

2021年6月期第1四半期 決算説明資料



istyle

2020/11/06

株式会社アイスタイル

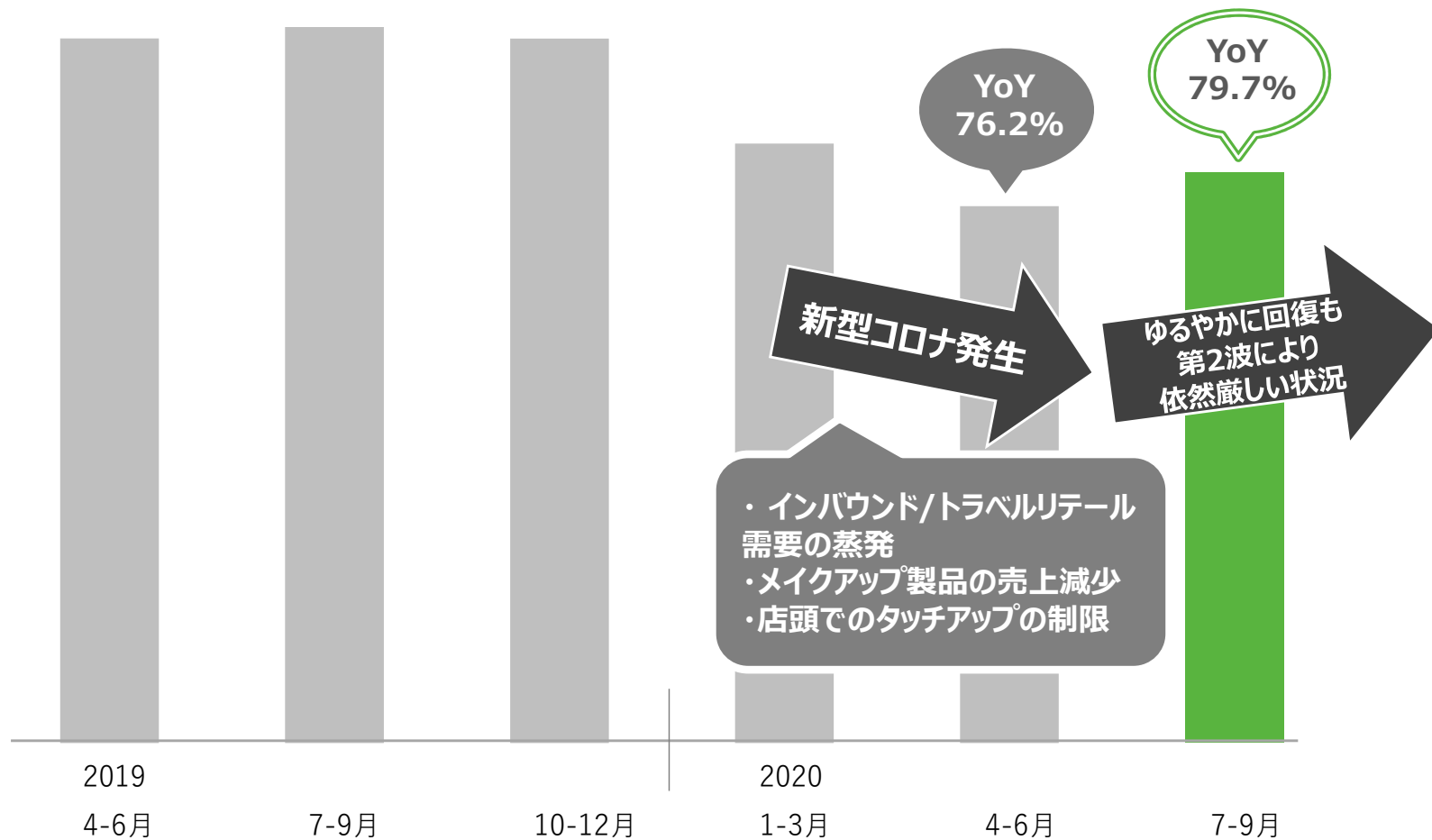
証券コード: 3660

○ After/Withコロナにおける化粧品業界

化粧品業界の現状

- 業界全体が新型コロナによる影響で業績悪化

上場している化粧品メーカー大手4社の
2019年4～6月以降の化粧品の売上高合計



新型コロナによる化粧品業界の変化

- 新型コロナにより、化粧品業界は大きな変革を強いられている

■ 新型コロナ影響の一例

化粧品メーカー



- インバウンド/トラベルリテール需要の蒸発
- メイクアップ製品の売上減少
- 店頭でのタッチアップの制限

生活者



- 外出機会の減少
- マスク着用によるメイクアップ様式の変化
- 購買行動の変化
(例：店舗への往訪機会の減少/ECでの購入機会の増加)

新型コロナ影響は依然として、先行き不透明な状況

新たな生活様式の変化に合わせた変革が必要

化粧品メーカー各社の対応

国内

海外

メーカー	With/Afterコロナにおける成長戦略
(株)資生堂	<ul style="list-style-type: none">- 2023年を目標に<u>媒体費の90~100%をデジタルにシフト</u>- <u>デジタルトランスフォーメーションチーム</u>を発足
花王(株)	<ul style="list-style-type: none">- <u>ECの販売促進</u>等により、売上・利益の減少幅の最小化を目指す
(株)コーセー	<ul style="list-style-type: none">- <u>EC販路の強化</u>・購入可能商品の拡充- <u>デジタルトランスフォーメーション</u>の加速
(株)ポーラ・オルビスホールディングス	<ul style="list-style-type: none">- イベント、新商品発表会 <u>オンラインへシフト</u>- <u>広告はデジタル領域へシフト</u>し、効率化
L'Oreal S.A.	<ul style="list-style-type: none">- <u>EC販路・施策</u>の最大化- <u>デジタル施策</u>の最大化

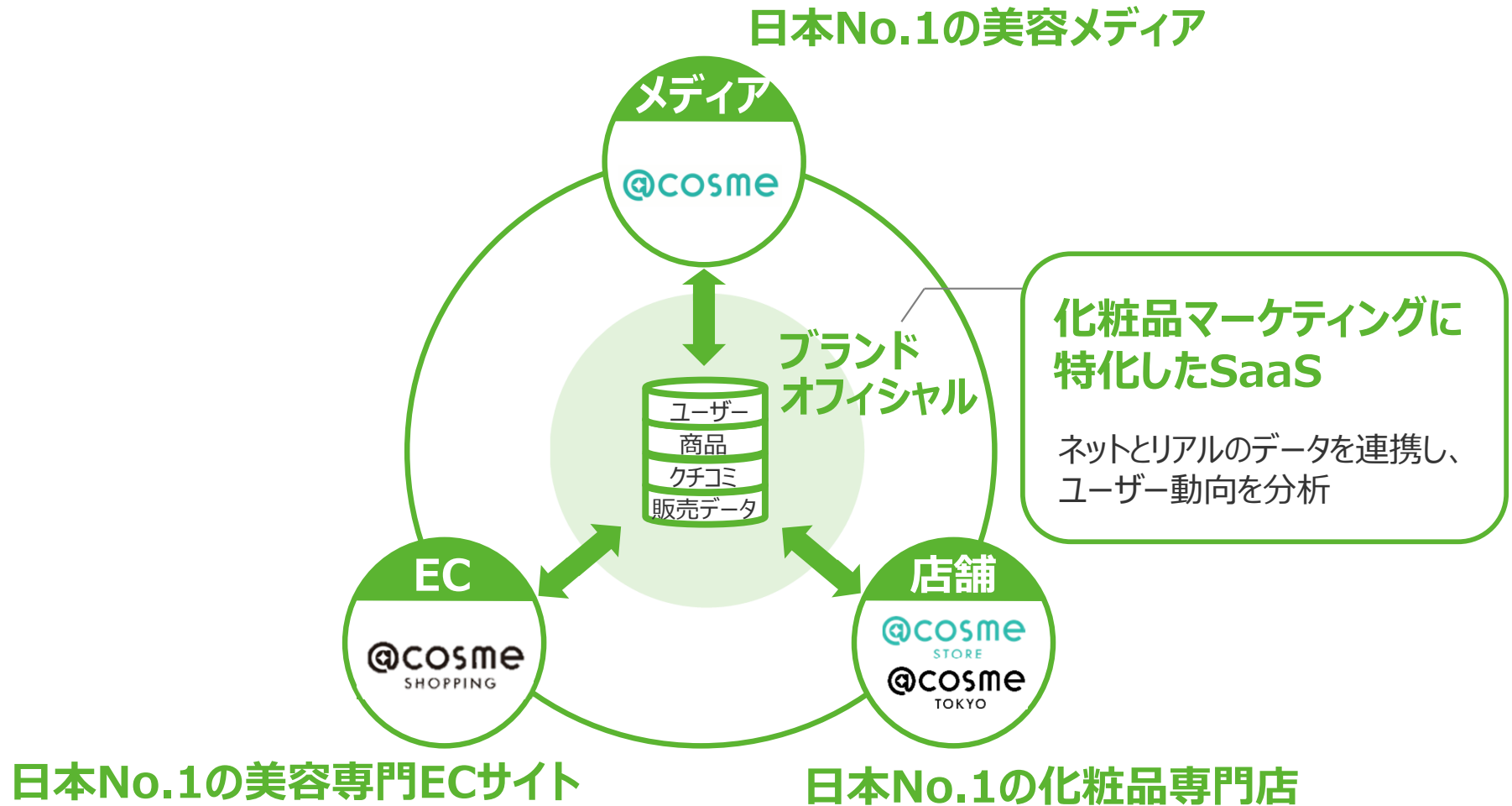
※(株)資生堂・花王(株)・(株)コーセー・(株)ポーラ・オルビス・ホールディングス：4~6月期決算資料より抜粋

※L'Oreal S.A.：「REIGNITING GROWTH」より抜粋

各社「マーケティング活動のデジタルシフト」「EC強化」「DX推進」により、
With / Afterコロナにおける巻き返し・成長を狙う

アイスタイルのコア事業

- 生活者のクチコミ・商品情報・購買履歴など、消費行動を一貫して分析できるデータベースを軸にメディア・EC・店舗を事業の中核として展開



化粧品メーカー各社のコロナ対応と当社事業の結び付き

- 化粧品メーカーのwith/afterコロナの対応は、アイスタイルのコア事業にとって追い風
- FY21はSaaS・EC事業には人員増加を行い、中長期的な成長を見込む

