

**m i l b o n**

---

**2024年12月期第1四半期決算説明資料**

**株式会社ミルボン**

**(TSE code : 4919)**

**2024年5月14日**

# Agenda

1. 連結業績 ————— P2
2. 地域別業績・今後に向けて ————— P7
3. Appendix ————— P16
4. ミルボンの概要 ————— P25

# 本日のポイント

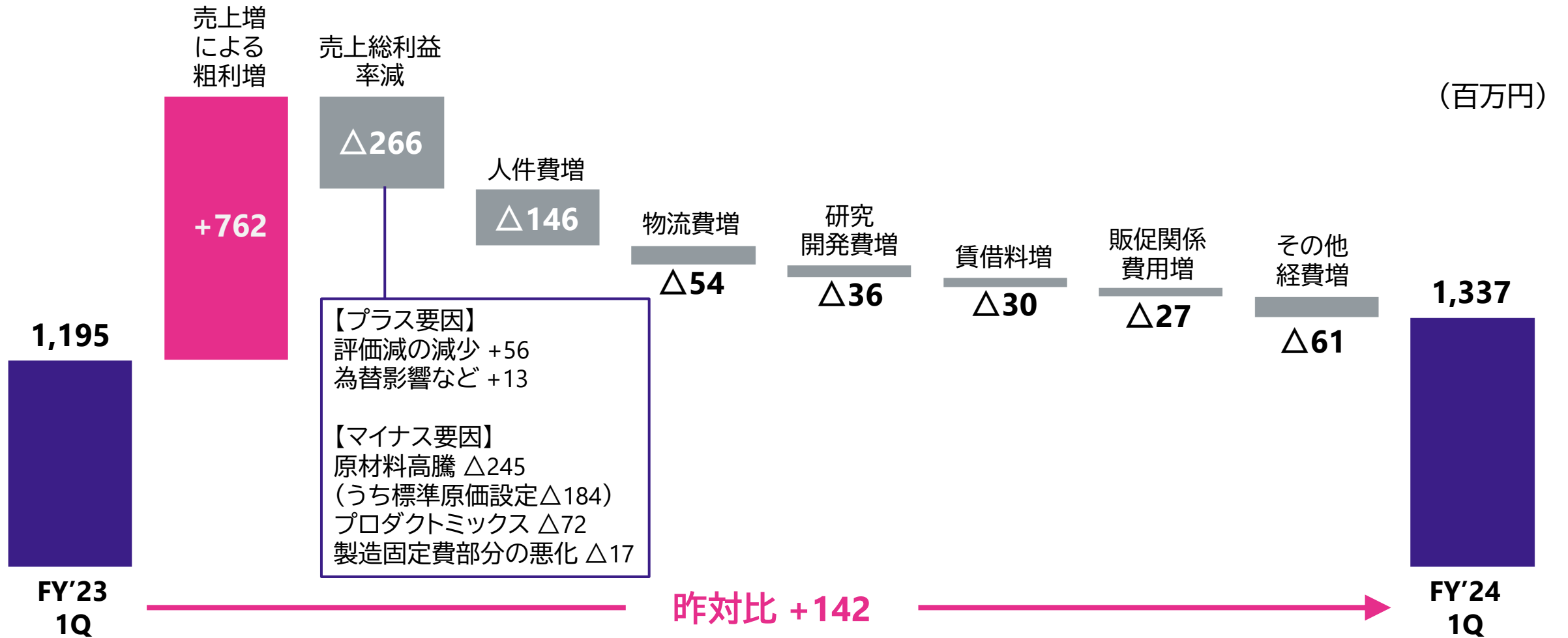
- 期初計画を上回る増収増益。国内染毛剤、中国の市場環境など課題は残るも、通期業績予想達成に向けて概ね好調な滑り出しとなった
- 売上総利益率は原材料価格高騰等の影響で押し下げられているが、影響は一時的なものであり、徐々に緩和される見込み
- 国内は増収増益。「オージュア」等ヘアケアが成長をけん引。染毛剤売上は微増も、営業・教育活動の効果が2Q以降に表れてくる見込み
- 海外は増収増益。主要3か国の韓国・中国・米国全てにおいて計画を上回るも、中国には市場環境に不透明感が残る
- FY2024通期業績予想は据え置き

## 売上・利益共に計画を上回る

(単位:百万円)	FY2023 1Q累計	構成比 (%)	FY2024 1Q累計	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)	FY2024 1Q累計 計画	計画比 (%)
売上高	10,340	100.0%	<b>11,508</b>	<b>100.0%</b>	1,167	11.3%	11,013	104.5%
売上総利益	6,750	65.3%	<b>7,246</b>	<b>63.0%</b>	496	7.3%	7,049	102.8%
販管費	5,555	53.7%	<b>5,909</b>	<b>51.3%</b>	353	6.4%	6,174	95.7%
営業利益	1,195	11.6%	<b>1,337</b>	<b>11.6%</b>	142	11.9%	875	152.8%
経常利益	1,167	11.3%	<b>1,390</b>	<b>12.1%</b>	223	19.2%	840	165.6%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	882	8.5%	<b>973</b>	<b>8.5%</b>	91	10.3%	629	154.8%

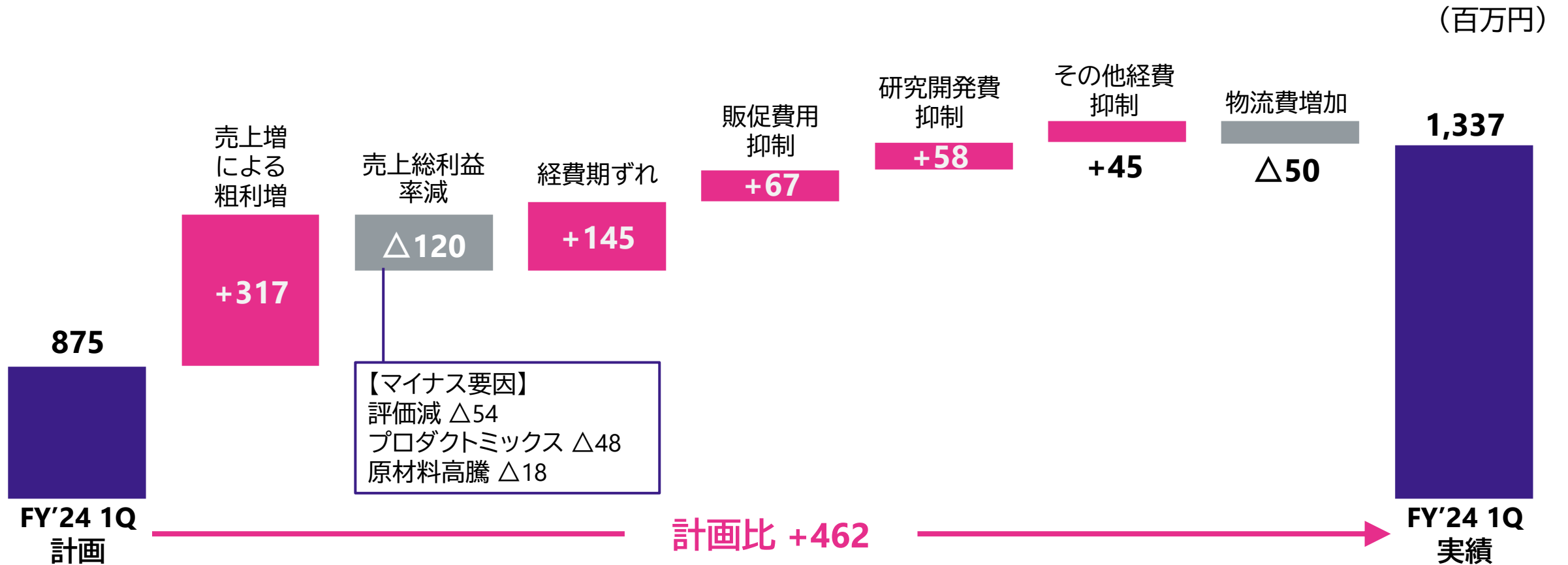
# 連結営業利益 前年同期比増減要因

増益。計画以上の増収が、原材料高騰等の影響による  
売上総利益率低下、経費増を相殺



# 連結営業利益 対計画増減要因

原材料高騰の影響で減益想定であったところ、増益。  
経費の期ずれを含むが、計画以上の増収と経費抑制が増益に貢献



# Agenda

1. 連結業績 ————— P2
2. 地域別業績・今後に向けて ————— P7
3. Appendix ————— P16
4. ミルボンの概要 ————— P25

# 地域別業績 国内・海外の売上高・営業利益

## 国内外で計画以上の増収増益。円安が海外の増収率を押し上げた

(単位:百万円)		FY2023 1Q累計	FY2024 1Q累計	増減額	増減率 (%)	実質増減率※1 (%)	FY2024 1Q累計 計画	FY2023 1Q 為替レート	FY2024 1Q 為替レート
日本	売上高	7,659	<b>8,371</b>	712	9.3%	9.3%	8,158		
	営業利益	881	<b>920</b>	38	4.3%	—	601	—	—
	利益率(%)	11.5%	<b>11.0%</b>	—	—	—	7.4%		
海外	売上高	2,681	<b>3,136</b>	455	17.0%	9.1%	2,854		
	営業利益	313	<b>417</b>	103	33.1%	—	273	—	—
	利益率(%)	11.7%	<b>13.3%</b>	—	—	—	9.6%		
韓国	売上高	1,100	<b>1,266</b>	165	15.1%	6.5%	1,141	1KRW=	1KRW=
	営業利益	298	<b>369</b>	71	23.9%	—	272	0.104円	0.112円
	利益率(%)	27.1%	<b>29.2%</b>	—	—	—	23.9%		
中国	売上高	588	<b>664</b>	75	12.8%	4.3%	618	1RMB=	1RMB=
	営業利益	22	<b>95</b>	73	328.0%	—	67	19.41円	21.00円
	利益率(%)	3.8%	<b>14.3%</b>	—	—	—	11.0%		
米国	売上高	340	<b>414</b>	74	21.9%	8.5%	408	1USD=	1USD=
	営業利益	△39	<b>△17</b>	21	—	—	△34	133.44円	149.88円
	利益率(%)	△11.5%	<b>△4.2%</b>	—	—	—	△8.4%		
その他※2	売上高	651	<b>791</b>	139	21.4%	18.2%	687		
	営業利益	32	<b>△30</b>	△62	△193.9%	—	△32	—	—
	利益率(%)	4.9%	<b>△3.8%</b>	—	—	—	△4.8%		

