

女性の美を創造し、演出する会社
シーボン

～モーニングスター女性限定 I R セミナー2012～

2012.02.27

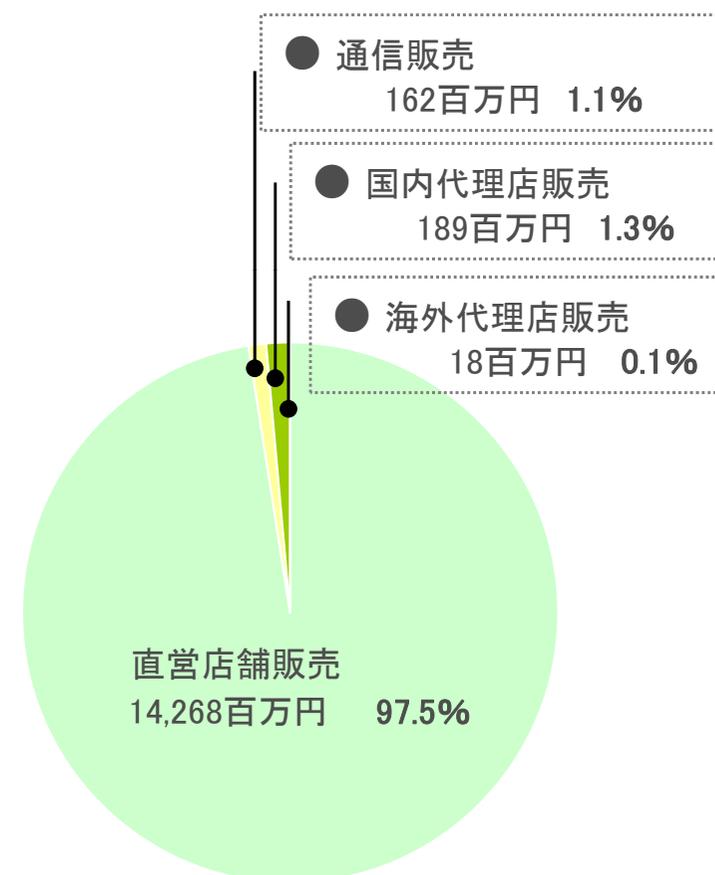
株式会社シーボン

証券コード:4926

(2011年12月31日現在)

■販売チャネル別売上高構成比(2011年3月期)

名 称	株式会社シーボン (C' BON COSMETICS Co.,Ltd.)
本店所在地	東京都港区六本木七丁目18番12号
(本社機能)	神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目20番8号 シーボンパビリオン<メインオフィス>
代 表 者	代表取締役会長: 犬塚 雅大 代表取締役社長: 金子 靖代
設 立	1966年1月24日
事 業 内 容	化粧品及び医薬部外品並びに 美容器具等の製造販売及び輸出入事業
資 本 金	4億4,954万円
従 業 員 数	1,108名 ※パート社員含まず(2011年9月30日)
主な事業所	製造拠点: シーボン美容研究所 販売拠点: 総合美容ビルC' BON view(シーボンビュー) シーボンフェイスチャリストサロン 直営店舗合計105店 国内代理店: 87カ所 海外代理店: 3地域(香港、台湾、韓国)



直営店舗販売がメイン

販売代理店による訪問販売

<事業形態転換>

当社主導の販売体制に
切り換えを図る
(末端への教育が行き届かなく
なり営業不振に陥ったため)

直営展開で25年



1966年	シーボン化粧品株式会社設立
1968年	化粧品の生産拠点として、子会社シーボン株式会社設立
1973年	東京都港区六本木に本社ビル「シーボンクイーンビル」落成 (現本店所在地)
1986年	直営店を会員制サロン「 シーボンビューティスタジオ 」とする
1992年	商号を「株式会社シーボン」とし、生産子会社シーボン株式会社を 「 シーボンプロダクツ株式会社 」とする
1994年	サロン名を「 シーボンフェイシャリストサロン 」に変更 フェイシャルコンピューター を全店に導入
1995年	シーボンプロダクツ株式会社から営業の全てを譲り受ける
1998年	本社ビルを改装し、総合美容サロン「 シーボン美癒 」オープン
2000年	集客拠点として、大阪予約センター開設 (以降集客拠点を各地に展開)
2005年	神奈川県川崎市に「 シーボンパビリオン<メインオフィス> 」竣工 本社機能を移転
2009年	ジャスダック証券取引所(現大阪証券取引所JASDAQ市場) に株式を上場
2011年	創業45周年を迎える

製販サービス一体の事業展開で差別化を図る

お客様の肌に最後まで責任を持つ

高品質・高機能な
化粧品づくり

カウンセリング
重視の販売

販売後の
アフターサービス

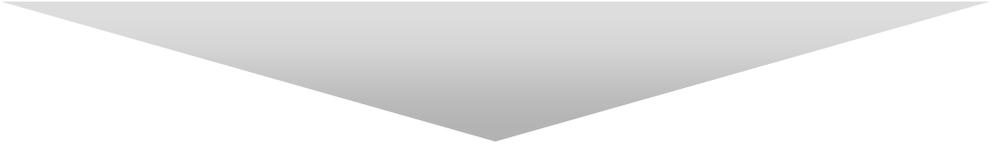
自社工場
「シーボン美容研究所」



直営店(会員制)
「シーボンフェイシャリストサロン」



1. スキンケア製品に特化
2. アフターサービスの提供
3. ダイレクトアプローチによる集客
4. 直営店展開



ロイヤルカスタマーを醸成するためのビジネスモデル

- **スキンケア製品(基礎化粧品)**
／肌の健康を保つ化粧品(化粧水、乳液、美容液など)
- **メイクアップ製品**
／美しく装うための化粧品(口紅、アイシャドウなど)
- **ヘアケア・ヘアメイク製品**
／頭毛のお手入れのための化粧品(シャンプーなど)
- **ボディケア製品**
／身体のお手入れのための化粧品(ボディシャンプーなど)
- **フレグランス製品**
／からだに心地よい香りをつけるための化粧品



