

株式会社シーボン
2016年3月期
第2四半期決算説明会
2015年11月25日（水）



目次

- 2016年3月期第2四半期決算の概況・・・2
- 2016年3月期第2四半期決算報告・・・4
- 2016年3月期 今後の取組み・・・17

2016年3月期
第2四半期決算の概況

代表取締役兼執行役員社長
金子 靖代

	実績	前年比	計画に対する 達成度
売上高	62億41百万円	91.7%	86.9%
営業損失	71百万円	—	—
経常損失	46百万円	—	—
四半期純損失	61百万円	—	—

【主な要因と取り組み】

- 

新規来店者数の減少に伴い、新規顧客に対する売上高が減少
 ✓ イベント集客時のイメージギャップを解消し、当社の強みを正しく伝えるための集客ツールの見直し
- 

既存顧客に対する売上高については、前年並みの水準に着地
 ✓ 優良顧客向けサービスの充実のため、顧客セグメントを細分化
 ✓ 大型キャンペーンの実施や未来店顧客の掘り起こし
- 

経費の効率化を図ったものの、売上高減少が利益額に影響

2016年3月期
第2四半期決算報告
常務取締役兼執行役員
諏佐 貴紀

新規顧客獲得の減少が売上、利益計画に大きく影響

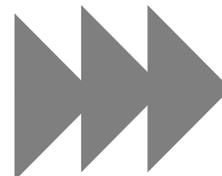
(単位：百万円)	2015年3月期 第2四半期	2016年3月期 第2四半期計画	2016年3月期 第2四半期実績	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	6,810	7,179	6,241	91.7	86.9
(直営店売上高)	6,615	6,957	6,031	91.2	86.7
売上原価	1,344	1,443	1,285	95.6	89.0
売上総利益	5,465	5,736	4,956	90.7	86.4
販管費	5,270	5,476	5,027	95.4	91.8
営業利益	194	260	▲71	—	—
経常利益	220	284	▲46	—	—
四半期純利益	116	153	▲61	—	—

当社の強みを正しく伝えるため集客ツールの抜本的な見直しを実施

イベント集客時



- ・簡易肌チェック・サンプリング
- ・シーボンの紹介



来店予約

新規カウンセリング時



- ・カウンセリング
- ・美顔マッサージ
- ・製品のご提案 など



非見込客来店による
効率悪化を防止

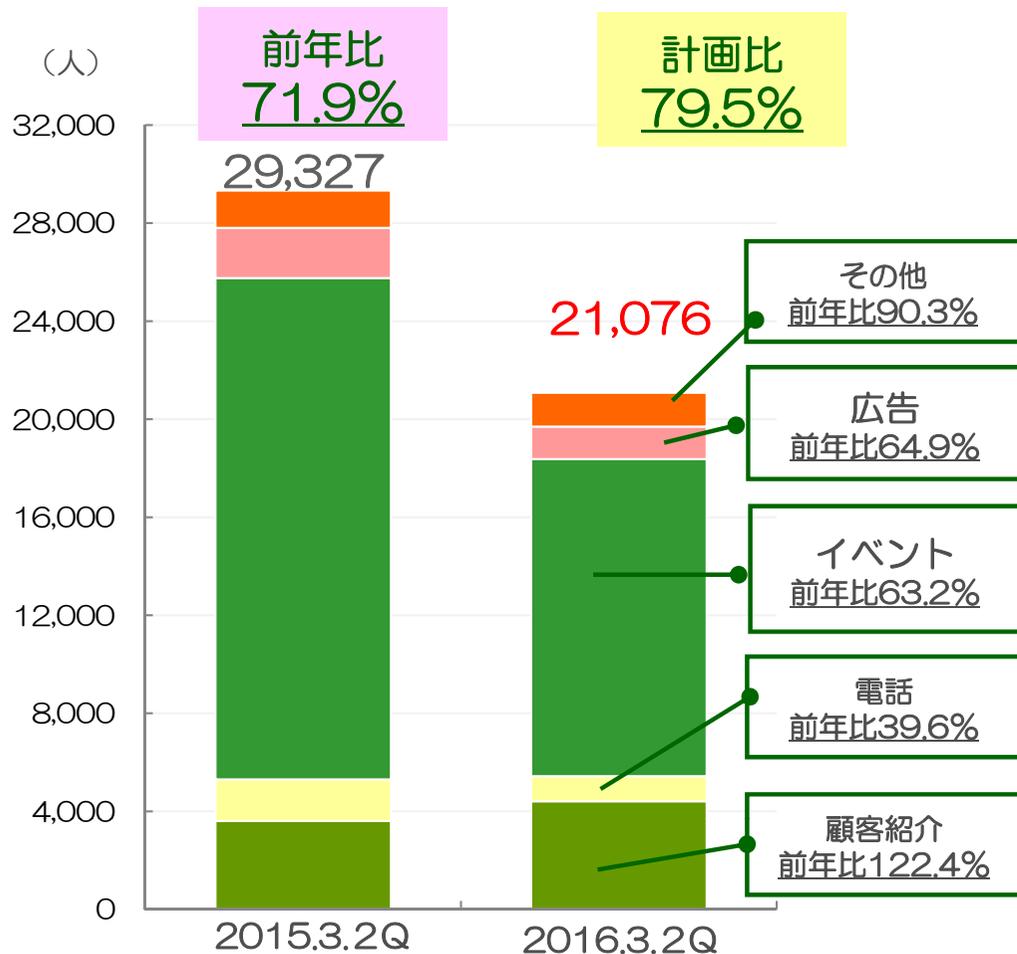
集客時のイメージギャップを解消し、当社の強みを
正しく伝えることがブランディング上重要と判断

