笑顔を咲かせるZACCA
SHO-BI

2014年9月期2Q決算
2014年9月期事業計画　説明会

2014年5月20日

SHO-BI株式会社

証券コード:7819

14/9期2Q 決算の概要



14/9期2Q 決算

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

1 事業環境認識

◆ 我が国経済は、企業業績や雇用情勢の回復により緩やかな景気回復が続いた。個人消費においては、株価上昇に伴う資産効果や消費マインドの好転により高額商品の売上が伸びるほか、生活関連消費も消費税増税前の駆け込み需要が売上げを押し上げるなど明るさが見える一面も。一方、当社の主要取引先である小売業界では、出店増に加えM&Aの活発化など業態の垣根を超えた競争が激化し価格競争が激しさを増すなど厳しい状況が続いた。

2 14/9期2Qの経営成績

◆ 次ページ以降のスライドにて説明

14/9期2Q　決算の概要

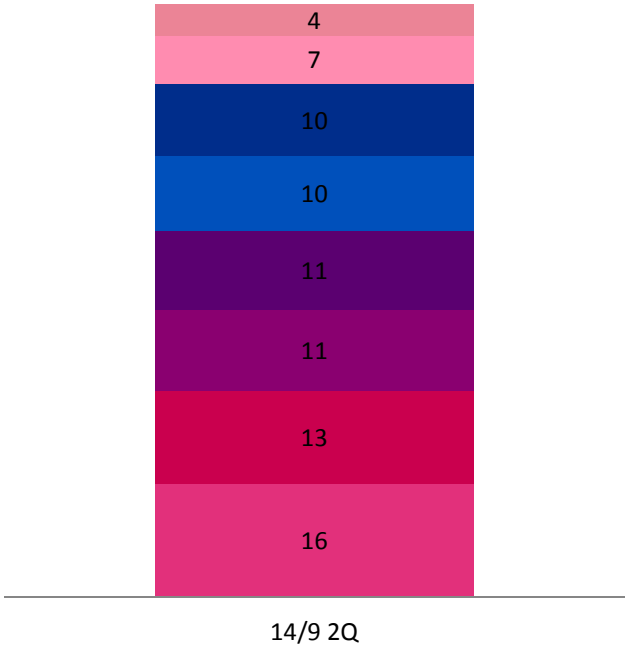
◆13/9期2Qは四半期連結財務諸表を作成していないため単純比較はできないが、株式会社メリーサイトの子会社化による売上げ増に加え、SHO-BI単体も増収となった。円安による原価高により粗利率は低下したが、販管費率が低下し、営業利益率は3.4%となった。自社企画商品比率も62.1%へ上昇した。不動産売却益の消失により当期純利益は前年同期比減少している。

（百万円）	13/9期2Q(単)	構成比（%）	14/9期2Q(連)	構成比（%）
売上高	6,522	100.0%	8,144	100.0%
自社企画商品	3,933	60.3%	5,061	62.1%
売上総利益	1,993	30.6%	2,361	29.0%
販売管理費	1,810	27.8%	2,082	25.6%
営業利益	182	2.8%	279	3.4%
営業外損益	111	1.7%	17	0.2%
経常利益	294	4.5%	296	3.6%
特別損益	421	6.5%	28	0.3%
四半期純利益	424	6.5%	266	3.3%

業態別売上高　総括

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

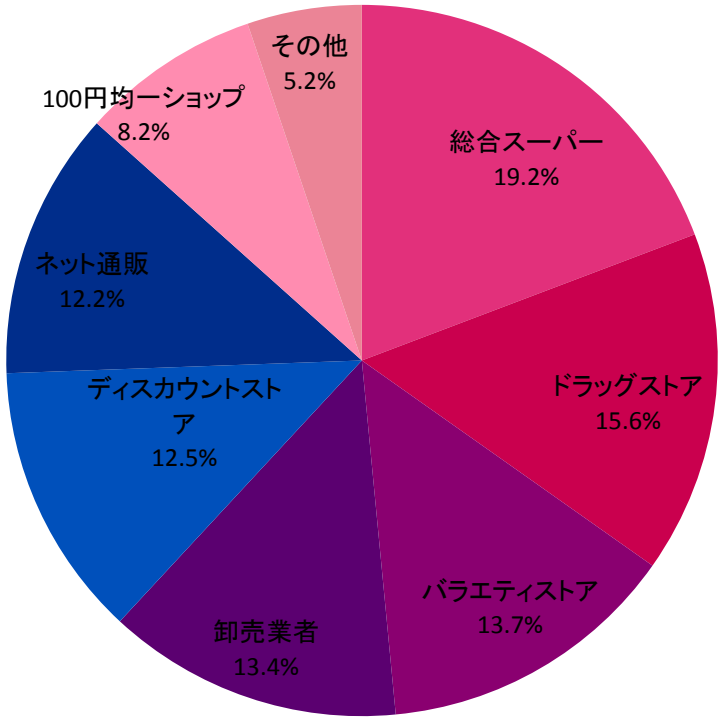
- 13/9　2Qは四半期連結財務諸表を作成していないため単純比較はできないが、14/9　2Q の業態別には総合スーパー向けの不振が続く一方、ドラッグストア、バラエティストア向けは回復傾向、また、ディスカウントストア向けは好調に推移した。
- ネット販売主体のメリーサイトの子会社化により、ネット通販の売上構成比が高まる一方、総合スーパー向けの売上構成比は2割を切る水準に低下した。
- 消費税率引き上げ前の駆け込み需要については、消耗品的な商品であるコンタクトレンズなどで一部見られたものの、全体への影響は大きくなかった。



億円、四捨五入

その他
100円均一ショップ
ネット通販
ディスカウントストア
卸売業者
バラエティストア
ドラッグストア
総合スーパー

【業態別売上高構成比】



商品別売上げ

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

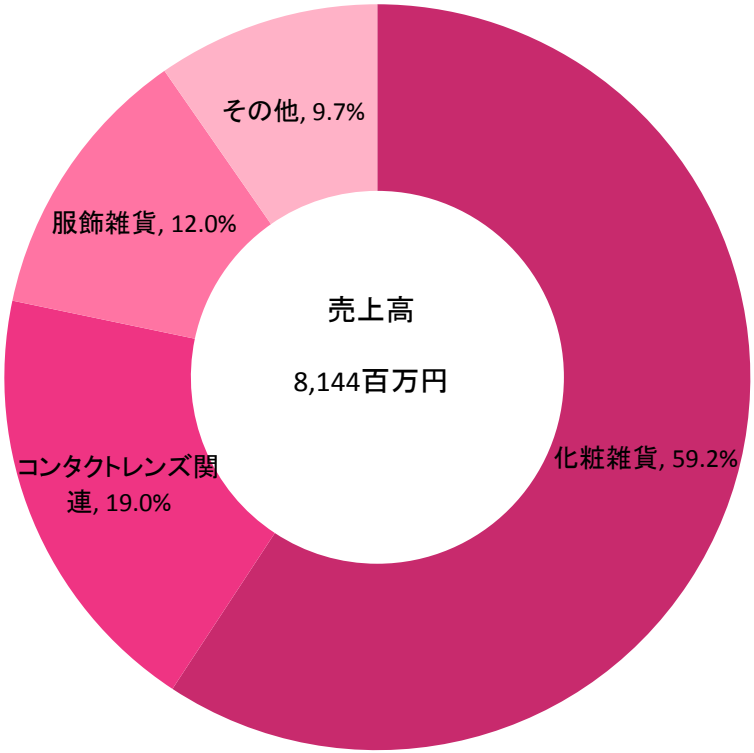
★ **化粧雑貨** （メイク関連用品、ヘアケア関連用品、トラベル用品、バス・エステ・健康関連グッズ等）
4,825百万円(売上構成比59.2%）

