笑顔を咲かせるZACCA

SHO-BI

個人投資家向け
会社説明会

2012年2月20日

SHO-BI株式会社
（証券コード7819）

目次

1. 会社概要
2. 事業・収益モデル　―　SHO-BIの強み
3. 業績の推移と12.9期事業計画
4. 今後の事業戦略
5. 株主還元策
6. 参考資料

会社概要

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

商号	SHO-BI　株式会社
設立	1949年（昭和24年）12月
代表者	代表取締役社長　寺田　一郎
従業員数	224名（平成23年9月末現在）
本社所在地	東京都港区港南2丁目15番1号 品川インターシティA棟23階
資本金	545百万円
売上高	13,419百万円（平成23年9月期実績）
上場市場	東京証券取引所市場第一部
業種	製造業（その他製品）
証券コード	7819
事業内容	化粧雑貨、服飾雑貨、及びキャラクター雑貨全般の企画・製造・販売
URL	http://www.sho-bi.jp/

沿革

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

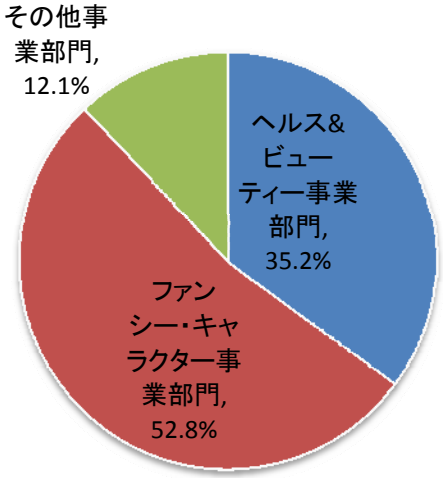
販路の拡大　自社企画開発機能の充実　海外展開

昭和24年12月	大阪市東住吉区に粧美堂株式会社（資本金500千円）を設立。
昭和35年 5月	株式会社ダイエーとの取引開始を契機に、ジャスコ、ニチイ、イトーヨーカドー等、順次、総合スーパー販路を拡大。
昭和50年 5月	化粧小物の自社企画商品の開発を手掛けるピオニオーナメント株式会社に出資。
昭和55年12月	ピオニオーナメント株式会社が株式会社ピオニへ商号変更。
平成8年6月	頭髪商品メーカーであったツバキ株式会社の過半数の株式を取得し、自社企画開発機能の充実を図る。株式会社サンリオとのライセンス契約を継承。
平成11年 7月	ウォルト・ディズニー・ジャパン社との間で、ライセンス契約を締結。
平成13年 5月	競業先であったパールストン株式会社の過半数の株式を取得し、従来からの総合スーパーの販路に加え、地方量販店・ホームセンター・ドラッグストアへの販路を開拓。
平成15年 4月	株式会社ピオニがツバキ株式会社を吸収合併し、ツバキ・ピオニ株式会社となる。
平成17年 4月	中国国内でのディズニーキャラクター商品の製造・販売権を取得。
平成17年 6月	中国でのキャラクター商品の販売と、国内への輸入の窓口を目的として粧美堂日用品（上海）有限公司を設立。
平成17年10月	販売業務の効率化を図るため、東京粧美堂株式会社とパールストン株式会社が合併。
平成18年 1月	商号を「SHO-BI Corporation株式会社」へ変更。
平成18年 7月	ツバキ・ピオニ株式会社と東京粧美堂株式会社を吸収合併し、業務の集約化による効率化を図る。本社を東京都品川区へ移転。
平成20年 1月	商号を「SHO-BI株式会社」へ変更。
平成21年9月	JASDAQ市場へ上場。
平成22年7月	中国での今後の業容拡大に備え、中国子会社の粧美堂日用品（上海）有限公司の資本金を増額。
平成22年9月	東京証券取引所市場第二部へ上場
平成23年9月	東京証券取引所市場第一部に指定。

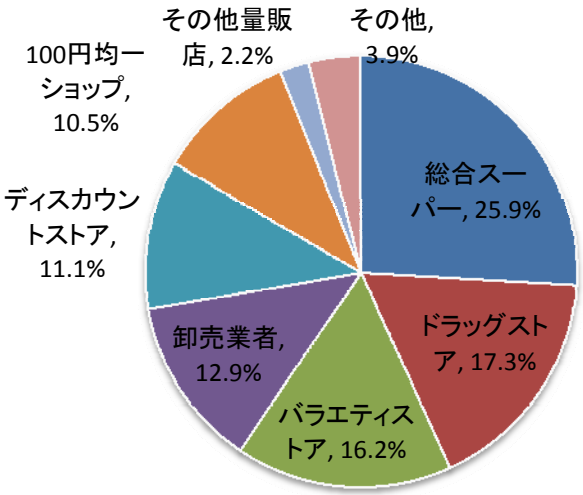
事業内容

総合スーパー、ドラッグストア、バラエティストア、100円均一ショップ、コンビニエンスストアなどに対して、化粧雑貨、服飾雑貨、キャラクター雑貨などを製造・販売する総合企画メーカー。