集客ツールやマニュアルを抜本的に見直し

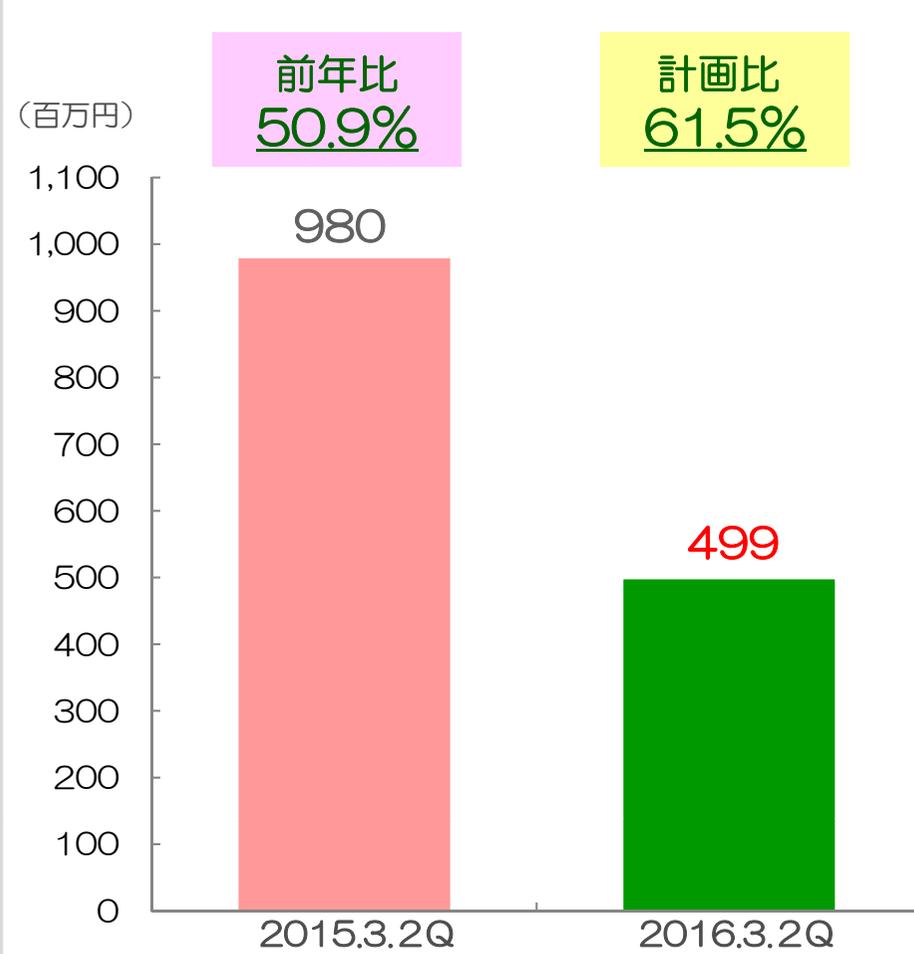
イベント集客時のイメージギャップ解消を目的とした
集客ツールの見直しが大きく影響

