

# MILBON Sustainability Report 2026

- 美しさを通じた心豊かな社会の実現へ -

Beauty



Social



Environment



Governance



私たちミルボンは、  
世界中のヘアデザイナーを通じて、  
人々の美しい生き方を応援する  
グローバルプロフェッショナルメーカーです。

美しい生き方は人の心を豊かにし、  
豊かな心は文化を育み、  
文化を大切にする社会は平和をもたらします。

ミルボンはそう信じて、  
事業活動を通じた、  
持続可能な社会に貢献していきます。

#### サステナビリティ基本方針

ミルボンは、ヘアデザイナーを通じて、  
美と心の豊かさに繋がる美容産業を創造することで、  
持続可能な社会の実現をめざします。

● Top Commitment トップコミットメント

# 「美しさ」を通じた持続可能な社会への貢献 それこそがミルボンの存在意義

**私** たちミルボンは、『美しさを拓く。Find Your Beauty』をコーポレートスローガンに、美容室専売のヘア化粧品を中心とした製品を製造・販売するグローバルプロフェッショナルメーカーです。美しい生き方は人の心を豊かにし、豊かな心は文化を育み、文化を大切にす社会は平和をもたらす。私たちはそうした「美しさ」の力を信じ、1960年の創業以来、世界中の美容室・美容師を通じて、人々の美しい生き方に寄り添い続けています。そしてこれこそが、ミルボンだからこそできる持続可能な社会への貢献であり、存在意義であると考えています。

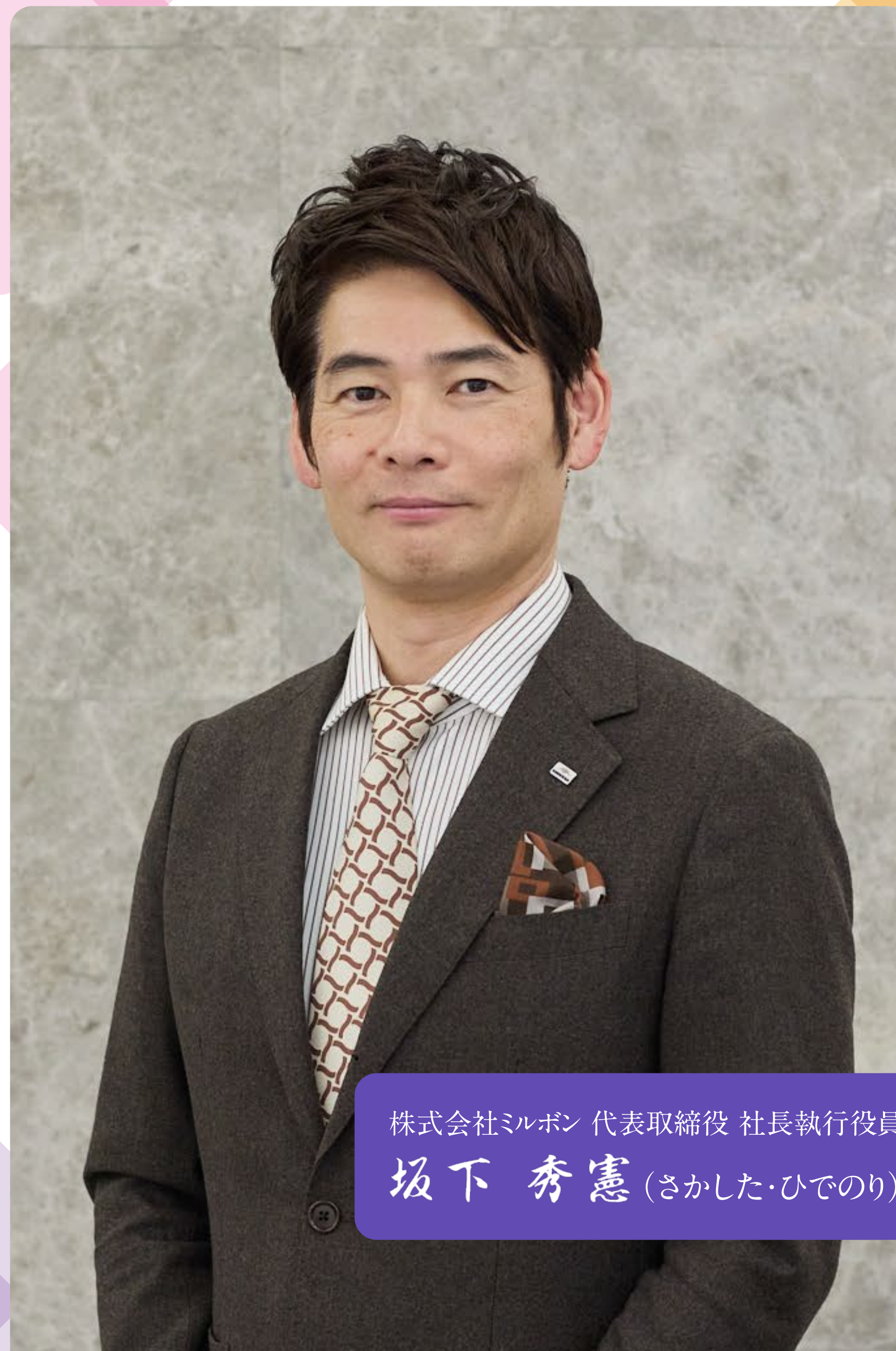
こうした想いを土台に2022年度から推進しているサステナビリティコミットメント「5つの最重要課題」では、当社の事業を美容室・美容師、さらにはあらゆる国と地域の人々にとっての「美しく生きるためのインフラ」として機能させるために、「美しさを通じた心の豊かさの実現」を中核に据えています。目標KPIである当社公式オンラインストアーズ「milbon:iD」の会員登録者数は2025年度に104万人となり、目標の100万人を1年前倒しで突破したほか、新たな美容室空間を創出する「スマートサロン」の展開も60都市83軒まで拡大しています。

そして、当社事業は今や、グローバルサプライチェーンのあらゆる段階で環境や社会と密接につながっており、事業継続にはサプライチェーン全体と社会自体が持続可能であることが前提条件です。だからこそ、環境や社会に悪影響を与える要因につ

いて、把握・実践できる範囲から負荷を最小限に抑える取り組みを推進しており、環境・人権領域では、目標との乖離が見られていた石油由来バージンプラスチック使用量削減率、RSPO認証パーム油採用率において、2025年度に大幅な伸長を果たし、こちらも2026年度目標を前倒しで達成することができました。

加えて、持続的な事業成長の社内基盤の強化に関するKPIでは、社外取締役の3分の1以上の登用や、女性役員の積極登用、国際性を含む多様なスキルの確保において目標とする水準を維持しています。一方で、働きがいのある職場環境に向けた取り組みに関しては、有給休暇取得率で目標を達成しているものの、若手社員離職率では課題を残しており、「対話」を軸とした組織全体での改善を強化しております。

2026年度は現中期事業構想の最終年度を迎え、次期中期事業構想に向けて、当社のマテリアリティの見直しを図る重要な年となります。現マテリアリティの策定当初に比べ、当社の状況だけでなく、社会の状況も大きく変化している上、その変化のスピードも速まっている中、重要になるのは、時代の変化を確実に捉えつつも、当社の理念に立ち返り、当社だからこそやるべきことをしっかりと見極め、未来に向けて挑戦を続けることです。ステークホルダーの皆様の意見を踏まえつつ、経営層が一体となって議論・検討を重ね、美しさを通じた心豊かで持続可能な社会の実現へ、実効性の高いマテリアリティを策定し、推進を一層加速させてまいります。



株式会社ミルボン 代表取締役 社長執行役員

坂下 秀憲 (さかした・ひでのり)

# INDEX

<b>Introduction</b>	Top Commitment トップコミットメント ..... 03
	Committee Chairman Comment サステナビリティ推進担当取締役メッセージ ..... 10

<b>Sustainability</b>	Overview of Sustainability ミルボンのサステナビリティの全体像 ..... 05
	Materiality -Five Key Challenges- 5つの最重要課題 ..... 11

## 2025年度のB+ESGの主な取り組み

<b>Beauty</b>	-Beauty- ミルボン × 美しさ ..... 21
---------------	------------------------------



<b>Environment</b>	-Environment- ミルボン × 環境 ..... 25
--------------------	----------------------------------



<b>Social</b>	-Social- ミルボン × 人と社会 ..... 30
---------------	-------------------------------



<b>Governance</b>	-Governance- ミルボン × ガバナンス ..... 34
-------------------	------------------------------------

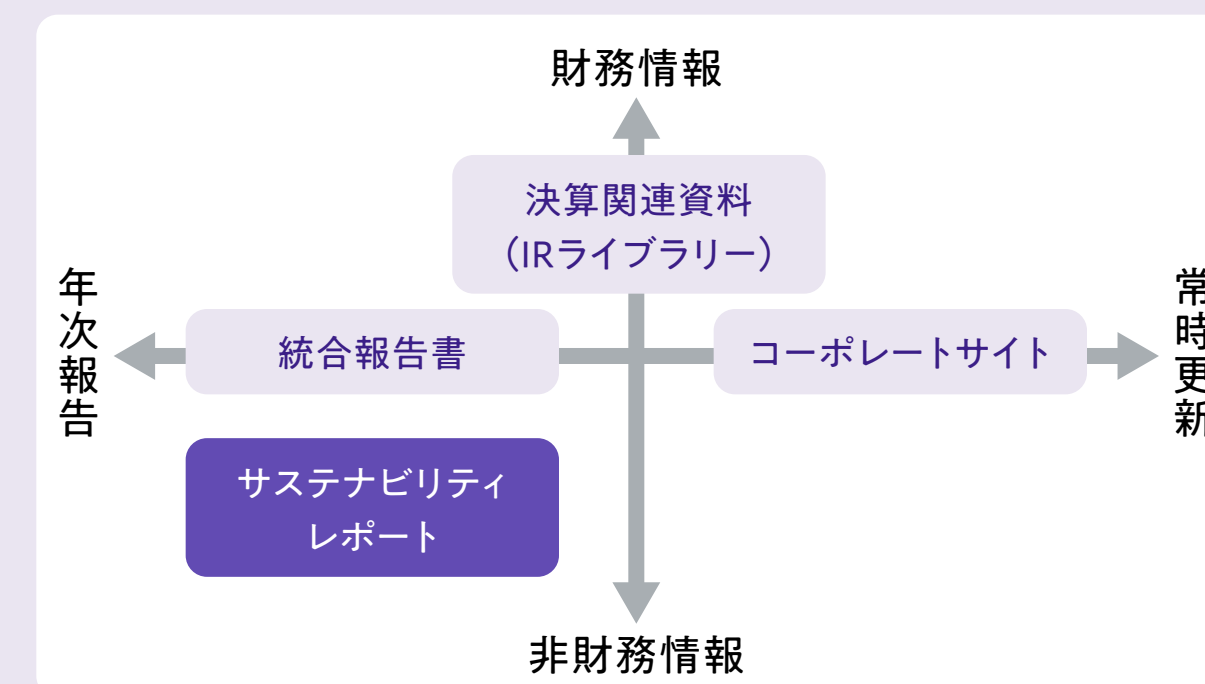


<b>Review</b>	Objective Review 社外取締役によるレビュー ..... 38
---------------	---

<b>Data</b>	Data 社会との連携・外部評価、ESGデータ等 ..... 39
-------------	--------------------------------------

## 情報開示体系

情報の種類やステークホルダーの皆様の関心に応じて、様々な媒体で当社の取り組みを開示しています。サステナビリティレポートにおいては、主に年次の非財務情報に関する開示物と位置付け、サステナビリティに対する考え方や主な取り組みについて詳細に掲載しています。



情報開示ツール	内容
統合報告書	<b>年次</b> 当社のビジネスモデルや理念をベースに、この1年間にフォーカスした事業の成果・今後の目標・サステナビリティ関連活動等について、年1回報告しています。
サステナビリティレポート	<b>年次</b> サステナビリティ関連活動等についての詳細を年1回報告しています。
IRライブラリー	<b>主に四半期</b> 決算短信、決算説明会資料、有価証券報告書等、経営成績や財務諸表等の財務情報を中心に報告しています。 ▶「IRライブラリー」はこちらのページをご覧ください <a href="https://www.milbon.com/ja/ir/library/">https://www.milbon.com/ja/ir/library/</a>
コーポレートサイト	<b>常時</b> 当社基本情報含め、財務・非財務について網羅的な情報を常時掲載しています。 ▶「株主・投資家情報」はこちらのページをご覧ください <a href="https://www.milbon.com/ja/ir/">https://www.milbon.com/ja/ir/</a> ▶「サステナビリティ」に関する情報はこちらのページをご覧ください <a href="https://www.milbon.com/ja/sustainability/">https://www.milbon.com/ja/sustainability/</a>

## ステークホルダーの皆様へ

本サステナビリティレポートの内容に関してご意見をお聞かせください。

※アンケートフォームは二次元バーコードからアクセスください。

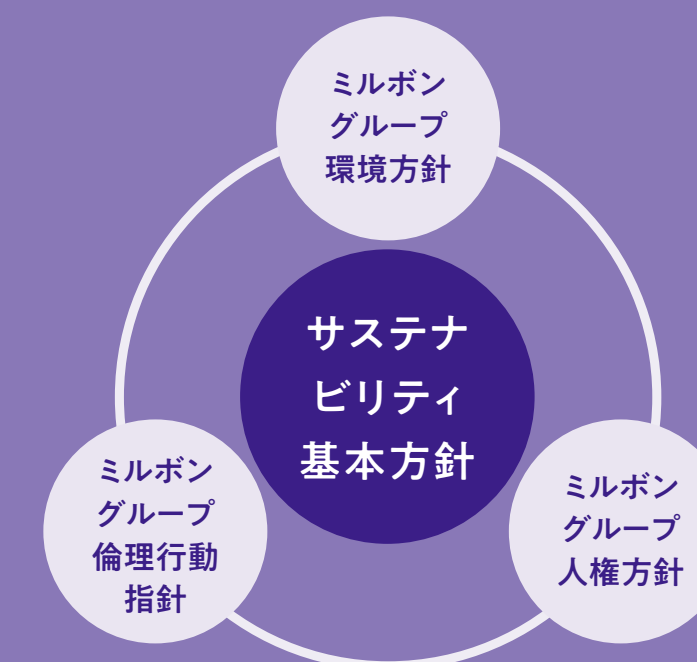




## Overview of Sustainability

# ミルボンの サステナビリティの全体像

- 価値創造とサステナビリティ
- ミルボンのサプライチェーンについて
- サステナビリティの考え方と推進体制
- サステナビリティ推進担当取締役メッセージ



「Sustainability」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/>

- Overview of Sustainability サステナビリティの全体像

## ミルボンの価値創造とサステナビリティ

ミルボンは、「すべては、ヘアデザイナーとともに」という根幹となる理念のもと、創業以来一貫して『美容室の増収増益』を戦略の中心に据えた事業活動を行っています。当社社員の行動指針である「THE MILBON WAY」、フィールドパーソンシステムと TAC 製品開発システムという「独自のビジネスモデル」、向かうべき姿である「中期5カ年事業構想」を価値創造の3つの源泉としながら、サステナビリティコミットメントを中核の一つに位置付け、その推進による「美しさを通じた心豊かな社会」の実現を目指しています。

### サステナビリティ基本方針

ミルボンは、ヘアデザイナーを通じて、  
美と心の豊かさに繋がる美容産業を創造することで、  
持続可能な社会の実現をめざします。

#### ミルボングループ環境方針

全文 ▶ [https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/environmental\\_policy.html](https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/environmental_policy.html)

#### ミルボングループ人権方針

全文 ▶ <https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/policy.html>

#### ミルボングループ倫理行動指針

全文 ▶ [https://www.milbon.com/ja/company/way\\_we\\_are/ethics.html](https://www.milbon.com/ja/company/way_we_are/ethics.html)

### ミルボンの価値創造プロセス

#### VALUE 美しさを通じた心豊かな社会の実現

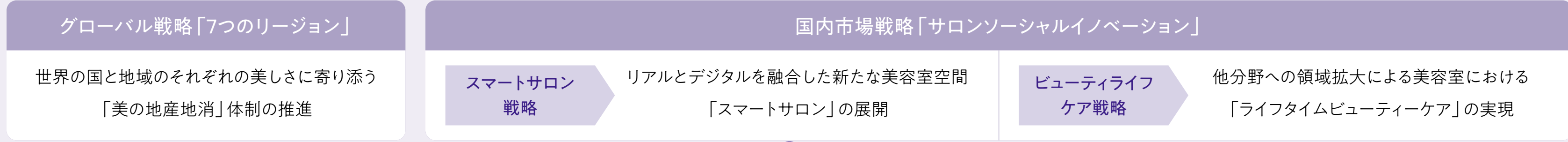
・ヘアデザイナーを通じた、美と心の豊かさにつながる美容産業の創造 ・国や地域によって異なる、人々の美しい生き方に寄り添い、住み続けられるまちづくりに貢献

