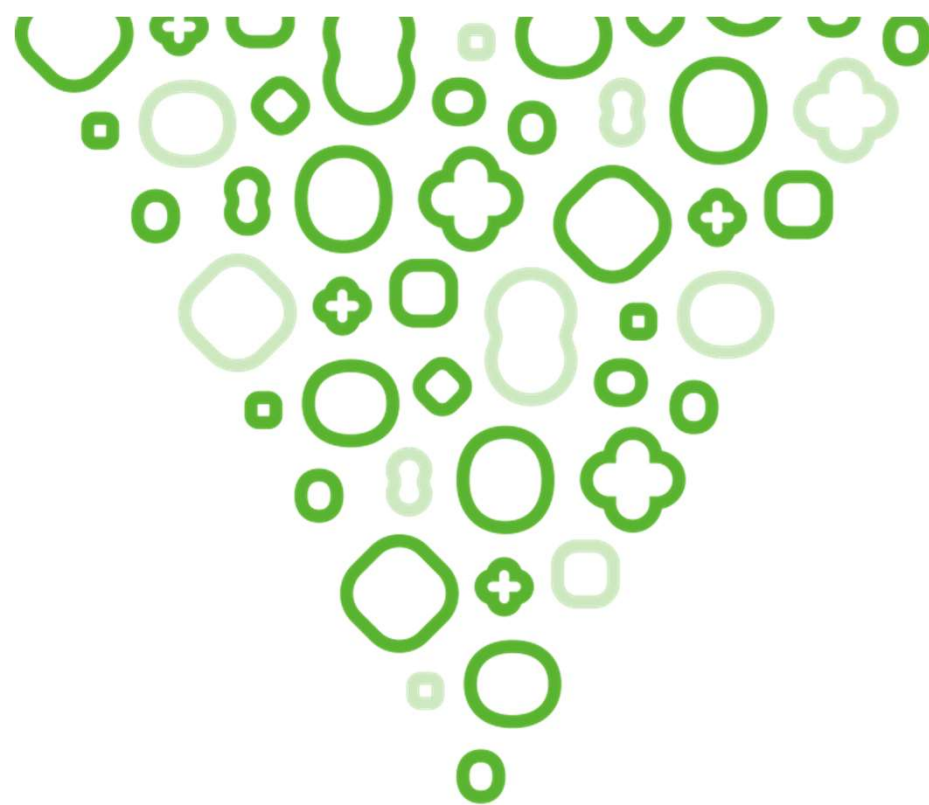


2019年6月期第2四半期 決算説明資料



istyle

2019/02/08

株式会社アイスタイル

証券コード: 3660

第2四半期決算概要

第2四半期累計 / ハイライト

連結



2Qのプロモーションに463百万円（全社費用として計上）投じたこと等により減益

売上高	:	16,225	百万円	YoY	:	117.1	%
営業利益	:	242	百万円	YoY	:	20.0	%

On Platform



ブランドオフィシャルの契約獲得が遅れるも、広告サービス等がカバーし、堅調に推移

売上高	:	3,873	百万円	YoY	:	106.3	%
営業利益	:	1,237	百万円	YoY	:	88.3	%

Beauty Service



各事業好調。12月3日のECイベントにおけるポイント発行の影響をこなし増収増益

売上高	:	7,032	百万円	YoY	:	123.7	%
営業利益	:	286	百万円	YoY	:	109.5	%

Global



香港1号店の売上好調。中国で法改正があり、一部の卸先が仕入れを控え様子見

売上高	:	4,723	百万円	YoY	:	123.1	%
営業利益	:	68	百万円	YoY	:	127.1	%

その他



今期はキャピタルゲインの計上が無く減収減益も、人材派遣事業は堅調に推移

売上高	:	596	百万円	YoY	:	87.3	%
営業利益	:	63	百万円	YoY	:	23.0	%

※ 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2四半期累計 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

- 2Q計上のプロモーションコスト463百万円(一過性)や、前期はキャピタルゲインの計上※1があったため、減益
- 現在の状況を総合的に判断し、今期の業績予想を修正 (詳細はP22参照)

(単位: 百万円)	2019年6月期 2Q(7~12月)	2018年6月期 2Q(7~12月)	前年同期比	2019年6月期 業績予想 (期初計画) ※2	進捗率
売上高	16,225	13,851	117.1%	36,100	44.9%
売上総利益	7,657	6,754	113.4%	-	-
販売管理費	7,415	5,541	133.8%	-	-
営業利益	242	1,213	20.0%	1,800	13.4%
経常利益	228	1,249	18.2%	1,735	13.1%
親会社株主に帰属 する純利益	59	699	8.4%	925	6.4%

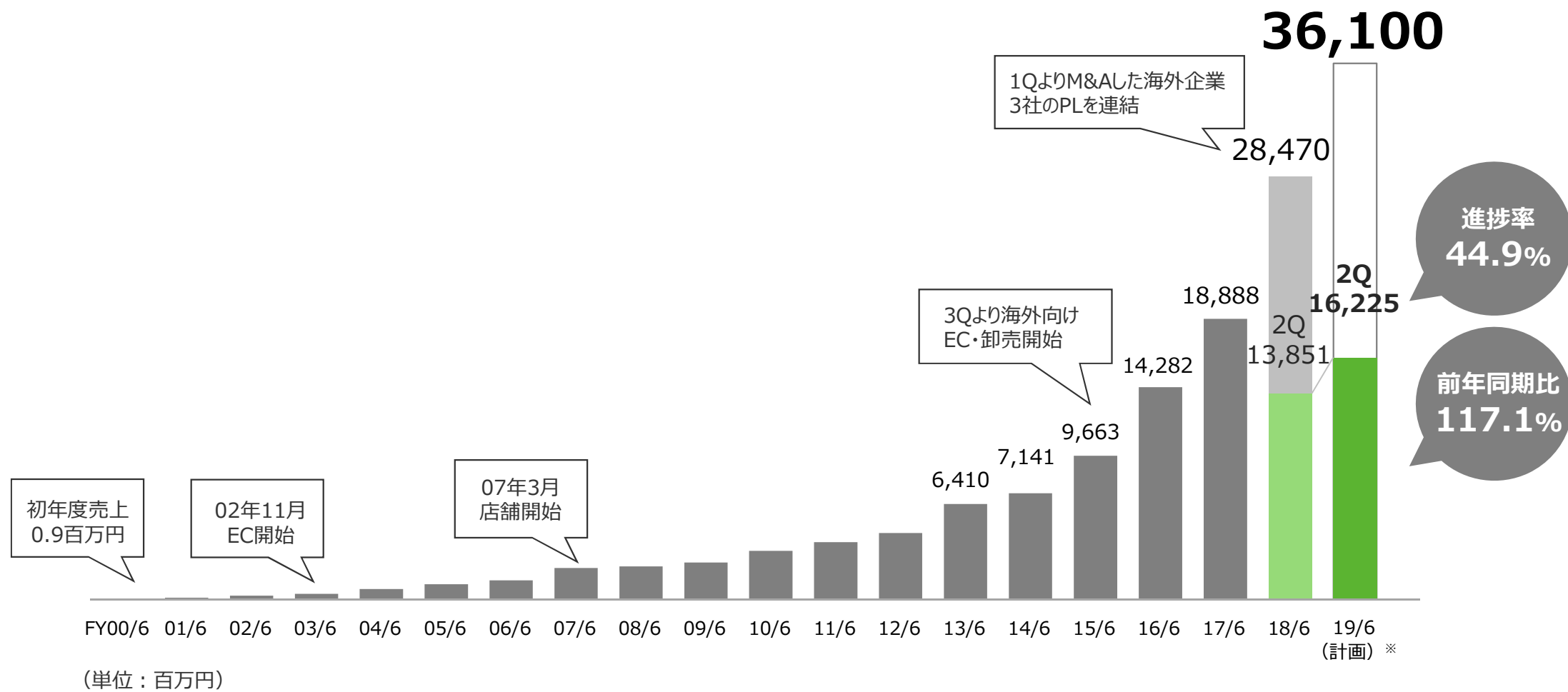
一過性コスト (463百万円) 含む

※1 253百万円

※2 2019年2月8日付で業績予想の修正を行っております。詳細はP22をご覧ください

連結売上高の推移

- 会社設立以来、**連続増収を達成**

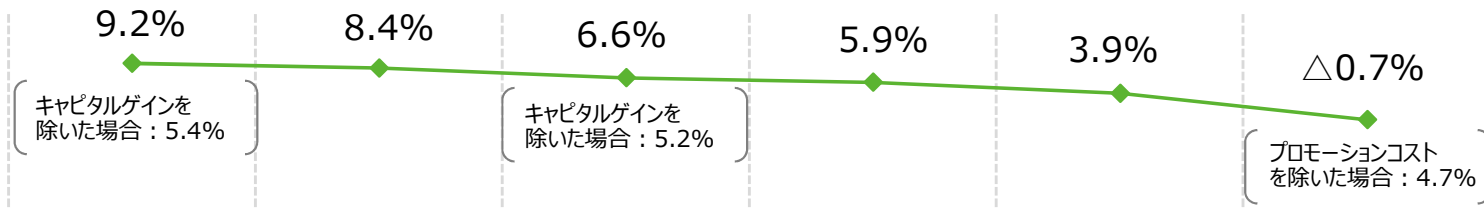


※ 2019年2月8日付で業績予想の修正を行っております。詳細はP22をご覧ください

セグメント別売上高推移 (四半期別)

- 過去最高の四半期売上高を記録
- 12月3日のスペシャルECイベントにプロモーションコスト463百万円（一過性）を投下したため、**一時的に赤字転落**

連結営業利益率

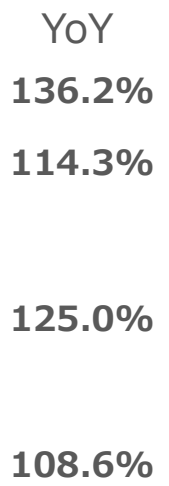


売上高

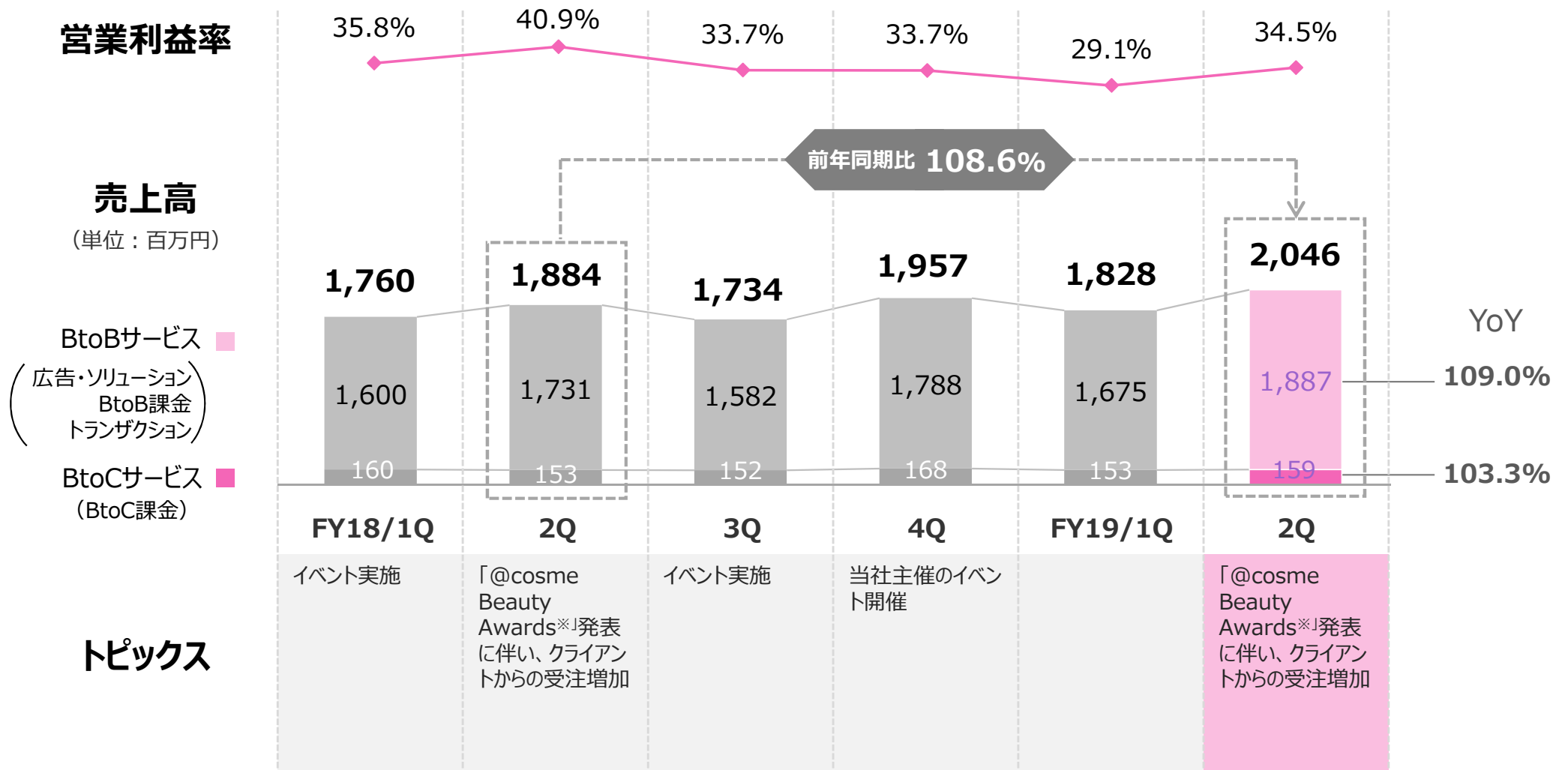
(単位：百万円)



