



独自のビジネスモデルと 今後の成長戦略



2019年12月4日

株式会社ミルボン

管理部IR室 高階 祐子

Section 1 ミルボンのプロフィール

- ・ 会社概要
- ・ ミルボンの拠点展開状況
- ・ ミルボンの業界ポジション
- ・ 株式公開～現在までの 業績推移
- ・ 経営理念
- ・ ミルボンの基本戦略

Section 2 ミルボン独自のビジネスモデル

- ・ フィールドパーソンシステム
- ・ T A C 製品開発システム
- ・ ビジネスモデル構築期～今中期事業構想目標

Section 3 ミルボンの成長戦略

- ・ 店販ビジネスの本格化
- ・ 世界市場への本格参入

Section 4 株主還元について

- ・ 配当金
- ・ 株主優待制度
- ・ 最近のミルボンの株価・出来高の推移
- ・ ミルボンの資本および利益配分政策

Section 1

ミルボンのプロフィール

ミルボンのプロフィール 会社概要

美しさを拓く。MILBON

社 名 株式会社ミルボン

設 立 1960（昭和35）年7月

本 社 東京都中央区京橋2-2-1 京橋エドグラン

代 表 者 代表取締役社長 佐藤 龍二

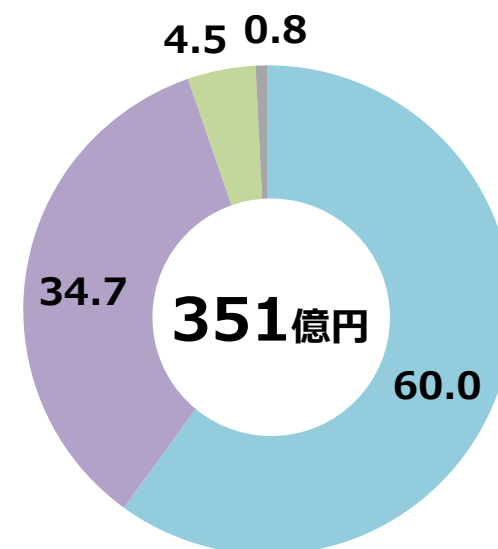
資 本 金 20億円

従 業 員 数 連結：856名 *2018年12月31日現在

株 式 東証一部上場（証券コード：4919 単元：100株）

事 業 内 容 プロフェッショナル向け頭髪化粧品の製造および販売

【売上高構成比】（%）
（2018年12月期）

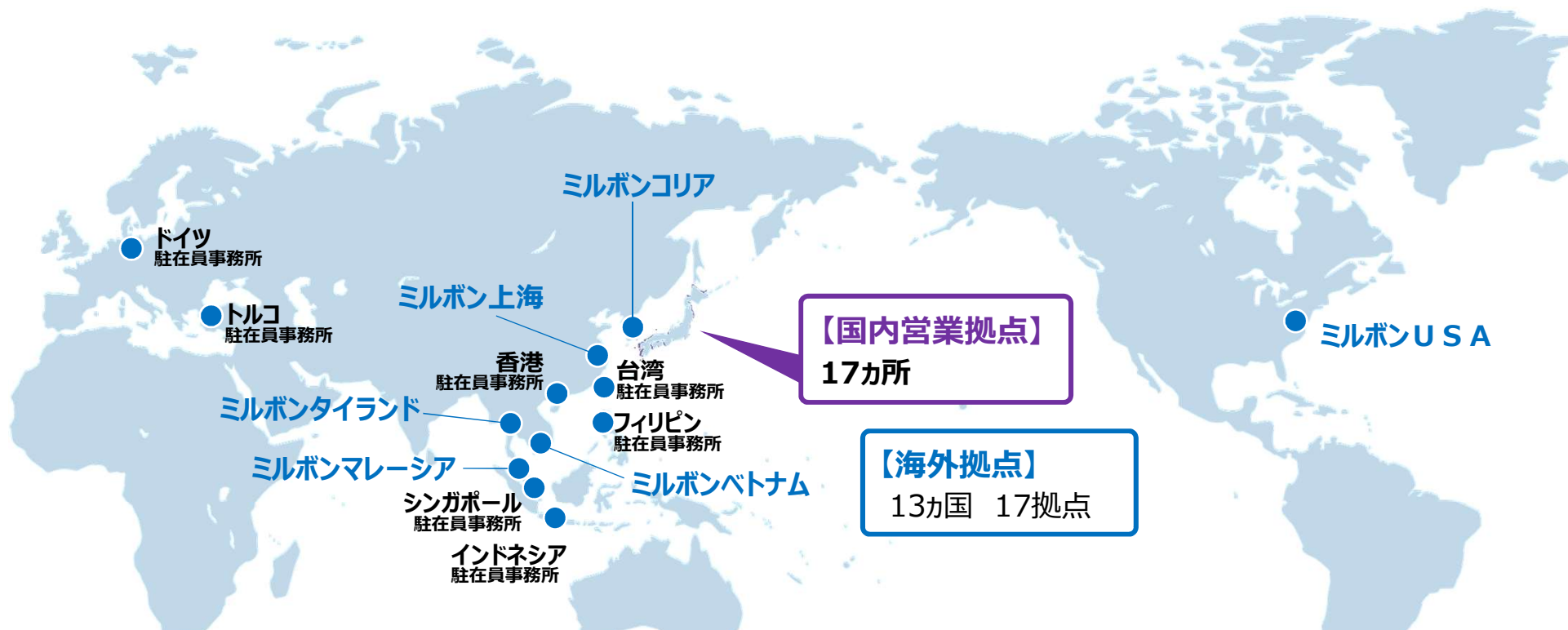


- ヘアケア用剤
- 染毛剤
- パーマメント用剤
- その他



ミルボンのプロフィール ミルボンの拠点展開状況

美しさを拓く。MILBON



中央研究所 (大阪市)



研修センター (大阪市)



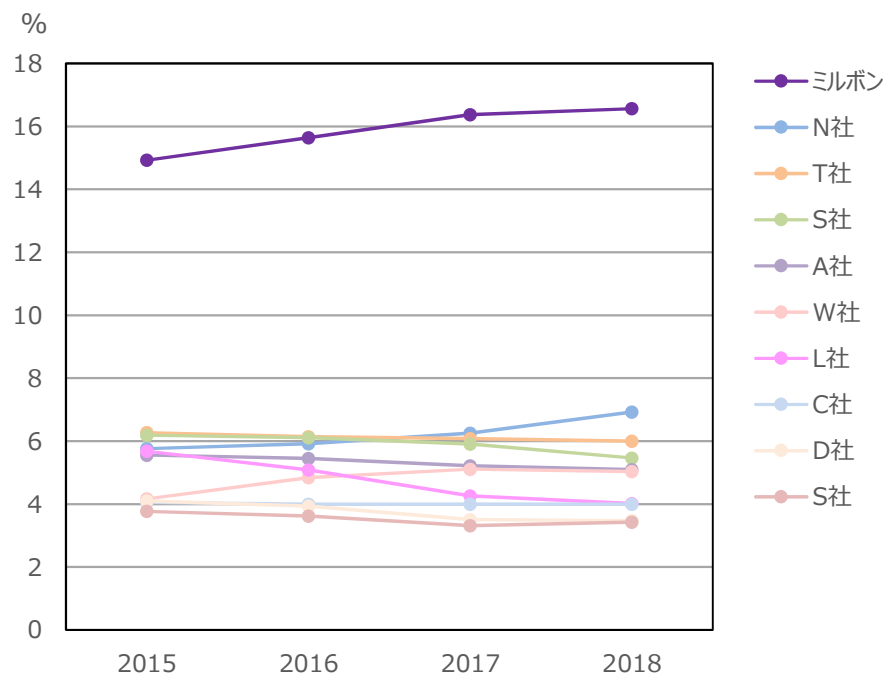
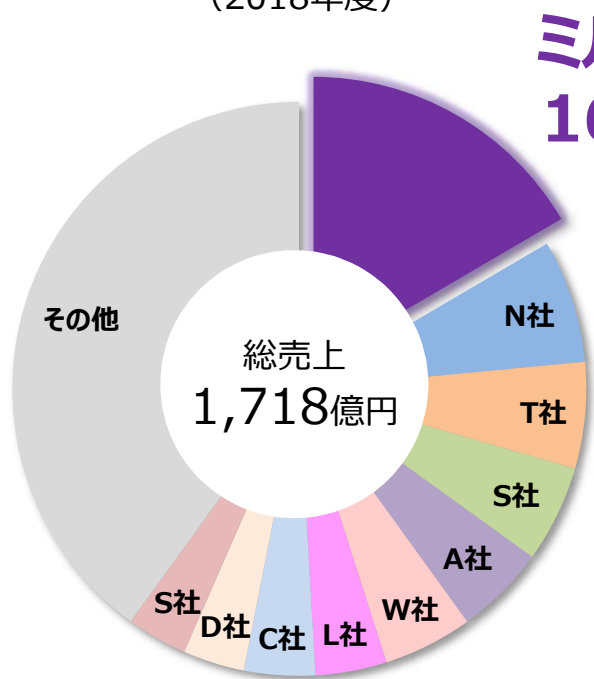
ゆめが丘工場 (三重県)



