

女性の美を創造し、演出する会社
株式会社シーボン

～IRセミナー2014～

2014.2.22

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 代表取締役兼執行役員社長：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	4億6,856万円
従 業 員 数	1,160名 ※パート社員含まず
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) シーボンフェイシャリストサロン 直営店舗合計108店 国内代理店：86カ所 海外代理店：2地域 (香港、台湾)

(2014年1月1日現在)



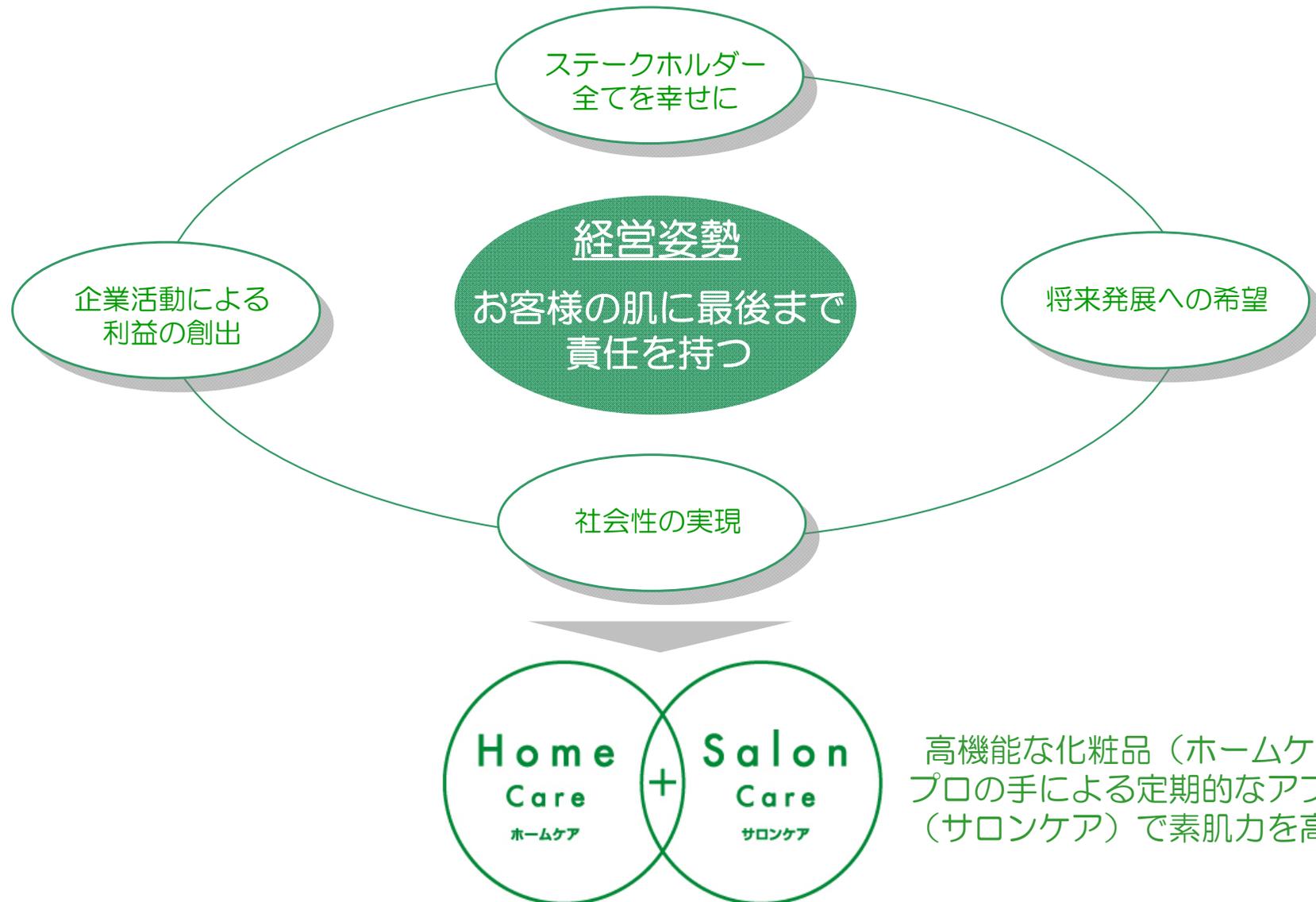
シーボンパビリオン



シーボン美容研究所

企業理念

お客様の美を創造し、演出する会社



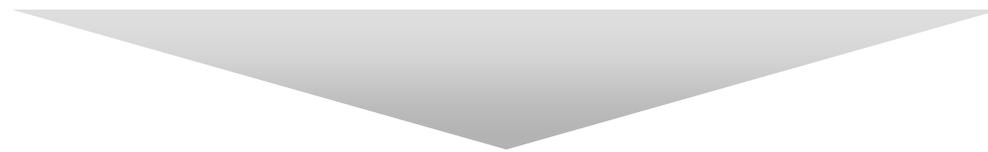
1. スキンケア製品に特化

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新規開拓

4. 顧客満足度の追求

5. 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

【用途別分類】

■ 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・ボディケア製品等

／シャンプー、ボディシャンプー、フレグランスなど

【薬事法上の分類】

■ 化粧品

／効果・効能を主張・強調できない

■ 医薬部外品

／効果・効能が期待できる

当社製品のほとんどが
スキンケア製品

当社製品の多くが
医薬部外品



スキンケア製品

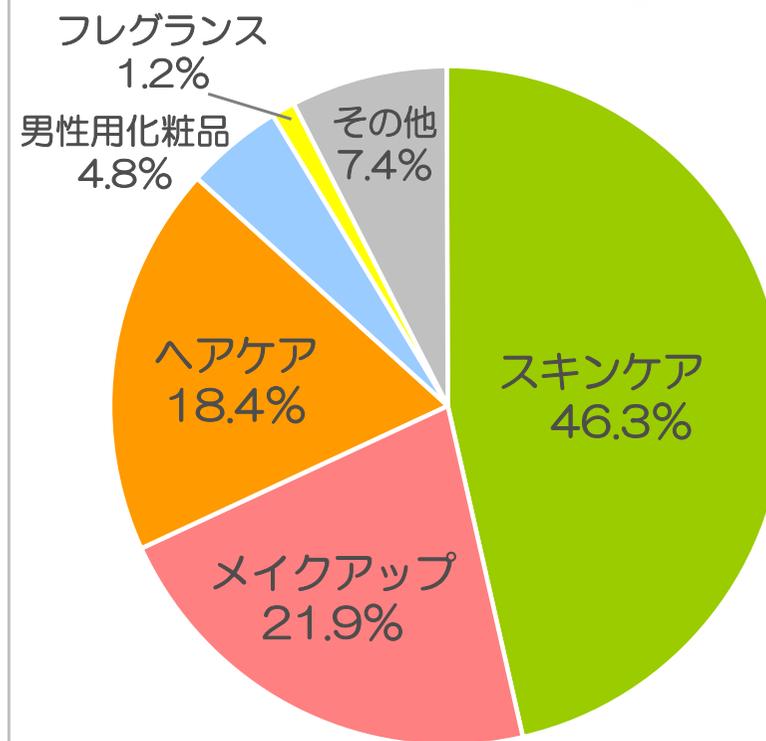


メイクアップ製品



ヘアケア製品

＜化粧品市場全体に占めるスキンケア市場の割合（2012年度 出荷金額ベース）＞



- 化粧品市場全体では、約2.3兆円規模
- 異業種からの参入もあり競争が激化する成熟市場
- スキンケア分野は約1兆596億円

（出典：「化粧品マーケティング総鑑 2013」 ㈱矢野経済研究所）

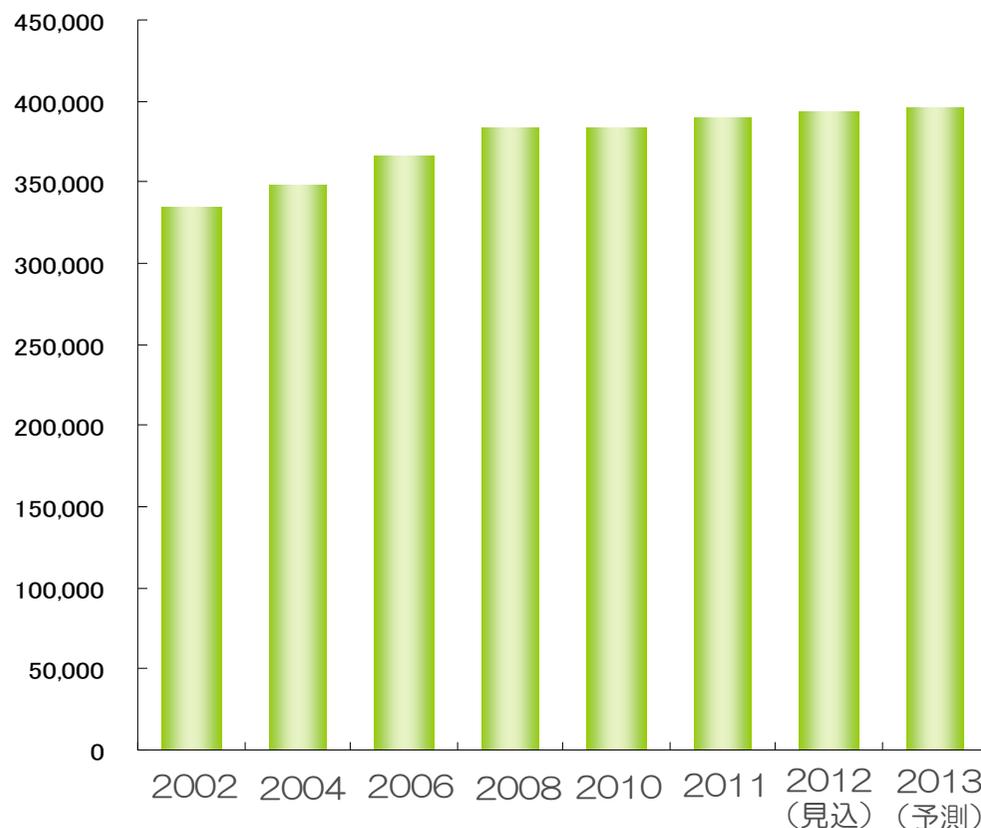
1兆円規模のスキンケア市場のうち、4割が高価格帯^{※1}

※1 標準容量の平均販売価格
6,000円以上

＜高価格帯スキンケア市場規模推移＞

化粧品全体では縮小傾向だが、高価格帯の
