



第59期 2018年1月1日～2018年12月31日

株主のみなさまへ

社長あいさつ

中期目標を1期前倒しで達成。
新たな中期事業構想の立上げへ。

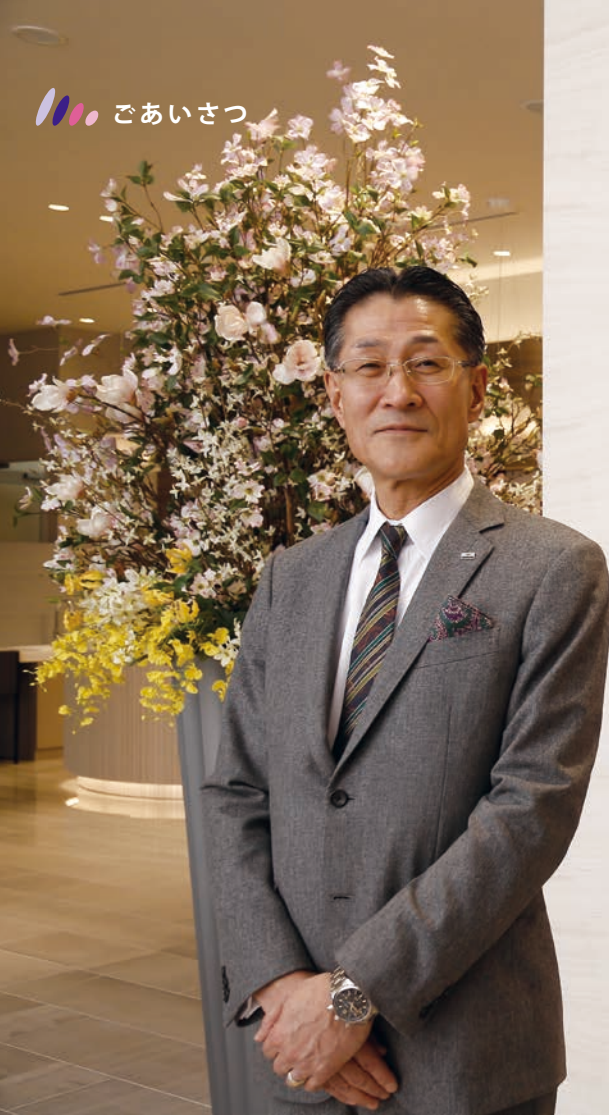
特集

新『中期事業構想』の概要

株式会社ミルボン

証券コード:4919





中期目標を1期前倒しで達成。 新たな中期事業構想の立上げへ。

代表取締役社長
佐藤 龍二

美しさを拓く。
Find Your Beauty

2015年1月、当社は、想いの表明にとどまっていた従来のコーポレートスローガン「髪美しく、人うつくしい…」を改め、誰のために何を成すかを明確に宣言する誓い・約束という形で、新たなブランドステートメントとスローガンを制定しました。私たちの活動はすべて女性が美しく生きるためのお手伝いであり、その実践者であるヘアデザイナーと向き合いながら常に新たな価値の創造に挑戦し続けることを、新ブランドステートメントに明示しました。そして、左記の新ブランドスローガンは、この誓い・約束を象徴するものです。

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、日頃より格別のご支援を賜り厚く御礼申し上げます。

第59期(2018年1月1日～2018年12月31日)の決算についてご報告申し上げます。『中期5ヶ年事業構想』(以下、『中期』)4年目を迎えた当期は、おかげさまで、これまでの積極的な取り組みが多くの成果を生み出し、業績面でも、売上高が株式公開以来22期連続の増収、営業利益も9期連続の増益となりました。この結果、売上高・営業利益ともに『中期』の最終年度(2019年)目標を1年前倒しで達成することができました。

これを受けて当社は、『中期』を2018年で終え、2019年より新たな『中期事業構想』(2019年～2023年)を始動することといたしました。

日本を含むグローバル市場は今、急速なスピードで変化しており、美容市場もまた、例外ではありません。これからも、当社・代理店・美容室・消費者の4者すべてのWIN-WINを生み出していくためにも、打つべき次の手を早急に打ち、次代が求める新たなステージへとシフトしていかなければならないと考えております。

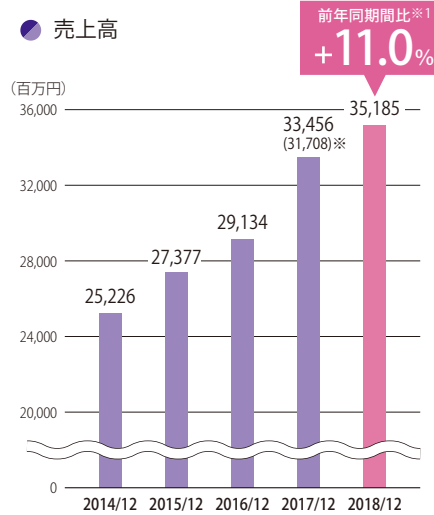
株主のみなさまにおかれましては、次代の“美しさを拓く”ミルボンの挑戦に、引き続きご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2019年3月

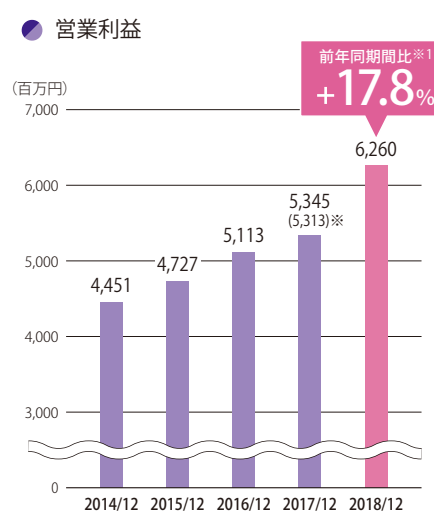
決算の
ポイント

- ▶ 売上高、各段階利益ともに過去最高を更新することができました。
- ▶ 当期の年間配当は前期比8円増配の1株当たり54円となりました。
- ▶ 次期の年間配当は1株当たり54円を予定しております。

