



2015年3月期第2四半期 決算説明会資料

(2014年4月1日～2014年9月30日)

株式会社マングム
(証券コード 4917)



目次

1. 2015年3月期第2四半期 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. 2015年3月期 連結業績見通し

1. 2015年3月期第2四半期 連結業績概要

(単位：百万円)

	第 2 四 半 期					
	当期	前期	増減額	同期比	前期レート 換算比	計画比
売上高	38,452	37,043	1,408	103.8%	105.6%	98.6%
営業利益	5,240	5,356	▲ 115	97.8%	—	109.2%
経常利益	5,577	5,593	▲ 15	99.7%	—	112.0%
四半期純利益	3,386	3,302	83	102.5%	—	117.2%

2. 連結売上高

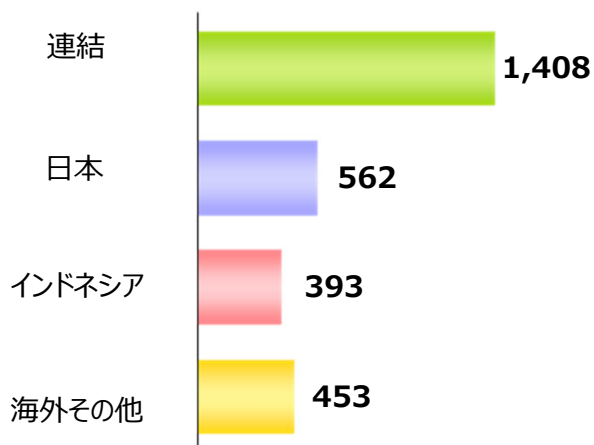
2-1.所在地別売上高

(単位：百万円)

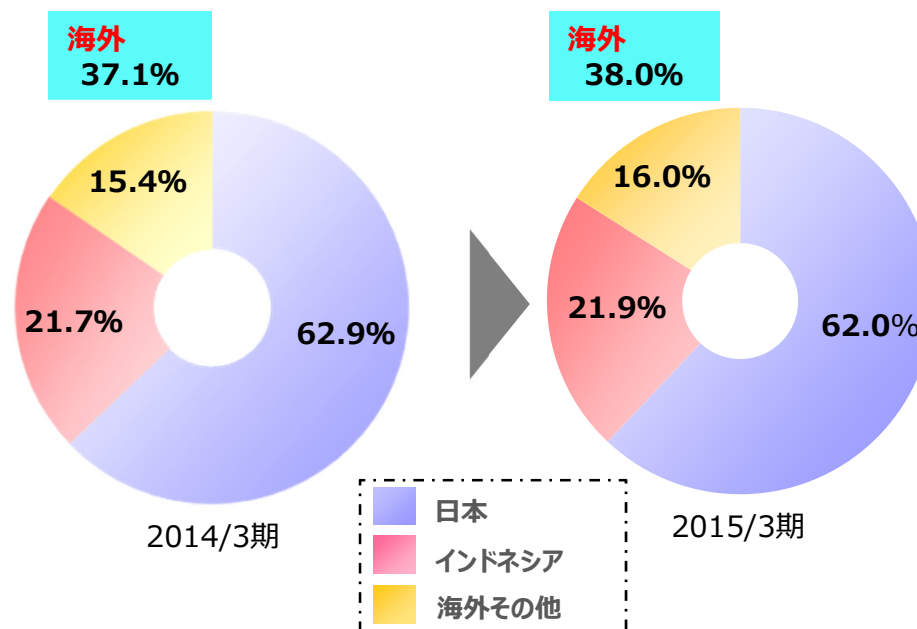
	第 2 四 半 期			
	当期	前期	増減額	同期比
売上高	38,452	37,043	1,408	103.8%
日本	23,854	23,292	562	102.4%
インドネシア	8,432	8,039	393	104.9%
海外その他	6,165	5,712	453	107.9%

