

Briefing Transcription

|| 2025年6月期通期 決算説明会文字起こし ||

株式会社アイスタイル

3660 東証プライム 情報・通信業

[企業情報はこちら >>>](#)

[紹介動画はこちら >>>](#)

2025年8月20日(水)



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

■ 目次

■ 決算を受けての FISCO アナリストコメント	01
■ 出演者	02
■ 決算説明	03

■ 決算を受けての FISCO アナリストコメント

- ・メディア (1,670 万 MAU) ・ EC (月間購入者数 19 万) ・ 店舗 (同 51 万) 間での効率的な送客を実現できており、コロナ禍からの完全復活を確認、稼ぐ力は過去最高レベルに到達している。
- ・ 2026 年 6 月期は売上高で前期比 20.7% 増、営業利益で同 20.1% 増と引き続き高い成長を見込む。
- ・メディア MAU と EC ・ 店舗月間購入者数の差分が伸びしろであり、インナーケア (サプリメント)、エイジングケア フェムテック等、他の BEAUTY 領域などの新規領域も含め、2028 ~ 2029 年度の売上高 1,000 億円、営業利益 80 億円を目指す。
- ・中期目標達成時の営業利益 CAGR は +25 ~ 35% 程度となり、現状の PER20 倍にアップサイドポテンシャルを感じる。

■ 出演者

株式会社アイスタイル
代表取締役会長 CEO

吉松 徹郎様

株式会社アイスタイル
代表取締役社長 COO

遠藤 宗様

司会者

■ 決算説明

2025年6月期通期 決算説明会



istyle

2025/08/13
株式会社アイスタイル
証券コード: 3660

■ 司会者

本日は、ご多忙のところご参加いただきまして誠にありがとうございます。
ただいまより、株式会社アイスタイル 2025年6月期通期決算説明会を開催させていただきます。
司会を担当いたします、エクスターナルコミュニケーション室の野田と申します。よろしくお願いいたします。
それでは初めに、当社より出席者をご紹介します。
代表取締役会長兼 CEO 吉松 徹郎、代表取締役社長兼 COO 遠藤 宗、取締役副会長兼 CFO 菅原 敬、上級執行役員兼 CSO 濱田 健作、以上4名でございます。
それでは最初に、弊社代表取締役会長兼 CEO の吉松からご挨拶させていただきます。よろしくお願いいたします。

■ アイスタイル 吉松様

皆さん、おはようございます。株式会社アイスタイル代表取締役会長の吉松でございます。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

目次

2025年6月期 決算概要	3
直近の運営サービスの状況	18
2026年6月期 事業戦略	24
2026年6月期 事業計画	34
参考資料	41

© style inc. 2

まず最初に、私の方から決算概要、サマリー部分のみお話をさせていただきます。詳細につきましては、この後、遠藤の方からご説明いたします。

通期累計 / サマリー

マーケティング支援やリテールなどの国内事業が増収・増益を牽引

- 連結売上高は通期累計で**688億円** (YoY+23%)
- 連結営業利益は同**31.6億円** (YoY+63%)

<p>マーケティング支援</p> <p>リテール事業とのシナジーによって成長がさらに加速し、YoY+16%増収、+75%増益で着地 リテール事業からのライセンス収益のほか、高い限界利益率により増収寄与が効率的に利益拡大</p>
<p>リテール (オンライン・オフライン)</p> <p>リテールセグメント全体でYoY+27%増収</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ 店舗：ネットとリアルを融合した体験浸透による既存店成長で、+27%増収 ↳ EC：販売イベント「@cosme SPECIAL WEEK」の成功などもあり、+28%増収 <p>利益は、今期からマーケティング支援へのライセンス料を計上したものの、増収寄与で+18%増益</p>
<p>グローバル</p> <p>利益率の高い韓国事業(BtoBサービス)の成長や中国越境ECの復調で、赤字幅縮小</p>

© style inc. 4

今期の決算ですが、連結売上高は 688 億円、連結営業利益は 31.6 億円となりました。前期に対して、売上高は 23% の増加、営業利益も 63% の増益という結果になっております。

マーケティング支援につきましては、かねてよりお伝えしておりましたリテール事業とのシナジーが功を奏し、成長が加速いたしました。期初に計画していた 16% の増益に対して、実際には 75% の増益という非常に高い成果を挙げております。

リテール事業につきましては、店舗が非常に好調であり、ネットとリアルを融合した体験の浸透が進んだことで、27% の増収となりました。EC 事業も、「SPECIAL WEEK」などのイベントが成功し、全体で 28% の増収となっております。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

グローバル事業も、ようやく各事業が復調してまいりまして、赤字幅も縮小しています。これからの成長の大きな要因になってくるのではないかと考えております。

個別の各事業につきましては、この後、遠藤の方からご説明させていただきます。

■アイスタイル 遠藤様

通期累計 / ハイライト

連結	マーケティング支援・リテールなどの国内事業が増収・増益を牽引
売上高	68,768 百万円 YoY : +22.6 %
営業利益	3,164 百万円 YoY : +63.1 %
マーケティング支援	リテール事業とのシナジーで成長加速。高い利益率で効率的に利益幅を伸ばす
売上高	9,651 百万円 YoY : +15.7 %
営業利益	2,822 百万円 YoY : +74.5 %
リテール	店舗の既存店成長やECのイベント成功により、成長モメンタムを維持して増収・増益
売上高	53,463 百万円 YoY : +26.9 %
営業利益	3,115 百万円 YoY : +18.2 %
グローバル	利益率の高い韓国事業の成長や中国越境ECの復調により、赤字幅を縮小
売上高	4,174 百万円 YoY : +6.1 %
営業利益	-176 百万円 YoY : +33 百万円
その他	一部のBtoC課金サービスの終了に伴い減収・減益となるも、想定内の推移
売上高	1,480 百万円 YoY : -10.9 %
営業利益	188 百万円 YoY : -25.4 %

※ 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

ここからは私、遠藤の方からご説明させていただきます。

吉松の方からご説明させていただいた通り、通期全体としましては、売上高が687億円、前年比で22.6%増、営業利益が31.6億円、前年比で63.1%増ということで、大きな成長を遂げることができたと考えております。各事業別の状況についてご説明いたします。

まずマーケティング支援事業につきましては、売上高が96.5億円で前年比15.7%増、営業利益は28.2億円で前年比74.5%増となりました。これまで皆さんにも繰り返しお伝えしてきた通り、リテール事業を伸ばすことによってそのデータベースが強化され、その強化されたデータベースを活用してマーケティング支援に展開するという形が、徐々にではありますが、実現できてきていると感じております。

次にリテール事業ですが、こちらも店舗・ECともに順調に成長しています。売上高は534億円で、前年比26.9%増、営業利益は31.1億円で前年比18.2%増という結果になりました。

グローバル事業については、ここ数年コロナ禍の影響でかなり苦戦しておりましたが、だいぶ復調傾向が見られるようになってきました。特に、韓国事業および中国の越境ECが回復してきたことにより、赤字幅を大きく縮小することができたと考えております。詳細は後ほどご説明いたしますが、売上高は41.7億円で前年比6.1%増、営業利益はマイナス1.7億円で、前年比ではプラス3300万円の改善となっています。

