



株主のみなさまへ

第56期 中間期

2014年12月21日~2015年6月20日

社長あいさつ

顧客それぞれの世界観に合わせた
製品の開発と、
顧客との関係性をより深化させるための
内部態勢強化により
美容室の『生涯顧客の創造』を支援

株式会社ミルボン

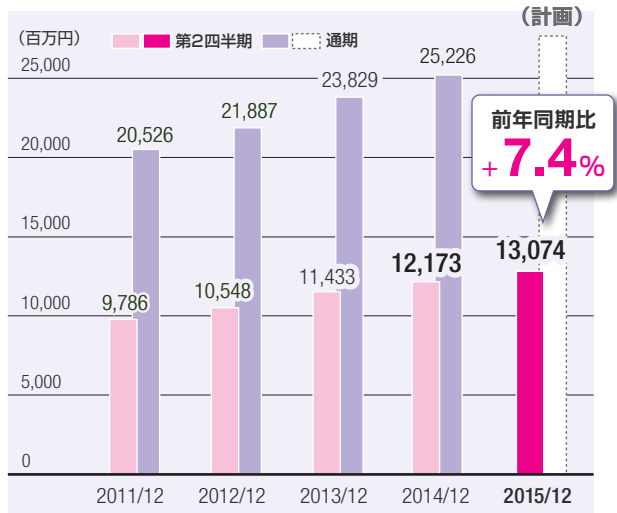
証券コード：4919



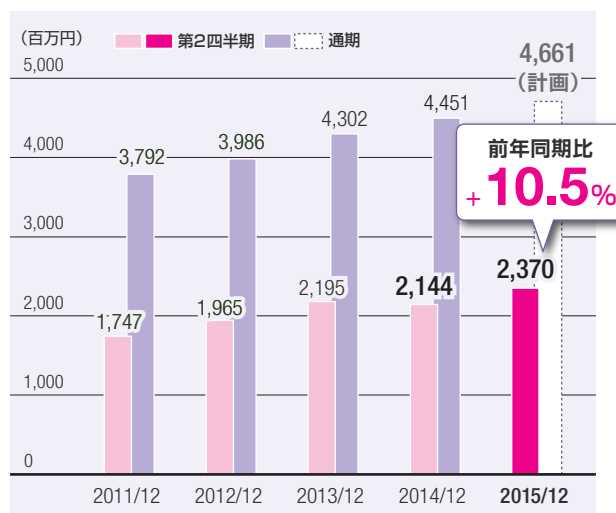
連結財務ハイライト

01

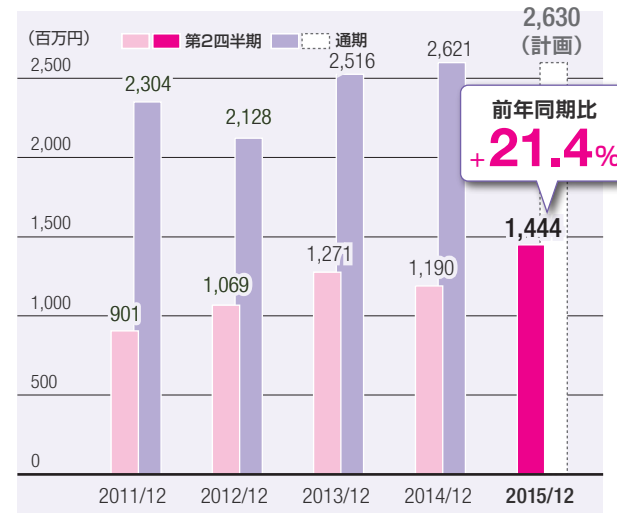
売上高



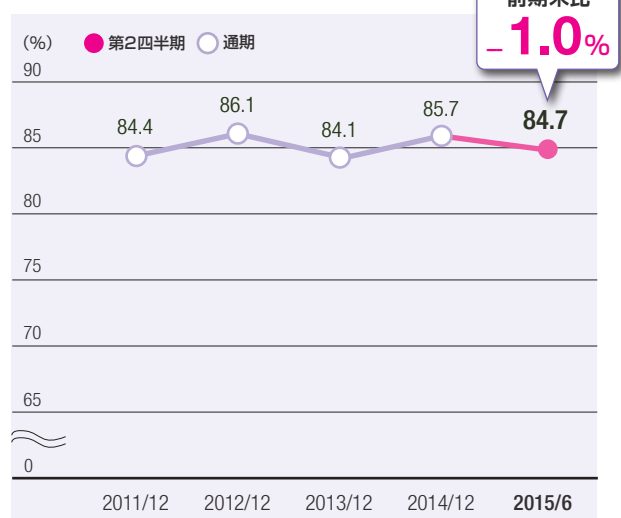
営業利益



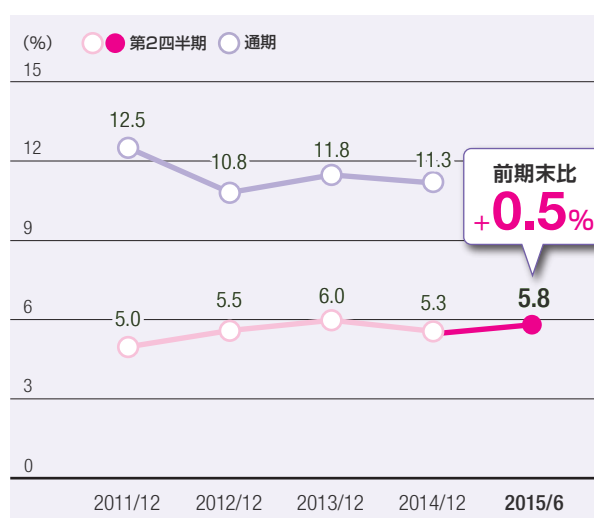
当期純利益



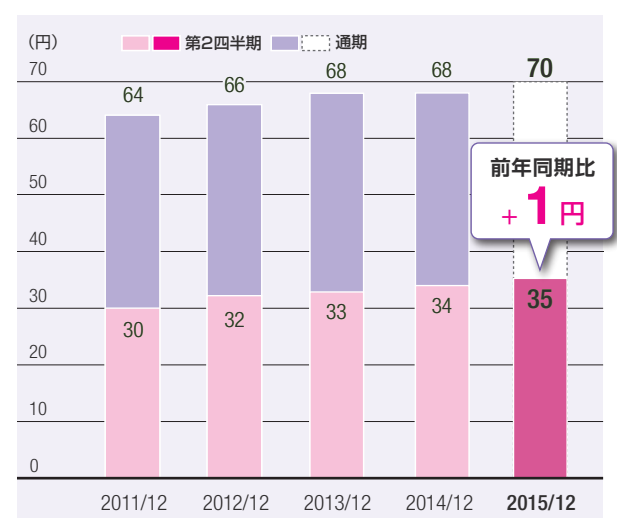
自己資本比率



自己資本利益率(ROE)



1株当たり配当金



株主のみなさまへ



代表取締役社長

佐藤 龍二

02

顧客それぞれの世界観に合わせた製品の開発と、顧客との関係性をより深化させるための内部態勢強化により美容室の『生涯顧客の創造』を支援

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56期第2四半期(2014年12月21日～2015年6月20日)の決算が確定しましたので、ご報告申し上げます。

当第2四半期の連結業績は、売上高130億74百万円(前年同期比7.4%増)、営業利益23億70百万円(同10.5%増)、当期純利益14億44百万円(同21.4%増)となりました。

