

2017年12月期（第58期）第3四半期  
株式会社ミルボン 決算説明資料



2017年9月29日

Copyright © 2017 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

# 目次

---

- P2 連結 経営成績
- P3-8 連結 部門別売上高・ブランド別情報
- P9 連結 損益計算書
- P10 連結 設備投資等の推移
- P11 マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移
- P12 国別の状況
- P13-14 海外子会社の状況

## 連結 経営成績（第3四半期累計期間）

通期目標達成へ向けて順調に推移

（単位：百万円）

	金額		増減額	増減率(%)
	前期実績	当期実績		
売上高	21,424	22,839	1,415	6.6
売上総利益	14,761	15,511	749	5.1
販管費	10,916	11,616	700	6.4
営業利益	3,845	3,894	49	1.3
経常利益	3,495	3,665	170	4.9
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,370	3,136	766	32.3

Find Your Beauty **MILBON**

# 連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]

## プレミアムブランドを中心に売上は順調に回復

(第3四半期累計)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	増減額	増減率(%)
12,760	13,210	449	3.5

- ・ プレミアムブランドのオー ज्याと“milbon”は順調に推移しています。プロフェッショナルブランドの新商品については、期待通りの売上とはなりませんでした。

### 新商品

#### エルジュータ

#### メロウセラム／リンバーセラム

軽やかな指通りで、根元から扱いやすい髪へと導く、アウトバストリートメントです。



3月30日発売

通期目標	販売実績	進捗率
6億円	3億07百万円	51.3%

#### プラーミア エンリッチド

「保湿感」だけでは物足りなくなってきた50代女性が求める「弾力感」も与えるシャンプー&トリートメントです。



3月1日発売

通期目標	販売実績	進捗率
5億円	2億02百万円	40.6%

Find Your Beauty **MILBON**

# ブランド別情報 オージュア

## バージョンアップを控えるなか増収を確保

### オージュアサロン窓口軒数

2016年度末	2017年度	増減率(%)
2,779軒	2,991軒	7.6

### 販売高（第3四半期累計期間）

2016年度	2017年度	増減率(%)
34億26百万円	36億62百万円	6.9

### 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

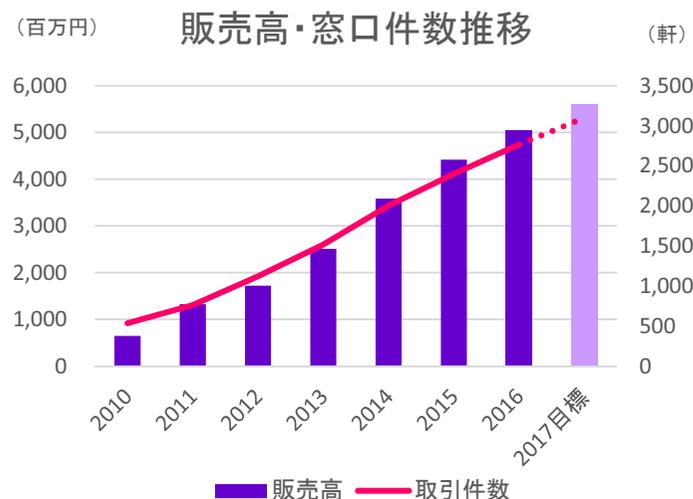
今までのヘアケアを「ヘアケア技術」として進化させることで、一人ひとり違う髪の悩みに、その人のためのヘアケアプログラムで応えること。それが「オージュア」です。

### 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
- ・15ライン ・96アイテム

一人ひとりのキレイを育む、オーダーメイドのヘアケア



# ブランド別情報 プレミアムブランド “milbon”

海外は8カ国まで展開

## ブランドコンセプト

360° 輝く髪で、一人ひとりの「私らしい美しさ」を切り拓く  
システムヘアケアブランド

## “milbon”とは

世界20カ国の女性の毛髪内部の姿かたちを、独自のCTスキャン技術で徹底的に解析した結果、共通して起きている毛髪のダメージ現象「棒状空洞化」を発見しました。そして、棒状空洞化した髪を補修し、毛髪内密度を高めることができる成分を探索し、配合したヘアケアを開発しました。  
“milbon”は、芯から整った心地の良い輝く髪へ導くシステムヘアケアです。