新規売上 = イベントや電話集客等により初来店されたお客様への売上

< 新規来店者数 >

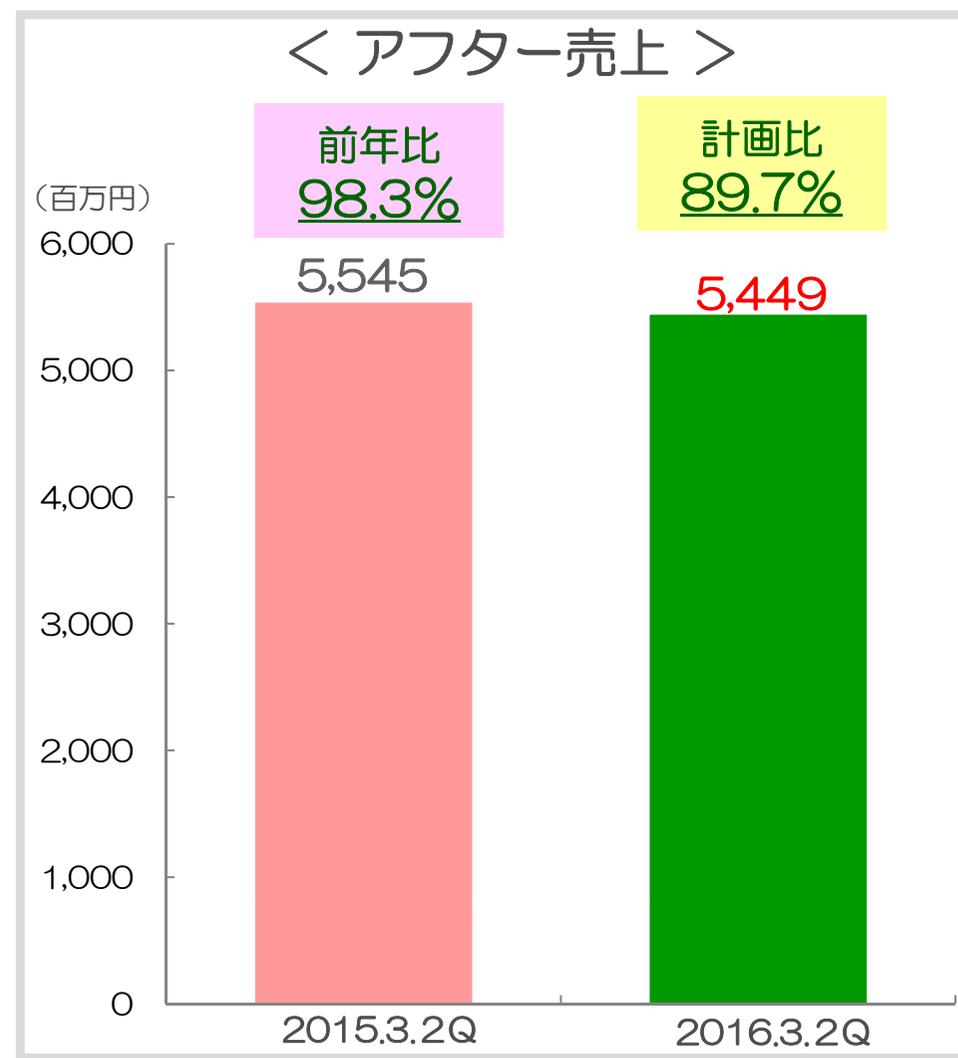
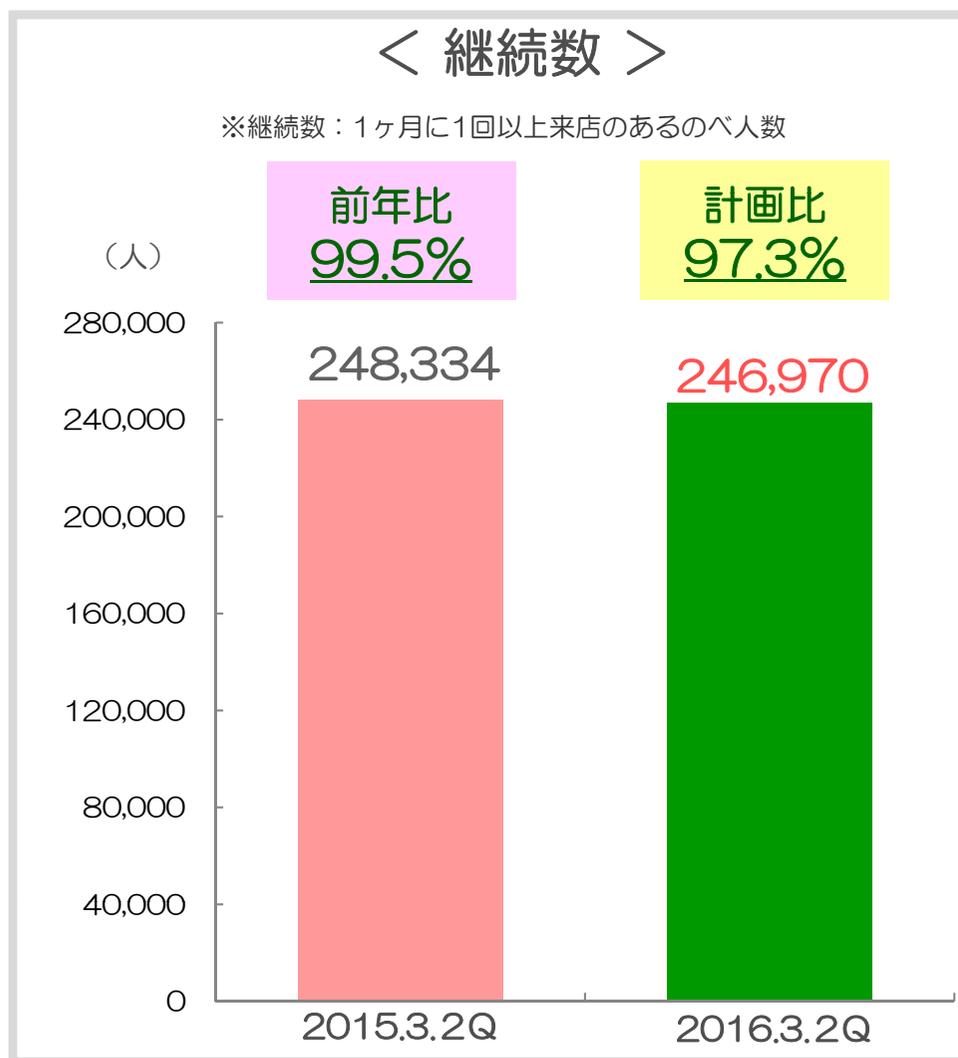


