

株式会社シーボン
2013年3月期決算説明会
2013年5月24日（金）



目次

2013年3月期決算の概況	2
2013年3月期決算報告	8
今後のシーボンの取組み	20

2013年3月期
決算の概況

代表取締役社長
金子 靖代

2013年3月期 決算のポイント

	実績	前年比	業績予想に対する 達成度※
売上高	141億47百万円	99.4%	101.0%
営業利益	8億76百万円	62.9%	115.9%
経常利益	9億30百万円	65.2%	112.8%
当期純利益	4億93百万円	190.1%	108.5%

【主な要因】

※売上高等各指標は修正後の計画値

- すそ野拡大により来店者数は増加したものの、顧客単価は減少
- 2012年3月期の新規顧客数の減少が、2013年3月期のアフター売上に影響した

【その他トピックス】

- 2013年3月22日付で東京証券取引所市場第二部より第一部へ指定

ウェブプロモーションの強化等新たな集客方法を構築

< 新規集客力の強化 >

ウェブを利用したプロモーション強化

ウェブ経由での新規来店者数

前期比 **307.6%**

異業種企業の顧客網を活用した展開

- 大手通販会社のお客様をサロンでの
トライアルコースへ招待



認知度向上に加え、サロンや通販への誘導を実施

- 異業種企業とのタイアップイベント強化

西日本への新規出店

- 博多店 (7/1) / 尼崎店 (9/1)
枚方店 (12/1)