スキンケアはエイジングケアの高まり等により伸長

(販売額/百万円)



＜ハイプレステージ^{※2}スキンケア市場 メーカーシェア＞

(2011年販売実績/※2ハイプレステージ(10,000円以上))

	メーカー	シェア (%)
1	資生堂	21.3
2	P&Gマックスファクター	16.9
3	ポーラ	9.7
4	シーボン	6.3
5	アルビオン	4.6
6	CPコスメティクス	4.5
7	カネボウ化粧品	4.0
8	シャネル	3.5
9	日本メナード化粧品	3.4
10	ディシラ	2.9

(出典: 「新・化粧品マーケティング要覧2012」 (株)富士経済)

■スキンケア製品の特徴

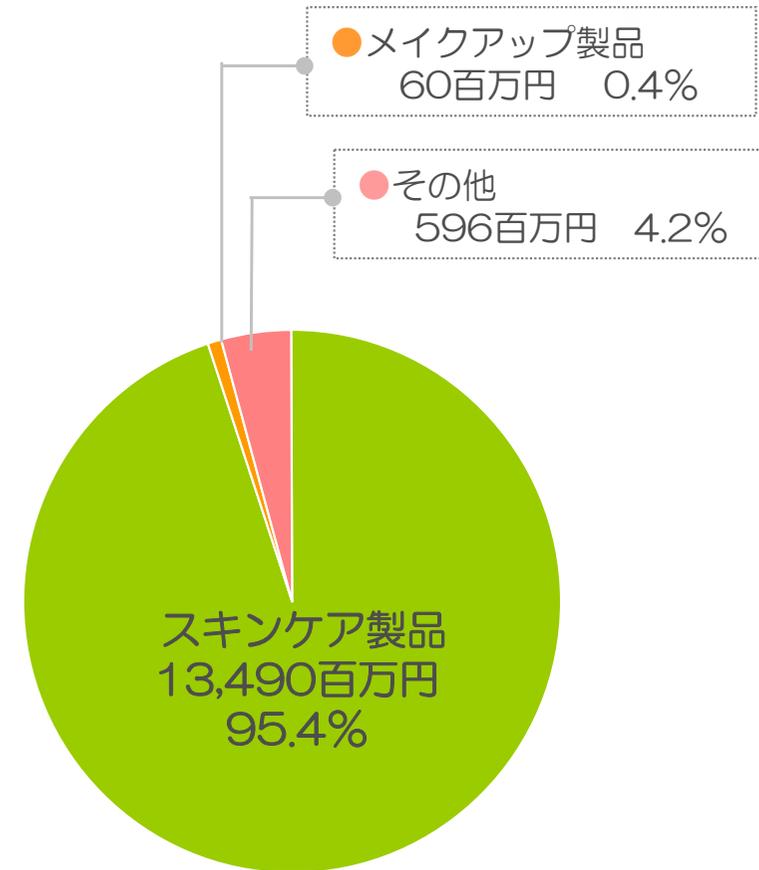
- ・女性にとって必需品
- ・製品のライフサイクルが長い
(トレンドの変化が少ない)
- ・好感を持つブランドが限定的
- ・定期的リピート購入

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

＜販売品目別売上高構成比＞

(2013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

肌トラブル別の製品ラインナップ

カウンセリングを通じ約40アイテムを組み合わせてご提案

クレンジング 洗顔

保湿
(乾燥)

透明感
(シミ・クすみ)

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

BXIIシリーズ

コンセントレートシリーズ

AC4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

パックシリーズ

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広告などによる新規開拓

トライアルコース
(初めてのご来店)

来店誘導

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

- 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

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）

1,050～18,900円（税込）

フェイシャルリストと2人3脚での美肌づくりで、
信頼関係を構築

きめ細やかなアフターサービス
(2回目以降の来店動機付け)

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.)