2026年度の  
あるべき姿

2022-26 中期事業構想 ～Stage for the Future～

OUTCOME

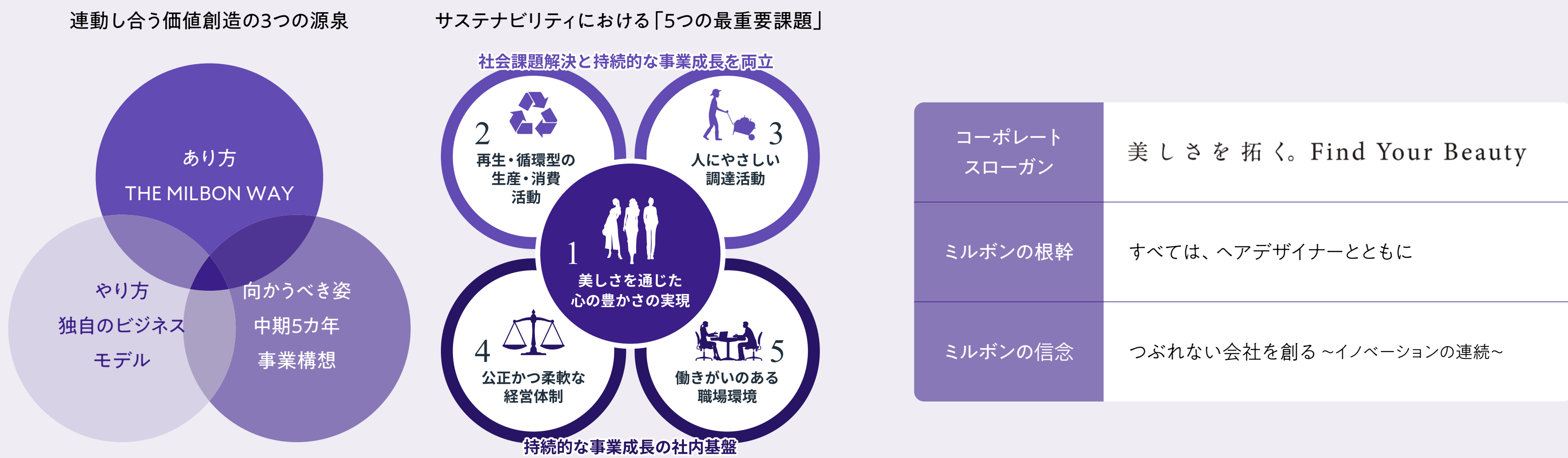
本質的な社会・生活視点での“プロフェッショナル価値”を生み出す、グローバルメーカーとしての企業体を創出し、アジアNo.1、世界ベスト5をめざす。



OUTPUT

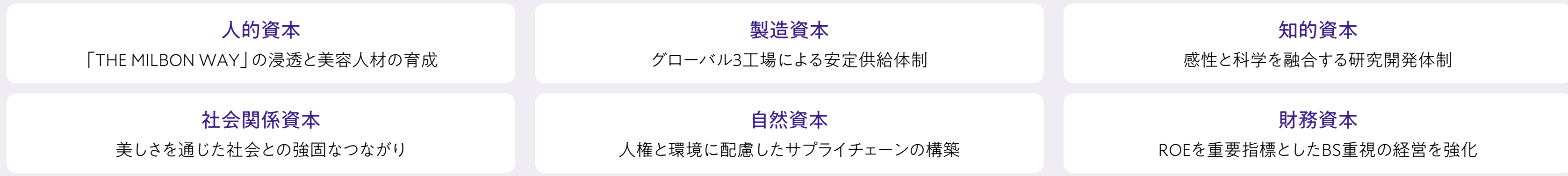
美容室の増収増益

価値創造の  
プロセス



経営資源への還元

主な資本



● Overview of Sustainability サステナビリティの全体像

# ミルボンのサプライチェーンについて

企画・研究開発から、製品使用後の廃棄に至るまで、サプライチェーンの全てのプロセスにおいて、環境と人権に配慮した取り組みを積極的に推進しています。

## 1 企画・研究開発



ミルボン

美容師やエンドユーザーからの生の声を活かして企画・開発をしています。開発の過程では、安心・安全を最優先に、環境負荷低減やクルエルティフリーなどに配慮した研究も行っています。

## 2 調達



サプライヤー

RSPO認証パーム油の積極採用など、製品の原材料の一つひとつにおいて、環境と人権に配慮した調達に努めています。また、サプライヤー様とともに持続可能な調達活動への取り組みを推進し、製品の安定した供給にも取り組んでいます。

## 3 生産



当社工場

国内基幹生産工場「ゆめが丘工場」をはじめとして、CO2排出量削減や水資源保全など、環境に配慮した生産に取り組んでいます。さらに海外2工場でも日本と同等の高い品質と、安定生産・安定供給を目指した生産活動を行っています。

## 4 物流・輸送



物流事業者

代理店、美容室、エンドユーザーの3つの物流ルートを持ち、物流事業者や他社と協働して積載効率の向上等による環境負荷の低減などに取り組みながら、製造した製品をお届けしています。

## 5 営業・教育・販売促進



ミルボン・代理店

代理店と協働しながら、リアルとデジタルの両面による教育活動を中核に、美容室の増収増益に貢献する独自の営業・教育支援システムを展開しています。

## 6 使用



美容室・家庭

美容師がお客様にヘアカラーやヘアケア等の施術をする際に使用するだけでなく、美容室で販売する知販品<sup>\*</sup>はエンドユーザーが各家庭で日常的に使用しています。

<sup>\*</sup>知販:専門知識を持つ美容師による技術情報の提供を伴う物販

## 7 廃棄



ミルボン・美容室・家庭

詰め替えパウチの採用やリサイクルしやすい容器素材の採用などによる「4R」を推進しています。さらに、官民一体となった水平リサイクルの実現に向けた取り組みなどにも積極的に参画しています。

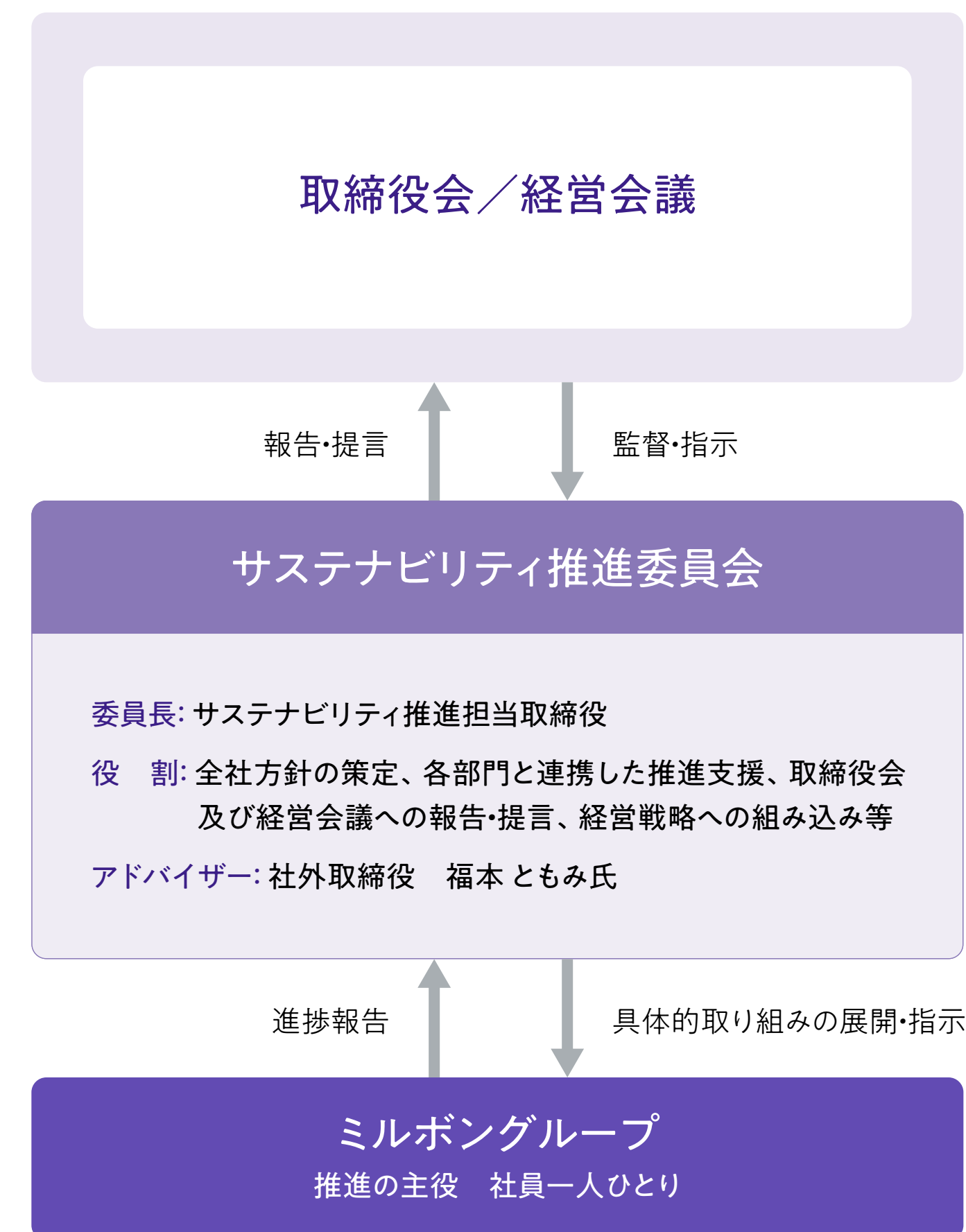
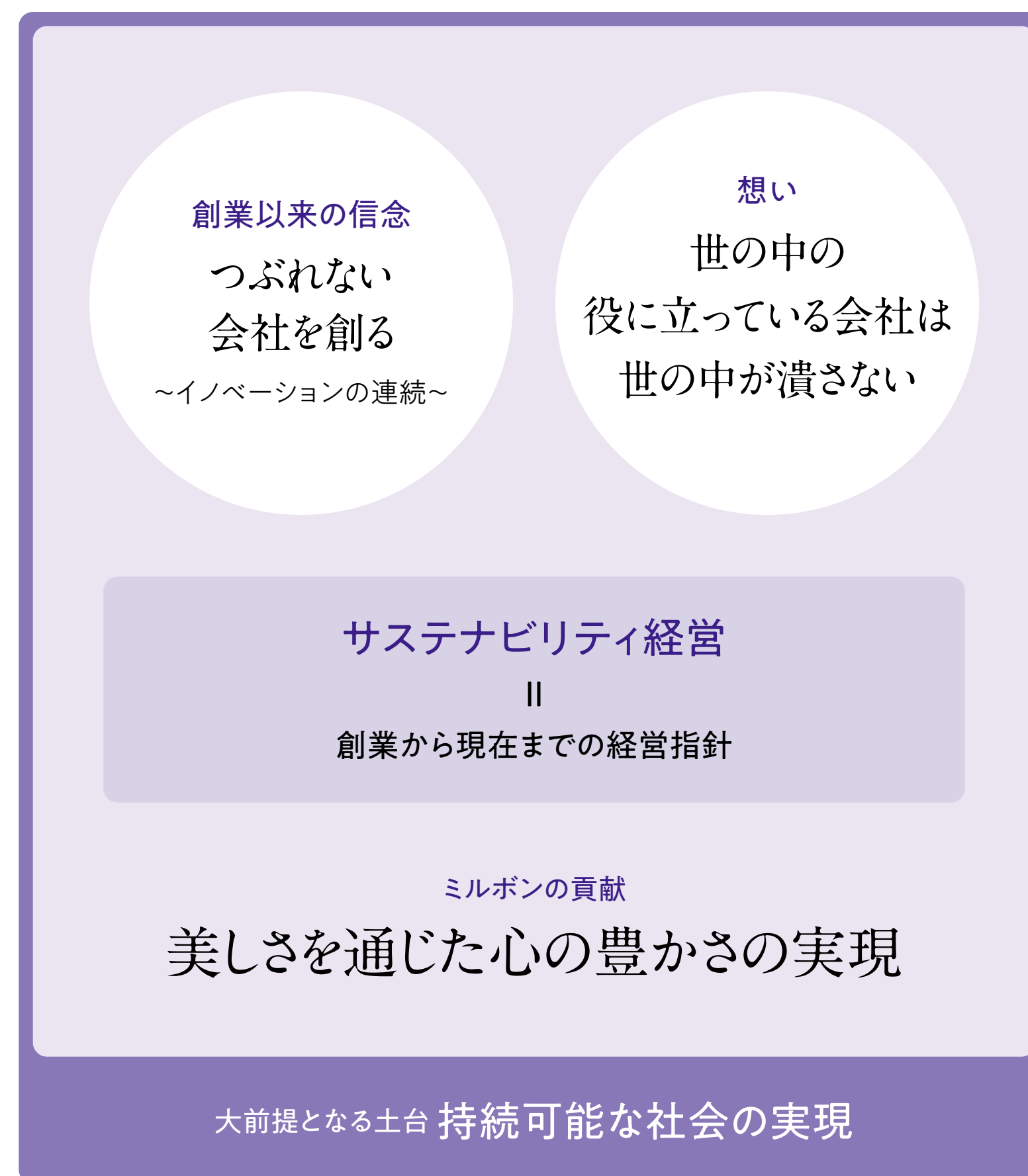
- Overview of Sustainability サステナビリティの全体像

# サステナビリティの考え方と推進体制

ミルボンには、創業以来受け継がれている「つぶれない会社を創る」という信念があります。これは「世の中の役に立っている会社は世の中が潰さない」という確信に基づき、時代や社会の変化に対応したイノベーションの連続によって、常に世の中の役に立ち続けていくという当社の志を表した言葉であり、当社ではこの信念のもと、最大のパートナーである美容室・美容師を通じて、「美しさを通じた心の豊かさ」を提供し続けることで、社会に貢献しています。

当社が「美しさ」を通じて将来にわたり社会に貢献し続けるためには、当社自身が持続可能でなくてはならないとともに、その土台である社会自体もまた持続可能であることが大前提となります。だからこそ、当社では、「美しさ」を通じて持続可能な社会に貢献し続けるために、サプライチェーン全体でサステナビリティに向き合い続けています。

推進に向けては、取締役会・経営会議の監督のもと、サステナビリティ推進担当取締役を委員長としたサステナビリティ推進委員会を中心に、全社方針を定めた上で各部門と連携を密にし、社員一人ひとりが推進の主役として、自ら考え、行動する体制を構築しています。



● Committee Chairman Comment サステナビリティ推進担当取締役メッセージ

## さらなる推進へ、事業とサステナビリティの統合的マネジメントを追求する

ミルボンでは、サステナビリティの取り組みを本格化した2019年度以降、「社員一人ひとり」を推進の主役に位置付け、全社での意識醸成を土台とした積極的な推進を図っています。

推進にあたっては、サステナビリティ推進担当取締役である私を委員長とするサステナビリティ推進委員会が中心となり、全社方針の策定、各部門と連携した推進支援を担うとともに、取締役会及び経営会議への定期報告を通じて、経営層による監督を受けながら、経営戦略との連動を強化しています。2025年度からは、サントリーグループにおけるESG・サステナビリティ推進で豊富な経験を有する社外取締役の福本ともみ氏に推進委員会のアドバイザーとして参画いただき、当社の課題に対するご意見をいただいているほか、先行する他社事例を参考としながら改善を続けています。

さらに、2025年度までは委員会内に設置した「教育推進」と「TCFD/TNFD」の2つのワーキンググループにより全社推進の土台を構築し、2026年度からは、これらのテーマにおいて土台となる戦略策定から実行フェーズへと活動が進んだことを受け、ESG推進室が実務を、サステナビリティ推進委員会が統括・モニタリングを担う体制に移行しています。

社内浸透の促進においては現在でも毎年、新入社員研修で勉強会を実施しているほか、2020-2025年度にかけては最新の社会動向や社内の取り組みを共有する社内向けWEBマガジンを定期発行するなど、継続的な接点の創出を続けてきました。近年は、地域連携型のフィールドワークを導入するなど、実践的な教育の充実も図っています。

こうした取り組みによって、「5つの最重要課題」の中核である「美しさを通じた心の豊かさの実現」に向けては、美容室・美容師が心豊かで持続的な社会の実現に不可欠な存在であるという信念のもと、社員一人ひとりが持続可能な社会への貢献をより実感しながら活動する風土が醸成され始めています。

具体的には、環境領域において生産本部を中心にエネルギーや水資源に関する取り組みが積極的に進んでおり、製造にかかるコストダウンにも寄与しています。さらに2025年度までに、グループ全体のCO2排出量の90%超を占めるScope3までを含めたサプライチェーン全体の排出量の算定が完了し、算定にあたっては、美容室や生活者による製品使用段階における排出係数を独自に整理し、データベース化しております。これにより、2050年のカーボンニュートラル実現という目標に向けた削減シナリオを現実的に検討できる基盤が構築されております。

そして、当社の価値創造の根幹である「人」への取り組みにおいても2025年度には株式会社リンクアンドモチベーションの従業員エンゲージメント調査「中堅企業部門(1,000名以上)」で上位10社として表彰を受けるなど、一定の成果を残しています。一方で、そのエンゲージメントに加え、若手社員離職率といった指標では改善余地が残されていることから、現在、人事評価制度と生産性指標の整合性、エンゲージメント向上施策、マネジメント層との対話強化を軸として、制度全体の再設計を進めています。

現中期事業構想の最終年度である現在は、2027年度以降の次期中期を見据え、マテリアリティの再定義を進めている最中です。サステナビリティの取り組みはCSRではなく、当社が持続的に成長するための重要課題であることから、社会へのインパクトと財務インパクトの双方を軸に評価を行うとともに、社員が自分ごととして捉えられるテーマ設定も重視しています。今後はステークホルダーダイアログを実施の上、経営会議・取締役会での審議を経て最終決定していく計画であり、事業とサステナビリティの統合的なマネジメント体制の高度化を追求し続けることで、美と心の豊かさにつながる美容産業の創造と持続可能な社会への貢献の両立を目指してまいります。



株式会社ミルボン  
取締役 常務執行役員、サステナビリティ推進担当  
サステナビリティ推進委員会委員長  
森本 淳二 (もりもと・じゅんじ)



## Materiality -Five Key Challenges- 5つの最重要課題

- マテリアリティ「5つの最重要課題」と選定のプロセス
- 5つの最重要課題のKPIと目標及び進捗一覧
- 最重要課題1 美しさを通じた心の豊かさの実現
- 最重要課題2 再生・循環型の生産・消費活動  
最重要課題3 人にやさしい調達活動
- 最重要課題4 公正かつ柔軟な経営体制  
最重要課題5 働きがいのある職場環境

「ESG/SDGs マトリックスと5つの最重要課題」詳細：[https://www.milbon.com/ja/sustainability/esg\\_sdgsmatrix.html](https://www.milbon.com/ja/sustainability/esg_sdgsmatrix.html)

