

# 2019年12月期（第60期）第1四半期 株式会社ミルボン 決算説明資料



2019年5月7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
- P10 連結 損益計算書等
- 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 海外子会社の状況

# 連結 経営成績（第1四半期連結累計期間）

前期の特殊要因の影響もあり、増収は確保するも減益

（単位：百万円）

	前期実績※	当期実績※	増減額	増減率（%）
売上高	7,592	7,886	293	3.9
売上総利益	5,170	5,313	142	2.8
販管費	3,780	4,048	267	7.1
営業利益	1,390	1,265	△ 124	△ 9.0
経常利益	1,208	1,162	△ 46	△ 3.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,074	841	△ 232	△ 21.7

※ 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1四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は伸長するもプロフェッショナルブランドは減収で全体は微減

### 販売高（第1四半期連結累計期間）

（単位：百万円）

前期実績※	当期実績※	増減額	増減率（%）
4,358	4,323	△ 34	△ 0.8

- プレミアムブランド「オージュア」は、バージョンアップの特需が一巡。本年度より、さらなるキレイを求める大人女性への対応幅を広げるため、「エターナルステージ」シリーズを追加。本シリーズ第一弾となる新ライン「ディオラム」を3月に投入し、高単価メニュー提案に向けて取り組みを進めています。
- プレミアムブランド「milbon」は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ました。今後はリピートによる1店舗当たりの売上増に向けた取り組みも強化していきます。
- プロフェッショナルブランドについては、新商品の発売もなく減少。4月発売予定の大人女性向け新ブランド「クロナ」の商品勉強会を代理店向けに行うなど準備を進めています。

※ 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1四半期の実績についても、遡及適用しております。

Find Your Beauty **MILBON**

# ブランド別情報 オージュア

バージョンアップ一巡。3月に新シリーズ新ライン追加

## 窓口軒数

(単位：軒)

2018年度※1	2019年度※1	増減数	増減率 (%)
3,271	3,353	82	2.5

## 販売高 (第1四半期連結累計期間)

(単位：百万円)

前期実績※2	当期実績※2	増減額	増減率 (%)
1,250	1,312	62	5.0

## 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、その時々にもっと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。

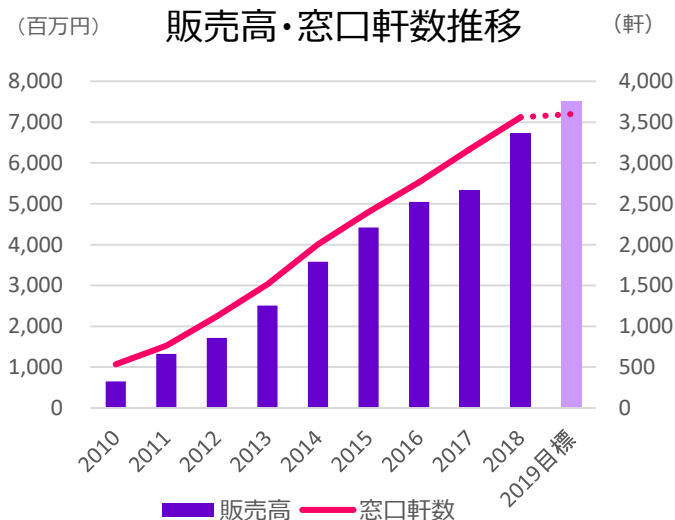
## 製品構成

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	6,581	1,010	18.1

## 販売高 (第1四半期連結累計期間)

(単位：百万円)

前期実績※2	当期実績※2	増減額	増減率 (%)
434	570	136	31.3

## 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

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。

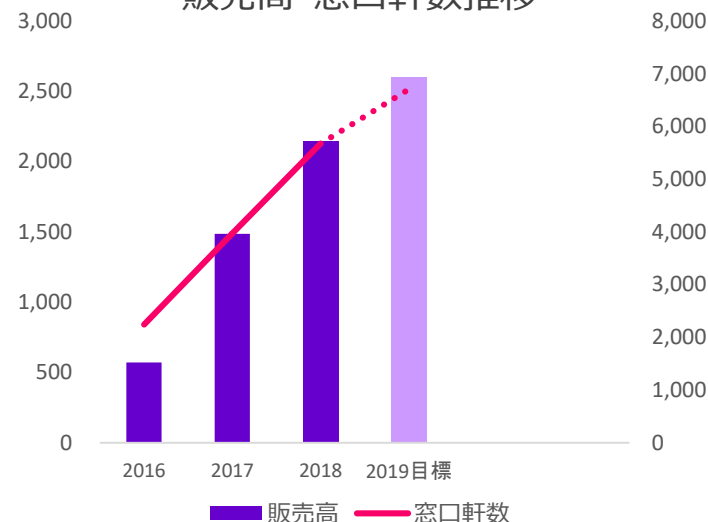
MILBON



(百万円)

