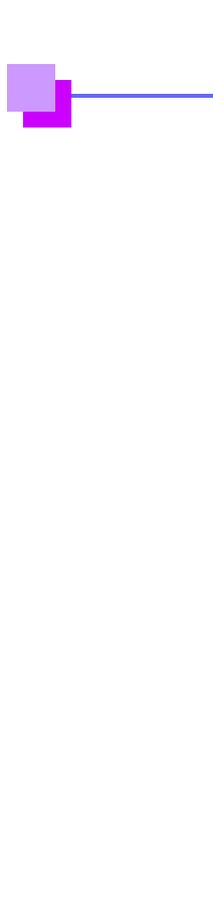


# 2012年3月期 決算説明会資料

2011年4月1日～2012年3月31日



株式会社マンドム  
(証券コード 4917)

- 
1. 2012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. 第10次中期3ヵ年経営計画(MP-10)進捗状況
  6. 2013年3月期 通期業績見通し
- 参考資料

(単位:百万円)

	通 期					
	2012/3期	2011/3期	増減額	同期比	2011/3期 レート換算比	計画比※
売上高	59,801	57,262	2,538	104.4%	106.5%	98.8%
営業利益	6,050	5,747	303	105.3%	—	96.8%
経常利益	6,308	6,006	301	105.0%	—	97.8%
当期純利益	3,299	2,672	626	123.4%	—	96.5%

※7/29発表の修正計画比

ROE	7.7%	6.4%
EPS	141.11円	114.30円

配当性向	42.5%	52.5%
------	-------	-------

■過去最高売上高を達成

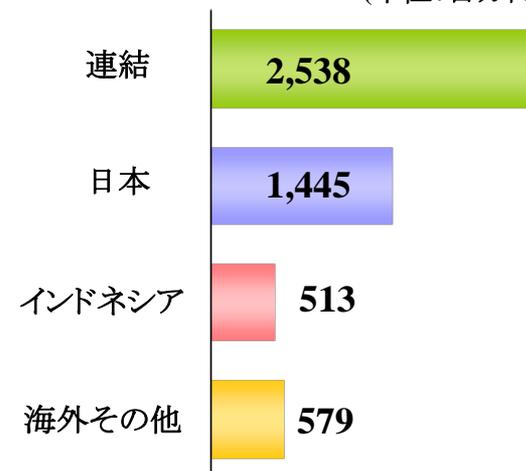
### 2-1.地域別売上高

(単位:百万円)

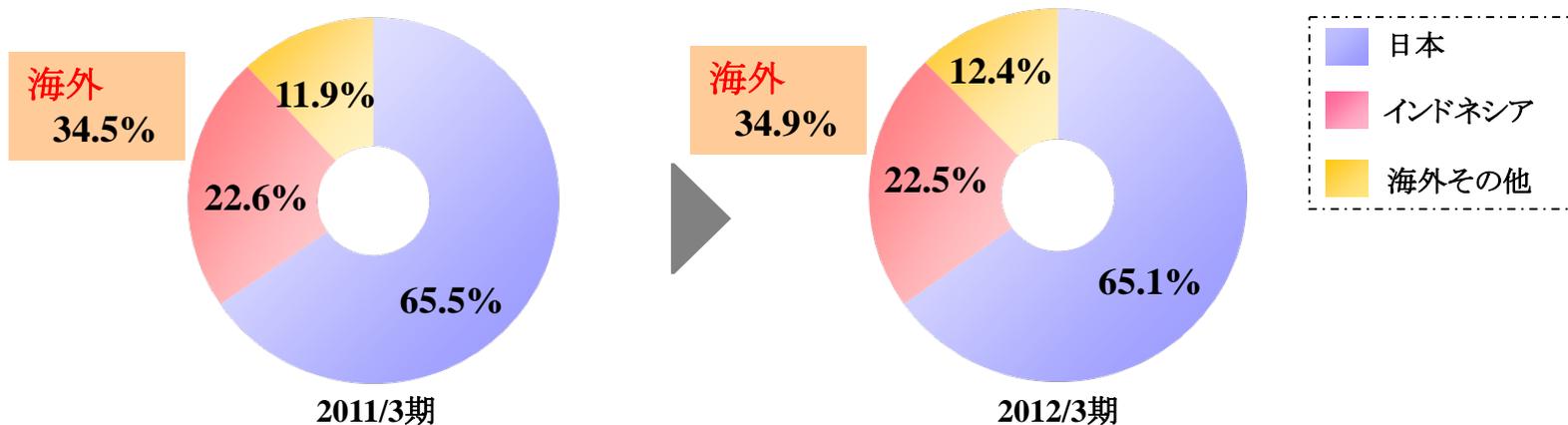
	通		期	
	2012/3期	2011/3期	増減額	同期比
売上高	59,801	57,262	2,538	104.4%
日本	38,940	37,495	1,445	103.9%
インドネシア	13,457	12,944	513	104.0%
海外その他	7,403	6,823	579	108.5%

