



2014年3月期 決算説明会資料

2013年4月1日～2014年3月31日

株式会社マンドム
(証券コード 4917)



目次



1. 2014年3月期 通期連結業績概要
2. 連結売上高
3. 連結段階利益
4. 事業推進の概況
5. MP-10の総括とMP-11の概要
6. 2015年3月期 通期業績見通し

1. 2014年3月期 通期連結業績概要

(単位：百万円)

	通 期					
	2014/3期	2013/3期	増減額	同期比	前期レート 換算比	計画比
売上高	68,215	60,427	7,788	112.9%	107.6%	102.6%
営業利益	6,853	5,947	906	115.2%	—	103.1%
経常利益	7,330	6,241	1,088	117.4%	—	106.9%
当期純利益	4,091	3,607	484	113.4%	—	107.7%

ROE	8.3%	8.0%
EPS	175.02円	154.29円

配当性向	40.0%	40.2%
------	-------	-------

■ 売上高および各段階利益ともに、過去最高を更新

2. 連結売上高

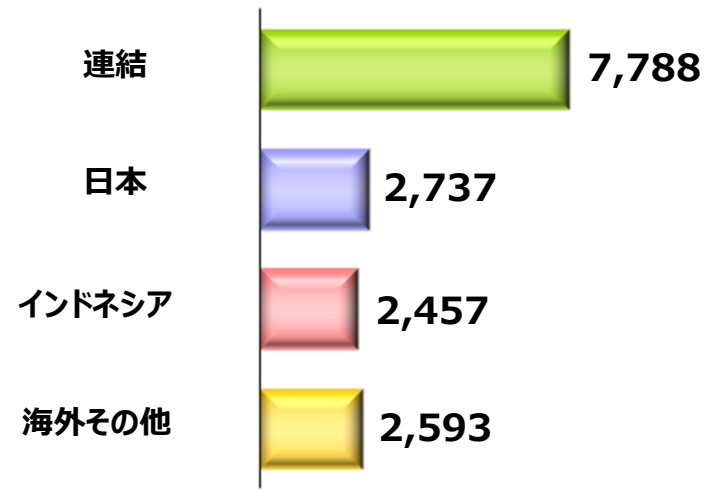
2-1.所在地別売上高

(単位：百万円)

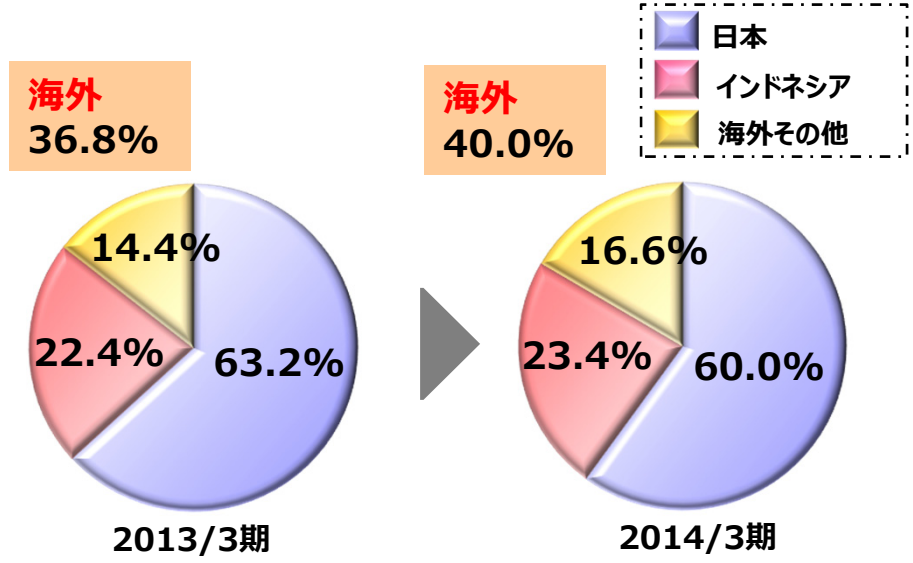
	通 期			
	2014/3期	2013/3期	増減額	同期比
売上高	68,215	60,427	7,788	112.9%
日本	40,945	38,208	2,737	107.2%
インドネシア	15,968	13,510	2,457	118.2%
海外その他	11,301	8,708	2,593	129.8%

