



女性のための投資フォーラム

IR for Women 2017



2017年9月2日

株式会社ミルボン

常務取締役 村井 正浩

Section 1 ミルボンのプロフィール

- ・ ミルボン プロフィール
- ・ ミルボンの拠点展開状況
- ・ 業界ポジション

Section 2 ミルボン 成長の軌跡

- ・ 株式公開～現在までの 業績ハイライト
- ・ 株式公開～現在までの 業績推移

Section 3 ミルボン独自のビジネスモデル

- ・ ミルボンの基本戦略
- ・ ミルボンのコーポレートスローガン
- ・ ミルボンの事業モデル
- ・ 美容室の“繁栄”支援 具体的活動

Section 4 ミルボンの中長期戦略

- ・ 中期事業構想について
- ・ ミルボンの成長戦略について ～国内戦略～
- ・ ミルボンの成長戦略について ～海外戦略～

Section 5 成長投資・株主還元について

- ・ 成長投資・株主還元
- ・ 株主還元 配当金
- ・ 株主還元 株主優待制度

その他 参考資料

- ・ ミルボンの資本および利益配分政策
- ・ 最近のミルボン 株価・出来高の推移

Section1

ミルボンのプロフィール

ミルボン プロフィール

社 名 株式会社ミルボン

設 立 1960（昭和35）年7月

本 社 大阪市都島区善源寺町2丁目3番35号

代 表 者 代表取締役社長 佐藤 龍二

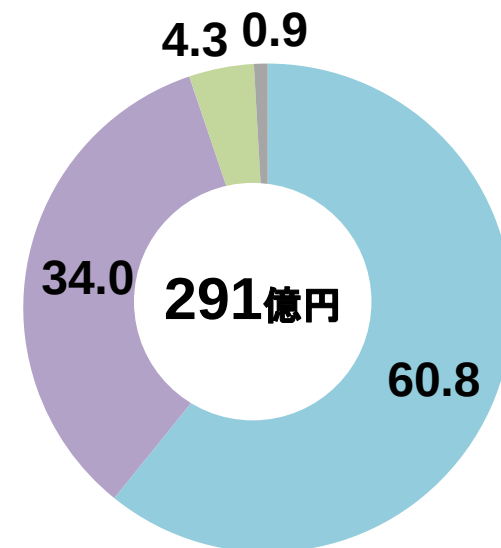
資 本 金 20億円

従 業 員 数 連結：775名 / 単体：606名

株 式 東証一部上場（証券コード：4919 単元：100株）

* 2016年12月20日現在

【売上高構成比】（%）
（2016年12月期）



- ヘアケア用剤
- 染毛剤
- パーマネント用剤
- その他

ミルボンの拠点展開状況



タイ工場



ゆめが丘工場（三重県）



中央研究所（大阪市）



研修センター（大阪市）

業務用ヘア化粧品の総合メーカー 国内No.1シェア

Hair Color
ヘアカラー

Perm
パーマ

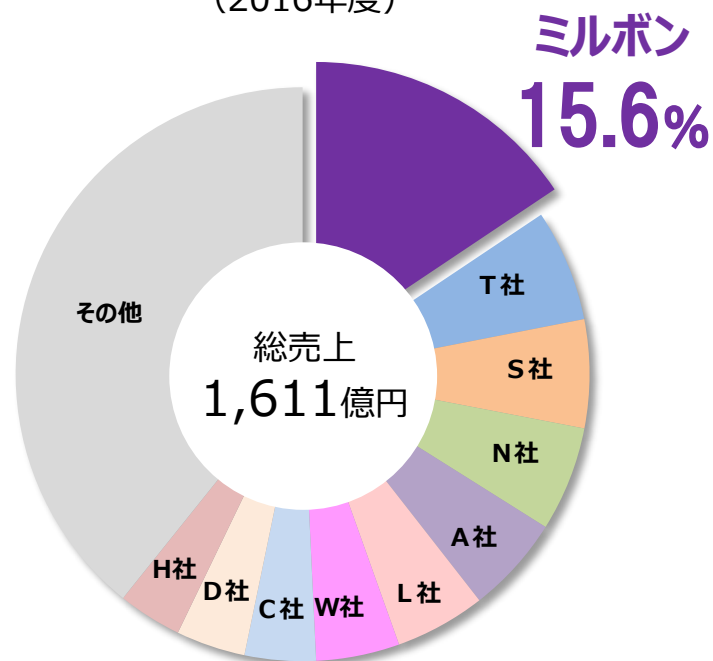


Hair Care
ヘアケア

美容室で使用する
頭髪用化粧品

Styling
スタイリング

【美容室マーケットシェア】
(2016年度)