< 新規売上 >



新規顧客減少の影響を若干受けているが、着実な継続顧客を確保

アフター売上＝既存顧客のリピート購入による売上

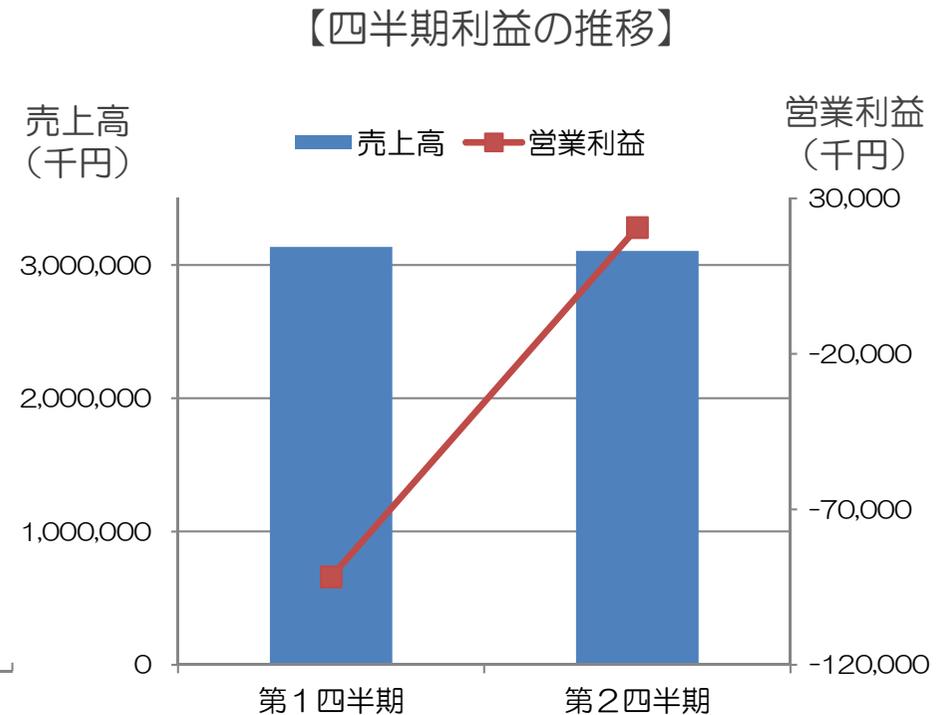
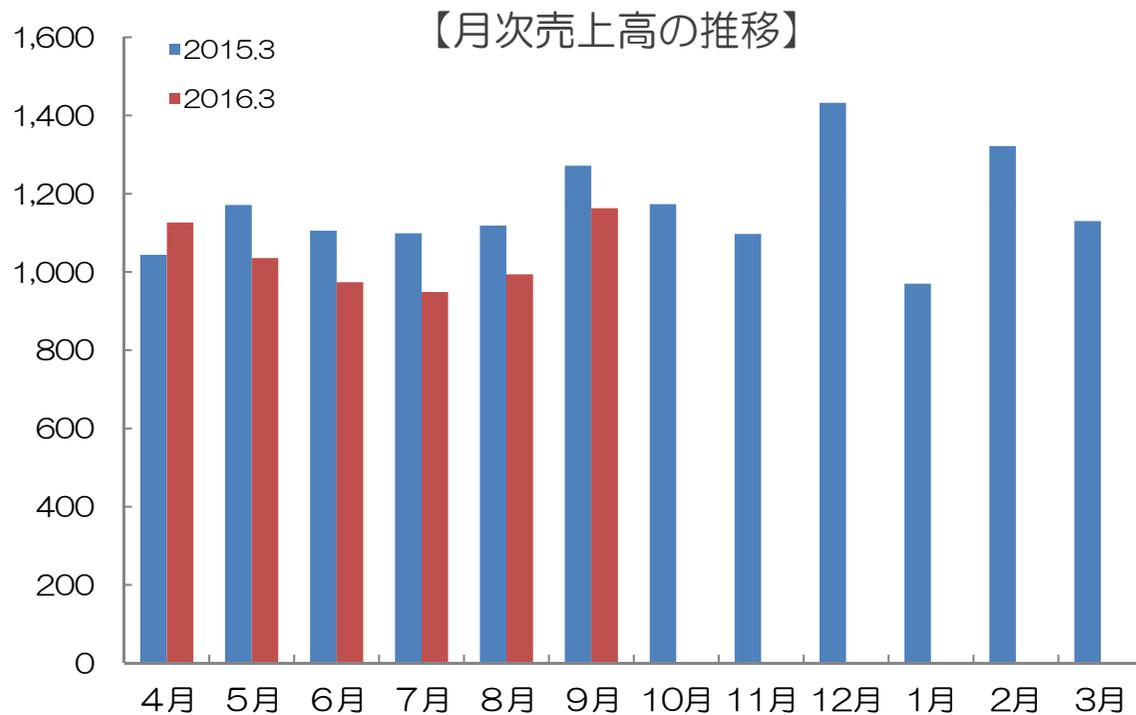


販売チャネル別売上

(単位：百万円)	2015年3月期 第2四半期		2016年3月期 第2四半期		前年比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)	
直 営 店 舗	6,615	97.1	6,031	96.6	91.2
通 信 販 売	107	1.6	111	1.8	103.4
国 内 代 理 店	78	1.2	84	1.4	107.7
海 外 代 理 店	8	0.1	15	0.2	176.7
合 計	6,810	100.0	6,241	100.0	91.7

