

**m i l b o n**

---

**2024年12月期第3四半期決算説明資料**

**株式会社ミルボン**

**(TSE code : 4919)**

**2024年11月15日**

# Contents

- 1. 連結業績** P2
- 2. 地域別業績・通期見通し** P7
- 3. Appendix** P16
- 4. ミルボンの概要** P28

# 本日のポイント

## FY24 3Q累計実績

### 地域別業績

### 利益

増収増益。上期から引き続き、国内のヘアケアや韓国が成長をけん引

- 国内の好調は「オー ज्या」等ヘアケアがけん引。染毛剤は未だ課題が残るが「ヴィラロドラカラー」を中心に導入美容室数が増加。引き続き染毛剤の活動を強化し、成長軌道への回復を図る
- 韓国の好調が市場環境要因による中国の低調を相殺。円安効果もあり、海外は概ね計画通りの進捗
- 売上総利益率は通期見通しの水準である64.0%。原材料高騰影響は緩和も、プロダクトミックスによる原価率への影響は継続
- 増収による粗利増に加え、去年のドライヤー評価減の反動によって、昨対では大幅増益

## FY24 通期見通し

期初計画は売上・利益とも達成見込み。第4四半期に廃棄評価減計上の可能性があるため、通期業績予想は据え置く

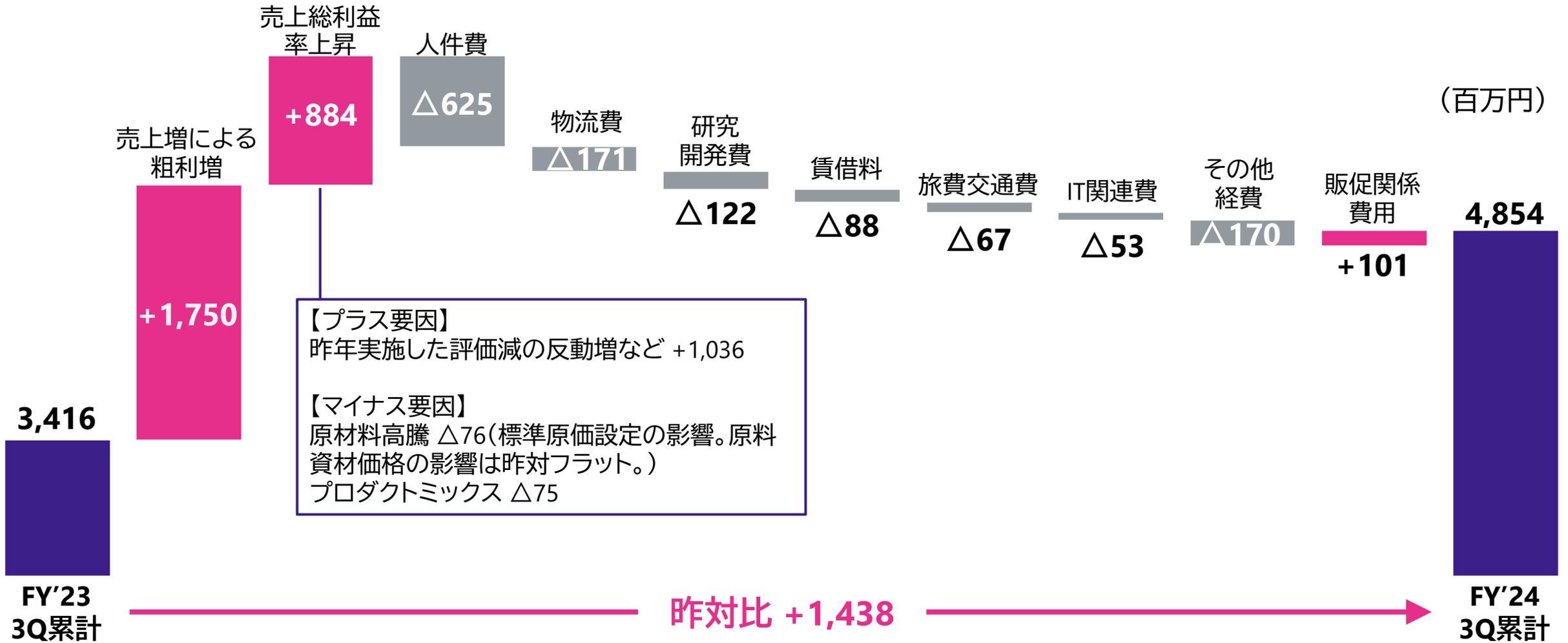
# 連結損益計算書

売上は計画をやや上回るペースで進捗。  
利益は増収と販管費の期ずれによって計画を上回る

(単位:百万円)	FY2023 3Q累計	構成比 (%)	FY2024 3Q累計	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)	FY2024 3Q累計 計画	計画比 (%)
売上高	34,150	100.0%	<b>36,993</b>	<b>100.0%</b>	2,843	8.3%	36,354	101.8%
売上総利益	21,023	61.6%	<b>23,659</b>	<b>64.0%</b>	2,635	12.5%	23,343	101.4%
販管費	17,607	51.6%	<b>18,805</b>	<b>50.8%</b>	1,197	6.8%	19,052	98.7%
営業利益	3,416	10.0%	<b>4,854</b>	<b>13.1%</b>	1,437	42.1%	4,291	113.1%
経常利益	3,502	10.3%	<b>4,881</b>	<b>13.2%</b>	1,378	39.3%	4,247	114.9%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	2,489	7.3%	<b>3,393</b>	<b>9.2%</b>	904	36.3%	3,039	111.7%

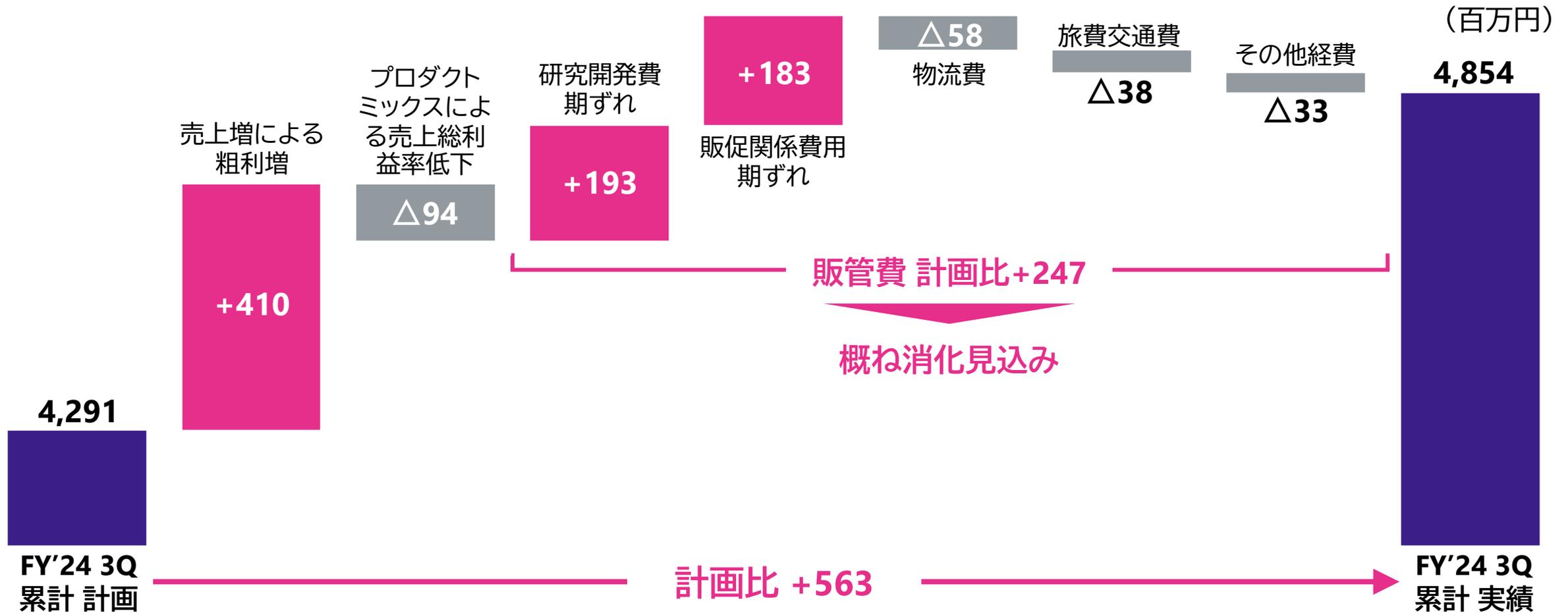
# 連結営業利益 前年同期比増減要因

売上増に加え、昨年の評価減の反動により、昨対では大幅な増益に



# 連結営業利益 対計画増減要因

売上好調で営業利益は計画を上回るが、販管費は計画通りに消化  
 予定。通期営業利益は期初計画水準での着地を見込む



# Contents

- 1. 連結業績 ————— P2
- 2. 地域別業績・通期見通し ————— P7
- 3. Appendix ————— P16
- 4. ミルボンの概要 ————— P28

# 地域別業績 国内・海外の売上高・営業利益

国内外で計画に沿って順調に進捗。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 3Q	FY2024 3Q
		3Q累計	3Q累計				3Q累計 計画	為替レート	為替レート
日本	売上高	25,829	<b>27,690</b>	1,860	7.2%	7.2%	27,425		
	営業利益	2,373	<b>3,931</b>	1,557	65.6%	—	3,375	—	—
	利益率(%)	9.2%	<b>14.2%</b>	—	—	—	12.3%		
海外	売上高	8,320	<b>9,303</b>	982	11.8%	5.8%	8,928		
	営業利益	1,042	<b>922</b>	△119	△11.5%	—	915	—	—
	利益率(%)	12.5%	<b>9.9%</b>	—	—	—	10.3%		
韓国	売上高	3,495	<b>3,992</b>	496	14.2%	8.7%	3,563	1KRW=	1KRW=
	営業利益	991	<b>1,051</b>	60	6.1%	—	868	0.1064円	0.1118円
	利益率(%)	28.4%	<b>26.3%</b>	—	—	—	24.4%		
中国	売上高	1,729	<b>1,783</b>	54	3.2%	△4.1%	1,883	1RMB=	1RMB=
	営業利益	69	<b>72</b>	3	4.8%	—	179	19.73円	21.22円
	利益率(%)	4.0%	<b>4.1%</b>	—	—	—	9.5%		
米国	売上高	1,225	<b>1,430</b>	205	16.8%	7.5%	1,408	1USD=	1USD=
	営業利益	△48	<b>△87</b>	△39	—	—	△63	139.55円	151.59円
	利益率(%)	△4.0%	<b>△6.1%</b>	—	—	—	△4.5%		
その他※2	売上高	1,870	<b>2,096</b>	225	12.1%	8.2%	2,072		
	営業利益	30	<b>△113</b>	△144	—	—	△68	—	—
	利益率(%)	1.6%	<b>△5.4%</b>	—	—	—	△3.3%		