前年同期比 117.8%

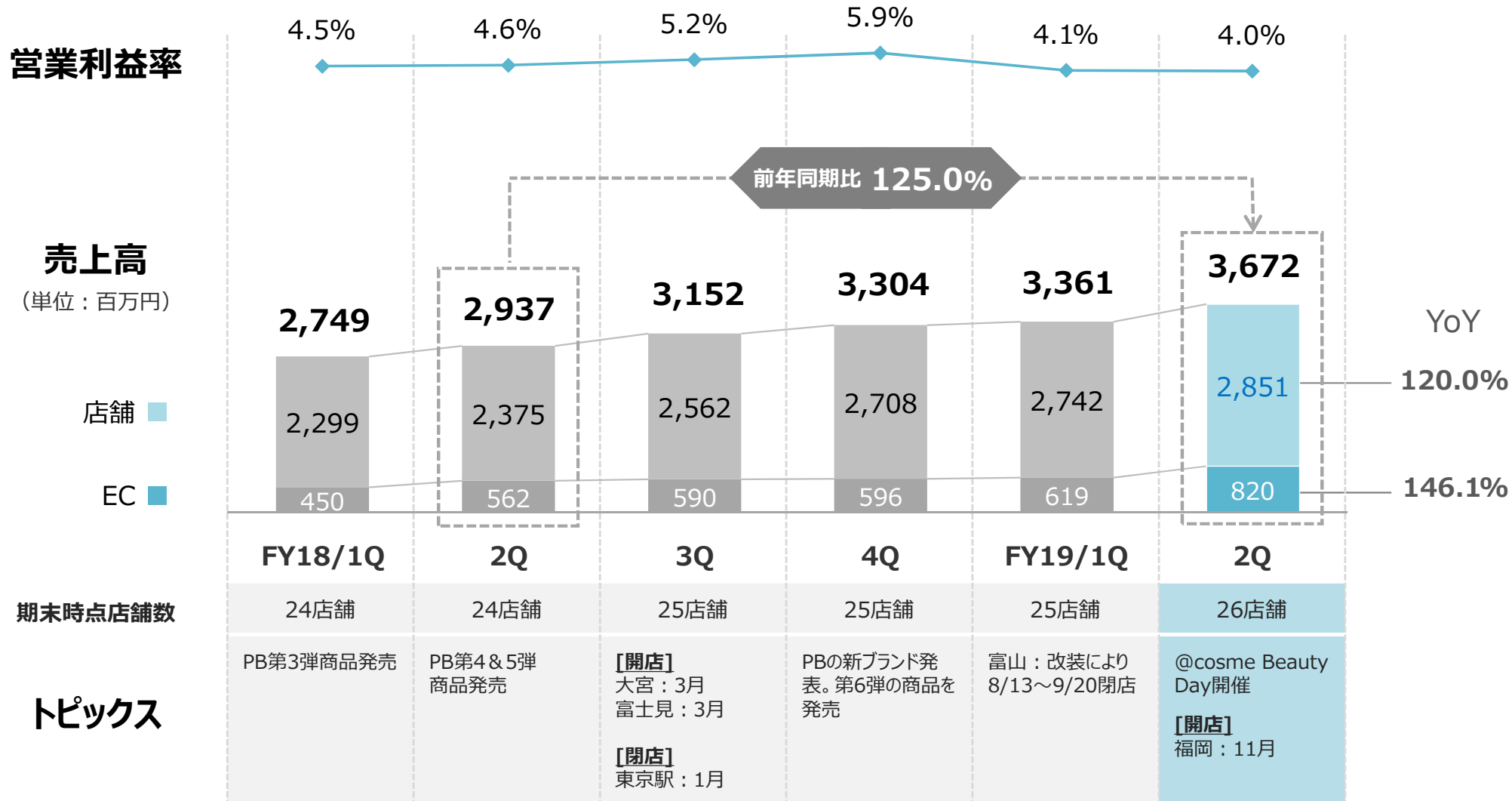


- 新サービス「ブランドオフィシャル」の立ち上がりが遅れるも、**広告サービスが堅調に推移し増収**
- ソフトウェア償却費や人件費の増加を上回る水準で売上が増加し、足元の営業利益率が改善



※ アイスタイルが発表する日本最大級の美容アワード

- 12月3日に「@cosme Beauty Day」※1を開催。1日の流通総額は4億円※1を記録
- 「@cosme Beauty Day」の全商品20%以上のポイント還元実施の影響をこなし、営業利益率は横ばい



※1 12月3日に開催した24時間限定のECのスペシャルイベント。店舗も同時開催（流通総額 EC：3億円、店舗：1億円）。注：流通総額からポイント発行分を差し引いたものが売上となる

※2 直近の店舗リストはP45をご覧ください

- 中国で法改正があり、一部の卸先が仕入れを控え、若干の影響が出ている
- 香港1号店好調。全体では積極的な店舗出店などの投資やのれんの償却をこなし、黒字で着地

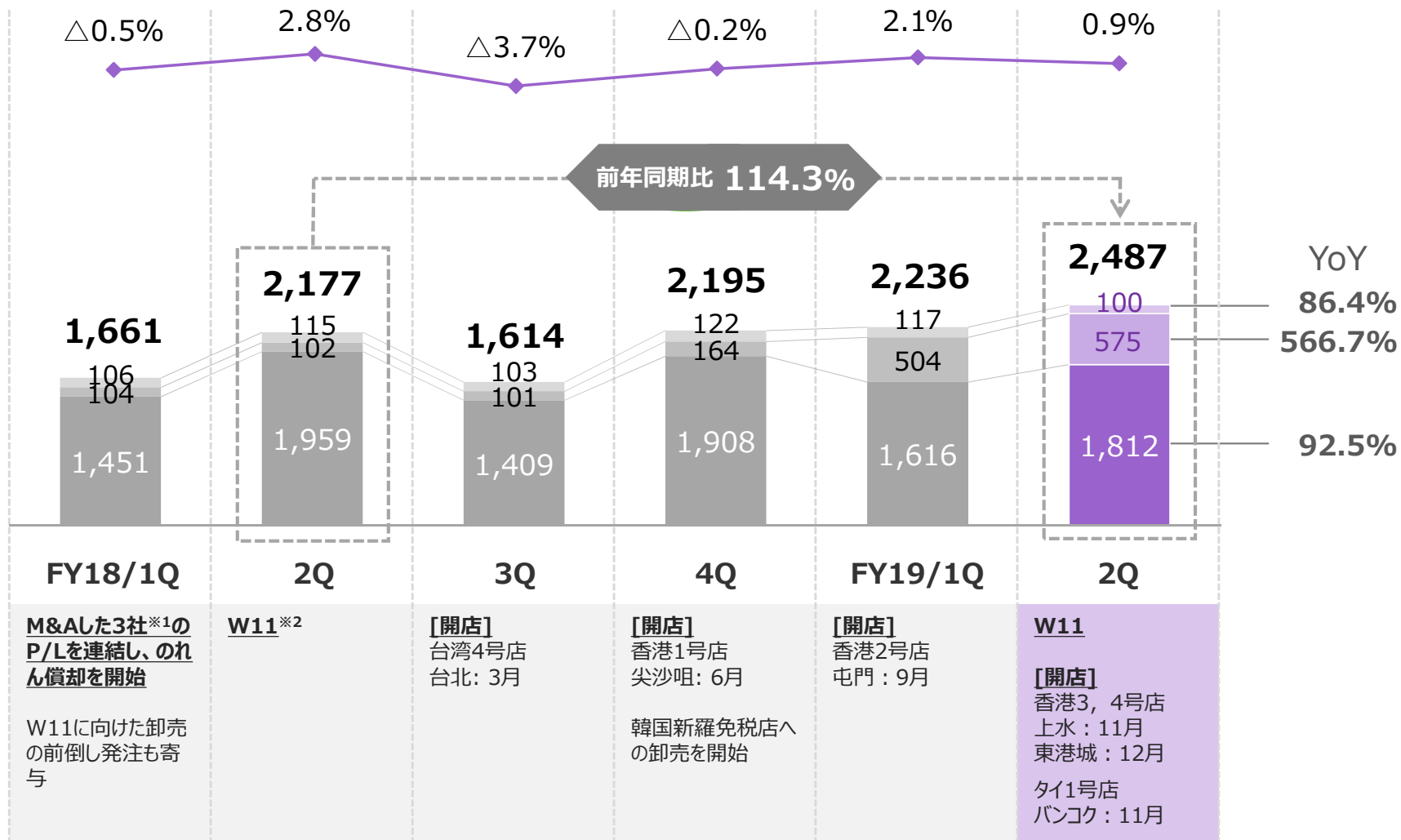
営業利益率



売上高

(単位：百万円)

- メディア・その他
- 店舗
- EC・卸



トピックス

M&Aした3社^{※1}のP/Lを連結し、のれん償却を開始

W11に向けた卸売の前倒し発注も寄与

W11^{※2}

[開店] 台湾4号店 台北：3月

[開店] 香港1号店 尖沙咀：6月

韓国新羅免税店への卸売を開始

[開店] 香港2号店 屯門：9月

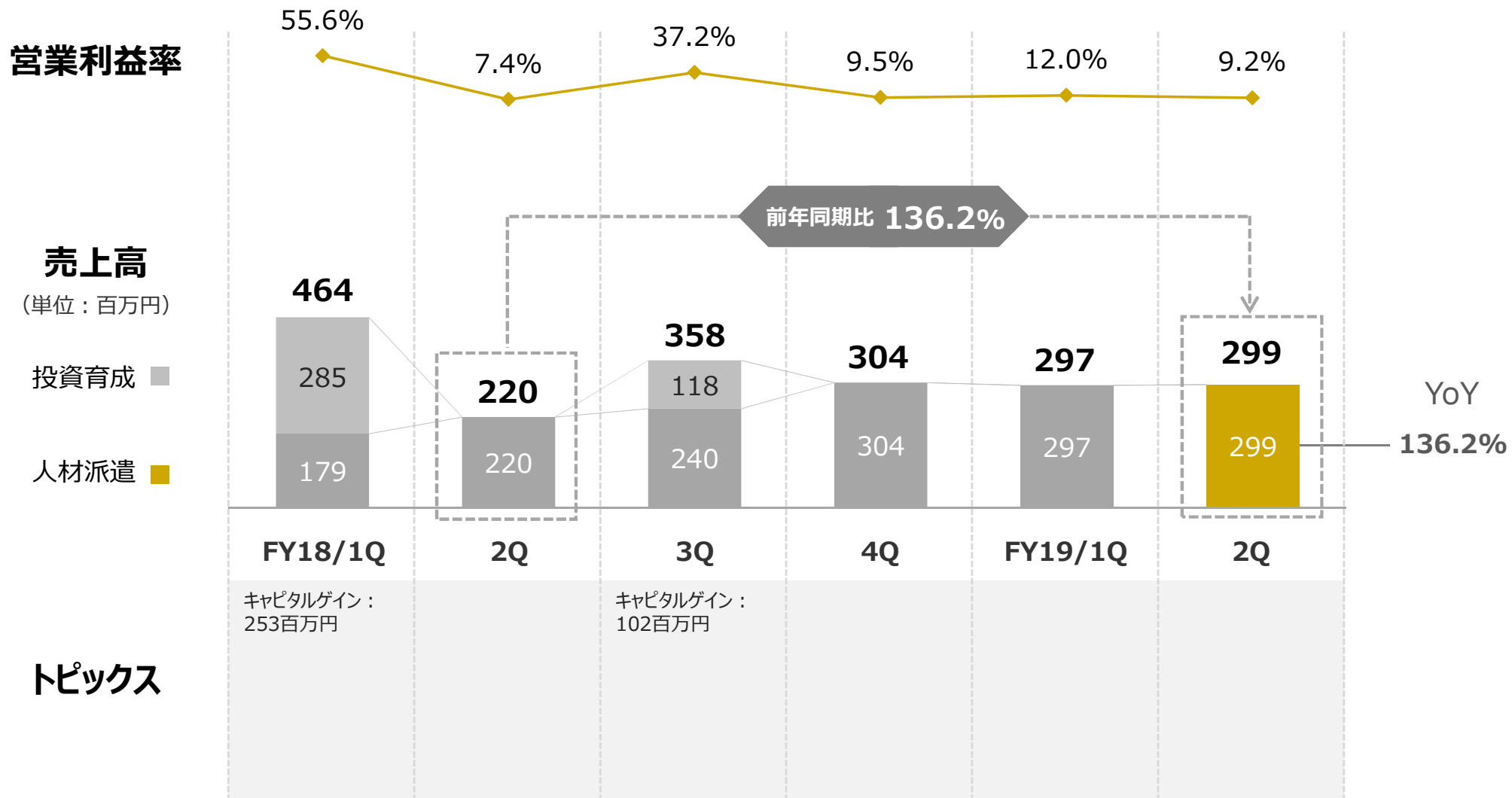
W11
[開店] 香港3, 4号店 上水：11月 東港城：12月
タイ1号店 バンコク：11月

※1 Hermo Creative(M)Sdn. Bhd.(マレーシア:EC)、i-TRUE Communications Inc.(台湾:メディア)、MUA Inc.(米国:メディア)

※2 中国で11月11日に開催されるECでの大規模なセール(独身の日)

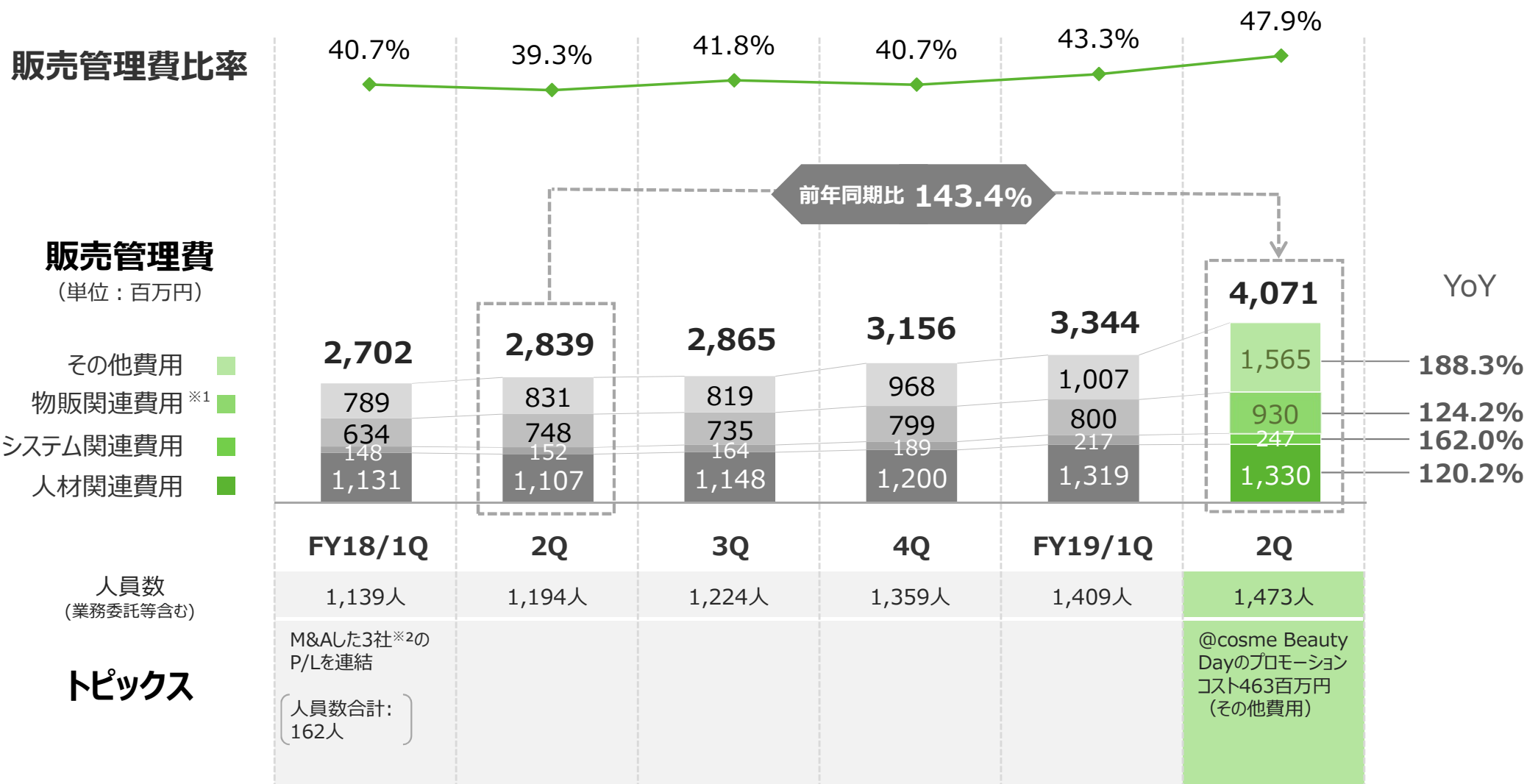
その他 ○ セグメント別売上高推移

- 人材派遣事業が成長。足元では派遣から直接雇用に切り替える動き等もあり横ばいも、需要は高く、てこ入れ図る



販売管理費の推移

- 2Qに463百万円のプロモーションコスト投下により、その他費用が大きく増加（一過性）
- サービスリリース等に伴い、システム関連費用増加



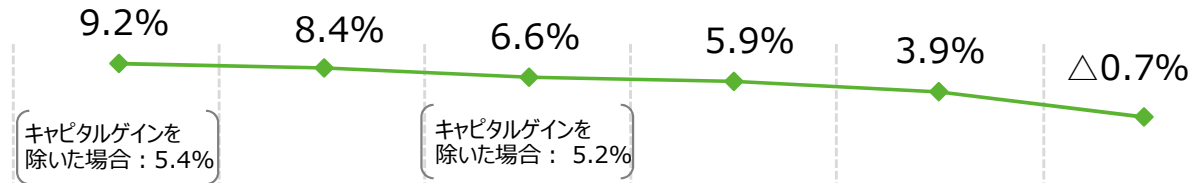
※1 EC事業の配送費やモールへの支払手数料、店舗の家賃等、売上に連動する費用

※2 Hermo Creative(M)Sdn. Bhd.(マレーシア:EC)、i-TRUE Communications Inc.(台湾:メディア)、MUA Inc.(米国:メディア)