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



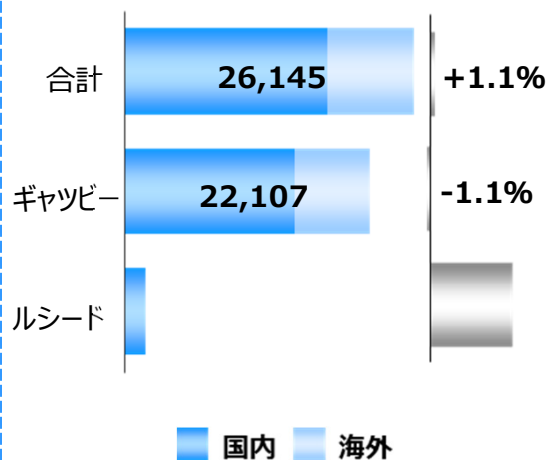
2. 連結売上高

2-4.事業別売上高

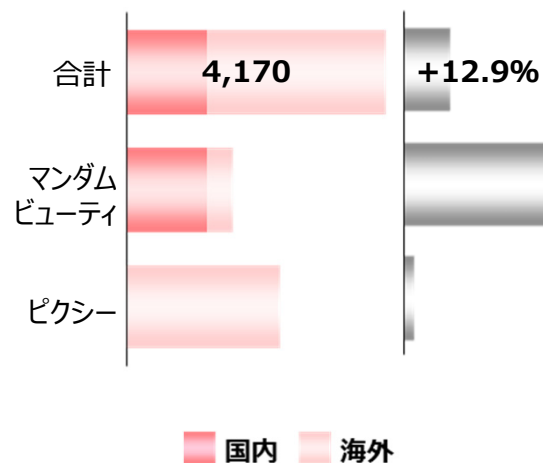
(単位：百万円)

	第 2 四 半 期			
	当期	前期	増減額	同期比
売上高	38,452	37,043	1,408	103.8%
男性グルーミング事業	26,145	25,858	286	101.1%
ギャツビー	22,107	22,343	▲ 236	98.9%
女性コスメティック事業	4,170	3,693	477	112.9%
女性コスメタリー事業	4,133	3,624	508	114.0%
その他事業	4,002	3,867	135	103.5%

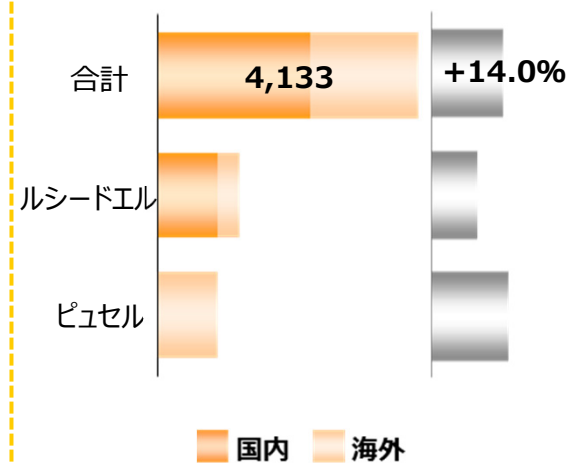
男性グルーミング事業



女性コスメティック事業



女性コスメタリー事業



3. 連結段階利益

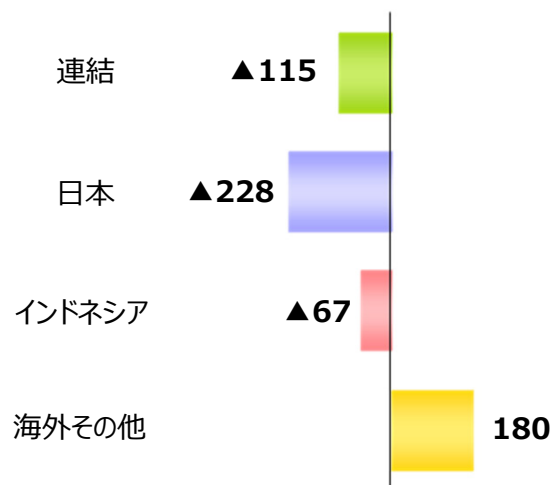
3-1.所在地別営業利益

(単位：百万円)

