

# プレミアムIRセミナー in 京都

株式会社シーボン  
会社説明会

2018.09.14(金)

証券コード:4926



(2018年06月30日現在)

|                    |  |
|--------------------|--|
| 名 称                | 株式会社シーボン<br>(C' BON COSMETICS Co.,Ltd.)                            |
| 本店所在地<br>(メインオフィス) | 東京都港区六本木七丁目18番12号<br>神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目20番8号                          |
| 代 表 者              | 代表取締役会長 犬塚 雅大<br>代表取締役兼執行役員社長 金子 靖代                                |
| 設 立                | 1966年1月24日   |
| 資 本 金              | 4億8,066百万円   |
| 従 業 員 数            | 1,065名 ※パート社員含まず (2018年03月31日現在)                                   |
| 上 場 市 場            | 東証一部(証券コード:4926)   |
| 売 買 単 位            | 100株   |
| 主 な 事 業 所          | 製造拠点：生産センター<br>研究開発拠点：研究開発センター<br>販売拠点：直営店 109店舗<br>集客拠点：PRセンター2カ所 |



シーボンパビリオン(神奈川県川崎市)



生産センター(栃木県)



研究開発センター(栃木県)

## 化粧品の生産から販売・アフターサービスまで展開

### 経営姿勢

「お客様の肌に最後まで責任を持つ」



研究開発

生産

販売

アフター  
サービス

## 化粧品を提供してから始まる会員システム

### ＜アフターサービスの仕組み＞

フェイシャリストとお客様が“2人3脚”で美肌を目指す

化粧品のご購入

無料サロンケアの内容

会員登録

¥10,000(税抜) で1ポイント = サロンケア 1回無料



肌チェック・記録&  
スキンケアアドバイス



フェイシャルトリートメント

お客様との強固な関係構築

安定した収益の実現

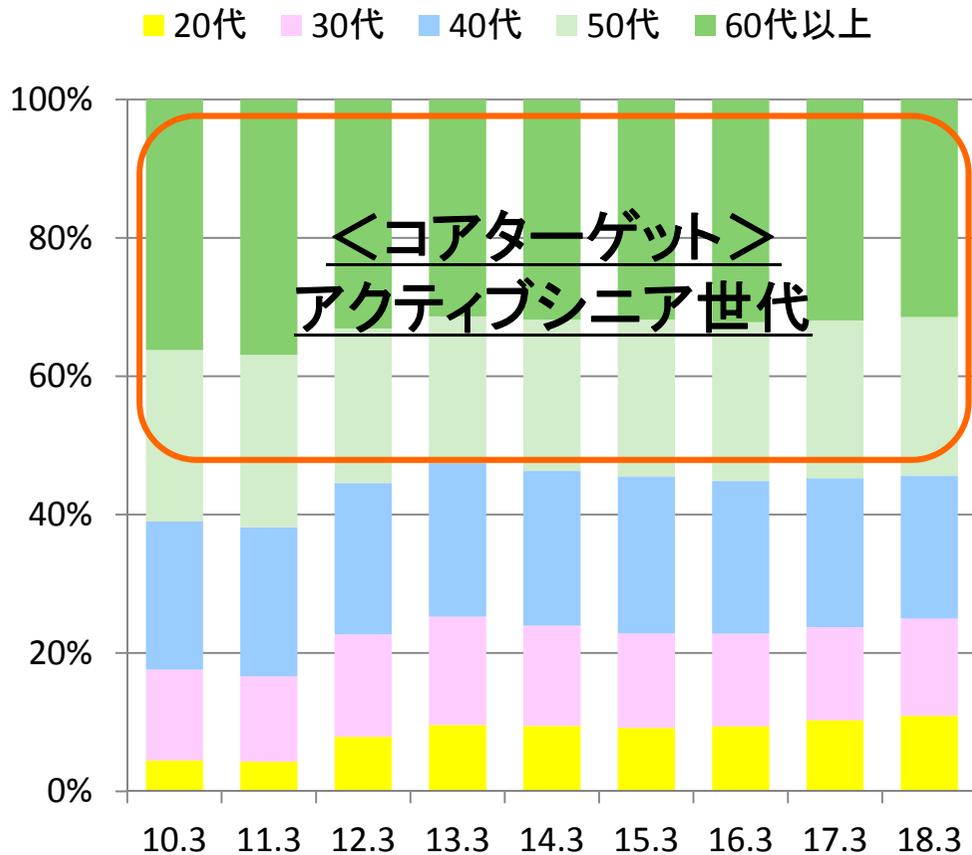
平均来店数  
1.6回／月

平均購入金額  
2.3万円／月

売上の約9割が  
継続顧客向け

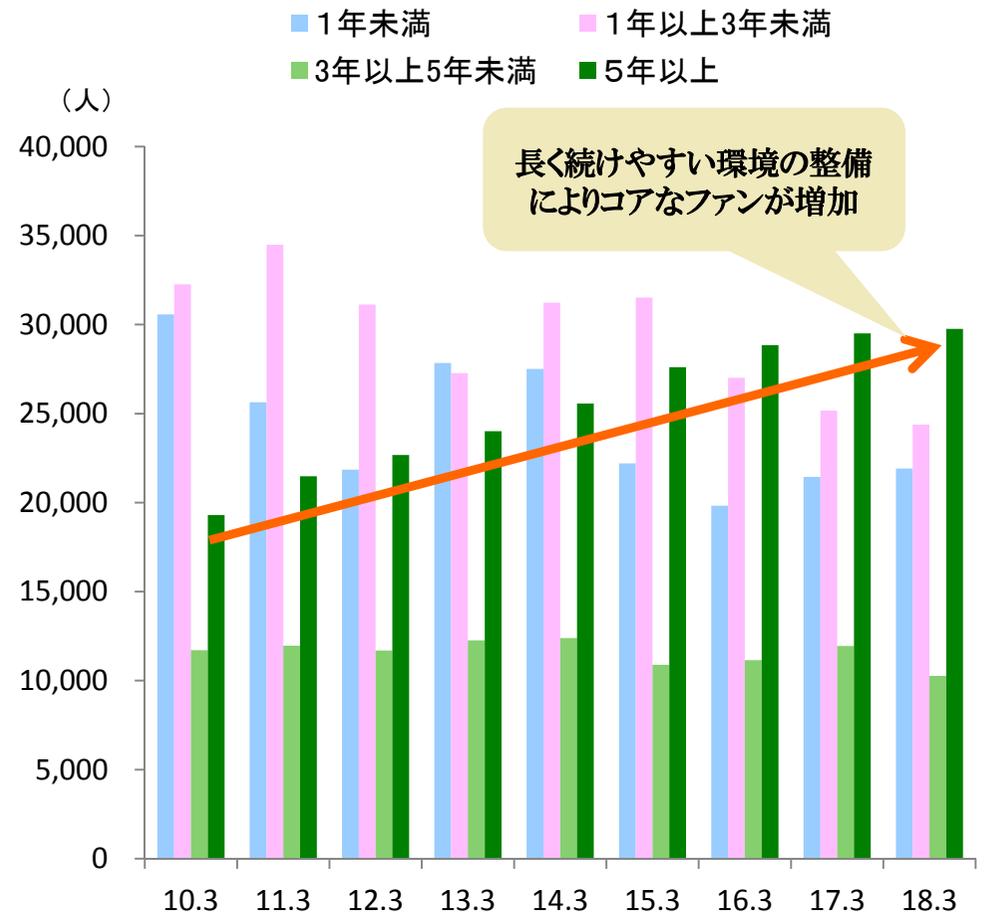
## シニア層を中心とした安定した顧客基盤を構築

＜お客様の年齢別分布の推移＞



20～40代のお客様も増加

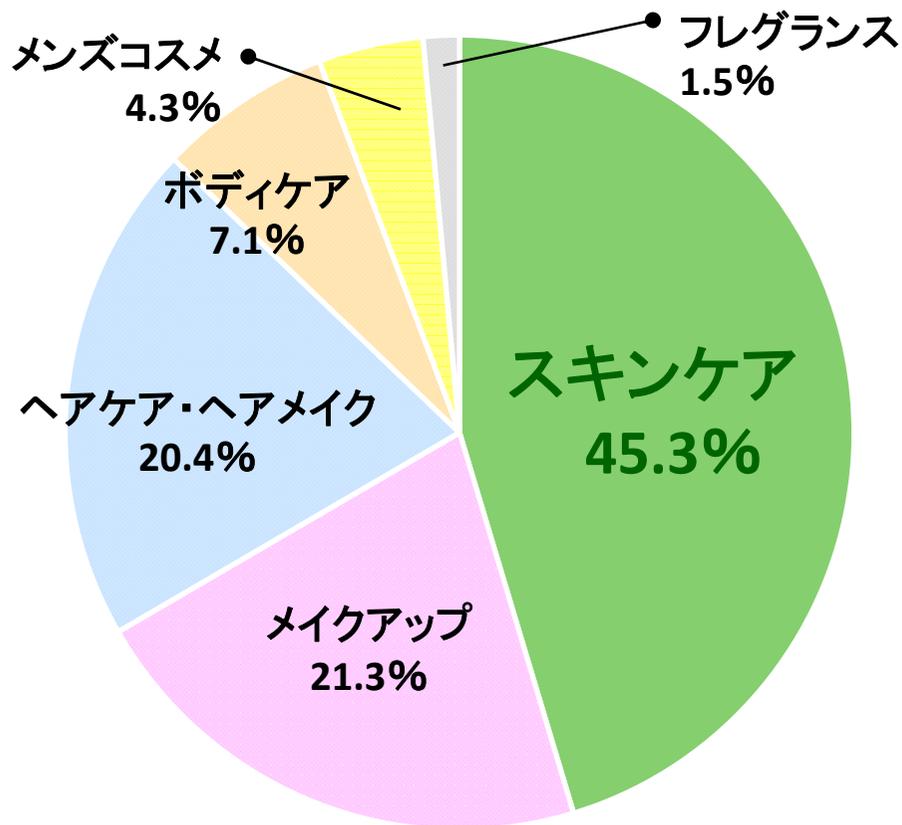
＜お客様の継続期間別分布の推移＞



長期ご愛用者が着実に増加中

## エイジングケアやインバウンドの影響で伸長

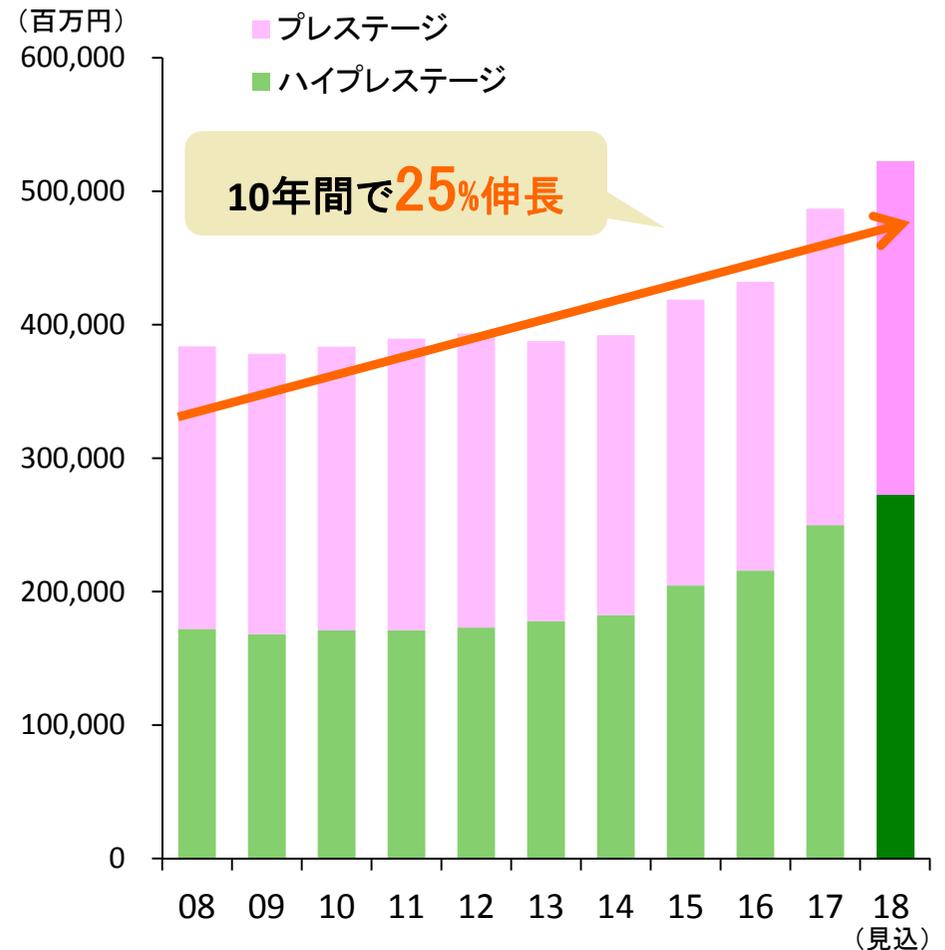
＜カテゴリ別構成比(2017年実績)＞



国内化粧品市場 約2.7兆円

→ スキンケア分野は約1.2兆円

＜高価格帯\*スキンケア市場規模推移＞



\*高価格帯:化粧水・美容液のレギュラーサイズ平均価格6,000円以上  
 プレステージ:6,000円以上10,000円未満 ハイプレステージ:10,000円以上

