

株式会社シーボン

2016年3月期

決算説明会

2016年5月24日（火）



目次

2016年3月期決算報告・・・2

2016年3月期以降の取組み・15

2016年3月期
決算報告

常務取締役兼執行役員
諏佐 貴紀

	実績	前年比	修正計画に 対する達成度
売上高	128億33百万円	92.1%	98.1%
営業利益	2億35百万円	43.6%	188.2%
経常利益	2億84百万円	47.7%	163.1%
当期純利益	1億4百万円	34.5%	117.5%

【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
 ✓ 集客効率の良いイベント集客に絞った結果、来店者数に影響
- 

既存顧客向けの売上高については、新規顧客の減少が徐々に響く
 ✓ 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
- 

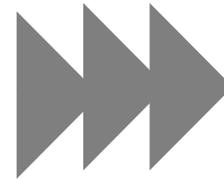
経費の効率化を図ったものの、売上高減少が利益額に影響

ブランディング強化と集客経費効率の改善を実施

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

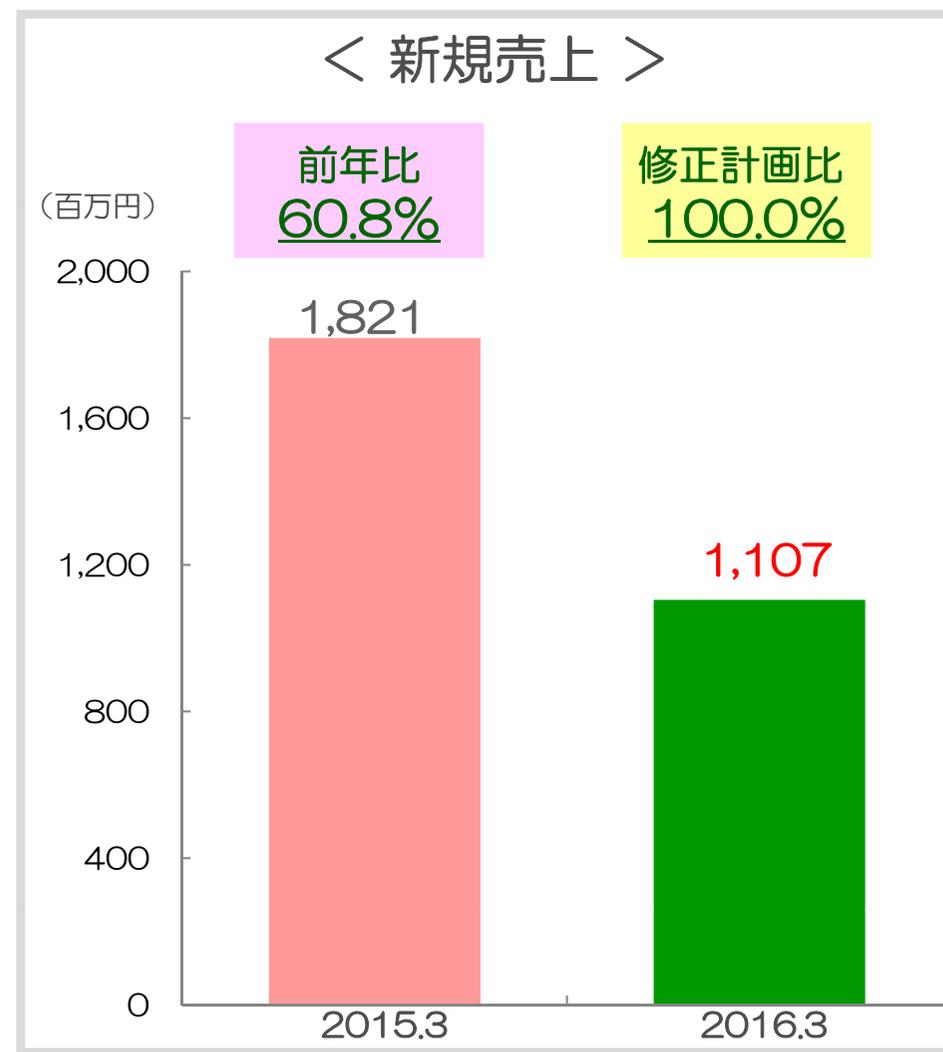
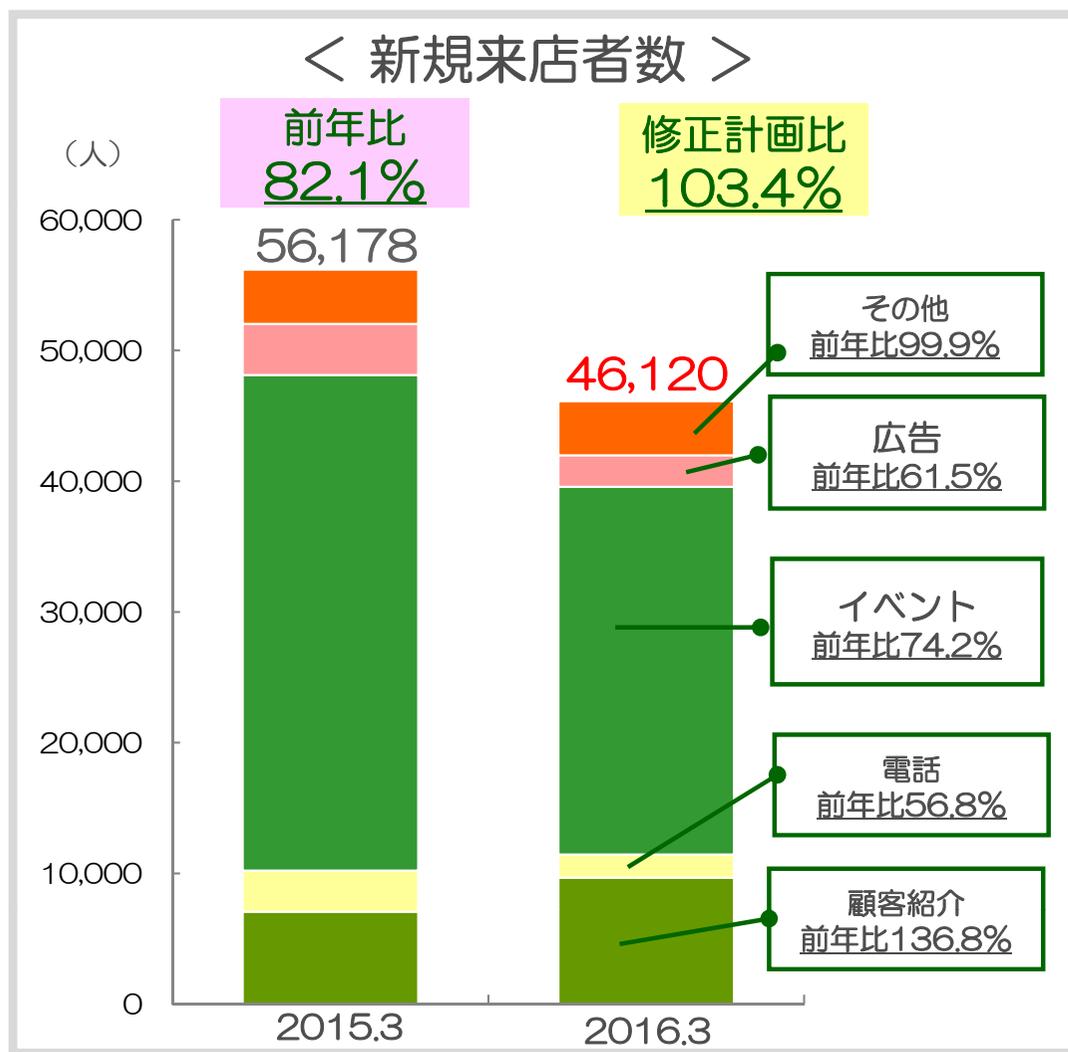
経費効率の良いイベントに絞るとともに、集客ツールやマニュアルを抜本的に見直し、当社の強みを正しく伝えることがブランディング上重要と判断

