



2012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. 2012年7月期 第2四半期 決算報告（業績ハイライト）
2. 2012年7月期 第2四半期 概況
3. 2012年7月期 下期施策
4. 2012年7月期 第2四半期 基礎数値編



第14期（2012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)

	2011/7月期		2012/7月期 第2四半期		前期末比	
	2011年7月末	構成比	2012年1月末	構成比	増減額	前期末比
流動資産	17,033	84.4 %	17,389	85.6 %	356	102.1 %
現金及び預金	7,839	38.8 %	8,722	42.9 %	882	111.3 %
売掛金	5,371	26.6 %	4,852	23.9 %	▲519	90.3 %
商品及び製品	1,886	9.3 %	1,812	8.9 %	▲74	96.1 %
固定資産	3,156	15.6 %	2,936	14.4 %	▲220	93.0 %
資産合計	20,190	100.0 %	20,326	100.0 %	136	100.7 %
流動負債	5,694	28.2 %	4,536	22.3 %	▲1,158	79.7 %
固定負債	137	0.7 %	142	0.7 %	5	103.7 %
負債合計	5,831	28.9 %	4,678	23.0 %	▲1,152	80.2 %
純資産合計	14,358	71.1 %	15,648	77.0 %	1,289	109.0 %
負債純資産合計	20,190	100.0 %	20,326	100.0 %	136	100.7 %

業績ハイライト 連結P/L 主要項目



(百万円)

	2011/7月期 第2四半期		2012/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2010/8 - 2011/1	売上比	2011/8 - 2012/1	売上比	増減額	同期比
売上高	17,463	100.0 %	18,250	100.0 %	787	104.5 %
売上原価	3,089	17.7 %	3,219	17.6 %	130	104.2 %
売上総利益	14,374	82.3 %	15,031	82.4 %	657	104.6 %
販売費及び一般管理費	9,225	52.8 %	10,001	54.8 %	776	108.4 %
営業利益	5,148	29.5 %	5,029	27.6 %	▲119	97.7 %
経常利益	5,144	29.5 %	5,045	27.6 %	▲99	98.1 %
当期純利益	2,853	16.3 %	2,969	16.3 %	115	104.0 %
特別損失	48	0.3 %	25	0.1 %	▲22	53.5 %

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2四半期		2012/7月期 第2四半期		前年同期間比	
	2010/8 - 2011/1	売上比	2011/8 - 2012/1	売上比	増減額	同期比
売上高	17,463	100.0 %	18,250	100.0 %	787	104.5 %
売上原価	3,089	17.7 %	3,219	17.6 %	130	104.2 %
販売費及び一般管理費	9,225	52.8 %	10,001	54.8 %	776	108.4 %
広告宣伝費	2,493	14.3 %	2,466	13.5 %	▲27	98.9 %
販売促進費	1,269	7.3 %	1,560	8.6 %	291	123.0 %
人件費	1,768	10.1 %	1,878	10.3 %	109	106.2 %
減価償却費	241	1.4 %	233	1.3 %	▲7	96.8 %
設備投資	233	1.3 %	161	0.9 %	▲72	69.1 %

業績ハイライト 業績予想・実績比較 P/L 主要項目



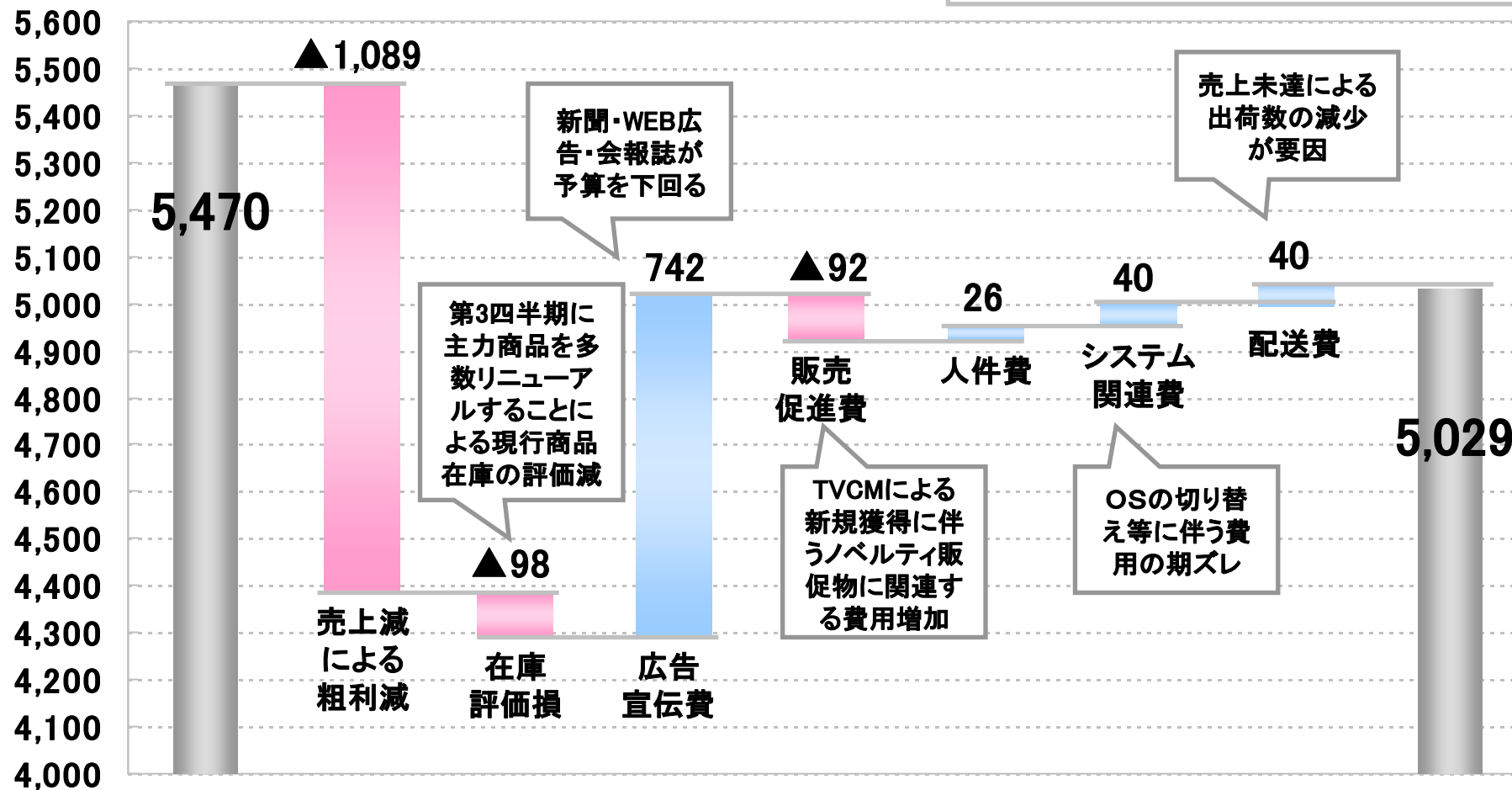
(百万円)

