

2020年6月期第3四半期 決算説明資料



istyle

2020/05/08

株式会社アイスタイル

証券コード: 3660

第3四半期決算概要

第3四半期累計 / ハイライト

連結



Global事業の不振や新型コロナウイルスの影響等により減収

売上高	:	23,609	百万円	YoY	:	98.3	%
営業利益	:	△1,398	百万円	前年同期	:	377	百万円

On Platform



ブランドオフィシャルの導入数が236まで増える等、BtoBサービスが堅調に推移

売上高	:	5,943	百万円	YoY	:	102.5	%
営業利益	:	1,292	百万円	YoY	:	71.8	%

Beauty Service



新型コロナの影響等で既存店は減収、ECは高成長。原宿店の費用先行等で赤字

売上高	:	11,785	百万円	YoY	:	110.9	%
営業利益	:	△697	百万円	前年同期	:	421	百万円

Global



香港デモや新型コロナの影響等により大幅減収。EC・卸売は中国EC法の影響も

売上高	:	4,726	百万円	YoY	:	70.2	%
営業利益	:	△606	百万円	前年同期	:	△16	百万円

その他



2Qのキャピタルゲインと営業投資有価証券の減損等により増収減益

売上高	:	1,155	百万円	YoY	:	134.5	%
営業利益	:	13	百万円	YoY	:	20.1	%

※ 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3四半期累計 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

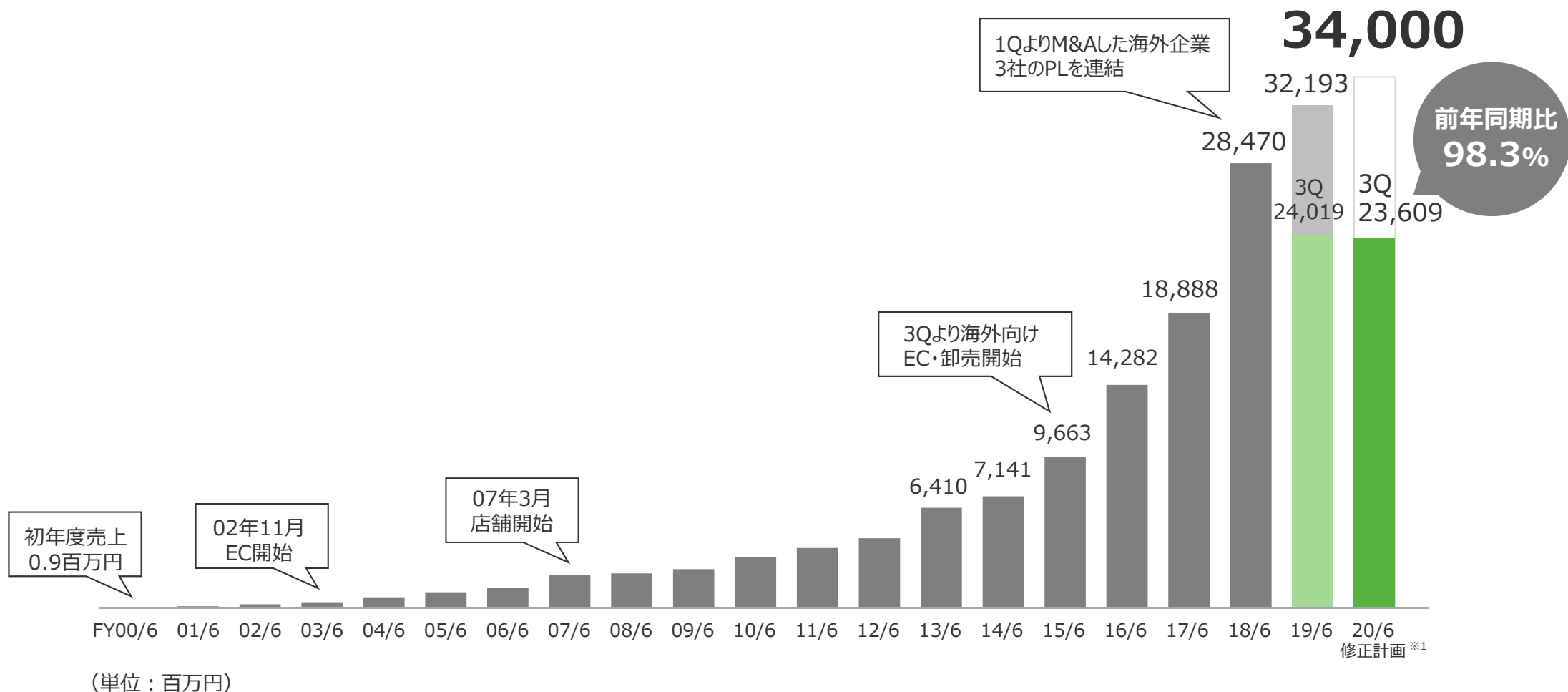
- 売上高は社内計画比でビハインドも、経費削減等により営業利益はほぼ計画内で着地
- 新型コロナの影響を鑑みて業績予想を再度修正 (詳細はP21)

(単位: 百万円)	2020年6月期 3Q(7~3月)	2019年6月期 3Q(7~3月)	前年同期比	2020年6月期 業績予想 (2月7日修正)	進捗率
売上高	23,609	24,019	98.3%	34,000	69.4%
売上総利益	11,030	11,348	97.2%	-	-
販売管理費	12,429	10,971	113.3%	-	-
営業利益	△1,398	377	-	△1,480	-
経常利益	△1,472	327	-	△1,580	-
親会社株主に帰属 する純利益	△4,261 ※1	44	-	△4,480	-

※1 上期の特別損失3,039百万円を含む

連結売上高推移

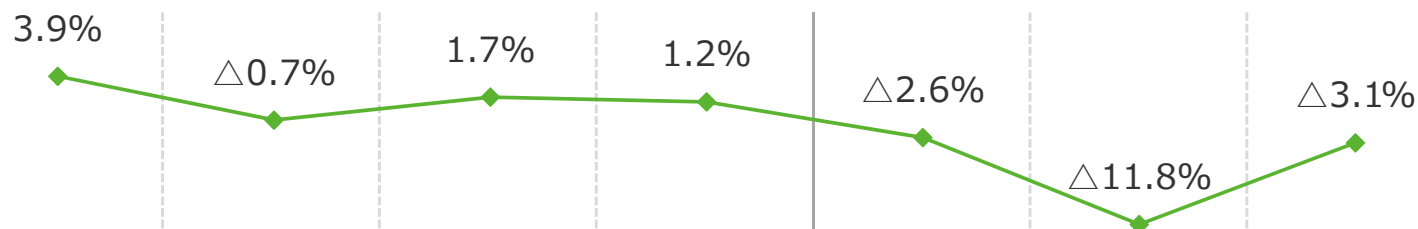
- 期初からGlobal事業の不振が続くものの、**3Qオープン**の原宿店の寄与により減収幅を低減



※1 2020年2月7日付で修正した業績予想になります。5月8日に再度修正を行っておりますので詳細はP21をご覧ください。

セグメント別売上高推移 (四半期別)

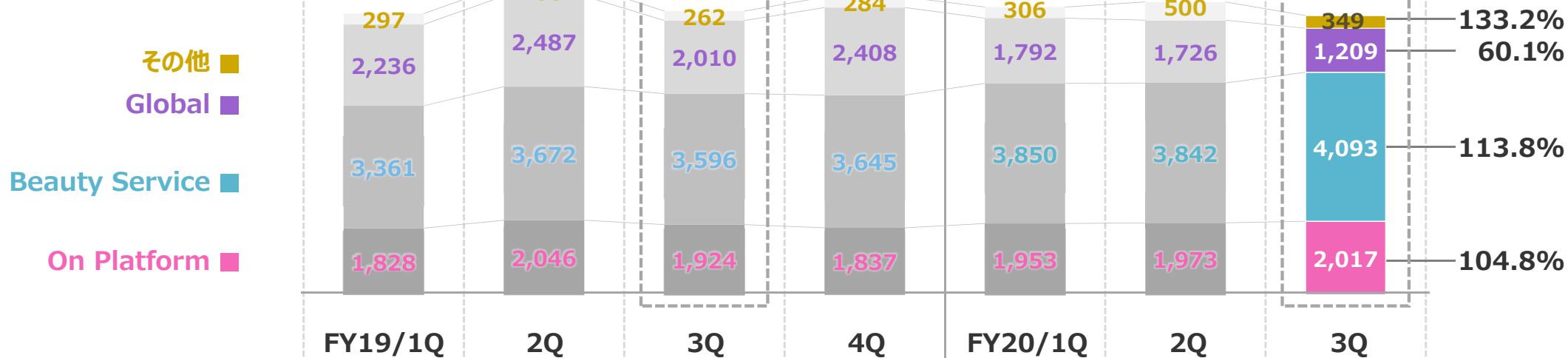
連結営業利益率



前年同期比 98.3%

売上高

(単位：百万円)



