

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

(2026年2月時点)

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



急上昇クチコミランキング ランキング急上昇の注目アイテムをチェック！

最新 お好み 急上昇 年代 肌質 購入場所 マルチアイテム

1 ニベア
ニベア クリームケア洗顔料 とてもしっとり
[洗顔フォーム]
★★★★☆ 5.3 | クチコミ1002件
本体価格：130g (オープン価格) | 発売日：2017/9/16 (2019/10/19追加発売)
購入サイトへ

2 カバマーク
ミネラルウォッシュ
[洗顔フォーム]
ベストコスメ ★★★★★ 4.8 | クチコミ1792件
本体価格：125g・3,000円 | 発売日：2012/1/20
購入サイトへ

3 トランシーノ
薬用クリアウォッシュ
[洗顔フォーム]
ベストコスメ ★★★★★ 4.9 | クチコミ1051件
本体価格：100g・1,800円 | 発売日：2017/1/18
購入サイトへ



3,483アイテム 69,310件のクチコミから選ばれた

THE BEST COSMETICS AWARDS 2020
@cosme ベストコスメアワード
上半期新作ベストコスメ

ランコム
クラリフィック デュアル エッセンス ローション
酵素に着目した化粧水で新次元の透明肌へ
詳しくみる

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

@cosme



日本No.1の美容メディア

MAU: 1,670万人

20~30代の女性の過半数が毎月利用



@cosme
SHOPPING



日本No.1の化粧品専門ECサイト

取扱い商品数: 51,000sku



@cosme
STORE

日本No.1の化粧品専門店

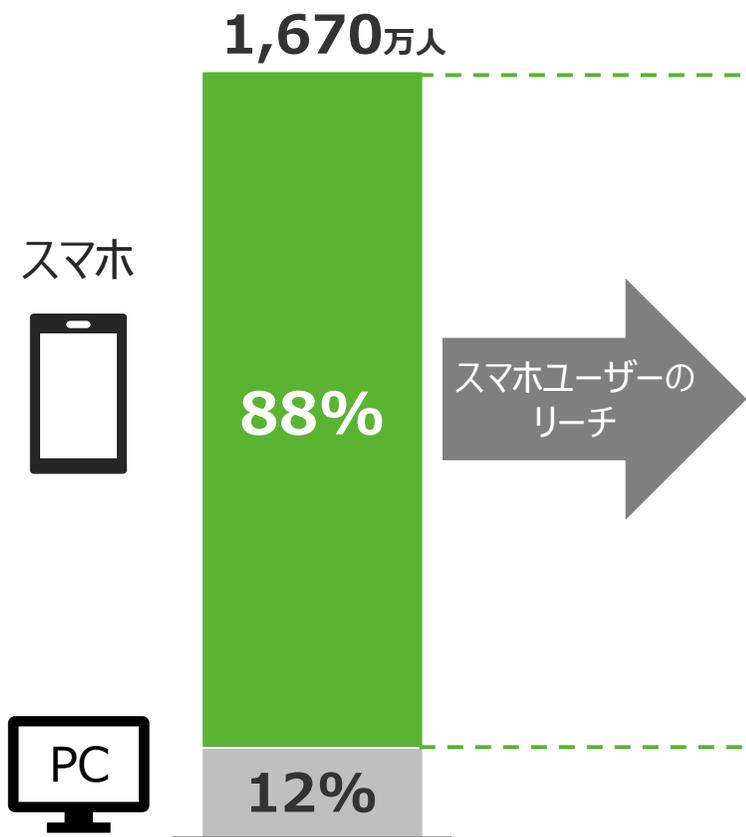
国内店舗数: 36店舗 (2026年2月時点)

※ 各数値は原則2025年6月時点

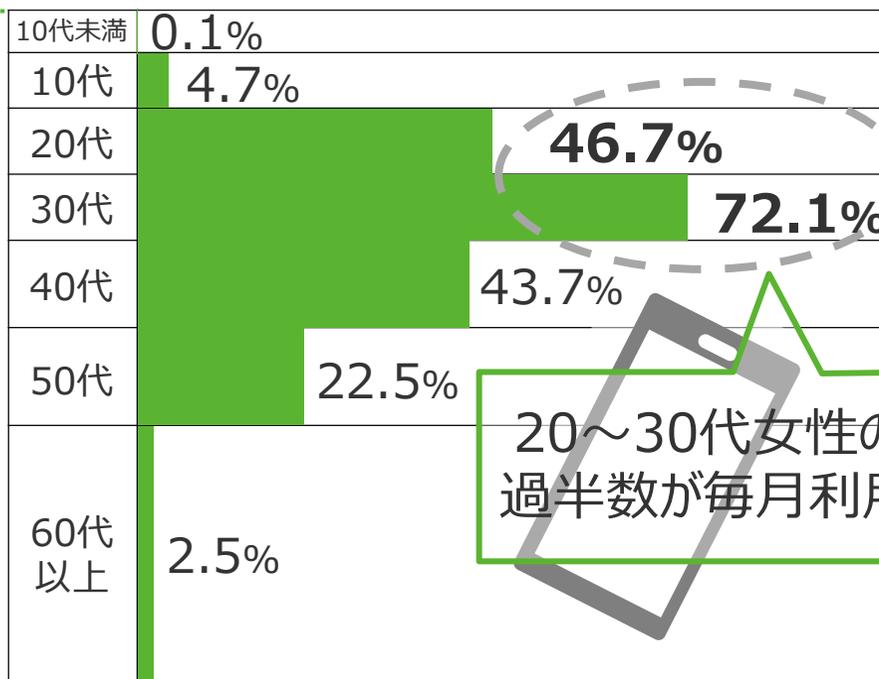
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,670万人 (2025年6月末時点)
- 20代~40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（2025年1月確定値）
2025年6月末時点のPC・スマホ・FPのUU数と会員分布より推計

