



BUSINESS REPORT

株主通信

第98期 年間

2014年4月1日～2015年3月31日



基本理念 | Our Mission

美と健康を通じ、快適な生活にお役立ちする

Aiming to Provide a Comfortable Lifestyle Supported by Health and Beauty

人は「美」に触れたとき、心に深い感動を覚え、満足感が広がっていきます。
その、胸躍る感情と満ち足りた気持ちが心身に好影響を与え、健康へと結び付いていくという思いを、
「美と健康を通じ」という言葉に込めました。

生活者の美意識を呼び起こすような価値あるモノをつくり、魅力ある商品・サービスとして、
世界で一人でも多くの生活者に送り届けることが「快適な生活にお役立ちする」ことだと認識し、
生活者満足の最大化を目指します。

株式会社マンドム

証券コード: 4917

売上高・各段階利益において 過去最高を達成しました

第11次中期3ヵ年経営計画 初年度を振り返り

株主の皆さまには、平素より格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。

第98期（2015年3月期）は、「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3ヵ年経営計画」と位置づけた第11次中期3ヵ年経営計画（MP-11）の初年度でした。当中期経営計画では、収益性の向上および安定的かつ高水準な株主還元の実施を目標としつつ、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しております。MP-11は、MP-10で掲げた戦略テーマを引き続き推進し、さらなる成長加速を目指して、「男性グリーミング事業の持続的成長」「女性コスメティック事業の展開スピードのアップ」「成長エンジンである海外事業の継続強化」に注力してまいります。

第98期を振り返りますと、「男性グリーミング事業の持続的成長」に関しては、国内における夏季の天候不順によって「ギャツビー」ボディペーパーなどの夏シーズン品の苦戦があったものの、国内の「ルシード」のミドル対応商品の売上拡大や、海外における「ギャツビー」の好調があり、総じて堅調に推移しました。「女性コスメティック事業の展開スピードのアップ」に関しては、国内において「ピフェスタ」のリニューアルが成功し、着実な成長が見られました。そして、「海外事業の継続強化」に関しては、インドネシアを始めとして、海外その他も堅調に売上拡大をはかることができました。これに海外での円安による円換算額のプラス影響も加わり、最高売上・最高利益を達成することができました。しかしながら、期首に掲げた計画は僅かながら達成することはできませんでした。

マンダムグループ一丸となってチャレンジし、 さらに成長を加速してまいります

当中期経営計画の2年目にあたる第99期（2016年3月期）は、さらにアクセルを踏み込み、計画達成に向けて成長エンジンである海外事業を中心に引き続き積極的なマーケティング投資を行い、成長を加速してまいります。現在、大変速いスピードで変化しているアジアに対応するためには、過去の延長線上ではない発想、考案が必要とされます。過去の延長にとらわれず、変化し挑戦していく勇気を持ちながら、それぞれの国での「生活者へのお役立ち」を心がけ、「アジアでグローバルな経営を強みとするオンリーワン・カンパニー」を目指して、マンダムグループ一丸となってチャレンジしてまいります。