### 2-2.地域別売上高 同期増減額内訳

(単位:百万円)



### 2-3.地域別売上高 同期構成比推移



### 2-4.事業別売上高

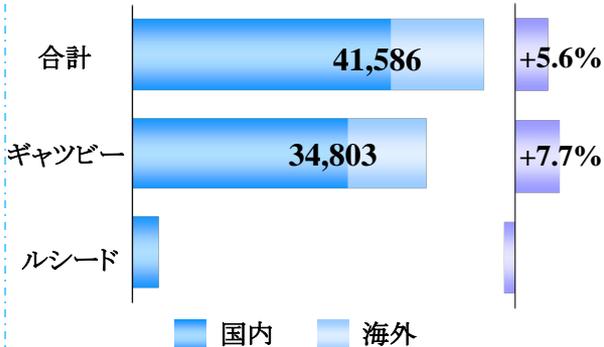
(単位:百万円)

	通 期			
	2012/3期	2011/3期	増減額	同期比
売上高	59,801	57,262	2,538	104.4%
男性グリーミング事業	41,586	39,389	2,197	105.6%
ギャツビー	34,803	32,311	2,491	107.7%
女性コスメティック事業	6,312	5,398	913	116.9%
女性コスメタリー事業	5,378	5,805	▲ 427	92.6%
その他事業	6,524	6,669	▲ 145	97.8%

#### 男性グリーミング事業

2012/3期実績

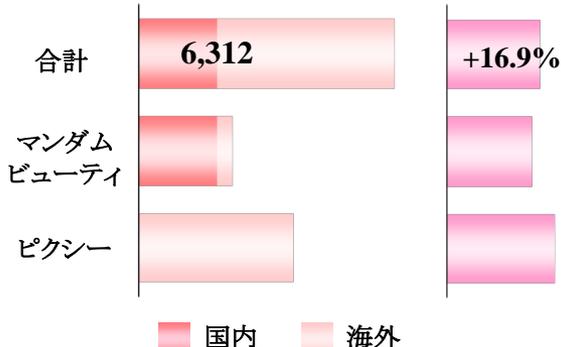
伸長率



#### 女性コスメティック事業

2012/3期実績

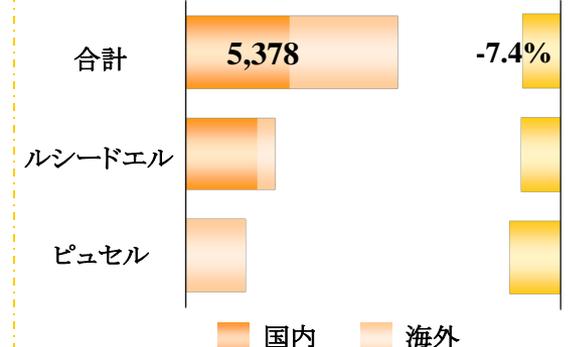
伸長率



#### 女性コスメタリー事業

2012/3期実績

伸長率



## 3-1. 地域別営業利益

(単位:百万円)

