



株主のみなさまへ

第53期 2011年12月21日～2012年12月20日

CONTENTS

ミルボンのコアコンピタンスと戦略	1
連結財務ハイライト	3
株主のみなさまへ	4
徹底した美容室へのサポートで国内シェアを拡大、 海外事業も順調に推移しています。	
新製品情報	7
エイジングケアブランド「プラーミア」 プレミアムヘアケアブランド「オージュア タイムサージ」 オーガニックヘアケアブランド「ヴィラロドラ」	
連結財務諸表の概要	9
会社情報	10

「髪」美しく、人づきしい……
株式会社ミルボン

証券コード：4919

ミルボンのコアコンピタンスと戦略

企業理念

「髪」美しく、人うつくしい……

ミルボンは創業以来、美容室向けのプロユース専用に絞ったヘア化粧品事業を展開してきました。高い商品開発力と美容室の成長をサポートする独自のビジネスモデルが支持され、1996年に業界で初めて株式店頭公開を果たし、2001年には東証一部に上場しました。

現在、業務用ヘア化粧品の総合メーカーとして、国内トップシェアを獲得し、グローバル市場に進出。これからも、世界中のヘアデザイナーを通して美しい髪づくり、そして、女性の美しい生き方を応援していきます。

Hair Color
ヘアカラー

Parm
パーマ



美容室で使用される
頭髮化粧品

Hair Care
ヘアケア

Styling
スタイリング

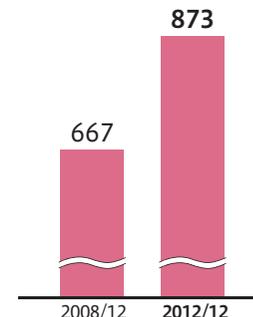
▼独自のビジネスモデルで、美容室の生産性を高め、共に成長していきます。

TAC製品開発システム

トップヘアデザイナーの持つ新しい美容技術やノウハウを一般の美容室でも使えるように標準化し、提供しています。

ミルボンの製品開発は、人気を集めている美容室のトップヘアデザイナーの協力を仰ぎ、独自の成功技術やコンセプトを公開してもらい、一般の美容室でも使用できるように標準化することから始まります。そして、その技術やコンセプトを取り入れ共同開発する製品は、お客さまのニーズをつかんだトップヘアデザイナーの感性が反映され、最先端のヘアスタイルに適したものになるのです。こうした人気美容室における売れ筋をキャッチした製品を提供できることが、ミルボンの強みであり、圧倒的に支持される理由でもあります。

研究開発費の推移(百万円)

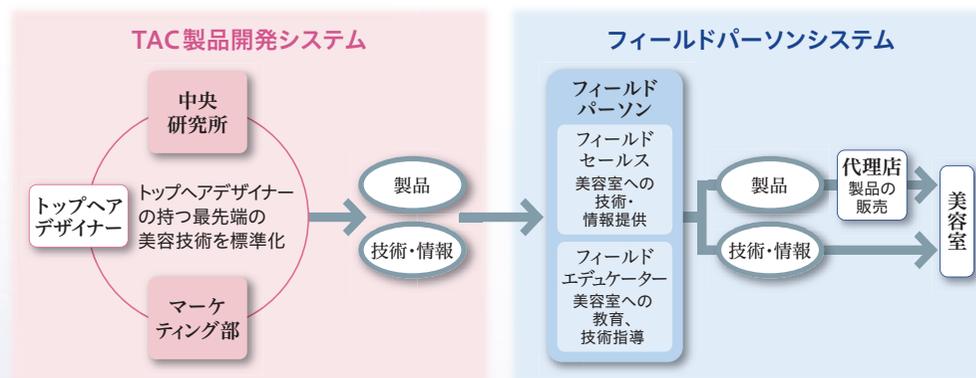
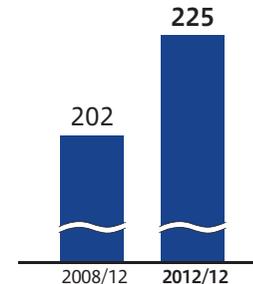


フィールドパーソンシステム

製品そのものを売るのではなく、ヘアデザイナーが必要とする知識や技術の提供、さらには美容室の経営課題の解決支援まで。

フィールドパーソンとは、美容の技術や知識を身に付けたミルボンの営業・教育担当者のこと。TAC製品開発システムによって生み出された製品を美容室で扱うために必要な知識や技術を提供するのはもちろん、マーケティングや人材育成など美容室の経営に関わる課題の解決支援にまで取り組んでいます。ミルボンはフィールドパーソンシステムを進化させ、美容室の増収増益をサポートしながら、共に成長していきます。

