



2015年3月期 決算説明会資料

(2014年4月1日～2015年3月31日)

株式会社マンドム
(証券コード 4917)



目次

1. 2015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. 2016年3月期 通期業績見通し

◆IRメール配信サービスのご案内

タイムリーかつスピーディに情報をお知らせできるようIRメール配信サービスを行なっております。
ぜひご登録の上、ご活用いただきますようお願い申し上げます。

IRメール配信サービス

<http://www.mandom.co.jp/ir/mail/index.html>



スマートフォンから登録する場合は、
バーコードリーダーで
左記QRコードを読み取り、
ご登録ください。

1. 2015年3月期 通期連結業績概要

(単位：百万円)

	通 期					
	2015/3期	2014/3期	増減額	同期比	前期レート 換算比	計画比
売上高	70,925	68,215	2,709	104.0%	103.9%	99.6%
営業利益	6,996	6,853	142	102.1%	—	98.3%
経常利益	7,595	7,330	265	103.6%	—	102.4%
当期純利益	4,425	4,091	333	108.1%	—	102.4%

ROE	8.3%	8.3%
EPS	189.28円	175.02円

配当性向	40.2%	40.0%
------	-------	-------

■ 売上高および各段階利益ともに、過去最高を更新

2. 連結売上高

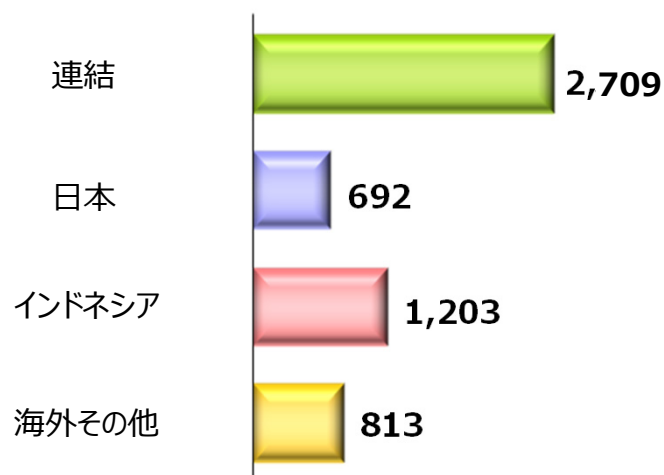
2-1.所在地別売上高

(単位：百万円)

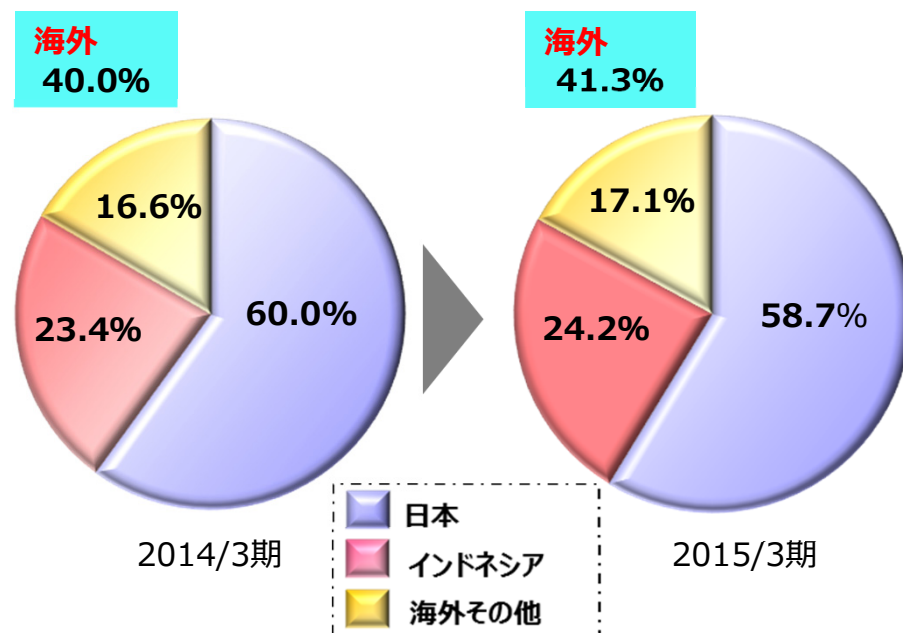
	通 期			
	2015/3期	2014/3期	増減額	同期比
売上高	70,925	68,215	2,709	104.0%
日本	41,637	40,945	692	101.7%
インドネシア	17,172	15,968	1,203	107.5%
海外その他	12,115	11,301	813	107.2%