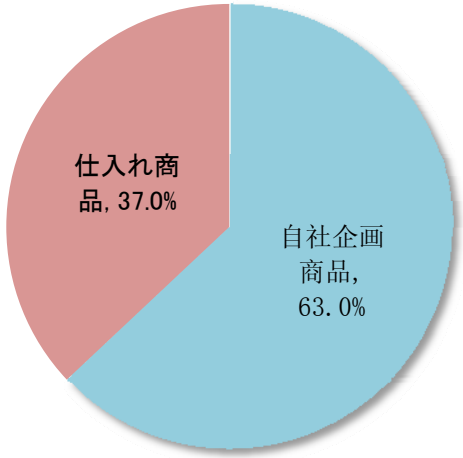
事業別売上構成



業態別売上構成

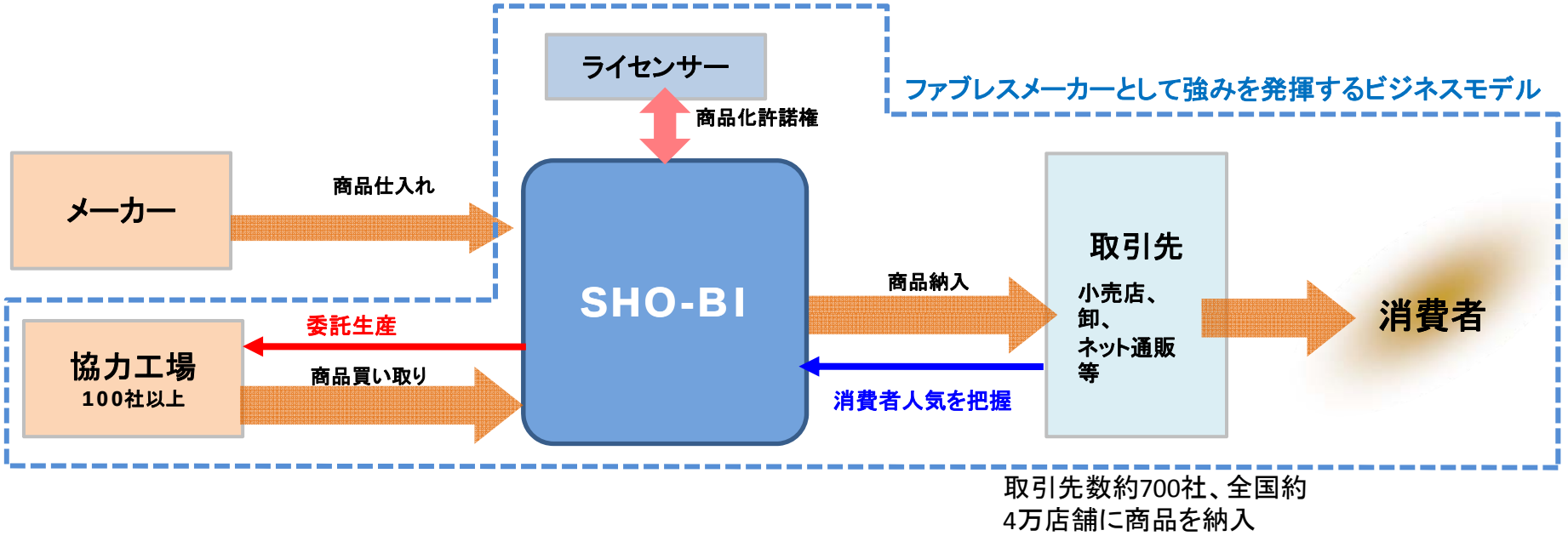


自社企画、仕入れ別売上構成



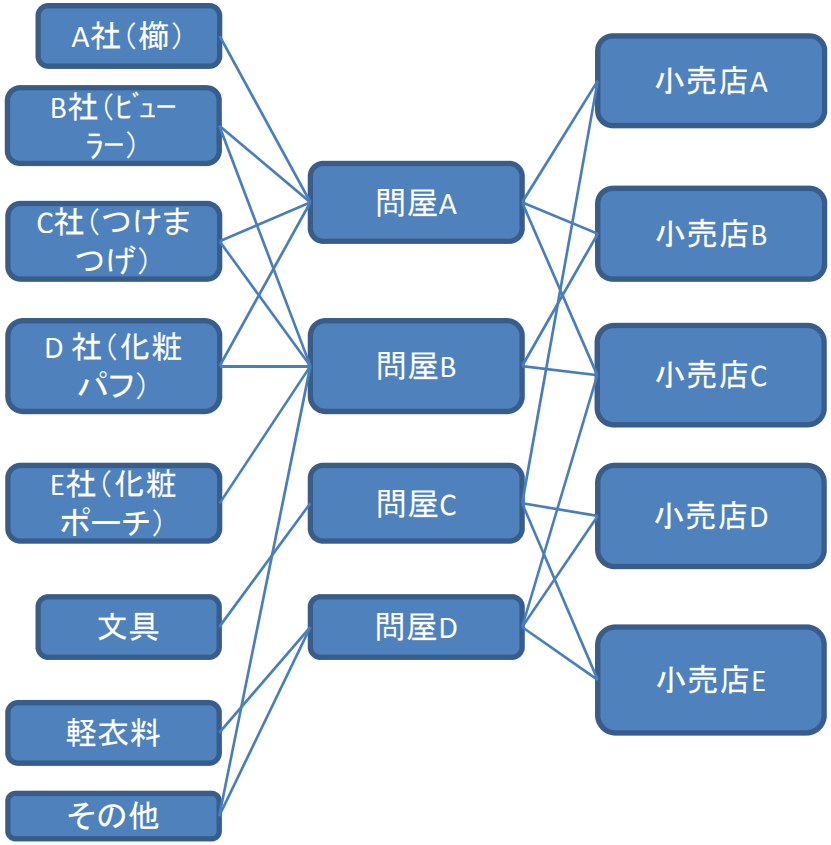
11.9期実績ベース

SHO-BIの強み 1
卸とメーカーの両面を持つ

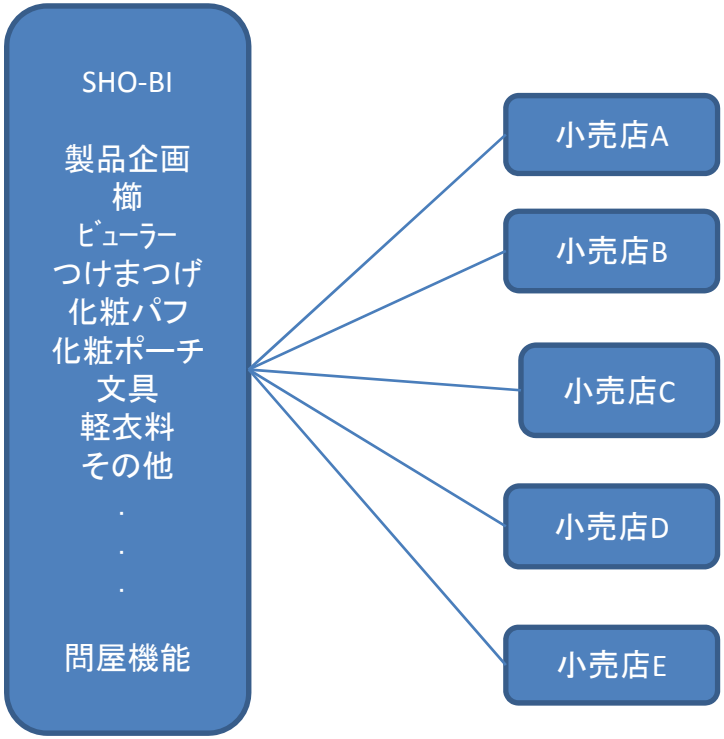


SHO-BIの強み2
幅広い品揃え

他の雑貨メーカーは単品生産が多く、取引形態が複雑



SHO-BIなら、例えば化粧雑貨コーナーを1社で提案、商品提供が可能



SHO-BIの強み３
キャラクターライセンス

広範な商品化許諾権

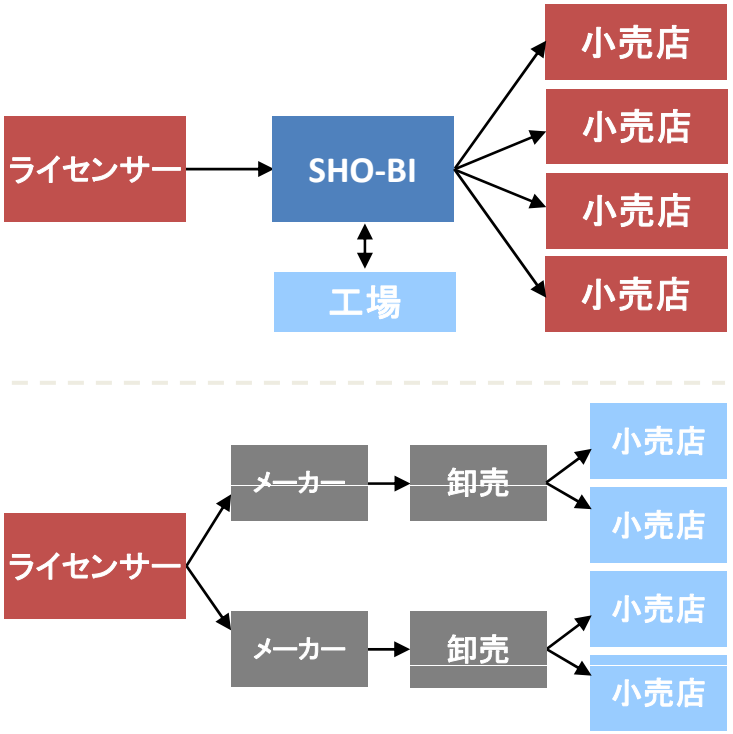
ディズニー・サンリオをはじめとした
有名キャラクターライセンサーからの
キャラクター商品化許諾権

