

シーボンの コンセプト



体験して みませんか



初めてお申込みの方限定
※20才以上の女性限定

シーボントライアルコース 1,500円

クレンジング & 酵素洗顔	スキン チェック	東洋式美顔 マッサージ
肌別パック	アフター カウンセリング	メイクサービス (ご希望で)

体験した方全員に、
肌別スターターセットを
プレゼント♪



※カウンセリングやスキンチェック、お手入れ、アドバイス等
を含め120~150分程度お時間をいただいております。

セット内容 (一例)

- ・クレンジング&
マッサージクリーム
- ・洗顔料
- ・酵素洗顔パウダー
- ・化粧水
- ・肌トラブル別美容液 (2種)

※お肌に合わせてお選びいたしますので、写真とは異なる場合がございます。

ご予約はお電話またはインターネットで
0120-4892-39
<http://www.cbon.co.jp/campaign/index.html>

※通常のトライアルコースとは別に、季節ごとのキャンペーンを行っております。詳しくはお電話あるいはホームページよりご確認ください。

株式会社シーボン

(本店)東京都港区六本木七丁目18番12号
(メインオフィス)神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目20番8号
Tel. 044-979-1234(代表) Fax. 044-979-1235
ホームページアドレス: <http://www.cbon.co.jp>



この冊子は、FSC™認証紙と、環境に優しい植物油インキを使用して印刷しています



C'BON

To create and produce the beauty

第46期 第2四半期
2010年4月1日~2010年9月30日



C'BON BUSINESS REPORT

P1~3
トップインタビュー —— 代表取締役社長 金子 靖代
集客に繋がるブランディング活動を積極的に推進してまいります。

P5~6
[特集] ダイレクトアプローチの可能性
~より多くの女性にシーボンを知っていただくために~

Top Interview

トップインタビュー

集客に繋がるブランディング活動を積極的に推進してまいります。

シーボンの集客方法

「ダイレクトアプローチ」について

シーボンでは、新規のお客様を開拓するために、電話やイベント活動、折込チラシ、WEB広告などの集客活動を通じて、店舗でのトライアルコースへ誘致しております。そのなかでも特に重視しているのが、電話集客やイベント集客というダイレクトアプローチで、昨年までシーボンに初めてご来店される方の7、8割を占めていました。この方法の利点は大きく二つあります。まず一つは、シーボンの特長を事前にきちんとご説明することで、トライアルコースを受けていただく前と後のギャップを埋め、ご理解を深めていただけるということです。シーボンは化粧品をご購入いただいたのち、アフターサービスを提供する独自のシステムを採っているため、事前説明は非常に重要なことだと考えております。二つ目は、化粧品のトレンドにあまり敏感でない女性も集客することができるということです。近年は、美容雑誌やTVCM以外にもインターネット上の広告や口コミ情報を通じ、化粧品や美容に関する様々な情報を取得することができます。しかし、世のすべての女性がこうした情報を敏感に察知



代表取締役社長 金子 靖代

しているわけではありません。日々のお仕事や子育てに追われ自分を顧みる余裕がなかったり、年齢を重ねるなかでキレイになることをあきらめてしまったり…。しかし女性にとって、「キレイになりたい」という願望や期待は普遍の心理です。ですからシーボンでは、潜在的ニーズを喚起するため、ダイレクトアプローチという方法で直接働きかけ、トライアルコースを通じて「キレイになる」ことの喜びを感じていただきたいと思っております。