※1 現地通貨ベースでの実質増減率

※2 タイ、ベトナム、マレーシア、台湾、香港、トルコ、インドネシア、フィリピン、シンガポール、ドイツ



## ヘアケア・化粧品が成長をけん引 染毛剤の活動強化の効果は2Q以降に表れる見込み

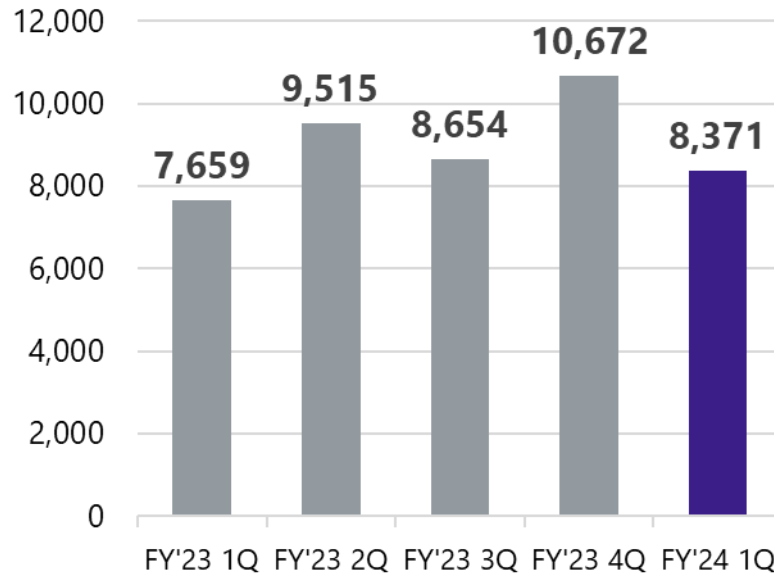
### カテゴリ別売上高 昨対成長率※

「オージュア」を中心としたヘアケアの好調継続。化粧品は「アイエム」ブランドの新製品発売によって大幅増収

FY2024		
売上高 成長率	1Q	累計
ヘアケア用剤	+9.1%	+9.1%
染毛剤	+0.8%	+0.8%
化粧品	+197.6%	+197.6%
構成比	1Q	累計
ヘアケア用剤	61.2%	61.2%
染毛剤	32.1%	32.1%
化粧品	4.1%	4.1%

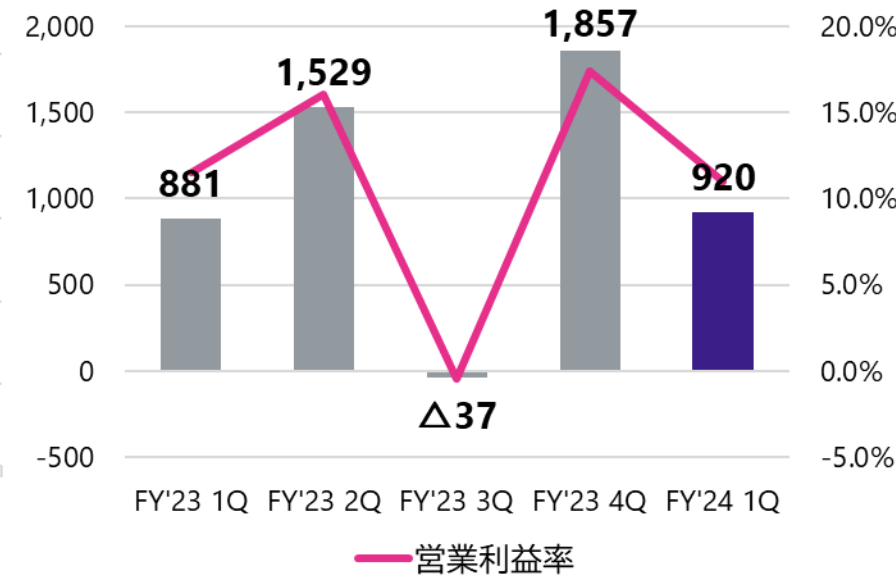
### 四半期 売上高(百万円)

1Qは季節的に売上が小さくなりやすいものの、計画を上回る増収



### 四半期 営業利益(百万円)

イベント開催に係る経費が増大する1Qは利益が小さくなりやすいものの、計画を上回る増収に加えて経費の期ずれもあり増益



※出荷額ベースによる数値。

# 地域別業績 日本国内 今年度のポイント進捗

ポイント		1Qまでの進捗	成果と今後について																		
高価値ヘアカラーの推進による染毛剤売上回復		準備期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>オーガニックブランド「ヴィラロドラ」については、全国のフィールドパーソン350名の技術・知識を強化。4月から本格的な展開を開始する</li> <li>髪色と眉色の連動提案は化粧品の取り組みやすさにつながり、美容室の客単価向上に貢献。「アイエム」のアイブロウ新製品の販売高は計画を大幅に超過するも、染毛剤のシェア向上効果は軽微であった</li> <li>美容室の課題を抽出する環境点検シートを活用した個店対応の販売および教育態勢を強化する</li> </ul>																		
スマートサロンの推進	milbon:iDの進捗	順調	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FY'23 累計</th> <th>FY'24 1Q累計</th> <th>FY'24 計画</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>登録者数</td> <td>67万人</td> <td><b>70.9万人</b></td> <td>87万人</td> </tr> <tr> <td>サロン数</td> <td>5,930軒</td> <td><b>6,068軒</b></td> <td>6,500軒</td> </tr> <tr> <td>EC売上</td> <td>16.4億円</td> <td><b>3.7億円</b></td> <td>19.5億円</td> </tr> </tbody> </table>				FY'23 累計	FY'24 1Q累計	FY'24 計画	登録者数	67万人	<b>70.9万人</b>	87万人	サロン数	5,930軒	<b>6,068軒</b>	6,500軒	EC売上	16.4億円	<b>3.7億円</b>	19.5億円
		FY'23 累計	FY'24 1Q累計	FY'24 計画																	
登録者数	67万人	<b>70.9万人</b>	87万人																		
サロン数	5,930軒	<b>6,068軒</b>	6,500軒																		
EC売上	16.4億円	<b>3.7億円</b>	19.5億円																		
スマートサロン店舗展開の進捗	準備期間	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FY'23 累計</th> <th>FY'24 1Q累計</th> <th>FY'24 計画</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>サロン数</td> <td>23軒</td> <td><b>29軒</b></td> <td>100軒</td> </tr> </tbody> </table> <p>4月より積極的な展開を開始し、店舗数の増加を見込む。既オープン店舗では、店販売上の増加といった効果など高評価</p>				FY'23 累計	FY'24 1Q累計	FY'24 計画	サロン数	23軒	<b>29軒</b>	100軒									
	FY'23 累計	FY'24 1Q累計	FY'24 計画																		
サロン数	23軒	<b>29軒</b>	100軒																		

## ヘアケア・パーマの活動強化により売上は好調に推移 増収・費用抑制によって営業利益は計画を超過

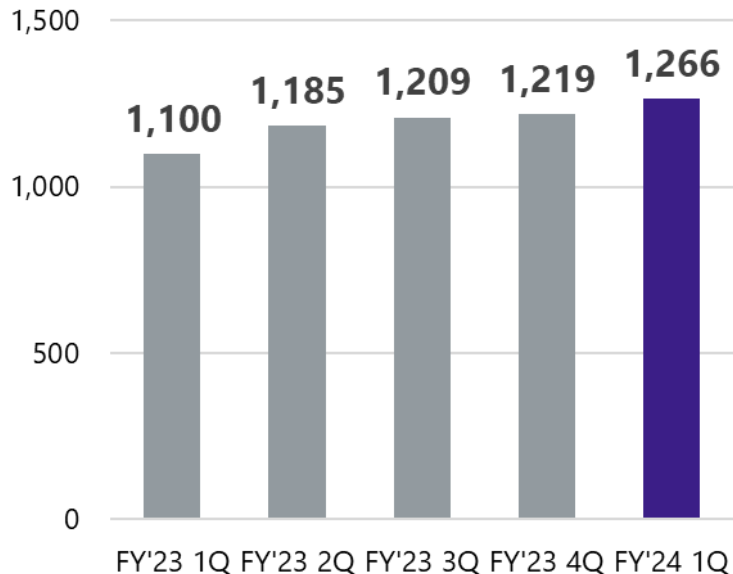
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

カラートレンドの変化による染毛剤の成長鈍化が続くも、ヘアケア・パーマが活動強化によって二桁増収

		FY2024	
売上高 成長率	1Q	累計	
ヘアケア用剤	+20.1%	+20.1%	
染毛剤	+1.1%	+1.1%	
パーマ用剤	+33.6%	+33.6%	
構成比	1Q	累計	
ヘアケア用剤	23.3%	23.3%	
染毛剤	71.1%	71.1%	
パーマ用剤	5.0%	5.0%	

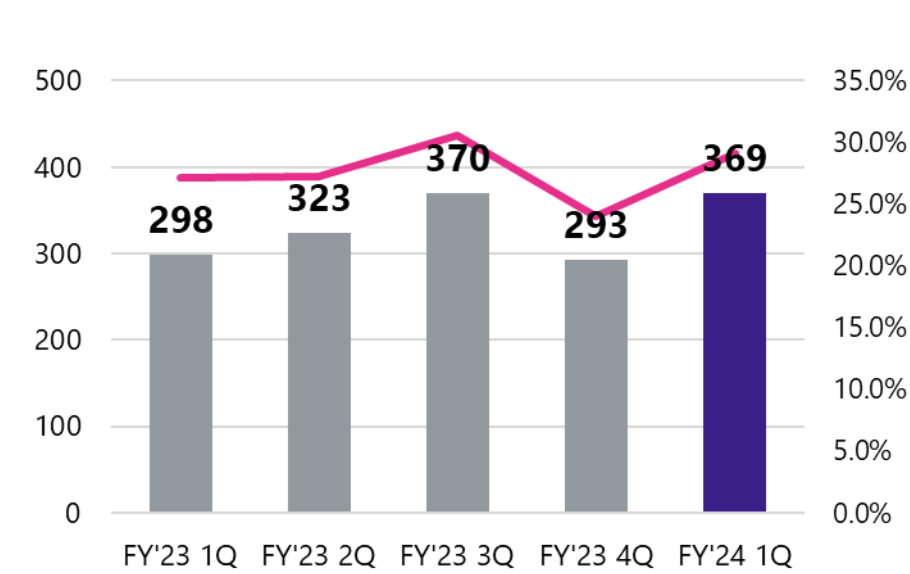
### 四半期 売上高(百万円)

