

株式会社アイスタイル 会社紹介資料



Istyle

株式会社アイスタイル
証券コード：3660

(2023年9月現在)

○ アイスタイルについて

Vision

生活者中心の市場の創造

Who We Are

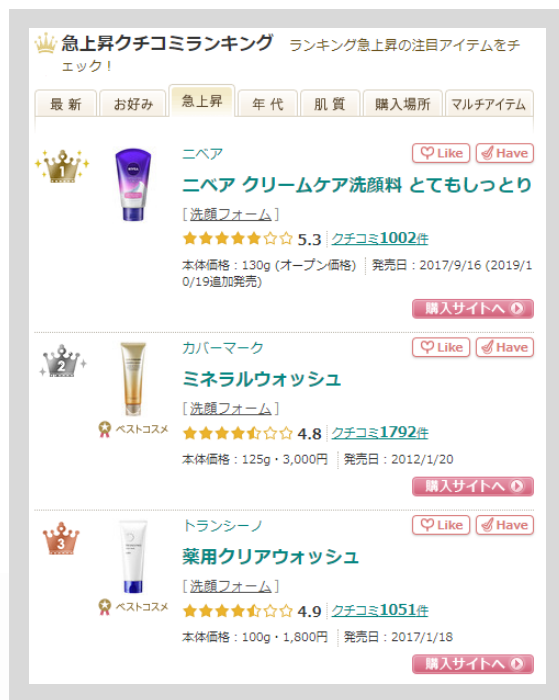
“Market Design Company”

Mission

Beautyの世界をアップデートしながら、多くの人を幸せにしよう

日本最大級の美容系総合サイト「@cosme」

- ユーザーやブランドなど多くのステークホルダーから支持される中立性の高い膨大なレビューのデータベースとランキング



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

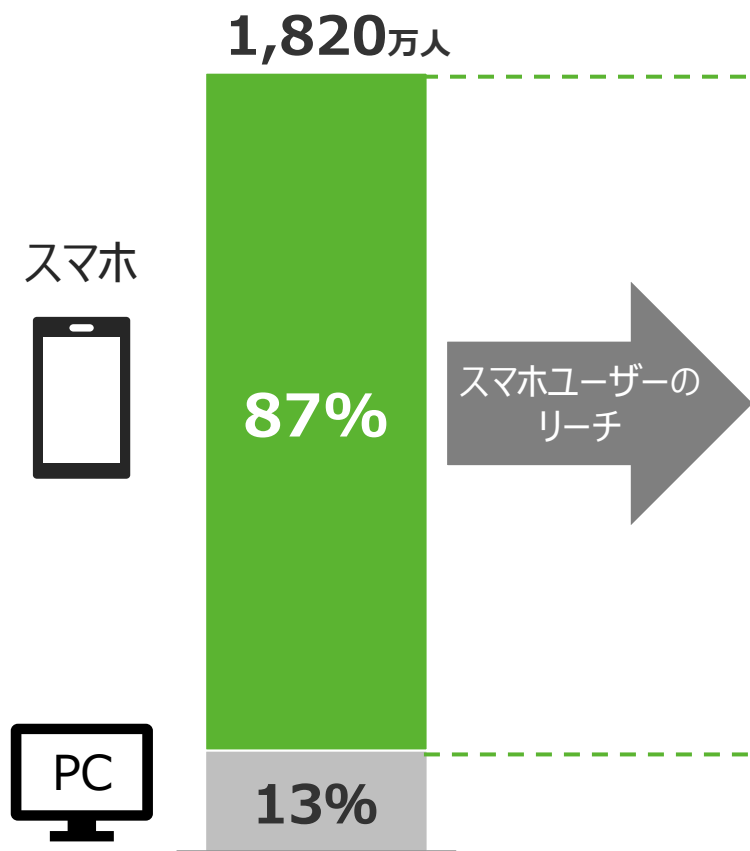
日本No.1の化粧品専門店

国内店舗数: 36店舗

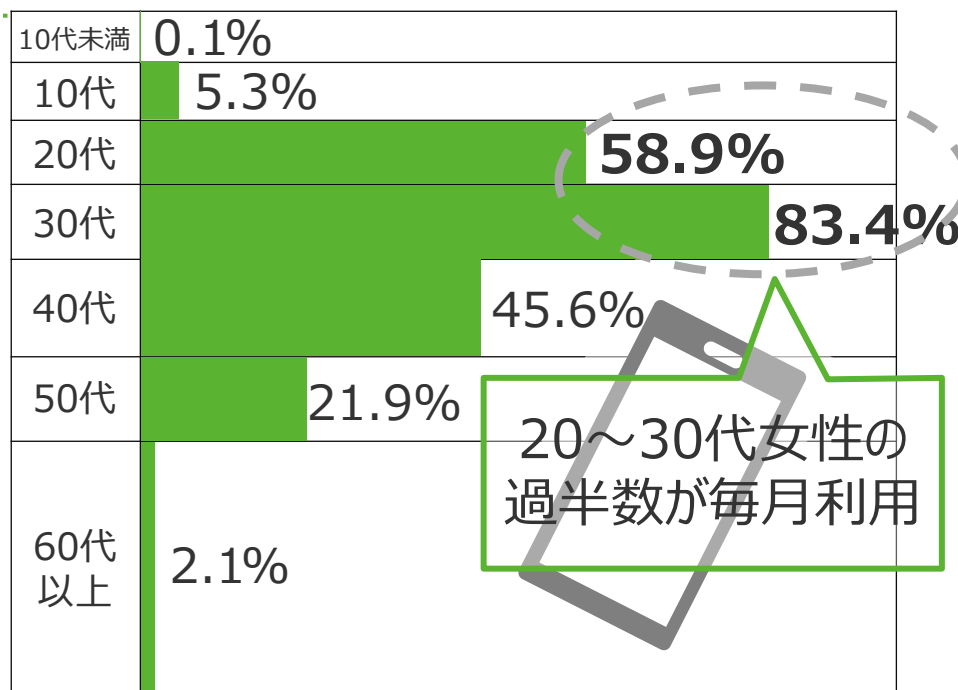
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @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