## サロン窓口軒数

第3四半期末……………3,733軒

## 販売高

第3四半期累計期間………10億54百万円

# MILBON



## 360° BEAUTIFUL HAIR

2016年度発売 - 世界12カ国で順次

Find Your Beauty **MILBON**

# 連結 部門別売上高 [染毛剤部門]

## 若年層向け新商品が好評で染毛剤売上を牽引

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	増減額	増減率(%)
7,529	8,360	831	11.0

- 自由なカラーデザインを発信し続けたい女性の願いを叶える新ブランド「オルディーブ アディクシー」を投入しました。赤味を消し切ることで自在にカラー表現ができることが好評で、売上は年間販売目標を大きく上回っています。

### 新商品

#### オルディーブ アディクシー

高彩度の青で赤味のあるブラウンをかき消します。にごりのないクリアな発色を叶え、個性的で自由なヘアカラーデザインを実現します。



2月1日発売

通期目標	販売実績	進捗率
7億55百万円	14億97百万円	198.4%

#### オルディーブ追加色 フェミニティーライン

彩度を調整できる「透明感ピンク」で、その人に似あう”カッコいい女性らしさ”を表現します。



2月1日発売

通期目標	販売実績	進捗率
4億円	1億83百万円	45.9%

Find Your Beauty MILBON

# ブランド別情報 ヴィラロドラ ①

## ヴィラロドラ カラーが引き続き好調で売上を牽引

### ヴィラロドラ窓口軒数

2016年度末	2017年度	増減率(%)
5,632軒	6,524軒	15.8

### 販売高（第3四半期累計期間）

2016年度	2017年度	増減率(%)
5億72百万円	6億96百万円	21.6

### ブランドコンセプト

イタリアの大地が育む“自然の恵み”が髪と地肌に本物の美しさをもたらします。

### ヴィラロドラとは

『ビューティー・ザ・オーガニック・ウェイ』というコンセプトを基に、製品だけではなく、製造過程、容器、展開ツール等においても自然環境へ徹底的にこだわった本物のオーガニックブランドです。全商品オーガニック認証機関ICEA(イチェア)の認証を得ています。

自然の恵みがキレイをもたらすイタリア生まれのオーガニックヘアケアで、髪と地肌に美しさを。そんなもう一つの選択肢をご提案します。



販売高・窓口軒数推移



Find Your Beauty MILBON

## ブランド別情報 ヴィラロドラ ②

### 主な商品

### ヴィラロドラ カラー

92%天然由来成分で植物の力を活かした処方により、「施術中」「仕上がり」「継続使用」すべてを通してオーガニックならではの心地よさを実感していただけます。



前期実績	当期実績	増減率(%)
3億73百万円	4億93百万円	32.3

2015年度発売

※ 従来は通期目標の進捗率で表示しておりましたが、今第3四半期から前年同期比で表示しております。

# 連結 損益計算書（第3四半期累計期間）

（単位：百万円）

	金額		増減額	増減率 (%)
	前期実績	当期実績		
売上高	21,424	22,839	1,415	6.6
売上原価	6,663	7,328	665	10.0※1
売上総利益	14,761	15,511	749	5.1
販管費	10,916	11,616	700	6.4※2
営業利益	3,845	3,894	49	1.3
経常利益	3,495	3,665	170	4.9
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	2,370	3,136	766	32.3※3

## <部門別売上高一覧>

（単位：百万円）

	前期実績	当期実績	構成比(%)	増減額	増減率(%)
ヘアケア用剤	12,760	13,210	57.9	449	3.5
染毛剤	7,529	8,360	36.6	831	11.0
パーマメント ウェーブ用剤	972	1,101	4.8	128	13.2
その他	161	167	0.7	5	3.5

## <主な変動要因>

※1 売上原価： 新ゆめが丘工場稼働に伴う減価償却費の増加等

※2 販管費： ・人員増・昇給にともなう人件費の増加  
・体制強化にともなう研究開発費の増加

※3 親会社株主に帰属する四半期純利益：  
政策保有株式の一部売却に伴う増加

## ※補足 株主還元について

### <配当の状況>

（単位：円）

	2015年度	2016年度	2017年度 計 画
中期配当	35	38	40
期末配当	39	40	42
合計	74	78	82

## 連結 設備投資等の推移

(単位:百万円)

区 分		2013年	2014年	2015年	2016年	2017年 1~9月	2017年 予定※)
設備投資額		1,680	1,028	2,779	4,262	877	1,760
減価償却費		878	1,004	1,033	1,077	818	1,240
研究開発費	金額	969	1,168	1,214	1,232	979	1,372
	比率	4.1%	4.6%	4.4%	4.2%	4.3%	4.2%

