



2012年7月期 第1四半期

2011年12月8日

株式会社 ドクターシーラボ

目次

1. 2012年7月期 第1四半期 決算報告（業績ハイライト）
2. 2012年7月期 第1四半期 概況
3. 2012年7月期 第1四半期 基礎数値編



第14期（2012年7月期）

第1四半期 決算報告

業績ハイライト B/S 主要項目



(百万円)

| | 2011/7月期 | | 2012/7月期 第1四半期 | | 前期末比 | |
|---------|----------|---------|----------------|---------|-----------|--------|
| | 2011年7月末 | 構成比 | 2011年10月末 | 構成比 | 増減額 | 前期末比 |
| 流動資産 | 17,033 | 84.4 % | 14,585 | 82.6 % | ▲2,447 ※1 | 85.6 % |
| 固定資産 | 3,156 | 15.6 % | 3,073 | 17.4 % | ▲83 | 97.4 % |
| 資産合計 | 20,190 | 100.0 % | 17,659 | 100.0 % | ▲2,531 | 87.5 % |
| 流動負債 | 5,694 | 28.2 % | 3,608 | 20.4 % | ▲2,085 | 63.4 % |
| 固定負債 | 137 | 0.7 % | 136 | 0.8 % | 0 | 99.9 % |
| 負債合計 | 5,831 | 28.9 % | 3,745 | 21.2 % | ▲2,086 ※2 | 64.2 % |
| 純資産合計 | 14,358 | 71.1 % | 13,913 | 78.8 % | ▲444 | 96.9 % |
| 負債純資産合計 | 20,190 | 100.0 % | 17,659 | 100.0 % | ▲2,531 | 87.5 % |

※1 法人税等の納税及び配当金の支払いを主因として、現金及び現預金が1,477百万円減少。

11月以降の需要期対策の在庫を積み増し、商品在庫が276百万円増加。

TVCMキャンペーンのプレゼント販促物などの在庫積み増し等により、原材料及び貯蔵品在庫が238百万円増加。

※2 法人税等の納税により、未払法人税等が、1,515百万円減少。

業績ハイライト P/L 主要項目



(百万円)

| | 2011/7月期 第1四半期 | | 2012/7月期 第1四半期 | | 前年同期間比 | |
|------------|------------------|----------------|------------------|------------------|---------------|----------------|
| | 2010/8 - 2010/10 | 売上比 | 2011/8 - 2011/10 | 売上比 | 増減額 | 同期比 |
| 売上高 | 7,429 | 100.0 % | 7,759 | 100.0 % | 329 | 104.4 % |
| 売上原価 | 1,253 | 16.9 % | 1,283 | 16.5 % | 29 | 102.4 % |
| 売上総利益 | 6,176 | 83.1 % | 6,476 | 83.5 % ※1 | 300 | 104.9 % |
| 販売費及び一般管理費 | 4,204 | 56.6 % | 4,376 | 56.4 % | 172 ※2 | 104.1 % |
| 営業利益 | 1,971 | 26.5 % | 2,099 | 27.1 % | 128 | 106.5 % |
| 経常利益 | 1,957 | 26.4 % | 2,105 | 27.1 % | 147 | 107.6 % |
| 当期純利益 | 1,069 | 14.4 % | 1,250 | 16.1 % ※3 | 181 | 117.0 % |
| 特別損失 | 43 | 0.6 % | 22 | 0.3 % | ▲21 | 51.0 % |

※1 粗利率の低い卸売販路の売上構成比が減少し、粗利率の高い通信販売の構成比が増加したことにより、売上総利益率が改善。

※2 業容の拡大により、コールセンター委託費用、配送委託費用などの支払手数料が、116百万円増加。

※3 前期末より法人税等の実効税率が低減したことにより、当期純利益の対売上高比が向上。

業績ハイライト 販売費及び一般管理費 主要項目



(百万円)