※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

## 上期の好調を持続。ヘアケアの伸びが、染毛剤の遅れをカバー

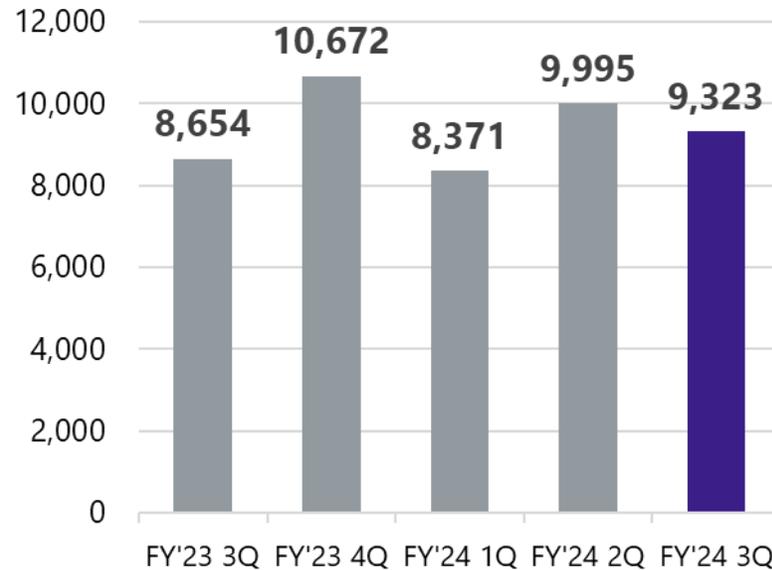
### カテゴリ別売上高 昨対成長率※

上期に引き続き「オージュア」や「エルジュウダ」等ヘアケアが好調。染毛剤の営業・教育活動を強化しており、導入美容室数が増加

FY2024		
売上高 成長率	3Q	累計
ヘアケア用剤	+13.4%	+10.5%
染毛剤	+1.1%	+0.5%
化粧品	△2.5%	+71.4%
構成比	3Q	累計
ヘアケア用剤	64.3%	63.5%
染毛剤	31.5%	31.1%
化粧品	1.5%	2.4%

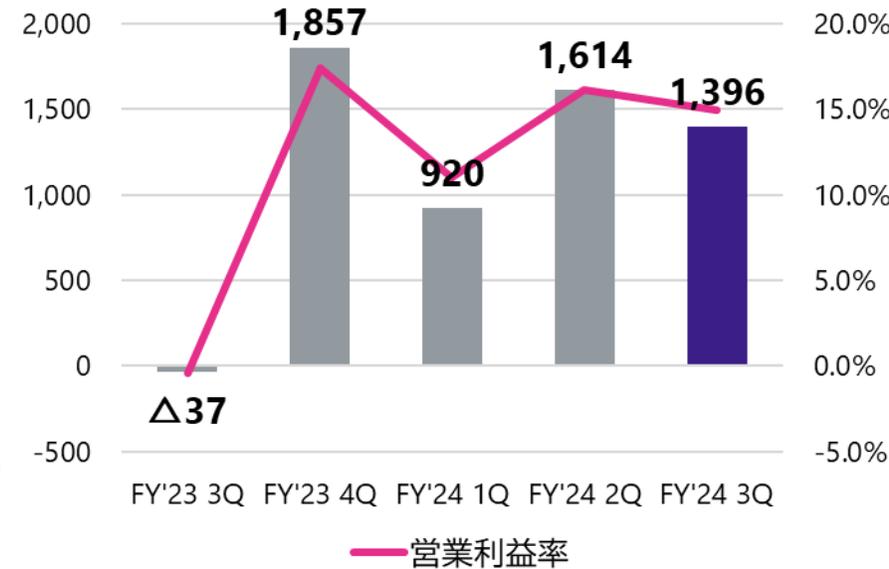
### 四半期 売上高(百万円)

日本では季節的に2Q・4Qに売上が大きくなりやすい傾向



### 四半期 営業利益(百万円)

増収のほか、昨年3Qにヘアードライヤー「ELMISTA」の評価減を実施した反動も貢献し、QoQでは大幅増益



※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		3Q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					

	FY'23 累計	FY'24 3Q累計	FY'24 計画
登録者数	67万人	<b>82万人</b>	87万人
サロン数	5,930軒	<b>6,455軒</b>	6,500軒
EC売上	16.4億円	<b>13.6億円</b>	19.5億円

	FY'23 累計	FY'24 3Q累計	FY'24 計画
サロン数	23軒	<b>56軒</b>	100軒

成功事例づくりを引き続き推進中。実施サロン数の達成は焦らずに、着実な拡大を目指す

- 染毛剤にまつわる全般的な活動量増加によって、オーガニックブランド「ヴィラロドラ」をはじめとした当社染毛剤の導入美容室数が増加傾向
- 美容室顧客向けのヘアカラーブランディングを強化する等、美容室向け・顧客向けの両方の活動で染毛剤売上の回復に取り組む

## 上期の好調を持続。主力商材である染毛剤の堅調な伸びに加え、ヘアケアが力強く伸びており、今後の更なる成長が期待される

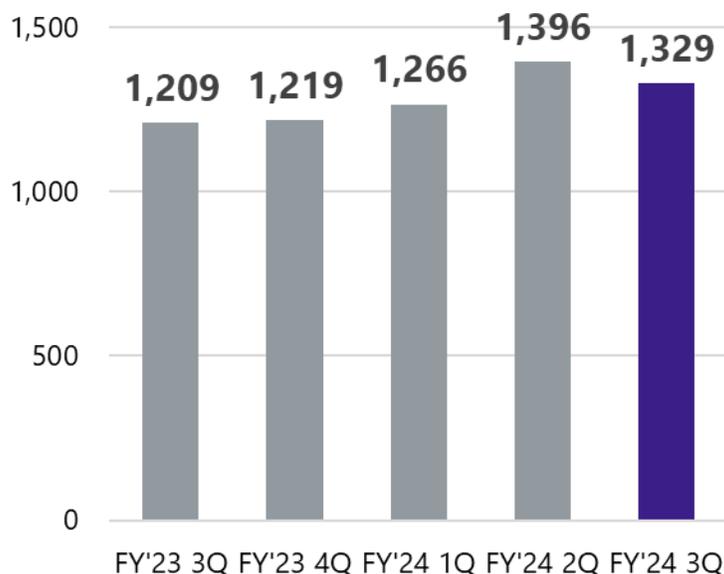
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

トレンド変化を捉えた活動・新製品投入により染毛剤の成長が回復傾向。伸び余地が大きいヘアケアは導入美容室数が順調に拡大

FY2024		
売上高 成長率	3Q	累計
ヘアケア用剤	+23.6%	+19.3%
染毛剤	+6.2%	+4.0%
パーマ用剤	+30.1%	+33.6%
構成比	3Q	累計
ヘアケア用剤	23.8%	23.4%
染毛剤	70.3%	70.9%
パーマ用剤	4.9%	4.9%

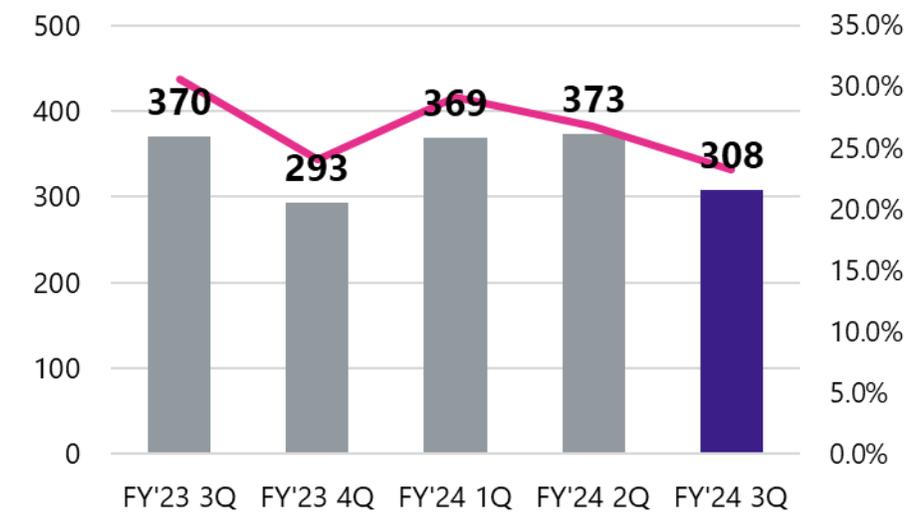
### 四半期 売上高(百万円)

染毛剤の安定的な成長に加えてヘアケア・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)

若手美容師のファン化を促進するイベントを実施し、3Qは販促費が増加



\*現地通貨ベースによる数値。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

## 消費マインド低下など市場環境の低調継続も、環境変化に合わせた美容室経営の变革支援の支持が高い

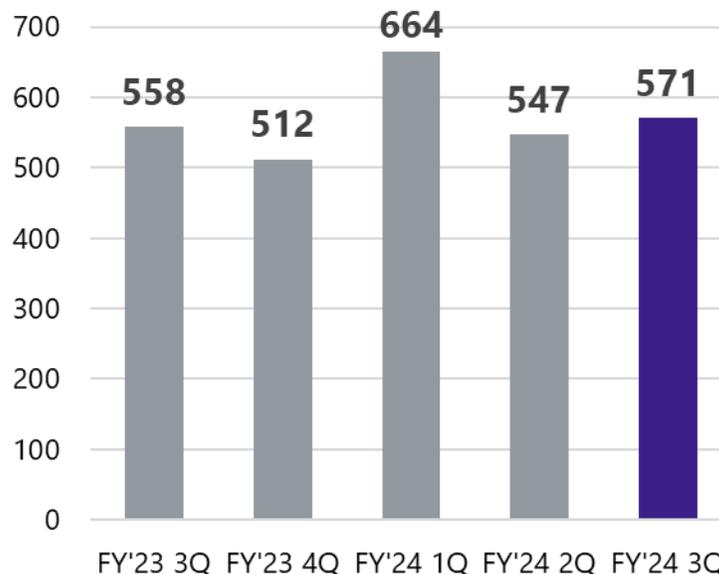
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

ヘアケアは、消費者の変化に合わせたメニュー提案が好評で、導入美容室数増加、底堅く推移。染毛剤は美容室顧客のカラー頻度低下の影響を受けているが、販促強化で2Qよりは回復

		FY2024	
売上高 成長率	3Q	累計	
ヘアケア用剤	+8.3%	+3.7%	
染毛剤	△9.1%	△14.8%	
構成比	3Q	累計	
ヘアケア用剤	58.4%	58.5%	
染毛剤	36.3%	35.8%	

