

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	大阪市中央区北浜四丁目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。

株主優待のご案内

2010年3月31日現在、当社株式を1単元（100株）以上所有の株主様に対し、下記プランA（サロンケアセット）あるいはプランB（ボディケアセット）を贈呈いたします。

6月末に該当株主様に対し、「株主優待のご案内」を送付いたしますので、内容をご確認のうえ、同封の返信用ハガキに必要事項をご記入のうえご送付ください。



プランA サロンケアセット



プランB ボディケアセット

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（東京）を予定しております。代表取締役社長金子 靖代より、当社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プレミアムIRセミナー（女性限定）

日時：7月8日（木）19時～
会場：赤坂サカス 赤坂アプローズスクエア迎賓館
所在地：東京都港区赤坂5-3-1

②個人投資家向け会社説明会

日時：9月11日（土）13時～
会場：SBI証券 新宿支店 セミナールーム
所在地：東京都新宿区西新宿1-19-5 第二明宝ビル2F
※同時に投資セミナー（SBI証券主催）を開催予定

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。

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>



C'BON BUSINESS REPORT

P3～5 トップインタビュー — 代表取締役社長 金子 靖代
質の高いサービスを提供し、
安定的な収益拡大を図ります。

P7～8 特集
シーボン最大の特長である
「アフターサービス」とは？

ごあいさつ

株主の皆様におかれましては、益々ご清祥のこととお喜び申し上げます。
 平素は格別のご支援を賜り、心より厚く御礼申し上げます。
 さて、当社の2010年3月期が終了いたしましたので、ここに、ビジネスレ
 ポートをお届けいたします。ご高覧いただきますようお願い申し上げます。

2010年6月
 代表取締役社長 **金子 靖代**



C'BON NEWS

シーボンニュース (2009年12月～2010年6月)

2009年12月
 ・三宮店オープン

4月
 ・フェイシャリストホワイトシリーズ FWセット数量限定発売
 ・フェイシャリストセンシティブマイルドローション (化粧水) & フェイシャリストセンシティブモイスチャライザー (クリーム) が医薬部外品化

5月
 ・「SPA BA」夏季限定発売

6月
 ・フェイシャリストカラミンローション発売

MDシリーズ
 ・草加店オープン
 ・シーボンMDシリーズ (全6品) のうち、水溶性美容液3品 (「CHエッセンスMD」「VCエッセンスMD」「アセンディングエッセンスMD」) をバージョンアップし、リニューアル発売
 ・BXバックセット発売

BXバックセット
 SPA BA
 FWセット
 カラミンローション

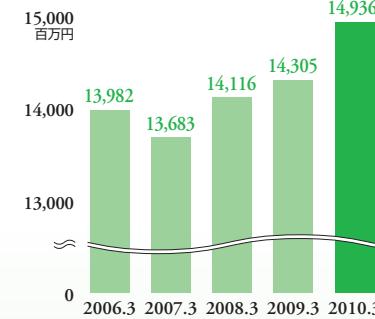
Financial Highlight

財務ハイライト

決算のPoint

- Point 1** ▶ お客様に対する取り組みが功を奏し、売上が増大
- Point 2** ▶ 新規出店効果 (調布店、新百合ヶ丘店、三宮店、草加店 計4店)
- Point 3** ▶ 既存製品の大型リニューアル (コンセントレートシリーズ、MDシリーズ)
- Point 4** ▶ 2009年3月期に評価損計上した投資有価証券を売却、税務上も損金算入されたため、税負担が軽減したことにより当期純利益が拡大