セグメント別営業利益の推移

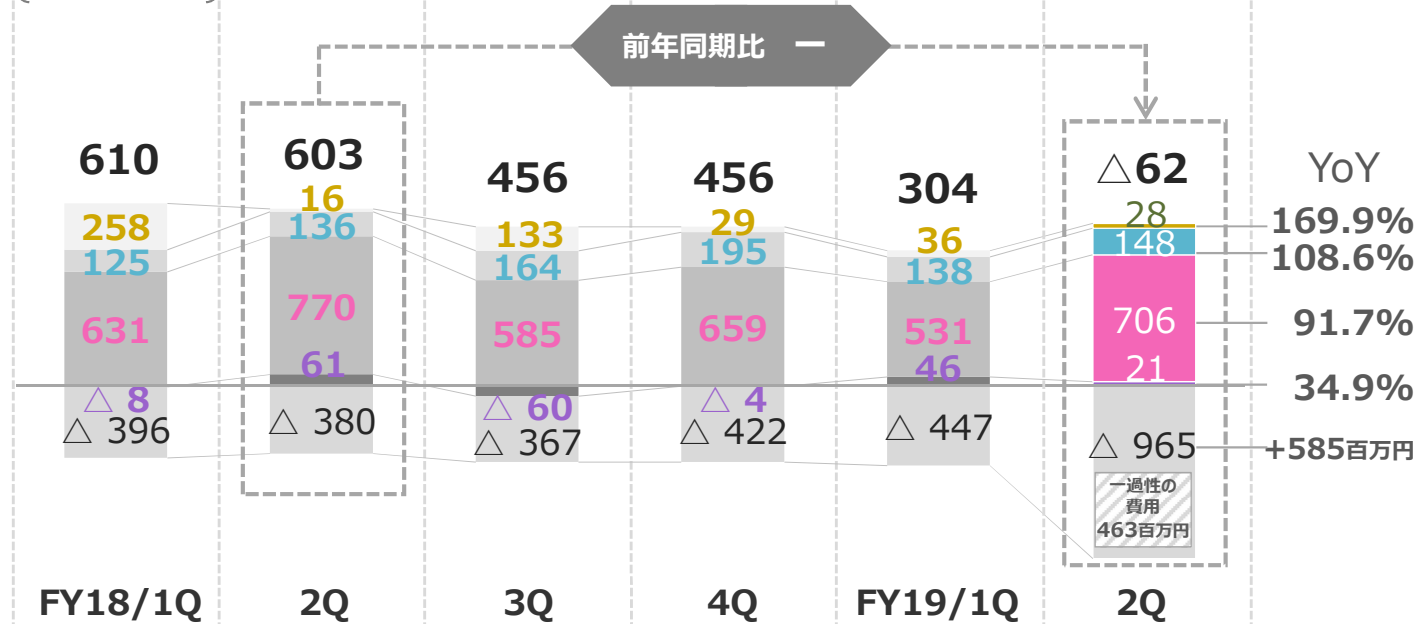
- 2Qに463百万円のプロモーションコスト（全社費用等に計上）を投下したことにより、一時的に赤字

連結営業利益率



営業利益

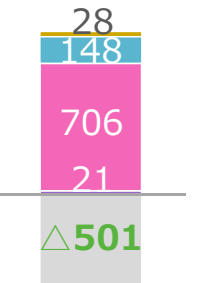
(単位：百万円)



(ご参考)
プロモーションコスト
計上前の営業利益

4.7%

401



FY19/2Q

トピックス

【Global】
M&A3社P/L連結に伴い
のれん償却開始

【その他】
キャピタルゲイン：
253百万円

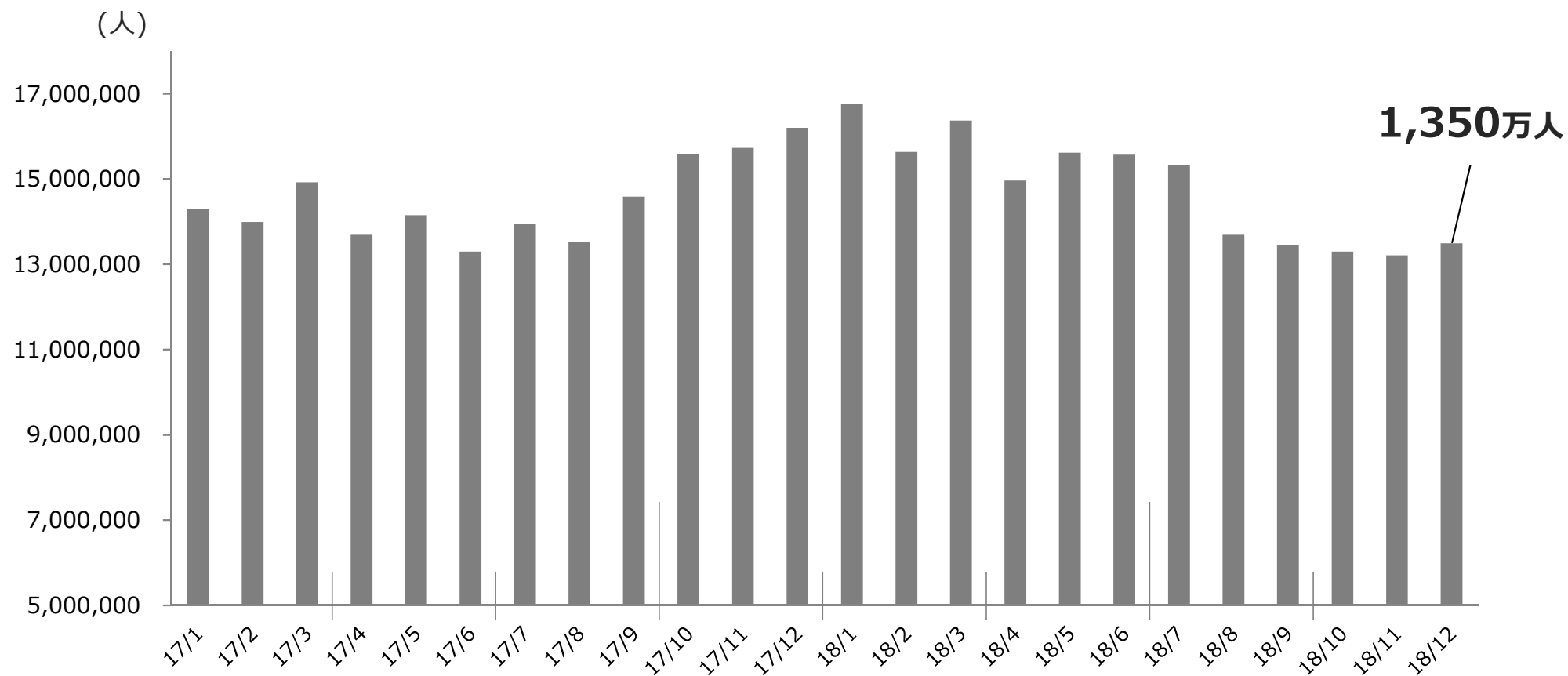
【その他】
キャピタルゲイン：
102百万円

【全社費用等】
@cosme
Beauty Dayの
プロモーションコス
ト463百万円

直近の運営サービスの状況

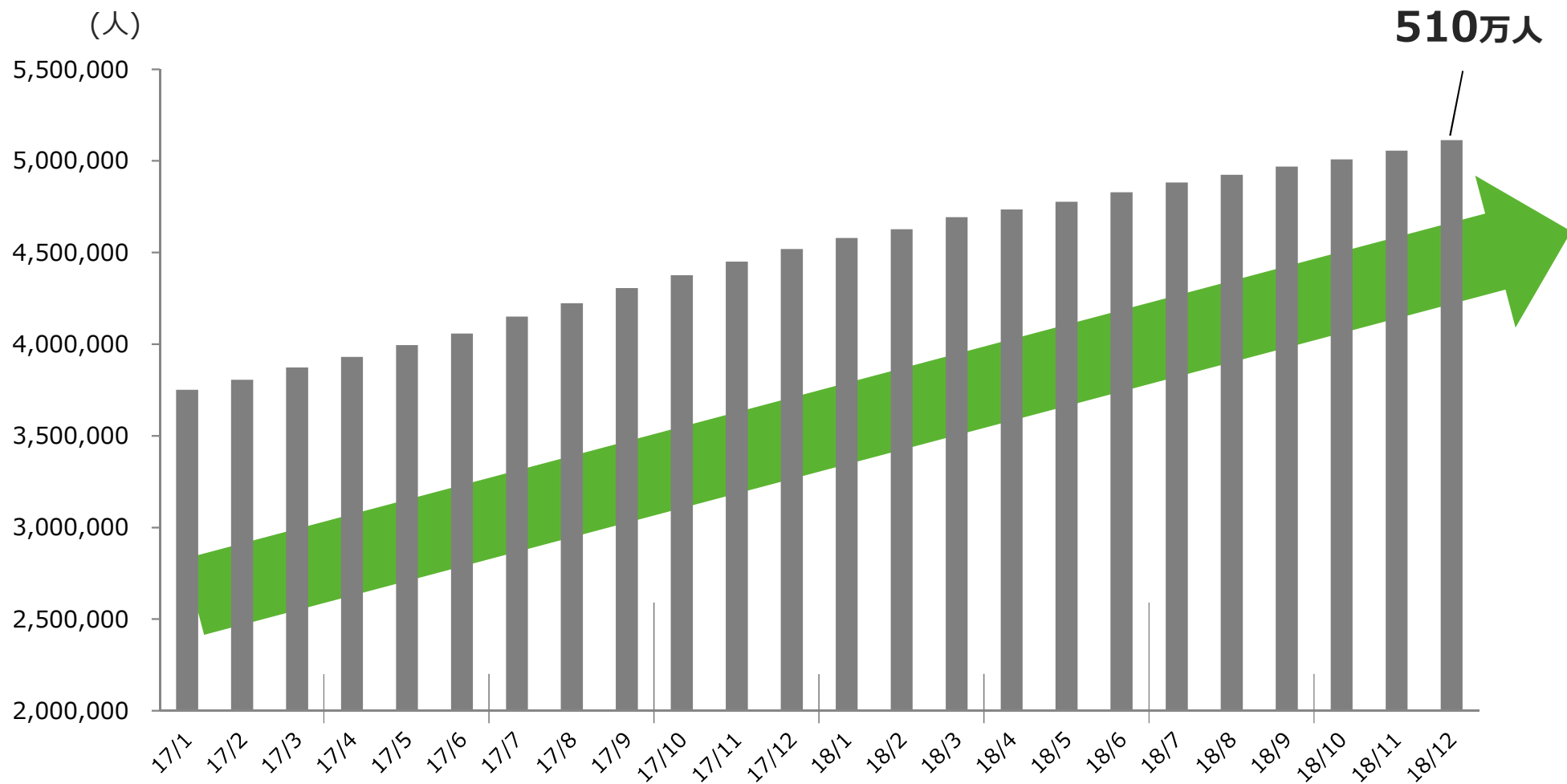
@cosmeの月間ユニークユーザー数の推移

- 2Qにプロモーション実施も、2018年7月に行われた検索サイトのアルゴリズム変更の影響を引きずり、横ばい
- 現在、流入強化のための対策を実施中



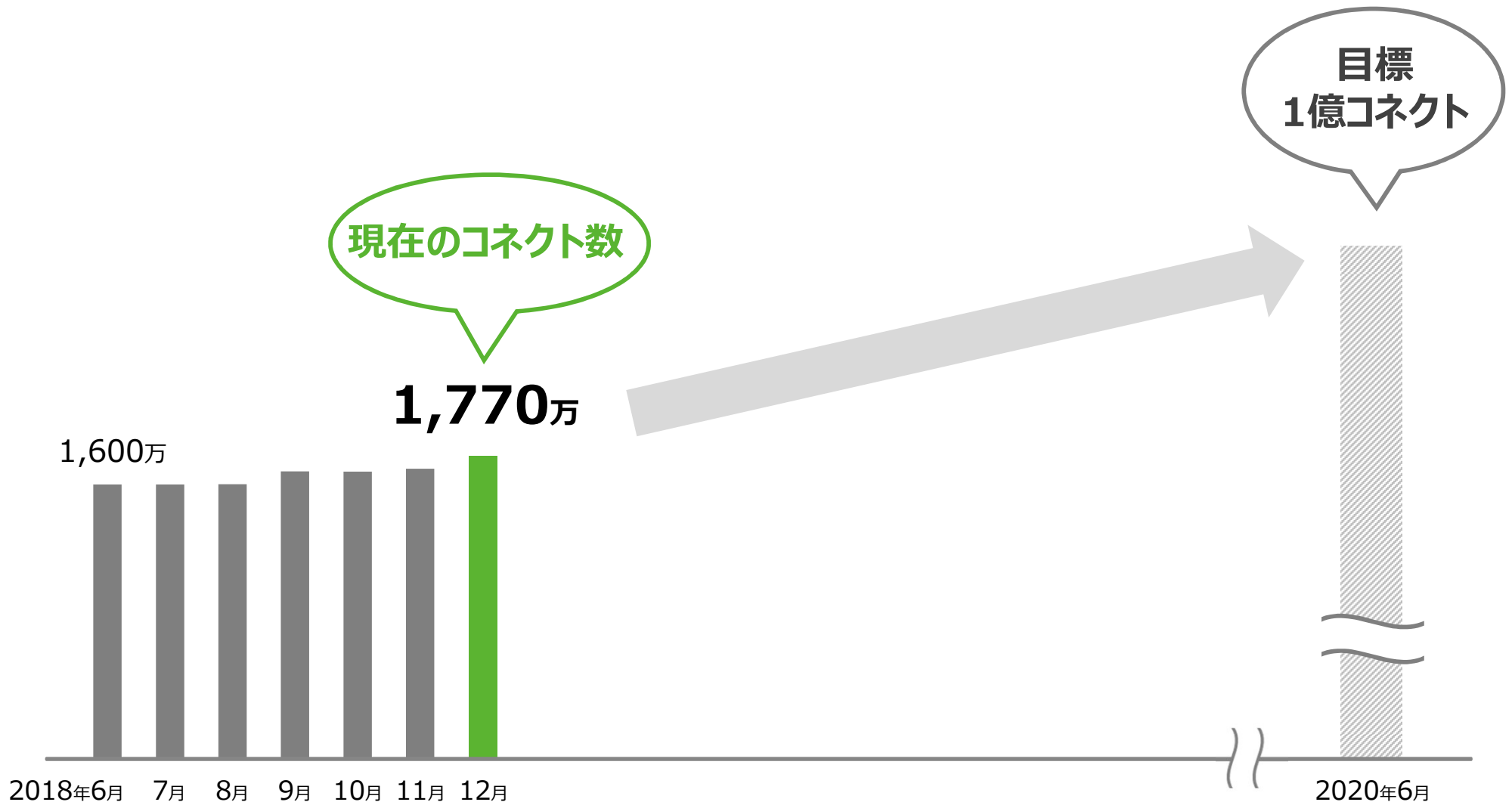
@cosmeの会員数の推移

- 月間ユニークユーザーが横ばいで推移するも、会員数は引き続き**増加傾向**



マーケティング支援サービスのKPI「コネクト」※の推移

- 2Qに実施したプロモーションではアプリを積極的に訴求しなかったものの、コネクト数は増加



※ 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

2018年12月3日に「@cosme Beauty Day」を開催

- 12月3日に**24時間限定のECのスペシャルイベント「@cosme Beauty Day」**を開催
- TVCMをはじめ、ネット広告や屋外広告など**総額463百万円のプロモーションを実施**