★ **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）
1,551百万円(同19.0%）

★ **服飾雑貨** （バッグ、ポーチ、サイフ類、その他服飾小物等）
980百万円(同12.0%）

★ **その他** （生活雑貨、文具、行楽用品、ギフト等）
786百万円(同9.7%）

商品別売上高



小数点以下2桁を四捨五入のため合計が100%にならない。

販管費の内訳

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

◆13/9期2Qは四半期連結財務諸表を作成していないため対前年同期比の比較はできないが、株式会社メリーサイトの子会社化により販売管理費の絶対額は増加したが、対売上高構成比は27.8%から25.6%に低下。また、広告宣伝費は下期に発生がずれ込み絶対額ベースで減少した。

（百万円）		13/9 2Q 単独	14/9 2Q 連結	増減額 （参考値）
販管費合計		1,810	2,082	272
	人件費	868	963	95
	販売促進費	269	279	10
	広告宣伝費	109	44	▲ 65
	運賃及び荷造費	164	202	38
	減価償却費	65	81	16
	一般管理費･その他	335	513	178

貸借対照表の主な増減要因

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

（百万円：%）	13/9	構成比	14/9 2Q	構成比	比較 増減額	
流動資産	9,921	72.3%	10,675	74.5%	754	
現・預金	5,003	36.4%	4,978	34.8%	▲ 25	
受取手形・売掛金	2,596	18.9%	3,089	21.6%	493	
商品	1,547	11.3%	1,662	11.6%	115	
固定資産	3,805	27.7%	3,644	25.4%	▲ 161	有形固定資産▲23、のれん▲72
資産合計	13,727	100.0%	14,320	100.0%	593	
流動負債	4,934	35.9%	4,694	32.8%	▲ 240	買掛金＋293、1年以内返済予定長期借入金+378、未払法人税等▲231、その他流動負債▲605
固定負債	3,456	25.2%	4,156	29.0%	700	長期借入金+1,064、役員退職慰労引当金▲360
負債合計	8,391	61.1%	8,851	61.8%	460	
純資産合計	5,335	38.9%	5,468	38.2%	133	利益剰余金+65、繰延ヘッジ損益+65
負債・純資産合計	13,727	100.0%	14,320	100.0%	593	

	13/9期	14/9 2Q
一株当たり純資産(円)	397.9	407.8
自己資本比率（%）	38.9	38.2

キャッシュ・フローサマリー

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

（百万円）	13/9 2Q(単)	14/9 2Q(連)	比較増減額＊
営業活動によるキャッシュ・フロー	186	▲749	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,459	41	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,029	642	-
現金及び現金同等物の四半期末残高	3,824	2,391	-

［キャッシュフローの状況］

営業活動

- 税金等調整前四半期純利益324百万円、減価償却費85百万円、のれん償却額72百万円、役員退職慰労引当金の減少▲360百万円、売上債権の増加▲511百万円、棚卸資産の増加▲137百万円、仕入債務の増加259百万円、法人税等の支払額▲323百万円など。

投資活動

- 保険積立金の解約による収入76百万円など。

財務活動

- 長期借入金の純増減額1,443百万円、社債の償還　▲550百万円、配当金支払▲201百万円。

＊13/9期2Qは単独、14/9期2Qは連結ベースであるため比較増減は記載していない。

商品別売上げ動向　総括

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

化粧雑貨

- 主力のつけまつ毛は前年同期比ではマイナスも、新製品効果もあり下げ止まりつつある
- 新製品投入効果でネイルグッズ等の販売が好調

つけまつ毛



化粧品



ネイルグッズ



コンタクトレンズ関連

- メリーサイト社の子会社化に伴い売上が大きく増えた

SHO-BIオリジナル商品



メリーサイト商品



コンタクトケア用品



服飾雑貨

- キャラクター人気の回復もあり、バッグ類、ポーチ類の販売が回復

ボストンバッグ



トートバッグ



ポーチ



その他

- 文具、ギフトの苦戦が続いたが、行楽用品が回復傾向

文具



行楽用品



ギフト用品



別注商品



OEM商品



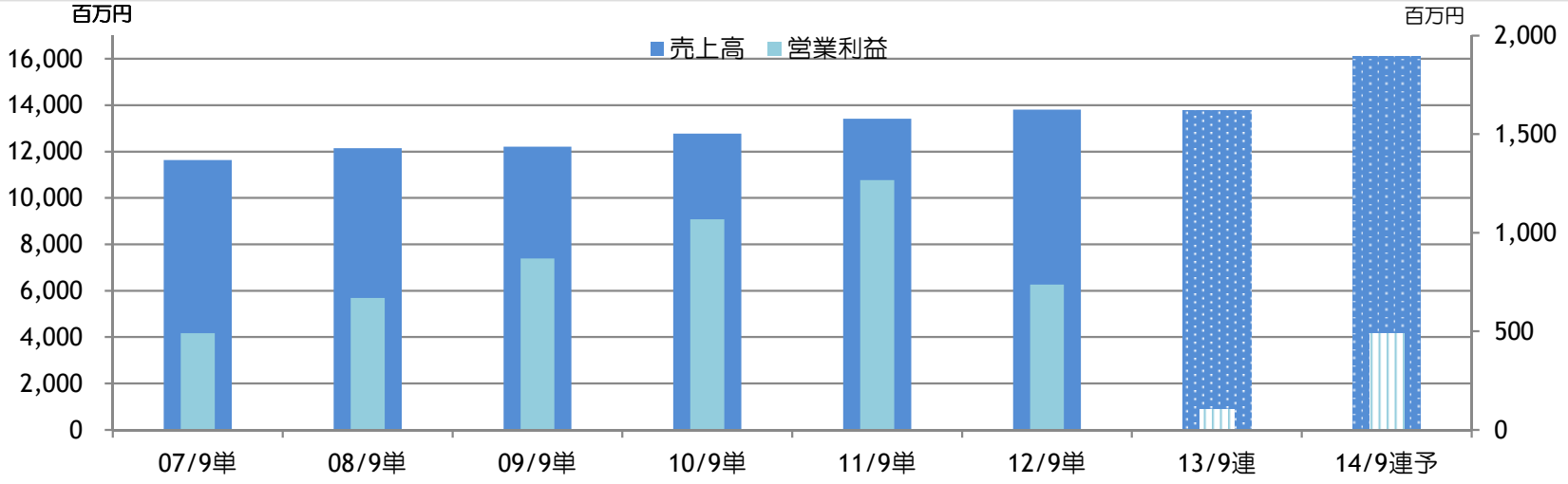
笑顔を咲かせるZACCA
SHO-BI

2014/9月期　事業計画

14/9月期　事業計画

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

（百万円）	13/9期	構成比（%）	14/9期予	構成比（%）	前期比（%）* *13/9期（3Qより連結）との比較による参考値
売上高	13,781	100.0	16,100	100.0	16.8
自社企画商品	8,483	61.6	10,500	65.2	23.8
売上総利益	3,889	28.2	4,920	30.6	26.5
販売管理費	3,787	27.5	4,430	27.5	17.0
営業利益	102	0.7	490	3.0	377.7
経常利益	413	3.0	450	2.8	8.9
当期純利益	481	3.5	320	2.0	▲33.5



計画の前提（連結）

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

（百万円）	13/9期	構成比（%）	14/9期予	構成比（%）	前期比（%）* *13/9(3Qより連結決算)との比較による参考値
売　上　高（自社企画商品別）	13,781	100.0	16,100	100.0	16.8
自社企画商品	8,483	61.6	10,500	65.2	23.8
一般仕入商品	5,298	38.4	5,600	34.8	5.7