フィールドパーソンの推移(人)



▼「日本の緻密で繊細な美容技術」と「おもてなしの心」を世界へ。

日本

Japan

ますます大人化する市場の変化に対応し、順調に成長

人口動態のボリュームゾーンである団塊ジュニアが40代に入り、顧客層の大人化がますます進んでいます。そうした中、カラーの利用やトリートメント等ケアメニューの広がりから、美容室での商品販売が着実に伸長しており、今後も伸びが期待できます。

ミルボンは、こうした顧客の変化に対応する商品力、提案力で美容室の経営をサポートしています。

米国

U.S.A.

商品力を生かし、販売網を拡大中

美容先進国、米国。特にニューヨークは全世界の美容情報発信源です。ミルボンは、縮毛矯正剤「リシオ」が高い評価を受けたことをきっかけに2004年から米国に進出しました。リシオブランドとインサロントリートメントによる独自のメニュー提案に注力しています。

Asia and other areas

東アジア：中国、韓国、台湾、香港

美容意識の高い韓国などを中心に好調な伸びを持続

全世界の人口の約7割は黒髪であり、その多くが暮らす地域、それが、アジア。中でも韓国や香港、台湾は美容へのニーズが高く、黒髪の日本市場でトップシェアになったミルボンが活躍できる土壌が整っています。また中国も、沿岸都市部の富裕層を中心に美容意識が高まってきています。

新地域：タイ、ベトナム、マレーシア、トルコ

今後、経済発展が期待される地域に拠点を展開

今後、経済成長とともに美容ニーズが高まると予想されるタイ、ベトナム、マレーシアへ進出していきます。また、西洋と東洋をつなぐ場所に位置するトルコも、欧州進出への戦略拠点として、今後注力していく予定です。

香港

香港は、シンガポールや上海、広州へのトレンド発信源となる重要拠点。駐在員事務所を拠点に現地代理店とチームを組んでトップ美容室に的を絞って営業を展開。



中国

2007年に上海に子会社を設立。提案型営業が功を奏し順調に推移しており、2012年7月には華北地域の市場拡大を目的に北京営業所を新設。



韓国

2010年に子会社を設立し営業開始。重要美容室に対する徹底した教育活動やセミナー、ワークショップによって、高ブランドイメージの確立に成功。



2012年ソウルで行われたヘアショー「MILBON Trend Design Collection」(韓国)



ヘアデザイナーの能力向上をサポートする業界最大規模のイベント「ミルボンデザイナーズアビリティ2012」(日本)

台湾

日本の文化やファッションに対する認知度が高く「日本の美容文化」も根づく台湾。駐在員事務所を拠点に代理店と連携し、教育・提案活動を展開。

日本

フィールドパーソンシステムとTAC製品開発システム、加えて徹底した顧客第一主義で、業界シェアトップをキープ。2012年4月には京都営業所を新設。



NYのトップサロン「Rita Hazan」にて行われたサロントリートメントリンケージ体験イベント(米国)