2-2.所在地別売上高 同期増減額内訳

(単位：百万円)



2-3.所在地別売上高 同期構成比推移

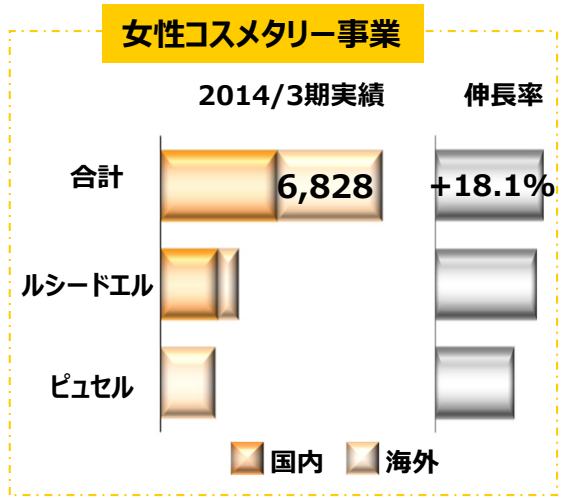
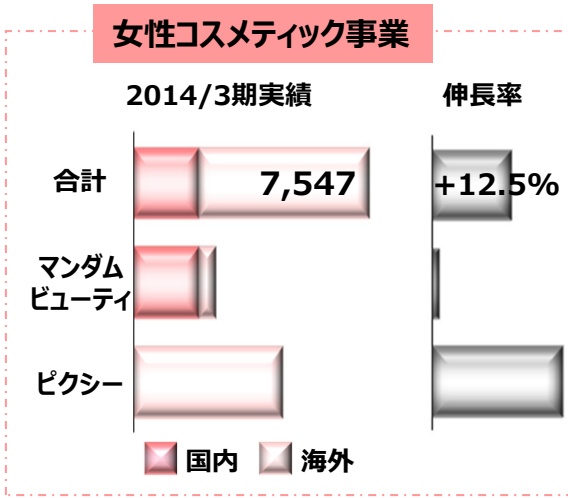
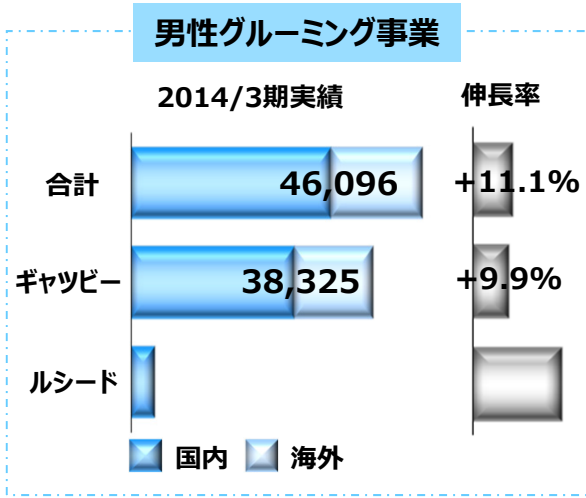


2. 連結売上高

2-4.事業別売上高

(単位：百万円)

	通 期			
	2014/3期	2013/3期	増減額	同期比
売 上 高	68,215	60,427	7,788	112.9%
男性グーミング事業	46,096	41,504	4,592	111.1%
ギャツビー	38,325	34,876	3,448	109.9%
女性コスメティック事業	7,547	6,706	841	112.5%
女性コスメタリー事業	6,828	5,781	1,047	118.1%
その他事業	7,743	6,435	1,308	120.3%



