

**m i l b o n**

---

**2024年12月期第2四半期決算説明資料**

**株式会社ミルボン**

**(TSE code : 4919)**

**2024年8月9日**

# Agenda

- 1. 連結業績** ————— **P2**
- 2. 地域別業績** ————— **P7**
- 3. Milbon Group 2024年度の進捗** ————— **P14**
- 4. Appendix** ————— **P31**
- 5. ミルボンの概要** ————— **P42**

# 本日のポイント

- 期初計画を上回る増収増益。国内のヘアケアや韓国が成長をけん引し、通期業績予想達成に向けて順調に進捗している
- 原材料高騰影響の緩和で、1Qから2Qにかけて売上総利益率は回復傾向
- 好調な売上高と経費の期ずれを背景に営業利益は計画を上回る
- 国内は増収増益。「オージュア」等ヘアケアが成長をけん引し、染毛剤の遅れを十分にカバーしている
- 海外は売上利益共に計画を上回る。円安が増収幅を押し上げているほか、韓国・米国等の好調が市場環境悪化の影響を受けている中国をカバーしている
- FY2024通期業績予想は据え置き

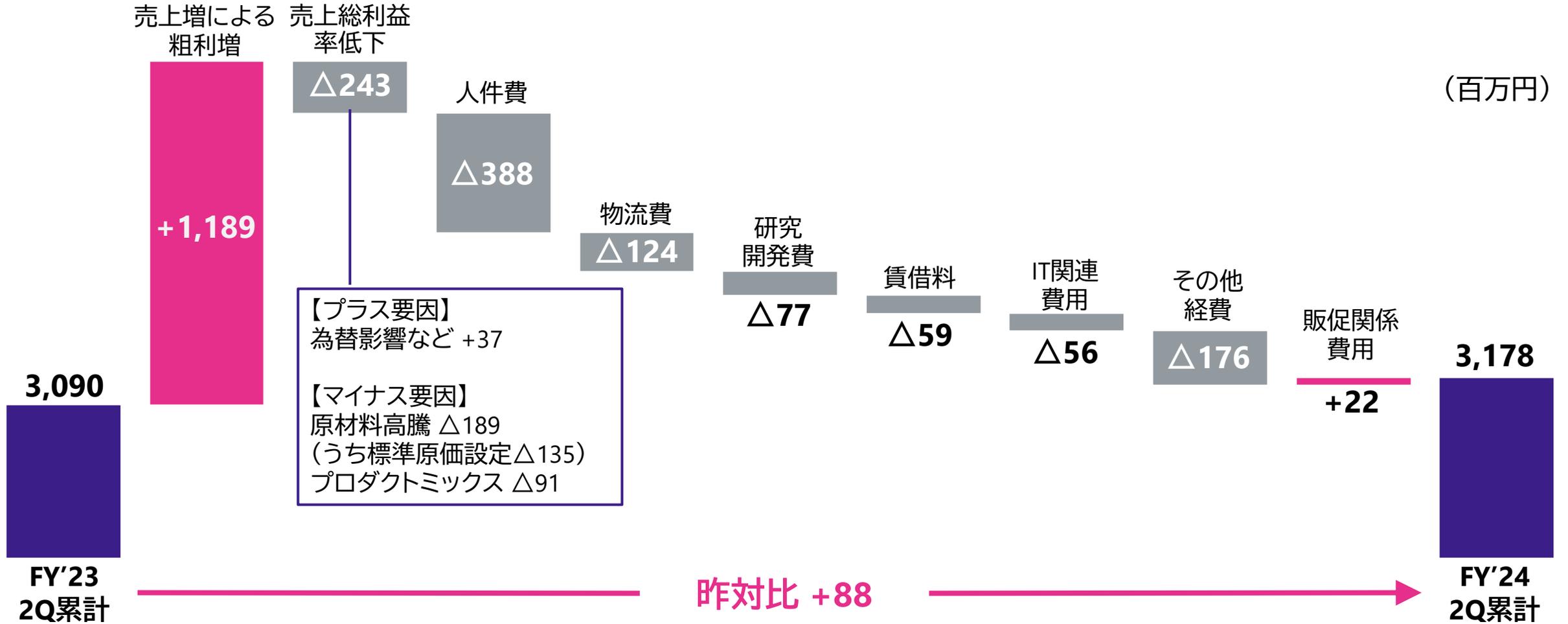
# 連結損益計算書

売上・利益共に計画を上回る。売上総利益率は、原材料高騰影響の緩和により、1Q時の63.0%から64.2%に改善

(単位:百万円)	FY2023 2Q累計	構成比 (%)	FY2024 2Q累計	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)	FY2024 2Q累計 計画	計画比 (%)
売上高	22,703	100.0%	<b>24,526</b>	<b>100.0%</b>	1,822	8.0%	23,964	102.3%
売上総利益	14,809	65.2%	<b>15,755</b>	<b>64.2%</b>	946	6.4%	15,453	102.0%
販管費	11,719	51.6%	<b>12,577</b>	<b>51.3%</b>	858	7.3%	12,845	97.9%
営業利益	3,090	13.6%	<b>3,178</b>	<b>13.0%</b>	87	2.8%	2,608	121.9%
経常利益	3,129	13.8%	<b>3,324</b>	<b>13.6%</b>	195	6.3%	2,561	129.8%
親会社株主に帰属 する中間純利益	2,195	9.7%	<b>2,280</b>	<b>9.3%</b>	85	3.9%	1,823	125.1%

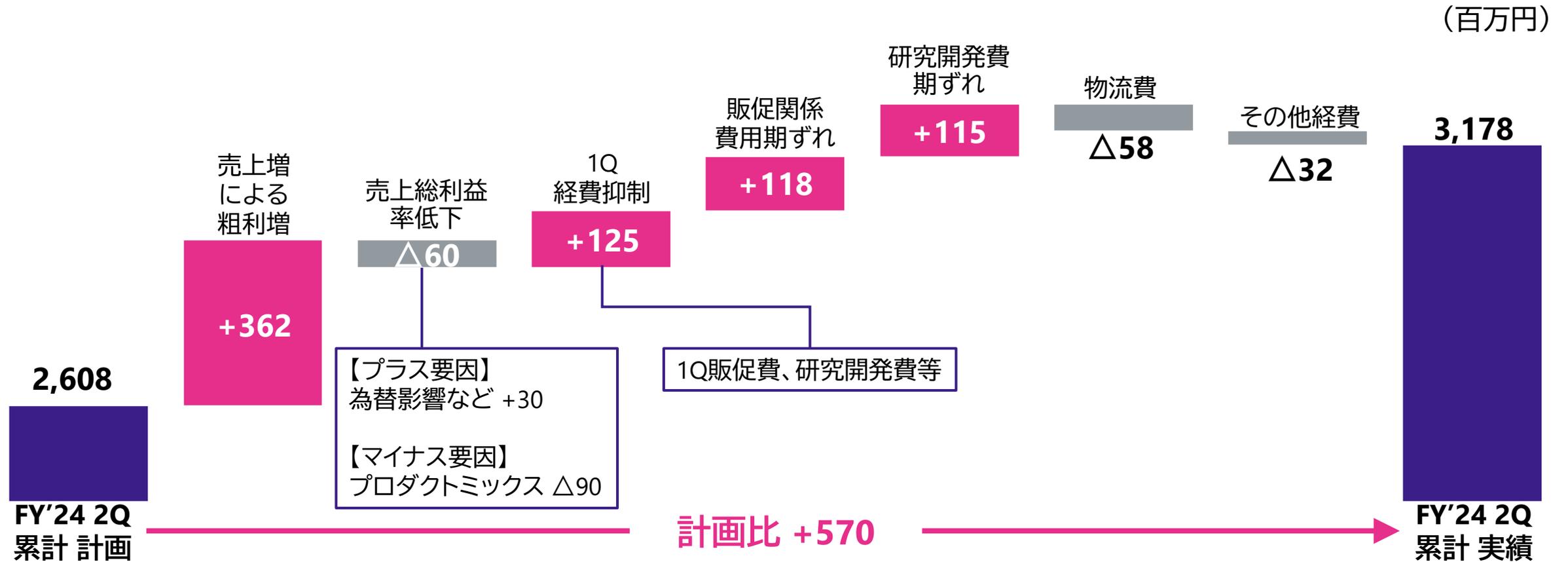
# 連結営業利益 前年同期比増減要因

増益。計画を上回る増収が、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

好調な売上と一部経費の期ずれにより、営業利益は計画を上回る



# Agenda

1. 連結業績 ————— P2
2. 地域別業績 ————— P7
3. Milbon Group 2024年度の進捗 ————— P14
4. Appendix ————— P31
5. ミルボンの概要 ————— P42

# 地域別業績 国内・海外の売上高・営業利益

売上利益共に国内外で計画を上回る。海外は円安による増収効果もあった

(単位:百万円)		FY2023	FY2024	増減額	増減率 (%)	実質増減率※1 (%)	FY2024	FY2023 2Q	FY2024 2Q
		2Q累計	2Q累計				2Q累計 計画	為替レート	為替レート
日本	売上高	17,175	<b>18,367</b>	1,192	6.9%	6.9%	18,135		
	営業利益	2,411	<b>2,534</b>	123	5.1%	—	2,081	—	—
	利益率(%)	14.0%	<b>13.8%</b>	—	—	—	11.5%		
海外	売上高	5,528	<b>6,159</b>	630	11.4%	2.8%	5,828		
	営業利益	679	<b>643</b>	△35	△5.3%	—	526	—	—
	利益率(%)	12.3%	<b>10.5%</b>	—	—	—	9.0%		
韓国	売上高	2,286	<b>2,662</b>	376	16.5%	7.5%	2,333	1KRW=	1KRW=
	営業利益	621	<b>743</b>	121	19.6%	—	554	0.104円	0.113円
	利益率(%)	27.2%	<b>27.9%</b>	—	—	—	23.8%		
中国	売上高	1,171	<b>1,211</b>	40	3.5%	△6.0%	1,222	1RMB=	1RMB=
	営業利益	40	<b>77</b>	37	91.5%	—	87	19.54円	21.51円
	利益率(%)	3.5%	<b>6.4%</b>	—	—	—	7.2%		
米国	売上高	778	<b>922</b>	144	18.5%	5.0%	907	1USD=	1USD=
	営業利益	△30	<b>△71</b>	△41	—	—	△66	136.54円	154.06円
	利益率(%)	△4.0%	<b>△7.8%</b>	—	—	—	△7.3%		
その他※2	売上高	1,293	<b>1,362</b>	69	5.4%	1.1%	1,364		
	営業利益	48	<b>△105</b>	△153	△316.8%	—	△49	—	—
	利益率(%)	3.7%	<b>△7.7%</b>	—	—	—	△3.7%		

※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

## ヘアケアと化粧品の成長が染毛剤をカバーし、計画を上回る 増収増益

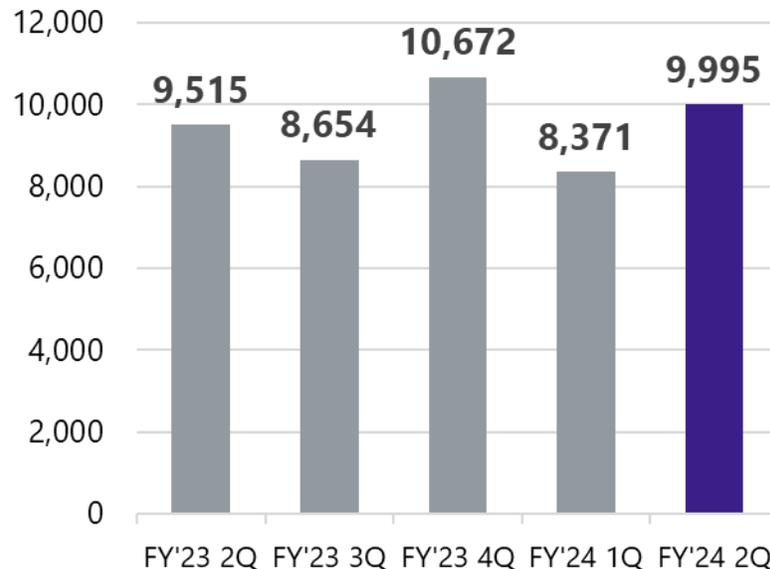
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

「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	2Q	累計	
ヘアケア用剤	+8.9%	+9.0%	
染毛剤	△0.5%	+0.1%	
化粧品	+40.4%	+114.4%	
構成比	2Q	累計	
ヘアケア用剤	64.7%	63.1%	
染毛剤	29.9%	30.9%	
化粧品	1.8%	2.9%	

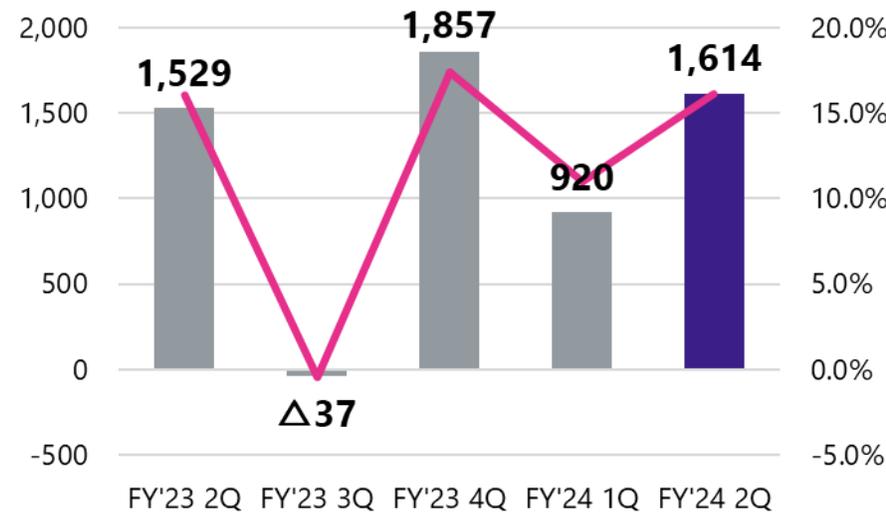
### 四半期 売上高(百万円)

