



2014年12月期（第55期）第3四半期 株式会社ミルボン 決算説明資料



2014年9月26日

Copyright © 2014 Milbon. All rights reserved.

目次



- P2** **連結 経営成績**
- P4-8** **連結 部門別売上高**
- P9** **オージュアについて**
- P10** **連結 貸借対照表(グラフ)**
- P11** **連結 損益計算書**
- P12** **連結 設備投資等の推移**
- P13** **連結 個別マーケット関連資料及びミルボンサロン&フィールドパーソンの推移**
- P14-15** **国別の状況**
- P16** **参考資料**

連結 経営成績（第3四半期累計期間）



海外市場とヘアケア用剤部門が、引き続き売上伸長を牽引

（単位：百万円）

	金額		前期 増減額	前期比 (%)
	前期	実績		
売上高	17,508	18,437	928	105.3
売上総利益	11,945	12,716	771	106.5
販管費	8,622	9,501	879	110.2
営業利益	3,322	3,215	△107	96.8
経常利益	3,131	3,042	△88	97.2
四半期純利益	1,938	1,845	△92	95.2



連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]



エイジングケア商品を中心として、売上が順調に拡大

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
9,086	10,436	1,349	114.9

- ・年初より、ヘアデザイナーのプロとしてのヘアケア提案力向上をサポートする活動を展開しています。この取り組みにより、エイジングケア意識の高まりを追い風に、サロン店販品を中心としたヘアケア商品が順調に売り上げを伸ばしています。
- ・特に、ミルボンオリジナルの毛髪補修成分「CMADK」を配合した新商品が、髪が扱いやすくなる実感効果もあり、市場で高い評価を得ています。※「ディーセスエルジュエダ エマルジョン」「プラーミア ヘアセラム」「オージュア イミュライズライン」に配合。

新製品紹介

プラーミア ディーブエナジメント

髪の根元と毛先の“エイジング”をディーブケアするサロントリートメント



1月30日発売

販売目標	販売実績	進捗率
6億円	1億56百万円	26.0%

ニゼル ドレシアコレクション ジェリーシリーズ

キラツと輝く、濡れたような質感を表現するスタイリング剤



2月27日発売

販売目標	販売実績	進捗率
2億8千万円	2億3千万円	82.2%

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]



ディーセス エルージュダエマルジョン

ドライ後も髪全体に均一な潤いを与え、やわらかで扱いやすい素材へと導くアウトバストリートメント

販売目標	販売実績	進捗率
3億6千万円	8億66百万円	240.6%



5月29日発売

プラーミア ヘアセラム

カラーやパーマなどのダメージを受け、まとまりづらくなったエイジング毛をオイル成分でケアするシャンプー・トリートメント

販売目標	販売実績	進捗率
3億4千万円	1億56百万円	45.9%



8月28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に注力するも、上期不振分の挽回には至らず

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
7,018	6,654	△364	94.8

・2014年秋冬のトレンドカラーとなる新色「オルディーブ ドーリイライン」「オルディーブボーテ クチュールライン」を発売。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おり、新色は順調に推移しているものの、ヘアカラー全体の減少を取り戻すには至っていません。

新製品紹介

オルディーブ追加色 ルミエールライン

やわらかなキラツと感のあるシャンパン系
ページュを表現



販売目標	販売実績	進捗率
5億1千万円	4億17百万円	81.9%

1月30日発売

オルディーブボーテ追加色 シルキーライン

やわらかな光沢感のあるページュを表現



販売目標	販売実績	進捗率
1億9千万円	1億4百万円	54.8%

1月30日発売

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]



オルディーブ追加色 ドーリィライン

透明感と深みを併せ持つ、内側からにじみ出るようなカッパーを表現

販売目標	販売実績	進捗率
3億円	99百万円	33.3%



8月28日発売

オルディーブボーテ追加色 クチュールライン

紅茶のようなみずみずしいツヤと透明感を感じるブラウンを表現

販売目標	販売実績	進捗率
9千万円	4千万円	45.4%



8月28日発売

連結 部門別売上高 [パーマントウェーブ用剤部門]



主力製品は堅調に推移するも、全体としては微減傾向

(第3四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
1,224	1,167	△57	95.3

・主力のウェーブパーマ剤や昨年発売したストレートパーマ剤「リシオ アテンジェ」の売上は堅調に推移していますが、既存のストレートパーマ剤の売上減少を補うには至らず、全体としては微減となりました。

