

2020年6月期第1四半期 決算説明資料



The logo for 'istyle' features a green circle with a white dot inside, positioned above the word 'istyle' in a dark grey, sans-serif font.

2019/11/08

株式会社アイスタイル

証券コード: 3660

第1四半期決算概要

第1四半期 / ハイライト

連結



赤字計上となるも、コスト削減等により計画比上振れ

売上高	:	7,901	百万円	YoY	:	102.3	%
営業利益	:	△205	百万円	前年同期:		304	百万円

On Platform



ブランドオフィシャル等のBtoBサービスが成長。ブランドオフィシャルの導入数は167

売上高	:	1,953	百万円	YoY	:	106.9	%
営業利益	:	426	百万円	YoY	:	80.1	%

Beauty Service



EC・店舗ともに増収。原宿店の費用先行により赤字

売上高	:	3,850	百万円	YoY	:	114.6	%
営業利益	:	△19	百万円	前年同期:		138	百万円

Global



中国EC法の余波等による競争環境の変化や香港のデモの影響もあり、減収減益

売上高	:	1,792	百万円	YoY	:	80.1	%
営業利益	:	△126	百万円	前年同期:		46	百万円

その他



キャピタルゲインの計上により、増収増益

売上高	:	306	百万円	YoY	:	102.8	%
営業利益	:	41	百万円	YoY	:	114.4	%

※ 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

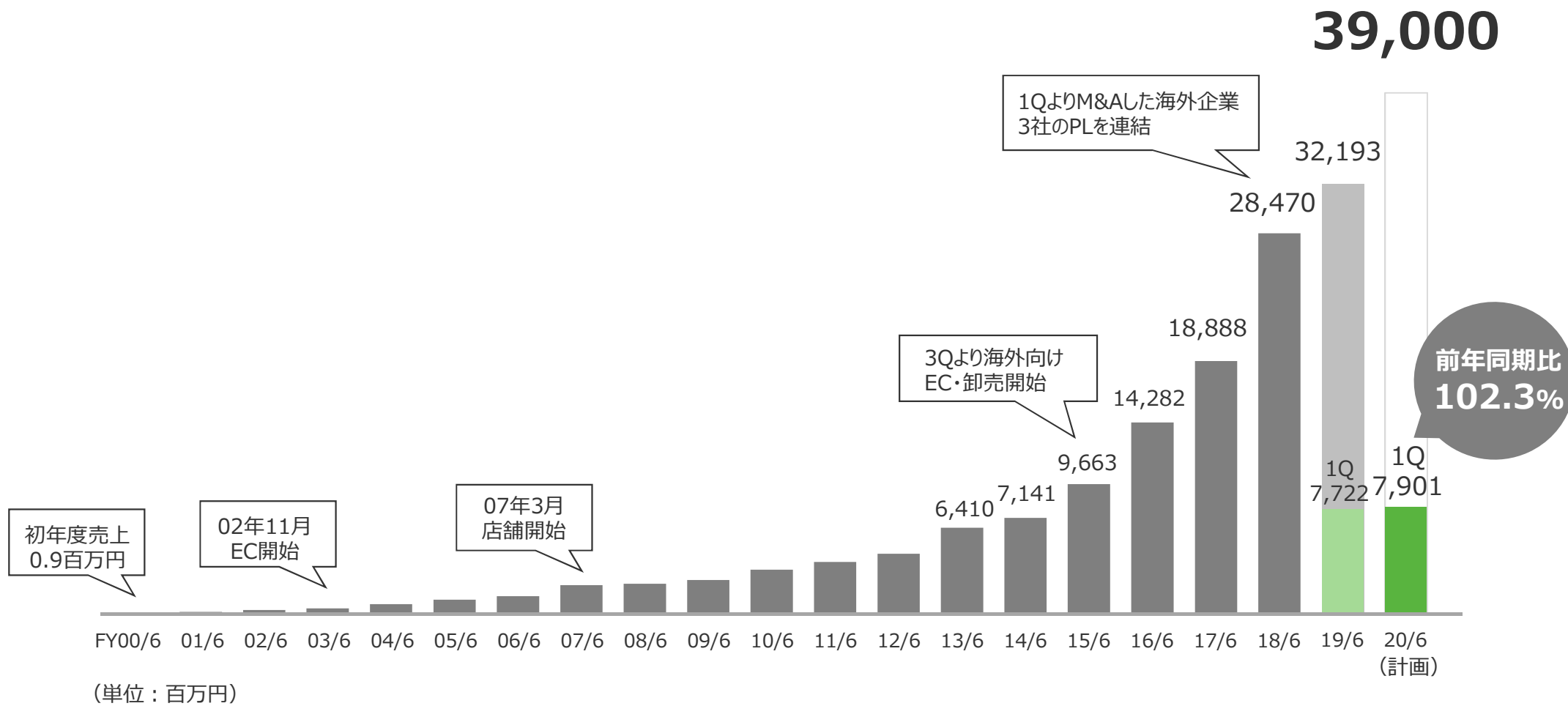
第1四半期 / 業績概要 (業績予想に対する進捗)

- 赤字計上となるも、コスト削減等により計画比上振れ。**売上・利益ともに計画は下期偏重**

(単位：百万円)	2020年6月期 1Q(7~9月)	2019年6月期 1Q(7~9月)	前年同期比	2020年6月期 業績予想*	進捗率
売上高	7,901	7,722	102.3%	39,000	20.3%
売上総利益	3,707	3,648	101.6%	-	-
販売管理費	3,911	3,344	117.0%	-	-
営業利益	△205	304	-	△1,240	-
経常利益	△228	318	-	△1,390	-
親会社株主に帰属 する純利益	△232	183	-	△1,720	-

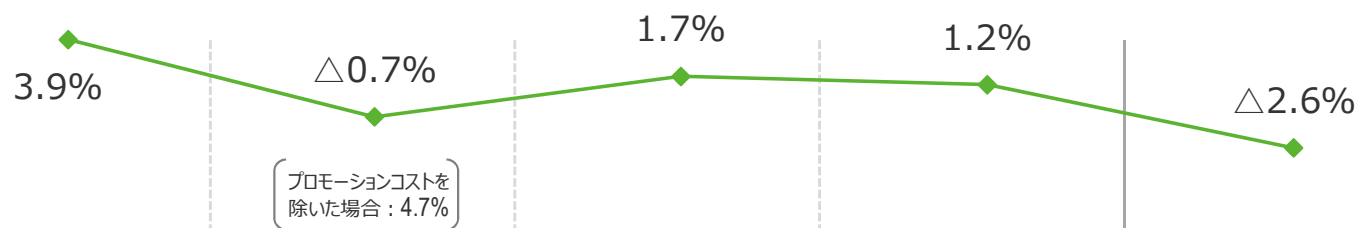
連結売上高の推移

- 会社設立以来、連続増収を達成



セグメント別売上高推移 (四半期別)

