

2018年12月期（第59期）第1四半期 株式会社ミルボン 決算説明資料



2018年4月27日

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

目次

P4	連結 経営成績
P5	連結 部門別売上高・ブランド別情報
P11	連結 損益計算書等
P12	連結 設備投資等の推移
P13	マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移
P14	国別の状況
P15	海外子会社の状況

2018年度（第59期） 第1四半期の業績について

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1四半期累計期間は2018年1月1日から3月31日の3ヶ月であるのに対し、前第1四半期連結累計期間は2016年12月21日から2017年3月20日（連結子会社は2016年10月1日から12月31日）の3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1四半期連結累計期間	当期実績	2018年1月1日～ 2018年3月30日（3ヶ月）	2018年1月1日～ 2018年3月30日（3ヶ月）
前第1四半期連結累計期間	前期実績	2016年12月21日～ 2017年3月20日（3ヶ月）	2016年10月1日～ 2016年12月31日（3ヶ月）

連結 経営成績 （第1四半期累計期間）

売上は順調 オージュア返品額が見積もりを下回り利益を大きく押し上げる要因に

（単位：百万円）

	前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
売上高	6,898	7,789	891	12.9
売上総利益	4,544	5,551	1,007	22.2
販管費	3,757	4,161	404	10.8
営業利益	786	1,390	603	76.7
経常利益	717	1,208	491	68.5
親会社株主に帰属する 四半期純利益	538	1,074	536	99.7

※) 対象期間については3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引き続き好調

(第1四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
3,924	4,490	565	14.4

- プレミアムブランドの「オージュア」と“milbon”は順調に推移しています。
- オージュアバージョンアップに伴い、メニューの見直しや知識の再確認など、提案活動の活性化が進みブランド売上が伸長しました。
- プロフェッショナルブランドについては、発売以来根強い人気の「エルジューダ」はアウトバス分野において確固たるポジションを築き、引き続き伸長しています。しかしながら、エイジングシリーズ「プラーミア」と、働く20代向け「ジェミールフラン」についてはそれぞれ新商品を投入するも、期待どおりの売上とはなりませんでした。

※) 対象期間については3ページ参照。

ブランド別情報 オージュア

昨年11月に実施したバージョンアップが好評

窓口軒数

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
3,166	3,406	240	7.6

販売高 (第1四半期累計期間) ※) (単位：百万円)

前期実績	当期実績	増減額	増減率 (%)
1,038	1,250	212	20.4

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

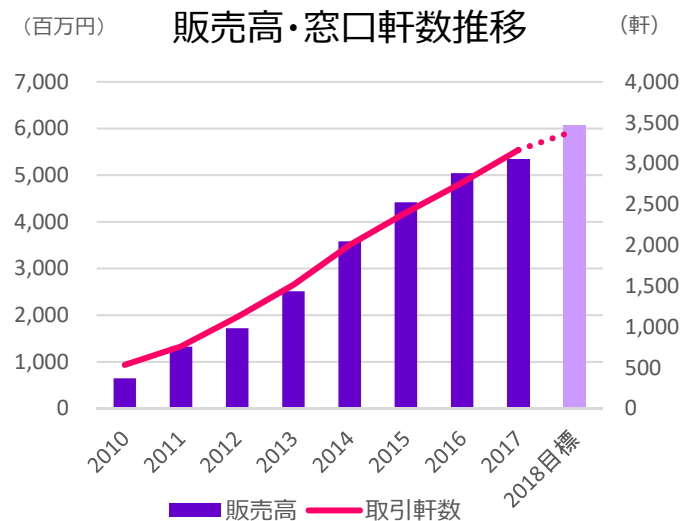
一人ひとりの髪と地肌の悩みに向き合い、その時々にもっとも適したアイテムを選択して今と未来の美しさまで支えていく。それが、「オージュア」です。

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
- ・13ライン
- ・94アイテム

バージョンアップ 2017年11月 発売



※) 個別の数値です。対象期間については3ページ参照。

Find Your Beauty **MILBON**

ブランド別情報 プレミアムブランド “milbon”

窓口づくりも進み順調に進捗 海外展開は11か国へ

窓口軒数

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
3,966	4,304	338	8.5

販売高 (第1四半期累計期間) ※) (単位：百万円)