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



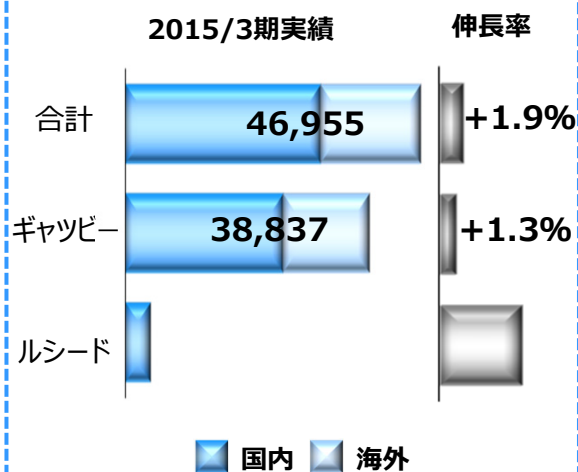
2. 連結売上高

2-4. 事業別売上高

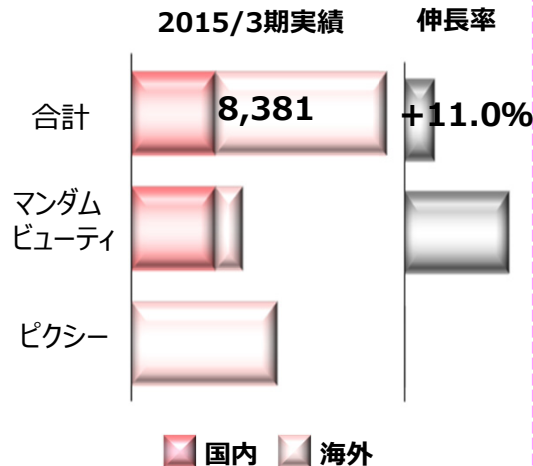
(単位：百万円)

	通		期	
	2015/3期	2014/3期	増減額	同期比
売上高	70,925	68,215	2,709	104.0%
男性グーミング事業	46,955	46,096	859	101.9%
ギャツビー	38,837	38,325	512	101.3%
女性コスメティック事業	8,381	7,547	833	111.0%
女性コスメタリー事業	7,790	6,828	962	114.1%
その他事業	7,798	7,743	54	100.7%