集客活動の変革、 ブランディング活動の推進について

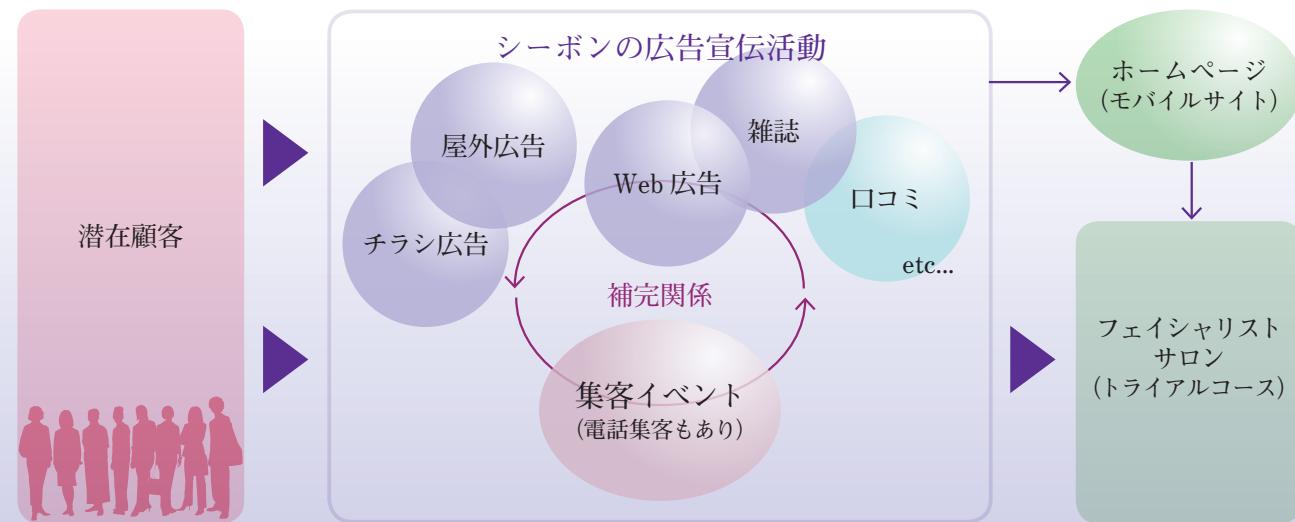
一方で、こうしたダイレクトアプローチを行うにあたっては、コンプライアンスを遵守した集客活動を行う必要があります。特に電話での集客につきましては、女性の生活環境の変化や、消費者の電話営業に対する防衛意識の高まりに加え、今後更なる法規制強化が行われることが予想されます。そこで当社では、将来のことを見据え、当期より集客活動のメインをこれまでの電話からイベントでの集客活動へシフトを図ることといたしました。これまで行ってきた女性が多く集まる展示会や駅・街頭でのイベント実施の回数を増やしていくとともに、新たな試みとして、スポーツクラブやスパ施設、料理教室など、「美容」と「健康」への関心が高い女性が集まりやすい異業種とのコラボレーションによる集客イベントを実施しております。

またこうした集客活動をさらに強化するために、ブラ

ンディング活動を積極的に推進することで広くシーボンへの認知度を高め、集客活動が行いやすい環境づくりを行うことが重要だと考えております。シーボンを目や耳にする機会、シーボンに興味を持っていただける機会を増やし信頼感を醸成することが、イベントによる集客を行いやすい、さらにはトライアルコースへの来店に結びつけやすい環境になると考えているからです。

そのため、当事業年度を助走期間と位置づけ、来年度以降の積極的なブランディング活動のため、シーボンから発信する各種情報のブランドイメージを統一するとともに、ツールの整備にとりかかっております。当第2四半期におきましては、手始めとして、8月に期間限定で東京メトロ丸の内線「新宿駅」のコンコースにて全長80メートルの大規模な壁面広告を実施し、あわせて同広告前での集客イベントを行うとともにモバイルサイトのリニューアルを行い、新たな動線を創出いたしました。

【トライアルコースまでの動線】



当第2四半期の業績・今後の取組みについて

当第2四半期における国内化粧品市場は、異業種からの新規参入など国内化粧品市場の競争は激化しておりますが、当社は引き続き、高機能・高品質な化粧品を提供することに加え、直営のフェイシャリストサロンにおいて販売後のアフターサービスを行うことで、シーボンのオリジナリティを追求してまいりました。先程ご説明させていただいた集客方法の大きな変更に加え、各店のアフターリーダー^{※1}を中心に、入会間もないお客様に対するきめ細かなサービス、サポートを徹底することにより既存顧客の定着強化に取り組ましました。