3. 連結段階利益

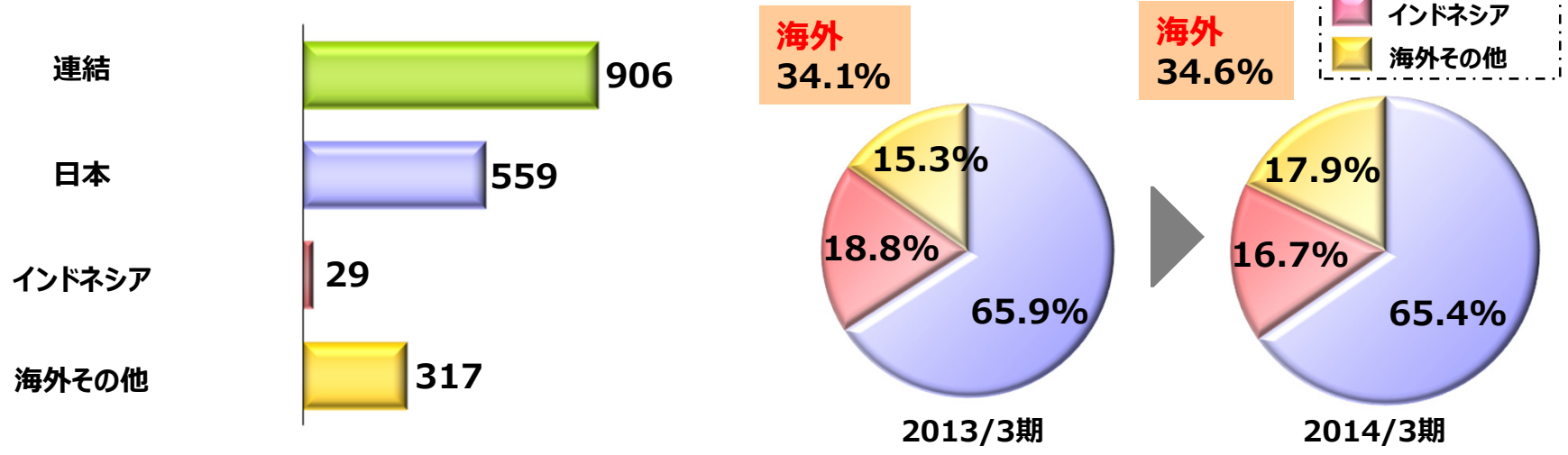
3-1.所在地別営業利益

(単位：百万円)

	通 期					
	2014/3期		2013/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営 業 利 益	6,853	10.0%	5,947	9.8%	906	115.2%
日本	4,480	10.9%	3,921	10.3%	559	114.3%
インドネシア	1,147	7.2%	1,117	8.3%	29	102.6%
海外その他	1,225	10.8%	908	10.4%	317	134.9%