スキンケア製品

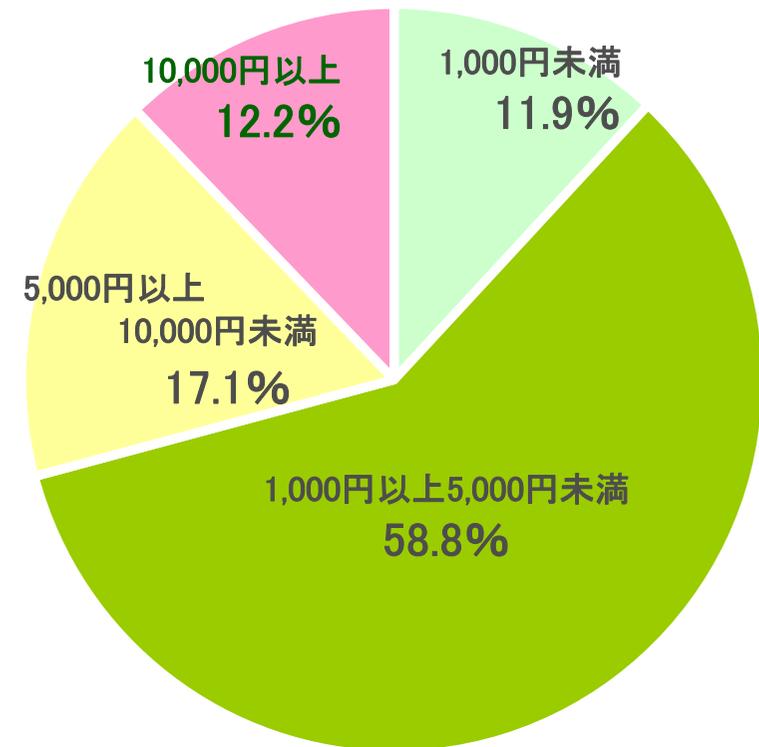


メイクアップ製品



ボディケア製品

＜女性のスキンケア化粧品にかかる
1ヶ月の平均予算＞



- 30代後半から10,000円以上の割合が増える
- シーボン平均：26,000円/月

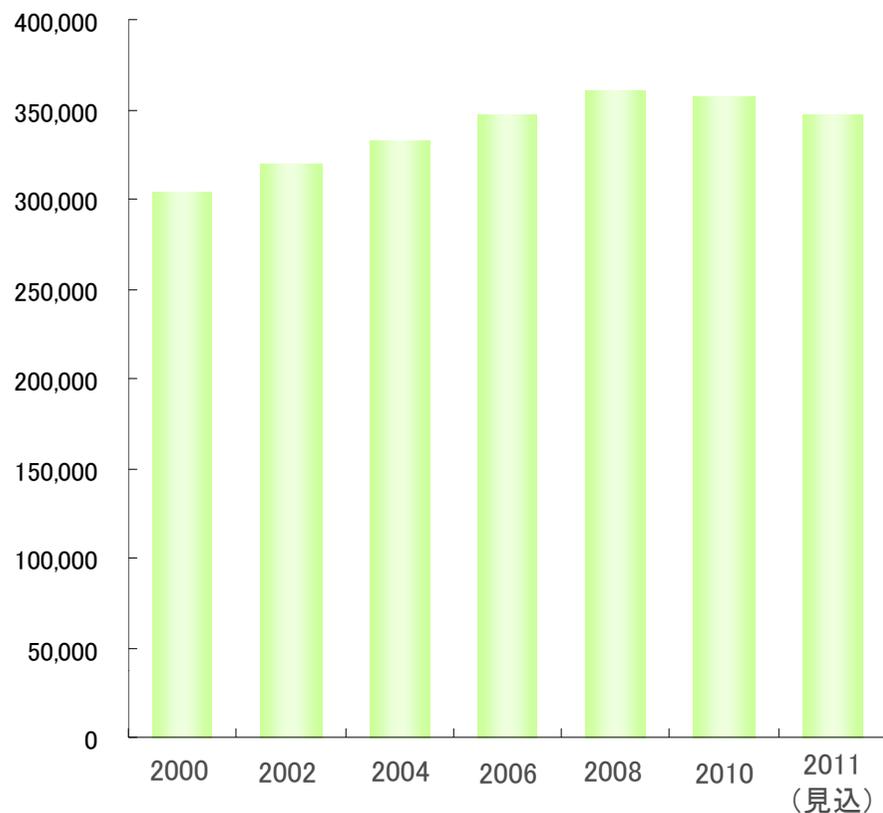
(出典:「化粧品マーケティング要覧2011 (株)富士経済)

全体では2兆円規模の競争が激化する成熟市場

<高価格帯スキンケア市場規模推移>

エイジングケアの高まりによる伸長も、
景気悪化・震災の影響を受け縮小傾向

(販売額/百万円)



<高価格帯スキンケア市場メーカーシェア>

(2010年販売実績)

	メーカー	シェア(%)
1	資生堂	12.5
2	カネボウ化粧品	9.5
3	P&Gマックスファクター	7.8
4	ドクターシーラボ	6.4
5	再春館製薬所	6.6
6	ポーラ	5.4
7	コーセー	4.7
8	アルビオン	4.2
9	シーボン	4.1
10	日本ロレアルラグジュアリー プロダクツ事業本部	4.0

アクティブシニア世代の特徴

- 自分なりのこだわりを持っている
- 自分のためにお金と時間を使う
- 目が肥えていて、質の高いものへの出費を惜しまない
- 信頼関係が生まれれば、リピート率も高い

キーワード
『安心 & 少しの贅沢』

消費動向の2極化が進展

対価を支払う
価値観の多様化

ファスト
ファッション

ファスト
フード

ネット
通販

手軽さ
低価格



高いサービス
高価格

旅行

スパ

ホテル

レストラン



■スキンケア製品の特徴

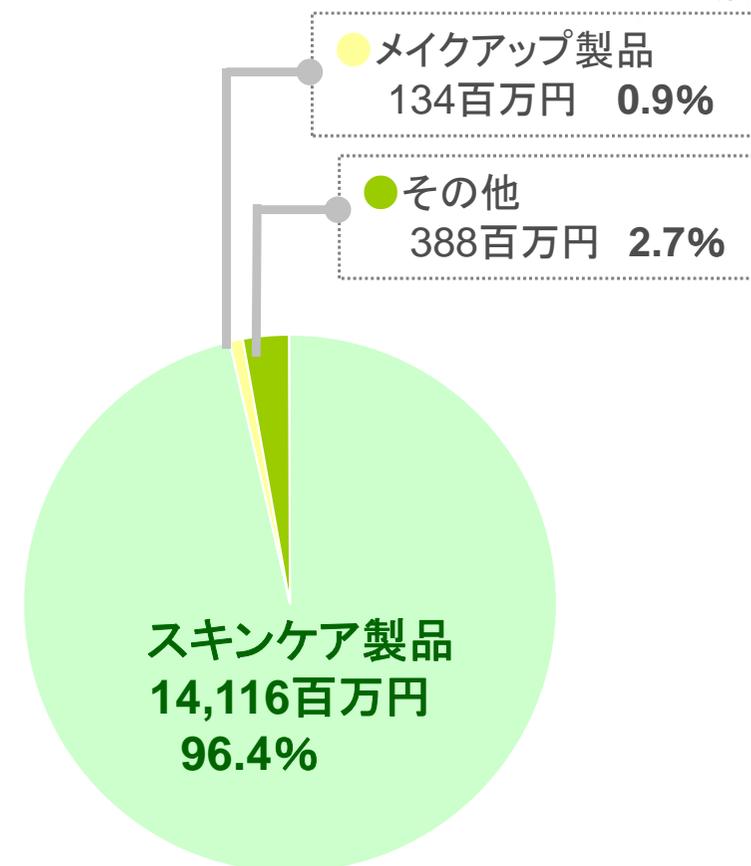
- ・女性にとって必需品
- ・製品のライフサイクルが長い
(トレンドの変化が少ない)
- ・好感を持つブランドが限定的
- ・定期的リピート購入

メイク製品と比較…

製品・ブランドに対し、
固定のファンが付きやすい

＜シーボンの販売品目別売上高構成比＞

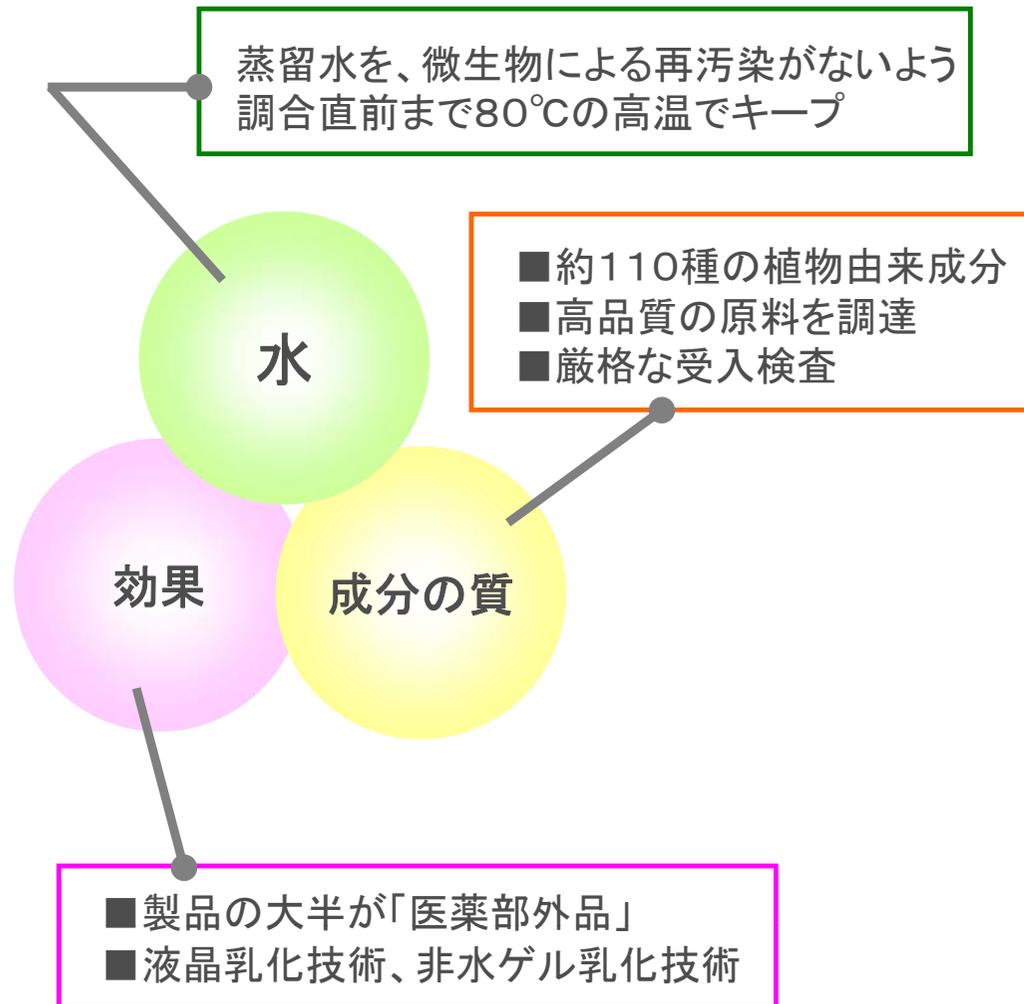
(2011年3月期)