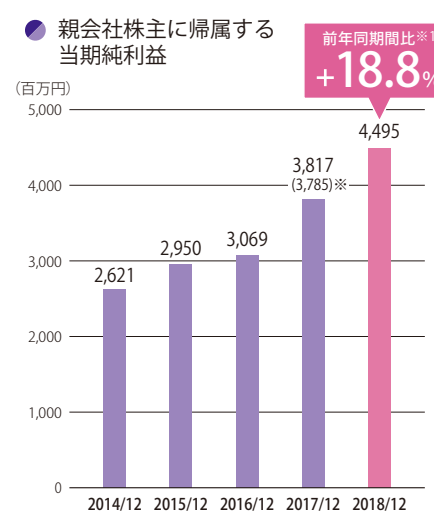
● 売上高



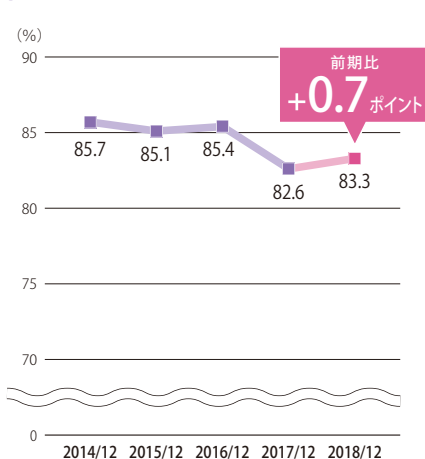
● 営業利益



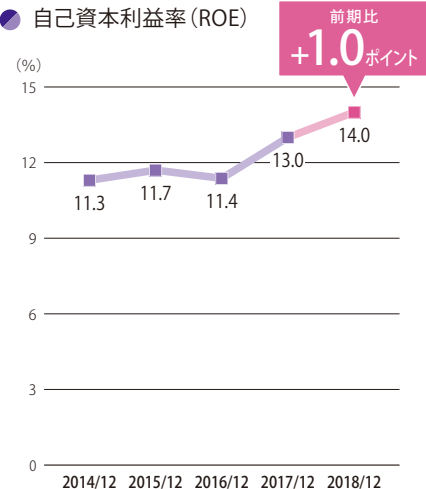
● 親会社株主に帰属する
当期純利益



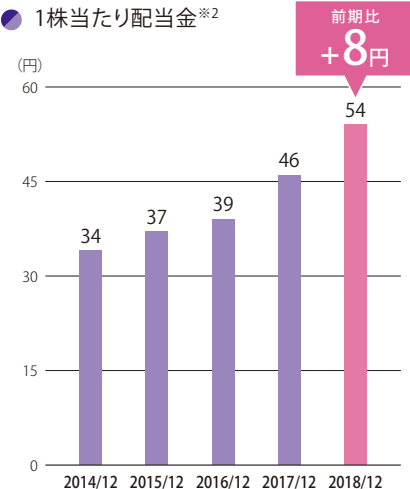
● 自己資本比率



● 自己資本利益率 (ROE)



● 1株当たり配当金※2



当社グループは、株主さまに対する利益還元を経営の重要課題として位置づけると共に、今後の収益力向上のための内部留保による企業体質の強化を図りながら、業績に対応した成果の配分を行うことを基本方針としております。また、配当性向については40%を目安としております。当期の株主還元は次のとおりとさせていただきます。

● 当期 (第59期) の1株当たりの配当金

年間配当金 **1株当たり54円**
(中間配当金 24円+期末配当金30円)

● 株主優待制度を一部変更

お持ちの株式数と保有期間に応じたポイント制にて優待品を選択いただける優待制度は、前期同様となりますが、当期 (第59期) より、1ポイント100円相当として、下記団体へ寄付することも選択いただけるようになりました。

	公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
	あしなが育英会
	特定非営利活動法人 Japan Hair Donation & Charity

株主優待制度の詳細情報は **裏表紙** をご覧ください

※1: ()内の数字は、決算期変更前の12ヶ月の数値。「前年同期間比」は、当該数値との比較。
 ※2: 2018年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。2017/12以前の配当金額は、株式分割後の遡及修正値を記載しております。



売上・利益とも、中期目標を1年前倒して達成

当期（2018年度）の連結業績は、売上高、各段階利益ともに引き続き過去最高を更新しました。売上高が前年同期比11.0%増の351億円、営業利益が同17.8%増の62億円となったことから、ともに『中期5ヶ年事業構想』（以下、『前中期』）の最終年度目標（2019年度）を1年前倒して達成しました。

この最大の要因は、計画を上回る増収ペースによるものです。当初の計画では、年平均6~7%の増収を目指しておりました。これに対して、2015年8.5%、2016年6.4%、2017年8.8%（*1）、2018年11.0%と、平均8.7%の高水準の伸び率を続けてきました。

なお、営業増益については、大幅な増収が最大の要因ですが、もう一つ、生産体制の統合効果が着実に始めている点も大きなポイントであると考えております。これは、来期以降、さらに大きな効果を発揮していくものと期待されます。

