



## 2010年3月期 決算説明会

2010年5月26日

株式会社シーボン  
(証券コード: 4926)

## 目次

2010年3月期決算の概況	2
2010年3月期決算報告	15
2011年3月期の取組み	24
【参考資料】シーボンの会社概要及び事業内容	34

# 2010年3月期 決算の概況

---

代表取締役社長  
金子靖代

# 決算のポイント

**CBON**  
To create and produce the beauty

## - 3期連続 增收増益を達成 -

国内スキンケア市場  
消費低迷を受け販売金額減少  
異業種の参入による競争激化

△  
独自性の追求により、他社  
との差別化を図る

	実績	前年比	業績予想 に対する達成度
売上高	149億36百万円	104.4%	+ 1.9% ( + 2億82百万円)
営業利益	13億68百万円	114.3%	+ 8.8% ( + 1億10百万円)
経常利益	13億92百万円	111.9%	+ 9.3% ( + 1億19百万円)
当期純利益	8億34百万円	156.5%	+ 29.1% ( + 1億88百万円)

### 【主な要因】

新規、アフターとも顧客に対する取組みが功を奏し、売上が増大

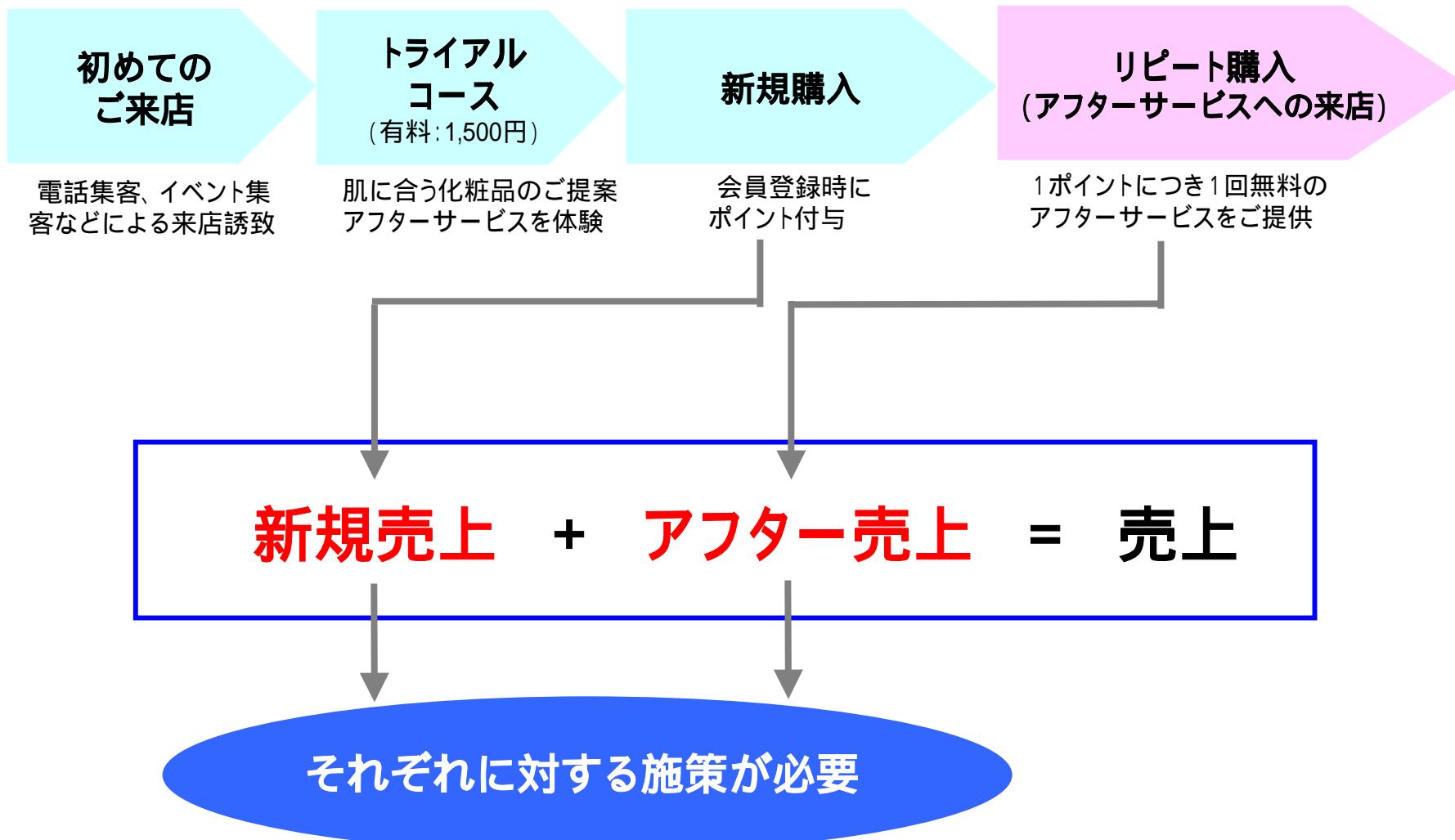
新規出店効果

既存製品の大型リニューアル

特殊要因により、当期純利益が拡大

# シー・ボンの売上構造

## 【シー・ボンの会員システム】



～ 新規顧客の集客や接客における効率化を図る ～

## 季節に応じた新規顧客キャンペーン

+

<2010年3月期の取組み>

### 集客の効率化

ダイレクトアプローチの強化  
(電話集客、イベント集客)



