

# 2024年6月第2四半期 決算説明資料



istyle

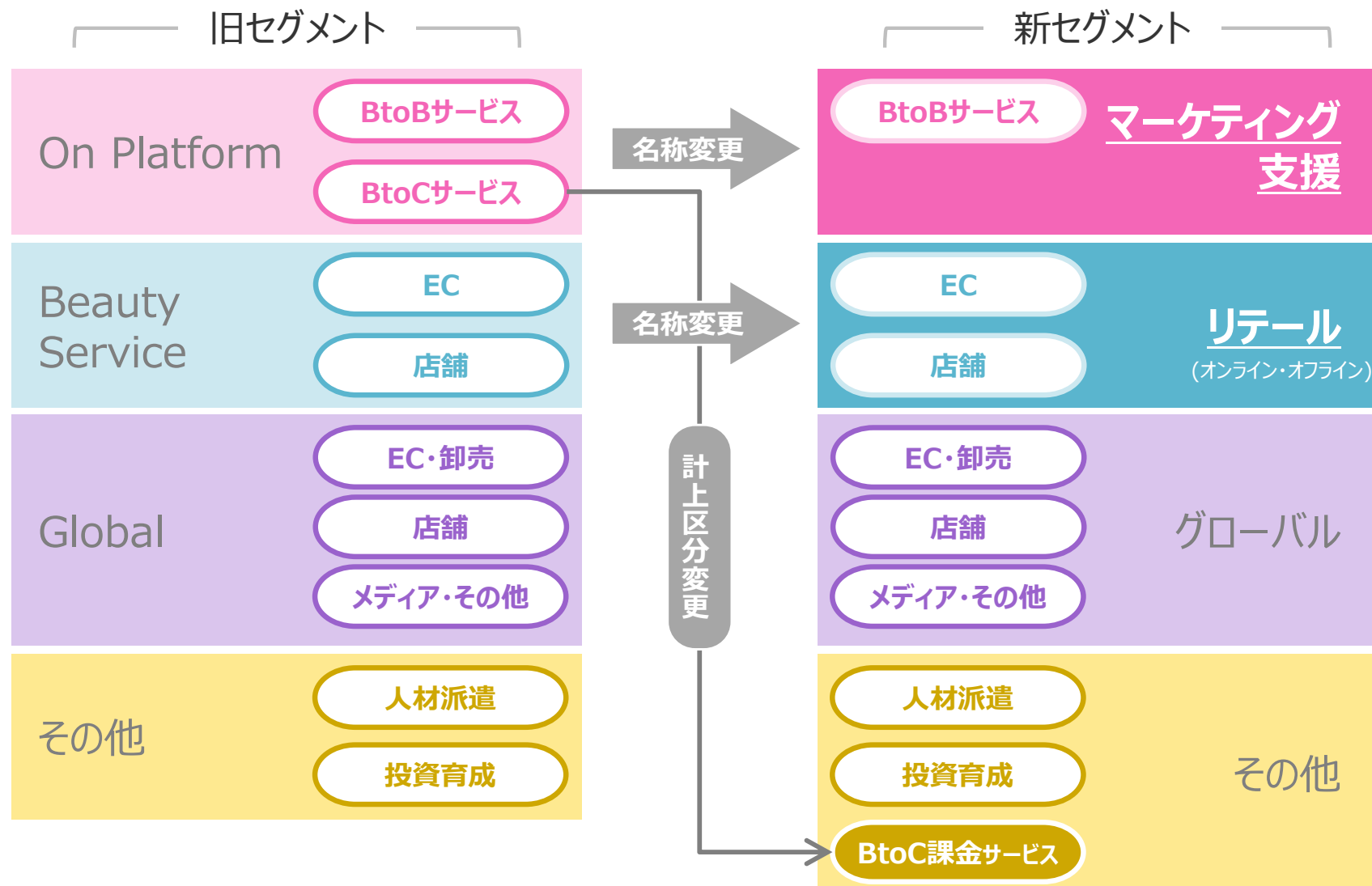
2024/02/14

株式会社アイスタイル

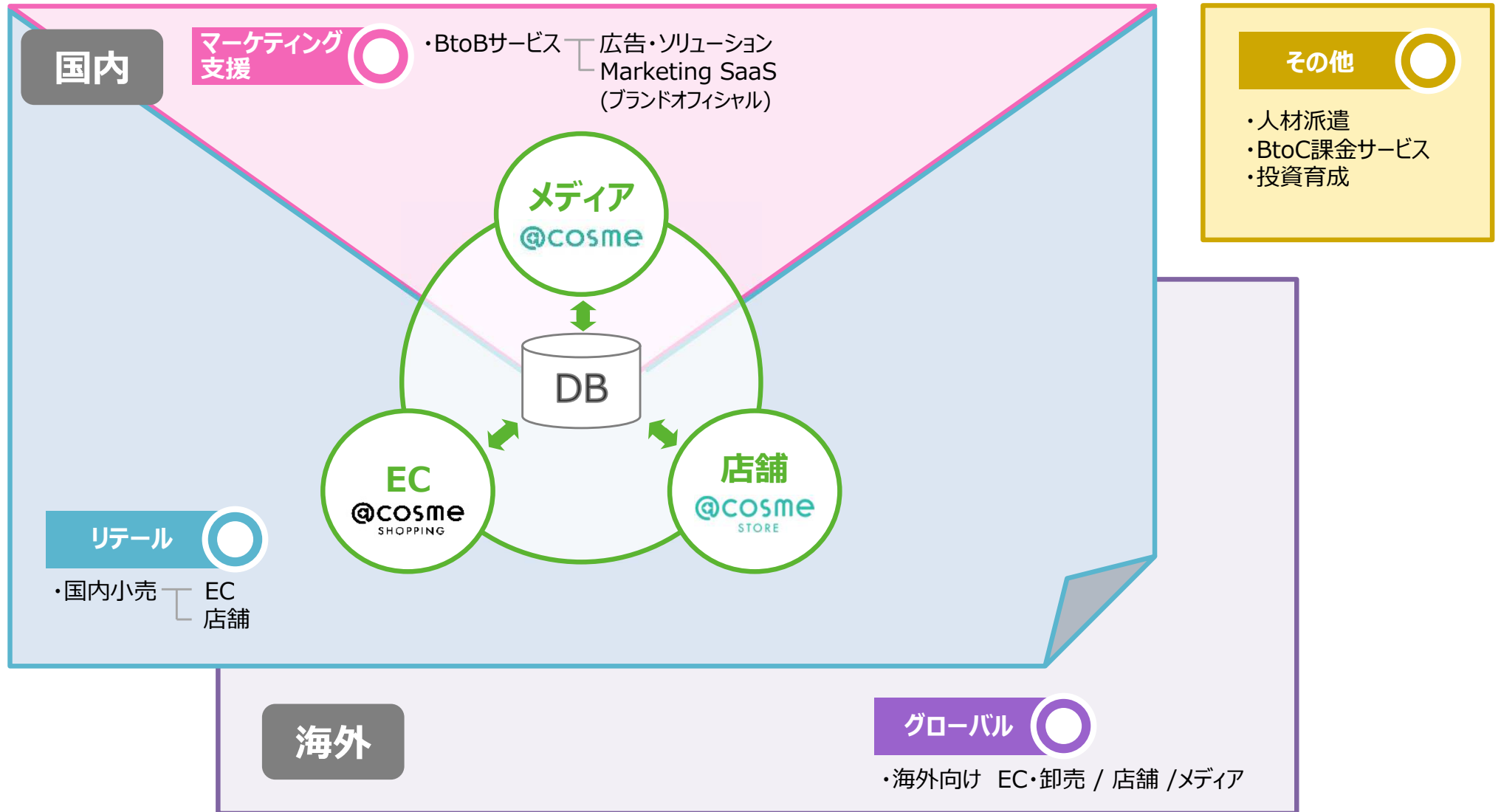
証券コード: 3660

# 【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2四半期決算概要

- 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2Q累計で**過去最高の271億円** (YoY+**33.2%**)
  - 連結営業利益はYoY+**6億円**の**8.5億円**で着地

#### マーケティング支援

引き続き売上高を更新しYoY+**12.8%**成長、利益も+**56%**の増益で着地

#### リテール (オンライン・オフライン)

EC・店舗の連携により共に成長し、売上高はYoY+**47%**の増収

↳ 店舗：新店舗「@cosme OSAKA」の寄与だけでなく、既存店も着実に成長し+**60%**増収

↳ EC：スペシャルイベント「@cosme BEAUTY DAY」が大成功に終わり+**29%**増収

利益はECにおけるプロモーション費用**1.4億円**(前期**2億円**)を吸収して+**173%**の増益

#### グローバル

売上高は中国越境ECが苦戦するも、香港店舗等が健闘してYoY△**4.2%**の減収に留める  
営業利益は、上記のとおり中国が苦戦し△**76百万円**の赤字に

# 上期累計 / ハイライト

連結



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	:	<b>27,117</b>	百万円	YoY	:	<b>133.2</b>	%
営業利益	:	<b>851</b>	百万円	YoY	:	<b>335.5</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>4,215</b>	百万円	YoY	:	<b>112.8</b>	%
営業利益	:	<b>948</b>	百万円	YoY	:	<b>156.3</b>	%

リテール



店舗の躍進や、@cosme BEAUTY DAYの成功によるECの成長で増収・増益

売上高	:	<b>19,928</b>	百万円	YoY	:	<b>147.4</b>	%
営業利益	:	<b>1,032</b>	百万円	YoY	:	<b>272.6</b>	%

グローバル



中国越境ECや韓国事業が苦戦し減収・減益

売上高	:	<b>2,108</b>	百万円	YoY	:	<b>95.8</b>	%
営業利益	:	<b>△76</b>	百万円	YoY	:	<b>△87</b>	百万円

その他



人材派遣において業界全体で美容人材が不足しており若干の減収

売上高	:	<b>865</b>	百万円	YoY	:	<b>96.0</b>	%
営業利益	:	<b>102</b>	百万円	YoY	:	<b>82.5</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

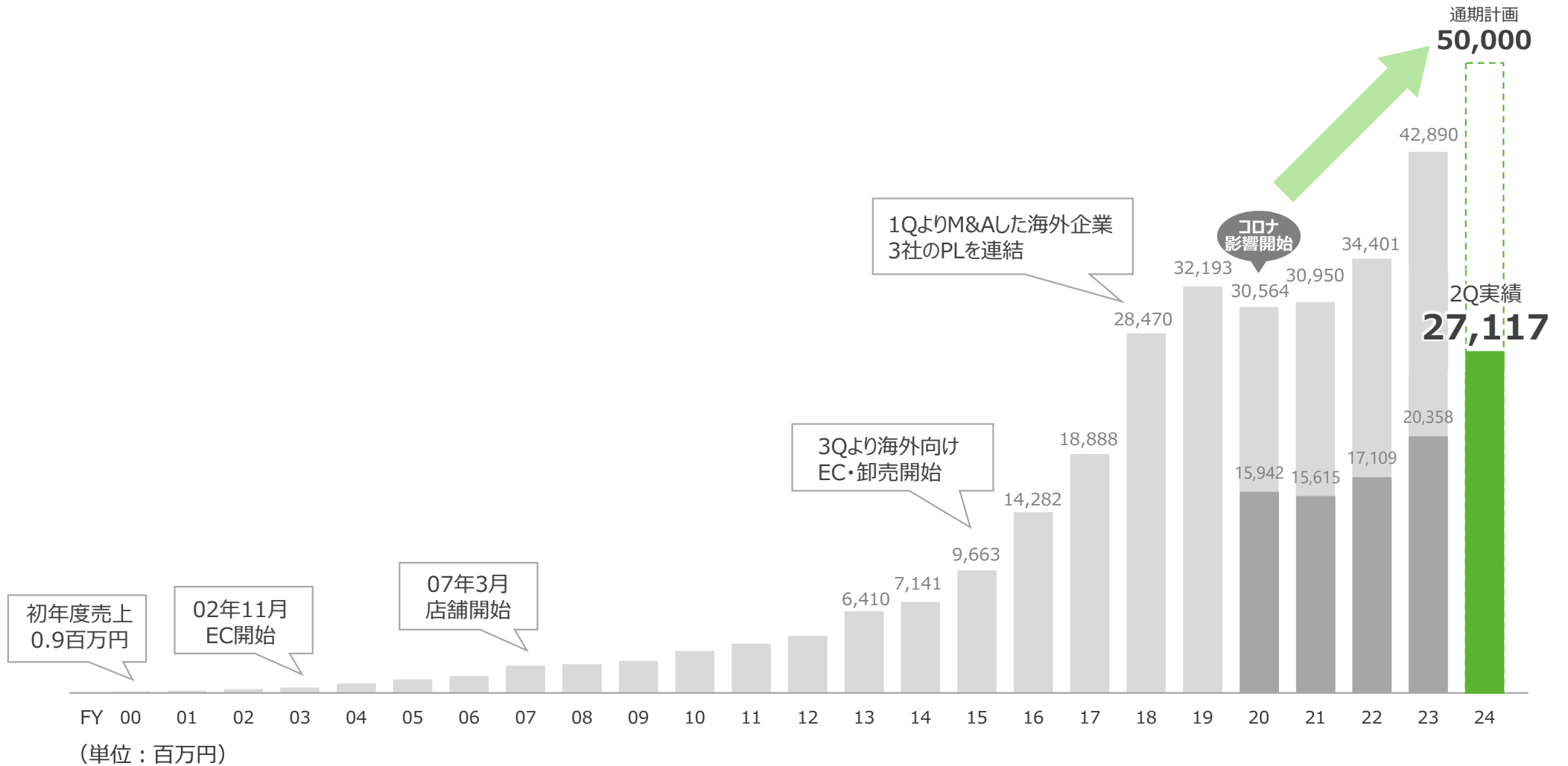
# 上期累計 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

- 実績は期初計画を上回って好調に推移 (通期見通しはP30を参照)

(単位: 百万円)	2024年6月期 2Q(7~12月)	2024年6月期 通期業績予想	進捗率	2023年6月期 2Q(7~12月)	前年同期比
売上高	27,117	50,000	54.2%	20,358	133.2%
売上総利益	11,842	-	-	9,232	128.3%
販売管理費	10,991	-	-	8,978	122.4%
営業利益	851	1,200	70.9%	254	335.5%
経常利益	808	1,000	80.8%	18	+791
親会社株主に帰属 する純利益	482	700	68.8%	△36	+517