2Qは季節的に売上が大きくなりやすい傾向



### 四半期 営業利益(百万円)

2Qは売上の伸長に伴って利益が伸びやすい傾向



\*出荷額ベースによる数値。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

# 地域別業績 日本国内 今年度のポイント進捗

ポイント		2Qまでの進捗	成果と今後について																	
スマートサロンの推進	milbon:iDの進捗																			
	スマートサロン店舗展開の進捗																			
	高価値ヘアカラーの推進による染毛剤売上回復																			
				<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FY'23 累計</th> <th>FY'24 2Q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>76.1万人</b></td> <td>87万人</td> </tr> <tr> <td>サロン数</td> <td>5,930軒</td> <td><b>6,292軒</b></td> <td>6,500軒</td> </tr> <tr> <td>EC売上</td> <td>16.4億円</td> <td><b>7.8億円</b></td> <td>19.5億円</td> </tr> </tbody> </table>		FY'23 累計	FY'24 2Q累計	FY'24 計画	登録者数	67万人	<b>76.1万人</b>	87万人	サロン数	5,930軒	<b>6,292軒</b>	6,500軒	EC売上	16.4億円	<b>7.8億円</b>	19.5億円
	FY'23 累計	FY'24 2Q累計	FY'24 計画																	
登録者数	67万人	<b>76.1万人</b>	87万人																	
サロン数	5,930軒	<b>6,292軒</b>	6,500軒																	
EC売上	16.4億円	<b>7.8億円</b>	19.5億円																	
				<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FY'23 累計</th> <th>FY'24 2Q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>44軒</b></td> <td>100軒</td> </tr> </tbody> </table>		FY'23 累計	FY'24 2Q累計	FY'24 計画	サロン数	23軒	<b>44軒</b>	100軒								
	FY'23 累計	FY'24 2Q累計	FY'24 計画																	
サロン数	23軒	<b>44軒</b>	100軒																	
			<p>地方を中心に店舗数が増加傾向。既オープン店舗からは、店販売上の増加といった効果など高評価を受けている</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>オーガニックブランド「ヴィラロドラ」は活動強化によって導入店舗数が増加。教育活動の推進で、更なるリピート促進を図る。</li> <li>髪色と眉色の連動提案や美容室への教育活動強化を行うも、競合環境激化をカバーしきれていない。美容室顧客へのヘアカラーブランディングを強化し、徐々に巻き返しを図っていく。</li> </ul>																	

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

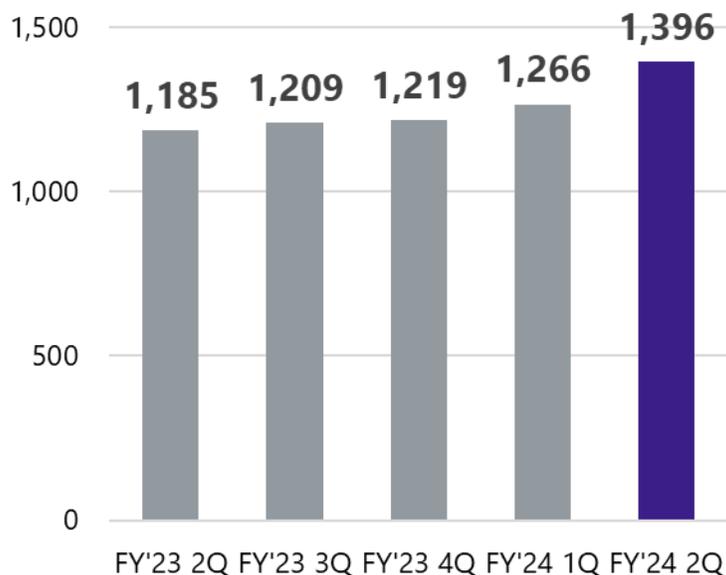
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

カラートレンドの変化を捉えた活動によって  
染毛剤の成長が回復傾向にある

FY2024		
売上高 成長率	2Q	累計
ヘアケア用剤	+14.5%	+17.1%
染毛剤	+4.6%	+2.9%
パーマ用剤	+37.5%	+35.6%
構成比	2Q	累計
ヘアケア用剤	23.0%	23.1%
染毛剤	71.3%	71.2%
パーマ用剤	4.8%	4.9%

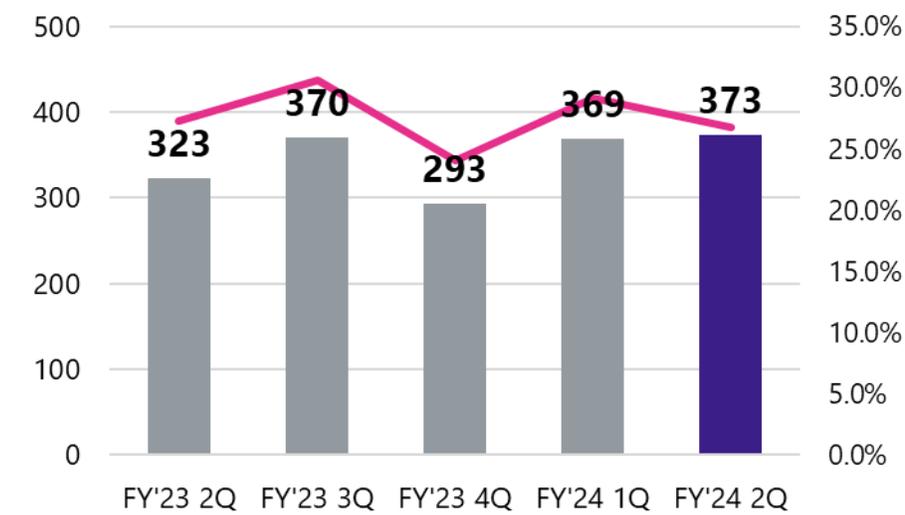
### 四半期 売上高(百万円)

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。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

# 地域別業績 中国

消費マインド低下など市場環境悪化の影響を受けている。下期は活動を重点的に行う美容室の見直しによって巻き返しを図る

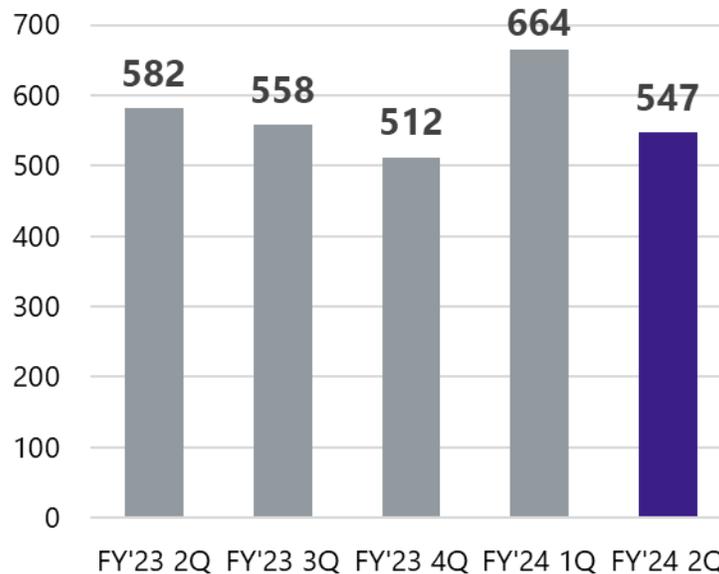
## カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

ヘアケアは「グローバルミルボン」等の美容室への導入が進むことで底堅く推移。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	2Q	累計	
ヘアケア用剤	△3.3%	+1.6%	
染毛剤	△33.7%	△17.4%	
構成比	2Q	累計	
ヘアケア用剤	62.0%	58.5%	
染毛剤	33.1%	35.6%	

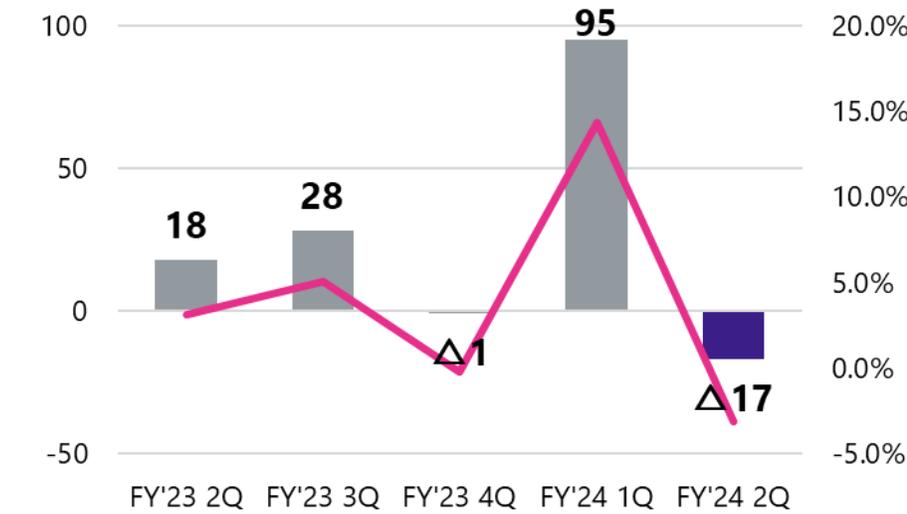
## 四半期 売上高(百万円)

1Qは春節前に美容室への来客増加が追い風となり増収も、春節以降の美容室来客鈍化によって、2Qは減収



## 四半期 営業利益(百万円)

2Qは減収に伴い減益となったが、上期累計では増益で推移している



\*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

## ヘアケアの安定成長によって売上高は堅調に推移。6月の米国最大級見本市への初出展を経て、下期以降の更なる成長を期す

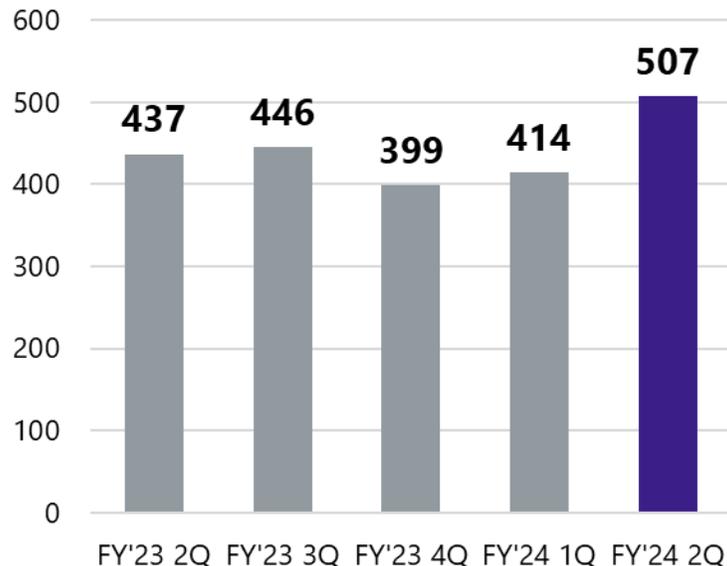
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

「グローバルミルボン」を中心としたヘアケアは堅調。染毛剤は色味不足の課題によって軟調だが、3Qでの追加色発売と教育活動強化によって、導入美容室への定着と更なるリピートを促していく

		FY2024	
売上高 成長率	2Q	累計	
ヘアケア用剤	+4.8%	+5.3%	
染毛剤	△6.2%	+7.8%	
構成比	2Q	累計	
ヘアケア用剤	85.9%	84.9%	
染毛剤	8.9%	9.7%	

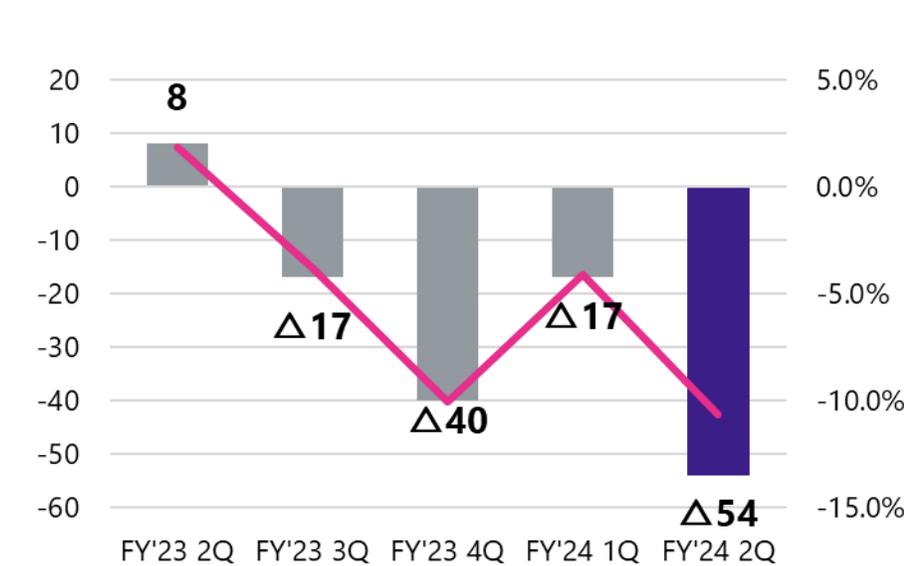
### 四半期 売上高(百万円)

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)

