



株式会社アイスタイル 会社紹介資料

株式会社アイスタイル
証券コード：3660

(2023年1月現在)

Beautyに特化した**日本最大級のPlatform** (メディア・EC・店舗)を運営

- オンラインメディアの「**@cosme**」は20～30代の日本人女性の**過半数が毎月利用**
- 日本の**化粧品専門店**の中で**No.1**の売上を誇る「**@cosme STORE**」を運営
- 日本**No.1**の**化粧品専門ECサイト**、「**@cosme SHOPPING**」を運営

運営するオンライン・オフラインサービスを元に、**質・量ともに業界随一のデータベース**を構築

- ユーザーの**行動履歴データ**及びオンライン・オフラインをまたいだ**ブランド横断**での**購買履歴データ**は特に唯一無二

○ アイスタイルについて

Vision

Vision

生活者中心の市場の創造

Who We Are

“Market Design Company”

Mission

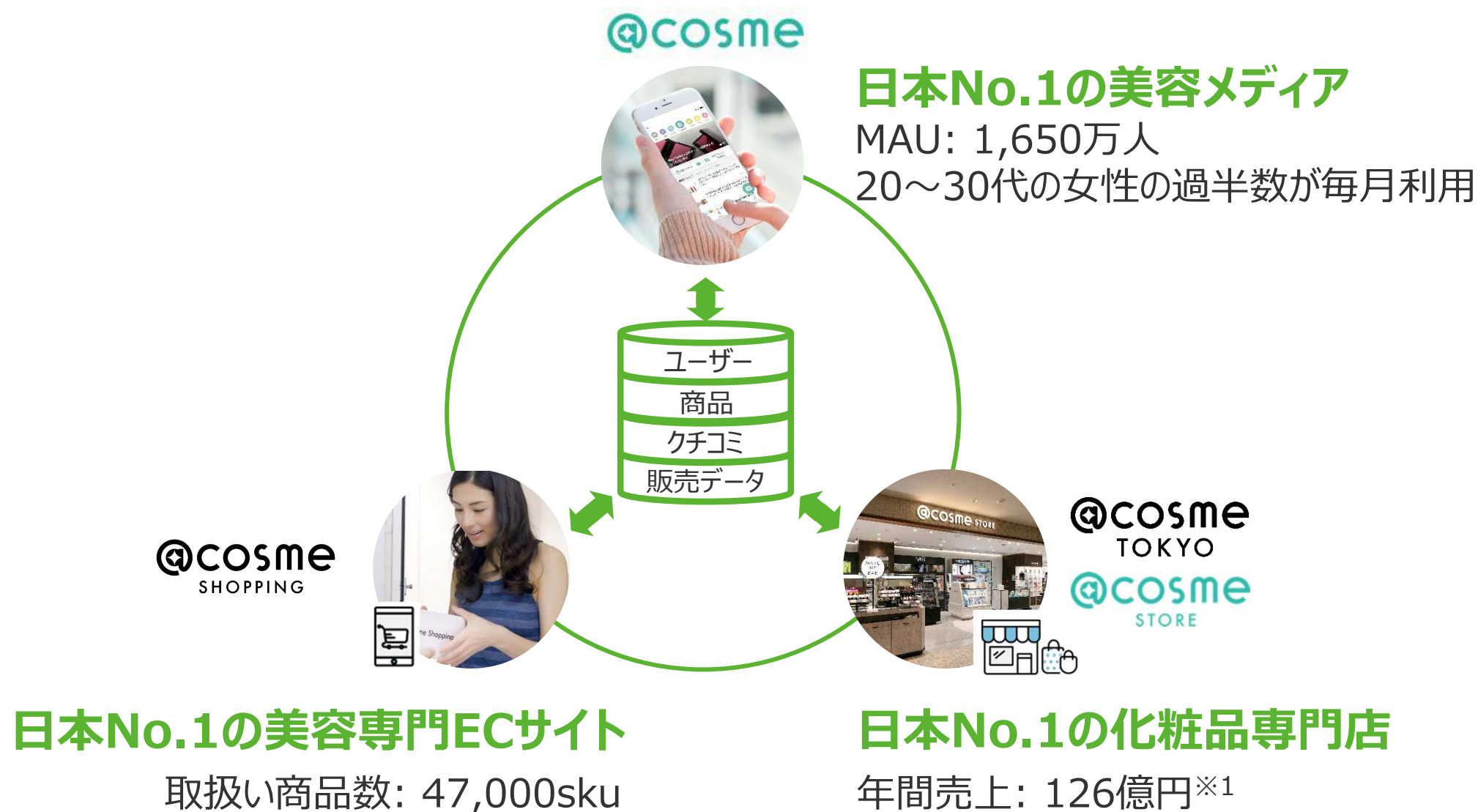
Beautyの世界をアップデートしながら、多くの人を幸せにしよう

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