* 富士経済研究所（2017年発表）より

Section 2

ミルボン 成長の軌跡

株式公開～現在までの 業績ハイライト

ミルボンは、持続的**高**成長企業

【株式公開～現在（1996⇒2016年度） 21カ年の推移】

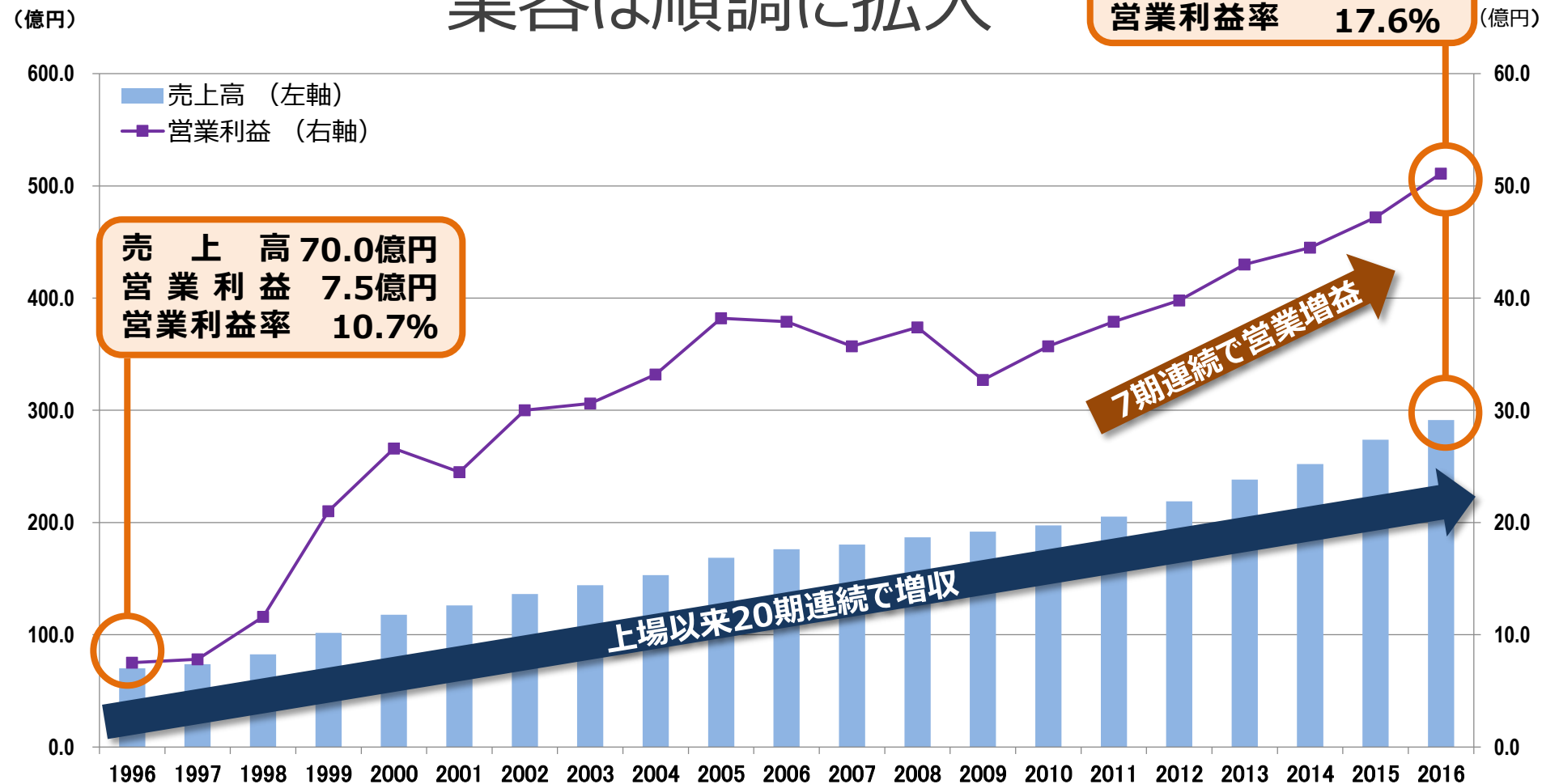
	伸長倍率	年平均伸長率
売上高	4.2倍	107.4%

	伸長倍率	年平均伸長率
営業利益	6.8倍	110.1%

営業利益率	1996年度 10.7%	+ 6.9 point	2016年度 17.6%
-------	------------------------	--------------------	------------------------

株式公開～現在までの 業績推移

1996年の株式公開以来、
業容は順調に拡大



Section 3

ミルボン独自のビジネスモデル

事業領域の絞り込みによるNo.1戦略

ターゲットの絞り込み



展開製品の絞り込み

+



美しさを拓く。 Find Your Beauty

すべては、女性が美しく生きるために。

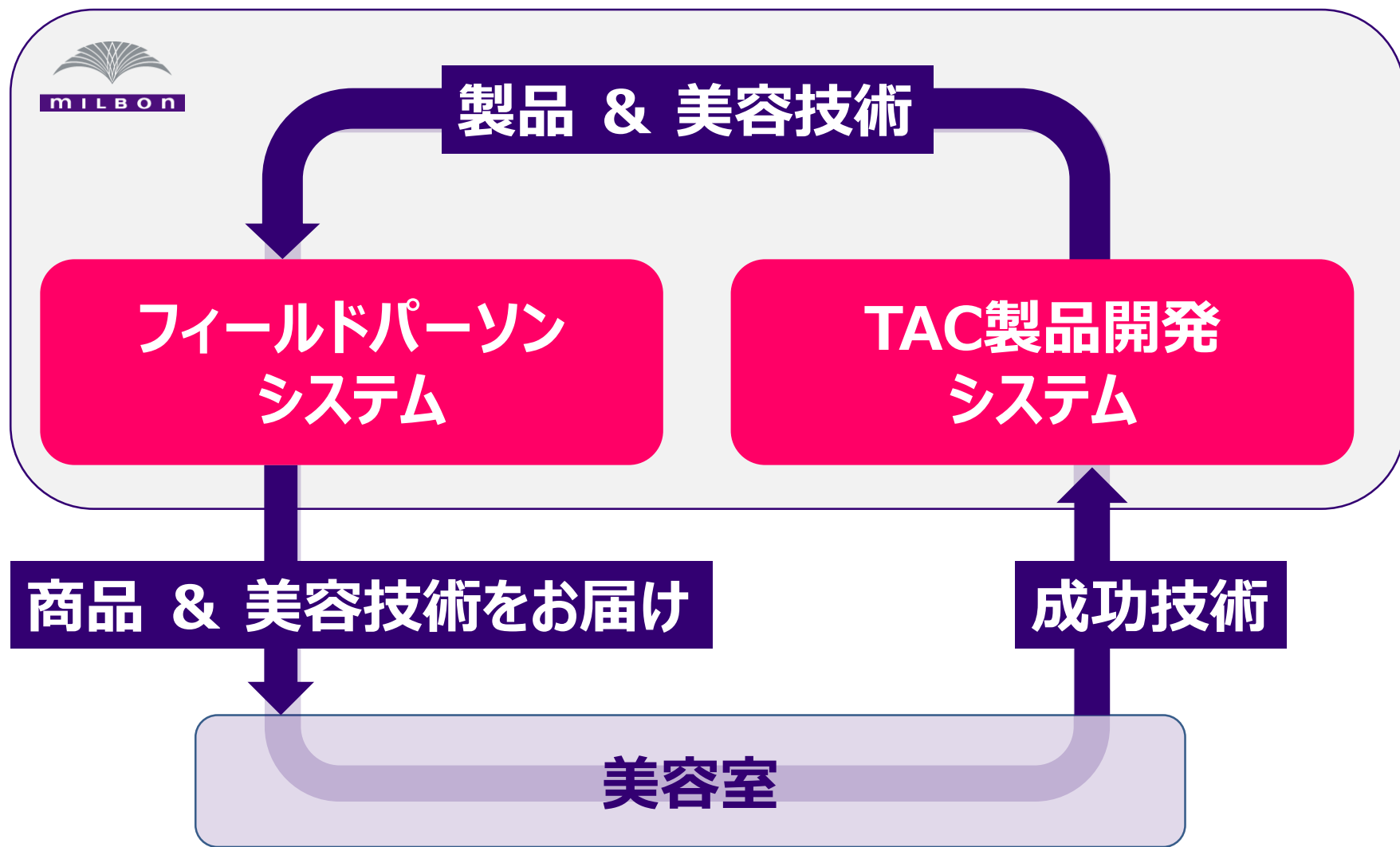
私たちは、一人ひとりの女性に、
自分らしさ、心の豊かさ、人生の彩りを価値にして届けます。

ヘアデザイナーと向き合い、ともに教え育み、
今を超えようと、磨き上げた結晶から、生まれ落ちる美しさ。

それは、私たちだけが創れる確かな価値。

女性が美しい髪を自信に、新しい世界にはばたけるよう、
私たちは、今ここにはない未来を創り続けます。

ミルボンの事業モデル



独自のビジネスモデル ① T A C 製品開発システム

T A C 製品開発システム

「TAC」とは・・・

顧客代表制 (Target Authority Customer)

※顧客の代表に選ばれたヘアデザイナーをTACヘアデザイナーと言います

デザイナー発掘

(ある特定の分野で) 非常に優れた技術や考え方を持つヘアデザイナーを探し出す

ノウハウ検証

そのヘアデザイナーにノウハウを公開いただき、ノウハウを科学的に解明する

開発研究

ノウハウをさらに輝かせる製品を開発。ノウハウを提供いただいたデザイナーが感動するレベルに達したものを製品化

基礎基盤研究

- 毛髪の特長解明
- 製品の剤形研究
- TACヘアデザイナーの技術解明



独自のビジネスモデル ②フィールドパーソンシステム

フィールドパーソンシステム

「フィールドパーソン」とは…

美容室の“繁栄”を支援する
営業および教育担当

1軒1軒異なるサロンの
課題や想いに耳を傾ける
個店対応

課題
発見

フィールド
活動

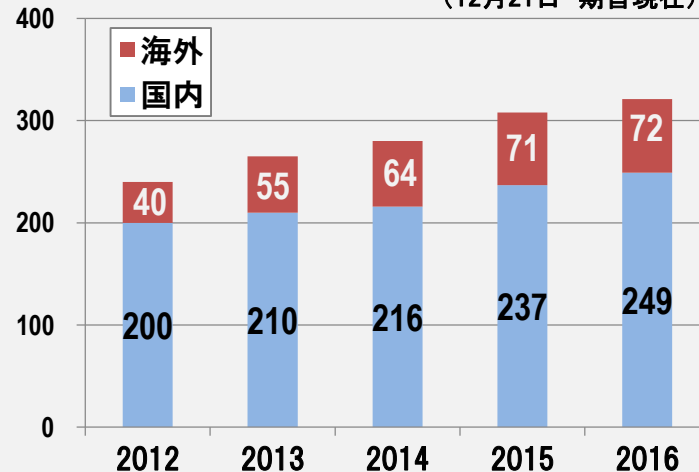
解決策
提案

サロンの
“繁栄”

