

2017年12月期（第58期）第1四半期
株式会社ミルボン 決算説明資料



2017年3月31日

Copyright © 2017 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
- P9 連結 損益計算書
- P10 連結 設備投資等の推移
- P11 マーケット関連資料 & フィールドパーソンの推移
- P12 国別の状況
- P13 海外子会社の状況

連結 経営成績（第1四半期）

ゆめが丘工場増設に伴う一時的な売上原価率の上昇が影響し増収減益

（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	6,708	6,898	189	102.8%
売上総利益	4,562	4,544	△ 18	99.6%
販管費	3,637	3,757	119	103.3%
営業利益	924	786	△ 138	85.1%
経常利益	813	717	△ 96	88.2%
四半期純利益	546	538	△ 8	98.5%

Find Your Beauty **MILBON**

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横ばい

(第1四半期)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
3,918	3,924	6	100.2

- 世代観を意識したプロフェッショナルブランドでは、20代女性が新たな「サロントリートメント」に目覚めるきっかけづくりとして、「ジェミールフラン サロントリートメント」を投入しました。また、50代女性の髪の違和感から”実感”した悩みに対応した「プラーミア エンリッチドシリーズ」を追加しました。しかしながら、提案活動が染毛剤の新商品に集中したことなどからヘアケア用剤部門は期待通りの売上伸長となりませんでした。

新商品

ジェミールフラン サロントリートメント

サロンメニューで髪の内部までしっかりケアし、週に一度のホームケアと連動させて効果を持続させるサロントリートメントです。



通期目標	販売実績	進捗率
5億円	88百万円	17.6%

2月1日発売

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。



通期目標	販売実績	進捗率
5億円	89百万円	17.8%

3月1日発売

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、増収は維持

オージュアサロン窓口軒数

2016年度末	2017年度	前期比
2,779軒	2,869軒	103.2%

販売高 ※) (第1四半期)

2016年度	2017年度	前年同期比
10億19百万円	10億38百万円	101.8%

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

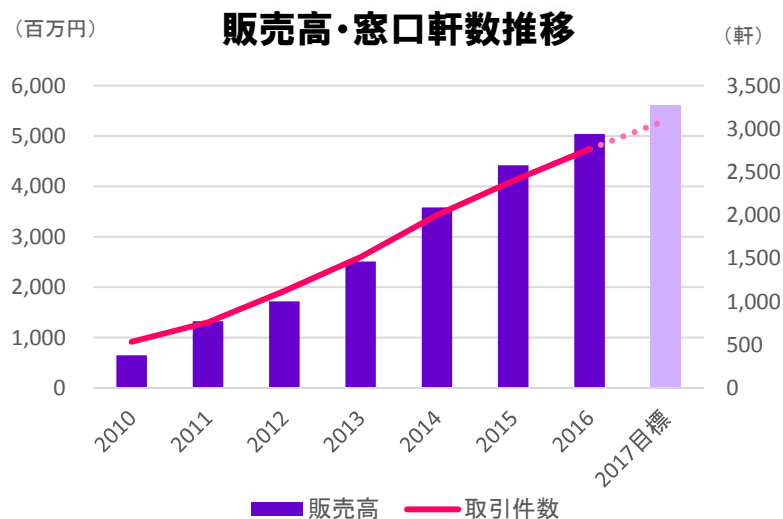
今までのヘアケアを「ヘアケア技術」として進化させることで、一人ひとり違う髪の悩みに、その人のためのヘアケアプログラムで応えること。それが「オージュア」です。

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



※) 個別の数値です。

ブランド別情報 プレミアムブランド “milbon”

海外は5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1四半期末……………2,540軒

販売高 ※)

第1四半期……………2億55百万円

MILBON



360° BEAUTIFUL HAIR

2016年度発売 - 世界12カ国で順次

※) 個別の数値です。

Copyright © 2017 Milbon. All rights reserved.