(出典「化粧品マーケティング要覧2018 総括編」(株)富士経済)

## 高価格帯スキンケア市場でさらなる存在感を示していく

ハイプレステージスキンケア市場  
メーカーシェア (2017年実績)

|   | メーカー | シェア   |
|---|------|-------|
| 1 | A社   | 24.9% |
| 2 | B社   | 20.6% |
| 3 | C社   | 11.5% |
| 4 | シーボン | 4.7%  |
| 5 | D社   | 4.3%  |

クレンジングクリーム部門

7年連続  
ブランドシェア  
NO.1\*

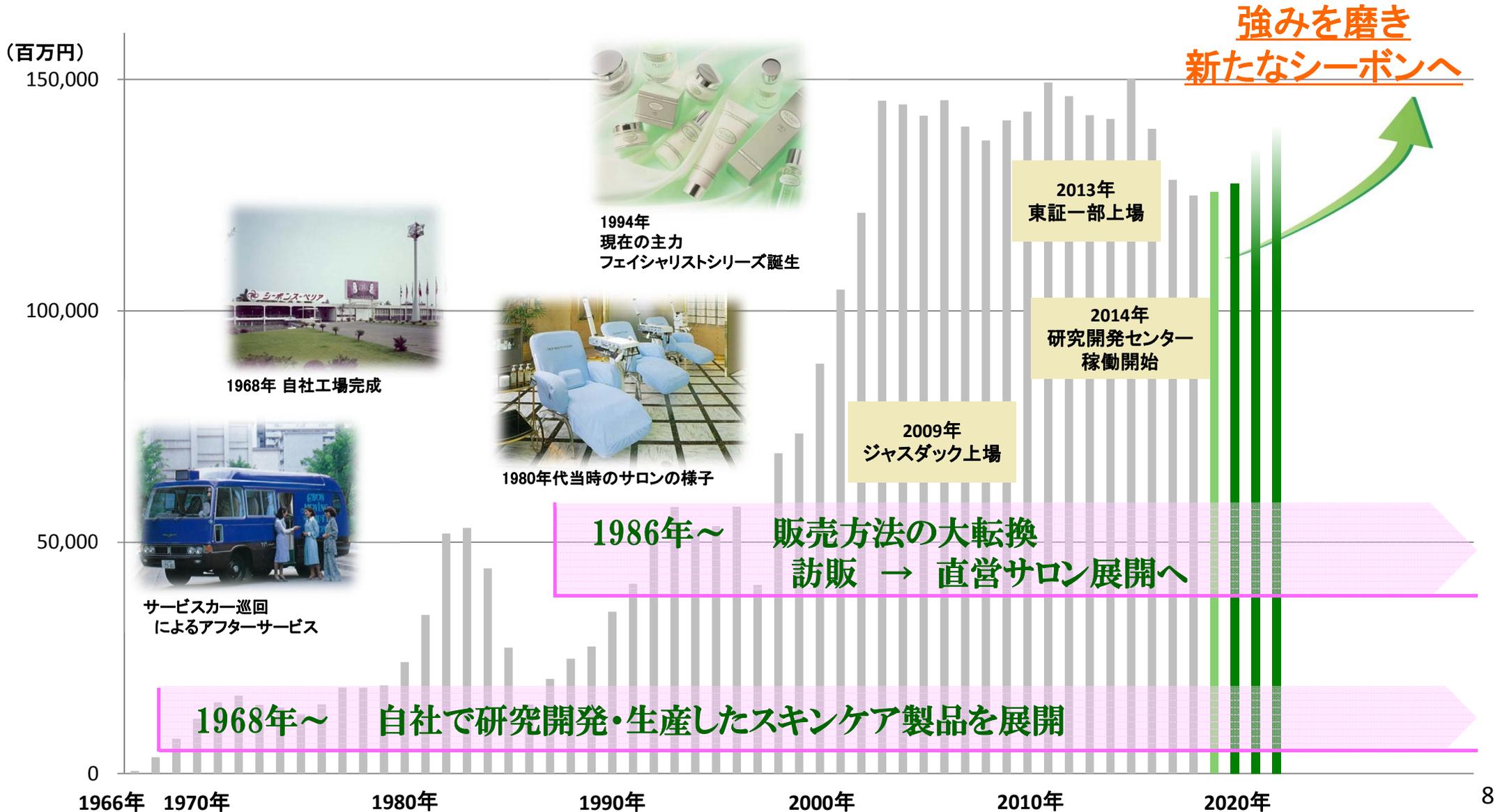
「シーボンのマセ」



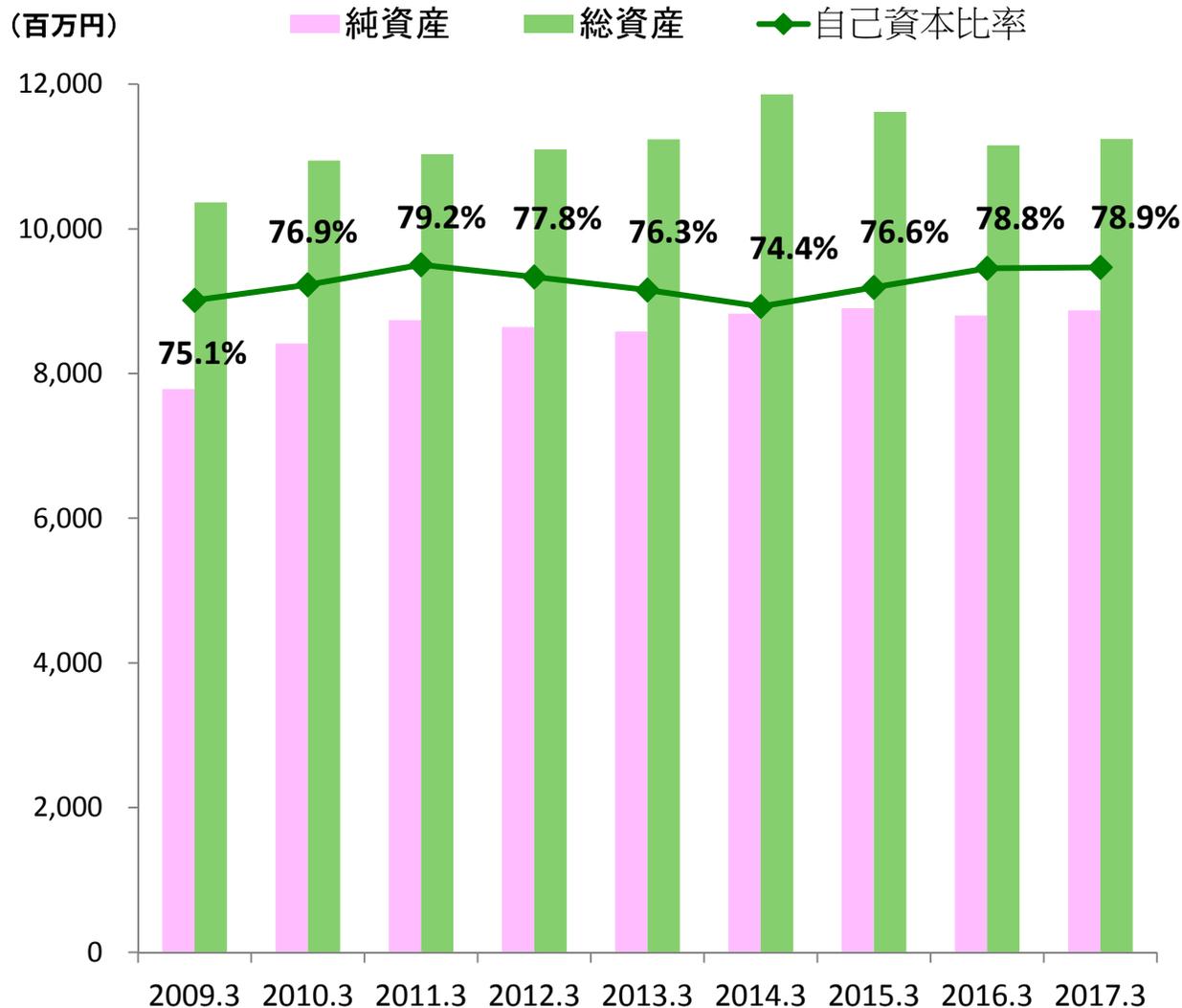
※2011～2017年実績 富士経済調べ  
「化粧品マーケティング要覧2012～2018」  
対象製品: フェイシャルストリートメントマセを含む  
すべてのマセ

- ◇1994年発売のロングセラー
- ◇保湿成分スクワラン配合贅沢なクレンジング
- ◇肌悩み、チャネルに合わせて5種類を展開中

## 積み重ねてきた強みを生かし安定成長を目指していく



## 安定した株主還元と成長投資を行っていく



2018年03月末時点

総資産  
約118億

自己資本比率  
78.9%

手元資金による成長投資

### 収益力の向上と安定成長

#### ■ 既存事業(直営店)の強化

- 集客力の向上、カウンセリング力の向上

#### ■ 事業領域の拡大

- 海外進出、通販等新たなチャネルの創出

#### ■ 経営基盤の強化

## 販売チャネルの拡大に向けた経営体制づくり

2018年3月期～2020年3月期

【 経営指針 】

新たなシーボンへ  
— 革新と挑戦 —

【 重点施策 】

1  
新たなお客様の  
開拓

- 新規開拓力のアップ
- 通販の強化
- 海外サロン展開等の  
販売チャネルの強化
- マーケティング力の強化

2  
現場力の向上

- 人材の強化
- 一人ひとりの夢をかたちに
- スピード感と実行力
- より魅力あるお店づくりへ

3  
より強い  
ブランドへ

- 製品開発力の強化
- 接客力の強化
- 顧客満足度の向上

## 積み重ねてきたノウハウを生かしたチャネルの拡大

| 単位:百万円  | 2018年3月期<br>実績 |        |
|---------|----------------|--------|
|         | 金額             | 割合     |
| 直 営 店 舗 | 12,187         | 97.0%  |
| 通 信 販 売 | 213            | 1.7%   |
| 国内代理店   | 132            | 1.1%   |
| 海外代理店   | 31             | 0.2%   |
| 合 計     | 12,564         | 100.0% |

