会社概要（2024年3月31日現在）

社名	株式会社シーボン （英文：C' BON COSMETICS Co.,Ltd.）
設立	1966年1月24日
本店	〒106-8556 東京都港区六本木七丁目18番12号
青山オフィス	〒107-0061 東京都港区北青山二丁目13番5号 青山サンクレストビル6階
資本金	4億8,393万円
従業員数	694名 ※パート社員を除く
主な事業所	生産センター／研究開発センター 直営店 99店舗

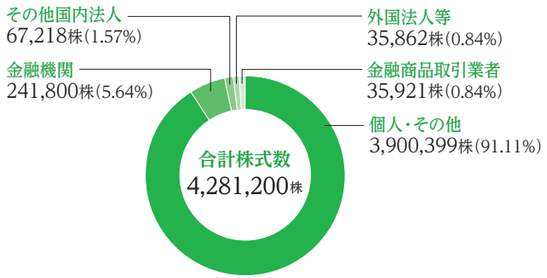
役員（2024年6月26日現在）

代表取締役会長	犬塚　雅大	常勤監査役	長谷川　浩
代表取締役社長 執行役員	崎山　一弘	監査役（社外）	立川　正人
取締役執行役員	菅原　桂子	監査役（社外）	木下　愛矢
取締役執行役員	堀住　輝男	執行役員	松本　裕右
取締役（社外）	岩田　　功		
取締役（社外）	山田奈央子		
取締役（社外）	大杉　春子		

株式状況（2024年3月31日現在）

発行可能株式総数	16,000,000株
発行済株式の総数	4,281,200株
株主数	17,253名

所有者別株式分布状況（2024年3月31日現在）



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月開催
剰余金の配当基準日	3月31日 （中間配当を行う場合は9月30日）
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 （郵送先） 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 ℡ 0120-232-711（通話料無料）
特別口座の口座管理機関	三井住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 ℡ 0120-782-031（通話料無料）
公告方法	電子公告により行います。 公告掲載URL https://www.cbon.co.jp/company/ ただし、事故その他やむをえない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

UD FONT by MORISAWA 見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。

この冊子は、環境に優しい植物油インキを使用して印刷しています。

VEGETABLE OIL INK

株式会社シーボン
Tel. 03-3404-7501（代表）　Fax. 03-6771-7430
ホームページアドレス：https://www.cbon.co.jp

C'BON

第59期
ビジネスレポート
2023年4月1日～2024年3月31日

P1～12
企業理念

P13～14
営業のご報告

P15～18
サステナビリティ

P19
トピックス

P20
非財務情報

P21～22
財務情報

C'BON BUSINESS REPORT

コード：4926

「60th Anniversary プロジェクト」始動

新たなPhilosophyの制定にあたって

私たちは、創業以来、『美を創造し、演出する』という企業理念のもと、「お客様の肌に最後まで責任を持つ」ことを第一に、誠実な製品づくりと丁寧なサロンサービスに徹してまいりました。多くの女性に魅力と自信を提供し、日々の生活に輝きを持っていただく。そのことを通して、社会に貢献してまいりました。

シーボンは、皆様のお力添えのお陰で、まもなく60周年を迎えます。

この節目において、激変する社会環境と価値観の変化にしなやかに対応し、全ての人が幸せな気持ちで過ごせるように、未来に向けた新しい『価値』を追求、提案し続けるための新たなPhilosophyを制定しました。

シーボンは新しく生まれ変わります。

代表取締役社長　執行役員
崎山 一弘

ミッション

美を創造し、演出する
Orchestrate the Beauty

『美を創造し、演出する』という創業以来大切にしてきた理念はそのままに、時代に寄り添う解釈を加えました。『Orchestrate the Beauty』という新しい言葉は、一人ひとりが、企業理念を実現するために、それぞれの役割を全うし、オーケストラの協奏のように作品を美しく奏でる（創り上げる）。さらに、お客さまに寄り添い、肌のリズムに向き合うことで、お客さまと共奏し、美しいハーモニーを創り上げていきたいという意味が込められています。

ビジョン

未来を拓く
Above and Beyond

新社屋完成、60 周年、そして、未来の 100 周年へ向けて新しいイノベーションを生み出し続けていくために私たちには、未来を拓く新しい力が必要であると実感しています。

「Above and Beyond」は、通常の領域を越えること、そして、期待や予想を上回るという意味があります。私たちが築いてきた価値を大切に守りながら、固定概念にとらわれない新しいシーボンを切り拓いていく強い意志を表す言葉をビジョンに設定しました。

バリュー
4C

ミッション・ビジョンを実現し、継続していくために基本となる価値・行動規範

CUSTOMER	▶『お客様の肌に最後まで責任を持つ』ことを約束します。
CONTRIBUTION	▶ 人と地球に優しい、持続可能な活動を推進します。
CONFIDENCE	▶ 公正な判断・誠実な行動・創造的な発想で人を豊かで、幸せにする製品・サービスを提供します。
CHARM	▶ 感謝・感動・尊重を大切に、探求心と誇りを持ち革新と挑戦を続けていきます。

