

「美を創造し、演出する」 株式会社シーボン プレミアムIRセミナー

2017.12.06(水)

証券コード:4926

株式会社シーボン

代表取締役兼執行役員社長

金子靖代



シーボンの概要

(2017年3月31日現在)

名 称	株式会社シーボン (C' BON COSMETICS Co.,Ltd.)
本店所在地 (メインオフィス)	東京都港区六本木七丁目18番12号 神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目20番8号
代 表 者	代表取締役会長 犬塚 雅大 代表取締役兼執行役員社長 金子 靖代
設 立	1966年1月24日
資 本 金	4億7,492百万円
従 業 員 数	1,096名 ※パート社員含まず
上 場 市 場	東証一部
売 買 単 位	100株
主 な 事 業 所	製造拠点：生産センター 研究開発拠点：研究開発センター 販売拠点：直営店 110店舗 集客拠点：PRセンター2カ所



シーボンパビリオン(神奈川県川崎市)



生産センター(栃木県)



研究開発センター(栃木県)

シーボンの歴史

1966年
シーボン化粧品(株) 設立

1968年
栃木県に自社工場を設立

1973年
六本木に本社ビル
「シーボンクイーンビル」落成

1986年 販売方法の大転換

訪問販売

1994年
お客様の肌情報等を管理する
「フェイシャルコンピューター」を導入
現在の主力製品
「フェイシャリスト」シリーズ発売

2009年
ジャスダックへ上場
直営店100店舗達成

直営サロン販売

2013年
東証1部へ上場

2014年
研究開発センター
稼働開始

2016年
創業50周年

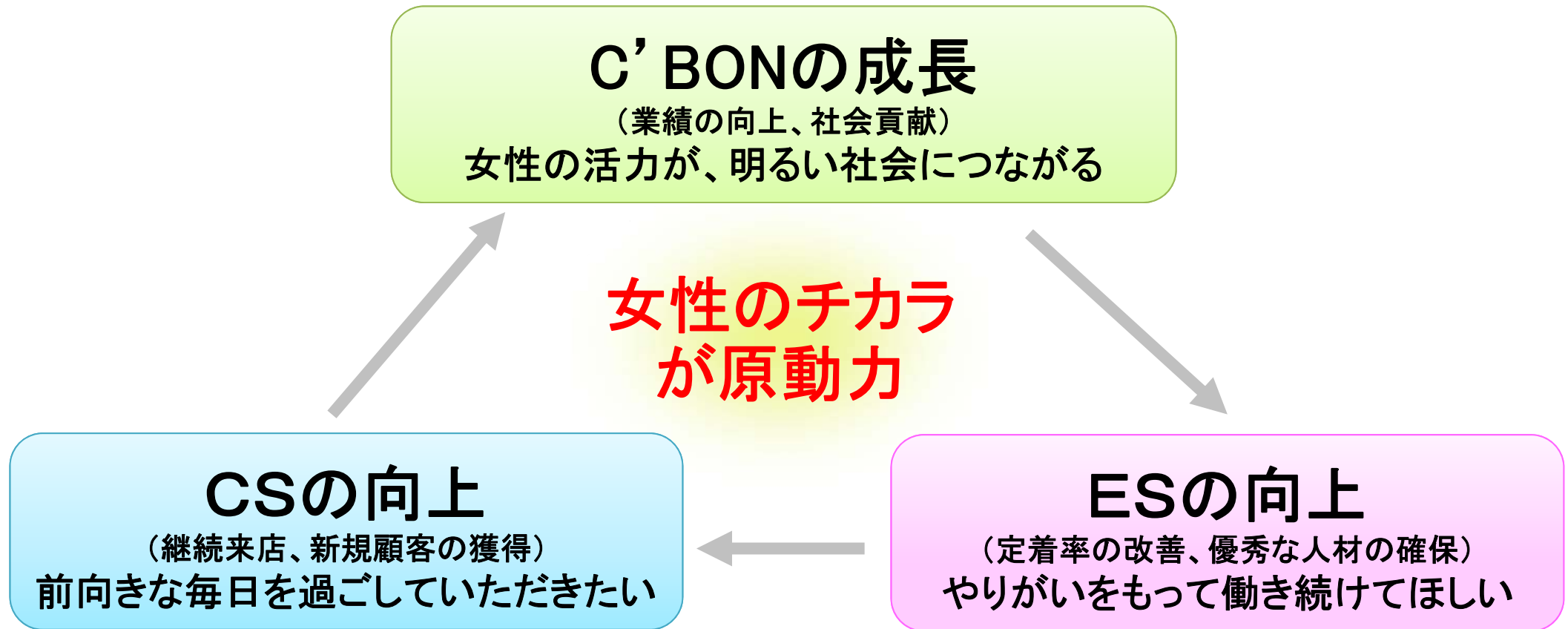


化粧品のセット販売 &
サービスカー巡回によるアフターサービス



「フェイシャリストサロン」での
カウンセリング販売 & アフターサービス

企業理念「美を創造し、演出する」



“演出する” = キレイの先にある未来をサポート

経営姿勢

「お客様の肌に最後まで責任を持つ」



研究開発

生産

販売

アフター
サービス

化粧品の生産から販売・アフターサービスまでを展開

化粧品を販売して始まるシーボンの会員システム

＜アフターサービスの仕組み＞

フェイシャリストとお客様が“2人3脚”で美肌を目指す

化粧品のご購入

無料サロンケアの内容

会員登録

¥10,000(税抜) で1ポイント = サロンケア 1回無料



肌チェック・記録 & スキンケアアドバイス



フェイシャルトリートメント

お客様との強固な関係構築

安定した収益の実現

平均来店数
1.6回／月

平均購入金額
2.3万円／月

売上の約9割が
継続顧客向け

FACIALIST(肌の専門家) = FACE(顔) + ist(~する人)

