



2013年7月期 第2四半期決算説明会

株式会社 ドクターシーラボ

目次

1. 2013年7月期 第2四半期 決算報告（業績ハイライト）
2. 2013年7月期 第2四半期 概況
3. 2013年7月期 下期施策
4. 2013年7月期 第2四半期 基礎数値編



第15期（2013年7月期）

第2四半期 決算報告

業績ハイライト B/S 主要項目



(百万円)

	2012/7月期		2013/7月期 第2四半期		前期末比	
	2012年7月末	構成比	2013年1月末	構成比	増減額	前期末比
流動資産	19,468	86.8 %	18,968	86.9 %	▲499	97.4 %
現金及び預金	8,981	40.1 %	10,165	46.5 %	1,184	113.2 %
売掛金	5,834	26.0 %	3,783	17.3 %	▲2,051	64.8 %
商品及び製品	2,348	10.5 %	2,692	12.3 %	344	114.6 %
固定資産	2,952	13.2 %	2,869	13.1 %	▲82	97.2 %
資産合計	22,420	100.0 %	21,838	100.0 %	▲582	97.4 %
流動負債	4,997	22.3 %	3,888	17.8 %	▲1,108	77.8 %
固定負債	218	1.0 %	220	1.0 %	1	100.8 %
負債合計	5,215	23.3 %	4,108	18.8 %	▲1,106	78.8 %
純資産合計	17,205	76.7 %	17,730	81.2 %	524	103.0 %
負債純資産合計	22,420	100.0 %	21,838	100.0 %	▲582	97.4 %

業績ハイライト 連結P/L 主要項目



(百万円)

	2012/7月期 第2四半期		2013/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2011/8 - 2012/1	売上比	2012/8 - 2013/1	売上比	増減額	同期比
売上高	18,250	100.0 %	16,641	100.0 %	▲1,609	91.2 %
売上原価	3,219	17.6 %	2,724	16.4 %	▲494	84.6 %
売上総利益	15,031	82.4 %	13,916	83.6 %	▲1,114	92.6 %
販売費及び一般管理費	10,001	54.8 %	10,093	60.7 %	91	100.9 %
広告宣伝費	2,466	13.5 %	2,364	14.2 %	▲101	95.9 %
販売促進費	1,560	8.6 %	1,510	9.1 %	▲50	96.8 %
人件費	1,878	10.3 %	1,847	11.1 %	▲30	98.4 %
減価償却費	233	1.3 %	199	1.2 %	▲33	85.6 %
営業利益	5,029	27.6 %	3,823	23.0 %	▲1,206	76.0 %
当期純利益	2,969	16.3 %	2,448	14.7 %	▲521	82.4 %

特別損失	25	0.1 %	5	0.0 %	▲20	19.9 %
設備投資	161	0.9 %	125	0.8 %	▲35	77.8 %

業績ハイライト 業績予想・実績比較 P/L 主要項目



(百万円)

	2013/7月期 第2四半期 当初予想		2013/7月期 第2四半期 実績		予想値・実績値差異	
	2012/8 - 2013/1	売上比	2012/8 - 2013/1	売上比	差異額	予実比
売上高	17,300	100.0 %	16,641	100.0 %	▲658	96.2 %
売上原価	3,000	17.3 %	2,724	16.4 %	▲275	90.8 %
売上総利益	14,300	82.7 %	13,916	83.6 %	▲383	97.3 %
販売費及び 一般管理費	10,530	60.9 %	10,093	60.7 %	▲436	95.9 %
営業利益	3,770	21.8 %	3,823	23.0 %	53	101.4 %
経常利益	3,770	21.8 %	3,944	23.7 %	174	104.6 %
当期純利益	2,380	13.8 %	2,448	14.7 %	68	102.9 %

業績ハイライト 事業セグメント別売上高



(百万円)

	2012/7月期 第2四半期		2013/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2011/8 - 2012/1	売上比	2012/8 - 2013/1	売上比	増減額	同期比
化粧品事業	17,354	95.1 %	15,550	93.4 %	▲1,804	89.6 %
健康食品事業	896	4.9 %	1,091	6.6 %	195	121.8 %
合計	18,250	100.0 %	16,641	100.0 %	▲1,609	91.2 %

業績ハイライト 販売チャネル別売上高



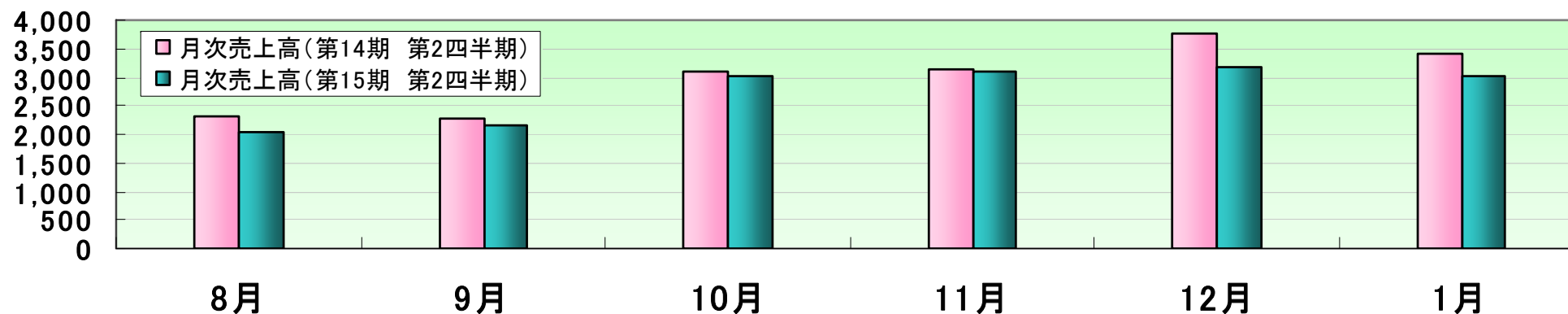
(百万円)