オーデュアについて [実績と目標]



第2四半期に引き続き、エイジングケアシリーズが順調に拡大

オーデュアサロン窓口軒数

2013年度末	2014年度	前年比
1,516軒	1,902軒	125.5%

販売高(第3四半期累計期間)

2013年度	2014年度	前年比
16億62百万円	24億30百万円	146.2%



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的美しさを共に育むヘアケアブランド

オーデュアとは

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、その人のためだけのヘアケアプログラムで応えること。それが「オーデュア」です。

製品構成

お客様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
 ・13ライン ・85アイテム

新製品(新シリーズ)紹介

エイジングケアシリーズ イミュライズライン

加齢に伴いカラーやパーマで傷みやすくなった毛髪の強度やダメージ耐性を高めていきます。



販売目標	販売実績	進捗率
3億5千万円	5億4千万円	154.7%

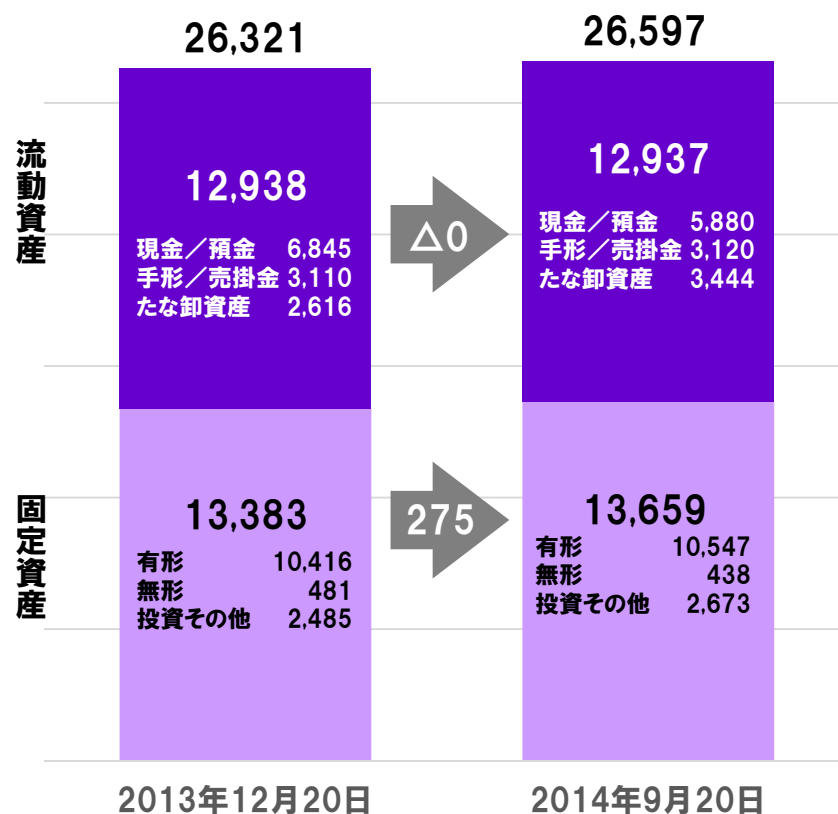
1月31日発売

連結 貸借対照表

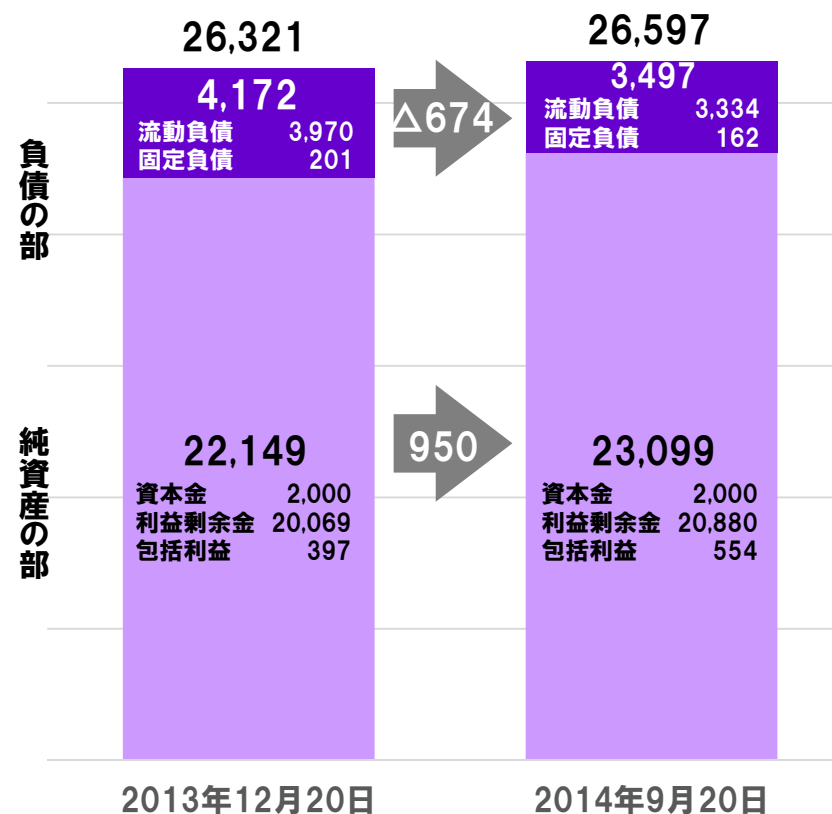


(単位:百万円)

資産の部



負債・純資産の部

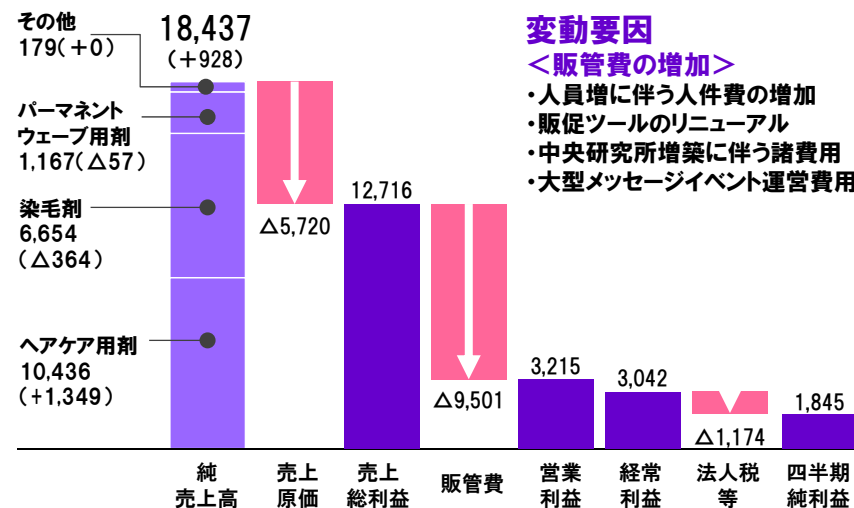


連結 損益計算書（第3四半期累計期間）



