

2017年12月期（第58期）第2四半期
株式会社ミルボン 決算説明資料



2017年6月28日

Copyright © 2017 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

目次

- P3** **連結 経営成績**
- P4-9** **連結 部門別売上高・ブランド別情報**
- P10** **連結 損益計算書**
- 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**
- P14-15** **海外子会社の状況**
- P16-23** **2017年度(第58期)および中期事業構想について**

2017年度(第58期) 第2四半期の業績について

常務取締役 村井正浩

連結 経営成績（第2四半期累計期間）

売上は順調に回復しているものの、工場増設の影響で減益

（単位：百万円）

	金額		増減額	増減率(%)
	前期実績	当期実績		
売上高	14,218	14,956	738	5.2
売上総利益	9,787	10,069	281	2.9
販管費	7,364	7,736	372	5.1
営業利益	2,423	2,333	△ 90	△ 3.7
経常利益	2,188	2,147	△ 41	△ 1.9
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,464	1,508	43	3.0

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]

プロフェッショナルブランドに新商品を投入するも売上は微増

(第2四半期累計)

(単位:百万円)

	前期実績	当期実績	増減額	増減率(%)
ヘアケア用剤	8,511	8,680	169	2.0

- ・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。今期も新製品を投入しているプロフェッショナルブランドについては、期待通りの売上とはなりませんでした。

新商品

エルジューダ

メロウセラム／リンバーセラム

軽やかな指通りで、根元から扱いやすい髪へと導く、アウトバストリートメントです。



3月30日発売

通期目標	販売実績	進捗率
6億円	2億35百万円	39.2%

プラーミア エンリッチド

「保湿感」だけでは物足りなくなってきた50代女性が求める「弾力感」も与えるシャンプー&トリートメントです。



3月1日発売

通期目標	販売実績	進捗率
5億円	1億49百万円	30.0%

Find Your Beauty **MILBON**

ブランド別情報 オージュア

厳しい市場環境の中、増収

オージュアサロン窓口軒数

2016年度末	2017年度	増減率(%)
2,779軒	2,963軒	6.6

販売高（第2四半期累計期間）

2016年度	2017年度	増減率(%)
21億87百万円	23億09百万円	5.6

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

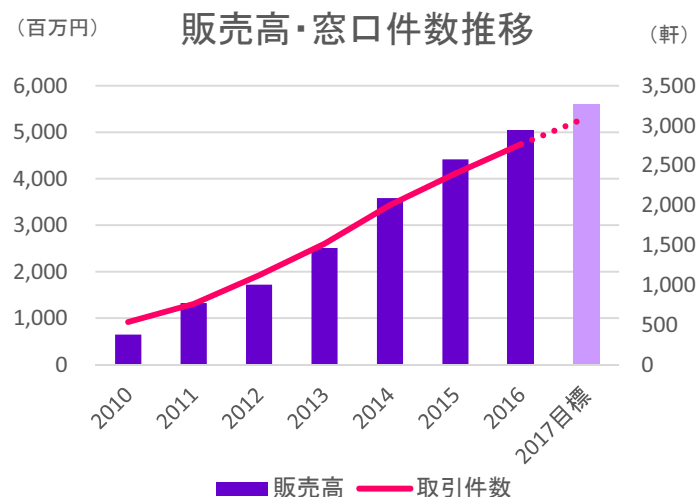
今までのヘアケアを「ヘアケア技術」として進化させることで、一人ひとり違う髪の悩みに、その人のためのヘアケアプログラムで応えること。それが「オージュア」です。

製品構成

お客さま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
- ・15ライン ・96アイテム

一人ひとりのキレイを育む、オーダーメイドのヘアケア



Find Your Beauty MILBON

ブランド別情報 プレミアムブランド “milbon”

海外は7カ国まで展開

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

“milbon”とは

世界20カ国の女性の毛髪内部の姿かたちを、独自のCTスキャン技術で徹底的に解析した結果、共通して起きている毛髪のダメージ現象「棒状空洞化」を発見しました。そして、棒状空洞化した髪を補修し、毛髪内密度を高めることができる成分を探索し、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。

サロン窓口軒数

第2四半期末……………3,101軒

販売高

第2四半期累計期間……………6億44百万円

MILBON



360° BEAUTIFUL HAIR

2016年度発売 - 世界12カ国で順次

Find Your Beauty MILBON

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]

若年層向け新商品が好評で染毛剤売上を牽引

(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(%)
染毛剤	4,944	5,462	517	10.5

- 自由なカラーデザインを発信し続けたい女性の願いを叶える新ブランド「オルディーブ アディクシー」を投入しました。赤味を消し切ることで自在にカラー表現ができることが好評で、売上は年間販売目標を大きく上回っています。

