



社長あいさつ

次の成長ステージへ、さらに加速!

特集

# フィールドパーソンシステムの一翼を担う “フィールドエデュケーター”の活動

第58期中間期

2016年12月21日～2017年6月20日

## 株主のみなさまへ



株式会社ミルボン

証券コード:4919

## 次の成長ステージへ、さらに加速！

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58期第2四半期(2016年12月21日～2017年6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3年目となり、これまでの確かな成果の積み上げによって、売上高は順調に伸長しております。一方、利益面では、当期は国内工場の統合効果が出る前のボトム(底)を迎えることもあり、営業利益は前年同期を下回っております。株主のみなさまへの利益還元につきましては、中間配当は1株当たり2円増配の40円とさせていただきました。

戦略・施策の展開におきましては、次期『中期』のテーマのいくつかを前倒しで実施する決断をさせていただきました。これにより、今後、中長期的な成長戦略をさらに加速してまいります。

株主のみなさまには、当社の経営にご理解いただき、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8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。

## 連結財務ハイライト

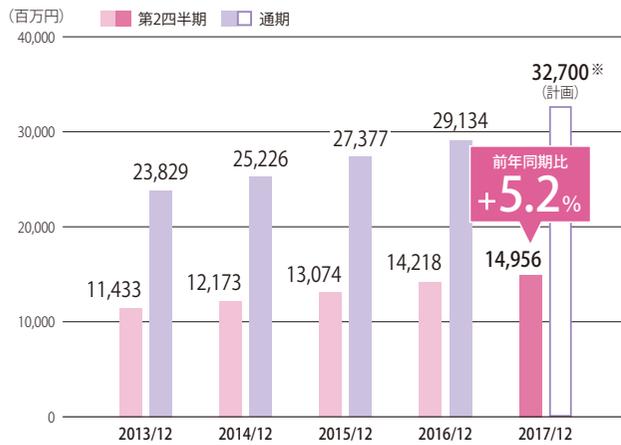
### 決算のポイント

- ▶ 売上高、親会社株主に帰属する当期純利益ともに増加基調を確保しています。
- ▶ 自己資本比率は80%台の高水準を維持しています。
- ▶ 当第2四半期末の配当は前年同期比2円増配の1株当たり40円といたしました。期末配当は2円増配の42円、年間配当は4円増配の82円を予定しております。

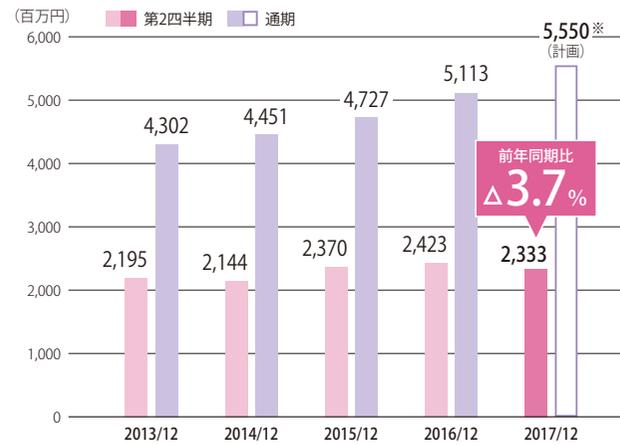
### 決算期変更のお知らせ

※ 2017/12は、2016年12月21日から2017年12月31日までの12ヶ月と11日の決算となります。また、連結決算に際し、海外連結子会社は2016年10月1日から2017年12月31日までの個別決算数値をもって連結決算発表を行います。