	2012/7月期 第2四半期 当初予想		2012/7月期 第2四半期 実績		予想値・実績値差異	
	2011/8 - 2012/1	売上比	2011/8 - 2012/1	売上比	差異額	予実比
売上高	19,740	100.0 %	18,250	100.0 %	▲1,489	92.5 %
売上原価	3,520	17.8 %	3,219	17.6 %	▲300	91.5 %
売上総利益	16,220	82.2 %	15,031	82.4 %	▲1,188	92.7 %
販売費及び 一般管理費	10,750	54.5 %	10,001	54.8 %	▲748	93.0 %
営業利益	5,470	27.7 %	5,029	27.6 %	▲440	91.9 %
経常利益	5,460	27.7 %	5,045	27.6 %	▲414	92.4 %
当期純利益	3,200	16.2 %	2,969	16.3 %	▲230	92.8 %

業績ハイライト 営業利益の増減分析(予実対比)



(百万円)



2012年7月期第2Q
【予算】

2012年7月期第2Q
【実績】

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2四半期		2012/7月期第2四半期 【予算】		2012/7月期第2四半期 【実績】		予算実績対比		前年同期間比	
	2010/8 - 2011/1	売上比	2011/8 - 2012/1	売上比	2011/8 - 2012/1	売上比	差異額	予実比	増減額	同期比
化粧品業	16,845	96.5 %	18,740	94.9 %	17,354	95.1 %	▲1,385	92.6 %	509	103.0 %
健康食品業	618	3.5 %	1,000	5.1 %	896	4.9 %	▲103	89.6 %	278	145.0 %
合計	17,463	100.0 %	19,740	100.0 %	18,250	100.0 %	▲1,489	92.5 %	787	104.5 %

業績ハイライト 販売チャネル別売上高



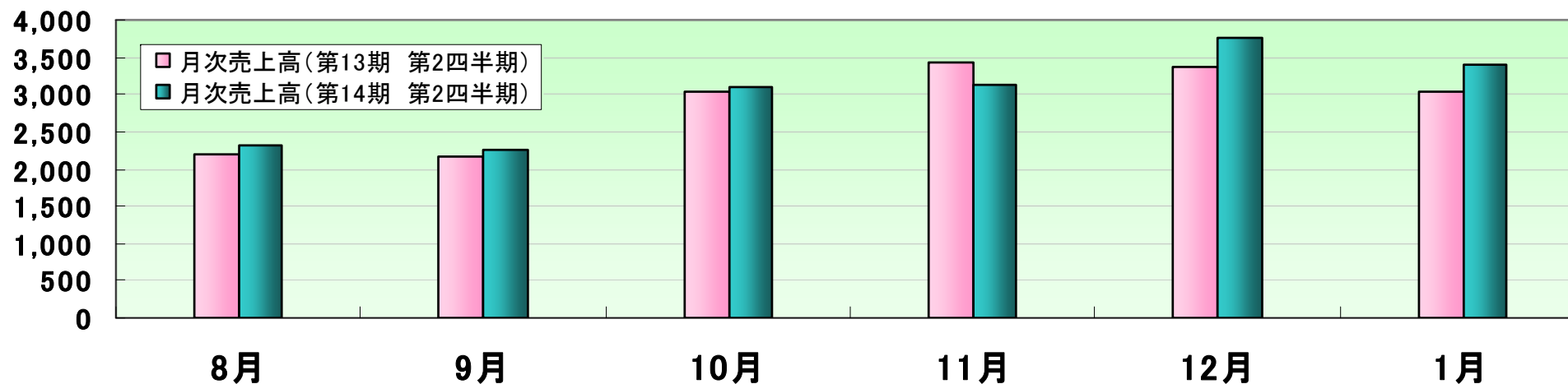
(百万円)

