



第57期 2015年12月21日～2016年12月20日

株主のみなさまへ

社長あいさつ

売上高、各段階利益ともに過去最高を更新。
順調に進捗する『中期5ヶ年事業構想』は、
折り返しの3年目へ。

特集

ミルボンのモノづくりの現場
「ゆめが丘工場」

株式会社ミルボン

証券コード:4919

売上高、各段階利益ともに過去最高を更新。 順調に進捗する『中期5ヶ年事業構想』は、 折り返しの3年目へ。



代表取締役社長
佐藤 龍二

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57期(2015年12月21日～2016年12月20日)の決算が確定しましたので、ご報告申し上げます。

当期は、『中期5ヶ年事業構想』(以下、『中期』)の2年目となりました。これまでの確かな成果の積み上げによって「オージュア」をはじめとしたヘアケアブランドの成長が売上・利益の拡大を牽引するとともに、プレミアムブランド“milbon”の立ち上げ、BtoBtoCマーケティングに基づいたブランディング戦略の推進など、新たな挑戦も、次期以降に向けて着実に進捗させることができました。

こうした取り組みの結果、当期の連結業績は、売上高、各段階利益ともに前期に引き続き過去最高を更新することができました。また、株主の皆様への利益還元につきましては、年間配当(1株当たり)を前期比4年増配の78円(中間配当38円、期末配当40円)とさせていただきます。

株主のみなさまには、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。

2017年3月

美しさを拓く。
Find Your Beauty

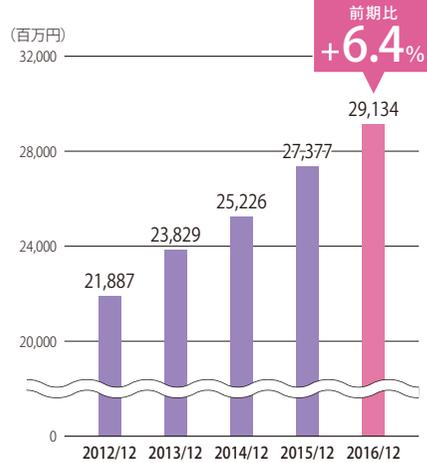
2015年1月、当社は、想いの表明にとどまっていた従来のコーポレートスローガン「髪美しく、人うつくしい…」を改め、誰のために何を成すかを明確に宣言する誓い・約束という形で、新たなブランドステートメントとスローガンを制定しました。私たちの活動はすべて女性が美しく生きるためのお手伝いであり、その実践者であるヘアデザイナーと向き合いながら常に新たな価値の創造に挑戦し続けることを、新ブランドステートメントに明示しました。そして、左記の新ブランドスローガンは、この誓い・約束を象徴するものです。

連結財務ハイライト

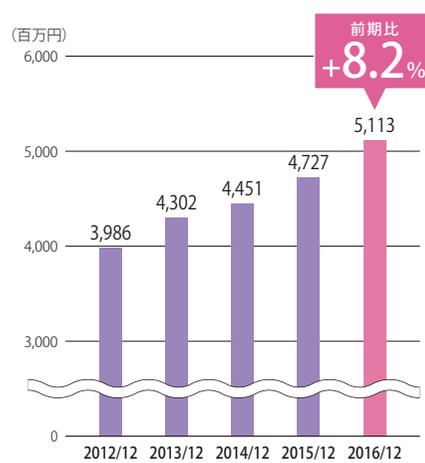
決算のポイント

- ▶ 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。
- ▶ 自己資本比率を80%台の高水準に維持しつつ、当期のROEも11%台の高水準を確保しております。
- ▶ 当期の年間配当は前期比4円増配の1株当たり78円となりました。次期の年間配当も4円増配の1株当たり82円を予定しております。

▶▶ 売上高



▶▶ 営業利益



▶▶ 当期純利益



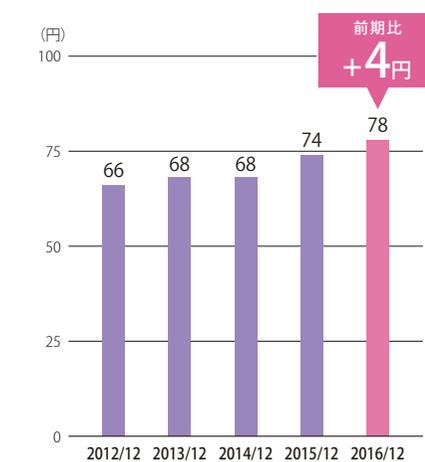
▶▶ 自己資本比率



▶▶ 自己資本利益率(ROE)