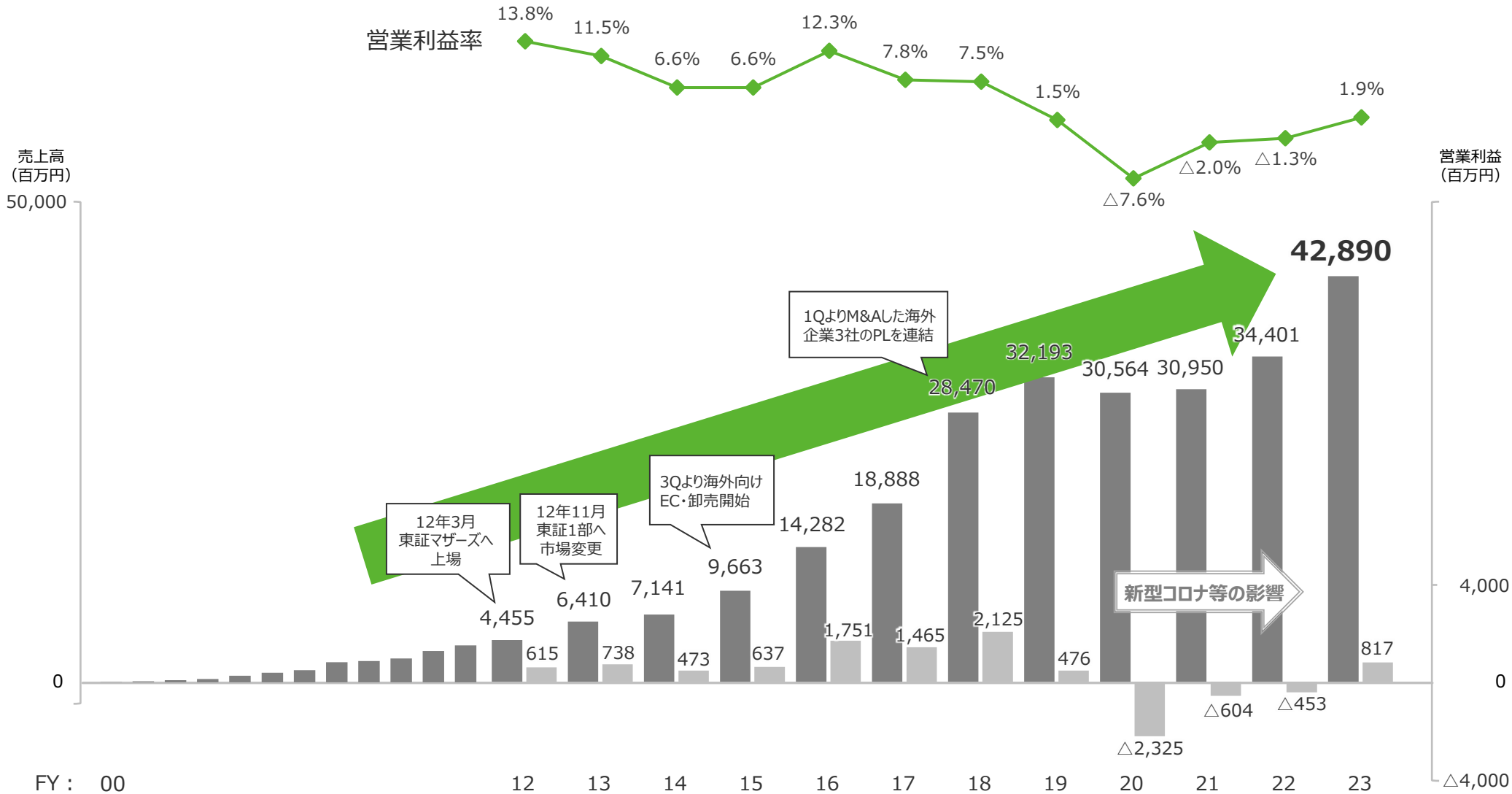
※ 各世代の高さは、各世代の人口ボリュームを表しています

業績推移および各事業の紹介

売上高・営業利益の推移

業績の推移

(■：売上高 ■：営業利益)



セグメント別の実績推移

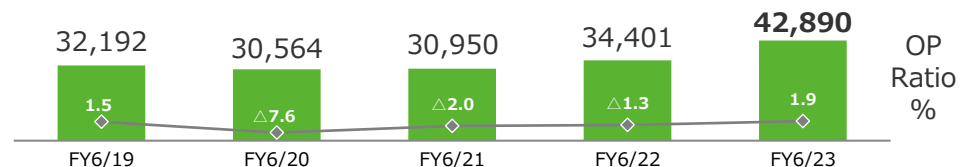
事業概要

売上構成 (FY23)

セグメント別の売上高・営業利益率の推移

(単位：百万円)

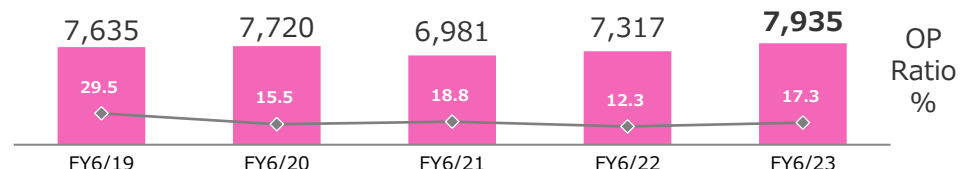
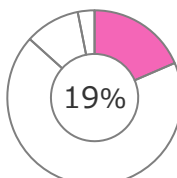
連結



On Platform



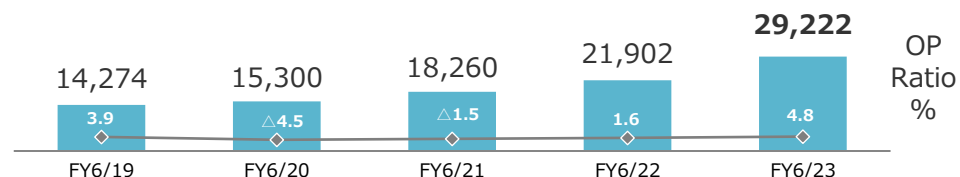
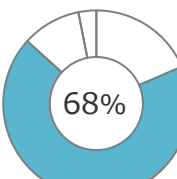
・BtoBサービス 広告・ソリューションサービス
Marketing SaaS
・BtoC課金サービス etc.



Beauty Service



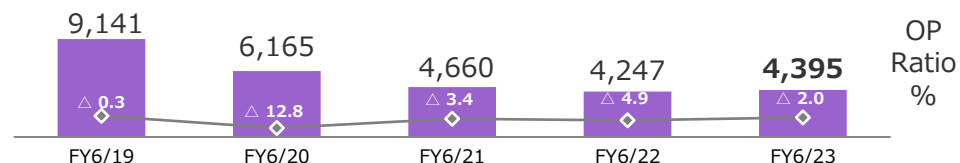
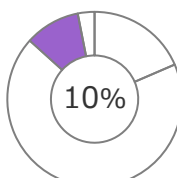
・国内小売 EC
店舗 etc.