< 既存のお客様の継続強化 >

利便性の向上

- 会員サービスの拡充

一部ロイヤルカスタマーに対し、
ポイントを利用した製品の割引購入が可能

お客様満足度の向上

- メールアンケートを活用した
サービスの向上

- Facebook公式ページオープン

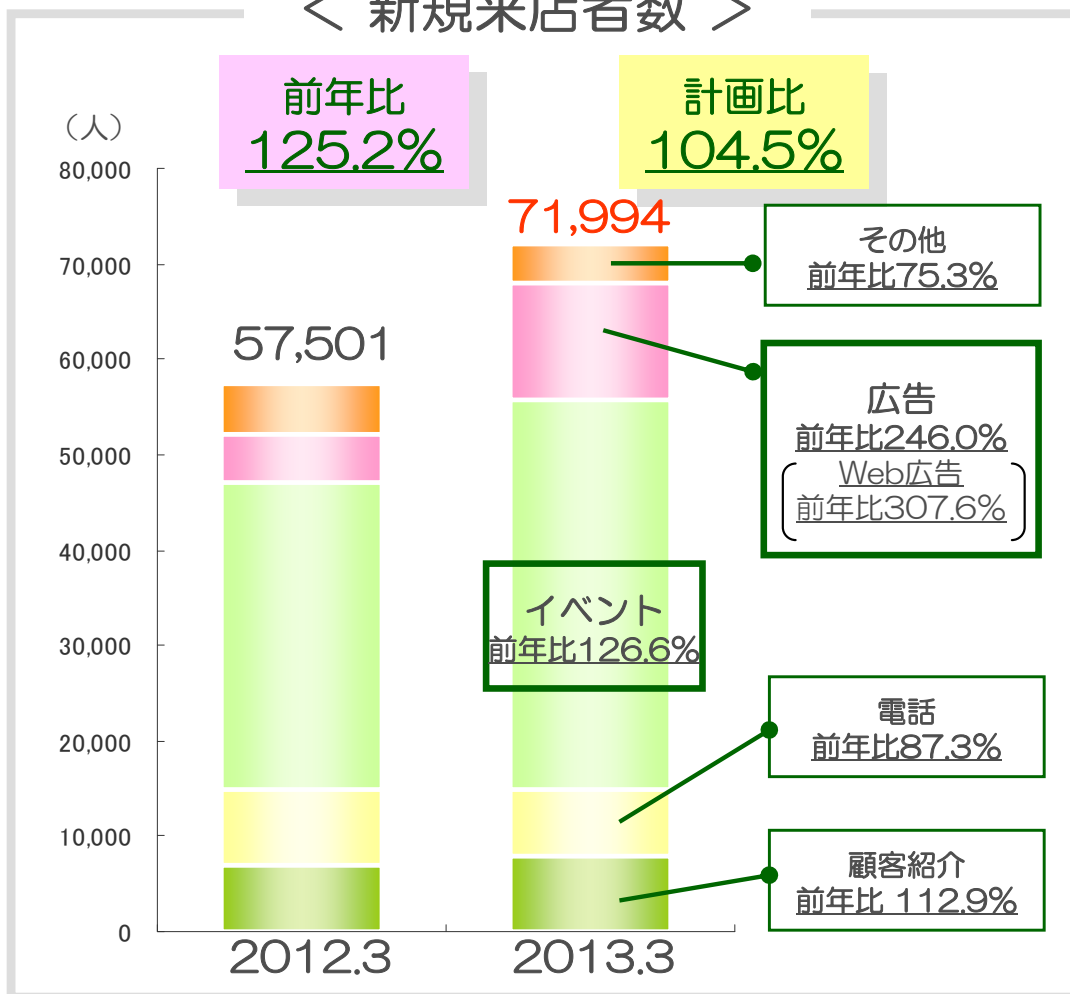
お客様満足に対する取組みを発信
SNSを活用した双方向コミュニケーション



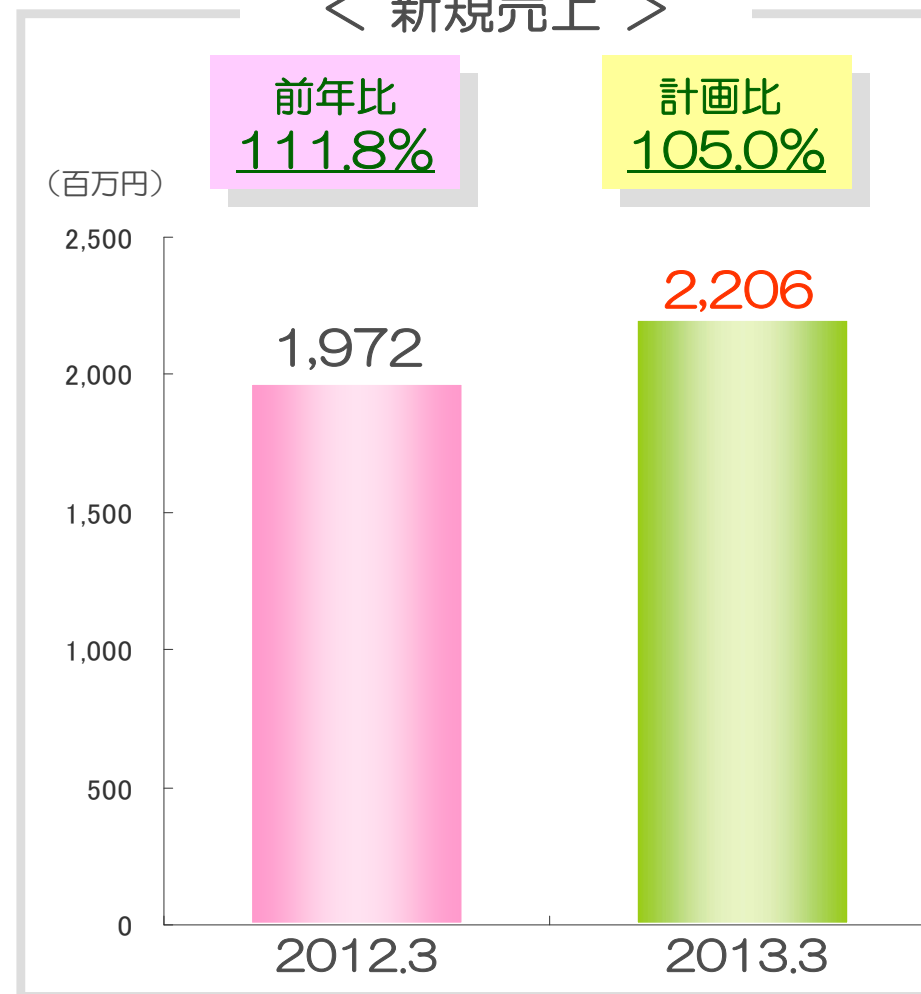
積極的な集客活動が奏功し、新規来店者数は増加

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 >

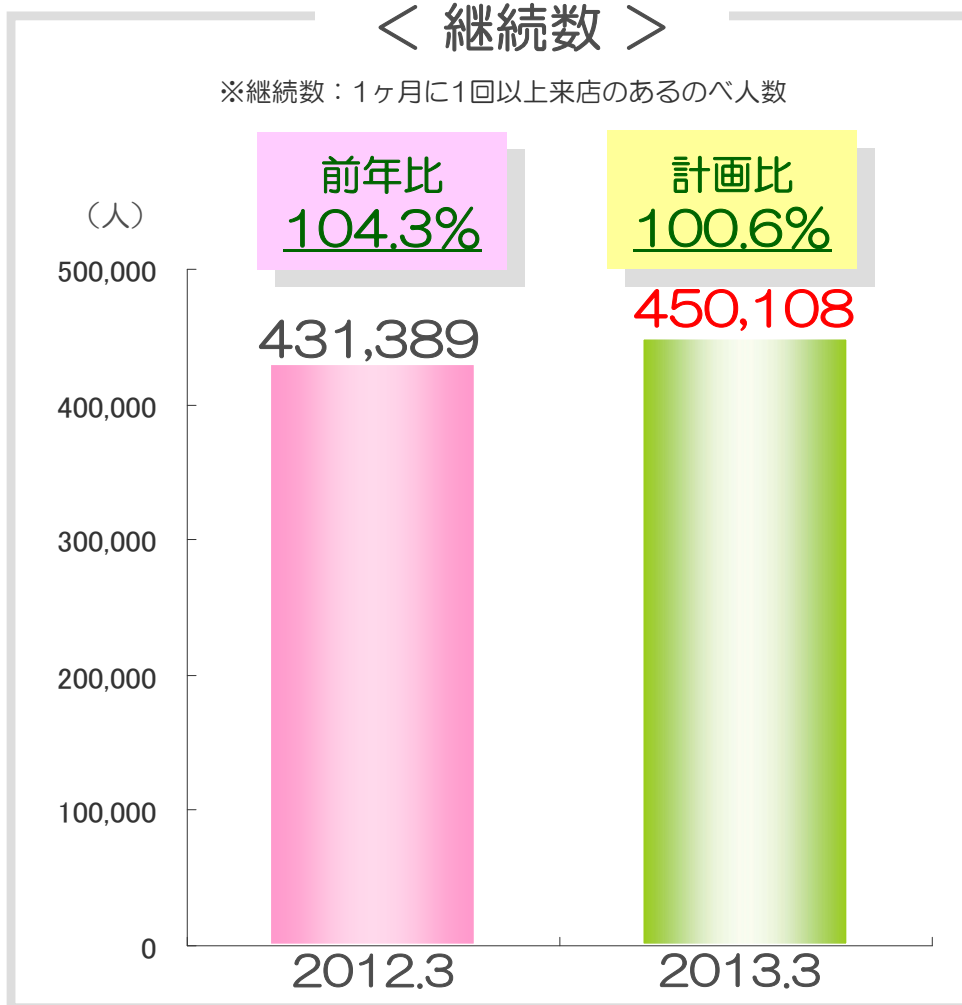


お客様の継続強化が進んだものの
すそ野拡大により顧客単価が前年を下回る

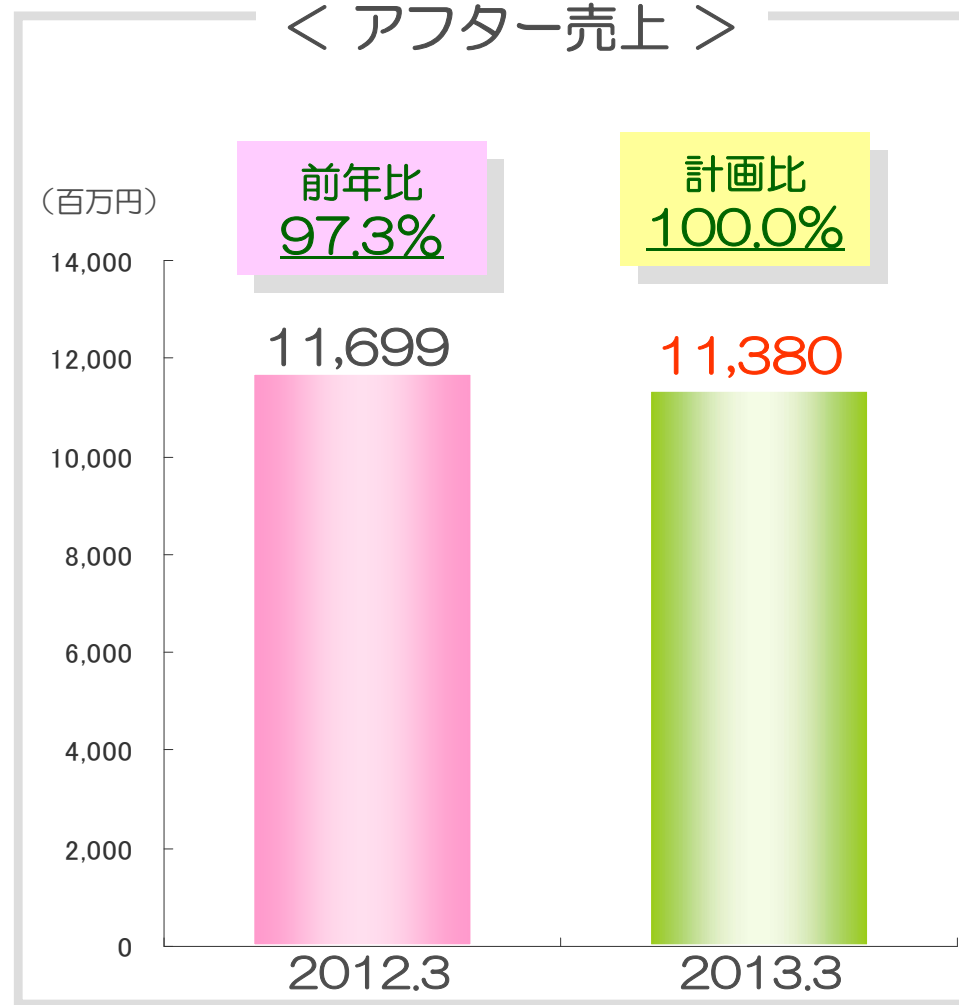
アフター売上＝既存顧客のリピート購入による売上

< 継続数 >

※継続数：1ヶ月に1回以上来店のあるのべ人数



< アフター売上 >



西日本に新規出店し、直営店舗数は107店

新設



7/1 博多店

移設



8/1 前橋リリカ店

新設



9/1 尼崎店

移設



9/1 千葉店

移設



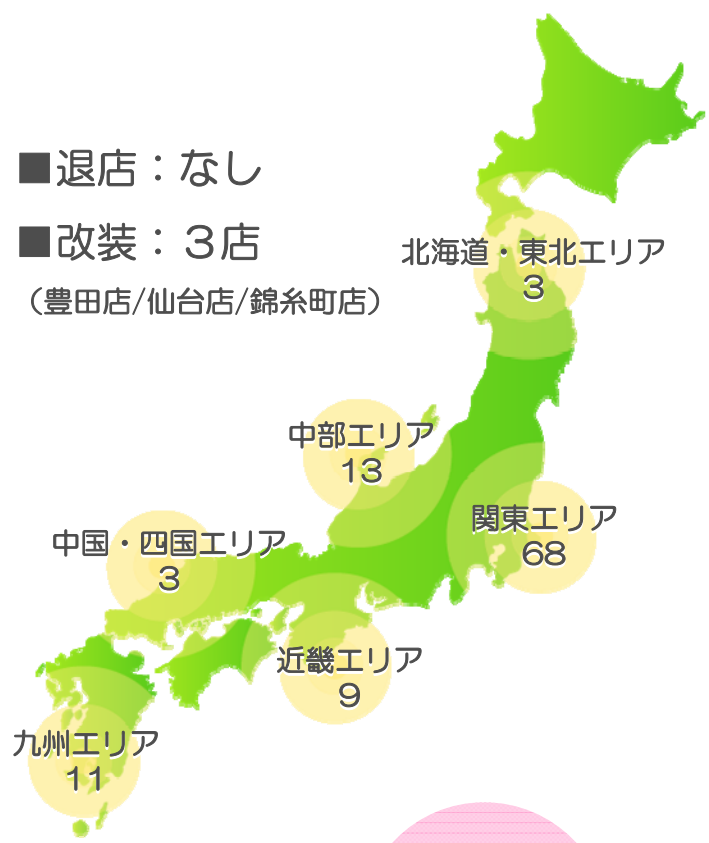
12/1 ダイエー南越谷店

新設



12/1 枚方店

- 退店：なし
- 改装：3店
(豊田店/仙台店/錦糸町店)



合計
107店

