

2016年12月期（第57期）第3四半期
株式会社ミルボン 決算説明資料



2016 年9月30日

Copyright © 2016 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

目次

P3 連結 経営成績

P4-11 連結 部門別売上高・ブランド別情報

P12 連結 損益計算書

P13 連結 設備投資等の推移

P14 マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移

P15-18 国別の状況

2016年度(第57期) 第3四半期の業績について

連結 経営成績（第3四半期累計期間）

上期に引き続き、東アジアと日本の売上伸長がグループ売上を牽引

（単位：百万円）

	金 額		前 期 増減額	前年同期比 (%)
	前期実績	当期実績		
売上高	19,978	21,424	1,445	107.2
売上総利益	13,943	14,761	817	105.9
販管費	10,156	10,916	759	107.5
営業利益	3,787	3,845	57	101.5
経常利益	3,594	3,495	△ 98	97.2
四半期純利益	2,331	2,370	38	101.7

Find Your Beauty **MILBON**

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門] ①

新製品のアウトバストリートメントを中心に、売上が順調に拡大

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
11,618	12,760	1,142	109.8

- ・ 20代を「美への目覚め」、50代を「美の追究」への転換点と位置づけ、それぞれのステージのニーズに対応した新製品を投入。「転換点をとらえたコミュニケーション」、「デザイン提案から未来の提案」まで具体的な事例を公開し、一人のデザイナーによる女性のビューティーステージ創りをサポートする活動を展開しています。
- ・ 発売当初より根強い人気のエルージュダに紫外線ケア効果のある「エルージュダ サントリートメント」を追加しました。夏場という季節要因を追い風に、紫外線ケアと質感ケアを両立できる点が支持され、売上が順調に推移しています。

主な製品

新製品 ディーセス エルージュダ サントリートメント

紫外線対策をしながら潤い感で髪を満たすアウトバストリートメントです。



3月31日発売

新製品 プラミア ボリュームマイザー

根元をふんわり立ち上げて、指が通る自然なボリューム感のあるシルエットを創るアウトバストリートメントフォームです。



3月1日発売

通期目標	販売実績	進捗率
7億円	6億31百万円	90.2%

通期目標	販売実績	進捗率
2億50百万円	2億91百万円	116.8%

Find Your Beauty MILBON

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門] ②

新製品 ジェミールフラン ヘアケアシリーズ メルティバター

夜ドライ後のまとまりを朝まで記憶させ、朝すぐにスタイリングを可能にするアウトバストリートメント。働く女性の忙しい朝を応援するアイテムです。



通期目標	販売実績	進捗率
3億50百万円	2億59百万円	74.1%

1月28日発売

ブランド別情報 オージュア ①

高まるエイジングケアニーズに応えるラインを中心に、売上が伸長

サロン窓口軒数*

2015年度末	2016年度	前期比
2,399軒	2,692軒	112.2%

販売高（第3四半期累計期間）

2015年度	2016年度	前年同期比
29億98百万円	34億26百万円	114.3%

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のお美しさを共に育むヘアケアブランド

オージュアとは

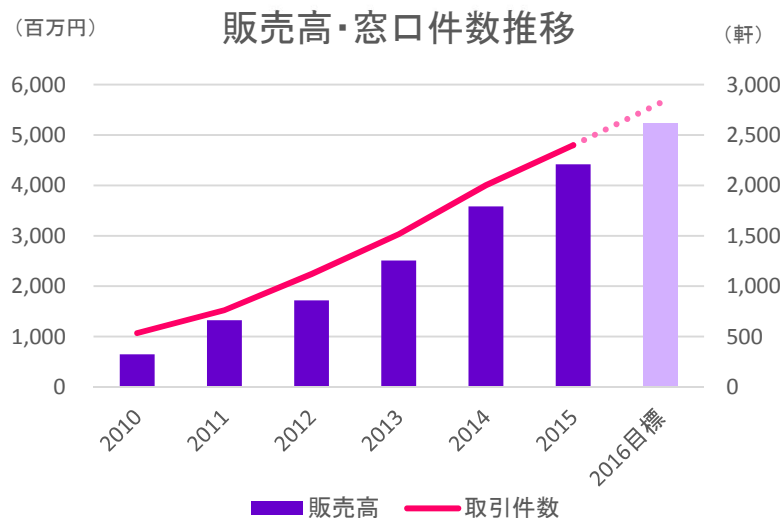
今までのヘアケアを「ヘアケア技術」として進化させることで、一人ひとり違う髪の悩みに、その人のためのヘアケアプログラムで応えること。それが「オージュア」です。