● 充実した教育制度



- ✓接客マナー
- ✓皮膚構造から美容成分まで幅広い美容知識
- ✓製品知識
- ✓美顔マッサージ等フェイシャルケア技術



- 本都合宿形式での研修制度
- ベテランも定期研修で技術チェック
- 専門性の高い様々な研修を用意
- 社内コンテストでモチベーション向上

● メールアンケートの活用

メールの利点：リアルタイム性

年間**25万件**の
お客様の声



- ✓サロン環境の改善
- ✓製品開発
- ✓社員教育
- ✓フェイシャルリストの評価

最大の特徴：「アクティブサポート」



不安の芽を察知する



**全社員が
閲覧可能**

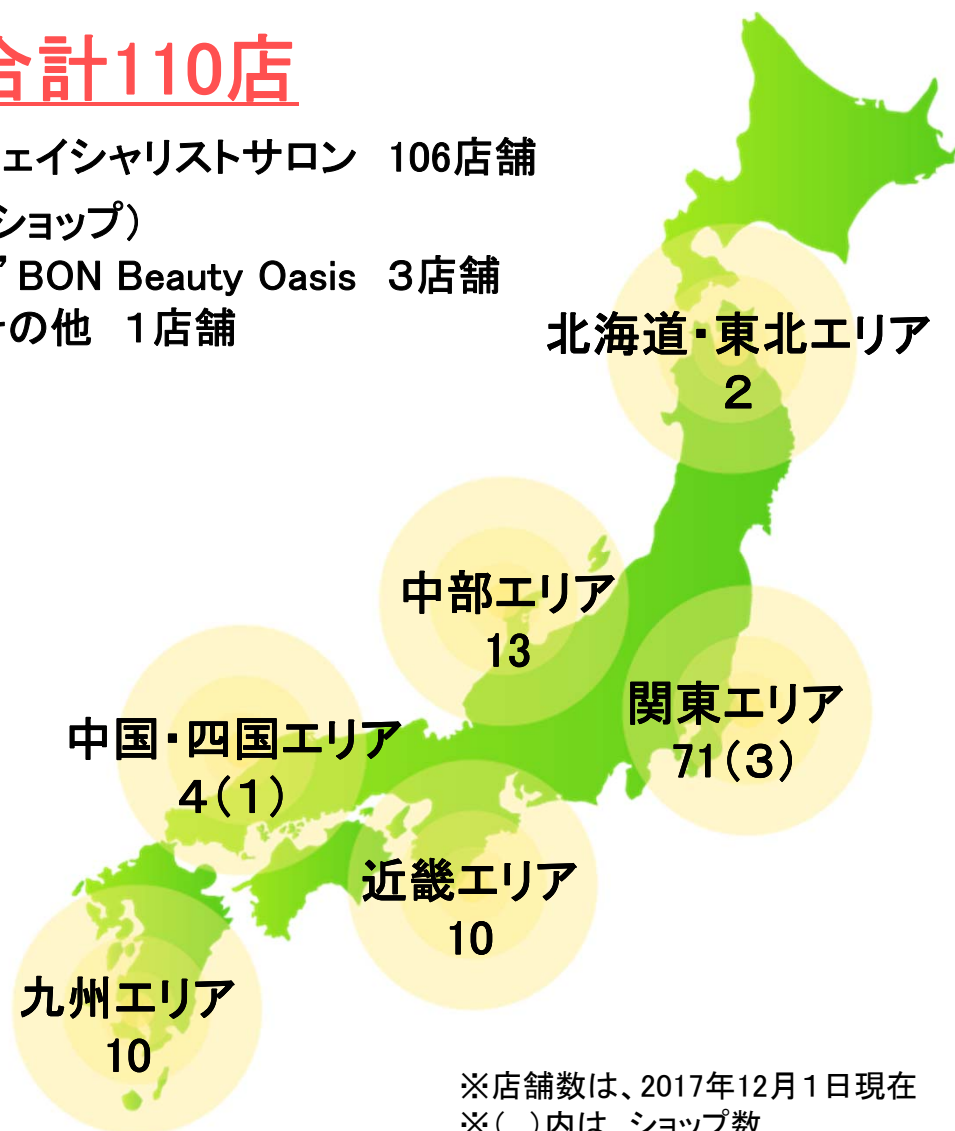
サービスの質を維持するため直営店展開をメイン

＜売上高の内訳(チャネル別)＞

単位:百万円	2017年3月期 実績	
	金額	割合
直営店舗	12,084	96.7%
通信販売	225	1.8%
国内代理店	155	1.3%
海外代理店	28	0.2%
合計	12,493	100.0%