連結営業利益率

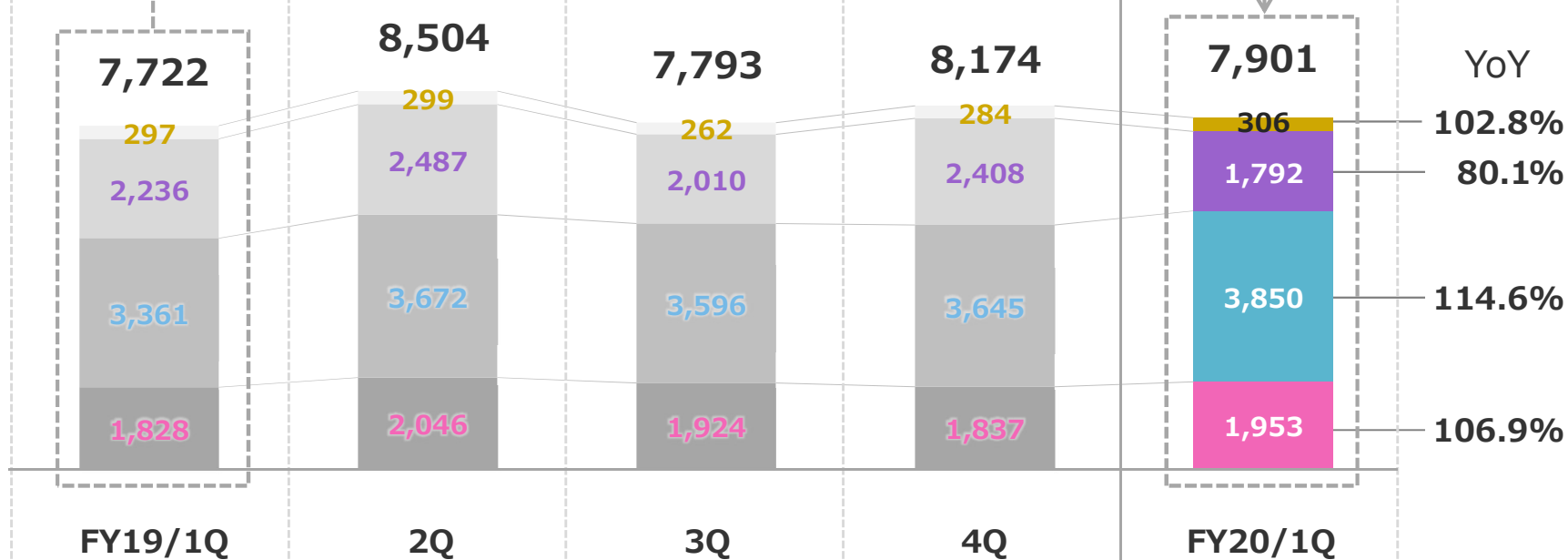


前年同期比 102.3%

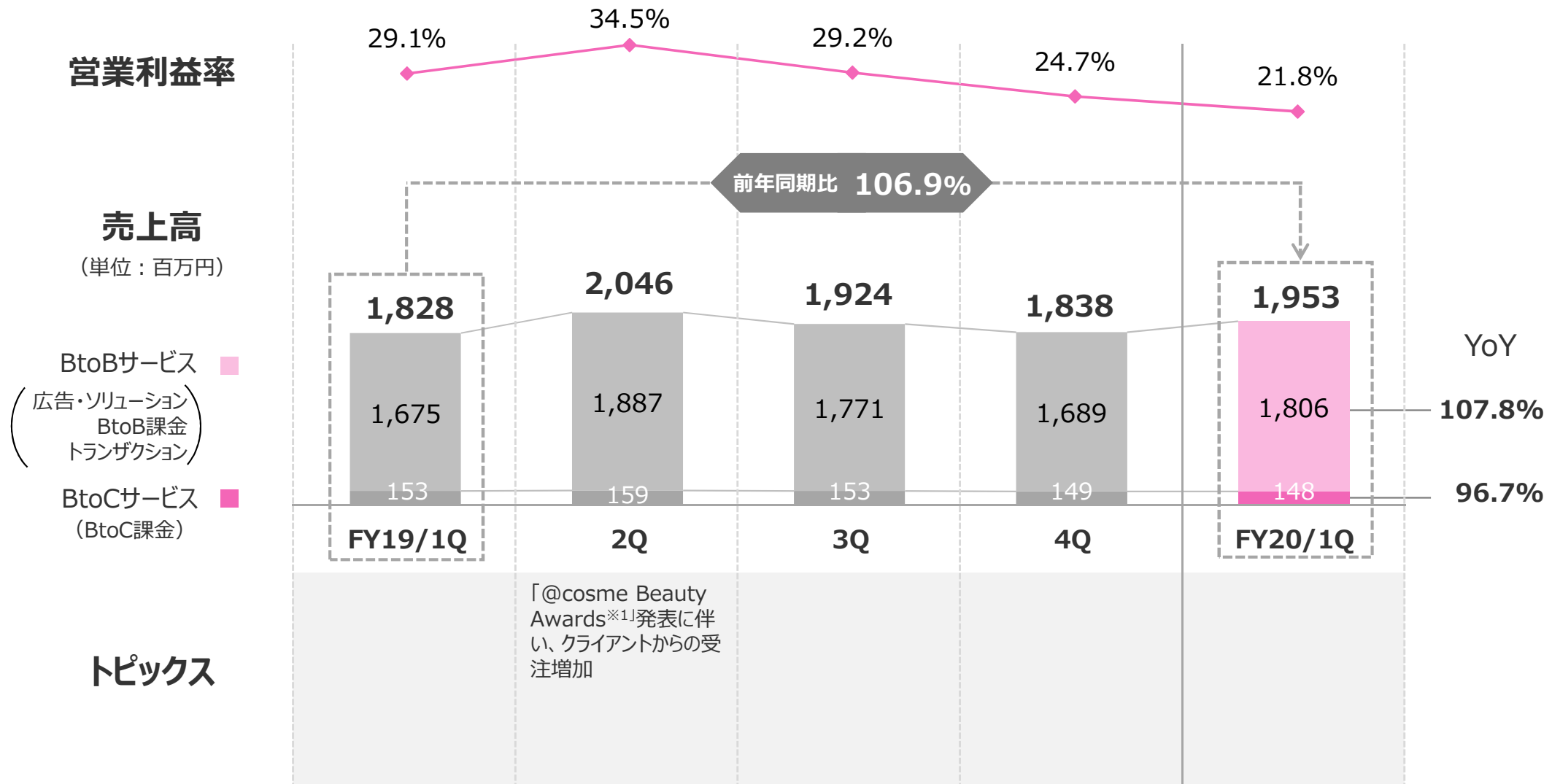
売上高

(単位：百万円)