その他事業につきましては、BtoC課金サービスを終了させていただいたこともあり、減収減益となっておりますが、これはあらかじめ想定していた通りの推移だと認識しております。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

通期累計 / 業績概要 (業績予想に対する結果)

- 7月31日に開示した連結業績予想の通り、2Q決算で上方修正した業績予想をも上回っての着地

(単位: 百万円)	2025年6月期 通期累計	2025年6月期 通期業績予想 (期初計画)	達成率	2024年6月期 通期累計	前年同期比
売上高	68,768	64,000	107.5%	56,085	+22.6%
売上総利益	29,634	-	-	24,645	+20.2%
販売管理費	26,470	-	-	22,705	+16.6%
営業利益	3,164	2,400	131.9%	1,940	+63.1%
経常利益	3,310	2,400	137.9%	1,721	+92.3%
親会社株主に 帰属する純利益	2,327	1,600	145.4%	1,214	+91.6%

© istyle Inc. 6

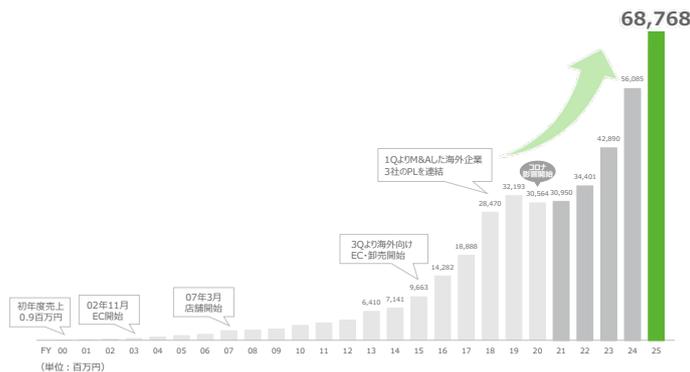
こちらは、通期累計の業績概要および業績予想と、前年との比較になります。

今期につきましては、業績予想を2度修正させていただきました。期初の段階では、売上高640億円、営業利益24億円、純利益16億円という計画を発表しておりました。

結果として、2025年6月期の通期累計におきましては、売上高が107.5%、営業利益は131.9%、純利益は145.4%という形で、いずれも当初予想を大きく上回る着地となりました。前年との比較で見ましても、売上高が前年比で22.6%増、営業利益はプラス63.1%、純利益はプラス91.6%と、大きな成長を遂げることができたと考えております。

連結売上高 / 年別推移

- 順調にトップラインを更新



© istyle Inc. 7

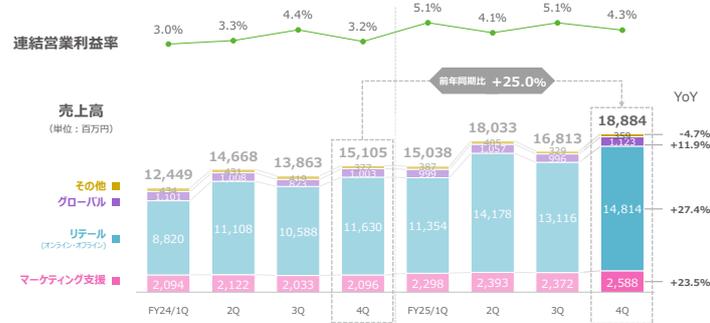
こちらは、当社の連結売上高の年次推移となります。創業以来、着実に成長を続けており、一時はコロナ禍の影響でやや厳しい局面もございましたが、その後は大きく業績を回復・成長させてまいりました。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

セグメント別売上高 / 四半期別推移

- マーケティング支援・リテール事業がトップラインを牽引

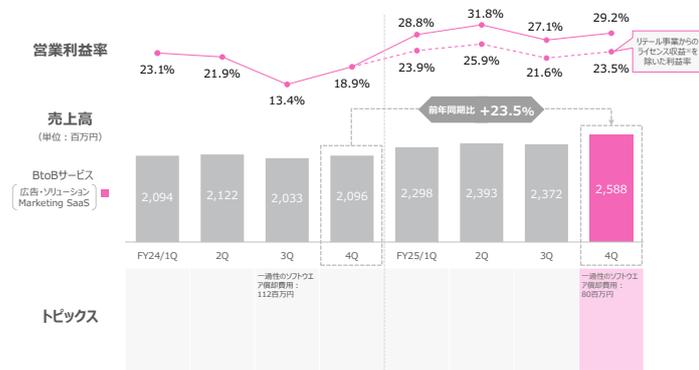


© style Inc. 8

次にセグメント別の売上高についてご説明いたします。ご覧のとおり、リテール事業およびマーケティング支援事業の両事業が堅調に拡大を続けており、これが当社全体の成長を牽引しております。また、連結営業利益につきましても、劇的な伸びではないものの、堅実に上昇基調を維持しており、収益性の強化が図られていることがお分かりいただけるかと思います。

マーケティング支援 セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高: リテール事業の拡大に伴いユーザーエンゲージメントの価値訴求が進み、大手・中堅・新興ブランドとも継続して取引拡大
- 営業利益率: 一過性のソフトウェア償却費用の計上があったものの、YoYでは増収寄与で等伸



※ 今期からcosme商標に関するライセンス契約に基づく取引開始。セグメント間取引であるため連結利益には影響なし。(詳細はP54参照)

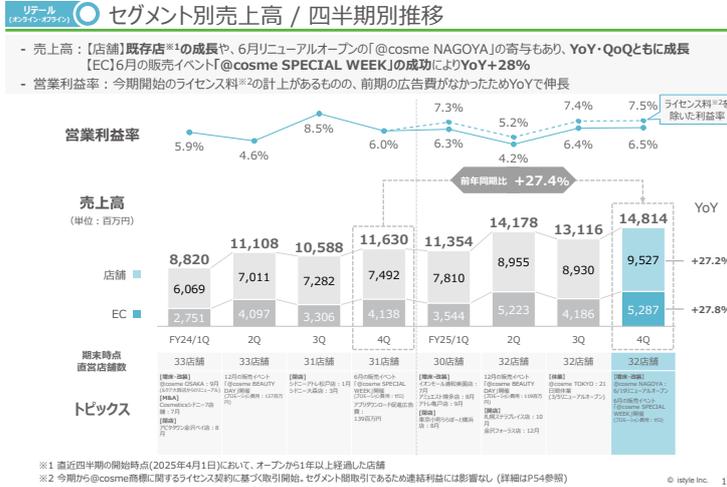
© style Inc. 9

セグメント別売上高、マーケティング支援事業につきましては、売上高が前年同期比+23.5%と好調に推移いたしました。営業利益については、今期から2種類の線での推移を表示しております。実線はリテール事業からのライセンス収益を含んだもの、点線はそれを除いた利益率となります。ライセンス収益を除いたベースでも着実な成長を確認できており、構造的な収益性の向上が進んでいると認識しております。冒頭でも申し上げた通り、リテール事業の拡大によって得られたユーザー様とのエンゲージメント、ならびにブランド様との関係性が、マーケティング支援においても良好に作用しており、データを活用した取引が拡大している状況です。