その結果、当第2四半期における売上高が前年同期比2.3%増の75億87百万円、経常利益が前年同期比90.7%増の8億90百万円、四半期純利益が前年同期比29.7%増の4億1百万円となりました。前年と比較し利益が伸びた大きな要因は、当事業年度よりポイント引当金^{※2}の算定方法の精度を上げたことによるものです。ポイント引当金などの特殊要因を除いた営業活動によるキャッシュ・フローでは、前年同期比8.6%増の6億72百万円となりました。

当第2四半期における実績は前年を上回る結果となりましたが、これまでご説明してきたようにトライアルコースへの来店動機で一番の比率を占めていた電話集客を大きく減らしたことが、当初予定していた売上を達成できなかった大きな要因であり、楽観視する状況ではありません。ブランドイメージとはすぐに定着するものではなく、集客活動や広告宣伝活動、さらには来店いただいたお客様の声一つ一つの積み重ねが「シーボンブランド」を形成していくと考えているからです。

シーボンは、来年1月で創業45周年を迎え、第3四半期からは、お客様から来店毎に寄せられるメールアンケート^{※3}の結果がフェイシャリストの評価に反映される

ようになります。製品をご購入いただいてからお客様との関係が始まるという原点を今一度見つめ直し、シーボンに集うすべてのお客様に100%ご満足いただける製品・サービスを提供することが、今後の成長につながっていくと考えております。

※1：アフターリーダー

各店舗に配置されたアフターサービスのために来店されたお客様の対応をするフェイシャリストのリーダー。

※2：ポイント引当金

将来のポイント消化によって発生する無償のアフターサービスのための費用に対する引当金。
シーボンでは、化粧品の購入金額に応じてポイントを付与し、1ポイントにつき1回のアフターサービスを提供している。

※3：メールアンケート

携帯メールを活用し、お客様に来店毎の満足度を評価していただくシステム。毎月2万件以上の貴重なご意見を収集している。

株主の皆様へのメッセージ

シーボンは、株主の皆様を支えられ上場1周年を迎えました。突然何かが大きく変わるということはありませんが、社員一人一人に上場会社の社員であるという自覚が広く浸透してきたのを肌で感じております。これからも株主の皆様のご期待に沿うよう、役職員一同気を引き締めてまいりたいと思います。

なお、今回の中間配当については、予定通り1株あたり35円を実施させていただきました。また当期の期末配当については55円とし、中間配当と合わせた年間配当額を90円とさせていただく予定です。

株主の皆様におかれましては、今後とも当社事業へのご理解とともに、一層のご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

C'BON NEWS

シーボンニュース (2010年7月～2010年11月)



August
8月

・モバイルサイト
リニューアル

2010年7月

・二子玉川店オープン
・「シーボン酵素美人—黒酢」発売



July

酵素美人—黒酢



MDシリーズ

November 11月

・「シーボンMDシリーズ」(全6品)のうち、
油溶性美容液3品(「MEエッセンスMD」
「スポットドライMD」「ホワイトスムージング
エッセンスMD)」をリニューアル発売
・「シーボン アサイベリー」発売
・梅田店移設オープン

アサイベリー



10月

・「シーボンコンセントレート
アイトリートメント」発売



コンセントレート
アイトリートメント

9月 September

・大阪ヒルトンプラザ店オープン
・水戸店移設オープン
・「フェイシャリスト FPプログラム14」
リニューアル発売



フェイシャリスト FPプログラム14

ダイレクトアプローチの可能性

～より多くの女性にシーボンを知っていただくために～

シーボンでは、一般的な広告宣伝活動に加え、ダイレクトアプローチを取り入れた集客活動を展開しています。集客イベントを通じ女性と直接対話することで、アフターサービスを行う独自システムへのご理解を深めていただくとともに、女性の持つ「美しくなりたい」という思いを喚起しています。

