



2015年9月期決算説明会

2015年11月18日

SHO-BI株式会社

証券コード:7819



15/9期決算の概要



15/9期 決算の概要

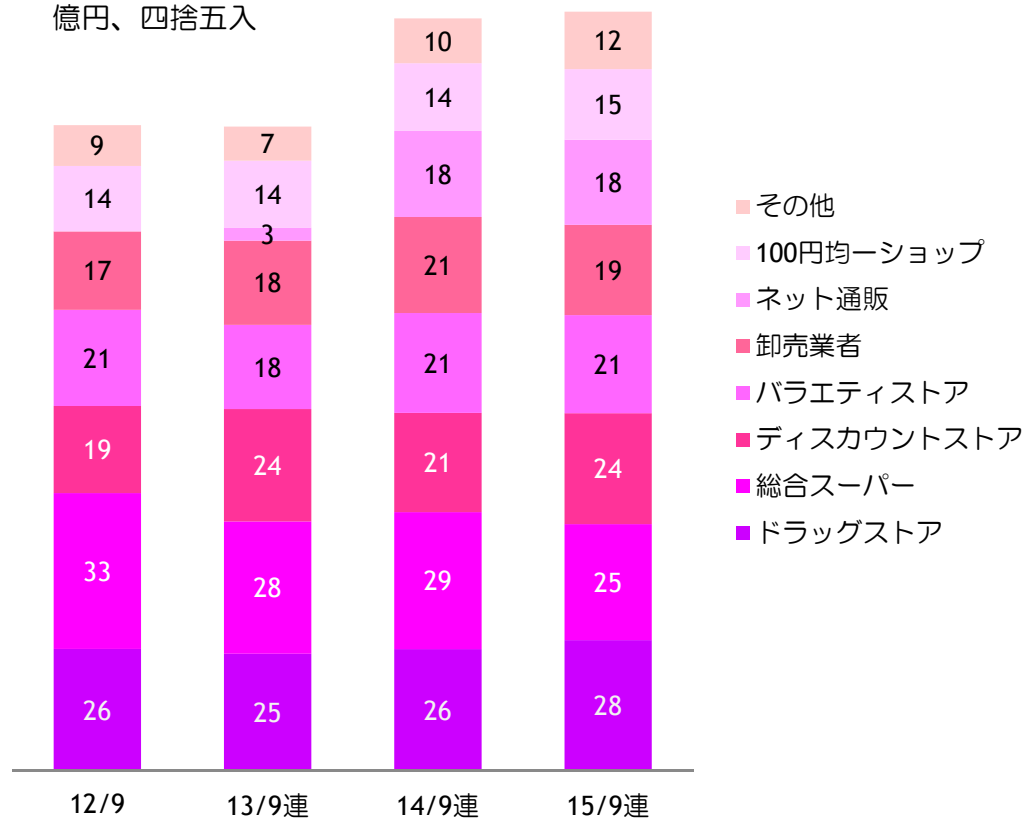
- ◆ 主力商品であるつけまつげの売上の不振が続いたが、コンタクトレンズ関連は積極的な販路開拓等の結果順調に拡大、またキャラクター商品を中心にOEM・別注商品の売上げが伸び、売上高は中間期時点で発表した修正予想(155億円)を上回り微増となった。
- ◆ 利益率の高い自社企画商品の構成比が高まったことに加え、コスト改善に向けての取組みの効果が出始めたことから粗利率が1.7ポイント改善。一方、販管費は広告宣伝費の積み増し、物流コストの増加により販管費率が1.6ポイント上昇した。
- ◆ この結果、営業利益は修正予想(150百万円)を上回り前期比6.2%増の256百万円となった。同様に経常利益も修正予想(280百万円)を上回り17.7%増の392百万円となった。
- ◆ 当期利益は、法人税負担が正常化したことにより前期比▲48%の119百万円となったが、修正予想80百万円を上回っての着地となった。

(百万円)	14/9期		15/9期		前年同期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	16,093	100.0	16,237	100.0	0.9
自社企画商品	10,409	64.7	10,965	67.5	5.3
売上総利益	4,621	28.7	4,930	30.4	6.7
販売管理費	4,379	27.2	4,674	28.8	6.7
営業利益	241	1.5	256	1.6	6.2
営業外損益	92	—	136	—	47.9
経常利益	333	2.1	392	2.4	17.7
特別損益	21	—	▲14	—	—
当期純利益	228	1.4	119	0.7	▲47.8