	2012/7月期 第2四半期		2013/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2011/8 - 2012/1	売上比	2012/8 - 2013/1	売上比	増減額	同期比
通信販売	11,784	64.6 %	11,221	67.4 %	▲563	95.2 %
卸売販売	3,719	20.4 %	3,015	18.1 %	▲703	81.1 %
対面販売	2,317	12.7 %	1,974	11.9 %	▲343	85.2 %
海外事業その他	428	2.4 %	430	2.6 %	1	100.3 %
合計	18,250	100.0 %	16,641	100.0 %	▲1,609	91.2 %

業績ハイライト 月次売上高推移(単体)



(百万円)



月次売上高 (百万円)	8月	9月	10月	11月	12月	1月
第14期 (2011.8-2012.1)	2,318	2,259	3,100	3,129	3,765	3,406
第15期 (2012.8-2013.1)	2,020	2,139	3,033	3,079	3,183	3,001
前年同月比 (%)	87.1 %	94.7 %	97.8 %	98.4 %	84.5 %	88.1 %

業績ハイライト C/F計算書



(百万円)

	2012/7月期 第2四半期	2013/7月期 第2四半期	前年同期間比
	2011/8 - 2012/1	2012/8 - 2013/1	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	2,723	3,271	547
投資活動による キャッシュ・フロー	▲169	▲143	26
財務活動による キャッシュ・フロー	▲1,658	▲1,963	▲304
現金及び現金同等 物の増減額	882	1,184	301

業績ハイライト 通期着地見込の前年実績対比



(百万円)

		前年実績		修正後着地見込		増減額
		2011/8-2012/7	売上比	2012/8-2013/7	売上比	
売上高	通信販売	25,203	64.5 %	24,800	64.4 %	▲403
	卸売販売	8,523	21.8 %	7,800	20.3 %	▲723
	対面販売	4,598	11.8 %	5,000	13.0 %	402
	海外	757	1.9 %	900	2.3 %	143
	合計	39,082	100.0 %	38,500	100.0 %	▲582
売上原価		6,896	17.6 %	6,585	17.1 %	▲311
販売費及び一般管理費		23,222	59.4 %	22,215	57.7 %	▲1,007
広告宣伝費		6,142	15.7 %	5,580	14.5 %	▲562
販売促進費		3,986	10.2 %	3,200	8.3 %	▲786
営業利益		8,963	22.9 %	9,700	25.2 %	736



第15期（2013年7月期）

第2四半期 概況

2013年7月期 第2四半期 商品販売概況



商品別売上上位

(百万円)

順位	商品名	第2四半期 12/8 - 13/1	構成比	前年同期間比
1	アクアコラーゲンゲル エンリッチリフトEX (アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEXスペシャルを含む)	3,514	21.2 %	81.2 %
2	薬用アクアコラーゲンゲル 美白	1,089	6.5 %	113.2 %
3	BBパーフェクトクリーム	1,036	6.2 %	92.3 %
4	アクアインダームスーパーエッセンス (リニューアル前を含む)	832	5.0 %	124.7 %
5	薬用アクアコラーゲンゲル スーパーモイスタチャー (アクアコラーゲンゲル スーパーモイスタチャーEXを含む)	754	4.5 %	78.5 %
6	VC100 ホアホワイトローション	535	3.2 %	-
7	美禅食	364	2.2 %	157.7 %
8	スーパーホワイト377(スーパーホワイト377EX・ウルトラを含む)	346	2.1 %	88.7 %
9	アクアコラーゲンゲル マチュアリフトDXゴールド(リニューアル前を含む)	255	1.5 %	101.7 %
10	3Dディープホトリウム プレミアムリフト (3Dディープホトリウム エンリッチリフトを含む)	233	1.4 %	154.9 %
売上高		16,641	100.0 %	91.2 %