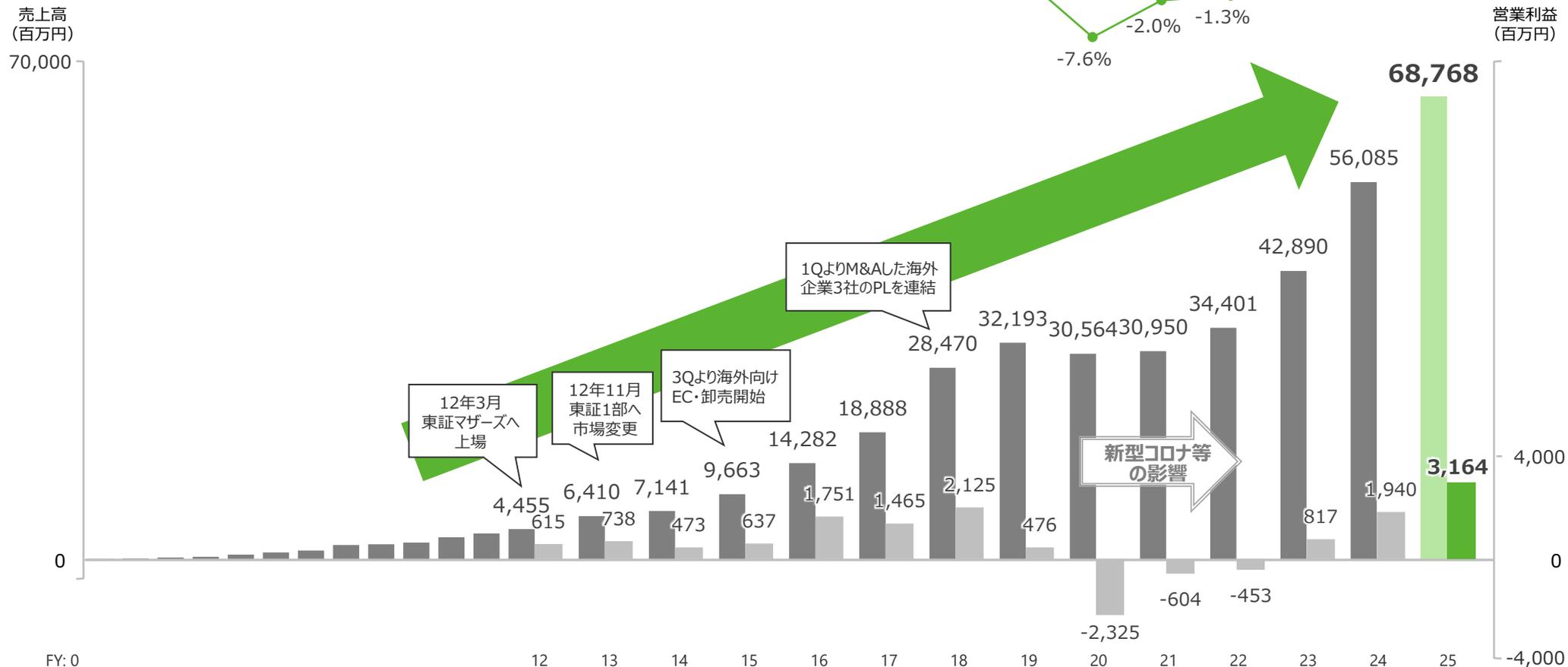
※ 各世代の高さは、各世代の人口ボリュームを表しています

業績推移および各事業の紹介

連結売上高・営業利益の推移

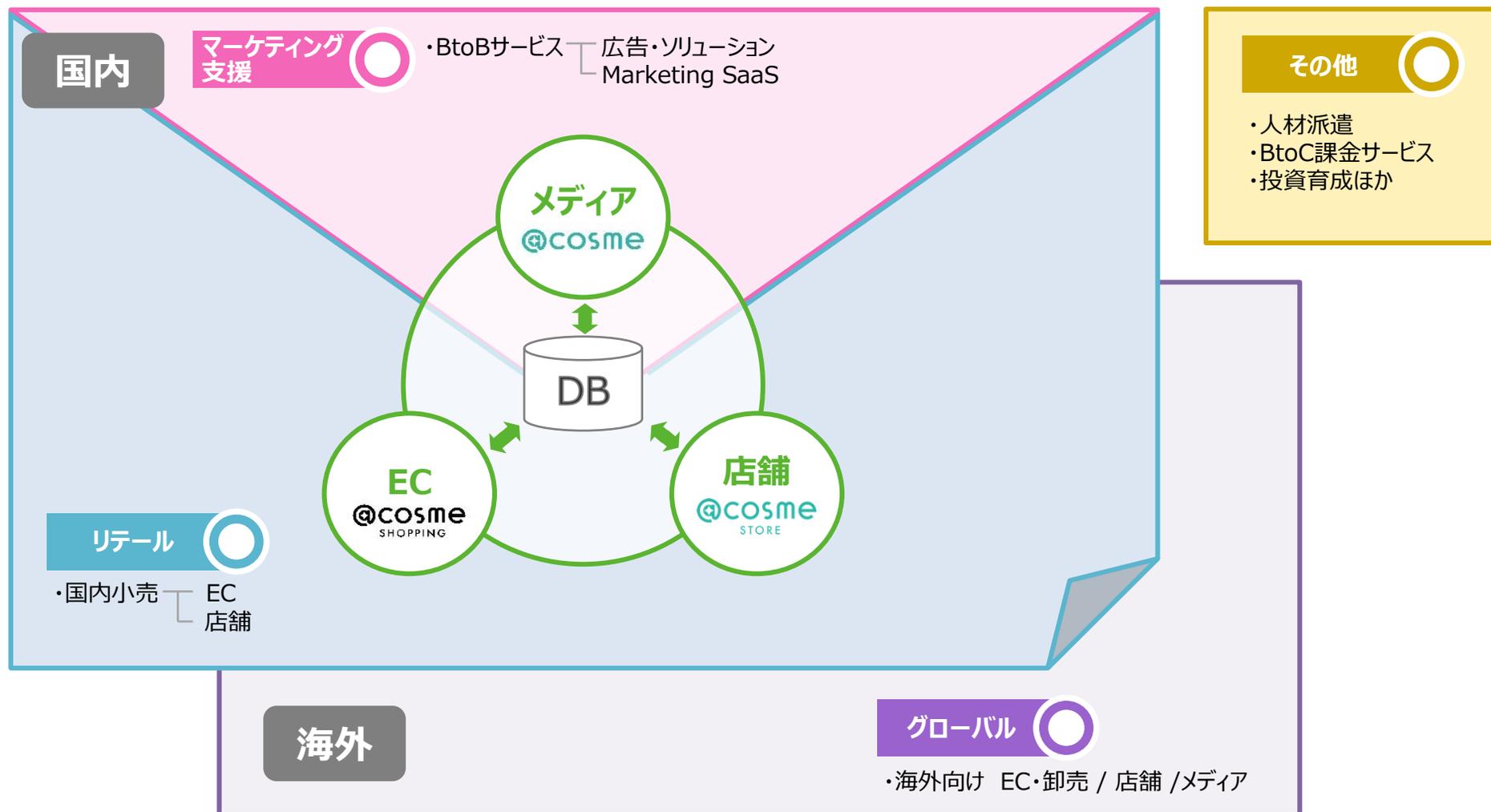
業績の推移

(■：売上高 ■：営業利益)