研究開発・製造、製品の品質、販売方法・サービスなど、ビジネスの全てのステージで、この価値基準をもとに、行動・実行をしていきます。

企業理念である『美を創造し、演出する』を実現し、継続していくために、とても大切な価値基準と位置付けています。

Beauty Method

共奏美容

大切な肌を私たちにゆだねてみてください。
健やかで美しい素肌を維持するのは、
一人ではとても難しいこと。

定期的な肌カウンセリングと、
心も癒される心地よい時間のトリートメント、
そして、化粧品を使った正しいお手入れ方法。

シーボンは、『肌』の専門家 FACIALIST®として、
一人ひとりに伴走（伴奏）し、美しさを共に奏でます。

at Home

『素肌と対話する』
セルフスキンケア

ご自身の手で、日々変化する肌の状態を感じ取りながら行う、
朝と夜のセルフスキンケア。

自らの肌をいたわるスキンケアタイムは、
素肌のコンディションだけでなく
心のリズムも整えてくれる大切な時間です。

ビューティリズムに着目した5Step習慣

調える ― 満たす ― 高める ― 育む ― 守る
クレンジング・洗顔　化粧水　美容液　クリーム　日やけ止め・化粧下地

シーボン独自のビューティ・プログラム

毎日の正しいスキンケアと、
サロンでの定期的な肌カウンセリングとトリートメント。
この繰り返しが日々変化する素肌を健やかに育む。
これが永年培ってきたシーボン独自の
ビューティ・プログラムです。

ホームケア
朝・夜のスキンケア
（毎日）

サロンケア
定期的な肌カウンセリングと
プロの手による
東洋式トリートメント
（月2回）

『素肌と対話する』
東洋式トリートメント

フェイシャリスト®の手で、
直接肌の質感や温度を丁寧に感じ取りながら、
一人ひとりに合わせて行います。
素肌に触れたときの敏感な感触を大切に、
美肌ポイントを刺激し、巡りを促進。
健やかな肌印象に導きながら、心地よさで心も癒され、
奥深いリラクゼーションへと誘う
心身のバランスに配慮したトリートメントです。

フェイシャリストサロンで行う3種類の東洋式トリートメント
巡 meguri ／ 弾 hazumi ／ 律 totonoi

HOME & SALON　at Salon

美を創造し、演出する

企業理念を実現するための3つのフェイシャリスト

1 製品としてのフェイシャリスト

「 ひとの肌を想う 」

シーボンは、1966年の創業以来、多くの愛用者の皆さまに支えられ、
研究/ 開発・生産/ 製造・品質保証の全ての領域において、
お客様の肌のことを第一に考え、日々弛まぬ努力をしてまいりました。
「ひとの肌を想う」は、いつでも変わらない普遍的な姿勢を示す言葉です。
お客様の肌を真摯に、そして、実直に考え続けることで、真のニーズを掴み取り、
『素肌の健やかさと美しさを通して、関わる全ての人の人生に輝きと豊かさをご提供』してまいります。

研究開発のこだわり

肌と心を科学して、安心と安らぎを提供する

外的要因・内的要因・時間的要因など、様々な影響を受けてゆらぐ肌。 ホームケア&サロンケアの実績をもとに、肌機能だけでなく心と身体の関連性を紐解くことで「お手入れを科学」しています。 素肌の健やかさと美しさそして人生に輝きと豊かさを提供するため、創造的な研究開発と革新的なソリューションを実現してまいります。

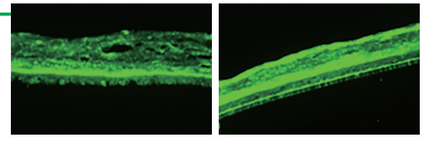
皮膚科学

「人体最大の臓器」である皮膚。人体の恒常性を維持する重要な役割を果たすため、複雑な構造を持っており、外界からの刺激（紫外線などの光や、微生物、摩擦などの物理的刺激）に晒されているほか、体内からの刺激（内分泌系、神経系、免疫系など）にも敏感に反応します。また、老化という生物学的な時間変化によっても、その機能は変化します。

そこでシーボンでは、これら刺激や老化といった皮膚に影響を与える要素や、そこから皮膚がどのような影響を受けるのか、そのメカニズムを明らかにし、新たな機能性成分の探索やスキンケアアプローチを実現してまいります。

精神ストレス因子が皮膚に与える影響に関する研究

女性の社会進出や単身世帯の増加、価値観やライフスタイルの多様化にともない、精神的ストレスにさらされる機会も増えています。そのような背景から、シーボンでは精神的ストレスがもたらす皮膚の影響を体内の神経系や内分泌系、免疫系などに着目した研究を行っています。

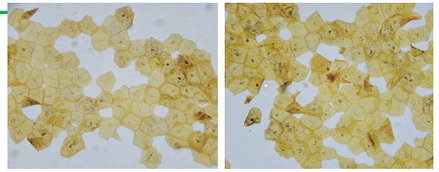


3次元皮膚モデルの断面を蛍光顕微鏡で観察した様子

外的ストレス因子が皮膚に与える影響に関する研究

近年、異常気象や地表への紫外線到達量の増加など自然環境は著しく変化しています。特に紫外線は皮膚にダメージを与えシミやシワの原因となります。また、大気の乾燥、花粉やPM2.5、ハウスダスト、皮膚常在菌バランスなども皮膚に影響を与えるといわれています。

このような外部要因により肌がどのようにしてダメージを受けるのか、そのメカニズムを解明するため、様々な視点から研究を行っています。



剥離した角層細胞を光学顕微鏡により観察した様子。
黒い粒子はメラニン顆粒

皮膚老化現象に関する研究

ヒトの肌は年齢を重ねるにつれ様々な老化の兆候が表れ始めます。Quality of Life（QOL）の向上を目指し、シーボンでは加齢にともなう肌状態の変化に関連する研究を行っています。

肌に関する見た目の変化や、皮膚組織の状態変化、皮膚細胞における機能変化など、様々な視点から検証を重ね、老化現象の原因解明と最適なスキンケアの提案を目指しています。

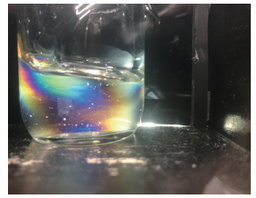
製剤化技術

化粧品には、クレンジングや洗顔料、化粧水、乳液、クリームなど、様々な剤型が存在します。それぞれ洗浄や保湿等の機能面以外にも、お客様が感じる心地よさや使い勝手の良さといった使用感も、化粧品にとって重要な要素となります。