合計110店

フェイシャリストサロン 106店舗
(ショップ)
C' BON Beauty Oasis 3店舗
その他 1店舗



シーボン.フェイシャリストサロン



C' BON BeautyOasis

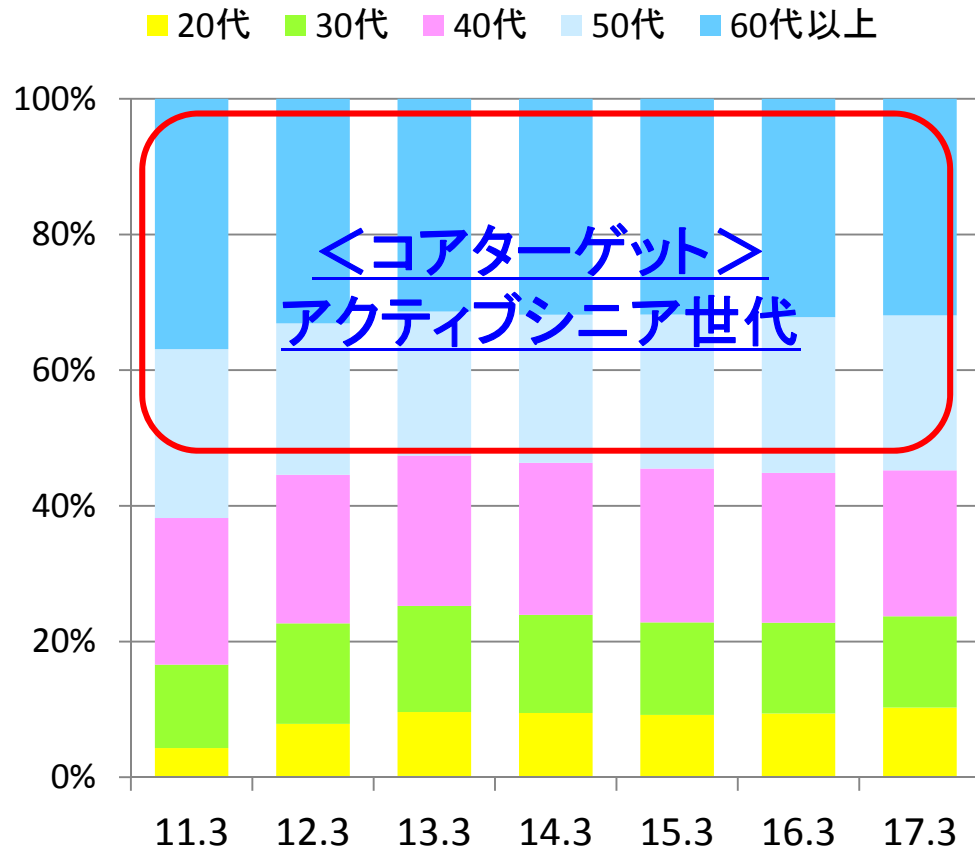
※店舗数は、2017年12月1日現在
※()内は、ショップ数

肌悩みに合わせて“最適な組み合わせ”をご提案



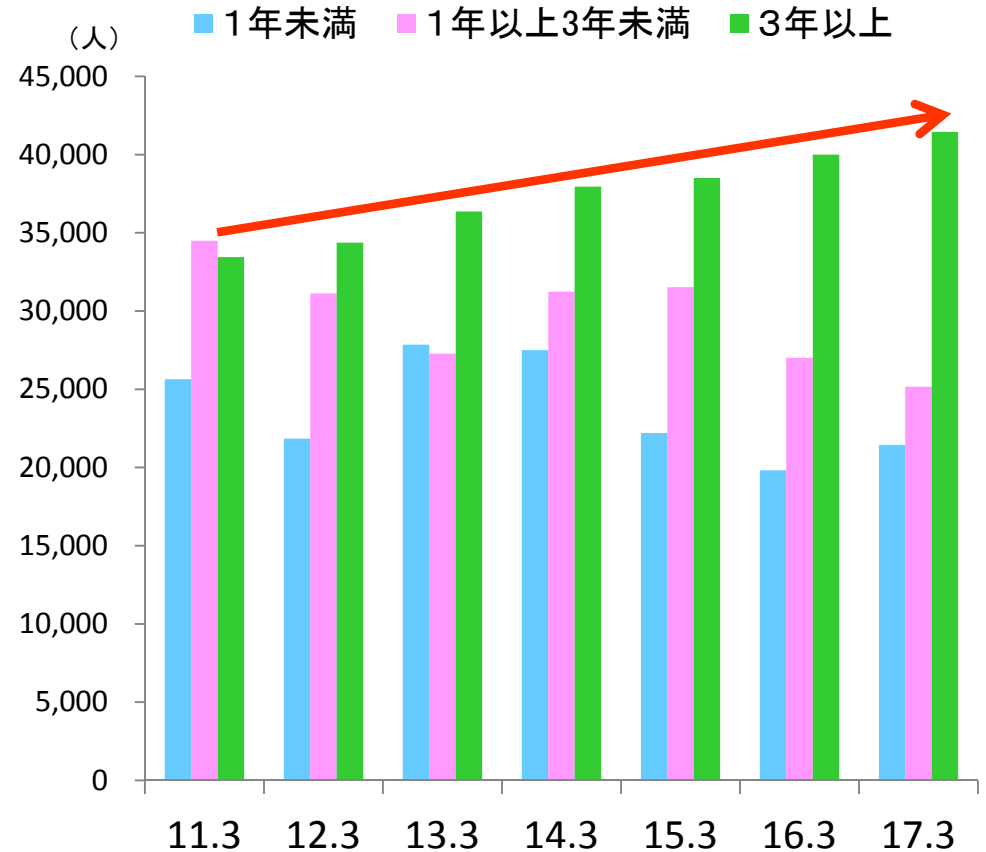
シニア層を中心とした安定した顧客基盤を構築

＜お客様の年齢別分布の推移＞



40代以下のお客様も増加

＜お客様の継続期間別分布の推移＞

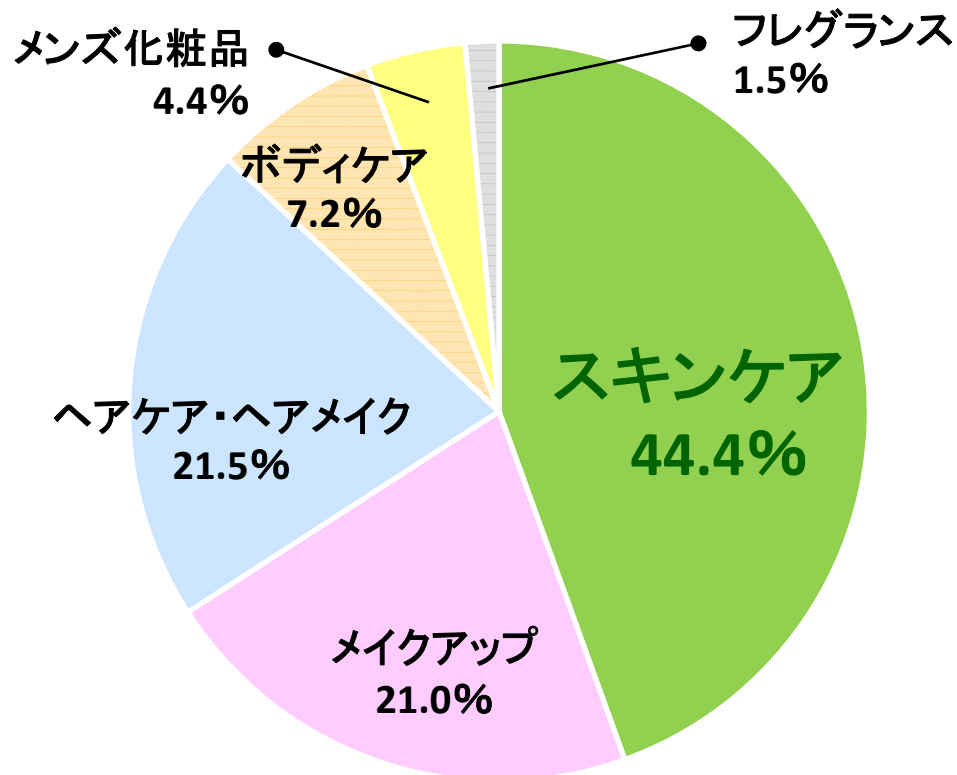


長期ご愛用者が着実に増加

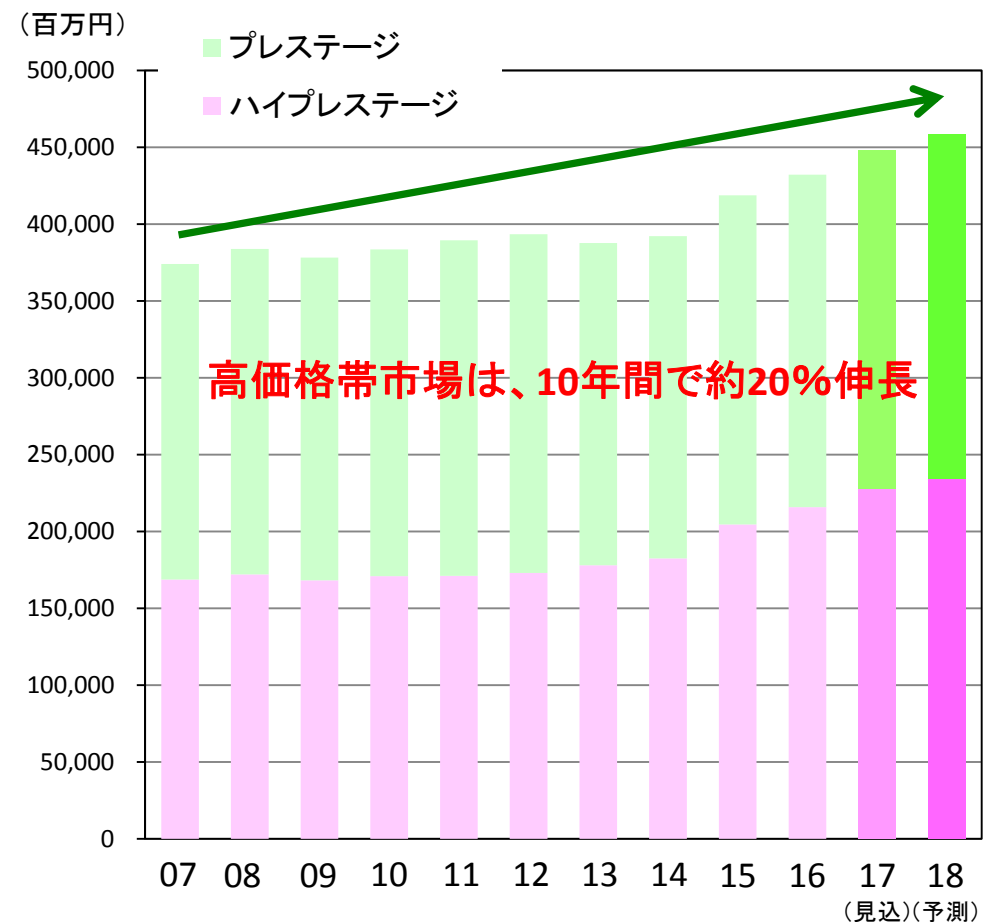
これからのシーボン

インバウンドやエイジングケア意識の高まりで、10年間で13%伸長

＜カテゴリ別構成比(2016年実績)＞



＜高価格帯※スキンケア市場規模推移＞



● 国内化粧品市場 約2.6兆円
→ スキンケア分野は約1.2兆円

※高価格帯: 化粧品・美容液のレギュラーサイズ平均価格6,000円以上
プレステージ: 6,000円以上10,000円未満 ハイプレステージ: 10,000円以上

(出典「化粧品マーケティング要覧2017 総括編」(株)富士経済)

高価格帯スキンケア市場でさらなる存在感を示していく

ハイプレステージスキンケア市場
メーカーシェア (2016年実績)

	メーカー	シェア
1	A社	26.9%
2	B社	18.0%
3	C社	9.9%
4	シーボン	5.2%
5	D社	4.5%

(クレンジングクリーム部門)

