

2019年12月期（第60期）第3四半期 株式会社ミルボン 決算説明資料



2019年10月28日

Copyright © 2019 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

目次

- P2 連結 経営成績
- P3 連結 部門別売上高・ブランド別情報
- P12 連結 損益計算書等
- P13 連結 設備投資等の推移
- P14 マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移
- P15 国内・海外の売上高・営業利益
- P16 海外子会社の状況
- P19 補足資料

連結 経営成績 (第3四半期累計期間)

- ◆ 消費税の駆け込み需要の影響もあり、売上はQ2までと比較して高い伸長率となった。
- ◆ 通期に向けては、計画通り着地の見込み。

(単位：百万円)

	前期実績※	当期実績※	増減額	増減率 (%)
売上高	24,444	26,651	2,207	9.0
売上総利益	16,293	17,609	1,315	8.1
販管費	11,606	12,433	827	7.1
営業利益	4,687	5,175	488	10.4
経常利益	4,393	4,804	411	9.4
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,324	3,411	87	2.6

※ 2019年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。2018年12月期第3四半期の実績についても、遡及適用しております。

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※	増減額	増減率 (%)
14,246	15,313	1,066	7.5

- 3月に投入した「オー ज्या エターナルステージシリーズ ディオーラムライン」は、美容室での高単価メニュー提案を推進し、「オー ज्या」の伸長に貢献しています。
- プレミアムブランドの「milbon」は、引き続き代理店主導による窓口づくりが進み、新規窓口増により伸長しています。既存窓口の売上増に向けた取組みについても引き続き強化していきます。
- 4月に新ブランド「クロナ」を投入。ブランド全体から、1品1品に絞った展開による配下軒数の増加を目指して活動しています。
- 7月に投入した「ジェミールフラン ヘアベースメイクシリーズ」は、ニーズに合ったオイル仕上げのラインナップと、ターゲット層にあった容器と価格帯が受け入れられています。

※ 2019年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。2018年12月期第3四半期の実績についても、遡及適用しております。

Find Your Beauty **MILBON**

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]

新商品

第3四半期累計期間

オー ज्या エターナルステージシリーズ ディオーラムライン

エイジング現象が複合的に起きている毛髪に、美しさの鮮度を与えます。みずみずしく、弾力があり、ツヤやかな髪に導き、いつまでも髪的美しさを育みたい女性の気持ちにこたえます。

(単位：百万円)

通期目標※	当期実績※	進捗率 (%)
800	528	66.0



2019年 3月8日発売

クロナ

やさしさを感じるシンプルケアで、忙しい大人女性の髪がキレイになる実感を高めます。「いつもキレイ」と褒められる髪でありたい女性の思いに寄り添います。

(単位：百万円)

通期目標※	当期実績※	進捗率 (%)
750	257	34.4



2019年 4月10日発売

※ 個別の総売上高の数値です。

Find Your Beauty MILBON

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]

新商品

第3四半期累計期間

ジェミールフラン ヘアベースメイクシリーズ

スキンケアに使用される成分のみを使用した、こだわり設計のスタイリング剤が髪の見た目のコンディションを心地よく整えます。

(単位：百万円)

通期目標※	当期実績※	進捗率 (%)
100	75	75.4



2019年 7月10日発売

※ 個別の総売上高の数値です。

Find Your Beauty MILBON

ブランド別情報 オージュア

新商品「エターナルステージシリーズ ディオーラムライン」が順調

窓口軒数

(単位：軒)

2018年度※1	2019年度※1	増減数	増減率 (%)
3,271	3,605	334	10.2

販売高 (第3四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績※2	当期実績※2	増減額	増減率 (%)
4,358	5,061	703	16.1