アクアコラーゲンゲルシリーズ	5,888	35.4 %	85.7 %
----------------	-------	--------	--------

※他商品とのセット商品は含んでおりません。

ドクターシーラボ

① アクアコラーゲンゲルシリーズの販売状況

ゲルシリーズ売上前年同期間比: 14.3 %減

エンリッチリフトEX



売上高 3,514百万円
前年同期間比 18.8%減

卸売販路が不調であるとともに、通販においても、200gの販売が伸びず

美白



売上高 1,089百万円
前年同期間比 13.2%増

夏から秋口にかけての美白訴求が売上を押し上げ、通販において好調に推移

スーパーモイスタチャー



売上高 754百万円
前年同期間比 21.5%減

2月のリニューアルに向け、卸売販路において出荷を抑えた為、前年同期実績を下回る

ドクターシーラボ

② 主力商品の販売状況



アクアインダームスーパーエッセンス

売上高 832百万円
前年同期間比 24.7%増

▶ CM放映効果により
通販において好調に推移。



BBパーフェクトクリーム

売上高 1,036百万円
前年同期間比 7.7%減

▶ 通販において好調に推移す
るも、卸・対面においては、前年
実績を大きく下回る。



スーパーホワイト377

売上高 346百万円
前年同期間比 11.3%減

▶ 全販路にて前年実績を
下回る。特に卸・対面の落
ち込みが大きい。



ハーバルO₂シリーズ

売上高 398百万円
前年同期間比 5.6%増

▶ 通販にて前期2月よりゲル・ク
レンジングの販売を開始し、ゲルが
好調に推移。前期8月より先行発
売した卸売販路では追加出荷が
伸び悩む。

ジェノマー

上期は新商品を発売せず、既存商品の育成に注力したが、前年同期の売上実績を下回る結果に

下期に新商品を発売し、百貨店を中心に売上回復を目指す

ラボラボ

他社とのコラボレーション商品が好調であったが、既存商品は卸売販路の不調に起因し、前年同期の売上実績を下回る

8月上旬 新発売



(株)ココカラファインと共同開発
スーパーモイストゲルα 発売

▶ 前期に引き続き、他社とのコラボレーションを実施し、販売力の強化を図る

健康食品

主力商品販売状況

美禅食



売上高 364百万円
前年同期間比 57.7%増

第15期1Qよりドラッグストア、バラエティショップ、GMSに販路を拡大したことにより、売上増加。通信販売でも好調に売上を伸ばしている。

プラセンタシリーズ※

※プラセンタEX II、エンリッチリフト、DXマチュアリフト、プラセンタゼリーの合計

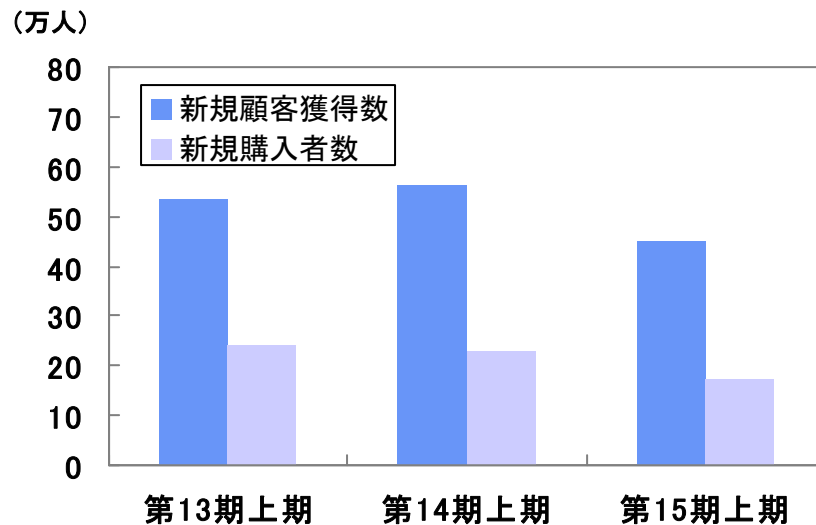


売上高 294百万円
前年同期間比 19.9%増

QVC限定で「プラセンタDXマチュアリフト」を新発売。また、「プラセンタゼリー」などの関連商品も発売し、プラセンタ商材の底上げを図る。

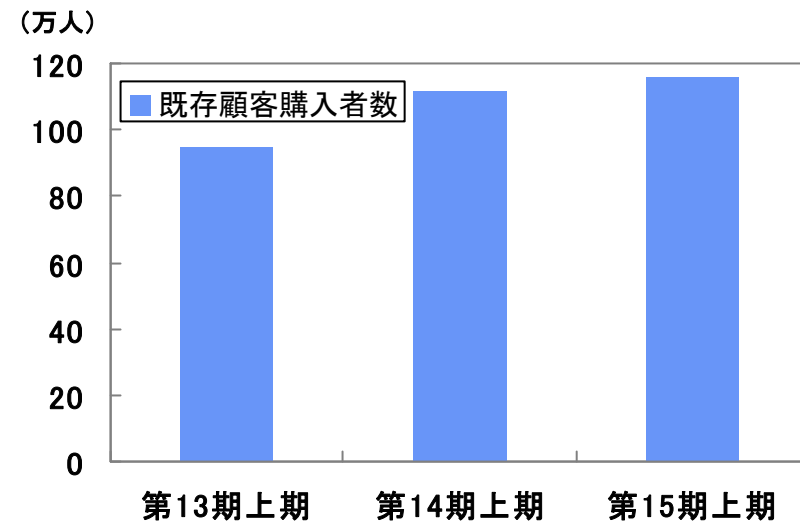
通信販売売上前年同期間比： 4.8 %減

① 新規顧客獲得数・新規購入者数の状況



▶ 新規顧客の獲得数が減少している上、
無料サンプル請求者の本商品購入率が悪化

② 既存顧客の状況



▶ 既存顧客の伸び幅が小さくなっているとともに、
購入単価が前年を下回る

③ WEBの通信販売における売上シェア： 41.9 %

卸売販売売上前年同期間比: 18.9 %減

不調要因

☑ 流通在庫過多

- 前期末に出荷した流通在庫の回転を高める施策を強化し、店頭での販売は徐々に回復したが、追加出荷には至らなかった→第3四半期以降は通常の在庫水準に

新たな取り組み

☑ 健康食品新規導入

- 9/10よりドラッグストア、バラエティショップ、GMSのセルフ販売コーナーで「美禅食」及び「プラセンタゼリー」の少量タイプを発売。現在約 574 店舗で販売を行う