- メリーサイト社を子会社化し、コンタクトレンズ事業の本格的な立ち上がり期となる。ロフト、プラザなど高質なバラエティストアへの出店のほか、ドラッグストアからも引き合いは強く小売側の期待感は高い。
- 独自性の高い自社企画商品の企画が増えており、商品企画部強化の効果が出始めている。自社企画商品比率の上昇（61.6%→65.2%）を見込み、粗利率の改善に努める。
- 「SHO-BI」ブランド強化に向けメリハリをつけたプロモーションを行う計画であり、販管費率は13/9期並を想定。
- 消費税増税もあり小売業では業態を超えた厳しい競争が続く見通しであることから、営業利益は490百万円（対前期比4．8x）と改善を見込むが、営業利益率は3%と回復途上である。
- 当期純利益については、13/9期に発生した不動産売却に伴う特別利益がなくなることで▲33.5%減を見込む。

14/9期の取り組み

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

商品ラインアップの拡充

「美」、「健康」、「環境」、「安全」という4つのキーワードを定め、同分野に関連する商品の開発を強化中。

1 「コスメコンタクト®」の認知度を向上し、普及促進を図る

- ◆ 14.9期は、コスメコンタクト®ビジネスを本格スタートさせる1年と位置付け、認知度向上に向け積極的に取組む

2 美と健康をサポートする雑貨及び一般医療機器のラインアップを増やしさらに強化を図る

- ◆ 30代～50代をターゲットとしたアンチエイジング商品のラインアップを拡充
- ◆ 美顔にまつわる健康雑貨（「かっさ」など）の商品群を増やす
- ◆ 一般医療機器－着圧ソックス、着圧タイツに加え骨盤サポートなど機能性を謳った商品を投入する
- ◆ キッズ、ジュニアなどを対象とするキッズコスメを投入予定である

3 OEM受託の強化

- ◆ 今まで培ったOEM生産のノウハウを横展開することで、重点得意先向けのOEM受託の拡大を図る

「コスメコンタクト®」の認知度向上に向けて

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI







SHO-BIの強み

◆ 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** ― レンズとつけまつ毛、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。

市場ニーズに合わせた商品投入

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

★カラーコンタクトレンズに興味はあるが、「カラコン＝ギャル向け」とのイメージもあり、使用をためらっているOLなど20代以上の女性に向け、「お試し」や「イベント用」としての使用が可能な2枚入りパッケージなど少枚数の商品を投入



★レンズ、つけまつ毛、メイク用品と一括での提案



当社の強みを生かした商品の投入

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

既存の雑貨商品でサンリオのライセンスを保有することを活用し、サンリオのキャラクターをレンズデザインに生かした「キャラコン」を発売

HELLO KITTY　HELLO KITTY　Little Twin Stars　My Melody



販売名：ビーハートビー®、医療機器承認番号：22300BZX00172A05

©1976, 2014 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. S544445

売り場展開

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

- 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「PLAZA」、「ロフト」に出店。更に、「ハンズBee」、「ローズマリー」などへも出店予定である。 ⇒ これらハイエンドのバラエティストア内の店舗数は、14.9期中に15店舗程度に達すると予想している。
- GMS、ドラッグストアでの取り扱いも拡大しつつある。


PLAZA 銀座店


PLAZA 渋谷店


ロフト横浜店


イオン幕張店


ユニー　アピタ松任店


ダイエー西台店


ココカラファインS
Gワンズなんば店


カメガヤ川崎店


クリエイトSD
榛原金谷店


ダイコク三宮店

「美」「健康」をサポートする商品群を強化

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

■単なる雑貨ではなく、機能、効能などを謳える商品群を強化し、従来以上に幅広い年齢層の開拓を狙う。

機能性エイジングケアシリーズ「マジラボ」



販売好調により、ラインアップを拡充(7月発売予定)