2Qは知名度拡大を期した大規模見本市への出展によって販促関係費用が増加



\*現地通貨ベースによる数値。

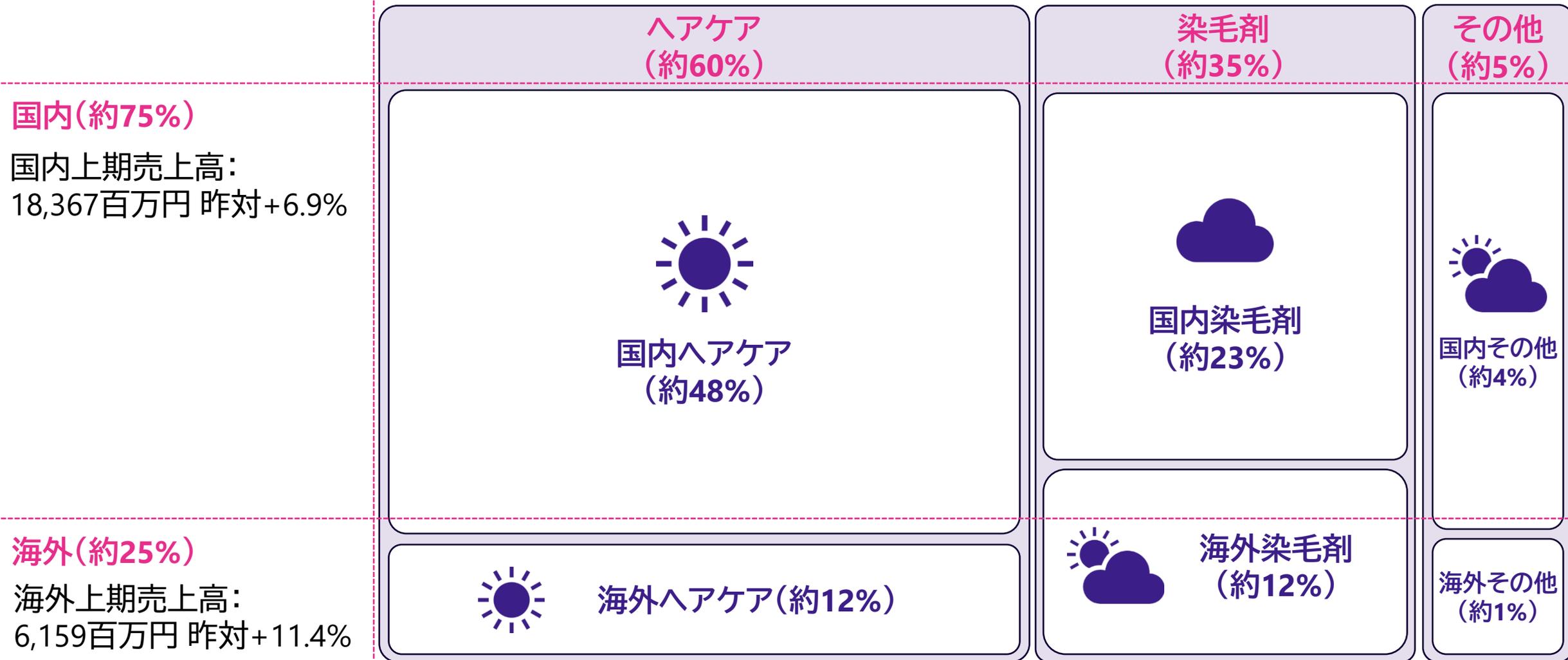
© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

# Agenda

1. 連結業績 ————— P2
2. 地域別業績 ————— P7
3. **Milbon Group 2024年度の進捗** ————— **P14**
4. **Appendix** ————— **P31**
5. **ミルボンの概要** ————— **P42**

# 当社の売上構成比率

## 連結売上高の60%超を占めるヘアケアが国内・海外共に好調



## 市場全体は緩やかに成長と推測。昨年5月のコロナ5類移行による減速から回復基調にある

2020年～2023年4月

2023年5月～

～2024年6月

美容市場

市場全体は順調に成長  
コロナのネガティブ影響は  
他業界より抑制

コロナ5類移行に伴う旅行・外食  
への支出増加で成長鈍化

市場全体は横ばい

ヘアカラー

マスク生活で髪色多様化  
ブリーチカラー流行

美容室への来客鈍化で、  
染毛剤消費量が減少

市場は縮小トレンドが継続  
長期的には人口減・就業者数減で、  
成長ハードル高まる

ヘアケア

カラーダメージのケアニーズ  
ヘアケアのプレミアム化進展

高価格帯ヘアケア人気は継続

ヘアケアの市場環境は良好に  
推移

# 国内市場における経営成績

ヘアケア・化粧品が売上高成長をけん引、染毛剤の遅れをカバー。  
通期業績予想達成に向け順調に進捗している

## 純売上高・営業利益の進捗

(単位:百万円)	FY2023 2Q累計	FY2024 2Q累計	増減額	増減率 (%)	FY2024 通期計画	2Qまでの 進捗率
売上高	17,175	<b>18,367</b>	1,192	+6.9%	38,620	47.6%
営業利益	2,411	<b>2,534</b>	123	+5.1%	5,522	45.9%
利益率(%)	14.0%	<b>13.8%</b>	—	—	14.3%	—

## カテゴリ別売上高の増減率・構成比

	FY2023 2Q累計	構成比 (%)	FY2024 2Q累計	構成比 (%)
売上高	+3.3%	—	<b>+6.9%</b>	—
ヘアケア用剤	+5.7%	62.2%	<b>+9.0%</b>	<b>63.1%</b>
染毛剤	△1.0%	33.1%	<b>+0.1%</b>	<b>30.9%</b>
パーマ用剤	△13.3%	2.7%	<b>+7.5%</b>	<b>2.7%</b>
化粧品	+6.6%	1.4%	<b>+114.4%</b>	<b>2.9%</b>
その他	+77.5%	0.6%	<b>△17.2%</b>	<b>0.4%</b>

※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。

## オー ज्या・エル ज्याーダ2ブランドを中心に好調が続く

### オー ज्या

**FY24上期 国内販売高 昨対+7.8%**

窓口軒数の増加と2月発売の新商品「オー ज्या スカルプケアシリーズ プレセディア」の好調がブランド全体の成長をけん引



### エル ज्याーダ

**FY24上期 国内販売高 昨対+24.5%**

3月発売の新商品「エル ज्याーダ フリッズフィクサー」は、くせ毛が扱いやすくなる実感効果の高さが評価され、ブランド全体の成長をけん引



※出荷額ベースによる数値。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

## 染毛剤の売上構成比低下に伴うプロダクトミックス悪化に対処すべく、ヘアケア自体の収益性を高める施策を展開していく



### 価格戦略

#### 既存品価格改定

来年上期より、原価率が上昇している中価格帯ヘアケア用剤の一部に対して実施予定

#### 高付加価値発想プライシング

引き続き顧客価値から逆算した新商品のプライシングを行い、新商品への新陳代謝を促進する



### 原材料の対策

#### 資材の使用量削減

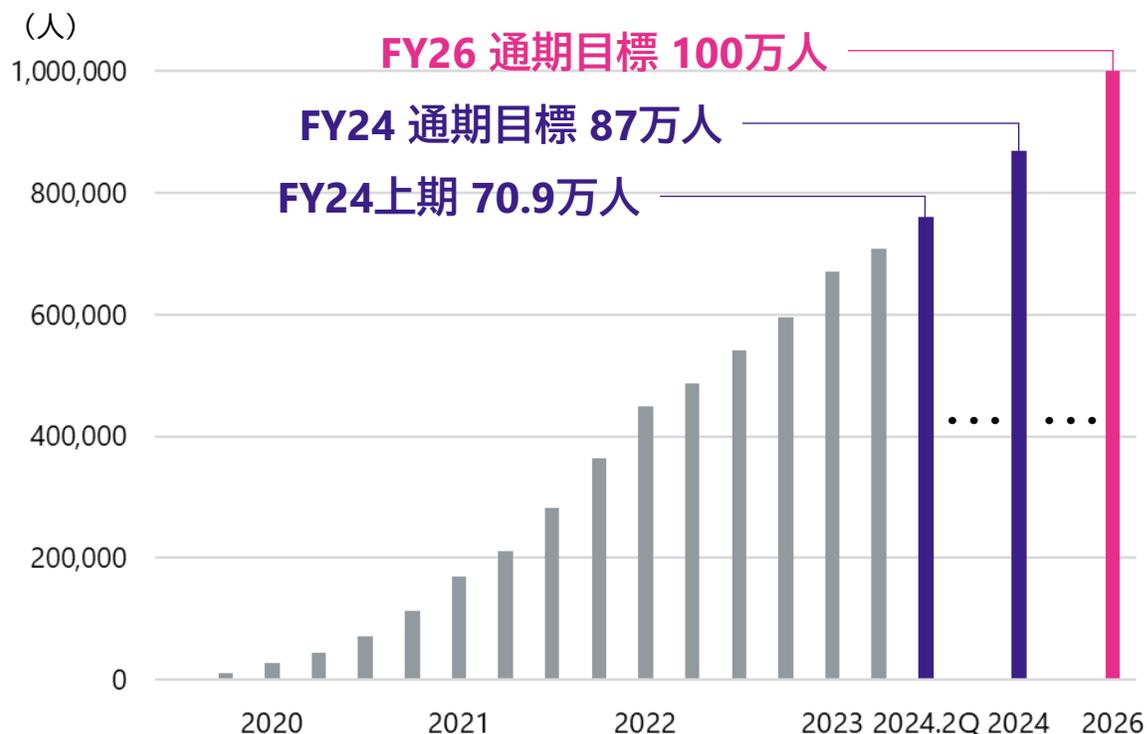
業務用サロントリートメントの詰め替え仕様の更なる推進 / 容器共通化

#### グローバル3工場一体の原材料調達

日本・タイ・中国それぞれの製造拠点連携を通じた、スケールメリットを生かした調達

## milbon:iD会員数は100万人達成に向け順調に進捗。 更なる成長に向け、アクティブ会員数向上に向けた施策を強化

### milbon:iD会員数の進捗



### アクティブ会員数向上に向けた施策

#### スタイルストック – 10月より順次サービス開始

担当美容師が入力した美容室店頭での使用アイテム、推奨ホームケア用品等の情報を会員のmilbon:iDマイページに表示させることで、ECでの購入を促進する



#### ライブコマース

ミルボン公式チャンネルでの配信と美容室オリジナルでの配信の両輪で、milbon:iD会員のエンゲージメント向上と商品購入機会の創出を行う

## コンセプトに賛同いただいた美容室の協力の下、各地方における店舗展開が順調に進捗

全国44店舗

2024年6月末時点



※最新のスマートサロン店舗所在地はこちらのリンクを参照:

<https://www.milbon.co.jp/fyb-magazine/smartsalon/>

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

### 個店での成功事例

#### DAGASHIを通じたエントリー顧客獲得



DAGASHIはヘアケアサッシュエ1日分を自由に選んで購入できる体験コンテンツ。美容室における店販品購入のハードルを下げる効果をもたらす

#### 顧客育成を通じた本品購入客獲得、リピート促進



デジタルコンテンツによる顧客へのカウンセリングのサポートや、milbon:iDによる店舗外での店販購入機会創出で、顧客と店販の接点を増やす

#### 店販売上の増加

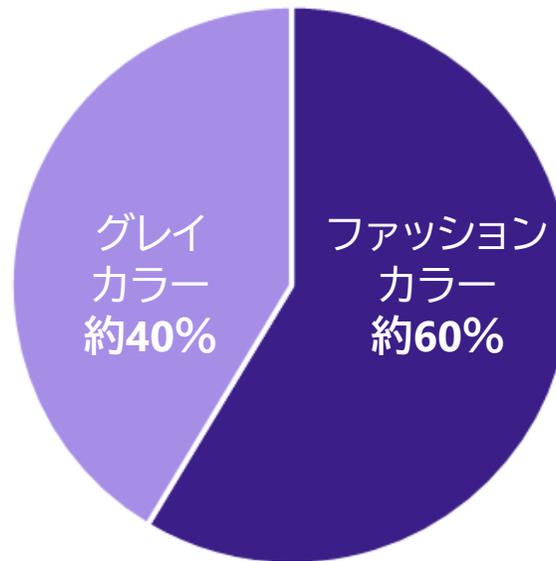
昨対同期比で**店販売上+15%**

## 染毛剤の成長率は現時点で想定を下回っている。成長回復にはファッションカラーの強化が必須、来年に向けて徐々に改善を図る

国内染毛剤 売上構成比

### グレイカラーは上期昨対約+7%増収

- 明るめグレイカラーのトレンドを捉えた昨年発売の製品「オルディーブクリスタル ハイブライト」の好調継続
- 暗めグレイカラーが中心の「ヴィラロドラカラー」の伸びは落ち着いているが、教育施策の強化によって巻き返しを図る