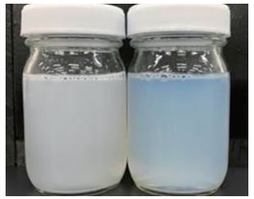
また、お客様のニーズに合わせて、化粧品には油や界面活性剤、水や保湿剤、植物抽出液等多種多様な成分を配合することから、安全性、安定性、機能性などを実現するための製剤化技術の向上が欠かせません。

ゲル乳化技術

乳化は、水と油のように互いに溶解しない液体をもう一方の液体に分散させる技術です。 通常の乳化方法では、温度や機械力など、高いエネルギーを必要としますが、シーボンでは、低エネルギーで安定的に乳化粒子をナノサイズに分散させるゲル乳化技術を活用。スクワラン等の油を微細に分散させる技術を製品開発に応用しています。 肌への有効性が高い成分の中には、水や油への溶解性の低さや化学的に不安定であることから、化粧品に配合することが困難とされているものもあります。これら成分を安定して配合する、あるいは肌への効果をより高めて配合するために、これまで培ってきた技術を基盤として、さらなる発展を目指してまいります。



偏光板の間にゲルを置いた時の外観



左：通常の乳化法で調製した乳化物の外観
右：ゲル乳化法で調製した乳化物の外観

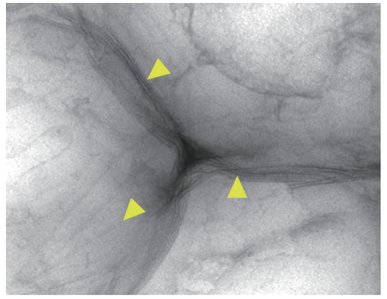
ゲル乳化法で調製すると、
乳化粒子が微細になることで、
青白く、透明な外観になる。

※画像はイメージ

液晶技術の応用

液晶は、液体と固体（結晶）の両方の性質を併せ持つ特殊な状態のことを指します。テレビやパソコンのディスプレイなどにも使用されていますが、化粧品分野においてもその特殊な性質を応用した技術が開発されています。

シーボンでは、液体や固体の状態から液晶状態へと変化する相転移現象を、乳化技術や製品の機能性発現に応用。これからも液晶技術の向上を図り、様々な特徴を持つ製剤を開発することで、多様化するお客様のニーズに応えてまいります。



液晶乳化法を応用して調製した乳化物を透過型電子顕微鏡で観察した写真

生産へのこだわり

徹底的な品質管理で届ける安心と安全

匠の技術をもった技術者が、1つ1つの製品を確実・丁寧に作り上げ、お客様が安心して使用できる製品をお届けしてまいります。製造業の基本の徹底とお客様の声を大切にした永続的な改善活動を通じ、常に最高水準での安心・安全を提供してまいります。

品質保証

お客様の安心を支える品質管理体制

シーボンでは、法令等の遵守及び化粧品GMP基準に沿った自社独自の厳しい品質評価基準のもと、製品の設計、開発、原材料の管理、製造、出荷等それぞれの段階でこれら基準を遵守徹底しています。この他にも、GQP手順（品質管理の基準に関する手順）、GVP手順（製品販売後安全管理の基準に関する手順）を定め、スタッフ教育を含め適切に運用しています。特にお客様に安心してご使用頂けることを最重要事項とし、開発段階での安全性リスクに応じた各種試験や実使用テストの実施は当然のこと、使用する原材料の肌への負担、有害な不純物などを文献や試験結果から徹底して検証し、より高い安全性を確保するための体制強化を図っています。

また、店舗在庫をリアルタイムで管理し、販売との同期化を図る小ロット生産体制を構築。過剰在庫や欠品を防ぎ、お客様満足と経営基盤の強化の両立を目指しています。

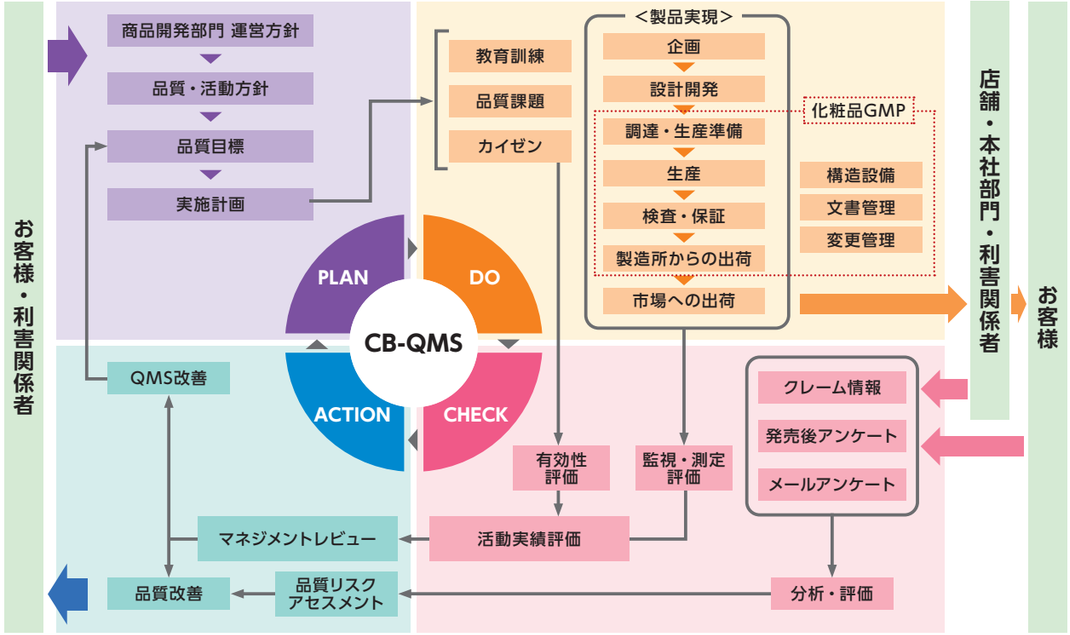
2011年4月には、品質マネジメントシステムの国際規格である「ISO9001」の認証を取得。お客様に安心してお使いいただける化粧品をお届けするために、品質管理体制の強化に取組んできました。