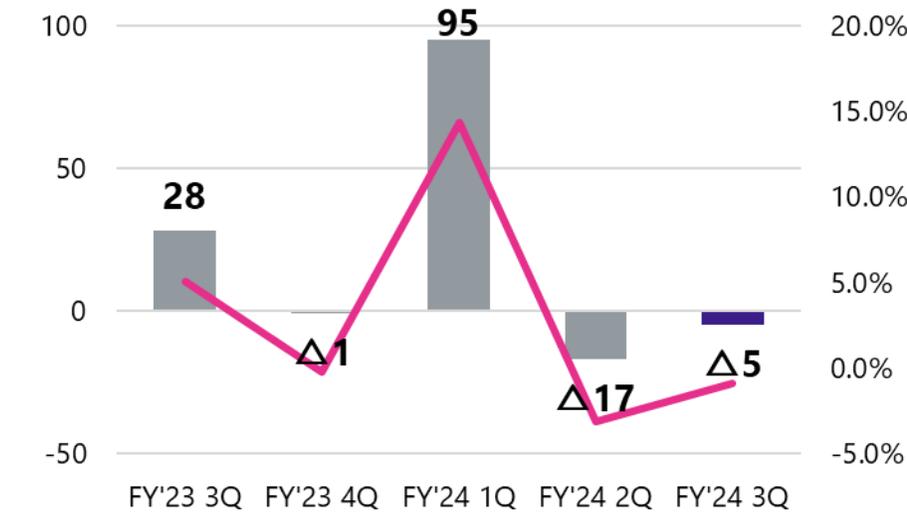
### 四半期 売上高(百万円)

QoQでは現地通貨ベースで昨対フラット、円ベースでは為替影響で増収



### 四半期 営業利益(百万円)

2Qから3Qにかけて赤字幅が縮小しているものの、染毛剤の販促強化等で赤字継続



\*現地通貨ベースによる数値。

# 地域別業績 米国

## ヘアケアは安定的に成長。今年度重点的に活動している染毛剤は課題が残るも、教育活動を通じた着実な導入美容室増を目指す

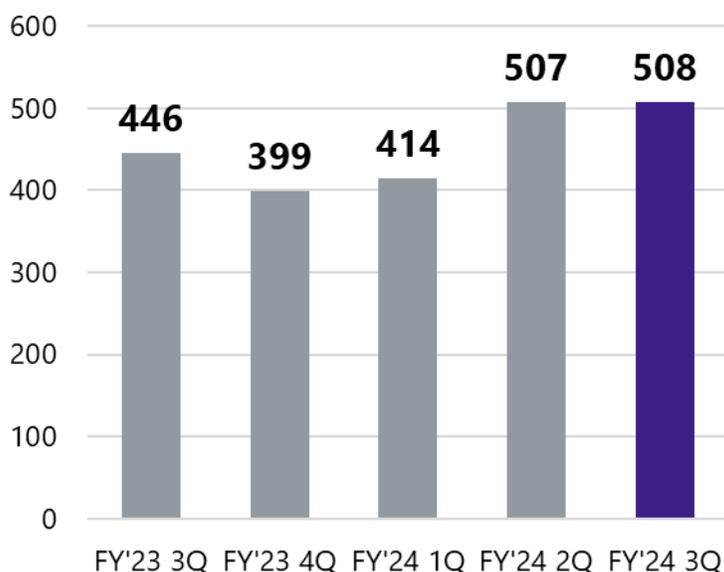
### カテゴリ別売上高 昨対成長率\*

ヘアケアは安定的な成長継続。色味不足が課題だった染毛剤「ソフィストーン」は9月に追加色発売。4Qでは教育活動強化によって、導入美容室での定着とリピートを促していく

		FY2024	
売上高 成長率	3Q	累計	
ヘアケア用剤	+12.7%	+7.9%	
染毛剤	+3.2%	+6.3%	
構成比	3Q	累計	
ヘアケア用剤	87.8%	85.9%	
染毛剤	7.1%	8.7%	

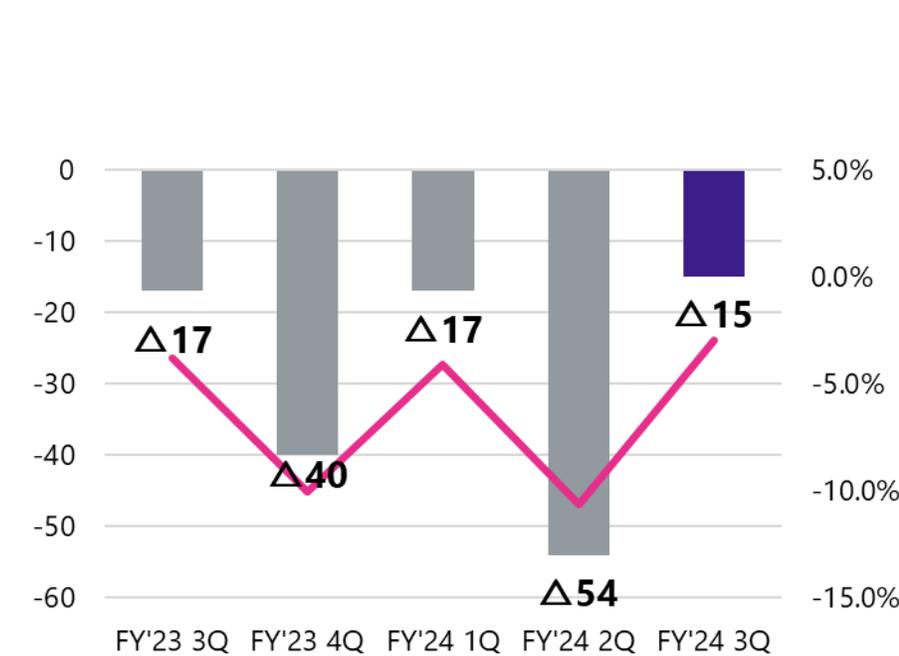
### 四半期 売上高(百万円)

6月の見本市出展後、ヘアケア売上好調。出荷金額が最大のLA代理店で初の単月インスタシェア1位を達成、関係性が深まっている



### 四半期 営業利益(百万円)

2Qに見本市出展によって販促関係費用が増加

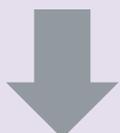


\*現地通貨ベースによる数値。

© Milbon Co., Ltd. All right reserved.

## 地域別の通期売上高見通し

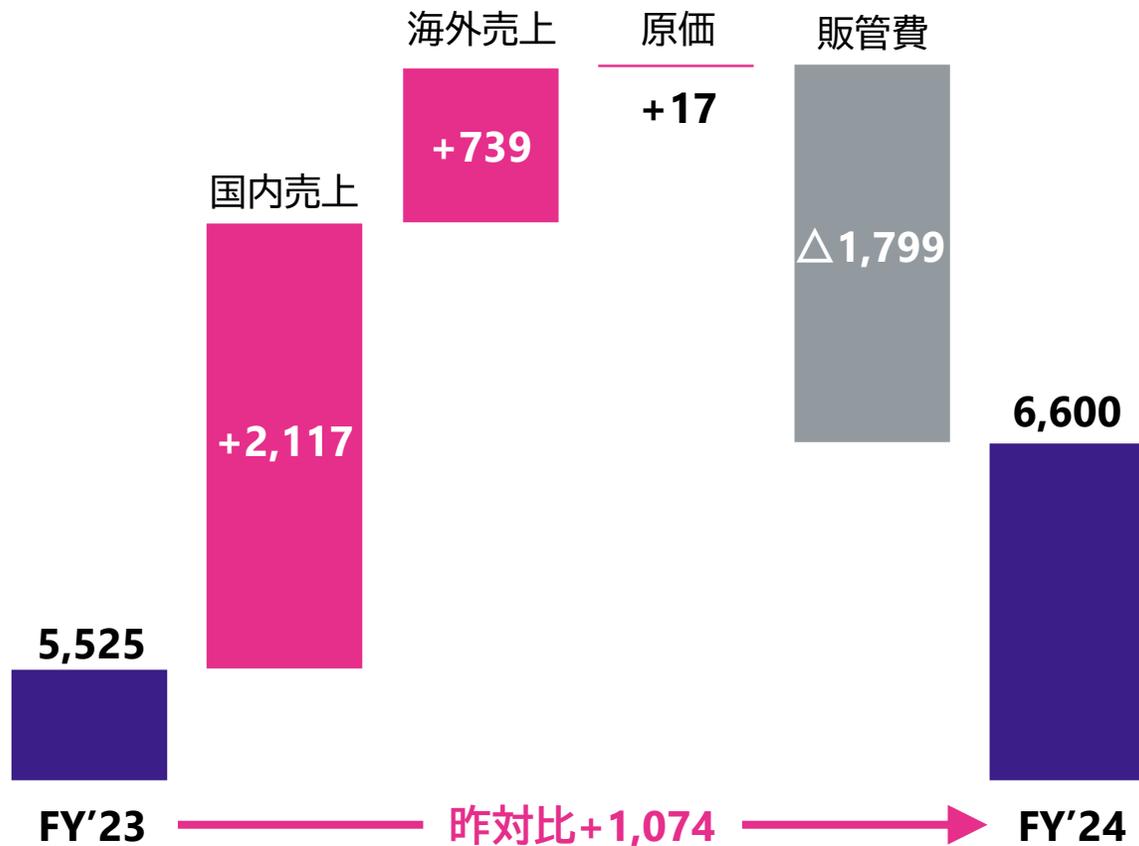
国内売上はヘアケア好調で計画をやや超過見込み。海外売上は中国の低調を韓国と円安がカバーし、概ね計画通りの着地見込み

地域	対期初計画見通し
国内	 <ul style="list-style-type: none"><li>⊕ ヘアケア(新製品の好調、「オー ज्या」導入美容室数の増加)</li><li>⊖ 染毛剤(市場での競合環境激化)</li></ul>
韓国	 <ul style="list-style-type: none"><li>⊕ ヘアケア(「グローバルミルボン」、「オー ज्या」導入美容室数の増加)</li><li>⊕ 円安の影響</li></ul>
中国	 <ul style="list-style-type: none"><li>⊖ 市場環境(美容室への顧客来店頻度長期化)</li><li>⊕ 円安の影響</li></ul>
米国	 <ul style="list-style-type: none"><li>⊕ 円安の影響</li><li>⊖ 染毛剤(インフルエンサー美容師とのマーケティング施策が来年以降に延期)</li></ul>