美容・健康雑貨シリーズ「美人づくり研究所」- 初心者向け「かっさ」3アイテム



かっさ用マッサージジェルをラインアップに追加



一般医療機器カテゴリーの「着圧タイツ」、「着圧ソックス」

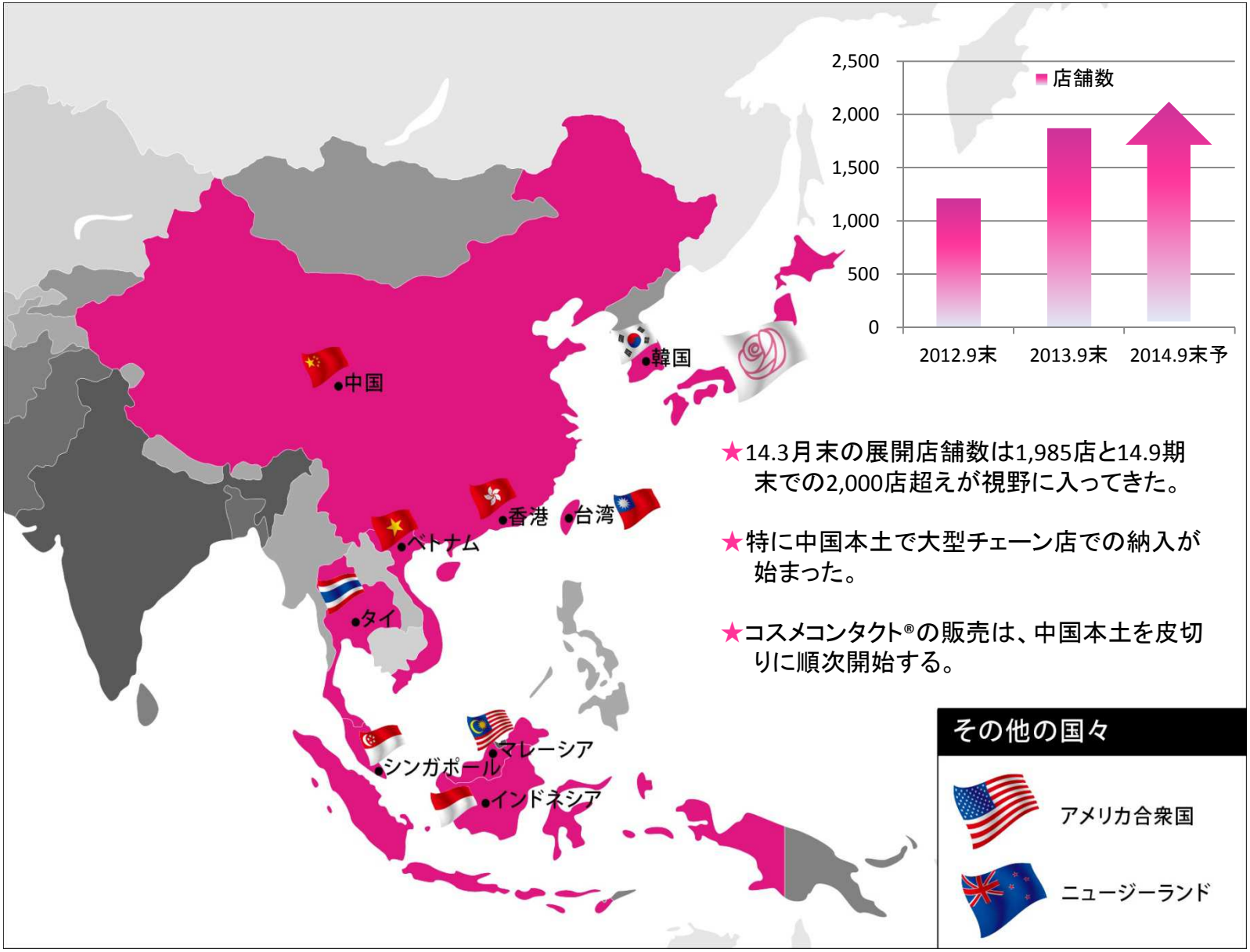


春夏向けのストッキング、オープントウハイソックスなどを発売



★ 更に、10代前半以下の顧客層開拓を進めるためのツールとしてキッズやジュニアをターゲットとしたコスメ用品を5月に発売予定。

海外展開の状況



★14.3月末の展開店舗数は1,985店と14.9期末での2,000店超えが視野に入ってきた。

★特に中国本土で大型チェーン店での納入が始まった。

★コスメコンタクト®の販売は、中国本土を皮切りに順次開始する。

その他の国々

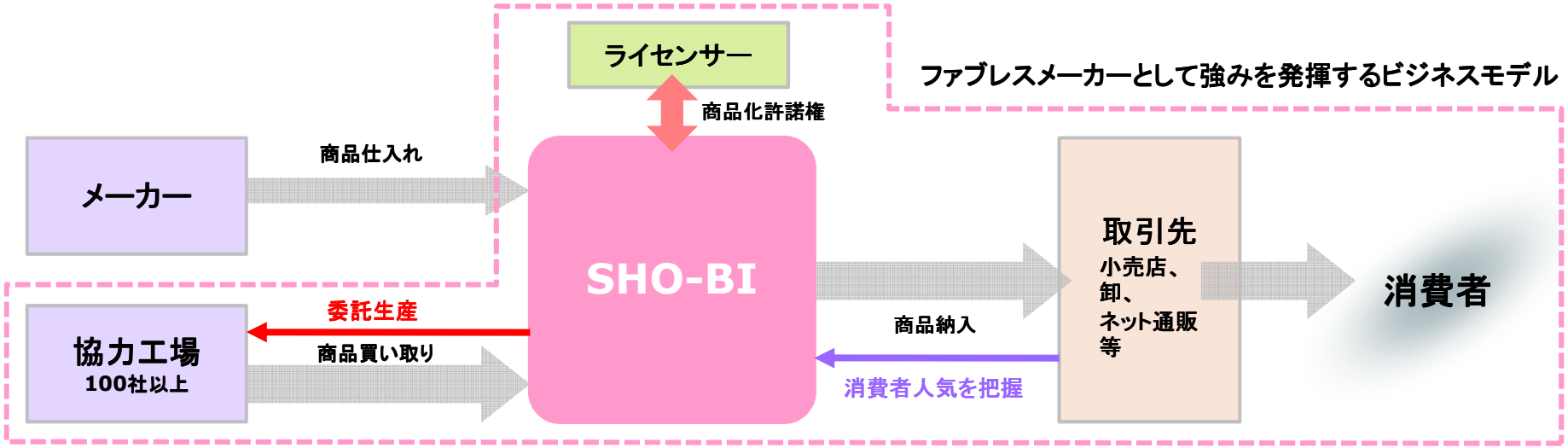
アメリカ合衆国

ニュージーランド

（ご参考）事業概要とデータ

ビジネスモデルと強み

雑貨　卸売＆ファブレスメーカー



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。

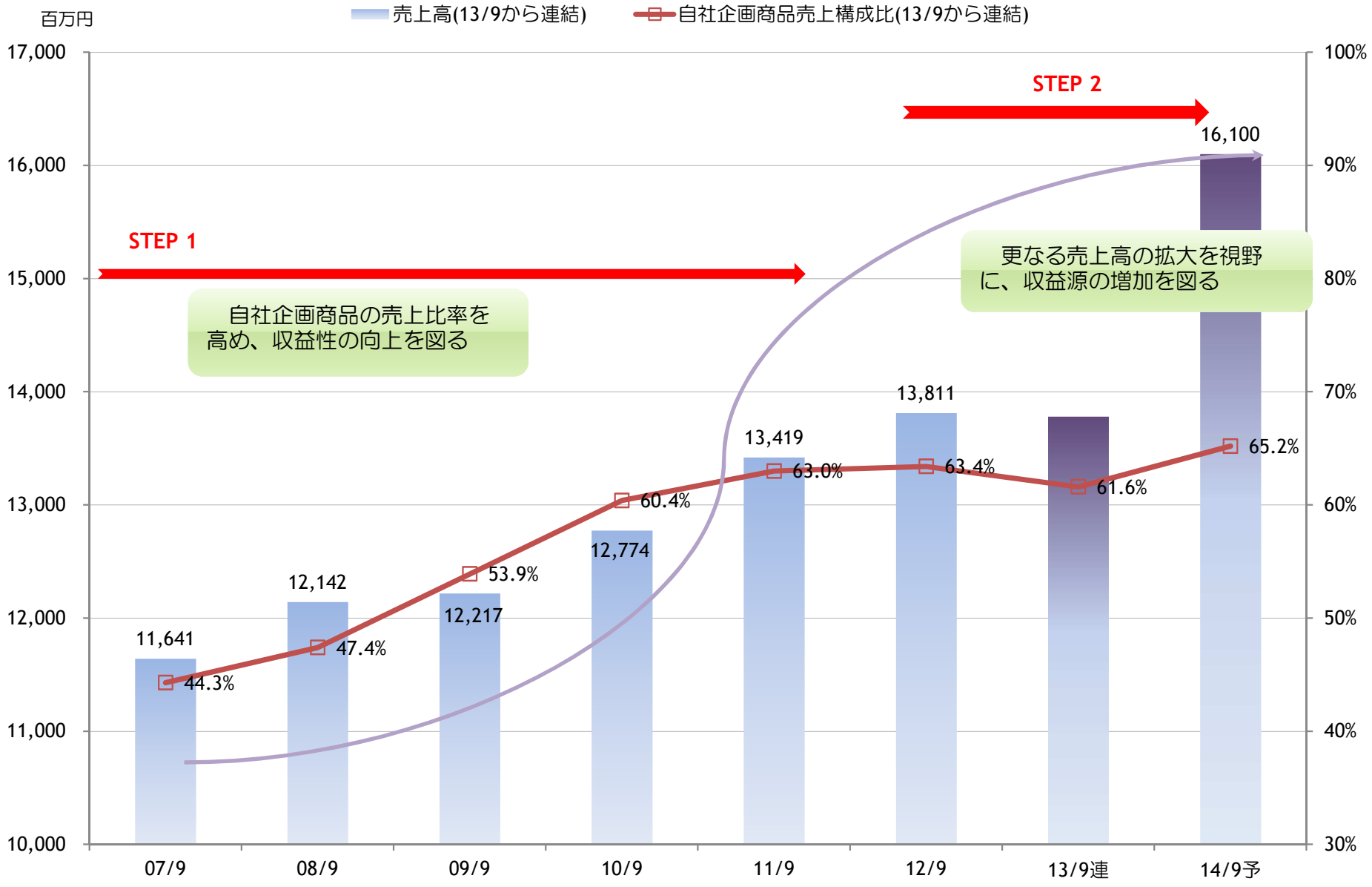
CORE COMPETENCE 2　マーケットインの企画・開発と在庫管理

マーケットインの発想で、「自社企画商品」が生み出され、在庫リスクが徹底管理されている。