Global



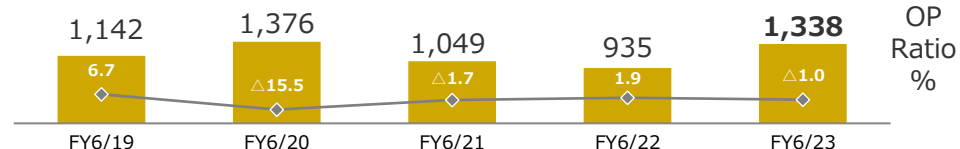
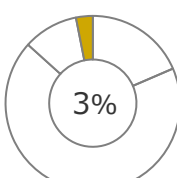
・海外向け EC・卸売
店舗
メディア etc.



その他

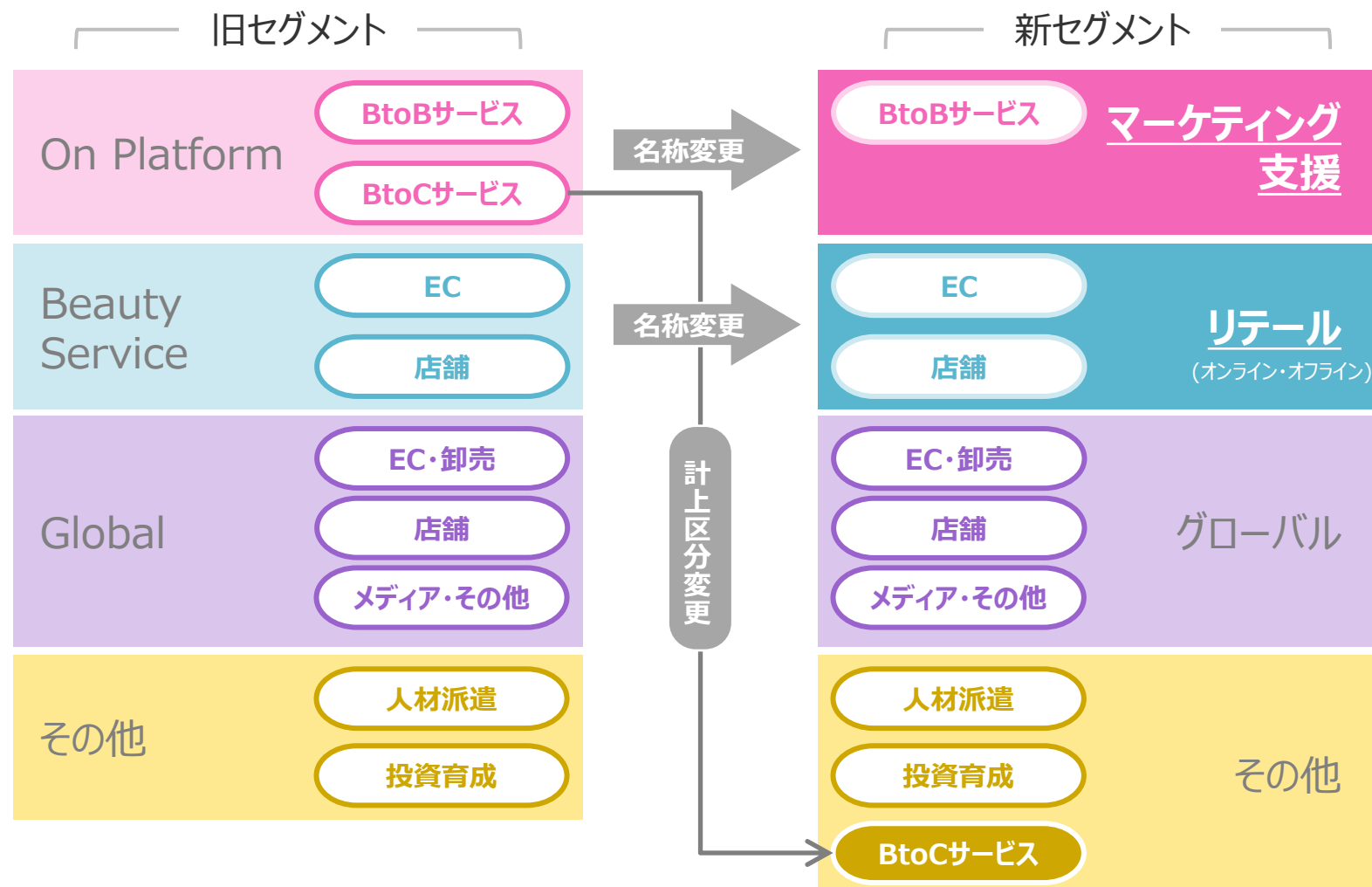


・人材派遣
・投資育成 etc.



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予定

- FY24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予定**



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ordinary ヘアオイル』 @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 フィジオン ローズにおいて ※4 インターディ SRI調べ、アワードヘアケ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計）



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♪

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ます。髪の香って魅力的だね。

編集部S織 (32歳)

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んだ。そしたら、ヘアオイルをつけてるだけなんですよ！

S織：あの先輩の香り、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。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！そのままつけておいてもおもしろい、思わず写真を撮ってSNSに載せたいくらいです。(O子)

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

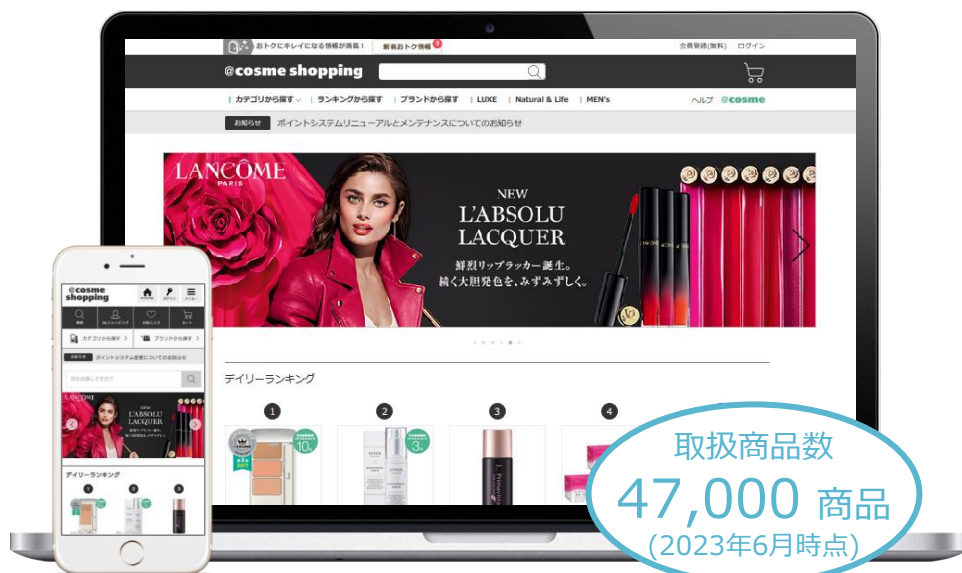
オイルをつけた瞬間の香りはもちろん、ふわっとした上品な香りが一日中続いてくれるのが嬉しい！仕事帰りの女子会で「いい香り！香水何つけてるの？」って聞かれた。(O子)