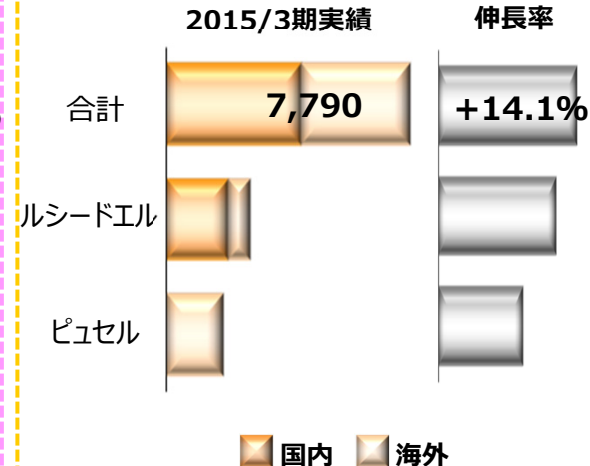
男性グーミング事業



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

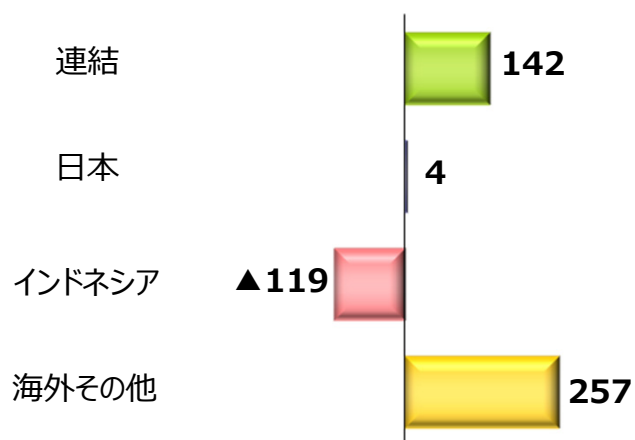
3-1.所在地別営業利益

(単位：百万円)

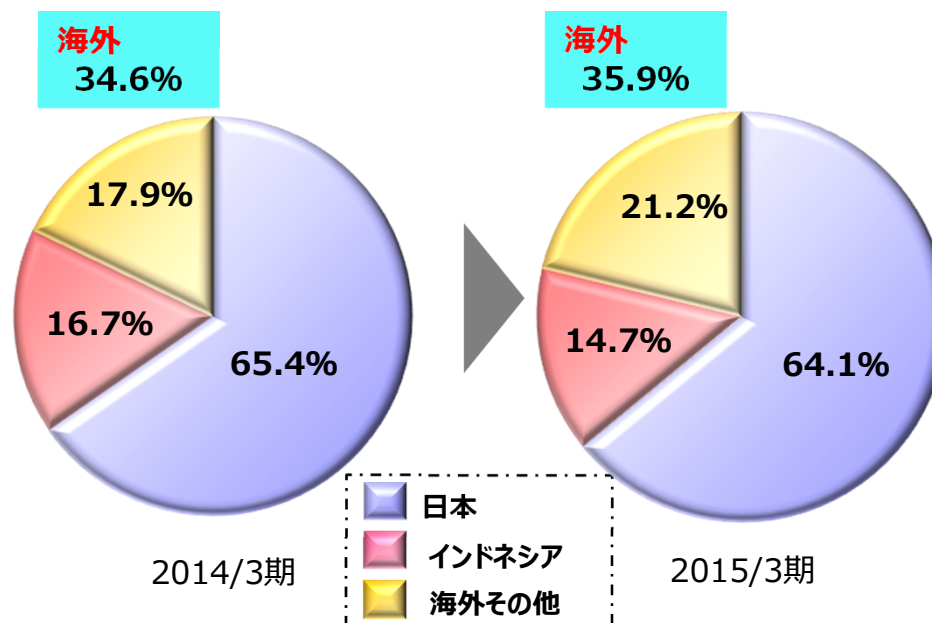
	通 期					
	2015/3期		2014/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業利益	6,996	9.9%	6,853	10.0%	142	102.1%
日本	4,485	10.8%	4,480	10.9%	4	100.1%
インドネシア	1,028	6.0%	1,147	7.2%	▲ 119	89.6%
海外その他	1,482	12.2%	1,225	10.8%	257	121.0%

3-2.所在地別営業利益 同期増減額内訳

(単位：百万円)