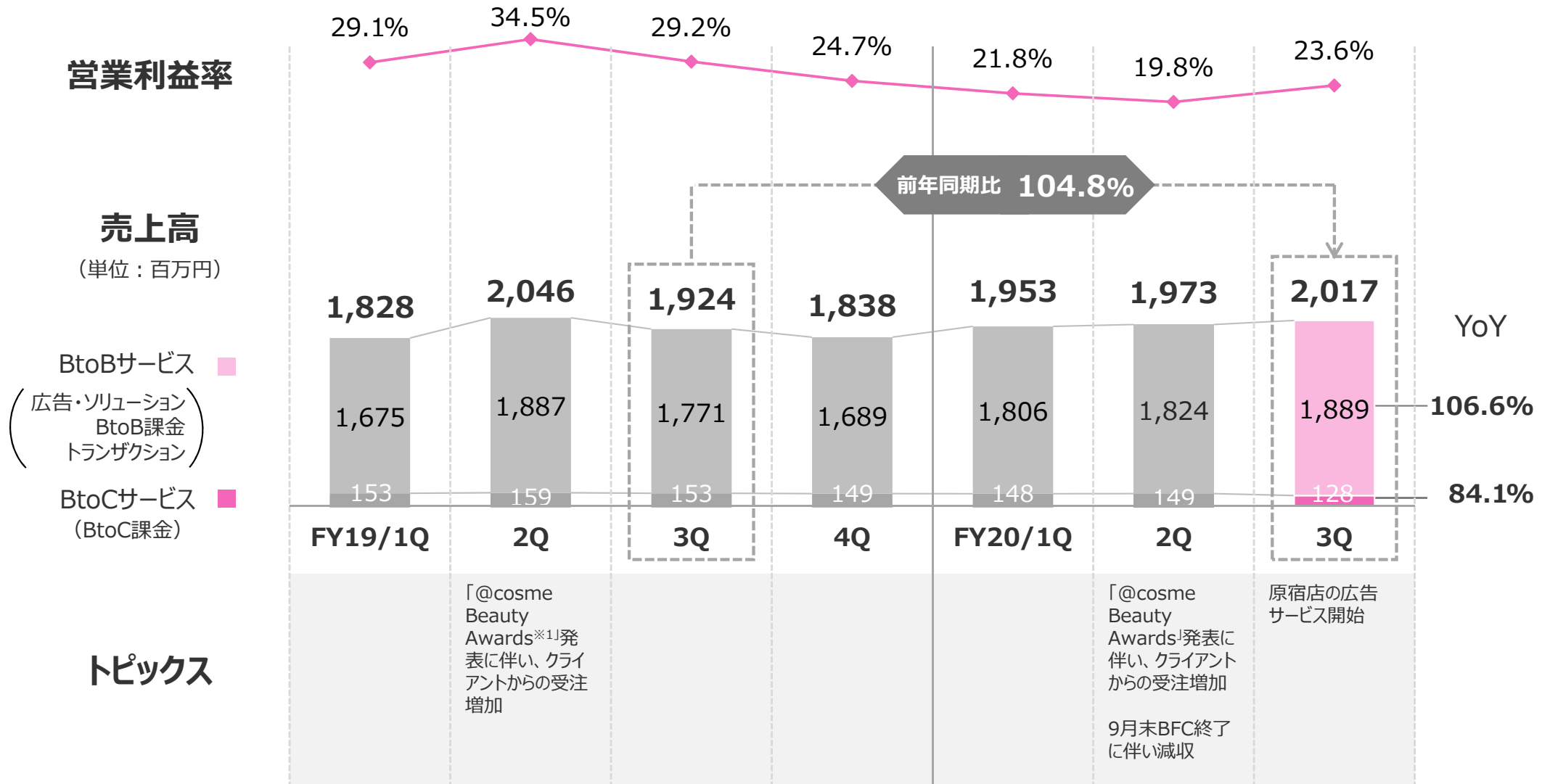
(ご参考) 営業利益率に対する特殊要因による影響

- @cosme Beauty Dayの 프로모ーション費用
- オープン前における@cosme TOKYOの先行費用

FY19.2Q: Δ5.4pt
FY20.1Q: Δ1.8pt

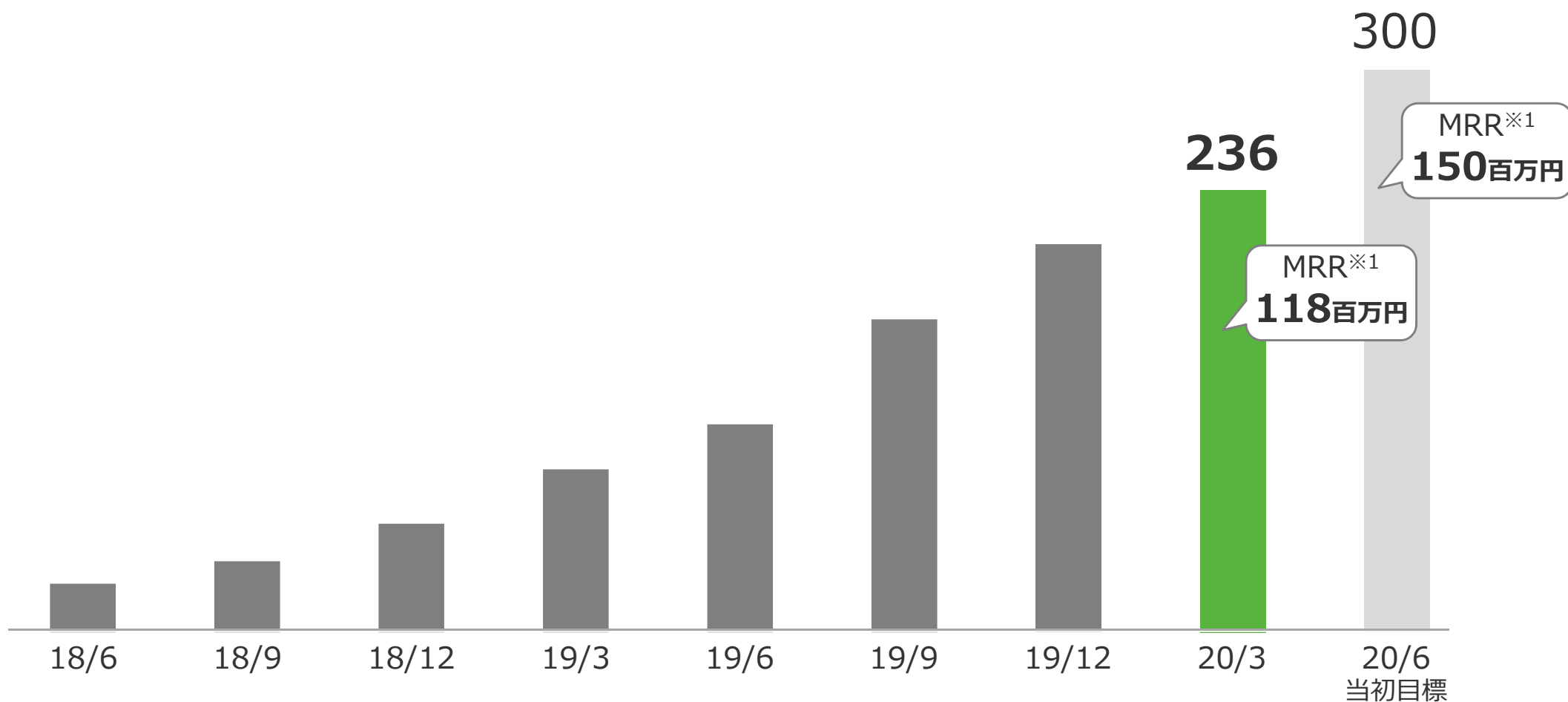
FY20.2Q: Δ4.0pt
FY20.2Q: Δ4.7pt

- BtoBは原宿店における広告収入の追加や、ブランドオフィシャルの契約増により堅調な推移



※1 アイスタイルが発表する日本最大級の美容アワード

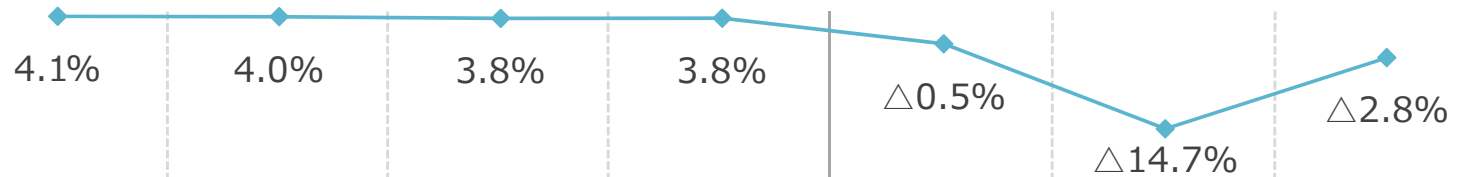
- 3Qまでは計画通りの推移
- 4Q以降は新型コロナの影響により目標達成が厳しい状況につき、今期末の目標数値を修正（詳細はP25）



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

- **新型コロナの影響による外出自粛でECが増収**。ECスペシャルイベントで獲得した新規ユーザーも寄与
- 既存店が**新型コロナの影響によるインバウンドの減少**や閉店の影響で減収も、全体では原宿店オープンで増収
- 1月の原宿店オープンにより店舗全体では増収となり赤字幅縮小

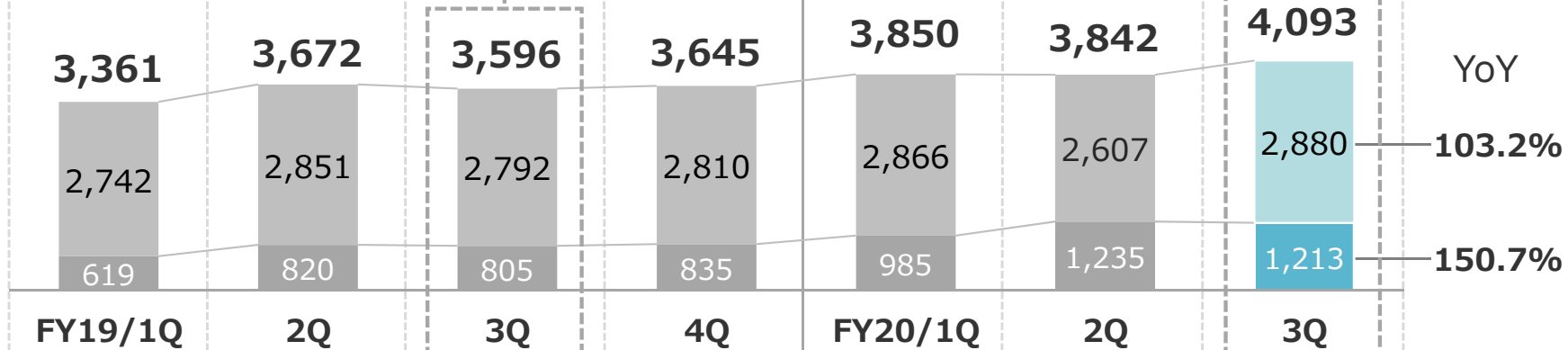
営業利益率



売上高

(単位：百万円)

店舗 ■
EC ■



期末時点店舗数

FY19/1Q	25店舗	26店舗	24店舗	24店舗	23店舗	23店舗	24店舗
---------	------	------	------	------	------	------	------

