



MILBON

株主のみなさまへ

第55期

2013年12月21日～2014年12月20日

社長あいさつ

エイジングケアの展開やグローバル化の進展により前中期事業構想の売上高目標を達成

特集

新中期事業構想(2015年～2019年)

株式会社ミルボン

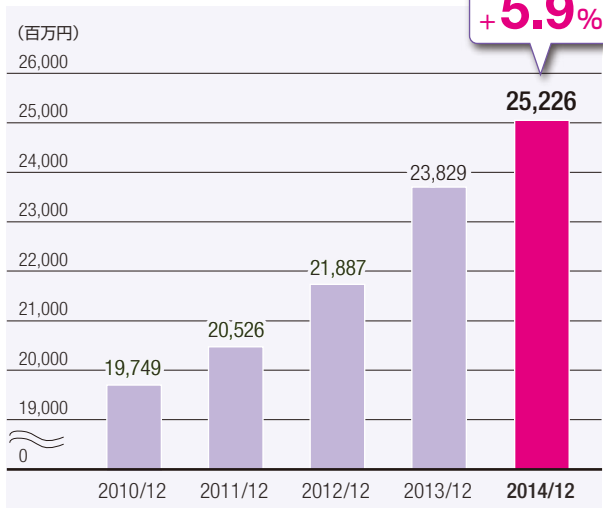
証券コード：4919



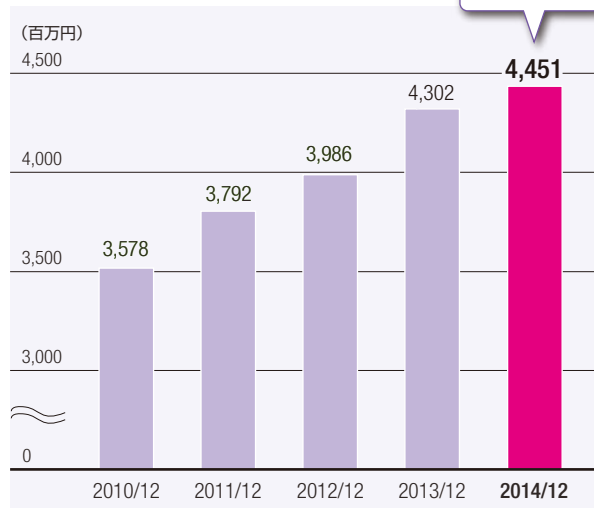
連結財務ハイライト

01

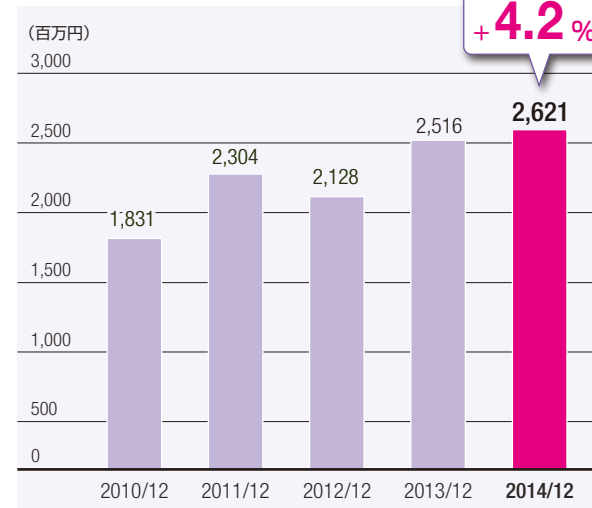
売上高



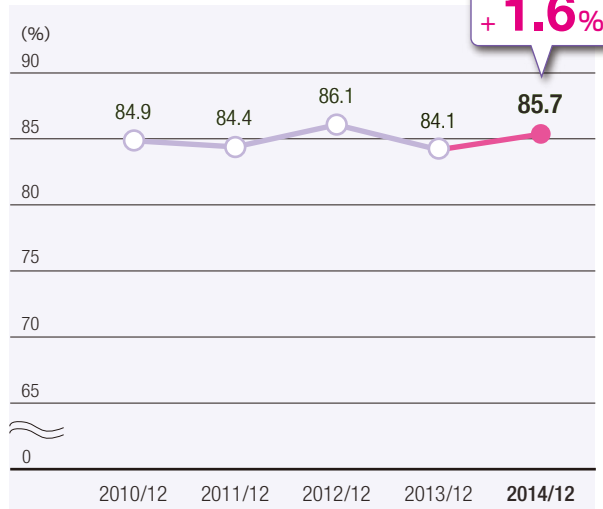
営業利益



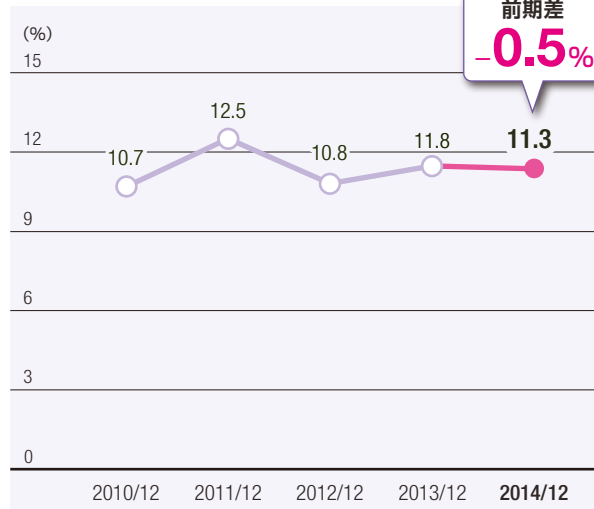
当期純利益



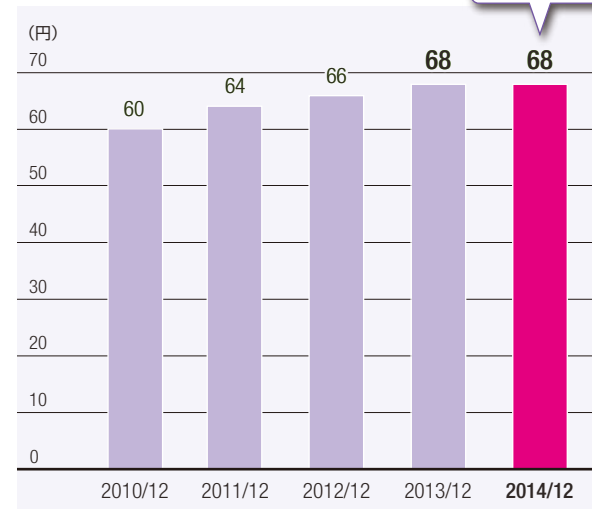
自己資本比率



自己資本利益率(ROE)



1株当たり配当金



代表取締役社長
佐藤 龍二



国内において人口動態が美容業界に及ぼす影響が拡大する中、エイジングケアの展開やグローバル化の進展により前中期事業構想の売上高目標を達成

株主のみなさまにおかれましては、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。また、平素は格別のご支援を賜り、ここに厚く御礼申し上げます。第55期(2013年12月21日～2014年12月20日)の決算が確定しましたので、ご報告申し上げます。

当期の連結業績は、売上高252億26百万円(前期比5.9%増)、営業利益44億51百万円(同3.4%増)、当期純利益26億21百万円(同4.2%増)となりました。当期の年間配当金につきましては、一株当たり68円(中間配当34円、期末配当34円)と決定させていただきました。

第55期の総括

- 消費税の増税、大雪や豪雨などの天候不順がサロンへの来店サイクルに影響。
- ミルボンオリジナル成分CMADK配合の製品が好調に推移。
- コリアに続きミルボン上海が黒字化し、東南アジアでの事業展開も順調に進む。

前中期(2010年～2014年)の総括

- システムヘアケア「オー ज्या」を市場へ展開し、高評価を得る。
- グローバル化を推進し、東南アジアを中心に展開エリアを拡大。
- フィールド活動システムの再構築により、美容室のサポート体制を強化。
- 売上は中期計画を達成したものの営業利益は計画前倒しの先行投資・人員増強により未達。

ブランディングと海外展開へ向けた基盤整備を推進

2014年の国内経済は、4月の消費税増税による消費の冷え込み、円安の進行に伴う材料の高騰など企業にとって厳しい環境となりました。こうしたなか、美容業界では人材育成や教育を重んじる美容室と、価格戦略に取り組む美容室との二極化が進んでいます。

