

# 2024年6月第1四半期 決算説明資料

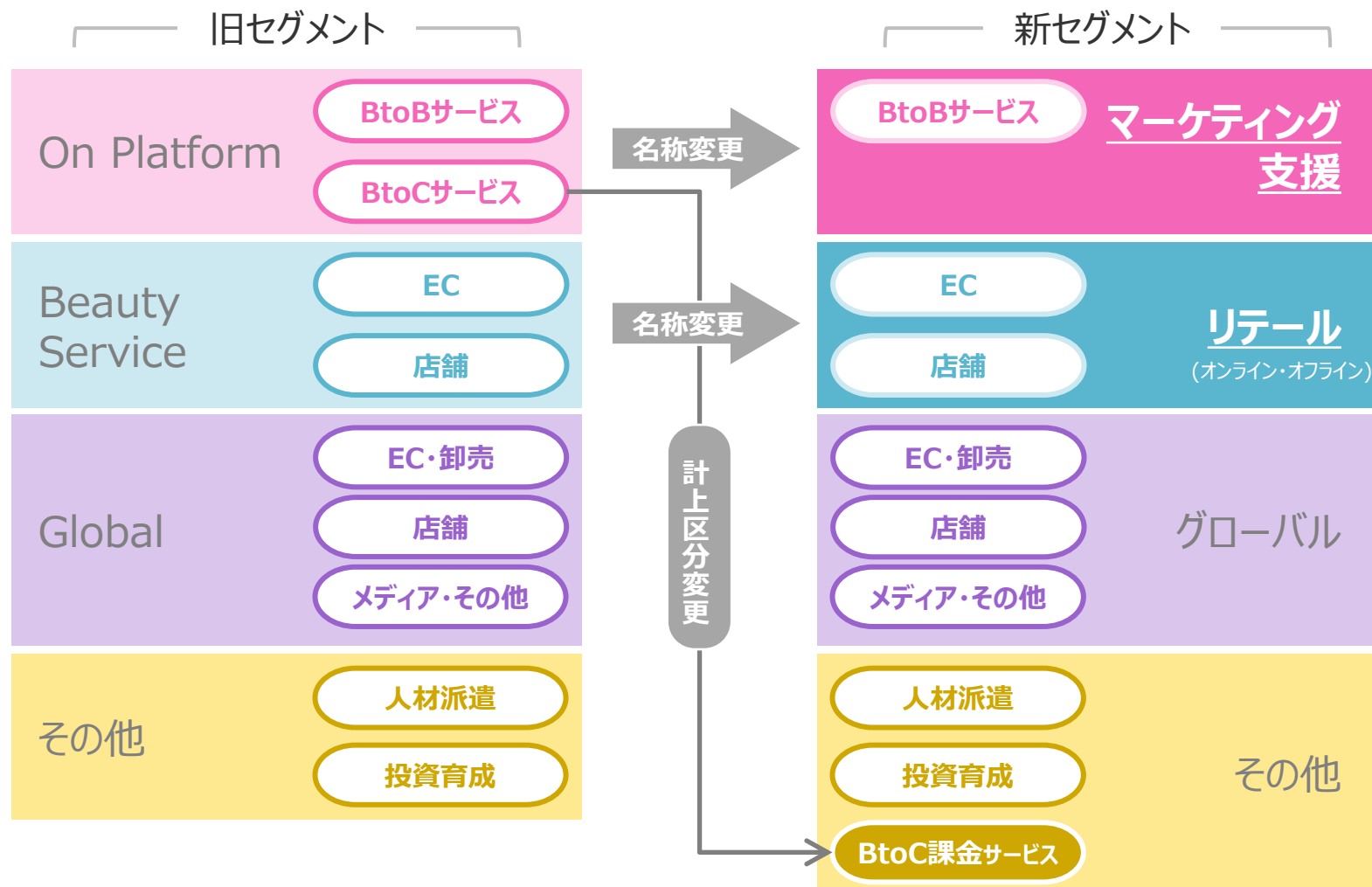


 istyle

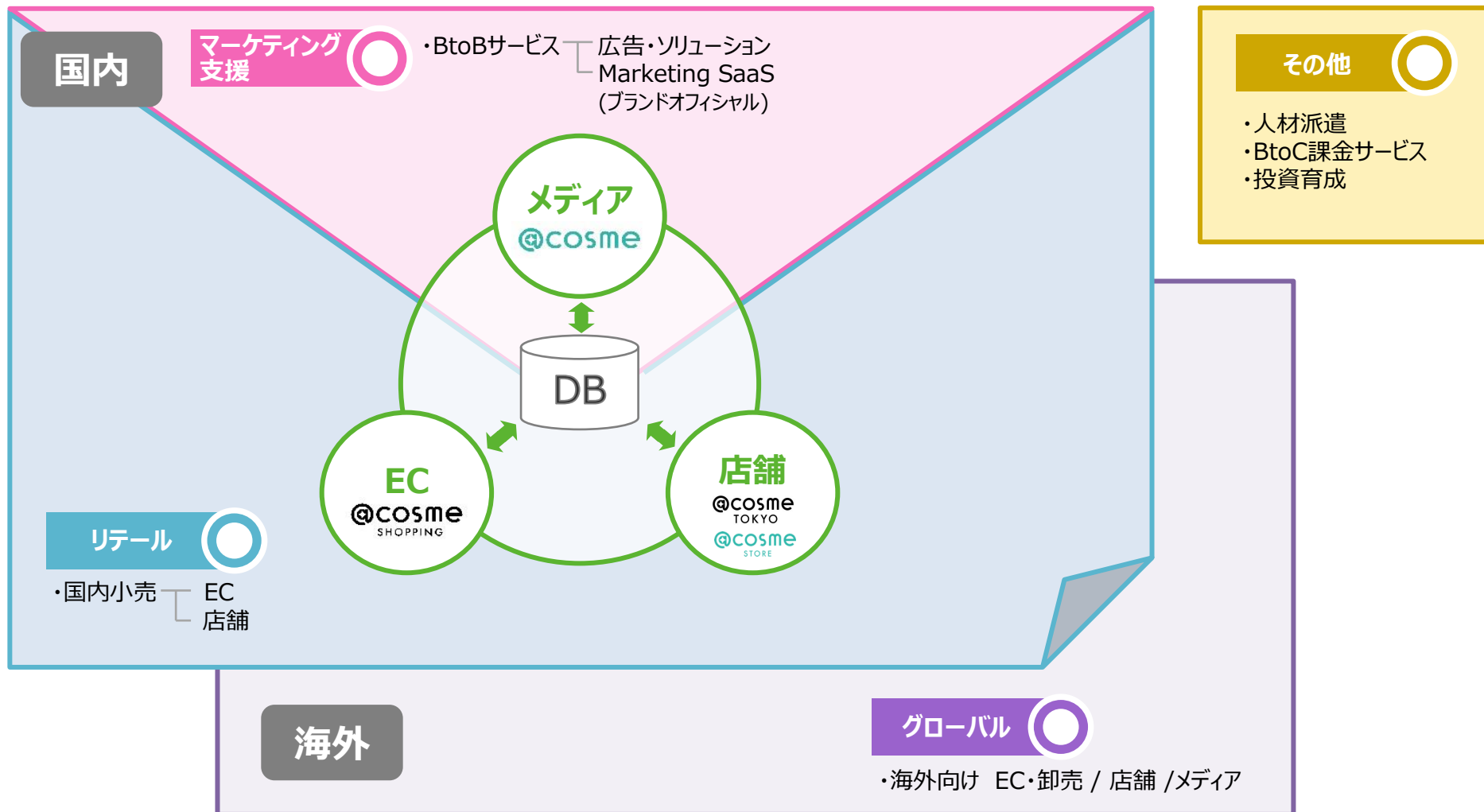
2023/11/09  
株式会社アイスタイル  
証券コード: 3660

# 【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1四半期決算概要

---

- **1Q売上高**は四半期で**過去最高の124億円** (YoY+**35.3%**)
- **1Q営業利益**はYoY+**55.4%**の**3.7億円**で着地

### マーケティング支援

過去最高の四半期売上高を記録しYoY+13.5%成長、利益も+45%の増益で着地

### リテール (オンライン・オフライン)

新店の寄与もあり売上はYoY+49%の増収、利益はECの増収も寄与して+128%の増益

- └ 店舗：大阪にオープンした大型旗艦店「@cosme OSAKA」等の寄与で+65%増収
- └ EC：店舗からの新規顧客獲得や、店舗と連携した限定品販売等で+24%増収

### グローバル

売上高は**香港店舗の健闘**により、YoY+3.5%の増収で着地

営業利益は、韓国事業の不調や中国越境ECにおける在庫評価損で△65百万円の赤字

# 第1四半期 / ハイライト

## 連結



リテール中心に全セグメントで増収を達成。国内事業が増益を牽引

売上高	:	<b>12,449</b>	百万円	YoY	:	<b>135.3</b>	%
営業利益	:	<b>368</b>	百万円	YoY	:	<b>155.4</b>	%

## マーケティング 支援



2桁成長し過去最高の四半期売上高を達成。人件費増等をカバーして増益。

売上高	:	<b>2,094</b>	百万円	YoY	:	<b>113.5</b>	%
営業利益	:	<b>484</b>	百万円	YoY	:	<b>144.9</b>	%

## リテール



店舗は新店寄与もあり+65%、ECは店舗連携で+24%の売上成長となり、全体で増収・増益

売上高	:	<b>8,820</b>	百万円	YoY	:	<b>149.4</b>	%
営業利益	:	<b>517</b>	百万円	YoY	:	<b>228.3</b>	%

