



2014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. 2014年7月期 第2四半期 決算報告（業績ハイライト）
2. 2014年7月期 第2四半期 概況
3. 2014年7月期 下期施策
4. 2014年7月期 第2四半期 基礎数値編



第16期（2014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)

	2013/7月期		2014/7月期 第2四半期		前期末比	
	2013年7月末	構成比	2014年1月末	構成比	増減額	前期末比
流動資産	20,810	87.3 %	21,416	88.0 %	605	102.9 %
現金及び預金	13,481	56.5 %	14,216	58.4 %	734	105.5 %
売掛金	3,483	14.6 %	3,567	14.7 %	84	102.4 %
商品及び製品	1,839	7.7 %	1,623	6.7 %	▲216	88.2 %
固定資産	3,040	12.7 %	2,920	12.0 %	▲120	96.0 %
資産合計	23,851	100.0 %	24,336	100.0 %	485	102.0 %
流動負債	3,491	14.6 %	3,641	15.0 %	150	104.3 %
固定負債	223	0.9 %	230	0.9 %	6	103.1 %
負債合計	3,715	15.6 %	3,872	15.9 %	157	104.2 %
純資産合計	20,136	84.4 %	20,464	84.1 %	328	101.6 %
負債純資産合計	23,851	100.0 %	24,336	100.0 %	485	102.0 %

業績ハイライト 連結P/L 主要項目



(百万円)

	2013/7月期 第2四半期		2014/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2012/8 - 2013/1	売上比	2013/8 - 2014/1	売上比	増減額	同期比
売上高	16,641	100.0 %	16,744	100.0 %	103	100.6 %
売上原価	2,724	16.4 %	2,891	17.3 %	166	106.1 %
売上総利益	13,916	83.6 %	13,853	82.7 %	▲63	99.5 %
販売費及び一般管理費	10,093	60.7 %	10,163	60.7 %	69	100.7 %
広告宣伝費	2,364	14.2 %	2,578	15.4 %	213	109.0 %
販売促進費	1,510	9.1 %	1,518	9.1 %	7	100.5 %
人件費	1,847	11.1 %	1,802	10.8 %	▲45	97.6 %
減価償却費	199	1.2 %	195	1.2 %	▲4	97.8 %
営業利益	3,823	23.0 %	3,689	22.0 %	▲133	96.5 %
当期純利益	2,448	14.7 %	2,287	13.7 %	▲160	93.4 %

特別損失	5	0.0 %	3	0.0 %	▲1	68.0 %
設備投資	125	0.8 %	282	1.7 %	157	225.6 %

業績ハイライト 業績予想・実績比較 P/L 主要項目



(百万円)

	2014/7月期 第2四半期 当初予想		2014/7月期 第2四半期 実績		予想値・実績値差異	
	2013/8 - 2014/1	売上比	2013/8 - 2014/1	売上比	差異額	予実比
売上高	17,400	100.0 %	16,744	100.0 %	▲655	96.2 %
売上原価	2,970	17.1%	2,891	17.3 %	▲78	97.4 %
売上総利益	14,430	82.9%	13,853	82.7 %	▲576	96.0 %
販売費及び一般管理費	10,330	59.4%	10,163	60.7 %	▲166	98.4 %
営業利益	4,100	23.6 %	3,689	22.0 %	▲410	90.0 %
経常利益	4,100	23.6 %	3,721	22.2 %	▲378	90.8 %
当期純利益	2,500	14.4 %	2,287	13.7 %	▲212	91.5 %

業績ハイライト 事業セグメント別売上高



(百万円)

	2013/7月期 第2四半期		2014/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2012/8 - 2013/1	売上比	2013/8 - 2014/1	売上比	増減額	同期比
化粧品事業	15,550	93.4 %	15,153	90.5 %	▲396	97.5 %
健康食品事業	1,091	6.6 %	1,590	9.5 %	499	145.8 %
合計	16,641	100.0 %	16,744	100.0 %	103	100.6 %

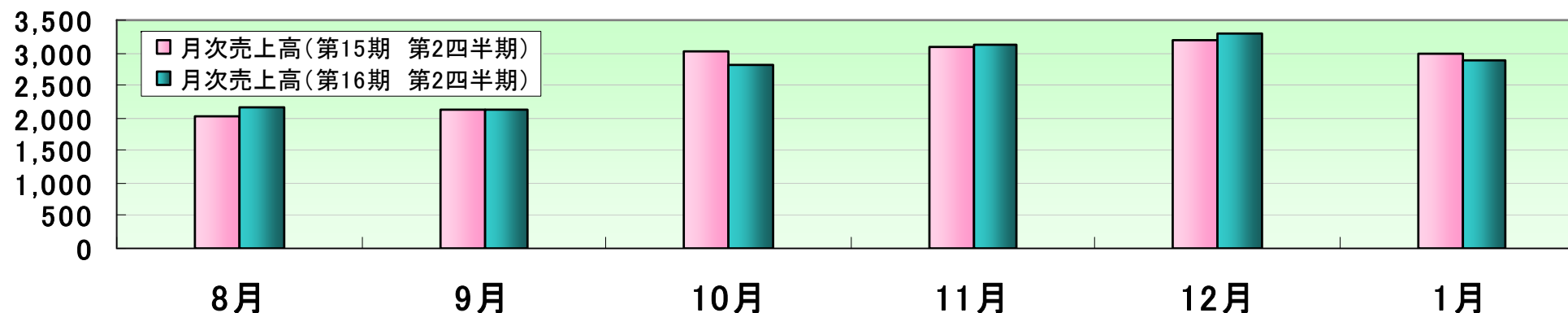
(百万円)