☑ 他社・イベントコラボレーション企画推進

- (株)ココカラファインと「ラボラボスーパーモイストゲルα」を共同開発
- 「Girls Award」とコラボレーションし、「ハーバルゲルO₂ ガールズ」を限定新発売

対面型店舗販売売上前年同期間比: 14.8 %減

既存店売上前年同期間比

直営・百貨店: 16.0 %減
GMS: 12.1 %減

新規出店効果

8百万円

・期中合計で直営・百貨店内に
1カウンターオープン

GMS

来店回数促進施策の実施

- 肌診断機器 新規導入
- イオンビューティープログラム ポイントカード導入



不調要因

- ① 購入者数の減少
 - 新規顧客、リピート顧客ともに前年同期の購入者数を下回る。
- ② 不採算店舗を5店舗閉鎖したことによる売上減
- ③ BIGゲル、福袋等の高単価商品の売上不振

海外売上前年同期間比: 0.3%増

アジア

<台湾>

・百貨店のセール期の売上が堅調に推移。今後、WEB販売・卸売販路の強化に注力。

<香港>

・中国からの観光客が増加。8月の新規出店効果もあり好調に推移。

<韓国>

・8月に新店オープン。日本人観光客による売上が大部分を占めている状況だが、韓国語ホームページの開設や韓国人限定プロモーションの実施により、韓国人客割合が徐々に増加し、好調に推移。

<シンガポール・マレーシア>

・ディストリビューターによる展開から子会社による展開へと移行するにあたり、8月末で既存店をすべて閉店。11月に子会社により1店舗新規出店。

<中国>

・12月、上海高島屋に1号店プレオープン。3月のグランドオープンに向け、PR施策準備中。

米国

・代理店販売からWEB販売へ移行段階である為、前年同期の売上実績を下回っているが、11月に自社WEBサイトによる売上が大幅に拡大しており、良い滑り出しとなっている。



第15期（2013年7月期）

下期施策

ドクターシーラボ

アクアコラーゲンゲルスーパーモイスターEX
リニューアル新発売



2013年1月19日 通信販売先行発売

2013年2月1日 全販路発売

“保湿に革命を。”

【リニューアルポイント】

- ☑ ナノテクノロジーを駆使した当社独自のモイスターシステムによる浸透力と保湿力の向上
- ☑ 新処方技術の採用による使用感の向上

ドクターシーラボ (スーパーモイスタチャー)



TVCM
2/6～2/21

通信販売
全額返金保証キャンペーン
1/19～3/18



新聞
2月～7月

交通広告
2/4～2/17



雑誌
1月～5月

イベント
街頭サンプリング
全国7大都市圏21箇所
(2月)

卸売販売
・ディスプレイコンテスト
・主力販売店入店販売強化

対面型店舗販売
・新規顧客登録で無料サンプル
セットプレゼントキャンペーン実施



ドクターシーラボ（エンリッチリフト）

アクアコラーゲングル エンリッチリフトEX 再強化

—ターゲット層の見直しによる販売戦略の再構築—



ターゲット層	50代以上
広告・宣伝	新聞折込、インフォーマーシャルを中心に強化
販路	通信販売を中心に顧客獲得を目指す。

通信販売

付加価値のあるセット商品を投下

- アクアコラーゲングルエンリッチリフトEXを使用したマッサージメソッドの伝播
- 50代以上をターゲットとした販促品とのセット商品充実

使用方法・効果の実感をサポートし、離反しにくい体制を構築



ドクターシーラボ

通信販売

卸売販売

通信販売



VC100ポアホワイトローション

- ☑ 通信販売
会報誌を中心に売上拡大
- ☑ 卸売販売
店頭プロモーション強化



BBパーフェクトクリーム

- ☑ インフォーマーシャルラジオでの
新規顧客の獲得
- ☑ 国内BBクリーム売上高シェア
No.1の維持

卸売販売

ドラッグストアチャネルの強化



- 日本最大手の化粧品
卸売企業
- 全国を網羅する営業・
物流ネットワーク

- ①PR力の高い陳列棚の獲得
- ②ドラッグストア店舗数拡大
- ③取扱いアイテム数拡大

価格

ドラッグストア展開に合わせた
2,000円～4,000円の価格帯



ドクターシーラボ（健康食品）

通信販売

- ・通販における定期お届け便サービスの利用促進
 - ☑ 利用者増加・解約防止施策の強化
- ・インフォーマーシャル強化による新規顧客獲得推進

卸売販売

美禅食を中心にセット商品を投下

- ☑ シェイカー付き美禅食の発売
- ☑ QVCオリジナル美禅食の販売強化
- ☑ 吊り下げ式什器での少量タイプの展開継続



ジェノマー

新商品発売(店舗:2月 / 通販:5月)



- ・パーフェクトセルエッセンス
- ・パーフェクトBBクリーム
- ☑ ジェノマーブランドへの認知を再強化
- ☑ 百貨店顧客のジェノマー併用者拡大を目指す

対面型店舗販売

- ・ ジェノマー パーフェクトセルエッセンスキット(2/22)
- ・ ジェノマー スキンクリアキャンペーン(4/1~6/30)
→ 専用スタンプカードキャンペーンで来店頻度の促進を図る