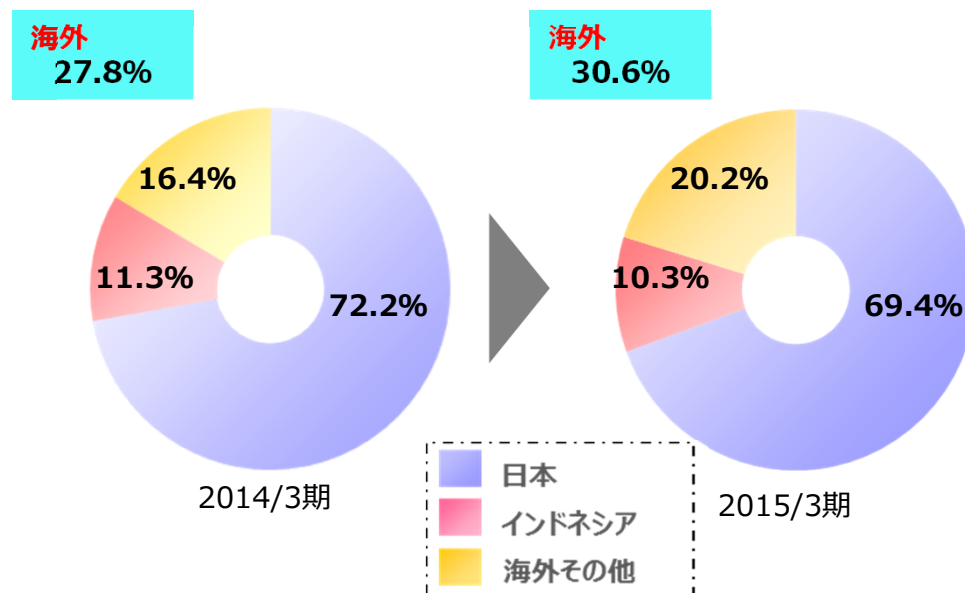
	第 2 四 半 期					
	当期		前期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業利益	5,240	13.6%	5,356	14.5%	▲ 115	97.8%
日本	3,639	15.3%	3,868	16.6%	▲ 228	94.1%
インドネシア	540	6.4%	607	7.6%	▲ 67	89.0%
海外その他	1,060	17.2%	880	15.4%	180	120.5%

3-2.所在地別営業利益 同期増減額内訳

(単位：百万円)