また、業績が堅調に推移していることなどを総合的に勘案し、中間配当は当初34円予想としていたところを1円増配の35円とし、期末配当予想も34円から35円(通期予想70円)とすることにいたしました。

第56期第2四半期取り組みハイライト

国内は新製品が好調な滑り出し、海外は新たな施策が順調に

- グレイカラー市場において、5月に発売したロングヘアを明るく染める「オルディーブクリスタル」、オーガニックブランドのヴィラロドラより2月に発売したヘアカラー製品が好調。
- 20代半ばの女性を対象として4月に発売した「ジェミールフラン」が高評価。
- USAでは東海岸の販売エリアが7州に拡大。タイ工場からの海外市場への出荷も着実に増加。

ミルボンブランドのさらなる浸透を図るため各種施策を実施

- BtoBtoCのマーケティングを強化する3本部制へ組織を改編。
- グループ全社員・役員を対象としたワークショップを実施。

国内市場の環境変化と 顧客の多様化に対して内部体制を強化

国内は引き続きオーჯアを中心に 順調な伸び

国内市場はアベノミクスによる経済効果が注目されましたが、美容業界には大きな影響はありませんでした。それ以上に、少子高齢化・美容人口の減少といった人口動態に大きく影響を受けており、人材採用の難しさが、質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を加速させるという流れが出始めています。また、顧客ニーズの多様化が進み、一昔前のトレンド重視型ではなく、一人ひとりの髪質にあった製品、個別ニーズに応じたサービスが求められるようになっていきます。