▶▶ 1株当たり配当金



株主さま ご優待品

当社では、毎年期末(12月20日)現在、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、優待品をお届けしております。従来は対象のみなさまへ同一のセットをお届けしておりましたが、当期(第57期)の優待品につきましては、お好みのセットをお選びいただけるように変更いたしました。これに伴い、優待品の発送は例年3月上旬でございましたが、品物をお選びいただく手続きの関係上、5月中旬～下旬となる見込みです。

▶▶ 第57期期末の優待品(セット例)

プラミア セット

- ▶ プラミア ヘアセラム
シャンプー (500ml)
トリートメント (500g)
- ▶ プラミア
ボリューマイザー (120g)



ジェミールフラン& エルジューダ セット

- ▶ ジェミールフラン
シャンプー (500ml)
トリートメント (500g)
- ▶ エルジューダ
エマルジョン (120g)

優待品発送時期変更のお知らせ

当期(第57期)より
5月中旬～下旬発送

優待制度の詳細い内容、お申し込み方法は、同封の資料をご覧ください。



中期と長期の戦略を同時に推し

売上高は株式公開以来20期連続の増収、
営業利益は7期連続の増益となり、
順調な業績推移

近年の業績拡大の牽引役は、「オー ज्या」、
「エルジューダ」などのヘアケアブランド

当社グループは現在、5ヶ年の『中期』を推し進めています。『中期』では、従来のBtoBのビジネスを更に進化させBtoBtoCの新たなビジネスモデルを構築することで、当社グループの経営を次のステージへ押し上げていこうという大きな構想に取り組んでいます。

初年度の2015年は、主に社内環境の整備、いわば社員教育によって「milbonが新たに歩もうとしているBtoBtoCとは何か、どうあるべきか」を全社員が理解し、進むべき方向性を統一させていくことに注力しました。

そして2年目の2016年(当期)は、社員教育を持続させながら、対外的なアクションもスタートさせました。「milbon」というコーポレートブランドに対する認知・理解・共感を醸成していくブランディング戦略として、コーポレートミュージズ(モデル)の設定、地下鉄銀座駅ジャック、プレミアムブランド“milbon”の立上げ、美容室向けツールの刷新やホームページの全面リニューアルなどを、計画的に展開しました。これらは、今後BtoBtoCの新たな取り組みにより成果を発揮していくための先行投資であり、当期は一定のコスト先行の状況となることを当初から計画に織り込んでいました。

このため、当期の売上高営業利益率は前期に比べ微減したものの、売上高は株式公開以来20期連続の増収、営業利益は7期連続の増益となり、引き続き増収増益ペースを確保しております。

当期を含め、近年の当社の業績拡大の牽引役は、ヘアケア商品です。プレミアムブランドとして位置づけている「オー ज्या」と「ヴィラロドラ」は美容業界で確かな市場ポジションを確立しながら着実に売上を伸ばしてきました。また、プロフェッショナルブランドとして位置づけている「エルジューダ」も、使い心地を徹底的に追求したことなどが高い評価を受けて2012年のブランドデビュー以来、品揃えの拡充と共に売上が急速に伸ばしています。

この結果、商品の種類別売上高構成比は、ヘアカラーが50%程度を占めていたかつての状況から一変し、現在、ヘアケア60%、カラー35%、パーマ5%程度となっています。ヘアケア商品はブランド数も商品の種類も多いため、カラー商品に比べコスト高となる特性がありますが、各ブランドが順調に販売量を伸ばしてきたことで、利益貢献度が着実に高まってきました。

第3のプレミアムブランド“milbon”が、
来期に向け順調な流れ

2016年に立ち上げた“milbon”は、3番目のプレミアムブランドです。代理店のご理解のもと、当社から美容室への直送のみの商流を構築し、“美容室でしか手に入れることができない商品”として高付加価値化が図られております。常日頃から私は社員に対して、“決して、オー ज्याサロンやmilbonサロンを作りたくないわけではない”、“大切なのは、プレミアムブランドの展開を通じて美容室における店販ビジネスを定着させ、