ヘアケア・パーマがドライバーとなり増収が続く



### 四半期 営業利益(百万円)

増員等による費用増で減益を見込んでいたものの、採用の遅れ、計画を上回る増収により増益



\*現地通貨ベースによる数値。

## 春節前の美容室繁忙期が追い風になり売上・利益共に計画を超過 一方で、美容室への来店鈍化など市場環境に不透明感が残る

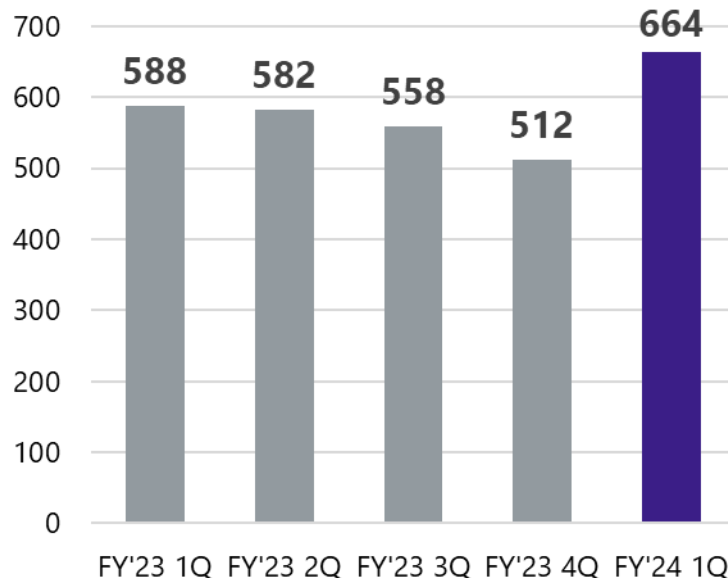
### カテゴリ別売上高 昨対成長率※

「グローバルミルボン」等ヘアケア業務用製品の美容室への導入が進む。一方で、染毛剤は美容室顧客のカラー頻度低下の影響を受け減収

		FY2024	
売上高 成長率	1Q	累計	
ヘアケア用剤	+6.2%	+6.2%	
染毛剤	△0.6%	△0.6%	
構成比	1Q	累計	
ヘアケア用剤	55.8%	55.8%	
染毛剤	37.5%	37.5%	

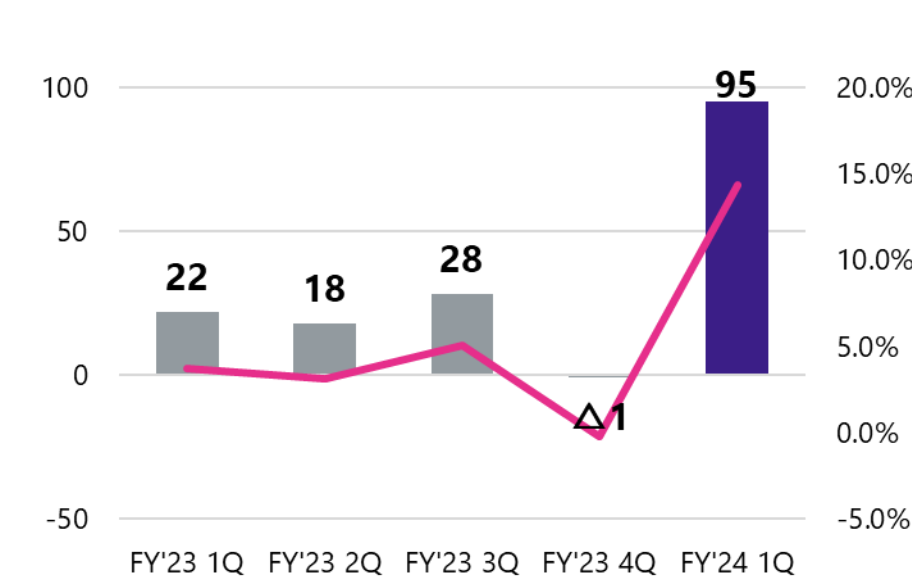
### 四半期 売上高(百万円)

2月の春節を控えた1月に大幅増収も、春節後に美容室への来店鈍化が見られる



### 四半期 営業利益(百万円)

計画を上回る増収、経費抑制により増益



※現地通貨ベースによる数値。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

# 地域別業績 米国

## 主力のヘアケアは安定成長、染毛剤は活動強化による二桁増収 染毛剤の活動への投資を行い、成長の更なる加速を目指す

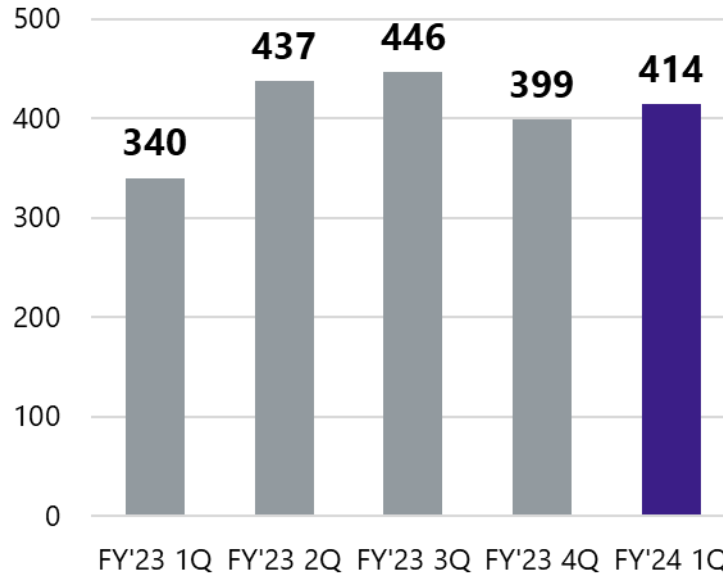
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

「グローバルミルボン」を中心としたヘアケアの好調継続。染毛剤は代理店・美容室向けの営業・教育活動強化によって売上に占める構成比が増加

		FY2024	
売上高 成長率	1Q	累計	
ヘアケア用剤	+6.0%	+6.0%	
染毛剤	+25.9%	+25.9%	
構成比	1Q	累計	
ヘアケア用剤	83.7%	83.7%	
染毛剤	10.6%	10.6%	

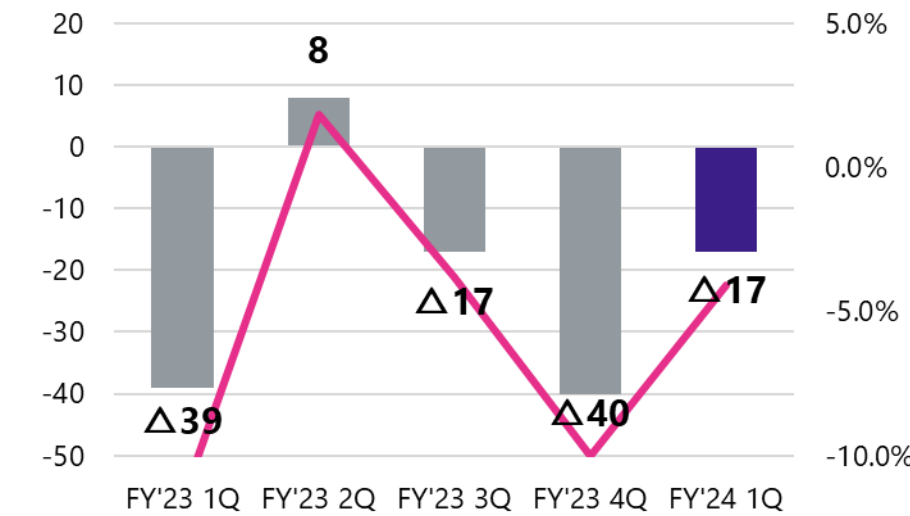
### 四半期 売上高(百万円)

昨年4Qは代理店切り替えに伴う出荷減で影響を受けたが、回復傾向



### 四半期 営業利益(百万円)

物流費圧縮により赤字幅縮小が進むも、今年は染毛剤の営業・教育活動強化に係る費用で赤字継続見込み



\*現地通貨ベースによる数値。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

# 今後に向けて 2Q以降見通し

## 2Q以降見通し

売上	国内	<ul style="list-style-type: none"><li>ヘアケアは堅調な需要を見込む</li><li>ブリーチカラー需要は高止まりしているが、1Q中強化した染毛剤の営業・教育活動の効果が2Q以降表れてくる見込み</li></ul>
	海外	<ul style="list-style-type: none"><li>中国は想定を上回る増収増益だが、春節以降の美容室来客減少など、市場環境に未だ不透明感が残る</li><li>韓国・米国・その他各国におけるヘアケアを中心とした好調が継続</li></ul>
利益		<ul style="list-style-type: none"><li>原材料価格の影響は購買コストダウンによって概ね見込み通りに推移しており、上期ごろまでネガティブな影響が継続する見込み</li><li>ヘアケアの成長率が染毛剤の成長率を想定以上に上回っており、プロダクトミックスは売上総利益率にマイナス影響を及ぼす</li><li>標準原価の設定による売上総利益率へのマイナス影響は、徐々に解消されていく見込み</li></ul>

## 国内染毛剤の動向・中国の市場環境がポイントとなるが、現時点では期初想定通り増収増益を見込む

(単位:百万円)	FY2023 累計	構成比 (%)	FY2024 計画	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	47,762	100.0%	<b>50,620</b>	<b>100.0%</b>	2,857	6.0%
売上総利益	29,525	61.8%	<b>32,400</b>	<b>64.0%</b>	2,874	9.7%
販管費	24,000	50.2%	<b>25,800</b>	<b>51.0%</b>	1,799	7.5%
営業利益	5,525	11.6%	<b>6,600</b>	<b>13.0%</b>	1,074	19.5%
経常利益	5,586	11.7%	<b>6,560</b>	<b>13.0%</b>	973	17.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	4,001	8.4%	<b>4,650</b>	<b>9.2%</b>	648	16.2%