タイ工場

業務用ヘア化粧品の総合メーカー 国内No.1シェア

【美容室マーケットシェア】
(2018年度)



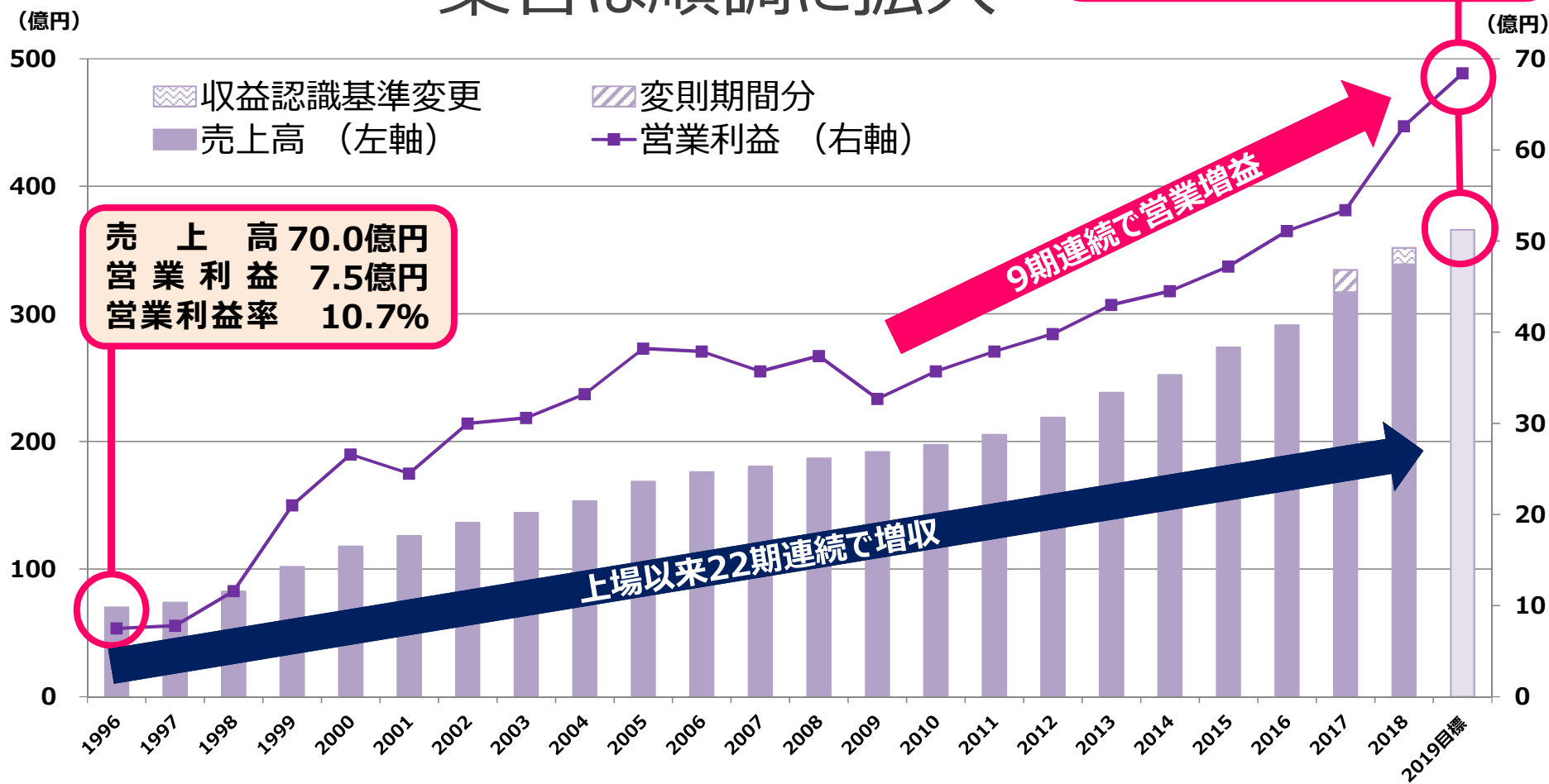
* 富士経済研究所 (2019年度版) より

ミルボンのプロフィール 株式公開～現在までの業績推移

美しさを拓く。MILBON

1996年の株式公開以来、 業容は順調に拡大

2019年度目標	
売上高	366.0億円
営業利益	68.4億円
営業利益率	18.7%



ミルボンは、ヘアデザイナーを通じて、
美しい生き方を応援する事業展開をします。

美しい生き方、美しい髪は人の心を豊かにします。
豊かな心は文化を育みます。
文化を大切にする社会は平和をもたらします。

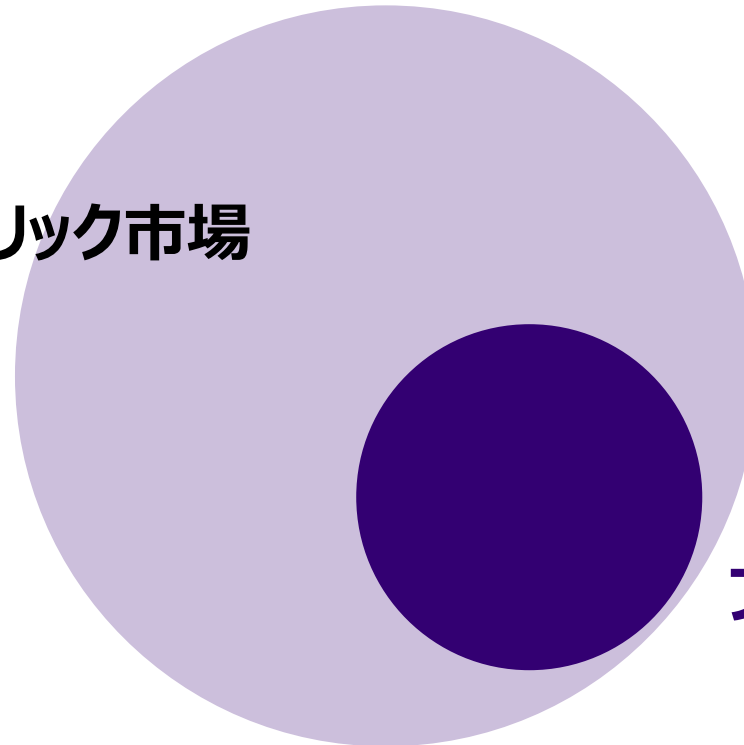
ミルボンはそう信じて事業展開を推進し、
美容市場、ひいては世界の国・地域に貢献します。

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

ビューティー市場

パブリック市場



プロフェッショナル市場

Section 2

ミルボン独自のビジネスモデル

1. フィールドパーソンシステム

2. T A C 製品開発システム

ミルボンの独自のビジネスモデル

1. フィールドパーソンシステム

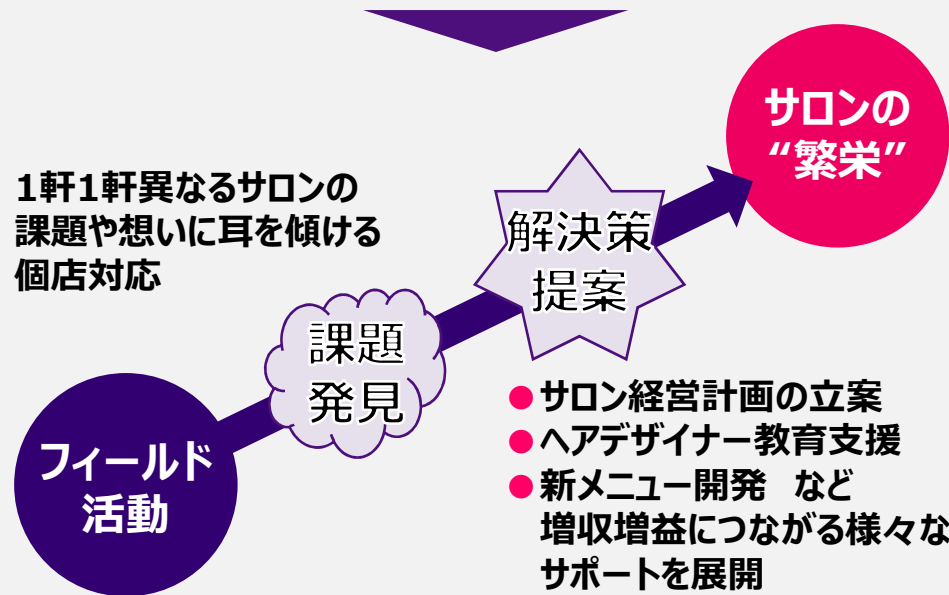
美しさを拓く。MILBON

フィールドパーソンシステム

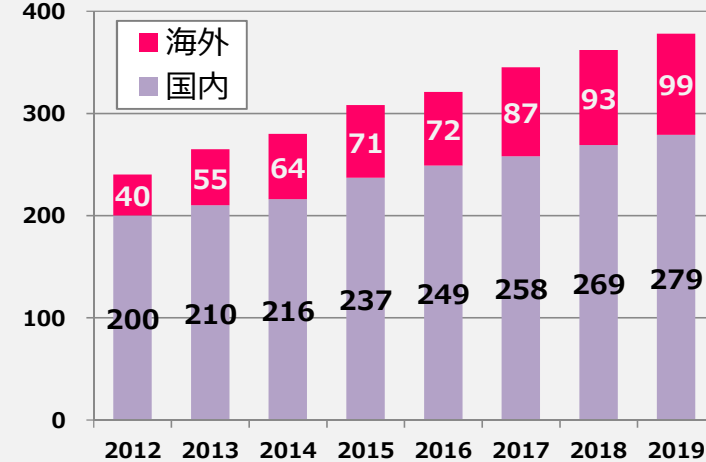
「フィールドパーソン」とは・・・

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



(人) フィールドパーソンの推移
(2019年1月1日 期首現在)