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 オージュア ②

新製品紹介

エイジングケアシリーズ エクイアルライン

年齢とともに毛先のまとまりと根本の立ち上がり気になりだした方へ。毛髪内部の二重構造に働きかけ、美しいシルエットへ導きます。



通期目標	販売実績	進捗率
4億円	2億42百万円	60.6%

1月29日発売

ブランド別情報 グローバルヘアケアブランド “milbon”

販売代理店のセールス向け勉強会が終わりサロンへのアプローチを本格化

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※

2016年9月20日現在……959軒

販売高（第3四半期累計期間）※

2016年度………172百万円

※ 国内のみの数字です。

MILBON



360° BEAUTIFUL HAIR

6月1日より世界12カ国で順次発売

Find Your Beauty MILBON

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]

市場で好評を得ている昨年発売のグレイカラー剤が売上伸長を牽引

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
7,129	7,529	399	105.6

- 2016年秋冬のトレンドに合わせた新色「オルディーブ モードライン」を発売しました。「ちょっとモードな雰囲気」を表現する、硬さの出ないはっきりした寒色系の色味が好評で、売上を順調に伸ばしています。
- 2015年度発売のグレイカラー「オルディーブ クリスタル」に、寒色系のバリエーションを増やす新色と、ヘアカラーの繰り返しによるダメージを抑え、色味と髪をケアするノンアルカリカラーを追加。サロンのグレイカラーの価値を高める支援活動を一層強化しています。

