



第58期 2016年12月21日～2017年12月31日

## 株主のみなさまへ

### 社長あいさつ

株主還元と成長投資を  
重視した経営を推し進める

### 特集

ミルボンの研究開発の現場  
「基礎研究グループ」

株式会社ミルボン

証券コード:4919

# 株主還元と成長投資を重視した経営を推し進める

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58期(2016年12月21日～2017年12月31日)の決算についてご報告申し上げます。今後のグローバル展開の更なる拡大をにらみ、国内外で同一期間を対象とした決算を行うことができるよう、当期より決算期を12月末に変更(従来は12月20日)しました。そのため、当期は1年11日(海外子会社は1年3ヶ月)の変則決算となっておりますが、従来の決算期ベースで見ても、引き続き増収増益基調を確保しております。

戦略面では、『中期5ヶ年事業構想』(以下、『中期』)3年目の当期において、早くも次期『中期』のテーマのいくつかを前倒しでスタートさせることができました。

また、株主還元では、当期において増配に併せ、株式分割を実施しました。今後も将来への成長投資とのバランスをとりながら、積極的な株主還元の姿勢を継続してまいります。

株主のみなさまにおかれましては、当社の経営にご理解いただき、引き続きご支援ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2018年3月

代表取締役社長  
佐藤 龍二

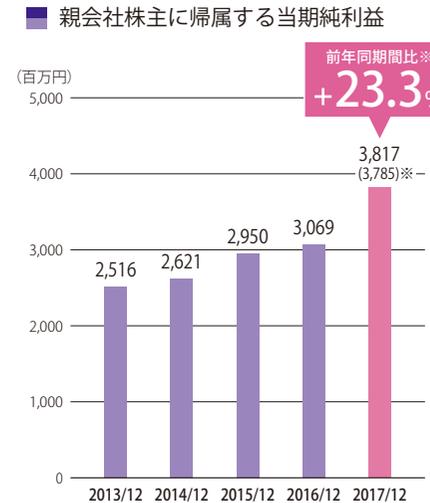
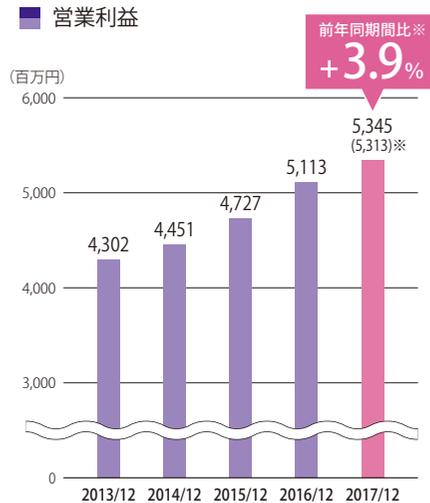
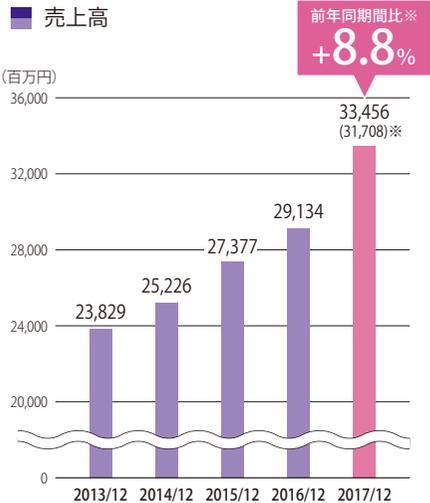
美しさを拓く。  
Find Your Beauty

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。

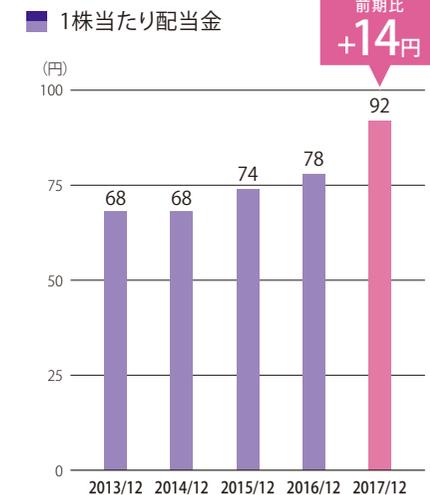
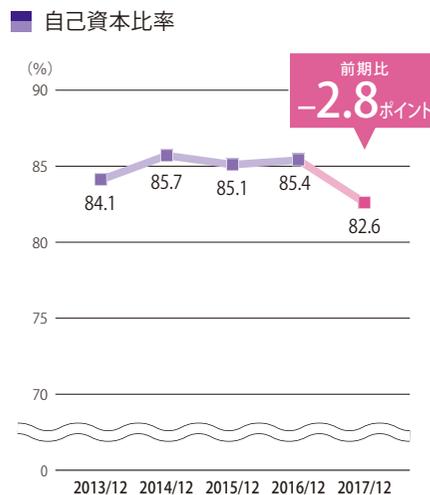
## 連結財務ハイライト