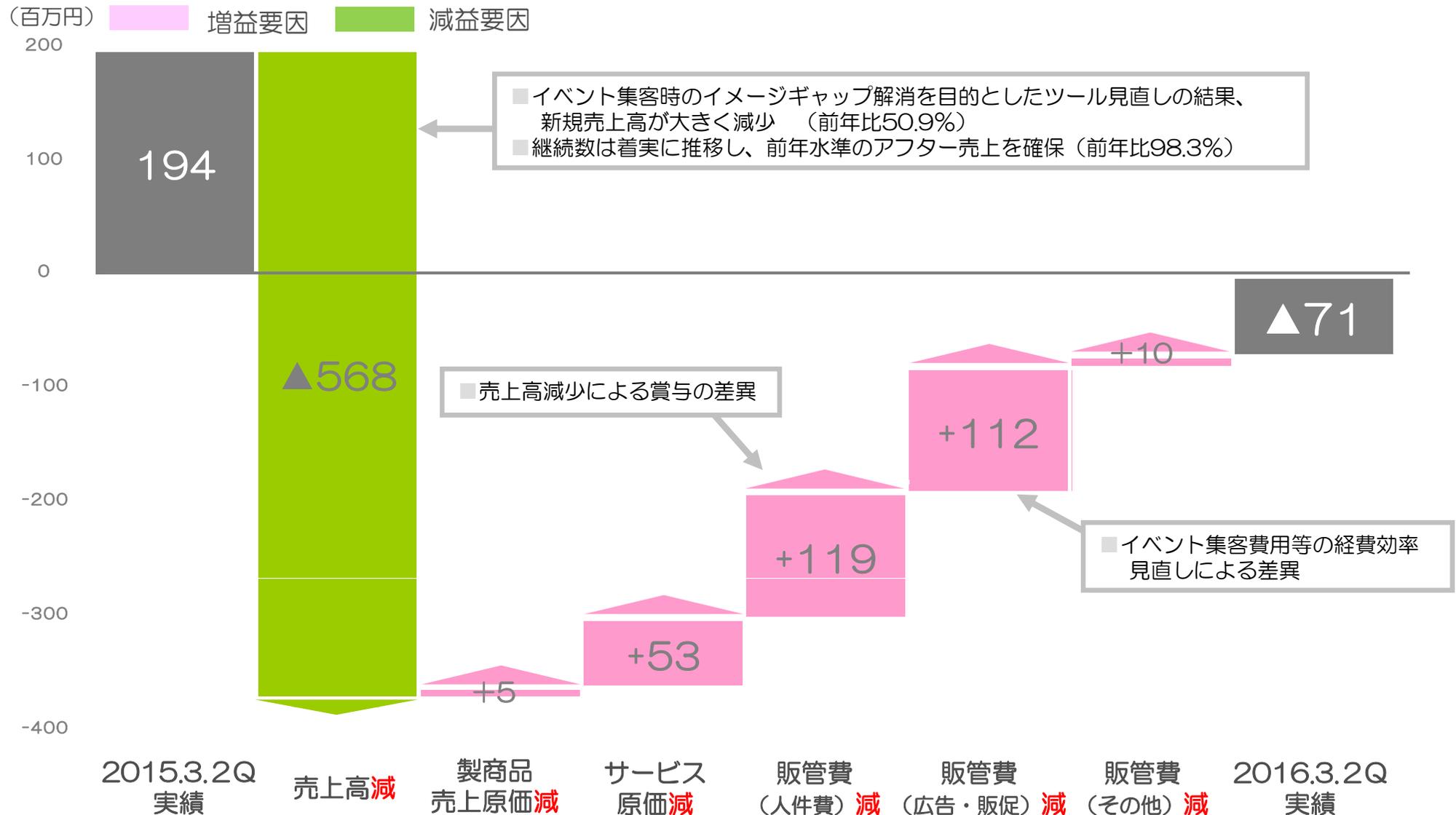
第2四半期より利益の改善傾向が見られる

(百万円)

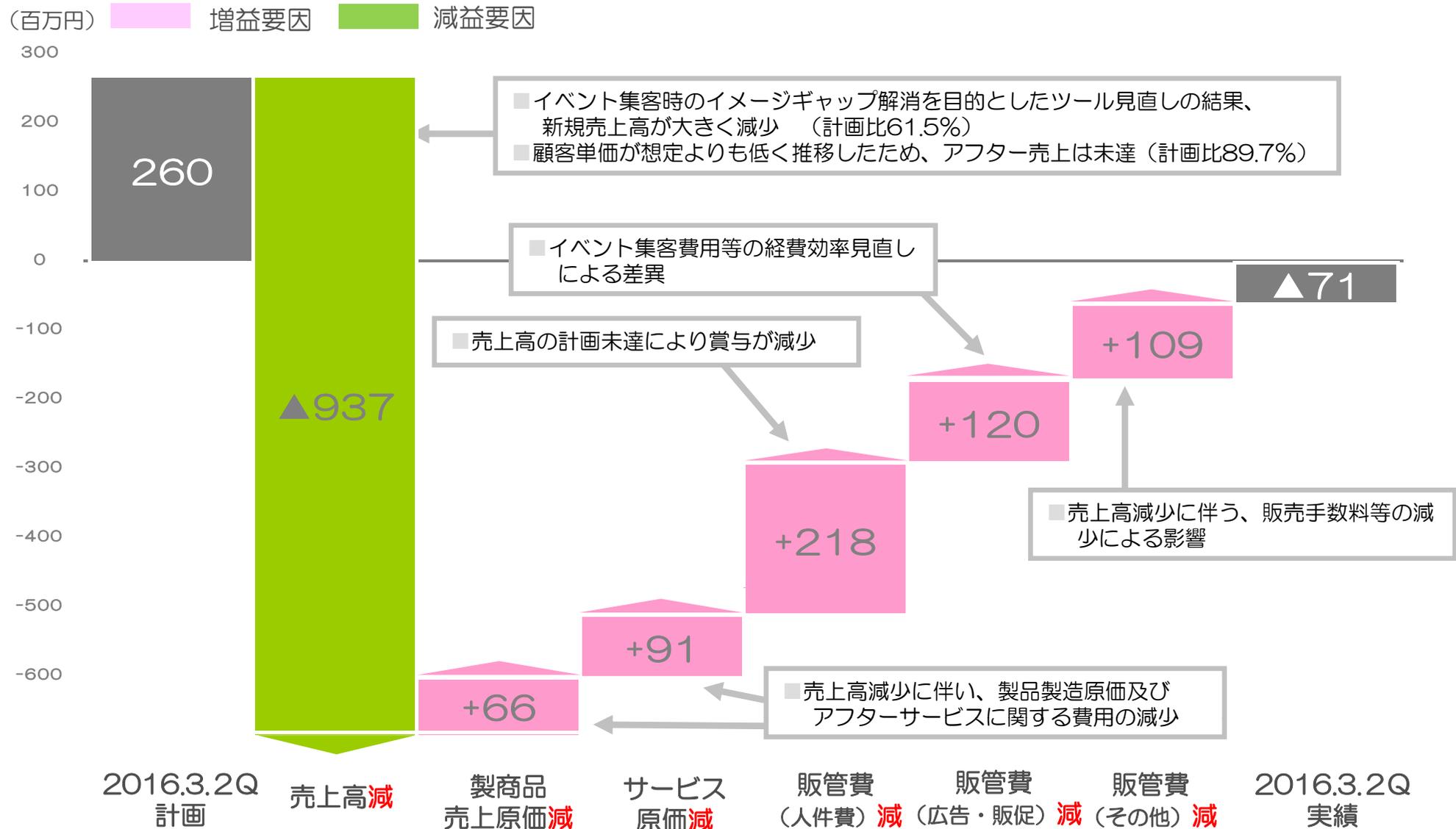


	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2015.3	1,043	1,171	1,105	1,098	1,118	1,271	1,173	1,097	1,432	969	1,321	1,130
2016.3	1,126	1,035	973	948	994	1,163						
前年同月比	107.9	88.4	88.1	86.3	88.9	91.5						

新規売上高減少が利益額に大きく影響



経費効率化を図るものの、売上高未達が大きく影響



貸借対照表

(単位：百万円)	2015年3月期 (2015年3月31日)		2016年3月期 第2四半期		増減額	前年比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)		
流動資産	5,330	45.9	4,551	41.8	※1▲779	85.4
固定資産	6,288	54.1	6,331	58.2	※2 43	100.7
資産合計	11,618	100.0	10,882	100.0	▲735	93.7
流動負債	2,028	17.5	1,454	13.4	※3▲574	71.7
固定負債	685	5.9	700	6.4	14	102.2
負債合計	2,714	23.4	2,155	19.8	▲559	79.4
純資産合計	8,903	76.6	8,727	80.2	※4▲176	98.0
負債純資産合計	11,618	100.0	10,882	100.0	▲735	93.7