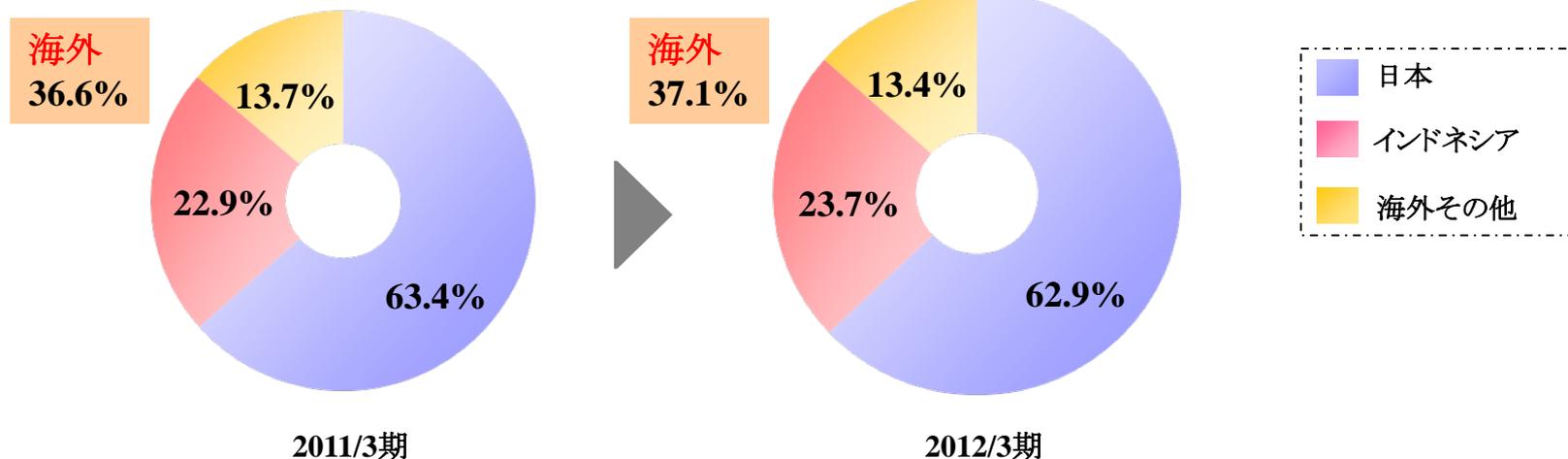
	通 期					
	2012/3期		2011/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業利益	6,050	10.1%	5,747	10.0%	303	105.3%
日本	3,805	9.8%	3,646	9.7%	158	104.4%
インドネシア	1,432	10.6%	1,315	10.2%	116	108.9%
海外その他	812	11.0%	785	11.5%	27	103.5%

## 3-2. 地域別営業利益 同期増減額内訳

(単位:百万円)