【@cosme Beauty Dayとは】

- 12月3日の12:00から24時間限定で開催したECのスペシャルイベント（店舗も同時開催）
- 全商品で**20%ポイント還元**（一部商品は30%還元）
- 限定・復刻商品も多数取り揃え

流通総額
4億円

総購入者
4.3万人

限定品
提供ブランド
44



TVCM（11月27日～12月4日まで、全国58局で放送）



屋外広告（全国主要都市で実施）

- 収益性の低い小型店2店舗を閉店するとともに、**好調なルミネ大宮店とアミュエスト博多店の増床を決定**
- 今後は豊富な品揃えが可能な大型の店舗に特化するとともに、路面店などの新たな店舗形態を模索する

	店舗名称	売場面積	日程
増床店舗	@cosme store ルミネ大宮店	63坪 → 73坪	2019年 3月1日
	@cosme store アミュエスト博多店	32坪 → 43坪	2019年 2月22日
閉店店舗	in harmony by @cosme store 京都 The CUBE店	13坪	2019年 1月27日
	@cosme store mikke! ルミネ新宿店	20坪	2019年 2月28日



ルミネ大宮店



アミュエスト博多店

- 香港4号店を12月にオープン。引き続きポテンシャルの高い香港市場での出店を検討

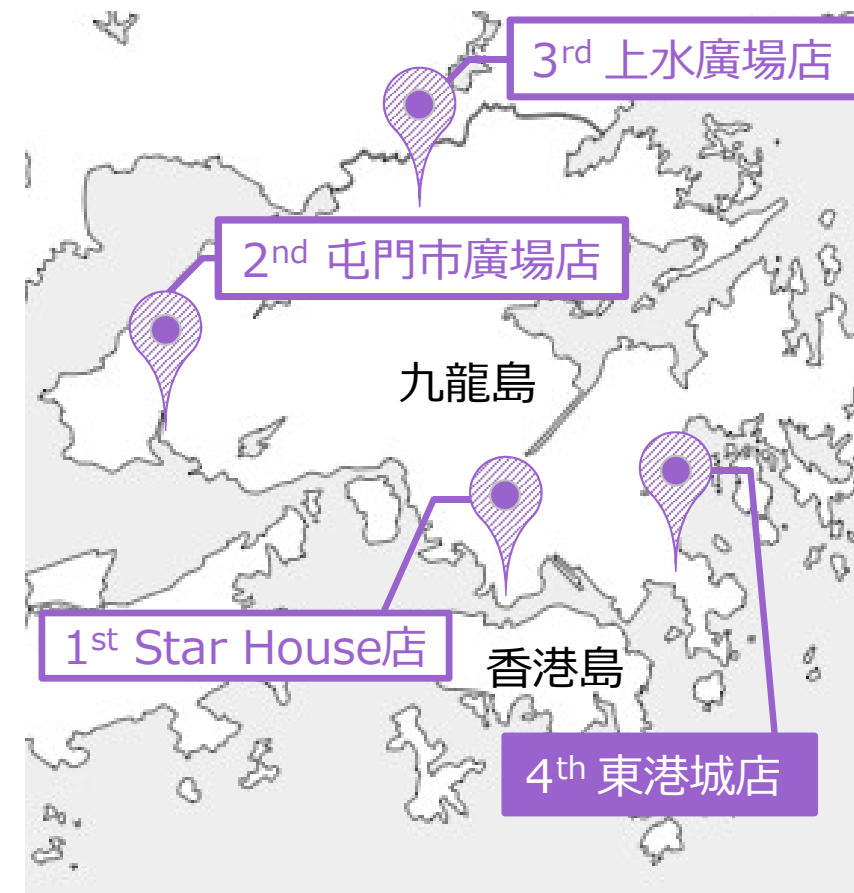
【店舗概要】

4号店

名称：@cosme store 東港城店

オープン日：2018年12月21日

売場面積：58坪



- 2018年8月公布、2019年1月1日より施行された電子商取引法により、一部卸先が仕入れを控え様子見

- 中国において、電子商取引法が施行（2019年1月1日）
 - ・越境ECを行う法人・個人は事業者登録の義務が生じたほか、納税の義務も明確化
 - ・輸入代行業者等が在庫リスクを懸念し、滞留在庫を廉売
 - ・CtoC市場は供給者が減少し、市場縮小の見通し

当社グループの越境EC事業への影響

短期

中長期

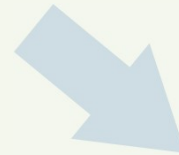
BtoC

輸入代行業者等によるCtoC市場での廉売の影響を受け一時的に停滞する可能性

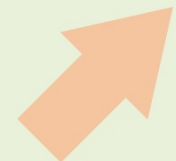


卸売

輸入代行業者等によるCtoC市場での廉売の影響を受け一時的に仕入れを見合わせ



CtoC市場が縮小した分の需要を吸収し、拡大



業績予想の修正について

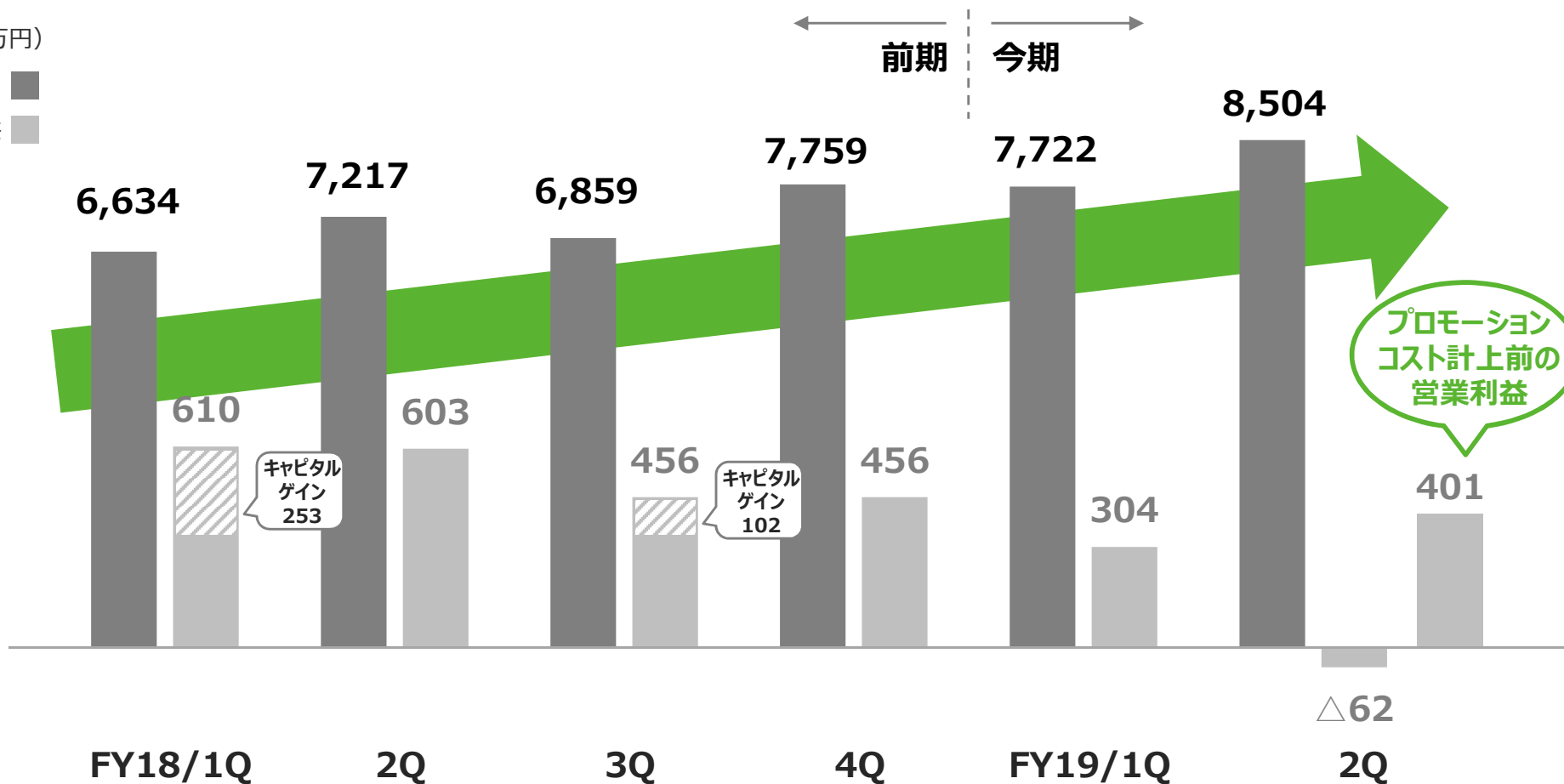
今期の上期の振り返り

- 売上高は順調に増加。特殊要因を除けば、投資を行いつつも、営業利益は堅調に推移

前期から今期にかけての業績の推移

(単位：百万円)

売上高 ■
営業利益 ■



業績予想の修正内容（サマリー）

2019年6月期
通期業績予想
(単位：百万円)

	当初計画 2018年 8月3日公表	修正計画※1 2019年 2月8日修正	比較
売上高	36,100	33,000	91.4%
営業利益	1,800	250 ~600	13.9% ~33.3%
経常利益	1,735	180 ~500	10.4% ~28.8%
親会社株主に 帰属する純利益	925	0 ~100	— ~10.8%

(参考) 2019年6月期 上期実績	(参考) 2019年6月期 下期修正予算
16,225	16,775
242	8 ~358
228	△48 ~272
59	△59 ~41

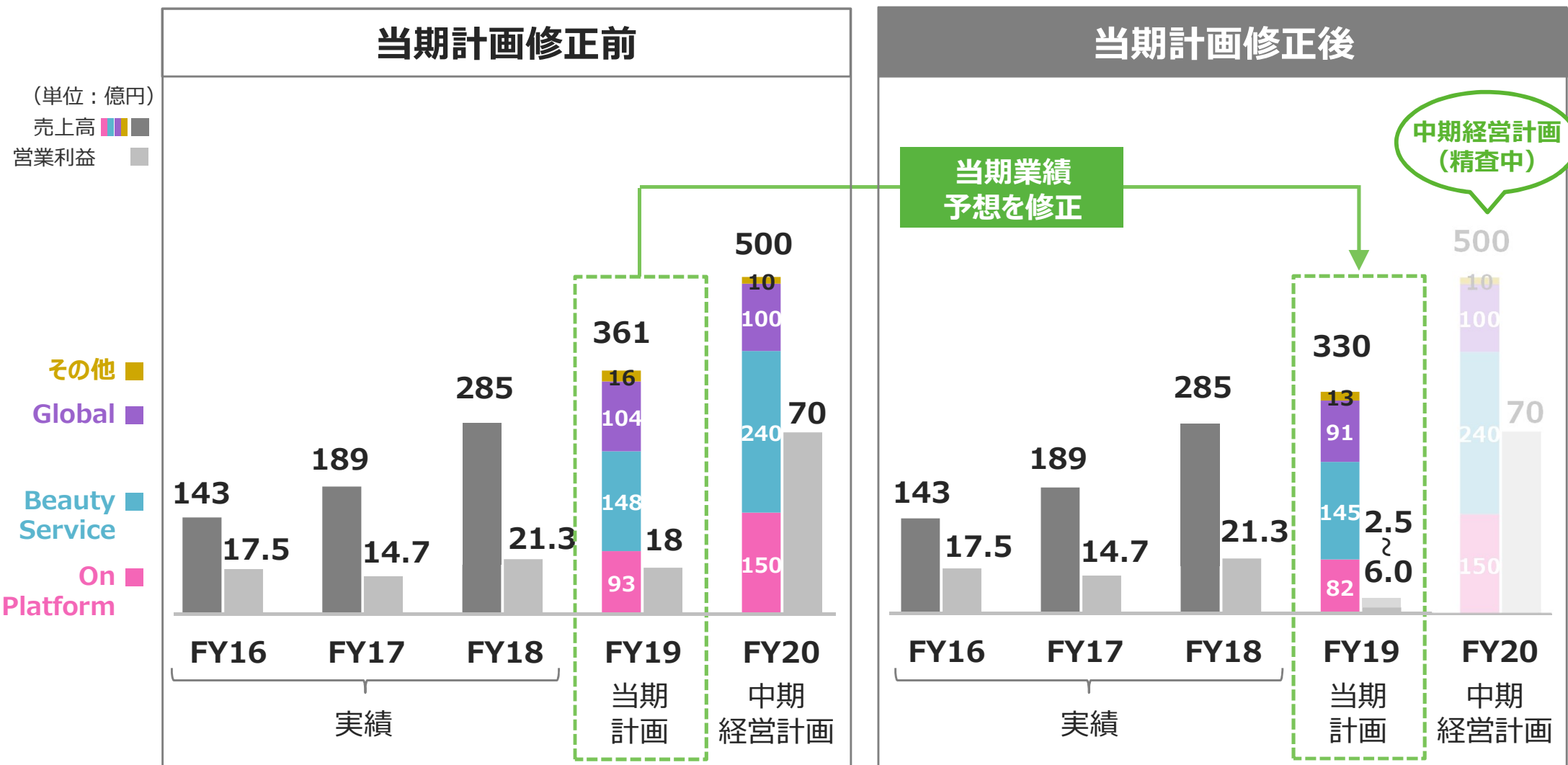
主な修正セグメント	修正額(営業利益)※2	修正の主な理由
全社等	△195百万円	@cosme Beauty Dayの 프로모ーション投資の増加等
On Platform	△790百万円	ブランドオフィシャルの契約獲得のずれ込み等
Global	△225百万円	法改正による中国越境ECの先行き不透明感等

