

2015年3月期
第2四半期決算説明会
株式会社シーボン

2014年11月27日（木）



目次

2015年3月期第2四半期決算の概況	2
2015年3月期第2四半期決算報告	9
2015年3月期 今後の取組み	19

2015年3月期第2四半期 決算の概況

代表取締役兼執行役員社長
金子 靖代

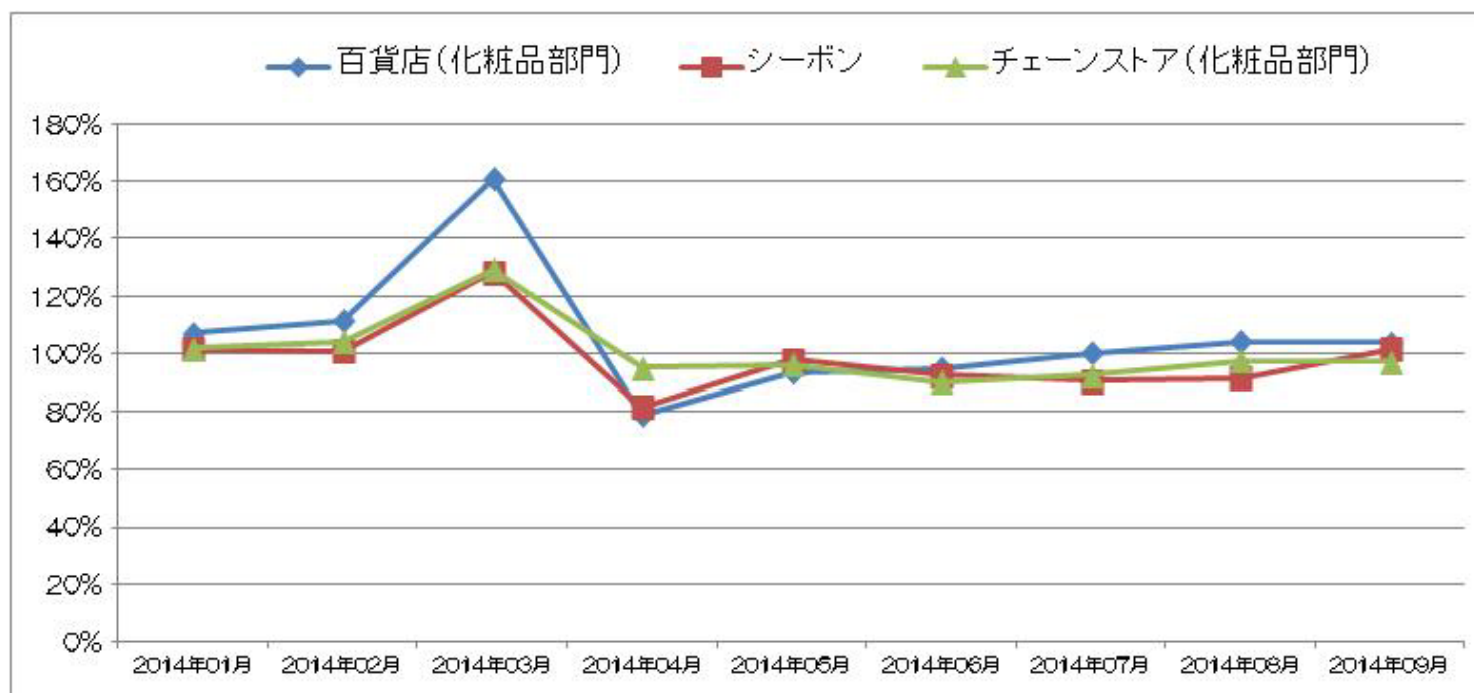
	実績	前年比	計画（2Q）に 対する達成度
売上高	68億10百万円	92.4%	92.1%
営業利益	1億94百万円	31.2%	40.8%
経常利益	2億20百万円	33.6%	43.6%
四半期純利益	1億16百万円	27.9%	39.1%

【主な要因】

- 既存顧客の継続数は増加したものの、消費税増税前の駆け込み需要の反動による顧客単価の減少が想定以上に影響
- 経費効率を重視した集客活動の結果、新規来店者数が伸び悩み新規売上が減少
- 販管費の合理化の結果、前年及び計画比に対して経費は減少したものの、売上高減少が利益に影響
- 第2四半期までの状況を踏まえ、通期業績予想を下方修正

