



笑顔を咲かせる ZACCA

SHO-BI

# 2012年9月期決算 2013年9月期事業計画 説明会

2012年11月16日

SHO-BI株式会社

証券コード:7819

## ◆業績サマリー表

(百万円)	11/9期		12/9期		前年同期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	13,419	100.0	13,811	100.0	+2.9
自社企画商品	8,459	63.0	8,758	63.4	+3.5
売上総利益	4,513	33.6	4,528	32.8	+0.3
販売管理費	3,245	24.2	3,790	27.4	+16.8
営業利益	1,267	9.4	737	5.3	▲41.8
営業外損益	▲52	—	▲30	-	
経常利益	1,215	9.0	707	5.1	▲41.8
特別損益	▲72	—	45	-	
当期純利益	644	4.9	415	3.0	▲35.6

12.9期は、夏場の天候不順などもあり下期に売上げが失速。ブランド立ち上げに伴う先行費用の発生もあり、増収減益となった

## 1 事業環境認識

- ◆ 国内景気は震災からの復興需要の発現などから一部緩やかな回復が見られたものの、世界経済全般には欧州財政問題が重しとなって景気の下押し懸念が強まるなど不透明感の強い状況が続いた。
- ◆ 国内小売業においては、夏場の天候不順、震災特需の一巡などから、売上げが冴えず競争が激化している。

## 2 12/9期の経営成績

- ◆ 売上高は 2.9%増、営業利益は▲41.8%減と期初予想には達せず、増収減益となった。
- ◆ 新ブランドの立ち上げに伴う先行投資に加え、夏場の天候不順、消費行動がより選択的になったことなどによる下期の売上げ低迷が主因。

## 3 ブランド戦略

- ◆ 今期の注力2ブランドは予算には届かなかったものの、とくに「PLAY GIRL」は着実に認知度を高めるなど、立ち上げとしては順調と判断している。
- ◆ 「BRIGITTE」は、新カテゴリーでの挑戦であったが、国内外で新しい販路を開拓する際のツールとして寄与した。

## 4 海外戦略

- ◆ 中国においては、尖閣諸島問題等の影響はあるものの、日系企業中心に販路開拓を推進中。
- ◆ 12.9期にスタートした海外事業部では中国に加えて他のアジア地域での新規顧客開拓を積極化している。

# 2012/9月期 決算の概要



# 12.9期の主な取組み

1



- ◆ 2011年9月、新ブランドDecorative Eyelash「PLAY GIRL」を上市
- ◆ 2012年3月、シリーズ第2弾として新アイテムを投入
- ◆ 2012年8月、ナチュラル系の目元を作るシリーズ第3弾を投入

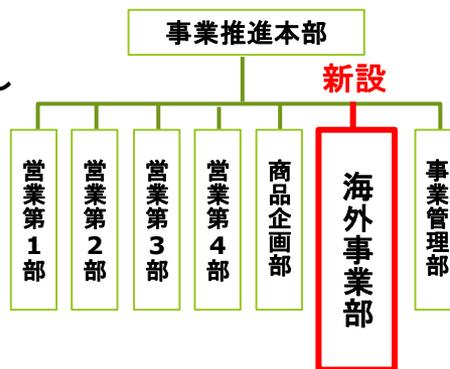
2



- ◆ 2012年1月、大人ロマンチックをテーマにした、化粧品自社ブランド「BRIGITTE」を立ち上げ
- ◆ 8月、11月にアイシャドウの新色、アイライナー等の商品を追加し、ラインアップを拡充

3

海外での売上げ拡大を目指し  
海外事業部を新設



■ 粧美堂日用品(上海)有限公司を移転したほか、海外での展示会へ積極的に出展

①



- ① 粧美堂(上海)外観
- ② 香港ギフトショー
- ③ Tokyo Cosmetic Collection in 上海
- ④ China Beauty Expo

②



③



④



北京市内の大型SCのセレクトショップにコーナー展開、また成都市のイトーヨーカ堂に直営2号店目を出店

①



① United Tokyo Trend (UTT) 外観

② UTT 店内

③ 成都イトーヨーカ堂内店舗(外観)