リピート購入を促進しやすいスキンケア製品に特化

高機能・高品質な化粧品づくり

肌へのやさしさと効果を追求した化粧品づくり



フェイシャルリストリートメントマセ

汚れを落とす & 活力を与える
二つのスキンケアの共存

(クレンジング & マッサージクリーム)

保湿成分である“スクワラン”を
高級栄養クリーム並みに配合



肌なじみ、指すべりに対する
こだわり(肌への負担小)

購入率
73%

肌トラブル別の製品ラインナップ

クレンジング 洗顔

保湿
(乾燥)

透明感
(シミ・くすみ)

エイジングケア
(シワ・たるみ)

その他

トリートメントマセ (などクレンジングライン)
ファーマメントパウダー (など洗顔ライン)



化粧水

ベーシックシリーズ



ホワイトシリーズ



BXシリーズ



コンセントレートシリーズ

センシティブシリーズ



アクネシリーズ

クリーム 乳液

美容液

MDシリーズ



サロン用 パック製品

パックセット・パック単品

SPAシリーズ



シーボンのサロンシステム



(有料 :1,500円)

- 肌チェックに基づくカウンセリング
- 肌に合った化粧品のご提案
- アフターサービスを体験

■イベント、電話、WEB広告などによる集客活動

来店誘導

トライアルコース
(初めてのご来店)

■会員登録
■購入金額に応じて、「ビューティアップポイント」の付与

製品購入

■「ビューティアップポイント」1ポイントにつき、1回無料のアフターサービスをご提供

アフターサービスのための来店

<無料のアフターサービス>

■ 肌チェック & カウンセリング



■ スキンケアアドバイス



■ 美顔マッサージ



<オプション>

■ パック類の施行

肌悩みに合わせたサロンケア製品を
ご購入いただく(施術料は無料)

1,050~18,585円(税込)

フェイシャリストと2人3脚での美肌づくりで、
信頼関係を構築

きめ細かなアフターサービス
(2回目以降の来店動機づけ)

ロイヤルカスタマー化
の促進策

製品の効果を最大化

- ・効果を確実に実感(短期的)
- ・効果の維持(長期的)

販売機会の継続的創出

リピート購入
の促進

新製品
試用の場

パック製品
の購入

EX.)