少子高齢化が進む日本では、人口動態による美容人口の減少が進んでいます。その一方で女性の美に対する意識は高まってきており、年齢を重ねても美しい髪を保ち続けたいという思いをもったお客様が増えています。そのため、エイジングとは、何がどのように変化するのかを科学的に解明し製品開発を行い、科学的根拠に基づいた情報から知見を積み重ね、ヘアデザイナーのプロとしての専門性向上へ向けての教育サポートを行ってまいりました。また、海外展開については前中期中に東南アジアへの展開が順調に進み、これから世界へ向かうという意志を全社員で共有するため、社内のグローバル意識向上にも努めてまいりました。

システムヘアケア

前中期は、オー ज्याアの投入と市場展開を進めました。オー ज्याアは、日本人の髪を研究しつくし、日本人の髪のために開発したブランドで、製品力はもちろん、一人ひとりの悩みを解決する商品選びとアドバイスをを行う「オー ज्याアソムリエ制度」が高い評価を受けています。国内市場において、システムヘアケアとしてのポジションが確立されてきたオー ज्याアですが、その中でも最も高価格なエイジングケアシリーズのイミュライズラインが非常に好評でした。お客様は消費をする際、価格ではなく自分に本当に必要なかどうか、求め

ている効果があるのかどうかで判断されているということが確信できる事例です。これからも、オー ज्याアソムリエ制度の更なる発展と高効果な製品の開発に取り組んでまいります。

オーガニックブランドのヴィラロドラは発売から5年間で事業の成長性を判断することとしています。現在事業化から3年で、2015年のカラー発売により成長軌道に乗せられると考えております。

グローバル化の推進

前中期の初めに、新たなグローバルビジョンを掲げました。全社員の行動指針となる冊子の配布や研修などを実施し、全社のビジョンに対する意識を向上させました。その成果もあり、海外事業については前中期計画の目標であった海外売上比率10%を達成することができました。

東アジア(韓国、中国、香港、台湾)は順調に推移しています。日本で培った美容室への教育支援活動が高い支持を集めており、特に、中国や韓国では昨年度に続いて130%近く伸長しました。また、韓国は2011年度から利益を出せるようになり、中国も2014年度に黒字化しました。香港、台湾も着実にシェアを伸ばしており、東アジア市場は日本に続く第2の柱として成長しています。

東南アジア(タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア)については、各国とも順調に成長しています。タイ工場からの海外市場への出荷が始まっており、本格的な出荷態勢の構築も進んでいます。東南アジア市場は、人口・経済ともにこれからさらに発展する市場であり、大きな成長が期待できます。

