



第60期 2019年1月1日～2019年12月31日

株主のみなさまへ

社長あいさつ

中期事業構想は確かな進捗。
業績は引き続き過去最高を更新。

特集

ミルボン独自の障がい者雇用のカタチ

株式会社ミルボン

証券コード:4919



中期事業構想は確かな進捗。 業績は引き続き過去最高を更新。

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60期(2019年1月1日～2019年12月31日)の決算についてご報告申し上げます。
当社は、数値目標・戦略目標ともに順調な進捗となった前中期事業構想を1年前倒しで終了し、当期より、新たな中期事業構想(2019年～2023年)をスタートいたしました。

新中期事業構想の初年度となった当期も、引き続き多くの成果が積み上がり、売上高は株式公開以来23期連続の増収、営業利益も10期連続の増益となりました。

また、戦略・施策についても、化粧品事業における第一弾ブランド「インプレア」の発売、教育を中心としたフィールド活動における第三職種「フィールドコスメティクスエデュケーター」の始動、「現地化」をキーワードとした海外展開の深化、「SDGs貢献企業」を目指した貢献活動実体化に向けた準備など、社会・顧客視点に基づくチャレンジな取り組みが着々と成果を上げております。

時代は今、大きな転換点を迎えております。株主のみなさまにおかれましては、新たな美容産業の創造に向けたミルボンの挑戦に、引き続きご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2020年3月



代表取締役社長
佐藤 龍二

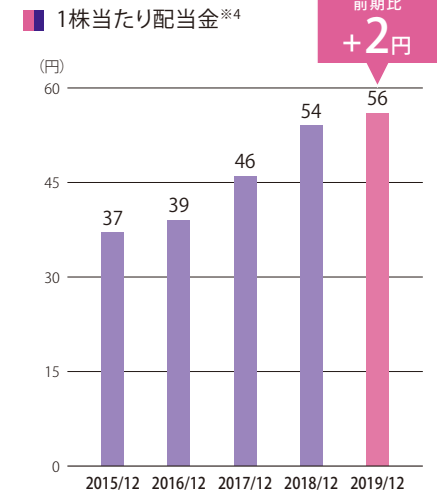
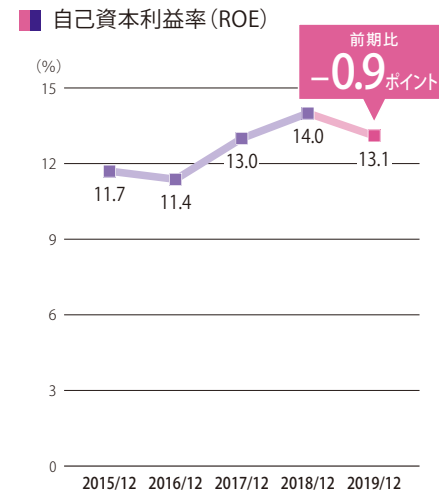
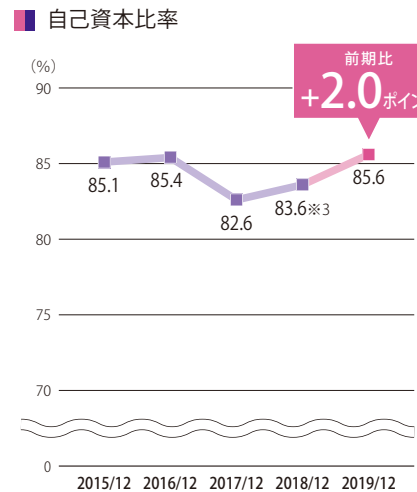
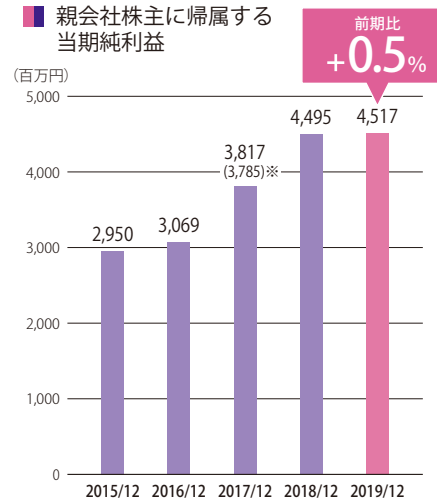
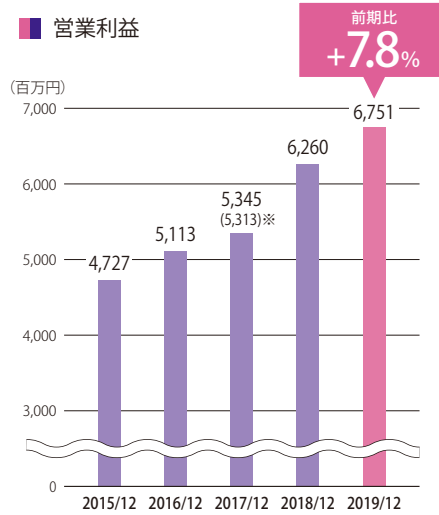
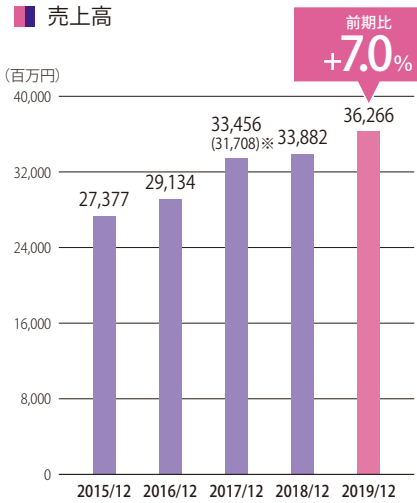
美しさを拓く。 Find Your Beauty