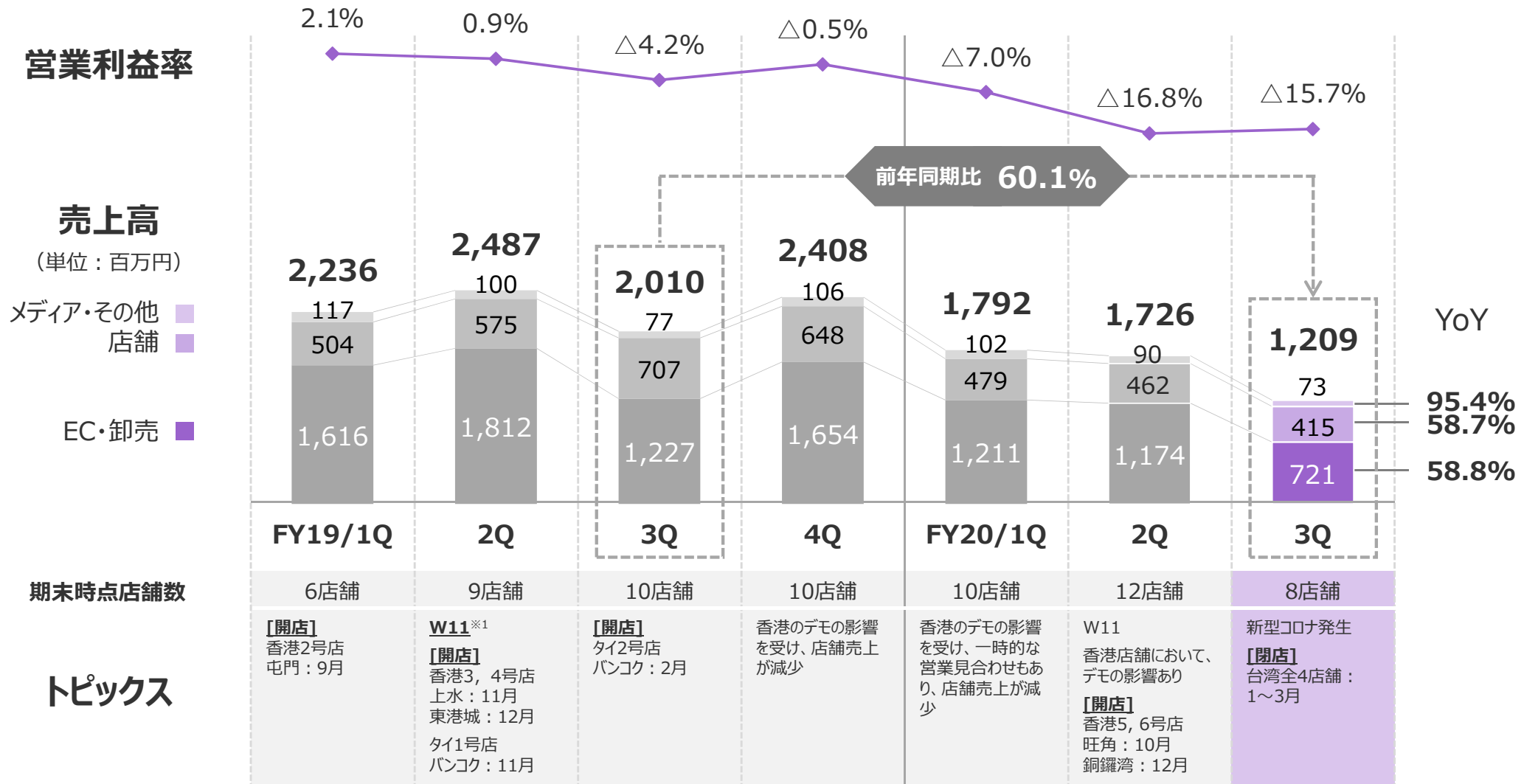
トピックス

富山：改装により8/13～9/20閉店	@cosme Beauty Day※1開催 [開店] 福岡：11月	[閉店] 京都店：1月 ルミネ新宿 (mikke)：2月	ルミネ池袋：改装により7/11～9/6閉店 高岡：改装により8/21～9/13閉店 [閉店] 渋谷：8月	@cosme Beauty Day※1開催 (プロモーション費用324百万円計上)	新型コロナ発生 高崎店：改装により2/29～閉店 ルクア大阪店：改装により3/15～閉店 [開店] 原宿：1月
---------------------	--------------------------------------	---------------------------------	--	---	--

2020年1月オープンの新宿店の家賃が9月から先行して発生

(ご参考) 営業利益率に対する特殊要因による影響
 - @cosme Beauty Dayのプロモーション費用 FY20.2Q: △8.4pt
 - オープン前における@cosme TOKYOの先行費用 FY20.1Q: △3.6pt FY20.2Q: △9.9pt
 ※1 12月3日開催の24時間限定ECスペシャルイベント。店舗も同時開催 (FY20流通総額 EC：4.5億円、店舗：0.5億円)。流通総額からポイント発行分を差し引いたものが売上

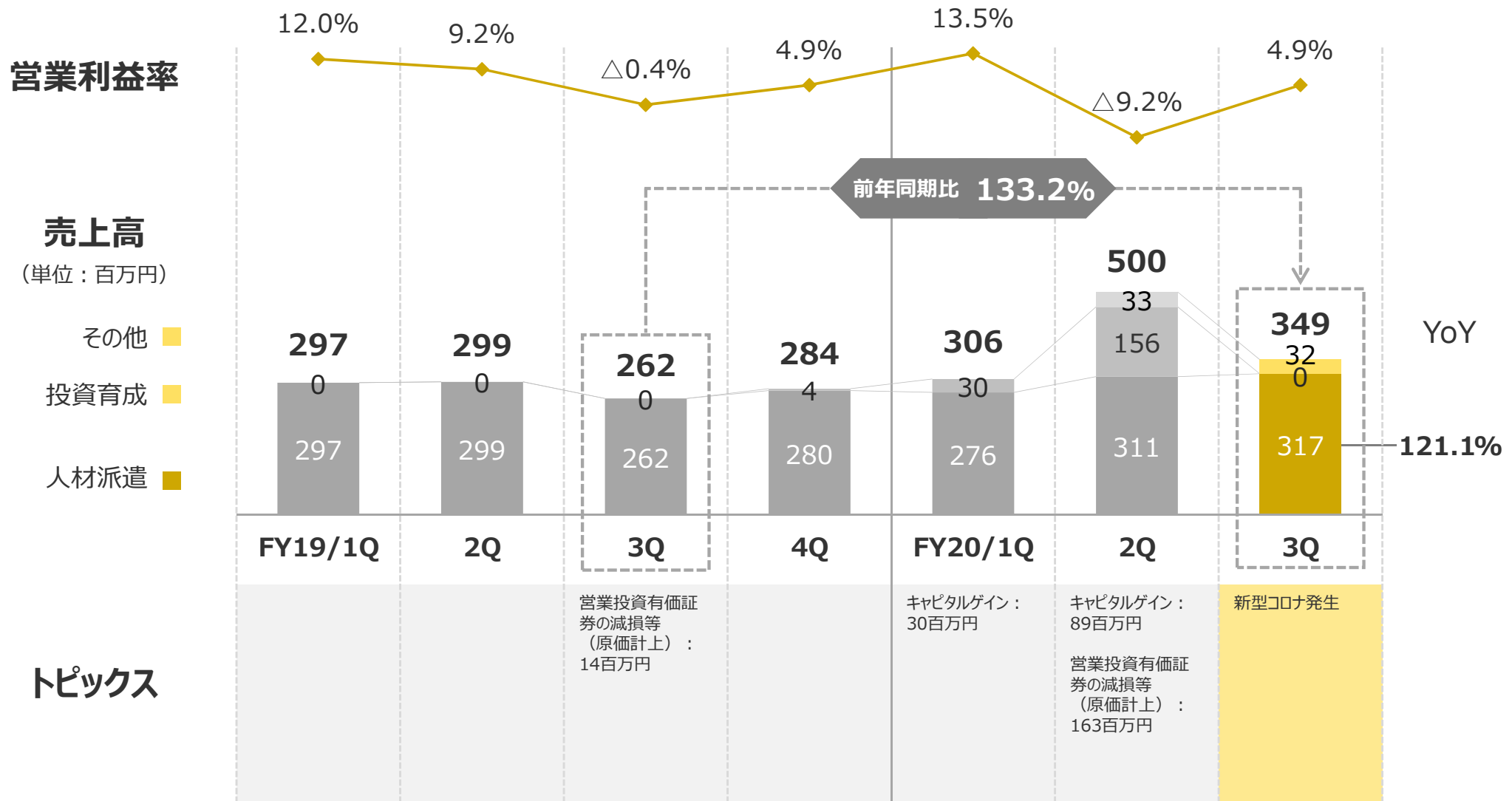
- 中国にて1月下旬から2月末まで新型コロナの影響で物流が完全にストップし、EC・卸売は大幅減収
- 香港・タイ店舗における新型コロナの影響や台湾店舗の閉店により海外店舗は減収。通常営業店舗はゼロに