# 連結売上高 / 年別推移

- 過去最高の連結売上高を更新

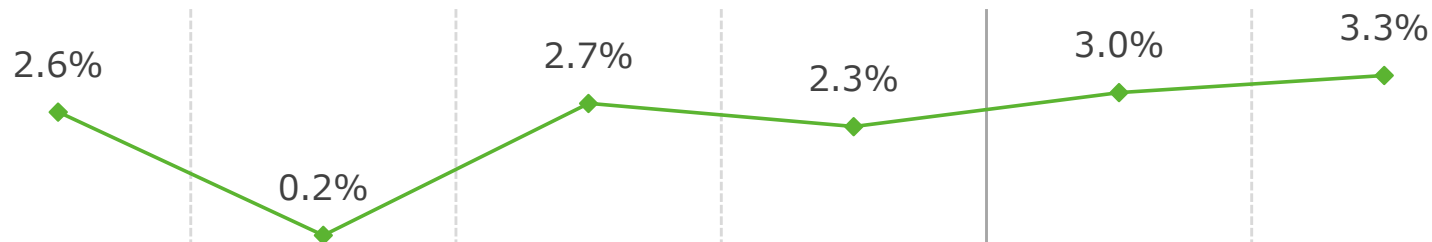




# セグメント別売上高 / 四半期別推移

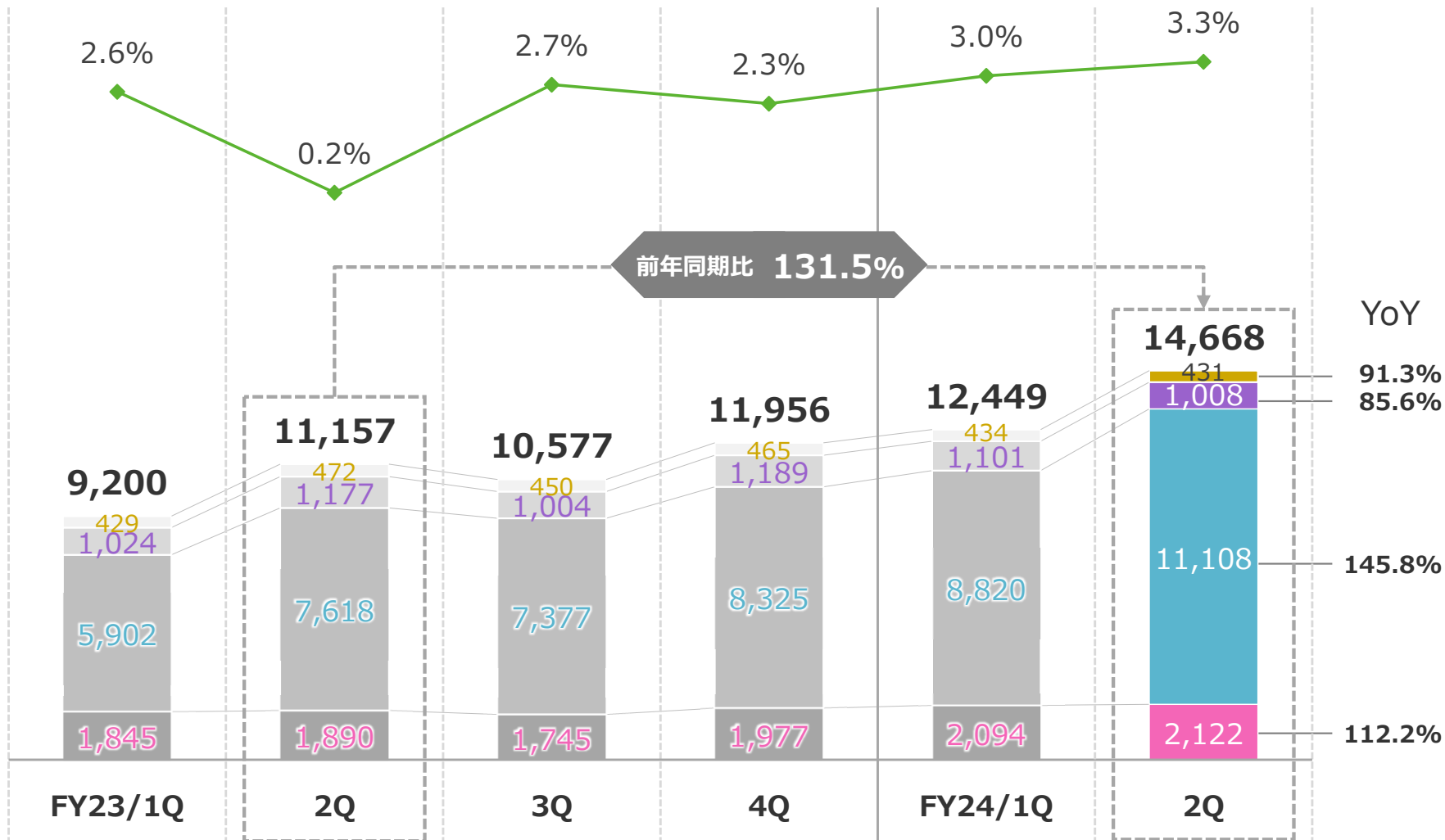
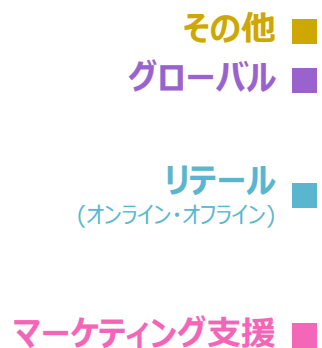
- リテールが連結業績を牽引し、過去最高の四半期売上高を更新

## 連結営業利益率



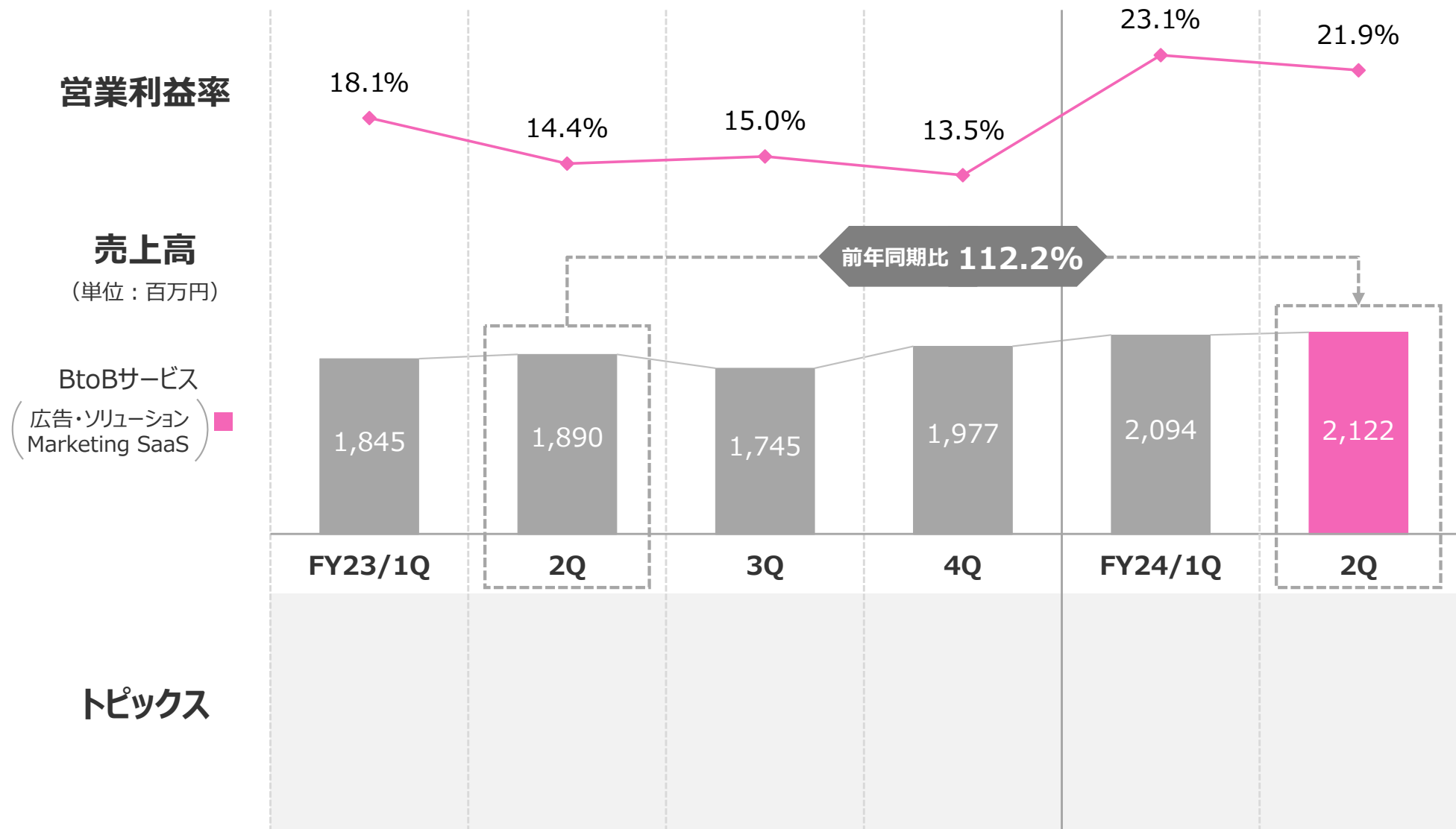
## 売上高

(単位：百万円)



# セグメント別売上高 / 四半期別推移

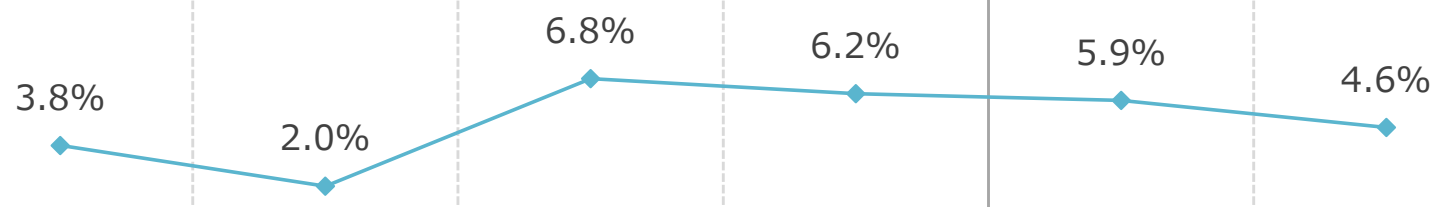
- 売上高：引き続きリテール販促と、それと連携した広告・ソリューションが伸長し、**過去最高の四半期売上高を更新**
- 営業利益率：増収でYoY改善。人員強化等の影響でQoQ減少も想定線



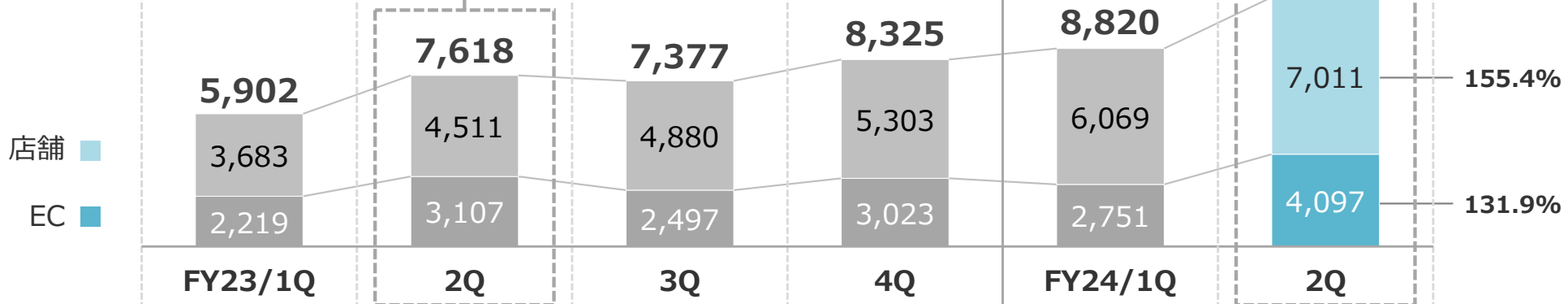
# セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：店舗は、**新店寄与と既存店成長で大幅増収** (2Qから@cosme OSAKAを3ヵ月分計上)  
ECは、@cosme BEAUTY DAYの成功で**四半期として初の40億円超えを達成**
- 営業利益率：@cosme BEAUTY DAYの 프로모ーション費用1.4億円等でQoQ減も、増収でYoY改善

## 営業利益率



## 売上高 (単位：百万円)



## 期末時点 直営店舗数

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

## トピックス

<b>[開店]</b> ルミネ横浜店：9月	<b>[M&amp;A]</b> 東京小町4店舗：10月  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)	<b>[閉店]</b> T-SITE COSME 枚方店：3月	ECのイベント「@cosme SPECIAL WEEK」開催	<b>[開店]</b> @cosme OSAKA：9月 (ルクア大阪店からのリニューアル)  <b>[M&amp;A]</b> Cosmeticsシドニー7店舗：7月  <b>[閉店]</b> アビタタウン金沢ベイ店：8月	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)
--------------------------	--	------------------------------------	--------------------------------	--	---