主な製品

オルディーブ クリスタル

大人のロングヘアが、根元から毛先まで均一に輝くハイブリッドカラー。ファッションカラーの明るさで、黒髪と白髪を均一に染め、美しい色持ちを実現します。



新製品 オルディーブ追加色 モードライン

トレンドの「モード感」を表現する寒色際立つネイビーカラーです。



通期目標	販売実績	進捗率	2015年度 発売
19億80百万円	13億36百万円	67.5%	

販売目標	販売実績	進捗率	9月1日発売
2億2千万円	1億46百万円	66.8%	

Find Your Beauty MILBON

ブランド別情報 ヴィラロドラ ①

昨年発売のヴィラロドラ カラーが軸となり、売上・窓口ともに成長を継続

サロン窓口軒数

2015年度末	2016年度	前期比
4,014軒	5,300軒	132.0%

販売高（第3四半期累計期間）

2015年度	2016年度	前年同期比
3億24百万円	5億72百万円	176.2%

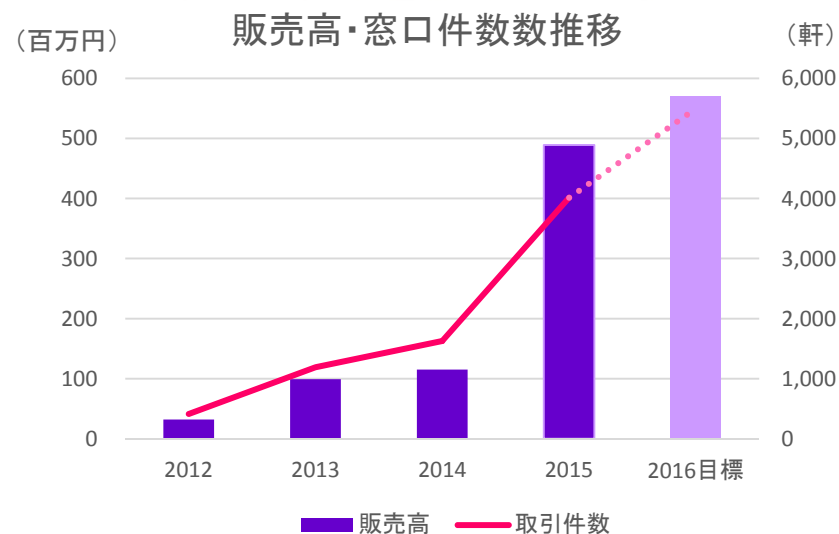
ブランドコンセプト

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。



Find Your Beauty **MILBON**

ブランド別情報 ヴィラロドラ ②

主な製品

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
3億15百万円	3億73百万円	100.4%

2015年度発売

連結 損益計算書（第3四半期累計期間）

（単位：百万円）

	金額		前期増減額	前年同期比（%）
	前期実績	当期実績		
売上高	19,978	21,424	1,445	107.2
売上原価	6,035	6,663	628	110.4
売上総利益	13,943	14,761	817	105.9
販管費	10,156	10,916	759	107.5 ※1
営業利益	3,787	3,845	57	101.5
経常利益	3,594	3,495	△ 98	97.2 ※2
四半期純利益	2,331	2,370	38	101.7

<部門別売上高一覧>

（単位：百万円）

	前期実績	当期実績	構成比（%）	前期増減額	前年同期比（%）
ヘアケア用剤	11,618	12,760	59.6	1,142	109.8
染毛剤	7,129	7,529	35.1	399	105.6
パーマメントウェーブ用剤	1,076	972	4.5	△ 103	90.4
その他	154	161	0.8	6	104.4

<主な変動要因>

- ※1 販管費：人員増・昇給にともなう人件費の増加
- ※2 経常利益：円高による為替差損の計上

※補足 株主還元について

<配当の状況>

（単位：円）

	2014年度	2015年度	2016年 計 画
中期配当	34	35	38
期末配当	34	39	40
合計	68	74	78

連結 設備投資等の推移

(単位:百万円)

区 分		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年 1~9月	2016年 予定
設 備 投 資 額		840	1,680	1,028	2,779	3,363	4,329
減 価 償 却 費		947	878	1,004	1,033	712	1,113
研究開発費	金額	873	969	1,168	1,214	870	1,215
	比率	4.0%	4.1%	4.6%	4.4%	4.1%	4.2%

当年度 設備投資の主な項目（予定）

- ゆめが丘工場の増設
- 新販売管理システム構築（導入は2017年）
- 岡山営業所開設
- 福岡支店移転
- 熊本営業所開設

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)

(単位 美容室軒数:軒/美容師数:人/美容人口:千人)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	備考
美容室軒数	228,429	231,134	234,089	237,525	—	—	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	471,161	479,509	487,636	496,697	—	—	
美容人口	39,640	39,076	38,468	37,847	37,395	37,140 (4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日現在

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
日本	200	210	216	237	249
	102	104	104	100	
米国 (ミルボンUSA)	10	12	12	12	9
	35	36	40	53	
中国 (ミルボン上海)	13	16	17	18	18
	14	17	25	36	
韓国 (ミルボンコリア)	13	17	17	19	20
	34	41	64	75	
タイ (ミルボンタイランド)	-	3	6	6	6
		6	8	15	
その他地域	4	7	12	16	19
	101	65	50	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)

※2016年9月20日 25名 研修終了
2016年10月3日 8名 研修開始
(上記33名は左表には含まれておりません。)

Find Your Beauty **MILBON**

国別の状況 ①

日本を含む東アジアが引き続き成長を牽引

	従業員数	売上高(百万円)		前年同期比 (%)	営業 開始年	為替レート	
	FP数	前期実績	今期実績			前期	今期
日本	589	17,455	18,593	106.8	1960年	-	-
	245						
米国 (ミルボンUSA)	14	472	444	94.0	2004年	1\$= 118.29	114.95
	11						
中国 (ミルボン上海)	24	460	542	117.9	2009年	1元= 19.32	17.56
	18						
韓国 (ミルボンコリア)	33	1,046	1,193	114.0	2009年	1₩= 0.108	0.099
	23						
タイ (ミルボンタイランド)	72	66	61	91.2	2013年	1バーツ= 3.60	3.26
	9						
その他地域 ※	21	477	590	123.6	-	-	-
	21						

※: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、その他

Copyright © 2016 Milbon. All rights reserved.

