

株式会社シーボン

2012年3月期

第2四半期決算説明資料

～ 2011.11.22 ～

目次

2012年3月期第2四半期決算の概況・・・・・・・・・・2

2012年3月期第2四半期決算報告・・・・・・・・・・9

2012年3月期 今後の取組み・・・・・・・・・・17



2012年3月期
第2四半期決算の概況

代表取締役社長
金子 靖代

第2四半期決算のポイント

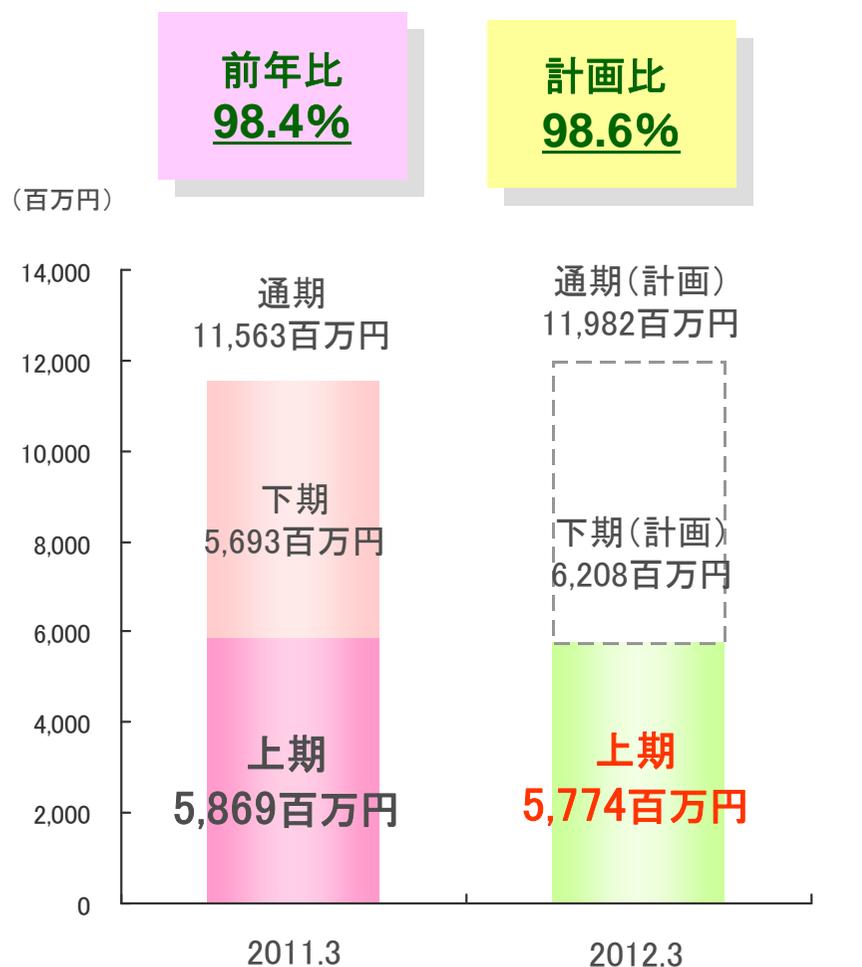
	実績	前年比	業績予想(2Q) に対する達成度
売上高	70億78百万円	93.3%	98.8% (▲86百万円)
営業利益	7億7百万円	81.9%	116.2% (+98百万円)
経常利益	7億34百万円	82.5%	115.9% (+1億円)
当期純損失	5千2百万円	—	— (+96百万円)

【主な要因】

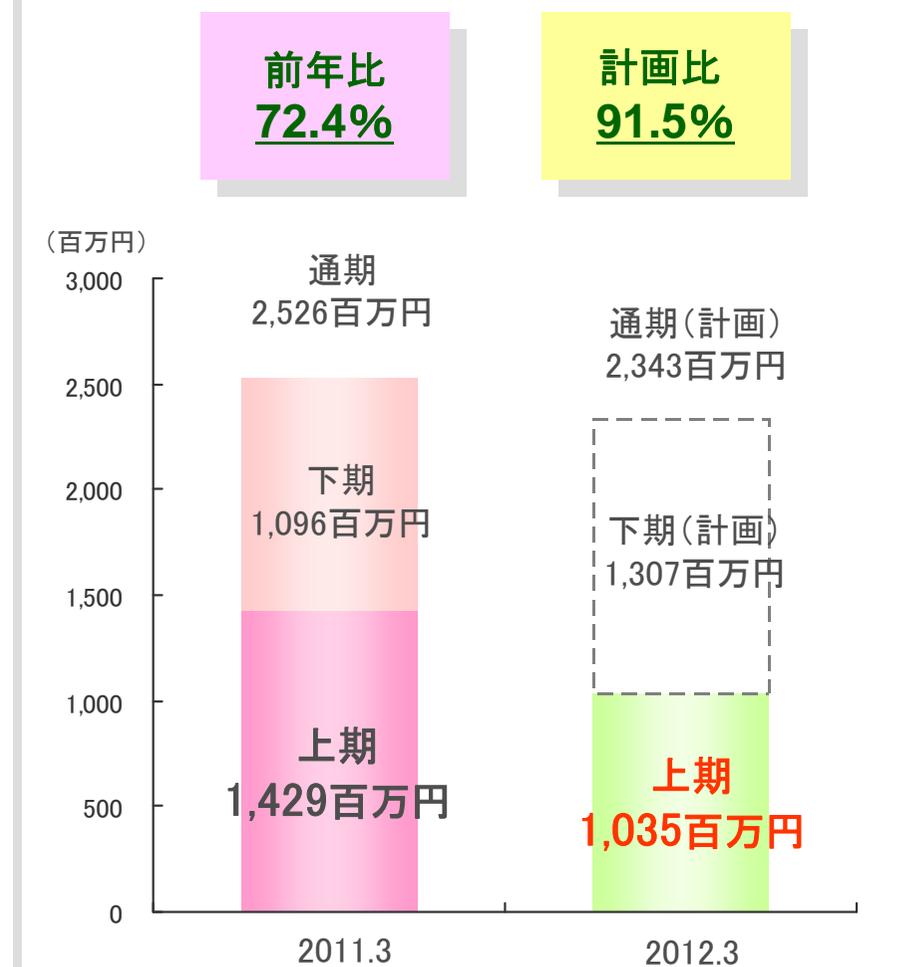
- 震災の影響により、一時的に集客活動の自粛を余儀なくされるも、ほぼ計画通りの売上を確保
- 経費の合理化を進めた結果、利益面で業績予想を上回る
- 東京化粧品厚生年金基金からの脱退による特別損失772百万円を計上