*1：2017年と2018年の伸び率は、2017年度が変則決算のため、決算期変更前の12ヶ月の数値で算出

業界視点から脱却し、“社会視点”、“顧客

製品面・活動面双方の成果が大幅増収を牽引

持続的な高水準の増収を可能としたのは、製品面・活動面双方の取り組みが着実に成果を発揮してきたためであると自負しております。

製品面では、第一に、ヘアケア用剤の分野において3つのプレミアムブランドが順調にお客様からの支持を拡大していることが挙げられます。「オーデュア」は、2017年11月のバージョンアップによってさらに弾みが付き、窓口軒数の増加に加え、美容室1軒当たりの取扱高も増加傾向を続けています。また、コーポレート冠した戦略ブランドである「milbon」も新規窓口軒数を着実に増やしております。第二に、ヘアカラー剤の分野においては、2017年に新発売した「オルディーブ アディクシー」が、2018年の年間を通じて増収を牽引し続けました。

また、活動面では、全国の各商圏における“有力”美容室と“若手”美容室との取引関係の深化・拡大が着実に進んできたことが、増収の大きな下支え効果を果たしました。かねてより当社は、各地の“有力”美容室との関係強化に取り組んできましたが、ここ数年は、“若手”美容室、すなわち、「30代~40代の若手オーナー様が経営する、若い客層から支持を集め、将来の成長が有望視される美容室」との新たな関係構築にも注力してきました。この際、強力なフックとなったのが、前述の「milbon」と「オルディーブ アディクシー」です。国内美容市場全体では、高齢社会の深まりとともに“エイジングケア”が大きなトレンドのキーワードとなっており、これをコンセプトとした製品が主流となっておりますが、その一方で、“若手”美容室には次の市場の主役である若い客層も多く、彼女たちに向けたヘアカラーとヘアケアの提案に「オルディーブ アディクシー」+「milbon」のセット活用が、幅広く支持を広げていま

す。一軒一軒はまだ小さいものの、元気な“若手”美容室との接点が広がることで、全国各商圏でのフィールドパーソンの活動、新たな客層に向けた商品開発など、さまざまな面で活性化につながっております。

前『中期』の取り組みテーマは、ほぼ完遂

前『中期』の取り組みでは、成すべきことはほぼすべて、この4年間でやり終えることができたと考えております。

具体的には、国内工場の統合やタイ工場の完全黒字化など将来を見据えた生産体制の再構築、コーポレートブランド確立に向けたブランディング戦略や人材育成の取り組みなど次の事業展開を見据えた下地づくり、加えて、本社の東京移転や化粧品事業立上げなど次期『中期』テーマの前倒し展開と、経営基盤に係る大きな施策を数多く手がけました。これらは、着実に新『中期』に強力な推進力を与えてくれるものと確信しております。

中でも、人材育成については、非常に大きな効果を感じております。たとえば、フィールドパーソンの意識改革として、私は「売上は製品ではなく市場で上げる」、つまり「物に頼らず、現場でお客様の声に耳を傾けることで成果を出していこう」という考え方を常に伝えてきました。また、各セクションのリーダーたちをミルボンコーポレート大学（MCU）とミルボンコーポレート大学院（MCG）に迎え、次期幹部候補生としての教育を4期にわたり実施してきました。こうした効果が各現場で“組織力の向上”という形で徐々に効き始めていると思っております。

“視点”に基づく価値創造により、美容産業の発展に貢献する

新『中期』では、“ステージの変革”を推進

前『中期』の順調な進捗を受けて、当社は、5カ年の計画を4カ年で終え、2019年度より新『中期』(2019~2023年度)を始動することとしました。

GAFGA(*2)の台頭に代表されるように、技術革新と普及のスピードはますます加速し、市場の在り方や世の中の流れが急速に変化しています。こうした流れを捉え、私たちもスピード感をもって経営に当たっていかねばならないという考えも、1年前倒しで新『中期』を始動する理由の一つとなっております。

新『中期』において最も重視するキーワードは、「Change

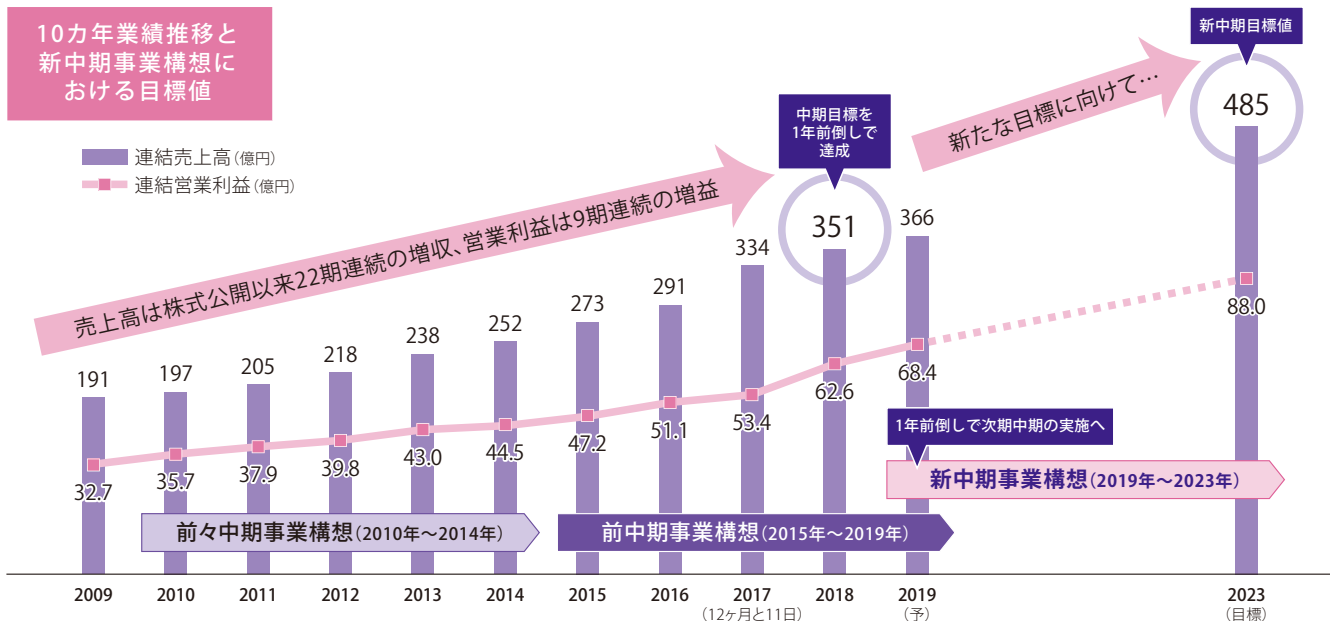
The Stage !!」、すなわち、“ステージの変革”です。まず、基礎となる「美容業界」という捉え方から変えていきます。“業界”という言葉には、“顧客(消費者)”は含まれていません。私たち(当社・代理店・美容室)がこれからも共に発展していくためには、閉ざされた“業界”という概念を拭い去り、“顧客視点”、“社会視点”へとシフトしていかなければなりません。