- その他
- Global
- Beauty Service
- On Platform

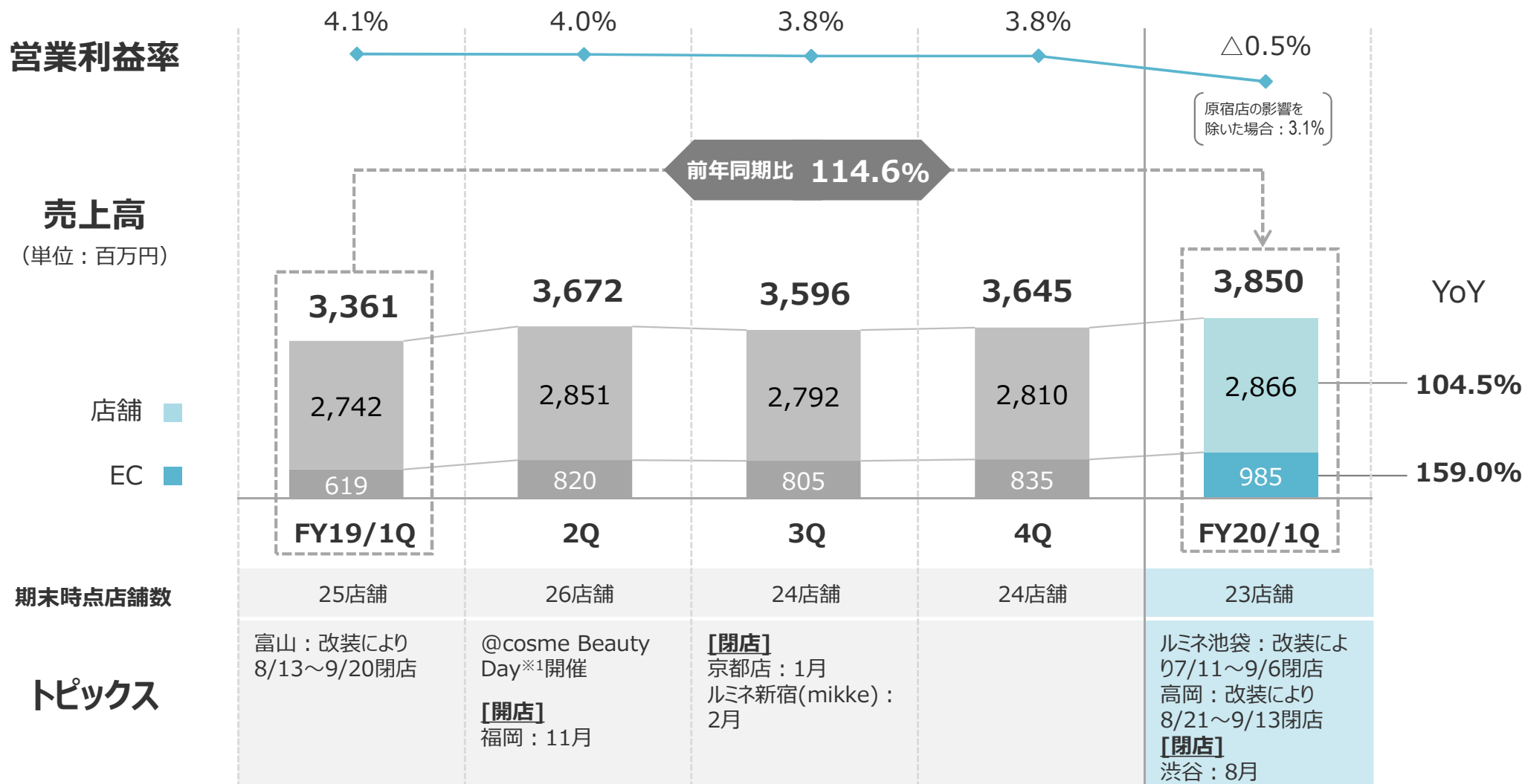


- ブランドオフィシャル（BO）などのBtoBサービスが成長
- ソフトウェア資産の償却により利益率低下も、BOの導入数は計画を上回って推移



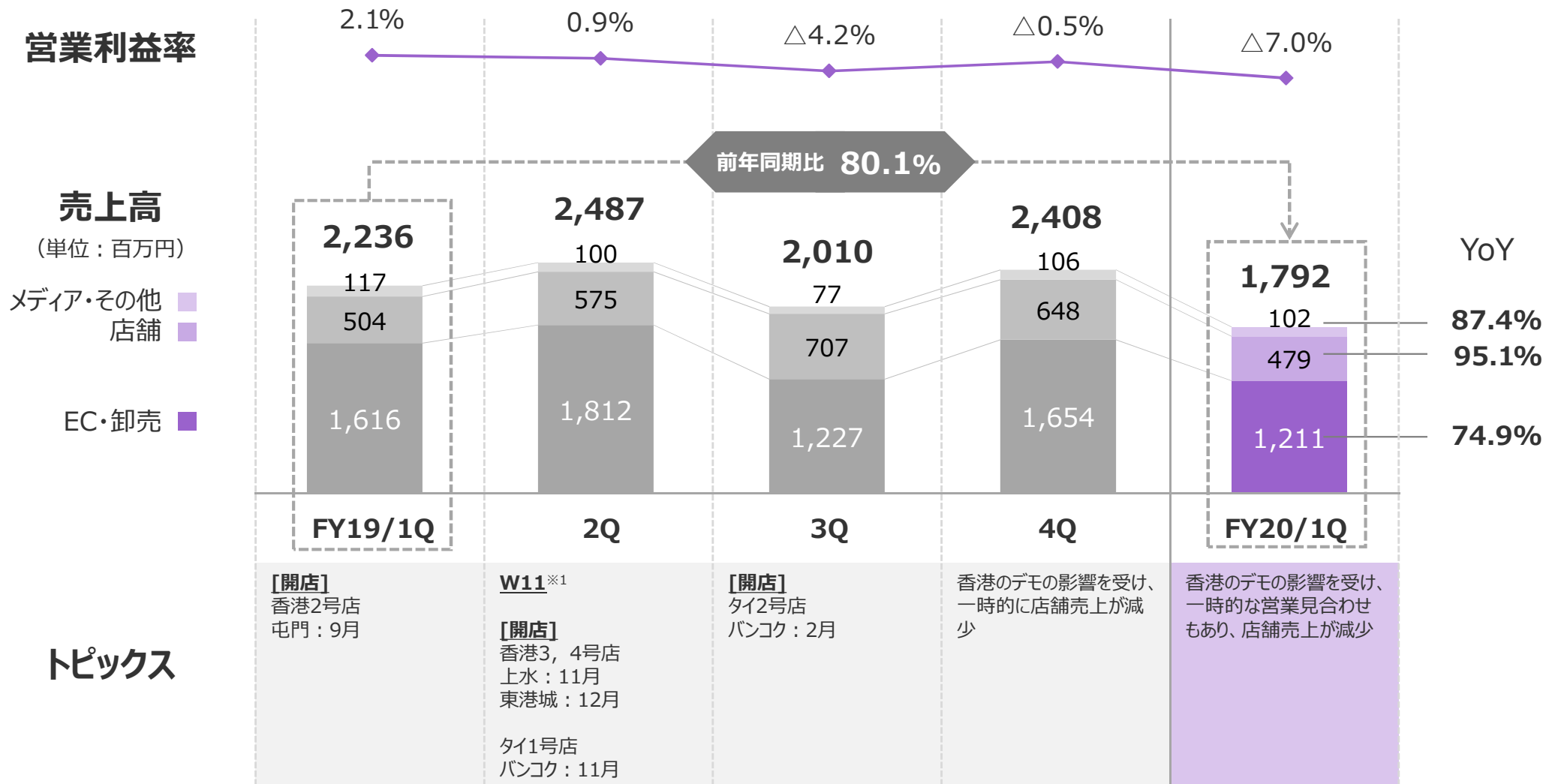
※1 アイスタイルが発表する日本最大級の美容アワード

- ECは、購入客数が増加し大幅増収。店舗は、閉店や改装による一時閉店実施も増収。増税前需要も寄与。
- 原宿店の家賃が9月から発生し、費用先行（原宿店のOP影響：△138百万円）



※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

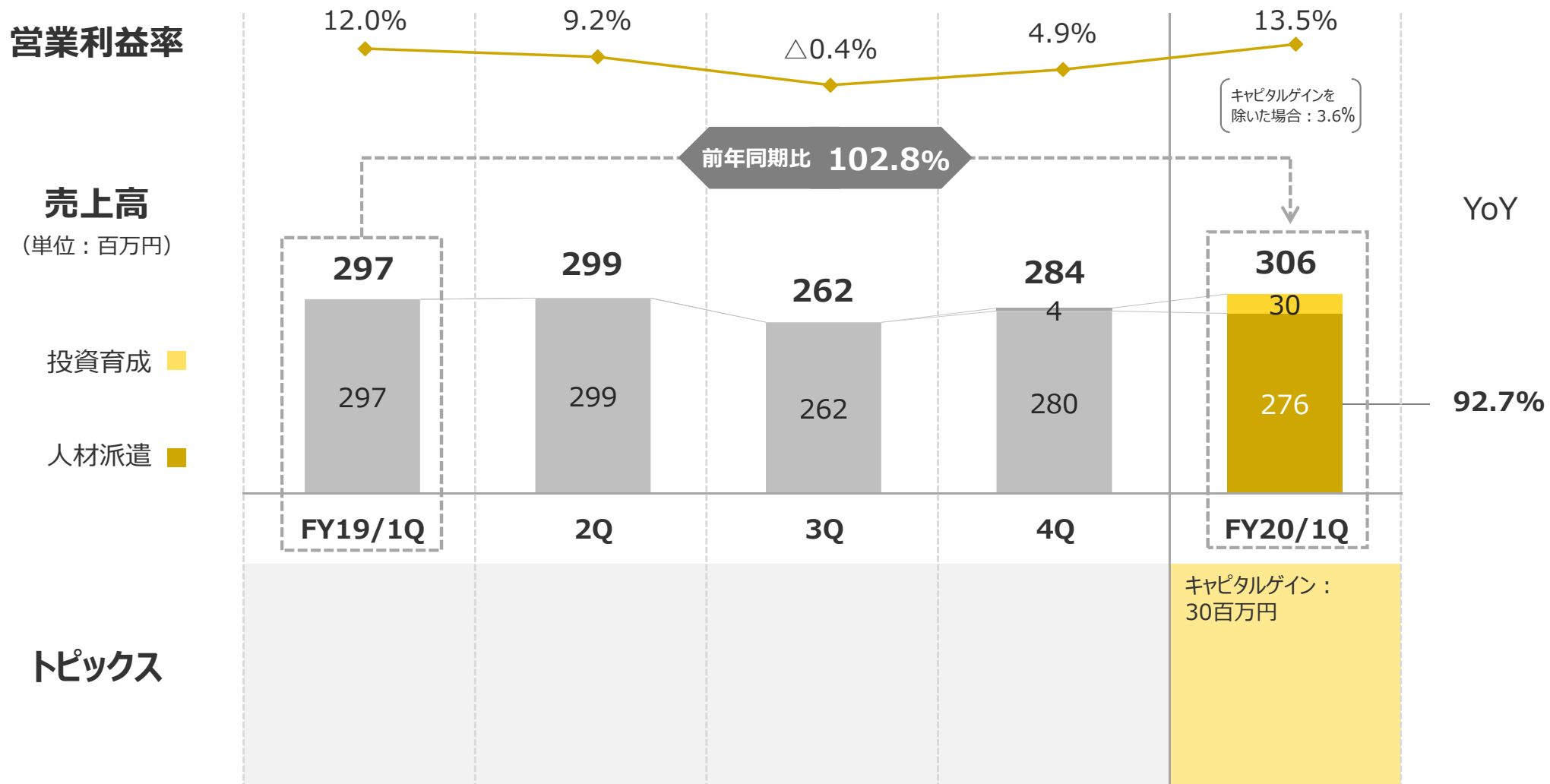
- 中国EC法の余波等により競争環境が変化しEC・卸売が減収。品揃え強化、独占契約等、中長期視点で施策に取り組む
- 海外店舗は香港のデモの影響等で減収。今後の動向を注視し、柔軟に対応