### 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14円増配の1株当たり92円となりました。
- ▶ 次期の年間配当は1株当たり48円(2018年1月1日付の1:2の株式分割後/従来換算では4円増配の96円)を予定しております。



※( )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。



## 株主還元について

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58期) の1株当たりの配当金

年間配当金 **1株当たり92円**  
(中間配当金 40円+期末配当金52円)

### ■ 株式分割を実施

投資単位あたりの金額を引き下げることにより、投資家の皆さまがより投資しやすい環境を整えるとともに、投資家層の拡大および株式の流動性の向上を図ることを目的として、株式分割を実施いたしました。

## 1:2株の分割

※ 2017年12月31日(日) (実質上12月29日(金)) 最終の株主名簿に記録された株主の所有株式を分割。

※ 2018年1月1日を効力発生日としておりますので、当期(第58期)の株主優待につきましては、分割前の株式数を基準に実施。

### ■ 株主優待制度を一部変更

株主平等の原則に基づき、株主さまの持分に応じて公平な還元を実現するため、当期(第58期)の株主優待制度の一部を変更いたしました。

保有株式数と期間に応じた  
**ポイント制へ移行**

株主優待制度の詳細情報は **裏表紙** をご覧ください



### ヘアカラー剤の好調に、プレミアムブランドを中心としたヘアケア用剤の着実な伸長が加わり、増収を持続

決算期変更により1年11日の変則決算となった当期（2017年度）の連結業績は、従来と同様の決算期ベースで見ると、売上高が前年同期比8.8%の増収、営業利益が同3.9%の増益と、順調な増収増益ペースを確保しております。ちなみに、売上高は株式公開以来21期連続の増収、営業利益は8期連続の増益となり、ともに過去最高を更新しました。

## 今後もプロ向けに“特化”したモノづくりを基

増収の要因としては、第一にヘアカラー剤の好調な推移があげられます。「オルディーブ」では、大人の女性を対象としたグレイカラーが引き続き堅調に推移する中、当期は2017年2月に欧米人のように自由なカラーデザインを楽しむ新シリーズ「オルディーブ アディクシー」を発売しました。同製品を取り扱う美容室とリピート客の数が月を追って確実に増加し、当初売上計画に対して約3倍の実績を上げるとともに、新規取引先数も増加しました。第二の増収要因は、ヘアケア用剤の着実な伸長です。特に、“店販ビジネスの拡大”を目指した3つのプレミアムブランドの展開により、各ブランドの窓口軒数、販売高は順調に増加しています。このうち「オージュア」は、業界をリードする基礎研究の成果を取り入れたバージョンアップを2017年11月1日に行い、上市直後の11月と12月に大幅伸長を果たし、売上高の更なる高上げに寄与しました。

### 営業利益は、化粧品ビジネス立上げや研究体制強化など追加的な先行投資のなか、増益を果たす

当期の営業増益については、次の2つの理由から非常に意義深い結果であったと評価しています。

第一に、“厳しい利益環境下での増益”です。中長期的な視点からの経営基盤の整備・強化の一環として「ゆめが丘工場」の新生産体制づくり（工場の統合と生産能力の増強）を推し進める中、取り組みの過渡期となる当期においては、現『中期5ヶ年事業構想』（以下、『中期』）中の利益率がボトム（底）となり得る状況にありました。しかし、そうした厳しい利益環境下においても増益基調を維持することができました。

第二に、“更なる先行投資分の吸収”です。当期は、化粧品ビジネスの立上げと本格化、中央研究所の体制強化、本社東京移転など、次期『中期』のテーマの一部に前倒しで着手しました。

そうした追加的な先行投資に伴うコスト増が営業利益を圧迫する状況にありましたが、計画を上回る増収によって営業増益を果たすことができました。

これら2つのポイントは、今後の利益拡大に向けて非常に大きな自信となりました。

### ビジネスの基礎は、ヘアデザイナーから選ばれるヘアカラー剤の開発・販売

当社の製品群は、現『中期』におけるブランディング戦略に基づいて、「テクニカルブランド」、「プロフェッショナルブランド」、「プレミアムブランド」の3つに体系化されており、ブランドごとに構築・強化を推し進めています。

このブランド体系の基礎となるのが、「テクニカルブランド」（ヘアデザイナー専用ブランド）である「オルディーブ」（ヘアカラー剤）です。確かに当社は、ヘアケア分野の将来性をいち早く見出し、技術や製品の開発を業界に先駆けて行ってきました。その結果、ヘアケア用剤は売上高の約6割を占めるまでに成長してきました。しかし、このヘアケア用剤の売上高も、ヘアカラー剤という基礎があってこそのものであります。つまり、ミルボンのヘアカラー剤が、自らの美容技術を発揮するために最適な製品としてヘアデザイナーから選ばれてこそ、“ヘアケア用剤も勿論ミルボン!”という自然な流れを生み出すことができると考えています。これが、国内外を問わず、美容室や代理店との強い信頼関係を築きながら3者WIN-WIN-WINで発展・成長していくための基本的な在り方であると確信しております。