	2011/7月期 第2四半期		2012/7月期第2四半期 【予算】		2012/7月期第2四半期 【実績】		予算実績対比		前年同期間比	
	2010/8 - 2011/1	売上比	2011/8 - 2012/1	売上比	2011/8 - 2012/1	売上比	差異額	予実比	増減額	同期比
通信販売	10,447	59.8 %	11,810	59.8 %	11,784	64.6 %	▲25	99.8 %	1,337	112.8 %
卸売販売	4,405	25.2 %	4,880	24.7 %	3,719	20.4 %	▲1,160	76.2 %	▲686	84.4 %
対面販売	2,180	12.5 %	2,510	12.7 %	2,317	12.7 %	▲192	92.3 %	137	106.3 %
海外事業 その他	429	2.5 %	540	2.7 %	428	2.4 %	▲111	79.4 %	▲0	99.8 %
合計	17,463	100.0 %	19,740	100.0 %	18,250	100.0 %	▲1,489	92.5 %	787	104.5 %

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13期 (2010.8-2011.1)	2,206	2,153	3,023	3,430	3,363	3,024
第14期 (2011.8-2012.1)	2,318	2,259	3,100	3,129	3,765	3,406
前年同月比 (%)	105.1 %	105.0 %	102.5 %	91.2 %	111.9 %	112.6 %

業績ハイライト C/F計算書



(百万円)

	2011/7月期 第2四半期	2012/7月期 第2四半期	前年同期間比
	2010/8 - 2011/1	2011/8 - 2012/1	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	2,135	2,723	588
投資活動による キャッシュ・フロー	▲237	▲169	67
財務活動による キャッシュ・フロー	▲857	▲1,658	▲800
現金及び現金同等 物の増減額	1,031	882	▲148



第14期（2012年7月期）

第2四半期 概況

2012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 11/8 - 12/1	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)	4,325	23.7 %	114.6 %
2	BBパーフェクトクリーム	1,122	6.2 %	92.0 %
3	薬用アクアコラーゲンゲル 美白	962	5.3 %	66.1 %
4	薬用アクアコラーゲンゲルスーパーモイスチャー	961	5.3 %	78.0 %
5	アクアインタームティーエヌエッセンス	667	3.7 %	95.5 %
6	スーパーホワイト377(スーパーホワイト377EXを含む)	391	2.1 %	101.1 %
7	アクアコラーゲンゲルマチュアリフトEXゴールド	251	1.4 %	107.9 %
8	薬用アクアコラーゲンゲル スーパーセンシティブ	250	1.4 %	86.3 %
9	パーフェクトエイジストSP	241	1.3 %	245.1 %
10	ハーバルセラムO ₂	240	1.3 %	—
売上高		18,250	100.0 %	104.5 %

アクアコラーゲンゲルシリーズ		6,867	37.6 %	94.8 %
----------------	--	-------	--------	--------

ドクターシーラボ

累計販売個数500万個突破記念ゲル限定発売

アクアコラーゲンゲル
エンリッチリフトEX スペシャル

売上高：154百万円

(2012年1月18日通販先行発売)



2月以降も販売実績を伸ばす

発売から4年経過した今もなお、
さらなる成長を見込むことができる

エンリッチリフトライン強化

エンリッチリフトアイ新発売

売上高：113百万円

(2011年12月5日新発売)



たるみケアを訴求する「エンリッチリフト
ライン」から目元用クリームを発売し、
ラインナップを強化

ジェノマー

対面販売

前期11月に発売したセット商品や「アイケアクリーム」の売上をカバーする商材がなく、11月は厳しい状況となったが、累計では堅調に推移

通信販売

会報誌に冊子を同梱することで認知度を高め、好調に販売実績を伸ばす

ラボラボ



■アスタモイスターダブルクレンジング
イトーヨーカドー限定発売

売上高:16百万円

■アスタモイスターピーリングローション
イトーヨーカドー限定発売

売上高:13百万円

▶ 前年同期のスーパーモイストジェルCM放映等のPR効果をカバーすることができず、引き続き前年を下回る実績となる。

健康食品

健康食品・サプリメント売れ筋商品



“健康増進”を訴求する商品の販売が好調

通信販売売上前年同期間比: 12.8 %増

訴求力のある商品が好調

■ アクアコラーゲンゲル
エンリッチリフトEXスペシャル

売上高: **108**百万円



リピート顧客化促進

■ 新規購入から1ヵ月後の
TELアプローチ実施(12月)



