



# 2016年9月期決算説明会

2016年11月21日

**SHO-BI株式会社**

証券コード:7819



## 16/9期決算の概要



## 16/9期 決算の概要

- ◆ 別注商品の好調に支えられた服飾雑貨を始め、全商品カテゴリーが増収となり、売上高は9.4%増となった。また、自社企画商品の比率も7割近くに達した。
- ◆ 相対的に粗利率の低い別注商品の売上げが伸びたこと等により粗利率が低下したものの、販管費の伸びが低位にとどまり営業利益は前期比80.9%増の464百万円となった。
- ◆ 一方、金融収支、為替差損益がマイナスに転じ営業外損益が悪化した結果、経常利益は前期比▲17.0%減の326百万円となった。
- ◆ 特別利益として固定資産売却益142百万円を計上したことで、親会社株主に帰属する当期純利益は52.5%増の181百万円となった。

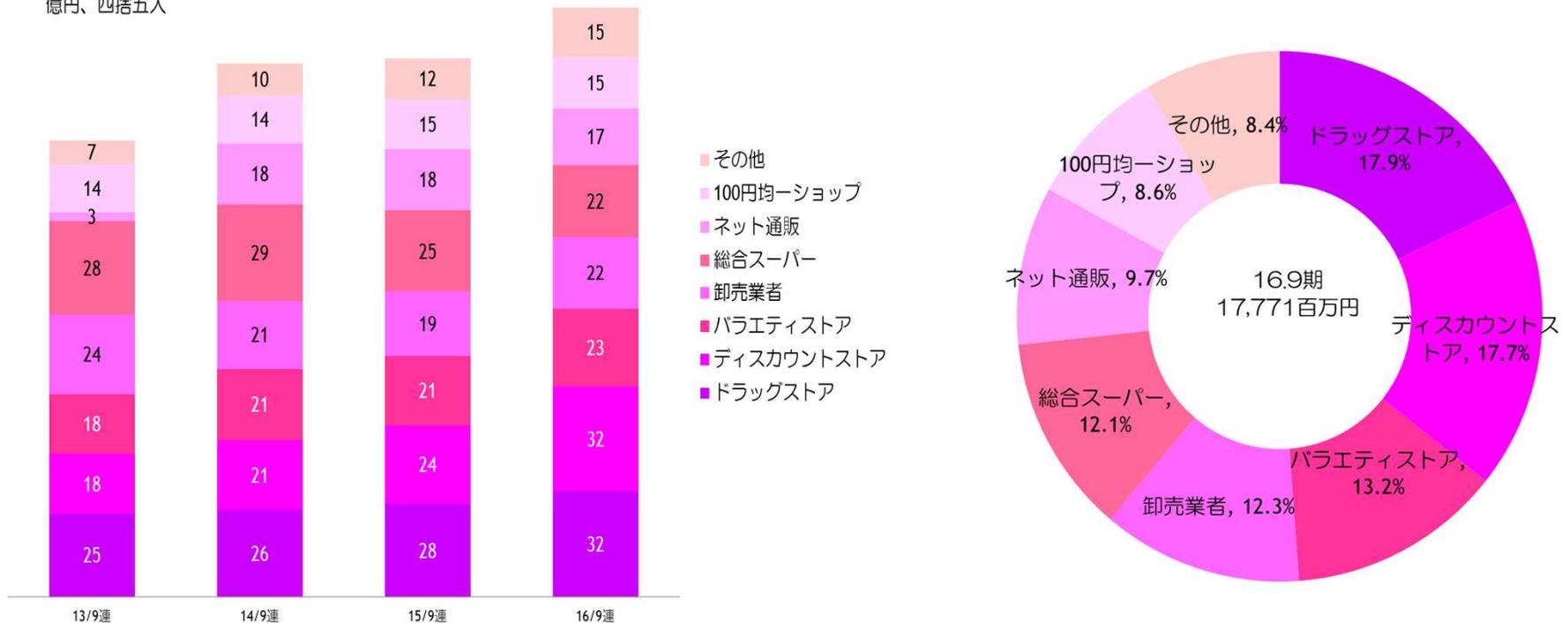
(百万円)	15/9期		16/9期		前期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	16,237	100.0	17,771	100.0	+9.4
自社企画商品	10,965	67.5	12,357	69.5	+12.7
売上総利益	4,930	30.4	5,200	29.3	+5.5
販売管理費	4,674	28.8	4,736	26.7	+1.3
営業利益	256	1.6	464	2.6	+80.9
営業外損益	136	—	▲138	—	—
経常利益	392	2.4	326	1.8	▲17.0
特別損益	▲14	—	99	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	119	0.7	181	1.0	+52.5

業態別売上高 総括

- ◆ 業態毎に好不調の明暗が分かれる結果となった。
- ◆ 別注商品等の受注が好調に推移したディスカウントストア、バラエティストア、卸売業者など向けの売上げが好調に推移した。
- ◆ 一方、業態全般に不振に苦しむ総合スーパー向けの売上げは大きく減少した。
- ◆ コスメコンタクト®の導入をきっかけに、化粧雑貨等当社の既存取扱商品の売上げ拡大や新規受注の獲得につながるなどの相乗効果がみられるケースが出てきている。