3-2.所在地別営業利益 同期増減額内訳 3-3.所在地別営業利益 同期構成比推移

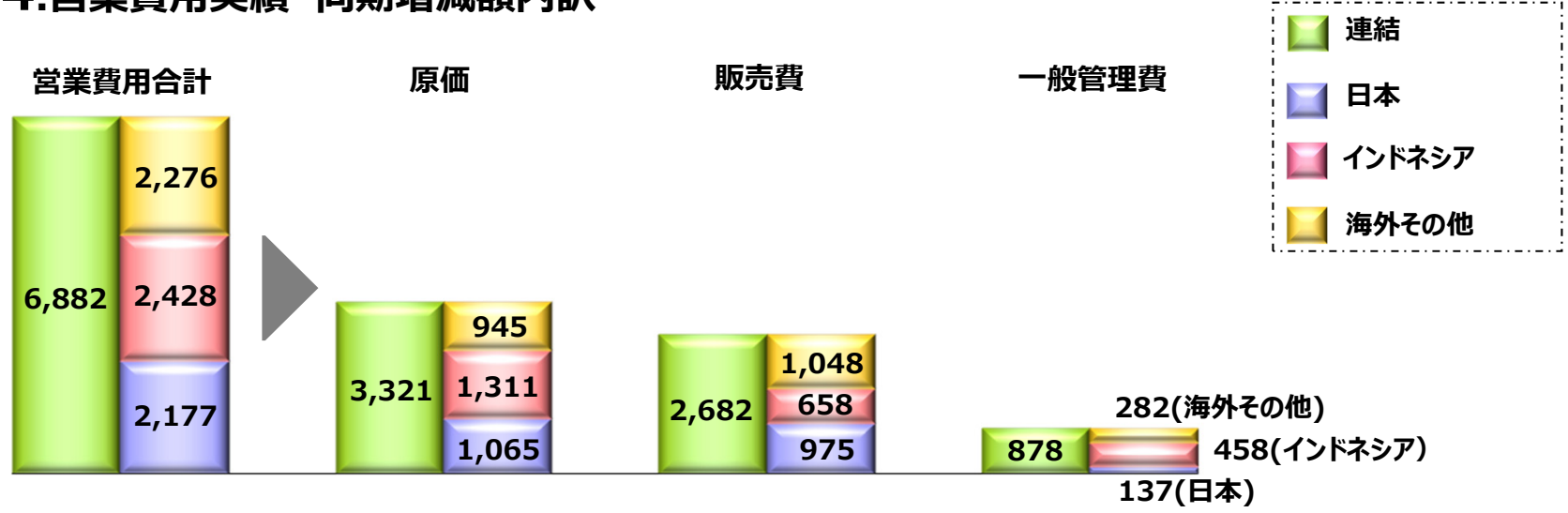
(単位：百万円)