## グローバル



香港店舗が増収に貢献。韓国事業の不調や中国越境ECの在庫評価損で赤字に

売上高	:	<b>1,101</b>	百万円	YoY	:	<b>107.5</b>	%
営業利益	:	<b>△65</b>	百万円	YoY	:	<b>△60</b>	百万円

## その他



人材派遣が堅調な推移で業績は横ばい

売上高	:	<b>434</b>	百万円	YoY	:	<b>101.2</b>	%
営業利益	:	<b>60</b>	百万円	YoY	:	<b>100.1</b>	%

※ 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

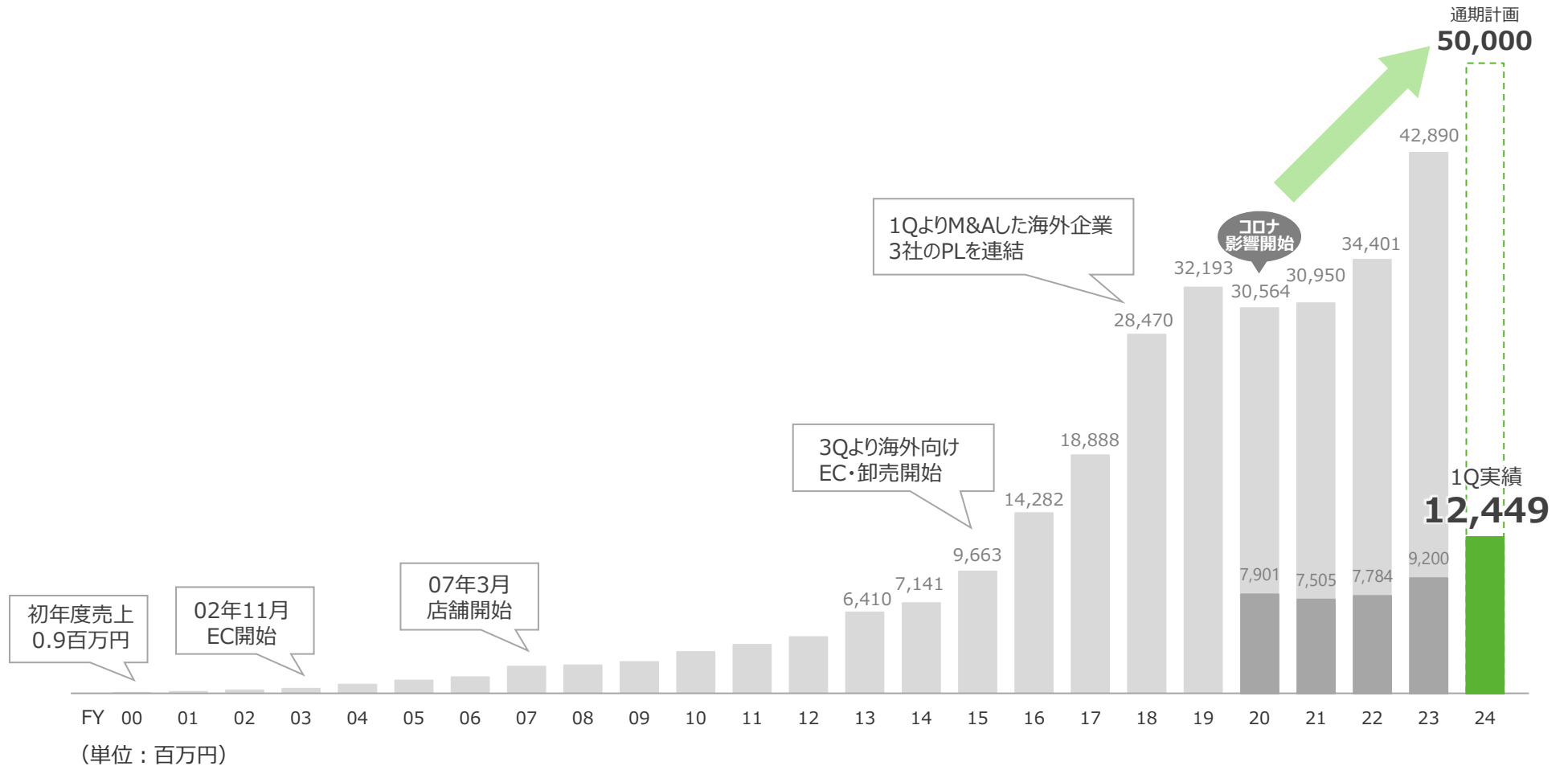
# 第1四半期 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

- リテールの店舗が業績を牽引し、想定を上回って好調に推移

(単位: 百万円)	2024年6月期 1Q(7~9月)	2024年6月期 通期業績予想	進捗率	2023年6月期 1Q(7~9月)	前年同期比
売上高	<b>12,449</b>	<b>50,000</b>	<b>24.9%</b>	9,200	135.3%
売上総利益	5,612	-	-	4,336	129.4%
販売管理費	5,244	-	-	4,100	127.9%
営業利益	<b>368</b>	<b>1,200</b>	<b>30.7%</b>	237	155.4%
経常利益	<b>349</b>	<b>1,000</b>	<b>34.9%</b>	158	220.5%
親会社株主に帰属 する純利益	<b>171</b>	<b>700</b>	<b>24.5%</b>	101	169.1%

# 連結売上高 / 年別推移

- 過去最高の四半期売上高を更新

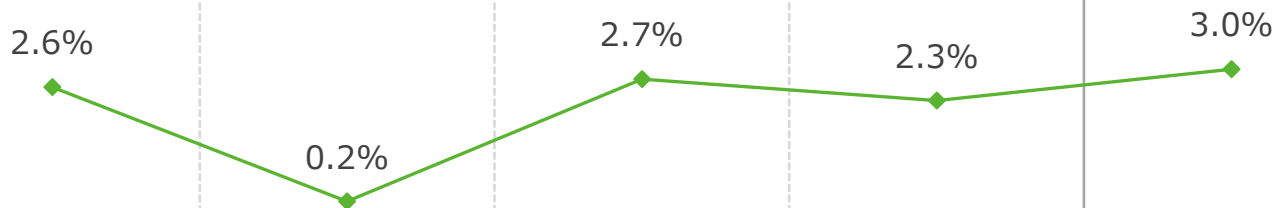




# セグメント別売上高 / 四半期別推移

- リテールが増収・増益を牽引し、過去最高の四半期売上高を記録

## 連結営業利益率

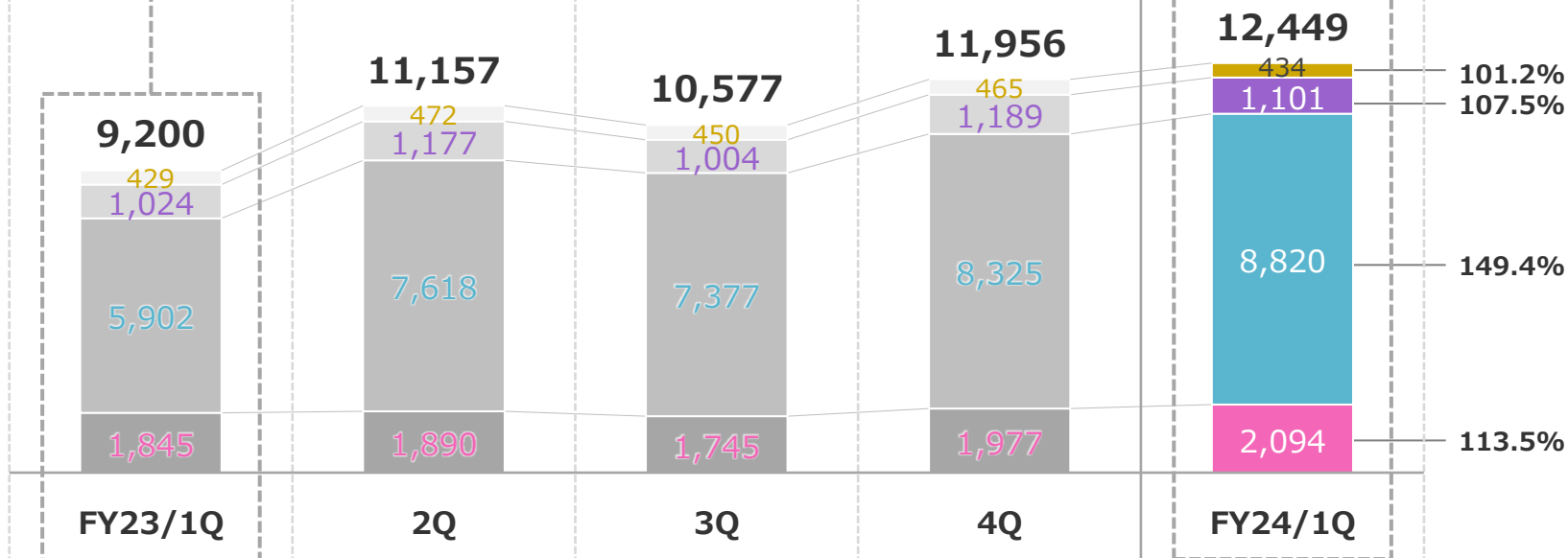
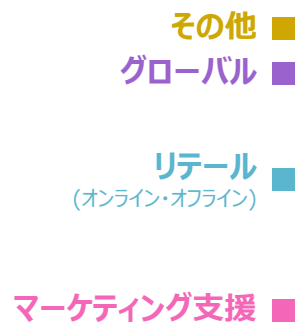


## 売上高

(単位：百万円)