来店数のアップ

### カウンセラー制度の充実

(導入:2008.10～)  
新規顧客への接客・販売に  
特化した専門販売員を配置



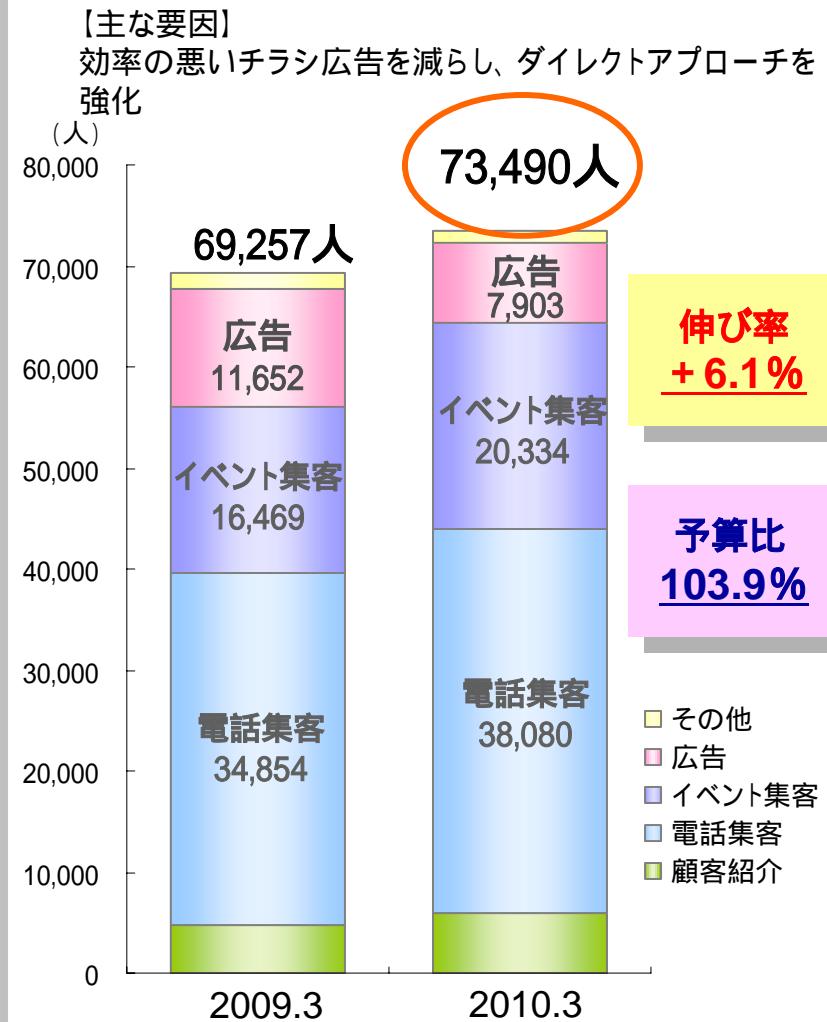
契約率・来店単価のアップ

来店単価 = 新規来店数 / 新規売上高

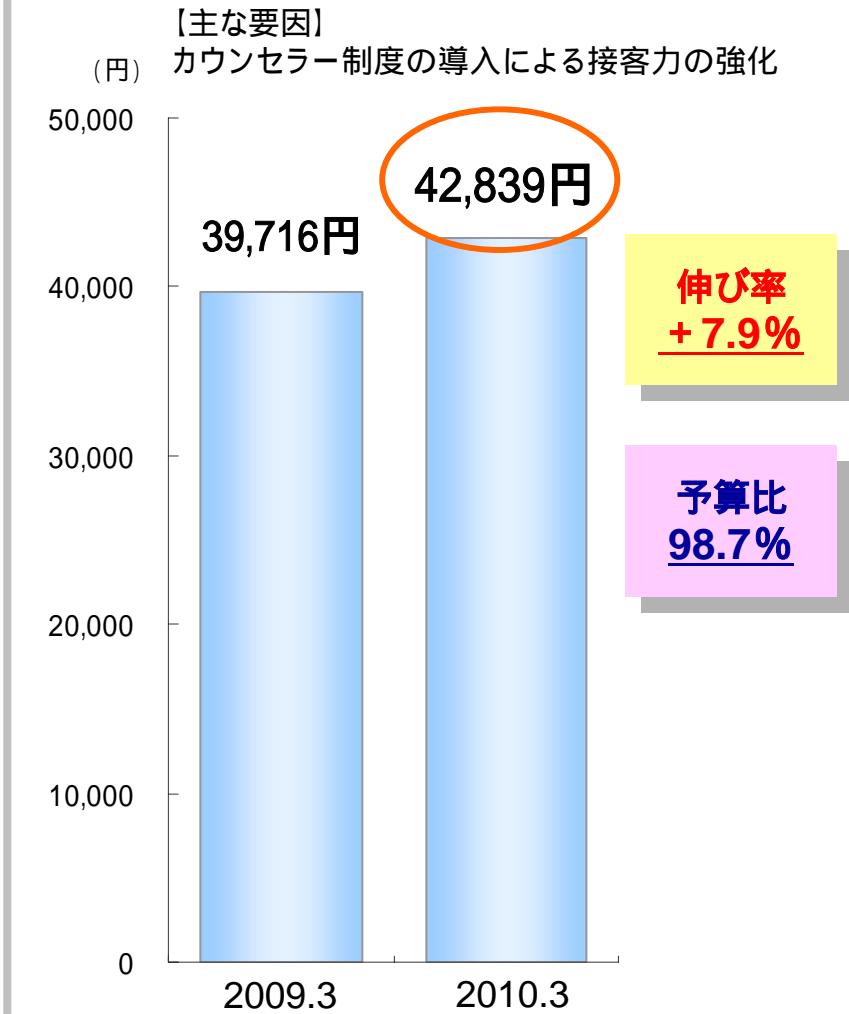
### 新規販促ツールの充実

# 新規売上に対する取組み結果

## <新規来店者数>



## <新規来店単価>

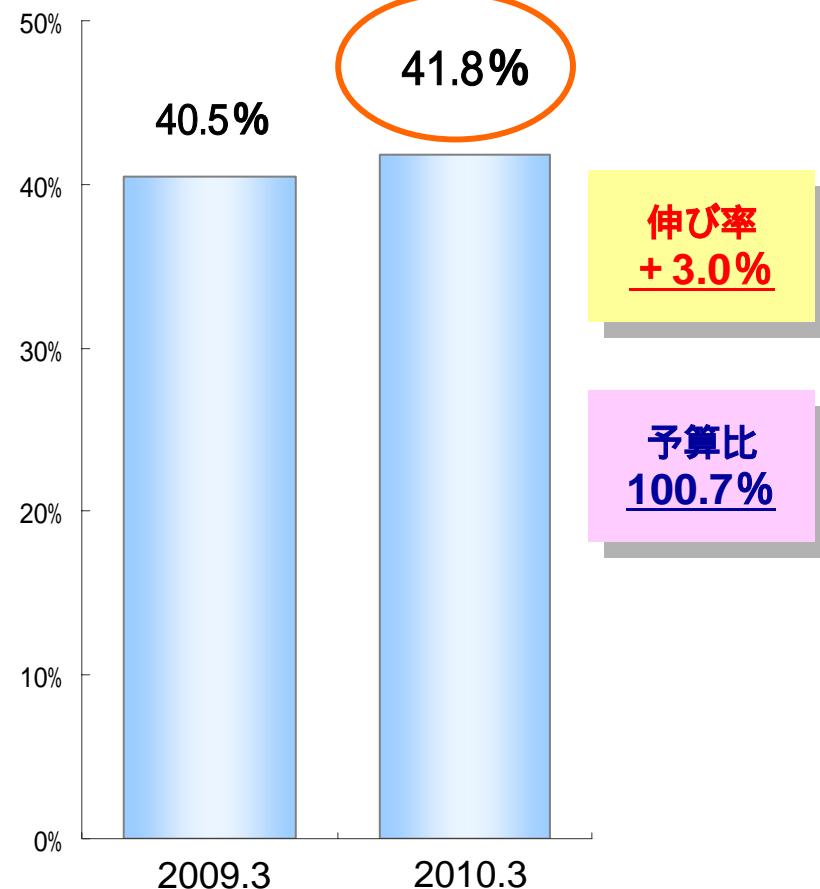


# 新規売上に対する取組み結果

## <新規契約率>

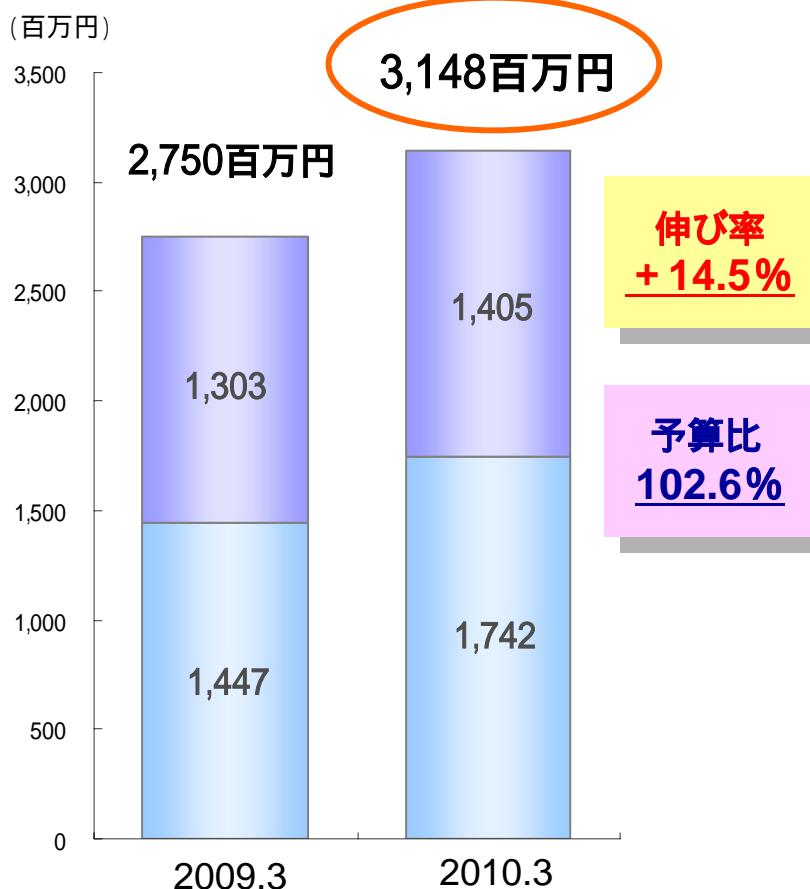
### 【主な要因】

カウンセラー制度の導入による接客力の強化



## <新規売上>

■ 上期 ■ 下期



# 2010年3月期 アフター売上拡大のための施策

CBON  
To create and produce the beauty

## ～ すそ野の拡大 & 顧客基盤の強化を図る ～

季節に応じたキャンペーン & 新製品発売や既存製品リニューアル

+

<2010年3月期の取組み>

### アフターリーダー制度導入

(2009.1 ~ )

各店舗にアフター顧客対応の  
リーダーを配置

接客の質を高める

顧客管理体制を強化し、顧客ごとの  
きめ細かな対応により顧客満足度  
の向上を図る

継続数のアップ

継続数：1ヶ月に1回以上来店のある人数

ロイヤルカスターの醸成

## ～ 繼続数の向上につながる製品ブランドの提供 ～

### 定番製品のリニューアル

#### ・コンセントレートシリーズ 10月



肌の「ハリ」に着目した  
エイジングケアシリーズ

価格帯 (税抜き)  
14,000円 ~ 30,000円

#### ・MDシリーズ 2月



肌トラブルに対応した美容液6品中、  
水溶性の3品がバージョンアップ

価格(税抜き): 14,500円

### 季節の限定製品

#### ・SPA BA 、 (夏季限定) 5月



価格(税抜き)  
35,000  
~ 45,000円

#### ・SPA CONCENTRATE (冬季限定) 11月



エイジングケア用SPA  
価格(税抜き)  
15,900円

### ラインナップを 埋める新製品

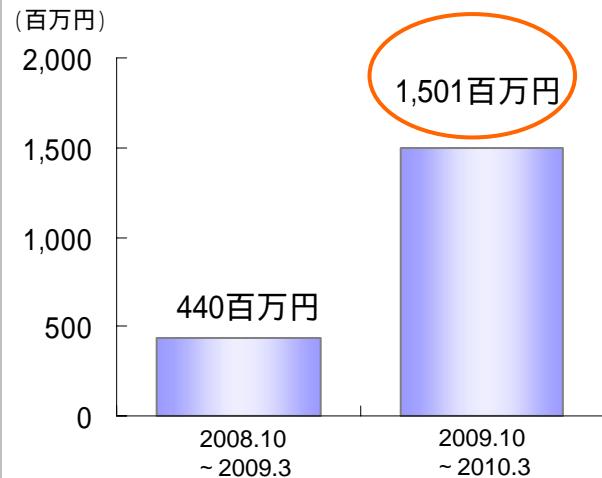
#### シーボン酵素美人 BXパックセット

SPA : 肌悩みを本格的にケアする美容液・クリーム・パックなどをそろえたサロンケア専用の化粧品セット

# 2010年3月期 主な新製品の状況

CBON  
To create and produce the beauty

## コンセントレートシリーズ（リニューアル発売）



売上高  
前年同期間比  
+ 241%

## 夏季限定 SPA BA 、

売上高  
711百万円

売上高  
前年同期間比  
+ 7%

前年夏季限定  
製品「SPA PJ」  
と比較

## 冬季限定 SPA CONCENTRATE

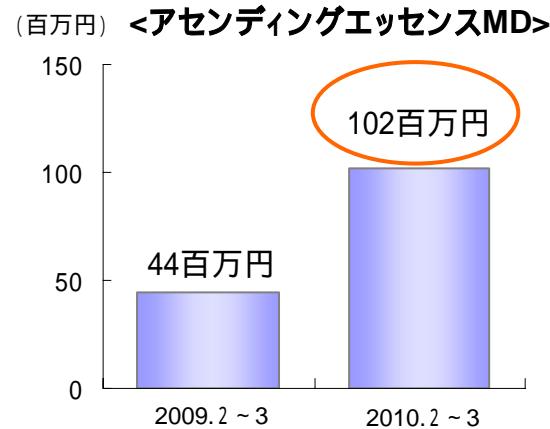
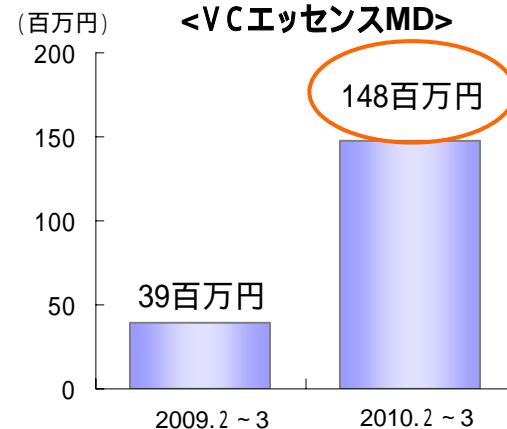
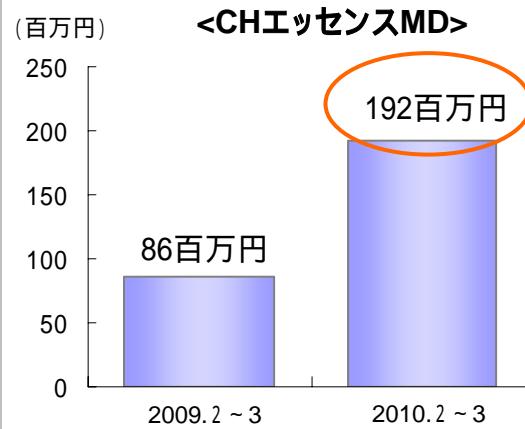
売上高  
436百万円

