



2014年7月期 第3四半期

2014年6月10日
株式会社 ドクターシーラボ

目次

1. 2014年7月期 第3四半期決算報告（業績ハイライト）
2. 2014年7月期 第3四半期概況
3. 2014年7月期 第4四半期施策
4. 2014年7月期 第3四半期基礎数値編



第16期（2014年7月期）

第3四半期決算報告

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3四半期		前期末比	
	2013年7月末	構 成 比	2014年4月末	構 成 比	増 減 額	前期末比
流 動 資 産	20,810	87.3 %	22,452	88.6 %	1,641	107.9 %
現金及び預金	13,481	56.5 %	15,420	60.8 %	1,938	114.4 %
売掛金	3,483	14.6 %	3,243	12.8 %	▲239	93.1 %
商品及び製品	1,839	7.7 %	1,733	6.8 %	▲106	94.2 %
固 定 資 産	3,040	12.7 %	2,890	11.4 %	▲149	95.1 %
資 産 合 計	23,851	100.0 %	25,343	100.0 %	1,491	106.3 %
流 動 負 債	3,491	14.6 %	3,649	14.4 %	157	104.5 %
固 定 負 債	223	0.9 %	233	0.9 %	10	104.5 %
負 債 合 計	3,715	15.6 %	3,882	15.3 %	167	104.5 %
純 資 産 合 計	20,136	84.4 %	21,460	84.7 %	1,324	106.6 %
負 債 純 資 産 合 計	23,851	100.0 %	25,343	100.0 %	1,491	106.3 %

業績ハイライト 販売費及び一般管理費 主要項目



(百万円)

	2013/7月期 第3四半期		2014/7月期 第3四半期		前年同期間比	
	2012/8 - 2013/4	売上比	2013/8 - 2014/4	売上比	増減額	同期比
売上高	24,104	100.0 %	25,521	100.0 %	1,417	105.9 %
売上原価	4,029	16.7 %	4,423	17.3 %	394	109.8 %
販売費及び一般管理費	15,215	63.1 %	15,745	61.7 %	529	103.5 %
広告宣伝費	3,673	15.2 %	4,182	16.4 %	508	113.8 %
販売促進費	2,336	9.7 %	2,383	9.3 %	47	102.0 %
人件費	2,756	11.4 %	2,699	10.6 %	▲57	97.9 %
減価償却費	297	1.2 %	293	1.1 %	▲4	98.4 %
営業利益	4,859	20.2 %	5,353	21.0 %	493	110.1 %
経常利益	5,050	21.0 %	5,394	21.1 %	343	106.8 %
当期純利益	3,127	13.0 %	3,304	12.9 %	177	105.7 %

業績ハイライト 事業セグメント別・販路別売上高



(百万円)

	2013/7月期 第3四半期		2014/7月期 第3四半期		前年同期間比	
	2012/8-2013/4	売上比	2013/8-2014/4	売上比	増減額	同期比
化粧品事業	22,431	93.1 %	23,000	90.1 %	568	102.5 %
健康食品事業	1,672	6.9 %	2,521	9.9 %	848	150.7 %
合計	24,104	100.0 %	25,521	100.0 %	1,417	105.9 %

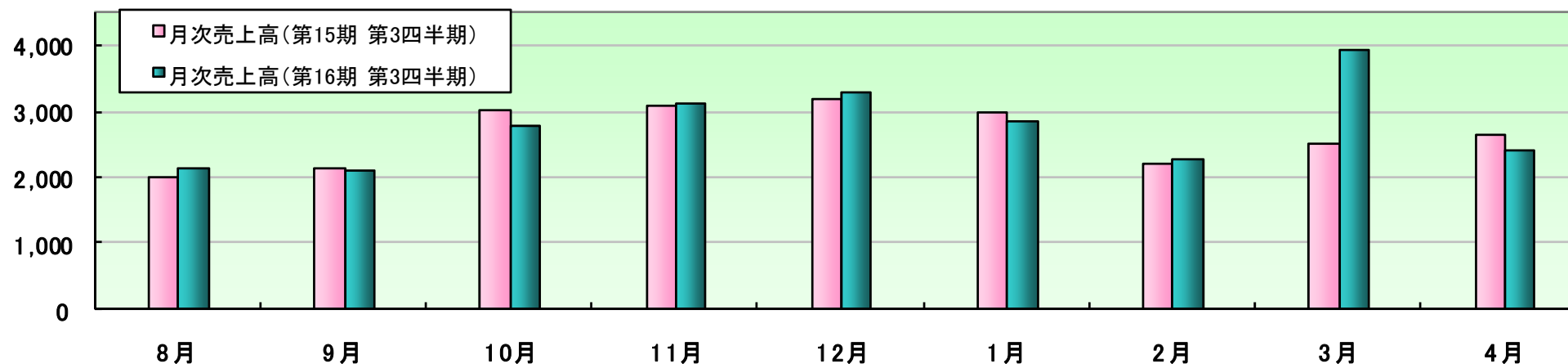
(百万円)