**6年連続
ブランドシェア
NO.1***



※2011～2016年実績 富士経済調べ
「化粧品マーケティング要覧2012～2017」
従来品・限定品含む

「フェイシャリスト トリートメントマセ」

- ◇1994年発売のロングセラー
- ◇保湿成分スクワラン配合贅沢なクレンジング
- ◇肌悩み、チャネルに合わせて5種類を展開中

現状を打破し、シーボンブランドの価値向上を目指す

2018年3月期～2020年3月期

【 経営指針 】

新たなシーボンへ — 革新と挑戦 —

【 重点施策 】

1 新たなお客様の 開拓

- 新規開拓力のアップ
- 通販の強化
- 海外サロン展開等の
販売チャネルの強化
- マーケティング力の強化

2 現場力の向上

- 人材の強化
- 一人ひとりの夢をかたちに
- スピード感と実行力
- より魅力あるお店づくりへ

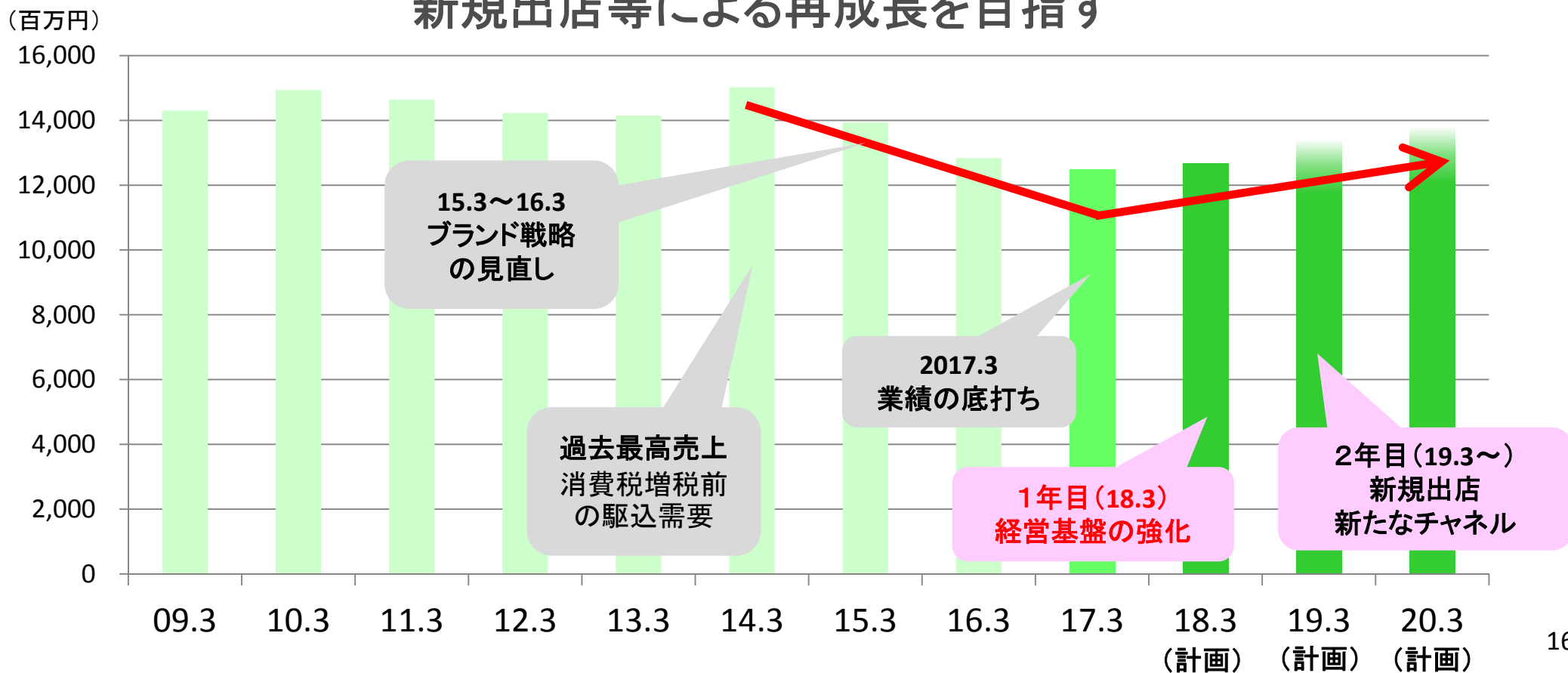
3 より強い ブランドへ

- 製品開発力の強化
- 接客力の強化
- 顧客満足度の向上

2018年3月期:初年度 直営サロン展開の強化 & シーボンブランドの磨き上げ

再成長に向けた基盤づくり

2019年3月期以降:2年目以降 新規出店等による再成長を目指す



シーボンを直接感じていただくプロモーション活動

● イベントを中心とした集客活動

- 肌チェック & サンプルング
- シーボンのご紹介
- トライアルコースへの誘致



興味を喚起

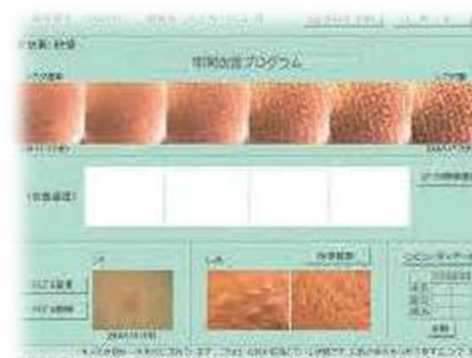


● シーボンを体験できるトライアルコース

- 肌チェック & 丁寧なカウンセリング
