

# 2020年3月期 第3四半期決算説明資料

2020.01.31(金)

(証券コード：4926)

株式会社シーボン

# 第3四半期(累計)連結決算のポイント

【売上】計画9,703百万円 に対し 実績8,636百万円 (計画比89.0%)

- ・ 新規売上: イベント集客力低下およびプロモーション強化計画の遅延による来店数・売上減
- ・ アフター売上: 継続数の減少及び消費税増税後の反動・買い控えによる売上減

【利益】減収に加え、特別損失の計上や繰延税金資産の取り崩しにより減益

- ・ 売上高減少に伴う利益減
- ・ 基幹システム開発計画の見直しにより、減損損失58百万円を特別損失に計上
- ・ 繰延税金資産の取り崩し等により、法人税調整額に172百万円を計上

単位: 百万円

項目	2019年3月期 第3四半期	2020年3月期 第3四半期	2020年3月期 第3四半期	計画比
	参考実績 ※単体	計画	実績	
売上高	9,375	9,703	8,636	89.0%
営業利益	194	190	▲123	—%
経常利益	231	224	▲83	—%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	111	107	▲372	—%

## ■ 全体の95.1%が直営店舗による売上を占めている状況

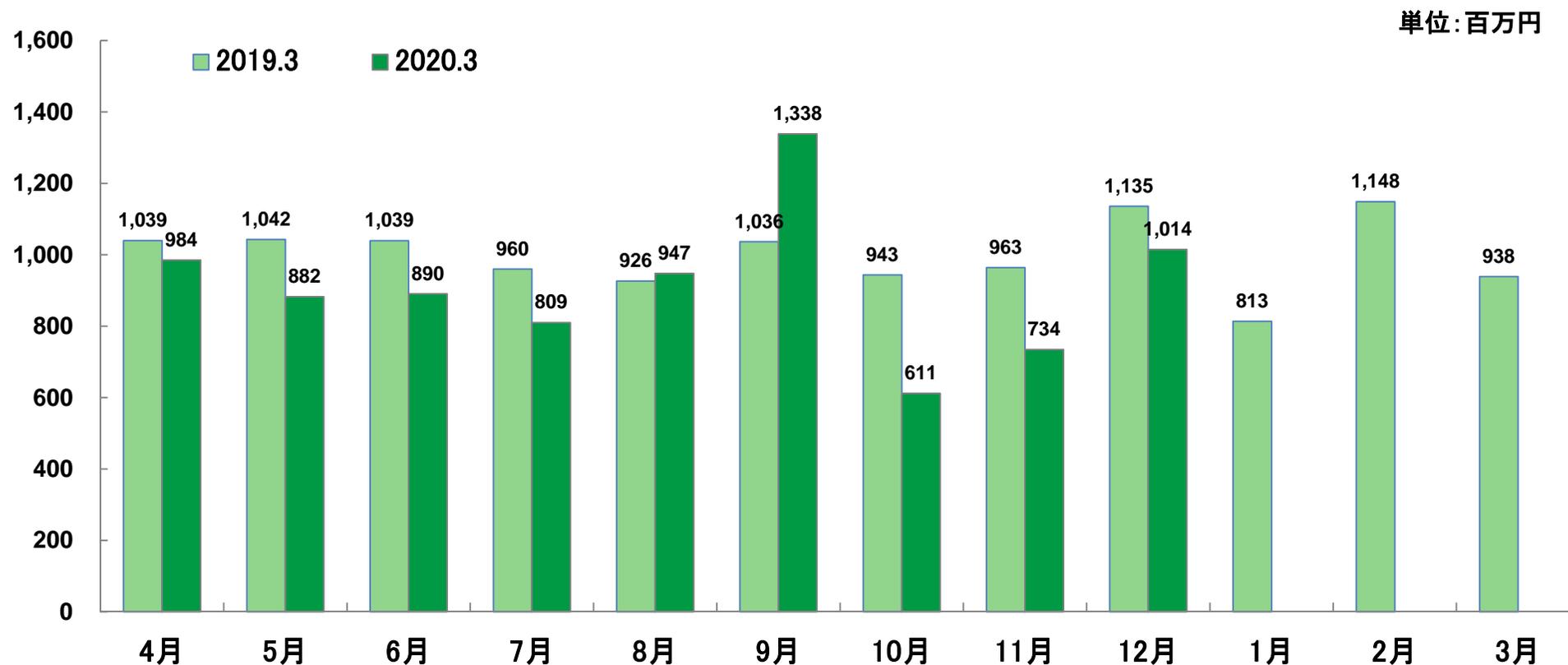
単位：百万円

	2019年3月期 第3四半期		2020年3月期 第3四半期	
	参考実績 ※単体		実績	
	金額	構成比	金額	構成比
直営店舗	9,087	96.9%	8,215	95.1%
通信販売	162	1.7%	157	1.8%
国内代理店	99	1.1%	93	1.1%
海外代理店	25	0.3%	14	0.2%
その他	—	—	155	1.8%
合計	9,375	100.0%	8,636	100.0%

# 直営店の月次売上高推移

<2020年3月期 特殊要因>

- ・ 消費税増税前の駆け込み需要(8~9月)
- ・ 消費税増税後の反動減・買い控え(10月~)
- ・ 台風等による全国規模での店舗の臨時休業、イベントプロモーションの中止(10月).