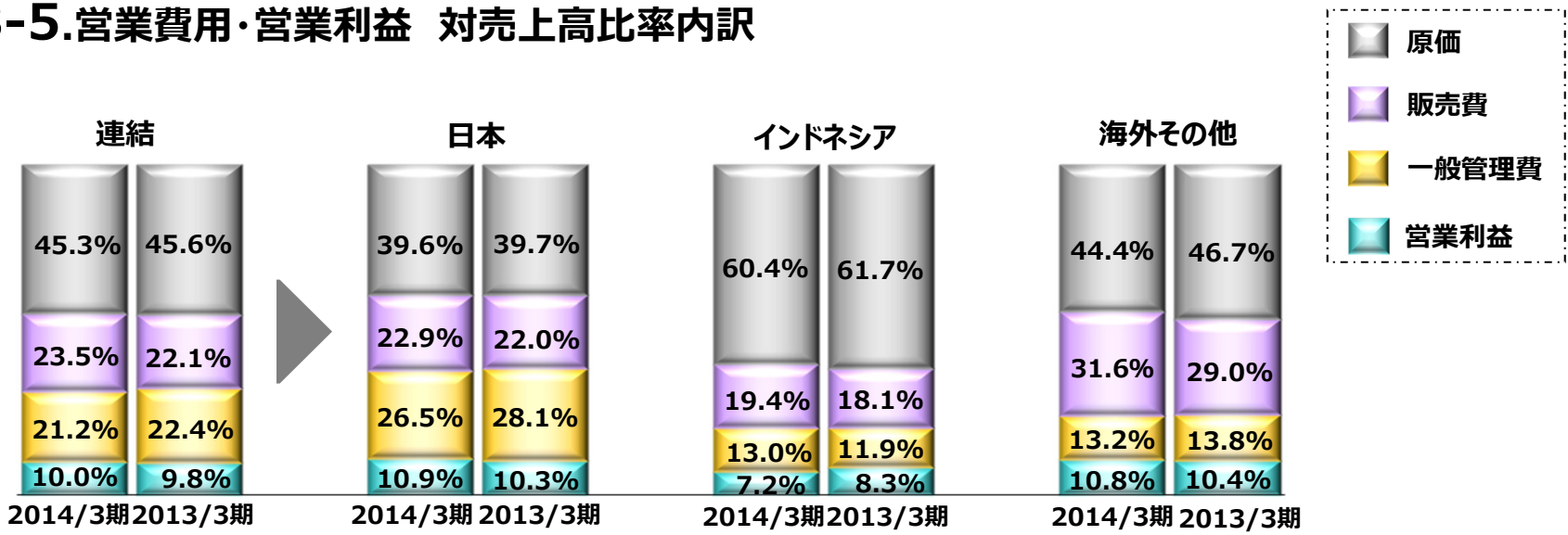
3. 連結段階利益

3-4. 営業費用実績 同期増減額内訳

(単位：百万円)



3-5. 営業費用・営業利益 対売上高比率内訳



3. 連結段階利益

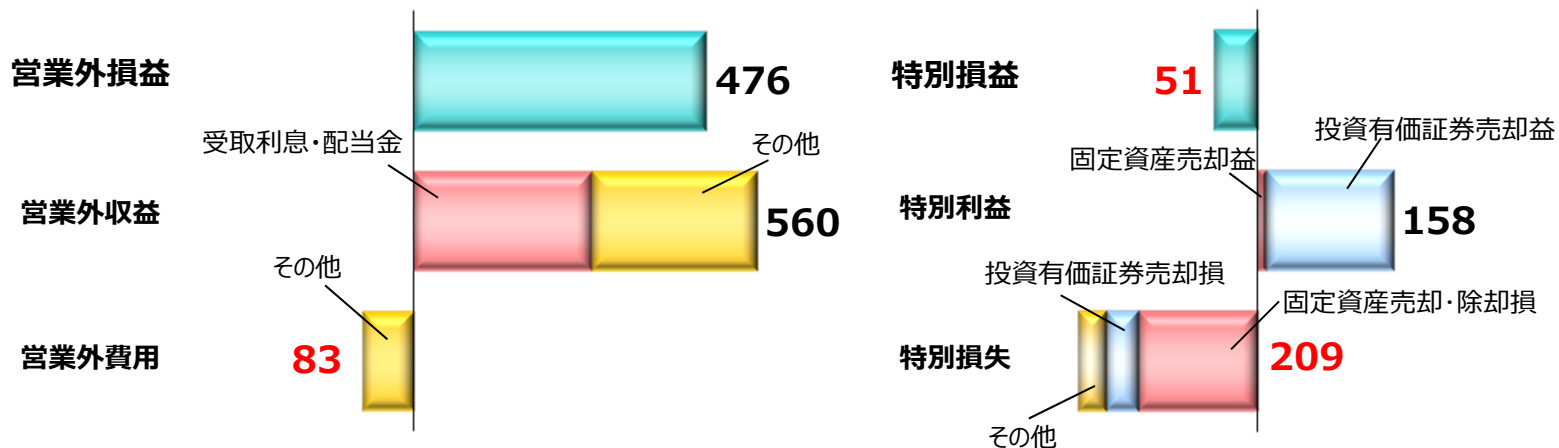
3-6. 経常利益・当期純利益

(単位：百万円)

	通 期					
	2014/3期		2013/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	476	0.7%	293	0.5%	182	162.2%
経常利益	7,330	10.7%	6,241	10.3%	1,088	117.4%
特別損益	▲ 51	▲0.1%	31	0.1%	▲ 82	▲164.7%
税引前純利益	7,279	10.7%	6,272	10.4%	1,006	116.0%
法人税等	2,608	3.8%	2,175	3.6%	433	119.9%
少数株主利益	579	0.8%	490	0.8%	89	118.2%
当期純利益	4,091	6.0%	3,607	6.0%	484	113.4%

3-7. 営業外損益・特別損益 損益内訳

(単位：百万円)



