

2021年3月期第2四半期 決算説明資料

2020.11.24

(証券コード：4926)

株式会社シーボン

- 1. 2021年3月期第2四半期
決算のご報告**
2. 新中期経営計画

第2四半期 連結決算のポイント

【売上】

新型コロナの影響により、1Qは店舗臨時休業や外出自粛等により売上・利益ともに大幅減
⇒2Qは、各種キャンペーンやウィズコロナ社会に対応した営業活動により計画を上回る

【利益】

全社費用管理の徹底とコスト構造改革の成果により、赤字幅減
⇒3Q計上予定の雇用調整助成金211百万円を営業外収益として前倒しで2Qに計上

単位:百万円

項目	2020年3月期 第2四半期	2021年3月期 第2四半期		前年差異	前年比	計画差異	計画比
	前年実績	計画	実績				
売上高	6,130	3,911	4,140	▲1,989	▲32.5%	229	+5.9%
営業利益	150	▲948	▲813	▲964	—	134	—
経常利益	176	▲930	▲582	▲759	—	347	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	85	▲964	▲612	▲698	—	351	—

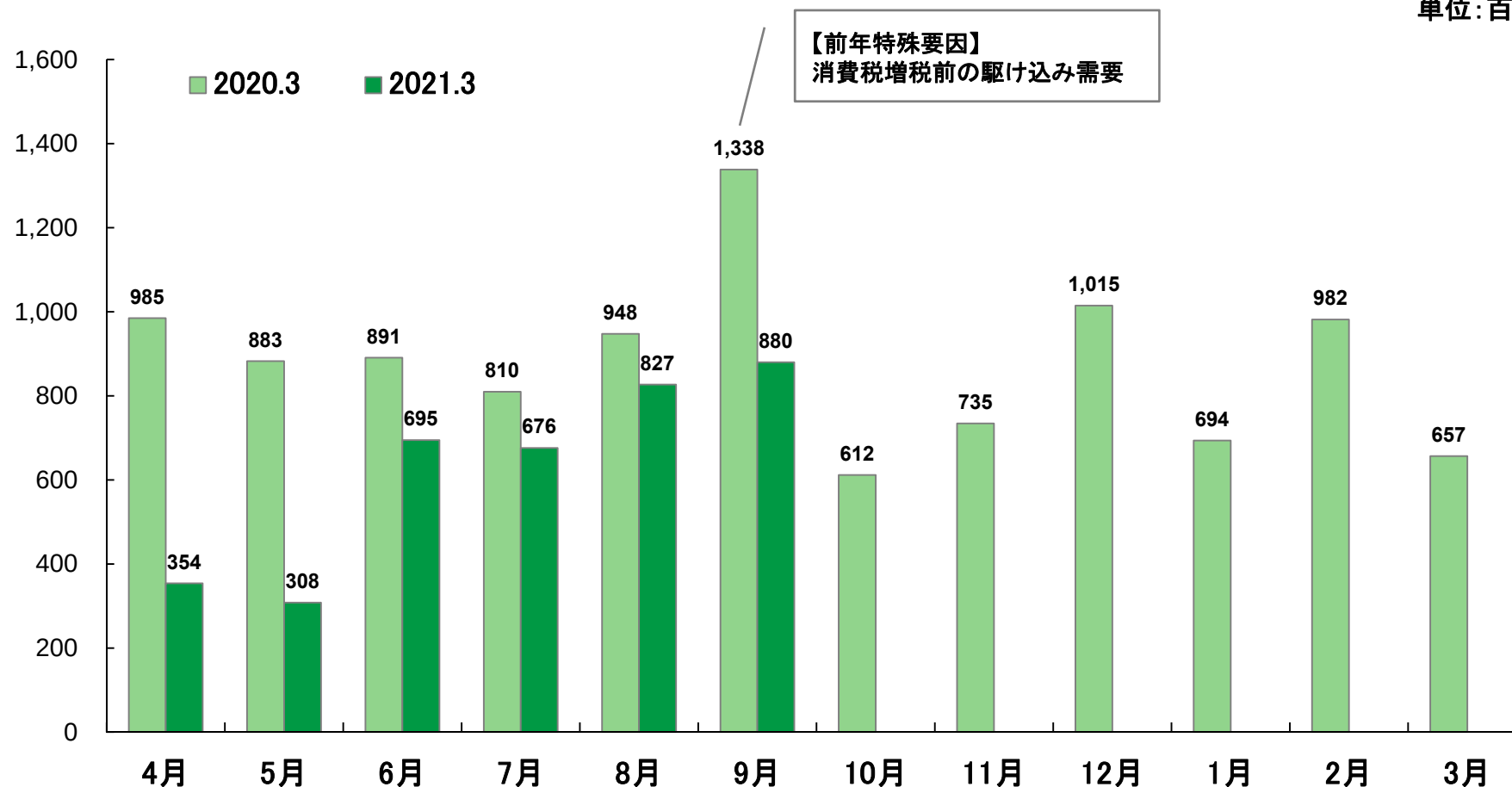
■ 臨時休業の影響により、直営店舗の売上大幅減
緊急事態宣言期間中、通販部門の売上増

単位：百万円

	2020年3月期 第2四半期		2021年3月期 第2四半期	
	前年実績		実績	
	金額	構成比	金額	構成比
直営店舗	5,854	95.5%	3,739	90.3%
通信販売	111	1.8%	238	5.8%
国内代理店	65	1.1%	53	1.3%
海外代理店	8	0.1%	5	0.1%
その他	91	1.5%	103	2.5%
合計	6,130	100.0%	4,140	100.0%