欧米については、ミルボンUSAを3~5年かけて直販制

から代理店制へ転換していく計画で、現在移行を進めております。

前中期は、東南アジアを中心に海外展開の基盤を構築してきました。次の中期は、この海外での基盤をもとに成果を生み出すステージへと発展させてまいります。

フィールド活動システム

顧客とのかかわりが最も深いフィールドパーソンの在り方について、主に代理店との協働活動を担うフィールドセールスと、サロン教育を支援するフィールドエドューケーターのそれぞれの役割と協力体制を整備しました。今後はさらに「フィールドパーソン戦略の原点回帰と深化と新化による進化」を方針に、経営資源の選択と集中を図り、成果を上げるための施策を推進していきます。具体的には、教育を軸にした活動の更なる質の向上、フィールド活動の戦略性の向上、拠点スタジオを中核としたサロンサポート体制の整備を進めます。

顧客理解の深堀り

長期ビジョンとして、ミルボンは世界で一番ヘアデザイナーに貢献できるナンバーワン企業を目指しています。

そのために必要なことは、市場に向けたコーポレートブランド戦略です。

昔は一つのトレンドが出来、それにみんながついていくといった一つのパターンでしたが、現在はライフスタイルも多様化し、それに伴い一人ひとりが自分のあり方を持つようになってきました。同じ年代でも、未婚か既婚か、子どもがいるかいないか、正社員か非正規社員か、営業職か事務職か等によっておしゃれの感覚は違います。一人ひとり

のお客様が美しく生きていくお手伝いをするためには、いかに一人ひとりに対応できるかが重要になってきます。

今まではヘアデザイナーの視点で市場を見ていましたが、今後はそれだけでなく、お客様の視点からも美容室を見ないと本当の顧客理解にならないのではないかと考えています。つまり、市場の捉え方をBtoBからBtoBtoCへ広げていく必要があるのです。そのため、企業の象徴であるブランドステートメントとスローガンについて見直しを行いました。本来、ブランドステートメント・スローガンは、誰が誰に向けてどんな誓い・約束をするのかを指すものです。しかし、これまで当社ものは「想い」に留まっていたように思います。変えてはならないもの、それは美容室・ヘアデザイナーを通じてということ。今までもこれからも、それを、エッセンスは変えずに、きちんと「誓い」という形に変化させました。

それが新ブランドステートメント&スローガンです。

海外市場ではブランドは大切な要件であり、グローバル化の推進にもつながります。次の中期、その次の中期を意識し、長期的な視野に立ったビジネス展開・ブランディングを行っていきます。

ミルボングループは今年度から新中期事業構想に基づく事業展開を進め、グローバル市場への挑戦を本格化していきます。そのけん引力となる顧客理解と人材育成・教育をさらに進化し、お客様に指名される製品開発とサロンへの提案を進めてまいります。

株主のみなさまには、当社グループの事業にご理解を賜り、今後とも変わらぬご支援をいただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