	2013/7月期 第3四半期		2014/7月期 第3四半期		前年同期間比	
	2012/8 -2013/4	売上比	2013/8 -2014/4	売上比	増減額	同期比
通信販売	16,204	67.2 %	16,641	65.2 %	437	102.7 %
卸売販売	4,458	18.5 %	5,368	21.0 %	910	120.4 %
対面販売	2,850	11.8 %	2,851	11.2 %	1	100.1 %
海外事業その他	592	2.5 %	659	2.6 %	67	111.3 %
合計	24,104	100.0 %	25,521	100.0 %	1,417	105.9 %

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	2月	3月	4月
第15期 第3四半期 (2012.8-2013.4)	2,020	2,139	3,033	3,079	3,183	3,001	2,200	2,515	2,660
第16期 第3四半期 (2013.8-2014.4)	2,162	2,124	2,802	3,113	3,311	2,866	2,287	3,943	2,415
前年同月比 (%)	107.0 %	99.3 %	92.4 %	101.1 %	104.0 %	95.5 %	104.0 %	156.7 %	90.8 %



第16期（2014年7月期）

第3四半期 概況

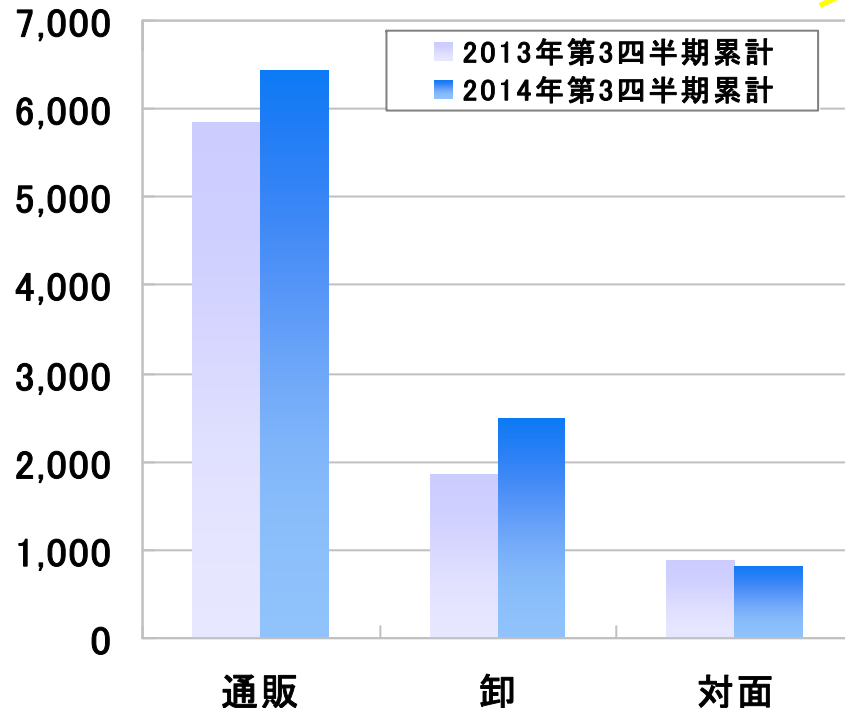
ドクターシーラボ

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: 12.6 %増

<アクアコラーゲンゲルシリーズの販路別売上高>

(百万円)



通販、卸販路での販売が好調に推移し、アクアコラーゲンゲルシリーズの売上が回復基調となる

●エンリッチリフトEX

売上高 6,409百万円 (前年同期間比 27.5 %増)

リニューアル発売が奏功し、売上高が大きく伸長

●美白

売上高 1,477百万円 (前年同期間比 4.2 %減)

全販路で前年同期実績を下回っているが、特に卸、対面販路での販売が大きく落ち込む

●スーパーモイスターEX

売上高 948百万円 (前年同期間比 18.0 %減)