【業態別売上高】

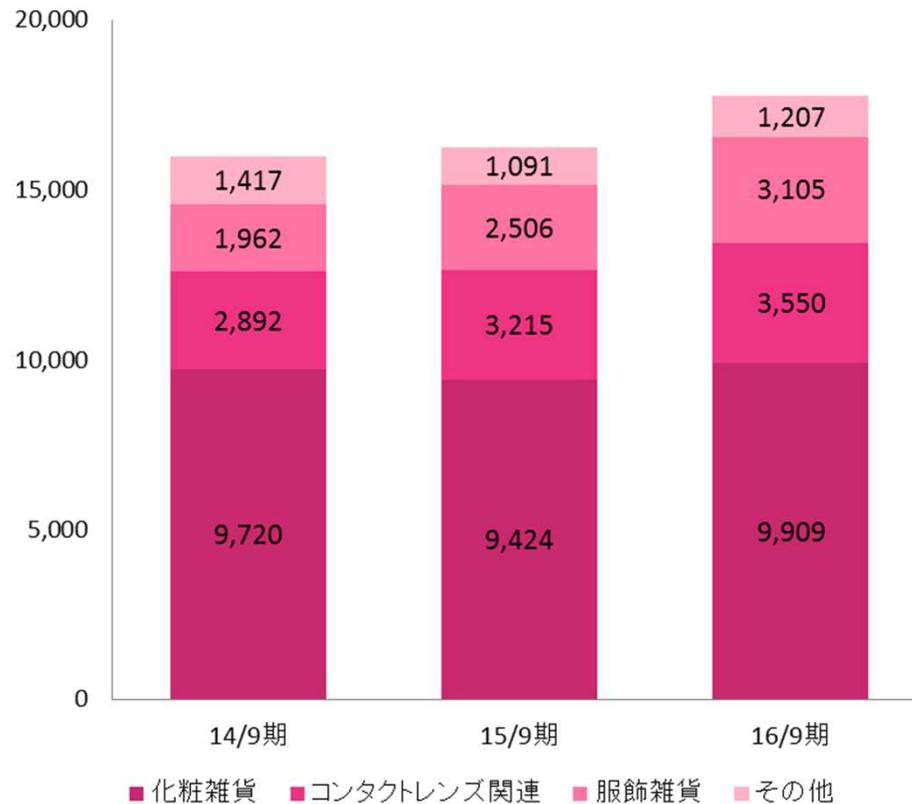
億円、四捨五入



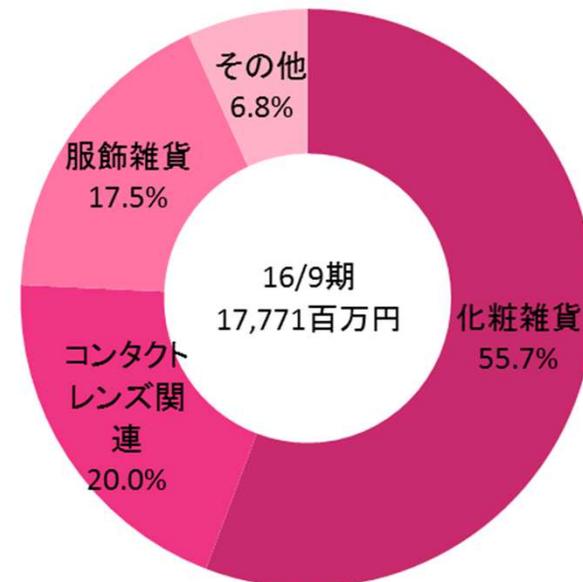
## 商品別売上高

- ◆ 主力の化粧雑貨は、つけまつけの不振が続くものの、大手バラエティストア向けの別注商品の取り扱いが始まるなど順調に推移、売上は前期比5.1%増となった。
- ◆ コンタクトレンズ関連売上は、新規取引先の獲得、また各取引先向けの販売額の拡大等により前期比10.4%増と好調。
- ◆ OEM・別注向けのキャラクター関連商品の販売が専門店、バラエティストア、テーマパーク等に向けて好調で、服飾雑貨の売上は前期比23.9%増となった。
- ◆ ギフト関連が伸び、その他分類の売上高は前期比10.6%増となった。

百万円



商品分類別売上高構成比



## 商品別売上げ動向 総括

### 化粧品雑貨 (9,909百万円、前期比+5.1%)

- 主力のつけまつげは不振が続いた。
- 一方で、フェイスブラシでヒット商品が出たほか、大手バラエティストアなど大手企業との取組み強化の効果から化粧品雑貨全般的に好調に推移した。



### コンタクトレンズ関連(3,549百万円、前期比+10.4%)

- 主カブランドのピエナーージュに加え、つけまつげの有カブランドのダイヤモンドラッシュで新たにコスメコンタクト®を発売するなど積極的に新商品投入を行っている効果に加え、リピート受注が増加している。



### 服飾雑貨(3,105百万円、前期比+23.9%)

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



### その他(1,207百万円、前期比+10.6%)

- ギフト用品の売上げが好調。



## ★ コンタクトレンズ事業拡大に向けての施策

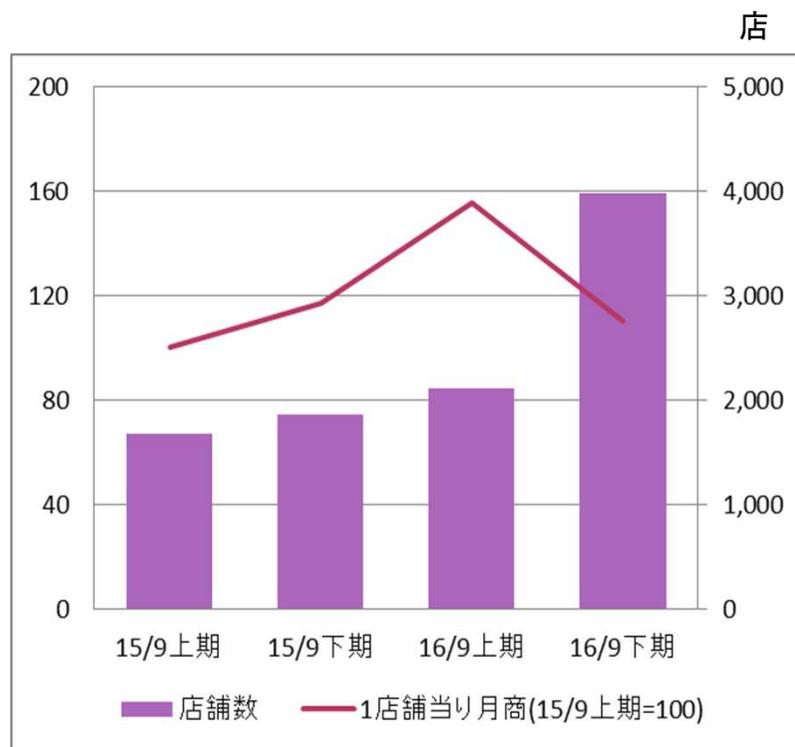
- ◆ つけまっげの主カブランドである「ダイヤモンドラッシュ」のシリーズから「ダイヤモンドラッシュコスメコンタクト®」を発売。
- ◆ 主カブランドの「ピエナージュ」でイメージモデルであるマギーさんがプロデュースした新デザイン2種を追加。
- ◆ 「ピエナージュ」の新ラインとして、うるおい成分とUVカット成分を配合した「ピエナージュリユクス」4デザインを新発売。
- ◆ 中国でNo.1のオンラインショッピングサイト淘宝网(タオバオワン)に、日本企業としては初めて自社ブランドのコンタクトレンズのみを販売するサイト「COSME CONTACT 美妝彩片官方旗艦店」を立ち上げた。