こうした考え方に立って当社は、プロ向け（業務用）のブランドづくりを重視し、ヘアカラーを中心とした「テクニカルブランド」とヘアケアを中心とした「プロフェッショナルブランド」の強化・充実を推し進めております。

# 礎に、美容室の新たな収益づくりに役立つ事業の創出に取り組む

## 店販ビジネスを牽引する「プレミアムブランド」については、「オー ज्या」は“深掘り”、「milbon」は“窓口拡大”に注力

3つのブランド体系のうち、“店販ビジネス”の牽引役を担う「プレミアムブランド」は、3ブランドすべてが順調な進捗となっています。

2010年のデビューから7年が経過する「オー ज्या」は、製品としての高い品質と、その効果を最大限に引き出すための施術面での手厚い教育制度が両輪となり、窓口を増やしてきました。前述の通り、2017年11月には基礎研究の成果を反映させ更なる高付加価値化を実現したバージョンアップ製品の供給を始めたことから、「オー ज्या」に対する評価と支持は従来にも増して高まっております。既に基準とする窓口軒数に近づいてきていることから、今後は、新規窓口の開発よりも既存窓口での取扱い数量を増やす“深掘り”に注力していく方針です。

これに対して、2016年にデビューした「milbon」は、高品質でありながら施術もしやすい、洗練されたブランドイメージを持つ等の特徴を持たせた製品となっております。国内外でのブランディング戦略の一翼を担った製品であり、当面は“窓口拡大”が最重点課題です。

一方、“オーガニック”という切り口で開発された「ヴィラロドラ」は、ヘアカラーが起爆剤となって着実な広がりを見せております。今後も、ナチュラル志向へのこだわりを持ったお客様のニーズにお応えするブランドとして、大切に育てていきたいと考えています。

## 現『中期』の主なテーマが確かな軌道に乗ったことから、次期『中期』に向けた基盤づくりを推し進める

現『中期』における主な取り組みは、確かな軌道に乗ってきました。同時に、最終年度(2019年度)の売上・利益目標の達成も

射程に入ってきました。

これを受けて今後、当社は、2017年度に着手した次期『中期』テーマの前倒し施策について、本格化を図ります。そのために最も重視すべきは“人材”であると認識し、次期『中期』に向けた基盤づくりとして、“人材の確保・育成”を強化してまいります。

“店販ビジネス”の一翼を担う“化粧品ビジネス”の本格化に向けては、第三のフィールドパーソンとして、スキンケアやメイクの技術を伝える“フィールドコスメティクスエドゥケーター”の育成が急務となっております。また、中央研究所の拡充をにらんで、研究員の増強が不可欠です。さらに、2017年11月に東京に移転した本社については、国内のみならず海外事業展開も視野に入れながら、統括機能の強化に必要な人員の増強を図ります。

## “特化”と“拡大”の2つの戦略を同時に推し進め、長期的な企業価値最大化を目指す

1960年の設立以来、当社は美容室をお客様と位置づけ、BtoBビジネスを推し進めてきました。これが基礎であることは、これからも変わりません。

この基礎の上に、事業の広がりをどのように持たせていくのか？—この“拡大”という経営課題に向けて、第一に事業のグローバル化、第二にヘア周辺分野への拡大を推し進めていきます。特に後者では、マーケティングの構造をBtoBからBtoBtoCへと広げ、美容室の新たな収益づくりに役立つ店販ビジネスの確立が目標です。

これら“特化”と“拡大”の2つの戦略を同時に推し進めることで、長期的な企業価値の最大化を目指してまいります。引き続き、ミルボンの経営にご期待とご支援をお願いいたします。

## ■ 中期5ヶ年事業構想(2015年~2019年)の概要

### 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。

---

### 連結売上・利益目標(2019年度)

2017年6月28日付リリースにて、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益について、修正を公表しております。  
(売上高は修正していません)

売上高	350	億円 (2014年度比 138.7%)
国内売上高	285	億円 (同 126.0%)
海外売上高	65	億円 (同 248.7%)
海外売上比率	18.6%	

---

営業利益	修正前 <b>70</b> 億円	修正後 <b>60</b> 億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	修正前 <b>41.3</b> 億円	修正後 <b>38.5</b> 億円

**修正理由** 今後の中長期的な成長戦略を加速していくために、次期中期事業構想で想定していた下記投資について、今期中期事業構想中に実施するため

- 1 化粧品事業を推進していくための人員増強とその育成教育
- 2 コーポレートブランディングの加速
- 3 欧州等のグローバル展開
- 4 本社東京移転

# 研究開発部門を強化し、 業界トップレベルの基礎研究をさらに加速!



研究開発部 基礎研究グループ

古田 桃子

▶ 2015年4月入社(入社3年目)