経費が減少し、契約率は改善したものの新規来店者数は減少

ブランディングと集客チャネルの多様化の取組みの効果は時間を要する

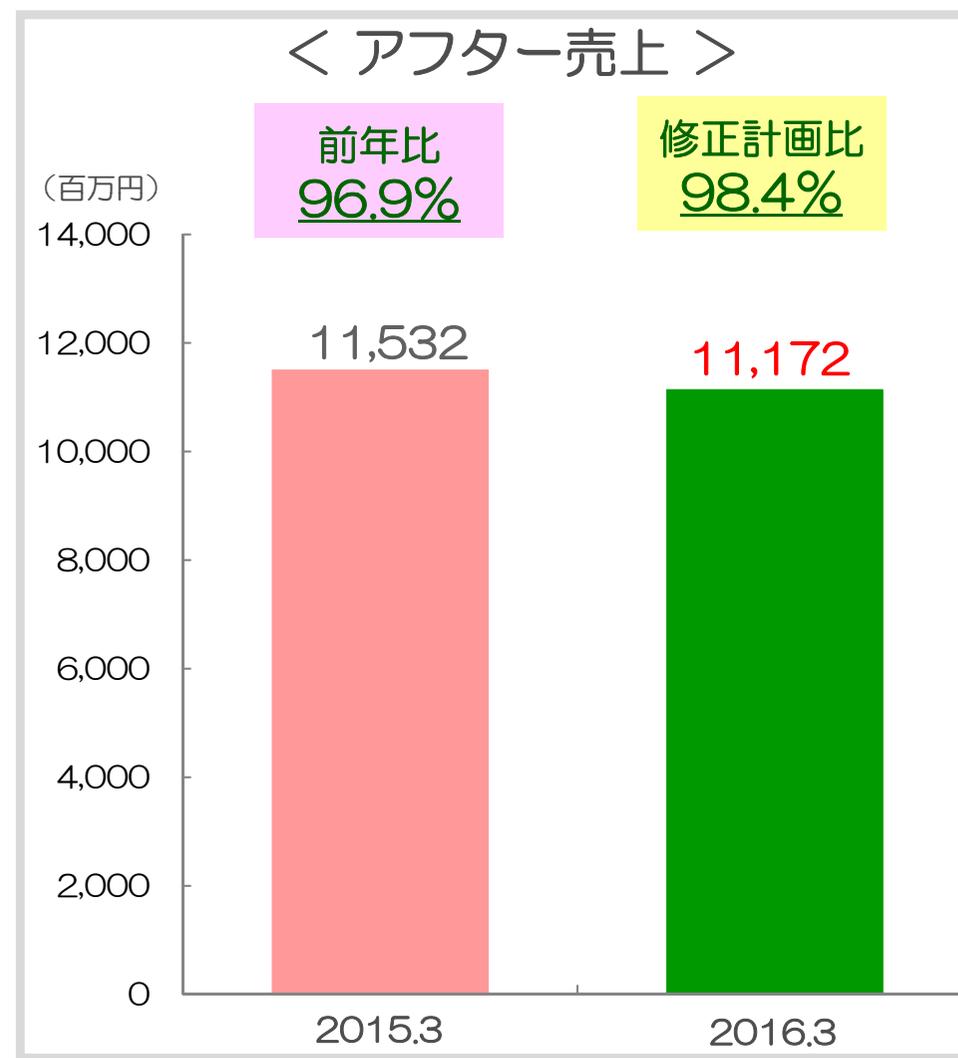
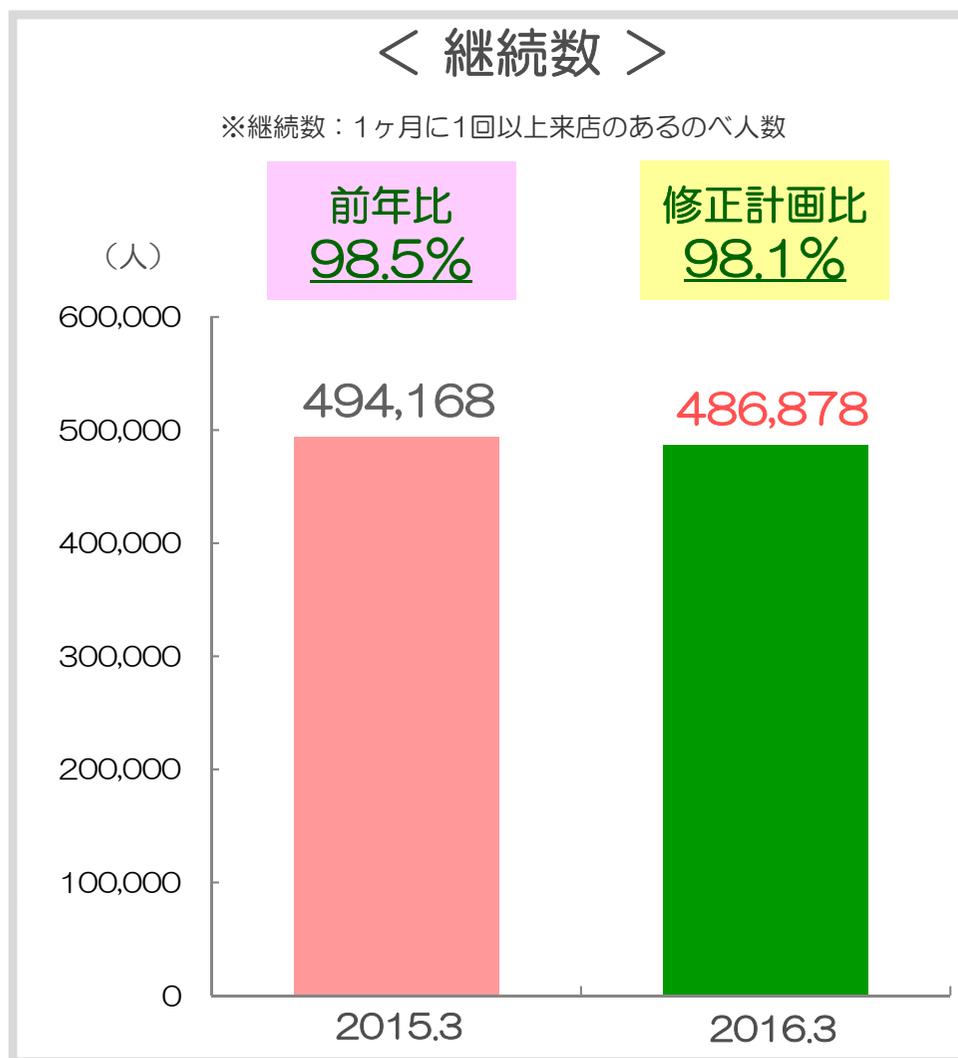
集客効率の良いイベント集客に絞った結果 新規来店者数に大きく影響