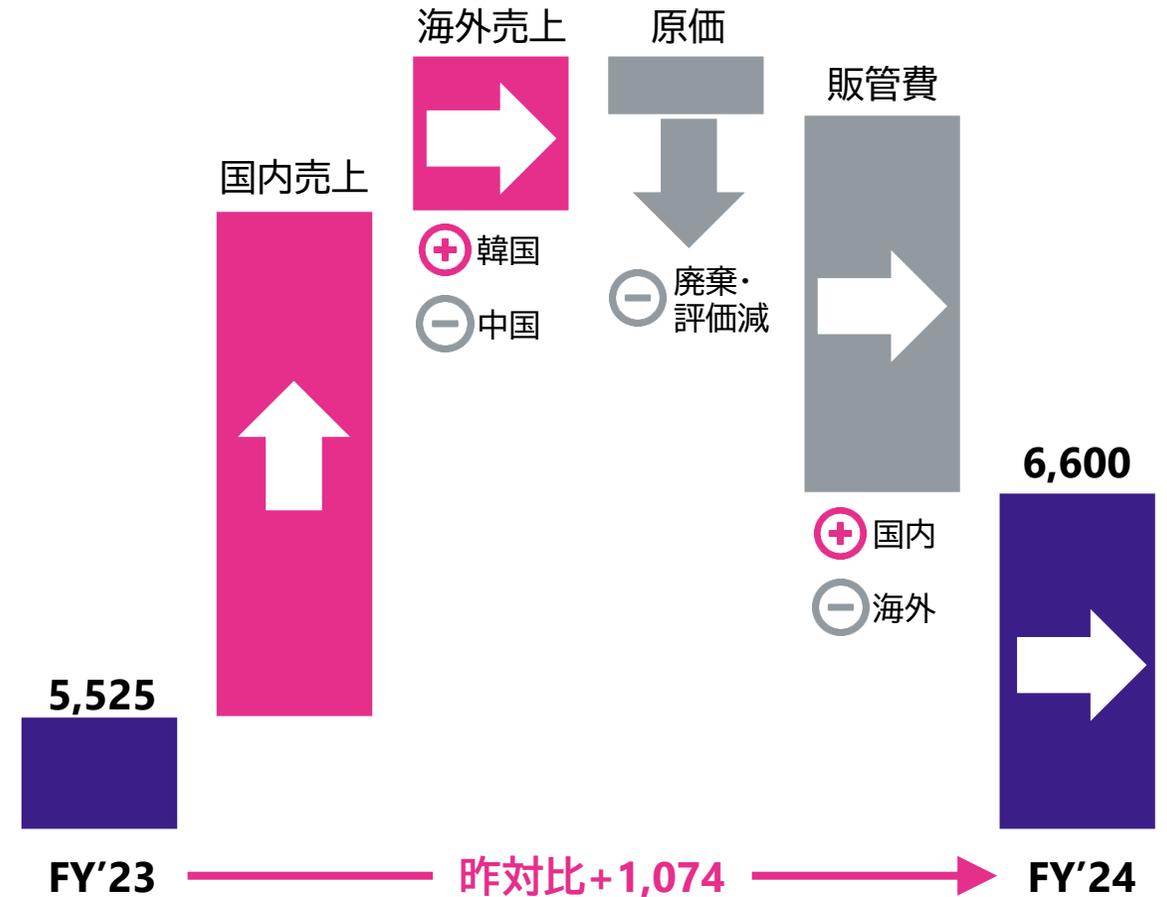
# 営業利益の通期見通しイメージ

通期見通しは据え置き。売上の上振れと同時に廃棄評価減の発生可能性があるため、営業利益は計画通りの着地を見込む

## 期初見通し



## 現在の見通し(期初見通しとの対比)

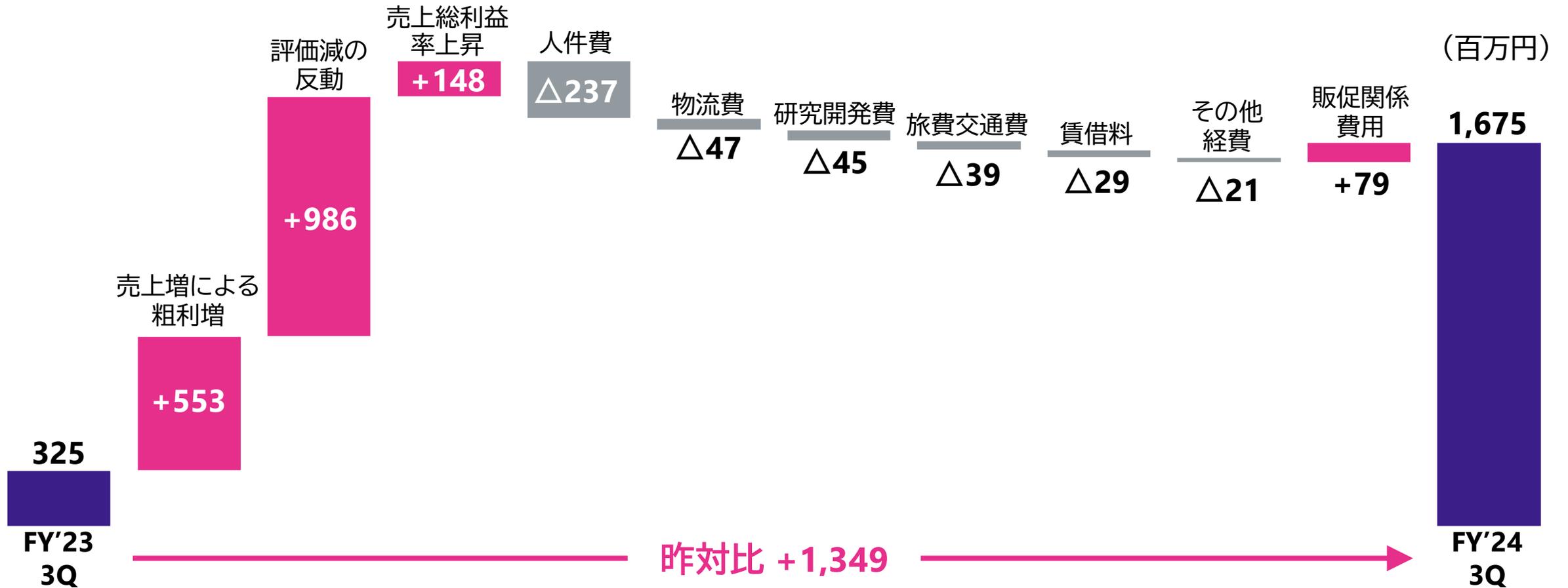


# Contents

<b>1. 連結業績</b>	<b>P2</b>
<b>2. 地域別業績・通期見通し</b>	<b>P7</b>
<b>3. Appendix</b>	<b>P16</b>
連結営業利益 前年同期比増減要因(四半期ベース)	P17
連結営業利益 対計画増減要因(四半期ベース)	P18
連結カテゴリ別売上高・構成比	P19
主要ブランド別の状況	P20
国内・海外カテゴリ別売上高増減率・構成比	P23
棚卸資産の状況	P25
設備投資等の状況	P26
フィールドパーソン(FP)の人数	P27
<b>4. ミルボンの概要</b>	<b>P28</b>

# 連結営業利益 前年同期比増減要因(四半期ベース)

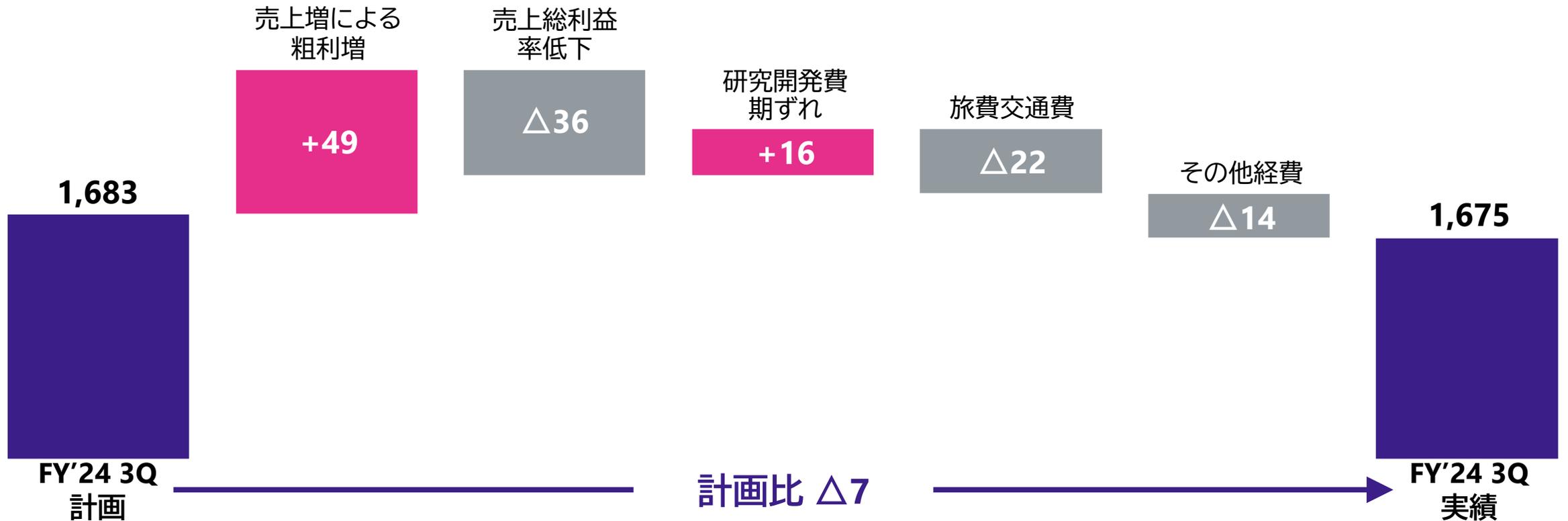
## 増収のほか、昨年第3四半期に実施した評価減の剥落で大幅増益



# 連結営業利益 対計画増減要因(四半期ベース)

## 概ね計画通りに推移

(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	13,017	<b>12,467</b>		36,993
ヘアケア用剤	5,969	7,370	6,593	8,421	28,355	6,670	8,012	<b>7,560</b>		22,243
染毛剤	3,922	4,315	4,193	4,522	16,953	4,044	4,301	<b>4,308</b>		12,654
パーマ用剤	301	413	369	380	1,463	350	448	<b>348</b>		1,148
化粧品	126	140	154	149	571	369	197	<b>151</b>		717
その他	20	123	136	137	418	73	57	<b>97</b>		228
構成比(%)										
ヘアケア用剤	57.7%	59.6%	57.6%	61.9%	59.4%	58.0%	61.6%	<b>60.6%</b>		60.1%
染毛剤	38.0%	34.9%	36.6%	33.2%	35.5%	35.1%	33.0%	<b>34.6%</b>		34.2%
パーマ用剤	2.9%	3.4%	3.2%	2.8%	3.0%	3.1%	3.5%	<b>2.8%</b>		3.1%
化粧品	1.2%	1.1%	1.4%	1.1%	1.2%	3.2%	1.5%	<b>1.2%</b>		2.0%
その他	0.2%	1.0%	1.2%	1.0%	0.9%	0.6%	0.4%	<b>0.8%</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	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
販売高	2,524	7,523	<b>2,854</b>	<b>8,290</b>
国内	2,447	7,312	<b>2,755</b>	<b>8,000</b>
韓国	76	211	<b>99</b>	<b>290</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
導入美容室		6,844		<b>7,483</b>
国内		6,556		<b>7,156</b>
韓国		288		<b>327</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
	3Q累計	計画
販売高	<b>438</b>	700