売上高  
前年同期間比  
+ 40%

前年同時期発売  
製品「SPA BX」  
と比較

## シーポンMDシリーズ（リニューアル発売）

売上高前年同期間比(3品合計) + 148%



購入率:継続数に対する購入者の割合

# 主なキャンペーン結果

## 9月 FPプログラム14増量キャンペーン

フェイシャリスト  
FPプログラム14

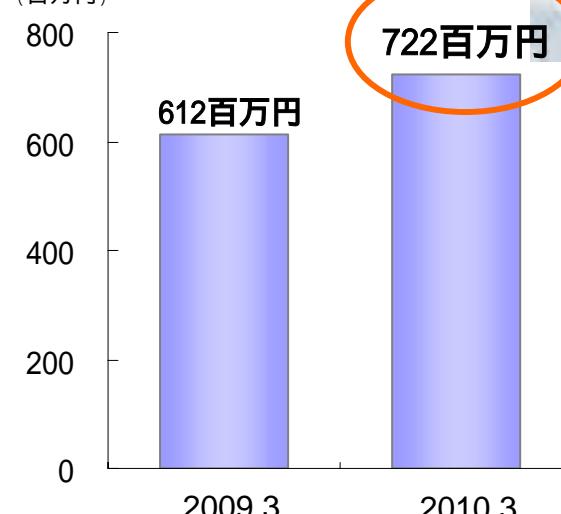
価格(税抜き): 23,000円  
(百万円)



## 3月 ファーメントパウダー増量キャンペーン

フェイシャリスト  
ファーメントパウダー  
(酵素洗顔料)

価格(税抜き): 29,100円  
(百万円)



## 7 ~ 8月 MOTTAINEIキャンペーン

世界的な活動“MOTTAINEI”キャンペーンに協賛  
従来より行っているガラス製品の空き瓶回収を促進する企画や、エコバッグを促進する企画を展開

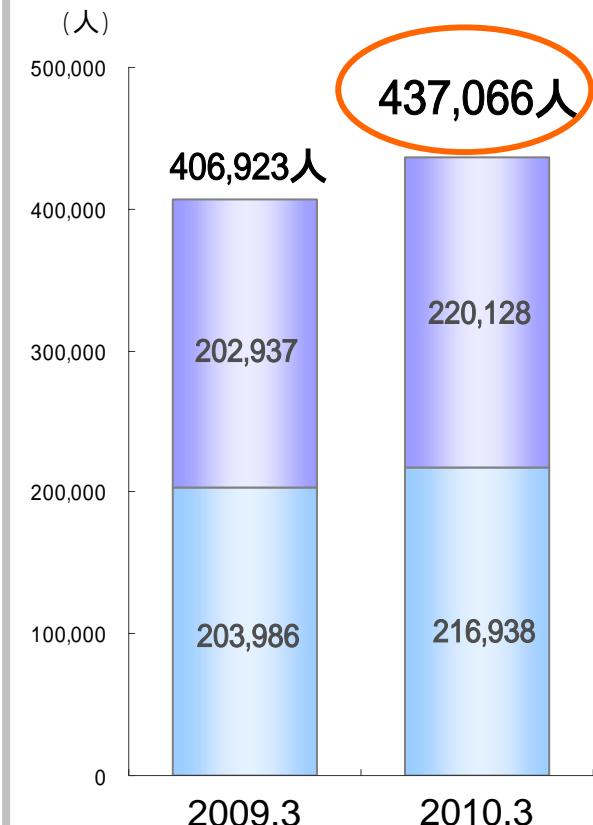
# アフター売上に対する取組み結果

## <継続数>

伸び率  
+7.4%

【主な要因】  
アフターリーダー制度  
導入による顧客フォロー  
体制の強化

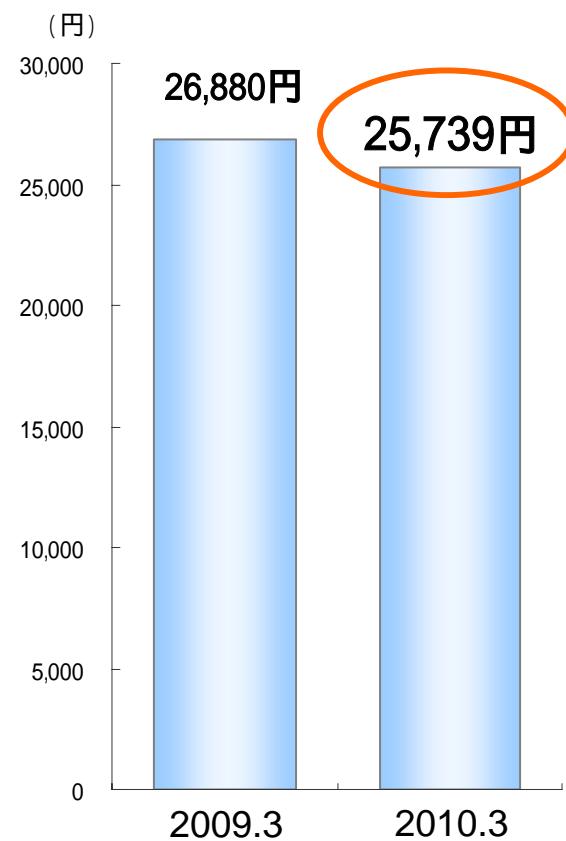
□ 上期 □ 下期



## <1人当たり月間購入単価>

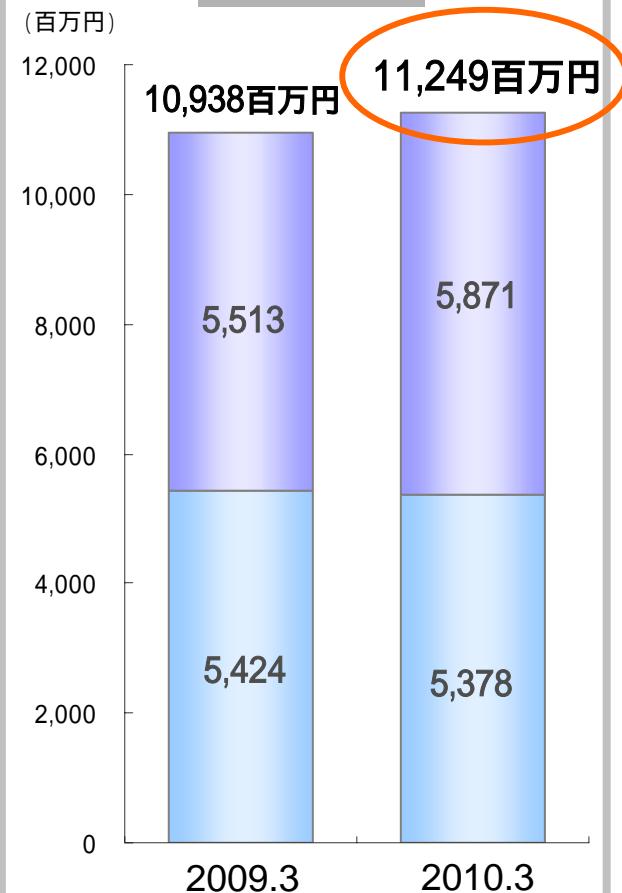
伸び率  
4.2%

【主な要因】  
継続数増加による  
すそ野の広がり



## <アフター売上>

伸び率  
+2.8%



# 直営店舗展開の状況

**CBON**  
To create and produce the beauty



---

# 2010年3月期 決算報告

---

取締役管理部担当  
諏佐 貴紀

# 業績ハイライト

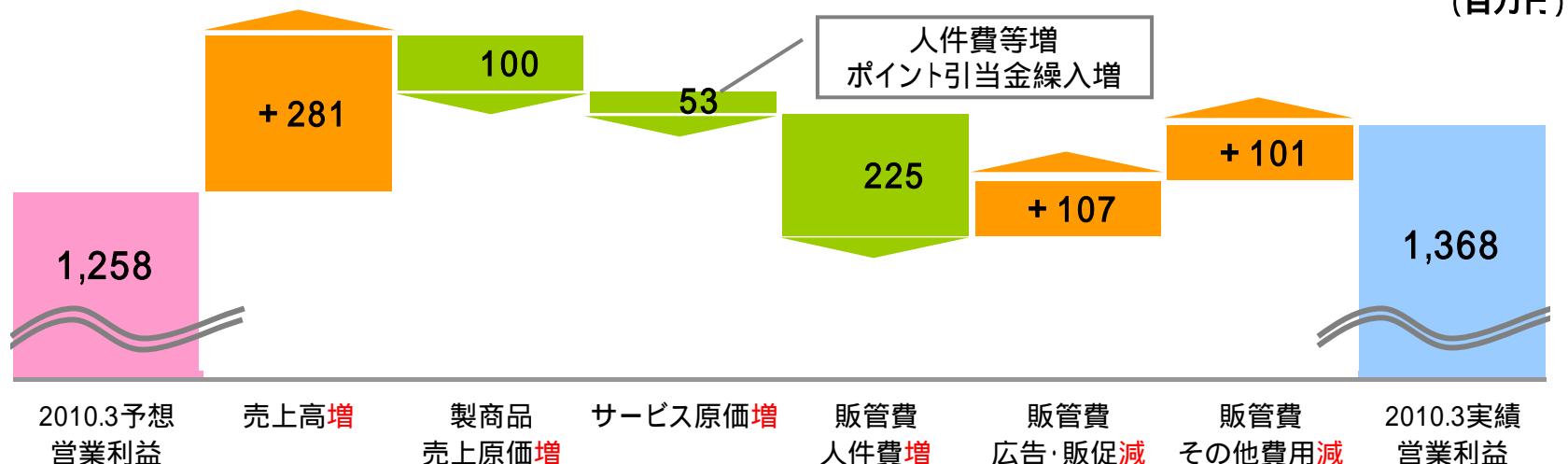
CBON  
To create and produce the beauty

(単位:百万円)

