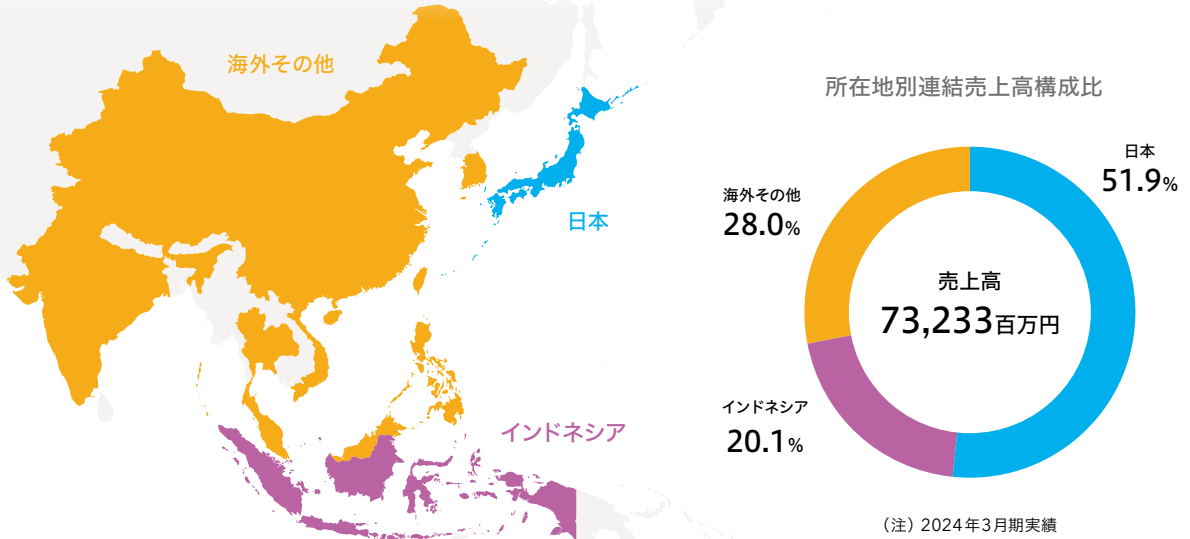


マンダムグループの事業展開エリアと2024年3月期事業ハイライト

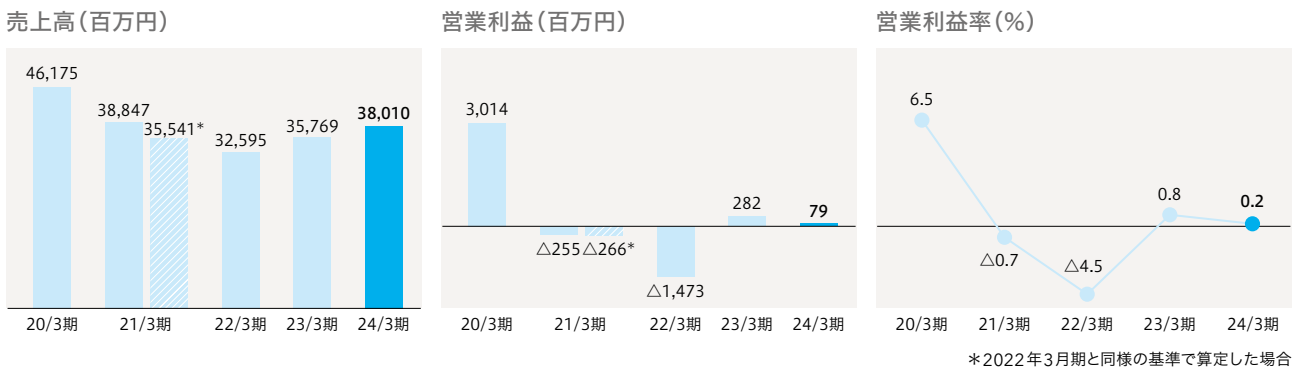
マンダムグループでは、「日本」、「インドネシア」、「海外その他」のエリア区分でアジアを中心にグローバルな事業を推進しています。各エリアのマーケット状況、生活者の嗜好性やライフスタイル、購買力などそれぞれの地域特性にきめ細かく対応することによって市場を創造、活性化しています。



日本

売上高前年対比 **6.3%** | 直近5年平均成長率 **△4.7%**

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



【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症収束後の社会経済活動の正常化が一段と進んだことに加え、猛暑効果により夏シーズン品のボディペーパー、ロールオン等の売上が拡大しました。

「ルシード」は、新ブランドアンバサダーの起用によりコミュニケーションを強化し、スキンケアシリーズ・ミドル脂臭ケアシリーズを中心に売上が拡大しました。今後も、ミドル男性をメインターゲットとして、年齢に伴う悩みの改善を提案していきます。