FY: 0

事業セグメントの構造



セグメント別の実績推移

事業概要

売上構成 (FY25)

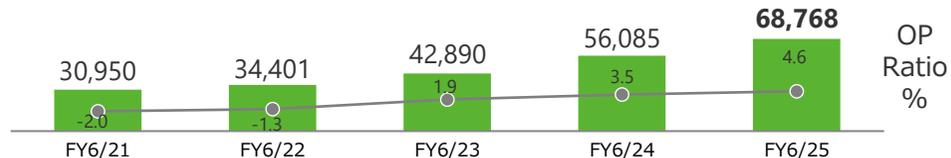
セグメント別の売上高・営業利益率の推移

(単位：百万円)

連結



100%



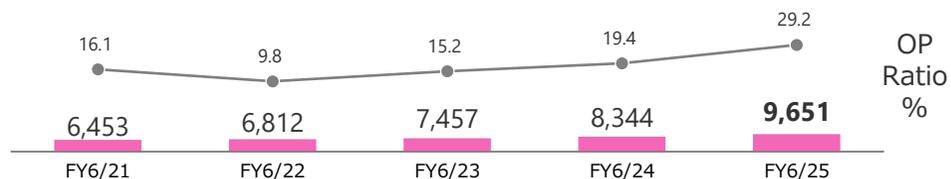
マーケティング支援



14%

・BtoBサービス 広告・ソリューションサービス
Marketing SaaS

etc.



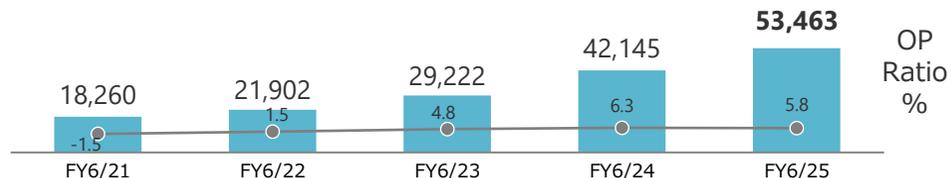
リテール



78%

・国内小売 EC
店舗

etc.



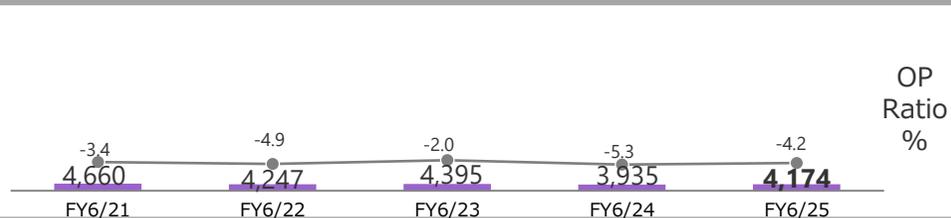
グローバル



6%

・海外向け EC・卸売
店舗
メディア

etc.



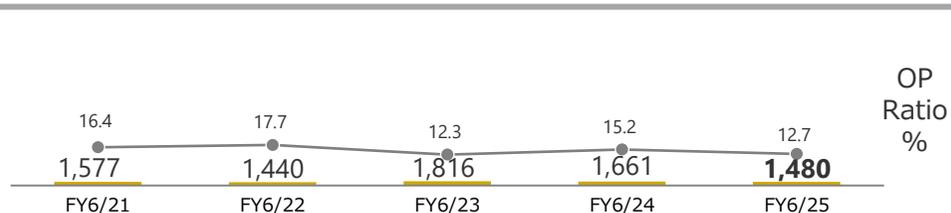
その他



2%

・人材派遣
・BtoC課金サービス
・投資育成

etc.



- メディア・EC・店舗を横断したマーケティング施策

タイアップ広告

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



SNS/OTT連携

化粧品興味関心層のファクトデータを利用した広告配信



リテールメディア

ECや店舗を活かした販売販促サービス

店舗

ポップアップ

店頭広告

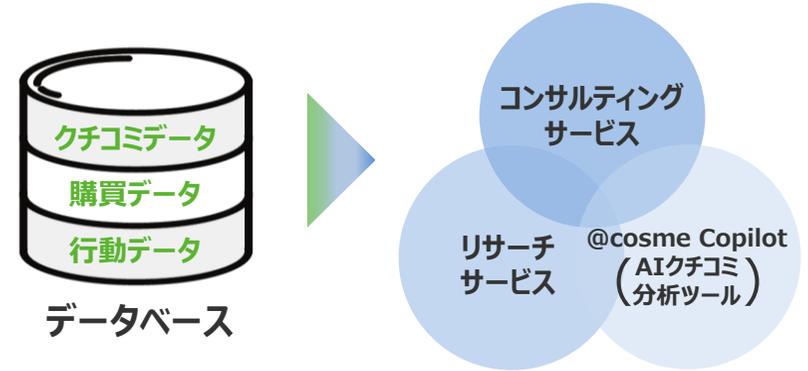
EC

EC広告

サンプリング

データドリブンソリューション

@cosmeに蓄積された膨大な独自データを活用したファクトベースのマーケティング



- 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 **36店舗**
(2026年2月時点)



EC

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

取扱商品数
51,000商品
(2025年6月時点)



- 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】

- ✓ 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**

12月開催



【@cosme BEAUTY DAY】

6月開催



【@cosme SPECIAL WEEK】



- 2025年6月オープン of 「@cosme NAGOYA」出店により、@cosmeでの体験提供の起点となる大型店を5大都市に展開

大阪

旗艦店



2023年9月オープン
(店舗面積：893㎡)



札幌



札幌ステラプレイス店
2024年10月オープン
(店舗面積：460㎡)

東京

旗艦店



2025年3月リニューアル
(店舗面積：1,300㎡ → 1,380㎡)



福岡



アミュエスト博多店
2024年8月リニューアル
(店舗面積：142㎡ → 419㎡)