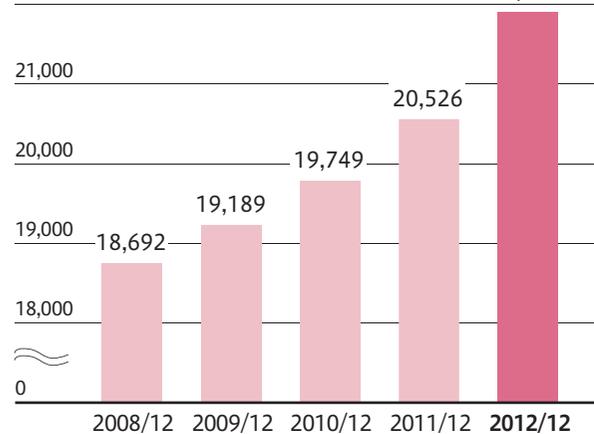
米国

2004年にニューヨークに子会社を設立。取引美容室件数は1,200件を超えており、2012年10月にカリフォルニア州・ロサンゼルスに駐在所を設け活動を強化。

連結財務ハイライト

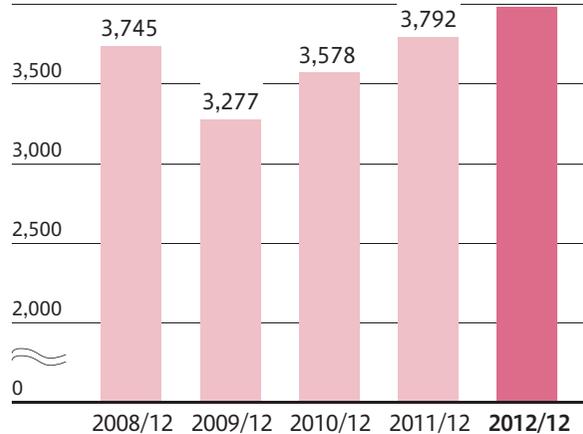
▼ 売上高

(百万円)
22,000



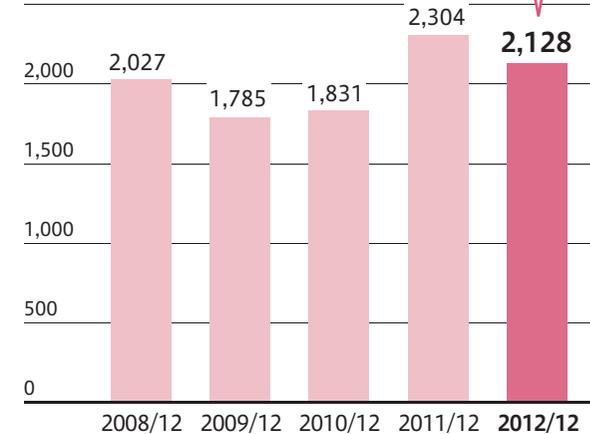
▼ 営業利益

(百万円)
4,000



▼ 当期純利益

(百万円)
2,500



※前期に受取保険金を特別利益に計上した影響により1億76百万円の減益となりました。なお、この影響を除くと前期比6.0%の増益となります。

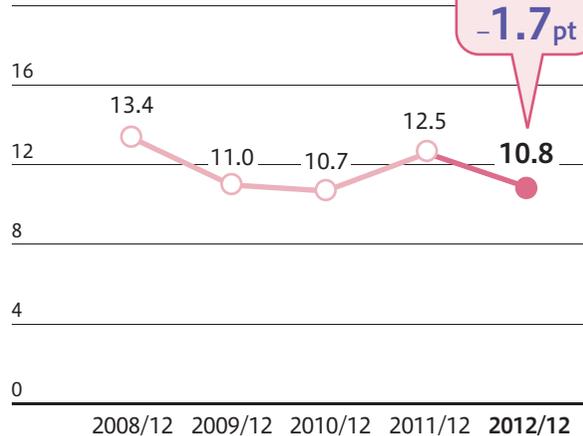
▼ 自己資本比率

(%)
90



▼ ROE

(%)
20



▼ 1株あたり配当金

(円)
70



徹底した美容室へのサポートで国内シェアを拡大、 海外事業も順調に推移しています。

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、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53期(2011年12月21日～2012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218億87百万円(前期比6.6%増)、営業利益39億86百万円(同5.1%増)、当期純利益21億28百万円(同7.7%減)となりました。なお、当期純利益に関しては、前期に受取保険金を特別利益に計上した影響により1億76百万円の減益となりましたが、この影響を除くと前期比6.0%の増益となります。

当期の年間配当金につきましては、前期と比較して2円増配の一株当たり66円(中間配当32円、期末配当34円)と決定させていただきました。

第53期取り組みハイライト

美容室の年間利用額アップにつながる、ヘアデザイン・メニュー等の提案に注力しました。

- 新製品「ディーセス エルジュエダ」などによりアウトバストリートメント剤の売上が大幅に増加。
- 総合ヘアカラー剤「オルディーブ」に新ラインを投入し、季節に合わせたプロモーションの実施により、ファッションカラー剤の売上が大幅に伸長。
- 積極的な提案活動を推進した結果、プレミアムヘアケアブランド「オージュア」の契約サロン及び販売高が順調に推移。

新たな海外市場開拓の準備を着実に進めました。

- 既に展開している米国、中国、韓国、台湾、香港の全市場において、売上の前期比増を達成。
- 海外向け製品生産のため、タイに工場を建設中。2013年12月の本格稼働を予定。
- 海外市場の拡大を目指し、タイ、ベトナム、マレーシア、トルコで市場開発を推進。
- グローバル人材育成プログラム2期生の国内研修が修了。

代表取締役社長
佐藤 龍二

第54期の取り組み

年齢を重ねることに対する
大人の女性の気持ちに添えていきます。

国内では先行き不透明な状況が続くなか、消費においても二極化が進行しています。なかでも、30～50代の女性は、生き方が多様化し、可処分所得が増えていくことから、これらの世代の労働力と消費力はますます注目されています。