新規集客活動の自粛等を受け、新規売上が計画未達成

< アフター売上 >



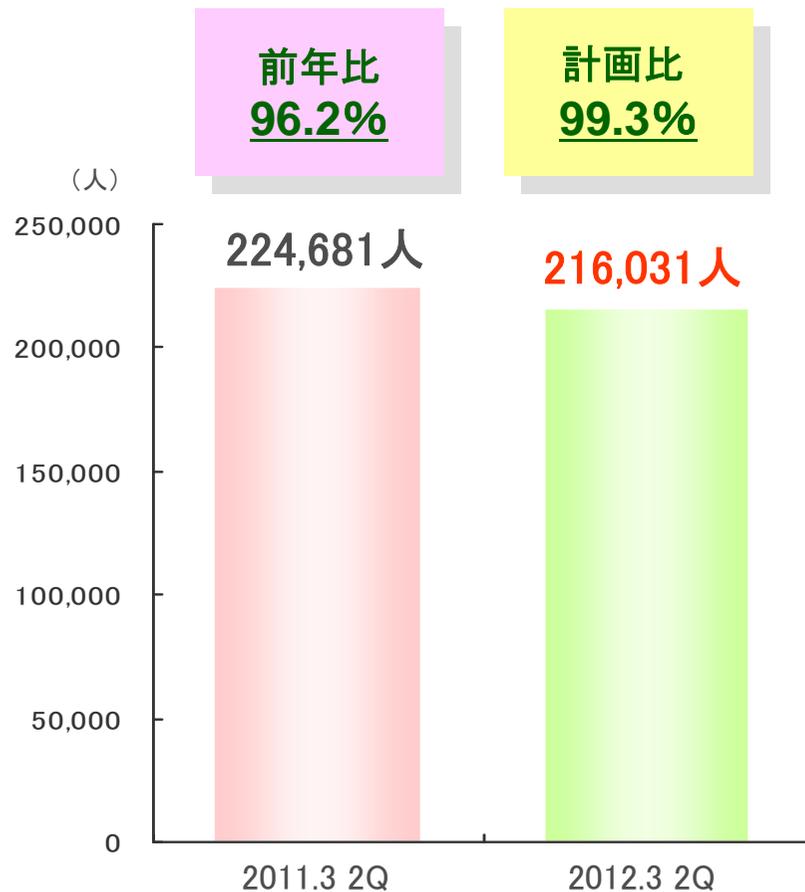
< 新規売上 >



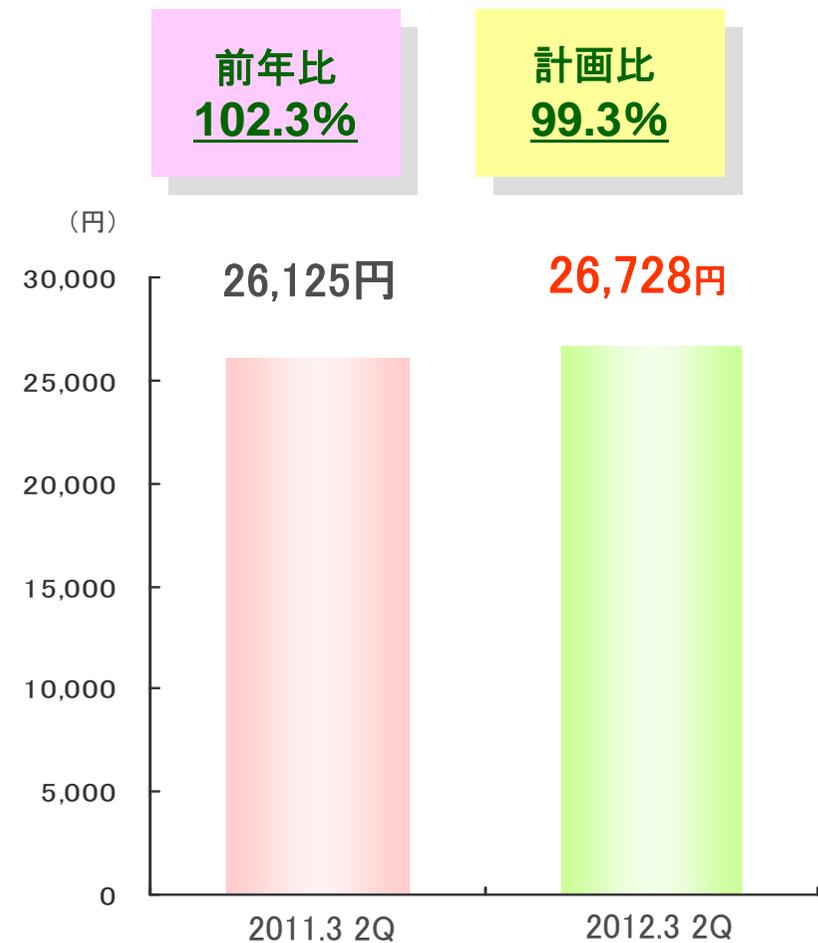
計画通りの進捗となるも、
新規顧客獲得の減少が、継続数に影響している

< 継続数 >

※継続数: 1ヶ月に1回以上来店のあるのべ人数



< 月間購入単価 >



震災の影響により活動自粛も、計画通りの新規来店者数を確保