- Materiality -Five Key Challenges- 5つの最重要課題

## マテリアリティ「5つの最重要課題」と選定のプロセス

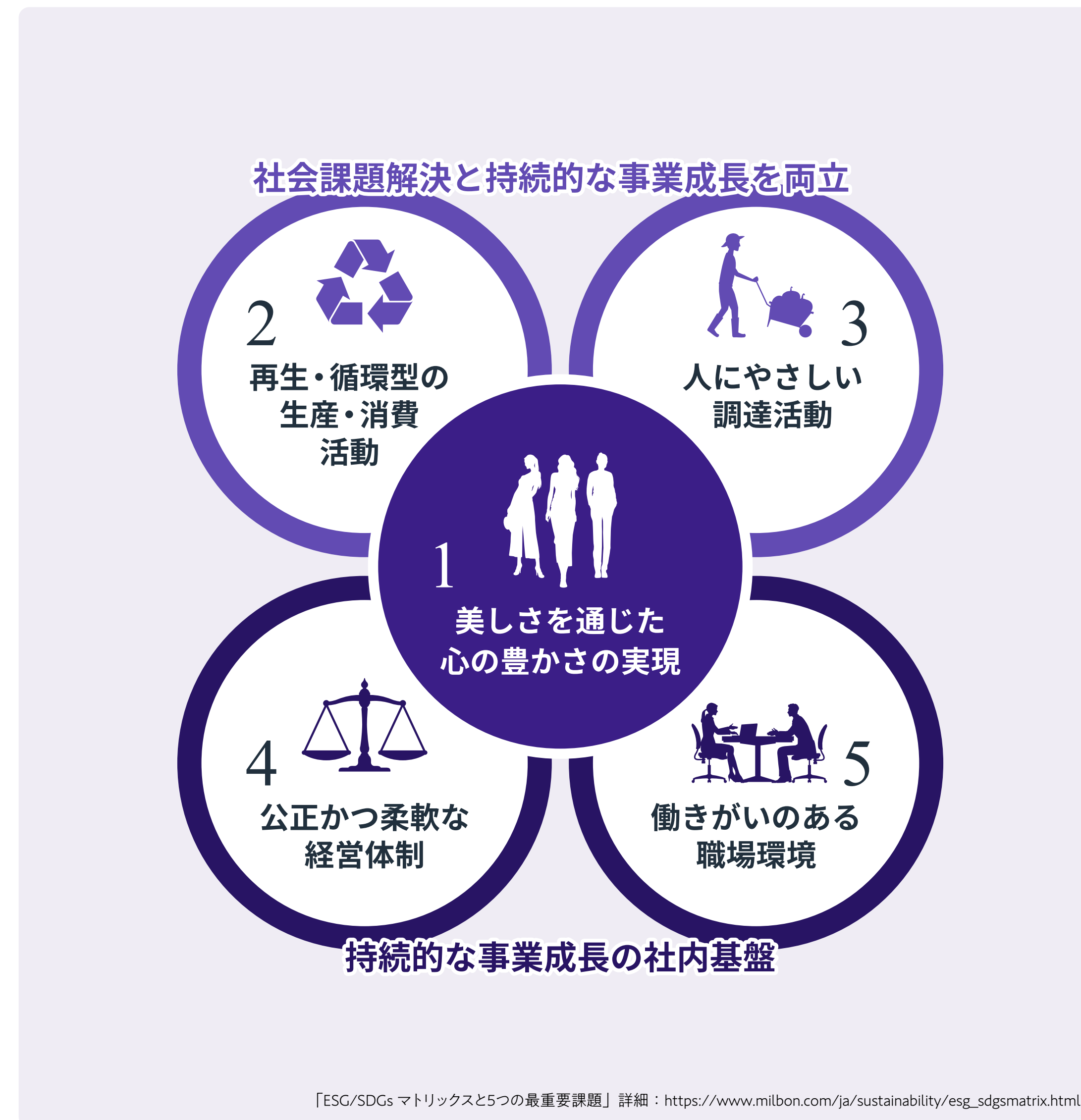
ミルボンでは、サステナビリティ活動を事業戦略の中核に位置付け、事業活動全体での推進を図るために、サステナビリティ推進委員会を中心に「ISO26000」「SDGs17目標」「ESG」の3つの視点から当社として行うべき活動項目の検討を行い、社内各部門、社外有識者、経営層の意見を集約した「ESG/SDGsマトリックス」を整理しています。

マテリアリティ「5つの最重要課題」の選定では、特に当社の事業活動と関連性が高く、ステークホルダーの皆様からの期待及び関心が高い課題を再評価した上で、「社会課題の解決」「持続的な事業の成長」「社内基盤の構築」の3つのポイントから選定し、中長期KPIを定めて重点的に取り組みを進めています。

### 「5つの最重要課題」の選定プロセス



## Sustainability Commitment 5つの最重要課題



● Materiality -Five Key Challenges- 5つの最重要課題

# 5つの最重要課題のKPIと目標及び進捗一覧

## ステークホルダーとの価値共創



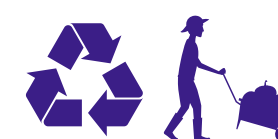
### 最重要課題1 美しさを通じた心の豊かさの実現

OUTCOME: 「美」のプロフェッショナルである美容師を通じた、美しく心豊かな社会の実現

ミルボンでは、美しさは人々の心の豊かさにつながり、人々が心豊かに生きることのできる社会は持続可能な社会へとつながるものと信じています。

そのため、マテリアリティの中核である最重要課題1では、当社事業のパートナーであり、「美」のプロフェッショナルである美容師・美容室の提供するサービスを、よりシームレスに、より高品質に生活者にお届けするための施策を推進しています。

## 社会課題の解決と持続的な事業成長を両立



### 最重要課題2 再生・循環型の生産・消費活動

OUTCOME: サプライチェーン全体でのサーキュラーエコノミーの加速

### 最重要課題3 人にやさしい調達活動

OUTCOME: 持続可能なサプライチェーンの構築

ミルボンが「美しさを通じた心の豊かさの実現」によって持続的な社会に貢献するためには、事業活動の土台である社会そのものが持続可能でなくてはなりません。

そのため、社会的存在である企業の責務かつ持続的な事業成長の実現へ、気候変動をはじめとした様々な環境課題や、人権をはじめとする社会課題の解決を推進しています。

## 持続的な事業成長の社内基盤



### 最重要課題4 公正かつ柔軟な経営体制

OUTCOME: 持続可能な企業価値向上に向けた経営基盤の構築

### 最重要課題5 働きがいの職場環境

OUTCOME: 社員が働きがいのある、働き続けられる職場環境の実現

ミルボンが「美しさ」を通じて社会に貢献し続けるためには、土台となる社会そのものが持続可能でなくてはならないと同時に、当社自身もまた持続可能であり続けることが大前提となります。

そのため、持続的な事業成長のための経営基盤の強化に加え、当社の価値創造の源泉である社員一人ひとりが、働きがいを感じ、働き続けられる体制・制度の実現に向けた取り組みを推進しています。

重点取り組みテーマ		KPI [中長期テーマ]	2024年実績	2025年実績 ※2026年目標をすでに達成している 数値等はカラーで記載	2026年目標	2030年目標	SDGs17目標
ステークホルダーとの価値共創	美しさを通じた心の豊かさの実現 【最重要課題1】	リアルとデジタルを活用した知販*ビジネスの確立  *知販: 専門知識を持つ美容師による技術情報の提供を伴う物販	①milbon:iD会員登録者数 87.0万人 ②ミルボン知販メソッド(スマートサロン)の展開都市数 50都市62軒	104万人 60都市83軒	▶100万人 ▶100都市500軒	▶— ▶—	3 3 5 11 16 17
	ライフタイムビューティパートナー育成	①スタジオ・イベント・教育動画年間延べ利用人数 24.4万人 ②エデュケーションiD会員登録者数 5.1万人	22.5万人 6.5万人	▶33.5万人 ▶10万人	▶— ▶—	3 3 5 11 16 17	

再生・循環型の生産・消費活動 【最重要課題2】	カーボンニュートラル生産体制の構築	ゆめが丘工場のCO2排出量削減率(2019年比)	82.2%削減	<b>81.4%削減</b>	▶75%削減	▶カーボンニュートラル実現	
	サステナブルな容器包装の設計	石油由来バージンプラスチック使用量削減率(2020年比、売上高原単位)	11.6%削減	<b>16.4%削減</b>	▶15%削減	▶30%削減	
人にやさしい調達活動 【最重要課題3】	サステナブルなパーム油の調達	RSPO認証パーム油採用率(MB+B&C)	24.4%	<b>50.8%</b>	▶50%	▶100%	
	サプライチェーンにおける人権の尊重	デューデリジェンスによる人権侵害発生件数	0件	<b>0件</b>	▶可能な限り人権侵害ゼロ	▶可能な限り人権侵害ゼロ	
公正かつ柔軟な経営体制 【最重要課題4】	取締役会の多様性の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>①社外取締役の登用</li> <li>②女性役員の積極登用</li> <li>③国際性を含む、多様なスキルの確保</li> </ul>	社外取締役5名(5/12) 女性役員3名(3/15) 海外勤務経験を有する役員6名(6/15) <small>※執行役員では外国籍社員1名登用</small>	<b>社外取締役5名(5/12)</b> <b>女性役員3名(3/15)</b> <b>海外勤務経験を有する役員6名(6/15)</b> <small>※執行役員では外国籍社員1名登用</small>	▶継続的に3分の1以上登用 ▶積極的に女性役員を登用 ▶国際性を含む、多様なスキルの確保の実現	▶— ▶— ▶—	
	取締役会の実効性向上	第三者機関評価を通じた、重要課題の選定と改善活動の進捗	継続実施中	<b>継続実施中</b>	▶毎年の課題設定に対して継続的な改善活動を行う	▶—	
	働きがいのある職場環境 【最重要課題5】	働き続けたいと感じる体制・制度の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>①若手社員の離職率 <small>※直近5年の若手社員(新卒~3年目)の離職率平均</small></li> <li>②有給休暇取得率</li> <li>③エンゲージメントサーベイ</li> </ul>	11.7% 72.9% エンゲージメントサーベイの実施、重要項目・目標の設定	<b>12.8%</b> <b>75.6%</b> <b>エンゲージメントサーベイの実施、重要項目・目標の設定</b>	▶9% ▶70% ▶エンゲージメントサーベイの継続	▶6% ▶80% ▶—

社会課題の解決と持続的な事業成長を両立

持続的な事業成長の社内基盤

- Materiality -Five Key Challenges- 5つの最重要課題

## ステークホルダーとの価値共創

美しさとは、それぞれの地域・文化とともにあるものであり、美しくなることは、心を前向きに社会へと踏み出す原動力となるものです。そのためミルボンでは、お客様一人ひとりの美しさを引き出すことができる美容室・美容師の価値向上の支援をすることこそ、最も重要な使命だと考えています。



最重要課題1

### 「美しさを通じた心の豊かさの実現」の取り組みと進捗

OUTCOME: 「美」のプロフェッショナルである美容師を通じた、美しく心豊かな社会の実現

#### 重点取り組みテーマ1: リアルとデジタルを活用した知販ビジネスの確立

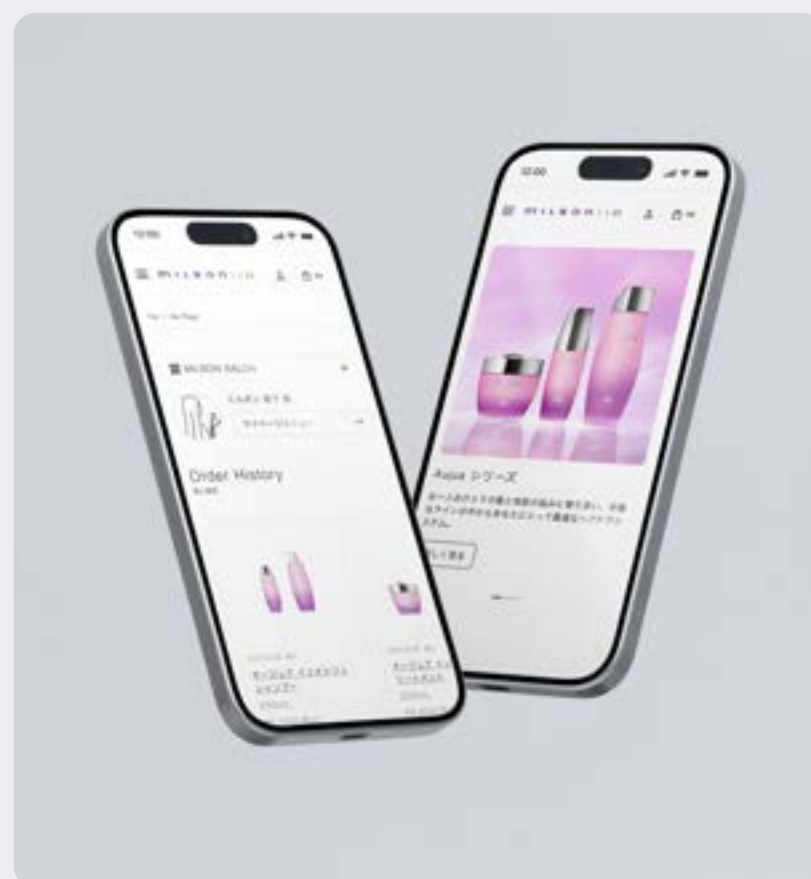
##### KPI① ミルボン公式オンラインストアーズmilbon:iD会員登録者数

2024年実績	2025年実績	2026年目標
87万人	104万人(前年比+17万人)	100万人

##### KPI② ミルボン知販メソッド(スマートサロン)の展開都市数

2024年実績	2025年実績	2026年目標
50都市62軒	60都市83軒 (前年比+10都市21軒)	100都市500軒

#### 美容室とお客様を365日つなぐ「美容のインフラ」へ



milbon:iDは、美容室とお客様がリアルでの来店時のみならず、24時間365日つながり続けられるようになることで、ヘアデザイナーを通じた人々の美しく心豊かな生き方に貢献するコミュニケーションツールです。

2020年の本格稼働以来、急速に支持を拡大し続け、2025年度は、ライブコマース・チャネルの進化をはじめとした美容室とお客様の接点強化に取り組んだ結果、ライブコマース単体で出荷額が1億円を突破しました。また、休眠会員の活性化と新規会員の獲得を進めたことにより、会員数は104万人に到達し、中期目標を前倒しで達成しました。2026年度は、会員数115万人を新たな目標に掲げ、美しさにアクセスする機会をより利便性高く、円滑に提供する「美容のインフラ」として、機能・発展させていきます。

#### 体験価値の向上で美容室の新たな在り方へ



リアルとデジタルとの融合により新たな美容室体験を可能とする「スマートサロン」は、お客様と知販品の接点の増加につながる顧客体験価値の創造によって、人口減少に伴う客数減少という課題に直面する美容室の生産性向上と、人々の美しい生き方に貢献する新しい美容室のあり方です。

2025年度は全国60都市83軒へ拡大し、トライアルを起点とした顧客体験設計とmilbon:iD連携により、美容室の生産性と顧客体験価値の向上に寄与しました。今後は、サービス認知向上と体験コンテンツ活用の拡大を進めながら、成功モデルの展開を加速させ、持続可能な美容室の発展と「美容のインフラ」構築を推進していきます。

最重要  
課題1

## 「美しさを通じた心の豊かさの実現」の取り組みと進捗

OUTCOME: 「美」のプロフェッショナルである美容師を通じた、美しく心豊かな社会の実現



## 重点取り組みテーマ2: ライフタイムビューティパートナー育成

## KPI① スタジオ・イベント・教育動画年間延べ利用人数

2024年実績	2025年実績	2026年目標
24.4万人	22.5万人(前年比-1.9万人)	33.5万人

## 「教育」を通じて美容室の付加価値向上と増収増益を支援



美容師の成長を支援するため、スタジオを活用した教育セミナーやイベントといったリアルな機会提供と、動画配信をはじめとしたオンラインコンテンツの提供を拡充し、多様化する美容師像に対応した専門性・キャリア・アビリティの3軸での教育を推進しています。

2025年度は、11,684名が当社ソムリエ育成制度のカリキュラムを活用し、ソムリエ認定者は1,750名、さらに美のスペシャリストであるビューティソムリエには過去最多となる134名が認定されています。また、キャリア別のカリキュラム受講者は933名、DA・KA・ビューティフェスなどのイベント参加者も15,587名と拡大しており、今後はグローバル基準の整備、教育の普及を進めながら、「教育」を通じた美容室の付加価値向上と増収増益を支援することで、美容室・美容師に欠かせないパートナーとなることを目指していきます。

## KPI② エデュケーションiD会員登録者数

2024年実績	2025年実績	2026年目標
5.1万人	6.5万人(前年比+1.4万人)	10万人

## 多様化する働き方に寄り添う教育で「生涯美容師」の育成を



働き方改革や働き方の多様化によって教育時間の確保が課題となっている美容室に寄り添い、人々に質の高い美容サービスを提供できるよう、美容師の教育を支援するオンラインサービス「エデュケーションiD」を展開しています。

2025年度は、ヘアカラーレシピや売上づくりなど実践的コンテンツを拡充し、遠隔地サロンへの情報提供と美容学生登録を推進したことにより、新規登録者が13,301人、累計登録者は64,920人まで拡大しました。今後は、美容師・美容学生がキャリアや強み、課題に応じた最適な学びを得る際の「教育プラットフォーム」に発展させることで、あらゆる美容師が「生涯美容師」としてお客様に寄り添い続けることのできる環境の支援を強化していきます。