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

顧客目線

エンドユーザーの
真のニーズを知る

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



毛髪の基礎研究

2015年から、本格的に基礎研究に注力

毛髪研究者

1人※1 / **約69,724人**※2

まだまだ解明されていないことが多い。

ミルボンの研究員は**毛髪に特化 83名**※3

研究開発費 **売上比率 4.2%**※4

※1 ミルボン調べ

※2 文部科学統計要覧 2018年度 大学の職名別教員数（教授）

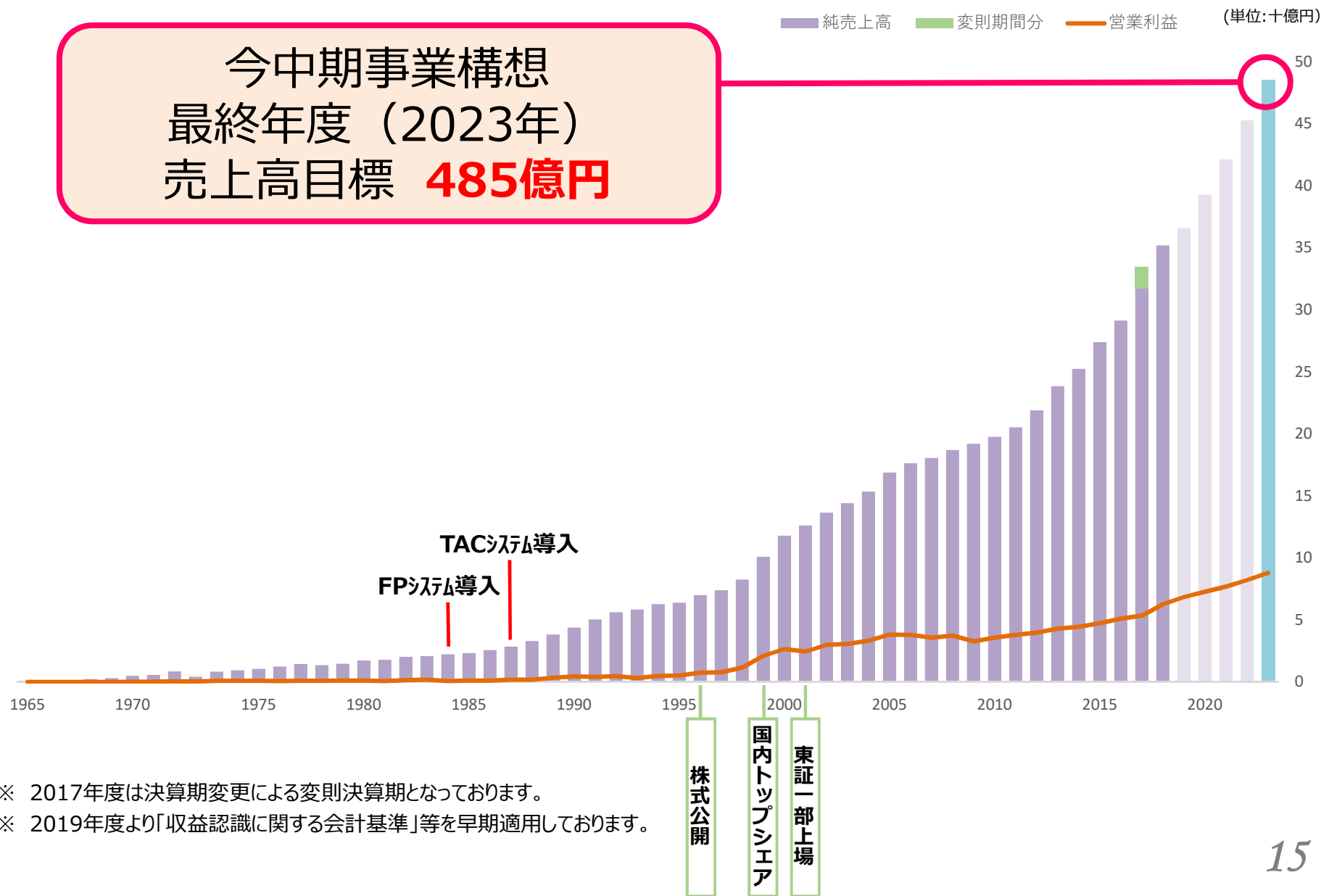
※3 2019年期首現在

※4 2018年実績

ミルボンの独自のビジネスモデル ビジネスモデル構築期～今中期事業構想目標

美しさを拓く。MILBON

今中期事業構想
最終年度（2023年）
売上高目標 **485億円**



Section 3

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

国内市場のシェア拡大

2. 世界市場へ本格参入

日本発（初）グローバルメーカーへのチャレンジ

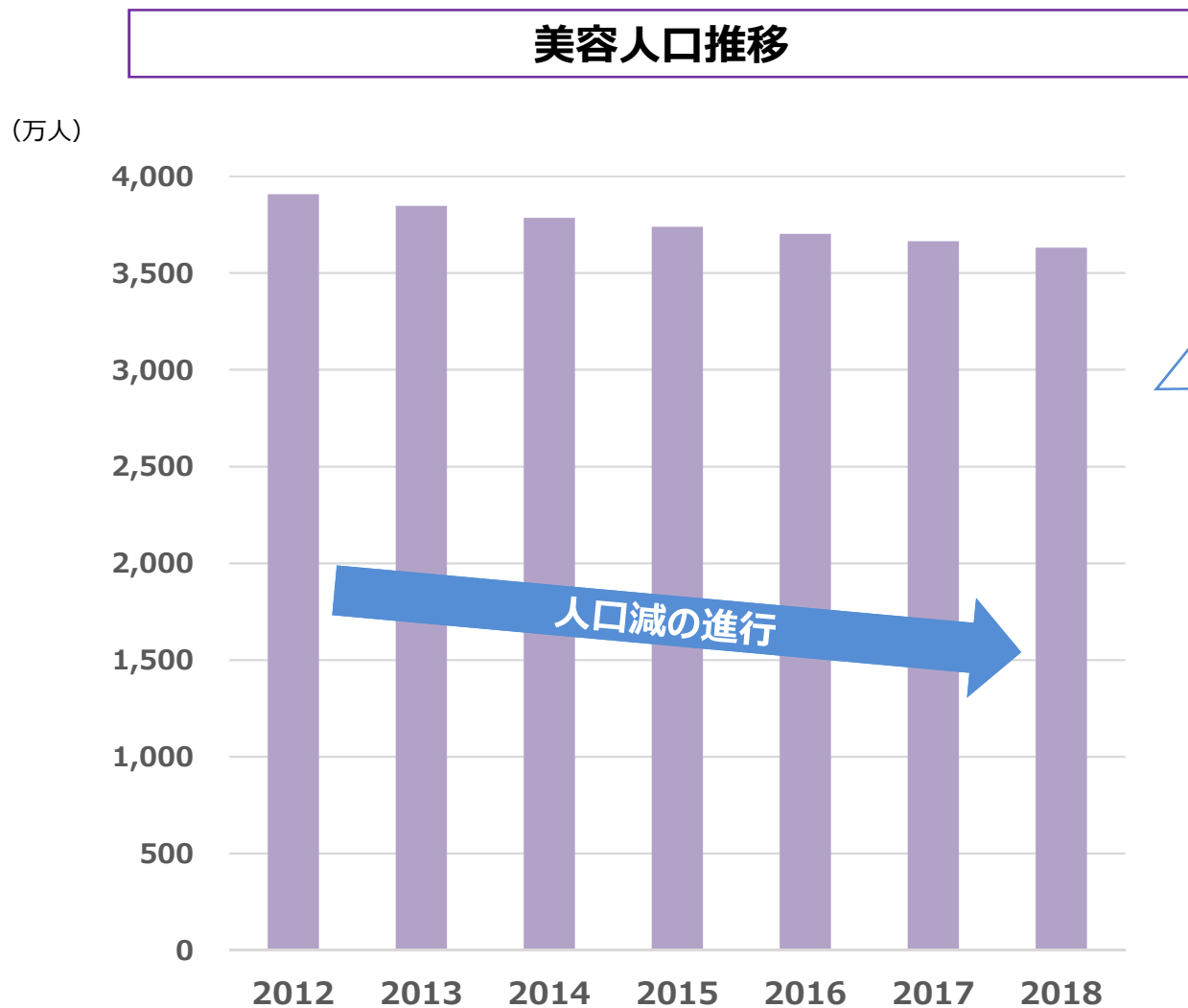
1. 店販ビジネスの本格化

国内市場のシェア拡大

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化 ～背景～

美しさを拓く。MILBON



日本国内は
人口減が進んでいる



美容室収入は今後？

*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「理美容マーケティング要覧2018」より

ミルボンの成長戦略

美しさを拓く。MILBON

1. 店販ビジネスの本格化 ～背景～

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**



ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化 ～背景～

美しさを拓く。MILBON

ヘアデザイン



繰り返すカラーや日々の巻き髪による
ケミカルダメージ

エイジング

20代 40代



エイジングによる髪の変化の悩み
髪がうねる 細くなる
ツヤがなくなる まとまらない

女性が働き続ける 外に出る 美しくありたいという想い

ヘアケアニーズの高まり

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

美しさを拓く。MILBON

Aujua

[オージュア]