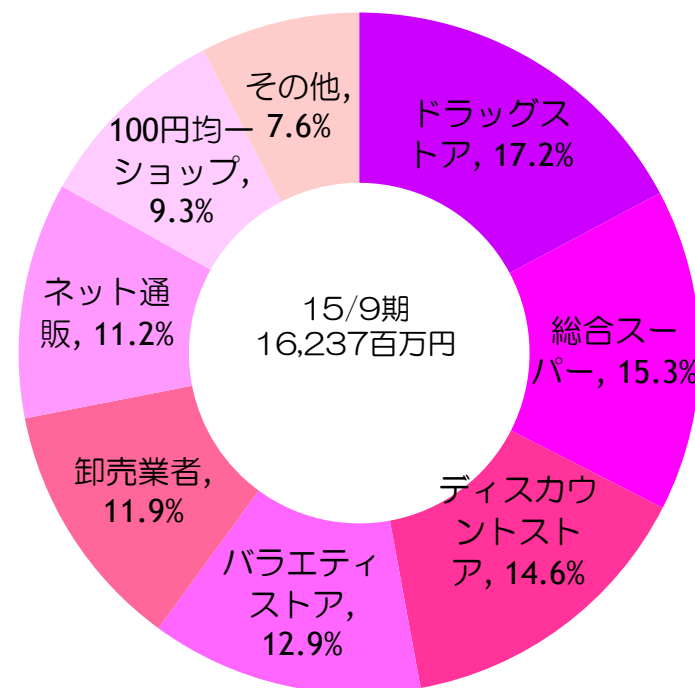
業態別売上高 総括

- 消費税引き上げ後の反動減の影響が一巡したドラッグストア向けは、当社の取組み強化の効果もあり、全般的に順調に推移した。また、当社でディスカウントストアと分類している大手専門店チェーン向けは、キャラクター商品中心に別注商品が大きく拡大し、売上げを伸ばした。
- 業態として苦戦の続く総合スーパー、卸売業者向けは市場の縮小に歯止めがかからず縮小が続いている。
- バラエティストアは、大手チェーン向けは拡大したものの、地方を中心とした小型店向けは不振で全体では横ばいとなった。ネット通販向けも、とくに子会社のメリーサイトで消費税引き上げ後の反動減の影響を受け、横ばいにとどまった。
- 海外での売上げ増加等によりその他売上げが増加した。

億円、四捨五入



【業態別売上高構成比】



商品別売上高

- ★ 化粧雑貨（メイク関連用品、ヘアケア関連用品、
トラベル用品、バス・エステ・健康関連グッズ等）

9,424百万円（前期比 ▲3.0%）

- ★ コンタクトレンズ関連（コンタクトレンズ、コンタクト
レンズケア用品等）

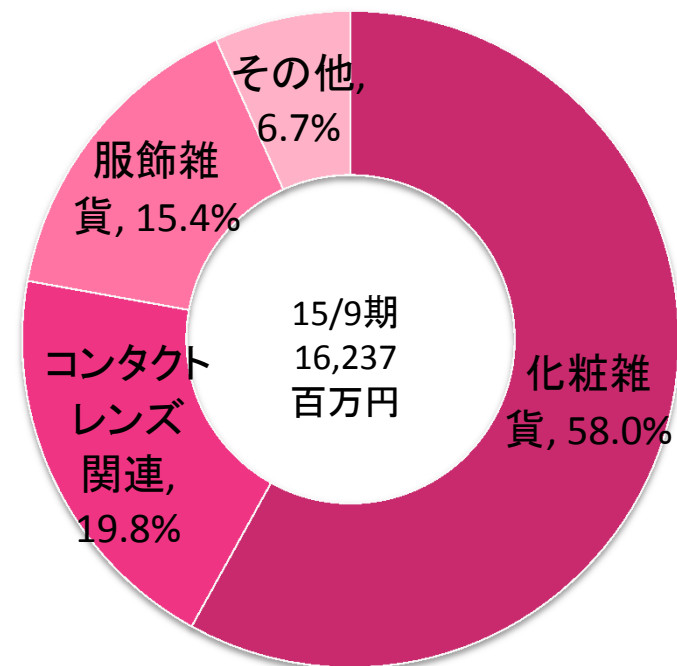
3,215百万円（前期比+7.4%）

- ★ 服飾雑貨（バッグ、ポーチ、サイフ類、その他服
飾小物等）

2,506百万円（前期比+27.7%）

- ★ その他（生活雑貨、文具、行楽用品、ギフト等）

1,091百万円（前期比▲23.0%）



商品別売上げ動向 総括

化粧品雑貨 (9,424百万円、前年同期比 ▲3.0%)

- 主力のつけまつげの不振が続いた。
- ネイルシールなどがヒットしたネイルグッズやアイメイク関連商品の販売が好調も補いきれなかった。



服飾雑貨 (2,506百万円、前年同期比+27.7%)

- キャラクター商品中心に大手専門店チェーン向けにバッグ類、ポーチ類の販売が好調に推移した。



コンタクトレンズ関連 (3,215百万円、前年同期比+7.4%)

- SHO-BI本体で小売店向けの売上げが着実に増加していることに加え、メリーサイトでも消費税率引き上げ後の反動減も一巡し順調に拡大している。SHO-BI本体でも度ありレンズの構成比が5割近くに達し、リピート率が上昇傾向にある。



その他 (1,091百万円、前年同期比▲23.0%)

- 文具、行楽用品等の売上げ不振が響く。



★ コンタクトレンズ事業拡大に向けての施策

- － 主カブランドの「ピエナージュ」で新デザイン2種を追加し、計7デザインに。
- － リピーターユーザーが増加していることに対応し、「ピエナージュ」の売れ筋デザインで30枚入りを投入。
- － 「ピエナージュ」で度数を-8.00まで拡大（従来は-6.00までの展開）。
- － 「ピエナージュ」の知名度向上を図るため、テレビCMを放送。
- － 子会社メリーサイトで写真家蜷川実花ディレクションブランド「M / mika ninagawa」とコラボしたコスメコンタクト®「ナデシコカラー」を発売。



コスメコンタクト®の売り場展開

- バラエティストアとして「ハイエンド」カテゴリーに属する「ロフト」、「ローズマリー」に出店しており、15年9月末時点でロフトの店舗数は16店、ローズマリーは2店の展開。⇒ ロフト、ローズマリーとも30店舗体制を目指す方向。
- 15/9期は、ドラッグストア最大手向けの納入がスタート。同社での展開店舗数は期末時点で50店舗以上に達し、さらに拡大方向。またCL専門店チェーンでの取り扱いも始まった。路面店の展開店舗数は15/9期末で海外も含め3,000店以上と14/9期末比倍増した。度あり導入店が着実に増えていることが特徴。