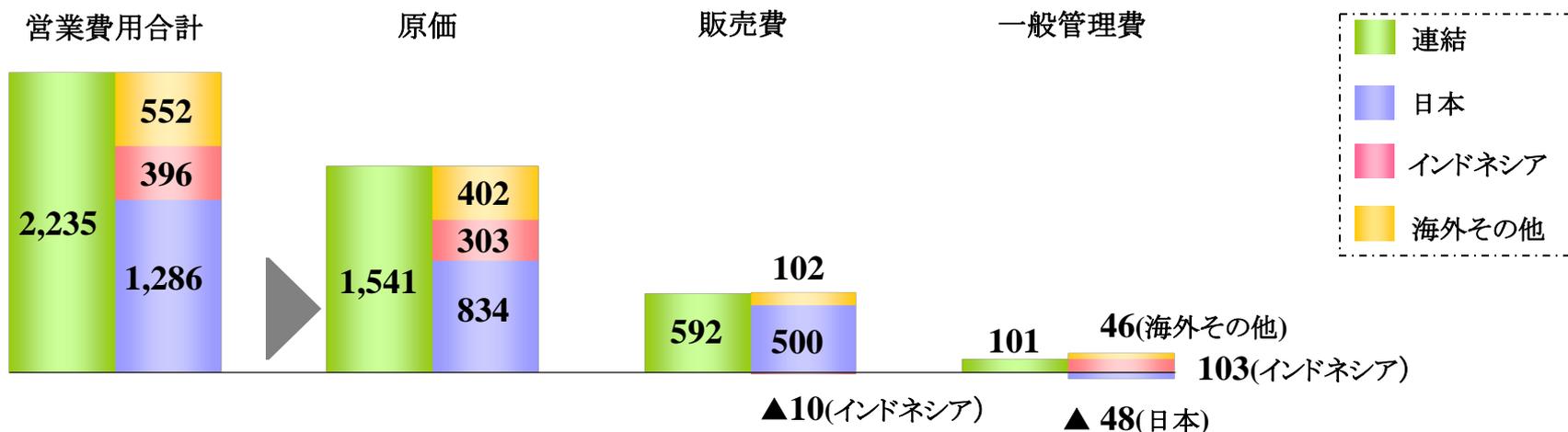


## 3-3. 地域別営業利益 同期構成比推移

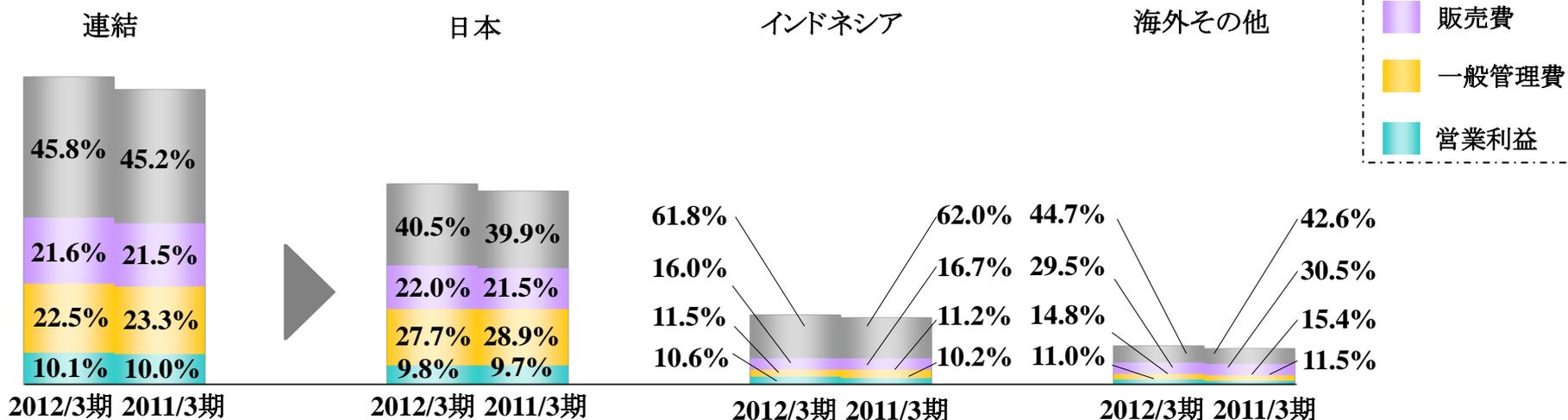


## 3-4. 営業費用実績 同期増減額内訳

(単位:百万円)