※1 営業利益以下は、各事業の進捗や人材獲得の状況などによる変動が大きいと考え、特定数値による予想が困難であるため、レンジ形式の開示としております。

※2 修正レンジ幅の中央値で記載

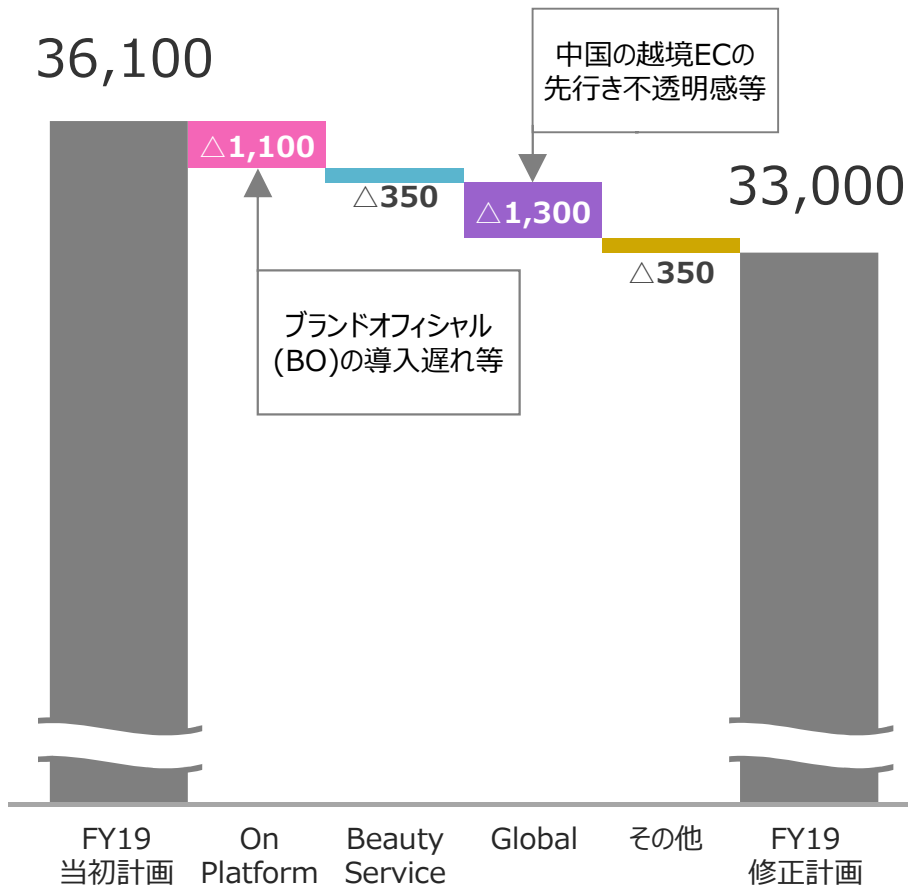
業績予想の修正を実施

- 売上は引き続き拡大基調だが、ブランドオフィシャルの遅れや中国市場の不透明感などを考慮し、業績予想を修正



業績予想の修正 / 各セグメントの増減

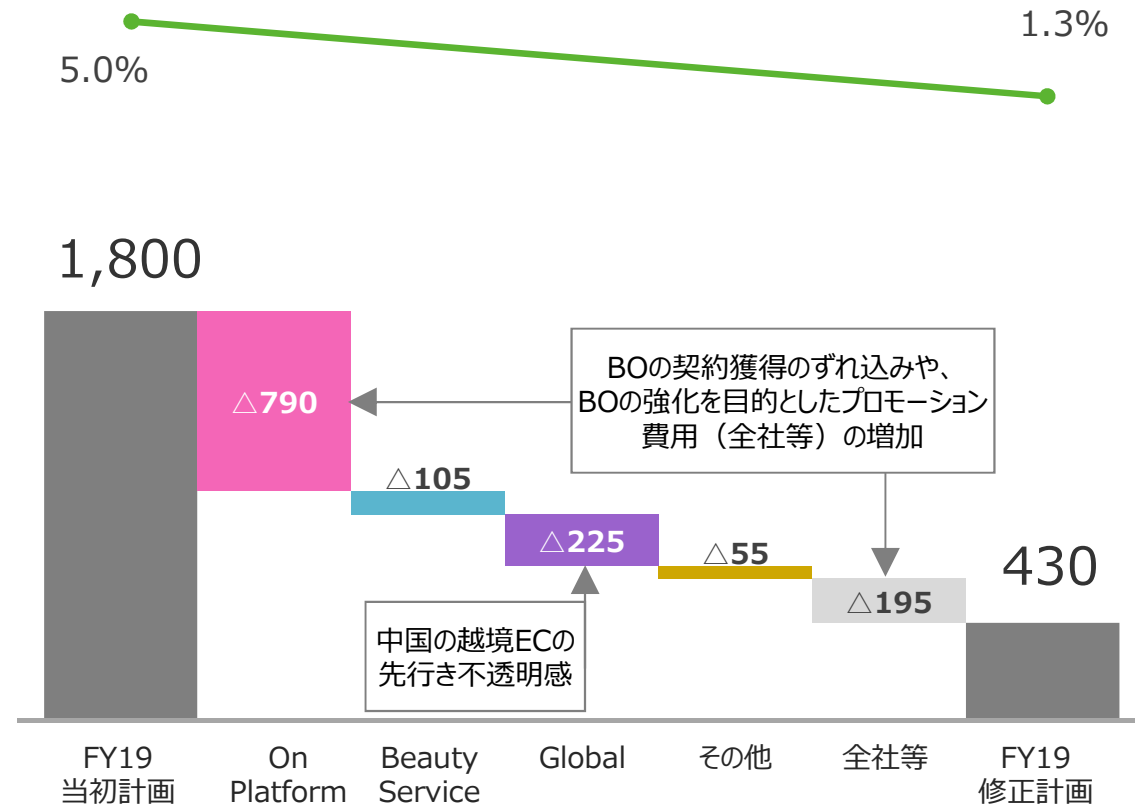
売上高 (FY19) (単位: 百万円)



営業利益 (FY19) (単位: 百万円)

<修正レンジ幅の中央値で記載>

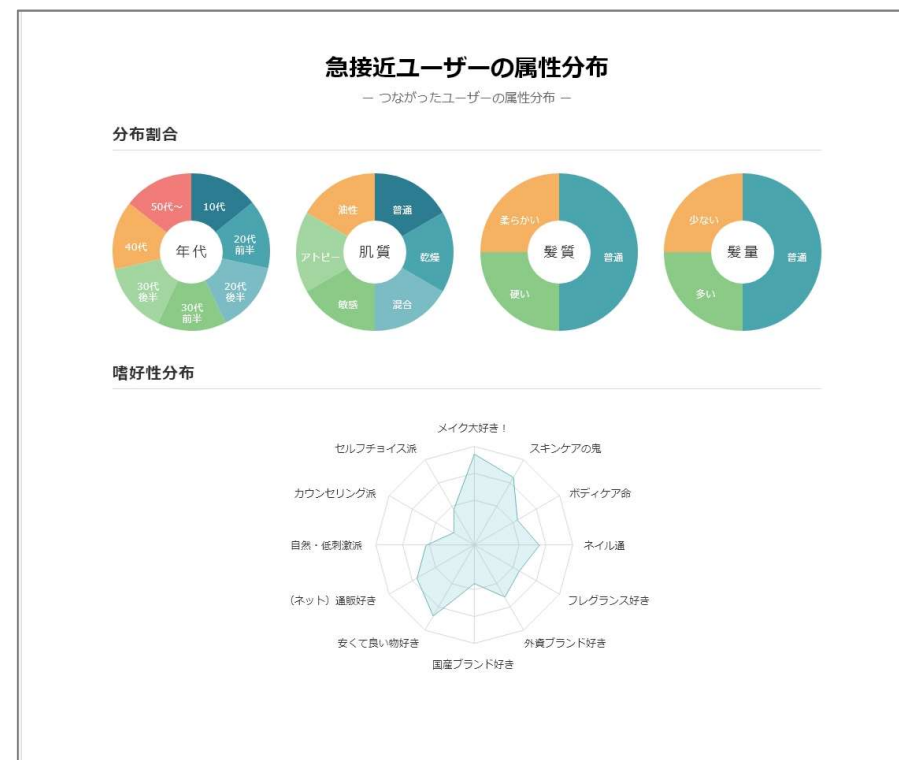
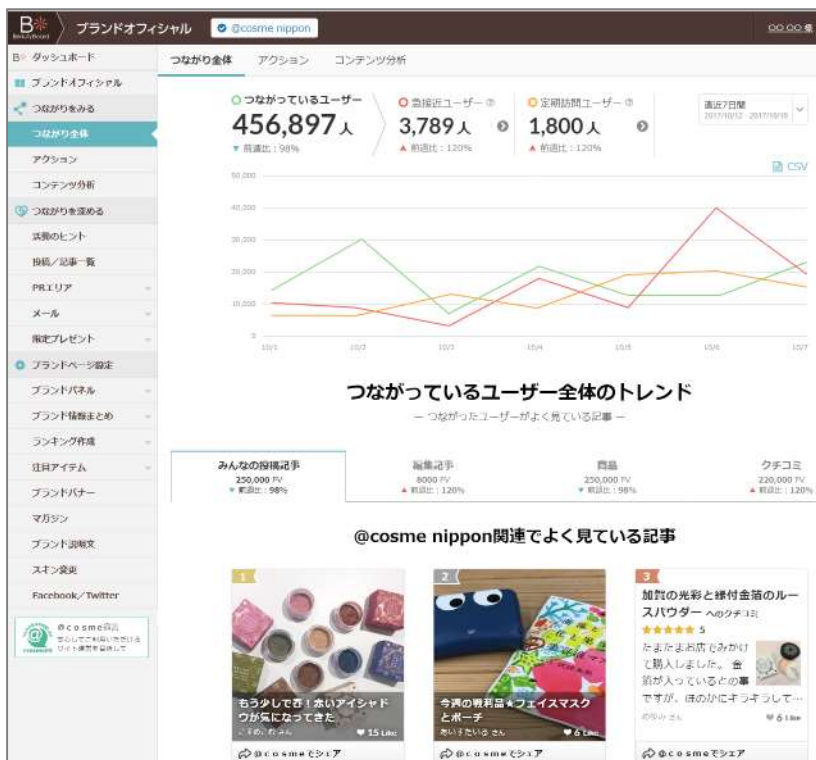
営業利益率(%)



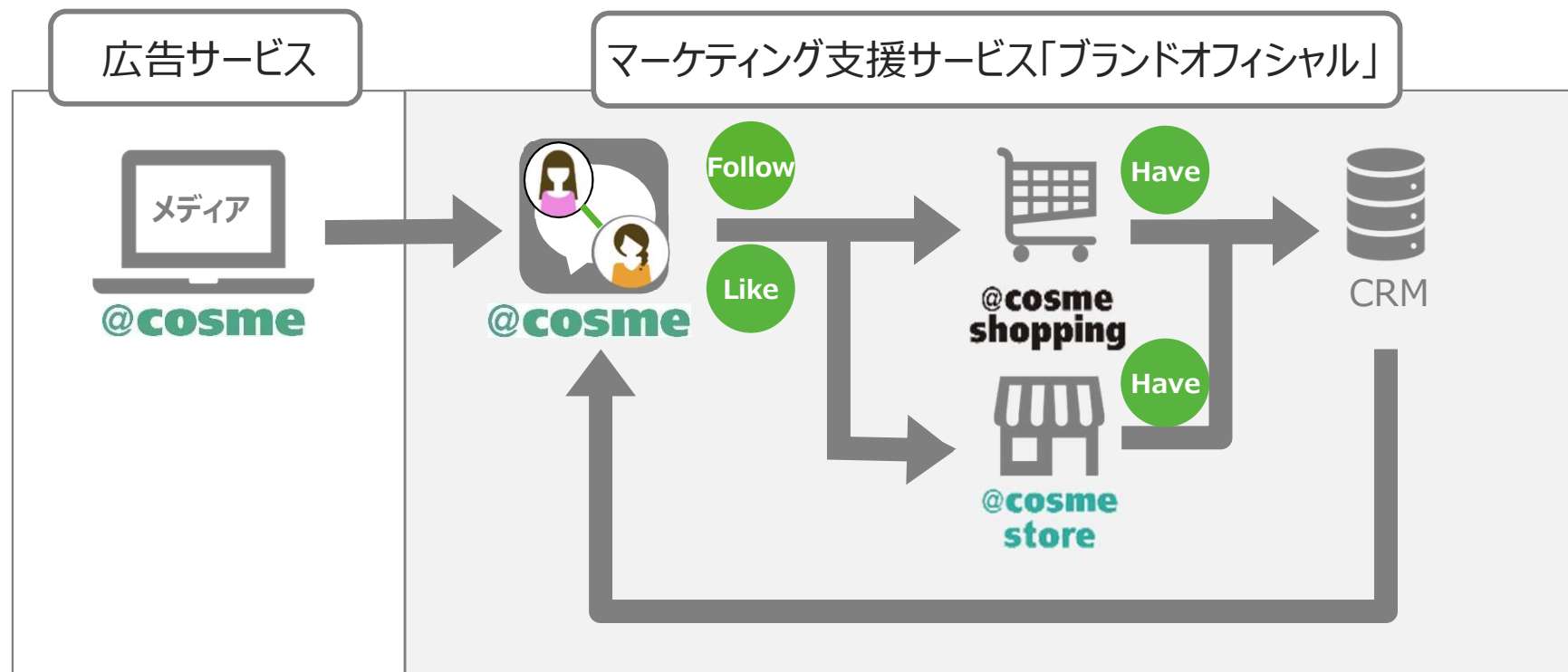
中期経営計画「Road to 2020」に向けた ブランドオフィシャルの戦略と施策の進捗