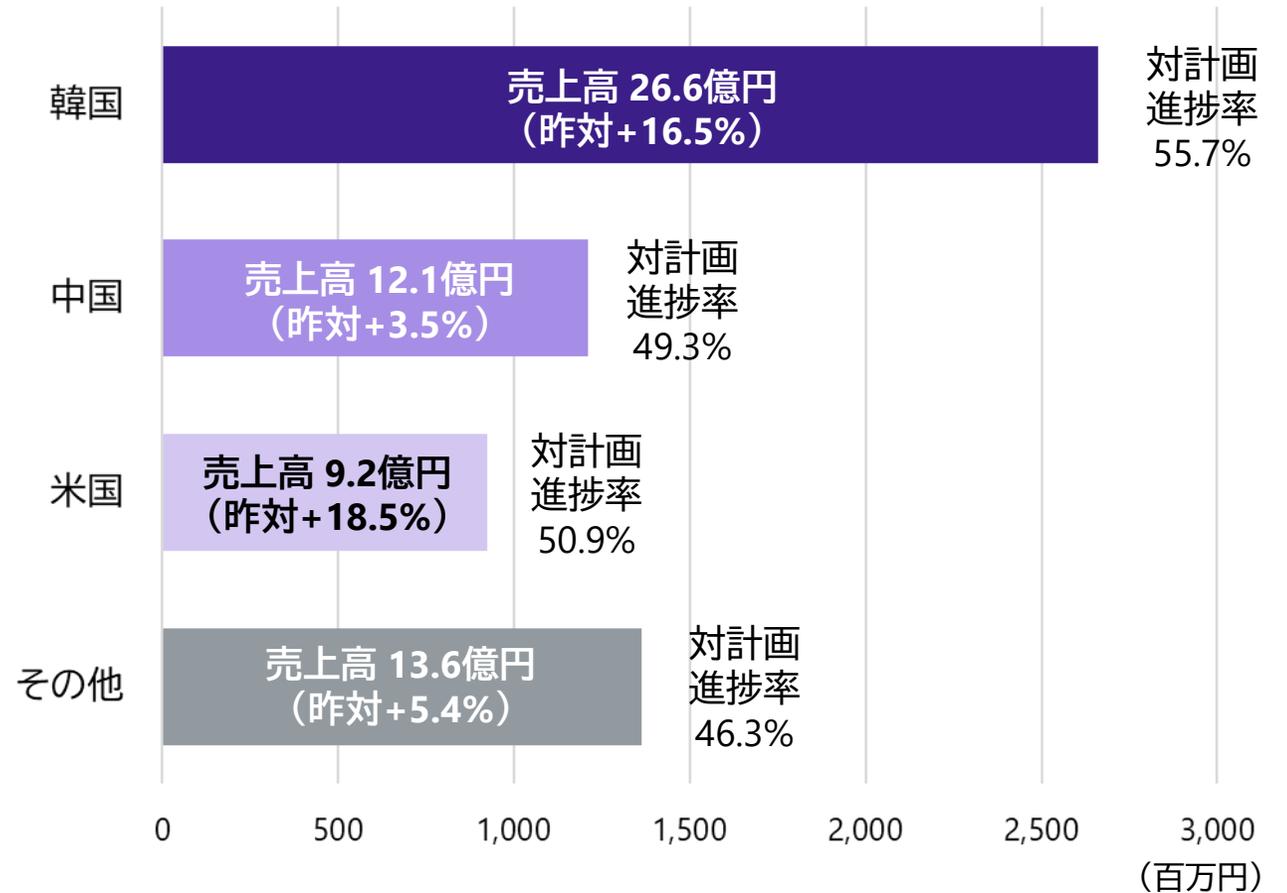
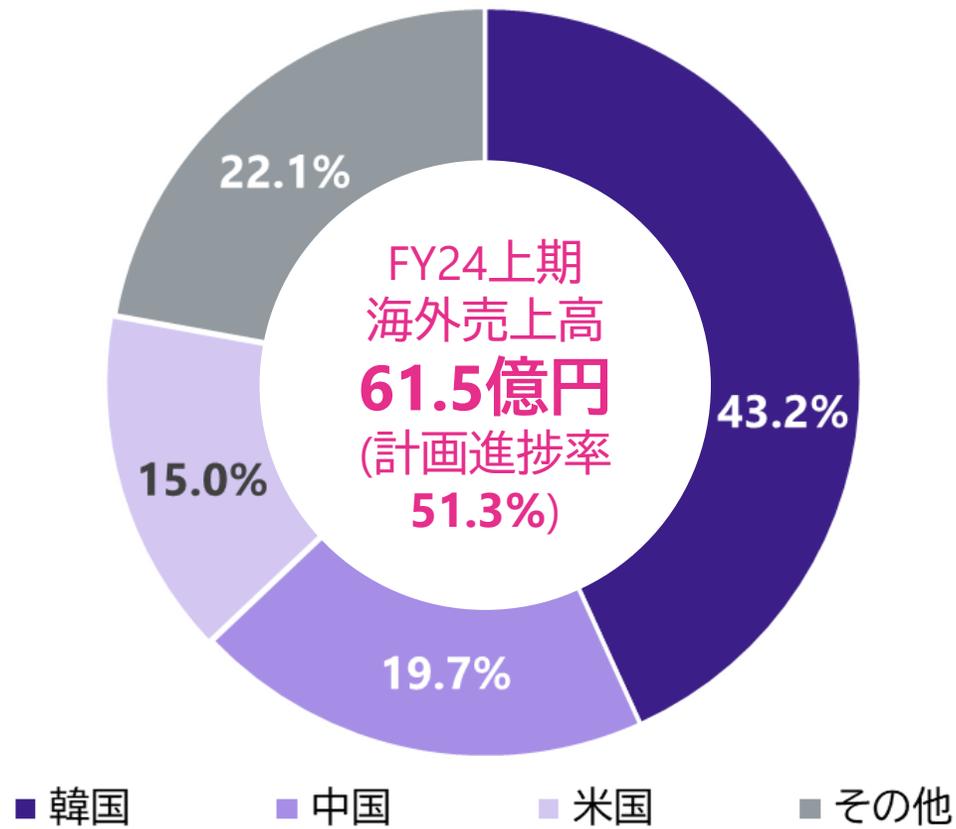


### ファッションカラーは上期昨対約△4%減収

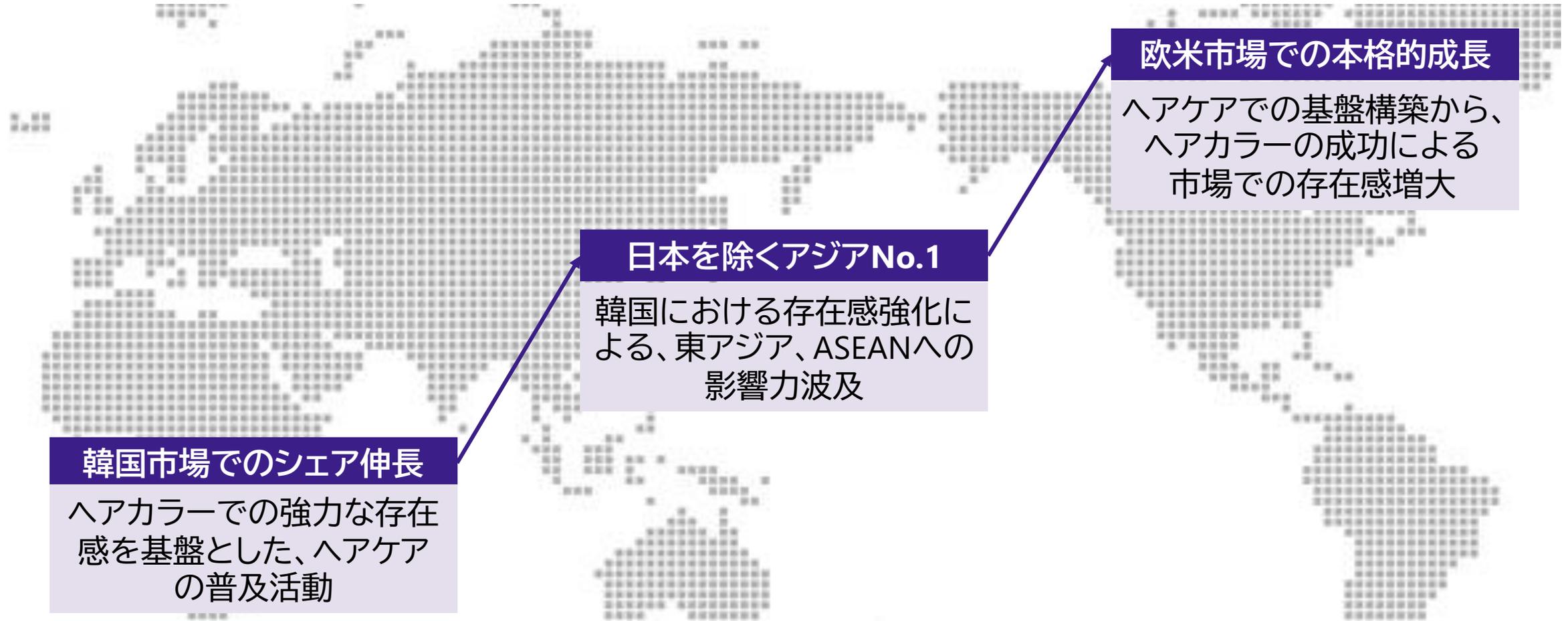
- 主力の「オルディーブアディクシー」は眉色との連動提案等施策を展開するも、競合環境激化により減収
- 開発・販売・ブランディングそれぞれの項目で**抜本的改革に着手**する

※出荷額ベースによる数値。

## 中国において市場環境悪化の影響を受けるも、海外トータルでは通期業績予想達成に向けて順調に進捗



## 黒髪文化が主体である、日本を除くアジアでのNo.1の確立が 当面のマイルストーンとなる



### 欧米市場での本格的成長

ヘアケアでの基盤構築から、  
ヘアカラーの成功による  
市場での存在感増大

### 日本を除くアジアNo.1

韓国における存在感強化に  
よる、東アジア、ASEANへの  
影響力波及

### 韓国市場でのシェア伸長

ヘアカラーでの強力な存在  
感を基盤とした、ヘアケア  
の普及活動

# ESG外部評価機関の評価向上

サステナビリティの取り組み充実化によってFTSEスコア向上。その他外部機関評価も適切な取り組みと開示によって向上を目指す

	2021	2022	2023	2024	今後の展望
<b>FTSE</b>	1.1/5.0	1.5/5.0	2.3/5.0 FTSE Blossom Japan Sector Relative Index	<b>3.5/5.0</b> FTSE Blossom Japan Index / Sector Relative Index	引き続き適切な開示を実施することで更なる評価向上を目指す
<b>MSCI</b>	CCC	B	B MSCI日本株女性活躍指数(WIN)	<b>B</b> MSCI日本株女性活躍指数(WIN/セレクト)	「化学物質の安全性」「容器包装」についての開示情報充実化、Scope3排出量の開示完了による評価向上を期す
<b>CDP</b>	—	D	C	2024年末公表	「水」の情報開示充実化を目指すほか、「生物多様性」の活動を推進し、評価向上を目指す
<b>Ecovadis</b>	—	Silver	Gold	2024年末公表	引き続き適切な開示を実施することで更なる評価向上を目指す

## GPIFが指定する複数のESG指数の構成銘柄に指定。 今年度からFTSE Blossom Japan Indexへ組み入れ

### 当社が組み入れられているESG投資指数

2023年から継続選定



2024 CONSTITUENT MSCI日本株  
女性活躍指数 (WIN)



FTSE Blossom  
Japan Sector  
Relative Index

今年から新規選定



FTSE Blossom  
Japan Index

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。

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

# 今後に向けて 3Q以降見通し

## 3Q以降見通し

売上	国内	<ul style="list-style-type: none"><li>ヘアケア用剤は 堅調な需要を背景とした安定的な成長を見込む</li><li>染毛剤施策の効果は一部発現すると思われるが、想定には届かない見込み</li><li>ヘアケアと、アイブ로우新製品による好調が続く化粧品が染毛剤の遅れをカバーする</li></ul>
	海外	<ul style="list-style-type: none"><li>中国における市場環境悪化の影響はしばらく続く見込み</li><li>ヘアケアを中心として好調が続く韓国・米国などの成長でカバーしていく</li></ul>
利益		<ul style="list-style-type: none"><li>原材料高騰影響の緩和で、売上総利益率は回復傾向</li><li>経費については、計画通り投下していく</li></ul>

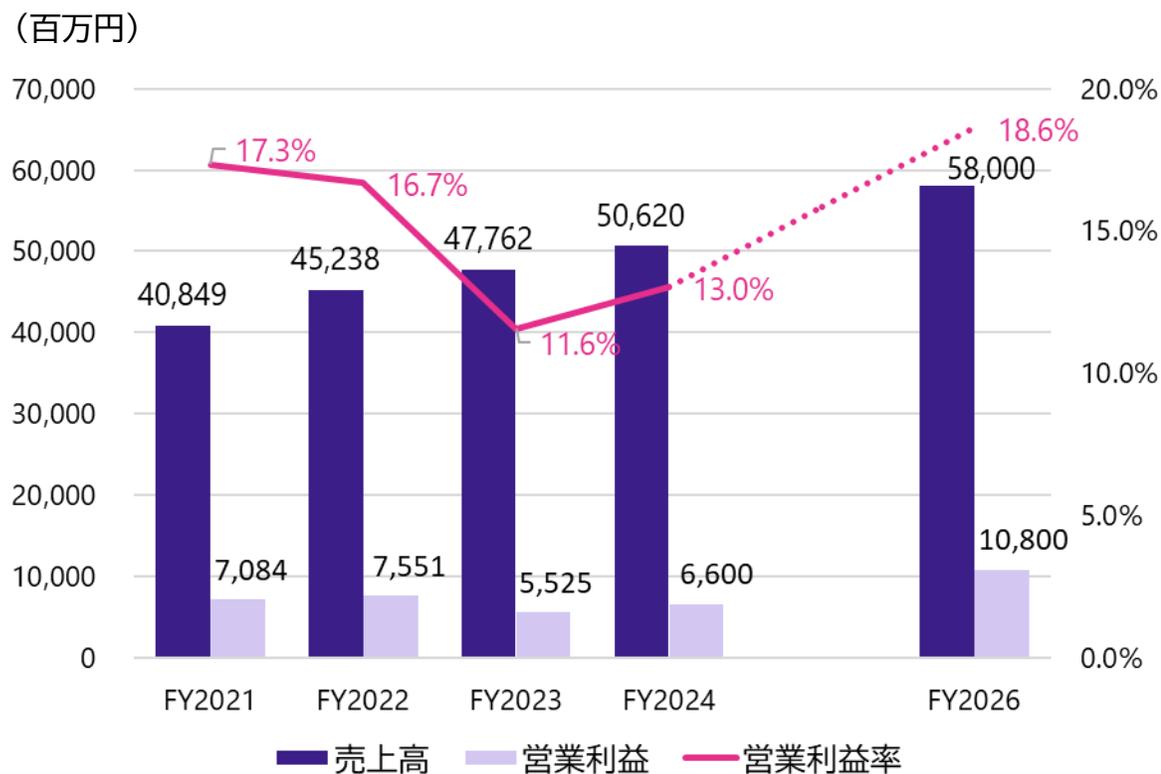
## 通期業績予想は据え置く。達成に向け順調に進捗している

(単位:百万円)	FY2023 累計	FY2024 計画	増減額	増減率 (%)	FY2024 2Q累計	進捗率 (%)
売上高	47,762	<b>50,620</b>	2,857	6.0%	24,526	48.5%
売上総利益	29,525	<b>32,400</b>	2,874	9.7%	15,755	48.6%
利益率(%)	61.8%	<b>64.0%</b>			64.2%	
販管費	24,000	<b>25,800</b>	1,799	7.5%	12,577	48.7%
販管费率(%)	50.2%	<b>51.0%</b>			51.3%	
営業利益	5,525	<b>6,600</b>	1,074	19.5%	3,178	48.2%
利益率(%)	11.6%	<b>13.0%</b>			13.0%	
経常利益	5,586	<b>6,560</b>	973	17.4%	3,324	50.7%
利益率(%)	11.7%	<b>13.0%</b>			13.6%	
親会社株主に帰属 する当期純利益	4,001	<b>4,650</b>	648	16.2%	2,280	49.0%
利益率(%)	8.4%	<b>9.2%</b>			9.3%	