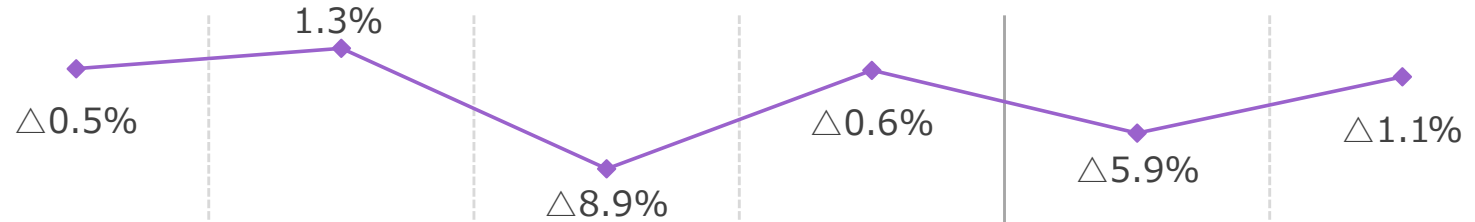
※ 3日間限定のECスペシャルイベント



# セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：【EC・卸売】中国越境ECが、現地における市場環境の悪化により減収
- 営業利益率：中国・韓国が不調もQoQでは赤字幅を改善

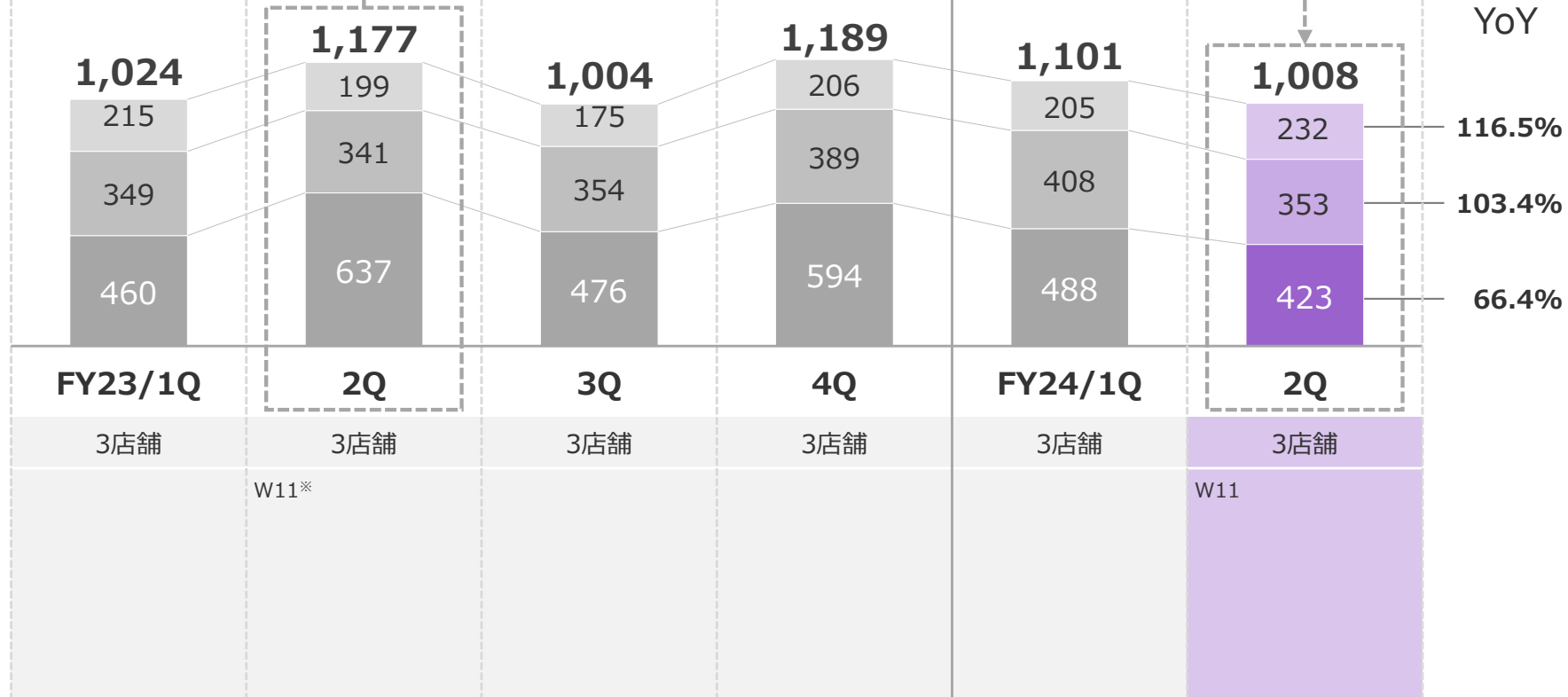
## 営業利益率



## 売上高

(単位：百万円)

- メディア・その他
- 店舗
- EC・卸売



期末時点  
店舗数

3店舗

3店舗

3店舗

3店舗

3店舗

3店舗

W11\*

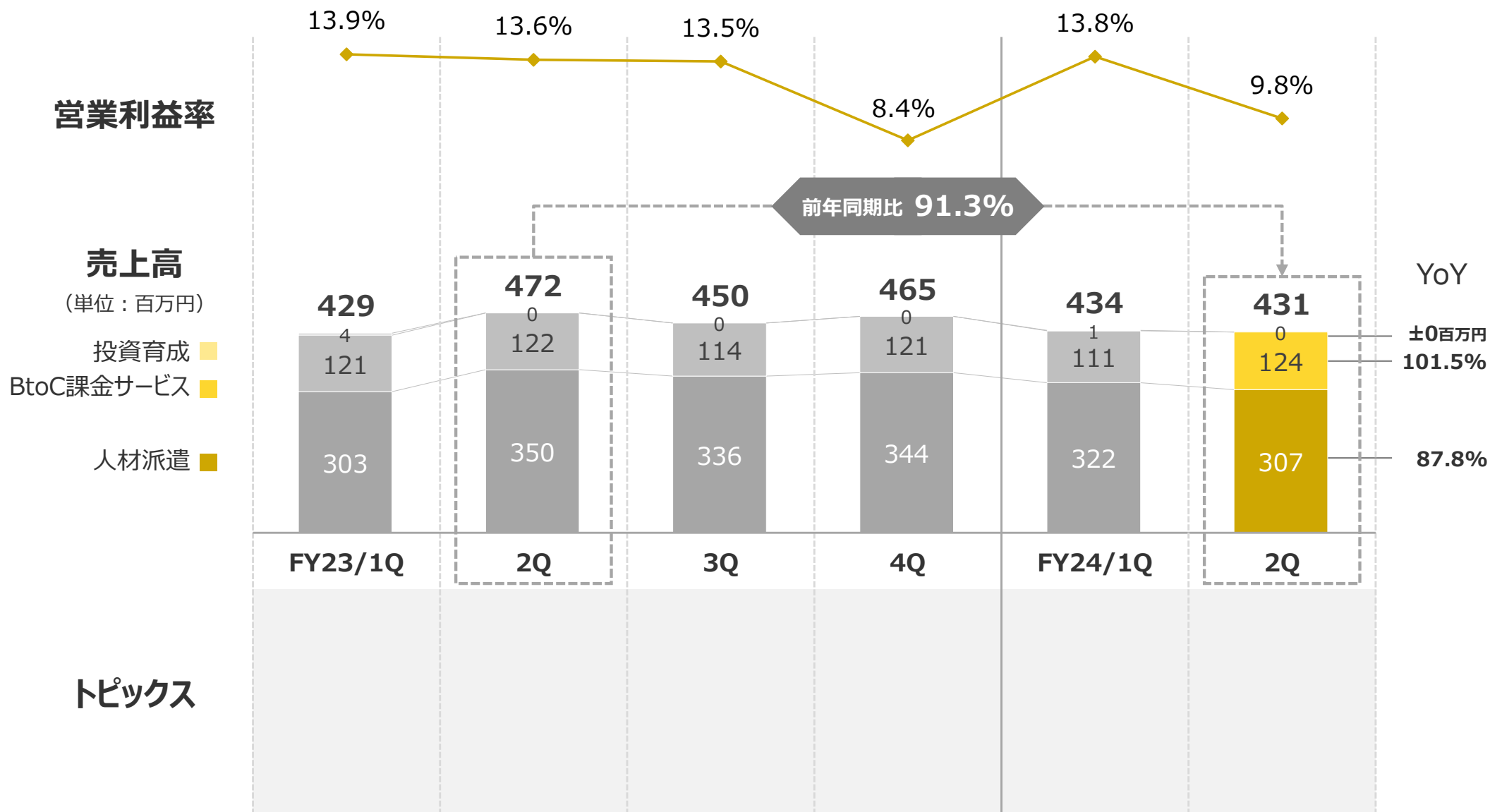
W11

## トピックス

※ 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)

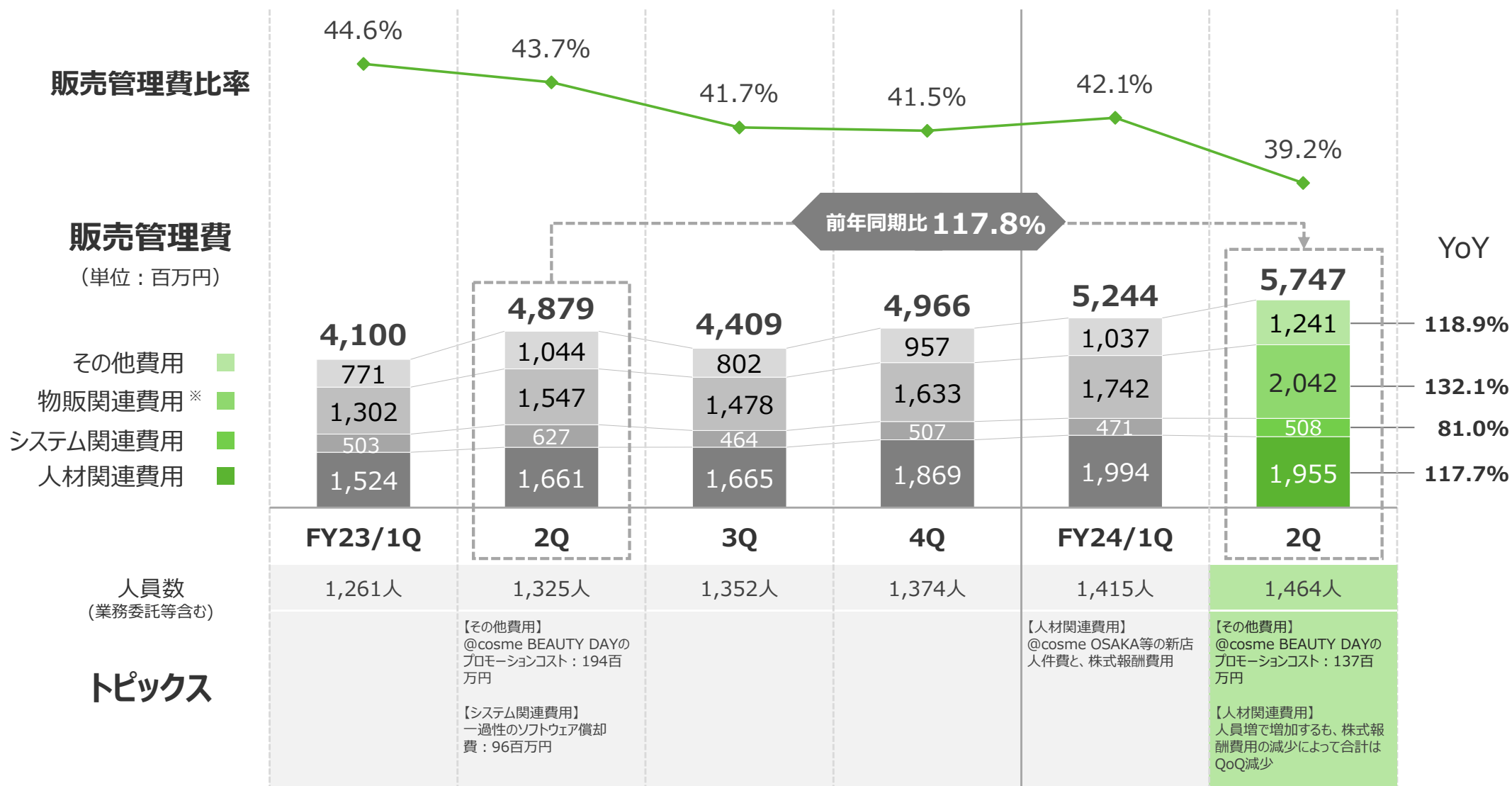
# セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 人材派遣において、業界全体で美容人材が不足しており減収・減益