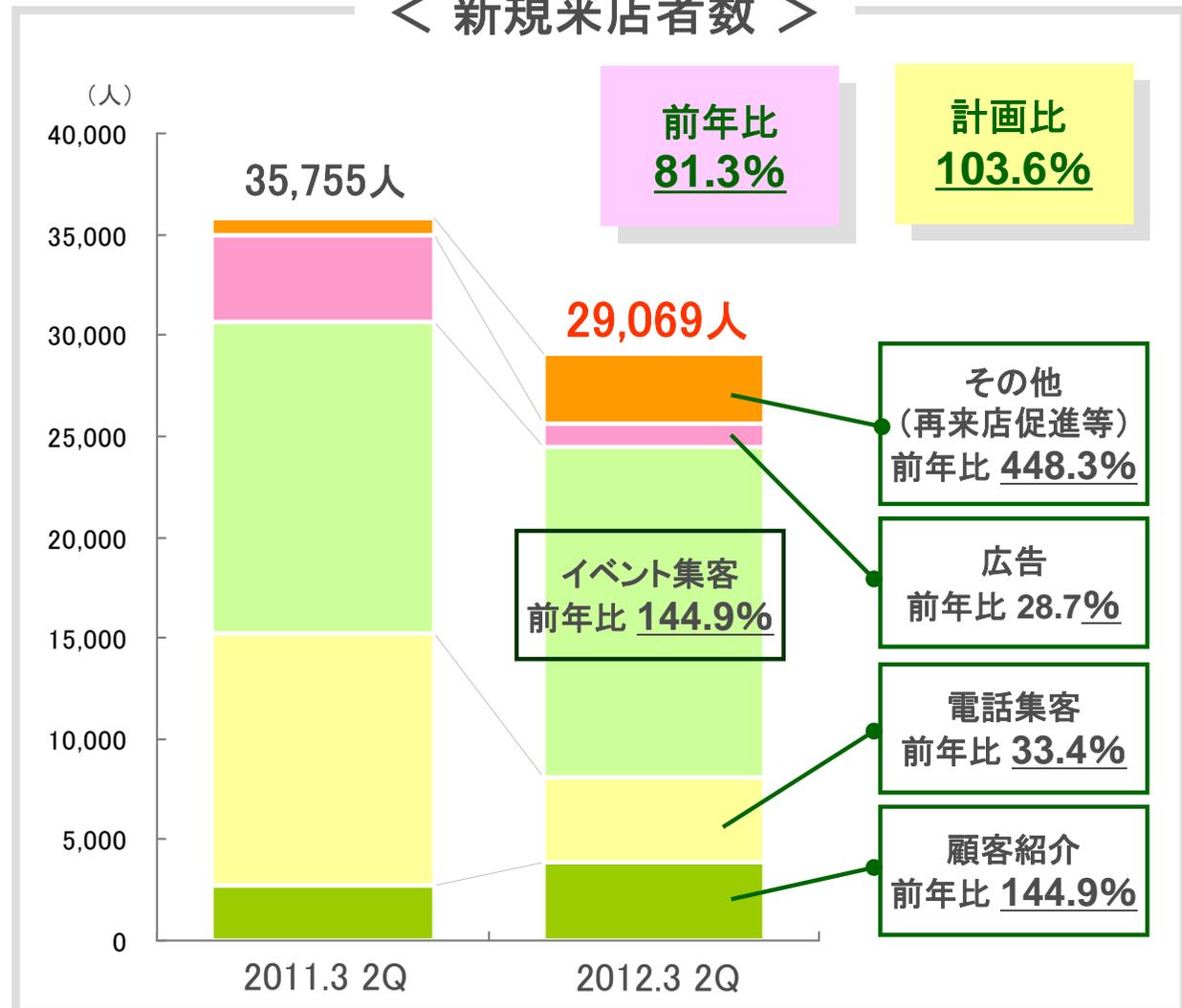
【震災による自粛状況】

- ・東北では全面自粛中
- ・イベント集客→6月より通常体制
- ・電話集客→縮小前倒しで実施

既存ルートの磨き上げ強化

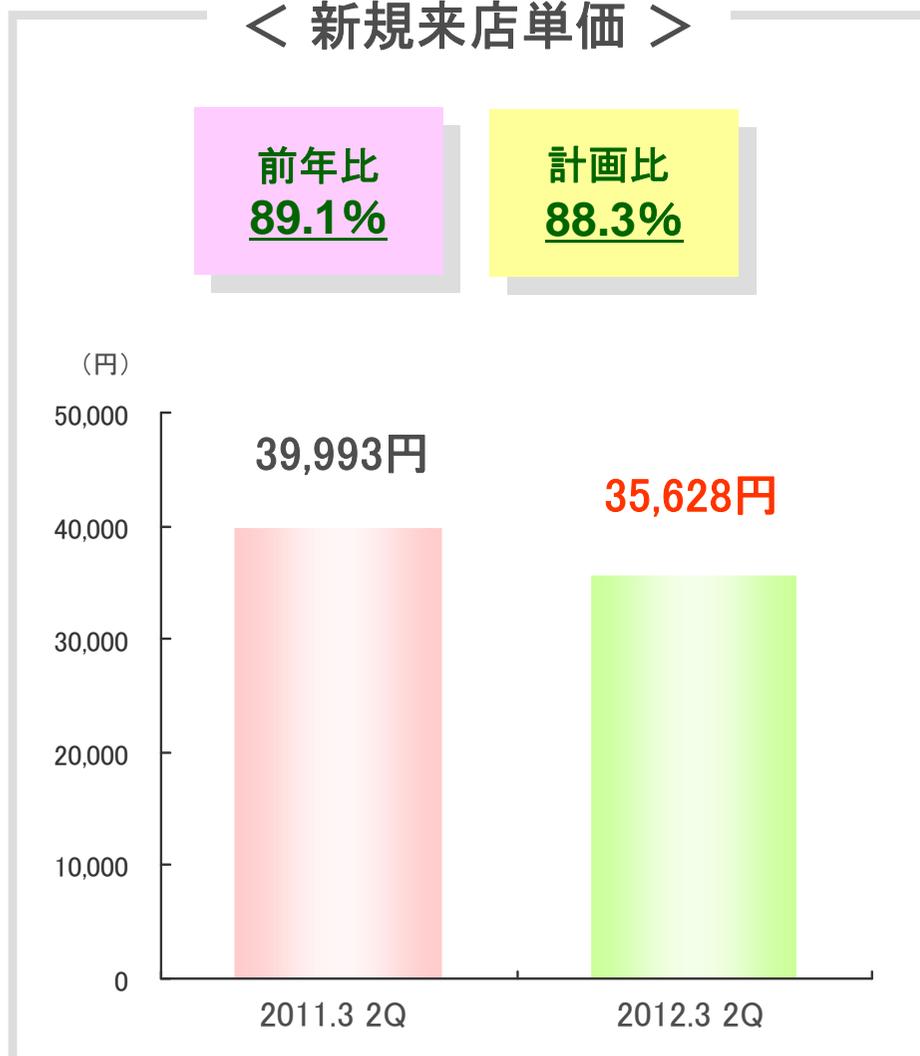
- 予約センターの再編
→コンプライアンス体制強化
- お客様紹介の強化
- トライアルメンバー制度の導入
(未契約者の再来店促進制度)
→未契約者のフォロー体制強化
- 未来店者の掘り起こし
→DM、メールなどによる来店促進
→元会員様への来店促進