ローズマリー池袋店



原宿ノア



アイシティ吉祥寺
サンロード店



イオン幕張店



イオン岡山店



ロフト小倉店



ローズマリー
名古屋店



ロフト新潟店



マンモトキヨン原宿竹下通り店



クリエイトSD
榛原金谷店



ココカラファインSG
イオンモール京都店

「美」「健康」をサポートする商品群の強化

★ 商品開発に加え、知名度向上に向けたマーケティングを実施

機能性エイジングケアシリーズ「マジラボ」



美容研究家の飯塚かこさんを用い、プロモーションを展開



おうちで お手軽・ながら美活♪「ヴィーナスメイク」シリーズ



二重のくちばしが毛束に合わせてフィット「イルカクリップ」



1プッシュで3段カール
「まつげにやさしいカーラー」



機能面での差別化と
ネーミングが受け、単独
商品としては異例のヒット
商品となり、NHK「おは
よう日本」でも取り上げら
れた。

マスク着用時の痛みを
軽減「マスク痛くない!!」



★ OEM受注の強化

- 専門店大手企業や大手テーマパーク向けにOEM、別注商品の受注活動を強化した効果が出て、特に大手専門店企業向けの別注商品の売上げが大きく伸びた。



★ 海外展開の積極化 ⇒ 台湾子会社を設立

- コスメコンタクト®を中心に、日系及び現地資本のコンビニエンスストアチェーンやドラッグストアチェーン向けに需要が拡大していることを受け、2015年7月に台湾に子会社を設立(10月1日から営業を開始)。
- 2015年9月末時点で台湾でのコスメコンタクト®取扱店舗数は約1,200店に達している。

販管費の内訳

- 販管費は、前期比**6.7%**増の**46.7億円**となった。上海子会社が通年での計上となった(14/9期は第3四半期から組入れ)ことで販管費が**1億円強**増加となった。
- 人員の効率的な運用により人件費を抑制した一方、期末にピエナージュのテレビCMを行うなどプロモーションを強化したことにより広告宣伝費が増加した。
- 子会社のメリーサイトで物流業務を外部委託したが効率的な運用とならず、物流費の増加につながった。(16/9期からはSHO-BIで物流作業を行う形に変更している。)

	(百万円)	14/9期	15/9期	伸び率(%)
販管費合計		4,379	4,674	6.7
人件費		2,048	2,005	▲2.1
販売促進費		617	650	5.3
広告宣伝費		156	268	72.0
運賃及び荷造費		410	495	20.0
減価償却費		177	179	1.3
一般管理費・その他		971	1,075	10.7

貸借対照表の主な増減要因

(百万円:%)	14/9期		15/9期		比較 増減額	コメント
		構成比		構成比		
流動資産	8,819	66.2	9,925	66.3	1,106	
現・預金	3,324	25.0	3,629	24.2	305	
受取手形・売掛金	2,787	20.9	2,787	18.6	0	
商品	1,514	11.4	1,917	12.8	403	
固定資産	4,499	33.8	5,046	33.7	547	投資有価証券+42、長期未収入金+693、有形固定資産▲66、無形固定資産▲205
資産合計	13,319	100.0	14,972	100.0	1,653	
流動負債	4,489	33.7	5,774	38.6	1,285	短期借入金+600、未払法人税等+182、1年内返済予定長期借入金+533
固定負債	3,434	25.8	3,864	25.8	430	長期借入金+449、退職給付に係る負債▲52
負債合計	7,923	59.5	9,639	64.4	1,716	
純資産合計	5,395	40.5	5,333	33.6	▲62	その他有価証券差額金+26、為替換算調整勘定+51、繰延ヘッジ損益▲140
負債、純資産合計	13,319	100.0	14,972	100.0	1,653	

	14/9期	15/9期
1株当たり純資産(円)	402.2	397.6
自己資本比率(%)	40.5	35.6

キャッシュ・フローサマリー

(百万円)	14/9期	15/9期	比較増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲426	▲506	▲80
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲8	342	350
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲248	1,446	1,694
現金及び現金同等物の期末残高	1,918	3,223	1,305

[キャッシュフローの状況]

営業活動

- 税金等調整前当期純利益378、減価償却費184、のれん償却額145、法人税等の還付額175、棚卸資産の増加▲421、長期未収入金の増加▲693、為替差益▲115