“ステージの変革”は、すべてにわたって徹底して追求します。化粧品事業が次期から本格始動することで、店販ビジネスはいよいよ次のステージへと突入します。これに合わせ、フィールドパーソン活動も従来のツイン態勢から、新たにコスメクスエドゥケーターを加えたトライアングル態勢へと進化させ、美

容室の増収増益のための次代の基盤づくりを行います。製品開発においては、“顧客視点”の追求に重点を置いたTAC製品開発システムへの進化を図ります。さらに、国際事業では、ミルボングループ全社員の20%近くにまで増えてきた外国人材が、日本人材と同様に高いモチベーションをもって取り組むことができる人事・組織戦略を追求してまいります。

株主のみならずには、ミルボンの新たな挑戦にご理解を賜り、引き続き長期的な視点からのご支援をお願い申し上げます。

*2: GAFGA(ガーファ)。グーグル(Google)、アップル(apple)、フェイスブック(Facebook)、アマゾン(Amazon)の4社のことで、世界でIT市場を席巻するプラットフォーム提供企業。



*2017年度は、決算期変更に伴い、12ヶ月と11日の変則決算となっております。(2016年度までは12月20日、2017年度以降は12月31日が決算期末)

前中期事業構想における主な成果

定量面 売上高・営業利益ともに1年前倒しで目標を達成

売上高	2019年目標	2018年実績
	350億円	351億円

営業利益	2019年目標	2018年実績
	60億円	62億円

定性面 次期『中期』テーマに前倒しで着手するなど、計画以上の取り組みを実行

- 将来を見据えた生産体制の再構築**
 - 国内工場の統合による合理化と生産能力向上
 - タイ工場の完全黒字化
- 次の事業展開を見据えた下地づくり**
 - ブランディング戦略(コーポレートブランド確立)
 - 人材戦略(秋採用導入、ミルボンコーポレート大学)
- 次期『中期』テーマの前倒し展開**
 - 本社の東京移転
 - 化粧品事業立上げ

「新中期事業構想の概要」については P5-6 参照 ▶▶▶

業界視点から、本質的な社会・顧客

当社を取り巻く事業環境は今、大きな変化の時を迎えています。

世界のトレンドを見ると、日本のみならず世界規模で人口動態の高齢化が始まっています。また、AI(人工知能)やIoT(モノのインターネット)など、技術革新スピードと普及スピードが加速化し、業種・業界の垣根を越えた変化が急速に進んでいます。こうした大きなうねりの影響は、私たち美容産業にも例外なく及びつつあります。

次に、日本の美容市場は、美容師の定着難、若手人材の採用難、経営コストの増加など、厳しい状況が続いています。これを打開するためには、従来の考え方や価値観、視点などを根本的に変革していかなければなりません。

さらに、企業は、社会に対して価値を持続的に生み出していく存在であることが強く求められる時代になってきました。まさに、SDGs(国連サミットで採択された持続可能な開発目標17項目)に貢献する企業としての在り方が問われています。

以上のように、当社を取り巻く事業環境は今、大きな変化の時を迎えています。そうした中、当社は、今後の持続的成長に向け、あらゆるステージを変革していく(=Change the Stage!!)ことに重点を置いた施策を展開する「中期事業構想2019-2023」を策定しました。

中期ビジョン

業界視点から、本質的な社会・顧客視点へ

「Change the Stage!!」

～今、ここにはない未来を創り続けるために～

日本発信の美容文化を基に、
新たな美容産業の創造への転換と追求

『中期2019-2023』グローバルポジション (2023年度目標)



*日本シェアは総売上高にて算出

『中期2019-2023』

施策 1 サロン生産性アップ支援の体制を整える

- 製品開発：「R&D VISION 2028」に基づく研究開発の実践
「顧客視点」の強化、最先端の技術▶▶▶ 高付加価値製品づくり
- フィールドパーソン体制：フィールドパーソンシステムの進化とフィールド活動の革新
- 拠点スタジオ網の整備：展開エリアの拡大と首都圏エリアの充実