- 最適な化粧品のご提案
- サロンケアを体験



“キレイ”になりたい
ニーズを喚起

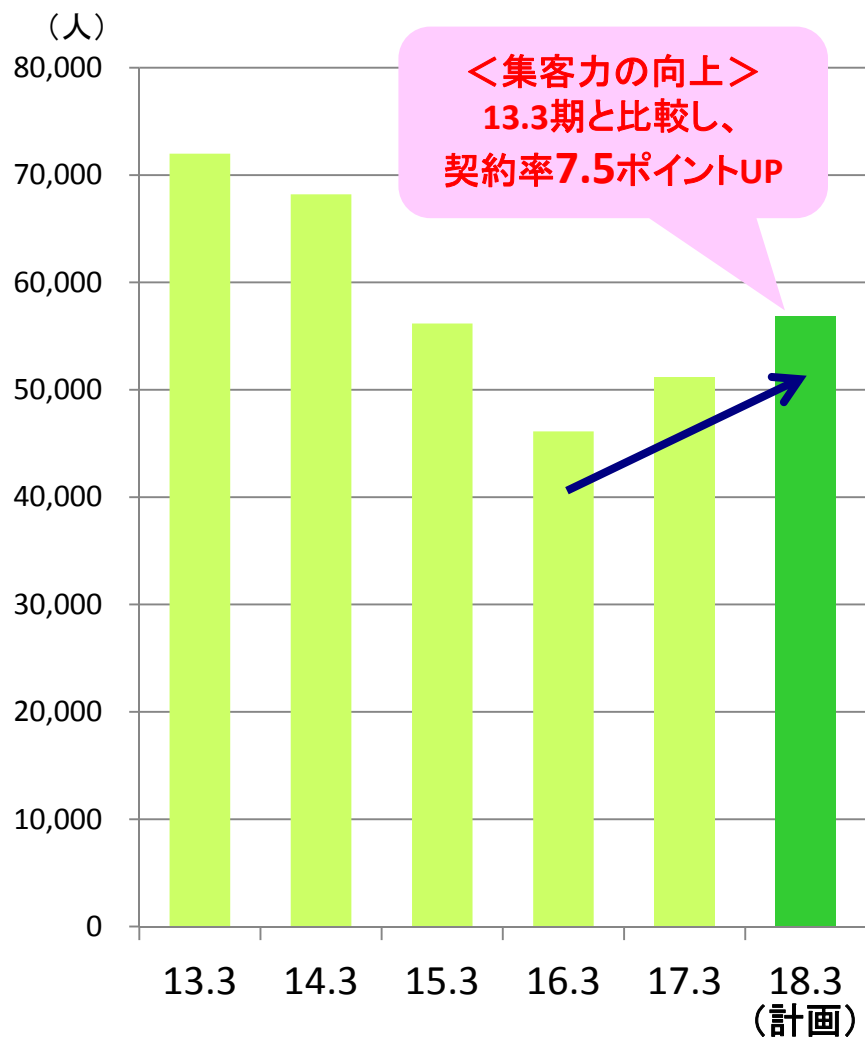


ご自分の肌状態を目で見て確認！



イベントプロモーションを軸に新規開拓力の向上を図る

＜新規来店者数の推移＞



● 新たなイベントの開拓

- ✓ 法人営業を強化し、他企業とのコラボイベント増加
- ✓ 地域特性を生かし、店舗主導イベント強化
- ✓ 女性誌等イベントへ出展
- ✓ 美肌セミナー等イベント内容の多様化

● 集客力の向上

- ✓ フェイシャリストの積極的参加
- ✓ 教育体制の強化
- ✓ WEBマーケティングの強化



↑ 日経WOMAN EXPOイベントブース



メイクアップアーティスト ↑
足立祐季さん(あんずちゃん)
とのコラボイベント

集客活動を行うための環境整備を積極的に推進

● ブランド力の底上げ

- ✓ 車両広告のテストマーケティング実施

＜時期＞ 2018年2月

＜展開路線＞

東急電鉄5路線

（東横線、田園都市線、大井町線、
目黒線、池上・多摩川線）

※相互乗り入れがあるため、広い地域での広告効果が見込まれる

- ✓ 沿線エリアにて、ビジュアルを連動した
集客イベントを積極的に実施予定

シーボンへの認知と理解を深める
→集客や採用へのきっかけづくり

● トライアルキットの販売開始

- ✓ 初めての方に、シーボンの化粧品を
気軽にラインでお試しいただくためのキット



すそ野のさらなる拡大
→継続へのステップアップ強化

ベーシックスキンケア
「フェイシャルist」シリーズの
基本5アイテム14日分をセット
15,000円(税抜)