## 3-5. 営業費用・営業利益 対売上高比率内訳



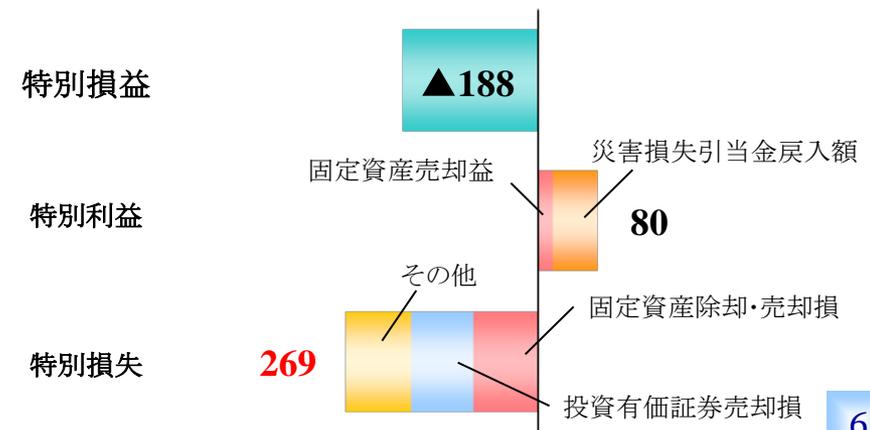
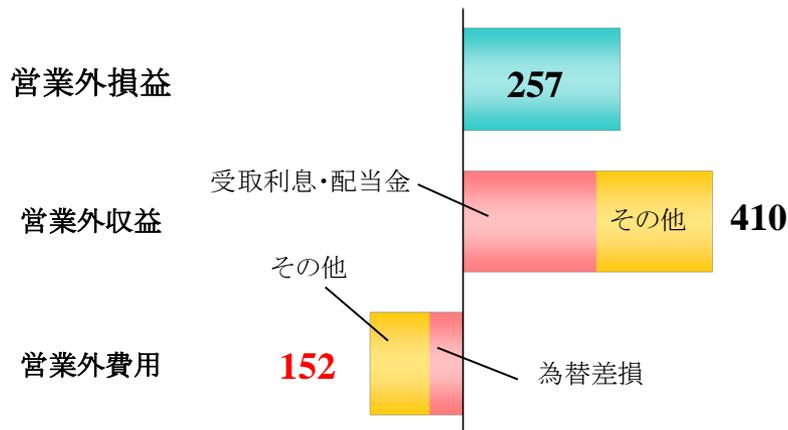
#### 3-6. 経常利益・当期純利益

(単位:百万円)

	通 期					
	2012/3期		2011/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	257	0.4%	259	0.5%	▲ 1	99.3%
経常利益	6,308	10.5%	6,006	10.5%	301	105.0%
特別損益	▲ 188	▲ 0.3%	▲ 193	▲ 0.3%	4	97.6%
税引前純利益	6,119	10.2%	5,813	10.2%	306	105.3%
法人税等	2,354	3.9%	2,635	4.6%	▲ 281	89.3%
少数株主利益	465	0.8%	504	0.9%	▲ 39	92.2%
当期純利益	3,299	5.5%	2,672	4.7%	626	123.4%

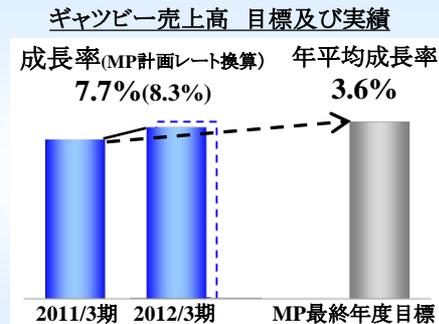
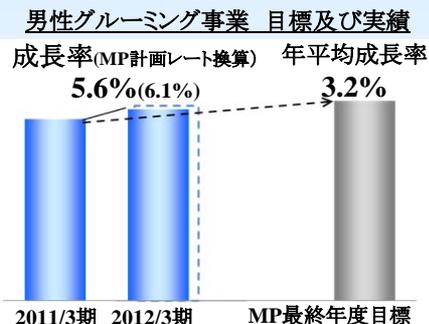
#### 3-7. 営業外損益・特別損益 損益内訳

(単位:百万円)