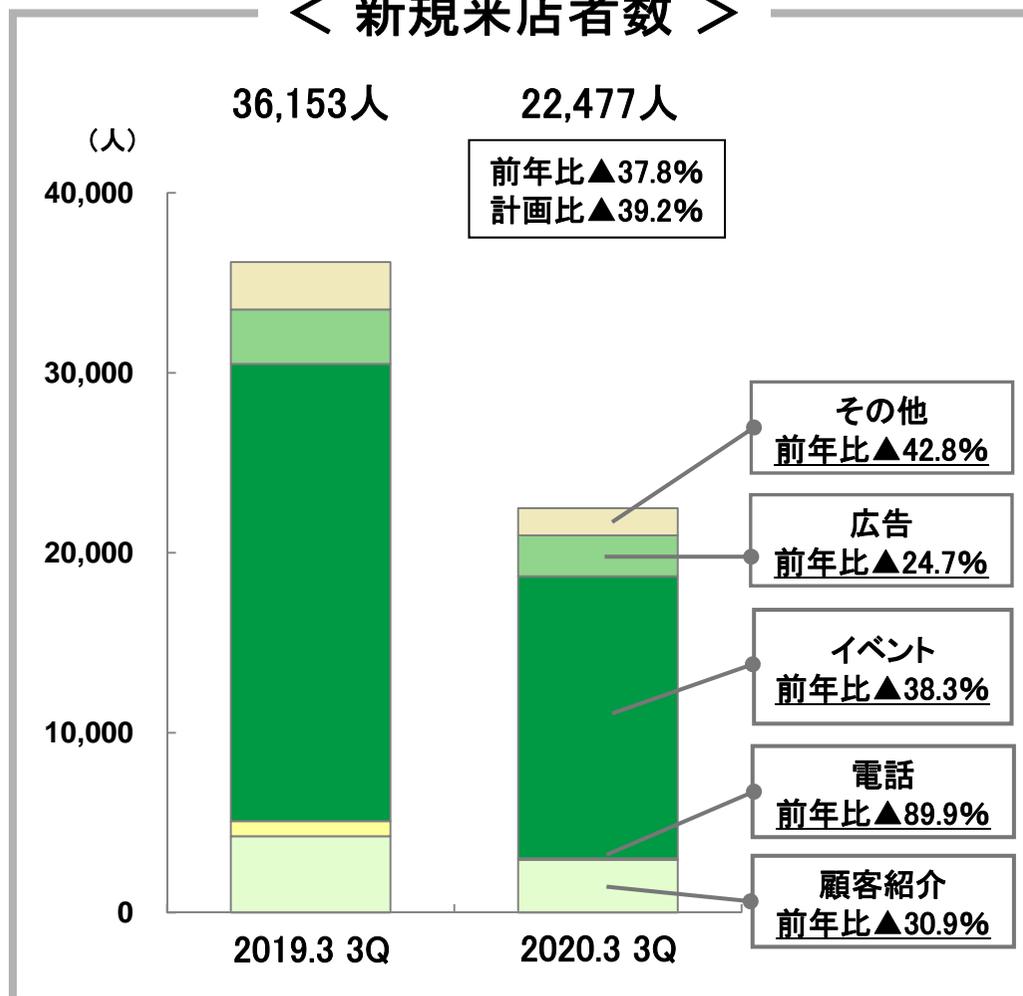


	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2019.3	1,039	1,042	1,039	960	926	1,036	943	963	1,135	813	1,148	938
2020.3	984	882	890	809	947	1,338	611	734	1,014			
前年同月比	94.8%	84.6%	85.7%	84.4%	102.3%	129.1%	64.8%	76.2%	89.3%			