| | 2011/7月期 第1四半期 | | 2012/7月期 第1四半期 | | 前年同期間比 | |
|------------|------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2010/8 - 2010/10 | 売上比 | 2011/8 - 2011/10 | 売上比 | 増減額 | 同期比 |
| 売上高 | 7,429 | 100.0 % | 7,759 | 100.0 % | 329 | 104.4 % |
| 売上原価 | 1,253 | 16.9 % | 1,283 | 16.5 % | 29 | 102.4 % |
| 販売費及び一般管理費 | 4,204 | 56.6 % | 4,376 | 56.4 % | 172 | 104.1 % |
| 広告宣伝費 | 1,137 | 15.3 % | 984 | 12.7 % | ▲153 ※1 | 86.5 % |
| 販売促進費 | 531 | 7.2 % | 691 | 8.9 % | 159 ※2 | 130.1 % |
| 人件費 | 864 | 11.6 % | 896 | 11.6 % | 32 | 103.7 % |
| 減価償却費 | 120 | 1.6 % | 116 | 1.5 % | ▲3 | 97.1 % |
| 設備投資 | 143 | 1.9 % | 43 | 0.6 % | ▲100 | 30.3 % |

※1 前期のTVCMの放映が9月・10月中心であったことに加え、ラボラボのTVCMを行ったことにより、前期のTVCM費用が大きかったのに対し、今期のTVCMの放映は10月開始であることから、TVCM費用において129百万円前期を下回った。

※2 TVCMによる新規会員獲得に伴い、ノベルティ販促物に関連する費用が増加。

業績ハイライト 事業セグメント別売上高



(百万円)

| | 2011/7月期 第1四半期 | | 2012/7月期 第1四半期 | | 前年同期間比 | |
|--------|------------------|---------|------------------|---------|--------|---------|
| | 2010/8 - 2010/10 | 売上比 | 2011/8 - 2011/10 | 売上比 | 増減額 | 同期比 |
| 化粧品事業 | 7,144 | 96.2 % | 7,304 | 94.1 % | 160 | 102.2 % |
| 健康食品事業 | 285 | 3.8 % | 455 | 5.9 % | 169 | 159.4 % |
| 合計 | 7,429 | 100.0 % | 7,759 | 100.0 % | 329 | 104.4 % |

業績ハイライト 販売チャネル別売上高



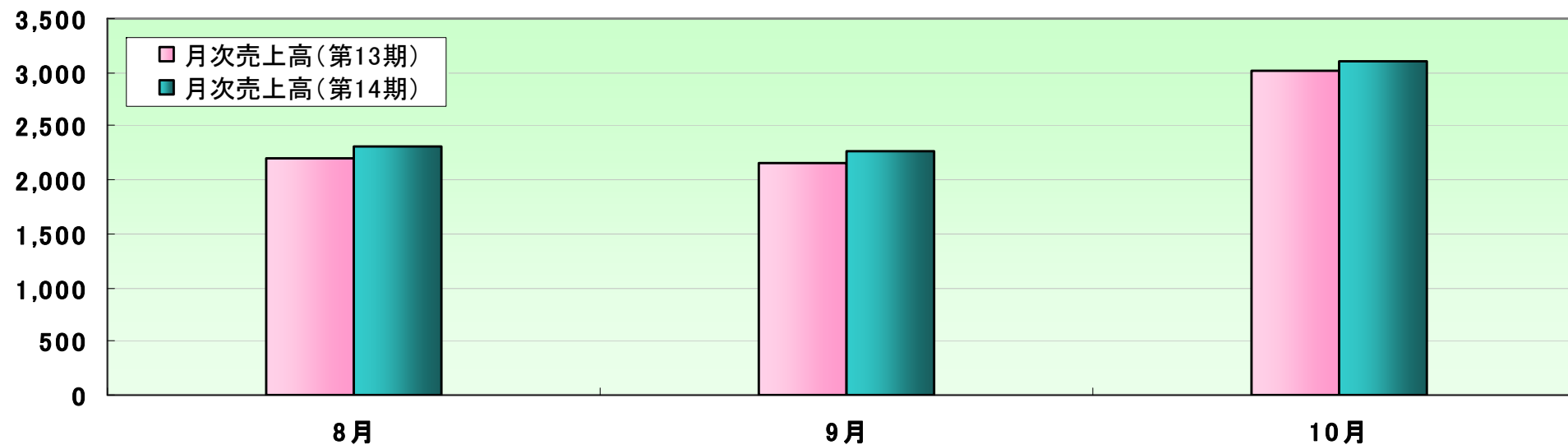
(百万円)