- Materiality -Five Key Challenges- 5つの最重要課題

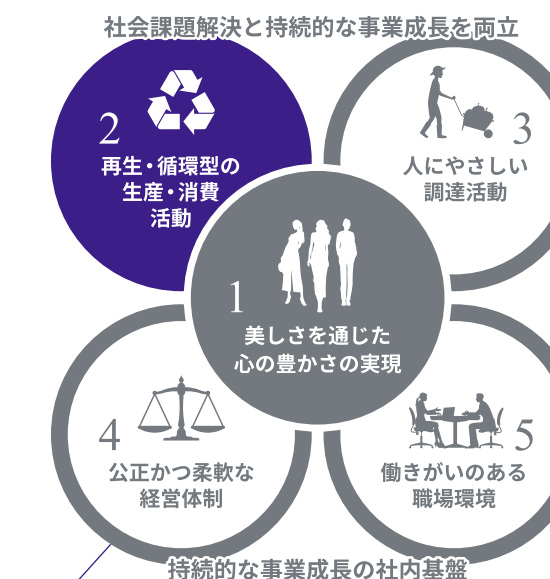
## 社会課題の解決と持続的な事業成長を両立

最重要  
課題2

### 「再生・循環型の生産・消費活動」の取り組みと進捗

OUTCOME: サプライチェーン全体でのサーキュラーエコノミーの加速

「美しさを通じた心の豊かさの実現」によって持続的な社会に貢献する上では、事業活動の土台である社会そのものが持続可能でなくてはなりません。そのためミルボンでは持続的な事業成長に向け、調達、生産、消費・廃棄に至るサプライチェーン全体で、環境や人権をはじめとする社会課題の解決を推進しています。



### 重点取り組みテーマ1: カーボンニュートラル生産体制の構築

KPI 基幹生産工場「ゆめが丘工場」のCO2排出量削減率 ※2019年比

2024年実績	2025年実績	2026年目標
82.2%削減	81.4%削減 (前年比0.8ポイント低下)	75%削減

#### CO2排出量削減を推進し、2030年のカーボンニュートラル実現へ



当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」のCO2排出量削減に向け、2025年度はCO2フリー電力の100%調達の継続に加え、省エネ設備の改善を推進しました。空調室外機への遮熱塗装や照明のLED化、蒸気への薬品添加によるボイラー効率向上により、電力・熱の両面で排出削減を進めました。その結果、CO2排出量削減率は81.4%となり、2023年以降は継続して2026年目標を達成しています。

一方で、工程設備の温水使用増加に伴う都市ガス使用量の増加が課題となっており、今後は2030年のカーボンニュートラル実現に向け、熱源の高効率化と脱炭素化を推進していきます。

### 重点取り組みテーマ2: サステナブルな容器包装の設計

KPI 石油由来バージンプラスチック使用量削減率 ※2020年比、売上高原単位

2024年実績	2025年実績	2026年目標
11.6%削減	16.4%削減 (前年比4.8ポイント向上)	15%削減

#### 「4R」の推進で計画的削減を図り、循環型社会に貢献する



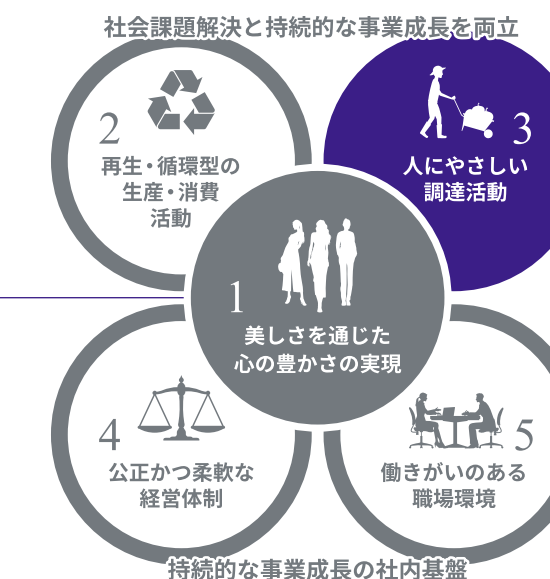
限りある資源の活用と地球温暖化の課題解決に向け、「4R」の推進によって、石油由来バージンプラスチック使用量の削減を進めています。

2025年度は、容器・キャップの小型化や成型方法変更、ラベルの印刷化、詰替えパウチ化などによる使用量削減に加え、植物由来・再生プラスチックの採用やガラス容器への切り替えを進めました。また、アルミ蒸着パウチの採用などリサイクル性の向上にも取り組んでいます。これらの結果、削減率は16.4%へ向上し、2026年目標を前倒し達成しました。今後もモノマテリアル化や対象範囲拡大を進めることで削減率を高め、循環型社会に貢献していきます。

最重要  
課題3

## 「人にやさしい調達活動」の取り組みと進捗

OUTCOME: 持続可能なサプライチェーンの構築



## 重点取り組みテーマ1: サステナブルなパーム油の調達

## KPI RSPO認証パーム油採用率 (MB+B&amp;C)

2024年実績	2025年実績	2026年目標
24.4%採用	50.8%採用 (前年比26.4ポイント向上)	50%採用

## 環境と人権に配慮した認証原料の積極採用を推進



製品の主要原料の一つであるパーム油の持続可能な調達へ、環境や人権に配慮して生産されたRSPO認証パーム油の積極採用を進めています。

2025年度は、当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」のサプライチェーン認証の維持・更新を着実に実施するとともに、生産本部に事務局機能を設置し、審査対応の効率化とリスク低減を図りました。併せて、サプライヤー様との連携を強化し、認証原料情報の更新と共有を進めたことで、認証対応可能な原料が拡大しました。これらの取り組みにより、2025年度の採用率は50.8%まで大幅に向上し、2026年目標を前倒しで達成しました。今後もコストや運用負荷とのバランスを踏まえつつ、認証原料への切り替えを段階的に進め、持続可能な原料調達とサプライチェーンの透明性向上を通じて、環境・社会への責任を果たしていきます。

## 重点取り組みテーマ2: サプライチェーンにおける人権の尊重

## KPI デューデリジェンスによる人権侵害発生件数

2023-25年実績	2026-30年目標
0件	可能な限り人権侵害ゼロ

## サプライチェーン全体で人権尊重の協力体制を構築する

Milbon  
Human  
Rights Policy

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、人権デューデリジェンスの取り組みを強化しています。

2025年度は、2024年度に見直した「ミルボンサステナブル調達基本方針」の運用を進め、サプライヤー様向けのセルフアセスメント(SAQ)の継続実施と結果分析を行いました。また、SCM(サプライチェーンマネジメント)準備室を新設し、人権・環境の視点を調達・生産・物流に横断的に組み込む体制整備を推進しました。これらの取り組みにより、2025年度の重大な人権侵害発生件数は0件を維持しています。一方で、外部評価での指摘を踏まえ、今後は人権デューデリジェンスのさらなる高度化と苦情処理メカニズムの整備を重点課題とし、サプライチェーン全体での人権尊重とリスク低減を図っていきます。

- Materiality -Five Key Challenges- 5つの最重要課題

## 持続的な事業成長の社内基盤

持続可能な社会に貢献するためには、当社自身も持続可能であり続けなくてはなりません。そのため、持続的な事業成長のための社内基盤の構築に向けて、取締役会の実効性向上を図ることにより、公正かつ柔軟な経営体制を構築するとともに、社員一人ひとりが、働きがいを感じ、働き続けたいと感じる体制・制度の実現に向けた取り組みを推進しています。



最重要  
課題4

### 「公正かつ柔軟な経営体制」の取り組みと進捗

OUTCOME: 持続可能な企業価値向上に向けた経営基盤の構築

#### 重点取り組みテーマ1: 取締役会の多様性の推進

#### 重点取り組みテーマ2: 取締役会の実効性向上

##### KPI① 社外取締役の登用

2024年実績	2025年実績	2026-30年目標
取締役12名中5名登用	取締役12名中5名登用	継続的に3分の1以上登用

柔軟な議論と意思決定が可能な  
多様性ある取締役会へ

取締役会の多様性の推進を図ることで、多様化する社会の価値観や要求に適切に対応した議論と意思決定が可能な経営体制の強化に継続的に取り組んでいます。

2025年度は、取締役会の多様性と監督機能の強化に向けた体制整備を着実に進めました。社外取締役の3分の1以上の登用は継続しており、2026年3月には新たに社外取締役1名が参画し、社内6名・社外5名の構成となりました。女性役員については、女性社外取締役3名体制を維持し、多様な視点による議論の充実を図っています。また、国際性の観点では、役員15名中6名が海外勤務経験を有し、グローバル視点を経営に反映しています。これらの取り組みにより、今後も客観性・多様性・専門性を備えたガバナンス体制の強化を進め、持続的成長と企業価値向上に資する経営基盤の強化を図っていきます。

##### KPI 第三者機関評価を通じた、 重要課題の選定と改善活動の進捗

継続目標
毎年の課題設定に対して、継続的な改善活動を行う

実効性の高い取締役会運営で、  
持続的成長と企業価値向上を支える

取締役会の実効性向上に向け、全役員を対象にした年1回の第三者機関アンケートと、社外役員への事務局インタビューを行っており、そこで集約された過年度の課題に対する解決策を、取締役会で審議・実行する体制を構築しています。

2025年度を対象とした実効性評価では、特に中長期的な経営戦略における議論が不足しているという点が強く課題として認識されており、次期中期事業構想を見据えたタイミングでもある2026年度においては、年間スケジュールでの積極的な組み込みを含めた、充実した議論を推進する計画です。今後も評価と改善のPDCAを回し、活発な議論と実効性の高い取締役会運営を通じて、持続的成長と企業価値向上を支えるガバナンス強化を推進していきます。

##### KPI② 女性役員の積極登用

2024年実績	2025年実績	2026-30年目標
取締役15名中3名登用	取締役15名中3名登用	継続的に登用

##### KPI③ 国際性を含む、多様なスキルの確保

2024-25年実績	2026-30年目標
海外勤務経験を有する役員(6/15) ※執行役員では外国籍社員を1名登用	国際性を含む、多様なスキルの確保の実現

最重要課題5

「働きがいのある職場環境」の取り組みと進捗

OUTCOME: 社員が働きがいのある、働き続けられる職場環境の実現



重点取り組みテーマ1: 働き続けたいと感じる体制・制度の実現

KPI① 若手社員の離職率 ※直近5年の若手社員(新卒~3年目)の離職率平均

2024年実績	2025年実績	2026年目標
11.7%	12.8% (前年比1.1ポイント増加)	9%

KPI② 有給休暇取得率

2024年実績	2025年実績	2026年目標
72.9%	75.6% (前年比2.7ポイント向上)	70%

KPI③ エンゲージメントサーベイ

2023-25年実績	2026-30年目標
エンゲージメントサーベイ 実施重要項目・目標の設定	継続運用・活用



**人的資本の強化へ働きがいを持って働き続けられる環境を強化**

社員一人ひとりの働きがいの実現が持続的な事業成長に不可欠なものであることから、働きがいを持って働き続けられる職場環境づくりと、限られた時間の中で成果を上げられる風土・文化の醸成をはじめとした人的資本の強化を進めています。

2025年度は、若手離職率が12.8%と課題を残した中で、1年目営業職を対象に心の状態を可視化するツールを見直し、上司・人事が早期にフォローできる体制を整備しました。一方、有給休暇取得率は75.6%と中期目標を継続して達成しており、さらなる推進へ計画的な有休制度の拡充や取得率の低い管理職層への分析と施策検討を図りました。エンゲージメントにおいては、全社スコアで高水準を維持し、株式会社リンクアンドモチベーションの従業員エンゲージメント調査「中堅企業部門(1,000名以上)」で上位10社として表彰を受けています。

今後も、若手の育成と定着、働き続けられる環境の整備、組織の一体感の向上を通じて、持続的な企業成長と中長期的な企業価値向上を目指していきます。



# Beauty



## 2025年度のB+ESGの主な取り組み -Beauty-

# ミルボン × 美しさ

- 「美しさ」で目指す未来と、これまでの歩み
- 2025年度の「美しさ」への主な取り組み
  - ↳ ミルボン公式オンラインストアーズ「milbon:iD」会員数 100 万人突破
  - ↳ 大阪・関西万博に協賛・出展し、「ミライの美容室」を発信

「ミルボンのあり方」詳細：<https://www.milbon.com/ja/company/>

- 2025年度のB+ESGの主な取り組み -Beauty- ミルボン×美しさ

# 「美しさ」で目指す未来と、これまでの歩み

## すべては、ヘアデザイナーとともに

ミルボンは、『美しさを拓く。Find Your Beauty』をコーポレートスローガンに、世界中の美容室・美容師を通じて、人々の美しい生き方を応援することで、心豊かな社会の実現を目指しています。1960年の創業以来、「すべては、ヘアデザイナーとともに」という想いを根幹に、人々の美しい生き方に不可欠な存在である美容室・美容師に一貫して寄り添った事業を展開しています。



・コーポレートスローガン **美しさを拓く。Find Your Beauty**

・存在意義 **美しさを通じた心豊かな社会の実現**

・経営理念  
ミルボンは、ヘアデザイナーを通じて、美しい生き方を応援する事業展開をします。美しい生き方、美しい髪は人の心を豊かにします。豊かな心は文化を育みます。文化を大切にする社会は平和をもたらします。ミルボンはそう信じて事業展開を推進し、美容市場、ひいては世界の国・地域に貢献します。

## 美しさへの挑戦の主な歩み

- 1984年**——— 美容師に真に寄り添う  
「フィールドパーソンシステム」をスタート  
「モノを売るな、コンセプトを売れ」を合言葉に、美容師に真に寄り添うミルボン独自の美容室への営業・教育支援システムを開始。
- 1987年**——— トップ美容師との共同開発による  
「TAC開発システム」をスタート  
顧客からの圧倒的な支持を得るトップ美容師との共同開発により製品とコンセプトを生み出すミルボン独自の製品開発システムを開始。
- 1993年**——— ナチュラルデザイン創りのための  
スタイリング剤「nigelle」を発売  
美容師がデザインしたヘアスタイルを自宅でも簡単に再現したいというニーズの高まりを受けて発売。美容室での施術時に、ご自宅でのメンテナンスまでをサポートできるシステムを構築。
- 1998年**——— ヘアアイロン技術による縮毛矯正剤  
「Liscio(現Neo Liscio)」を発売  
ストレートヘアへの憧れの高まりを受けて発売。シンプルかつ安定した仕上がりを提供する技術システムの確立によって、若手美容師の即戦力化や集客・リピート率の向上にも貢献。
- 2007年**——— ホイルワークに最適化した新たな  
総合ヘアカラー剤「ORDEVE」を発売  
美容室経営の柱がパーマからヘアカラーへと移りゆく中、美容師の高い技術力ならではの高品質なヘアカラーの提供を目指して開発。カラーへの変革を象徴する製品となった。
- 2010年**——— 多種多様な髪の悩みに対応する  
プレミアムヘアケアブランド「Aujua」を発売  
ヘアカラーの一般化を経て、ヘアケアへの関心が高まる中、日本人特有の黒髪の質感や艶、気候、風土までを徹底的に研究して開発。現在では当社を代表するブランドに成長。

**2012年**——— オーガニックヘアケアブランド  
「Villa Lodola」を販売開始



自然と調和した生き方を重視する人々が増える中、ヨーロッパの代表的なオーガニック認証機関ICEAの認証を100%取得したブランドの国内販売を開始。

**2016年**——— 世界の多様な毛髪特性を分析した  
プレミアムヘアケアブランド「milbon」を発売



ミルボンが創業以来培ってきた毛髪研究技術をもとに、世界20カ国の多様な毛髪を分析。その研究から導き出された共通の毛髪ダメージ現象を解明し、独自のケアシステムを確立。

**2019年**——— 美容師専売化粧品プレミアムブランド  
「iMPREA」を発売



美容室における化粧品販売の開拓に向け、コーセー ミルボン コスメティクス株式会社の初のブランドとして発売。これを皮切りに、現在まで幅広い化粧品を開発。

ミルボン初の欧米専用ヘアカラーブランド  
「SOPHISTONE」を発売



欧米のヘアカラー文化に関する価値観、技術、カラー剤の特性を徹底的に研究して開発。日本以外の地域専用として展開する初のブランドで、欧米にヘアカラーの新しい価値観をもたらした。

**2020年**——— ミルボン公式オンラインストアーズ  
「milbon:iD」を本格始動



美容室とお客様をつなぐ新たなコミュニケーションツールとして、お客様がご自宅から当社製品を購入できるだけでなく、ライブコマースなども展開。売上を代理店、美容室に計上することで、お客様の利便性の向上と美容室の売上確保に貢献。