当社が取引する美容室におきましても、年間の利用額がもっとも高いのは50代女性であり、年代別の利用額を見ますと団塊ジュニアを中心とした30～40代の増加傾向が顕著にあらわれています。そして東日本大震災以降、こうした大人の女性の価値観に、変化が生じてきて

います。それは安心・安全、健康、未来を重視し、本質の価値を追求しようという変化です。特に今までは自己の年齢を否定し、若返り志向のアンチエイジングという、加齢に対して後ろ向きな受け入れ方が主流でしたが、年を重ねることを前向きに捉え、いつまでもキレイで輝き続けたいというポジティブエイジングへと意識が変わってきています。

しかし、美容室では、こうした大人の女性の価値観の変化に伴う頭皮・髪・ヘアスタイルに対する「気になること」や、その「気持ち」に十分に添えきれていない状況があります。そこで、ミルボンでは2013年のマーケティングコンセプトとして、“大人の女性の新しい価値観に、プロのヘアデザイナーが応える、「エイジビューティー イノベーション」”を掲げ、大人の女性の新しい価値観に

応えられる美容室創りをサポートするとともに、美容室への情報提供やセミナーなどを通じてエイジビューティーをかなえるプロのヘアデザイナーの育成を支援してまいります。



2013年1月31日に発売したエイジングケアブランド「プラミア」(詳細は、p7をご覧ください)

その他の取り組み

- プレミアムヘアケアブランド「オー ज्या」
ソムリエ認定制度を開始し、教育を一層強化
- オーガニック製品「ヴィラロドラ」
関東、東海エリアから、全国展開へ

▼「エイジビューティー イノベーション」の考え方



東南アジアを中心とした新地域で テスト販売を開始します。

当社グループは、新たな市場開拓に向けグローバル展開を強化しています。現在、現地法人を設立した米国・中国・韓国、駐在員事務所を設けた台湾・香港の売上は、国内と同様にフィールドパーソンを通じた営業活動によって順調に推移しており、独自のビジネスモデルが海外市場でも有効であることが証明されています。業績が好調な韓国では、2013年10月に釜山に営業所を開設し、営業活動をいっそう強化していく計画です。

さらに、グローバル研修1期生が赴任しているタイには子会社を、ベトナム、マレーシア、トルコには駐在員事務所を開設し、2013年からヘアケア剤などを中心にテスト

販売を、2014年からはヘアカラー剤を展開する予定です。

また、新たにグローバル研修2期生として営業部門から選出した1名をインドネシアに派遣し、現地研修、市場調査を開始します。そして、生産部門から選出した2名を拡大する海外市場への製品供給を目的として2013年12月から本格稼働を予定しているタイ工場に派遣します。そのほか、研究部門から選出した2名はグローバルな視野で研究開発を推進していきます。

競争が激化する市場の中でも 新たなイノベーションで成長を目指します。

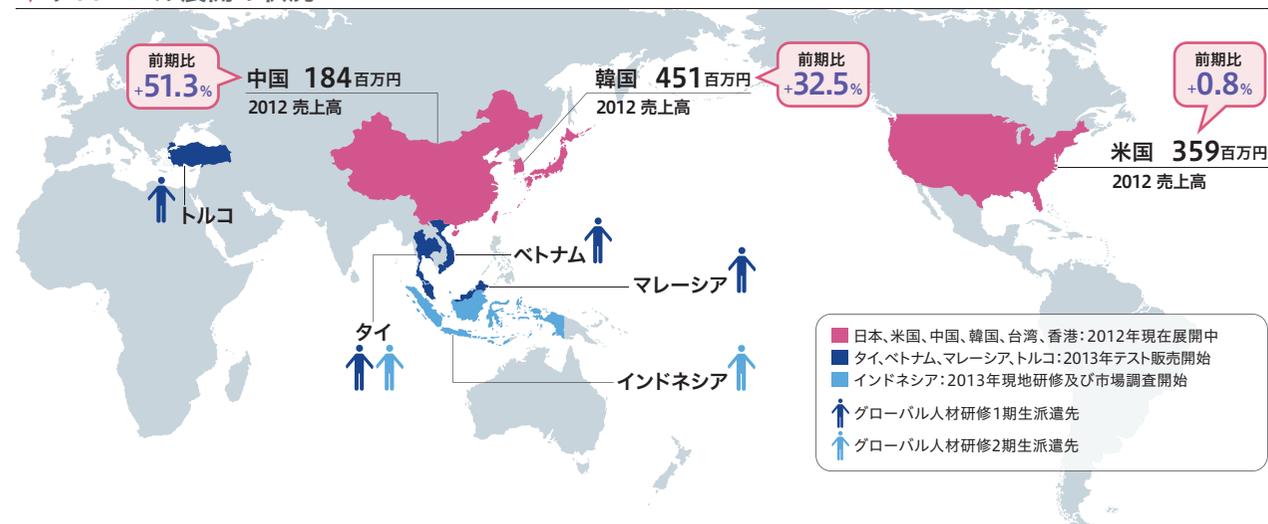
振り返りますと、ミルボンは1993年に日本の女性のためのヘアデザインを追求する「トレンド スタイル イノ