投資活動

- 定期預金の増加999、投資有価証券の取得▲505、関係会社出資金▲82

財務活動

- 長期借入金の増加982、短期借入金の増加600、配当金の支払▲134

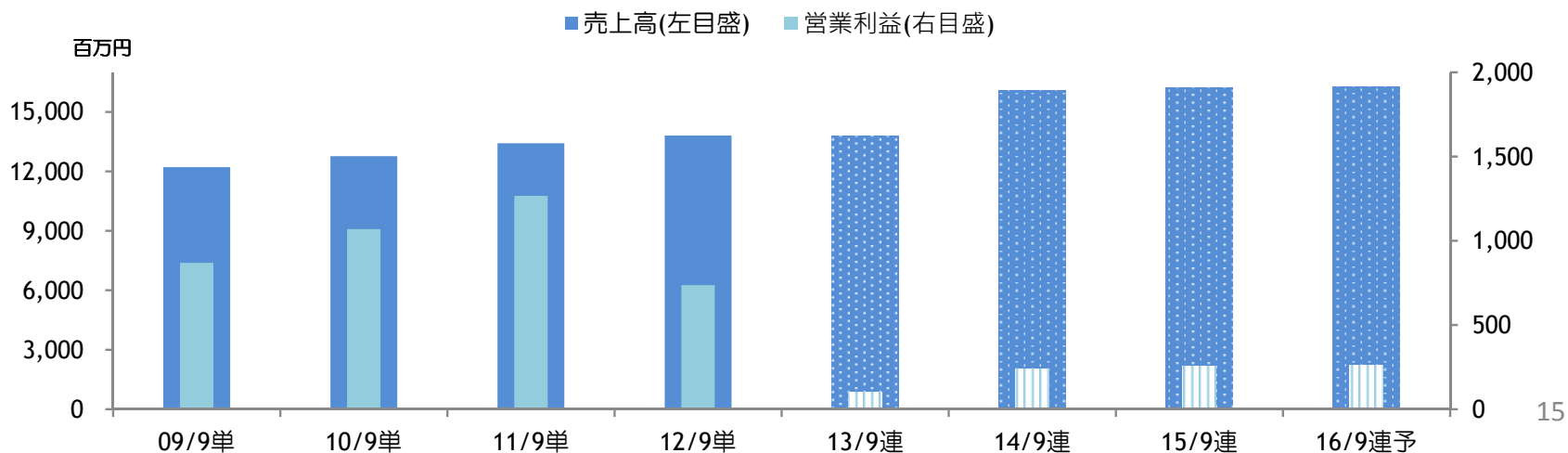


2016/9期事業計画



16/9期 事業計画

(百万円)	15/9期		16/9期予		前期比 (%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	16,237	100.0	16,300	100.0	0.4
自社企画商品	10,965	67.5	11,200	68.7	2.1
売上総利益	4,930	30.4	5,100	31.3	3.4
販売管理費	4,674	28.8	4,840	29.7	3.5
営業利益	256	1.6	260	1.6	1.3
経常利益	392	2.4	260	1.6	▲33.8
当期純利益	119	0.7	170	1.0	42.6



計画の前提(連結)

	(百万円)	15/9期		16/9期予		前期比(%)
			構成比(%)		構成比(%)	
売上高(自社企画商品別)		16,237	100.0	16,300	100.0	0.4
自社企画商品		10,965	67.5	11,200	68.7	2.1
一般仕入商品		5,272	32.5	5,100	31.3	▲3.3

- ◆ 売上高については、引き続き自社企画商品の販売強化、商品力の強化、コスメコンタクト®事業の推進、海外への販売強化等売上高拡大に向けた戦略を推進するものの、当社の主要顧客先である小売業において前回の消費税引き上げに伴う反動減からの需要回復効果が一巡してくること、GMSを中心に店舗閉鎖が計画されるなど消費を取り巻く環境に不透明感が見られることから、売上高についてはほぼ横ばいと想定。
- ◆ コスメコンタクト®など自社企画商品の売上げ拡大を見込み、自社企画商品の構成比は68.7%、112億円を予想。
- ◆ 自社企画商品の売上げ構成比が高まること、前期から進めている調達構造の見直し等のコスト削減効果を織込み、売上高総利益率は30.4%から31.3%へ約1ポイントの改善を見込む。
- ◆ しかしながら、マーケティング力向上のため組織体制の強化を図るほか、子会社のメリーサイトにおいて新商品開発のための研究開発費の発生等を見込み、販管費率は28.8%から29.7%へ上昇を見込んでいる。このため、営業利益は微増の260百万円を予想。
- ◆ 営業外では、為替差益の発生を見込まず、営業外収支をトントンと予想している。この結果、経常利益は34%減の260百万円となる見通し。
- ◆ 当期純利益については、特別利益として不動産売却益(143百万円)を見込んでいることから170百万円(前期比43%増)と想定する。

★ 「コスメコンタクト®」ビジネスの強化

- 度あり商品の売上げ構成比が単体で5割弱に達するなど、リピートが見込める客層の獲得に成功していることから、引き続き、主カブランドであるピエナーージュの商品力強化、プロモーションの活用によるブランド力の強化を図る。
- 高含水レンズ等新機能商品の開発を進める。
- コンタクトレンズの品質管理、コンプライアンス強化に向け、子会社であるメリーサイト社内に「コスメコンタクト® 研究所」を設置。

★ 美と健康をサポートする商品群、とくにエイジングケア商品の開発に注力

- エイジングケア関連商品については、国内外ともにニーズが高く、今後も安定的に需要拡大が見込める分野であることから、化粧雑貨分野における知見を活かした特色ある商品の開発に注力する。

★ OEM受託の強化

- 小売業界における競争激化から、PB商品など専売商品のニーズが高まっており、少量多品種の商品供給に強みを持つ当社へのOEMや別注商品の引き合いが強い。
- 15/9期に引き続き、大手専門店チェーンやテーマパーク向けのOEM、別注商品の受託に注力する。
- 新たに特販部を設け、OEM受託の強化に向けて営業面での体制を整えた。