なお、第4四半期に関しましては、一過性のソフトウェア償却費用の計上があったため、営業利益の伸び率はやや抑えられておりますが、これはあらかじめ想定していた範囲内のものとございます。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

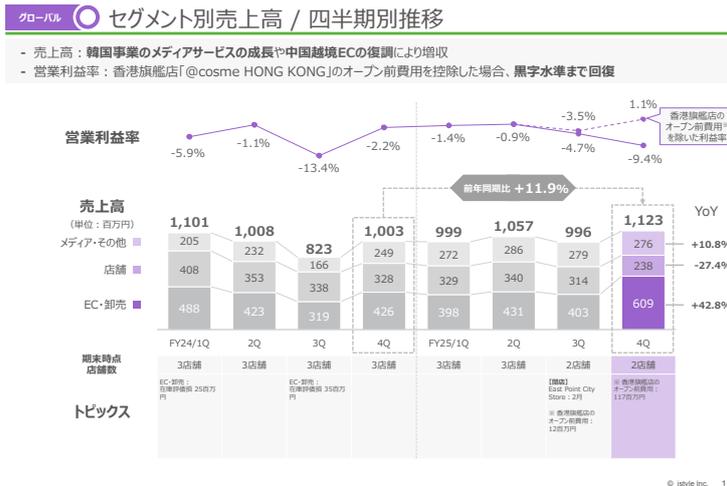


リテール事業は、店舗・ECともに順調に成長しております。

まず店舗については、新規出店に加え、既存店の売上がしっかりと伸長していることが大きな特徴です。また、2025年6月にはフラッグシップストアとしては3店舗目となる名古屋店をオープンいたしました。こちらも順調に立ち上がっており、引き続き良好に推移しております。

EC事業に関しましても、6月に実施いたしました「SPECIAL WEEK」キャンペーンが非常に好調で、前四半期比で+28%の売上成長を実現いたしました。

次に、営業利益率についてご説明いたします。リテール事業からのライセンス収益を含む実線と、ライセンス収益を除いた点線の2系列で推移を表示しております。点線、すなわち本業ベースの営業利益率においても、前期を過期で上回る水準を維持できており、収益性の改善が確認できる状況です。

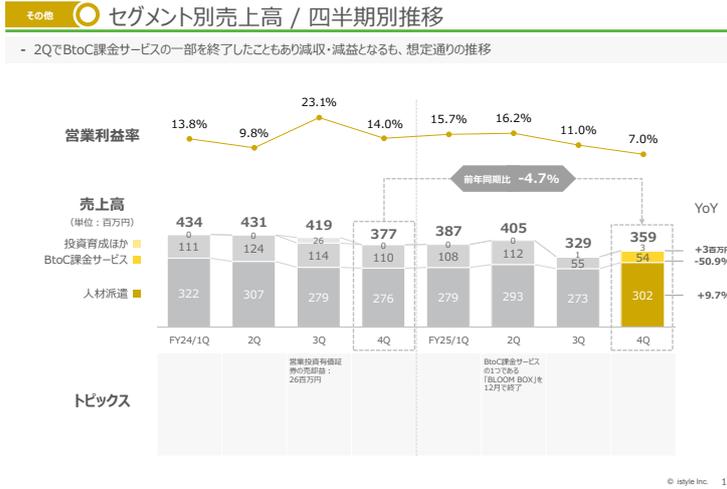


ここ数年、グローバル事業は厳しい状況が続いておりましたが、韓国におけるメディアサービスの回復および中国における越境EC事業の復調により、ようやく増収基調へと転じることができたと考えております。

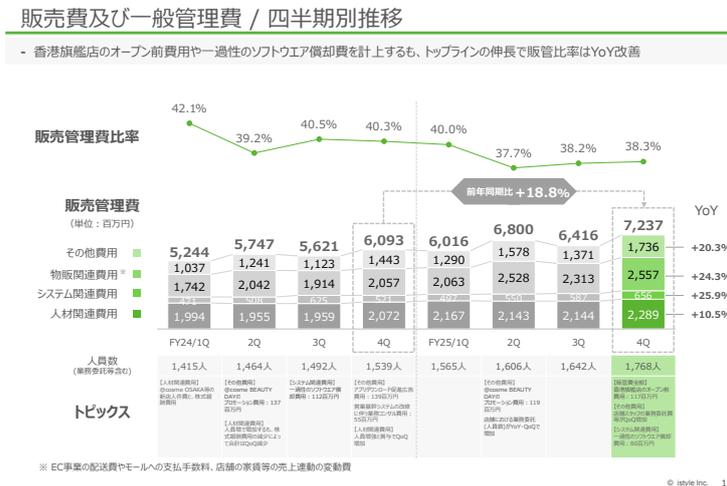
株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

一方、営業利益に関しましては、すでに開示しておりますとおり、2025年中に開業を予定している香港の旗艦店に関連する先行投資費用が今期に計上されているため、セグメントとしては営業赤字となりました。ただし、右側に示しております営業利益率の推移をご覧くださいますと、点線のグラフは当該先行費用を除外したベースとなっております、これでご確認いただけます通り、久しぶりに黒字を計上することができております。



その他事業に関しましては、先ほどご説明した通り、BtoC 課金サービスの一部終了に伴い、減収減益という結果となっておりますが、我々の見立て通りになっています。



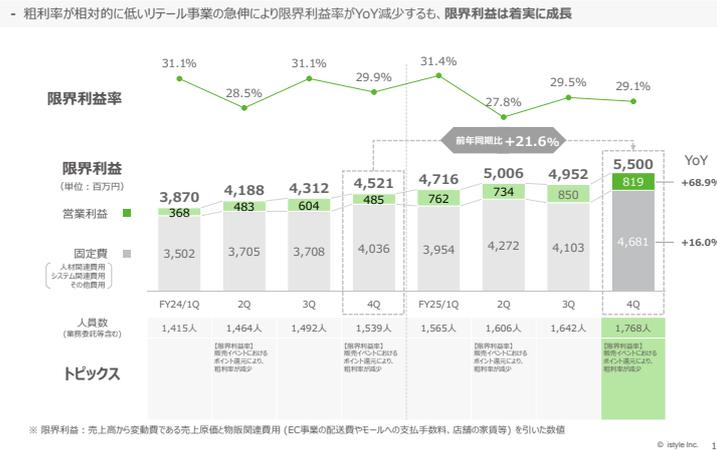
販管費についてご説明いたします。
 販管費率につきましては、通期で38.3%と、安定的にコントロールできていますと認識しております。期初の第1四半期はやや高めで推移いたしました、それ以外の期間ではおおむね38%前後で推移しており、通年を通して適正な水準を維持できたと考えております。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