新規売上 = イベントや顧客紹介等により初来店されたお客様への売上



新規顧客減少が継続顧客の状況にも徐々に影響

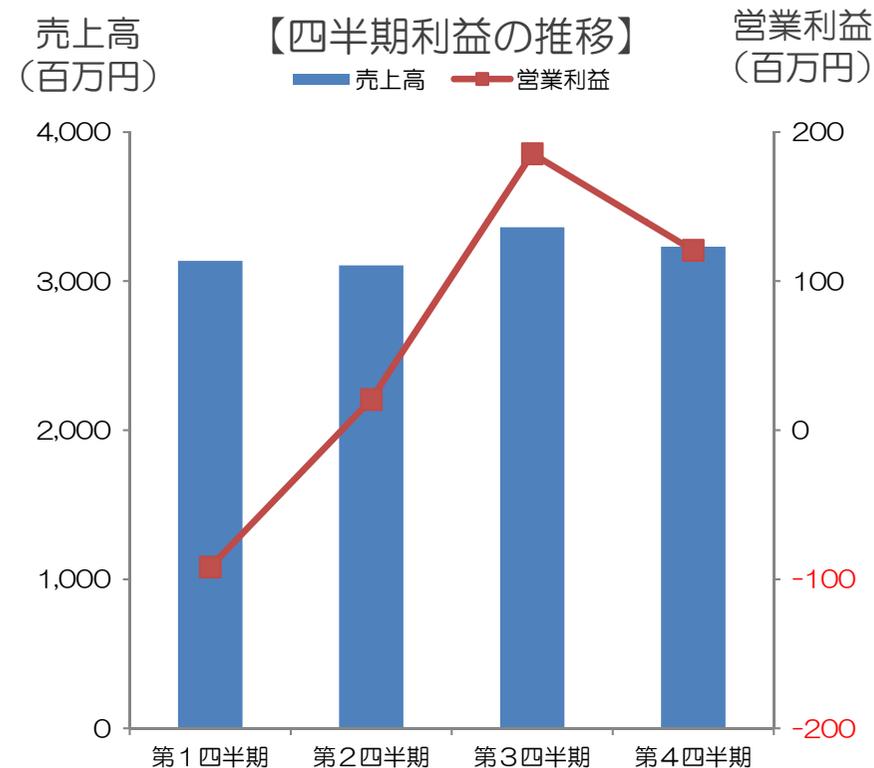
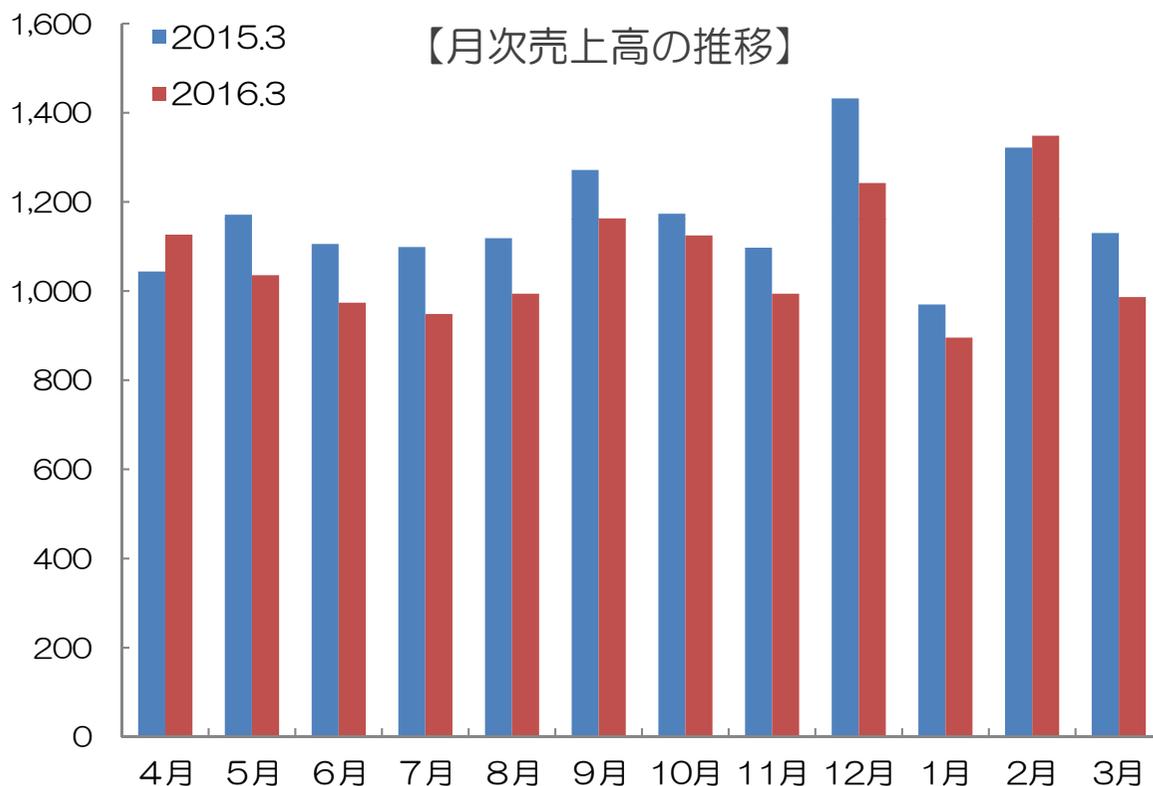
アフター売上＝既存顧客のリピート購入による売上