※1現金及び預金の減少（692百万円）、売掛金の減少（113百万円）

※2投資その他の資産の増加（60百万円）

※3未払法人税等の減少（165百万円）、ポイント引当金の減少（69百万円）、その他流動負債の減少（314百万円）

※4利益剰余金の減少（232百万円）

(単位：百万円)	2015年3月期 第2四半期	2016年3月期 第2四半期	増減額
	金額	金額	
営業活動による キャッシュ・フロー	11	▲331	▲343
投資活動による キャッシュ・フロー	▲168	▲172	▲3
財務活動による キャッシュ・フロー	▲181	▲187	▲6
現金及び現金同等物 増減額	▲338	▲692	▲353
現金及び現金同等物 期首残高	1,940	2,078	137
現金及び現金同等物 期末残高	1,602	1,386	▲215

営業活動によるキャッシュ・フロー

税引前四半期純損失 (55百万円)

減価償却費 (174百万円)

ポイント引当金の減少 (69百万円)

売上債権の減少 (113百万円)

たな卸資産の増加 (27百万円)

仕入債務の減少 (27百万円)

未払消費税等の減少 (237百万円)

法人税等の支払額 (179百万円)

投資活動によるキャッシュ・フロー

有形固定資産の取得による支出 (134百万円)

敷金及び保証金の差入による支出 (29百万円)

財務活動によるキャッシュ・フロー

長期借入金の返済による支出 (45百万円)

自己株式の売却による収入 (27百万円)

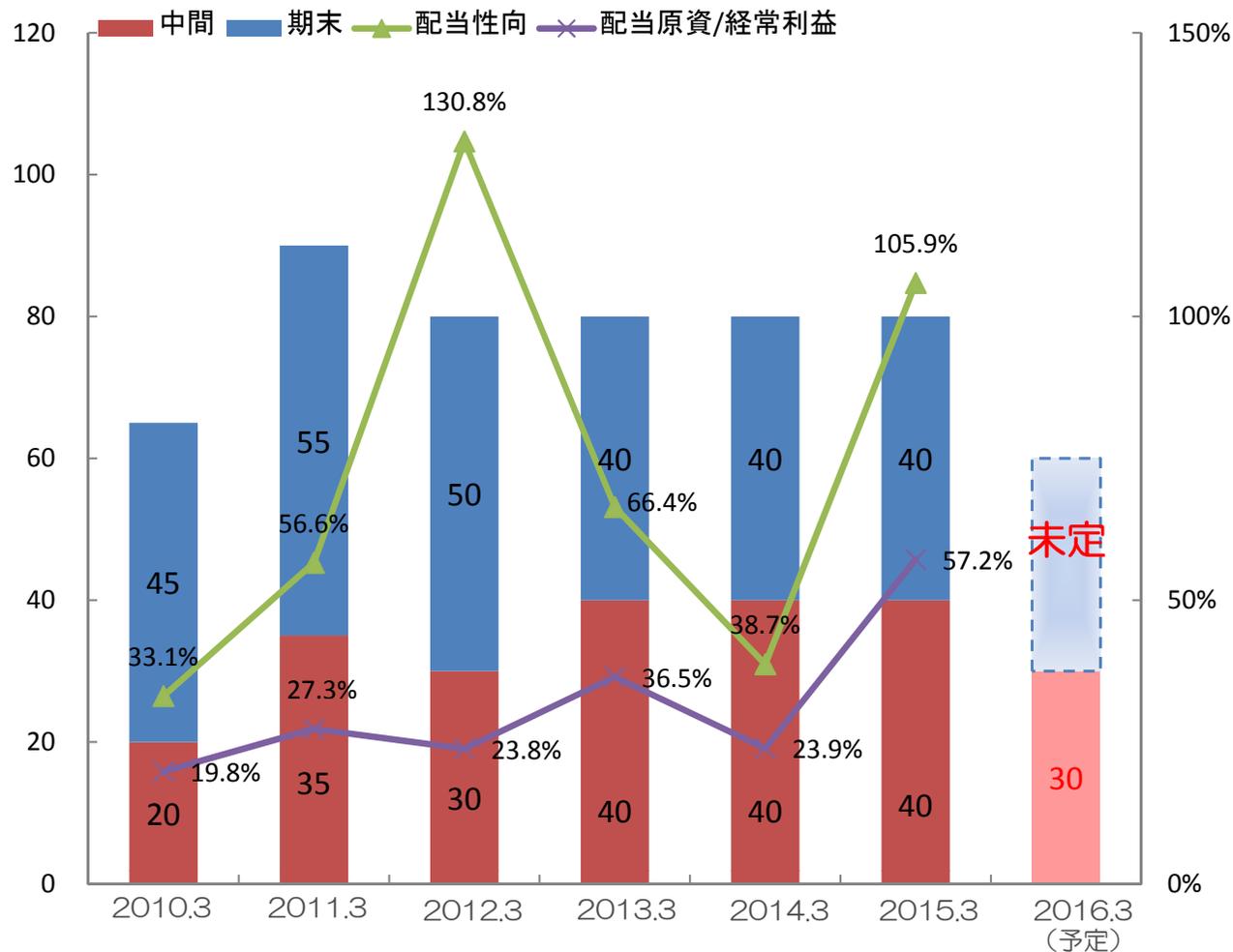
配当金の支払額 (170百万円)

通期予想の下方修正と配当予想を未定へ修正

	2015年3月期 (前年)	2016年3月期 (当初計画)	2016年3月期 (修正計画)	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	13,934	14,621	13,079	93.9	89.5
売上総利益	11,050	11,704	10,430	94.4	89.1
販管費	10,510	10,976	10,305	98.0	93.9
営業利益	539	728	124	23.1	17.2
経常利益	597	777	174	29.2	22.4
当期純利益	302	433	88	29.4	20.5