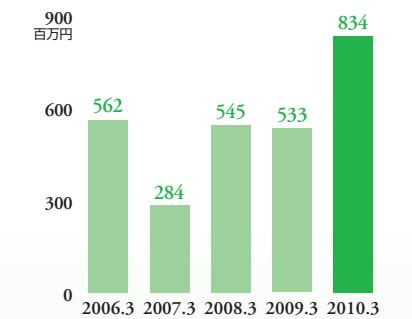
売上高



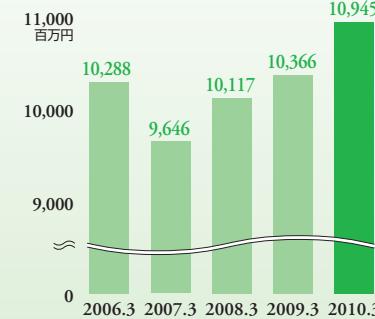
経常利益／経常利益率



当期純利益



総資産



純資産／自己資本比率



1株あたり配当金／配当性向



※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。

Top Interview

トップインタビュー

質の高いサービスを提供し、 安定的な収益拡大を図ります。

当期の業績について

当期の国内化粧品市場は、消費低迷の影響を受け、高価格帯と低価格帯の2極化が進み、消費者の購入志向がコストパフォーマンスをより一層重視したものへと推移しており、厳しい状況が続いております。「不況に強い」と言われてきた化粧品市場ですが、リーマンショック以降続く今回の不況で、影響を受ける会社も出てきております。

こうした環境下において、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、販売後のアフターサービスを行うという独自性を追求してまいりました。その結果、売上が前期比4.4%増の149億36百万円、営業利益が前期比14.3%増の13億68百万円、経常利益が前期比11.9%増の13億92百万円、当期純利益が前期比56.5%増の8億34百万円と、3期連続で増収増益（経常利益ベース）となるとともに、過去最高の売上高を達成することができました。

主な要因といたしましては、新規出店の効果や既存製品の大型リニューアルを行ったことはもちろんですが、それ以上に、近年積極的に取り組んできたお客様満足に対する取組みをより充実させた結果であると考えております。

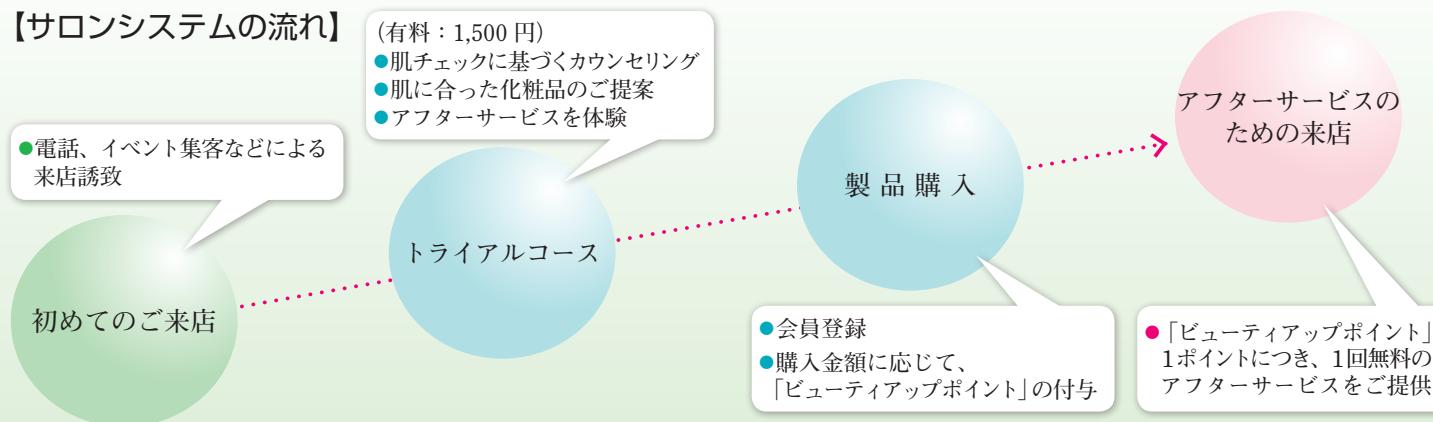
当期に行ったお客様に対する主な取組みについて

当社では、初めて店舗に来店される新規のお客様と、

化粧品を購入後アフターサービスのために来店されるお客様それぞれに対する施策を行っております。

新規のお客様につきましては、これまで効率の良くなかったチラシ広告を削減する一方、全国に13ヶ所ある予約センターの人員を増強し、トライアルコースへ誘致する電話や集客イベントなどのダイレクトアプローチを強化し、集客力の強化を図りました。また併せて、2008年より導入している「カウンセラー制度」^{※1}をさらに充実させ、シーボンの魅力を伝える接客力の強化を行いました。その結果、新規のお客様の契約率が前期の40.5%から41.8%へ上昇し、より多くのお客様にシーボンをご利用いただけるようになりました。