※ブランド別販売高は出荷額ベースによる数値。導入美容室数は過去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	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
販売高	1,579	4,510	<b>1,799</b>	<b>5,121</b>
国内	807	2,371	<b>836</b>	<b>2,416</b>
米国	391	1,030	<b>458</b>	<b>1,272</b>
中国	130	351	<b>155</b>	<b>461</b>
韓国	59	159	<b>76</b>	<b>215</b>
その他	189	597	<b>272</b>	<b>755</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
導入美容室		13,381		<b>24,852</b>
国内		10,188		<b>10,694</b>
米国		0		<b>10,023</b>
中国		430		<b>753</b>
韓国		1,022		<b>1,324</b>
その他		1,741		<b>2,058</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

国内の競合環境は激化しているが、美容室への活動強化によって成長が回復傾向

(単位:百万円)	FY2023		FY2024	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
販売高	1,655	4,994	<b>1,731</b>	<b>4,904</b>
国内	1,376	4,162	<b>1,414</b>	<b>4,007</b>
海外	278	831	<b>317</b>	<b>897</b>

## 染毛剤 – ソフィーストーンの状況

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	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
販売高	34	100	<b>42</b>	<b>133</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	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
販売高	269	778	<b>322</b>	<b>867</b>
国内	269	778	<b>309</b>	<b>839</b>
海外	0	0	<b>13</b>	<b>27</b>

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
導入美容室		9,702		<b>11,777</b>
国内		9,702		<b>11,375</b>
海外		0		<b>402</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	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
販売高	123	402	116	385

(単位:軒)	FY2023		FY2024	
	1,970		2,071	
導入美容室	1,970		2,071	

## 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
	3Q累計	計画
販売高	33	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	
	3Q	3Q累計	3Q	3Q累計
販売高	39	39	41	372

## 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
	3Q累計	計画
販売高	269	150

※ブランド別販売高は出荷額ベースによる数値。導入美容室数は過去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%	+5.0%	<b>+7.7%</b>		+7.2%
ヘアケア用剤	+9.5%	+2.9%	+4.0%	+4.6%	+4.9%	+9.1%	+8.9%	<b>+13.4%</b>		+10.5%
染毛剤	+1.9%	△3.5%	△1.6%	+0.3%	△0.8%	+0.8%	△0.5%	<b>+1.1%</b>		+0.5%
パーマ用剤	△6.5%	△17.1%	+7.6%	△7.0%	△7.0%	+2.9%	+10.4%	<b>△11.0%</b>		+1.1%
化粧品	△4.2%	+18.4%	+25.5%	△12.7%	+4.8%	+197.6%	+40.4%	<b>△2.5%</b>		+71.4%
その他	△13.2%	+133.3%	+150.8%	+102.1%	+104.8%	+60.8%	△35.0%	<b>△53.9%</b>		△34.6%
構成比										
ヘアケア用剤	61.2%	63.0%	61.0%	65.5%	62.9%	61.2%	64.7%	<b>64.3%</b>		63.5%
染毛剤	34.7%	31.8%	33.5%	30.3%	32.4%	32.1%	29.9%	<b>31.5%</b>		31.1%
パーマ用剤	2.3%	3.0%	2.8%	2.0%	2.5%	2.2%	3.1%	<b>2.3%</b>		2.6%
化粧品	1.5%	1.3%	1.6%	1.3%	1.4%	4.1%	1.8%	<b>1.5%</b>		2.4%
その他	0.3%	1.0%	1.1%	0.9%	0.8%	0.4%	0.5%	<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%	+6.5%	+8.4%	<b>+11.2%</b>		+8.7%
ヘアケア用剤	+14.4%	+13.5%	+1.1%	+29.0%	+13.9%	+20.1%	+14.5%	<b>+23.6%</b>		+19.3%
染毛剤	+9.2%	+1.4%	△0.0%	+7.5%	+4.3%	+1.1%	+4.6%	<b>+6.2%</b>		+4.0%
パーマ用剤	+28.0%	+28.1%	+18.2%	+59.1%	+32.4%	+33.6%	+37.5%	<b>+30.1%</b>		+33.6%
構成比										
ヘアケア用剤	20.7%	21.7%	21.4%	23.3%	21.8%	23.3%	23.0%	<b>23.8%</b>		23.4%
染毛剤	74.9%	73.9%	73.6%	71.6%	73.5%	71.1%	71.3%	<b>70.3%</b>		70.9%
パーマ用剤	4.0%	3.8%	4.2%	4.6%	4.1%	5.0%	4.8%	<b>4.9%</b>		4.9%
その他	0.4%	0.6%	0.8%	0.5%	0.6%	0.6%	0.9%	<b>1.0%</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

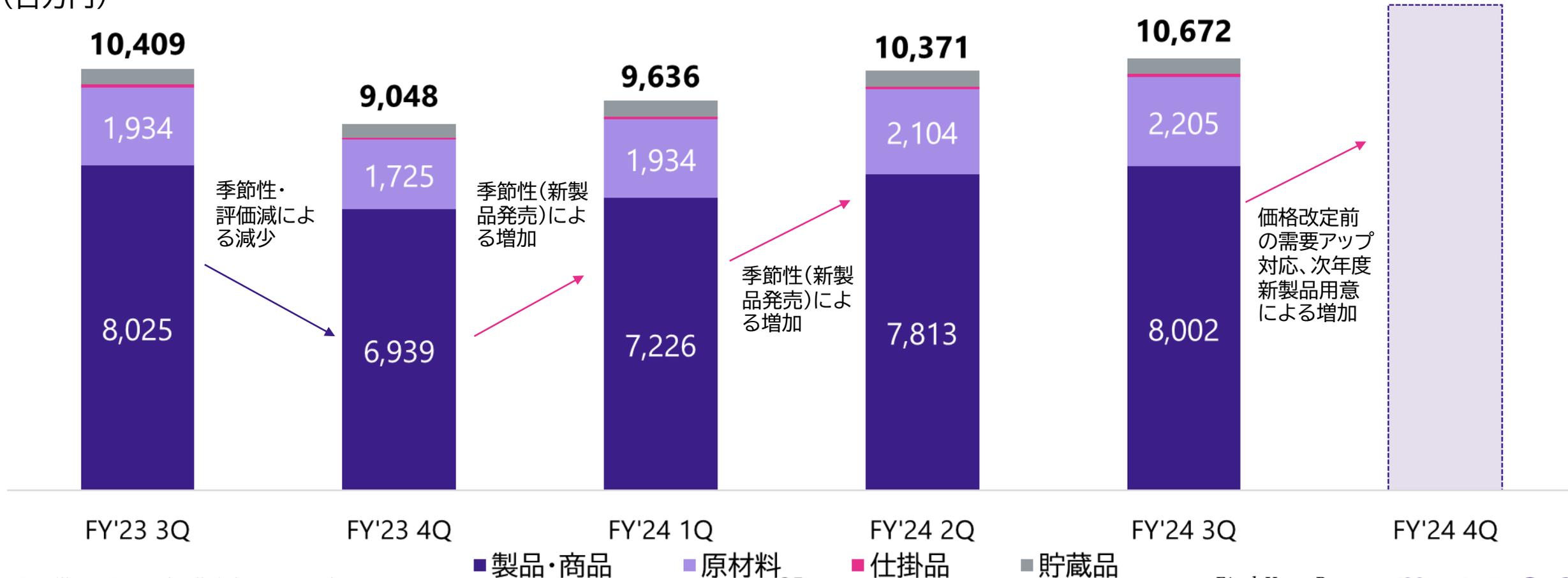
中国	FY2023					FY2024				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高	△2.7%	+22.4%	△6.1%	+5.8%	+3.8%	+4.3%	△16.5%	<b>+0.0%</b>		△4.1%
ヘアケア用剤	+11.0%	+35.7%	△7.3%	+15.9%	+12.0%	+6.2%	△3.3%	<b>+8.3%</b>		+3.7%
染毛剤	△14.0%	+8.4%	△5.2%	△8.5%	△5.1%	△0.6%	△33.7%	<b>△9.1%</b>		△14.8%
パーマ用剤	△23.5%	+25.8%	+0.4%	△0.7%	△3.8%	+19.0%	△14.5%	<b>△13.8%</b>		△2.1%
構成比										
ヘアケア用剤	54.8%	53.5%	53.9%	61.9%	55.8%	55.8%	62.0%	<b>58.4%</b>		58.5%
染毛剤	39.3%	41.7%	40.0%	31.7%	38.4%	37.5%	33.1%	<b>36.3%</b>		35.8%
パーマ用剤	5.9%	4.8%	6.1%	6.4%	5.8%	6.7%	5.0%	<b>5.3%</b>		5.7%
その他	0.0%	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%	+2.2%	<b>+12.0%</b>		+7.5%
ヘアケア用剤	+15.5%	+18.1%	+64.9%	△15.2%	+15.7%	+6.0%	+4.8%	<b>+12.7%</b>		+7.9%
染毛剤	+10.6%	+27.0%	+59.8%	△4.5%	+18.8%	+25.9%	△6.2%	<b>+3.2%</b>		+6.3%
パーマ用剤	△1.5%	+26.4%	+25.7%	△31.8%	+1.0%	△19.6%	△21.3%	<b>△8.7%</b>		△17.2%
構成比										
ヘアケア用剤	85.7%	83.8%	87.3%	85.6%	85.6%	83.7%	85.9%	<b>87.8%</b>		85.9%
染毛剤	9.1%	9.7%	7.8%	9.6%	9.0%	10.6%	8.9%	<b>7.1%</b>		8.8%
パーマ用剤	4.2%	4.8%	3.3%	3.6%	4.0%	3.1%	3.7%	<b>2.7%</b>		3.2%
その他	1.0%	1.7%	1.6%	1.2%	1.4%	2.6%	1.6%	<b>2.4%</b>		2.1%

# Appendix 棚卸資産の状況

製品在庫は新製品発売が多い上期に大きくなる傾向。来年の価格改定実施前の需要増に対応するべく、期末にかけて在庫水準が一時的に大きくなる見込み

(百万円)



# Appendix 設備投資等の状況

(単位:百万円)		FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024 3Q累計	FY2024 計画
設備投資額		1,917	4,644	4,097	3,151	<b>1,982</b>	4,258
減価償却費		1,562	1,777	2,026	2,213	<b>1,693</b>	2,404
研究開発費	金額	1,581	1,741	2,074	2,334	<b>1,788</b>	2,649
	売上比(%)	4.4	4.2	4.6	4.9	<b>4.8</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

### 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)

### 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

### 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>362.8</b>
	102	105	104	—
韓国	26.0	32.8	33.4	<b>33.3</b>
	130	126	141	—
中国	29.8	31.6	34.3	<b>34.0</b>
	72	66	65	—
米国	13.2	13.0	13.2	<b>15.5</b>
	68	102	123	—
その他※	36.0	36.2	38.2	<b>42.3</b>
	41	63	70	—

### 日本 フィールドパーソンの採用・研修状況

2024年 4月入社 44名 現場OJT中

2024年 10月入社 10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

# Contents

- 1. 連結業績 ————— P2
- 2. 地域別業績・通期見通し ————— P7
- 3. Appendix ————— P16
- 4. ミルボンの概要 ————— P28