| | 2011/7月期 第1四半期 | | 2012/7月期 第1四半期 | | 前年同期間比 | |
|---------|------------------|----------------|------------------|----------------|-------------|----------------|
| | 2010/8 - 2010/10 | 売上比 | 2011/8 - 2011/10 | 売上比 | 増減額 | 同期比 |
| 通信販売 | 4,476 | 60.3 % | 4,919 | 63.4 % | 443 | 109.9 % |
| 卸売販売 | 1,811 | 24.4 % | 1,618 | 20.9 % | ▲192 | 89.4 % |
| 対面販売 | 983 | 13.2 % | 1,064 | 13.7 % | 81 | 108.3 % |
| 海外事業その他 | 158 | 2.1 % | 155 | 2.0 % | ▲2 | 98.3 % |
| 合計 | 7,429 | 100.0 % | 7,759 | 100.0 % | 329 | 104.4 % |

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 |
|-----------------------|---------|---------|---------|
| 第13期 (2010.8-2010.10) | 2,206 | 2,153 | 3,023 |
| 第14期 (2011.8-2011.10) | 2,318 | 2,259 | 3,100 |
| 前年同月比 (%) | 105.1 % | 105.0 % | 102.5 % |

業績ハイライト C/F計算書



(百万円)

| | 2011/7月期 第1四半期 | 2012/7月期 第1四半期 | 前年同期間比 |
|----------------------|------------------|------------------|--------|
| | 2010/8 - 2010/10 | 2011/8 - 2011/10 | 増減額 |
| 営業活動による キャッシュ・フロー | ▲798 | 165 | 964 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | ▲144 | ▲46 | 98 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | ▲780 | ▲1,580 | ▲799 |
| 現金及び現金同等 物の増減額 | ▲1,730 | ▲1,477 | 253 |



第14期（2012年7月期）

第1四半期 概況

2012年7月期 第1四半期 商品販売概況



商品別売上上位

(百万円)

| 順位 | 商品名 | 第1四半期 11/8 - 11/10 | 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 | 1,703 | 22.0 % | 119.6 % |
| 2 | 薬用アクアコラーゲンゲル美白 | 547 | 7.1 % | 58.9 % |
| 3 | BBパーフェクトクリーム | 542 | 7.0 % | 84.2 % |
| 4 | 薬用アクアコラーゲンゲル スーパーモイスター | 354 | 4.6 % | 64.0 % |
| 5 | アクアインダームディーエヌエッセンス | 291 | 3.8 % | 98.2 % |
| 6 | スーパーホワイト377 (スーパーホワイト377EXを含む) | 190 | 2.5 % | 81.6 % |
| 7 | ハーバルセラムO ₂ | 154 | 2.0 % | - |
| 8 | 美禅食 | 129 | 1.7 % | - |
| 9 | 薬用アクアコラーゲンゲル スーパーセンシティブ | 108 | 1.4 % | 100.1 % |
| 10 | ナチュラルクレンジングオイル | 68 | 0.9 % | 125.6 % |
| 売上高 | | 7,759 | 100.0 % | 104.4 % |

| | | | |
|----------------|-------|--------|--------|
| アクアコラーゲンゲルシリーズ | 2,861 | 36.9 % | 91.8 % |
|----------------|-------|--------|--------|

ドクターシーラボ



ハーバルセラムO₂: 売上高154百万円

■ハーバルセラムO₂(5/20発売)が新たな柱として好調に販売実績を伸ばす。



アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX: 売上高 1,703百万円 前年同期間比 19.6%増