エンリッチリフトEXに販売を集中させたため、今期大きなプロモーション等を行っておらず、販売が伸び悩む

ドクターシーラボ

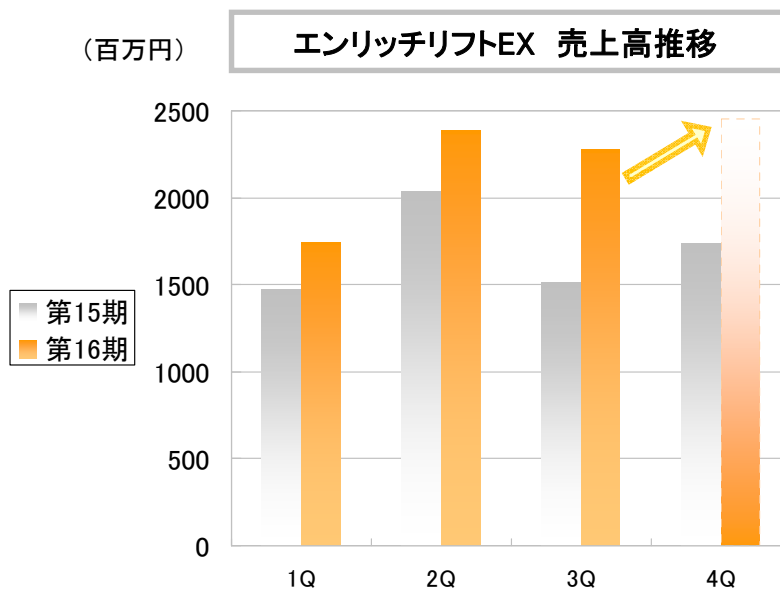
アクアコラーゲングル エンリッチリフトEX販売状況

■売上高 6,409 百万円(前年同期間比 27.5 %増)

→プロモーションを積極的に行い順調に推移

テレビCM:1/27~2/18

サンプリングイベント:4/1~4/21



●通信販売 :前年同期間比 22.8 %増

- ・全額返金キャンペーン
- ・無料サンプル実施

●卸売販売 :前年同期間比 67.4%増

- ・発売記念販売店コンクール
ディスプレイコンテストの実施

●対面型店舗販売 :前年同期間比 1.0%減

- ・百貨店での販売が伸び悩む

ドクターシーラボ

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: 1.1%増

- ・ベーシックライン:
前年同期間比 11.7%増
 - ・エンリッチライン:
前年同期間比 18.0%増
- 2~3月にリニューアルを実施し、順調に売上が回復している

ピーリング・ ブースター類



前年同期間比: 2.8%増

- ・VC100 ポアホワイトローション
前年同期間比 8.3%増
 - ・エンリッチリフトモイスターローション
前年同期間比 13.9%増
- たるみ、毛穴ケアに関する商品が堅調に推移している
定期お届け便での配送により、安定した売上を獲得している