※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）

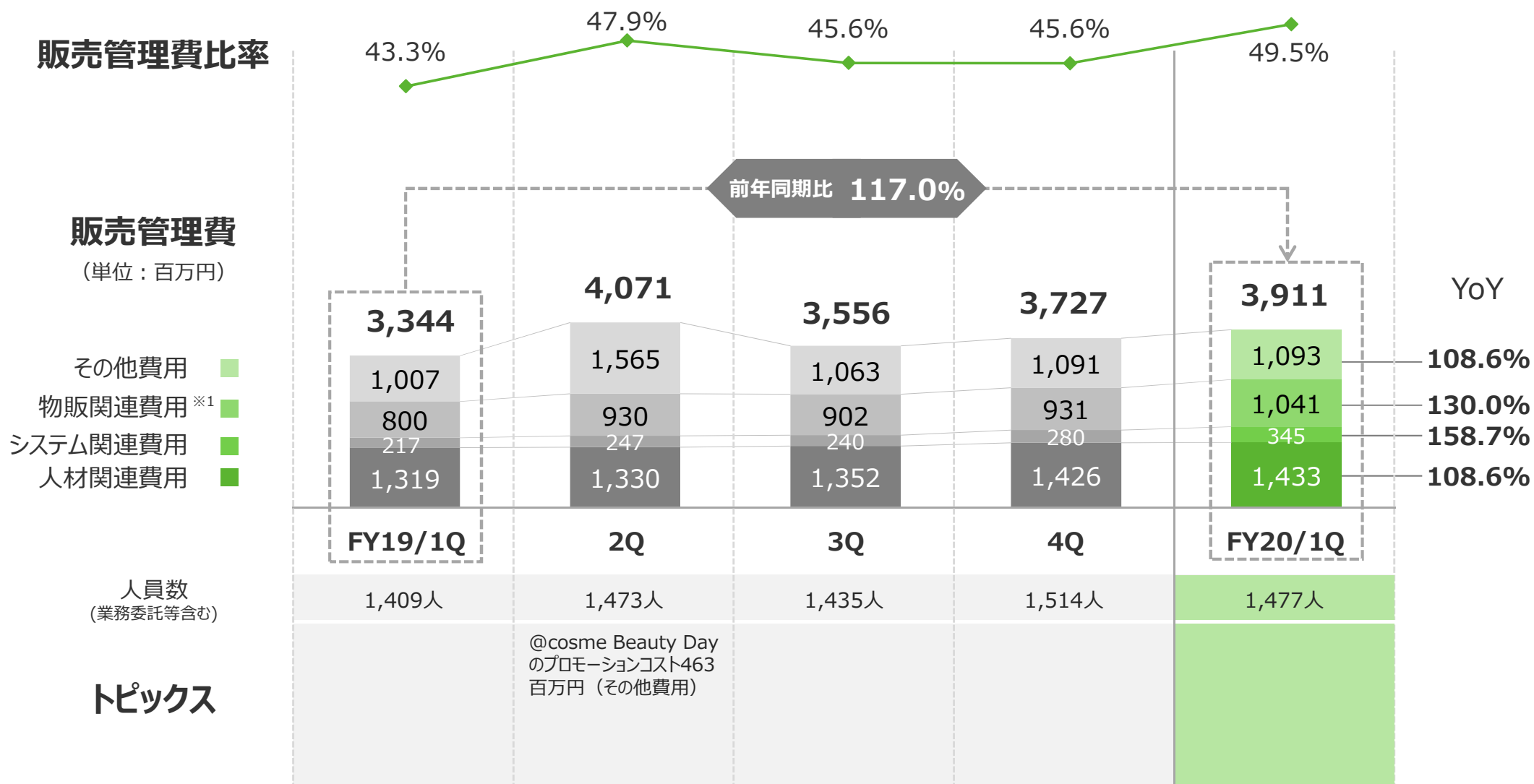
セグメント別売上高推移

- 人材派遣事業は減収も底堅く推移
- キャピタルゲインの計上もあり、利益率上昇



販売管理費の推移

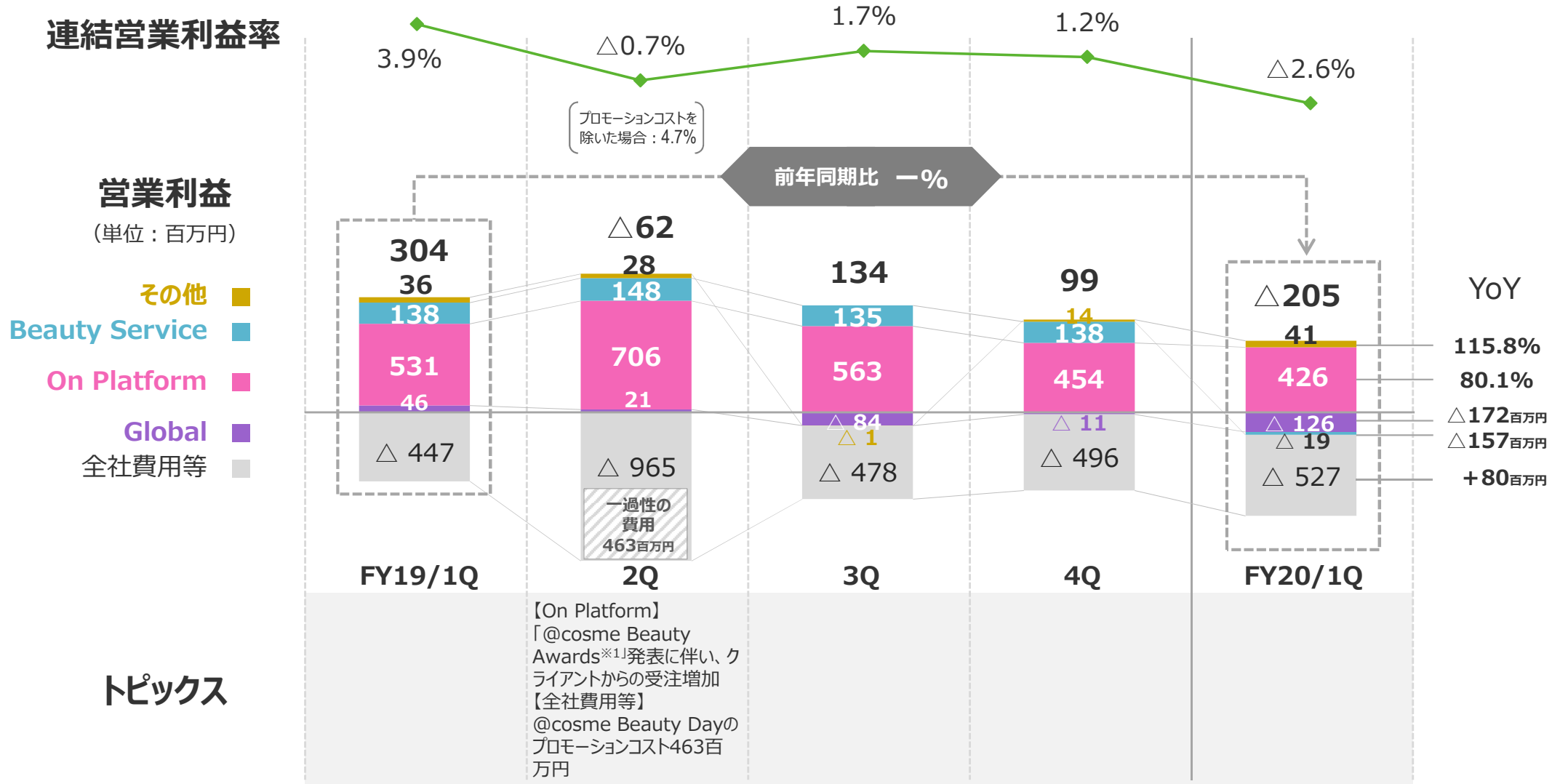
- EC・店舗売上の増加の他、原宿店の家賃が9月から発生し、物販関連費用が増加
- 新たなソフトウェア資産の償却開始に伴い、システム関連費用が増加