※1 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

新型コロナウイルスの影響を受けるも 人材派遣事業は前年比で堅調な推移



(ご参考)キャピタルゲインや営業投資有価証券の減損の影響

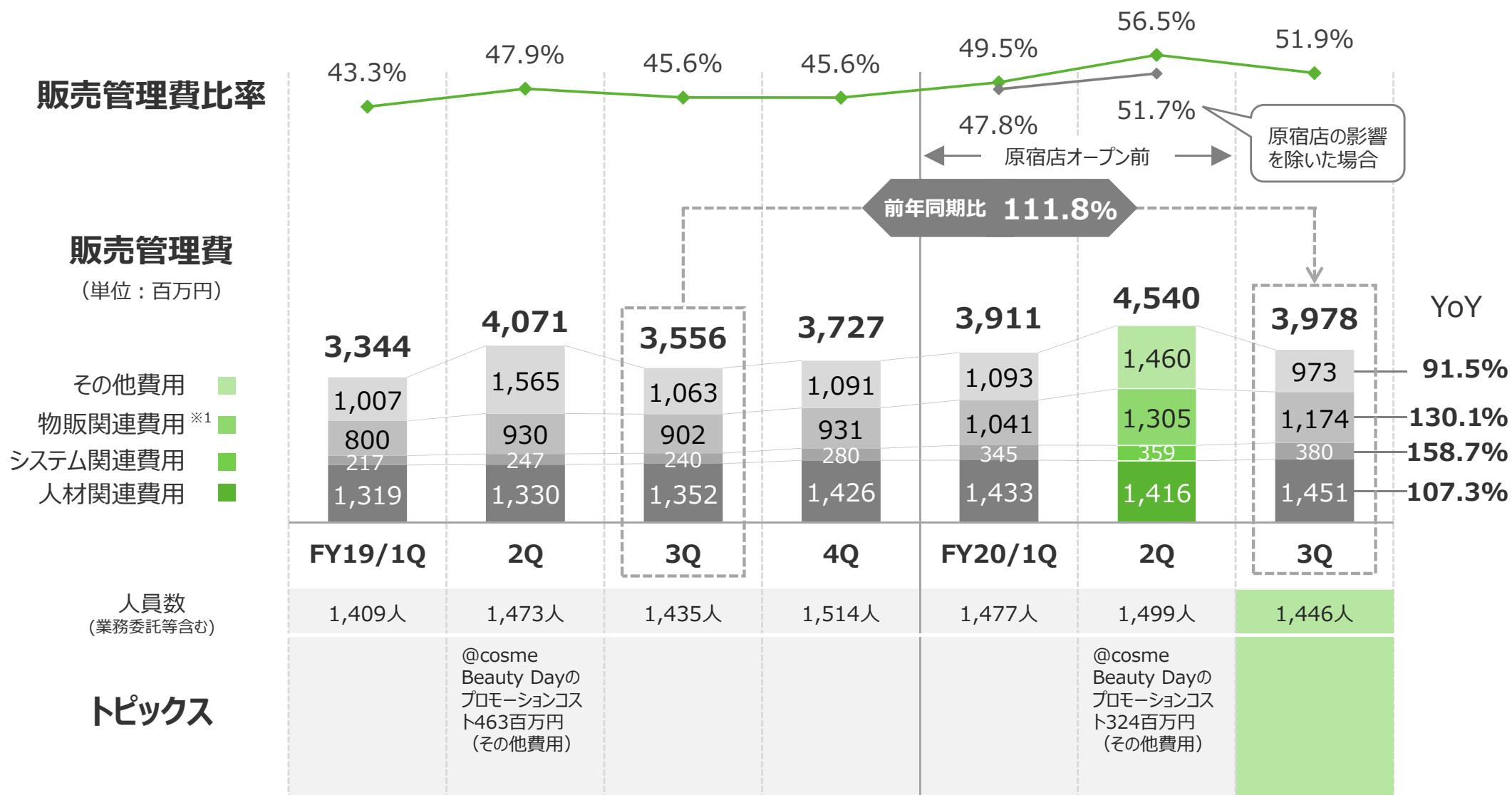
FY19.3Q: △5.8pt

FY20.1Q: +9.4pt

FY20.2Q: △17.2pt

販売管理費の推移

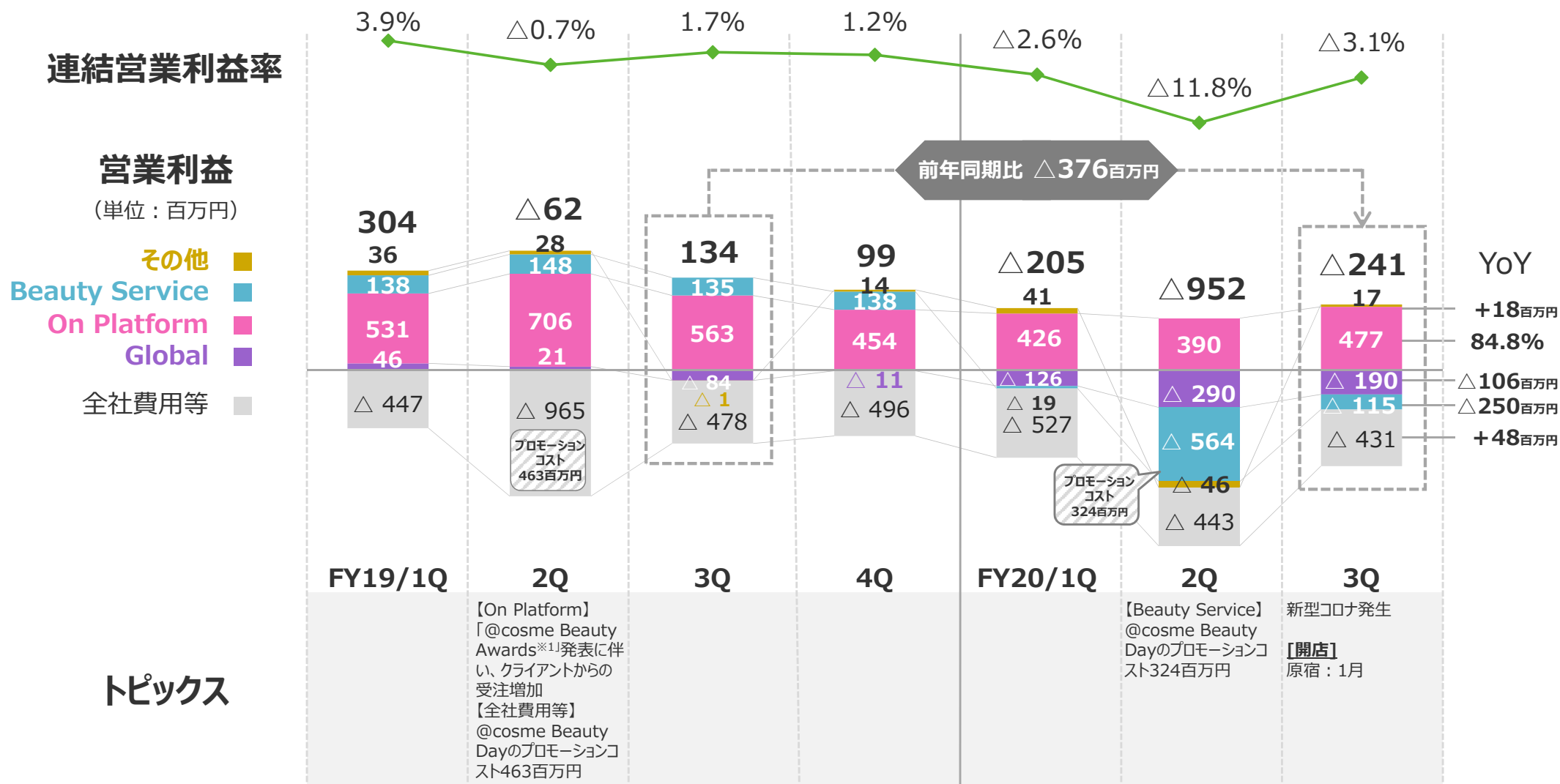
- 1月にオープンした原宿店により物販関連費用が増加
- ソフトウェア償却が増えてシステム関連費用が増加



※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

セグメント別営業利益の推移

- 3Qオープン原宿店の売上寄与で連結で赤字幅縮小も、新型コロナの影響により収益性改善に遅れ



(ご参考) 営業利益率に対する特殊要因による影響

- @cosme Beauty Dayの 프로모ーション費用
- オープン前における@cosme TOKYOの先行費用

※1 アイスタイルが発表する日本最大級の美容アワード

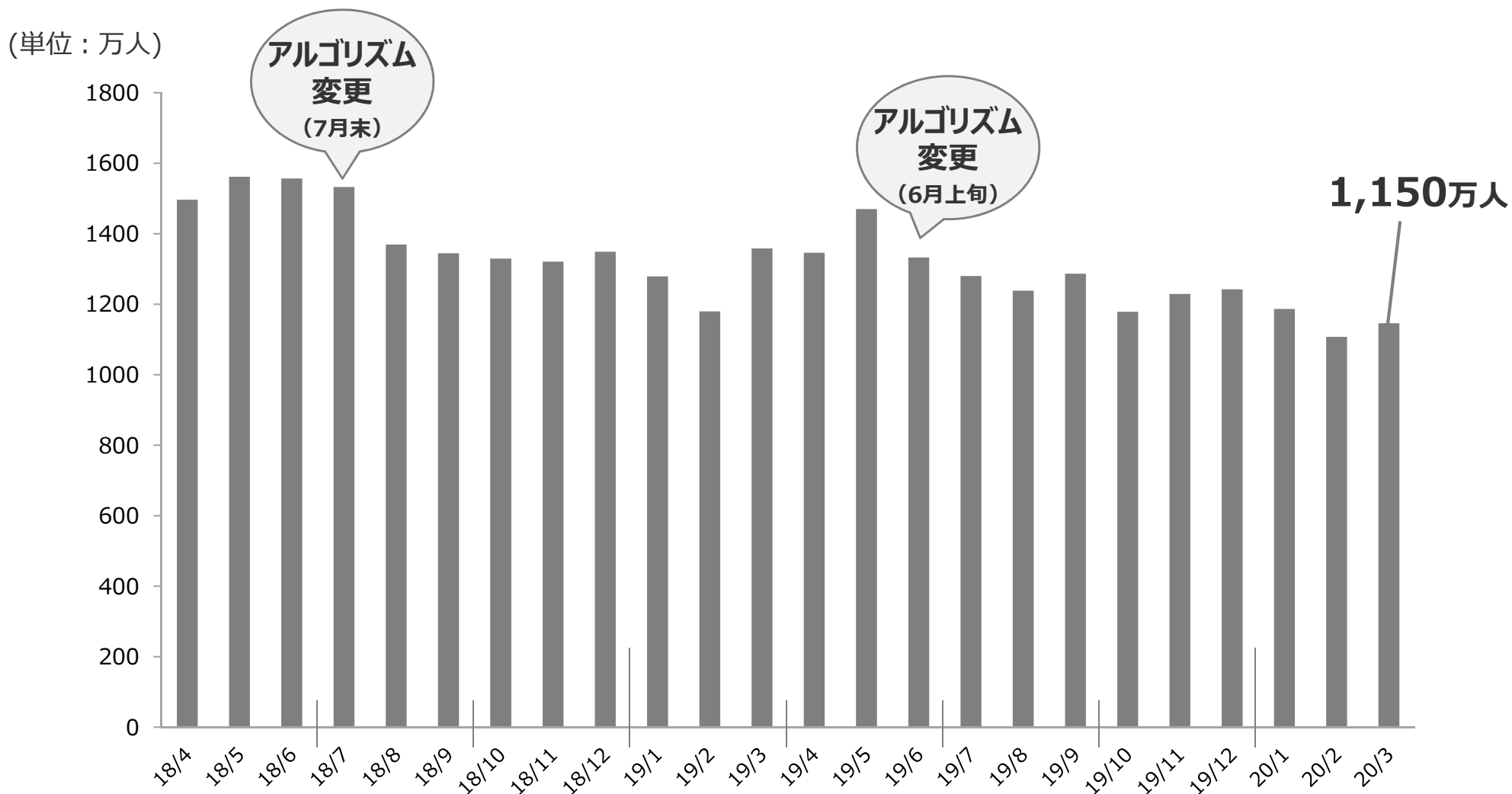
FY19.2Q: $\Delta 5.4$ pt
FY20.1Q: $\Delta 1.8$ pt