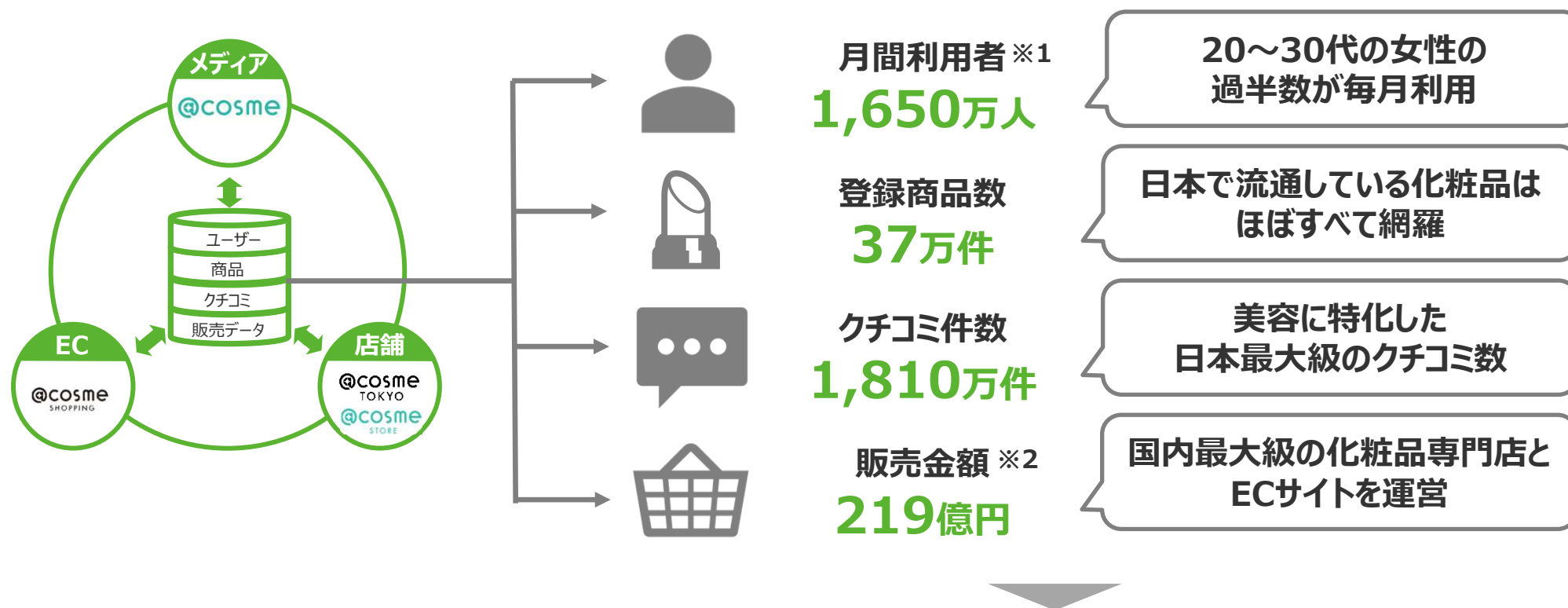


※1 FY22における店舗の年間売上

※2 各数値は2022年6月時点

美容に関する日本最大級のデータベースを構築

- 美容業界に特化し、メディアからEC・店舗まで横断的に事業を運営することで、ネットからリアルまで網羅した美容に関する日本最大級のデータベースを構築



これらに加え、購入検討から購入後まで
ユーザーのあらゆる行動をデータとして蓄積

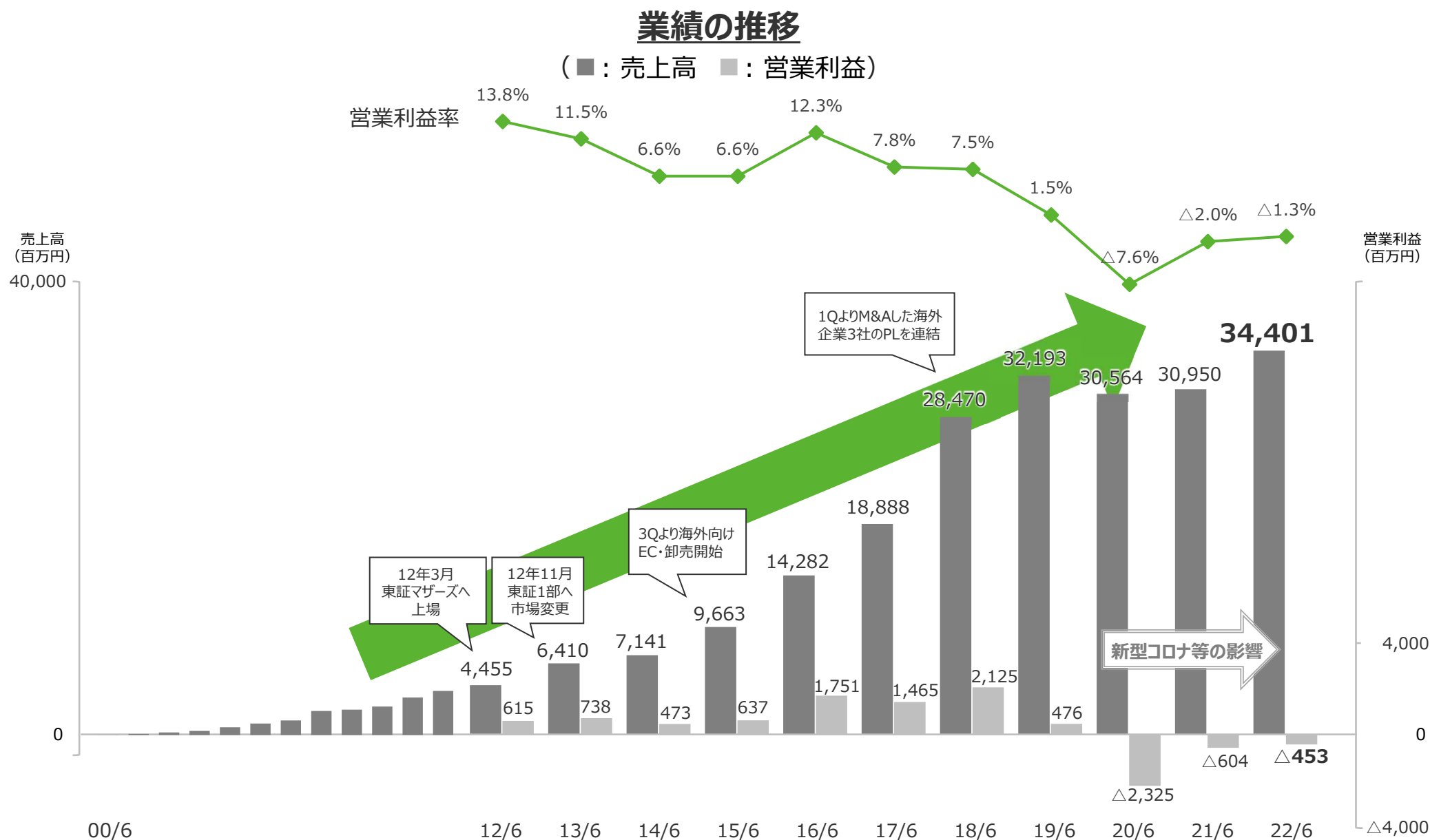
※1 @cosmeの月間ユニークユーザー

※2 @cosme SHOPPING、@cosme STOREにおけるFY22の年間売上

※3 各種数値は2022年6月時点

業績推移および各事業の紹介

売上高・営業利益の推移



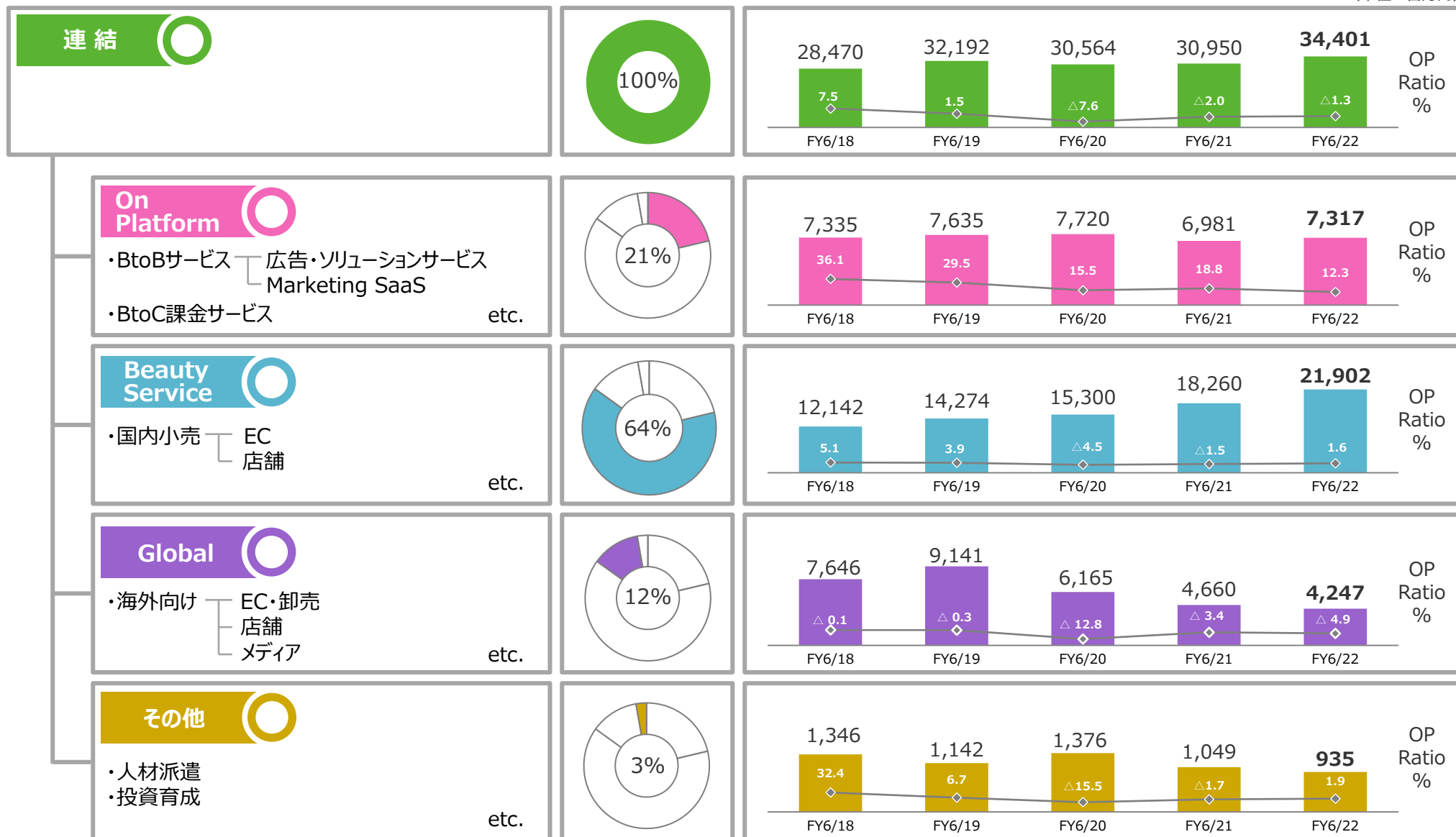
事業の構成

事業概要

売上構成 (FY22)

セグメント別の売上高推移

(単位：百万円)



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
- 4週間掲載：500万円～

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 エクランベリアル 髪型オイル』 @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 インターナショナルビューティフェア 2017 ベスト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 (25歳)

O子：憧れちゃうな～って最近思うのはいい香りをする人。
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をする人は清潔感があるし、それだけで好感度ががっちゃん。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、いつもいい香りを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ね♪ 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！そのまま磨っておいてもおもしろいので、思わず写真を撮ってSNSにアップしちゃいました！(O子)

ちょっととろみのあるオイルはベタつかず、するんと伸びてとっても使いやすい。ブローするのいい感じ！美髪が叶えられそうな予感♪(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？」って聞かれたことあります！