新商品

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を叶え、个性的で自由なヘアカラーデザインを実現します。



2月1日発売

通期目標	販売実績	進捗率
7億55百万円	9億21百万円	122.1%

オルディーブ追加色 フェミニティーライン

彩度を調整できる「透明感ピンク」で、その人に似あう”カッコいい女性らしさ”を表現します。



2月1日発売

通期目標	販売実績	進捗率
4億円	1億58百万円	39.7%

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売上を牽引

ヴィラロドラ窓口軒数

2016年度末	2017年度	増減率(%)
5,632軒	6,236軒	10.7

販売高（第2四半期累計期間）

2016年度	2017年度	増減率(%)
3億63百万円	4億44百万円	22.3

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。



販売高・窓口軒数推移



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。



通期目標	販売実績	進捗率(%)
5億16百万円	3億16百万円	61.2

2015年度発売

連結 損益計算書（第2四半期累計期間）

（単位：百万円）

	金額		増減額	増減率(%)
	前期実績	当期実績		
売上高	14,218	14,956	738	5.2
売上原価	4,430	4,887	456	10.3 ※1
売上総利益	9,787	10,069	281	2.9
販管費	7,364	7,736	372	5.1 ※2
営業利益	2,423	2,333	△ 90	△ 3.7
経常利益	2,188	2,147	△ 41	△ 1.9
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	1,464	1,508	43	3.0

<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	8,511	8,680	58.0	169	2.0
染毛剤	4,944	5,462	36.5	517	10.5
パーマメント ウェーブ用剤	664	709	4.8	45	6.8
その他	98	104	0.7	6	6.3

<主な変動要因>

※1 売上原価：新ゆめが丘工場稼働に伴う減価償却費の増加等。

※2 販管費：・人員増・昇給にともなう人件費の増加。

・販促ツール制作等にともなう販促費の増加。

※補足 株主還元について

<配当の状況>

（単位：円）

	2015年度	2016年度	2017年度 計 画
中期配当	35	38	40
期末配当	39	40	42
合計	74	78	82

連結 設備投資等の推移

(単位:百万円)

区 分		2013年	2014年	2015年	2016年	2017年 1~6月	2017年 予定※)
設備投資額		1,680	1,028	2,779	4,262	469	1,760
減価償却費		878	1,004	1,033	1,077	550	1,240
研究開発費	金額	969	1,168	1,214	1,232	645	1,372
	比率	4.1%	4.6%	4.4%	4.2%	4.3%	4.2%

2017年度 設備投資の主な項目

- 販売管理システム構築費用
- 国内拠点新設（静岡営業所）
- 国内拠点移転に伴う内装設備等
（福岡支店、岡山営業所、横浜営業所）

※) 2月24日に発表した業績予想の変更後の数値です。

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	—	—	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	—	—	
美容人口(千人)	39,076	38,468	37,847	37,395	37,023	36,980 (1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/12月21日期首現在)

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本	210	216	237	249	258
	104	104	100	102	
米国 (ミルボンUSA)	12	12	12	9	12
	36	40	53	63	
中国 (ミルボン上海)	16	17	18	18	19
	17	25	36	40	
韓国 (ミルボンコリア)	17	17	19	20	23
	41	64	75	80	
タイ (ミルボンタイランド)	3	6	6	6	9
	6	8	15	14	
その他地域 ※)	7	12	16	19	24
	63	46	42	47	

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3月21日 8名 現場配属
2017年4月入社 25名 研修中

(上記33名は左表には含まれておりません。)

※) 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、その他

Find Your Beauty **MILBON**

国別の状況

海外が引き続き成長を牽引

	売上高(百万円)		増減率 (%)	営業 開始年	為替レート	
	前期実績	今期実績			前期	今期
日本	12,330	12,847	4.2	1960年	-	-
米国 (ミルボンUSA)	285	276	△ 3.1	2004年	1\$ = 118.41	111.59
中国 (ミルボン上海)	370	431	16.5	2009年	1元 = 18.24	16.27
韓国 (ミルボンコリア)	788	886	12.3	2009年	1₩ = 0.1012	0.0959
タイ (ミルボンタイランド)	39	53	34.9	2013年	1バーツ = 3.33	3.14
その他地域 ※)	403	460	14.2	-	-	-

※) 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、その他

Find Your Beauty **MILBON**

海外子会社の状況 ①

米国（ミルボンUSA）

昨年発売した“milbon”は、サロン入店教育が順調に進み、ヘアケアシリーズが着実に普及しています。また、USA市場で必須アイテムであるボリューム対応商品をラインナップに含む「“milbon”スタイリングシリーズ」を発売。市場での評価も高く、今後の伸長が期待できます。