販売高・窓口軒数推移

(軒)



※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牽引

### 販売高（第1四半期連結累計期間）

（単位：百万円）

前期実績※	当期実績※	増減額	前期比（%）
2,848	3,175	326	11.5

- 「オルディーブ アディクシー」が引き続き伸長。一方「アディクシー」の発売以降売上が減少傾向だった「オルディーブ」は下げ止まりが見え、2シリーズのすみわけが出来つつあります。
- グレイカラーに新ヘアマニキュア「オルディーブ ルドレス」を投入。既存アイテム「ファルグラン」と合算したヘアマニキュアの売上は伸長し、グレイカラーも増収となりました。

※ 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1四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 [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牽引

## 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※	当期実績※	増減額	増減率 (%)
588	904	316	53.8



2017年度発売

### 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)

当期目標※	当期実績※	増減額	進捗率 (%)
700	90	-	12.9



ORDEVE  
*Ledress*

2019年度 3月発売

※ 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とカラー毛向けヘアケアとの連動も生まれ伸長

## 窓口軒数

(単位：軒)

2018年度末	2019年度	増減数	増減率 (%)
8,085	8,362	277	3.4

## 販売高 (第1四半期連結累計期間)

(単位：百万円)

前期実績※	当期実績※	増減額	増減率 (%)
233	264	30	13.0

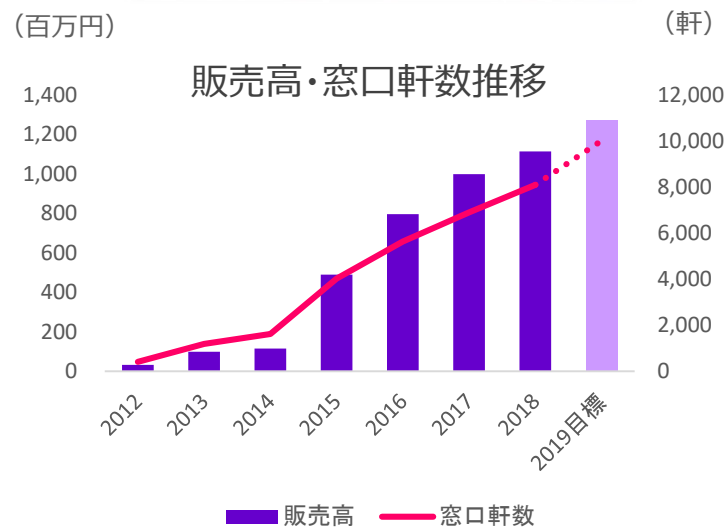
## ブランドコンセプト

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1四半期連結累計期間）（単位：百万円）

前期実績※	当期実績※	増減額	増減率（%）
176	204	27	15.8



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1四半期連結累計期間)

## <連結 損益計算書>

(単位：百万円)

	前期実績※	構成比 (%)	当期実績※	構成比 (%)
売上高	7,592	100.0	7,886	100.0
売上原価	2,422	31.9	2,573	32.6
売上総利益	5,170	68.1	5,313	67.4
販管費	3,780	49.8	4,048	51.3
営業利益	1,390	18.3	1,265	16.0
経常利益	1,208	15.9	1,162	14.7
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1,074	14.2	841	10.7

## <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	4,358	4,323	54.8	△ 34	△ 0.8
染毛剤	2,848	3,175	40.2	326	11.5
パーマネットウェーブ用剤	341	337	4.3	△ 3	△ 1.1
その他 (化粧品含む)	44	50	0.7	5	12.1

## <主な変動要因>

### 売上原価

前期、旧オーギュアの返品引当調整戻益計上の特別要因があったが、今期はなし

### 販管費

人件費：人員増及び制度変更により増加（社宅から住宅手当制度へ変更等）

### 親会社株主に帰属する四半期純利益

前期、政策保有株式売却益があったが、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1四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 1~3月	2019年 計画	
設備投資額	2,779	4,262	1,570	1,149	469	1,710	
減価償却費	1,033	1,077	1,272	1,370	350	1,498	
研究開発費	金額	1,214	1,232	1,422	1,479	371	1,535
	売上比(%)	4.4	4.2	4.3	4.2	4.7*	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1四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 美容所施設数・従業美容師数（年末）
美容師数（人）	487,636	496,697	504,698	509,279	523,543	—	
美容人口（千人）	38,468	37,847	37,395	37,023	36,643	36,282 (11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 <sup>※1</sup>	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 <sup>※2</sup>	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）