④ 同店内の様子

②



③



④

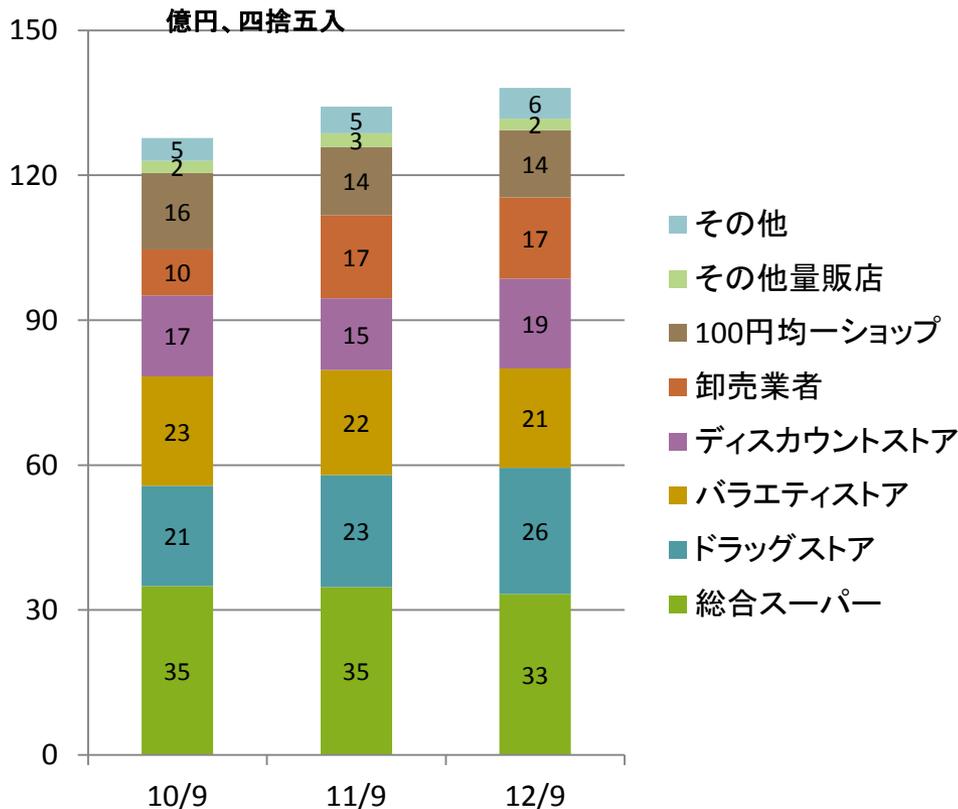


# 12/9期 決算の概要

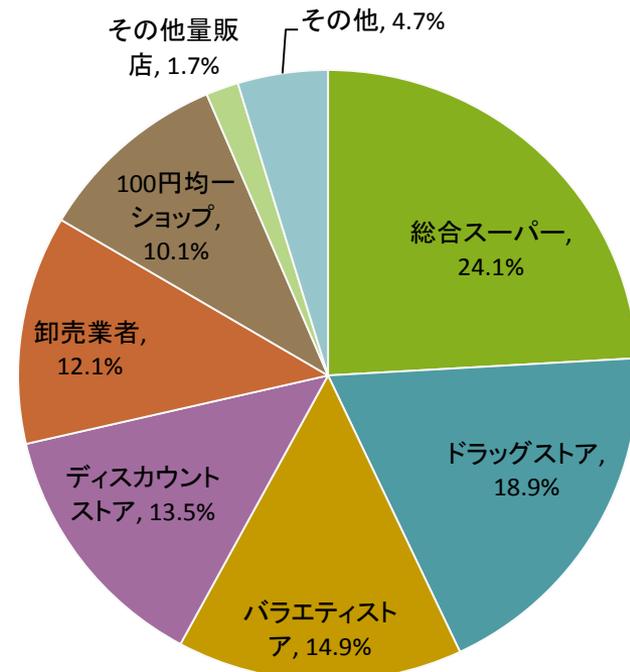
- ◆ 売上高は、新ブランドの立ち上げや、ドラッグストア、ディスカウントストア等への販売が好調に推移した一方、GMS、バラエティストアなどでは特にキャラクター商品が不振で、前期比2.9%増の13,811百万円となった。
- ◆ 営業利益は、今期より先行投資として、積極的なプロモーション活動を行ったことにより販売管理費が増加し、前期比41.8%減の737百万円となった。
- ◆ 経常利益は、支払利息など営業外費用が減少したことで営業外損益が改善し、前期比41.8%減の707百万円となった。
- ◆ 当期純利益は、東日本橋ビルの売却益計上に伴う特別利益の計上のほか本社移転費用の減少により、前期比35.6%減の415百万円となった。

(百万円)	11/9期		12/9期		前年同期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	13,419	100.0	13,811	100.0	+2.9
自社企画商品	8,459	63.0	8,758	63.4	+3.5
売上総利益	4,513	33.6	4,528	32.8	+0.3
販売管理費	3,245	24.2	3,790	27.4	+16.8
営業利益	1,267	9.4	737	5.3	▲41.8
営業外損益	▲52	—	▲30	-	
経常利益	1,215	9.0	707	5.1	▲41.8
特別損益	▲72	—	45	-	
当期純利益	644	4.9	415	3.0	▲35.6

- ◆ 総合スーパー、バラエティストア向けは、キャラクター商品が足を引っ張り、減少傾向が続いた。
- ◆ ドラッグストア向けは、新規販売先の獲得を始め、既存販売先との取引の深耕、新規出店等により販売が順調に拡大。とくに自社ブランド投入効果によりアイメイク関連商品が好調。
- ◆ ディスカウントストア向けは、既存顧客との取引拡大に加え、新規顧客の獲得もあり、大幅増。
- ◆ 100円均一ショップは得意先の在庫調整完了により、上期は回復したものの、下期は失速し通期ではほぼ横這い。



【業態別売上高構成比】



# 製品及びサービス別売上げ 総括

## 化粧雑貨

■ つけまつ毛、アイメイク関連、ネイルグッズ等の販売が好調



## 服飾雑貨

■ トートバッグ、ハンカチ、サイフ類などの販売が好調

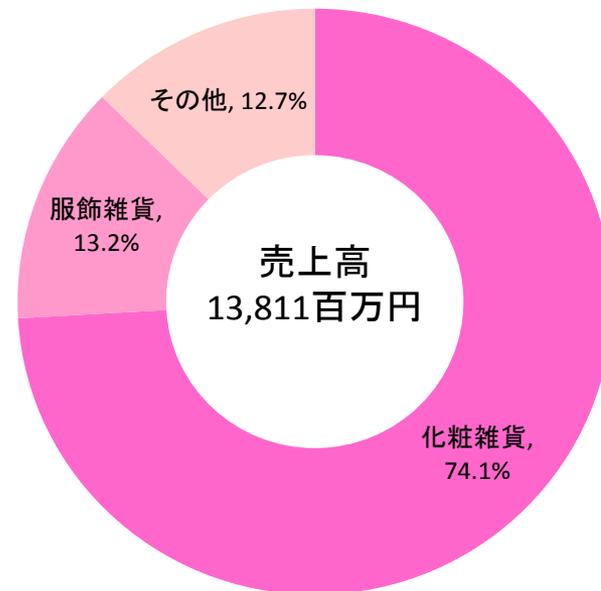


## その他

■ ファンシー文具のほか、パジャマなどの軽衣料、ギフト用品などが好調に推移した

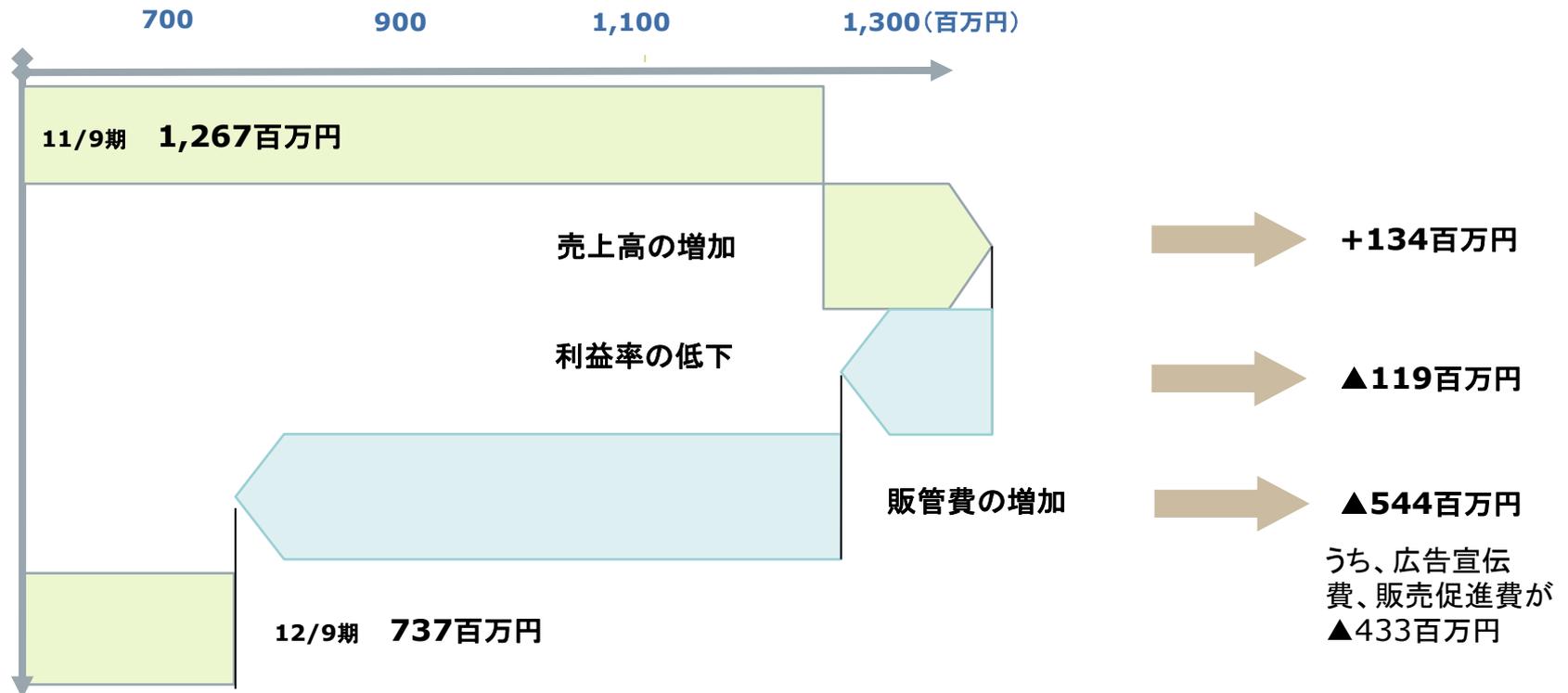


## 製品及びサービス別売上げ



# 営業利益の要因分析

◆ 営業利益は、増収効果(+134百万円)は利益率の低下(▲119百万円)でほぼ相殺され、ブランド立ち上げに伴う広告宣伝費/販売促進費増に伴う販管費の増加から、販管費が544百万円増え、営業利益を押し下げた。