	2013/7月期 第2四半期		2014/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2012/8 - 2013/1	売上比	2013/8 - 2014/1	売上比	増減額	同期比
通信販売	11,221	67.4 %	10,724	64.0 %	▲496	95.6 %
卸売販売	3,015	18.1 %	3,645	21.8 %	629	120.9 %
対面販売	1,974	11.9 %	1,882	11.2 %	▲92	95.3 %
海外事業その他	430	2.6 %	492	2.9 %	62	114.5 %
合計	16,641	100.0 %	16,744	100.0 %	103	100.6 %

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15期 (2012.8-2013.1)	2,020	2,139	3,033	3,079	3,183	3,001
第16期 (2013.8-2014.1)	2,162	2,124	2,802	3,113	3,311	2,866
前年同月比 (%)	107.0 %	99.3 %	92.4 %	101.1 %	104.0 %	95.5 %

業績ハイライト C/F計算書



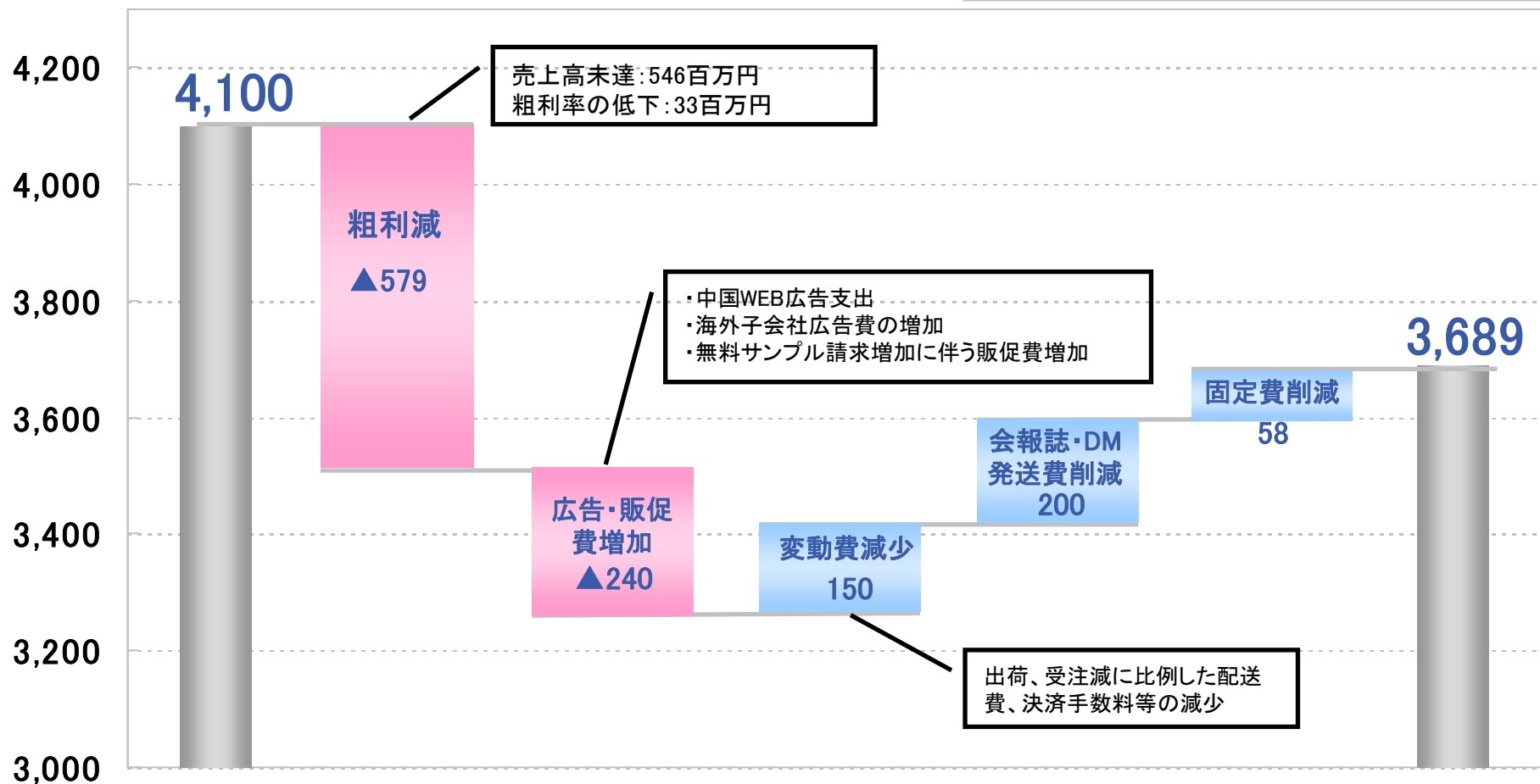
(百万円)

	2013/7月期 第2四半期	2014/7月期 第2四半期	前年同期間比
	2012/8 - 2013/1	2013/8 - 2014/1	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	3,271	2,987	▲284
投資活動による キャッシュ・フロー	▲143	▲283	▲140
財務活動による キャッシュ・フロー	▲1,963	▲1,990	▲27
現金及び現金同等 物の増減額	1,184	734	▲449

業績ハイライト 営業利益の増減分析(予想実績対比)



(百万円)