▶ 基礎研究員歴 2年目

ミルボンは、創業当初から研究開発に力を入れ、毛髪と頭皮に絞った研究を50年以上続けています。

近年、社会の高齢化や価値の多様化などを背景に、お客様のニーズをより詳細に捉えることが重要となってきました。そこで、ミルボンでは、5年ほど前に「基礎研究」に特化した活動を行うチーム(現・基礎研究グループ)を発足しました。最先端の研究設備・機器を利用して、研究に励んでいます。

基礎研究グループの活動は、基礎研究にとどまりません。研究成果の製品開発への応用、美容室や代理店への勉強会の実施や情報発信、製品開発と連動した特許出願など、常に現場各部門との連携も重視しています。それは、そうした活動が基礎研究の成果をさらに高めると確信しているからです。

## 既成の概念に囚われない挑戦と工夫で、新たな世界を切り拓く

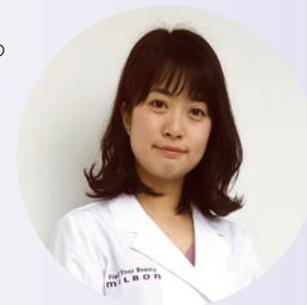
基礎研究とは、研究対象に徹底的に向き合い、新しい価値の“芽”を見つけ、育てていくプロフェッショナルな取り組みです。新しい価値は、既成概念の中からは決して見つけることはできません。そんな考えから、私たちは、毛髪や頭皮を測定する方法や装置の開発から手掛けています。既存の装置の改良、新たな装置の開発、毛髪科学の分野では使われていない装置の導入・活用など、ありとあらゆる方法で、新たな世界の開拓に取り組んでいます。

## オーギュアに代表されるように、新しい価値の“芽”は常に現場にある

実は、美容師様やお客様が髪や地肌に抱く違和感や「もっとこうしたい!」という想いの中に、新しい価値の“芽”が潜んでいることが多いんです。そうした違和感や想いを手掛かりに、研究員が“科学の目”をあてることで、違和感の原因となる髪や地肌の現象、それを解決する糸口などが見つかります。たとえば2017年11月のオーギュアのバージョンアップでは、「髪そのものをよくしていきたい」という現場の想いに触れたことで、単なるダメージ補修ではなく、タンパク質科学に基づく研究という新たな着眼点に至ることができました。

## 美容師様やお客様の“期待を超える”成果を目指す

基礎研究では、髪や地肌に関する科学的な発見が一つの目標ではありますが、やはり一番のやり甲斐は、美容師様やお客様からいただく喜びのお声です。美容師様向けの勉強会などで最新の研究情報をお伝えし、感動のお言葉をいただくと、実験の苦勞がすべて報われる思いです。これからも美容師様やお客様の“期待を超える”成果を目指して、基礎研究に取り組んでいきたいと思えます。



## 当社の研究員と美容室のヘアデザイナーの努力の掛け算が、製品の持続的な進化をもたらす

## 「オー ज्या」のバージョンアップをもたらした代表的な基礎研究の成果

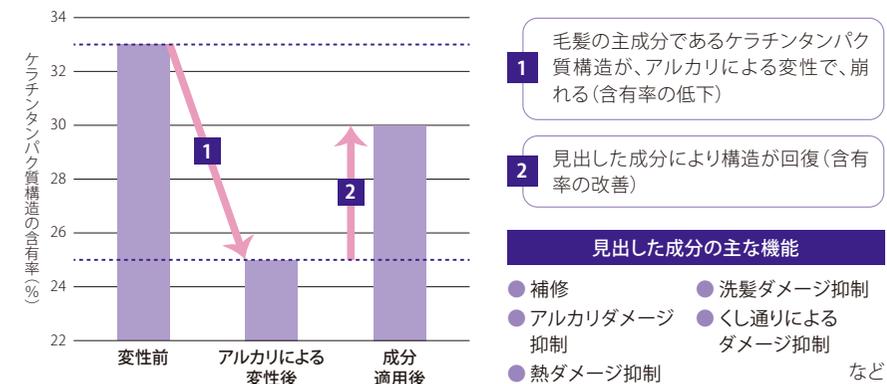
ダメージによるヒト毛髪内タンパク質の構造変化を解析し、  
変化の抑制と構造の回復を促す効果的な成分を発見

ヒトの毛髪の80%以上はタンパク質で構成されています。ヘアカラー、ヘアブリーチ、コテ等の美容施術によってヘアダメージが生ずる際に、毛髪内タンパク質に好ましくない構造変化(タンパク質変性)が起こることが知られています。しかし、これまでは高精度に捉えることができず、変性過程の詳細は十分に分かっていませんでした。

そこで、当社は、筑波大学 白木賢太郎教授と共同で、熱やアルカリによるタンパク質変性を解析する新技術を開発。そして、この解析技術を用いて、こうした変性を抑制し構造を回復させる成分探索法を開発し、効果的な成分を見出すことにも成功しました(下図参照)。