前中期事業構想(2010年~2014年)の総括

売上高は前中期計画を達成。
先行投資・人員増強により営業利益は未達成。

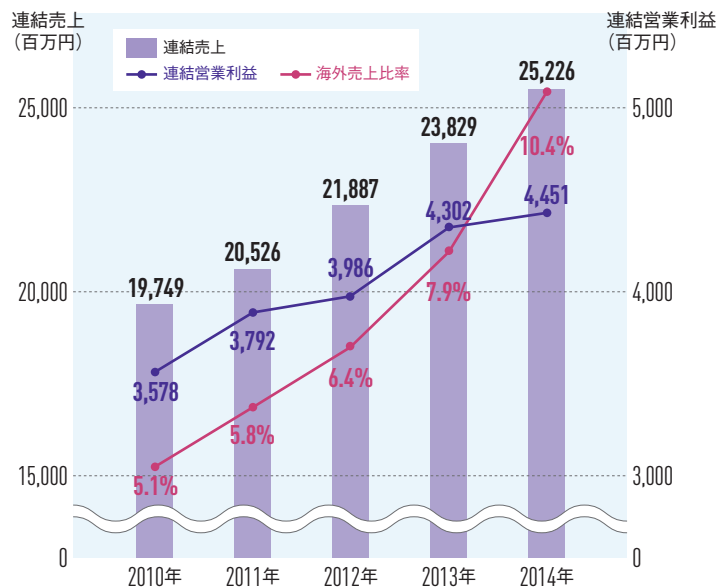
【連結売上】
目標250億円 実績252億円

【国内売上】
目標224億円 実績226億円

【海外売上】
目標26億円 実績26億円

【海外売上比率】
目標10.4% 実績10.4%

【連結営業利益】
目標48.7億円 実績44.5億円



グローバルビジョン

「教育を中心としたフィールド活動によって、世界の国・地域の美容に地域貢献し、日本発(初)、世界No.1のグローバルプロフェッショナルメーカーをめざす。

新中期を迎えるにあたって

国内市場環境

- 1 人口動態の波と不透明な経済環境
- 2 価格競争に巻き込まれない経営戦略
- 3 顧客との長期的な関係性の構築

海外市場環境

グローバル化の推進にともない、企業・製品ブランドの認知強化による市場参入スピードの加速

グループ社内環境

国・地域、世代間、性別の価値観の違い、多様性を受け入れる環境創り
→社内ベクトルの一致

新ブランドステートメント

すべては、女性が美しく生きるために。

私たちは一人ひとりの女性に、自分らしさ、心の豊かさ、人生の彩りを価値にして届けます。

ヘアデザイナーと向き合い、ともに教養育み、今を超えようと、磨き上げた結晶から、生まれ落ちる美しさ。

それは、私たちだけが創れる確かな価値。

女性が美しい髪を自信に、新しい世界にはばたけるよう、私たちは、今ここにはない未来を創り続けます。

新ブランドスローガン

美しさを拓く。

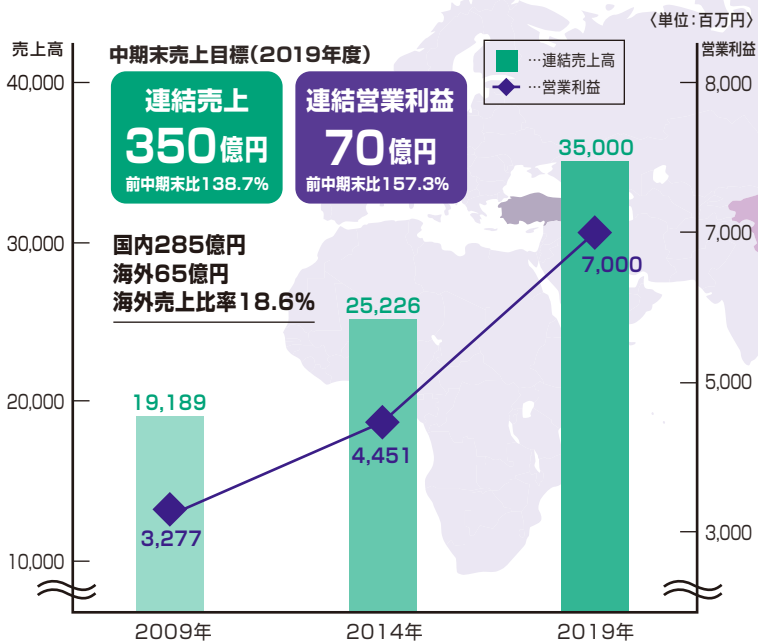
Find Your Beauty

中期事業構想 (2015年～2019年)

2014年12月21日から、新たな中期がスタートしました。
 新たなブランドスローガン「美しさを拓く。Find You Beauty」のもと、
 次の未来を見据えて動き出したミルボンの新中期事業構想の概要をご紹介します。

現在の市場環境は、政治や経済の不安定さの継続や、多極化や多様化の進展、先進国と新興国の垣根の縮小、全ての流れが双方向化し、グローバル化やデジタル化が加速する一方、ローカル化のさらなる進展が見られます。また、先進国を中心に高齢化が進み、世界は緩やかなデフレ基調へと移り変わっていきます。そんな中、人口動態がカギとなる美容業界において、国内ではその波や不透明な経済環境を反映し、サロンや代理店が大型化、企業化、広域化しています。その一方で、地域密着、トータルビューティー化等、独自の専門性を打ち出すサロン様も増えています。こうした国内市場に対して、それぞれの課題に丁寧にお応えし、顧客との長期的な信頼関係を構築していきます。海外におきましても、人口規模が大きい東アジアや、今後、さまざまな国や地域で人口ボーナスが拡大する東南アジアを中心に、市場展開を加速します。

ヘアデザイナーと共に、世界の美容に貢献していきます。



《中期エリアビジョン》

日本

- ① 少子高齢化世界に先駆けたエイジング日本美容モデルの創出。～多角的なエイジングイノベーションによる生産性向上～
- ② エリア、サロン、市場から見た新たな代理店戦略と代理店制度。

東アジアリージョン

現地人材育成・教育営業部隊を中心とし、収益構造を含めたアジアの柱となる、成長軌道創り。

東南アジアリージョン

創業精神を元に、新たなアジア3本目の柱創りとタイ生産工場の品質向上と本格稼働による増築構想。

欧米リージョン

代理店制へのビジネスモデルの転換確立と、欧州の人脈創りから進出機会の創出。

中期ビジョン

世界のプロフェッショナル市場において
アジアNo.1、世界ベスト5入りをめざす。

■グローバル組織態勢

多文化対応ネットワーク型の グループ企業経営を目指す

グループ全体のグローバル組織、人事、給与システムを研究し、整備します。また、各現地法人に対して経営における権限委譲と責任の明確化を行い、意思決定のスピードアップを図ります。



■グローバル商品戦略

グローバル研究開発・生産態勢を構築する

オージュア、ヴィラロドラ、新システムヘアケアの3本柱を構築します。また、グローバルミルボンブランド(日本の成功製品ソフト)を企画開発し、日本独自のサロントリートメントの世界展開を行います。さらに、アジアの新中間層顧客に向けた、ローカライズ製品の開発を行うとともに、グローバルな研究、生産態勢の構築を行います。



■グローバル人材育成

グローバルな視野でリーダーシップを発揮する、 経営感覚のある次期グローバルリーダーを育成する

グローバルフィールドパーソン制度の確立に向けて、現地スタッフのクラス別研修制度の確立と駐在事務所の教育支援の仕組みづくりを行います。また、グローバルに通用する美容技術スペシャリストや各種専門家の育成を行います。



■グローバル市場展開

アジア3本柱構想(日本、東アジア、東南アジア)と 欧米ネットワークの構築によって、 グローバル事業戦略を加速する

東南アジアを3本目の柱として強化するため、本年よりスタートするフィリピンをはじめ、シンガポール、ミャンマー等への展開を目指します。また同時に、欧米とのネットワークの構築を進めます。



中期財務目標

本中期事業構想では営業活動によって獲得するフリーキャッシュをもとに、成長に向けて前中期事業構想に比べ約2倍の投資を行います。その内容は、ゆめが丘工場を現在の約3倍の規模に拡張。青山工場を統合し、増産と生産効率の向上を図ります。また、海外市場に向けたヘアカラー工場として稼働し始めたタイ工場の増設を行い、ヘアケア製品も生産できる総合的な工場へと発展させていきます。