- ◆ 新ブランド立ち上げに伴うプロモーションのため、広告宣伝費が**282**百万円、販売促進費が**151**百万円増加。
- ◆ 一般管理費・その他は、株主数増加に伴う関連費用の増加が**29**百万円、事業活動の活発化による旅費交通費が**24**百万円増加。

(百万円)		11/9期	12/9期	増減額
販管費合計		<b>3,245</b>	<b>3,790</b>	<b>+544</b>
	人件費	<b>1,738</b>	<b>1,759</b>	<b>+21</b>
	販売促進費	<b>346</b>	<b>497</b>	<b>+151</b>
	広告宣伝費	<b>62</b>	<b>345</b>	<b>+282</b>
	運賃及び荷造費	<b>333</b>	<b>331</b>	<b>▲2</b>
	減価償却費	<b>86</b>	<b>108</b>	<b>+22</b>
	一般管理費・その他	<b>680</b>	<b>750</b>	<b>+70</b>

# 貸借対照表の主な増減要因

(百万円:%)	11/9月期		12/9月期		比較 増減額	コメント
		構成比		構成比		
流動資産	7,024	65.4	6,347	59.2	▲676	
現・預金	3,418	31.8	2,553	23.8	▲864	
受取手形・売掛金	2,319	21.6	2,373	22.1	+54	
商品	820	7.6	1,032	9.6	+211	
固定資産	3,716	34.6	4,381	40.8	+664	有形固定資産+1,228、投資その他の資産▲564
資産合計	10,740	100.0	10,728	100.0	▲11	
流動負債	3,918	36.5	3,380	31.5	▲537	買掛金▲54、未払法人税▲173、為替予約▲270
固定負債	2,380	22.2	2,639	24.6	+259	長期借入金+358、社債▲100
負債合計	6,299	58.6	6,020	56.1	▲278	
純資産合計	4,441	41.4	4,708	43.9	+267	利益剰余金+113、繰延ヘッジ損益+154
負債、純資産合計	10,740	100.0	10,728	100.0	▲11	

	11/9月期	12/9月期
1株当たり純資産(円)	331.2	351.1
自己資本比率(%)	41.4	43.9

(百万円)	11/9月期	12/9月期	比較増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	937	▲60	▲997
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲248	▲752	▲503
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲503	▲2	501
現金及び現金同等物の期末残高	1,963	1,147	▲815

## [キャッシュフローの状況]

### 営業活動

- 税引前当期純利益753百万円、減価償却費141百万円、たな卸資産の増加▲214百万円、仕入債務の減少▲53百万円、売上債権の増加▲51百万円、固定資産売却益▲68百万円、未払消費税等の増減額▲41百万円。

### 投資活動

- 投資不動産の売却417百万円、有形固定資産の取得▲1,312百万円、投資有価証券の償還による収入100百万円、差入保証金の回収による収入93百万円。

### 財務活動

- 短期借入金借入500百万円、長期借入金返済▲99百万円、社債の償還▲100百万円、配当金支払▲301百万円。

# 2013/9月期 事業計画



# 13/9月期 事業計画

(百万円)	12/9期		13/9期予		前年同期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	13,811	100.0	14,500	100.0	5.0
自社企画商品	8,758	63.4	9,420	65.0	7.6
売上総利益	4,528	32.8	4,770	32.9	5.3
販売管理費	3,790	27.4	4,020	27.7	6.1
営業利益	738	5.3	750	5.2	1.7
経常利益	708	5.1	720	5.0	1.7
当期純利益	416	3.0	430	3.0	3.5



(百万円)	12/9期		13/9期予		前年同期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高(自社企画商品別)	13,811	100.0	14,500	100.0	5.0
自社企画商品	8,758	63.4	9,420	65.0	7.6
一般仕入商品	5,053	36.6	5,080	35.0	0.5

- ◆ トップラインの拡大による新たな成長ステージに入る2年目。
- ◆ 「新しい事業、新しい販路、新しい調達拠点、新しい商品」のローガンの下、新商品開発を積極化し、売上高は対前期比5%増の14,500百万円を計画、うち自社企画商品は対前期比7.6%増の9,420百万円を計画。
- ◆ 新分野での売上げ拡大を図るため、粗利率は前期比ほぼ横ばいを想定。商品開発力強化、「PLAY GIRL」、「BRIGITTE」を始め、「SHO-BI」ブランド強化に向けた人員の増強、広告宣伝・販売促進の継続などコスト増を見込む。
- ◆ この結果、営業利益は750百万円(対前期比1.7%増)と微増にとどまる見通し。

# 事業戦略



## 戦略ストーリー 雑貨(ZACCA) 専業企業として、アジアNO.1を目指す

### 1 利益率重視→売上高成長による利益額の拡大へ

- ◆ 新商品の投入により、既存得意先については別売り場への展開を積極化。
- ◆ 加えて、新規業態、新規売り場の開拓を進め、更なる販路拡大を図る。
- ◆ 注力2ブランドである「PLAY GIRL」、「BRIGITTE」についてはブランド認知向上のためのプロモーションを継続し売上げ、利益の拡大につなげる。このほかH&B関連商品を中心に小規模なブランド商品の投入を行っていく計画。