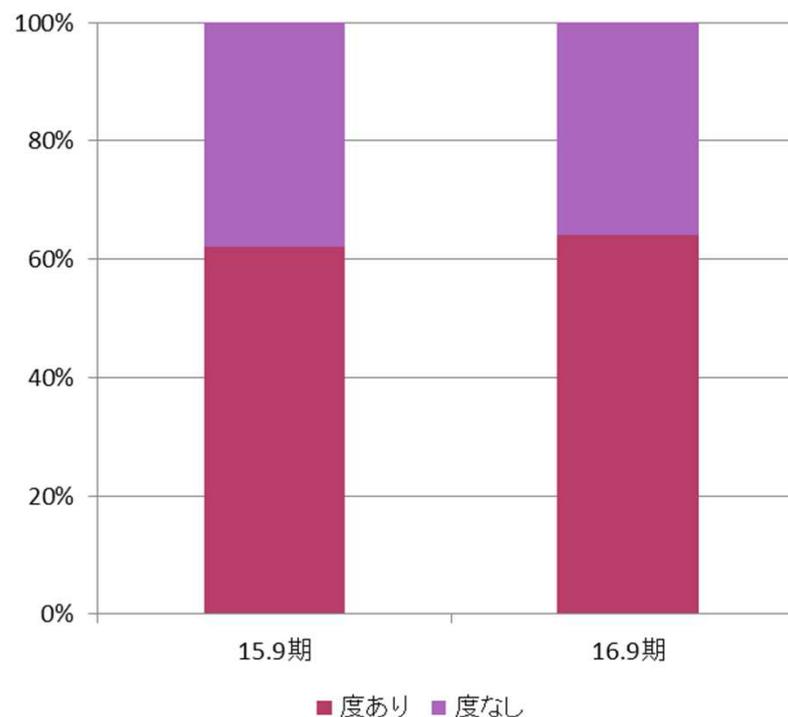
★ 定着が進むコスメコンタクト®

- ◆ 左下図はSHO-BI単体の国内での販売店舗数と1店当り月商の推移を示している。販売店舗数は2016年9月時点で4,000店舗近くに達した。1店舗当りの月商は2016年8月に大型商品であるピエナーージュリュクスを発売したことに伴い取扱店舗数が大きく増えたことで下期はダウンしたが、既存店ベースでは増加傾向を維持している。
- ◆ 右下図の通り、度ありの販売比率は15/9期が62%、16/9期が64%と着実に度ありの比率が高まっている。リピーター獲得が進んでいることの表れと判断している。

SHO-BI単体(国内)の売上げと店舗展開



度あり比率が徐々に高まっている



★ OEM受注の強化

- ◆ 専門店大手企業や大手テーマパークなど重点取組み先向けにOEM、別注商品の受注活動を強化してきた。
- ◆ この結果、大手専門店企業に加えテーマパークや鞆等の専門卸向けの別注商品の売上げが大きく伸びた。



OEM、別注商品型サンプル

★ 海外展開の積極化

- ◆ 2015年7月に設立した台湾子会社「台湾粧美堂」が10月から営業を開始した。
- ◆ 粧美堂上海では淘宝网(タオバオワン)にコスメコンタクト®の専門サイトを立ち上げたが、日本企業の商品の専門サイトということで順調な立ち上がりとなっている。
- ◆ また、上海ではコスメコンタクト®の眼鏡店ルートでの販売も開始した。

## 販管費の内訳

- ◆ 効率的な運用により、販売管理費は4,736百万円、伸び率は前期比1.3%増に抑制されている。
- ◆ 広告宣伝費と販売促進費を合わせたプロモーション費用は978百万円(前期比6.7%増)と、知名度向上のためコスメコンタクト®を中心に引き続き積極的に投入している。

	(百万円)	15/9期	16/9期	伸び率(%)
販管費合計		4,674	4,736	+1.3
人件費		2,005	2,074	+3.4
販売促進費		650	764	+17.5
広告宣伝費		267	214	▲19.8
運賃及び荷造費		494	482	▲2.5
減価償却費		179	148	▲17.1
一般管理費・その他		1,075	1,051	▲2.3

## 貸借対照表の主な増減要因

(百万円:%)	15/9期		16/9期		比較 増減額	コメント
		構成比		構成比		
流動資産	9,925	66.3	9,775	72.6	▲150	
現・預金	3,629	24.2	5,007	37.2	+1,377	
受取手形・売掛金	2,787	18.6	2,924	21.7	+136	
商品	1,917	12.8	1,443	10.7	▲473	
固定資産	5,046	33.7	3,691	27.4	▲1,355	
資産合計	14,972	100.0	13,466	100.0	▲1,505	のれん代▲146、投資有価証券▲740、 その他の資産▲307
流動負債	5,774	38.6	5,178	38.5	▲596	買掛金+151、短期借入金▲700、未払法人 税等▲208、その他流動負債+171
固定負債	3,864	25.8	3,329	24.7	▲534	長期借入金▲543
負債合計	9,639	64.4	8,508	63.2	▲1,131	
純資産合計	5,333	35.6	4,958	36.8	▲374	その他有価証券評価差額金+20、繰延ヘッ ジ損益▲358、為替換算調整勘定▲83
負債、純資産合計	14,972	100.0	13,466	100.0	▲1,505	

	15/9期	16/9期
1株当たり純資産(円)	397.6	369.7
自己資本比率(%)	35.6	36.8

## キャッシュ・フローサマリー

(百万円)	15/9期	16/9期	比較増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲506	1,216	+1,722
投資活動によるキャッシュ・フロー	342	529	+187
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,446	▲1,408	▲2,854
現金及び現金同等物の期末残高	3,223	3,601	+378

### [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425百万円、減価償却費151百万円、のれん償却額145百万円、為替差損124百万円、固定資産売却益▲142百万円、売上債権の増加▲181、棚卸資産の減少▲444、未収入金の増加141百万円、長期未収入金の増加94百万円、仕入債務の増加144百万円、未払い消費税等の増加146百万円、法人税等の支払額397百万円。