健康食品

健康・ダイエット商品を中心に好調に推移

美禅食



売上高： 1,303 百万円
前年同期間比： 117.1 %増

- ・定期お届け便での販売も好調に推移
- ・「QVCオリジナル美禅食」の販売が好調

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、すっぽんプラセンタの合計



売上高： 391 百万円
前年同期間比： 7.3 %減

- ・定期お届け便での販売が引き続き好調
- ・新商品を投下しプラセンタシリーズの販売を強化

青汁



売上高： 147百万円
前年同期間比： 27.0 %増

- ・昨年のリニューアル後、順調に推移
- ・定期お届け便利用が売上の約半数を占める

通信販売売上前年同期間比(9ヶ月累計): 2.7 %増

消費増税前のまとめ買い購入により売上高が大きく伸長

⇒3ヶ月累計(2~4月): 18.8 %増

■ セット品の売上が好調に推移

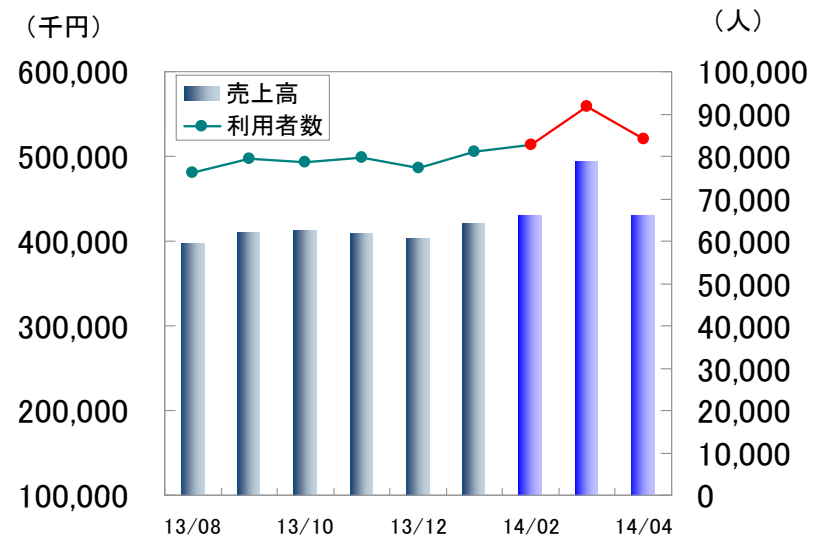
➤ 消費増税前の駆け込み購入の需要に合わせたセット商品が好調に推移

- ・単品まとめ買いセット(ゲル、洗顔、プラセンタ)
- ・毛穴ケア、たるみケアセット(ゲルを含まないセット)
- ・1万円以上購入のシェイプアップローラー(販促品)が好評



■ 定期お届け便サービスの拡充

➤ 定期お届けサービスへの利用を促進させ、継続購入の向上を図る



通信販売におけるEコマース売上シェア: 42.7 %

卸売販売 売上前年同期間比(9ヶ月累計): 20.4 %増

店頭在庫の回転率が向上し、好調に推移

■クレンジングやウォッシングのリニューアル商品に伴う新什器導入による売り場獲得で売上拡大に繋がる

■アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEXのリニューアルに際し、販売店ディスプレイコンテストを実施

→リニューアル前と比較し、セット企画品等の販売が好調

→千趣会をはじめとするカタログルート販売が前年実績を大きく上回り、実績に大きく貢献



ラボラボ

ココカラファイン限定スーパーモイストゲルEX発売(3/1発売)

チェーン店におけるプレゼンス向上施策

☑ リニューアル第3弾

☑ シリーズ商品数を拡大させ、商品棚での存在感を醸成させる



対面型店舗販売 売上前年同期間比(9ヶ月累計): 0.1%増

他販路に比べ増税後の反動が大きく、売上高は微増に留まる

既存店売上前年同期間比

直営・百貨店: 3.3 %減
GMS: 9.0 %増

新規出店効果

21百万円
・GMS内に5 カウンターオープン

百貨店

・消費税増税後4月以降の百貨店自体の売上が大きく落ち込む
・購入者数の減少(前年同期間比 2.9%減)
→ジェノマーブランドリニューアルにより、百貨店販路のテコ入れを図る

GMS

第3四半期

GMS新規出店

・3/16 イオン和歌山店
・3/21 イオン天童店
・4/19 イオン洛南店

ジェノマー



¥30,000(税抜き)



¥85,000(税抜き)

■2014年2月にダーマクリーム(¥30,000)とダーマエイジストクリーム(¥85,000)が発売となったため売上高前年同期間比は13.0%増となる

■2014年5月にジェノマーブランド全体をリニューアル
→引き続きブランド認知度向上、百貨店顧客の併用者拡大を目指す

2014年7月期 第3四半期 販路概況(海外)



海外 売上前年同期間比(9ヶ月累計): 11.3 %増

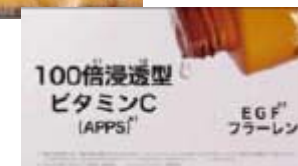
<p>台湾 前年同期間比 19.0 %増 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ECサイトでの販売が順調 ・TVショッピングでの美禅食の販売が好調に推移
<p>香港 前年同期間比 11.1 %増 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・卸販売店舗「マニングス」への出店拡大 ※現在計6店舗 (4/3フェスティバルウォーク店、4/10コースウェイベイ店、4/30太古城店オープン)
<p>中国 前年同期間比 - % (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・上海高島屋閉店(4/18) ・代理店やEコマースを利用した販売へ転換
<p>韓国 前年同期間比 42.4 %減 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日本ブランドの売上げが低下している状況 ・中国人旅行客の減少により売上が低下している
<p>シンガポール 前年同期間比 102.5 %増 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・旗艦店「ION」での販売が順調に推移している ・新規顧客獲得も好調
<p>USA 前年同期間比 1.8 %減 (¥ベース)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ホワイト377の販売が好調に推移 ・卸売販売での拡大を目指す

