

2021年3月期 決算説明資料

2021.5.25

(証券コード：4926)

株式会社シーボン

2021年3月期 連結業績 (2020年4月1日～2021年3月31日)

【売上】 通期 売上高:9,101百万円

※計画値は2021年2月26日に公表した業績予想数値より

- 1 前期対比: イベントプロモーション自粛による新規集客数の減少、顧客の来店自粛にて減収
- 2 計画対比: Web検索・予約サイト、新たなメニュー提供、新販路開拓により計画を上回る

【利益】 通期 営業利益:▲903百万円、経常利益▲509百万円、当期純利益▲621百万円

- ・コスト構造の見直しにより、売上高の減収における営業利益への影響を抑制
- ・雇用調整助成金により経常利益の赤字幅縮小 ※営業外収益に325百万円を計上

単位:百万円

項目	2020年3月期	2021年3月期	2021年3月期	1 前期対比		2 計画対比	
	前期実績	計画値※	実績	差異	増減	差異	増減
売上高	11,101	8,911	9,101	▲1,999	▲18.0%	190	+2.1%
営業利益	▲318	▲1,165	▲903	▲585	—	261	—
経常利益	▲270	▲768	▲509	▲239	—	258	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲1,070	▲911	▲621	448	—	290	—

販売チャネル別 売上高 (2020年4月1日～2021年3月31日)

【前期との差異】

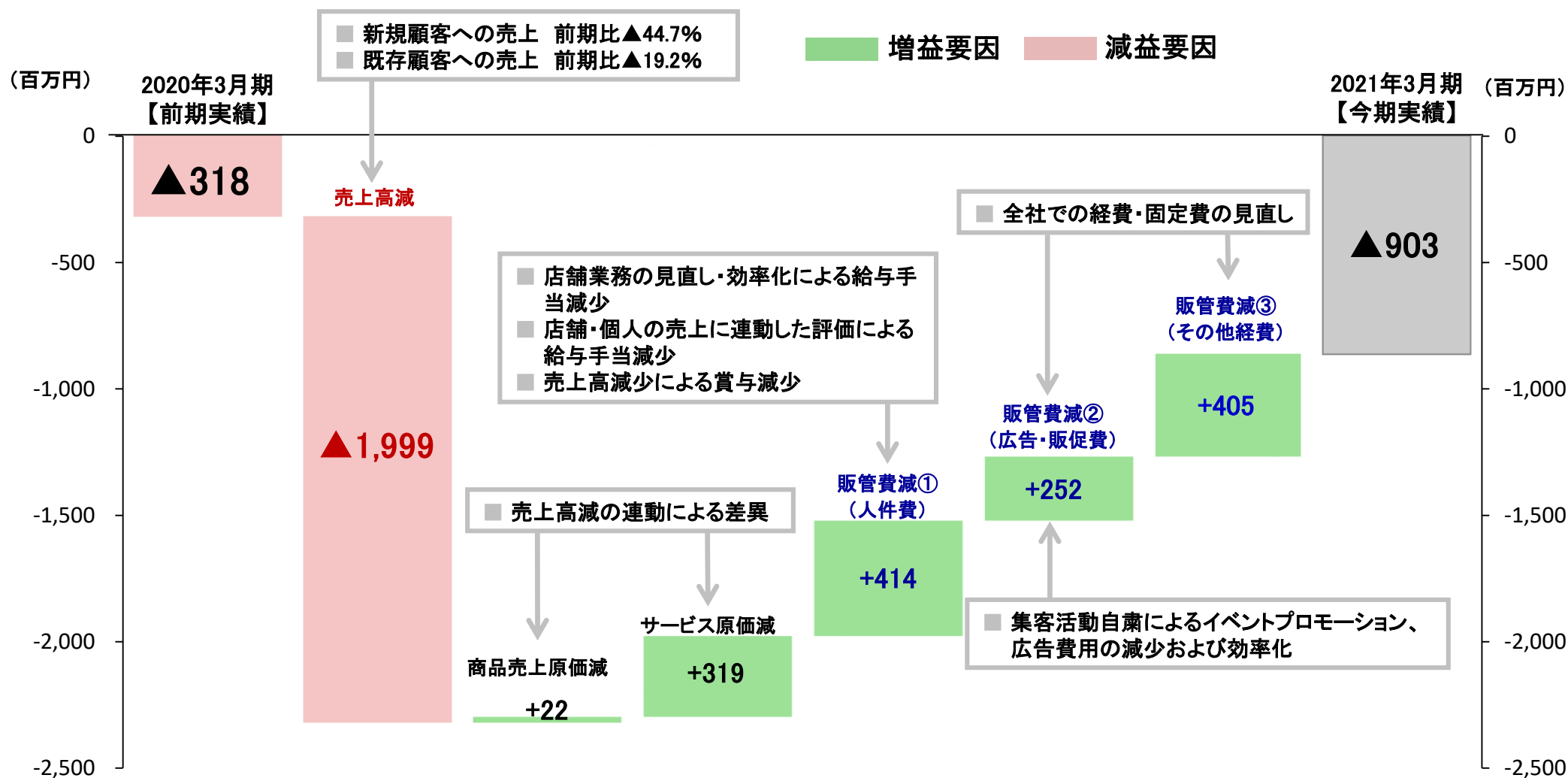
- 1 直営店舗**: 新型コロナの影響により売上減 (▲2,162百万円)
- 2 通信販売**: 「巣ごもり需要」への対応、新製品の販売による売上増 (+162百万円)