FY20.2Q: $\Delta 4.0$ pt
FY20.2Q: $\Delta 4.7$ pt

直近の運営サービスの状況

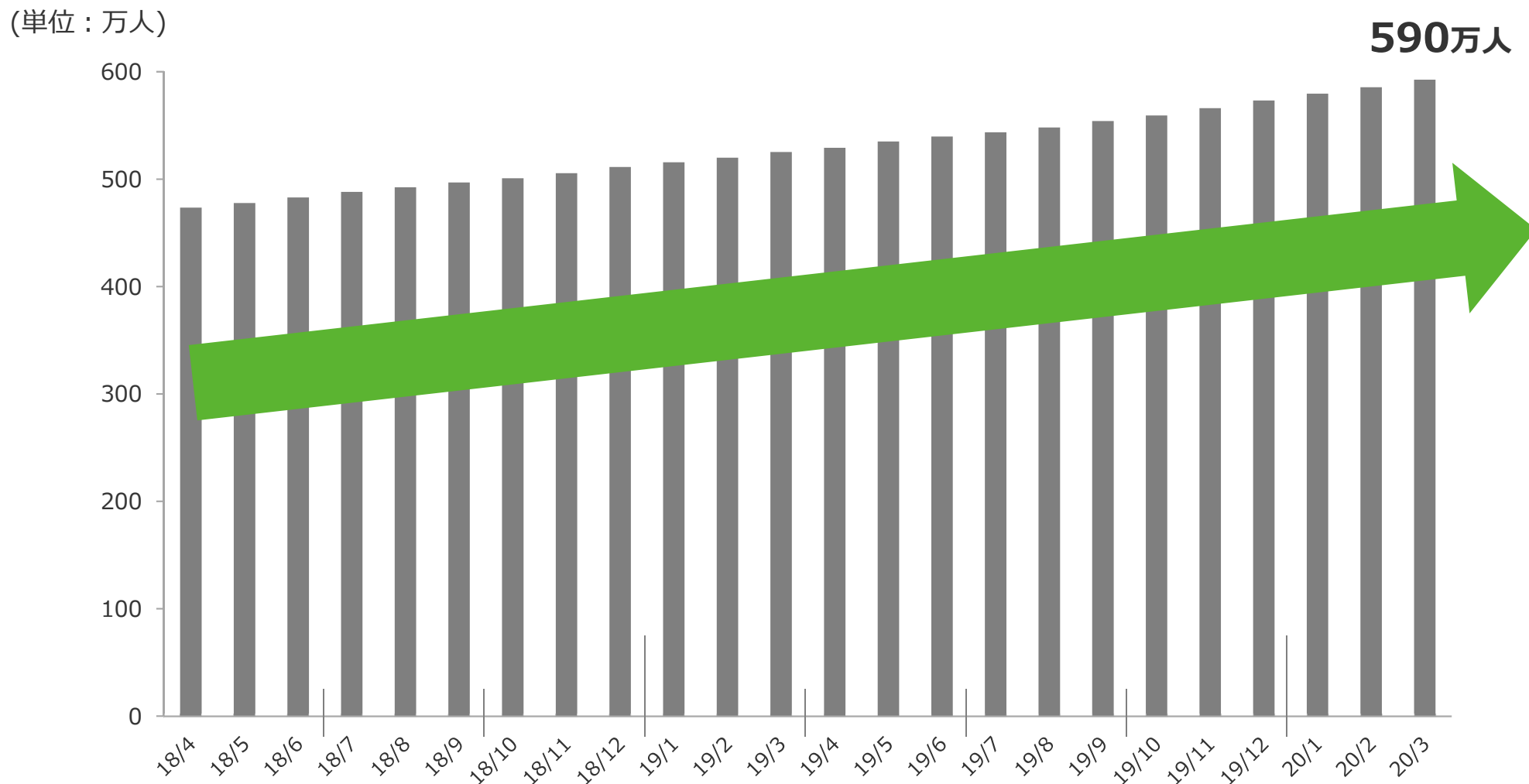
@cosmeの月間ユニークユーザー数の推移

- 検索サイトのアルゴリズム変更の影響で減少、継続して対策実施中
- 新型コロナの影響で世の中の興味や関心が変わったため、美容・化粧品関連の検索数自体が減少



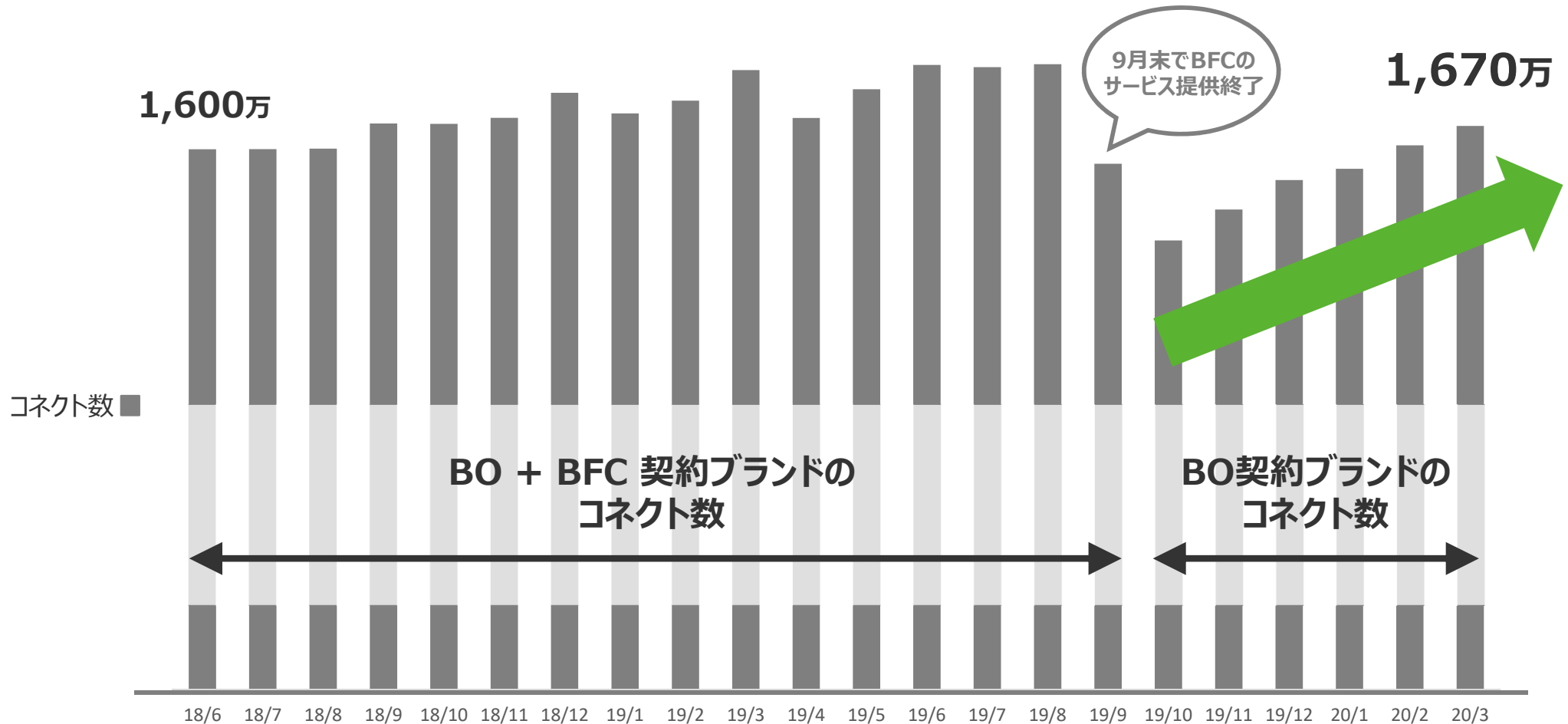
@cosmeの会員数の推移

- 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」※1の推移

- ブランドファンクラブ(BFC)の終了により減少するも、その後はブランドオフィシャル(BO)の契約増加により回復基調



※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



「@cosme STORE」既存店の高崎店およびルクア大阪店を強化

- 改装・増床を実施。今後も成長余地の高い既存店を強化する方針

【店舗概要】

名称 : @cosme STORE イオンモール高崎店

オープン日 : 新型コロナの影響を勘案し決定

売場面積 : 135 → 254m²

名称 : @cosme STORE ルクア大阪店

オープン日 : 新型コロナの影響を勘案し決定

売場面積 : 102 → 181m²



新型コロナウイルスの影響と 通期業績予想の再修正

新型コロナによる各事業への影響

- 新型コロナの終息時期は不明であり見通しも不透明だが、現状を精査したうえで**通期業績予想を再度修正**する

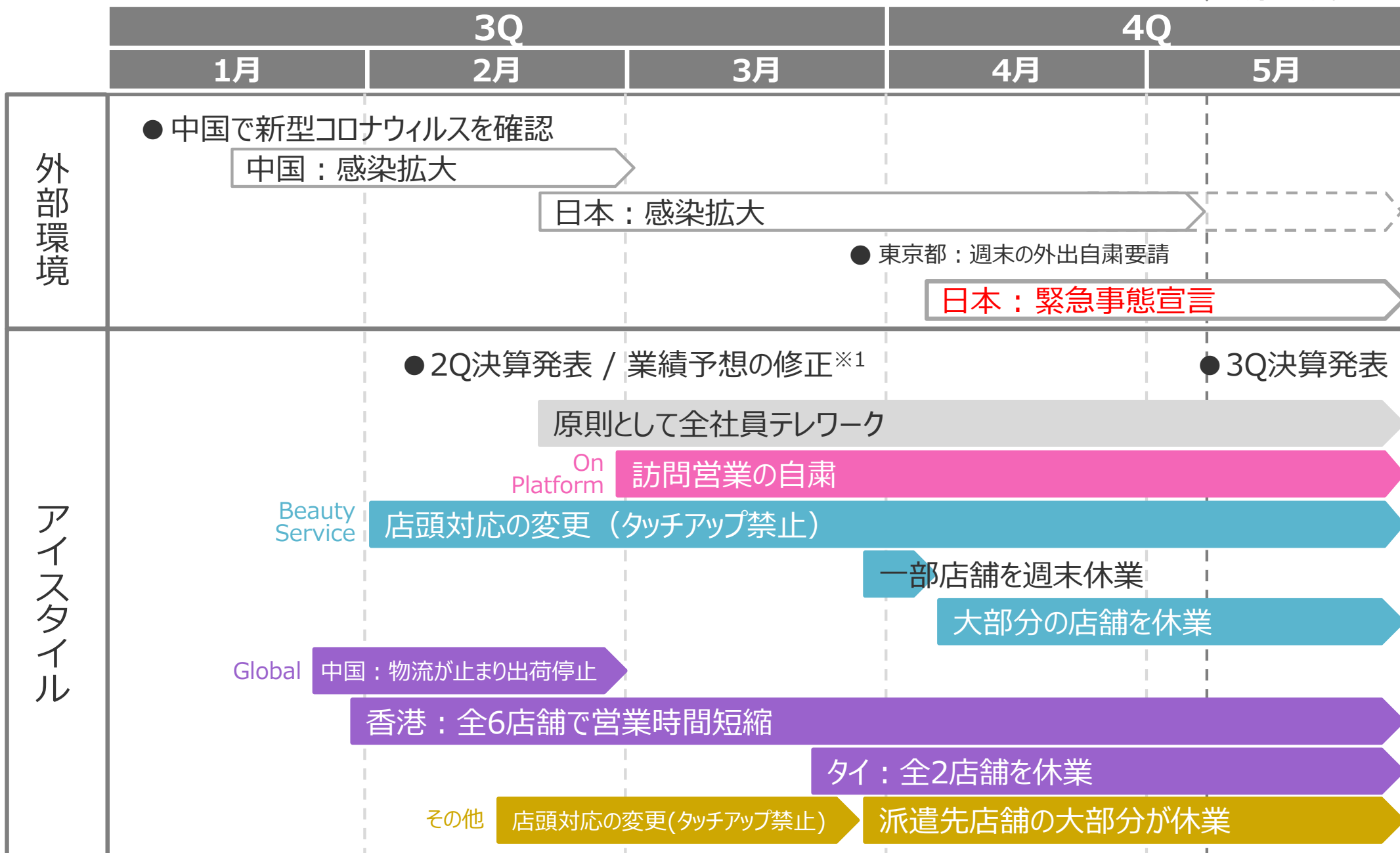
3Q(3月)末時点までの状況

業績へのインパクト

	3Q(3月)末時点までの状況	業績へのインパクト
On Platform	一部化粧品ブランドの予算が保守化	ブランドオフィシャルの受注が一時停滞 クライアントの広告出稿の抑制 リアルイベントの開催中止
	訪問営業の自粛	
	テレワークにより一部化粧品ブランドの社内決裁プロセスが長期化	
Beauty Service	日本全体で外出自粛の動き	オンライン需要の増加でEC売上が急伸
	出店先の館が時短営業や休館を実施	店舗の来客数減少や臨時休業
Global	中国：都市封鎖などで中国全体で物流が停滞	商品の調達や出荷が出来ず越境EC・卸売が大きく減収
	香港・タイ：外出自粛や観光客の減少	香港・タイ店舗は時短営業や館の休館
その他	派遣先店舗が臨時休業	人材派遣サービスが減収
全社	2月頃から日本でも感染者数が拡大	2月下旬から原則としてテレワークを実施

新型コロナ発生後の各セグメントにおける発生事象

▼ 5月8日現在



※1 新型コロナの影響は含まない

通期業績予想の再修正（サマリー）

- 新型コロナの影響が不透明であるため業績予想を保守的に設定（詳細はP23）

2020年6月期 通期業績予想 (単位：百万円)	2019年8月7日公表 当初計画	2020年2月7日修正 修正計画	2020年5月8日再修正 再修正計画
売上高	39,000	34,000	27,600
営業利益	△1,240	△1,480	△3,000
経常利益	△1,390	△1,580	△3,100
親会社株主に 帰属する純利益	△1,720	△4,480	△6,000 ※1