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。

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2円増配の1株当たり56円となりました。
- ▶ 次期の年間配当も2円増配の1株当たり58円を予定しております。



※1: ()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。
 ※2: 2019/12(第1四半期)より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。2018/12の売上高についても、遡及修正しております。
 ※3: 2019/12(第1四半期)より「税効果会計に係る会計基準」の一部改正等を適用しております。2018/12の自己資本比率についても、遡及修正しております。
 ※4: 2018年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。2017/12以前の配当金額は、株式分割後の遡及修正値を記載しております。

中期ビジョン

業界視点から、本質的な社会・顧客視点へ

「Change the Stage!!」

～今、ここにはない未来を創り続けるために～

日本発信の美容文化を基に、
新たな美容産業の創造への転換と追求

ミルボングローバルビジョン

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。

日本市場 5つの施策

施策 1

サロン生産性アップ支援の体制を整える

施策 2

BtoBtoリアルコミュニケーション力強化支援

施策 3

BtoBtoCデジタルコミュニケーション

施策 4

化粧品事業への挑戦

施策 5

コーポレートブランディング・製品ブランディング推進



引き続き増収増益を確保する中、 当期は、化粧品事業が初の売上を計上

当期（2019年度）の連結業績は、売上高、各段階利益ともに増収増益となり、引き続き過去最高を更新しました。ヘアケアではプレミアムブランドである「オージュア」と「milbon」が、また、ヘアカラーでは「オルディーブアディクシー」が、好調な伸長を続け業績を牽引しました。

そうした中、当期は、次の時代を切り拓くための新たなチャレンジの象徴でもある化粧品事業において、第一弾となる美容室専売コスメティクスブランド「インプレア」を市場投入し、初年度の売上を計上することができました。売上高としては、1.6億円という結果でしたが、経営も現場もすべて初めて尽くしであったことを振り返ると、十分な成果であったと評価しております。特に、「フィールドコスメティクスエドゥケーター」（以下、FCE）の活躍には、目を見張るものがありました。

美容室を“美と心のコミュニティ”へと進化させ、

当社は、「インプレア」発売に合わせて、美容室を総合的に支援するフィールドパーソンシステムを“トライアングル態勢”へと進化させ、第三のフィールドパーソンとして新たにFCEを設置することとし、専門の教育・研修・認定検定を経て2019年4月、19名のFCE配属に至りました。この19名が中心となって「インプレア」取扱店の積極的な開拓活動を行った結果、当期は僅か8か月の活動ながら約200店に及ぶ美容室との契約をすることができました。これは、売上等業績数値からは見えてこない、次へとつながる大きな財産であると言えます。

時代の変化を的確に捉え、 美容室の生産性アップに向けた多様な支援策を展開

2019年から2024年にかけて、「働き方改革関連法」が順次施行されていきます。会社組織として成長してきた多くの美容室も例外ではありません。“生産性の向上”が、まさに待ったなしの最重要課題となっています。

こうした環境下、当社は、中期事業構想において、美容室の生産性向上をテーマとする多様な支援策を積極的に展開しています。

第一に、支援体制の整備です。現在特に注力しているのが「ミルボン スタジオ」の拡充です。これは、シャンプー台やミーティングスペースなどを備え、各種の実践的な研修やセミナー等の開催が可能な施設です。スタジオを教育施設として近隣の美容室に開放することで、勉強会を夜間（営業時間外）から昼間に改めていく一助としていただくことを目指しています。2019年開設の松山、2020年開設予定の新潟と外苑前を合わ

せ、2020年度にスタジオは19拠点となります。中期事業構想最終年度（2023年度）には22～23拠点ほどまで拡充を図ります。

第二に、BtoBtoCコミュニケーションです。当社は、当社・代理店・美容室の三者が一体となって消費者に当たっていくBtoBtoCのビジネスを基本としています。BtoBtoCコミュニケーションは、“リアル”と“デジタル”の2つを同時に走らせています。リアルコミュニケーションについては、新たに、「ミルボン カウンセリング メソッド」（MCM）を構築しました。これは、“生涯顧客創り”の観点から、美容師を、ヘアからスキンまで顧客に寄り添って生涯美容を叶える「ビューティパートナー」と再定義し、カウンセリング技術力向上へと導くプログラムを提供しているというものです。実績を積み重ね、今後、より高度なメソッドへと仕上げていく計画です。また、デジタルコミュニケーションについては、昨年、ECサイトの立ち上げを行いました。コスメブランド「インプレア」によるテストマーケティングを無事に終了し、2020年からは、ヘア関連の3つのプレミアムブランドのEC販売をスタートさせます。これにより、「インプレア」、「オージュア」、「milbon」、「ヴィラロドラ」の全プレミアムブランドのEC販売体制が整い、店販ビジネスは新たなステージへと入っていきます。