※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

- 先行費用等により、連結では赤字となるも、計画比では上振れて着地

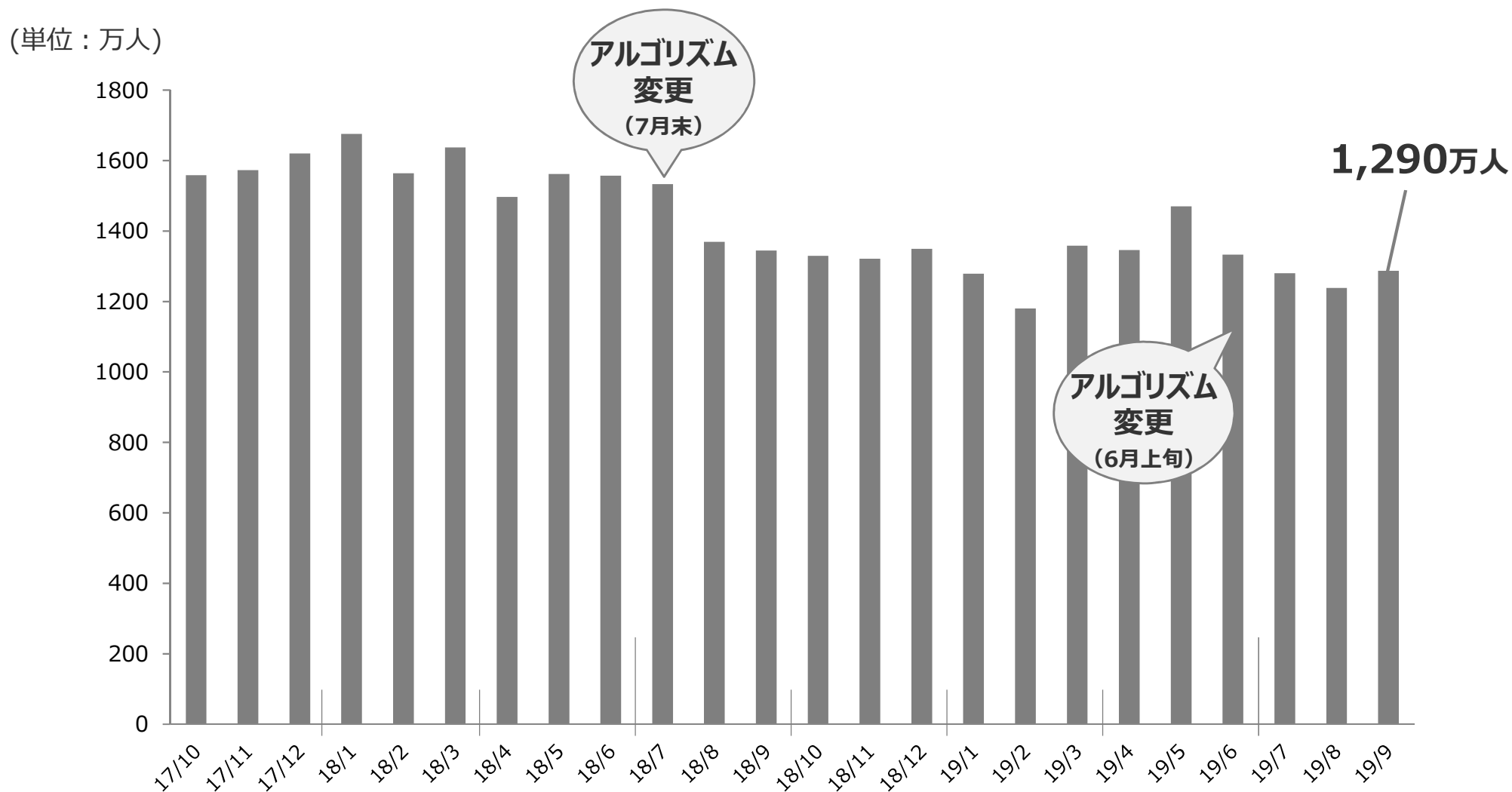


※1 アイスタイルが発表する日本最大級の美容アワード

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

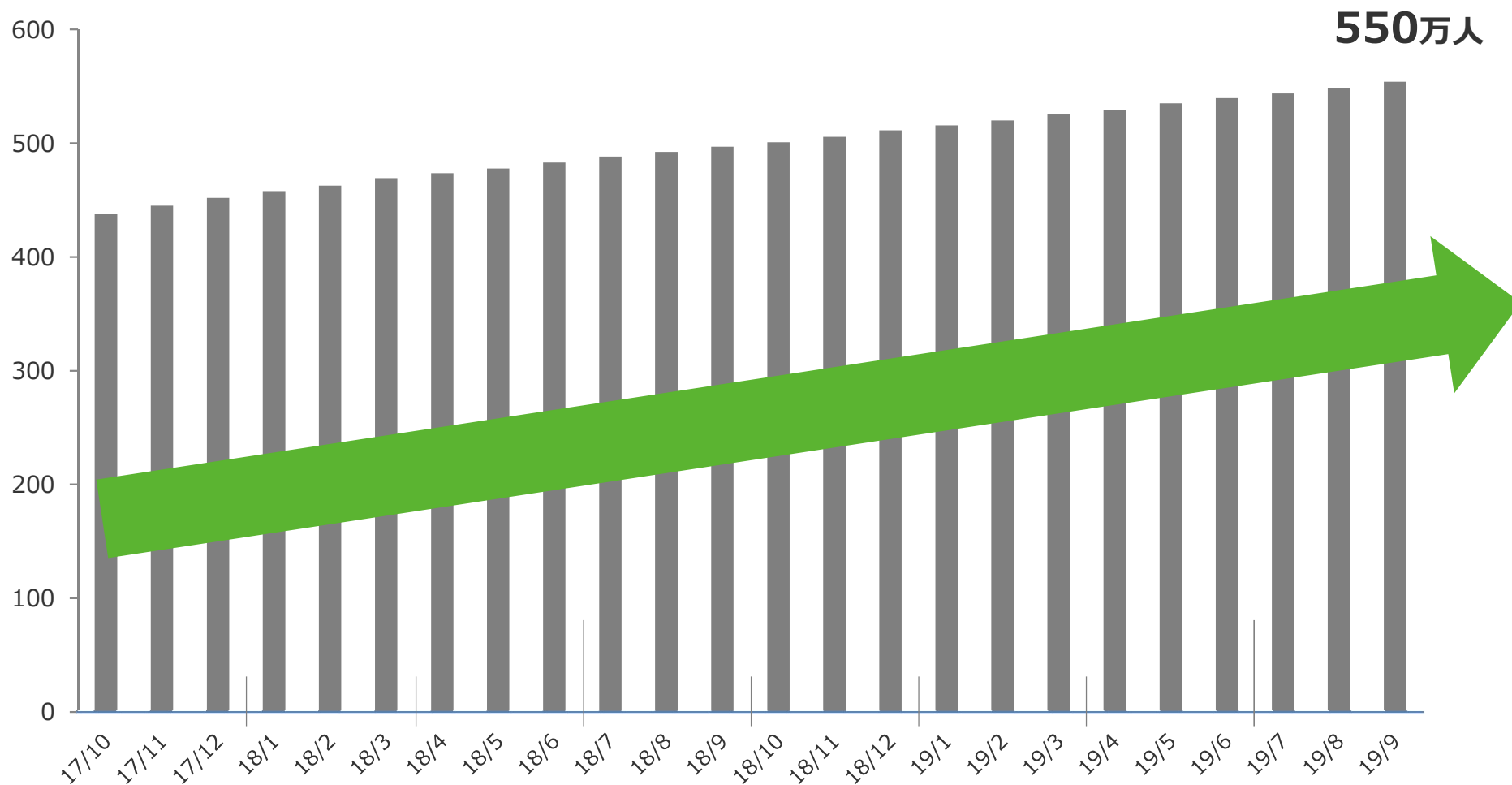
- 検索サイトのアルゴリズム変更の影響で減少。継続して対策実施中



@cosmeの会員数の推移

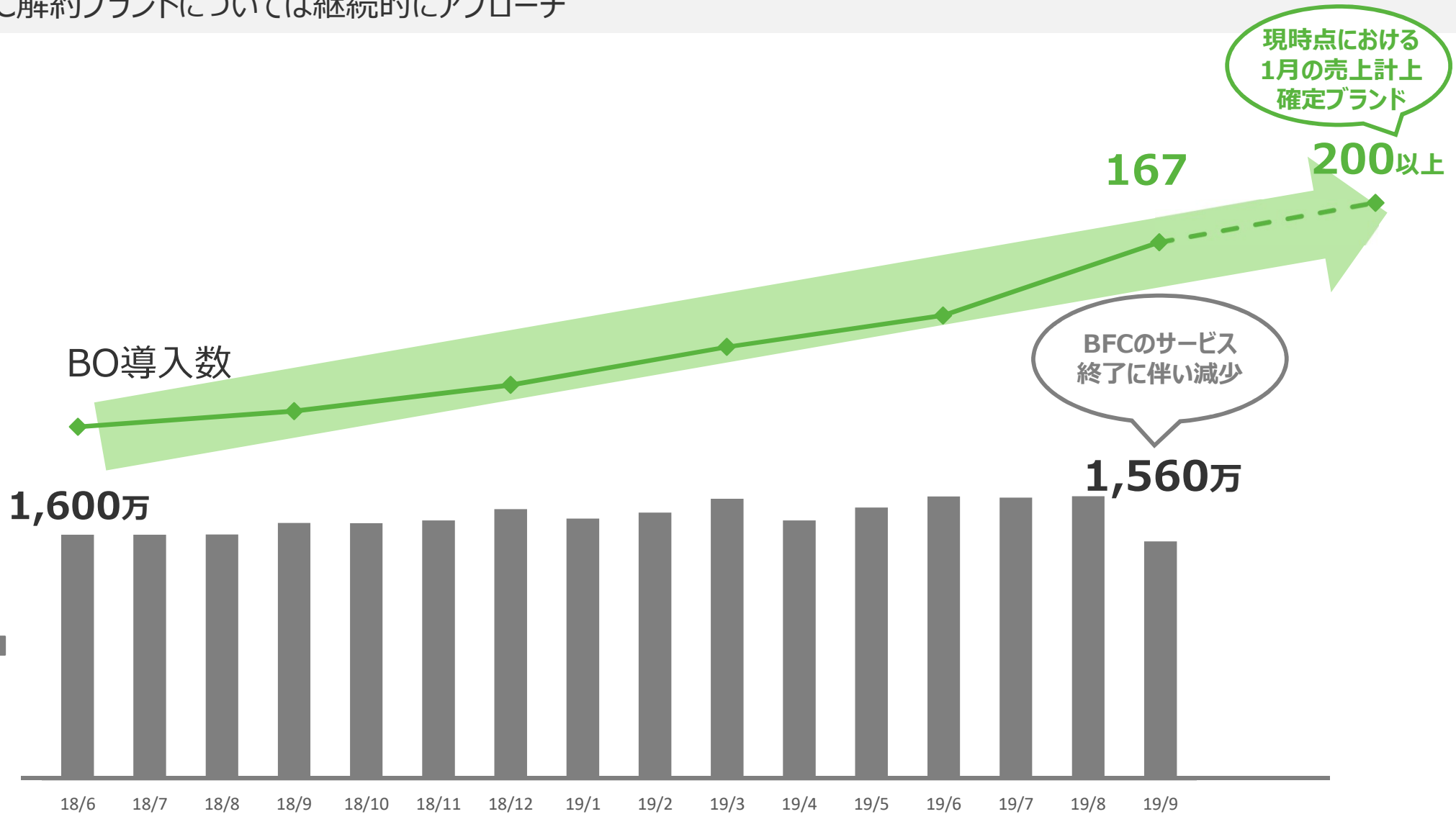
- 月間ユニークユーザーが横ばいで推移するも、会員数は引き続き**増加傾向**

(単位：万人)



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)からブランドオフィシャル(BO)への切替の過渡期。BFCのサービス終了に伴い、減少
- BFC解約ブランドについては継続的にアプローチ



※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

ECのスペシャルイベント「@cosme Beauty Day」

- 昨年に引き続き12月3日にECのスペシャルイベントを開催。ポイント還元などを通じ、アプリの利用促進を図る
- 限定品提供ブランドが増加し、**流通総額目標10億円に向けて順調に進行**



店舗でも
同時開催

限定品提供
ブランド
200以上

初参加ブランド (一部抜粋)

ラグジュアリーブランド

THREE	GIVENCHY	GUERLAIN PARIS	Amplitude	MAKE UP FOR EVER	Too Faced
CLARINS	FIVEISM x THREE	ARMANI beauty	SABON		
MAQUILLAGE	ELIXIR	Attenir	FANCL	ヒロインメイク	100% BO

and more...

継続参加ブランド (一部抜粋)

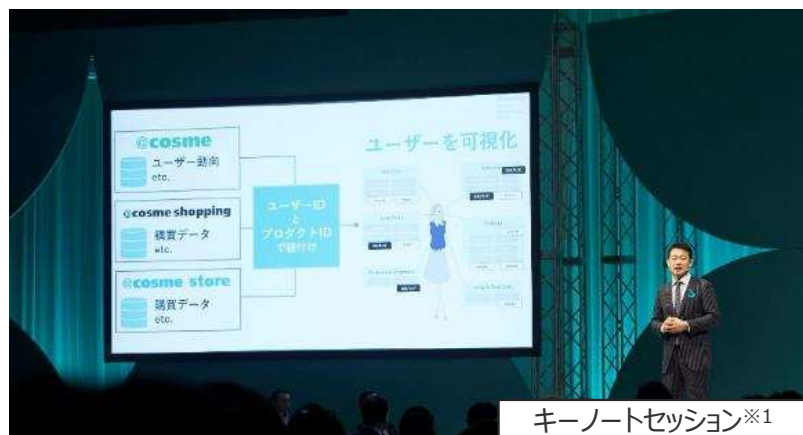
ラグジュアリーブランド

LANCÔME PARIS	NARS	YVES SAINT LAURENT	shu uemura	ROGER & GALLET DISTILLING HAPPINESS SINCE 1882	MAC
SINCE 1851 Kiehl's	CLINIQUE	ESTÉE LAUDER	bareMinerals THE POWER OF GOOD	est essence of SKIN technology	COVERMARK
NYX PROFESSIONAL MAKEUP	EXCEL TOKYO-RICH CASUAL. LONDON	Primavista	LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE	COFFRET D'OR	ettusais
DUO	MAYBELLINE	L'ORÉAL PARIS	MISSHA		

and more...