【サロンシステムの流れ】



代表取締役社長 金子 靖代

アフターのお客様に対しては、すそ野の拡大と顧客基盤の強化に努めてまいりました。シーボンでは、化粧品を購入していただいたお客様に対し、購入金額に応じて「ビューティアップポイント」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させていただいております。このアフターサービスのための来店が、その後リピート需要などの販売機会を継続的に創出していくこととなります。しかし、サービスに満足していただければ次の来店へつながりません。そのため、2009年1月より「アフターリーダー制度」^{※2}を導入し、お客様ごとにきめ細かな対応を行うことで、サービスの質を向上させ、お客様満足度の向上を図ってまいりました。その結果1ヶ月に1回以上来店されるお客様ののべ人数（継続数）が、前期比7.4%増の43万7千人と増加しており、より多くのお客様に継続して当社をご利用いただける環境づくりが進んでおります。

※1 カウンセラー：新規のお客様への接客・販売に特化したフェイシャルリスト（美容スタッフ）

※2 アフターリーダー：各店舗に配置されたアフター来店のお客様対応のリーダー

美容スタッフである「フェイシャルリスト」を新規・アフターそれぞれ担当を分けた理由について

責任を分担して人員配置を行うことが、サービスの質の向上につながるのと同時に、フェイシャルリストのモチベーション向上にもつながると考えたからです。

新規のお客様を接客するカウンセラーは、製品の魅力を伝えるコミュニケーション能力が必要となってきます。またある意味お客様が「こんな風になりたい！」と憧れを抱くようなお肌や雰囲気を持っていることが望ましいと考えています。一方アフターのお客様を接客するアフターリーダーは、お客様が十分にリラックスしてくださるとともに、どんな肌トラブルにも対応できる技術

を備え、「またこの人に頼みたい!」と思っただけのフェイシャリストであることが大切になります。フェイシャリスト一人一人の長所を見極め、専門性の高い研修により、その長所を伸ばしていくとともに、社員満足度の向上にもつなげていきたいと考えております。

次期の見通しについて

今後も会員制の利点を活かした経営を推進し、より満足度の高い製品とサービスを提供し続けることで、安定的な収益を確保してまいります。

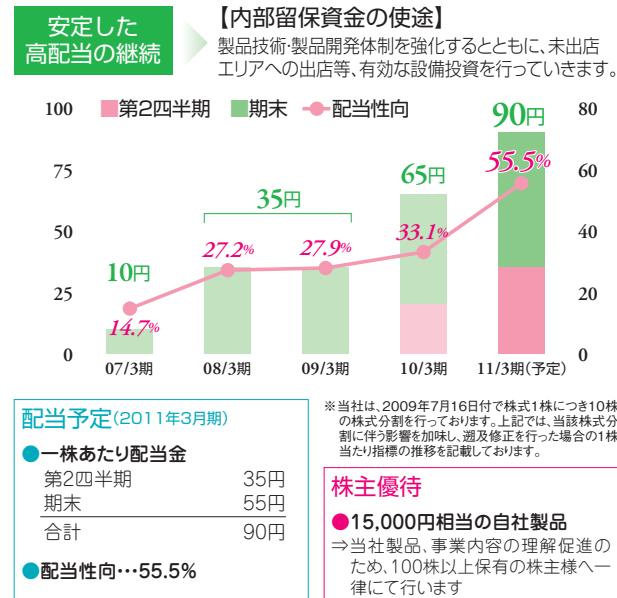
新規のお客様への取組みとしては、雑誌広告やWEB広告などのPR活動を積極的に行うとともに、他社とのタイアップイベント数を増加させるなどイベント集客の充実により、シーボンブランドの認知度向上を目指してまいります。

アフターのお客様に対しては、これまで行ってきた施策をさらに充実させてまいります。新たな試みとしては、お客様からメールアンケートなどでいただいている満足度評価の結果を、フェイシャリストの評価基準に加えるお客様志向の評価制度を構築し、アフターサービスの質的向上につなげてまいります。