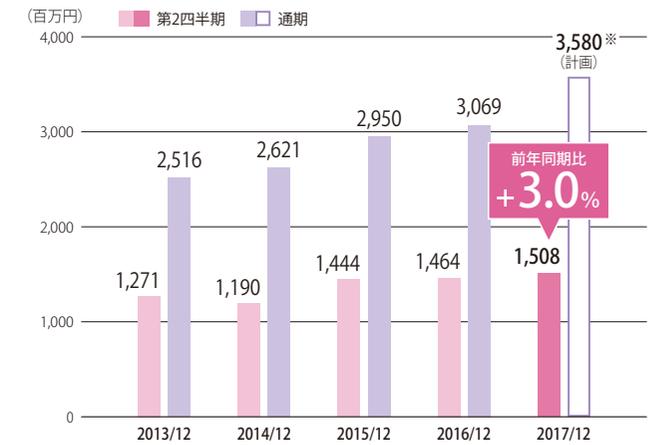
### 売上高



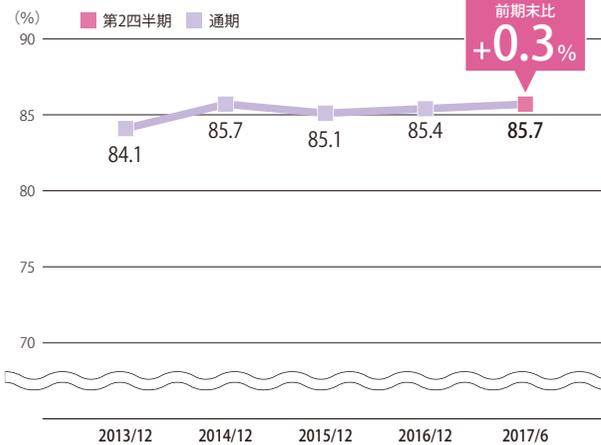
### 営業利益



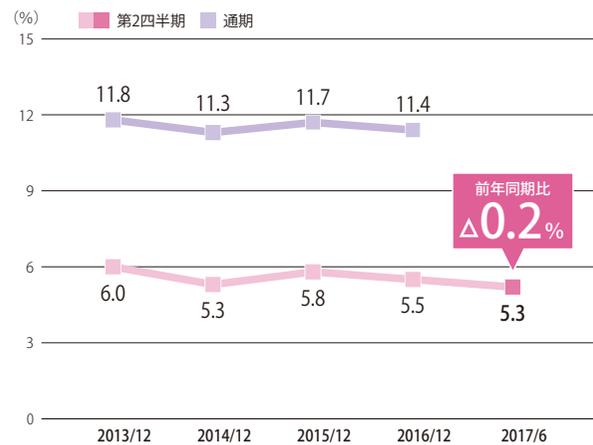
### 親会社株主に帰属する当期純利益



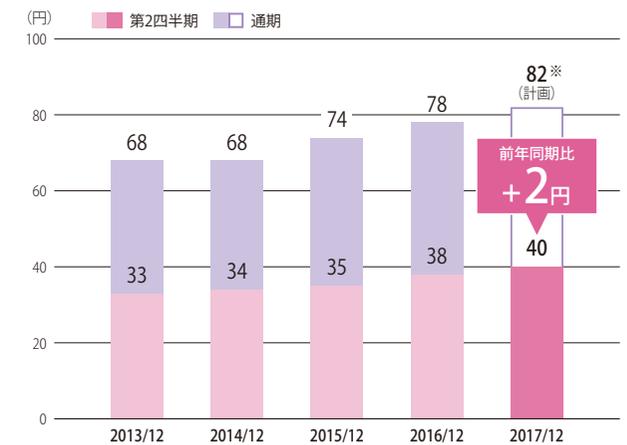
### 自己資本比率



### 自己資本利益率 (ROE)



### 1株当たり配当金





### ヘアケア用剤や染毛剤の伸び、海外マーケットの伸長などにより、売上が順調に拡大

現在推進中の『中期5ヶ年事業構想』（以下、『中期』）では、生産体制、研究開発体制など、中長期的な視点から基盤の整備・強化を推し進めています。特に、生産面では、「ゆめが丘工場」への「統合効果」最大化により利益率向上を果たしていく考えですが、取り組みの過渡期にある当期は、逆に利益率悪化が見込まれる状況にあります。当期をボトム（底）に来期以降、着実に利益改善に貢献していくものと考えています。

## 次期中期事業構想の投資計画の一部を前倒しで

こうした事情から、当第2四半期累計期間の連結業績は、増収基調を確保しながらも営業減益となりました。

なお、売上が順調に伸びている主な要因は、製品カテゴリーで言えば、染毛剤の好調な伸びによるものです。ヘアケア用剤では、東アジアや東南アジアなど海外マーケットで順調な伸長を続けています。染毛剤では、ヘアカラーブランド「オルディーブ」から新たに欧米人のように自由なカラーデザインを楽しめる新シリーズ「オルディーブ アディクシー」を2017年2月に投入、これが好評を博し、上半期だけで年間販売目標を大きく上回る成果を獲得しました。

### プレミアムブランドは、“milbon”が海外7か国へと広がり、「オー ज्या」がこの秋の全商品バージョンアップで、更なる躍進に期待

現在、「プレミアムブランド」を“女性の価値観軸をより重視したプレミアムライン”と位置づけて、「オー ज्या」「ヴィラロドラ」「milbon」の3ブランドで展開しており、すべて順調に進捗しています。

「オー ज्या」は、一人ひとり違う髪の悩みに応える優れた美容技術力（ヘアケアプログラム）が、多くの美容室とそのお客様たちの支持を集めて成長してきたブランドです。今秋、当社独自の基礎研究によって発見した新たな毛髪補修成分を活用してバージョンアップ、全品が生まれ変わります。これにより製品力が大幅にパワーアップしますので、来期からの更なる躍進が期待されます。

前期にデビューした「milbon」は、「オー ज्या」と同様に美容技術教育の仕組みがしっかり整っています。出足こそ鈍かったものの、美容室窓口軒数は3,101軒まで拡大してきました（当第2四半期末現在）。よりパーソナルなヘアケア技術に力

