

2018年12月期（第59期）第2四半期
株式会社ミルボン 決算説明資料



2018年7月25日

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

目次

- P3 連結 経営成績
- P4 連結 部門別売上高・ブランド別情報
- P10 連結 損益計算書等
- P11 連結 設備投資等の推移
- P12 マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移
- P13 国別の状況
- P14 海外子会社の状況
- P16 2018年度（第59期）の進捗

前連結会計年度より、当社は決算期を12月20日から12月31日に変更しました。また、9月30日を決算期としていた連結子会社については、決算期を12月31日に変更しました。当第2四半期累計期間は2018年1月1日から6月30日の6ヶ月であるのに対し、前第2四半期連結累計期間は2016年12月21日から2017年6月20日（連結子会社は2016年10月1日から2017年3月31日）の6ヶ月となります。

	本資料における記載	個別の期間	子会社の期間
当第2四半期連結累計期間	当期実績	2018年1月1日～ 2018年6月30日（6ヶ月）	2018年1月1日～ 2018年6月30日（6ヶ月）
前第2四半期連結累計期間	前期実績	2016年12月21日～ 2017年6月20日（6ヶ月）	2016年10月1日～ 2017年3月31日（6ヶ月）

連結 経営成績 (第2四半期累計期間)

国内、海外ともに売上が順調に伸長

(単位：百万円)

	前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
売上高	14,956	16,802	1,846	12.3
売上総利益	10,069	11,752	1,683	16.7
販管費	7,736	8,777	1,041	13.5
営業利益	2,333	2,975	642	27.5
経常利益	2,147	2,746	599	27.9
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,508	2,137	628	41.7

※) 対象期間については3ページ参照。

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が引き続き好調

(第2四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
8,680	9,995	1,315	15.1

- プレミアムブランドの「オージュア」と“milbon”は順調に推移しています。
- オージュアは、5月のスカルプケアシリーズで、フルラインのバージョンアップが完了しました。このバージョンアップ効果により、取引サロンへの活動が活性化するとともに、課題のあったスカルプ提案も強化され、売上が大きく伸長しました。

※) 対象期間については3ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

ブランド別情報 オージュア

5月に実施したスカルプケアシリーズのバージョンアップも好評

窓口軒数 ※1)

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
3,166	3,513	347	11.0

販売高 (第2四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績※2)	当期実績※2)	増減額	増減率 (%)
2,299	2,886	587	25.5

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の美しさを共に育むヘアケアブランド

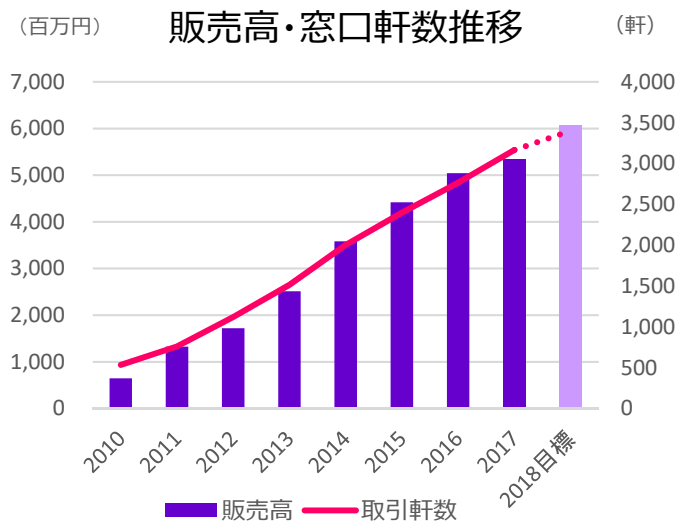
オージュアとは

一人ひとりの髪と地肌の悩みに向き合い、その時々にもっとも適したアイテムを選択して今と未来の美しさまで支えていく。それが、「オージュア」です。

製品構成

お客さま一人ひとり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
- ・13ライン
- ・94アイテム