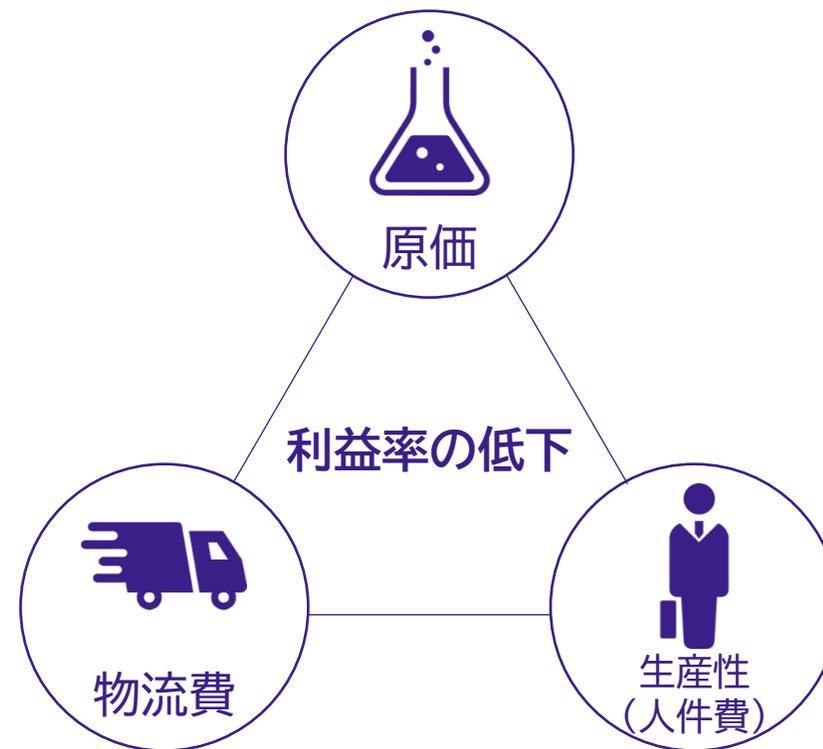
# 中期事業構想(2022-2026)の見直しについて

売上高は順調だが、利益の進捗に遅れが生じている。  
来年2月の通期決算発表において詳細値の開示を行う

## 売上高・営業利益の進捗

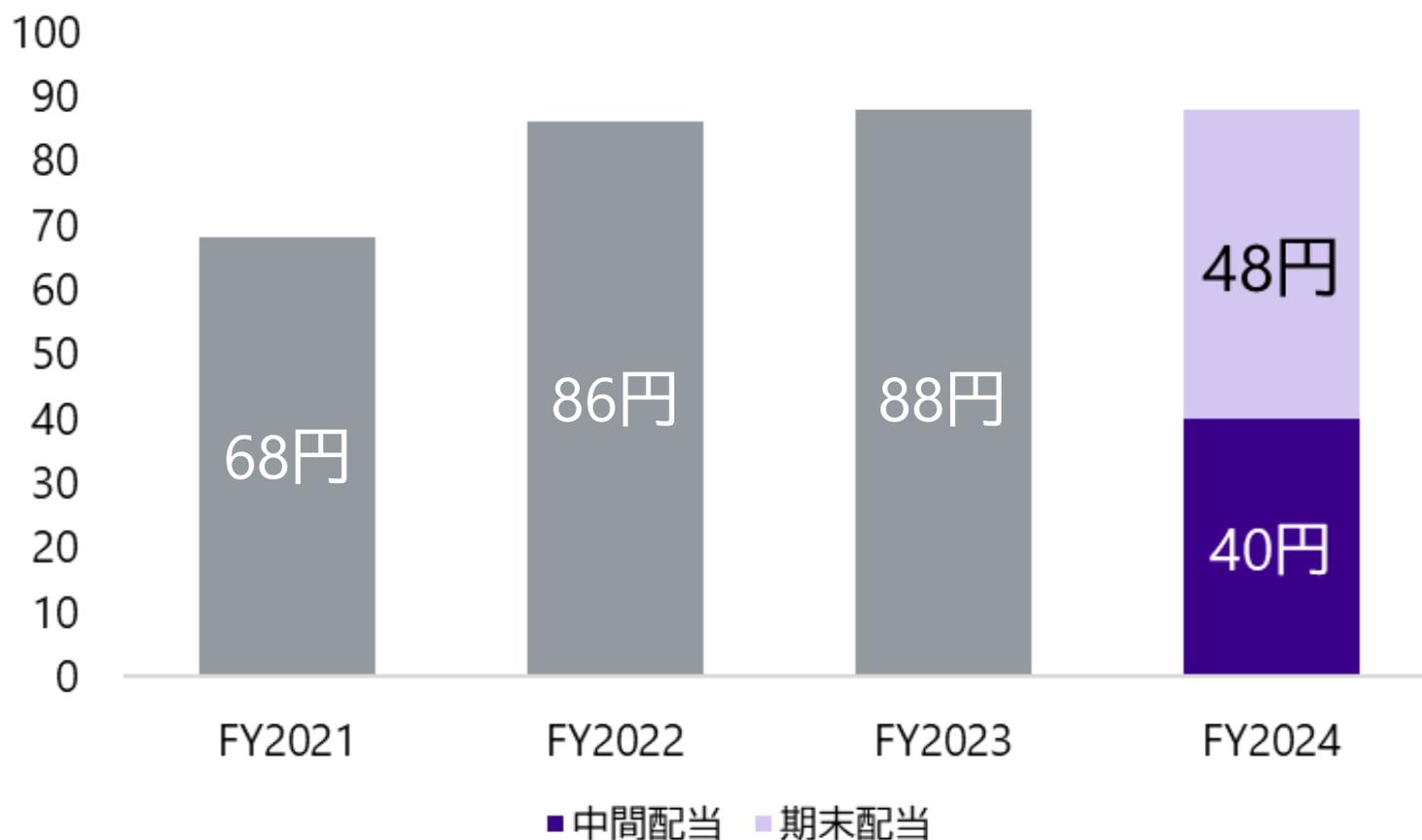


## 対処すべき主なコスト課題



## 株主還元 配当

2024年度中間配当は一株当たり40円で決定・期末は48円を見込む。  
現中計期間は年間配当88円を下限とし、今後も減配はしない方針

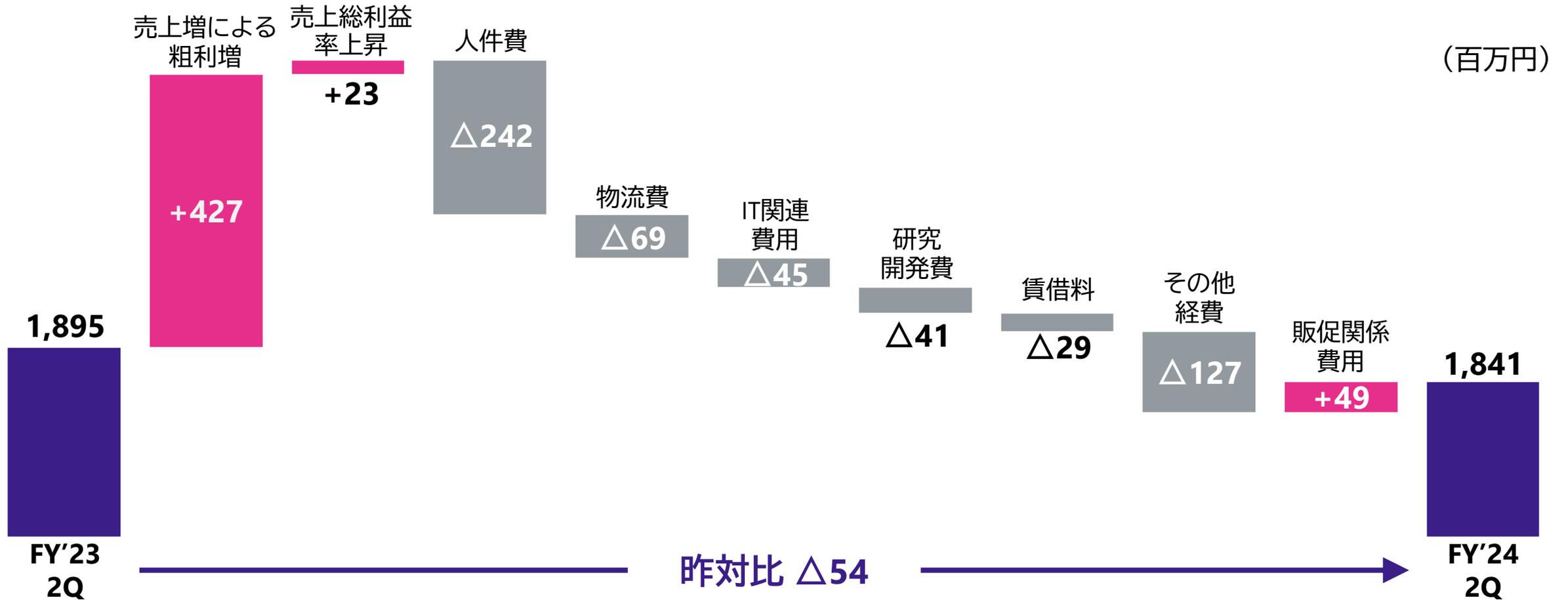


# Agenda

1. 連結業績 ————— P2
2. 地域別業績 ————— P7
3. Milbon Group 2024年度の進捗 ————— P14
4. Appendix ————— P31
  - 連結営業利益 前年同期比増減要因(四半期ベース) ————— P32
  - 連結営業利益 対計画増減要因(四半期ベース) ————— P33
  - 連結カテゴリ別売上高・構成比 ————— P34
  - 主要ブランド別の状況 ————— P35
  - 国内・海外カテゴリ別売上高増減率・構成比 ————— P38
  - 設備投資等の状況 ————— P40
  - フィールドパーソン(FP)の人数 ————— P41
5. ミルボンの概要 ————— P42

# 連結営業利益 前年同期比増減要因(四半期ベース)

## 原価低減活動により、QoQでは売上総利益率が回復傾向



# 連結営業利益 対計画増減要因(四半期ベース)

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、計画以上の増収が増益に貢献

(百万円)



# 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	11,508	<b>13,017</b>			24,526
ヘアケア用剤	5,969	7,370	6,593	8,421	28,355	6,670	<b>8,012</b>			14,682
染毛剤	3,922	4,315	4,193	4,522	16,953	4,044	<b>4,301</b>			8,346
パーマ用剤	301	413	369	380	1,463	350	<b>448</b>			799
化粧品	126	140	154	149	571	369	<b>197</b>			566
その他	20	123	136	137	418	73	<b>57</b>			131
構成比(%)										
ヘアケア用剤	57.7%	59.6%	57.6%	61.9%	59.4%	58.0%	<b>61.6%</b>			59.9%
染毛剤	38.0%	34.9%	36.6%	33.2%	35.5%	35.1%	<b>33.0%</b>			34.0%
パーマ用剤	2.9%	3.4%	3.2%	2.8%	3.0%	3.1%	<b>3.5%</b>			3.3%
化粧品	1.2%	1.1%	1.4%	1.1%	1.2%	3.2%	<b>1.5%</b>			2.3%
その他	0.2%	1.0%	1.2%	1.0%	0.9%	0.6%	<b>0.4%</b>			0.5%

# 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	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
販売高	2,877	4,999	<b>3,123</b>	<b>5,435</b>
国内	2,807	4,864	<b>3,022</b>	<b>5,244</b>
韓国	70	135	<b>100</b>	<b>190</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
窓口軒数		6,844		<b>7,311</b>
国内		6,556		<b>7,000</b>
韓国		288		<b>311</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
	2Q累計	計画
販売高	<b>316</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	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
販売高	1,618	2,931	<b>1,777</b>	<b>3,322</b>
国内	859	1,563	<b>855</b>	<b>1,580</b>
米国	355	638	<b>457</b>	<b>813</b>
中国	125	220	<b>164</b>	<b>305</b>
韓国	54	99	<b>71</b>	<b>138</b>
その他	223	407	<b>227</b>	<b>483</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
窓口軒数		13,381		<b>23,707</b>
国内		10,188		<b>10,555</b>
米国		0		<b>9,618</b>
中国		430		<b>688</b>
韓国		1,022		<b>1,134</b>
その他		1,741		<b>1,712</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を行うも、競合環境激化によって出荷数量が減少

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
販売高	1,782	3,338	<b>1,682</b>	<b>3,173</b>
国内	1,520	2,785	<b>1,400</b>	<b>2,593</b>
海外	262	553	<b>282</b>	<b>579</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	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
販売高	33	65	<b>47</b>	<b>91</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。国内では4月からフィールドパーソンによる営業・教育活動が本格化し、窓口店舗数が増加傾向

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
販売高	257	509	<b>288</b>	<b>545</b>
国内	257	509	<b>277</b>	<b>530</b>
海外	0	0	<b>11</b>	<b>14</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
窓口軒数		9,702		<b>10,573</b>
国内		9,702		<b>10,525</b>
海外		0		<b>48</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	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
販売高	148	279	147	268

