

2016年12月期（第57期）第1四半期  
株式会社ミルボン 決算説明資料



2016年3月31日

Copyright © 2016 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

# 目次

---

**P3**      **連結 経営成績**

**P4-9**    **連結 部門別売上高・ブランド別情報**

**P10**     **連結 損益計算書**

**P11**     **連結 設備投資等の推移**

**P12**     **マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移**

**P13-16** **国別の状況**

# 2016年度(第57期) 第1四半期の業績について

## 連結 経営成績（第1四半期）

売上原価率及び販管費の影響により利益が前期比減となるものの、想定の水準で推移

（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	6,083	6,708	625	110.3
売上総利益	4,282	4,562	280	106.6
販管費	3,284	3,637	353	110.8
営業利益	997	924	△ 72	92.7
経常利益	980	813	△ 166	83.0
四半期純利益	635	546	△ 88	86.0

# 連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]

美の転換点である2つの世代をターゲットとした新製品が順調な滑り出し

(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(%)
3,537	3,918	380	110.8

- ・ 美に目覚める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。
- ・ 忙しい20代の朝をサポートする「ジェミールフラン メルティバター」と、ボリュームに悩む40-50代へ向けた自然な立ち上がりを作る「プラーミア ボリュームマイザー」が、それぞれ好評で順調なスタートとなりました。

## 主な製品

### 新製品 プラーミア 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

### 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。



1月28日発売

通期目標	販売実績	進捗率
2億50百万円	1億61百万円	64.6%

通期目標	販売実績	進捗率
3億50百万円	1億26百万円	36.2%

Find Your Beauty MILBON

# 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新ラインを投入し、売上が順調に拡大

## オージュアサロン窓口軒数

2015年度末	2016年度	前期比
2,511軒	2,634軒	104.9%

## 販売高（第1四半期）

2015年度	2016年度	前年同期比
8億52百万円	10億13百万円	118.8%

## 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

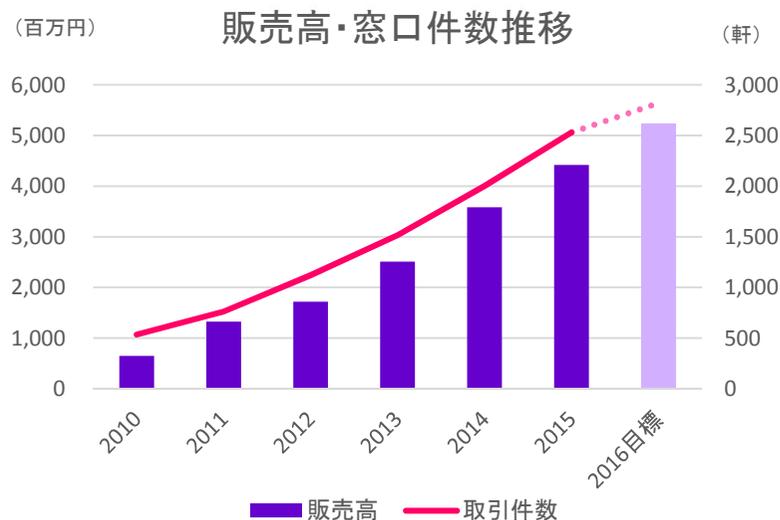
今までのヘアケアを「ヘアケア技術」として進化させることで、一人ひとり違う髪の悩みに、その人のためのヘアケアプログラムで応えること。それが「オージュア」です。

## 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	87百万円	21.9%

1月29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と、昨年度投入の新グレイカラー剤が売上を牽引

(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(%)
2,172	2,441	269	112.4

- ・ 2016年春夏のトレンドに合わせた新色「オルディーブ フレンチライン」を発売しました。ツヤをまとった軽やかな寒色でフレンチカジュアルを引き立てる色味が好評で、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います。
- ・ 2015年度に発売した、ロングヘアを明るい色で均一に染められるグレイカラー「オルディーブクリスタル」が市場からの評価を受け、昨年から引き続き窓口を拡大しています。