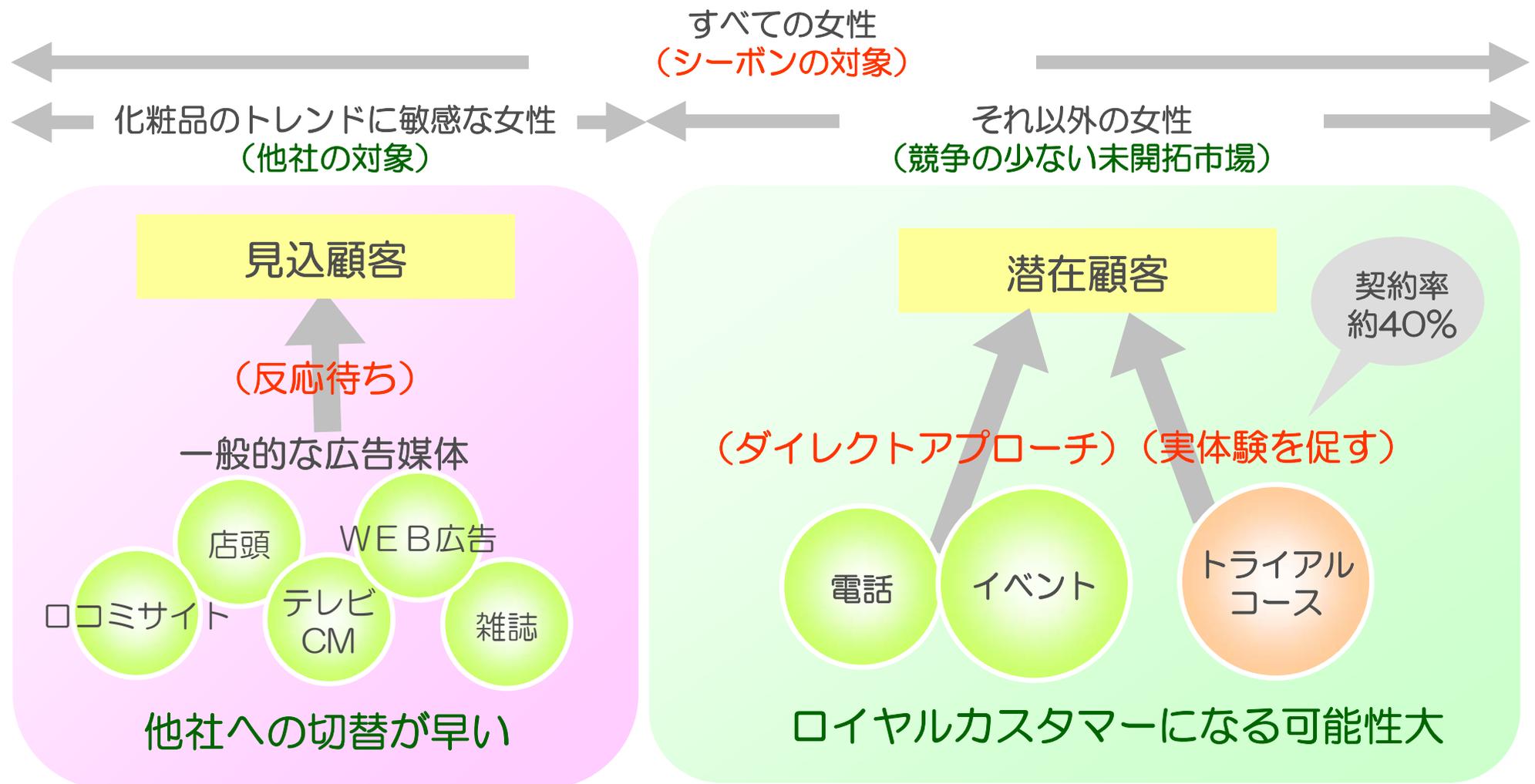
平均来店数
1.8回/月

平均購入金額
2.5万円/月

直営店売上80%以上
が継続顧客向け

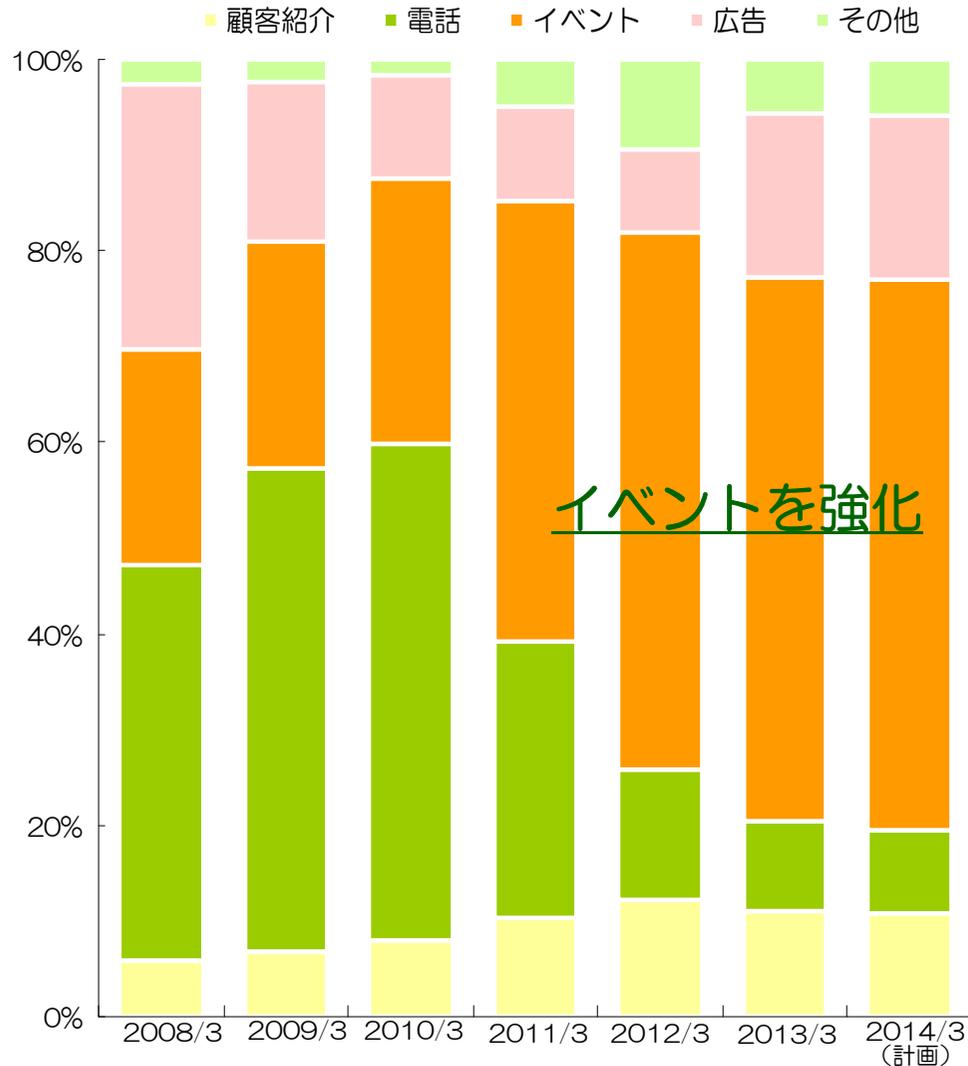
アフターサービスの提供が、継続した収益を生む

競争の少ない未開拓市場へのダイレクトアプローチ



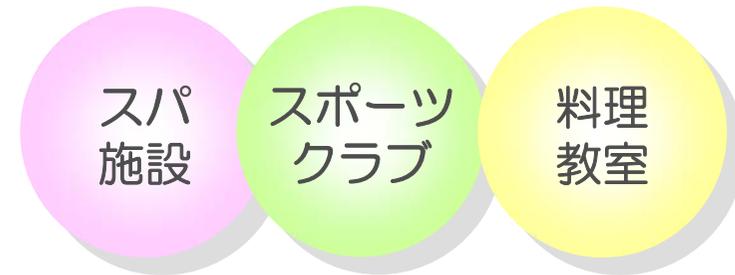
新規開拓に対する最近の取り組み

＜新規来店者動機別割合＞



新規開拓イベントの多様化

■ 異業種とのコラボイベント開催



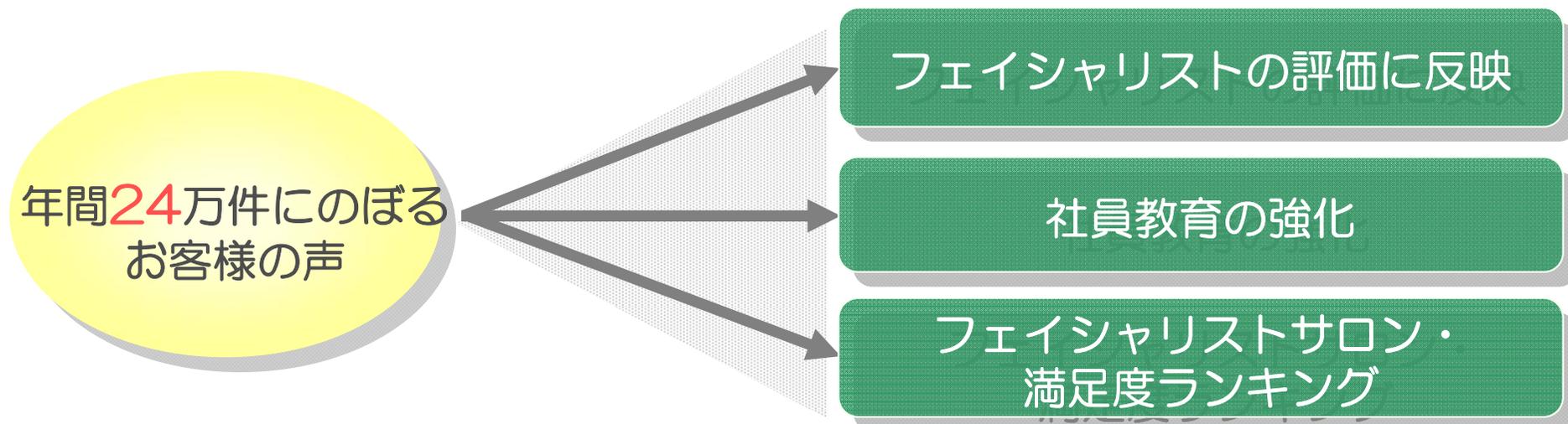
■ 各種広告によって認知度向上を図り、イベントを行いやすい環境を整備



イベントを軸に、新規開拓方法の多様化を進めている

「メールアンケート」で収集されたニーズを取り入れ、サービスの向上を図る

■メールアンケートの流れ



お客様のご意見

クラブシーボンを見ていて、新しく出たBXシリーズがシワや乾燥によさそうで、お店に行って詳しく説明を聞いてから購入しようと思っていたのに・・・。