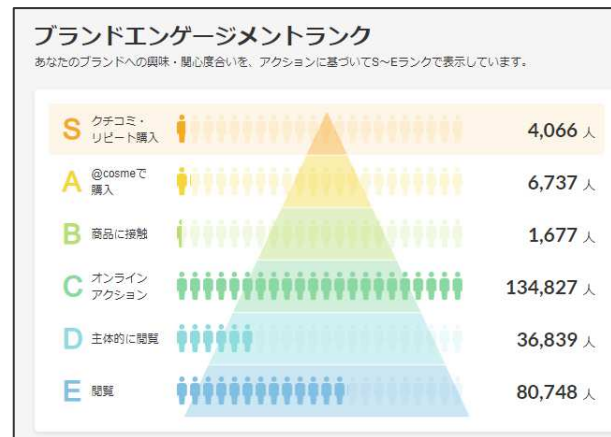
マーケティング支援サービス

- @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

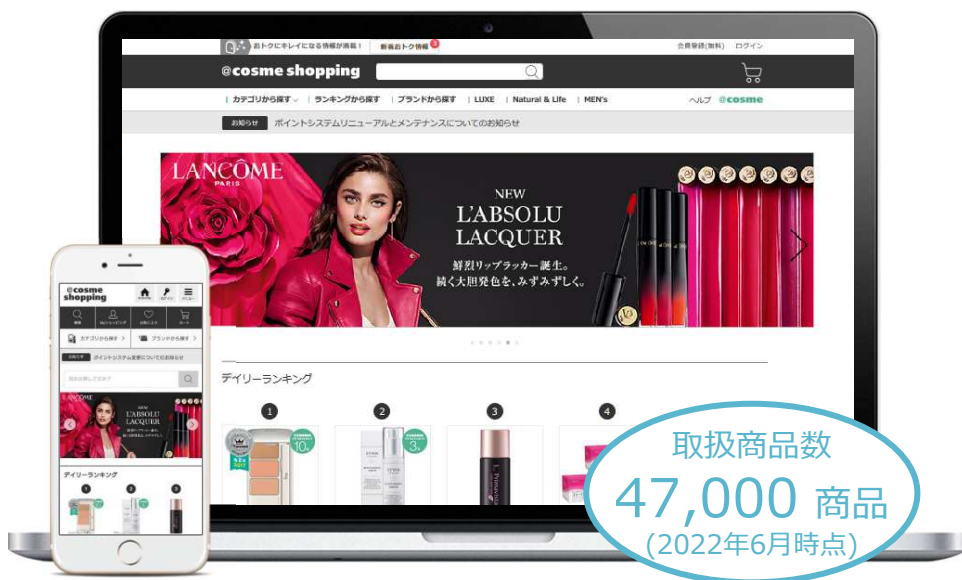




- ドラッグストアブランドから百貨店ブランドまで幅広いブランド・商品を取り揃えたワンストップショッピングを実現
- 正規品のみを取扱い、クチコミなど情報の健全性を保全するアイスタイルだからこそ提供可能な安心できる購買体験

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



(参考) ECのスペシャルイベント「@cosme Beauty Day」

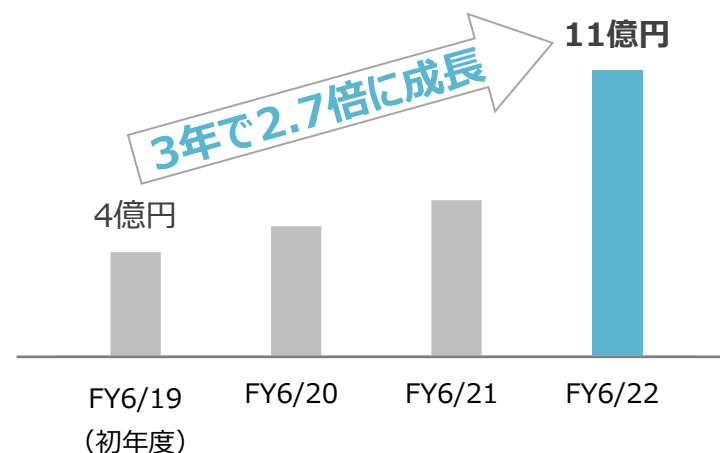
- 低迷する日本のEC化率を変えるべくブランドのEC参入を推進。“1年で1番化粧品が売れる日”を目指す

【@cosme Beauty Dayとは】

- **1年に1度限定で開催**されるECのスペシャルイベント（店舗も同時開催）
- 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**
- **全品20%のポイントバック**



スペシャルイベントの
流通総額推移



消費者に対して“@cosmeで買える”、ブランドに対して“@cosmeで売れる”という
パーセプションチェンジでEC成長を加速



(参考) 大型旗艦店「@cosme TOKYO」

- 2020年1月10日に原宿に大型旗艦店『@cosme TOKYO』をオープン
- マスブランドからラグジュアリーブランドまで、これまで最多となる充実したブランドラインナップでお出迎え