化粧品メーカーのコロナ対応

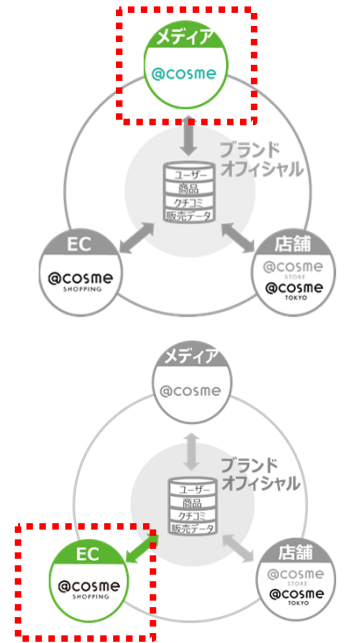
マーケティング活動の
デジタルシフト

EC強化

当社事業の強み

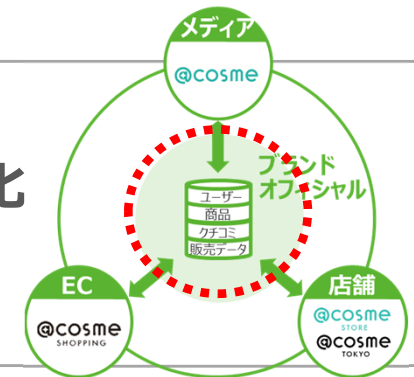
メディアにおける
広告・ソリューション提供

化粧品に特化した
ECプラットフォームを提供



DX推進

メディア・EC・店舗におけるユーザーの行動を可視化
一気通貫で顧客育成が可能なSaaSを提供



第1四半期決算概要

第1四半期 / ハイライト

連結



Global事業の縮小・新型コロナ影響で減収も、販管費の圧縮により営業利益を改善

売上高	:	7,505	百万円	YoY	:	95.0	%
営業利益	:	△160	百万円	前年同期差	:	+44	百万円

On Platform



新型コロナ影響による営業活動の停滞の結果、前年同期比で減収減益となるも、社内計画より上振れて着地

売上高	:	1,665	百万円	YoY	:	85.2	%
営業利益	:	273	百万円	YoY	:	64.3	%

Beauty Service



新型コロナの第2波により店舗が影響を受けるも、ECの継続的成長により黒字化

売上高	:	4,389	百万円	YoY	:	114.0	%
営業利益	:	6	百万円	前年同期差	:	+25	百万円

Global



事業の撤退・整理及び中国越境ECの不振により前年同期比で減収も、販管費の圧縮により営業利益を改善

売上高	:	1,163	百万円	YoY	:	64.9	%
営業利益	:	△42	百万円	前年同期差	:	+84	百万円

その他



人材派遣事業は、新型コロナ影響を受けるも堅調に推移。前年同期の営業投資有価証券の売却益がないことにより減収

売上高	:	288	百万円	YoY	:	94.2	%
営業利益	:	△3	百万円	前年同期差	:	△44	百万円

※ 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

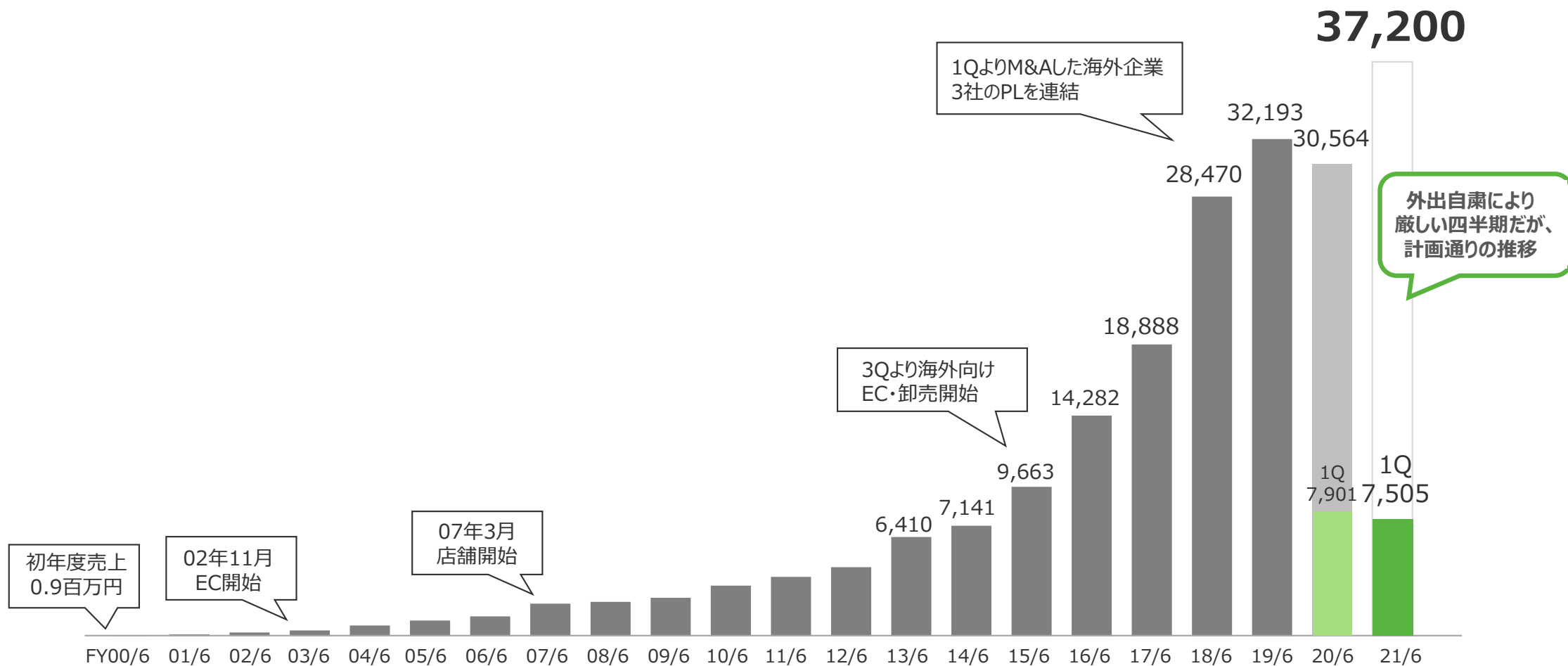
第1四半期 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

- 第1四半期は引き続き新型コロナの影響を受け前年同期比減収
- 営業利益は販管費の圧縮により、社内計画より赤字幅を縮小して着地

(単位：百万円)	2021年6月期 1Q(7~9月)	2020年6月期 1Q(7~9月)	前年同期比	2021年6月期 通期業績予想	進捗率
売上高	7,505	7,901	95.0%	37,200	20.2%
売上総利益	3,495	3,707	94.3%	-	-
販売管理費	3,656	3,911	93.5%	-	-
営業利益	△160	△205	+44	50	-
経常利益	△206	△228	+22	△70	-
親会社株主に帰属 する純利益	△281	△232	△49	△200	-

連結売上高の推移

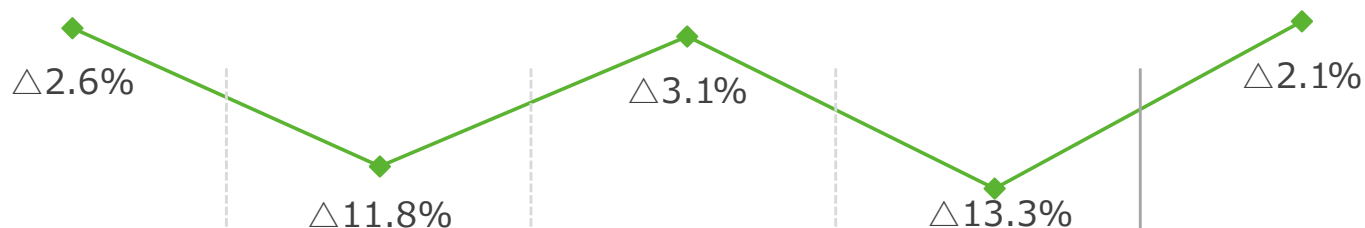
- 第1四半期は新型コロナ影響を受け厳しい結果になるも、計画通りに推移



(単位：百万円)

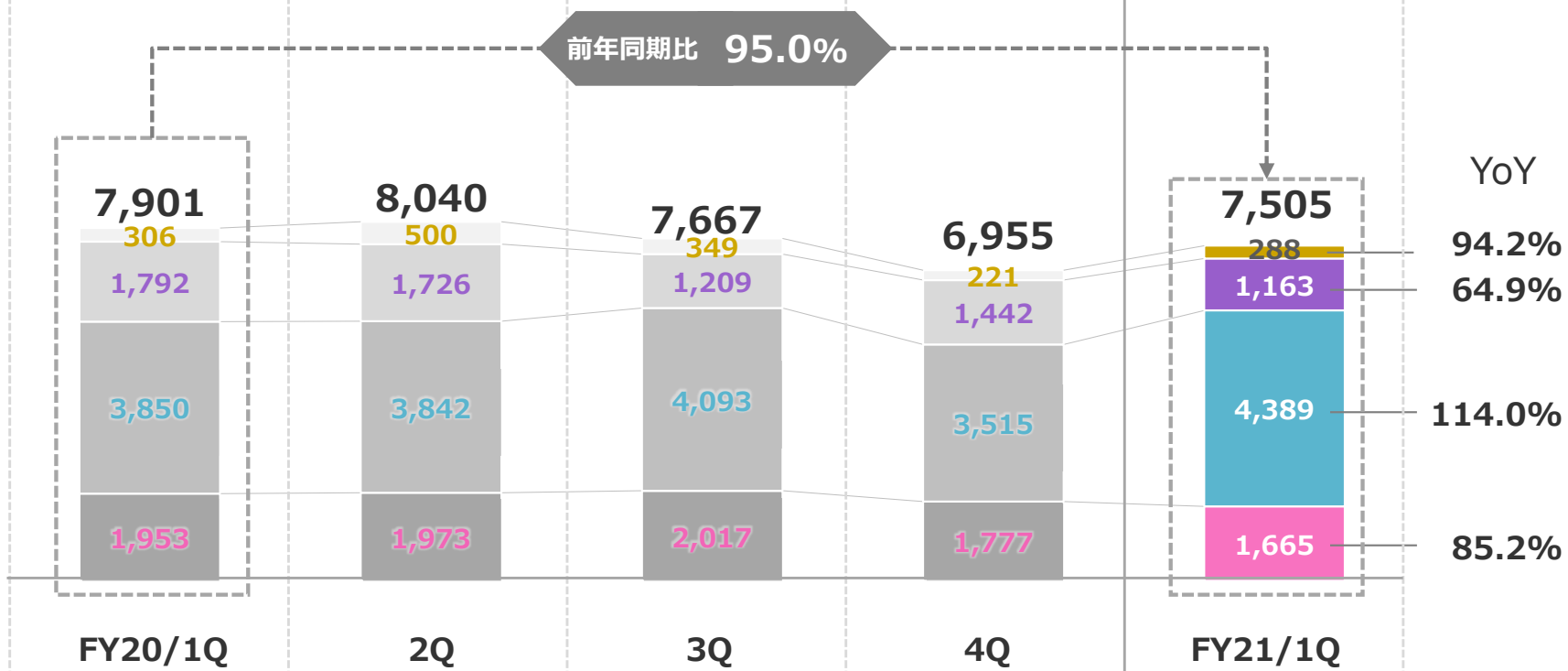
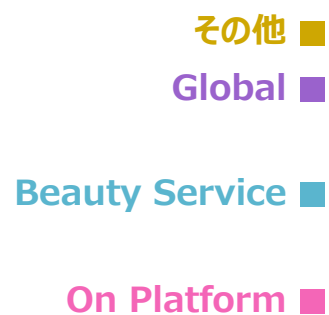
セグメント別売上高推移 (四半期別)