を入れた美容室には「オー ज्या」、ヘアケアはシンプルにしカット技術やヘアカラー技術に力を入れていきたい美容室には「milbon」、といった棲み分けが着実に理解されるようになってきました。また、「milbon」は海外展開を目的に誕生させたブランドでもあります。現在、7か国まで展開が進んでいます。

### “顔の見えるブランディング”の展開強化で、BtoBtoCマーケティングを推進

プレミアムブランドの展開と相まって、コーポレートブランディングの展開強化は、当社が目指すBtoBtoCマーケティングに欠かすことができません。すなわち、“ミルボン”というコーポレートブランドや、当社が展開する製品ブランドを消費者に浸透させ、ブランド価値を高めることで、当社・代理店・美容室・消費者の4者すべてがWIN-WINでより強く結びついた強固な関係の構築を目指しています。

テレビや新聞などのマスメディアを活用した広告を行わず、地域や個々の消費者に直接接していくようなイベントやSNSなどを中心とした、いわば“顔の見えるブランディング”を展開しています。当期は新たに、美容師の物語やサロンモデルの日常などヘアトレンドが垣間見えるさまざまな情報を発信するWEBマガジンを立ち上げました（P8参照）。

### 『中期』の取り組みの着実な進捗により、最終年度の売上高目標350億円の達成は、射程内へ

今後のグローバル事業の更なる拡大をにらみ、当期より、国内外で同一期間を対象とした決算を行うことができるよう、決算期を12月末に変更（従来は12月20日）しました。そのため、当期は変則決算となりますが、従来通りの1年間での当期

# 実施し、中長期的な成長戦略の加速を図る

の目標(当初計画)は、売上高300億円の大台を突破することです。『中期』の取り組みが着実に進捗しており、この目標達成の確度は非常に高いと考えています。そして、『中期』最終年度(2019年度)の目標についても、売上高350億円の達成は確実に射程に入ってきました。

## 化粧品ビジネス本格化、研究開発強化、本社東京移転など、次期『中期』のテーマを前倒し実施するため、『中期』最終年度の営業利益目標を修正

『中期』の取り組みが順調に成果を発揮してきている状況のなか、当社は、『中期』5ヶ年の5合目(2年半)の段階で、最終年度(2019年度)の利益目標を下方修正することとしました。前述の通り、射程に入ってきた売上高350億円の目標については変更なく達成を目指します。一方、利益面については、営業利益を当初計画の70億円から10億円減の60億円に修正しました。理由は、一言で言えば、“次期『中期』を見据えた先行投資”、すなわち、10年後のミルボンのあるべき姿を見据えて次期『中期』での実施を考えていたいくつかの取り組みを、本『中期』に前倒しで実施するためです。これにより、販管費が当初計画に比べ10億円増加する見込みです。

具体的には、第一に、化粧品ビジネスの立上げです。当社は、美容室の新たなビジネス構築を目指して2017年1月に株式会社コーサーとの資本業務提携契約を締結し、現在、美容室におけるスキンケア・メイク製品の共同開発や国内外での販売に向けた体制づくりに取り組んでいます。この化粧品ビジネスの本格化に向けて、当社の強みである「教育」重視のビジネスモデル「フィールドパーソンシステム」についても、さらに厚みを持たせていきます。現在、「フィールドセールス」と「フィールドエデュケーター」のツイン体制で、美容室を強

かにサポートしています(P5-6参照)が、化粧品ビジネスの本格化に対応して、今後はスキンケアやメイクの技術を伝える「ビューティーエデュケーター(仮称)」を育成し、トライアングル体制を築き上げていきたいと考えています。

第二に、研究開発の強化です。近年は特に「基礎研究」「スキンケア」「欧米用ヘアカラー」などに注力し、研究開発体制・人員の強化を図ってきました。その結果、中央研究所が手狭となってきました。これまでは、中央研究所に間借りをする形で、その一角に本社機能を設置してきましたが、「研究開発強化」を第一優先に、「本社」を早々に移転し、従来の「本社・中央研究所」を「中央研究所」に特化させることとしました。

第三に、本社東京移転です。本社移転先として当初は中央研究所近隣エリアを考えていましたが、この機に、思い切って東京へ移転しよう、と決断しました。国内事業の盤石化、事業の海外展開加速、化粧品ビジネスの展開など総合的な観点から、東京に本社があることがより有利に働くものと考えます。

## 5年後、10年後のミルボンの成長・発展に向け、全社一丸で取り組む

当社は今、次の成長に向けて自らを積極的に変革しようとしています。そのために前倒しで動き、追加投資の決断も行いました。そうしたなか、「配当性向40%」の方針につきましては今後も変更せず、実際の配当額の決定にあたりましてはむしろ方針にこだわることなく安定配当の実施を図ってまいりたいと考えております。

当社は今後も引き続き、5年後、10年後のミルボンの成長・発展に向け、全社一丸の経営を推し進めてまいります。

## ▶ 中期5ヶ年事業構想(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。

### 連結売上・利益目標(2019年度)

2017年6月28日付リリースにて、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益について、修正を公表しております。(売上高は修正しておりません)