2013年7月期
第2四半期
【予想】

2014年7月期
第2四半期
【実績】



第16期（2014年7月期）

第2四半期 概況

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: 8.9%増

エンリッチリフトEX



売上高 4,927百万円
前年同期間比 22.3%増

リニューアル発売が奏功し、
好調に推移

美白



売上高 998百万円
前年同期間比 8.3%減

BIGゲルの販売が好調に推移
し、第2四半期で持ち直す

スーパーモイスチャー EX



売上高 507百万円
前年同期間比 32.8%減

ビッグゲルは好調に推移するも
リニューアル効果は限定的。
下期に向け売上回復を目指す。

ドクターシーラボ

② 商品群別販売状況

ウォッシング・ クレンジング類

前年同期間比:7.5%減



・下期にリニューアルを控えており、出荷数を抑えた為、前年実績を下回る結果に

ピーリング・ ブースター類

前年同期間比:3.3%減



・VC100ポアホワイトローションは前年同期間比0.6%増と堅調に推移する
・今上期は「アクアインダーム」のテレビCM放映等を行っていない為、売上高が伸び悩む

健康食品（主力商品販売概況）

美禅食



売上高： **797**百万円
前年同期間比： **119.0%**増

▶ QVCオリジナル美禅食の販売も好評
定期お届け便での販売が137.0%増(前年同期間比)
→引き続き売上が伸びる見込み

プラセンタEX (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： **266** 百万円
前年同期間比： **9.4%**減

▶ 下期にプラセンタ商品を新発売予定
プラセンタ商材の底上げを図る。

青汁



売上高： **106**百万円
前年同期間比： **40.5%**増

▶ リニューアル後、好調に推移
定期お届け便での販売が15.0%増(前年同期間比)

通信販売 売上前年同期間比: 4.4%減

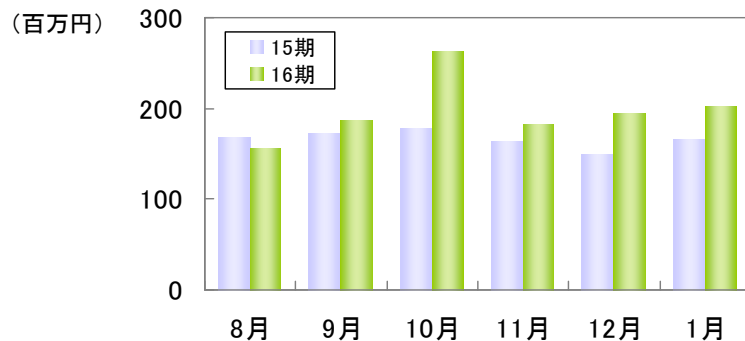
● エンリッチリフトEXリニューアル効果



11.2%増 (前年同期間比)