直営店の月次売上高推移

単位: 百万円



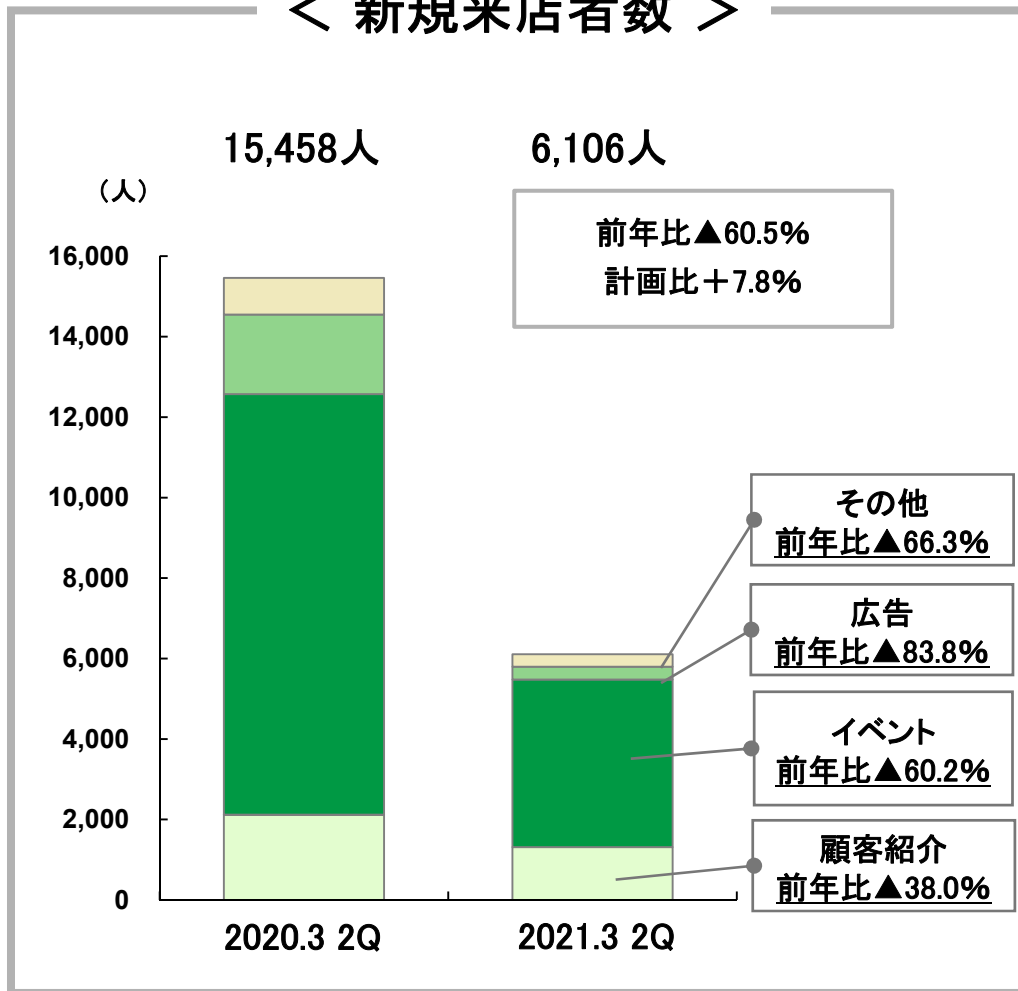
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2020.3	984	882	890	809	947	1,338	611	734	1,014	693	981	656
2021.3	353	308	694	676	826	879						
前年同月比	35.9%	34.9%	78.0%	83.5%	87.3%	65.7%						

新規売上の状況

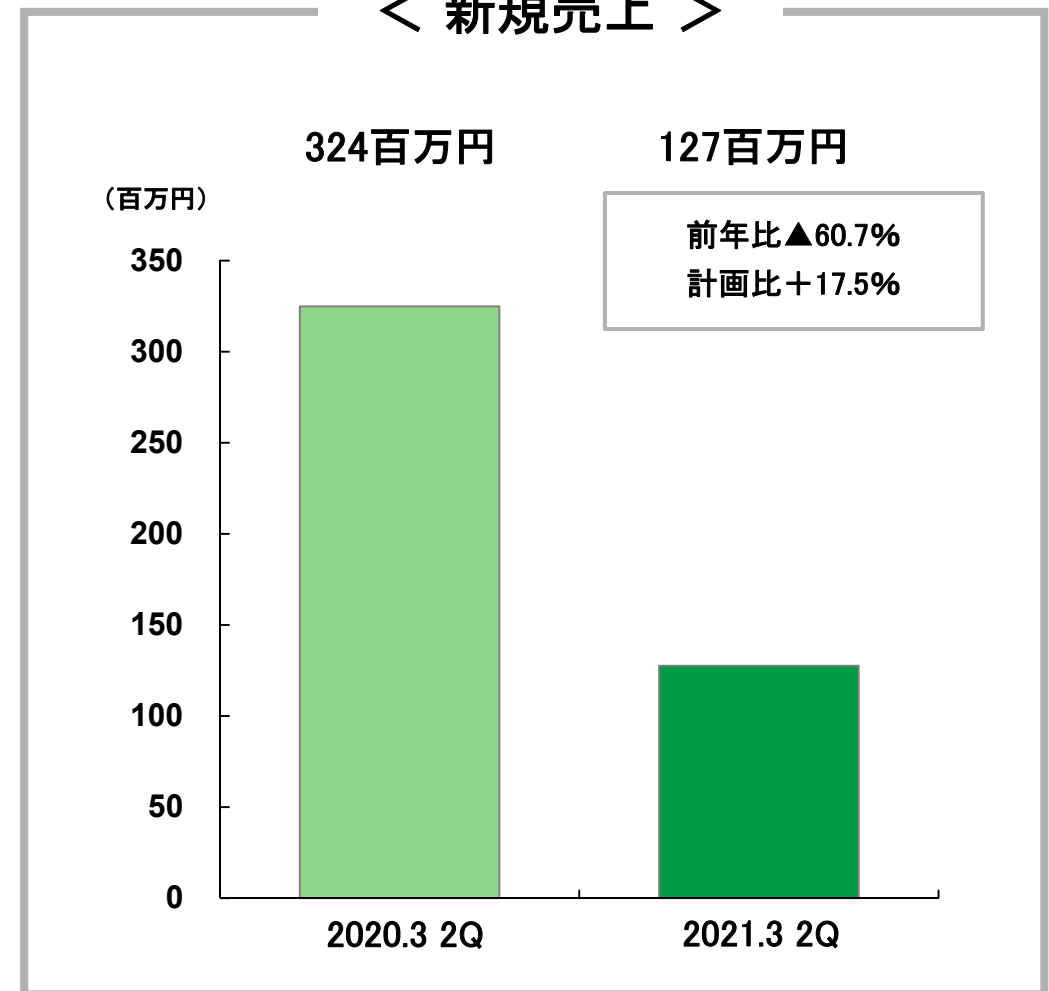
【前年比】集客力の高い大型イベントの中止により、新規来店者数・売上大幅減
【計画比】緊急事態宣言解除後、小規模なイベントを中心に再開し計画を上回る