- サロン経営計画の立案
- ヘアデザイナー教育支援
- 新メニュー開発 など
増収増益につながる様々な
サポートを展開



(人) フィールドパーソンの推移
(12月21日 期首現在)



美容室“繁栄”支援 具体的活動



美容室支援のための様々なセミナー

個別の美容室での製品の使いこなしから、多くのヘアデザイナーを集めての集合型講習まで、美容室が抱える様々な課題に応える勉強会やセミナーを実施しています。

<集合型セミナーの例>

● オーダーメイドカラーメソッド秋冬

生涯顧客づくりのためのカラー提案とサロンスタッフ教育方法を学習します。

● 経営情報公開セミナー

キャリアプランを通じてサロンスタッフ一人ひとりの成長を支援することが生産性の向上につながっているサロン事例を紹介します。

個店でのヘアカラー講習



合同美容イベントへの出展



自社スタジオでのセミナー



美容室“繁栄”支援 具体的活動

夢あふれる美容の未来へ。

MILBON “next beauty”

～美容のチカラ～

若い世代が夢を持って美容業界に飛び
込めるよう、美容業界の可能性を訴求
するイベントを開催

MILBON “next beauty” ～美容のチカラ～
2014.7.29 tue
さいたまスーパーアリーナ



一万人がみつめ、考えた。
美容の未来、夢と可能性、そして、その環境創り。



Section 4

ミルボンの中長期戦略

中長期事業構想について

次中期へ

今中期事業構想末：350億

2015年～2019年

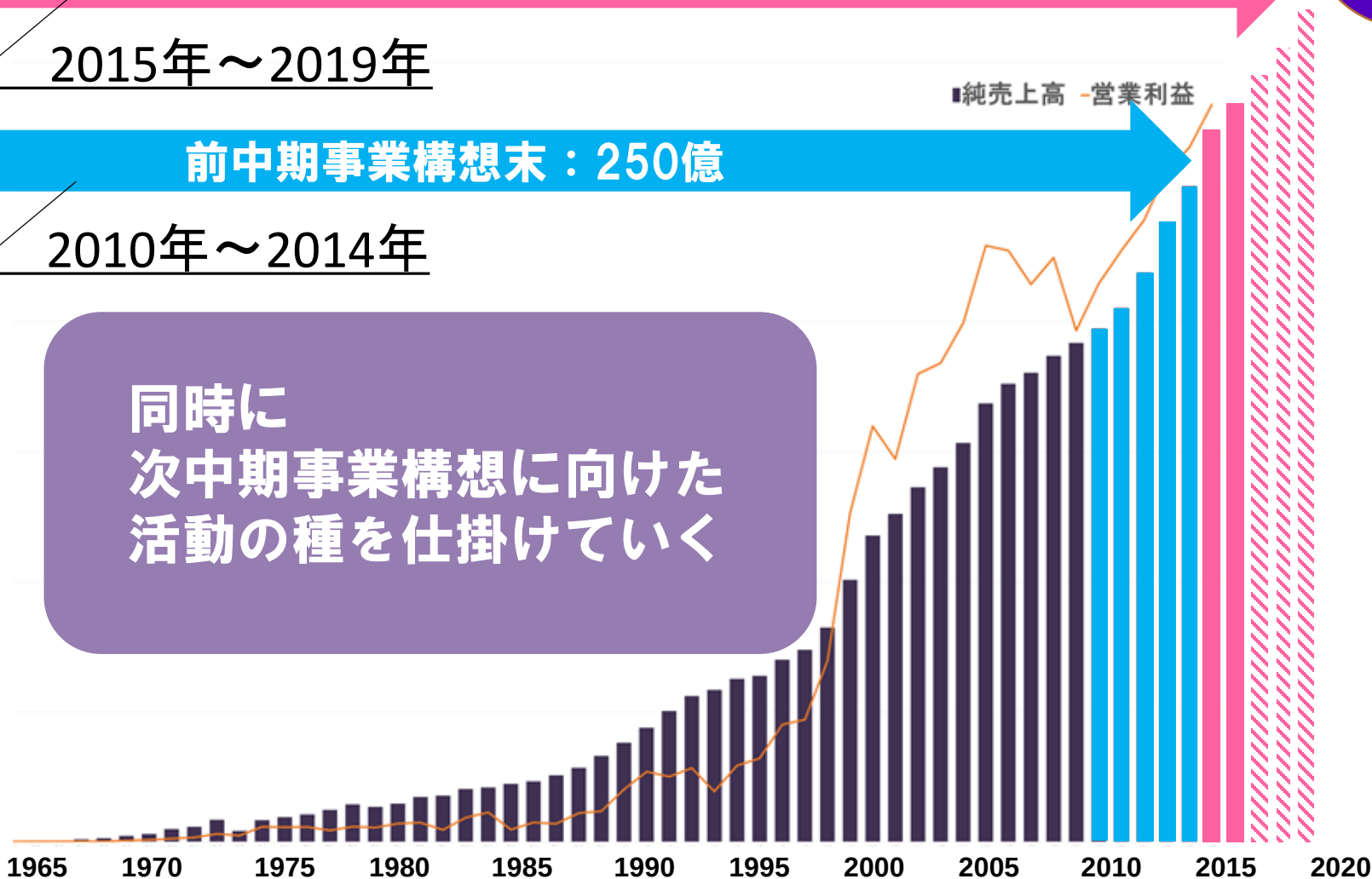
前中期事業構想末：250億

2010年～2014年

同時に
次中期事業構想に向けた
活動の種を仕掛けていく

■純売上高 ■営業利益

1965 1970 1975 1980 1985 1990 1995 2000 2005 2010 2015 2020