さらに、近年強まってきているグローバルなニーズへ対応するため、2024年2月には化粧品製造における品質・安全性に関する国際規格「ISO22716」（化粧品GMP）の認証を新たに取得しました。

これを機に、10年以上にわたり認証維持してきた品質マネジメントシステムは充分に高度化し自走可能な状態まで発展してきたと判断し、2024年4月の期限をもってISO9001の認証維持を終了し、新たに独自の品質マネジメントシステム「CB-QMS」を制定しました。

これからも、今まで以上にお客様にご満足いただける製品づくりを目指してCB-QMS、ISO22716の運用、及び継続的改善に努めます。

JMA EMS REGISTRATION CENTER
JMAQA-E881



② 美肌の専門家としてのフェイシャリスト

「お客様の肌に最後まで責任を持つ」
この想いをかたちにしたのが「ホームケア+サロンケア」という
シーボン独自のビューティ・プログラムです。
サロンのフェイシャリストは“この人なら、私の肌を任せたい”という信頼を
お客様に抱いていただける存在になれるよう、日々お客様の肌に向き合います。

シーボンでは、美肌を適えた女性が感動のエピソードとともにその軌跡を発表する「シーボン美肌コンテスト」を開催しています。

美肌づくりのプロであるフェイシャリストのアドバイスのもと、自宅でのスキンケアとサロンでのお手入れ、生活習慣の見直し等により、キレイになっていく過程を肌撮影機エピスキャンやアップカメラ等を使って継続的に撮影しチェック。美肌を目指したきっかけや、フェイシャリストとともに二人三脚で取り組んだお手入れの内容、美肌を適えた女性のエピソードとその軌跡をご紹介させていただく場が「シーボン美肌コンテスト」です。

「2023シーボン美肌コンテスト」では、【シミ（くすみ・明るさ）部門】【シワ（乾燥）部門】【毛穴（ニキビ）部門】に、総勢3,262名に応募していただきました。フェイシャリストによる選考、運営本部による選考と様々な選考を経て、3名の入賞者が決定となりました。キレイになっていく過程をお客様ご自身が実感いただけることこそが、「美を創造し、演出する」という企業理念の象徴であると考えています。

シーボン美肌コンテスト

2023年度 入賞者発表

総エントリー数：3,262名から3名の入賞者が決定いたしました。
皆様の美肌までのエピソードをホームページにて公開中ですので、下記からご覧ください。
https://www.cbon.co.jp/net/beauty/bihadacontest.aspx

本年は、「シミ（くすみ・明るさ）部門」「シワ（乾燥）部門」「毛穴（ニキビ）部門」の
3部門を設けエントリーいただきました。

シミ（くすみ・明るさ）部門

高槻店
渡邉 幸代 様

シワ（乾燥）部門

GINZA
井上 更予 様

毛穴（ニキビ）部門

C'BON Queen's 横浜
青山 直美 様

受賞者インタビュー

フェイシャリスト®と二人三脚で取り組み、
美肌を適えた受賞者3名のエピソードと
その軌跡を是非ご覧ください。

詳しくはこちら
https://www.youtube.com/watch?v=9OWqcGSCjik

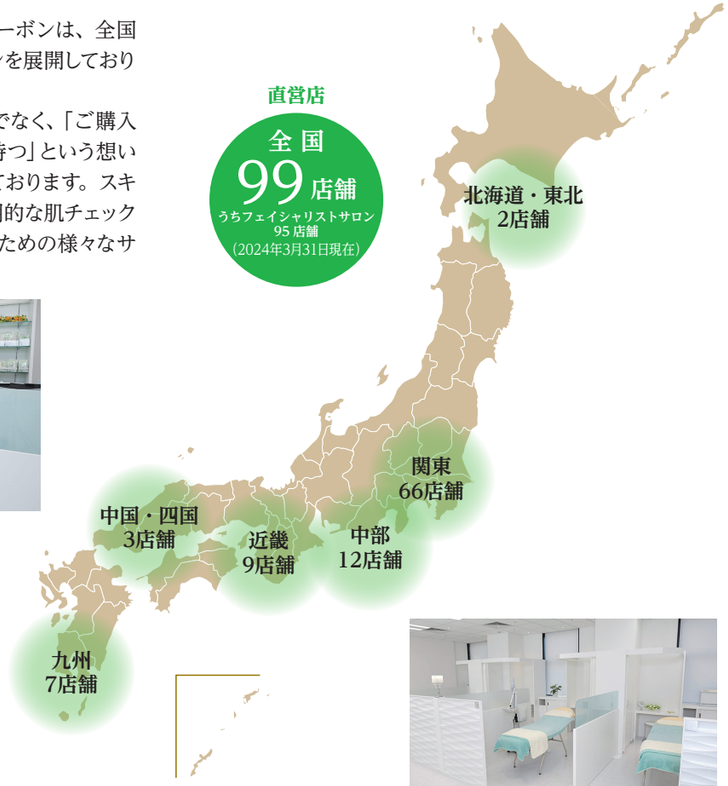
3 場所としてのフェイシャリスト

製品としての「フェイシャリスト」と、美肌の専門家としての「フェイシャリスト」を繋ぐ
癒やしの場としての空間が、「フェイシャリストサロン」です。

フェイシャリストサロン

「ホームケア+サロンケア」を提唱するシーボンは、全国に会員制のシーボン フェイシャリストサロンを展開しております。

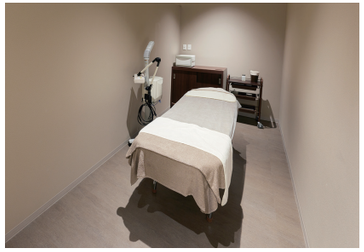
シーボンでは、化粧品を販売するだけでなく、「ご購入後もお客様の肌に対して最後まで責任を持つ」という想いから、サロンでのアフターサービスを行っております。スキンケアに関するアドバイスはもちろん、定期的な肌チェックや東洋式トリートメントなど、美肌づくりのための様々なサポートを行っております。