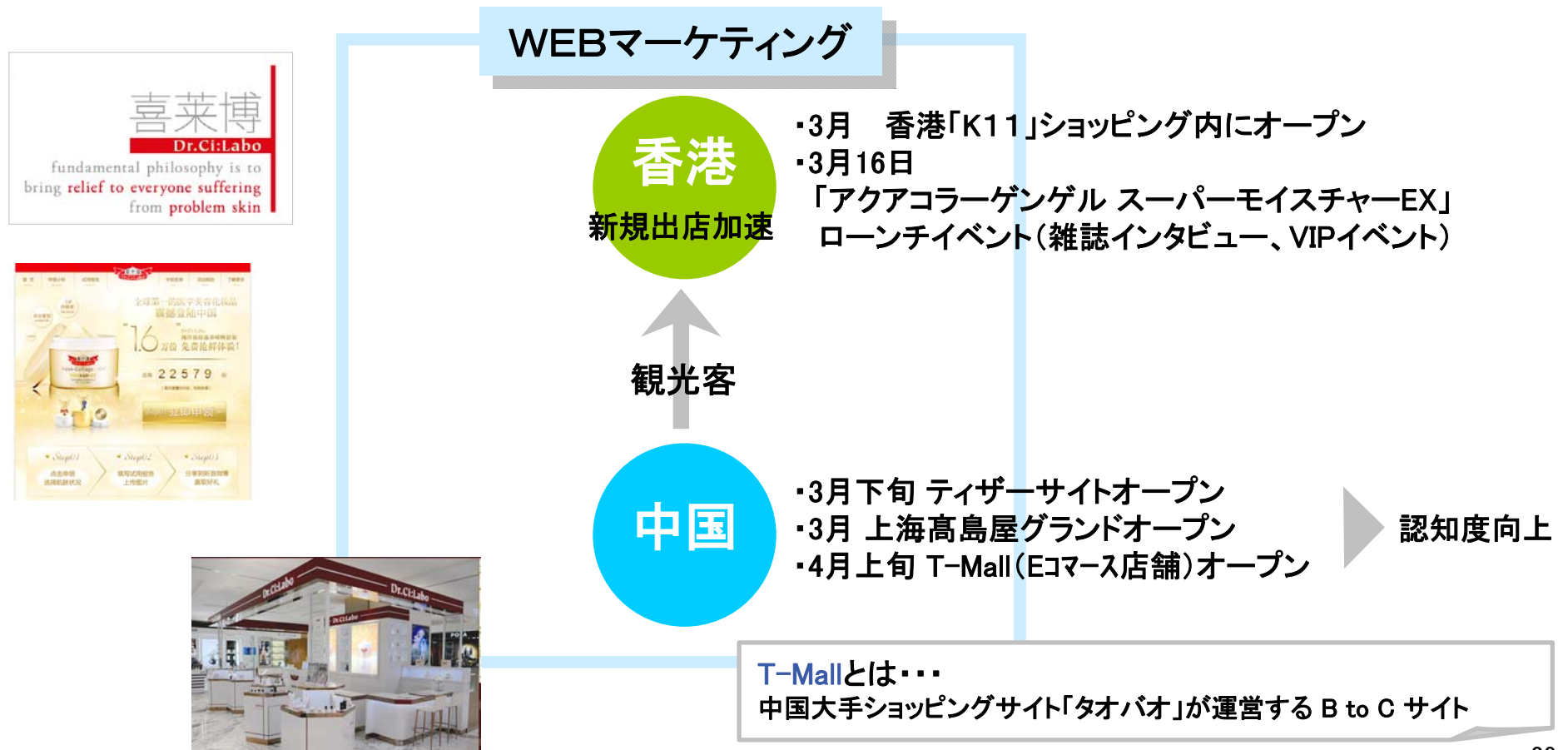


販路別中心施策

	通信販売	対面型店舗販売	卸売販売
既存顧客	会報誌・DM 細分化	ジェノマー 施策	
休眠顧客	サロン展開開始 900万人のデータベースを活用 したロイヤル顧客化施策		
新規顧客	エンリッチ リフト 拡販施策		アクアカラーゲンゲル5000 拡販施策 地域戦略

海外

香港を中心とした中華圏の強化



海外

主要地域 下期展開状況

シンガポール

シンガポール高島屋に続き、2店舗目のショップがオープン

—直営店—

➤ ION ショッピングモール (3/15ソフトオープン 3/16グランドオープン)



- ASEAN諸国に向けた旗艦店として、PR強化
新聞・雑誌・インターネット広告、お試しセットサンプリング、パウチサンプリング実施予定
- 百貨店では展開していない、ジェノマー、サプリメント、ボディケア商品を投下
メイク商品や美顔器などをお試しいただけるテストスペースを設置

台湾

☑ 販路拡大

→ Eコマース、卸売販路の強化

アクアコラーゲンゲル スーパーモイスタチャーEX ローンチイベント(3/18)





第15期（2013年7月期）
第2四半期 基礎数值編

通販登録会員数の動向

(千人)