ベーション」を、2003年にヘアカラーの質を向上させる「ヘアカラー(ホイールワーク) イノベーション」を市場に提案してきました。そして、2013年から加齢に対してポジティブに取り組むお客さまに対応する「エイジビューティー イノベーション」を展開し、競争が激化する市場の中でも、美容室さまとともに成長していきたいと考えています。

以上のような取り組みにより、来期の連結業績は、売上高231億円(当期比5.5%増)、営業利益42億50百万円(同6.6%増)、当期純利益24億40百万円(同14.6%増)を見込んでおります。

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。

▼ グローバル展開の状況



▼ タイ工場の設設計画



工場建設用地
ラヨン県アマタシティ工業団地内
敷地面積: 約2万4,000m²
延べ床面積: 1,730m²



完成予定イメージ

2013年1月31日発売

美しい髪を、これからもずっと。

PLARMIA

for enhancing beauty with age

エイジングケア ブランド
「プラーミア」、誕生



いま 現在も、未来も、美しく。

ファッションを楽しみ、仕事や趣味にも積極的。
キレイな女性たちは、そろって「私」を楽しんでいます。
内側からみなぎる自信も、ゆたかな表情も、
つねに現在の自分ときちんと向き合い、
丁寧に美しさを育ててきた証拠かもしれません。
プラーミアは、年齢に縛られることなく、髪を、人生を、
未来にもっと輝かせたい女性たちへエールを贈る
エイジングケア ブランド。
確かな手ごたえも、心ときめく香りも、
心地よいテクスチャも。すべては大人の髪に、
上質な美しさをもたらすために。



「黒大豆エッセンス」^{※1}
を全アイテムに配合

※1 加水分解タイズエキス(黒大豆)

成分のこだわり

髪と頭皮に継続して使用するものだからこそ、天然由来成分へのこだわりを徹底し、イソフラボンとアントシアニンを含有した黒大豆エッセンス(保湿成分)を共通成分として選定しました。また、アイテムごとに髪にやさしい天然成分を配合しています。

エイジングサイン①

髪がふわふわして
広がりやすい…

シャンプー&ヘアトリートメント



オウゴンエキス
(保湿成分)



ライス18-MEA(エモリエント成分)



毛先までしなやか、
まとまりのある髪へ

年齢により乾燥した毛髪内部の
水分バランスをコントロール。
エナジメント シャンプー

毛髪内部にうるおい補給。

エナジメント ヘアトリートメント
F(軟毛~根元をふんわりさせたい方)
M(普通~硬毛)



エイジングサイン②

髪の根元がペタンとして
ボリュームが出ない…

頭皮の弾力美容液



オーシャンエッセンス
(保湿成分)

根元までふんわり、
ボリュームのある髪へ

ハリのある健やかな頭皮に調え、
髪の根元をボリュームアップ。

モイスチュアリフター
(頭皮の弾力美容液)



エイジングサイン③

シャンプーしても
頭皮がベタつく…

炭酸クレンジング



カキタンニン(洗浄補助成分)

ベタつき・ニオイのない、
クリアな頭皮へ

高濃度炭酸泡で、
頭皮をディープクレンジング。
さらにマッサージ効果で
血流を促進。

週2回のスペシャルケア
クリアスパフォーム
(炭酸クレンジング)



日本女性の髪的美しさを共に育むプレミアムヘアケアブランド
「オー ज्या」からエイジングケアシリーズ 誕生

2013年2月1日発売

Aujua | TIMESURGE

内側からしなやかさに満ちたまとまり髪へと導きます。

～年齢とともにまとまりの悪さが気になり出した方へ～

年齢とともに髪のまとまりが悪くなる原因は、コルテックス細胞の疎水性タンパク質の割合が増加するためです。

「タイムサージ」の保湿成分ビタミンB6が、疎水性タンパク質を親水化させ、毛髪内部の水分保持力を高めて、内部がしっかり詰まった髪へ導きます。



Aging Care

〈ビタミンB6の作用メカニズム〉 **ビタミンB6**

疎水性タンパク質が増加し乾燥しやすくなったコルテックス細胞 (イメージ図)