2018年10月入社 6名 現場OJT中  
2019年 4月入社 31名 研修中

（上記37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

# 国別の状況

- ◆ 子会社ミルボンベトナム設立にあたり、従来の総代理店から在庫の返品を受けたため、今期実績はマイナスとなった。

(単位：百万円)

	前期実績 <sup>※1</sup>	今期実績 <sup>※1</sup>	増減率 (%)	営業 開始年	為替レート 前期 (円)	為替レート 今期 (円)
日本	6,282	6,428	2.3	1960年	-	-
米国 (ミルボンUSA)	131	133	1.7	2004年	1\$ = 108.23	110.22
中国 (ミルボン上海)	373	425	13.8	2009年	1元 = 17.15	16.42
韓国 (ミルボンコリア)	485	569	17.3	2009年	1₩ = 0.1017	0.0980
タイ (ミルボンタイランド)	17	37	114.0	2013年	1バーツ = 3.45	3.5
ベトナム (ミルボンベトナム)	29	△10	△136.6	2013年	1ドン = -	0.0048
その他地域 <sup>※2</sup>	272	302	11.1	-	-	-

※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1四半期の実績についても、遡及適用しております。

※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

# 海外子会社の状況 ①

## ◆海外子会社売上高（現地通貨）

	通貨（単位）	前期実績	当期実績	増減率（%）
米国（ミルボンUSA）	USDドル（千）	1,212	1,211	△0.1
中国（ミルボン上海）	元（千）	21,806	25,906	18.8
韓国（ミルボンコリア）	ウォン（百万）	4,777	5,810	21.6
タイ（ミルボンタイランド）	バーツ（千）	5,083	10,721	110.9
ベトナム（ミルボンベトナム）	ドン（百万）	-	245	-

## 米国（ミルボンUSA）

マンハッタンの直販部門は、大型サロンのオープン、引続き好調なグローバルミルボン、さらに日系サロン向けに発売したファッションカラーアディクシーの評価も高く順調に推移しています。代理店部門では、米国北東エリアをフォローする既存代理店がエリア拡大により好調です。また、前年下期より取引を開始したニューヨークの中華系代理店と今年より取引を開始した米国の北中央エリアをフォローする代理店も順調な滑り出しです。ただ、前年下期に取引を開始したカリフォルニア州の代理店が異常気象の影響を受け苦戦を強いられたこともあり、減収となりました。代理店部門全体としては、直販から代理店への取引移行の減収分をわずかに補うことはできませんでした。

## 海外子会社の状況 ②

### 中国（ミルボン上海）

北京支店及び成都支店の現地人支店長が、ミルボンの考え方や活動をしっかりと理解して代理店へ好影響を与え始めていることが成果につながり始めています。また、すでに市場をある程度獲得している上海管轄の地域では、目先の成果ではなく、今後の成長を睨んで、代理店担当者の活動の質を上げていくなど地道な取り組みを行っています。製品別では、ファッションカラー「オルディーブ」が新色の導入効果もあり順調に推移しています。ヘアケアでは、サロントリートメント顧客の獲得への取り組みの成果もあり、グローバルミルボンが好調です。

### 韓国（ミルボンコリア）

競合他社の低価格ヘアカラーの市場参入が続き、苦戦を強いられていましたが、ミルボンの教育活動の質、製品の品質の優位性から順調にサロンを取り戻しており、ヘアカラーは前期比18.6%増となっています。ヘアケアでは、オージュアが品質や教育の質の高さを評価され大幅に売上を伸ばしており、ヘアケア全体としては、前期比34.5%増となっています。昨年導入されたストレートパーマ剤「ネオリシオ」は、柔らかい仕上がりによって導入店からの高い評価を得ており、パーマ部門は前期比115.1%増となりました。

### タイ（ミルボンタイランド）

前第1四半期は、前期比46.1%減と代理店を1社に絞った影響を特に大きく受けた四半期であり、当第1四半期はこの実績との比較になっています。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オルディーブの新色効果もあり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リペアラインの評価が高く窓口が順調に拡大しています。



## 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、今後、この世代を美容室の中核顧客とすることで拡大が期待される市場です。ヘアカラー部門では、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。