施策 2 BtoBtoCリアルコミュニケーション力強化支援

- MCM(ミルボンカウンセリングメソッド)
▶▶▶ ヘアからスキンまでトータルなカウンセリング技術の構築と教育活動

施策 3 BtoBtoCデジタルコミュニケーション

- ミルボン公式ECサイト(美容室来店顧客専用)
▶▶▶ 美容室に売上計上
- WEBカウンセリング、デジタル診断システム

客視点へ「Change the Stage!!」

ミルボン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。

グローバルビジョンロードマップの概要

社会・顧客視点による革新の連続を創造する企業へ
SDGs貢献企業へ＝持続的成長と社会への貢献による信頼される企業へ

中期2019-2023
アジア市場No.1の確立

中期2024-2028
欧米での本格成長

中期2029-2033
グローバルメインプレーヤーへ

国内美容市場：市場シェアの更なる拡大、化粧品事業の創設・育成など
海外美容市場：海外にける事業環境整備、グローバル市場における存在感の拡大など

独自のビジネスモデル確立へ(人を中核としたマーケティングシステム～イノベーションの連続～)

事業の持続性の追求 (SDGs 17の目標に対する戦略的絞り込みによる、目標実現に向けた取り組み)

ミルボン組織哲学の追求 (つぶれない会社を創る～ミルボンWAY～)

日本市場5つの施策

施策 4 化粧品事業への挑戦

- まず、業界シェアNo.1を目指し、化粧品事業をヘア事業に続く第2の柱とする
▶▶【2023年度売上目標】50億円

施策 5 コーポレートブランディング・製品ブランディング推進

- サロン店販のビジネス化(化粧品事業を含め)を視野に…
 - WEBマガジン／公式SNS
 - 動画プロモーション
 - 駅ジャック(東京・大阪・名古屋・福岡の4大都市圏へ拡大)

『中期2019-2023』中期財務目標と財務戦略

● 中期財務目標 (百万円)

	2018年度 実績	2023年度 目標	CAGR (2018-2023)
売上高	33,882	48,500	7.4%
国内	28,570	40,000	7.0%
海外	5,312	8,500	9.9%
営業利益	6,260	8,800	7.0%
親会社株主に帰属 する当期純利益	4,495	5,960	5.8%

※ 2019年12月期の期首より収益認識会計基準等を適用しております。
2018年12月期の実績についても、同基準に組替えております。

● 財務戦略

	前中期実績 (2015-2018)	新中期目標 (2019-2023)
成長投資	98億円	120億円
株主還元	58億円	100億円
財務基盤の維持	24億円	40億円
ROE	14.0%	14%以上
営業活動による キャッシュフロー	180億円	260億円 以上

※ 上記のROEとキャッシュフローは、各中期最終年度の数値。
他はすべて中期の期間(4年または5年)合計値。

製品群のブランドポジショニング

プレミアムブランド

女性の価値観軸をより重視した「プレミアム」ライン



プロフェッショナルブランド

世代によって異なるニーズに対応するための「プロフェッショナル」ライン



テクニカルブランド

プロの美容技術に応えるヘアデザイナー専用ブランド



ヘアカラー剤、パーマ剤など

プレミアム

オー ज्या 「ディオーラム」誕生

2019年3月8日発売開始



ハイエイジング毛に対応した、世界初のケア技術が登場！
毛髪内部構造の乱れを整え、髪に美しさの鮮度*を与えます。

ミルボンのエイジングケア研究が本格的にスタートして約10年。頭皮と毛髪の解析技術の向上により、様々なエイジング現象を発見してきました。今回、最新の技術を用いることで、年齢とともに急激に変化する毛髪内部構造を支えるマトリックスが消失していることを発見。さらに新成分MX-CMADKにより毛髪内部構造をケアすることに成功しました。

新発見

加齢による毛髪内部構造の乱れとマトリックスの消失という新事実

新成分

毛髪内部構造を整える毛髪補修成分「MX-CMADK(毛髪に親和性の高いCMAD基を持ったマトリックスタンパク質由来のケラチン)」の誕生

*美しさの鮮度とは…みずみずしさ・弾力感・ツヤがある状態のこと

テクニカル

オルディーブ 「レディライン」追加色

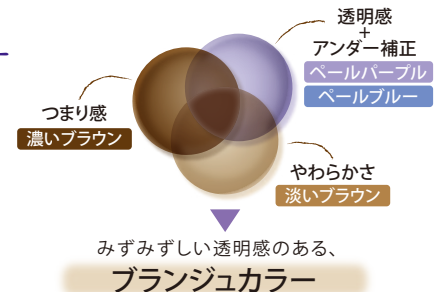
2019年2月7日発売開始

ORDEVE
The Professional Haircolor



“みずみずしい透明感”で大人っぽさを高めるブランジュカラー

「大人っぽさ」に憧れを抱く20代～30代、働くオシャレなコンサバ女性に向けて、「透明感もやわらかさもほしいまま。新常識、レディなブラウン色」が誕生しました。大人っぽさとキレイな素材をかなえるヘアカラー表現は、みずみずしい透明感のあるブランジュを実現するルーセントブラウン処方で完成しました。



テクニカル

オルディーブ 「ルドレス」誕生

2019年3月7日発売開始



ORDEVE
Ledress

人生100年時代、ヘアマニキュアが進化！
色、ツヤを美しく、毛髪内密度を高めて大人の髪に息吹を与えます。

現在の50～60代はアクティブシニアと呼ばれ、10年前の同世代と比べ、美容への気持ちが前向きで、髪をいたわりながら、生涯カラーを続けたい想いとリンクし、ヘアマニキュアを選択肢に入れる女性が増加しています。そんな想いに応えるべく、ヘアマニキュアで初めて毛髪補修成分CMADK*を配合させました。 ※カルボキシメチルアラニンジスルフィドケラチン(羊毛)