ビタミンB6が疎水性タンパク質に疎水結合することで毛髪内部の水分保持力を向上させ、まとまりのある髪へと導きます。

※Spring-8とミルボンの共同研究による科学的知見からビタミンB6の選定を行いました。

TIMESURGE (タイムサージ) ~ Story of fragrance

「今もそしてこれからも、女性としての自分を楽しみ続けてほしい」という想いをこめて、華やかな愛らしさを兼ね備えた「花水木」をイメージして調香しました。



花咲美髪
Aujua ブランドサイト

サロンとお客様をつなぐ (Aujua) Web サイト
<http://www.ajua.com/product>

Salon Care

5 Step Salon Treatment 5ステップサロントリートメント

タイムサージ 1/2/3、タイムサージシャンプー
タイムサージ ヘアトリートメント

年齢変化でまとまりづらい髪に毛髪内部の水分保持力を高め、しなやかにまとまる髪にします。

※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。



Home Care

Shampoo & Hair Treatment デイリーケア

タイムサージ シャンプー

髪をしなやかに洗い上げ、トリートメントの作用しやすい下地をつくります。



タイムサージ ヘアトリートメント

髪の内部の水分保持力を高め、しなやかにまとまる髪に仕上げます。



Leave-in Treatment 洗い流さないトリートメント

タイムサージ エッセンス

ツヤのあるしなやかにまとまる髪にします。

※タールドライ後に毎日お使いいただけます。



真の美しさを追求するミルボンは、ニーズが高まるオーガニック製品も、本物だけをお届けしたいと思っています。イタリアの広大な農場で有機栽培された植物成分を使用したヴィラロドラシリーズは、「プロのヘアデザイナーに相応しいオーガニック」として、お客さまの美しい生き方、美しい人生に彩りを添えます。



ヨーロッパにおいて最も重要なオーガニック認証機関のひとつであるICEA。ヴィラロドラの製品は全てICEAの認証番号を取得しています。



Hair & Scalp care

ARGILLA

天然のホワイトクレイで過剰な皮脂によるべたつきや頭皮のニオイを除去します。

SHAMPOO

ココナッツとオリーブオイル由来の成分で、地肌と髪を優しく洗い上げます。

CONDITIONER

植物成分の働きにより、髪本来の弾力とツヤを取り戻します。

LOTION

コシのない髪や抜け毛の多い方の頭皮をケアするオーガニックローション。



Body & Hair care

BAGNO DOCCIA & LATTE CORPO

敏感な肌のために作られた体と髪両方に使えるシャワージェル&ケアミルク。お子様や赤ちゃんにも使えるお肌にやさしい処方です。

Beauty the "organic" way

オーガニックがもたらす、本物の美しさ。

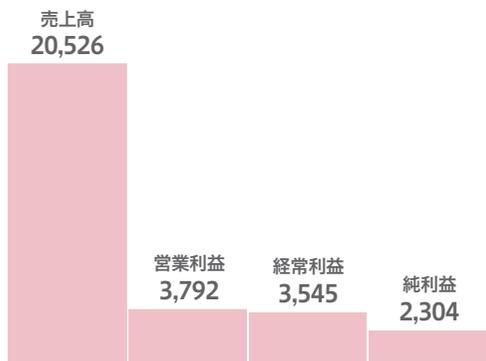


Villa Lodola オーガニックへの想いを伝える
<http://www.villalodola.jp/>

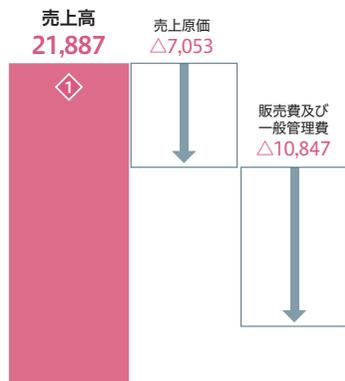
連結財務諸表の概要

▼ 連結損益計算書 (百万円)

■ 前期(2010年12月21日～2011年12月20日)



➡ ■ 当期(2011年12月21日～2012年12月20日)



