



2015年12月期（第56期）第1四半期 株式会社ミルボン 決算説明資料



2015 年3月27日

Copyright © 2015 Milbon. All rights reserved.

目次



- P2** **連結 経営成績**
- P3-5** **連結 部門別売上高**
- P6** **オージュアについて**
- P8** **連結 貸借対照表(グラフ)**
- 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**
- P12-13** **国別の状況**

連結 経営成績（第1四半期）



海外市場とヘアケア用剤部門が牽引役となり、売上高が伸長

（単位：百万円）

	金額		前期 増減額	前期比 (%)
	前期	実績		
売上高	5,798	6,083	284	104.9
売上総利益	4,026	4,282	255	106.3
販管費	3,082	3,284	202	106.6
営業利益	944	997	53	105.7
経常利益	849	980	130	115.3
当期純利益	500	635	134	126.9

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]



エイジングケア・CMADK配合商品の売上が順調に伸長

(第1四半期)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
3,099	3,537	437	114.1

- ・ 真の相談相手を求める大人世代に対応できる美容師力(高い専門性と人間的な魅力)を磨くサポート活動を展開しました。昨年高い評価を受けたエイジングケア関連の商品が引き続き好調で、売上が伸びています。
- ・ 昨年発売し市場で高い評価を受けていた、ミルボンオリジナルの毛髪補正成分「CMADK」配合の商品が引き続き好調に推移しています。
※CMADK配合商品:「ディーセス エルジュータ エマルジョン」「オージュア イミュライズライン」等

新製品紹介

プラーミア

リファイニングシリーズ

年齢を重ねて変化した地肌と、エイジング毛を同時にケアするサロンメニュー



販売目標	販売実績	進捗率
5億円	1億2百万円	20.5%

1月29日発売

ディーセス

デイチャーム UVミスト

心地いい香りで日差しからカラーデザインを守るUVトリートメント



販売目標	販売実績	進捗率
1億8千万円	68百万円	38.0%

2月26日発売

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]



追加色による提案活動に注力するも、売上は減少傾向

(第1四半期)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
2,268	2,172	△ 96	95.7

・2015年春夏のトレンドに合わせた新色を発売しました。ヘアデザイナーのサロン顧客へのトレンドカラー提案を支援する活動を積極的に展開しておりますが、他社との競合が加速しており、ヘアカラー全体の売り上げは減少傾向となっています。

新製品紹介

オルディーブ追加色 イノセントライン

無彩色で創る優しいツヤが
透明感あるピュアさを表現する



販売目標	販売実績	達成率
5億円	1億82百万円	36.6%

1月29日発売

連結 部門別売上高 [パーマネントウェーブ用剤部門]



主力のストレートパーマ剤は堅調に推移するも、全体としては減少

(第1四半期)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
379	331	△ 47	87.5

オーデュアについて



エイジングケアニーズの高まりを追い風に、窓口・売上が順調に拡大

オーデュアサロン窓口軒数

2014年度末	2015年度	前期比
2,002軒	2,127軒	106.2%

販売高（第1四半期）

2014年度	2015年度	前年同期比
6億95百万円	8億52百万円	122.6%



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

オーデュアとは

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、その人のためだけのヘアケアプログラムで応えること。それが「オーデュア」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
 ・14ライン ・89アイテム