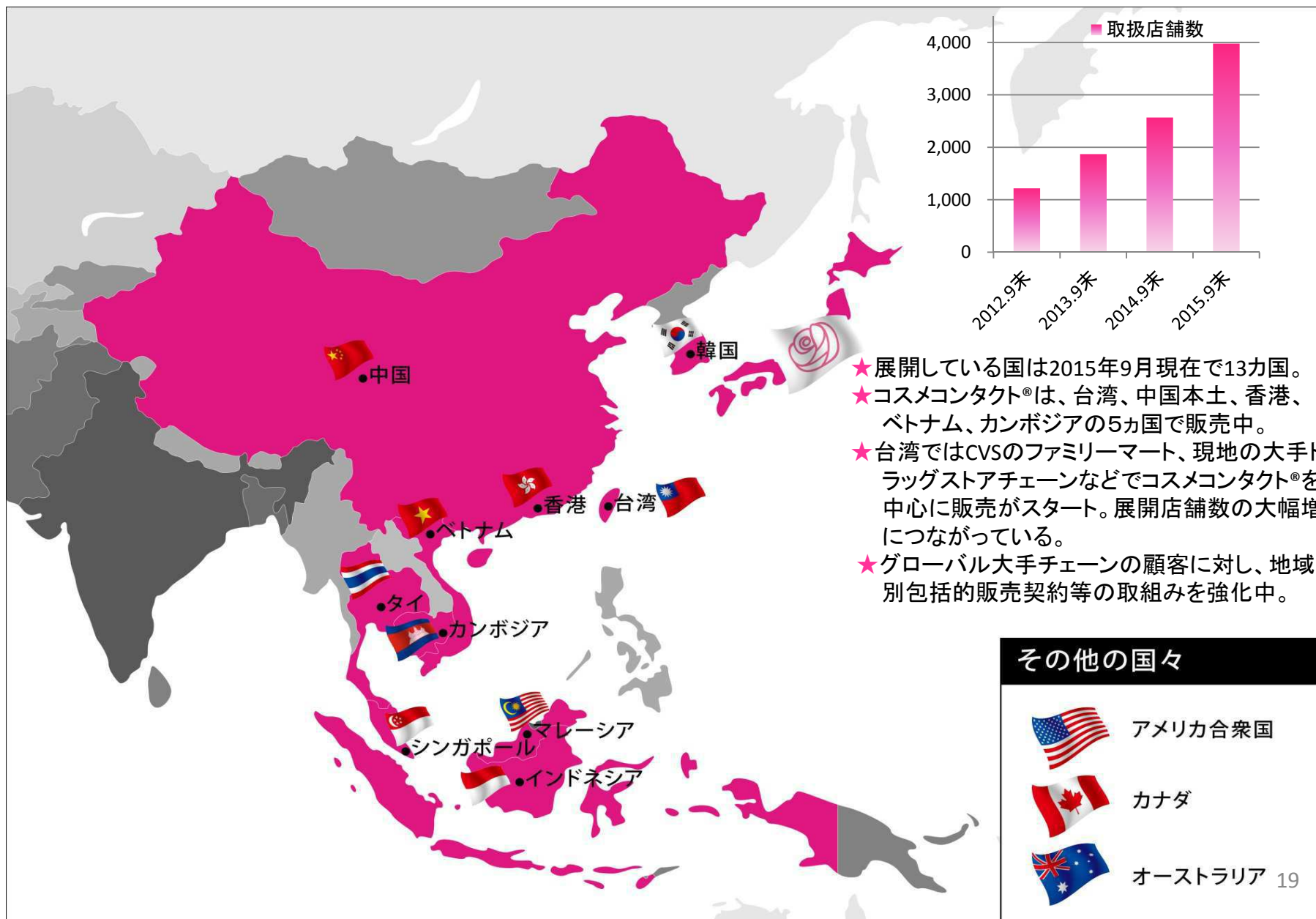
★ 内部体制の強化

- 円安傾向が続いていることを受け、原材料調達や生産拠点の見直し、価格設定の見直しなど調達構造の改善を進めている。
- OEM受託が拡大するにつれ、新しい分野の商品の生産に取り組むことも増えているため、新たな領域での生産基盤の構築により注力する。
- 今までは、新しい商品の開発に偏りがちであったが、開発した商品の更なる売上げ拡大を図るため当期より商品企画部内に新規にマーケティング室を設けた。プロモーションを含め、既存商品のフォロー体制を強化する。