< 新規来店者数 >

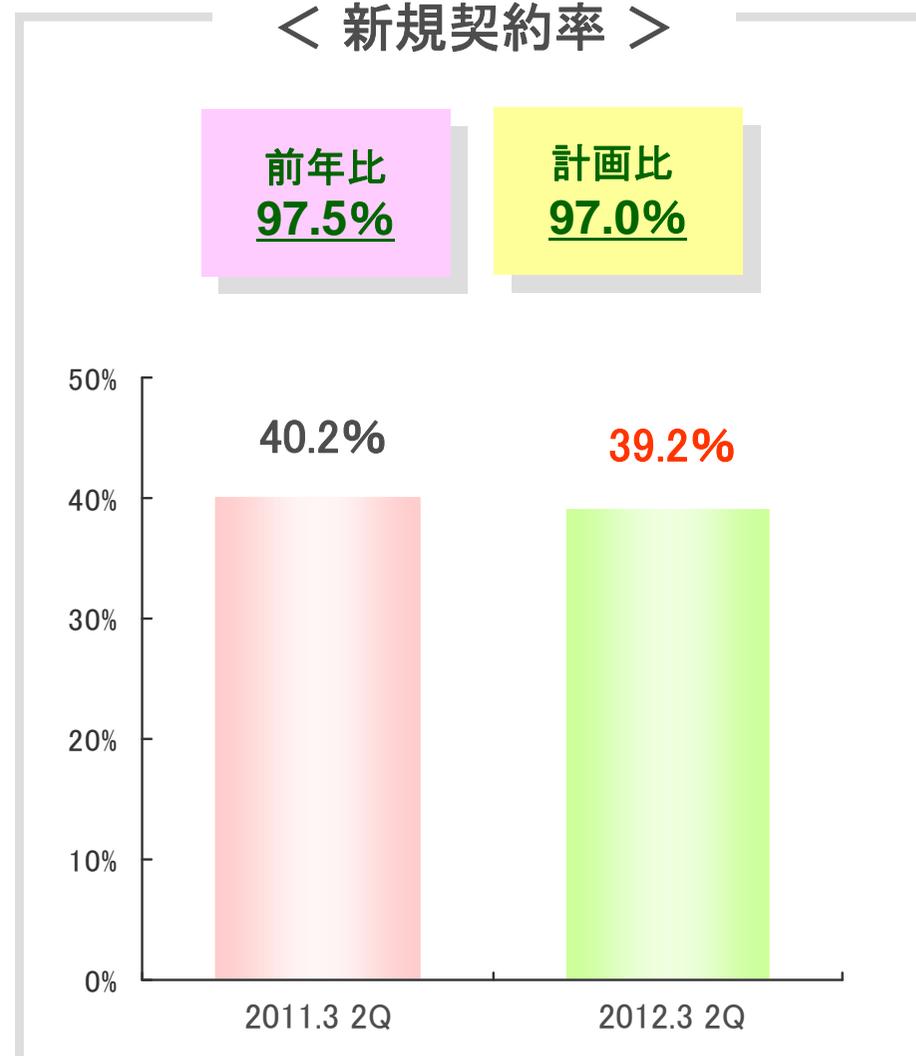


来店単価の高い電話による集客の自粛・縮小の結果、
全体の来店単価が下がる

< 新規来店単価 >



< 新規契約率 >



季節に応じた期間限定品の発売・キャンペーンを実施

4月 ホワイトシリーズ期間限定セット



毎年恒例美白ラインの限定セット

【4月実績】

売上高
490百万円

前年同期比
109%

9月 『FPプログラム14S』増量キャンペーン



14日間集中トリートメント美容液
の定番増量キャンペーン

【9月実績】

売上高
556百万円

前年同期比
102%

5~8月 期間限定『SPA BA』 8月 数量限定『SPA PJ-W』



昨年1種類の夏季限定SPAを、今期は2種類発売

【5~8月実績(2品合計)】

売上高
1,048百万円

前年同期比
128.6%

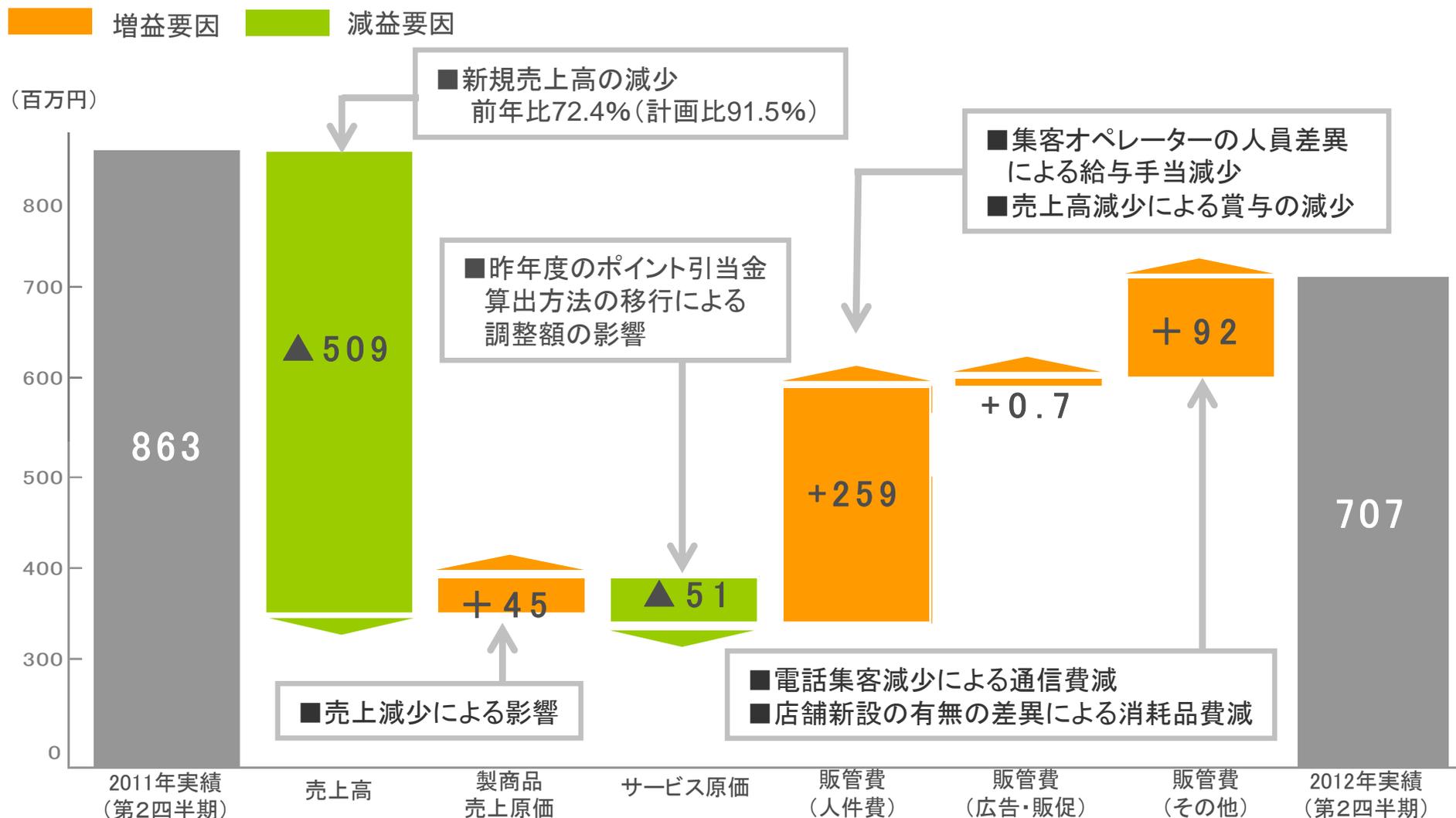
2012年3月期
第2四半期決算報告

取締役管理部担当
諏佐 貴紀

集客活動の自粛等により売上高は減少するも、
経費の効率化により利益計画は達成