ミルボンの成長戦略について

1. 国内戦略について

サロン店販ビジネスへの挑戦から確立

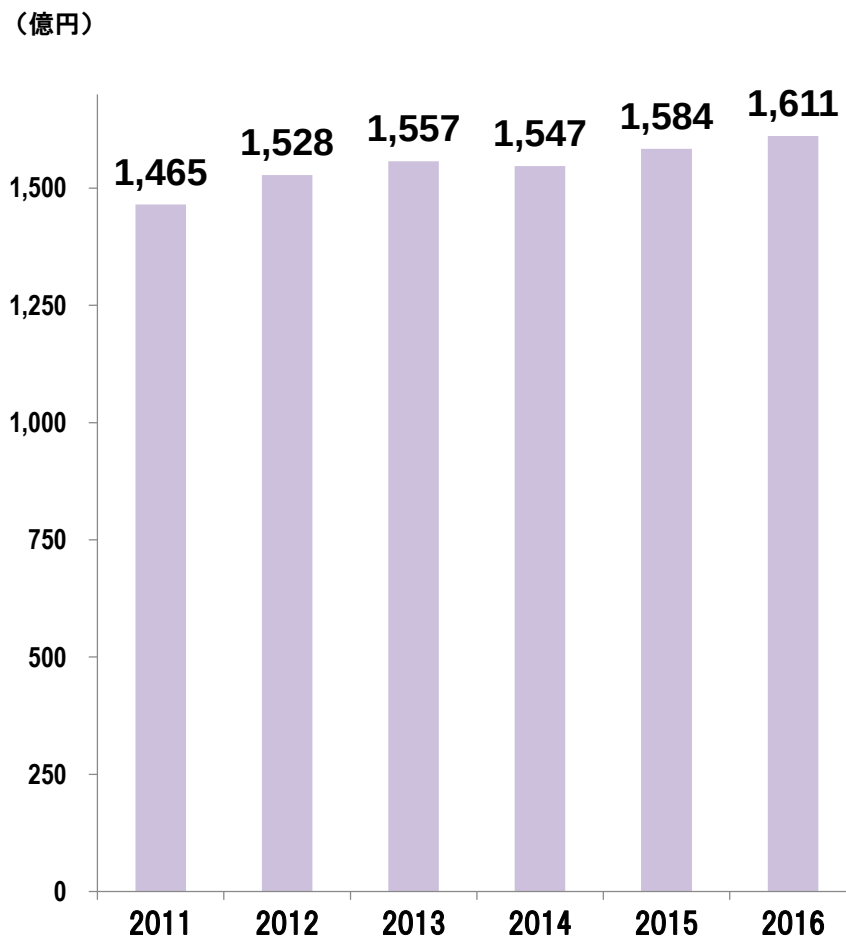
1. 国内戦略について～背景～

美容人口数・美容室収入額



* 美容人口：総務省統計局(日本人女性15～64才人口推計/各年10月1日現在)
* 美容室収入：矢野経済「理美容市場に関する市場調査2016」より

国内 業務用ヘア化粧品市場規模



* 富士経済研究所(2016年発表)より

1. 国内戦略について～背景～

美容室での売上

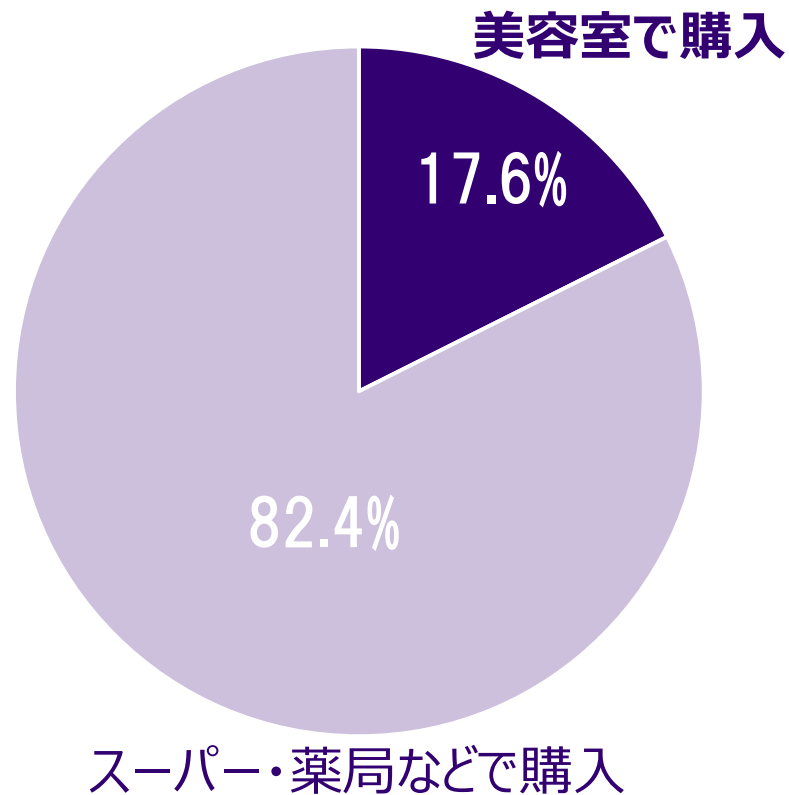
1) ヘアカット、ヘアカラー等の**技術料**

2) 顧客が美容室で購入する
ヘアケア剤、スタイリング剤等の**販売**

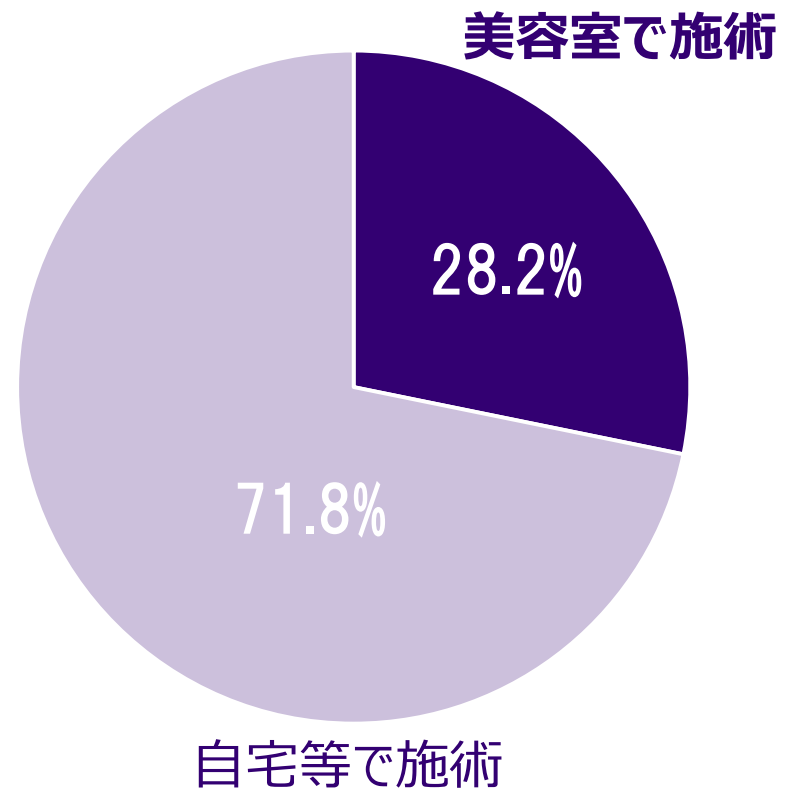


1. 国内戦略について～背景～

ヘアケア品購入額比率



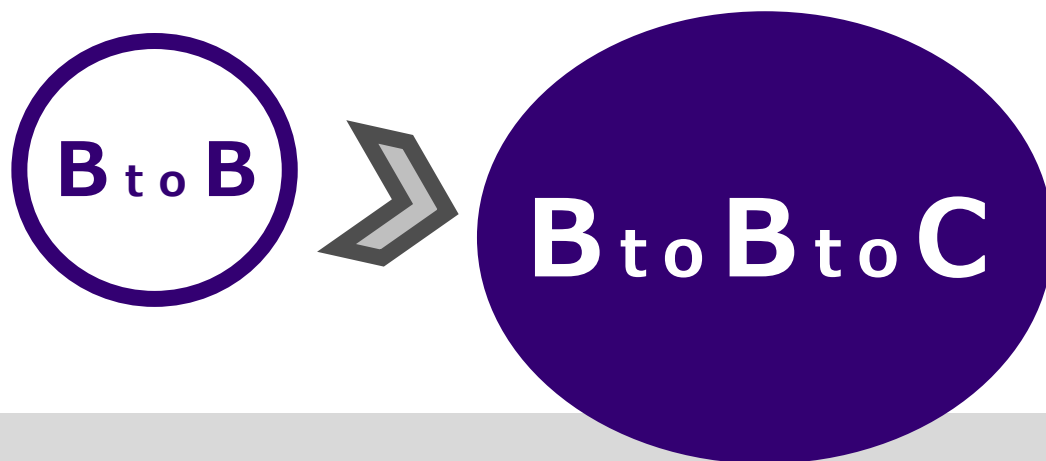
グレイカラー比率



出所：富士経済研究所（2016年発表）
ヘアケア・スタイリング市場における業務（サロン店販）一般（パブリック）対比
グレイカラー市場の業務（サロンカラー）一般（ホームカラー）対比

1. 国内戦略について～対策①～

より顧客視点へ



美しさを拓く。
Find Your Beauty

m i l b o n

コーポレートブランディング

地下鉄銀座駅・阪急梅田駅ジャック



地下鉄銀座駅周辺

2月10日～2月16日



阪急梅田駅周辺



2月13日～2月19日

WEBマガジン 公開

- WEBマガジン Find Your Beauty MAGAZINE (<http://www.milbon.co.jp/fyb-magazine/>)



