



NEWS 2018.10～2019.3

C'bon FLASH

October 10月 「MD」シリーズから、
3種の油溶性美容液が
バージョンアップ

紫外線ダメージや肌ストレス※3を
ケアする薬用美容液

「MEエッセンス MD」

くすみ※1がちな肌に透明感を与える
薬用美白※2美容液

「ホワイトスムージングエッセンス MDS」

濃厚保湿を適える薬用保湿美容液

「スポットドライ MD」

November 11月 女性の巡りのある毎日を
サポートする栄養機能食品 (ビオチン)
「美ボディサプリメント」発売

メリハリのあるシャープな印象へ導く
サロン用スペシャルケアセット
「SPA 08」冬季限定発売

今秋収穫された長野産巨峰果汁を使った
野草源酵素®入り酢飲料
「葡萄美人」数量限定発売

詳しい情報はこちら

www.cbon.co.jp

December 12月 2種の高知産生姜を使った
野草源酵素®入り酢飲料
「酵素美人-金」数量限定発売

完全個室型サロン
「C'BON Queen's 横浜」オープン

「Forbes JAPAN WOMEN AWARD 2018」※4
“企業部門1,000名以上の部”で
第2位を受賞

January 1月 「BX」シリーズから、
炭酸パワーでいきいきと
弾むようなハリ肌へ導く
炭酸泡美容液
「マイクロアクティベイト」発売

March 3月 東洋経済新報社
「女性管理職の登用が目立つ会社」※5
3年連続上位ランクイン

※1 乾燥によるキメの乱れた肌印象
※2 日やけによるシミ・ソバカスを防ぐ
※3 乾燥による
※4 「Forbes JAPAN」主催。「真の女性活躍」をテーマに、その年もっとも
輝いた女性と女性活躍に取り組む企業を表彰するアワード
(<https://forbesjapan.com/womenaward/>)
※5 「CSR企業総覧」2017年版、2018年版、2019年版データより



全ての答えは お客様の声の中にある

株主の皆さまには、日頃よりひとかたならぬご支援を賜りまして、誠にありがとうございます。

このたび、代表取締役会長兼社長 執行役員に就任いたしました犬塚雅大でございます。

環境変化がめまぐるしい昨今、企業はこれまでの伝統に安住するのではなく、過去にとらわれないチャレンジをスピーディーに行っていくことが大切になります。その中で私は、柔軟に戦略を変化させつつも、シーボンの本質的価値を磨き、将来にわたって輝き続ける企業を目指すお客様第一の体制づくりを進めてまいります。

一人ひとり、個性やご要望の違うお客様に寄り添い、“美を創造し、演出する”という理念を実現していくことこそ、私たちシーボンの使命であり、お客様の想いを一つひとつ丁寧に叶えていくために“製販サービス一体”のビジネスモデルがあります。私たちの最大の強みは、直営店を通じたお客様とのダイレクトなつながりにより、お客様の声を研究開発、生産、販売の現場に活かすことができるということ。期待に応えた製品や接客サービスの提供がお客様を笑顔にし、信頼の積み重ねが企業の成長につながってまいります。



代表取締役会長兼社長 執行役員

犬塚 雅大

こうした本質的価値を磨き上げ、変化を生み出し実現していく原動力は、社員の志です。社員全員が起業家精神を持ち、いつでも謙虚に日々感謝の心を深め、お客様に愛され必要としていただける会社、そしてシーボンに関わるすべての人の幸せを実現していく会社こそ、私たちが目指す企業のあり方です。

株主の皆さまにおかれましては、引き続き変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

シーボンは、2014年にM&Aで取得した醗酵食品の製造・販売を手掛ける株式会社ジャフマックと、2017年に中国での事業拡大を目指し設立した倩朋（上海）化粧品有限公司の2社を、2019年3月期より連結子会社といたしました。当連結会計年度より連結財務諸表を作成しているため、前連結会計年度との比較については記載しておりません。