このような状況のもと、今期は前期に引き続き、オーჯアの市場展開が順調に伸びを見せました。オーჯアは、日本人の髪を研究し尽くし、日本人の髪のために開発したブランドで、一人ひとりの悩みを解決する商品選びとアドバイスを行う「オーჯアソムリエ制度」が高い評価を受けています。

また、グレイカラーにおいては5月に発売したロングヘアを明るく染める「オルディーブクリスタル」が、順調な滑り出しを見せています。ヴィアラドラより2月に発売したイタリアのオーガニック認証ICEA VEGANを取得したヘアカラーも注目を集めはじめています。このオーガニックのカラーと、アロマやヘアケア等その他のオーガニックメニューとの組み合わせにより、美容室での提案幅の広がりも期待できます。

海外ではUSAの代理店展開が好調 東アジア中心に、アジア各国も順調に推移

海外では、東アジアは昨年同様、韓国・中国でそれぞれ現地通貨ベースでも120%以上売上を伸ばしました。

直販型から代理店ビジネス型へのシフトを行っているアメリカでは、ニュージャージー州の契約代理店が他州に拠点を持つ代理店を買収したことから、東海岸では販売エリアが7州に拡大しました。サンフランシスコなど西海岸でも有力な独立系代理店と、来年から取引をスタートさせる予定です。このように、東海岸に続き今後は西海岸へ、その後はその他の主要都市へと順に基盤を創り、米国市場での成長軌道を描いてまいります。

東南アジア(タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア)についても、各国とも順調に成長しています。とくにマレーシアは売上計画を前倒しでクリアする形で推移しました。タイ工場からはヘアカラー製品を中心に海外市場への出荷も着実に増えており、それに伴う態勢整備を着実に進めています。また、5月にはフィリピンに駐在員事務所を設置いたしました。東南アジア市場が東アジアにつづく新たな柱となるよう、前中期で蒔いた種を今中期(2015年~2019年)で発芽させ、次のステージへ発展させていきます。

顧客理解を通じた製品ブランディングを

当社グループは長期的なビジョンとして、「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」ことを掲げています。そのためには、コーポレートブランディング、とくに製品のブランディングが不可欠です。これは、ただ単に広告宣伝を強化するということではありません。もっと顧客に接近し、多様化する顧客それぞれの世界観と製品のブランドとしての世界観をフィッティングさせていくということです。そのため、これまでヘアデザイナーの視点で市場を見て製品開発を進めてまいりましたが、今後はその先のエンドユーザーにもフォーカスした、BtoBtoCのマーケティングをよりいっそう強化していくことが必要だと考えています。

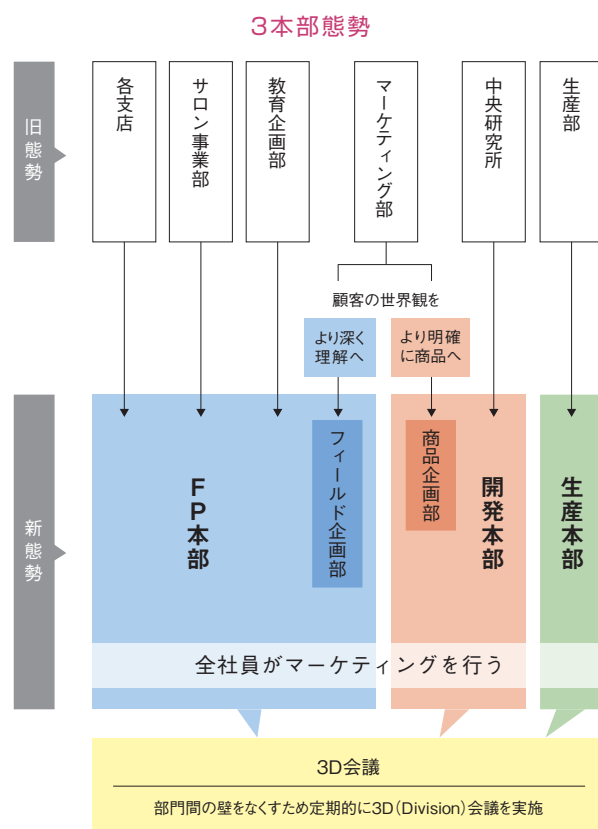
全部門がマーケティングを推進する体制へ

こうした考えのもと、今年度より内部態勢をフィールドパーソン本部(FP本部)、開発本部、生産本部の3本部制へと再編いたしました。具体的には、各支店等営業部門をFP本部へ。またマーケティング部の役割を分割し、FP本部と開発本部へそれぞれ統合しました。これは現場のフィールドパーソンが顧客をより深く理解し、価値観を見つけ出す。製品もその顧客が持っている世界観をカタチにして、ブランディングして行くものです。