前年同期比 135.3%

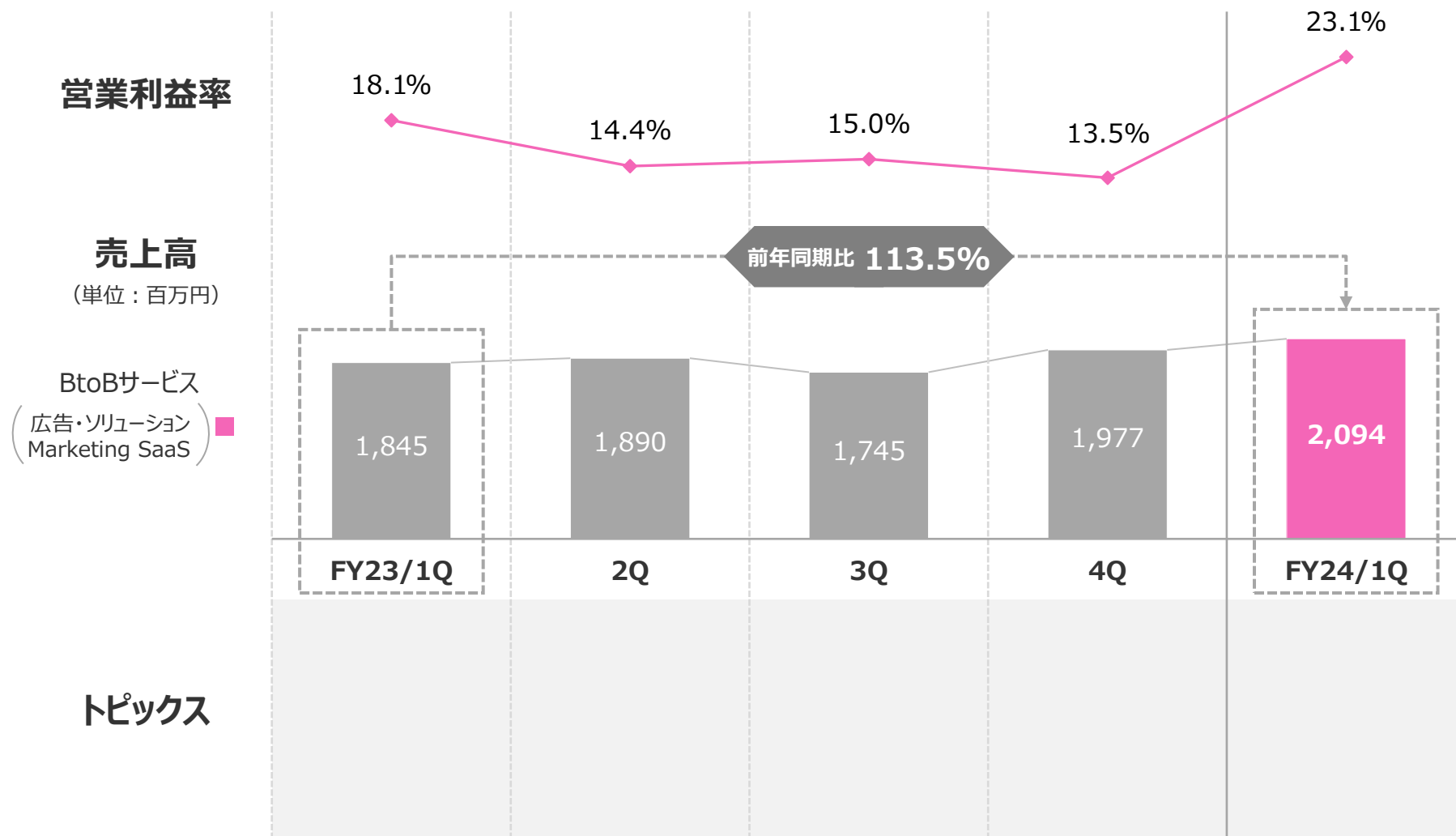
YoY





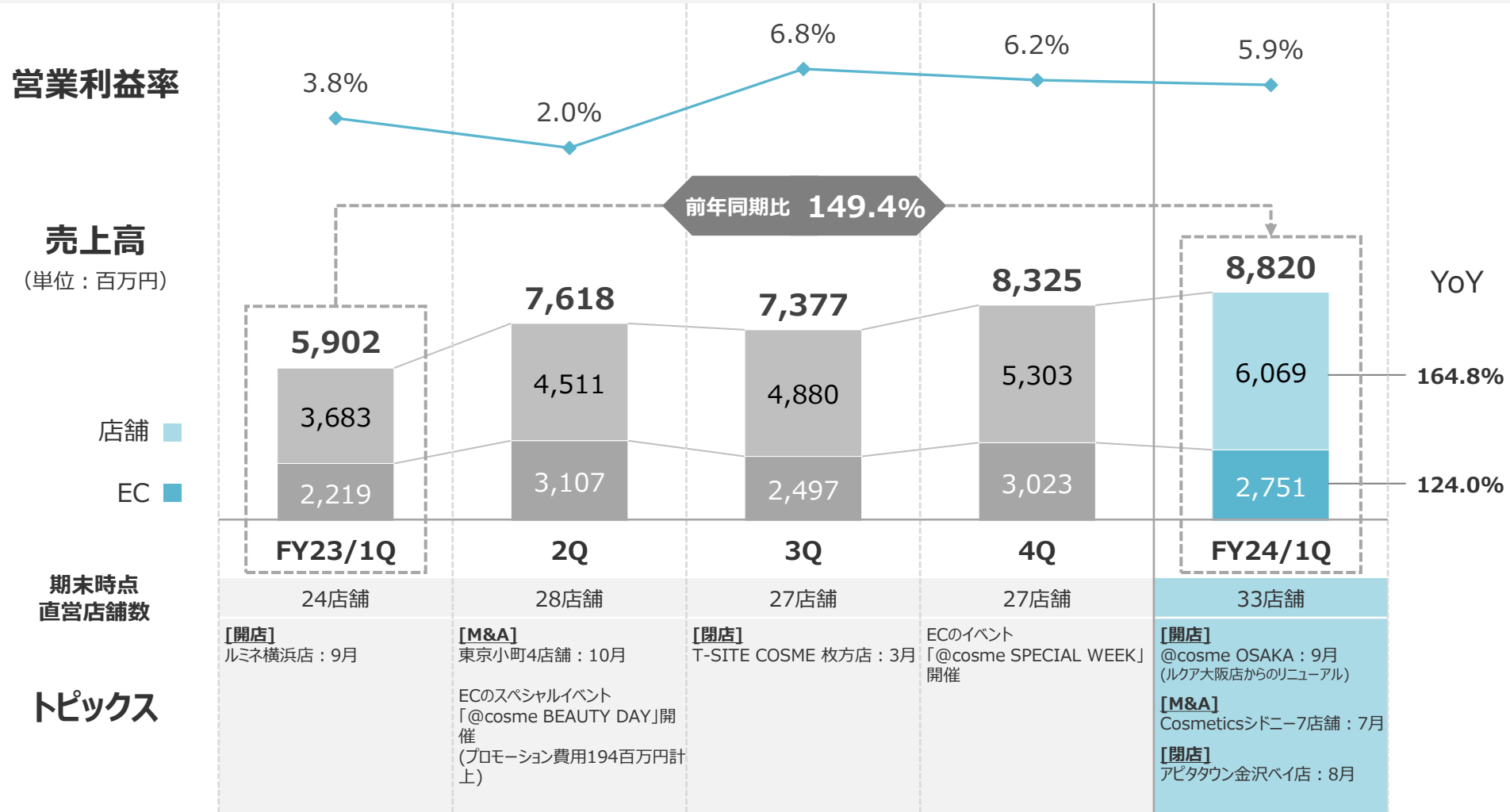
# セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：店頭における販促と、それと連携した広告ソリューションが伸長し、**過去最高の四半期売上高を記録**
- 営業利益率：**限界利益率が高い事業モデルのため増収で急伸**。2Q以降から人件費増の影響を見込む



# セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：店舗は、9月オープン>@cosme OSAKAとM&Aした7店舗の寄与や、既存店の成長で大きく増収  
ECは、店舗と連携した、新規顧客の獲得・限定品販売などで増収
- 営業利益率：@cosme OSAKAのオープン前費用等でQoQ微減も、同店が初月から黒字化し想定以上の推移

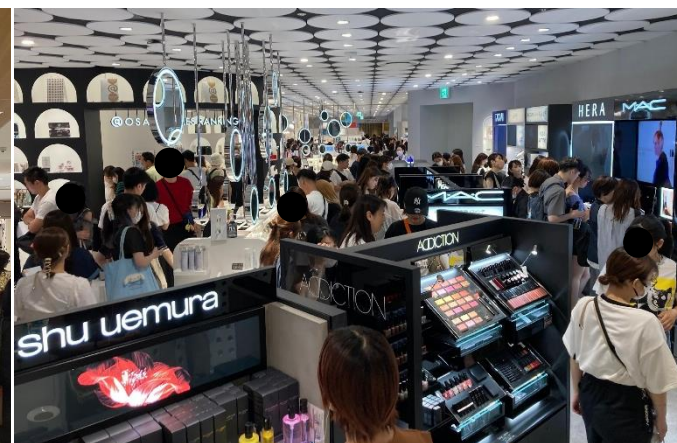


※ 3日間限定のECスペシャルイベント

リテール  
(オンライン・オフライン)

# 西日本最大の大型旗艦店「@cosme OSAKA」オープン

- 9月1日にオープンし**想定以上の好調なスタート**となり、当該店舗だけでなく、**フロア全体の来店客数を大きく底上げ**



※ オープン初月の写真 (2023年9月時点)