また、7月1日オープン予定の二子玉川店(東京都)を含め、4店舗の出店を行う予定であります。これらの結果、次期の見通しとしては、売上が前期比5.5%増の157億55百万円、営業利益が前期比9.7%増の15億1百万円、経常利益が前期比10.8%増の15億42百万円、当期純利益が前期比17.5%減の6億87百万円を予想しております。

なお、当期純利益についてマイナス予想をさせていただいた要因といたしましては、第1四半期で、「資産除去債務に関する会計基準」の適用により1億60百万円程度の特別損失の計上を予定していること、また当期に行っ

株主還元策



た投資有価証券売却による法人税等の特殊要因が解消されることによるものです。

株主の皆様へのメッセージ

昨年の株式公開後初の決算を迎え、最初に株主の皆様に対しお約束した業績を達成することができましたが、引き続き全社一丸となって株主の皆様から寄せられた信頼をさらに高めていけるよう事業の発展に邁進してまいります。

当期における年間配当としましては、当初の予定より10円増配させていただき、第2四半期における上場記念配当20円を含め65円となりました。次期以降につきましても、安定した高配当を継続することを目指しております。

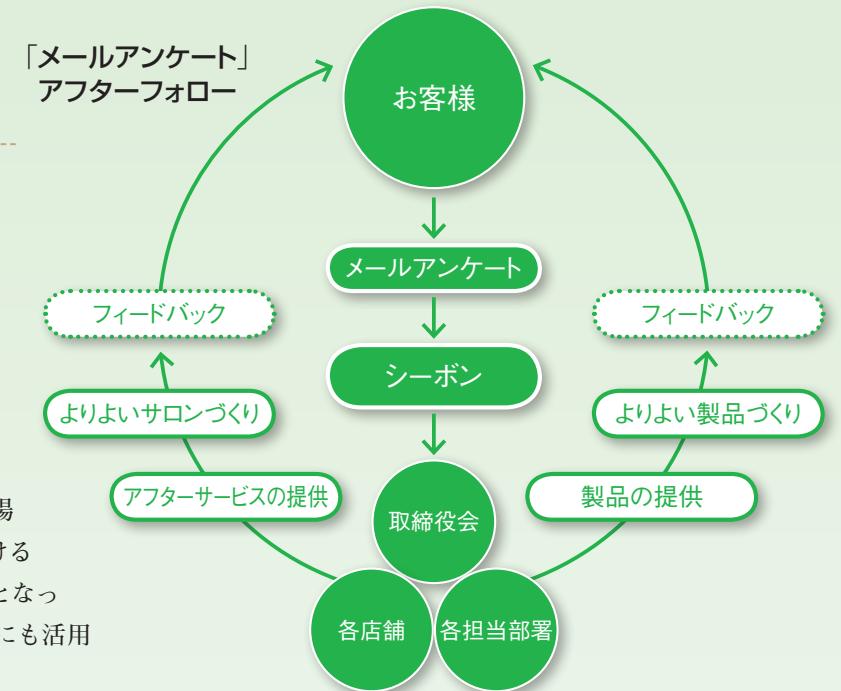
株主の皆様におかれましても、今後とも一層のご支援を賜りますよう心より申し上げます。

顧客満足度向上への取組み「メールアンケート」のご紹介

これからも、お客様のご期待に沿うシーボンへ。

シーボンは、化粧品会社として製品やサービスを決して「売りっぱなし」にせず、お客様のどんな小さな「お声」にも耳をすませ、サービスや技術のスピーディな改善に努めております。

シーボンは、お客様のご満足のために、2007年1月より「メールアンケート」をスタートし、現在4年目に入りました。「メールアンケート」は、店頭でご登録いただいたお客様から、携帯メールでアンケートを受け付けるサービスで、毎月2万件もの貴重な「お声」をリアルタイムで収集しております。携帯メールという媒体の特性を活かし、ご不満の小さな芽をすばやく察知し場合によっては即日対応するなど、店舗における迅速なアフターフォローや課題解決が可能となっております。同時に、製品開発および社員教育にも活用しております。



お客様の声で実現!! 「ECO包装」

「きれいだけど、もったいない」というお客様の声に後押しされ、一部製品の包装を箱からシュリンク包装へと簡素化を実現。また、プラスチック箱からより環境にやさしいケナフを使用した紙箱への変更など、ECO包装への変更を進めています。