※1) 日本は登録軒数。海外は1年間の出荷実績から算出。

※2) 個別の数値です。対象期間については3ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty MILBON

ブランド別情報 プレミアムブランド “milbon”

窓口づくりも進み順調に進捗 海外展開は11か国へ

窓口軒数 ※1)

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
3,966	4,996	1,030	26.0

販売高 (第2四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※2)	当期実績 ※2)	増減額	増減率 (%)
594	948	353	59.5

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

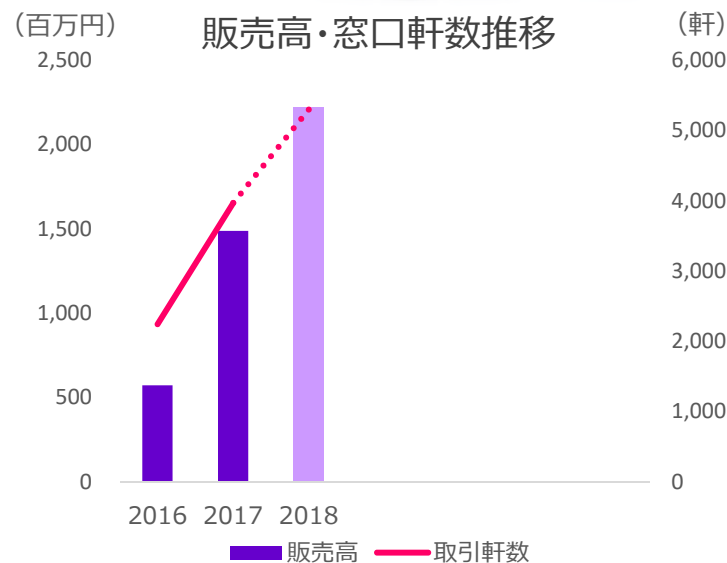
展開国

USA、香港、中国、タイ、台湾、トルコ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、シンガポール、ドイツ

“milbon”とは

世界20カ国の女性の毛髪内部を、独自のCTスキャン技術で徹底的に解析し、共通の毛髪のダメージ現象を発見しました。そしてダメージ毛を補修し、毛髪内密度を高める成分を探索し、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。

MILBON



※1) 日本は登録軒数。海外は1年間の出荷実績から算出。

※2) 個別の数値です。対象期間については3ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty MILBON

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]

昨年発売したアディクシーに追加色も加わり染毛剤売上を牽引

(第2四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
5,462	5,886	424	7.8

- 昨年2月に発売し好評だった「オルディーブ アディクシー」に、黄味さえもかき消し、アディクシーならではの欧米風カラーの提案幅を広げる新色を追加しました。この追加色はアディクシー使用サロンに順調に導入され、既存色のリピート率も上がり売上伸長を牽引しました。