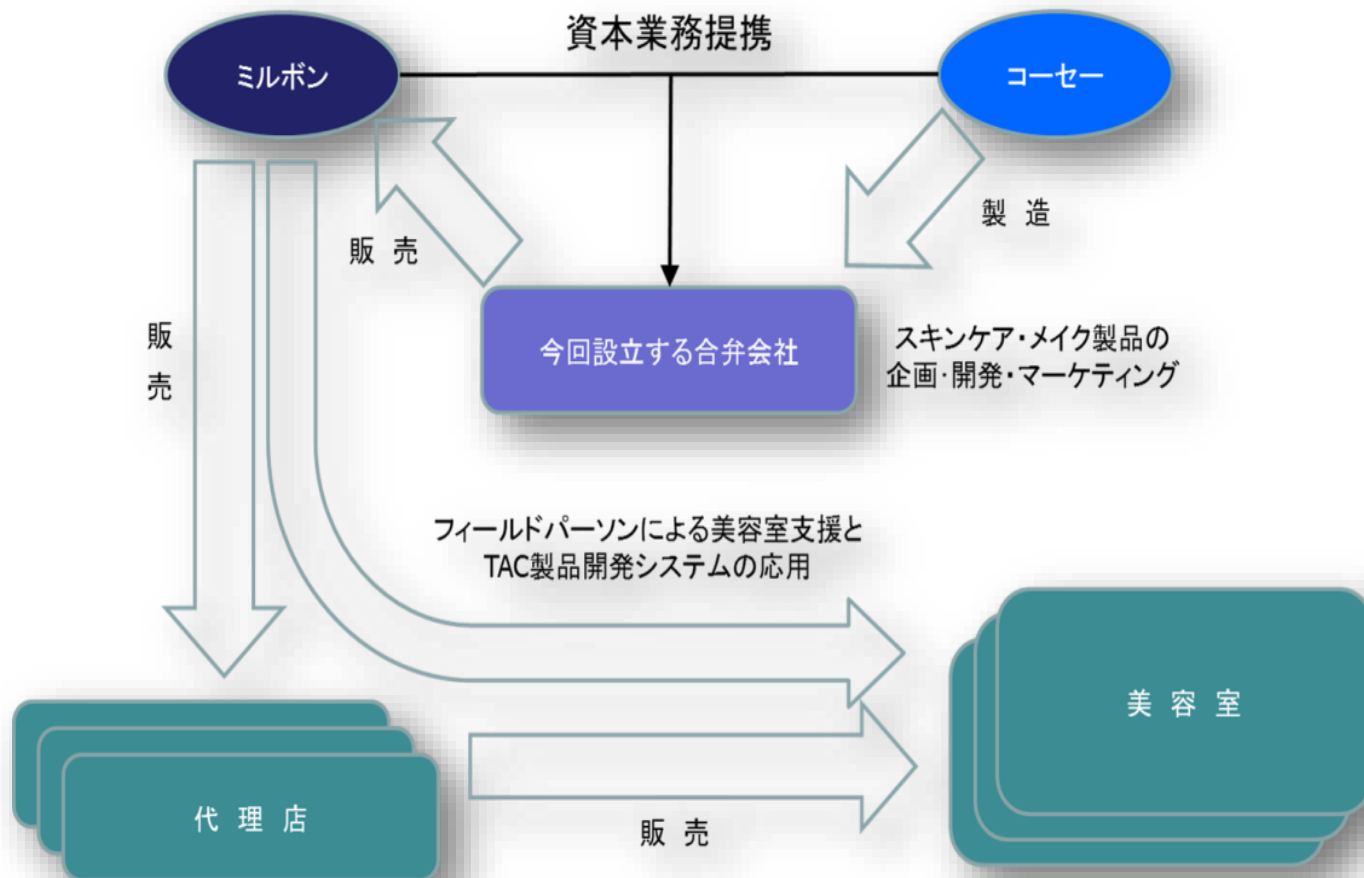
すべての女性がもっと髪を楽しみ、美しい生き方をしてほしい
もっと髪に興味を、もっとヘアサロンに行きたくなるウェブマガジン

[TOPICS]

1. 新しいヘアカルチャーを美容師と共に生み出していきます
2. 多くの女性が普段何気なく知りたいと思っている髪の悩みやお手入れの疑問を解決します
3. 美容師の物語やストリートヘアスナップ、サロンモデルの日常やヘアトレンドが垣間見られるイベントレポートなど、さまざまな情報を発信していきます