連結営業利益率

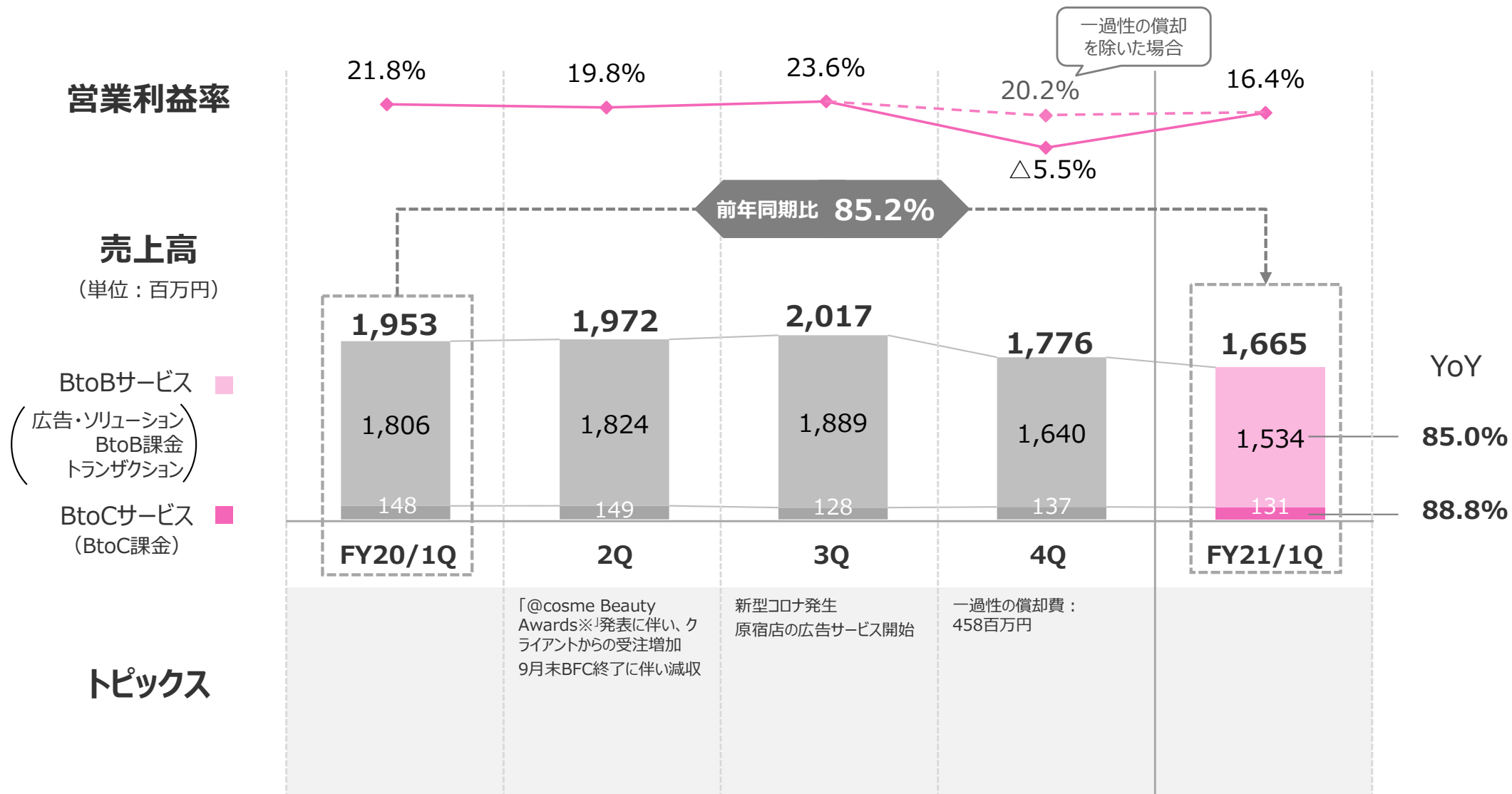


売上高

(単位：百万円)

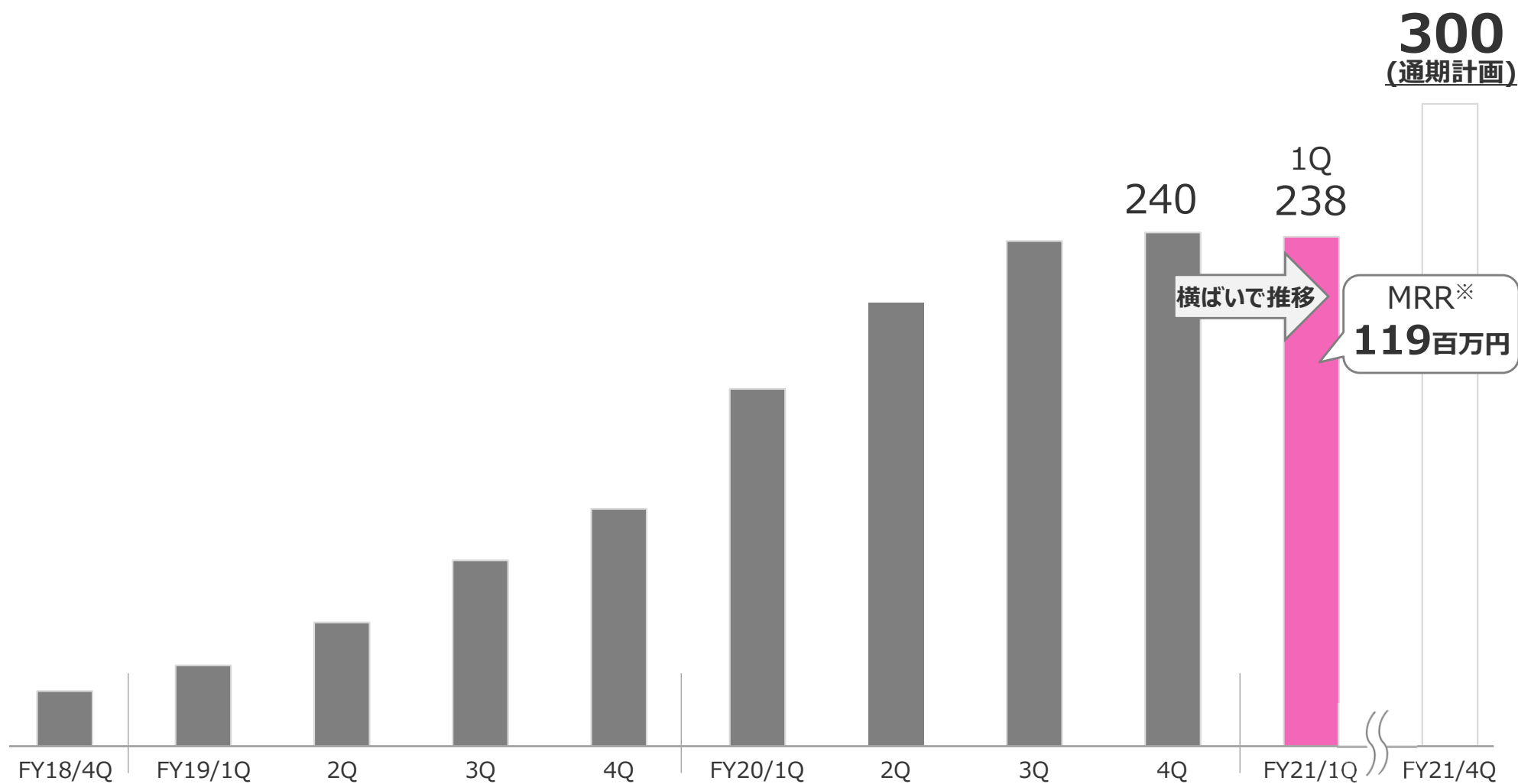


- 売上高は新型コロナ影響による前四半期の営業活動の停滞および顧客の予算の保守化により、**減収**
- 営業利益は、前四半期の**一過性の償却費がないことから改善**



※ アイスタイルが発表する日本最大級の美容アワード

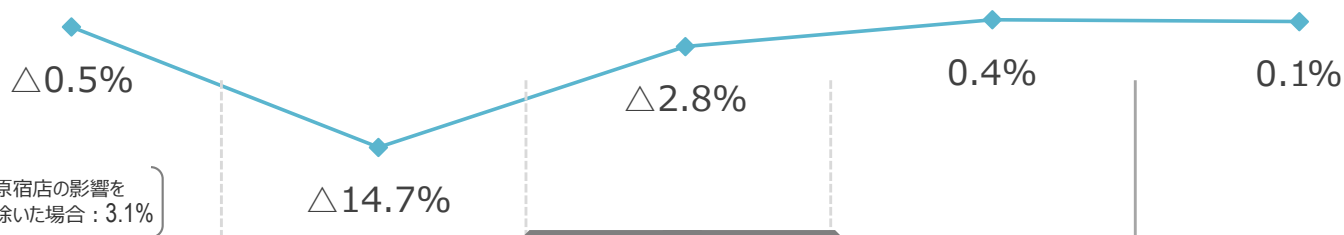
- 新規獲得するも、新型コロナ影響による解約もあり、横ばいで推移



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

- 新型コロナ第2波の影響を受けるも当社の小売販売力は成長
- 店舗は前第3四半期と同水準に回復。ECは前年同期比で169%成長

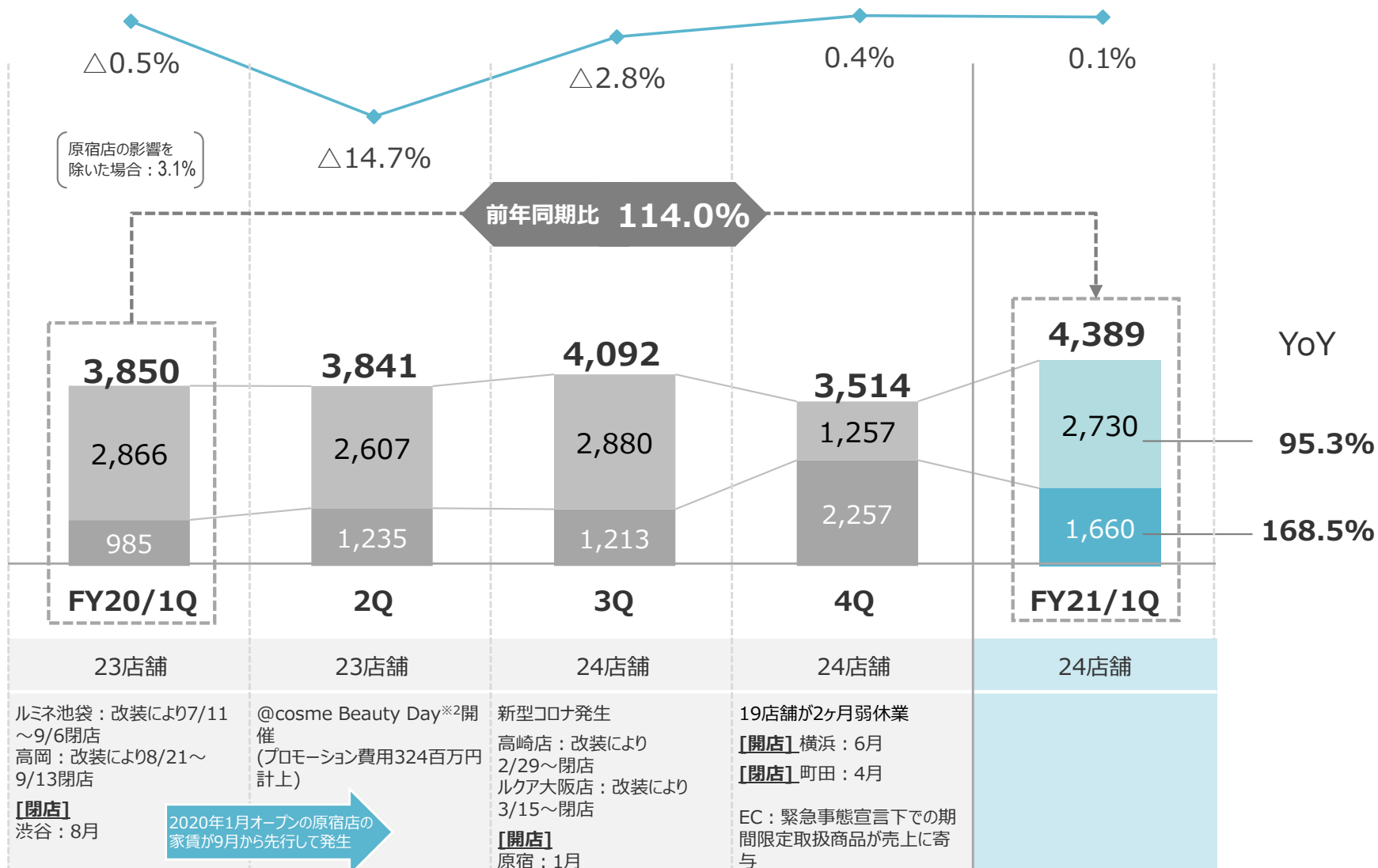
営業利益率



売上高

(単位：百万円)

