

第 64 期定時株主総会 事前質問へのご回答

当資料では、2024 年 3 月 28 日（木）の第 64 期定時株主総会の開催にあたり、事前に当社専用ウェブサイトからいただいたご質問の中から、株主の皆様のご関心の高い事項について、以下の通り、ご回答申し上げます。

Q1. 株価向上に向けた対応について ※ご参考：株主総会前日 3 月 27 日（水）終値 3,180 円

A1. 株式市場で高い評価を得るには、業績の持続的成長が第一と考えております。そのためには、コスト構造の変化を捉えた施策を打ち出し、中期事業構想の実現に向かって年度計画を着実に実行していくことが必要であり、その内容をご理解いただくため、引き続き株式市場との丁寧な対話を重ねてまいります。

Q2. 社内取締役が男性のみの理由

A2. 男女の別なく、能力のある人材を登用しております。また女性の社内取締役はいませんが、2022 年度から 2 名の女性を執行役員に登用しており、今後は取締役への登用も増えていくと考えております。

Q3. 研究開発に関する方針や費用について

A3. 研究開発費は売上に対して約 4～5%、年々増加傾向です。人件費の割合が多くを占めておりますが、他にも下記の通り将来に向けた投資の金額も含まれております。

- ①海外 R&D への投資
 - └ 海外のニーズに対応できる製品開発の強化のため
- ②イノベーションセンターの設置費用
 - └ 将来の市場を見据えた製品・サービスの開発に向けた産官学連携・協業を推進するため
- ③スキンケア、サプリメント開発における、性能・安全性評価のための試験費用
 - └ 「ビューティプラットフォーム構想※」実現のため

※「ビューティプラットフォーム構想」…「美容室のあり方改革」実現の施策として、美容室をヘアスタイルのためだけに訪れる場所ではなく、美を通じて地域の人々に豊かさを届けるビューティプラットフォームへと発展させていく構想。

Q4. 「エルミスタ」(ヘアードライヤー)の今後の販売戦略について

A4. 「エルジュエダ」ブランドよりエアコンク(噴霧ミスト)2種類を発売し、売上向上を図ります。

「エルジュエダ」の販売窓口軒数は約4万軒で、当社商品の中でも最も認知度の高いブランドです。「エルジュエダ」よりエアコンクを発売することで、「オージュア」、「milbon」取扱美容室のみに限定されていた「エルミスタ」の販売が、「エルジュエダ」取扱美容室でも可能になります。

これにより、「エルミスタ」をご紹介いただける美容室の軒数が増えることで、美容室顧客の体験数向上が見込まれ、美容室への導入・拡販により、売上向上につなげていきます。

Q5. 今後のPR活動(SNS等による発信を含む)について

A5. 当社では、美容室を通じて商品の魅力や情報を発信することこそ、当社ひいては美容市場の発展、豊かさに繋がると考えております。

そのため、当社商品を使用している美容室の顧客が、当社や商品への理解を深められるような認知活動を継続して行っています。

また、公式オンラインストアーズ「milbon:iD」の広がりなどにより、当社と美容室の顧客との接点も増加しています。今後は従来のPR活動に加え、美容室の顧客向けにも各種メディアを活用した施策も検討、実践し、ブランド認知を拡大することを通じて取引先美容室へ貢献してまいります。

《オウンドメディア・公式SNS》

- ・ Find Your Beauty Magazine (ヘアデザイナーを通じて、美しい生き方を応援するWEBマガジン)

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

- ・ Instagram

<https://www.instagram.com/milbon.japan/>

- ・ X (旧 Twitter)

https://twitter.com/milbon_FYB_MAG

以上