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%

営業利益

修正前	修正後
70 億円	60 億円

親会社株主に帰属する  
当期純利益

修正前	修正後
41.3 億円	38.5 億円

### 修正理由

今後の中長期的な成長戦略を加速していくために、次期中期事業構想で想定していた下記投資について、今期中期事業構想中に実施するため

- 1 化粧品事業を推進していくための人員増強とその育成教育
- 2 コーポレートブランディングの加速
- 3 欧州等のグローバル展開
- 4 本社東京移転

# フィールドエデュケーターは、ミルボンの強みである「教育」

## フィールドパーソン

美容室の“繁栄”を総合的に支援する“頼れるパートナー”

## フィールドセールス

「美容室の仕組みづくり」の  
観点からサポート



## フィールドエデュケーター

「人（美容師）の教育」の  
観点からサポート



フィールドエデュケーター

浅沼 祐里奈

- ▶ 2008年4月入社（入社10年目）
- ▶ フィールドエデュケーター歴  
9年目

人気のカリスマ美容師の協力を得ながら製品開発を行っているミルボンは、モノを売るのではなく、最先端の美容技術（ソフト）とセットで提供することを基本としており、当社はこれを「コンセプトを売る」と表現しています。BtoBtoC ビジネスを推し進めているミルボンにとって、美容室が消費者に支持され繁栄することこそが優先すべき最重要課題であり、だからこそ、時間とコストをかけて「コンセプトを売る」ための仕組みづくりに専念し続けています。

## 優れたフィールドエデュケーターであり続けるために、日々の努力が不可欠

私たちフィールドエデュケーターは、美容室を訪問したり、さまざまな教育・研修設備を備えた当社のスタジオ（全国14拠点）に美容室スタッフをお呼びしたりしながら、お客様が抱える課題のヒアリングから、それを解決するための勉強会、当社製品の使い方や美容技術指導、時流に合わせたセミナーや講習会の開催など、多岐にわたった教育支援活動を展開しています。セミナー等の講師役を自ら行うことも少なくありませんので、私たちは、一連の教育活動の企画から運営まで、すべて自らの手で行っています。

もちろん、一人だけの力では、美容室から頼られる優れたフィールドエデュケーターであり続けることはできません。地域ごとに、フィールドエデュケーターが定期的集まって勉強会を開催し、新製品の検証、新しい美容技術の習得、成功事例の共有などを行っています。また、美容室のお役に立つような技術や情報・知識に常にアンテナを張りながらそれらの習得に励んでいます。

## 自信が付き、どんどん変わっていく美容師を見ることが大きなやり甲斐

美容室は千差万別です。立地やスタッフ、規模、客層などが違えば、抱えている課題や目指す目標も異なります。そうした個々の状況に合わせた教育支援活動の一つひとつ丁寧に行っていくことは、とても大変です。しかし、そうした活動を続けていくと、多くの美容室スタッフは、徐々に自信を蓄え、どんどん変わっていきます。顔つきにまで表われたりします。私にとって、そんな姿を見るのが何よりもうれしく、とても大きなやり甲斐になっています。

ヘアデザイナーの本質的価値となるヘアデザインを通じて、  
顧客と向きあうことを目的とした新発想イベント

## “DA-INSPIRE-2016”



グランプリ発表風景



グランプリ発表の瞬間

### ミルボンの使命は、『顧客と向き合い、唯一無二の存在になるヘアデザイナーを支援すること』

ミルボンは、一人ひとりが輝く理想の自分をヘアデザイナーを通じて世界中の人たちにお届けしたいという思いから、お客様と美容室のご要望をうかがいながらサポートを行うフィールドワークを基礎とした事業展開を図っています。その一環として開催している「DA-INSPIRE-2016」は、次世代の美容師の成長支援を目的とした、当社主催の大型イベントです。

### 海外を含む6エリアの代表を選出し、2017年5月16日、グランプリファイナルを開催

「DA-INSPIRE-2016」は、2016年に国内4エリア（東京・名古屋・大阪・福岡）と海外2エリア（韓国・台湾）の計6エリアにおいてエリアグランプリを開催。ここで選ばれたエリアグランプリ受賞者を各エリアの代表として一堂に集め、2017年5月にグランプリファイナルを開催しました。（ここで、約1,000名の頂点に立つ“DA of the Year”を決定）

エリアグランプリ受賞者には30万円の教育支援金授与、“DA of the Year”受賞者には50万円の教育支援金、次年度DA-INSPIREにゲストデザイナーとして選考に加わる権利など、活動の幅を広げる環境が整えられています。

ご参考

### 顧客の要望を超える提案ができる美容師が求められている

全国理美容製造者協会（NBBA）による2015年の美容室ユーザー調査によると、美容師より新たなデザイン提案があったと回答した方（22%）のうち、実際に新しく提案されたデザインには91%の美容室ユーザーが満足しているという結果が出ています。