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

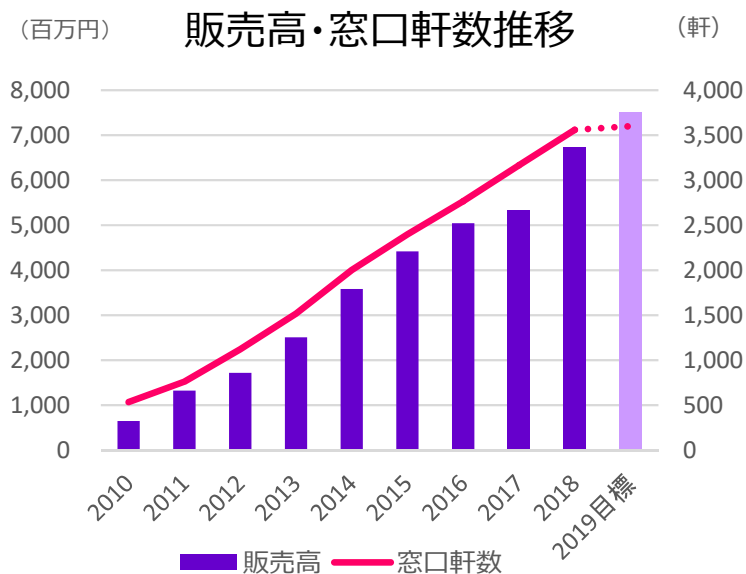
一人ひとりの髪と地肌の悩みに向き合い、その時々最も適したアイテムを選択して今と未来の美しさまで支えていく。それが、「オージュア」です。

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

- ・5シリーズ
 - エターナルステージシリーズ【NEW】
 - 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
- ・86アイテム

Aujua



※1 日本、海外ともに1年間の出荷実績から算出。

※2 個別の総売上高の数値です。

ブランド別情報 プレミアムブランド “milbon”

日本・海外ともに窓口づくりが進み伸長

窓口軒数

(単位：軒)

2018年度※1	2019年度※1	増減数	増減率 (%)
5,571	7,397	1,826	32.8

販売高 (第3四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績※2	当期実績※2	増減額	増減率 (%)
1,452	1,823	370	25.5

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

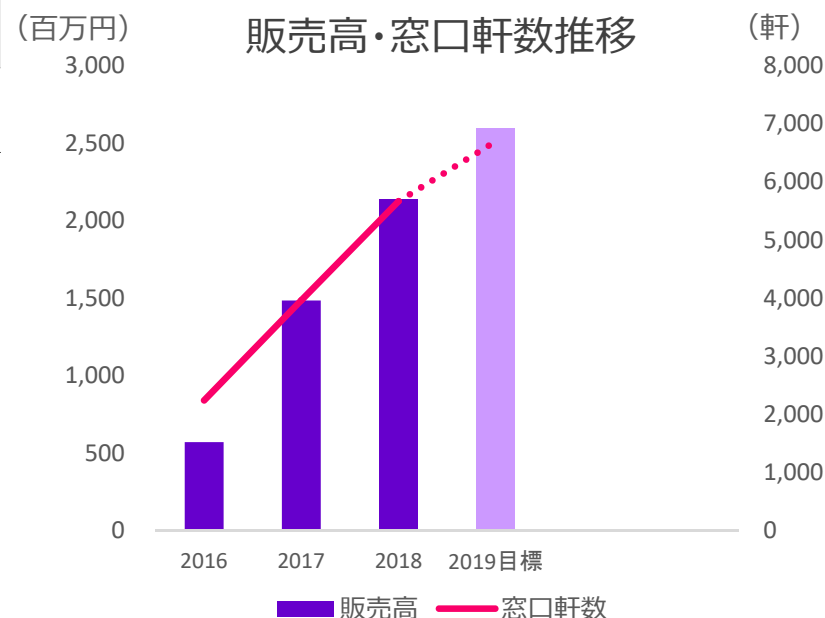
展開国

日本、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、海外ともに1年間の出荷実績から算出。

※2 個別の総売上高の数値です。

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]

オルディーブアディクシーが続伸で部門別売上をけん引

第3四半期累計期間

(単位：百万円)