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1四半期)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
2,441	2,667	225	109.2

- 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、堅調に推移しています。

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	4億14百万円	54.9%

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	1億10百万円	27.7%

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	前期比
5,632軒	5,909軒	104.9%

販売高（第1四半期）

2016年度	2017年度	前年同期比
1億61百万円	2億 2百万円	124.8%

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	1億43百万円	27.8%

2015年度発売

Find Your Beauty **MILBON**

連結 損益計算書（第1四半期）

（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	6,708	6,898	189	102.8
売上原価	2,145	2,354	208	109.7 ※1
売上総利益	4,562	4,544	△ 18	99.6
販管費	3,637	3,757	119	103.3 ※2
営業利益	924	786	△ 138	85.1
経常利益	813	717	△ 96	88.2
四半期純利益	546	538	△ 8	98.5

<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	3,918	3,924	56.9	6	100.2
染毛剤	2,441	2,667	38.6	225	109.2
パーマメント ウェーブ用剤	307	260	3.8	△ 47	84.7
その他	41	46	0.7	4	111.9

<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 1~3月	2017年 予定※)
設備投資額		1,680	1,028	2,779	4,262	268	1,760
減価償却費		878	1,004	1,033	1,077	266	1,240
研究開発費	金額	969	1,168	1,214	1,232	310	1,372
	比率	4.1%	4.6%	4.4%	4.2%	4.5%	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。

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)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	備考
美容室軒数(軒)	228,429	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)	471,161	479,509	487,636	496,697	504,698	—	
美容人口(千人)	39,640	39,076	38,468	37,847	37,395	37,023 (10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 配属予定
2017年4月 26名 入社予定

(上記34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

	従業員数 ※1)	売上高(百万円)		前年 同期比 (%)	営業 開始年	為替レート	
	フィールドパー ソン数 ※1)	前期実績	今期実績			前期	今期
日本	595	5,739	5,856	102.0	1960年	-	-
	256						
米国 (ミルボンUSA)	16	147	145	99.0	2004年	1\$ = 121.46	109.56
	13						
中国 (ミルボン上海)	28	154	169	109.3	2009年	1元 = 18.93	16.17
	20						
韓国 (ミルボンコリア)	32	408	427	104.7	2009年	1₩ = 0.1043	0.0939
	23						
タイ (ミルボンタイランド)	67	18	25	141.0	2013年	1バーツ = 3.37	3.29
	8						
その他地域 ※2)	27	240	273	113.8	-	-	-
	24						

※1) 従業員数およびフィールドパーソン数は期末現在

※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

Copyright © 2017 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

海外子会社の状況 ①

米国（ミルボンUSA）

2016年6月に発売したプレミアムブランド“milbon”への切替活動が順調に進んでおり、“milbon”と切替対象商品の合計売上金額は、前年同期比126.6%(現地通貨ベース)となりました。

直販エリアのマンハッタンにおいては、ハイエンドサロンをターゲットに活動し“milbon”導入による入店教育により、インスタシアを拡大しています。

また、代理店であるTruBeautyにおいて、製品・美容技術に精通した担当者の増員など体制が強化されたことにより、売上が順調に伸長しています。

中国（ミルボン上海）

フィールドパーソン活動により上海をはじめとする直販エリアにおいてトップサロンとの関係が深まり、新規サロンも増加しています。また、代理店地域においても代理店スタッフにフィールドパーソン流の教育活動が根付いてきていることが、成果に繋がっています。

製品別では、オルディーブ（ファッションカラー）が、追加色の投入もあり好調で、ヘアケアでは、リンケージミュー（サロントリートメント）が順調に推移しています。

韓国（ミルボンコリア）

エイジングケアブランドであるプラーミアが新商品ボリューマイザー発売により順調に推移しています。

前期にテストマーケティングを実施したオージュアは、今期から本格販売を開始しました。導入サロンでの評価が高く、当期は10サロンと新規契約を行いました。今後も3か月ごとに10サロンと新規契約していく計画です。

また、教育イベント「DAコリア」を実施し、エントリーデザイナー120組、ギャラリー1,212名を動員し、大成功を収めました。

海外子会社の状況 ②

タイ（ミルボンタイランド）

[販売部門]

プミポン国王崩御の影響で、プレミアムブランド“milbon”の発売が延期されたものの、代理店1社に活動を重点化したことことが、好結果に繋がりはじめています。また、Aクラスサロンの取引軒数が増えることでブランドイメージが向上するとともに、代理店スタジオ講習でヘアカラーの新規開拓が順調に進んでいます。

[生産部門]

ヘアカラーラインのスピードアップや原材料の現地調達率アップにより製造原価率が計画以上に改善しています。また、生産量は、前年同期比129%（現地通貨ベース）となっています。



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。