# 販売費及び一般管理費 / 四半期別推移

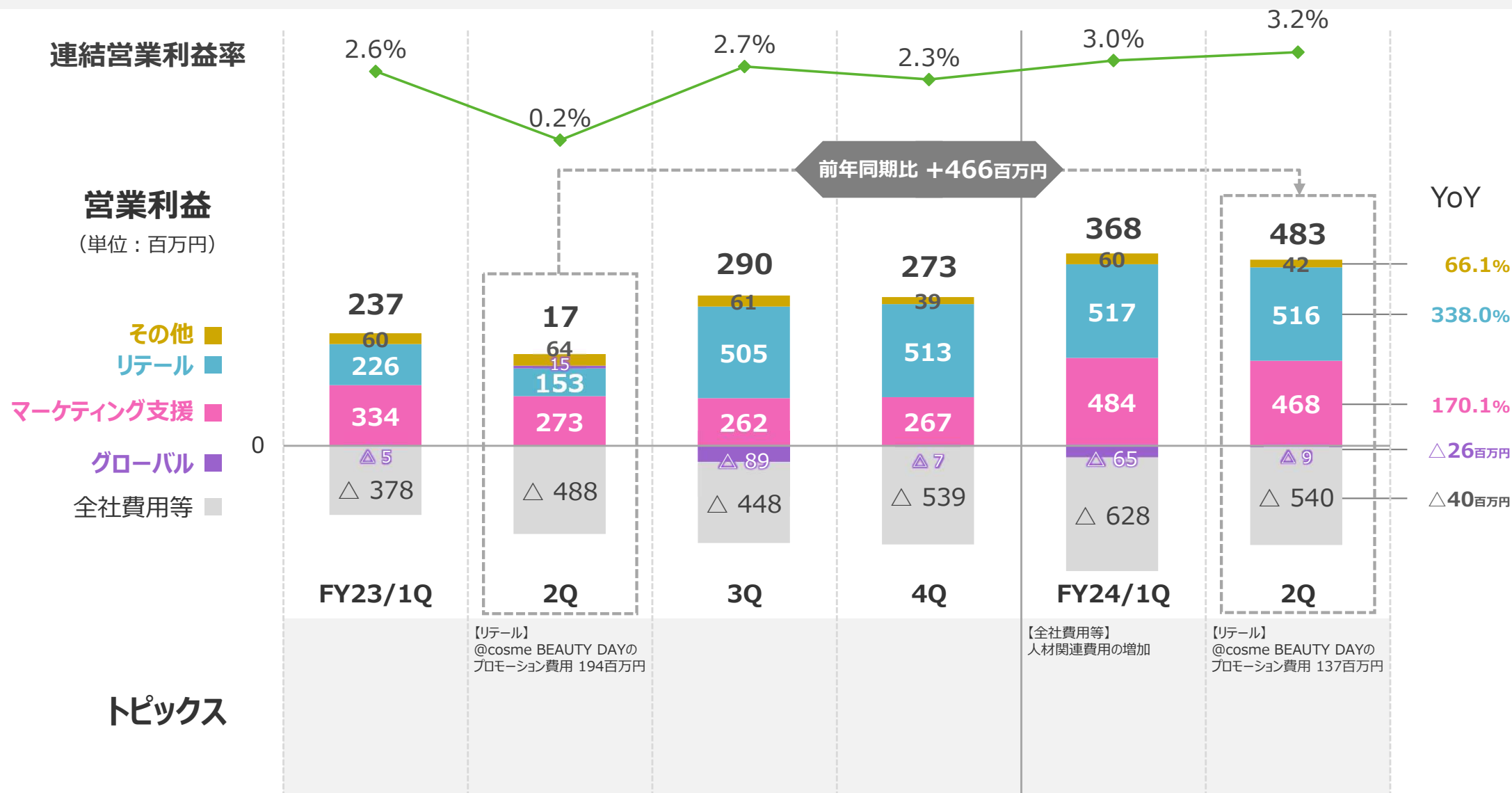
- リテール事業の急伸により販管費比率は減少



※ 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

- 収益性向上によりYoYで大幅改善
- 2Q支出のプロモーション費用(1.4億円)を含めてもQoQで増益

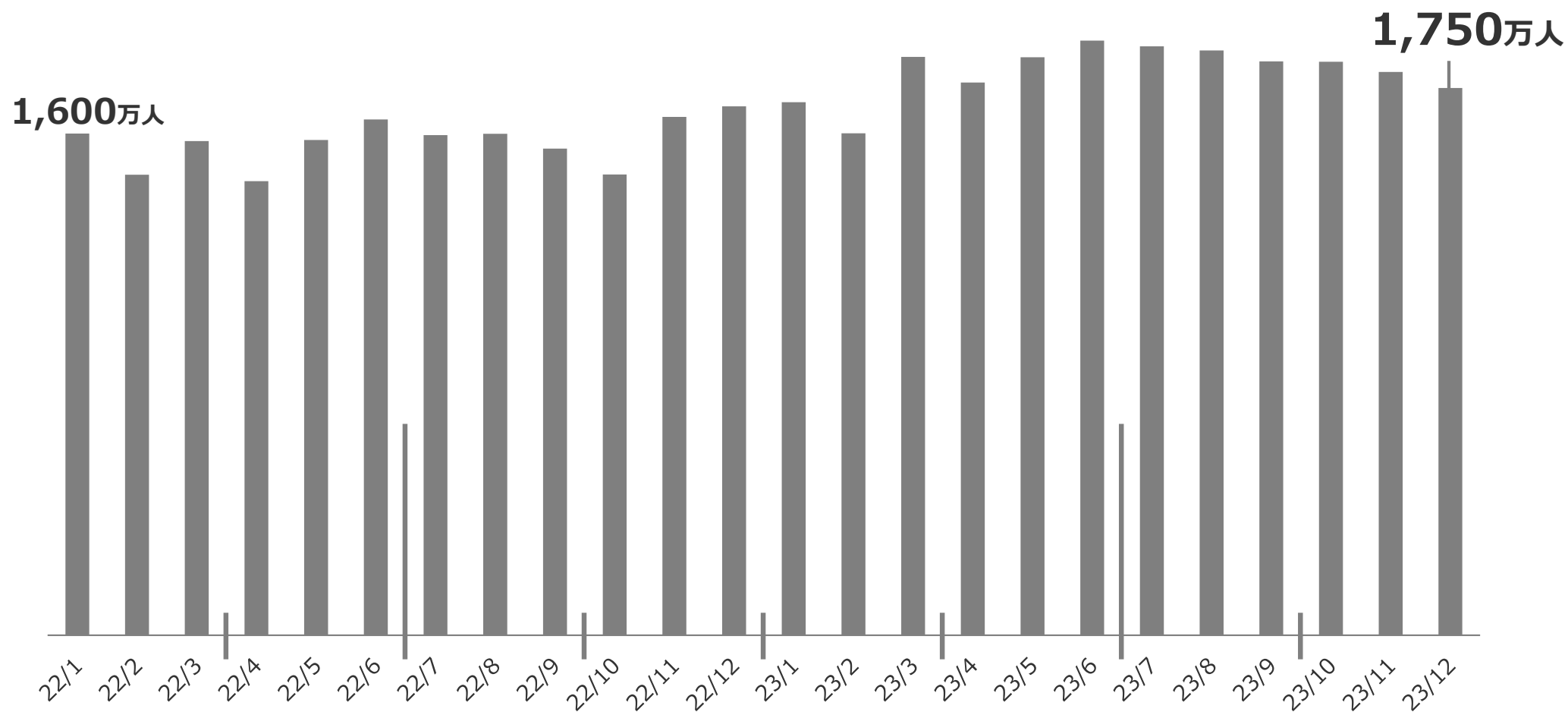


## 直近の運営サービスの状況



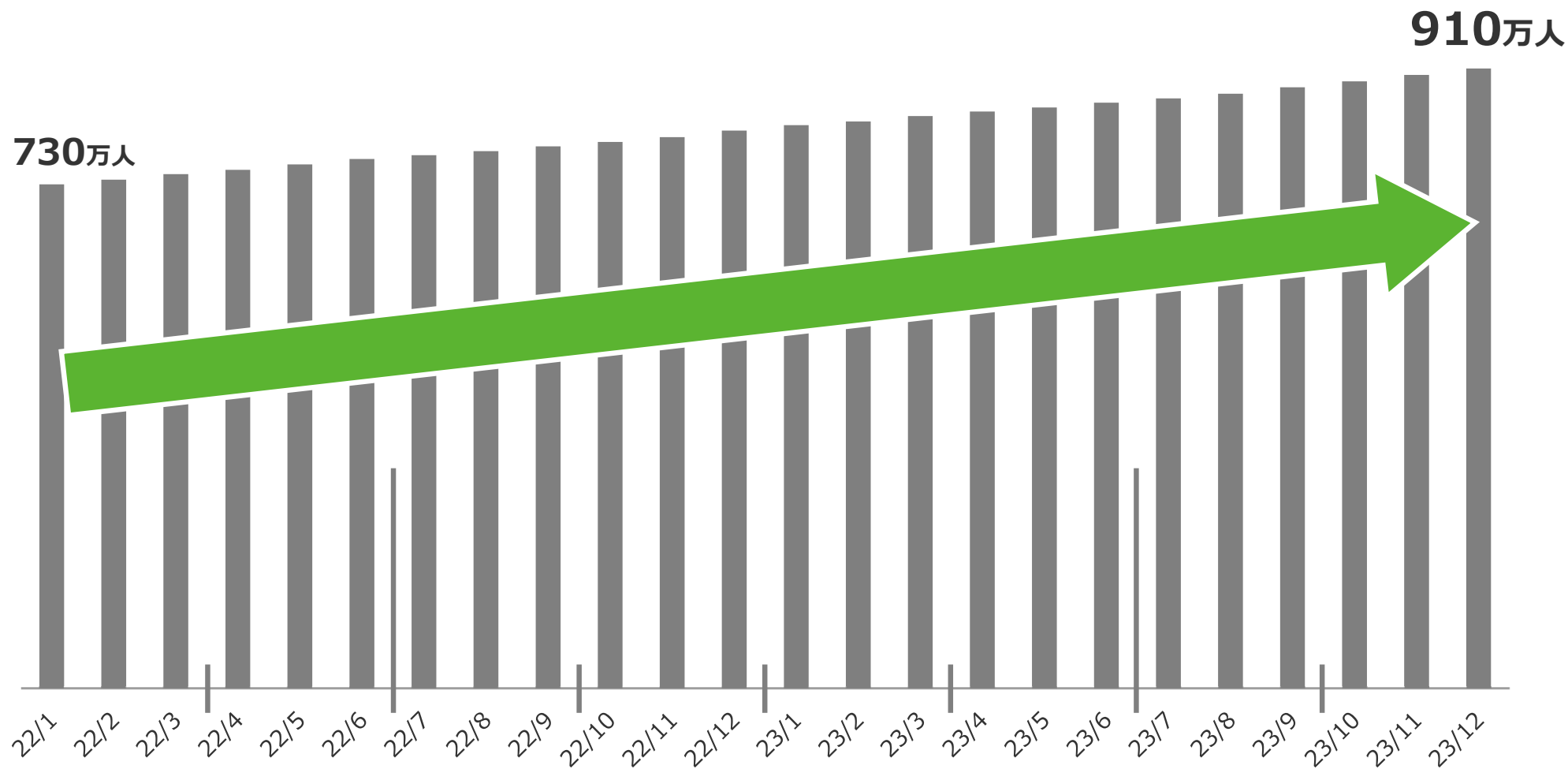
# @cosmeの月間ユニークユーザー数(MAU)の推移

- QoQで若干減少するも、昨対比では増加し引き続き高い水準をキープ



# @cosmeの会員数※の推移

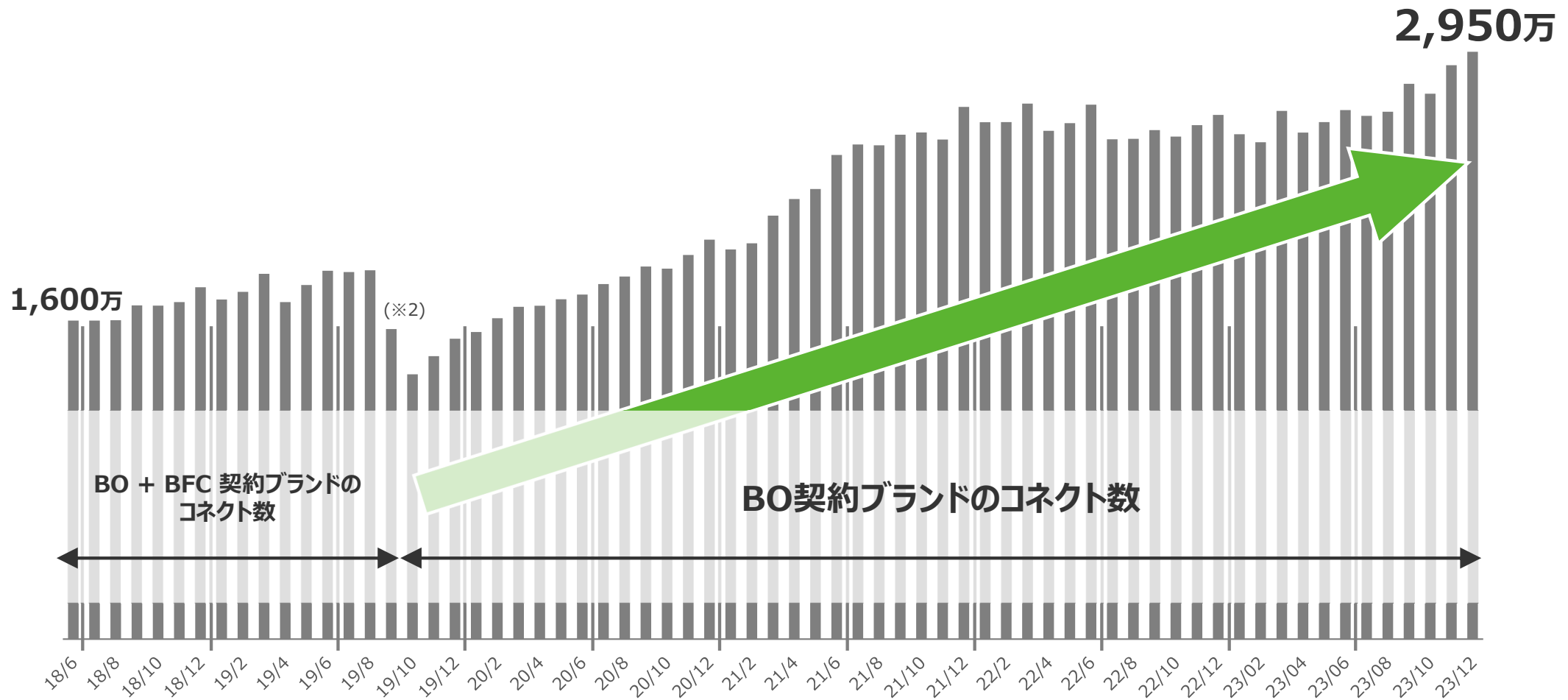
- 会員数は引き続き増加傾向



※ 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

- MAUが若干減少する一方で、ユーザーアクションの活性化により飛躍的に向上
- 中長期の成長ドライバーであるため、マネタイズを加速させる（詳細はP32参照）



※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

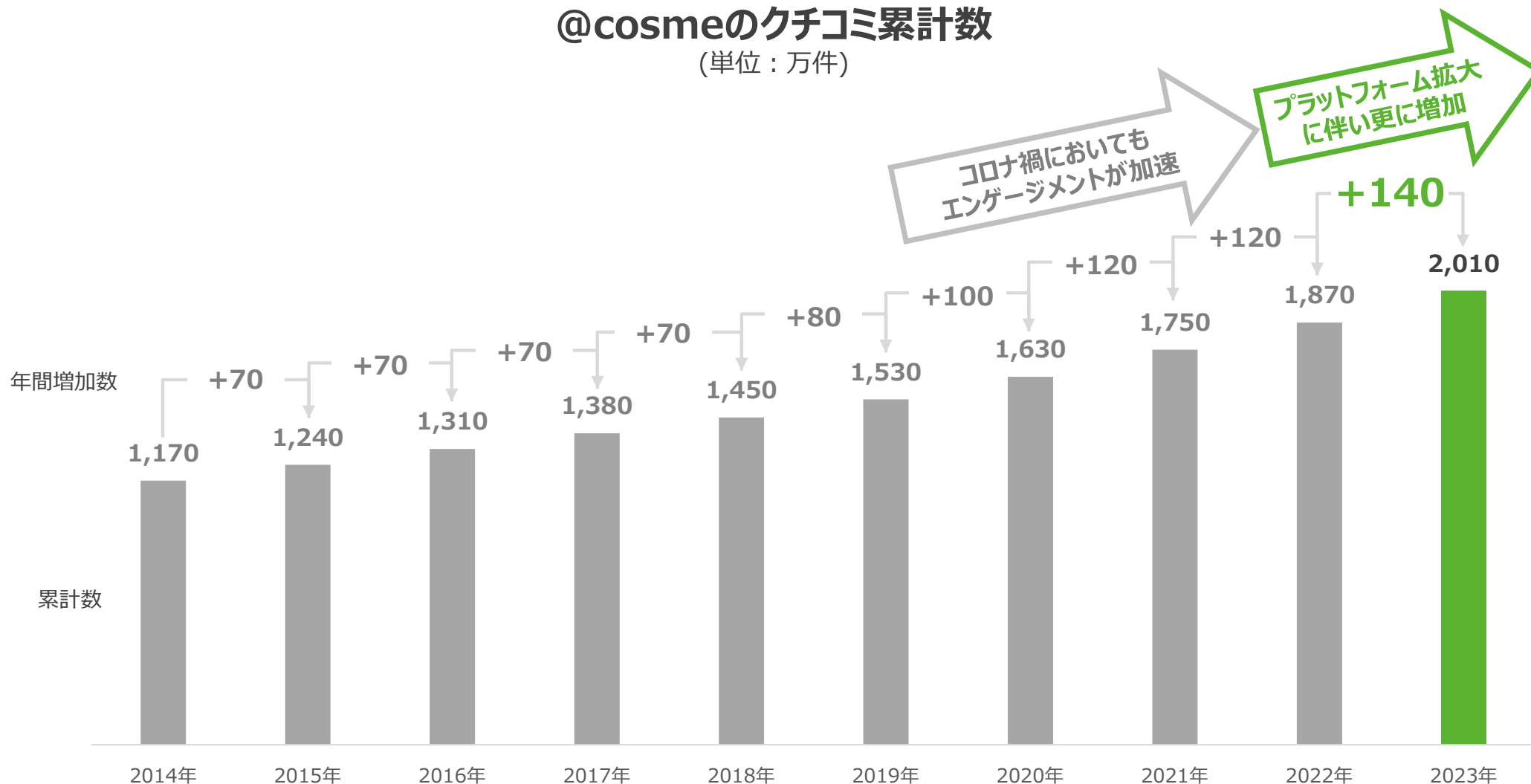
※2 2019年9月末のブランドオフィシャルの前身である旧サービス「ブランドファンクラブ」の提供終了に伴う減少

# @cosmeのクチコミが2,000万件を突破

- ユーザーとブランドの出会いを創出するプラットフォームの拡大に伴い、**年間クチコミ数も増加傾向**
- SNS活況な時代においても、**公正中立で信頼を軸としたメディアの価値は不変**

## @cosmeのクチコミ累計数

(単位：万件)