### 2 商品開発力の強化

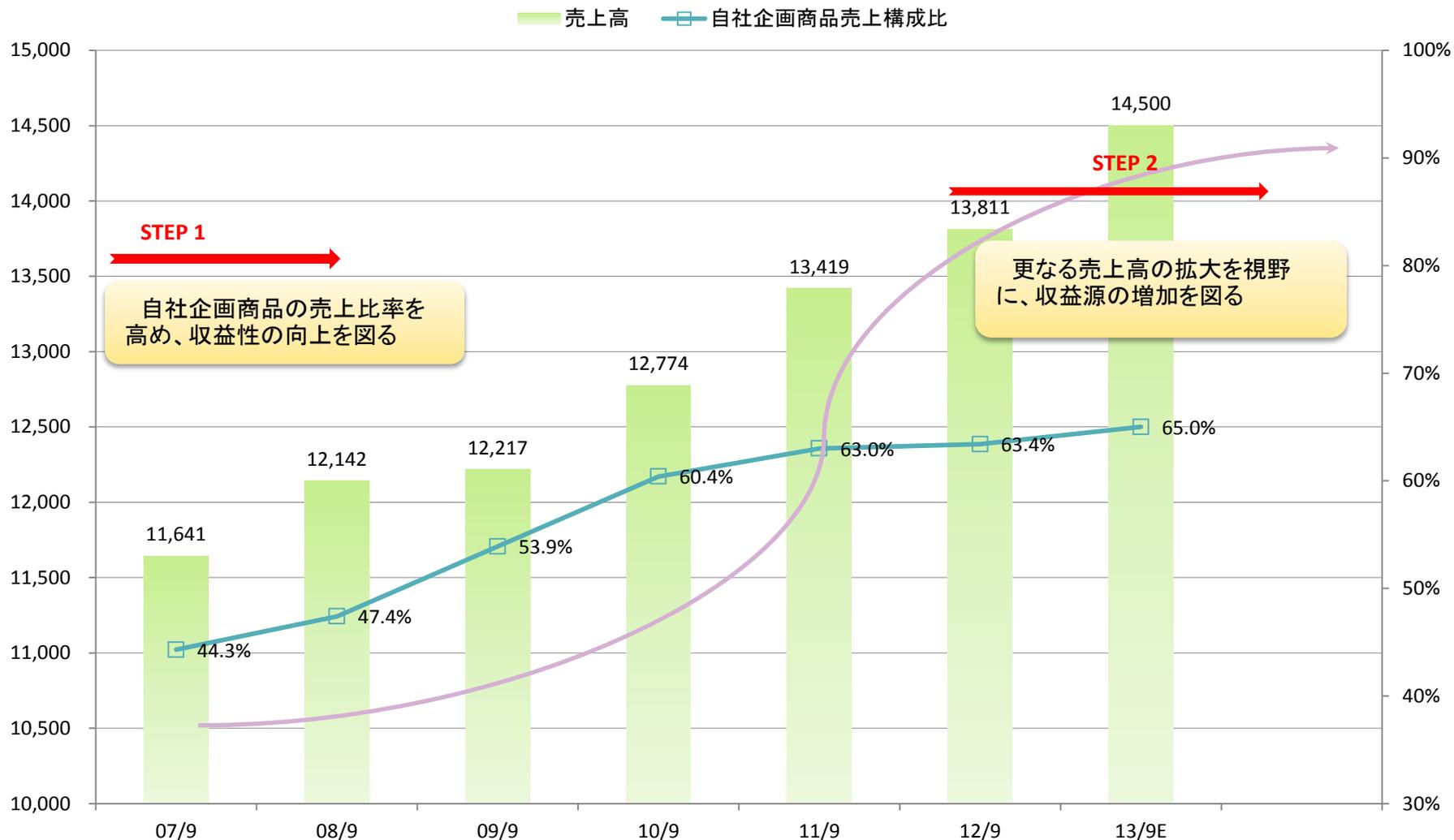
- ◆ 商品力の向上を図るため商品企画部を大幅に拡充。新規の販路開拓を積極化する。
- ◆ 商品開発力強化の一環で、調達先の拡充にも努める。China Riskを軽減へ。

### 3 海外戦略

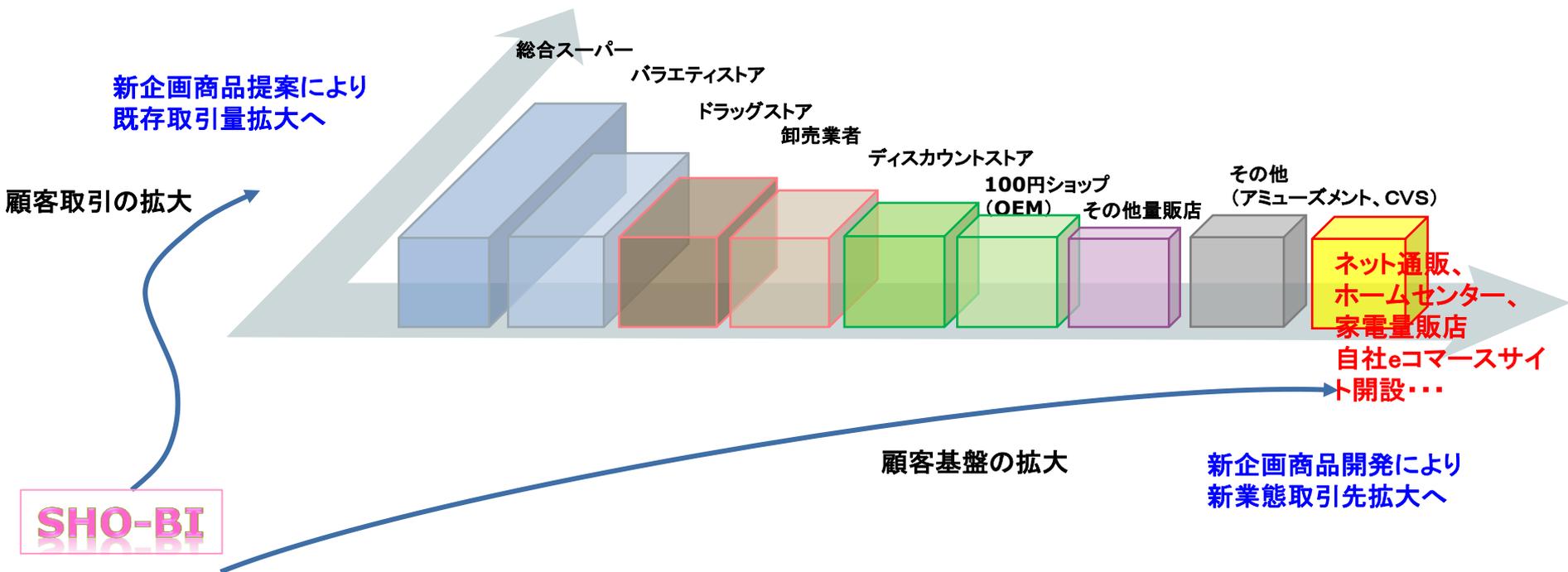
- ◆ 開設から2年目に入った海外事業部では、前期に口座開設された既存顧客との取引拡大を進めるほか、引き続き新規顧客の開拓を進める。
- ◆ 中国に加え、他のアジア地域でもドラッグストア、百貨店、スーパーマーケットなど現地資本との取り組みを強化する。
- ◆ また、海外展開を積極化しつつある日本の小売業の現地法人との取引拡大を目指し、国内の本部との関係強化を進める。
- ◆ 化粧雑貨等の啓もう活動により需要創出とSHO-BIブランドの確立に積極的に取り組む。