中期事業構想(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。

売上・利益目標(2019年度)

連結売上高 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%

連結営業利益 70億円 (2014年度比 157.3%)

進め、持続的成長を図る

美容室の収益に寄与していくことである”という話を繰り返し行っています。

とは言え、先行するオージュアが多くの美容室から支持と信頼を獲得していることもあり、新ブランド“milbon”の出足はゆっくりとしたものでした。しかし、2016年の後半以降新規契約が急増、2017年からの飛躍につながる手応えを感じています。新ブランド“milbon”は、グローバルな展開を想定していることもあり、高品質でありながら施術のしやすさも大きな特徴となっています。多くの美容室の間に、こうした特徴に対する理解に加え、洗練された雰囲気への共感も広がってきています。

海外への展開はまだ始まったばかりですが、アメリカ、台湾、マレーシア、ベトナム、香港と順調にスタートを切っており、2017年中には日本を含めて12カ国程度の展開状況にもっていけるものと考えています。

国内2工場の統合・増設により、運用の統一と効率化を早期に図り、利益率の向上に貢献

今後の中長期的な事業展開を展望し、当社は生産能力の増強・整備に、大きな経営課題として取り組んでいます。『中期』の5ヶ年で約50億円という大きな投資を計画しました。

当期では、ゆめが丘工場の増設と青山工場の統合により、生産能力が従来の約1.5倍となりました。これにより、従来と同程度の外注比率を想定すると、売上高500億円の事業規模まで対応できる生産体制を築くことができました。

今後は、2工場統合に伴う運用面の統一と効率化を早期に図ることで、利益率の向上に寄与していきます。

社員教育と対外的アクションを同時に推し進めるブランディング戦略を継続

2016年の頭から対外的なアクションを始めたブランディング戦略については、今後も、社員教育を同時進行で行いながら、継続していくことが大切であると考えています。

ミルボンのロゴマークやミュージック、商品等の写真で埋め尽くす駅ジャックは、昨年2月に実施した銀座駅に加え、今年は阪急梅田駅でも実施、東西二大ファッショントレンド基地からのブランド発信を実現しました。

ミルボンのブランディング戦略は、あくまでも美容室の営業活動の後方支援につなげていくことが狙いです。従って、テレビCMのように莫大な費用がかかる広告宣伝活動ではなく、むしろ当社のフィールドパーソンが個々の美容室にミルボンブランドの価値を伝えていくような地道な活動の方が中心となります。こうした観点も含めて、2017年は、美容室に対して、市場環境の変化を的確に捉えながら、どのように生涯顧客づくりをしていけばよいかといった、新たな教育サポートをしていきたいと考えています。

常に先に向けた手を打ち続けることで、今後も持続的成長を実現していく

2017年、当社は連結売上高300億円の大台を突破する計画を立てておりますが、まずはこの大台越えをきっちりと実現することが最重要テーマとなります。

前述の通り、当社の売上高は連続で増収を続けております。この極めて安定的かつ長期にわたる“持続的成長”を実現している最大の要因は、“いかに先に向けた手を打ち続けられる

か”であると確信しています。かつての当社の『中期』は、毎年の実績状況や市場環境の変化に応じて計画値を変更していくローリング方式を採用していたため、計画に対する意識が今よりも薄かったように思います。一方、現在の『中期』では、計画値は5ヶ年固定で資本市場にコミットし、目標を目指して邁進する形を採っています。必達に向けて、単に現在の果実を収穫するだけでなく、常に将来の収穫量を増やすための種付けや苗植えの取り組みも同時に行っています。

たとえば、現在の持続的成長の大きな要因の一つは、市場トレンドがカラーからヘアケアへシフトすることを予見し、ヘアケアブランドの開発・育成に取り組んできたことです。そして、現在展開中の『中期』において注力しているブランディング戦略や、大きな伸び代が期待される東南アジアを中心とした海外事業基盤の整備などは、次の『中期』(2020年～2024年)の持続的成長に効いてくるものと確信しています。

今後も成長の持続と収益力の向上を図りながら、企業価値の最大化に邁進

『中期』の取り組みも2017年で折返し3年目を迎え、最終年度の2019年が次第に近づいてまいりました。今後も成長の持続と収益力の向上を図りながら、企業価値の最大化に邁進してまいります。