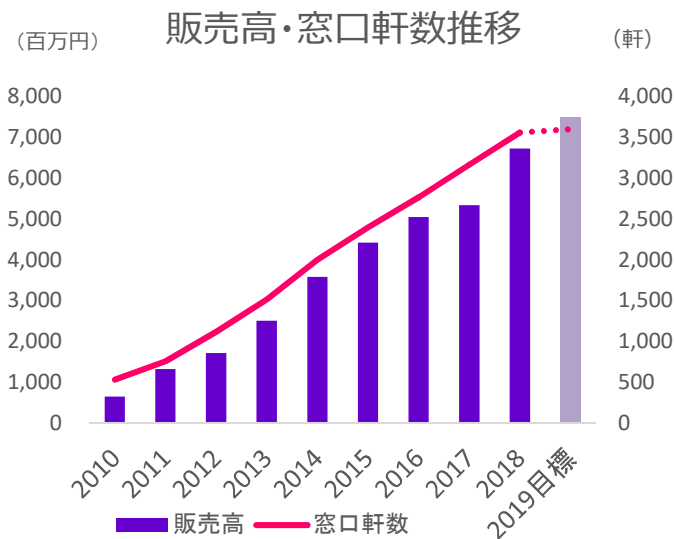
日本の風土・文化・毛髪特性から生まれた、
日本女性の髪のお美しさを共に育む
ヘアケアブランド。

一人ひとりの髪と地肌のお悩みに寄り添い、
多彩なラインナップの中からオーダーメイドの
ヘアケアプログラムを創り出すことができます。



ライン	効果	Salon Care	Home Care	Salon Care	Home Care	Salon Care	Home Care
GROWSE	髪質改善・育毛促進	育毛促進剤	育毛促進剤	育毛促進剤	育毛促進剤	育毛促進剤	育毛促進剤
GATHENAM	頭皮ケア	頭皮ケア	頭皮ケア	頭皮ケア	頭皮ケア	頭皮ケア	頭皮ケア
DIORLIM	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善
EQUAL	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善
IMMURISE	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善
TIMESURGE	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善
QUENCH	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善
FIREMELLOW	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善
AQUAVEER	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善
SMOOTH	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善	髪質改善

▲サロンケア×ホームケアのラインナップ



ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

美しさを拓く。MILBON

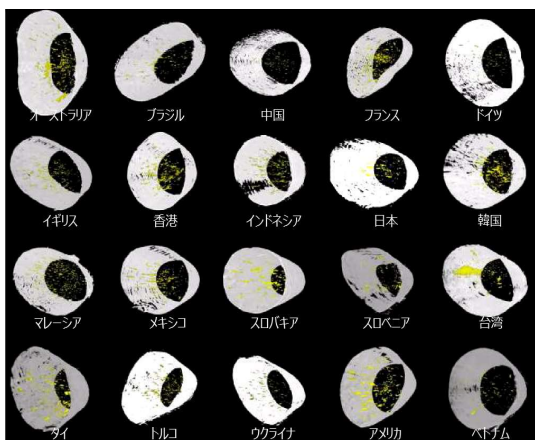
MILBON

[ミルボン]

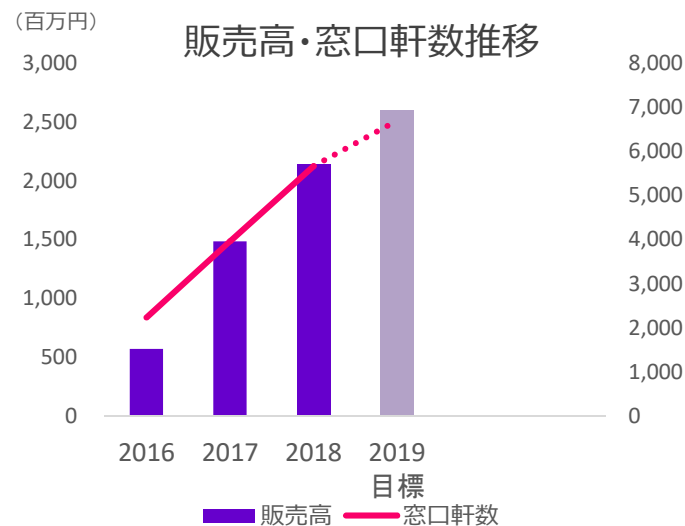
世界20カ国の女性の毛髪内部を解析し、
芯から整った心地の良い輝く髪へ導く
システムヘアケアブランド。
世界初発見の共通の毛髪ダメージ現象と、
その補修成分を配合して開発し、
日本のみならずグローバルに展開しています。