店舗 ■
EC ■



期末時点店舗数

23店舗

23店舗

24店舗

24店舗

24店舗

トピックス

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

2020年1月オープン
の原宿店の家賃が9月
から先行して発生

@cosme Beauty Day^{※2}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

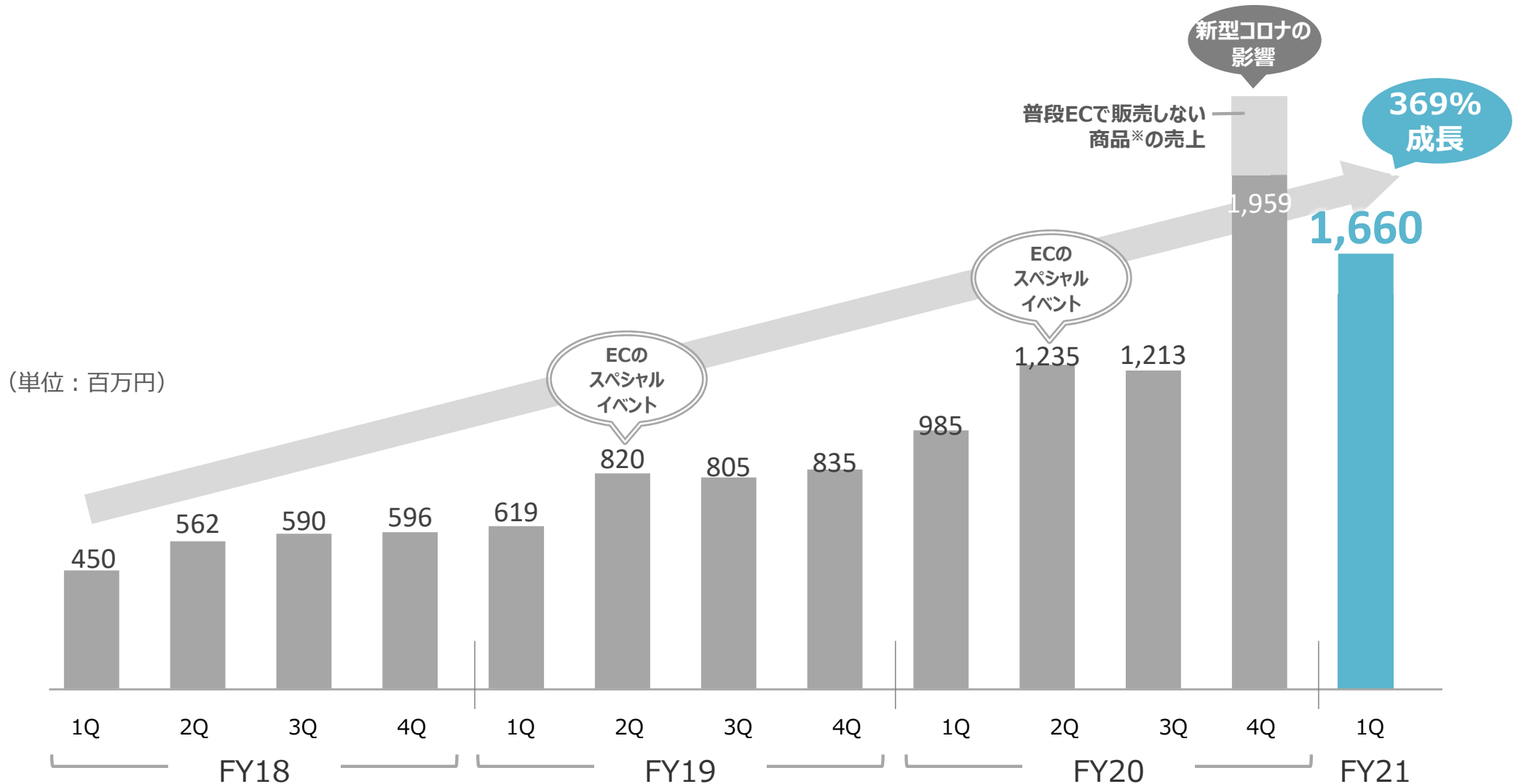
【閉店】
原宿：1月

19店舗が2ヶ月弱休業
【閉店】 横浜：6月
【閉店】 町田：4月

EC：緊急事態宣言下での期間限定取扱商品が売上に寄与

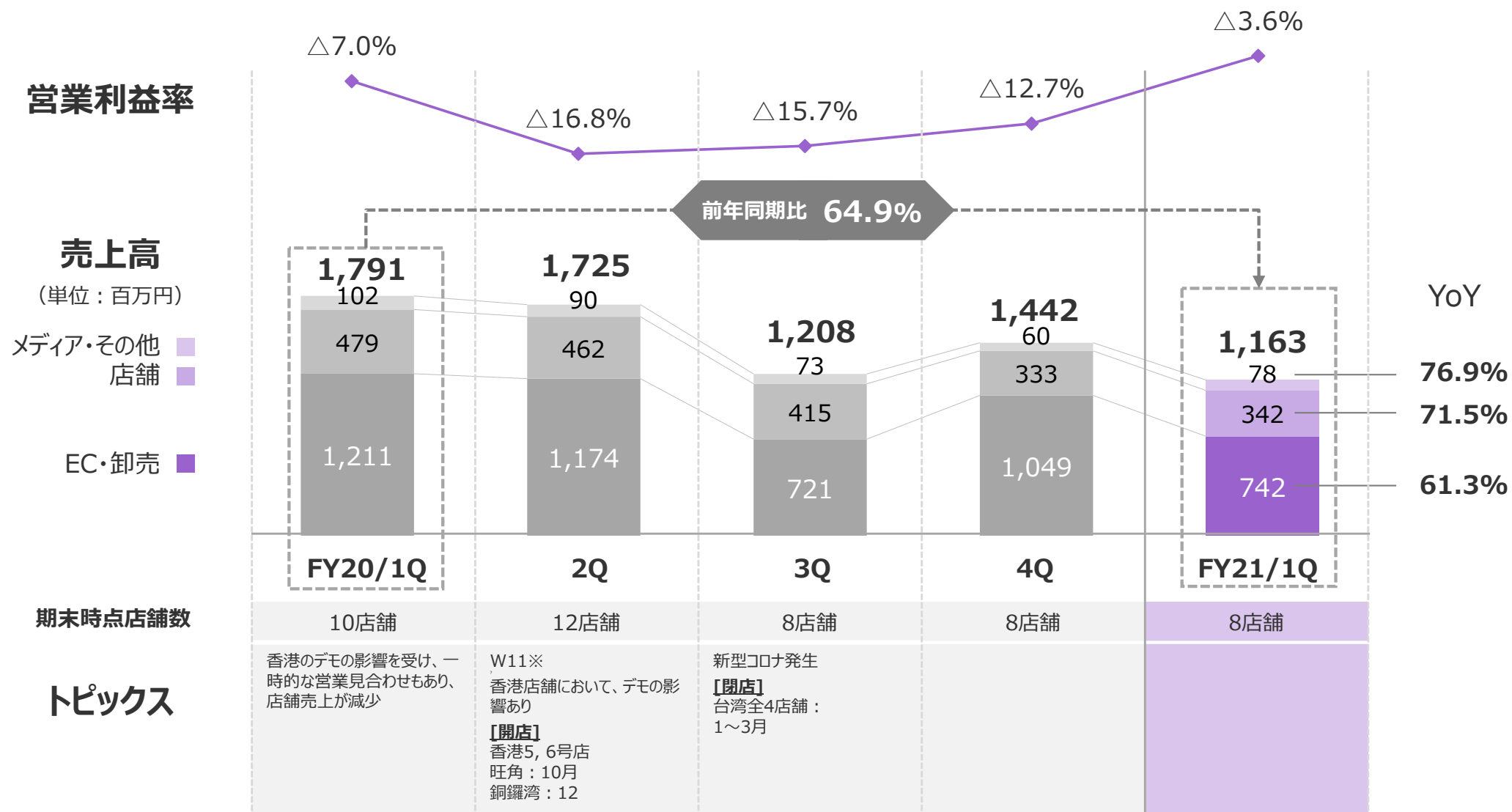
※1 12月3日に開催した24時間限定のECのスペシャルイベント

- 直近3年間に於けるEC事業は新型コロナ前より高い成長を継続。売上高は3年間で369%成長
- 新型コロナ影響やスペシャルイベントで獲得した新規ユーザーの定着により、今後も継続的な成長を見込む