(単位：百万円)	2015年3月期		2016年3月期		前年比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)	
直 営 店 舗	13,522	97.0	12,418	96.8	91.8
通 信 販 売	218	1.6	216	1.7	99.0
国 内 代 理 店	161	1.2	166	1.3	103.2
海 外 代 理 店	32	0.2	32	0.2	100.7
合 計	13,934	100.0	12,833	100.0	92.1

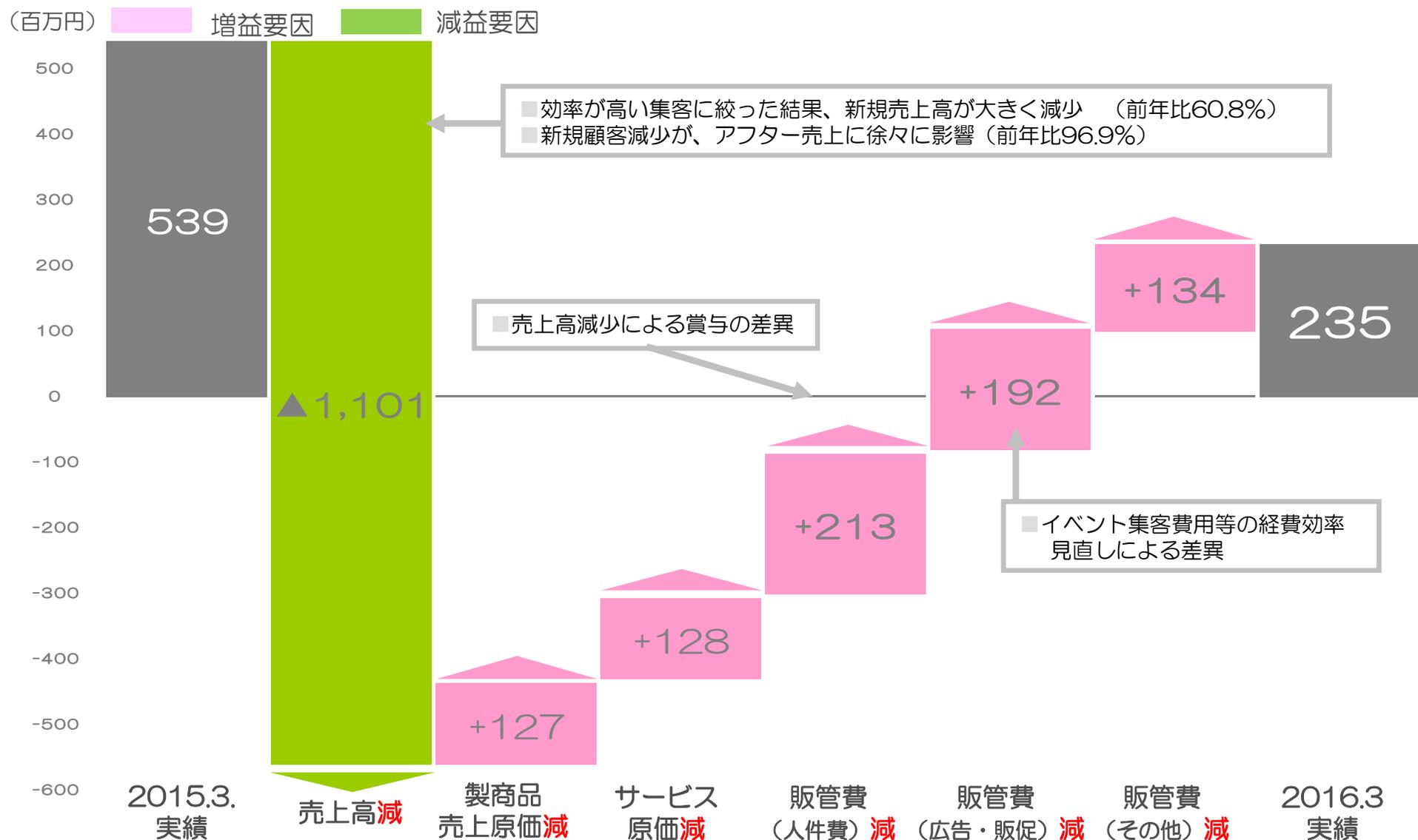
第2四半期より利益の改善傾向が見られた

(百万円)



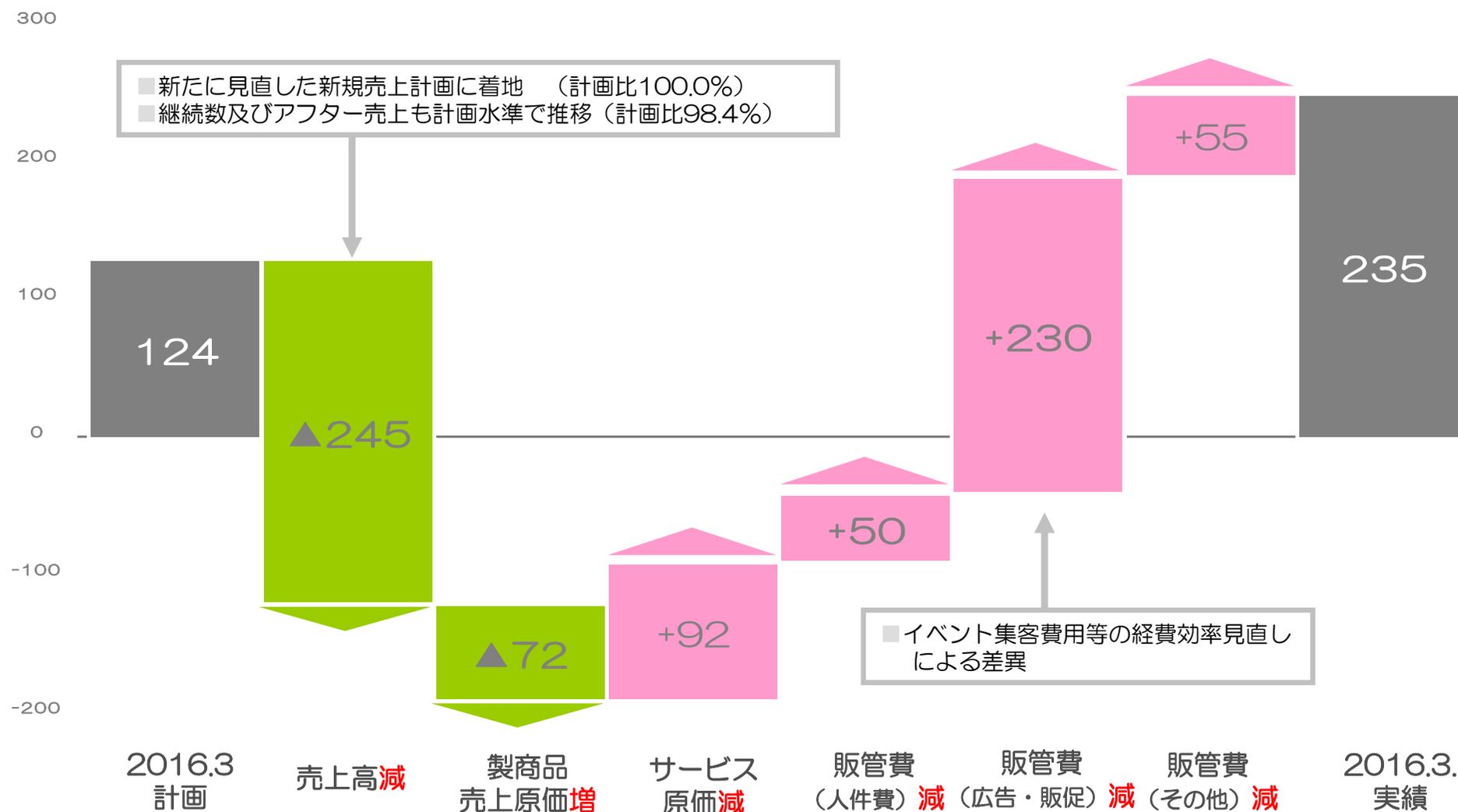
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2015.3	1,043	1,171	1,105	1,098	1,118	1,271	1,173	1,097	1,432	969	1,321	1,130
2016.3	1,126	1,035	973	948	994	1,163	1,124	994	1,242	895	1,348	986
前年同月比	107.9	88.4	88.1	86.3	88.9	91.5	95.9	90.6	86.7	92.3	102.0	87.3

