47,000sku

日本No.1の化粧品専門店

国内店舗数: 34店舗 (2024年3月時点)

※ 各数値は原則2023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

1,900万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

860万人

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

43,000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

39万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

クチコミ数

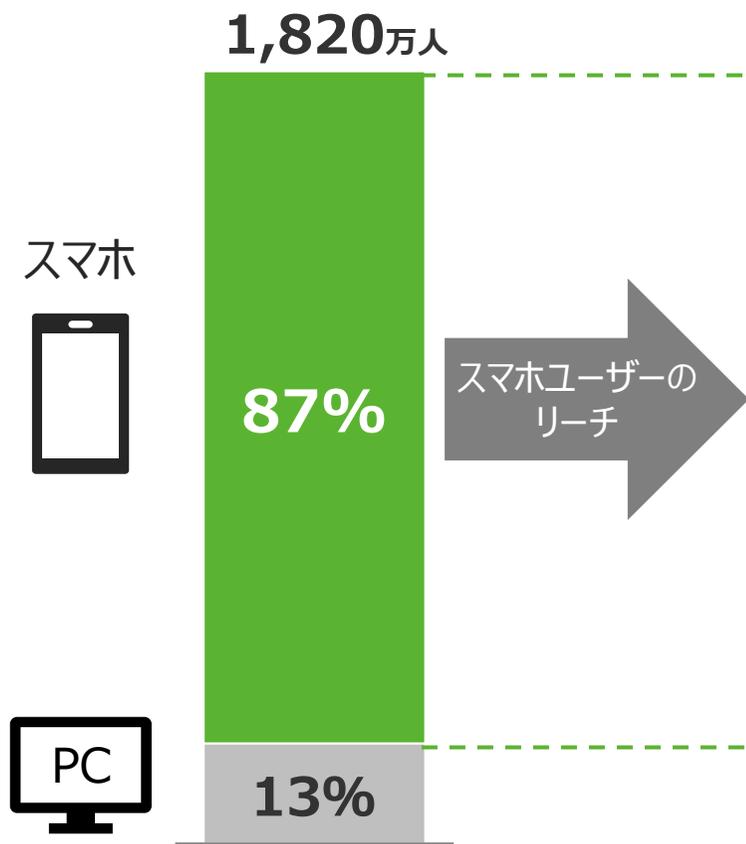
1,940万件

※ 各数値は2023年6月末時点

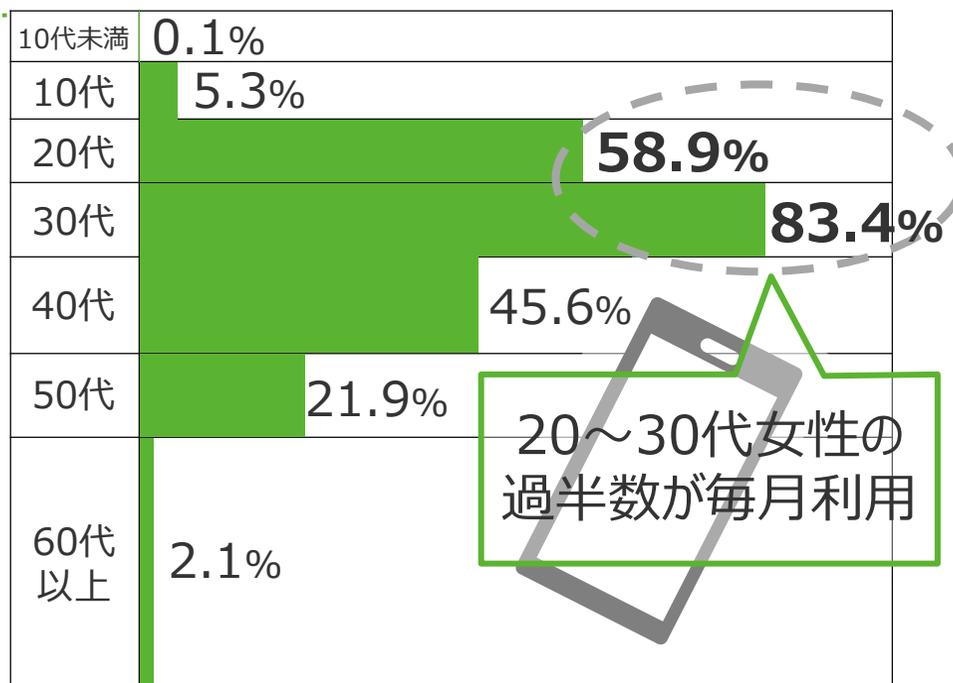
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,900万人 (2023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 ※