【展開国】

日本、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



▲世界初発見、世界20カ国の女性共通の毛髪ダメージ現象

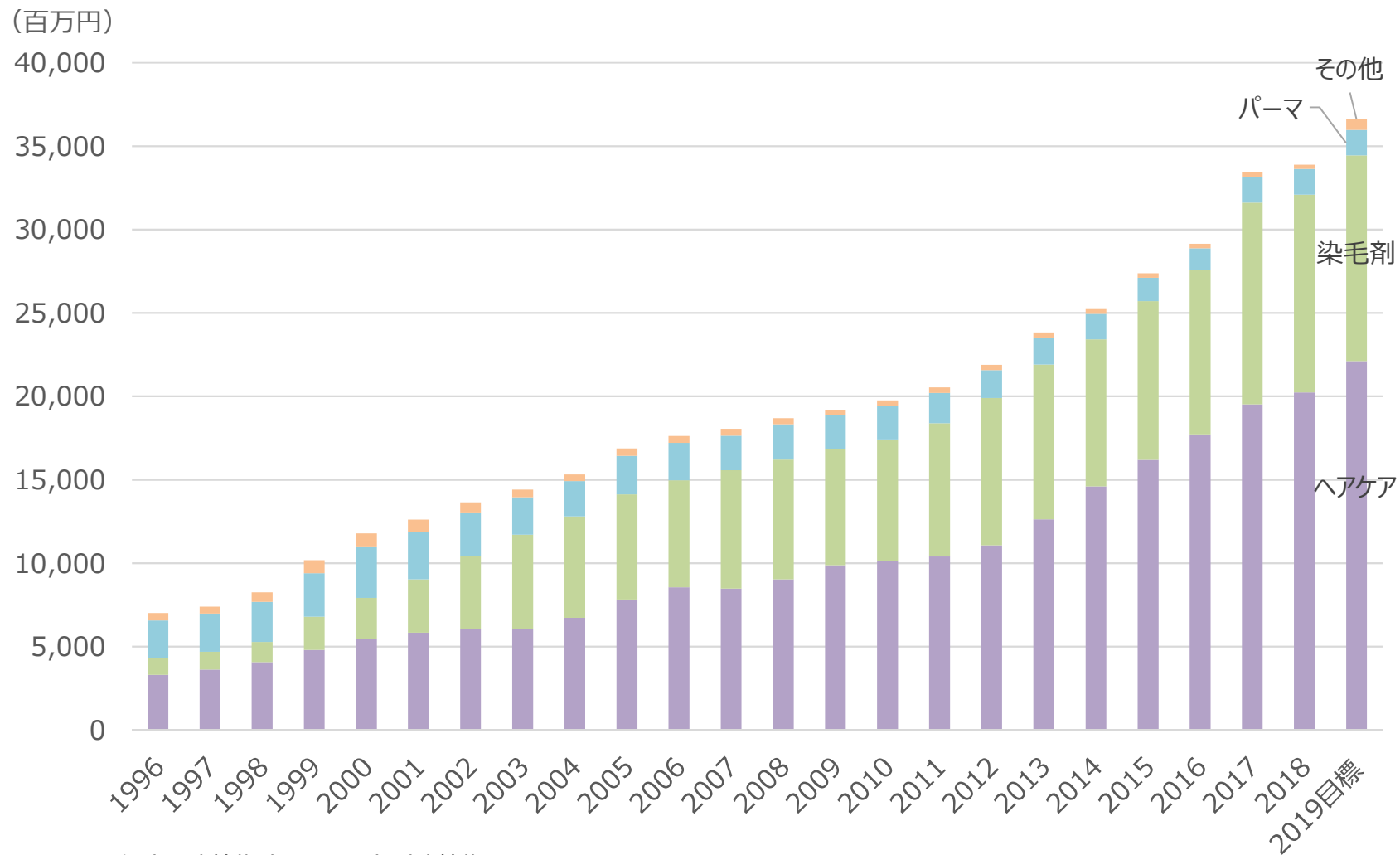


ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

美しさを拓く。MILBON

売上推移 製品カテゴリー別



※ 2017年度は決算期変更による変則決算期となっております。

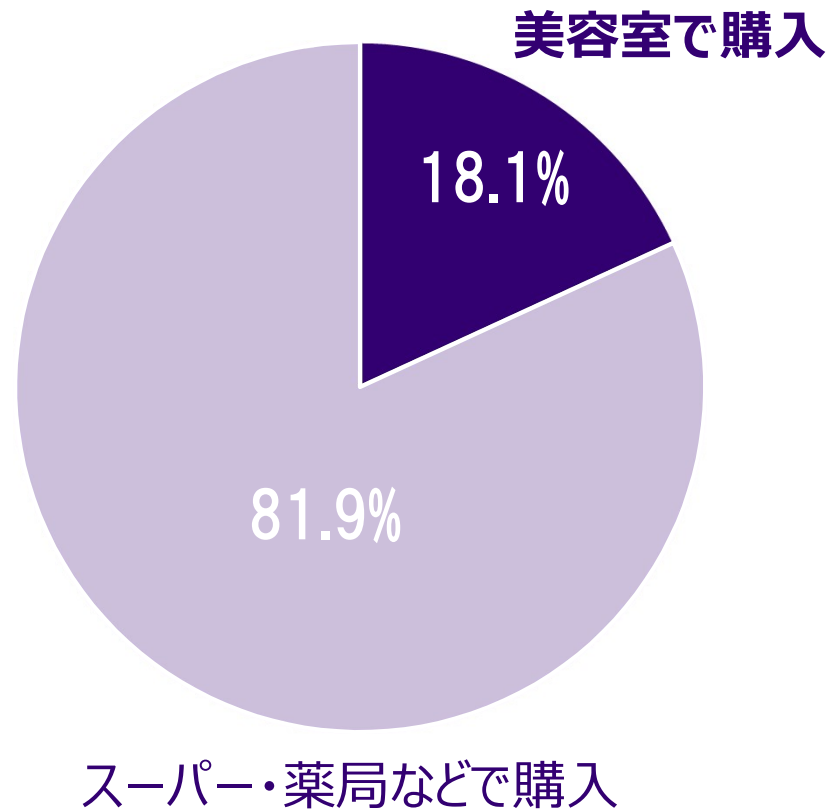
※ 2019年度より「収益認識に関する会計基準」等を早期適用しております。

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

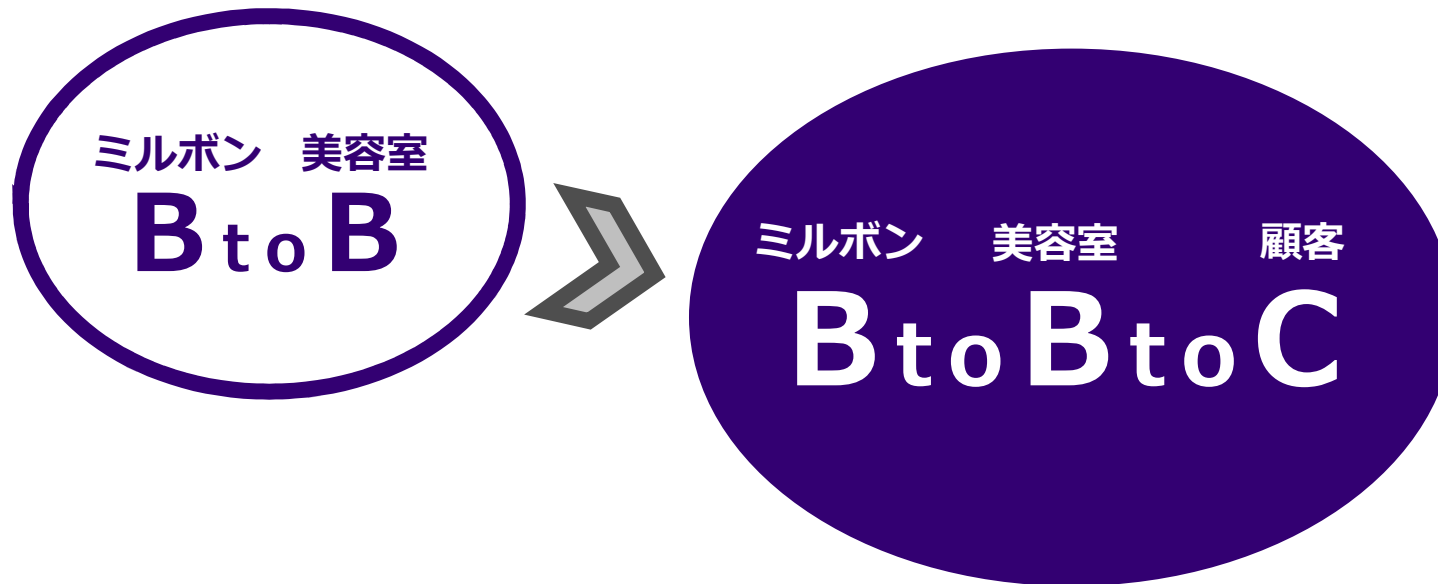
美しさを拓く。MILBON

ヘアケア品購入額比率



出所：富士経済研究所（2019年度版）
「業務用化粧品市場の戦略分析」
「化粧品マーケティング要覧」

より顧客視点へ



美容師を通じては理念、変えない
店販商品はサロン顧客のもとへ

ビジネス形態をサロンのその先C（顧客）まで拡大
Cへのアプローチも大事にしていく。取り組んでいく

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

美しさを拓く。MILBON

■ 交通広告



▼東京駅八重洲中央口付近



▲東京駅八重洲北口付近

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

美しさを拓く。MILBON

■ WEBマガジン公開



不器用さんでも簡単にできるヘアアレンジ | ショート、ボブ、ロング別

FYB MAGAZINE 検索



アメリカで「ヘッドスパ」を浸透させたい。日本人美容師からの新たな挑戦 | NYサロンレポート



白髪を防ぐ方法と対処法って??毛髪の最新研究をわかりやすく解説

化粧品事業への挑戦

2017年6月

コーセーミルボンコスメティクス設立

KOSÉ MILBON COSMETICS

化粧品市場に本格参入

1. 店販ビジネスの本格化

なぜ化粧品？

美容室という場所の可能性・・・

1. 地域密着
2. お気に入りの美容師さん
3. 美容師さんの顧客理解
4. 定期的な来店



美容師と顧客の長期的な信頼関係

今、美容室で買うという認知がない・・・

美容師さんは

1. どう勧めれば？
2. 断られても根気よく継続できる？



- ・求められていることはミルボンの強み「教育」
- ・ヘアケアを店販に取り込んだ実績

- 百貨店の数が減少 バブル期 1999年311軒⇒2014年240軒（71軒減）
⇒カウンセリング販売の場所が減っている
- 美容師は国家資格
⇒髪と顔をトータルで生業に出来るのは美容師だけ

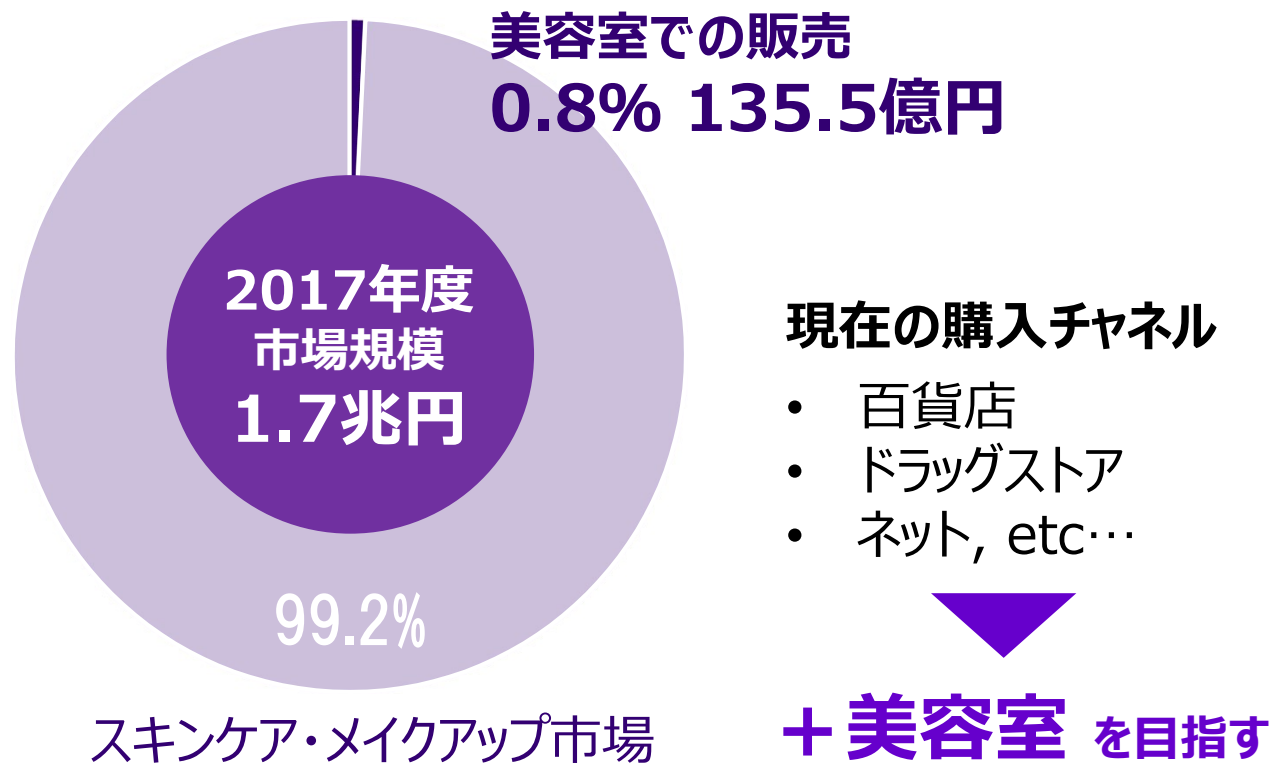
ヘアとスキンケア、トータルの美をワンストップで

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

美しさを拓く。MILBON

美容室を化粧品購入の新しいチャンネルに



出所： 矢野経済研究所（2018年発表）
2017年度製品カテゴリー別市場規模
富士経済研究所（2018年発表）
2017年美容室メーカーシェア（スキンケア・メイクアップ）