今後も対象を精査しながら定期的にも実施

予算未達要因

■ 新規購入者数の落ち込み

2012年7月期第2四半期

- ・新規登録数: 561千人
- ・新規購入者数: 229千人

2011年7月期第2四半期

- ・新規登録数: 536千人
- ・新規購入者数: 240千人

Eコマース動向

通信販売におけるEコマース売上シェア:
39.9 %

- サービスの高度化: メール版カウンセリング実施開始(12月~)
- 電話・FAX等の受注経路と比較すると新規購入者のリピート顧客化率が高い。

卸売販売売上前年同期間比: 15.6 %減

予算未達要因

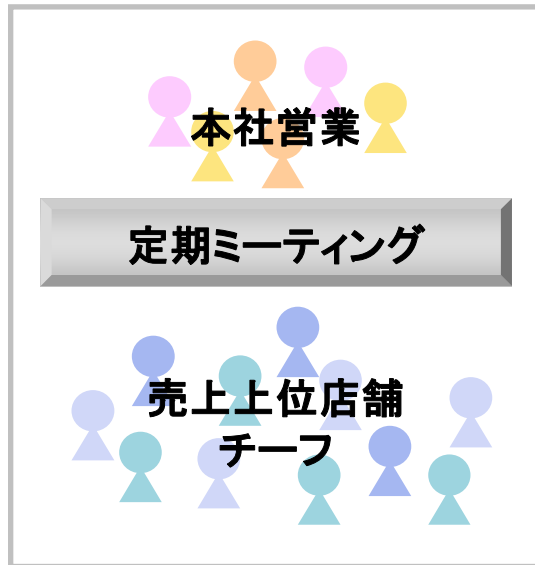
- 当期の注力商品である「ハーバルO₂シリーズ」の売上不振
 - ☑ 目標導入店舗数達成の遅延: プロモーションの弱さ
 - ☑ 卸売先行発売による認知度の低さ
- 「ハーバルO₂シリーズ」の導入に注力したことによるアクアコラーゲンゲルシリーズやBBパーフェクトクリーム等の売れ筋商品の販売低迷
- 化粧品専門店を優良店舗のみに縮小したことによる影響
- QVCの体制整備中に伴うオンエア時間減
- ラボラボのリニューアルを控えていることに伴う在庫調整

主な動向

- ラウンダー巡回実施
- ドラッグストアのドクターシーラボブランド取扱い店舗数拡大(プラス800店舗(前期末比較))

対面型店舗販売売上前年同期間比: 6.3 %増

売上上位店舗の集中強化



各地域で小規模
ミーティングを設け、
地域戦略を確立

- ・キャンペーン施策の戦略意図説明
- ・店頭活動プランの作成
- ・新商品、戦略商品の目標販売個数設定

既存店売上前年同期間比

直営・百貨店: 7.7 %増
GMS: 1.1 %増

直営・百貨店

既存顧客の来店が促進された
ことにより、ビッグサイズゲルの
店頭での販売が好調に推移

GMS

売場認知度向上イベントを推進
することで新客を獲得するととも
に既存顧客の購買も堅調に推移

海外売上前年同期間比: 0.2%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

<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>

- ・ 免税店での展開により、日本人観光客を中心に販売を伸ばす
- ・ 現地のお客様の購買者数も堅調に増加

<シンガポール・マレーシア>

- ・ クリスマス向けセット商品の現地販売が好調に推移

<中国>

- ・ 来期第1四半期の新規出店に向け、香港にて中国本土からの観光客に対する認知度向上施策を実施

米国

- ・ 小売価格改正を控えている為、積極的な営業を抑える
- ・ 卸先を優良店舗に縮小した影響を受ける



第14期（2012年7月期）

下期施策

2012年7月期 通期予算修正

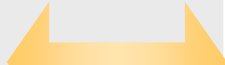





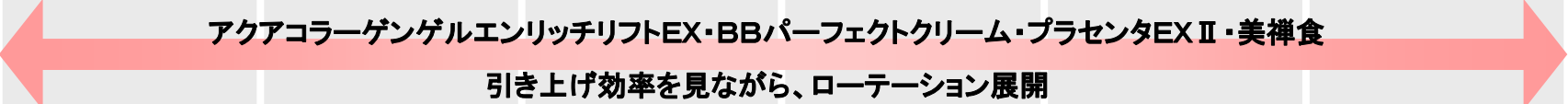
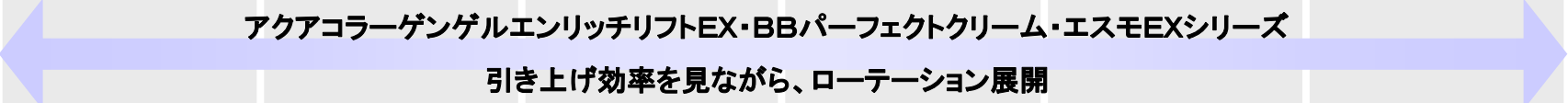

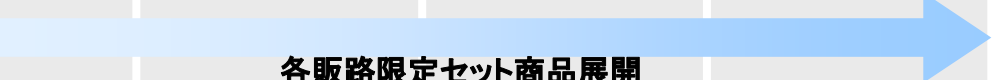



(百万円)

		当初予算		修正後予算		増減額	修正後予算の 前期比較
		2011/8-2012/7	売上比	2011/8-2012/7	売上比		
売上高	通信販売	24,400	59.5 %	25,800	62.9 %	1,400	118.7 %
	卸売販売	10,800	26.3 %	9,400	22.9 %	▲1,400	99.8 %
	対面販売	4,800	11.7 %	4,900	12.0 %	100	113.7 %
	海外	1,000	2.4 %	900	2.2 %	▲100	117.6 %
	合計	41,000	100.0 %	41,000	100.0 %	0	113.2 %
売上原価		7,510	18.3 %	7,250	17.7 %	▲260	111.9 %
販売費及び一般管理費		22,190	54.1 %	22,450	54.8 %	260	115.1 %
広告宣伝費		6,300	15.4 %	6,100	14.9 %	▲200	116.7 %
販売促進費		2,980	7.3 %	3,300	8.0 %	320	113.8 %
営業利益		11,300	27.6 %	11,300	27.6 %	0	110.3 %