### 直営店シーボン.フェイシャリストサロン



会員システム

社員教育

顧客情報管理

フランチャイズ展開等による  
国内外代理店の強化

気軽にシーボンを  
試せるショップ



C' BON BeautyOasis

製品力を生かした  
通販専用製品の開発



シーボンアビリティシリーズ

## 集客力の高い都市型店舗を中心に強化していく

### サービスの質を維持しながら 直営店舗網を強化

#### ■ マーケットに応じた顧客受入体制の強化

- 空白地域への新規出店

- 1地域の複数店化

ex 梅田駅  
→ 梅田店 & 大阪ヒルトンプラザ店

- 移転リニューアル



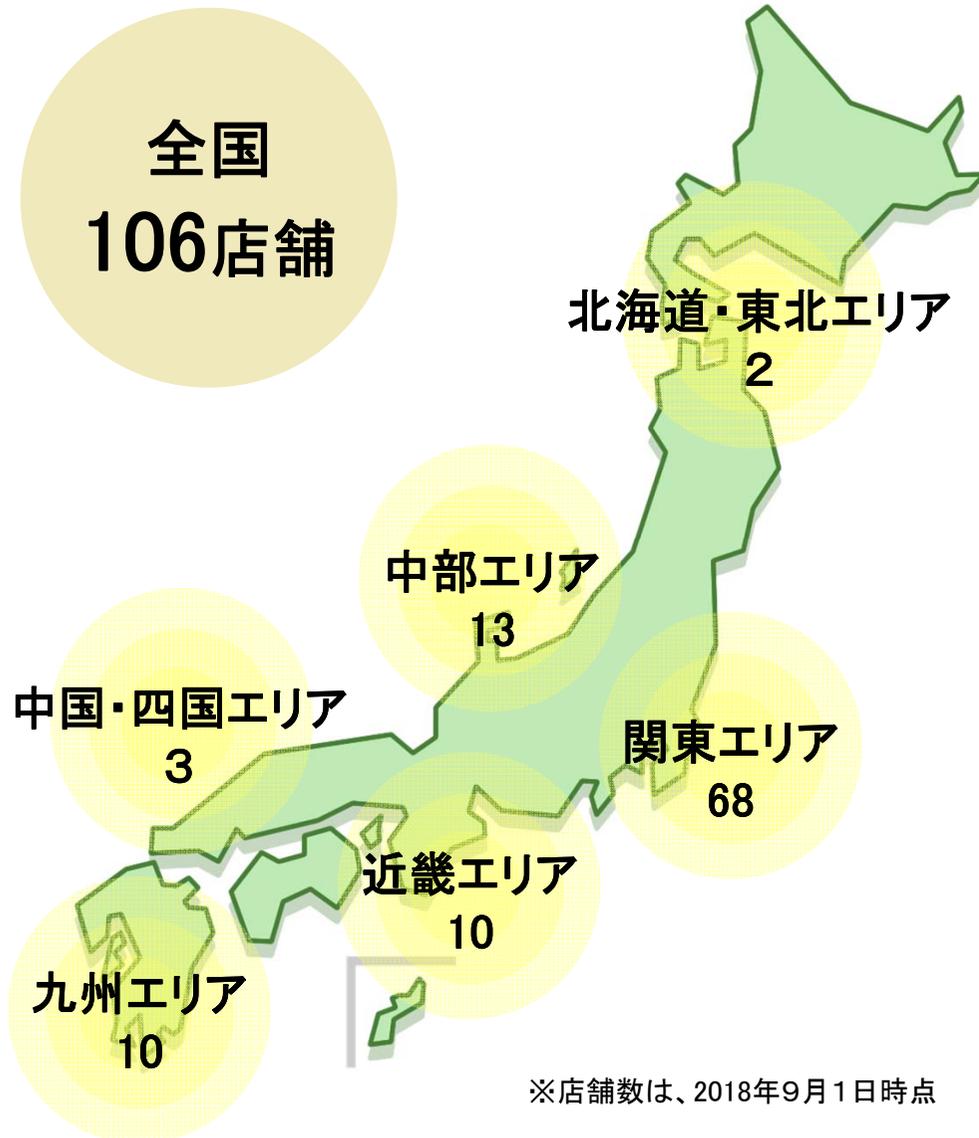
大阪ヒルトンプラザ店

#### ■ ロケーションの見直し

- 集客活動により規模拡大が可能な地域への移転

#### ■ 改装による顧客サービスの充実

- 店舗のユニバーサルデザイン化



※店舗数は、2018年9月1日時点

## 顧客数増加に対応した移転リニューアル

### 2017年9月 京都店移転リニューアル

ゆったりとプライベート感あふれる店内に

#### 交通の利便性向上

- 最寄駅、利用路線の増加

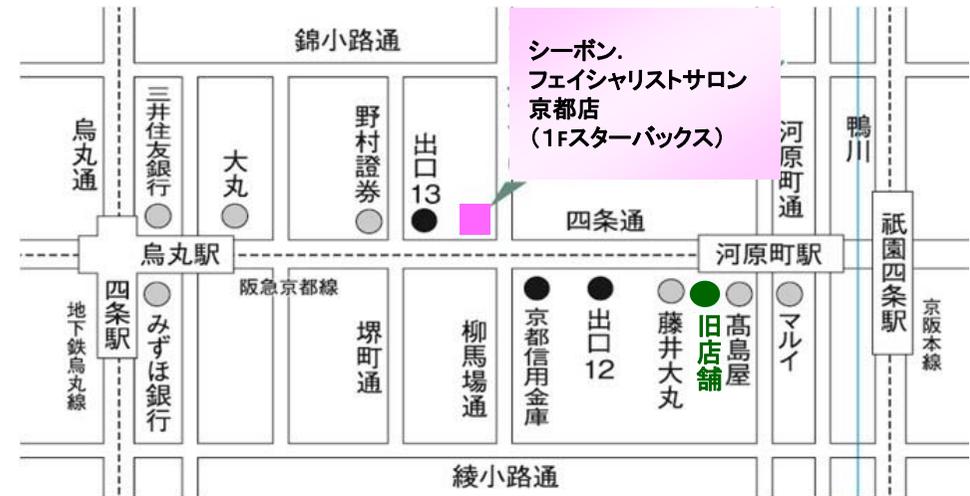
#### 店舗面積 1.8倍に拡大

#### 個室の設置



継続数

25%以上  
UP



<和モダンを取り入れた内装>



床: あられ



壁: 麻の葉



和模様を散りばめた店内

ラグジュアリーなラウンド型の受付



ブラインドカーテンで仕切るベッドスペース



VIPルームの設置

## イベントプロモーションを中心に集客力の向上を図る

### 効率的なイベントの推進

### 新規担当フェイシャリストや PRスタッフの育成・教育体制の強化

平成30年3月期実績

契約率: <前年比> **1.6ポイントUP**

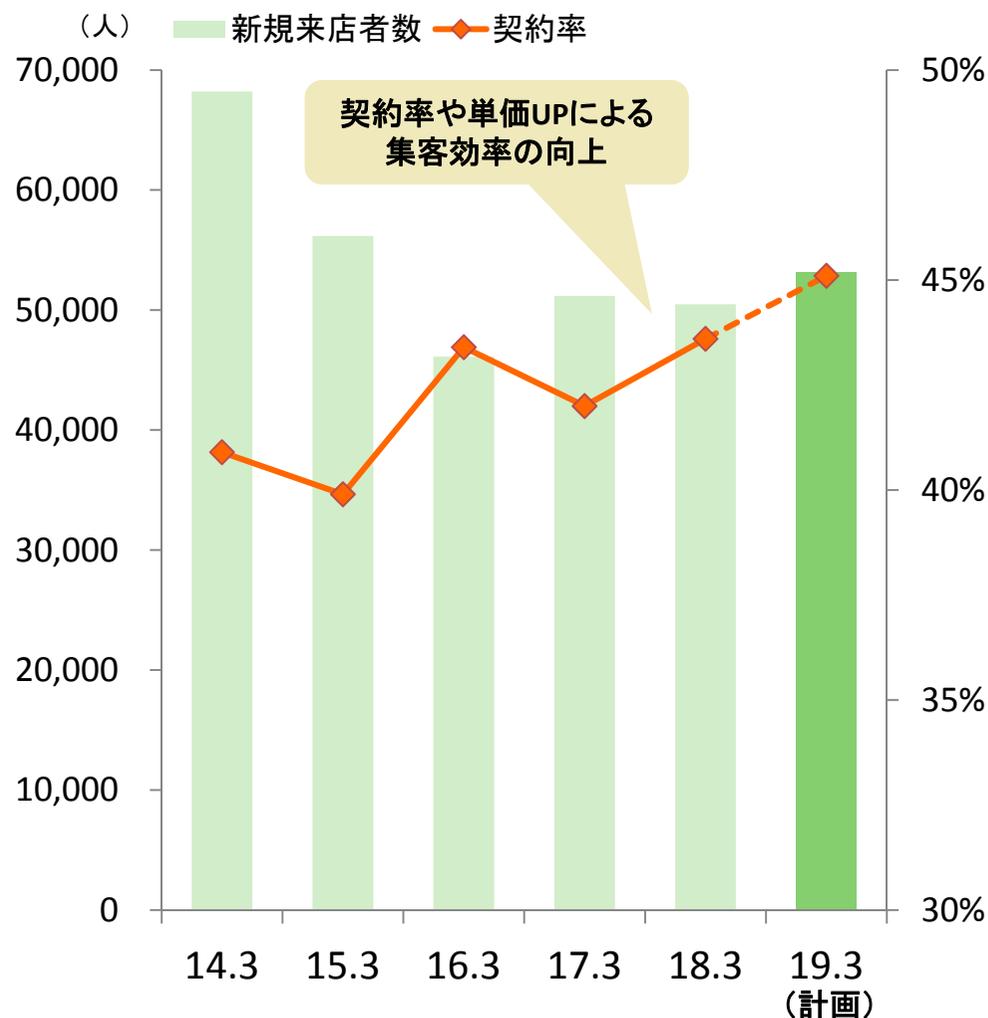
来店単価: <前年比> **109.4%**

### Webマーケティングの強化

平成30年3月期実績

Web広告による集客: <前年比> **174.6%**

### <新規来店者数と契約率の推移>



↑ 駅でのイベントの様子



↑ 日経WOMAN EXPOイベントブース

## 将来に向けてシーボンブランドの広告宣伝活動を強化

### ブランドメッセージの発信を強化

- 2018年2月  
東急電鉄5路線 & 主要8駅、新宿駅で  
交通広告のテストマーケティングを実施

▶ エリア・媒体の拡大を図っていく

- 雑誌広告の強化