前期実績※1	当期実績※1	増減額	前期比 (%)
8,853	9,889	1,036	11.7

- ・ファッションカラーでは「オルディーブ アディクシー」が引き続き伸長。ブラウン色のバリエーションが強い「オルディーブ」と、それぞれのすみ分けが出来つつあります。ブリーチを用いたデザインカラー提案が進んでいます。
- ・グレイカラーは、6月に「オルディーブ シーディル」を投入。無彩色、地肌へのやさしさ、寒色系表現が可能なオルディーブの新ブランド。3月発売のヘアマニキュア「オルディーブ ルドレス」と合わせて、競合の多いグレイカラー市場の拡大を推進しています。

主力商品

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実現を叶え、個性的で自由なヘアカラーデザインを実現します。

(単位：百万円)

前期実績※2	当期実績※2	増減額	増減率 (%)
2,203	3,002	798	36.3



2017年度発売

※1 2019年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。2018年12月期第3四半期の実績についても、遡及適用しております。

※2 個別の総売上高の数値です。

Find Your Beauty MILBON

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]

新商品

第3四半期累計期間

オルディーブ ルドレス

毛髪内密度を高めながら、色味とツヤを与えます。
髪をいたわりながら、サロンカラーを楽しみ続けたい顧客の想いに応えます。

(単位：百万円)

通期目標※	当期実績※	進捗率 (%)
700	322	46.0



ORDEVE
Ledress

2019年 3月7日発売

オルディーブ シーディル

グレイカラーを繰り返す大人女性がこれからも安心してヘアカラーを
楽しみ続けられるよう、頭皮への刺激を抑えたやさしい染まりのグレイカラー。

(単位：百万円)

通期目標※	当期実績※	進捗率 (%)
800	242	30.3



ORDEVE
Seedil

2019年 6月6日発売

※ 個別の総売上高の数値です。

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)

2018年度末	2019年度	増減数	増減率 (%)
8,085	8,835	750	9.3

販売高 (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 (%)
787	879	91	11.6

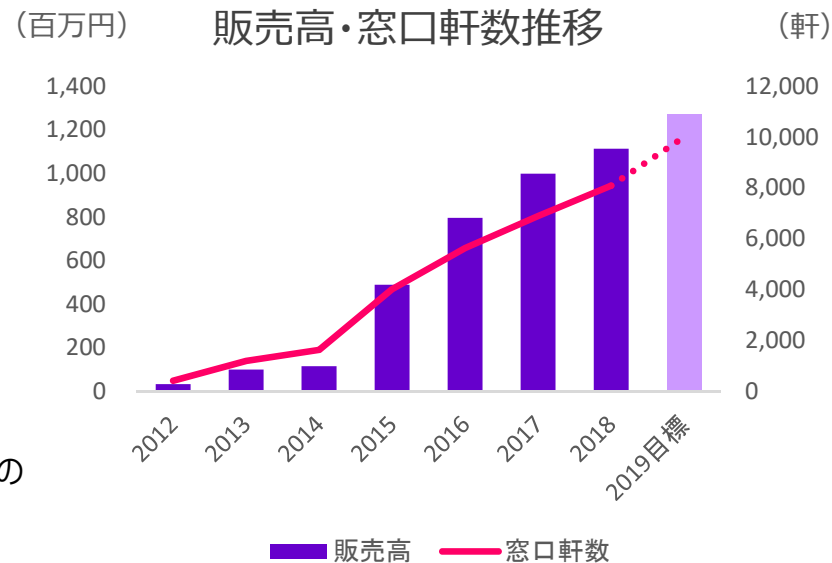
ブランドコンセプト

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。

※ 個別の総売上高の数値です。



Find Your Beauty MILBON

ブランド別情報 ヴィラロドラ②

主力商品

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 (%)
568	655	87	15.3



2015年度発売

※ 個別の総売上高の数値です。

Find Your Beauty **MILBON**

連結 損益計算書等 (第3四半期累計期間)

<連結 損益計算書>

(単位：百万円)

<部門別売上高一覧>

(単位：百万円)

	前期実績※	構成比 (%)	当期実績※	構成比 (%)
売上高	24,444	100.0	26,651	100.0
売上原価	8,151	33.3	9,042	33.9
売上総利益	16,293	66.7	17,609	66.1
販管費	11,606	47.5	12,433	46.7
営業利益	4,687	19.2	5,175	19.4
経常利益	4,393	18.0	4,804	18.0
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	3,324	13.6	3,411	12.8