2012年7月期 下期プロモーション



	2月	3月	4月	5月	6月	7月
CM	 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	 アクアコラーゲンゲル エンリッチリフトEX		
		 ハーバルO ₂ シリーズ	 アクアインダーム スーパーエッセンス	 アクアインダーム スーパーエッセンス		
インフォーマー シャル	 アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX・BBパーフェクトクリーム・プラセンタEX II・美禅食 引き上げ効率を見ながら、ローテーション展開					
ラジオ	 アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX・BBパーフェクトクリーム・エスモEXシリーズ 引き上げ効率を見ながら、ローテーション展開					
キャンペーン	 金のリフトセットプレゼントキャンペーン			 各販路限定セット商品展開 (スーパーホワイト377・ハーバルゲルO ₂ ・美顔器・ 薬用アクアコラーゲンゲル美白)		
	 ハーバルO ₂ シリーズ ・交通広告 ・サンプルプレゼント					

ドクターシーラボ

注力分野

主力商品リニューアル

2月



スーパーホワイト377ウルトラ

3月



アクアインダームスーパーエッセンス

3月



BBパーフェクトクリーム

ハーバルO₂シリーズ展開強化

2012年7月期 シリーズ売上目標:30億円

交 通 告	2月~3月初旬	全国主要エリアにて実施
テレビ C M	3/19~4/3	話題性のあるタレントを起用
休 眠 D M	4月	200万部発送予定
WEB	4月~	Yahoo!トップ等に出稿

広告宣伝費3億円投下

ドクターシーラボ

アクアコラーゲンゲルシリーズ強化

アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX

新規購入者の大多数が
アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEXを
購入している



接触回数を増加させることで
新規購入を促進



薬用アクアコラーゲンゲル美白

前期下期にPRを強化していく計画であった
が、震災があり実施せず



スーパーホワイト377ウルトラと
組み合わせることで
「美白ケア」をPRし、
販売再強化



ジェノマー



- ・10thアニバーサリーキット発売(2/18)
⇒既存顧客の購買促進
- ・スターターキット発売予定
⇒百貨店DM等を活用し、新規顧客の獲得を図る
- ・PR強化による認知度向上

ラボラボ

毛穴O肌ライン一新



- ・売れ筋商品のみ展開縮小
- ・パッケージリニューアル

健康食品

50代以上のお客様のニーズを
掴む商品の拡充

**黒にんにく酵素発売
(3/20)**



「ドクターシーラボ＝プラセンタ」のイメージ構築へ

■ プラセンタ配合商品拡充

・プラセンタゼリー発売 (2/18)

■ 既存商品展開強化

・プラセンタEX II の販路拡大



販路拡大

【QVCオリジナル商品展開開始】

- ・QVCオリジナル美禅食
- ・QVCオリジナル青汁



【主要卸販路で取扱い開始】

- ・美禅食:2月のテスト販売で好感触
- ・プラセンタゼリー



【インフォーマーシャルでの取扱い開始】

- ・美禅食
- ・プラセンタEX II

通信販売

お客様のステージや年代等に応じて会報誌を4種類に区分

- 新規ご購入→2回目ご購入の引き上げ率向上
- リピート顧客の購買促進

新規顧客獲得推進

- テレビCM等のマス広告に注力
- スマートフォンからの新規会員登録数が大きく増加
→スマートフォンサイトの操作性を向上し、獲得強化

休眠顧客の掘り起こし

- ハーバルゲルO₂を訴求するDM発送

卸売販売

CM放映に合わせた店頭プロモーションの活性化

- 2月から5月にかけて、アクアコラーゲンゲルエンリッチリフトEX・ハーバルO₂シリーズ・アクアインダームスーパーエッセンスのCMを連続放映することによる相乗効果発揮
- プロモーションコンクールを実施することによる店頭在庫の回転率向上

ラボラボ毛穴O肌シリーズのリニューアルによる販売回復

- 売上が低迷している毛穴O肌シリーズのラインナップの絞り込みとリニューアルを行うことで営業再強化

生協オリジナルゲル開発

- アスタキサンチンを配合したゲル発売(5月予定)

コスモス薬品限定商品発売

- ラボラボ プロテクトUVゲル限定発売(3月):当社初のゲルタイプのUVケア商品

対面型店舗販売

新規出店・リニューアル

新規出店

- ・遠鉄百貨店(静岡県浜松市)
- ・イオン杜の里店(石川県金沢市)
- ・イオン久御山(京都府久世郡)
- ・イオン鈴鹿店(三重県鈴鹿市)
- ・イオン西大津店(滋賀県大津市)
- ・イオン福津店(福岡県福津市)

リニューアル

- ・大沼百貨店(山形県山形市)
- ・JR名古屋高島屋店(愛知県名古屋市)【予定】
- ・池袋東武百貨店(東京都豊島区)【予定】

既存顧客の育成

- 大型新商品を中心とした顧客育成プロモーションの実施
- 対面店舗顧客向け限定セット商品発売

新規顧客の獲得

- 美顔器を使用した店頭プロモーションの推進・PR強化
- GMSにおける“ドクターシーラボ体験イベント”の開催

海外

既存地域

台	湾	Eコマースサイト再構築
香	港	新規出店加速
韓	国	免税店への出店加速
米	国	Eコマースサイト開始

▶ **アジア圏を中心に展開強化**

中国本土

- 中国版ツイッター「ウェイボー」における情報発信強化
→上期には中華圏で著名な美容家にツイッターで紹介され、反響を得る
- 来期第1四半期の出店約1ヶ月前からPR施策展開予定