2019年3月期の業績

新規来店者数の減少が継続数の伸び悩みにつながり、実質減収減益となりました。

2019年3月期は、「新たなシーボンへ革新と挑戦」を経営指針とする中期経営計画の2年目として、お客様ニーズへの対応力の強化を図るとともに、販売チャネル拡大に向けた準備を着実に進めてまいりました。

営業活動においては、イベントプロモーションを中心に効率的な集客活動を進め、新規お客様の契約率や単価は比較的順調に推移いたしましたが、新規来店者数は前年比92.3%にとどまり、新規のお客様に対する売上高は前年比99.5%となりました。また、肌カウンセリングシステムの本格運用が始まる等ソフト・ハード両面で、カウンセリング力の向上を図ってまいりましたが、**新規来店者数が減少した結果、既存のお客様の継続数^{※1}が前年比99.1%と伸び悩み、直営店売上の9割を占める既存のお客様への売上は前年比98.3%となりました。**

この結果、2019年3月期の売上高は12,541百万円となり、利益面におきましては、人件費の減少や経費効率

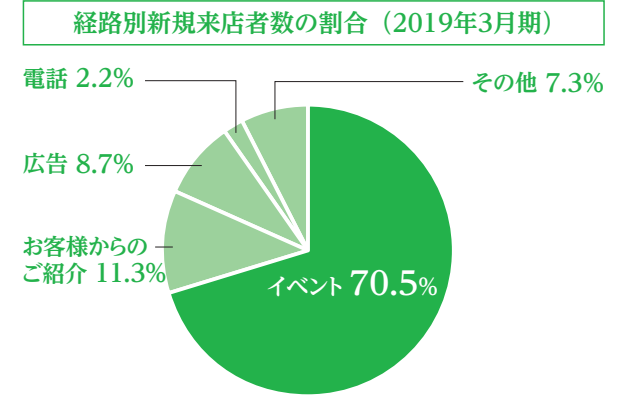
の改善に努めつつ広告展開を強化したことにより、営業利益は251百万円、経常利益は301百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は139百万円となりました。

※1 継続数：1か月に1回以上来店のあるべ人数

業績向上に向けた革新

新規のお客様にとって“分かりやすく始めやすい”環境を整備してまいります。

シーボンでは、Face to Faceでお客様と対話をするなかで肌悩み等を伺い、お客様の肌状態や状況に最適な化粧品や、「ホームケア+サロンケア」という特徴的なシステムをご紹介するという販売活動を大切にしております。集客活動も同様で、イベントプロモーションであれば、ブースに立ち寄られたお客様に対し、疑問等にお応えしながらシーボンのご紹介、サロンへの予約を伺っており、新規来店者の約7割がイベントをきっかけに来店に至ったお客様です。



現在シーボンが大きな課題としていることは、**シーボンに関心を持っていただける種まきをし、新規のお客様との出会いの場をいかにして広げていくか**ということ。しかし、集客活動の主軸であるイベントプロモーションを拡大していくことは、人材確保の面で難しいのが現状です。そこで、2020年3月期もこれまでに引き続き、イベントプロモーションを中心に集客活動を行ってまいりながら、一方では**Webを通じた集客活動を新たな軸になるよう育成**してまいります。

ただ、Web等の広告媒体を拡大していく場合、シーボンがどのような化粧品会社で、どのような販売を行っているのか深く知らないまま来店をされるお客様が増えていくことが予想されます。イメージと実態のギャップは、お客様にご満足いただけない結果になりかねません。そこで、2019年4月から、**集客に関わるツールの内容を一新**し、シーボンという化粧品会社の特徴を理解しやす

いものにするとともに、**新規のお客様に対してご紹介する化粧品のセットをご用意し、あらかじめイメージを持っていただけるようにいたしました**。広告を含めた効果的なWebプロモーションのカタチを模索していくとともに、新規のお客様を担当するフェイシャリスト[®]※2やPRスタッフが、早く新たな販売方法に慣れていくよう、**教育体制も強化**してまいります。