販管費の実額は増加しておりますが、これは主にリテール事業の売上拡大、および全社的な成長に伴う人員増加が要因でございます。一方で、販管費率自体は適切に管理できており、事業成長に対するコストの抑制は機能しているものと捉えております。

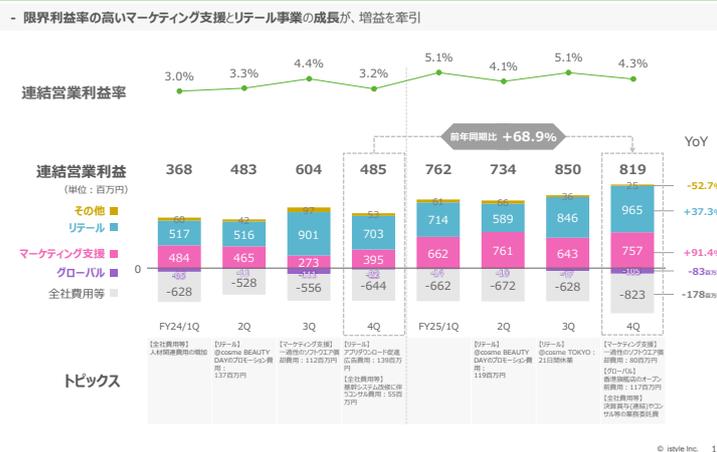
限界利益※ / 四半期別推移



限界利益率についてです。

当社はリテール事業の構成比が高いため、粗利率の低下に伴い限界利益率は若干の減少傾向にあります。しかしながら、限界利益の“額”としては着実に積み上げることができていると考えております。

セグメント別営業利益 / 四半期別推移



セグメント別の営業利益についてです。

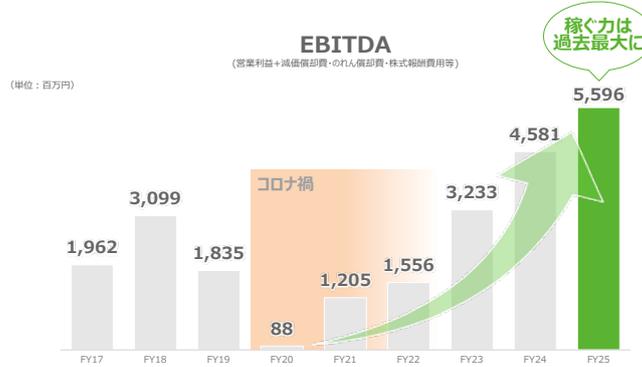
ご覧のとおり、リテール事業およびマーケティング支援事業が堅調に伸長しており、当社の業績全体を牽引する役割を果たしております。今後もこれらの事業の更なる成長に注力し、全体の収益力向上につなげてまいりたいと考えております。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

EBITDAの年別推移

- 本来的な収益力は、過去最高値を更新



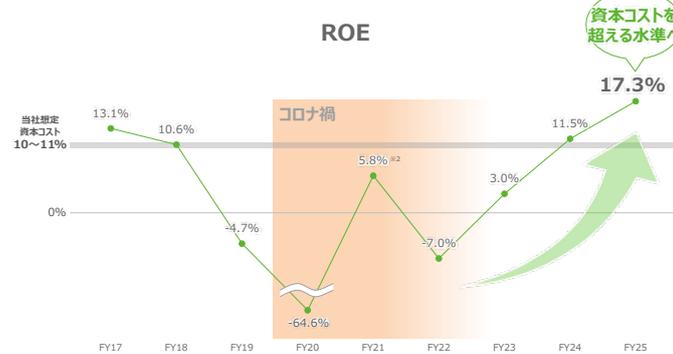
© style Inc. 16

EBITDAの年別推移についてご説明いたします。

FY2020年6月期は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、大変厳しい経営環境に直面いたしました。その後は着実に回復基調をたどり、今期は55億円、ほぼ56億円まで積み上げることができました。この「稼ぐ力」の強化こそが、当社の持続的成長にとって極めて重要な要素であると考えており、今後もEBITDAの拡大を重要指標の一つとして注視してまいります。

ROEの年別推移

- 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

© style Inc. 17

また、ROE（自己資本利益率）につきましても、今期は17.3%と、当社が資本コストの想定としている10～11%を大きく上回る水準に達しております。

この背景には、Amazon社によるCB（転換社債）の転換に伴い自己資本が増加した一方で、それ以上に事業成長が順調に進んだことが寄与しております。今後、CBの転換やワラントの行使等によって自己資本の変動は一時的に生じる可能性がございますが、根本的には事業成長をいかに積み上げていくかが、ROEの持続的な改善につながると認識しております。引き続き事業成長にフォーカスしながら、資本効率の高い経営を目指してまいります。

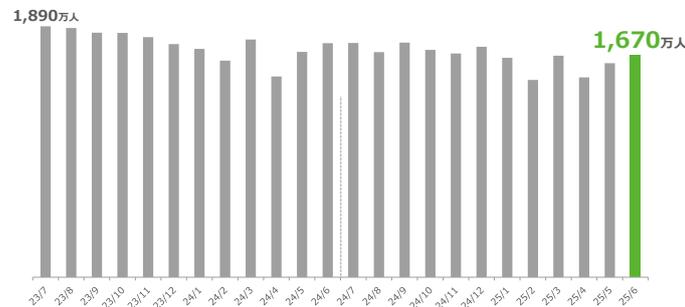
直近の運営サービスの状況

© istyle Inc. 18

直近の運営サービスの状況です。

@cosmeの月間ユニークユーザー数(MAU)の推移

- 安定して高い水準をキープ



© istyle Inc. 19

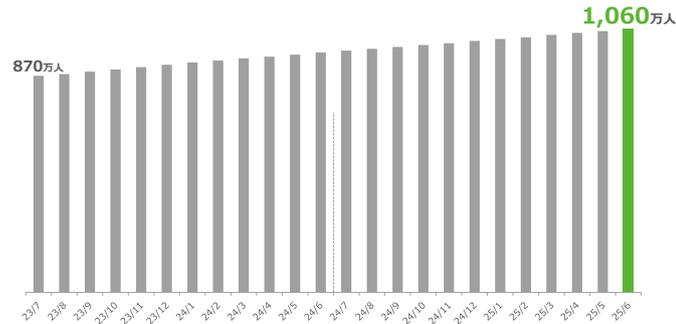
@cosmeの月間ユニークユーザー数につきましては、安定的に高水準を維持しております。検索エンジン等のアルゴリズム変更等の影響により一時的な変動はあるものの、1,670万人という高い水準をキープしていると認識しております。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