#### 投資活動

◆ 定期預金の増加▲1,000百万円、投資有価証券の売却による収入1,202百万円、投資不動産の売却による収入385百万円

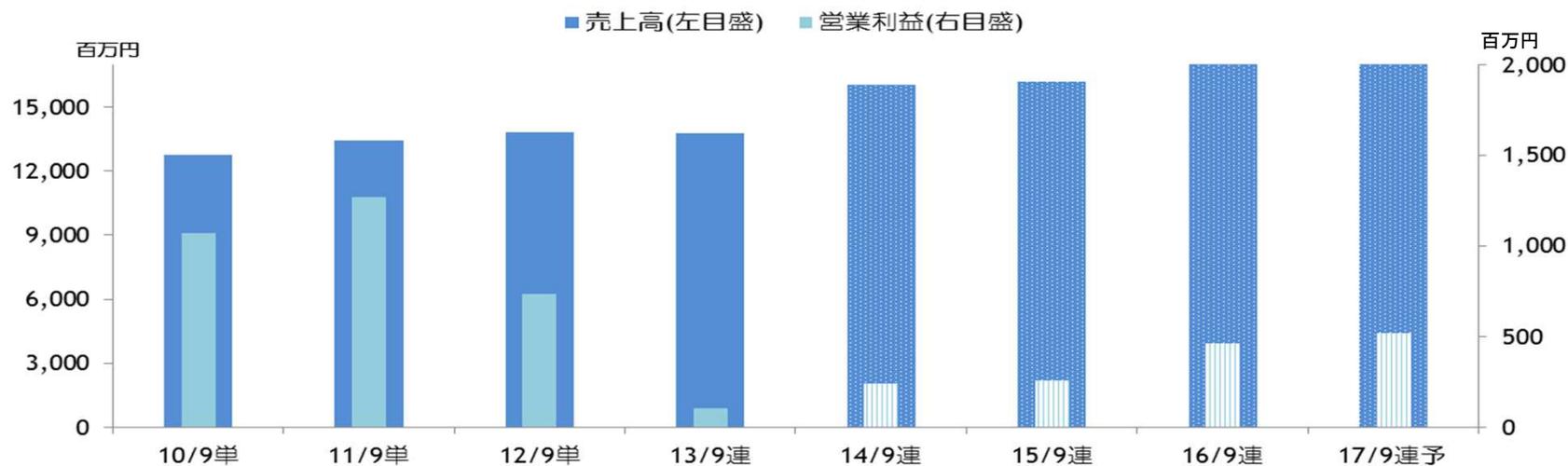
#### 財務活動

◆ 短期借入金の減少▲700百万円、長期借入金の減少▲573百万円、配当金支払い額▲134百万円

# 2017/9期事業計画



	16/9期		17/9期予		前期比 (%)
	(百万円)	構成比(%)		構成比(%)	
売上高	17,771	100.0	17,800	100.0	+0.2
自社企画商品	12,358	69.5	12,700	71.3	+2.8
売上総利益	5,200	29.3	5,350	30.1	+2.9
販売管理費	4,736	26.7	4,830	27.1	+2.0
営業利益	464	2.6	520	2.9	+12.0
経常利益	326	1.8	500	2.8	+53.3
当期純利益	181	1.0	240	1.3	+31.9



## 計画の前提(連結)

	(百万円)	16/9期		17/9期予		前期比(%)
			構成比(%)		構成比(%)	
売上高(自社企画商品別)	17,771	100.0	17,800	100.0	+0.2	
自社企画商品	12,357	69.5	12,700	71.3	+2.8	
一般仕入商品	5,413	30.5	5,100	28.7	▲5.8	

- ◆ コスメコンタクト®の販売拡大に引き続き注力するほか、取引先からのニーズの高いOEM・別注商品の拡販に積極的に取り組む。また、海外売上げの拡大に向けての施策を進める。一方で、よりメーカー化を進める中で今まで卸として取扱いをしていた商品を自社企画商品へ切り替える計画をしている。しかしながら、大手総合スーパーを中心に店舗閉鎖の動きが本格化すると予想されることに加え、ドラッグストア業界でも業界再編の動きが出ていることもあり、当社の主要取引先である小売業界の見通しが不透明であることなどマクロ環境は引き続き厳しいと想定し、売上高はほぼ横ばいを見込む。
- ◆ OEM・別注商品、コスメコンタクト®など自社企画商品の売上げ拡大がさらに進むと予想し、自社企画商品の売上げ構成比は71.3%、12,700百万円(前期比2.8%増)と想定する。
- ◆ 自社企画商品の売上げ構成比が高まること、調達構造の見直し等コスト削減効果を織込み、売上総利益率は30.1%(前期比0.8%ポイントの改善)を見込む。
- ◆ 新商品開発やブランド力強化等に戦略的に費用を投下する予定であり、販売管理費は前期比2.0%増の4,830百万円を想定している。この結果、営業利益は前期比12.0%増の520百万円を見込む。
- ◆ 営業外では為替の差損益の発生は見込まず、営業外収支は▲20百万円と想定し、経常利益は500百万円(前期比53.3%増)と想定。
- ◆ 特別利益、特別損失の発生は見込まず、親会社株主に帰属する当期純利益240百万円(前期比31.9%増)と予想している。

### ★ 「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6割強に達するなど、顧客のリピート購入が増加している。このため、引き続き、主力ブランドであるピエナ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。
- ◆ 16.9期にはうるおい成分とUVカット成分を配合したピエナージュリユクスを発売したが、今後も高含水レンズ等新機能商品の開発を継続して進めていく。
- ◆ 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設けた「コスメコンタクト® 研究所」では、社員に対しコンタクトレンズ教育を行うなど、社員の意識向上に努めている。
- ◆ また、8月8日の音(パチパチ)が、まばたきを連想させることから、同日を「うるおう瞳の日」として日本記念日協会に登録。社内外に向けて目の安全、健康配慮についての啓蒙活動を行っていく方針である。

### ★ 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。
- ◆ 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。

### ★ 「SHO-BI」のブランド化を推進

- ◆ 更なるメーカー化を進めることを念頭に、とくに当社が強みとしている「目周り商品」で仕入商品からの切り替えを図り、「目周り商品」でのSHO-BIのブランド化を進めていく。
- ◆ 具体的には、リピート需要が見込めるアイテープ、グルーなどの消耗品を発売し、シェアの確保を狙う。

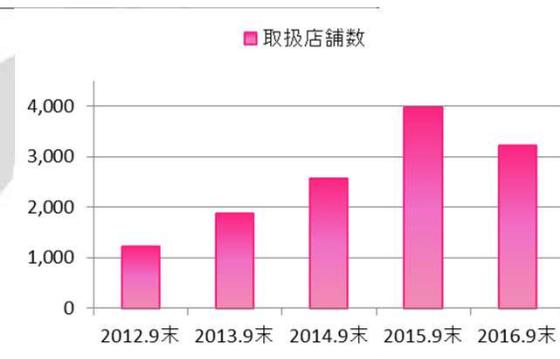
### ★ 内部体制の強化

- ◆ 為替動向に左右されにくい経営体質構築に向け、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。
- ◆ 昨年度に設けたマーケティング室を活用し効率的なプロモーション施策を行っていくことで、新商品、及び既存商品のリピート売上げ拡大を図る。