出所：総務省人口統計（2023年1月確定値）
2023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

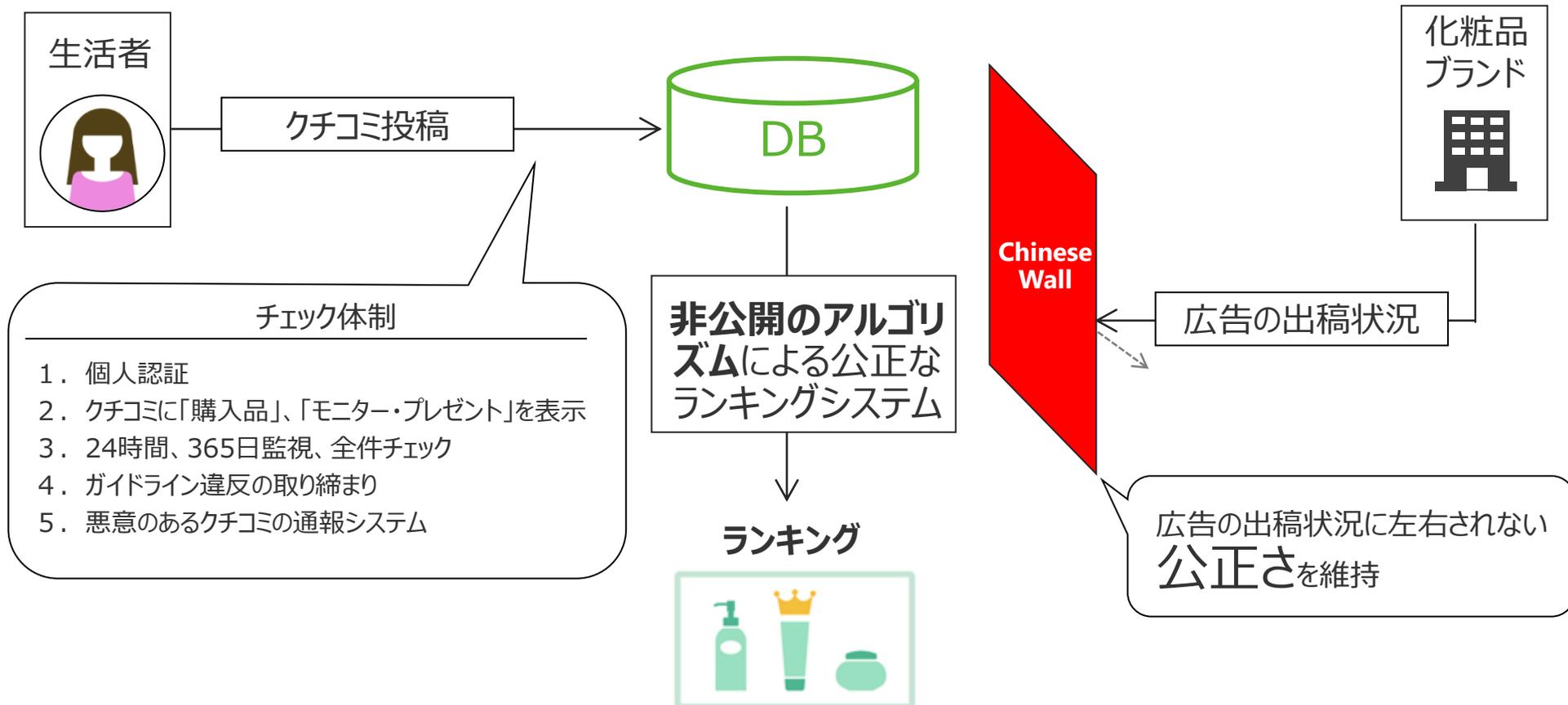
@cosmeのデータベースを健全に保つための仕組み

- 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



広告・ソリューションサービス (一例：ブランディング広告)