- ドラッグストアブランドから百貨店ブランドまで幅広いブランド・商品を取り揃えたワンストップショッピングを実現
- 正規品のみを取扱い、クチコミなど情報の健全性を保全するイスタイルだからこそ提供可能な安心できる購買体験

EC

@cosme SHOPPING



日本の化粧品ECにおいて
最大の品揃え

リアル店舗

@cosme STORE



取扱商品数：8,000~10,000sku/店

@cosmeで人気の商品を自由に試せる
化粧品との出会いの場

- 低迷する日本のEC化率を変えるべくブランドのEC参入を推進

【イベント概要】

- 限定品・復刻品や普段ECで販売されないブランド品など、このイベントでしか買えない商品が多数
- 最大30%、全品10%以上のポイントバック

12月開催



今だ!
買っちゃえ!

最大30% 3日間限定
ポイントバック
※一部商品を除く

コスメ欲、大解放の3日間! 12.1 THU 12:00 - 12.3 SAT 23:59
@cosme BEAUTY DAY 2022
今すぐ premium pass を手に入れる!

【@cosme BEAUTY DAY】

6月開催



アツすぎる! ついつい買っちゃう7日間
@cosme
SPECIAL WEEK
2023
6.1 THU 12:00 - 6.7 WED 15:59

最大30% 7日間限定
ポイントバック
※一部商品を除く

【@cosme SPECIAL WEEK】

リテール
(オンライン・オフライン)

大型旗艦店「@cosme TOKYO」・「@cosme OSAKA」

- 日本最大級の化粧品専門道を東京・大阪で展開し、化粧品の出会いを拡大



オープン日：2020年1月

場所：JR原宿駅前

面積：1,300㎡ (2階合計)



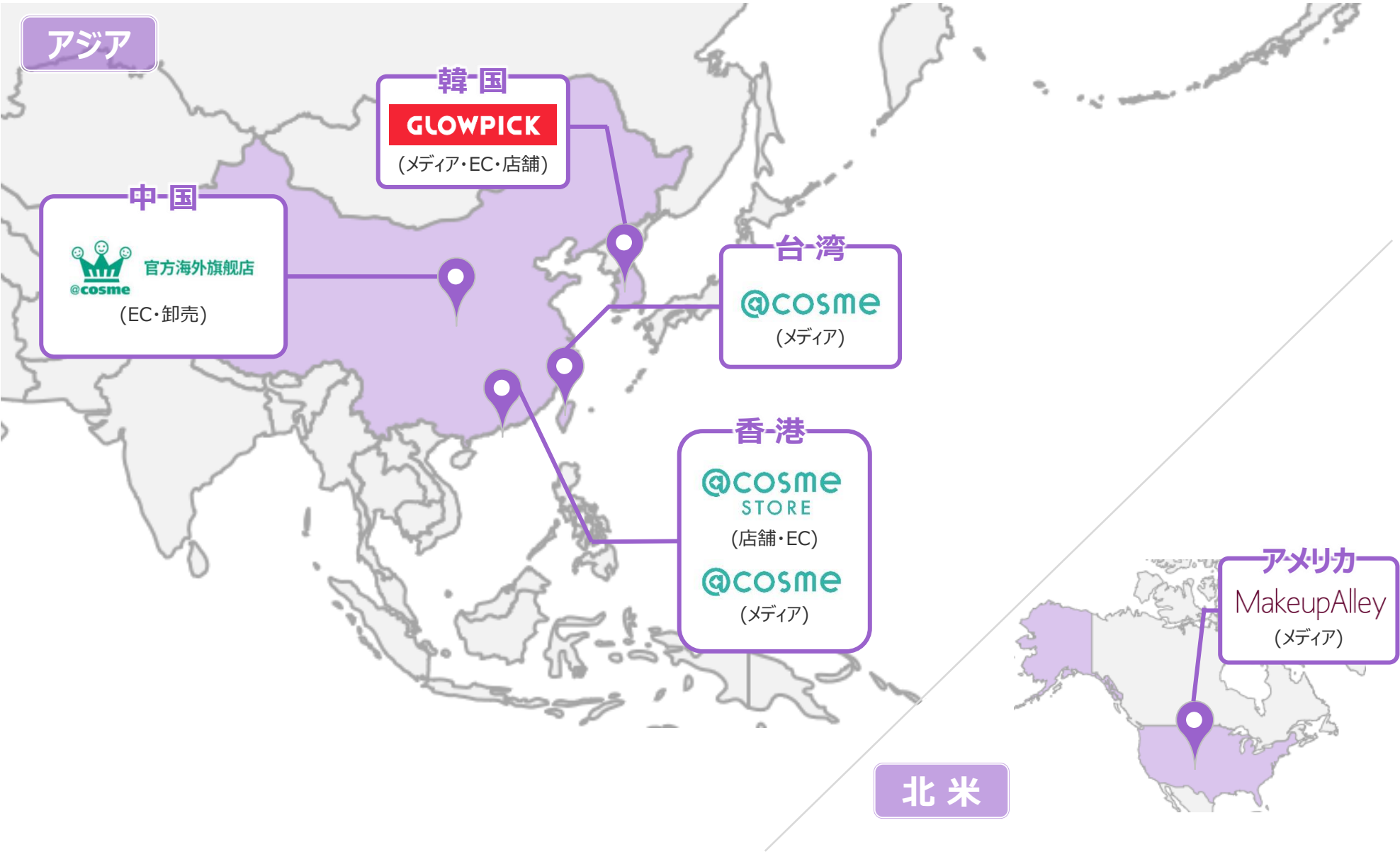
オープン日：2023年9月

場所：JR大阪駅直結
ルクアイーレ 3F

面積：893㎡



旗艦店を@cosmeへの入り口として、ネットからリアルまでの一気通貫した体験提供で
ユーザーとブランドのつながりを強化する



Appendix

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



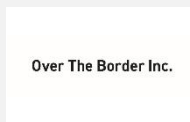
株式会社アイスタイルトレーディング
美容用品の卸売、小売、及び輸出入並びにこれらの代理業