名古屋

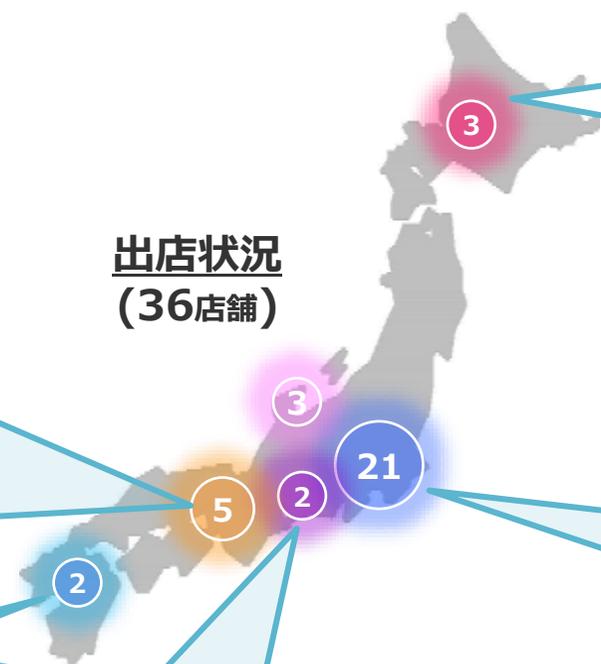
旗艦店

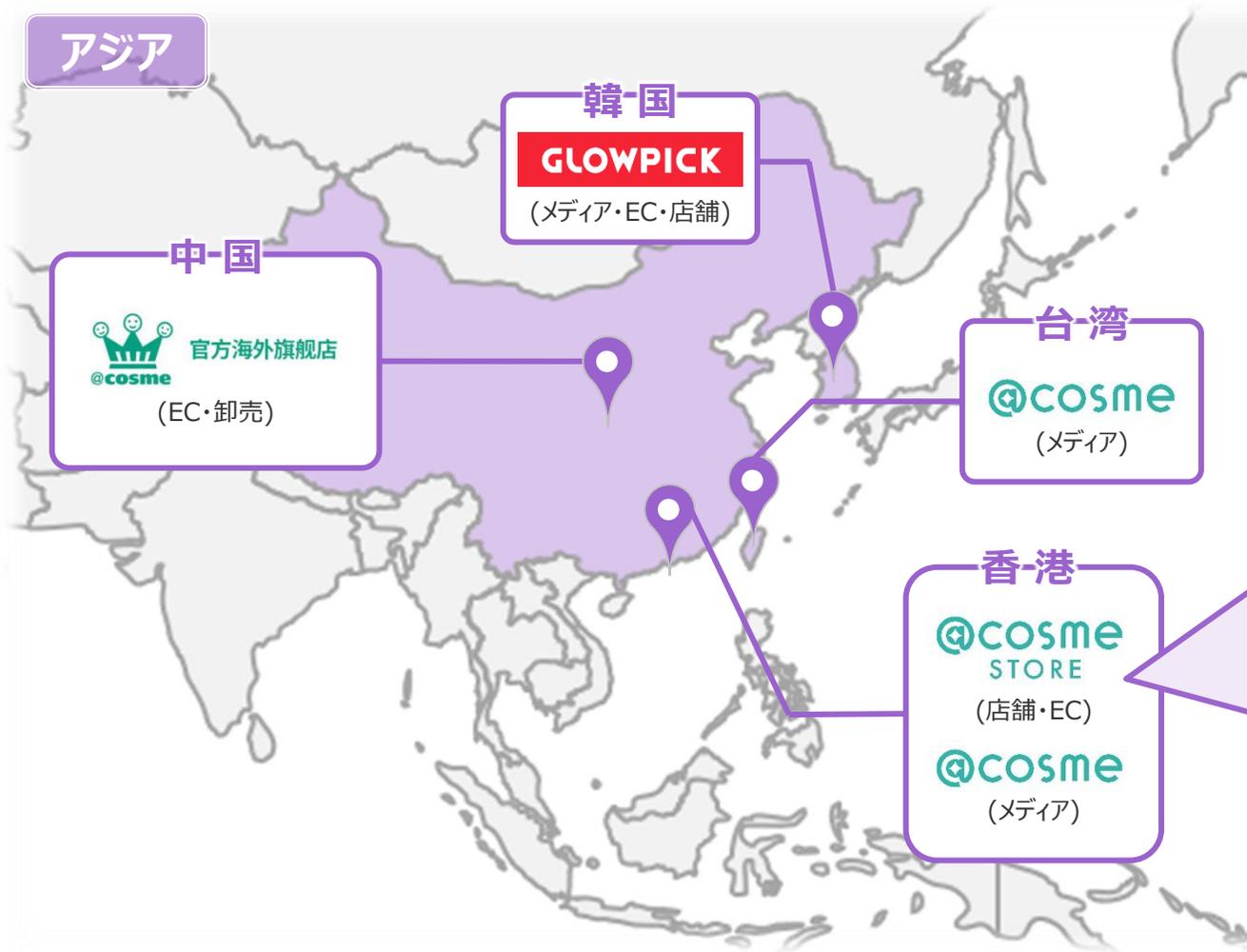


2025年6月オープン
(店舗面積：810㎡)



出店状況
(36店舗)





海外初の旗艦店



2025年12月5日オープン
(店舗面積：1,298㎡)



中期事業方針

中期事業方針の概要 (FY25策定)

- 4~5カ年の事業方針を策定。美容業界における唯一無二のプラットフォームとして更なる飛躍と事業領域の拡大を目指す

中期事業方針

< 既存事業 >

- ✓ リテール事業(BtoC)でユーザーとブランドの接点を増やし
マーケティング支援事業(BtoB)で接点やデータをマネタイズ

< 新規事業 >

- ✓ 化粧品以外のBEAUTY領域へのチャレンジ (健康食品 / 美容医療など)