ヘアマニキュアで初めて！毛髪補修成分CMADK*配合
毛髪内密度を高めて、強度のある健やかな髪へ導く

保湿性の高いハチミツと柔軟性に優れたボタニカルオイル配合
うるおい感のあるなめらかなツヤ

マスカラに用いられる密着成分配合(ホールディング処方)
はじきやすい髪もとらえて離さない

コスメ

美容室専用コスメブランド「インプレア」誕生 2019年春発売



2社共同から生まれたスキンケアテクノロジー

コーセーの肌研究とミルボンの毛髪研究。

2社の強みを活かして、ダメージを受けたセラチンにうるおいを与えることができれば、

肌印象をアップさせることができるのではないかな。

こうして、かつてないブランド、iMPREAが誕生しました。



iMPREA

Concept
Change Your Impression
by Beauty Authority

Colum

毛髪の基礎研究

Vol. 6

今回は、化粧品業界で最も権威のある国際大会において「最優秀賞」を受賞した当社の研究成果について、簡単にご紹介します。



第30回国際化粧品技術者会連盟 (IFSCC) ミュンヘン大会2018で「最優秀賞」を受賞

2018年9月18日～9月21日にドイツミュンヘンで開催された化粧品技術を競う世界最大の研究発表会「国際化粧品技術者会連盟ミュンヘン大会2018」(IFSCC Congress 2018)において、533件(口頭発表85件、ポスター発表448件)の研究発表の中から、当社はポスター発表部門の「最優秀賞」を受賞しました。

※ IFSCC Congress: 2年に一回行われる世界中の最新化粧品研究について化粧品技術者が日頃の研究技術や成果を競い合う大会で、化粧品業界で最も権威のある大会。

ポスター発表部門「最優秀賞」

発表タイトル “髪未来予測” 受賞者 株式会社ミルボン開発本部 永見恵子

背景

近年、女性一人ひとりに向けたオーダメイドコスメなどのニーズが高まる中、スキンケア化粧品分野では肌解析技術が進展し、店頭での商品提案やエステにおけるトリートメントの選択に有効な手段となっています。しかし、頭髪化粧品分野では、肌比べて知見が少なく、頭髪解析技術も少ないのが現状です。

研究の成果

革新的な頭髪解析技術を開発することを目的として、20代から70代の日本人女性2,461人の毛髪と頭皮を網羅的に調査した結果、次の点を見出しました。

- 1 マイクロスコープ画像中の黒髪面積値から髪年齢を算出。
- 2 頭皮が黄色いほど、加齢に特徴的な毛髪の形状変化が進み、髪のツヤが低下する。
- 3 頭皮が赤いほど、白髪が進行する。



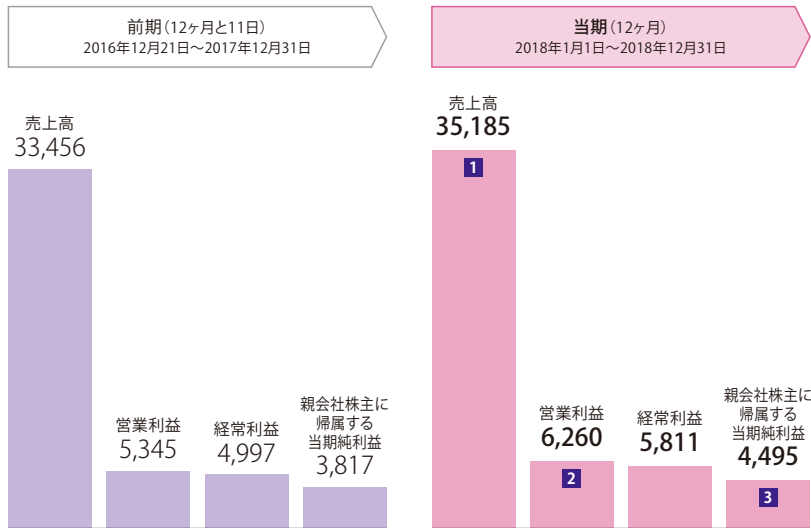
成果の活用

アイティアアクセス株式会社と共同でSmart Skin Care®の頭髪解析技術を開発しました。この装置により、たった1枚の頭髪のマイクロスコープ画像を撮影するだけで、髪年齢と未来の髪の状態予測が可能です。この技術を用いることで、将来的には、美容室において科学的な測定結果に基づく一人ひとりに合わせた頭皮ケアの提供が期待されます。

詳しい研究報告は当社ホームページをご覧ください

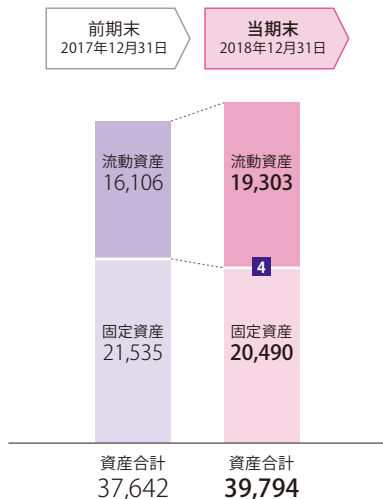
<http://www.milbon.co.jp/news>

連結損益計算書 (百万円)

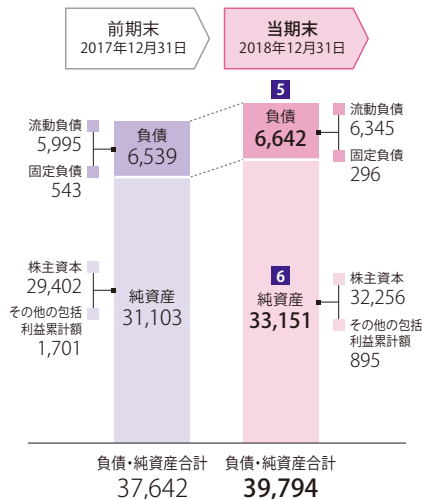


連結貸借対照表 (百万円)