結局欲しいと思っていた製品なので購入はしましたが、お店では詳しく説明を聞くことができませんでした。私の時間があまりなかったことや、忙しいサロンだから仕方がないのかもしれませんが、もう買った製品ですが、やっぱり説明してほしいです。こんなお願いダメですか？

サロンの対応

先日ご購入いただいた製品につきましては、説明が不十分となってしまい誠に申し訳ありませんでした。製品をご購入いただく際はもちろん、いつでもアドバイスをさせていただきます。以前ご購入いただいた製品や自宅でのケアについてなども、ご不明な点がありましたら、ご遠慮なくお声がけください。また、次回のご来店の際には必ずAさまにBXシリーズの十分な効果を実感いただけるよう、効果や使用方法についてしっかりとアドバイスさせていただきます。これからもAさまをはじめ、お通いいただいているお客様の肌を美しくするお手伝いができるように技術を磨いてまいりますので、よろしくお願いいたします。

(●●店 店長)

改善以降、 同じお客様より頂戴したご感想

前回思い切って自分の感じたことをメールしましたが、今回サロンに行ったら先日購入した製品の詳しい説明をしてくれました！

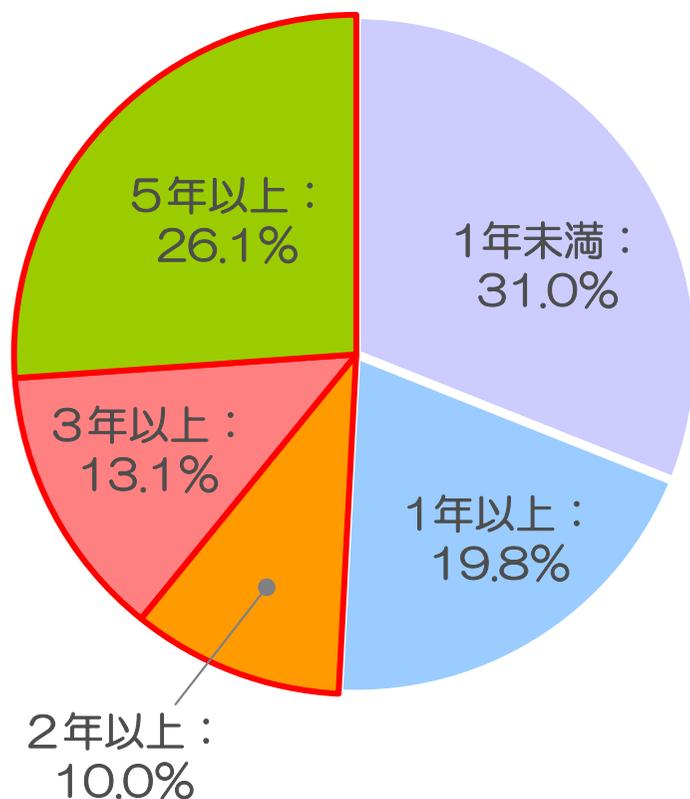
私も時間が充分になくまた急かしてしまったのに、メールを見て私に対してきちんと対応しようとしてくれたことがとてもうれしかったです。