## 男性グルーミング事業

コア事業としての安定成長を図り、  
男性グルーミング市場でのカテゴリーシェアの  
維持・拡大を目指す



## GATSBY

### 国内

新キャラクターに松田翔太さんを起用  
旬なカッコよさを提案

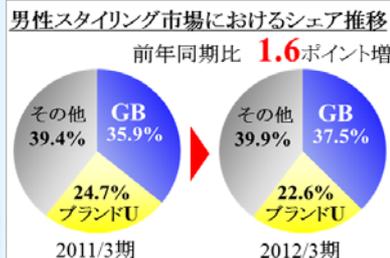
### 【スタイリング】

・スタイリング市場は縮小傾向にあるものの  
ムービングラバーシリーズについては  
徹底した店頭での定番強化により  
着実に市場シェアを拡大



定番おける優位陳列

※マダム市場算出データ



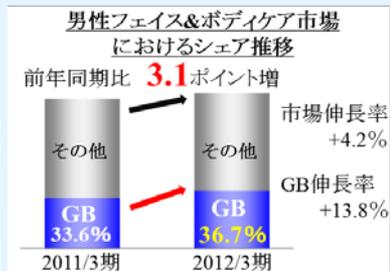
### 【フェイス&ボディ】

・ケア意識の向上に対応し  
夏シーズン品のラインナップを強化

需要期に向けた店頭プロモーションの  
早期展開を徹底



好調なクールタイプ商材を強化



### 海外

・インドネシアにおいては、  
スタイリングカテゴリーで  
生活者ウォンツの多様化に対応し、  
ラインナップを強化

ムービングラバーを発売し  
ウォンツの多様化へ対応



リーディングアイテム  
へアグロスのCM投下

フェイス&ボディカテゴリーにおいても、  
洗顔シリーズのリニューアルを実施し、  
展開強化によるシェア拡大を図る

洗顔リニューアルに合わせた店頭展開



・その他各国において、スタイリングカテゴリーの展開強化および  
スキンケアカテゴリーの販促強化により、市場深耕と市場シェア拡大を図る

## LÚCIDO

### 【ミドル市場】

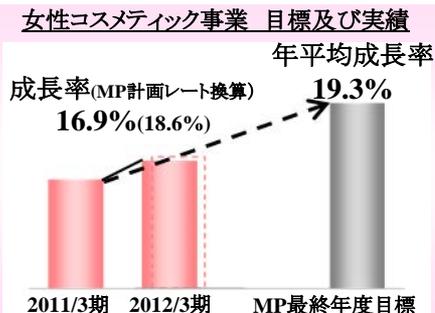
・ターゲットにあった媒体による広告展開などにより、  
ミドル男性へエイジングケアを提案するとともに  
エイジングケアブランドとしての認知拡大を継続強化



携帯アプリ「カガミドル」による  
エイジングケア提案

## 女性コスメティック事業

スキンケアを中核に、展開各国市場に適応した商品ラインアップによる展開の強化・育成を目指す



## Mandom Beauty

### 国内

- 「ピフェスタ」の限定品の発売によるプロモーションの展開強化や、CM投下による水クレンジングの更なる認知拡大と市場育成



ディズニーとコラボした限定商品

### 海外

- 香港をはじめ海外7か国において、「ピフェスタ」の水平展開を開始  
日本同様、「水クレンジング」の価値訴求による認知拡大と市場創造
- 中国において、「バリアモイスト」のさらなる認知拡大を目的とした、プロモーションイベントの実施



ブランドPRイベント(上海)

## PIXY

- スキンケアカテゴリーにおいて、新ラインの追加にともないリニューアルを実施し、ラインナップを強化
- CM投下やイベント実施などの販促強化により、市場シェア拡大を図る

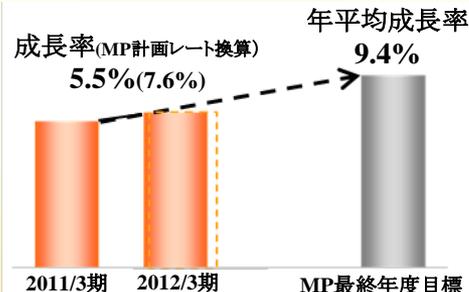


スキンケアカテゴリー強化のためのCM展開

## 海外事業

重点エリア (INDONESIA、CHINA) での積極展開によりアジア市場の深耕を図り、グループの成長性向上を目指す

### 海外事業 目標及び実績



### 海外売上高比率



## 重点エリア

### 【INDONESIA】

- モダンマーケットの拡大にともなう市場環境、生活者ウォンツの変化に合わせた商品ラインナップの拡充と流通対応

### 【CHINA】

- 流通網の拡大に加え、新規チャネルへの商品導入を進めるなど展開を拡大
- 男性グルーミング事業と女性コスメティック事業の両輪強化による事業拡大を推進

## インドチャイナ

- ミャンマー、ベトナムにおいて、現地代理店との協働により流通網を拡大

## インド

- 2012年3月、インドでの本格展開に向け、現地子会社 マンダムインディアを設立

2011年10月、タイにおいて、洪水被害があったものの、現地における迅速な被災対応により、早期に通常業務への復旧を完了

## MP-10 初年度進捗状況

当初計画から上ブレ

### 成長性

連結売上高初年度結果 **4.4%**増収  
(初年度計画 2.2%増収)