中期事業目標

< 売上高 >

1,000億円

< 営業利益 >

80億円

< 成長性 >

売上高のCAGR

12~15%

< 資本収益性 >

資本コストを超える

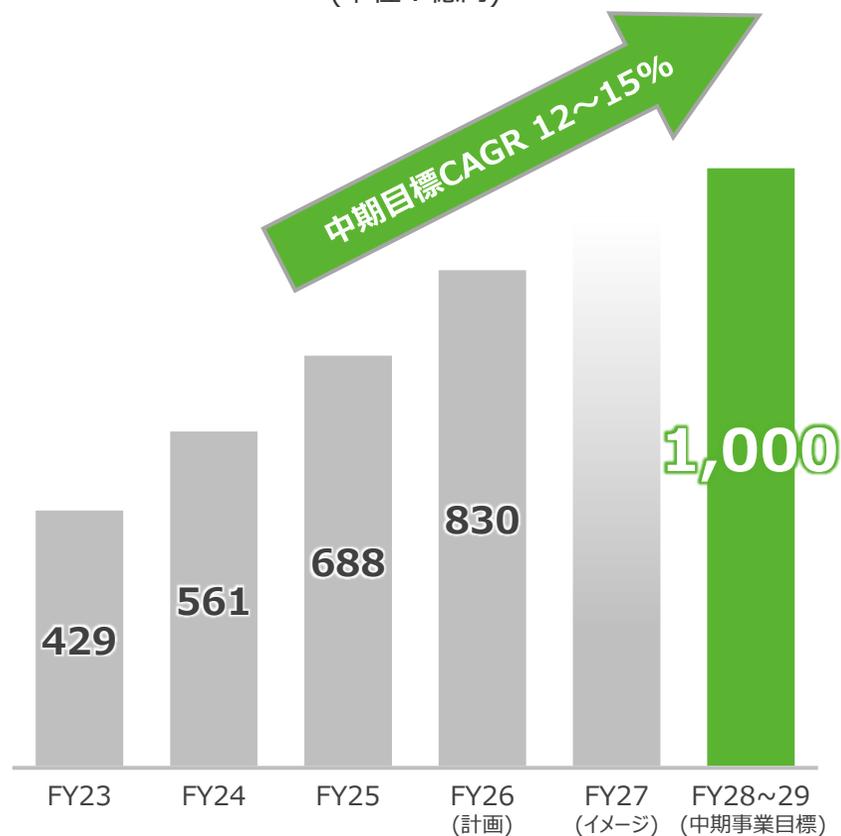
ROE

中期事業目標 (財務目標・成長性)

- 収益基盤が安定した国内事業を軸に、**連続的な増収・増益に加えて連結営業利益率も底上げしていく**
- 新規出店が外部要因の影響を受けることや新規事業での精査を鑑み、達成年度は4～5カ年のレンジとする

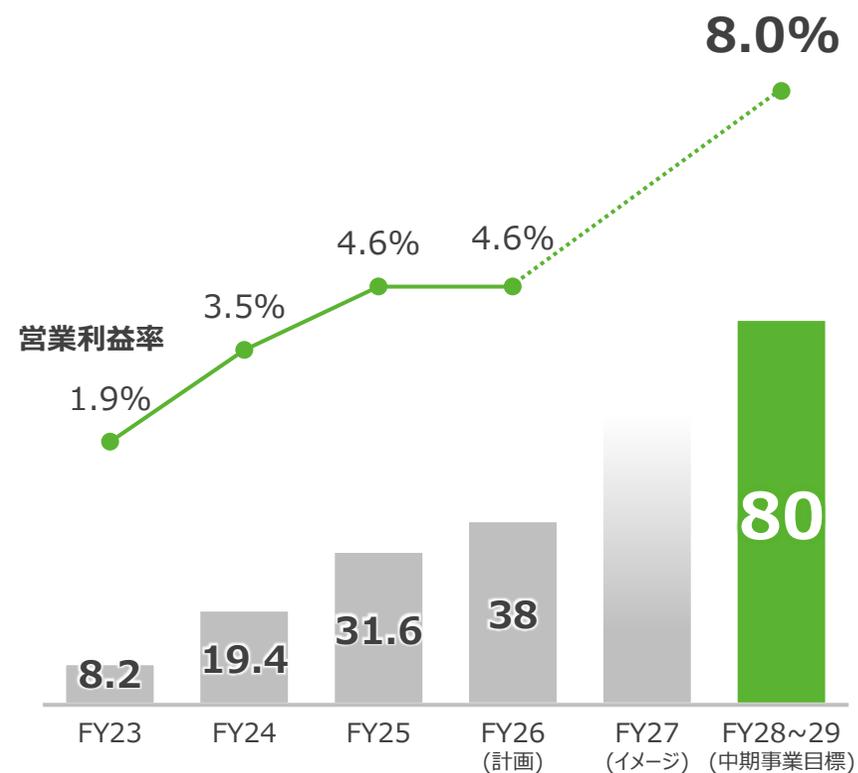
売上高

(単位：億円)



営業利益

(単位：億円)



中期事業目標 (資本収益性)

- 「資本コストと株価を意識した経営の実現に向けた取り組み」に沿って、**資本コストを超える資本収益性を目指す**

< 想定株主資本コスト >

(2024年6月30日算出)

CAPM 10~11%

$\left(\begin{array}{l} rf : 1.06 \% \\ \beta : 1.1 \\ MRP : 6.0 \% \\ SRP : 2\sim3 \% \end{array} \right)$

<

< 資本収益性 >

ROE

(2025年6月期 : 17%)