4. 事業推進の概況

日本

売上高事業別構成比



※マンドム算出市場データ

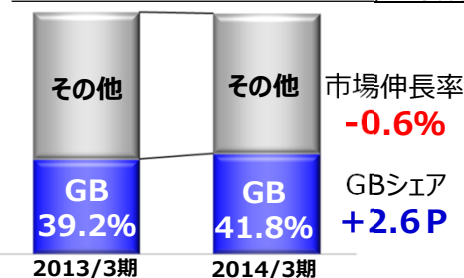
男性グルーミング事業

GATSBY

【スタイリング】

8月発売の新ヘアスタイリング剤「ヘアジャム」の展開を継続強化し、市場定着を図るNO.1アイテム「ムービングラバー」への影響も軽微であり、スタイリング市場におけるギャツビーシェアを拡大

男性ヘアスタイリング剤市場推移(4-3月累計)



【フェイス&ボディ】

夏シーズン品のアイテム強化および店頭における早期展開を図るなど、需要期に向けた展開を強化
ボディパーパーに新CMを投下し、更なる使用率拡大を図る

LÚCIDO

高まる男性の体臭ケア意識や成長ポテンシャルの高いミドル男性用化粧品市場に対し、「ミドル脂臭」対策商品「ルシードデオドラントシリーズ」を発売「ミドル脂臭」の認知拡大とケア意識の向上に取り組む



女性コスメティック事業

Mandom Beauty

好調な「ビフェスタ うる落ち水クレンジングシリーズ」のCM投下やプロモーション展開の継続強化により、クレンジングローションカテゴリーでシェアNO.1を維持

女性コスメタリー事業

好調な夏シーズン品のリニューアルを実施し、商品力を強化するとともに、アイテムを拡充
ディズニーシリーズの店頭におけるプロモーション展開を強化



好調なディズニーシリーズのラインナップを拡充

4. 事業推進の概況

インドネシア

売上高事業別構成比



男性グルーミング事業

GATSBY

【スタイリング】



主力アイテムの「ウォーターグロス」に加え、ヘアワックスカテゴリの展開を継続強化
店頭におけるプロモーションや導入強化を行うなど、ヘアワックスの認知拡大と、育成に取り組む

【フェイス&ボディ】

アーバンコロロンが好調に推移するフレグランスカテゴリにおいて、新オードパルファムを発売
高まるおしゃれ意識に対しラインナップを拡充



新フレグランスシリーズ「オードパルファム」発売

女性コスメティック事業

PIXY

スキンケアシリーズにおいて、新製品を発売するなどラインナップを強化
メイクアップシリーズについても、プロモーションイベントや積極的なCM投下を実施するなど展開を強化



新製品「White-Aqua Gel Cream」を発売

女性コスメタリー事業

Picelle

「グラゼル」ラインから、新商品ヘアフレグランスを発売し、ラインナップを拡充

ピュセル初の
ヘアフレグランスシリーズ



LÚCIDO-L

好調なヘアケアシリーズにCMを投下し、ブランドのさらなる認知拡大を図る



好調な「ルシードエルヘアケア」シリーズ

4. 事業推進の概況

海外その他

売上高事業別構成比



中国

ヘアスプレーを中心に男性ヘアスタイリングカテゴリでの展開を強化し、CM投下やプロモーションイベントを実施するなど認知拡大に取り組む

インドチャイナ

タイおよび、周辺国のミャンマー、ベトナム、カンボジアへの展開を継続強化
各国に営業担当を置き、プロモーションイベントの実施や、店頭展開を強化

カンボジアにおいては、ヘアスタイリング剤および男性用デオドラントのカテゴリにおいて、好調に売上を拡大し、男性グルーミングブランド「ギャツビー」としての認知を拡大



インド

現地における化粧品販売は堅調であるものの、
インド現地における生産体制が未整備であることに加え、
インドルピーの下落による為替リスクの増大により、
マンダムインドアの事業を一時休止
今後は、マンダムインドネシアの事業として、展開拡大に取り組む