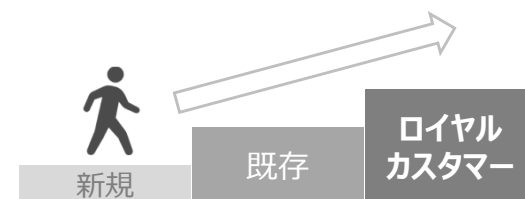
# @cosmeの25周年キャンペーン「@cosme 25<sup>th</sup> ANNIVERSARY」

- 2024年3月から@cosmeの25周年を記念したユーザー向けキャンペーンを実施予定
- ユーザーとブランドの出会いを創出し、エンゲージメントを加速させる



## ユーザーへの感謝と共に、新しい体験を提供

- この機会に、既存に加え新規ユーザーへもアプローチし  
毎日訪れたいユーザー体験の入り口に



- 見るだけに留まらない、ブランドへのアプローチを促進



※ 詳細については後日発表予定のプレスリリースにて記載

## 2024年6月期上期の振り返り

# 2024年6月期上期の主要サマリー

- 上期を経て見えた実績と課題を各セグメントで整理

## マーケティング 支援

- 過去最高の売上高を記録
- プラットフォーム連携が進み、その価値が業績に反映

## リテール

- 店舗：@cosme OSAKAで新しい旗艦店モデルを確立  
既存店もYoYで堅調な推移
- EC：@cosme BEAUTY DAYを起点に成長  
Amazon.co.jpにストアオープンし好調なスタート

## グローバル

- 中国越境EC：市場環境の悪化に対して対応中
- 香港・台湾：@cosmeブランドの浸透が進み着実に成長

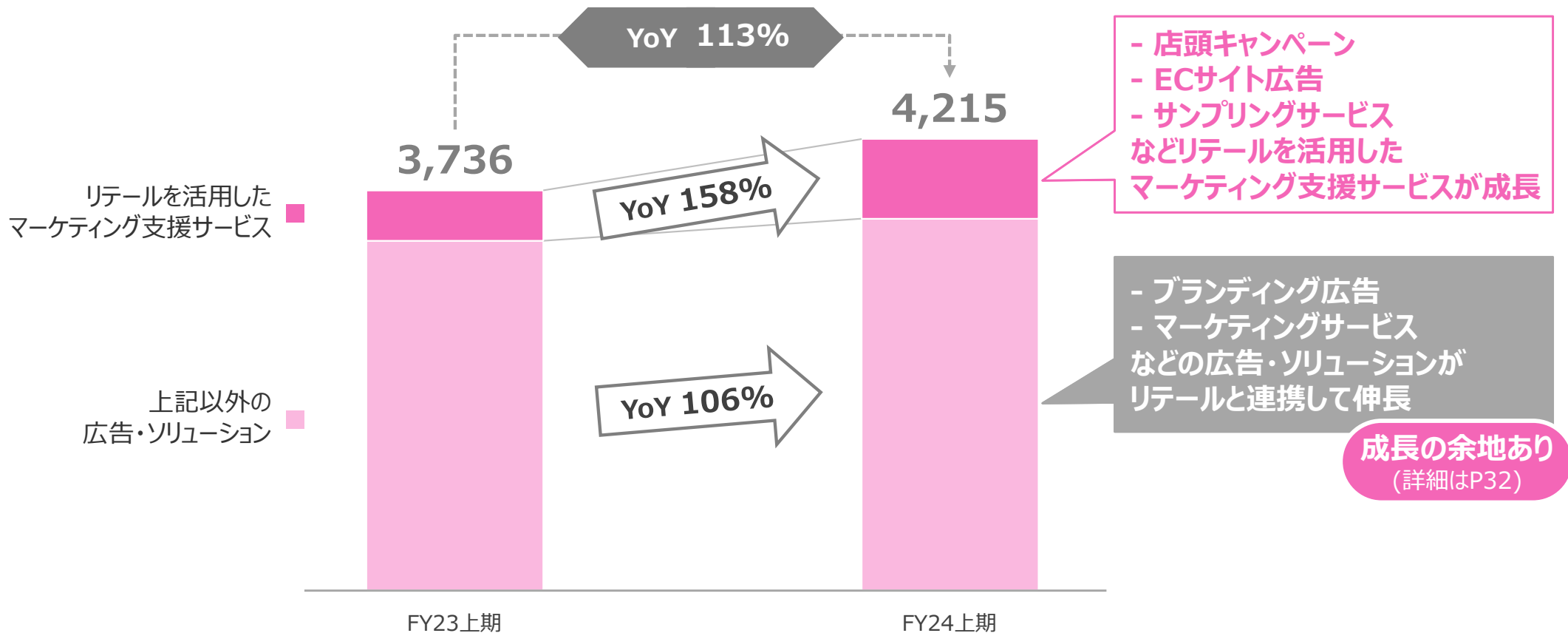
## KPI

- プラットフォームの拡大や、マーケティング戦略が功を奏した結果  
ユーザーアクションが増加し業績に寄与（詳細はP16～P20参照）

- リテールを活用したマーケティング支援サービスが成長。アイスタイルだけが提供できる価値が確立

### マーケティング支援の売上高

(単位：百万円)



- 店頭キャンペーン  
- ECサイト広告  
- サンプルサービス  
などリテールを活用した  
マーケティング支援サービスが成長

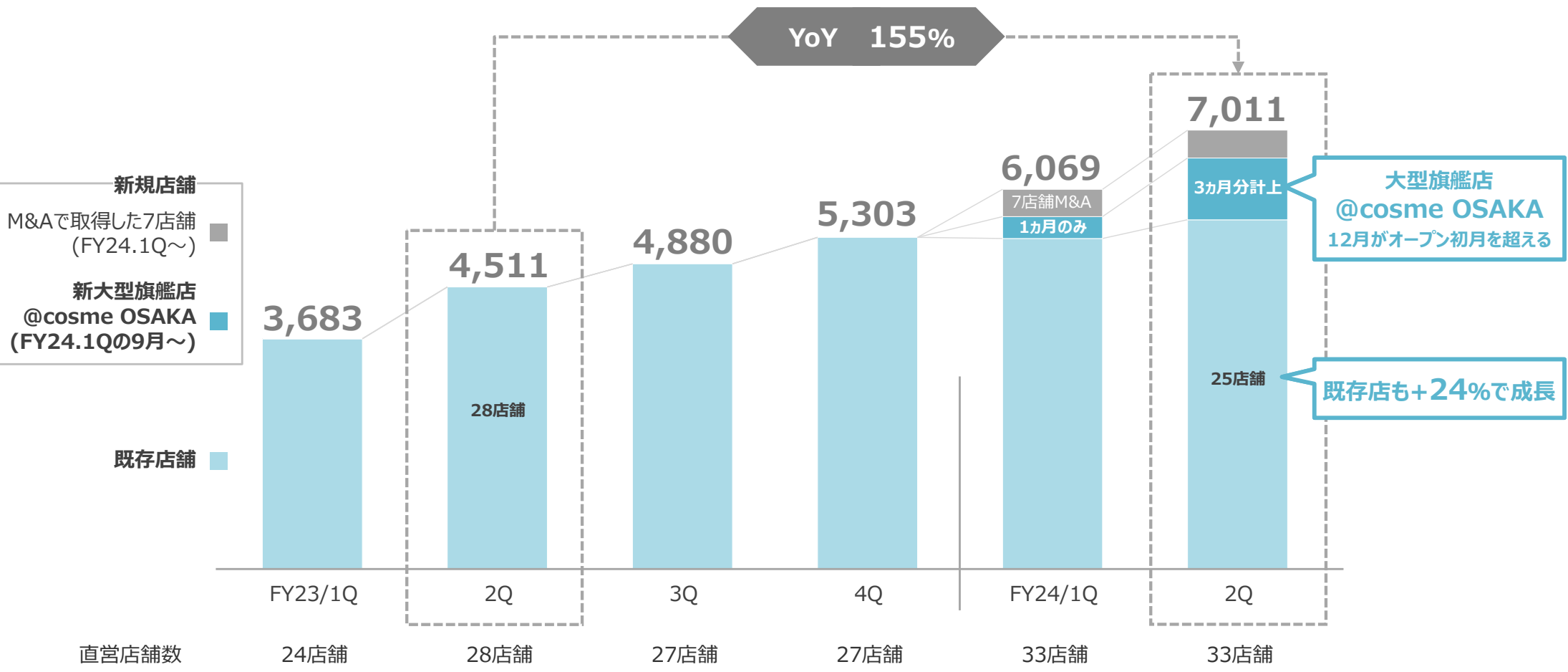
- ブランディング広告  
- マーケティングサービス  
などの広告・ソリューションが  
リテールと連携して伸長



# 店舗：「@cosme OSAKA」など新規店の底上げ及び既存店の成長

- 「@cosme OSAKA」がオープン初月を超える月販を達成。商業施設内の大型旗艦店としての成功モデルを確立
- 既存店も着実に成長し、マーケットにおけるシェアとプレゼンスを拡大

## 店舗の売上高 (単位：百万円)



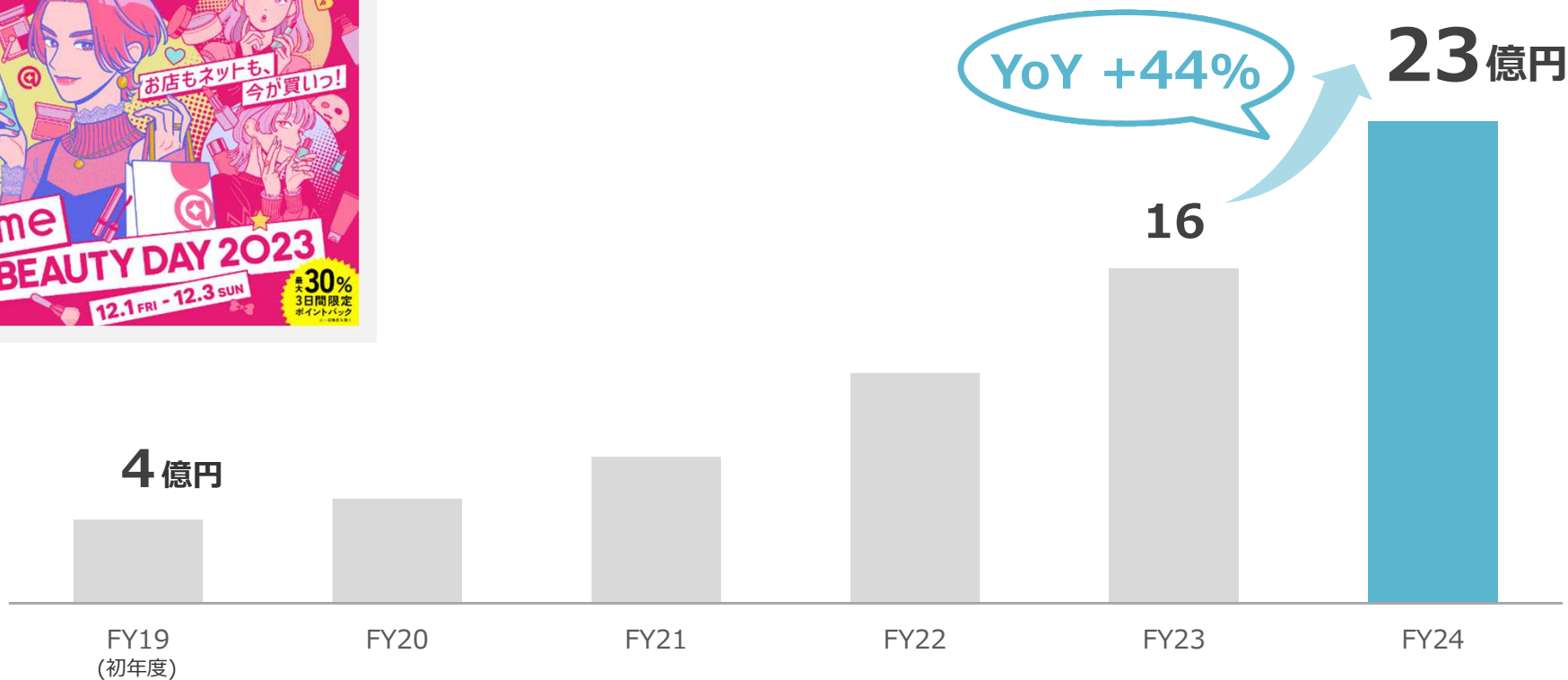


- 当イベントを2Q(12月)に実施し、**過去最高の流通総額※を記録** (店舗も同時開催)
- イベントを通じて**新規会員の獲得やユーザーアクションの活性化が推進**

## @cosme BEAUTY DAY 流通総額

(店舗分を含む)

【イベントのキービジュアル】

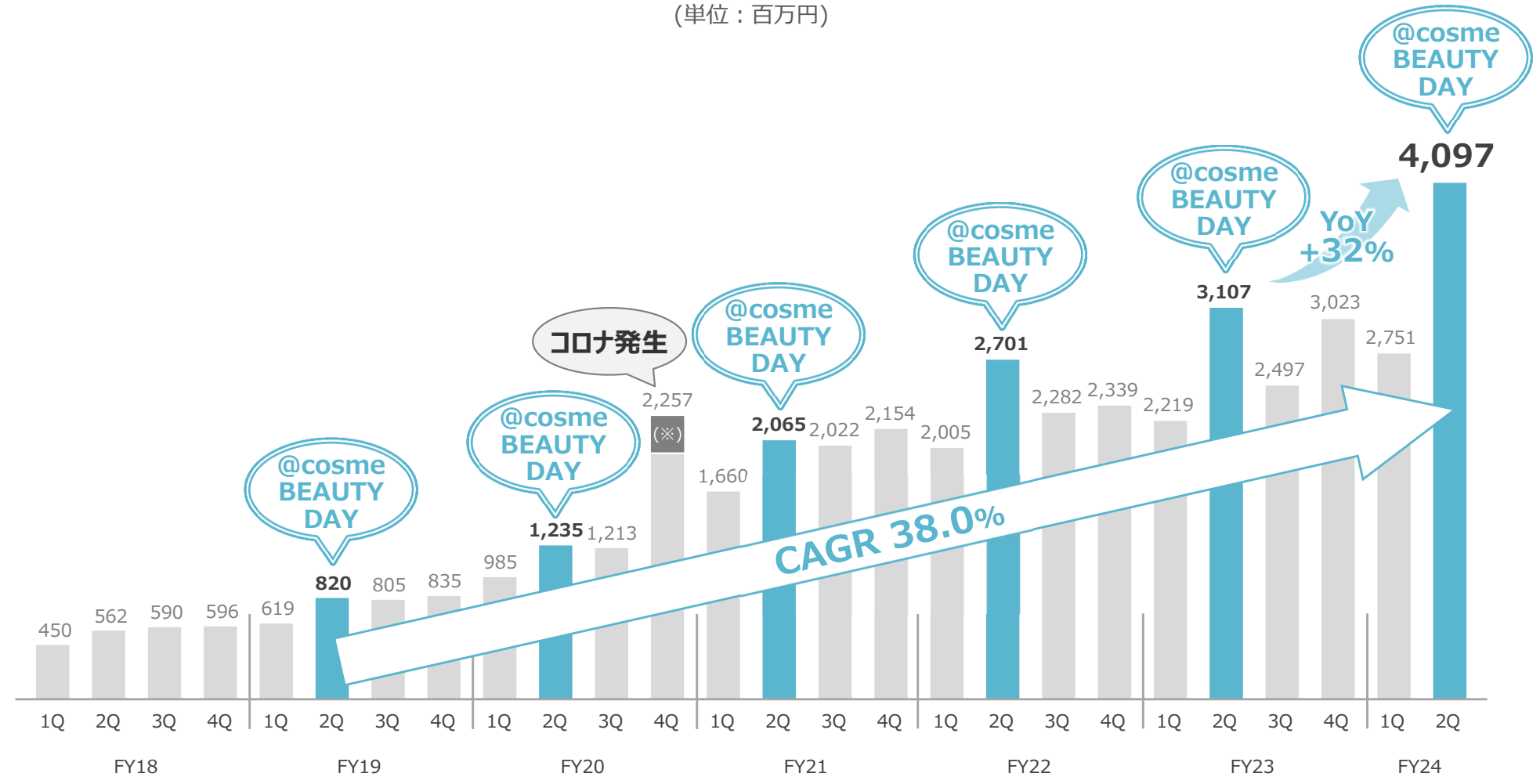


※ 流通総額からポイント発行分を差し引いたものを会計上の売上高として計上

# EC : 「@cosme BEAUTY DAY」をドライバーに成長加速

- イベントや店舗との連携施策によりレッドオーシャンなEC市場の中でも驚異的な伸びを記録
- 明確な購買機会としてイベントを年単位で計画し、イベントを起点に一過性ではない売上水準の拡大へ