わかりやすく説明してくれることで、本当に安心して使用することができますね。

これからも、またメールで相談してしまうかもしれませんが、よろしくお願いします。

継続顧客と幅広い年齢層が強みにつながっている

＜継続期間別分布状況＞

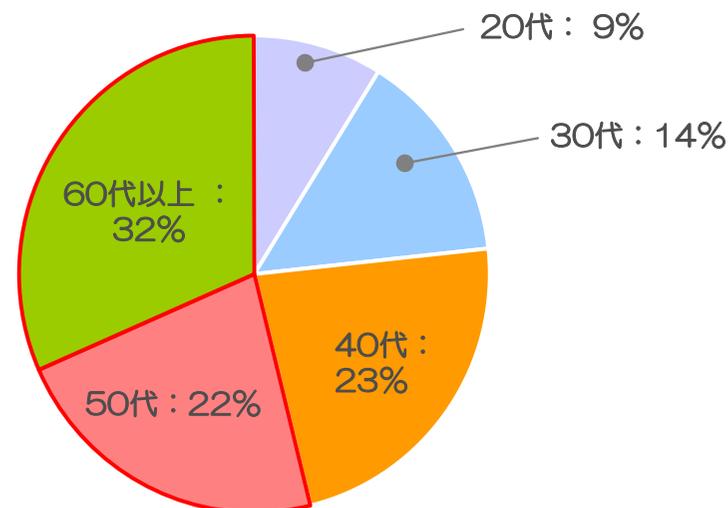


会員の半数近くが2年以上継続者

＜ポイント＞

- アクティブシニア世代への注目は、当社にとって追い風
- WEB広告等の展開により、若年層の会員も増加傾向
- お客様満足度の向上を高め継続的な来店数を増やすことで、安定的な収益を確保

＜年齢別分布状況＞



現在は西日本を中心とした空白地域への出店を強化中

合計
108店

※店舗数は、2014年1月31日時点

名古屋スパイラルタワーズ店
モード学園スパイラルタワーズ
ビルの地下2階にあるサロン



シーボン美癒（六本木本店）
ヘア、ネイル等を提供する
トータルビューティサロン



大阪ヒルトンプラザ店

大阪ヒルトンプラザにある
ハイグレードなサロン



C' BON GINZA

個室での施術やネイルも提供



フェイシャルケアと相乗効果を目指した新サービスを展開



30分フィットネス



基礎代謝アップ+
脂肪燃焼
(無酸素運動+有酸素運動)

気楽に楽しく♪

美しく引き締まったボディ

ゲルマニウム温浴



発汗

デトックス

アクアスパ



スカルプケア

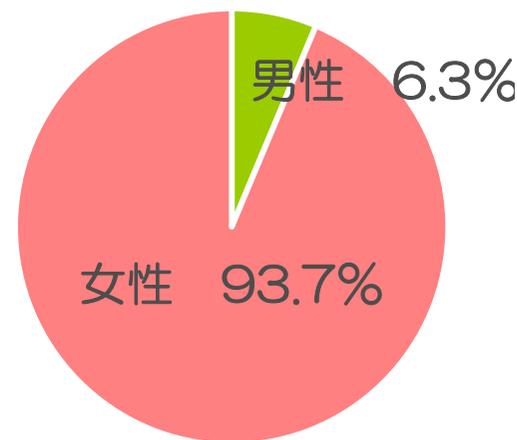
ミスト加湿

頭皮リフレッシュ

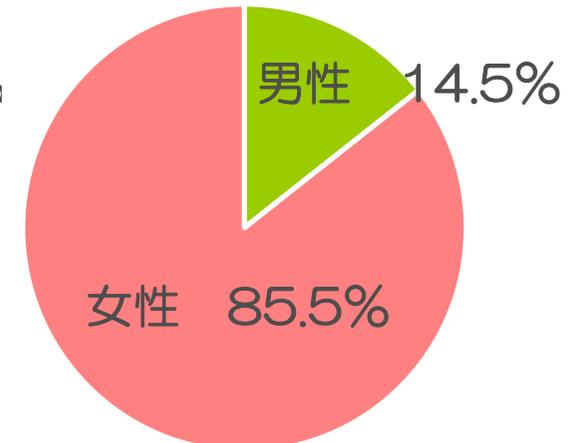
女性スタッフの活躍が、会社の成長には必要不可欠

育児支援の主な取組み

産前・産後休業	産前6週間、産後8週間
育児休業	最長3歳まで
ウェルカムバック制度 (再入社制度)	育児等の理由により退職した社員の再入社支援制度
育児短時間勤務	小学校に入学するまで



<正社員の男女比>

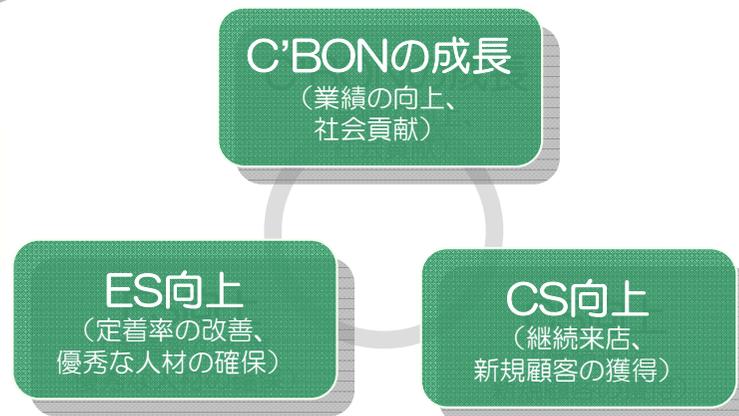


<管理職の男女比>

※ 大手化粧品4社の女性管理職平均 18.9% (CSR報告書作成大手化粧品4社)