Enterprise SaaS「ブランドオフィシャル」

- @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） ※従量課金制のサービスも検討中



- @cosmeのユーザーのアクセスデータと、オンラインやオフラインの購買データを統合
- 一元化したデータを基に、ユーザーの動向を可視化



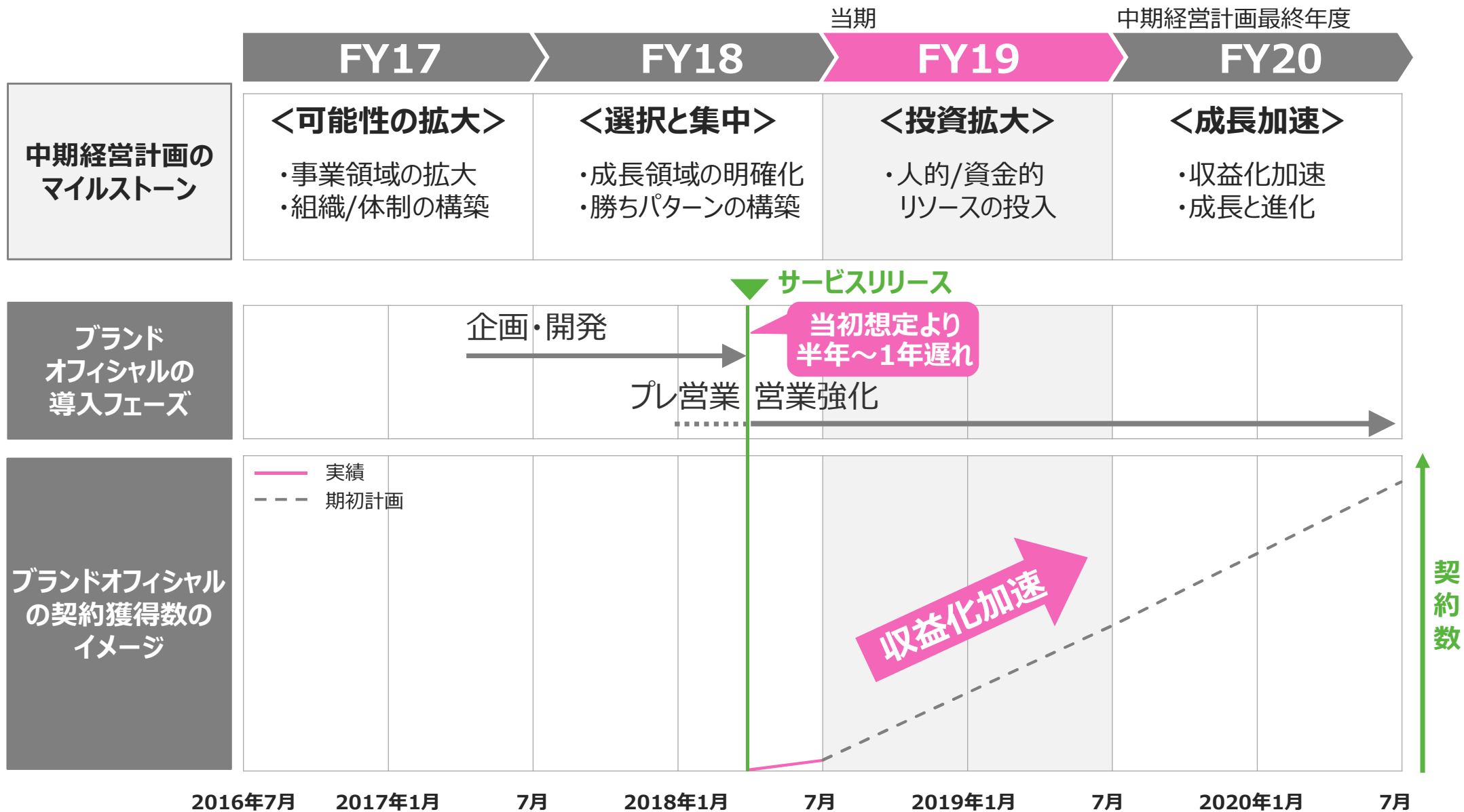
ブランドオフィシャルにより、オンラインとオフラインのデータを活用したCRMを実施できるほか
ユーザーにパーソナライズされた情報を届けることも可能

※ Follow …ユーザーがブランドをお気に入り登録する機能

Like …購入を検討している商品や今後のクチコミの内容に注目したい商品を「気になるアイテム」として保存しておく機能

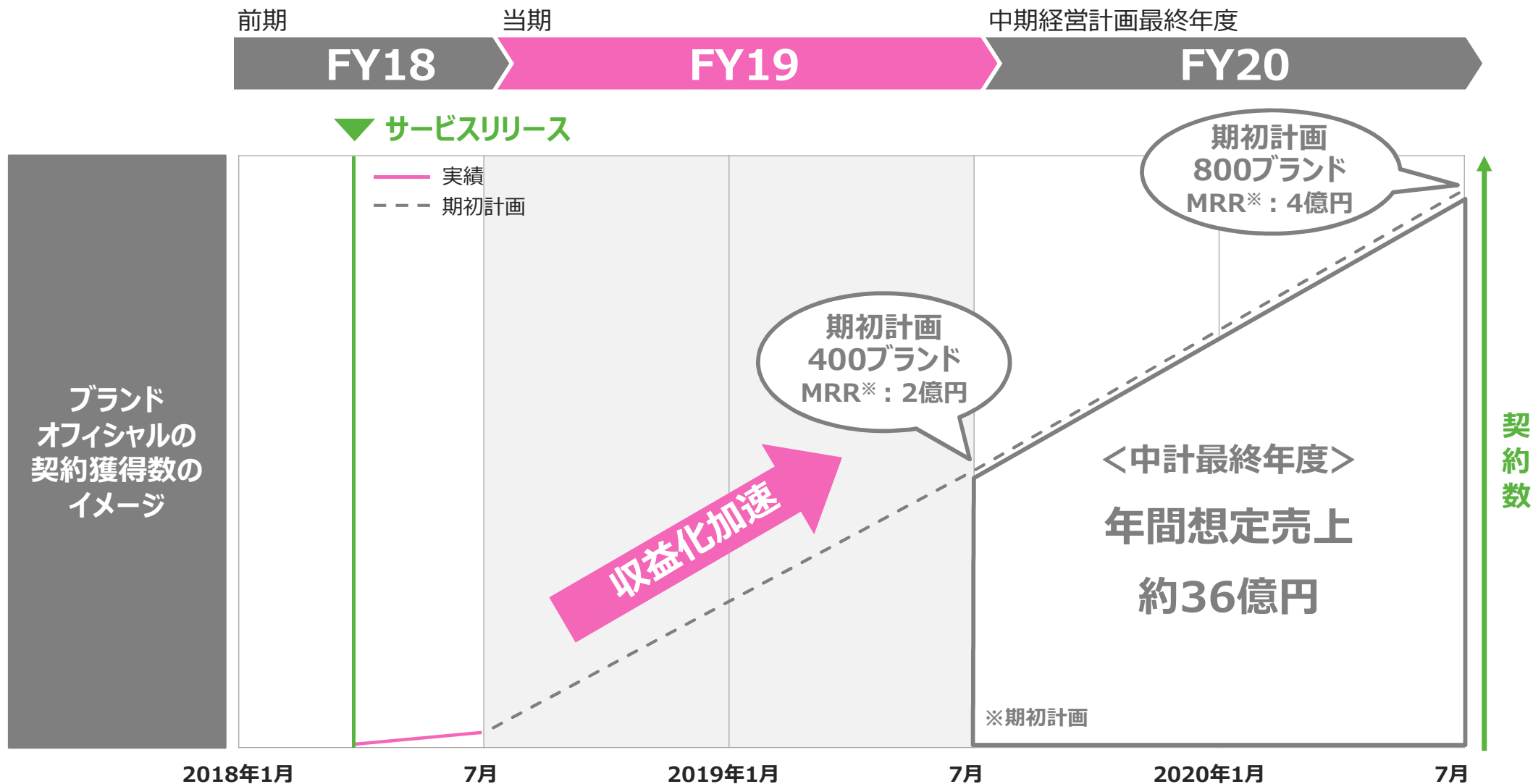
Have …既に購入した、または持っている商品を、記録や管理するための機能

- 当初計画よりサービスリリースが半年～1年遅延も、FY20に向けて契約獲得を開始



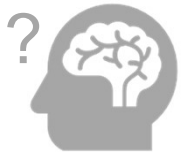




- 期初計画では、当期末において400ブランド、来期末800ブランドの契約を計画。大きな収益の柱へ



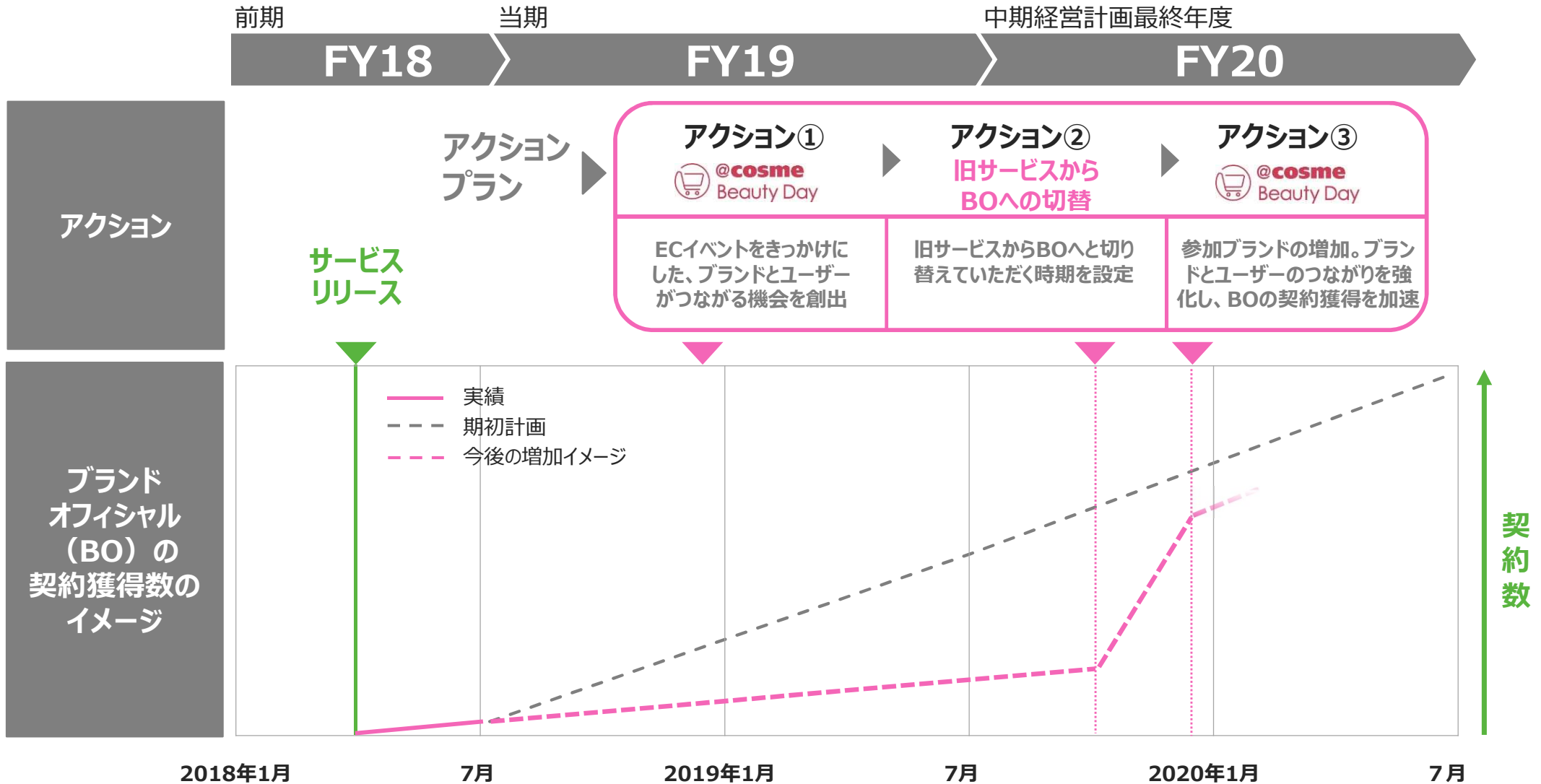
※ MRR・・・ Monthly Recurring Revenueの略。毎月経常的に得られる収益

- FY18.4Qから営業を本格始動。いくつかの課題が浮かび上がり、それぞれに対する対応を検討・実施

ブランドオフィシャル（BO）導入の課題		対応方針
サービスの理解・必要性 	新サービスであるため、理解の促進や 具体的な必要性を感じてもらうまでに時間を要している	購入したユーザーとつながるという体験をブランドに提供
タイミング 	BOはツールであるため、広告と違い 明確な実施タイミングがない ※広告であれば新商品の発売時が主な実施タイミング	旧サービスから、BOへの切替を促進 （旧サービスは2019年9月に終了）
コミュニケーション 	主に広告予算しか取れておらず、システム利用料やリサーチなどの 広い意味でのマーケティング予算へのリーチができていない	営業体制の強化

これらを踏まえ、今期の1QにFY20までのアクションプランを策定

- @cosme Beauty Dayの結果を基にした営業や、旧サービスからの切替等により、契約獲得の加速を図る



@cosme Beauty Dayの目的と初年度の結果

- @cosme Beauty Dayによって、ブランドとユーザーをつなげ、ブランドオフィシャル（BO）の提供価値を向上
- **初年度でブランドの認識を変革。**次はBO導入ブランドの積極的な参加と未契約ブランドの導入きっかけを構築する

目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ユーザー側の@cosmeで化粧品を買えるという認知向上 ・ブランド側の@cosmeで化粧品が売れるという認識の訴求 ・ブランドとユーザーのつながりを強化し、BOの導入と積極的な活用につなげる
-----------	--

	今回（2018）	次回（2019）
狙い	ブランドにユーザーとつながることの価値を訴求	BO導入ブランドの積極的な参加と、未契約ブランドの導入きっかけの構築
	結果	目標
限定品参加 / 取扱ブランド:	44 / 1,900	500 / 1,900以上
流通総額:	4億円	10億円
購入者数:	4.3万人	10万人

BOの契約ブランド + 前向きなブランド

当初目標 3億円

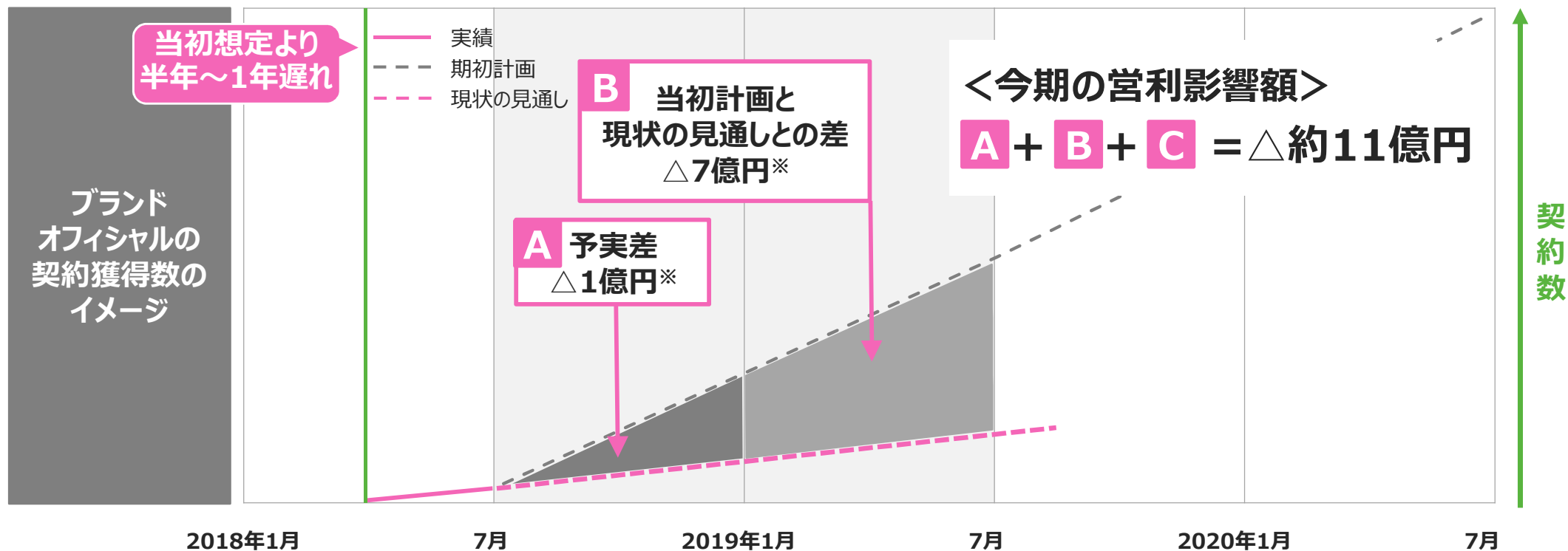
ユーザー： @cosmeで化粧品が買えるという認知獲得
 ブランド： ユーザーとつながるという価値を認識