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

経営陣（取締役）

■ 取締役



**代表取締役会長
CEO 吉松 徹郎**

- アイスタイル創業者
- 元アクセンチュアのコンサルタント
- 東京理科大学基礎工学部卒業



**代表取締役社長
COO 遠藤 宗**

- アイスタイルグループの国内外のリテール事業全般を統括
- 元船井総研のコンサルタント



**取締役副会長
CFO 菅原 敬**

- CFOの他グローバル事業やコーポレート部門を統括
- 元アクセンチュアやアーサー・D・リトルのコンサルタント
- 英国国立ブリストル大学にてMBA取得



**取締役
山田 メユミ**

- アイスタイル共同創業者
- 元化粧品メーカーの製品開発
- 東京理科大学基礎工学部卒業



**社外取締役
那珂 通雅**

- ボードウォークキャピタル(株) 代表取締役
- 元シティグループ証券 取締役副社長
- 2014年に当社社外取締役就任



**社外取締役
宇佐美 進典**

- (株)CARTA HOLDINGS (証券コード：3688) 代表取締役会長
- 2021年に当社取締役就任

経営陣（監査役・上級執行役員）

■ 監査役



常勤監査役
原 陽年

- 公認会計士
- KPMGあずさ監査法人出身
- 2008年に当社社外監査役就任



非常勤監査役
都 賢治

- 税理士
- アーサーアンダーセン会計事務所出身
- 税理士法人アルタス 代表社員
- 2006年に当社社外監査役就任



非常勤監査役
伊藤 章子

- 公認会計士・税理士
- EY新日本有限責任監査法人出身
- 伊藤章子公認会計士事務所 代表
- 2019年に当社社外監査役就任

■ 上級執行役員



上級執行役員
CSO 濱田 健作

- 経営戦略室長
- 元フューチャーアーキテクトのコンサルタント



上級執行役員
VPOE 近藤 俊太郎

- テクノロジー領域であるT&Cセンター長を務める

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」オープン予定

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**

 **Forbes
WOMEN
AWARD**
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

 **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)

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

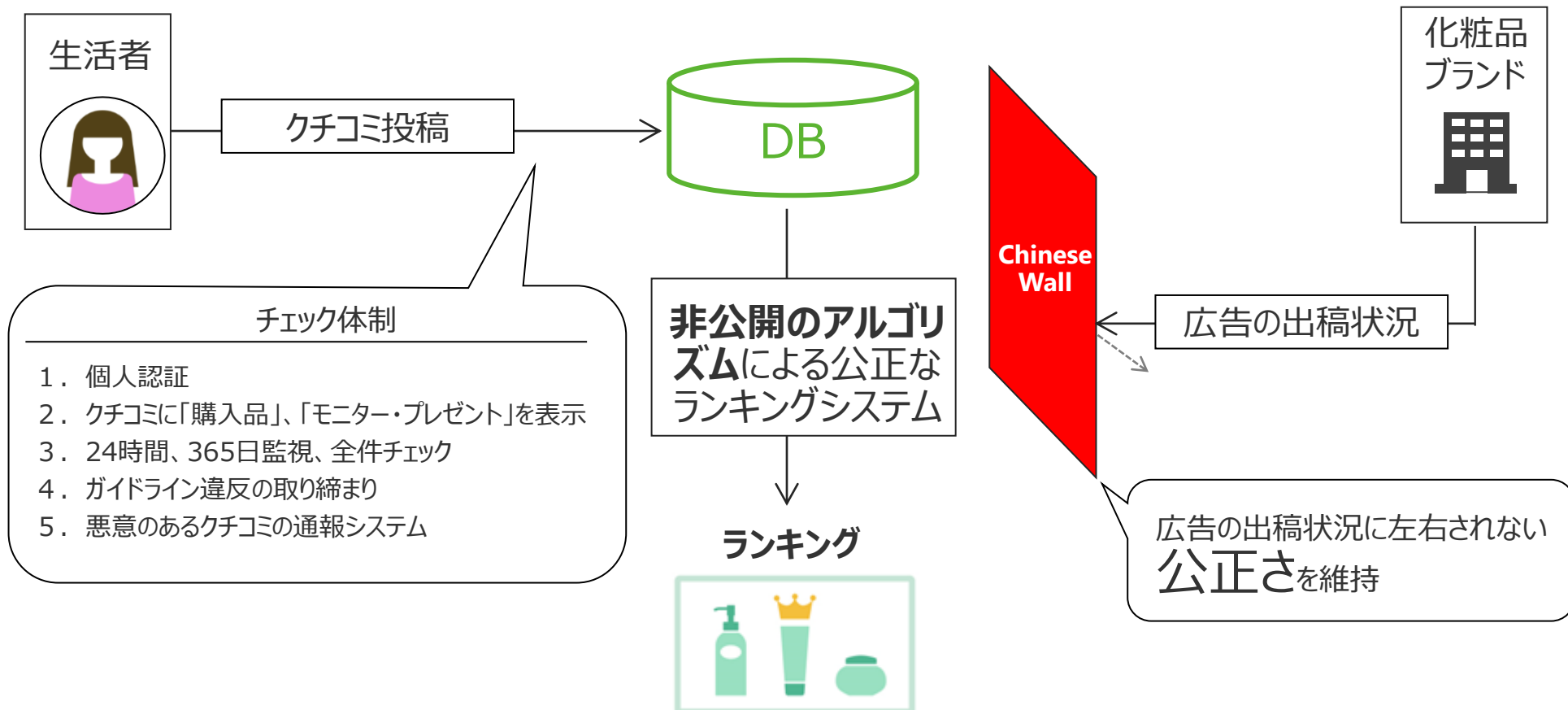
1,940万件

@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

生活者

@cosme

化粧品ブランド



リテール (オンライン・オフライン) 店舗一覧 (国内・海外合計 40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予定	約893㎡

@cosme STORE (国内直営：21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㎡
	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㎡
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㎡

COSMETICS SYDNEY (国内直営：7店舗) ※2

関東	シドニー アトリアルビオン アトレ吉祥寺店	2023年7月PL連結	59㎡
	シドニー 北千住店	2023年7月PL連結	162㎡
	シドニー 錦糸町店	2023年7月PL連結	97㎡
	シドニー アトレ亀戸店	2023年7月PL連結	141㎡
	シドニー小岩店	2023年7月PL連結	98㎡
	シドニー アトレ大森店	2023年7月PL連結	53㎡
	シドニーアトレ松戸店	2023年7月PL連結	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) ※3

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

※1 FY2023.2QからPL連結 / ※2 FY2024.1QからPL連結

※3 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

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)