新規売上高減少が利益額に大きく影響



経費削減が進んだ結果、営業利益は修正計画を上回る

(百万円) ■ 増益要因 ■ 減益要因



(単位：百万円)	2015年3月期		2016年3月期		増減額	前年比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)		
流動資産	5,330	45.9	4,925	44.1	※1▲405	92.4
固定資産	6,288	54.1	6,230	55.9	※2 ▲57	99.1
資産合計	11,618	100.0	11,155	100.0	▲462	96.0
流動負債	2,028	17.5	1,605	14.4	※3▲423	79.1
固定負債	685	5.9	748	6.7	※4 62	109.1
負債合計	2,714	23.4	2,353	21.1	▲361	86.7
純資産合計	8,903	76.6	8,802	78.9	※5▲100	98.9
負債純資産合計	11,618	100.0	11,155	100.0	▲462	96.0

※1現金及び預金の減少（258百万円）、売掛金の減少（131百万円）、繰延税金資産の減少（35百万円）

※2建物の減少（68百万円）、投資有価証券の増加（49百万円）

※3未払法人税等の減少（56百万円）、未払金の減少（43百万円）、ポイント引当金の減少（62百万円）、未払消費税等の減少（244百万円）

※4長期借入金の減少（45百万円）、株式給付引当金の増加（63百万円）、その他固定負債の増加（40百万円）

※5利益剰余金の減少（194百万円）

(単位：百万円)	2015年3月期	2016年3月期	増減額
	金額	金額	
営業活動による キャッシュ・フロー	874	312	▲561
投資活動による キャッシュ・フロー	▲366	▲180	185
財務活動による キャッシュ・フロー	▲371	▲290	80
現金及び現金同等物 増減額	137	▲158	▲295
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	2,078	1,920	▲158

営業活動によるキャッシュ・フロー

税引前当期純利益 (257百万円)

減価償却費 (358百万円)

売上債権の減少 (131百万円)

未払消費税等の減少 (244百万円)

法人税等の支払額 (194百万円)

投資活動によるキャッシュ・フロー

定期預金の預入による支出 (1,200百万円)

定期預金の払戻による収入 (1,300百万円)

有形固定資産の取得による支出 (227百万円)

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 (55百万円)

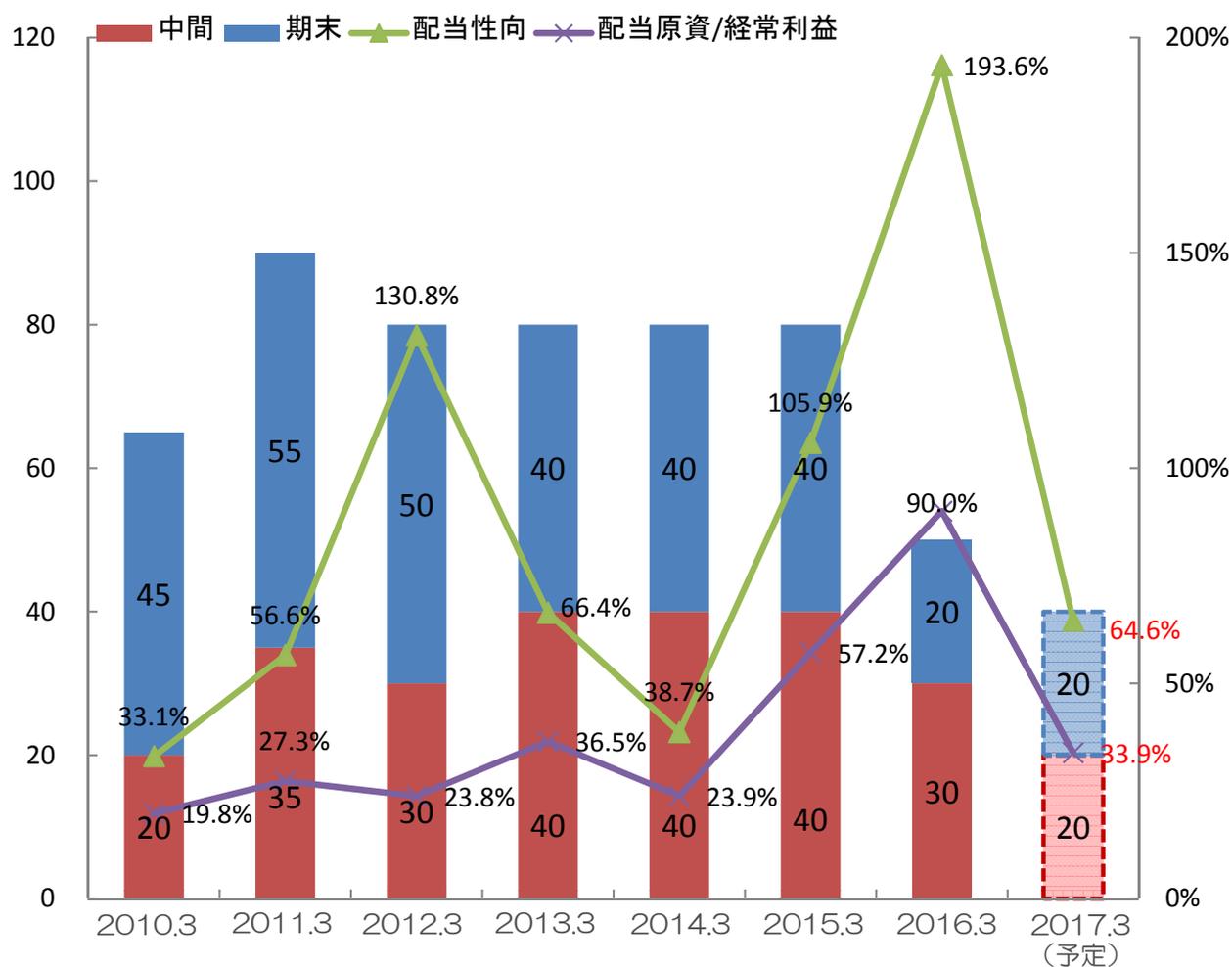
配当金の支払額 (298百万円)