★ 海外展開

- 次ページスライド参照

海外展開の状況



海外で展開中の店舗例

伊勢丹上海



上海 REEL百貨店



上海 CITYSUPER



東急ハンズ シンガポール



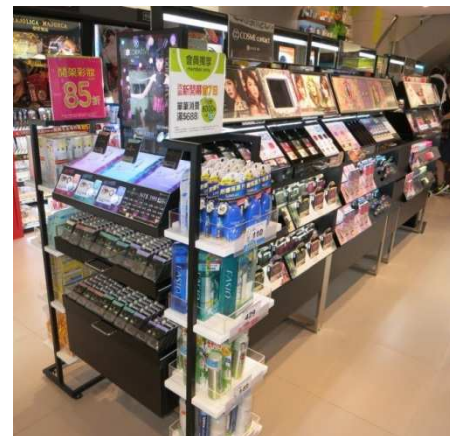
台灣COSMED



台灣 ファミリーマート



台灣 WATSONS



香港 Log On

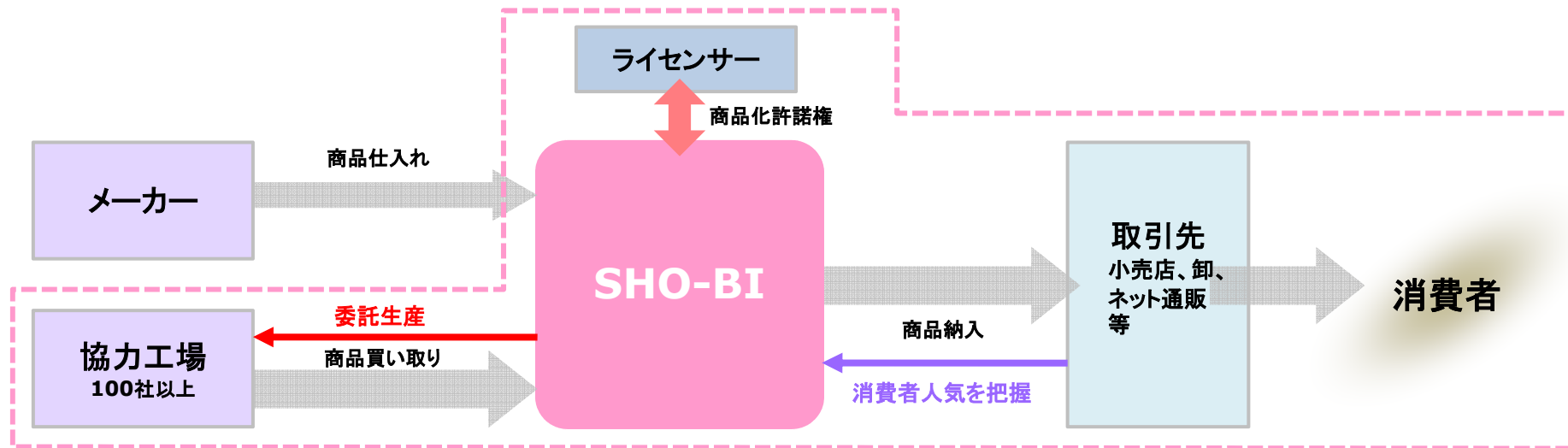




事業概要とデータ



「卸売 & ファブレスメーカー」というビジネスモデル



CORE COMPETENCE 1 卸とメーカーの両面を持つ

卸とメーカーの両面を有することで、多様な取引先ニーズに対応可能であり、“売り場を任される” WIN-WIN の関係が強みを発揮している。

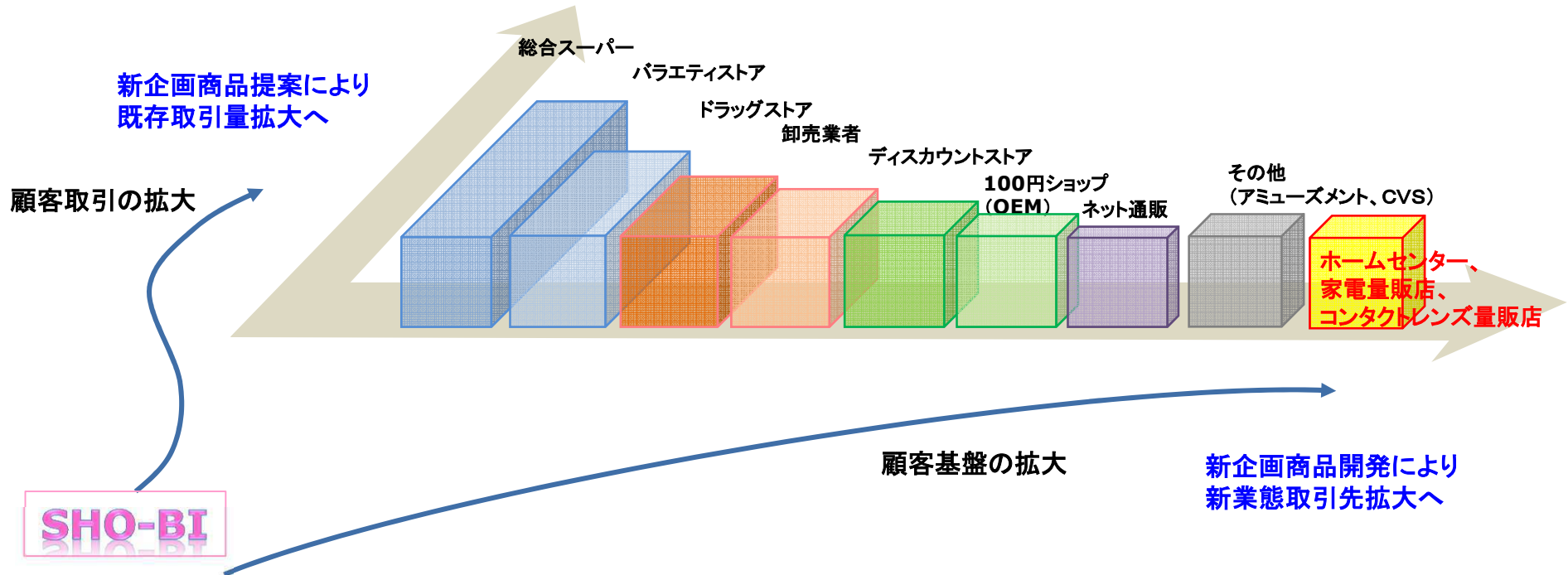
CORE COMPETENCE 2 マーケットインの企画・開発と在庫管理

マーケットインの発想で、「自社企画商品」が生まれ、在庫リスクが徹底管理される。

CORE COMPETENCE 3 アライアンス・企画力

販売先、ライセンサーと自社企画力が融合し、流行にマッチした多くのヒット商品を生み出している。

「新しい商品」の提案により「新しい販路」を開拓している



コスメコンタクト®

化粧品