高価格帯化粧品は消費税増税の影響を大きく受けた

百貨店化粧品（高価格帯）とチェーンストア（低中価格帯）の化粧品売上高の前年同期比較



※日本百貨店協会資料/日本チェーンストア協会資料を基に当社作成

高価格帯の化粧品は、低中価格帯化粧品より消費税増税の反動減が大きい

1年間で比較した場合、均された実績となり大きな増減はない

(百万円)	2013/10~ 2014/9	前年同期比
売上高	14,458	99.7%

新しい形態の店舗出店と既存顧客の継続強化に注力

< 新規集客力の強化 >

イベント集客の強化

- 効率の良い集客活動の継続
- 郵便局等の地域に密着した新たなイベント会場で積極的に集客

新ラインの発売

『アビリティ』シリーズ

新たな顧客層へのアプローチを目指し、通販をメインチャネルとした新ライン



Newコンセプトの店舗を試験運用

- 7/10 アリオ倉敷店オープン

※期間限定（2015年1月末）で展開予定

- ・ プロモーションをメイン
- ・ 化粧品販売に加え、短時間のクイックメニューも用意



近隣店舗への送客や認知度向上を図る

< 既存のお客様の継続強化 >

ポイントサービスの拡充

- ゲルマニウム温浴等新サービス導入店舗を拡充（27店舗）

季節に応じたキャンペーンを実施

- 9月 『FPプログラム14Q』

定番美容液をリニューアルするとともに、お得な増量キャンペーンを実施

¥24,840



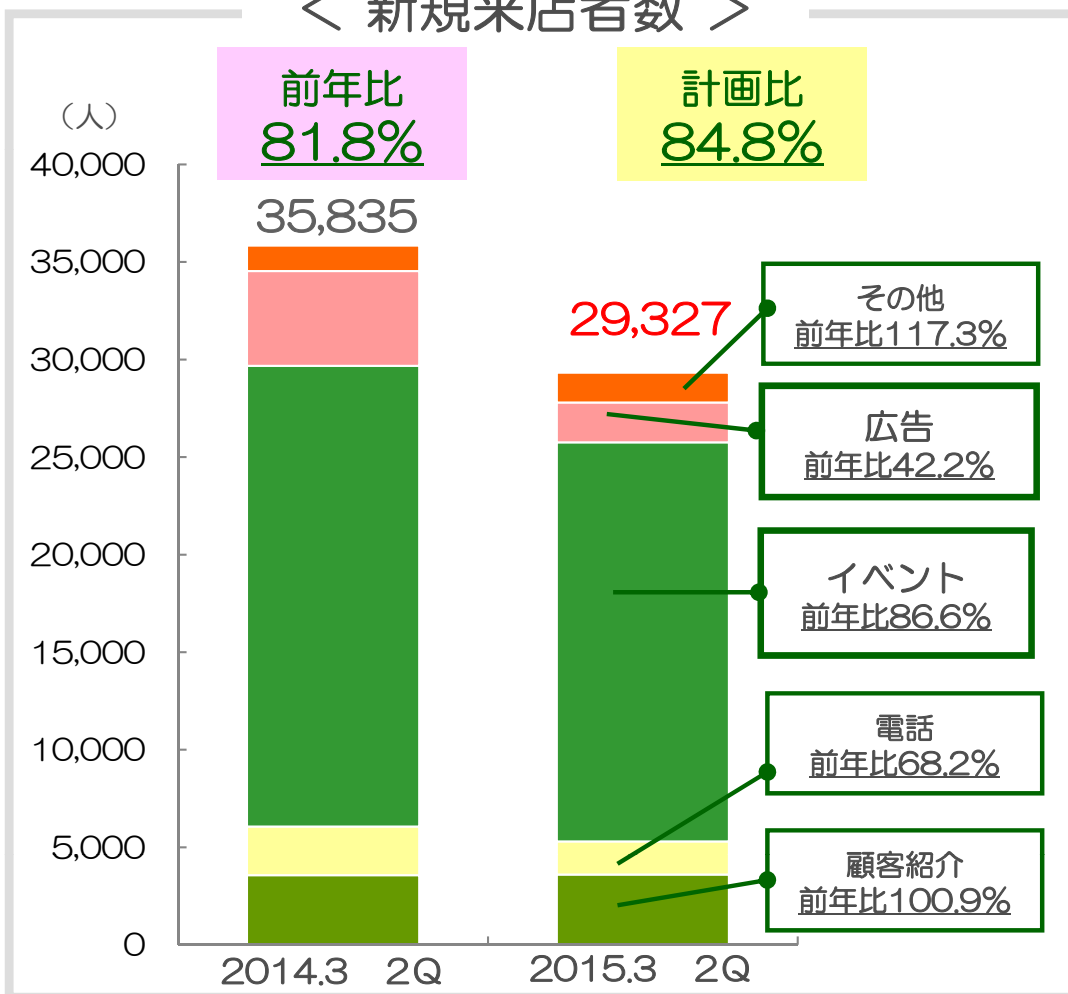
健康食品の製造販売を手掛ける(株)ジャフマックを子会社化

- 健康食品のラインアップを強化
- 販売チャネルの拡大

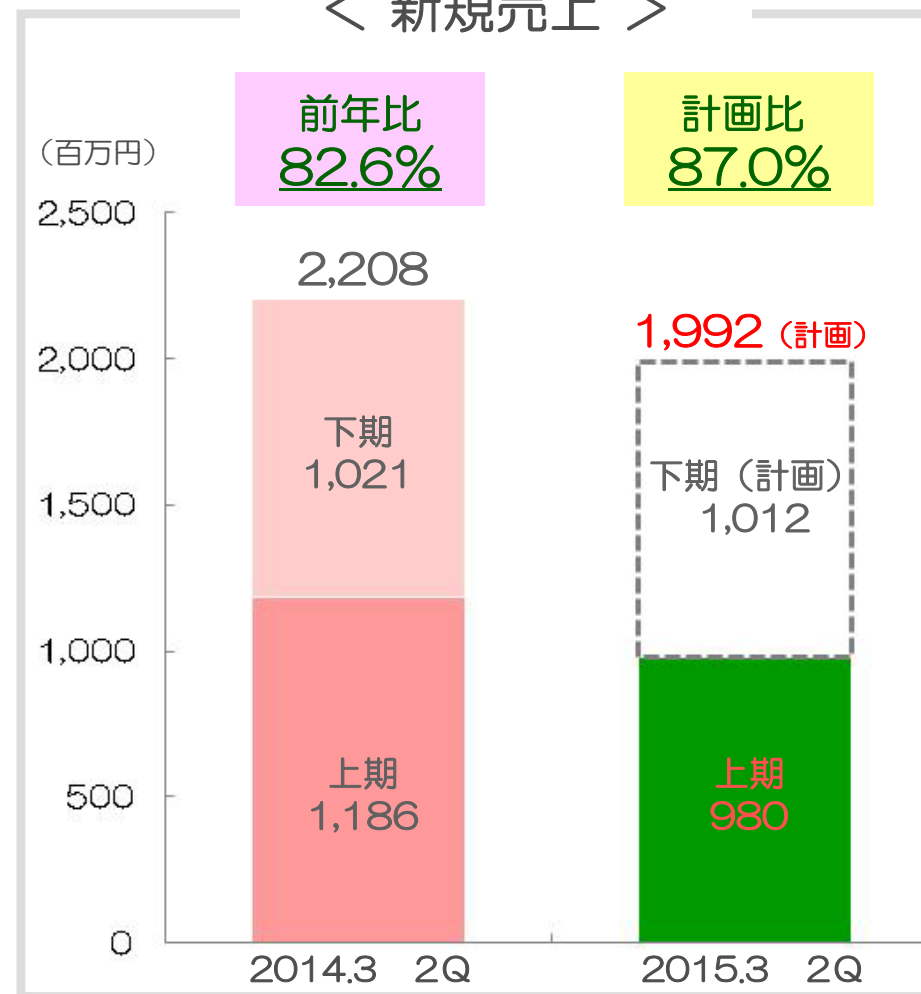
経費効率を重視した集客活動の結果、新規来店者数が減少

新規売上 = イベントや電話集客等により初来店されたお客様への売上

< 新規来店者数 >

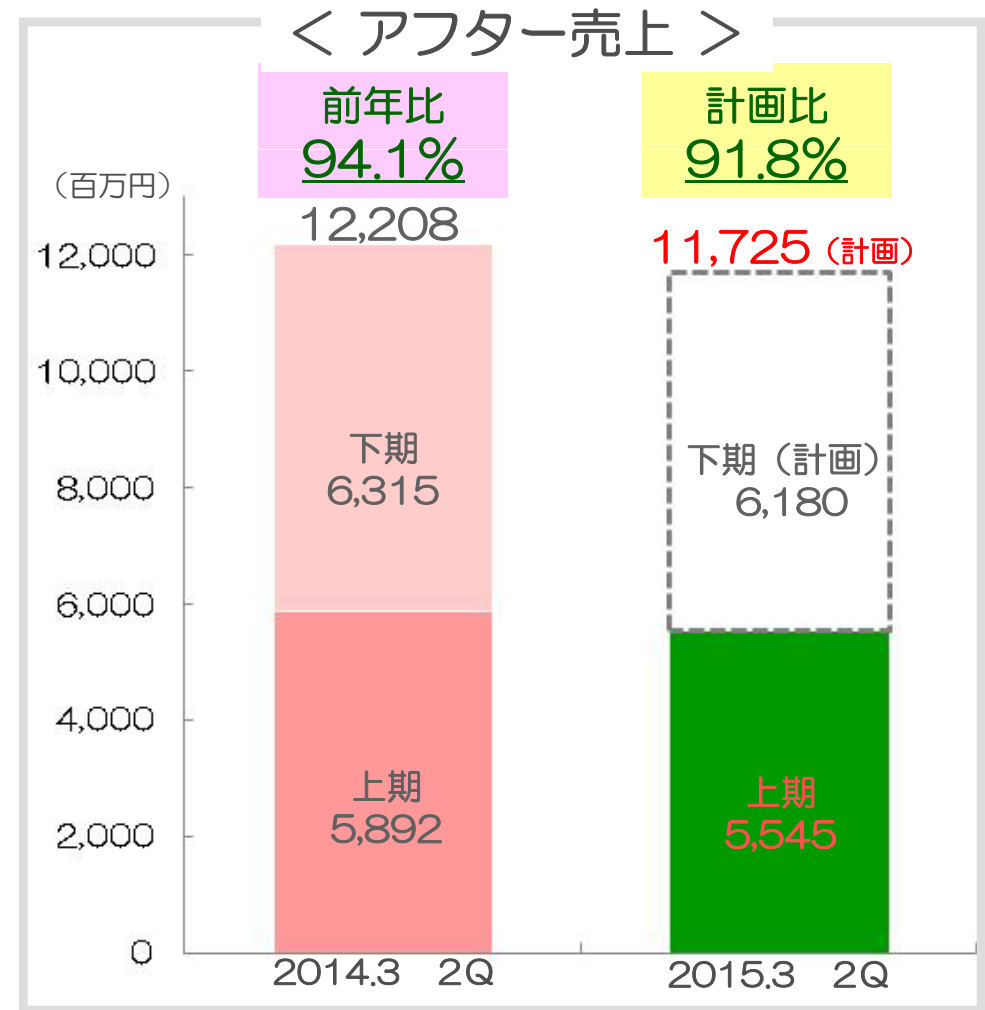
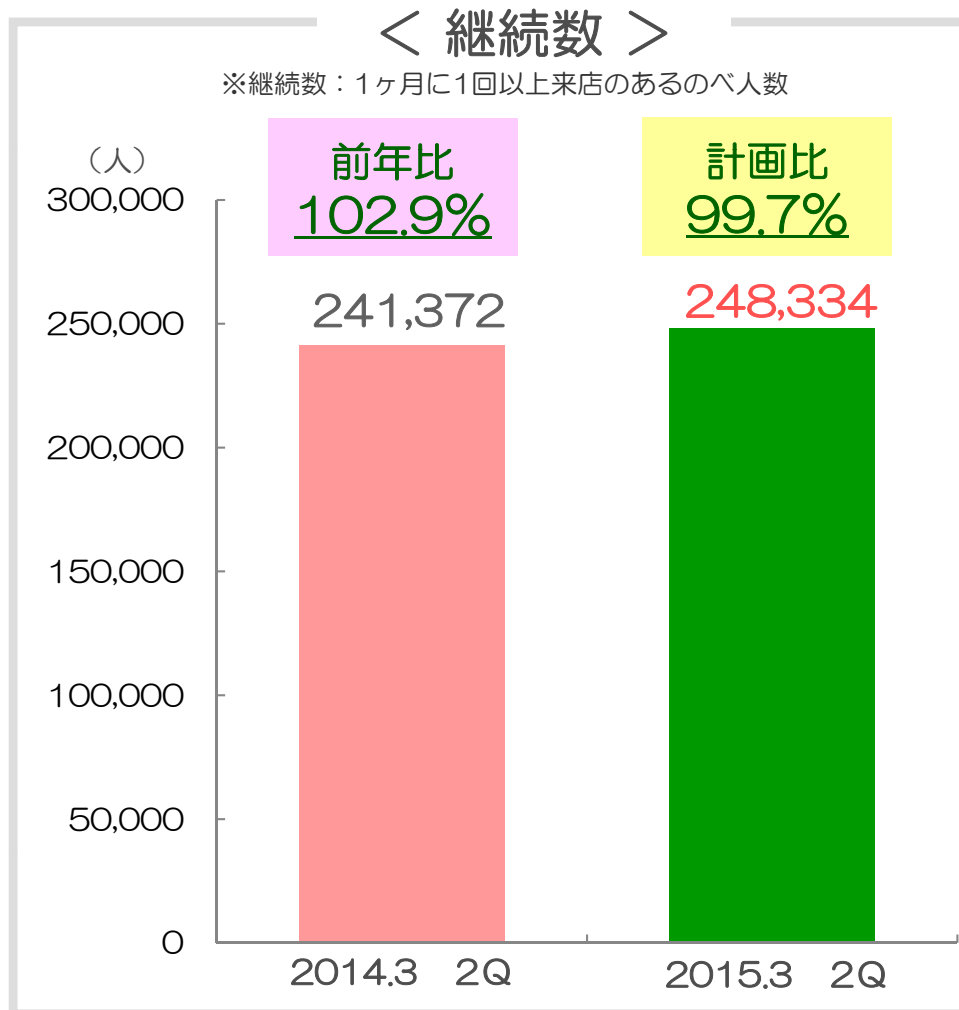


