

C'BON
To create and produce the beauty

「ジャパニーズインベスター」誌・宝印刷(株)主催

個人投資家のための 会社説明会

2009年12月9日



株式会社シーボン

1. シーボンのご紹介

代表取締役社長
金子 靖代

会社概要

(2009年12月9日現在)

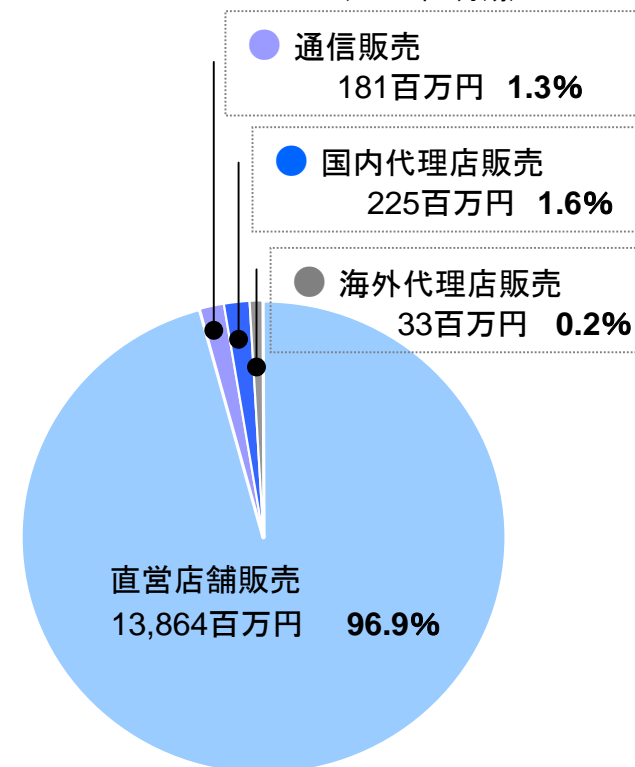
名 称	株式会社シーボン (C'BON COSMETICS Co.,Ltd.)
本店所在地	東京都港区六本木七丁目18番12号
(本社機能)	神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目20番8号 シーボンパビリオン<メインオフィス>
代 表 者	代表取締役会長: 犬塚 雅大 代表取締役社長: 金子 靖代
設 立	1966年1月24日
事 業 内 容	化粧品及び医薬部外品並びに 美容器具等の製造販売及び輸出入事業
資 本 金	4億4954万円
従 業 員 数	1,058名 ※外、平均臨時雇用者数 1,027名(2009年9月30日)

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
 シーボンショップ梅田店 直営店舗合計101店

主な事業所
 予約センター：全国13カ所
 国内代理店：104カ所
 海外代理店：4地域

■販売チャンネル別売上高構成比

(2009年3月期)



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)