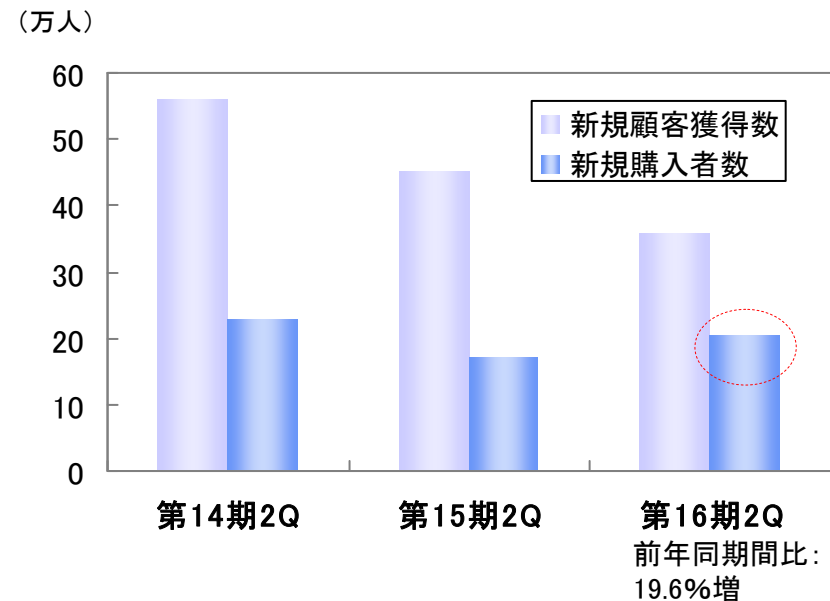
上期後半にかけ、通販において堅調に推移

● 健康食品販売状況



・美禅食の複数箱セット販売が好調

新規顧客獲得数・新規購入者数の状況

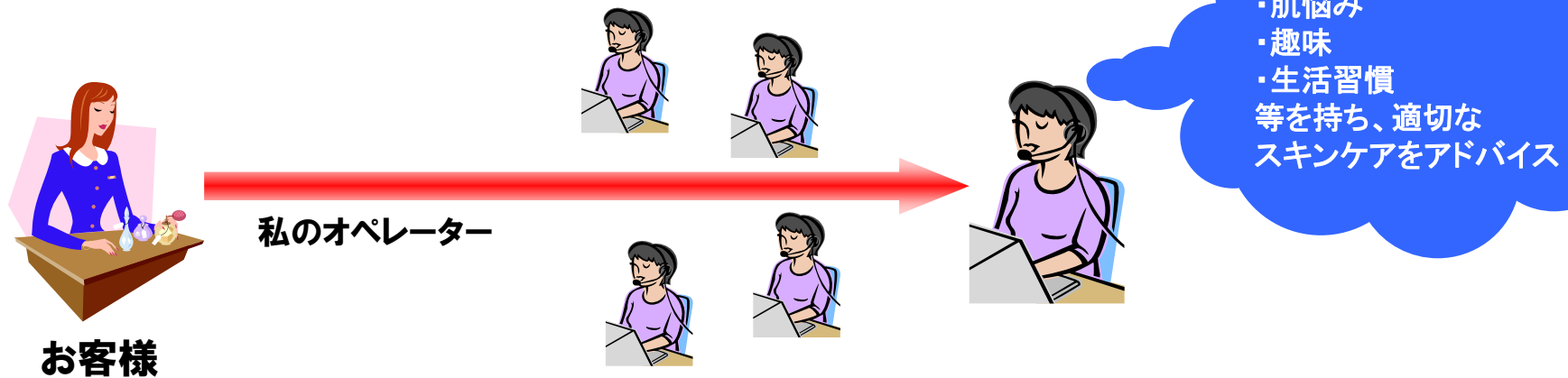


➤ 新規顧客の獲得数は減少しているものの、
無料サンプル請求者の本商品購入者数が改善

通信販売におけるEコマース売上シェア: 43.2%

CONTACTセンターのビジョン

お客様のスキンケア・コンシェルジュ



目標への初期段階の取り組み

2013年10月:CONTACTセンター通信システムの一新。

2013年12月:オペレーターの対応品質向上を図るため顧客満足度を計測する取り組みを導入。

主要顧客層と合致した年齢層のオペレーター組織の構築開始。

卸売販売 売上前年同期間比: 20.9 %増

■ 販売店チェーンへの細かな営業活動を継続することで各店舗における販売棚の拡大に成功

■ QVCショッピングチャンネル
QVC専売商品「アクアコーゲンゲル マチュアリフトゴールド」
前年同期間比: 3.5 %増

「QVC限定美禅食」の販売が好調に推移
前年同期間比: 136.7 %増
→[QVCベストセラー賞受賞](#)



チェーン店におけるプレゼンス向上施策

ココカラファイン限定シリーズ

シリーズ商品数を拡大させ
販売棚での存在感を醸成させる計画
→3月:スーパーモイストゲルαリニューアル予定



対面型店舗販売 売上前年同期間比: 4.7 %減

既存店売上前年同期間比

直営・百貨店: 8.1%減
GMS: 6.5%増

新規出店効果

8百万円
・GMS内に2カウンターオープン

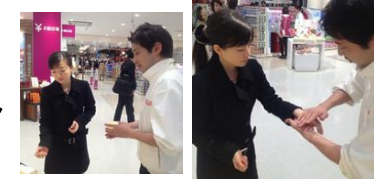
直営・百貨店

ジェノマーVIP顧客を対象としたプレゼントキャンペーンの実施
→百貨店ブランドとしてプロモーションを再強化

イオン幕張新都心店(12/20オープン)施策

GMS

①ドクターシーラボ初
男性美容カウンセラー導入
男性目線でのアドバイスが好評



②カウンセリングナレーションイベント

→売場認知度向上と新規会員の獲得



2014年7月期 第2四半期 販路概況(海外)



海外 売上前年同期間比: 14.5 %増

<p>台湾 前年同期間比 23.2%増 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・Eコマースにおける販売への転換を図っている途中段階 ・百貨店のセール期は「アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX」をメイン製品としてプロモーションを実施
<p>香港 前年同期間比 22.7 %増 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX」と美顔器を主力商品としてプロモーションを実施 ・香港初の卸売販売である有名チェーンストアの「マニングス」との取引開始により好調に推移している
<p>中国 前年同期間比 - % (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・投資費用を抑えた事業展開へ転換
<p>韓国 前年同期間比 41.3%減 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日韓関係悪化等の問題により、販売代理店への輸出額が大幅に減少していたが、第2四半期より回復傾向にある ・中国人観光客が増加傾向、全体の半数以上を占める
<p>シンガポール 前年同期間比 - % (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東南アジアビジネス拡大に向けた取り組みを急ぐ ・ION店をフラッグシップに情報発信の強化
<p>USA 前年同期間比 5.8 %増 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自社ECサイトでの売上が堅調に推移



第16期（2014年7月期）

下期施策

ドクターシーラボ(エンリッチリフト)

アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX下期プロモーション



通信販売

- ・インフォーマーシャル
- ・時節に応じたサービスの充実

3,000万個突破キャンペーン

10歳若返りキャンペーン

TVCM

1/27~2/18
4/1~4/21

雑誌

1月~5月

イベント

6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

カウンセリングイベントの強化

ドクターシーラボ (VC100ポアホワイトローション)

2400億円市場である化粧水市場を 攻略する戦略商品

20億円 (キャンペーン全体)



マス広告展開

交通広告&サンプリン
グイベント

テレビCM

WEB

新聞広告

仕上げ

マストバイ・
キャンペーン

新規販路展開

お試しサイズ(28mL)発売

定番サイズの導入開始

マストバイ・キャンペーン
(全商品対象)

過去の実績

- ・既存顧客の購入単価増加
- ・休眠顧客の復活増加
- ・店舗からの追加受注増加

新規・休眠顧客獲得
店頭在庫回転促進

全国ドラッグストア等
4,000 店に一斉配荷

ドクターシーラボ

主力商品リニューアル

クレンジング・洗顔リニューアル

- ・ベーシックライン: スーパークレンジングEX、スーパーウォッシングフォームEX
- ・エンリッチリフトライン: エンリッチリフトクレンジングEX、エンリッチリフトウォッシングフォームEX

- 「クレンジング」「洗顔」の見直しを図り再訴求
- 定期お届け便での売上増加が見込める

スーパーホワイト377 リニューアル

- ・スーパーホワイト377VC(2月リニューアル発売)
- 最新のブライトニング成分を取り入れた最先端美白美容液へリニューアル新発売
- 春夏期に向けプロモーションを強化

2月発売



3月発売



ジェノマー

新商品発売



¥30,000(税抜き)