rf : リスクフリーレートとして2024年6月30日時点の10年国債利回り

β : 算出日から2年間における週次ベースでのベータ

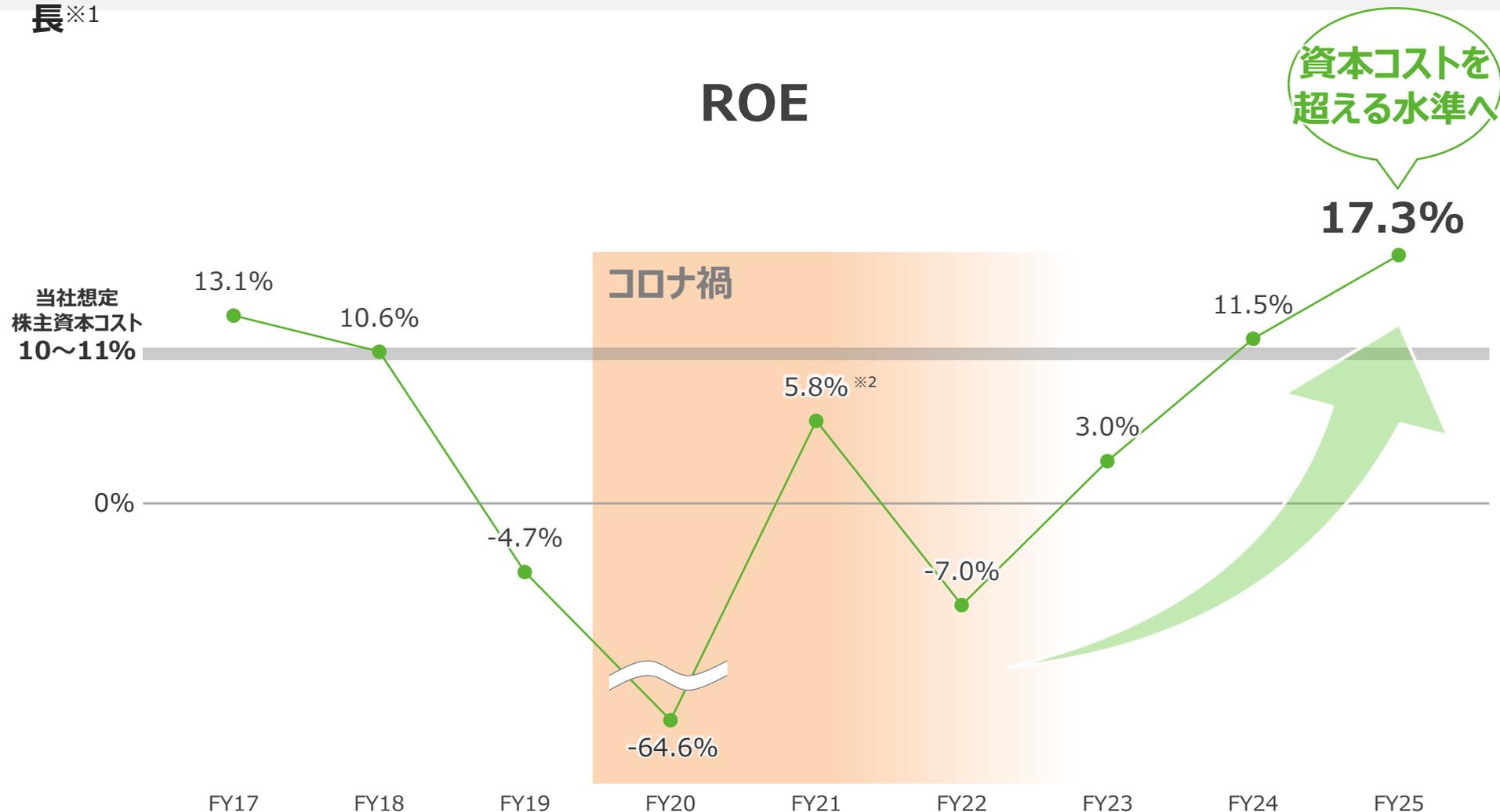
MRP : マーケットリスクプレミアム

SRP : サイズリスクプレミアムとして流動性や時価総額から考慮

※ MRP・SRPは、株主・投資家との対話により把握した概算値

ROEの年次推移

- Amazon.com, Inc.によるCB転換等で自己資本が増えるも、**事業成長の加速により資本収益性が順調に伸長**※1



※1 今後も既存のCB転換・ワラント行使により、ROEが一時的に減少する可能性があります

※2 投資有価証券売却益1,772百万円の計上による一時的なプラス転換

株主還元方針

- 利益剰余金の回復を鑑み、IR戦略として安定株主の増加に向けて復配する方向性

株主還元方針

- ✓ 利益創出の安定化に伴い、**FY19から停止していた配当をFY25に再開**
- ✓ 無配企業に投資しない投資家を取り込み、**安定株主の増加で株価のボラティリティを抑える**
(= 資本コストの低減)
- ✓ **事業成長による中長期での株価上昇が還元のメイン**



中長期的な株価上昇を重視しながら
利益拡大に応じ株主還元の更なる強化を積極的に検討

Appendix



会社概要

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	CEO 吉松 徹郎 COO 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	8,929百万円（2025年9月時点）
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	1,210名（連結）

※ 各数値は原則2025年6月時点

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



アイスタイルデータコンサルティング株式会社
データドリブンソリューションの提供
CXコンサルティングファーム「株式会社NODE」と設立



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



トレンドーズ株式会社 (持分法適用関連会社)
マーケティング事業、インベストメント事業

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 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



istyle Global (Hong Kong) Co., 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



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（社内）



**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
- 東京大学EMP修了



**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 ムユミ**

- 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
- 東京大学EMP修了

経営陣（取締役）

■ 取締役（社外）



**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年に当社社外取締役
就任



**社外取締役
鹿子木 光**

-(株)グラニフ 社外取締役
-元ジースターインターナショナル(株)
代表取締役
-2024年に当社社外取締役
就任



**社外取締役
三浦 未恵**

-プロクター・アンド・ギャンブル（P&G）
-ジョンソン・エンド・ジョンソン(株)CFO
-資生堂ジャパン(株)CFO
エグゼクティブオフィサー
-2025年に当社社外取締役 就任

経営陣（監査役・上級執行役員）

■ 監査役



**社外監査役
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



**社外監査役
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



**社外監査役
小武守 純子**

- 公認会計士
- 有限責任あずさ監査法人出身
- 小武守公認会計士事務所 代表
- 2023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
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

経営陣一覧及びスキルマトリクス (2025年12月時点)

- 中期事業目標の達成に必要なスキルを中心に経営陣を構成 (詳細及び根拠はこちら https://www.istyle.co.jp/ir/uploads/20251028_CG.pdf)

役職氏名	在任期間	役員が有するもののうち、当社が特に期待するもの														属性		
		経営基盤の強化						プラットフォームの価値最大化				事業領域の拡大				独立性 (社外のみ)	女性	
		経営経験	コーポレートガバナンス	サステナビリティ	人的資本経営	ファイナンス	会計・税務	化粧品	インターネット	広告・宣伝	小売・流通	DX・AI	イノベーション	M&A	国際ビジネス			
 代表取締役会長CEO 吉松 徹郎	26年 5ヵ月	○	○		○	○		○	○	○	○	○	○	○				
 代表取締役社長COO 遠藤 宗	3年 3ヵ月	○			○			○		○	○	○	○	○	○			
 取締役副会長CFO 菅原 敬	24年 3ヵ月	○	○	○	○	○		○	○	○		○	○	○	○			
 取締役(非常勤) 山田 メグミ	26年 5ヵ月	○	○	○	○			○	○	○		○	○	○	○			○
 取締役(社外) 那珂 通雅	11年 3ヵ月	○	○	○	○	○								○	○	○		
 取締役(社外) 宇佐美 進典	4年 3ヵ月	○	○	○	○	○			○	○		○	○	○				
 取締役(社外) 鹿子木 光	1年 3ヵ月	○	○	○	○						○				○	○	○	○
 取締役(社外) 三浦 未恵	3ヵ月					○	○	○			○			○	○	○	○	○
 監査役(社外) 原 陽年	17年 10ヵ月		○		○	○	○	○						○		○		
 監査役(社外) 都 賢治	19年 10ヵ月	○	○			○	○							○		○		
 監査役(社外) 小武守 純子	2年 3ヵ月		○			○	○							○	○	○	○	○