さらなる強化を目指して

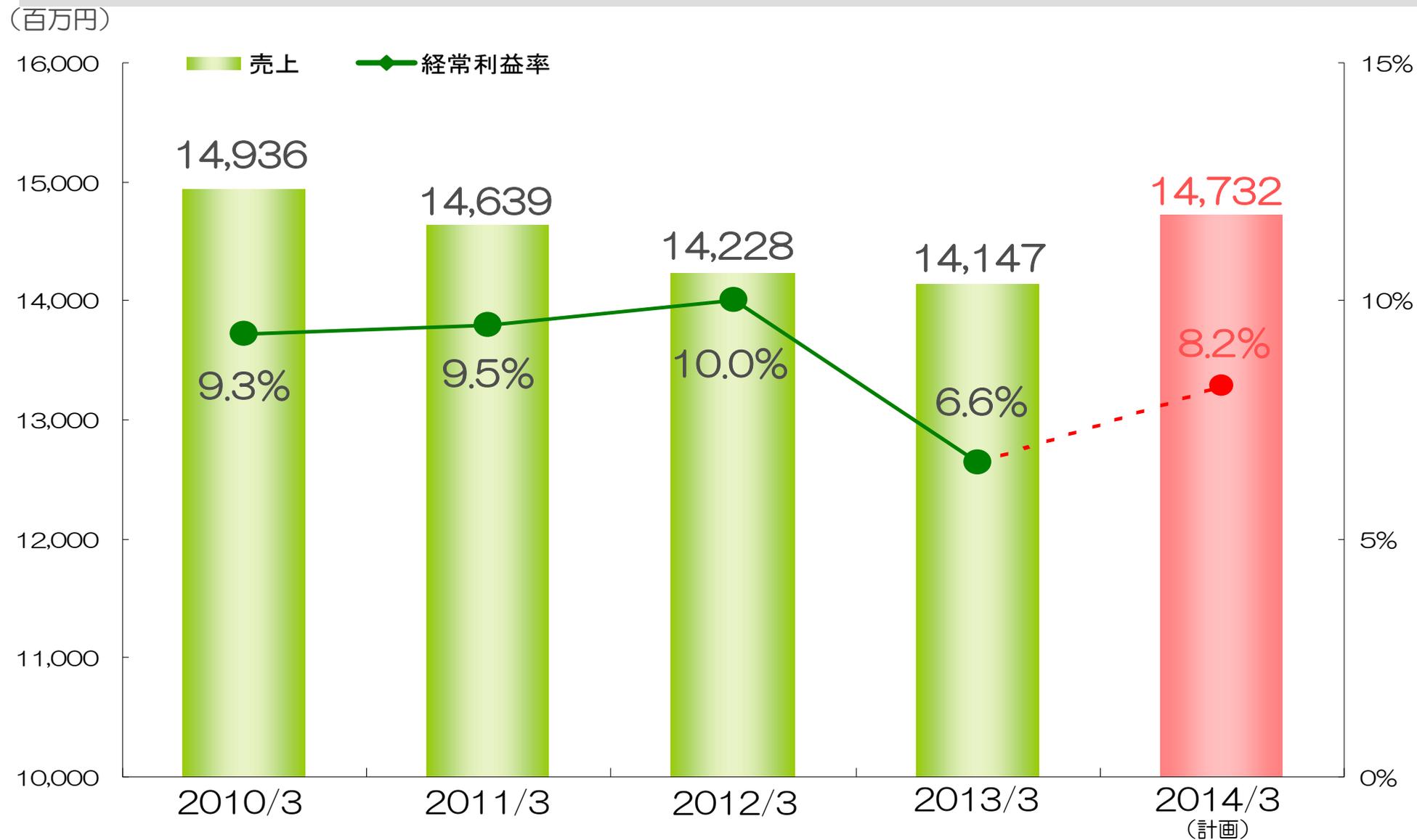
2013/12/1
「ES向上推進室」
を新設



マタニティ制服は、
Tシャツにジャンパー
スカートタイプで
動きやすい!



前期までは積極的な集客活動等を図るための先行投資を行った結果減収減益したものの、今期より回復を見込む



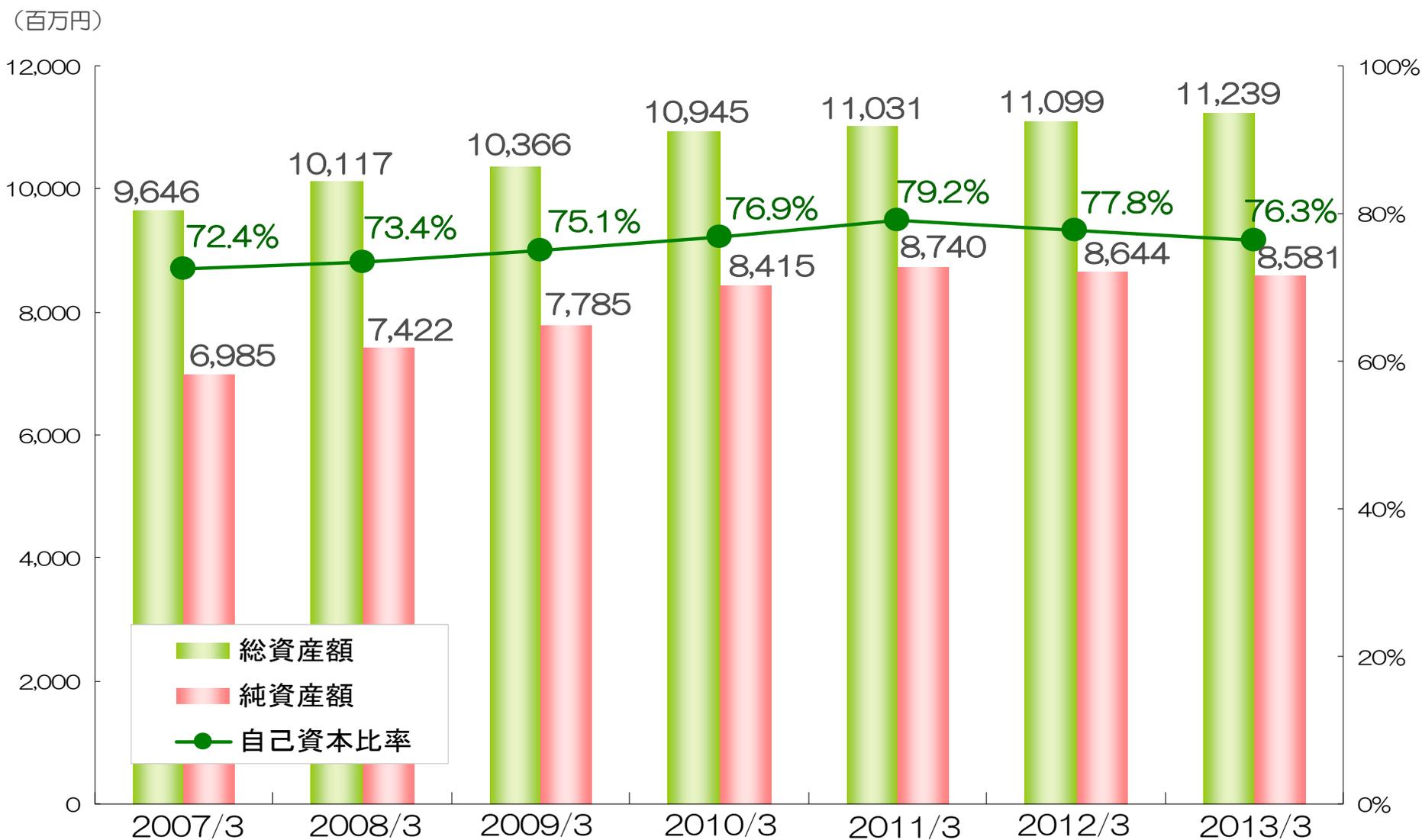
売上高・利益ともに通期計画達成に向けて順調に推移

2013年5月9日に発表した業績予想に変更なし

(単位：百万円)