限定品を増やすことで購入者が増加
 つながりを強化し、BO導入のきっかけを構築する

- 現状の契約状況を勘案し今期の契約目標を修正。来期末の計画は変更なし



▼ サービスリリース



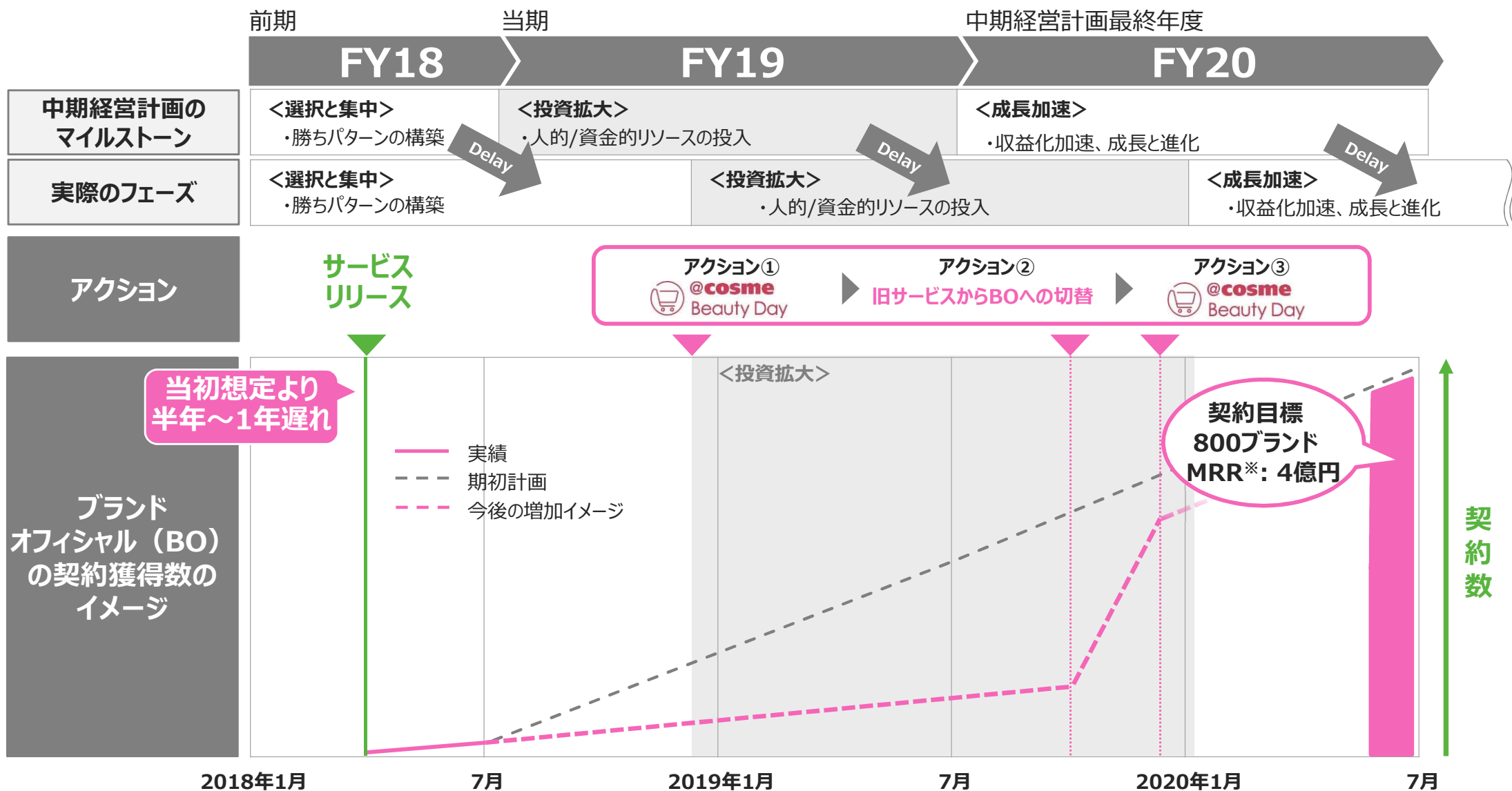
C プロモーションコストの増額: △2.6億円 (全社費用等に計上)



*ブランドオフィシャルと旧サービスを合計した期初計画と実績、または現状の見通しとの差

On Platform 中期経営計画の最終年度に向けて

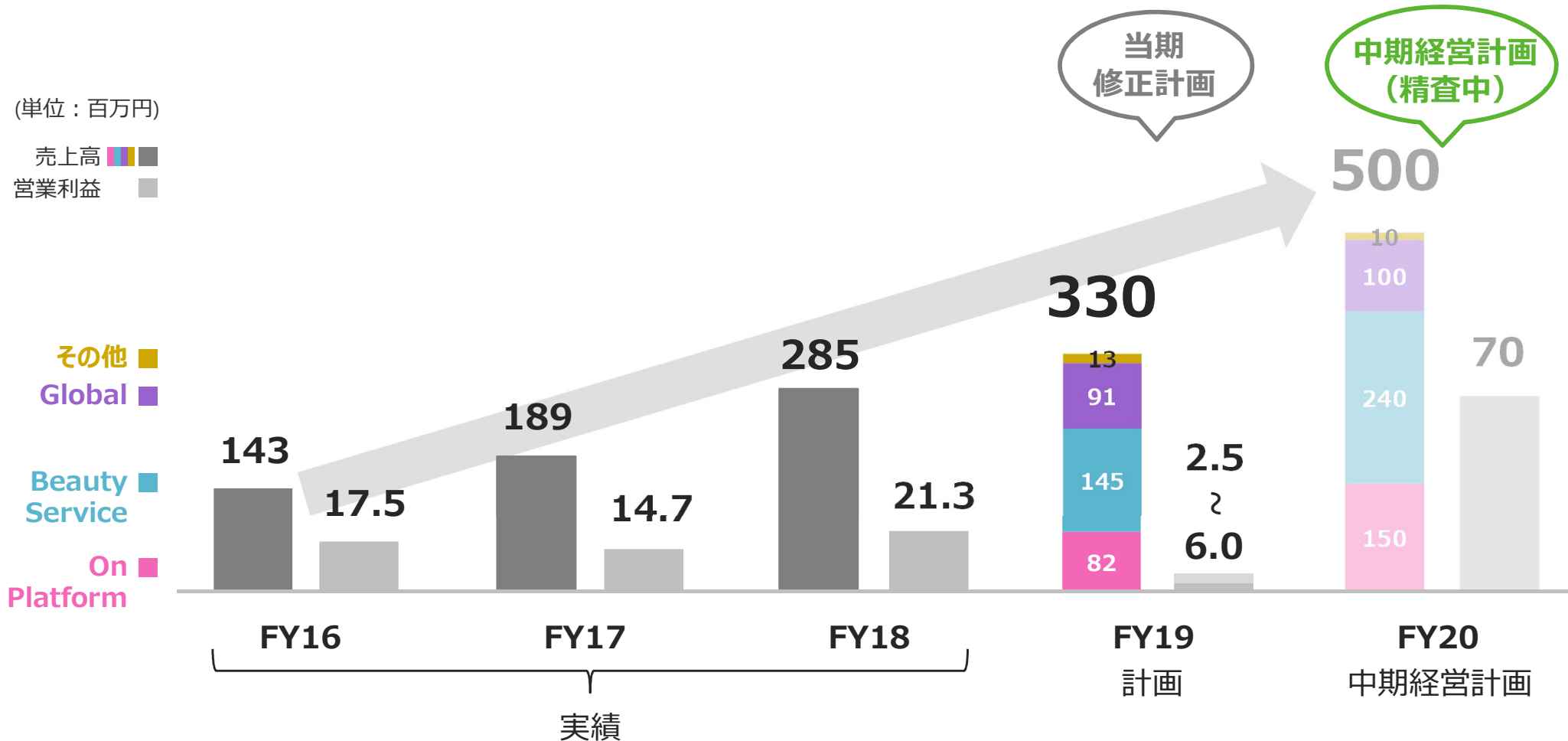
- サービスリリースの遅れ（半年～1年）により、本格的な収益化がFY20へとずれ込み
- **FY20末のMRR※は4億円とし、FY21以降の収益体質の基盤を構築する**



※ MRR・・・ Monthly Recurring Revenueの略。毎月経常的に得られる収益

中期経営計画について

- ブランドオフィシャルの導入促進により、来期末には800ブランドを目標とするも、現状では中計の達成は困難
- ブランドオフィシャルや各事業の進捗を見ながら修正を検討（現在精査中）



参考資料

会社概要

商号	株式会社アイスタイル（英訳名 istyle Inc.）	
市場／銘柄コード	東証一部／3660	
代表取締役社長	吉松徹郎	
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	3,556百万円 ※2018年6月時点	
決算期	6月末日	
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・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	1,016名（連結）※2018年6月時点	
関係会社 ※2018年12月時点	<p>【国内】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社コスメ・コム ・株式会社コスメネクスト ・株式会社アイスタイルキャリア ・株式会社アイスタイルトレーディング ・株式会社ISパートナーズ ・株式会社アイスタイルキャピタル ・株式会社アイスタイルウィズ ・株式会社アイメイカーズ ・株式会社メディア・グローブ ・株式会社Eat Smart ・株式会社iSGSインベストメントワークス（持分法） 	<p>【海外】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・istyle China Co., Limited ・istyle Global (Singapore) Pte. Limited ・istyle International Trading (Hong Kong) Co., Ltd. ・istyle Retail (Hong Kong) Co., Limited ・istyle USA Inc. ・istyle Retail (Thailand) Co., Limited ・Hermo Creative (M) Sdn. Bhd. ・i-TRUE Communications Inc. ・MUA Inc.

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 @cosmeshopping）」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「@cosmestore」第1号店がオープン |
| 2008年 | 1月 | 転職・求人サイト「@cosmecareer」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 International Trading (Hong Kong) Co., 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 |
| | 7月 | 株式会社istyle makers設立準備会社（現 株式会社アイメイクーズ）を設立 |
| | 9月 | 食と健康に関するサービスを展開する株式会社Eat Smartの株式を取得し子会社化
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 | マレーシアで美容・化粧品のECサイトを運営するHerma Creative (M) Sdn. Bhd.の株式を取得し子会社化
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 |

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

1,350万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

510万人

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

33,000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

31万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

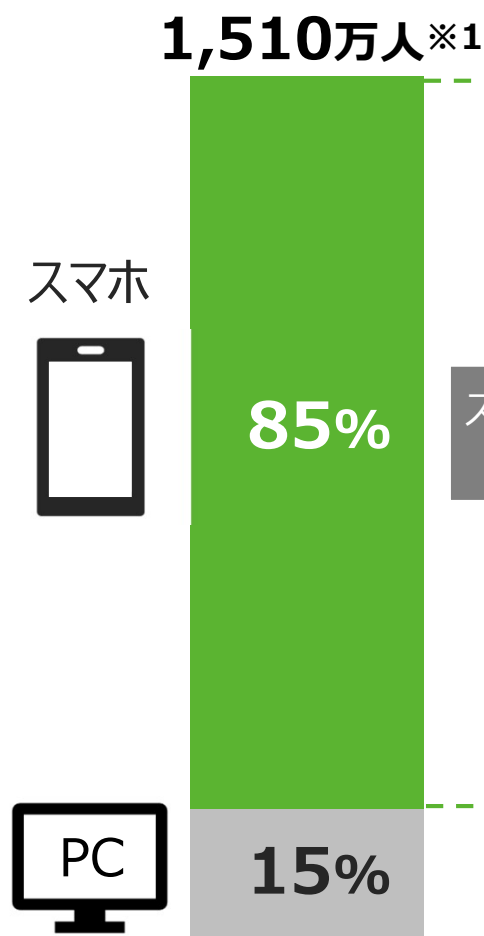
クチコミ数

1,450万件

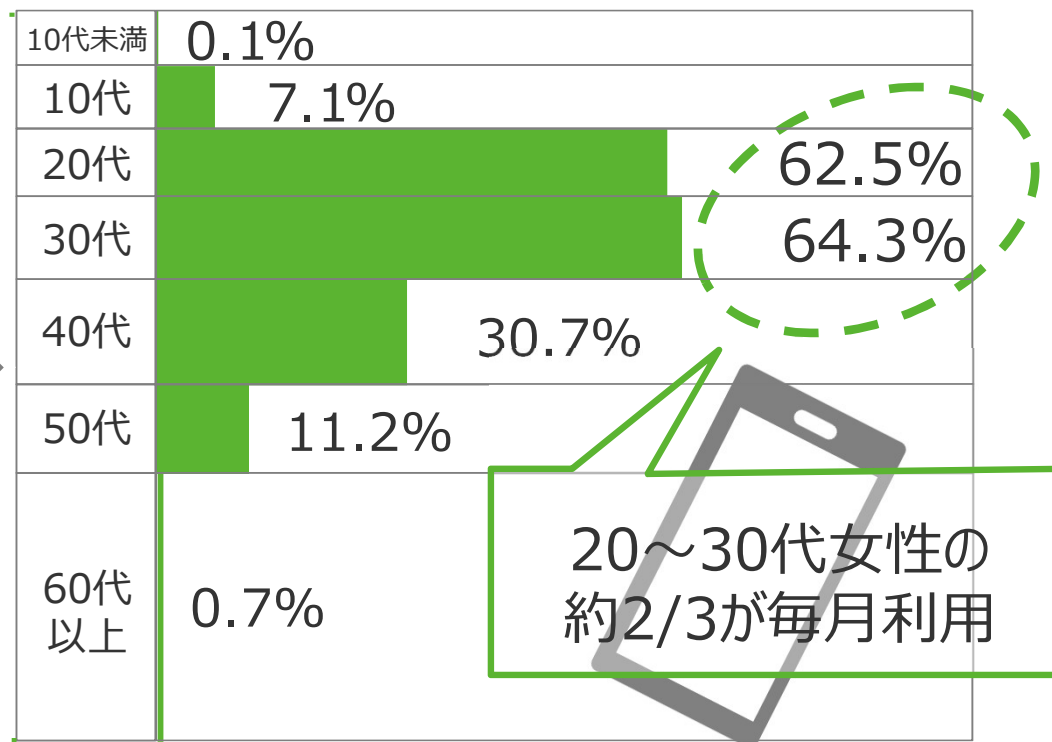
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,560万人（2018年6月末時点）
- 20代・30代の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の構成



@cosmeのスマホユーザーの世代別女性人口シェア ※2



出所：総務省人口統計（2018年1月確定値）
2018年6月末時点のPC・スマホ・FPのUU数と会員分布より計算

※1 女性ユーザーのみ。会員数の分布より男性ユーザーを推計し、除外した数値
※2 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