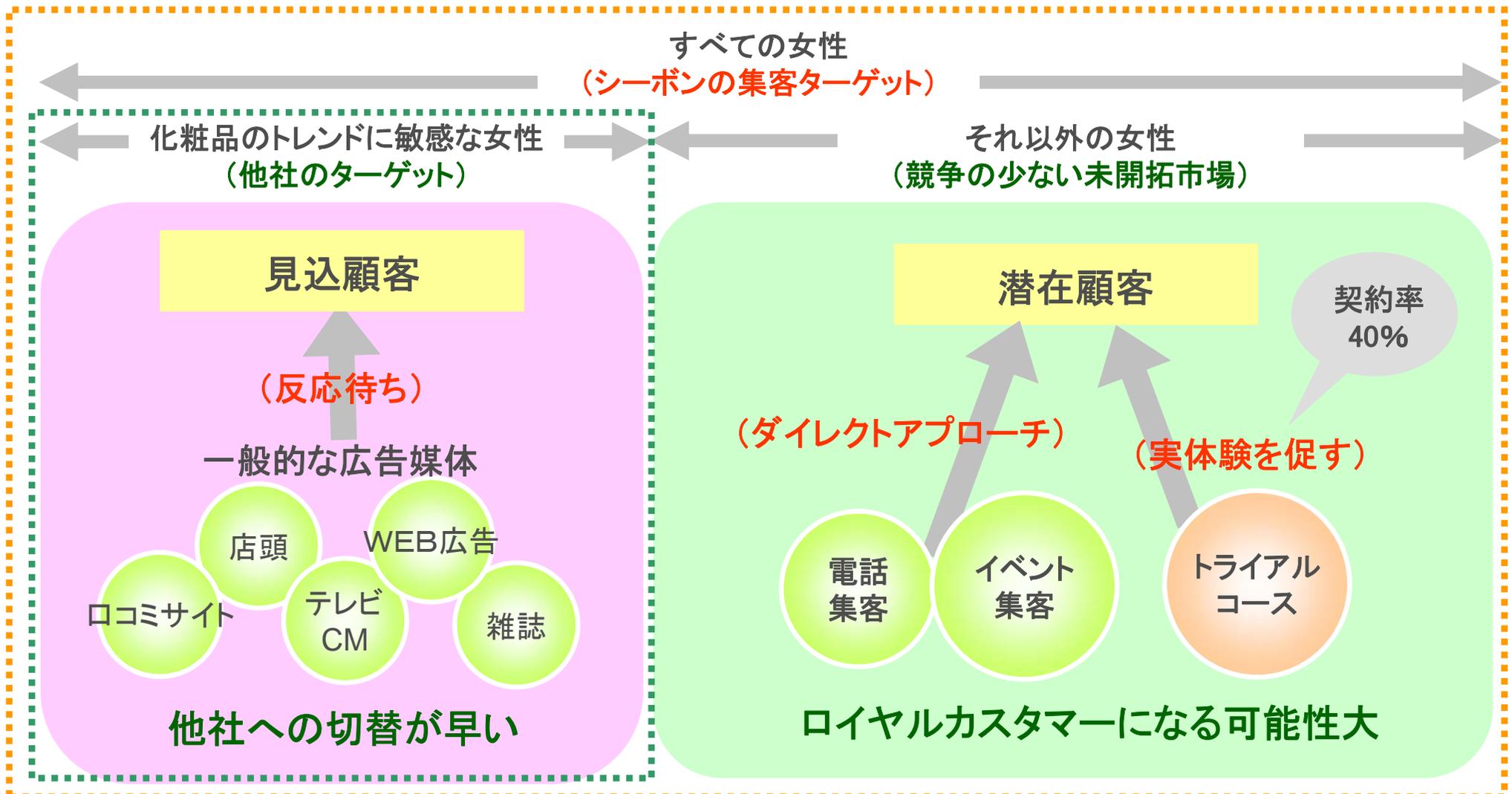
平均来店数
1.8回/月

平均購入金額
2.6万円/月

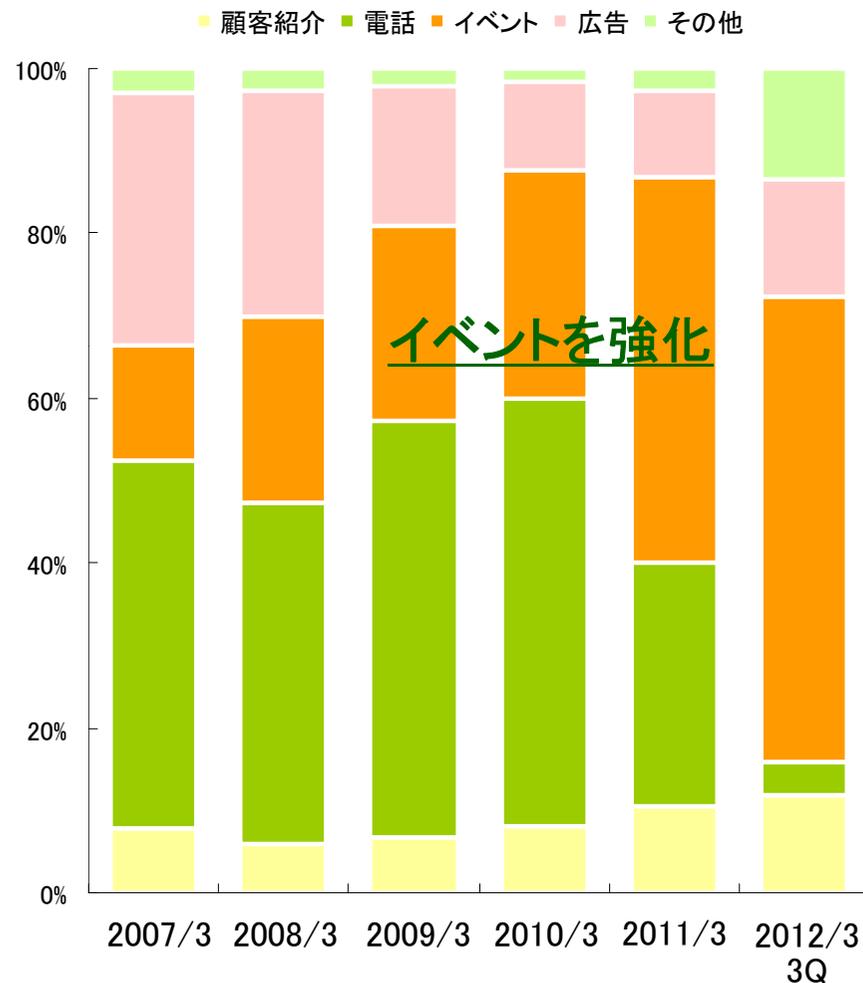
直営店売上の**80%**
が継続顧客向け

アフターサービスの提供が、継続した収益を生む

競争の少ない未開拓市場へのダイレクトアプローチ

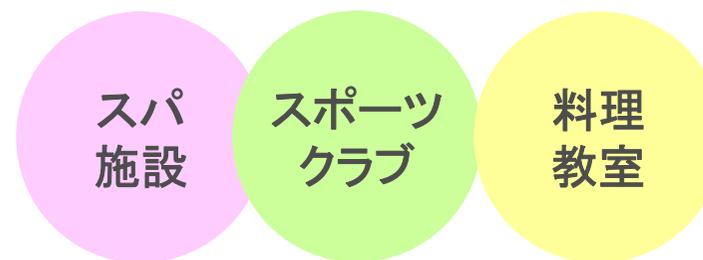


＜新規来店者動機別割合＞



イベント集客の多様化

■ 異業種とのコラボイベント開催



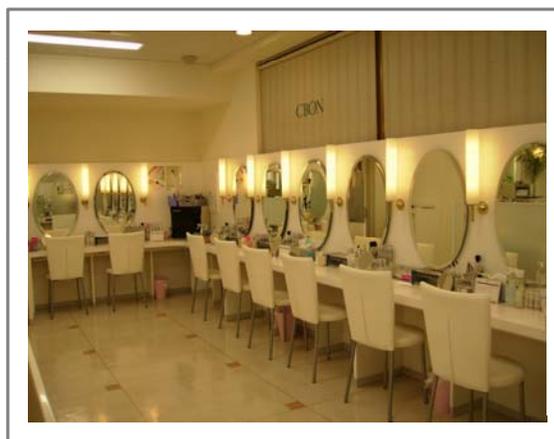
■ ブランディング活動と連動したイベントの開催



東京メトロ丸の内線
「新宿駅」コンコース

イベントを軸に、集客方法の多様化を進めている

サービスの質を維持した着実な出店

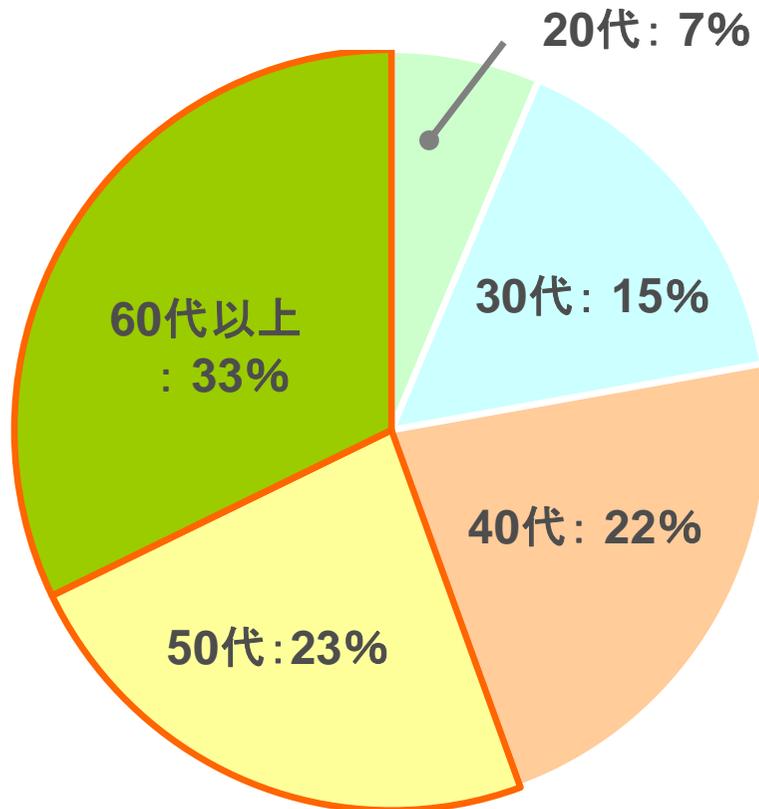


＜平均的な店舗イメージ＞
45坪(ベッド9台)
フェイシャリスト(社員)9名
月売上高 11百万円
月来店顧客360名



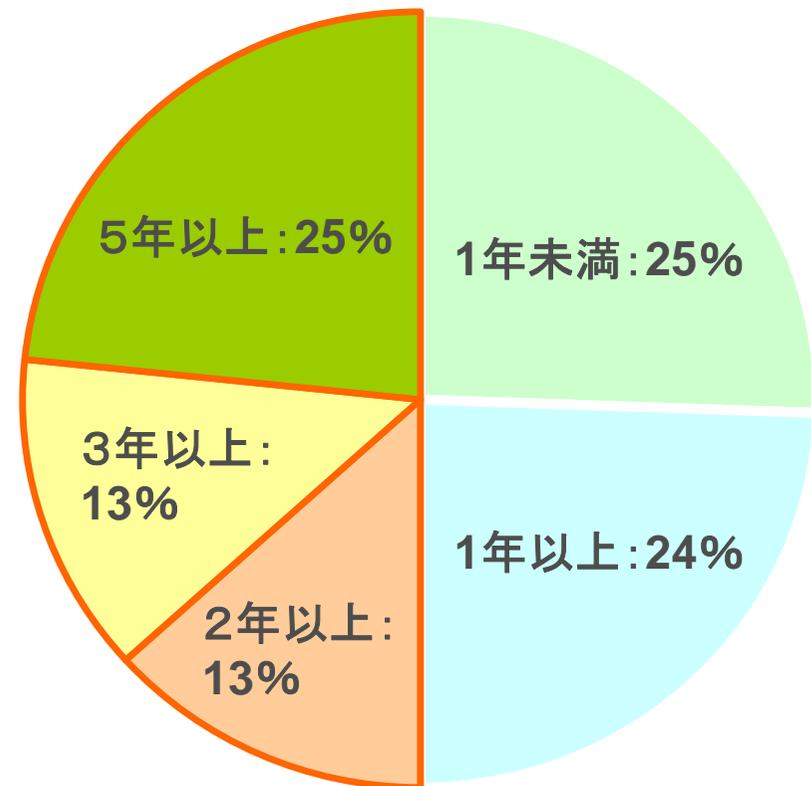
※店舗数は、2012年1月31日時点

＜年齢別分布状況＞



会員の過半数が50代以上