¥85,000(税抜き)

- ・ダーマクリーム(2/14発売)
- ・ダーマエイジストクリーム(2/14発売)
- ☑ ジェノマーブランドの認知度向上を目指す
- ☑ 百貨店顧客のジェノマー併用者拡大を目指す



- ・2014年5月ジェノマーラインを全面リニューアル予定
- ・「高価格帯ブランド」としての再ブランディングを図る

新ナイトアップクリーム



2014年7月期 下期販路別施策



	通信販売	卸売販売	対面型店舗販売
アクアカラーゲンゲル シリーズ	3,000万個突破キャンペーン、10歳若返りキャンペーン		
	エンリッチリフトテレビCM(1/27~2/18、4/1~21)		
	・インフォーマーシャル ・お手入れ会	・ディスプレイコンテスト	・カウンセリングイベント
VC100ホアホワイト ローション	テレビCM(5/19~6/15) 全国6大都市交通広告		
	・WEB広告:5/19~6/1 ・増量キャンペーン	・5/1:28mLサイズ発売 ・増量キャンペーン	・5/23:VC100夏コフレ ・増量キャンペーン
洗顔・クレンジング	2/21ベーシックライン、3/21エンリッチライン リニューアルキャンペーン		
	・ポイント3倍プレゼントキャンペーン		・各店舗お手入れ会 ・4/21~6/21:スタンプキャンペーン
美禅食	ダイエットキャンペーン (5月~)		
	・3~4月:新聞広告 ・インフォーマーシャル	・美禅食+シェイカーセット発売 ・QVC	・2/1:店舗限定 4ヶ月セット発売

新規事業の進捗

サロン展開の状況

6月

対面販売
銀座店



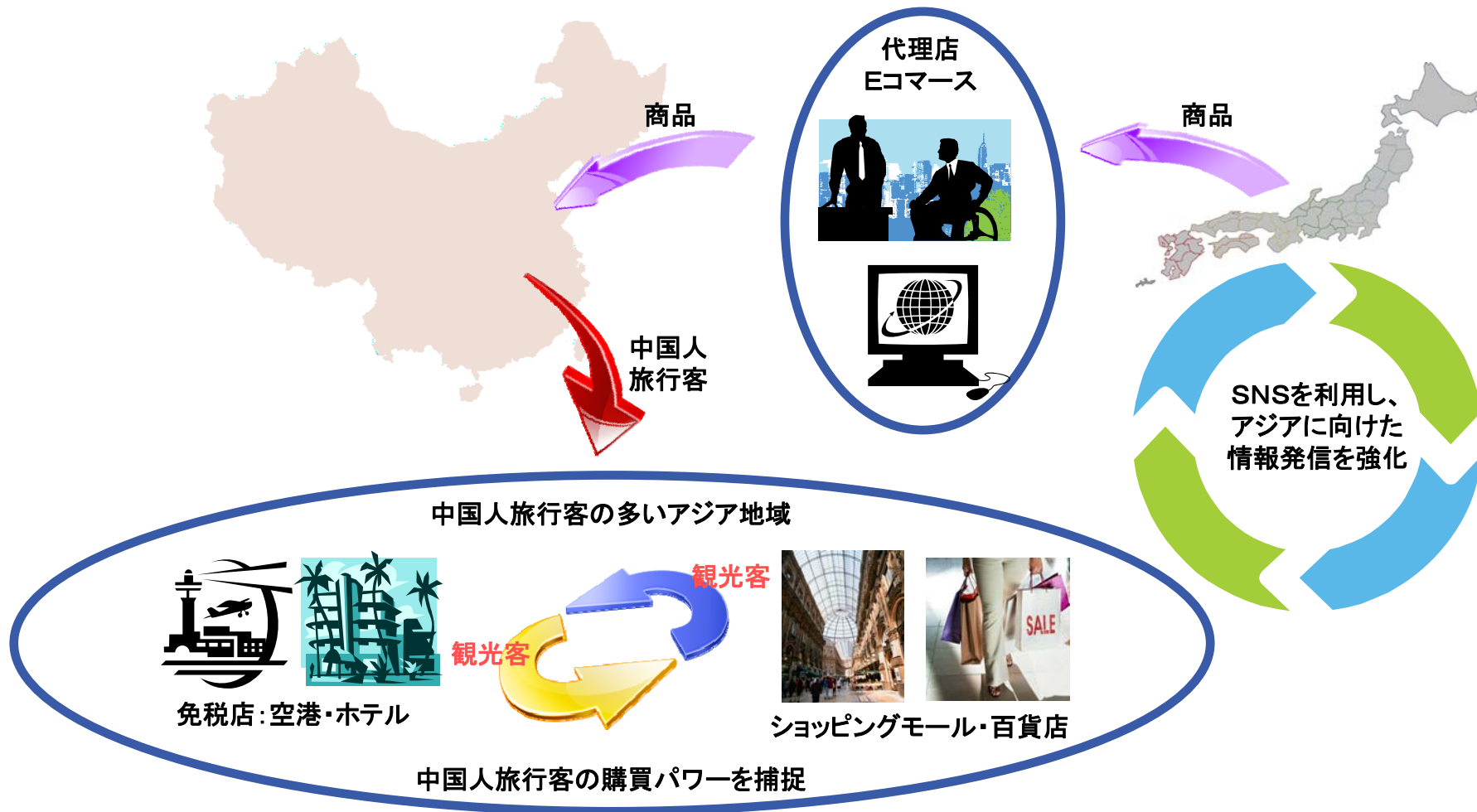
- 銀座本店をサロン展開店舗としてリニューアル
- ☑ クレンジング&洗顔のお手入れサービスの導入
→クレンジング、洗顔の正しい使用方法、推奨量の伝播