新規契約数の確保と継続顧客の着実な積み上げにより 増収増益を目指す

(単位：百万円)	2016年3月期（前年）	2017年3月期（計画）	前年比（%）
売上高	12,833	13,469	105.0
（直営店売上）	12,418	12,966	104.4
売上原価	2,628	2,766	105.3
売上総利益	10,204	10,702	104.9
販管費	9,969	10,244	102.8
営業利益	235	458	194.9
経常利益	284	503	176.8
当期純利益	104	264	253.1

売上高	<ul style="list-style-type: none"> ◆新規顧客の確保及び継続顧客の積み上げ ◆テレビ通販等、新たな販売・集客チャネルの拡充 ◆既存顧客に対するサービスの拡充
売上原価	<ul style="list-style-type: none"> ◆製商品原価は前年並みを想定 ◆継続顧客増加によるサービス原価の増加
販管費	<ul style="list-style-type: none"> ◆人件費の増加（人員増加による給与手当て及び売上高増加による賞与） ◆新たな集客チャネル拡充のため、広告宣伝費は前年を上回る水準を計画

経常利益の水準を勘案し配当額を決定



【配当金 (2017年3月期)】

- 一株当たり配当額
 - 中間 20円 (予定)
 - 期末 20円 (予定)
 - 合計 40円 (予定)
- 配当性向: 64.6% (予定)
- 配当原資/経常利益: 33.9% (予定)

**経常利益の25%を基準に
配当額を設定**

2016年3月期以降の取組み

代表取締役兼執行役員社長

金子 靖代

新規顧客を獲得して、コアな継続顧客へ促す

新規顧客

エントリーレベル
(シーボンを知ってもらう)