1. 国内戦略について～対策②～

化粧品事業への挑戦（次期中期に向けて）



ミルボンの成長戦略について

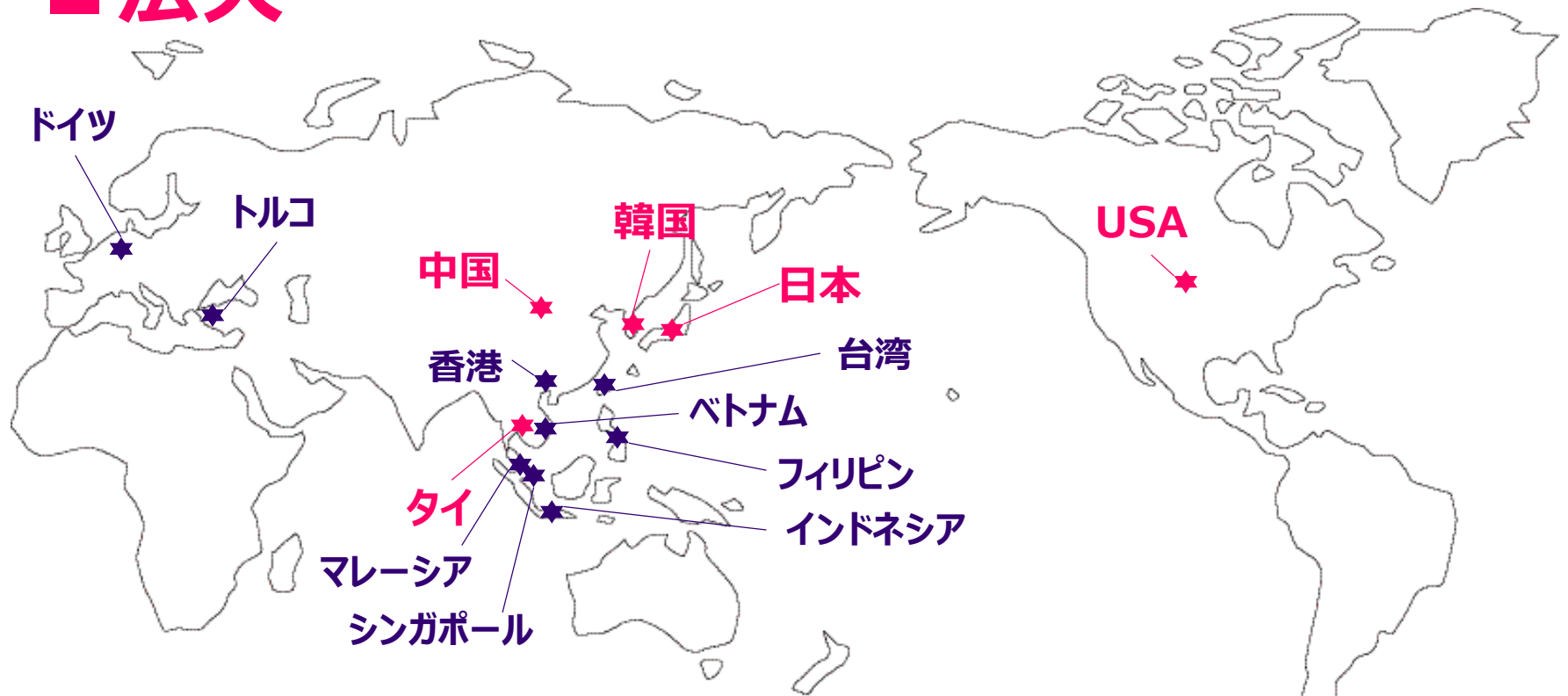
2. 海外戦略について

- ① 東アジアリージョン成長戦略の加速
- ② 東南アジアリージョンの土台づくり
- ③ 欧米リージョンへのチャレンジ

2. 海外戦略について

グローバル事業展開エリア

■ 法人



■ 駐在員事務所

2. 海外戦略について

海外戦略における方針

教育を中心とした活動によって
リージョン毎の市場づくりを行い
ヘアカラーと“milbon”を軸とした製品戦略で
より現地化を推進していく。

2. 海外戦略について

MILBON



現在窓口軒数

977軒

現在の販売国数

7カ国

・ベトナム	9軒
・マレーシア	20軒
・タイ	20軒
・香港	18軒
・台湾	30軒
・シンガポール	0軒
・USA	880軒

今後の販売予定国数 5カ国

・インドネシア	2017年6月
・トルコ	2017年6月
・中国	2017年7月
・韓国	2019年4月
・フィリピン	2019年7月

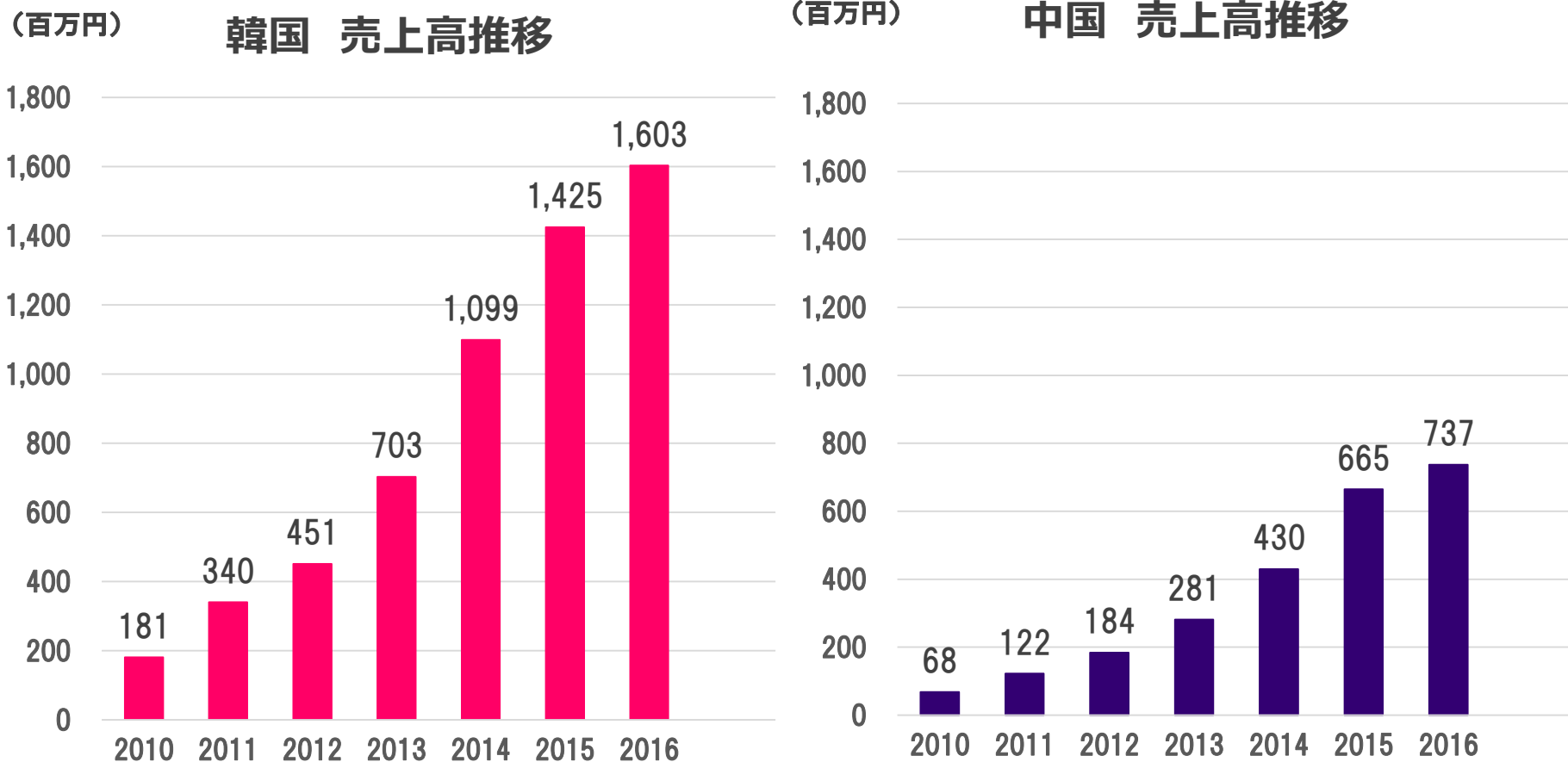
* 2017年3月20日現在

① 東アジアリージョン成長戦略の加速



① 東アジアリージョン成長戦略の加速

グローバル展開をリードする韓国、中国



※2017年度予想は15か月分です。

② 東南アジアリージョンの土台づくり

東南アジアリージョンの