第14期（2012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)

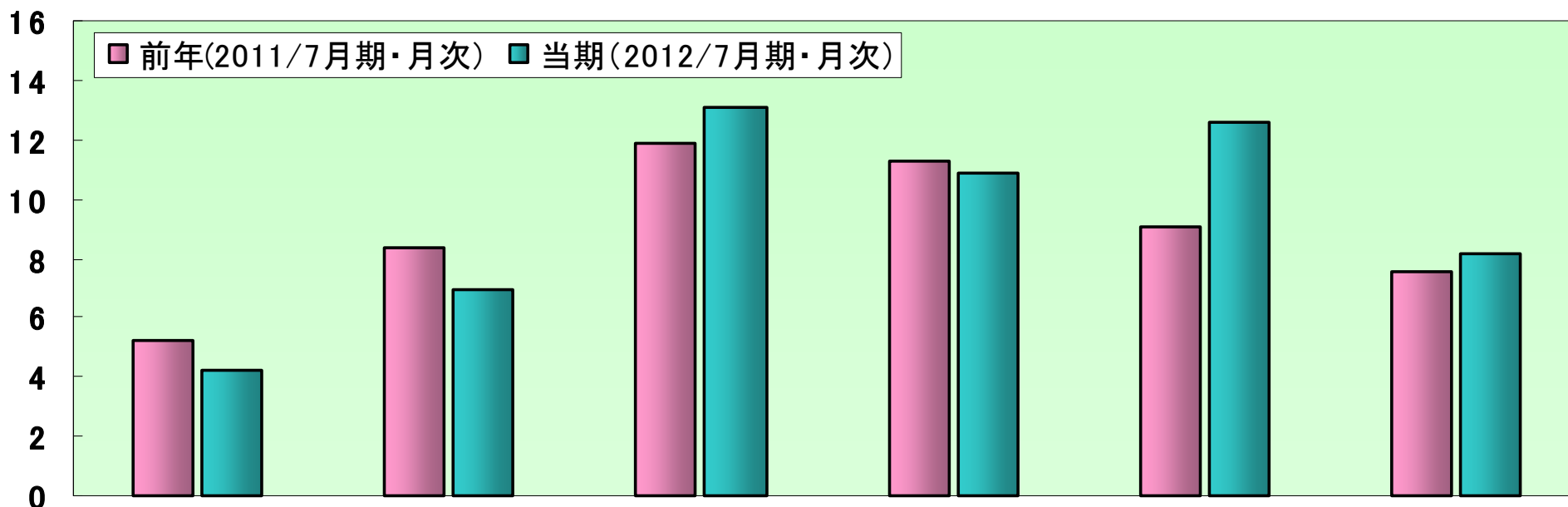
	新規登録数			
	2011/7月期 第2四半期 (2010/8-2011/1)	2012/7月期 第2四半期 (2011/8-2012/1)	増減数	前年同期間比
シーラボ ラボラボ	536	561	25	104.8 %

(千人)

	総会員数			
	2011/7月期 期末 (2011年7月末)	2012/7月期 第2四半期 (2012年1月末)	増減数	前期末比
シーラボ ラボラボ	7,627	8,189	561	107.4 %

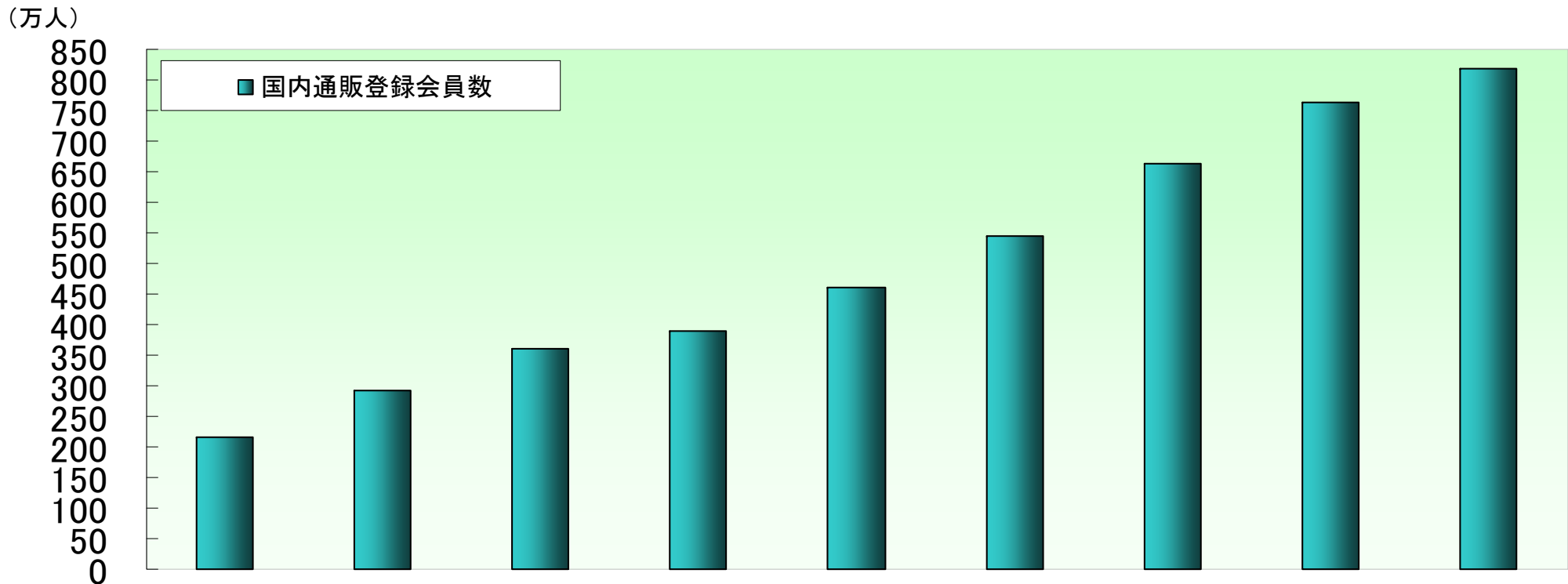
国内通販登録会員数の推移(月次ベース)