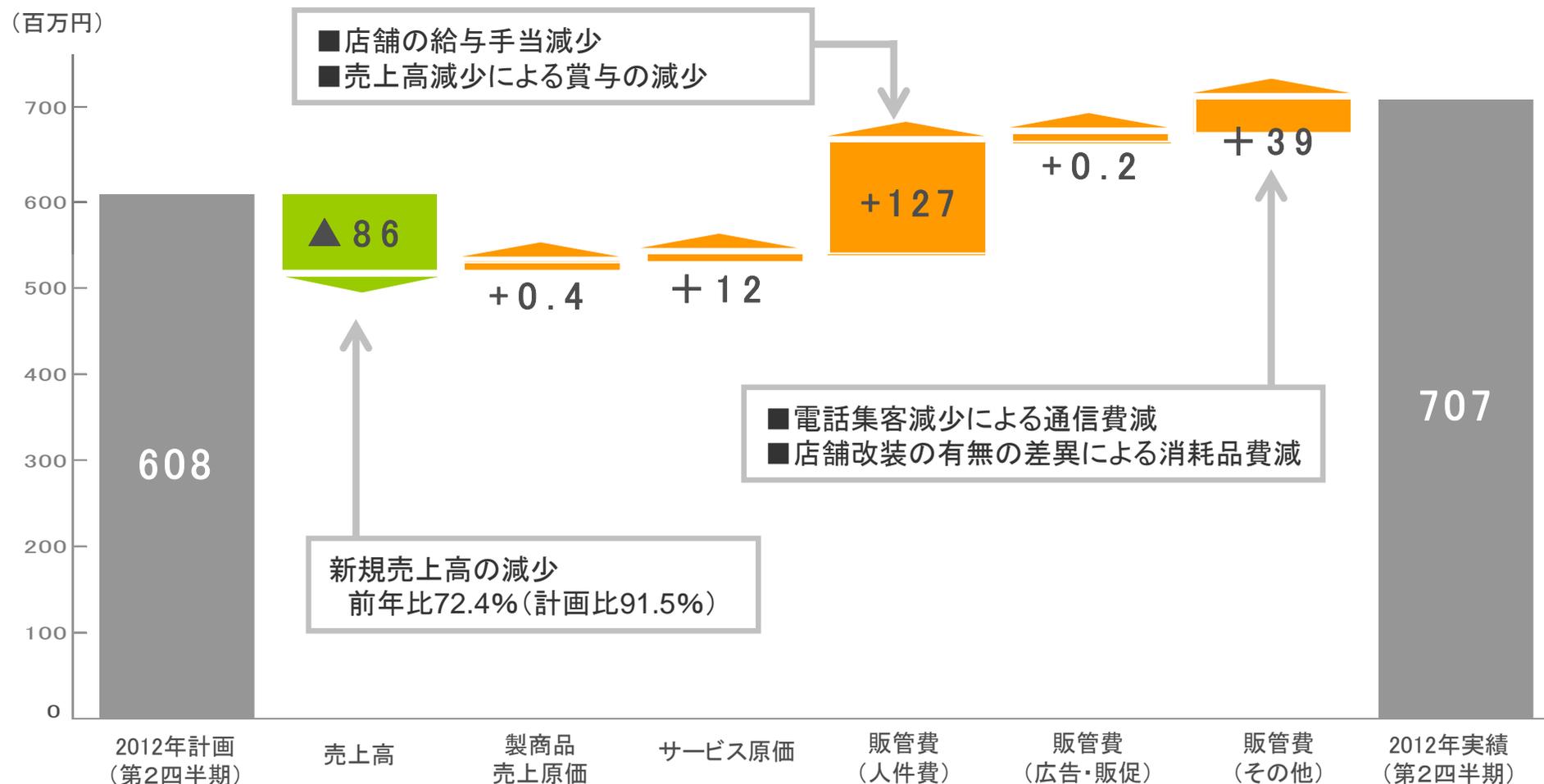
(単位:百万円)	2011.3 第2Q (前年)	2012.3 第2Q (計画)	2012.3 第2Q (実績)	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	7,587	7,165	7,078	93.3	98.8
(直営店売上)	7,410	6,987	6,902	93.1	98.8
売上原価	1,319	1,342	1,325	100.5	98.8
売上総利益	6,268	5,822	5,752	91.8	98.8
販管費	5,405	5,213	5,044	93.3	96.8
営業利益	863	608	707	81.9	116.2
経常利益	890	633	734	82.5	115.9
四半期純利益又は 四半期純損失(▲)	401	▲148	▲52	—	—

売上高の減少と集客に関する人員差異が影響



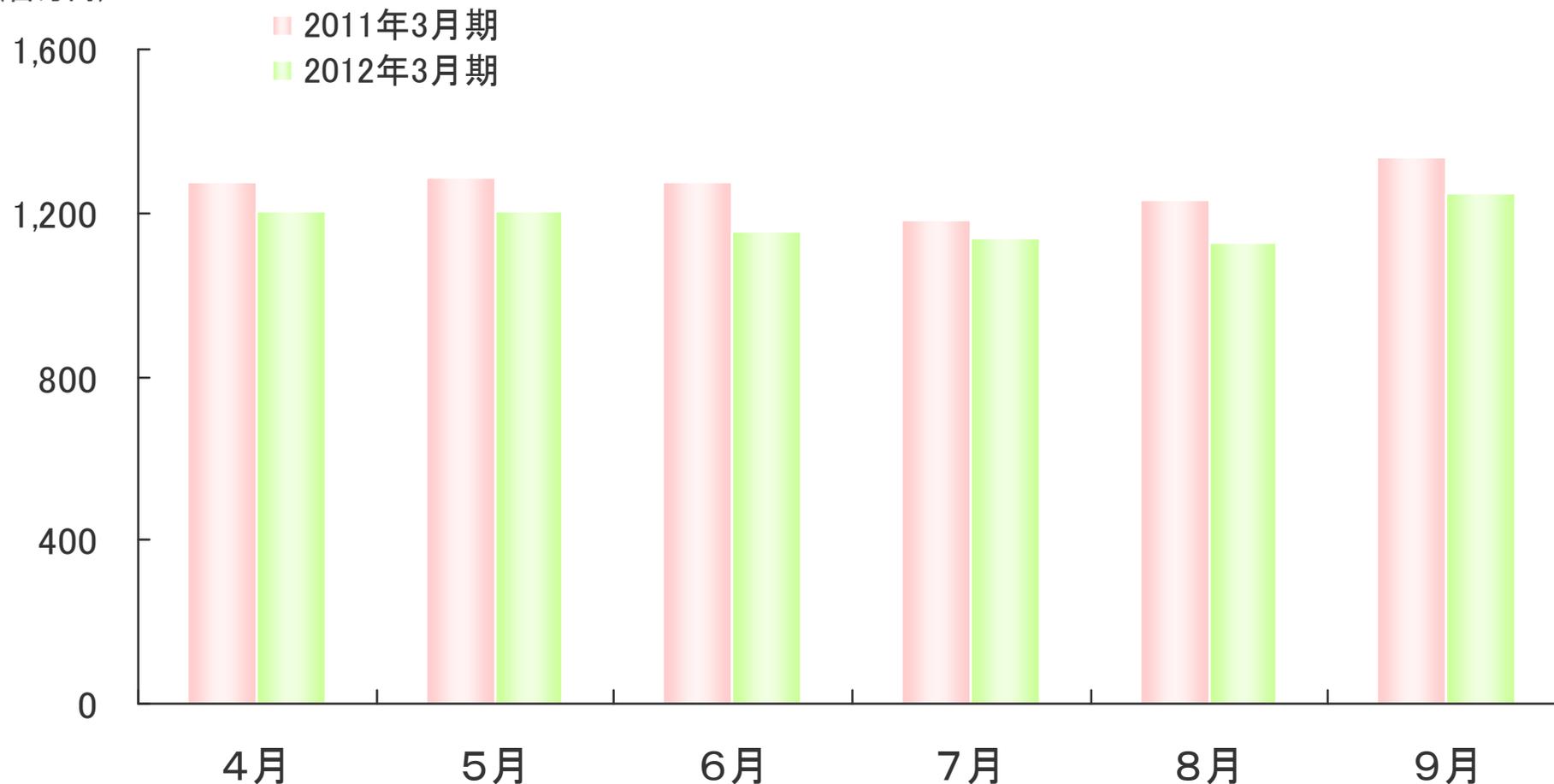
電話集客の縮小により人件費及び通信費が減少

■ 増益要因 ■ 減益要因



月次売上高の推移

(百万円)