# Agenda

1. 連結業績 ————— P2

2. 地域別業績・今後に向けて ————— P7

3. Appendix ————— P16

連結カテゴリ別売上高・構成比 ————— P17

主要ブランド別の状況 ————— P18

国内・海外カテゴリ別売上高増減率・構成比 ————— P21

設備投資等の状況 ————— P23

フィールドパーソン(FP)の人数 ————— P24

4. ミルボンの概要 ————— P25



# Appendix 連結 カテゴリ別売上高・構成比

(単位:百万円)	FY2023					FY2024				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高	10,340	12,362	11,446	13,612	47,762	<b>11,508</b>				11,508
ヘアケア用剤	5,969	7,370	6,593	8,421	28,355	<b>6,670</b>				6,670
染毛剤	3,922	4,315	4,193	4,522	16,953	<b>4,044</b>				4,044
パーマ用剤	301	413	369	380	1,463	<b>350</b>				350
化粧品	126	140	154	149	571	<b>369</b>				369
その他	20	123	136	137	418	<b>73</b>				73
構成比(%)										
ヘアケア用剤	57.7%	59.6%	57.6%	61.9%	59.4%	<b>58.0%</b>				58.0%
染毛剤	38.0%	34.9%	36.6%	33.2%	35.5%	<b>35.1%</b>				35.1%
パーマ用剤	2.9%	3.4%	3.2%	2.8%	3.0%	<b>3.1%</b>				3.1%
化粧品	1.2%	1.1%	1.4%	1.1%	1.2%	<b>3.2%</b>				3.2%
その他	0.2%	1.0%	1.2%	1.0%	0.9%	<b>0.6%</b>				0.6%

# Appendix ヘアケア 主要ブランド別の状況

## ヘアケア - オージュアの状況

頭皮ケアの新製品「プレセディア」を中心に好調。日本・韓国共に窓口増加が続く

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
販売高	2,121	2,121	<b>2,312</b>	<b>2,312</b>
国内	2,056	2,056	<b>2,222</b>	<b>2,222</b>
韓国	64	64	<b>90</b>	<b>90</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
窓口軒数		6,844		<b>7,072</b>
国内		6,556		<b>6,765</b>
韓国		288		<b>307</b>

## オージュア 新製品の状況

オージュア スカルプケアシリーズ プレセディア(2月10日発売)



(単位:百万円)	FY2024	FY2024
	1Q累計	計画
販売高	<b>145</b>	700

※ブランド別販売高は出荷額ベースによる数値。窓口軒数は過去1年間の出荷実績から算出

## ヘアケア - グローバルミルボンの状況

米国を中心とした海外がブランドの成長をけん引

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
販売高	1,312	1,312	<b>1,545</b>	<b>1,545</b>
国内	704	704	<b>725</b>	<b>725</b>
米国	283	283	<b>355</b>	<b>355</b>
中国	94	94	<b>141</b>	<b>141</b>
韓国	45	45	<b>67</b>	<b>67</b>
その他	184	184	<b>255</b>	<b>255</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
窓口軒数		13,381		<b>23,557</b>
国内		10,188		<b>10,423</b>
米国		0		<b>9,822</b>
中国		430		<b>477</b>
韓国		1,022		<b>1,087</b>
その他		1,741		<b>1,748</b>

※米国の軒数につきまして、販売代理店切り替えに伴い2023年10-12月のデータ取得が不可能となったため、FY2023は米国を除いた軒数実績を表示しております。

# Appendix 染毛剤 主要ブランド別の状況

## 染毛剤 – オルディーブアディクシーの状況

国内ではアイブロウマスカラと連携させた提案により巻き返しを図る。海外では、売上の大きい韓国がカラートレンドの変化の影響を受けているものの底固く推移

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
販売高	1,555	1,555	<b>1,490</b>	<b>1,490</b>
国内	1,265	1,265	<b>1,192</b>	<b>1,192</b>
海外	290	290	<b>297</b>	<b>297</b>

## 染毛剤 – ソフィストーンの状況

米国における代理店・美容室向けの営業・教育活動の強化により増収が続く

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
販売高	31	31	<b>43</b>	<b>43</b>

## 染毛剤 – ヴィラロドラカラーの状況

4月より香港にて展開開始予定。国内では4月からフィールドパーソンによる営業・教育活動が本格化

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
販売高	252	252	<b>256</b>	<b>256</b>
国内	252	252	<b>253</b>	<b>253</b>
海外	0	0	<b>3</b>	<b>3</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
窓口軒数	9,702	9,702	<b>9,631</b>	<b>9,631</b>
国内	9,702	9,702	<b>9,631</b>	<b>9,631</b>
海外	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>

※ブランド別販売高は出荷額ベースによる数値。

# Appendix 化粧品 主要ブランド別の状況

## 化粧品 - インプレアの状況

化粧品に関する活動の比重が「アイエム」で高くなったことで減収

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
販売高	131	131	120	120

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	1Q累計		1Q累計	
窓口軒数	1,970		2,013	

## インプレア新製品の状況

インプレア クレンジングオイル(2月10日発売)



(単位:百万円)	FY2024	FY2024
	1Q累計	計画
販売高	18	55

## 化粧品 - アイエムの状況

ヘアカラーとの連動を訴求したカラーマスカラの新製品が好調で、年度計画を超過

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	1Q	1Q累計	1Q	1Q累計
販売高	0	0	271	271

## アイエム新製品の状況

アイエム ブロウ&ラッシュ カラーマスカラ(2月10日発売)



(単位:百万円)	FY2024	FY2024
	1Q累計	計画
販売高	223	150

※ブランド別販売高は出荷額ベースによる数値。窓口軒数は過去1年間の出荷実績から算出

# Appendix 国内・海外カテゴリ別売上高増減率・構成比

日本	FY2023					FY2024				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高	+6.0%	+0.7%	+3.0%	+3.1%	+3.1%	<b>+9.3%</b>				+9.3%
ヘアケア用剤	+9.5%	+2.9%	+4.0%	+4.6%	+4.9%	<b>+9.1%</b>				+9.1%
染毛剤	+1.9%	△3.5%	△1.6%	+0.3%	△0.8%	<b>+0.8%</b>				+0.8%
パーマ用剤	△6.5%	△17.1%	+7.6%	△7.0%	△7.0%	<b>+2.9%</b>				+2.9%
化粧品	△4.2%	+18.4%	+25.5%	△12.7%	+4.8%	<b>+197.6%</b>				+197.6%
その他	△13.2%	+133.3%	+150.8%	+102.1%	+104.8%	<b>+60.8%</b>				+60.8%
構成比										
ヘアケア用剤	61.2%	63.0%	61.0%	65.5%	62.9%	<b>61.2%</b>				61.2%
染毛剤	34.7%	31.8%	33.5%	30.3%	32.4%	<b>32.1%</b>				32.1%
パーマ用剤	2.3%	3.0%	2.8%	2.0%	2.5%	<b>2.2%</b>				2.2%
化粧品	1.5%	1.3%	1.6%	1.3%	1.4%	<b>4.1%</b>				4.1%
その他	0.3%	1.0%	1.1%	0.9%	0.8%	<b>0.4%</b>				0.4%
韓国	FY2023					FY2024				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高	+10.9%	+4.8%	+1.2%	+13.7%	+7.4%	<b>+6.5%</b>				+6.5%
ヘアケア用剤	+14.4%	+13.5%	+1.1%	+29.0%	+13.9%	<b>+20.1%</b>				+20.1%
染毛剤	+9.2%	+1.4%	△0.0%	+7.5%	+4.3%	<b>+1.1%</b>				+1.1%
パーマ用剤	+28.0%	+28.1%	+18.2%	+59.1%	+32.4%	<b>+33.6%</b>				+33.6%
構成比										
ヘアケア用剤	20.7%	21.7%	21.4%	23.3%	21.8%	<b>23.3%</b>				23.3%
染毛剤	74.9%	73.9%	73.6%	71.6%	73.5%	<b>71.1%</b>				71.1%
パーマ用剤	4.0%	3.8%	4.2%	4.6%	4.1%	<b>5.0%</b>				5.0%
その他	0.4%	0.6%	0.8%	0.5%	0.6%	<b>0.6%</b>				0.6%

※日本のカテゴリ別売上高増減率・構成比は出荷額ベースによる数値。海外は現地通貨ベースによる数値。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

# Appendix 国内・海外カテゴリ別売上高増減率・構成比

中国	FY2023					FY2024				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高	△2.7%	+22.4%	△6.1%	+5.8%	+3.8%	<b>+4.3%</b>				+4.3%
ヘアケア用剤	+11.0%	+35.7%	△7.3%	+15.9%	+12.0%	<b>+6.2%</b>				+6.2%
染毛剤	△14.0%	+8.4%	△5.2%	△8.5%	△5.1%	<b>△0.6%</b>				△0.6%
パーマ用剤	△23.5%	+25.8%	+0.4%	△0.7%	△3.8%	<b>+19.0%</b>				+19.0%
構成比										
ヘアケア用剤	54.8%	53.5%	53.9%	61.9%	55.8%	<b>55.8%</b>				55.8%
染毛剤	39.3%	41.7%	40.0%	31.7%	38.4%	<b>37.5%</b>				37.5%
パーマ用剤	5.9%	4.8%	6.1%	6.4%	5.8%	<b>6.7%</b>				6.7%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>				0.0%