▲シュリンク包装(左から7製品)
ケナフを使用した紙箱(右端製品)



シーボン最大の特長である、 「アフターサービス」とは？

「カウンセリング」

肌トラブルに
応じた製品の組合せ
&
正しいスキンケア方法の
確認

お客様へのヒアリング

客観的な肌分析

最適なホームケアの
ご提案

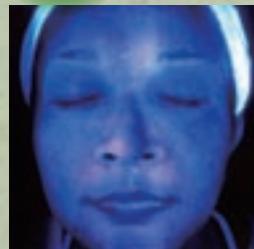
肌の変化を
お客様自身の目で確認

正しいスキンケアを行うためには、肌状態を理解することがとても大切です。しかし、体調や季節の影響で、肌の状態は日々変化するため、お客様自身が自分で把握することはとても難しいもの。そこでシーボンでは、定期的に肌のキメのレプリカを採取したり、肉眼では見えにくいトラブルを調べるウッドランプなどを用いて多角的な肌チェックを行い、どこにトラブルの原因があるのか、何を補えばよいのかなど適切なスキンケア方法をアドバイスしています。

また、こうした肌チェックの結果は、パーソナルデータとして保存され時系列で確認することができるため、お客様自身の目で肌変化の様子を確認していただくことができます。

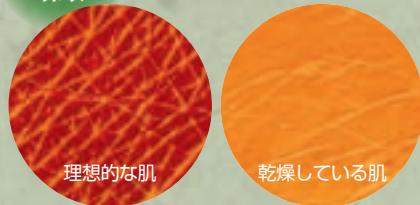
自分では気づきにくい 根本的な肌トラブルの発見

ウッドランプ
による
撮影



ブラックライトを当てて、
肉眼では見えにくいトラ
ブルを調べる

キメの
レプリカ
採取



美しく健康的な肌のキメは細かく、皮溝
と皮丘がくっきりし、ふっくらしていま
す（写真左）。
しかし肌にトラブルが生じると、キメの
乱れとなって現れます（写真右）。

シーボンの独自性、それは化粧品の製造・販売にとどまらず

「アフターサービス」という独自の付加価値をプラスしたオンリーワンシステムです。

販売後のきめ細かなサポートを提供することにより、よりスピーディに理想的な肌へ導くとともに、お客様との長期的なコミュニケーションを実現しています。

「東洋式美顔マッサージ」

アフターサービスのメインは、鍼灸や気功など東洋のパワーを取り入れて開発されたシーボンオリジナルの「東洋式美顔マッサージ」です。古来より癒しのために最も効果的な療法として使われてきた「ヒトの手」に着目し、顔にある36ヶ所の美肌ポイントを優しく刺激し、毛穴の奥に詰まった汚れや皮脂を浮き出させるとともに、血行を促し、肌が本来持っている美しさを引き出していきます。

またご希望に応じ、オプションとして肌状態に合わせたパックをご用意。肌の悩みに合わせたサロンケア製品をご購入いただき、本格的なパックケアを行うことで、より早く、より効果的にキメの整ったうるおいのある肌へと導きます。

シーボンでは、このようにサロンケアで引き上げた肌体力を適切なホームケアで維持する「ホームケア」+「サロンケア」という繰り返しが、より確実に理想の肌へと導いていくと考えています。



Check Point フェイシャルリストの育成



お客様をサポートするお肌の専門家「フェイシャルリスト」を育成するため、新人研修はもとより、ベテランに至ってもなお日々技術と知識に磨きをかけています。美顔マッサージの技術をはじめ、皮膚科学、製品知識、接客マナーなど様々な知識を身につけるための講習はもちろん、魅力的な人間として輝くための心の教育も重視したカリキュラムを実施しています。



Financial Statements

財務諸表

貸借対照表

単位：百万円

	当事業年度 2010年3月31日現在	前事業年度 2009年3月31日現在
資産の部		
流動資産	5,518	4,827
固定資産	5,426	5,538
有形固定資産	3,916	4,015
無形固定資産	105	106
投資その他の資産	1,404	1,416
資産合計	10,945	10,366
負債の部		
流動負債	2,332	2,263
固定負債	198	316
負債合計	2,530	2,580
純資産の部		
株主資本	8,421	7,821
資本金	449	449
資本剰余金	333	333
利益剰余金	7,638	7,038
自己株式	△0	—
評価・換算差額等	△6	△35
純資産合計	8,415	7,785
負債・純資産合計	10,945	10,366