商品化許諾権を保有する
代表的なライセンサー

- ディズニー
- サンリオ
- 東映アニメーション
- タカラトミー
- バンダイ
- ソニークリエイティブプロダクツ

ライセンサーの信用

SHO-BIならワンストップ



SHO-BIの強み４　強力な販路

取引先業態と主要取引先

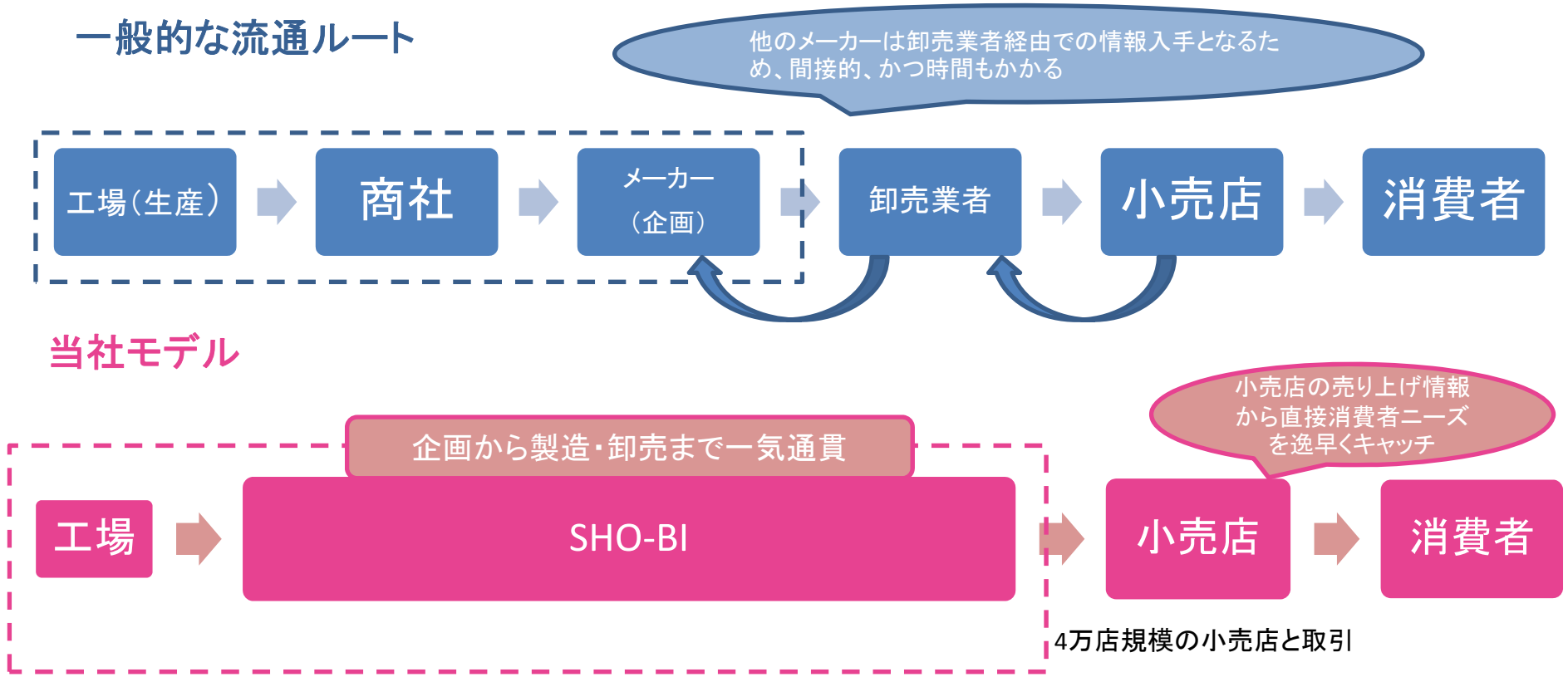
笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

GMS	ドラッグストア	ﾊﾞﾗｴﾃｨｽﾄｱ	ﾃﾞｨｽｶｳﾝﾄｽﾄｱ	100円均一ｼｮｯﾌﾟ
イオングループ	サンドラッグ	マルシェ	しまむら	ダイソー
イトーヨーカ堂	ダイコクドラッグ	ヌーヴ・エイ	ドン・キホーテ	
ダイエー	ココカラファイン	オリンピア	トライアル	
ユニー	ウェルシア関東	サンルージュ	トイザらス	
平和堂	スギ薬局	キャンパス	Olympic	
西友	カワチ薬品	プラザスタイル		
	マツモトキヨシ	ロフト		

SHO-BI Corporation

その他量販店	ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	ネット通販	CVS
マックスバリュ	ディズニーリゾート	アマゾンジャパン	セブンイレブン
田原屋	イオンファンタジー	ファンライフ	サークルKサンクス
サミット	USJ	ケンコーコム	
ライフ			
サンエー			

めざすは『雑貨のユニクロ(「投資経済」09年10月号より)』

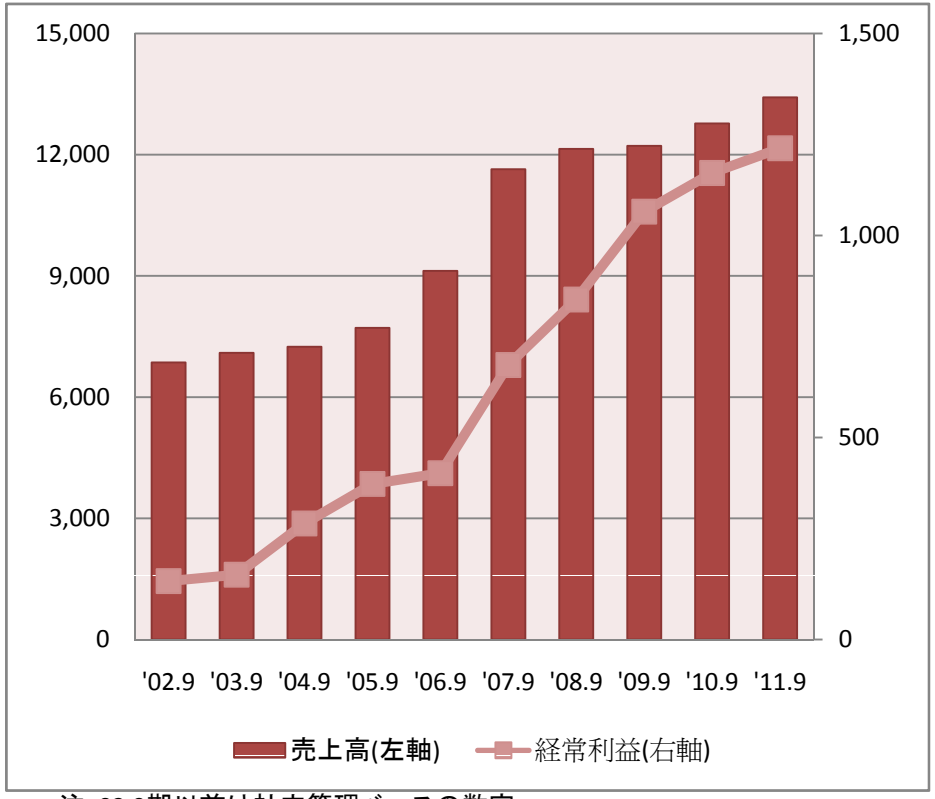


ユニクロとの違いは小売店を自社で運営するか否か。当社は60年余の歴史の中で全国4万店規模の小売店と取引があるが、これらを自社の「疑似店舗」とみなし、ここから消費者ニーズを汲み上げ、マーケットイン発想の商品を開発している。また、多くの売り先を抱えることで1ロット当たり大量に生産ができ、小売店に対し低価格での商品提供が可能となることが、当社の価格競争力を高めている。