**2021年**——— 美容室向けオンライン学習サービス  
「エデュケーションiD」をスタート



新たな美容体験へ美容室との協働による  
「Smart Salon®」を展開開始

ご賛同いただいた美容室との協働により展開開始。店舗内でリアルとデジタルの融合による様々な美容体験が可能となり、美容室での店頭品の売上向上に貢献。

「沿革」詳細：<https://www.milbon.com/ja/company/history/>

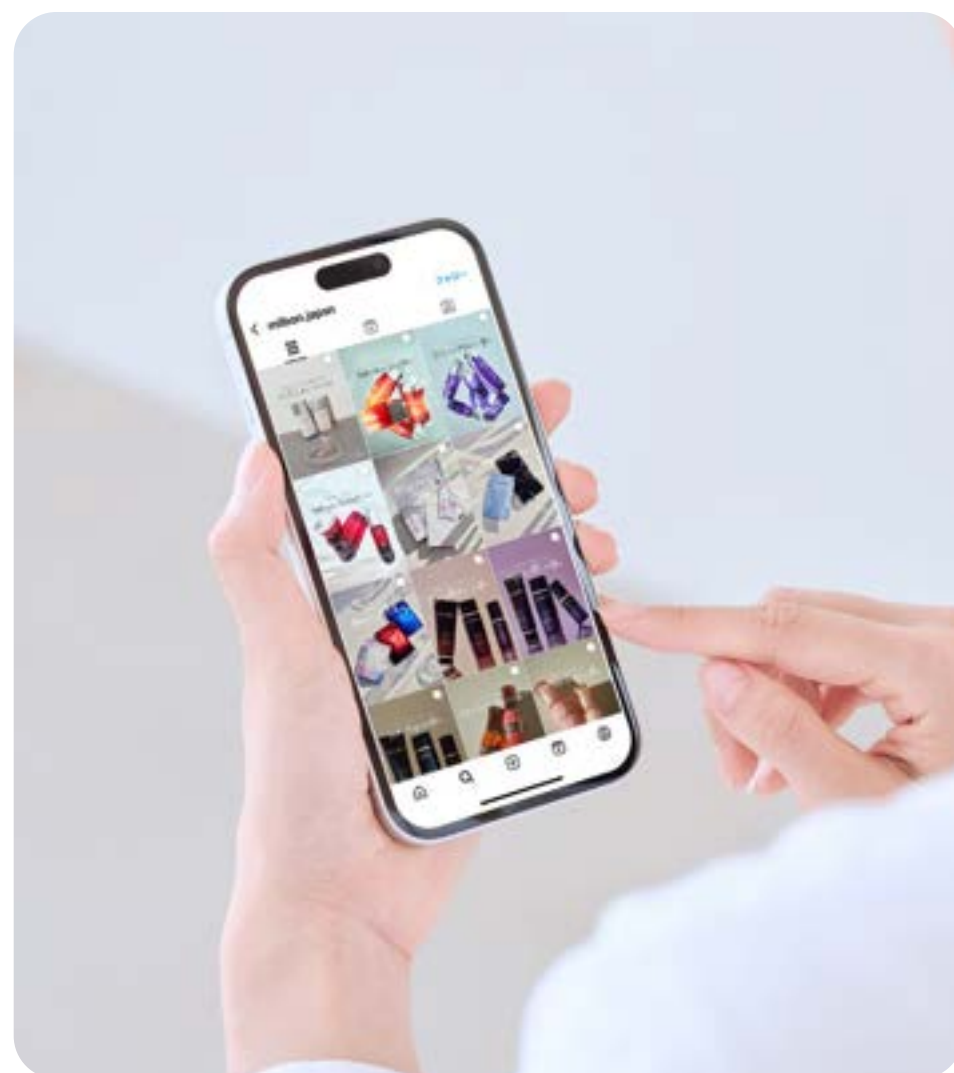
● -Beauty- ミルボン×美しさ

2025年度の「美しさ」への主な取り組み

## ミルボン公式オンラインストアーズ「milbon:iD」の 会員登録者数が100万人を突破

ミルボン公式オンラインストアーズmilbon:iDは、美容室とお客様がリアルの来店時のみならず、24時間365日つながり続けられるようになることで、美容室の持続的成長と人々の美しく心豊かな生き方に貢献する新たなコミュニケーションツールです。

2020年6月の本格稼働以来、「あなたとヘアサロンをつなぐオンラインストア」として、急速に支持を拡大し続けており、2025年度末の会員登録者数は104万人に到達し、2026年目標の会員登録者数100万人を1年前倒しで達成しました。導入美容室数は6,669軒まで伸長し、人々の美しさへのアクセスをより利便性高く円滑にする「美容のインフラ」として、機能し始めています。



### 継続的なアップデートとトライアルの強化

2025年度は、コマース・チャネルの継続的なアップデートやトライアルキットの販売を積極的に行うことで、より多くのお客様にご利用いただけたとともに、これらの取り組みは休眠会員の復活、7万人を超える新規トライアル会員の創出に寄与し、お客様とヘアデザイナーとの接点を継続的に創造しています。

「milbon:iD 会員数 100 万人突破記念 特設サイト」：[https://salon.milbon.co.jp/shop/pages/million\\_thanks\\_campaign.aspx](https://salon.milbon.co.jp/shop/pages/million_thanks_campaign.aspx)

# 大阪・関西万博に協賛・出展し、約29万人が「ミライの美容室」を体験

「美容室を通じて美しさを届け、世界中の住み続けられる街づくりに貢献したい」という想いのもと、2025年に開催された2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の「大阪ヘルスケアパビリオン」に協賛・出展しました。

美容室が美容と健康を通じて、人々の人生に寄り添う地域のインフラとなる「ビューティプラットフォーム構想」に取り組む中、当社ブースでは、PHR\*データとの連携体験、没入型映像、サンプル体験などを通じて、ヘアのみにとどまらず、スキンケア、ビューティヘルスケアまで含め、一人ひとりの美しさを実現する「ミライの美容室」を表現・発信しました。同パビリオンで体験来場した約62万人のうち約29万人が当社ブースを体験し、さらに、技術協賛によって取得した約30万人ものPHRデータは今後、当社の研究開発に活用することが可能となっています。

※Personal Health Record：個人の健康や医療に関する情報を本人が主体となって一元的に管理・活用する仕組み



## ミルボンが表現した「ミライの美容室」



### ①ビューティプラットフォーム —ミライビジョン動画

人々の美容や健康との関わり合いを時代の変遷を交えて紹介するとともに、当社が考える「ビューティプラットフォーム」の一つのあり方を表現した動画をご覧いただきました。



### ③3つのケア（ヘアケア・スキンケア・ビューティヘルスケア）×PHR体験

大阪ヘルスケアパビリオンで取得したPHRデータを利用し、PHRや嗜好性、ヘアデザイナーのアドバイスをもとにした最適な製品をおすすめされるミライの美容室を体験いただきました。



### ②ビューティプラットフォーム—ミライ没入体験

美容室だけでなく、自宅でも美容師が寄り添う新たな美容と健康の関わり合い方として、当社が描くミライの「ビューティプラットフォーム」の没入型の体験機会をご提供しました。



### ④サンプル体験

ミライのビューティプラットフォーム体験にご参加いただいた方には、美容室でのパーソナライズ体験を表現した製品サンプルを配布しました。

## —大阪・関西万博について—

主催:公益財団法人2025年日本国際博覧会協会／期間:2025年4月13日-10月13日／テーマ:いのち輝く未来社会のデザイン／開催場所:大阪・夢洲(ゆめしま)／総来場者数:約2,901万人(関係者含む)／大阪ヘルスケアパビリオン総来場者数:約553万人／ミルボンブースの総来場者数:約28.9万人

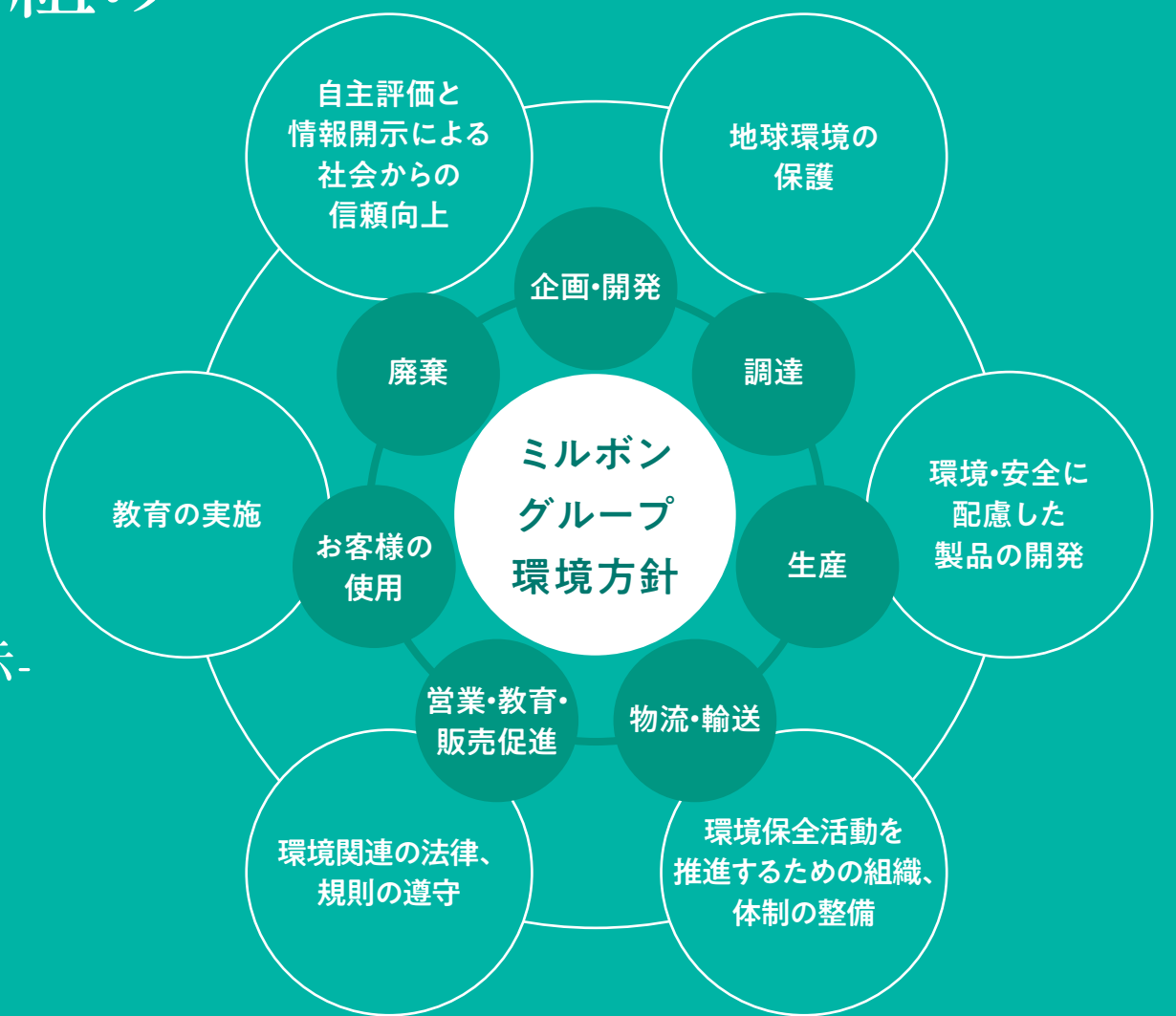


# Environment

## 2025年度のB+ESGの主な取り組み -Environment- ミルボン × 環境

- 「環境」に対する向き合い方
- 気候変動への対応 -TCFD提言に基づく情報開示-
- 2025年度の「環境」への主な取り組み
  - ↳ 3社共同輸送体制を確立し、「物流構造改革表彰」受賞
  - ↳ 「PJOLI」が「日本パッケージデザイン大賞 2025」受賞
  - ↳ ゆめが丘工場の敷地内緑地を「自然共生サイト」登録へ

「Environment」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/>



- 2025年度のB+ESGの取り組み -Environment- ミルボン×環境

## 「環境」に対する向き合い方

開発から調達、生産、流通、販売、お客様の使用、廃棄まで、サプライチェーンの全ての過程において、地球環境に対する責任を果たすべく、「ミルボングループ環境方針」のもと、カーボンニュートラルと再生・循環型の生産・消費活動の取り組みを推進しています。

### 「環境」に対する主な取り組み

#### 気候変動

カーボンニュートラル実現に向けた企業活動の推進を重要視しており、TCFDへの賛同とともに、サプライチェーン全体でのGHG排出量の詳細把握、積極的な省エネや再エネ利用の推進、情報開示に努め、これを推進しています。

「気候変動への対応」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/tcfd.html>

#### 水資源

水資源は、当社の事業活動のあらゆる場面で切り離せない存在であることから、水使用量削減や排水への配慮をはじめとした積極的な保全活動に取り組んでいます。

「水資源への対応」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/water.html>

#### 廃棄物や環境汚染

メーカーとして、容器包装の省資源・リサイクル化に努め、廃棄物の削減及び環境負荷のある物質の排出量削減を積極的に実施しています。

「廃棄物や環境汚染について」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/pollution.html>

「商品を通じた取り組み」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/commodity.html>

#### 生物多様性

生物多様性がもたらす社会全体の恵みや豊かさを重視し、「生物多様性のための30by30 アライアンス」に参画するなど、地球環境保全への積極的な活動を行っています。

「生物多様性保全への取り組み」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action07.html>



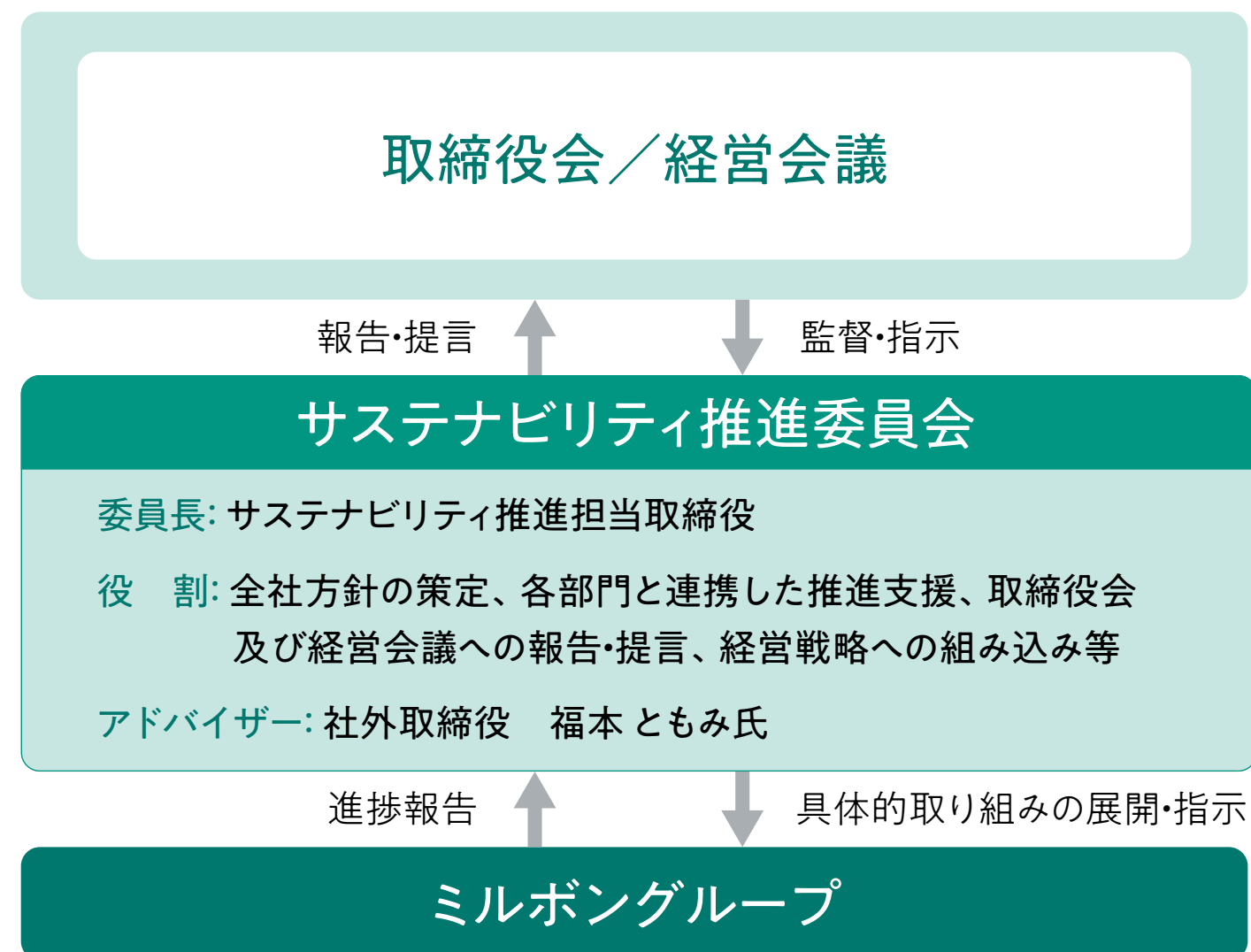
● -Environment- ミルボン×環境

## 気候変動への対応 -TCFD提言に基づく情報開示-

気候変動問題が中長期にわたり経営戦略や財務計画に与える影響の重大性を踏まえ、最重要課題の1つとして位置付け、TCFDのフレームワークを参照した情報開示を行っています。脱炭素推進を迅速に判断できる組織を構築するとともに、全てのステークホルダーに気候変動関連情報を開示し、対話を進めることでこれを推進していきます。

### ガバナンス・リスクマネジメント

気候変動に関するリスク及び機会については、サステナビリティ推進委員会が特定しています。活動状況はサステナビリティ推進委員会を通じて半期に一度、経営会議及び取締役会へ報告し、取締役会の監督を受けています。



### 指標・目標

	2026年	2030年
石油由来バージンプラスチック削減目標 (2020年比・売上高あたり使用量)	15%	30%
RSPO認証パーム油採用率 (MB+B&C)	50%	100%

	ゆめが丘工場	ミルボングループ
CO2削減目標 (Scope1・2)	2026年: 75%削減 (2019年比) ※2023年以降継続して達成 2030年: カーボンニュートラル	2050年: カーボンニュートラル

### 戦略

ミルボングループの中核である(株)ミルボン単体を対象範囲として、シナリオ分析を実施しました。IEA・IPCCが示したシナリオをもとに、1.5℃及び4℃の気温上昇を想定し、気候変動によるリスクと機会を検討しました。

シナリオ分析結果から、1.5℃と4℃の双方のシナリオにおいて原料調達コスト増による影響を大きく受ける可能性があり、さらに1.5℃シナリオでは自社操業コスト増による影響も大きくなる可能性があることが分かりました。

また、これらのリスクと機会については、ミルボンのサステナビリティコミットメントにて設定した「再生・循環型の生産・消費活動」「人にやさしい調達活動」の推進が、リスクの低減と機会の獲得に資するということが分かりました。その他の取り組みについても、対応策を推進していきます。

シナリオ分析結果一覧: <https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/tcdf.html>

### 2025年度におけるCO2排出量実績 (単位:t) ※マーケットベース

Scope1 カバレッジ: 全拠点のうち100%	1,437
Scope2 カバレッジ: 全拠点のうち100%	3,763
Scope3 カバレッジ: 全拠点のうち100%	324,305
<b>TOTAL</b>	<b>329,505</b>

### Scope3内訳 (単位:t)

Cat1 購入した製品・サービス	143,277
Cat2 資本財	6,429
Cat3 Scope1・2に含まない燃料及びエネルギー関連活動	1,031
Cat4 輸送、配送 (上流)	25,186
Cat5 事業から出る廃棄物	362
Cat6 出張	2,028
Cat7 雇用者の通勤	381
Cat11 販売した製品の使用	143,907
Cat12 販売した製品の廃棄	1,702