銀座本店をテストケースとして
順次サービスメニュー拡張、
店舗数の拡大を図っていく。



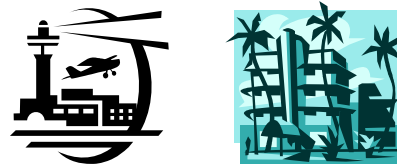
中国ビジネスの方向性



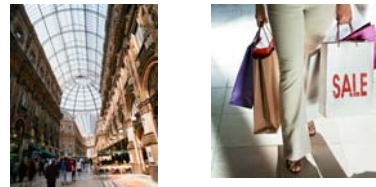
アジアビジネス

ターゲット

中国人旅行客の購買パワーを捕捉
現地の経済成長・所得上昇を捕捉



免税店：空港・ホテル



ショッピングモール・百貨店

小売・流通に影響力のある
パートナー選定を急ぐ





第16期（2014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)

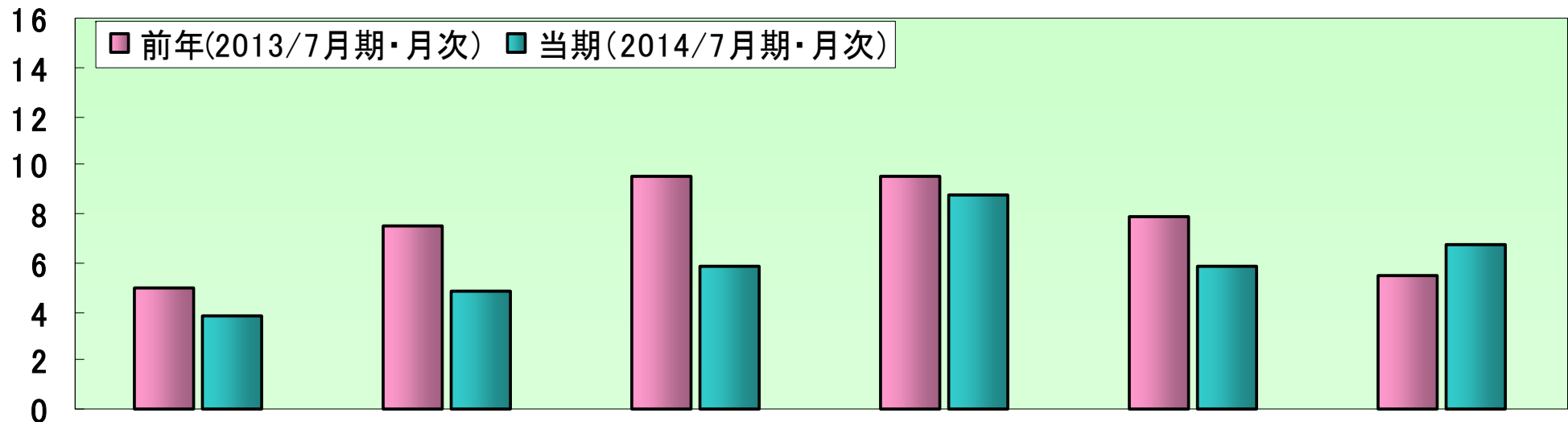
	新規登録数			
	2013/7月期 第2四半期 (2012/8-2013/1)	2014/7月期 第2四半期 (2013/8-2014/1)	増減数	前年同期間比
シーラボ ラボラボ	450	359	▲91	79.8 %

(千人)

	総会員数			
	2013/7月期 期末 (2013年7月末)	2014/7月期 第2四半期 (2014年1月末)	増減数	前期末比
シーラボ ラボラボ	9,678	10,037	359	103.7 %

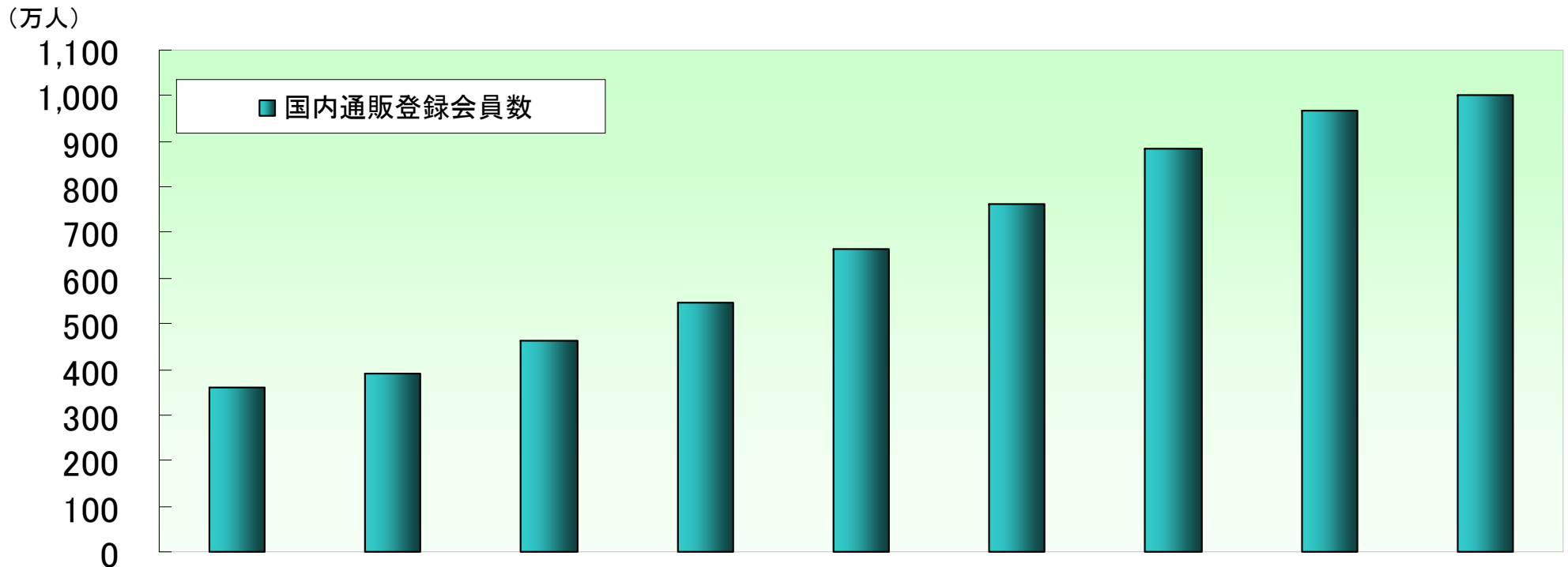
国内通販登録会員数の推移(月次ベース)