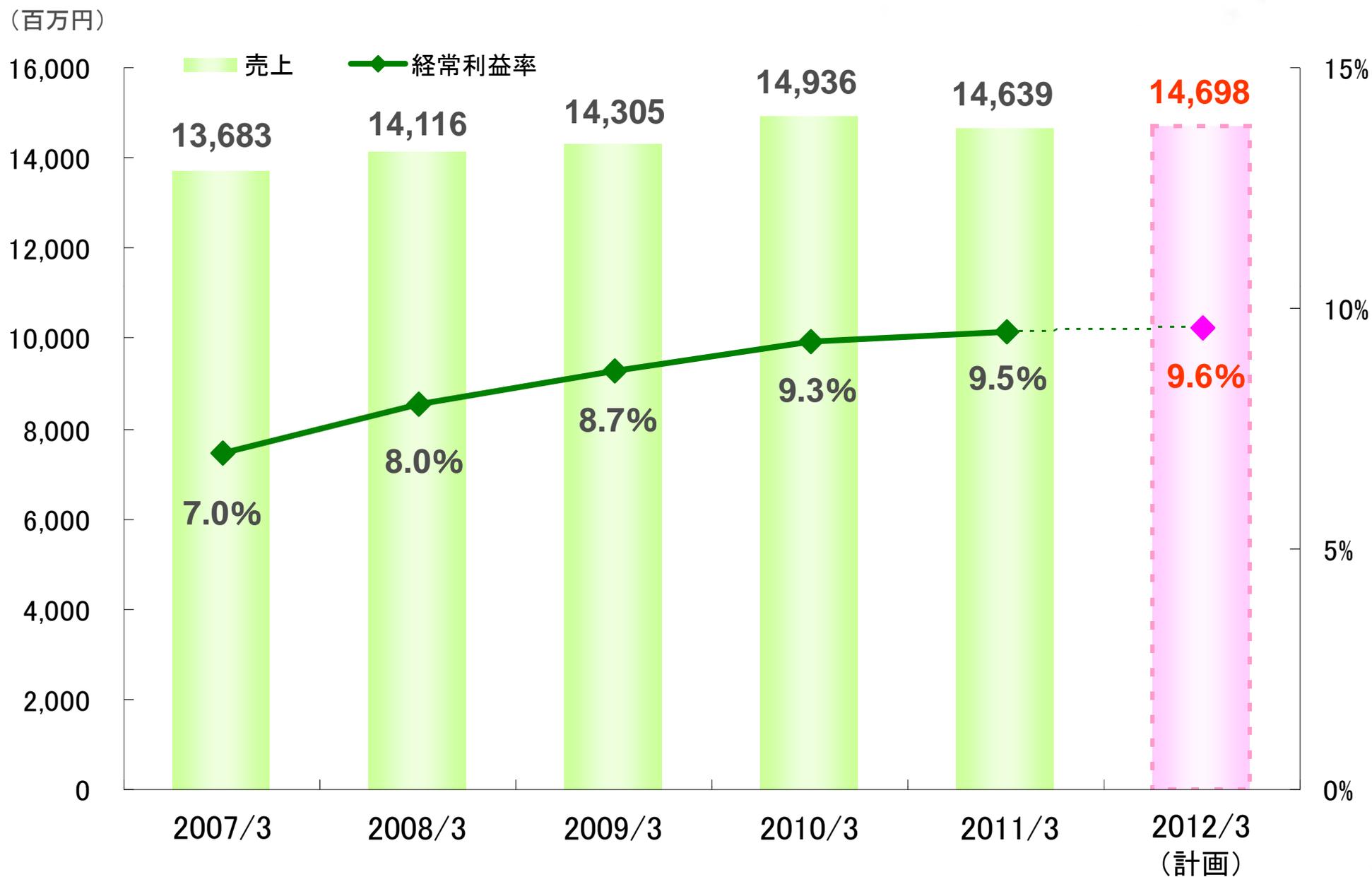
＜継続期間別分布状況＞



会員のほぼ半数が2年以上継続者

強固な顧客基盤が、安定した収益につながっている

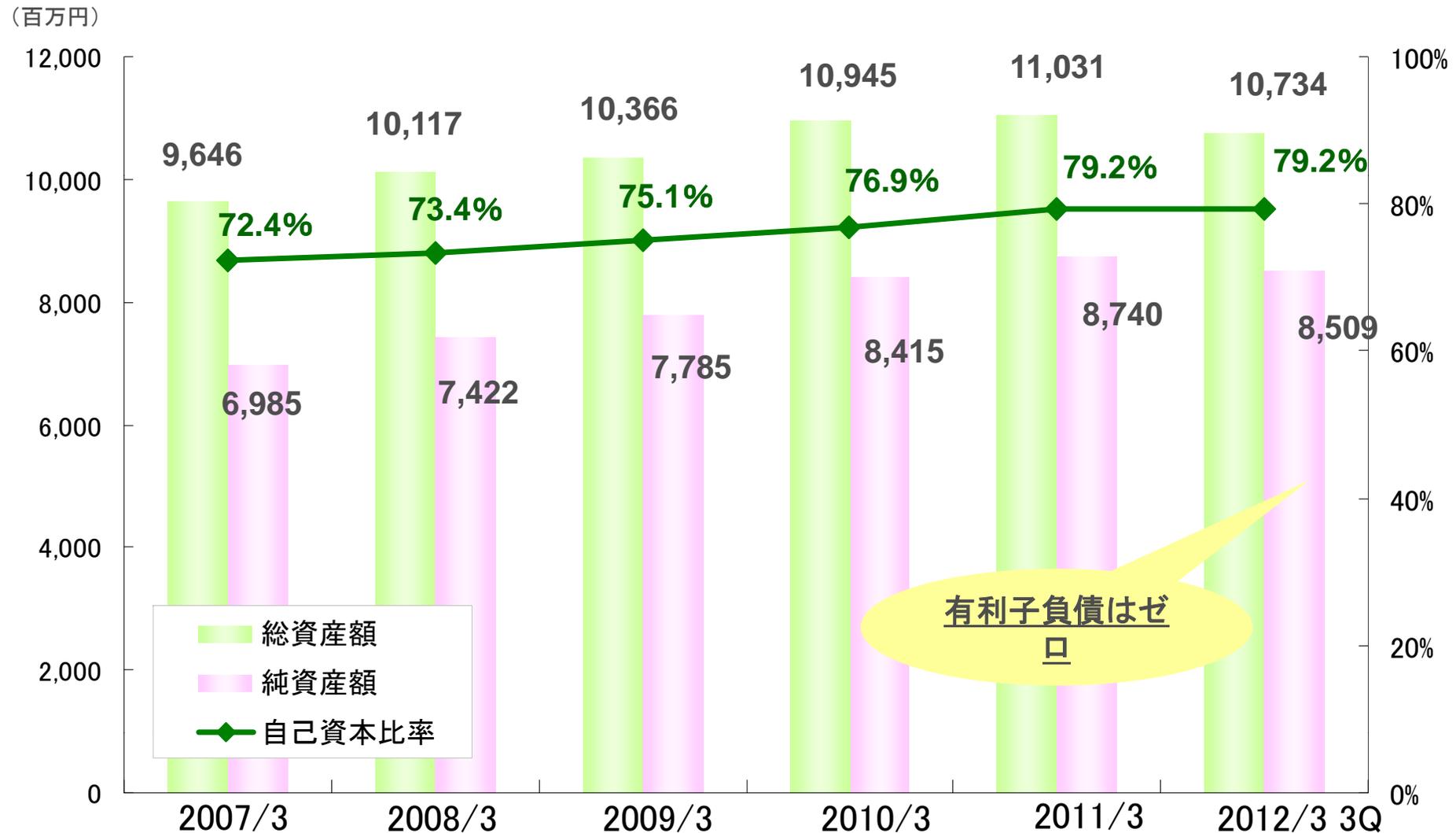
売上の推移



**集客活動の自粛等により売上高は減少するも、
経費の効率化等により利益計画を達成し前年水準を維持**

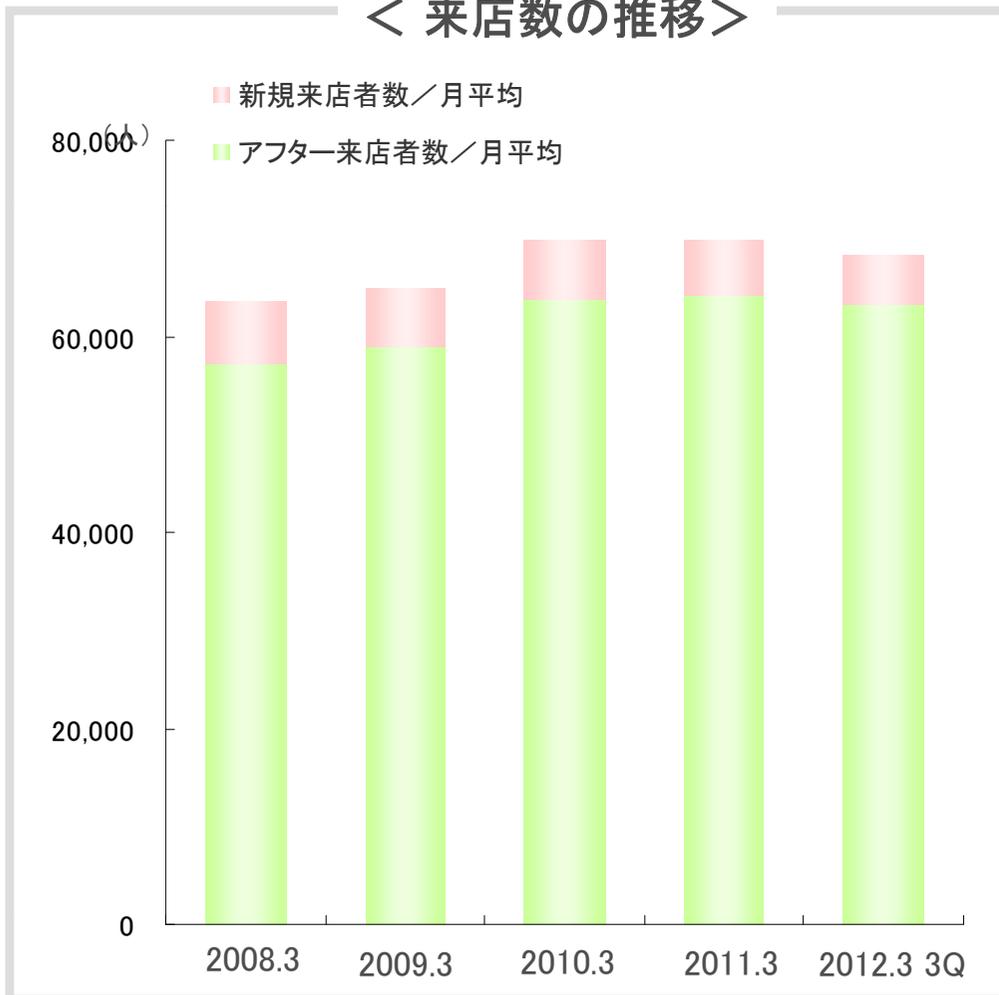
	2011.3 第3Q (前年)	2012.3 第3Q (計画)	2012.3 第3Q (実績)	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	11,128	10,793	10,666	95.9	98.8
(直営店売上)	10,851	10,519	10,391	95.8	98.8
売上原価	2,010	2,026	2,023	100.6	99.8
売上総利益	9,117	8,767	8,643	94.8	98.6
販管費	8,044	7,909	7,572	94.1	95.7
営業利益	1,072	857	1,071	99.8	124.9
経常利益	1,114	895	1,116	100.2	124.7
四半期純利益	533	45	141	26.6	310.0