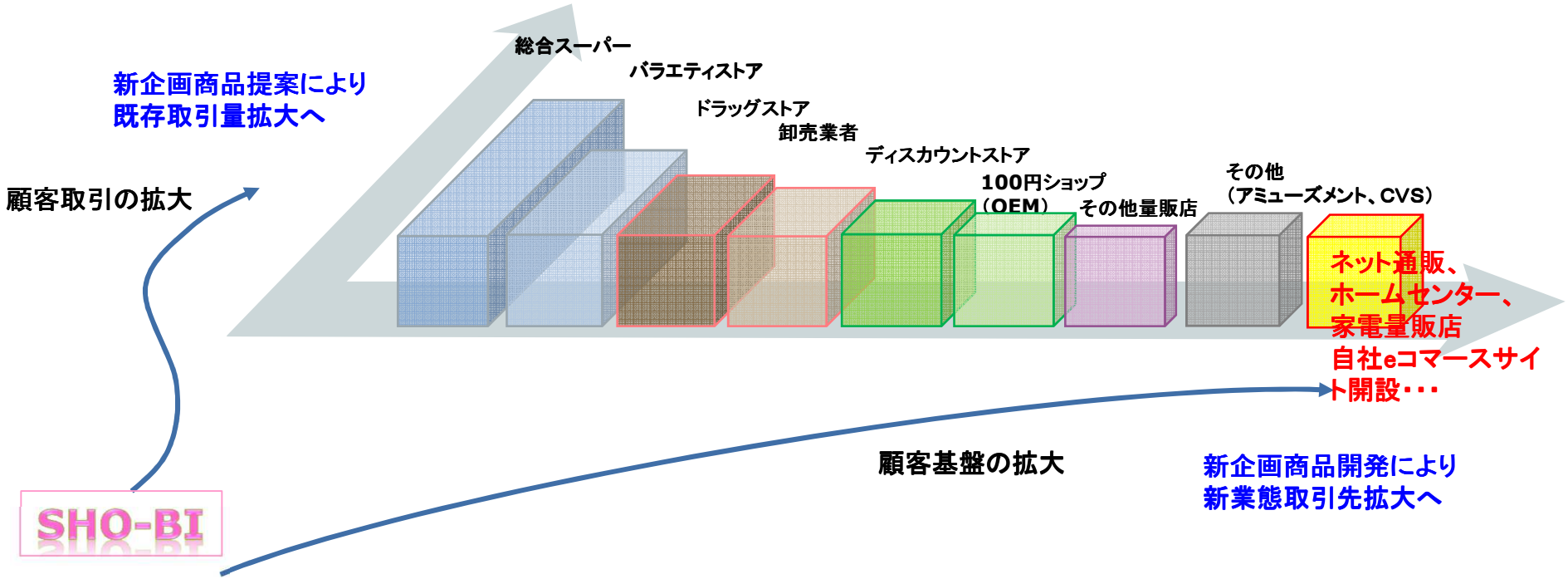
CORE COMPETENCE 3　アライアンス・企画力

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が生み出されている。

成長戦略


百万円
売上高(13/9から連結)
自社企画商品売上構成比(13/9から連結)
17,000
16,000
15,000
14,000
13,000
12,000
11,000
10,000
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
STEP 1
STEP 2
自社企画商品の売上比率を高め、収益性の向上を図る
更なる売上高の拡大を視野に、収益源の増加を図る
11,641
12,142
12,217
12,774
13,419
13,811
16,100
44.3%
47.4%
53.9%
60.4%
63.0%
63.4%
61.6%
65.2%
07/9
08/9
09/9
10/9
11/9
12/9
13/9連
14/9予

売上高成長 －
「新しい商品」の提案により「新しい販路」へ

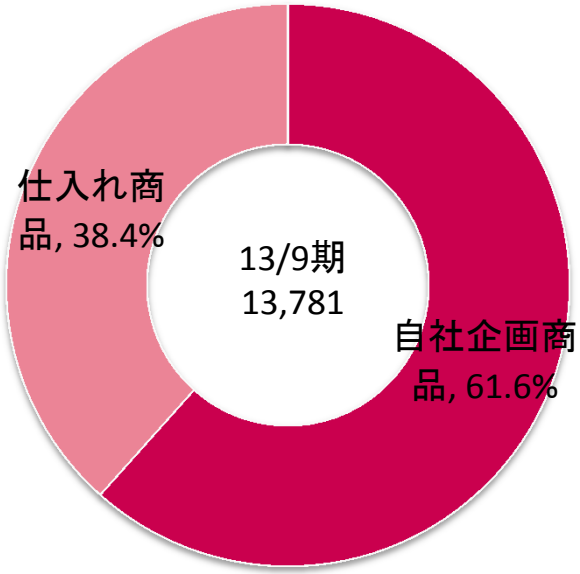


コスメコンタクト®	化粧品	アンチエイジング関連	一般医療機器	文具	季節用品
コスメコンタクト®	化粧品	機能性テープ等	着圧タイツ等	ステーショナリー	季節用品