また、2019年3月期より、ブランド力の強化を目指し、羽田空港、JR品川駅等多くの人が行き交う場所での広告や、女性誌を中心とした雑誌への広告を拡大してまいりました。**シーボンブランドの認知度向上、イメージの浸透を図ることは、シーボンへの関心を高めていくためにとても大切なものです**。この取り組みに加え、Webを活用したブランディング活動も強化してまいります。

※2 フェイシャリスト
：シーボンのフェイシャリストサロンで、お客様をサポートするために化粧品の販売や美容アドバイス、美顔マッサージ等を行う専門スタッフ



2019年1月 シーボン初のブランド体験イベント「C' BON Beauty Fes」の様子（横浜みなとみらい）

研究開発体制の強化

エビデンスの収集により、
培ってきた技術の見える化を推進いたします。

シーボンでは、2014年の研究開発センターのオープン以来、人員の計画的強化、設備の拡充等研究基盤を強化するとともに、外部研究機関との連携を図り、オープンイノベーションの加速による新価値創造を進めております。その中で、2018年11月には、化粧品の適切な防腐試験法について学会発表を行っており、品質や安定性・安全性といった目に見えにくい部分においても化粧品の価値を高める取り組みを行っております。2018年

12月には、脳科学を活用したソリューションを提供する株式会社NeU^{※3}とアドバイザー契約を締結。サロンケアの重要な柱である「東洋式美顔マッサージ」のエビデンスを収集し、**心身効果の検証**を行っており、取組みの成果は今後学会等で発表を行っていく予定です。

製品に関わる皮膚科学研究だけでなく、「ホームケア＋サロンケア」というビューティシステムにより培った知見について、脳科学的エビデンスを収集・検証し、**シーボンが提供する製品・サービスの付加価値を高めてまいります**。

※3 株式会社NeU
：脳科学の産業応用を目指して、2017年に設立された国立大学法人東北大学と株式会社日立ハイテクノロジーズのジョイントベンチャー

トピックス

公式アプリの機能強化

2019年4月 肌データの確認機能追加

<アプリの主な機能>

サロン予約

保有ポイントの確認

美容情報の配信

肌データの確認

2018年4月～2019年3月
ダウンロード数
20,000件
突破

デジタルメディアを活用したお客様との接点拡大



店舖情報

9



店舖情報

店舖情報

店舖情報

店舖情報



店舖情報



店舖情報

店舖情報

店舖情報

店舖情報

店舖情報



店舖情報



優れた接客力を有するフェイシャリスト®を選出

「シーボン.マイスター」制度

シーボンでは、約1,000名の高い技術と知識を誇る美肌の専門家“フェイシャリスト”がお客様の美肌づくりをサポートしております。2019年より、その中でトップ・オブ・フェイシャリストと呼ぶにふさわしい基準を満たした者に、「シーボン.マイスター」の称号を与える新制度がスタート。厳しい選考基準をクリアし、全国のフェイシャリストの中から選び抜かれたわずか12名が、2019年度「シーボン.マイスター」に認定されました。

Selection

<主な選考基準>

メールアンケートによるお客様評価
学科試験（肌・製品知識等）
フェイシャルマッサージ技術



12名の胸元には、MS（マイスターの略称）と刻印されたピンズが。

2019年度シーボン.マイスターに選ばれた12名

六本木本店	片野 聖子	大井町店	清松 晶子	町田店	若林 伸枝
八王子店	丸山 有貴子	横浜店	縄江 千鶴子	新百合ヶ丘店	青木 彩華
伊勢原店	中辻 まき子	川越店	堀川 友紀子	柏店	水越 真紀
水戸店	石川 恵理	宇都宮店	井上 百代	富士店	宇佐美 陽子

MS



“お客様の気持ちを一番に”という想い

川越店 堀川 友紀子

子育てと両立するために一度はパート勤務に

美容の仕事に就きたいという思いは、結婚、2度の出産を経ても変わらず「人生は一度きり。挑戦しないであきらめたくない!」と、思い切ってチャレンジ。とはいえ、想像以上にハードで子育てとの両立が難しく、パート勤務に切り替えました。育児が落ち着いてから、再び正社員に。あきらめずにがんばった甲斐がありました!