※) 対象期間については3ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

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ブランド売上を牽引

窓口軒数

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
6,895	7,507	612	8.9

販売高 (第2四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
444	510	65	14.7

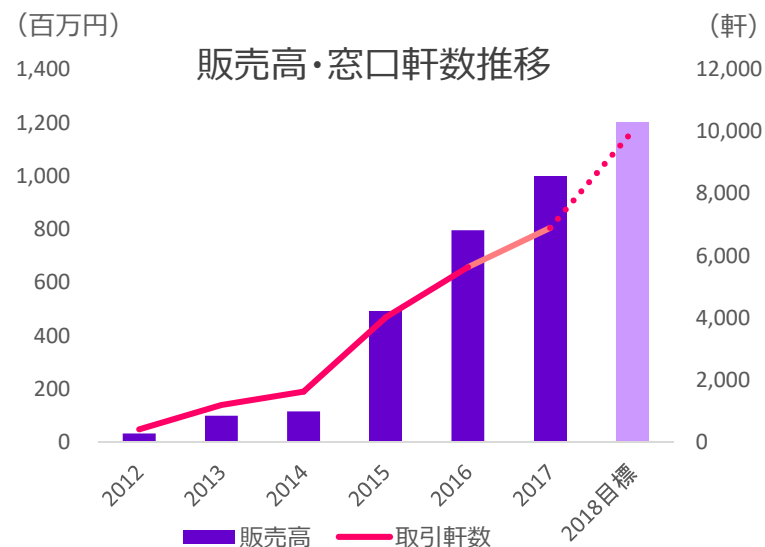
ブランドコンセプト

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。

※) 個別の数値です。対象期間については3ページ参照。



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。

販売高（第2四半期累計期間）

（単位：百万円）

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
316	371	55	17.5



2015年度発売

※) 対象期間については3ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

連結 損益計算書等 (第2四半期累計期間)

<連結 損益計算書>

(単位：百万円)

	金額		増減額	増減率 (%)
	前期実績 ※)	当期実績 ※)		
売上高	14,956	16,802	1,846	12.3
売上原価	4,887	5,050	162	3.3 ※1
売上総利益	10,069	11,752	1,683	16.7
販管費	7,736	8,777	1,041	13.5
営業利益	2,333	2,975	642	27.5 ※2
経常利益	2,147	2,746	599	27.9
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	1,508	2,137	628	41.7 ※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	8,680	9,995	59.5	1,315	15.1
染毛剤	5,462	5,886	35.0	424	7.8
パーマメントウェーブ用剤	709	819	4.9	109	15.4
その他	104	101	0.6	△ 3	△ 2.9

<主な変動要因>

※1 売上原価： 旧バージョンのオー ज्याの返品額が見込み額を大きく下回ったことなどによる影響

※2 営業利益： 売上伸長と上記要因による増加

※3 親会社株主に帰属する四半期純利益：
上記要因と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)

	2016年度	2017年度	2018年度
中期配当	38	40	24
期末配当	40	52	(計画) 24
合計	78	92	(計画) 48

※) 対象期間については3ページ参照。

連結 設備投資等の推移

(単位：百万円)

区 分		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年 1~6月	2018年 計画
設 備 投 資 額		1,028	2,779	4,262	1,570	670	1,668
減 価 償 却 費		1,004	1,033	1,077	1,272	666	1,376
研究開発費	金額	1,168	1,214	1,232	1,422	712	1,448
	売上費(%)	4.6	4.4	4.2	4.3	4.2	4.3

2018年度 主な設備投資（計画）

- 工場調合設備（真空4 t タンク）
- 福岡支店移設増強
- 岡山営業所移設増強
- 中央研究所改装

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	243,360	—	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	509,279	—	
美容人口（千人）	39,076	38,468	37,847	37,395	37,023	36,526 (2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：1月1日期首現在（2017年以前は12月21日期首現在））

	2014年	2015年	2016年	2017年※1)	2018年
日本	216	237	249	258	269
	104	100	102	105	
米国 (ミルボンUSA)	12	12	9	12	13
	40	53	63	48	
中国 (ミルボン上海)	17	18	18	19	22
	25	36	40	50	
韓国 (ミルボンコリア)	17	19	20	23	25
	64	75	80	84	
タイ (ミルボンタイランド)	6	6	6	9	7
	8	15	14	13	
その他地域 ※2)	12	16	19	24	26
	46	42	47	38	

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10月入社 13名 現場OJT中
2018年 4月入社 31名 研修中

（上記44名は左表には含まれておりません。）

※1 決算期変更前の12ヶ月の数値を使用して算出しています。

※2 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、ドイツ、その他

国別の状況

日本は二桁成長 (海外子会社は決算期変更により比較対象期が違いため次頁参照)

(第2四半期累計期間)

(単位：百万円)