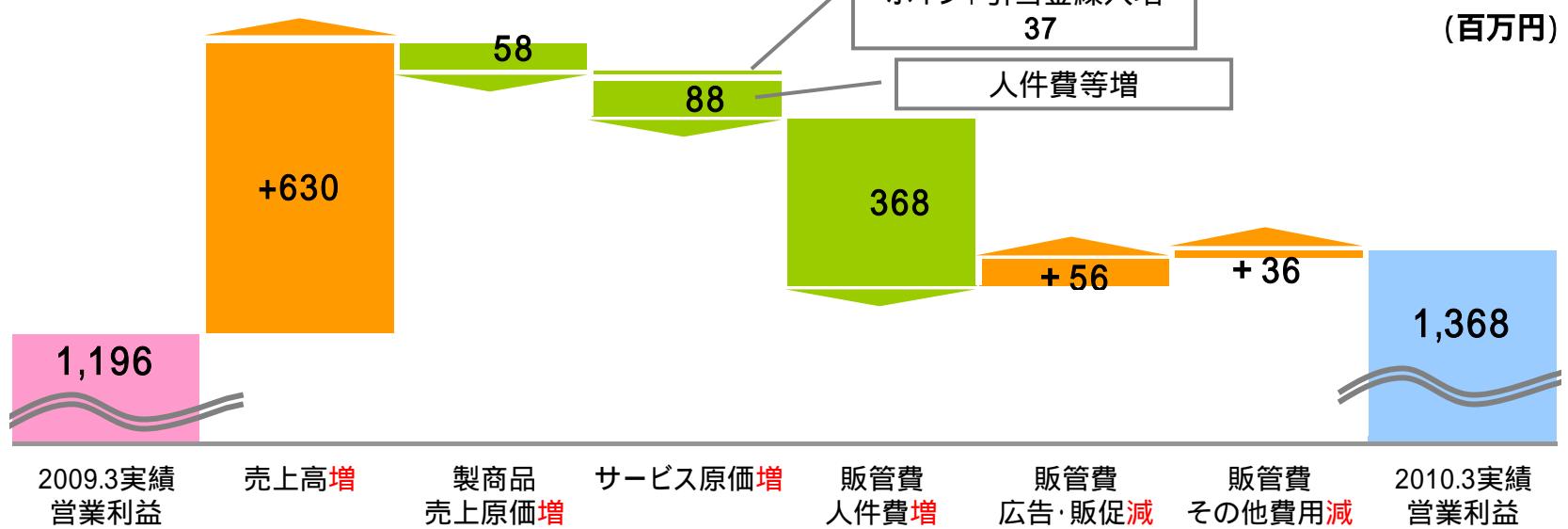
	2009年3月期 (前年)		2010年3月期 (予想)		2010年3月期 (実績)		前年比 (%)	予算比 (%)
	金額	売上比 (%)	金額	売上比 (%)	金額	売上比 (%)		
売 上 高	14,305	100.0	14,654	100.0	14,936	100.0	104.4	101.9
売 上 原 価	2,627	18.4	2,657	18.1	2,812	18.8	107.0	105.8
売 上 総 利 益	11,677	81.6	11,996	81.9	12,123	81.2	103.8	101.1
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	10,480	73.3	10,738	73.3	10,755	72.0	102.6	100.2
営 業 利 益	1,196	8.4	1,258	8.6	1,368	9.2	114.3	108.8
経 常 利 益	1,245	8.7	1,273	8.7	1,392	9.3	111.9	109.3
当 期 純 利 益	533	3.7	646	4.4	834	5.6	156.5	129.1

# 営業利益差異分析

## 【予算比】



## 【前年比】



# 差異要因（売上・売上原価）

## 売上高 増加要因

新規売上高のアップ

予算比102.6%  
前年比114.5%

アフター来店数(継続数)の増加

予算比102.7%  
前年比107.4%

## 製商品売上原価 増加要因

販売の好調(売上構成比 9.8%)

## サービス原価 増加要因

ポイント引当金の増加

アフター来店数の増加による差異 ... 43百万円

1来店当たりのサービスコストの減少による差異 ... 16百万円

27百万円  
の差異



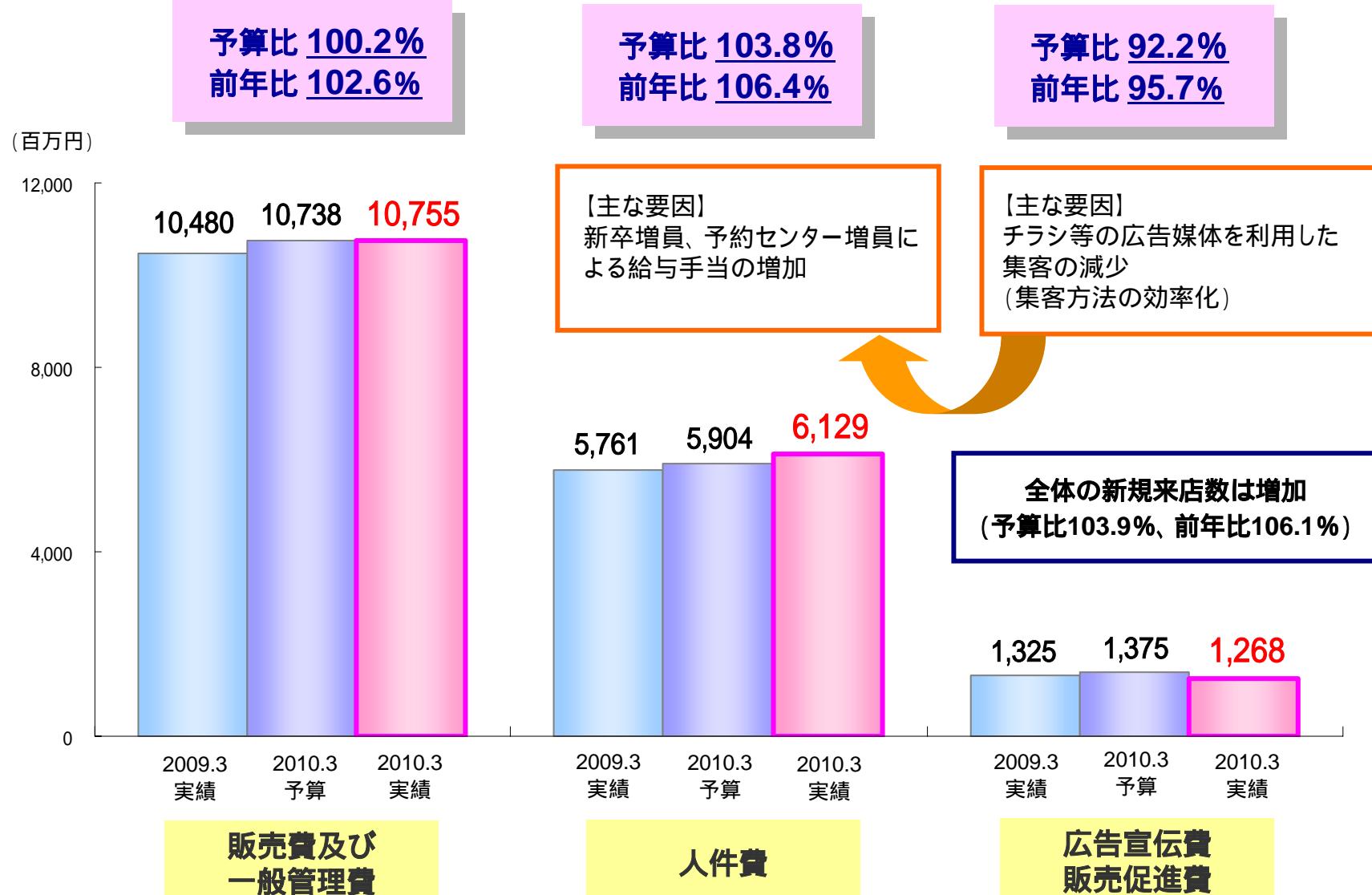
ポイント引当金：将来のポイントの消化によって発生するアフターサービスのための費用に対する引当金