NBBA2015年サロンユーザー調査（15歳～49歳女性n=3,339）

美容師から  
デザイン提案はあったか？

いいえ  
78%

（デザイン提案された方）  
変更したデザインは  
いかがでしたか？

満足  
91%

# を基礎から支えています

その仕組みの核となっているのが「フィールドパーソンシステム」です。左図のように、フィールドセールスとフィールドエドューケーターの両輪体制を敷き、フィールドエドューケーターは、「人の教育」を基軸としたサポート活動を展開しています。幅広い美容技術（希望者は、授業料会社負担で美容師免許取得のための3年間の美容学校受講も可能／通信）に加え、毛髪・エイジング等の知識を身につけた専門集団を構築しています。

## 「スタッフの教育を君に任せたい」と 言っていたことが、大変な励みに

私が担当するある美容室のオーナーは、「若手の女性担当は頼りないからあまり来てほしくない」と公言されていました。その美容室が、「オー ज्या」を導入していただいて間もなく、東日本大震災の災禍に見舞われました。シャンプー台がまともに使えない状況だったため、エンドユーザーにはご自宅でのケアをお勧めすることをご提案し、スタッフの皆さんにはそのための知識を身につけていただきました。その結果、“店販に強いお店”として業界誌に取り上げられるほどになりました。ある日、「これからもあなたにスタッフ教育をお願いしたい」と言っていたが、とても感激したことを、今も忘れられません。

大好きな美容師のために働きたいと願い、ミルボンに就職し、フィールドエドューケーターの職に就くことができました。夢を叶えたのです。これからも、美容師が持っている“人としての魅力”までも引き出していただけるような、私なりのフィールドエドューケーターの理想を追求していきたいと思っています。



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

PLARMI A  
for enhancing beauty with age



Elujuda

テクニカルブランド

プロの美容技術にできるヘアデザイナー専用ブランド

ORDEVE  
The Professional Haircolor



ヘアカラー剤、パーマ剤など

プレミアム

プレミアムブランド“milbon”『スカルプ』シリーズ

2017年3月31日販売開始

MILBON



地肌から美しい髪へ

健やかな地肌環境を整え、地肌から美しく一本一本が  
輝きに満ちた髪へと導く、“milbon”『スカルプ』シリーズが誕生

世界20カ国の女性たちが抱える地肌の悩み

- 1 かゆみ
- 2 フケ
- 3 乾燥
- 4 ベタつき
- 5 におい

これら5つのトラブルに対して、たった1つのラインで対応できる、シンプルなラインナップ。プロの手によるサロンケアと、お客さまがご自宅でも気軽に始められるスカルプケアです。

プロフェッショナル

エルジュエダ リンバーセラム・メロウセラム

2017年3月30日販売開始

Elujuda

limber serum  
mellow serum



根元から扱いやすい髪へ

軽やかな指通りで根元から扱いやすい髪へと導く  
デザインベースオイルの新アイテムが「エルジュエダ」ブランドから誕生

「根本から扱いやすい髪」とは?

しなやかな髪

根元から毛先まで指通りが良い髪

コシとやわらかさを兼ね備えた「しなやかさ」と、根元から毛先までの軽やかな「指通り」、2つのバランスを整える、アウトバストリートメントです。

テクニカル

ネオリシオ

2017年3月30日販売開始

Neo  
Liscio



生まれつきのストレートのような髪へ

タンパク質科学に基づく研究から生まれた、  
デザインできるストレートパーマ剤が誕生

求めるストレートパーマは?

やわらか

つややか

カラーも楽しめる

ストレートを繰り返してもやわらかな状態をキープし、キレイなヘアカラーも可能にする、新たなストレートパーマ剤です。

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、「世界20か国700名の女性の頭皮調査から得られた最新知見」をご紹介します。

## 頭皮における世界共通の5つの悩み

日本国内では、「美しい髪は頭皮から」という考え方が浸透しており、頭皮ケアのニーズが高まりを見せている一方で、頭皮ケアに関しての考え方は国によって異なり、美容習慣も様々です。また、世界各国の女性の頭皮を一斉に調査した研究報告はまだ少ないのが現状です。そこで当社は、世界各国の女性の頭皮について、世界初となる大規模な一斉調査を実施しました。その結果、世界中の女性の悩みが右の5つに集約されることを突き止めました。

世界の女性たちが抱える頭皮の悩みとは？



- 1 かゆみ
- 2 フケ
- 3 乾燥
- 4 ベタつき
- 5 におい

調査した女性の出身国

日本、タイ、中国、アメリカ、シンガポール、ミャンマー、ラオス、韓国、ロシア、トルコ、ウクライナ、スロバキア、ルーマニア、フィンランド、オランダ、デンマーク、イギリス、スペイン、キューバ、オーストラリア(計20か国)