@cosmeの会員数※の推移

- 会員数は引き続き増加傾向



※ プレミアム会員などの有料会員とは異なる@cosmeにユーザー登録した会員数

© style inc. 20

加えて、@cosme 会員数も引き続き順調に拡大しており、現在は 1,060 万人まで増加しております。

リテール (オンライン・オフライン) 毎年6月開催の販売イベント「@cosme SPECIAL WEEK」

- 毎年12月開催の「@cosme BEAUTY DAY」と同じ、最大30%のポイントバックや特別アイテムに出会えるEC・店舗のイベント

@cosme SPECIAL WEEK 流通総額※



キービジュアル・店舗開催の様子

※ 会計上の売上高は、流通総額からポイント発行分を差し引いた数値を計上

© style inc. 21

また、毎年6月に実施している「@cosme SPECIAL WEEK」につきましては、FY2020 からスタートし、本年で6年目を迎えました。初年度の取扱高は約3億円でしたが、5年間で約9倍の成長を遂げ、今期は27億円に到達しております。EC 領域全体で競争が激化する中であっても、本取り組みは着実に成果を上げており、ユーザー・ブランド双方の参加意欲も年々高まってきていると実感しております。

今後も、このSPECIAL WEEKをはじめ、12月に実施している「@cosme BEAUTY DAY」といった施策を統合し、年間を通じての“@cosme 祭り”としての位置付けを確立させ、EC 事業の成長エンジンとして継続的に推進してまいります。

決算説明

リテール (オンライン・オフライン) 第3の旗艦店「@cosme NAGOYA」が6月にオープン

- 既存店を増床・改装して6月19日にリニューアルオープンし、東海地方に新しいリアルゲートウェイを実現。好調な初速を記録。
- 初となる百貨店との協業により、地域全体で化粧品業界の発展を目指す



オープン初日の店頭

店内のベストコスメアワードストリート

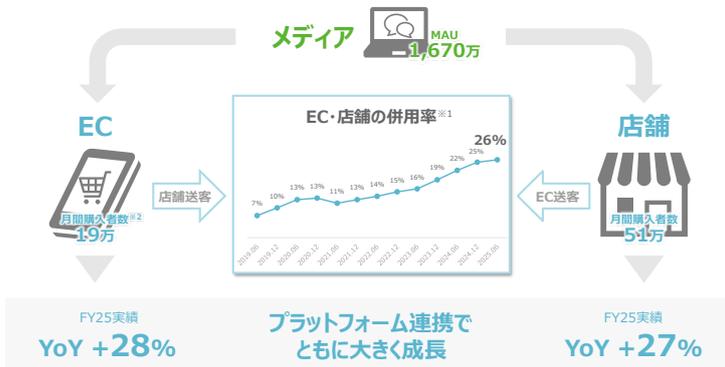
店舗名	: @cosme NAGOYA (アットコスメナゴヤ)
所在地	: 愛知県名古屋市中村区名駅1-1-3 タカシマヤ ゲートタワーモール 5F
売場面積	: 810㎡

© istyle Inc. 22

2025年6月に、@cosmeの第3の旗艦店となる「@cosme NAGOYA」を新たにオープンいたしました。これまで名古屋エリアにおいては、同じ商業施設内の約55坪の区画にて店舗運営を行ってまいりましたが、今回は大幅にスケールアップし、約230坪(810㎡)規模の大型店としてリニューアルオープンいたしました。オープン直後から多くのお客様にご来店いただいております。非常に好調な立ち上がりとなっております。また、本店舗はJR名古屋タカシマヤとの連携を図っており、商品ラインアップの強化に加え、両施設間での相互送客によるシナジーを期待しております。今後も地域全体で化粧品市場の拡大を図っていく方針です。日本全国において、百貨店の店舗数が減少傾向にある中、百貨店が持つ既存顧客基盤と、当社のような新しい小売形態との連携による市場活性化のモデルケースとして、本件を重要な試金石と捉えております。この取り組みを成功に導くことで、今後の成長戦略におけるリアルチャネル拡充の方向性を、より確かなものにしてまいりたいと考えております。

リテール (オンライン・オフライン) プラットフォームのシナジー最大化でEC・店舗ともに成長

- オンライン・オフラインを一気通貫した商品体験で、メディア・EC・店舗間での効率的な送客を実現。MAUとの差分が伸びしろ



※1 該当時点におけるEC・店舗の総利用客数のうち、EC・店舗のいずれかを利用し、かつ過去1年以内に他方を利用したユーザーの割合
※2 本店EC「@cosme SHOPPING」のみの数値 (Amazon、楽天などの支店は含まない) ※3 MAUはEC・店舗の月間購入客数は2025年6月時点の数値

© istyle Inc. 23

当社では、2019年よりECとリアル店舗の併用率の向上に取り組んでまいりましたが、現在では26%まで成長を遂げております。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

従来は、「@cosme」のメディアを起点に、EC および店舗への送客を促すという一方の流れが中心でしたが、現在はメディア・EC・店舗の三位一体での顧客接点が形成されております。それぞれが新たなタッチポイントとなり、@cosmeの世界観に触れていただく「入口」が多様化してきたと認識しています。

特に、店舗とECの併用促進に向けた環境整備を進めており、お客様にシームレスな体験を提供することで、より一層@cosmeをお楽しみいただける仕組み作りに注力してまいりました。今後は、こうしたメディア・EC・リアル店舗の連携強化をさらに加速させ、統合的なブランド体験を通じて、@cosmeの価値を一層高めてまいります。

以上、遠藤から前期の業績についてご説明させていただきました。今期事業戦略、および事業計画について、吉松から説明させていただきます。

■アイスタイル 吉松様

2026年6月期 事業戦略

© style Inc. 24

先ほど遠藤よりご説明させていただきました前期実績を踏まえまして、ここで前期までの総括をさせていただきます。

決算説明

前期までの総括

▶ 過去最大の売上高 / 営業利益も過去最高値を更新

売上高: **688億円** 営業利益: **31.6億円**

- ✓ ROEが**17%**にまで向上し、**資本コストを超える水準に到達**
- ✓ EBITDAも過去最高の**56億円**となり、**キャッシュ創出力も成長**

▶ さらに強固となったマーケットポジション

- ✓ EC・店舗とのシナジー訴求もあり、**マーケティング支援(BtoB)**の成長率が伸長
- ✓ リアルとネットを一気通貫した購買体験により、**EC・店舗ともに27%超の成長**を記録
- ✓ プラットフォーム全体で接点醸成・体験価値が向上し、**ユーザーアクション総数も最高値**

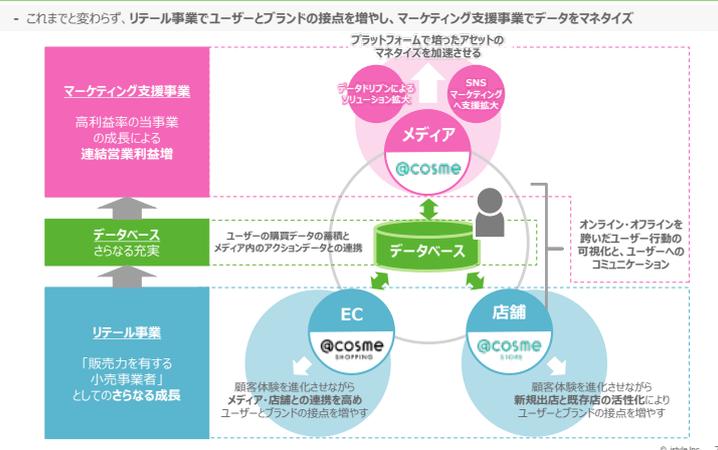
© style Inc. 25

お話にもありましたように、当期は過去最高の連結売上高および営業利益を達成することができました。これは、私たちにとっても大きな成果であり、非常に喜ばしく受け止めております。

