



2015年12月期（第56期）第3四半期 株式会社ミルボン 決算説明資料



2015 年9月30日

Copyright © 2015 Milbon. All rights reserved.

目次



- P2** **連結 経営成績**
- P3-7** **連結 部門別売上高**
- P8** **オーギュアについて**
- P10** **連結 貸借対照表(グラフ)**
- P11** **連結 損益計算書**
- P12** **連結 設備投資等の推移**
- P13** **マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移**
- P14-15** **国別の状況**

連結 経営成績（第3四半期累計期間）



ヘアケア・海外部門の伸長に加え、染毛剤部門の成長が売上を牽引

（単位：百万円）

	金額		前期 増減額	前年同期比 (%)
	前期実績	当期実績		
売上高	18,437	19,978	1,541	108.4
売上総利益	12,716	13,943	1,226	109.6
販管費	9,501	10,156	655	106.9
営業利益	3,215	3,787	571	117.8
経常利益	3,042	3,594	551	118.1
四半期純利益	1,845	2,331	485	126.3

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門] ①



CMADK配合のヘアケア、アウトバス製品が引き続き好調

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
10,436	11,618	1,181	111.3

- ・ 年齢を重ねていくと同時に「キレイへのもどかしさ」を感じる大人世代と、「周りから見られた自分」を意識し始める20代半ばの若い世代に向けて、一人ひとりのお客様の悩みに応える美容師力(高い専門性と人間的な魅力)をサポートする活動を展開しています。
- ・ 昨年度高い評価を受けたオリジナル毛髪補修成分「CMADK」配合の商品やエイジングケア関連の商品が引き続き好調です。
※CMADK配合商品:「ディーセス エルジュエダ エマルジョン」「オージュア イミュライズラインシリーズ」「ジェミールフラン」等。

新製品紹介

プラーミア

リファイニングシリーズ

年齢を重ねて変化した地肌と、エイジング毛を同時にケアするサロンメニュー



販売目標	販売実績	進捗率
5億円	1億5千万円	30.1%

1月29日発売

ディーセス

デイチャーム UVミスト

心地いい香りで日差しからカラーデザインを守るUVトリートメント



販売目標	販売実績	進捗率
1億8千万円	98百万円	54.9%

2月26日発売

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門] ②



新製品紹介

ジェミールフラン シャンプー&トリートメント

働く20代女性の、キレイが変化するタイミングでケアに目覚めるスイッチを入れる新ヘアケアブランド。潤いをたっぷり髪に閉じ込め、キューティクルを整え、絡まらない動きやすい髪へ導きます。

販売目標	販売実績	進捗率
4億円	3億73百万円	93.3%

4月21日発売



連結 部門別売上高 [染毛剤部門] ①



追加色による提案活動と、新グレイカラー剤の投入で売上が上昇

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比 (%)
6,654	7,129	475	107.1

- 2015年春夏/秋冬それぞれ、トレンドに合わせた新色を発売しました。自然な寒色を表現できる色味が好評で、ヘアデザイナーのサロン顧客へのトレンドカラー提案を支援する活動と合わせて、積極的に展開しています。
- 6月度に新カラー剤「オルディーブ クリスタル」を市場に投入しました。従来のグレイカラー剤では難しかった明るい色で根元から毛先まで均一に染めることを実現にした商品で、市場から高い評価を得ております。

新製品紹介

オルディーブ追加色 イノセントライン

無彩色で創る優しいツヤが
透明感あるピュアさを表現します。



1月29日発売

販売目標	販売実績	進捗率
5億円	5億 9百万円	101.9%

オルディーブ クリスタル

大人のロングヘアが、根元から毛先まで均一に輝くハイブリッドカラー。ファッションカラーの明るさで、黒髪と白髪を均一に染め、美しい色持ちを実現します。



5月28日発売

販売目標	販売実績	進捗率
7億4千万円	6億25百万円	84.6%

連結 部門別売上高 [染毛剤部門] ②



新製品紹介

オルディーブ追加色 ヘルシーライン

外国人の素髪のような
赤味をおさえた滑らかな質感を表現



販売目標	販売実績	進捗率
2億2千万円	1億28百万円	58.2%

9月1日発売

連結 部門別売上高 [パーマメントウェーブ用剤部門]



