

2018年12月期（第59期）第3四半期
株式会社ミルボン 決算説明資料



2018年10月26日

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

目次

- P3 連結 経営成績
- P4 連結 部門別売上高・ブランド別情報
- P10 連結 損益計算書等
- 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 国別の状況
- P14 海外子会社の状況

前連結会計年度より、当社は決算期を12月20日から12月31日に変更しました。また、9月30日を決算期としていた連結子会社については、決算期を12月31日に変更しました。当第3四半期連結累計期間は2018年1月1日から9月30日の9ヶ月であるのに対し、前第3四半期連結累計期間は2016年12月21日から2017年9月20日（連結子会社は2016年10月1日から2017年6月30日）の9ヶ月となります。

	本資料における記載	個別の期間	子会社の期間
当第3四半期連結累計期間	当期実績	2018年1月1日～ 2018年9月30日（9ヶ月）	2018年1月1日～ 2018年9月30日（9ヶ月）
前第3四半期連結累計期間	前期実績	2016年12月21日～ 2017年9月20日（9ヶ月）	2016年10月1日～ 2017年6月30日（9ヶ月）

連結 経営成績 (第3四半期累計期間)

プレミアムブランドとファッションカラーアディクシーが好調で増収増益

(単位：百万円)

	前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
売上高	22,839	25,261	2,421	10.6
売上総利益	15,511	17,659	2,148	13.9
販管費	11,616	12,972	1,355	11.7
営業利益	3,894	4,687	792	20.4
経常利益	3,665	4,393	727	19.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,136	3,324	187	6.0

※) 対象期間については2ページ参照。

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門]

プレミアムブランドが好調でヘアケア部門売上を牽引

(第3四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
13,210	14,800	1,590	12.0

- プレミアムブランドの「オージュア」は、昨年未から今上期にかけて実施したバージョンアップが完了しました。バージョンアップへの切り替えに伴う活動が、商品知識の再確認やメニュー展開の見直しにつながり市場が活性化し、安定したリピートにつながっています。
- プレミアムブランドの「milbon」は国内海外ともに新規窓口づくりが順調に推移し、売上も伸長しています。特に国内は代理店主導による窓口づくりが成果につながっています。

※) 対象期間については2ページ参照。

ブランド別情報 オージュア

昨年11月から販売開始したバージョンアップ商品が引き続き順調

窓口軒数 ※1)

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
3,166	3,644	478	15.1

販売高 (第3四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績※2)	当期実績※2)	増減額	増減率 (%)
3,603	4,358	754	20.9

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美しさを共に育むヘアケアブランド

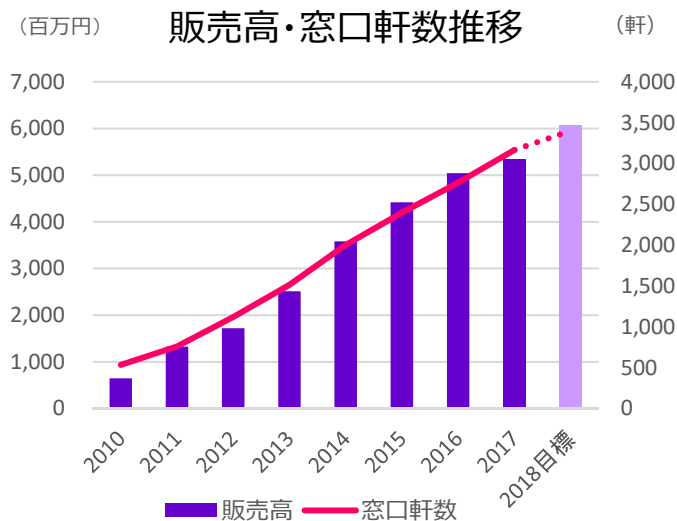
オージュアとは

一人ひとりの髪と地肌の悩みに向き合い、その時々にもっとも適したアイテムを選択して今と未来の美しさまで支えていく。それが、「オージュア」です。

製品構成

お客さま一人ひとり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
- ・12ライン
- ・80アイテム