※1 上期の特別損失3,039百万円を含む

通期業績予想の再修正 / 各セグメント

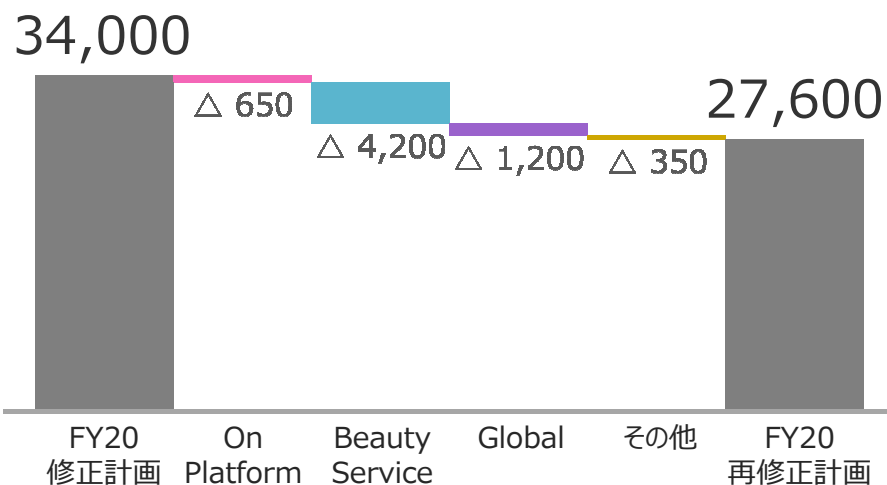
(単位：百万円)		期初計画 ^{※1}	修正計画 ^A	再修正計画 ^B	比較 (B/A)
連結	売上高	39,000	34,000	27,600	81.2%
	営業利益	△1,240	△1,480	△3,000	-
On Platform	売上高	8,250	8,250	7,600	92.1%
	営業利益	1,420	1,780	1,450	81.5%
Beauty Service	売上高	18,750	17,200	13,000	75.6%
	営業利益	△510	△670	△1,600	-
Global	売上高	10,800	7,000	5,800	82.9%
	営業利益	△80	△660	△800	-
その他	売上高	1,200	1,550	1,200	77.4%
	営業利益	80	30	△150	-
全社	営業利益	△2,150	△1,960	△1,900	-

※1 第2四半期にセグメント間で一部の項目を振り替えており売上・営業利益を修正しております（連結は変更なし）

通期業績予想の再修正 / 各セグメントの増減

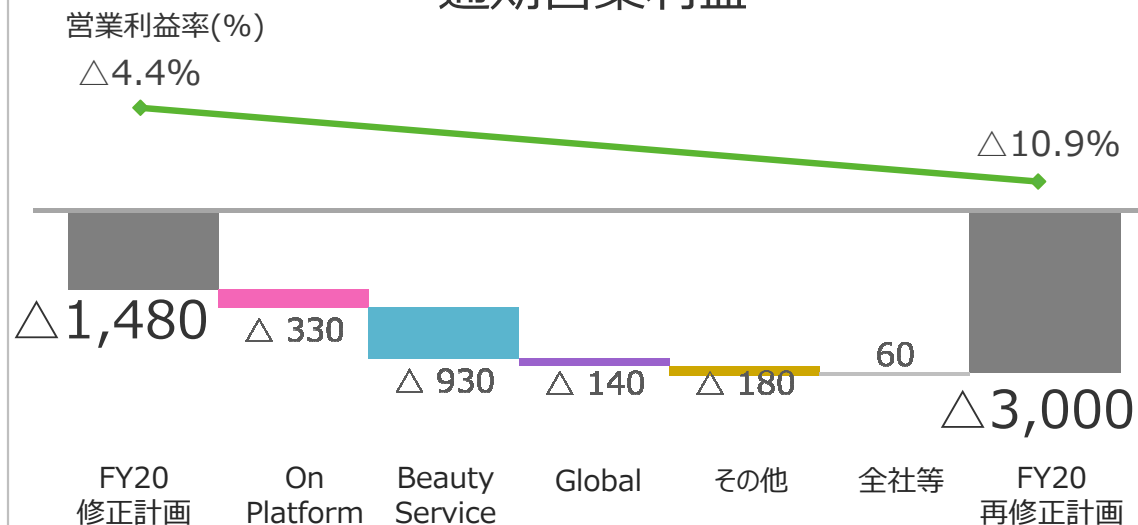
(単位：百万円)

通期売上高



(単位：百万円)

通期営業利益



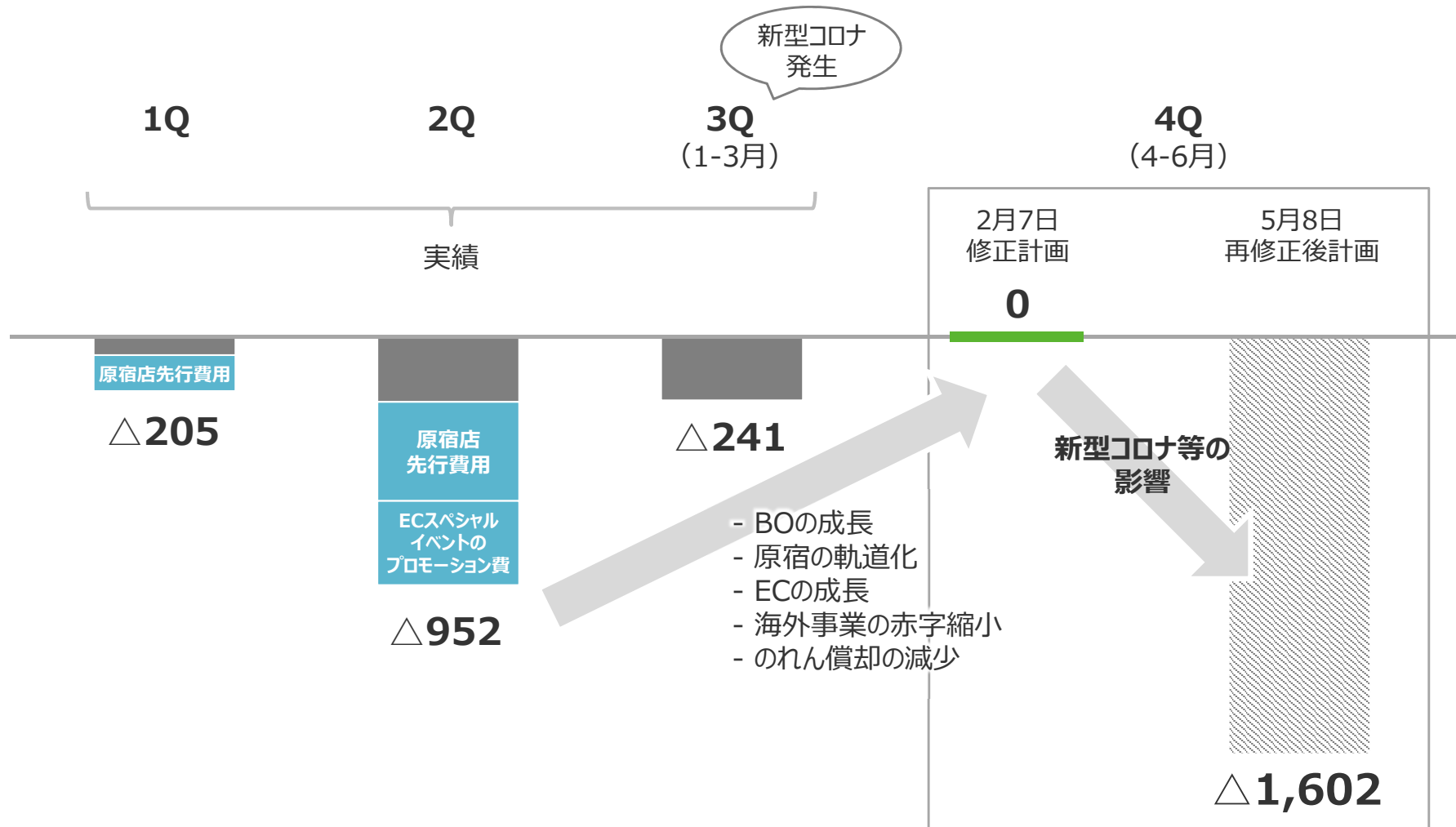
セグメント	再修正額 (単位：百万円)		主要な再修正の理由と前提条件
	売上高	営業利益	
On Platform	△650	△330	広告サービスは受注状況から判断し、店頭広告はゼロで計算 ブランドオフィシャルの今期目標契約数を236に修正し現状維持にシフト
Beauty Service	△4,200	△930	国内店舗の大部分を6月30日まで休業 ECは需要増の可能性があるので、在庫や配送リスクなど見通しが不透明であるため据え置き
Global	△1,200	△140	中国越境EC・卸売は受注状況から判断し下方修正 香港の全6店舗を6月30日まで時短営業。タイの全2店舗を6月30日まで休業
その他	△350	△180	人材派遣は派遣先店舗の大部分が6月末まで休業
全社	-	60	全社的な経費削減

連結営業利益の推移

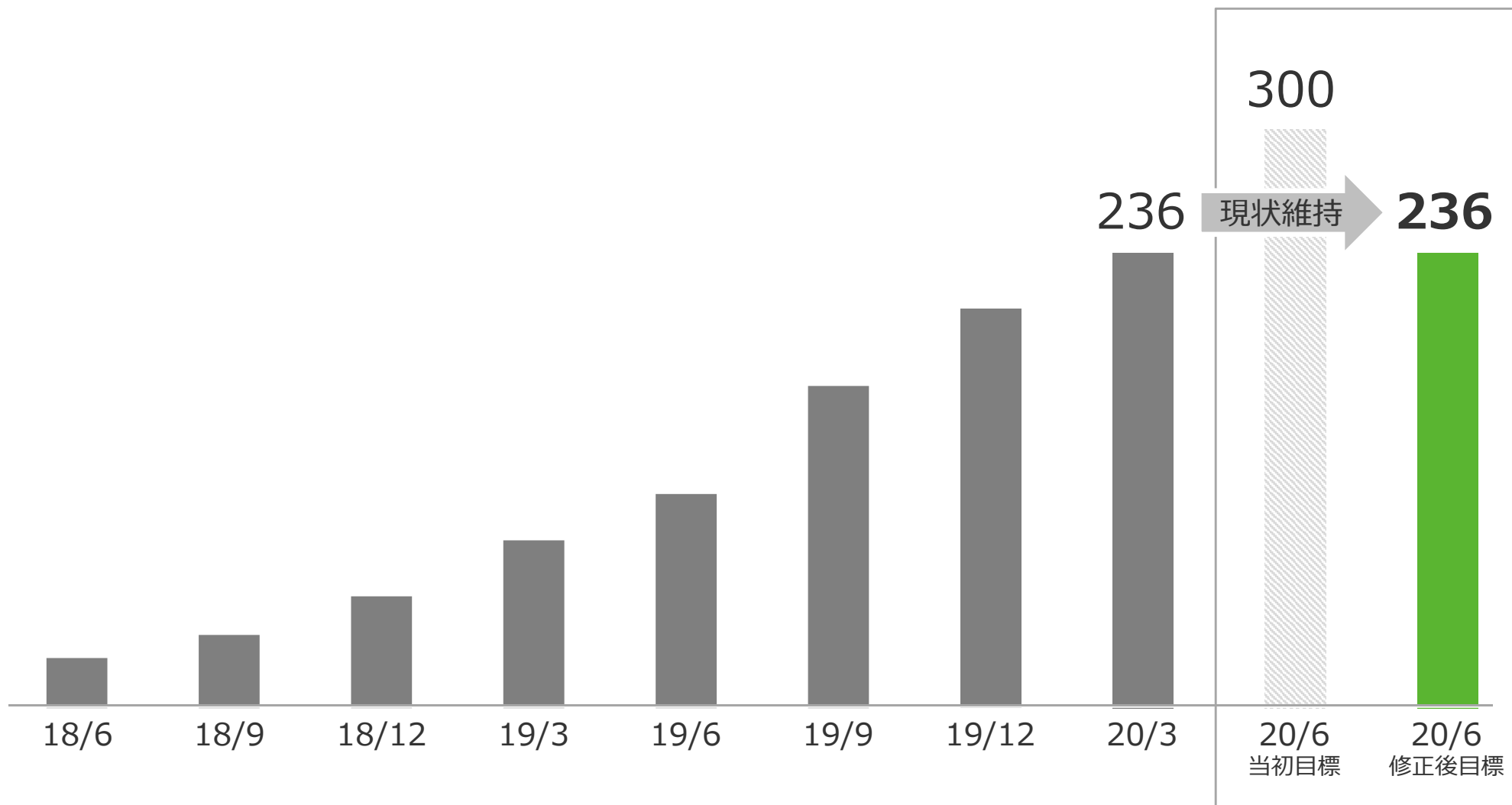
- 当初は4Qで赤字解消の計画であったが、新型コロナの影響等により大幅な赤字に

(単位：百万円)