ミルボンの成長戦略

1. 店販ビジネスの本格化

美しさを拓く。MILBON

IMPREA

[インプレア]

髪と顔と全体でなりたい印象に使づく「印章プロデュース」を通じて、お客さまに自分らしい印象の変化をお届けするブランド。
美容室ならではの強みを活かしたコミュニケーションを通じて、美容室での増収に貢献します。

2019年 4月テスト販売開始
9月本発売



KOSÉ
MILBON

印象プロデュース。

美容師による印象革命

ヘアスタイルだけでは終わらない、肌、顔の表情までも捉え、外見だけの美しさだけではなく、内面からあふれるオーラ、私らしさを提供します。

まだ見たことのない、新しい自分と出会ってみませんか？
印象は、もっと自由になれるのです。

髪と顔の双対理論

▲印象プロデュース

2. 世界市場へ本格参入

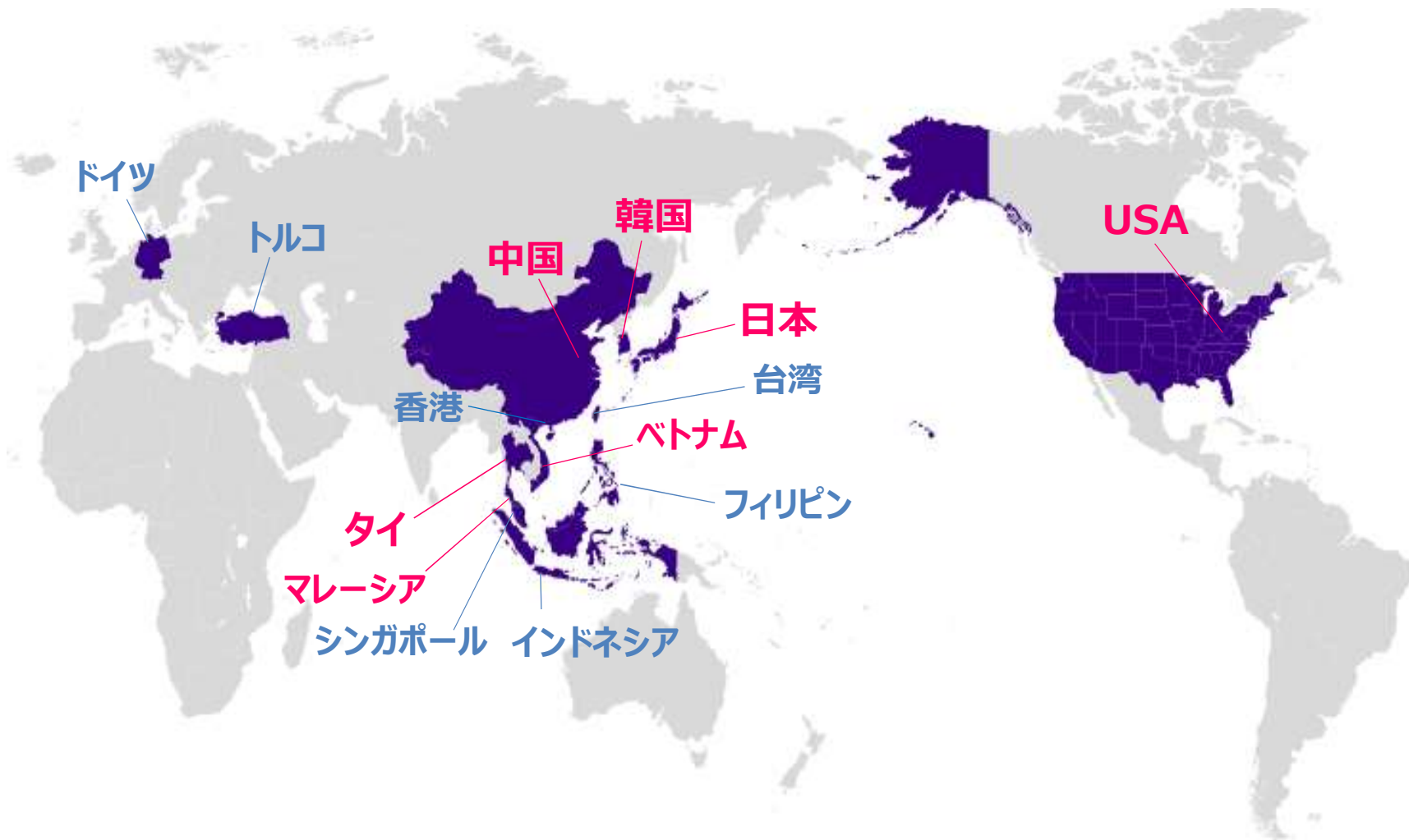
日本発（初）グローバルメーカーへのチャレンジ

ミルボンの成長戦略

2. 世界市場へ本格参入

美しさを拓く。MILBON

グローバル事業展開エリア



ミルボンの成長戦略

2. 世界市場へ本格参入

美しさを拓く。MILBON

① 東アジアリージョン成長戦略の加速



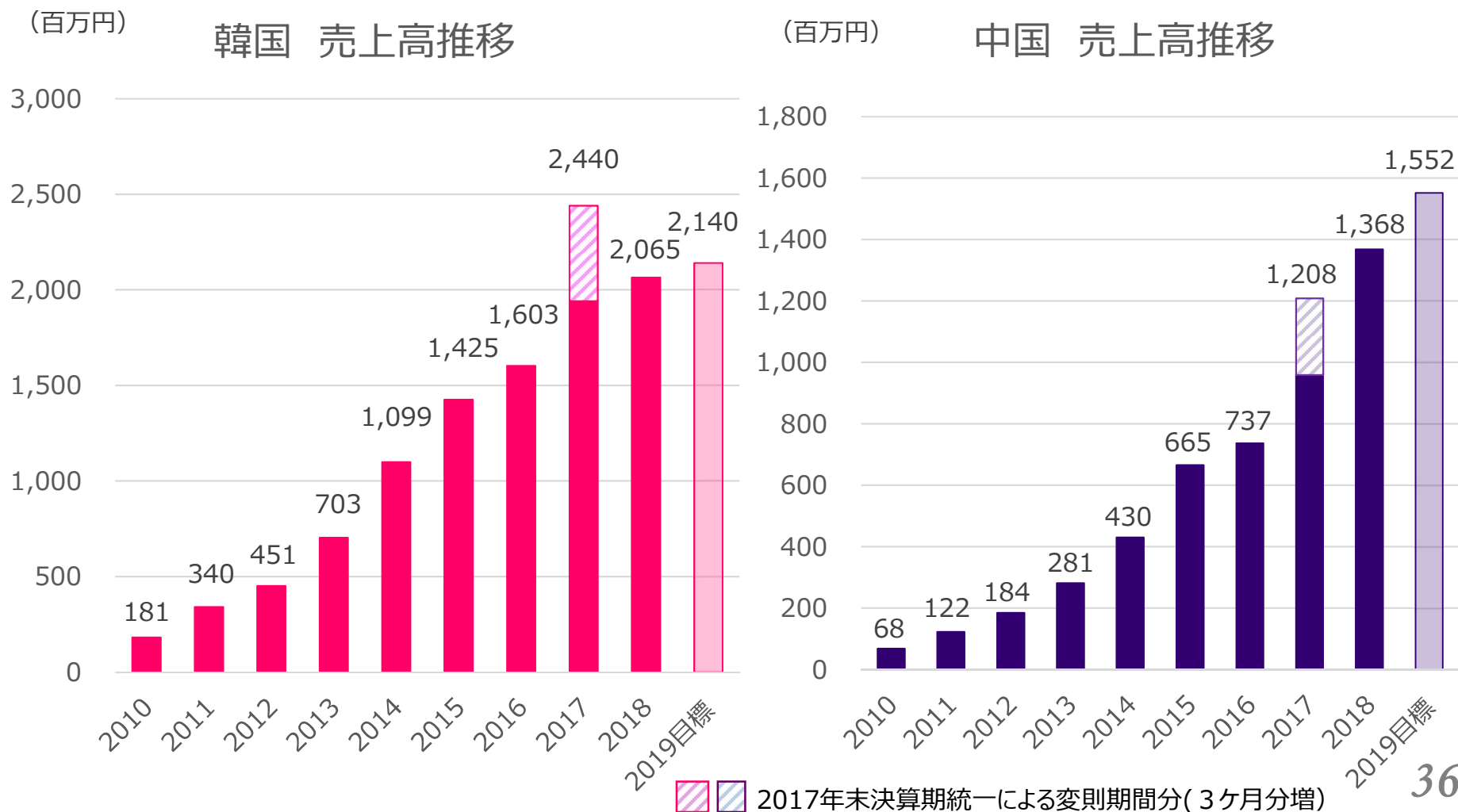
ミルボンの成長戦略

2. 世界市場へ本格参入