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
	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	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
	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	東証プライムへ市場変更
	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	大阪の梅田に2店舗目となる旗艦店「@cosme OSAKA」オープン
2024年	2月	トレンダーズ株式会社（証券コード：6069）との資本業務提携
2025年	4月	データドリブンソリューションの提供を行うアイスタイルデータコンサルティング株式会社を株式会社NODEと設立
	6月	愛知の名古屋に3店舗目となる旗艦店「@cosme NAGOYA」オープン
	12月	香港の尖沙咀に海外初となる旗艦店「@cosme HONG KONG」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



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

1,670万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

1,060万人

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

46,000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

42万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

クチコミ数

2,230万件

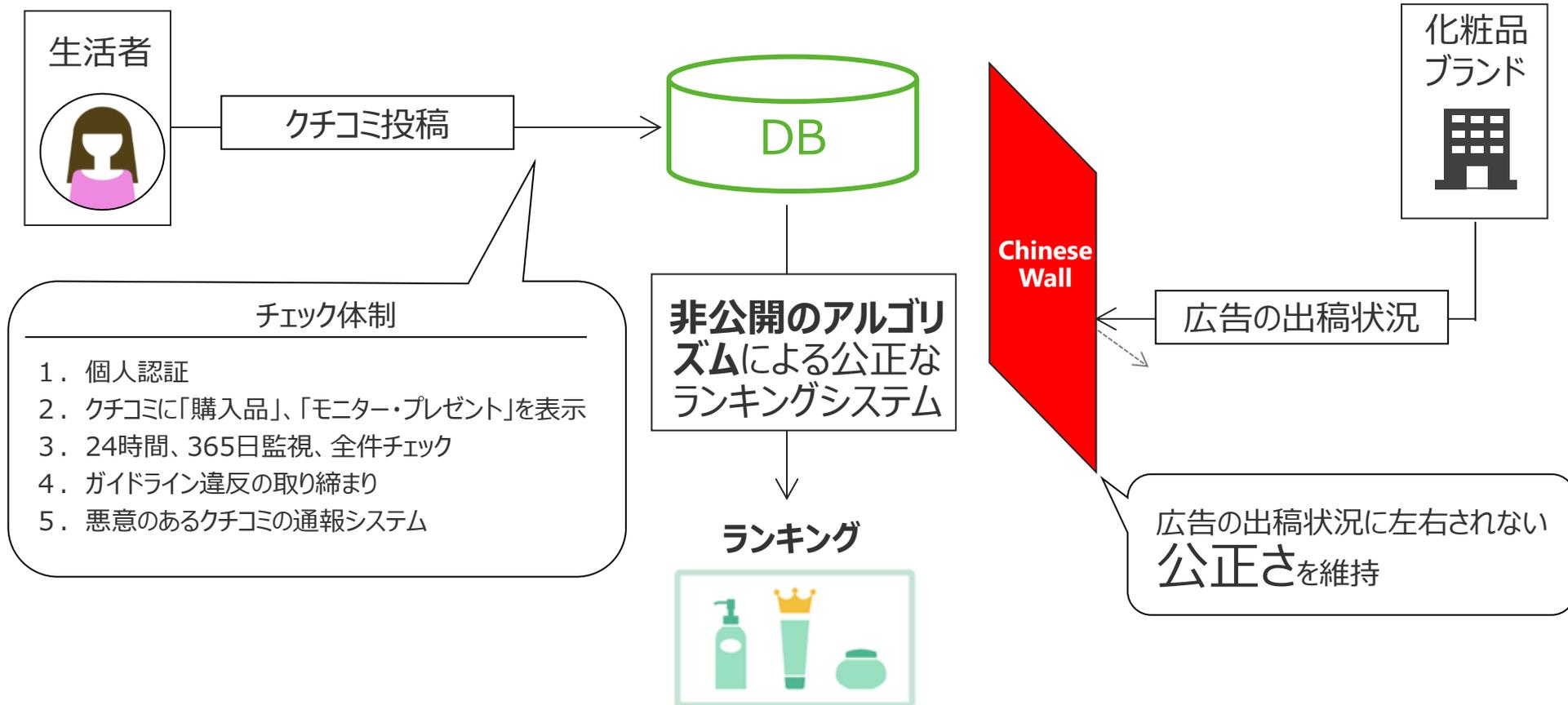
※ 各数値は原則2025年6月時点

@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：36店舗 / 海外：4店舗) ※2026年2月時点

国内直営旗艦店：3店舗

関東	@cosme TOKYO	2020年1月OPEN 2025年3月増床	1,380㎡
中部	@cosme NAGOYA	2017年4月OPEN 2025年6月増床・改装	810㎡
近畿	@cosme OSAKA	2017年3月OPEN 2023年9月増床・改装	893㎡

@cosme STORE (国内直営：24店舗)

北海道	札幌ステラプレイス店	2024年10月OPEN	460㎡
	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㎡
	イオンモール浦和美園店	2012年3月OPEN 2024年7月増床・改装	255㎡
関東	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㎡
	池袋サンシャインシティ店	2016年10月OPEN	162㎡
	ルミネ有楽町店	2014年2月OPEN	224㎡

関東	SYDNEY by @cosme アトレ亀戸店	1978年10月OPEN 2024年9月改装	129㎡
	ニューマン高輪店	2025年9月OPEN	470㎡
	マルイファミリー溝口店	2015年10月OPEN	271㎡
	ニューマン横浜店	2020年6月OPEN	323㎡
中部	ルミネ横浜店	2022年9月OPEN	349㎡
	mozoワンダーシティ店	2025年12月OPEN	348㎡
	富山マールト店	1987年9月OPEN 2022年3月増床	227㎡
中部	イオンモール高岡店	2002年9月OPEN 2019年9月増床	240㎡
	金沢フォーラス店	2024年12月OPEN	374㎡
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	アミュエスト博多店	2017年3月OPEN 2024年8月増床	419㎡
	TSUTAYA 熊本三年坂店	2016年6月OPEN	228㎡

東京小町 (国内直営：2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㎡
関東	東京小町 ららぽーと豊洲店	2006年10月OPEN	202㎡

COSMETICS SYDNEY (国内直営：4店舗) ※FY24.1Q連結

関東	シドニー アトリエアルピオン 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㎡
	シドニー小岩店	1972年7月OPEN 2022年3月移転	98㎡

@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㎡

海外直営旗艦店：1店舗

香港	@cosme HONG KONG	2025年12月OPEN	1,298㎡
----	------------------	--------------	--------

@cosme STORE (海外直営：2店舗)

香港	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) ※

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

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

※ 各数値は原則2025年6月時点 (役員に関する指標は2025年9月時点)