そうした中、株主還元については、配当性向40%を目安とした持続的な安定配当を目指すとともに、株主優待制度の充実にも努めてまいります(選択式を導入した新しい株主優待制度については、同封のご案内をご覧ください)。

株主のみならずには、引き続き変わらぬご指導ご鞭撻を願ひ申し上げます。

品質・技術で半歩先行く仕組みを常に



ゆめが丘工場

ミルボンは、「化粧品メーカー」であり、お客さまへの安全・安心・高品質な製品を提供することが生業であるという自覚を創業当初から強く抱き、製造の現場・現物・現実を直接知ることが必須であるとの考えから、“自社生産”にこだわってきました。ミルボンの工場は、常に半歩先を行く品質や技術を探求し、顧客満足の高いモノづくりを追求しています。

今後の事業拡大を見据えた生産体制の整備・強化を目的に、昨年、ゆめが丘工場の増設と青



生産本部 生産技術部
解析技術開発 マネージャー

大島 秀夫
2007年入社(入社11年目)

トラブルの隠れた原因を突きとめ、新たな製造技術の創造につなげる

工場は、中央研究所のピーカーで作られた新製品について、同様の機能と品質のみで“大量生産”を可能とする製造技術を確立し、新製品を世に送り出す役割を担っています。確かな製造技術を確立するまでには、解決しなければならないさまざまな課題に直面することが少なくありません。工場のラインに問題がある場合もあれば、使用している原料や処方設計など、工場の外に原因が潜んでいる場合もあります。私たちは、常に先入観を捨て、積み重ねてきたノウハウや知見を駆使しながら課題解決に当たることによって、トラブルを未然に防ぎ、また新たな製造技術の創出にもつなげています。

1960 当社創業と同時に、
本社に工場を併設(大阪府)

1969 本格的な工場として
「上野工場」開設(三重県)



上野工場

1992 パーマの増産を目的に
「青山工場」を新設(三重県)

2000 「青山工場」を増設し、
クリーンルーム化と自動倉庫を導入



青山工場

2005 ヘアカラー生産を主たる目的に
「ゆめが丘工場」を新設(三重県)
自動倉庫を導入

2013 「タイ工場」を新設(タイ現地法人を設立)



タイ工場

2016 「ゆめが丘工場」を増設し、
ヘアケアの増産体制を強化
(青山工場を統廃合)

探求し続けています。

山工場の統廃合を行いました。ハード面の立上げが完了し、現在、ソフト（運用）面での構築、すなわち、従来の2工場それぞれに築いてきた作業手順や仕組みの標準化・統一化を推し進めています。今後、ゆめが丘工場は、海外に新設したタイ工場や国内外のパートナー工場の製造技術・品質を確保していくための“マザー工場”としての役割を担っていきます。

工場は、「TAC製品開発システム」の最終仕上げの場

当社の製品開発の特徴である「TAC製品開発システム」では、優れた美容技術を持ったヘアデザイナーと当社の中央研究所スタッフが一体となって新しいコンセプトの製品を開発しています。工場は、いわば「TAC製品開発システム」の最終仕上げの場です。実験室で作られた新製品を、量産化して市場へと提供していくために、工場は中央研究所と一体となって製造技術を開発しています。

「たくさんの女性を笑顔にする」ために、常にチャレンジ精神で臨む

私にとって、ゆめが丘工場でモノづくりに従事することは、「たくさんの女性を笑顔にすること」、「世の中の女性の美しい生き方を応援すること」です。自分が関わった製品が世に出て、たくさんの女性の髪を綺麗にし、それが女性に微笑みをもたらす、そんな仕事に喜びを感じますし、誇りも持っています。

世界に誇れる品質と技術の工場を目指す

ゆめが丘工場は、最新の技術を積極的に導入し、ロボット化・システム化が推進され、スマートファクトリーへと進化しつつあります。工場で働くスタッフが一つになって、世界に誇れる品質と技術の工場を目指すと同時に、すべての社員が働き甲斐を感じ続けられる工場にしていきたいと思っています。



Colum

毛髪の基礎研究

Vol.
2

当社では、毛髪の基礎研究を積極的に行っており、そこから得られた成果を画期的な新製品開発に活かす取り組みにも注力しています。今回は、「毛髪の熱ダメージを緩和する技術」(特許出願番号:2015-200920)をご紹介します。

毛髪の熱ダメージを緩和する技術の開発に向けて…

毛髪内タンパク質の熱凝縮を抑制する成分探索手法を開発!