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4~9月累計
2011.3	1,278	1,284	1,274	1,182	1,232	1,335	7,587
2012.3	1,205	1,202	1,154	1,139	1,126	1,250	7,078
前年同月比	94.3%	93.6%	90.6%	96.3%	91.4%	93.6%	93.3%

販売チャネル別売上高

単位:百万円	2011年3月期 第2四半期累計		2012年3月期 第2四半期累計		前年比(%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)	
直 営 店 舗	7,410	97.7	6,902	97.5	93.1
通 信 販 売	76	1.0	76	1.1	99.9
国 内 代 理 店	95	1.2	87	1.2	91.4
海 外 代 理 店	4	0.1	11	0.2	235.9
合 計	7,587	100.0	7,078	100.0	93.3

貸借対照表

単位:百万円	2011年3月期 (2011年3月31日)		2012年3月期 第2四半期 (2011年9月30日)		増減額	前期末比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)		
流動資産	5,544	50.3	4,989	47.5	※1▲555	90.0
固定資産	5,486	49.7	5,517	52.5	31	100.6
資産合計	11,031	100.0	10,507	100.0	▲524	95.2
流動負債	1,853	16.8	1,600	15.2	※2▲252	86.4
固定負債	438	4.0	448	4.3	9	102.2
負債合計	2,291	20.8	2,048	19.5	▲243	89.4
純資産合計	8,740	79.2	8,458	80.5	※3▲281	96.8
負債純資産合計	11,031	100.0	10,507	100.0	▲524	95.2

※1現金及び預金の減少(704百万円) 売掛金の増加(135百万円)
 ※2未払法人税等の減少(249百万円)
 ※3利益剰余金の減少(285百万円)

キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円	2011年3月期 第2四半期累計	2012年3月期 第2四半期累計	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	672	▲293	▲965
投資活動による キャッシュ・フロー	▲137	▲1,179	▲1,041
財務活動による キャッシュ・フロー	▲291	▲232	59
現金及び現金同等物 の増減額	243	▲1,704	▲1,948
現金及び現金同等物 の期首残高	3,026	3,455	429
現金及び現金同等物 の四半期末残高	3,269	1,750	▲1,518

営業活動によるキャッシュ・フロー

税引前四半期純損失(47百万円)
売上債権の増加(135百万円)
法人税等の支払額(259百万円)

投資活動によるキャッシュ・フロー

定期預金の預入による支出(1,000百万円)
有形固定資産の取得による支出(73百万円)

財務活動によるキャッシュ・フロー

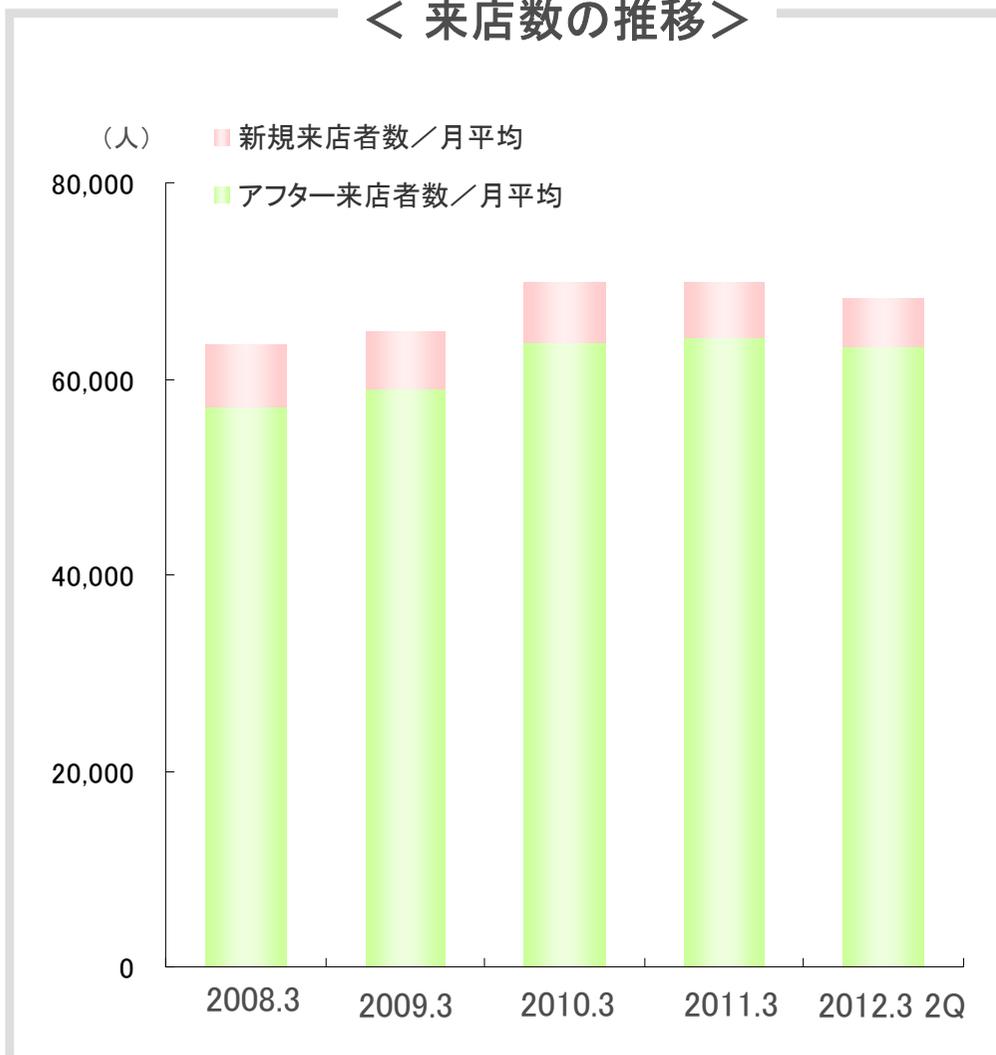
配当金の支払(232百万円)