これらの知見は、昨年11月に全品バージョンアップしたオー ज्याの基幹理論として応用されています。

## ■ ケラチンタンパク質構造の変性と回復



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>

## 「オー ज्या」の進化を現場から支える活動

オー ज्याソムリエ学会の活動を通じて、  
ヘアケアのスペシャリストとしての価値をさらに高め合う

美容室を利用するお客様から幅広い支持を集めている「オー ज्या」。これは、製品としての機能性の高さだけでは実現できません。「オー ज्या」をより深く理解し、その機能を最大限に活かすことができる美容技術を身に着けた美容師がいるから

からこそ実現されることです。

そうした活動の核となっているのが「オー ज्याソムリエ学会」。ヘアケアのスペシャリストである「オー ज्याソムリエ」として認定を受けた美容師が、オー ज्याソムリエとしての価値を互いに高め合う場として毎年開催されています。2014年にスタートし、第4回目となる学会が、2017年7月10日にザ・リッツ・カールトン大阪で開催されました。

講演者は、オー ज्याソムリエを代表する美容室のヘアデザイナーや、当社の中央研究所で研究開発に携わっている研究員など。さらに異業種セミナーも開催するなど、幅広い知見を共有する場となっています。

学会は、オー ज्याソムリエたちにとって常に、「お客さまに寄り添い、お客さまの髪をさらに美しくしたい。」という想いを深く共感する場となっています。



サロン講演ROSE様(鈴鹿市)



サロン講演rush様(東大阪市)



ミルボン開発本部  
研究員による講演

■ 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

オージュア 全品バージョンアップ

2017年11月1日販売開始

Aujua

System Hair Care Program



今と未来の美しい髪を創る、「オージュア」

毛髪・地肌の特性、美容習慣、気候・・・日本女性の髪の悩み要因を、より深く見つけることに着目し、日本の先端テクノロジーを活用してダメージのメカニズムを解明することに成功しました。新バージョンでは、毛髪を補修・保護する成分「iDTコンプレックス※」を配合。「しなやかな弾力」を取り戻して、髪本来の美しさへ導きます。

補修

ダメージを受けた髪に、しなやかな弾力を取り戻します。

保護

髪をさまざまなダメージから保護し、傷みづらくします。

※トレハロース、PEG-20、イソノナン酸イソトリデシル (iDT=increasing DamageTolerability)

プレミアム

プレミアムブランド“milbon” 新しく3つのシリーズがラインナップに追加

2017年9月1日販売開始

MILBON

REPAIR ANTI-FRIZZ VOLUME



女性が髪に抱く3大ストレスの解決へ

世界約13カ国の女性が髪に抱く3大ストレス「①ハイダメージ」「②くせ毛の髪の広がり」「③ボリュームの無さ」に対応した新シリーズを投入。日本を含む世界の様々な女性があこがれる「360° Beautiful Hair」を届ける新シリーズを開発しました。

REPAIR

リペア

ハイダメージ毛でも補修効果が持続する力強くないやかな髪へ。

ANTI-FRIZZ アンチフリズ

くせ毛の方に現れやすい髪の広がりをフリズ現象に対応、やわらかく扱いやすい髪へ。

VOLUME ボリューム

毛髪のハリコシを生み出すキューティクルの硬度をケアし、根本からふんわり立ち上がる髪へ。

テクニカル

オルディーブ アディクシー 透明度の高い2色相を追加

2018年3月8日販売開始

ORDEVE Addichy

The Professional Haircolor



透き通るようなヘアカラーをかなえる2色相

赤味を消し切ることで自在にカラー表現できると若年層に大変好評の新ブランド「オルディーブ アディクシー」シリーズ。発売から一年、新たに高透明度領域で絶妙な色合いまでも表現を楽しめる「パープルガーネット」「スモークトップアズ」の2色相を追加しました。

Purple Garnet

パープルガーネット

青味のあるクリアなパープル

Smoky Topaz

スモークトップアズ

ほんのり紫味のあるベージュ

# 1

TOPIC

## 株式会社コーセーと合併会社設立

# 2017年7月31日に 株式会社コーセーとの 合併会社を設立

当社は、2017年1月に締結した、株式会社コーセーとの資本業務提携に基づき、2017年7月31日に株式会社コーセーとの合併会社を設立しました。

### 合併会社名

**コーセー ミルボン コスメティクス 株式会社**

### 合併会社設立の目的

当社が有する販売網及び美容教育システムと、株式会社コーセーが有するスキンケア・メイク製品開発のノウハウといった両社の事業リソースを連携し、美容室におけるスキンケア・メイク製品の共同開発及び国内の販売の実施及びその他長期的な提携につながる様々な取組みの企画を行うプラットフォームとすること