株主の皆さまにおかれましては、引き続きご支援賜りますよう、お願い申し上げます。

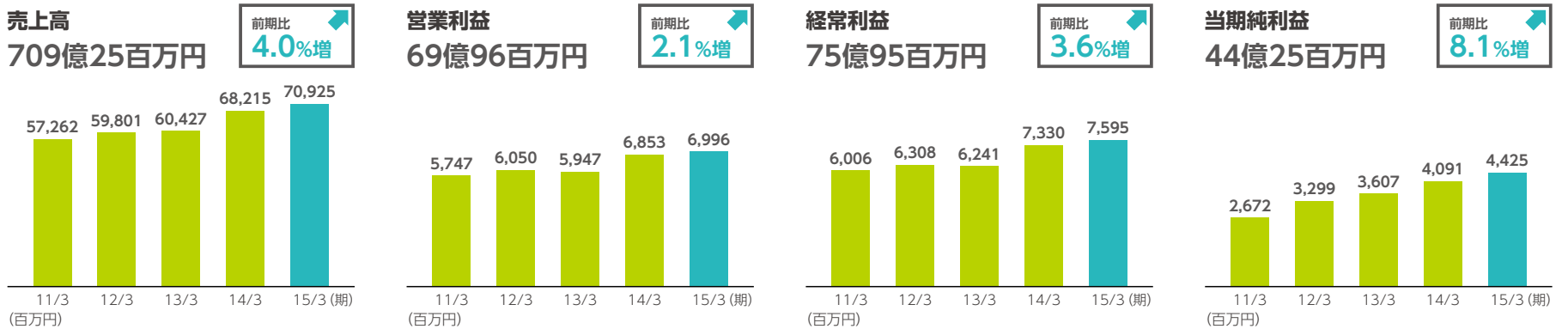
2015年6月



M Nishimura

代表取締役 社長執行役員
にしむら もとのぶ
西村 元延

第98期決算ハイライト Financial Highlight



連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前期末 (2014年3月31日)	当期末 (2015年3月31日)
流動資産	43,665	48,067
固定資産	24,192	27,913
資産合計	67,858	75,980
流動負債	10,243	11,794
固定負債	2,436	3,206
負債合計	12,679	15,000
純資産合計	55,179	60,980
負債純資産合計	67,858	75,980

Point

資産(81億21百万円増加)

主に設備投資にともなう「建設仮勘定」が増加したことにより81億21百万円の増加となりました。

負債(23億20百万円増加)

主に設備投資にともなう「短期借入金」が増加したことにより23億20百万円の増加となりました。

純資産(58億円増加)

主に「利益剰余金」の増加により58億円の増加となりました。

トピックス Topics

Topics 1 「ルシード」において、新たな市場創造型商品を育成

30～40歳代の男性特有のニオイ「ミドル脂臭」に着目したルシード「ニオイケア」シリーズは、2014年2月の発売以降順調に推移しています。

男性のミドル層に対して、新たな市場創造につながる商品を育成強化しています。

2014年の年末期には新しいTVCMを制作し、ルシードブランドの機能価値を醸成しました。2015年2月には「リフレッシュデオパーパー」、「ヘア&スカルプコンディショナー」を追加発売し、今後も認知拡大・理解浸透に向けて中長期での商品育成を図っていきます。

ルシード「ニオイケア」シリーズのCMキャラクター
田辺誠一さん、大塚寧々さんご夫妻

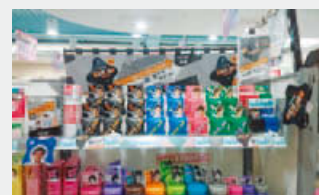


Topics 4 「ギャツビーヘアジャム」海外でも続々発売

日本において、2013年8月に若年層の「素髪感」ウォンツに対応し発売したギャツビーヘアジャムを海外においても順次発売しています。各国においてスムーズな店頭への配下を実施し、TVCMの投下による商品の認知拡大を図るとともに、店頭プロモーション、サンプリングやイベントなどによる使用体験づくりを通して商品の理解促進を図っています。



香港におけるイベント風景



台湾での店頭写真

Topics 2 「ビフェスタ」累計出荷本数が1,500万本*を突破!

2011年8月に発売したビフェスタ「うる落ち水クレンジング」シリーズはクレンジングカテゴリでの確固たる地位を築くために、2014年8月にリニューアルおよび新製品追加を実施しました。店頭におけるプロモーション展開の徹底による生活者との接点拡大を図ることにより、累計出荷本数が1,500万本を突破しました。2015年3月には、未使用者へのアプローチとして大人のニキビ・肌あれを防ぐ薬用タイプのクレンジングローションを追加発売し、ブランドシェアの維持獲得に向けて取り組んでいます。



プロモーション活動のひとつとして
ピンクの「ビフェスタクシー」を運行



2015年3月発売のビフェスタ
うる落ち水クレンジングローション
コントロールケア

*2015年2月までのシリーズ累計出荷本数

Topics 5 「ビフェスタ」タイのメイククレンジング市場でシェアNo.1を継続

ビフェスタ「うる落ち水クレンジング」は、タイのクレンジングカテゴリにおいてシェアNo.1を維持しています。現地有名女優を広告に起用し、ポスターや動画による電車内広告、バス広告などにより更なる商品の認知拡大を図り、また発売当初から行っているサンプリング活動による使用体験づくりによって、生活者接点の拡大に取り組んでいます。



タイにおける店頭ディスプレイ

Topics 3 インドネシアにおいて「ギャツビー」新洗顔シリーズを発売

所得向上に伴ってインドネシアの化粧品市場が拡大しています。なかでも、生活者のケア意識の高まりから、フェイスクリーム市場は継続的に成長しています。欧米化粧品メーカーの参入により年々競争環境は激化していますが、男性化粧品ブランドとしての地位確立に向けて2014年7月にギャツビーブランドから新たに洗顔シリーズを発売しました。この新洗顔シリーズにおいて更なる市場シェア獲得を目指し、TVCMの投下やマーケティングの強化による店頭接触率の拡大を図っています。