リブランディングに伴う店舗改装

今回のリブランディングにより、大型店に属する池袋店、千葉店を含めた9店舗の改装・移設を行いました。ロイヤルカスタマー専用ルームの設置や、サービスの拡充など、顧客満足度を高める施策を実施いたしました。その結果、新規売上、既存売上、特に既存ロイヤル顧客のお客さまの売上いずれにおいても高い成長率となりました。2025年3月期に関しては12店舗、翌2026年3月期には10店舗で同様の改装を予定しています。今後もお客様に満足いただけるサービスの提供を続けてまいります。

▲ 受付横壁面に製品紹介やお手入れ方法の動画を投影【池袋店】▲



▲ ロイヤルルーム【千葉店】

▲ プライベート空間を演出【池袋店】▲

▲ 開放感のある入口受付【千葉店】

2024年3月期の業績

「60th Anniversary プロジェクト」を始動。
利益面は増益での着地。

当連結会計年度は、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う経済活動の正常化やインバウンド需要の回復によって、国内経済は回復基調で推移しました。しかしながら消費行動の持ち直しには不安材料もあり、依然として先行きは不透明な状況が続きました。

こうした経営環境の中、2024年3月期からスタートした中期経営計画の初年度として、「製品価値向上」「サロン価値向上」「新しい価値の創造」の3つの重点課題に取組み、売上高の向上や顧客層の拡大に努めました。また、新中期経営計画の策定と合わせ、激変する社会環境と価値観の変化にしなやかに対応し、未来に向けた新しい「美」を追求、提案し、必要とされる企業であり続けるために、ブランディングプロジェクト「60th Anniversary プロジェクト」を始動しました。2024年の新社屋竣工、2026年の創業60周年に向けて、サステナブルな社会に貢献する企業を目指してまいります。

以上のような取組みの結果、当連結会計年度における連結売上高は8,498百万円（前年同期比0.3%減）となりました。なお、「収益認識に関する会計基準」による影響額を除く実質の売上高は前年同期比2.1%増となっております。利益面につきましては、連結子会社の一部製品において自主回収等の対応を行った影響などによって、営業利益29百万円（前年同期は営業損失145百万円）、経常利益は43百万円（前年同期は経常損失127百万円）となりました。また、六本木本社ビルの追加解体工事費用や店舗の改装等に伴う固定資産除却損を特別損失に計上した結果、親会社株主に帰属する当期純損失は26百万円（前年同期は親会社株主に帰属する当期純損失421百万円）となりました。

2024年3月期の主な取組み

新たな価値の創造に向け、
ヘアトリートメント専用サロンをオープンしました。

中期経営計画の重点課題である「製品価値向上」に向けては、共同研究先である学術機関の研究力と当社のストレス研究の知見を活かし、心理状態がもたらす肌への影響について網羅的な解析手法を取り入れた研究に着手しました。製品開発においては、全社ブランディングに伴い、主力製品であるトリートメントマセを中心に、クレンジングクリームのリブランディングによる新たな製品価値の付与に取組みました。

「サロン価値向上」に向けては、「新たな顧客の開拓」と「ロイヤルカスタマーの醸成」に注力しました。肌チェックなど従来型の顧客開拓イベントに加え、ヨガ講師や着付け教室などとコラボした美肌セミナーを実施するなど、新たな施策を推進しました。その結果、新規顧客の来店数、売上高はいずれも大きく伸長しました。ロイヤルカスタマーの醸成に関しては、専用の施術ルームや専用デスクの設置、ロイヤルカスタマー限定の施術メニューやポイント交換製品の拡充などを推進しました。

「新しい価値の創造」に向けては、「ヘア事業の拡大」「小売り用製品の開発・販売」「海外販路の拡大」に注力しています。ヘア事業では、ヘアトリートメント専用サロン「イマトリ」の1号店を文京区にオープンしました。キャッシュレスのセルフレジや、オートシャンプー機などで徹底的な省人化を図り、通常の美容室と同等のトリートメントを1,650円で提供するという新形態で、順調な立ち上がりを見せています。

2025年3月期の取組みについて

中期経営計画に掲げた3つの重点課題に注力し、
増収増益の達成を目指します。

引き続き中期経営計画の下、3つの重点課題を着実に実行することにより、再成長を目指します。

「製品価値向上」に向けては、当社技術の盤石化と、技術と製品価値の市場への認知度拡大を目指します。製品開発では、スターブランド・スターアイテム育成に注力し、新規顧客の獲得と既存顧客の満足度向上を目指します。加えて、サロン発想のスキンケア製品と技術を、新規事業や海外事業、OEM、ODM受託事業といった新しい事業展開に繋げたいと考えています。