## Appendix ミルボンの概要

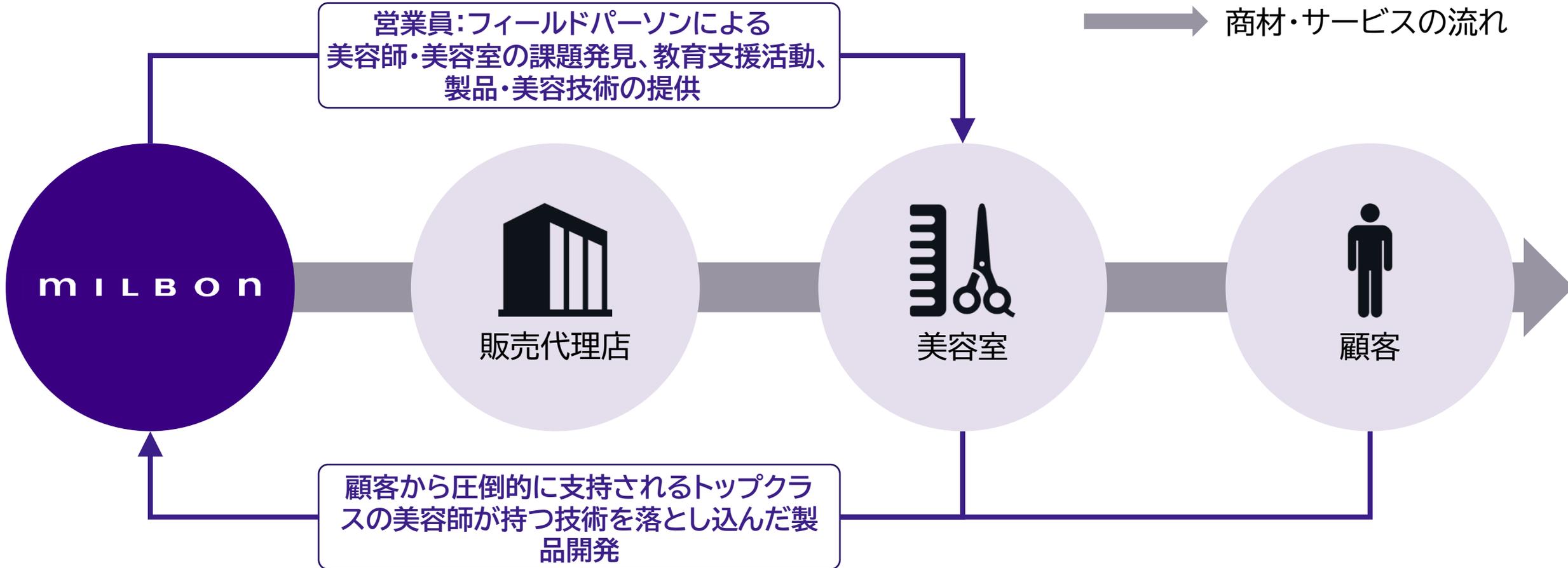
ミルボンは、美容室専売のヘアケア製品や、美容室で使用されるトリートメント・染毛剤などを製造・販売する化粧品メーカー



※富士経済研究所(2023年度版)より 頭髮化粧品のみ

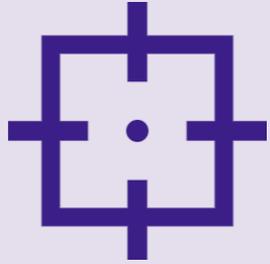
# Appendix ミルボンの概要 ビジネスモデル

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。

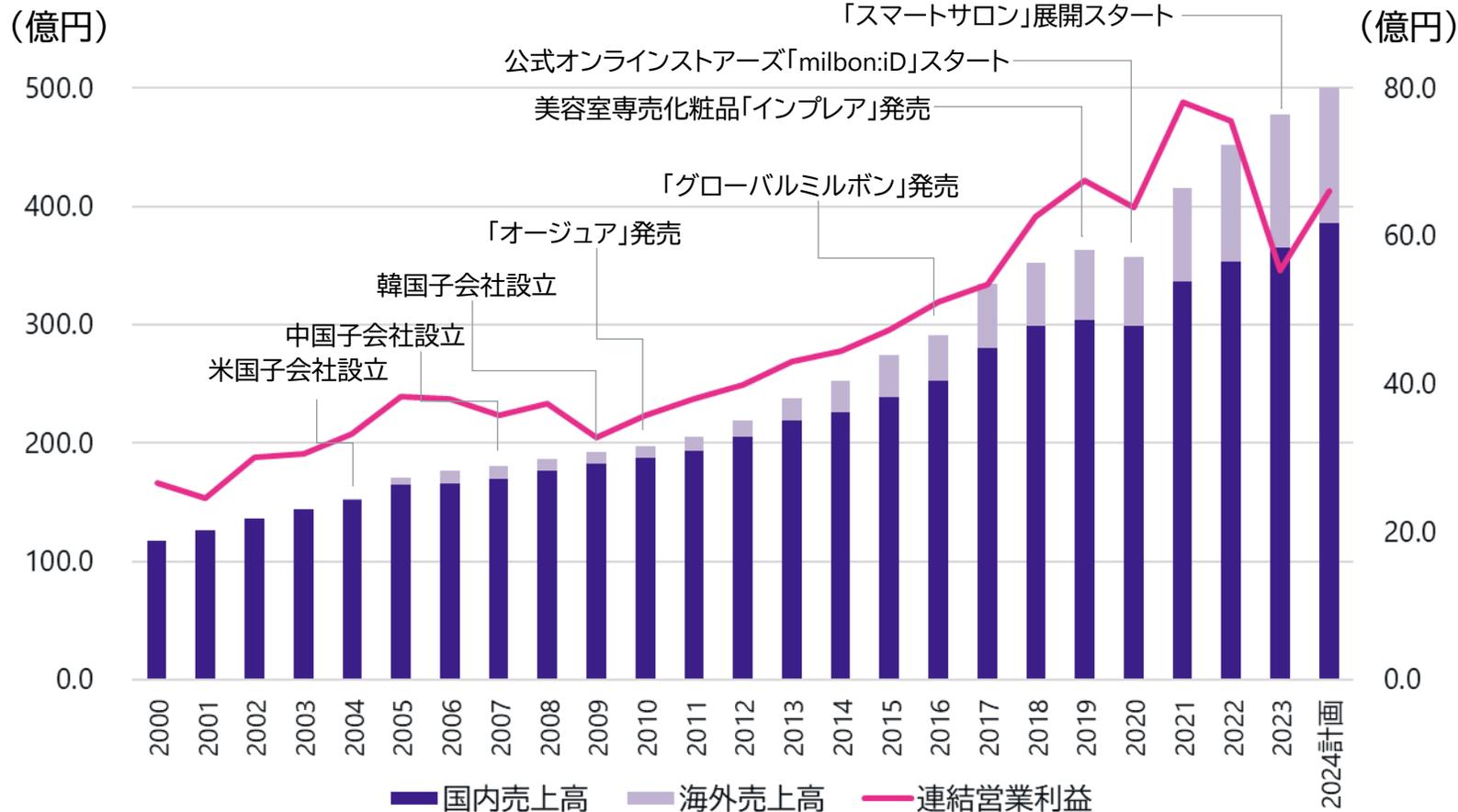


## TAC製品開発システム - トップ美容師の技術の一般化

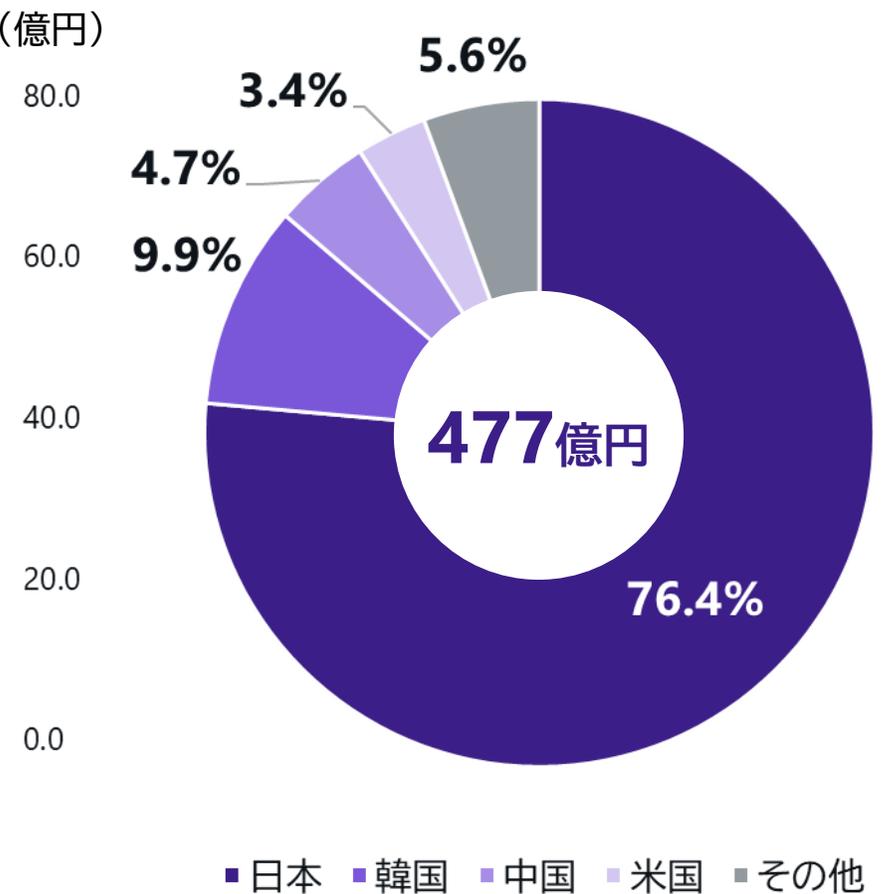
非常に優れた技術や考え方を持つ美容師を探し出し、その方のノウハウ・美容技術を公開いただき、研究員が科学的に解明して製品開発につなげるシステム。高度な美容技術を、広く一般の美容室でも再現できるような形で製品化を行う。