※ 普段ECに商品を卸さないメーカーが、店舗を持つ企業の運営するECに対してのみ期間限定で販売を許可した商品

- 売上高はEC・卸売事業の不振により減収となるも、積極的な販管費の圧縮により計画通り赤字幅を縮小

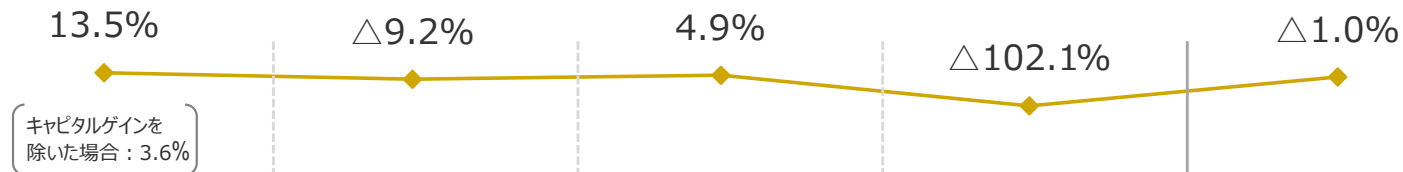


※中国で11月11日に開催されるECでの大規模なセール（独身の日）

セグメント別売上高推移

- 人材派遣事業がコロナ影響を受け停滞するも、社内計画を上回り着地

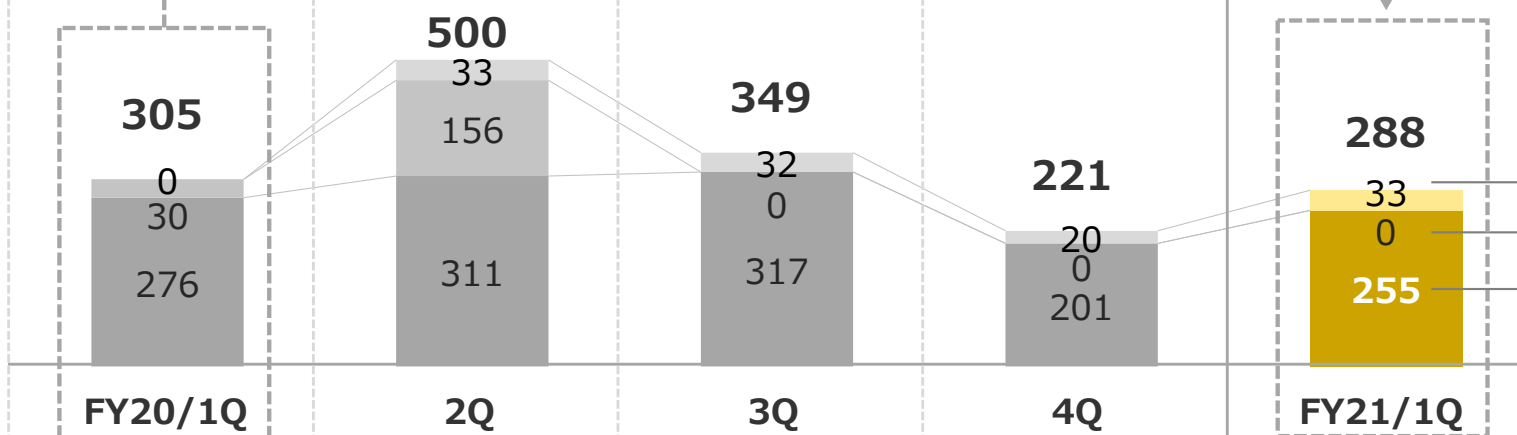
営業利益率



売上高

（単位：百万円）

- その他 ■
- 投資育成 ■
- 人材派遣 ■



トピックス

キャピタルゲイン：
30百万円

キャピタルゲイン：
89百万円

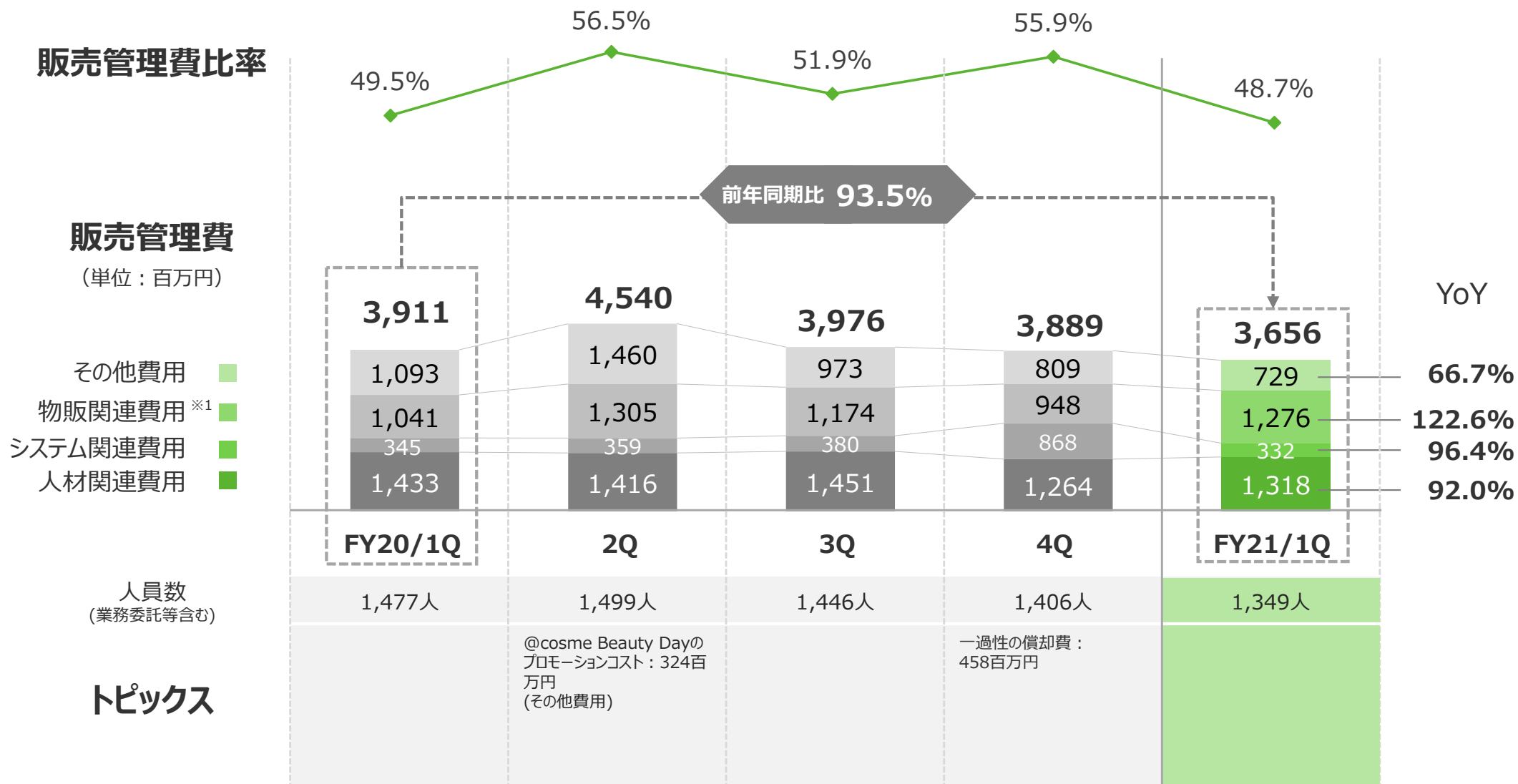
新型コロナ発生

営業投資有価証券の減損等
(原価計上)：218百万円

営業投資有価証券の減損等
(原価計上)：163百万円

販売管理費の推移

- 積極的なコストコントロールにより、販管費率を改善



※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

セグメント別新型コロナ影響

当社における新型コロナ影響

On Platform

- 前期4Qの営業活動の停滞により1Qは低調に推移するも、計画を上回り着地
- 依然として新型コロナの収束は先行き不透明なものの、化粧品メーカー各社のデジタルシフト方針発表により営業活動は正常化に向かっている

Beauty Service

- セグメント全体では新型コロナ発生前の前3Qを上回り着地。コロナ禍においても小売販売力は継続的成長
- 緊急事態宣言の期間限定で一時的に販売許可されたブランド・商品の取り扱いが終了したことから前4Qよりは減収するも、ECは大幅成長

Global

- 香港店舗は中国人観光客の需要が大きい店舗で大きなマイナス影響を受け、YoYで減収となるも、営業利益は最も厳しかった前3Qより回復

その他

- 人材派遣事業はマイナス影響を受けたが、店舗請負サービスが好調に推移

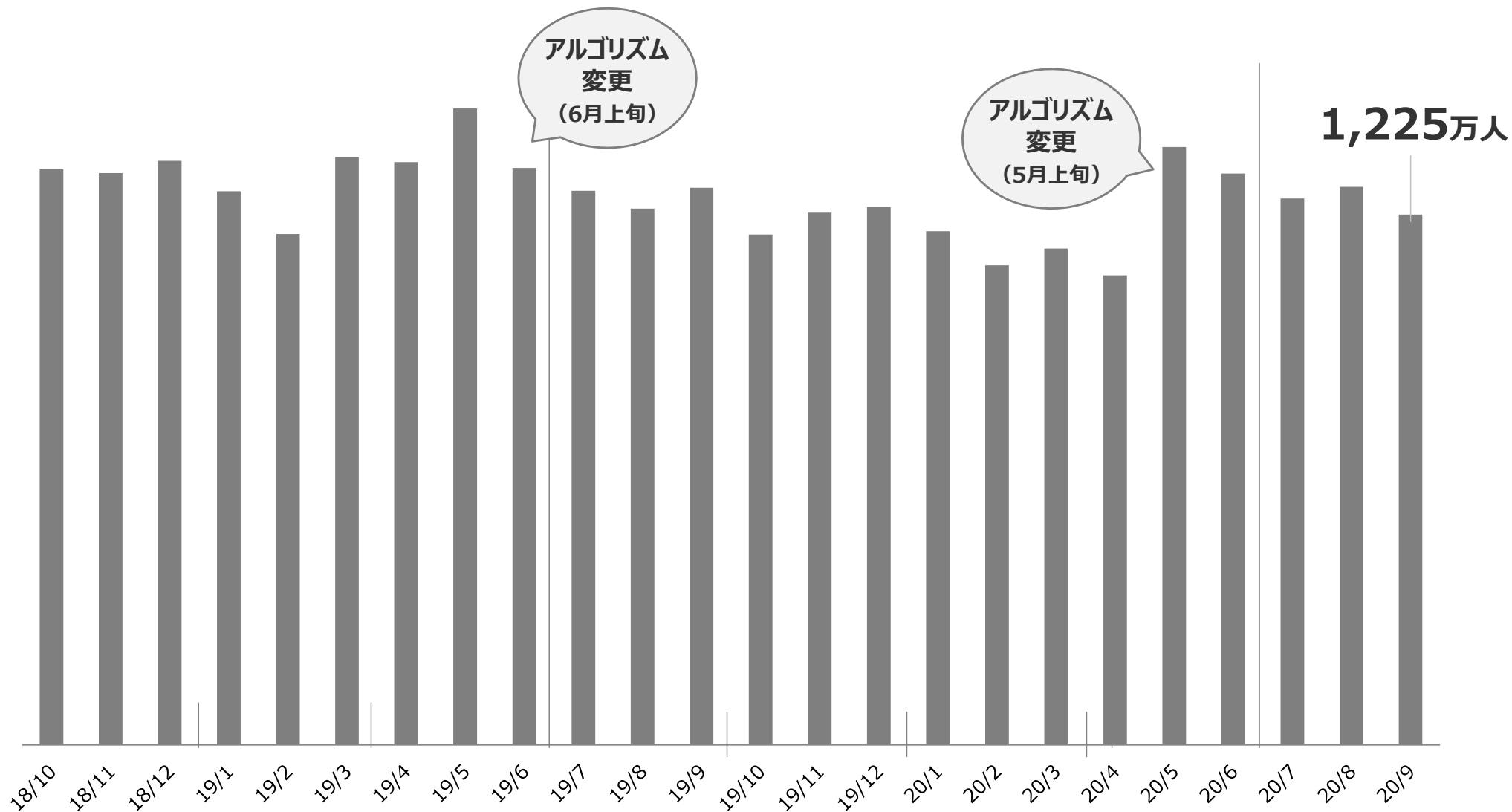
社内の対応

- 事業の「生産性」「継続性」「成長性」を最大化すべく、様々な働き方の見直しを実施
(例：在宅ワークのオペレーション構築／スプリット出社制度の導入／時間差通勤の導入)