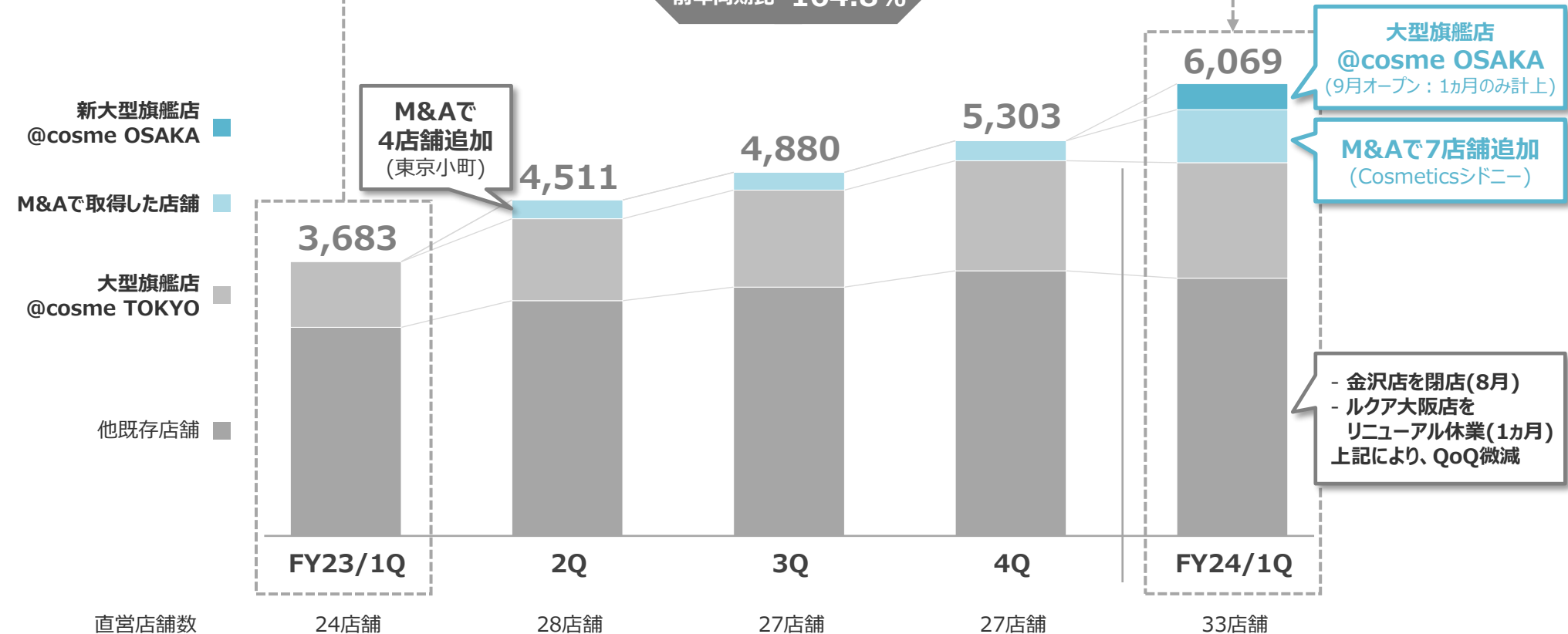
# 店舗売上高の内訳推移

- 「@cosme TOKYO」・「@cosme OSAKA」等の大型旗艦店を売上高の柱に。リアル接点としても価値最大化へ
- M&Aした店舗を起点に商圈のポテンシャルを引き出し、今後のユーザー・ブランド接点としての価値を拡大

## 店舗の売上高推移

(単位：百万円)

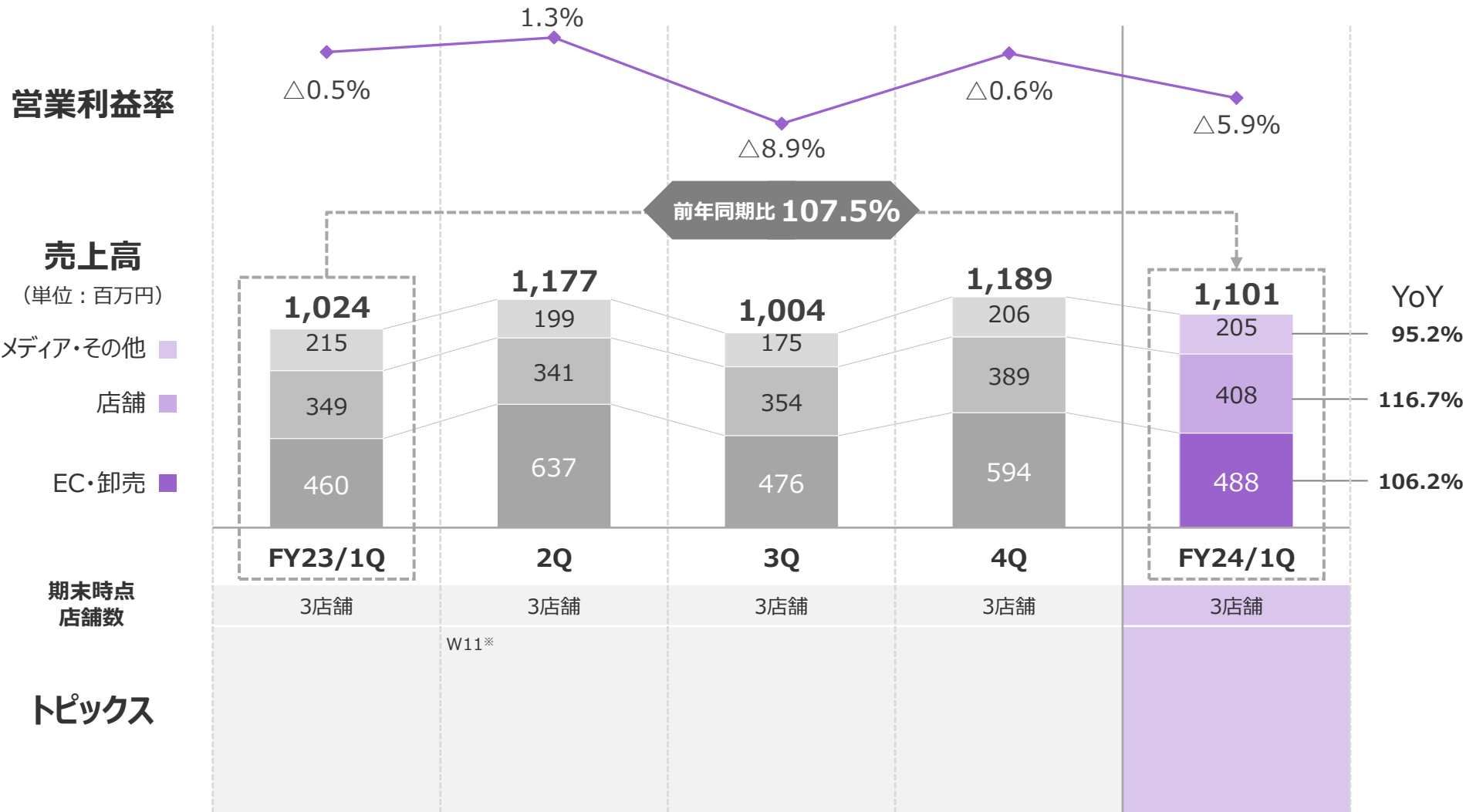
前年同期比 164.8%





# セグメント別売上高 / 四半期別推移

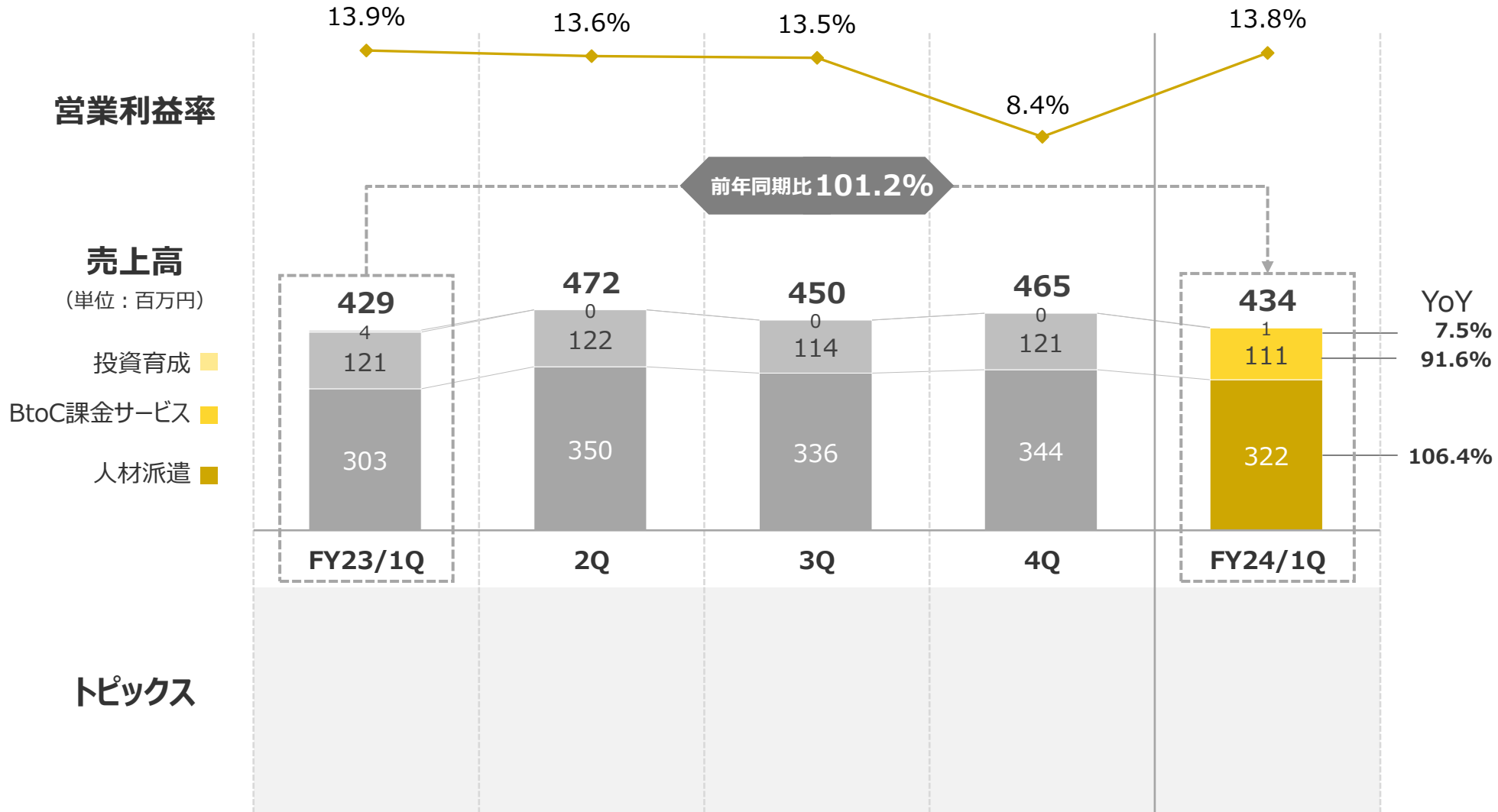
- 売上高：【香港店舗】堅調に増収
- 営業利益率：韓国事業の不調と、中国越境ECにおける在庫評価損で赤字