### ★ 海外展開

- ◆ 次ページスライド参照

## 海外展開の状況



- ★展開している国は2016年9月現在で15カ国。
- ★コスメコンタクト®は、台湾、中国本土、香港、ベトナム、カンボジアの5カ国で販売中。上海では眼鏡店ルートでの販売を開始。
- ★台湾ではCVSのファミリーマート、現地の大手ドラッグストアチェーンなどでコスメコンタクト®を中心に販売中。
- ★一方で不採算取引等の見直しを行い、全体の取扱店舗数は減少。今後は重点エリアとして中国、台湾、香港を中心に販売強化を図る。

その他の国々	
	アメリカ合衆国
	カナダ
	スペイン
	オーストラリア

海外子会社でも販促活動を積極化している

ネットとリアル双方で  
プロモーションを強化中

ネットを使った訴求が有効な中国では、KOLと呼ばれるプロガーやメイクアップアプリなどを活用しSNSを使ったプロモーションを行う一方で、店舗でのイベントで実際に商品を試してもらい、商品の認知度向上に努めている

台湾

WatsonsのHWBアワードでベスト商品賞を受賞



コンタクトレンズのネット販売が出来ない台湾ではイベントへの出展などリアルでのプロモーションを中心に知名度アップを図っている



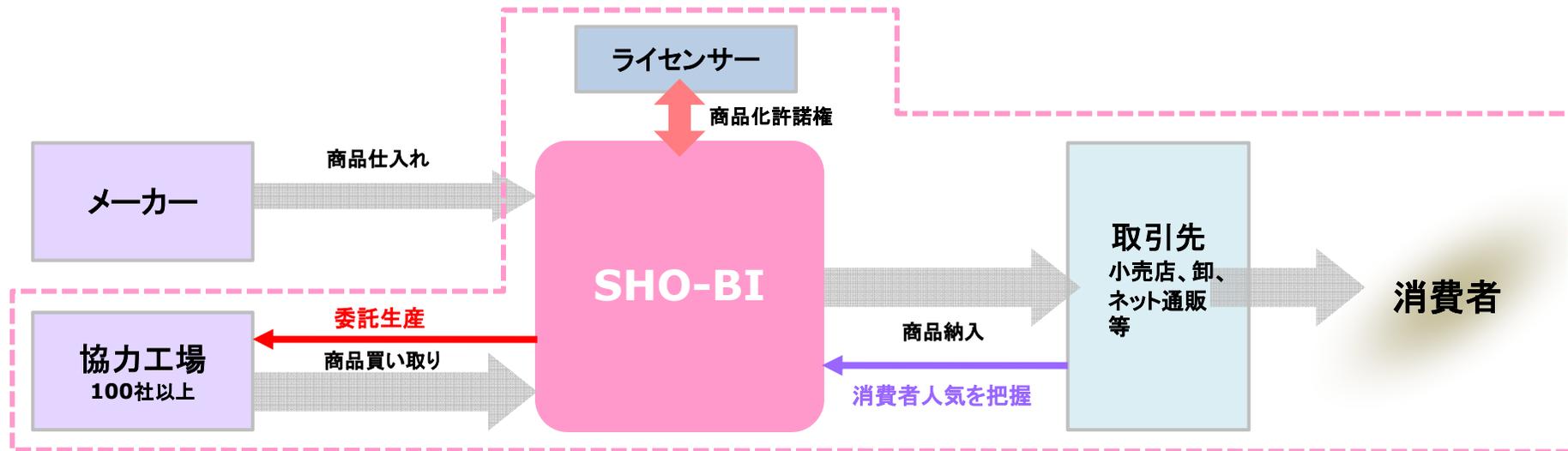
上海



## 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。

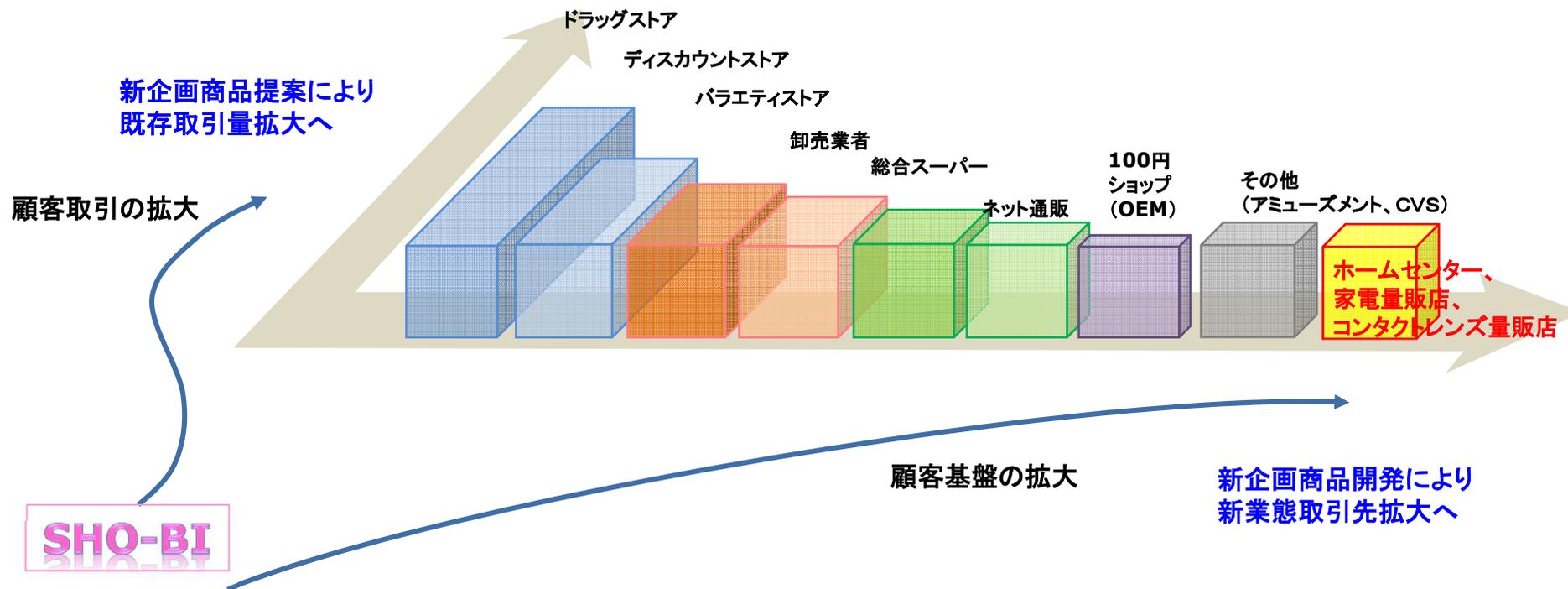
### CORE COMPETENCE 2 マーケットインの企画・開発と在庫管理