アンチエイジング
関連

一般医療機器

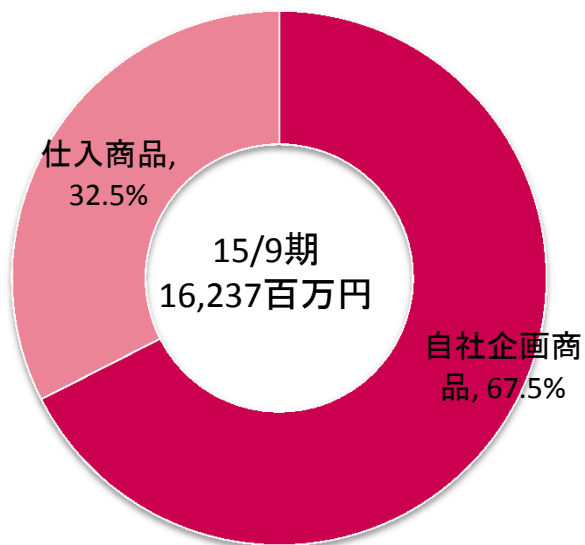
文具

季節用品

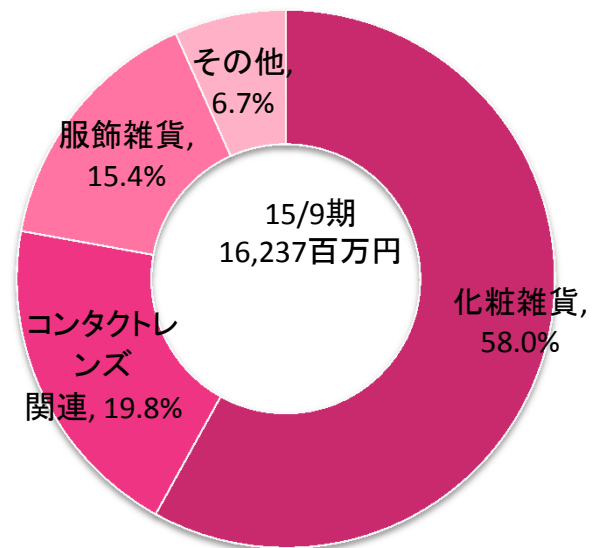


売上高 構成比率

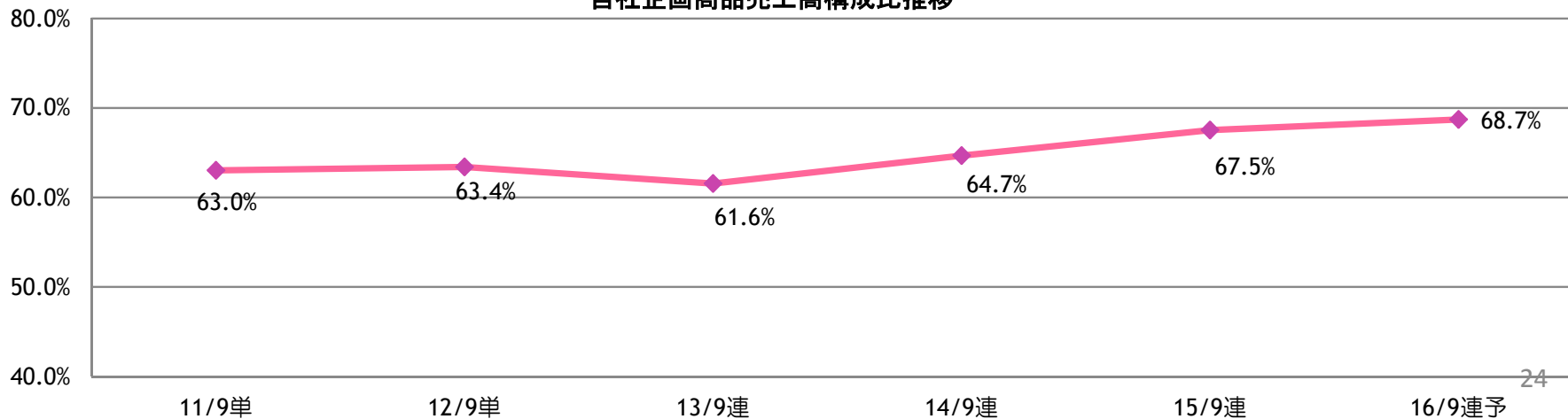
自社企画商品 売上高構成比



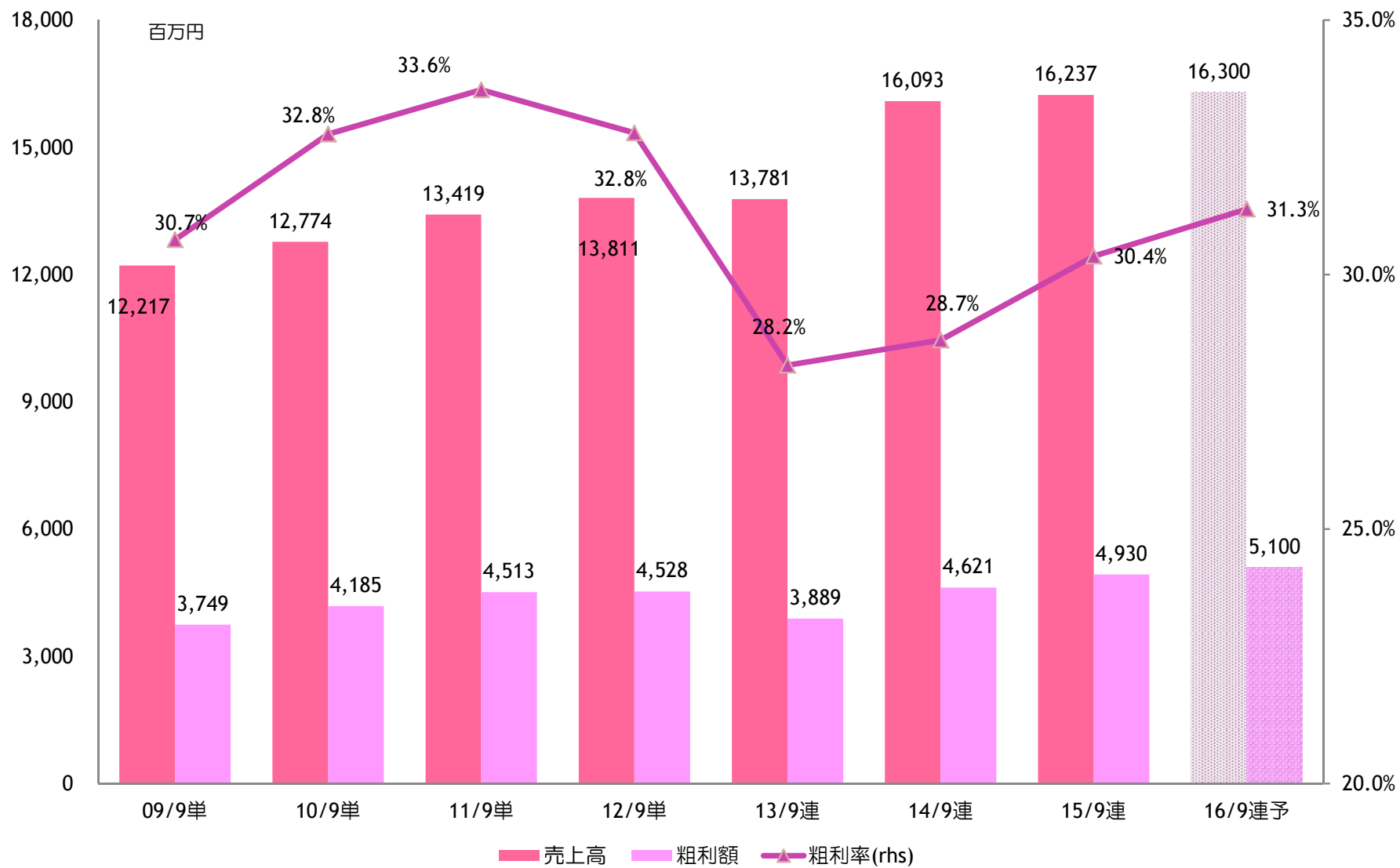
製品サービス別 売上高構成比



自社企画商品売上高構成比推移



売上高、粗利額、粗利率の推移



「コスメコンタクト®」展開におけるSHO-BIの強み



©'76, '15 SANRIO APPR.NO.S560715

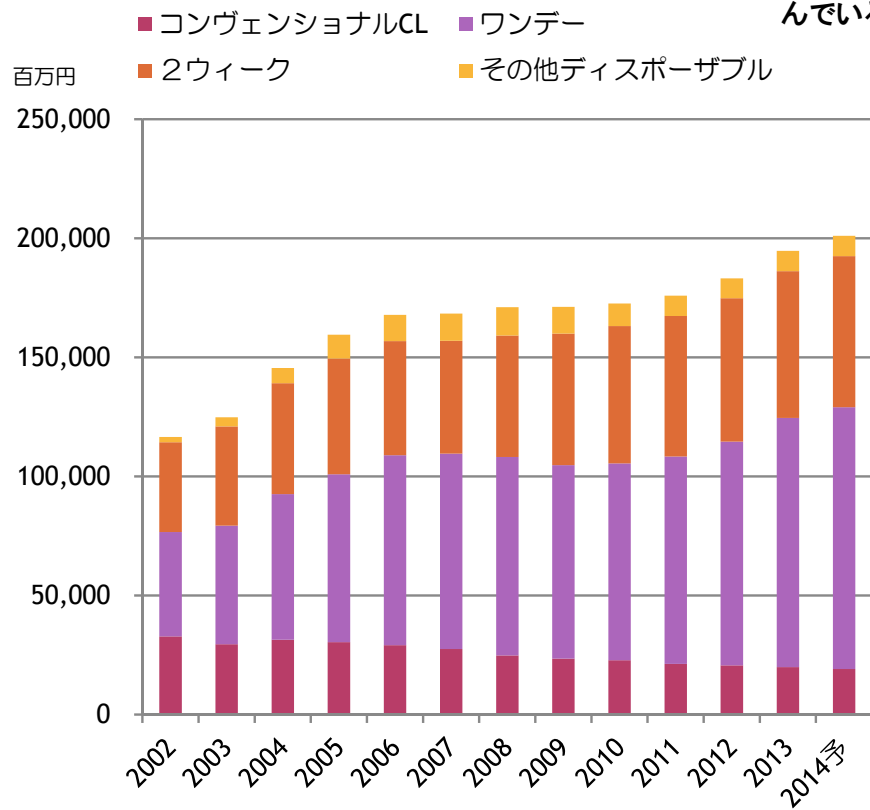


- ◆ ①「対応力」－ 化粧雑貨を中心に流行の変化の激しい商材を長年にわたり扱ってきており、市場ニーズに機敏に対応できる。
- ◆ ②「オンリーワン企業」としてのポジショニング－ レンズとつけまつげ、メイク用品との一括での商品提案などができるのは「コスメ関連メーカー」である当社だけ。
- ◆ ③「幅広い顧客ベース」－ コスメコンタクト®の有望な売り場となりうる小売店をすでに多数顧客として抱えている。
- ◆ ④「高い供給力」－ 子会社化したメリーサイト社が生産ラインを逸早く確保。