海外で展開は堅調に推移するも、全体としては減少

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
1,167	1,076	△ 90	92.2

オージュアについて



MILBON

エイジングケアニーズの高まりを追い風に、引き続き窓口・売上が拡大

オージュアサロン窓口軒数

2014年度末	2015年度	前期比
2,002軒	2,399軒	119.8%

販売高（第3四半期累計）

2014年度	2015年度	前年同期比
24億30百万円	29億98百万円	123.4%

新製品（新シリーズ・追加アイテム）紹介

エイジングケアシリーズ オーセナムライン

年齢とともにまとまらない髪が生えやすくなる地肌を健康的な髪を育む地肌環境へ整えます。



販売目標	販売実績	進捗率
4億円	1億27百万円	31.8%

1月30日発売

ブランドコンセプト

日本の風土・文化・毛髪特性から生まれた日本女性の髪的美しさを共に育むヘアケアブランド

オージュアとは

今までのヘアケアを「ヘアケア技術」として進化させることで、一人ひとり違う髪の悩みに、その人だけのヘアケアプログラムで応えること。それが「オージュア」です。

製品構成

お客さまの髪質にフィットする幅広いラインナップ

- ・4シリーズ
エイジングケアシリーズ
ヘアケアシリーズ
スカルプケアシリーズ
クライマティックケアシリーズ
- ・14ライン ・90アイテム

エイジングケアシリーズ イミュライズ ジェルステムライザー

CMADKを高配合した、毛髪強度ケア効果を更に高める「先行美容ジェル」



販売目標	販売実績	進捗率
1億円	34百万円	34.4%

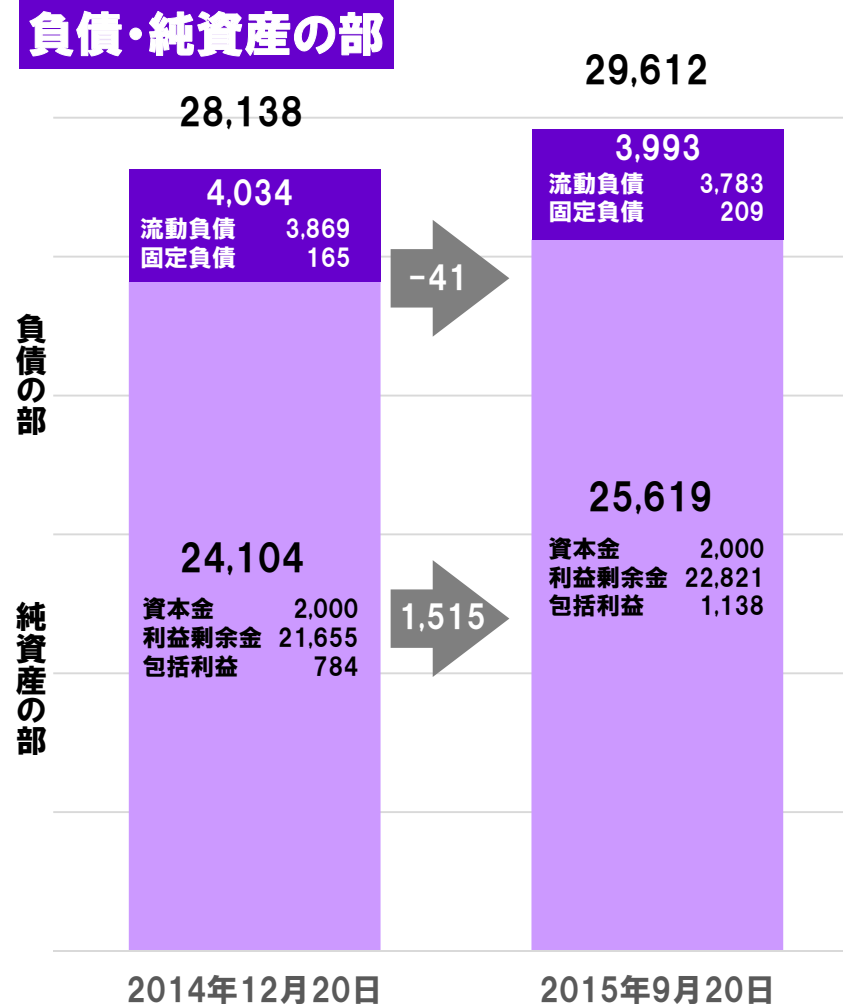
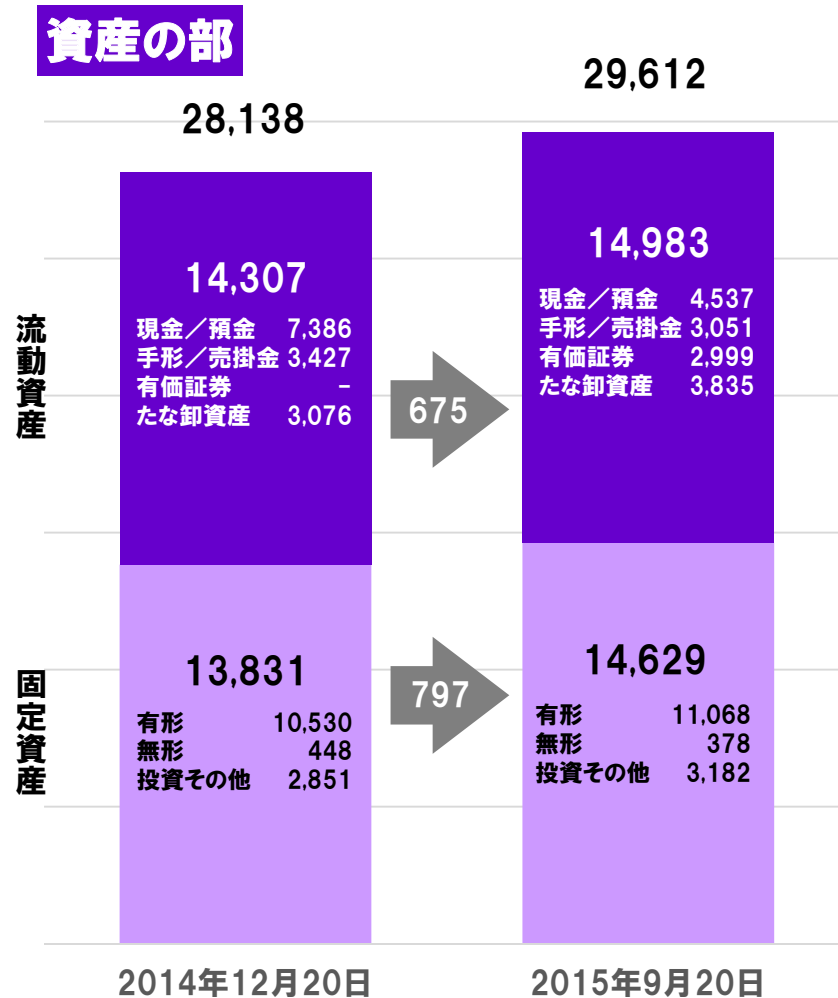
4月1日発売

連結 貸借対照表



MILBON

(単位:百万円)