【建物外観】



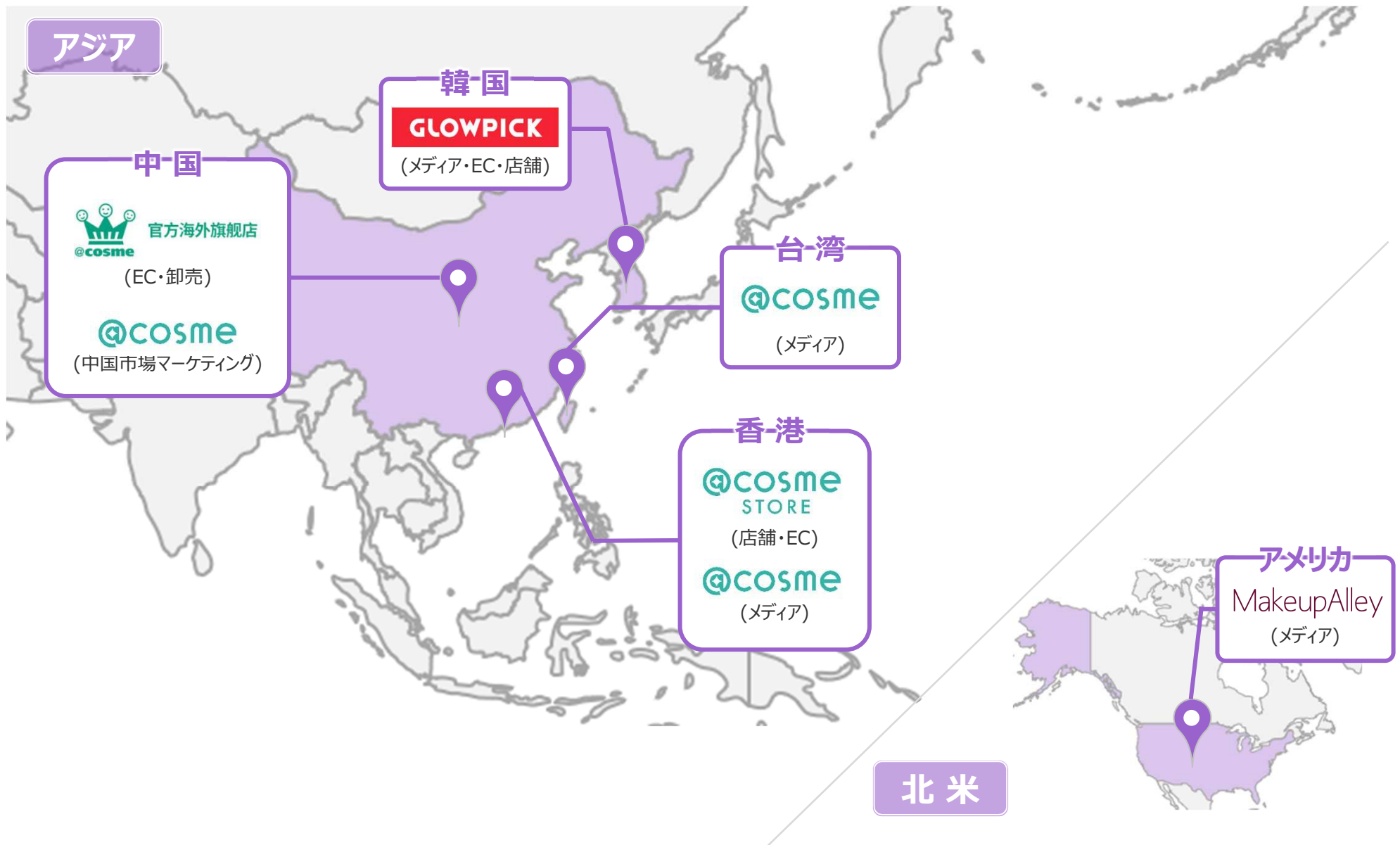
【基本コンセプト】

Beautyを楽しむすべてが集まる！
@cosmeの世界へのゲートウェイ

ユーザーとブランドがネットとリアルを行き交いながら
生まれる「Beautyと一緒に楽しむ世界」への
リアルなゲートウェイを作り出します。



@cosme TOKYOを入り口として、ネットからリアルまで@cosmeのサービスのさらなる利用を促進し
ユーザーとブランドのつながりを強化する



○ 今後の事業方針

ブランドのプロモーション予算は広告から販促へ

- 化粧品業界において、プロモーション予算は広告から販促へシフトしている

再掲：2021年2月12日公表
「化粧品業界の展望とアイスタイル
の今後の方向性」資料より

化粧品業界の「いま」と「これから」の展望(3/4)

② 広告から販促にシフト加速 / より販売力のある小売事業者へ予算集中

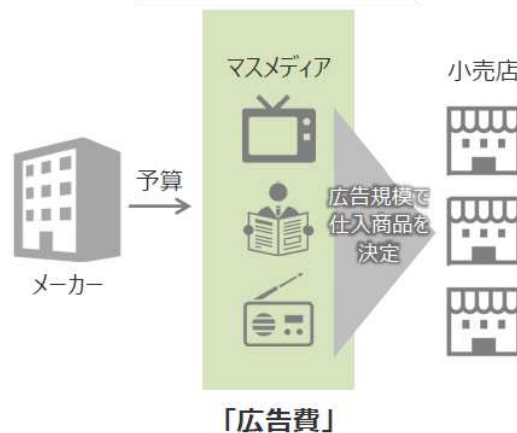
ECの拡大 / ユーザーコミュニケーションのデジタルシフトが加速

+

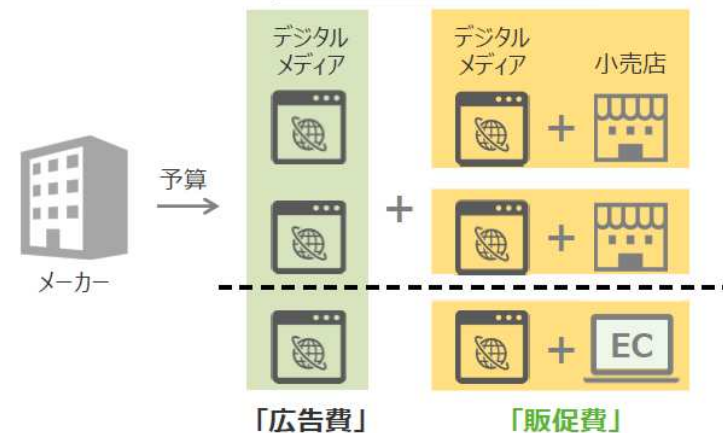
マスで広告しても店舗で売れなくなったので費用対効果が低下

販売力を有する小売事業者に「販促費」というかたちで広告予算がシフト

「いま」までのメーカー戦略



「これから」起こるであろう変化



Beauty Service（小売）事業のさらなる成長に向けて

- さらなるEC、店舗の成長を目指すための施策を展開

オンラインとオフラインをつないだ国内No.1の化粧品小売事業を目指す

EC



Amazon.com, Inc.
との業務提携

店舗



「東京小町」店舗の譲受

※ 上記施策による業績への影響は現時点で未定であるため、FY23計画には含んでおりません

Amazon.com, Inc.との業務提携について

- 主にECのさらなる成長に向けた業務提携

Amazon.com, Inc.との業務提携概要

具体的な取り組みの一つとして、Amazon.co.jp上において

「**@cosme SHOPPING**(仮)」のオンラインストアをオープン予定
(時期未定)