2年目を迎える化粧品事業は、 体制強化と経験を基礎に、約4倍の売上を計画

美容室の生産性を高めるための店販ビジネス、そして、その成長可能性を大きく広げる化粧品事業への挑戦が、いよいよ成果獲得の段階へと入りつつあります。

地域社会に好循環を生み出し、持続可能な社会への貢献にもつなげる

まず、当社の支援体制として、FCEを2020年から約1.5倍に増員しました。また、インプレア導入講習では、フィールドマーケティングセールス(FMS)も分担することで、FCEの負担を軽減し、より多くの美容室への対応を可能としていきます。

次に、当社と共に美容室の支援を担っていただく代理店にも「インプレア アンバサダー」(以下、IA)という教育担当者の設置を依頼した結果、当初目標としていた100名を大きく上回る全国150名体制を築くことができました。多くの代理店が化粧品事業に非常に意欲的な姿勢で臨んでいただいております。

事業開始2年目の2020年度は、こうした体制の充実と1年間の経験を基礎に、2019年の4倍強となる8億円の売上高を計画しております。

“真のアジアNo.1”となるべく、「現地化」をキーワードとした取り組みを推進

今後15年間を見据えたグローバルビジョンロードマップとして、現中期事業構想(最初の5年)では「アジア市場No.1の確立」を目指していきます。

業務用ヘア化粧品市場において、当社は既にアジアNo.1の売上を上げています。しかし、それは、日本に極めて偏重した“いびつなアジアNo.1”です。アジア各地域でしっかりと存在感と実績を高め、“真のアジアNo.1”となるべく、現在、「現地化」をキーワードとした取り組みを行っています。

韓国では、現地法人であるミルボン 코리아のもと、人と組織の完全現地化が行われています。日韓関係が冷え込んだ中、2019年度も昨対20%台(現地通貨ベース)の着実な成長を続

けることができました。また、アジア戦略における今後の成長の核となる中国では、“生産の現地化”に着手しました。中国市場専用の工場を現中期事業構想期間中に中国に竣工・稼働させるべく、2019年より取り組みを開始しました。さらに、東南アジア諸国においては、駐在員事務所から“現地法人化”、これを基礎に人と組織の現地化を随時進めています。

持続的成長と社会への貢献による信頼される企業へ

また、グローバルビジョンロードマップでは、「SDGs貢献企業」への進化を目指しております。

2019年は、SDGs推進委員会を立ち上げ、まず国内において勉強会を全部門で実施し、2020年からは中国をはじめ海外での実施を開始しています。また、原材料の仕入れから生活者への商品・サービスの提供までのバリューチェーン全体を見据え、当社にできること、代理店・美容室・生活者(お客様)など係わりのあるすべてのステークホルダーとのパートナーシップによってできることを整理・把握する作業もほぼ完了しました。

美容室は、人々に美と心の豊かさを提供する“美と心のコミュニティ”として地域社会に好循環を生み出し、それは、“住み続けられる街づくり”への貢献にもつながるものと考えています。こうした考え方のもと、今後、持続可能な社会への貢献活動を具体化し積極的に展開してまいります。

株主のみならずには、ミルボンの新たな挑戦に、引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

サステナビリティ基本方針



ミルボンは、ヘアデザイナーを通じて、美と心の豊かさに繋がる美容産業を創造することで、持続可能な社会の実現をめざします。

美と心のコミュニティである美容室をはじめとした、ステークホルダーとの強いパートナーシップのもと、持続可能な美容市場の発展に取り組むことで、ひいてはSDGsの達成に貢献します。



※ SDGsとは、持続可能な開発目標を意味し、誰ひとり取り残されない世界の実現の為に、2015年に国連によって採択された、2016年～2030年の間に達成すべき全世界共通の17の目標です。



当社工場での労働により、きちんと利益を生 していただくことにこだわって、障がい者雇用

維雅幸育会との出会いから始まった

私、村田輝夫が、社会福祉法人維雅幸育会の奥西利江氏と出会ったのは、今から約30年前のこと。当社外注先の社長からの紹介でした。奥西氏は、自力で立ち上げたばかりの「上野ひまわり共同作業所」を軌道に乗せようと奔走する中、当社にも相談をいただきました。



これを受け、当社は商品の化粧箱にラベルを貼る仕事などを依頼するようになりました。

障がい者雇用は、 自社工場への受け入れの形を採った

その後、2006年に、障がい者の自立を支援する法律や、障がい者の雇用の促進等に関する法律の一部改正法が施行され、厚生労働省は、障がい者の「一般就労」を奨励する方向へと舵を切りました。これを受けて、維雅幸育会から当社に対し、障がい者雇用の依頼が打診されました。