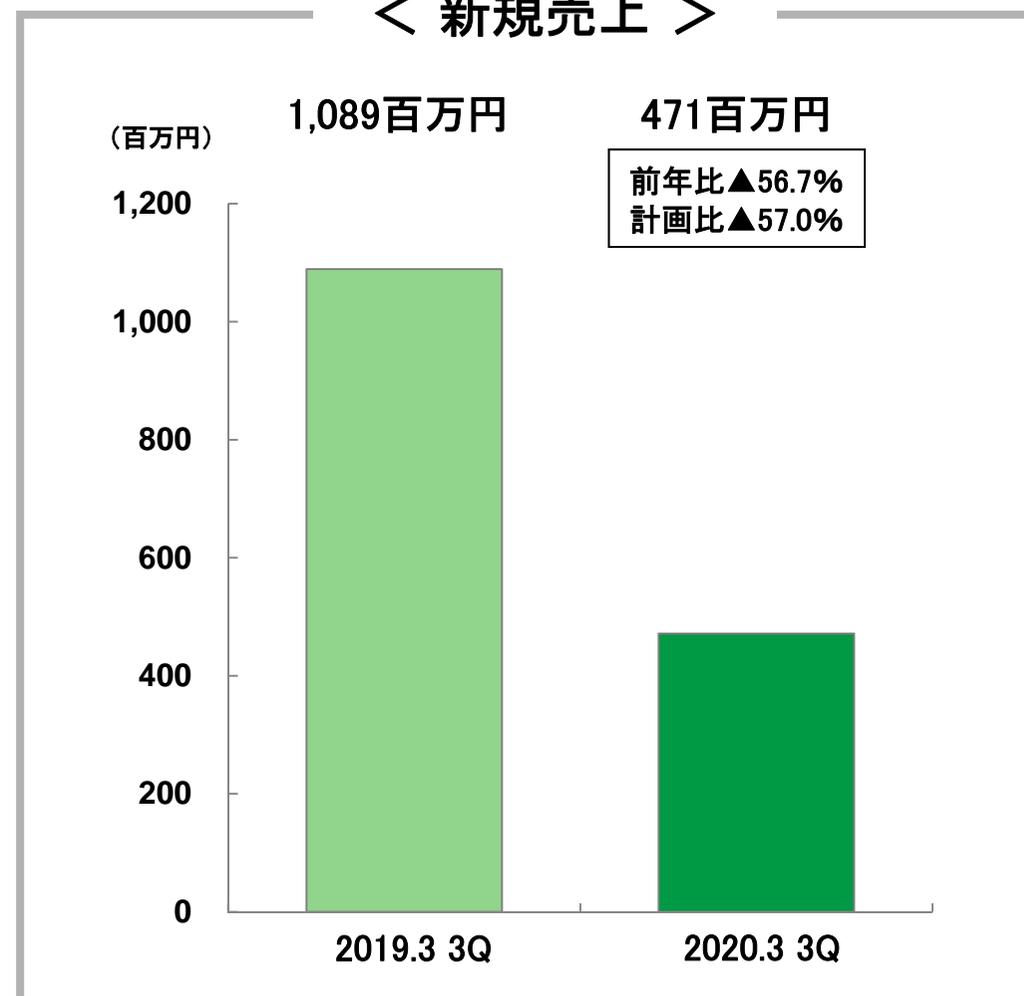
## ■ 新規顧客向け販売活動の見直しにより、新規来店者数が大きく減少

※ 新規売上 = イベント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 >

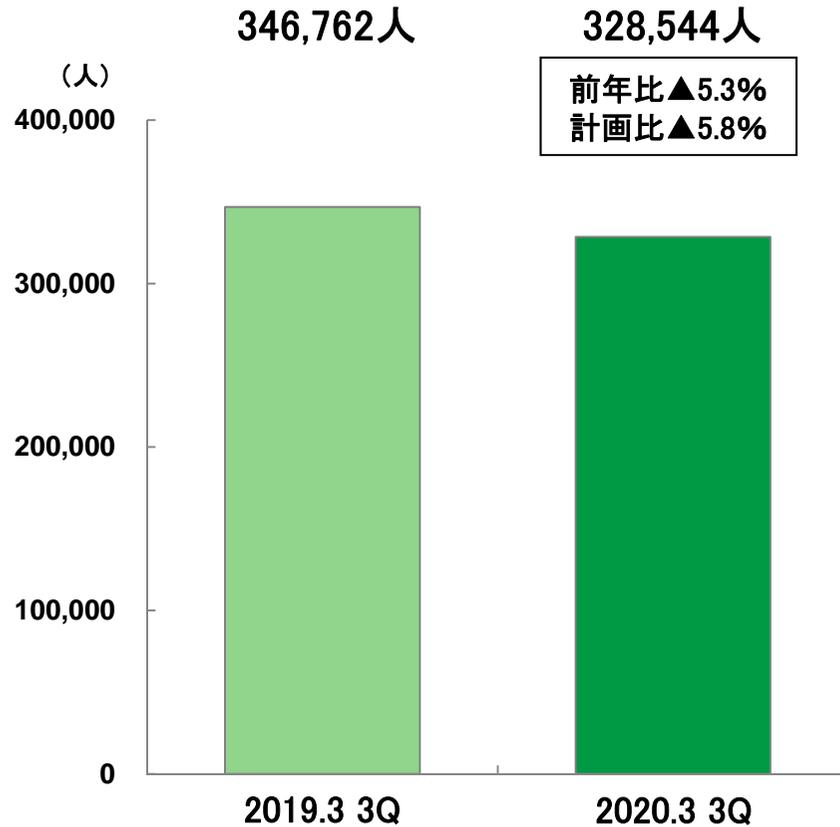