米国	FY2023					FY2024				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高	+13.5%	+19.3%	+56.0%	△15.9%	+13.9%	<b>+8.5%</b>				+8.5%
ヘアケア用剤	+15.5%	+18.1%	+64.9%	△15.2%	+15.7%	<b>+6.0%</b>				+6.0%
染毛剤	+10.6%	+27.0%	+59.8%	△4.5%	+18.8%	<b>+25.9%</b>				+25.9%
パーマ用剤	△1.5%	+26.4%	+25.7%	△31.8%	+1.0%	<b>△19.6%</b>				△19.6%
構成比										
ヘアケア用剤	85.7%	83.8%	87.3%	85.6%	85.6%	<b>83.7%</b>				83.7%
染毛剤	9.1%	9.7%	7.8%	9.6%	9.0%	<b>10.6%</b>				10.6%
パーマ用剤	4.2%	4.8%	3.3%	3.6%	4.0%	<b>3.1%</b>				3.1%
その他	1.0%	1.7%	1.6%	1.2%	1.4%	<b>2.6%</b>				2.6%

# Appendix 設備投資等の状況

(単位:百万円)		FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024 1Q累計	FY2024 計画
設備投資額		1,917	4,644	4,097	3,151	535	4,258
減価償却費		1,562	1,777	2,026	2,213	552	2,404
研究開発費	金額	1,581	1,741	2,074	2,334	548	2,649
	売上比(%)	4.4	4.2	4.6	4.9	4.8	5.2

## FY2024 設備投資の主な項目

### 営業・スタジオ拠点

- 拠点整備  
(ソウル オフィス増床)
- 人材開発センター

### 生産体制

- テクニカルセンター
- ゆめが丘工場  
(機械装置循環投資)
- タイ工場機械設備

### デジタル

- milbon:iD関連
- エデュケーションiD関連
- Smart Salon関連(デジタルマーケティング)

### その他

- システムインフラ関連
- 製造設備関連

# Appendix フィールドパーソン(FP)の人数

## フィールドパーソンは各国で緩やかに増加

### 国別 フィールドパーソン的人数

上段：FP期中平均人数(名)

下段：フィールドパーソン一人当たり売上高(百万円)

	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
日本	328.2	335.4	350.2	<b>364.0</b>
	102	105	104	—
韓国	26.0	32.8	33.4	<b>32.5</b>
	130	126	141	—
中国	29.8	31.6	34.3	<b>34.5</b>
	72	66	65	—
米国	13.2	13.0	13.2	<b>14.0</b>
	68	102	123	—
その他※	36.0	36.2	38.2	<b>39.5</b>
	41	63	70	—

### 日本 フィールドパーソンの採用・研修状況

2023年 10月入社 9名 現場OJT中

2024年 4月1日入社 45名 研修中

(上記54名は左の表には含まれておりません。)

※タイ、ベトナム、マレーシア、台湾、香港、トルコ、インドネシア、フィリピン、シンガポール、ドイツ



# Agenda

1. 連結業績 ————— P2
2. 地域別業績・今後に向けて ————— P7
3. Appendix ————— P16
4. ミルボンの概要 ————— P25

## Appendix ミルボンの概要

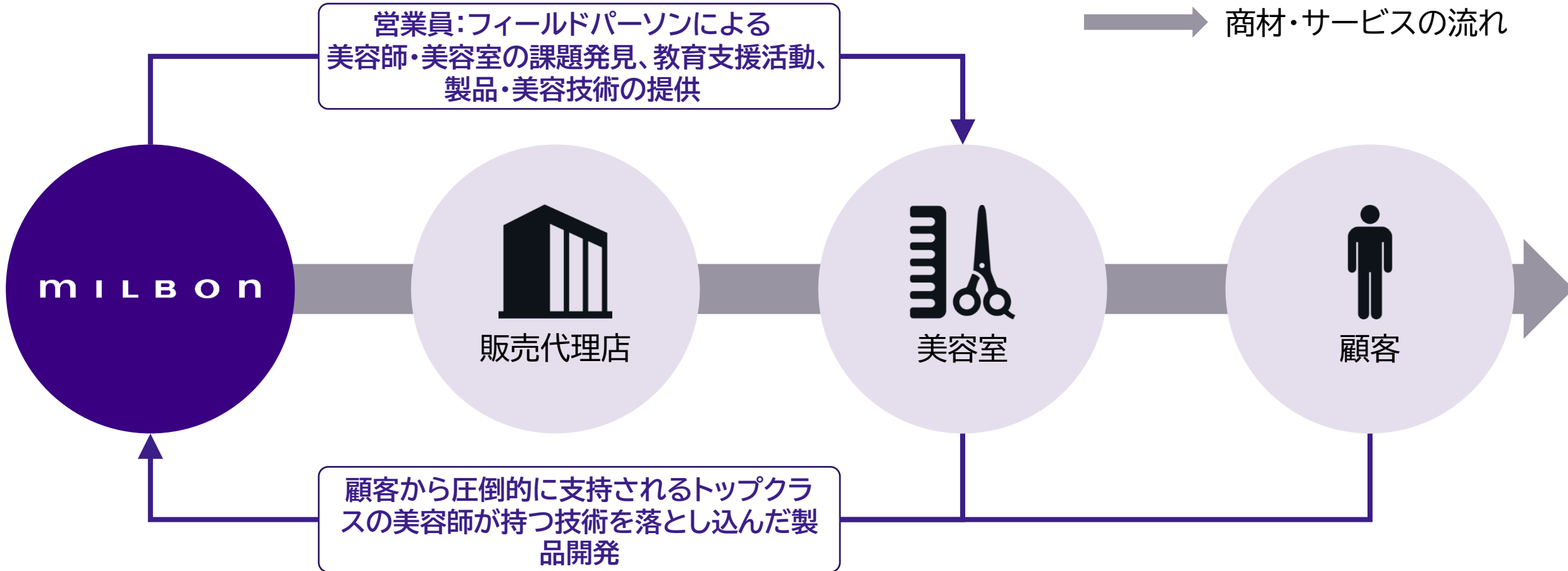
ミルボンは、美容室専売のヘアケア製品や、美容室で使用されるトリートメント・染毛剤などを製造・販売する化粧品メーカー



※富士経済研究所(2022年度版)より 頭髮化粧品のみ

# Appendix ミルボンの概要 ビジネスモデル

製品と共に、「美容室の増収増益」を実現するサービスを提供することで、美容室との強固な信頼関係を構築



※海外の一部地域では美容室への直販を実施。

# Appendix ミルボンの概要 ビジネスモデルの3つのポイント



## 一貫して美容室・美容師に絞った事業を展開

1960年の創業以来、「美容室の増収増益」を全ての戦略の起点と設定し、一貫して美容室向けに事業領域を絞り続けてきたことにより持続的成長を続けてきた。



## フィールドパーソン(FP)システム - 美容室への営業・教育支援

美容室の増収・増益に貢献するミルボン独自の営業・教育システム。入社後9か月の集中研修で美容技術を習得したFPIは、美容室一軒一軒の課題を発見し、商品だけでなく、それに付随する美容技術等の付加価値を提供するなど美容室への支援を行う。