前期実績	当期実績	増減額	増減率 (%)
255	434	179	70.2

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

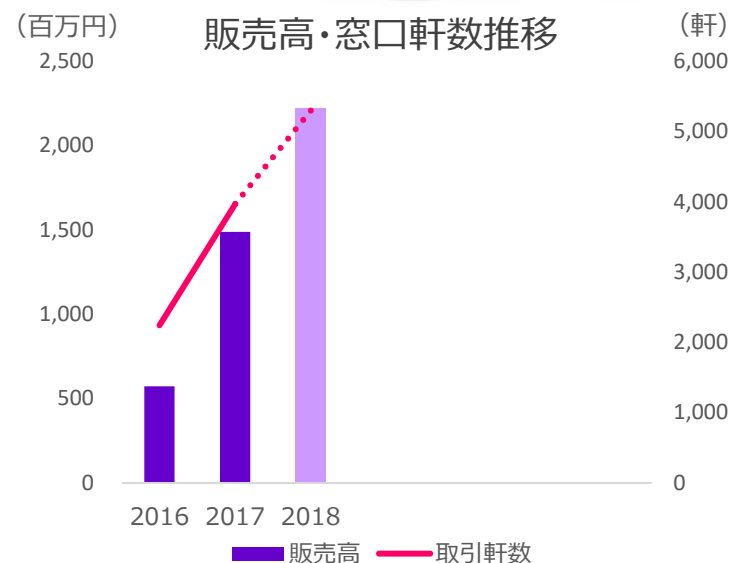
展開国

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



※) 個別の数値です。対象期間については3ページ参照。

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染毛剤売上を牽引

(第1四半期累計期間)

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
2,667	2,905	237	8.9

- 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」に、黄味さえもかき消し、アディクシーならではの欧米風カラーの提案幅を広げる新色を追加しました。この追加色はアディクシー使用サロンに順調に導入され、既存色のリピート率も上がり売上伸長を牽引しました。

※) 対象期間については3ページ参照。

ブランド別情報 ヴィラロドラ ①

ヴィラロドラ カラーが引き続き好調でブランド売上を牽引

窓口軒数

(単位：軒)

2017年度末	2018年度	増減数	増減率 (%)
6,895	7,160	265	3.8

販売高 (第1四半期累計期間) ※)

(単位：百万円)

前期実績	当期実績	増減額	増減率 (%)
202	233	31	15.7

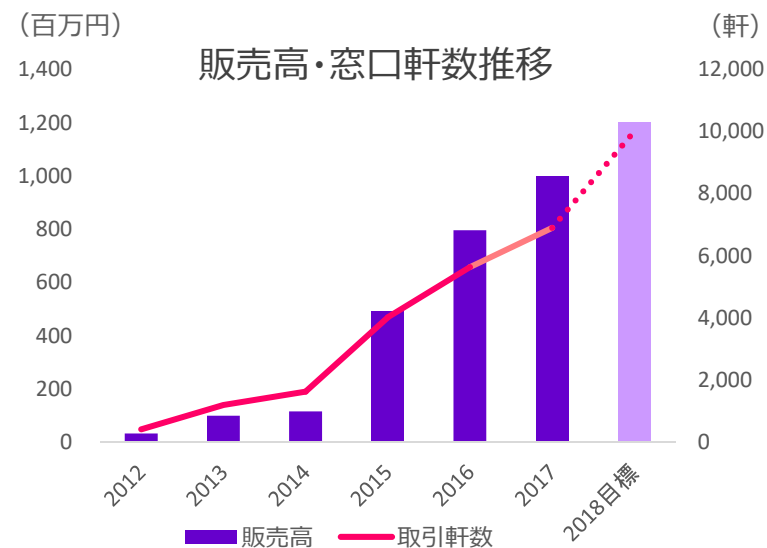
ブランドコンセプト

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（イチエア）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3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。

(単位：百万円)

前期実績 ※)	当期実績 ※)	増減額	増減率 (%)
143	176	33	23.2



2015年度発売

※) 対象期間については3ページ参照。

Copyright © 2018 Milbon. All rights reserved.