※ 新規売上 = イベント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 >



アフター売上の状況

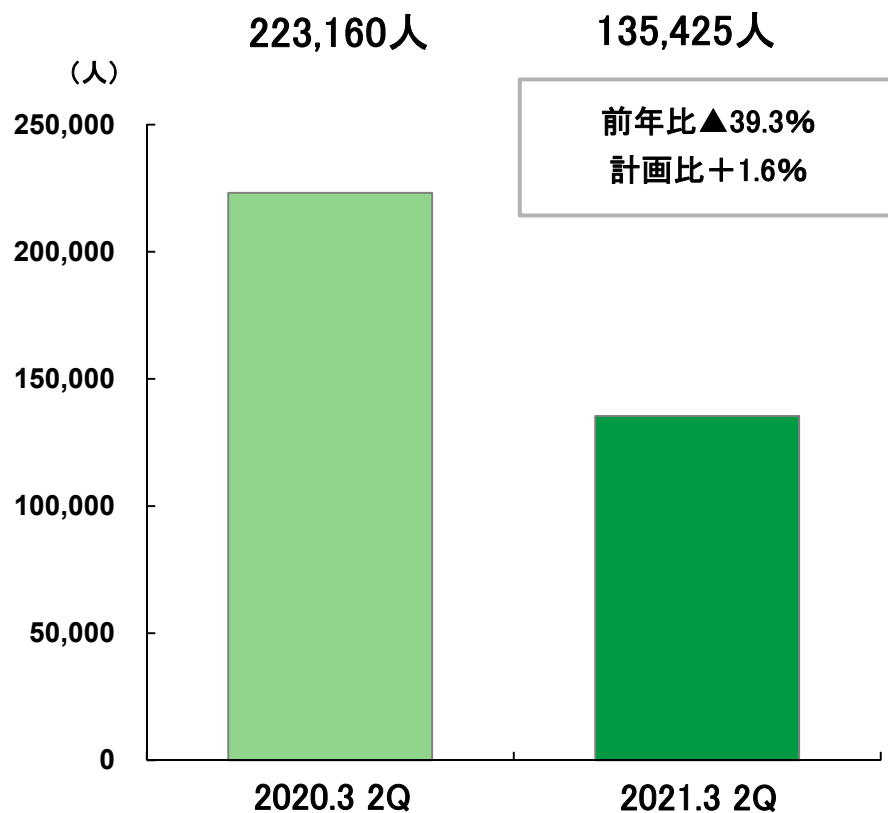
【前年比】回復基調にあるものの、店舗臨時休業や外出自粛・抑制の影響大きく継続数・売上減

