

2026年1月29日

各 位

会社名 株式会社スマレジ
代表者名 代表取締役 宮崎 龍平
(コード番号：4431 東証グロース)

化粧品専門店向け業界特化型POSを本格展開 ～スマレジ×全粧協のタッグで化粧品専門店業界のDX推進へ～

株式会社スマレジ（本社：大阪市中央区、代表取締役：宮崎 龍平、以下「当社」）は、全国化粧品小売協同組合連合会（以下「全粧協」）と代理店契約を締結し、化粧品専門店向けにクラウドPOS『スマレジ』への移行を支援する取り組みを開始しました。



■ 背景

これまで化粧品専門店では、メーカー主導で提供されてきたPOSを活用することで、商品マスタ登録や売上管理などの業務効率化が図られてきました。しかし、次世代システムへの移行に伴い、各店舗が個別に代替システムを選定・導入する必要が生じており、主に下記のような課題が顕在化しました。

- 商品登録作業の負担
- メーカー別端末による二重スキャン業務
- 新たなハードウェア導入に伴う初期費用負担

そこで当社は、全粧協と現状の課題と対策に関する協議を重ね、このたび業界特化型のDX支援モデルを構築しました。

■ 具体的な支援内容

①化粧品メーカーとの連携を見据えた拡張アプリの開発

既存POSで管理されていた商品マスタや売上データと連携するアプリを開発し、商品登録負担の軽減や業務効率化を図り、業界横断的な活用を目指します。

②周辺機器のサブスクリプション提供

レジ本体や周辺機器については、一括購入ではなく分割払い形式のプランを用意し、店舗の初期投資負担を軽減。機器保証も含め、安心して導入いただける環境を整えます。

③導入サポート

POS移行から運用定着までを一貫して支援する万全のサポート体制をご用意。店舗側の移行負担を最小限に抑え、長期のご利用を支援します。



■ 当社の成長戦略における位置づけ

本プロジェクトは、当社が第2次中期経営計画（初版：2023年3月公表）において成長戦略の一つとして掲げていた「市場細分化戦略」を具現化するものです。

市場細分化戦略とは、特定業界の業務特性や商習慣を深く理解した上で、POSを起点とした業界最適型のソリューションを構築し、セグメントごとにアプローチを強化する成長戦略です。このたびの全粧協との連携を起点に、化粧品専門店業界における全体的な導入モデルの構築を目指します。

市場細分化戦略

「小売店」「飲食店」の大分類だけだったターゲットのセグメントを「業種・業態」と「規模」で細分化し、特定業種へのアプローチを強化

ターゲットを細かくセグメントすることでセールス&マーケティングの効率化を図ります。

ターゲットの業種・業種で求められるニッチ機能をアプリマーケットで提供

小売業 42%			飲食・宿泊業 27.6%	
飲食料品 28万店	自動車・自転車 8.9万店	機械器具 4.4万店	宿泊業 4.5万店	酒場 18.1万店
アパレル [※] 9.9万店	身の回り品 3万店	医薬品・化粧品 8.5万店	専門料理店 19.8万店	喫茶店 6万店
農耕用品・燃料 5.9万店	娯楽 4万店	家具・建具 3.3万店	持帰り・配達飲食 5.2万店	その他 7.2万店
書籍・文具 3.3万店	無店舗小売業 3.4万店	その他 9.8万店	サービス業 19.7%	
医療 10.7%			理美容 25.6万店	生活関連 5.1万店
診療所・療術業 15.3万店	歯科診療所 6.3万店	その他 2万店	娯楽施設 3.6万店	その他 8.9万店

※服・呉服・服地・寝具など

- 長期ビジョン・第2次中期経営計画+事業計画及び成長可能性に関する事項（2023年3月公表・初版）より

■コメント（スマレジ 執行役員 営業企画部長 鈴木周吾）

化粧品専門店業界におけるシステム移行という大きな転換期において、全粧協様とともに課題解決に取り組めることを大変光栄に思います。本プロジェクトを通じ、販売店様、メーカー様、そしてITベンダーである当社による「三位一体の協力体制」を構築できたことは、業界全体のDXにおいて非常に大きな意義を持ちます。

私たちはこの強固なパートナーシップを、当社のミッションである「お店を元気に、街を元気に！」を実現するための重要な一歩と捉えています。このスタートを皮切りに、データ連携や業務効率化をさらに推し進め、化粧品専門店の持続的な発展に貢献していく所存です。

お問い合わせ：スマレジIR担当 ir_corp@smaregi.jp

IR情報：<https://corp.smaregi.jp/ir/>