● -Environment- ミルボン×環境

## 2025年度の「環境」への主な取り組み

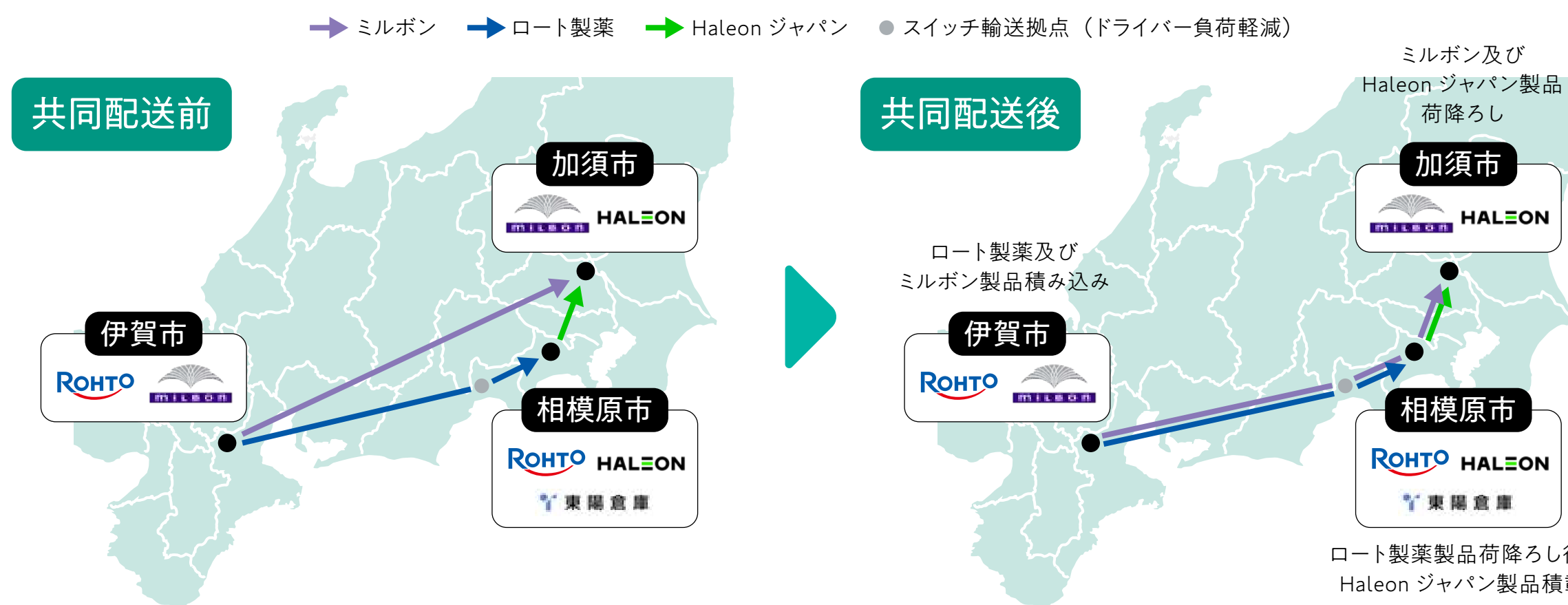
# 3社共同輸送体制を確立し、物流パートナーシップ優良事業者表彰「物流構造改革表彰」受賞

ロート製薬株式会社、Haleonジャパン株式会社との共同配送を東陽倉庫株式会社の協力のもと、2025年8月より開始しました。輸送効率の最大化により、CO2排出量の抑制、ドライバーの働き方改革に貢献できるこの取り組みは、2025年12月23日に行われた「令和7年度グリーン物流パートナーシップ会議 物流パートナーシップ優良事業者表彰」において、部門賞（局長級表彰）である「物流構造改革表彰」を共同受賞しました。

各社では従来より輸送の効率化に取り組んできましたが、さらなる効率化に向けて、配送ルートの共通性を活かして製造拠点と倉庫間をリレー方式でつなぐ共同輸送体制を検討。パレットサイズや輸送量、製品安全性など各社の制約条件を踏まえた上で、共同輸送に適した製品選定、積載技術の検証、品質テストを実施し、積載効率の最大化やドライバースイッチの導入によって、長距離輸送でも過度な負荷のかからない運行体制を構築しました。本取り組みは今後、サプライチェーン上流の原材料・資材調達物流、搬入物流や下流の販売物流分野へ拡大することも検討しています。

### —具体的な効果—

- 積載率:13.7%向上 (平均66.5%→75.6%)
- 輸送効率:トラック102台/年 (67.1%) 削減
- 総合輸送距離:15,428km/年 (38.6%) 削減
- CO2削減量:13.3t-CO2/年 (32.8%) 削減
- 上記輸送効率化において18.4%コスト削減および1運行単価19.2%改善。相互扶助並びにドライバーの雇用環境改善に寄与



リリース: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000116.000028306.html>  
 「生産活動を通じた取り組み」詳細: <https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/production.html>

## ボタニカルヘアケアブランド「PJOLI」が 「日本パッケージデザイン大賞2025」金賞受賞

ミルボンの環境配慮製品のフラッグシップブランドである「PJOLI」が、「日本パッケージデザイン大賞2025」において、約1,000点の応募の中から金賞を受賞しました。

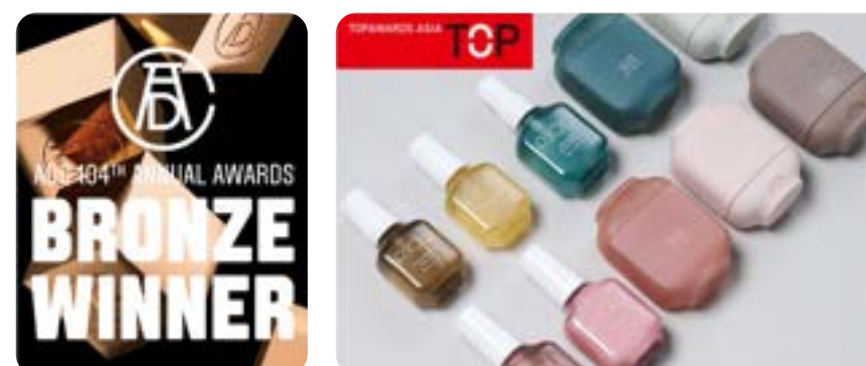
PJOLIは、「自然ときれいに。髪も、心も。」をコンセプトに、毛髪補修効果を有する植物由来成分やオーガニック成分を配合し、使い心地や仕上がりまで追求したボタニカルヘアケアブランドです。美容室専売品ならではの高い品質に加え、環境への配慮と情緒的な満足感をもたらす香りやデザインを兼ね備えています。

パッケージデザインは、アートディレクター、パッケージ・グラフィックデザイナーの東海林小百合氏を迎えて開発しました。「健やかなココロ」を象徴する「まる」のモチーフや主成分であるお米を想起させる造形、色彩心理学とアースカラーを取り入れたカラーパレットにより、心身と自然への調和を表現しています。また、200mLトリートメントのリフィル対応や植物由来（サトウキビ由来）プラスチックの積極的採用など、環境負荷低減にも取り組んでおり、製品品質・デザイン性・環境配慮を融合させることで、持続可能な美の価値創出を目指しています。

なおPJOLIは、世界で最も歴史のあるデザイン賞「第104回ニューヨークADC賞」の銅賞のほか、アジアの洗練されたパッケージデザインに贈られる「TOPAWARDS ASIA」、さらには「2024年度グッドデザイン賞」も受賞しています。

デザイン会社:SAYURI STUDIO, INC.  
アートディレクション・デザイン:東海林小百合

フジョリ



## ゆめが丘工場の敷地内緑地を「自然共生サイト」登録へ

ミルボンは、「生物多様性のための30by30アライアンス」のメンバーとして、当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」敷地内の緑地エリアを「自然共生サイト」として登録することを目指しています。その一環として、2024年から2025年10月にかけて、生態系ネットワークの形成・強化に資する環境調査を実施しました。調査の結果、工場敷地内の緑地には多様な在来種が生息し、良好で豊かな生態系が形成されていることが確認されました。これらの結果を踏まえ、現在、自然共生サイトとしての認定に向けた申請を環境省に行っています。

ゆめが丘工場は、生産拠点としての役割にとどまらず、地域社会と共生しながら持続可能な発展を目指しています。自社オペレーションにおけるサステナビリティへの配慮に加え、工場で使用した水が海へ至るまでの排水経路における水質調査を実施するなど、周辺環境への影響把握と保全に取り組んでいます。また、次世代を担う子どもたちへの環境教育をはじめとした地域連携活動にも積極的に取り組み、地域とともに価値を創出する工場運営を推進しています。



### —「自然共生サイト」とは—

「昆明・モンリオール生物多様性枠組」で掲げられた2030年までに陸と海の30%以上を健全な生態系として効果的に保全しようとする「30by30目標」に基づき、民間の取り組みなどによって生物多様性の保全が図られている区域を広げていくことを目的とした認定制度です。

リリース： <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000092.000028306.html>  
「PJOLI ブランドページ」： <https://www.pjoli.com/>

「生産活動を通じた取り組み」詳細： <https://www.milbon.com/ja/sustainability/environment/production.html>



Social

## 2025年度のB+ESGの主な取り組み -Social- ミルボン×人と社会

- 「人と社会」に対する向き合い方
- 2025年度の「人と社会」への主な取り組み
  - ↳ 地域との新たな共生活動がスタート
  - ↳ 社長 × 全社員「ミルボンパーソンディスカッション」を実施

「Social」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/>



- 2025年度のB+ESGの取り組み -Social- ミルボン×人と社会

# 「人と社会」に対する向き合い方

企業活動全体において、基本的権利である人権を尊重する責任を果たしていく指針として、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」をはじめとした国際規範や原則に基づき「ミルボングループ人権方針」を定め、人権尊重の取り組みを推進しています。



## 「人と社会」に対する主な取り組み

### 人的資本への投資

創業以来一貫して「人」を基点とした価値創造にこだわり続けるミルボンでは、「人的資本」を持続的成長に不可欠な最重要資本と捉え、社員が働きがいを感じながら働き続けることのできる職場環境の構築に取り組むとともに、経営戦略と連動した人材戦略に取り組んでいます。

#### 人的資本経営におけるKPI及び目標一覧

テーマ	KPI	2025年度実績	2026年目標	2030年目標
①次期リーダー育成	次期リーダー育成	MCU-Prepの実施 サクセッションマネジメントの仕組みを体系化	MCU-Prepの継続	
②働きがいの醸成	若手社員離職率 ※直近5年の若手社員 (新卒~3年目)の離職率平均	12.8%	9%	6%
	有給休暇取得率	75.6%	70%	80%
	エンゲージメント サーベイ	エンゲージメントサーベイの継続	重要指標3領域が「強み」として機能している状態	
③タテヨコナメの対話増進	社内コミュニケーションの円滑化	ミルボンパーソンディスカッションの実施(全21回)	社長×ミルボンパーソンフリーセッションの実施	
④DE&Iの推進	女性管理職比率	14.7%		20%
⑤提供価値向上への人・組織の強化	—	小田原人材開発センターの本稼働		

「人的資本への投資」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action03.html>

「健康経営の推進」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action04.html>

### DE&Iの推進

人種、性別、障がいの有無、性的指向、育児や介護との両立などにかかわらず活躍できる風土の醸成と仕組化を目指し、DE&Iの推進に取り組んでいます。

「DE&Iの推進」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action05.html>

「障がい者雇用への取り組み」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action02.html>

### サプライチェーンマネジメント

サプライヤー様とともに、法令を遵守した公平・公正な購買調達活動や、自然資源の保護、環境保全、人権などに配慮し、持続可能なサプライチェーンの確保への取り組みを推進しています。

「サプライチェーンマネジメント」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action06.html>

「RSPO 認証パーム油の採用」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action01.html>

### 地域社会とともに

ミルボンは、責任ある社会の一員として、地域の健全な発展と共存へ、地域社会や教育機関との連携及び化粧品を通じた社会貢献活動へ積極的に取り組んでいます。

「地域社会とともに」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/humanrights/action07.html>

● -Social- ミルボン×人と社会

## 2025年度の「人と社会」への 主な取り組み

# 地域との新たな共生活動をスタート

ミルボンは、「地域から応援されるメーカー」を目指し、地域社会との共存共栄を重要な価値と位置付けています。その取り組みの一環として、2023年度から、国内基幹生産工場であるゆめが丘工場(三重県伊賀市)の排水経路である河川における環境調査・啓発活動を開始。さらに2025年度には、中央研究所(大阪市都島区)及び人材開発センター(神奈川県小田原市)においても、市民団体や行政、地域住民と連携し、クリーンアップ活動や生物多様性保全活動を開始しています。これらの活動を通じて、各拠点に根ざした地域連携を推進し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

ゆめが丘工場エリアでの活動



中央研究所エリアでの活動



人材開発センターエリアでの活動



イノベーションセンターエリアでの活動



# 社長×全社員 「ミルボンパーソンディスカッション」を実施

ミルボンでは直近10年間で従業員数が約1.8倍（連結ベース）に増加して1,000名を超え、部門や階層の拡大、ならびに多様な属性を持つメンバーが増加・充実しています。こうした組織規模の拡大に伴う、コミュニケーション機会の希薄化によるリスクに対応するために、当社社員が持つべき指針である「THE MILBON WAY」の浸透と共有を目的に、海外子会社を含むグループ全社において定期的な勉強会を実施しています。

また、代表取締役の坂下秀憲が国内全営業所の営業・教育職と対話する「フィールドパーソンディスカッション」を実施した2024年度に引き続き、2025年度は営業・教育職を除く国内全部門を訪問し、社員と直接対話を行う「ミルボンパーソンディスカッション」を実施しました。全41回に及ぶ本取り組みを通じて国内全社員との対話を完了し、経営層と社員の相互理解を一層深めることができます。2026年度は坂下と希望する数名の社員による「ミルボンパーソン フリーセッション」の場を複数回設けることを計画しており、継続的な対話を通じて、一体感のある組織づくりを進めていきます。





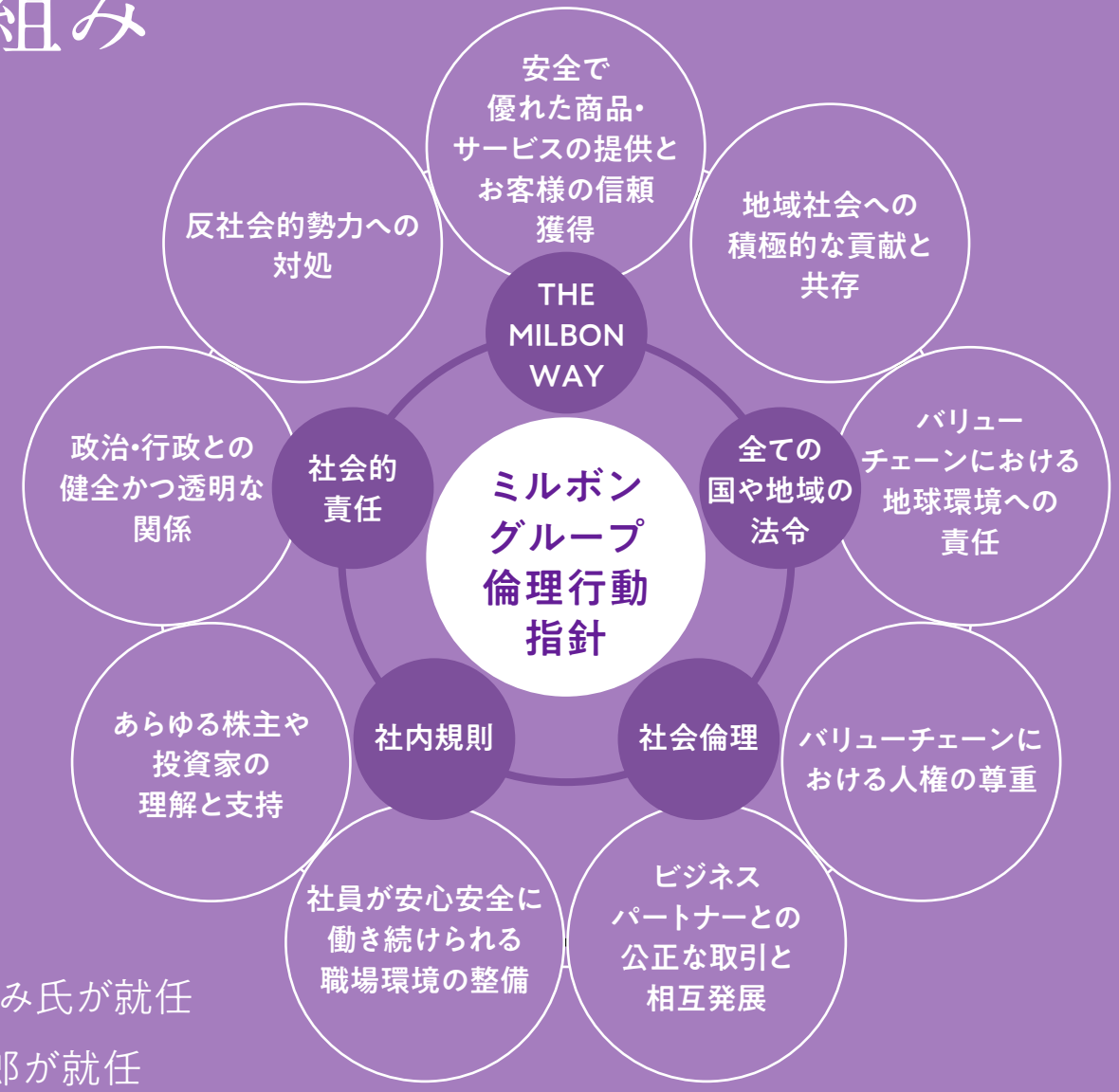
# Governance

## 2025年度のB+ESGの主な取り組み -Governance-

### ミルボン×ガバナンス

- 「ガバナンス」に対する向き合い方
- 2025年度の「ガバナンス」の主な取り組み
  - ↳次々期後継者育成プログラム「MCU-Prep」が始動
  - ↳委任型執行役員制度への移行による経営体制の強化
  - ↳指名委員会・報酬委員会の一体化で集中的議論を
  - ↳サステナビリティ推進委員会アドバイザーに社外取締役の福本ともみ氏が就任
  - ↳コーポレートコミュニケーション、財務担当執行役員に兵庫真一郎が就任