「エイジビューティー」から 「エイジングビューティー」へ

顧客との関係性をより深化させ、当社ブランドを確固たるものにしていくため、国内のマーケティングの基本方針を、

これまでの「エイジビューティーイノベーション」から「エイジングビューティーイノベーション」へと変更しました。エイジは「歳」、エイジングは「年齢を重ねていく」という意味を持ちます。つまり「エイジングビューティー」とは、歳を重ねていく女性の人生そのもの、その美しい生き方、美しい



髪を応援するという意味を含めたものです。

当社は2013年より、団塊ジュニアを中心に30代～50代女性の悩みに焦点を当てた製品・サービスに取り組んでまいりました。しかし、美容業界が持続的に発展していくためには、これからの美容を担う若い世代が新たなサロンの顧客となる事も重要です。そこで4月に20代向けの新ヘアケアブランド「ジェミールフラン」を発売いたしました。20代半ばの女性は、ちょうど社会人としての責任を感じ始め、「自己流のかわいい」「見せる自分」から、「周囲から認められたい」「見られる自分」を意識し始める時期です。この美意識の転換期に「ケアに目覚めるスイッチ」を入れる製品をお使いいただくことで、ミルボンブランドに出会っていただき、歳を重ねるにつれて変わる髪質のケアを、生涯を通じて支援していきたいと思っております。



東京銀座支店

より顧客へ接近するため、サービス拠点を拡充

ヘアデザイナーを始めとした顧客により接近するため、拠点の拡充を進めています。上半期では、国内においては東京銀座支店を新設したほか、札幌営業所を移転拡張、名古屋スタジオのリニューアルを実施。海外ではフィリピンに駐在員事務所をオープンしました。

市場投入したばかりの「ジェミールフラン」も、現在のところ高評価をいただいております。今後は、一人ひとりの髪の悩みに応えるシステムヘアケアブランド「オージュア」、オーガニックのヴィラロドラなどとともに、それぞれの商品戦略、製品ブランディングをいっそう強化・定着させ、顧客の多様化に応じた製品群の確立、シェアの拡大を目指します。

新ブランドステートメントの浸透活動

BtoBtoCマーケティングの推進、世界におけるコーポレートブランドの確立といった課題に対応するため、今期は新しいブランドステートメントの浸透活動もスタートいたしました。具体的には、社内全体を対象としたワークショップの定期開催、役員によるワイガヤ会などです。ワークショップはグループ全社員を対象として、世界各地で計19回(国内15回、海外4回)開催します。ワイガヤ会は取締役会の後に実施しております。ミルボンイズムという変わらないものを改めて学びそのうえで新しいブランドステートメントを深掘りし社員がそれぞれの立場からこれから取り組んでいくことを描いていきます。

このような取り組みにより、通期の連結業績は、売上高269億円(前期比6.6%増)、営業利益46億円(同4.7%増)、当期純利益26億円(同0.3%増)を見込んでおります。

株主のみならずには、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。

市場
展開

新拠点が続々オープン



東京銀座支店



札幌営業所



名古屋スタジオ

ヘアデザイナーやお客様へのサポート・サービスのご提供をより充実させるため、各地でサービス拠点となる事業所を拡充しています。この上半期では、3月に今や日本の美容中心地の一つとなった銀座に新たな支店を開設した他、名古屋スタジオ※のリニューアルも実施。4月には札幌営業所を市内中心地の大通り沿いへ移転し、規模を拡張しました。海外においては、5月に東南アジアで5つ目の拠点となるフィリピン駐在員事務所を設立しました。グローバルに広がるネットワークを活用し、世界の女性へ美しさを届けて参ります。

※スタジオ…各支店・営業所にある美容技術に必要な各種設備を備えた施設。
ヘアデザイナーのための様々な講習やトレーニングに活用されています。

広報
PR

グローバルサイトがオープンしました!!



新TOPページデザイン

8月にミルボンホームページのデザインが一新されます。これまでヘアデザイナー向けのコンテンツが中心だったミルボンのホームページですが、グローバル展開が進む中で、世界中のさまざまな方がホームページへ訪れていただけるようになっていきます。そこで、ミルボンブランドの世界観をお伝えできるよう、世界共通のTOPページをオープンしました。TOPページコンテンツでは、ミルボンが提供する価値をイメージしたブランドムービーや、ミルボンがこだわっていること、世界のどこへ展開しているのかななどをシンプルにまとめています。今後もエンドユーザーの方や投資家の皆さまに分かりやすくタイムリーな情報をお届けできるよう、ホームページをさらに発展させて参ります。