- 新規来店者数の減少により継続数が伸び悩むとともに、消費税増税前の駆け込み需要反動及び買控えの影響等を受け売上減少

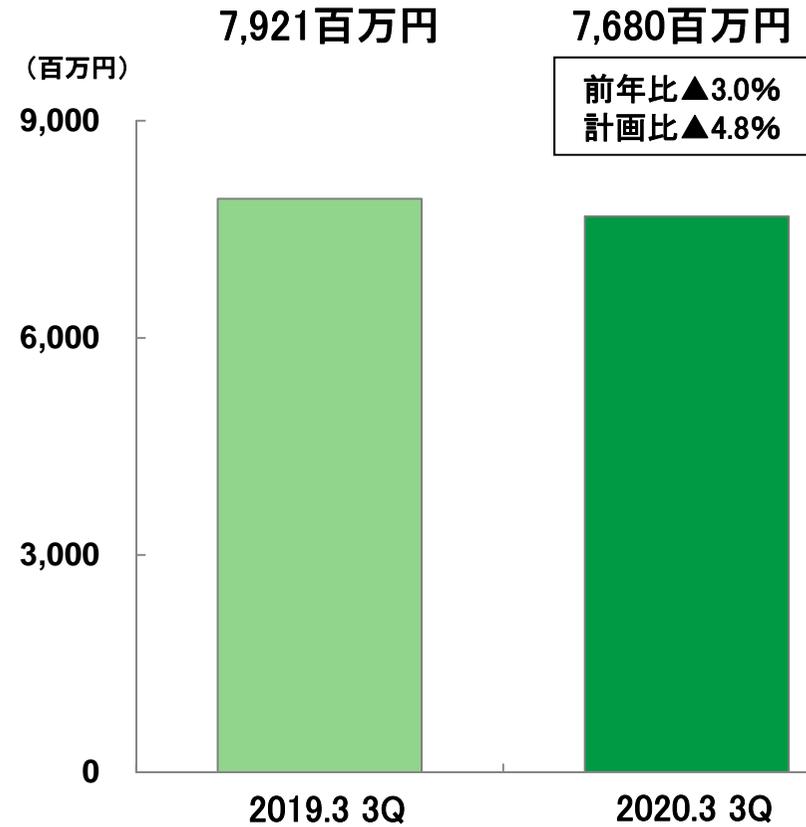
※アフター売上＝既存顧客のリピート購入による売上

## < 継続数 >

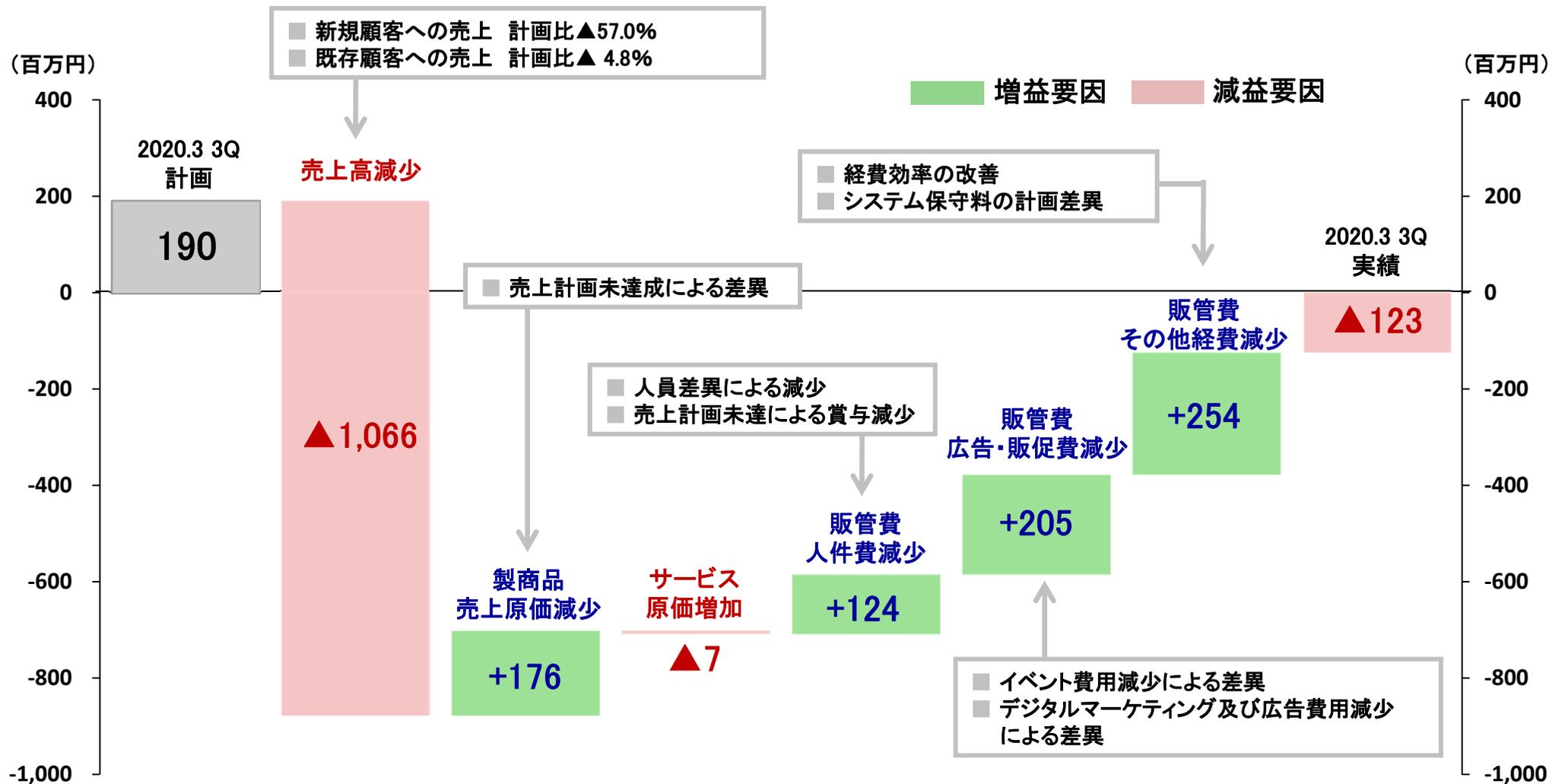
※継続数：1ヶ月に1回以上来店のあるのべ人数



## < アフター売上 >



## ■ 売上高の減少幅が大きく営業損失



## 業績の動向を踏まえ、通期の連結業績予想を下方修正

- ・ 新規顧客向け売上の減少、増税後の消費マインド低下のリスクを織り込む
- ・ 3Qで、システム計画見直しによる特別損失及び繰延税金資産の取り崩しを計上
- ・ 従前の配当予想(期末20円)に変更なし