新規の営業拠点の整備については銀座、横浜をはじめ国内8拠点の開設・増強、海外はフィリピンをはじめとして数拠点の設立をそれぞれ計画しています。また市場拡大に向けたM&A投資や、化粧品ビジネスの研究を進めます。

配当性向については40%以上を目安として安定的に実施します。そして、資本効率においてROE12%以上を目指します。

10年後を見据えた市場展開と財務戦略により、世界TOP5入りを達成する

	2014年度実績		新中期末目標(2019年度)		伸長率 (%)
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	
売上高	25,226	100.0	35,000	100.0	138.7
日本	22,612	89.6	28,500	81.4	126.0
米 国(ミルボンUSA)	482	1.9	840	2.4	174.2
中 国(ミルボン上海)	430	1.7	1,350	3.9	313.4
韓 国(ミルボンコリア)	1,099	4.4	2,500	7.1	227.3
タイ(ミルボンタイランド)	48	0.2	250	0.7	516.1
その他の地域※1	552	2.2	1,560	4.5	282.4
海外合計	2,613	10.4	6,500	18.6	248.7
売上総利益	17,281	68.5	24,500	70.0	141.8
販管費	12,830	50.9	17,500	50.0	136.4
営業利益	4,451	17.6	7,000	20.0	157.3
経常利益	4,218	16.7	6,630	18.9	157.1
当期純利益	2,621	10.4	4,130	11.8	157.6

(単位:百万円)

使 途	新中期末目標
成長投資	100億円
主な投資内容	<ul style="list-style-type: none"> ・新ゆめが丘工場の建設 ・タイ工場の増設 ・新規営業拠点設立・増強(銀座、横浜等 国内8拠点 フィリピン等 海外数拠点)
株主還元	70億円
資本効率	ROE12%以上 ※2019年度目標

A u j u a
オージュア

OATHENAM (2015年1月30日発売)
オーセナム

クリアで弾力のある健やかな地肌から、健康的な美しさの髪へ

P L A R M I A
プラミア

REFINING (2015年1月29日発売)
リファイニング

地肌と髪を同時ケアし、艶やかにまとまる髪へ

年齢とともにまとまらない髪が生える地肌を、健康的な髪的美しさを育む地肌環境へ整えます。

Salon Care

▶ 4 Step Salon Treatment 4 ステップサロントリートメント

※プロの技術とともに、髪の悩みの原因を集中的に補修します。

オーセナム オイルコンフォート、オーセナム シャンプー、
オーセナム フォーミングマスク、オーセナム ルーセントオーラ



Home Care

▶ Shampoo & Hair Treatment デイリーケア

オーセナムシャンプー

地肌を保護して潤いを
与えながら、やさしく洗い上げます。

250mL
3,500円(税抜)
500mL
5,200円(税抜)
1Lパック
7,800円(税抜)
2.5Lパック



オーセナム
フォーミングマスク

濃密な炭酸泡と地肌マッ
サージで血行促進。頭皮
保護成分を地肌の角層深
部まで浸透させ、健やかな
地肌へと導きます。

170g 3,200円(税抜)
320g 4,600円(税抜)



頭皮保護成分・保湿成分
アンジェリカエッセンス^{※1}

アンジェリカエッセンスが
地肌の奥深く^{※2}まで浸透
し、活性酸素などの外的要
因から地肌を保護すること
で地肌力^{※3}を高めます。

アンジェリカ
アクティローバの根から
抽出された植物エキス

アンジェリカアクティローバ
はヨーロッパでは古くから
天使のようなケア力がある
として「天使のハーブ」とも
呼ばれており、たくましい生
命力を持ちます。

※1 トウキ根エキス ※2 角層まで
※3 地肌を健やかな状態に保つこと

▶ Leave-in Treatment 洗い流さないトリートメント

※タオルドライ後に毎日お使いいただけます。

オーセナム ルーセントオーラ

地肌の角層深部まで働きかけ、その人が本来持つ地肌環境に導き、クリアで
ふっくらした健やかな地肌を保つ美容乳液です。 55mL 5,500円(税抜)



年齢を重ねた地肌と、エイジングダメージ毛を同時にケア

▶ Salon Care

リファイニング マイクロムース

★サロンケア・ホームケア兼用

リファイニング H1

リファイニング H2 F

リファイニング H2 M



H1に
配合

ビタミンB6…水分保持力を高める
リジン…親水性が高いアミノ酸

H2に
配合

アミノオイルエマルジョン
…ダメージと結合して毛髪表面に均一な
ヴェールを創る
CMADK
…様々なダメージによってタンパク質が
流出した毛髪を補修

マイクロムース 170g、320g
H1、H2 F、H2 M
各ポンプ付きボトル、600g詰替用

炭酸泡が角層内部まで浸透し、地肌の状態をやわらかく整える

▶ Home Care

リファイニング マイクロムース

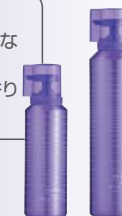
〈1週間に2度使用〉

★サロンケア・
ホームケア兼用

地肌の
炭酸美容液

Micro
Mousse

爽やかでクリアな
フレッシュ
フローラルの香り



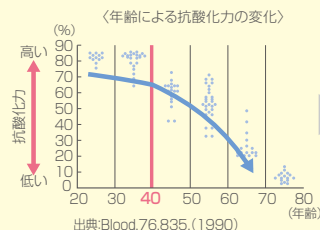
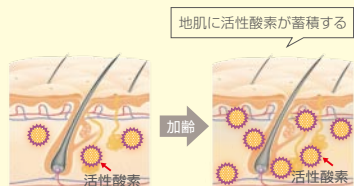
コラーゲン
地肌にうるおいを与える、
浸透コラーゲンと生コラーゲン