※ 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)

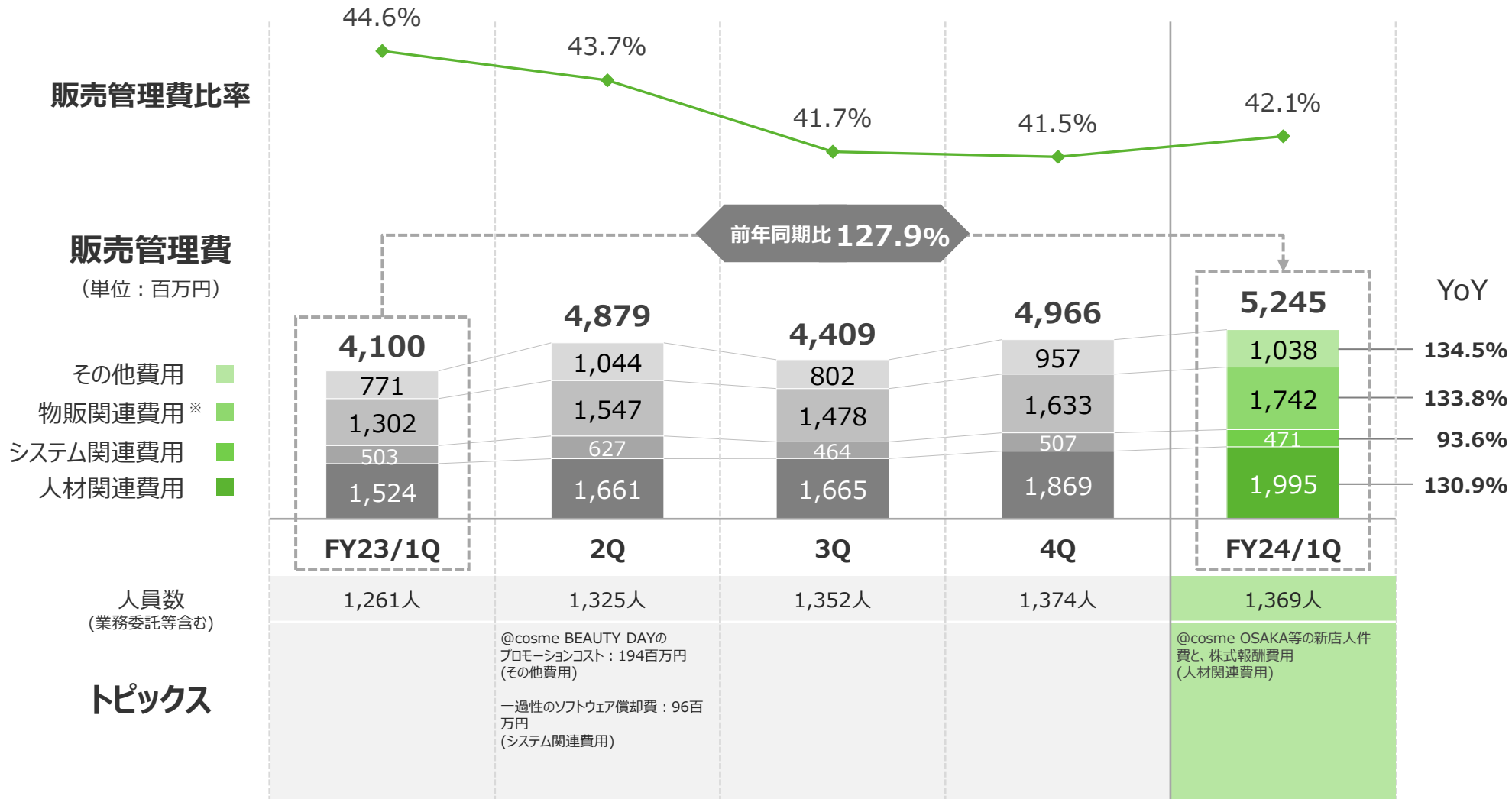
# セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 人材派遣が堅調な推移となり、前年同水準での着地