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	1,970		2,055	
窓口軒数	1,970		2,055	

## 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
	2Q累計	計画
販売高	25	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	
	2Q	2Q累計	2Q	2Q累計
販売高	0	0	59	330

## 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
	2Q累計	計画
販売高	259	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%	+9.3%	<b>+5.0%</b>			+6.9%
ヘアケア用剤	+9.5%	+2.9%	+4.0%	+4.6%	+4.9%	+9.1%	<b>+8.9%</b>			+9.0%
染毛剤	+1.9%	△3.5%	△1.6%	+0.3%	△0.8%	+0.8%	<b>△0.5%</b>			+0.1%
パーマ用剤	△6.5%	△17.1%	+7.6%	△7.0%	△7.0%	+2.9%	<b>+10.4%</b>			+7.5%
化粧品	△4.2%	+18.4%	+25.5%	△12.7%	+4.8%	+197.6%	<b>+40.4%</b>			+114.4%
その他	△13.2%	+133.3%	+150.8%	+102.1%	+104.8%	+60.8%	<b>△35.0%</b>			△17.2%
構成比										
ヘアケア用剤	61.2%	63.0%	61.0%	65.5%	62.9%	61.2%	<b>64.7%</b>			63.1%
染毛剤	34.7%	31.8%	33.5%	30.3%	32.4%	32.1%	<b>29.9%</b>			30.9%
パーマ用剤	2.3%	3.0%	2.8%	2.0%	2.5%	2.2%	<b>3.1%</b>			2.7%
化粧品	1.5%	1.3%	1.6%	1.3%	1.4%	4.1%	<b>1.8%</b>			2.9%
その他	0.3%	1.0%	1.1%	0.9%	0.8%	0.4%	<b>0.5%</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%	+6.5%	<b>+8.4%</b>			+7.5%
ヘアケア用剤	+14.4%	+13.5%	+1.1%	+29.0%	+13.9%	+20.1%	<b>+14.5%</b>			+17.1%
染毛剤	+9.2%	+1.4%	△0.0%	+7.5%	+4.3%	+1.1%	<b>+4.6%</b>			+2.9%
パーマ用剤	+28.0%	+28.1%	+18.2%	+59.1%	+32.4%	+33.6%	<b>+37.5%</b>			+35.6%
構成比										
ヘアケア用剤	20.7%	21.7%	21.4%	23.3%	21.8%	23.3%	<b>23.0%</b>			23.1%
染毛剤	74.9%	73.9%	73.6%	71.6%	73.5%	71.1%	<b>71.3%</b>			71.2%
パーマ用剤	4.0%	3.8%	4.2%	4.6%	4.1%	5.0%	<b>4.8%</b>			4.9%
その他	0.4%	0.6%	0.8%	0.5%	0.6%	0.6%	<b>0.9%</b>			0.8%

※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%	+4.3%	<b>△16.5%</b>			△6.0%
ヘアケア用剤	+11.0%	+35.7%	△7.3%	+15.9%	+12.0%	+6.2%	<b>△3.3%</b>			+1.6%
染毛剤	△14.0%	+8.4%	△5.2%	△8.5%	△5.1%	△0.6%	<b>△33.7%</b>			△17.4%
パーマ用剤	△23.5%	+25.8%	+0.4%	△0.7%	△3.8%	+19.0%	<b>△14.5%</b>			+4.0%
構成比										
ヘアケア用剤	54.8%	53.5%	53.9%	61.9%	55.8%	55.8%	<b>62.0%</b>			58.5%
染毛剤	39.3%	41.7%	40.0%	31.7%	38.4%	37.5%	<b>33.1%</b>			35.6%
パーマ用剤	5.9%	4.8%	6.1%	6.4%	5.8%	6.7%	<b>5.0%</b>			5.9%
その他	0.0%	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%	+8.5%	<b>+2.2%</b>			+5.0%
ヘアケア用剤	+15.5%	+18.1%	+64.9%	△15.2%	+15.7%	+6.0%	<b>+4.8%</b>			+5.3%
染毛剤	+10.6%	+27.0%	+59.8%	△4.5%	+18.8%	+25.9%	<b>△6.2%</b>			+7.8%
パーマ用剤	△1.5%	+26.4%	+25.7%	△31.8%	+1.0%	△19.6%	<b>△21.3%</b>			△20.6%
構成比										
ヘアケア用剤	85.7%	83.8%	87.3%	85.6%	85.6%	83.7%	<b>85.9%</b>			84.9%
染毛剤	9.1%	9.7%	7.8%	9.6%	9.0%	10.6%	<b>8.9%</b>			9.7%
パーマ用剤	4.2%	4.8%	3.3%	3.6%	4.0%	3.1%	<b>3.7%</b>			3.4%
その他	1.0%	1.7%	1.6%	1.2%	1.4%	2.6%	<b>1.5%</b>			2.0%

# Appendix 設備投資等の状況

(単位:百万円)		FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024 2Q累計	FY2024 計画
設備投資額		1,917	4,644	4,097	3,151	<b>929</b>	4,258
減価償却費		1,562	1,777	2,026	2,213	<b>1,117</b>	2,404
研究開発費	金額	1,581	1,741	2,074	2,334	<b>1,139</b>	2,649
	売上比(%)	4.4	4.2	4.6	4.9	<b>4.6</b>	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>363.0</b>
	102	105	104	—
韓国	26.0	32.8	33.4	<b>33.0</b>
	130	126	141	—
中国	29.8	31.6	34.3	<b>34.3</b>
	72	66	65	—
米国	13.2	13.0	13.2	<b>15.0</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 ————— P7
3. **Milbon Group 2024年度の進捗** ————— P14
4. **Appendix** ————— P31
5. **ミルボンの概要** ————— P42

## Appendix ミルボンの概要

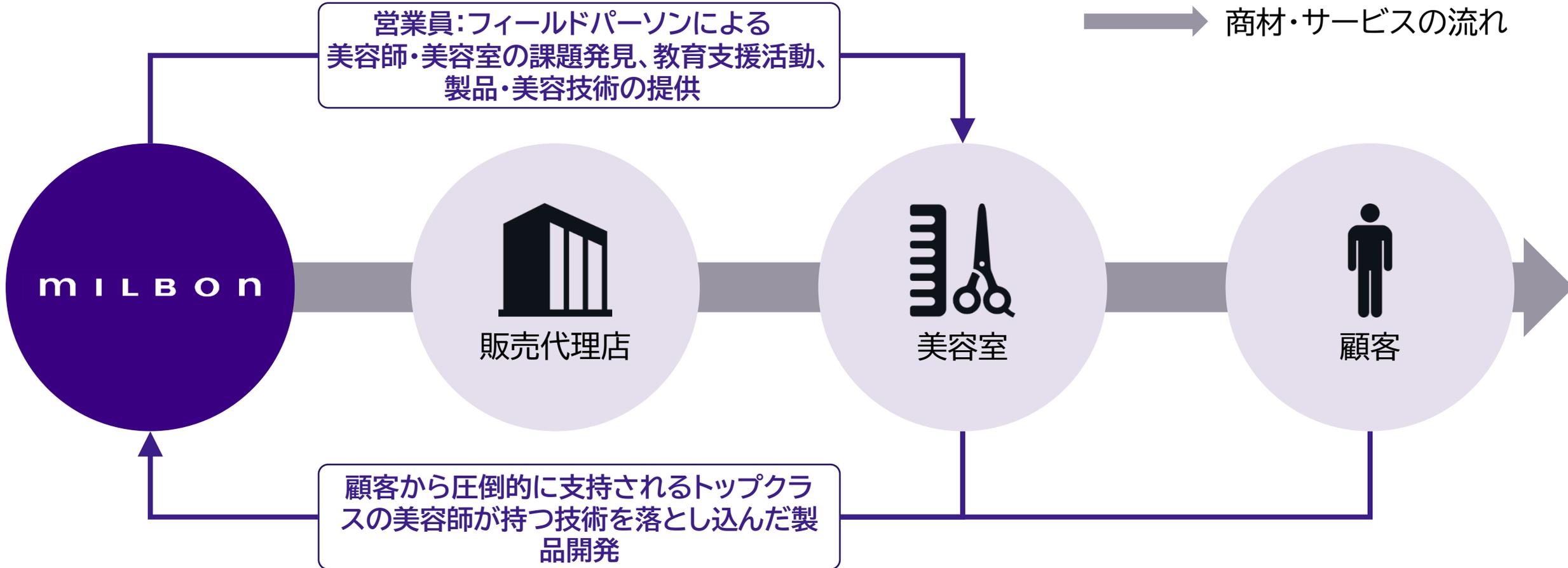
ミルボンは、美容室専売のヘアケア製品や、美容室で使用されるトリートメント・染毛剤などを製造・販売する化粧品メーカー



※富士経済研究所(2023年度版)より 頭髮化粧品のみ

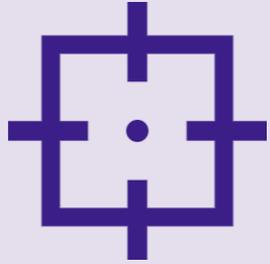
# Appendix ミルボンの概要 ビジネスモデル

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。

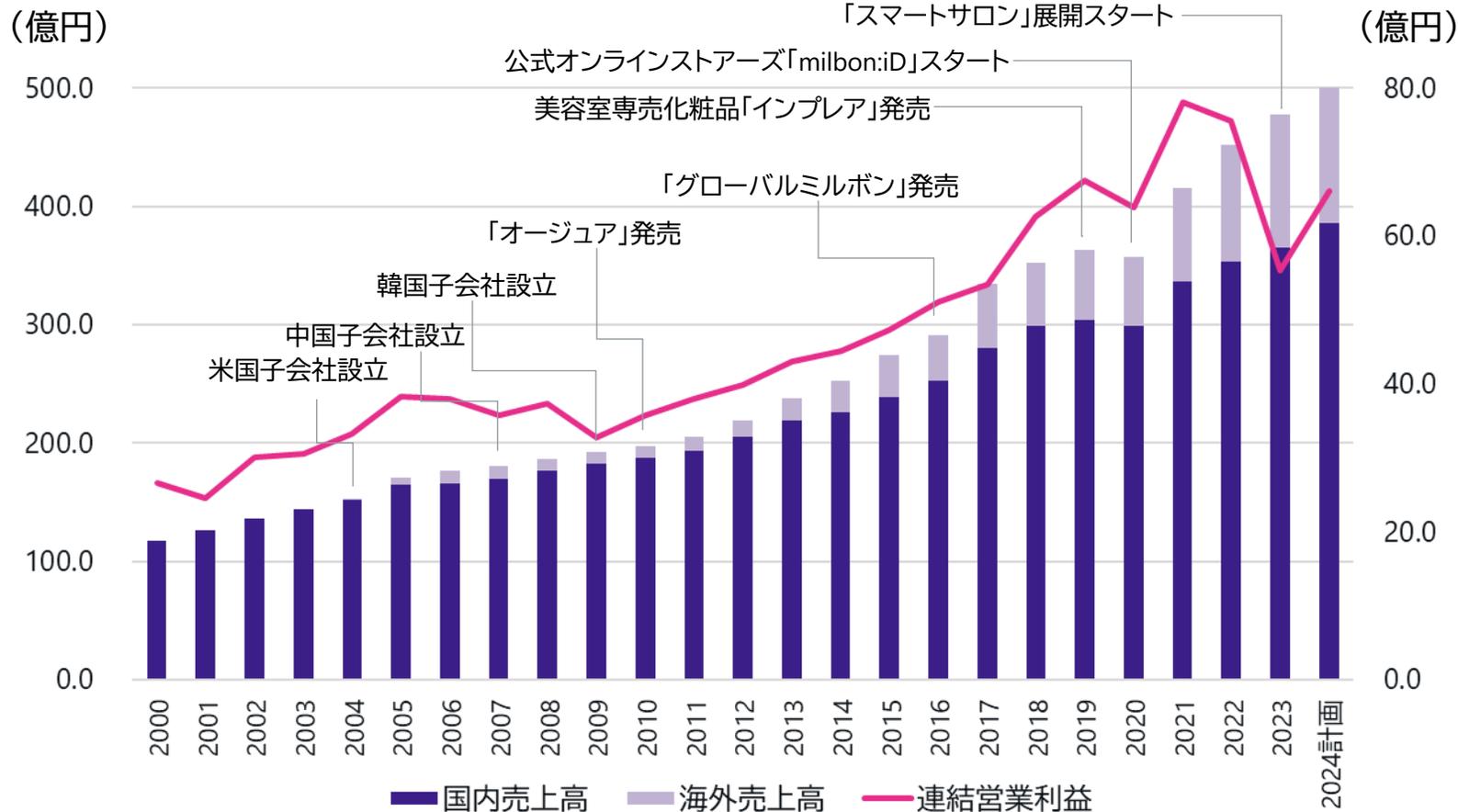


## TAC製品開発システム - トップ美容師の技術の一般化

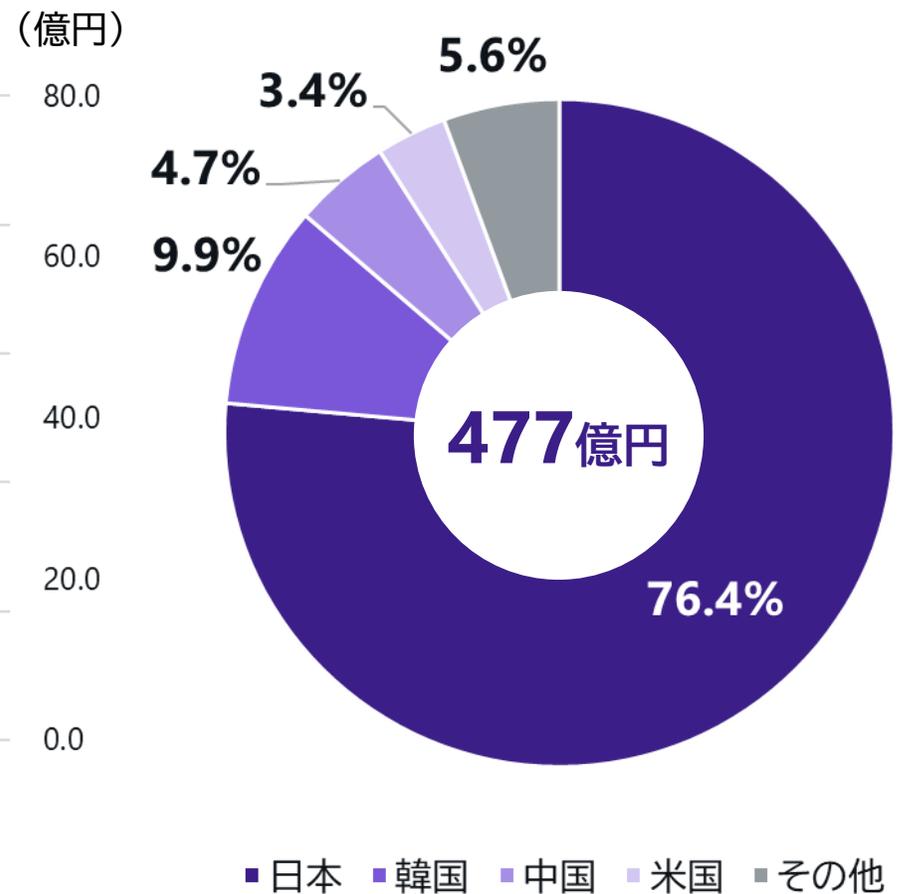
非常に優れた技術や考え方を持つ美容師を探し出し、その方のノウハウ・美容技術を公開いただき、研究員が科学的に解明して製品開発につなげるシステム。高度な美容技術を、広く一般の美容室でも再現できるような形で製品化を行う。