- 幅広いブランド・多彩なカテゴリーの**化粧品販売**
- コスメ・美容に関する様々な**情報提供**

今後は、上記ストアと@cosmeのオンライン及びオフラインの各種施策における連携等も検討

Amazon.com, Inc.について



「地球上で最もお客様を大切にする企業になること」をビジョンとして掲げており、常にお客様を起点に考え、「地球上で最も豊富な品揃え」をお客様に提供できるよう、Amazon.comやAmazon.co.jpをはじめとする総合オンラインストアを展開すると共に、お客様にとっての利便性向上のため各種サービスを提供。

東京小町事業の譲受について

- 化粧品専門店「東京小町」4店舗を運営する(株)ミズより、同事業を譲受（2022年9月末予定）

対象店舗は「ラゾーナ川崎」「ららぽーと豊洲」「ららぽーと横浜」「イオン浦和美園」。
いずれも集客が多く見込める大型商業施設に展開

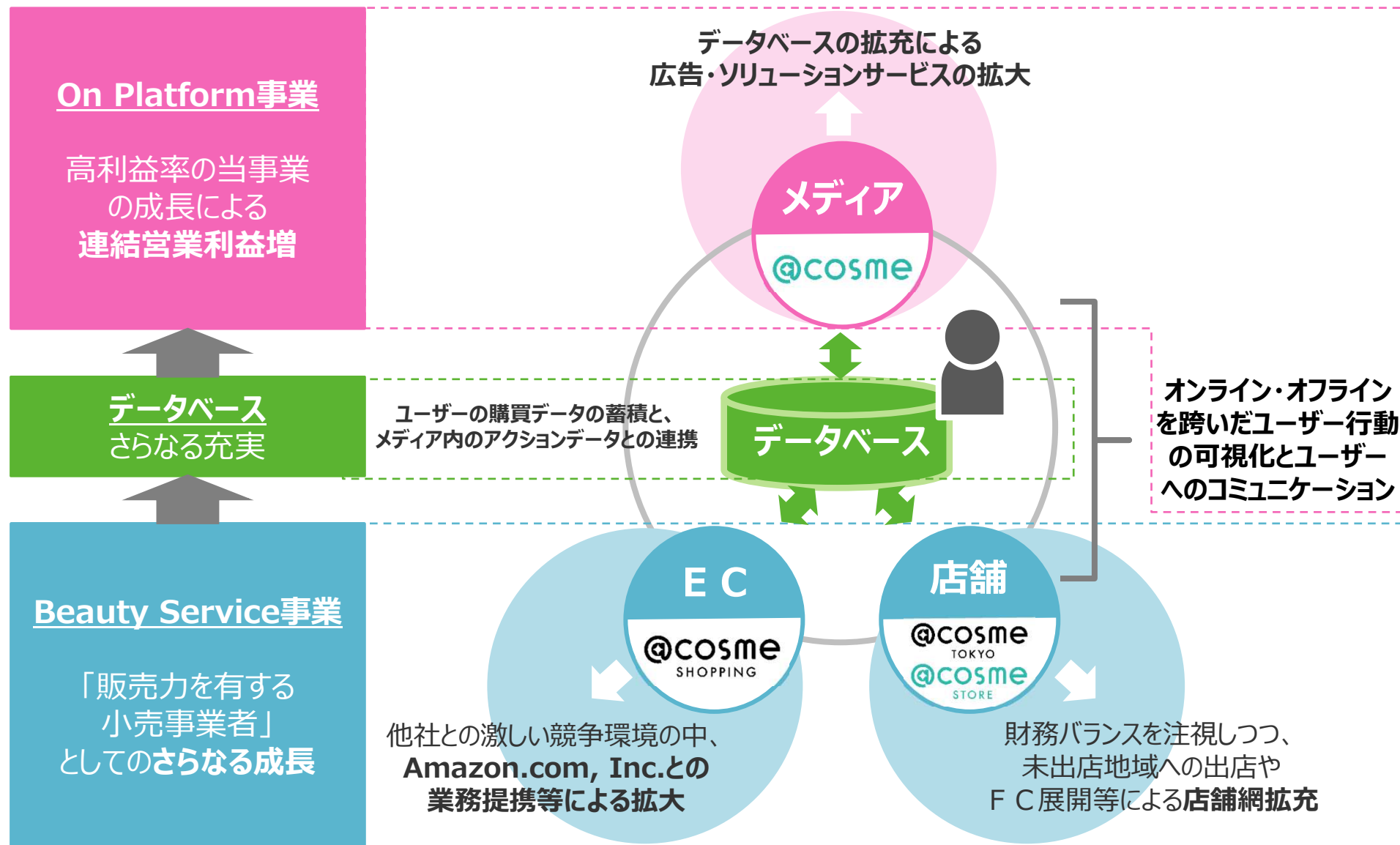


※ 写真は東京小町ラゾーナ川崎店

有力な店舗網の拡充によってさらなる成長を目指す

目指す方向性

- Beauty Service事業の成長をOn Platform事業の成長につなげ、増収に加え営業利益の増益を目指す



さらなる将来の飛躍に向けて

- 海外や他事業領域における将来的な成長に向けた業務提携

三井物産株式会社との業務提携概要

海外や他事業領域をはじめ三井物産の世界的なネットワークを活用し、共同事業を検討・開発予定。

具体的な共同事業の内容は、今後の事業開発を進めて行きながら適宜決定していく。

三井物産株式会社について



同社流通事業本部ではECや店舗を中心としたリテール分野、商品開発分野、物流分野での投資及びビジネス構築を推進し、国内のみならずアジアを始めグローバルにネットワークを持つ。