## ミルボン独自の皮脂分析技術により、皮脂組成の国ごとの違いや、頭皮のトラブルの原因などを特定

当社は、頭皮の様々な調査結果の中から皮脂組成の分析結果に着目。頭皮の皮脂分泌量は他の部位に比べて多く、皮脂が頭皮の悩みに大きく影響すると考えられます。当社は今回の調査のために、短時間で皮脂の成分分析を可能とするミルボン独自の技術を開発・確立しました。

皮脂は、いくつかの油性成分が混合したのですが、分析の結果、皮脂組成は国ごとに違いがあることがわかりました。背景には美容習慣の違いがあるものと予想されます。

また、皮脂の成分のうち、脂肪酸の比率が過剰になると皮膚への刺激が高まり、これが皮膚トラブルを招くことが知られていますが、今回の調査・分析結果からも、トラブルを起こしている頭皮は、脂肪酸比率が高い傾向を示していました。

今回の調査・分析で得られた知見を応用し、今後、高機能な頭皮用化粧品の開発、頭皮ケア習慣の提案などにつなげていきます。

正常な頭皮の女性は…



トラブルを起こしている頭皮の女性は…



## 主なトピックス

ヘアデザイナーを通じて、美しい生き方を応援するWEBマガジン

『Find Your Beauty MAGAZINE』創刊

2017.06.14 START

「Find Your Beauty MAGAZINE」では美容師を通じてヘアカルチャーをつくることをモットーに、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え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。

### ADVICE

女性が日頃感じる疑問をプロの視点で解決し、ヘアデザイナー・サロン専売商品の信頼性や期待度を高めていきます。

### REPORT

ワークショップやイベント取材し、生の臨場感をお伝えます。

### ROOTS

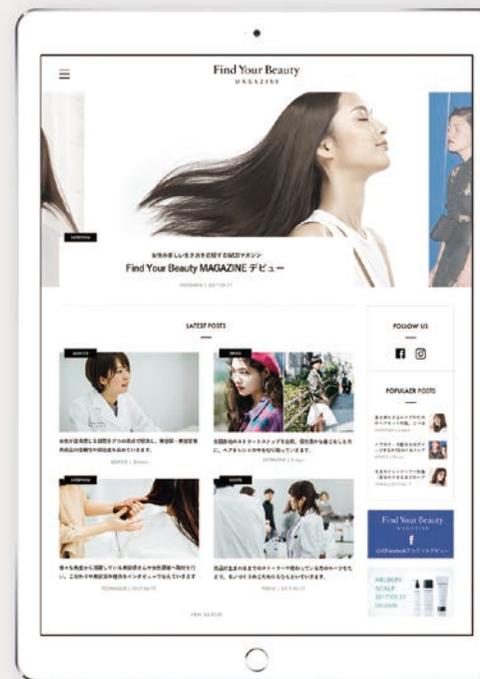
商品が生まれるまでのストーリーや関わっている方のルーツをたどり、モノづくりのこだわりをひもといていきます。