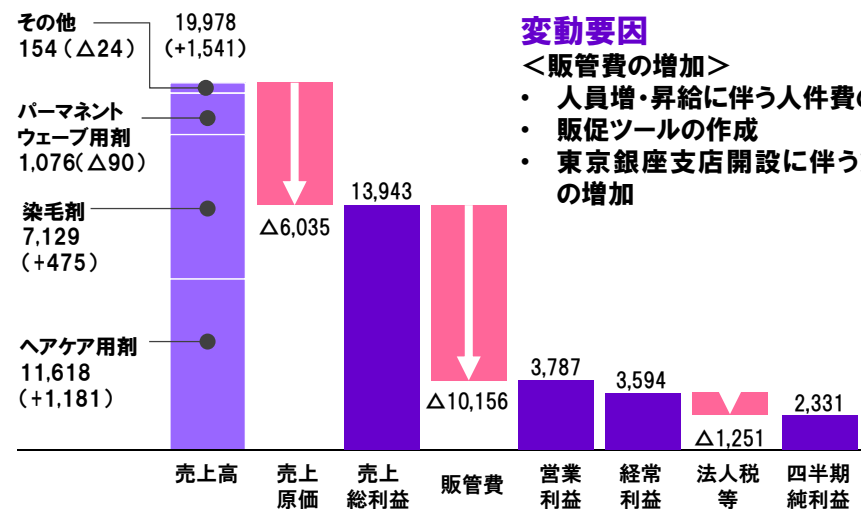


連結 損益計算書（第3四半期累計期間）



（単位：百万円）

	金額		前期増減額	前年同期比 (%)
	前期実績	当期実績		
売上高	18,437	19,978	1,541	108.4
売上原価	5,720	6,035	314	105.5
売上総利益	12,716	13,943	1,226	109.6
販管費	9,501	10,156	655	106.9
営業利益	3,215	3,787	571	117.8
経常利益	3,042	3,594	551	118.1
四半期純利益	1,845	2,331	485	126.3



部門別売上高一覧

	前期実績	当期実績	構成比 (%)	前期増減額	前年同期比 (%)
ヘアケア用剤	10,436	11,618	58.1	1,181	111.3
染毛剤	6,654	7,129	35.7	475	107.1
パーマメントウェーブ用剤	1,167	1,076	5.4	△ 90	92.2
その他	179	154	0.8	△ 24	86.1

連結 設備投資等の推移



MILBON

(単位:百万円)

区 分		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 1~9月	2015年 予定
設備投資費		528	840	1,680	1,028	1,215	2,652
減価償却費		1,011	947	878	1,004	760	1,062
研究開発費	金額	870	873	969	1,168	890	1,211
	比率	4.2%	4.0%	4.1%	4.6%	4.5%	4.5%

※ 研究開発費の比率は、今期より連結の数値を記載(2011年まで遡及修正)しております。

当期 設備投資の主な項目

- ゆめが丘工場隣接地の購入
- 東京銀座支店の開設
- 札幌営業所の移転
- タイ工場の倉庫拡張

マーケット関連資料 & フィールドパーソンの推移



MILBON

マーケットの推移(日本)

(単位 美容室軒数:軒/美容師数:人/美容人口:千人)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	備考
美容室軒数	223,286	228,429	231,134	234,089	—	—	厚生労働省 衛生行政報告 美容所施設数・従業美容師数(年末)
美容師数	456,872	471,161	479,509	487,636	—	—	
美容人口	39,812	39,640	39,076	38,468	37,847	37,555 (4月1日現在)	総務省統計局 各年10月1日現在人口推計 日本人女性15才~64才人口推計

国別 フィールドパーソンの推移

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 3Q
日本	203	221	230	238	240
	95	92	95	95	—
米国 (ミルボンUSA)	9	10	12	12	10
	39	35	36	40	—
中国 (ミルボン上海)	11	15	16	17	17
	11	12	17	25	—
韓国 (ミルボンコリア)	11	13	18	17	20
	30	34	39	64	—
タイ (ミルボンタイランド)	—	—	3	6	6
	—	—	6	8	—
その他地域	4	3	8	11	14
	95	135	55	50	—

上段:
フィールドパーソン人数(人)

下段:
フィールドパーソン1人あたり売上高(百万円)

※2015年9月20日現在 29名研修中
(左表には含まれておりません。)