第4四半期施策(2014年5~7月)

VC100ポアホワイトローションプロモーション強化

・各媒体へのプロモーションを集中的に実施

- ・4/25 ミニサイズ発売
- ・5/19 ラージサイズ発売



WEB限定キャンペーン

- ・人気キャラクターを使用したコラボレーション企画実施
- VC100の認知度拡大



第4四半期施策(2014年5~7月)

美顔器の拡販強化

ドクターシーラボ新美顔器 Esthe Up 4(エステアップフォー)新発売

→6月下旬:通販会員限定の先行予約を開始
お得なセット商品での先行販売を実施し、期中に4億円の売上積上げを目指す



全社キャンペーン

**10歳若返る!
総額1億円 10,000名様プレゼントキャンペーン**

→大規模のプレゼントキャンペーンを実施し、購買を促進
第16期末の最大化を図る





第16期（2014年7月期）
第3四半期 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3四半期 (2012/8-2013/4)	2014/7月期 第3四半期 (2013/8-2014/4)	増減数	前年同期間比
シーラボ ラボラボ	664	580	▲84	87.2 %

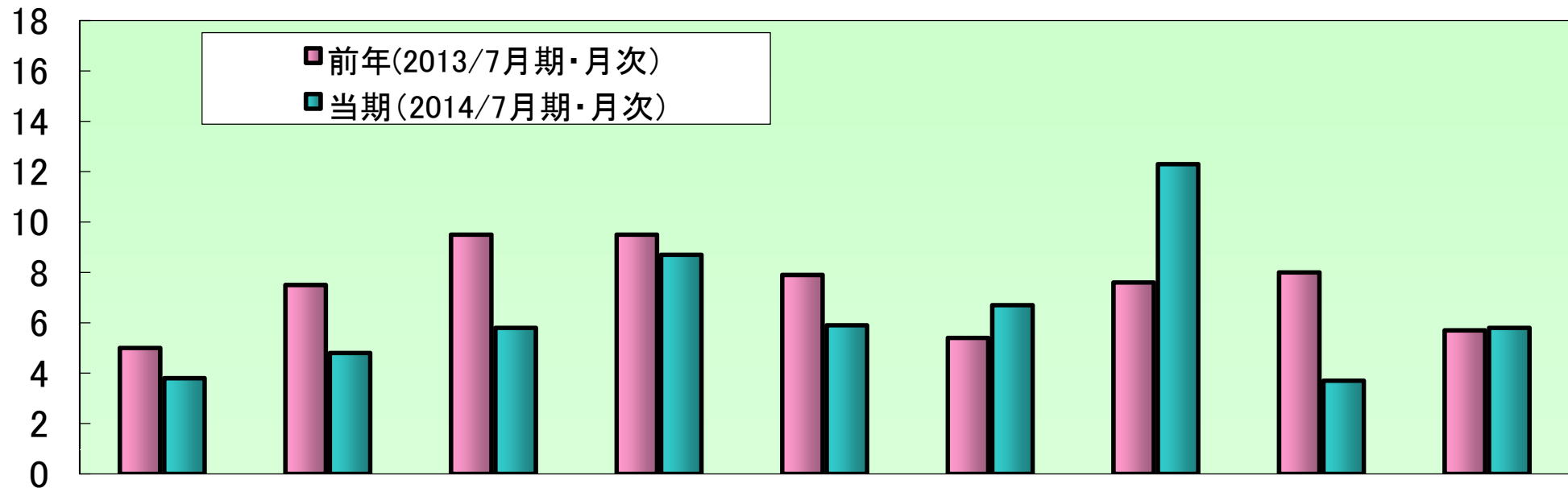
(千人)

	総会員数			
	2013/7月期 期末 (2013年7月末)	2014/7月期 第3四半期 (2014年4月末)	増減数	前期末比
シーラボ ラボラボ	9,678	10,258	580	106.0 %

国内通販登録会員数の推移(月次ベース)