資産の部



負債・純資産の部



1 売上高のポイント

売上高は、351億円85百万円となりました。ヘアケア用剤部門においては、昨年11月にバージョンアップした「オージュア」が市場で引き続き高い評価を受けました。また、グローバル市場向け「milbon」についても、窓口づくりが順調に進むなど、プレミアムブランドは好調に推移しました。染毛剤部門では、昨年2月に発売したファッションカラー「オルディーブアディクシー」が大きく伸長しました。海外市場では、中国を中心に東アジア地域が順調に推移しています。

2 営業利益のポイント

営業利益は、増収に加え、旧オージュアの返品調整引当金戻入の特別要因の影響や生産効率の改善などにより売上原価率が低下したことから62億60百万円となりました。

3 親会社株主に帰属する当期純利益のポイント

親会社株主に帰属する当期純利益は、政策保有株式等の売却による投資有価証券売却益3億10百万円の計上もあり44億95百万円となりました。

4 資産のポイント

資産の部合計は、前期末比21億51百万円増加しました。これは主に、現金及び預金や商品及び製品の増加による流動資産の増加31億97百万円、投資有価証券の減少等による固定資産の減少10億45百万円によるものです。

5 負債のポイント

負債の部合計は、前期末比1億3百万円増加しました。未払法人税等の増加による流動負債の増加3億50百万円、固定負債の減少2億47百万円によるものです。

6 純資産のポイント

純資産の部合計は、前期末比20億48百万円増加しました。利益剰余金の増加28億58百万円、上場株式の時価下落及び売却に伴うその他有価証券評価差額金の減少4億72百万円によるものです。

「株主さま向け会社説明会」のご案内

当社は、株主さまに当社をより深く理解していただくことを目的に、会社説明会を開催しております。

本説明会は、株主総会と同様に当社経営陣から株主さまへ「新中期事業構想と、化粧品事業の今後の展開」について直接説明をさせていただく機会となっております。

2019年からは、より多くの株主さまにご参加いただけますよう、東京と大阪の2会場での開催とさせていただきます。

なお、参加お申込みにつきましては、終了しておりますので、ご了承くださいませようお願い申し上げます。

東京

第59期 定時株主総会
株主さま向け会社説明会

(定時株主総会後に実施)

開催場所

ロイヤルパークホテル2F春海
(東京都中央区)

2019年
3月28日(木)

2019年
4月19日(金)

大阪

株主さま向け会社説明会

開催場所

ミルボン中央研究所 MPホール
(大阪市都島区)

※参加申込み受付は終了しております。

会社概要

設立	1960(昭和35)年7月
資本金	20億円
従業員数	674名(連結856名)
平均年齢	36.0歳
事業内容	ヘアカラー剤、ヘアスタイリング剤、パーマ剤、シャンプー、ヘアトリートメント、薬用発毛促進剤、スキンケア・メイクアップ化粧品品の製造および販売(国内・輸出)など

役員

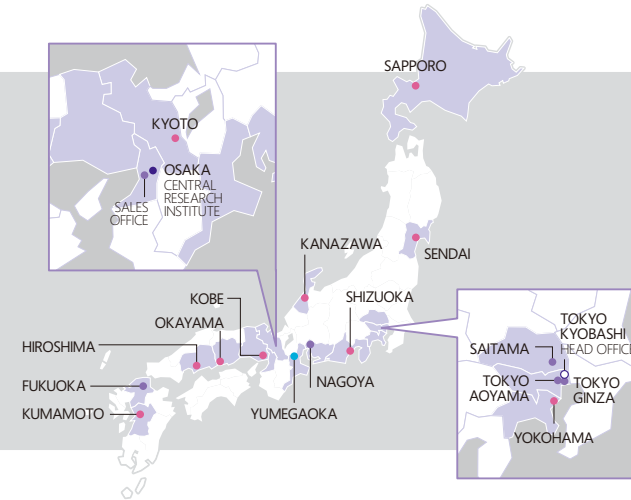
代表取締役社長	佐藤 龍二	
専務取締役	重宗 昇	FP本部長・教育企画担当
常務取締役	村井 正浩	管理・経営戦略・内部監査担当
	豊田 修	国際FP本部長・ミルボンUSA・ミルボン上海・ミルボンコリア・ミルボンタイランド販売担当
取締役	村田 輝夫	生産本部長・ミルボンタイランド生産担当
	武田 靖史	開発本部長
	大塩 充	事業開発担当
	鴻池 一信	CS推進担当・情報システム部長
社外取締役	高畑 省一郎	公認会計士
	濱口 泰三	伊藤忠食品株式会社取締役・相談役
常勤監査役	村田 浩二	弁護士
社外監査役	遠藤 桂介	弁護士
	田多 理	税理士

事業所

本社	東京都中央区京橋2丁目2番1号
中央研究所	大阪市都島区善源寺町2丁目3番35号
支店	埼玉支店(さいたま市大宮区)、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)、横浜営業所(横浜市西区)、金沢営業所(金沢市)、静岡営業所(静岡市葵区)、京都営業所(京都市下京区)、神戸営業所(神戸市中央区)、岡山営業所(岡山市北区)、広島営業所(広島市中区)、熊本営業所(熊本市中央区)
工場	ゆめが丘工場(三重県伊賀市)
子会社	MILBON USA, INC. Milbon Trading (Shanghai) Co., Ltd. (上海本社、北京営業所、成都営業所) Milbon Korea Co., Ltd. (ソウル本社、釜山営業所、大田営業所) MILBON (THAILAND) CO., LTD. (バンコクオフィス、タイ工場) MILBON MALAYSIA SDN. BHD. MILBON VIETNAM CO., LTD
駐在員事務所	台湾駐在員事務所、香港駐在員事務所、シンガポール駐在員事務所、トルコ駐在員事務所、インドネシア駐在員事務所、フィリピン駐在員事務所、欧州駐在員事務所