< 新規売上 >



消費税増税前の駆け込み需要の反動により顧客単価が減少し
アフター売上に大きく影響

アフター売上＝既存顧客のリピート購入による売上



リニューアルを中心に、製品のブラッシュアップを図る

4月

『アビリティ』シリーズ



気軽に手にとってもらえる価格帯で、通信販売をメインチャネルとする新ライン

トリートメントマセ ¥3,888
クリアウォッシュ ¥2,916
エッセンスローション ¥3,240
モイストジェル ¥3,780

『FWセット』

『ホワイトシリーズ』より、ライン使いで徹底ケアを目指すお得なセットを数量限定で発売。

¥48,600



5月

『SPA PJ-W』

夏のダメージ肌に働きかけるサロンケア用パックセット

¥17,280



¥7,992

6月

『ブライトアップマセ』

透明感を与える成分を配合し、爽やかで心地いい香りの『トリートメントマセ』。

使いやすいチューブタイプとして、新発売。

6月

『酵素美人-紫』

体の中から美と健康維持を応援健康飲料の『酵素美人シリーズ』より、甘酸っぱい4種のベリー味を新発売。

一般価格/¥3,024



7月

『SPA 03』

夏のダメージ肌に働きかけるサロンケア用パックセット

¥17,280



8月

『ブライトクリームS』

気になる紫外線ダメージにピンポイントでアプローチする美白※クリーム

¥12,960



※メラニンの生成を抑え日焼けによるシミ・ソバカスを防ぐ

『モイストリンクルホワイトS』

紫外線ダメージを集中ケアするチョウチョ型マスク

¥16,200



2015年3月期第2四半期
決算報告

常務取締役兼執行役員
諏佐 貴紀

駆け込み需要の反動による顧客単価減少が大きく影響

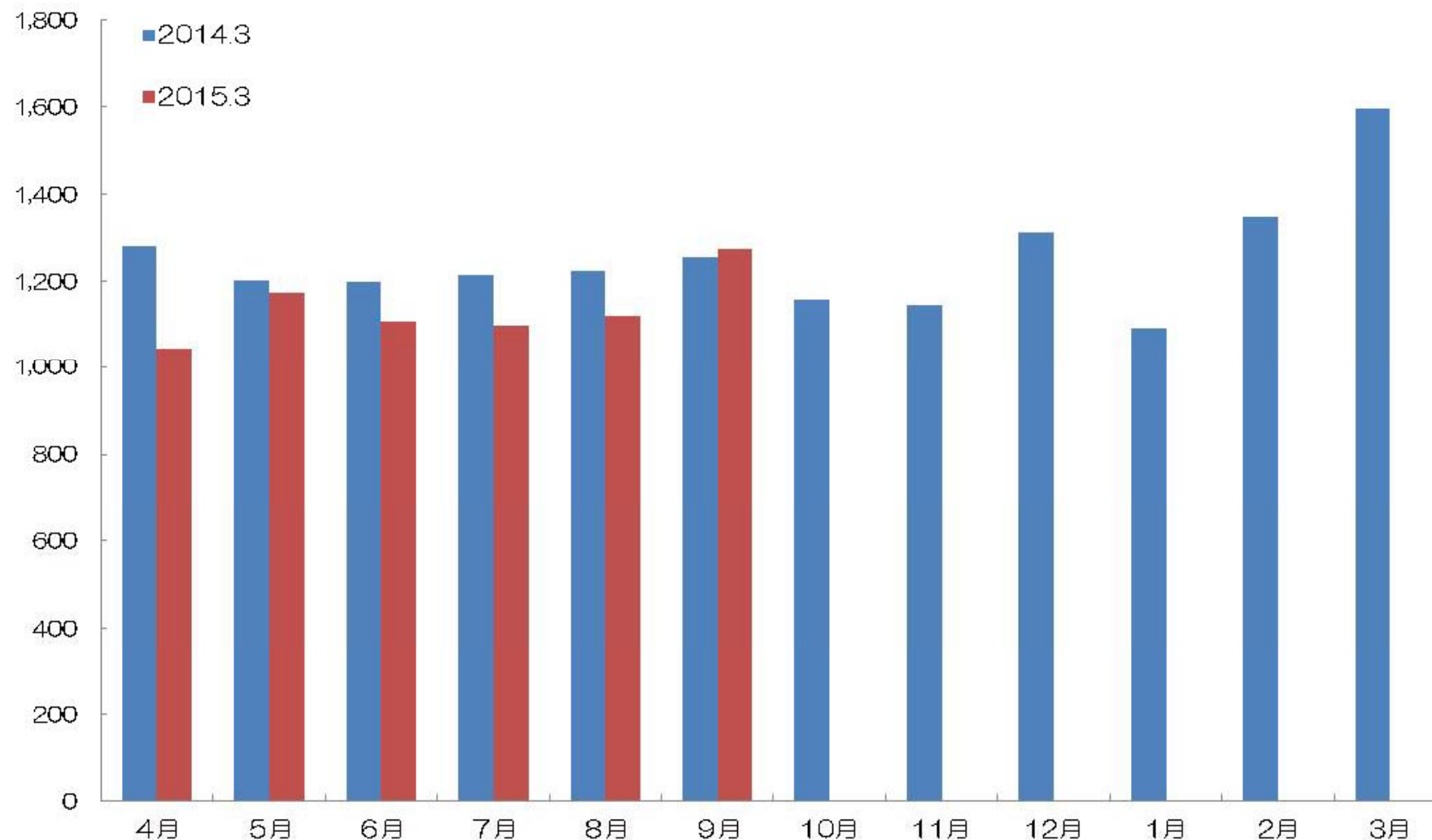
(単位：百万円)	2014年3月期 第2Q (前年)	2015年3月期 第2Q (計画)	2015年3月期 第2Q (実績)	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	7,368	7,391	6,810	92.4	92.1
(直営店売上)	7,159	7,165	6,615	92.4	92.3
売上原価	1,335	1,362	1,344	100.7	98.7
売上総利益	6,033	6,028	5,465	90.6	90.7
販管費	5,409	5,551	5,270	97.4	94.9
営業利益	623	477	194	31.2	40.8
経常利益	657	506	220	33.6	43.6
四半期純利益	418	298	116	27.9	39.1

販売チャネル別売上

単位：百万円	2014年3月期 第2Q		2015年3月期 第2Q		前年比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)	
直 営 店 舗	7,159	97.2	6,615	97.1	92.4
通 信 販 売	101	1.4	107	1.6	105.5
国 内 代 理 店	95	1.3	78	1.2	82.6
海 外 代 理 店	12	0.1	8	0.1	71.2
合 計	7,368	100.0	6,810	100.0	92.4

月次売上高の推移

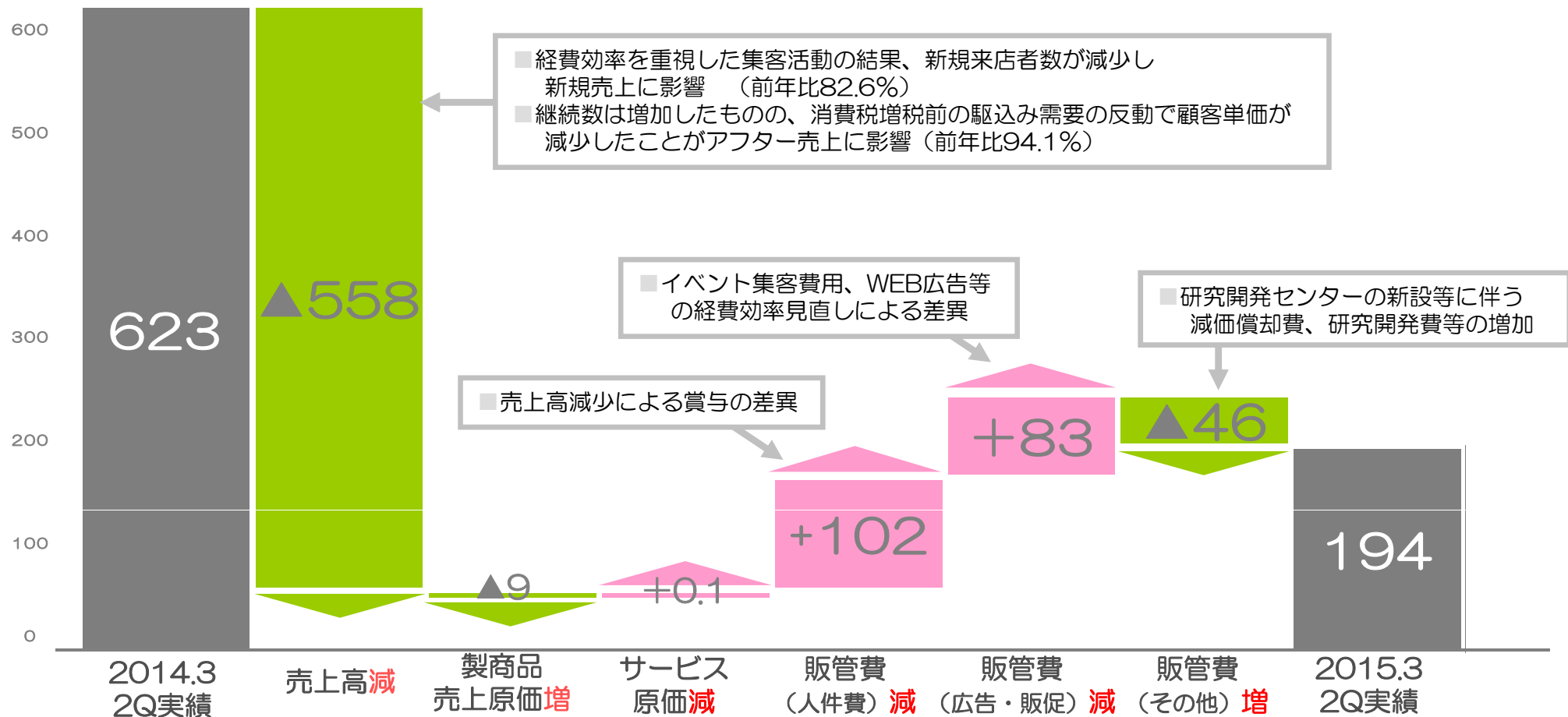
(百万円)