美しさを拓く。MILBON

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



ミルボンの成長戦略

2. 世界市場へ本格参入

美しさを拓く。MILBON

② 東南アジアリージョンの土台づくり



タイ工場

ミルボンの成長戦略

2. 世界市場へ本格参入

③ 欧米リージョンへのチャレンジ

美しさを拓く。MILBON



欧米リージョンへのチャレンジ

- ◆ 欧米用ヘアカラー“SOPHISTONE”を開発、2019年7月より展開
- ◆ システムヘアケアブランド“milbon”の軒数・売上伸長

SOPHISTONE



MILBON

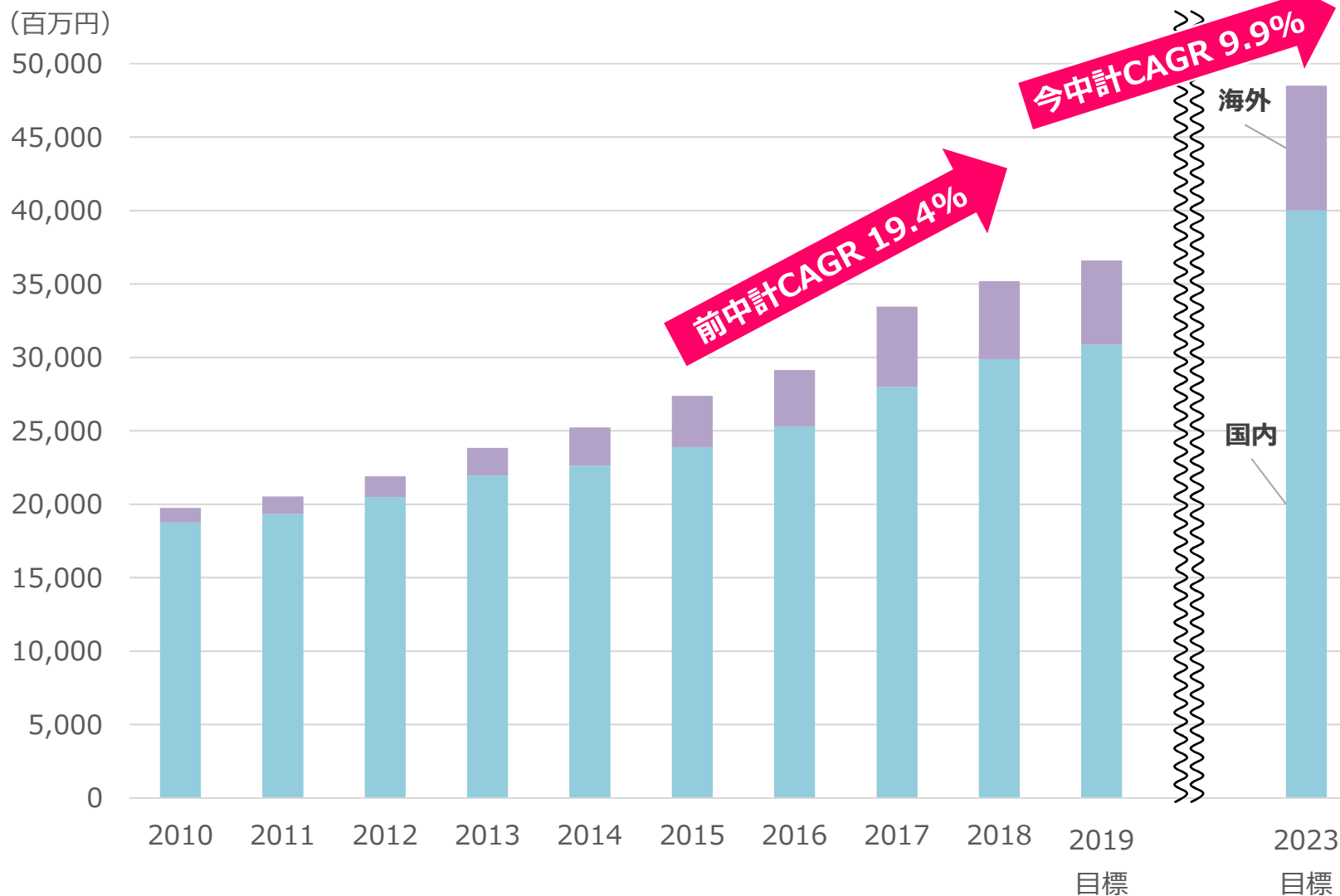


ミルボンの成長戦略

2. 世界市場へ本格参入

美しさを拓く。MILBON

海外売上推移

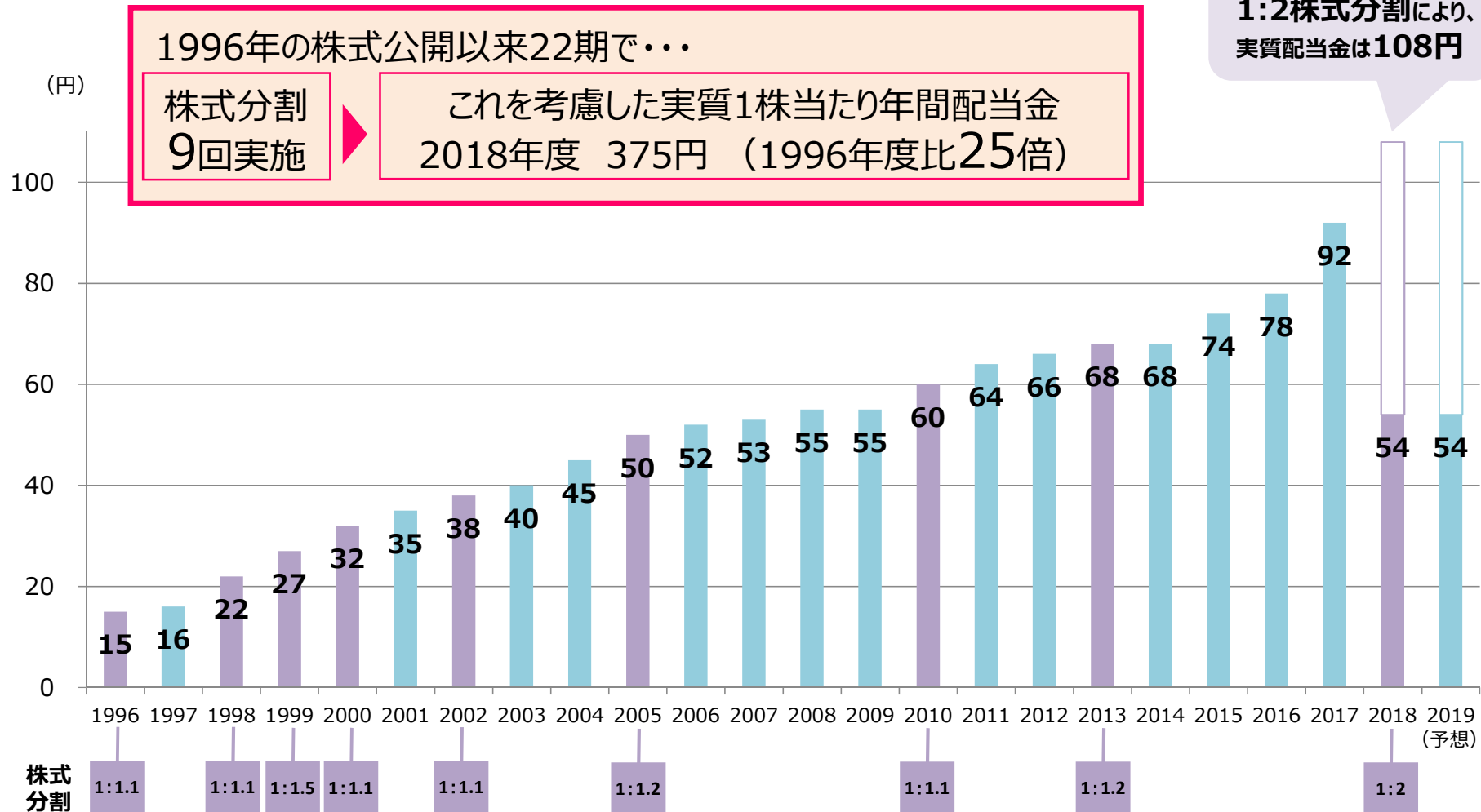


Section 4

株主還元について

株主還元について 配当金

1株当たり年間配当



株主還元について 株主優待制度

美しさを拓く。MILBON

毎年、自社の主力ブランド製品をお届け

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みなさまを対象に、毎年自社製品をお届けする株主優待制度を実施