## 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。

## 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

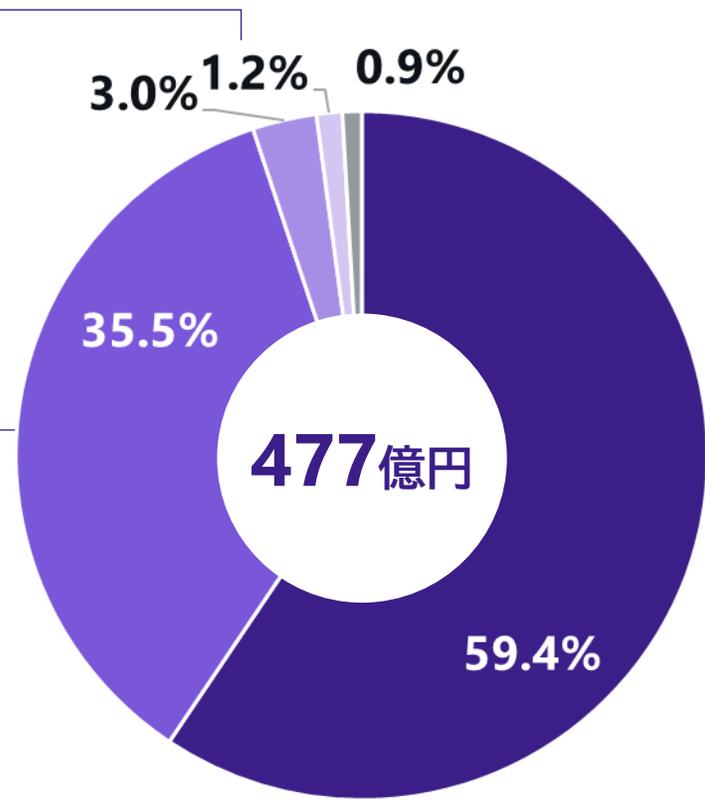


ヴィラロドラカラー



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



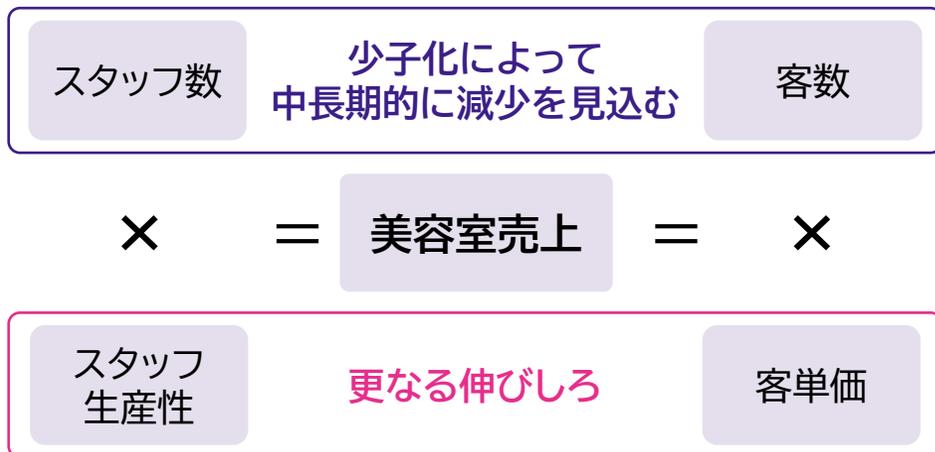
エルジューダ



## 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

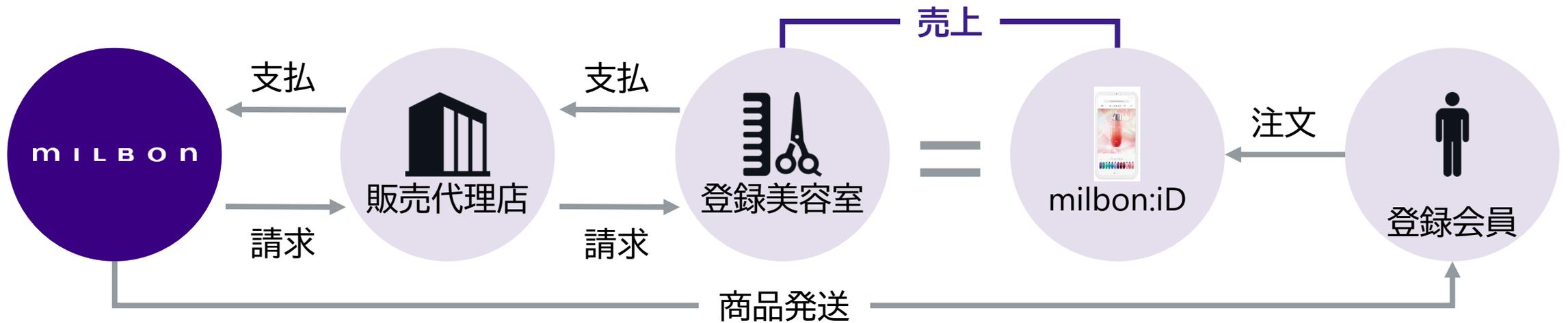
リアルで来店する	定期的である	長時間である
サロン利用率	平均年間利用回数	平均滞在時間
女性 <b>80.3%</b>	女性 <b>4.32回</b>	女性 <b>84分</b>
男性 <b>33.9%</b>	男性 <b>5.25回</b>	男性 <b>52分</b>

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



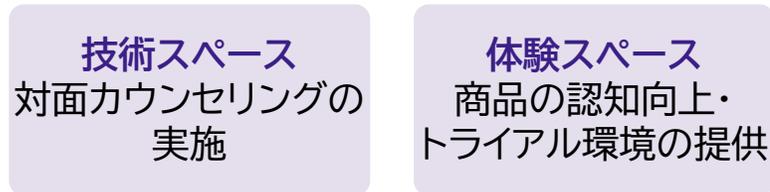
milbon:iDの実績(2023年末時点)

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



3つの売り場の連動による相乗効果の創出



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

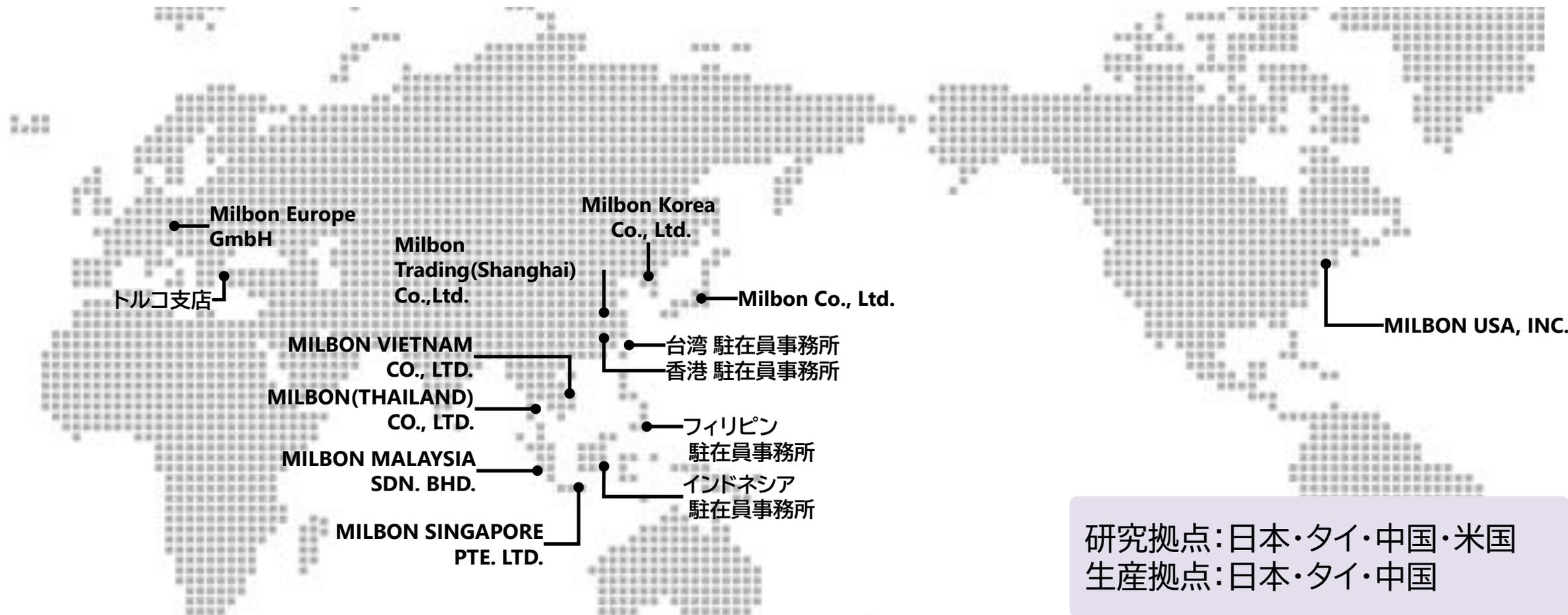


美容器具(パナソニック株式会社と協業)