維雅幸育会からの当初の依頼は「ミルボンに特例子会社を作ってもらいたい」というものでした。しかし、調べてみると、特例子会社は障

害者雇用率の達成のみが目的となっているケースもあり、本業とは関係のない書類のシュレッター破棄や施設清掃、農園運営などが業務内容になっているのを知りました。

本来あるべき企業姿勢として、非生産的な子会社を設立する方法はとりたくない。働いてもらう以上は、障がいの有無に関係なく、きちんと利益を生む仕事をしてもらいたい。

本業の中で、それぞれができる役割を全うしてほしいという考えから、当社本体工場で働いて頂く方法を採用しました。とはいえ、障がい者雇用はそう容易く実現できるものではなく十分な準備期間が必要だと考え、維雅幸育会とのパートナーシップに基づき、福祉施設からの就労訓練「施設外就労」を請負として受

社会福祉法人維雅幸育会と「びいはいぶ」の概要

維雅幸育会は、身体障がい者、知的障がい者、精神障がい者など、障がいのある人たちの働く場を作りたいという願いから、1988年に民間の小規模作業所として誕生しました。「障がいのある人たちが地域の中で当たり前暮らすためには、地域に出て行く必要がある。働く場も、できるなら施設内よりも地域の人たちと一緒にの方がいい。」…そんな考え方のもと、施設外就労に力を入れている点が本法人の大きな特色。そして、その代表的な事業の一つが、「びいはいぶ」（就労継続支援B型事業）です。

社会福祉法人維雅幸育会HP ▶ <http://www.uenohimawari.com/>

就労支援フォーラムにて、当社社長佐藤が基調講演

障がい者の施設外就労を共に考える機会である就労支援フォーラム（維雅幸育会主催、三重県共催）が2020年2月に開催され、ここで、当社社長の佐藤が基調講演を行いました。「つぶれない会社を創るための人づくり～SDGsの視点から～」という題目のもと、ミルボンは障がいの有無の前に1人の“大切な人材”と据え雇用していること、当社の工場で働く障がい者は皆、世の中の役に立っているという誇りを持って当社の生産活動に貢献していること等の説明が行われました。



む仕事を の独自の在り方を追求

け入れる形態により、特例子会社に代わる新しい障がい者雇用の一歩を踏み出しました。

当社では当時、手作業の生産工程が比較的多いサロントリートメントの生産量が増加していました。このことも、障がいのある人を作業員として受け入れる上で奏功しました。以後、施設外就労の訓練を終えた障がいのある人を毎年一人ずつ直接雇用し、それは現在に至るまで、途切れることなく続いています。同時に、維雅幸育会の30人を超える障がいのある利用者が、一般就労をめざし、当社工場にて日々施設外就労の訓練をされています。

以上のような、企業と福祉法人の連携による障がい者雇用の取り組みは非常に珍しく、全国のモデルとしてさまざまな所で紹介されています。

障がいのある社員のキャリアパスに可能性を拓ける

障がいのある人たちに、パート・派遣を含む当社社員と共に工場内で働いてもらうことで、個々の特長がはっきりと見えることがわかりました。施設外就労では、依頼している業務以外の作業もできるようになり、その結果、直接雇用をする方の仕事の幅が広がっていくという事例

も数多くあります。こうした成果の背景には、通常6:1(障がいのある人6人に対し支援者1人を配置)の支援体制に対して、3:1の支援体制をとる維雅幸育会の手厚いサポートがあります。

また、当社社員も同様の体制で共に働く部門の立ち上げを行い、直接雇用をした人の職場定着とキャリアパスの確立に努めています。加えて、工場がある三重県は、多くの社会福祉法人と企業が全体で連携して情報の共有・拡散を行っている、全国でも珍しい地域であり、この強い結びつきも、大きな支えとなっています。

ミルボンは、これからも、地域社会と連携しながら、障がいのある社員のキャリアパスに可能性を拓ける取り組みを、さらに積み重ねてまいります。



取締役 生産本部長

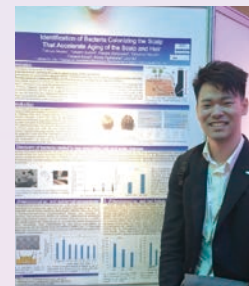
村田 輝夫

Colum

Vol. 8

毛髪の基礎研究

今回は、化粧品技術者会のアジア地区大会において若手研究者部門の「若手奨励賞」を受賞した当社の研究成果について、簡単にご紹介します。



若手奨励賞を受賞した
安久都 卓哉

第14回アジア地区化粧品技術者会(ASCS) 香港大会2019で「若手奨励賞」を受賞

2019年6月3日～5日に香港で開催された「アジア地区化粧品技術者会香港大会2019」(ASCS Conference 2019)において、「若手奨励賞」を受賞しました。

※ ASCS: アジア地区の化粧品技術者相互の交流を深め、化粧品技術の向上と化粧品産業の一層の発展を図ることを目的として設立された大会

若手研究者部門「若手奨励賞」

発表タイトル **頭皮と毛髪の老化を加速させる頭皮常在菌の特定**

受賞者 開発本部 安久都卓哉

老化菌コントロールで、エイジング世代のニーズへの対応を目指す

背景

加齢に伴う毛髪変化として、太い直毛を持つ東アジア圏の女性は、加齢に伴う毛髪のハリコシの低下、うねり、ごわつきなどに悩まされています。しかし、こうした悩みを本質的に解決できる方法は、まだ開発されていませんでした。