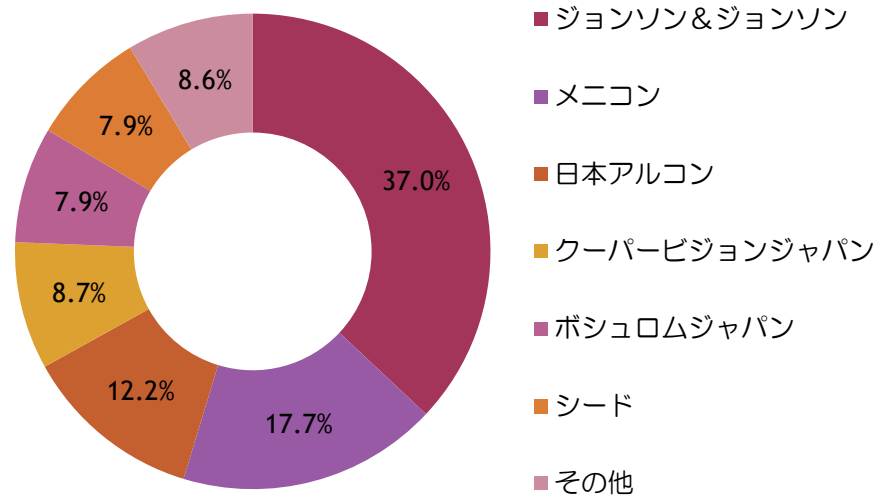
コンタクトレンズ市場について

コンタクトレンズ市場概略

- コンタクトレンズの市場規模(メーカー出荷ベース)は2013年の市場規模は6.3%増の1,948億円となり、2014年には2,000億円を超える見通し。
- カラーコンタクトレンズ、サークルレンズなどコスメ系コンタクトレンズは2013年で268億円*、市場シェア13.7%とコンタクトレンズ市場の中でも大きなセグメントに成長している(*国内承認取得品のメーカー出荷ベース、個人・流通業者による直輸入は含まず)。
- レンズタイプ別には、使い捨てタイプのワンデーと2ウィークタイプが伸びている。
- メーカー別には、J&J社が4割弱のシェアを占めるが、国内外で企業の合従連衡が進み、とくに外資系企業ではグローバルでの事業統合により眼科領域での総合化が進んでいる。



メーカー別市場シェア (2013年)



出所: 矢野経済研究所

配 当

配当性向

目途 = **40%**程度

予想配当金額(年間)

2016/9予: 中間配当**5**円、期末配当**5**円 計**10**円

株価チャート



本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。



お問
合わせ先

総務部 IR担当
TEL : 03-3472-7890