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2014.3	1,278	1,199	1,197	1,214	1,222	1,254	1,157	1,145	1,311	1,091	1,349	1,593
2015.3	1,043	1,171	1,105	1,098	1,118	1,271						
前年同月比	81.6	97.6	92.3	90.5	91.5	101.4						

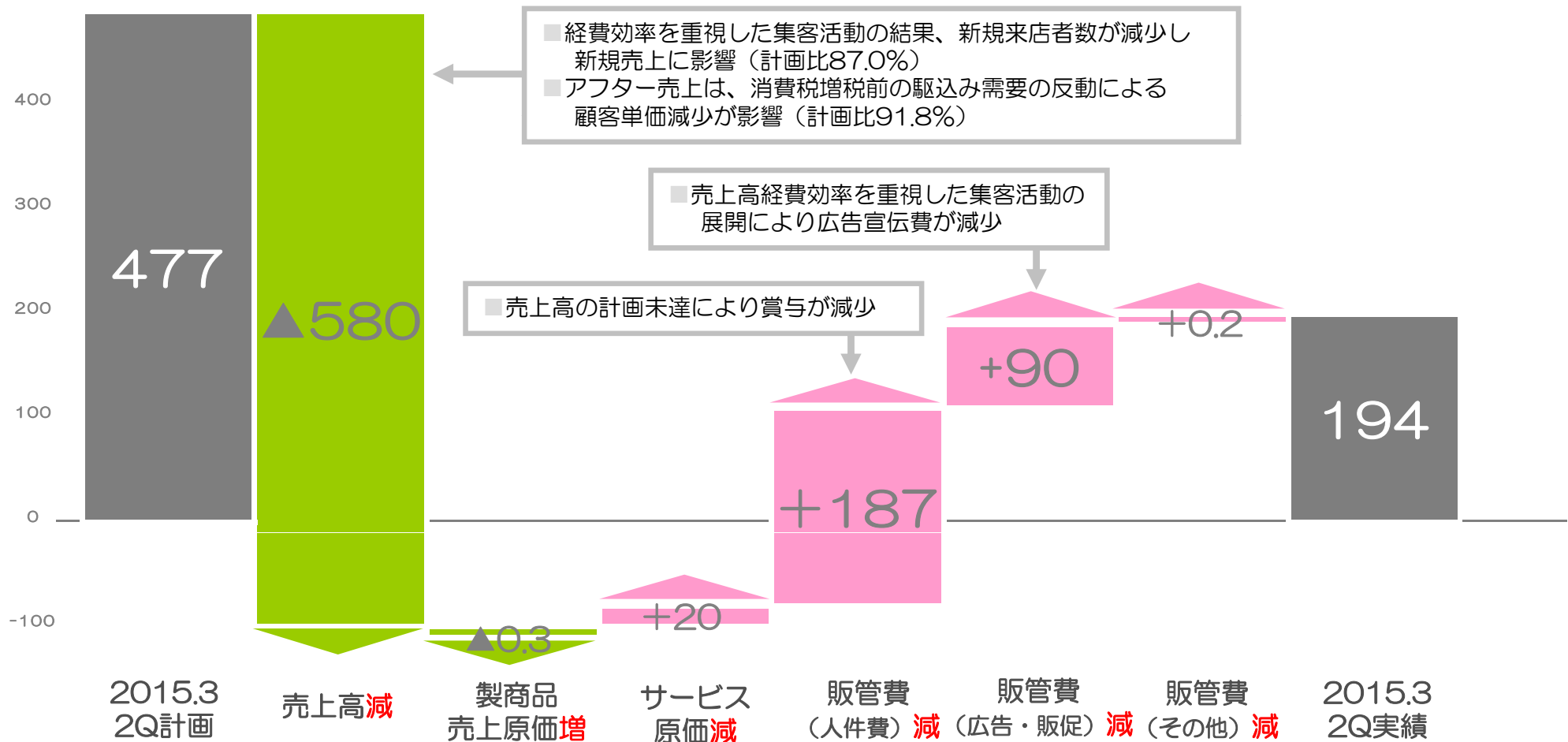
消費税増税の反動による顧客単価減少が大きく影響

(百万円) ■ 増益要因 ■ 減益要因



消費税増税前の駆け込み需要の反動後の回復が想定以上に時間が経過

(百万円) 増益要因 減益要因



貸借対照表

単位：百万円	2014年3月期 (2014年3月31日)		2015年3月期第2Q (2014年9月30日)		増減額	前期末比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)		
流動資産	5,697	48.0	5,015	44.3	※1▲681	88.0
固定資産	6,163	52.0	6,310	55.7	※2146	102.4
資産合計	11,860	100.0	11,325	100.0	▲534	95.5
流動負債	2,370	20.0	1,813	16.0	※3▲556	76.5
固定負債	661	5.6	675	6.0	※414	102.1
負債合計	3,031	25.6	2,489	22.0	▲542	82.1
純資産合計	8,828	74.4	8,836	78.0	※57	100.1
負債純資産合計	11,860	100.0	11,325	100.0	▲534	95.5

※1現金及び預金の減少（440百万円）、売掛金の減少（280百万円）、商品及び製品の増加（119百万円）

※2投資有価証券等の投資その他の資産の増加（139百万円）

※3買掛金の減少（26百万円）、未払法人税等の減少（434百万円）、ポイント引当金の減少（31百万円）

※4長期借入金の減少（46百万円）

※5利益剰余金の減少（54百万円）、自己株式の減少（32百万円）、その他投資有価証券評価差額金の増加（22百万円）

キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円	2014年3月 第2Q	2015年3月 第2Q	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	548	11	▲536
投資活動による キャッシュ・フロー	▲309	▲168	140
財務活動による キャッシュ・フロー	▲148	▲181	▲32
現金及び現金同等物 の増減額	90	▲338	▲429
現金及び現金同等物 の期首残高	2,210	1,940	▲269
現金及び現金同等物 の期末残高	2,300	1,602	▲698