【計画比】想定よりお客様の戻りが早く、継続数・売上ともに計画を上回る

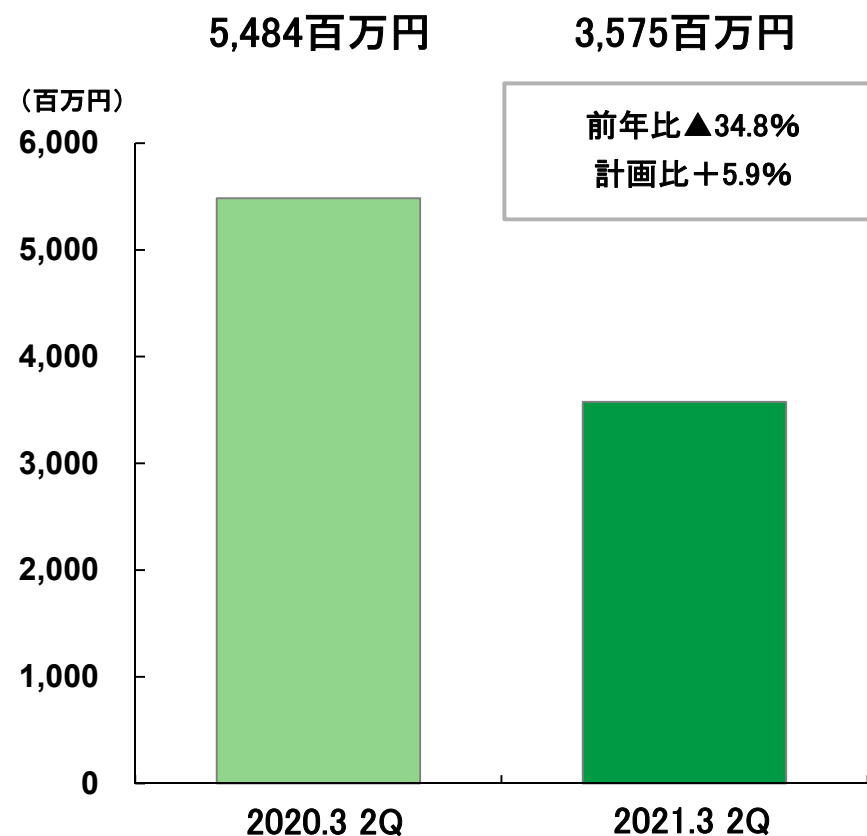
※アフター売上＝既存顧客のリピート購入による売上

＜継続数＞

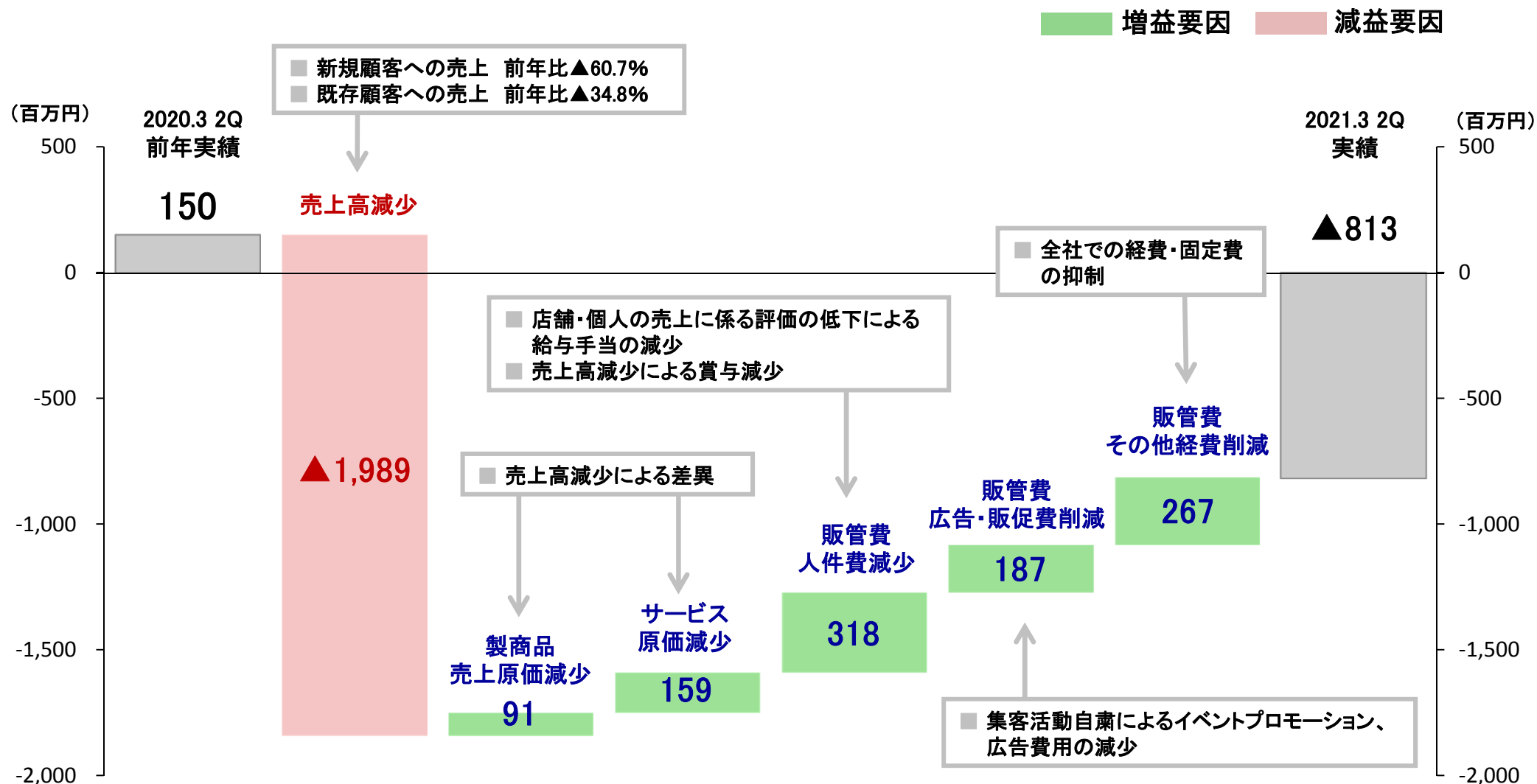
※継続数：1ヶ月に1回以上来店のあるべ人数



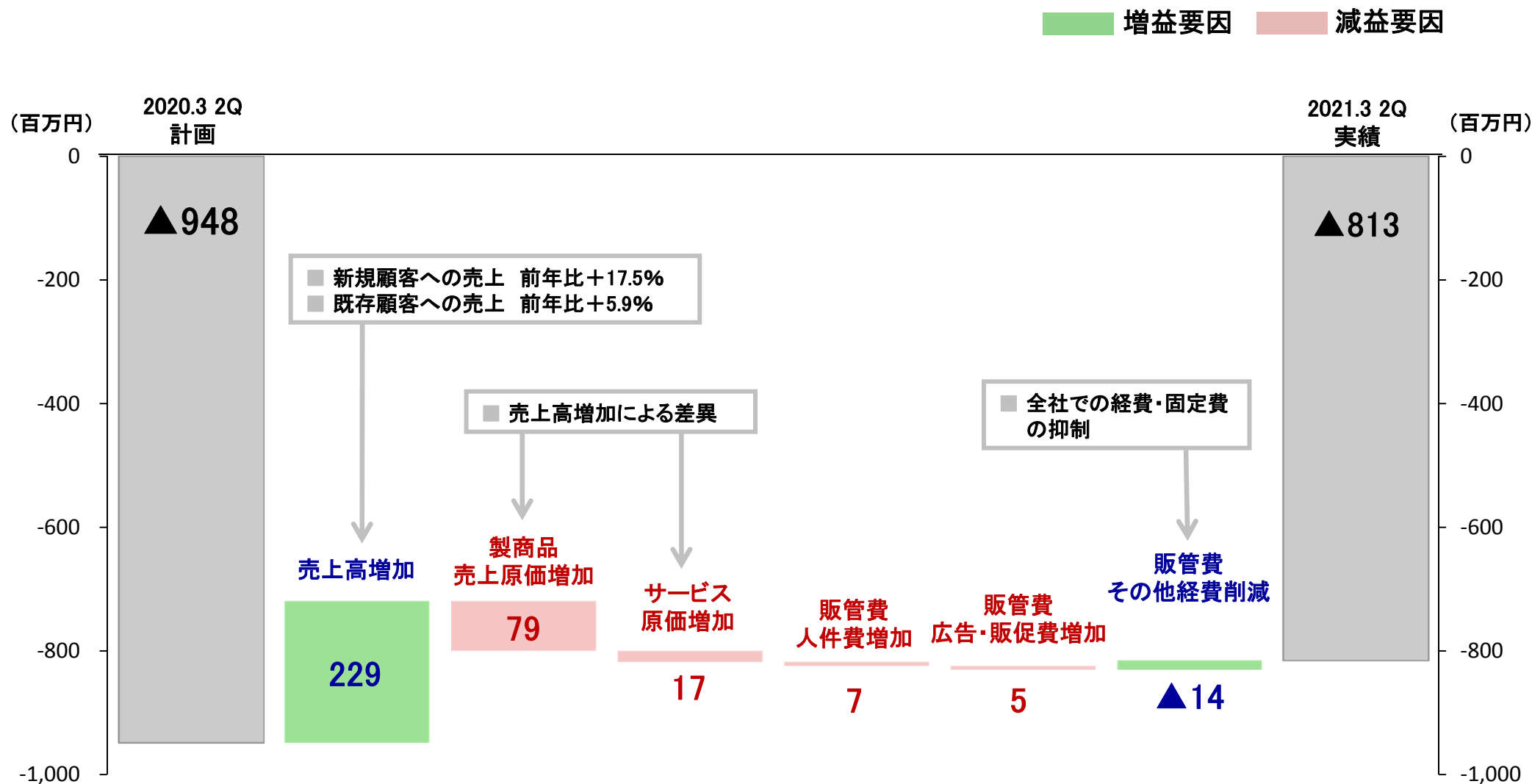
＜アフター売上＞



■ 費用管理の徹底により、経費・固定費抑制を図るも利益が大幅減

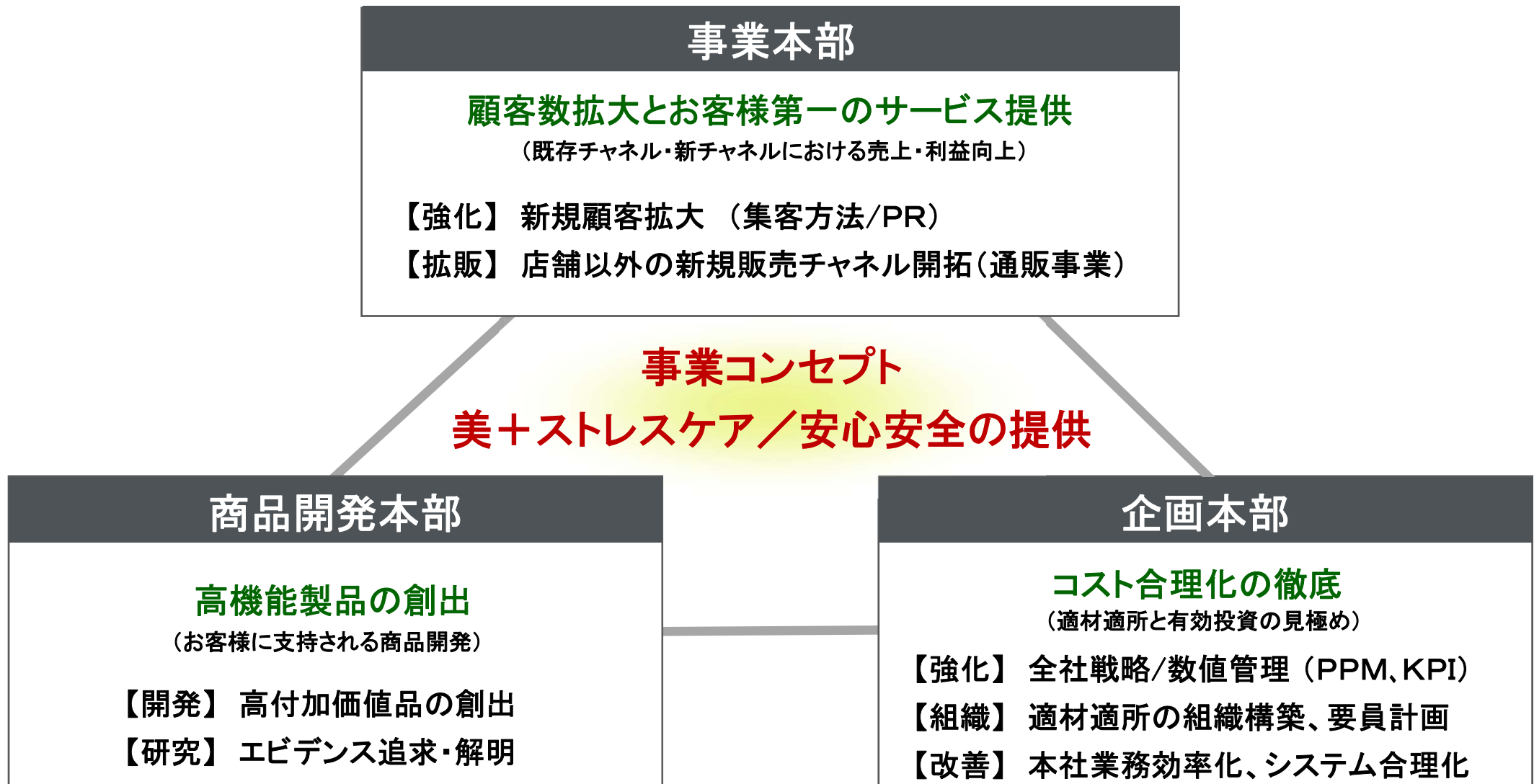


■ 費用はほぼ計画通りに推移。売上が計画を上回り、利益を押し上げ