連結営業利益



- 新型コロナの影響で一部クライアントの予算保守化や、決済プロセスの長期化により新規契約の獲得や解約防止のアプローチが難航
- 新型コロナの影響が不透明なため、保守的に見て現在の契約数を今期目標数値として据える



(ご参考) 貸借対照表の状況

- 現況においては、キャッシュポジションに特段の問題なし

(単位：百万円)

	FY20.2Q	FY20.3Q	直近増減	主な増減要因
資産	25,480	22,965	△2,515	
流動資産	14,458	11,758	△2,700	現金・営業債権・商品の減少
現金及び預金	5,996	3,956	△2,040	借入金の借換え及び返済
商品	3,531	3,339	△192	
有形固定資産	2,457	2,623	166	
無形固定資産	3,759	3,827	68	
のれん	503	481	△22	
負債	18,714	16,604	△2,110	借入金の返済 借換えによる一時的な減少
純資産	6,766	6,361	△405	
利益剰余金	218	△63	△281	

新型コロナに対する今後の対策方針

各セグメントにおける実施中または予定している対策方針の一覧

	現在の見通し(再修正計画の前提)	対策方針
On Platform	一部化粧品ブランドの予算が保守化	EC販売を絡めた提案の強化
	店頭広告は店舗休業に伴いゼロと見込む	店頭広告や販促をオンライン広告へシフト
	ブランドオフィシャルの受注が一時停滞	オンライン営業による新規受注の促進、解約防止へのアプローチ
Beauty Service	国内店舗の大部分を休業(4月上旬～6月30日)	雇用調整助成金など政府支援の活用および経費削減
	ECは需要増の可能性のあるものの、在庫や配送リスクなどを注視	ECへの送客および商品の品揃え強化 ECのプロモーション検討
Global	中国の物流はほぼ回復するも社会全体がECに傾倒し競争激化	引き続き経費削減による収益性改善
	香港全6店舗で時短営業(1月31日～6月30日)	政府補助金による補填や家賃減額。家賃は追加減額を交渉中 状況を見て徐々に営業時間を正常化
	タイの全2店舗を休業(3月22日～6月30日)	社会保険による補填および家賃減額。家賃は追加減額を交渉中
その他	派遣先店舗の大部分が休業(4月上旬～6月30日)	雇用調整助成金など政府支援の活用
全社	テレワークを実施(2月20日～5月31日) 状況次第では再度実施する可能性あり	引き続き全社的な経費削減 テレワークにおける業務効率の向上

參考資料

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	3,647百万円 ※2019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	1,175名（連結）※2019年6月時点	
主要関係会社 ※2020年3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 	<p>【海外】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・istyle China Co., Limited ・istyle Global (Singapore) Pte. Limited ・istyle China Corporation Limited ・istyle Retail (Hong Kong) Co., Limited ・istyle USA Inc. ・istyle Retail (Thailand) Co., Limited ・Herma 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 @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 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

1,330万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

540万人

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

34,000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

32万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

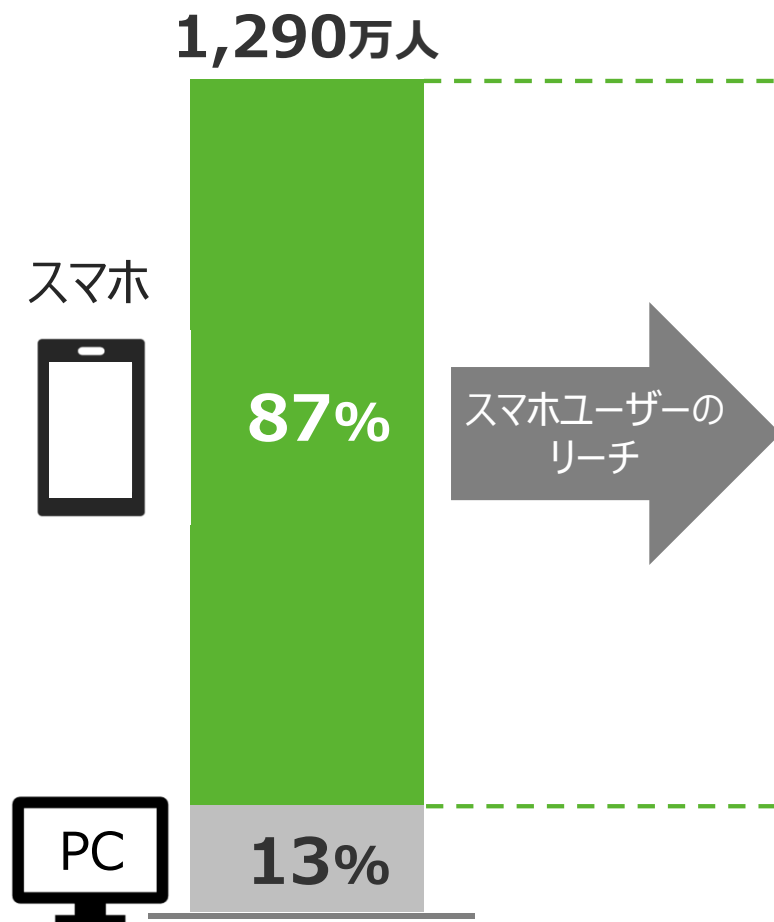
クチコミ数

1,490万件

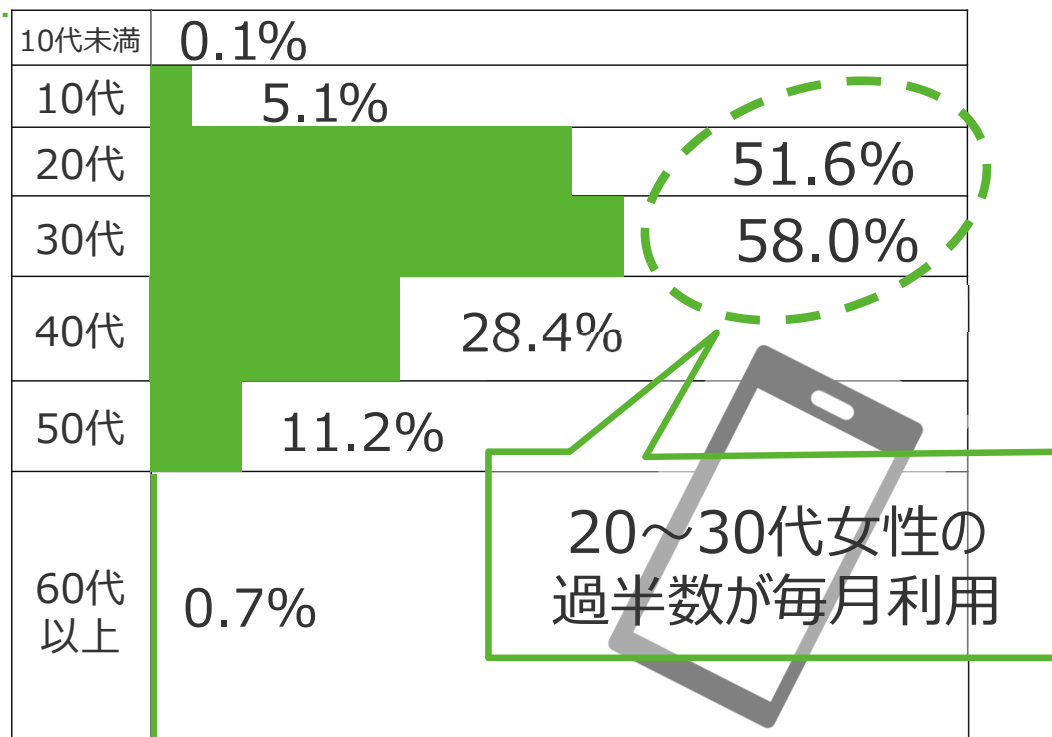
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,330万人（2019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※1



出所：総務省人口統計（2019年1月確定値）
2019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 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

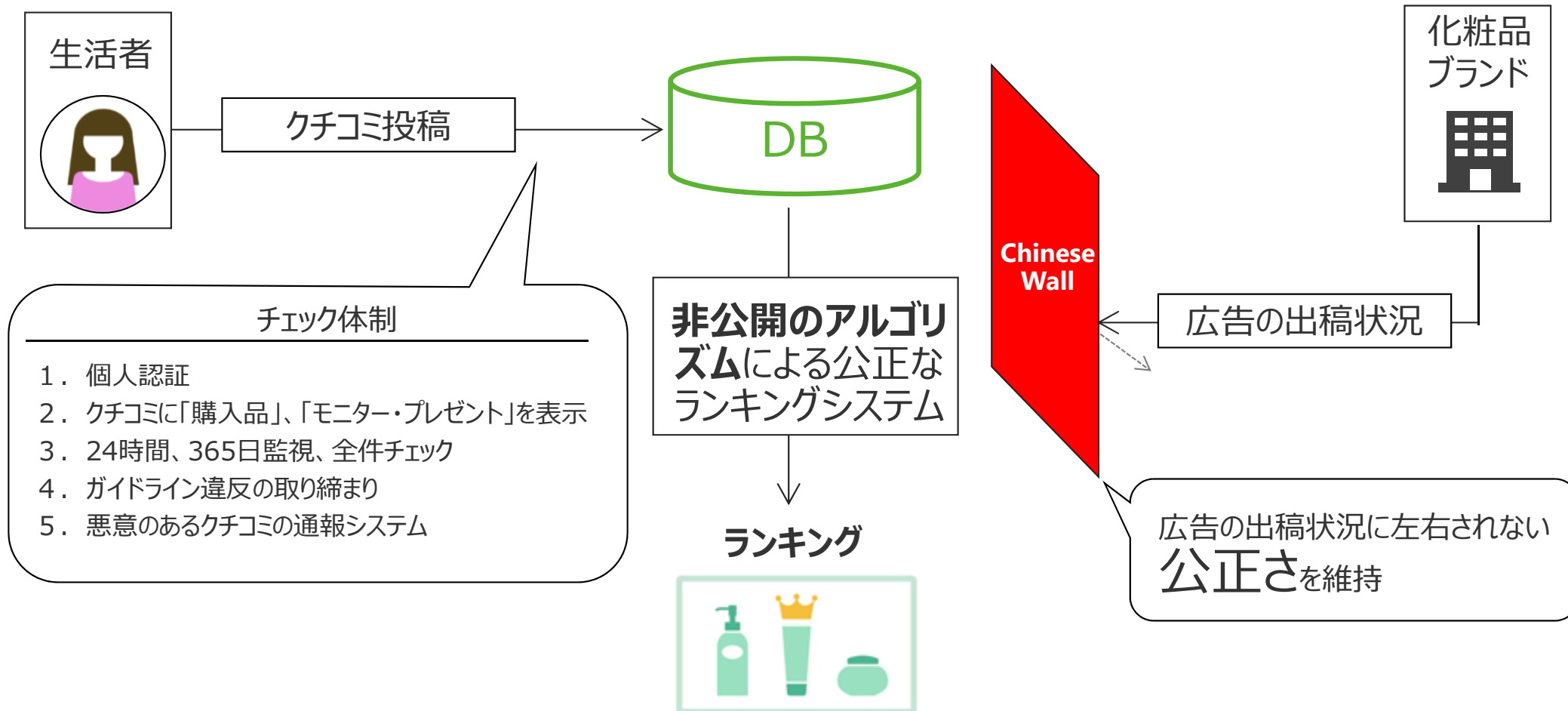
@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