直営店を全国に展開し、
化粧品の販売と
アフターサービスの提供を行う。

直営展開で23年

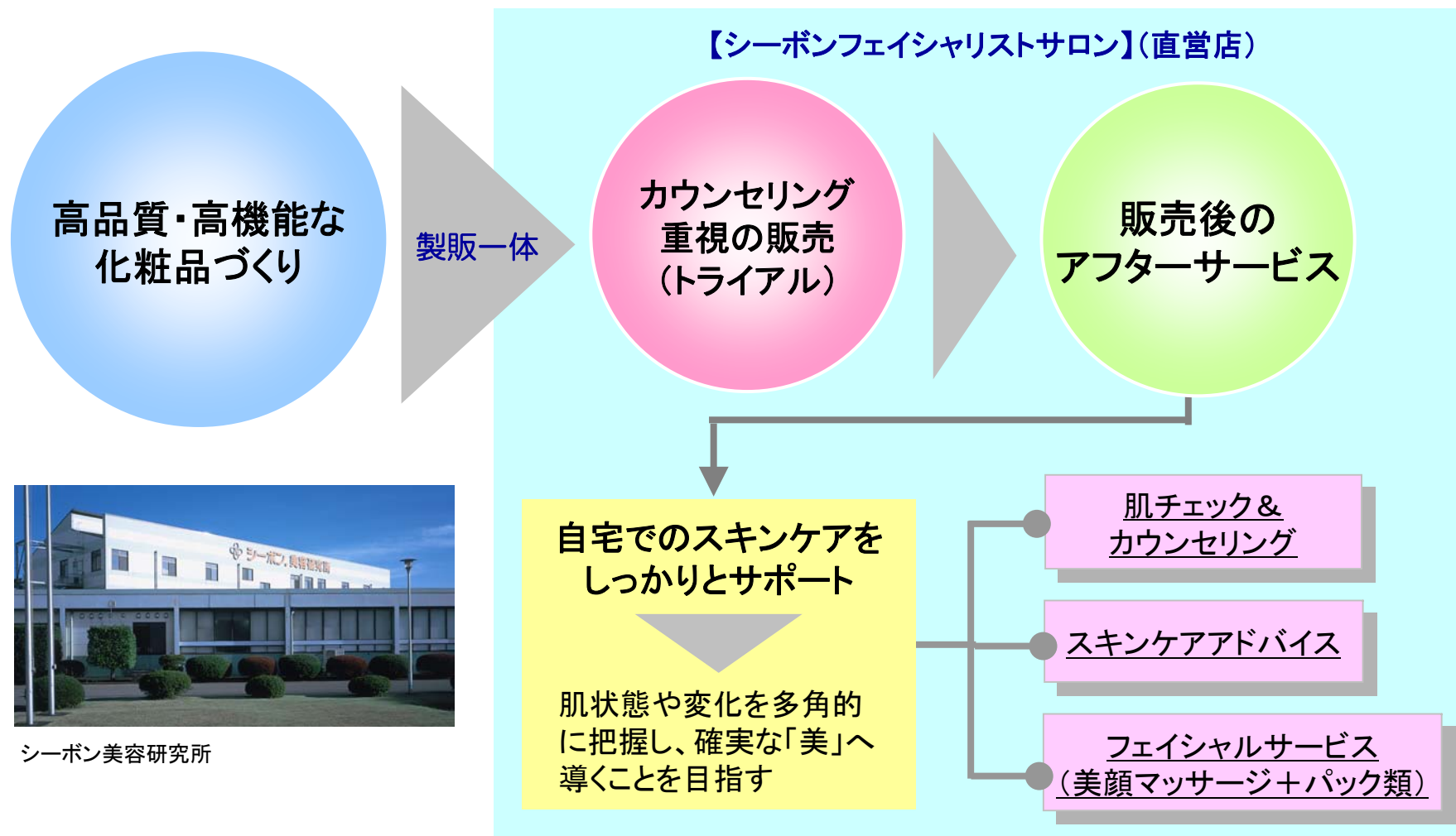
1966年	シーボン化粧品株式会社設立
1968年	化粧品の生産拠点として、子会社シーボン株式会社設立
1973年	東京都港区六本木に本社ビル「シーボンクイーンビル」落成 (現本店所在地)
1986年	直営店を会員制サロン「シーボンビューティスタジオ」とする
1992年	商号を「株式会社シーボン」とし、生産子会社シーボン株式会社を 「シーボンプロダクツ株式会社」とする
1994年	サロン名を「シーボンフェイシャリストサロン」に変更 フェイシャルコンピューターを全店に導入
1995年	シーボンプロダクツ株式会社から営業の全てを譲り受ける
1998年	本社ビルを改装し、総合美容サロン「シーボン美癒」オープン
2000年	大阪予約センター開設 (以降予約センターを各地に展開)
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
2007年	コスメアンテナショップ「シーボンショップ梅田店」オープン
2009年	ジャスダック証券取引所に株式を上場



シーボン クレド (信条)

私たちシーボンは、
「お客様の美を創造し、演出する会社」
という企業理念のもとに、
スタッフ一人ひとりが感謝のこころを持ち、
「お客様の肌に責任を持つ」姿勢で
日々の仕事に取り組むことを約束します。