将来の  
予測来店数

×

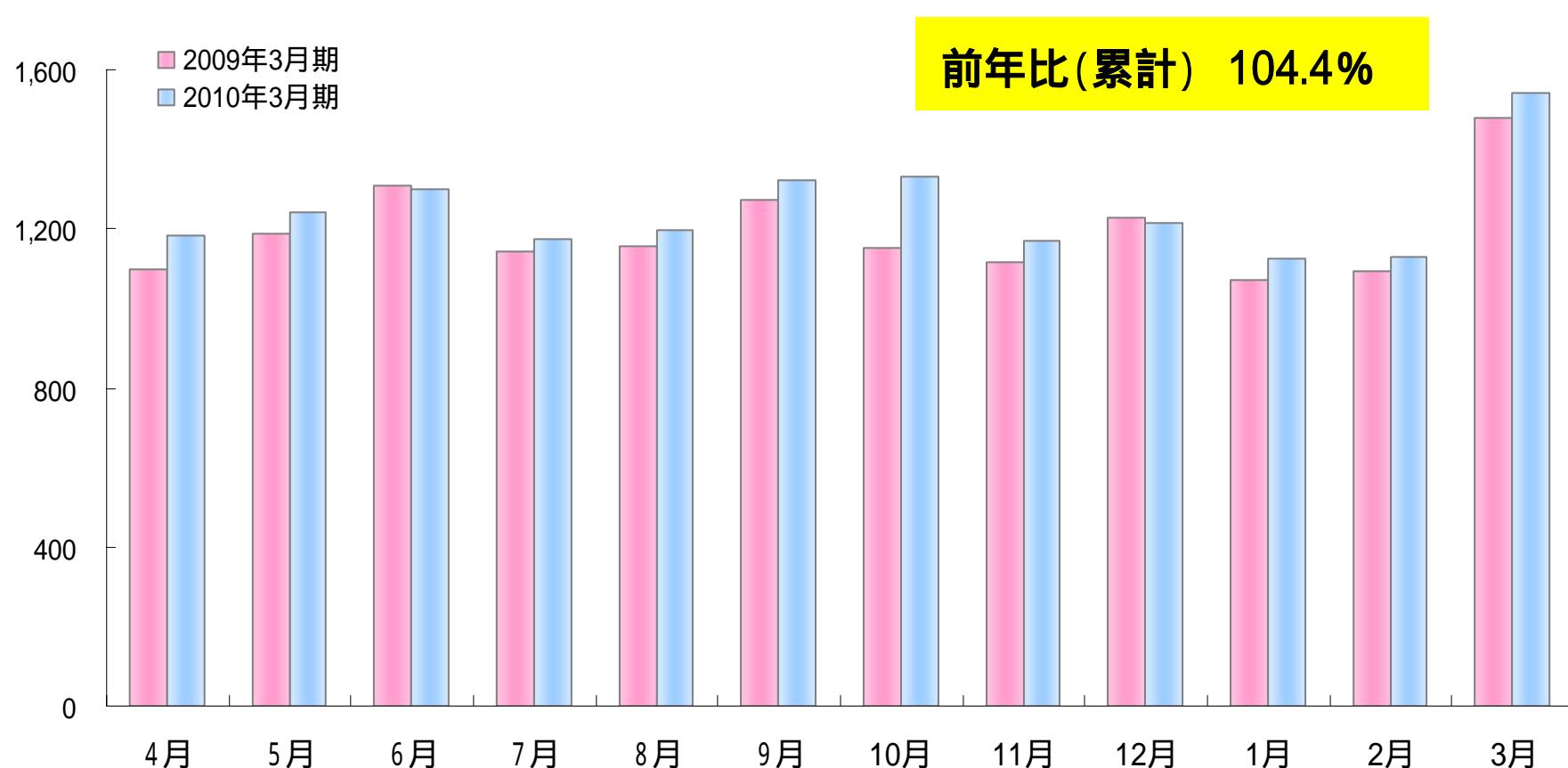
1回来店当たりの  
サービスコスト

# 差異要因（販売費及び一般管理費）



# 月次売上高の推移

CBON  
To create and produce the beauty



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2009.3	1,098	1,186	1,309	1,142	1,157	1,273	1,154	1,114	1,226	1,073	1,092	1,477
2010.3	1,184	1,241	1,300	1,174	1,195	1,320	1,333	1,171	1,216	1,123	1,131	1,541
前年比	107.9%	104.7%	99.4%	102.8%	103.3%	103.7%	115.5%	105.1%	99.1%	104.7%	103.6%	104.3%

# 販売チャネル別売上高の推移

(単位:百万円)

	2009年3月期		2010年3月期		前年比
	金額	割合	金額	割合	
直営店舗	13,864	96.9%	14,531	97.3%	104.8%
通信販売	181	1.3%	166	1.1%	91.4%
国内代理店	225	1.6%	205	1.4%	90.5%
海外代理店	33	0.2%	33	0.2%	100.2%
合計	14,305	100.0%	14,936	100.0%	104.4%

# 貸借対照表

(単位:百万円)

	2009年3月期		2010年3月期		増減額	前期末比
	金額	割合	金額	割合		
流動資産	4,827	46.6%	5,518	50.4%	691	114.3%
固定資産	5,538	53.4%	5,426	49.6%	111	98.0%
資産合計	10,366	100.0%	10,945	100.0%	1 579	105.6%
流動負債	2,263	21.8%	2,332	21.3%	68	103.0%
固定負債	316	3.1%	198	1.8%	118	62.6%
負債合計	2,580	24.9%	2,530	23.1%	2 50	98.1%
純資産合計	7,785	75.1%	8,415	76.9%	3 629	108.1%
負債純資産合計	10,366	100.0%	10,945	100.0%	579	105.6%

1 現金及び預金の増加(604百万円増)

2 1年内返済予定の長期借入金の減少(105百万円減) 未払金の増加(71百万円増)  
ポイント引当金の増加(73百万円増) 長期借入金の減少(105百万円減)

3 繰越利益剰余金の増加(601百万円増)

# キャッシュ・フロー計算書

CBON  
To create and produce the beauty

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	925	1,194	269
投資活動による キャッシュ・フロー	232	149	82
財務活動による キャッシュ・フロー	357	440	82
現金及び現金同等物 の 増 減 額	335	604	269
現金及び現金同等物 の 期 首 残 高	2,086	2,421	335
現金及び現金同等物 の 期 末 残 高	2,421	3,026	604

## 営業活動によるキャッシュ・フロー

税引前当期純利益 (1,393百万円)  
減価償却費 (325百万円)  
ポイント引当金の増加 (73百万円)  
法人税等の支払 (645百万円)

## 投資活動によるキャッシュ・フロー

有形固定資産の取得による支出 (189百万円)  
投資有価証券の売却による収入 (68百万円)

## 財務活動によるキャッシュ・フロー

配当金の支払 (230百万円)  
長期借入金の返済 (210百万円)

## 2011年3月期の取組み

---

代表取締役社長  
金子 靖代

# 2011年3月期 通期予想

**[前提条件]**

**売上面**

国内化粧品市場の競争激化、個人消費が低迷するなかで、アフターサービスを行う独自の会員システムにより顧客の  
囲い込みを実現

**利益面**

第1四半期に、1億6千万円程度の特別損失を計上予定(「資産除去債務に関する会計基準」の適用)

	2010年3月期 (実績)	2011年3月期 (予想)	(単位:百万円)	
			比較	
増減額	前年比			
売 上 高	14,936	15,755	819	105.5%
営 業 利 益	1,368	1,501	133	109.7%
営業利益率	9.2%	9.5%	+ 0.3ポイント	
経 常 利 益	1,392	1,542	150	110.8%
経常利益率	9.3%	9.8%	+ 0.5ポイント	
当 期 純 利 益	834	687	147	82.5%
当期純利益率	5.6%	4.4%	1.2ポイント	
1 株当たり当期純利益	196.56	162.14	34.42	82.5%

## ～ シーボンブランドの認知度向上 & 継続した顧客基盤の強化 ～

### ＜新規顧客への取組み＞

#### プランディング活動の積極的推進

雑誌広告・WEB広告などのPR活動を積極的に行い、新規顧客を取り入れやすい環境の整備

#### イベント集客の強化

・協賛、他社とのタイアップイベント数の増加  
・中間駅など未開拓エリアを含めたイベント数増加

### ＜アフター顧客への取組み＞

#### プライマリー会員の継続強化

・会員になって間もない(特に6ヶ月未満)お客様が継続しやすい環境づくり  
・効果的な販促ツールの作成

#### メールアンケートの更なる活用

お客様からのメールアンケートの結果を、フェイシャルリストの評価へ反映  
(第3Qより開始予定)

# キャンペーンについて

## ～ 年間を通じ、季節に応じたキャンペーンを展開予定 ～

	新規顧客向けキャンペーン	アフター顧客向けキャンペーン	新製品季節に合わせてキャンペーンを展開
4月			
5月	うるおい透明肌 体験キャンペーン	お友達紹介 キャンペーン	
6月			
7月	美白ケア体験キャンペーン		
8月			
9月	保湿ケア体験キャンペーン		
10月			
11月	エイジングケア 体験キャンペーン	お友達紹介 キャンペーン	
12月			
1月	リフトアップケア 体験キャンペーン		
2月			
3月	東洋式美顔マッサージキャンペーン		

# 2011年3月期の施策（新製品）

CBON  
To create and produce the beauty

## ～ お客様になじみの深い定番製品のリニューアル強化 ～

### 4月 FWセット (ホワイトシリーズの数量限定セット)



人気の高いホワイトシリーズの  
限定セット(昨年に引き続き)

価格(税抜き): 45,000円

【実績】

売上高  
449百万円

### 6月 フェイシャリスト カラミンローション



根強いファンの期待に応え、  
復刻発売(収斂化粧水)

価格(税抜き): 4,000円

【見込(6~7月)】

売上高  
26百万円

### 5月 SPA BA (夏季限定SPAセット)



紫外線対策用SPA3回セット  
(昨年に引き続き)

価格(税抜き): 40,000円

【見込(5~8月)】

売上高  
1,016百万円

### 9月 フェイシャリスト FPプログラム14



9月の定番キャンペーンに  
合わせてリニューアル予定

価格(税抜き): 23,000円

【見込(9月)】

売上高  
567百万円

## ～ 前期に引き続き、4店舗の出店を維持 ～

### <2011年3月期の出店政策>

#### 【出店予定エリア】

7/1 二子玉川店(確定)

南東京～神奈川エリア(予定)

関西エリア(予定)

千葉エリア(予定)

#### 【その他】

移転：2店(予定) 改装：19店(予定) 退店：0店(予定)