【保有株数・期間ごとのポイント数と優待品のご紹介】

株数	期間	3年未満	3年以上
100株以上 500株未満		 <p>30ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ○エルジューダ グレイスオン エマルジョン（120ml） など2種類から1点 	 <p>60ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ○“milbon” リペアシリーズ リストラティブ シャンプー（200ml） & トリートメント（200g） など3種類から1セット
500株以上		 <p>120ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ○クロナ シャンプー（360ml） & トリートメント（360g） ○エルジューダ グレイスオン セラム（120ml） など、3種類から1セット 	 <p>150ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ○インプレア クレンジング クリーム（115g） フェイシャル バー（80g） ローション（200ml） エマルジョン（100ml） など、3種類から1セット

※ポイントの次年度への持越しはできません。

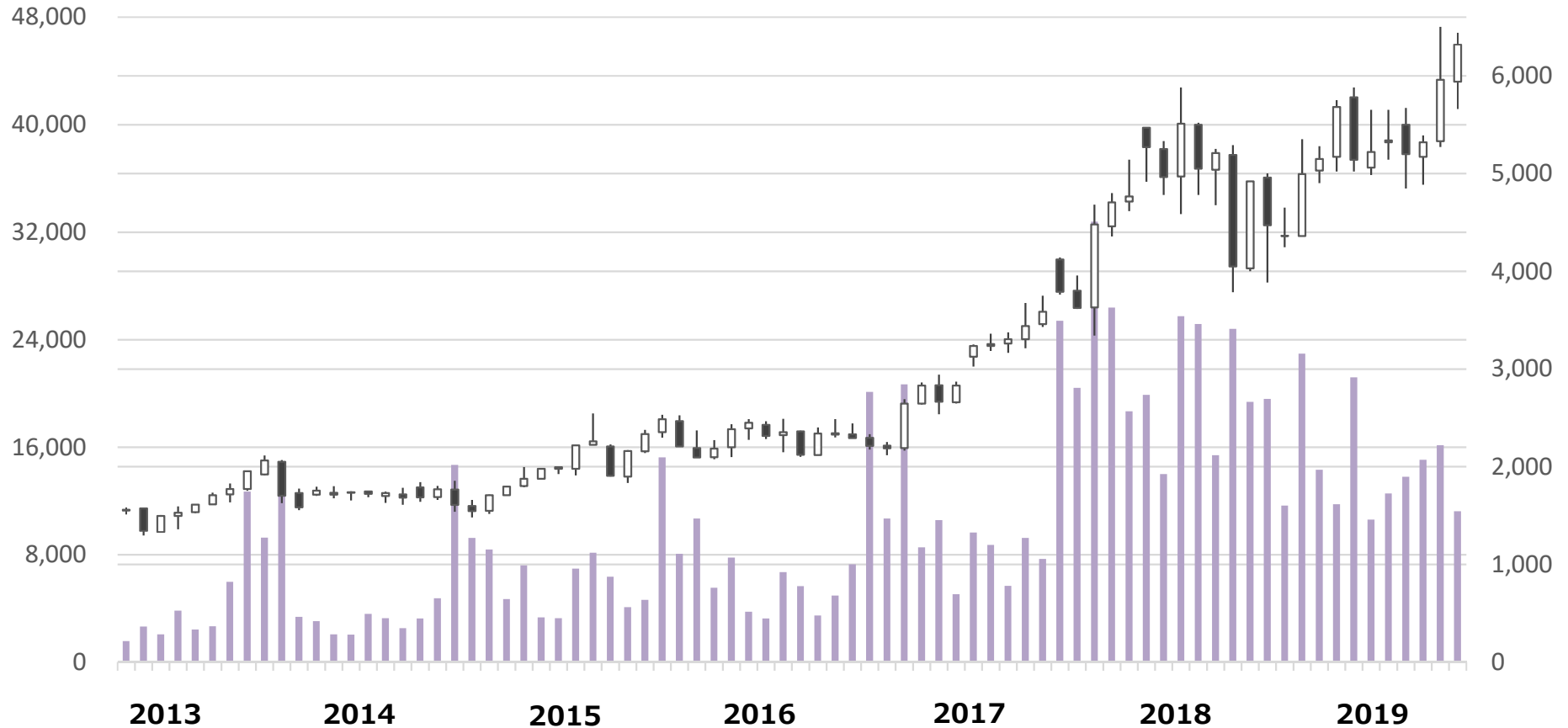
株主還元について

最近のミルボンの株価・出来高の推移

美しさを拓く。MILBON

(出来高：100株)

(株価：円)



株式分割	1:1.2					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

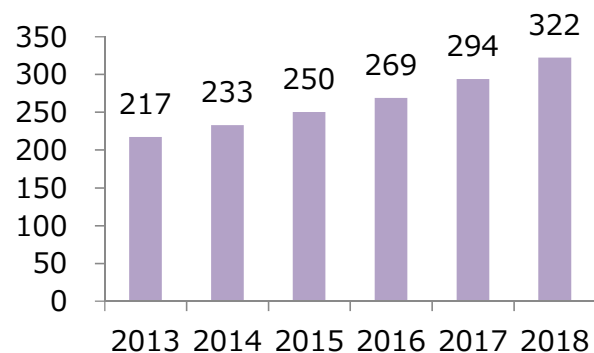
株主還元について ミルボンの資本および利益配分政策

美しさを拓く。MILBON

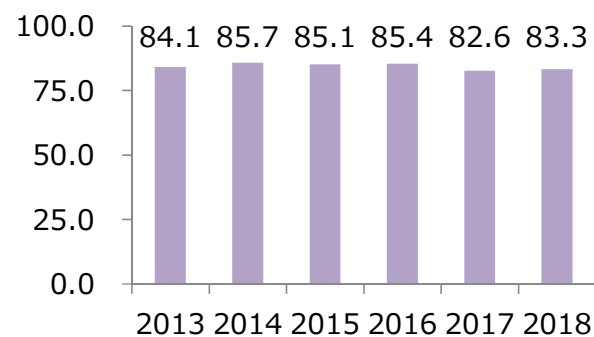
高収益体質のもと、盤石な財務基盤と積極的な将来投資を両立しながら、持続的な高配当も確保

財務基盤関連

【株主資本】 (億円)

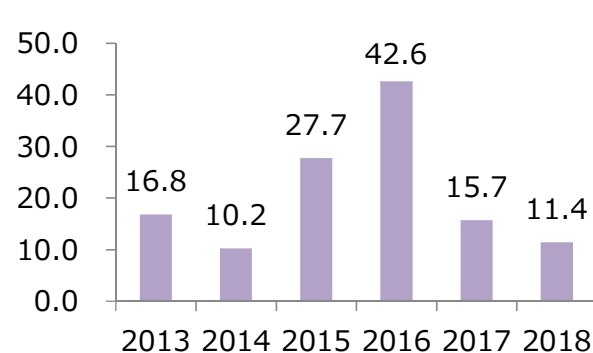


【自己資本比率】 (%)

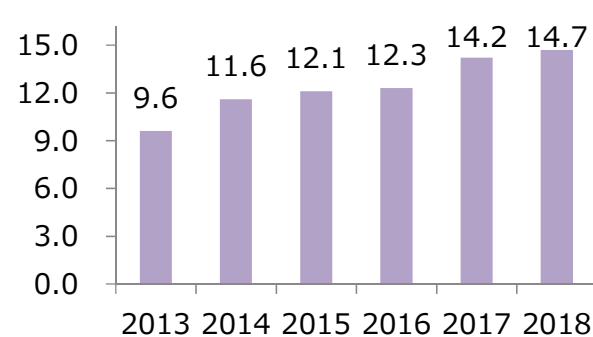


将来投資関連

【設備投資額】 (億円)

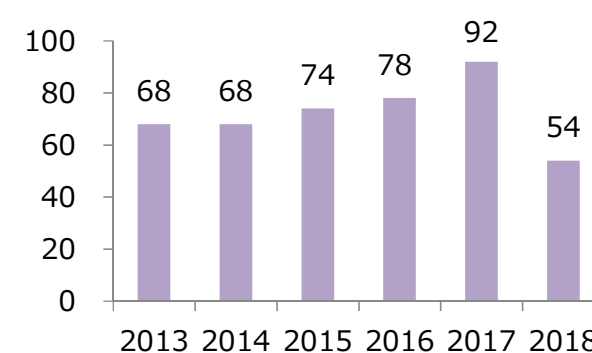


【研究開発費】 (億円)

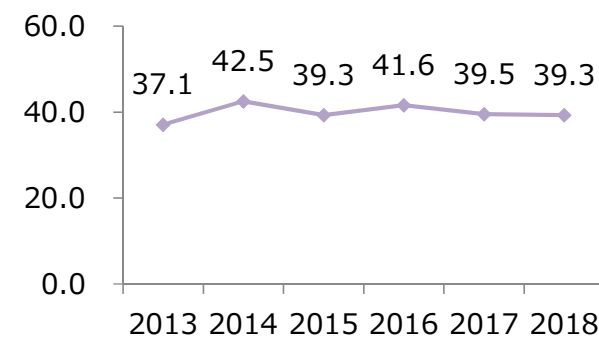


利益還元関連

【1株当たり配当金】 (円)



【配当性向】 (%)





ご清聴ありがとうございました。

お問い合わせ先

株式会社ミルボン

管理部 IR室

TEL 03-3517-3915