製販一体の化粧品会社＋アフターサービスの提供



肌へのやさしさと効果を追求したこだわりの化粧品づくり



確かな品質のご提供

研究開発・製造・品質管理・流通まで自社工場での一貫体制



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**



主な製品シリーズ

年齢別ではなく、トラブル別でのラインナップが、幅広い年代から支持されている

■フェイシャリストシリーズ

・ベーシックシリーズ



・ホワイトシリーズ



・BXシリーズ



・センシティブ・アクネシリーズ



■MDシリーズ



さまざまな肌悩みに対応した、
薬用美容液シリーズ

■コンセントレートシリーズ



■SPAシリーズ



美容液・クリーム・パックな
どをそろえたサロン専用
化粧品セット

直近の新製品

10月 コンセントレートシリーズ リニューアル発売




肌の「ハリ」に着目した、
エイジングケアシリーズ

位置づけ：シーボンの最高級ライン

価格帯（税抜き）：14,000円 ～ 30,000円

【共通成分】

ヒドロキシプロリン O=C(O)C(O)CO  酵母エキス 

ツボクサエキス  月見草オイル 

<10月実績>

購入者数
14,097人

購入率
36%

シーボンの強み（サロンシステム）

【サロンシステムの流れ】

トライアルコース
(有料: 1,500円)

- ・肌チェックに基づくカウンセリング
- ・アフターサービスを体験

製品購入

- ・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

- ・1ポイントにつき、1回無料のアフターサービスの提供

販売後のアフターフォローを行うことで...