どんな場所で行っているの？

東京ドームのような大規模施設で開催されるイベントなどに特設ブースを設けたり、駅のコンコースや商店街のなかでスペースをお借りし、全国で月80～100回程度行っています。代表的なものとして、4月17日(土)～19日(月)には、来場者数5万人を超える日本最大の国際美容見本市「ビューティーワールド ジャパン」に、9月13日(月)～15日(水)には、ビューティ

駅構内イベントの様子



DIET&BEAUTYフェア ブース内の様子

ビジネスに特化した専門展示会「DIET&BEAUTYフェアASIA2010」に出展しました(ともに東京ビッグサイトにて開催)。

また最近では、スポーツクラブやスパ施設、料理教室など“美容”や“健康”に関心の高い女性が多く集まる場所での集客イベントも積極的に行っています。

全長80mの巨大4面広告～集客イベントを同時開催～

東京メトロ丸の内線「新宿駅」のコンコースにて、8月9日(月)～15日(日)の1週間、全長80メートルの壁面広告を期間限定で実施しました。巨大ポスター前のスペースでは、

無料の肌チェックや化粧品のサンプリングによる集客イベントを同時開催し、より多くの方に目を触れる機会を創出するとともに、その場でトライアルコースを予約していただけるという新しいスタイルとなりました。



イベントではどんな集客活動をしているの？

スタッフ一人一人がシーボンの“看板”であり、イベント会場はシーボンの宣伝場所となります。お客様の中には、シーボンをご存知ない方もいらっしゃいますので、「化粧品会社」であることからシーボン独自のサロンシステムまで丁寧にご説明し、フェイシャルサロンでのトライアルコースを楽しみにしていただけるよう努めています。



【集客の流れ】

○直前ミーティング

集客イベントを始めるにあたって必ずミーティングを行い、お声かけの方法や集客場所の範囲などの留意事項を入念にチェックします。



(イベント開始)



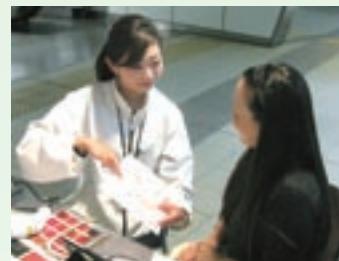
①肌チェック & サンプルのお渡し

日常生活ではなかなか試す機会のない機材を用いた「肌チェック」を行い、肌のお悩みをヒアリングし、肌のお悩みにあわせた美容液のサンプルをお渡ししています。その場でホームケアのアドバイスを行うことも。



②シーボンのサロンシステムをご案内

パンフレットを使用し、シーボンのサロンシステムの特長やトライアルコースをご紹介。肌のお悩みと合わせてお話をさせていただくことで、「美しくなる」ことの喜び、楽しさをお伝えしています。



③ご予約

ご予約をいただく際には、トライアルコースの所要時間や、肌のお悩みに合わせた化粧品のご提案をさせていただいていることをお伝えし、製品ラインナップやサロンシステムが記載されたパンフレットをお渡ししています。

ご予約をいただけなかった場合にも、「いつかシーボンに行ってみたい!」と思っていただけるような接客を心がけています。

New Products Information

新製品紹介

2010年11月1日 「シーボンMDシリーズ」の油溶性美容液3品がバージョンアップ

- (左から)
- シーボン アセンディングエッセンス MD (水溶性美容液)
敏感
 - シーボン CH エッセンス MD (水溶性美容液)
保湿
 - シーボン VC エッセンス MD (水溶性美容液)
美白
 - シーボン ME エッセンス MDS (油溶性美容液)
エイジングケア※ 新登場
 - シーボン ホワトスムージングエッセンス MD (油溶性美容液)
美白 新登場
 - シーボン スポットドライ MDS (油溶性美容液)
高保湿 新登場
- 上記全て [医薬部外品] 35ml/ ¥15,225 (税込)

※年齢に応じたケア

シーボンでは、まだ美容液というアイテムが基礎化粧品のひとつとして認識されていなかった1985年に「シザープルCH美容液」を誕生させて以来、さまざまな美容液を開発してまいりました。2001年に発売した「シーボンMDシリーズ」は、Medical Doctorをコンセプトに、肌トラブル別に開発された薬用美容液シリーズです。水溶性美容液3品と油溶性美容液3品の2タイプからなり、乾燥、シミ・ソバカス、肌あれ、敏感などの肌トラブルに対して積極的に働きかけ、理想的な美肌へ導きます。