単位: 百万円

	2020年3月期		2021年3月期		差異
	前期実績		当期実績		
	金額	構成比	金額	構成比	
1 直営店舗	10,547	95.1%	8,384	92.1%	▲2,162
2 通信販売	216	1.8%	379	4.2%	+162
国内代理店	121	1.1%	119	1.3%	▲2
海外代理店	17	0.2%	19	0.2%	+2
その他	197	1.8%	198	2.2%	+1
合計	11,101	100.0%	9,101	100.0%	▲1,999

営業利益 前年差異分析 (2020年4月1日～2021年3月31日)

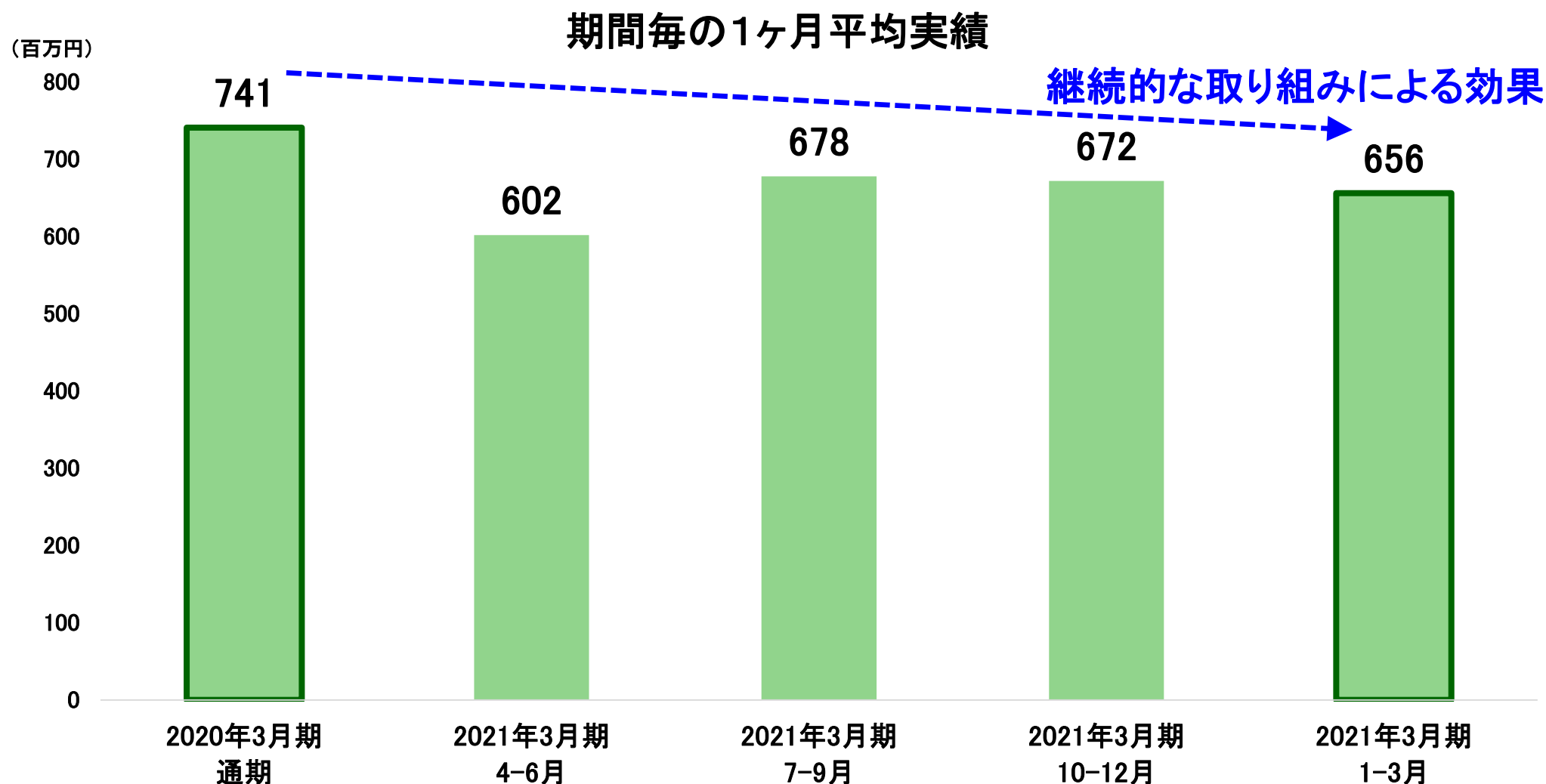
コスト構造の見直しにより、売上高の減収における営業利益への影響を抑制
⇒しかしながら「4月-5月の臨時休業」の影響は大きく、営業利益はマイナス