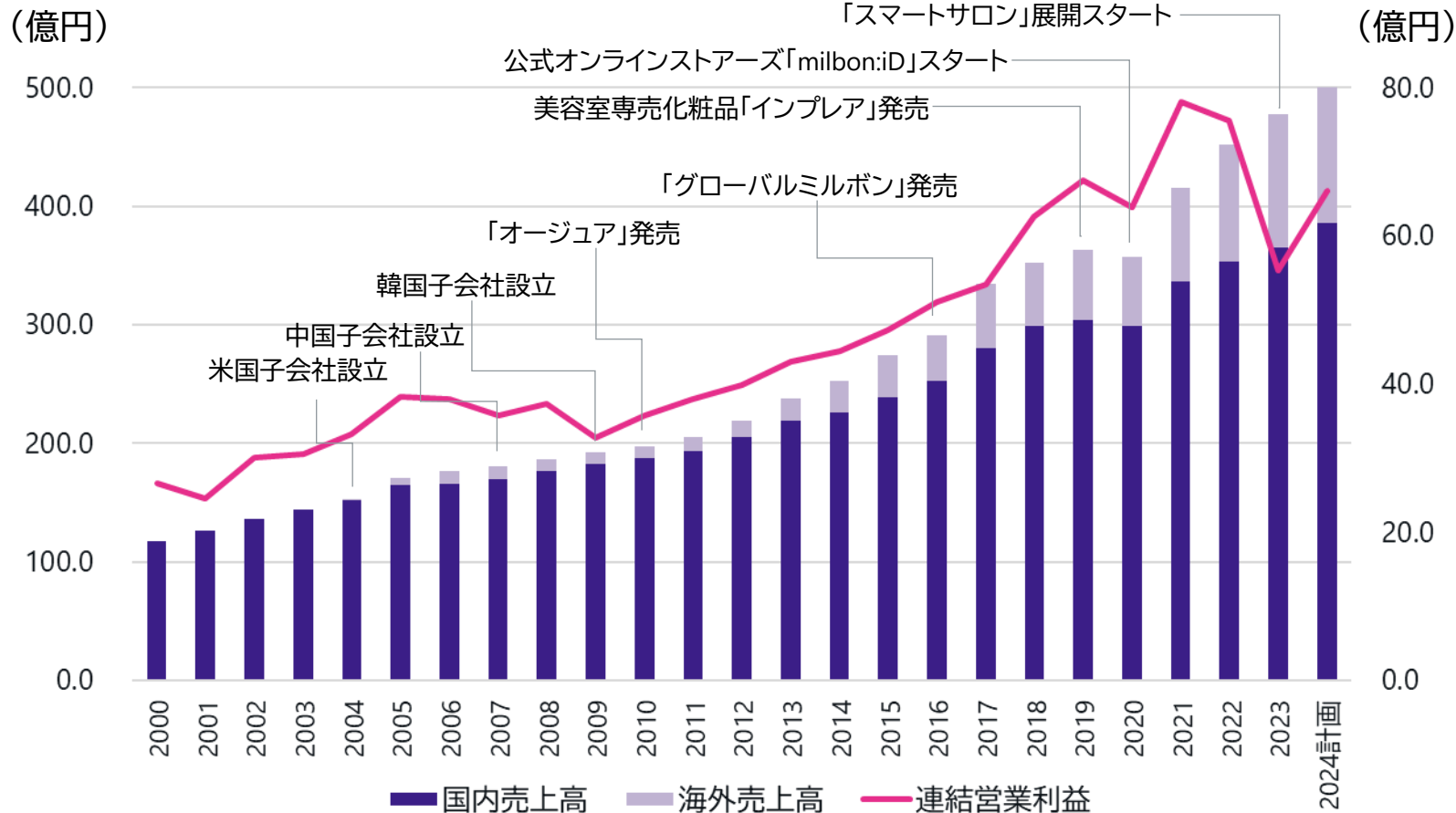


## TAC製品開発システム - トップ美容師の技術の一般化

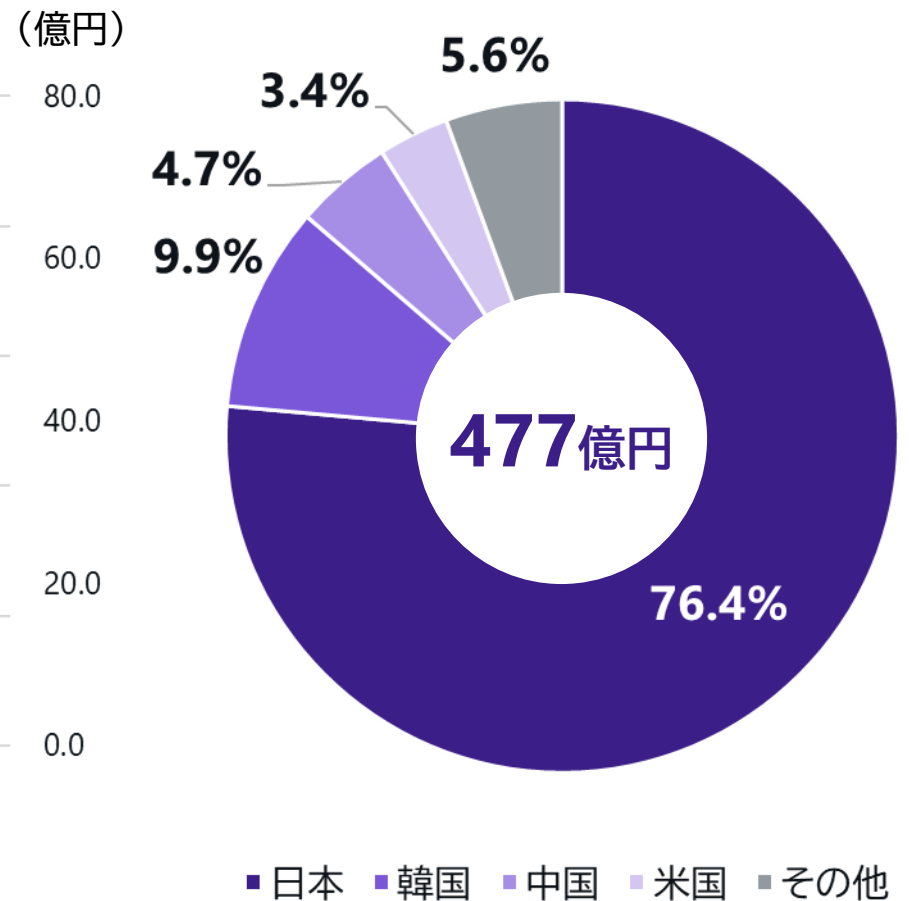
非常に優れた技術や考え方を持つ美容師を探し出し、その方のノウハウ・美容技術を公開いただき、研究員が科学的に解明して製品開発につなげるシステム。高度な美容技術を、広く一般の美容室でも再現できるような形で製品化を行う。

## 国内外における事業拡大で着実な成長を遂げてきた

### 売上高・営業利益推移



### 国別売上高比率(2023年度)



※ 2017年度は決算期変更による変則決算期となっております。※ 2019年度より「収益認識に関する会計基準」等を早期適用しております。

## ヘアケア用剤、染毛剤が売上の柱 近年では化粧品など領域を拡大

連結カテゴリ別売上高比率(2023年度)

### 化粧品(日本のみ)

美容室で顧客向けに販売される店販品

#### 主要ブランド

インプレア



アイエム



### 染毛剤

美容室でのヘアカラー施術に使用される材料

#### 主要ブランド

オルディーブ シリーズ

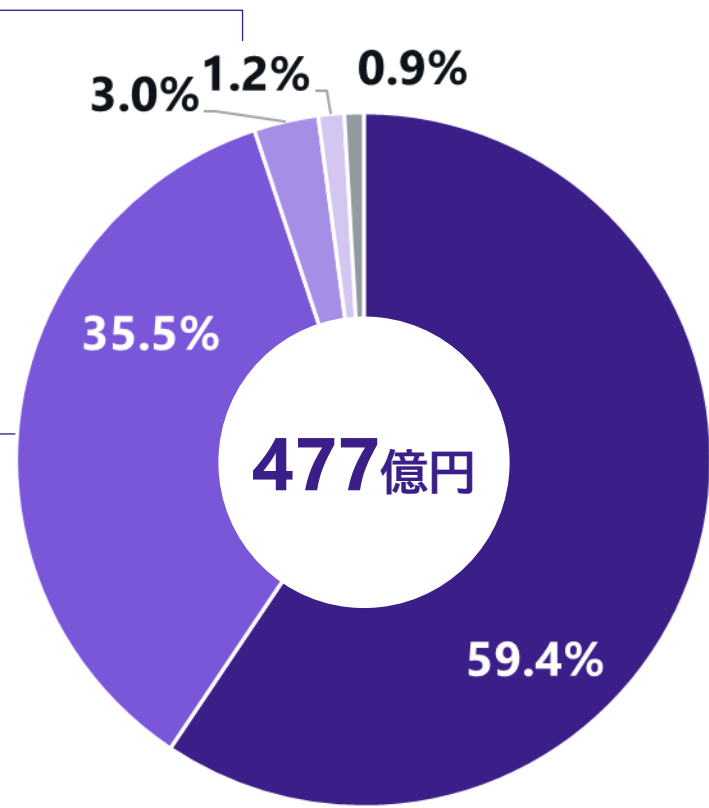


ヴィラロドラカラー



ソフィストーン

(欧米専用ヘアカラー)



■ヘアケア用剤 ■染毛剤 ■パーマ ■化粧品 ■その他

### ヘアケア用剤

美容室で顧客向けに販売される店販品  
美容室での施術に使用される材料

#### 主要ブランド

オージュア(日本・韓国のみ)



グローバルミルボン



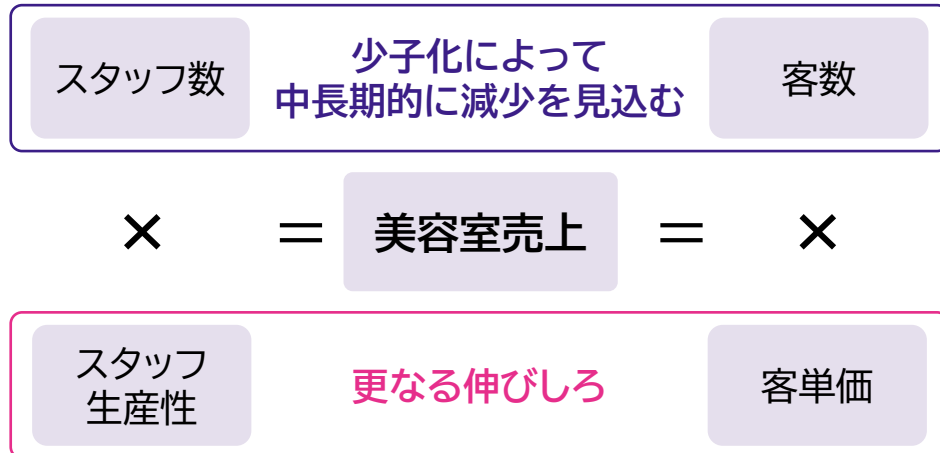
エルジューダ



## 美容室には少子高齢化により客数が中長期的に減少がする課題がある中、美容室は更なる成長の可能性を秘めている

### 少子高齢化の課題と伸びしろ

美容室の客数は中長期的に減少が見込まれるが、高単価メニューの推進や店販品によって、美容室の生産性・客単価は更なる向上が見込める



### 美容室ならではのコミュニティ特性

美容室でサービスを受けるためには来店が必要であり、美容室は人々の生活にとって欠かすことができない場所

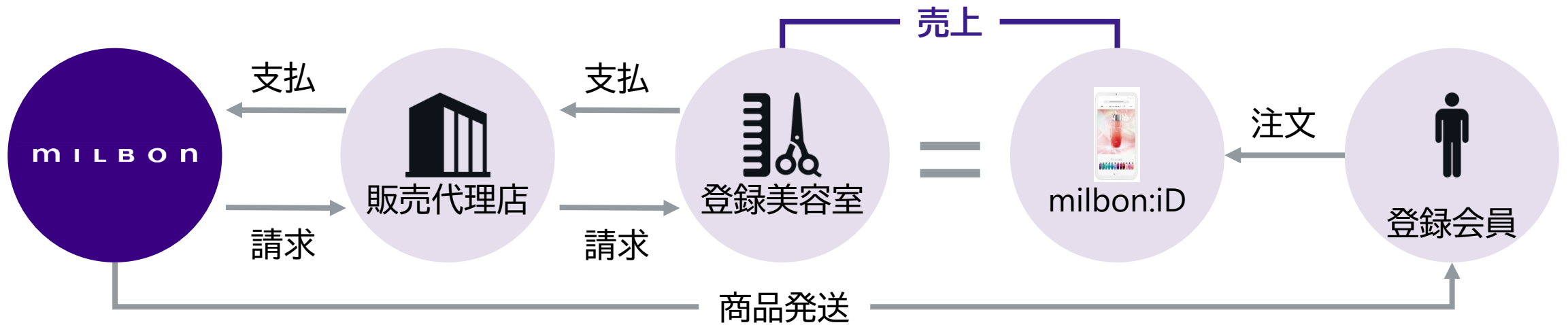
リアルで来店する	定期的である	長時間である
サロン利用率	平均年間利用回数	平均滞在時間
女性 <b>80.3%</b>	女性 <b>4.32回</b>	女性 <b>84分</b>
男性 <b>33.9%</b>	男性 <b>5.25回</b>	男性 <b>52分</b>