# 売上高成長 -

## 利益率重視→売上高成長による利益額拡大のステージへ



# 売上高成長 - 「新しい商品」の提案により「新しい販路」へ

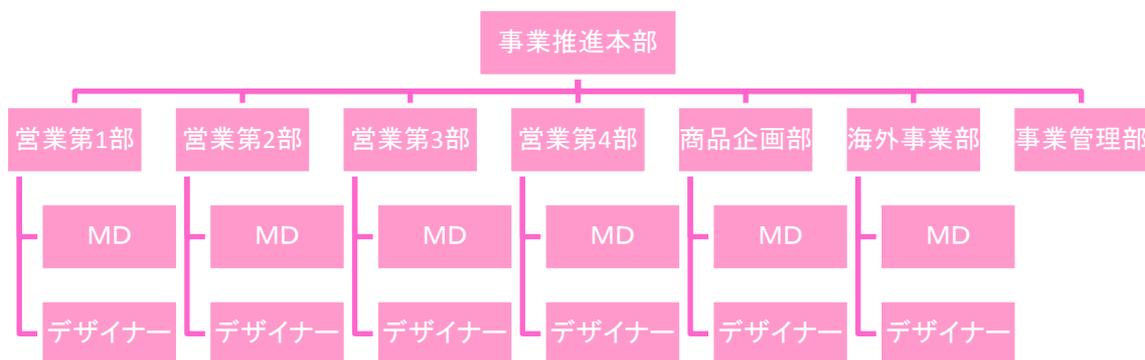


化粧品	文具	トイレタリー	行楽用品	季節用品	軽衣料
化粧品	ステーショナリー	シャンプー・リンス	ランチ用品等	防寒用品	パジャマ

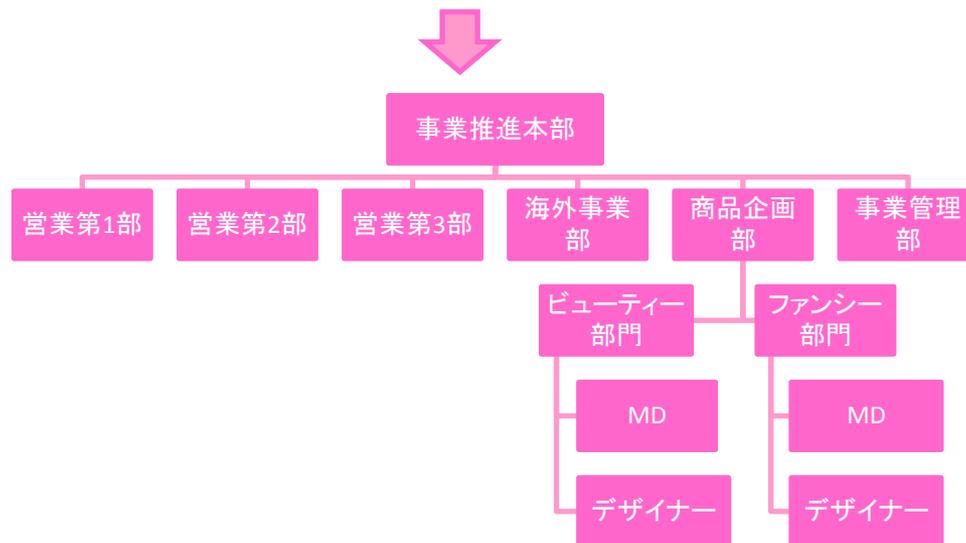
# 商品開発力の強化 - 商品企画部の増強

今まで各営業部に配置していたMD(マーチャンダイザー)及びデザイナーを商品企画部に集約する一方、人員も増強し、より商品開発力を高める。従来からの強みである売場発想からの商品開発(=マーケット・イン)に加えて、商品開発に携わる人員を集約することで、開発に関わる時間、工程の短縮を進めるほか、より商品価値の高い商品の開発を進め、新規顧客の開拓につなげる(=プロダクト・アウト)。

旧:  
各営業部の下に  
MD/デザイナーを配属



新:  
MD/デザイナーを商品企画部  
に集約し、各アイテムの商品力  
向上につなげる



# 商品開発力の強化 - 調達先の多様化

中国以外の生産拠点を開拓し、「China Risk」の低減を図っている。既にベトナム、インドネシアでの生産をスタートさせているほか、ミャンマーでの生産も近々開始予定である。