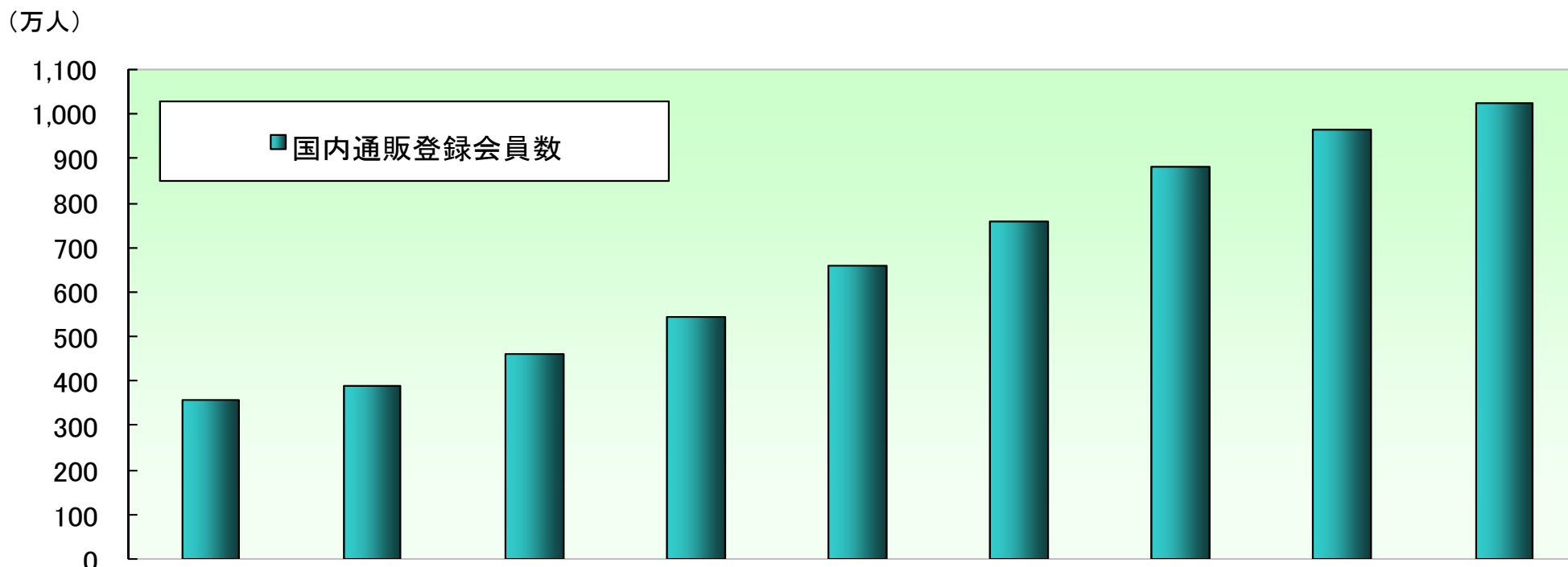
2014年7月期第3四半期(2013年8月～2014年4月)の新規登録会員数

(万人)



新規獲得 会員 (万人)	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
2013/7月 期・月次	5.0	7.5	9.5	9.5	7.9	5.4	7.6	8.0	5.7
2014/7月 期・月次	3.8	4.8	5.8	8.7	5.9	6.7	12.3	3.7	5.8

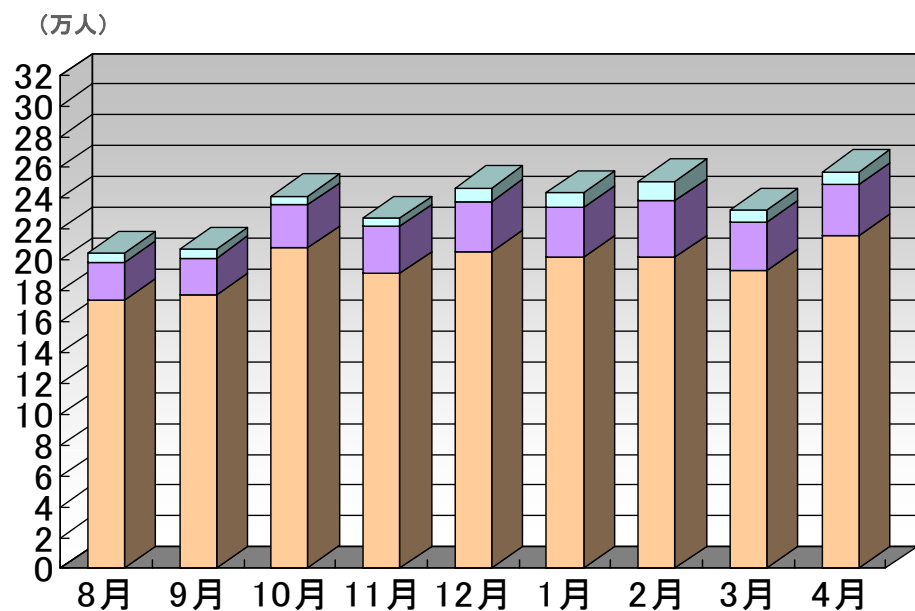
国内通販登録会員数の推移(期末ベース)