直近の運営サービスの状況

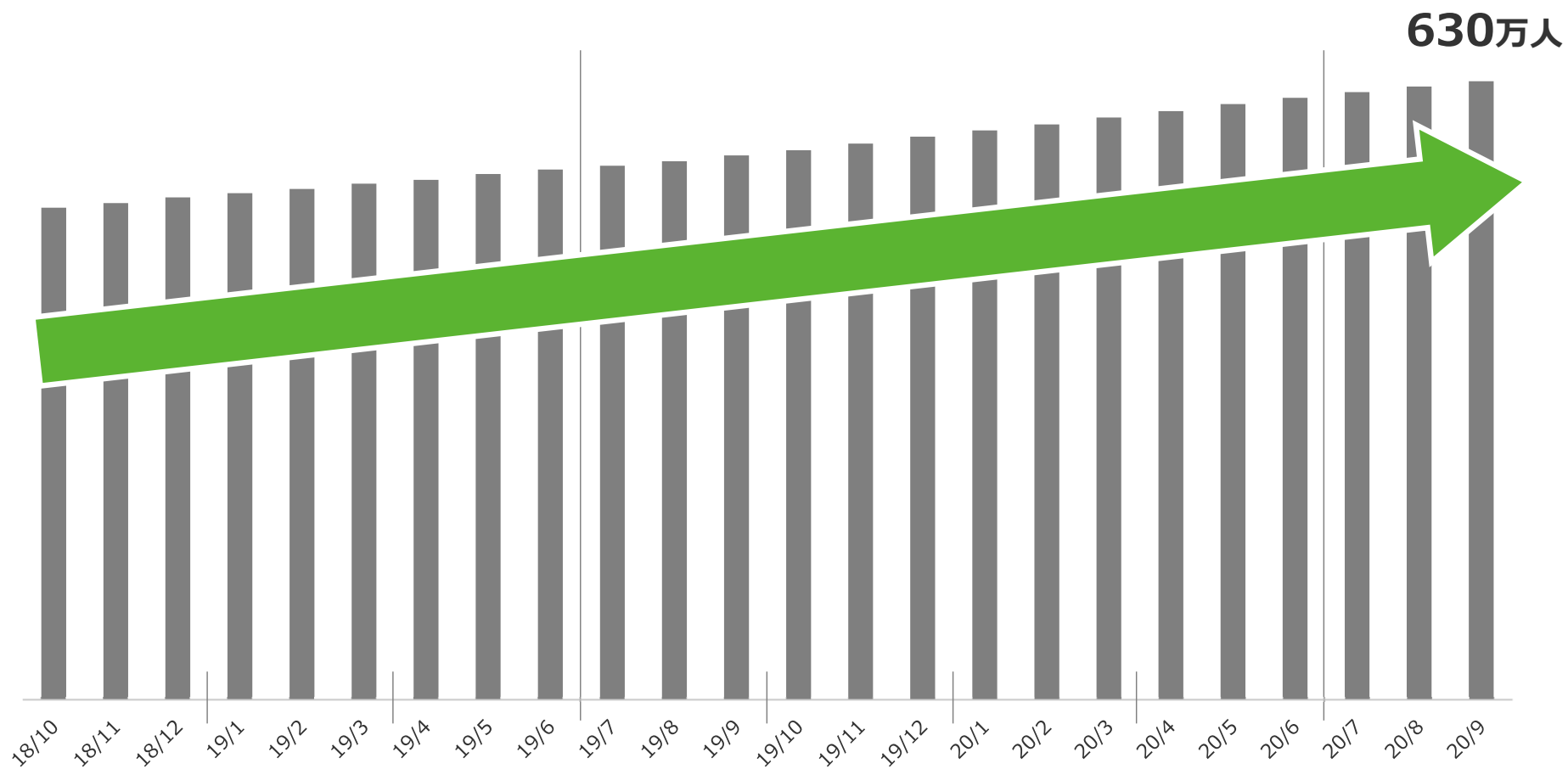
@cosmeの月間ユニークユーザー数の推移

- アルゴリズム変更で増加した後、直近ではやや落ち込むも前年度水準を維持



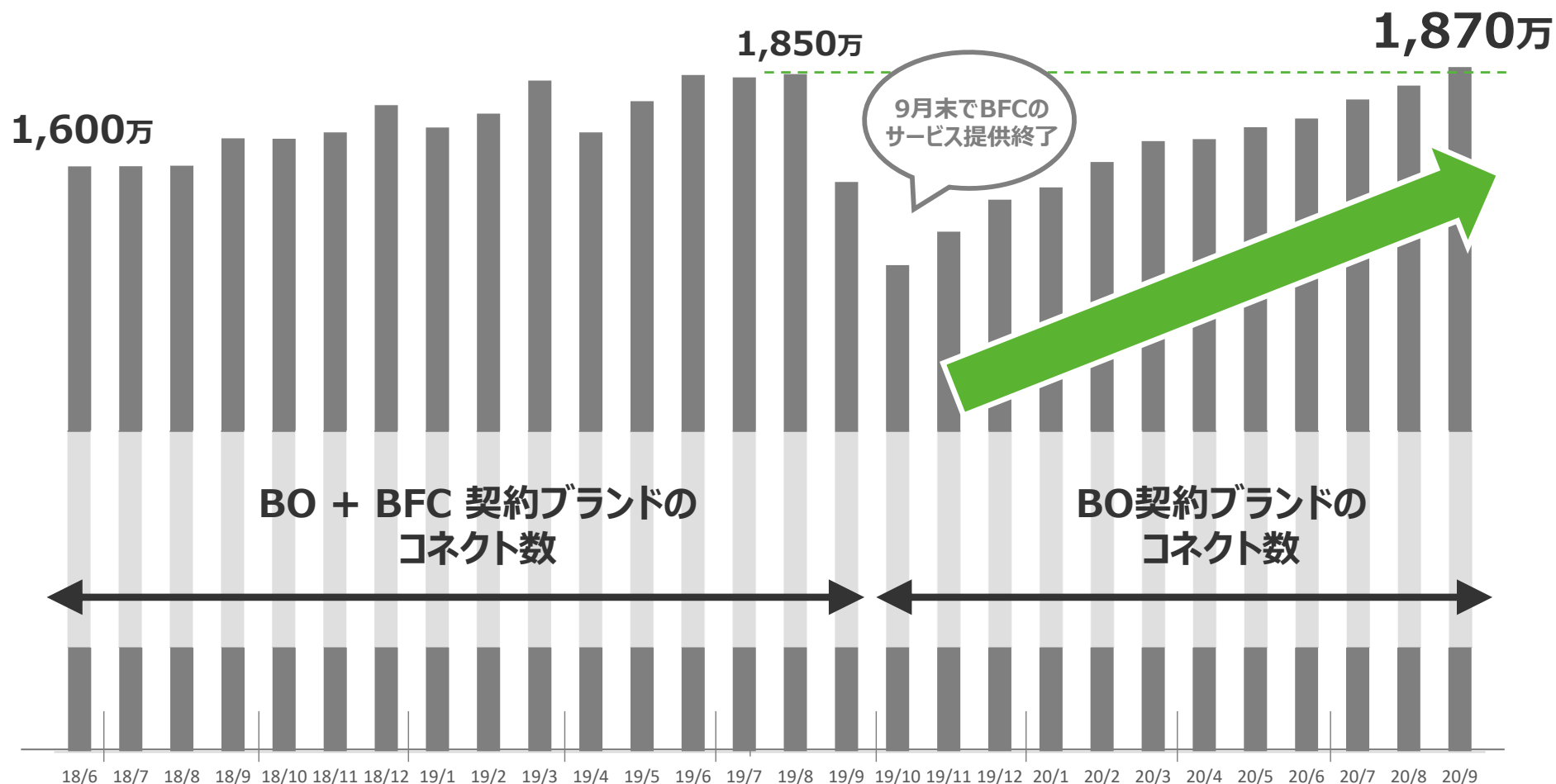
@cosmeの会員数の推移

- 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

- 19年9月のブランドファンクラブ(BFC)の終了により減少も、ブランドオフィシャル(BO)の寄与で19年8月を上回って着地



※ 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

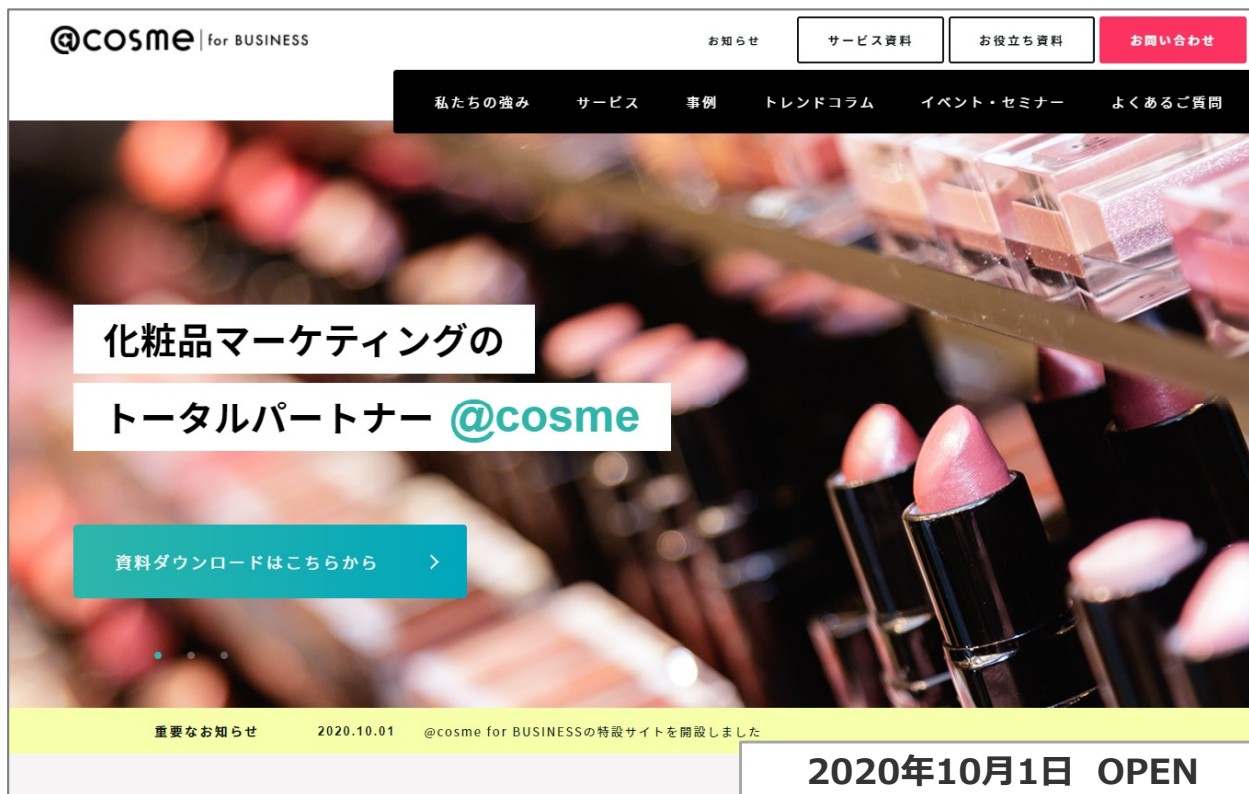
@cosmeブランド向けリブランディングプロジェクト始動

- 化粧品ブランドが@cosmeのBtoBサービスをより理解・活用してもらえるよう、リブランディングプロジェクトを開始。第1弾として、ポータルサイト「@cosme for BUSINESS」オープン



BtoBサービス
紹介

マーケティング
お役立ち資料



マーケティング
ビジネス関連
コラム掲載

イベント・
ウェビナー情報

化粧品ブランドへのマーケティング・ソリューション提供の更なる強化を目指す

- 昨年に引き続きECのスペシャルイベントを開催。今年は初の3日間開催。

店舗でも
同時開催

限定スペシャルアイテム
380 以上



【開催期間】

2020年12月1日20:00～2020年12月4日01:59

初参加ブランド（一部抜粋）

Maison Margiela
PARIS

SHISEIDO
GINZA TOKYO

KANEBO

LAURA MERCIER
PARIS | NEW YORK

sisley
PARIS

AVEDA

1/1000000mm NANO SOLUTION
ASTALIFT

MEGODO BEAUTY DEAR SISTER

and more...