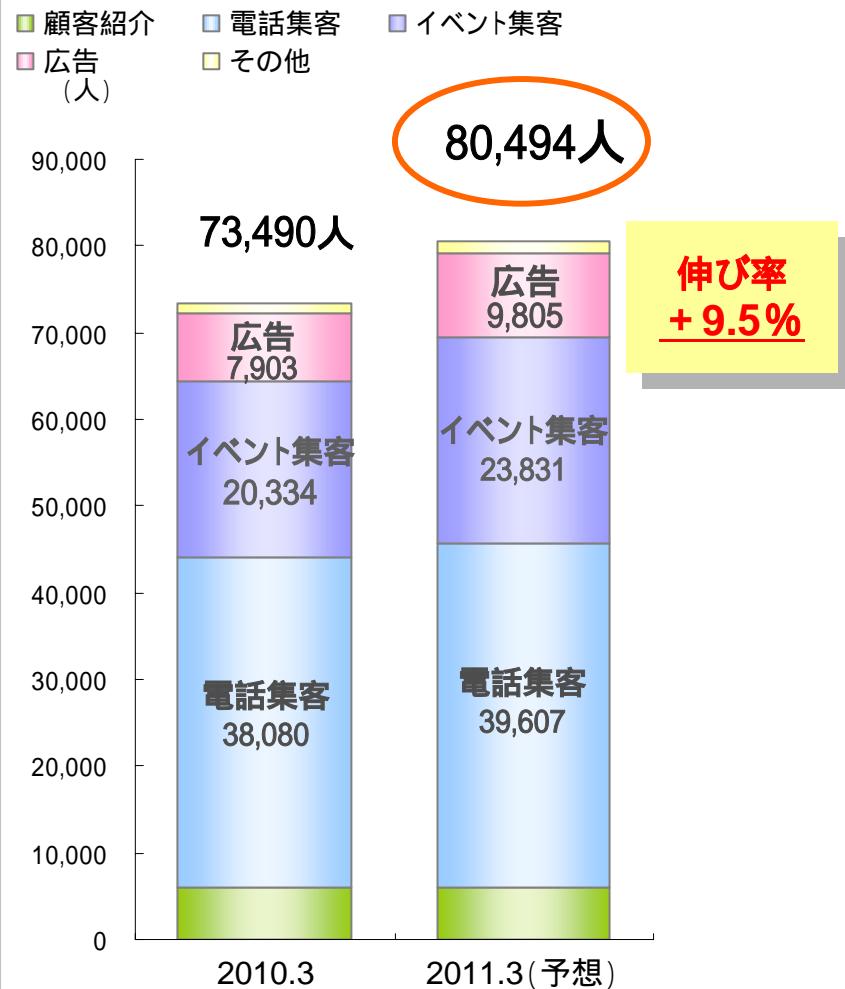
+

#### <既存店の強化>

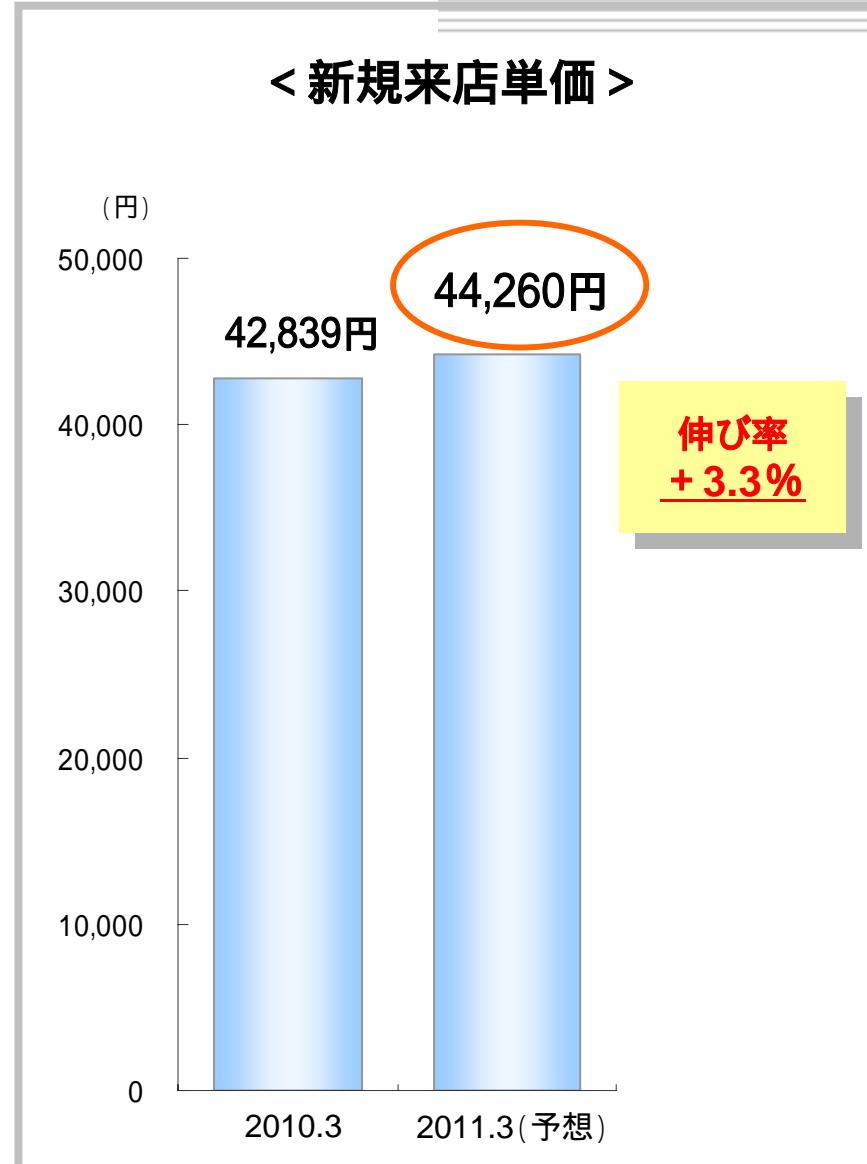
前期に引き続き、102～103%の伸びを維持

# 2011年3月期予想（新規）

## ＜新規来店者数＞

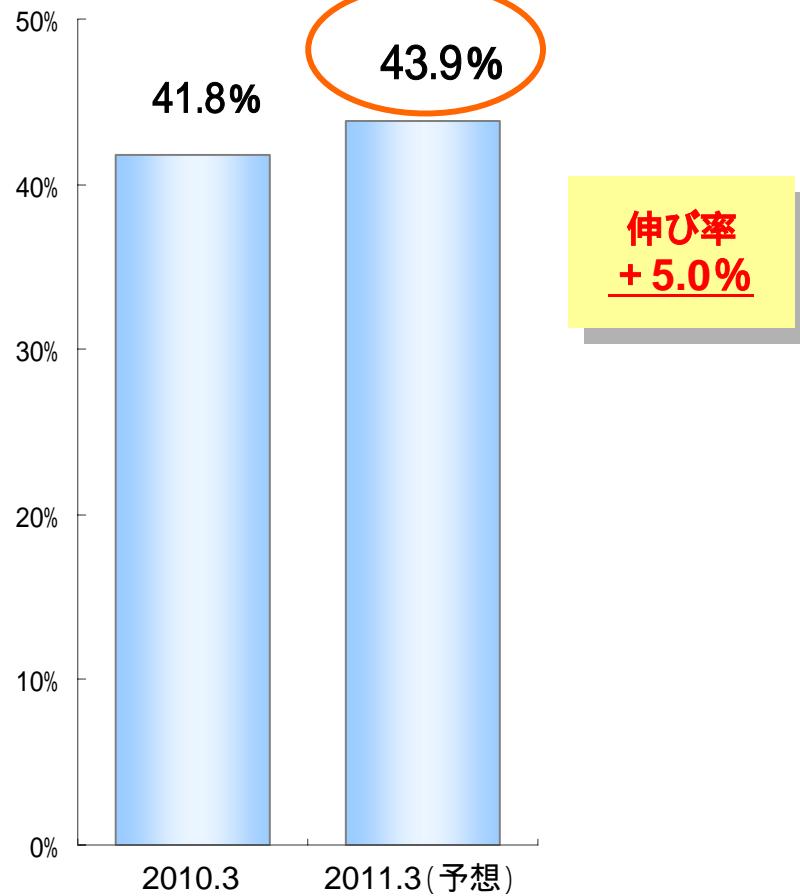


## ＜新規来店単価＞



# 2011年3月期予想（新規）

## <新規契約率>

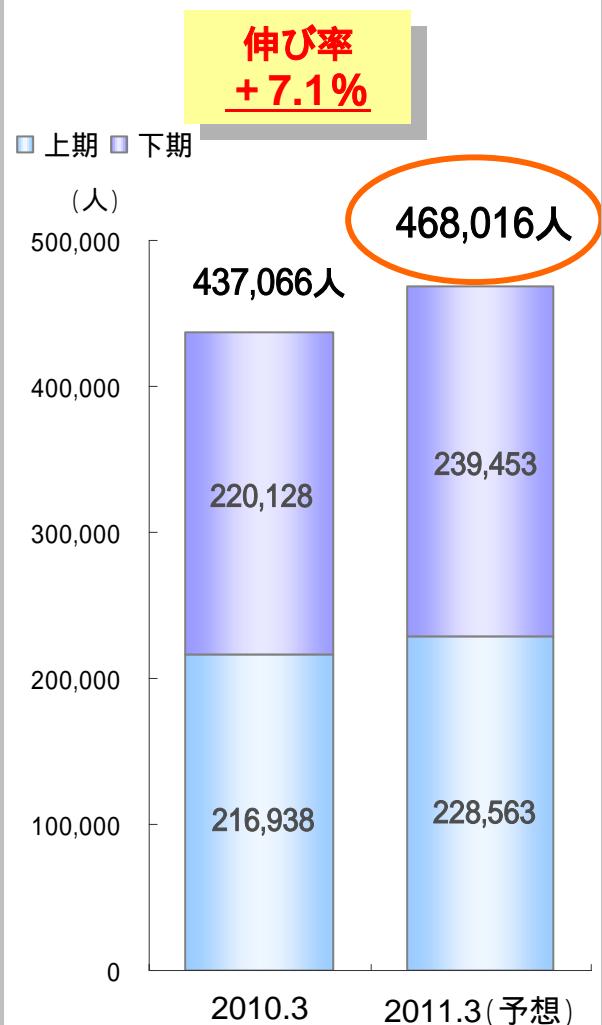


## <新規売上>

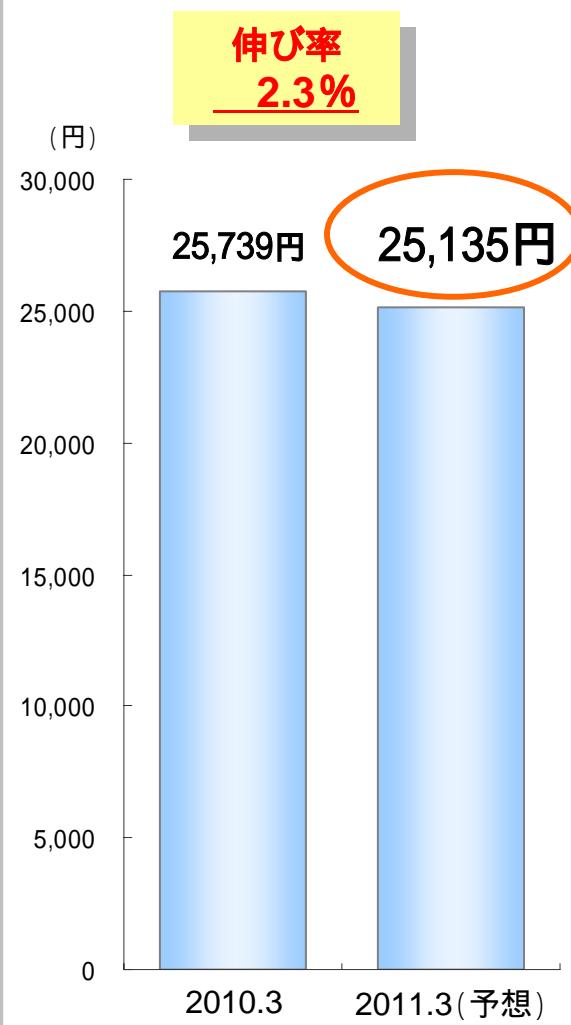


# 2011年3月期予想（アフター）

## < 継続数 >



## < 1人当たり月間購入単価 >



## < アフター売上 >

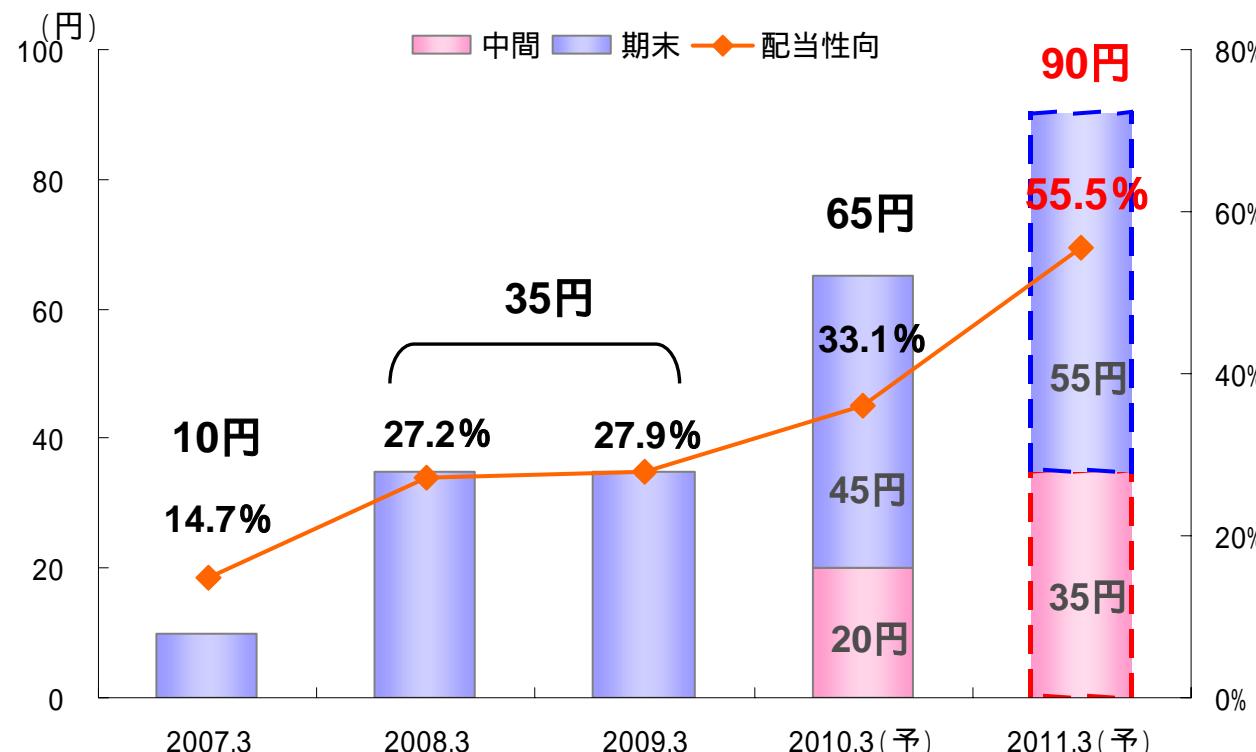


# 株主還元策

## 安定した高配当の継続

### 【内部留保資金の使途】

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。



### 【配当予定(2011年3月期)】

- ・一株当たり配当額  
第2四半期 35円  
期末 55円  
合計 90円
- ・配当性向…55.5% (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。

## 【参考資料】

シーボンの会社概要及び事業内容

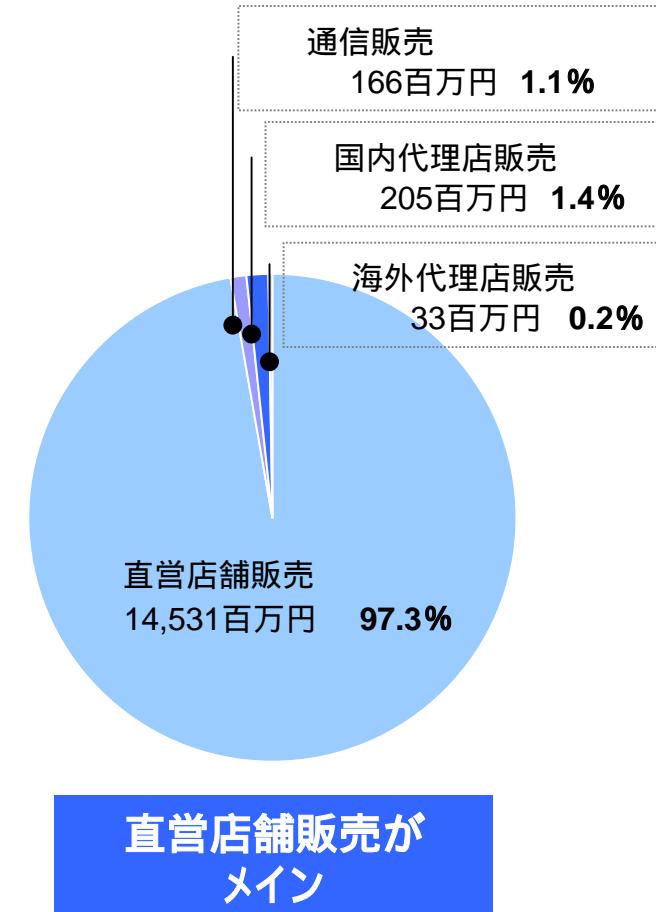
# 基本情報

**CBON**  
To create and produce the beauty

(2010年3月31日現在)

名 称	株式会社シーポン (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 シーポンパビリオン <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	1,075名 外、平均臨時雇用者数 1,008名(2009年12月31日)