中国



インドネシア



ベトナム

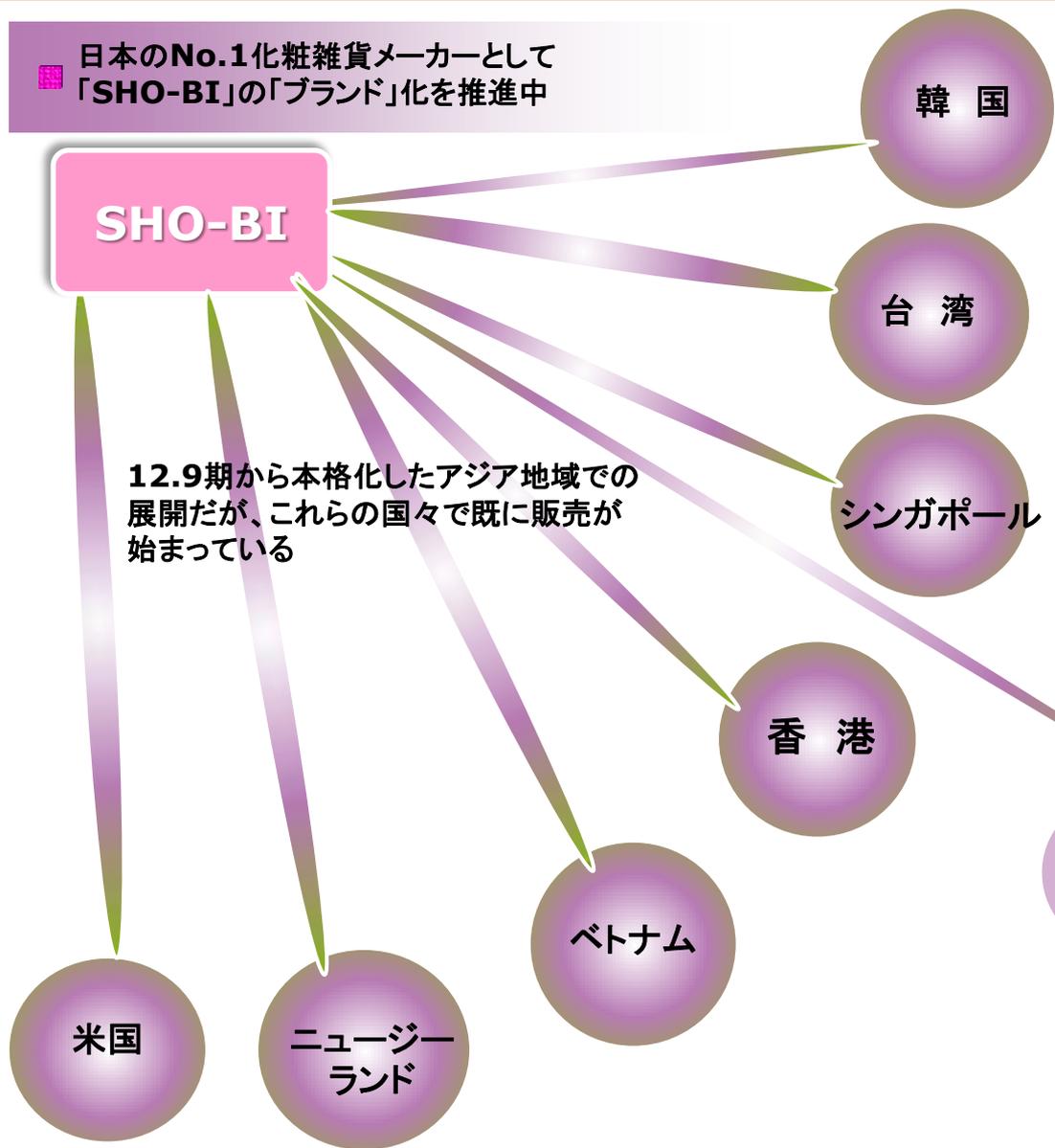
生産開始予定



ミャンマー

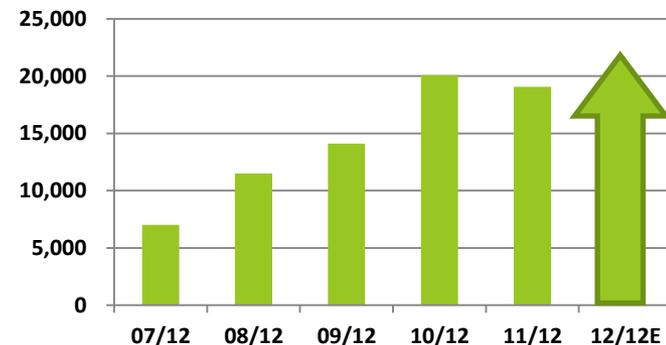
# 海外戦略 - アジア地域での展開の強化

日本のNo.1化粧雑貨メーカーとして「SHO-BI」の「ブランド」化を推進中

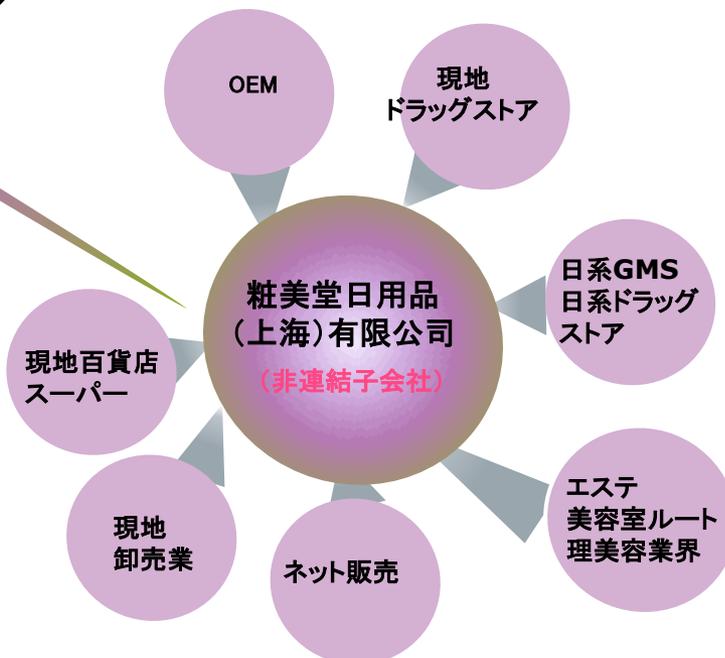


12.9期から本格化したアジア地域での展開だが、これらの国々で既に販売が始まっている

(単位: 千RMB) 「粧美堂日用品」売上高の推移



中国本土



12.9期から中国に加え、他のアジア地域での営業活動を活発化させており、すでに7か国で販売をスタートした。13.9期は更なる顧客開拓と既存顧客での拡販を進める計画。



韓国

化粧品・雑貨専門店グループ向けにトラベルグッズ・ブランドのLumikki(ルミッキ)、化粧雑貨の供給、書籍と雑貨の専門店向けにLumikki、化粧雑貨の供給を行っている。この他、GMS、ドラッグストア、雑貨専門店等と商談を進めている。



香港

現地の高級スーパーにてBRIGITTE、PLAY GIRL、雑貨類を販売している。日系企業の海外店舗向けの商品供給の商談が進行中である他、現地の化粧品専門店グループとの商談も進めている。



台湾

日系の大手百貨店でBRIGITTEとPLAY GIRL、日系及びローカルのバラエティストアでLumikkiを販売中。このほか、別の日系のバラエティストア向け商品供給につき商談中。



シンガポール

現地の大手ドラッグストアチェーンでBRIGITTEを販売中であるほか、現地アパレル専門店向けにBRIGITTE、PLAY GIRL、化粧雑貨を販売中。



**米国**: 専門店向けにBRIGITTEを販売中。



**マレーシア**: 現地のドラッグストアチェーン、日系GMSとBRIGITTE、PLAY GIRLの供給につき商談中。



**ニュージーランド**: 現地の専門店向けにBRIGITTEを販売中。



**カンボジア**: 日系のGMS向けに商談中。



**ベトナム**: 現地の専門店向けに雑貨類の販売を開始。また、日系のGMS、CVSなどと商談中。



**タイ**: 日系のGMSと商談中。

## 配 当

配当性向

目 途 = 40%程度

予想配当金額(年間:期末)

22.5円(2012/9)⇒15円(2013/9予定)

## 株主優待

期末日に1単元以上の株式を保有する  
株主様に自社企画商品を贈呈



2011/9期の株主優待品

長期保有株主への優待制度を12.9期  
よりスタート

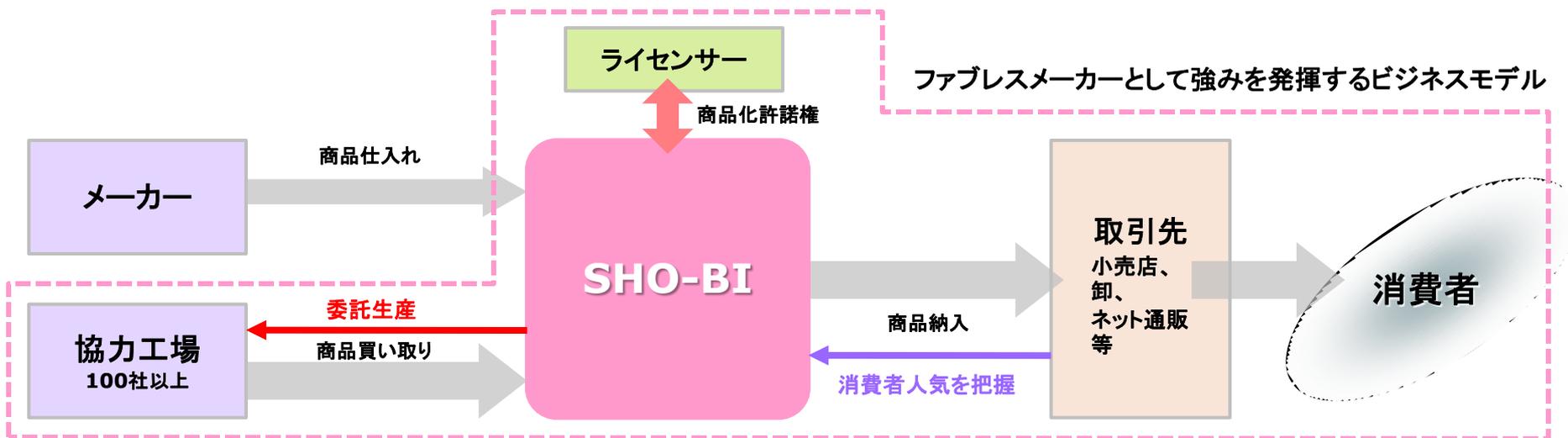


毎年9月30日現在において所  
有期間が3年以上の株主様に  
追加の優待品を贈呈

## (ご参考)事業概要とデータ



## 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。

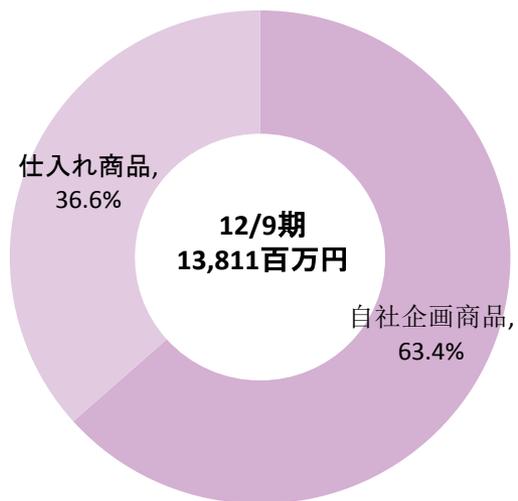
### CORE COMPETENCE 2 マーケットインの企画・開発と在庫管理