業績の推移
10期連続増収経常増益を達成

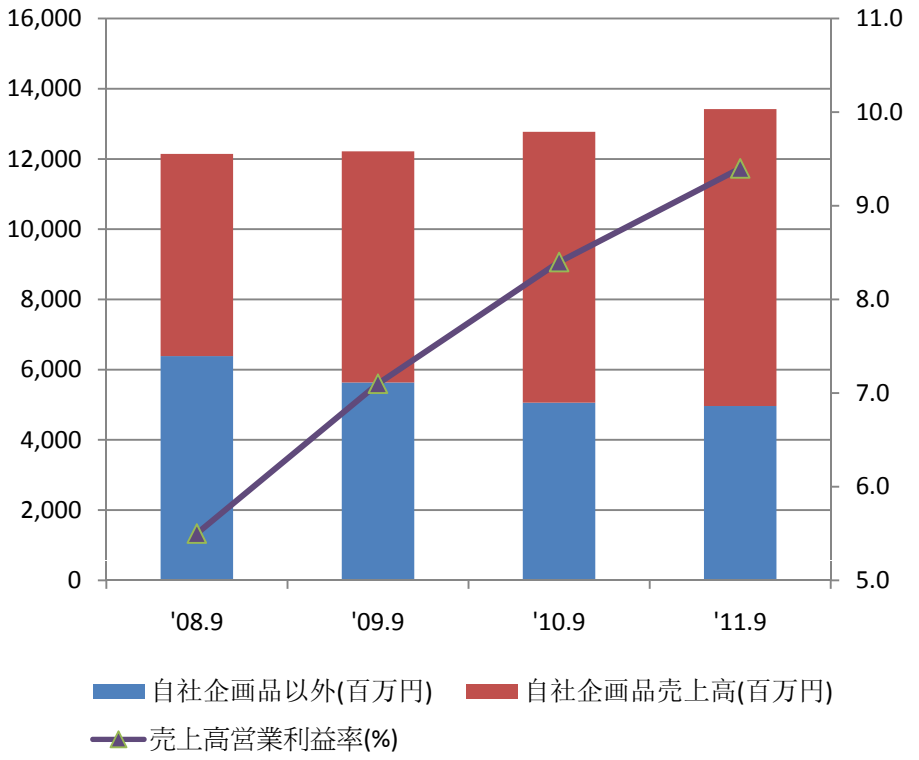
笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

過去10年の売り上げ、経常利益推移 (百万円)



注:03.9期以前は社内管理ベースの数字

自社企画商品の伸びにより利益率が改善



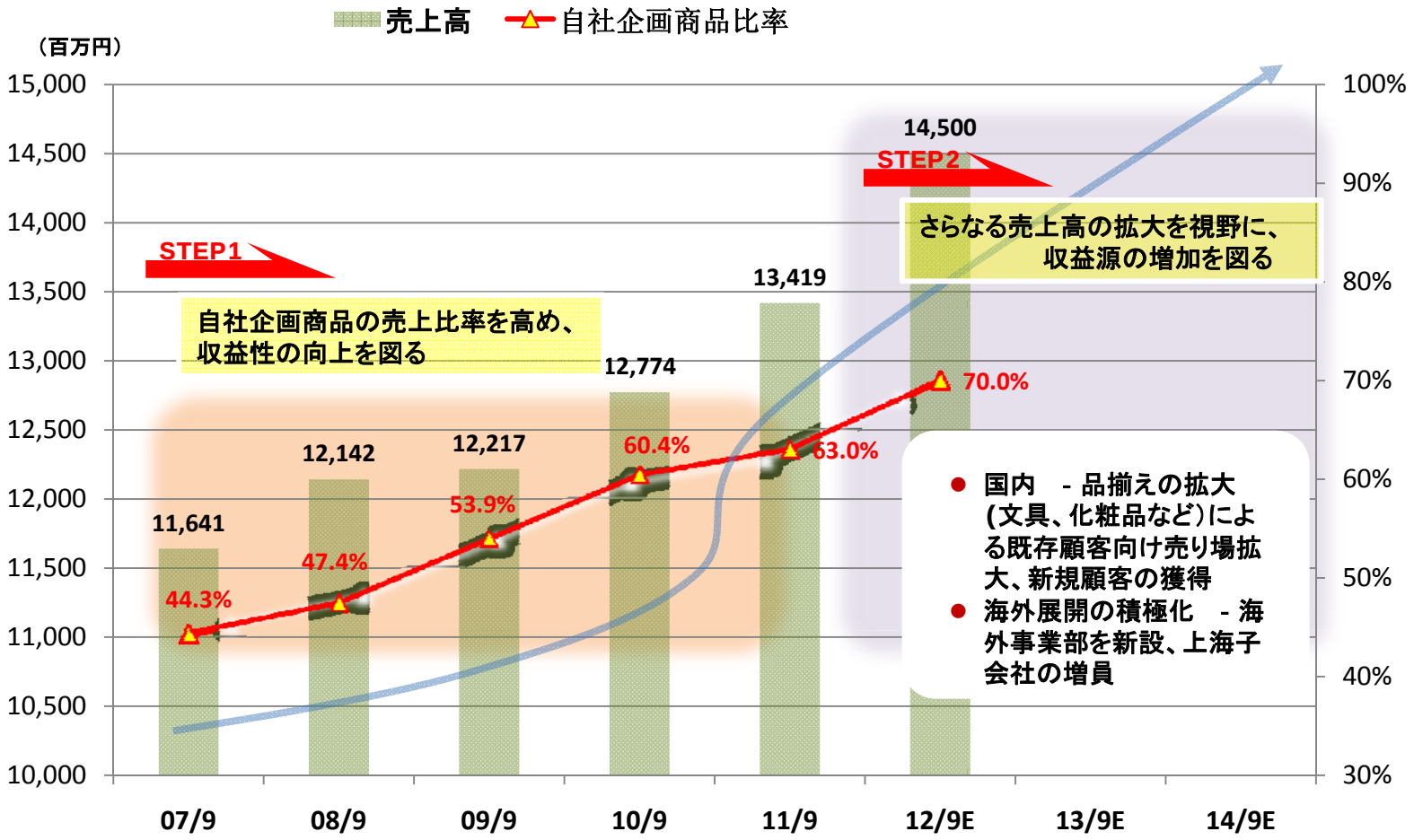
12.9期　事業計画

- 12.9期は、従来からの利益率重視の経営方針に加え、売上高の拡大による新たな成長に向けた取り組みの初年度にあたる。

- 具体的には、新ブランドの立ち上げ（Play Girl、BRIGITTE)や海外展開の積極化に向けた投資を増やすなど、売上高拡大に向けた種蒔きの時期。

- 積極的な投資に伴うコスト増のため、12.9期は営業利益率の若干の低下を見込むが、11期連続での増収経常増益を達成する見込み。

事業計画 1
12.9期以降は「売上高成長」も重視



事業計画２
売上高拡大のための投資を積極化

- トラベルグッズ　大人可愛いをテーマにした「ルミッキ」ブランドを立ち上げ
- つけまつげ　　新ブランドDecorative Eyelash「Play Girl」を上市
- 化粧品　大人ロマンティックをテーマにした化粧品ブランド「BRIGITTE」を立ち上げ