■金のリフトWローラープレゼント施策等が奏功し、引き続き売上を牽引。

ジェノマー

①新しい顧客層の獲得



主力販路である直営・百貨店に加えて、通信販売での認知度を順調に高めている。

②アイケアクリーム好調



売上高:12百万円

前年同期間比:211.8%増

ラボラボ

前年同期のCM放映やスーパーモイストゲル増量サイズ発売の効果をカバーすることができず、前年を下回る実績となる。

スーパーモイストゲル実績



売上高: 37百万円

前年同期間比: 39.0%減

健康食品



健康・ダイエット食品「美禅食」が好調に推移 売上高: 129百万円

ダイエット
コンテスト
実施

最終結果発表
グランプリ

おいしくて飽きない味だったので、ダイエットが楽しくなりました。味が美味しいので続けられるものだと思います。甘すぎず、大粒きなこがモチモチで美味しかったです。私のダイエットは少食を我慢せずに健康的に痩せたい、野菜をたくさん食べたい、お肉も大好きなので毎日食べてもらいたい、運動量を増やしたい、運動が苦手な私に毎日30分運動してほしい、今までは女性用のハードウェアばかりだったので、今の私のサイズに合った美しい洋服を買い、これからは美禅食を継続していきたいです。

| Before | After |
|------------|---------|
| 体重: 72.4kg | 55.5kg |
| | -16.9kg |
| 体脂肪: 41.0% | 26.3% |
| | -14.7% |

あなたのダイエットの経過

| 1ヵ月後 | 2ヵ月後 | 3ヵ月後 | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 体重: 72.4kg 体脂肪: 41.0% | 体重: 66.9kg 体脂肪: 35.6% | 体重: 62.0kg 体脂肪: 31.8% | 体重: 58.0kg 体脂肪: 27.0% |

ダイエット日記を見る

店頭でもPR
強化



通信販売売上前年同期間比: 9.9 %増

① テレビCMによる新規顧客獲得推進



■従来の無料サンプル訴求型ではなく、
プレゼント訴求型のテレビCMを放映(10/3~10/20、10/27~11/21)

② 定期お届け便による安定受注の確保

■定期お届け便による売上前年同期間比: 187.2 %増

■利用者数の前年同月(10月)比: 115.5 %増

③ WEBの通信販売における売上シェア: 39.7 %

■PC、モバイルともに定期お届け便割合が増加

卸売販売売上前年同期間比: 10.6 %減

① ハーバルO₂シリーズの卸先行導入



- 目標導入店舗数 4,000店舗を達成
- 店頭での販売促進に注力

② 前期に発売した企画品の流通在庫返品の影響を受ける

- 前期に発売した企画品の流通在庫の返品を受け入れた為、卸売販売の伸長にマイナスの影響を与えた。

対面型店舗販売売上前年同期間比: 8.3 %増

既存店売上前年同期間比

直営・百貨店: 9.4 %増
GMS: 3.4 %増

新規出店効果

2百万円

・期中合計で直営・百貨店内に
1カウンターオープン

ブランド別売上前年同期間比

ドクターシーラボ: 6.1 %増
ジェノマー: 13.1 %増

直営・百貨店

●百貨店業界が厳しく、新規顧客の獲得が難しい中、サービスレベルの向上により既存顧客の来店促進に注力

GMS

- 売場認知度向上・新客獲得イベント推進
- リターン客増加施策の強化

海外売上前年同期間比: 1.7 %減

アジア

<台湾>

- ・TVショッピングの放映網縮小の影響を受け、前年同期実績を下回る。
- 新たに取引先を増やし、放映量の拡大に注力中

<香港>

- ・臨時店舗2店舗オープンが売上高を押し上げ、好調に推移。

<韓国>

- ・日本人観光客を中心に販売を伸ばす。

<シンガポール・マレーシア>

- ・薬用アクアコラーゲンゲル美白を中心にPR強化。

<中国>

- ・販売開始に向け、中国向け交流サイトの開設準備を進める。

米国

- ・既存の卸売販売とともに、前期より開始したBeauty.comやアマゾン等の通信販売が好調。



第14期（2012年7月期）
第1四半期 基礎数值編

通販登録会員数の動向

(千人)