営業活動によるキャッシュ・フロー

税引前四半期純利益（218百万円）

減価償却費（176百万円）

売上債権の減少（280百万円）

たな卸資産の増加（130百万円）

法人税等の支払額（453百万円）

投資活動によるキャッシュ・フロー

定期預金の預入による支出（900百万円）

定期預金の払戻による収入（1,001百万円）

有形固定資産の取得による支出（166百万円）

子会社株式取得による支出（93百万円）

財務活動によるキャッシュ・フロー

長期借入金の返済による支出（46百万円）

自己株式の売却による収入（32百万円）

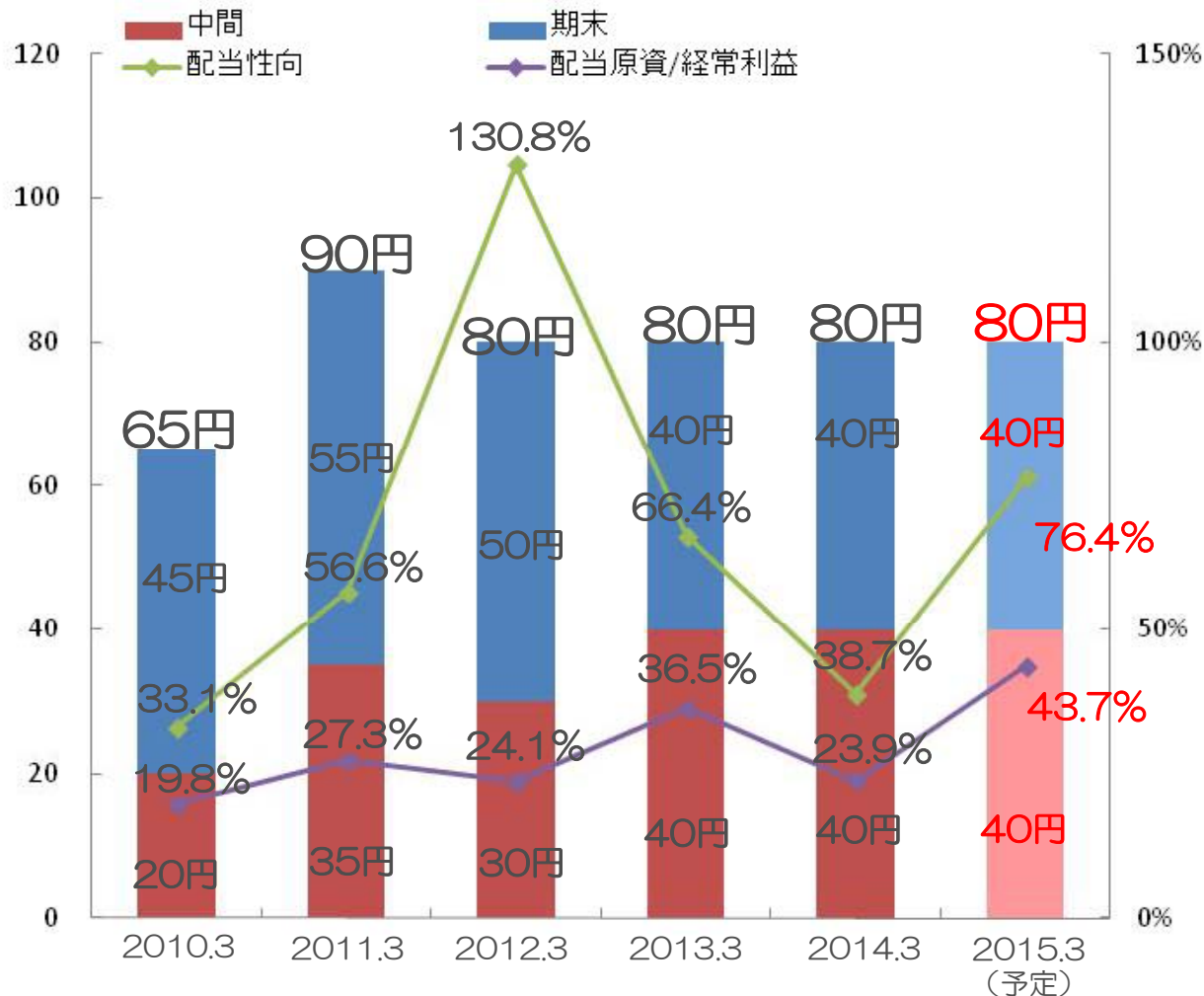
配当金の支払額（170百万円）

第2四半期までの実績を踏まえ、通期予想を下方修正

	2014年3月期 (前年)	2015年3月期 (当初計画)	2015年3月期 (修正計画)	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	15,017	15,123	14,258	94.9	94.3
売上総利益	12,260	12,250	11,422	93.2	93.2
販管費	10,890	11,169	10,722	98.5	96.0
営業利益	1,370	1,081	700	51.1	64.8
経常利益	1,430	1,139	733	51.3	64.4
当期純利益	840	666	419	49.9	62.9

(百万円)	対前年比	対当初計画比
売上高	<p>■消費税増税の影響により上期が大きく減収し、下期は前年比+1~2%を想定(3月を除く)</p> <p>上期実績/前年同期比: 6,810/-7.6%</p> <p>下期計画/前年同期比: 7,448/-2.6%</p>	<p>■上期実績を反映し、下期は前年比+1~2%を想定(3月を除く)</p> <p>上期実績/当初計画比: 6,810/-7.9%</p> <p>下期計画/当初計画比: 7,448/-3.7%</p>
販管費	<p>■前年並みを計画(-1.5%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費(-3.1%): 売上高減少による賞与減を見込む ・広告宣伝費(-5.4%): コストを意識した集客活動を実施 	<p>■合理化を推進しつつ、必要費用は投下(-4.0%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費(-4.6%): 売上高減少による賞与減を見込む ・広告宣伝費(-12.3%): コストを意識した集客活動を実施

配当金額については当初予定より変更なし



【配当金 (2015年3月期)】

- 一株当たり配当額

中間 40円

期末 40円 (予定)

合計 80円 (予定)

- 配当性向: 76.4% (予定)

- 配当原資/経常利益: 43.7% (予定)