ブランドとユーザーのつながりを強化することで、ブランドオフィシャルの導入につなげる

- 化粧品ブランドの経営層を中心に約300名をお招きし、事業戦略説明会を開催
- 生活者とブランドの関係性が複雑化する中、**生活者の可視化が可能なブランドオフィシャルの活用を提案**



※1 当社 代表取締役社長 兼 CEO 吉松徹郎

※2 日本ロレアル(株) 代表取締役社長 ジェローム・ブリュア氏

※3 左から、D4DR(株) 代表取締役社長 藤元健太郎氏、(株)丸井グループ取締役上席執行役員 アニメ事業担当、(株)丸井取締役社長 青木 正久氏、スマートニュース マーケティング戦略顧問、Marketing Force Co-Founder、Strategy Partners 代表取締役 西口一希氏、(株)メルカリ 執行役員 VP of Operations 野辺一也氏、当社 Senior Vice President 遠藤宗

※4 左から、BeautyTech.jp 編集部 矢野貴久子、(株)大丸松坂屋百貨店 本社 営業本部 MD戦略推進室 化粧品担当 部長 望月 美穂氏、(株)かならぼ 代表取締役社長 吉濱 佳奈氏、(株)コスメ・コム代表取締役社長 本橋 未来

- 2020年1月に原宿に大型旗艦店『@cosme TOKYO』をオープン予定※1
- 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

【建物外観イメージ】



【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**

- 尖沙咀(Tsim Sha Tsui)に次ぐ九龍島で人気のショッピングエリア旺角(Mong Kok)に5号店をオープン
- これまで蓄積した運営ノウハウを活用し、現地の状況を見極めながら、海外での店舗戦略を総合的に検討していく

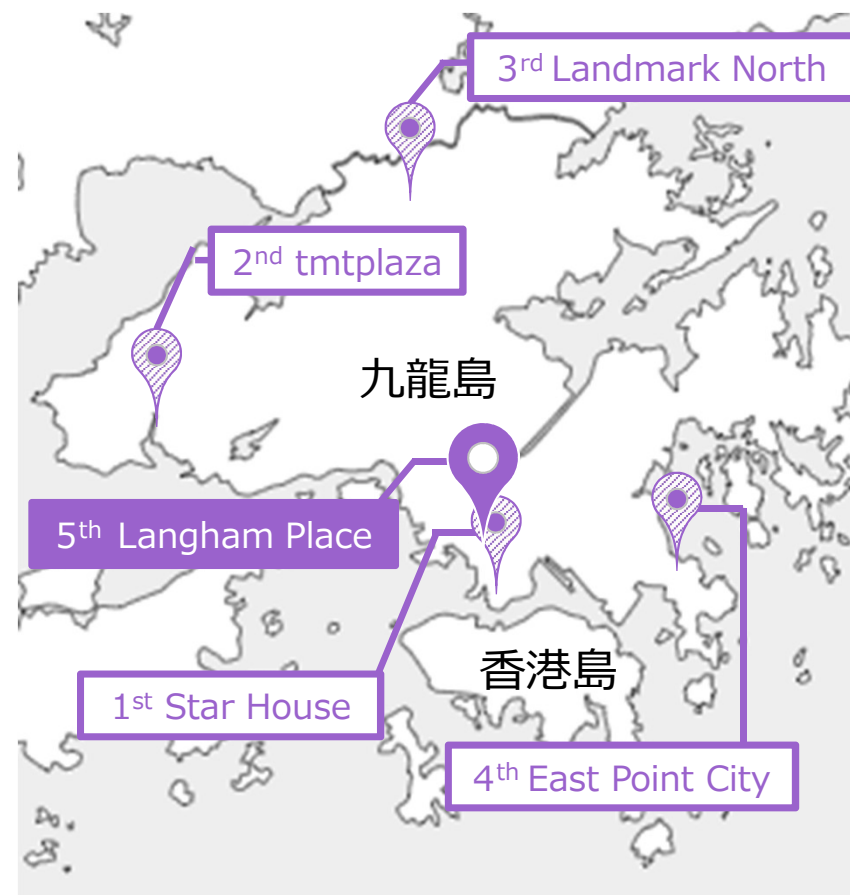
【店舗概要】

5号店

名称：@cosme store Langham Place store

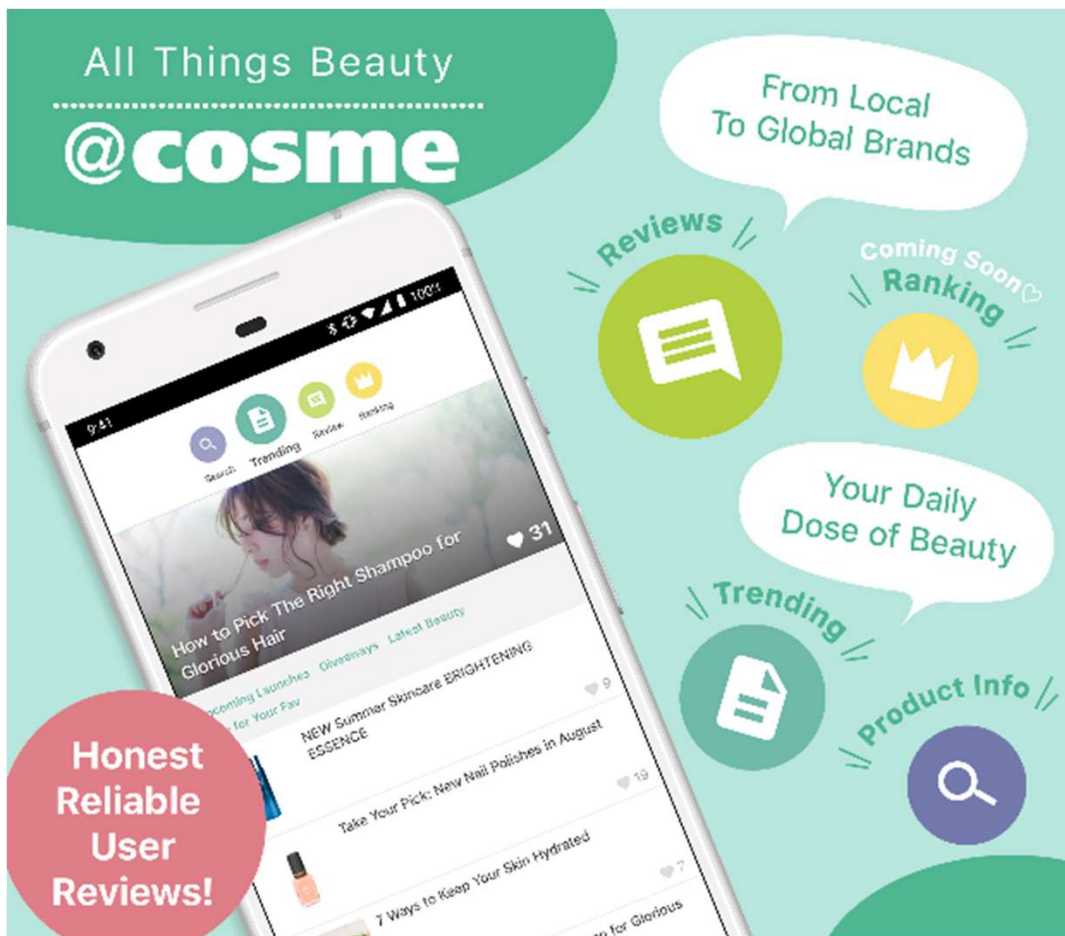
オープン日：2019年10月31日

売場面積：188㎡





- @cosme グローバルアプリのマレーシア版と香港版をリリース
- 国・地域、言語の切替により、自国以外の情報も閲覧可能。日本語のクチコミも翻訳機能で確認できる



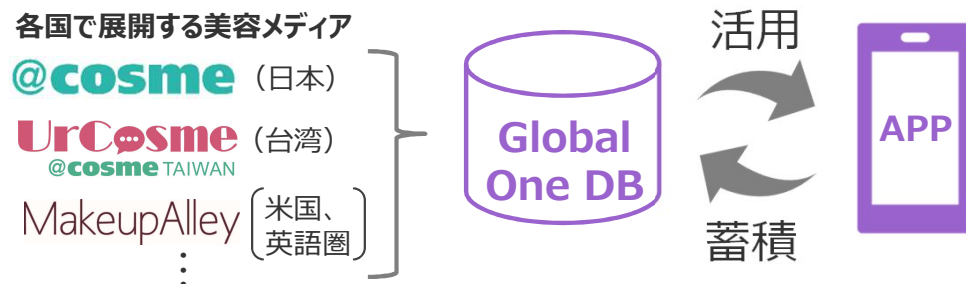
@cosmeグローバルアプリの展開状況

マレーシア	香港	タイ	台湾	...
✓	✓			
iOS	iOS			
Android	Android			

➔ 順次拡大

今後の取組み

これまで培ったデータの活用とさらなるデータの蓄積を図る



今後展開国を増やし、世界中のユーザーへ@cosmeを提供していく

20周年を機に@cosmeのロゴをリニューアル

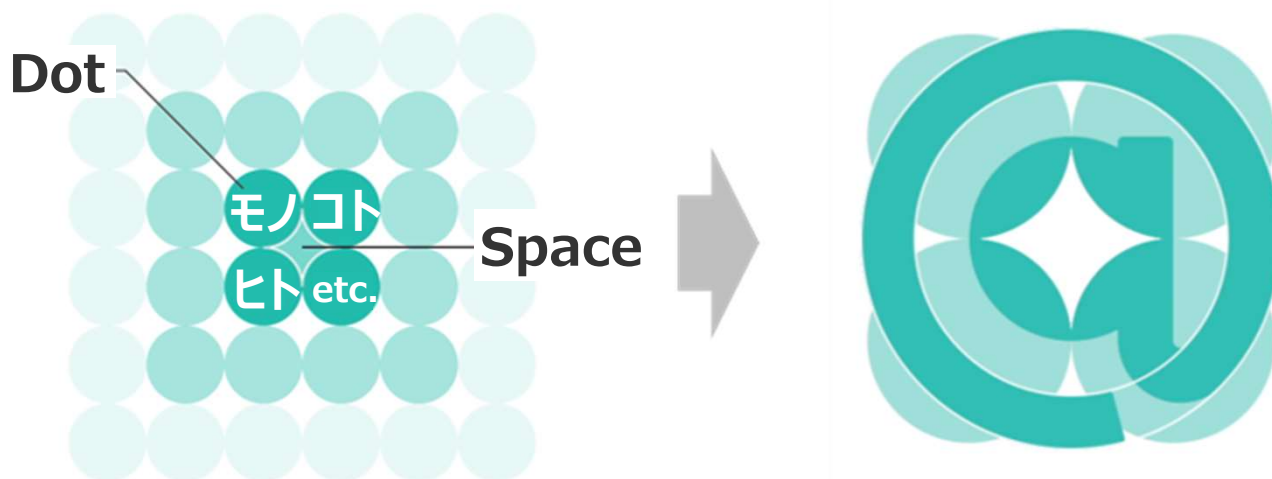
- サービス開始20周年を迎える2019年12月3日に、@cosmeのロゴをリニューアル



