



平成 20 年 1 月 28 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 取締役経理部長 重宗 昇
 T E L 0 6 - 6 9 2 8 - 2 3 3 1

中期 5 ヶ年事業構想 (個別) の政策の要点について

平成 20 年度～平成 24 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、子会社との連結はしておりません。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。

I 業績の見通し

(単位：億円)

		平成 20 年度 (2008)	平成 24 年度 (2012)	増減金額
国 内		176.5	225.6	49.1
国 際 部		6.9	11.0	4.1
製 品 区 分 別	パーマネントウェーブ用剤	20.2	24.6	4.4
	ヘアケア用剤	82.2	107.9	25.7
	染毛剤	77.6	101.5	23.9
	その他	3.4	2.6	▲0.8
売 上 合 計		183.4	236.6	53.2
経 常 利 益		34.7	47.4	12.7

II 政策の要点

1. 中期目標&マーケティングテーマ

デザイナーと美容室の夢の実現と豊かな美容界をめざして

『美容室スタッフ 1 人当たりの生産性向上につながる新しい美容市場の創造』

～チャレンジ 80 (スタッフ 1 人当たり月売上 80 万円)～

①国内市場中期計画の要点

ヘアカラーからつながるヘアケア戦略を中核とし、業界シェアを現在の 17%から、20%突破を目指します。

1)ヘアカラー上質化戦略

大人のお洒落な白髪染め市場を中心に、ホイルワーク技術を頂点とする、総合的なヘアカラーの上質化とメニュー化を図り、現在の業界ヘアカラーシェア 20%から、25%をめざします。

2)ヘアケア中核戦略

ヘアカラーの上質化戦略からつながる、サロントリートメントから自宅でのケアまでをサポートする、システムヘアケアの開発からサロン店販ビジネスを確立し、現在の業界ヘアケアシェア 15%から 20%をめざします。

②国際市場中期計画の要点

1) 北米市場

内部態勢強化のための幹部の採用・育成から、人材の強化を図り、2010年を目標に、総合ヘアカラー「オルディープ」の投入、そして、カリフォルニア拠点スタジオの設立を予定しています。将来的には、ニューヨークを中心とした、南北アメリカ市場戦略を推進する予定です。

2) 中国市場

昨年2007年11月に独資にて、上海に現地法人を設立しました。本年2008年は、販売・教育の内部態勢を構築し、来年2009年1月より、本格的な営業をスタートする予定です。将来的には、上海を中心としたアジア市場戦略を推進する予定です。

③内部態勢の強化

1) フィールドパーソンの徹底した、個店対応・地域対応の質の向上をめざした拠点組織態勢を確立します。

2) 新製品に偏った市場創りから、美容室・代理店の戦略的重点化による市場創りへの転換を図ります。

3) フィールドパーソンを支える、美容技術を深掘りしたTAC製品開発システムならびに、間接部門の内部態勢を確立します。

2. 国内市場政策

1) 重点代理店の戦略的重点区分を明確にした協働態勢、外交政策を推進します。

2) 優良成長サロンの戦略的重点区分を明確にしてフィールド活動を推進します。

3. フィールドパーソン戦略

1) 優良成長サロンの課題に合わせて、営業拠点の支店長・フィールドマネージャー・担当フィールドパーソンのチーム編成によって、個店対応の質を向上します。

2) フィールドパーソンを中核とした、人材のレベルアップを図り、内部態勢を再構築します。

	平成20年期首(2008年)	平成24年期末(2012年)
国内フィールドパーソン	181名	220名
国際フィールドパーソン	8名	13名

4. 製品開発

1) TAC製品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、研究開発態勢を創ります。

2) 国際化製品開発のための人材確保と育成を強化します。

5. 生産・物流政策

1) ヘアケア多品種変量生産態勢の構築と、三重県に集中している生産拠点の災害リスクを回避するために、他エリアでの外注生産を推進します。

2) 物流体制においては、サロン店販の革新に向けて、きめ細かな情報支援を行うために、サロンデリバリー態勢を開発します。

以上