	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3四半期
会員数 合計 (万人)	360	389	461	546	662	762	882	967	1,025

通信販売購入者数の推移

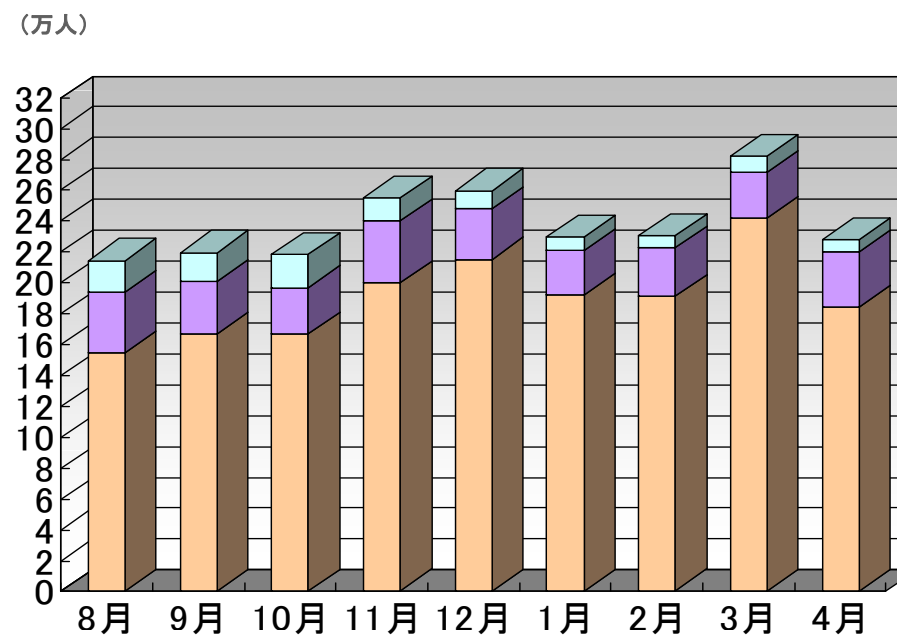
12年8月～13年4月 購入者数推移



■ トライアル ■ リピーター

前年比 99.0 % 96.9 %

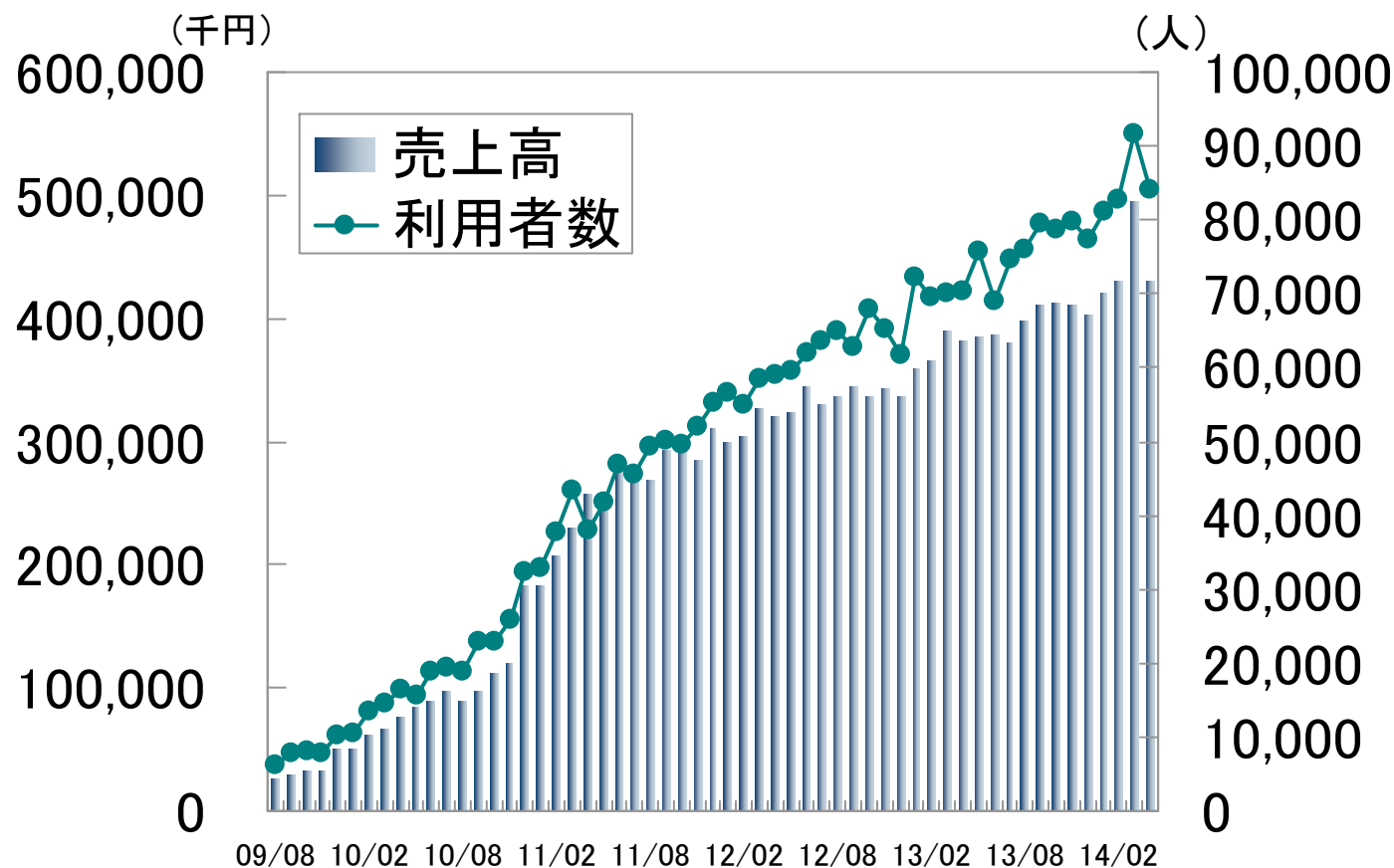
13年8月～14年4月 購入者数推移



■ 新規 ■ 復活


110.9% 176.8%

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 2014/4月末
直 営 店		5	—	5
Dr.Ci: Labo 	百貨店	89	閉店:-1	88
	GMS	63	開店:+5	68
合 計		157	+4	161

卸売販売

チャンネル・取扱ブランド	第15期末	第16期 2014/4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	1,018
GMS 	490	505
化粧品専門店 	99	99

※1 内4,100店舗はシーラボ17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4月末)	7	10	0	1	3 ※	21 ※
期中新規出店数	+2	+1	0	0	0	+3
閉店数	0	-1	-1	0	0	-2

※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3四半期 新商品