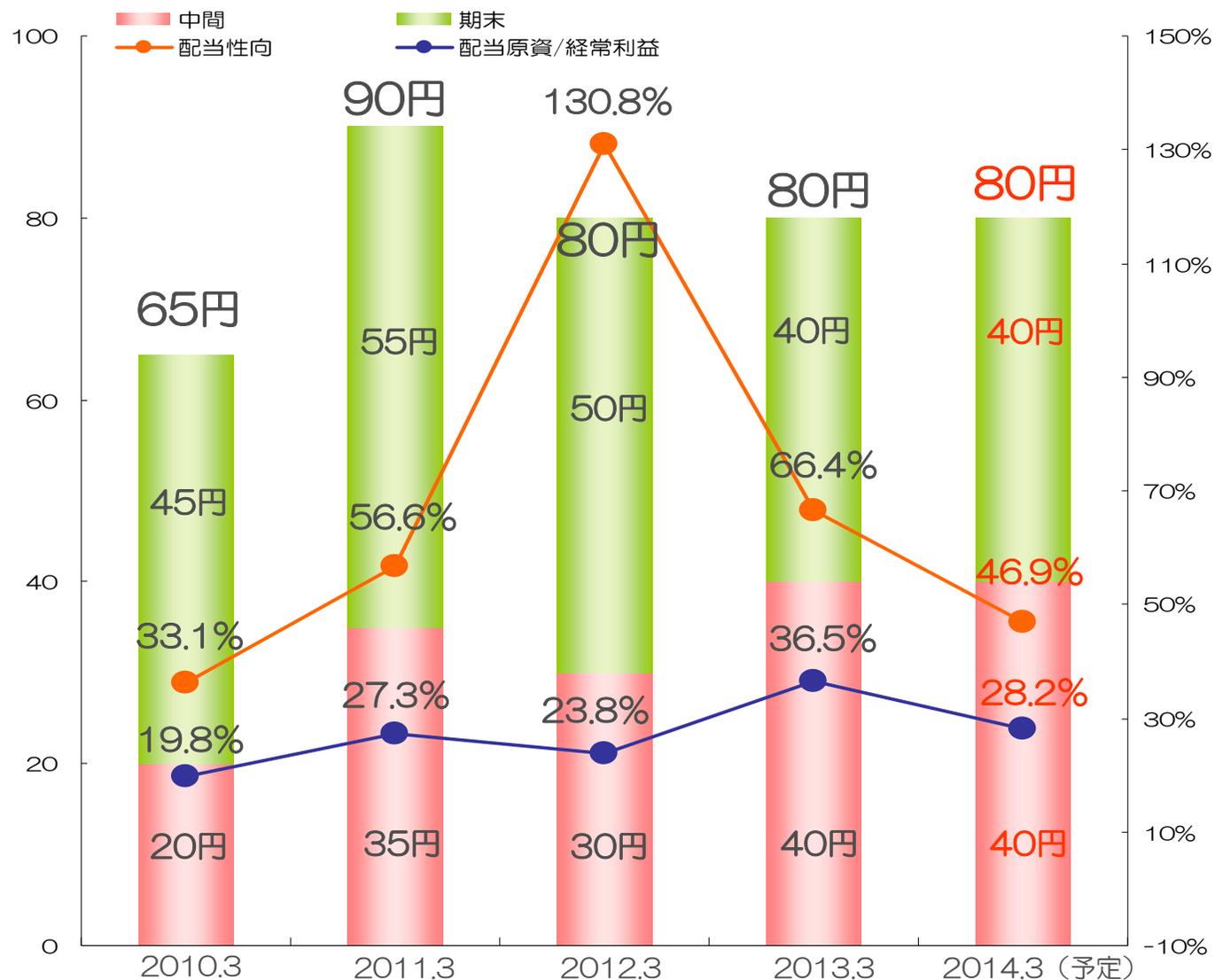
	2014.3 3Q実績	前年比 (%)		2014.3 通期計画	進捗率 (%)
売上高	10,983	4.7	➡	14,732	74.6
営業利益	901	52.0		1,135	79.4
経常利益	949	46.6		1,202	78.9
当期純利益	579	64.5		701	82.6

利益をしっかりと積み上げ良好な財務体質を構築



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（2014年3月期）】

- ・ 一株当たり配当額（予定）

中間	40円
期末	40円（予定）
合計	80円（予定）
- ・ 配当性向：46.9%（予定）

新しい株主優待を2014年3月31日の株主様より実施

■対象株主様

毎年3月31日現在、1単元（100株）以上保有する株主様

■優待の内容

保有期間×保有株式数に応じて、店舗及び通信販売でお買い物の際にご利用できる商品券を贈呈

■優待の目的

未永くご支援いただけるよう、当社事業内容のご理解促進

	100株～499株	500株以上
1年未満	5,000円分	10,000円分
1年以上3年未満	10,000円分	20,000円分
3年以上	12,000円分	24,000円分

※男性の方は、店舗をご利用いただけませんので、通信販売でのご利用になることを予めご了承ください。

さらにご希望の株主様には

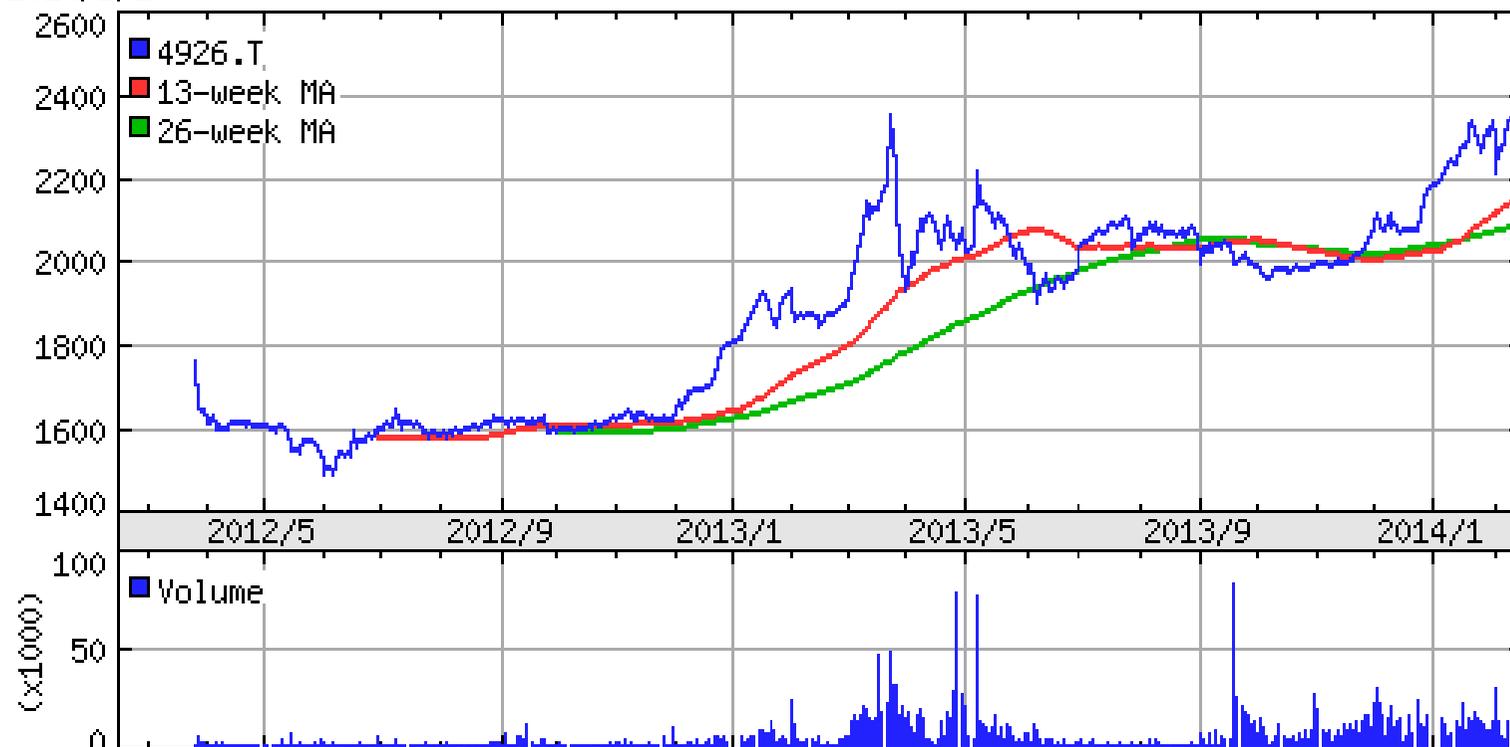
どの条件でもご希望の方には
サロンケアに無料ご招待
(ご利用は20歳以上女性限定、
お1人1回限り)



ご参考資料

株価の推移 (2012/3～)

C'BON COSMETICS Co.,Ltd.
2014/2/14



(C) 2014 Yahoo Japan Corporation.