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。

宣言 2 私たちは常に中立で公正な姿勢をつらぬきます。

宣言 3 私たちは@cosmeメンバーの発言を最大限尊重します。

宣言 4 私たちは透明性の高いサイト運営を行います。

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。

宣言 6 私たちは法的責任、社会的責任を遵守します。

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

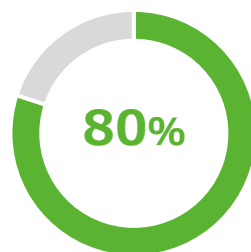


Materiality 03

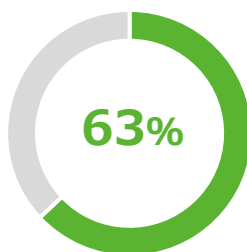


人材のエンパワーメント

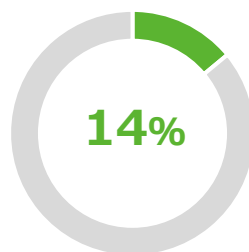
- 多様な働き方の選択肢の提供 (在宅勤務・育児休暇)
- キャリア形成を促進する人材育成制度の充実
- 人材におけるダイバーシティ促進



女性従業員



女性管理職



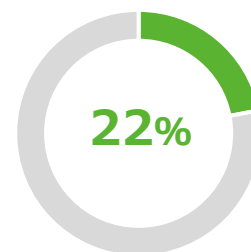
外国人従業員

Materiality 04

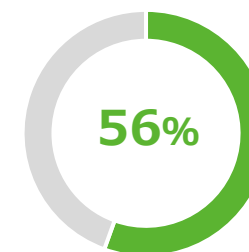


ガバナンスの充実

- 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

○ 今後の事業方針

Mission

「Beautyの世界をアップデートしながら、多くの人を幸せにしよう」



@cosmeという基盤・礎ができつつあるからこそ、
私達にできることがある

化粧品業界の課題



メーカー

- ✓ 化粧品ブランド・メーカーが大小乱立しすぎて競争激化
- ✓ 情報接点が複雑化しすぎて、消費者に情報が伝わらない
- ✓ 自社にDX(EC・SNSなど)を導入したが、活用方法が不明



リテール

- ✓ 百貨店は集客が難しく、地方では縮小傾向
- ✓ ドラッグストアのようなセルフ形態では、高価格帯商品は売れない
- ✓ 専門店の規模は縮小し、DX投資する体力がない
- ✓ 働き手の人件費も増え、新しい仕組みが必要



生活者

- ✓ ブランド・商品が増えすぎて、本当に自分にあったものと出会えない
- ✓ SNS等も多様化・細部化しすぎて、何を信用すべきか判断が難しい
- ✓ 高価格帯商品など欲しい物ほどECで売っていない

@cosmeという基盤があるからこそ、
広げられるアイスタイルの5つの事業機会

- ① ユーザーの**アクション**拡大
- ② 化粧品**専門店**の流通拡大へ
- ③ 美容部員の**新しい働き方**
- ④ ブランドのユーザーとの**新しい出会い**創出
- ⑤ 信頼を軸にした**toCビジネス**の開拓

① ユーザーのアクション拡大

- ユーザーによる購買・サンプル取り寄せなどのアクションには価値があり、ブランドの投資対象
- さらに若年女性だけじゃない、男性・全女性を含めコスメやエイジングケアを楽しむすべての人のプラットフォームに

@cosmeユーザーの月間推移

MAU
(サイト訪問ユーザー)

1,260万

1,900万

このギャップが
課題であり伸びしろ

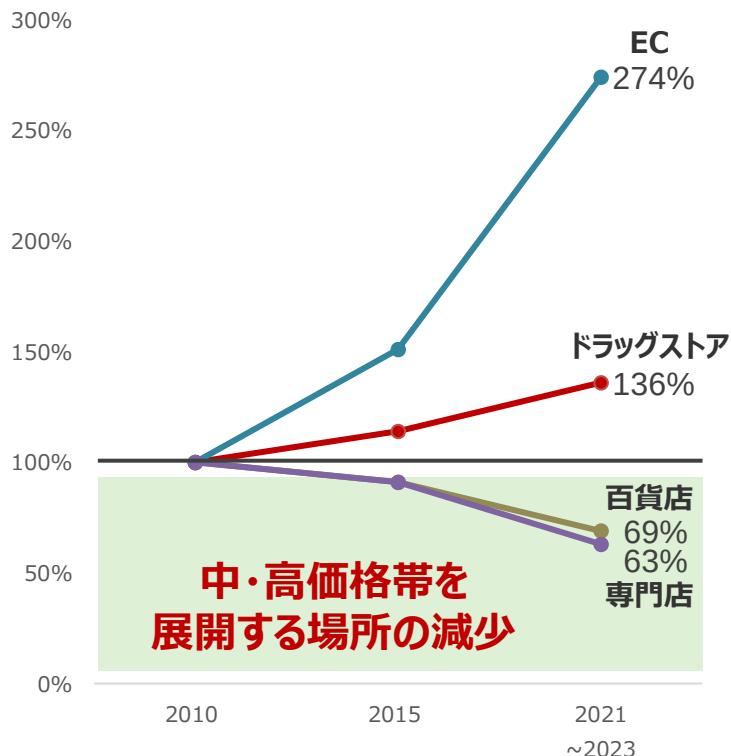
アクション
ユーザー

20/7 20/8 20/9 20/10 20/11 20/12 21/1 21/2 21/3 21/4 21/5 21/6 21/7 21/8 21/9 21/10 21/11 21/12 22/1 22/2 22/3 22/4 22/5 22/6 22/7 22/8 22/9 22/10 22/11 22/12 23/1 23/2 23/3 23/4 23/5 23/6