	前期実績 ※1)	当期実績 ※1)	増減率 (%)	営業開始年	為替レート 前期 (円)	為替レート 今期 (円)
日本	12,847	14,188	10.4	1960年	-	-
米国 (ミルボンUSA)	276	305	-	2004年	¹ \$ = 111.59	108.67
中国 (ミルボン上海)	431	706	-	2009年	¹ 元 = 16.27	17.09
韓国 (ミルボンコリア)	886	981	-	2009年	¹ ₩ = 0.0959	0.0999
タイ (ミルボンタイランド)	53	55	-	2013年	¹ バーツ = 3.14	3.44
その他地域 ※2)	460	565	22.7	-	-	-

※1) 対象期間については3ページ参照。

※2) 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、ドイツ、その他
Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

海外子会社の状況 ①

◆海外子会社の状況については、1-6月（6ヶ月）の現地通貨で、前年同期比較しコメントします。

	通貨 (単位)	前期実績 (1-6月)	当期実績 (1-6月)	増減率 (%)
米国 (ミルボンUSA)	USDドル (千)	2,629	2,821	7.3
中国 (ミルボン上海)	元 (千)	30,692	41,351	34.7
韓国 (ミルボンコリア)	ウォン (百万)	9,909	9,827	△0.8
タイ (ミルボンタイランド)	バーツ (千)	18,699	16,164	△ 13.6

米国 (ミルボンUSA)

直販部門は、マンハッタンのハイエンドサロン25軒をターゲットにした販売戦略が成功して順調に推移しています。また、代理店部門でも、代理店との関係強化が成果に結びつき始めています。製品面では、グローバルミルボンが、活動の絞り込みと、季節に合わせた提案が高い評価を受けており、大きく伸長しています。下期は、2019年の欧米用ヘアカラー発売を前にして、黒髪市場向けに、ファッションカラー「オルディーブアディクシー」とグレーカラー「オルディーブボータ」の導入を計画しており、市場拡大が期待されます。

海外子会社の状況 ②

中国（ミルボン上海）

直販エリア、代理店エリアともに前年同期比30%以上と、大きく伸長しています。製品別では、ファッションカラー「オルディーブ」が各エリアでのカラースペシャリストセミナーの実施効果もあり順調に推移しています。ヘアケアでは、グローバルミルボンが40店舗に絞った教育活動とスタイリング剤「クリエイティブスタイル」の発売もあり、確実にリピートにつながり始めています。

韓国（ミルボンコリア）

競合他社の低価格ヘアカラーの市場参入が続き、ミルボンの代理店においても影響が出ており、やや苦戦しています。品質面や教育面の優位性で対抗しているものの、取り戻していくためには、やや時間を要する見込みです。ヘアケアにおいては、オージュアのバージョンアップは、4月にヘアケアシリーズが完了し、スカルプシリーズは9月に予定しています。5月に発売したニゼルジェリーシリーズも市場での評価が高くなっています。また、パーマにおいては日本で評価の高いネオリシオが8月に導入される予定で、今後、期待できます。

タイ（ミルボンタイランド）

代理店を1社に絞ったことによる前年度末の大量受注の影響で、第1四半期は前期比で売上が大きく落ち込んでいましたが、グローバルミルボンの新ライン投入や、パーマワークショップを継続的に行うことにより順調に回復し始めています。また、代理店エドゥケーター向けの研修を日本で実施するなど協働体制の強化により、代理店が自信をもってミルボン製品の講習ができるようになってきたことも要因の一つです。

Milbon Group

2018年度(第59期)の進捗

代表取締役社長 佐藤龍二

2018年度 国内環境①

■ 足元の状況から業績伸長の要因

① 製品力

<ヘアケア>

オージュア

“milbon”