損益計算書

単位：百万円

	当事業年度 2009年4月1日から 2010年3月31日まで	前事業年度 2008年4月1日から 2009年3月31日まで
① 売上高	14,936	14,305
② 売上原価	2,812	2,627
売上総利益	12,123	11,677
③ 販売費及び一般管理費	10,755	10,480
営業利益	1,368	1,196
営業外収益	65	67
営業外費用	40	19
経常利益	1,392	1,245
特別利益	23	9
特別損失	23	163
税引前当期純利益	1,393	1,091
法人税、住民税及び事業税	606	594
法人税等調整額	△47	△36
④ 当期純利益	834	533

キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円

	当事業年度 2009年4月1日から 2010年3月31日まで	前事業年度 2008年4月1日から 2009年3月31日まで
営業活動による キャッシュ・フロー	1,194	925
投資活動による キャッシュ・フロー	△149	△232
財務活動による キャッシュ・フロー	△440	△357
現金及び現金同等物の 増減額	604	335
現金及び現金同等物の 期首残高	2,421	2,086
現金及び現金同等物の 期末残高	3,026	2,421

営業活動によるキャッシュ・フロー

当事業年度において営業活動の結果得られた資金は1,194百万円（前期比29.1%増）となりました。これは主に、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

当事業年度において投資活動の結果使用した資金は149百万円（前期比35.6%減）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189百万円、投資有価証券の売却による収入68百万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

当事業年度において財務活動の結果使用した資金は440百万円（前期比23.1%増）となりました。これは主に、配当金の支払230百万円、長期借入金の返済210百万円によるものであります。

決算のCheck Point

① 売上高

新たに4店舗出店したことや新製品の発売・製品キャンペーン等を実施いたしました。また顧客に対する取組みが奏功し、新規顧客数やアフター来店数が増加したことにより、前事業年度から630百万円増加し、14,936百万円（前期比4.4%増）となりました。

② 売上原価

新製品の販売好調による製商品売上原価の増加、サービス原価（無償フェイシャルサービスにかかる費用）の増加により、前事業年度から184百万円増加し、2,812百万円（前期比7.0%増）となりました。

③ 販売費及び一般管理費

主に集客方法の効率化のため、チラシ等の広告媒体を減らす一方、予約センターの人員を増強いたしました。その結果、給与手当が増加したことにより、前事業年度から275百万円増加し、10,755百万円（前期比2.6%増）となりました。

④ 当期純利益

2009年に評価損計上した投資有価証券を売却、税務上も損金算入されたため税負担が軽減したことにより、前事業年度から301百万円増加し、834百万円（前期比56.5%増）となりました。

株主資本等変動計算書

（2009年4月1日から2010年3月31日まで）

単位：百万円

	株主資本								評価・換算差額等		純資産合計		
	資本金	資本剰余金		利益剰余金	利益剰余金			自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金			
		資本準備金	資本剰余金合計		固定資産圧縮積立金	別途積立金	繰越利益剰余金					利益剰余金合計	
前期末残高	449	333	333	37	20	100	6,880	7,038		7,821	△35	△35	7,785
当期変動額													
剰余金の配当							△233	△233		△233			△233
固定資産圧縮積立金の取崩し					△1		1	—		—			—
当期純利益							834	834		834			834
自己株式の取得									△0	△0			△0
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)											28	28	28
当期変動額合計					△1		601	600	△0	600	28	28	629
当期末残高	449	333	333	37	19	100	7,482	7,638	△0	8,421	△6	△6	8,415

Corporate Data (2010年3月31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 1,082名 ※パート社員含まず。

役員 (2010年6月28日現在)