# 販売費及び一般管理費 / 四半期別推移

- 中長期的な組織強化で人件費および業務委託(その他費用)が増えるも、増収により販管費比率はQoQで横ばい

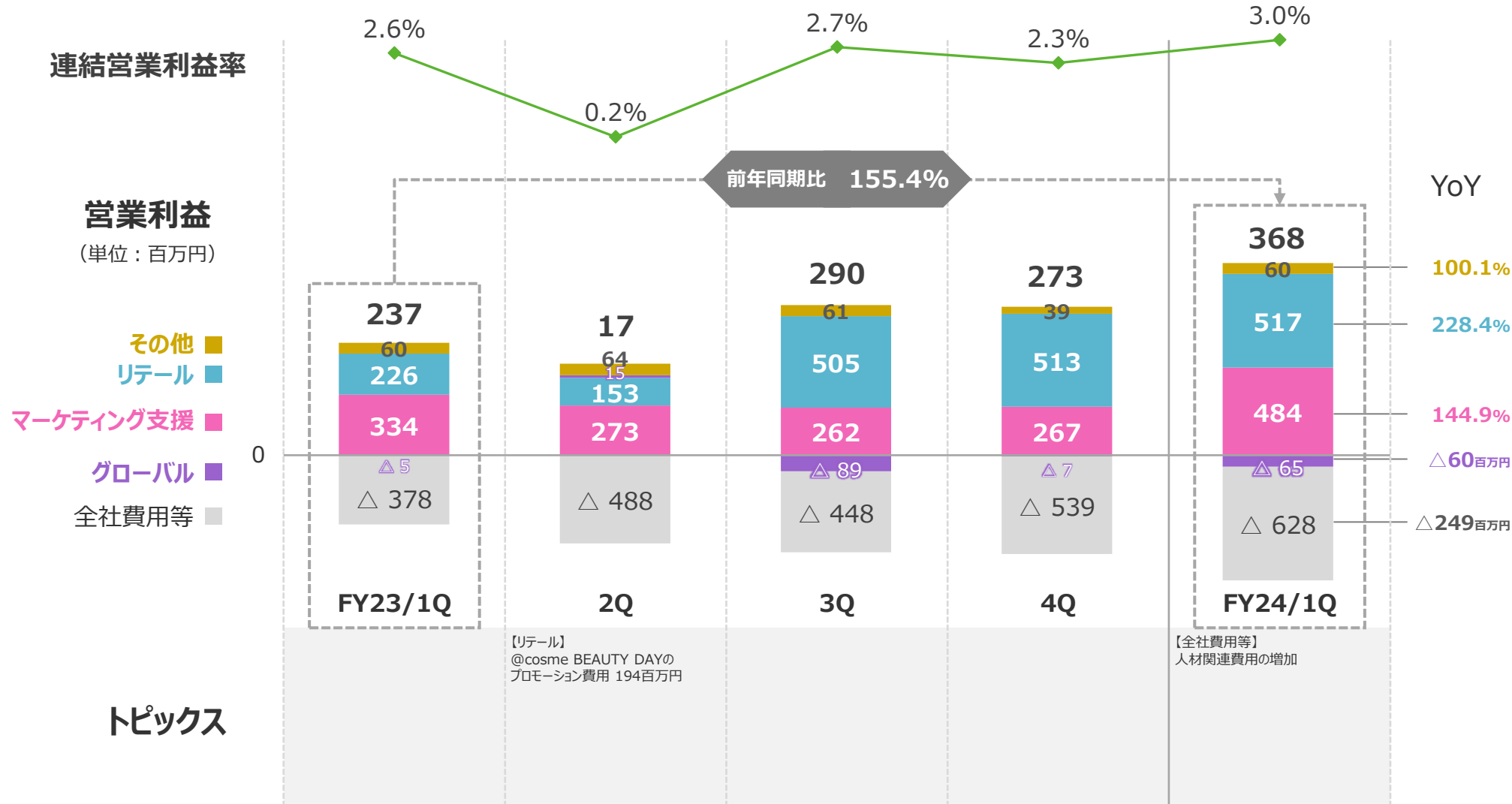


※ EC事業の配送費やモールへの支払手数料、店舗の家賃等、売上に連動する費用



# セグメント別営業利益 / 四半期別推移

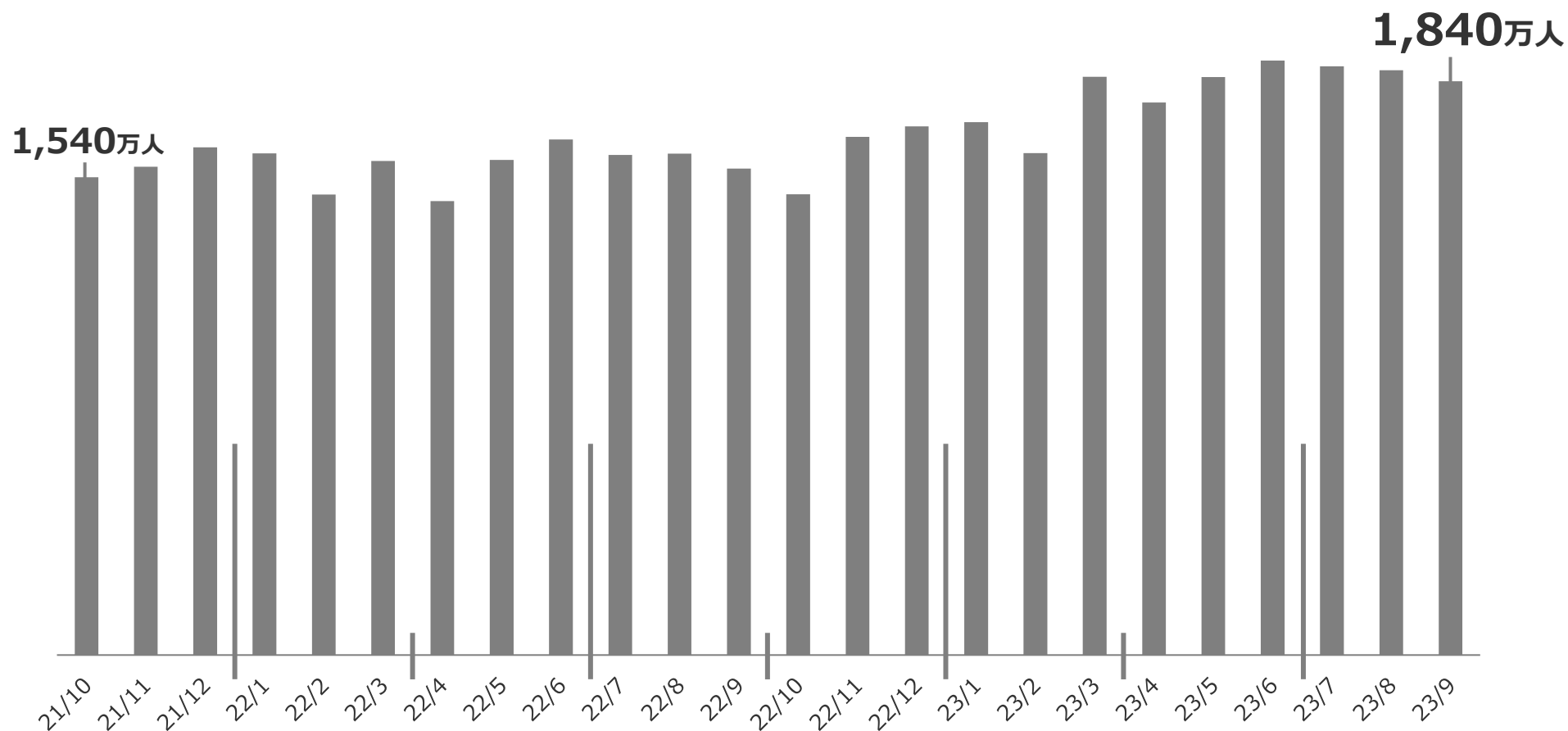
- 国内事業(マーケティング支援・リテール)が業績を牽引し、費用増をカバーして増益