（単位：百万円）

	金額		前期 増減額	前期比 (%)
	前期	実績		
売上高	17,508	18,437	928	105.3
売上原価	5,563	5,720	156	102.8
売上総利益	11,945	12,716	771	106.5
販管費	8,622	9,501	879	110.2
営業利益	3,322	3,215	△107	96.8
経常利益	3,131	3,042	△88	97.2
四半期純利益	1,938	1,845	△92	95.2



部門別売上高一覧

	前期実績	当期実績	前期増減額	前期比(%)
ヘアケア用剤	9,086	10,436	1,349	114.9
染毛剤	7,018	6,654	△364	94.8
パーマネットウェーブ用剤	1,224	1,167	△57	95.3
その他	179	179	0	100.1

連結 設備投資等の推移



(単位:百万円)

区分	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年 1~9月	2014年 予定
設備投資費	940	528	840	1,680	832	1,380
減価償却費	1,010	1,011	947	878	735	1,086
研究開発費	838	870	873	969	940	1,169
研究開発比率	4.3%	4.3%	4.1%	4.2%	4.7%	4.8%

当期 設備投資の主な項目

- ・タイ工場機械類の購入費用
- ・中央研究所増築工事代残金
- ・中央研究所増築に伴う実験機器などの購入費用
- ・ゆめが丘工場の生産設備購入費用
- ・生産技術開発センターの増築費用