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。

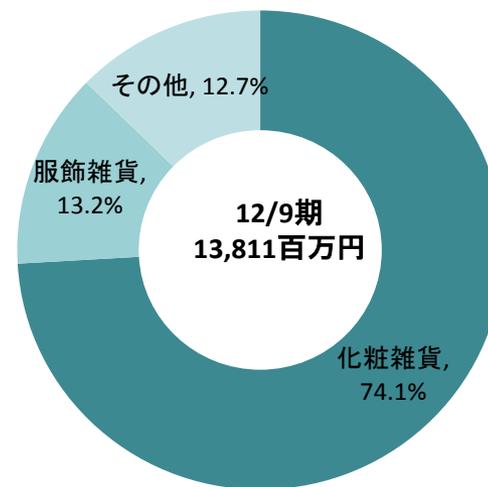
### CORE COMPETENCE 3 アライアンス・企画力

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。

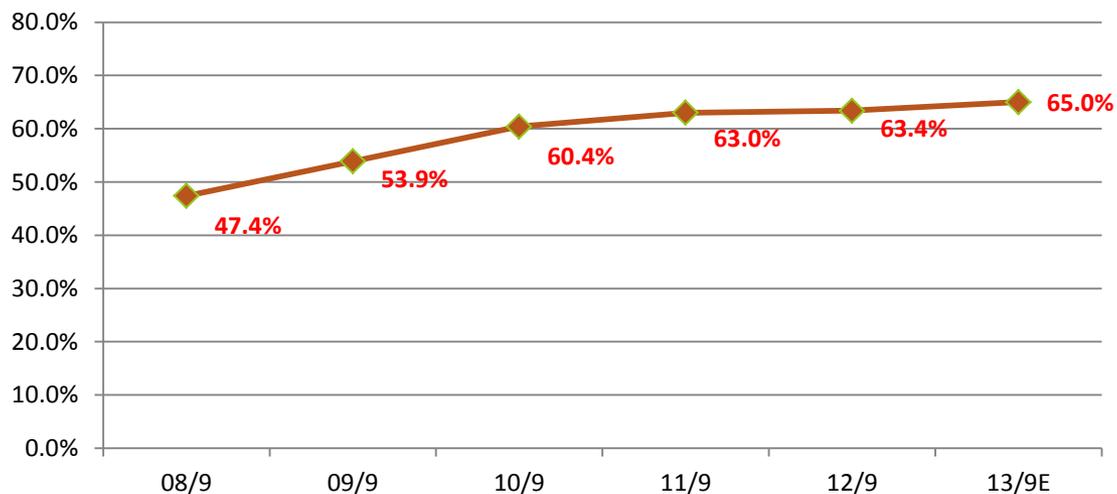
自社企画商品 売上高構成比



製品・サービス別 売上高構成比