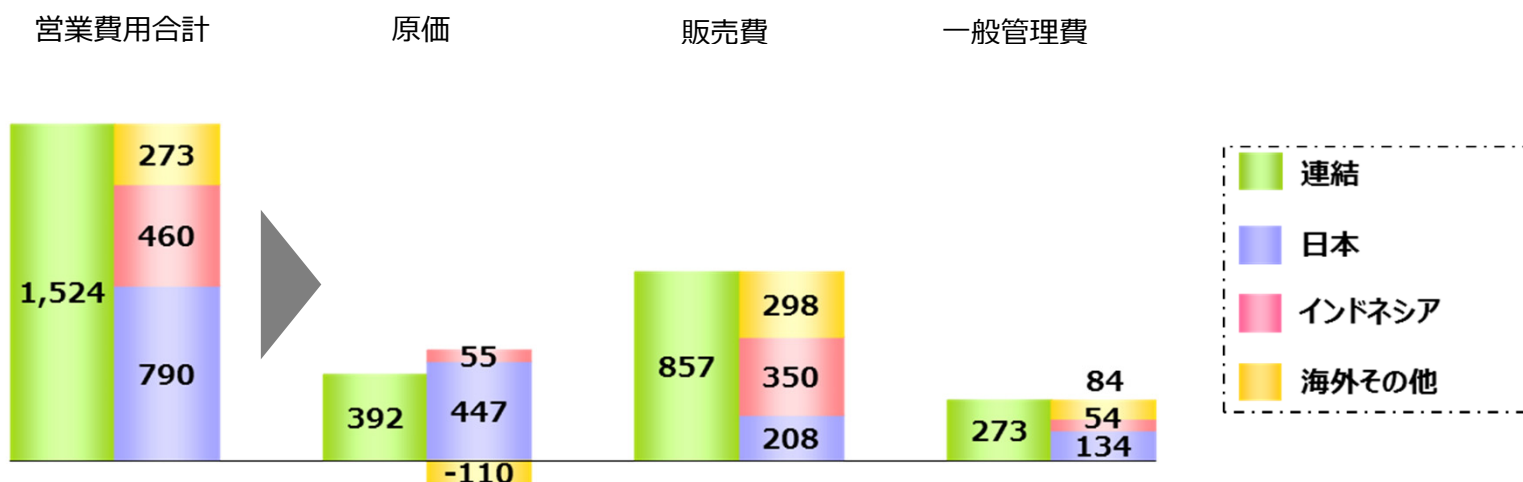
3-3.所在地別営業利益 同期構成比推移



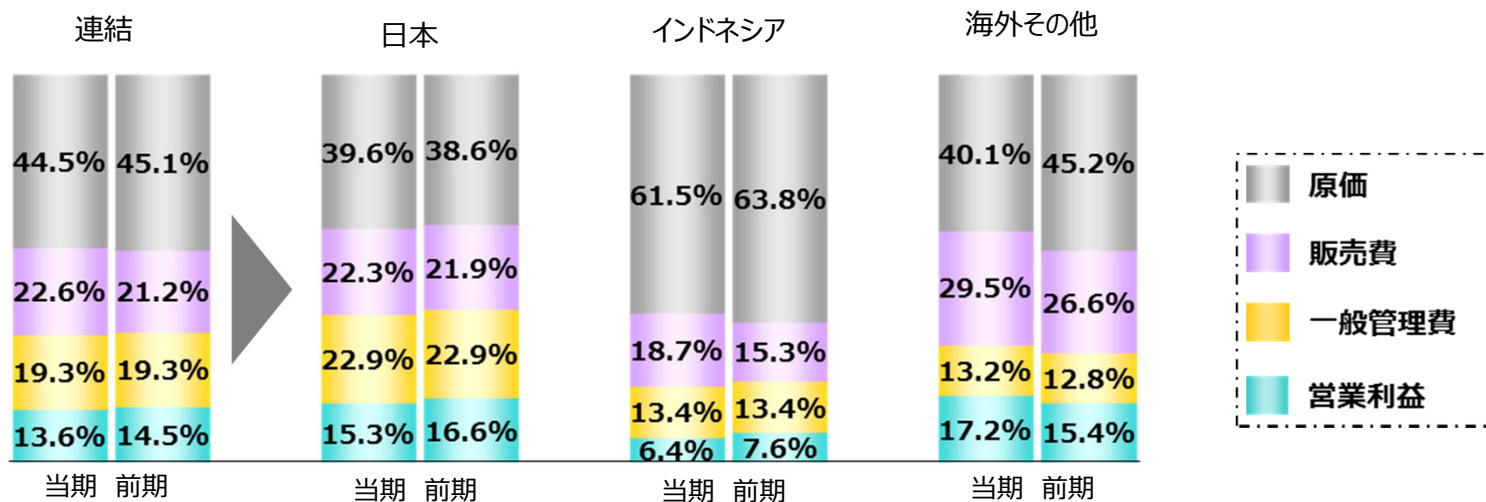
3. 連結段階利益

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



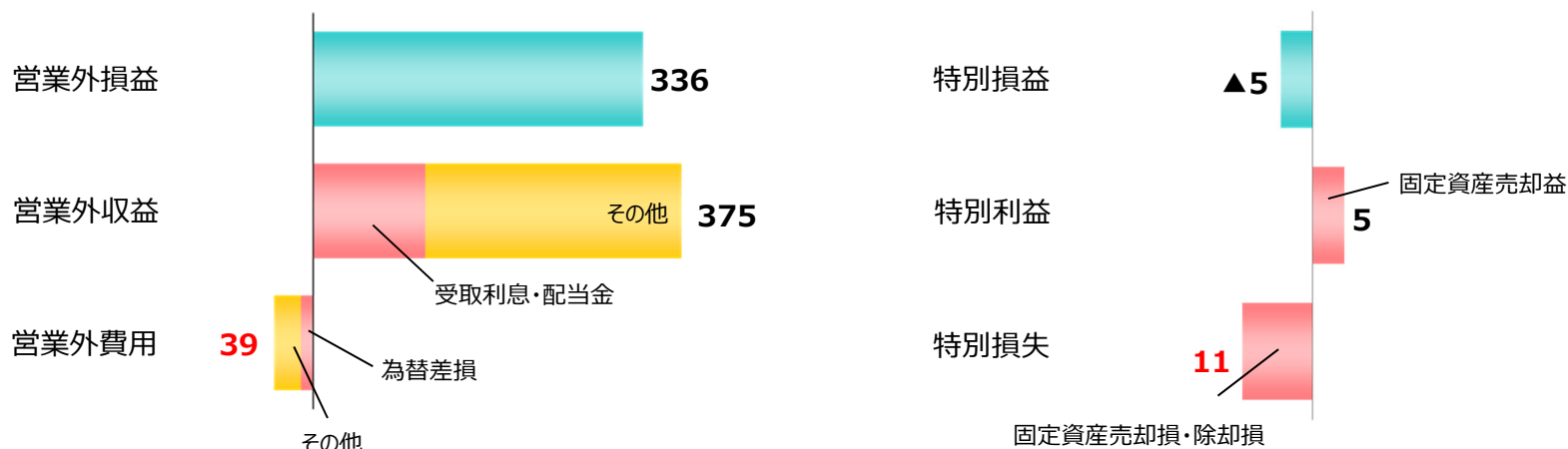
3. 連結段階利益

3-6. 経常利益・当期純利益

	第 2 四 半 期					
	当期		前期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	336	0.9%	237	0.6%	99	142.1%
経常利益	5,577	14.5%	5,593	15.1%	▲ 15	99.7%
特別損益	▲ 5	▲0.0%	1	0.0%	▲ 7	▲300.8%
税引前純利益	5,571	14.5%	5,595	15.1%	▲ 23	99.6%
法人税等	1,879	4.9%	2,012	5.4%	▲ 133	93.4%
少数株主利益	305	0.8%	280	0.8%	25	109.1%
四半期純利益	3,386	8.8%	3,302	8.9%	83	102.5%

3-7. 営業外損益・特別損益内訳

(単位：百万円)



4. 事業推進の概況

日本

