



平成 27 年 1 月 21 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

新ブランドスローガンと新中期 5 ヶ年事業構想の政策の要点について

2014 年度末において、2010 年 6 月に公表した前中期 5 ヶ年事業構想(2010 年～2014 年)期間が終了いたしました。これを受け、新中期 5 ヶ年事業構想(2015 年～2019 年)を策定するとともに、市場環境が変化する中で顧客と一層強固な信頼関係を築くため、新たなブランドスローガンを制定いたしましたので、その要点について報告いたします。

I. 前中期 5 ヶ年事業構想(2010 年～2014 年)の実績について

「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。」をテーマに取り組んでまいりました。

少子高齢化が進む国内市場でのヘアケアを中核とした美容室への教育支援活動と、アジア地域を中心に積極的な海外展開を行った結果、中期事業構想で掲げた目標である売上高 250 億円、海外売上比率 10.4%を達成いたしました。営業利益は目標に 4 億 25 百万円未達となりましたが、グローバル展開に伴う諸費用や、人事制度の改定、人員の増加が前中期事業構想策定時の想定を上回ったことによるものです。

【前中期事業構想の目標と実績】

(単位：百万円)

	前中期事業構想 (2014 年度目標)		2014 年度実績		差額	達成率 (%)
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)		
売上高	25,000	100.0	25,226	100.0	226	100.9
国内	22,400	89.6	22,612	89.6	212	100.9
海外	2,600	10.4	2,613	10.4	13	100.5
営業利益	4,877	19.5	4,451	17.6	△425	91.3
当期純利益	2,754	11.0	2,621	10.4	△132	95.2

II. 新ブランドステートメント・スローガンについて

当社ではこれまで「髪美しく、人うつくしい・・・」をコーポレートスローガンとして掲げてまいりました。国内市場環境が人口動態の波を受け益々不透明な状況になり、グローバル化の推進（企業・製品ブランドの認知強化による市場参入スピードの加速）が必要とされております。

新事業年度を迎えるにあたり、

- ・美しい生き方を願う女性が、新しい自分を発見できるように
- ・ヘアデザイナーが誇りを持ち、新しいコトに挑戦できるように
- ・私たちが、新しい世界（グローバル化、新しい事業）に挑戦し続ける

ことを宣言し、顧客との長期的に深い信頼関係を結ぶため、新たなブランドステートメントと、その象徴となるスローガンを制定いたしました。

ーブランドステートメントー

「すべては、女性が美しく生きるために。

私たちは一人ひとりの女性に、
自分らしさ、心の豊かさ、人生の彩りを価値にして届けます。
ヘアデザイナーと向き合い、ともに教え育み、
今を超えようと、磨き上げた結晶から、生れ落ちる美しさ。
それは、私たちだけが創れる確かな価値。
女性が美しい髪を自信に、新しい世界にはばたけるよう、
私たちは、今ここにはない未来を創り続けます。」

ーブランドスローガンー

『美しさを拓く。』 Find Your Beauty

Ⅲ. 新中期5ヶ年事業構想(2015年～2019年) 業績の見通し

(単位：百万円)

	2014年度実績		新中期事業構想 (2019年度目標)		差額	伸長率 (%)
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)		
売上高	25,226	100.0	35,000	100.0	9,773	138.7
国内	22,612	89.6	28,500	81.4	5,887	126.0
海外	2,613	10.4	6,500	18.6	3,886	248.7
営業利益	4,451	17.6	7,000	20.0	2,548	157.3
当期純利益	2,621	10.4	4,130	11.8	1,508	157.6

Ⅳ. 新中期5ヶ年事業構想(2015年～2019年) 政策の要点

1. グローバルビジョン

教育を中心としたフィールド活動によって、世界の国・地域の美容に地域貢献し、日本発(初)、世界No.1のグローバルプロフェッショナルメーカーをめざします。

グローバルに活動できる将来の経営を担う人材を育成し、世界の各地域に接近した製品開発と営業活動を展開していきます。

2. エリア別ビジョン

- 日本 : 少子高齢化社会に対応する、世界に先駆けたエイジング美容モデルの創出
- 東アジアリージョン : 現地社員の育成と教育営業活動の推進により、収益構造を含めたアジアの柱となる成長軌道創り
- 東南アジアリージョン : タイ工場の本格稼働と、日本、東アジアに続く新たな成長の柱となる基盤創り
- 欧米リージョン : 代理店制へのビジネスモデルの転換と、欧州への進出機会の創出

3. グローバル財務戦略

- ・グローバルな製品供給態勢の構築と、各地域により密着した営業活動を展開するための成長投資を行います。
- ・成長により得られた利益を投資家のみなさまへ積極的に還元するため、配当性向40%を目安として株主還元を行います。また、株価水準と市場での流動性を鑑み、適宜株式分割を行います。

以上により、最終年度(2019年)にはヘア化粧品プロユース市場において、アジアNo1、世界ベスト5入りを目指してまいります。

以上