ヘアアイロンによるヘアセットなど、毛髪に対して100℃を超える熱付加は、ヘアデザインを楽しむためには重要な美容技術ですが、同時に熱ダメージを生ずることが一般的に知られています。そこで、当社は、筑波大学白木賢太郎教授と共同で、熱付加時による毛髪内タンパク質の熱凝集を抑制する成分を探索する方法を開発しました。

熱によってタンパク質が固まる事例

生卵に熱を加えると「ゆで卵」となって固まる

当社による今回の毛髪研究の結果

日本人女性の毛髪から抽出したタンパク質に熱を加えると、一般的なタンパク質と同様に熱凝集（固まる）することを確認

熱ダメージに対する画期的な製品開発の糸口となる成分を発見!

さらに、この探索法を用いて熱凝集抑制に効果的な成分を探索した結果、アセチルグルコサミンが有効であることを今回初めて発見しました。

そこで、この成分を縮毛矯正剤に添加し、実使用で試したところ、一般的な縮毛矯正によって生ずる毛髪の硬さがアセチルグルコサミンの添加によって軽減され（右下の比較写真参照）、柔らかい質感やツヤの向上がみられただけでなく、その後のヘアカラーにおいても“色の沈みこみ”を防ぎ綺麗な発色が得られることを見出しました。

これらの成果は今春発売の製品から順次応用されていく予定です。

熱凝集抑制効果の高い成分を発見!

アセチルグルコサミン

タンパク質凝集抑制率(%)



効果成分(アセチルグルコサミン)の有無により縮毛矯正剤の仕上がりに大きな違いが…



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



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



プレミアム

プレミアムブランド“milbon”『CREATIVE STYLE』シリーズ

2016年11月1日販売開始

MILBON



ヘアデザインを構成する「世界共通の6つのデザイン要素」
=【6つのクリエイティブポイント】に
対応したグローバルスタンダードな
スタイリングシリーズ

「6つのクリエイティブポイント」に応じた、剤型(WAX/ジェルクリーム/ムース/クリーム/ミスト/スプレー)ごとの“プロのフィニッシュワーク技術”と“一般女性にとっての使いやすさ”を追求することで、女性がご自身でもヘアデザインを楽しんでクリエイティブできる環境を提案。

プロフェッショナル

プラミア エンリッチド

2017年3月1日販売開始

PLARMIA Enriched



悩みを抱える大人の髪を弾むようにうるおう、豊かな美しさへ

年齢を重ねることで現れる髪の“変化”。

大人のエイジングダメージには、「保湿感」と「弾力感」の両立を。

保湿感 毛髪補修成分「CMADK」配合

毛髪と高い親和性を持つ、CMADK基を持ったケラチン由来のタンパク質をシャンプー・トリートメントに配合。

弾力感 弾むようなうるおいを叶える「保湿性ケラチン」配合

保湿ケラチンは平均分子量400の低分子サイズ。「弾力感」だけでなく、「保湿感」も与える成分を高配合。

テクニカル

オルディーブ アディクシー

2017年2月1日販売開始

ORDEVE Addictly The Professional Haircolor



ブラウンさえもかき消し 自在な髪色を叶えてくれる高発色カラー

女性の多彩な価値観に応え、毛先まで美しく彩るヘアカラーブランド

「オルディーブ」から「オルディーブ アディクシー」が誕生。

髪のブラウン味さえもかき消し、思い通りのデザインを可能にするクリアブルーベース

青の発色に適した発色調整成分と染料を髪全体に行き渡らせる特殊なクリーム設計により、髪のブラウン味を消しながら鮮やかな色味が表現可能に。

自在な髪色を叶える色味表現

表現したい多彩なデザインに対応できる、寒色系バリエーション5色相をラインナップ。

1

ミルボンブランディング戦略 2017

美容室を応援するブランドプロモーション 東西の駅をジャック

東京 銀座駅 × 大阪 阪急梅田駅

お客さまに対して“美容室と美容室限定商品の魅力”を伝える活動の一環として、昨年初めて銀座にて駅ジャックを実施しました。第2弾となる今年は、銀座と梅田、東西のトレンド発信エリアでの実施へと拡大し、さらにパワーアップ。当社コーポレートミュージムのイメージポスターをアイキャッチとしながら、社名ロゴ、美容室限定商品であるプレミアムブランドのロゴと商品写真など、ミルボンの世界観で染め上げました。