「あなたがいたら安心」と言ってもらえるフェイシャリストに

繰り返し自分に言い聞かせているのは「お客様の気持ちを一番に」という想い。新人の頃、お客様をベッドでお待たせしすぎて、ご不快な思いをさせてしまったという失敗から学んだことで、周りのスタッフにもお客様の気持ちを常に考えるよう指導しています。これからも、フェイシャリストとして多くの経験を積みながら、お客様やスタッフから頼られる存在を目指していきたいですね。

最年長マイスター、40代専業主婦からの再チャレンジ

町田店 若林 伸枝

遅いスタートゆえの苦労も

子育ても落ち着いた42歳での入社。化粧品の成分名や特徴を覚えることに四苦八苦し、見かねた娘に協力してもらいながら覚えたこともあり。フェイシャルマッサージが上手と評判の先輩社員の手つきを鏡で見ながら必死にマネしたり、自分の太ももを顔に見立てて練習をしたことも。スタートが遅い分苦労しましたが、お客様から「ありがとう」と喜んでいただけることに大きなやりがいを感じ、知識・手技を磨き続けてきました。

次は最高齢のフェイシャリストを目指したい

知識・技術の追求はもちろんですが、お客様がくつろげているのか気配を察することも大切。経験を活かしながら、様々なおもてなしの心を後輩スタッフへ伝えていくのも、私の重要な役割だと思っています。59歳でがんばっている私の姿を見て、お客様や若いスタッフに“私もがんばろう!”と思ってもらえたら嬉しいです。まだまだ進化し続けていきたいですね。

MS



あらゆるエイジサイン^{※1}を見逃さない フェイシャルリスト BXシリーズ

炭酸^{※2}パワーで ハリ満ちる活美肌

マイクロバブルを含んだ
ふんわりなめらかな
ホイップ状の美容液が、
泡状から液体に変化した後も
炭酸が液中に高濃度で溶けこみ、
イキイキと弾むような肌へと
導きます。

フェイシャルリスト BXマイクロアクティベート^(美容液)

60g 10,800円(税込) 品番 1204

【特長成分】
アルジレリン[®]、ヒドロキシプロリン、イリス根エキス、
バイオヒアルロン酸、セラキュート[®]、パッションフルーツエキス、
カミツレエキス、ボタンエキス、ローズ水(保湿成分)

*セラキュート[®]は日油(株)の登録商標です。



※1 年齢を重ねた肌の乾燥や
キメの乱れのこと
※2 噴射剤

会社概要 株主メモ

会社概要

(2019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

メインオフィス

〒 216-8556

神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目 20 番 8 号

資本金

4 億 8,074 万円

従業員数

連結 1,077 名 ※パート社員含まず。

主な事業所

生産センター／研究開発センター

直営店 フェイシャルリストサロン 106店舗

シーボンビューティーオアシス 2店舗

その他 2店舗

役員

(2019年6月24日現在)

代表取締役会長兼社長執行役員

犬塚 雅大

常勤監査役

中沢ひろみ

代表取締役副社長執行役員

三上 直子

監査役 (社外)

田畑 千絵

取締役執行役員

崎山 一弘

監査役 (社外)

辻 さちえ

取締役 (社外)

片山 利雄

執行役員

菅原 桂子

取締役 (社外)

小林 明彦

執行役員

大亀 雅彦

取締役 (社外)

門脇 英晴

執行役員

窪田 一郎

取締役 (社外)

崔 真淑

執行役員

堀住 輝男

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

Tel 0120-232-711 (通話料無料)

株式状況

(2019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

4,277,500 株

株主数

15,241 名

所有者別株式分布状況

(2019年3月31日現在)

その他の法人

66,912株(1.6%)

金融機関

334,900株(7.8%)

外国法人等

93,802株(2.2%)

金融商品取引業者

29,880株(0.7%)

個人・その他

3,752,006株(87.7%)

合計株式数

4,277,500株

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

Tel 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。