### 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。



2015年度発売

過期目標	販売実績	進捗率
19億80百万円	3億94百万円	19.9%

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 カラーが引き続き売上を牽引

### ヴィラロドラ窓口軒数

2015年度末	2016年度	前期比
4,014軒	4,479軒	111.6%

### 販売高（第1四半期）

2015年度	2016年度	前年同期比
65百万円	1億61百万円	246.7%

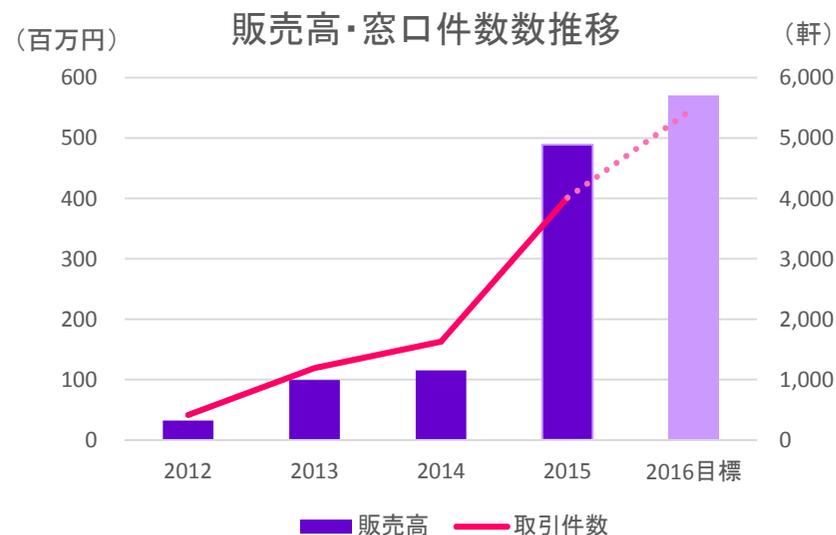
### ブランドコンセプト

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	1億 8百万円	34.3%

2015年度発売

# 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	6,083	6,708	625	110.3
売上原価	1,800	2,145	345	119.2
売上総利益	4,282	4,562	280	106.6
販管費	3,284	3,637	353	110.8
営業利益	997	924	△ 72	92.7
経常利益	980	813	△ 166	83.0
四半期純利益	635	546	△ 88	86.0

## <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	3,537	3,918	58.4	380	110.8
染毛剤	2,172	2,441	36.4	269	112.4
パーマメントウェーブ用剤	331	307	4.6	△ 24	92.6
その他	41	41	0.6	0	100.0

## <販管費の主な変動要因>

- ・ 人員増・昇給に伴う人件費の増加
- ・ 新規拠点の賃借料の増加

## ※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 1~3月	2016年 予定
設 備 投 資 額		840	1,680	1,028	2,779	216	4,329
減 価 償 却 費		947	878	1,004	1,033	231	1,113
研究開発費	金額	873	969	1,168	1,214	292	1,215
	比率	4.0%	4.1%	4.6%	4.4%	4.4%	4.2%

### 当期 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)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	備考
美容室軒数	223,286	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	456,872	471,161	479,509	487,636	496,697	—	
美容人口	39,812	39,640	39,076	38,468	37,847	37,395	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

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年 1Q	
日本	200	210	216	237	246	上段: フィールドパーソン人数(人)
	102	104	104	100		
米国 (ミルボンUSA)	10	12	12	12	9	下段: フィールドパーソン一人あたり売上高(百万円)
	35	36	40	53		
中国 (ミルボン上海)	13	16	17	18	18	※2016年4月入社予定 27名 (左表には含まれておりません。)
	14	17	25	36		
韓国 (ミルボンコリア)	13	17	17	19	20	※今期よりフィールドパーソン人数は期首現在として、一人あたり売上高を算出(2012年まで遡及修正)しております。
	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	18	
	101	65	50	47		

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	557	5,276	5,739	108.8	1960年	-	-
	246						
米国 (ミルボンUSA)	14	162	147	90.5	2004年	1\$= 114.23	121.46
	9						
中国 (ミルボン上海)	24	113	154	135.9	2009年	1元= 18.81	18.93
	18						
韓国 (ミルボンコリア)	32	327	408	124.8	2009年	1₩= 0.1060	0.1042
	20						
タイ (ミルボンタイランド)	53	24	18	72.8	2013年	1バーツ= 3.49	3.37
	6						
その他地域 ※	19	177	240	135.2	-	-	-
	19						