#### ■取組状況

MP-10で掲げたテーマは概ね計画通り・計画以上に推移

- + 現地通貨ベースでの海外事業の継続強化
- + コア事業である男性グルーミング事業の安定成長
- ± 女性コスメティック事業の展開強化

#### ■外部要因

- + 国内における節電の影響
- 国内男性スタイリング市場の低迷
- アジア各国通貨に対する円高

### 収益性

連結営業利益初年度結果 **5.3%**増益  
(初年度計画 -3.4%減益)

連結営業利益率結果 **10.1%**  
(最終年度計画 10%以上)

#### ■取組状況

- + 増収効果による利益額・利益率の上昇
- + 販売費の効率化と一般管理費の見直しの継続
- 返品増加にともなう国内売上原価率の上昇

#### ■外部要因

- + インドネシアにおける現地通貨高による原材料価格低下
- アジア各国通貨に対する想定以上の円高

### 株主還元

連結配当性向初年度結果 **42.5%**  
(継続目標40%以上)

## MP-10 2年度以降の取り組み

成長に向けた投資をさらに進める

### 成長性

現地通貨ベースでは、当初計画通りに伸長  
(為替の影響により、円ベースでは目減り)

#### ■取組事項

MP-10において掲げたテーマのさらなる推進

#### ■外部要因

- ・当初計画レートよりも円高に推移
- ・国内男性スタイリング市場の低迷

### 収益性

海外への投資に注力するものの、  
売上原価率低減への取り組みにより、  
営業利益率目標の達成を目指す

#### ■取組事項

- ・売上原価率低減に向けた取り組み
- ・海外事業におけるマーケティング投資の継続

#### ■外部要因

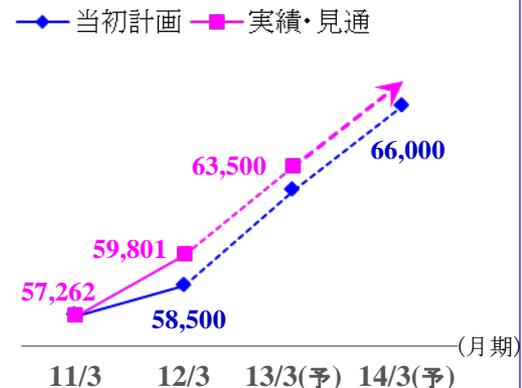
- ・原材料価格の高止まり
- ・当初計画レートよりも円高に推移

### 株主還元

継続目標の達成

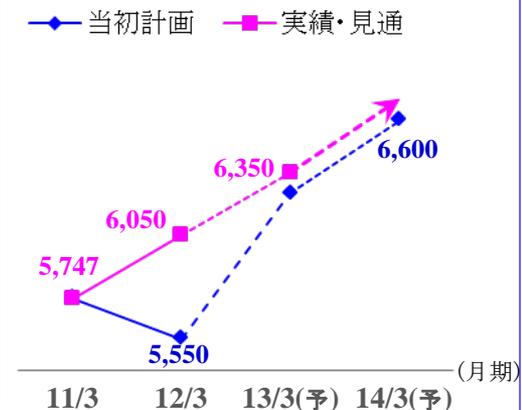
### 売上高

(単位:百万円)



### 営業利益

(単位:百万円)



## 6-1. 2013年3月期 連結業績予想(計画)立案の前提

## 増収の前提

- + ギャツビー成長にともなう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
- + インドを新規連結対象に組み込み
- 為替の影響による海外売上高の目減り