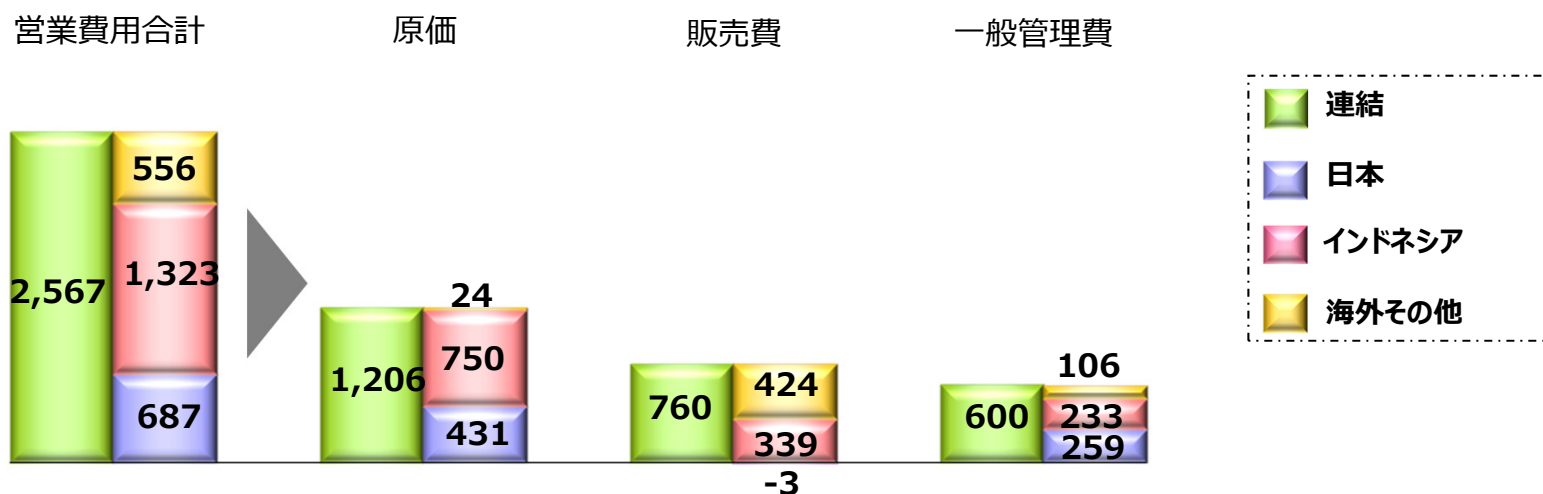
3-3.所在地別営業利益 同期構成比推移



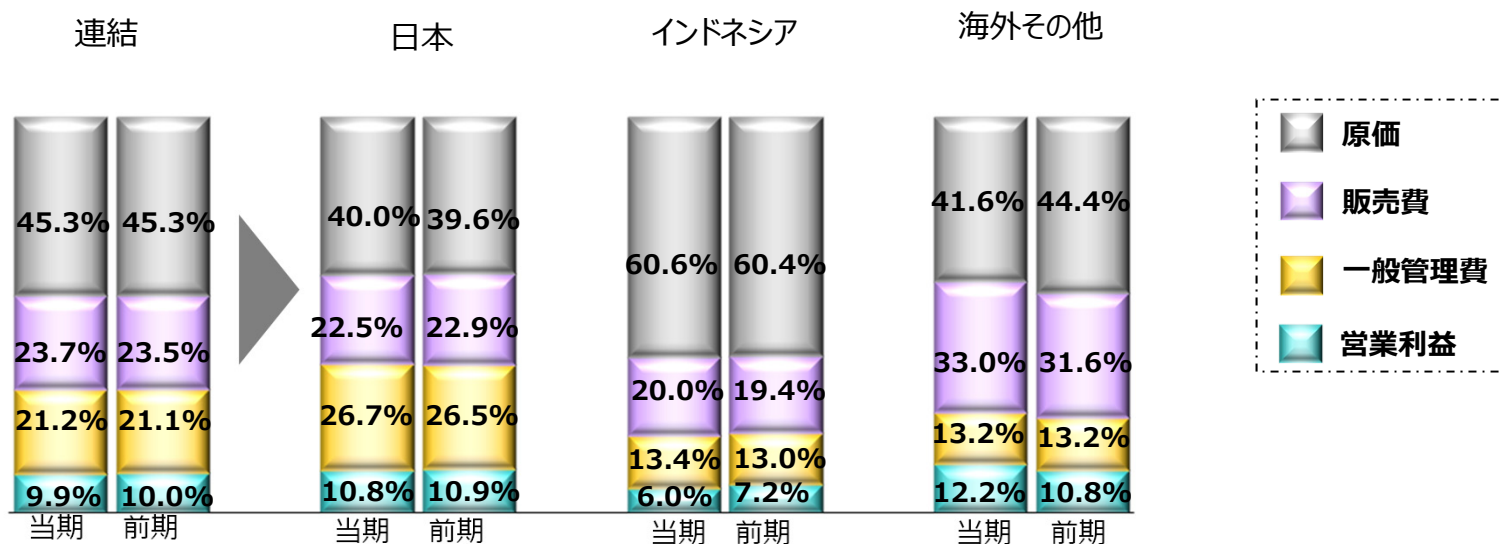
3. 連結段階利益

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

(単位：百万円)

	通 期					
	2015/3期		2014/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	599	0.8%	476	0.7%	122	125.8%
経常利益	7,595	10.7%	7,330	10.7%	265	103.6%
特別損益	▲ 66	▲0.1%	▲ 51	▲0.1%	▲ 15	130.5%
税引前純利益	7,529	10.6%	7,279	10.7%	249	103.4%
法人税等	2,519	3.6%	2,608	3.8%	▲ 88	96.6%
少数株主利益	584	0.8%	579	0.8%	5	100.9%
当期純利益	4,425	6.2%	4,091	6.0%	333	108.1%

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



※グラフ&数値はマダム算出市場データ

男性グルーミング事業

GATSBY