## 直近の運営サービスの状況

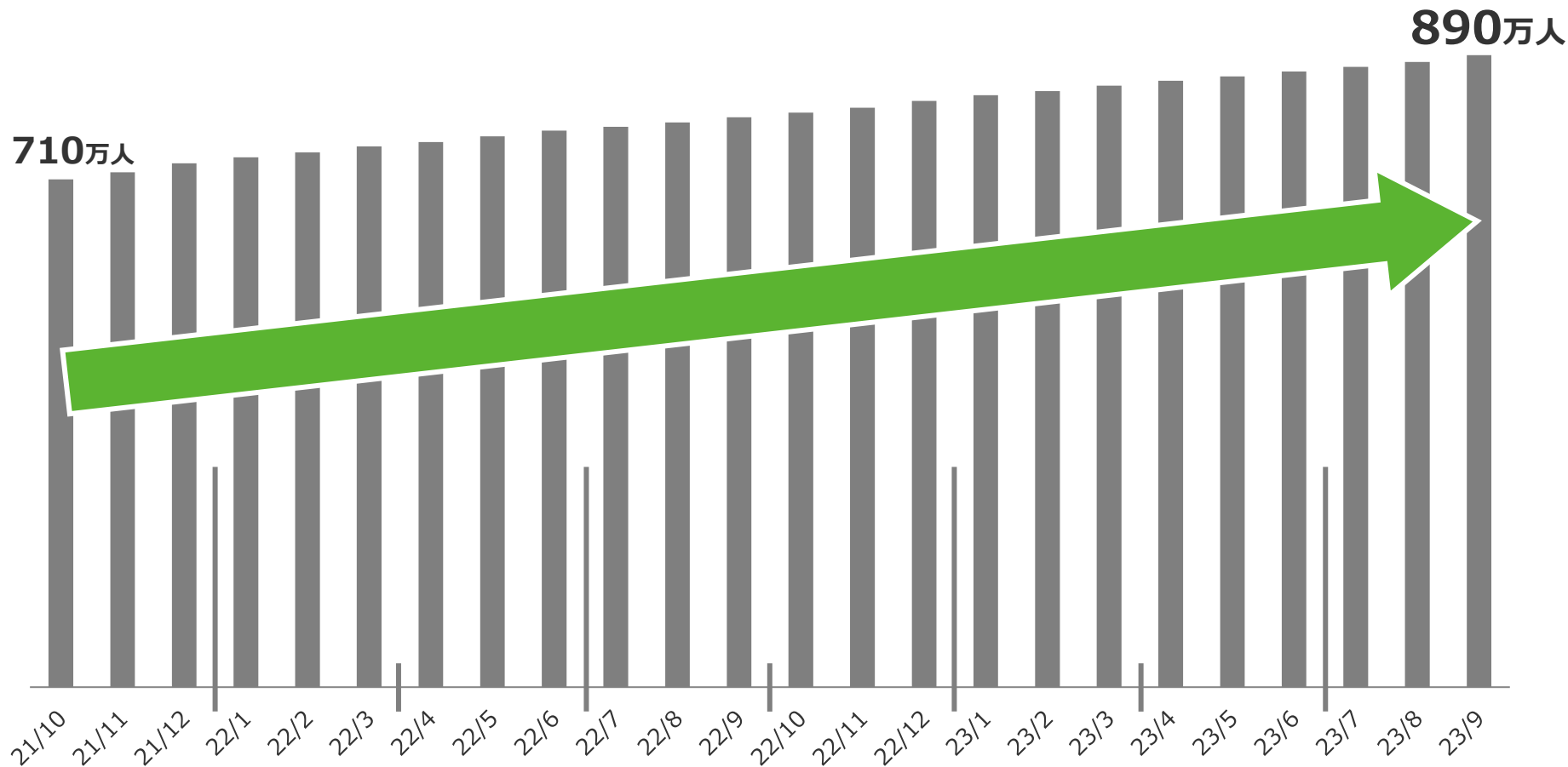
# @cosmeの月間ユニークユーザー数(MAU)の推移

- 施策継続により、依然として高水準をキープ



# @cosmeの会員数※の推移

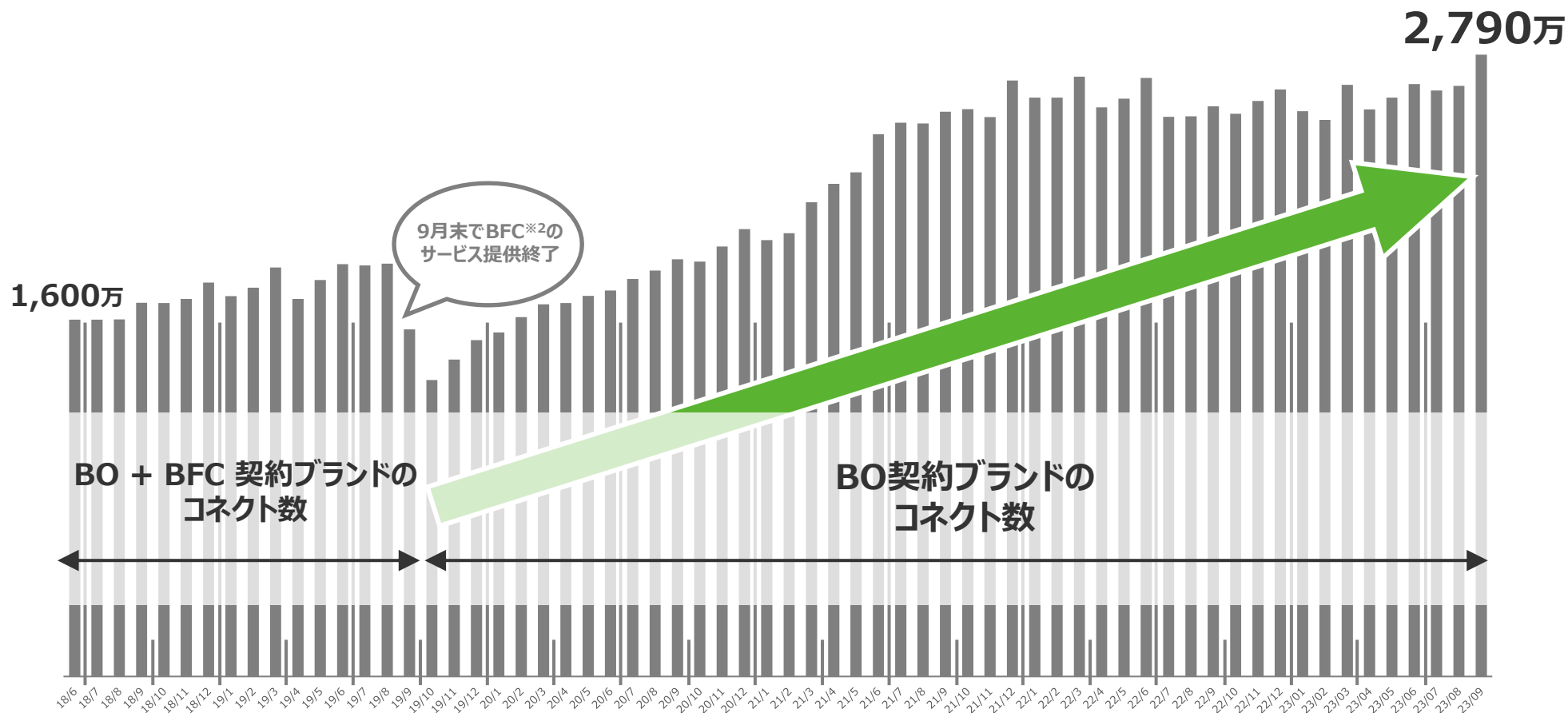
- 会員数は引き続き増加傾向



※ 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」

- コスメ欲、年に1度の大解放！400以上のブランドが参加し、12月1日から3日間限定で今年も開催

【開催概要】



【参加ブランド(一部)】



- 初参加のブランドを含め、過去最大の**400以上のブランド**が参加
- 日本未上陸や限定復刻、最速先行販売など  
**当イベントでしか手に入らない限定アイテム**が多数
- 全品10%以上、**最大30%のポイントバック**
- 店舗でも同時開催

## 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	・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



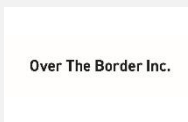
**株式会社アイスタイルトレーディング**  
美容用品の卸売、小売、及び輸出入並びにこれらの代理業



**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
	9月	第三者割当による轉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店舗目の大型旗艦店「@cosme OSAKA」オープン

# 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: 35店舗 (2023年9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

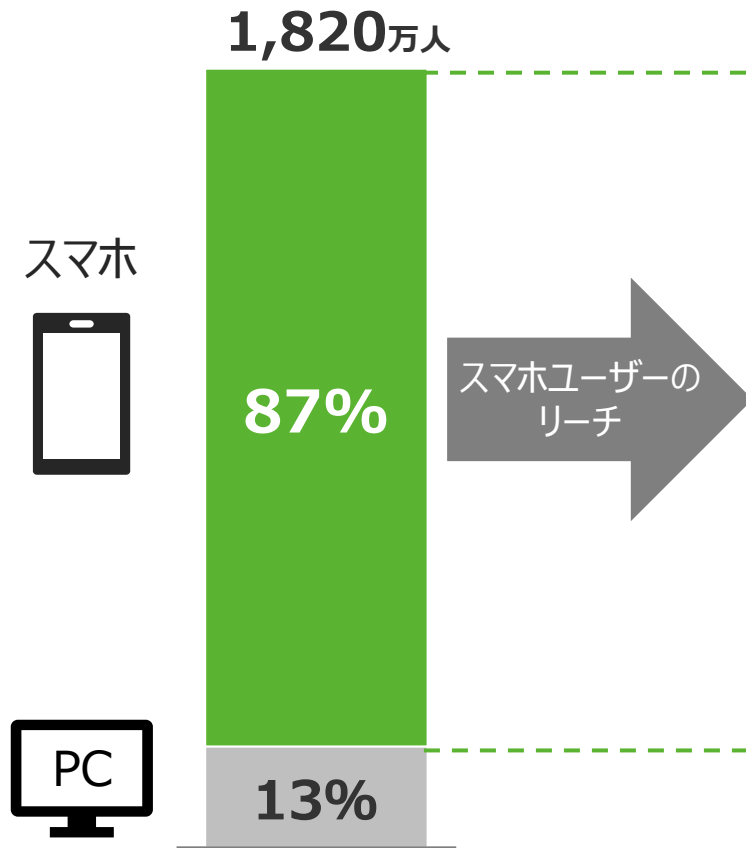
1,940万件

※ 各数値は2023年6月末時点

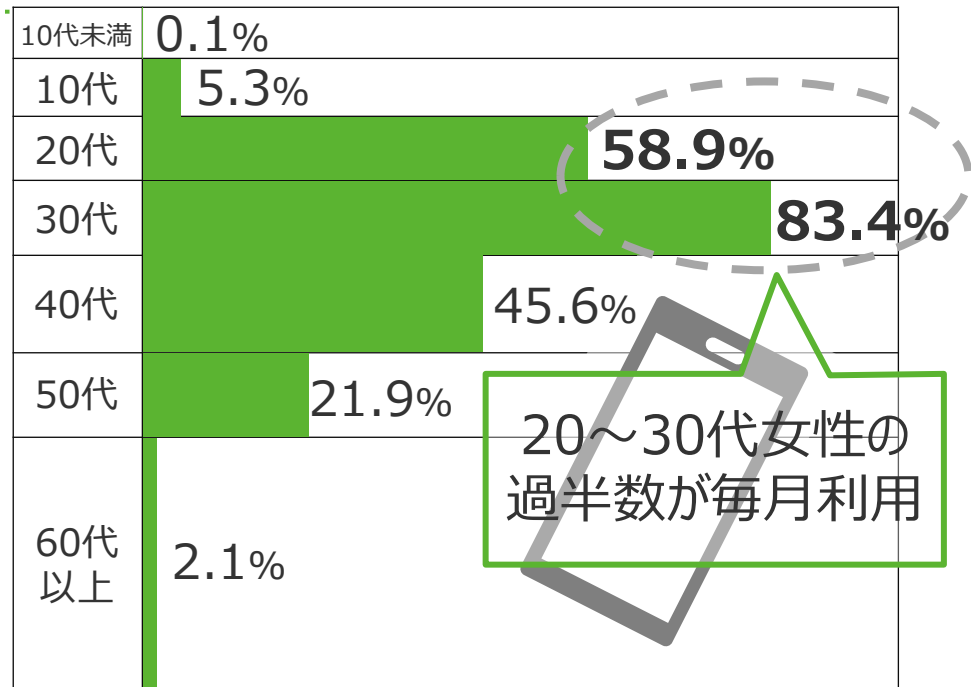
# @cosmeの圧倒的な女性利用率

- @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

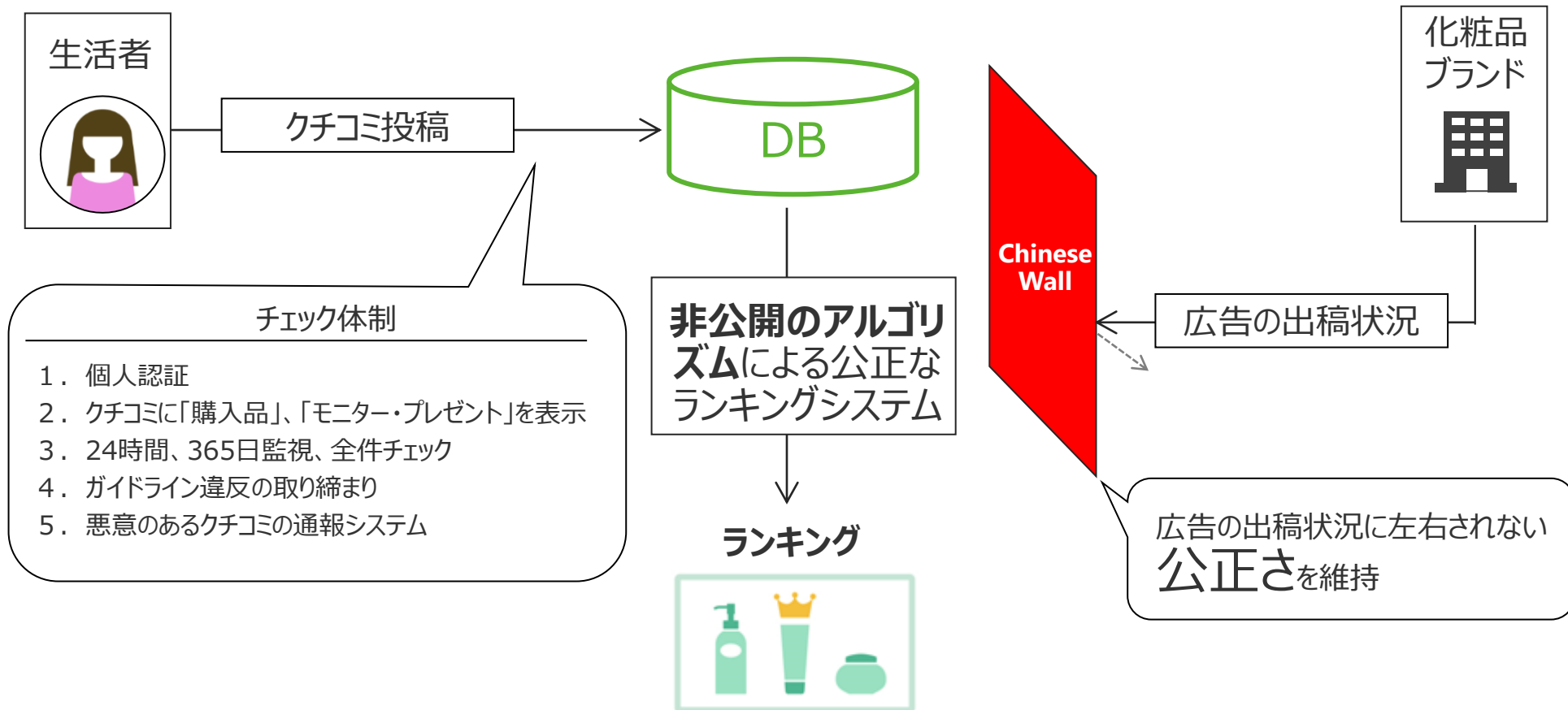
# @cosmeのデータベースを健全に保つための仕組み

- 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<sup>※1</sup>

ロレアルパリ史上初<sup>※2</sup>  
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<sup>※3</sup>