※1) 日本は登録軒数。海外は1年間の出荷実績から算出。

※2) 個別の数値です。対象期間については2ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty MILBON

ブランド別情報 プレミアムブランド “milbon”

窓口づくりも進み好調に推移

窓口軒数 ※1)

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
3,966	5,366	1,400	35.3

販売高 (第3四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※2)	当期実績 ※2)	増減額	増減率 (%)
932	1,452	520	55.8

ブランドコンセプト

360°輝く髪で、一人ひとりの「私らしい美しさ」を切り拓くシステムヘアケアブランド

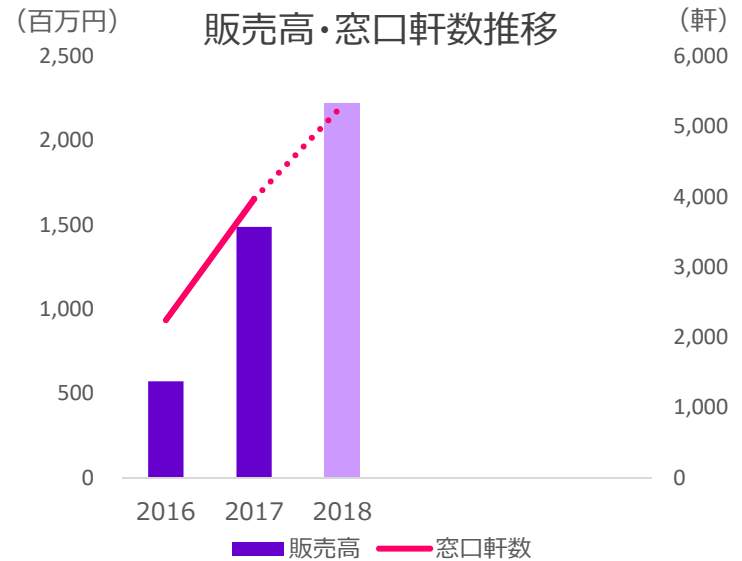
展開国

USA、香港、中国、タイ、台湾、トルコ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、シンガポール、ドイツ

“milbon”とは

世界20カ国の女性の毛髪内部を、独自のCTスキャン技術で徹底的に解析し、共通の毛髪のダメージ現象を発見しました。そしてダメージ毛を補修し、毛髪内密度を高める成分を探索し、配合したヘアケアを開発しました。“milbon”は、芯から整った心地の良い輝く髪へ導くシステムヘアケアです。

MILBON



※1) 日本は登録軒数。海外は1年間の出荷実績から算出。

※2) 個別の数値です。対象期間については2ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty MILBON

連結 部門別売上高 [染毛剤部門]

昨年発売したアディクシーに追加色も加わり順調に推移

(第3四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※1)	当期実績 ※1)	増減額	増減率 (%)
8,360	9,080	719	8.6

- 昨年2月に発売し好評だった「オルディーブ アディクシー」が引き続き好調です。3月に新色を追加し、さらなる新規窓口づくりと既存色のリピートで伸ばしています。好調なアディクシーがファッションカラーの伸長を牽引しているもののグレイカラーは横ばいが続いています。

主力商品

オルディーブ アディクシー

高彩度の青で赤味のあるブラウンをかき消します。にごりのないクリアな発色実現を叶え、個性的で自由なヘアカラーデザインを実現します。

(単位：百万円)