- 「Play Girl」、「BRIGITTE」ではTVCMも展開
- 海外での売り上げ拡大をめざし、海外事業部を新設
- 中国国内の販売体制強化のため、子会社（粧美堂日用品(上海)有限公司）の人員を増強

新ブランド１「ルミッキ」

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI





「大人可愛いトラベルグッズ」

旅行やお泊りに！機能性にもこだわった大人の女性のためのトラベルグッズ

大事なメガネをブロック

重い荷物でも肩が痛くなりにくい



国内では羽田、成田空港売店のほか全国のバラエティストアなどで販売。海外では韓国の専門店での販売をスタートさせた。

新ブランド　2 「PLAY GIRL」

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

Decorative Eyelash 「PLAY GIRL」シリーズ発売

ターゲット	ギャル層を中心とした10代中半～20代の女性
コンセプト	「わがままアレンジで、PLAY GIRL！　なりたい目をプロデュース
価　格	5ペア入り　¥1,050



女の子を遊ぼう、楽しもう、をテーマとし、「PLAY　GIRL」というコンセプトのもと、CUTE、SEXY、COOLの3つのテイストのつけまつげDECORATIVE　EYELASH ～PLAY GIRLシリーズ

可愛い丸目が作れるナチュラルな仕上がり



切れ長なストレートの毛束で大人な表情を演出



毛や軸を長めにしたボリュームのある盛れるデザイン



新ブランド３「BRIGITTE」

笑顔を咲かせるZACCA
SHO-BI

・「Girls be romantic」をテーマとし、大人ロマンティックなメークを提唱。人気モデルの「ローラ」をイメージキャラクターとして採用し、TVCMのほか、雑誌「ViVi」との共同企画で販促を進める。