1. 2021年3月期第2四半期
決算のご報告
- 2. 新中期経営計画**

■ 2020.1～ 3本部制に組織変更し、各本部に明確な権限と責任を付与
→業績回復に向けて組織基盤を強化し、スピード感と実行力ある事業を推進

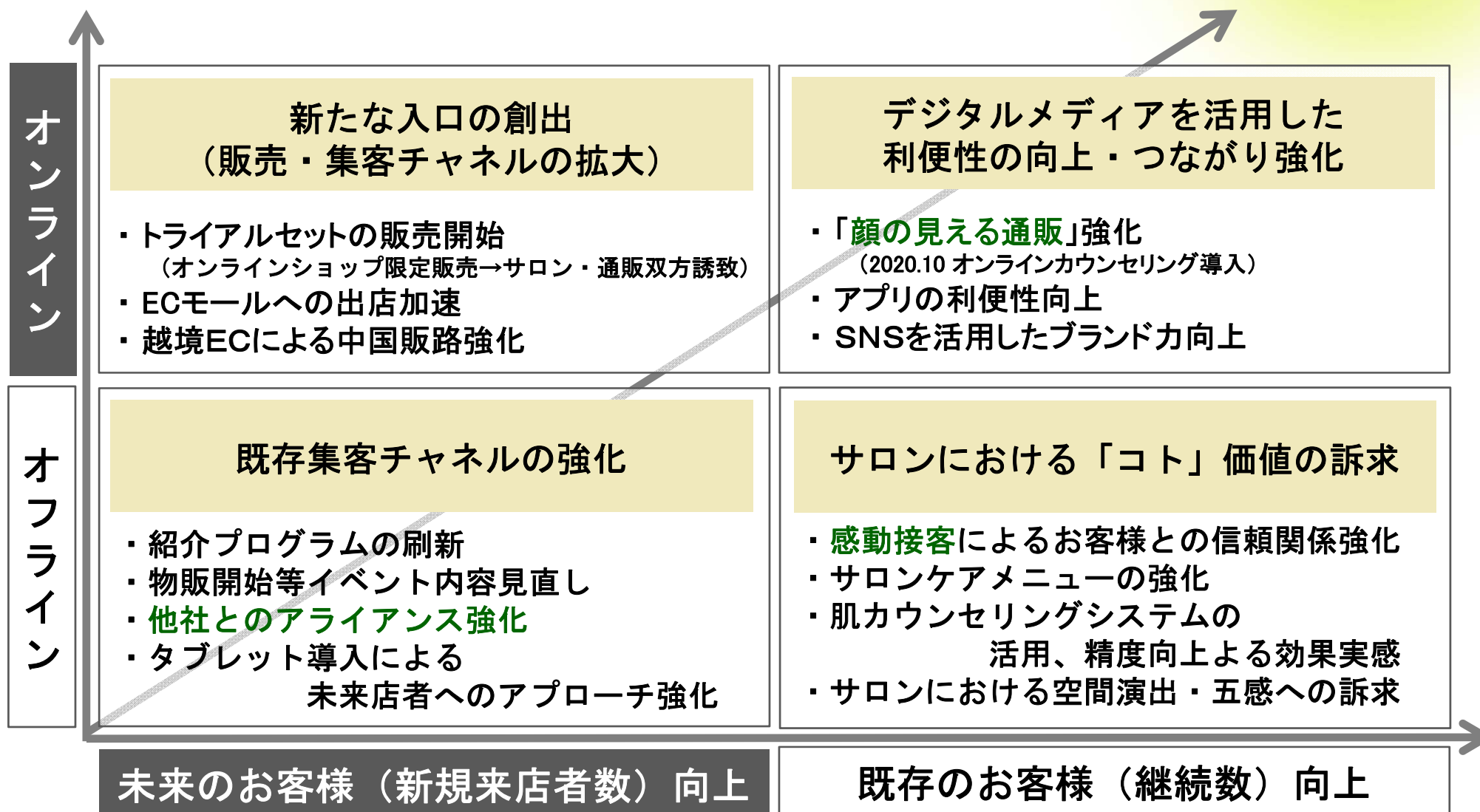


■ チャンネル・メディアの垣根を越えた顧客誘導体制の構築

→EC/通販等、直営店以外の集客・販売方法の拡大

→サロンケア強化による「体験価値」の訴求

顧客数拡大



■ 店舗の統廃合を迅速に実行し、収益が取れる店舗の仕組みづくりを目指す
→ 都市型・郊外型を組み合わせた店舗開発計画の実行による売上・利益の拡大