(万人) 2012年7月期第2四半期(2011年8月～2012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
2011/7月 期・月次	5.2	8.4	11.9	11.3	9.1	7.5
2012/7月 期・月次	4.2	6.9	13.1	10.9	12.6	8.2

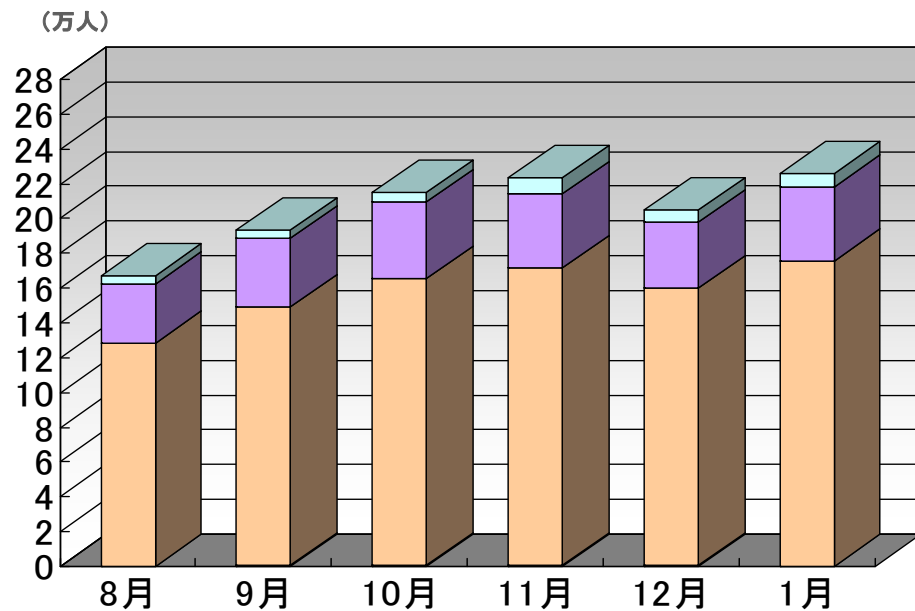
国内通販登録会員数の推移(期末ベース)



	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2四半期
会員数 合計 (万人)	216	291	360	389	461	546	662	762	818