人的資本経営(1/2)：概要

- 「BEAUTYの世界をアップデートし続けるために人を成長させ、選ばれ続ける会社になる」をパーパスに人的資本経営を推進

No.	パーパス	テーマ	課題 (注力事項)	対応策	指標
1		成長を感じチャレンジしたいカルチャーの醸成	<ul style="list-style-type: none"> より明確なロールモデルの提示 マネジメント層の働き方改革 (目指したい、目指せる、ライフワークバランス) 	<ul style="list-style-type: none"> ハンズアップでのチャレンジ促進 チャレンジを称賛する場の醸成 	<ul style="list-style-type: none"> 会社に成長機会があると思う人の割合 自身の成長に意欲的な人の割合 上位、責任ポジションへの意欲的な人の割合 「働きがい」「やりがい」を感じる人の割合
2	ミッション： 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	働きがいを後押しするライフステージに合わせた働き方支援		<ul style="list-style-type: none"> 働き方の多様化 健康経営 	<ul style="list-style-type: none"> ハンズアップ (何歳でも成長できる仕組み) ・休暇取得などライフワークバランスに対して周りの理解があると思う人の割合
3	人材戦略テーマ： 成長意欲の高い人に選ばれ続ける会社になる 人材戦略： ・人の成長にコミットする ・気づきのマネジメント	異なる分野・業種における共創	<ul style="list-style-type: none"> ・VUCA時代の自律型人材育成を目指した、多様な経験を積む機会創出 ・異業種・異文化を受け入れて共創する機会 	<ul style="list-style-type: none"> ・複数の領域経験 (ユーザー・ブランド視点 / リアル×ネット) ・他の人から経験を学ぶ仕組み ・他部門・他社との共創の経験 (横連携PJT、コミュニティ参加) 	<ul style="list-style-type: none"> ・7iAward (社内表彰制度) ・社外人材との交流 ・共同ワークショップ ・横連携を強みと思う人の割合
4		新しい価値観で未来を牽引するリーダーの育成	<ul style="list-style-type: none"> ・正解のない時代の自律型ビジネスプロデューザーの育成 ・アジャイルにチャレンジしやすい環境提供 ・失敗を恐れずにチャレンジし、学びから次の機会に活かせる自律人材の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・マネジメントモデルの改革 (管理者からコーチへ) ・「気づき」を生む育成プログラムの導入 ・若手のPJTリーダー抜擢 	<ul style="list-style-type: none"> ・育成プログラムへの参加割合 ・自律人材を発掘・育成するコーチ型マネジメントの数 ※施策と並行しているため、指標化と管理は今後実施予定

※ 詳細は統合報告書2024を参照：https://ssl4.eir-parts.net/doc/3660/ir_material3/238199/00.pdf#page=31

人的資本経営(2/2) : DE & I (多様性・公平性・包括性)

- 複雑な社会を生きていくために、「自分らしい働き方の支援」と「自らの選択で成長を促進させる」制度を提供

性別やライフステージで分け隔てることなく活躍できる制度「iselect」

従業員同士の個性やシナジーを最大化し新しい価値創造に注力。
結果として、各指標は以下のとおりとなりました。(2025年6月時点)

女性従業員比率	:	79%
女性管理職比率	:	60%
女性の育児休暇後の職場復帰率	:	100%
男性の育児休暇取得率	:	100%



ハンディキャップを超えた共創

障がいを持つ社員が属する部門では、全社と連携してワークシェアし
グループ内の20部門にわたる90の業務を担当。

現在では、業務範囲を店舗にまで活躍の場が拡大しています。

自分らしい働き方を 支援する

- フルフレックス勤務
- Work from Home (在宅勤務)
- 介護・看護の休暇休職
- 出産・育児の支援
- リプロダクティブヘルス支援

自らの選択で 成長を促進させる

- 副業許可
- 自己啓発休暇
- 語学学習費用支援
- ボランティア休暇

東洋経済「女性活躍企業ランキング」で総合21位に選出

これまでの取り組みが実を結んだ結果、2024年5月に株式会社東洋経済新報社が発表した「女性活躍企業」ランキングで、3万社中総合21位にランクインしました。特に情報通信業で3位、化粧品業界（化学）では4位と、各業界においても高く評価されています。
※詳細は当社HPを参照 <https://www.istyle.co.jp/news/info/2024/05/0530.html>

気候変動対応：概要

- カーボンニュートラルな社会を目指して全社横断で気候変動対応に注力

<リスクと機会>

TCFD提言に基づく分類		想定し得るリスク・機会 (太字は定性的に重要と認識する項目)	
リスク	移行リスク	政策 (規制)	炭素税導入による財務負担増 プラスチック規制強化による販売促進物などの材料単価高騰
		法律	- (事業特性上、同項目に関する特段のリスクはない)
		技術	再生可能エネルギーの需要増による費用増加
		市場	原材料コストの上昇による仕入条件の変更
		評判	対応の遅れによる、感度の高い顧客離れ (生活者・化粧品メーカー)
	物理的リスク	急性	自然災害(台風・洪水)の頻発による ・店舗営業および店頭イベントの停止 ・ECにおける配送遅延リスク サプライチェーン停滞による機会損失 (仕入商品・EC販売の配送遅延など)
		慢性	平均気温上昇による外出機会 = 化粧をする機会の減少
	機会	資源効率性	環境配慮に対する生活者の意識向上に伴う、梱包資材等の削減や効率化
		エネルギー源	- (事業特性上、当該項目に関する特段の機会はない)
製品/サービス		顧客の嗜好変化 (エシカル消費) に合わせたサービスによる売上高の増加	
市場		外出機会の減少によるEC需要の増加 生活者における健康意識の高まり	
レジリエンス		複数事業運営によるリスク分散と機動的な需要獲得	

<CO₂排出量>

(単位 : t-CO ₂)	FY23	FY24	2030年目標
Scope1	0	0	0
Scope2 (マーケット基準)	662	575	300
Scope2 (ロケーション基準)	635	815	300
Scope3	136,395	219,192	-
カテゴリー1	93,630	111,932	-
カテゴリー2	3,196	5,932	-
カテゴリー3	102	109	-
カテゴリー4	3,885	4,568	-
カテゴリー5	5	2	-
カテゴリー6	206	241	-
カテゴリー7	137	177	-
カテゴリー9	34,319	94,955	-
カテゴリー11	557	781	-
カテゴリー12	329	467	-
カテゴリー14	28	28	-

※ 戦略などの詳細は統合報告書2025を参照 : https://ssl4.eir-parts.net/doc/3660/ir_material3/272685/00.pdf



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。