※新デザインは8月オープン予定です。

広報
PR

美容師応援チャンネル「びよーし☆どーが」がスタート



TOPページデザイン

スマートフォンの普及やインターネットの通信速度向上により、動画を観る環境が急速に整ってきています。これまでヘアデザイナーが技術を学ぶためには、現地へ行くしかありませんでしたが、インターネットによる動画配信を使えば、どこにいても実際の動きを見て学ぶことができますようになります。「びよーし☆どーが」のコンセプトは「いつでも、どこでも、手軽に見られる」。ミルボンが提供している各種動画コンテンツや、イベントセミナー情報を見ることができるようになっています。これからもヘアデザイナーがより成長できる環境をお届けして参ります。

主なコンテンツ

- ・美容師密着ドキュメンタリー番組「デザイナーズノート」
- ・押さえておきたいプロの基礎技術
- ・ミルボン主催のイベント・セミナー情報

<https://www.milbon-biyoshidoga.jp> ※閲覧には会員登録(無料)が必要となります



動画
イメージ

人材
開発

グローバルフィールドパーソン研修



今年度はタイとベトナムから3名の
新入社員が来日し、
研修を受講しています。

ミルボンのビジネスモデルの中核を担うのが、美容室の課題を解決し、成長を支援するフィールドパーソンです。フィールドパーソンになるためには入社後7か月に及ぶフィールドパーソン研修の受講が必要です。グローバル展開が進む中、世界中のヘアデザイナーを支援すべく、各国からフィールドパーソン候補の新入社員が集まり、研修を受講しています。

主な研修内容

- ・美容業界の歴史と現状
- ・毛髪理論、製品理論
- ・美容技術(シャンプー、カラー塗布ほか) …etc

Q&Aコーナー

投資家向け説明会でいただいた、
よくあるご質問をピックアップしてお答えします。

Q 海外進出が進んでいるようですが、 今後の進出予定は?

A 前中期(2010年~2014年)において、東南アジアを中心にグローバル展開を進めました。今中期におきましては、まず、進出したエリアを中心に各地域での深掘を進めたいと考えております。また、USAの基盤を固めながら欧州進出へ向けての準備をスタートさせたいと考えております。

Q 株主還元はどのように お考えなのでしょうか?

A 株主様への還元は重要事項ととらえており、期末の株主様を対象にその年に発売した新製品を中心に、8,000円~10,000円相当の自社製品をお届けしております。また、今中期事業構想において、配当性向40%以上を目安とすることとしております。

今期は、上期の実績と今後の見通しを勘案し、当初予想の年間68円(上期34円・下期34円)から70円(上期35円・下期35円)へ2円増配する予想に修正いたしました。今後も株主のみならずにより満足いただける還元施策を進めて参ります。

Aujua
オージュア

IMMURISE Jell Stemriser
イミュライズ ジェルステムライザー (2015年4月1日発売)

もっと強く、もっと美しい髪へ誘う、CMADK高配合の先行美容ジェル

毛髪強度がケアされ、よりダメージに負けない健康的でしなやかな髪へと導きます。

Home Care

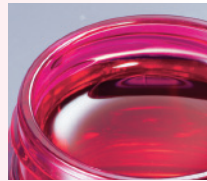
▶ Leave-in Treatment 洗い流さないトリートメント

イミュライズ
ジェルステムライザー
28g 3,800円(税抜)

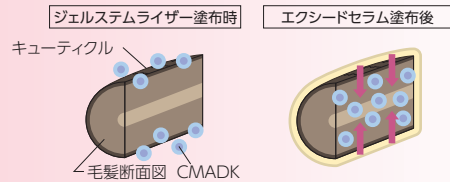


■ CMADKを安定的に高配合できるジェル剤の開発

高配合するほど、毛髪強度ケアやケミカル耐性力が高まるCMADK。水溶性・高粘度のジェルを採用することで、安定的にCMADKを高配合して髪に均一に塗布できる形剤になっています。また、形状復元ジェルで、いつでも新品を使っているような気分を演出します。



■ 「エクシードセラム」との重ね使いで、CMADKを毛髪深部へ



IMMURISE LINE UP



jemile fran (2015年4月21日発売)
ジェミールフラン

スルンと絡まらない、キレイに揺れ動く髪に変える、ヘアケアシリーズ

働く20代女性のキレイ意識に変化が起こるタイミングで、ケアに目覚めるスイッチを入れる新ヘアケアブランドです。

▶ 髪質からプロの目線で選ぶシャンプー

水分をため込む力のある「微細ヒアルロン酸」で毛髪をふくらませ、その状態を維持する力を持つタンパク質「CMADK」のダブル効果で、うるおいをたっぷり髪に閉じ込めます。髪の本からふくらみ、キューティクルを整え、絡まらない動きやすい髪へと導きます。