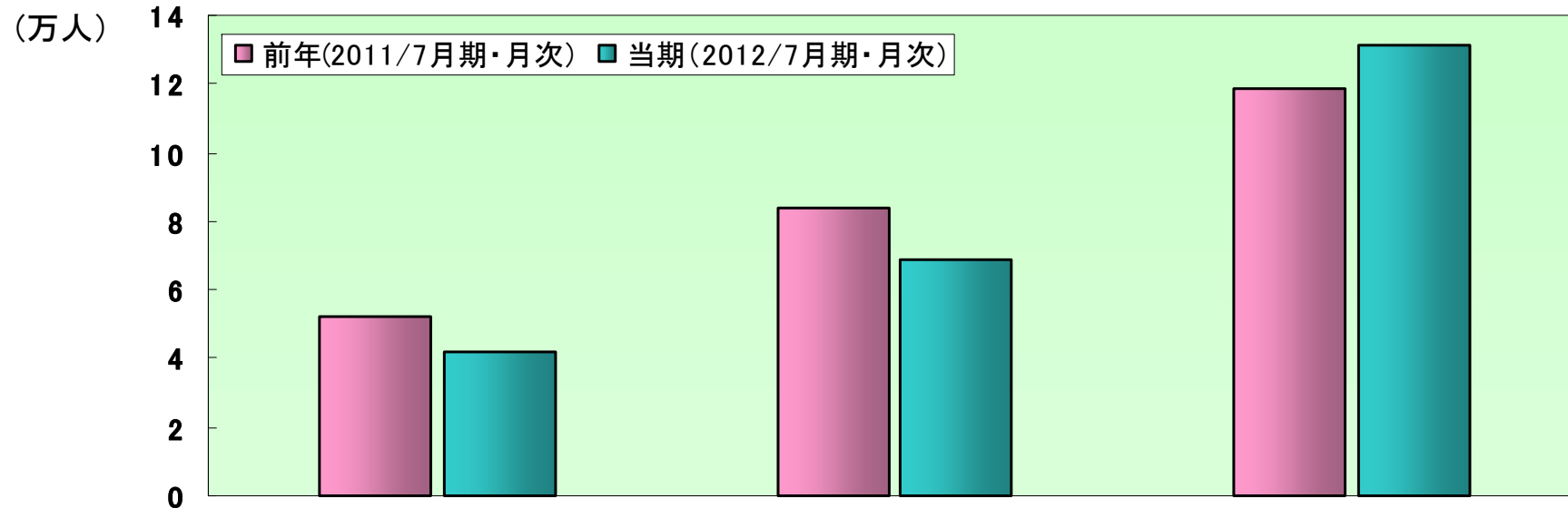
| | 新規登録数 | | | |
|--------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-----|--------|
| | 2011/7月期 第1四半期 (2010/8-2010/10) | 2012/7月期 第1四半期 (2011/8-2011/10) | 増減数 | 前年同期間比 |
| シーラボ ラボラボ | 255 | 243 | ▲11 | 95.3 % |

(千人)

| | 総会員数 | | | |
|--------------|------------------------------|----------------------------------|-----|---------|
| | 2011/7月期 期末 (2011年7月末) | 2012/7月期 第1四半期 (2011年10月末) | 増減数 | 前期末比 |
| シーラボ ラボラボ | 7,627 | 7,871 | 243 | 103.2 % |