今年2月、水溶性美容液3品が先行バージョンアップしたのに続き、このたび、油溶性美容液3品についても専門機能を高め、より早く確実に美肌へと導くエキスパート美容液としてバージョンアップいたしました。

「シーボンMDシリーズ」は、水溶性と油溶性を組み合わせたダブル使いをすることでより相乗効果を発揮するのが大きな特徴です。肌状態や悩み、季節に応じて自由に組み合わせを変えられるので、肌に必要な成分がきちんと届き、イキイキとした素肌へと導きます。



進化を続けるシーボンの美容液

1985年9月

「シザープルCH美容液」発売



1989年3月

シミ発生メカニズムに着目した「VCエッセンス」を発売

1988年8月

シワ用「スポットドライ」、皮脂を抑える「スポットオイル」を発売

1990年9月

美容液4品を医薬部外品としてパワーアップ

1993年10月

美白のための「ホワトスムージングエッセンス」を発売

2001年9月

シーボンを代表するトラブル別美容液全6品、MDシリーズが誕生。



1994年4月

過酸化脂質に着目した「MEエッセンス」、敏感肌にもやさしい「アセンディングエッセンス」を発売

説明書(能書)と外装が一体化したパッケージを採用。簡易包装(実用新案申請中)で環境にも配慮しています。



2010年11月1日

シーボン初のサプリメント「シーボン アサイベリー」新発売



アサイとは、ブラジルのアマゾン川流域に原生する果実で、抗酸化力が高いことから近年注目を集めています。シーボンではこのアサイの抗酸化力に着目し、ブラジル農務省が定めた最高級グレードのアサイを採用。さらに、6種類のベリー、植物発酵エキス、ローヤルゼリー、はちみつなどを独自のベストバランスで配合し、キレイのための成分をギュッと凝縮。毎日の食事だけでは不足しがちな栄養素を、デザート感覚で楽しみながら補い、なりた肌を内側からサポートするサプリメントの誕生です。



- 14g×30袋 ¥12,000(税込)
- 14g×7袋* ¥2,800(税込)
- ※通信販売限定

・飲みきりタイプのサプリメント ▶
・香料・着色料・保存料 不使用



ポリフェノール
ブルーベリーの約18倍

ビタミンE
かぼちゃの約4倍

鉄分
ほうれん草の約2倍

食物繊維
ごぼうの約3倍

アミノ酸 不飽和脂肪酸(オレイン酸・リノール酸・α-リノレン酸)

(アサイ果実100gに含まれる栄養素/無水物換算値/財団法人 日本食品分析センター調べ)

詳しくはホームページ特設サイトへ：<http://www.cbon.co.jp/acai/>

Financial Statements

財務諸表

貸借対照表

単位：百万円

	当第2四半期 2010年9月30日現在	前期末 2010年3月31日現在
資産の部		
流動資産	5,501	5,518
固定資産	5,526	5,426
有形固定資産	3,957	3,916
無形固定資産	102	105
投資その他の資産	1,466	1,404
資産合計	11,028	10,945
負債の部		
流動負債	1,975	2,332
固定負債	431	198
負債合計	2,406	2,530
純資産の部		
株主資本	8,632	8,421
資本金	449	449
資本剰余金	333	333
利益剰余金	7,849	7,638
自己株式	△0	△0
評価・換算差額等	△11	△6
新株予約権	0	—
純資産合計	8,621	8,415
負債・純資産合計	11,028	10,945

損益計算書

単位：百万円

	当第2四半期 2010年4月1日から 2010年9月30日まで	前第2四半期 2009年4月1日から 2009年9月30日まで
① 売上高	7,587	7,417
② 売上原価	1,319	1,584
売上総利益	6,268	5,833
③ 販売費及び一般管理費	5,405	5,362
営業利益	863	470
営業外収益	27	33
営業外費用	1	37
経常利益	890	466
特別利益	0	20
特別損失	174	21
税引前四半期純利益	715	465
法人税、住民税及び事業税	326	218
法人税等調整額	△12	△61
④ 四半期純利益	401	309

キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円

	当第2四半期 2010年4月1日から 2010年9月30日まで	前第2四半期 2009年4月1日から 2009年9月30日まで
営業活動による キャッシュ・フロー	672	619
投資活動による キャッシュ・フロー	△137	△13
財務活動による キャッシュ・フロー	△291	△252
現金及び現金同等物の 増減額	243	353
現金及び現金同等物の 期首残高	3,026	2,421
現金及び現金同等物の 四半期末残高	3,269	2,774

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果、得られた資金は672百万円となりました。これは主に、税引前四半期純利益715百万円、減価償却費151百万円、資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額156百万円、売上債権の減少102百万円、たな卸資産の減少116百万円、法人税等の支払303百万円によるものであります。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果、使用した資金は137百万円となりました。これは主に、有形固定資産の取得による支出111百万円、敷金及び保証金の差入による支出32百万円によるものであります。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果、使用した資金は291百万円となりました。これは、配当金の支払186百万円、長期借入金の返済による支出105百万円によるものであります。

決算のCheck Point

① 売上高

新たに2店舗出店したことや、イベントによる集客と期間限定の新製品の発売及び販売促進キャンペーン等のブランド力の強化を図りました。また、各店舗において入会後間もない顧客に対してきめ細かなサービスを徹底し、既存顧客の定着が奏功し、継続数等が増加いたしました。これらの結果、売上高は7,587百万円（前年同期比2.3%増）となりました。

② 売上原価

当事業年度より顧客のポイント残高管理方法について、顧客の更新月を起点に管理する方法から、四半期末日において有効であるポイント残高を管理する方法に移行し、このポイント残高に過去の使用実績に基づき将来使用されると見込まれる額をポイント引当金に計上いたしました。この結果、売上原価は1,319百万円（前年同期比16.7%減）となりました。

③ 販売費及び一般管理費

集客方法の効率化のため、チラシ等の集客効率の低い広告媒体の費用の削減や電話による集客に掛かる人件費及び通信費を減らす一方、店舗の新設等により人員を増強し、給与手当が増加いたしました。これらの結果、販売費及び一般管理費は5,405百万円（前年同期比0.8%増）となりました。

④ 四半期純利益

当事業年度より「資産除去債務に関する会計基準」の適用に伴う特別損失が発生いたしました。この結果、四半期純利益は401百万円（前年同期比29.7%増）となりました。

株主様アンケート結果報告

2010年度 株主優待のご案内にてご協力をお願いいたしました株主様アンケートにつきまして、多数のご回答をいただき、ありがとうございます。当社では株主の皆様からの貴重なご意見・ご要望を、今後の経営に活かしていきたいと考えております。

一部ではございますが、株主優待に関するアンケート結果をご紹介します。

回答者数：4,165名（回答率88%）

当社にとって初めての株主優待の実施となりましたが、多くの株主の皆様にご支持いただき、誠にありがとうございます。今回のアンケート結果やご要望をもとに、より良い株主優待制度となるよう今後も検討を進めてまいります。

なお、2011年度の株主優待につきましては、2010年度同様、2011年3月31日時点にて当社株式を1単元（100株）以上保有の株主様に対し、15,000円相当の自社製品を贈呈いたします。

詳細な内容につきましては、決定次第ホームページにて発表させていただきます。

Q. 今回の株主優待のご印象をお聞かせください。

多すぎる 0.5%

満足 53.9%

普通 37.6%

不満 3.5%

期待はずれ 3.4%

その他 1.1%

Our Salons

フェイシャリストサロン一覧

フェイシャリストサロン一覧 (2010年11月30日現在)