	2007.3	2008.3	2009.3	2010.3	2011.3	2012.3	2013.3
店舗数	92	98	98	102	103	104	107
出店	6	7	2	4	3	2	3
退店(統合)	1	1	2	0	2	1	0

2013年3月期
決算の概況

取締役管理部担当
諏佐 貴紀

前年比で売上高は横ばい、販管費の増加によって
営業利益は減益

	2012.3 (前年)	2013.3 (計画)	2013.3 (実績)	前年比 (%)	計画比 (%)
売上高	14,228	14,001	14,147	99.4	101.0
(直営店売上)	13,854	13,585	13,736	99.1	101.1
売上原価	2,725	2,686	2,743	100.6	102.1
売上総利益	11,502	11,315	11,404	99.1	100.8
販管費	10,107	10,558	10,527	104.2	99.7
営業利益	1,394	756	876	62.9	115.9
経常利益	1,426	824	930	65.2	112.8
当期純利益	259	454	493	190.1	108.5

販売チャネル別売上

単位：百万円	2012年3月期		2013年3月期		前年比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)	
直 営 店 舗	13,854	97.4	13,736	97.1	99.1
通 信 販 売	166	1.1	198	1.4	119.6
国 内 代 理 店	182	1.3	191	1.3	105.0
海 外 代 理 店	25	0.2	22	0.2	87.5
合 計	14,228	100.0	14,147	100.0	99.4