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

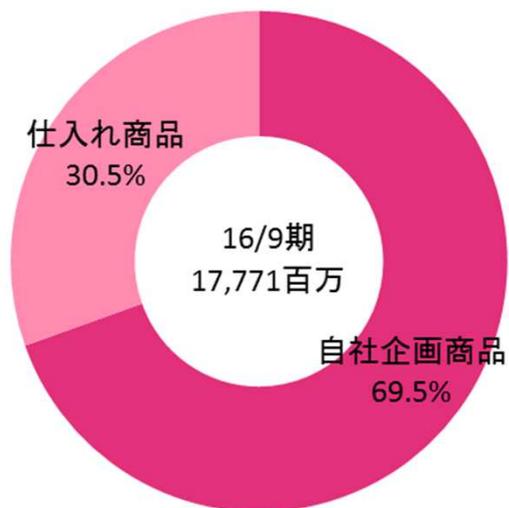


季節用品

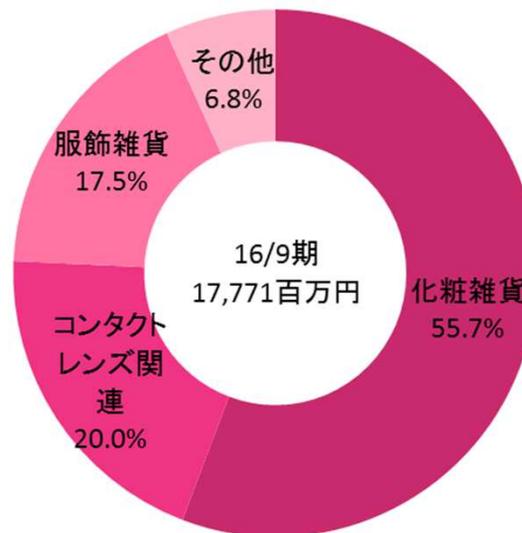


売上高 構成比率

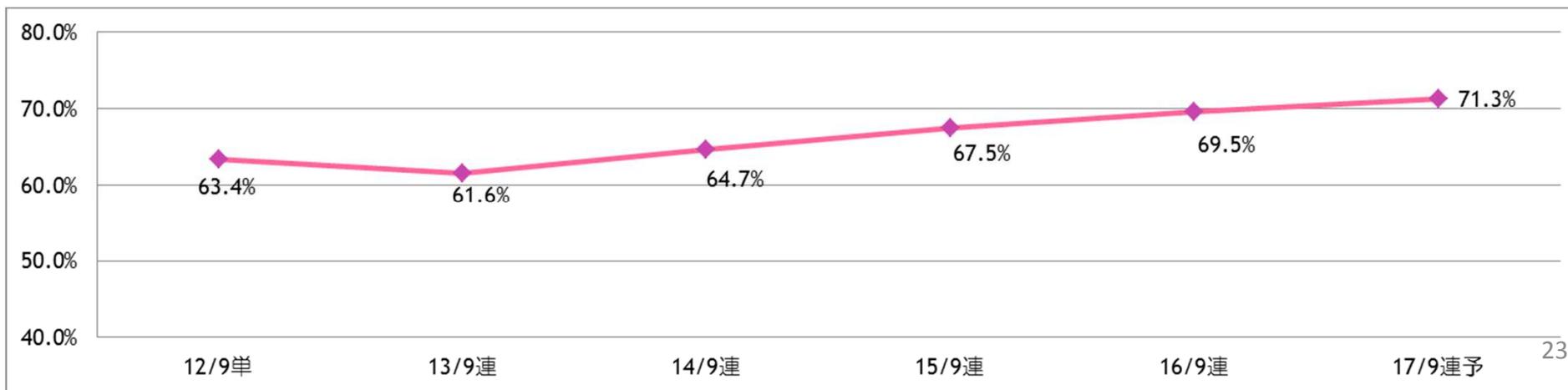
自社企画商品 売上高構成比



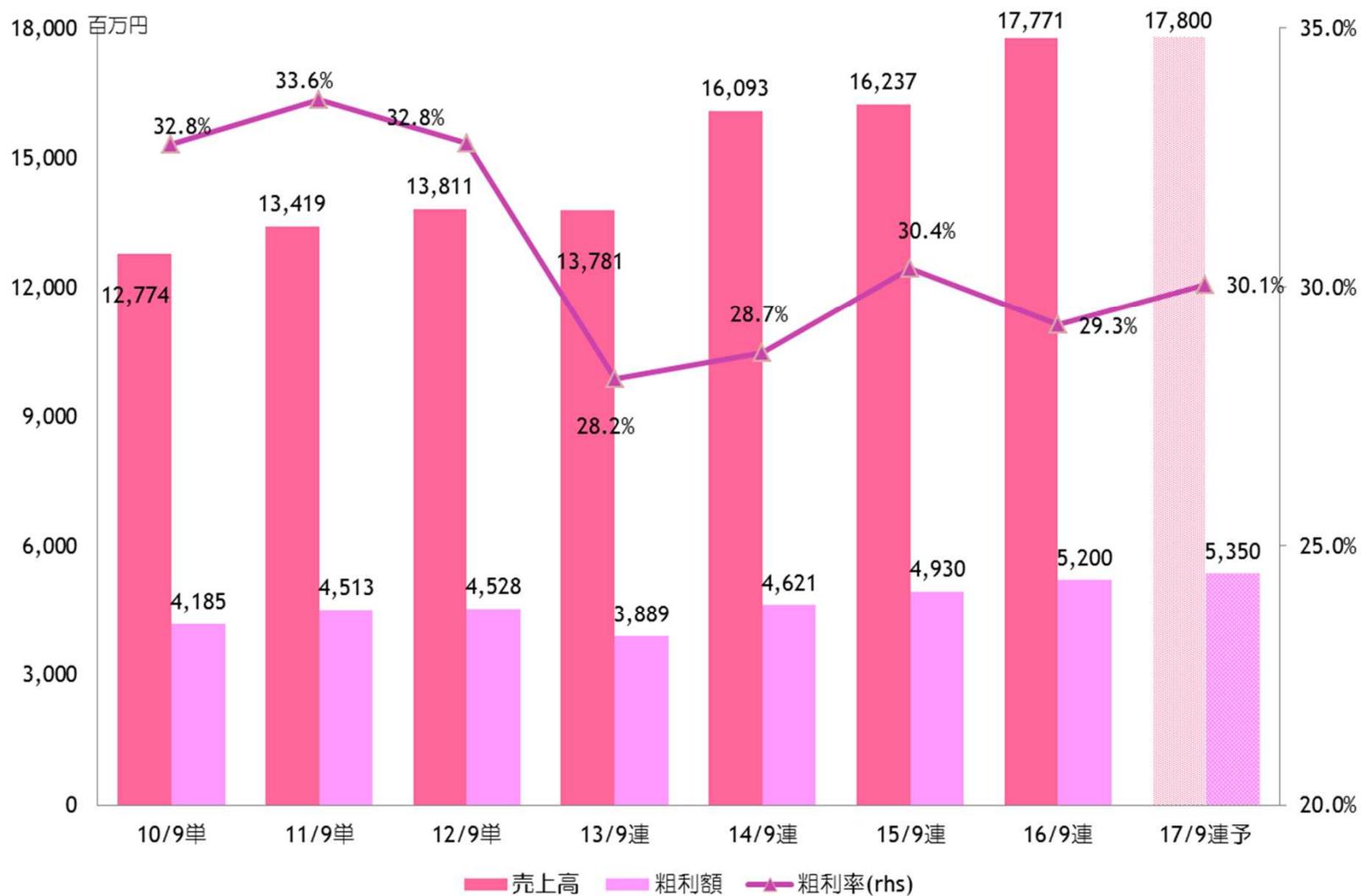
商品分類別売上高構成比



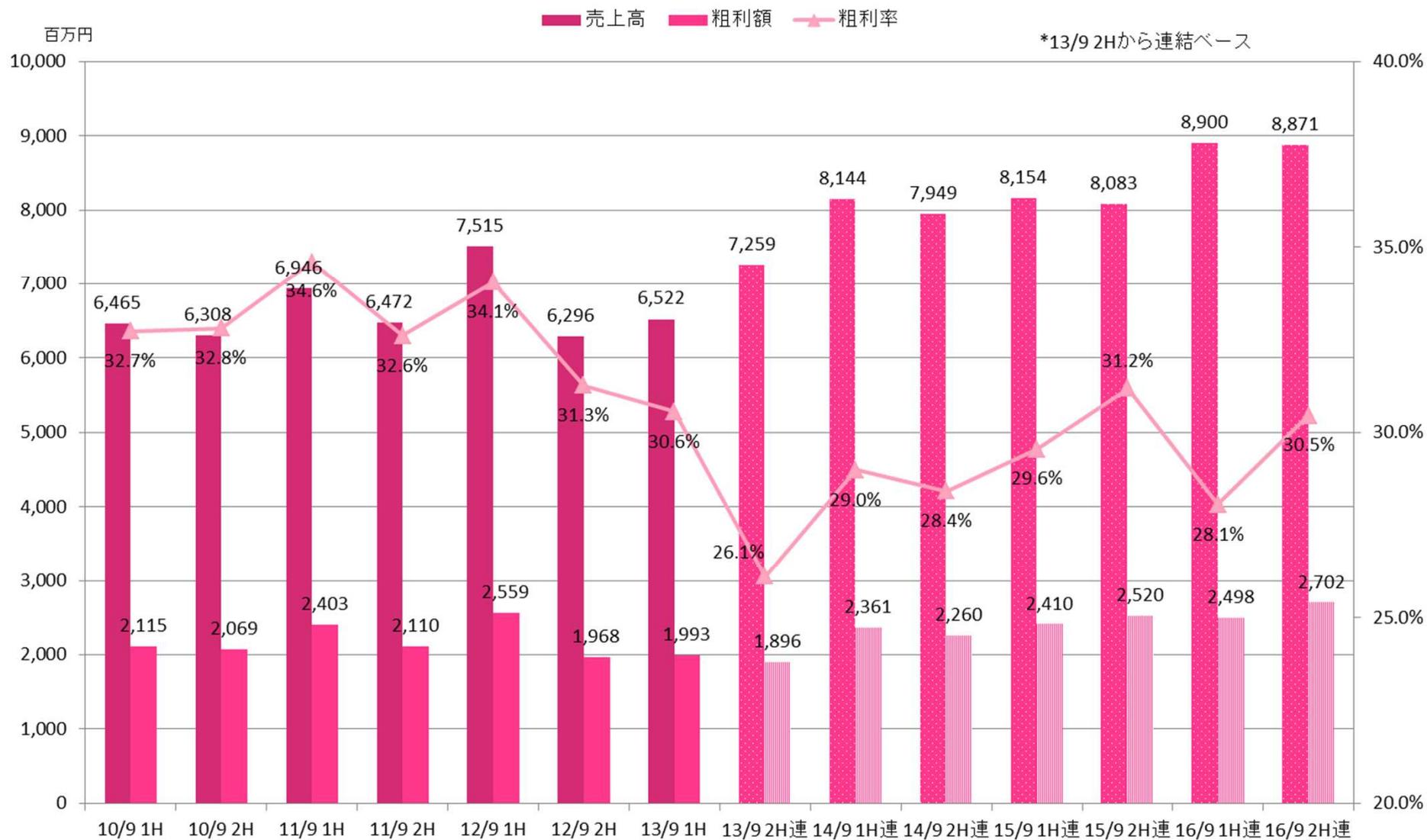
自社企画商品売上高構成比推移



売上高、粗利額、粗利率の推移



## 売上高、粗利額、粗利率の推移(半期)

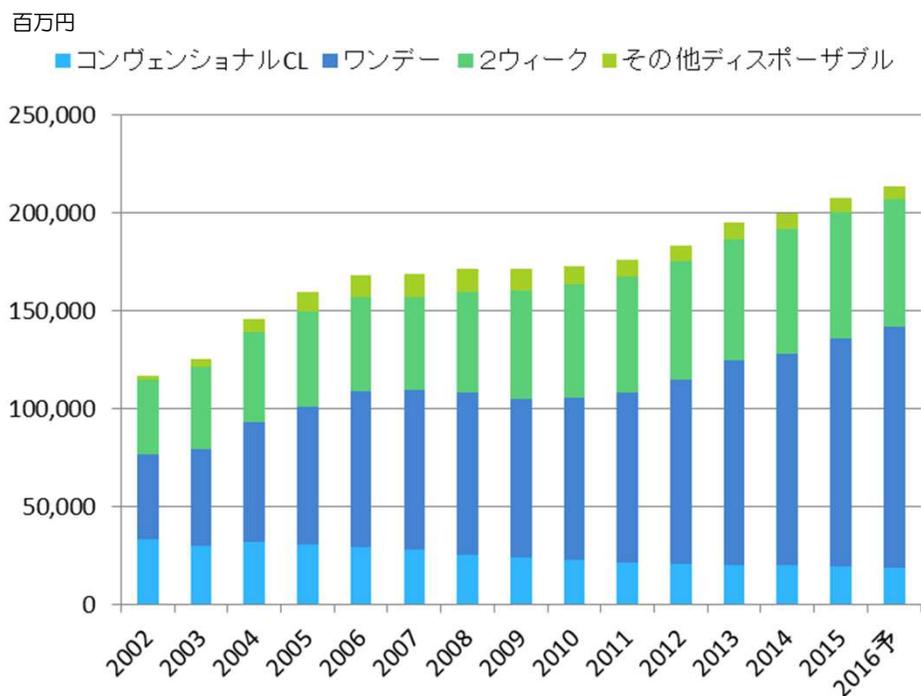