(万人) 2014年7月期第2四半期(2013年8月～2014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
2013/7月 期・月次	5.0	7.5	9.5	9.5	7.9	5.4
2014/7月 期・月次	3.8	4.8	5.8	8.7	5.9	6.7

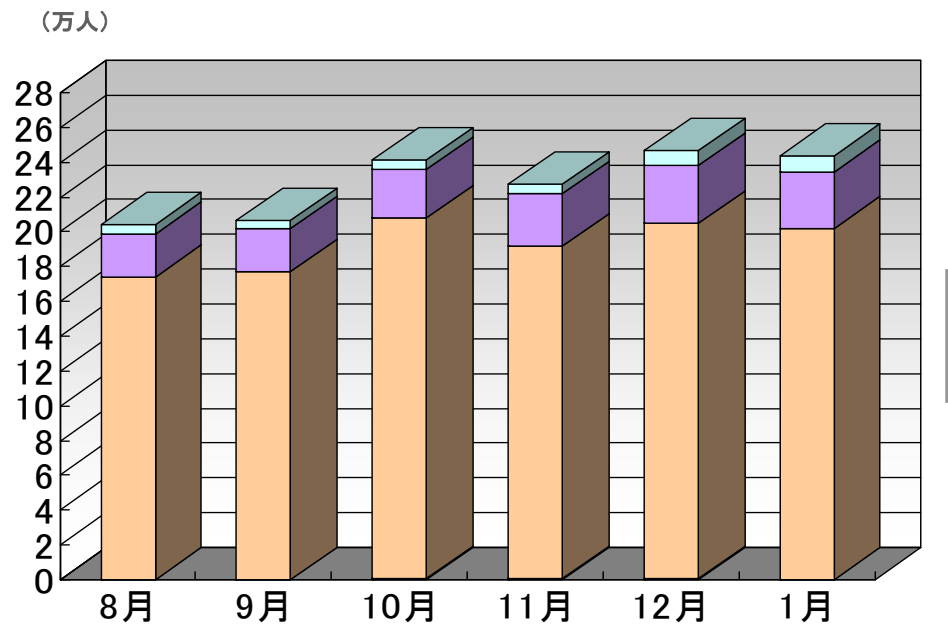
国内通販登録会員数の推移(期末ベース)



	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	2014/7月期 第2四半期
会員数 合計 (万人)	360	389	461	546	662	762	882	967	1,003