	修正の理由
通期業績予想	<p>■ 上期実績を反映し、下期の売上高は前年比－4%程度を想定 上期実績：売上高は当初計画比－13.1%/販管費は当初計画比－8.2% 下期計画：新規集客の回復と既存顧客の継続率向上の実現で、売上高の回復を見込む ・ 売上高は当初計画比－8.1%/前年比－4% ・ 販管費は当初計画比－4%（売上高減少による賞与減と広告宣伝費の減少を見込む）/前年並み</p>
配当予想	通期業績予想の修正を踏まえ、下期計画の進捗を見極めるため、期末配当金額を30円から未定へ

期末配当は下期計画の進捗を鑑み改めて決定



【配当金（2016年3月期）】

- 一株当たり配当額

中間 30円

期末 未定

合計 未定

- 配当性向:未定

- 配当原資/経常利益:未定

下期計画の進捗を鑑み
改めて決定

2016年3月期
今後の取り組み

代表取締役兼執行役員社長
金子 靖代

2016年3月期～2018年3月期

【 経営指針 】

カスタマーバリューの 創造

【 重点施策 】

1

ブランド力の強化

- 魅力的な店舗づくりによる顧客数の拡大
- 新たな集客・販売チャネルの確立
- 積極的な情報発信

2

人材の強化

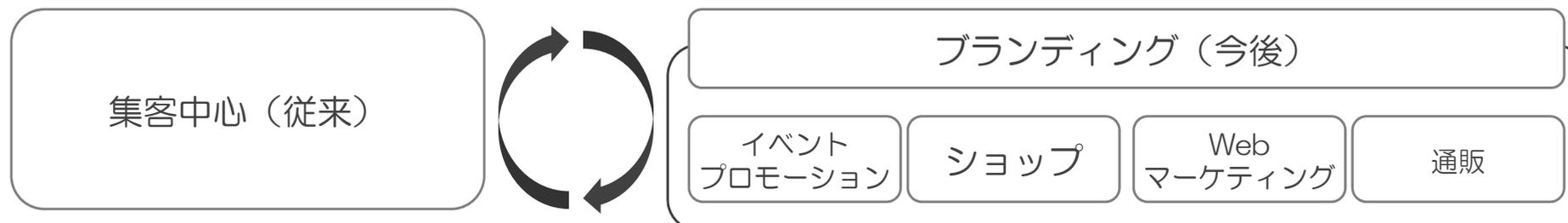
- 優秀な人材の獲得・育成
- 働きやすい職場環境の整備 (ESの向上)

3

製品開発力の強化

- 市場ニーズに迅速に対応できる開発体制の強化
- 外部研究機関との連携
- 品質保証体制の充実

サロンだけではなく、製品ブランド価値を訴求



← 新規来店者数の回復 (短期) →

← ブランディングとサロン以外の販売チャネルを確立 (中期) →



サロンサービスを訴求



C'BON
To create and produce the beauty



サロンサービス+製品のブランド価値を訴求

サロン

サロン/シヨップ/通販

ブランディングのため4つのポイントを重点的に強化

- ・大都市圏を中心に
ショップを展開し、
ブランド価値を訴求



ショップ

- ・Webマーケティングの
強化によるブランド価値
の向上



Web
マーケティング

C'BON
To create and produce the beauty

イベント
プロモーション



- ・多くの人々が集まる場所
での大型プロモーション

通販

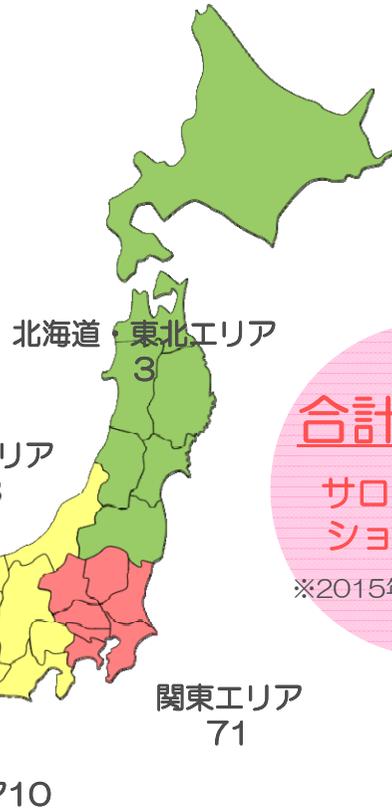


- ・ショップや通販展開を視野
に入れた手軽に試せる中価
格帯製品ラインを拡充

ブランド認知度を拡大していくことがサロンへの集客にもつながる

ショップ形態の3店舗を新たにオープン

プロモーションメイン
シャレオ広島店 (5/25オープン)



合計112店

サロン 108店
ショップ 4店

※2015年11月25日現在

【2016年3月期第2四半期までの実績】

■ 出店：3店舗

- ・4月C' BON BeautyOasis東急百貨店たまプラーザ店
- ・5月シャレオ広島店
- ・7月C' BON BeautyOasisイオン相模原店

■ 移設：1店舗 (5月 浦安店)

■ 改装：3店舗 ■ 退店：なし

開放的なサロン空間を演出した「C' BON BeautyOasis」

百貨店へ初出店！東急百貨店たまプラーザ店 (4/23オープン)



目もとケアに特化した

C' BON BeautyOasisイオン相模原店 (7/1オープン)



- ① 広告宣伝機能
- ② 集客機能 (他店舗への誘導)
- ③ 若年層の取り込みの強化
- ④ サロン内が見える安心感

銀座に今後のシーボンを象徴する店舗を展開

現在の銀座店



(銀座四丁目交差点)

C' BON BeautyOasisへ
リニューアル (12/7)