※: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、それぞれの世代から高い評価を得て順調なスタートとなりました。働く20代女性向けブランド「ジェミールフラン」、エイジングケアブランド「プラーミア」で製品群を拡充し、ブランド確立へ向けた展開も順調に進んでいます。

また、昨年発売した2つのグレイカラー剤「オルディーブ クリスタル」と「ヴィラロドラ カラー」が市場からの支持を受け、製品導入・リピートが進んでおり、業績の伸長につながっています。

2月には地下鉄銀座駅を交通広告でジャックするなど、コーポレートブランディングに向けた取り組みを展開しています。

### 米国（ミルボンUSA）

売上全体としては、前期の値上げ前の駆け込み需要との比較となり、前年同期比減となりましたが、昨年度に発売したプラーミア リファインング（サロントリートメント）と同ブランドのヘアセラムシリーズ（店販品）の相乗効果により、徐々に窓口が広がっています。

また、ブロードライやスタイリング講習など、技術を中心としたセミナーが好評で、なかでも海外セレブに人気のスタイリストを講師に招いて行うブロードライワークショップの人气が高く好評を得ています。

## 国別の状況 ③

### 中国（ミルボン上海）

華東・華南・華北地域を中心に、教育を軸とした活動方針に共感した代理店の活動が、各エリアの地域トップサロンの売上伸長に貢献しています。

各エリアの主要取引サロンの経営者等を中心に、日本ツアーを実施しました。100名を超える参加者が、日本でのイベント鑑賞や、中央研究所と工場の見学を通じて、ミルボンの企業や品質に対する信頼度が増し、関係強化につながっています。

既存のサロントリートメントに加え、毛髪内部補修型の製品の投入により、髪質対応幅が広がりました。多様な顧客ニーズに対応することができるようになり、ヘアケアは順調に拡大しています。ヘアカラーも、シーズントレンドカラー提案が美意識の高い20-30代のトレンドニーズに合致し、オルディーブの売上につながっています。

### 韓国（ミルボンコリア）

オルディーブ追加色のプロモーションとして、過去3年間に追加した新色をすべて集めた「トレンドカラーチャート」とオリジナルエプロンプレゼントなどの企画が奏功し、カラー剤の売上が大きく伸長しました。

10月より、システムヘアケアブランド「オージュア」のテストマーケティングを開始しました。テスト販売を10軒に絞り、各店で選任されたオージュアリーダーのみを集めたスタジオ講習と、一軒一軒に徹底した臨店教育活動が活性化に成功し、順調なリピートにつながっています。次年度からの本格展開に向けて、サロン内で定着させるための確かなノウハウが得られており、今後のヘアケア市場の成長に大きな期待ができます。

2度目となるDAコリアを開催。DAとは、デザイナー育成を目的とする教育型イベントで、会場には約1,500名のヘアデザイナーが集まり大成功に終わりました。ミルボンのブランディング戦略にもつながることから今後も継続して実施する予定です。

## 国別の状況 ④

### タイ（ミルボンタイランド）

#### **[販売部門]**

2014年11月に新規代理店と取引を開始したことによる売上増の反動や、タイ経済の先行き不安による消費全般の落ち込みにより、業務用トリートメントや店販品などの付加価値サービス・製品の消費が落ち込んでいます。

2016年度秋冬に投入したヘアカラー新ラインを使ったプロモーション「ブリーチONカラー」は引き続き好調でカラー全体の売上維持に貢献しています。また、ストレートパーマ剤「アテンジェ」を使用したデジタルパーマの講習を繰り返し行うことで市場拡大に取り組んでいます。

#### **[生産部門]**

金額ベース・数量ともに順調で、数量においては昨年の年間実績の50%を超える生産量となり、順調に推移しています。中国への出荷も始まり、計画に対しても20%超と順調に推移しています。生産量増加に伴う増員により、総勢50名を超える工場となりました。

原材料の現地調達化や経費の削減などが進み、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。