ブランド	第16期発売 アイテム数	第16期3Q（2014年1月～2014年4月） 発売アイテム
ドクター シーラボ	31アイテム	<ul style="list-style-type: none"> ・美禅食4ヶ月セット ・アクアコラーゲンゲルアロエクール(限定) ・スーパークレンジングEX(リニューアル) ・スーパーウォッシングフォームEX(リニューアル) ・VC6000マルチビタミン ・マイルドUV(リニューアル) ・UV & WHITEモイスチャーミルク35(リニューアル) ・UV & WHITEモイスチャーミルク50+(リニューアル) ・UV & WHITEエンリッチリフト(リニューアル) ・エンリッチリフトウォッシングフォームEX(リニューアル) ・エンリッチリフトクレンジング & マッサージ(リニューアル) ・CCパウダー ・UVプロテクトスプレー ・すっぽんブラセンタ ・マチュアリフトUVパウダーゴールド(リニューアル、QVC限定) ・マチュアリフトエッセンスUVゴールド(リニューアル、QVC限定) ・BBパーフェクトクリームエンリッチリフトゴールド(イオン限定)
ジェノマー	2アイテム	<ul style="list-style-type: none"> ・ダーマクリーム(限定) ・ダーマエイジストクリーム(限定)
ラボラボ	2アイテム	<ul style="list-style-type: none"> ・スーパーモイストゲルEX(50g, 120g)

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6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。