国内拠点

- 本社
- 中央研究所
- 支店
- 営業所
- 工場



海外拠点

- 子会社および子会社拠点
- 駐在員事務所
- 工場



本社



中央研究所



工場(国内外2拠点体制)

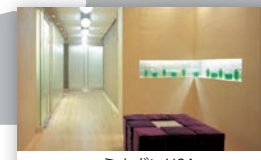


国内/ゆめが丘工場



海外/タイ工場

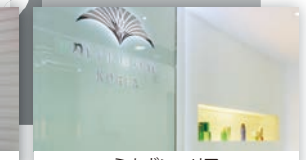
子会社



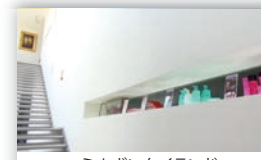
ミルボンUSA



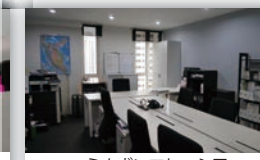
ミルボン上海



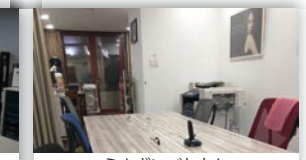
ミルボンコリア



ミルボンタイランド



ミルボンマレーシア



ミルボンベトナム

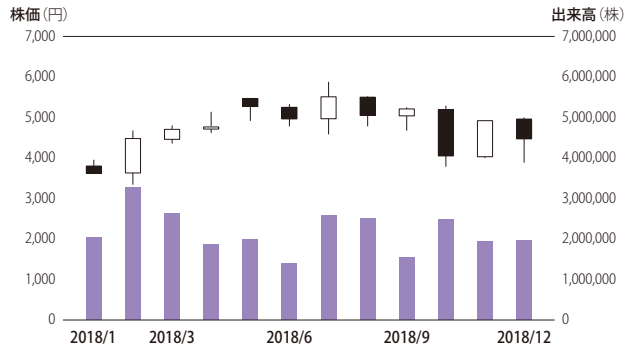
株式の状況

発行可能株式総数 120,408,000株
 発行済株式数(自己株式を含む) 33,117,234株
 株主数 12,650名

大株主

鴻池資産管理株式会社 1,920千株
 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) 1,694千株
 村井 佳比子 1,483千株
 北嶋 舞子 1,482千株
 特定有価証券信託受託者 株式会社SMBC信託銀行
 SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT 1,328千株
 ミルボン協力企業持株会 956千株
 三井住友信託銀行株式会社 934千株
 鴻池 一信 859千株
 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) 839千株

株価・出来高の推移 (月次)



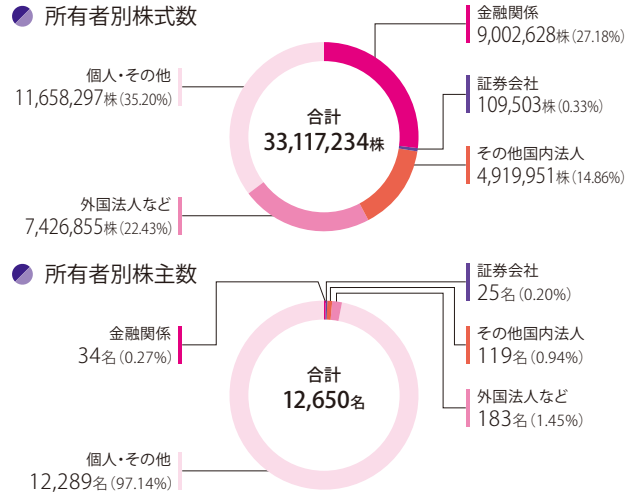
株式会社ミルボン

〒104-0031 東京都中央区京橋2丁目2番1号 京橋エドグラン
 TEL 03 (3517) 3915



この「株主のみさまへ」は、環境に配慮し、
 植物油インキを使用しております。

株式分布状況



株主メモ

事業年度 毎年1月1日から12月31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31日
 期末配当金 毎年12月31日
 中間配当金 毎年6月30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 東京都千代田区丸の内1丁目4番1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

株主優待制度のご案内

2018年度(第59期)の株主優待品の内容は次のおりとさせていただきます。また、1ポイント100円相当として、下記団体へ寄付することも可能となりました。

ポイント制度について

	保有期間 3年未満	保有期間 3年以上
保有株数 100株～500株未満	30ポイント	60ポイント
保有株数 500株以上	120ポイント	150ポイント

※ポイントの次年度への持越しはできません。

株主優待品の発送時期

5月中旬～下旬発送

優待品のご紹介 ～ポイントごとのセット例～

30ポイント	60ポイント	120ポイント	150ポイント
エルゼューダ グレイスオン セラム (120ml)	ジェミールフラン ヒートグロス シャンプーM(200ml) & トリートメントM(180g)	ブラミア エンリッチド シャンプー(500ml) & トリートメントM(500g) エルゼューダ グレイスオン セラム (120ml)	"milbon"リベアシリーズ リストラティブ シャンプー(500ml) & トリートメント(500g) ブラミアエンリッチド シャンプー(200ml) & トリートメントM(200g) エルゼューダグレイスオンセラム(120ml)
など2種類から1点	など3種類から1セット	など、4種類から1セット	など、4種類から1セット

1ポイント100円相当として、下記団体へ寄付することも可能です。



注) 株主優待制度の権利確定は、毎年12月31日時点の株主名簿に記載されている株主さまとなります。