① 売上高のポイント

売上高は、前期と比較して13億6000万円の増収となりました。製品区分ごとの増減は以下の通りです。

ヘアケア用剤	6億7000万円
染毛剤	8億3200万円
パーマメント用剤	△1億3700万円
その他	△400万円

② 営業利益のポイント

営業利益は、販売費及び一般管理費が増加したものの、売上総利益がそれ以上の伸びとなった結果、前期と比較して1億9400万円の増益となりました。

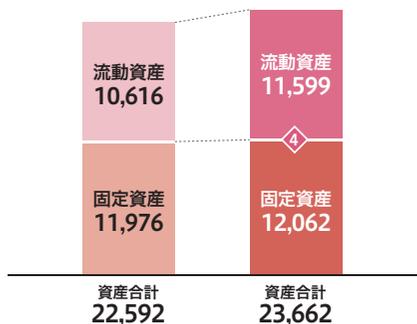
③ 当期純利益のポイント

当期純利益は前期と比較して1億7600万円の減益となりました。これは、前期に受取保険金を特別利益に計上したことによりですが、この影響を除くと、6.0%の増益となります。

▼ 連結貸借対照表 (百万円)

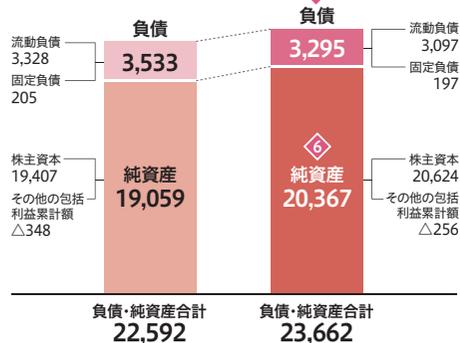
資産の部

■ 前期末(2011年12月20日) ➡ ■ 当期末(2012年12月20日)



負債・純資産の部

■ 前期末(2011年12月20日) ➡ ■ 当期末(2012年12月20日)



④ 資産のポイント

資産の部合計は、前期末と比較して10億6900万円増加しました。現金及び預金の増加等により流動資産が9億8200万円増加したほか、投資有価証券の時価評価増等により固定資産が8600万円増加しました。

⑤ 負債のポイント

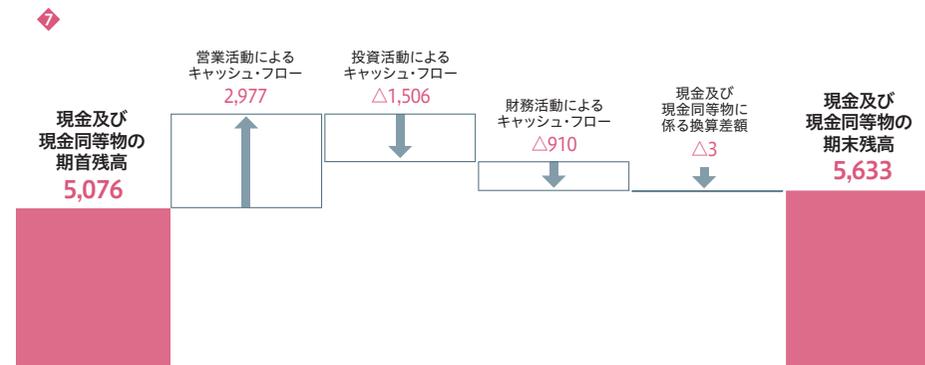
負債の部合計は、前期末と比較して2億3700万円減少しました。所得金額の減少により未払法人税等が3億6900万円減少したほか、代理店へのリボートの増加等で未払金が1億1000万円増加しました。

⑥ 純資産のポイント

純資産の部合計は、前期末と比較して13億7000万円増加しました。株主資本が12億1600万円増加、その他の包括利益累計額は9100万円増加しました。

▼ 連結キャッシュ・フロー計算書 (百万円)

■ 当期(2011年12月21日～2012年12月20日)



⑦ キャッシュ・フロー計算書のポイント

営業活動によるキャッシュ・フローは、利益の増加に伴い29億7700万円のプラスでした。投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得等により15億6000万円のマイナスでした。財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払い等により9億1000万円のマイナスでした。以上の結果、期首に比べて5億5600万円増加し、現金及び現金同等物の期末残高は56億3300万円となりました。

▼ 会社概要

2012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	480名(連結 528名)
平均年齢	35.7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、パーマ用器具類の製造および販売(国内・輸出)など

▼ 役員

2013年3月15日現在

代表取締役社長	佐藤 龍二	
専務取締役	金山 勝美	マーケティング・教育企画担当
常務取締役	重宗 昇	東日本営業担当
取締役	村井 正浩	管理・CS推進担当
	豊田 修	国際営業部長、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
	藤井 政幸	西日本営業・サロン事業担当
	村田 輝夫	生産部長、ミルボンタイランド(生産)担当
常勤監査役	武田 靖史	中央研究所長
	大塩 充	名古屋支店長、事業開発部長
	鴻池 一信	経営戦略部長
	金岡 大二郎	
	村田 浩二	
監査役	遠藤 桂介	弁護士
	高畑 省一郎	公認会計士