新製品(新シリーズ)紹介

エイジングケアシリーズ オーセナムライン

年齢とともにまとまらない髪が生えやすくなる地肌を健康的な髪を育む地肌環境へ整えます。



販売目標	販売実績	達成率
4億円	49百万円	12.5%

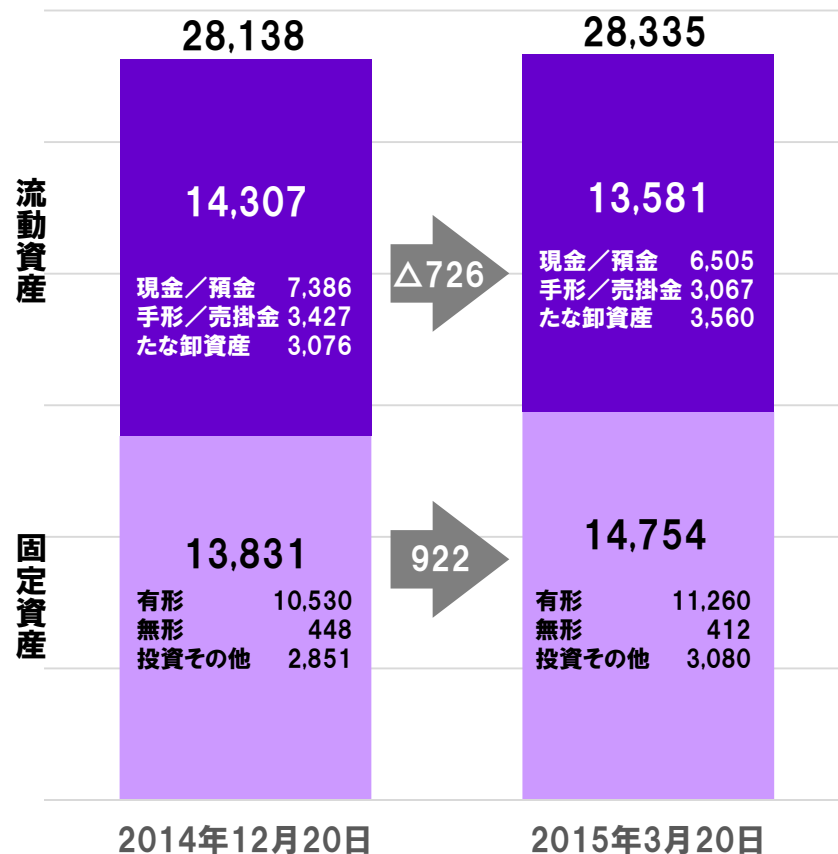
1月30日発売

連結 貸借対照表

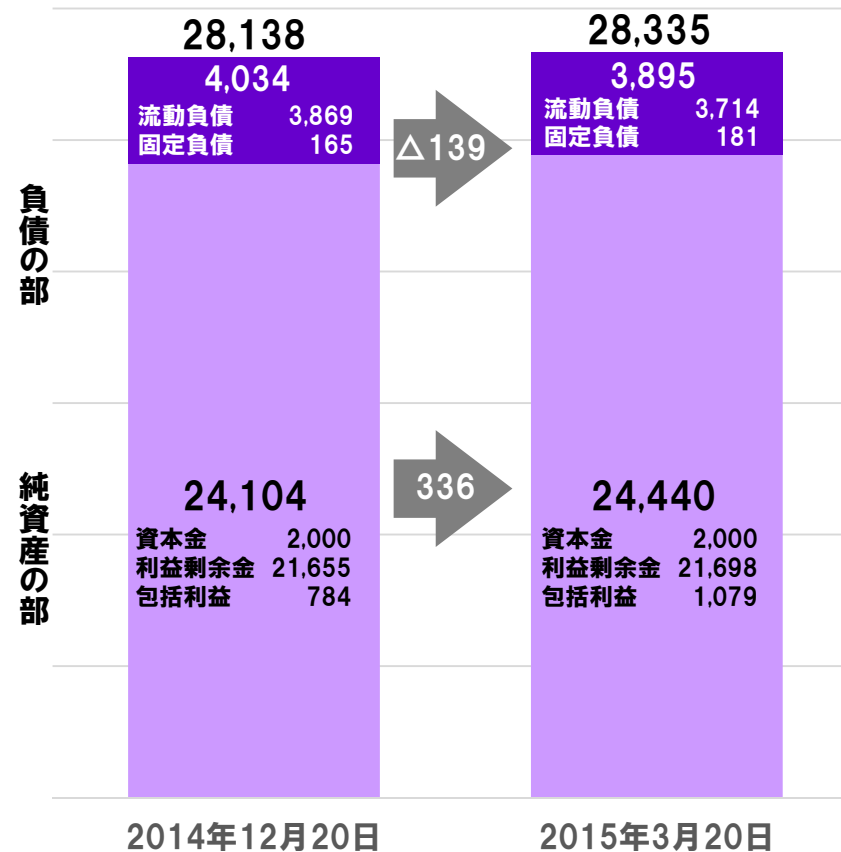


(単位:百万円)

資産の部



負債・純資産の部

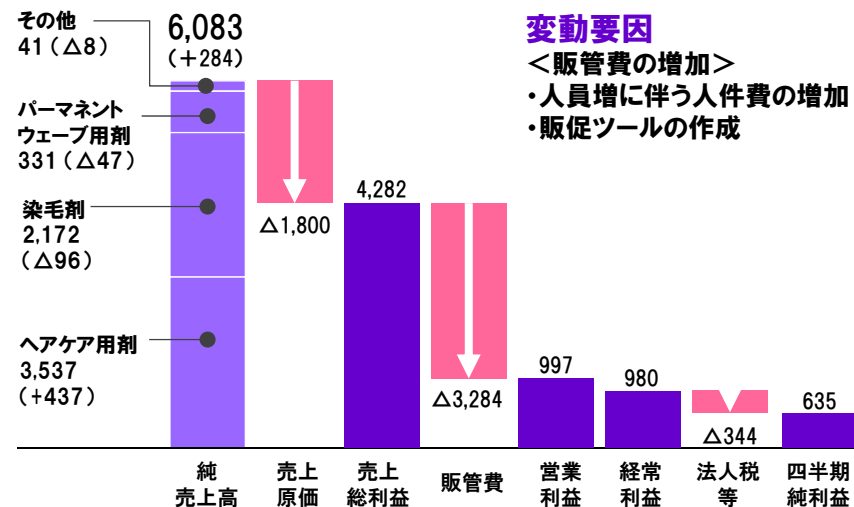


連結 損益計算書 (第1四半期)



(単位:百万円)