着実な成長に裏づけられた良好な財務体質

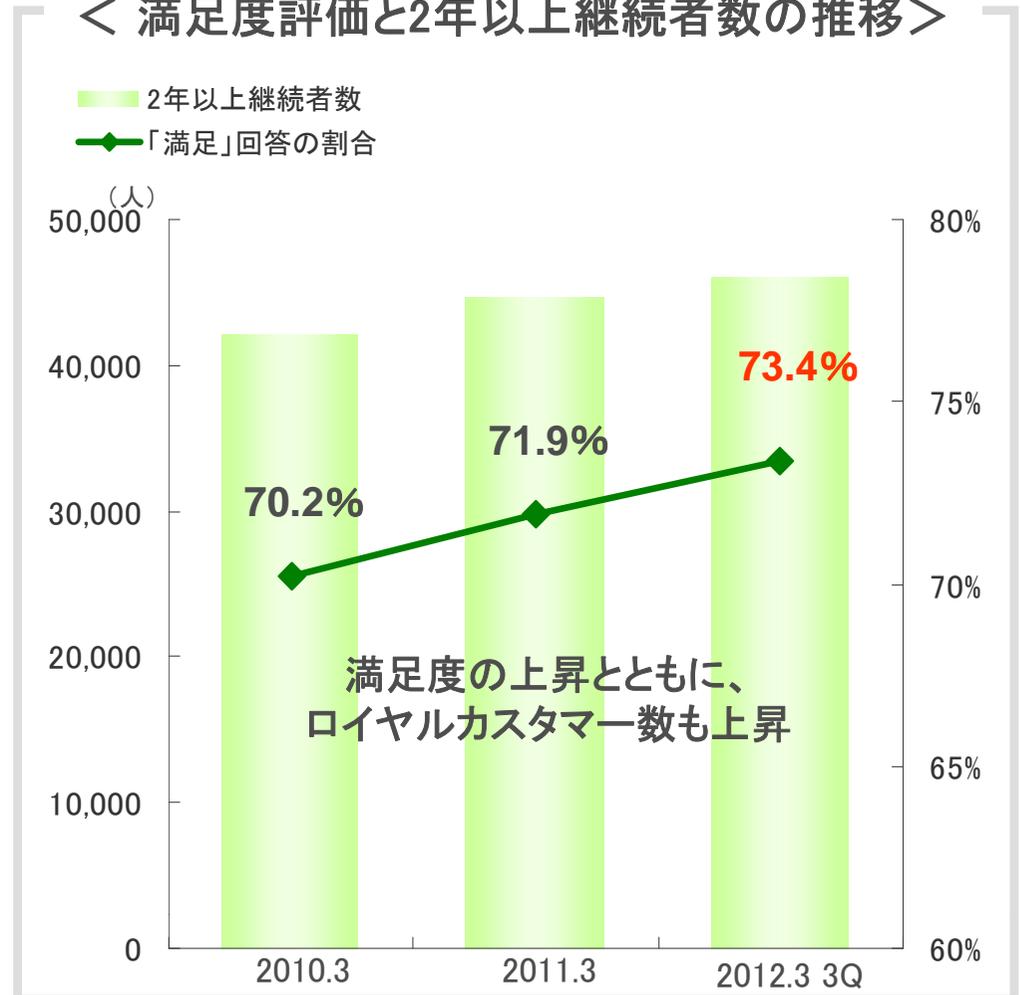


早期離脱の防止により、会員数の増大を図る

＜ 来店数の推移 ＞



＜ 満足度評価と2年以上継続者数の推移 ＞



潜在顧客との接点を増やし、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

他社との差別化を図り、独自性を追求していく

＜会員数の推移＞



■ シーボンが国内市場にこだわる理由

化粧品の販売に
アフターサービスをプラスした
高付加価値戦略

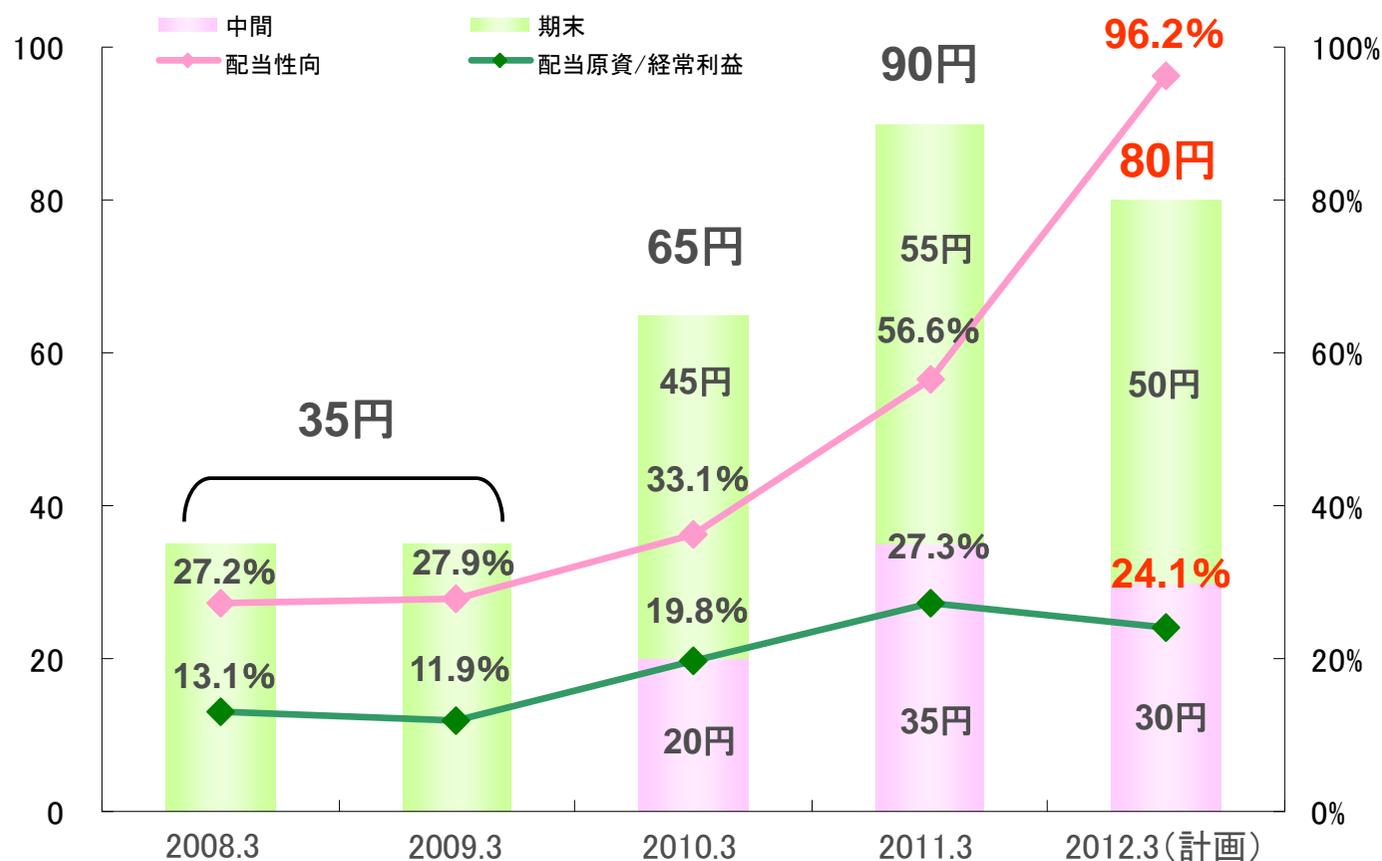
“サービスの質”は、
シーボンの生命線

成長のカギは、「人財」

優秀な人財の確保、育成により、
年間4～5店舗の出店を目指していく

株主還元策

経常利益の水準を勘案し、安定した配当を継続



【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)