② 化粧品専門店の流通拡大へ

- 既存流通に代わる販売だけじゃない店舗の新しい価値創出で、市場ポジションを確立へ

2010年以降のチャネル別推移



出典

EC：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」
化粧品・医薬品のEC市場規模

ドラッグストア：(一社)日本チェーンドラッグストア協会発表資料より店舗数抜粋

百貨店：(一社)日本百貨店協会発表資料より店舗数抜粋

専門店：(株)富士経済「化粧品マーケティング要覧」化粧品店等の販売金額

1) 百貨店・ドラッグストアに代わる次世代流通の構築

EC

急成長するも、中・高価格帯は依然として少ない

ドラッグ
ストア

低価格帯が中心でエンゲージメントできない売り場

百貨店

直近回復しているが、店舗数は減りEC連携も弱い

専門店

個人商店が中心で事業継承問題などで減少傾向

店頭のDXに積極的に投資・展開できる企業は限られる

2) 店頭のDXによるECやブランドとの連携

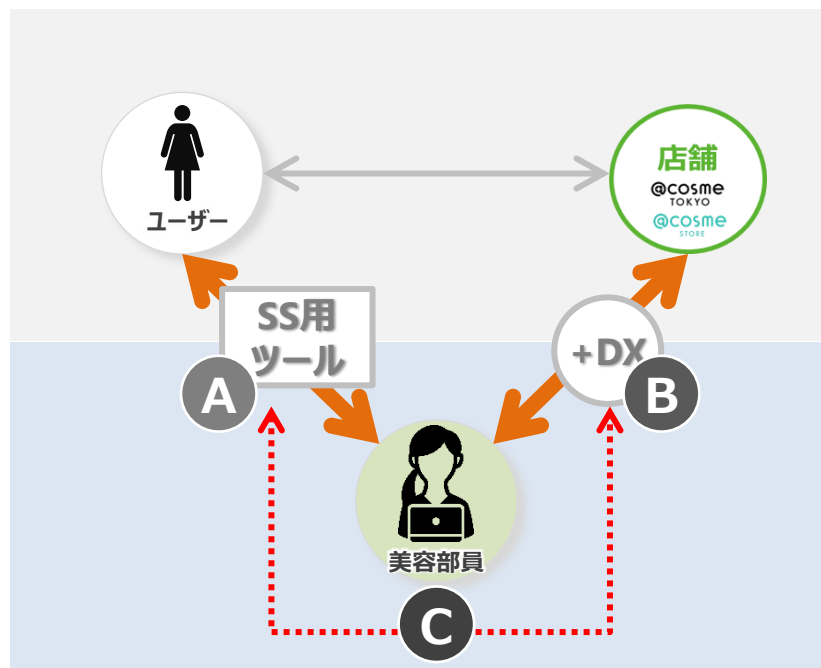
- オンライン・オフラインをつなぐシステム開発への積極投資で他チャネルが実現できない価値創出
- ECとの連携によるシームレスな購買体験を実現しEC併売によるLTV向上

3) 他化粧品専門店の支援

- 店頭DXや@cosme STOREのノウハウで他店舗支援

③ 美容部員の新しい働き方

- 今までフルタイムで店頭(オフライン)でしか働くことができなかった美容部員が、オンラインでの接客が可能となり美容部員の新しい働き方を提案・実現していくことで、人材の活用・採用力を高めていく



A ソーシャルセラー※用ツールの開発・展開

ツールを介して時間や場所に囚われず、お客様とのコミュニケーションがとれる仕組み (SS用ツール「接客さん」)

B 必要な時にリアルでも会える仕組み

お客様とリアルでコミュニケーションが必要な時に店頭でもカウンセリングが可能な働ける環境づくり

今までのシフトに囚われない働き方 (店舗側のDX)