東京 銀座駅周辺 2月10日(金)~2月16日(木)



地下鉄銀座駅銀座四丁目エリア



ソニービル前大看板

大阪 阪急梅田駅周辺 2月13日(月)~2月19日(日)



阪急梅田駅エリア



2

株式会社コーセーとの資本業務提携

当社は、1月25日に株式会社コーセーとの資本業務提携契約を締結いたしました。

スキンケアやメイクという美容室の新たなビジネスを構築・発展させるとともに、「世界で戦う日本美容企業集団の競争力向上」に向けて両社の強みを持ち寄り、両社による合併会社を設立する予定です。



会見で握手を交わす小林社長(左)と佐藤社長(右)

業務提携の内容

- 1 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外での販売
- 2 その他製品・サービスの共同開発及び国内外での販売
- 3 グローバル美容人材の積極的育成と両社の持つマーケティング知見や市場開拓ノウハウの国内外での活用

※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_02/20170125milbon-kose.pdf

現在、本年6月1日を目途とした合併会社設立に向け、両社からなる業務提携推進委員会において具体化を進めております。

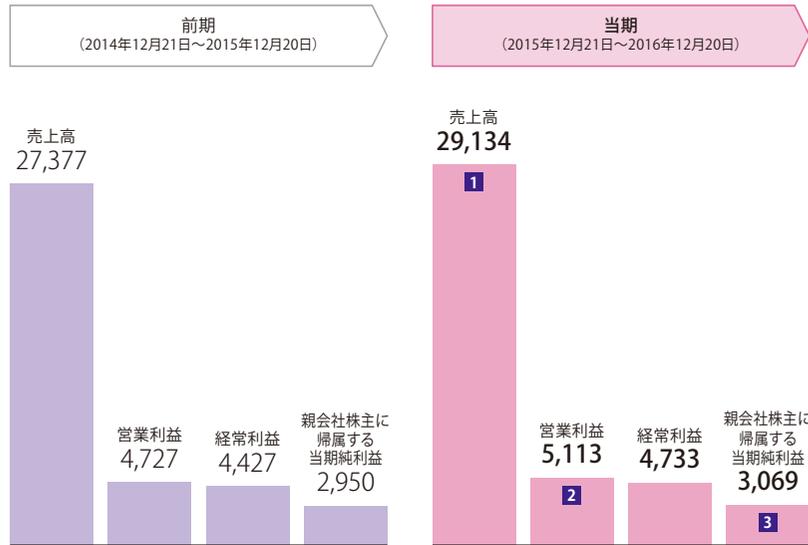
本件は、コーセー社との共同記者会見にてメディアへ公表いたしました。



日程 2017年1月25日(水) 15:00~
 会場 グラントウキョウノースタワー
 (東京都千代田区丸の内)
 出席者 株式会社ミルボン
 代表取締役社長 佐藤 龍二
 常務取締役 村井 正浩
 株式会社コーセー
 代表取締役社長 小林 一俊 氏
 常務取締役 花形 和昌 氏

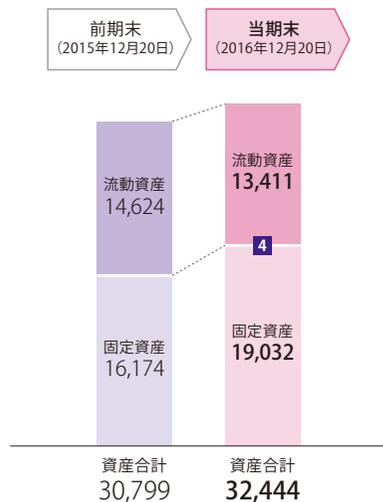
連結財務諸表の概要

連結損益計算書 (百万円)

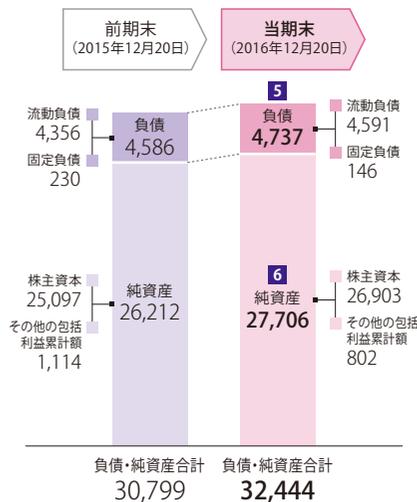


連結貸借対照表 (百万円)