【新しいロゴのコンセプト】

「Dot & Space」

"@cosmeは、ビューティに関するあらゆるモノ・コト・ヒトをつないでいく。点と点(Dot)をつなぐ場(Space)を生み出していく。"



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 ※2019年9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

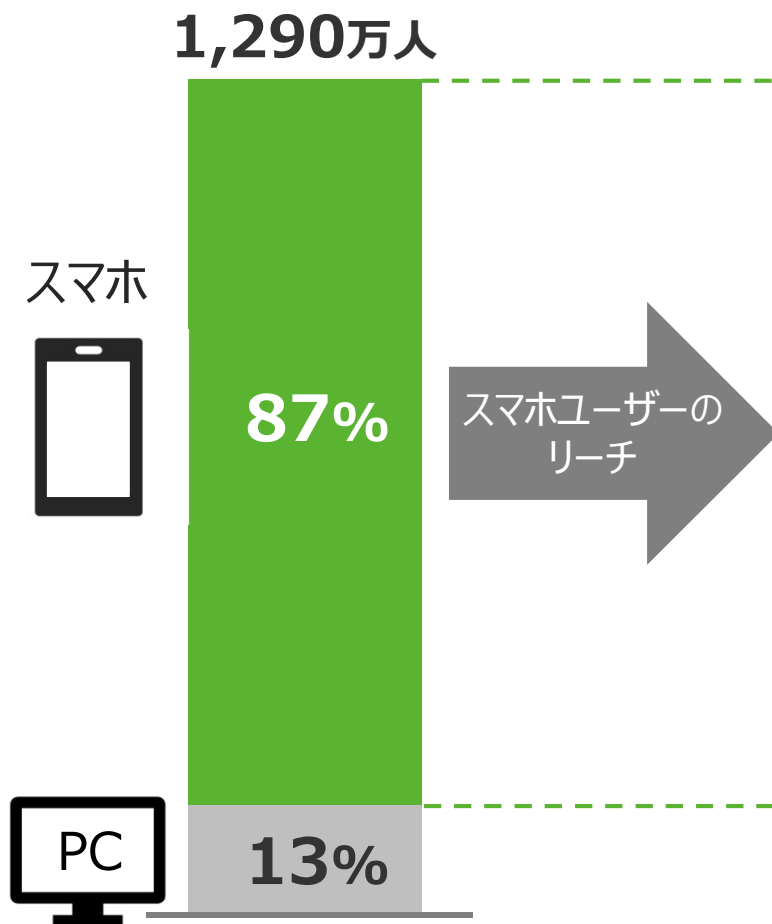
クチコミ数

1,490万件

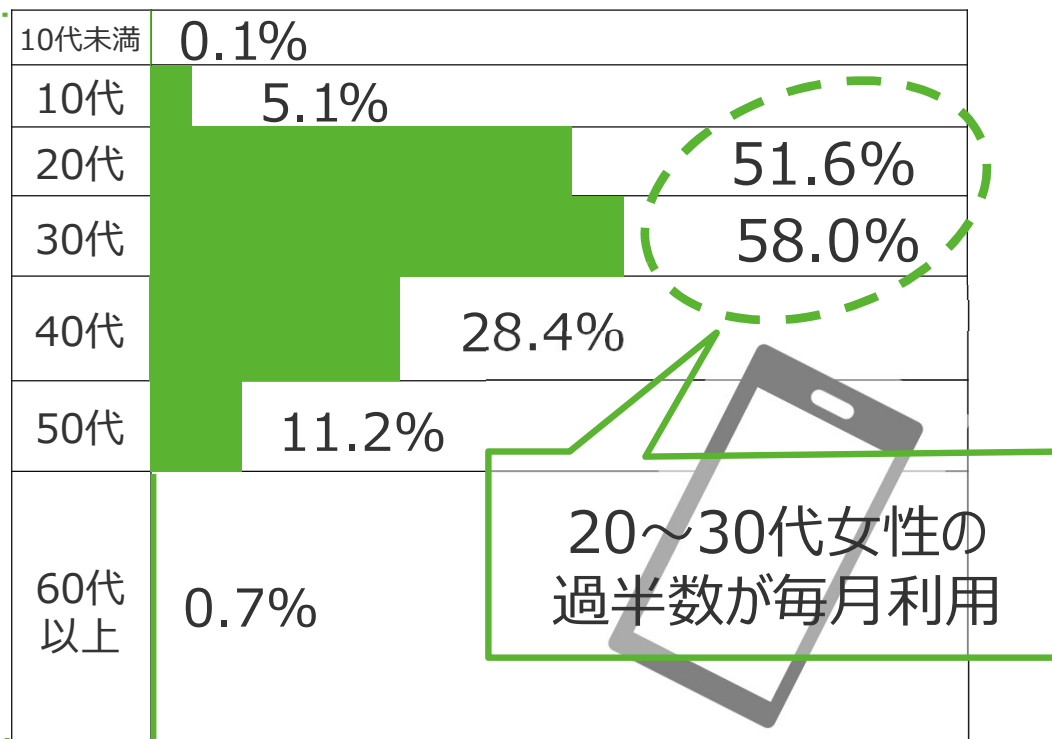
@cosmeの圧倒的な女性利用率

- @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

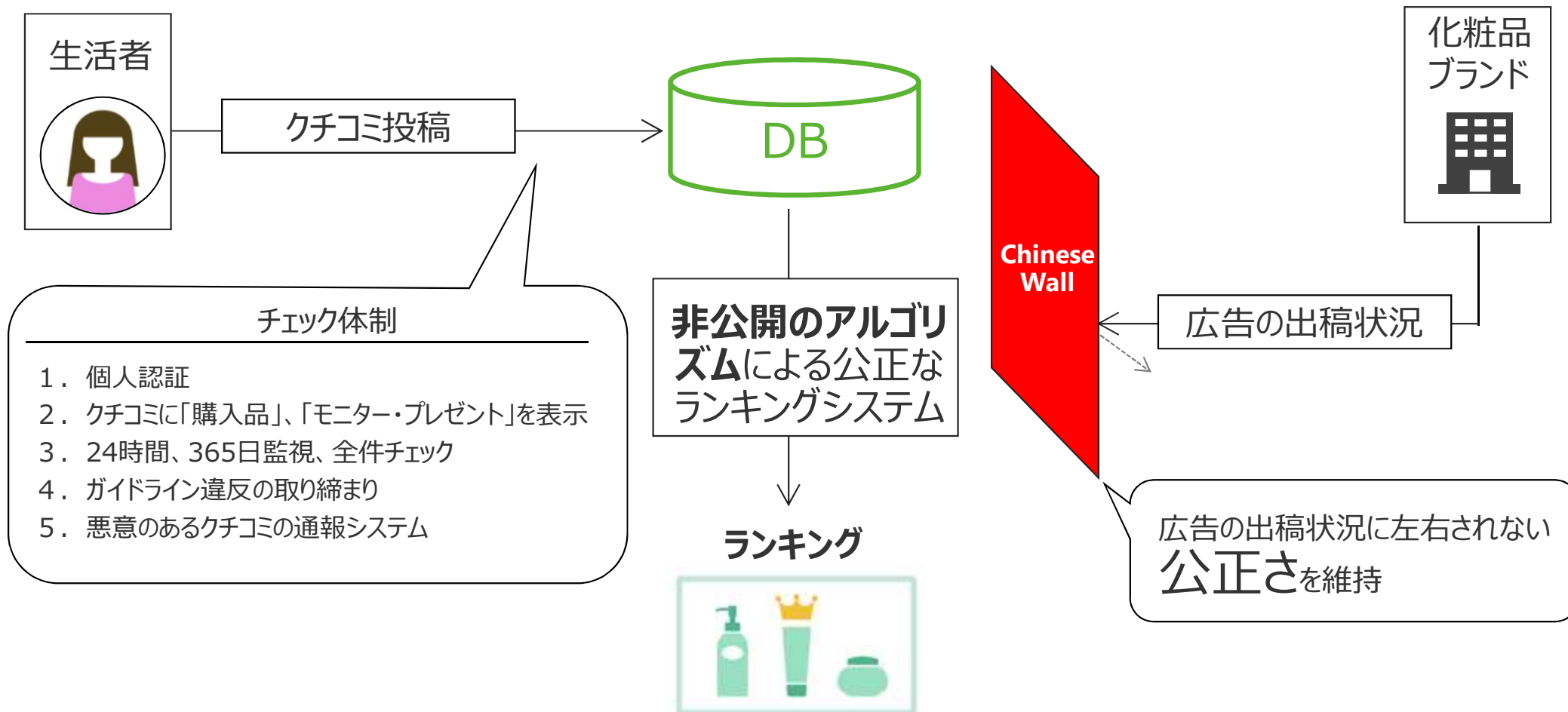
@cosmeのDBを健全に保つための仕組み

- 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

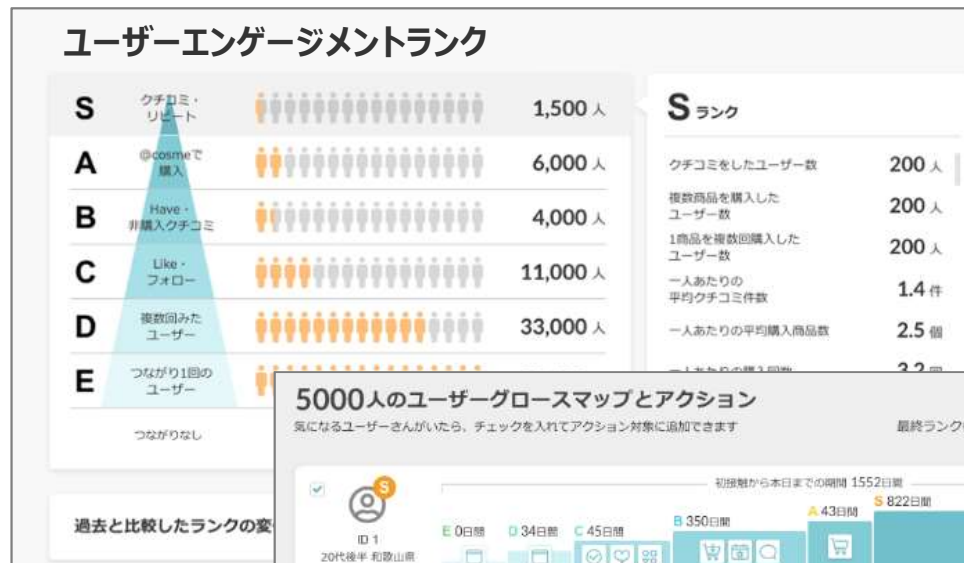
生活者に提供する便利でお得なサービス

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



※ 開発中の画面であり、仕様が変更となる可能性があります

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

2019年12月機能追加（予定）

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

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 23店舗

(2019年9月末時点)



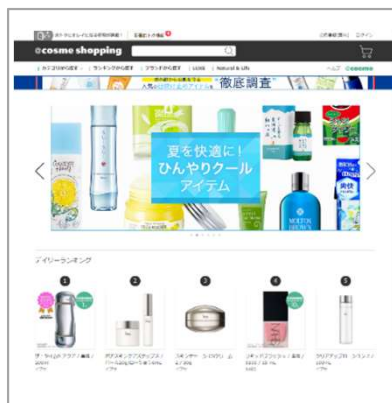
EC

@cosmeと連携した化粧品ECサイトを運営

取扱商品数:

39,000商品

(2019年9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



@cosme store (国内 : 22店舗)

@cosme store (海外 : 11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㎡

町田マルイ店	2017年3月OPEN	122㎡
ルクア大阪店	2017年3月OPEN	102㎡
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 ※1	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 ※1	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 ※1	2002年9月OPEN 2019年9月増床	240㎡










in harmony (1店舗) by @cosme store

イオンモール高崎店 ※1	2006年10月OPEN	135㎡
--------------	--------------	------

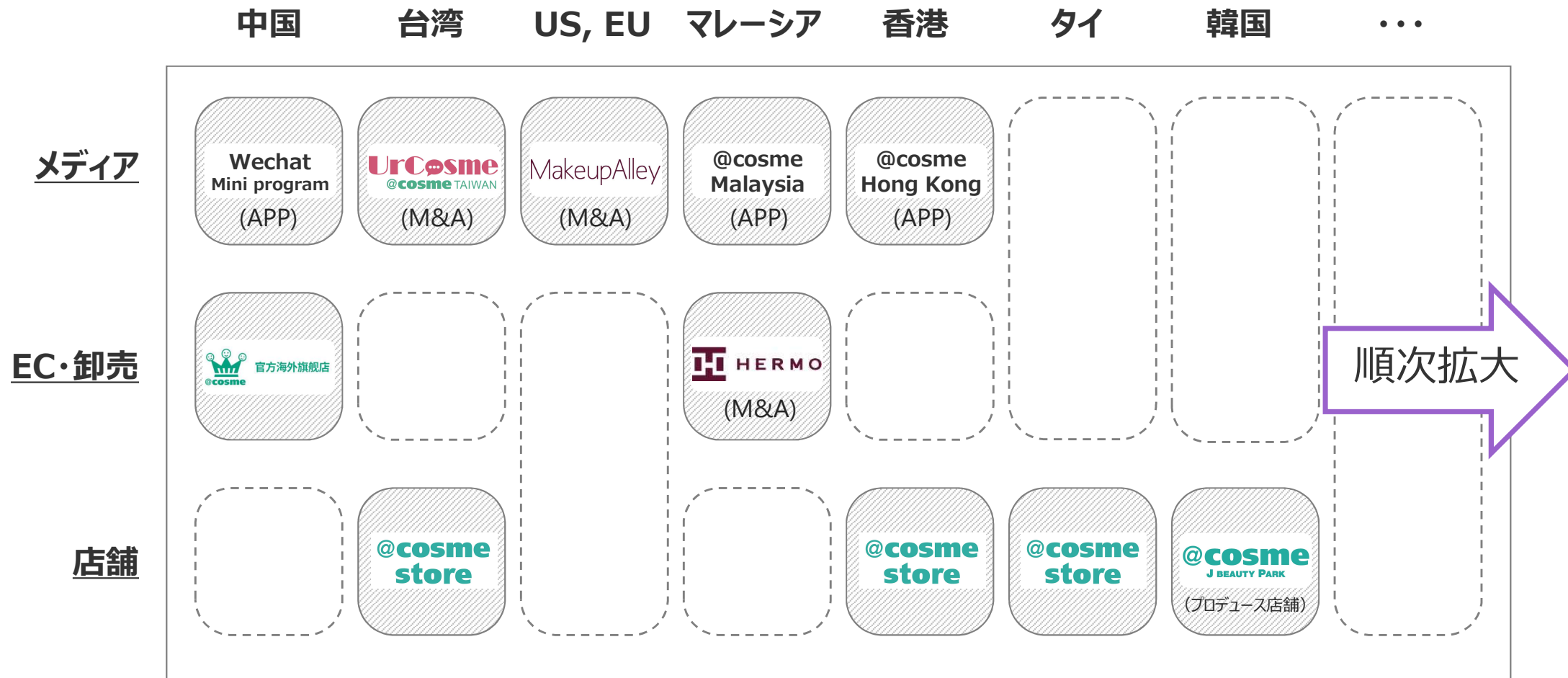
微風広場 台北駅店 (台湾)	2017年5月OPEN	205㎡
微風 信義店 (台湾)	2017年6月OPEN	203㎡
勤美誠品店 (台湾)	2017年6月OPEN	116㎡
微風南京店 (台湾)	2018年3月OPEN	168㎡