土台づくり



タイ工場

③ 欧米リージョンへのチャレンジ

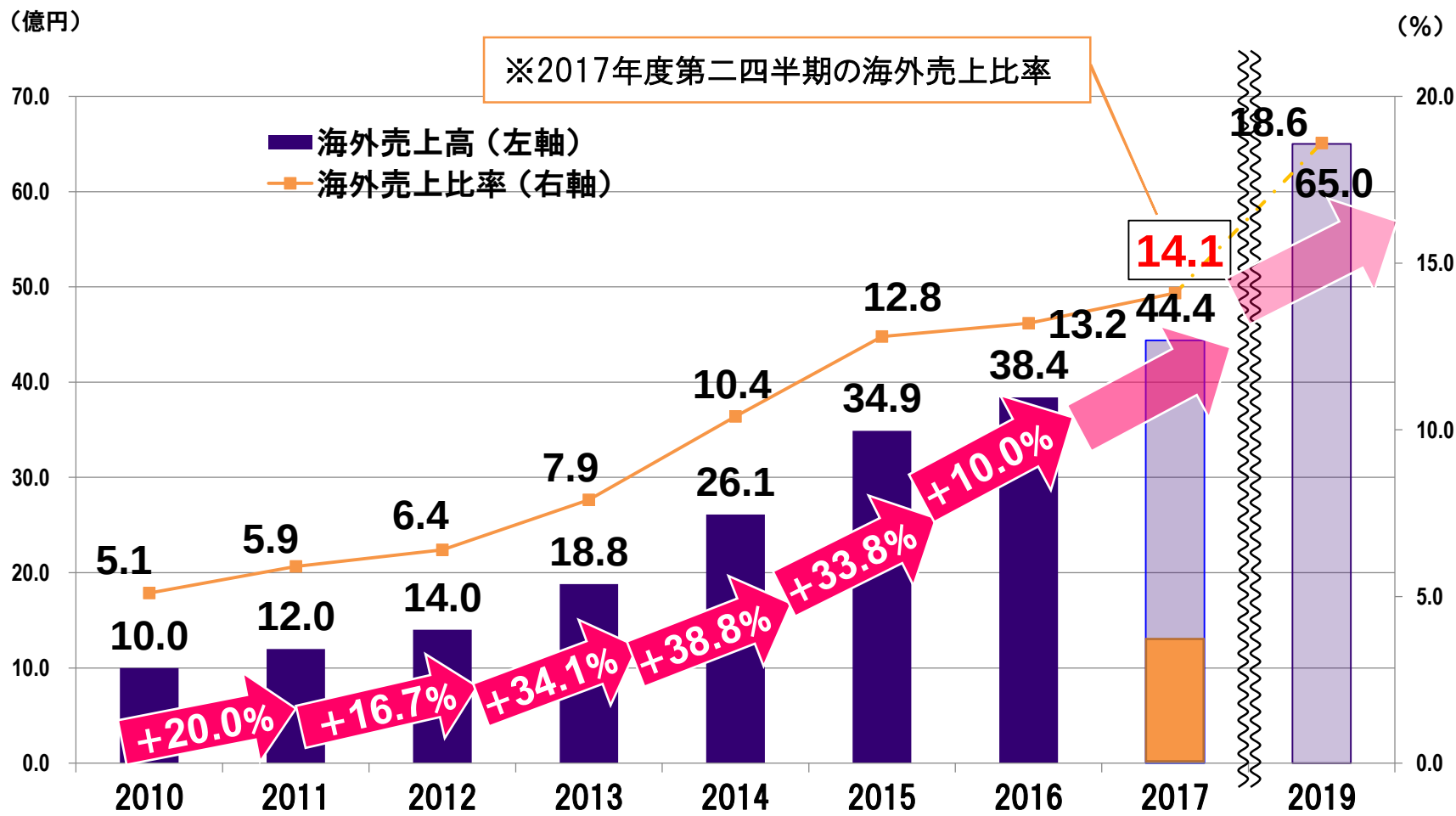


欧米リージョンへのチャレンジ



2. 海外戦略について

海外売上高と海外売上比率



Section 4

成長投資・株主還元について

成長投資・株主還元

成長投資・株主還元

新中期事業構想～2019年度売上・利益目標～

連結売上 350億円

国内 285億円
海外 65億円
(海外売上比率 18.6%)

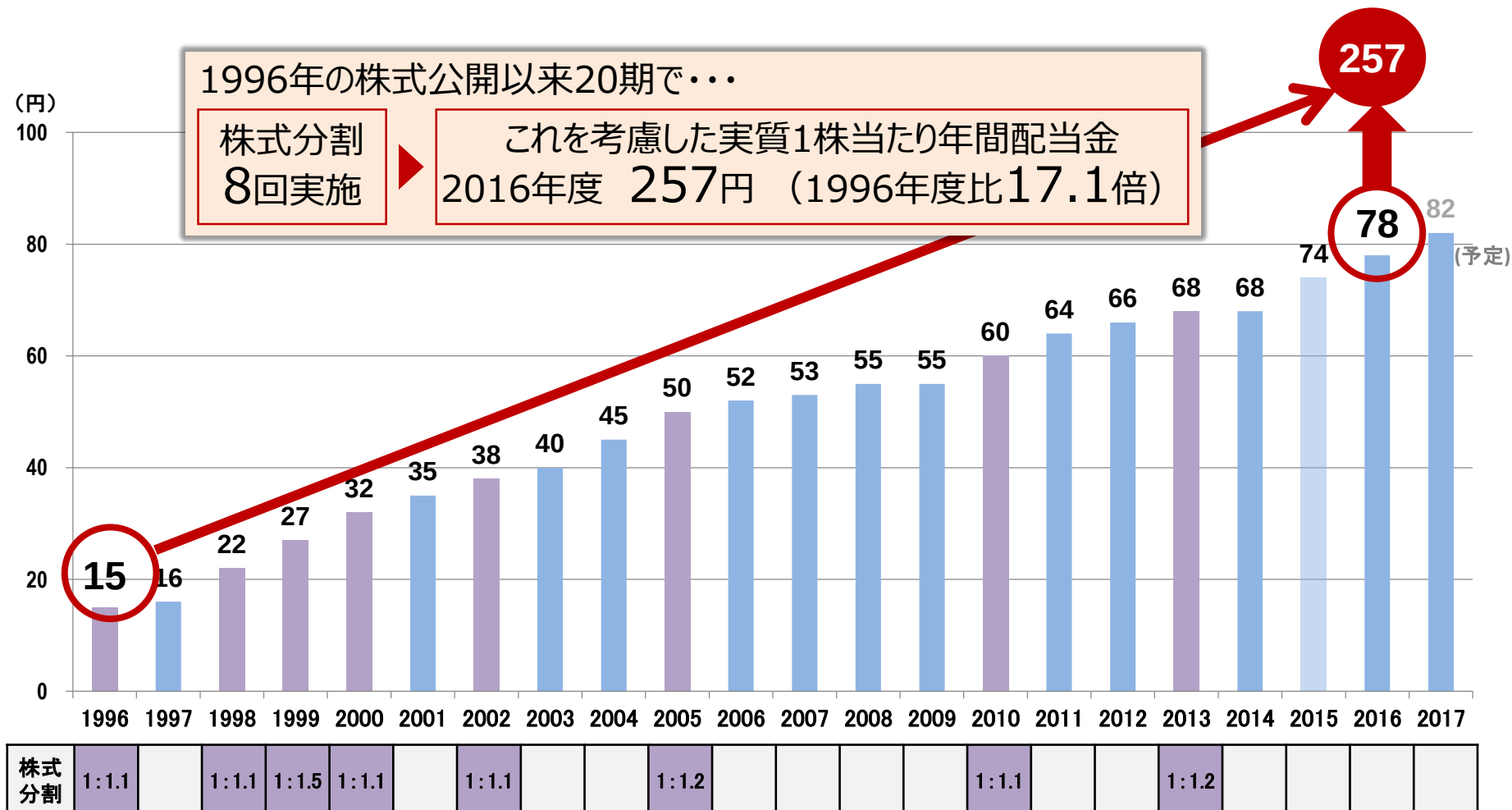
連結営業利益 60億円

営業活動により獲得するキャッシュフロー 200億円以上

使 途	前中期実績 (2010-2014)	今中期目標 (2015-2019)
成長投資	50億円	100億円
株主還元	44億円 ・配当性向 40.6% (前中期平均)	70億円 ・配当性向40%以上を目安として 安定的に実施
財務基盤の維持	57億円	30億円
資本効率	ROE11.3% (2014年実績)	ROE12% (2019年度目標)

株主還元 ①配当金

1株当たり年間配当



株主還元 ②株主優待制度

毎年、当期話題の新製品をセットにしてお届け

当社では、各期末（12月31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皆さまを対象に、毎年自社製品（10,000円～12,000円相当）をお届けする株主優待制度を実施