売上高事業別構成比



※マンダム算出市場データ

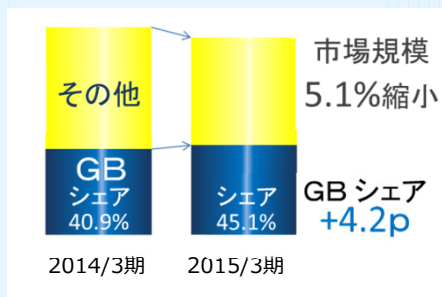
男性グルーミング事業

GATSBY

【スタイリング】

スタイリング剤離れの傾向が見られたヤング男性層の、“素髪感”ウオッシュに対応し発売した「ヘアジャム」シリーズが好評に推移し、市場シェアも拡大。

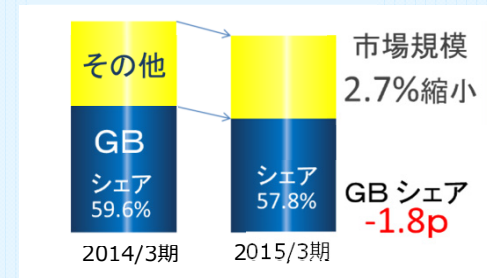
男性ヘアスタイリング剤市場推移（4-9月）※



【フェイス&ボディ】

ペーパー商材を中心とした夏シーズン品の早期展開を軸に店頭強化を行なったものの、天候不順が影響し、市場全体、ギャツビー共、実績は縮小。

男性夏シーズン品市場推移（4-9月）※



LÚCIDO

ミドル男性特有の体臭である「ミドル脂臭」対策商品「デオドラントシリーズ」のTVCMを投下。「ミドル脂臭」自体の認知拡大と、ケア意識の向上を図る。

女性コスメティック事業

Mandom Beauty

ビフェスタの更なる愛用者拡大を目的として、8月にリニューアルを実施、中味機能もバージョンアップを図った。それに合わせて土屋アンナさんの新TVCMを投下。

女性コスメタリー事業

好調なディズニー夏シーズン品のリニューアルと、新アイテム「デオドラントスプレー」追加発売により、店頭におけるディズニーシリーズのプレゼンスを更に強化。中でもボディシートが好調。