・当社の強みであるつけまつげに加えて、アイシャドウ、マスカラなど目元回りの化粧品やほお紅リップグロスなど新しい商品アイテムを展開。

・10代後半から20代前半の女性をターゲットとし、ソニープラザなど化粧雑貨の専門店の他、ドラッグストアでも販売をスタートさせた。



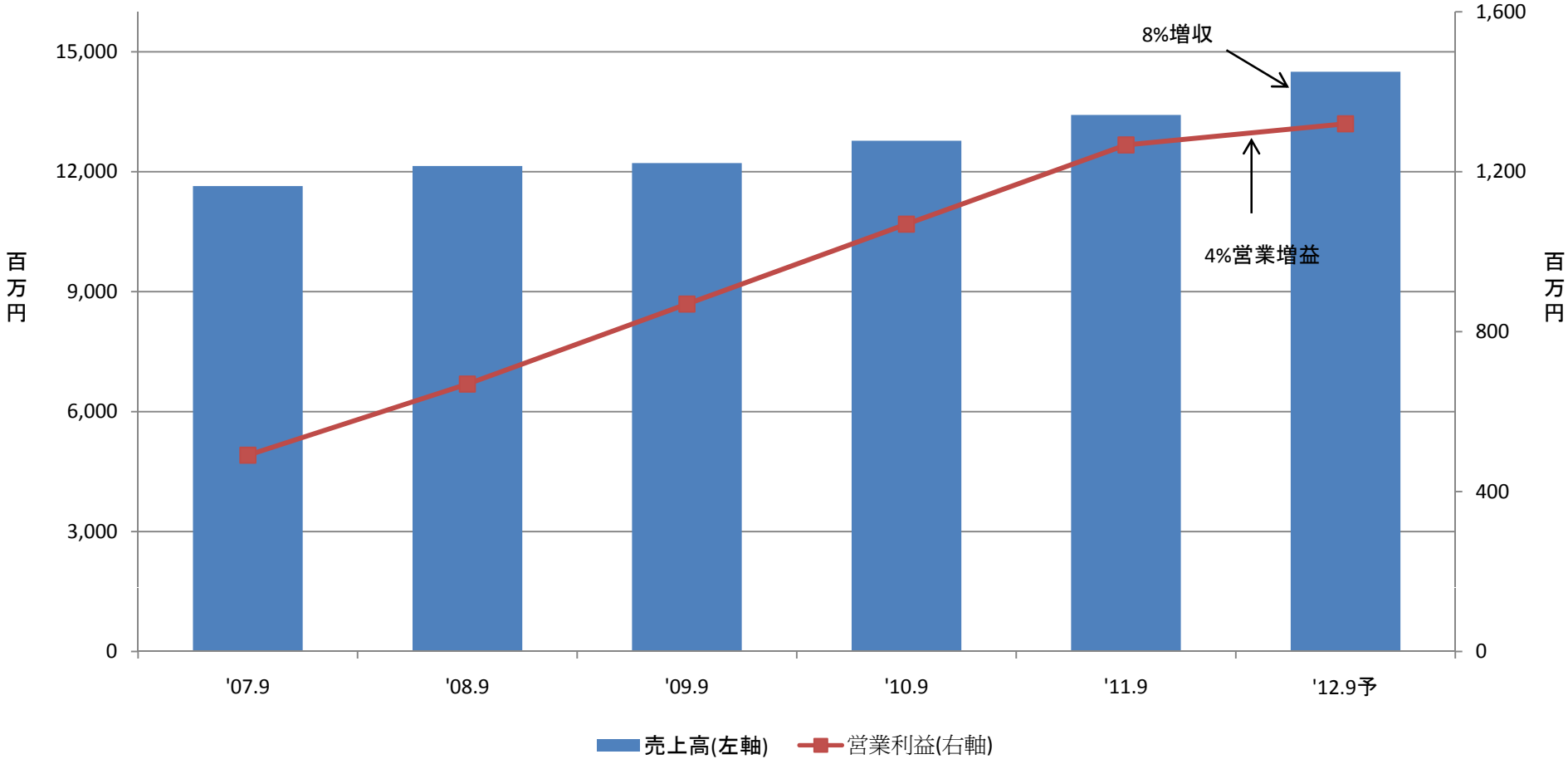




12.9期　事業計画

売上高145億円、営業利益13.2億円をめざす

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI



12.9期進捗状況
第1四半期決算

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

- 売上高は9.5%増の3,796百万円、営業利益は28.6%減の283百万円。

- 第2四半期予想に対し、売上高進捗率52%、営業利益44%。
← 期初想定線に沿った推移

- 前年同期比で売上げは増加も、利益が減少しているのは、一過性の要因(新規ブランドの立ち上げコストなど)によるもので、期初計画通りに進捗している。

今後の事業戦略

- 雑貨(ZACCA)専業企業としてアジアNo.1をめざす。

- 国内市場 – 商品アイテム領域の拡大により、既存取引先での売り場拡大、新規取引先の獲得をめざす。

- 海外市場 – 中国を始めとしたアジア地域での売り上げ拡大を図るため、海外展開を本格化する。

ブランド力強化の一環として企業ロゴを一新

笑顔を咲かせるZACCA
SHO-BI

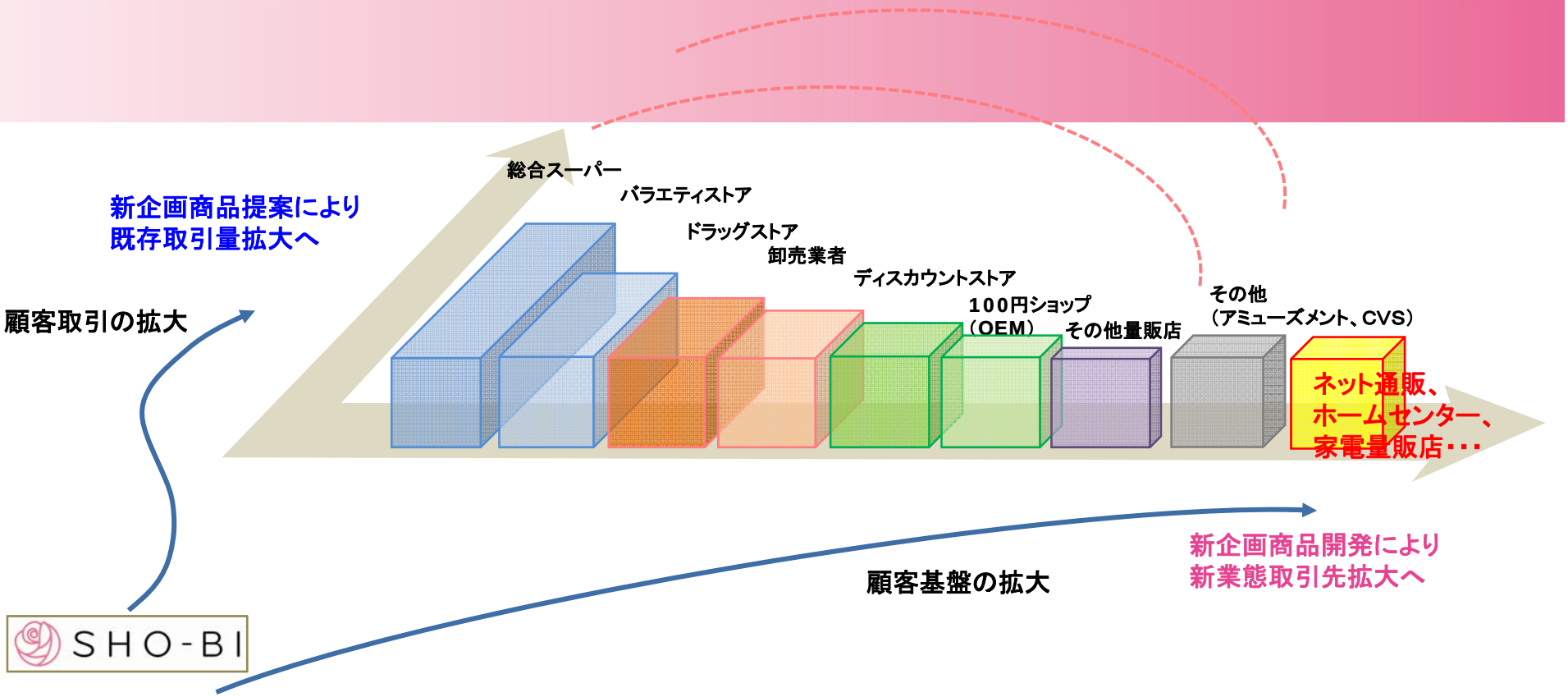


しょうび

「薔薇」

国内市場-新商品提案により新業態へ展開

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

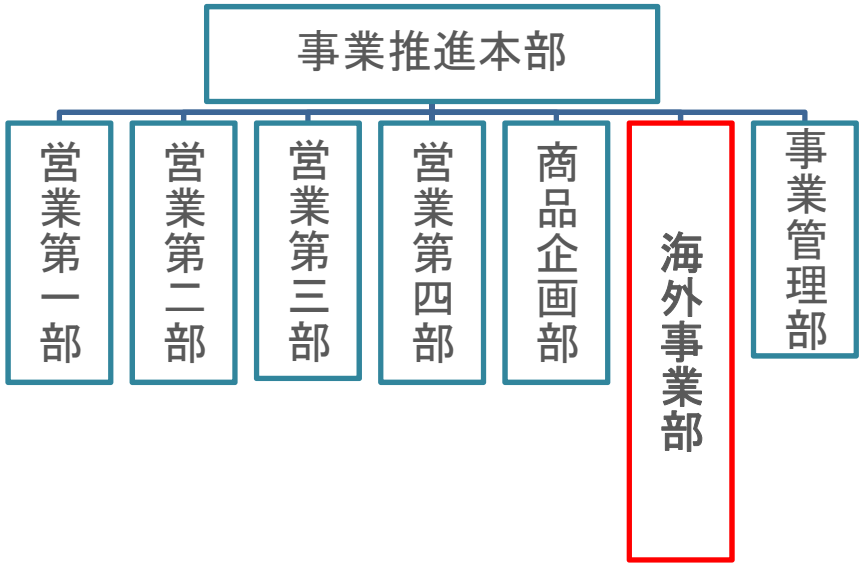


文　具	タオル	季節商品	化粧品	行楽用品	軽衣料
ステーショナリー	タオル	クールタオル	オーガニック化粧品	ステンレスボトル	パジャマ

海外展開を積極化1

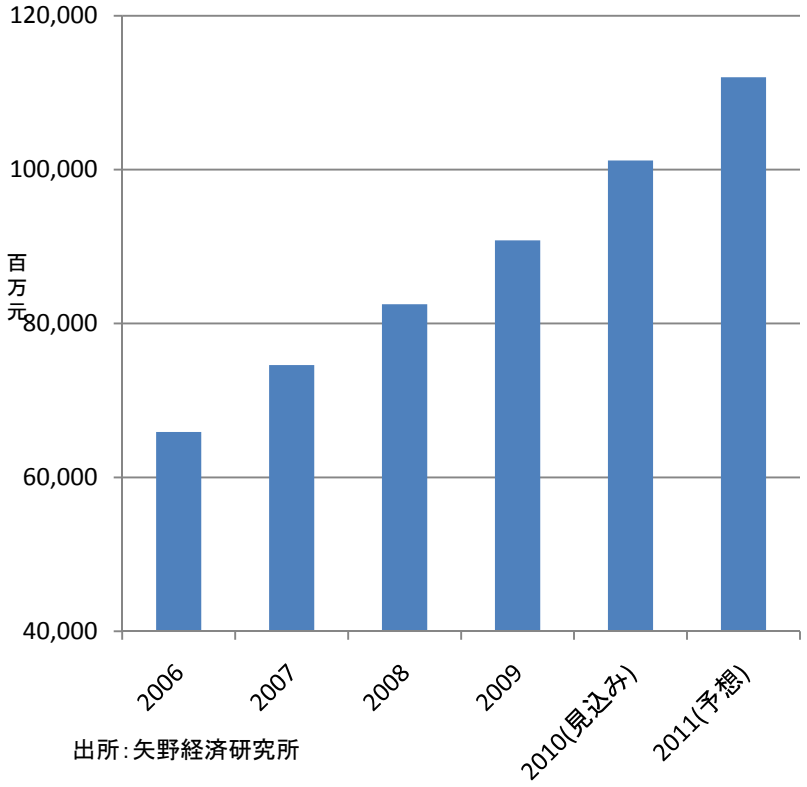
笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