主な事業所	製造拠点:シーポン美容研究所 販売拠点:総合美容ビルC'BON view(シーポンビュー) シーポンフェイシャルリストサロン シーポンショップ梅田店 直営店舗合計102店 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

販売チャネル別売上高構成比  
(2010年3月期)



販売代理店による訪問販売	1966年	シーボン化粧品株式会社設立
<事業形態転換> 当社主導の販売体制に 切換えを図る (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)	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
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。	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
直営展開で24年	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	本社ビルを改裝し、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

## 直営店「シーボンフェイシャリストサロン」 におけるスキンケア製品の販売＆アフターサービスの提供

高品質・高機能な  
化粧品づくり



シーボン美容研究所: 栃木県

製販一体

### 直営店【シーボンフェイシャリストサロン】(会員制)

カウンセリング  
重視の販売



×

販売後の  
アフターサービス



#### 【他社との差別化要因】

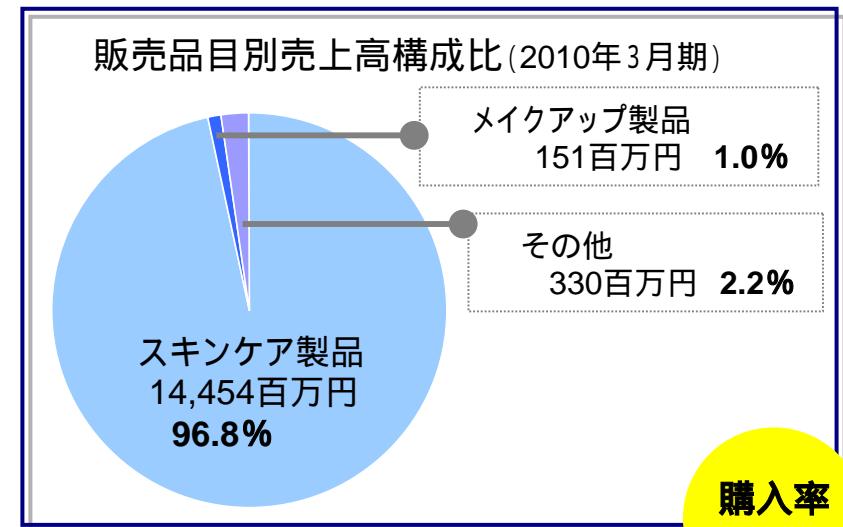
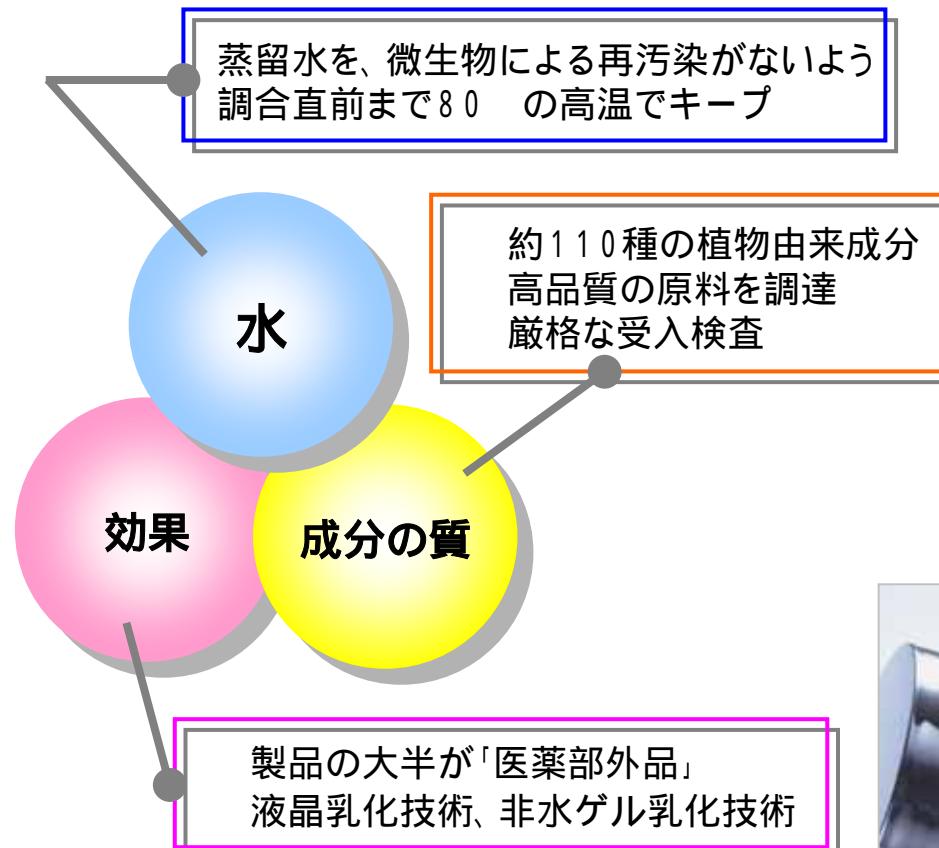
##### アフターサービスの内容