個別 マーケット関連資料及びミルボンサロン & フィールドパーソンの推移



マーケットの推移

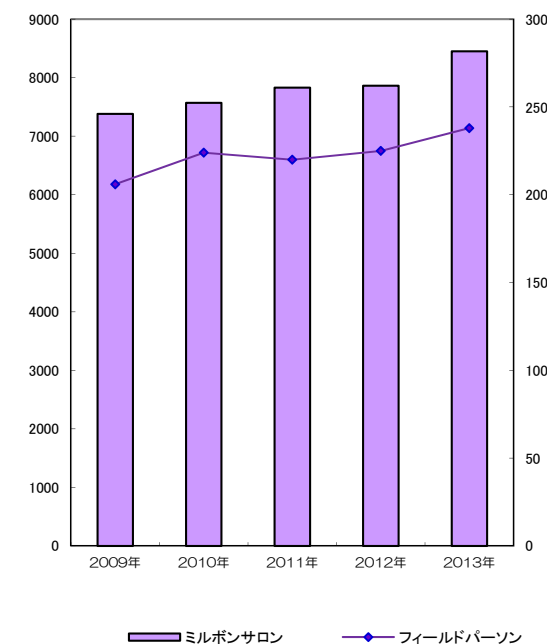
(単位 美容室軒数:軒/美容師数:人/美容人口:千人)

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	備考
美容室軒数	223,645	223,286	228,429	231,134	—	—	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	453,371	456,872	471,161	479,509	—	—	
美容人口	39,720	39,812	39,640	39,076	38,468	38,128 (4月1日現在)	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

ミルボンサロンの推移

(単位:軒)

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年 8月20日現在
東京支店	2,657	2,784	2,872	2,848	3,015	2,944
名古屋支店	1,558	1,643	1,682	1,658	1,775	1,615
大阪支店	2,616	2,464	2,682	2,725	2,934	2,802
福岡支店	552	680	596	633	727	668
合計	7,383	7,571	7,832	7,864	8,451	8,029



フィールドパーソンの推移

(単位 フィールドパーソン:人/1人当り売上高:百万円)

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
フィールドパーソン	206	224	220	225	238	25名 研修中
1人当り売上高	91	92	97	100	103	

国別の状況(第3四半期累計期間)



アジア地域を中心とした海外市場が、グループの売上伸長を牽引

	従業員数	売上高(百万円)		前期比 (%)	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	521	16,192	16,562	102.3	1960年	-	-
	227						
米国 (ミルボンUSA)	15	315	363	115.1	2004年	1\$ = 90.67	101.73
	12						
中国 (ミルボン上海)	20	199	295	147.8	2009年	1元 = 14.56	16.58
	17						
韓国 (ミルボンコリア)	23	486	778	159.9	2009年	1₩ = 0.08	0.09
	17						
グローバル 新地域開発国 ※1	52	18	109	583.8	2013年	-	-
	12						
その他地域 ※2	3	295	330	112.0	-	-	-
	3						

※1: タイ、ベトナム、マレーシア、トルコ、インドネシア

※2: 台湾、香港、その他

国別の状況(第3四半期累計期間)



[日本 (ミルボン)]

少子高齢化・総人口の減少に伴い美容市場全体の拡大が困難になる中、エイジングケアの中核であるヘアケア部門は好調に推移しておりますが、染毛剤部門は競争が加速し、全体としては微増に止まっております。こうした中、夢ある美容の未来を思い描き、共に発展を目指すため、業界の将来を担う若い世代に向け、7月にさいたまスーパーアリーナにて「next beauty～美容のチカラ～」というメッセージイベントを開催しました。

[米国 (ミルボンUSA)]

ニュージャージー州等で代理店販売がスタートしたミルボンUSAでは、代理店セールスとの積極的な協働活動を行った結果、取引窓口軒数が順調に増加しています。主力のストレートパーマ剤は他社の参入も増え、売り上げを伸ばすのが困難になってきていますが、第二の柱であるサロントリートメントが好調に推移しております。

[中国 (ミルボン上海)]

代理店戦略の見直しにより一省複数制に転換した浙江省、江蘇省、広東省において新規契約代理店を中心に、重点的なサポートを実施しました。代理店セールスから信頼を獲得したことで取引サロン数が増加しています。また、日本の著名ヘアデザイナーによる技術セミナーを開催し、これを通じて地域のトップサロンとの関係を強化できたことで、取引拡大に繋がっています。

[韓国 (ミルボンコリア)]