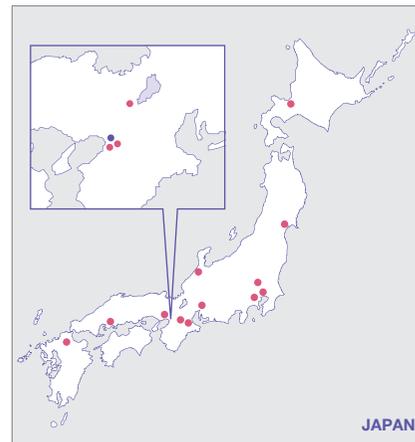
▼ 事業所

2013年3月15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	東京支店(東京都渋谷区)、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)
研修センター	大阪市城東区中央2丁目15番14号
子会社	MILBON USA, INC. Milbon Trading (Shanghai) Co., Ltd. Milbon Trading (Shanghai) Co., Ltd. Beijing Branch Milbon Korea Co., Ltd. MILBON (THAILAND) CO., LTD.
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



本社・中央研究所



サービスセンター



東京



名古屋



大阪



福岡



札幌



仙台



さいたま



横浜



金沢



京都



神戸



広島



ニューヨーク



上海



北京



韓国



台湾



香港

※台湾、香港につきましては、現地代理店のサービスセンターを活用させていただいております。

▼ 株式の状況

2012年12月20日現在

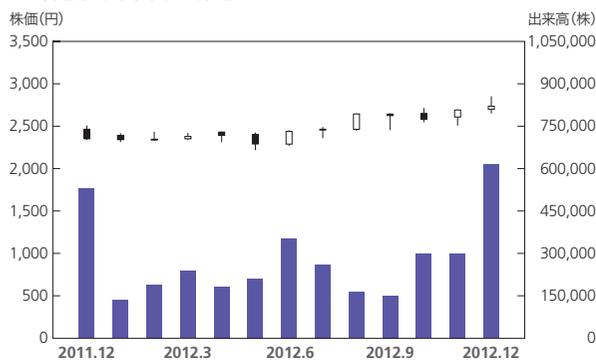
発行可能株式総数	50,170,000株
期末発行済株式数(自己株式を含む)	13,798,848株
期末株主数	11,210名

▼ 大株主

2012年12月20日現在

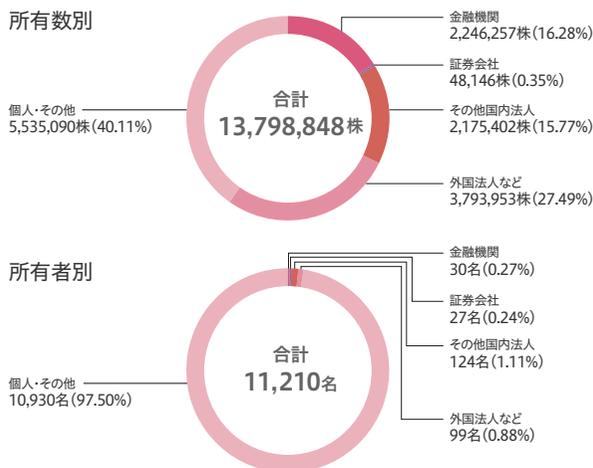
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	1,673千株
鴻池資産管理株式会社	800千株
村井 佳比子	618千株
北嶋 舞子	617千株
三井住友信託銀行株式会社	556千株
佐々木化学株式会社	413千株
ミルボン協力企業持株会	363千株
鴻池 一信	351千株
株式会社りそな銀行	318千株
RBC IST LONDON-CLIENTS ACCOUNT	284千株

▼ 株価・出来高の推移



▼ 株式分布状況

2012年12月20日現在



▼ 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
公告方法	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。

まずはミルボンのウェブサイトへアクセス

ミルボンウェブサイト
<http://www.milbon.co.jp/>

■ 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、各期末(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皆さまを対象に、毎年自社製品(5,000円~9,000円相当)をお届けする株主優待制度を実施しています。

第53期・期末の優待品



毛先までうるおってやわらかな髪に整えるカラーデザインヘアケアシリーズ「ディーセスノイドゥーエ」から、しなやかさとうるおいを与える「ウィローリュクス」のシャンプー・ヘアトリートメントと、しなやかな髪質に導くデザインベースオイル「ディーセス エルジュダ」をお届けします。

「髪」美しく、人々つくいたい……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、植物油インキを使用しております。