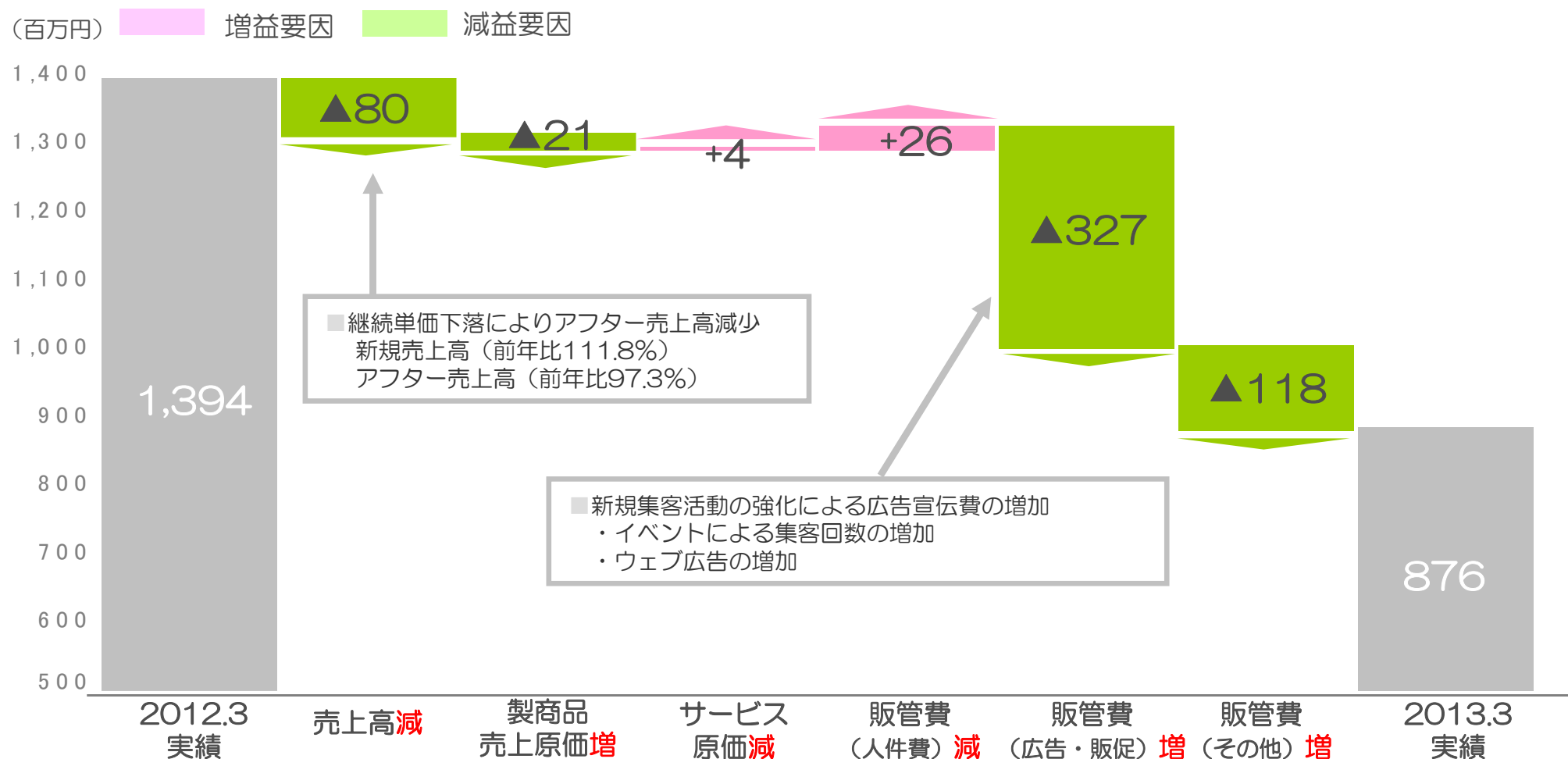
月次売上高の推移

(百万円)

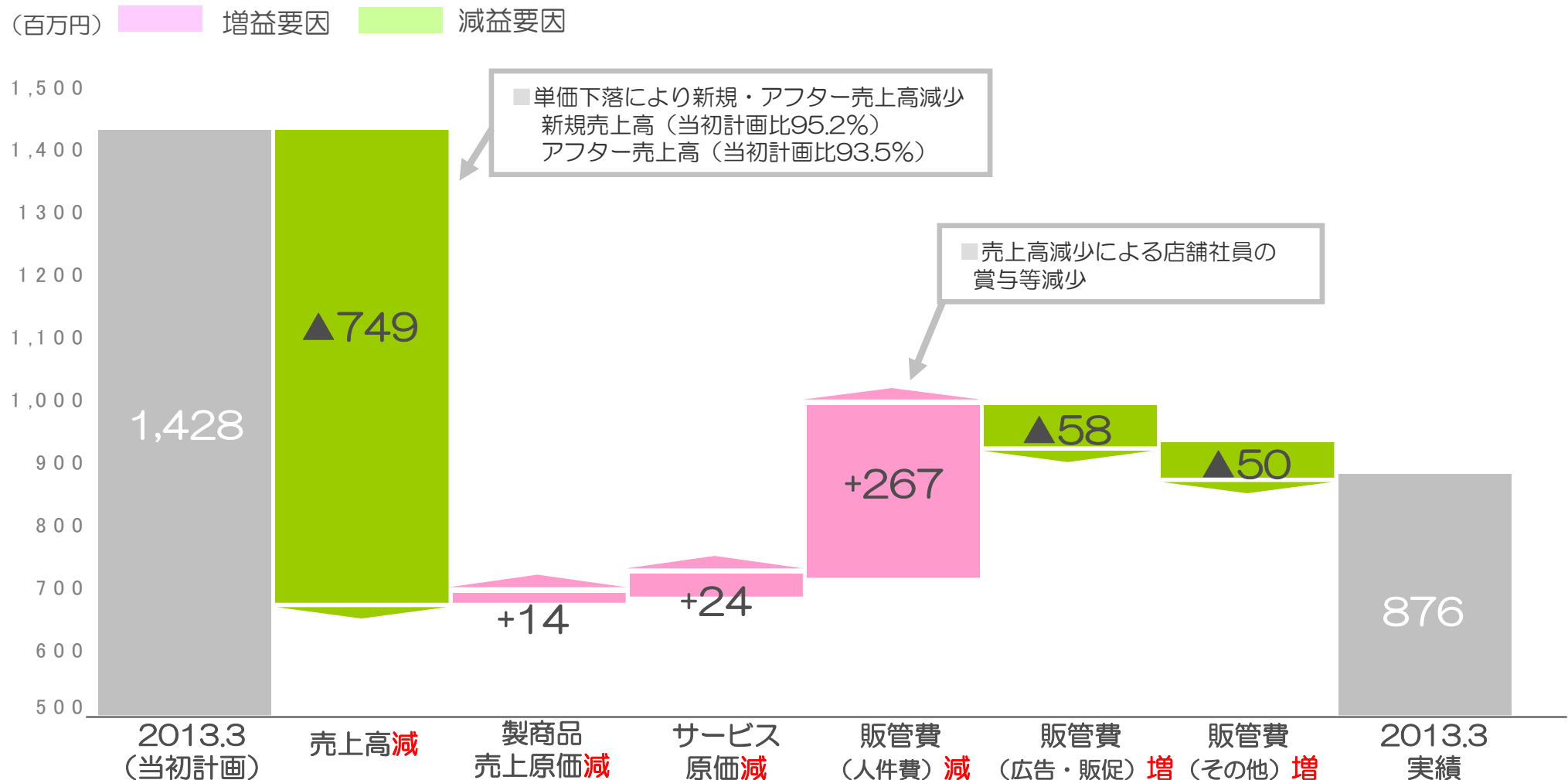


	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2012.3	1,205	1,202	1,154	1,139	1,126	1,250	1,219	1,107	1,261	1,096	1,303	1,161
2013.3	1,200	1,183	1,151	1,072	1,140	1,265	1,156	1,072	1,247	1,077	1,337	1,242
前年同月比	99.7%	98.4%	99.7%	94.2%	101.2%	101.2%	94.8%	96.8%	98.9%	98.3%	102.6%	106.9%