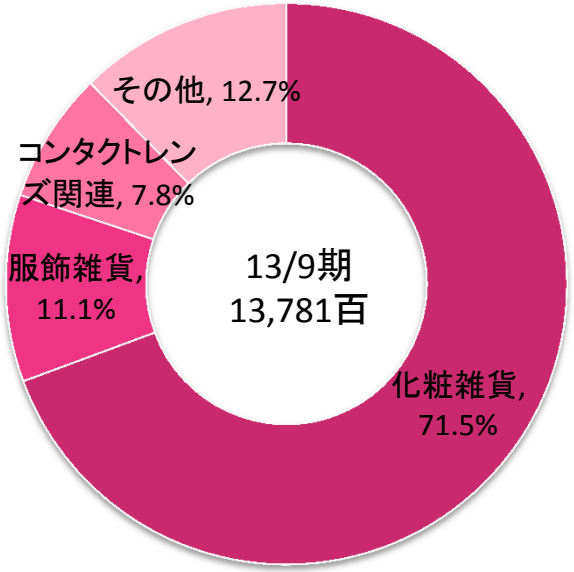
売上高　構成比率

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

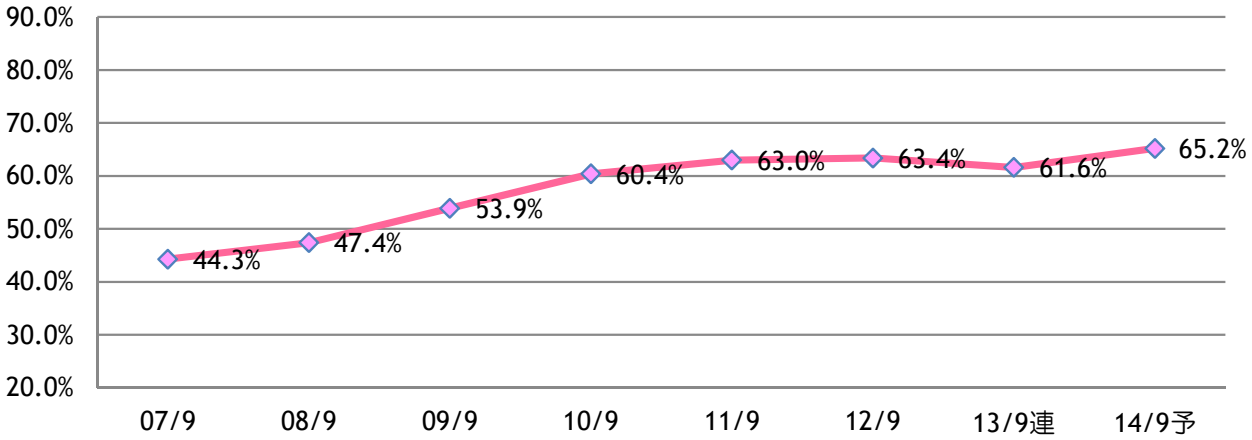
自社企画商品　売上高構成比



製品・サービス別　売上高構成比

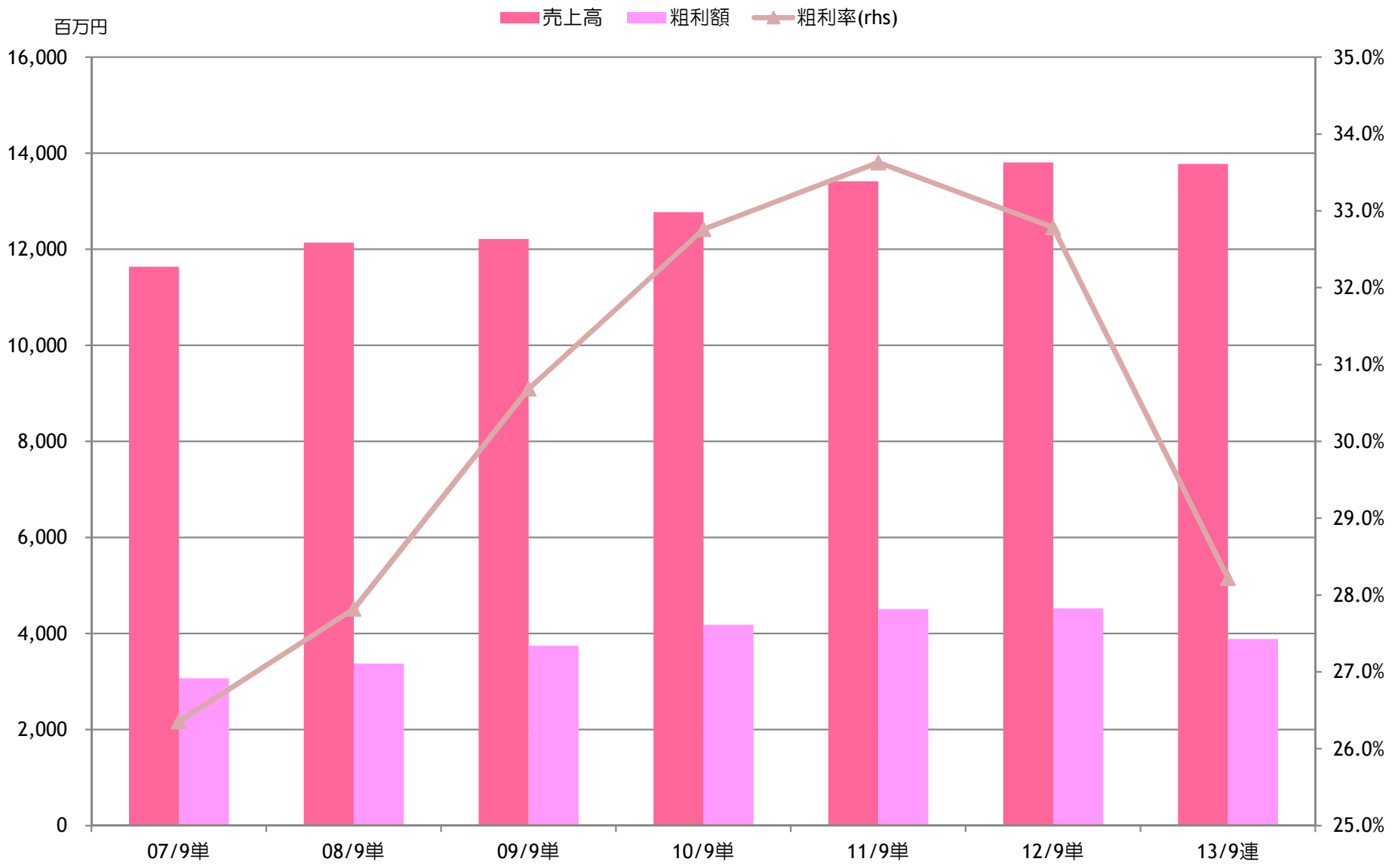


自社企画商品売上構成比
(13/9から連結)