	前期実績※	当期実績※	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)
ヘアケア用剤	14,246	15,313	57.5	1,066	7.5
染毛剤	8,853	9,889	37.1	1,036	11.7
パーマメントウエーブ用剤	1,182	1,168	4.4	△ 14	△ 1.2
化粧品	0	101	0.4	101	-
その他	162	178	0.7	16	10.0

<主な変動要因>

売上原価

在庫管理強化による生産量の調整で売上原価が増加

親会社株主に帰属する四半期純利益

前第1四半期に、政策保有株式売却益があったが
(305百万円) 今期はなし

※ 2019年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。2018年12月期第3四半期の実績についても、遡及適用しております。

Find Your Beauty **MILBON**

連結 設備投資等の推移

(単位：百万円)

区 分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年 1~9月	2019年 計画
設備投資額		2,779	4,262	1,570	1,149	1,198	1,710
減価償却費		1,033	1,077	1,272	1,370	1,073	1,498
研究開発費	金額	1,214	1,232	1,422	1,479	1,127	1,535
	売上比(%)	4.4	4.2	4.3	4.2	4.2	4.2

2019年度 設備投資の主な項目（計画）

- ・ 国内拠点新設（松山営業所）
- ・ 工場調合設備（染料自動計量機）
- ・ システム基盤構築
- ・ ECサイトプラットフォーム

※ 2019年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。2018年12月期第3四半期の実績についても、遡及適用しております。

Find Your Beauty **MILBON**

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）

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	備考
美容室軒数（軒）	234,089	237,525	240,299	243,360	247,578	—	厚生労働省 衛生行政報告
美容師数（人）	487,636	496,697	504,698	509,279	523,543	—	美容所施設数・従業美容師数（年末）
美容人口（千人）	38,468	37,847	37,395	37,023	36,643	36,137 (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：1月1日現在（2017年以前は12月21日現在））

	2015年	2016年	2017年 ^{※1}	2018年	2019年
日本	237	249	258	269	279
	100	102	105	111	-
米国 (ミルボンUSA)	12	9	12	13	13
	53	63	48	48	-
中国 (ミルボン上海)	18	18	19	22	21
	36	40	50	62	-
韓国 (ミルボンコリア)	19	20	23	25	30
	75	80	84	82	-
タイ (ミルボンタイランド)	6	6	9	7	7
	15	14	13	17	-
ベトナム (ミルボンベトナム)					7
					-
その他地域 ^{※2}	16	19	24	26	21
	42	47	38	43	-

上段：フィールドパーソン人数（名）
下段：フィールドパーソン一人あたり売上高（百万円）

2019年9月30日現在
2018年10月入社 6名 現場配属
2019年4月入社 31名 現場OJT中
2019年10月入社 10名 研修中

（上記47名は左表には含まれておりません。）

※1 2017年度は変則決算のため、12ヶ月調整の数値を使用して算出しています。

※2 台湾、香港、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

連結 国内・海外の売上高・営業利益

■売上高（第3四半期累計期間）

(百万円)

	前期実績※		当期実績※		増減額	増減率 (%)
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)		
国内	20,511	83.9	22,336	83.8	1,824	8.9
海外	3,933	16.1	4,315	16.2	382	9.7
合計	24,444	100.0	26,651	100.0	2,207	9.0

■営業利益（第3四半期累計期間）

(百万円)

	前期実績		当期実績		増減額	増減率 (%)	営業利益率(%)	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)			前期実績	当期実績
国内	4,159	88.7	4,690	90.6	530	12.8	20.3	21.0
海外	527	11.3	485	9.4	△ 42	△ 8.0	13.4	11.2
合計	4,687	100.0	5,175	100.0	488	10.4	19.2	19.4

※ 2019年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。2018年12月期第3四半期の実績についても、遡及適用しております。