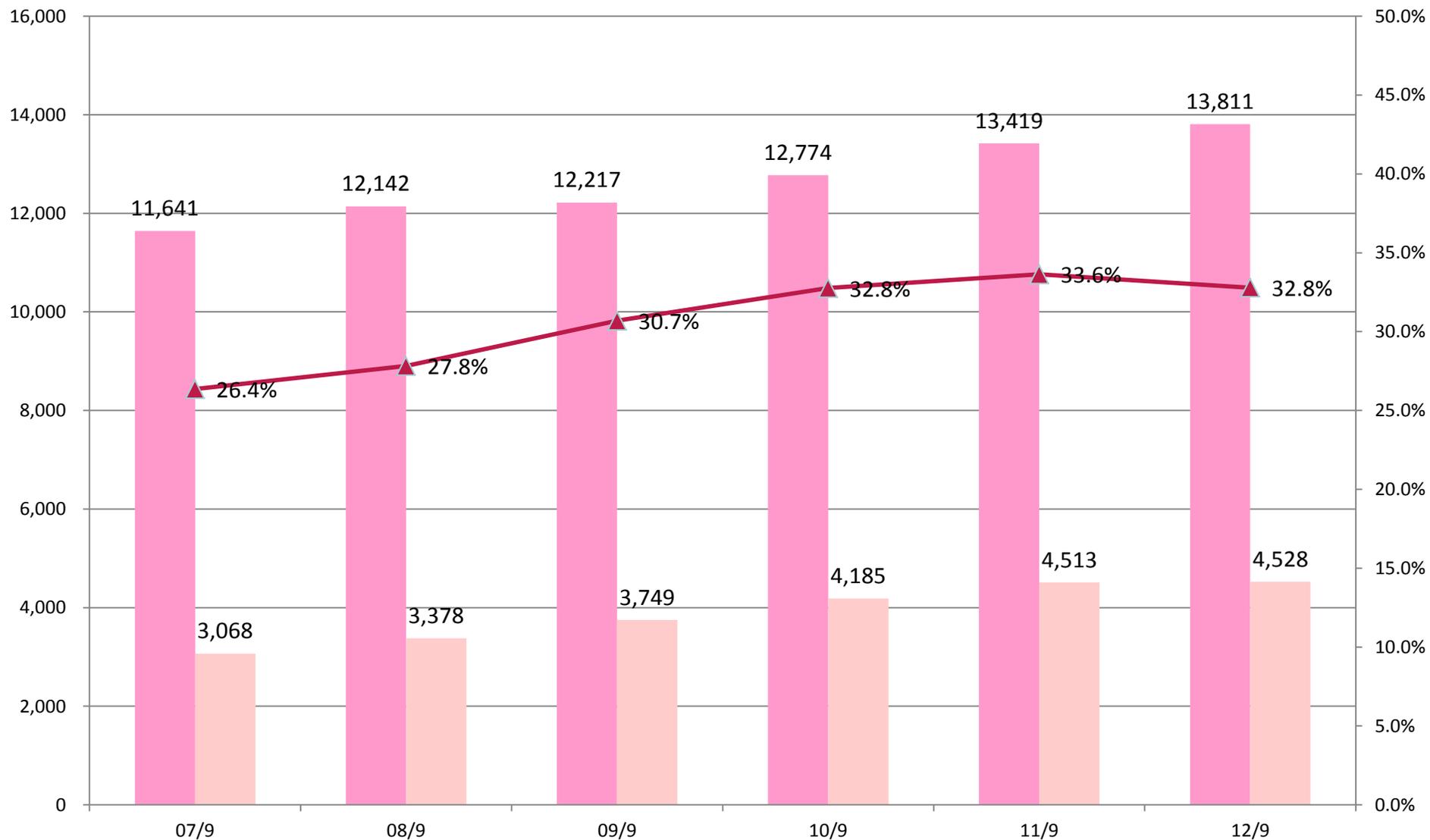
自社企画商品売上高構成比の推移



# 売上高、粗利額、粗利率の推移

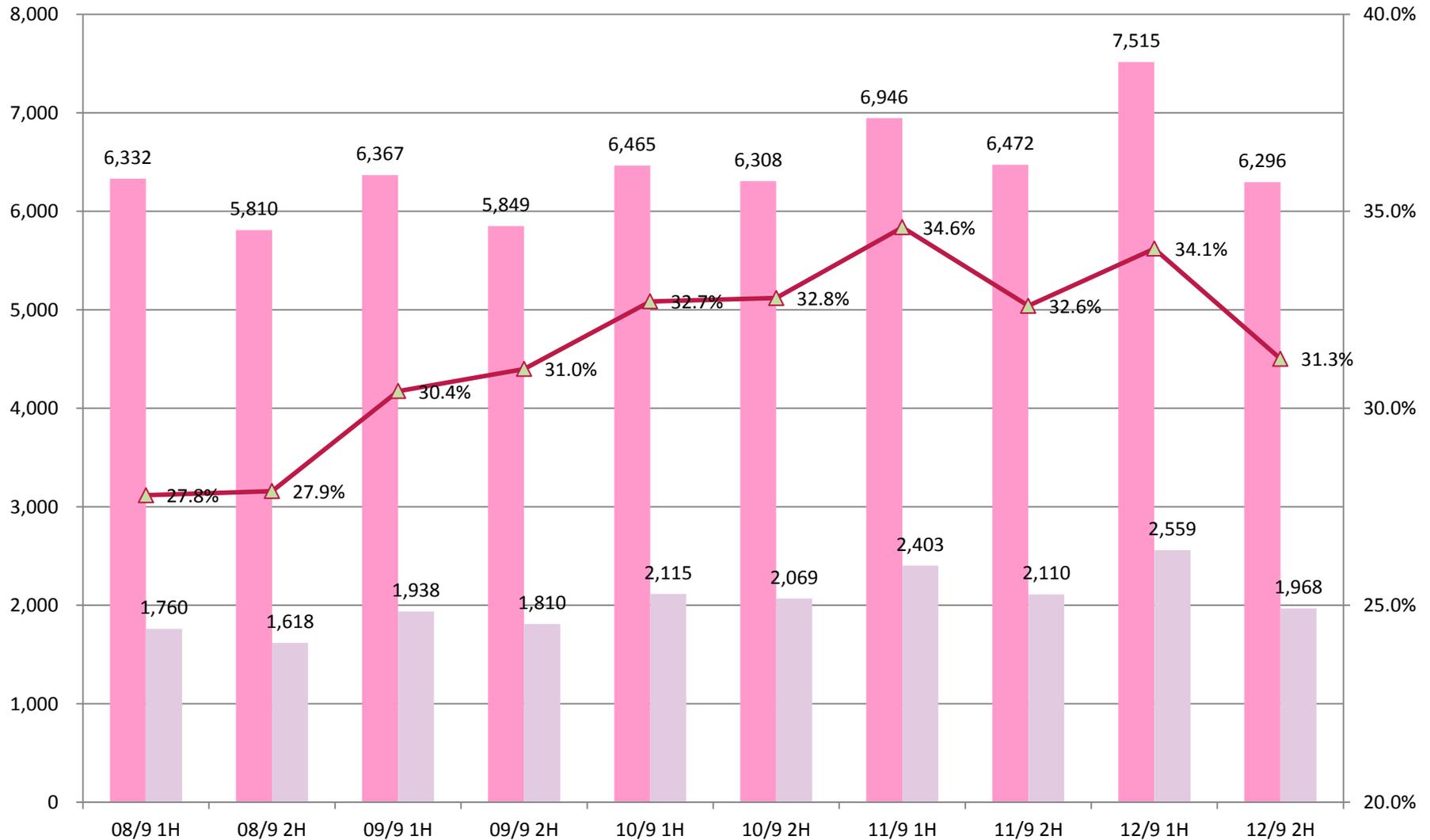
(百万円)

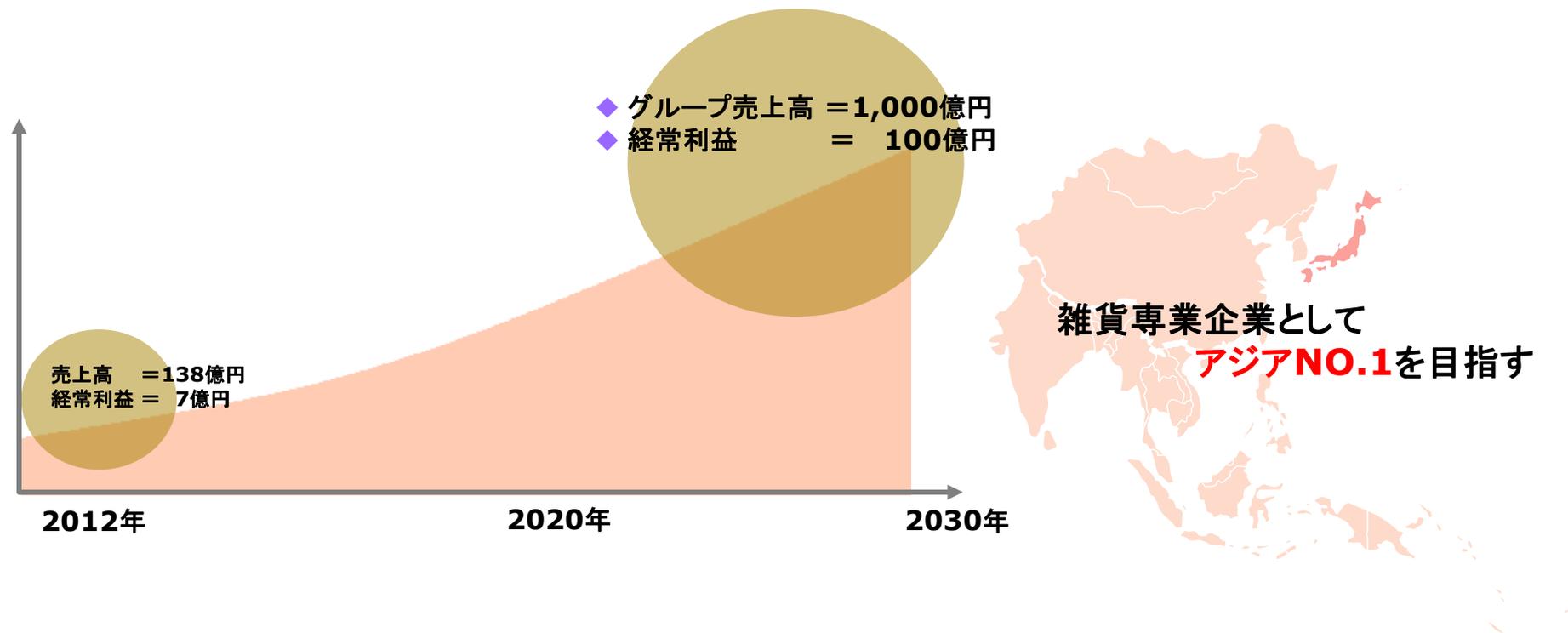
売上高 粗利額 粗利率(rhs)



# 半期別データ

売上高 粗利額 粗利率





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**