「サロン価値向上」に向けては、引き続き「新たな顧客の開拓」と「ロイヤルカスタマーの醸成」を推進します。新たな顧客の開拓に向けては、リブランディングに伴い、お肌チェックなどを行う集客ブースの刷新を進めるほか、大型のイベントなどを利用したさらなる接点の拡大に努めます。六本木本社ビルの竣工も、認知の拡大に繋がると期待しています。ロイヤルカスタマーの醸成では、店舗のリニューアルを順次行っており、2025年3月期は12店舗の改装・移転を計画しています。ロイヤルカスタマー限定の工場見学なども予定しています。

「新しい価値の創造」に向けては、ヘアサロン「neaf」の継続的な拡大とともに、先ほどご紹介した「イマトリ」の拡大を図ります。5月には2店舗目となる大森店を開店しており、7月には3号店の開店を予定しています。海外事業に関しては、中国以外での販路開拓を進めているほか、海外企業からのOEMの受託やインバウンド需要の開拓などに取組みます。

こうした取組みによって、2025年3月期の連結業績は、売上高が9,173百万円（前年同期比7.9%増）、営業利益378百万円（前年同期比1,185.9%増）、経常利益380百万円（前年同期比764.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益223百万円（前年同期は親会社株主に帰属する当期純損失26百万円）と、大幅な増益を見込んでいます。

シーボンサステナビリティ宣言

「美を創造し、演出する」

私たちシーボンは「美を創造し、演出する」という企業理念のもと、
すべての人々のQOL（Quality of Life）を向上し、
持続可能な社会の実現を目指します。

女性活躍推進（働き方改革・多様性）

一人ひとりが自分らしく輝ける会社を目指して

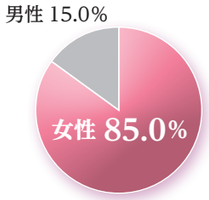
女性活躍の取り組み

シーボンは、「美を創造し、演出する」という企業理念のもと、化粧品の研究開発者、フェイシャリスト、バックオフィスで支えるスタッフに至るまで女性社員の比率は90%を超えています。

女性が活躍し、「働きたいと思える職場」にしていくため、人生におけるライフイベントやキャリアステージに合わせた制度や仕組みづくり、そして、性別を超えてお互いを尊重しながら成長していくことの風土づくりを目指してまいります。

正社員の男女比

管理職の男女比



C´BON Family Day

女性が仕事と家庭を両立するためには、家族・同僚の理解と応援がとても大切になります。シーボンでは、2015年より、職場や仕事内容を家族に知ってもらうための「C´BON Family Day（シーボン ファミリー デイ）」という取り組みを実施しています。

日頃の感謝の気持ちを込めて家族を職場へ招待し、仕事に対する理解を深めてもらうとともに、同僚やその家族との相互理解を深め、お互いを思いやり、支え合える職場づくりを目指しております。2023年は夏休み期間を利用して「C´BON Kids 工場見学」を実施し、親子で化粧品づくりについて学びました。

コスメバンクプロジェクトへの参画

一般社団法人バンクフォースマイルズが実施している「コスメバンクプロジェクト」に参画しました。

Board Member 2024 COSME BANK PROJECT

ショートタイム正社員

育児や介護をはじめ、様々な制約によって就業が難しくなった社員のために生まれた制度です。

1日8時間未満の勤務形態でも、フルタイムの正社員と同じ福利厚生を受けながら、正社員として活躍を続けることができ、プライベートが落ち着いた場合には、再びフルタイムに復帰することもできます。

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
ショートタイム正社員数（人）	21	20	28	18

主な勤務コース

① 6時間勤務コースA　週5日（週30時間勤務）

② 6時間勤務コースB　週4日（週24時間勤務）

ウェルカムバック制度

育児や介護など様々な理由でやむを得ず退職された方が、今までのキャリアや経験を活かして、もう一度活躍できる制度です。

（ ）内はパートタイマーの数値

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
ウェルカムバック制度利用者数（人）	2 (1)	5 (5)	5 (4)	11 (7)

セカンドキャリア研修

55歳以上のベテラン社員の役割の再認識や同世代の仲間との交流を図り、これからも長く活躍してもらうことを目的に、「セカンドキャリア研修」を開催いたしました。

社会との共生

社会・地域に貢献し、
共に発展していくことを目指して

教育支援活動

地域の子どもたちの豊かな学びを支えるため、職場体験学習等の教育支援活動に取り組んでいます。

【生産部門】
- 地元中学校の職場体験学習
- 帝京大学主催「理系企業見学会」
- 栃木県主催の「理工系女子のWORKフェスタ2022」に講師として登壇

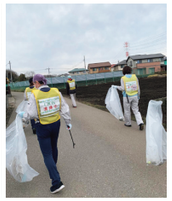
【本社部門】
神奈川県立多摩高等学校「社会人出張講義」への参加

ヘアドネーション活動

ヘアーサロンneaf六本木では、美容という仕事を通じて社会貢献したいと考え、2015年からヘアドネーションの活動に賛同しています。NPO法人「Japan Hair Donation & Charity」に、月1~2名のお客様の髪の毛を寄付しています。

地域環境ボランティアへの参加

地域の美観を保ち気持ちよく過ごせる環境づくりの一環として、生産センターや研究開発センター周辺の清掃活動や地域の清掃ボランティア活動に参加しています。



V.LEAGUE DIVISION1 WOMEN (V1女子)に加盟する女子バレーボールチーム「NECレッドロケッツ」とオフィシャルパートナー契約を締結

このたび「NECレッドロケッツ」とオフィシャルパートナー契約を締結いたしました。バレーボールを通じてホームタウンの社会的課題解決に寄与できる存在になることを目指しているNECレッドロケッツのチャレンジを全力でサポートしてまいります。