新規来店数

一人当たりの
経費単価約2万円

イベント

若年層への
アプローチ強化

テレビ通販

ショップ

新業態への試み

企業
タイアップ

Web
マーケティング



製品
購入

継続顧客

会員

VIP会員

カスタマー

ファンカスタマー

継続数

一人当たりの
経費単価約1千円

CS向上

顧客セグメントに
応じたサービス

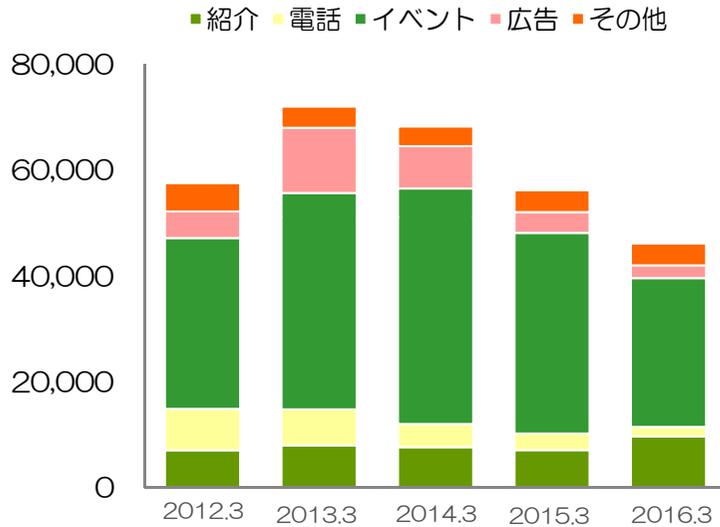
働く環境の整備

新製品の展開

人材の育成

イベント集客を軸に新規来店者数を確保

【新規来店者数の推移】



2013年3月期をピークに新規来店者数が減少に転じる

2016年3月期

■ブランディングと集客効率を絞った活動

2015年3月期

■集客効率を意識した集客へシフト

2014年3月期

■消費税増税に伴う反動減

2013年3月期

■イベント集客が好調に推移

■電話集客からイベント集客へ移行
■東日本大震災の影響による集客自粛

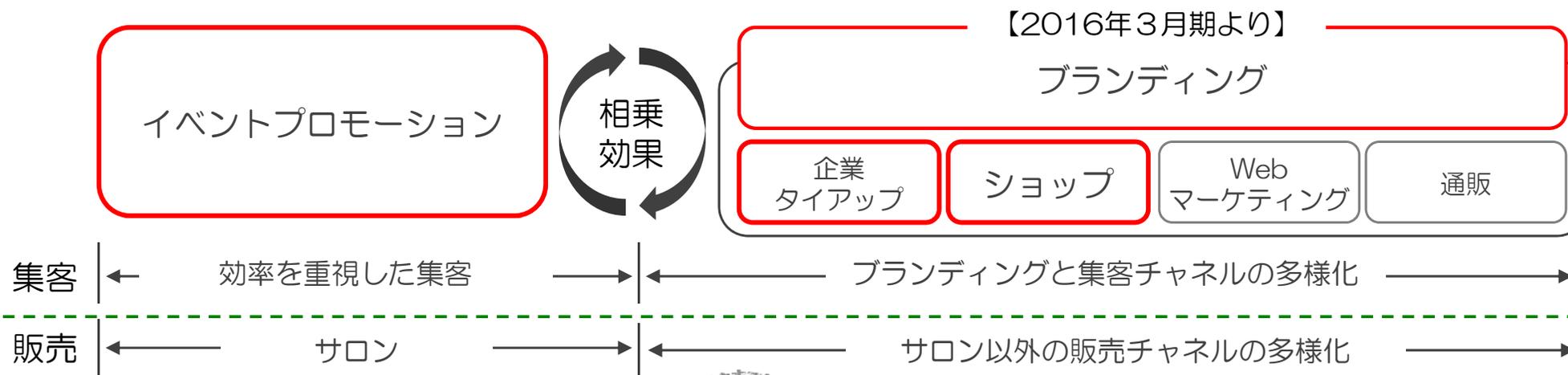
2012年3月期まで

経費効率化と新規来店数の確保との両立が必要

今期はブランディングと集客方法の多様化に取り組む



イベント集客から集客チャネルの多様化にシフト



- 話題スポットやサロン近郊でのイベント活動を積極的に展開
- サロンサービスを訴求

- ショップ出店によるブランディング、販売チャネルの拡充
- サロンサービス+製品のブランド価値を訴求

企業タイアップや法人営業を強化し、集客イベントの多様化を図る

■ 企業タイアップの新規開拓を強化

法人営業課
の新設



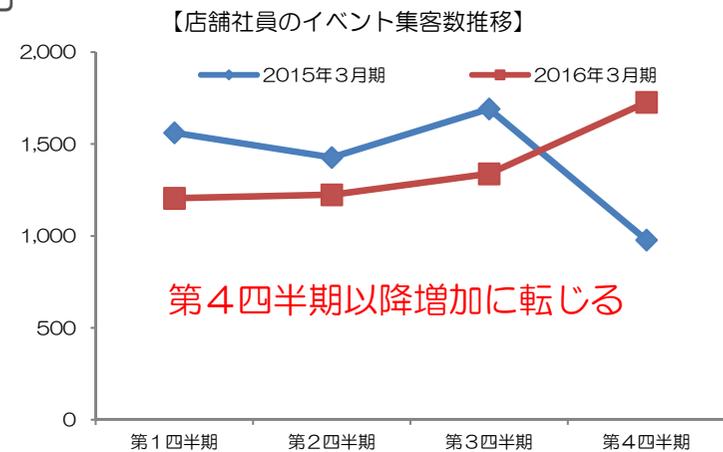
■ 専任部署を新設し、タイアップ企業の新規開拓を推進する

法人営業新設後、タイアップ経由の新規来店者数は、**66.4%増**※第4Q比較

■ 店舗の集客を強化



■ 店舗における法人営業の支援・イベント強化



集客イベントの多様化を図る

ブランディングと販売チャネルの多様化を図るため、
ショップ型店舗及び銀座2号店の出店に注力

■ ショップ4店舗出店

オープンレイアウトで、
視認性が高く、シーボン製品
とサービスを気軽に試せる



プロモーションメイン
シャレオ広島店 (5/25オープン)

ブランディングを図る

開放的なサロン空間を演出した
「C' BON BeautyOasis」

百貨店へ初出店！

目もとケアに特化！



東急百貨店たまプラーザ店
(4/23オープン)

イオン相模原店
(7/1オープン)

銀座店
(12/7オープン)

- 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

■ 銀座地区に2店舗目のサロンをオープン



フェイシャリストサロン
GINZA (12/1)

ラグジュアリーでくつろげ
る空間は会員様からご好評



- 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

直営店は111店舗へ
(サロン106店/ショップ5店)

新たな顧客層へアプローチするためテレビ通販へ販路を拡大

ブランディング強化

テレビ通販

通販サイトへ誘導



サロン誘導も視野に



■放映日時

- ①2016年4月6日 7:00~8:00
- ②2016年5月1日 18:00~19:00
- ③2016年7月16日 13:00~14:00
- ④2016年7月19日 3:00~4:00

■番組名：「創業50周年の実績 美を創造し演出する
「シーボン」化粧品デビュー

■主な販売製品

- シーボンアビリティ トリートメントマセ
- シーボンアビリティ エッセンスローション



認知度向上
ブランディング

通販やサロンの
リピート購入

新たな付加価値を提供することで、継続率アップ及び顧客単価増加を図る

ブランディング強化

C' BON ウィッグプロジェクト

①スポットで実施し好評であったため事業化

②お客様一人ひとりに合わせてフルオーダーメイド

- ・ボリュームアップ
- ・白髪隠し

お客様一人ひとりのご要望を
コンサルタントがサポート

③美容師による仕上げ/アフターサポート

シーボンの直営美容室の担当者が
アフターフォロー

六本木を中心に15店舗で展開し、将来的には販売網の拡大を目指す



4種類展開/158,000円~243,000円（税抜き）



六本木本店
地下1階「neaf」

ブランディングと集客チャネルの多様化とあわせて 経費の効率化策も継続

ブランド力の強化

企業タイアップ

ショップ型店舗の展開

前期から継続

テレビ通販へ販路拡大

Webマーケティング

ウィッグプロジェクト

新しい取組み

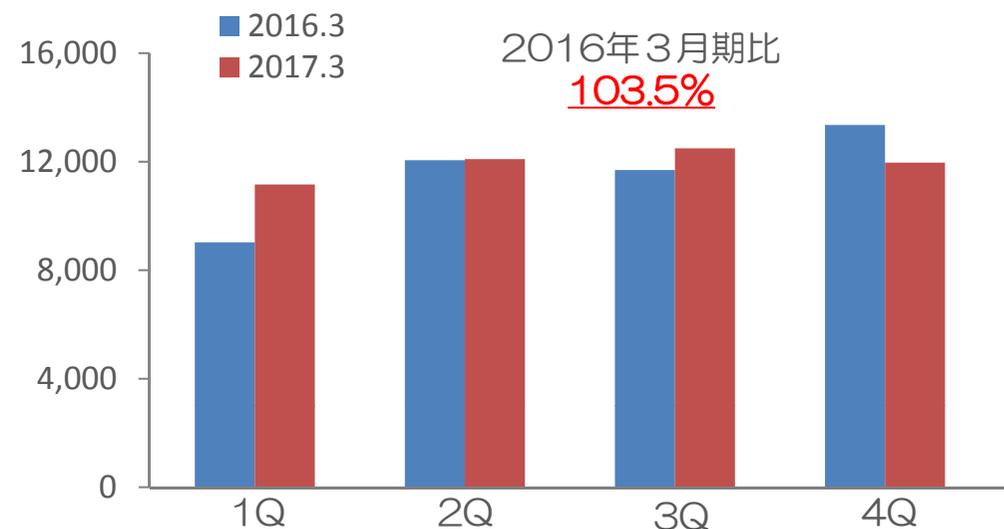
経費の効率化

集客拠点
の再編

効率の高い
イベントの絞込み

前期から継続

【新規来店者数の計画】



継続率向上のため、顧客ステージに応じた施策を展開

STEP1

【ポイントシステムの変更】

- ・ 少額購入者の換算率アップによる来店回数増加

2015年3月31日まで

- 年間ご購入金額16万円以上の方 ▶ 8,000円/BP
- 年間ご購入金額8万円以上16万円未満の方 ▶ 11,000円/BP
- 年間ご購入金額8万円未満の方 ▶ 15,000円/BP