資産の部



負債・純資産の部



1 売上高のポイント

売上高は、前期比17億57百万円(6.4%)の増収となりました。これは主に、ヘアケア用剤部門において、プレミアムブランド「オージュア」の伸長、プロフェッショナルブランドのアウトバストリートメントの新製品が好調であること、また、染色剤部門において昨年発売したグレイカラーが引き続き順調に推移していることによるものです。

2 営業利益のポイント

営業利益は、増収効果により前期比3億85百万円(8.2%)増加しました。

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、前期比1億18百万円(4.0%)増加しました。

4 資産のポイント

資産の部合計は、前期末比16億44百万円増加しました。有価証券(合同運用指定金銭信託等)の減少等により流動資産が12億13百万円減少した一方で、ゆめが丘工場の増築工事などで、固定資産が28億58百万円増加しました。

5 負債のポイント

負債の部合計は、前期末比1億51百万円増加しました。固定負債が前期末比83百万円減少した一方で、流動負債が未払金の増加により前期末比2億34百万円増加したことによるものです。

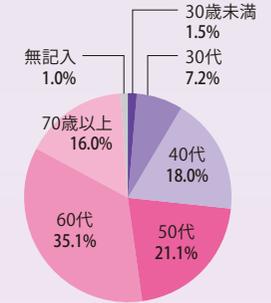
6 純資産のポイント

純資産の部合計は、前期末比14億93百万円増加しました。為替換算調整勘定が2億68百万円減少した一方で、利益剰余金が18億8百万円増加したことによるものです。

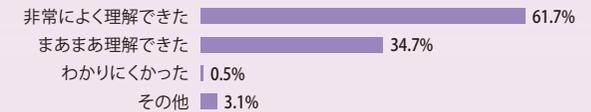
「株主さま向け会社説明会」のご報告

昨年10月に東京青山支店において、経営陣から個人株主さまへ直接会社説明をする機会を設けました。ご参加いただいた194名全ての株主さまより貴重なご意見をいただきましたので、その一部をご紹介します。株主さまのご参加ならびに、アンケートへのご協力ありがとうございました。

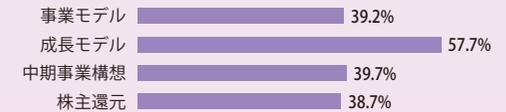
(右の円グラフは、194名の回答者の年齢構成です)



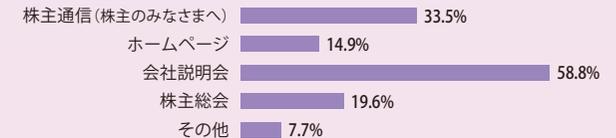
説明会内容はいかがでしたか?



どのような点に興味を持たれましたか? (複数回答可)



当社のIR活動についてさらに充実を望むことは何ですか? (複数回答可)



当社に対するご意見の一部

- 今回の開催はとても良かった。継続して行って欲しい。社長と直接会って身近に感じた。良い企画だと思います。
- 株主総会は大坂なので時々こういう機会を東京で開いてもらいたい。
- 長期にわたり安定した業績と株主還元の高さ、とても充実した優良企業だと思っています。競争の激しいこの業界での強みが理解できました。
- 女性向けの商品が主の会社なので、社員の女性活用を進めてもらえればと思います。
- サロンでの利用がやはり男性もふえてきていると思いますので市場調査をしてみてくださいはいかがでしょうか。

次回の
開催予定

日時 2017年4月21日(金)

会場 ザランドマークスクエア東京(品川駅徒歩3分)

※参加申込み受付は終了しております。

会社概要

設立	1960(昭和35)年7月
資本金	20億円
従業員数	606名(連結775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