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

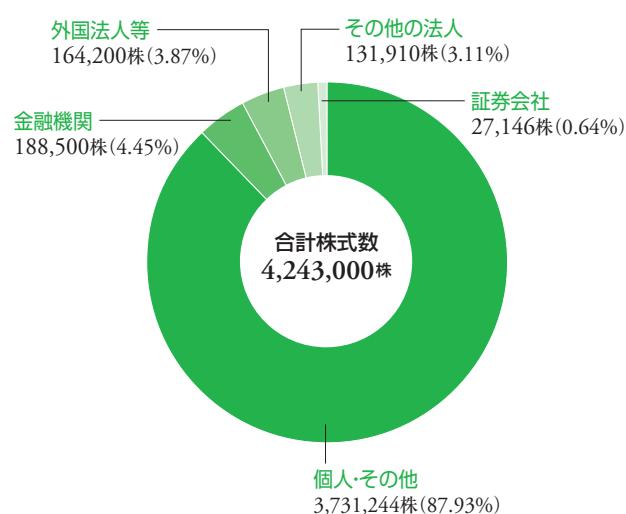
発行可能株式総数	16,000,000株
発行済株式の総数	4,243,000株
株主数	4,779名

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	350	8.26
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	156	3.68
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



フェイシャリストサロン一覧 (2010年6月28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、梅田店、高槻店
-----	--------------

京都府	京都店
-----	-----

兵庫県	三宮店、姫路店*
-----	----------

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、熊本健軍店
-----	--------------

宮崎県	宮崎店
-----	-----

鹿児島県	鹿児島店
------	------



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*

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、大井町店、蒲田店
--------	---

東京都西部	吉祥寺店、国分寺店、立川店、調布店、府中店、八王子店、町田店
-------	--------------------------------

神奈川県	溝の口店、新百合ヶ丘店、青葉台店、横浜店、上大岡店、あざみ野店、橋本店、海老名店、伊勢原店、ジャスコ秦野店、大船店、藤沢店、横須賀店
------	--

新サロン情報

三宮店
2009年12月1日オープン

〒650-0021
兵庫県神戸市中央区
三宮町1-4-1
京町WEST-Kビル2F

※2010年7月1日 二子玉川店オープン予定

草加店
2010年2月1日オープン

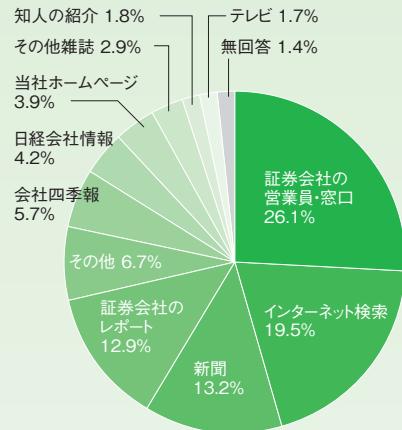
〒340-0015
埼玉県草加市高砂2-16-16
草加DKビル2F

株主様アンケート結果報告

第45期 中間期「C'BON BUSINESS REPORT」のアンケートに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、アンケートの結果をご紹介します。

期間：2009年12月3日～2010年5月14日 回答数：618名（回答率25.5%）

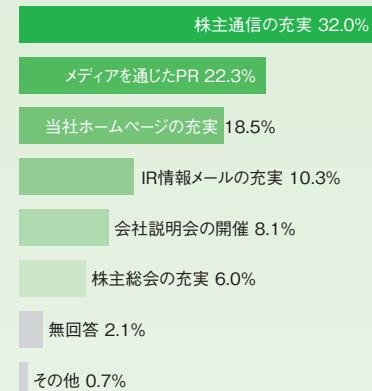
Q.当社株式を購入するきっかけは何ですか？



当社株式購入のきっかけとしては、「証券会社の営業員・窓口」が最も多く26.1%を占めています。新規上市に伴い、証券会社より投資家の皆様へのご紹介が多数あったことがうかがえます。
 また、インターネット検索の割合も多く、今後もホームページの充実注力していきたいと考えております。