レスベラトロール
活性酸素などの外的要因から地肌を保護

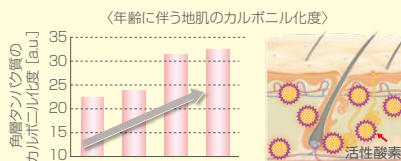
170g ¥2,800(税抜)
320g ¥4,000(税抜)

年齢とともにまとまらない髪が生えてくる要因

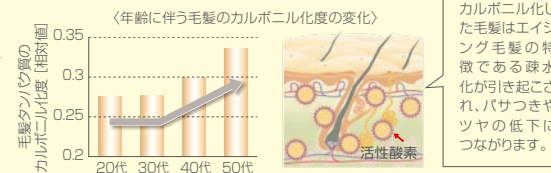
① 年齢とともに
抗酸化力が
低下し、地肌
に活性酸素
が蓄積しやす
くなります。



② 蓄積した活性酸素により、
まず地肌がカルボニル化*されます。



③ 地肌に蓄積した活性酸素に影響されて毛髪もカルボニル化し、
年齢とともにその割合は進行します。



*カルボニル化とは? … 活性酸素により酸化した脂質が、タンパク質と結合して変性する現象のこと。さまざまな種類がある酸化の一種。

透明感あるピュアな雰囲気を引き立てるイノセントカラー、デビュー

髪のもとの色味を感じさせない、無彩色。
光を透かしたような透明感のあるやさしいツヤが、特長です。

▶ Hair Color

ORDEVE INNOCENT LINE

ファッションを楽しむ女性たちのトレンドの取り入れ方に変化が生まれています。トレンドの雰囲気にも“自分らしさ”を取り入れたい女性たちに向けて、デザイナーさまからお客さまだけのトレンドカラーを提案できる「イノセントライン」がデビューします。



素材に応じた2つのイノセントライン
20色(ベーストーン…2色相12色、ハフトーン…2色相8色)



イノセントアイスブルー

【赤味が強い髪に】

髪の赤味をおさえ、色味を感じさせない無彩色でやさしいツヤを表現します。

イノセントプラチナ

【黄味が強い髪に】

髪の黄味をおさえ、色味を感じさせない無彩色でやさしいツヤを表現します。

淡い紫色で透明感をプラスする、ピュアバランス効果。

例えば写真で透明感を表現したい時、ホワイトバランスを紫色に調整します。この手法をヘアカラーにも応用しました。

〈写真での透明感表現例〉



通常の撮影
ぬくもりのある、やさしい印象

ホワイト
バランスを
紫色に調整



補正後
透明感のある、ピュアな印象

92%天然由来のヘアカラーでこちよく艶やかに

世界で初めて「ICEA VEGAN」認証取得と
「NEAR NATURE規格」を両立したヘアカラー

▶ Hair Color

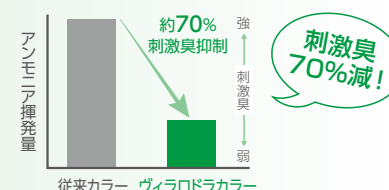
ヴィラロドラカラー

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」すべてをとお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。

- 不快感を抑えた心地よさ
- 白髪の安心な染まり
- 繰り返しても艶やかな仕上がり



〈従来カラーとヴィラロドラカラーのアンモニア揮発量比較〉



92%天然由来成分 オーガニック植物配合

自然の力で、やわらかな質感と染まりをかなえるヴィラロドラ カラー。オーガニック植物のオイルやエキスを毛髪内部に届けることで髪を保護し、うるおいのある艶感が続きます。

〈オーガニック植物成分〉



【オーガニックキャリアオイル】

オリーブオイル・ローズヒップオイル・グレープシードオイル※1

(毛髪保護成分・浸透成分・保湿成分)

浸透性に優れ、アロママッサージなどにも使用される3種の「オーガニックキャリアオイル」を配合。毛髪を保護し、うるおいを与えます。

【オーガニック植物エキス】

フェネルエキス※2・カレンデュラエキス※3

(毛髪保護成分・保湿成分)