特に、EBITDAの着実な成長により、キャッシュフローが安定的に創出できる体制が整ってきたことは、今後のさらなる成長に向けた重要な土台となるものと考えております。これにより、次のステージに力強く進んでいくための環境が整いつつあると認識しています。

また、直近オープンした @cosme NAGOYA についても触れさせていただきます。これまで名古屋駅構内にて小規模で展開していた店舗を、より広いスペースでの旗艦店として再構築いたしました。その成果もあり、メーカー各社様からは「デパート、ドラッグストア、専門店に次ぐ新たな流通チャネルとして“@cosme”が確立しつつある」との評価をいただくようになりました。業界内での当社のプレゼンスが、着実に高まってきていると実感しております。

プラットフォームの成長方針



当社は創業以来、「メディア」「EC」「リアル店舗」という3つの柱を基軸に事業を展開してまいりました。これらがようやく、数字だけでなく、ユーザー体験の面でも有機的につながりはじめ、それが業績にも確実に反映されてきていると感じております。

決算説明

今回発表させていただいた MAU（月間アクティブユーザー数）に関しましては、大きな成長が見られたわけではございません。しかしながら、そうした中でも業績数値が着実に伸びていることに対して、「なぜ伸びているのか」というご質問をいただくことがあります。

ユーザーアクションが中長期成長の源泉

- ユーザーアクション = “ユーザーとブランド間のつながり” が、成長戦略の核
- 閲覧だけに留まらない行動喚起（クチコミ投稿、お気に入り商品登録・購買など）によるエンゲージメント最大化を目指す



© style Inc. 27

当社として現在重視しているのは、単に「ユーザーが来訪する」という数ではなく、そのユーザーが実際にどのようなアクションを起こしているかという点であります。

ユーザーアクションとは、単なるメディアの閲覧や購買にとどまらず、たとえば「商品サンプルの取得」、「いいねなどの反応」、「店頭来訪」など多岐にわたります。これら一連の行動がデータとして蓄積されていくことにより、ブランド様にとっては購買前の貴重な顧客インサイトとして活用することが可能となり、実際にそれがマーケティング支援事業の成長へとつながっています。こうした「購買前の行動データベース」を構築することこそが、ECとリアル店舗の融合戦略を成功に導く鍵であり、当社が今後も強化していくべき基盤であると認識しております。

そのため、社内においてはこのユーザーアクションのソース数の最大化を重要な KPI としてモニタリングしており、ユーザーエンゲージメントのさらなる向上に取り組んでおります。

今後は、MAU ではなく「ユーザーアクション数」を重視し、それをどのように増やしていくか、またブランドにとっての価値へどうつなげていくかを軸に、中期成長戦略の蓋然性を高めていきたいと考えています。

決算説明

これからの注力事項

- 以下の4項目に注力することで、中長期成長の基盤形成を進める

- ① ユーザーアクションを増やす
- ② ユーザーアクションの場を広げる
- ③ ユーザーアクションを価値化する
- ④ 現在の化粧品領域から、より幅広いBEAUTY領域に広げる

© istyle Inc. 28

今後は、次の4つの点について、投資家の皆さまと積極的にコミュニケーションを図っていきたくと考えています。

1つ目は、ユーザーアクションの総数を増やすことです。単なるユーザー数ではなく、ユーザーがどのような行動を取ったか、その総体を重視しています。

2つ目は、ユーザーがアクションを起こす「場」を増やすことです。従来はメディア、EC、店舗という3つの接点を中心にしてきましたが、今後はそれ以外の場所も含め、ユーザー接点の拡充を進めていきます。

3つ目は、ユーザーアクションの可視化を進め、企業としての収益性を高めていくことです。

そして4つ目は、このユーザーアクションの対象領域を、化粧品にとどまらず、他の領域にも広げていくことを視野に入れていきます。

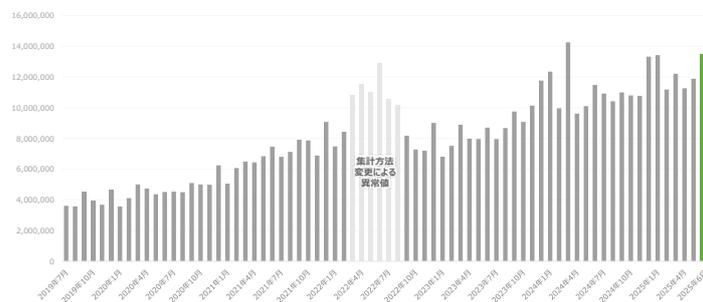
① ユーザーアクションを増やす

- MAUは外部要因で増減するものの、事業成長の源泉となるユーザーアクション数はプラットフォームの成長とともに順調に拡大

- ① ユーザーアクションを増やす
- ② ユーザーアクションの場を広げる
- ③ ユーザーアクションを価値化する
- ④ より幅広いBEAUTY領域に広げる

ユーザーアクション総数の月次推移

(=アクションしているユーザー数 × 1人あたりのアクション数)



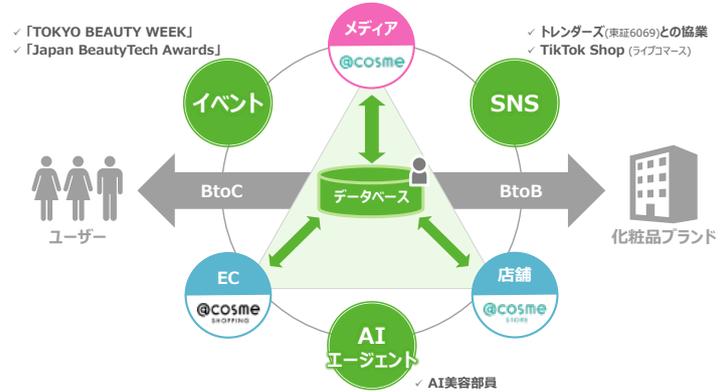
© istyle Inc. 29

実際のユーザーアクション数の月次推移は、こちらに示している通りです。私たちは2019年から継続してこのユーザーアクション数を追いかけており、今後の発表においては、MAU (Monthly Active Users) ではなく、このユーザーアクション数を主要な指標として、皆さまとコミュニケーションを取ってまいりたいと考えています。

決算説明

② ユーザーアクションの場を広げる

- ユーザーとブランド間のユーザーアクションを増やすために、イベント・AIエージェント・SNSなど@cosme外での接点拡大



© istyle Inc. 30

このユーザーアクションが行われる場として、これまでは@cosmeメディア、EC、そしてリアル店舗に注力してまいりました。一方で、近年ではSNS上でのユーザーアクションの拡大にも注力しており、トレンダーズとの協業や istyle me の立ち上げなど、体制を強化してまいりました。加えて、TikTokをはじめとした各種ソーシャルプラットフォームにおいても、今後さらに新たな機能や可能性が広がっていくと見込んでおり、引き続き積極的に取り組んでいく所存です。