★フェイシャリスト販売
直営店舗と同じサロンシステムを運営する販売代理店

岡山県	岡山店、倉敷店
広島県	広島店

大阪府	なんば店、大阪ヒルトンプラザ店、梅田店、高槻店
-----	-------------------------

京都府	京都店
-----	-----

兵庫県	三宮店、姫路店*
-----	----------

北海道・東北
6店舗

北海道	札幌店
秋田県	秋田泉店*、けやき通り店*
岩手県	盛岡店
宮城県	仙台店
福島県	福島店*

関東
69店舗

茨城県	水戸店、笠間店*
栃木県	宇都宮店、真岡店*、佐野店
群馬県	前橋店、高崎店、伊勢崎店、太田店
埼玉県	熊谷店、川越店、志木店、大宮店、浦和店、川口店、所沢店、入間店、春日部店、新越谷店、草加店
千葉県	柏店、松戸店、千葉店、ダイエー千葉長沼店、津田沼店、船橋店、市川店、浦安店
東京都 23区	新小岩店、亀有店、錦糸町店、門前仲町店、上野御徒町店、北千住店、赤羽店、池袋店、中野店、自由が丘南口店、自由が丘店、新宿西口店、新宿東口店、渋谷店、六本木店、銀座店、三軒茶屋店、経堂店、二子玉川店、大井町店、蒲田店

静岡県	沼津店、富士店、静岡店、浜松店
-----	-----------------

愛知県	豊橋店、豊田店、名古屋植田店、名古屋栄店、名古屋駅前店
-----	-----------------------------

三重県	四日市店
-----	------

岐阜県	イオン各務原店
-----	---------

富山県	富山店
-----	-----

石川県	金沢店、御経塚サティ店
-----	-------------

福岡県	福岡店、小倉店、春日原店
-----	--------------

長崎県	長崎駅前店、佐世保店
-----	------------

大分県	大分店
-----	-----

熊本県	熊本下通り店、熊本健車店
-----	--------------

宮崎県	宮崎店
-----	-----

鹿児島県	鹿児島店
------	------

※2010年12月1日 八千代緑ヶ丘店(千葉県) オープン予定

New Open!

二子玉川店 2010年7月1日オープン

「ショッピングのついでに、お気軽にお越しいただけるサロン」

東急田園都市線と東急大井町線が乗り入れ、アクセスが便利な二子玉川駅。駅周辺の再開発も進み、豊かな緑と都市が調和した街です。駅西口には、玉川高島屋S.C.があり、いつもお買い物を楽しむ人々で賑わっています。そんな高島屋西館の隣という、お買い物を楽しみながら立ち寄れる好立地で、主に美容関連のテナントで構成された新築ビルにフェイシャリストサロンがオープンいたしました。

白を基調とした清潔感あるサロンで、リラックスしたひと時を過ごせるよう、きめ細やかなサービスをお客様に提供してまいります。



〒158-0094 東京都世田谷区玉川3-15-1 曾根ビル3F

New Open!

大阪ヒルトンプラザ店 2010年9月1日オープン

「西日本のハイグレードな旗艦店。駅直結でアクセスも至便」

世界の有名ブランドが並び高級感漂う大阪ヒルトンプラザ。ここのイースト地下1階に、フェイシャリストサロンがオープンいたしました。

その洗練された美しい施設と駅直結という絶好のロケーションから、西日本の旗艦店として、近隣の梅田店とともにシーボンブランドを発信していきます。

ハイグレードな雰囲気の中、お越しいただいたお客様に贅沢なひと時を提供してまいります。



〒530-0001 大阪府北区梅田1-8-16 ヒルトンプラザイーストB1F

Corporate Data (2010年9月30日現在)

会社概要

会社概要

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
 本社機能 〒216-8556 神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目20番8号
 資本金 4億4,954万円
 従業員数 1,107名 ※パート社員含まず。

役員

代表取締役会長	犬塚 雅大	取締役	崎山 一弘	常勤監査役(社外)	石原 栄一
代表取締役社長	金子 靖代	取締役	朱峰 玲子	監査役(社外)	笹浪 恒弘
取締役	久保田英男	取締役	諏佐 貴紀	監査役(社外)	古川 雅一
取締役	本村 善文	取締役(社外)	高橋 健	執行役員	清水 和子
				執行役員	大森 慎一