ショップイメージ

5店舗目の
ショップ

- 中価格帯製品も取り扱い
- ネイル・鍼灸・ボディケア
- インバウンド対応

今後のシーボンを象徴する
店舗

フェイシャリストサロンGINZAオープン



12/1 NEW オープン

- 従来の会員様サービスを拡充
- 銀座ならではのラグジュアリーな空間を演出

大都市圏への出店を
通じてブランドを
アピール

直営店は
114店舗へ

サロンの集客にもつながる製品を含めたPR活動を強化

- WEBマーケティングの強化
顧客評価の高い製品についてWEB媒体の活用により口コミ強化



- 異業種企業とのタイアップの増加
本社主導の法人営業の強化



- 集客現場体制の再編成
集客人員の再配置

- 50周年キャンペーン
・特設ホームページ
・トライアルコース

歩みや顧客
満足度紹介



イメージ

ご参考資料

幅広い顧客層に対応するためのサービスを提供

■顧客ステージの細分化

- ・サービスの差別化、充実により、高付加価値を訴求

【プラチナ会員向けBPの様々な利用方法】

- ①人気製品と交換
- ②特別サービスを提供
- ③製品購入の際にポイント利用で割引

※ダイヤモンド会員は交換対象製品の拡充等の特典がさらにアップ



■入会后6ヶ月以内の会員の継続率向上

- ・見込み優良顧客への丁寧なフォロー
- ・サロン、ショップ両面での来店促進



■創業50周年をお客様とともに



◆お客様への感謝

◆50周年の歩み(PR映像)

◆特別製品の企画 等



オーダーメイドクリーム

■毎年恒例の大型キャンペーンの実施

- ・歳末・大感謝祭(12月)
- ・ファーマントパウダー増量(2月)



女性が輝くリーディングカンパニーへ

自発的な成長を醸成する環境づくり

C' BONカレッジ



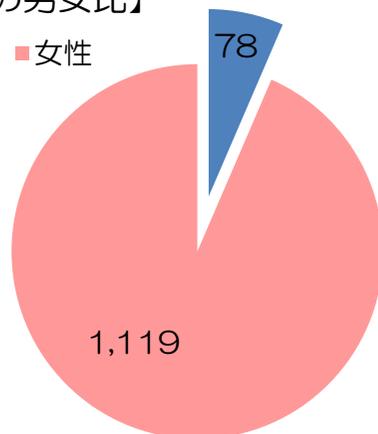
C' BON Family Day開催



企画・提案

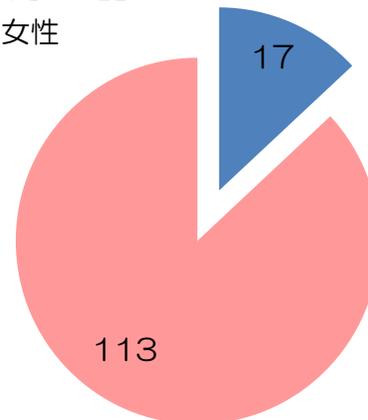
【正社員の男女比】

■男性 ■女性



【管理職の男女比】

■男性 ■女性



現場社員からの
多様な提案

人材の確保と育成

- 美容社員の積極採用
・正社員/ショートタイム正社員/パートの増員
- 教育プログラムの充実
・コーチング研修/360度評価
- 社内SNSの活用（ナレッジマネジメント）

引き続き女性が長く活躍できる職場環境づくりに注力

ラインアップの追加やバージョンアップが続々登場

10月

『コンセントレートプラス』 2品追加発売

『エモリエントローション』 ¥15,120
肌のすみずみまでうるおいを巡らせいきいきとした肌へ導く化粧水

『バイタルクリーム』 ¥43,200
深く豊かなうるおいとハリで満たされたツヤある肌へ導くクリーム



『モイスタークリーム』

ベーシックシリーズより、たっぷりのうるおいで満たし、肌本来の保湿力にアプローチするクリーム
¥8,640

『ハーバルトリートメントオイル』

自然派シリーズのファームより、顔・ボディに使えるトリートメントオイル

¥4,320



11月

『リンクルコンクF』 バージョンアップ

トータルエイジングケア(※)機能を搭載した本格派の美顔器『シーボン 美肌スペシャリスト5』用に開発した美容液をバージョンアップ
¥10,800



『葡萄美人一白』

香り高く、みずみずしい味わいの白葡萄長野県産ナイアガラを使用した美容と健康をサポートする酢飲料

¥3,024



12月

『リバイタライジングコンクF』 バージョンアップ

美顔器『シーボン 美肌スペシャリスト5』用に開発した美容液に保湿成分を増量。さらに、より使いやすく
¥12,960



中価格帯のシーボンファームなど、ラインアップを拡充

4月

『FWセット』 & 『ブライトアップUVプライマー』

『ホワイトシリーズ』より、
お得なセットを数量限定で発売

¥48,600

「肌色補整」「UVカット」
「スキンケア」の3つの効果の
機能性下地

¥6,480



6月

『酵素美人-桃』

美と健康を応援する
『酵素美人』シリーズから
ニューフレーバーが登場

¥3,024



『ブライトアップクリアウォッシュS』

きめ細やかなクリーミーな
泡でクリアな肌へ
洗い上げる泡洗顔料。
医薬部外品化して
バージョンアップ

¥5,400



5月

『ブライトアップコンク』

トータルエイジングケア(※)機能を搭載した本格派
の美顔器『シーボン 美肌スペシャリスト5』用に
開発した美容液

(※)年齢肌にハリやうるおいを与えること

¥10,800



6月

『シーボンファーム』

植物由来成分にこだわった自然派ライン。
心地よい使用感と素材にこだわって開発

スキンフレッシュナー(化粧水) ¥5,400

プレミアムコットンシート ¥2,700

パウダーインローション(収れん化粧水) ¥4,320



7月

『コンセントレートプラス』

エイジングケア(※)ライン
『コンセントレート』を
バージョンアップ

¥8,640～

¥43,200

(※)年齢肌にハリやうるおいを与えること



- ・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