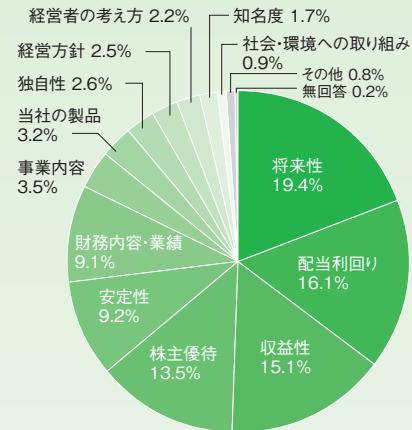
※すべて複数回答

Q.今後のIR情報の提供方法について



今後のIR情報の提供方法について、株主通信・WEBサイトの充実が重視されていることがうかがえます。
 一番ご要望が多かった株主通信については、株主の皆様が特に関心をお持ちのトピックスをクローズアップし、内容の充実を努め、よりよい冊子づくりを進めてまいります。
 また、WEBサイトについては、正確かつタイムリーな情報発信を行っていきたくと考えております。

Q.当社株式に対して特に重視するものは何ですか？



当社株式の重視するポイントとして「将来性」、「収益性」は当然ながら、「配当利回り」も高い割合を占めていることから、配当政策への高い期待がうかがえます。当社は、こういったお声に応えられるよう安定した高配当を継続していきたいと考えております。
 また、株主優待に関するコメントもあわせて多く頂戴し、今後も株主還元策の一つとして魅力的な内容を検討していきたいと考えております。

株主の皆様からのご意見・ご感想をお聞きして

今回のアンケートに多数のご意見をお寄せいただきましたことに改めて御礼申し上げます。

お書き添えいただきましたご意見、励ましやお叱りの言葉を真摯に受け止め、今後の企業価値向上に取り組んでまいりたいと考えております。
 株主の皆様におかれましては、引き続きのご支援とご指導ご鞭撻を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

イチオシ製品 Pick Up!

Customer's Recommend No.1

フェイシャルリスト トリートメントマセ

購入率* 75%

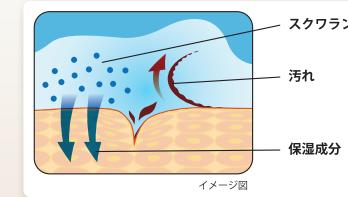
イチオシランキング 3年連続第一位に輝いた、ダントツ人気のクレンジング&マッサージ!



フェイシャルリスト トリートメントマセ (クレンジング&マッサージ) 医薬部外品 110g 5,775円(税込) / 230g 10,500円(税込)

通常、美容液や栄養クリームに使われる高級“スクワラン”を主要成分にしたクリームで、メイク汚れを一掃しながら肌をリフレッシュ。クレンジングでありながらスキンケア効果まで狙った処方です。手の温もりでとろけだし、オイルへとその形状を変えながら毛穴の奥に入り込んだ汚れをスリと浮き上がらせます。ほど良いコクと密着感で、この上なくこち良い感触。

肌に明るさが戻り、イキイキと輝きだします。



毛穴に詰まったメイクも残さず吸着。マッサージとのW効果で、キレイを実感

クイックブレイキング処方により、クリームがすばやくオイル状に変化。毛穴の奥に入り込んだメイクも包み込んで落とします。栄養クリームなみに贅沢に配合したスクワランがうるおいとツヤを与えます。お手入れ後は、ずっと触れていなくなるような、モチモチとした感触に。

お客様からのイチオシコメント

マセでマッサージしてタオルで拭き取る時のあの至福は、おじちゃん達の“喫茶店のおしぼり”にも勝るものです。声を出さなくても「はあ〜」と、肌が生きかえる声が聞こえるよう。一日の終わりのマセは、ずっと私の定番です。(倉敷店 Y.I様)

今まで化粧水にこだわりはあっても、クレンジングにこだわることはありませんでした。でも初めて使ったこのクレンジングは、洗い上がりが他と大きく違う!まるで保湿クリームを塗ったかのようにしっとりな仕上がりで、感激しました。(海老名店 S.O様)

マセを使ってから肌が柔らかくなって、くすみが取れ、肌の明るさが以前とは違ってきました。汚れがしっかり落ちるのに肌がしっとり仕上がるのでクレンジングの中で一番気に入っています。(宇都宮店 M.U様)

化粧落としはもちろん、すっぴんの日の夜にマッサージをするとクリームが黒くなるのが驚きでした。浮気もせず使い続けている私の美肌のモトです。(溝口店 H.S様)

※2009年4月1日～2010年3月31日までの期間、アフターサービスに来店されたお客様の購入率。
 ※コメントはお客様個人の感想であり、効果を保証するものではありません。