【2015年3月期株主優待】

保有状況に応じた金額の範囲内で、
カタログより好きな製品を選択

	100~499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

2015年3月期 今後の取組み

代表取締役兼執行役員社長

金子 靖代

中期経営計画最終年度として、重点施策を着実に遂行

2013.3～2015.3中期経営計画

【 経営指針 】

顧客数の拡大

【 重点施策 】

1

新規集客力の強化

- ブランド力強化
- 新たな集客チャネルの確立
- 新たな販売チャネルの確立

2

既存顧客の 継続率の向上

- お客様満足度の向上
- ロイヤルカスタマー向け
サービスの拡充
- 通販チャネルの拡大

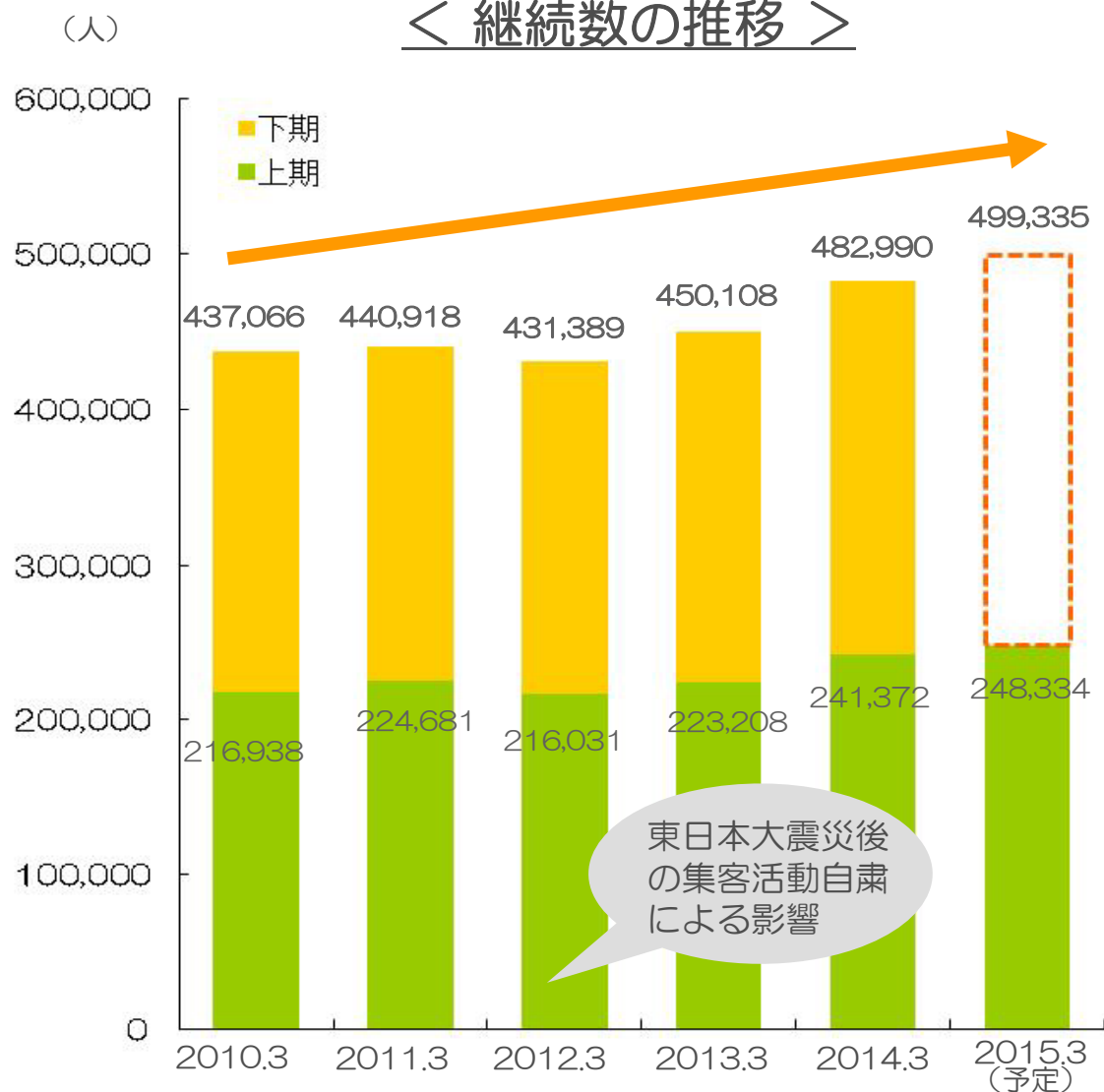
3

顧客受入れ 態勢の強化

- 優秀な人材の獲得・育成
- 働きやすい職場環境の整備
- お客様ニーズに
対応した製品の提供

引き続き、お客様の継続しやすい環境づくりが進んでいる

＜ 継続数の推移 ＞



継続数は堅調に推移

■ 3月の駆け込み需要の結果、お客様が所有するポイント数は増加している。・・・

今後駆け込み需要時に購入した製品の買い足しが予想される・・・

下期の重点課題

アフターサービスのための来店を販売機会へつなげていく

- 主カシリーズのリニューアル
- 各種キャンペーン
- 50周年企画のスタート

多様なニーズを魅力的な接客サービスへつなげていく

お客様満足度向上のための教育を強化



接客力の底上げを図る

① “提案力”の向上

- 製品・皮膚知識等の向上を図るための講習を実施
- 肌チェックに基づくカウンセリング力を強化

② メールアンケートを 活用した教育の強化

- ロープレやディスカッションを取り入れた講習を実施
- アンケート結果をもとに、それぞれの弱点の克服を目指す

ポイントを利用した 会員サービスの拡充

ロイヤルカスタマー向け
サービスの拡大

新たに…

- 「お灸教室」等の特別イベントの開催
- 家族ご招待プラン



さらなるファンづくり



人気製品のリニューアルと新アイテムをプラス

10月

『BX』シリーズをバージョンアップ



あらゆるエイジサイン※を見逃さない
キメ密度の高いしなやかな
ハリ肌を目指すシリーズ

※年齢を重ねた肌の乾燥やキメの乱れのこと

『BXエッセンスローション
(化粧水)』

¥10,800

『BXコンク (美容液)』

¥21,600

11月

『SPA VE』

炭酸パワーでうるおいをチャージする
サロンケア用パックセット

¥17,280

10月

『アビリティ』シリーズ に2アイテムをプラス



『Cローション (美容液)』

¥5,184

『UVプロテクトベース
(日焼け止め化粧下地)』

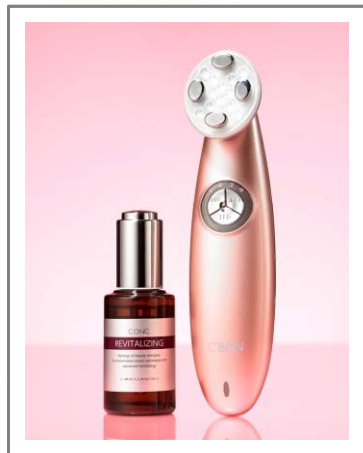
¥2,700



人気製品のリニューアルと新アイテムをプラス

12月

『美肌スペシャリスト5（美顔器）』
& 『リバイタライジングコンク（美容液）』



トータルエイジングケア※
機能を搭載した
本格派の美顔器
と美顔器用の美容液

※年齢肌にハリやうるおいをあたえること

美顔器 / ¥105,840
美容液 / ¥12,960

2月

毎年恒例の

『ファームントパウダー（酵素洗顔料）』

増量キャンペーン

¥31,428

1月

『ベーシック』シリーズを
10年ぶりに大きくバージョンアップ



肌本来が持つ美しさを引き出す
ベーシックラインが保湿力を強化

『デュアル
モイストローションQ
（化粧水）』

120ml / ¥6,480
300ml / ¥14,040

『スキンコンディショナーQ
（乳液）』

¥5,400

下期の重点課題

- ① “効率”を重視した集客活動の強化
- ② 新たなお客様との接点を広げる

① “効率”を重視した集客活動の強化

経費効率を重視して 集客イベントや広告媒体を整理

- 効率の良い集客方法への集中

▶ “安定した契約率”や“購入単価の向上”
等成果が上がってきている

メールアンケートの活用

- 新規来店者へのアンケート内容を見直し

〈現〉感想ヒアリング → 〈新〉ニーズヒアリング

▶ トライアルコース後の
フォロー体制強化

ヒアリングしたニーズ
をもとに、再体験や
通販利用へつなげていく

顧客接点拡大のための施策をブラッシュアップ

②お客様との接点を増やすため、新しい取組みを展開

これまで…
集客方法の多様化（イベント活動の強化、場所の開拓）
通販チャネルの強化（ウェブの活用）
女性をターゲットとして事業展開 etc.