昨年に引き続き参加するブランド（一部抜粋）

DIOR

LANCÔME
PARIS

NARS

YVES SAINT LAURENT

SINCE Kiehl's 1851

shu uemura

MAC

ROGER & GALLET
105 RUE SAINT HONORE - PARIS

ESTÉE LAUDER

CLARINS

ORBIS

Amplitude

PAUL & JOE

ELIXIR

SABON

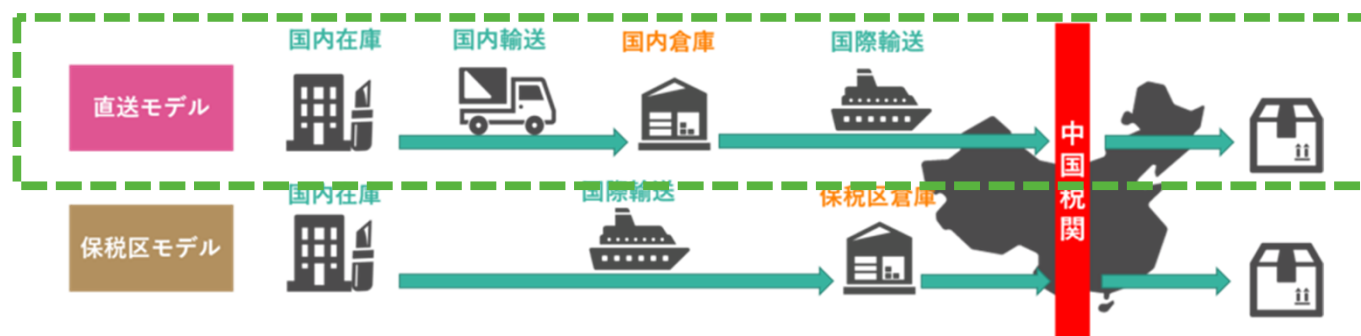
LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

and more...

- 中国市場に向けて、2つの新サービスを提供開始

Tmall Global x @cosme 中国直輸出プロジェクト

Tmall Global内専用ページを通じ、日本国内のアリババ倉庫から中国に直接商品を届ける形で、中国で販売実績の全くないブランドにも販売機会を提供



「大きな初期投資」「在庫リスク」「手続の煩雑さ」「ブランド毀損リスク」を軽減しながら中国参入を実現

中国向け越境ライブコマース

新設の『Over The Border Inc.』が、ライブコマースを活用して中国の生活者に向けてブランドの商品PR・EC販売を支援



イベント企画やキャストやEC販売代理なども含め、トータルでサポート

財務基盤の強化

新株式の発行による資本増強・財務基盤強化

- 2020年11月6日、(株)ロコガイドへの第三者割当による新株式の発行を決議
- 得られる資金により財務体質の改善・強化を図り、事業拡大に向けた戦略的な取り組みを加速

1. 増資・引受の目的等



＜増資の目的＞
長期借入金返済に向けた
財務基盤の強化



＜引受の目的＞
積極的に進めている
投融資事業の一環

- ・2021年9月開催予定の当社定時株主総会において、ロコガイド代表取締役 穂田蒼輝氏の当社社外取締役選任の議案を上程予定(それまでは取締役会へのオブザーバー参加等経営の助言をいただく)
- ・ロコガイドと当社は共にドラッグストアを取引先としており、事業価値向上に資する取り組みも今後検討

2. 割当の概要

払 込 期 日	2020年11月25日
発 行 新 株 式 数	普通株式6,100,000株
発 行 価 額	発行価額 1株につき345円 発行価額の総額 2,104,500,000円
調 達 資 金 の 額	2,098,500,000円 (差引手取概算額)
募 集 又 は 割 当 方 法	第三者割当の方法による

(詳細は2020年11月6日当社公表「第三者割当による新株式の発行に関するお知らせ」参照)

參考資料



会社概要 (2020年6月時点)

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	3,703百万円		
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)		
主要関係会社	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <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ウィズ ・株式会社メディア・グローブ ・株式会社Eat Smart </td> <td style="vertical-align: top;"> <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 ・Heremo Creative (M) Sdn. Bhd. ・i-TRUE Communications Inc. ・MUA Inc. </td> </tr> </table>	<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ウィズ ・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 ・Heremo Creative (M) Sdn. Bhd. ・i-TRUE Communications Inc. ・MUA Inc.
<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ウィズ ・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 ・Heremo 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

1,320万人

美容トレンドに敏感な
20~30代が中心

登録会員数

610万人

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

39,000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

34万件

美容に特化した
日本最大級の
クチコミ数

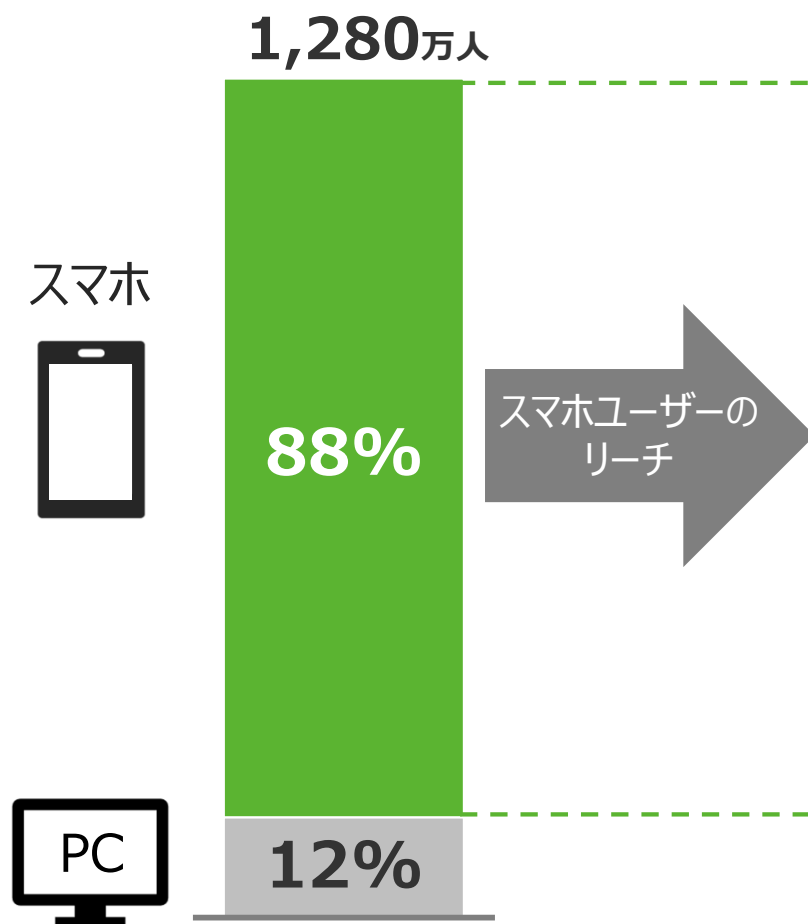
クチコミ数

1,580万件

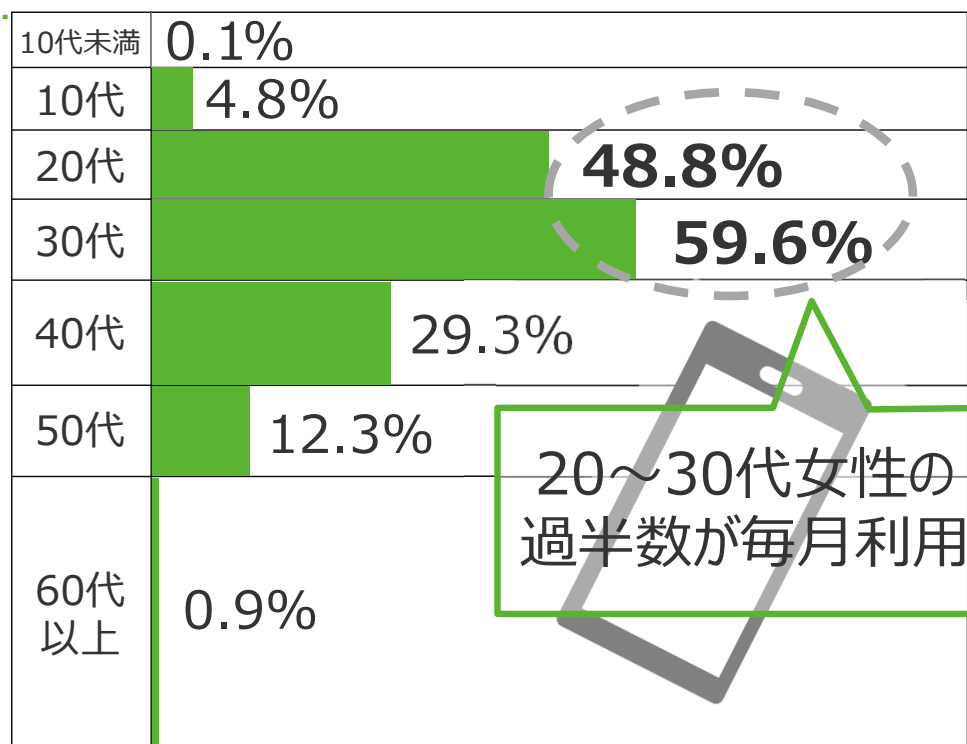
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @cosmeの月間ユニークユーザー1,320万人（2020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（2020年1月確定値）
2020年6月末時点のPC・スマホ・FPのUU数と会員分布より推計