通信販売購入者数の推移

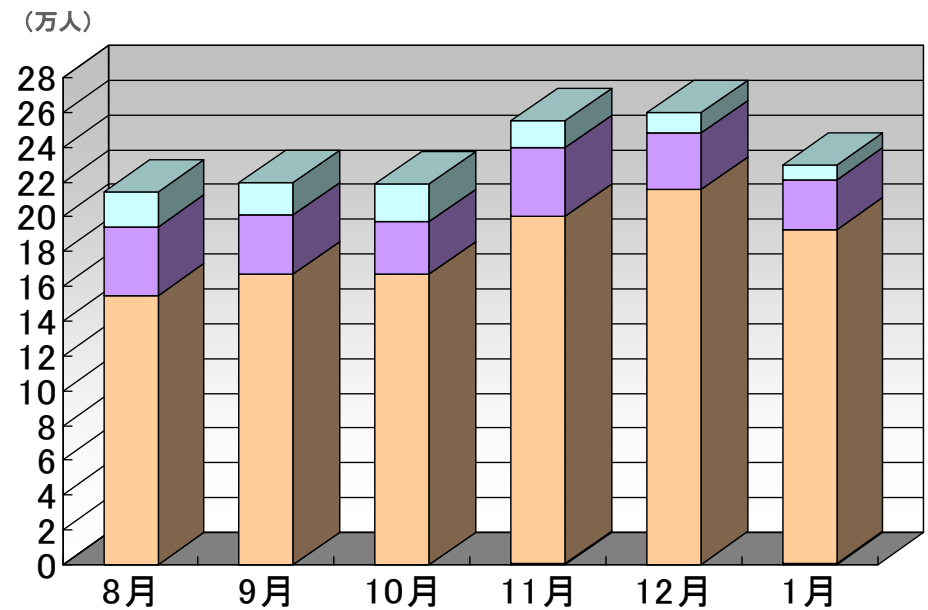
12年8月～13年1月 購入者数推移



■ トライアル ■ レポート

前年比 93.5% 94.7%

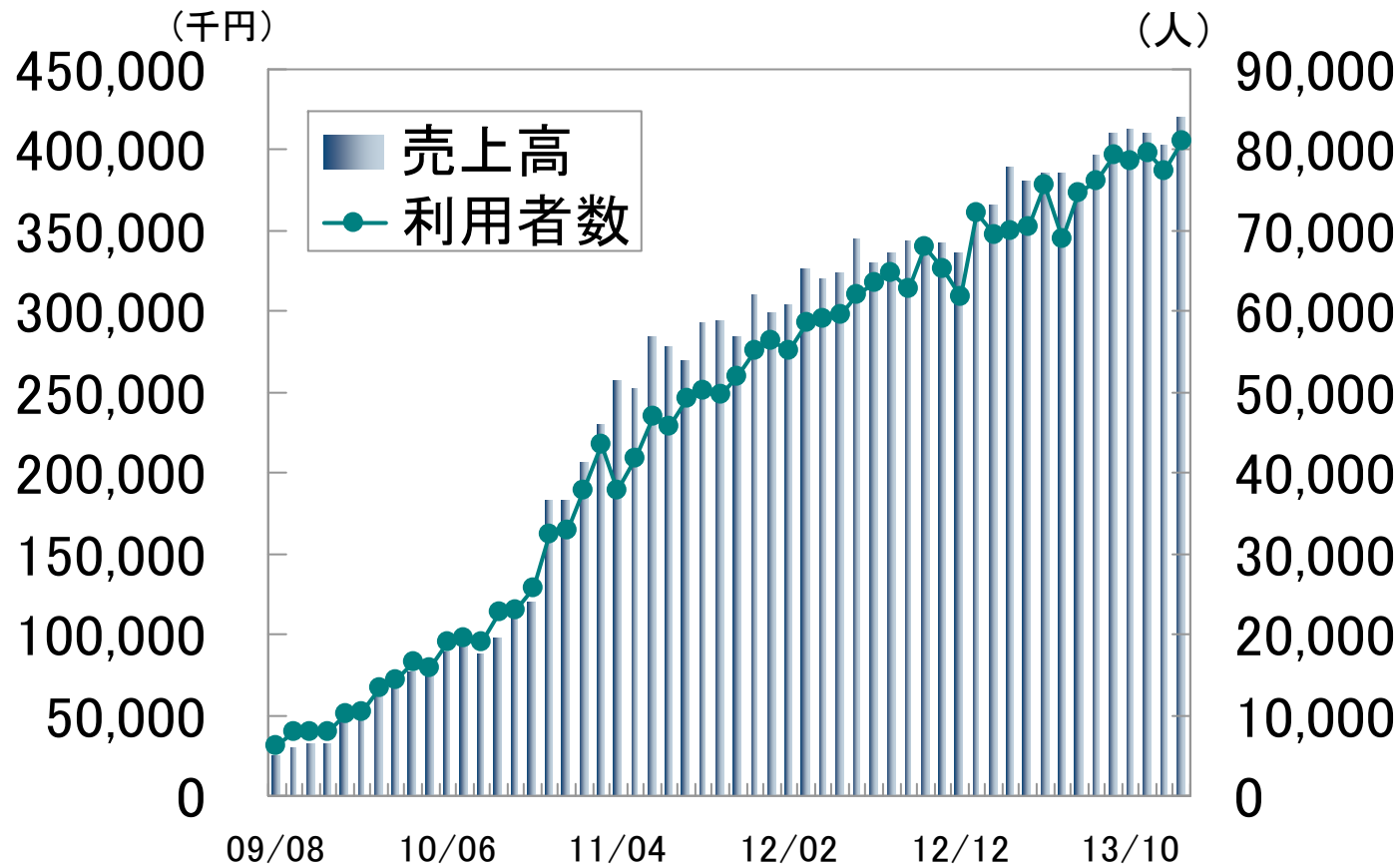
13年8月～14年1月 購入者数推移



■ 新規 ■ 復活


119.6% 238.3%

定期お届け便状況



国内店舗 展開状況

対面型店舗販売

		第15期末	期中増減	第16期 2014/1月末
直 営 店		5	-	5
Dr.Ci: Labo 	百貨店	89	閉店:-1	88
	GMS	63	開店:+2	65
合 計		157	+1	158

卸売販売

チャンネル・取扱ブランド	第15期末	第16期 2014/1月末
ドラッグ 	4,800 ※1	4,880 ※2
コンビニ 	0	0
調剤薬局 	4,000	4,000
バラエティー 	980	990
GMS 	490	500
化粧品専門店 	99	99

※1 内4,100店舗はシーラボ10商品取扱

※2 内4,230店舗はシーラボ17商品取扱

海外店舗 展開状況

	香 港	台 湾	中 国	シンガポール	韓 国	合 計
販 売 形 態	店舗販売 卸売販売	店舗販売 通信販売	店舗販売 通信販売	店舗販売 卸売販売	卸売販売	
海外直営店舗数 (2014年1月末)	7	11	1	1	3 ※	23
期中新規出店数	+2	+1	0	0	0	+3
閉店数	0	0	0	0	0	0

※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。

2014年7月期 第2四半期 新商品



ブランド	第16期発売 アイテム数	第16期2Q（2013年11月～2014年1月） 発売アイテム
ドクター シーラボ	14アイテム	<ul style="list-style-type: none"> ・アクアコラーゲンゲル マチュアリフトゴールド(120g/20g) (リニューアル) ・エンリッチリフト スリーピングマスク ・CCクリーム ・ハリ肌スキンケアセット(リニューアル) ・28日間スキンケアプログラム(通販限定)
ジェノマー	0アイテム	-
ラボラボ	1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、2014年3月10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は、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。