5. MP-10の総括とMP-11の概要

MP-10総括

グループの成長を加速させるための中期経営計画

数値目標と結果

MP-10の数値目標を達成

成長性				
連結売上高				
最終年度目標	660 億円	⇒	結果	682 億円 達成
男性グルーミング事業				
年平均成長率目標	3.2 %	⇒	結果	5.4 % 達成
ギャツビー				
年平均成長率目標	3.6 %	⇒	結果	5.9 % 達成
女性コスメティック事業				
年平均成長率目標	19.3 %	⇒	結果	11.8 % 未達成
海外事業				
年平均成長率目標	9.4 %	⇒	結果	11.3 % 達成

収益性				
連結営業利益率				
最終年度目標	10 %	⇒	結果	10.0 % 達成

株主還元				
連結配当性向				
継続目標	40 %以上	⇒	初年度	42.5 %
			2年度	40.2 % 達成
			最終年度	40.0 %

成果

- ・ギャツビーを中心に安定成長した男性グルーミング事業
- ・マーケティング投資を積極的に行なうことによる、アジア市場における深耕
- ・コストの見直し・増収効果による営業利益率のキープ

課題

- ・女性コスメティック事業の国内の伸び悩みと、海外における展開遅れ
- ・中国・インドにおける展開の遅れ

5. MP-10の総括とMP-11の概要

MP-11概要

アジアにおける成長加速と新規事業開拓の推進のための 中期経営計画

成長性

主力市場における事業展開強化による競争優位性の確立、新たな市場・事業分野の開拓による売上規模の拡大を目指す。

目標：連結売上高 MP-11最終年度 830億円

MP-10で掲げたテーマを引き続き推進し、MP-10以上の成長を目指す。

男性グルーミング事業の持続的成長

コア事業として持続的成長を図り、男性化粧品市場におけるカテゴリーシェアの維持・拡大を目指す。

男性グルーミング事業 年平均成長率 5.2%以上

女性コスメティック事業の展開スピードのアップ

「スキンケア」「ベースメイク」カテゴリーに重点化し、展開各国に合わせたラインナップで、アジアにおける展開スピードのアップを目指す。

女性コスメティック事業 年平均成長率 15.0%以上

成長エンジンである海外事業の継続強化

主力市場である「インドネシア」への取組強化による規模拡大と、「中国」「インドシナ」での流通網構築など育成市場での基盤づくりを目指す。

海外事業 年平均成長率 11.4%以上

収益性

成長のためのマーケティング投資を行なうとともに、収益性の向上を目指す。

目標：連結営業利益 MP-11最終年度 86億円

株主還元

安定的かつ高水準な株主還元の継続

目標：連結配当性向 MP-11継続 40%以上

6. 2015年3月期 通期業績見通し

6-1. 2015年3月期 連結業績予想（計画）立案の前提

増収の前提

- + 男性グルーミング事業の安定的な成長
- + 女性コスメティック事業の継続強化
- + 成長エンジンとして海外事業の高成長
- 為替(円高)の影響による海外売上高の円換算減

増益の前提

- + 増収効果による増益
- 売上原価率の高い海外比率の上昇にともなう原価率の上昇(国内外ともに原価率は低減)
- 為替(ルピア安)の影響によるインドネシアの原材料費の上昇



6-2. 2015年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2015/3期						2014/3期	
	通期			第2四半期			実績	
	業績予想	増減額	同期比	業績予想	増減額	同期比	通期	第2四半期
売上高	71,200	2,984	104.4%	39,000	1,956	105.3%	68,215	37,043
営業利益	7,120	266	103.9%	4,800	▲556	89.6%	6,853	5,356
経常利益	7,420	89	101.2%	4,980	▲613	89.0%	7,330	5,593
当期純利益	4,320	228	105.6%	2,890	▲412	87.5%	4,091	3,302

6. 2015年3月期 通期業績見通し

6-3. 2015年3月期 主要費目別業績予想 増減額内訳(対前期)

(単位：百万円)