少子高齢化という日本と同様の社会状況もあり、5月に発売したエイジングケアシリーズ「プラーミア」が順調に浸透しています。また、6月にはソウルオフィスを拡張し、200名規模のセミナーが行える大型スタジオも稼働。これまで以上に多様なサロンの教育支援が可能となり、活用が進んでいます。

[グローバル新地域開発国]

現地代理店との協働活動により販売窓口が拡大しています。また、タイ工場からの海外市場への商品出荷が一部エリアでスタートしており、本格的な出荷態勢の構築が進んでいます。

参考資料 頭髪化粧品出荷統計



(単位:百万円)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1~7月	前年比	
シャンプー	2013年	6,512	6,498	9,623	8,235	9,261	9,502	8,902	8,078	8,026	8,838	9,114	9,694	58,533		
	2014年	6,631	9,145	11,710	9,269	8,441	9,474	8,770						63,440		108.4%
	差額	119	2,647	2,087	1,034	-820	-28	-132						4,907		
リンス	2013年	2,109	1,737	2,049	2,074	2,593	2,592	2,695	2,448	2,232	2,213	2,470	2,475	15,849		
	2014年	1,555	2,464	3,065	2,390	2,178	2,260	2,347						16,259		102.6%
	差額	-554	727	1,016	316	-415	-332	-348						410		
ヘアトニック	2013年	1,344	1,534	1,576	1,669	1,831	1,902	1,862	1,745	1,711	1,923	1,832	2,032	11,718		
	2014年	1,331	1,709	2,098	1,387	1,708	1,698	1,811						11,742		100.2%
	差額	-13	175	522	-282	-123	-204	-51						24		
ヘアトリートメント	2013年	4,693	4,751	7,373	5,897	6,105	6,950	5,847	5,671	6,695	6,583	6,930	7,544	41,616		
	2014年	4,834	5,776	7,656	6,461	4,416	6,989	5,759						41,891		100.7%
	差額	141	1,025	283	564	-1,689	39	-88						275		
ボマード、チック、ヘアクリーム、香油	2013年	908	1,110	1,161	1,358	1,165	1,167	1,324	1,121	1,211	1,243	1,146	1,333	8,193		
	2014年	879	1,032	1,384	1,297	1,113	1,159	1,265						8,129		99.2%
	差額	-29	-78	223	-61	-52	-8	-59						-64		
液状、泡状整髪料	2013年	822	1,046	1,090	1,250	1,184	1,098	1,121	936	912	1,080	1,088	1,284	7,611		
	2014年	827	946	1,325	1,001	970	1,101	1,032						7,202		94.6%
	差額	5	-100	235	-249	-214	3	-89						-409		
セットローション	2013年	663	636	782	746	738	879	851	1,264	1,066	912	943	1,065	5,295		
	2014年	714	789	1,133	1,049	915	1,591	1,191						7,382		139.4%
	差額	51	153	351	303	177	712	340						2,087		
ヘアスプレー	2013年	1,136	1,323	2,058	1,799	1,954	2,070	1,898	1,904	1,642	1,680	2,181	2,220	12,238		
	2014年	1,274	1,710	2,398	1,670	1,829	1,935	1,797						12,613		103.1%
	差額	138	387	340	-129	-125	-135	-101						375		
染毛料	2013年	6,272	7,660	9,356	8,843	7,489	7,742	8,665	8,043	8,602	8,578	7,873	9,864	56,027		
	2014年	6,434	7,436	11,613	7,090	6,714	7,523	8,124						54,934		98.0%
	差額	162	-224	2,257	-1,753	-775	-219	-541						-1,093		
その他の頭髪用化粧品	2013年	843	818	1,050	1,163	946	1,235	1,237	1,016	1,022	953	1,027	1,138	7,292		
	2014年	784	761	1,321	915	908	1,241	1,117						7,047		96.6%
	差額	-59	-57	271	-248	-38	6	-120						-245		
頭髪用化粧品計	2013年	25,302	27,112	36,118	33,034	33,267	35,137	34,402	32,227	33,120	34,003	34,604	38,650	224,372		
	2014年	25,262	31,768	43,703	32,529	29,191	34,972	33,212						230,637		102.8%
	差額	-40	4,656	7,585	-505	-4,076	-165	-1,190						6,265		

参考資料 化学工業統計月報(経済産業省経済産業政策局調査統計部)

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。