出展：株式会社リクルート「美容センサス 2023年上期」<美容室編>

# Appendix ミルボンの概要 国内における近年の取り組み milbon:iD

## 美容室の顧客がオンラインで店販品を購入できるECプラットフォーム milbon:iDを2020年から開始、美容室の生産性向上を支援

milbon:iDの仕組み－BtoBtoC型の商流、売上は美容室に紐づく



milbon:iDの実績(2023年末時点)

登録美容室数 **5,930軒**

登録会員数 **67万人**

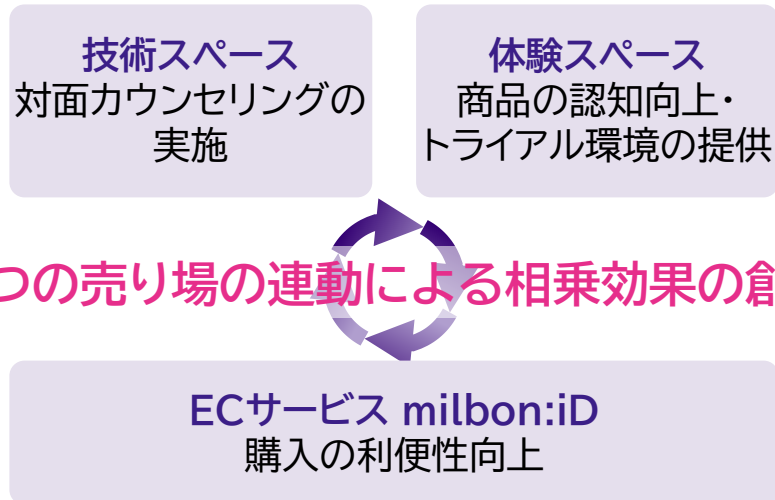
EC売上(出荷額ベース) **16.4億円**



## スマートサロン・店販の領域の拡大によって、美容室が持つ「リアル・長時間・定期的」という価値を最大化する

### スマートサロン戦略－顧客体験価値の向上

コンセプトに賛同いただいた美容室に仕組みを導入。顧客にとっての店販品の買いにくさを解消し、美容室の生産性向上を支援する



スマートサロンの詳細は弊社コーポレートサイトを参照：  
<https://www.milbon.com/ja/ir/management/business.html>

### ビューティライフケア戦略－店販の領域の拡大

他社との協業で、美容室のサービスや店販品の領域を、ヘアケアのみならずスキンケアやビューティヘルスケアまで拡大する

化粧品(株式会社コーセーと協業)

IMPREA



ビューティサプリメント

ALANOUS

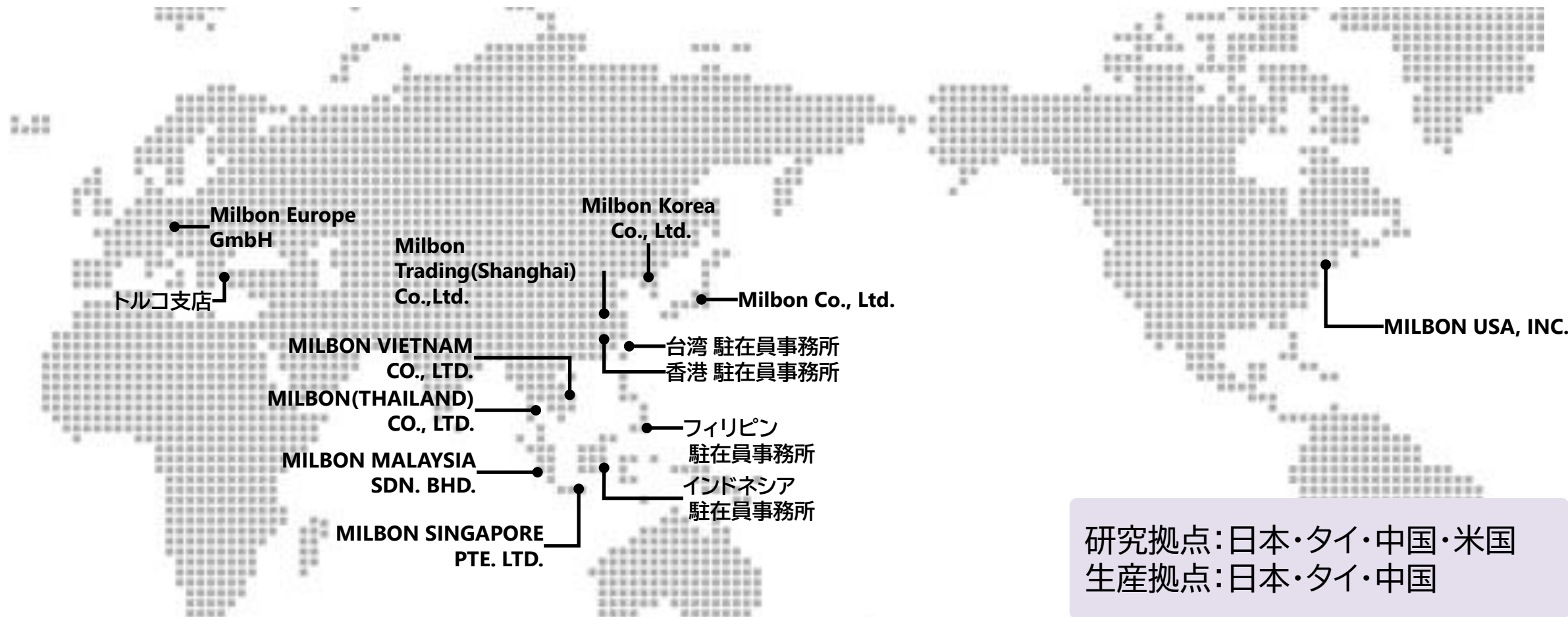


美容器具(パナソニック株式会社と協業)

Panasonic x MILBON  
ELMISTA



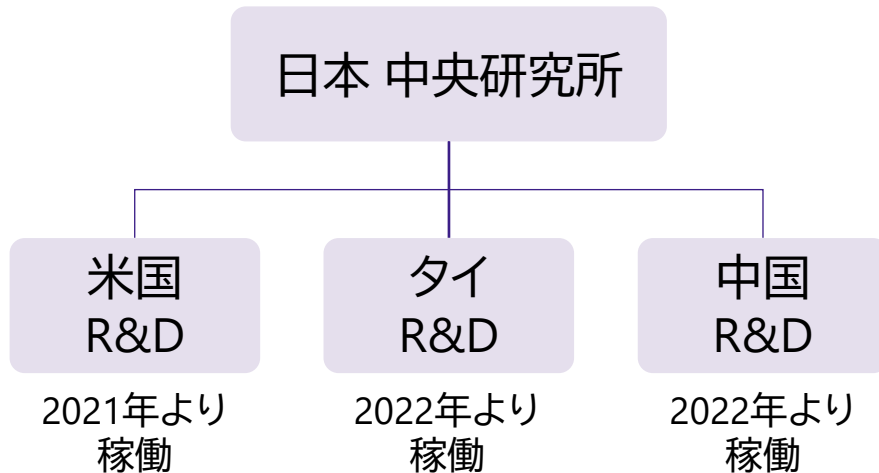
## 14の国と地域で事業を展開 近年では研究・生産の海外拠点を拡充



## 各地域での研究開発・生産体制構築によって、地域ごとに異なる美の価値観に寄り添いつつ、地政学リスクの最小化を狙う

### 研究開発体制ーグローバル4R&Dの連携

各国の研究開発拠点との連携を通じて、グローバルに共通する美容ニーズを捉えたグローバル製品、国や地域ごとに異なる気候や風土、美容習慣、法規制に即したローカライズ製品を開発