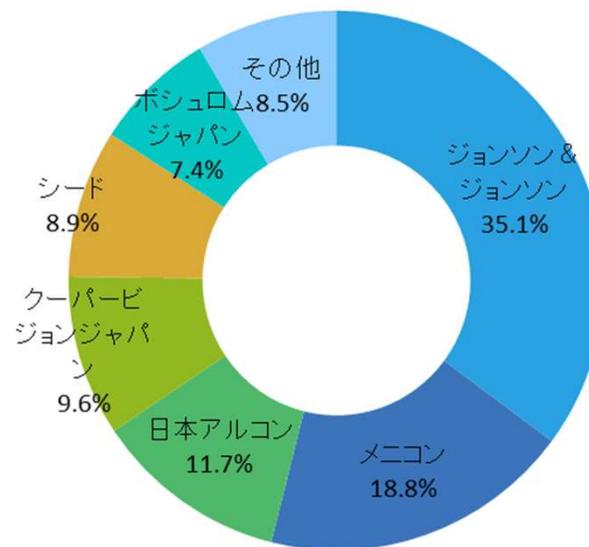
- ①「対応力」－ 化粧雑貨を中心に流行の変化の激しい商材を長年にわたり扱ってきており、市場ニーズに機敏に対応できる。
- ②「オンリーワン企業」としてのポジショニング－ レンズとつけまつげ、メイク用品との一括での商品提案などができるのは「コスメ関連メーカー」である当社だけ。
- ③「幅広い顧客ベース」－ コスメコンタクト®の有望な売り場となりうる小売店をすでに多数顧客として抱えている。
- ④「高い供給力」－ 子会社化したメリーサイト社が生産ラインをいち早く確保。

### 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2015年の市場規模は4.0%増の2,076億円となった。2016年の市場見通しは2,135億円の見込み。