- 商品認知ではなく、理解を深めるためのブランディング広告



L'ORÉAL PARIS

2年連続ベスコス受賞^{※1}

ロレアルパリ史上初^{※2}
そのまま花を閉じ込めた
フレグランスヘアオイル誕生

香水のように
一日中香り立つ、うるツヤ髪へ^{※3}

売上 No.1^{※4}

売上No.1^{※4}の「ロレアルパリ」ヘアオイルシリーズから、まるで香水のような香りを楽しめるフレグランスヘアオイルが登場。人気シリーズの美髪作用はそのままに、ロレアルパリ史上初^{※2}そのまま花を閉じ込めた見た目にもときめくヘアオイルで、一日中続く香りを手にいれて、ワンランク上の女子力を狙っちゃおう！

現品をセットで **400** 名様にプレゼント！

※1 『エクストラオーディナリー オイル エクストラバリアル 髪髪オイル』 @cosme ベスコスメアワード2016 ベストヘアケア 第1位、@cosme ベスコスメアワード2017 ベストヘアケア 第2位 ※2 ロレアルパリにおいて ※3 ロレアルパリ エルセーヴ エクストラオーディナリー オイル レザン フィジジョン ローズにおいて ※4 インターナショナル、アウトドヘアケア内オールドトリートメント市場2012年1月~2018年7月累計販売金額 (エルセーヴシリーズ)



編集部O子 (28歳)

O子：憧れちゃうな〜って最近思うのはいい香りがする人。それだけでおしゃれ感が高くなって思うし、同性でも“いい女”って感じますよね。すれ違う時や近づいた時に、ふわっと香るのが理想的♪

編集部S織 (32歳)

S織：わかる！さりげなくいい香りがする人は清潔感があるし、それだけで好感度上がっちゃう。しかも、髪からいい香りがするとドキッとしちゃう。髪の香りって魅力的だね。

O子：そういえば、いつもいい香りがする先輩にどんな香水を使ってるか聞いてみたくて。そしたら、ヘアオイルをつけてるだけなんですって！

S織：あの先輩の香り、私も慣れてたんだ〜。言われてみれば、いつもいい香りだし、髪もロングなのにツヤツヤでキレイだよ〜♪ この間、帰る時一緒になったんだけど、夜なのにツヤツヤの髪で、ほのかにいい香りだった！私もそんな風になりたいなあ・・・♡

@cosme 編集部 CHECK

編集部O子とS織が「ロレアルパリ エクストラオーディナリー オイル インフュージョン」を実際に試してみました。

花を閉じ込めたビジュアルが素敵！

美髪が叶えられそうな予感♪

「いい香りだね♪」って褒められた♡

ボトルの中に花をそのまま閉じ込めたビジュアルが素敵でときめきます！そのまま舐っておいでもおもしろい、思わず写真を撮ってSNSに載せた。お風呂のときも髪に塗って香りを楽しんでみた。

ちょっととろみのあるオイルはベタつかず、するんと伸びてとても使いやすい。ブローするといい感じ！美髪がかなえられそうな予感♪ (S織)

オイルをつけた瞬間の香りはもちろん、ふわっとした上品な香りが一日中続いてくれるのが嬉しい！仕事帰りの女子会で「いい香り！香水何つけてるの？」って褒められた。

- 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」等を運営し、
国内最大の化粧品専門店グループに成長

全国計 34店舗
(2024年3月末時点)