Star House store (香港)	2018年6月OPEN	360㎡
tmtplaza store (香港)	2018年9月OPEN	116㎡
Landmark North store (香港)	2018年11月OPEN	149㎡
ICONSIAM store (タイ)	2018年11月OPEN	301㎡
East Point City store (香港)	2018年12月OPEN	191㎡
Siam Center store (タイ)	2019年2月OPEN	244㎡
Langham Place store (香港)	2019年10月OPEN	188㎡

※1 2016年9月にKcosme Beaute社より取得 (FY2017.6 2QよりP/L連結)



 【第1弾】2017年3月1日発売	 【第2弾】2017年4月15日発売	 【第3弾】2017年7月14日発売	 【第4弾】2017年11月17日発売 (2018年5、6月、2019年1月商品追加)
<p>@cosme nippon</p> <p>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)</p> 	<p>@cosme nippon</p> <p>阿蘇の馬のたてがみ油</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) 	<p>@cosme nippon</p> <p>北山麓の雪どけハーブ水</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) 	<p>@cosme nippon</p> <p>美肌の貯蔵庫 根菜の濃縮マスク 美肌の貯蔵庫 根菜の濃縮洗顔 美肌の貯蔵庫 根菜の濃縮クレンジング洗顔</p> <ul style="list-style-type: none"> - 安納いも 1,200円(100g) - 孟宗竹たけのこ など、全7種 各790円(10枚入) - 宇陀金ごぼう 1,600円(200ml) - 安納芋 1,600円(200ml) 
 【第5弾】2017年12月1日発売	 【第6弾】2018年6月25日発売	 【第7弾】2019年3月15日発売	 【第8弾】2019年10月1日発売 New
<p>@cosme nippon</p> <p>加賀の光彩と縁付金箔</p> <ul style="list-style-type: none"> - ルースパウダー (右左) 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) 	<p>@cosme touch</p> <ul style="list-style-type: none"> - ヒップポリッシュ (左) 1,600円 (150g) - ヒップクリーム (右) 2,200円 (150g) 	<p>@cosme nippon</p> <p>美肌の守護菜 ねばねば野菜の濃縮マスク</p> <ul style="list-style-type: none"> - 指宿オクラ (左) 980円 (10枚入) - 庄内なめこ (右) 980円 (10枚入) 	<p>@cosme nippon</p> <p>美肌のひとさじ 調味料原液</p> <ul style="list-style-type: none"> - ヒアルロン酸 × 昆布 (左) 1,400円 (22ml) - ビタミンC誘導体 × 柚子 (中央) 1,400円 (22ml) - オリゴペプチド × 紫蘇 (右) 1,400円 (22ml) 

- 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。