売上 No.1<sup>※4</sup>

売上No.1<sup>※4</sup>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<sup>※2</sup>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 エクストラベリオリ 髪髪オイル』 @cosmeベストコスメアワード2016 ベストヘアケア 第1位、@cosmeベストコスメアワード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に載せたことあります。(O子)

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。プ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も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♡ (O子)

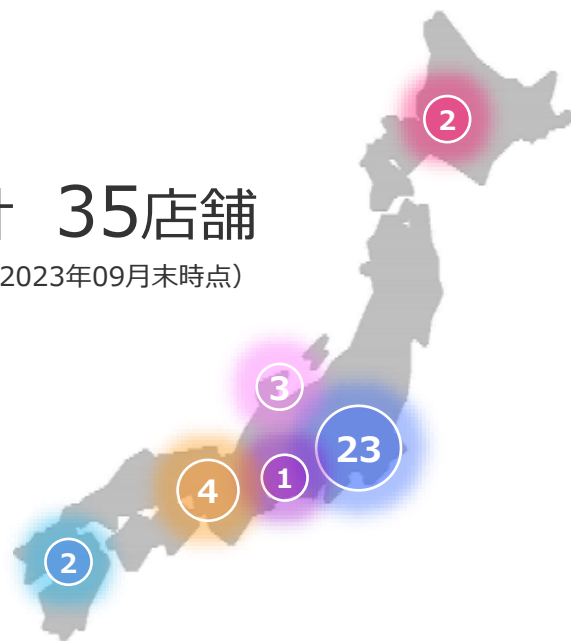


- 自らが事業者となり、@cosmeを活用したサービスを運営

## 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 35店舗  
(2023年09月末時点)



## EC

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

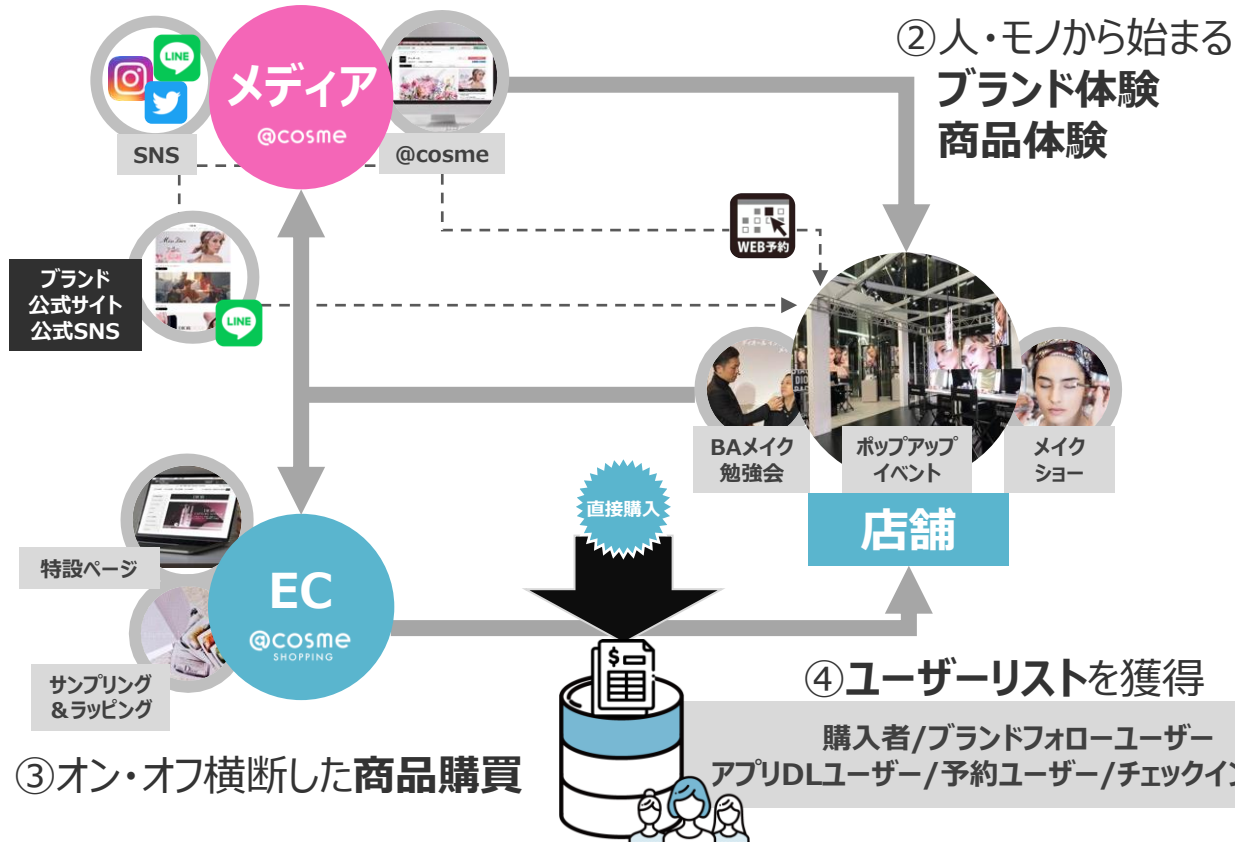
A screenshot of the @cosme SHOPPING website. A blue callout bubble in the top right corner states: 取扱商品数 47,000商品 (2023年6月末時点). The website shows a search bar, navigation tabs, and a main banner for '豆を快速に! ひんやりクール アイテム'. Below the banner is a section titled 'アイテムコレクション' with five product cards.

# 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

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

ブランド  
公式EC

EC  
@cosme  
SHOPPING

間接購入

店舗  
@cosme  
TOKYO

## 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

## 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

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 39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㎡
	名古屋タシマヤ 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) ※FY2023.2Q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：7店舗) ※FY2024.1Q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	1977年4月OPEN 2017年2月移転	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)










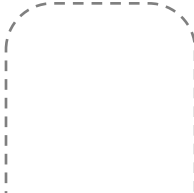
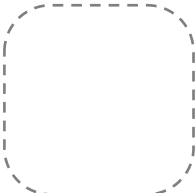



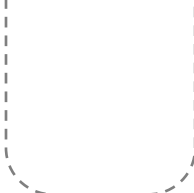
香港	East Point City store (Hang Hau)	2018年12月OPEN	191㎡
	Langham Place store (Mong Kok)	2019年10月OPEN	188㎡
	Lee Theatre store (Causeway Bay)	2019年12月OPEN	231㎡

## @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><b>宣言 1</b> 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><b>宣言 2</b> 私たちは常に中立で公正な姿勢をつらぬきます。</p> <p><b>宣言 3</b> 私たちは@cosmeメンバーの発言を最大限尊重します。</p> | <p><b>宣言 4</b> 私たちは透明性の高いサイト運営を行います。</p> <p><b>宣言 5</b> 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><b>宣言 6</b> 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

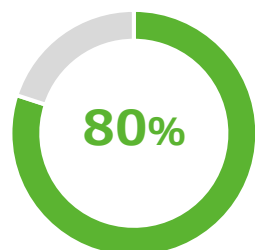


## Materiality 03

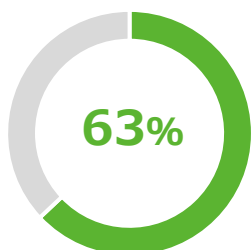


### 人材のエンパワーメント

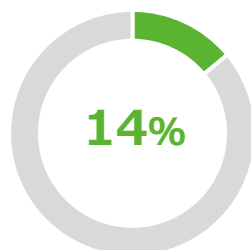
- 多様な働き方の選択肢の提供 (在宅勤務・育児休暇)
- キャリア形成を促進する人材育成制度の充実
- 人材におけるダイバーシティ促進



女性従業員



女性管理職



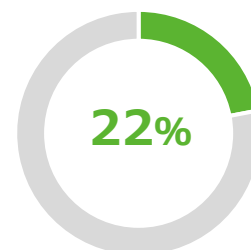
外国人従業員

## Materiality 04

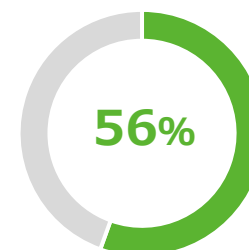


### ガバナンスの充実

- 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

※ 各数値は2023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。