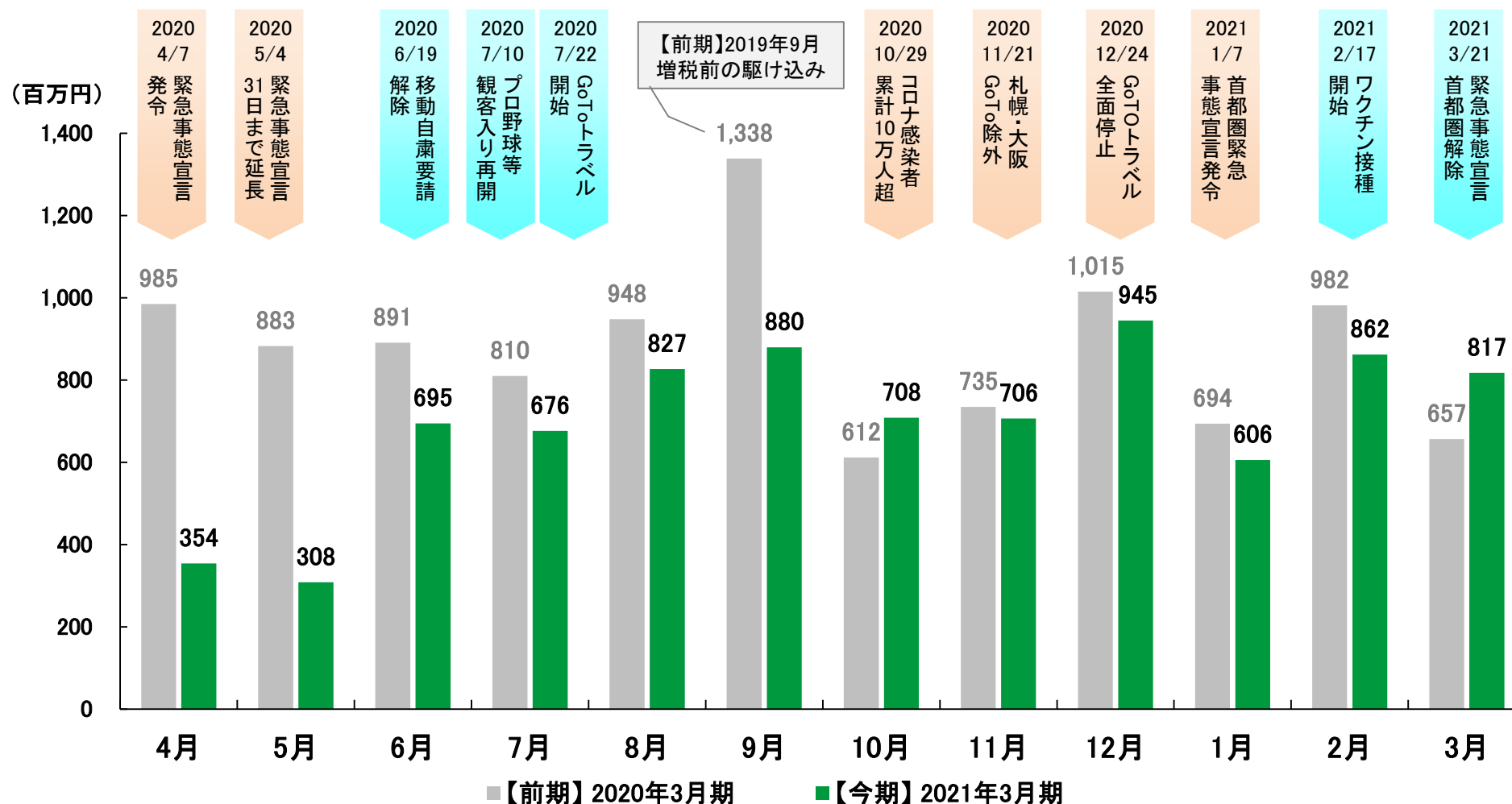
販売費及び一般管理費の推移

2020年3月期の1ヶ月平均741百万 ⇒ 2021年1-3月656百万円

【主な取り組み】店舗業務の見直し、職種変更による効率化、広告・販売促進費の効率化、
信販手数料率の低減、固定費の見直し



直営店舗 月次売上高の推移



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
【前期】 2020年3月期	984	882	890	809	947	1,338	611	734	1,014	693	981	656
【今期】 2021年3月期	353	308	694	676	826	879	708	706	945	606	862	817
前期同月比	35.9%	34.9%	78.0%	83.5%	87.3%	65.7%	115.8%	96.2%	93.1%	87.3%	87.8%	124.5%

2022年3月期以降の計画

直営店舗における取り組み (2020年4月1日～2021年3月31日)



中期経営計画 重点実行項目 (2021年3月期～2023年3月期)

2020年1月から「3本部制」に組織を変更、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

事業本部

顧客数拡大とお客様第一のサービス提供

(既存チャネル・新チャネルにおける売上・利益向上)

【強化】 新規顧客拡大 (集客方法/PR)

【拡販】 店舗以外の新規販売チャネル開拓(通販事業)

事業コンセプト

美＋ストレスケア／安心安全の提供

商品開発本部

高性能製品の創出

(お客様に支持される商品開発)

【開発】 高付加価値品の創出

【研究】 エビデンス追求・解明

管理本部

コスト合理化の徹底

(適材適所と有効投資の見極め)

【改善】 本社業務効率化、システム合理化

【強化】 全社戦略/数値管理 (PPM、KPI)