### 「コーセー ミルボン コスメティクス 株式会社」の概要

名称	コーセー ミルボン コスメティクス 株式会社
所在地	東京都中央区京橋二丁目2番1号
代表者名	代表取締役社長 藤原 弘枝 (ミルボンから出向) 代表取締役副社長 湯澤 康弘 (コーセーから出向)
事業内容	美容室におけるスキンケア・メイク製品の企画・開発・マーケティング・販売
資本金	100万円
設立年月日	2017年7月31日
出資比率	株式会社コーセー 51% 株式会社ミルボン 49%
決算期	3月

※発表の内容は当社ホームページにも掲載しております。  
[http://www.milbon.co.jp/ir/upload\\_file/top\\_02/20170731milbon-kose.pdf](http://www.milbon.co.jp/ir/upload_file/top_02/20170731milbon-kose.pdf)

# 2

TOPIC

## ミルボンブランディング戦略 2018

# 2018年も、 独自のブランディング戦略を推進

### 昨年に続き、東西の主要駅で駅ジャック

**東京** 東京駅八重洲口周辺  
2月12日(月)~2月18日(日)



**大阪** 阪急梅田駅周辺  
2月19日(月)~2月25日(日)



### WEBマガジン内にスペシャルムービーを配信中

WEBマガジン『Find Your Beauty MAGAZINE』内に、ブランドスローガン「美しさを拓く。」をアニメーションで表現したミルボンオリジナルのスペシャルムービー「わたし、ひらく」を掲載しています。美容室で新しい「扉」をあける、ひとりの女性の物語。ぜひ、ご覧ください。



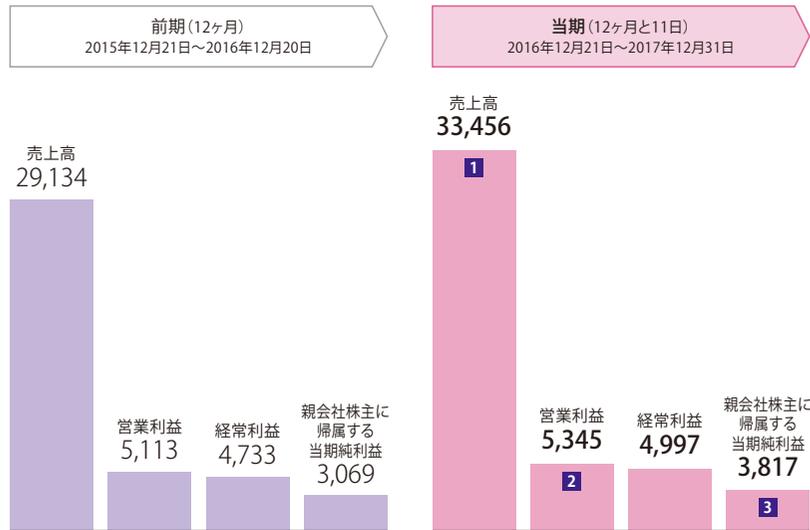
再生回数  
**100万回**  
突破

閲覧はこちら

<http://www.milbon.co.jp/fyb-magazine/kamikawaru/>

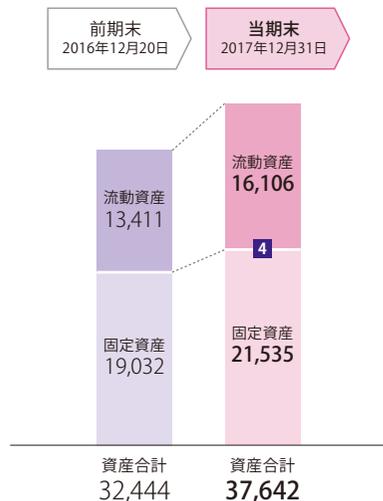
## 連結財務諸表の概要

### 連結損益計算書 (百万円)

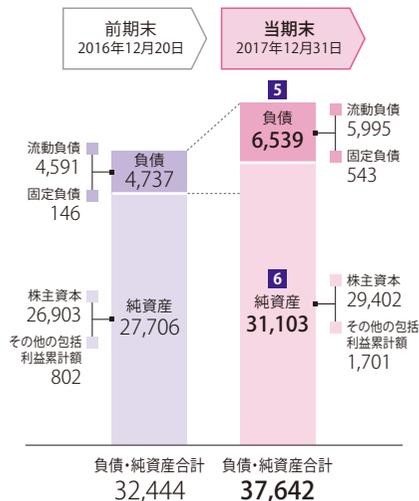


### 連結貸借対照表 (百万円)

#### 資産の部



#### 負債・純資産の部



#### 1 売上高のポイント

売上高は、334億56百万円となりました。染毛剤部門においては、昨年2月に発売した個性的で自由なヘアカラーデザインを実現する「オルディニアディクシー」が外国人のようなカラーを楽しめると大好評で、計画を大きく上回る売上高となりました。また、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 ज्या」が高い評価を受けています。さらに、海外市場では、中国、韓国等、東アジア地域が引き続き順調に伸びています。