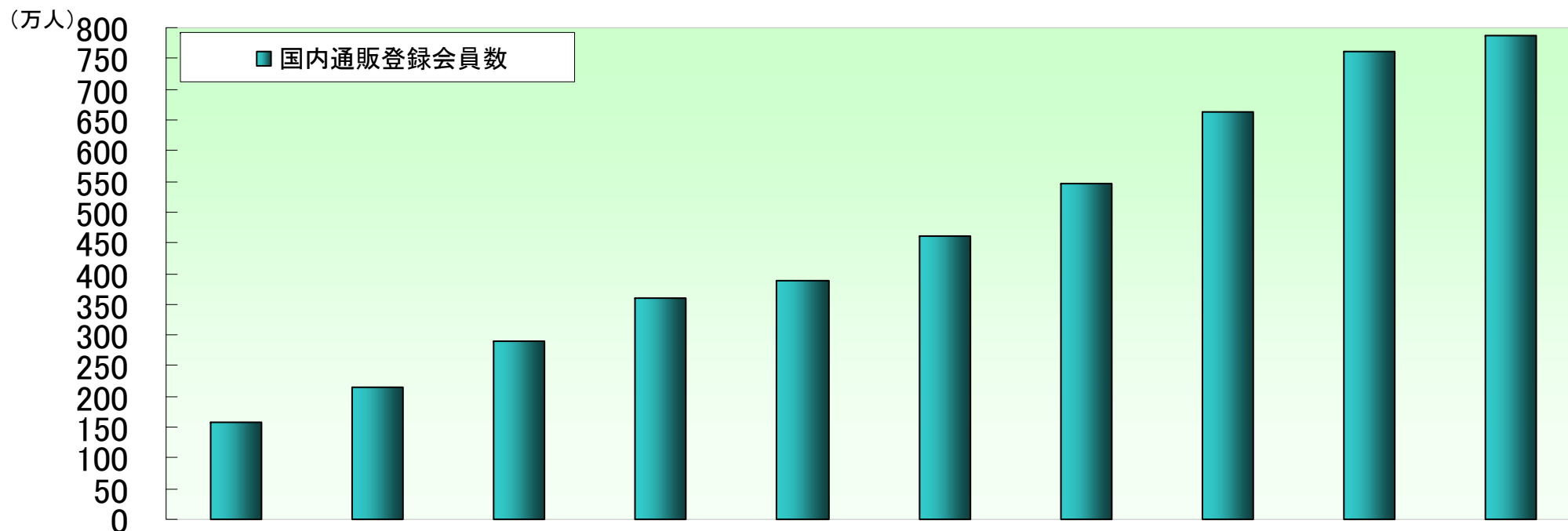
国内通販登録会員数の推移(月次ベース)

2012年7月期第1四半期(2011年8月～2011年10月)の新規登録会員数



| 新規獲得会員 (万人) | 8月 | 9月 | 10月 |
|----------------|-----|-----|------|
| 2011/7月期・月次 | 5.2 | 8.4 | 11.9 |
| 2012/7月期・月次 | 4.2 | 6.9 | 13.1 |

国内通販登録会員数の推移(期末ベース)

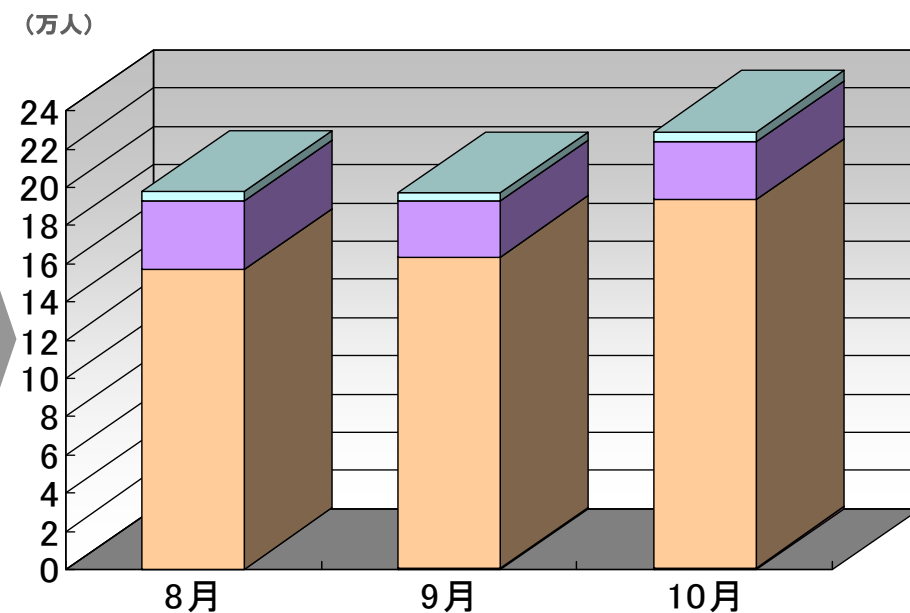
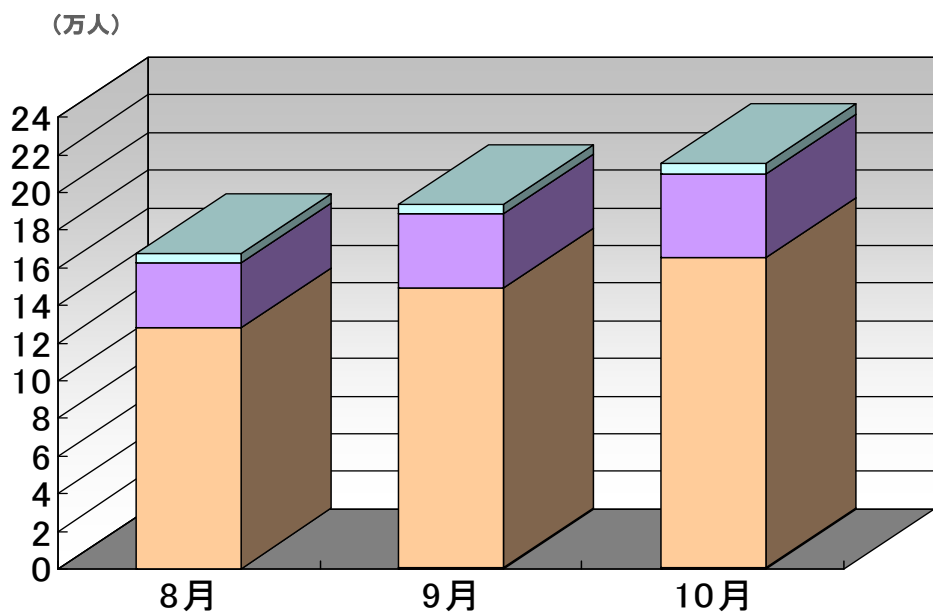