Find Your Beauty **MILBON**

連結 損益計算書等 (第1四半期累計期間)

<連結 損益計算書>

(単位：百万円)

	金 額		増減額	増減率 (%)
	前期 実績 ※)	当期 実績 ※)		
売上高	6,898	7,789	891	12.9 ※1
売上原価	2,354	2,238	△116	△ 4.9 ※2
売上総利益	4,544	5,551	1,007	22.2
販管費	3,757	4,161	404	10.8
営業利益	786	1,390	603	76.7 ※3
経常利益	717	1,208	491	68.5
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	538	1,074	536	99.7 ※4

<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	3,924	4,490	57.6	565	14.4
染毛剤	2,667	2,905	37.3	237	8.9
パーマネットウェーブ用剤	260	348	4.5	88	33.9
その他	46	45	0.6	0	△ 0.5

<主な変動要因>

※1 売上高： 国内売上高が好調であったことや為替の影響などにより増加

※2 売上原価： 旧バージョンのオーギュアの返品額が見込み額を大きく下回ったことなどに伴う減少

※3 営業利益： 上記要因と販管費の使い残しによる増加

※4 親会社株主に帰属する四半期純利益：
上記要因と政策保有株式の一部売却に伴う増加

※補足 株主還元について <配当の状況>

(単位：円)

	2016年度	2017年度	2018年度 計 画
中期配当	38	40	24
期末配当	40	52	24
合計	78	92	48

※) 対象期間については3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 1~3月	2018年 計画
設 備 投 資 額		1,028	2,779	4,262	1,570	369	1,668
減 価 償 却 費		1,004	1,033	1,077	1,272	326	1,376
研究開発費	金額	1,168	1,214	1,232	1,422	332	1,448
	比率(%)	4.6	4.4	4.2	4.3	4.3	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	36,617 (11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日期首現在（2017年以前は12月21日期首現在））

	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（人）
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OJT中
2018年 4月入社 31名 研修中

（上記44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

日本は二桁成長 （海外子会社は決算期変更により比較対象期が違いため次頁参照）

（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	5,856	6,479	10.6	1960年	-	-
米国 (ミルボンUSA)	145	131	-	2004年	¹ \$ = 109.56	108.23
中国 (ミルボン上海)	169	373	-	2009年	¹ 元 = 16.17	17.15
韓国 (ミルボンコリア)	427	485	-	2009年	¹ ₩ = 0.0939	0.1017
タイ (ミルボンタイランド)	25	17	-	2013年	¹ バーツ = 3.29	3.45
その他地域 ※2)	273	301	10.2	-	-	-

※1) 対象期間については3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、1-3月（3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 （1-3月）	当期実績 （1-3月）	増減率 （%）
米国（ミルボンUSA）	USDドル（千）	1,148	1,212	5.6
中国（ミルボン上海）	元（千）	16,094	21,806	35.5
韓国（ミルボンコリア）	ウォン（百万）	4,684	4,777	2.0
タイ（ミルボンタイランド）	バーツ（千）	9,428	5,084	△ 46.1

米国（ミルボンUSA）

直販部門は、マンハッタンの高級サロン25軒をターゲットにした販売戦略が成功するとともに、シカゴエリアでの窓口も拡大しており順調です。代理店部門は、南部で代理店セールスの入れ替わりが激しいこともあり、やや苦戦しています。新製品では、2月発売のグローバルミルボンリペアシリーズが好評で、サロンで講習会を実施すればほぼ間違いなく導入される状況となっています。

中国（ミルボン上海）

代理店エリアが順調で、特に福建省・浙江省が大きく伸長しています。製品別では、ヘアカラーがトレンド情報の提供やカラスペシャリストなどによる使い込みが浸透していること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40店舗に絞った教育活動により確実にリピートにつながり始めています。

※P15、P16の文中の数値は、現地通貨に準拠しています。

Find Your Beauty **MILBON**

海外子会社の状況 ②

韓国（ミルボンコリア）

最重要代理店が、韓国化粧品法の規制緩和により登場した他社の低価格の染毛剤の取り扱いを始め一部ミルボン製品からの切替がございました。切替が起こったサロンについては、ミルボン製品の品質の良さが再確認され始めていることや、ミルボンが評価を受けている教育やカラーの再提案を徹底することで取り戻していく計画です。

タイ（ミルボンタイランド）

従来の代理店3社体制を当期から戦略的に1社に絞ったため、受注傾向が大きく変わりました（前期は活動は1社に絞っていたが他2社からも受注継続）。当第1四半期売上は前年同期比で減少となっておりますが、代理店1社体制の本格展開に向けた昨年度末の大量受注の影響によるもので、代理店のセールアウト実績は順調に伸長しており、一時的な要因とみています。また、昨年末に発売したオルディーブアディクシーは好評で、アテンジェ（ストレートパーマ用剤）がスタジオ講習と代理店セールスによる講習活動で導入サロンは順調に増加しています。



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。