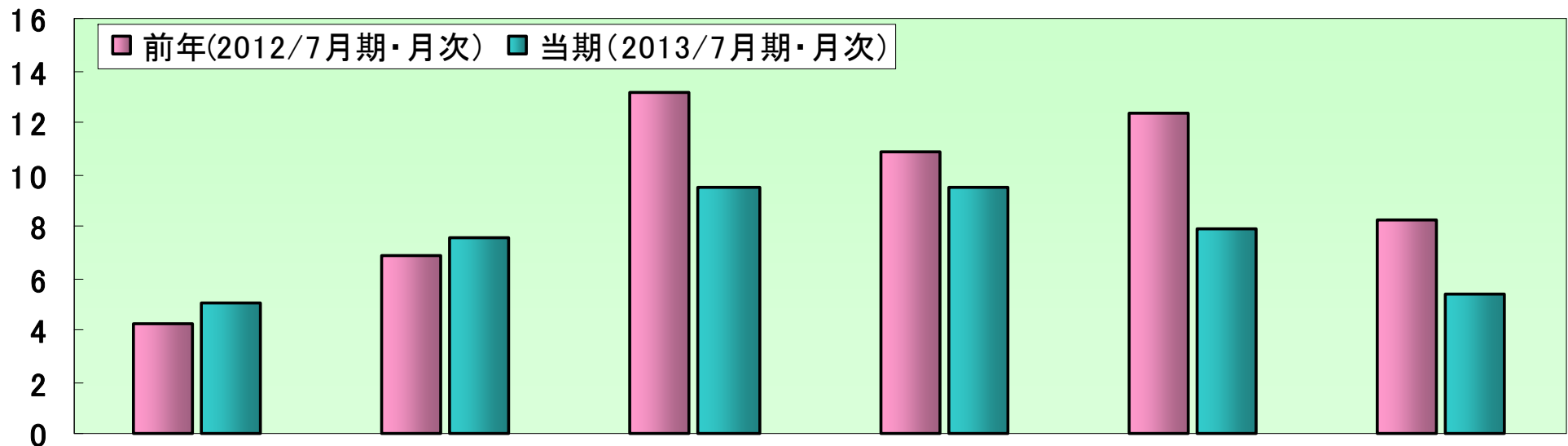
	新規登録数			
	2012/7月期 第2四半期 (2011/8-2012/1)	2013/7月期 第2四半期 (2012/8-2013/1)	増減数	前年同期間比
シーラボ ラボラボ	561	450	▲110	80.2 %

(千人)

	総会員数			
	2012/7月期 期末 (2012年7月末)	2013/7月期 第2四半期 (2013年1月末)	増減数	前期末比
シーラボ ラボラボ	8,828	9,279	450	105.1 %

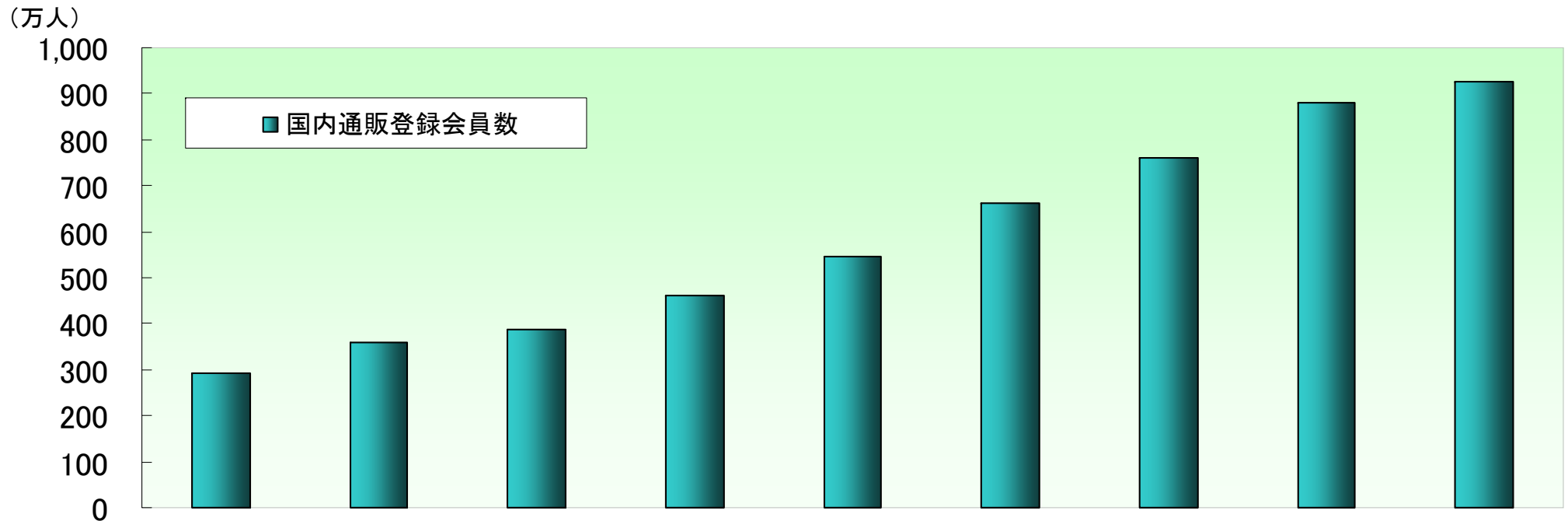
国内通販登録会員数の推移(月次ベース)

(万人) 2013年7月期第2四半期(2012年8月～2013年1月)の新規登録会員数



新規獲得 会員 (万人)	8月	9月	10月	11月	12月	1月
2012/7月 期・月次	4.2	6.9	13.1	10.9	12.6	8.2
2013/7月 期・月次	5.0	7.5	9.5	9.5	7.9	5.4