ハート
ふわっと絡まりにくい髪に
軟毛傾向のお客様に



ダイヤモンド
すっとおさまる絡まりにくい髪に
普通～硬毛傾向のお客様に

ジェミールフラン
シャンプー

200ml 1,800円 / 500ml 3,600円 / 400ml 2,400円 / 1L 5,400円

▶ 質感を楽しみながら選ぶトリートメント



silky x shiny

さらツヤな髪になりたい

キューティクル成分に似たスムーズリピッドがさらとしたすべりとツヤ感を表現。



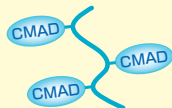
juicy x glossy

うるツヤな髪になりたい

水分と油分を同時に抱え込み、補給できるモイスチュアリピッドでうるおいのあるまとまりとツヤ感を表現

CMADKとは 毛髪強度をケアし、ダメージに負けない健康的な美しさの髪へ

毛髪保護成分 CMADK



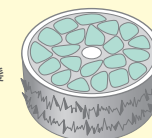
毛髪に親和性の高いCMADK基を持ったケラチン

- ・毛髪と高い親和性を持つCMADK基の働きで髪に強く吸着。
- ・SS結合を持ち、毛髪に浸透して髪を保護することでカラーやパーマによるダメージを抑制します。

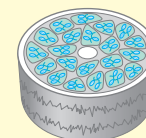
CMADK：カルボキシメチルアラニルジスルフィドケラチン

〈CMADKの作用メカニズム〉

SS結合が減少した毛髪



CMADK



CMADKが毛髪強度をケアし、ダメージに負けない健康的な美しさの髪へと導きます。

(イメージ図)

ロイシン(浸透促進成分)配合

ORDEVE
オルディーブ

ORDEVE CRYSTAL (2015年5月28日発売)

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で均一に輝く、ハイブリッドカラー

ケミカルのチカラ×ボタニカルの恵みで、
キレイを求め続ける女性のグレイヘアに一步進んだ美しさを。

▶ Hair Color



Chemical × Botanical

白髪と黒髪を、均一に、明るく染め上げ
美しい色持ちをかなえます。

さまざまなブラウン系染料をブレンドして、各レベルに
適したブラウンを調整。どの明度にも一定量のブラウン
を配合しているので、白髪の染まりとレベルに沿った明
度表現が両立でき、さらに、美しい色持ちが可能になり
ました。

寒色はにがりなく、やわらかに、
暖色はまろやかに。
質感表現力を高めます。

寒色、暖色それぞれに適した、異なる発色調整成分を使
用し、質感の表現力を高めました。

ロングヘアの毛先までよく伸び、
密着して毛髪を包み込むことで
染まりを向上します。

1剤のカチオン性成分と2剤のアニオン性成分が混ざ
ることで、伸びと密着性を同時にかなえます。また、トリート
メント効果で、毛髪を保護します。

カラーヘアにボタニカルの恵みを。
20種類の植物成分配合。

カラー毛髪を保護する8種類の植物オイル



カラー毛髪にうるおいを与える12種類の植物エキス



Villa Lodola
ヴィラロドラ

RENOVO (2015年7月1日発売)

レノボ

髪と地肌を健やかに整え、色味や艶をより長持ちさせます。

オーガニック植物成分が髪の内外部まで浸透し、
髪表面も滑らかに保護して、カラーの色持ちを良くします。

▶ Hair Color



レノボシャンプー(左) 300ml/3,000円(税抜)
500ml/4,200円(税抜)
レノボマスク(右) 200ml/3,400円(税抜)
500ml/6,400円(税抜)

心を癒す
上品な香り

7種のアロマをブレンドした
フローラルな香りが
リラックス効果をもたらします。

【アロマ】
ローズ、ゼラニウム、
マジョラム、クラリセージ、
オレンジ、ベルガモット、
コパイバ



褪色を抑えて美しさ長持ち

ヴィラロドラ カラーと共通の3種のオーガニック
キャリアオイルを配合。浸透性に優れたオイルが
カラー後の地肌と髪をケアし、保護します。さらに
植物性被膜やヤシ由来のオイルも髪を覆い褪色
を抑えます。

.....〈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

カラー後の髪と地肌を健やかに

4種の植物成分をブレンドした複合エキス「ベリア
ン コンプレックス」を配合。カラー後の地肌をケア
し、髪にまとまりを与えて、カラーの美しさを引き
立てます。

.....〈ベリアン コンプレックス〉.....