前期実績※)	当期実績※)	増減額	増減率(%)
1,497	2,203	705	47.1



2017年度発売

※) 個別の数値です。対象期間については2ページ参照。

Find Your Beauty **MILBON**

ブランド別情報 ヴィラロドラ ①

ヴィラロドラ カラーがブランド売上伸長に貢献

窓口軒数

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
6,895	7,809	914	13.3

販売高 (第3四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
696	787	91	13.2

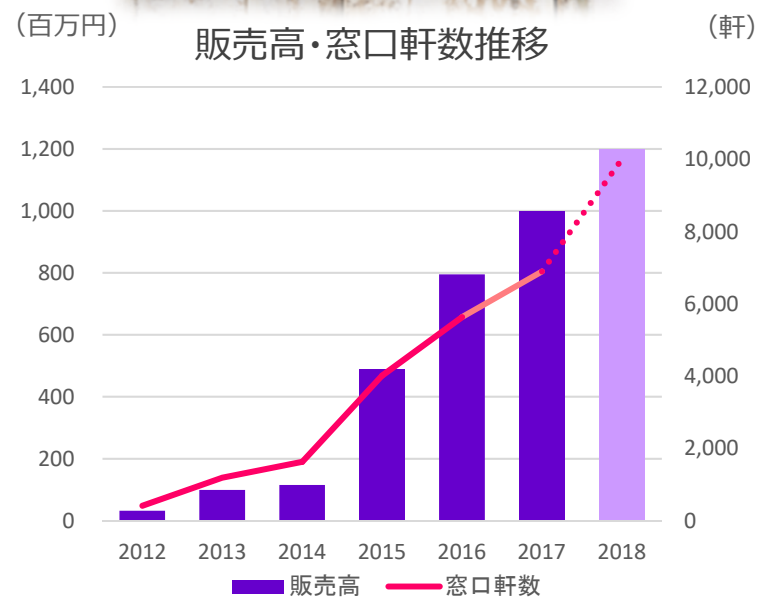
ブランドコンセプト

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。

※) 個別の数値です。対象期間については2ページ参照。



Find Your Beauty **MILBON**

ブランド別情報 ヴィラロドラ ②

主な商品

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。

販売高（第3四半期累計期間）

（単位：百万円）

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
493	568	75	15.2



2015年度発売

※) 対象期間については2ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

連結 損益計算書等 (第3四半期累計期間)

<連結 損益計算書>

(単位：百万円)

	前期実績※)	構成比 (%)	当期実績※)	構成比 (%)
売上高	22,839	100.0	25,261	100.0
売上原価	7,328	32.1	7,601	30.1
売上総利益	15,511	67.9	17,659	69.9
販管費	11,616	50.9	12,972	51.4
営業利益	3,894	17.1	4,687	18.6
経常利益	3,665	16.0	4,393	17.4
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	3,136	13.7	3,324	13.2

<部門別売上高一覧>

(単位：百万円)

	前期実績 ※)	当期実績 ※)	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)
ヘアケア用剤	13,210	14,800	58.6	1,590	12.0
染毛剤	8,360	9,080	35.9	719	8.6
パーマメントウェーブ用剤	1,101	1,213	4.8	112	10.2
その他	167	167	0.7	0	0.3

<主な変動要因>

売上原価：

1. 前期、国内工場統合・増設の影響で上昇
2. 今期、旧オーギュアの返品調整引当金戻入の特別要因の影響や生産効率の改善

販管費：

1. 化粧品事業に備えた人員増に伴う人件費の増加
2. 本社を含む新拠点の設置に伴う賃借料及び減価償却費の増加

※) 対象期間については2ページ参照。

連結 設備投資等の推移

(単位：百万円)

区 分		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年 1~9月	2018年 計画
設 備 投 資 額		1,028	2,779	4,262	1,570	962	1,668
減 価 償 却 費		1,004	1,033	1,077	1,272	1,018	1,376
研究開発費	金額	1,168	1,214	1,232	1,422	1,070	1,448
	売上比(%)	4.6	4.4	4.2	4.3	4.2	4.3

2018年度 主な設備投資（計画）

- 工場調合設備（真空4 t タンク）
- 福岡支店移設増強
- 岡山営業所移設増強
- 中央研究所改装

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）

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	備考
美容室軒数（軒）	231,134	234,089	237,525	240,299	243,360	—	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（人）	479,509	487,636	496,697	504,698	509,279	—	
美容人口（千人）	39,076	38,468	37,847	37,395	37,023	36,454 (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