2回目以降の来店動機づけが強い

顧客とフェイシャリスト
の2人3脚

化粧品の質
+
サービスの質

+ α

製品の効果を
最大限に引き出し
顧客満足度を高める

・リピート需要の継続的創出
・長期的な関係構築

ロイヤルカスタマーの醸成

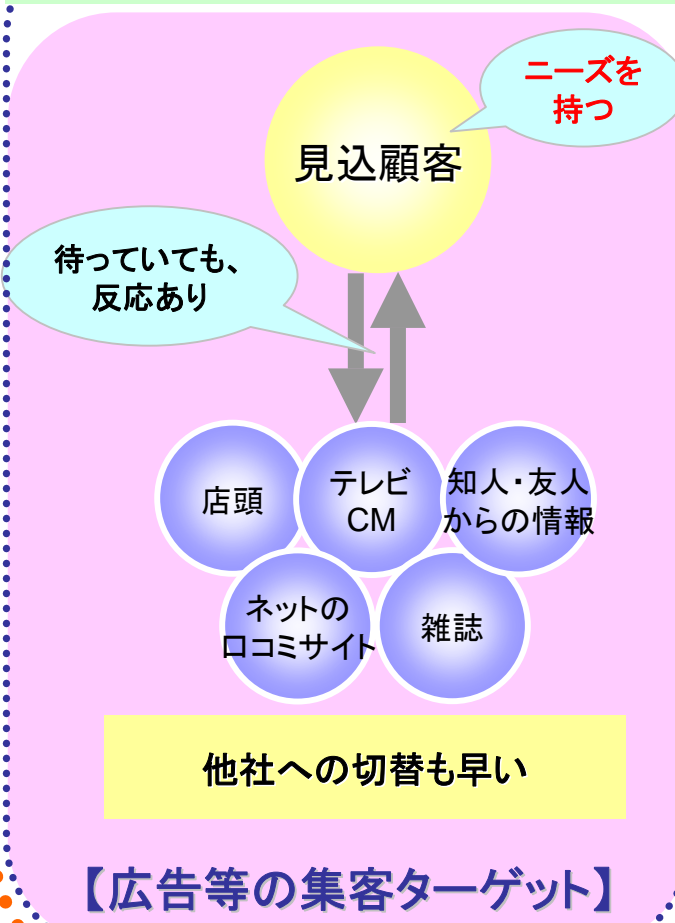
シーボンの強み（集客方法）

すべての女性

化粧品トレンドに敏感な女性

それ以外の女性

他社では集客できない女性層



【シーボンの集客ターゲット】

直営店舗展開の状況

■ 今期の新店状況



9/1 調布店



12/1 三宮店

2010. 2. 1
草加店
オープン予定

11/1 新百合ヶ丘店



年間平均
4~5店の出店



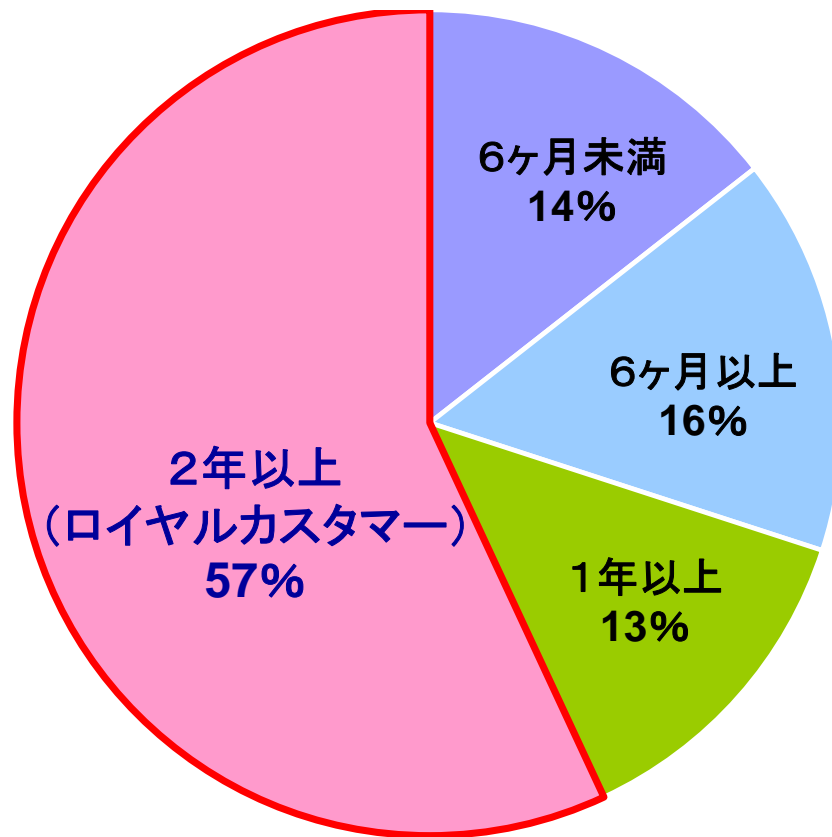
平均的な店舗のイメージ
45坪(ベッド9台)
フェイシャリスト(社員)9名
月売上高 11百万円
月来店顧客360名