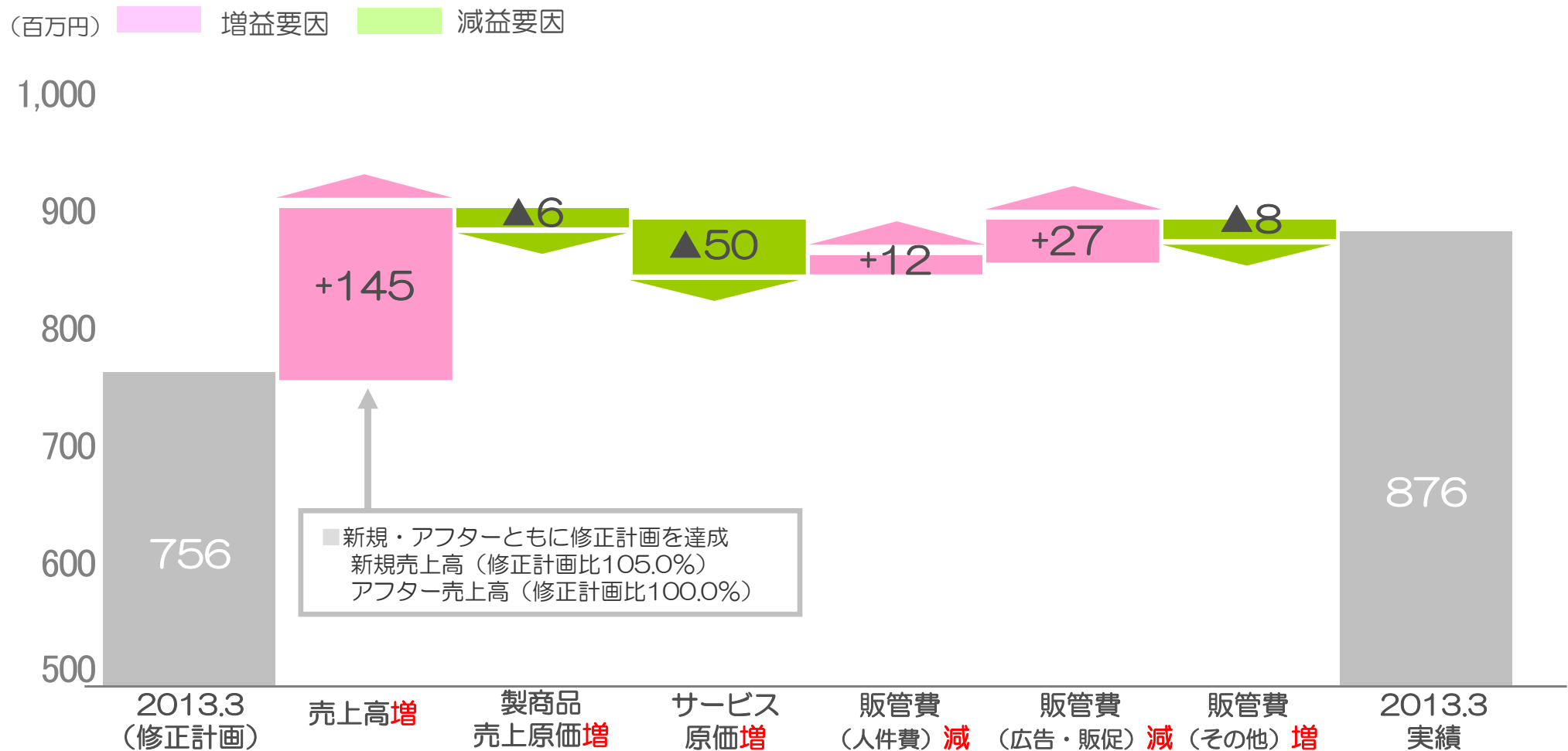
前年同期に比べ主に広告宣伝費の増加により減益



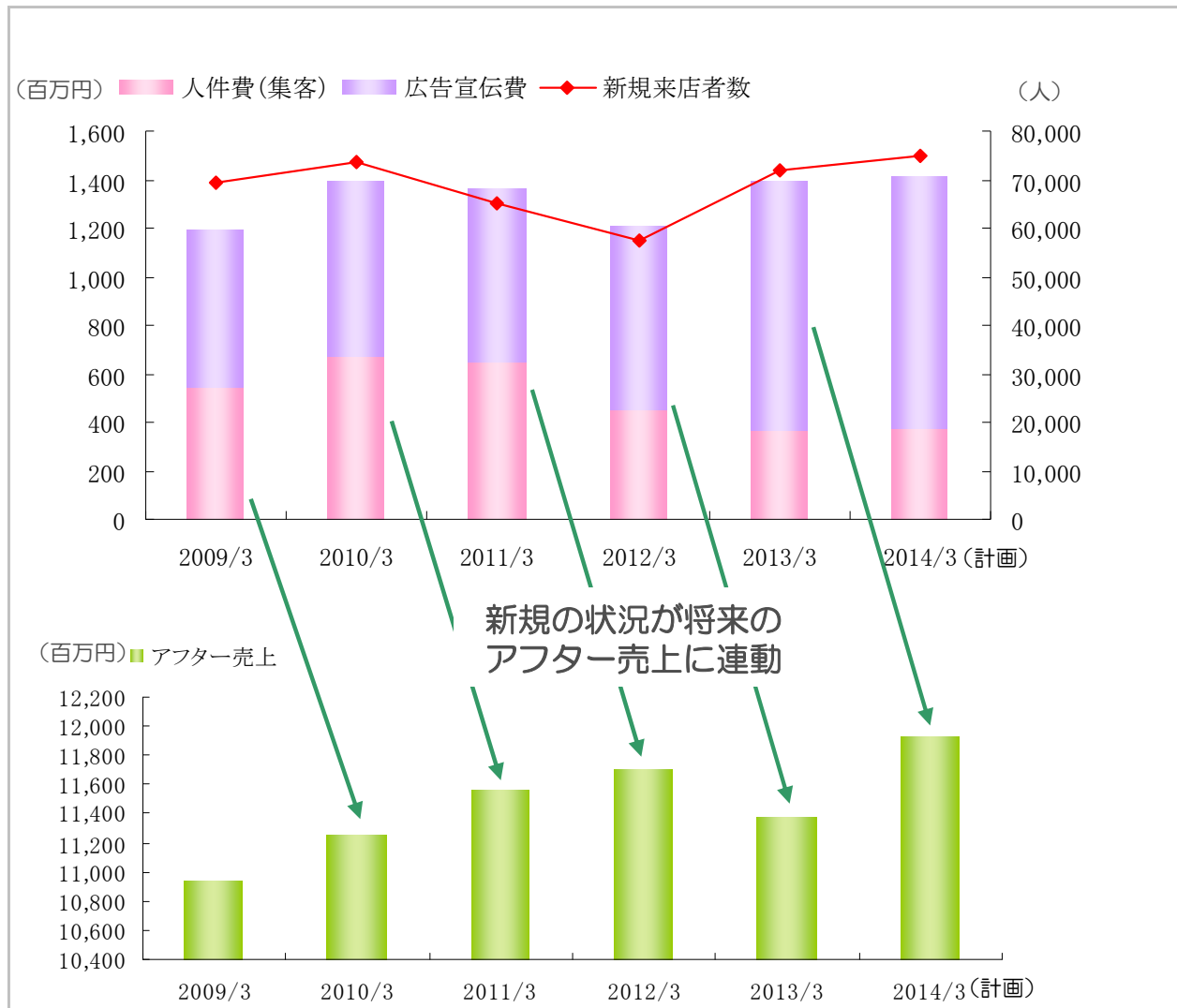
売上高及び人件費が当初計画を下回る



人件費・広告宣伝費等の販管費計画は大きな乖離なし



過去の新規来店者数が将来のアフター売上に影響



■ 2010/3~2012/3新規来店者

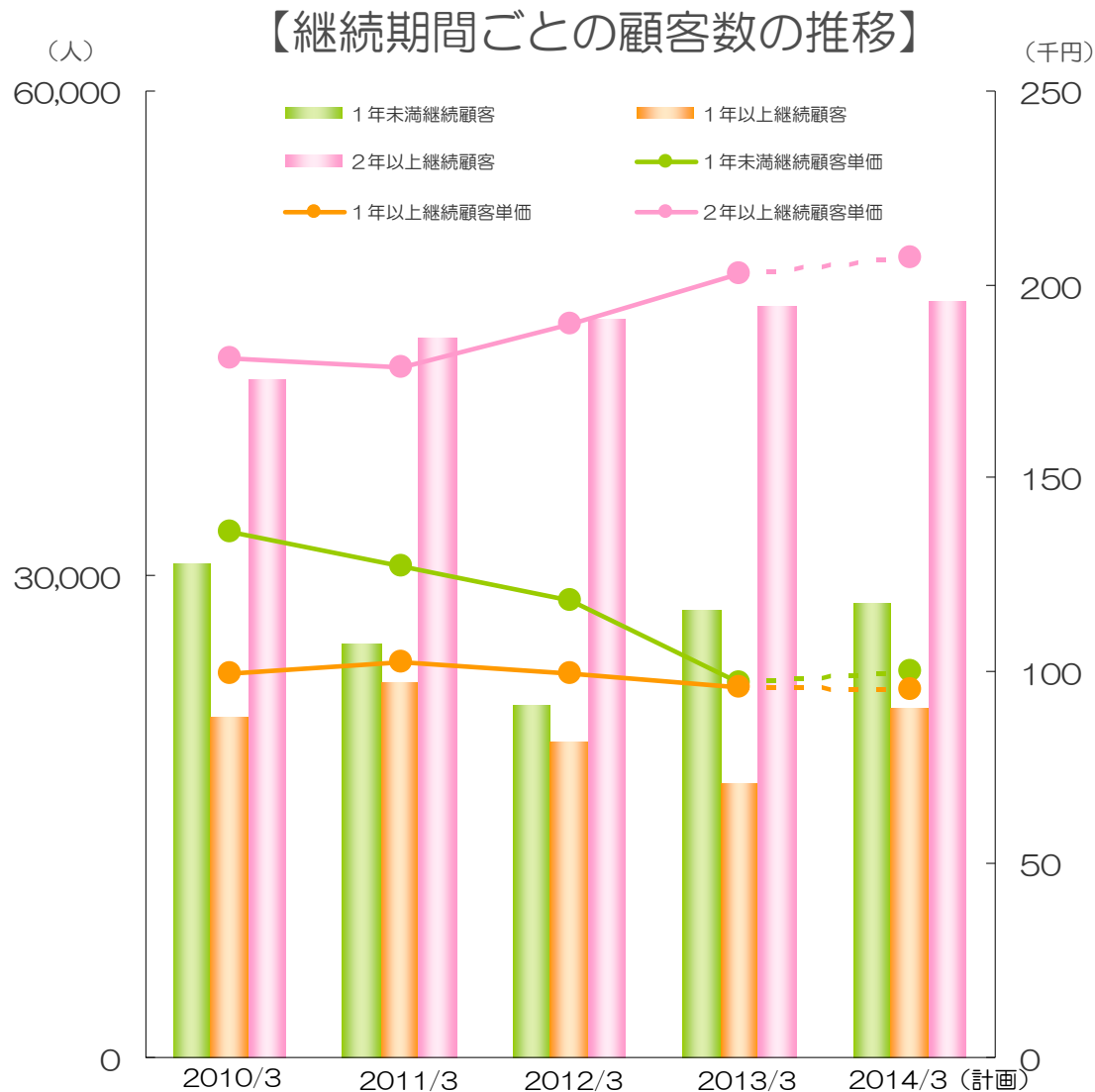
- ・ 集客方法の転換
- ・ 震災の影響による集客活動自粛

2013/3アフター売上に影響

■ 2014/3は2013/3と同水準の広告宣伝費により、引き続き新規顧客を確保

2014/3以降のアフター売上確保のための重要な基盤となる

アフター売上の基盤を着実に構築



1年未満継続顧客数

集客方法の移行や活動の自粛等により減少していたが、2013/3より増加に転じる

1年以上継続顧客数

1年未満継続数減少により影響を受けていたが、今後増加に転じると見込まれる

2年以上継続顧客数

成長の源泉で、着実に積み上がっており、新規集客の改善により更なる積み上げが見込まれる

■ 1年未満継続顧客数の単価下落は想定（集客活動の移行）

■ 1年以上継続顧客数及び2年以上継続顧客数の単価は一定水準で推移

継続顧客数の増加により2014/3
アフター売上の基盤は着実に構築されている

貸借対照表

単位：百万円	2012年3月期 (2012年3月31日)		2013年3月期 (2013年3月31日)		増減額	前期末比 (%)
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)		
流動資産	5,551	50.0	5,655	50.3	※1 104	101.9
固定資産	5,548	50.0	5,583	49.7	※2 34	100.6
資産合計	11,099	100.0	11,239	100.0	139	101.3
流動負債	2,005	18.1	1,949	17.3	※3 ▲55	97.2
固定負債	449	4.1	707	6.3	※4 258	157.4
負債合計	2,455	22.1	2,657	23.6	202	108.3