インドネシアにおけるギャツビー新洗顔シリーズ

Topics 6 インドネシアにおいて新工場・本社社屋が6月より本格稼働

インドネシアでは、成長するアジア市場において高まる商品需要に対応するために新工場兼本社社屋を建設致しました。昨年末には建屋が完成、順次機械設備を移設し、今年6月から本格稼働します。これにより、生産能力が向上し、また現在稼働中の容器成型工場との距離も縮まり、輸送における効率化が図れます。今後もアジアの生活者ウォンツの多様化に対応したより高品質でリーズナブルな製品を生産し、インドネシア国内やアジア各国へ供給します。



上空からの全景



正面

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

所在地別売上高・営業利益の概況

日本

売上高



416億37百万円

営業利益



44億85百万円

売上高は、「ギャツビー」が伸び悩んだものの、「ルシード」や「ビフェスタ」の好調により増収となりました。営業利益は、原価率が上昇したものの、マーケティング費用の効率的な投下に努め増益となりました。

インドネシア

売上高



171億72百万円

営業利益



10億28百万円

売上高は、現地通貨安による円換算額の減少があったものの、インドネシア国内において「ギャツビー」を始め男性分野を中心に堅調に推移し増収となりました。営業利益は、マーケティング費用の積極的な投下があったことにより、減益となりました。

海外その他

売上高



121億15百万円

営業利益



14億82百万円

売上高は、現地通貨ベースでは概ね堅調に推移したことに加え、円安による円換算額の増加もあり増収となりました。営業利益は、増収効果により好調に推移し、増益となりました。

事業別売上高の概況

男性グルーミング事業



国内の夏シーズン品が伸び悩んだものの、海外は好調で、総じて堅調に推移しました。

主なブランド：ギャツビー、ルシード

469億55百万円



女性コスメティック事業



国内「ビフェスタ」を始め、海外共に好調に推移しました。

主なブランド：ピクシー、ビフェスタ

83億81百万円



女性コスメタリー事業



国内、海外共に好調に推移しました。

主なブランド：ルシードエル、ピュセル

77億90百万円





生活者のニーズ・ウォンツをつかむマンダムの「お役立ち」考働

次なる成長エンジンとして、発展著しいインドシナエリアに注力!

育成市場・インドシナエリアで、マーケティング展開を強化

当社は2015年3月期から第11次中期3ヵ年経営計画(MP-11)をスタートさせ、アジアにおける成長加速に取り組んでいます。インドネシアを主力市場、これに続く将来の成長エリアとしてインドシナエリアを育成市場と位置づけ、資源の集中投下によるマーケティング展開を強化中です。

タイ、ベトナム、ミャンマー、カンボジア、ラオスの5ヵ国を擁するインドシナエリアは、経済の急成長が見込める魅力的な市場だといえます。エリア内人口は2億3千万人とインドネシアと同等レベルで、名目GDP6,409億USD、1人当たりGDP2,786USD、平均年齢はタイを除くといずれも20歳代であるなど、今後の消費ブームが期待できるホットな市場です。当然ながら世界中の競合が狙いを定めているマーケットだけに、いかに各国の特性を十分に理解しアプローチしていくかが重要な鍵だといえます。

現地生活者のニーズ・ウォンツをつかむ マンダム流マーケティング

すでにタイ市場におけるGATSBYブランドは、高い認知率を獲得しており、2015年には新ブランドアンバサダーとして、現地の人気俳優マリオ氏を起用。更なるイメージ向上を目指しています。カンボジアにおいても、現地で非常に人気が高い歌手のニコ氏をアンバサダーとして起用し、TVCM、イベント、サンプリングなどターゲット生活者との多様なコミュニケーションを主要都市で継続的に展開した結果、GATSBYブランドは、ほぼ100%に近い認知率となっています。ただし、商品未使用者もまだ多いことから、市場拡大の余地は大きいと考えています。ミャンマーでは、GATSBYと女性メイクアップのPIXYの2大ブランドを中心に市場創造に注力しております。ラオスでは、2014年末に現地代理店と正式契約し、本格的に進出を開始。タイ語が通じ、タイで人気の商品が良く売れるというラオスでは、前述のタイ国内でのGATSBYブランドの認知度強化の取組みの相乗効果も期待できます。そして、最も市場ポテンシャルが高いと見られるベトナムにおいては、2010年からのマーケティング活動を経て、事業基盤の確立に向けて、今年1月にMandom Vietnam Company Limitedを設立。年内中の本格稼働を予定しています。成長著しいインドシナエリアは、世界中の競合が狙う市場です。マンダムグループはこの流れに乗り遅れることなく、インドシナにおいても現地生活者のニーズ・ウォンツをつかみ、商品を通じて、日常のおしゃれに「お役立ち」することで存在価値を高めてまいります。