国別 フィールドパーソンの推移

（フィールドパーソン数：1月1日現在（2017年以前は12月21日現在））

	2014年	2015年	2016年	2017年※1)	2018年
日本	216	237	249	258	269
	104	100	102	105	
米国 (ミルボンUSA)	12	12	9	12	13
	40	53	63	48	
中国 (ミルボン上海)	17	18	18	19	22
	25	36	40	50	
韓国 (ミルボンコリア)	17	19	20	23	25
	64	75	80	84	
タイ (ミルボンタイランド)	6	6	6	9	7
	8	15	14	13	
その他地域 ※2)	12	16	19	24	26
	46	42	47	38	

上段：フィールドパーソン人数（名）
下段：フィールドパーソン一人あたり売上高（百万円）

2017年10月入社 13名 現場配属
2018年 4月入社 31名 現場OJT中
2018年10月入社 8名 研修中

（上記52名は左表には含まれておりません。）

※1 決算期変更前の12ヶ月の数値を使用して算出しています。

※2 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、シンガポール、ドイツ、その他

Find Your Beauty **MILBON**

国別の状況

日本は引き続き順調に推移（海外子会社は決算期変更により比較対象期間が異なるため次頁参照）

（第3四半期累計期間）

（単位：百万円）

	前期実績 ※1)	当期実績 ※1)	増減率 (%)	営業開始年	為替レート 前期 (円)	為替レート 今期 (円)
日本	19,580	21,328	8.9	1960年	-	-
米国 (ミルボンUSA)	439	470	-	2004年	¹ \$ = 111.42	109.61
中国 (ミルボン上海)	669	1,061	-	2009年	¹ 元 = 16.26	16.86
韓国 (ミルボンコリア)	1,401	1,518	-	2009年	¹ ₩ = 0.0969	0.9978
タイ (ミルボンタイランド)	84	87	-	2013年	¹ バーツ = 3.18	3.42
その他地域 ※2)	664	795	19.7	-	-	-

※1) 対象期間については2ページ参照。

※2) 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、シンガポール、ドイツ、その他
Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

海外子会社の状況 ①

◆海外子会社の状況については、1-9月（9ヶ月）の現地通貨で、前年同期比較しコメントします。

	通貨 (単位)	前期実績 (1-9月)	当期実績 (1-9月)	増減率 (%)
米国 (ミルボンUSA)	USDドル (千)	3,889	4,298	10.5
中国 (ミルボン上海)	元 (千)	48,148	62,986	30.8
韓国 (ミルボンコリア)	ウォン (百万)	15,423	15,217	△ 1.3
タイ (ミルボンタイランド)	バーツ (千)	29,357	25,633	△ 12.7

米国 (ミルボンUSA)

直販部門は、マンハッタンのハイエンドサロンをターゲットにした販売戦略が成功し、シカゴにおいても優良サロンの窓口拡大が進み順調に推移しています。代理店部門では、カリフォルニア州で新規代理店との取引が8月よりスタートしました。また、既存代理店についても順調に推移しています。製品面では、グローバルミルボンが、活動の絞り込みと季節に合わせた提案が高い評価を受け伸長しています。

海外子会社の状況 ②

中国（ミルボン上海）

直販部門は20%超、代理店部門は30%超で伸長しています。製品別では、ファッションカラー「オルディーブ」が各エリアでのカラースペシャリストセミナーの実施効果もあり順調に推移しています。ヘアケアでは、グローバルミルボンが導入軒数も順調に拡大しており、確実に成果につながり始めています。

韓国（ミルボンコリア）

競合他社の低価格ヘアカラーの市場参入が続き、ミルボンの代理店においても影響が出ておりましたが、品質面や教育面の優位性で着実に取り戻しつつあります。また、日本で好調のオルディーブアディクシーの発売を10月に予定しており、成果を期待できます。8月に導入されたネオリシオは、柔らかい仕上がりへの市場の評価も高く、順調なスタートを切りました。

タイ（ミルボンタイランド）

トップサロンに活動を集中するために代理店を1社に絞ったことによる影響で前年割れが続いています。製品別では、活動を集中したグローバルミルボンは順調に伸長していますが、その他のヘアケアの売上減分をカバーできませんでした。



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。