純資産合計	8,644	77.9	8,581	76.4	※5 ▲63	99.3
負債純資産合計	11,099	100.0	11,239	100.0	139	101.3

※1売掛金の増加（63百万円）商品及び製品の減少（62百万円）仕掛品の増加（40百万円）有価証券の増加（100百万円）

※2建物の増加（25百万円）建設仮勘定の減少（32百万円）

※3未払金の増加（15百万円）未払法人税等の減少（88百万円）ポイント引当金の増加（30百万円）

※4長期借入金の増加（235百万円）

※5利益剰余金の増加（111百万円）自己株式の増加（234百万円）

キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円	2012年3月期	2013年3月期	増減額	
営業活動による キャッシュ・フロー	529	775	245	営業活動によるキャッシュ・フロー 税引前当期純利益（881百万円） 減価償却費（296百万円） 売上債権の増加（63百万円） 法人税等の支払額（493百万円）
投資活動による キャッシュ・フロー	▲1,407	▲402	▲1,005	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（310百万円） 投資有価証券の取得による支出（50百万円）
財務活動による キャッシュ・フロー	▲359	▲380	20	財務活動によるキャッシュ・フロー 長期借入れによる収入（310百万円） 自己株式の取得による支出（309百万円） 配当金の支払額（381百万円）
現金及び現金同等物 の増減額	▲1,237	▲7	1,230	
現金及び現金同等物 の期首残高	3,455	2,217	▲1,237	
現金及び現金同等物 の期末残高	2,217	2,210	▲7	

強固な顧客基盤を活用し、売上計画を着実に遂行

	2013.3 (前年)	2014.3 (計画)	前年比 (%)
売上高	14,147	14,732	104.1
(直営店売上)	13,736	14,285	104.0
売上原価	2,743	2,814	102.6
売上総利益	11,404	11,917	104.5
販管費	10,527	10,782	102.4
営業利益	876	1,135	129.5
経常利益	930	1,202	129.3
当期純利益	493	701	142.2