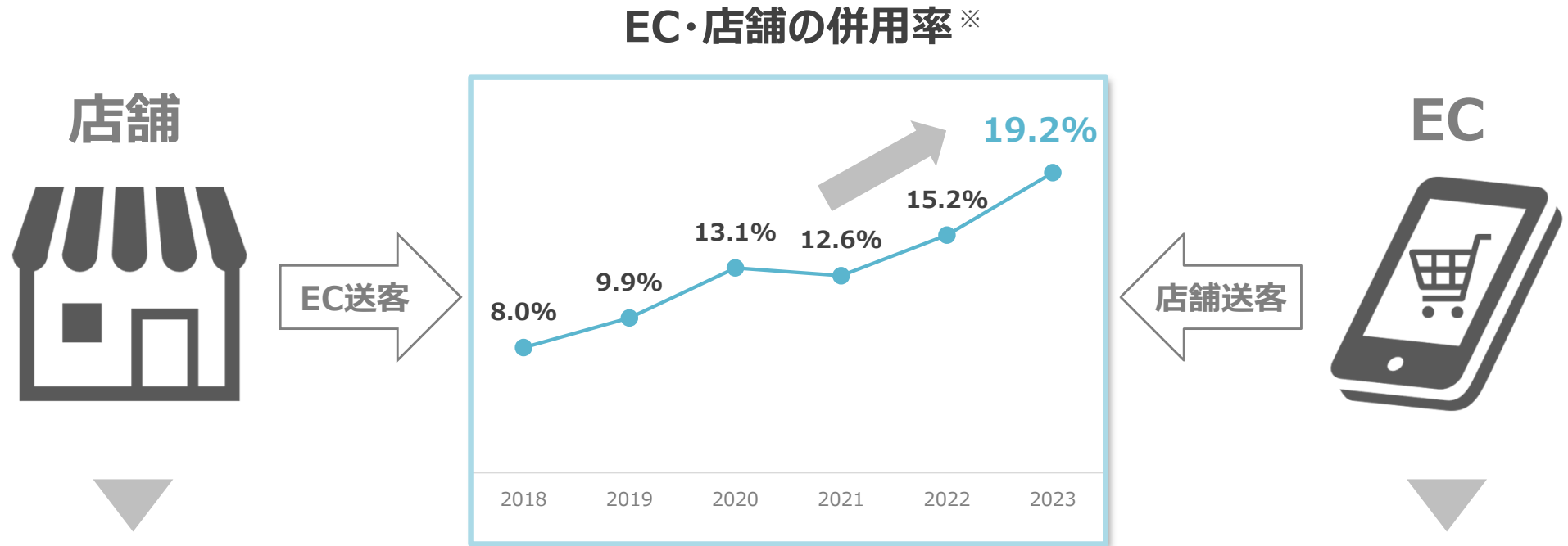
ECの売上高  
(単位：百万円)



※ 普段ECに商品を卸さないメーカーが、緊急事態宣言中限定で店舗を持つ企業の運営するECに対してのみ販売を許可した商品の売上高

リテール  
(オンライン・オフライン) **オンライン・オフラインを一気通貫した施策でEC・店舗とも大幅成長**

- 長年続けてきた**オンライン⇔オフラインの商品体験**がリテール全体の業績として顕在化
- 店舗でのアプリユーザー促進、メディア・ECからの店舗誘導、ブランドによるメディア・EC・店舗を横断したキャンペーン 等



**YoY +55%**  
(FY24.2Q)

**EC・店舗の連携が進んだことで  
ともに大きく成長**

**YoY +32%**  
(FY24.2Q)

※ 該当年度の12月におけるEC・店舗の総利用者数のうち、EC・店舗のいずれかを利用し、かつ過去1年以内に他方を利用したユーザーの割合



# Amazon.co.jp上に「@cosme SHOPPING」をオープン

- 2023年11月22日にオープンし、**好調なスタートを切る** (当該業績はリテール事業のECに計上)
- より多くのお客様に豊かな商品体験を届けるべく、**これからも取り扱いブランド・商品を順次拡大**

## 【サイト画像の抜粋】



## 【参画ブランド】※五十音順

ANNA SUI



shu uemura



PARFUMS DE LA BASTIDE  
Aix en Provence

HERA

RENE  
FURTERER  
PARIS

ROGER & GALLET  
RUE SAINT-HONORÉ • PARIS

# 香港・台湾で着実に広がる@cosmeブランド

- 現地において@cosmeブランドが浸透し、香港店舗・台湾メディアともに業績が好調に推移
- さらに認知拡大するため、日本で実現している商品体験や世界観を伝えるポップアップストアを実施

## 香港



香港の尖沙咀にあるK11アートモールにて開催 (2024/1/19-2/1)

## 台湾



台湾の台北にある新光三越にて開催 (2023/11/8-11/20)

# 今期の連結業績予想に対する考え方

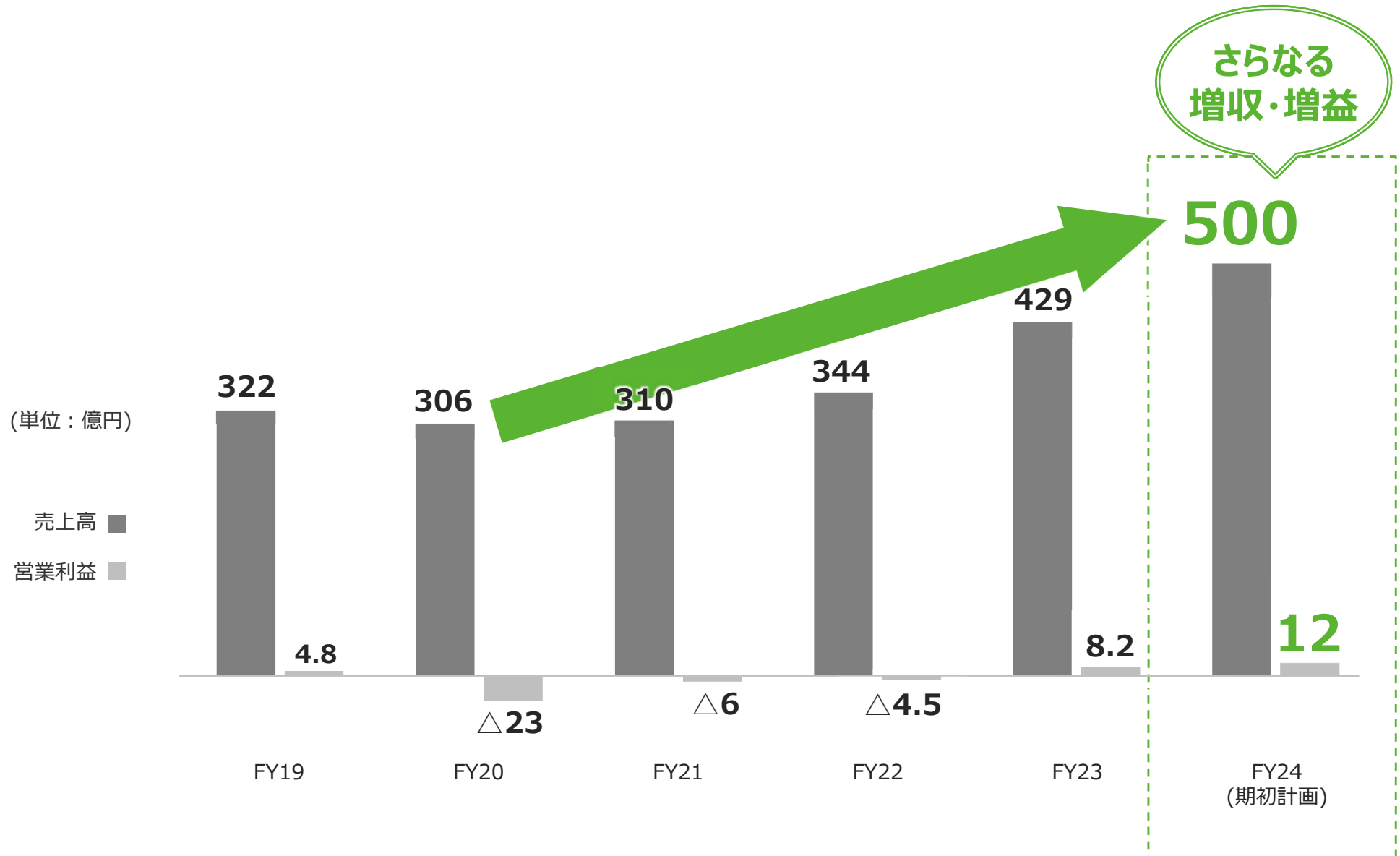
- 期初計画よりも上期実績は好調に推移。一方で中長期成長への投資も並行しており今期予想を精査中

	期初計画との主な差異	時期	現状の見立て
上振れ要因	@cosme OSAKAや@cosme BEAUTY DAYによるリテール事業の飛躍的成長	1Q~	引き続き期初計画を上回って進捗する見込み
計画外コスト	EBITDAの上振れでSO行使条件を達成し株式報酬費用が追加発生	1Q~	当該費用をカバーして好調に推移
	中長期成長に向けたオペレーション再編によるBPR費用の発生*	3Q~	- 金額は精査中 - オペレーション効率化による費用削減で中期で回収予定