※店舗数は、2009年12月1日予定

顧客の継続期間別売上構成比

会員数 約10万人

■顧客の継続期間別売上構成比



ロイヤルカスタマー

2年以上継続していただいているお客様

約3万5千人

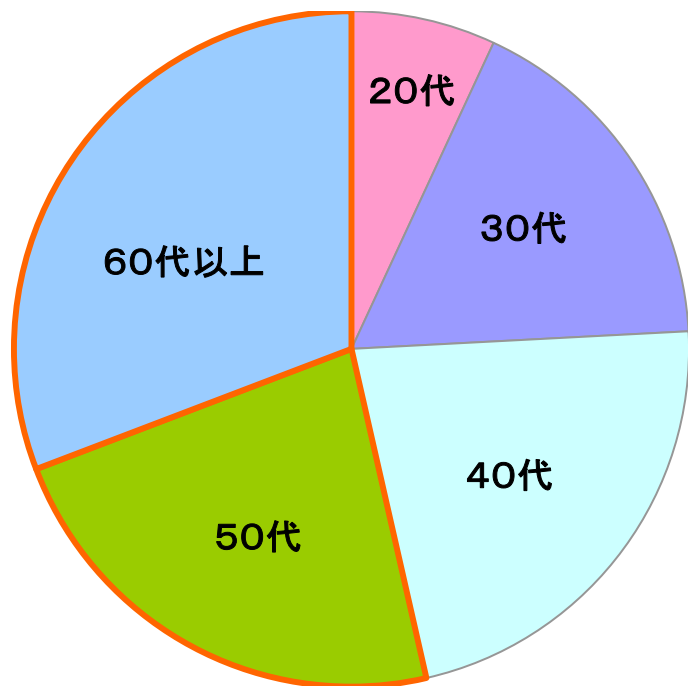
年間購入額23万円／1人当たり

今後の重点戦略
ロイヤルカスタマーの醸成

※集計期間: 200811月～2009年10月

会員の年齢別分布状況

■会員の年齢層



50代以上が顧客の過半数を占める
当社にとって、アクティブシニア世代への注目は好機

アクティブシニア世代

【特徴】

- 子育てが終わり、これからの人生を楽しむ世代
- 自分のライフスタイルにこだわりを持っている
- 時間的・金銭的余裕を持つ

健康
快適

娯楽
知的好奇心

安心
安全

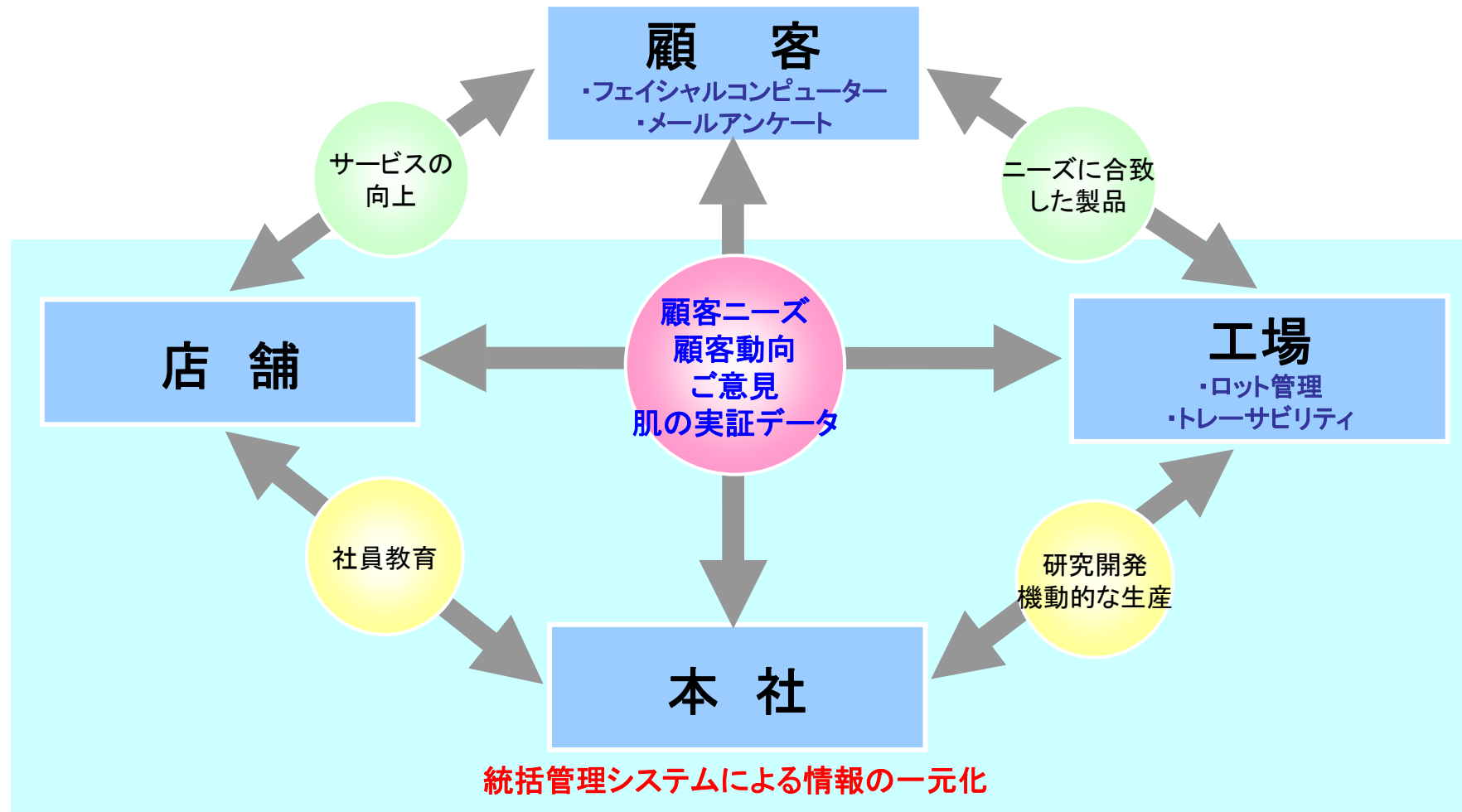
ファッション
美容

潜在的ニーズが高い

美容分野では

アンチエイジングの高まり
美しく年齢を重ねることへのニーズが拡大

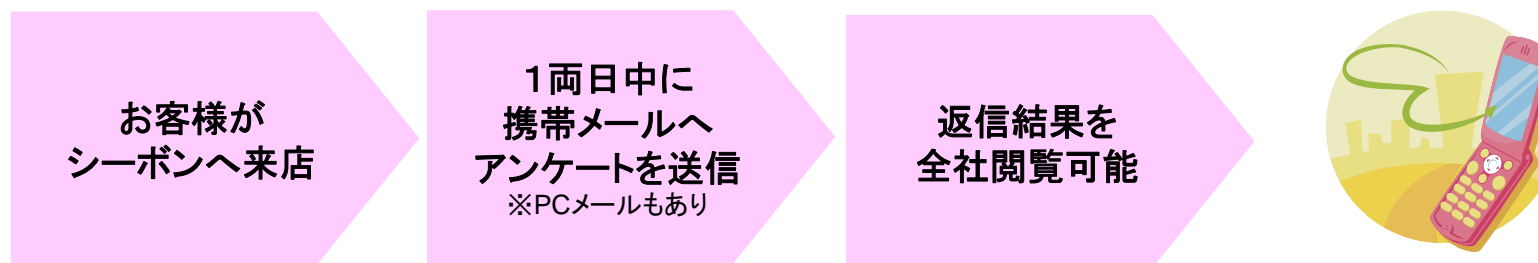
顧客情報の一元化によりタイムリーな施策を実現



メールアンケート

「メールアンケート」で収集された顧客ニーズを取り入れ、サービスの質を向上

■メールアンケートの流れ

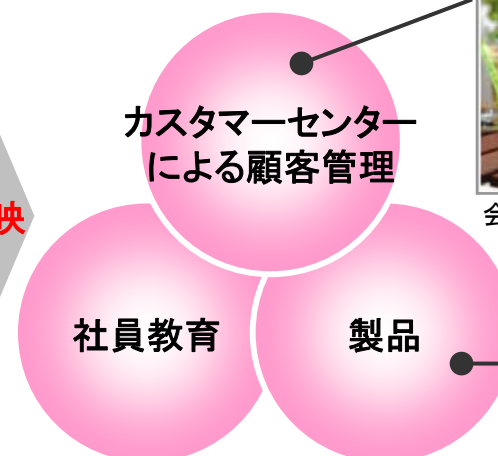


【メールアンケートの特性】

- お客様のリアルタイムなご意見を収集
- クレームやご不満の小さな芽を事前察知
- 即日など、スピーディーな対応

年間20万件にのぼる
お客様の声

反映



会報誌「クラブシーボン」

美容情報の提供
や顧客サービスの
企画立案などへの
反映

EX.

- ・包装の簡易化
- ・トラベルキット