2012年3月期
今後の取組み

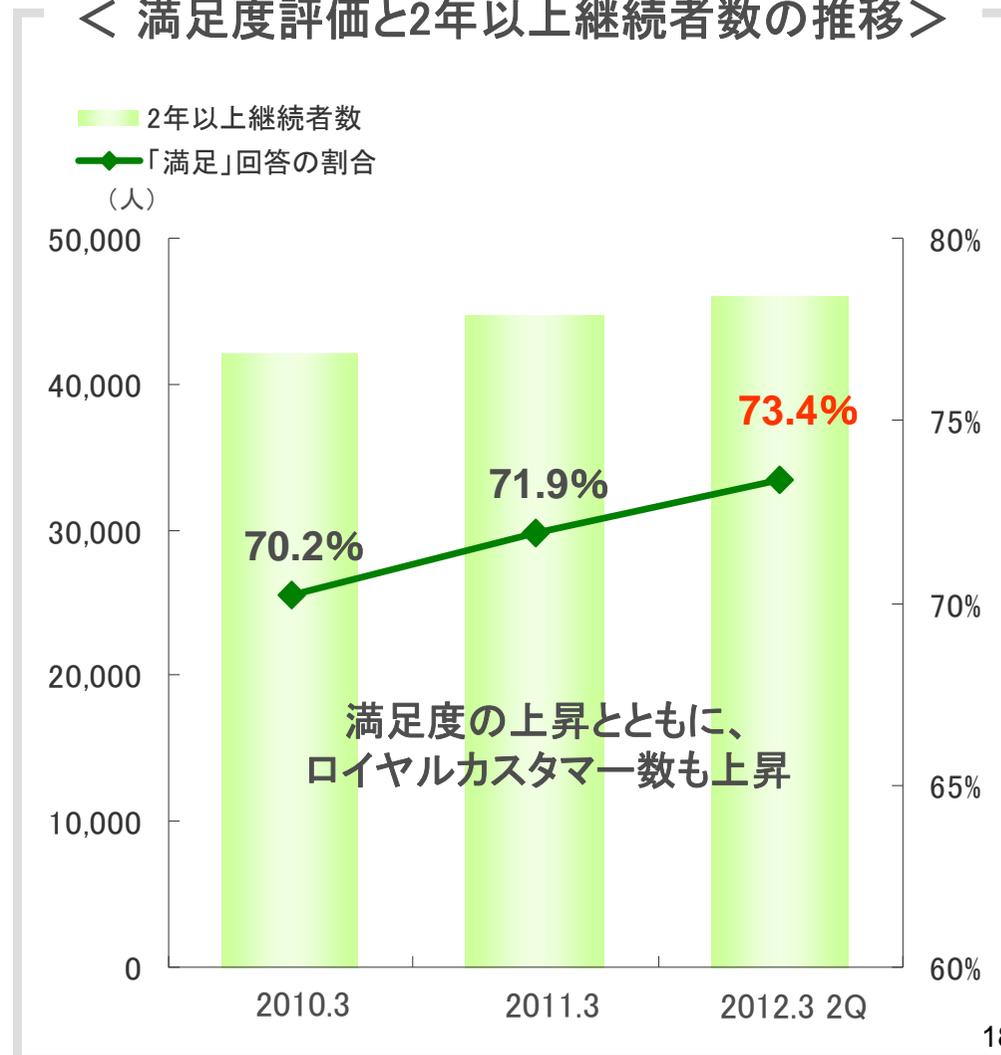
代表取締役社長
金子 靖代

早期離脱の防止により、会員数の増大を図る

< 来店数の推移 >



< 満足度評価と2年以上継続者数の推移 >



ブランド戦略の強化により、新たな動線の創出を図る

ブランド力の強化

シーボンブランドの認知度向上
×
サロンへの新たな動線を創出

- ホームページのリニューアル
→ ネットを利用した広告活動の強化
- 新たなメディアの活用
→ 女性週刊誌、ラジオ放送（CM、番組）
- PR活動とイベントの連動
→ 交通広告 × イベント
ラジオ番組 × イベント
- イベント集客の強化
→ イベント場所の開拓
- コラボレーション企業の開拓
→ 異業種企業の集客動線利用など
EX.) 自動車販売店、ケータイショップ

利便性・満足度の更なる向上により、継続利用の強化を図る

離反理由

- ① 病気や引越しにより、サロンへ通うことが難しい
- ② 単品利用希望
→ ポイントがたまりづらいため、定期的な来店ができない
- ③ 接客に対する不満

<店舗以外の動線を強化>

通販への誘導を強化

ホームページのリニューアルにより
利便性が大幅に上昇

フォロー体制の強化

<メールアンケートの更なる活用>

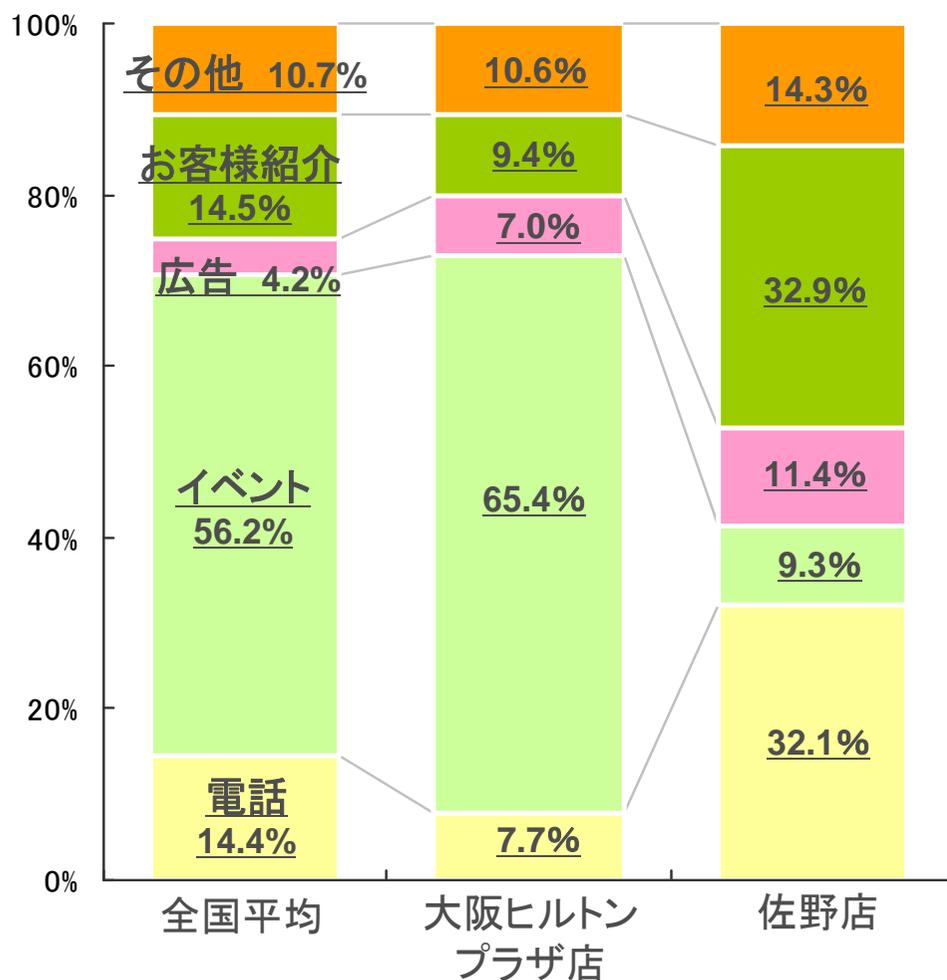
Hospitality Mind優良店の選定

CS評価、お客様紹介件数、継続数により、
定期的を選定し、お客様へ伝える

お客様の目を意識した接客の強化

集客方法の多様化に対応した運営モデルの構築を図る

＜動機別新規来店者の内訳＞



佐野店

地域に根ざし、
安定した収益を産む店舗

- お客様満足度が高く(Hospitality Mind優良店)、利益率が高い店舗
- オープンより20年経過した地方店
- 継続年数が長く(4年8ヶ月)、安定した運営

大阪ヒルトンプラザ店

CS評価を重視し、
顧客拡大を図る店舗

- 西日本の旗艦店(大型店)
- 梅田駅直結のアクセスで、イベント集客に強い。
- 今後も多くの新規来店者を見込める
- 継続年数(1年2ヶ月)