【組織】 適材適所の組織構築、要員計画

オンライン・オフラインを駆使した新たな顧客との接点拡大

既存のお客様

新たなお客様

オフライン

サロンにおける「コト」の価値訴求

お客様がサロン来店時に感じる付加価値の訴求

- ・感動接客によるお客様との信頼関係構築
- ・客観的データによる効果の実感を提供
- ・サロンにおける空間演出、五感への訴求

イベントプロモーション

- ・タブレット導入によるお客様との繋がりを強化
- ・物販をはじめとしたイベント内容の変化

他企業とのアライアンス強化

相互送客による顧客数拡大

ヘビーユーザー
SNSユーザー

顧客紹介

既存サロンの仕組み

SNS情報発信

新たな
ヘビーユーザー

オンライン

オンラインカウンセリングの導入

- ・ECおよび未来店のお客様との繋がり強化

専用アプリ導入

- ・来店予約の利便性向上
- ・チャット機能を利用した、お客様との繋がり強化

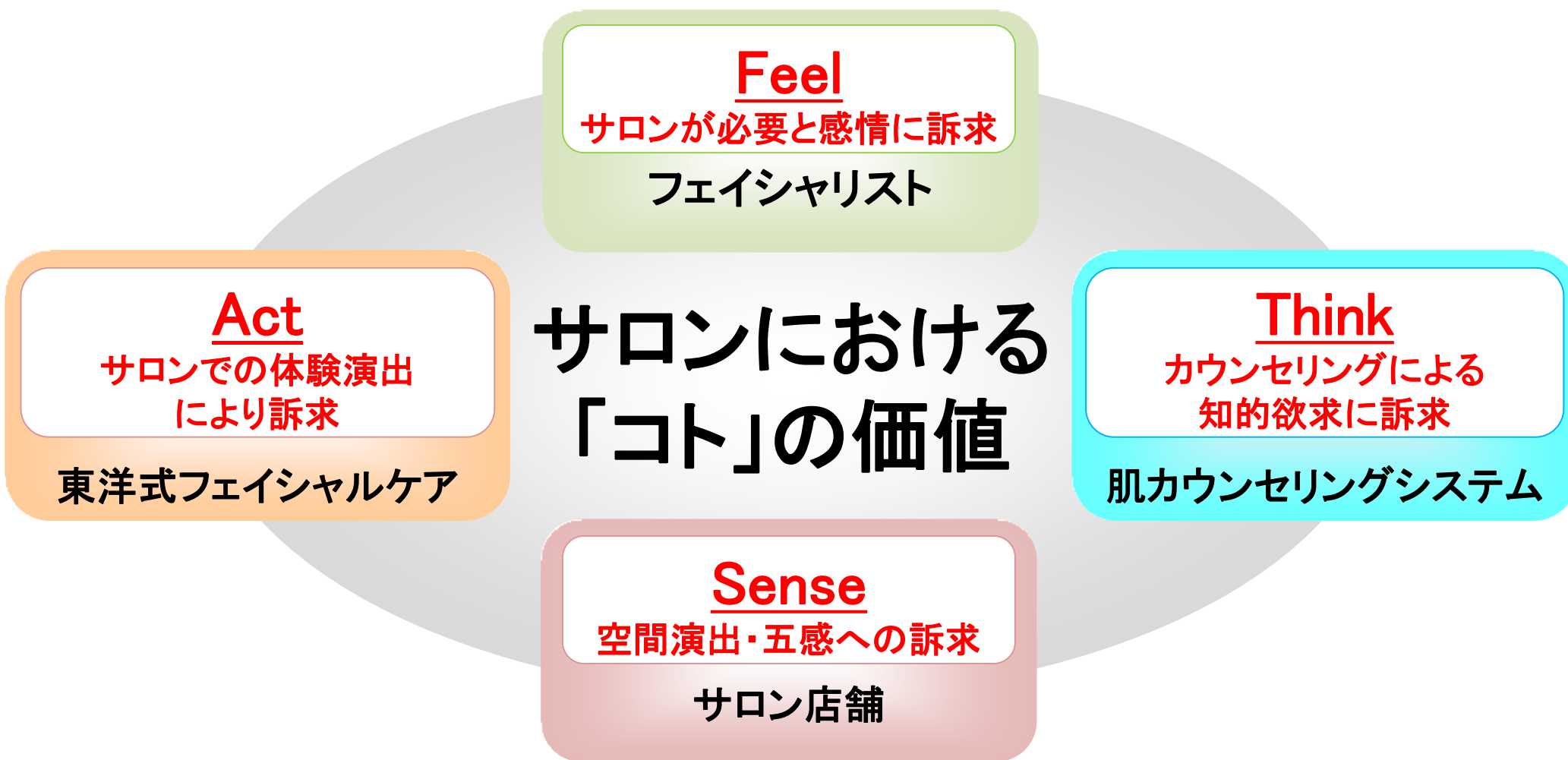
EC強化

- ・美容検索、予約サイトの活用
- ・インフルエンサーマーケティング

Webによる情報発信

- ・EC専用ブランドの立ち上げ
- ・SNSを活用した情報動画の配信

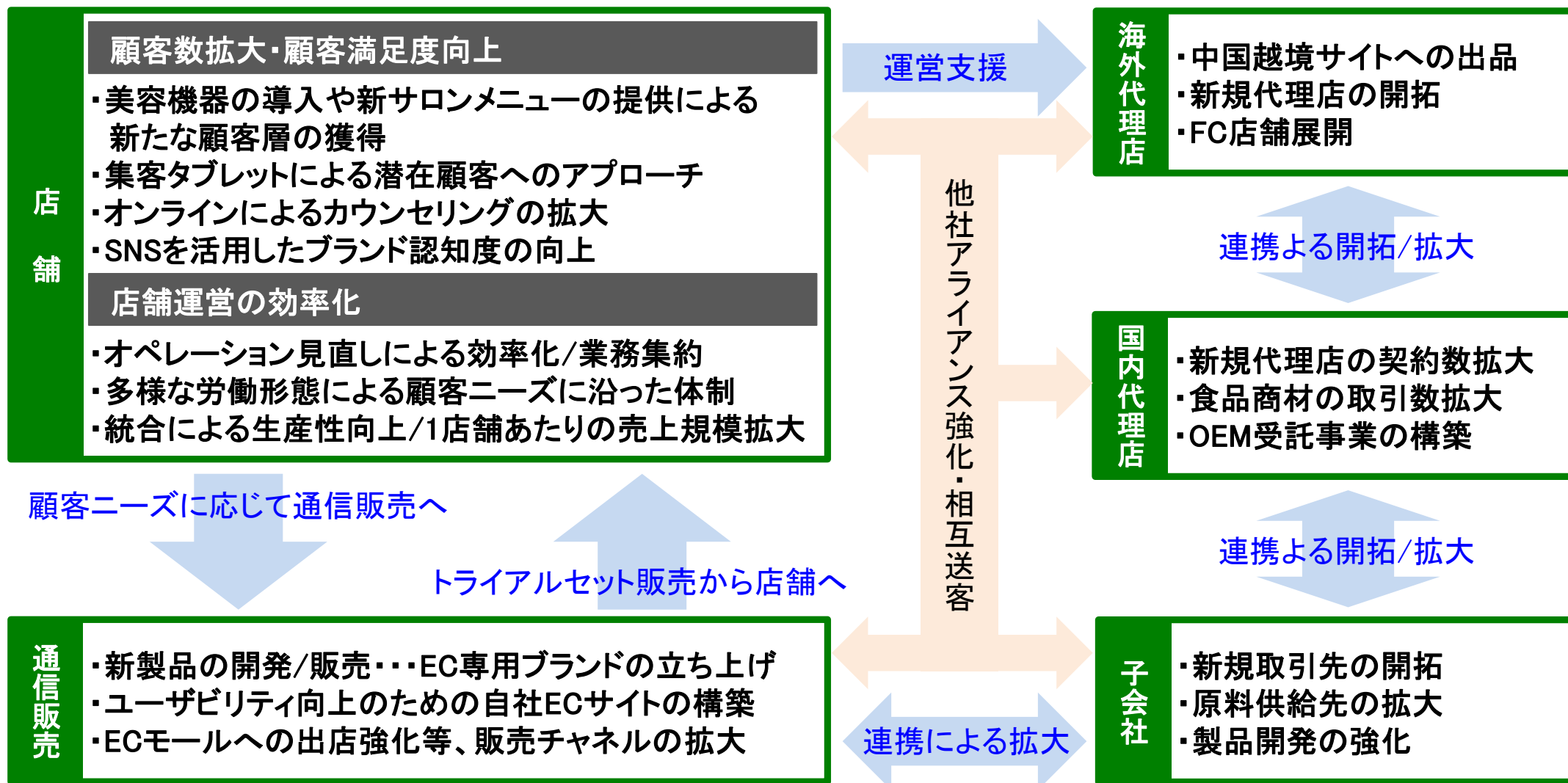
お客様が感じるシーボンの感情的な付加価値



これらを総合して「商品/サービス」に更なる付加価値が生まれ
感動体験へとつなげる

2022年3月期～2023年3月期

顧客数拡大とお客様第一のサービス提供



商品開発本部

2022年3月期～2023年3月期

高機能製品の構築

開発

- ・製品ラインナップの整理及び新製品開発による売上拡大
- ・社内で培った技術力を活かしたOEM受託による工場の稼働率アップ
- ・原料、資材の見直しによるコスト削減