国別の状況 ②

日本（ミルボン）

“美に目覚める20代”、“美を追求し始める50代”という2つの世代をターゲットにした新製品群を投入し、ヘアカラーとヘアケアを連動させた提案活動により、両カテゴリーが順調に成長しています。

特に、人口動態による白髪染め需要の高まりを背景に、グレイカラー剤「オルディーブ クリスタル」「ヴィラロドラ カラー」が市場で高い評価を得ており、ヘアカラーカテゴリーの伸長を牽引しています。

6月に発売したグローバルヘアケアブランド“milbon”は、販売代理店セールス向けの勉強会がほぼ終わりサロンへのアプローチが本格化することで、契約サロンの増加ペースが加速するものと期待しています。

米国（ミルボンUSA）

代理店販売を進めている東海岸エリアにおいて代理店との共同活動が順調に進み代理店への売上は増収となりましたが、サロン直販では、活動の中心であるマンハッタンの高級サロンが高騰する家賃の更新タイミングで閉店・統合するなどの影響を受け減収となりました。

「プラーミア」のサロントリートメントと店販を連動させた提案が受け入れられているものの、サロントリートメントと店販との連動性やブランド推進力が弱い商品群が低迷しています。グローバルヘアケアブランド“milbon”を6月から発売開始。パッケージやネーミングがブランドとして一貫しており「サロン店販ビジネス」コンセプトが受け入れられて、今後に期待しています。

国別の状況 ③

中国（ミルボン上海）

80～90年代生まれの美意識の高い女性は、自分に合ったヘアデザインを求めるニーズが高く、特にヘアカラー、ヘアトリートメントに対する要望が高くなっています。このような状況の中、サロンでの教育活動を強化し、シーズンカラー提案や根強い人気の外国人ハーフモデル風の髪色に仕上がる新色投入が、パーソナルニーズに対応し好評です。

現在展開を進めている中国の一線都市の経営トップ層は、顧客満足と人材育成がサロン経営において重要な課題であると認識しており、ミルボン独自の市場活動が他社との差別化につながり高い評価を得ています。現地スタッフの成長が大きな牽引力となっています。

2016年11月に西南地域（四川省・成都市）にスタジオ併設オフィスを設立し、市場活動を強化いたします。既存エリアの更なる市場活動の強化を軸に、新規エリア展開を計画しております。

韓国（ミルボンコリア）

ヘアカラー剤「オルディーブ」の定期的な追加色展開が、サロン顧客にとって飽きのこない提案につながり、他社にはない独自の魅力として「オルディーブ」全体の売上を牽引しています。

「カラー剤はミルボン」という良い認識が広まっている中、「総合ブランドのミルボン」への転換を図るため、ヘアケア製品にフォーカスした展開を行っています。「プラーミア」の展開では、頭皮ケアから毛先ケアまで、お手軽に短時間でお勧めする夏のクイック、クールキャンペーンの提案などがサロンから共感呼び、スムーズな導入につながっています。

テストマーケティング中のオージュアは一軒一軒に密着した訪問・教育活動などによりサロンと非常に良い関係が築けており、成果につながっています。10月からの本格始動へ向けてオージュアチームを1名増員し、さらなる強化を図ります。

国別の状況 ④

タイ（ミルボンタイランド）

[販売部門]

大型サロンとの取引額が増え始め、業界での認知度も徐々に高まりつつあり、四半期毎では徐々に上向きで推移しています。

繰り返し実施しているヘアカラー勉強会が好評で、染毛剤売上は伸長しています。また、パーマ剤ウェーブ用剤においても、日本の美容師を講師として行うデジタルパーマの勉強会が好評で、ストレートパーマ剤「リシオ アテンジェ」ブランドは大幅に伸長しています。

[生産部門]

各国でのヘアカラー新色投入に向け、ヘアカラーの生産量は増加しています。また、グローバルヘアケアブランド“milbon”の生産開始により、ヘアケア生産比率も上昇しています。

出荷については、現在全10か国へ。出荷額は計画に対して16.5%増で伸長しており順調に進んでいます。

原材料の現地調達化や経費の削減などが進んでいることに加え、生産設備効率化の実現や生産量の増加が順調で、売上原価率の改善も順調に進んでいます。



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。