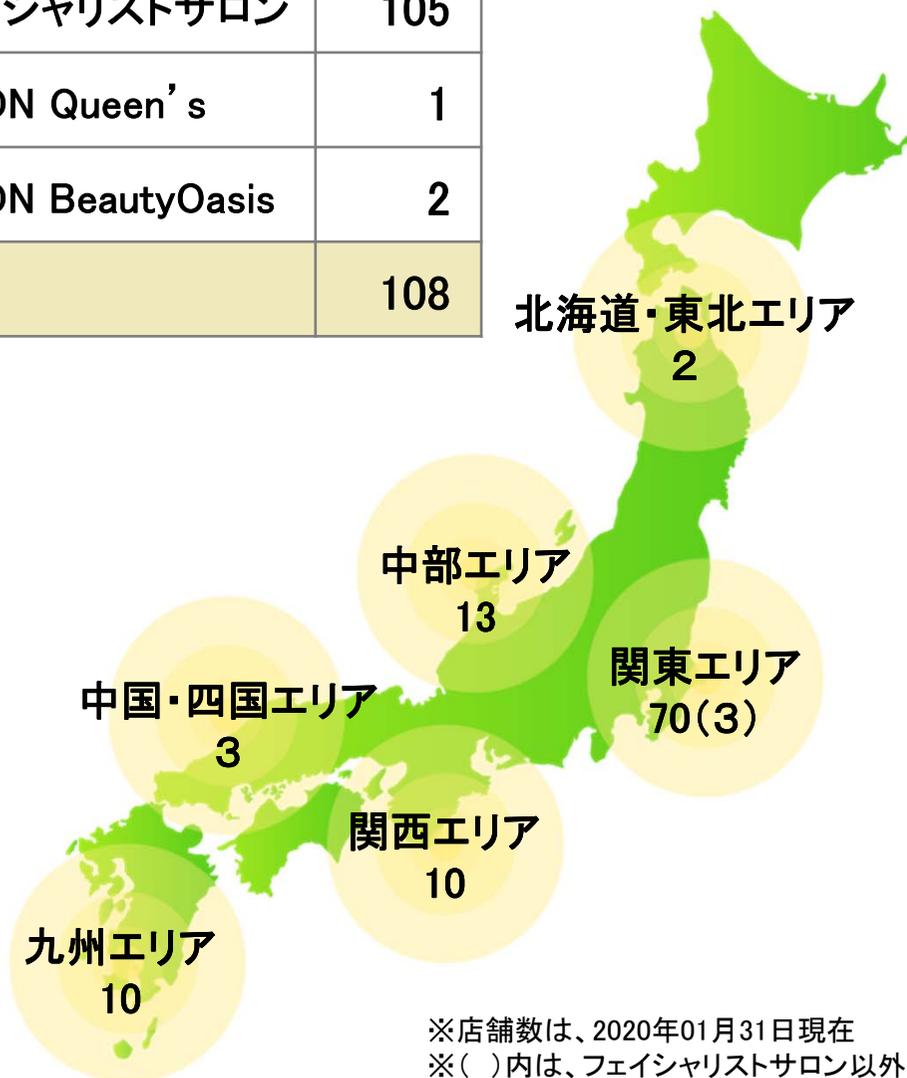
単位:百万円

項目	第3四半期			通期			
	実績	計画	進捗率	修正前計画(A)	修正後計画(B)	増減(B)-(A)	修正後進捗率
売上高	8,636	9,703	89.0%	12,953	11,407	▲1,546	75.7%
(直営店売上)	8,215	9,240	88.9%	12,334	10,830	▲1,503	75.9%
売上原価	1,986	2,155	92.2%	2,875	2,639	▲236	75.3%
売上総利益	6,649	7,547	88.1%	10,078	8,768	▲1,309	75.8%
販管費	6,772	7,357	92.1%	9,820	9,072	▲747	74.7%
営業利益	▲123	190	—%	258	▲304	▲562	—%
経常利益	▲83	224	—%	304	▲252	▲556	—%
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	▲372	107	—%	147	▲563	▲710	—%

	中間(実施済)	期末	年間	配当性向
配当金	20円	20円	40円	—%

## ■ 店舗の移転、統廃合等マーケットに応じた顧客受入体制を強化していく

フェイシャリストサロン	105
C' BON Queen's	1
C' BON BeautyOasis	2
合計	108



### <2020年3月期 実績・計画>

新店	1
3月中旬 ポップアップストア(有明)	
閉店	2
4/1シャレオ広島店(ショップ) 1/21前橋リリカ店	
移設	2
9/10大宮店 9/14ホテルニュー長崎店	
改装	2
6/1仙台店 2/1高崎店	

### トピックス



JR長崎駅に隣接するホテル内へ移転  
「ホテルニュー長崎店」

★ ホテルのブライダル顧客に  
に向けた専用プランを導入し、  
テスト運用



▶ 全国のサロンにて、ブライダルプラン、  