国別の状況（第3四半期累計期間）



日本を含む東アジアを中心に、全エリアの売上が伸長

	従業員数	売上高(百万円)		前年同期比 (%)	営業 開始年	為替レート	
	FP数	前期実績	今期実績			前期	今期
日本	580	16,562	17,455	105.4	1960年	-	-
	240						
米国 (ミルボンUSA)	14	363	472	129.9	2004年	1\$ = 101.73	118.29
	10						
中国 (ミルボン上海)	23	295	460	155.7	2009年	1元 = 16.58	19.32
	17						
韓国 (ミルボンコリア)	31	778	1,046	134.4	2009年	1₩ = 0.09627	0.1083
	20						
タイ (ミルボンタイランド)	47	33	66	200.7	2013年	1バーツ = 3.15	3.60
	6						
その他地域 ※1	14	403	477	118.4	-	-	-
	14						

※1:台湾、香港、ベトナム、マレーシア、トルコ、インドネシア、フィリピン、その他

国別の状況（第3四半期累計期間）



日本（ミルボン）

競争が加速している染毛剤部門において、上期に投入した新グレイカラー剤「オルディーブ クリスタル」と「ヴィアロドラ カラー」が市場から高い評価を得ており、また既存のカラー剤オルディーブの追加色も好調で、染毛剤カテゴリーの売上が減少傾向から増加傾向へと好転しています。

大人世代のニーズに応える製品の投入に加えて、新しく働き始めた20代半ばの若い世代に向けて新ヘアケアブランド「ジェミールフラン」シャンプー & トリートメントを発売しました。「キレイの意識が変化するタイミング」にプロのヘアデザイン・ケアの価値を提供し生涯顧客へとつながる支援活動が市場で評価されています。

米国（ミルボンUSA）

代理店販売による展開エリアが東海岸7州に拡大し、販売活動が本格化。取引サロン数も順調に増加しています。

2月に発売したプラーミアヘアセラムは、ケラチタンパク質を本質的に補修する独自の処方技術をアピールしたことがヘアカラーダメージ顧客が多い米国市場にて受け入れられ、大ヒットとなりました。既存品との入替が予想以上に多く、大幅な売上増とまではいきませんでした。全体としては順調に推移しています。

中国（ミルボン上海）

代理店向けに勉強会などを重ね、取引代理店によるサロンへの教育活動が活発化し、地域の有力サロンとの関係強化につながっています。新規エリアの四川（成都市）、重慶エリアも確実に顧客数が増加しており、次期の伸長が期待できます。

サロン向けには、再来店促進をテーマに経営者セミナーや日本・中国で活躍する外部講師の教育セミナーを実施。顧客満足の上昇につながっています。またケアリスト認定制度を導入。スタイリストのカウンセリング力と製品知識が向上し、店販ヘアケアとサロントリートメントの売上伸長に貢献しています。

韓国（ミルボンコリア）

4月にプラーミア発売一周年記念キャンペーンを実施し、5月にはエイジング毛髪に対応したヘアケア剤「プラーミアヘアセラム」シリーズを発売。頭皮から毛髪までのケアが可能となったことでプラーミアブランドの総合力が高まり、6月までの累計でプラーミアの売上は前年同期比135%と順調に推移しています。

6月上旬から下旬にかけて発生したMERS感染の流行により、サロンのお客様が激減し、開店休業といった状態のサロンも見られ、韓国全体の経済がダウンしました。そのような厳しい状況の中、活動を休止することなくカラー教育を重点的に行った結果、染毛剤の売上は落ち込むことなく、前年同期比で126%と伸長しました。

タイ（ミルボンタイランド）

[販売部門] ソンクラン（タイ正月）明けの5月は消費の落ち込みがあったものの、活動の中心であり売上構成比の高いヘアカラーは引き続き好調で前年同期比138%の伸長となりました。また、昨年度より定期的にアイテムを投入しているプラーミアブランドが市場に根付き始めています。

[生産部門] 出荷先の国での輸入許可の関係で全体的に出荷が遅れていましたが、台湾向けの全品の許可が下り、第4四半期から出荷を開始します。今後の生産量増加を見込み、調合タンクの入替えを行い生産能力を高めています。

※文中の数値は、現地通貨に準拠しています。



MILBON

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。