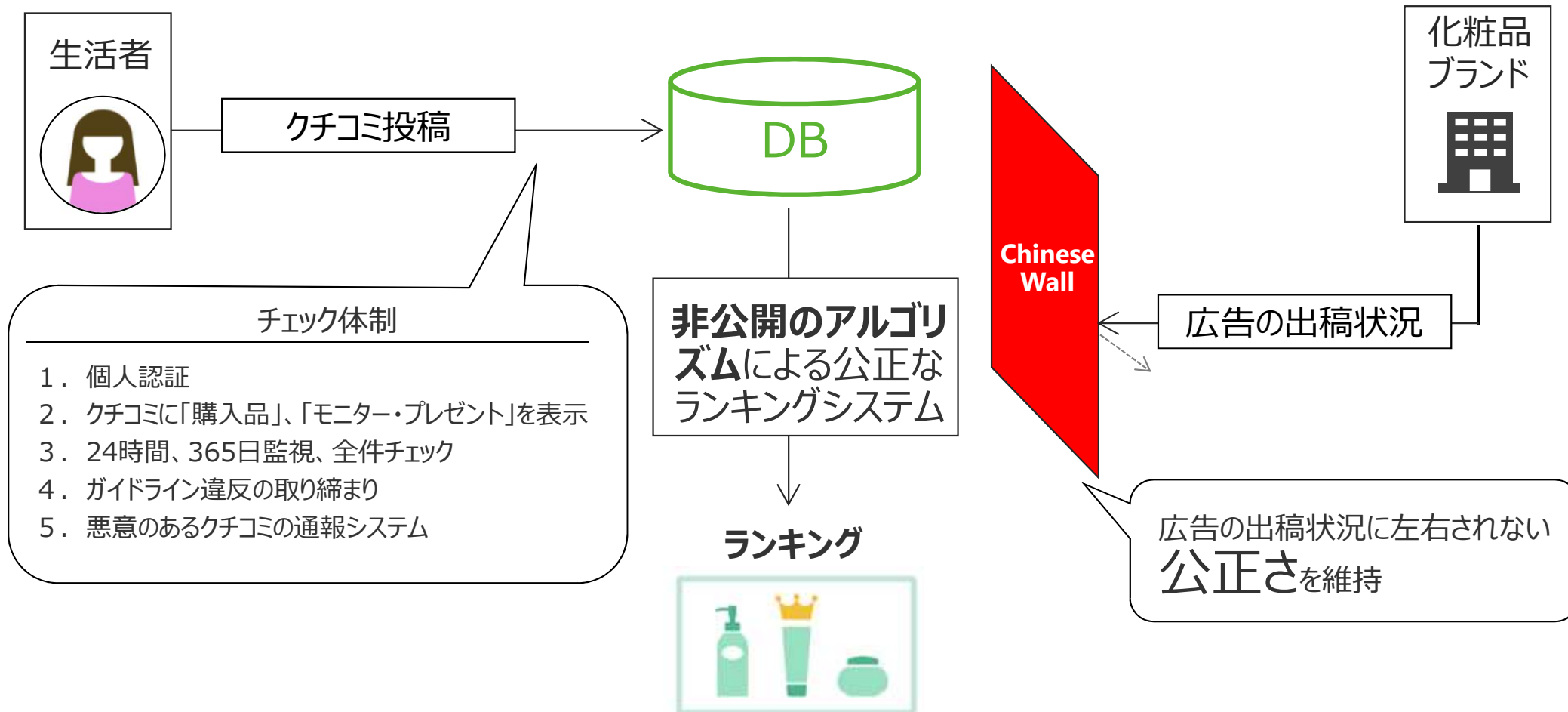
@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

- 各施策によりDBの健全性を確保

生活者

@cosme

化粧品ブランド



- **Beauty Platform“@cosme”を通じた各種サービスを提供**
- 新たにデータベースを活用したサービスをローンチ。広告に次ぐ収益の柱へと成長させる

B to B

広告サービス

@cosmeに掲載する広告や各種販促

タイアップ

+

バナー

etc.

Enterprise SaaS

データベースを活用した各種サービス

月額課金

+

従量課金

B to C

プレミアム会員 & Bloombox

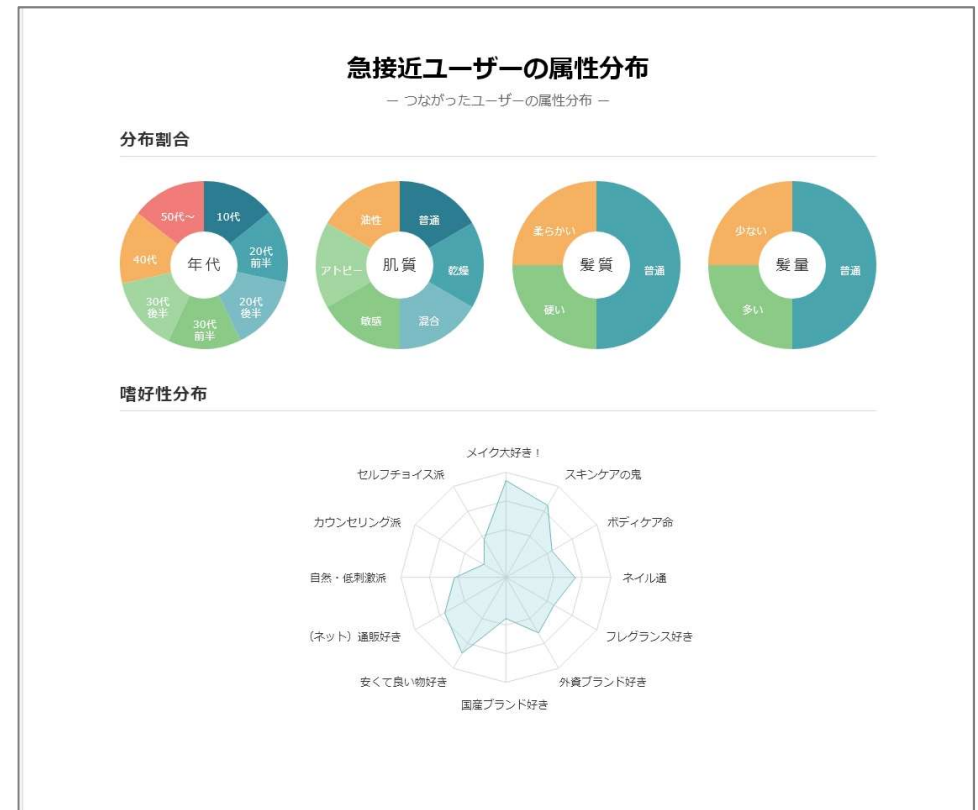
生活者に提供する便利でお得なサービス

月額課金

@cosmeに蓄積されたデータベースを活用し
マーケティングプロセス全体をサポートする
新サービスをクラウドで提供開始。

Enterprise SaaS「ブランドオフィシャル」

- @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）※従量課金制のサービスも検討中



2020年には800ブランドとの契約を目指す

- 自らが事業者となり、@cosmeを活用したサービスを運営

小売ビジネス

リアル店舗

MD等に@cosmeのデータを活用した化粧品専門店を運営し、国内最大の化粧品専門店グループに成長

全国計 26店舗
(2018年12月末時点)



商品ビジネス

プライベートブランド

@cosmeに蓄積されたデータをもとに商品開発を実施

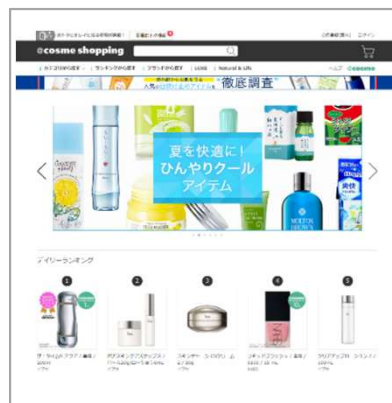


EC

@cosmeと連携した
化粧品ECサイトを運営

取扱商品数:

36,000商品
(2018年12月末時点)



@cosme store (国内 : 22店舗)

in harmony (2店舗) by @cosme store

イオンモール高岡店 ^{※1,3}	2002年9月OPEN	52坪
イオンモール高崎店 ^{※1,3}	2006年10月OPEN	41坪

@cosme store (海外 : 9店舗)

微風広場 台北駅店 (台湾)	2017年5月OPEN	62坪
微風 信義店 (台湾)	2017年6月OPEN	61坪
勤美誠品店 (台湾)	2017年6月OPEN	35坪
微風南京店 (台湾)	2018年3月OPEN	50坪
Star House店 (香港)	2018年6月OPEN	109坪
屯門市廣場店(香港)	2018年9月OPEN	35坪
上水廣場店 (香港)	2018年11月OPEN	45坪
ICONSIAM店 (タイ)	2018年11月OPEN	91坪
東港城店 (香港)	2018年12月OPEN	58坪

NEW

ルミネエスト新宿店	2007年3月OPEN 2016年9月改装	72坪
上野マルイ店	2008年11月OPEN 2017年2月増床	106坪
渋谷マルイ店	2009年4月OPEN 2015年4月移転	60坪
ルミネ池袋店	2012年4月OPEN	78坪
ルミネ有楽町店	2014年2月OPEN	68坪
TSUTAYA EBISUBASHI店	2014年11月OPEN	90坪
マルイファミリー溝口店	2015年10月OPEN	82坪
神戸マルイ店	2016年5月OPEN	49坪
T-SITE COSME 枚方店	2016年5月OPEN	43坪
TSUTAYA 熊本三年坂店	2016年6月OPEN	69坪
TSUTAYA 札幌美しが丘店	2016年9月OPEN	71坪
池袋サンシャインシティ店	2016年10月OPEN	49坪

TSUTAYA 函館鳥屋書店	2016年11月OPEN	80坪
アミュエスト博多店	2017年3月OPEN	32坪
町田マルイ店	2017年3月OPEN	37坪
ルクア大阪店	2017年3月OPEN	31坪
名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	2017年4月OPEN	55坪
アピタタウン金沢ベイ店 ^{※1,2}	2007年11月OPEN 2017年4月増床	69坪
ルミネ大宮店	2018年3月OPEN	63坪
ららぽーと富士見店	2018年3月OPEN	74坪
マリエとやま店 ^{※1,4}	1987年9月OPEN 2018年9月増床	58坪
TSUTAYA MARK IS 福岡ももち店	2018年11月OPEN	73坪

@cosme store **miike!** (1店舗)

ルミネ新宿店	2016年10月OPEN 2019年2月CLOSE予定	20坪
--------	--------------------------------	-----

※1 2016年9月にKcosme Beaute社より取得 (FY2017.6 2QよりP/L連結)
 ※2 2017年4月にKcosme Beauteから@cosme storeへリニューアル

※3 2018年7月にKcosme Beauteからin harmony by @cosme storeへリニューアル
 ※4 2018年9月にKcosme Beauteから@cosme storeへリニューアル



【第1弾】 2017年3月1日発売

@cosme nippon

海藻と花と果実の美容液マスク with 琉球美肌

1,200円 (3枚入り)



【第2弾】 2017年4月15日発売

@cosme nippon

阿蘇の馬のたてがみ油

- ハンドウォッシュ (左) 2,300円 (250ml)
- ハンドローション (中央) 2,700円 (250ml)
- ハンド&ネイル美容液 (右) 1,480円 (12g)



【第3弾】 2017年7月14日発売

@cosme nippon

北山麓の雪どけハーブ水

- フェイス&ボディミスト (左) 1,700円 (150ml)
- クレンジングウォーター (右) 1,800円 (250ml)



【第4弾】 2017年11月17日発売
(2018年5、6月、2019年1月商品追加)

@cosme nippon

美肌の貯蔵庫
根菜の濃縮マスク

- 安納いも
- 孟宗竹たけのこ
- など、全7種
- 各790円 (10枚入)

美肌の貯蔵庫
根菜の濃縮洗顔

- 宇陀金ごぼう
- 1,200円 (100g)

美肌の貯蔵庫 **New**
根菜の濃縮クレンジング洗顔

- 安納芋
- 1,600円 (200ml)



【第5弾】 2017年12月1日発売

@cosme nippon

加賀の光彩と縁付金箔

- ルースパウダー (右上) 2,500円
- カラーパウダー 全8色 (左) 各1,800円
- ネイルカラー 全2色 (右下) 各1,000円 (10ml)



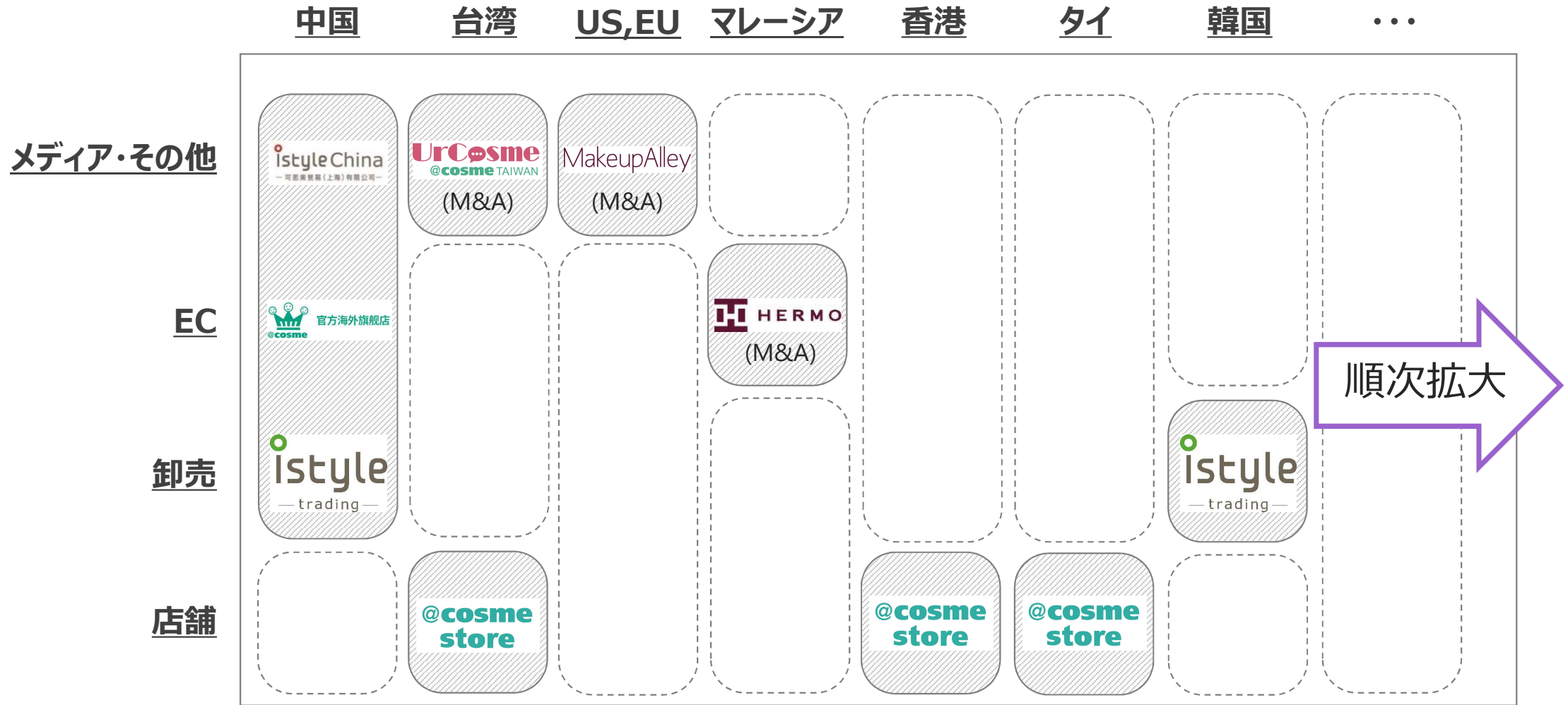
【第6弾】2018年6月25日発売

@cosme touch

- ヒップポリッシュ (左) 1,600円 (150g)
- ヒップランプ (右) 2,200円 (150g)



- 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する





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。

Copyright © 2019 istyle, Inc. All rights reserved.