2021年3月期

2022年3月期～2023年3月期

出店
計画

・閉店・統合基準に則った店舗開発計画実行の迅速化

新店	1	6/1 ヘアサロン「neaf」恵比寿店
移設	2	5/12 天満屋倉敷店 12/1 豊橋店(縮小)
統廃合	3	9/10 新宿西口店 12/27 春日部店・草加店
その他	1	11/20 関西PRセンター(閉鎖)

(2020.11.24時点)

統合店舗へ人財リソースを集中し
1店舗当たりの売上規模拡大
(集客数・顧客数の拡大)

店舗
改革

(全体) ・店舗オペレーションの改善による効率化
(都市部) ・人員配置最適化による営業時間の拡大(人事制度改革を同時推進)
・美容機器を併用した販売戦略への転換

・五感を満足させストレスケアに適したサロン空間演出の推進

臭覚

アロマの活用
(2020.10 オリジナルアロマ発売)

聴覚

リラックスを促す店内音楽
(2020.8 1/f ゆらぎを取り入れたBGM導入)

味覚

子会社との事業連動強化
(機能性食品の強化)

視覚

安心感を高めるデザイン活用

触覚

施術技術の高度化
(更なるフェイシャルマッサージ理論・技術の向上)

商品ラインアップを「73品」まで集約し、「類似品重複」「原価高/粗利低下」を解消
→メインアイテムの美容液は「エイジングケア」に研究注力し機能性向上を図る

課題

品目数 106

中期経営計画(2021年3月期～2023年3月期)