とても気持ち良い時間を過ごすことができました。これからも変わらず利用させていただきま
す。きっかけを作って下さったご担当の方、本
当にありがとうございました。100歳まで変わ
らずにずっとキレイでいたいです。

(町田店 61歳)

とても良い対応でリラックスできました。
20年ぶりに会った友人に「あなたはいつ年を
取るの？肌ハリがあり、シワもなく、キレイで
うらやましい」と絶賛されました。
これもシーボンに出会ったおかげだと感謝して
います。

(梅田店 55歳)

50年ものあいだ、色々な化粧品を使ってまし
たが、初めて素晴らしい化粧品に出会いまし
た。とても嬉しく思っております。

(小倉店 74歳)

丁寧にマッサージしていただき満足です。素敵
な方で、お仕事にも誠実さが感じられて感心し
ました。優しいお人柄が感じられ、いい時間が
過ごすことができました。また担当していただく
のを楽しみにしています。

(青葉台店 48歳)

スタッフの方々が素晴らしく、お手入れはもちろん
挨拶を交わすだけで、本当にお伺いしてよかった、
と毎回感じています。和やかな雰囲気の中にもプ
ロ意識を感じ、接待態度も大変好意的に受け止
めております。たくさんのが求められる中で
他との差異を感じています。商品に付随したサー
ビスなどもご提供いただき感謝しております。(自
由が丘南口店 45歳)

お誕生日月だったので、マッサージパックをプ
レゼントしていただき、とても感激しました。
会社の同僚に「最近肌がきれいになったね」と
声をかけられました。シーボンってすごいです
ね。すぐに効果が出て、今まで色々メーカー
を試しましたが、こんなに満足度が高い化粧
品は初めてです。

(銀座店 46歳)

フェイシャルコンピューター

「フェイシャルコンピューター」による顧客情報の一元管理



過去の
購入履歴

現在使用中
の化粧品

肌チェック
の結果

etc.....