### INTERVIEW

様々な角度から活躍しているヘアデザイナーや女性顧客へ取材を行い、こだわりやサロンの魅力をインタビューで伝えていきます。

### TREND

全国各地のストリートスナップを公開。個性豊かな着こなしと共に、ヘアトレンドの今を切り取っていきます。

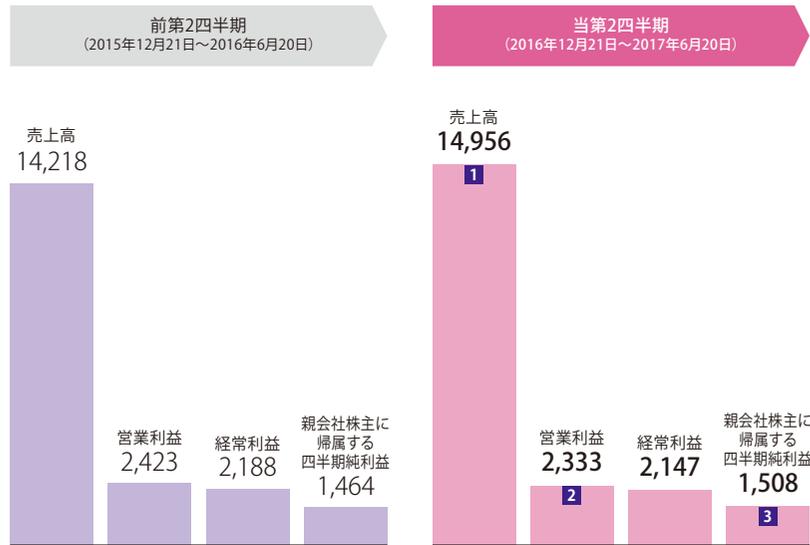


もっと髪に興味を、もっとヘアサロンに行きたくなるウェブマガジンを目指して

<http://www.milbon.co.jp/fyb-magazine/>

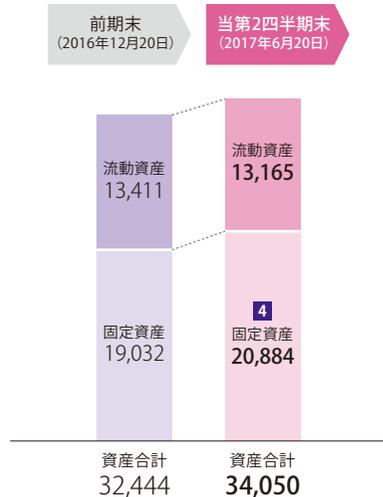
## 連結財務諸表の概要

### 連結損益計算書 (百万円)

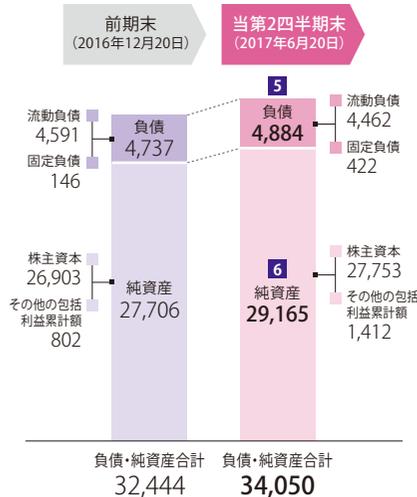


### 連結貸借対照表 (百万円)

#### 資産の部



#### 負債・純資産の部



#### 1 売上高のポイント

売上高は、前年同期比7億38百万円(5.2%)の増収となりました。これは主に、染毛剤部門において、2月に発売した欧米人のように自由なカラーデザインを楽しめる「オルディーブアディクシー」が好調に推移していることによるものです。また、中国、韓国を始めとする東アジア、東南アジアで順調に伸長していることも要因のひとつです。

#### 2 営業利益のポイント

営業利益は、売上原価、販売費及び一般管理費の増加により、前年同期比90百万円減少しました。

#### 3 親会社株主に帰属する四半期純利益のポイント

親会社株主に帰属する四半期純利益は、前年同期比43百万円増加しました。

#### 4 資産のポイント

資産の部合計は、前期末比16億6百万円増加しました。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2億45百万円減少した一方で、投資有価証券の取得と上場株式の時価上昇等により投資有価証券が増加し固定資産が18億52百万円増加しました。

#### 5 負債のポイント

負債の部合計は、前期末比1億47百万円増加しました。流動負債が前期末比1億28百万円減少した一方で、固定負債が前期末比2億75百万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14億59百万円増加しました。利益剰余金が8億53百万円、上場株式の時価上昇等によりその他有価証券評価差額金が4億30百万円それぞれ増加したことによるものです。

## 株主さまとのコミュニケーション

当社は、成長と繁栄は、ステークホルダーのみなさまと共有してこそ、持続力も増すものと認識しております。

3月に大阪で第57期 定時株主総会を、4月に東京で株主さま向け説明会を開催いたしました。ご出席いただきました株主さまにおかれましては、この場をお借りして、改めて御礼申し上げます。

今後より多くの株主のみなさまにご理解をいただけるよう努めてまいります。



大阪

### 第57期 定時株主総会

2017/3/16(木)

株主総会の質疑応答では大変貴重なご意見を頂戴いたしました。その一部をご紹介します。

**Q** 株主優待制度における長期保有株主に対する優遇措置について、方針や具体策を教えてください。

**A** 当社は株主優待制度の充実に努めておりますが、今回は、株主さまのお声の中で最も多かった「優待品の選択制」を導入させていただきました。保有期間によって優待内容を段階的に設定するような制度につきましては、引き続き検討し、方向を探っていきたく考えております。

**Q** 本年1月に株式会社コーセーとの資本業務提携契約を締結していますが、今後、こうした業務提携の計画はありますか。

**A** コーセーとの資本業務提携は、まだ緒に就いたばかりですので、まずはこの提携を成功へと導いていくことが先決であると考えております。そのあたりの動向を見据えながら、今後必要があれば他社との新たな提携も視野に入れてまいります。

東京

### 株主さま向け説明会

2017/4/21(金)

株主さま向け説明会では、第57期の業績と今後の成長戦略について説明させていただきました。当社に対するご意見を頂戴したアンケートの一部をご紹介します。

- 昨年要望のあった説明会をすぐ今年対応して頂き有難うございます。
- 社長の明確なビジョンを直接聞くことができて良かった。
- 化粧品事業への展開、どのような製品を発表するのか楽しみにしています。
- ビジネスモデルが理解できてよかった。説明会は是非続けて欲しい。

## 会社概要

設立	1960(昭和35)年7月
資本金	20億円
従業員数	640名(連結804名)
平均年齢	35.1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