## 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。  
© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

## 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

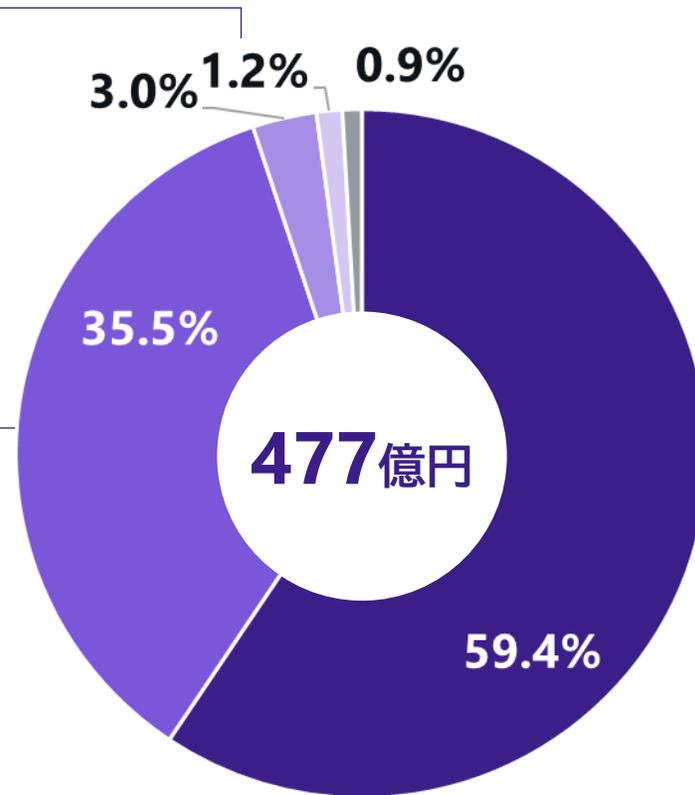


ヴィラロドラカラー



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



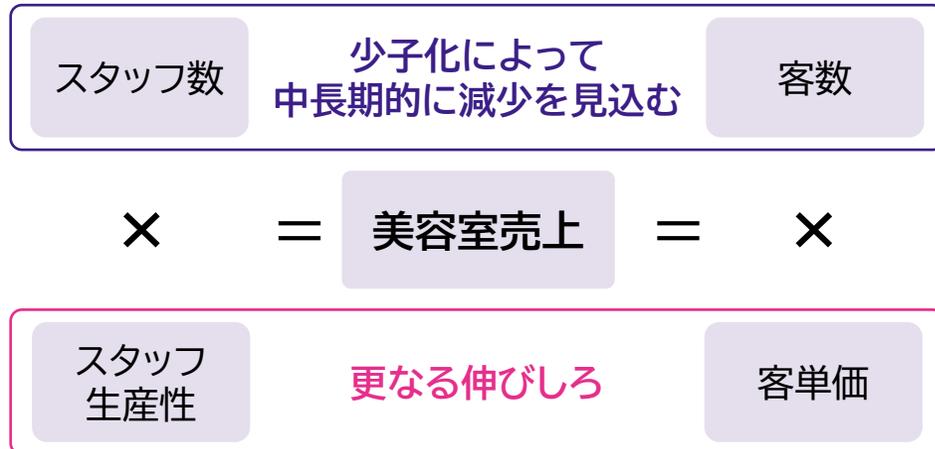
エルジューダ



## 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

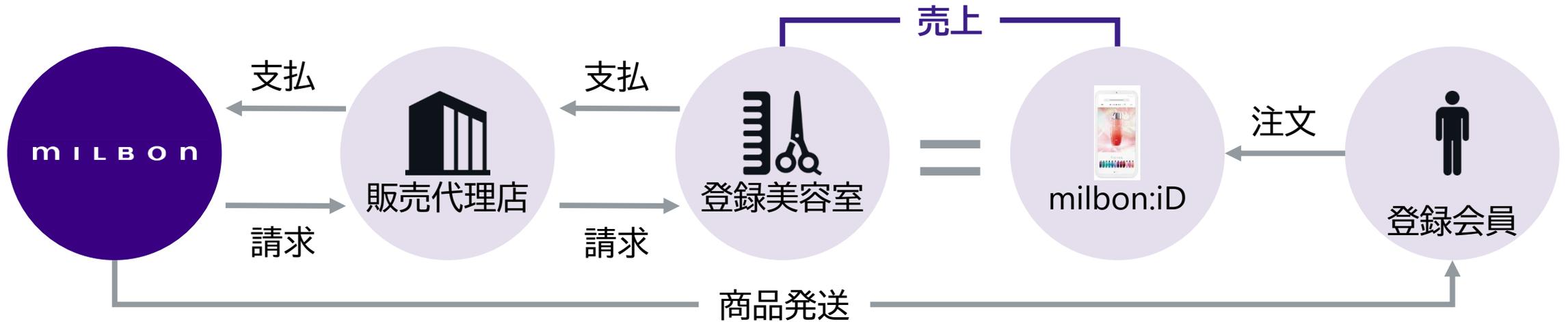
リアルで来店する	定期的である	長時間である
サロン利用率	平均年間利用回数	平均滞在時間
女性 <b>80.3%</b>	女性 <b>4.32回</b>	女性 <b>84分</b>
男性 <b>33.9%</b>	男性 <b>5.25回</b>	男性 <b>52分</b>

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



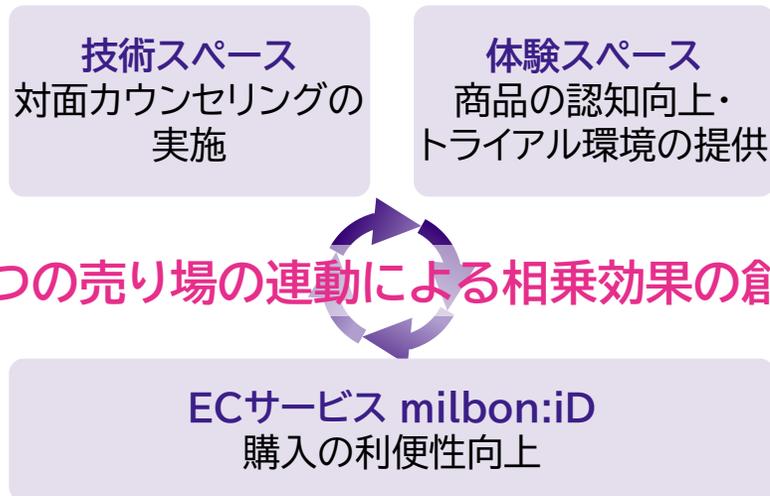
milbon:iDの実績(2023年末時点)

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

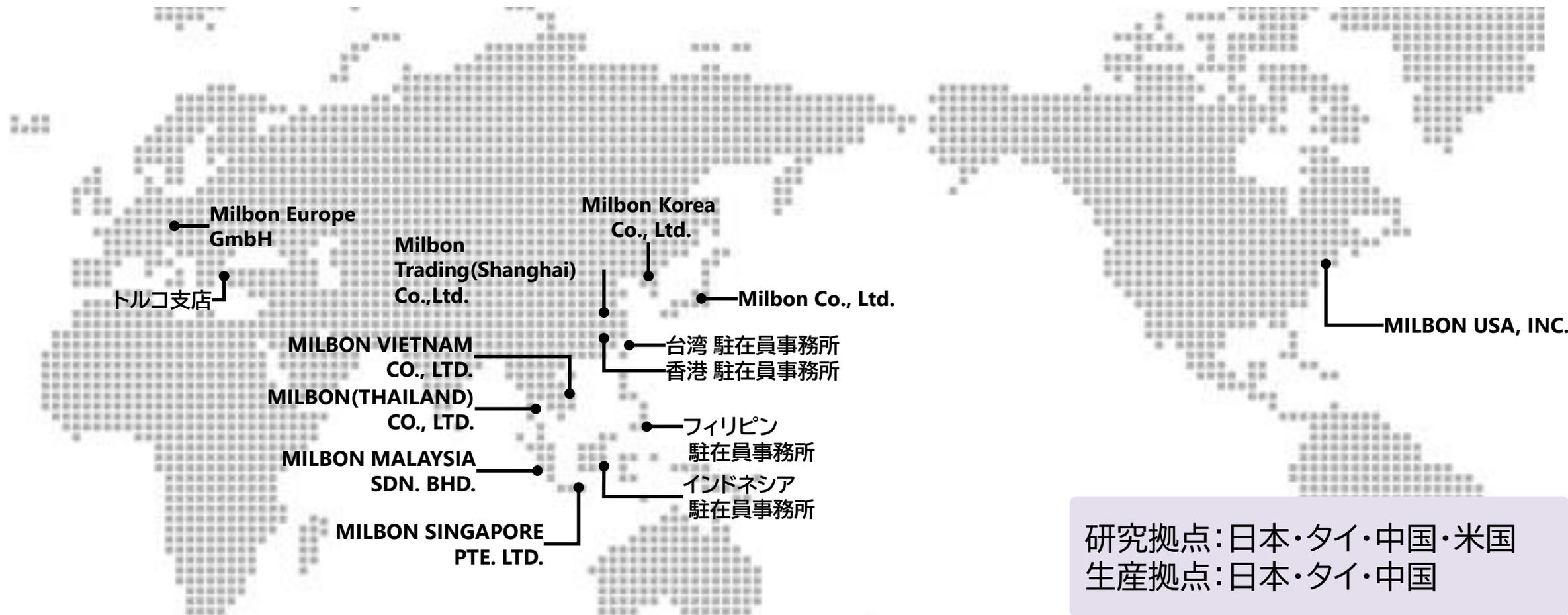


美容器具(パナソニック株式会社と協業)