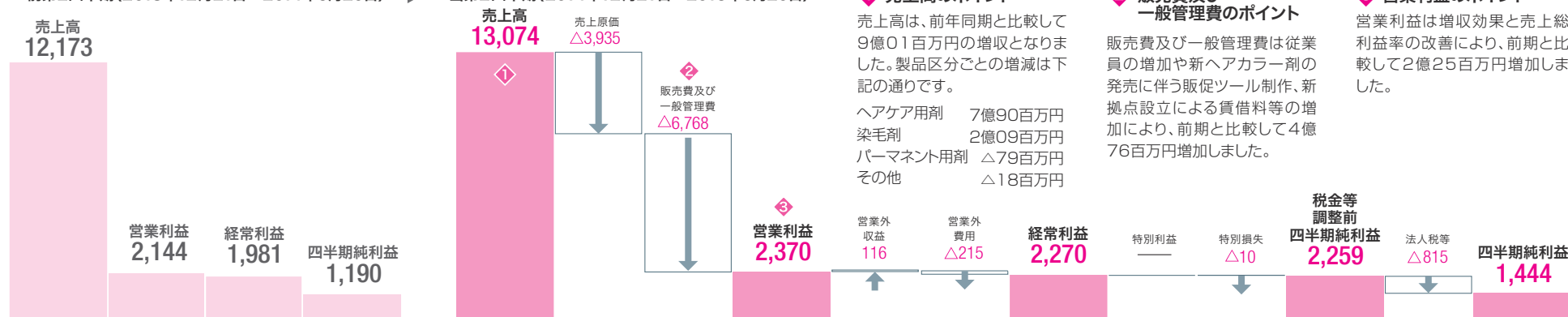


マレインエキス・イモータルエキス・
リンシードエキス・ゴールデンマーガレットエキス

連結財務諸表の概要

▶ 連結損益計算書 (百万円)

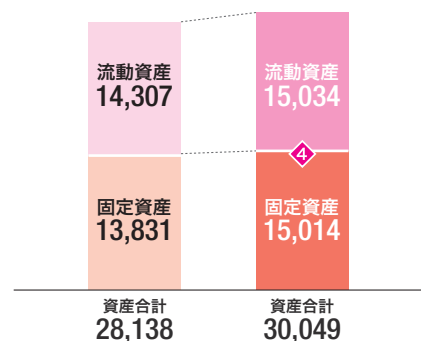
■ 前第2四半期 (2013年12月21日～2014年6月20日) → ■ 当第2四半期 (2014年12月21日～2015年6月20日)



▶ 連結貸借対照表 (百万円)

資産の部

■ 前期末 (2014年12月20日) → ■ 当第2四半期末 (2015年6月20日)

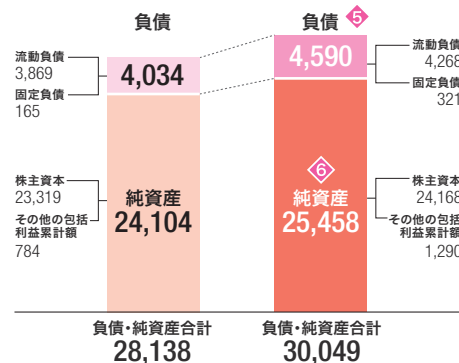


4 資産のポイント

資産の部合計は、前期末と比較して19億10百万円増加しました。商品及び製品の増加等により流動資産が7億27百万円増加したほか、ゆめが丘工場の隣接地購入に伴う土地の増加、上場株式の時価上昇等による投資有価証券の増加により固定資産が11億82百万円増加しました。

負債・純資産の部

■ 前期末 (2014年12月20日) → ■ 当第2四半期末 (2015年6月20日)



5 負債のポイント

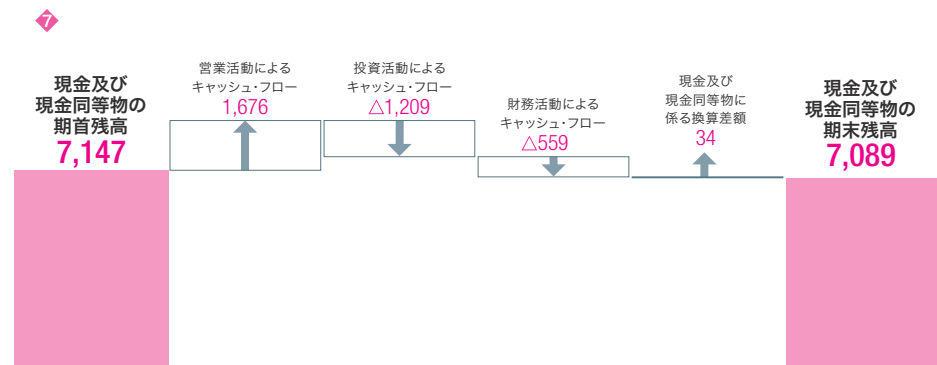
負債の部合計は、前期末と比較して5億55百万円増加しました。主な変動要因は買掛金、未払金の増加により流動負債が3億99百万円増加したことによるものです。