老化菌の発見

頭皮の上には「スカルプフローラ」と呼ばれる様々な細菌群が共生しており、これらは髪と頭皮に対して何らかの影響を及ぼしていると予想されますが、その働きはほとんど解明されていません。ミルボンではこれまで、3,000人を超える日本人女性の毛髪と頭皮の大規模調査を実施し、研究を進めてきた結果、毛髪と頭皮の老化現象を促進させる細菌を特定し、これを「老化菌™」と名付けました。

有効成分の発見

「老化菌™」の発見を受けて、この菌の働きを抑制することができる技術の開発に着手し、この菌に高い効果を発揮する成分の発見に成功しました。

3つの側面から成分を検討

「老化菌™」の増殖を抑える

「老化菌™」が産生する老化促進成分を減少させる

細胞の老化を抑制する

4つの有効成分を特定

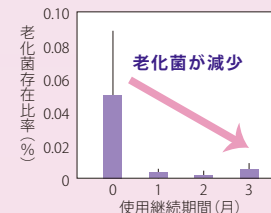
グリシン

フィチン酸

リン酸アスコルビルMg

δ-トコフェロール

【事例】グリシンによる老化菌™増殖抑制効果



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>

■ 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

Aujua
System Hair Care Program

Villa Lodola
UMBRIA

MILBON



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

jemile fran **CRONNA**



Elujuda

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

ORDEVE
The Professional Haircolor

Neo Liscio
Straightening for style versatility



ヘアカラー剤、パーマ剤など

プレミアム

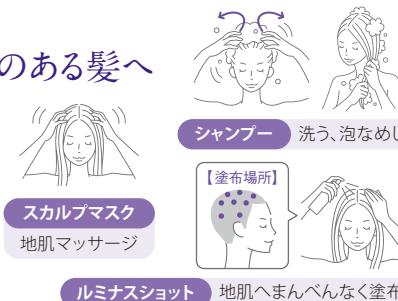
オージュア スカルプケアシリーズ 「フォルティス」誕生

2020年2月7日発売



髪に美しさを与える地肌ケアで、ツヤ・ハリコシ・ボリュームのある生命力のある髪へ

年齢とともにツヤやハリコシの低下、トップのボリューム低下、まとまりの悪さやダメージなど、地肌からくる髪の毛の悩みが幅広く気になる方向けに、地肌を健やかに整えながら、洗い上げる「シャンプー」、地肌にうるおいを与えながら、健やかに整える「スカルプマスク」、地肌を健やかに整えながら、髪をふんわりと立ち上げる地肌用美容液「ルミナスショット」が誕生しました。



プレミアム

ミルボンクリエイティブスタイルシリーズ 「TEXTURE」追加アイテム誕生

2020年3月10日発売



「TEXTURE」で時代を創造する、パウダー系スタイリングアイテム

「ミルボンクリエイティブスタイル」シリーズ「TEXTURE」に、質感でデザインの表現幅を広げる追加アイテムが誕生。伸びがよく、光沢のあるマット感と束感を作る「SATIN TEXTURIZING CREAM 3」、ふんわり軽さをつくり、マット感とスタイルをキープする「DRY TEXTURIZING SPRAY 7」、高いセット力で、強いマット感が仕上がる「MATTE TEXTURIZING PASTE 8」の3アイテムを発売。

SATIN TEXTURIZING CREAM 3
ルミナスマットパウダー配合

DRY TEXTURIZING SPRAY 7
アクアレジストパウダー配合

MATTE TEXTURIZING PASTE 8
オイルトラップパウダー配合

プロフェッショナル

ジェミールフラン 「ヘアベースメイク」シリーズ誕生

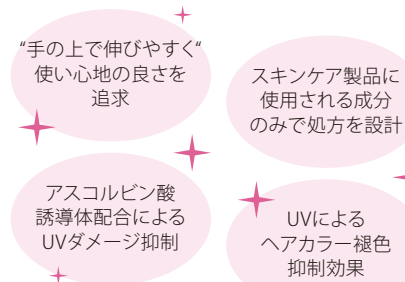
2019年7月10日発売

jemile fran



いま欲しいキレイとオシャレを一瞬で整えるオイルケアスタイリング

働く20代女性の「見た目のキレイ」を自覚めさせる「ジェミールフラン」ブランドに、肌の素材をよりキレイに見せる役割である「ベースメイク」のように、髪の見目を整える「ヘアベースメイクシリーズ」が誕生。オイルのうるおい感を活かしながら、髪動きで選択できる「オイルデュウ」、「オイルミルク」、「オイルスフレ」の3アイテムを発売。



コスメティクス

インプレア 「薬用美白美容液」誕生

2020年3月2日発売

IMPREA

Concept
Change Your Impression
by Beauty Authority

薬用美白美容液 [医薬部外品]

インプレア ホワイトニング レーザーショット

NEW

シミの根源*を狙い撃ち。 まばゆいほど輝く肌印象へ。

商品特長

- なじませた瞬間から、レーザーで狙ったかのようにシミの根源*にダイレクトにアプローチする薬用美白美容液。
- 美白有効成分コウジ酸配合。
- メラニンの生成を抑制し、シミ・ソバカスを防ぎます。
- 狙った部分にアプローチする乳液ベース。密着しながら肌をやわらげます。
- ケラチンを含む角層を効果的にお手入れできる「ケラチンリペア処方」。
- 香りの効用を追求するアロマコロジーに着目した、グリーンフローラルの香り。