また、リアルでの接点の活用についても一層強化してまいります。その一環として、ユーザーとの接点を創出するリアルイベントの開催にも、積極的に取り組んでいく方針です。

当社では「TOKYO BEAUTY WEEK」および「Japan BeautyTech Awards」を通じて、既存および新たな美容技術・ビジネス領域への評価・表彰を継続的に実施しております。加えて、今年度より新たな取り組みとして「TOKYO BEAUTY WEEK」の立ち上げを予定しており、詳細については今後、適宜リリース等にてご案内させていただきます。

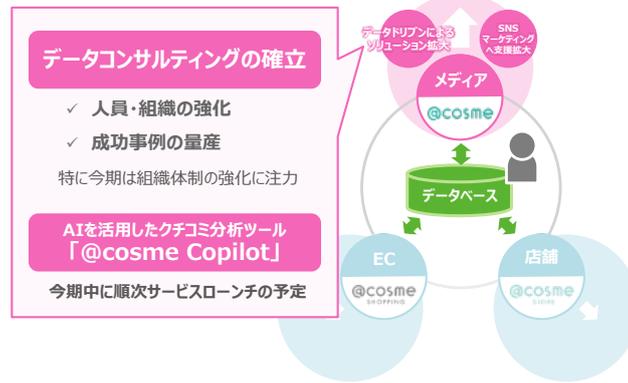
また、AI エージェント、いわゆる“AI 美容部員”の活用にも積極的に取り組んでまいります。これまでの検索や Web ペースの導線だけではなく、ユーザーとブランドとの新たな接点創出を目指し、AI 技術への投資を強化していく方針です。

決算説明

③ ユーザーアクションを価値化する

- ユーザーアクションによって得られたデータからインサイトを導き、収益機会につなげる

- ① ユーザーアクションを導く
- ② ユーザーアクションの価値化
- ③ ユーザーアクションを価値化する
- ④ #MEDICALITY#



© style Inc. 31

ユーザーのアクション数が増え、さらにそのアクションが行われる場所が多様化する中で、当社ではそれらのアクションをどのようにブランド価値へと転換していくか、いわば「ユーザーアクションの価値化」に注力しております。

この取り組みの一環として、本年度よりデータソリューションビジネスに特化した新会社を設立いたしました。データコンサルティングの体制を確立し、蓄積されたユーザーデータを活用してブランド様への価値提供を本格化させてまいります。

さらに、ユーザー向けのAIではなく、ブランド側に向けたAIツールの開発にも注力しております。具体的には、クチコミやアクションデータの分析を通じて、ブランドの意思決定を支援する機能を提供していく構想です。その第一弾として「@cosme Copilot」をローンチ予定であり、今期中には複数のサービスを順次展開する計画です。進化の過程でサービスの形態が変わる可能性もありますが、今後数年かけて、ブランドとユーザーをより深く、可視的につなぐ支援ツールやコンサルティングサービスの確立を目指してまいります。

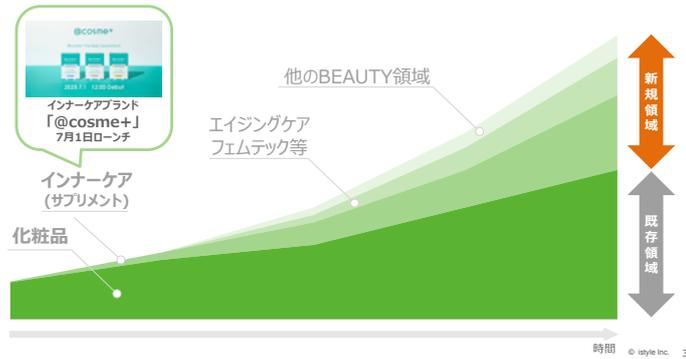
決算説明

④ 現在の化粧品領域から、より幅広いBEAUTY領域に広げる

- 中長期でウェルビーイング領域(サプリメント・健康食品)などにも進出し、新しい可能性を模索

- ① ユーザーアクションを増やす
- ② ユーザーアクションの場を広げる
- ③ ユーザーアクションを価値化する
- ④ 現在の化粧品領域から、より幅広いBEAUTY領域に広げる

当社売上高の中長期イメージ



結果として、当社は化粧品領域における既存ビジネスの可能性を引き続き積極的に追求するとともに、新たな取り組みとして第1弾となるインナーケアサプリメントをスタートいたしました。さらに、エイジングケアやフェムテックをはじめとした、より広義のビューティー領域にも展開を広げております。このような新たな取り組みにより、ユーザーのアクションを増やし、それらを価値に転換することで、当社の事業領域は着実に拡大していると考えています。

2026年6月期 事業戦略 / 総括

再掲

- 以下の4項目に注力することで、中長期成長の基盤形成を進める

- ① ユーザーアクションを増やす
- ② ユーザーアクションの場を広げる
- ③ ユーザーアクションを価値化する
- ④ 現在の化粧品領域から、より幅広いBEAUTY領域に広げる

© istyle Inc.

今後は、「ユーザーアクションを増やす」、「ユーザーアクションの場を広げる」、「ユーザーアクションを価値化する」、「現在の化粧品領域から、より幅広い BEAUTY 領域に広げる」、以上の4点を軸に、取り組みを加速してまいります。

特に、国内においてはエイジングケア分野が数少ない成長マーケットのひとつであり、この領域におけるアイスタイルのポジションをさらに強化してまいります。

2026年6月期 事業計画

© style Inc. 33

その上で、今期の業績見通しについて申し上げます。

2026年6月期 事業計画

- 中期事業目標の達成に向け、事業基盤拡大への投資強化と並行しながらも、収益水準の引き上げにより増収・増益を目指す
- 財務基盤の強化に伴い、前期FY25分から計画通り復配

(単位：百万円)	FY26計画 (A)	FY25実績 (B)	前期比 (A/B)
売上高	83,000	68,768	+20.7%
営業利益	3,800	3,164	+20.1%
経常利益	3,800	3,310	+14.8%
親会社株主に 帰属する純利益	2,650	2,327	+13.9%
一株当たり配当	1円	1円	±0%

香港旗艦店のオープン費用等が上期に計上されるため、利益は下期偏重

© style Inc. 34

売上高は 830 億円、営業利益および経常利益はともに 38 億円、純利益は 26 億円を目標としております。売上および営業利益ともに前年同期比で 20% の成長を見込んでおります。

配当については、前期に計画通り復配を実施しておりますが、今後も成長投資を優先しつつ、バランスの取れた資本政策を推進してまいります。

なお、今期香港の旗艦店オープンを年内（11 月～12 月頃）に予定しており、現在準備を進めております。このような大型投資が上期に集中する見通しであることから、利益は下期偏重となる計画です。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