「Governance」詳細：<https://www.milbon.com/ja/sustainability/governance/>





● -Governance- ミルボン×ガバナンス

## 2025年度の「ガバナンス」の主な取り組み

# 次々期後継者 育成プログラム 「MCU-Prep」が 始動

最高経営責任者の後継計画を重要な経営戦略の一つとして捉え、独自の次期経営責任者育成プログラム「ミルボンコーポレートユニバーシティ(MCU)」を実施しています。そうした中、2025年度においては30代の若手リーダー候補を対象とした次々期後継者育成プログラム「MCU-Prep」をスタートしました。「MCU-Prep」は、MCU本体の予備校として位置付けており、取締役会長である佐藤の講師のもと、2年間で合計48名を対象に実施しています。1年目の2025年度は、公募を通じて選抜した24名を対象に合計8回の座学及び取締役・監査役を交えた最終プレゼンテーションを通じて、参加者がリーダーに必要な視座・視野・要件などを学びました。

## MILBON CORPORATE UNIVERSITY (MCU)



期間	1期2年間(2015~19年=1~4期)
目的	イズムの継承から未来構想力の養成まで、役員とのセッション等を通して次期幹部を担えるための成長機会を提供する
テーマ	継承と転換
啓発ポイント	イズム浸透、自覚、未来志向、先見力、決断力、実行力

### MCU-Prep (次々期後継者候補の育成)

期間	2025~2026年
目的	次々期後継者候補の育成に向け、MCU本体の予備校として位置付け
内容	座学及び取締役を交えた最終プレゼンテーション
対象	30代の若手リーダー候補 合計48名

次期MCUへ

リーダーが流れるように生まれる企業体へ

## 委任型執行役員制度への移行による経営体制の強化

2025年度の審議を経て2026年度より、経営会議の主たるメンバーである執行役員において、これまでの雇用型の執行役員制度から、委任型の執行役員制度へと移行しました。業務執行の最高会議体である経営会議において、執行役員がより経営視点を強化することを目的とし、執行役員の選任プロセスや報酬制度の見直しも図りながら、さらなる実効性の向上を実現することで、経営体制の強化を図っていきます。

## サステナビリティ推進委員会の アドバイザーとして 社外取締役の福本ともみ氏が就任

サントリーホールディングスにおいてサステナビリティ・コーポレートコミュニケーションを統括されていた社外取締役の福本ともみ氏が2025年度より、当社サステナビリティ推進委員会のアドバイザーに就任し、議論の活性化や多様な視点での審議の推進を図りました。



## 指名委員会・報酬委員会の一体化で集中的議論を

2025年度の審議を経て2026年度から、これまで別々に運営していた指名委員会、報酬委員会を指名・報酬委員会へと一体化し、一つの会議体でより効率的に審議が行える体制変更を行いました。なお、一体化した指名・報酬委員会においても、議長は社外取締役が務め、委員の過半数が社外取締役となっており、客観性、透明性が確保された上で、活発な審議が行われています。

## コーポレートコミュニケーション、 財務担当執行役員として 兵庫真一郎が就任

2025年4月、三菱UFJ信託銀行においてアナリストやファンドマネージャーとして長年活躍してきた兵庫真一郎が当社執行役員として加わりました。資本市場に関する深い知見と豊富な実務経験を活かし、財務戦略に関する議論の一層の高度化を図るとともに、中長期的な企業価値向上を見据えた資本市場目線でのIRコミュニケーションのさらなる強化が進んでいます。



● Objective Review 社外取締役によるレビュー

## 中長期のリスクと機会を見据え、ミルボンならではのサステナビリティ推進を

サステナビリティは持続可能な社会と健全な地球環境に貢献するとともに、ミルボン自身が持続的に成長し、企業価値を最大化していくための重要な取り組みです。当社では、事業と密接に関連するマテリアリティを設定した上で、総花的ではなく、注力すべきテーマを絞り込んで着実に推進しており、私自身も実際の活動に接する機会を通じて、取り組みの本気度を肌で感じています。

なかでも、マテリアリティの中核である最重要課題1「美しさを通じた心の豊かさの実現」は、当社の経営理念そのものであり、「美しさを通じて社会を持続可能にすることが、当社の持続可能性につながる」という、社会への貢献と当社自身の発展の双方を一体として目指すものになっています。この背景には、創業者・鴻池一郎氏の「美容師さんのために」という強い想いから生まれた企業であるという原点と、「人の役に立ちたい」という創業以来の想いを、経営陣をはじめとする全社員がDNAとして継承し続けていることがあり、当社の大きな強みだと感じています。

2022年に策定した「5つの最重要課題」については、環境・人権領域をはじめとするテーマを着実に推進し、ほぼ全てのKPI目標を達成しています。一方で、社会課題や企業に対する期待は、設定当時から大きく変化しています。また、海外事業の伸長や新規事業への取り組みなど当社事業の観点からも、新たなリスク・機会に目を向けていかなければなりません。

現在、次の10年を見据えたマテリアリティの見直しを進めていますが、その特定にあたっては、当社の企業活動による社会・環境へのインパクトと、社会・環境課題が当社にもたらす財務的影響の両軸で検討しています。従来の中期計画と異なるのは時間軸です。気候変動や生物多様性など10年単位の環境変化を踏まえて、当社が事業を継続していくための課題は何か、美容室や美容界全体がともに持続的に発展していくために何に取り組むべきか、その道筋を描いていくことが重要です。

今後の成長においても、核となるのは当社独自のビジネスモデルであり、これを支えるのは「人」です。海外事業の拡大や労働人口の減少など中長期の環境変化

の中では、ジェンダーや国籍、年齢等を含めた多様性の推進が、これまで以上に注力すべき課題となります。また、気候変動への対応に加えて、美容産業と切っても切り離せない水資源については、美容室との信頼基盤を築いている当社が取り組むべき重要テーマとなることは間違いありません。

推進体制においては、サステナビリティ推進委員会が主要課題の推進や新たなテーマのリスク・機会の検討、取締役会への報告等を適切に行っており、社員との情報共有や意識醸成も積極的に実施しています。経営への統合をさらに進化させるためには、サステナビリティ課題や戦略について、委員会だけでなく、取締役会での議論を深め、その進捗を定期的にモニタリングしていくことが不可欠です。また、経営陣がサステナビリティを経営課題として全社に落とし込んでいくことが、社員一人ひとりが自らの持ち場で何ができるのかを自発的に考え、行動する風土を醸成していきます。

現在、グローバルではESGに逆行する動きも見られますが、私はこうした状況をむしろサステナビリティと企業成長の両立を進める好機と捉えています。これまで、規制や情報開示の要請、評価機関の基準など、推進の動機が主に外部にありましたが、そこから一旦距離を置いて、長期ビジョンの達成に向け、自社の持続的成長に資するテーマは何か、どんな目標を設定してどうアプローチしていくかといった本質的な議論を深めていきたいと考えています。

創業以来のDNAと、オリジナリティあるビジネスモデルを持つ当社では、より自由で独創的なサステナビリティとの向き合い方が実現できると期待しています。私も社外取締役、そして推進委員会のアドバイザーとして、これまでの試行錯誤から得た知見を還元し、当社のESG経営の推進、さらには持続的成長と企業価値の最大化へ貢献していきたいと思っています。



社外取締役  
福本 ともみ氏(ふくもと・ともみ)

サントリーホールディングス(株)執行役員サステナビリティ経営推進本部長として全社推進を担当。現在は(公財)サントリー芸術財団シニアアドバイザー、(公社)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン理事、(公社)2025年日本国際博覧会協会理事及び大和ハウス工業(株)社外取締役、(株)東京會館社外取締役などを兼任。2024年3月より当社社外取締役となり、2025年からは当社サステナビリティ推進委員会アドバイザーに就任。



Data

# 社会との連携・外部評価、 ESGデータ等

- 社会との連携・外部評価
- 2025 ESG DATA
- ESGテーマ別ハイライト 2019-2025
- 会社概要

- Data

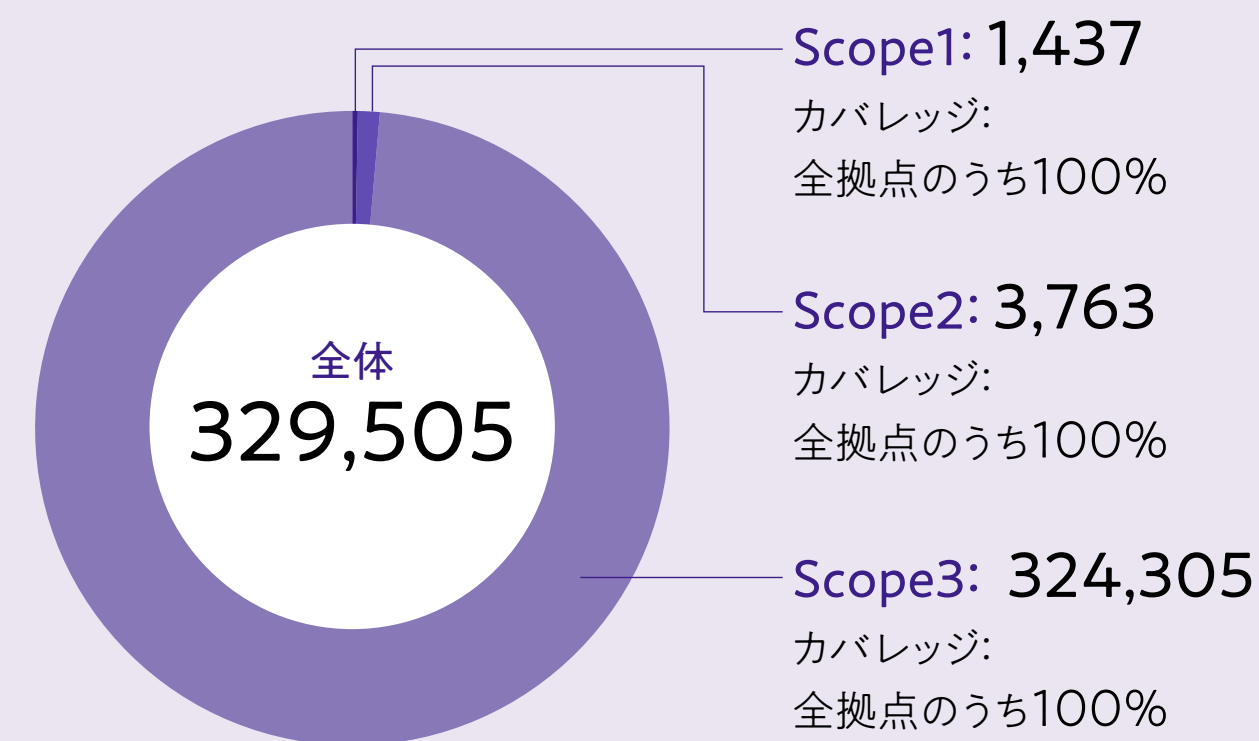
# 社会との連携・外部評価



# • Data 2025 ESG DATA -Environment (環境)-

CO2 対象:ミルボングループ

CO2 (GHG) 排出量 (t-CO2) ※総排出量・マーケットベース

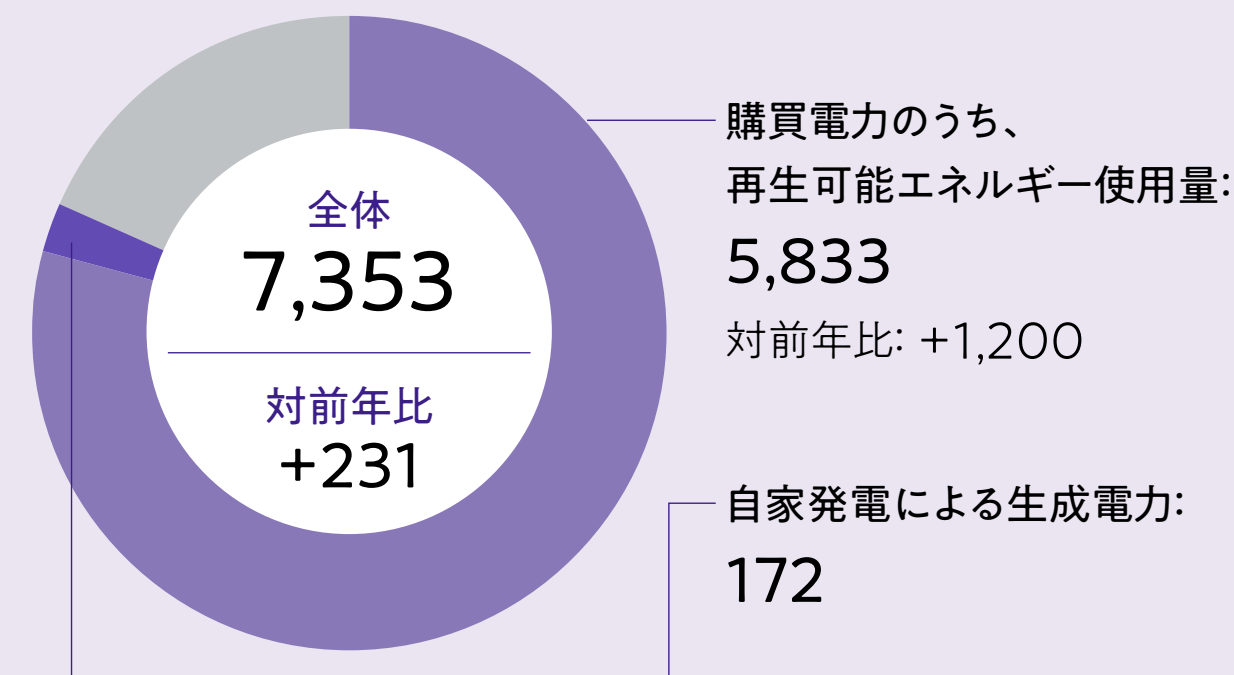


CO2排出量 Scope3 Cat別 (t-CO2)

Cat1	購入した製品・サービス	143,277
Cat2	資本財	6,429
Cat3	Scope1・2に含まない燃料およびエネルギー関連活動	1,031
Cat4	輸送、配送(上流)	25,186
Cat5	事業から出る廃棄物	362
Cat6	出張	2,028
Cat7	雇用者の通勤	381
Cat11	販売した製品の使用	143,907
Cat12	販売した製品の廃棄	1,702

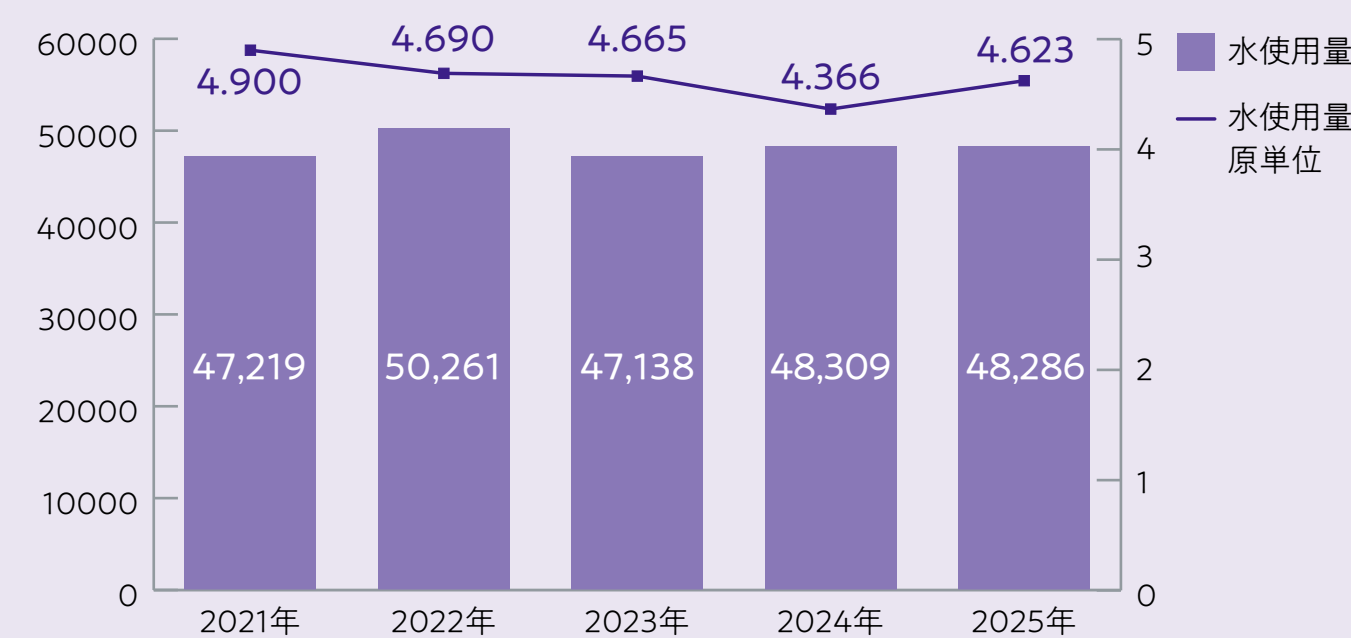
エネルギー 対象:(株)ミルボン

電力総使用量 (千kWh)