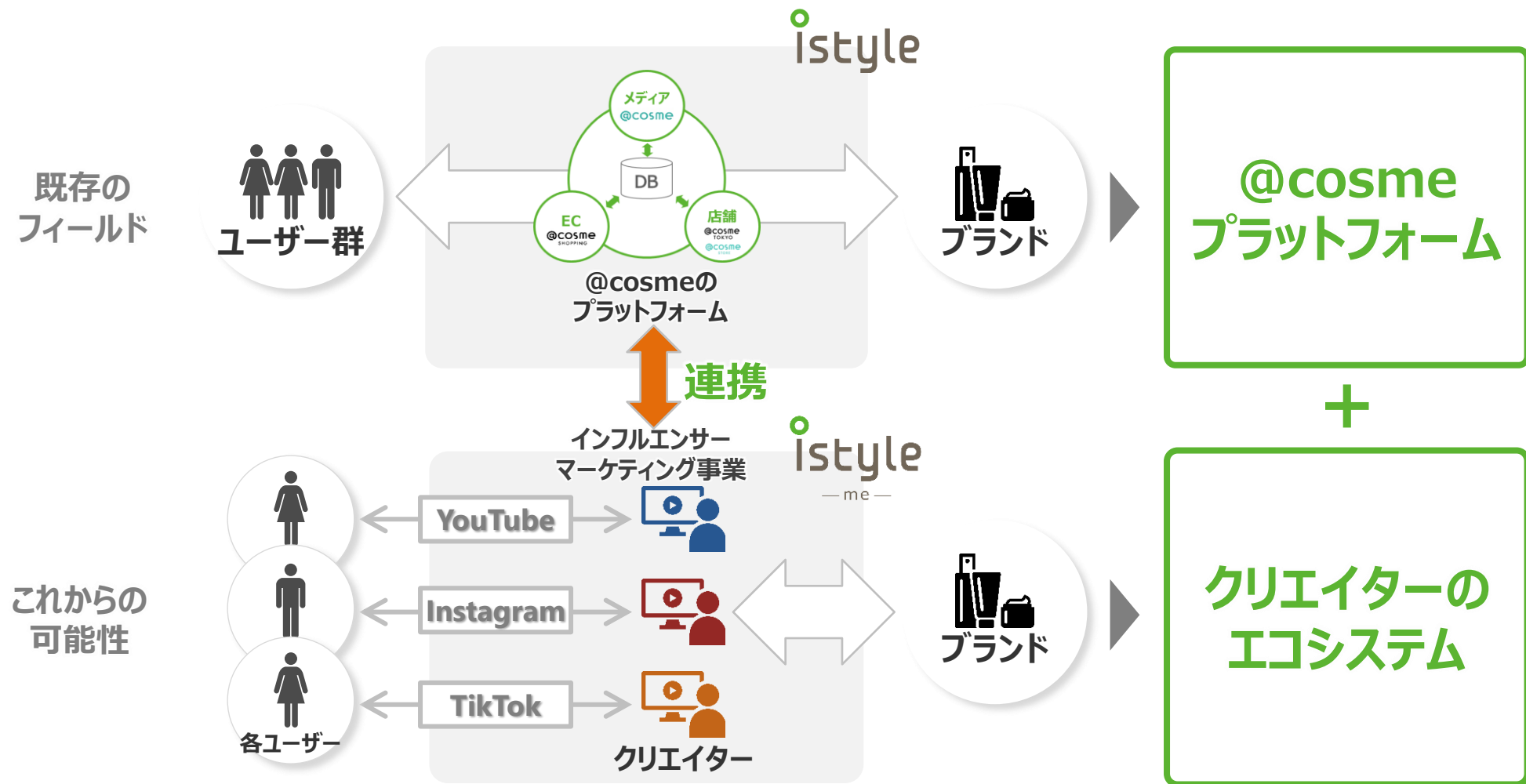
C AIと連携した販売モデルの確立

相談などオンラインコミュニケーションをAIに蓄積して将来的に活用

※ ソーシャルセラー：今までのように店頭だけではなく、オンラインでのコミュニケーションを積極的に活用した美容部員の名称

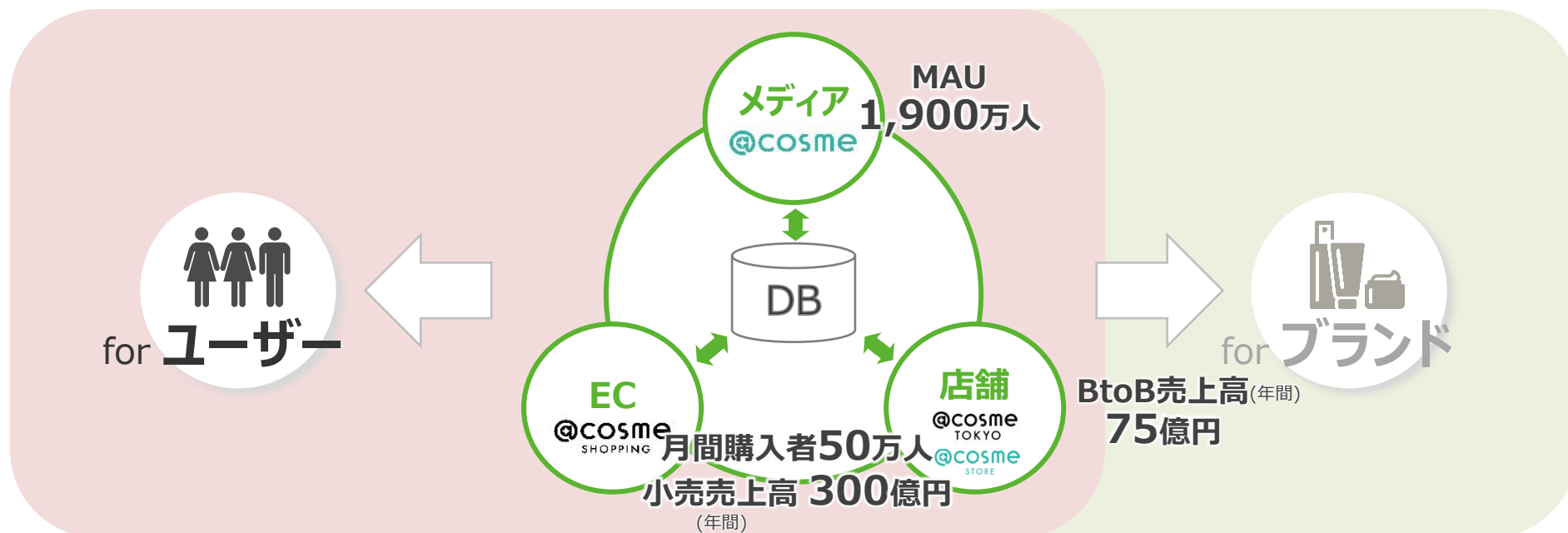
④ ブランドのユーザーとの新しい出会い創出

- 今後は既存のエンゲージメントに加えて、外部メディアと連携することで勢力圏を拡大させる



⑤ 信頼を軸としたtoCビジネスの開拓

- 今まで積極的に活用してこなかった@cosmeブランドを基盤にした**新しい収益の柱の開拓**



今までは、ブランド向け事業で収益を上げることに集中してきた

これからは、プラットフォームを活かしながら
ユーザー向け事業の可能性にトライしていく

中長期で目指す数値イメージ

① アクションユーザー (月間)[※]

200万人

②+③ 国内店舗数 (直営店)

50～80店舗

②+③ 小売流通総額

1,000億円

④ BtoB売上高
(出会いの創出)

120～150億円

⑤ toCの新しい収益の柱

今後見極めていく
(FY24から着手)

※ ここでの定義はEC・店舗の月間購買客数に限定し、それ以外のアクションは含めない

「海外事業はどうするのか？」

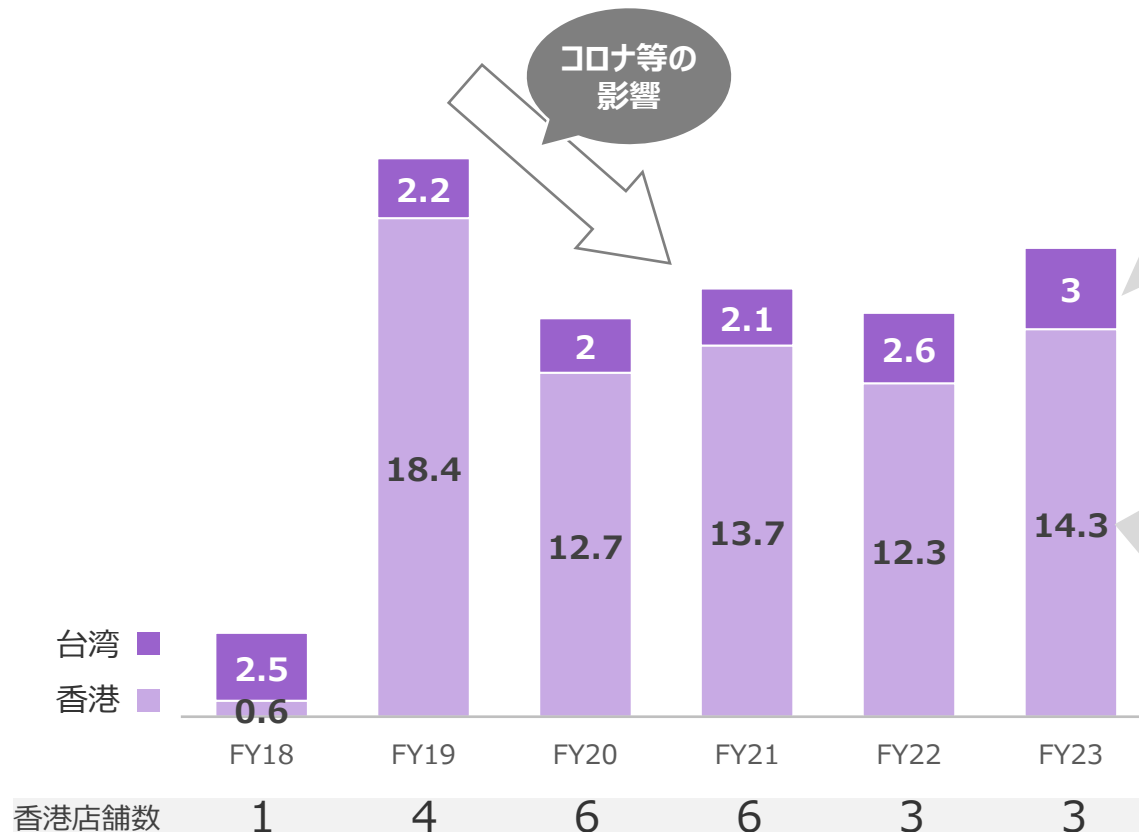


**財務ガバナンスを利かせながら
台湾・香港を軸に東アジアへ集中**

いは香港・台湾で実現していること

- 日本で確立したプラットフォーム構想を海外でも実現へ。まずは安定黒字化している香港・台湾を起点に展開

香港・台湾事業の売上高
(単位：億円)





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。

© 2020 istyle, Inc.