2026年6月期 事業計画 / 各セグメント

		FY26計画 (A)	FY25実績 (B)	前期比 (A/B)
連結	売上高	83,000	68,768	+20.7%
	営業利益	3,800	3,164	+20.1%
マーケティング 支援	売上高	11,000	9,651	+14.0%
	営業利益	3,000	2,822	+6.3%
リテール	売上高	63,300	53,463	+18.4%
	営業利益	3,600	3,115	+15.6%
グローバル	売上高	6,900	4,174	+65.3%
	営業利益	10	-176	+186
その他	売上高	1,800	1,480	+21.6%
	営業利益	70	188	-62.8%
全社費用等	営業利益	-2,880	-2,785	-95

© style Inc. 35

各事業セグメントの状況については、現在ご覧いただいているとおりです。
まずマーケティング支援事業については、ようやく売上高が100億円を超える規模にまで成長してまいりました。また、リテール事業も630億円に達しており、化粧品市場全体が約2兆5,000～6,000億円規模と言われる中で、当社は市場の2%超のシェアを獲得する水準に至っています。
グローバル事業についても、香港、中国、韓国、そして台湾など、各地域で展開している事業が一体となり、ようやく全体として営業利益の黒字化が見えてきたと考えています。

2026年6月期 事業計画 / 計画の前提

- 中期事業目標の達成に向けて蓋然性を高めるため、トップラインの伸長と組織体制の投資強化に注力

マーケティング支援	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存の広告・ソリューションサービスは、オーガニック成長を継続 ✓ 新サービス「データコンサルティング」は、収益の柱とすべく今期は人員体制強化に注力 	
リテール	
店舗	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「@cosme NAGOYA」の通年寄与(FY25.4Qの6月オープン)と既存店成長を想定 2店舗の新規出店と、1店舗の既存店改装を計画
EC	<ul style="list-style-type: none"> ✓ メディア・店舗との連携や、BEAUTY DAY等のイベントを起点に新規獲得 Amazon.co.jpなど外部プラットフォームでの出会いも引き続き創出
グローバル	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 上期は「@cosme HONG KONG」のオープン前費用が先行 2025年内のオープンを目指し、下期から収益貢献する想定 既存事業の収益強化や黒字転換を見込む 	

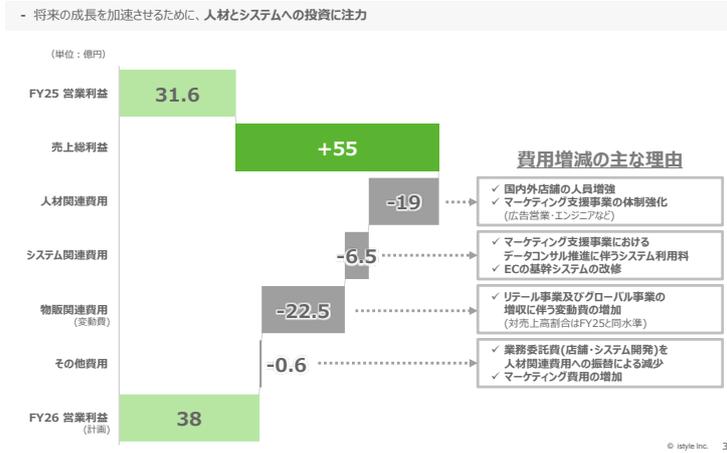
© style Inc. 36

マーケティング支援、リテール、グローバルの各事業が着実に成果を上げており、今後はそれぞれがしっかりと足並みを揃え、中期事業方針の実現に向けてより強く連動していくことを期待しています。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

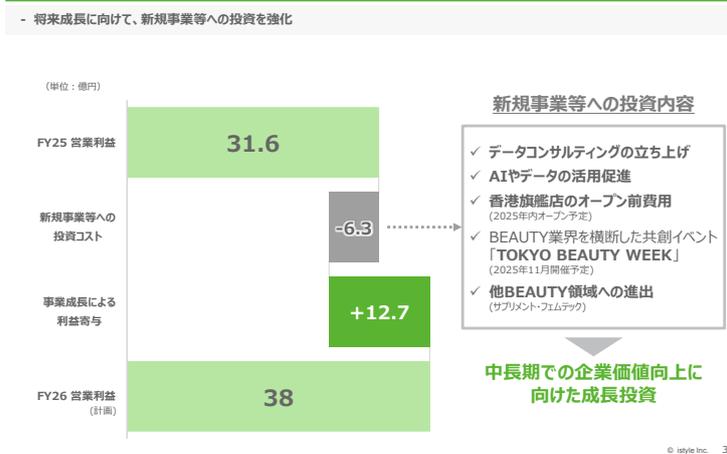
決算説明

営業利益の増減要因 / 販管費別



営業利益の増減要因につきましては、現在ご覧いただいているスライドの通りです。
人件費を含む管理費は増加しており、また、物販にかかる費用も売上増に伴う変動費として増加しています。

営業利益の増減要因 / 新規事業等への投資コスト



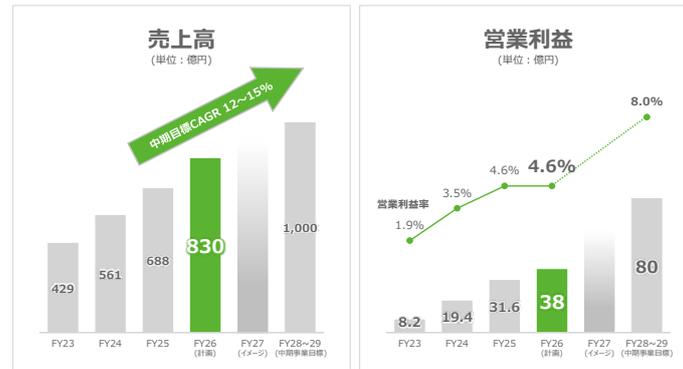
こうした費用構造を、新規事業・既存事業の成長という視点で整理すると、今期の営業利益は31.6億円を見込んでおり、そのうち12.7億円は既存事業の成長によるプラス要因です。これに加え、新規事業への成長投資として6.3億円を計画しており、最終的に今期の営業利益は38億円を想定しております。

株式会社アイスタイル | 2025年8月20日(水)
3660 東証プライム 情報・通信業

決算説明

連結業績の推移 (売上高・営業利益)

- 中期目標達成に向け、トップラインの伸長と経営基盤強化への投資を今期のテーマとする



© style inc. 39

私たちは、中長期的な企業価値の向上に向けた成長投資を継続し、さらにその成果を確実に事業成長につなげていきたいと考えております。

なお、中期事業目標としては、売上高 1,000 億円、営業利益 80 億円という目標を掲げております。売上高については、すでにその水準が射程圏内に入ってきており、営業利益についても、営業利益率 4.6% という水準からさらなる向上を目指していく方針です。トップラインの成長に合わせて、利益面でもしっかりと伸ばしていく考えです。

このように、当社はコロナ禍による一時的な落ち込みから回復し、着実に「稼ぐ力」がついてきました。今後は、次なる成長ステージに向けて積極的に進んでまいりますので、引き続きご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

以上で私からのご説明を終わります。ありがとうございました。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp