Nine & Company Inc.

Beyond Fashion, Building a Lifestyle Platform

ファッションの枠を超え、ブランド・キッズ・
ビューティー・ヘルスケアを展開する
グローバルライフスタイル専門企業



株式会社
Nine & Company Inc.

CONTENTS



1. 会社紹介
会社概要・会社アイデンティティ・会社のビジョンと核心価値

2. 会社沿革

3. 主要競争力
6つの成長基盤・顧客拡大構造・事業ポートフォリオ

4. 事業紹介
既存事業・新規事業・自社プラットフォーム開発・生産専門化計画・一東製薬との合弁法人

5. 経営実績
売上高・安定性・投資ポイント

6. 未来成長戦略
4段階の中長期成長戦略・中長期ビジョン

KOSDAQ

会社紹介
Nine & Company Inc.
はファッションを超えて、ライフスタイルをつなぎます。

Beyond Fashion, Building a Lifestyle Platform

株式会社Nine & Company Inc.は、約20年にわたり女性ファッション市場で培ってきた
商品企画・生産・オンラインプラットフォーム運営などのノウハウを基盤に成長してきた、
KOSDAQ上場企業です。

株式会社Nine & Company Inc.は、プラスサイズ女性ファッション分野で築き上げてきたブランド
競争力と、約100万人の会員基盤をもとに、メンズ、キッズ、ビューティー、インテリア、
ダイバーシティなど、さまざまな分野へ事業を拡大しています。
さらに、韓国市場に適した商品を企画・生産・オン・オフラインで展開することで、顧客と
つながる総合的なブランド・コマース・ライフスタイル企業を目指しています。





既存事業

安定性

女性プラスサイズ衣料事業
・メンズ事業

＋



新規事業

成長性

海外キッズプレミアム衣料
・ビューティー・ヘルスケア
・エンターテインメント・流通
・新規海外ブランドのローンチ

既存事業の安定した基盤に、多様な新規事業の成長性を掛け合わせ、

韓国初のグローバルライフスタイルプラットフォーム企業へと飛躍することを目指します。

ビジョンを実現するための Nine & Company Inc.の戦略

01

Established Business

プラスサイズ女性ファッション市場で培ってきた
ブランド認知度、商品企画力を強みに、
安定した売上基盤を構築

02

Customer Platform

約100万人の会員と長年にわたり蓄積してきた 購買・
市場・顧客データ

03

Category Expansion

メンズ、海外ブランド、キッズ、ビューティー・
ヘルスケア分野へ事業ポートフォリオを拡大

04

Production Capability

自社企画力の高度化と海外生産拠点の確保を通じて、
生産力を強化し、商品競争力と収益性を同時に向上

05

Digital Transformation

AIとデータを活用した自社プラットフォームを開発し、
商品登録・販売・マーケティング・運営業務を自動化

06

Strategic Partnership

国内外のブランド・流通・ファッション・ヘルスケア
専門企業との パートナーシップを通じて、
新たな市場と流通チャネルを確保



INFORMATION

会社名	株式会社Nine & Company Inc.
企業形態	KOSDAQ上場企業・銘柄コード KOSDAQ 366030
設立日	2006年11月2日
代表取締役	イ・ギウン
本社所在地	京畿道 楊州市 平和路1525
主な事業	衣類の企画・生産・流通、 電子商取引およびオンラインファッションプラットフォームの運営
売上高	2025年売上高：約448億ウォン・営業利益：約68億ウォン ・当期純利益：約74億ウォン
主要ブランド	09WOMEN、09MADEおよびファッション関連の自社ブランド
新規事業	グローバルファッションブランド、ブランドの輸入・販売、キッズアパレル、 ビューティー・ヘルスケア、自社生産およびプラットフォーム開発

HISTORY TIMELINES

20年間、挑戦を続けてきたNine & Company Inc.の歩み

2002

プラスサイズのレディースファッション
オンライン事業を開始

2006

株式会社09WOMEN法人設立

2010年代

プラスサイズのレディースファッション
専門プラットフォームへと成長

自社企画・生産商品の細分化および
サイズ展開の体系を構築

2022

KOSDAQ市場に上場

2023-2025

レディースアパレル、インナーウェア、機能性ウェア、
ビューティーなどへカテゴリーを拡大

中国法人、日本法人、台湾法人を相次いで設立

2026

株式会社Nine & Company Inc.へ社名変更

新規事業部を設立し、事業ポートフォリオを再編

名品・グローバルブランドおよび
日本のライフスタイル分野への事業展開を推進

日本の「一同製薬」およびビューティー・
ヘルスケア分野での合弁会社設立を推進

自社オンラインプラットフォームの開発および
デジタルトランスフォーメーション戦略を策定

主要競争力

NIINE & COMPANY

6つの差別化された主要競争力

約100万人の会員基盤

約100万人の会員基盤を活用した
新規事業への展開力

豊富な顧客データベース

蓄積された顧客データを、商品企画や
生産数量の決定に活用

ファッション市場における専門性と経験

20年間にわたり培ってきたプラスサイズ
レディースファッション市場への
深い理解と、商品開発ノウハウ

オン・オフライン双方での運営力

自社モールに加え、百貨店・
ホテル・ポップアップストアなど、
多様な販売チャネルを展開

自社商品企画力

市場分析からデザイン・生産・販売まで、
一貫して手がける商品開発力

新規事業への拡張性

既存の顧客基盤・プラットフォーム・
商品企画力を活かし、
さまざまな新規事業へ展開可能

約100万人の会員基盤は、Nine & Company Inc.の中核資産です。

Nine & Company Inc.は、既存のオンラインファッション事業を通じて、約100万人の会員基盤を構築してきました。
これは単なる顧客数にとどまらず、新しいブランドや商品をスピーディーに展開し、市場の反応を検証できる重要な事業基盤です。

顧客基盤の活用方法

新規事業の検証
新規ブランド・商品のスピーディーな市場テスト

顧客ごとのパーソナライズ
購買データに基づいた商品提案

CRMの強化
パーソナライズされたマーケティングによる
顧客ロイヤルティの向上

カテゴリーの拡大
ビューティー・キッズ・ラグジュアリーなど、
新たなカテゴリーへの展開

運営効率の向上
ブランド横断型マーケティングと共通ポイントの活用

顧客層の拡大

レディースファッション顧客

プレミアムファッション・ラグジュアリー顧客

マタニティ・育児・キッズ関連顧客

ビューティー・インナービューティー・ヘルスケア顧客

ファミリー層を中心としたライフスタイル顧客

“段階的な顧客層の拡大”

安定した既存事業と成長型の新規事業を融合

新規事業

ラグジュアリー・プレミアム／キッズ・ライフスタイル
ブランドライセンス／グローバル調達・流通

生産事業

自社生産／ブランド専用商品の開発
国内外のOEM・ODMおよびパッケージ商品の生産
コスメ・キッズ商品の共同開発

既存事業基盤

プラスサイズレディースファッション／ブランド商品の競争力
社オンラインモールの運営・コンテンツ制作・顧客管理

ビューティー・ヘルスケア事業

一同製薬との合弁会社
ビューティーコスメ・インナービューティー
健康機能食品・ヘルスケアデバイス

プラットフォーム事業

コマースプラットフォームの構築／AIを活用した運営の自動化
商品・顧客データの統合／ブランドの出店・グローバル展開

グローバル事業

中国・日本・台湾の3つの海外法人を基盤に展開
既存・新規事業の海外展開およびグローバル流通の拠点

事業紹介

既存事業部　プラスサイズレディースファッション専門事業

顧客体験への深い理解をもとに成長してきた、ファッション専門プラットフォーム

プラスサイズレディースファッションの企画・生産・流通で
培ったノウハウを活かし、一人ひとりの顧客体験に
寄り添った最適なスタイルを提案しています。

Every, Body　多様な個性、それぞれが持つ自分らしい身体



主な事業領域

- プラスサイズウェア
- 自社企画・製作ウェア
- インナーウェア・補整下着
- 機能性アスレジャー
- ファッション雑貨
- 自社・外部プラットフォーム流通

主な競争力

顧客ニーズに合わせた商品企画

顧客体型に関する膨大なデータをもとに、
細分化されたサイズ・パターンを開発

直販体制

自社オンラインモールを通じて顧客と直接つながり、
市場の変化にスピーディーに対応

自社企画・製作商品

市場ニーズや販売データをもとに、
差別化されたオリジナル商品を企画

生産・品質管理

適正な在庫管理と徹底した品質管理により、
高い商品クオリティを維持

顧客データ

販売量・サイズ・
返品率などの蓄積データを商品企画や生産に活用

高い顧客ロイヤルティ

長年の事業運営を通じて築き上げた会員基盤と、
顧客からの高い信頼

自社プラットフォーム開発

既存事業のバリューチェーン

1
市場・顧客分析

トレンド、顧客の購買パターン、サイズ別販売量、
レビュー・返品理由などを分析

2
デザイン・商品企画

シーズンごとの商品企画、価格設定、
素材選定、デザイン開発

3
パターン・サンプル・フィッティング

プラスサイズに特化したパターン開発と、
繰り返しの着用テスト

4
生産・品質管理

協力工場での生産、納期管理
および各工程での品質検査

5
コンテンツ制作

自社オンラインモール、外部プラットフォーム、SNS、
CRM、パフォーマンスマーケティング向けコンテンツの制作

6
在庫管理

商品の入荷・在庫管理、サイズ別の
在庫最適化および需要予測

7
マーケティング・販売

商品撮影、動画、商品詳細ページ、
ブランドコンテンツの制作

8
顧客管理

顧客からの問い合わせ、レビュー、会員情報、
リピート購入および顧客データの管理

商品企画から顧客管理まで一貫した統合運営体制

次世代の自社プラットフォーム構築

Nine & Company Inc.は、既存の外部ソリューションの限界を超え、事業構造と成長戦略に
最適化した独自のプラットフォーム構築を目指しています。

主要機能

- 統合会員管理
- 商品一元管理
- AIを活用した自動化
- データ分析
- 受注・在庫・物流の一元管理
- 外部システム連携

自社プラットフォーム構築

単なるオンラインモールの枠を超え、
顧客・商品・取引・ブランドに関するデータを蓄積する

Nine & Company Inc.の中核資産へ。

期待される効果

- 業務効率の向上
- 売上拡大
- プラットフォーム資産の確立
- 新規事業への展開
- 事業の独立性強化
- 企業価値の向上

新規事業部 **新規事業の推進方針**

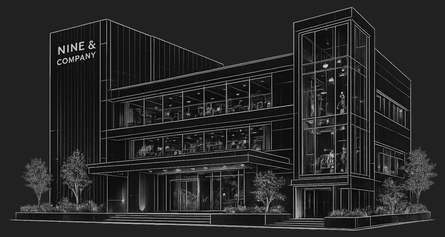
プラスサイズファッションで培った競争力を基盤に、グローバルライフスタイル市場へ事業領域を拡大

グローバルプレミアムブランド

ラグジュアリーファッション・雑貨

キッズファッション

キッズライフスタイル



主要な事業拡大領域

ビューティー・コスメ

ホームショッピング・B2B

国内外ブランドライセンス

ブランド共同開発・自社生産

新規事業の目標

1. レディースを中心としたプラスサイズアパレル事業から、ファミリー向けライフスタイル事業へ拡大
2. 国内外の有望ブランドの韓国市場参入を支援するプラットフォームを構築
3. ラグジュアリー・プレミアムブランドを通じた顧客層および顧客接点の拡大
4. ブランドライセンスの確保と自社生産体制の構築による収益性の向上
5. オンライン・百貨店・ホテル・ホームショッピング・薬局などを つなぐ多様な流通チャネルの構築

新規事業部

ラグジュアリー商品の調達・販売事業

厳選されたグローバルラグジュアリー商品を、競争力のある価格で提供

期待される効果

- 約100万人の会員を対象とした新カテゴリー商品の販売
- 既存のレディースファッションとラグジュアリー商品のクロスセル
- 高単価商品の取り扱いによる取引規模の拡大
- 高単価商品の取り扱いによる取引規模の拡大
- ファッションプラットフォームの商品ポートフォリオの高度化

グローバルブランド事業

海外ブランドの韓国市場進出を支援する総合運営パートナー



事業方針

ブランドの韓国事業を直接運営し、ライセンスおよび自社生産を基盤に、アジア市場へと事業領域を拡大します。

新規事業部

デンマーク発プレミアムキッズブランド「Konges Sløjd」事業

韓国国内での展開状況

konges slojd

ロッテ百貨店 蚕室店
プレミアムキッズ・ベビー層を対象としたオフライン店舗を運営

釜山 アナンティ
ホテル・リゾート利用客を対象としたプレミアムライフスタイルショップを運営

新世界百貨店 江南店
2026年8月より長期ポップアップストアを運営予定

今後の展開計画

01 **国内流通の拡大**
オンライン・オフラインの流通基盤を強化

02 **商品・チャネルの拡大**
キッズ・ファミリー向けライフスタイル商品のラインナップを拡充

03 **アジア市場への進出**
グローバル市場への展開を検討

キッズ＆ファミリーカテゴリー

主なカテゴリー

ベビー・乳幼児向け衣料	キッズウェア
玩具・知育用品	寝具・リビング用品
ベビーカー・外出用品	マタニティ・育児用品
キッズ・ベビーコスメ	ファミリー向けライフスタイル商品

事業拡大戦略

グローバルブランドの確保	自社生産の拡大	既存会員基盤の活用	オン・オフラインの連携

生産の専門化計画

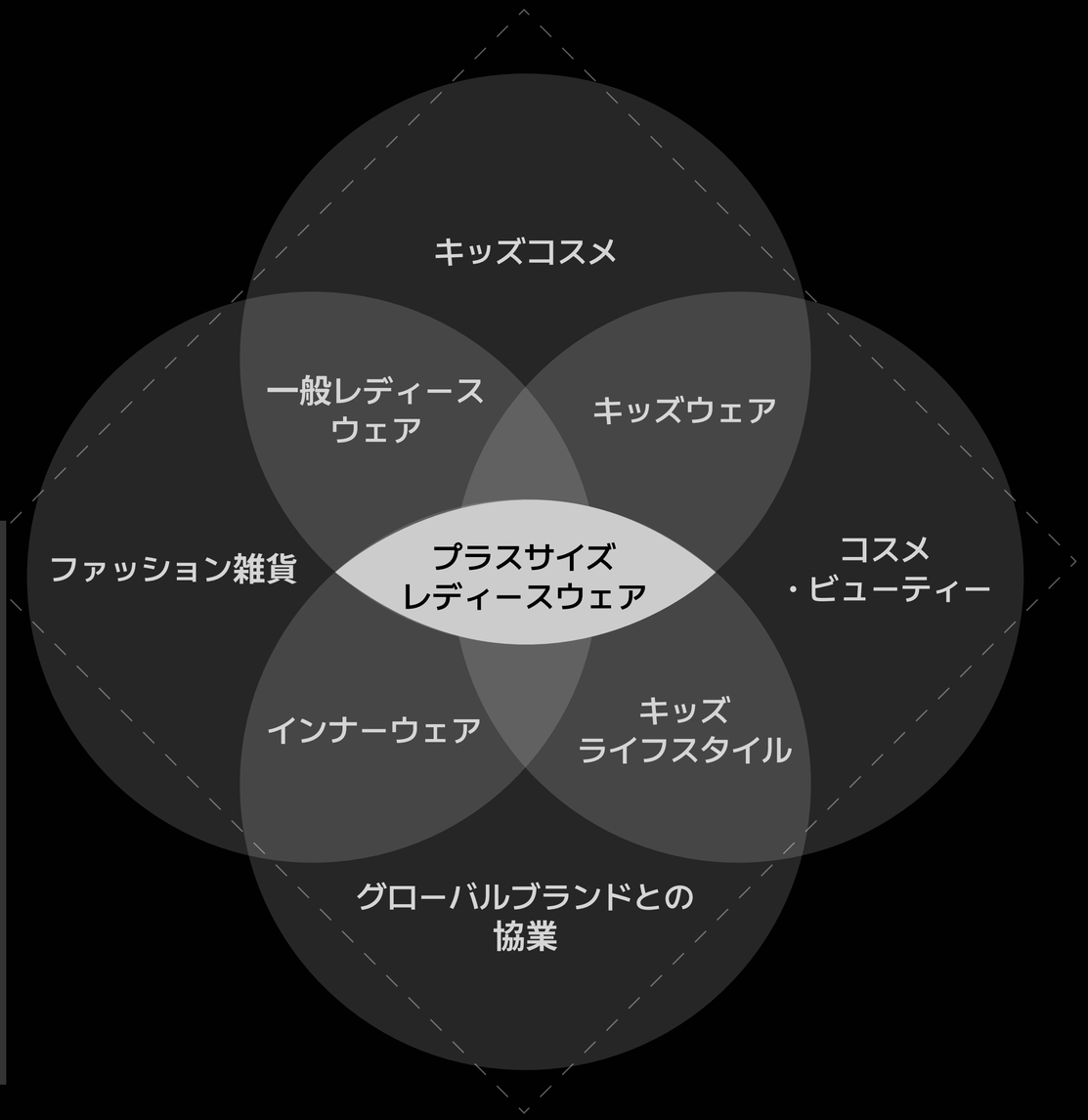
流通中心から、企画・生産を軸とした高付加価値事業への転換

Nine & Company Inc.は、既存のレディースファッション事業で培ってきた
商品企画・生産ノウハウを、
新たなブランドやカテゴリーへ展開し、自社による企画・生産を通じて、
商品の競争力と収益性のさらなる向上を目指します。

生産体制強化の目的

1. 外部商品の仕入れ依存度を低減
2. コスト競争力と収益性を強化
3. 国内市場に最適化した商品開発
4. 韓国市場向け専用商品の生産
5. 独占ライセンス商品の拡大
6. データに基づく生産・在庫の最適化

生産対象カテゴリー



PRODUCTION STRATEGY

生産体制の強化により、売上成長と収益性の向上を同時に実現

収益性の向上
流通マージンに加え、企画・製造・ライセンスによる収益を確保

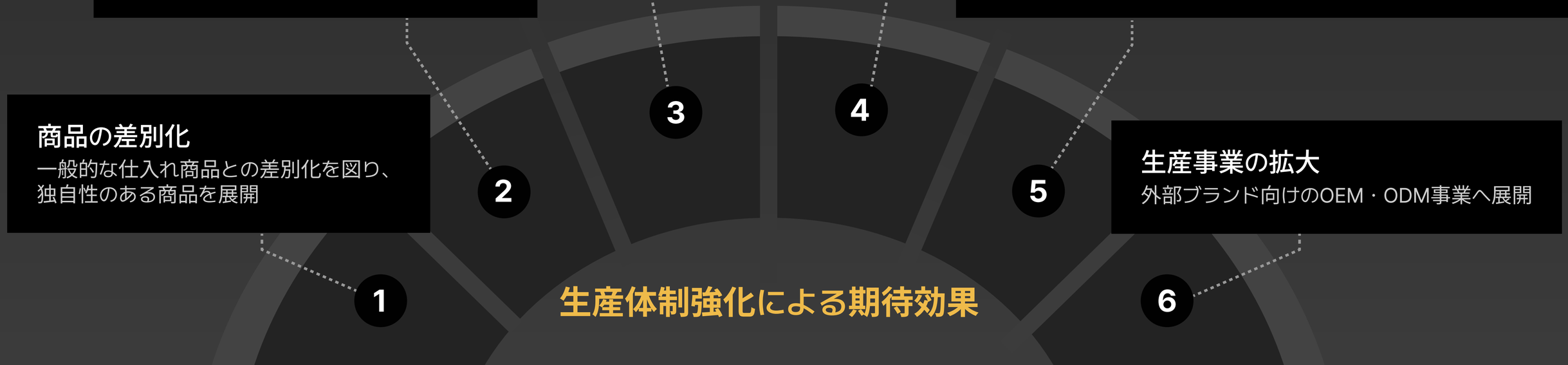
在庫リスクの低減
会員データや販売データを活用し、適正な生産数量を設定

コスト構造の改善
中間流通を削減し、生産コストを直接管理

ブランド価値の向上
自社企画商品や韓国市場向け専用商品を継続的に展開・蓄積

商品の差別化
一般的な仕入れ商品との差別化を図り、
独自性のある商品を展開

生産事業の拡大
外部ブランド向けのOEM・ODM事業へ展開



合弁会社

一同製薬との合弁会社設立を推進

ファッション・ブランド事業のノウハウと、製薬・ヘルスケア分野の専門性を融合

KOSDAQ
Nine & Company

KOSPI 上場企業
ILDONG

戦略的パートナーシップによる事業シナジーの最大化

Nine & Company Inc.の役割

- ブランド企画・運営
- 約100万人の会員・顧客基盤
- オンラインプラットフォームの運営
- コンテンツ制作・デジタルマーケティング
- 海外ブランドのソーシング
- 商品企画・生産管理
- 百貨店・ホームショッピング・オンラインなどの流通チャネル

＋

一同製薬の役割

- 製薬・ヘルスケア分野の専門性
- 研究開発・品質管理
- 医薬品・健康食品に対する高い信頼性
- 薬局および専門流通ネットワーク
- 製造・認可に関するノウハウ
- 全国規模の営業インフラ

合弁会社の主要事業

Beauty & Healthcare Lifestyle Platform

ビューティー・コスメ
基礎化粧品／機能性化粧品／肌悩み別製品／プレミアムビューティーブランド／キッズ・ファミリーコスメ

インナービューティー
肌の健康関連機能性商品／女性のライフステージに合わせた商品／体型・ウェルネスケア商品／インナービューティー健康食品

デバイス
ホームビューティーデバイス／スキンケア機器／ウェルネスデバイス／化粧品連携型デバイス／薬局・専門チャネル向け流通機器

流通チャネル
NIINE & COMPANYの自社プラットフォーム／薬局・病院・専門チャネル／ホームショッピング／百貨店／オフライン店舗／海外市場

合弁会社の事業構造

商品開発から流通までを一貫してつなぎ、ファッションからビューティー・ヘルスケア領域へ拡大

統合事業モデル

1


市場・顧客分析

Nine & Company Inc.が保有する顧客・市場データを活用し、女性・ファミリー層のニーズを分析

2


商品企画

自社ブランド・ライセンスブランドおよび共同開発商品の企画

3


研究開発・製造

一同製薬の専門性と製造・品質管理体制を活用した商品開発

4


マルチチャネル流通

オンライン、薬局、病院、ホームショッピング、百貨店、海外など多様なチャネルで販売

5


顧客データの蓄積

販売・リピート購入データを蓄積し、新たな商品企画に活用

事業シナジー

既存事業基盤

- 約100万人のレディースファッション顧客
- 自社の商品企画・生産管理力
- 自社オンラインモール・独自プラットフォーム
- グローバルブランドのソーシング・コンテンツマーケティング
- オン・オフラインの流通網

事業拡大による効果

- 新規顧客層の獲得
- 商品開発力の強化
- 統合プラットフォームの構築
- 統合プラットフォームの構築
- ブランド事業の拡大

ファッションからビューティー・ヘルスケアへと顧客接点を広げ、持続可能な成長基盤を構築します。

売上推移

持続的な事業競争力を基盤に、安定した売上を維持しています。

2021
ファッション事業の基盤構築



レディースファッションを中心とした
事業基盤を構築

2022
顧客基盤の拡大



ブランド認知度を活かし、
顧客基盤を拡大

2023
事業ポートフォリオの拡大



商品ラインナップの多様化とプラットフォームを
通じた販売基盤の拡大

2024
事業構造の高度化



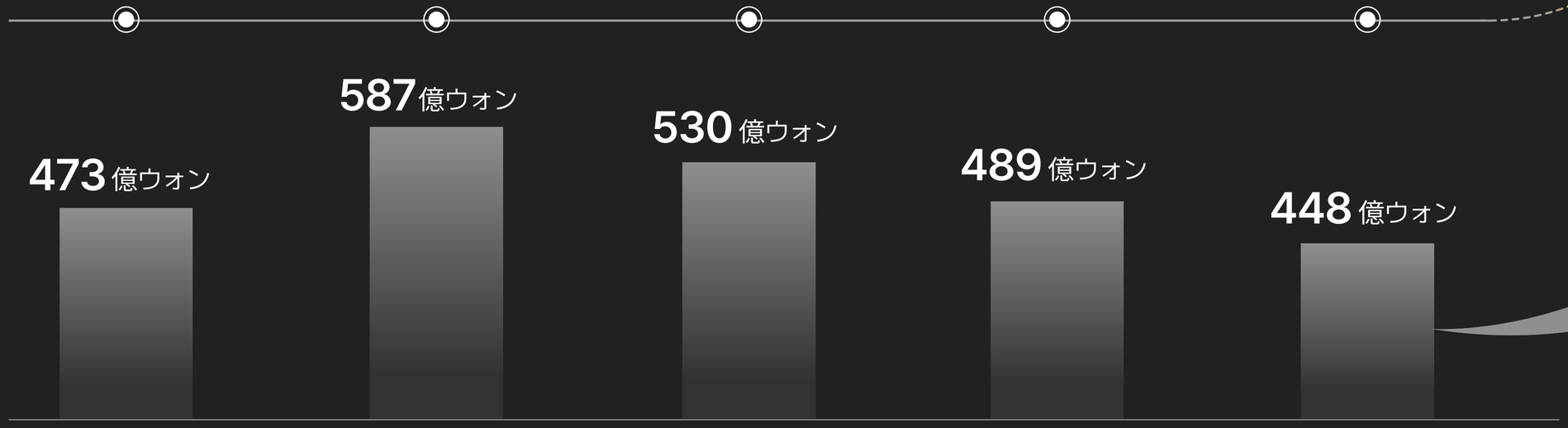
業務効率化による収益性の改善と、
安定した事業基盤の構築

2025
新たな成長基盤の確立



新規事業と将来の成長に向けた
事業再編の基盤を整備

2026~
NEXT GROWTH
事業領域の拡大による
持続的な成長の実現



売上の安定成長

健全な財務体質に支えられた成長基盤

安定した財務構造

継続的な自己資本の拡充により、
財務基盤の安定性を確保

負債比率

7.21%

（2025年 連結財務諸表基準）

潤沢な流動性

十分な現金および現金同等物を保有し、
短期的な資金対応力を確保

現金及び現金同等物

558.6億ウォン

（2025年 連結財務諸表基準）

持続的な収益力

売上成長と収益性の改善を通じ、
キャッシュ創出力を強化

売上総利益率

45.1%

（2025年 連結財務諸表基準）

高い対外的信頼性

KOSDAQ上場企業として、
透明性の高い開示と経営管理を実施

KOSDAQ上場

2022年3月

（上場完了）

低い負債比率と潤沢な手元流動性を背景に、
安定した財務基盤を確保しています。

企業価値の向上に向けた主要な投資ポイント

INVESTOR

01 確立された事業基盤

既存事業と顧客基盤を活かし、
安定した事業基盤を確保

02 新たな成長領域の拡大

新規事業を段階的に事業化し、
新たな収益源を創出

03 透明性の高い経営基盤

KOSDAQ上場企業として、
体系的な情報開示と透明性の高い経営を実現