#### 2 営業利益のポイント

営業利益は、新ゆめが丘工場稼働に伴う減価償却費の増加や体制強化に伴う研究開発費の増加などがありましたが、増収効果により53億45百万円となりました。

#### 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、バージョンアップした「オー ज्या」の製品入れ替えによる特別損失(ブランド整理損)を計上したものの、38億17百万円となりました。

#### 4 資産のポイント

資産の部合計は、前期末比51億98百万円増加しました。これは主に、現金及び預金や受取手形及び売掛金の増加による流動資産の増加26億95百万円、投資有価証券の増加等による固定資産の増加25億3百万円によるものです。

#### 5 負債のポイント

負債の部合計は、前期末比18億1百万円増加しました。買掛金や返品調整引当金の増加による流動負債の増加14億4百万円、固定負債の増加3億97百万円によるものです。

#### 6 純資産のポイント

純資産の部合計は、前期末比33億96百万円増加しました。利益剰余金の増加25億7百万円と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の増加5億79百万円、円安の進行による為替換算調整勘定の増加3億38百万円によるものです。

## 「株主さま向け会社説明会(大阪)」のご案内

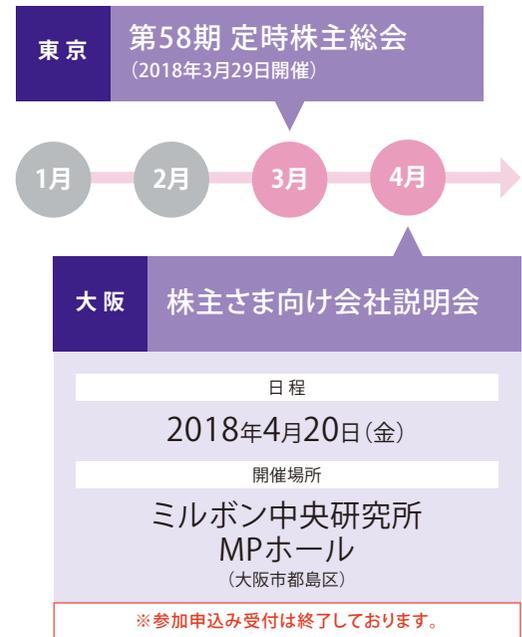
当社は、2017年11月の東京への本社移転に伴い、当期より定時株主総会は東京にて開催することとなりました。

つきましては、株主さま向け説明会は当期より大阪(下記参照)にて開催いたします。

本説明会では、株主総会と同様に当社経営陣から株主さまへ第58期の業績と今後の成長戦略等、当社をより深く理解していただく目的で直接説明をさせていただく機会です。

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、ご了承いただきますようお願い申し上げます。

#### 2018年株主さま向けイベント



### 会社概要

設立	1960(昭和35)年7月
資本金	20億円
従業員数	633名(連結805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、シャンプー、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 2018年3月29日現在

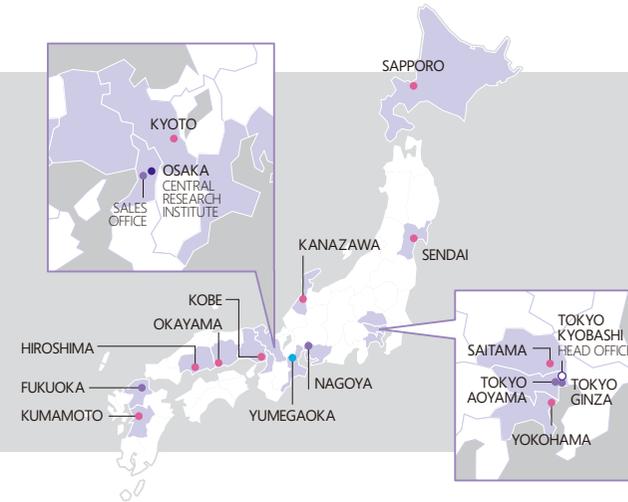
代表取締役社長	佐藤 龍二	
専務取締役	重宗 昇	FP本部長・教育企画担当
常務取締役	村井 正浩	管理・経営戦略・内部監査担当
	豊田 修	国際FP本部長・ミルボンUSA・ミルボン上海・ミルボンコリア・ミルボンタイランド販売担当
取締役	村田 輝夫	生産本部長・ミルボンタイランド生産担当
	武田 靖史	開発本部長
	大塩 充	事業開発担当
	鴻池 一信	CS推進担当・情報システム部長
社外取締役	高畑 省一郎	公認会計士
	濱口 泰三	伊藤忠食品株式会社取締役・相談役
常勤監査役	村田 浩二	弁護士
社外監査役	遠藤 桂介	弁護士
	田多 理	税理士

### 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	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)、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)
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、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