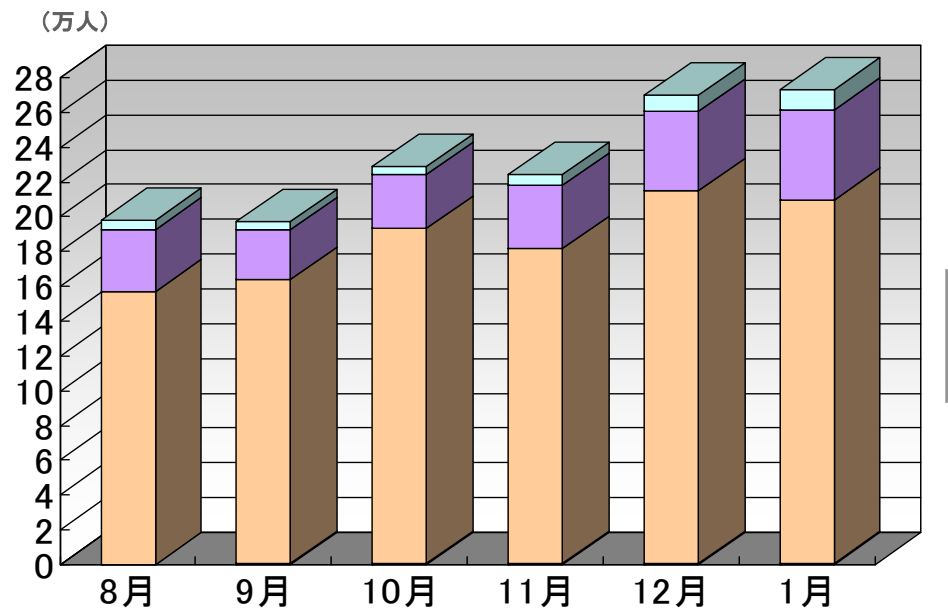
国内通販登録会員数の推移(期末ベース)



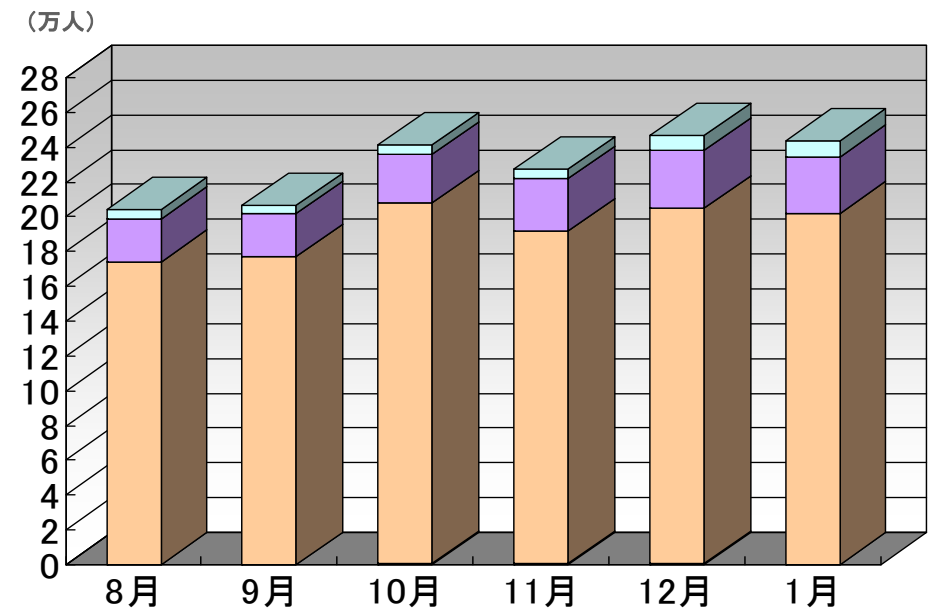
	2006/1月期	2007/1月期	2007/7月期 (6ヶ月決算)	2008/7月期	2009/7月期	2010/7月期	2011/7月期	2012/7月期	2013/7月期 第2四半期
会員数 合計 (万人)	291	360	389	461	546	662	762	882	927