株式状況

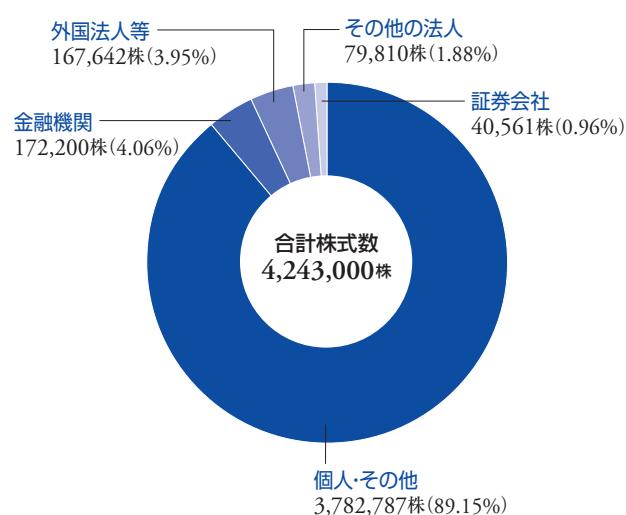
発行可能株式総数	16,000,000株
発行済株式の総数	4,243,000株
株主数	4,734名

大株主

大株主	所有株式数(千株)	持株比率(%)
犬塚 雅大	1,606	37.85
シーボン従業員持株会	323	7.62
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	162	3.83
株式会社三菱東京UFJ銀行	120	2.83
犬塚 公子	95	2.25
安田 亜希	95	2.25
望月 暁一	81	1.92
藤井 達夫	70	1.67
松下 依彩央	70	1.65
金子 靖代	63	1.51

(注) 1. 所有株式数は単位未満を切り捨てて表示しております。
 2. 持株比率は、自己株式(60株)を控除し、小数点第3位以下を四捨五入して表示しております。

所有者別株式分布状況



Information

お知らせ、株主メモ

2010年度の株主優待について

2010年度の株主優待のお申込みにつきましては、9月30日をもって締め切らせていただきました。なお、プランA「サロンケアセット」のスペシャルサロンケアの施行につきましては、2011年3月31日までとなっております。締切間際は、予約が取りづらくなる可能性もございますので、ご希望の株主様は、お早めにご予約ください。



サロンケア施行期限
2011年3月31日

予約専用ダイヤル 0120-4892-39
「株主優待ご招待」とお申し付けください。
(受付時間/月~金 10:00~18:00)

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)
株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関	大阪府中央区北浜四丁目5番33号 住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都中央区八重洲二丁目3番1号 住友信託銀行株式会社 証券代行部
照会先	〒183-8701 東京都府中市日鋼町1番10 住友信託銀行株式会社 証券代行部 フリーダイヤル 0120-176-417 (受付時間: 土日祝祭日を除く9~17時)
公告方法	電子公告により行います。 公告掲載URL http://www.cbon.co.jp/company/siteinfo/financial.html 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。

個人投資家向け会社説明会のご案内

下記のとおり、個人投資家向け会社説明会を予定しております。代表取締役社長 金子 靖代より、当事業の概況についてご説明申し上げます。皆様のご参加をお待ちしております。

①個人投資家向け会社説明会「ブリッジサロン」(東京)

日時: 2月19日(土) 13:00~

会場: 三田NNホール&スペース

所在地: 東京都港区芝4-1-23 三田NNビル地下1F

②IRフォーラム2011大阪 ~環境・安心・豊かな暮らし~(大阪)

日時: 2月27日(日) 10:30~

会場: グランキューブ大阪10F (大阪国際会議場)

所在地: 大阪府大阪市北区中之島5-3-51

※説明会のほか、企業ブースを出展予定です。お気軽にお立ち寄りください。

開催日の1~2ヶ月前より、当社IRサイトよりお申込みいただけます。IRサイトがご覧にならない場合には、当社IR担当窓口(044-979-1620)までご連絡ください。