商圏の特性に応じた店舗運営を行う
(人の流れにあわせたスクラップ&ビルドの実施)

11月の新店オープンにより、直営店数は105店となる

【上期の状況】

震災の影響を受け出店計画を見直し、
一時的に設備投資を抑える

- 新店：5/1 江坂オッツ店
- 改装：1店
- その他：柏営業所を移設



【下期の状況】

消費マインド等を注視しながら、必要に応じて
進めていく

- 新店：11/1 久喜パークタウン店
- 移転：2店(名古屋駅前店、大船店)
- 改装：1店
- その他：町田営業所を移設

5月



江坂オッツ店(大阪府吹田市)

西日本強化策の一環

11月



久喜パークタウン店(埼玉県久喜市)

郊外型ショッピングセンター内にオープン

10月
(移転)



名古屋スパイラルタワーズ店
(愛知県名古屋市)

名古屋駅前の再開発にあわせ移転

10月 シーボン コンセントシリーズ『ナイトプログラム』 — 睡眠中の肌の修復・再生機能に着目した新ライン —

コンセントレートシリーズの位置付け
／最高級エイジングケアライン

- バイタルクリーム 40,000円(税抜)
- ナイトセラムS(パック) 18,000円(税抜)
- ハイドレーター(導入美容液) 14,000円(税抜)



10月 限定セット先行発売

売上高(目標)
575百万円

11月 単品発売開始

11月売上高(目標)
346百万円

11~1月 数量限定
「SPAコンセントレートNP」

11月売上高(目標)
208百万円



16,000円(税抜)

新製品の販促と来店を促すキャンペーンを実施予定

< その他新製品 >

ラインナップの強化を図る新製品の発売

11月 アサイベリーQ10

11月売上高(目標)
17百万円



11月 葡萄美人ー2011

11月売上高(目標)
4百万円



12月 シーボン MEボディエッセンスS リニューアル

12月売上高(目標)
14百万円

新製品の発売ラッシュをからめ、
効果的なキャンペーンを実施

10月

11月

(恒例キャンペーン)

12月

歳末大感謝祭

1月

お年賀企画

2月

ファームントパウダー
増量キャンペーン

3月

新製品など販促キャンペーン

各種来店促進キャンペーン

ご紹介強化企画

ほぼ計画通りの進捗。下期での巻き返しを予定。

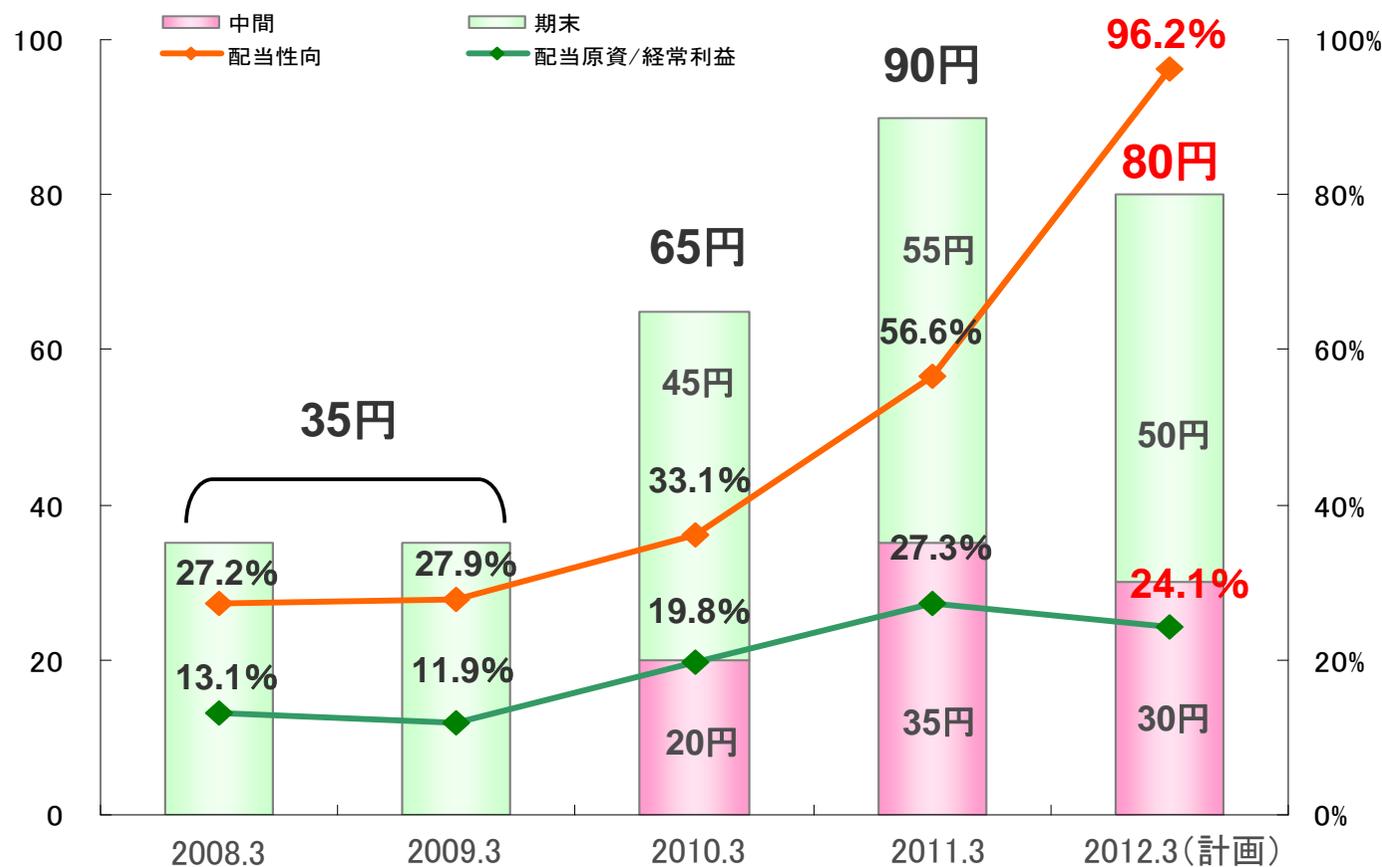
2011年5月9日に発表した業績予想に変更なし

単位：百万円	2012.3 第2Q (実績)	2012.3 (通期計画)	進捗率 (%)
売上高	7,078	14,698	48.2
営業利益	707	1,356	52.1
経常利益	734	1,406	52.2
当期純利益	▲52	352	—

経常利益の水準を勘案し、
安定した配当の継続

【内部留保資金の用途】

製品技術・製品開発体制を強化するとともに、未出店エリアへの出店等、有効な設備投資を行っていく。



【配当金(2012年3月期)】

- ・一株当たり配当額
- 第2四半期 30円
- 期末 50円(予定)

- 合計 80円(予定)
- ・配当性向・・・96.2%(予定)

【株主優待】

自社製品を2プランから選択

⇒当社製品、事業内容の理解促進のため、100株以上保有の株主様へ一律にて行う

※当社は、2009年7月16日付で株式1株につき10株の株式分割を行っております。上記では、当該株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の1株当たり指標の推移を記載しております。

- ・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