### 生産体制ーグローバル3工場の連携

各国の工場間の連携によって、法規制・貿易リスクに柔軟に対応し、国内外への安定供給を実現



日本 ゆめが丘工場  
日本・海外向け生産



タイ工場  
海外向け生産

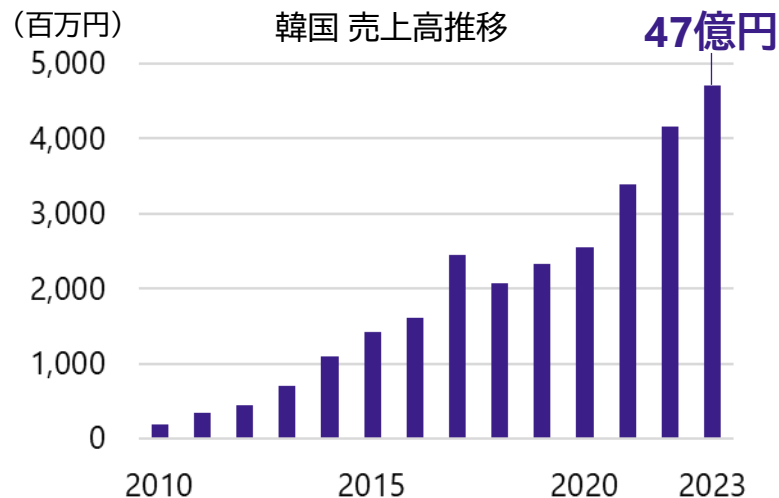


中国工場  
中華圏向け生産  
Find Your Beauty **MILBON**

## 韓国・中国・米国の主要3か国が海外売上の8割弱を占める

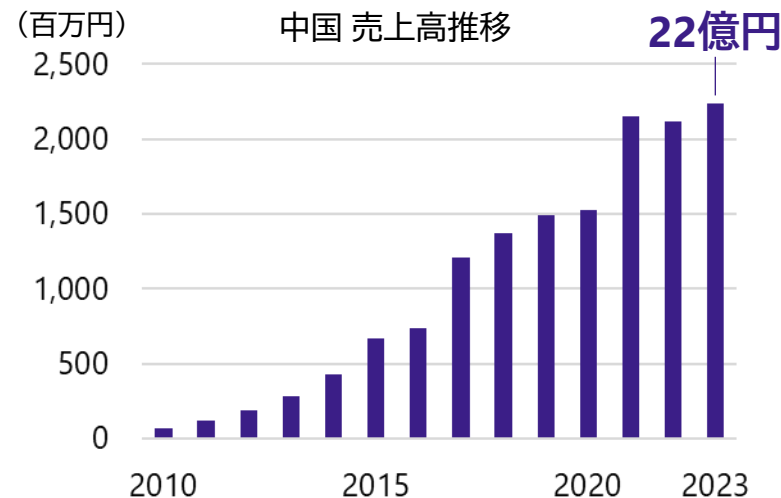
### 韓国

ヘアカラーを中核にした教育活動が評価され、市場で高いプレゼンスを有する。近年はヘアケアを強化し、総合メーカーへの転換を図っている。



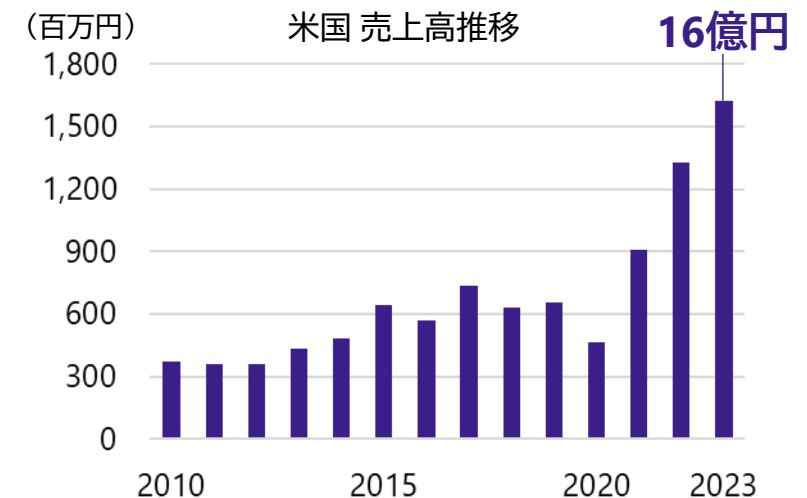
### 中国

コロナ禍を経て、美容室への顧客来店頻度減少など市場環境が変化する中、美容室への支援活動が支持され、増収基調が続く。2022年に現地工場の稼働開始。

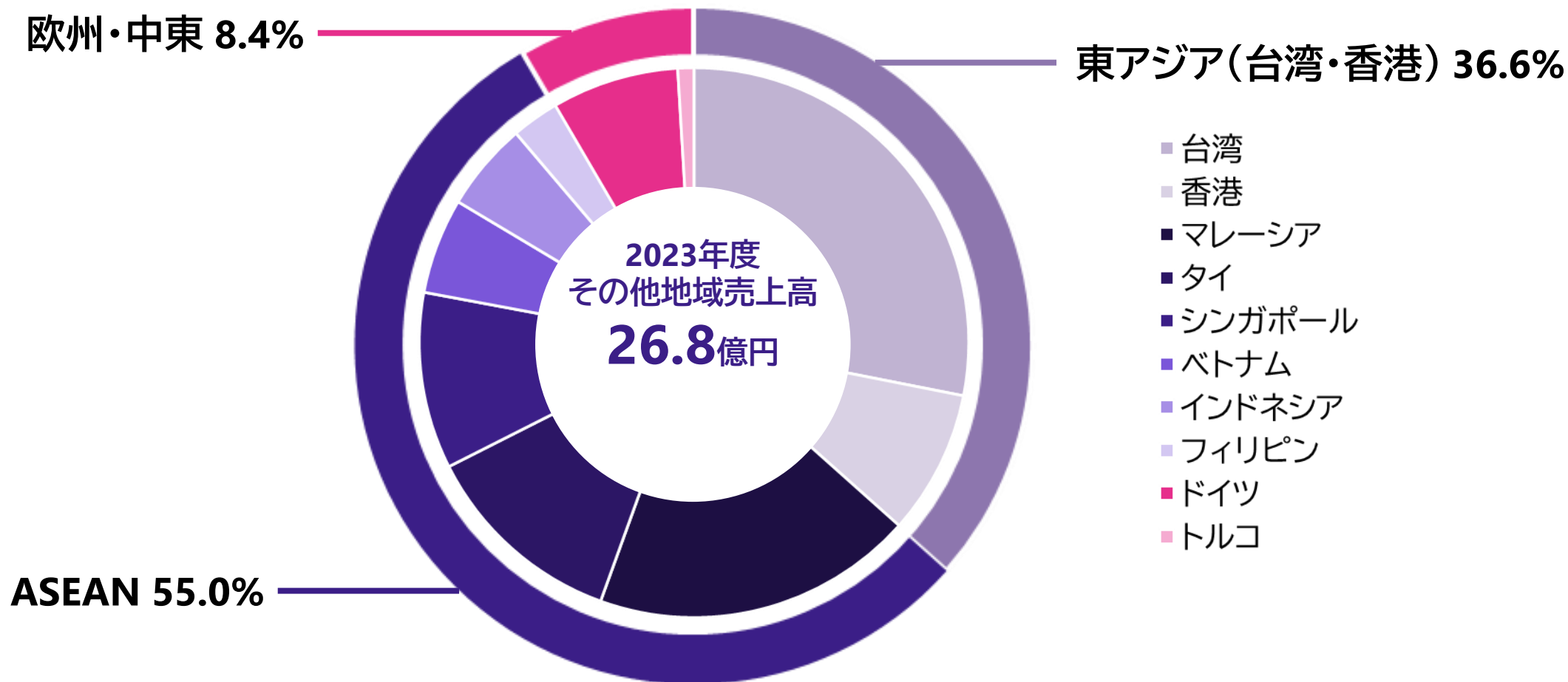


### 米国

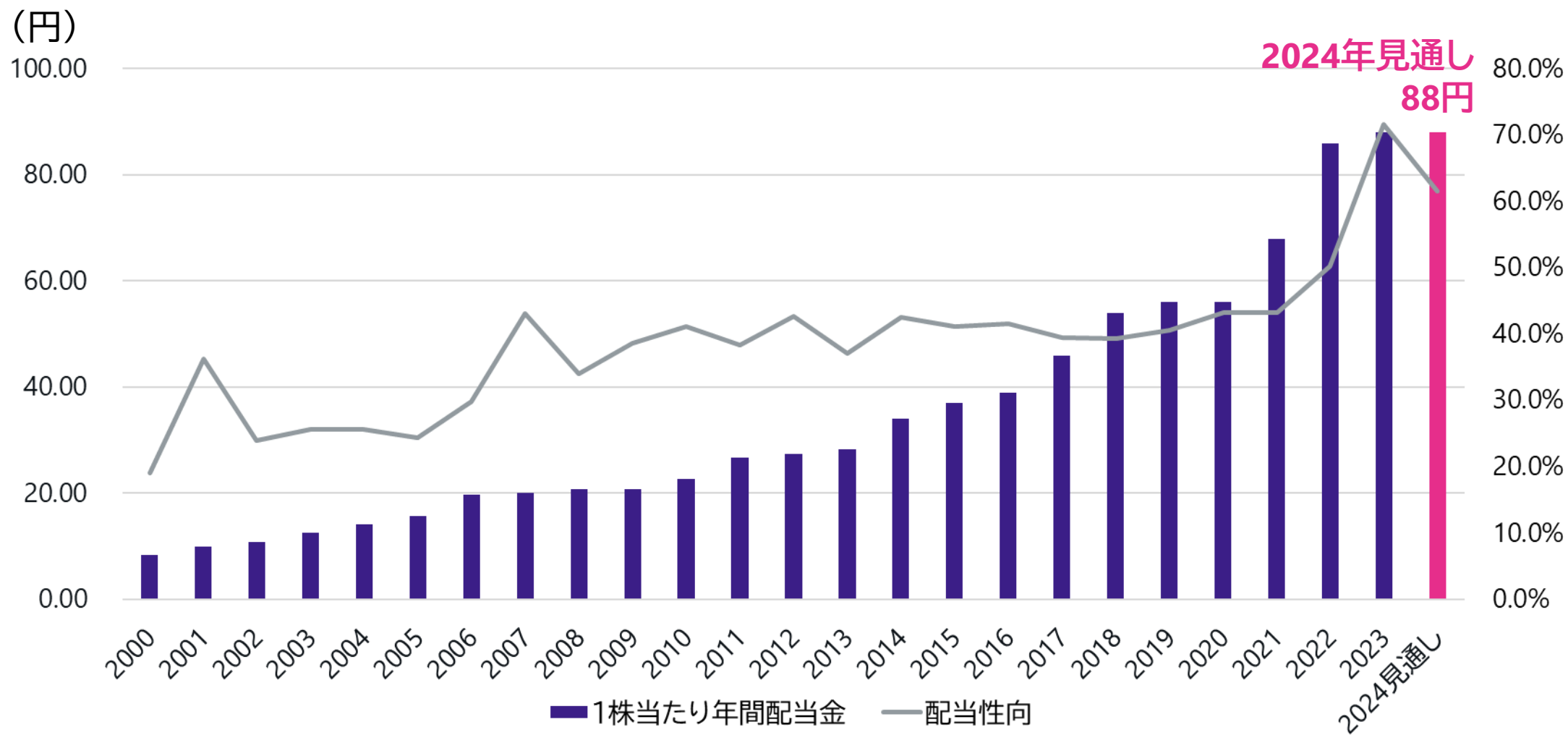
ヘアケアのグローバルミルボン投入・販売体制の切り替え(美容室直販から代理店制)をきっかけに急成長。欧米専用ヘアカラーの投入で更なる成長を見込む。



## 同じ黒髪圏である東アジア・ASEANを中心に成長 近年では欧州へ進出



## 2022年より配当性向目安は50% 安定的な株主還元を実施する



# Appendix ミルボンの概要 ESG投資指数および外部機関からの評価

## 当社が組み入れられているESG投資指数



### FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

FTSE Blossom Japan Index Series  
: <https://www.lseg.com/en/ftse-russell/indices/blossom-japan>

### 2023 CONSTITUENT MSCI日本株 女性活躍指数 (WIN)

株式会社ミルボンのMSCI指数への組み入れ、および本ページにおけるMSCIのロゴ、トレードマーク、サービスマーク、指数名称の使用は、MSCIやその関係会社による株式会社ミルボンの後援、推薦あるいはプロモーションではありません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIおよびその指数の名称とロゴは、MSCIやその関係会社のトレードマークもしくはサービスマークです。

## 外部機関からの評価



授与対象：MILBON CO LTD (YUMEGAOKA SITE)



2024  
健康経営優良法人  
Health and productivity





## ディスクレイマー

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。