



平成 18 年 1 月 30 日

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 東証第一部)
 問い合わせ先 経 理 部 部長 重宗 昇
 T E L 0 6 - 6 9 2 8 - 2 3 3 4

中期 5 ヶ年事業構想 (個別) の政策の要点について

平成 18 年度～平成 22 年度までの中期 5 ヶ年事業構想を策定いたしました。その政策の要点について報告いたします。なお、今回発表する中期 5 ヶ年事業構想は個別であり、子会社である MILBON USA, INC.との連結はしていません。また、中期事業構想は経済状況や環境変化に対応するため毎年見直すことを前提としております。

業績の見通し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)

		平成 18 年度(2006)	平成 22 年度(2010)	増減金額
国 内		1 6 8 . 4	2 3 8 . 0	6 9 . 6
国 際 部		7 . 1	1 2 . 0	4 . 9
製 品 区 分 別	パーマメントウエーブ用剤	2 3 . 4	3 1 . 0	7 . 6
	ヘアケア用剤	8 3 . 6	1 1 7 . 5	3 3 . 9
	染毛剤	6 5 . 0	9 9 . 0	3 4 . 0
	その他	3 . 5	2 . 5	1 . 0
売 上 合 計		1 7 5 . 5	2 5 0 . 0	7 4 . 5
経 常 利 益		3 8 . 0	5 0 . 0	1 2 . 0

政策の要点

1. 中期マーケティングテーマ

『新しい美容市場の創造』 ～上質化戦略を推進し、パブリック顧客を美容市場に取り込む～

1)ヘアカラー中核戦略

ホイルワーク技術と新総合カラーによる上質なヘアカラーの普及推進によって、ホームカラー顧客をサロンカラーへ取り込む。

2)技術サポート店販戦略

技術サポート店販コンセプトとデリバリーサービス(研究中)の普及推進によって、パブリックのヘアケア顧客をサロンヘアケアへ取り込む。

3)国際化戦略

各地域の文化風土に合わせて、日本で開発された美容技術ソフトやマーケティングノウハウを展開推進する。

アジア 各地域に合わせて、美容市場に新風を吹き込み、美容業界の発展に貢献する。

USA リシオ-リ・コンディショニングシステムの追求による普及推進。

2. 国内市場政策

- 1) 政策協働意思確認を前提とた、新たな戦略区分による重点代理店を選定し、活動の効率化を図る。
- 2) 成長しているサロンへ活動を重点化し、政策共鳴し実践するミルボンサロンづくり
- 3) ミルボンサロン戦略の進化を基に、大型サロンへの個店対応を基本活動とする。

	平成 18 年度	平成 22 年度
ミルボンサロン総数	7,500軒	10,000軒
ホイルワーク実践サロン	3,000軒	8,000軒
店販デリバリー（研究中）推進サロン	100軒	8,000軒

3. フィールドパーソン(営業部員)戦略

フィールドパーソンを中心とした、専門部隊との立体的な組織態勢への進化を図る・

- 1) 大型・広域化するサロンに対応した専門部隊のネットワーク組織を構築する。
- 2) フィールドパーソンおよびフィールドパーソンマネージャーのレベルアップを図る。

	平成 18 年期首(2006 年)	平成 22 年期末(2010 年)
国内フィールドパーソン	167名	220名
国際フィールドパーソン	6名	10名

4. 製品開発

- 1) TAC 開発システムを進化させる『感性と科学の融合』を図るための、研究開発態勢を創る。
- 2) 国際化製品開発のための人材確保と育成

5. 生産・物流政策

3 工場の相互補完と外注政策による多品種変量生産態勢の確立を目指す。

- 1) ヘアカラー500色構想に対応した生産態勢の確立。
- 2) 受注システムを含めた生産管理システムと物流および物流拠点の再整備。

以上