研究

- ・皮膚科学研究に基づいた独自原料開発や、その有効性の解明
- ・売りにつながるエビデンスの取得による、付加価値の創出
- ・外部研究機関との連携強化

管理本部

2022年3月期～2023年3月期

コスト合理化の徹底

強化

- ・コスト構造改革の継続推進、全社コスト管理の徹底
- ・有効投資の見極めによる事業の拡大

改善

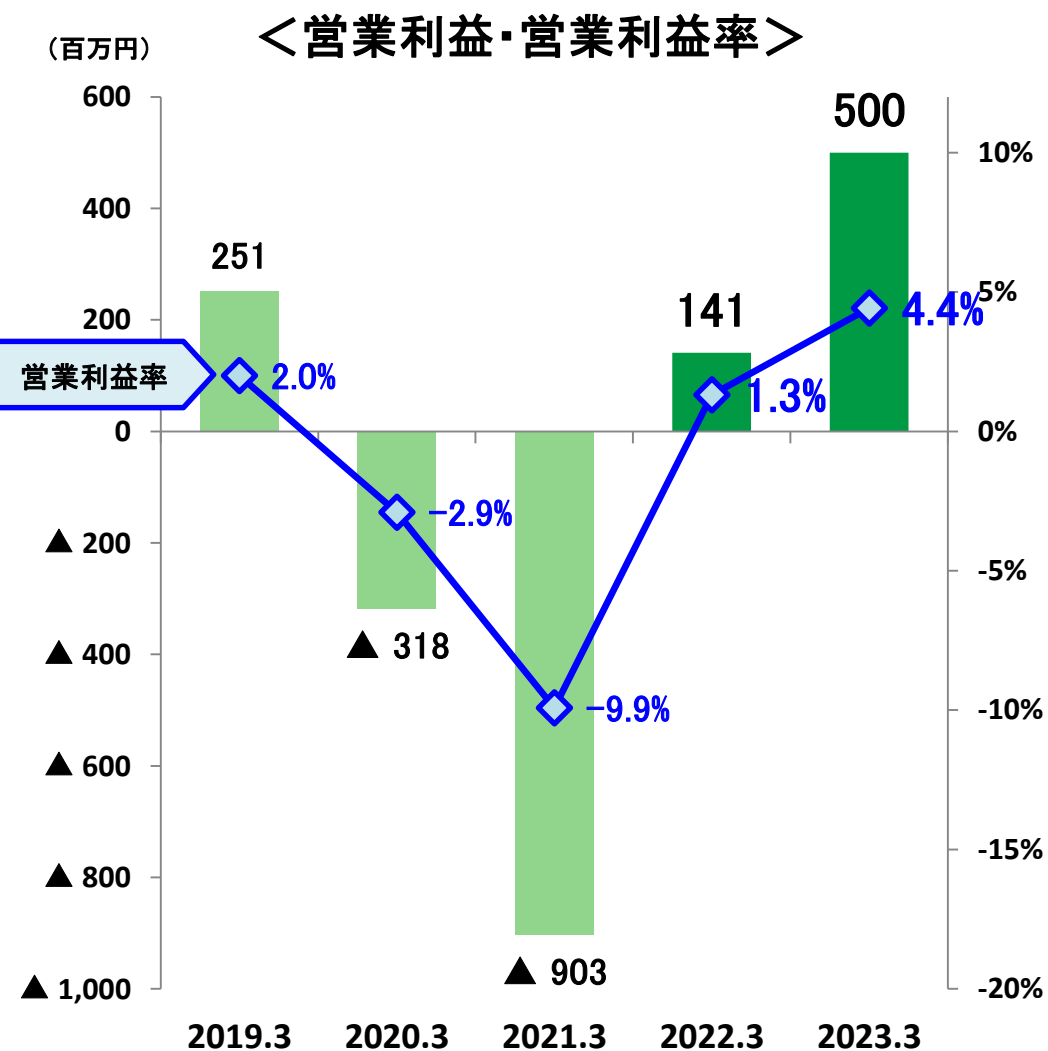
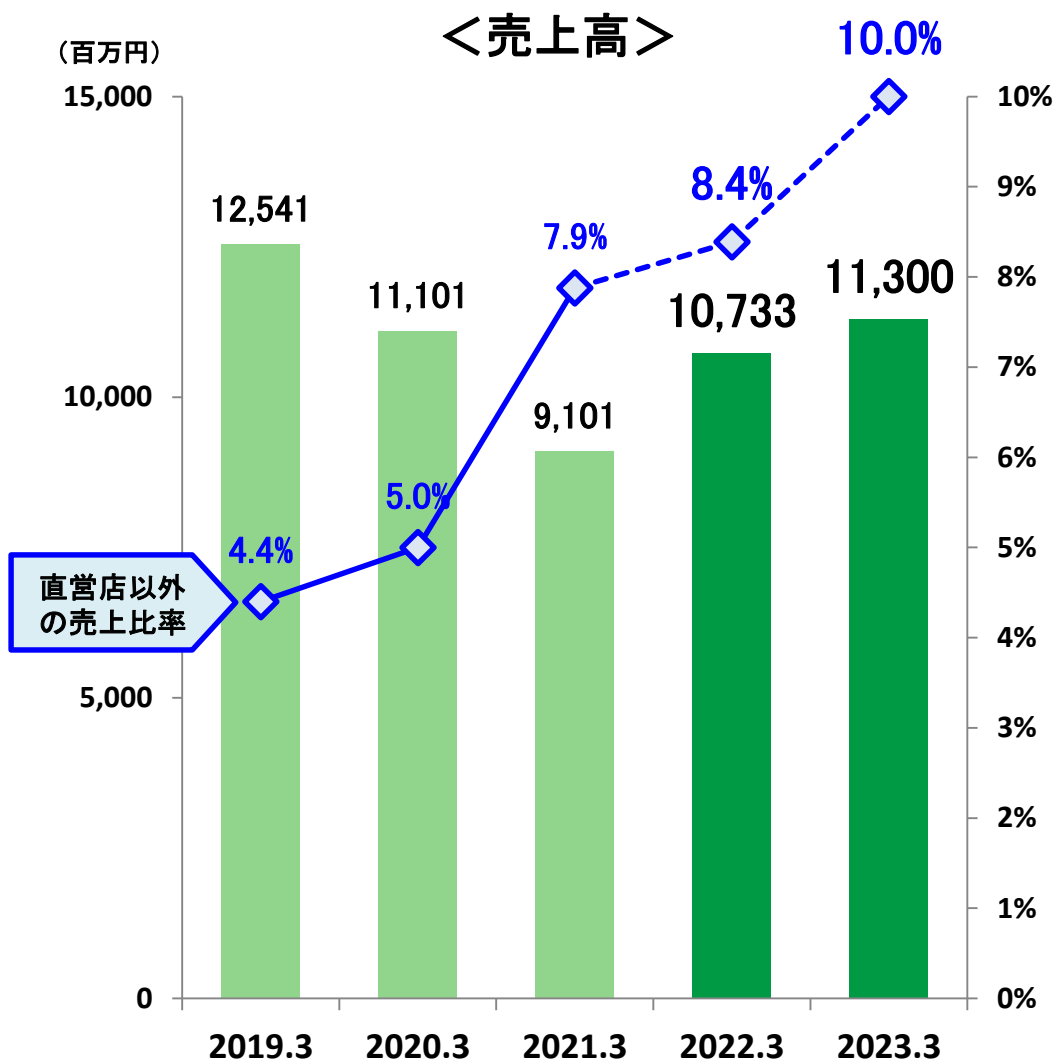
- ・情報インフラの強化と基幹システム改修によるシステム合理化
- ・システム活用による業務の効率化

組織

- ・人的、物的リソースの有効配置及び活用
- ・業務プロセスの見直しによる適正化及び効率化の推進

中期経営計画 連結数値目標

「新規販売チャネルの開拓」と「コストの合理化継続」による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）



- 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可能性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