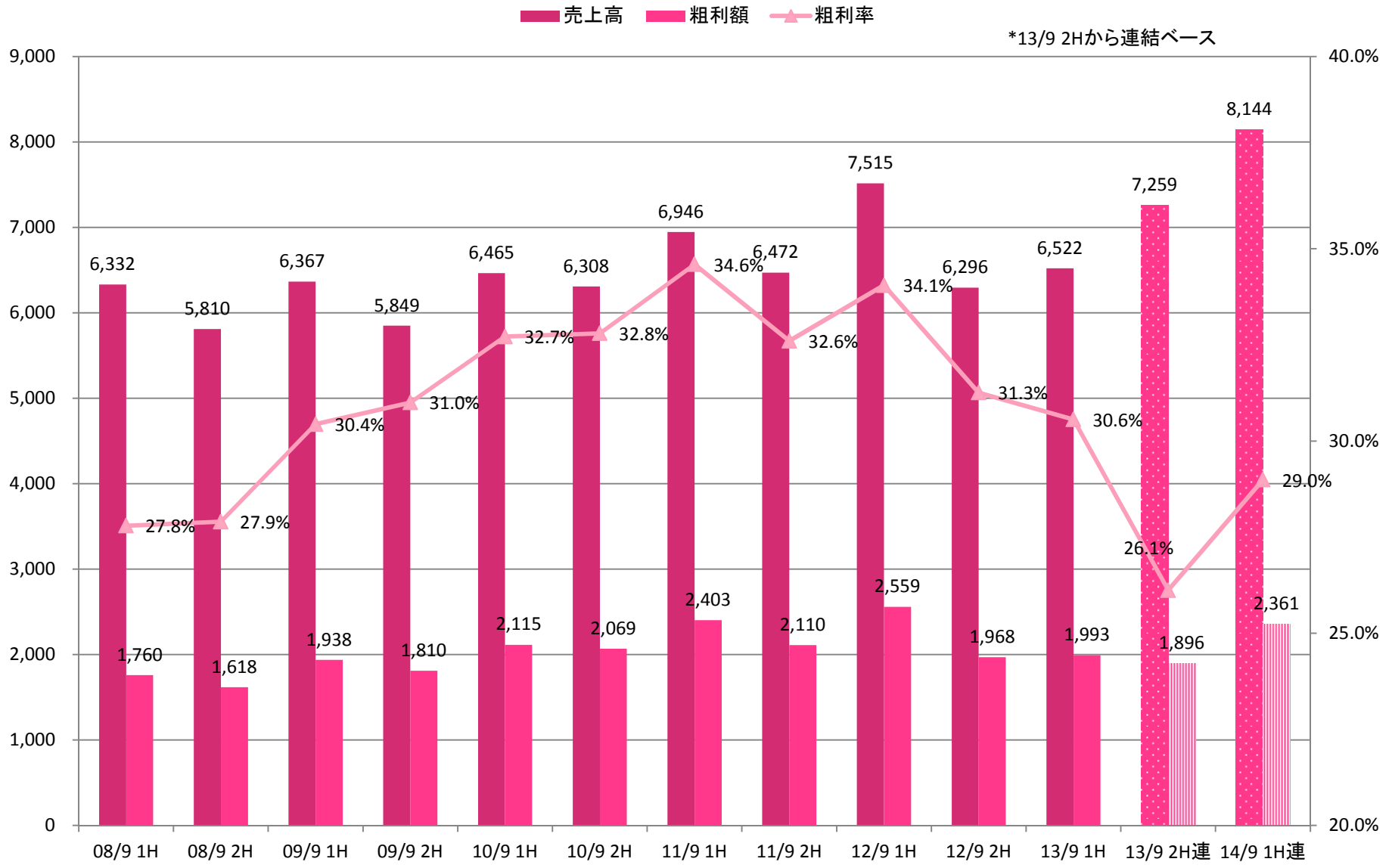


売上高、粗利額、粗利率の推移

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI



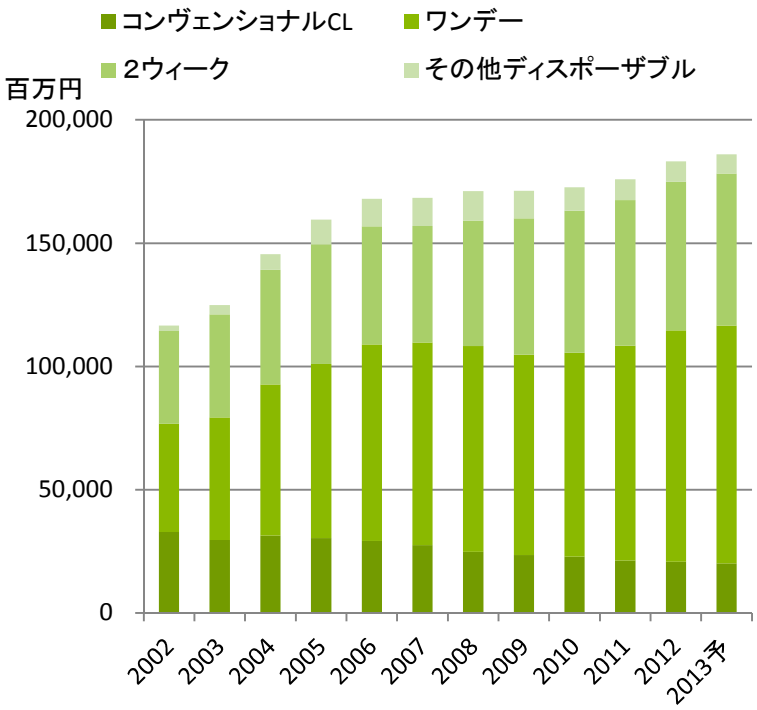
半期別データ

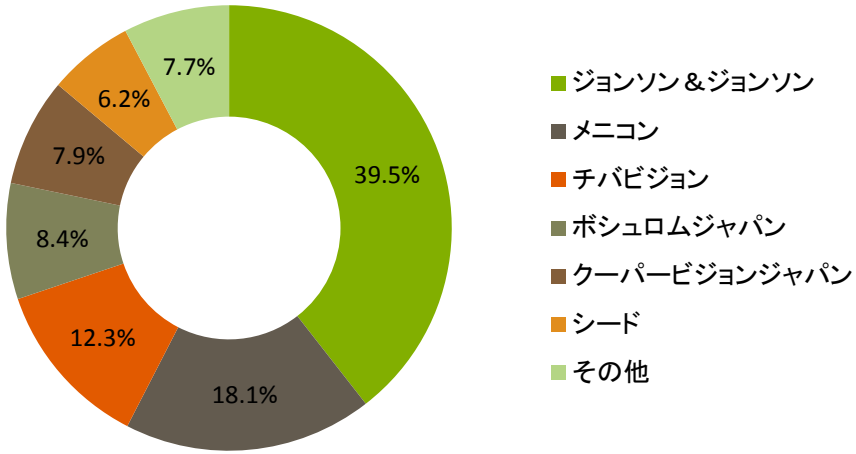

売上高
粗利額
粗利率
*13/9 2Hから連結ベース
9,000
8,000
7,000
6,000
5,000
4,000
3,000
2,000
1,000
0
40.0%
35.0%
30.0%
25.0%
20.0%
6,332
5,810
6,367
5,849
6,465
6,308
6,946
6,472
7,515
6,296
6,522
7,259
8,144
1,760
1,618
1,938
1,810
2,115
2,069
2,403
2,110
2,559
1,968
1,993
1,896
2,361
27.8%
27.9%
30.4%
31.0%
32.7%
32.8%
34.6%
32.6%
34.1%
31.3%
30.6%
26.1%
29.0%
08/9 1H
08/9 2H
09/9 1H
09/9 2H
10/9 1H
10/9 2H
11/9 1H
11/9 2H
12/9 1H
12/9 2H
13/9 1H
13/9 2H連
14/9 1H連

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

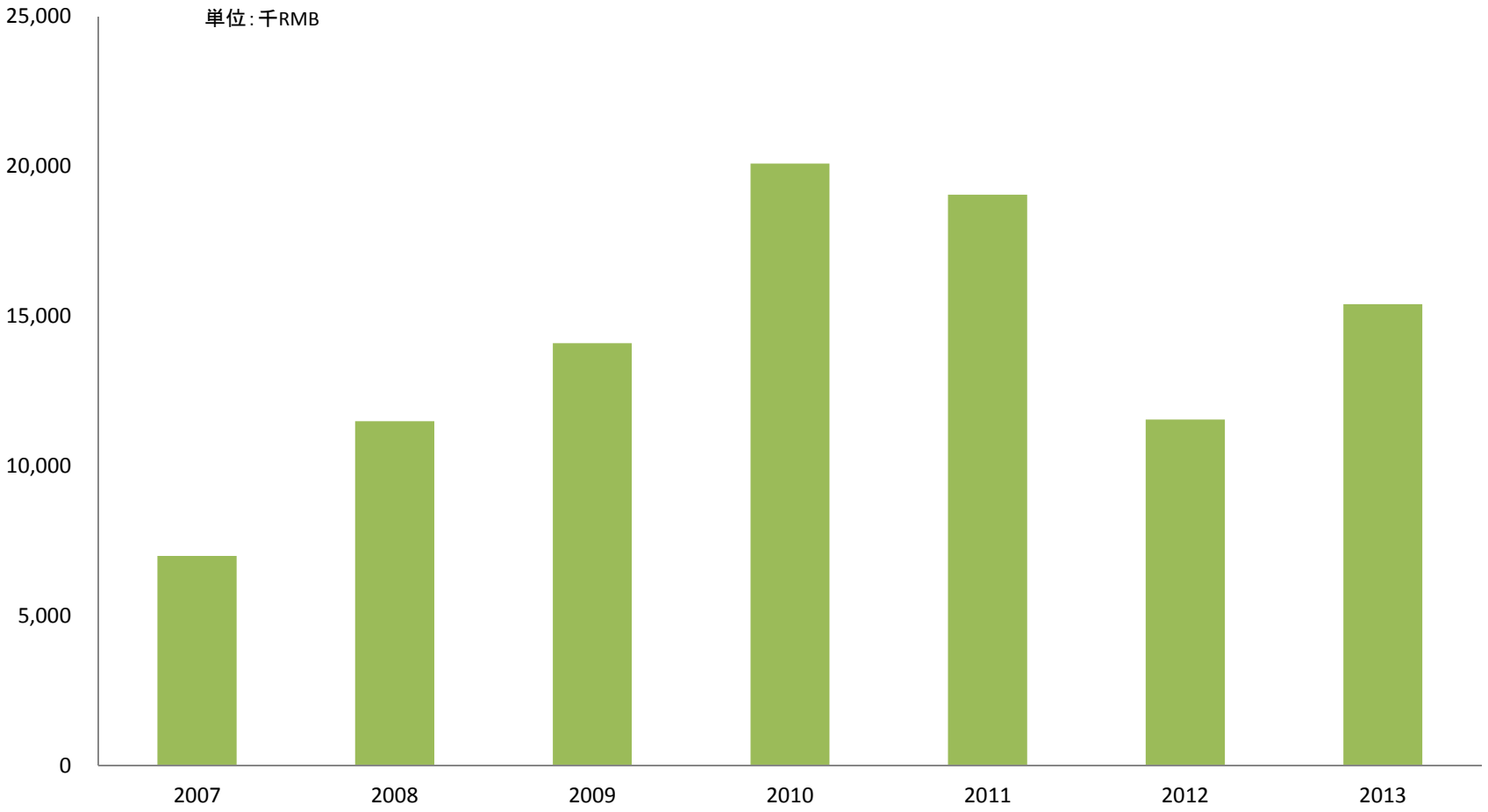
- 2012年のコンタクトレンズの市場規模は約1830億円となり、前年比4%強の伸びとなった。牽引役はレンズの縁に色が入ったサークルレンズなどカラーコンタクトレンズと推定される。
- レンズタイプ別には、ワンデータイプの伸び率が7.9%と突出している。
- メーカー別には、J&J社のシェアが4割を切る一方、アイコフレなどのヒット商品を背景にシードがシェアを6.2%まで伸ばした。