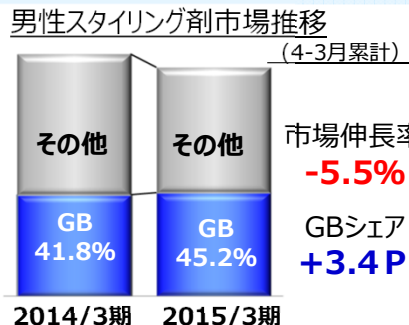
【スタイリング】

生活者の未充足ウォンツに対応するためにギャツビーヘアジャムにアイテムを追加し、市場でのシェアの維持拡大に向け、TVCM投下、イベント、店頭プロモーション等を実施。

※男性ヘアスタイリング市場におけるマダム全体シェアは61.6%。



ヘアジャムのサンプリングイベント



【フェイス&ボディ】

フェイスクアカテゴリーでは、ヤング層の「肌への優しさ」に対する意識の高まりに対応した新洗顔シリーズを発売し、シェア拡大を図った。ボディケアカテゴリーでは高まる「防臭」ウォンツに対応してデオドラントの高機能シリーズを新発売。



ギャツビー
シールドデオドラント

LÚCIDO

「ミドル脂臭」対策商品「ルシードデオドラントシリーズ」は好調に推移。新TVCMの投下や店頭コミュニケーションなどによるブランド育成とラインナップの拡充による商品強化を図った。



ルシード
リフレッシュデオペーパーと
ヘア&スカルブコンディショナー

女性コスメティック事業

Mandom Beauty

ビフェスタうる落ち水クレンジングシリーズはリニューアルと新製品追加により鮮度アップを図り、プロモーションによる生活者との接点拡大やブランド認知の拡大に取り組んだ。

※クレンジングローションカテゴリーでシェアNO.1を維持。
(2014年4月～2015年3月実績)