6 純資産のポイント

純資産の部合計は、前期末と比較して13億54百万円増加しました。主な変動要因は、利益剰余金が8億51百万円、上場株式の時価上昇等によるその他有価証券評価差額金が3億48百万円それぞれ増加したのによります。

▶ 連結キャッシュ・フロー計算書 (百万円)

■ 当第2四半期 (2014年12月21日～2015年6月20日)



▶ 会社概要

| | |
|------|---|
| 設立 | 1960(昭和35)年7月 |
| 資本金 | 20億円 |
| 従業員数 | 584名(連結702名) |
| 平均年齢 | 35.2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

| | |
|---------|---|
| 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 <small>FP本部長</small> |
| 取締役 | 村井 正浩 <small>管理・経営戦略・CS推進担当</small> |
| | 豊田 修 <small>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</small> |
| 常勤監査役 | 藤井 政幸 <small>FP本部副本部長</small> |
| | 村田 輝夫 <small>生産本部長</small> |
| | 武田 靖史 <small>開発本部長</small> |
| | 大塩 充 <small>事業開発部長</small> |
| | 鴻池 一信 <small>国際第二営業部長・ミルボンタイランド担当</small> |
| 監査役 | 村田 浩二 |
| 監査役 | 遠藤 桂介 <small>弁護士</small> |
| 監査役 | 高畑 省一郎 <small>公認会計士</small> |

▶ 事業所

| | |
|----------|--|
| 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、フィリピン駐在員事務所 |



本社・中央研究所



支店



東京青山支店



東京銀座支店



名古屋支店

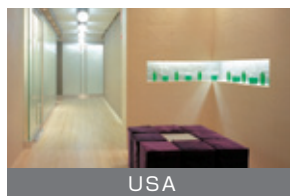


大阪支店



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

2015年6月20日現在

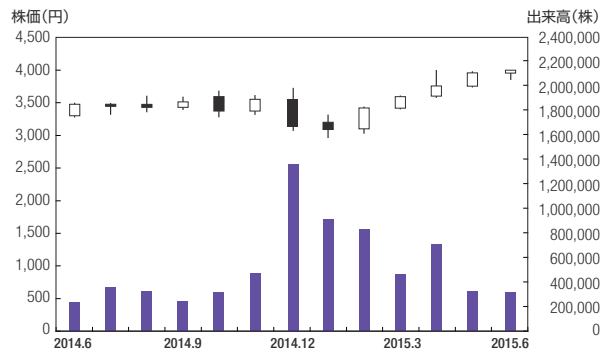
| | |
|-----------------|-------------|
| 発行可能株式総数 | 60,204,000株 |
| 発行済株式数(自己株式を含む) | 16,558,617株 |
| 株主数 | 10,819名 |

大株主

2015年6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 |
| JP MORGAN CHASE BANK 385174 | 757千株 |
| 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 |
| ミルボン協力企業持株会 | 474千株 |
| 鴻池 一信 | 425千株 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) | 391千株 |
| 株式会社りそな銀行 | 382千株 |

株価・出来高の推移



株式会社ミルボン

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

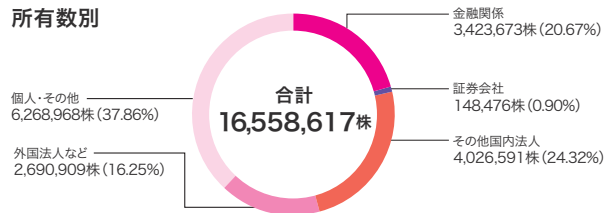


この「株主のみなさまへ」は、環境に配慮し、植物油インキを使用してあります。

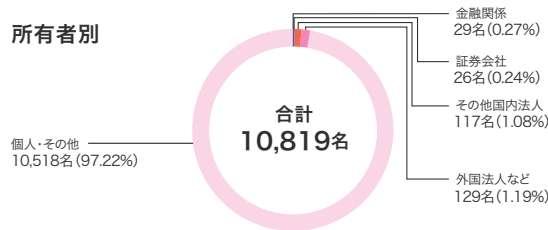
株式分布状況

2015年6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
〒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
郵便物送付先
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