- 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\*は消費税引き上げ後の反動減の影響がなくなり、2015年は17.9%増の288億円、2016年は296億円と順調な拡大が見込まれる(\*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社が約35%のシェアを占めるが、日系の2社(メニコン、シード)がシェアを伸ばす中、同社のシェアは低下している。



### メーカー別市場シェア (2015年)



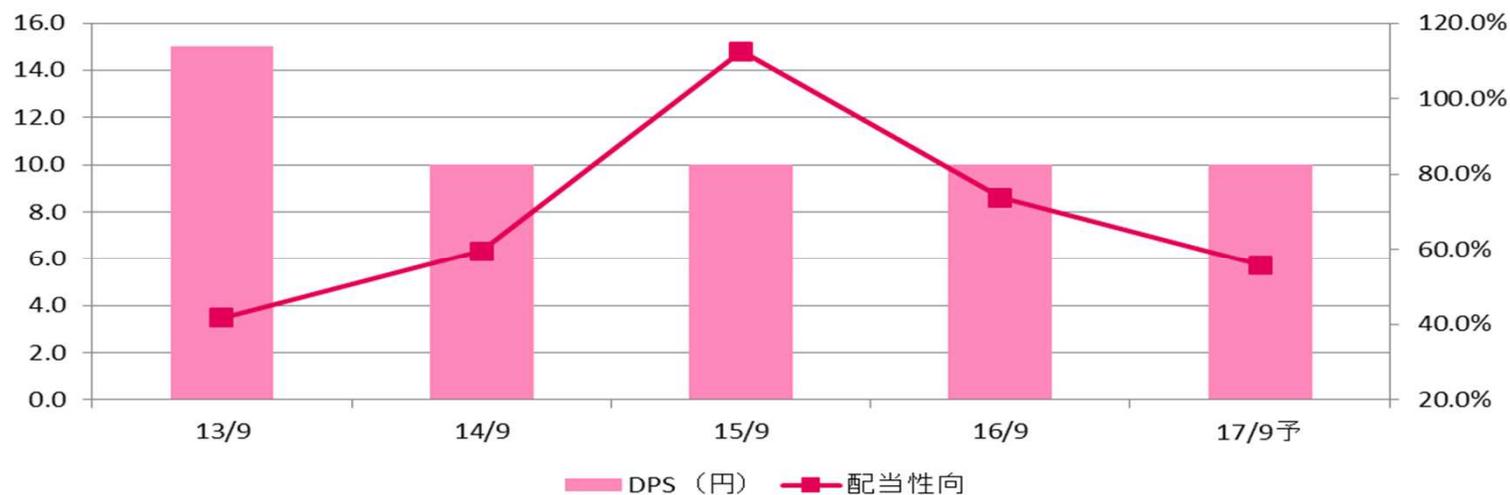
## 配当

配当性向

目途 = **40%**程度

予想配当金額(年間)

**2017/9予: 中間配当5円、期末配当5円 計10円**



株価チャート



2016年11月17日現在

本資料には、将来の業績に関わ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