<http://stocks.finance.yahoo.co.jp>

	株価 (2/14)	配当利回り※	PER※	PBR※
シーボン	2,344円	3.41%	14.2倍	1.08倍
東証一部全銘柄	—	1.86%	15.34倍	1.33倍
化学	—	2.10%	19.81倍	1.09倍
化粧品	—	2.27%	27.65倍	1.72倍

※各種指標は、(株)大和証券銘柄ページ及び日経電子版マーケット情報を基に作成しております

シーボンの歴史

直営店「シーボンフェイシャルリストサロン」にて
化粧品の販売とアフターサービスを提供



100店舗目 新百合ヶ丘店



2016年1月
創業50周年

2013年 東証1部へ上場

2012年 東証2部へ上場

2009年 ジャスダック証券取引所へ上場
直営店100店舗達成

2005年 本社機能を川崎市へ移転

1994年 お客様の基礎情報と肌情報を管理する
「フェイシャルコンピューター」を全店舗で導入

1986年 訪問販売から直営店展開へ

お客様情報や店舗在庫、生産情報等
情報の一元管理を実現

1973年 六本木に本社ビル
「シーボンクイーンビル」落成

1968年 栃木県に自社工場を設立

1966年 シーボン化粧品株式会社 設立



化粧品のセット販売（訪問販売）
& サービスカー巡回によるアフターサービス

肌へのやさしさと効果を追求した化粧品づくり

蒸留水を、微生物による再汚染がないよう
調合直前まで80℃の高温でキープ

水

- 約110種の植物由来成分
- 高品質の原料を調達
- 厳格な受入検査

効果

成分の質

- 製品の大半が「医薬部外品」
- 液晶乳化技術、非水ゲル乳化技術

フェイシャルリスト 『トリートメントマセ』

1994年発売のロングセラー
シーボン人気No.1製品

クレンジング
クリーム部門
ブランドシェア
第1位*



<Point 1 >
スクワラン配合の
贅沢クレンジング

<Point 2 >
肌の上でオイル上にとろける
クイックブレーキング処方

<Point 3 >
クレンジング
& マッサージの2つの機能

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

化粧品GMP基準（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

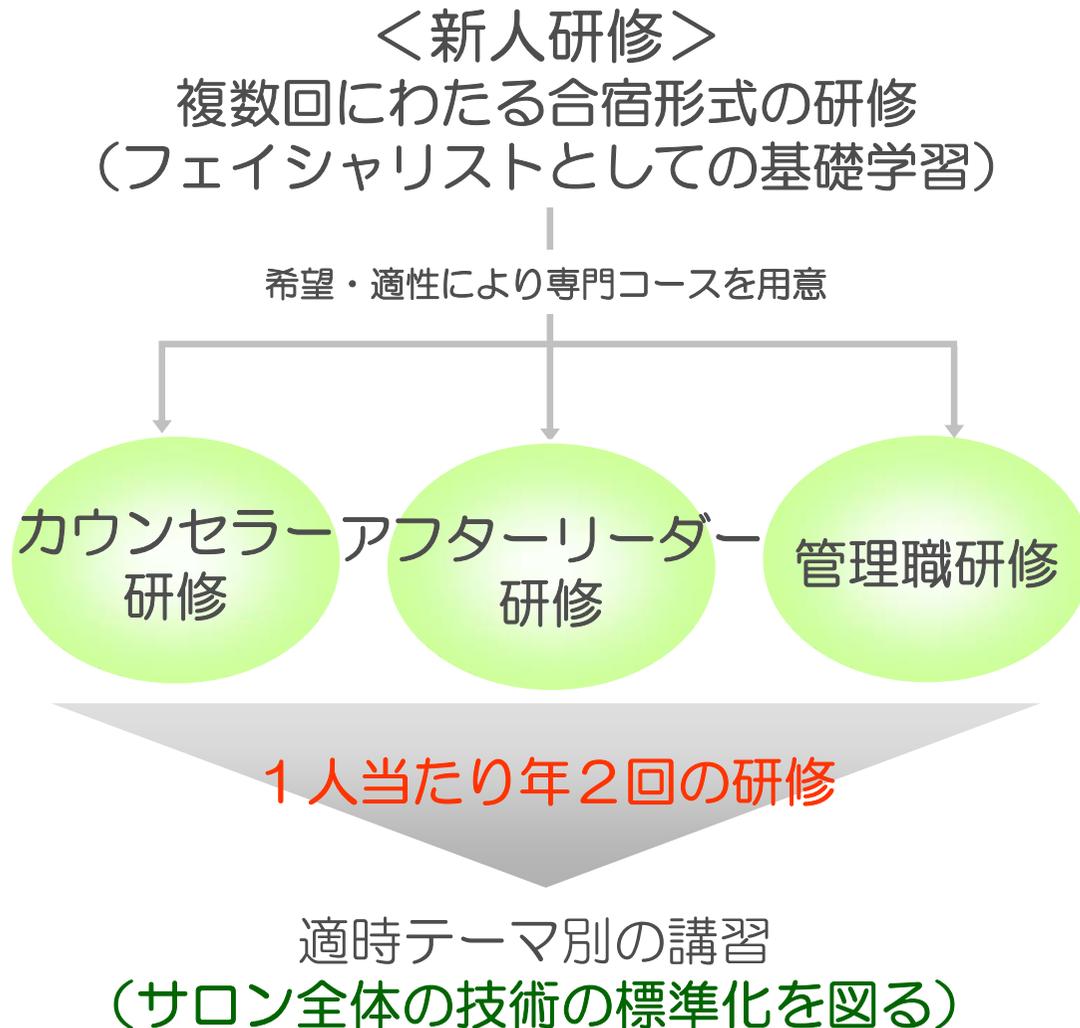
製造

品質管理

流通

販売

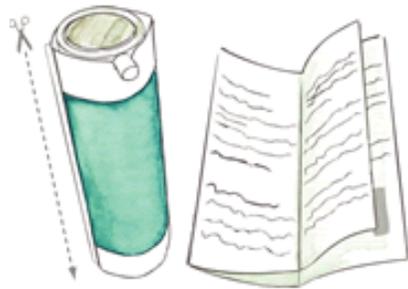
充実した研修により、サービスの均質化を図る



研修施設

環境に配慮した化粧品づくりを推進

<シンプルパッケージ>



パッケージの簡素化を推進

- ・フィルム包装
- ・非木材資材の活用 など

<ガラスビンのリサイクル活動>



使用済み化粧品のガラスビンを小物などと交換

<環境マネジメントシステム ISO14001>

- 2012年4月 環境マネジメントの柱として取得
- 環境方針に基づいた環境保全活動の推進
- PDCAサイクルによる定期的な監査・自己評価



EMS
JIS Q 14001
JSAE 1531



JAB
CM001

- ・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