- 空白地域への新規出店の継続
- イベント集客を軸に、ソーシャルメディア等も活用した集客
- ポイントサービスの拡充等による既存顧客の来店強化

- 人件費は前年比102.9%
- 広告宣伝費は前年とほぼ同水準

- 特別損失等は現在予定なし

今後の取組み

代表取締役社長

金子 靖代

企業価値の源泉である“強固な顧客基盤”強化を図る

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

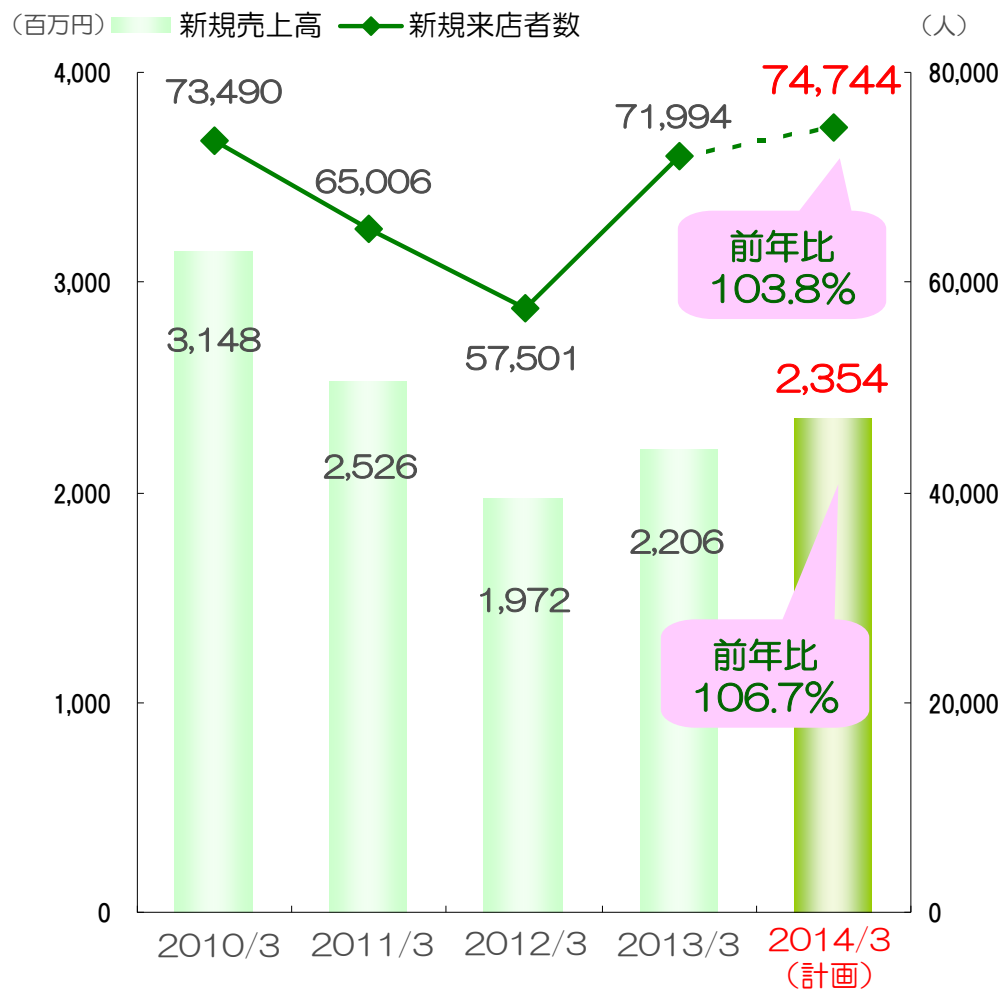
3

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

イベント活動を中心に積極的な集客活動を展開

＜新規売上高・来店者数の推移＞



＜今後の新たな取組み＞

シニア層へのアプローチ強化

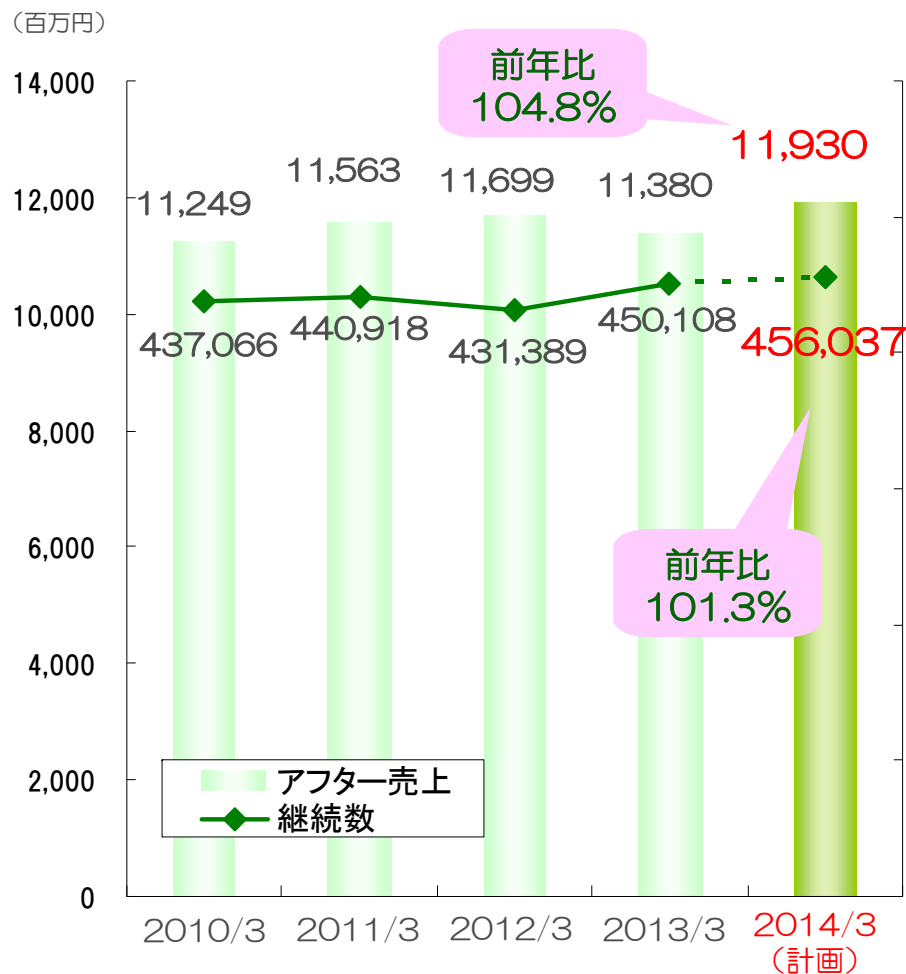
- 地元密着型のイベントへの参加
- シニア層向けの広告媒体への出稿
& 異業種とのタイアップ