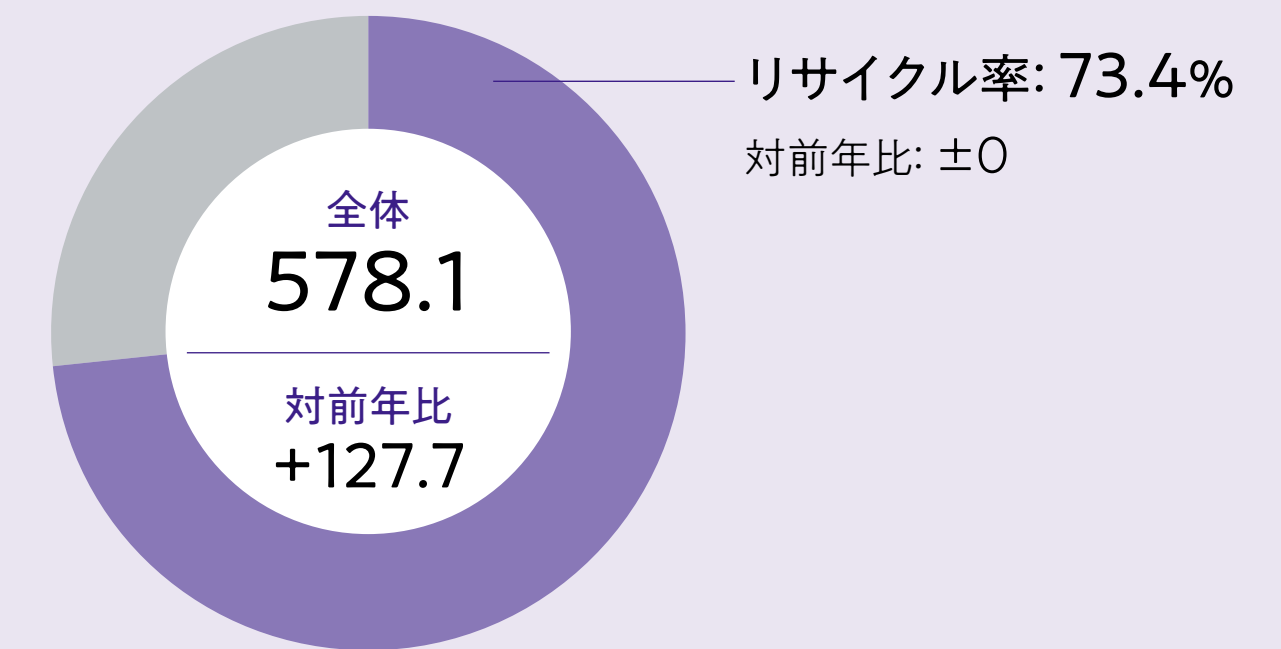
水資源 対象:(株)ミルボン生産工場

水使用量 (m³) & 水使用量原単位 (m³/t)

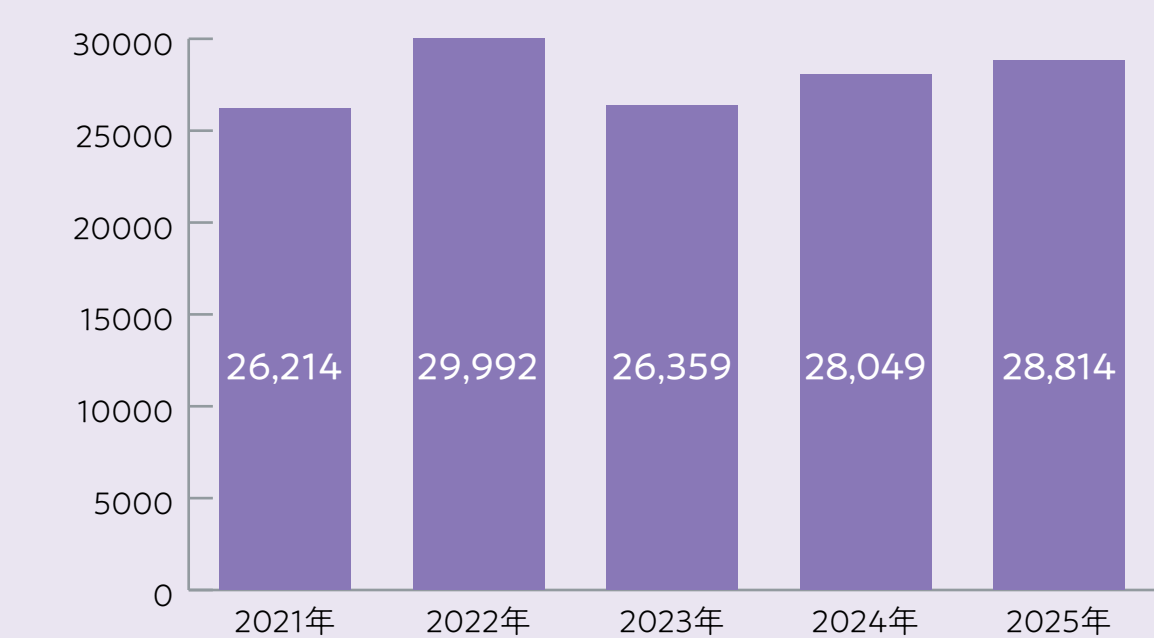


廃棄物 対象:(株)ミルボン生産工場

廃棄物量 (t)



放流先別排出量 (総計) (m³)



「ESG データ」詳細 : <https://www.milbon.com/ja/sustainability/esg.html>

## • Data 2025 ESG DATA -Social (人と社会)-

ダイバーシティ&インクルージョン 対象:(株)ミルボン ※「連結」と記載している項目を除く

連結社員数(人)

※正社員

1,237

対前年比: +49

単体社員数(人)

※正社員

941

対前年比: +37

連結社員比率

男性/女性(%) ※正社員

49.1 / 50.9

平均勤続年数(年)

※正社員

11.2

対前年比: +0.1

平均勤続年数(年)

男性/女性 ※正社員

13.8 / 8.2

平均年齢(歳)

36.0

対前年比: +0.4

採用人数(人)

※正社員

74

対前年比: -2

採用比率

男性/女性(%) ※正社員

39.2 / 60.8

新卒入社社員3年以内  
離職率(%) <直近5年計算>

12.8

管理職における  
女性比率(%)

14.7

対前年比: +0.2ポイント

有給休暇取得率(%)

75.6

対前年比: +2.7ポイント

育児休業取得率

男性/女性(%)

58.8 / 100

育児休業取得者の復職率

男性/女性(%)

100 / 95.8

従業員一人あたりの  
教育研修費(円)

143,562

対前年比: +8,074

従業員一人あたりの  
教育研修時間(時間)

51.8

対前年比: -21.6

研修受講人数(延べ人数)

900

対前年比: +324

寄付活動 対象:(株)ミルボン

寄付総額(千円)

28,110

2025年度の寄付活動実績一覧(千円)

寄付先	金額
公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン	1,160
NPO法人 JHD&C	159
一般財団法人 あしなが育英会	1,458
Baobab Foundation	102
公立大学法人 大阪大学	8,500
国立大学法人 東北大学	12,000
国立大学法人 北陸先端科学技術大学	1,000
国立大学法人 神戸大学	500
学校法人 近畿大学	1,000
Professional Beauty Association Foundation (カルフォルニア州山火事 被害支援)	1,582
市民団体 魚と子どものネットワーク	500
その他	149

# • Data サステナビリティにおける テーマ別ハイライト 2019-2025

## Environment 環境

- 2020. 6 CO2排出量の削減につながる低エネルギー製法スタート
  - 12 日本動物実験代替法第33回「板垣宏学生奨励賞」受賞
- 2021. 1 電力の見える化へ当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」にFEMS導入開始
  - 5 水使用量削減につながる新純水装置の導入
  - 6 RSPO認証クレジット商品発売開始
  - 10 「神戸プラスチックネクスト ～みんなでつなげよう。つめかえパブリックリサイクル～」参画
- 2022. 1 サステナブルコスメアワード2021にて審査員賞、企業部門インターナショナル賞受賞
  - 3 HSP法を用いて、眼刺激性に関する動物代替試験の結果を予測するシステムを構築
  - 4 新商品「ENOG」ヘアカラーキャップ小型化／当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」でRE100基準の再生可能エネルギーへ全電力を切替
  - 6 当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」でRSPOサプライチェーン認証を取得
  - 8 新商品で植物由来プラスチック配合の商品パッケージを採用
  - 12 EcoVadisサステナビリティ調査で「シルバー」評価を獲得
- 2023. 1 TCFD提言への署名を実施／TCFDコンソーシアムへの加入
  - 2 プラスチック使用量削減に向けヘアケア商品の容器仕様を変更、年間約10tのプラスチック量の削減
  - 3 ミルボングループ環境方針を策定・公開／神戸プラスチックネクスト つめかえパブリックリサイクルと神戸クリーン作戦に参画／TCFD提言に基づく、当社の気候変動への対応方針についてコーポレートサイトに公開
  - 4 Villa Lodolaレノーボ新シリーズにおいて、プラスチック使用量を削減した新容器を採用
  - 5 当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」で使用した水が海へ至るまでの直接的な排水経路となっている久米川及び木津川の「水質調査活動」を実施
  - 7 ミルボン×市民団体「魚と子どものネットワーク」の協働で地域の子どもたちと川の環境保全を学ぶ体験学習「水質調査と水辺の自然観察会」を開催
  - 10 「生物多様性のための30by30アライアンス」に参画
- 2024. 3 PJOLIシリーズにおいて植物由来プラスチックを配合し、石油由来プラスチックの使用量を削減した容器を採用
  - 4 ミルボンサステナビリティ調達基本方針を策定・公開／国内事業所におけるScope3排出量を公開
  - 5 久米川及び木津川の「水質調査活動」の継続実施／自然共生サイトに認定されている亀山里山公園「みちくさ」において生物多様性保全活動を実施
  - 7 第2回「水質調査と水辺の自然観察会」を開催
- 2025. 5 ミルボン中央研究所に隣接する大川において、大川水辺クラブが主催する大川クリーンアップ活動に参画
  - 11 人材開発センターのある小田原市において、行政及び市民団体と連携し保全活動をスタート
  - 12 ゆめが丘工場敷地内にある緑地エリアを自然共生サイト化するための申請を環境省へ提出

## Social 人と社会

- 2019. 9 関西大学に寄附講座「美容・化粧品工学」を開講
- 2020. 2 多様な人材が生き生きと働ける社会の実現へ障がい者雇用「M.I.Eフォーラム」で基調講演
  - 6 ミルボン公式オンラインストアーズ「milbon:iD」本格稼働／ミルボン健康宣言
  - 9 関西大学寄附講座追加開講
  - 12 美容室の価値を伝えるスペシャルムービー「美容室の帰り道」公開
- 2021. 3 「健康経営優良法人2021」銘柄認定
  - 4 美容師のデジタル教育支援サービス「エデュケーションiD」スタート
  - 6 世界中の美容師と美容の未来をつなぐバーチャルイベントスペース「ミルボンデジタルアリーナ」スタート
- 2022. 1 花王株式会社と美容室でのビューティヘルスケアサービスの確立に向けた共同プロジェクト開始／2021-2022年度ブランドムービー「美容室で出会った言葉たち」公開
  - 2 「ショートショートフィルムフェスティバル&アジア」とともに、「美しさを拓く」ショートフィルム配信プロジェクト「MILBON BEAUTY MOVIES」をスタート
  - 3 2025年大阪・関西万博「大阪パビリオン」への協賛決定／ウクライナ及びその周辺地域で被災された方々への人道的支援のため国連難民高等弁務官事務所（UNCHR）へ10万ユーロの寄付を実施／「健康経営優良法人2022」認定
  - 5 ミルボングループ人権方針策定・公表／中核人材の多様性確保に向け、2030年女性管理職比率20%を目標設定
  - 6 「ショートショート フィルムフェスティバル&アジア2022」において、「MILBON BEAUTY AWARD」を授賞
  - 10 2022年度従業員向けエンゲージメントサーベイを実施
- 2023. 1 リアルとデジタルを融合し、お客様の“もっと”を叶える新たなサロン業態「Smart Salon®」スタート
  - 2 トルコ・シリア地震の被災者の救援及び復興に役立てていただくため、特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム「トルコ南東部地震被災者支援2023」プログラムへ1,000万円を寄付
  - 3 「健康経営優良法人2023」認定／スポーツ分野において新たに女性プロゴルファーへのスポンサーシップを展開
  - 5 ESG投資指数「MSCI 日本株女性活躍指数（WIN）」の構成銘柄に新規選定
  - 6 第2回「MILBON BEAUTY AWARD」を授賞／当社基幹生産工場「ゆめが丘工場」において「ISO22716」認証を取得
  - 7 ESG投資指数「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に新規選定
  - 11 EcoVadisサステナビリティ調査でゆめが丘工場が「ゴールド」評価を獲得
- 2024. 1 能登半島地震により被災した方々の救援や被災地の復旧に役立てていただくため、特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム「令和6年能登半島地震 被災者支援」プログラムへ500万円の寄付を実施
  - 3 中長期の経営戦略と連動した人材戦略の構築を目的とした「人材開発委員会」を新設／「健康経営優良法人2024」認定
  - 7 ESG投資指数「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に新規選定／ESG投資指数「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に継続選定／ESG投資指数「MSCI 日本株女性活躍指数（WIN）」の構成銘柄に継続選定／ESG投資指数「S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数」の構成銘柄に継続選定
  - 11 EcoVadisサステナビリティ調査でゆめが丘工場が2年連続で「ゴールド」評価を獲得
- 2025. 1 米国カリフォルニア州の山火事被害への支援として美容業界団体PBA（Professional Beauty Association）の災害救援基金に10,000ドルを寄付。さらに当社の米国現地法人を通じて、現地で被災された美容師とそのお客様への支援として、ヘアケア製品を無償提供
  - 4 「『あなたらしく・美しく生きる』ためのミライの美容室」をブースコンセプトとして、大阪・関西万博に協賛・出展
  - 6 ESG投資指数「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に新規選定

# • Data サステナビリティにおける テーマ別ハイライト 2019-2025

## Governance ガバナンス

- 2020.3 譲渡制限付株式報酬制度の導入
- 2021.2 2021年度取締役会実効性評価、第三者アンケートを実施
  - 3 女性社外取締役選任 社外取締役1/3体制へ
- 2022.1 初の女性執行役員2名登用
  - 2 新中期事業構想発表 サステナビリティコミットメントを戦略の中核に位置付け／2022年度取締役会実効性評価第三者アンケート、社外役員インタビューを実施
  - 3 新たに女性社外取締役を1名選任／社外取締役を新たに2名選任し、5名体制／執行役員を中心とした経営会議を新設し、取締役会はモニタリング機能への移行促進／取締役、常勤監査役、執行役員向けに外部講師を招き「人権研修」を実施
  - 5 社内役員、監査役、執行役員で構成するリスクマネジメント委員会を新設
  - 6 ミルボン内部通報・相談窓口を第三者機関に委託し、社員への周知を実施
  - 9 取締役、監査役、執行役員向けに外部講師を招き「TCFD勉強会」を実施
  - 10 取締役、監査役、執行役員向けに外部弁護士を招き「コーポレートガバナンス勉強会」を実施／任意の委員会として中長期的なコーポレートガバナンスの向上を審議する「ガバナンス委員会」を新設
- 2023.2 2023年度取締役会実効性評価第三者アンケート、社外役員インタビューを実施
  - 3 ミルボングループ倫理行動指針を策定・公開
  - 5 指名・報酬委員会を、指名委員会、報酬委員会に分割し、それぞれに事務局を置く体制へ変更
  - 9 取締役、監査役、執行役員向けに外部講師を招き「人的資本経営勉強会」を実施
  - 10 取締役、監査役、執行役員向けに外部講師を招き「DE&I勉強会」を実施
- 2024.2 2024年度取締役会実効性評価第三者アンケート、社外役員インタビューを実施
  - 3 新たに女性社外取締役を1名選任／新たに社外監査役を1名選任／経営視点の強化のため、機関投資家を外部講師として招き「執行役員トレーニングプログラム」を実施
- 2025.2 2025年度取締役会実効性評価第三者アンケート、社外役員インタビューを実施／「資本コストと株価を意識した経営の実現に向けた対応について」を公開
  - 6 社内取締役、執行役員向けに外部講師を招き、「資産運用委員会の運用及びDB（確定給付年金）制度の概要」について勉強会を実施

## • Data

## 会社概要

## 株式会社ミルボン

設立	1960（昭和35）年7月
資本金	20億円
売上高	528億円（連結）
事業内容	ヘアカラー剤、ヘアスタイリング剤、パーマ剤、シャンプー、ヘアトリートメント、育毛剤、スキンケア・メイクアップ化粧品の製造および販売（国内・輸出）など
従業員数	1,237人（連結） 2025年12月31日 現在
本社	東京都中央区京橋2丁目2番1号 京橋エドグラン
研究所	中央研究所（大阪府大阪市都島区）／イノベーションセンター（東京都大田区）／北米研究所／タイ研究所／中国研究所
工場	ゆめが丘工場／タイ工場／中国工場
研修所	人材開発センター（神奈川県小田原市）
支店	国内6事業所
営業所・スタジオ	国内13営業所
子会社	MILBON USA, INC. / Milbon Trading (Shanghai) Co., Ltd. / Milbon Korea Co., Ltd. / MILBON (THAILAND) CO., LTD. / MILBON MALAYSIA SDN. BHD. / MILBON VIETNAM CO., LTD. / MILBON SINGAPORE PTE. LTD. / Milbon (Zhejiang) Cosmetics Co., Ltd. / Milbon Europe GmbH.
関連会社	コーセー ミルボン コスメティクス株式会社

## 報告の対象範囲ほか

報告対象組織	株式会社ミルボン
報告対象期間	2025年1月1日～2025年12月31日
制作部	株式会社ミルボン コーポレートコミュニケーション部

Direction : Ryohei Akita (MILBON)  
 Edit : Shun Ohmi (Kuchibue Shoten), Haruki Nukui (Kuchibue Shoten)  
 Art Direction : Kenta Sagae (Jetus Inc.)  
 Design : Yoshiyuki Morishita (Jetus Inc.)  
 Photo : Marisa Shimamoto  
 Produce : Chihiro Ikeyama (GREAT WORKS)

**m i l b o n**

美しさを拓く。