うるおいや健康的なツヤを与える「オーガニック植物エキス」。毛髪を保護し、繰り返してもダメージを感じさせない艶やかな仕上がりをもたらします。

※1 ブドウ種子油 ※2 ウィキョウエキス ※3 トウキンセンカエキス

不快臭を大幅にカットしたからこそ実現したアロマのカスタマイズ

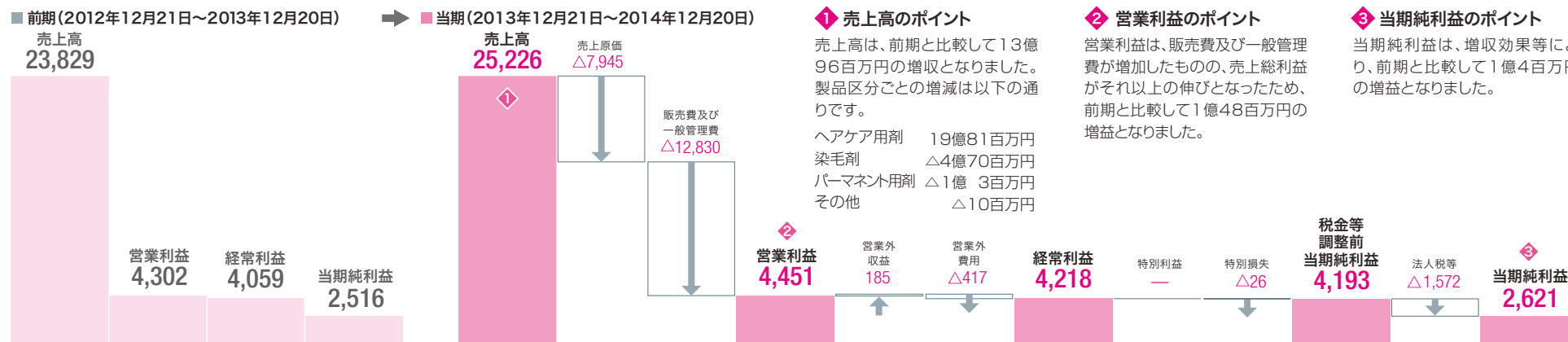
ヴィラロドラカラーは同ブランドのアロマリトアップアロマオイルとくみあわせてアロマの香りを楽しみながら、カラーリングを行うことができます。香りを選ぶ楽しさと、癒しのひと時をもたらします。

- ハーモニー 女性らしい気持ちに
- ティーツリー 気分をリフレッシュ
- ラベンダー 心身をリラックス
- スイートオレンジ 気持ちを前向きに

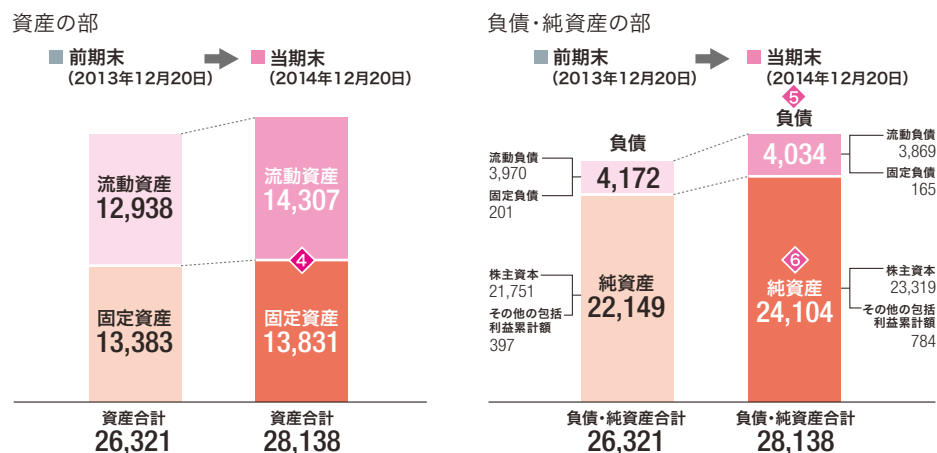


連結財務諸表の概要

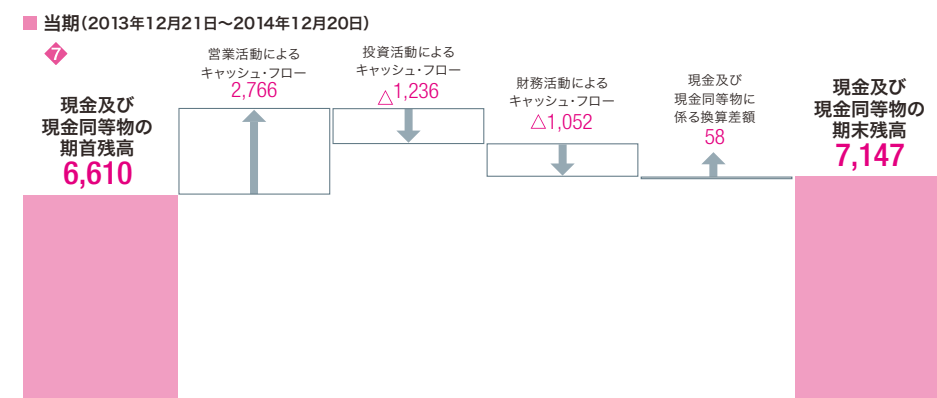
▶ 連結損益計算書 (百万円)



▶ 連結貸借対照表 (百万円)



▶ 連結キャッシュ・フロー計算書 (百万円)



会社情報

▶ 会社概要

2014年12月20日現在

設立	1960(昭和35)年7月
資本金	20億円
従業員数	539名(連結649名)
平均年齢	35.4歳
事業内容	ヘアカラー剤、ヘアスタイリング剤、パーマ剤、シャンブー、リンス、ヘアトリートメント、薬用発毛促進剤、パーマ器具類の製造および販売(国内・輸出)など

▶ 役員

2015年3月18日現在

代表取締役社長	佐藤 龍二
専務取締役	金山 勝美
常務取締役	重宗 昇 FP本部長
	村井 正浩 管理・経営戦略・CS推進担当
取締役	豊田 修 国際第一営業・ミルボンUSA・ミルボン上海・ミルボンコリア担当
	藤井 政幸 FP本部副本部長
	村田 輝夫 生産本部長
	武田 靖史 開発本部長
	大塩 充 事業開発部長
	鴻池 一信 国際第二営業部長・ミルボンタイランド担当
常勤監査役	村田 浩二
監査役	遠藤 桂介 弁護士
	高畑 省一郎 公認会計士