市場拡大のポテンシャルが大きい海外市場の開拓を目的として海外事業部を新設



新設

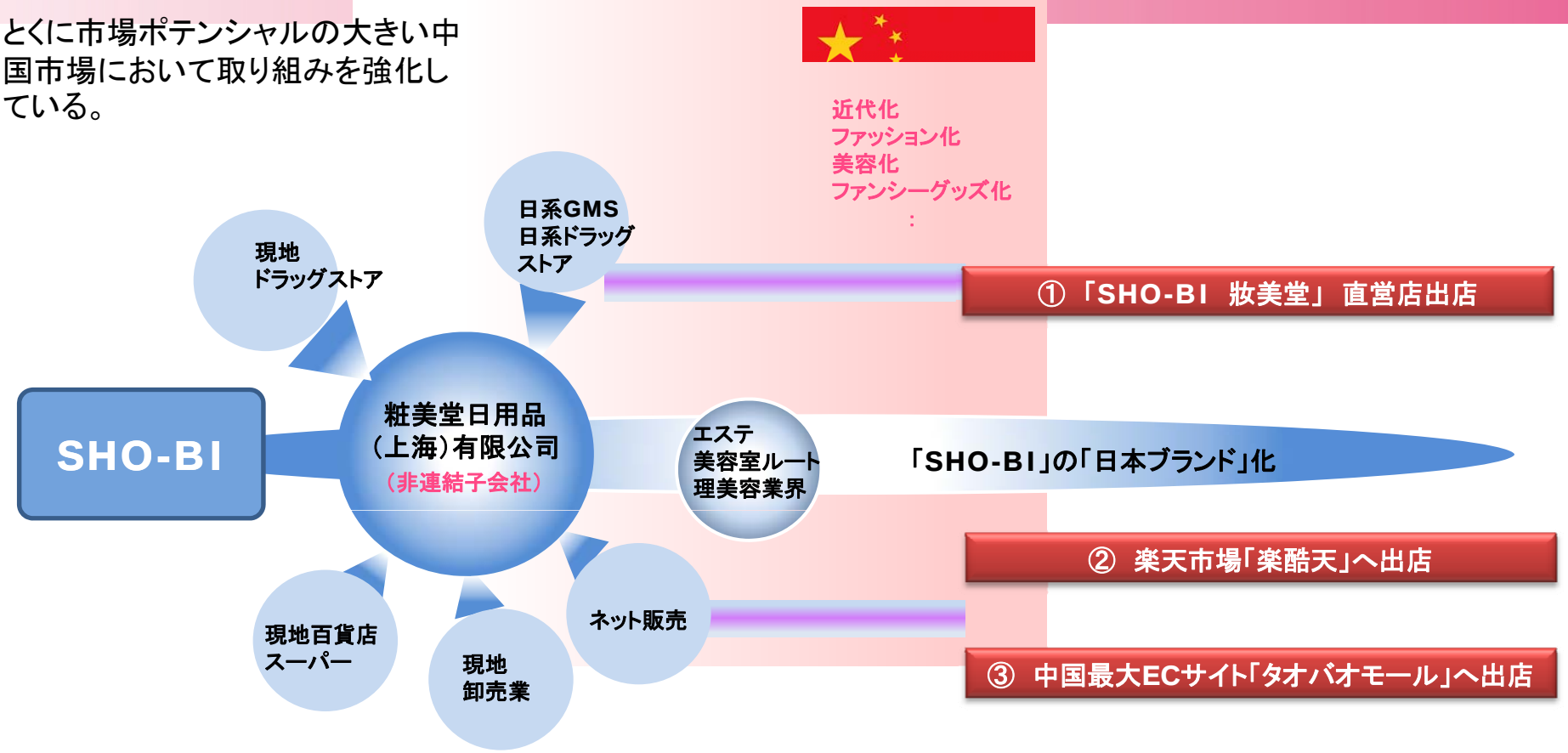
2ケタ成長の続く中国化粧品市場。2011年で1.4兆円程度（日本市場の約半分）だが、経済成長率、人口を考えれば拡大余地は大きい。