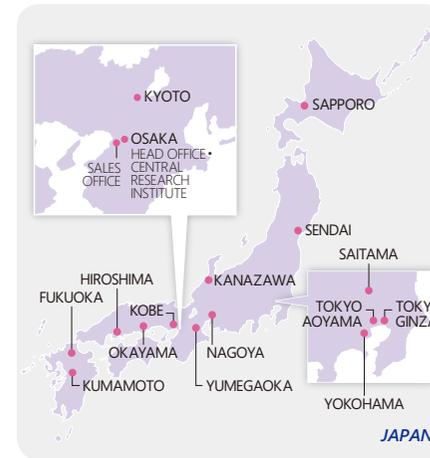
代表取締役社長	佐藤 龍二	
専務取締役	重宗 昇	FP本部長
常務取締役	村井 正浩	管理・経営戦略・CS推進担当
	豊田 修	国際第一営業・ミルボンUSA・ミルボン上海・ミルボンコリア担当
取締役	藤井 政幸	FP本部副本部長
	村田 輝夫	生産本部長
	武田 靖史	開発本部長
	大塩 充	事業開発部長
	鴻池 一信	国際第二営業部長・ミルボンタイランド担当
社外取締役	高畑 省一郎	公認会計士
	濱口 泰三	伊藤忠食品株式会社代表取締役・社長執行役員
常勤監査役	村田 浩二	
社外監査役	遠藤 桂介	弁護士
	田多 理	税理士

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)、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、北京支店、成都営業所) 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



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

生産拠点



ゆめが丘工場



タイ工場

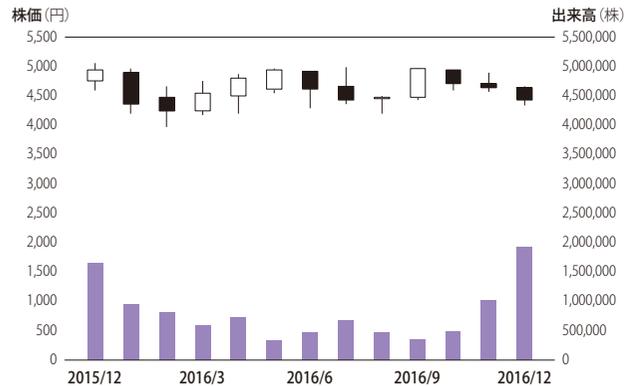
株式の状況

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	15,823名

大株主

STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	966千株
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
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A C A株式会社	664千株
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	497千株
ミルボン協力企業持株会	479千株
鴻池 一信	428千株
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	388千株

株価・出来高の推移 (月次)



株式会社ミルボン

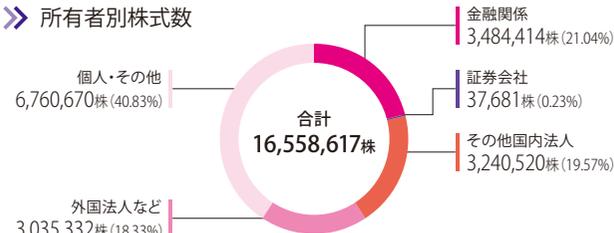
〒534-0015 大阪市都島区善源寺町2丁目3番35号
TEL 06(6928)2331



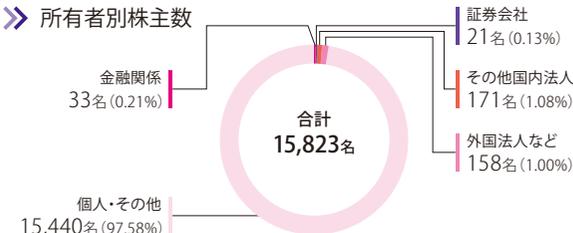
この「株主のみなさまへ」は、環境に配慮し、
植物油インキを使用しております。

株式分布状況

所有者別株式数



所有者別株主数



株主メモ

2017年3月16日現在

事業年度	毎年1月1日から翌年12月31日まで ※決算期変更のため2017年度は2016年12月21日から 2017年12月31日までの12ヵ月11日の決算
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 ※2017年度の中間配当基準日は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
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

IR情報サイトのご案内



ミルボン
ウェブサイト
<http://www.milbon.co.jp/>

IR情報サイトをリニューアルしました!

- グローバル
ナビゲーションボタン
- 個人投資家の皆様へ
 - 経営情報
 - 業績・財務情報
 - 株式情報
 - IRライブラリー
 - IRお問い合わせ

- 最新の情報は
こちら
- IR RELEASE
 - PR情報
 - 研究開発
 - お知らせ

IR情報トップページ