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

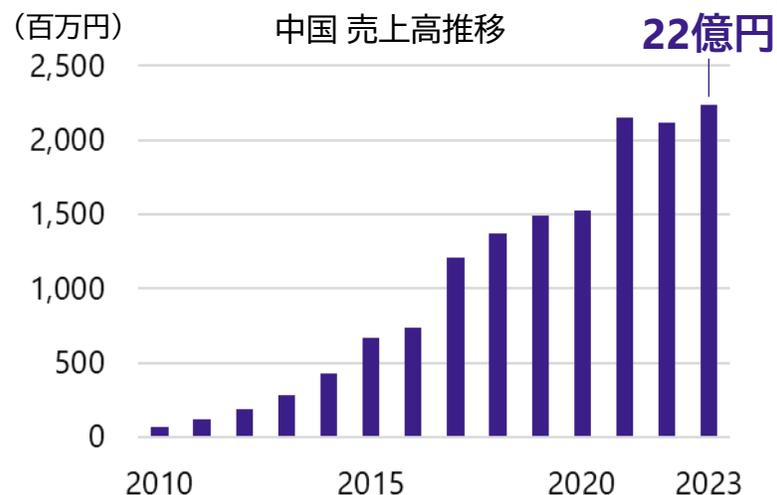
### 韓国

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。

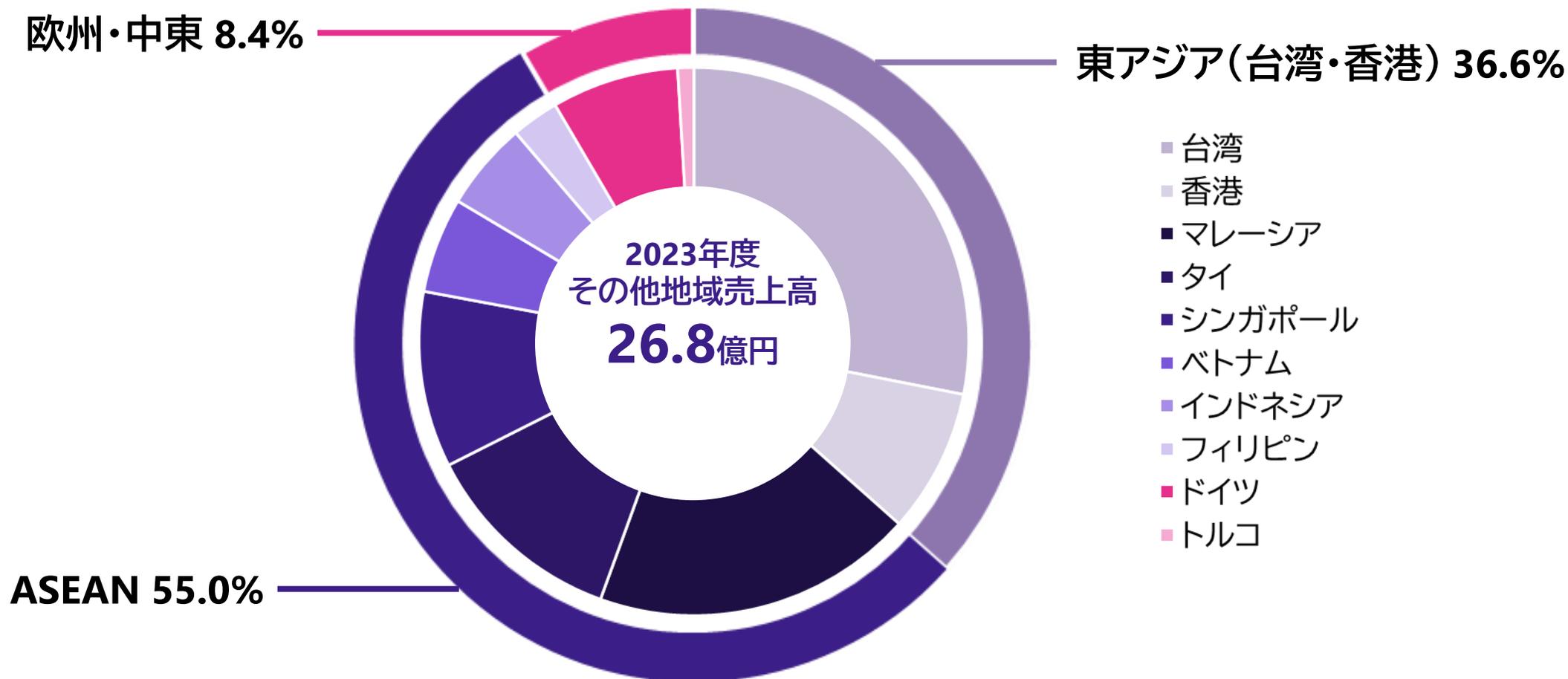


### 米国

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。



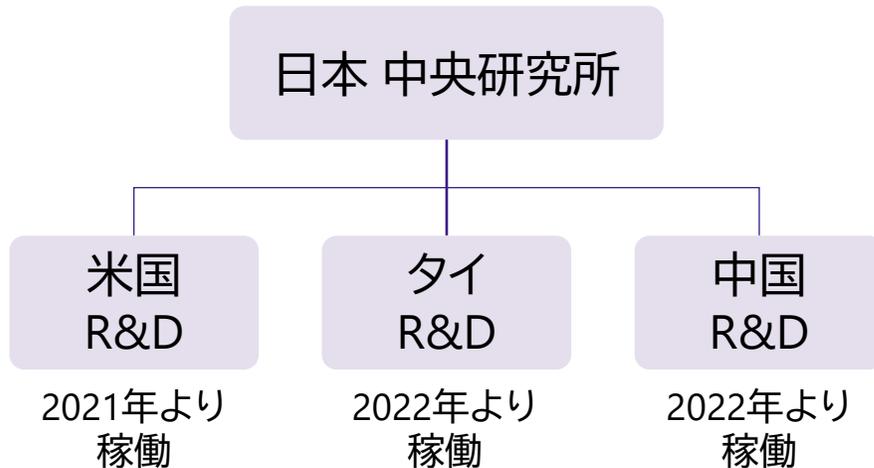
## 同じ黒髪圏である東アジア・ASEANを中心に成長 近年では欧州へ進出



## 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

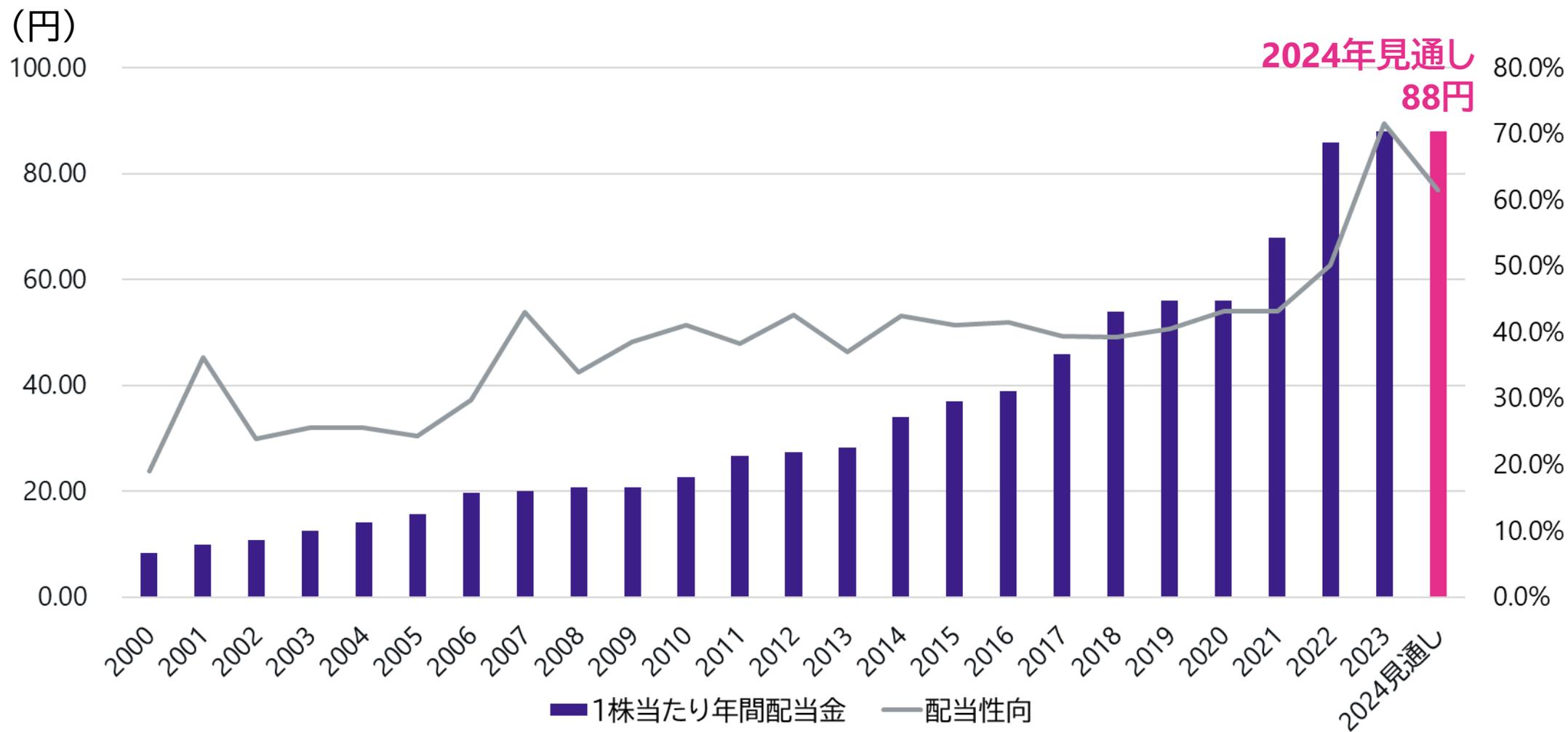


タイ工場  
海外向け生産

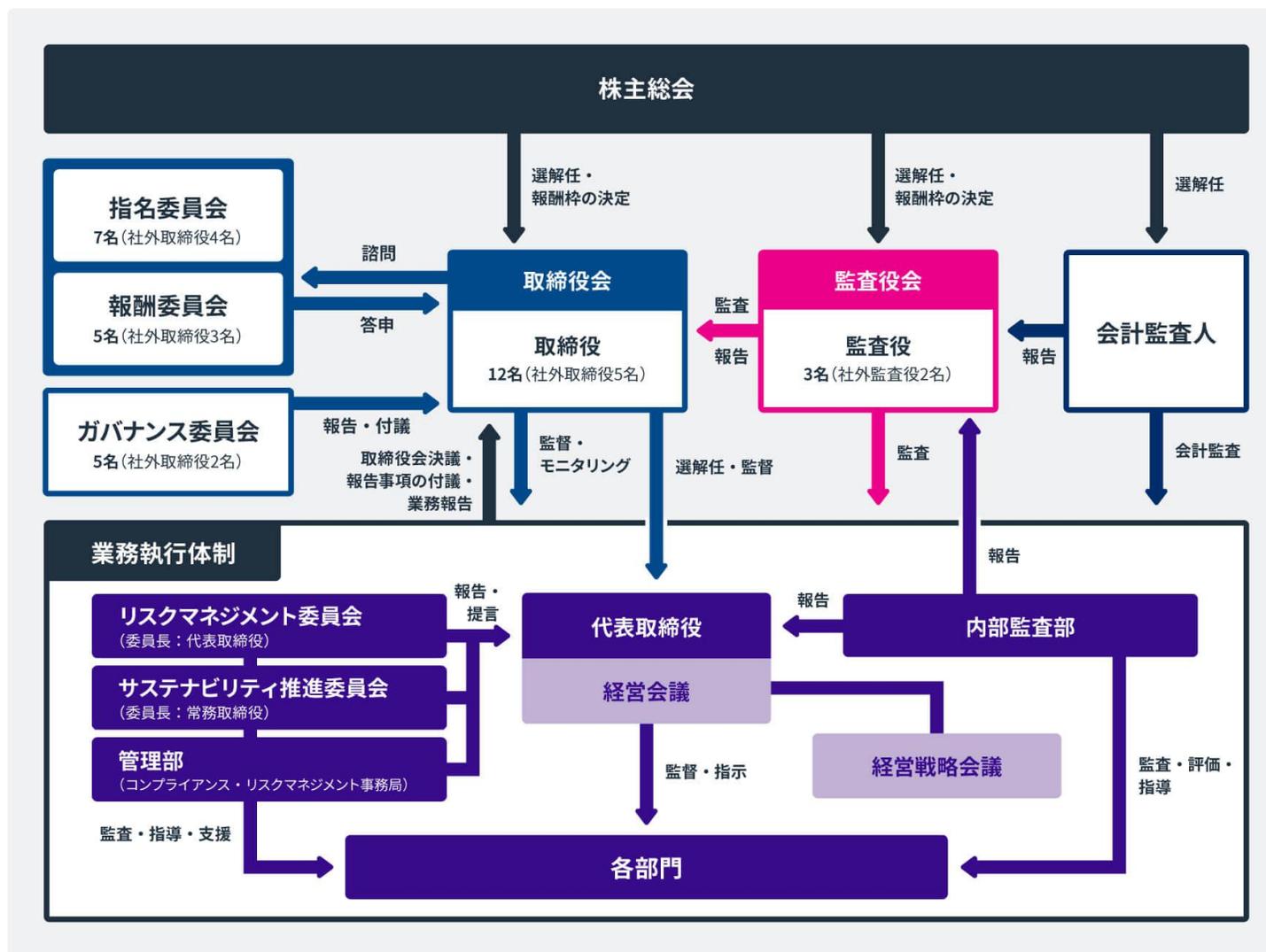


中国工場  
中華圏向け生産

## 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。