※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。

毎年3月31日現在で、
100株以上保有の株主様へ一律でお届けします

<2012年3月期の優待内容>

人気NO.1

「フェイシャルist トリートメントマセ」

(クレンジング & マッサージクリーム)



230g ¥10,500(税込)

&

購入率
73%

サロンケア体験

(女性限定)



シーボンオリジナルの東洋式美顔マッサージを中心としたサロンケアを体験いただけます。

補足資料



確かな品質のご提供

研究開発・製造・品質管理・流通まで自社一貫体制



女性が使う立場で開発・製造

同性だからこそ分かる肌の悩み、使用した感想、要望など、女性の感性をフルに生かした化粧品づくり

品質

GMP基準(製薬会社の品質管理基準)に準拠した、**独自の品質管理基準**

スピード

新鮮な製品をお客様にお届けするための**フレキシブルな小ロット生産体制の構築**

研究開発

製造

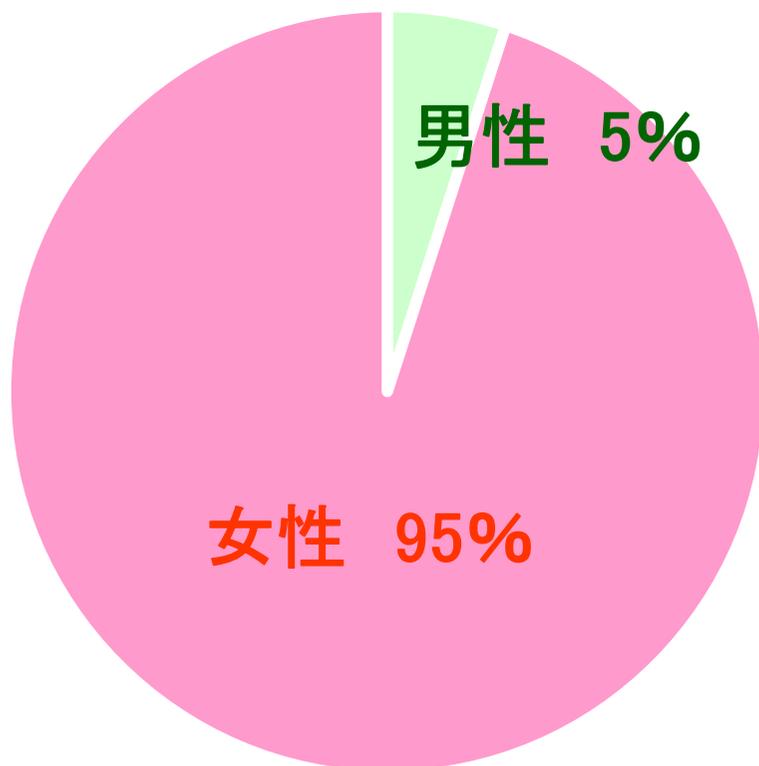
品質管理

流通

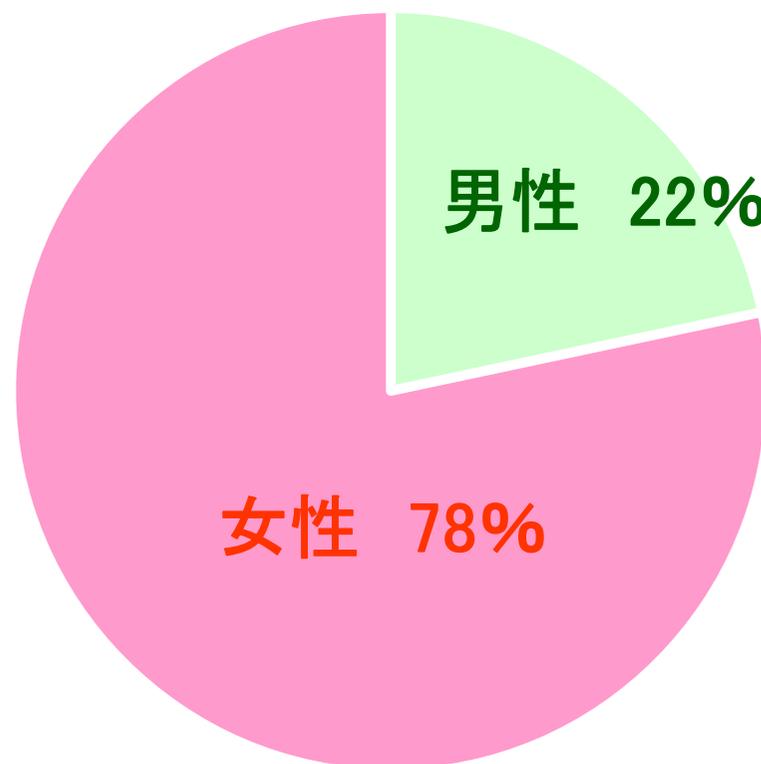