## 増益の前提

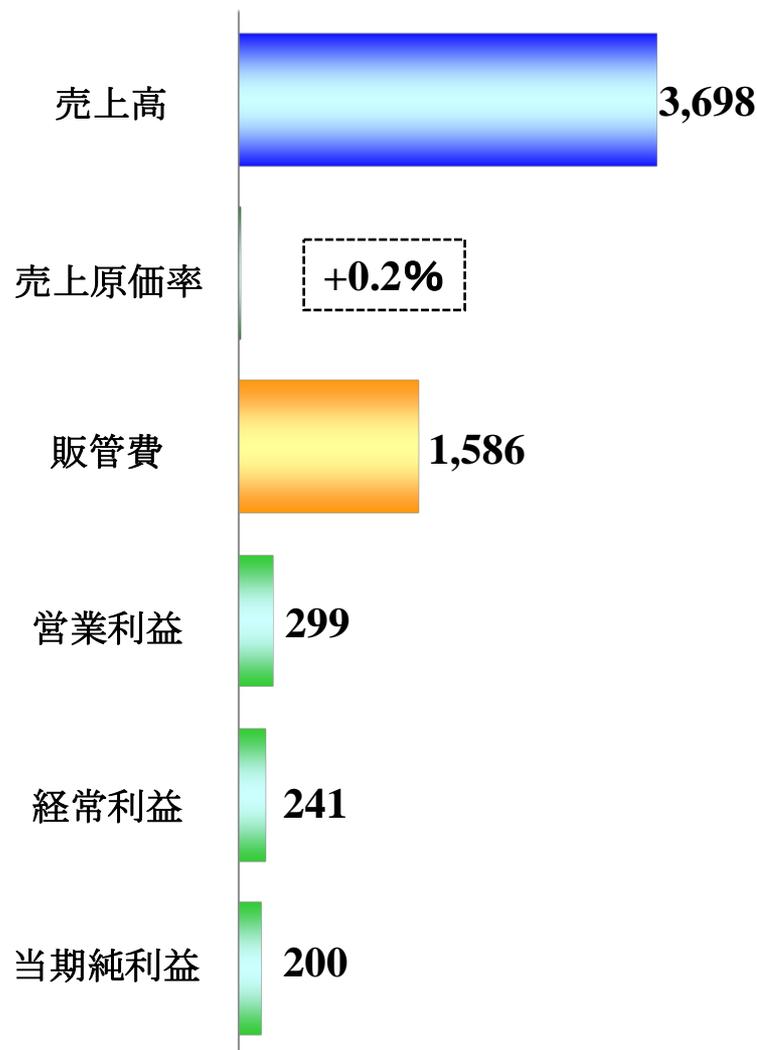
- + 単体における売上原価率低減への取り組み
- 為替の影響等による海外の売上原価率の上昇
- 海外における継続的なマーケティング投資
- インドを新規連結対象に組み込み

## 6-2. 2013年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2013/3期						2012/3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	63,500	3,698	106.2%	35,600	1,629	104.8%	59,801	33,970
営業利益	6,350	299	105.0%	5,000	111	102.3%	6,050	4,888
経常利益	6,550	241	103.8%	5,100	21	100.4%	6,308	5,078
当期純利益	3,500	200	106.1%	2,800	57	102.1%	3,299	2,742

## 6-3. 2013年3月期 主要費目別業績予想 増減額内訳



■売上高 為替の影響を受けるものの、国内・海外ともに増収

[国内] 「ギャツビー」におけるフェイス&ボディカテゴリーの継続強化  
女性コスメティック事業における「ビフェスタ」を中心としたブランド育成・強化

[海外] 「ギャツビー」における各国の与件にあわせた展開強化  
女性コスメティック事業の継続強化(ビフェスタのアジア展開強化)  
新規連結対象であるインド事業の増収効果

■売上原価率 国内のコストダウンへの取り組みにより、原価率の上昇を抑制

[国内] 前期売上原価率上昇要因となっていた、ペーパー商材の内製比率の向上、返品率の削減に加え、その他売上原価率低減に向けた取り組み

[海外] 為替の影響、原材料価格の高止まりにより、売上原価率は上昇

■販売費 国内・海外ともに成長に向けたマーケティング投資を増額

[国内] 生活者接点の拡大のため販売促進費に比重をかけながら、成長が見込めるカテゴリーへ効率的にマーケティング投資

[海外] 海外その他を中心に、成長に向け積極的な投資を継続

■営業外損益・特別損益

現段階において、大きな変動与件はなし