▶ 事業所

2015年3月18日現在

本社・中央研究所	大阪市都島区善源寺町2丁目3番35号
支店	東京青山支店(東京都渋谷区)、東京銀座支店(東京都中央区)※、名古屋支店(名古屋市中区)、大阪支店(大阪市西区)、福岡支店(福岡市中央区)
営業所	札幌営業所(札幌市中央区)、仙台営業所(仙台市青葉区)、さいたま営業所(さいたま市大宮区)、横浜営業所(横浜市西区)、金沢営業所(金沢市)、京都営業所(京都市下京区)、神戸営業所(神戸市中央区)、広島営業所(広島市中区)
工場	ゆめが丘工場(三重県伊賀市)、青山工場(三重県伊賀市)
子会社	MILBON USA, INC. Milbon Trading (Shanghai) Co., Ltd.(上海本社、北京支店) Milbon Korea Co., Ltd.(ソウル本社、釜山支店) MILBON (THAILAND) CO., LTD.(バンコクオフィス、タイ工場)
駐在員事務所	台湾駐在員事務所、香港駐在員事務所、ベトナム駐在員事務所、マレーシア駐在員事務所、トルコ駐在員事務所、インドネシア駐在員事務所

※東京銀座支店は2015年3月9日に営業開始しました。



本社・中央研究所



支店



東京青山支店



名古屋支店

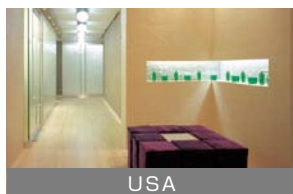


大阪支店



福岡支店

子会社



USA



上海



韓国



タイ

生産拠点



ゆめが丘工場



青山工場



タイ工場

株式の状況

2014年12月20日現在

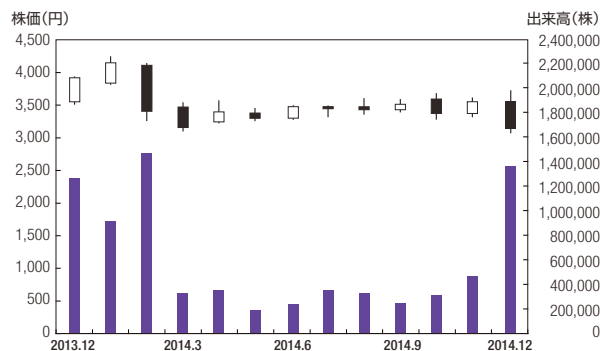
発行可能株式総数	60,204,000株
発行済株式数(自己株式を含む)	16,558,617株
株主数	14,226名

大株主

2014年12月20日現在

アジアグローバル3号投資事業有限責任組合 無限責任組合員ACA株式会社	1,464千株
鴻池資産管理株式会社	960千株
村井 佳比子	741千株
北嶋 舞子	741千株
三井住友信託銀行株式会社	667千株
JP MORGAN CHASE BANK 385174	617千株
ミルボン協力企業持株会 理事長 佐々木 良逸	469千株
鴻池 一信	425千株
株式会社りそな銀行	382千株
ミルボン従業員持株会 理事長 筒井 敏彦	339千株

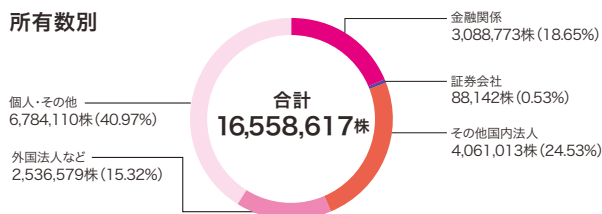
株価・出来高の推移



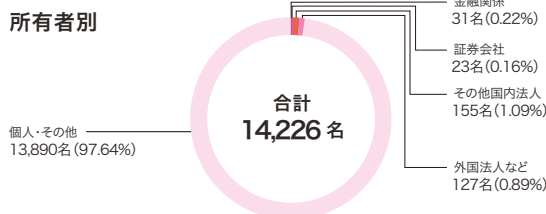
株式分布状況

2014年12月20日現在

所有数別



所有者別



IR情報サイトのご案内

決算短信や有価証券報告書などの開示資料のほか、株式分割・配当金の推移を紹介した「利益還元について」のページや、連結業績ハイライトなど様々な情報提供を行っています。



ミルボン ウェブサイト
<http://www.milbon.co.jp/>

株主メモ

事業年度	毎年12月21日から翌年12月20日まで
定時株主総会	毎年3月
基準日	定時株主総会 毎年12月20日 期末配当金 毎年12月20日 中間配当金 毎年6月20日

単元株式数 100株
公告方式 電子公告とし、当社ホームページに記載いたします。
(<http://www.milbon.co.jp/>)

ただし、電子公告によることが出来ない事故やその他のやむを得ない事由が生じた場合は、日本経済新聞に掲載します。

株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	大阪市中央区北浜4丁目5番33号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵便物送付先	〒168-0063 東京都杉並区和泉2丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先	☎0120-782-031

IR情報サイト



IR情報トップページ



適時開示資料



連結業績ハイライト

株主優待

当社では、毎年期末(12月20日)現在、100株以上当社の株式を保有していただいている株主のみなさまを対象に、毎年優待品として自社製品(8,000円~10,000円相当)をお届けする株主優待制度を実施しています。

第55期
期末の
優待品



エイジングケアブランド「ブラミア」より、毛先に柔軟性と潤いを与え、柔らかくまとまる髪へ導く「ヘアセラムシャンプー・トリートメントM」と、洗い流さないトリートメント「ヘアセラムオイルM」をお届けします。

株式会社ミルボン

〒534-0015 大阪市都島区善源寺町2丁目3番35号
TEL 06(6928)2331



この「株主のみなさまへ」は、環境に配慮し、植物油インクを使用しております。