販売

シーボンは、女性が原動力の会社

<全社の男女比>



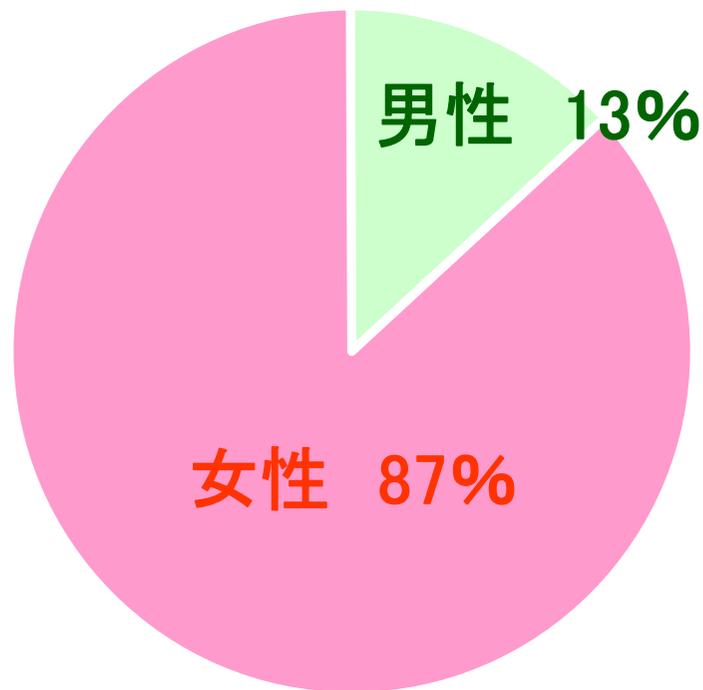
<本社・工場の男女比>



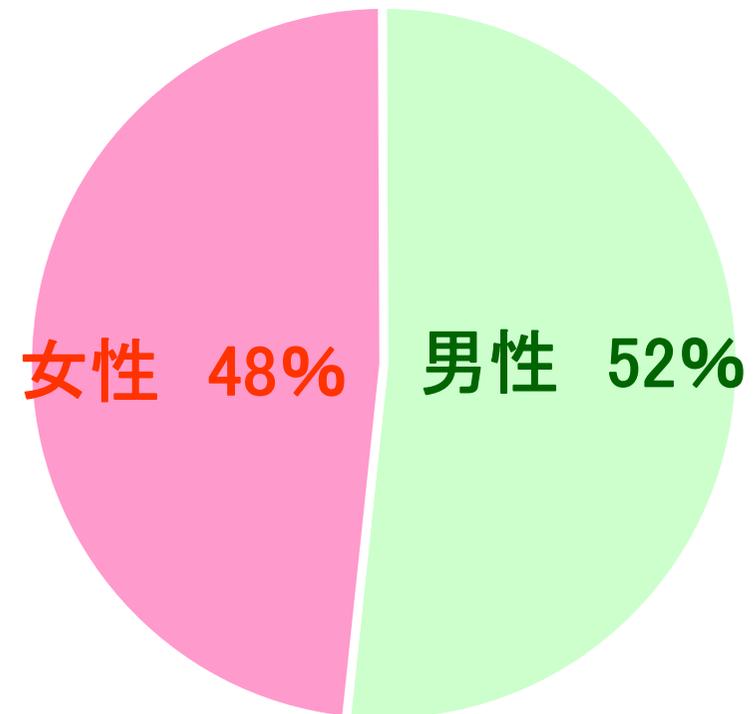
店舗だけでなく、研究開発部門のほとんども女性

女性管理職のさらなる登用を図っていく

＜全社の管理職男女比＞



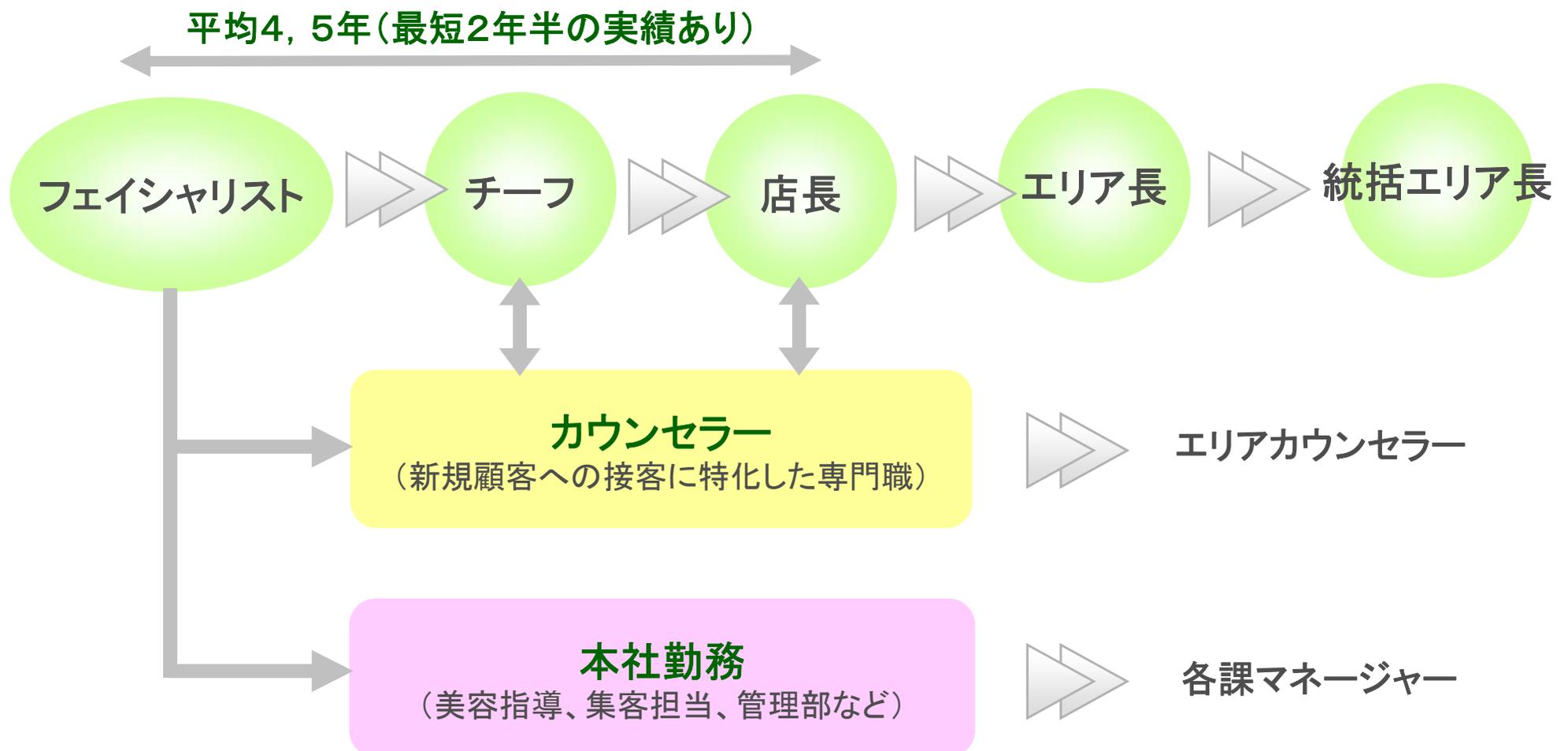
＜本社・工場の管理職男女比＞



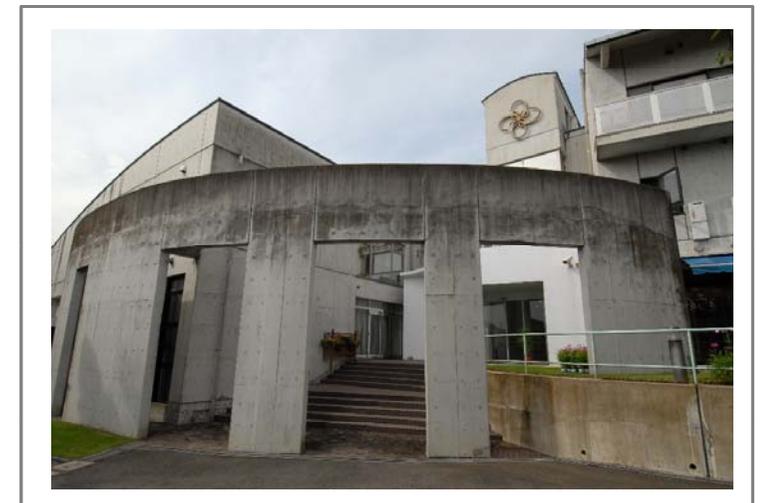
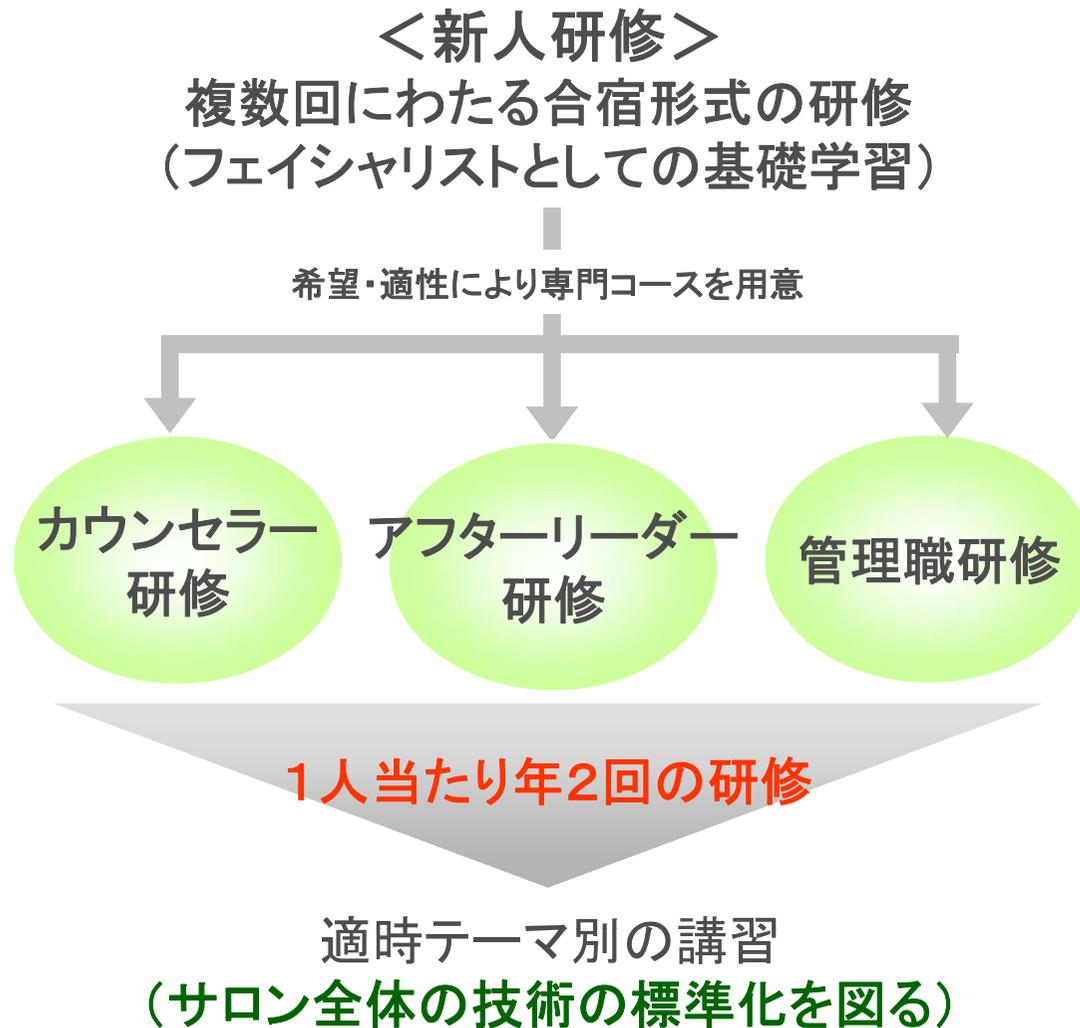
他社の平均 8.0% (厚生労働省 平成21年度雇用均等基本調査結果より)

大手化粧品4社の平均 18.9% (CSR報告書作成大手化粧品4社)

適正に合わせたキャリアプランの選択により モチベーションの向上を図る



充実した研修により、サービスの均質化を図る



- 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