通信販売購入者数の推移

11年8月～12年1月 購入者数推移



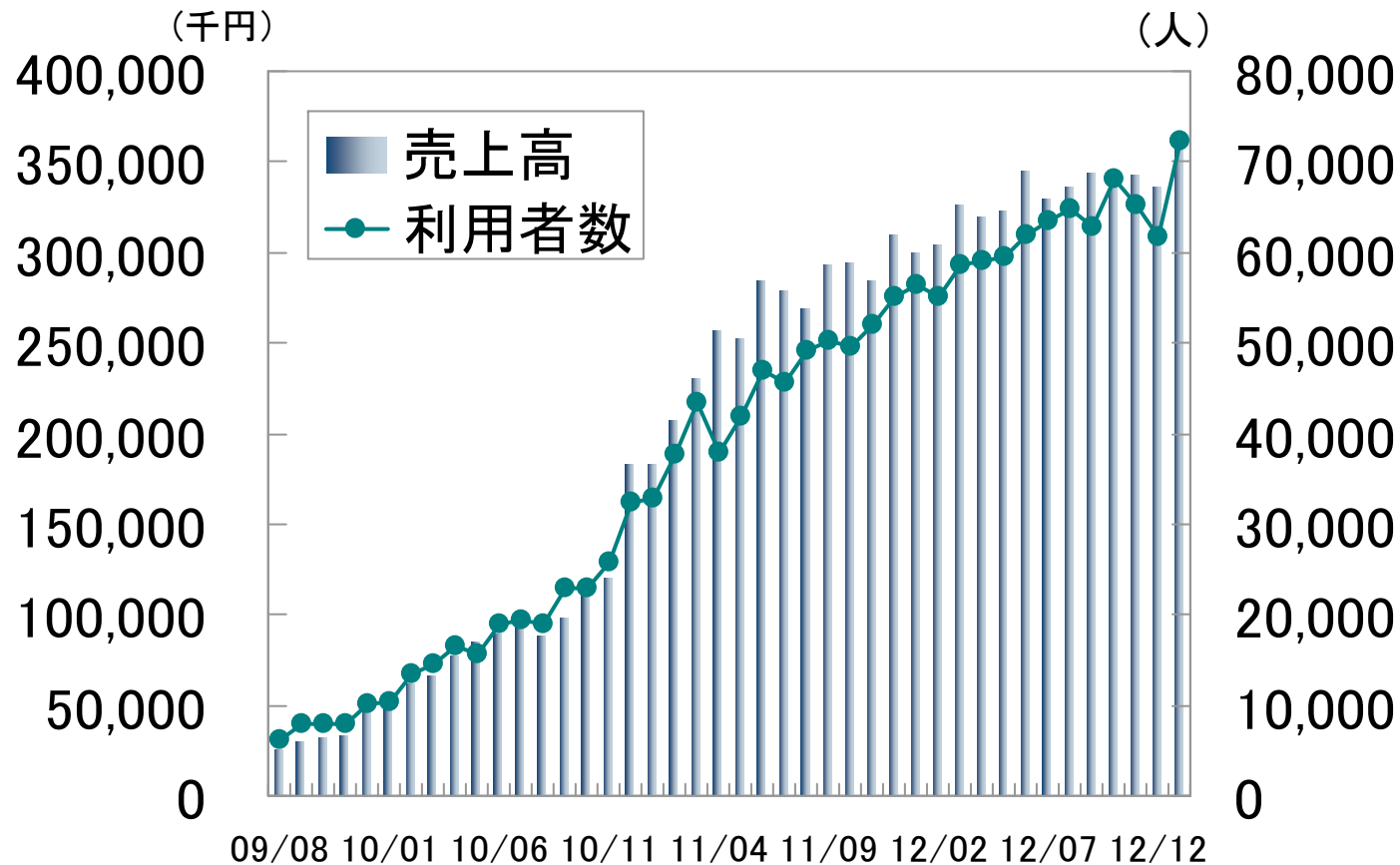
12年8月～13年1月 購入者数推移



前年比 トライアル リピート
 57.5 % 103.5 %

新規 復活
 74.9 % 97.1 %

定期お届け便状況



国内店舗 展開状況

対面型店舗販売

		第14期末	期中増減	第15期 2013/1月末
直 営 店		8	閉店:-2	6
Dr.Ci: Labo 	百貨店	90	開店:+1 閉店:-1	90
	GMS	60	閉店:-2	58
合 計		158	-4	154

卸売販売

チャンネル・取扱ブランド	第14期末	第15期 2013/1月末
ドラッグ 	5,000 ※1	4,800 ※2
コンビニ 	0	0
調剤薬局 	4,400	4,000
バラエティー 	974	980
GMS 	460	460
化粧品専門店 	129	124

※1 内3,640店舗はシーラボ10商品取扱

※2 内3,300店舗はシーラボ10商品取扱

海外店舗 展開状況

	香 港	台 湾	マレーシア	シンガポール	韓 国	中 国	合 計
販 売 形 態	店舗販売 卸売販売	店舗販売 通信販売	卸売販売	店舗販売 卸売販売	卸売販売	店舗販売	
海外直営店舗数 (2013年1月末)	4	10	0	1	3 ※	1	19
期中新規出店数	1	0	0	1	1	1	4
閉店数	0	0	2	2	0	0	4

※韓国につきましてはディストリビューターによる出店となっております。

2013年7月期 第2四半期 新商品



ブランド	第15期発売 アイテム数	第15期2Q（2012年11月～2013年1月） 発売アイテム
ドクター シーラボ	25アイテム	<ul style="list-style-type: none"> ・ハーバルゲルO₂ガールズ(限定商品) ・アクアコラーゲンゲルマチュアリフトゴールドスペシャル(QVC限定・リニューアル) ・3Dディープポトリウムエンリッチリフト(リニューアル) ・ボリュームラッシュ ・カロリースルー ・エンリッチリフトリップエッセンス(卸限定) ・アクアコラーゲンゲルアスタモイスト(50g・120g / 生協限定) ・アスタモイストダブルウォッシング(生協限定) ・BBデイリープラス ・アクアコラーゲンゲルクールメンカカオ(限定商品) ・アクアコラーゲンゲルスーパーモイスチャーEX(25g,50g,120g / リニューアル)
ジェノマー	0アイテム	-
ラボラボ	0アイテム	-

本資料に記載されている将来の見通しなどについては、2013年3月8日現在の将来に関する見通し及び計画に基づく予測が含まれています。内外の経済情勢、業界動向、商品需給、新技術の進展などにより、今後において業績見通しの変動するなどのリスクや不確実性を含んでおります。なお、当資料で使用するデータ及び表現の欠落・誤謬等に関しましてもその責を負いかねますのでご了承ください。

従いまして、投資判断を決定する場合には、本資料の将来の見通しのみに依拠することはお控えいただき、投資に関するご決定は皆様自身のご判断で行っていただくようお願い致します。また、本資料の将来の見通しに関する記述につきましても、法律上その手続きが必要となる場合を除き、事前予告なく変更することもありますので、ご了承ください。