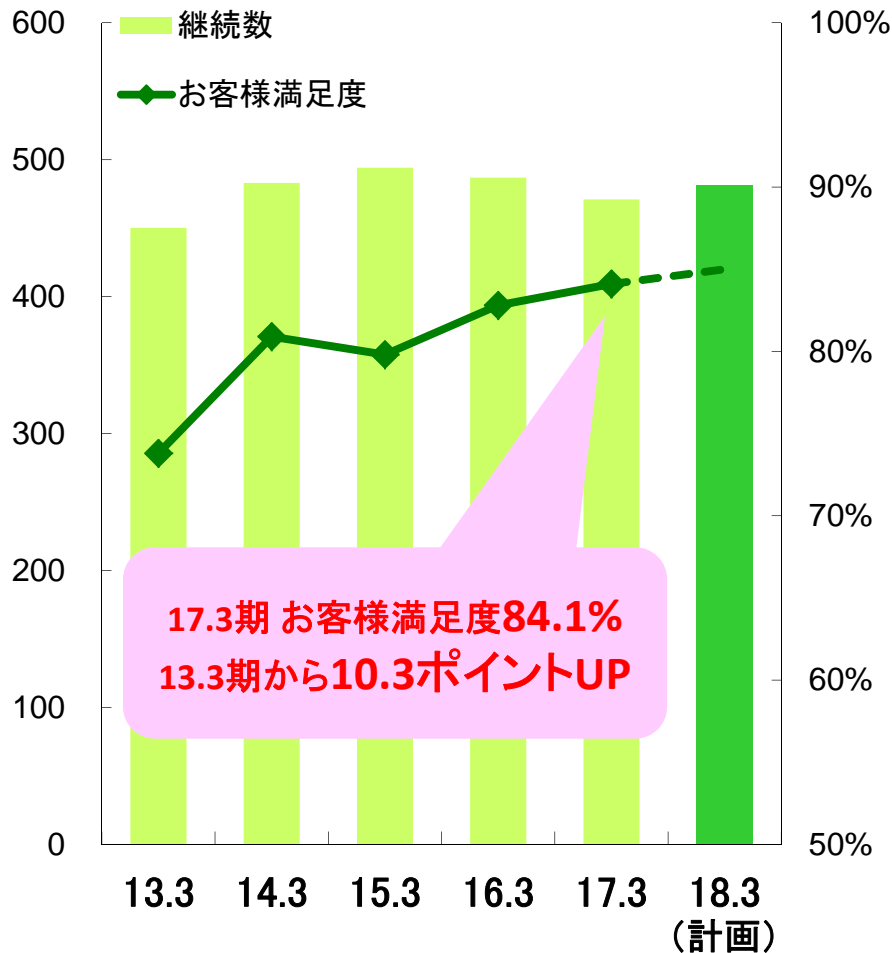


(クレンジングクリーム、洗顔料、酵素洗顔料、化粧水、クリーム+拭き取り用タオル)

お客様満足の高いサービス展開により、LTVの向上を目指す

<継続数※とお客様満足度の推移>

※継続数: 1カ月に1回以上来店のあるお客様ののべ人数



● 会員サービスの充実

✓ 2017.4 会員ステージを4段階に再整備し、ステージに応じたサービスを提供

(サービス例)

	ホワイト	ゴールド	プラチナ	ダイヤモンド
パッケージ	○	○	○	○
BP利用サービス	—	○	○	○
BP決済	—	—	○	○
担当者指名	—	—	—	○

BP: ビューティアップポイント

BP利用サービス: ゲルマニウム温浴、リフレクソロジー等

BP決済: 製品購入時、1ポイント=1,000円で利用可

● “販売の質”の向上

✓ 美顔マッサージ等サロンケア技術の底上げ

✓ eラーニングを活用した

美容・製品知識のレベルアップ

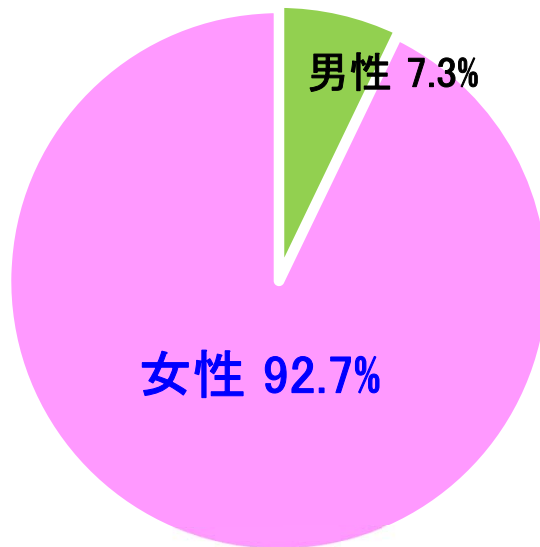
✓ 年間を通じた販売促進ストーリーの展開

✓ 新たな肌解析ツールの本格稼働予定(4Q)

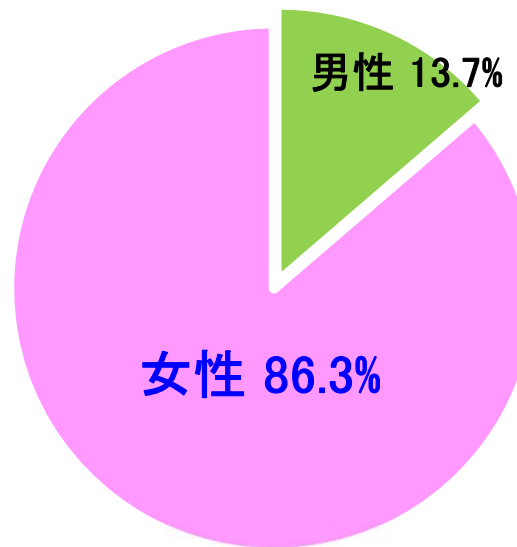
女性の活躍が、シーボンの成長の原動力

(2017年3月1日現在)

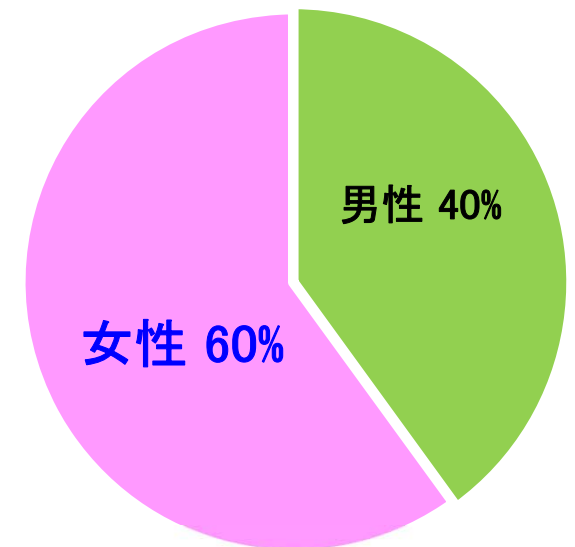
＜正社員の男女比＞



＜管理職の男女比＞



＜役員の男女比＞



成長の源泉「人財」の定着強化を図る

- 2008年 マタニティ制服の導入
- 2011年 育児休業期間の延長(3才まで)
育児短時間勤務期間の延長(小学校入学まで)
- 2012年 **ウエルカムバック制度(再入社制度)**
リフレッシュ休暇制度
- 2013年 **ES向上推進室の設置**
カフェテリアプラン導入(多彩な福利厚生メニュー)
- 2014年 **社内報を活用し、社内啓蒙活動開始**
ショートタイム正社員制度の導入
育児・介護休業マニュアルの整備
定年年齢の引上げ(60才→65才)
- 2015年 **シーボン・Family Day開始**
育児に関する意識調査実施
セカンドキャリア意識調査実施
男性社員初の育児休業取得
- 2016年 育児復帰マニュアル整備、育児復帰セミナー開始
- 2017年 **男性の育児参加啓発活動開始**