Panasonic x MILBON  
ELMISTA



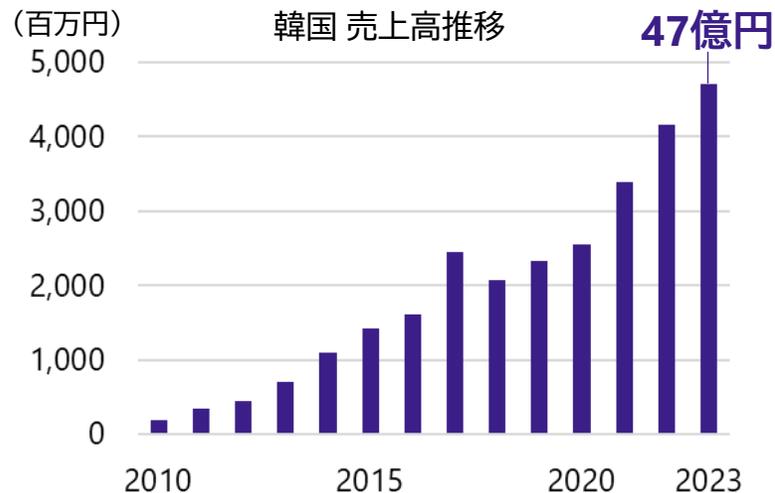
## 14の国と地域で事業を展開 近年では研究・生産の海外拠点を拡充



## 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

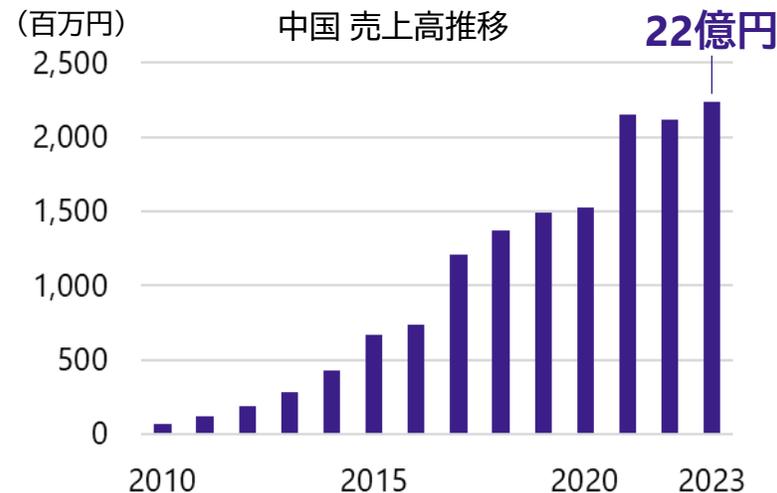
### 韓国

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。

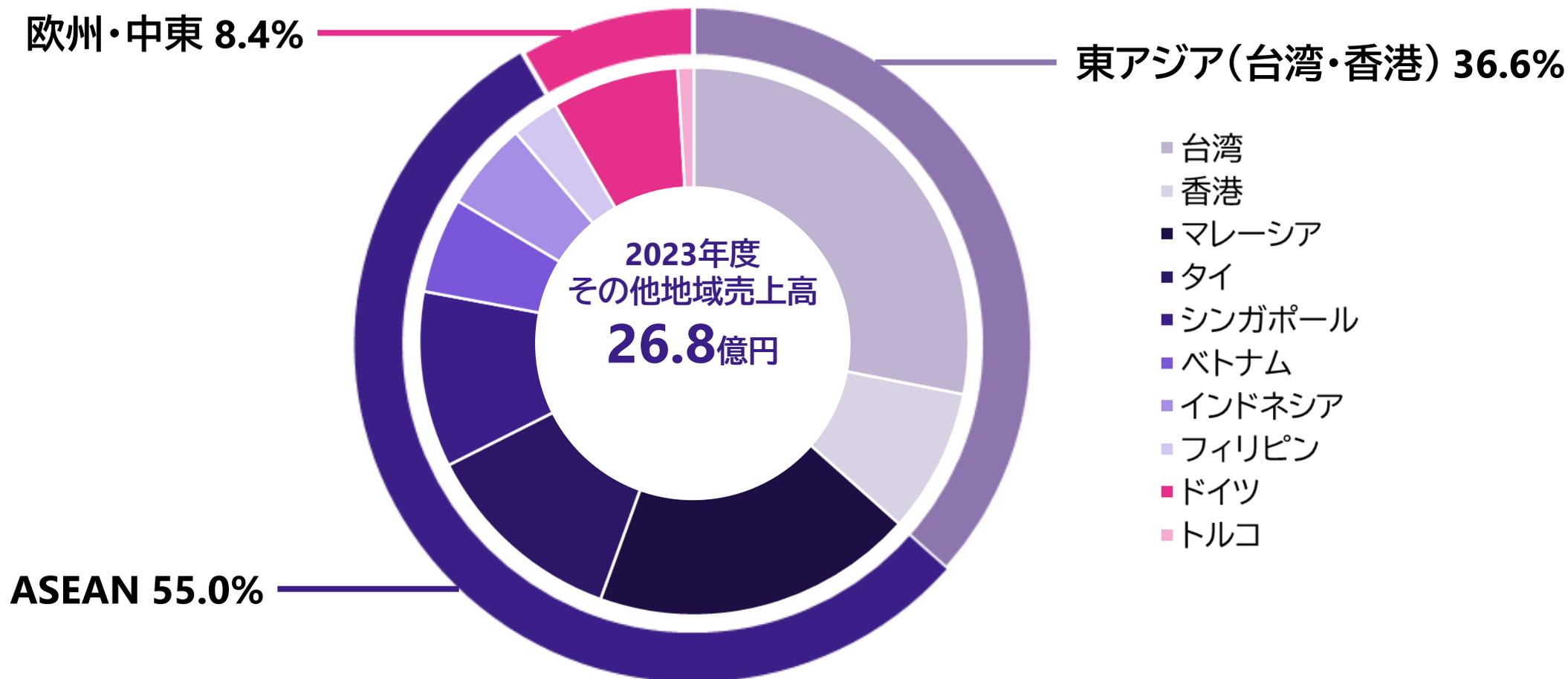


### 米国

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。



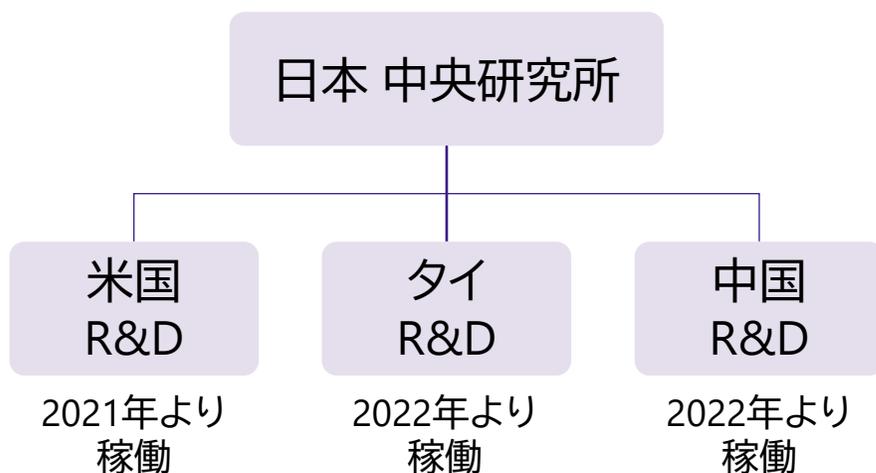
## 同じ黒髪圏である東アジア・ASEANを中心に成長 近年では欧州へ進出



## 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

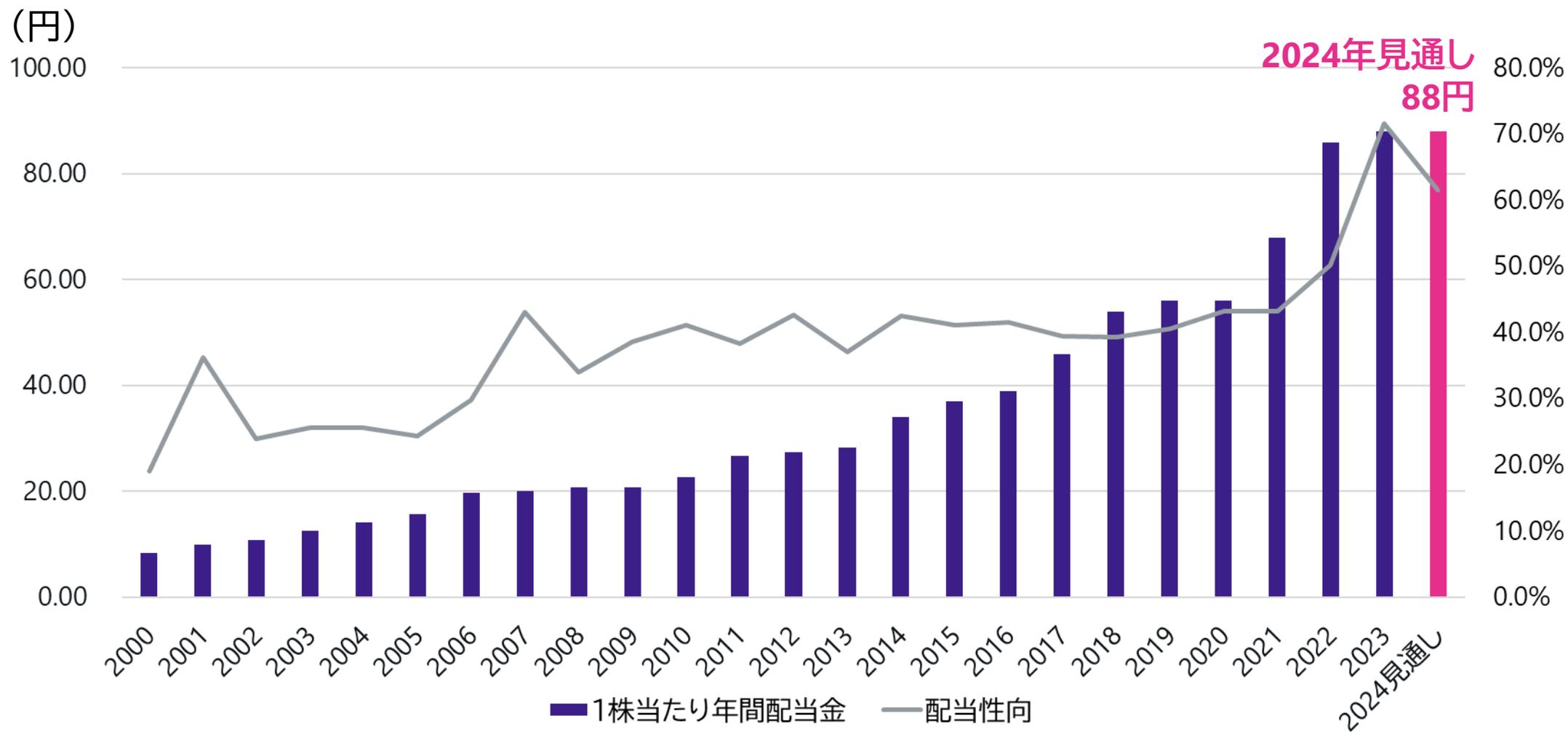


タイ工場  
海外向け生産

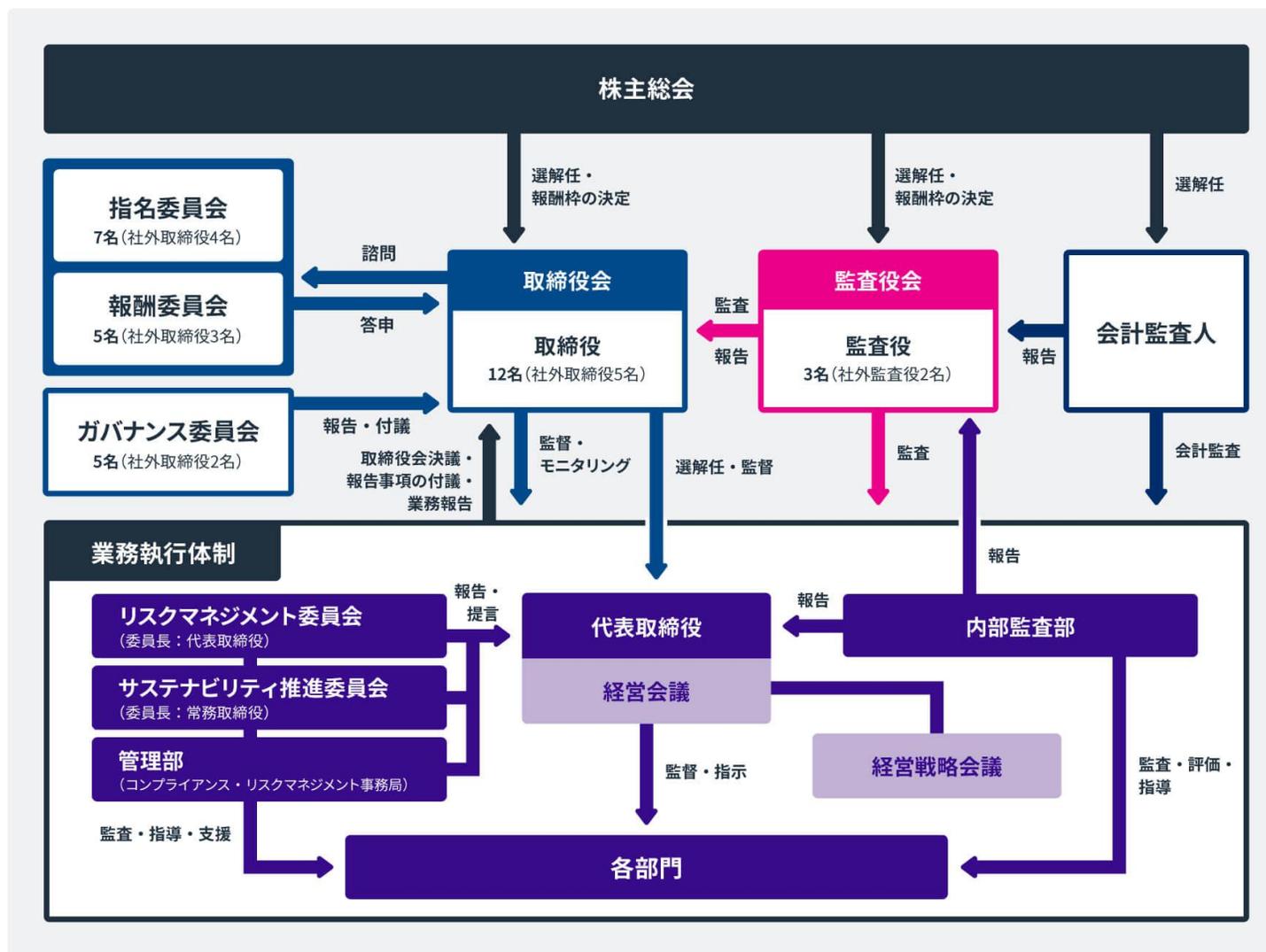


中国工場  
中華圏向け生産

## 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 ガバナンス体制



詳細は弊社統合報告書を参照: <https://www.milbon.com/ja/ir/library/report.html>

## 社内取締役の報酬は業績と持続的な企業価値向上を意識した業務遂行の促進を目的に、金銭報酬と株式報酬で構成される



### 業績連動報酬の算出方法

#### 1. 目標達成率の算出

業績指標ごとの通期目標達成率をウエイト率に応じて加重平均することで算出する

業績指標	連結売上高	連結営業利益	連結当期純利益
ウエイト率	40%	50%	10%

#### 2. 業績連動係数×基準額

算出された目標達成率に応じた業績連動係数に、取締役の役位に応じた基準額を乗じて業績連動報酬の支給額を決定する

目標達成率	≥ 120%	< 120% ≥ 115%	< 115% ≥ 110%	< 110% ≥ 105%	< 105% ≥ 100%	< 100% ≥ 95%	< 95% ≥ 90%	< 90%
業績連動係数	200%	175%	150%	125%	100%	80%	50%	0%

詳細は弊社統合報告書を参照: <https://www.milbon.com/ja/ir/library/report.html>

# 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 Index**



**FTSE Blossom  
Japan Sector  
Relative Index**

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



## 2024 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。