Find Your Beauty **MILBON**

海外子会社の状況①

■ 海外子会社売上高（個別 現地通貨）

	通貨 (単位)	前期実績	当期実績	増減率 (%)	為替レート 前期 (円)	為替レート 今期 (円)
米国 (ミルボンUSA)	USDドル (千)	4,298	4,238	△ 1.4	1 \$ = 109.61	109.13
中国 (ミルボン上海)	元 (千)	62,986	71,941	14.2	1元 = 16.86	15.90
韓国 (ミルボンコリア)	ウォン (百万)	15,217	18,473	21.4	1₩ = 0.0998	0.0938
タイ (ミルボンタイランド)	バーツ (千)	25,633	32,699	27.6	1バーツ = 3.42	3.50
ベトナム (ミルボンベトナム)	ドン(百万)	-	12,916	-	1VND = -	0.004747

米国 (ミルボンUSA)

マンハッタンの米系直販部門は、大型店のオープンを獲得するなど伸長、また、日系直販部門は昨年導入した「オルディーブ アディクシー」が順調です。代理店部門では、今年からスタートした北中央エリアの代理店が絶好調で、物量で換算すると3倍近い伸びとなっています。ただ、北東エリアの代理店が、代理店内の管理上の問題などがあり、大幅に前年を割っているのと、南西エリアの代理店が、前年同期に初回納品があったために減収となっています。この結果、代理店部門の減収を直販部門が補いきれず、全体としては、前期比微減となっています。欧米人用ヘアカラーソフィストーンを導入しましたが、窓口づくりはこれからという状況で、今後、会場講習を繰り返し実施していきます。

海外子会社の状況②

中国（ミルボン上海）

中国市場では、景気の減速感に加えて、顧客ニーズの進化が続いており、このような動きに対応できていないメーカーは、売上を落としているとみられます。ミルボンは、サロンに対する丁寧な活動によって、厳しい環境の中、高い成長率を維持しています。ただ、江蘇省、浙江省、広東省など創業時からの代理店で、やや売上が伸び悩んでいます。これは、代理店に対する活動がやや手薄になっていることが原因とみられ、今後の課題となっています。

韓国（ミルボンコリア）

ヘアカラーは、昨年発売したオルディーブアディクシーが新規窓口を順調に獲得するなど、ミルボンの教育活動の質、製品の品質の優位性から順調で、前期比21.3%増となっています。ヘアケアでは、オーギュアが新規導入店舗の着実な伸びもあり、ヘアケア全体では、20.4%増となっています。また、ソウルに第二スタジオを開設し、いままで対応しきれていなかった大型サロンに対する教育活動の強化を図っていきます。

タイ（ミルボンタイランド）

ヘアカラー部門は、オルディーブとアディクシーの違いを明確にした活動と外部講師によるカラーデザインセミナーの実施によって好調に推移しています。ヘアケア部門では、グローバルミルボンの新製品を3月、5月に投入したことで、代理店の継続した活動を促すことができ、新規窓口が拡大しています。

海外子会社の状況③

ベトナム（ミルボンベトナム）

ベトナムは、20～30代の人口ボリュームが多く、ヘアカラー部門では、ファッションカラーであるオルディーブ、アディクシーの評価が高く、それぞれの位置づけを明確にしながら市場展開を推進しています。ヘアケア部門では、リンケージミュー、ディーセスノイが新規サロン獲得の武器となっています。また、グローバルミルボンは限定した優良サロンを中心に展開しています。

<補足資料> ヘアケアブランドポジショニングマップ

Find Your Beauty **MILBON**

プレミアムブランド



MILBON

グローバルミルボン



Aujua

オージュア



Villa Lodola

PROFESSIONAL

ヴィアロドラ

ターゲット

LINE世代
(1992～96年生まれ)

Hanakoジュニア世代
(1987～91年生まれ)

団塊ジュニア世代
(1971～76年生まれ)

Hanako世代
(1956～64年生まれ)

jemile fran

ジェミールフラン



CRONNA

クロナ



PLARMIA

プラーミア



Elujuda

エルジュダ



プロフェッショナルブランド



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。