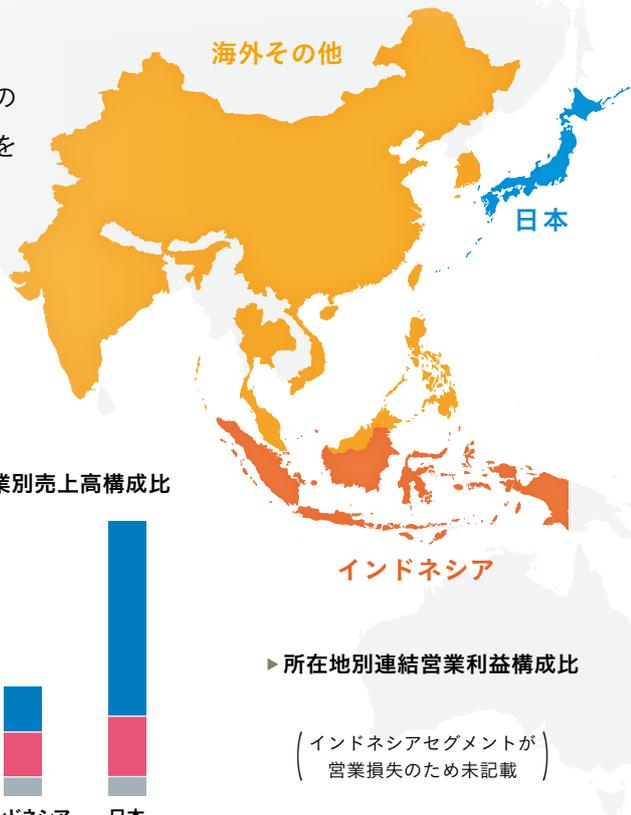


# マンダムグループの事業展開エリアと2023年3月期事業

マンダムグループでは、「日本」、「インドネシア」、「海外その他」の3セグメントのエリア区分でアジアを中心にグローバルな事業を推進しています。

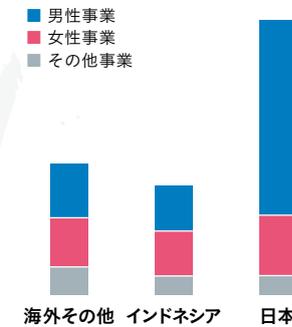
各エリアのマーケット状況や、生活者の嗜好性やライフスタイル、購買力などそれぞれの地域特性にきめ細かく対応することによって市場を創造、活性化しています。



## 所在地別連結売上高構成比



## 所在地別事業別売上高構成比



## 所在地別連結営業利益構成比

(インドネシアセグメントが営業損失のため未記載)

(注) 数値はすべて2023年3月期

## 日本

マンダムグループの売上高の半分以上を占める、中核となるエリア

売上高前期比 9.7%

直近5年平均成長率 △6.2%

### 売上高 (百万円)



### 営業損益 (百万円)



### 営業利益率 (%)



\* 2022年3月期と同様の基準で算定した場合

### 〈男性事業〉

主力ブランドの「ギャツビー」は、新型コロナウイルス感染拡大の収束に伴う人流回復に加え、2022年6月末に異例の猛暑効果により夏シーズン品のボディペーパー、デオドラントスプレー等の売上が拡大しました。また2023年2月には現在のヤング男性の嗜好に合わせたスタイリング剤の新ライン「メトラパー」を発売しました。

手に取りやすい価格帯と高い機能性を兼ね備え、コスト・タイムパフォーマンスを求められる昨今の潮流に沿った商品となっており、今後の売上拡大が期待されます。



「ギャツビーメトラパー」

### 〈女性事業〉

クレンジング&洗顔ブランドの「ピフェスタ」も外出機会増加に伴いメイク機会の増加により実績が拡大し、新製品のクレンジングバームやクレイバック等が売上拡大に貢献しました。

ヘアケアブランドの「ルシードエル」は2022年8月に「質感再整トリートメント」を発売しました。

サロンで施術すると非常に高価な髪質改善トリートメントが自宅でリーズナブルな価格で体験できることが好評を博し、想定を上回る店頭導入につながりました。



「ルシードエル #質感再整トリートメント」