ビジターメニューの導入を順次開始

## ■ 業績回復、長期的な成長に向けて社内改革を推進していく

### ① 「集客活動の構造改革」を継続

- ・ Webマーケティングを新たな集客の柱へ育成

▶ 3Q: 上期の成果を踏まえ媒体の再検討  
→ 4Q: 検討結果を受け拡充予定

- ・ ブライダル企業、プロスポーツ団体との連携を強化

▶ イベント出展に加え、異業種企業・団体の店舗やWEB、SNSを活用したプロモーションを実施



### ② “お客様から選ばれる店舗づくり”を目指した「人事制度改革」

- ・ 4月からフェイシャリストを中心とした店舗社員の新人事制度へ移行を予定

▶ <人事制度改革のポイント>

- ◆ 個人：知識や技能の定量的評価、お客様満足度評価の組み込み
- ◆ 店舗：店舗の業績及びお客様満足度(メールアンケート評価)により総合的に評価

## ■ 潜在顧客との接点を拡大し、ブランドイメージの浸透を図る

### ③ ブランド認知の拡大

- ・ SNSの活用

▶ インフルエンサーマーケティングの強化

- ・ ブランド広告の継続実施

- ・ ポップアップストアのオープン

予定期間2020年3月中旬～9月末

「ZeroBase Ariake Pop-Up Mall&Park」内

※周辺には東京オリンピック・パラリンピックの競技会場・選手村があり、国内外でのシーボンブランド認知度向上に期待



<最近の交通広告例>

2019.12.27 小田急線新宿駅

2019.12.30～2020.01.05 品川駅

2019.12.30～2020.01.31 羽田空港

2020.01.20～01.26 JR新宿駅

### ④ 販売チャネルの拡充

- ・ 通販をメインチャネルとする「シーボンスクワランオイル」発売

※お求めやすい価格設定で、通販を中心に潜在顧客との接点拡大に期待



30ml  
2,500円(税抜)

- 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