- 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。

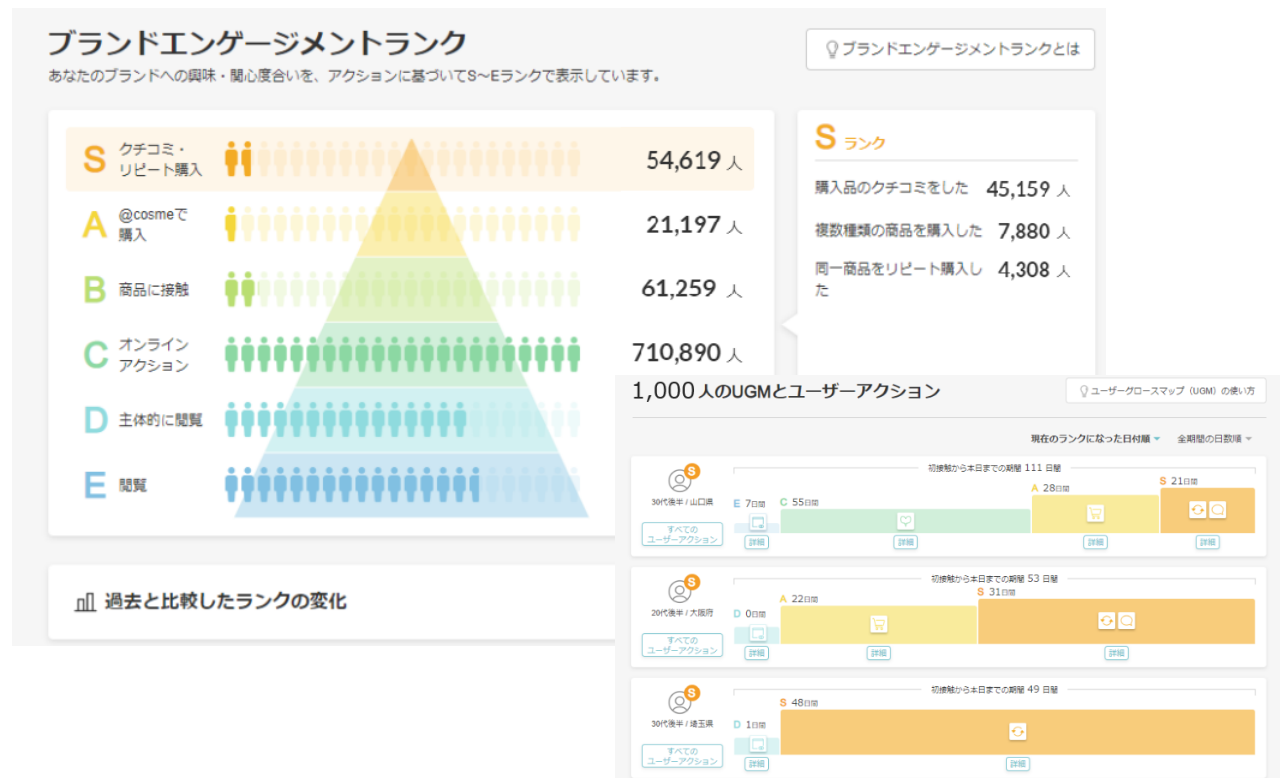
Enterprise SaaS「ブランドオフィシャル」

- @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



2018年4月リリース

情報発信できるとともに
ユーザーとどれだけつながっているかがわかる



2020年1月機能追加

ユーザーとのエンゲージメント度合いを基準に、どんなユーザーがどれだけいるかがわかるとともに
どんなタイミングでこういった行程を経て、ブランドとの関係が深まっているかも分析できる



- 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 24店舗

(2020年3月末時点)



EC

@cosmeと連携した化粧品ECサイトを運営



取扱商品数
41,000商品
(2020年3月末時点)



アイシーコンソング



@cosme STORE (国内 : 23店舗)

@cosme STORE (香港 : 6店舗)

@cosme STORE (タイ : 2店舗)

ルミネエスト新宿店	2007年3月OPEN 2016年9月改装	一時休業	238㎡
上野マルイ店	2008年11月OPEN 2017年2月増床	一時休業	350㎡
ルミネ池袋店	2012年4月OPEN 2019年9月増床	一時休業	333㎡
ルミネ有楽町店	2014年2月OPEN	一時休業	224㎡
TSUTAYA EBISUBASHI店	2014年11月OPEN	一時休業	297㎡
マルイファミリー溝口店	2015年10月OPEN	一時休業	271㎡
神戸マルイ店	2016年5月OPEN	一時休業	162㎡
T-SITE COSME 枚方店	2016年5月OPEN	一時休業	89㎡
TSUTAYA 熊本三年坂店	2016年6月OPEN		228㎡
TSUTAYA 札幌美しが丘店	2016年9月OPEN		234㎡
池袋サンシャインシティ店	2016年10月OPEN	一時休業	162㎡
TSUTAYA 函館蔦屋書店	2016年11月OPEN		264㎡
アミュエスト博多店	2017年3月OPEN 2019年2月増床	一時休業	142㎡

ルクア大阪店	2017年3月OPEN 2020年4月増床	一時休業	181㎡
名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	2017年4月OPEN	一時休業	182㎡
アピタタウン金沢ベイ店 ※2	2007年11月OPEN 2017年4月増床		228㎡
ルミネ大宮店	2018年3月OPEN 2019年3月増床	一時休業	241㎡
ららぽーと富士見店	2018年3月OPEN	一時休業	244㎡
マリエとやま店 ※2	1987年9月OPEN 2018年9月増床	一時休業	191㎡
TSUTAYA MARK IS 福岡もち店	2018年11月OPEN	一時休業	241㎡
イオンモール高岡店 ※2	2002年9月OPEN 2019年9月増床	一時休業	240㎡
イオンモール高崎店 ※2	2006年10月OPEN 2020年4月増床	一時休業	254㎡

@cosme TOKYO (1店舗)

原宿店	2020年1月OPEN	一時休業	1,300㎡
-----	-------------	------	--------

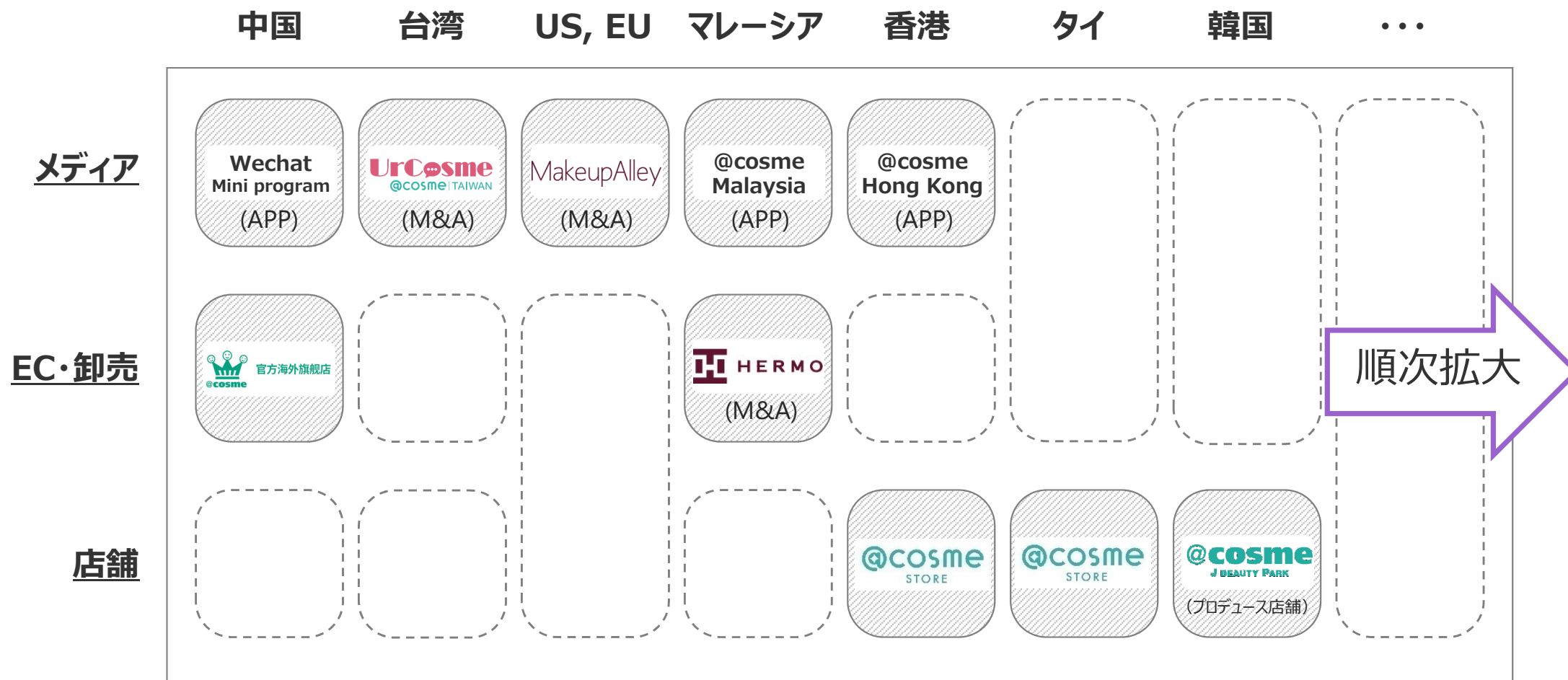
Star House store	2018年6月OPEN	時短営業	360㎡
tmtplaza store	2018年9月OPEN	時短営業	116㎡
Landmark North store	2018年11月OPEN	時短営業	149㎡
East Point City store	2018年12月OPEN	時短営業	191㎡
Langham Place store	2019年10月OPEN	時短営業	188㎡
Lee Theatre store	2019年12月OPEN	時短営業	231㎡

ICONSIAM store	2018年11月OPEN	一時休業	301㎡
Siam Center store	2019年2月OPEN	一時休業	244㎡

※1 閉店予定の店舗は含んでおりません

※2 2016年9月にKcosme Beaute社より取得 (FY2017.6 2QよりP/L連結)

- 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



※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



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。