

各 位

会社名 株式会社ミルボン
 代表者の役職名 代表取締役社長 鴻池 一郎
 (コード番号 4 9 1 9 東証第 1 部)
 問い合わせ先 常務取締役管理部担当 木村 健一
 (TEL 06-6928-2331)

平成 12 年 11 月 8 日付開示の新中期経営計画の見直しについて

去る平成 12 年 11 月 8 日付で開示しております新中期経営計画（平成 12 年 12 月 21 日～平成 17 年 12 月 20 日）は、その後の経済情勢と予想を超える環境変化のスピードにより実態との乖離が増幅してきました。

そこで今回新たに売上と政策の全面見直しを行い、2003 年（平成 15 年）を初年度とする中期ローリング経営計画（2003 年～2006 年）を策定しました。あくまでも中期につきましては、事業の構想であり、その内容は毎年見直しを前提に運用されます。

業績および政策の要点は下記の通りです。

【業績の見通し】

(単位：億円)

	2003 年(H15)	2006 年(H18)
パーマ剤	25.3	28.8
ヘアケア剤	63.4	73.7
染毛剤	57.0	86.5
その他	5.6	4.0
合計 (総売上高)	151.3	193.0
純売上高	144.3	184.0
経常利益	30.0	39.0
売上高経常利益率	20.8%	21.2%

【政策の要点】

- (1) 目 標 マーケットシェア 20%獲得
- (2) テーマ 「ホームカラーと差別化するための、日本独自のサロンカラー戦略を推進する」
- (3) 方 針
 - ①サロンカラーとホームカラーのシェアを逆転することで、新市場を創造する。
 - ②フィールドマンを中心とした代理店との協働態勢を充実する。
- (4) 目標実現の 3 つの柱
 - ①ヘアカラー態勢の総仕上げと次への始動
 - [ヘアカラー態勢の総仕上げ]
 - ヘアカラー新工場の建設
 - サービス態勢の仕上げ
 - [次への始動]
 - サロンカラー差別化戦略によるサロン市場の創造・拡大
 - ②首都圏へのチャレンジ
 - 当初計画の強化続行。
 - 代理店との協働によるミルボン政策の浸透。
 - 競合メーカーの強力地盤にチャレンジ。
 - ③国際市場への始動
 - 実績市場の態勢強化と有望市場への進出
 - 「国際フィールドマン」の育成