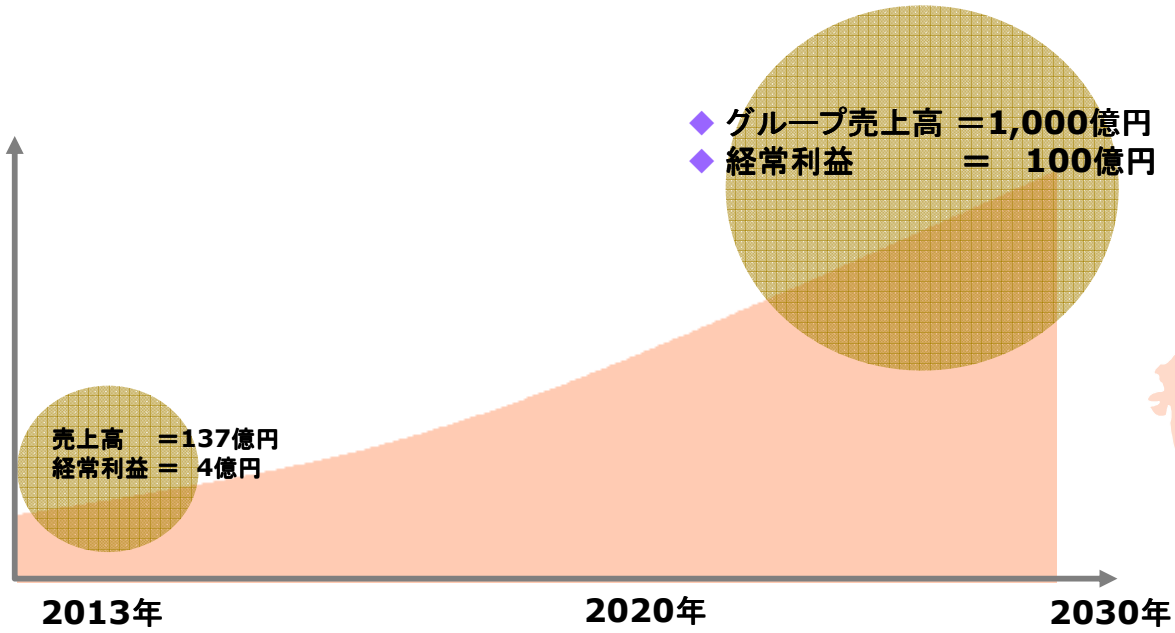


出所:矢野経済研究所

上海粧美堂売上高推移


単位：千RMB
25,000
20,000
15,000
10,000
5,000
0
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013

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

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI

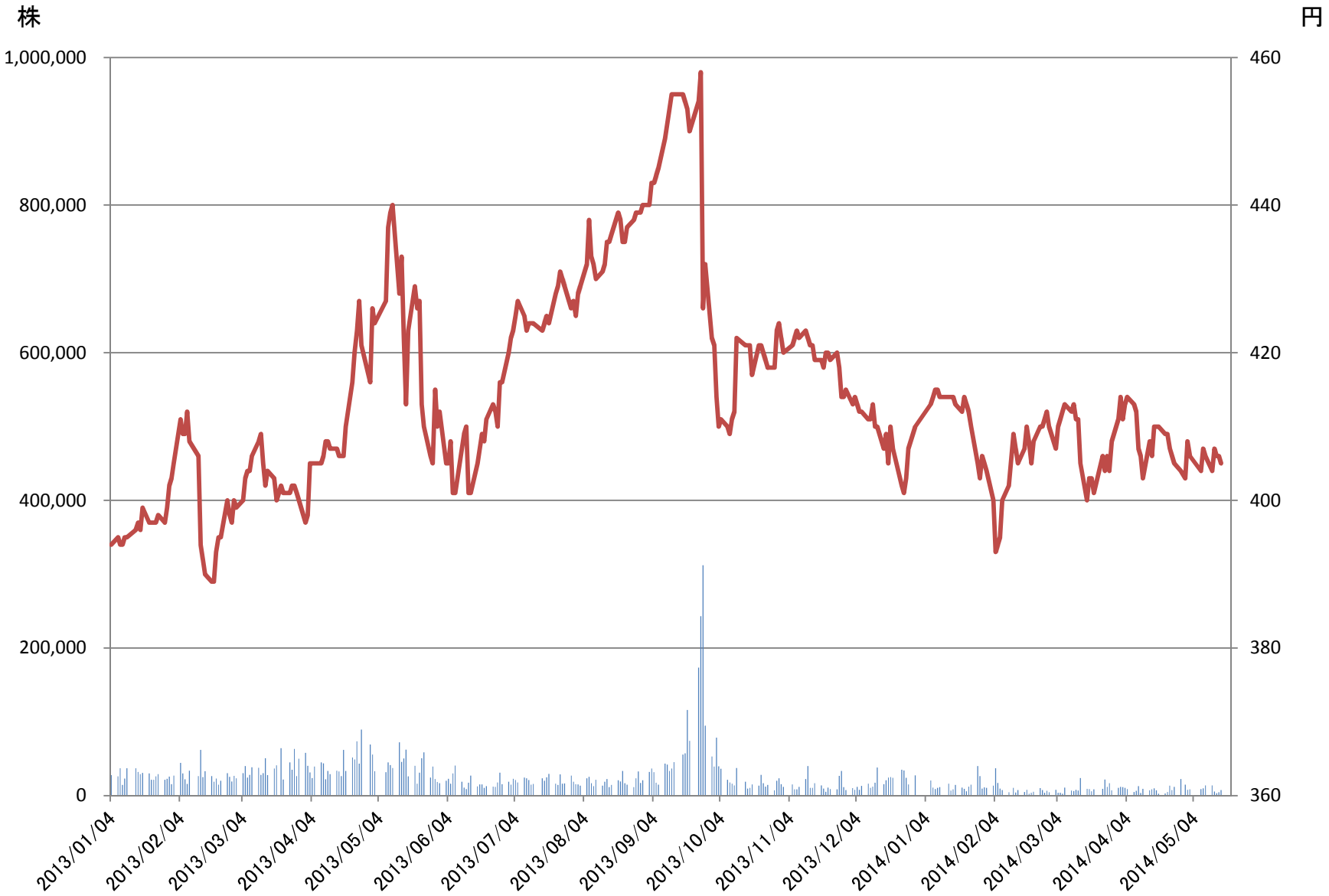
配　当

配当性向
　目途　＝　40%程度

予想配当金額（年間）
　2014/9: 中間配当5円、期末配当5円　計10円

株価チャート

笑顔を咲かせるZACCA SHO-BI



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