ミャンマー

人口: 5,142万人
中央値年齢: 27.8歳
名目GDP: 628.0億(USD)
1人当たりGDP: 1,221(USD)

ミャンマーでのサロン展開

ベトナム

人口: 9,063万人
中央値年齢: 28.5歳
名目GDP: 1,860.5億(USD)
1人当たりGDP: 2,053(USD)

ベトナムの店頭展開

ラオス

人口: 690万人
中央値年齢: 20.3歳
名目GDP: 116.8億(USD)
1人当たりGDP: 1,693(USD)

タイ

人口: 6,866万人
中央値年齢: 35.4歳
名目GDP: 3,738.0億(USD)
1人当たりGDP: 5,446(USD)

ブランドアンバサダーにタイの人気俳優マリオ氏を起用

カンボジア

人口: 1,531万人
中央値年齢: 23.5歳
名目GDP: 165.5億(USD)
1人当たりGDP: 1,081(USD)

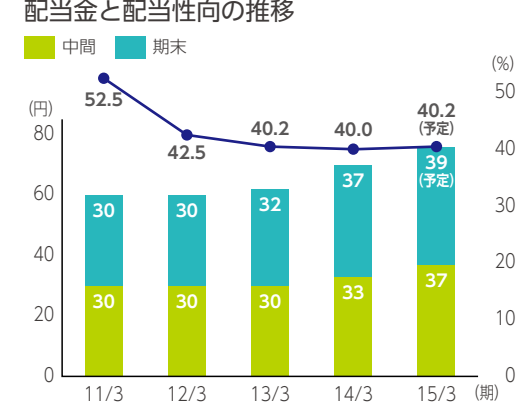
上)ブランドアンバサダーニコ氏を起用したフリーペーパー
下)バスラッピング広告

出典 人口、名目GDP、1人当たりGDP: IMF - World Economic Outlook Databases (2015年4月版) 中央値年齢: World Population Prospects (2010年)

株主還元の基本方針

配当に関して 連結ベースで 配当性向40%以上の継続

当社は、株主の皆さまに対する利益還元を経営の重要政策として位置付け、中長期的な事業拡大、新規事業開拓および企業リスクのための内部留保に配慮しつつ、配当金による株主還元を優先的に実施することを基本方針としております。配当金に関する数値目標としましては、特別な要素を除いた連結ベースでの「配当性向40%以上」としております。



株主優待について 5,000円相当の 当社商品詰め合わせをお届け

当社は、株主の皆さまに対する利益還元の一環として、株主優待を行っております。100株以上の株式をご所有(3月31日現在)の皆さまに5,000円相当の当社商品詰め合わせを、6月初旬にお届けしております。当社をより身近に感じていただくために、優待品は当社のお奨めする商品を、新製品を中心に選定しております。



株主メモ

事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで
 定時株主総会 毎年6月開催
 基準日 定時株主総会 毎年3月31日
 期末配当金 毎年3月31日
 中間配当金 毎年9月30日
 [そのほか、必要があるときは、あらかじめ公告して定めた日]
 単元株式数 100株
 株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 および特別口座 三井住友信託銀行株式会社
 の口座管理機関
 郵便物送付先 〒168-0063
 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
 電話照会先 ☎0120-782-031
 ※詳細は、当社サイトをご確認下さい
 URL <http://www.mandom.co.jp/ir/src/stockinfo.html>

会社概要 [2015年3月31日現在]

社名 株式会社マンダム
 本社 大阪市中央区十二軒町5-12
 設立 1927年12月23日
 資本金 11,394,817,459円
 従業員 522名 (連結2,400名)
 事業内容 化粧品、香水の製造および販売、
 医薬部外品の製造および販売

株式会社マンダム 広報 IR 室
 〒540-8530 大阪市中央区十二軒町5番12号
 TEL: 06-6767-5020 FAX: 06-6767-5043
 株式会社マンダムはISO14001(福岡工場)を認証取得しております。

IR メール配信サービス
 当社のIR・会社情報をタイムリーにお知らせしています。
 (会員登録はこちらで)
[マンダム IR 情報](#)