集約化

品目数 73

<生産面>

- ・ 生産品目数大に伴う原価高
- ・ 製品原料在庫の廃棄損

<販売面>

- (類似品重複による)
- ・ 顧客の商品選択混乱
 - ・ フェイシャリストの
商品知識の希薄化

STEP 1

売上・利益小の
商品の統合・廃盤化

STEP 2

研究テーマ

- エイジングケア機能 -

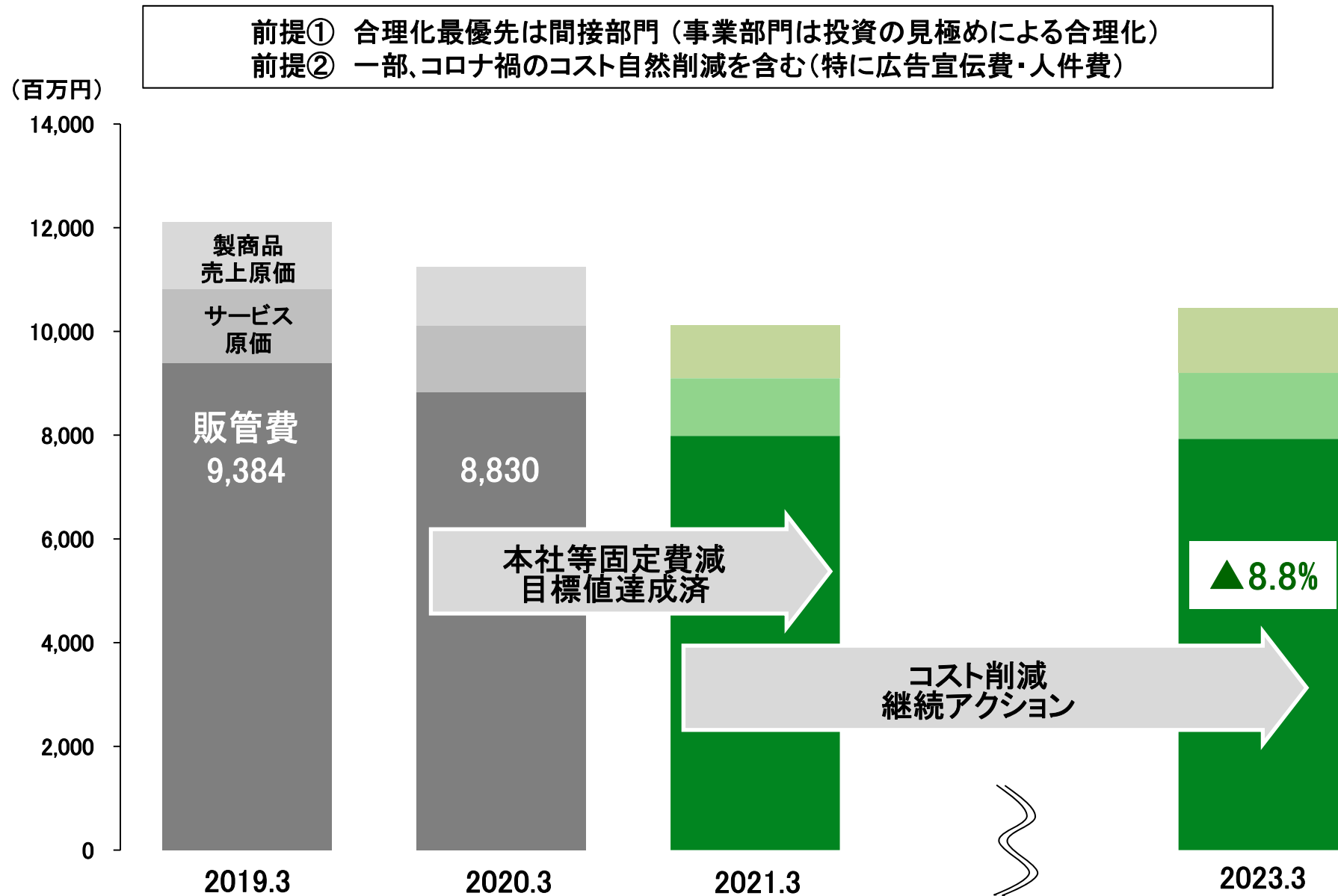
<研究メインアイテム:美容液>

- ・ 高付加価値化機能の創出
- ・ 高利益率の維持

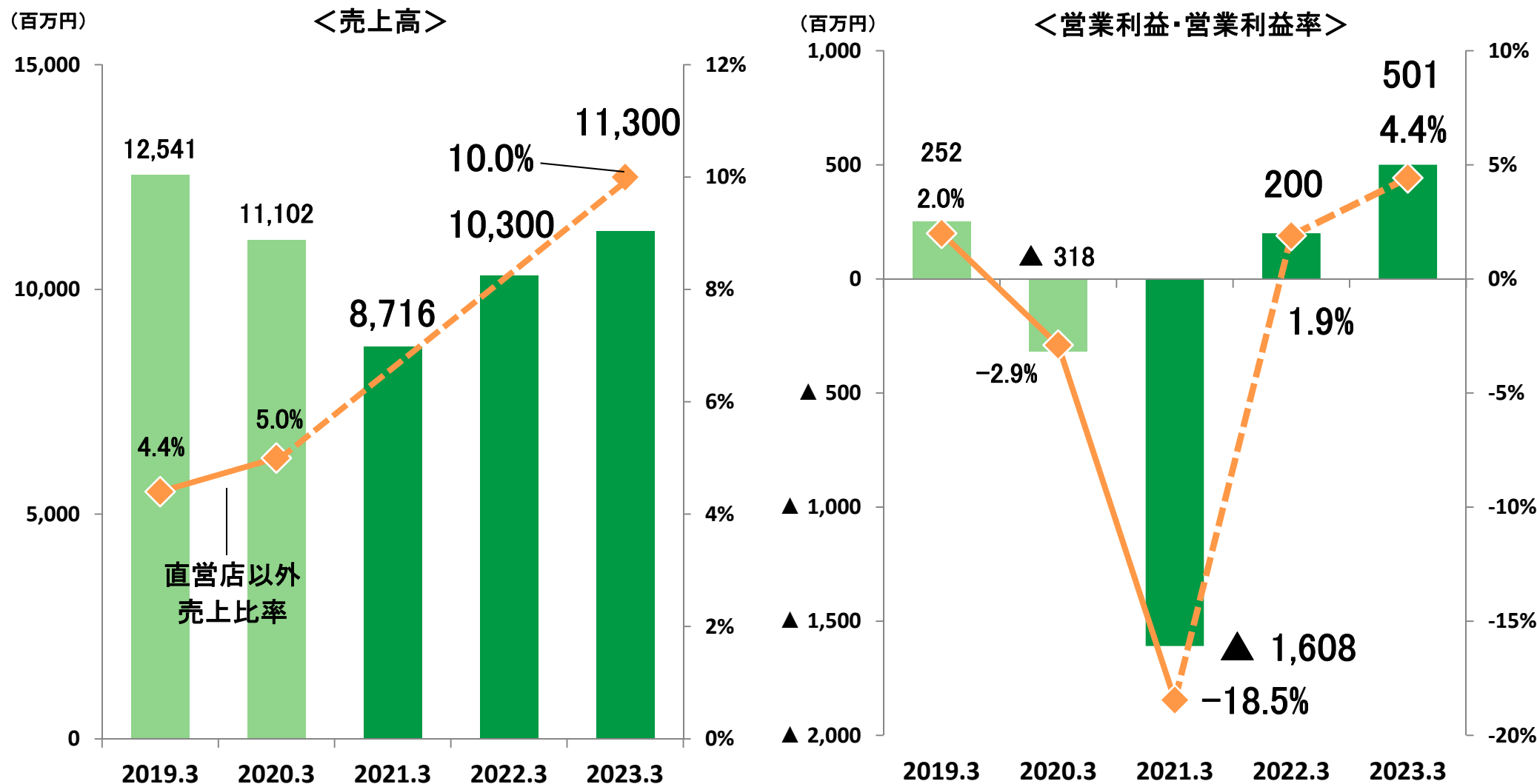
<その他アイテム(化粧水/クリーム/洗顔/クレンジング)>

- ・ 安定性の追求(処方改善)
- ・ 高利益率の維持

■ 主要アクション中心にコストの合理化を実行し、抜本的収益構造改革を実現する



■「利益率重視」の経営推進により、早期の業績回復を目指す
→2023年3月期：直営店以外売上比率10%（バランスの良いポートフォリオ構築）



※コロナ禍の影響を踏まえ、期中修正の可能性あり

- 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があ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