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

女性コスメタリー事業

ディズニーのブランド力を活かした店頭コミュニケーションの徹底によりマダムの夏シーズン品は着実に実績を拡大。さらに市場での存在感アップのためのリニューアルを実施。



新しいマダムハッピーデオ

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】



スタイリングポマード



ヘアスタイリングミスト

スタイリングカテゴリーは順調に実績を拡大。
スタイリングミスト、若者向けスタイリングポマードなどの
新製品とリニューアルしたワックスが好調に推移。

【フェイス&ボディ】

男性化粧品ブランドとしての地位確立に
向けて、新洗顔シリーズを発売。
TVCMの投下やマーケティング強化による
店頭接触率の拡大を図った。



新洗顔シリーズを発売

女性コスメティック事業

PIXY

堅調に推移するピクシーは、ブランドの
若返りを目的に、継続的なTVCMの
投下やプロモーションを実施。
また、新製品「BBクリーム」の発売による
商品のラインナップの充実を図った。



新製品「BBクリーム」を発売



モダントレードによる
PIXYの陳列什器

女性コスメタリー事業

Ricelle

店頭での優位陳列や流通向けプロモーションにより
売上は好調に推移。特に、ミストコロンが好調。

LÚCIDO-L

ヘアビタミンシリーズのスプレーやオイルが堅調に推移。
店頭での陳列強化により、認知拡大を図った。

4. 事業推進の概況

参考

インドネシア

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。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。これにより、生産能力の向上と現在稼働中の容器成型工場との距離の短縮化による輸送の効率化を図る。



上空からの全景



正面



中味の設備



充填ライン

4. 事業推進の概況

海外その他

売上高事業別構成比

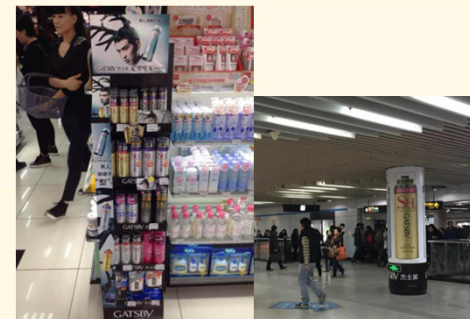


中国

ギャツビーの主力カテゴリーであるヘアスプレーシリーズを中心に販売を強化し、地下鉄、シネマ、WEB等による広告やプロモーションイベントを実施するなど認知拡大に取り組んだ。



上海におけるスタイリング体験イベント



ヘアスプレーを中心に展開を強化

インドシナ

ベトナム、ミャンマー、カンボジアにおいては代理店との協働による流通網の整備・構築に継続的に取り組むとともに、生活者に対してはサンプリングやプロモーションによる商品の認知拡大を図った。

また、ラオスでも販売を開始し、市場開拓に取り組んだ。



ベトナムにおける
大学での使用体験づくり



カンボジアにおける店頭づくり



ミャンマーにおける
ギャツビーのイベント

※2015年1月9日にベトナム社会主義共和国ホーチミン市に海外グループ12社目となる Mandom Vietnam Company Limited を設立しました。
2015年7月より本格稼働。

5. 2016年3月期 通期業績見通し

5-1. 2016年3月期 連結業績予想（計画）立案の前提

増収の前提

- + 積極的なマーケティング投資による男性グルーミング継続強化
- + 女性コスメティック事業の継続強化と水平展開推進
- + 「海外その他」を中心とした海外事業の高成長継続
- + 為替の影響による海外売上高の円換算時の上振れ
- 天候不順による、国内夏季シーズン品売上下振れ

増益の前提

- + 増収効果による増益
- + 福崎工場リノベーションによる売上原価率低減効果
- + 海外子会社 固定資産の譲渡にともなう、特別利益発生
- 海外中心に積極的なマーケティング投資の継続
- インドネシア新工場の減価償却発生