*メラニン生成細胞(メラノサイト)



配合美容成分

- コウジ酸(美白) ● ベビーアップルエキス(リンゴエキス) ● コーヒー種子エキス
- シロキクラゲエキス(シロキクラゲ多糖体) ● 黄山市抽出液 ● グリセリン(保湿)

IMPREAの詳細はブランドページをご覧ください

<https://www.milbon.co.jp/impreametmetics/>



主なトピックス

「女子力」って何だろう。 ミルボンは、髪で自分を表現する人たちを応援するブランドへ

いまの時代を生きる女性たちの多様な生き方をよりエンパワメントしていきたいと考えています。そのような思いから、「GIRLS POWER」をテーマに、髪にこだわりと個性を持ち自分を最大限に表現する女性＝「MILBON ICONIC GIRL」一般公募から選ばれた3名を含む10名のメッセージを2019年12月3日(火)から、美容室で配布するマガジン、特設WEBサイト、屋外広告、SNSなどで発信しています。

2019.12.3 START



▲ 特設WEBサイト <https://milbon-girlspower.jp/>



▲ マガジン(美容室で配布)

美容師さんを通じて届ける「GIRLS POWER」創刊

▲ 屋外広告

原宿と渋谷に看板やポスターが登場

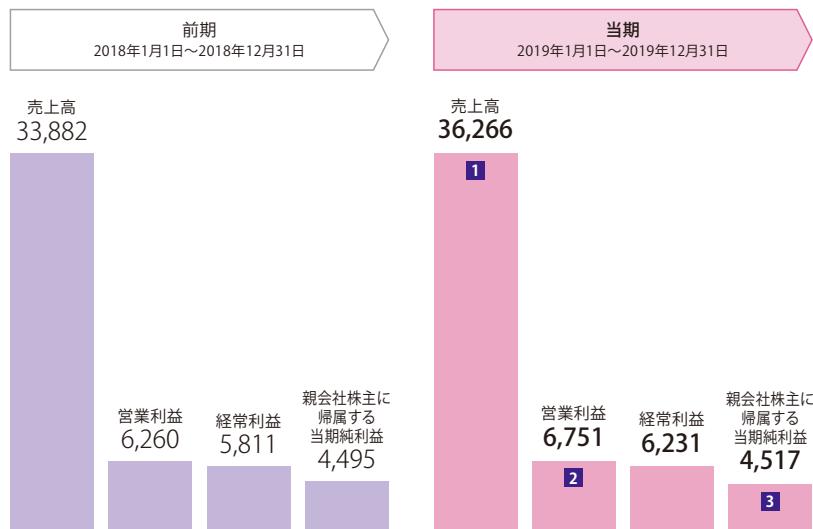
SNS
GROWTH
PARTNER



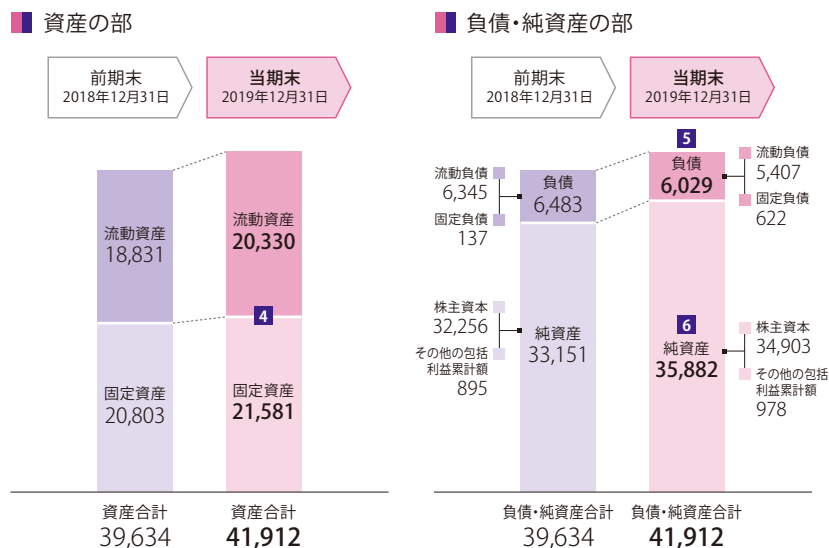
SNSの活用

SNSのマーケティングを得意とするホットリンク社と、話題になる施策を作り出すカラス社(エードットグループ)がコラボレーションした、「SNS GROWTH PARTNER」の企画として展開

連結損益計算書 (百万円)



連結貸借対照表 (百万円)



1 売上高のポイント

売上高は、362億円66百万円(前期比7.0%増)となりました。ヘアケア用剤部門においては、「オージュア」が新製品効果もあり伸長したこと、グローバル市場向け「milbon」が海外を含めて窓口づくりが順調に進むなど、好調に推移したことによるものです。さらに、染毛剤部門では、一昨年発売したファッションカラー「オルディーブアディクシー」が引き続き大きく伸長したことによるものです。海外市場では、韓国を中心に東アジア地域が順調に推移しております。