### イベントや店舗のディスプレイ等ビジュアルの連動

### 特に20~40代へのアプローチを強化

ブランドイメージの浸透



**C'BON**  
To create and produce the beauty

化粧品だけではできないこと。  
シーボンは貴女の肌に寄り添い、美しくなる夢と一緒に叶えます。

創業から50年以上、私たちは直に女性の肌と向き合い、  
肌に触れ、その声に耳を傾けながら  
より満足度の高い化粧品づくりをおこなっています。  
美肌のプロ、フェイシャルist®が貴女に寄り添い、  
肌はもちろんその先の人生までも  
明るく輝いていくようサポートします。

フェイシャルist®は専任美容師のシフト制専任スタッフです。

化粧品とサロンのケアを体験できる  
「トライアルサロン」もご用意しています

[www.cbbon.co.jp](http://www.cbbon.co.jp)  
シーボン



**C'BON**  
To create and produce the beauty

シーボンだからできること。  
私たちにしか出来ないアフターケアで美しさを見守ります。

単に化粧品を販売して終わりではなく、  
肌が美しく輝くまでしっかりと見届ける。  
サロンでの素肌チェック、美顔マッサージ、  
スキンケアアドバイスまで。  
美肌のプロ、フェイシャルist®のアフターケアにより  
貴女の肌を美しく輝かせます。

フェイシャルist®は専任美容師のシフト制専任スタッフです。

化粧品とサロンのケアを体験できる  
「トライアルサロン」もご用意しています

[www.cbbon.co.jp](http://www.cbbon.co.jp)  
シーボン

## お客様との関係の深めるIT技術の活用

### カウンセリング力の強化

2018年3月 新肌カウンセリングシステム導入

- 肌の状態(毛穴、明るさ、シミ等)を定量的に測定し記録
- フェイシャリストによる定性的カウンセリングとの相乗効果



カウンセリング画面イメージ



肌撮影機「EPISCAN」

スマホや社員HP等eラーニングを活用した  
美容・製品知識の教育体制強化

### 利便性の向上

2018年4月 公式アプリリニューアル

＜アプリの主な機能＞

サロン予約

ご利用履歴の確認

保有ポイントの確認



## 10年以内に海外売上比率10%を目指していく

2018年1月

### 海外1号店となる 「C' BON倩朋国際沙龍」寧波開元名都店 オープン

中国浙江省寧波市 寧波開元名都大酒店  
(ニューセンチュリーグランドホテル寧波) 内

運営は現地特約店による  
(当社100%子会社である倩朋化粧品有限公司と契約を締結した特約店が運営を行う)