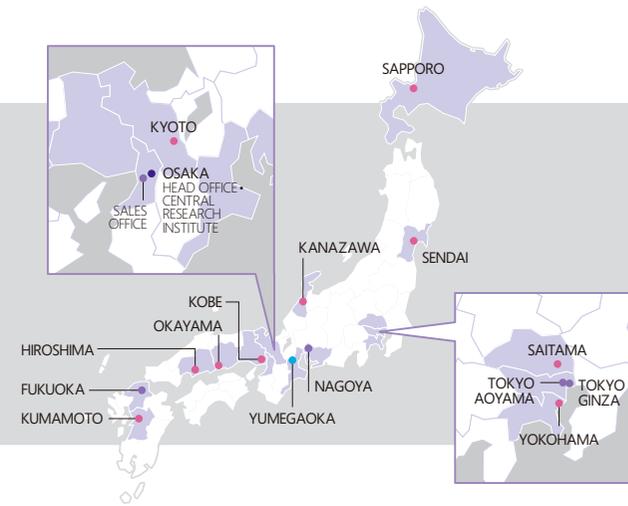
代表取締役社長	佐藤 龍二	
専務取締役	重宗 昇	FP本部長
常務取締役	村井 正浩	管理・経営戦略・CS推進担当
	豊田 修	国際第一営業・ミルボンUSA・ミルボン上海・ミルボンコリア担当
取締役	藤井 政幸	FP本部副本部長
	村田 輝夫	生産本部長
	武田 靖史	開発本部長
	大塩 充	事業開発部長
	鴻池 一信	国際第二営業部長・ミルボンタイランド担当
社外取締役	高畑 省一郎	公認会計士
	濱口 泰三	伊藤忠食品株式会社代表取締役・社長執行役員 ※2017年6月21日より伊藤忠食品株式会社取締役・相談役
常勤監査役	村田 浩二	
社外監査役	遠藤 桂介	弁護士
	田多 理	税理士

## 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、北京営業所、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、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



### ▶ 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

## 海外拠点

- 子会社
- 駐在員事務所
- 工場



### ▶ 子会社



ミルボンUSA



ミルボン上海



ミルボンコリア



ミルボンタイランド

## 本社移転のお知らせ

当社は、現在、研究開発力の強化を図るため、中央研究所を中心とする開発本部の人員増強を進めておりますが、これを実現していくために、中央研究所と併設している本社機能を移転して研究スペースを確保する必要性が出てきました。そこで、予てより本社機能移転先の選定を進めており、この度の2017年6月28日開催の取締役会において、本社の東京への移転を決議いたしました。

移転先 ▶ 東京都中央区京橋2-2-1 京橋エドグラン

移転予定日 ▶ 2017年11月(予定)

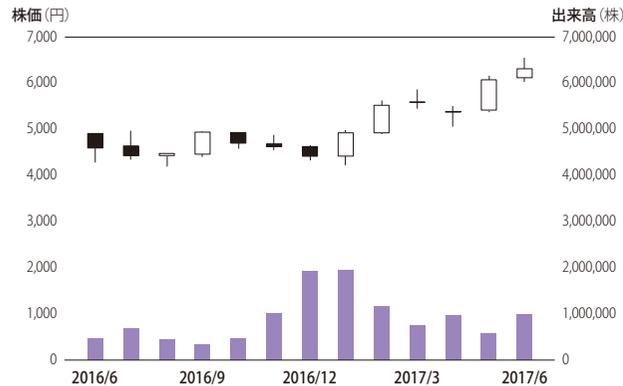
### 株式の状況

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	9,746名

### 大株主

STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	1,488千株
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
特定有価証券信託受託者 株式会社SMBC信託銀行	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)	539千株
ミルボン協力企業持株会	485千株
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	436千株
鴻池 一信	428千株

### 株価・出来高の推移 (月次)



## 株式会社ミルボン

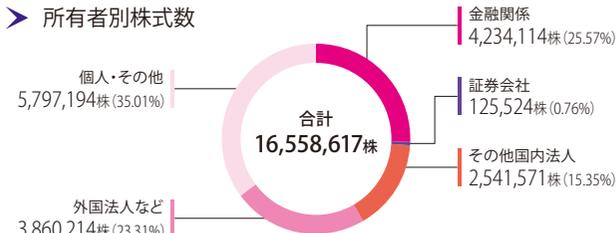
〒534-0015 大阪市都島区善源寺町2丁目3番35号  
TEL 06 (6928) 2331



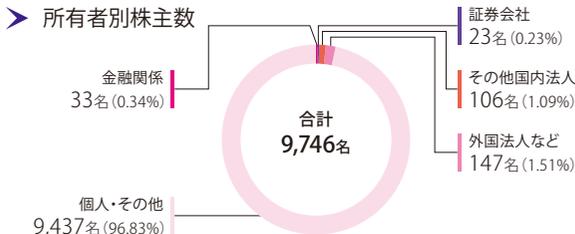
この「株主のみなさまへ」は、環境に配慮し、植物油インキを使用しております。

### 株式分布状況

#### 所有者別株式数



#### 所有者別株主数



### 株主メモ

事業年度	毎年1月1日から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。 ( <a href="http://www.milbon.co.jp/">http://www.milbon.co.jp/</a> ) 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

**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

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