NEC RED ROCKETS

清掃活動への参加

継続的に「赤坂青山 美しいまち マナーのまちキャンペーン」に参加しております。

2023年5月

2024年1月

環境との共生

地球や自然環境も
美しく輝かせる企業を目指して

ISO14001取得

生産部門では、ISO14001マネジメントシステムの認証を取得しております。

ISO14001マネジメントシステムに基づいた環境方針を定め、環境関連法規制等の順守評価の実施やPDCAサイクルによる定期的な監査・自主評価を行う等環境保全活動を推進しております。

JMA EMS REGISTRATION CENTER
JMAQA-E881

MS JAB
CM014

ソーラー発電による自然エネルギーの産生

「研究開発センター」では、環境保全活動の一環として太陽光発電システムを採用し、環境に配慮した研究・物流施設として稼働しております。

環境に配慮したパッケージを採用

パッケージと能書の一体化

取り扱い説明を化粧箱の内側に印字して能書と一体化することで、無駄な印刷を減らし、資源の削減に努めています。

パッケージ素材にもこだわり、FSC認証紙を使用しています。FSC認証のマークは、「森林の管理が環境や地域社会に配慮して適切に行われているかどうか」を評価・認証し、証明された素材だけが表記することができます。

green nano
CO_2 OFF
環境に配慮した原料を、容器に使用しています。

FSC www.fsc.org
ミックス
責任ある木質資源を使用したパッケージ
FSC® C000000

トピックス

新規事業「イマトリ」本格始動

2024年1月から始動し、好評を博している新規事業「イマトリ」を本格始動。2024年1月に開設した「イマトリ春日店」に続き、2号店となる「イマトリ大森店」を2024年5月1日にオープンいたしました。また、7月には3号店「イマトリ伊勢佐木モール店」をオープン予定です。

イマトリ
今すぐトリートメントさせて下さい

イマトリとは？

新時代のケアで365日いつもいい髪。
美容室でのトリートメントをもっとお手軽に通いやすい価格で！

イマトリは、“今すぐトリートメントさせてください”をそのままネーミングにしたトリートメント専門店です。

基本工程は人の手を介さず、トリートメントの施術のみを国家資格を保有するスタッフが行うという従来に無い新しい業務フローを確立したことにより、通常の美容室で行うものと同等のサロントリートメントを1,500円（税込1,650円）という驚きの価格でご提供します。

施術終了までの所要時間は約15分を目安としているため、時間を有効的に活用でき、コスパもタイパもかなうサービスです。

サービスの流れ

セルフレジでチケットを購入
*キャッシュレス決済のみ（現金不可）

オートシャンプーで頭皮や髪の汚れをオフ

美容師資格を持つスタッフがトリートメント剤をコーミングしながら髪全体へ満遍なく揉み込み、薬剤の浸透を促します

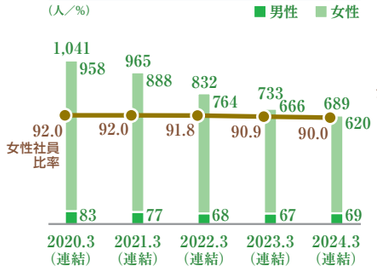
オートシャンプーで髪の表面に残ったトリートメント剤のみをすすぎ、仕上げは保湿ミストで整えタオルドライ、コーミングして終了

髪のブローはセルフサービス
全席半個室&最新の高性能ドライヤーを完備
*30分以内の利用を目安

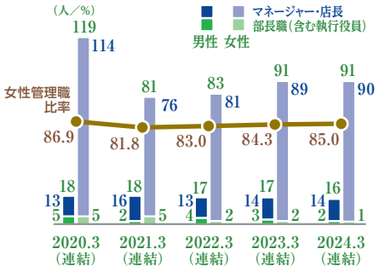
店舗情報
- イマトリ 春日店
- イマトリ 大森店
- イマトリ 伊勢佐木モール店（7月オープン予定）

非財務情報

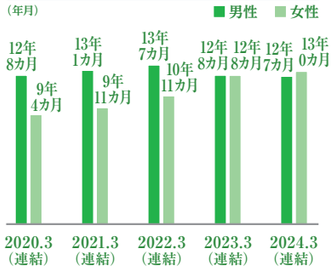
正社員数



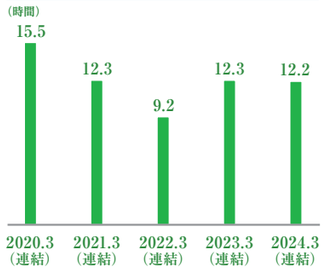
管理職数



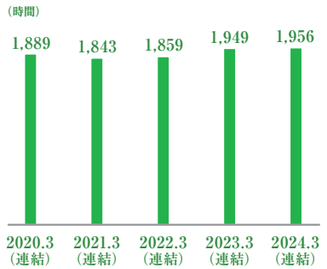
正社員平均勤続年数



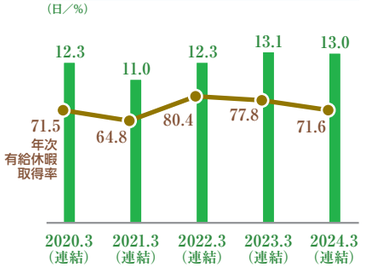
一人当たりの月平均所定外労働時間



一人当たり年間総労働時間



年次有給休暇取得日数



人材に関する取り組み

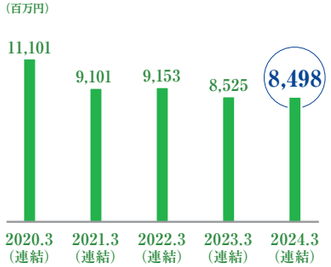
当社は「美を創造し、演出する」の企業理念のもと、社員一人ひとりが“自分らしく”輝くために、お互いの個性や多様性を尊重できる企業風土と、新しいことにチャレンジできる企業風土の醸成に注力しております。