全体的には売上高・利益ともに好調な進捗だが  
BPR費用を整理しているため今期の業績予想を精査中

# 売上高・営業利益の年別推移

- 売上拡大と共に、営業利益額及び利益率の向上に向けて邁進する



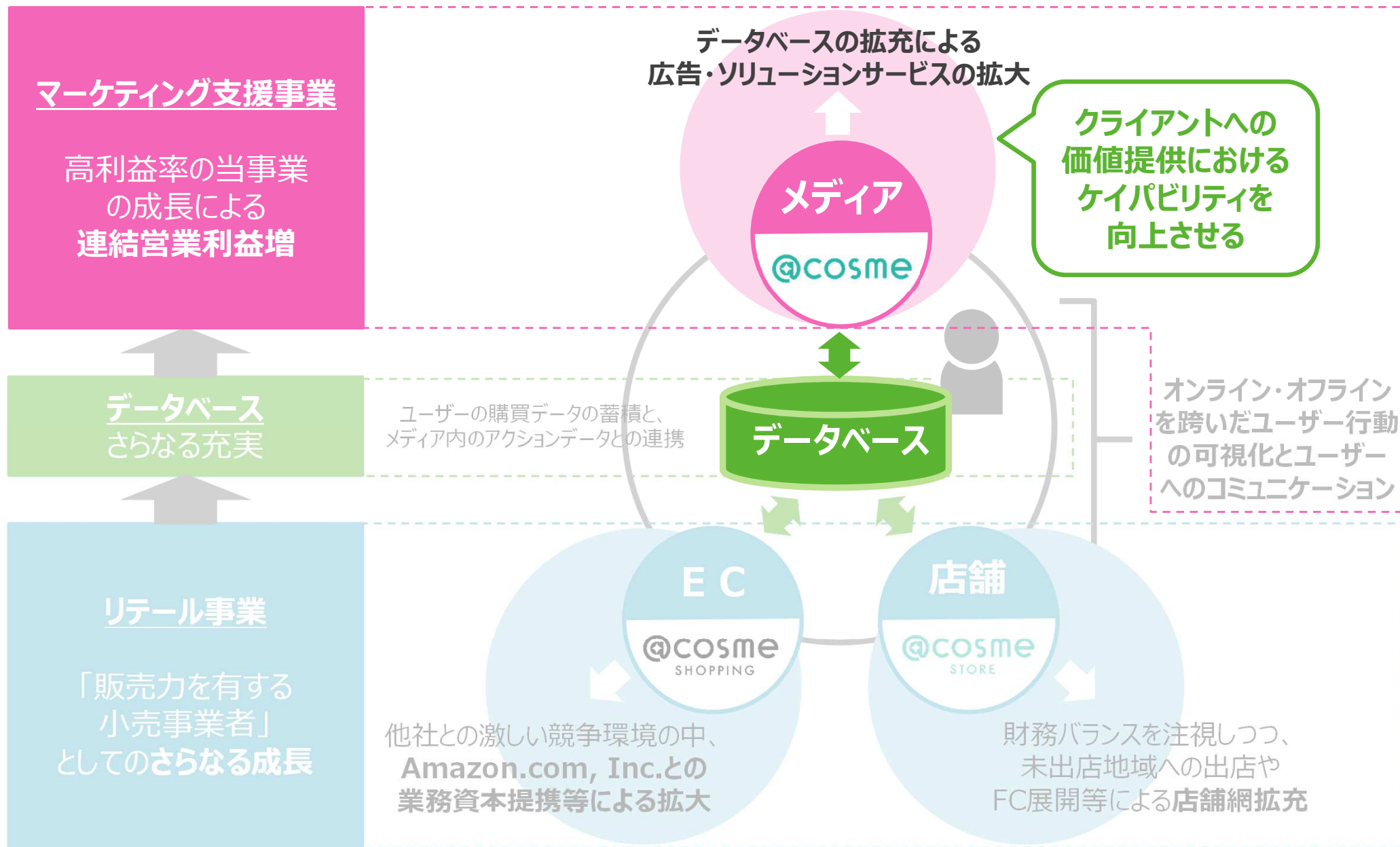


## 今後の取り組み



# 中長期成長への方向性

- マーケティング支援事業のポテンシャルを最大限に引き出す





- マーケティング支援事業の成長を加速させるための次なる打ち手

## 課題

## 対策

① @cosmeがカバーしている領域が  
ブランドの全活動にまで未だ及んでいない

トレンダーズ(株)との資本業務提携により  
@cosme外のSNSにまで支援範囲を拡大

② 積み上げたデータやユーザー接点の  
価値を最大限活用できていない

外部パートナーと連携し  
さらにデータドリブンのソリューション拡大

**外部パートナー連携により支援範囲の拡大及びポテンシャルを最大化し  
明確にある成長余地を確実に獲得する**

マーケティング支援 ○ ① トレンダーズ(株)との資本業務提携によるSNSマーケティングの強化

- 美容領域のSNSマーケティングで急成長を遂げたトレンダーズ(株)との連携で、美容業界に新たな顧客体験を創出

それぞれの強みを持ち寄ることで、美容業界に新たな顧客体験を創出

istyle × Trenders = 美容業界での新たな顧客体験

マーケティングソリューションの進化と拡大

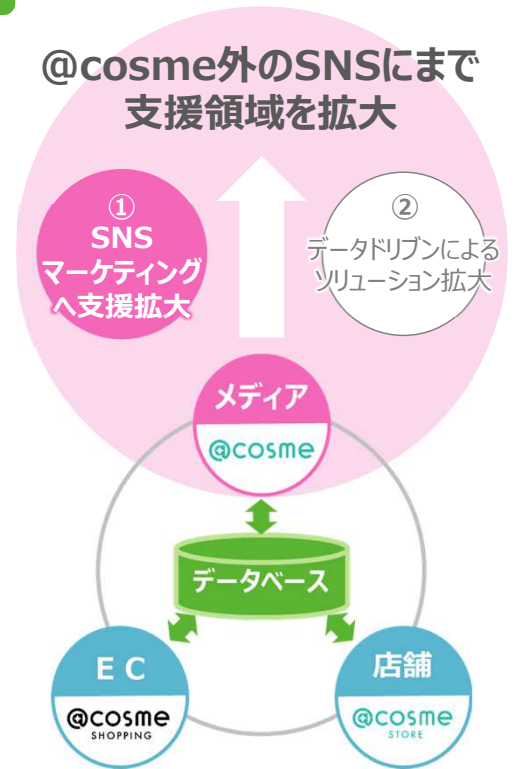
@cosmeプラットフォームとSNSマーケティングという両社の強みを活かした化粧品ブランドへのソリューション提案や、それらを連携した新サービスの開発

グローバルビジネスの進化

海外ブランドの日本進出や、日本ブランドの海外進出を支援する共同サービスの開発

美容経済圏の拡大

両社のアセットを掛け合わせ、化粧品以外の美容領域にも可能性を拡大



業務提携

資本提携

トレンダーズ株式会社を持分法適用関連会社化

譲渡元	同社長の岡本氏	同社保有の自己株式	取得単価	取得金額
取得株式数	1,844,600株	605,985株	1株 1,078円	約26.4億円
	計 2,450,585株 (保有割合: 30.83%)			

- 当社の持分法適用関連会社となるため、同社の当期純利益に株式保有割合を乗算して算出した数値を当社の営業外収益として計上予定  
なお、のれん償却相当分は当該収益から差し引く
- 本提携による今期連結業績への影響は軽微と見込む  
(2024年3月19日の払込をもって完了)

※ 本資本業務提携の詳細については、2024年2月14日発表の適時開示リリース

「トレンダーズ株式会社（証券コード：6069）との資本業務提携契約の締結、第三者割当による自己株式処分の引受及び同社株式の取得（持分法適用関連会社化）に関するお知らせ」を参照

# ① (参考)トレンドーズ株式会社 概要

トレンドーズ株式会社 (証券コード : 6069) 概要 <https://www.trenders.co.jp/>



### 【主要なサービス】

SNSの美容領域において多岐にわたるソリューションを提供

- SNSや自社メディアを基にしたトレンド分析
- インフルエンサーマーケティング・SNS広告 など

### 【同社の主要なアセット】

SNS美容メディア



SNS総フォロワー数  
**577万**

(2023年10月時点のInstagram・X等の合計)

インフルエンサーネットワーク

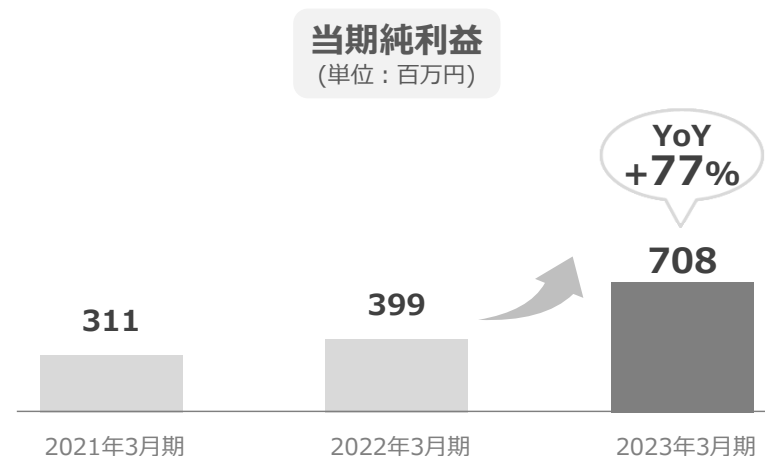
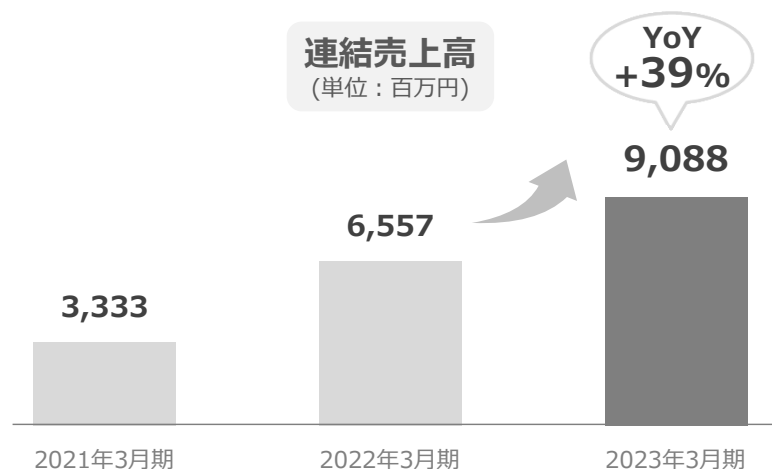


Life-Influencers Network

参加インフルエンサー  
約**13,000名**

### 【同社の直近決算期(2023年3月期)における業績概要】

成長領域であるSNSと美容分野に特化し、飛躍的に拡大



- アイスタイルのアセットであるデータやユーザー接点の価値を最大化し、さらに**支援領域を拡大**へ

## 新しいデータドリブンサービスの検討開始

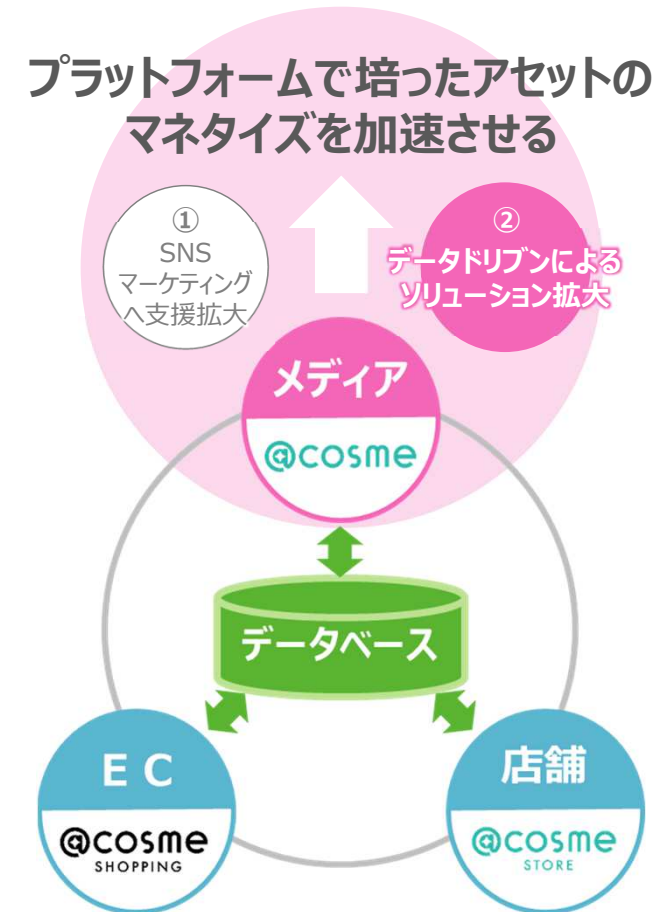
- コンサルティング
- ユーザーリサーチ
- CXプロトタイピング など



総ユーザー接点数とアクション数が  
BtoB収益拡大に繋がるビジネス構造を創る



第1弾として(株)NODEと連携し  
今後は他の外部パートナーとも可能性を模索



※ 詳細は2024年2月13日発表のプレスリリース

「アイスタイル、コスメ・美容ブランドの事業支援の領域拡大に向けて新規事業の立ち上げを検討 CXコンサルティングファームのNODE社と協働」を参照

## 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"><li>・美容系総合サイト「@cosme (アットコスメ)」の企画・運営</li><li>・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</li></ul>
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



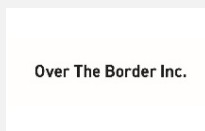
**株式会社アイスタイルトレーディング**  
美容用品の卸売、小売、及び輸出入並びにこれらの代理業



**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)



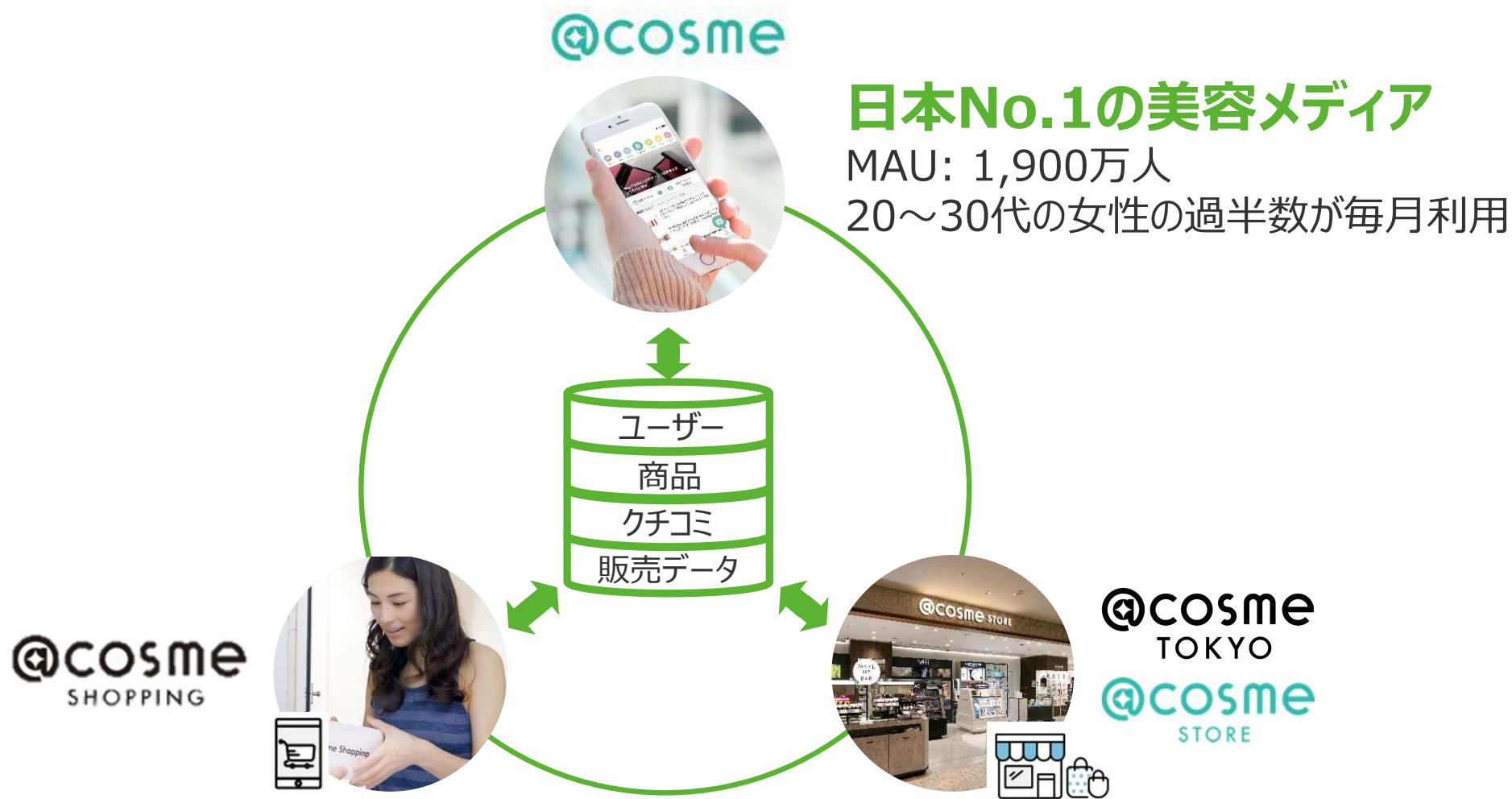
コスメ・香水  
ジャンル賞  
Rakuten



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12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