### 2017年度 設備投資の主な項目

- 販売管理システム構築費用
- 国内拠点新設（静岡営業所）
- 国内拠点移転に伴う内装設備等  
（福岡支店、岡山営業所、横浜営業所）

※) 2月24日に発表した業績予想の変更後の数値です。

# マーケット関連資料 & フィールドパーソンの推移

## マーケットの推移(日本)

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	備考
美容室軒数(軒)	231,134	234,089	237,525	240,299	—	—	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(人)	479,509	487,636	496,697	504,698	—	—	
美容人口(千人)	39,076	38,468	37,847	37,395	37,023	36,810 (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 (フィールドパーソン数/12月21日期首現在)

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	210	216	237	249	258
	104	104	100	102	
米国 (ミルボンUSA)	12	12	12	9	12
	36	40	53	63	
中国 (ミルボン上海)	16	17	18	18	19
	17	25	36	40	
韓国 (ミルボンコリア)	17	17	19	20	23
	41	64	75	80	
タイ (ミルボンタイランド)	3	6	6	6	9
	6	8	15	14	
その他地域 ※)	7	12	16	19	24
	63	46	42	47	

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一人あたり売上高(百万円)

2017年9月20日 22名 研修終了

2017年10月2日 15名 研修開始

(上記37名は左表には含まれておりません。)

※) 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、シンガポール、その他

Find Your Beauty **MILBON**

# 国別の状況

## 東アジアリージョンが引き続き成長を牽引

	売上高(百万円)		増減率 (%)	営業 開始年	為替レート	
	前期実績	今期実績			前期	今期
日本	18,593	19,580	5.3	1960年	-	-
米国 (ミルボンUSA)	444	439	△ 0.9	2004年	1\$ = 114.95	111.42
中国 (ミルボン上海)	542	669	23.3	2009年	1元 = 17.56	16.26
韓国 (ミルボンコリア)	1,193	1,401	17.5	2009年	1₩ = 0.0990	0.0969
タイ (ミルボンタイランド)	61	84	37.6	2013年	1バーツ = 3.26	3.18
その他地域 ※)	590	664	12.6	-	-	-

※) 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、シンガポール、その他

Find Your Beauty **MILBON**

# 海外子会社の状況 ①

## 米国（ミルボンUSA）

プレミアムブランド“milbon”にスタイリングシリーズを追加。市場のニーズに対応したラインとなっており、市場での評価も高くブランド全体の売上が順調で、売上伸長に貢献しています。

代理店部門の売上は9か月累計で+10.4%で推移し、代理店からサロンへの売上は+30%となり市場拡大は順調に進んでいます。

## 中国（ミルボン上海）

現地の代理店スタッフが、製品勉強会を実施し個店サロンをフォローするという課題解決型提案が出来るようになり、売上伸長に大きく貢献しています。

直販部門ではミルボンの教育営業のメンバーが「カースペシャリストコース」や「経営セミナー」を実施することで、各地のトップサロンとの取引が増加しています。販売エリア外からの引き合いも増えています。

## 韓国（ミルボンコリア）

オルディーブ（ファッションカラー）の定期的な追加色提案や教育活動が他社にはない魅力となり、サロンから好評で引き続き好調。オルディーブボーテ（グレイカラー）とともに売上を牽引しています。

今期から本格的に販売開始したオージュアにおいては、市場での評価も高く窓口軒数も順調に推移しています。人材育成のシステムに賛同して導入したサロンでは、ケアリスト制度を取り入れ、成功事例も多数出てきています。

※P13、P14の文中の数値は、現地通貨に準拠しています。

Copyright © 2017 Milbon. All rights reserved.

## 海外子会社の状況 ②

### タイ（ミルボンタイランド）

#### **[販売部門]**

今年2月から発売開始したプレミアムブランド“milbon”は、仕上がりの良さや高級感あるイメージの評価が高く順調に推移しています。

ヘアカラーにおいては日本と同時発売の新色戦略（新商品＋トレンド情報＋技術教育の3点セット）を行ったり、カラー講習のバリエーションを増やす教育活動をしてきた結果、ヘアカラーの窓口サロン軒数が増加しています。

#### **[生産部門]**

製造時間も標準時間で安定しており、ミスによる廃棄ロスなどもなく、安定した生産、出荷体制が築けています。原料資材の現地調達率も高まり、製造原価率は計画以上に改善しています。また、ラベル貼付は手貼りから自動ラベラーを導入するなど合理化を図り、更なる製造原価率の改善を目指しています。



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。