ルシード 薬用パーフェクトスキンケアEX



【女性事業】

クレンジング&洗顔ブランドの「ピフェスタ」も、外出によるメイク機会の増加に伴い、シートや洗顔を中心に実績が拡大しました。

ヘアケアブランドの「ルシードエル」は、22年に発売したサロン技術発想の質感再整シリーズから、新たなラインアップとして、シャンプー・トリートメントを発売し、ブランド全体の実績拡大に繋がりました。

※熱を活かして補修する(レプリン酸)配合

ルシードエル 質感再整シリーズ



インドネシア

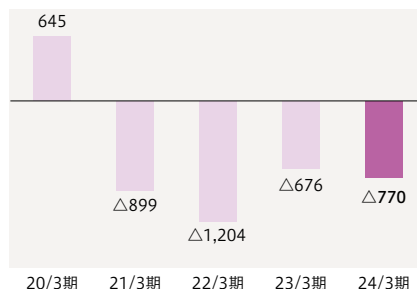
売上高前年対比 **3.7%** | 直近5年平均成長率 **△2.9%**

グループの成長をけん引する海外最大の事業エリア

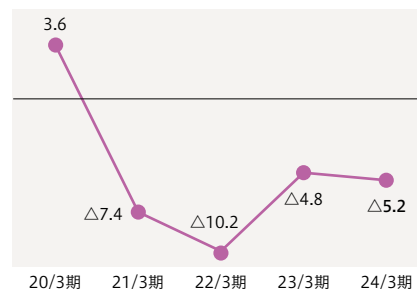
売上高(百万円)



営業利益(百万円)



営業利益率(%)



【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症収束後の購買意欲の高まりに対して、新製品を投下しました。ヘアスタイリングでは、新剤型のバームやポマードを発売し、生活者トレンドに応じて、商品ラインアップを拡充しました。フレグランスでは、新製品の発売により、幅広い価格帯で商品を展開しております。



ギャツビー プライムボディバーム

【女性事業】

フレグランスブランドの「ピュセル」は、現地の主要コンビニエンスストアなどへの新製品の展開やミストコロンのミニ付きセットの展開などにより、当ブランドの売上伸長に繋がっております。メイクアップブランドの「ピクシー」においても、リップシリーズの新製品を投下し、市場やブランドの活性化に取り組んでおります。



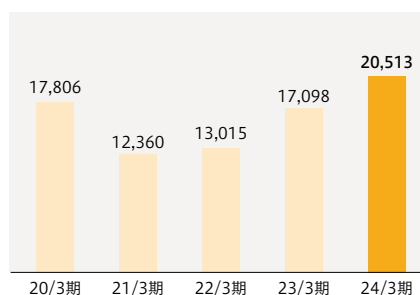
ピュセル オールドバームシリーズ

海外その他

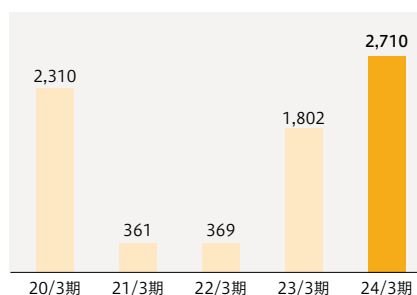
売上高前年対比 **20.0%** | 直近5年平均成長率 **8.7%**

将来の成長余力が高く、今後の成長エンジンとなることが期待されるエリア

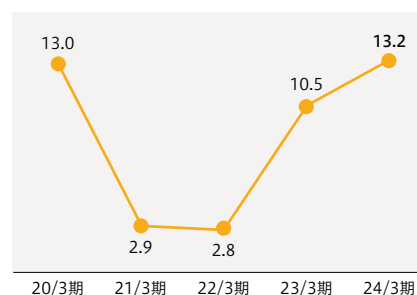
売上高(百万円)



営業利益(百万円)



営業利益率(%)



【マレーシア】

引き続き、海外その他セグメントをけん引しており、グループ会社であるMMSB・ACGIとともに、前年比で2桁以上伸長しております。女性スキンケアカテゴリーへの継続投資による新たな柱の構築や、女性メイクアップにおける商品開発体制を活かした新たなトレンドの取込みとブランドの活性化などに取組んでおります。



ピクシー グロウエッセシャルシリーズ

【台湾】

以前からの継続したA&P投資や店頭での多面展開などにより、ペーパーやボディウォーターなどの夏シーズン品が徐々に売上に拡大しております。併せて、女性事業の取り組み強化や新たなカテゴリーの開拓なども実施しており、売上基盤の拡大に繋がっております。



夏シーズン品の店頭展開