全室個室

シーボン製品の販売&フェイシャル・ボディケア等のメニューを提供  
グローバルフェイシャリストの派遣による技術指導

高品質な化粧品  
「モノ」



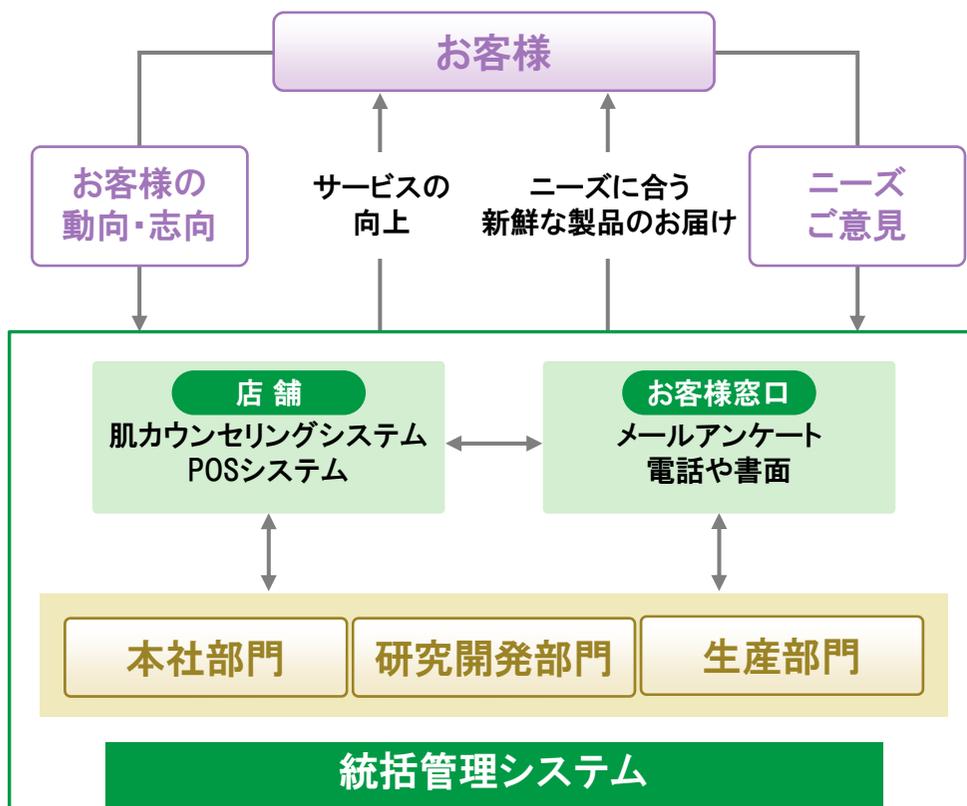
上質なサービス  
「コト」



## 事業変化にスピーディーに対応できるIT環境の整備

### 情報一元管理の仕組み

- 店舗の情報をリアルタイムで集計し、5分ごとに更新
- 全社で情報を共有し、機動的な生産、経営管理を行っている



### 基幹システムの刷新

<3年をかけて、全社のシステムを見直し>

デジタルマーケティングへの対応

顧客情報の管理体制の強化

情報共有体制の高度化による  
経営管理体制の強化

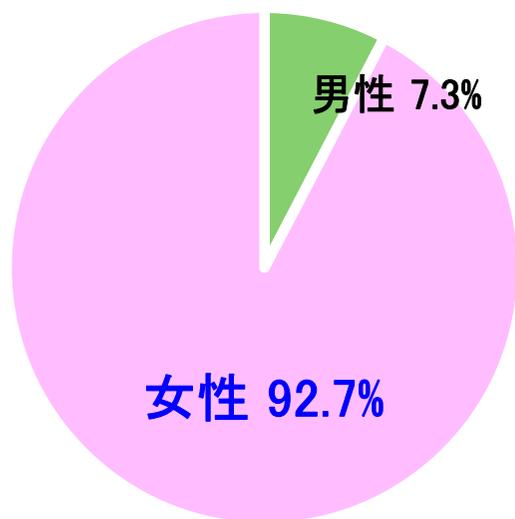
業務のスリム化による生産性の向上

<将来を見据えたシステム投資>

お客様ニーズへの対応力強化  
事業規模拡大に向けた基盤づくり

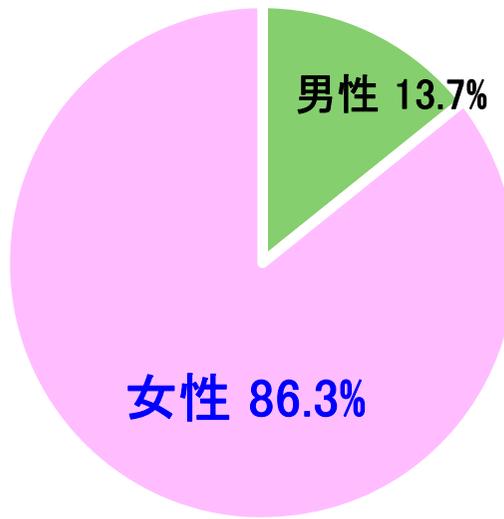
## 女性の活躍が、シーボンの成長の原動力

＜正社員の男女比＞



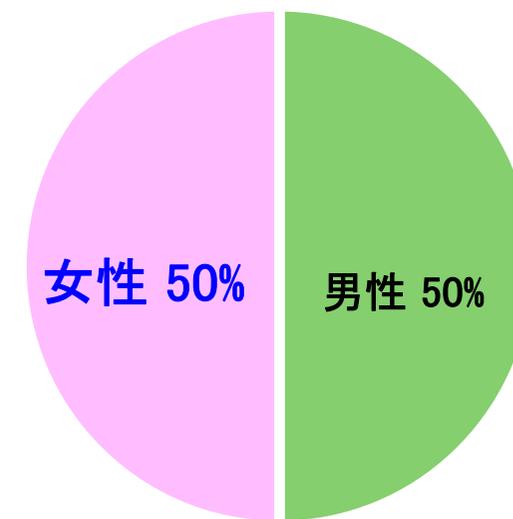
(2018年3月31日現在)

＜管理職の男女比＞



(2018年3月31日現在)

＜役員の男女比＞



(2018年6月22日現在)