全国オンラインで共有化

全国のサロンで、
データに基づく
アフターサービスが可能に！

のべ40万人を超える
肌データの実証データを保存

研究開発
への応用

通期予想

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期	前年比
売上高	14,305	14,654	2.4%
営業利益	1,196	1,258	5.1%
営業利益率	8.4%	8.6%	—
経常利益	1,245	1,273	2.3%
経常利益率	8.7%	8.7%	—
当期純利益	533	646	21.2%
当期純利益率	3.7%	4.4%	—
1株当たり当期純利益	125.62円※	152.27円	—

※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。

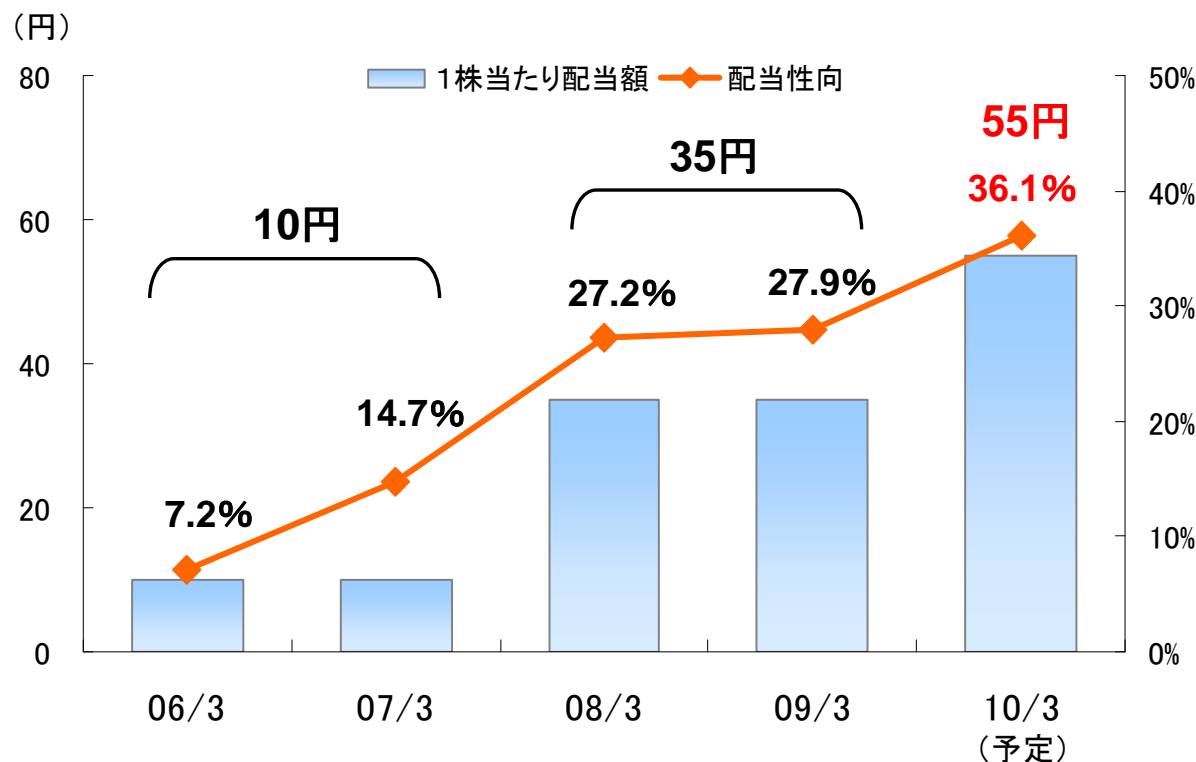
株主還元策

中長期的目標
配当性向 50%



【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まいります。



【配当予定(2010年3月期)】

- ・一株当たり配当額

第2四半期	20円(記念)
期末	35円(普通・予定)
合計	55円
- ・配当性向・・・36.1%(予定)

【株主優待】

- ・15,000円相当の自社製品
- ⇒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。

本資料お取扱い上のご注意

- ・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