当社は社員が自己研鑽できる研修の充実を図ると共に、社員のライフステージに寄り添った柔軟な勤務制度を整えることで、「働きがい」と「働きやすさ」のある職場作りを行っております。

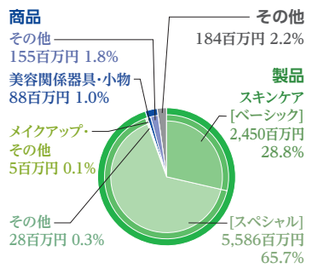
また、お客様に「満足を超える感動」を感じていただき、「価値あるサービス」を提供するために、すべての社員が心身ともにすこやかに、純粋な精神とまごころでお客様に寄り添っていけるよう、健康的な職場環境を提供します。

当社は、お客様とのコミュニケーションを深めることにより、競争力と収益力の向上を図ってまいりました。今後も、社員一人ひとりを「財産」と捉え、日々の業務や研修を通じて成長を促し、活力のある職場でいきいきと働くことができる会社を目指してまいります。

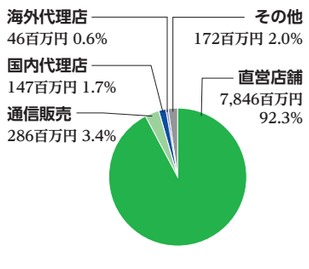
売上高



区分別売上高構成比



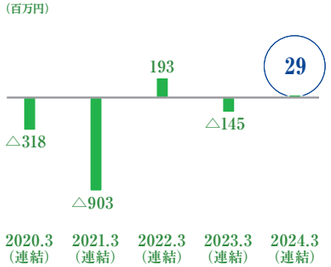
販路別売上高構成比



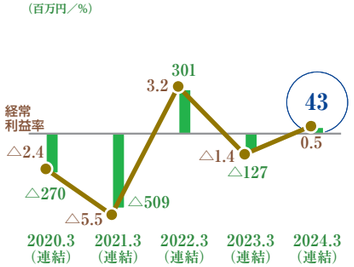
Point

当社グループの主力事業である直営店舗事業は、日本国内の人流の増加に伴い、緩やかな回復基調にあり、2023年3月期に引き続き新規顧客は増加傾向にあります。2024年3月期からスタートした中期経営計画の初年度として、「製品価値向上」「サロン価値向上」「新しい価値の創造」の3つの重点課題に取り組み、売上高の向上及び顧客層の拡大に努めてまいりました。この結果、当連結会計年度における連結売上高は、8,498,973千円（前年同期比0.3%減）となりました。

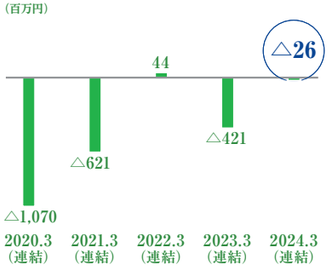
営業利益



経常利益／経常利益率



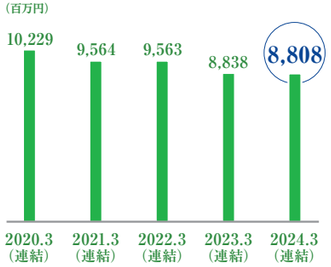
親会社株主に帰属する当期純利益



Point

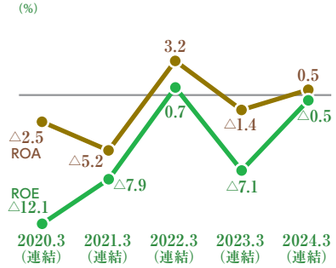
利益面におきましては、連結子会社ジャフマックの一部製品において、酒税法の基準である１％を超えるアルコールが残存している可能性があるため、自主回収等の対応を行った影響による製品返品費用等を計上したことにより、営業利益は29,399千円（前年同期は営業損失145,253千円）、経常利益は43,983千円（前年同期は経常損失127,071千円）となりました。また、六本木本社ビルの追加解体工事費用や、店舗の改装等に伴う固定資産除却損を、特別損失に18,167千円計上した結果、親会社株主に帰属する当期純損失は26,348千円（前年同期は親会社株主に帰属する当期純損失421,768千円）となりました。

総資産



純資産／自己資本比率

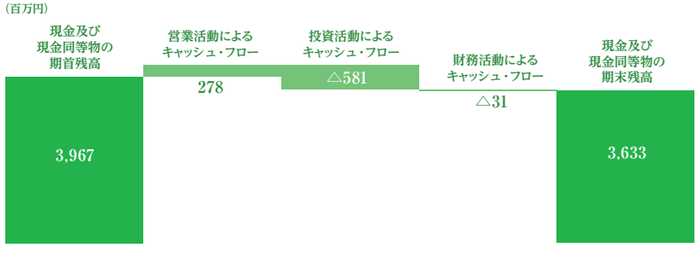
ROE／ROA



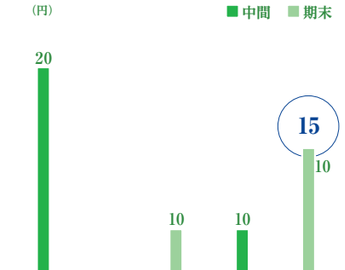
Point

総資産は8,808百万円となり、その主な内訳は、現金及び預金3,633百万円、建物2,730百万円、土地244百万円であります。純資産は5,659百万円となりました。その結果、自己資本比率は64.2%、ROEは△0.5%、ROAは0.5%となりました。

キャッシュ・フロー計算書



1株当たり配当金



Point

当連結会計年度における現金及び現金同等物（以下「資金」という。）は、税金等調整前当期純利益が25,816千円となりましたが、前連結会計年度に発生した有形固定資産売却による収入や補償金の受取額等により、前連結会計年度末に比べ333,347千円減少し、当連結会計年度末には3,633,673千円となりました。