© Disney

好調なディズニーシリーズのボディシート

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】



新製品「スタイリングミスト」TVCM

ヘアワックスカテゴリーが順調に売上拡大。
2月に新製品スタイリングミストを発売。TVCM投入の効果もあり順調に搬入店も拡大中。

【フェイス&ボディ】

引き続き、「アーバンコロロン」が好調に推移。
新製品の「オードパルファム」も順調に店頭配荷が進行中。
「シャワージェル」も堅調な動向。

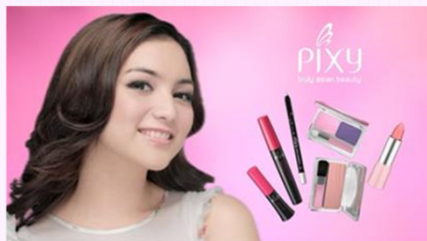


好調な「アーバンコロロン」シリーズ

女性コスメティック事業

PIXY

新デコラティブ（メイクアップ）シリーズは、TVCM投入、フェイスブックを活用したWEB施策、店頭での販促強化の効果が相まって順調な推移。



「デコラティブ」シリーズTVCM

女性コスメタリー事業

Picelle

「ミストコロロン」が好調に推移。4月に「パルファム ボ디スプレー」を追加発売。
「ボディワイプス」（ボディシート）発売によりカテゴリー拡大。

新製品
ボディワイプス



LÚCIDO-L

TVCM投下の効果もあり、「ヘアビタミン」シリーズが、モダン・トレードを中心に好調に推移。



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

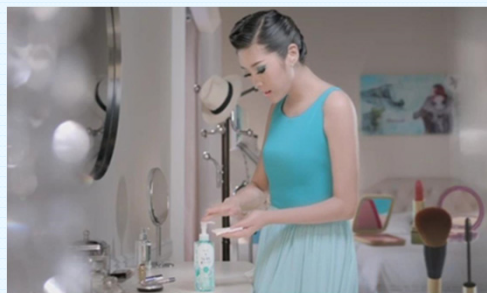


中国

ギャツビーのヘアスプレーを中心に男性ヘアスタイリングカテゴリーを強化。昨年未のTVCM投下が功を奏して、リーディング商品である「セット&キープスプレー」が市場No.1商品に。

Nielsen調査 期間2013年1-12月

タイ



タイ「ビエスタ クレンジングローション」TVCM

男性グルーミングは、日本製のギャツビー ムービングラバー（ヘアワックス）を都市部中心に導入。TVCMを投下して早期認知獲得を図った。

女性コスメティックは、2月よりビエスタ クレンジングローション（メイク落とし）のTVCMを投下。これに合わせ、店頭強化、商品サンプリング等のプロモーションを実施し、市場No.1商品に。 Nielsen調査 期間2014年1-3月

インドシナ

カンボジアにおいて、男性グルーミングブランド「ギャツビー」を強化。ヘアスタイリングおよびデオドラントカテゴリーを中心に、順調に売上を拡大。TVCMをはじめ、ターゲット生活者に対してバリエーション豊かなコミュニケーション施策を実施し、認知拡大を図った。



カンボジア「ギャツビー」ブランドの浸透を図る

5. 2015年3月期 連結業績見通し

(単位：百万円)

	上期実績			下期見通			通期見通		
	当期実績	前期実績	同期比	見通	前期実績	同期比	見通	前期実績	同期比
売上高	38,452	37,043	103.8%	32,747	31,172	105.1%	71,200	68,215	104.4%
営業利益	5,240	5,356	97.8%	1,879	1,497	125.5%	7,120	6,853	103.9%
経常利益	5,577	5,593	99.7%	1,842	1,737	106.1%	7,420	7,330	101.2%
当期純利益	3,386	3,302	102.5%	933	788	118.3%	4,320	4,091	105.6%