ウェブを利用した ブランディングの強化

- ソーシャルメディアの活用

お客様のライフタイムバリュー向上を図る

＜アフター売上高・継続数の推移＞



お客様の属性に応じた 来店・販売促進のさらなる強化

- ロイヤルカスタマー向けサービスの拡充
- お客様の目的・ニーズに合わせた接客の充実
- 入会間もないお客様のフォロー強化

＜今後の新たな取組み＞

ポイントサービスの拡充

- ゲルマニウム温浴や
ネイルなどのサービス
提供店舗の拡充

- ・ 2012.11
千葉店「Perfect Beauty Room」オープン
- ・ ゲルマニウム温浴実施店舗：12店舗



顧客ニーズを捉えた製品を投入

4月

『フェイシャルリスト ホワイトシリーズ』 バージョンアップ

化粧水、美容液、クリームの
3アイテムがバージョンアップ



クリアローション (美白用化粧水)
¥10,500 (120ml) / ¥22,050 (300ml)
フレッシュセラムS (美白用美容液)
¥25,200 (35ml)
モイスチャークリームS (美白用クリーム)
¥21,000 (35g)

6月

『フェイシャルリスト ホワイトシリーズ』 ブライトアップ クリアウォッシュ』

きめ細やかなクリーミーな泡でクリアな
透輝肌へ洗い上げる泡洗顔料

¥5,250 (200ml)



『酵素美人シリーズ』の充実

健康志向の高まりを受け、化粧品にプラスアルファの
ラインアップ

4月『酵素美人-緑』 バージョンアップ

一般価格/¥2,940 (720ml)



6月『酵素美人-黄』 新発売

パッションフルーツ味
一般価格/¥2,940 (720ml)

5月

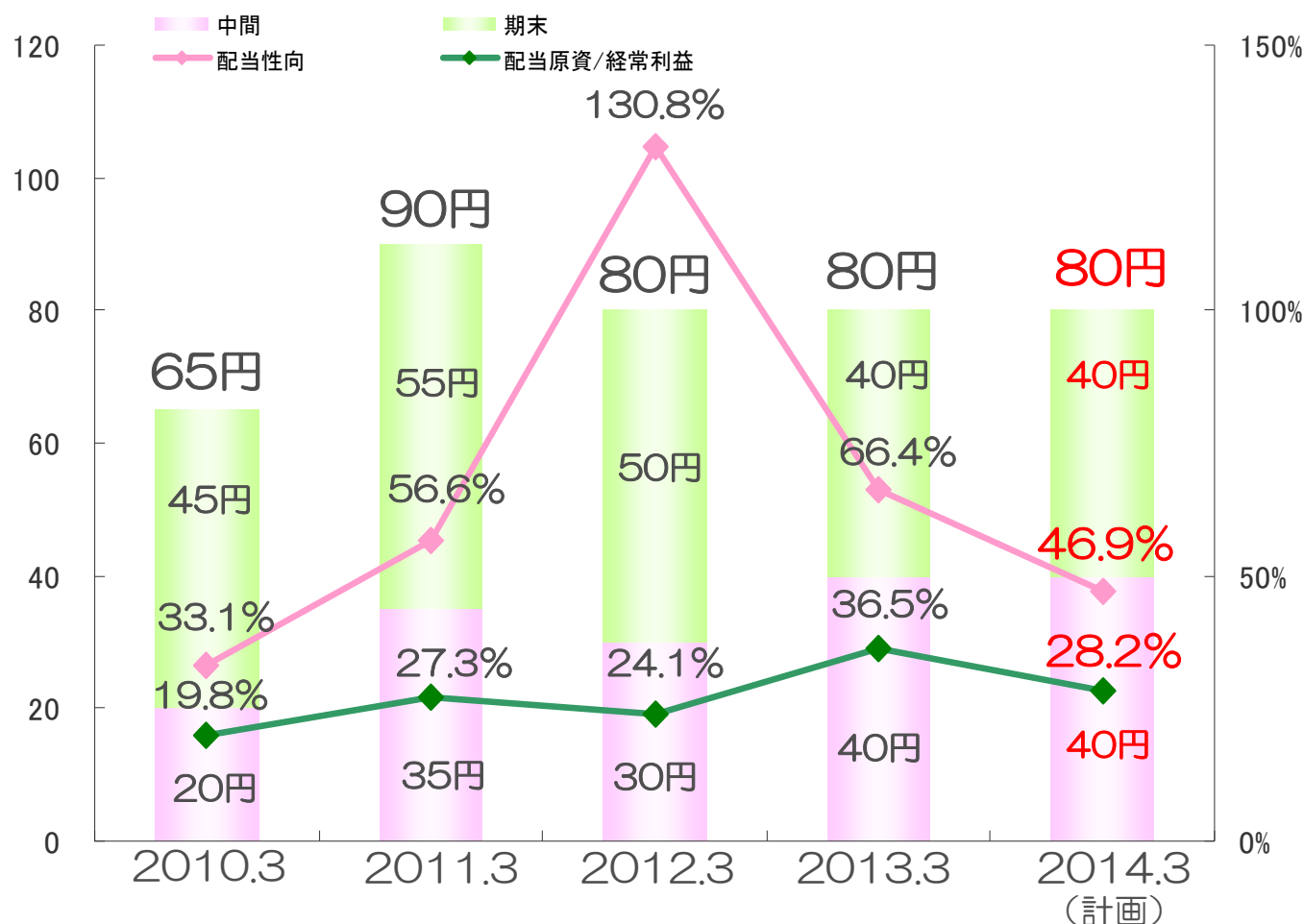
『SPA-PJ-W 期間限定発売』

夏の肌ダメージに働きかける
サロンケア専用パックセット

¥16,800



経常利益の状況を勘案し、安定的な配当を継続していく



【配当金 (2014年3月期)】

・ 一株当たり配当額

中間 40円 (予定)

期末 40円 (予定)

合計 80円 (予定)

・ 配当性向: 46.9% (予定)

・ 配当原資/経常利益: 28.2% (予定)

【2013年3月期株主優待】

以下の2プランから選択

・ 人気No1 製品
「トリートメントマセ」

・ 2013年1月新発売
「カンビセイ スカルプシリーズ」

⇒ 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実施

※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。

人気製品のリニューアルに加え、 新たにヘアケアラインを新発売

＜主な新製品＞

4月 ホワイトシリーズ 数量限定セット

人気の美白ラインの数量限定セット

売上高
558百万円



1月 カンビセイスカルプシリーズ

頭皮からはじめるエイジングケア
コシのある艶めく髪を育てる

新発売 シーボン カンビセイ スカルプシリーズ

シーボン カンビセイスカルプシャンプー C 250mL
シーボン カンビセイ スカルプトリートメント C 250g
シーボン カンビセイ スカルプエッセンス 150mL



頭皮環境を整えて血行促進。
元気な髪を育む頭皮のエイジ
ングケア3品

売上高（1月）
75百万円

8月/1月 コンセントレートNPマセ

人気No1製品
トリートメントマセをベース
にした数量限定仕様

売上高
231百万円



＜毎年好評のキャンペーン＞

9月 『FPプログラム14S』 増量キャンペーン

14日間集中トリートメント
美容液の増量キャンペーン

売上高
560百万円



2月 フェーメントパウダー増量 キャンペーン



人気のフェーメントパウ
ダーの増量キャンペーン。
酵素洗顔料をお得に販売

売上高
758百万円

- 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