通信販売購入者数の推移

10年8月～11年1月 購入者数推移



■ トライアル

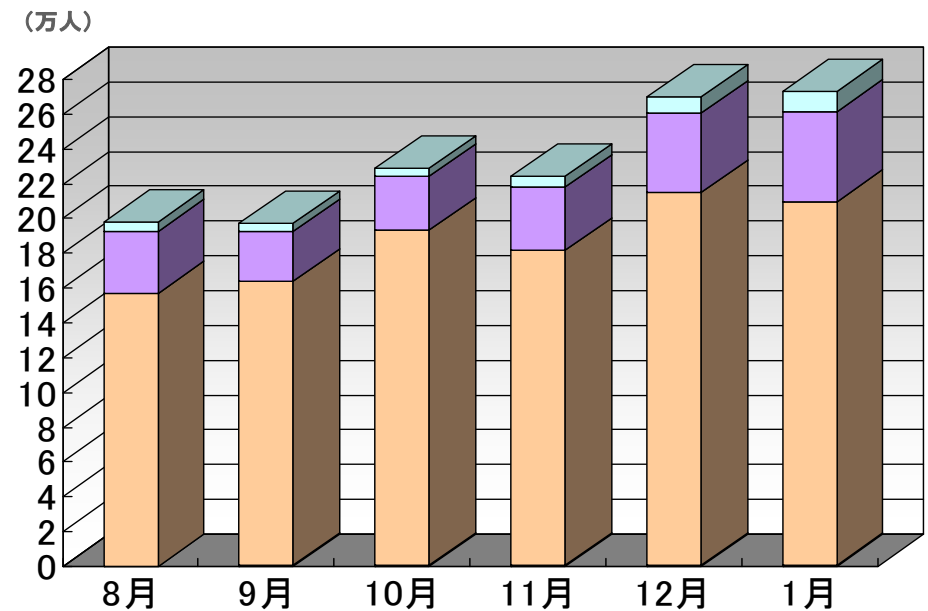
■ リピート

前年比

129.1 %

117.9 %

11年8月～12年1月 購入者数推移



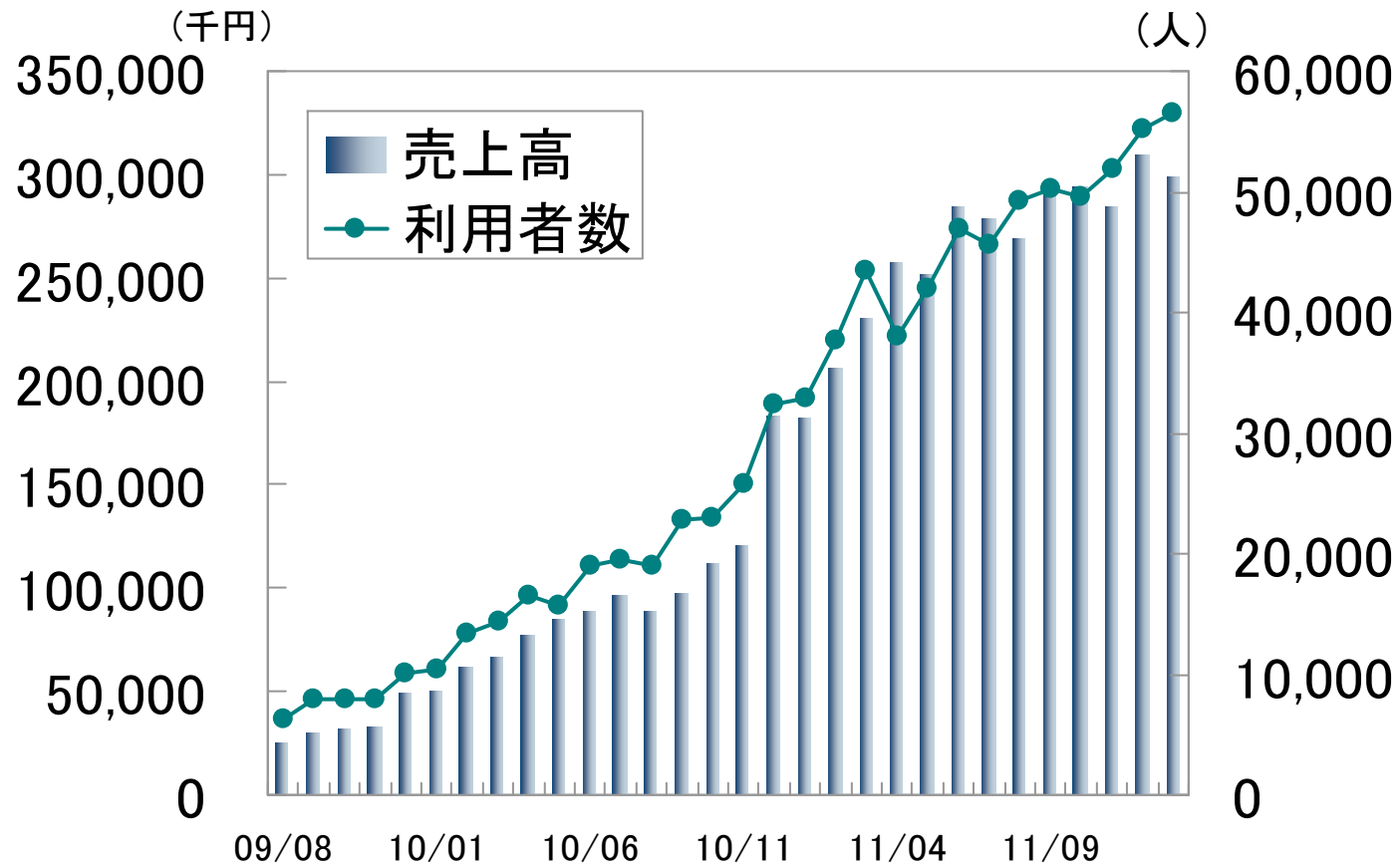
■ 新規

■ 復活

95.3 %

105.2 %

定期お届け便状況



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 2012/1月末
直 営 店		7	開店:1	8
Dr.Ci: Labo 	百貨店	91	閉店:1	90
	GMS	54	閉店:2	52
合 計		152	-2	150

卸売販売

チャンネル・取扱ブランド	第13期末	第14期 2012/1月末
ドラッグ 	5,300 ※1	4,800 ※2
コンビニ 	0	0
調剤薬局 	5,700	5,700
バラエティー 	942	947
GMS 	425	435
化粧品専門店 	164	158

※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

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 (2012年1月末)	3	8	1	2 ※	3 ※	2 ※	19
期中新規出店数	0	0	0	0	0	0	0
閉 店 数	1	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2四半期 新商品



ブランド	第14期発売 アイテム数	第14期2Q（2011年11月～2012年1月） 発売アイテム
ドクター シーラボ	18アイテム	<ul style="list-style-type: none"> ・セルリフトローラー ・BBパーフェクトクリームシャイニーホワイト(限定) ・マルチビタミン(リニューアル) ・ラインリペアスピード1(リニューアル) ・エンリッチリフトアイ ・薬用メディカルエステハーバルバス ・エスモEX薬用トリートメント(250mL)(リニューアル・QVC限定) ・エスモEX薬用シャンプー(250mL)(リニューアル・QVC限定) ・コラーゲンミスト ・アクアコラーゲングルエンリッチリフトEXスペシャル(冬季限定) ・プラセンタゴールド
ジェノマー	0アイテム	-
ラボラボ	2アイテム	<ul style="list-style-type: none"> ・アスタモイスチャーダブルクレンジング(イトーヨーカドー限定) ・アスタモイスチャーピーリングローション(イトーヨーカドー限定)

本資料に記載されている将来の見通しなどについては、2012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。