エルジューダ・ジェミールフラン

<染毛剤>

オルディーブ アディクシー

<パーマ剤用剤>

ネオリシオ

② 美容室市場

- 有力サロン オージュアが生産性アップに貢献し伸長
- 若手サロン アディクシー & “milbon” で新しい窓口

③ 代理店との協働

- 成功サロンづくりプロジェクト等

2018年度 海外市場①

■ 東アジア

◆ 中国市場続伸

【市場の変化】

有力サロン・若手サロンにおいて意識の変化

- ① サービス・接客に対する意識
- ② 人材育成への取組み意識

◆ 韓国市場堅調

■ 東南アジア

- ◆ マレーシア 年内に現地法人化を予定
2018年3月にシンガポール駐在員事務所新設
- ◆ ベトナム 年内に現地法人化を予定

◆日本を含め、アジアに向けたデザイナー育成イベント

DAインスパイア ※) 2017年度にエリア大会開催

国内 8エリア (札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、広島、福岡)

海外 3エリア (マレーシア、台湾、コリア)

- 6月19日 **DA グランプリ ファイナル**

※DA各エリアグランプリの中からDAオブザイヤーを選出

- 同日夜 **ミルボンデザイナーズアワード**

※DAオブザイヤーの表彰式

フォトレボリューションオブザイヤーも選考会をへて同時表彰



◆2018年度からDAを上海で開催予定。海外4エリアに拡大

※) DA (デザイナーズアビリティー) インスパイアは、自分の感性と向き合うことで、ヘアデザイナーの可能性を広げることを目的とした教育イベントです。

2018年度 海外市場②

■ 北米

- ◆ “milbon” ……マンハッタンのハイエンドサロンに導入始まる
- ◆ 欧米用ヘアカラー剤開発……順調に進捗
- ◆ 欧米用ヘアカラー剤発売に先行し、黒髪市場に向けて
2018年末発売予定 オルディーブ アディクシー
オルディーブ ボーテ

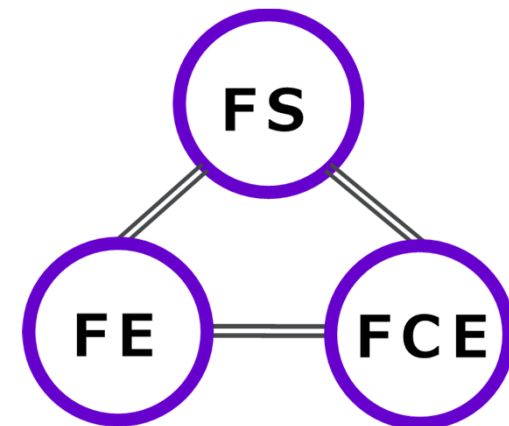
2018年度 化粧品事業 進捗

■ 販売～教育体制

【教育体制の確立へ向けて】

- ◆ FCE（フィールドコスメティクスエディケーター）21名選出
 - 各支店ごとに3名を1ユニットとし、7ユニット配属予定
- ◆ 研修開始
 - 2018年10月から・・・6か月間
 - FCE（フィールドコスメティクスエディケーター）
 - 2018年から・・・3-4回コース
 - FS（フィールドセールス）
 - FE（フィールドエディケーター）

▼FP（フィールドパーソン） トライアングル態勢



2019年春 先行発売予定

2018年度12月期 連結業績予想見直し

◆ 上期実績と下期安定成長を勘案し、連結業績予想を上方修正

(単位：百万円)

	2018年度上期実績		2018年度通期目標 (修正前)		2018年度通期目標 (修正後)		
	金額	前年同期比 増減率(%)	金額 (A)	前期比 増減率(%)※	金額 (B)	修正前目標 増減額 (B-A)	前期比 増減率(%)※
売上高	16,802	12.3	34,000	7.2	34,700	700	9.4
営業利益	2,975	27.5	5,740	8.0	6,160	420	15.9
経常利益	2,746	27.9	5,270	5.8	5,640	370	13.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,137	41.7	3,990	5.4	4,240	250	12.0

※2017年度は変則決算のため、比較対象として算出した12ヶ月調整額との比較です。



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。