Nine & Company

PARTNER

01 スピーディーな市場参入

既存の顧客・流通ネットワークを活用し、
新規ブランドの韓国市場への参入を支援

02 事業化プロセスを一貫して支援

商品企画 → 生産 → マーケティング → 販売 → 流通まで、
全プロセスをつなぐ効率的な協業体制を提供

03 共同成長の機会

ブランド・製薬・流通など多様な企業との協業を通じ、
新たな市場・事業機会を創出

INVESTMENT × PARTNERSHIP × GROWTH

確立された事業基盤と戦略的パートナーシップを通じて、持続的な企業価値の向上を目指します。

中長期成長戦略

Four-Phase Growth Strategy

Phase 1

既存事業の競争力強化

主要事業の競争力を維持
顧客CRMの高度化
業務効率の向上

Phase 2

自社プラットフォームの構築

データ・業務の一元化
AIを活用した運営の高度化
プラットフォーム事業の拡大

Phase 3

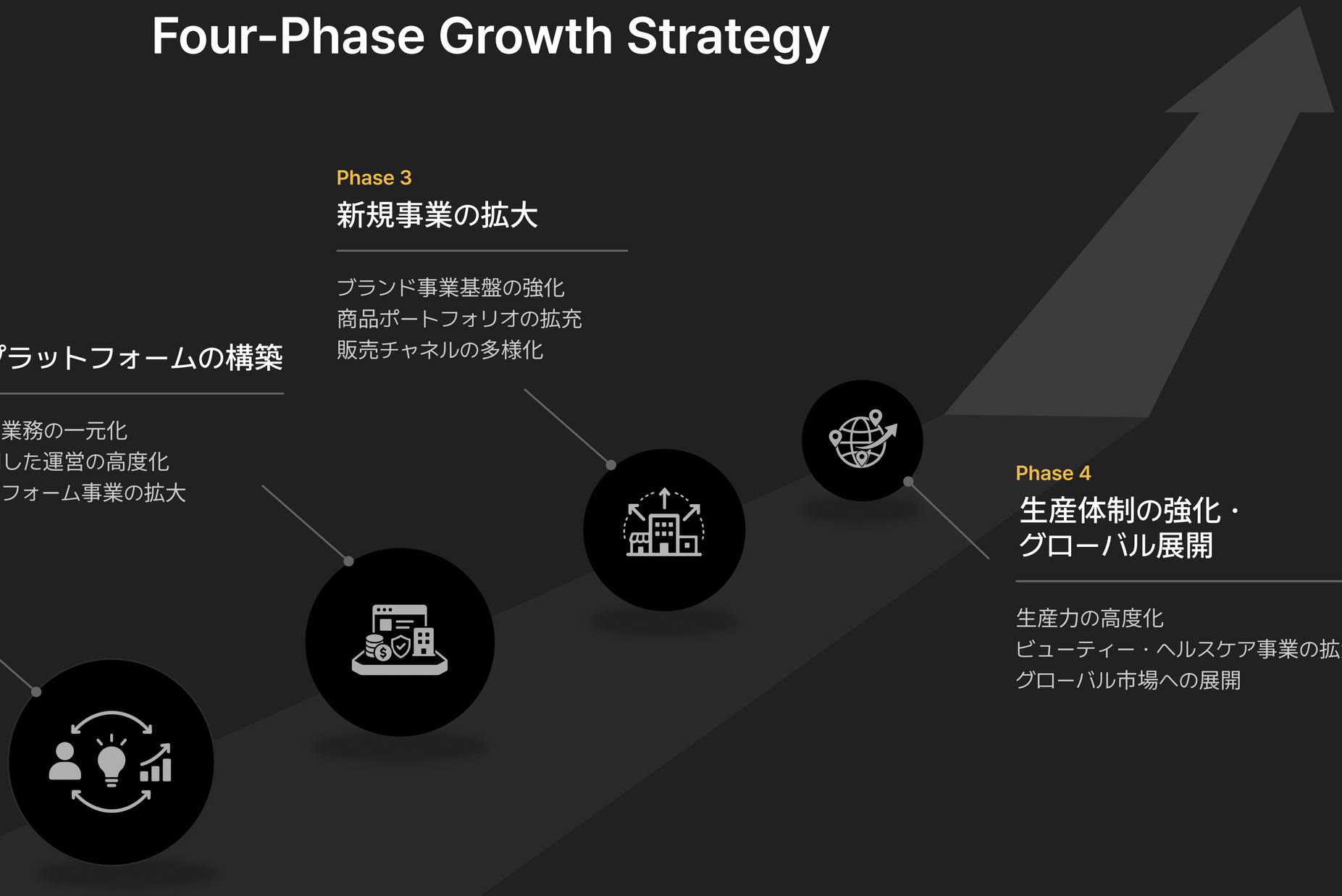
新規事業の拡大

ブランド事業基盤の強化
商品ポートフォリオの拡充
販売チャネルの多様化

Phase 4

生産体制の強化・グローバル展開

生産力の高度化
ビューティー・ヘルスケア事業の拡大
グローバル市場への展開



中長期ビジョン

From Fashion to Lifestyle Platform

ファッション事業で培ってきた競争力を基盤に、
顧客・ブランド・商品・チャネルをつなぐライフスタイルプラットフォーム企業への成長を目指します。

01
既存ファッション事業の
安定成長

02
約100万人の会員
基盤の活用強化

03
自社プラットフォームおよび
データ資産の確立

04
新規事業の
売上構成比拡大

総合ライフスタイルプラットフォーム企業へ成長

05
オン・オフライン
流通チャネルの多様化

06
戦略的投資
パートナーシップの拡大

07
韓国を越え、
アジア市場へ展開

08
総合ライフスタイル
プラットフォーム
企業への転換

WE DISCOVER ブランドを発掘し

WE CREATE 商品を企画し

WE CONNECT プラットフォームを通じて

顧客と市場をつなぎます。

Thank You.