女性のエネルギーを世の中の夢や喜びへつなげていく

## C'BONの成長

(業績の向上、社会貢献)  
女性の活力が、明るい社会につながる

## 企業理念

「美を創造し、演出する」

## CSの向上

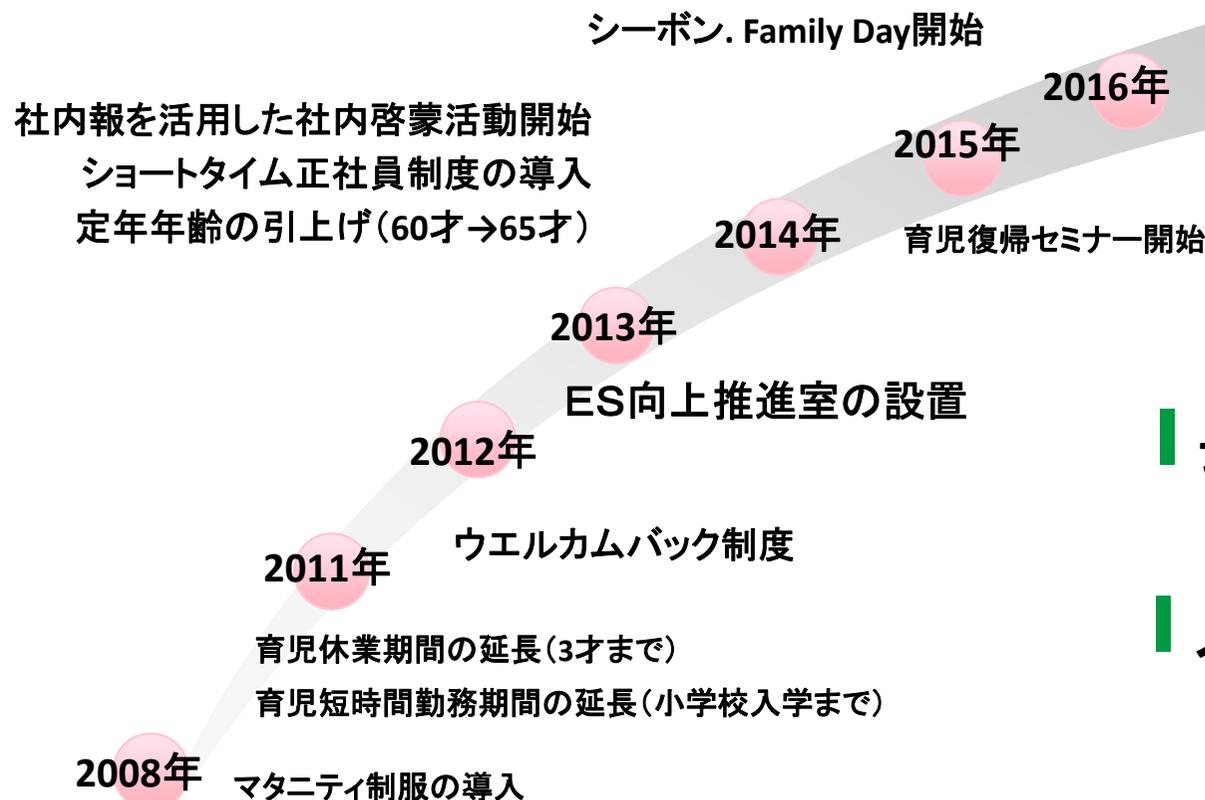
(継続来店、新規顧客の獲得)  
前向きな毎日を過ごしていただきたい

## ESの向上

(定着率の改善、優秀な人材の確保)  
やりがいをもって働き続けてほしい

## 成長戦略の実現に向けた人材の獲得と育成

### ライフステージに応じた 働き方の推進



### 採用力の強化

- 定着までを採用と位置付け
- 採用プロセスのスピード化

さらなる  
成長へ

### 働き方プロジェクトの始動

- 業務の棚卸による労働時間の削減

### 長く働き続けやすい環境整備を強化

- 2交代シフト制の標準化

### 人材基盤の強化

- 店長等管理職や管理職候補者への教育強化



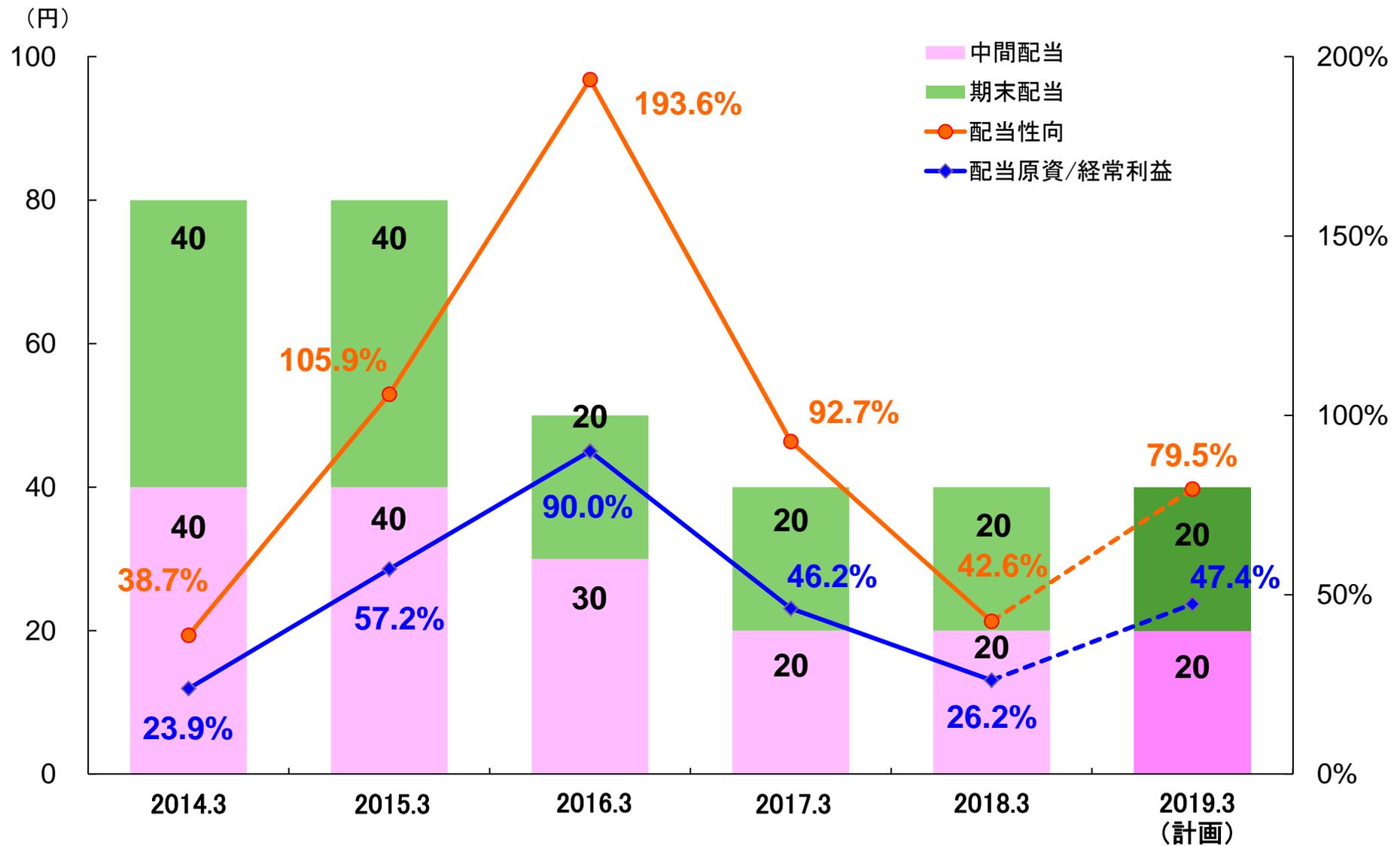
## これからの成長に向けた投資の実施により、利益は減少する計画

| 単位:百万円  | 2018年3月期(前年) |        | 2019年3月期(計画) |        |        |        |
|---------|--------------|--------|--------------|--------|--------|--------|
|         | 第2四半期        | 通期     | 第2四半期        | 前年比    | 通期     | 前年比    |
| 売上高     | 6,251        | 12,564 | 6,330        | 101.3% | 12,755 | 101.5% |
| (直営店売上) | 6,067        | 12,187 | 6,144        | 101.3% | 12,361 | 101.4% |
| 売上原価    | 1,252        | 2,573  | 1,263        | 100.9% | 2,594  | 100.8% |
| 売上総利益   | 4,999        | 9,991  | 5,067        | 101.4% | 10,161 | 101.7% |
| 販管費     | 4,754        | 9,419  | 4,937        | 103.8% | 9,848  | 104.6% |
| 営業利益    | 244          | 572    | 130          | 53.2%  | 313    | 54.7%  |
| 経常利益    | 264          | 625    | 147          | 55.9%  | 348    | 55.6%  |
| 当期純利益   | 157          | 384    | 86           | 54.8%  | 207    | 54.0%  |

### <販管費の主な増加要因>

- ◇ 新規出店 & 集客力の高い地域への既存店の移転
- ◇ Webマーケティングの強化 & 交通広告の拡大
- ◇ 研究開発体制の強化
- ◇ 基幹システムの刷新等システム開発投資

## 経常利益の水準を勘案しつつ、安定した配当を実施





|                         | 金額               |
|-------------------------|------------------|
| 最低投資金額(100株)※1          | 253,300円         |
| 株主優待(年1回)※2             | 5,000円           |
| 年間配当金(2019.3期予定)        | 4,000円           |
| 株主優待十年間配当金<br>(トータル利回り) | 9,000円<br>(3.6%) |

※1 2018年9月10日終値ベース

※2 3月31日時点の株主名簿に記録された1単位(100株)以上保有の株主様が対象、保有期間1年未満

- 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