

2025 年 11 月 12 日

会 社 名 株 式 会 社 ア イ ス タ イ ル
代 表 者 名 代 表 取 締 役 会 長 CEO 吉 松 徹 郎
(コード番号：3660 東証プライム)
問 合 せ 先 取 締 役 副 会 長 CFO 菅 原 敬
(TEL.03-6161-3660)

2026 年 6 月期第 1 四半期 決算説明会における質疑並びに想定質問に対する回答

■連結

1. 1Q の営業利益が、通期業績予想に対して好調に推移した主な要因は何か？

主な要因はマーケティング支援事業の成長と、グループ全体でのコストコントロールである。
特に高収益のマーケティング支援事業が連結営業利益を牽引しており、リテール事業の販売ボリュームの拡大に伴って販売促進サービスが好調に推移したことに加え、シナジー効果でオンライン広告などの各ソリューションの成長がさらに加速した形となった。

2. 2Q が QoQ(1Q 対比)で減益見込みとのことだが、要因は何か？

以下の将来成長を加速させるための先行投資等を予定しているため、1Q から減益する見込みである。(各詳細はリンク先を参照)

- ・ 11 月の新リアルイベント「[Tokyo Beauty Week](#)」の関連費用
- ・ 例年 12 月に開催する販売イベント「[@cosme BEAUTY DAY](#)」のプロモーション費用
- ・ 1Q に引き続き、12 月オープン予定である香港旗艦店「[@cosme HONG KONG](#)」の費用

■ マーケティング支援事業

3. マーケティング支援事業の成長が加速しているが、新サービスであるデータコンサルティングによる業績寄与と進捗状況はどうか？

サービス毎の個別開示は差し控えるが、業績寄与はまだ限定的であるものの、着実にコンサルティングの成果が出始めている。

クライアントから業績向上に繋がったという声もいくつか頂いており、その実績に基づくメーカー内での横展開の拡大や、別のブランド・部署からの案件増加など好調な滑り出しとなった。

また、コンサルティング案件を契機に既存ソリューションの受注に繋がる事例も増えているため、サービス間のシナジーによる間接的な業績貢献も大きくなっている。

しかしながら、多くの引き合いを頂いている一方で、現状のコンサルタント人員体制では稼働率の上限に達しているため、引き続き採用に注力したい。

4. 一過性の収益要因や、2Q以降に計上が繰り延べられた費用などはあるのか？

特段の一過性要因はなく、オーガニック成長による増収と高い限界利益率を背景に、増益幅を効率的に拡大した結果である。

5. 生成AIを活用したクチコミ分析ツール「@cosme Copilot」の進捗状況はどうか？

2026年1月以降に正式ローンチを予定しており、そこから徐々に展開していく。既に一部ブランドの方々にはテストリリースしており、フィードバックを受けながら改善している。

■ リテール事業

6. 店舗売上高においてインバウンド減少の影響があったとのことだが、現状はどうか？

7月は東アジアの旅行者を中心に減少が見られたものの、8月から回復傾向となり、現状において特段の懸念点はない。10月には中国の国慶節(祝日)によりインバウンドが再び盛況となったが、市況や消費動向にも左右されるため引き続き注視したい。

■ グローバル事業

7. 海外初となる旗艦店「@cosme HONG KONG」の進捗状況はどうか？

2025年12月5日のオープンが決定し、名古屋旗艦店と同水準である国内外500ブランド以上のラインナップを予定している。

今後、具体的なブランド名や新しい仕掛けなどのプレスリリースを開示するので、そちらもご参照いただきたい。

以 上