世界各地において中間層の拡大やライフスタイルの変化による消費構造の変化がある中、マーケット及び消費者起点でのビジネス構築に取り組む。

Appendix

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	4,756百万円
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	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



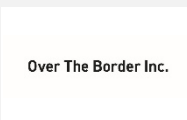
株式会社アイスタイルキャリア

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

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「@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

 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)

 SHOP OF
THE YEAR
2020
コスメ・香水
ジャンル賞
Rakuten
 SHOP OF
THE YEAR
2021
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)

株主情報 (2022年6月30日時点)

- 発行済株式数: 74,146,800
- 株主数 : 17,213

	上位10名	持株比率
1	吉松 徹郎 (CEO)	10.00%
2	株式会社ワイ (CEOの資産管理会社)	8.55%
3	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	8.37%
4	株式会社くふうカンパニー	7.26%
5	THE BANK OF NEWYORK 133612	5.99%
6	株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	3.73%
7	MSIP CLIENT SECURITIES	2.70%
8	THE BANK OF NEWYORK 133652	2.67%
9	一般財団法人 都築国際育英財団	2.66%
10	Zホールディングス株式会社	2.58%

※上記のほか、当社所有の自己株式が2,693,567株あります。

日本最大級の美容系総合サイト@cosme

- ユーザーだけでなく、ブランドなどの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

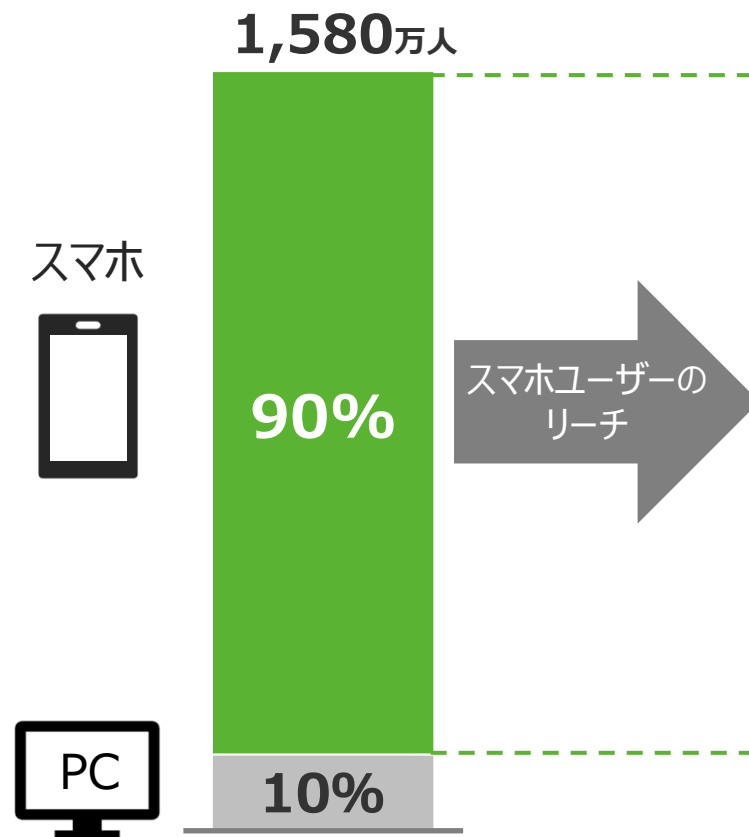
1,810万件

※ 各数値は2022年6月末時点

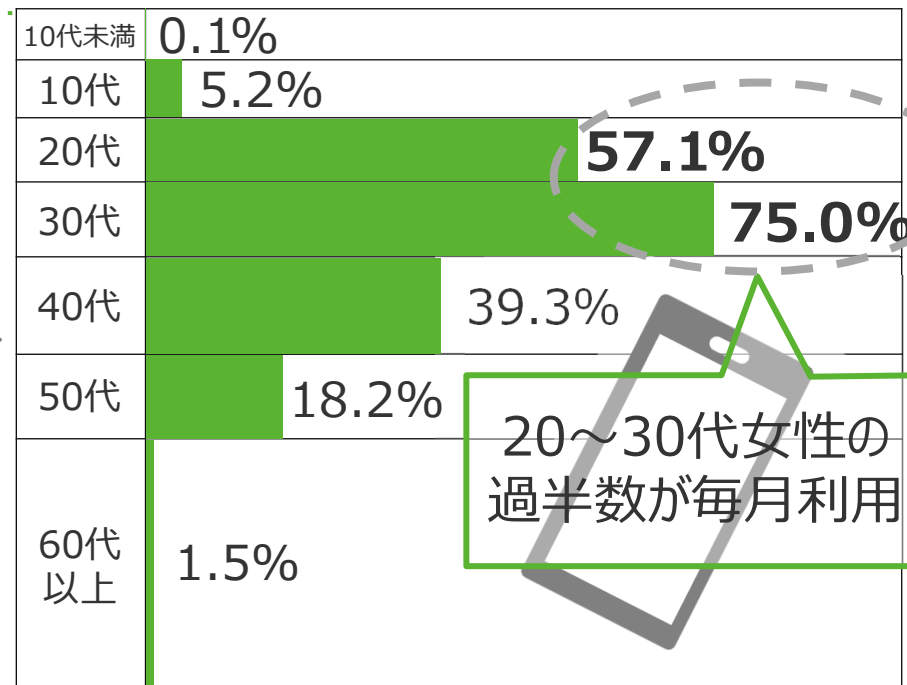
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @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 ※



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

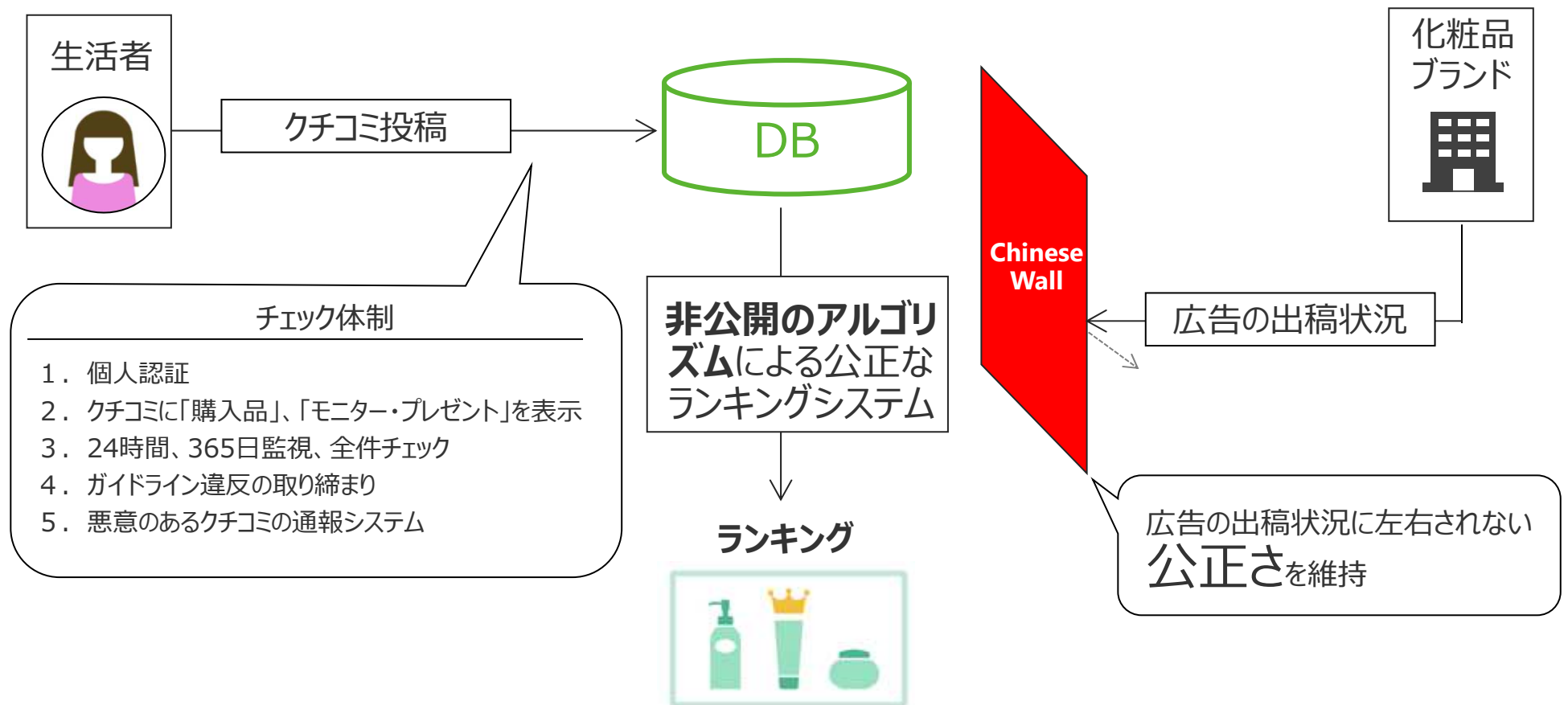
※ 各世代の高さは、各世代の人口ボリュームを表しています

@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

生活者

@cosme

化粧品ブランド



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㎡

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

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 4 私たちは透明性の高いサイト運営を行います。 |
| 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 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 3 私たちは@cosmeメンバーの発言を最大限尊重します。 | 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

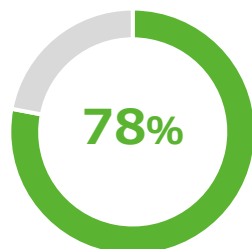
サステナブルな社会の実現に向け、@cosmeのプラットフォームを介して、パートナー企業のサステナブルな活動の認知を広げ、SDGsに関心を持つ人を増やすためのイベントを実施



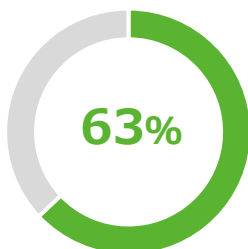
Materiality 03

人材のエンパワーメント

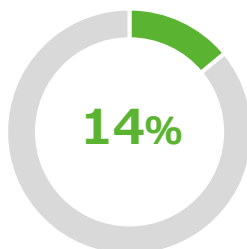
- 多様な働き方の選択肢の提供 (在宅勤務・育児休暇)
- キャリア形成を促進する人材育成制度の充実
- 人材におけるダイバーシティ促進



女性従業員



女性管理職

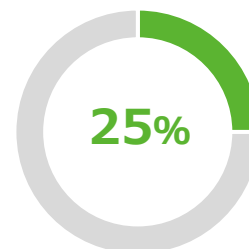


外国人従業員

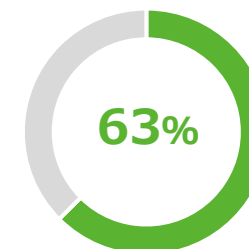
Materiality 04

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

※ 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。

© 2020 istyle, Inc.