	金額		前期 増減額	前期比 (%)
	前期	実績		
売上高	5,798	6,083	284	104.9
売上原価	1,771	1,800	29	101.7
売上総利益	4,026	4,282	255	106.3
販管費	3,082	3,284	202	106.6
営業利益	944	997	53	105.7
経常利益	849	980	130	115.3
当期純利益	500	635	134	126.9



部門別売上高一覧

	前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
ヘアケア用剤	3,099	3,537	437	114.1
染毛剤	2,268	2,172	△ 96	95.7
パーマネントウェーブ用剤	379	331	△ 47	87.5
その他	50	41	△ 8	82.3

連結 設備投資等の推移



(単位:百万円)

区 分	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 1~3月	2015年 予定
設備投資費	528	840	1,680	1,028	839	2,652
減価償却費	1,011	947	878	1,004	238	1,062
研究開発費	870	873	969	1,168	277	1,211
研究開発比率	4.3%	4.1%	4.2%	4.8%	4.8%	4.7%

当期 設備投資の主な項目

- ゆめが丘工場隣接地の購入代金
- 東京銀座支店開設に伴う設備投資、保証金

マーケット関連資料 & フィールドパーソンの推移



MILBON

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)

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	備考
美容室軒数	223,645	223,286	228,429	231,134	234,089	—	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	453,371	456,872	471,161	479,509	487,636	—	
美容人口	39,720	39,812	39,640	39,076	38,468	37,847	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

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 1Q
日本	203	221	230	238	241
	95	92	95	95	—
米国 (ミルボンUSA)	9	10	12	12	12
	39	35	36	40	—
中国 (ミルボン上海)	11	15	16	17	19
	11	12	17	25	—
韓国 (ミルボンコリア)	11	13	18	17	20
	30	34	39	64	—
タイ (ミルボンタイランド)	—	—	3	6	6
	—	—	6	8	—
その他地域	4	3	8	11	13
	95	135	55	50	—

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1人あたり売上高(百万円)

国別の状況（第1四半期）



海外市場の売上が順調に推移

	従業員数		売上高(百万円)		前期比 (%)	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	531	241	5,203	5,276	101.4	1960年	-	-
米国 (ミルボンUSA)	16	12	114	162	142.3	2004年	1\$= 100.25	114.23
中国 (ミルボン上海)	23	19	91	113	124.9	2009年	1元= 16.67	18.81
韓国 (ミルボンコリア)	30	20	233	327	140.5	2009年	1₩= 0.0936	0.1060
タイ (ミルボンタイランド)	49	6	11	24	216.4	2013年	1バーツ= 3.16	3.49
その他地域 ※1	13	13	145	177	122.6	-	-	-

※1:台湾、香港、ベトナム、マレーシア、トルコ、インドネシア、その他

国別の状況（第1四半期）



[日本（ミルボン）]

競争が加速している染毛剤部門は減収傾向が続いていますが、エイジングケアニーズの高まりを追い風に、ヘアケア用剤部門が順調に成長しています。また、3月度には主力生産工場であるゆめが丘工場の隣接地を取得した他、銀座に支店を開設するなど、新たな成長ステージへの準備が進んでいます。

[米国（ミルボンUSA）]

昨年取引を開始した販売代理店が他州を商圏とする代理店を買収したことから、東海岸では7州において代理店販売体制が整いました。好調に推移しているインサロントリートメントに加え、昨年8月に発売開始したプレミアムシリーズの製品勉強会の活動に集中をした結果、順調に取引サロン開拓が進んでいます。2015年1月から値上げを実施。価格改定前の駆け込み需要が発生し、売上は計画を大幅に超過する結果となりました。

[中国（ミルボン上海）]

日本の著名外部講師を招いての美容セミナー開催や、代理店・トップサロンへ向けた教育・提案活動が経営者層をはじめ幹部・スタッフにまで共感いただき、製品導入や新規取引サロン数増加など高い実績につながっています。

美意識の高い20-30歳代へターゲットを絞った似合わせカラーデザイン提案によりヘアカラーが順調に推移し、同時に髪質改善意識も高まりサロントリートメントの需要も高くなり好調に推移しています。

[韓国（ミルボンコリア）]

10月に、デザイナー育成イベント「DAコリア」を初開催しました。エントリー110組、ギャラリー1,300名を動員し、参加デザイナーから非常に高い評価を得ました。こういった背景のなか11月に発売したエルジュエダエマルジョンはCMADK成分の実感効果が高いと好評で、第1四半期の売上を大きく牽引しました。

[タイ（ミルボンタイランド）]

販売部門では、タイで初めてのミルボン専売代理店との取引を開始し、中規模サロンへのアプローチが可能となり取引店拡大が順調に進んでいます。タイ人に人気のアウトバストリートメント市場で好評だったエルジュエダシリーズにエマルジョンを投入し順調に推移しています。

生産部門では、本稼働から1年を迎え、組織力も向上し雇用も含め順調に進んでいます。輸出に関しては一部の輸入許可に時間がかかってはいるものの、各国への輸出を本格的に開始しました。

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。