2015年度 期末の優待品



エイジングケアブランド
「プラーミア」ヘアセラムシリーズ
リファインニングシリーズ

- シャンプー
- ヘアトリートメント
- 炭酸地肌美容液

2016年度 期末の優待品

2016年度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しました

【セット例】



【プラーミア セット】
エイジングケアブランド
「プラーミア」ヘアセラムシリーズ
エンリッチドシリーズ

- シャンプー
- ヘアトリートメント
- 炭酸ボリュームケアフォーム



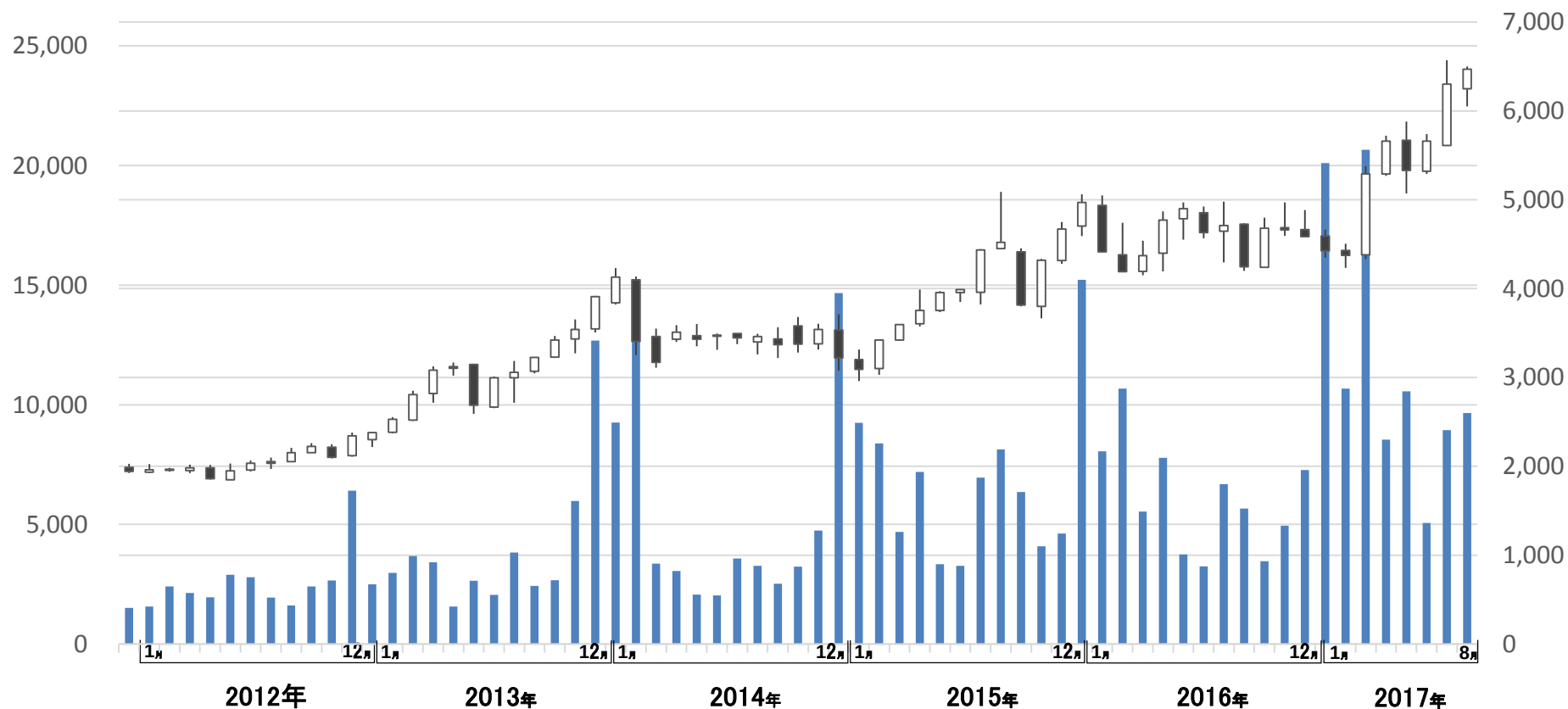
【ジェミールフラン&エルジューダ セット】
「ジェミールフラン」ヘアケアシリーズ
「エルジューダ」エマルジョン

- シャンプー
- ヘアトリートメント
- アウトバストリートメント

最近のミルボン 株価・出来高の推移

(株価：円)

(出来高：100株)



株式 分割			【12/18】 1:1.2			
----------	--	--	------------------	--	--	--

* 株価・出来高はYahoo Finance より引用

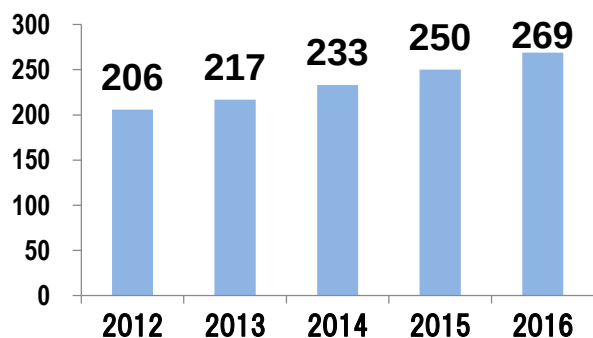
* 株価は株式分割を考慮した遡及修正値

ミルボンの資本および利益配分政策

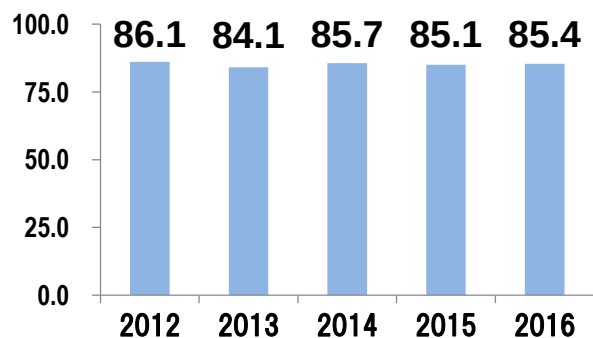
高収益体質のもと、盤石な財務基盤と積極的な将来投資を両立しながら、持続的な高配当も確保

財務基盤関連

【株主資本】（億円）

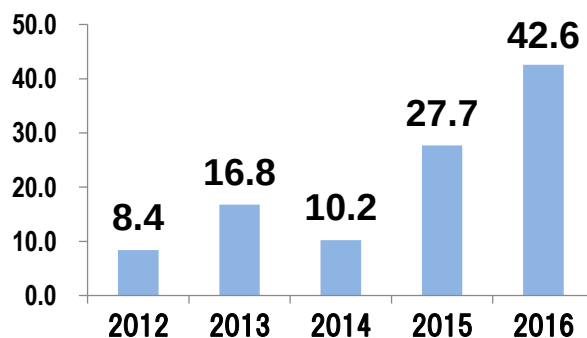


【自己資本比率】（%）

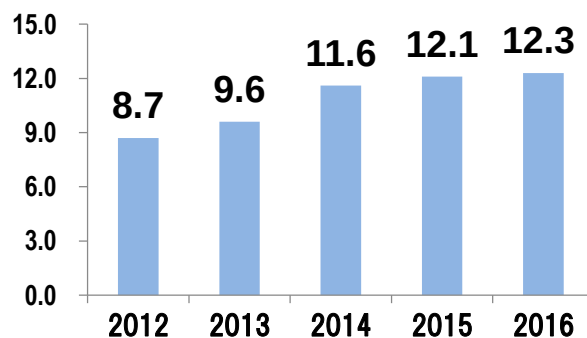


将来投資関連

【設備投資額】（億円）

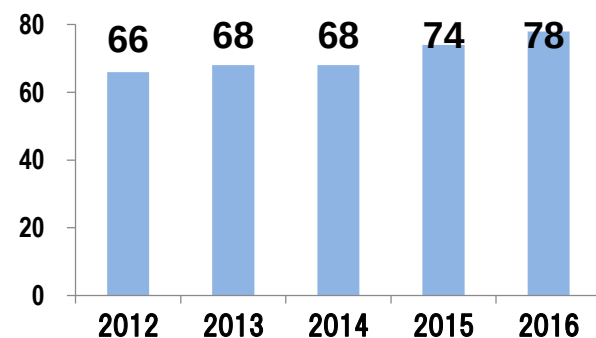


【研究開発費】（億円）

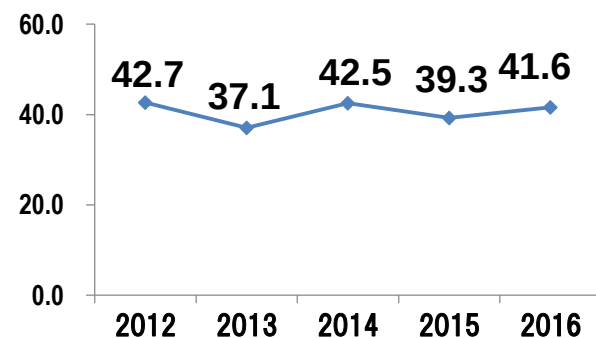


利益還元関連

【1株当たり配当金】（円）



【配当性向】（%）



お問い合わせ先

株式会社ミルボン

管理部 経理・財務グループ IR室

TEL 06-6928-2331