### 本社



### 中央研究所



### 工場(国内外2拠点体制)

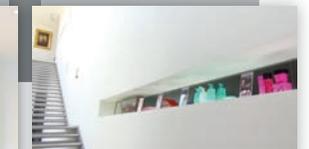


### 海外拠点

- 子会社および子会社拠点
- 駐在員事務所
- 工場



### 子会社



### 本社(東京)が2017年11月20日より営業を開始しました

### 移転先

東京都中央区京橋2-2-1 京橋エドグラン(東京メトロ銀座線「京橋」駅に直結)

### 株式の状況

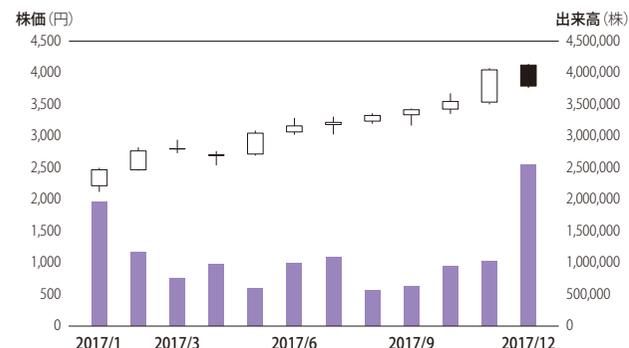
発行可能株式総数※ 60,204,000株  
 発行済株式数(自己株式を含む)※ 16,558,617株  
 株主数 11,616名

※2018年1月1日を効力発生日として普通株式1株につき2株の株式分割を行っております。  
 株式分割後の発行可能株式総数は120,408,000株、発行済株式数(自己株式を含む)は33,117,234株となります。

### 大株主

STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 1,262千株  
 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  
 特定有価証券信託受託者 株式会社SMBC信託銀行 664千株  
 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) 505千株  
 ミルボン協力企業持株会 489千株  
 鴻池 一信 429千株  
 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) 390千株

### 株価・出来高の推移 (月次)



注) 2018年1月1日を効力発生日として普通株式1株につき2株の株式分割を行っておりますが、2017年1月1日に当該の株式分割が行われたと仮定し、株価を遡及修正しております。

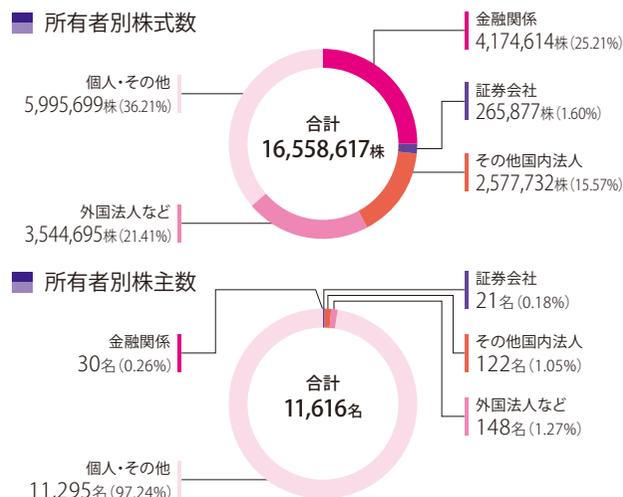
## 株式会社ミルボン

〒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 2018年3月29日現在

事業年度 毎年1月1日から翌年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  
 〒168-0063 東京都杉並区和泉2丁目8番4号  
 郵便物送付先 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

#### 公平かつ総合的な観点から株主還元の実現を図るべく、株主優待制度を一部変更

2016年度(第57期)より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、優待品をお好みのセットにしてお届けしてまいりました。株主平等の原則に基づき、株主さまの持分に応じて公平な還元を実現するため、2017年度(第58期)の優待品につきましては、前期ご好評をいただきました当社製品の選択制はそのままに、お持ちの株式数と保有期間に応じたポイント制へと移行いたしました。

#### 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~

<p><b>30ポイント</b></p> <p>エルージュダ エマルジョン (120g)</p> <p>など4種類から1点</p>	<p><b>60ポイント</b></p> <p>ジェミールフラン シャンプー (200ml) &amp; トリートメント (180g)</p> <p>など4種類から1セット</p>	<p><b>120ポイント</b></p> <p>ブラーミア ヘアセラムシャンプー (500ml+50ml) &amp; トリートメント (500g+50g)</p> <p>など、4種類から1セット</p>	<p><b>150ポイント</b></p> <p>ブラーミア エンリッチドシャンプー (500ml) &amp; トリートメント (500g) ブラーミア ポリユーマイザー (120g) ジェミールフラン シャンプー (200ml) &amp; トリートメント (180g)</p> <p>など、4種類から1セット</p>
---	--	---	---

注1) 2017年度より、決算期が12月31日に変更になりました。これに伴い、2017年度(第58期)優待品の権利確定も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。  
 注2) 2017年11月29日付で発表いたしました株式分割は、2018年1月1日を効力発生日としておりますので、2017年度(第58期)の株主優待につきましては、分割前の株式数を基準に実施いたします。