肌チェック &  
カウンセリング

スキンケアアドバイス

フェイシャルサービス  
(美顔マッサージ + パック類)

## 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



購入率  
66%

### 【フェイシャルストリートメントマセ】

汚れを落とすスキンケア &  
活力を与えるスキンケアの共存  
(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  
(肌への負担が少ない)

## 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**

研究開発

製造

品質管理

流通

販売

# 主な製品シリーズ

CBON  
To create and produce the beauty

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

## フェイシャルリストリーズ

### ・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

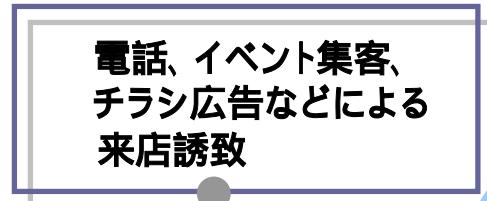


## SPAシリーズ



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

# サロンシステムの流れ



(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

**製品購入**

トライアルコース

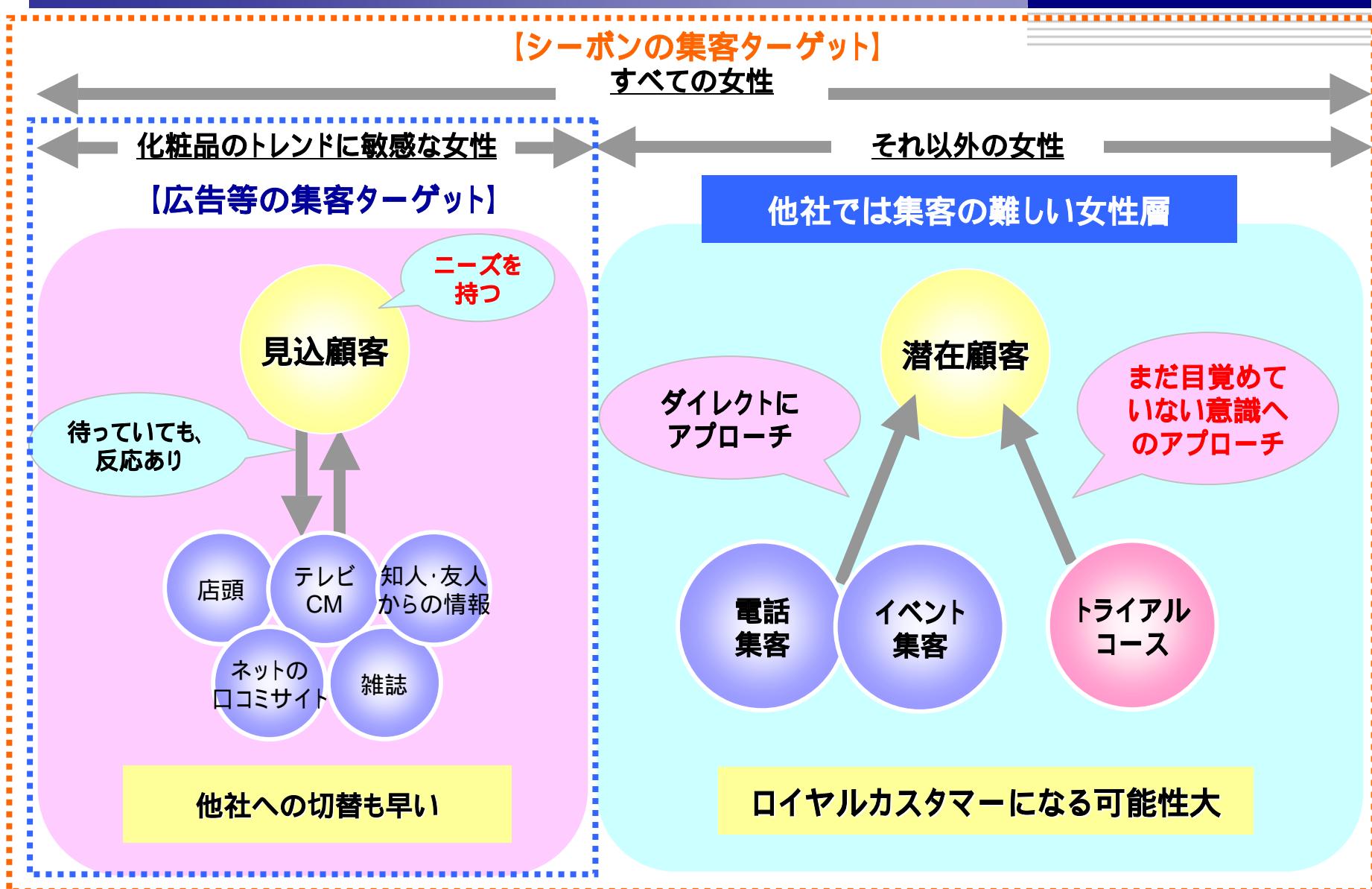
**会員登録**

購入金額に応じて、  
「ビューティアップポイント」の付与

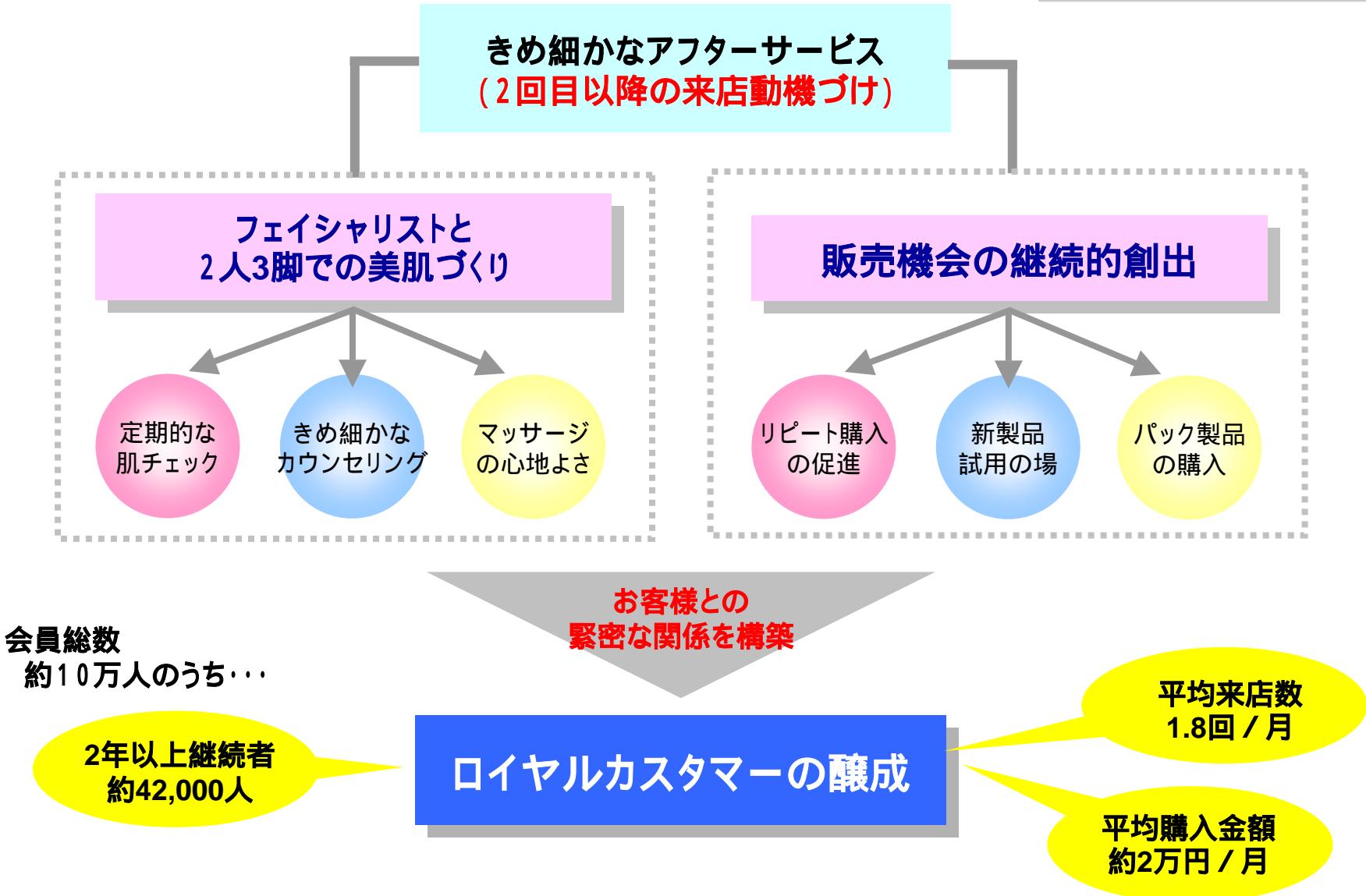
アフターサービス  
のための来店

「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

# 集客の特徴

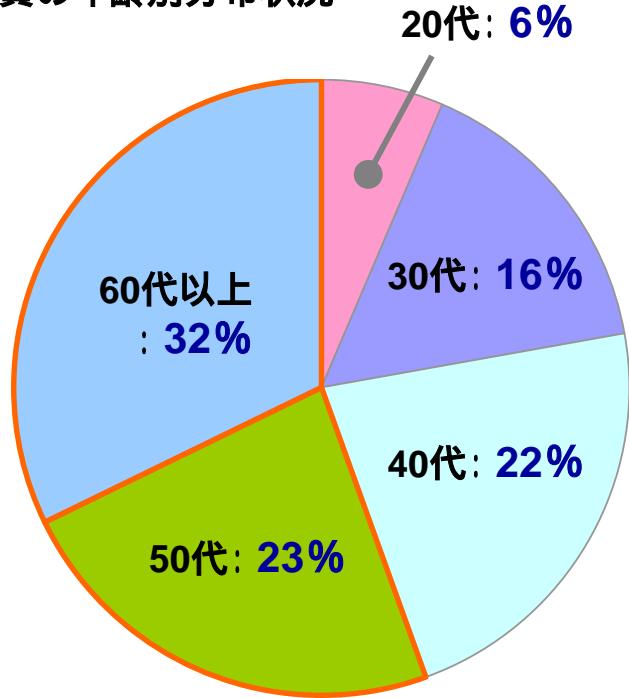


# アフターサービスの強み



# 会員について

会員の年齢別分布状況



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、これから的人生を楽しむ世代  
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

# 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があることをご承知ください。

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](mailto:ir@cbon.co.jp)