出所：矢野経済研究所

海外展開を積極化２

とくに市場ポテンシャルの大きい中国市場において取り組みを強化している。



取組例1 「SHO-BI 妝美堂」 直営店出店

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI



四川省成都市

2011年8月10日開店

SHO-BI 妝美堂

Eyelash Adviser



<ショップイメージ>





イトーヨーカドー中国成都2号店へ出店





取組例2
インターネットショッピングモール出店

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

楽天市場「楽酷天」へ出店

「楽酷天」は、楽天と中国の百度（Baidu）との合弁による日本の「楽天市場」同様BtoC型のインターネットショッピングモールで、日本企業約350社が出店



http://sho-bi.shop.rakuten.cn/

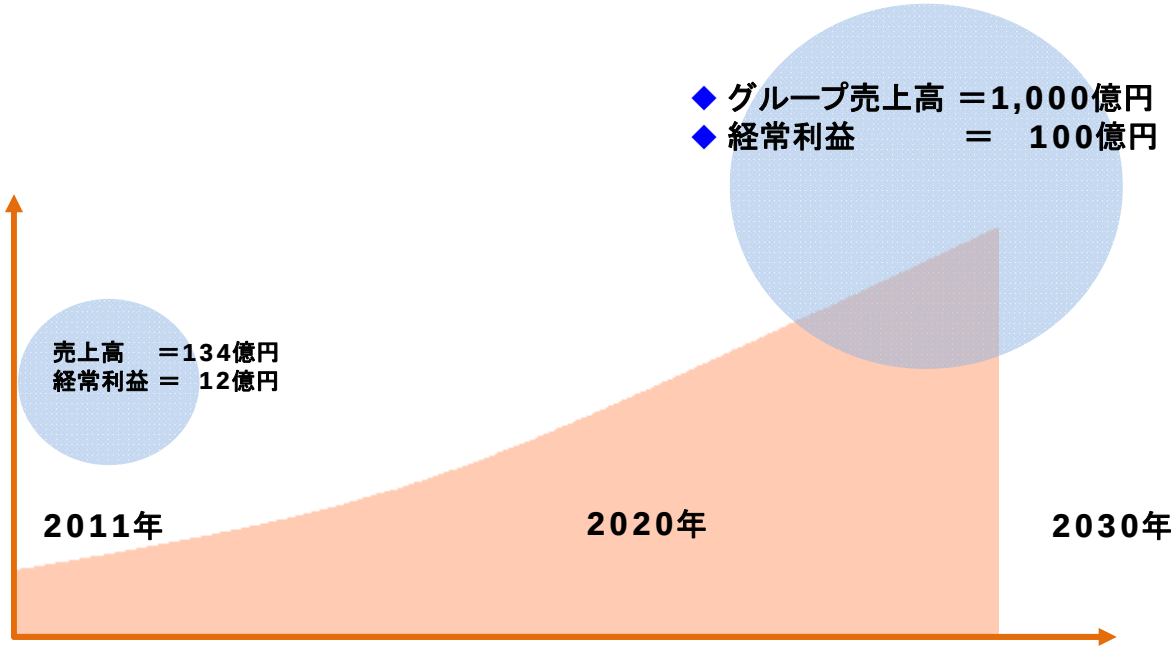
中国最大ECサイト「タオバオモール」へ出店

タオバオ（淘宝網）が運営するBtoCインターネットショッピングモールで、ユーザーを含む1.7億人にアプローチできる中国最大のECサイト

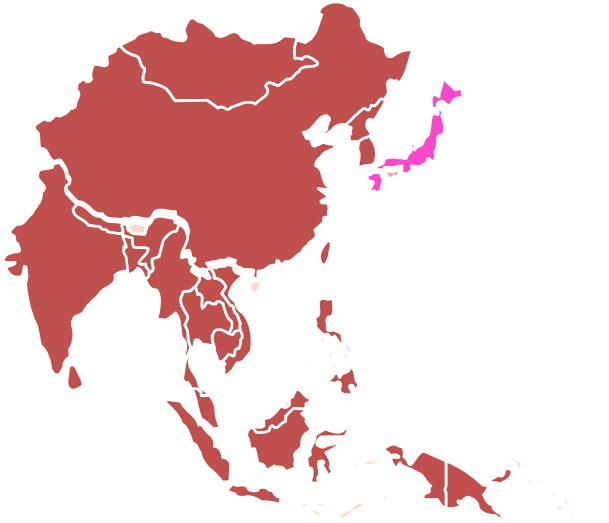


http://sho-bi.tmall.com/

長期ビジョン



雑貨専業企業として
アジアNO.1を目指す



株主還元方針

配　当

配当性向
　目途　＝　40～50%

予想配当金額（年間：期末）
　22.5円（2011/9）⇒22.5円（2012/9予定）

株主優待

期末日に1単元以上の株式を保有する株主様に株主優待限定の自社企画商品を贈呈



11.9期の株主優待品　3,000円相当



東証一部上場記念優待品
2,000円相当（11.9期限定）

ご投資の手引き

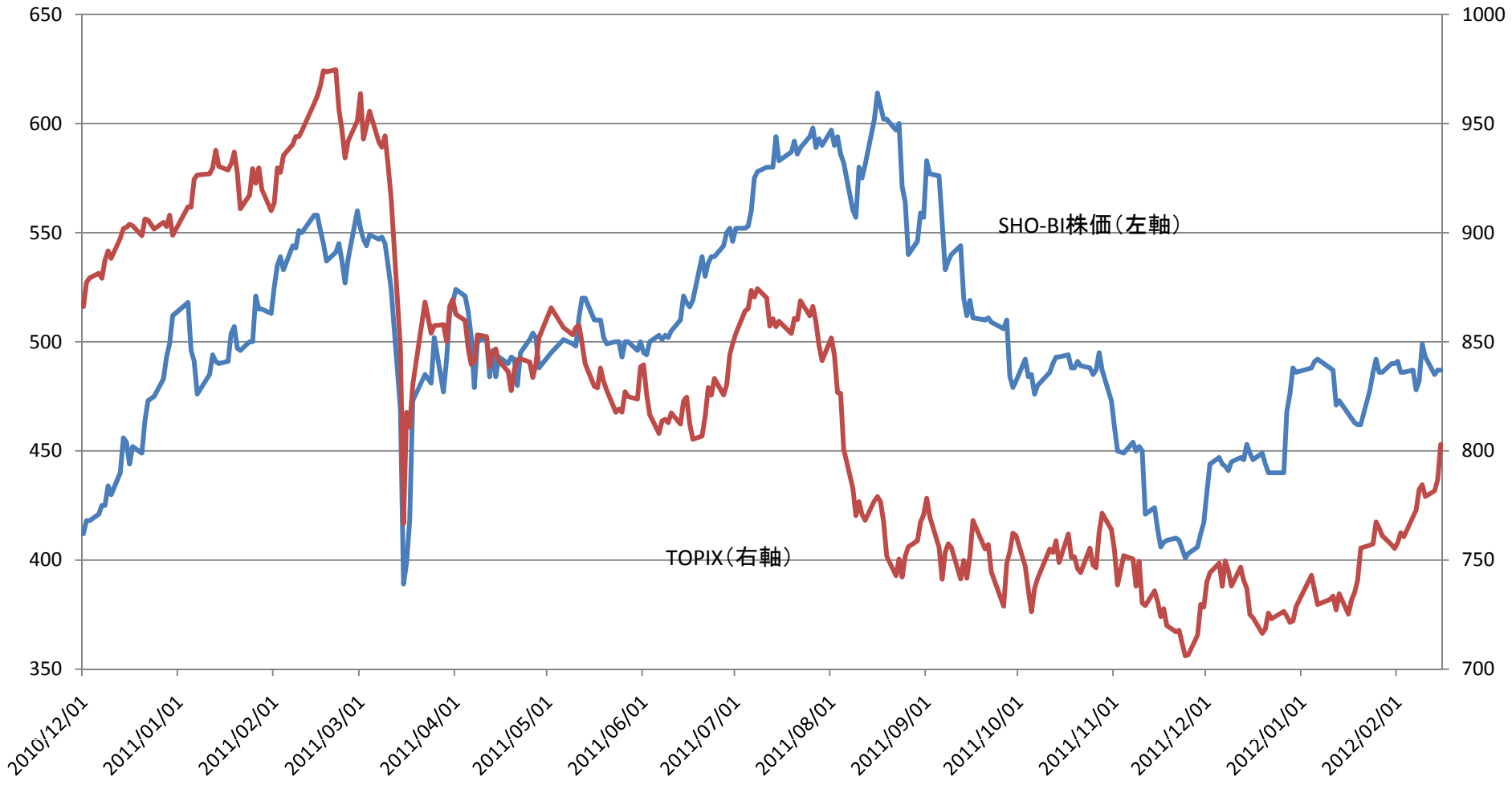
笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

- 投資単位： 100株

- 一株当たり利益：54.4円(12.9期予想)
- 一株当たり配当金：22.5円(12.9期予定)

- 株価指標　PER: 9.0倍、配当利回り:4.6%
  ('12/2/15の終値487円に基づく)

株価チャート


650
600
550
500
450
400
350
1000
950
900
850
800
750
700
SHO-BI株価（左軸）
TOPIX（右軸）
2010/12/01
2011/01/01
2011/02/01
2011/03/01
2011/04/01
2011/05/01
2011/06/01
2011/07/01
2011/08/01
2011/09/01
2011/10/01
2011/11/01
2011/12/01
2012/01/01
2012/02/01

笑顔を咲かせるZACCA

SHO-BI