| | 2004/1月期 | 2005/1月期 | 2006/1月期 | 2007/1月期 | 2007/7月期 (6ヶ月決算) | 2008/7月期 | 2009/7月期 | 2010/7月期 | 2011/7月期 | 2012/7月期 第1四半期 |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|---------------------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| 会員数 合計 (万人) | 157 | 216 | 291 | 360 | 389 | 461 | 546 | 662 | 762 | 787 |

通信販売購入者数の推移

10年8月～10年10月 購入者数推移

11年8月～11年10月 購入者数推移

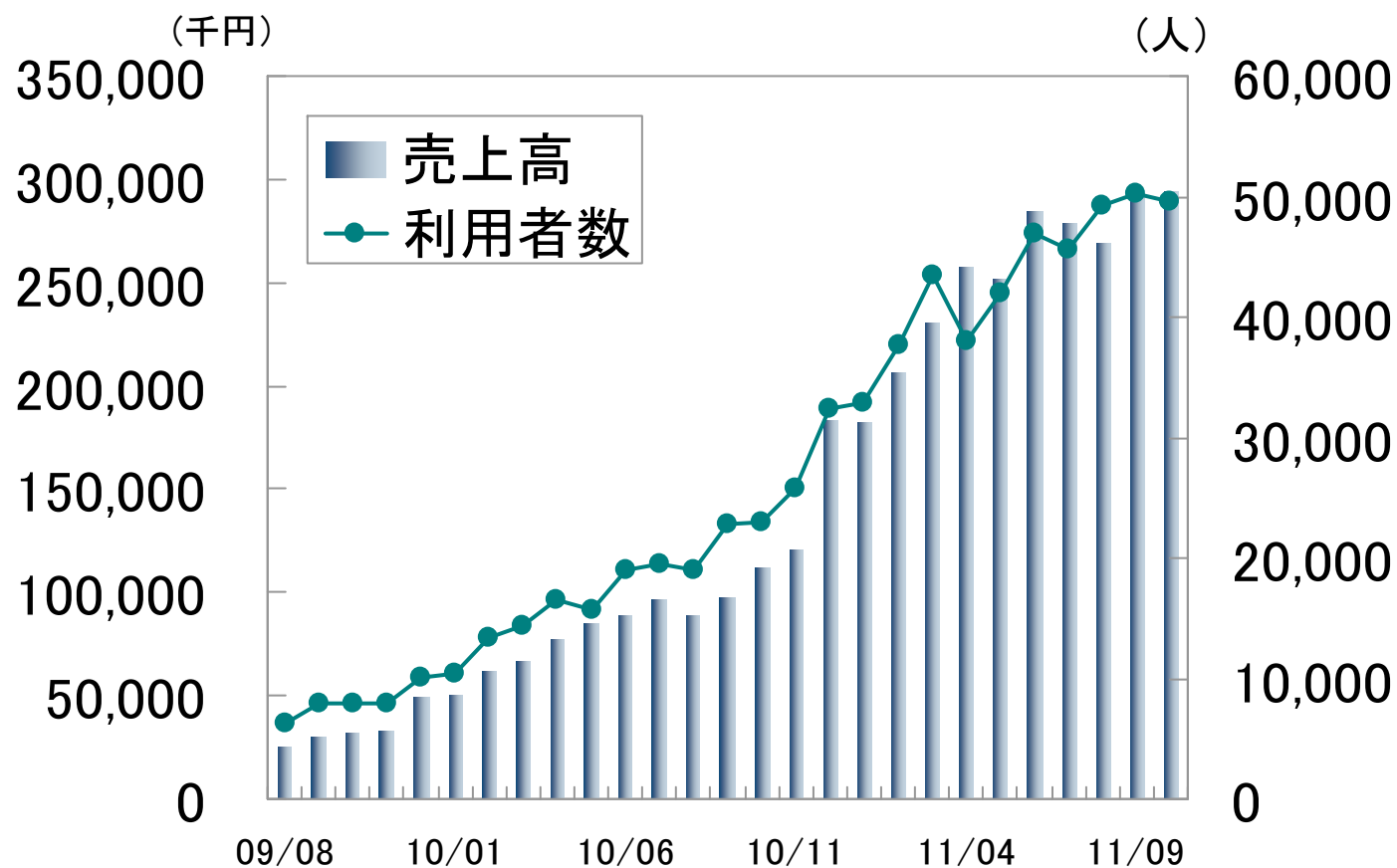


前年比

| | |
|---------|---------|
| ■ トライアル | ■ リピーター |
| 89.1 % | 116.3 % |

| | |
|--------|--------|
| ■ 新規 | ■ 復活 |
| 80.8 % | 93.1 % |

定期お届け便状況



2012年7月期 第1四半期 基礎数値編(店舗)



国内店舗 展開状況

対面型店舗販売

| | | 第13期末 | 期中増減 | 第14期 2011/10月末 |
|---|-----|-------|------|-------------------|
| 直 営 店 | | 7 | 開店:1 | 8 |
| Dr.Ci: Labo  | 百貨店 | 91 | 0 | 91 |
| | GMS | 54 | 閉店:1 | 53 |
| 合 計 | | 152 | 0 | 152 |

卸売販売

| チャネル・取扱ブランド | 第13期末 | 第14期 2011/10月末 |
|--|-------------|-------------------|
| ドラッグ  | 5,300 ※1 | 5,200 ※2 |
| コンビニ  | 0 | 0 |