中国（ミルボン上海）

教育を中心とした市場活動によりサロンとの関係強化が順調に進んでいます。また、ターゲット顧客である30歳代、20歳代の市場ニーズに合わせて、上海、北京、成都の各エリアで政策発表会を実施し、好評を得ました。

ヘアカラーにおいては、新色の投入とカラースペシャリスト講習実施により、オルディーブの提案が効果的に行われ、売上が順調に推移しています。

韓国（ミルボンコリア）

ヘアカラー部門は、オルディーブ（ファッションカラー）が、他社にない独自の魅力である追加色の提案もあって引き続き順調で、オルディーブボータ（グレイカラー）とともに、全体の売上が牽引しています。

ヘアケアにおいては、今期から本格的に販売を開始したオージュアが、市場での評価も高く、第2四半期で新たに10サロンでの導入が決まり、順調に推移しています。

海外子会社の状況 ②

タイ（ミルボンタイランド）

[販売部門]

カラーやパーマといった業務用製品が好調で、売上高は前年同期比43.0%増となっています。これは、製品を絡めたスタイルづくりの講習会を少人数で継続的に実施することで市場での認知度が徐々に上がっていることが要因と考えられます。

今期発売した“milbon”は、仕上がりの質感や手触りが高評価で、導入講習等実施のために窓口増加速度は遅いものの今後が期待できます。

[生産部門]

生産金額が計画を大きく上回り、資材だけでなく、原料についても現地調達率が50%を上回ったことで、製造原価率が想定以上に改善しています。

Milbon Group

2017年度(第58期)および 中期事業構想について

代表取締役社長 佐藤龍二

2017年度の国内環境～中期事業構想

■国内市場について

1. 市場環境から第2四半期までについて

2. ブランド製品群の進捗について

① ヘアケア

- オージュア
- “milbon”
- ヴィラロドラ

② 染毛剤

- オルディーブ アディクシー
- オルディーブ
- オルディーブ クリスタル
- オルディーブ ボーテ

2017年度 国内市場の取り組み

■ 駅ジャック



▼ 梅田エリア



▲ 銀座エリア

2017年度 国内市場の取り組み

■ WEBマガジン Find Your Beauty MAGAZINE 公開 (<http://www.milbon.co.jp/fyb-magazine/>)



すべての女性がもっと髪を楽しみ、美しい生き方をしてほしい
もっと髪に興味を、もっとヘアサロンに行きたくなるウェブマガジン

[TOPICS]

1. 新しいヘアカルチャーを美容師と共に生み出していきます
2. 多くの女性が普段何気なく知りたいと思っている髪の悩みやお手入れの疑問を解決します
3. 美容師の物語やストリートヘアスナップ、サロンモデルの日常やヘアトレンドが垣間見られるイベントレポートなど、さまざまな情報を発信していきます

中期事業構想 テーマ・取り組み

事業戦略の取り組み現状

1. 中央研究所(研究開発部門)の体制強化・増員に伴い
スペースが必要



「本社・中央研究所」を「中央研究所」に特化させる
(基礎研究、スキンケア、欧米用ヘアカラー等)

2. 化粧品ビジネスの本格展開へ向けて人材投資

(フィールドパーソン = フィールドセールス + フィールドエド्यूケーター
+ (仮称)ビューティーエド्यूケーター)

中期事業構想 テーマ・取り組み

化粧品事業および事業戦略へ先行投資

1. 化粧品ビジネスの本格展開（人材教育態勢）
2. 海外事業の推進（アジア＋欧米用ヘアカラー）
3. コーポレート＆製品ブランディングの推進
4. 国内首都圏のさらなる強化へ

本社機能を東京移転への機会

中期事業構想 2019年度 業績目標修正

次期中期事業構想を見据えた先行投資で販管費10億円増

(単位:百万円)

	2019年度目標 (修正前)		2019年度目標 (修正後)		増減額
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	
売上高	35,000	100.0	35,000	100.0	0
国内	28,500	81.4	28,500	81.4	0
海外	6,500	18.6	6,500	18.6	0
売上総利益	24,500	70.0	24,500	70.0	0
販管費	17,500	50.0	18,500	52.9	1,000
営業利益	7,000	20.0	6,000	17.1	△ 1,000
経常利益	6,630	18.9	5,600	16.0	△ 1,030
当期純利益	4,130	11.8	3,850	11.0	△ 280

■株主還元については、配当性向40%の方針は変更なし
ただし実際の配当額の決定は、方針にこだわらず安定的に実施

2017年度 海外事業の取り組み

■ 海外市場 海外拠点 13か国 16拠点

1. **東アジアエリア**（ミルボン上海、ミルボンコリア、台湾、香港）
2. **東南アジアエリア**（ミルボンタイランド、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピン、シンガポール）
 - タイ工場
3. **北米エリア**（ミルボンUSA）
4. **欧州エリア**（トルコ、ドイツ）



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。