2 営業利益のポイント

営業利益は、増収したことにより67億51百万円(同7.8%増)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、45億17百万円(同0.5%増)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22億77百万円増加しました。これは主に、現金及び預金、受取手形及び売掛金、商品及び製品の増加による流動資産の増加14億98百万円、建物及び構築物の増加等による固定資産の増加7億78百万円によるものです。

5 負債のポイント

負債の部合計は、前期末比4億53百万円減少しました。これは主に、未払法人税等の減少による流動負債の減少9億38百万円、資産除去債務の5億5百万円の計上による固定負債の増加4億84百万円によるものです。

6 純資産のポイント

純資産の部合計は、前期末比27億30百万円増加しました。これは主に、利益剰余金の増加26億51百万円によるものです。

※当期より「収益認識に関する会計基準」及び「収益認識に関する会計基準の適用指針」を適用しており、前期においても遡及適用しております。

新型コロナウイルス感染拡大に伴う「株主さま向け会社説明会」中止のお知らせ

当社は、株主さまに当社をより深く理解していただくことを目的に、株主さま向け会社説明会を開催しておりましたが、新型コロナウイルス感染症が拡大している状況を受け、株主さまおよび関係者の健康・安全面を第一に考慮した結果、下記の日程で予定しておりました株主さま向け会社説明会を中止することと致しました。

なお、3月26日(木)の株主総会は予定通り実施させていただきましたが、当日予定しておりました「会場前ブース」につきましては、全て中止とさせていただきます。

株主さまにおかれましては、何卒ご理解ならびにご協力を賜りますようお願い申し上げます。



会社概要

設立	1960(昭和35)年7月
資本金	20億円
従業員数	723名(連結910名)
平均年齢	35.3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、ヘアトリートメント、薬用発毛促進剤、スキンケア・メイクアップ化粧品品の製造および販売(国内・輸出)など

役員 2020年3月26日現在

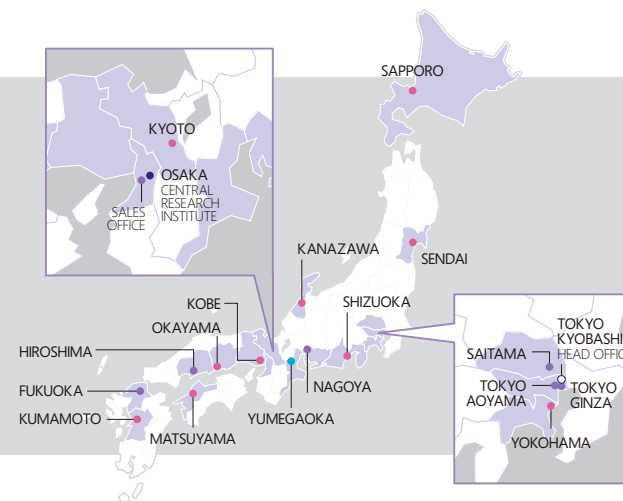
代表取締役社長	佐藤 龍二	
専務取締役	重宗 昇	FP本部・教育企画・国際FP本部担当
常務取締役	村井 正浩	管理・経営戦略・内部監査・財務・コスメティクス企画担当
取締役	村田 輝夫	生産本部長
	武田 靖史	開発本部長
	大塩 充	事業開発担当
	鴻池 一信	CS推進担当・情報システム部長
社外取締役	高畑 省一郎	公認会計士
	濱口 泰三	伊藤忠食品株式会社理事
常勤監査役	村田 浩二	
社外監査役	遠藤 桂介	弁護士
	奥田 芳彦	税理士

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	埼玉支店(さいたま市大宮区)、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)、広島支店(広島市中区)、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)、横浜営業所(横浜市西区)、金沢営業所(金沢市)、静岡営業所(静岡市葵区)、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)、松山営業所(松山市)、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) MILBON MALAYSIA SDN. BHD. MILBON VIETNAM CO., LTD MILBON SINGAPORE PTE. LTD.
駐在員事務所	台湾駐在員事務所、香港駐在員事務所、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

