



平成 22 年 6 月 25 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 佐藤 龍二
 (コード番号 4 9 1 9 東証第一部)
 問い合わせ先 常務取締役 村井 正浩
 T E L 0 6 - 6 9 2 8 - 2 3 3 1

中期 5 ヶ年事業構想(連結)の政策の要点について

平成 22 年度～平成 26 年度までの中期 5 ヶ年事業構想を策定いたしましたので、その政策の要点について報告いたします。なお、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。

業績の見直しおよび政策の要点は下記の通りです。

I. 業績の見直し

(単位：百万円)

	平成 22 年 (2010 年)		平成 26 年 (2014 年)		伸長率 (%)
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	
日 本	18,753	94.4	22,400	89.6	119.4
台湾・香港・その他	416	2.1	558	2.3	134.1
米 国 (MILBON USA, INC.)	414	2.1	521	2.1	125.8
中 国 (Milbon Trading(Shanghai) Co., Ltd.)	101	0.5	761	3.0	753.5
韓 国 (Milbon Korea Co., Ltd.)	176	0.9	760	3.0	431.8
売 上 高	19,860	100.0	25,000	100.0	125.8
営 業 利 益	3,620	18.2	4,877	19.5	134.7
当 期 純 利 益	1,910	9.6	2,754	11.0	144.2

II. 政策の要点

1. グローバルビジョン

ミルボンは、人材育成・教育を通じて、ヘアデザイナーの夢を実現するための、グローバルなフィールドを創造し、日本発(初)、世界 No.1 のプロフェッショナルグローバルメーカーを目指します。

日本の精緻で繊細な美容技術力・おもてなしのサービス精神から生まれる美容製品技術とデザイナーに敬意を持った教育支援活動を、現地に合わせて編集し、各地域の美容文化に貢献します。

- (1) グローバルな情報と支援態勢の構築で、デザイナーの活躍するフィールドを世界中に広げ、次世代を担うデザイナーを支援します。
- (2) 日本で培ってきた教育システムと製品開発システムを中核として、世界の共通言語である美容技術を基盤に、世界各地の美容文化に貢献します。

2. グローバル化に向けた4つのポイント

- (1) 日本も一つのマーケットと捉えた、グローバルな意識への転換
- (2) 若手経営幹部の育成
- (3) 本社機能のグローバル化
- (4) フィールドパーソンを軸とした、新たな展開モデルの構築

3. グローバル中期エリアビジョン

- (1) 日本【グローバル化の基盤】
 - ①教育部を中核とした市場活動態勢への転換
 - ②市場で売上を創造する営業態勢の構築
 - ③国内拠点を15拠点とし（新規4拠点を含む）、地域に合わせた市場戦略を推進
- (2) 米国 (MILBON USA, INC.) 【グローバル化の象徴】
 - ①USA版フィールドパーソンの育成
 - ②「ロサンゼルス」に拠点と教育スタジオを設立
- (3) アジア【グローバル成長戦略】
 - 中国 (Milbon Trading (Shanghai) Co., Ltd.)
 - ①沿岸エリアの都市部に活動を集中
 - ②「北京」に拠点と教育スタジオを設立
 - 韓国 (Milbon Korea Co., Ltd.)
 - ①エデュケーショナルセールスを中核とした、質の高い教育活動の推進
 - ②「釜山」に拠点と教育スタジオを設立
 - 台湾
 - ・メーカー2強態勢から、ダントツのNo.1態勢を構築
 - 香港
 - ・トップ3サロンの攻略で、No.1シェアを獲得
- (4) 欧州【グローバル化の源泉】
 - ・進出機会を創出し、ミルボングローバルネットワークの構築を目指す

以上