EC

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

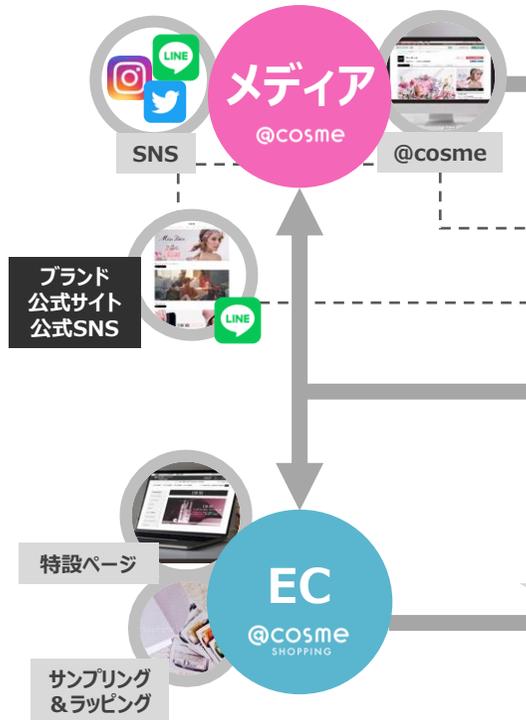
A screenshot of the @cosme SHOPPING website. A blue callout bubble in the top right corner states: "取扱商品数 47,000商品 (2023年6月末時点)". The website shows a search bar, navigation tabs, and a main banner for "豆を快速に！ひんやりクールアイテム". Below the banner is a section titled "アイリコンキング" with five product listings, each with a numbered icon (1-5) and product details.

オンライン・オフラインを一気通貫した販促を含むブランドキャンペーン

キャンペーン前～中

キャンペーン後

① @cosme内外からコンテンツ誘導



② 人・モノから始まる ブランド体験 商品体験



④ ユーザーリストを獲得

購入者/ブランドフォローユーザー
アプリDLユーザー/予約ユーザー/チェックインリスト

コミュニケーションターゲット例

- 予約抽選から漏れて未購入
- 予約したけど参加せず未購入
- 参加・体験して未購入
- 参加・アクションして未購入
- 参加して購入
- 参加&購入してクチコミ

⑤ リストをもとにユーザーへ 様々なコミュニケーション

ブランド
公式EC

EC
@cosme
SHOPPING

間接購入

店舗
@cosme
TOKYO

プラットフォーム内で統合的にデータ管理しているからこそ可能な
ブランドとユーザーをつなぐエンゲージメント



店舗一覧 (国内・海外合計 38店舗)

国内直営旗艦店：2店舗

関東	@cosme TOKYO	2020年1月OPEN	1,300㎡
近畿	@cosme OSAKA	2023年9月OPEN	893㎡

@cosme STORE (国内直営：20店舗)

北海道	TSUTAYA 札幌美しが丘店	2016年9月OPEN	234㎡
	TSUTAYA 函館篇屋書店	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㎡
	ニューマン横浜店	2020年6月OPEN	323㎡

関東	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㎡
	名古屋カシマヤ 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㎡
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) ※FY23.2Q連結

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㎡

COSMETICS SYDNEY (国内直営：6店舗) ※FY24.1Q連結

関東	シドニー アトリエアルビオン アトレ吉祥寺店	1969年12月OPEN 2010年12月移転	59㎡
	シドニー 北千住店	1985年3月OPEN 2009年7月移転	162㎡
	シドニー 錦糸町店	1995年3月OPEN 2019年3月移転	97㎡
	シドニー アトレ亀戸店	1978年10月OPEN 2000年10月移転	141㎡
	シドニー小岩店	1972年7月OPEN 2022年3月移転	98㎡
	シドニー アトレ大森店	2015年2月OPEN	53㎡
	シドニーアトレ松戸店	2024年1月閉店	71㎡

@cosme STORE (フランチャイズ：2店舗)

近畿	天満橋京阪 シティモール店	2022年3月FC加盟	137㎡
	MiSUGI なんばウォーク店	2023年9月FC加盟	289㎡

@cosme STORE (海外直営：3店舗)

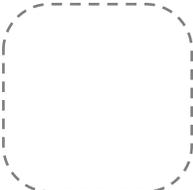
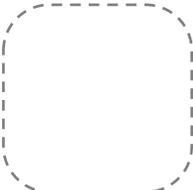
香港	East Point City store (Hang Hau)	2018年12月OPEN	191㎡
	Langham Place store (Mong Kok)	2019年10月OPEN	188㎡
	Lee Theatre store (Causeway Bay)	2019年12月OPEN	231㎡

@cosme STORE (海外免税店：1店舗) ※1

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

※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

- 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	香港	韓国	US/EU
<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

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



パートナーシップによる共創

- 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



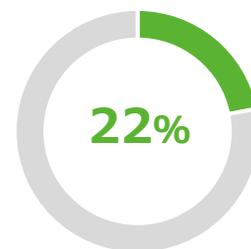
外国人従業員

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



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。