| 調剤薬局  | 5,700 | 5,700 |
| バラエティー  | 942 | 945 |
| GMS  | 425 | 430 |
| 化粧品専門店  | 164 | 162 |

※1 内2,900店舗はシーラボ7商品取扱

※2 内3,700店舗はシーラボ9商品取扱

2012年7月期 第1四半期 基礎数値編(店舗)



海外店舗 展開状況

| | 香 港 | 台 湾 | ハ ワ イ | マレーシア | 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 | 卸売販売 | 卸売販売 | 卸売販売 | |
| 海外直営店舗数 (2011年10月末) | 4 | 8 | 1 | 2 ※ | 3 ※ | 2 ※ | 20 |
| 期中新規出店数 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 閉 店 数 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

※マレーシア、シンガポール、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。

2012年7月期 第1四半期 基礎数値編(商品)



| ブランド | 第14期発売 アイテム数 | 第14期1Q（2011年8月～10月）発売アイテム |
|--------------|-----------------|---|
| ドクター シーラボ | 7アイテム | <ul style="list-style-type: none"> ・ハーバルクレンジングローションO₂(卸先行発売) ・ハーバルゲルO₂(卸先行発売) ・金のリフトWローラー(期間限定発売) ・マチュアリフトパーフェクトクリーム(リニューアル・QVC限定) ・頭皮のためのリフトマッサージスプレー ・リペアオイル(リニューアル) ・フォトホワイトC薬用ホワイトニングローション(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、2011年12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。