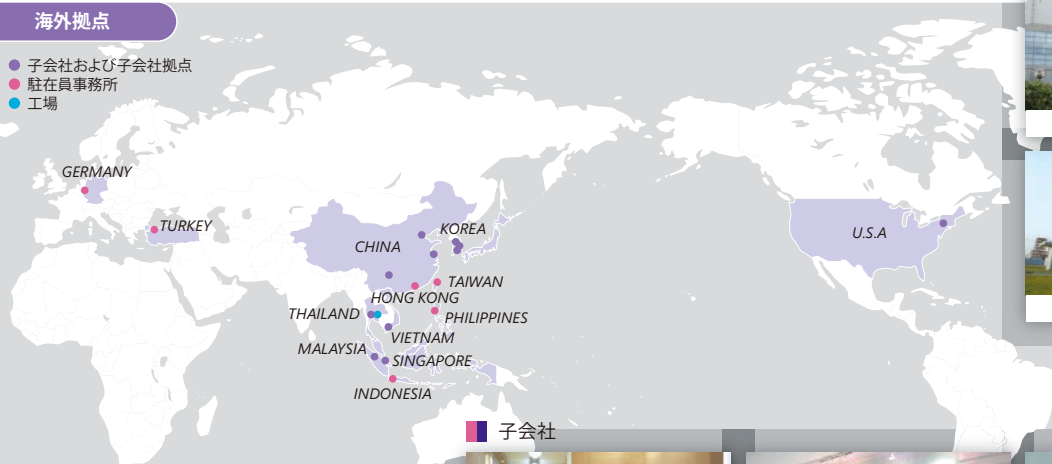
国内拠点

- 本社
- 中央研究所
- 支店
- 営業所
- 工場



海外拠点

- 子会社および子会社拠点
- 駐在員事務所
- 工場



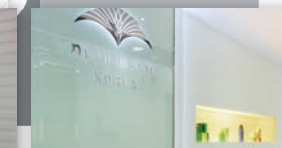
子会社



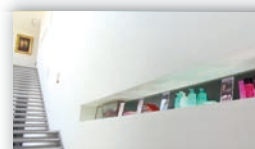
ミルボンUSA



ミルボン上海



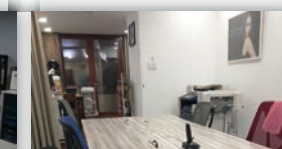
ミルボン코리아



ミルボンタイランド



ミルボンマレーシア



ミルボンベトナム

本社



中央研究所



工場(国内外2拠点体制)



国内/ゆめが丘工場



海外/タイ工場

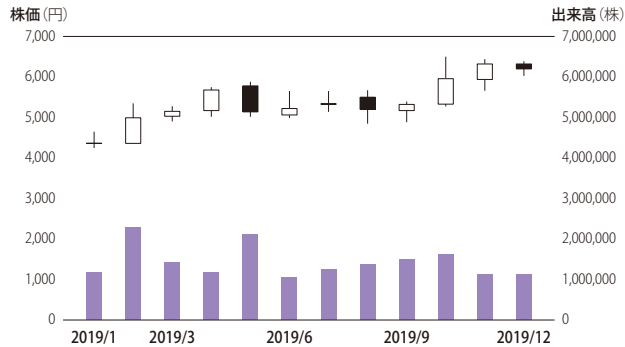
株式の状況

発行可能株式総数	120,408,000株
発行済株式数(自己株式を含む)	33,117,234株
株主数	11,274名

大株主

鴻池資産管理株式会社	1,920千株
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,868千株
村井 佳比子	1,483千株
北嶋 舞子	1,482千株
特定有価証券信託受託者 株式会社SMBC信託銀行 SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,328千株
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	991千株
ミルボン協力企業持株会	959千株
三井住友信託銀行株式会社	934千株
鴻池 一信	861千株

株価・出来高の推移 (月次)



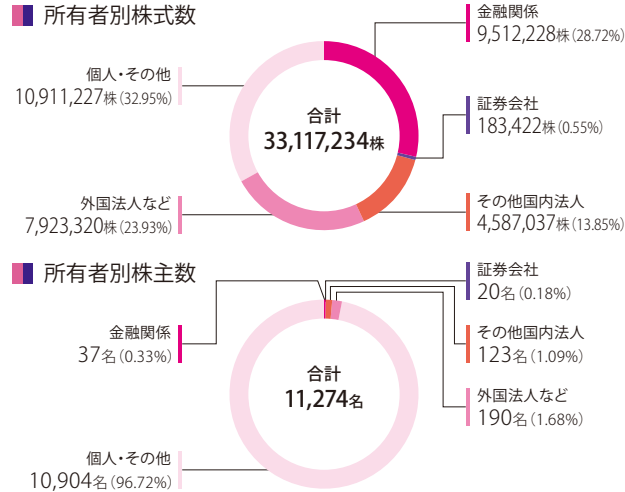
株式会社ミルボン

〒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

事業年度	毎年1月1日から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。 (https://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
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

株主優待制度のご案内

2019年度(第60期)の株主優待品の内容は次の通りとさせていただきます。また、1ポイント100円相当として、下記団体へ寄付することもお選びいただけます。

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しはできません。

優待品のご紹介 ～ポイントごとのセット例～

<p>30ポイント</p> <p>エルジュエーダ グレイスオン セラム (120ml)</p> <p>など2種類から1点</p>	<p>60ポイント</p> <p>"milbon" リベアシリーズ リストラティブ シャンプー (200ml) & トリートメント (200g)</p> <p>など3種類から1セット</p>	<p>120ポイント</p> <p>コロナ シャンプー (360ml) & トリートメント (360g) エルジュエーダ グレイスオン セラム (120ml)</p> <p>など、3種類から1セット</p>	<p>150ポイント</p> <p>インプレア クレンジング クリーム (115g) フェイシャルババー (80g) ローション (200ml) エマルジョン (100ml)</p> <p>など、3種類から1セット</p>
---	--	--	--

1ポイント100円相当として、下記団体へ寄付することも可能です。



株主優待品の発送時期

5月中旬～下旬発送

注) 株主優待制度の権利確定は、毎年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。