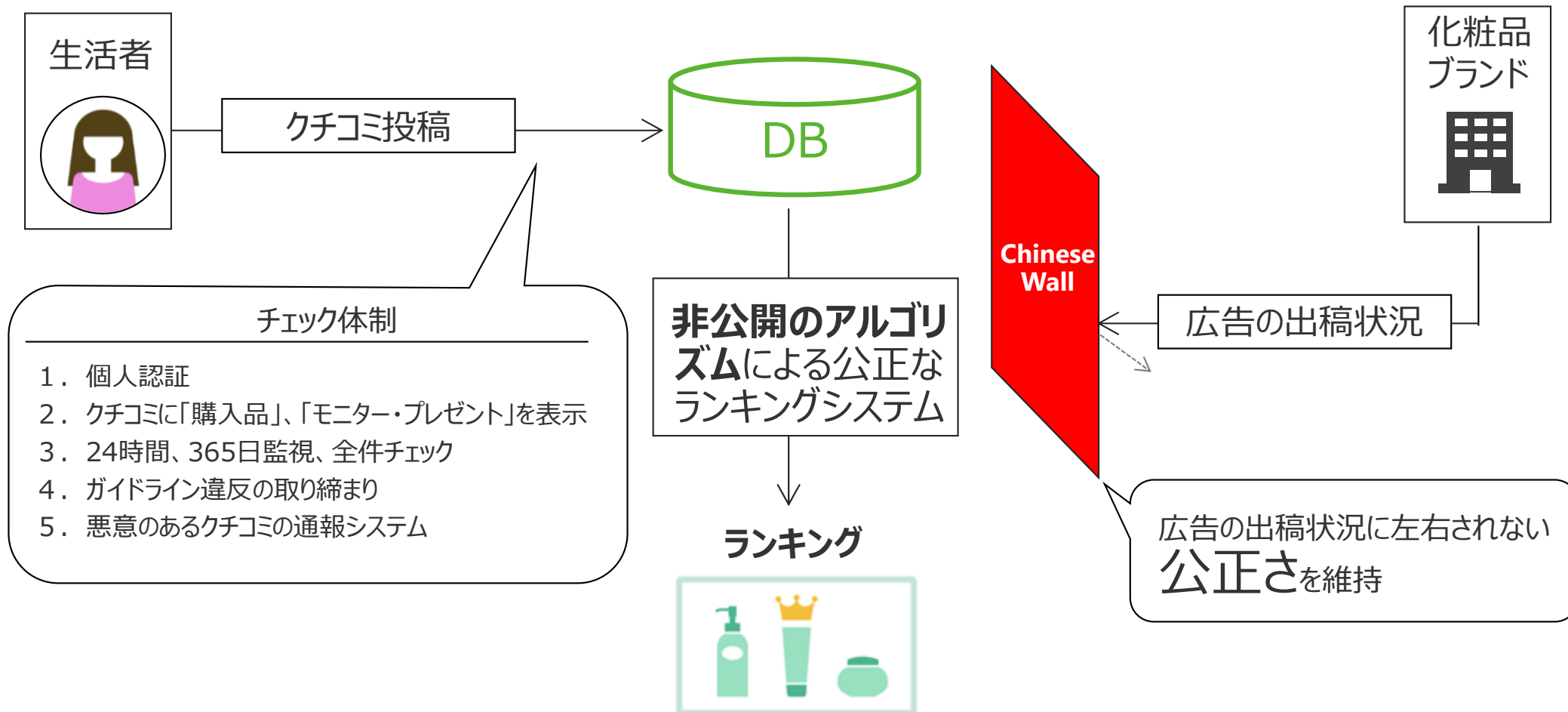
@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

- 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

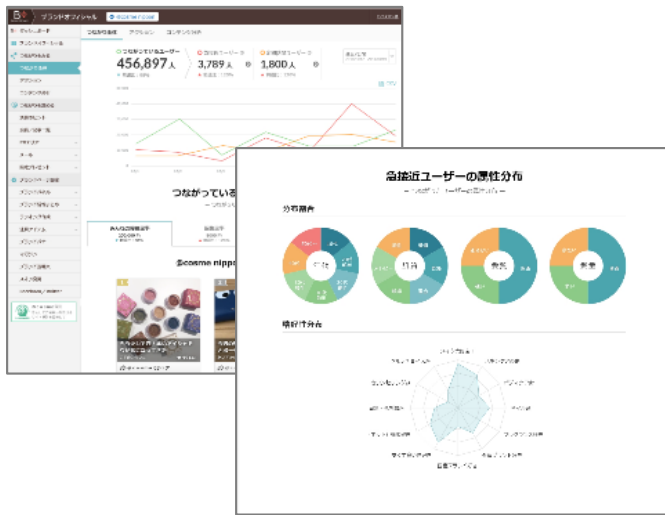
生活者に提供する便利でお得なサービス

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。

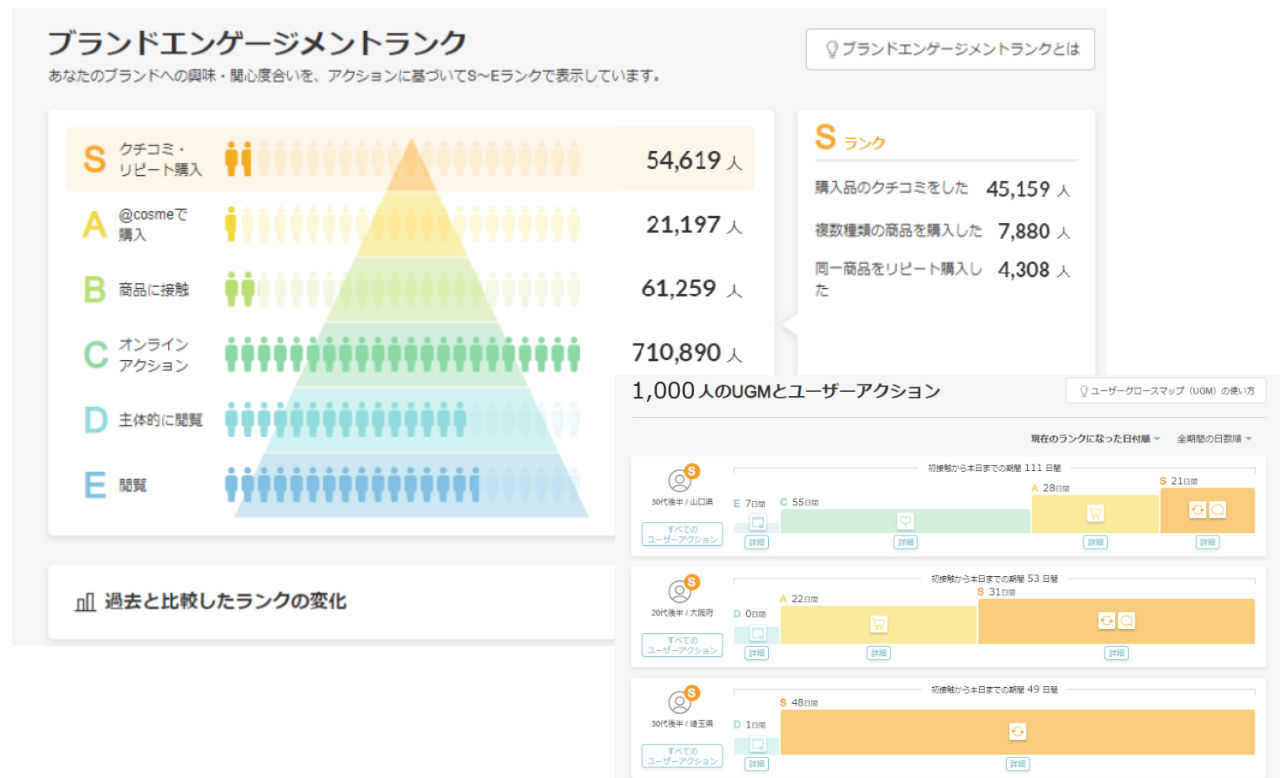
Enterprise SaaS「ブランドオフィシャル」

- @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

店舗一覧(国内・海外合計 32店舗)

@cosme STORE (国内 : 23店舗)

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㎡
TSUTAYA EBISUBASHI店	2014年11月OPEN	297㎡
マルイファミリー溝口店	2015年10月OPEN	271㎡
神戸マルイ店	2016年5月OPEN	162㎡
T-SITE COSME 枚方店	2016年5月OPEN	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	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	142㎡

ルクア大阪店	2017年3月OPEN 2020年4月増床	181㎡
名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	2017年4月OPEN	182㎡
アピタタウン金沢ベイ店 ※	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	241㎡
ららぽーと富士見店	2018年3月OPEN	244㎡
マリエとやま店 ※	1987年9月OPEN 2018年9月増床	191㎡
TSUTAYA MARK IS 福岡ももち店	2018年11月OPEN	241㎡
イオンモール高岡店 ※	2002年9月OPEN 2019年9月増床	240㎡
イオンモール高崎店 ※	2006年10月OPEN 2020年4月増床	254㎡
ニューマン横浜店	2020年6月OPEN	323㎡

@cosme TOKYO (1店舗)

原宿店	2020年1月OPEN	1,300㎡
-----	-------------	--------

@cosme STORE (香港 : 6店舗)






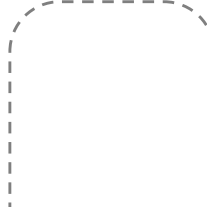
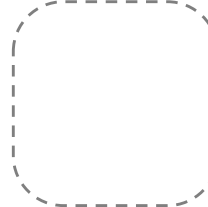

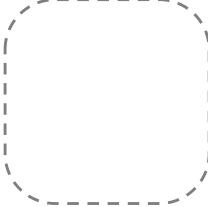
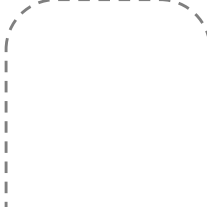

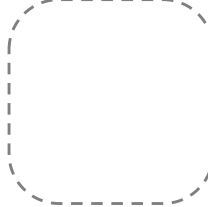
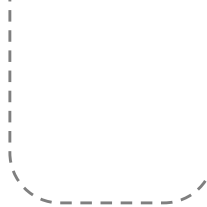

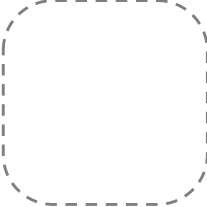

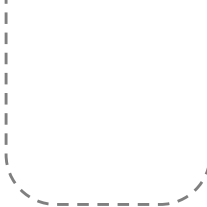
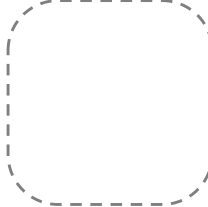


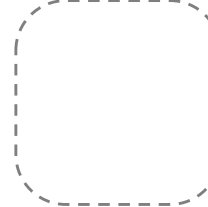
Star House store	2018年6月OPEN	360㎡
tmtplaza store	2018年9月OPEN	116㎡
Landmark North store	2018年11月OPEN	149㎡
East Point City store	2018年12月OPEN	191㎡
Langham Place store	2019年10月OPEN	188㎡
Lee Theatre store	2019年12月OPEN	231㎡

@cosme STORE (タイ : 2店舗)

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

※ 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

	中国	台湾	US, EU	マレーシア	香港	タイ	韓国
<u>メディア</u>	 <p>Wechat Mini program (APP)</p>	 <p>UrCosme @cosme TAIWAN (M&A)</p>	 <p>MakeupAlley (M&A)</p>		 <p>@cosme Hong Kong (APP)</p>		
<u>EC・卸売</u>	 <p>官方海外旗舰店 @cosme</p>			 <p>HERMO (M&A)</p>			 <p>@cosme J BEAUTY PARK</p>
<u>店舗</u>					 <p>@cosme STORE</p>	 <p>@cosme STORE</p>	

※ 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。