5-2. 2016年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

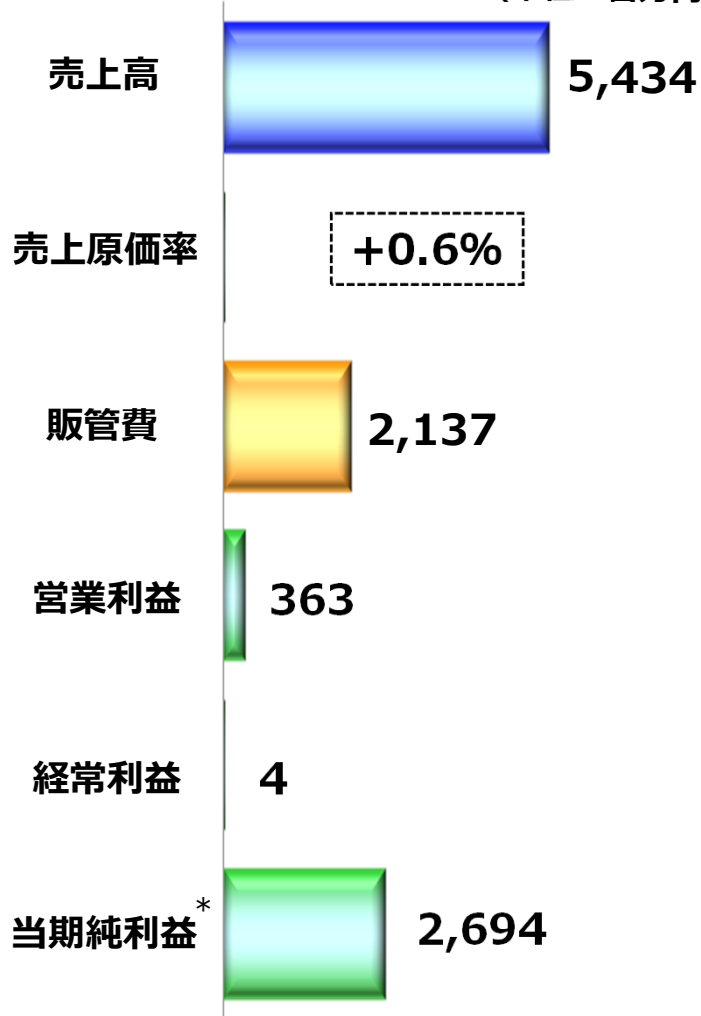
	2016/3期						2015/3期	
	通期			第2四半期			実績	
	業績予想	増減額	同期比	業績予想	増減額	同期比	通期	第2四半期
売上高	76,360	5,434	107.7%	41,840	3,387	108.8%	70,925	38,452
営業利益	7,360	363	105.2%	5,250	9	100.2%	6,996	5,240
経常利益	7,600	4	100.1%	5,250	▲327	94.1%	7,595	5,577
当期純利益*	7,120	2,694	160.9%	5,800	2,413	171.3%	4,425	3,386

*新会計基準（平成27年4月1日以降開始する会計年度より適用）においては「親会社株主に帰属する当期純利益」と表示変更されております。

5. 2016年3月期 通期業績見通し

5-3. 2016年3月期 主要費目別業績予想 増減額内訳(対前期)

(単位：百万円)



■ 売上高 積極的なマーケティング投資により、国内・海外ともに増収

- [国内] 夏シーズン品（「ギャツビー」、「マンダム」女性用）の重点強化
ミドル対応「ルシード」の育成型マーケティングの継続
「ピフェスタ」の継続的ブランド強化
- [海外] 「ギャツビー」の各国の与件にあわせた展開強化
「ピフェスタ」の水平展開および強化
「ピクシー」の継続的強化

■ 売上原価率 国内外においてコストダウンに取り組み、原価率上昇を抑制

- [国内] 原材料等のコストダウンや、生産の効率化などを推進
- [海外] インドネシア新工場稼働による生産効率化によるコストダウン

■ 販売費 特に海外において成長のためのマーケティング投資を継続

- [国内] 効率的なマーケティング投資を実施
- [海外] ブランド認知、成長のための積極的な投資を継続

■ 営業外損益・特別損益

連結子会社（インドネシア）固定資産の譲渡にともなう、特別利益発生。

*新会計基準（平成27年4月1日以降開始する会計年度より適用）においては「親会社株主に帰属する当期純利益」へと表示変更されております。