3月31日までの換算率

8,000円/BP

11,000円/BP

15,000円/BP

新 2015年4月1日より

- 初回ご購入日(入会日)から1年間は、10,000円ご購入ごとに1BPに換算
- 2年目以降は、過去1年間のご購入金額に応じて換算

4月1日以降の換算率

10,000円=1BP

1年目

① 年間ご購入累計金額16万円未満の場合

10,000円=1BP

② 年間ご購入累計金額16万円以上の場合

8,000円=1BP※最長1年間

2年目以降

STEP2

【入会間もない会員の継続率向上】

- ・ 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



STEP3

【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

(例) プラチナ会員向けポイントの様々な利用方法

- 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

ロイヤルカスタマーの醸成へ

お客様満足度の向上を、継続利用につなげていく

メールアンケートの活用

年間**30万**件の
お客様の声

回答率
約**60%**

＜お客様の意見を基に積極的な問題解決を図る＞

社員教育への反映

フェイシャリストの
評価に反映

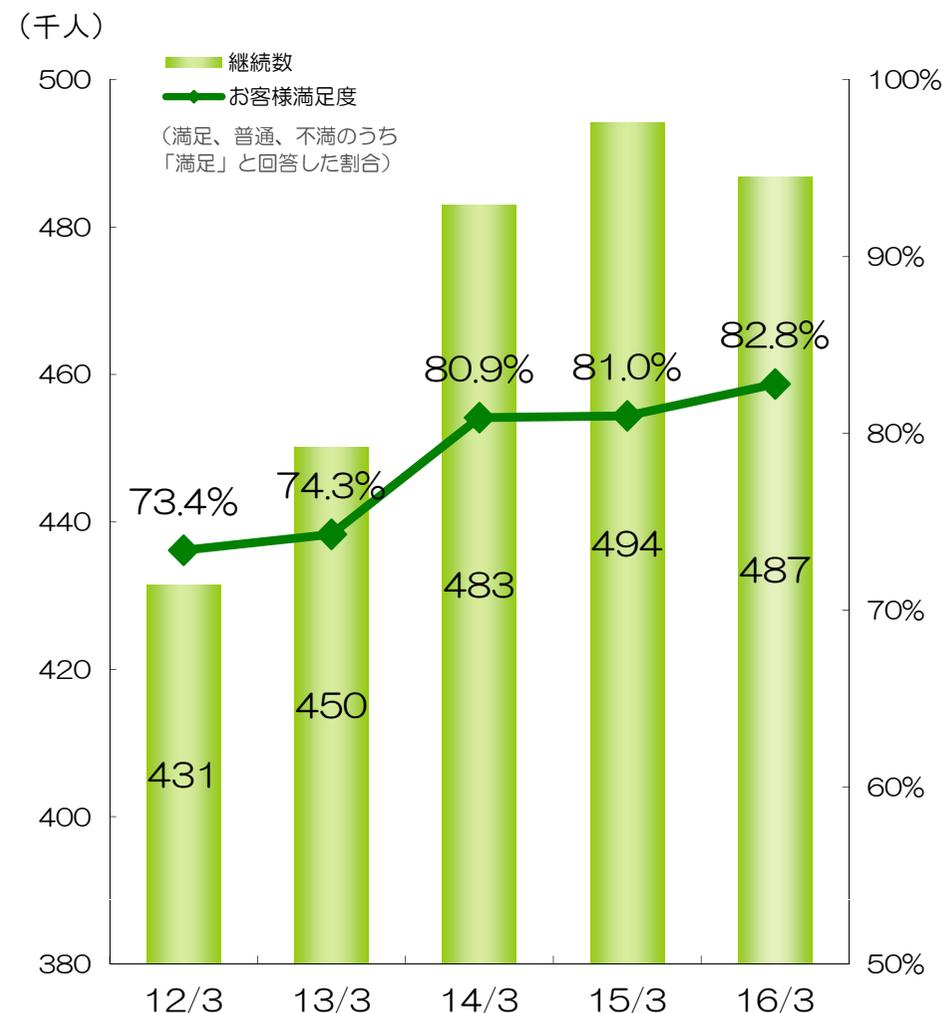
サロン環境の改善

製品開発



不満を感じられたお客様の割合が前年比**29.6%**減

＜継続数の推移＞



ロイヤルカスタマーを創出する人材の確保・育成

C'BONの成長
(業績の向上、
社会貢献)

女性の活躍が
成長の“カギ”

CS向上
(継続来店、
新規顧客の獲得)

ES向上
(定着率の改善、
優秀な人材の確保)



採用ブランディングの強化

- ・シーボンで働くことの付加価値を積極的に発信

人材育成の強化

- ・階層別教育プログラム
- ・社内SNS (ナレッジマネジメント)
- ・C' BONカレッジ
- ・Eラーニング など

多様な働き方のサポートの充実

- ・パート社員の正社員化の推進
- ・育児休業等から復帰しやすい環境の整備 など

適切な評価と人材配置

- ・管理職の360度評価
- ・キャリアプラン など

女性が輝く企業のリーディングカンパニーとしての地位確立へ

女性社員の登用の継続と働く環境の整備

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



現場社員からの
多様な提案

女性取締役比率 57.1%

全上場会社
No1*

女性管理職比率 85.3%

化学セクター
No1*

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）

*経済産業省「なでしこ銘柄」
平成27年度調査データよりシーボン作成

引き続き女性が長く活躍できる職場環境づくりに注力

新製品の投入やカウンセリングツールの刷新を計画

4月 『FWセット』

『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



『ブライトアップマセ』

ロングセラー『トリートメントマセ』
をベースに、ブライトアップ機能を
プラスしたクレンジング&マッサージク
リーム。大容量サイズとして新発売

¥11,880



5月 『SPA 04 (PJ-W)』

毎年大好評の夏季限定スペシャルセッ
トが今年も登場。
紫外線ダメージによるほてりをいたわ
り、ハリ・弾力をサポートする保湿成
分を新配合し、バージョンアップ。

¥17,280



6月 『酵母美人-カシス』

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



大学等の外部研究機関との連携し、
研究開発の強化

新カウンセリングツールの導入

新規顧客の獲得

既存顧客の継続率
向上



※現在のカウンセリングツール

この詳細は改めてお知らせ

ご参考資料

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

前年比は下回るが、修正計画は着実に達成

(単位：百万円)	2015年3月期 (前年)	2016年3月期 計画	2016年3月期 実績	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	13,934	13,079	12,833	92.1	98.1
(直営店売上高)	13,522	12,615	12,418	91.8	98.4
売上原価	2,884	2,648	2,628	91.1	99.2
売上総利益	11,050	10,430	10,204	92.3	97.8
販管費	10,510	10,305	9,969	94.9	96.7
営業利益	539	124	235	43.6	188.2
経常利益	597	174	284	47.7	163.1
当期純利益	302	88	104	34.5	117.5

- ・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