

株式会社ハーバー研究所

平成26年3月期 第2四半期決算説明会



平成25年11月27日

本資料に記載されている業績予想・及び将来の事象に関する記載は、現時点での見通しであり
経済・事業環境の変化など様々な要因により変動することがございますのでご了承ください。

第2四半期業績の総括(連結・累計)

(単位:百万円)

	平成25年3月期 第2四半期		平成26年3月期 第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	6,083	100.0%	5,812	100.0%	▲270	▲4.5%
売上総利益	4,499	74.0%	4,408	75.9%	▲90	▲2.0%
販管費	4,604	75.7%	4,381	75.4%	▲223	▲4.9%
広告宣伝費	534	8.8%	601	10.3%	66	12.5%
販売促進費	1,250	20.6%	1,160	20%	▲90	▲7.2%
(計)	(1,785)	(29.4%)	(1,762)	(30.3%)	▲23	▲1.3%
営業利益	▲105	▲1.7%	27	0.5%	133	-
経常利益	▲112	▲1.9%	▲2	▲0.0%	110	-
四半期純損失	▲124	▲2.0%	▲93	▲1.6%	30	-

- ・グループ連結売上高は、アウトレットセール縮小と連結子会社である信州製薬株式会社の解散により売上減少となり、前年比95.6%となった。
- ・売上高総利益率は、売上原価率の改善により、前年対比1.9ポイント改善された。
- ・広告宣伝・販売促進の効率的な支出と人件費等の減少により、販売費及び一般管理費は前年比95.1%。
この結果、営業利益27百万円、経常損失2百万円となった。

販売形態別実績(連結/累計)

(単位:百万円)

	平成25年3月期 第2四半期		平成26年3月期 第2四半期		増 減	
	金 額	構成比	金 額	構成比	金額	増減率
通信販売	3,694	60.7%	3,610	62.1%	▲83	▲2.3%
百貨店向卸売	546	9.0%	548	9.4%	1	0.3%
その他卸売	1,443	23.7%	1,236	21.3%	▲207	▲14.4%
直 営 店	338	5.6%	364	6.3%	25	7.7%
小 計	6,022	99.0%	5,759	99.1%	▲263	▲4.4%
ハーバーガーデン等	60	1.0%	53	0.9%	▲7	▲12.4%
合 計	6,083	100.0%	5,812	100.0%	▲270	▲4.4%

- ・ 通信販売全体は、アウトレットセール縮小により売上が減少。
- ・ 百貨店向卸売、直営店は個店別販促強化により売上が増加。その他卸売は、信州製薬株式会社解散により売上減少。
- ・ インターネットの売上高は、855百万円（前年同期比108.0%）で、通信販売に占める比率は24.2%（前年同期は21.4%）。

平成25年9月末現在

※ 百貨店の店舗数は、43店舗。（平成25年3月末比-1）

※ 直営店の店舗数は、28店舗。（平成25年3月末比+1）

品目別売上高と構成比（連結/累積）

（単位：百万円）

		平成25年3月期 第2四半期		平成26年3月期 第2四半期		増 減	
		金 額	構成比	金 額	構成比	金額	増減率
化粧品	基礎化粧品	3,461	56.6%	3,465	59.6%	4	0.1%
	メイクアップ化粧品	582	9.6%	493	8.5%	▲88	▲15.2%
	トイレットリー	328	5.4%	301	5.2%	▲26	▲8.1%
	その他	25	0.4%	13	0.2%	▲11	▲45.8%
	計	4,396	72.3%	4,274	73.5%	▲122	▲2.8%
栄養補助食品・雑貨等		1,625	26.7%	1,484	25.6%	▲141	▲8.7%
ハーバーガーデン等		60	1.0%	53	0.9%	▲7	▲12.4%
合 計		6,083	100.0%	5,812	100%	▲270	▲4.4%

1. 基礎化粧品は「スクワラン美容」の普及に努めており、基本3品（クレンジング、化粧水、スクワラン）が伸びた一方で、スペシャルケアが減少し、前年同期比横ばい。
2. メイクアップは限定品が減少。
3. 栄養補助食品・雑貨等は、信州製薬株式会社解散による影響で減少。

新規客・会員数動向

(単位:千人)

	平成25年3月期 第2四半期	平成26年3月期 第2四半期	増 減	
			人 数	増 減 率
新規客獲得数	46	50	4	8.7%
稼働会員数(9月末)	308	338	30	9.7%

(注1) おためし価格にて購入の顧客は、新規客獲得数と稼働会員数(9月末)に含まれておりません。

(注2) 稼働会員数(9月末)は、直近12カ月(平成24年10月～平成25年9月)に購入された顧客数となります。

「参考」

1. 見込客獲得

平成24年4～9月	92千人
平成25年4～9月	108千人

2. 顧客の購入件数

平成24年4～9月	579千件
平成25年4～9月	549千件

今後の施策

1. 「スクワラン美容」の普及に努め、顧客数の安定的増加と定着化を推進する
 - ・スクワランを中心とした新規顧客の獲得
 - ・クレンジングの正しい使い方、化粧水5回重ねづけの推奨
2. 美容講座の積極的な実施による「スクワラン美容」の普及とハーバーファンの拡大
 - ・NHKカルチャー講座の全国的な展開
 - ・企業、大学等との提携、メディアを通じた発信
3. 株式会社ノースジェニシス食品工場の稼働率アップ
 - ・生命科学研究所を中心とした素材から製造技術確立までの開発体制強化
 - ・大学や各研究機関との提携深耕
4. 株式会社HプラスBライフサイエンス化粧品工場の本格稼働
 - ・多品種少量生産に対応したOEM受託事業の強化
 - ・生命科学研究所を中心とした高機能で特色のある化粧品の開発と営業