さらなる顧客接点拡大を目指して

“気軽にシーボンを手感できるショップ”
「C' BON BeautyOasis新宿サブナード店」を新設



気軽に立ち寄れるオープンなレイアウト



短時間でキレイ&リラックスできる豊富な
フェイシャル・ネイルケアメニューもご用意

メンズライン『HOMME』を
新発売

拡大する男性化粧品市場に対応するため、
メンズラインを新発売し顧客を開拓。



左から
シーバムウォッシュ（洗顔料）
¥3,240

バイタルローション（化粧水）
¥3,672

アクティブエッセンス（美容液）
¥4,320



サロンとの相乗効果を期待できる立地条件への
出店を検討していく



気軽に購入できるよう通信販売を
メインチャネルとして展開

女性が輝ける職場環境の構築を目指し、ESの向上を推進

■C' BONカレッジの開校

- ✓積極的にキャリア・アップしたい
- ✓もっと色々と学びたい etc



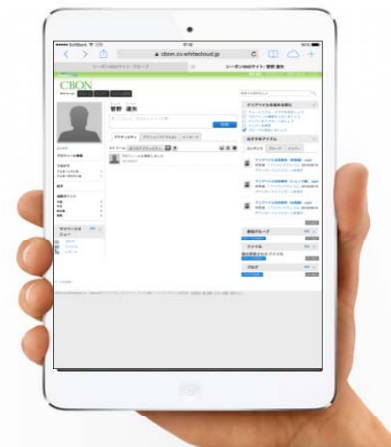
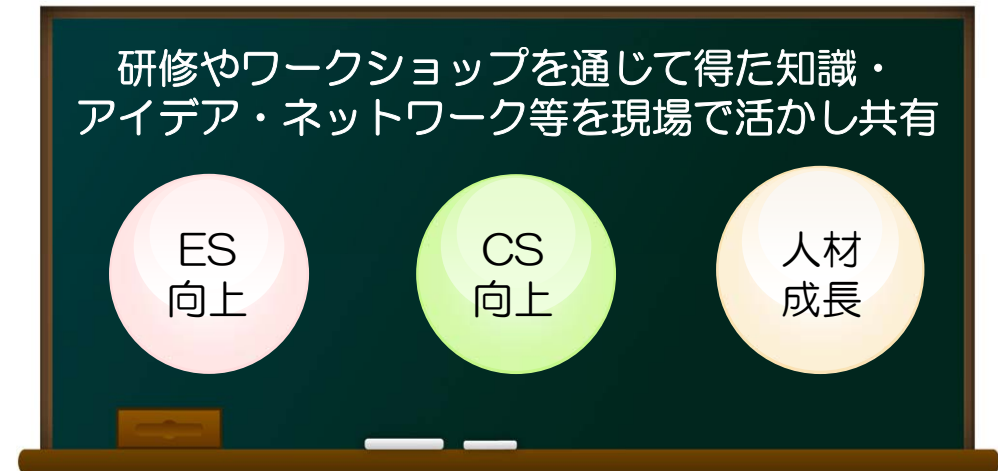
様々な知識を習得する
独自の学びの場を新設

■社内コミュニケーションを 活性化し“現場力”を強化

- ・タブレット端末を使用した社内SNS
- ✓魅力的なディスプレイ/POPの共有
- ✓勉強会等の紹介 etc



成功・失敗事例を共有し
多様な意見交換を行うことで“現場力”を強化



タブレット端末で
各社員のeラーニングも可能

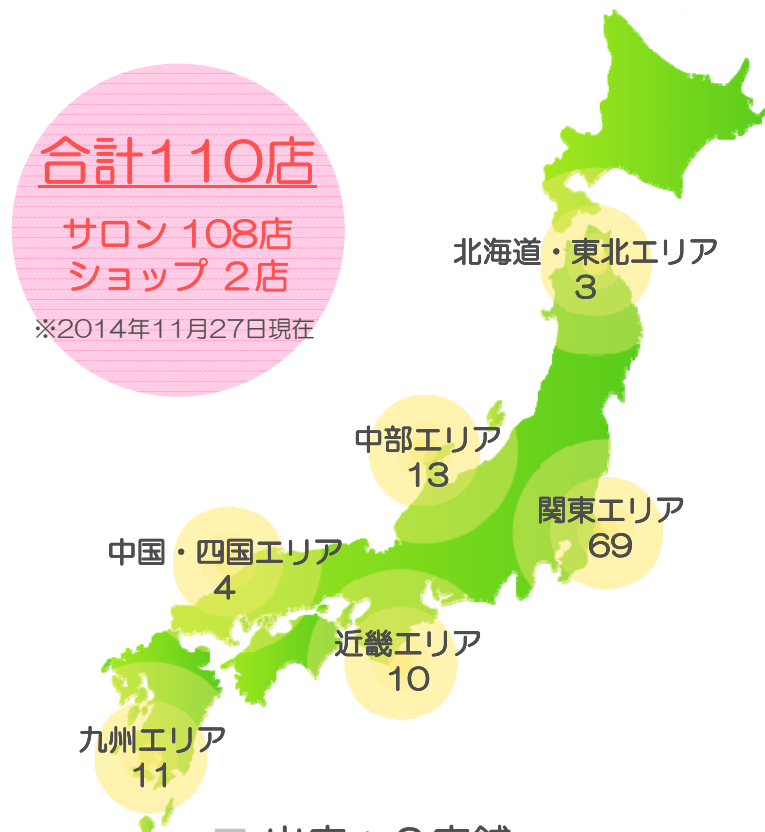


新サービスを提供する店舗を拡大し、継続数増加を図る

＜上期の新サービス導入店舗数＞

※2014年9月30日現在

導入サービス	上期導入店舗数	合計
ゲルマニウム温浴	26	80
ネイルケア	0	7
ヘッドスパ	11	19
リフレクソロジー	21	27
30分フィットネス	0	1



従来のフェイシャルケア等に
加えポイントの利用内容を拡充



既存顧客の来店を促進し
販売機会の創出を図る

ゲルマニウム温浴



■ 出店：2店舗

(7月 アリオ倉敷店
10月 C'BON BeautyOasis新宿サブナード店)

■ 退店：なし

■ 移設：1店舗 (9月 イオンモール各務原店)

■ 改装：2店舗 (上大岡店/蒲田店)

- 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