シニアショートタイム社員が、
人員が不足しがちな
夕方以降の時間帯をカバー

シニア世代の活用 × 子育てとの両立支援
「シニアと子育て世代の支えあい」



社員間、家族間の理解促進
「Family Day」

パートナーや子ども、
両親を会社に招待し、
仕事体験や交流会を実施

積極的な外部発信により、採用ブランド強化を図る

<2017年3月期実績>

Forbes 主催「JAPAN WOMEN AWARD 2016」

- 「企業部門 総合ランキング」第2位
- 「リーダー輩出部門」準グランプリ受賞

東洋経済 「CSR企業総覧 2017年度版」

- 女性役員登用に積極的な50社 第1位
- 女性管理職を積極登用する50社 第1位

女性活躍推進法に基づく「えるぼし」企業 最高ランクを取得

「準なでしこ」銘柄選定

シーボンの株主還元

保有期間×保有株式数に応じた金額分株主優待カタログより選択

対象：毎年3月末の株主様

	100～499株	500株～
1年未満	5,000円	10,000円
1年以上3年未満	10,000円	20,000円
3年以上	12,000円	24,000円

<優待カタログ限定セット例>



5,000円セット
酵素美人2本セット
(酢飲料)



10,000円セット
洗顔セット
(クレンジング+洗顔料)



12,000円セット
アビリティセット
(クレンジング+洗顔料+化粧水+保湿ジェル)

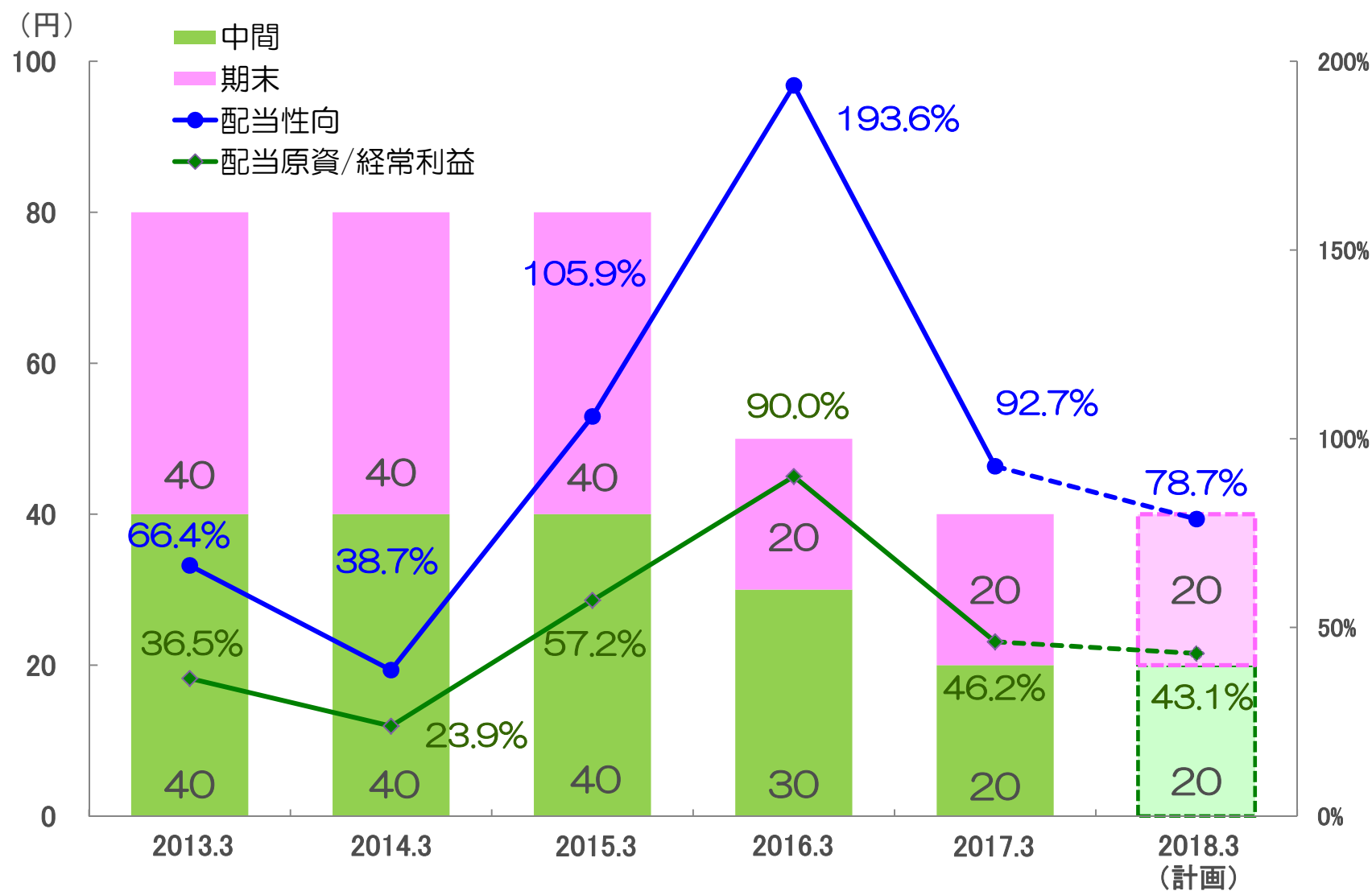
さらにご希望の方には



サロンケア株主様モニター

※20歳以上の女性限定
1人1回限り

経常利益の水準を勘案しつつ、安定した配当を実施



- 本資料は、当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。

本資料に関するお問合せ

株式会社シーボン

IR担当窓口

Tel: 044-979-1620

Mail: ir@cbon.co.jp