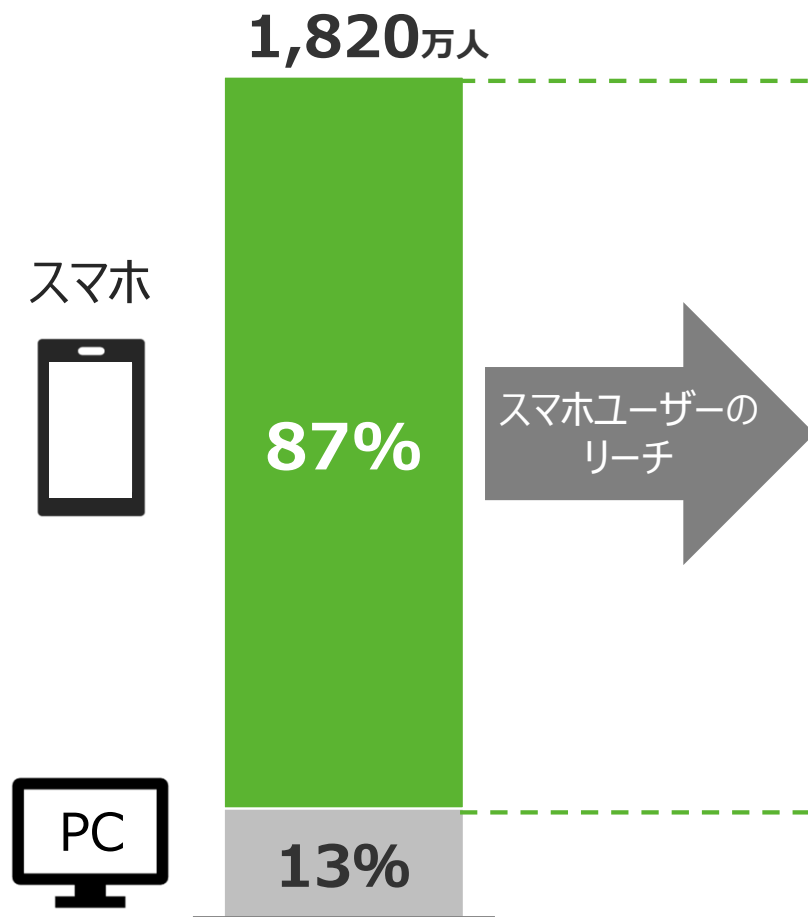
**1,940万件**

※ 各数値は2023年6月末時点

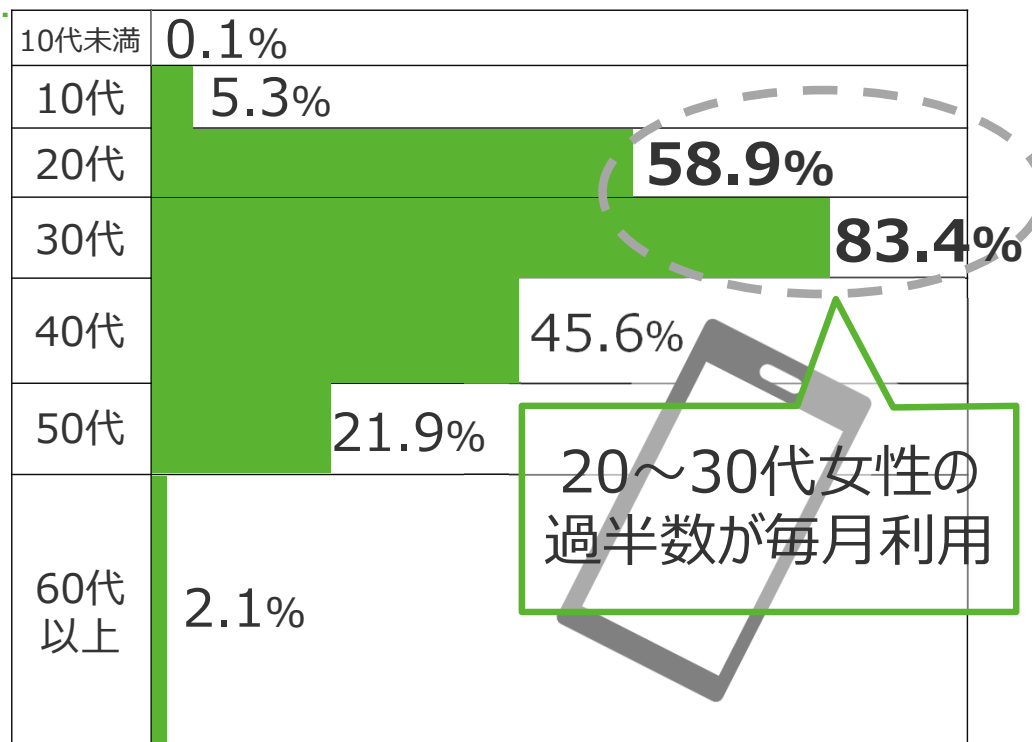
# @cosmeの圧倒的な女性利用率

- @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

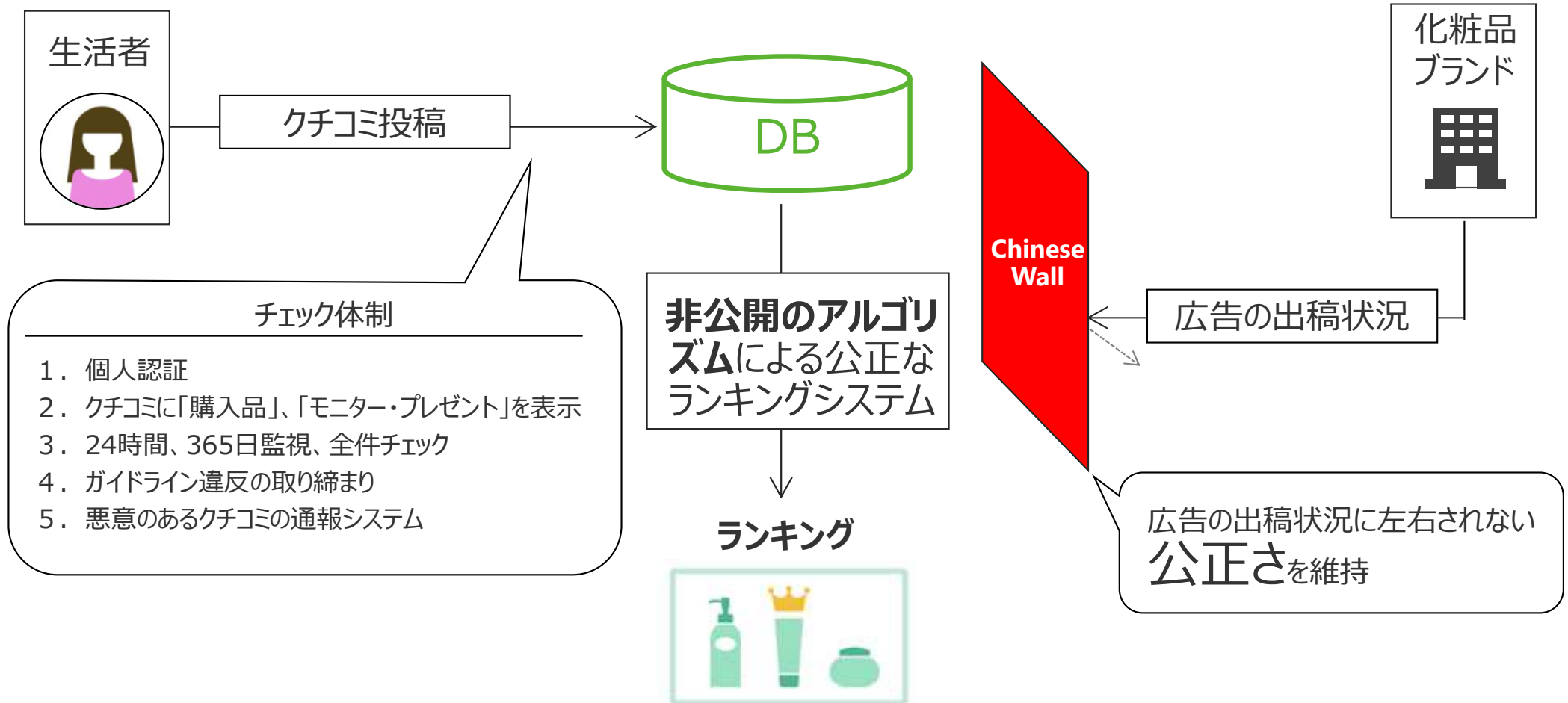
# @cosmeのデータベースを健全に保つための仕組み

- 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年連続ベストコス受賞<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 エクストラベリアル 艶髪オイル』@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 フィジション ローズにおいて ※4 インターナショナルビューティフェア内オイル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よな。

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んです。そしたら、ヘアオイルをつけてるだけなんですって！

S織: あの前輩の香り、私も憧れてたんだ〜。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な♪ 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！**

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！そのまま眺めていてもおもしろくて、思わず写真を撮ってSNSにアップしたくなります！(O子)

**美髪が叶えられそうな予感♪**

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

**「いい香りだね♪」って褒められた♡**

オイル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？」と話題になりました！(O子)

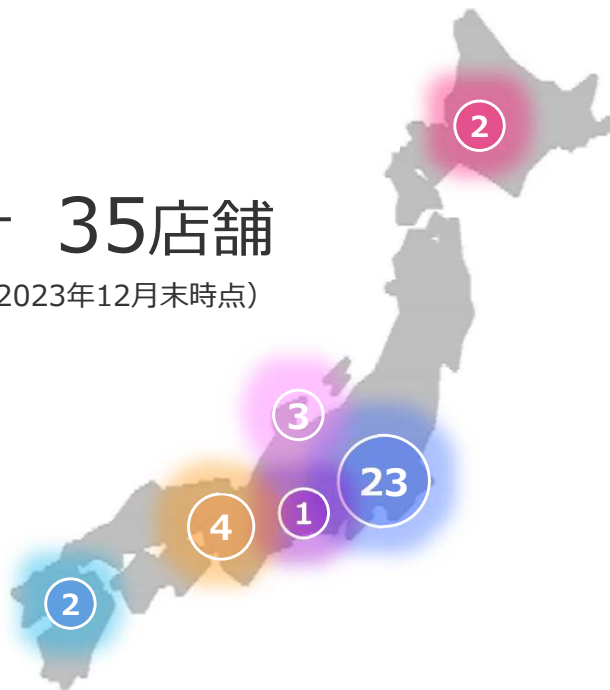


- 自らが事業者となり、@cosmeを活用したサービスを運営

## 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12月末時点)



## EC

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

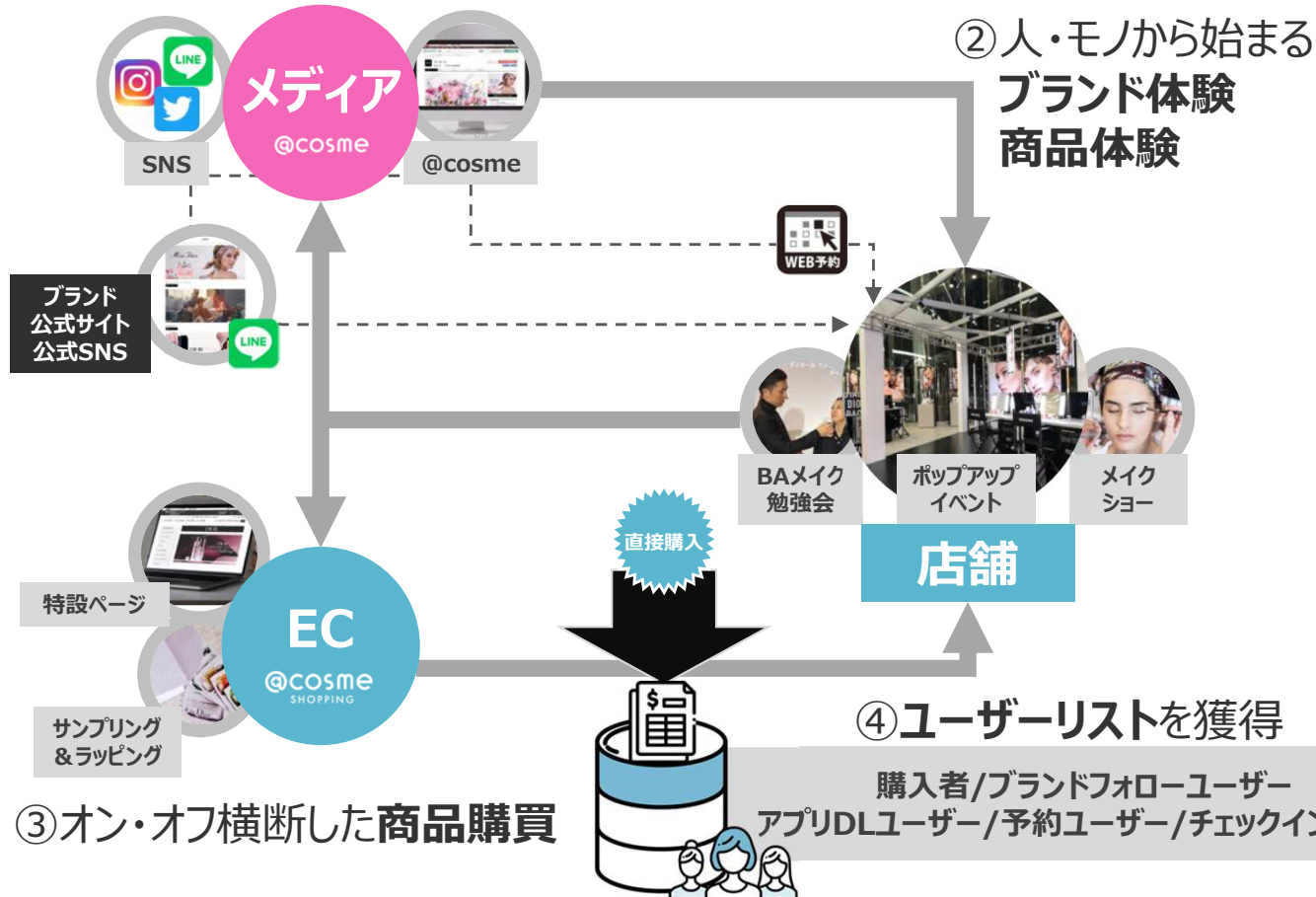


# オンライン・オフラインを一気通貫した販促を含むブランドキャンペーン

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

## 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 函館蔦屋書店	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㎡
近畿	名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	2017年4月OPEN	182㎡
	TSUTAYA EBISUBASHI店	2014年11月OPEN	297㎡
九州	神戸マルイ店	2016年5月OPEN	162㎡
	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

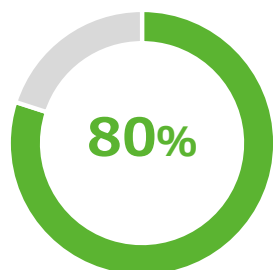


## Materiality 03

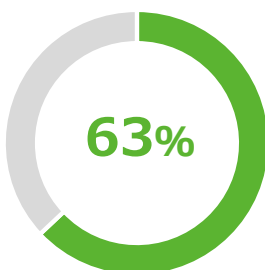


### 人材のエンパワーメント

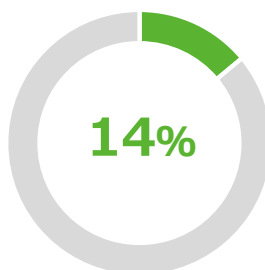
- 多様な働き方の選択肢の提供 (在宅勤務・育児休暇)
- キャリア形成を促進する人材育成制度の充実
- 人材におけるダイバーシティ促進



女性従業員



女性管理職



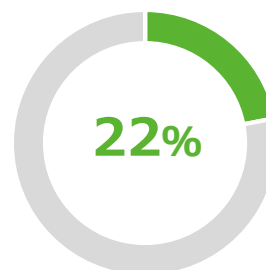
外国人従業員

## Materiality 04

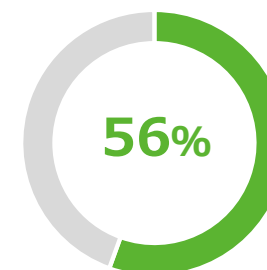


### ガバナンスの充実

- 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



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。