



2019年3月期 決算説明会資料

(2018年4月1日～2019年3月31日)

株式会社マンドム
(証券コード 4917)



目次

1. 2019年3月期決算
2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況
3. 2020年3月期 業績見通し

注) 2019年3月期より、国際財務報告基準に準拠した財務諸表で連結している
在外連結子会社において、従来費用処理していた一部の項目を売上高から控除しております。
本資料における2018年3月期業績につきましても、同様の基準で算定したものを掲載しております。
(該当箇所には * をつけております)

2019年3月期 決算サマリー

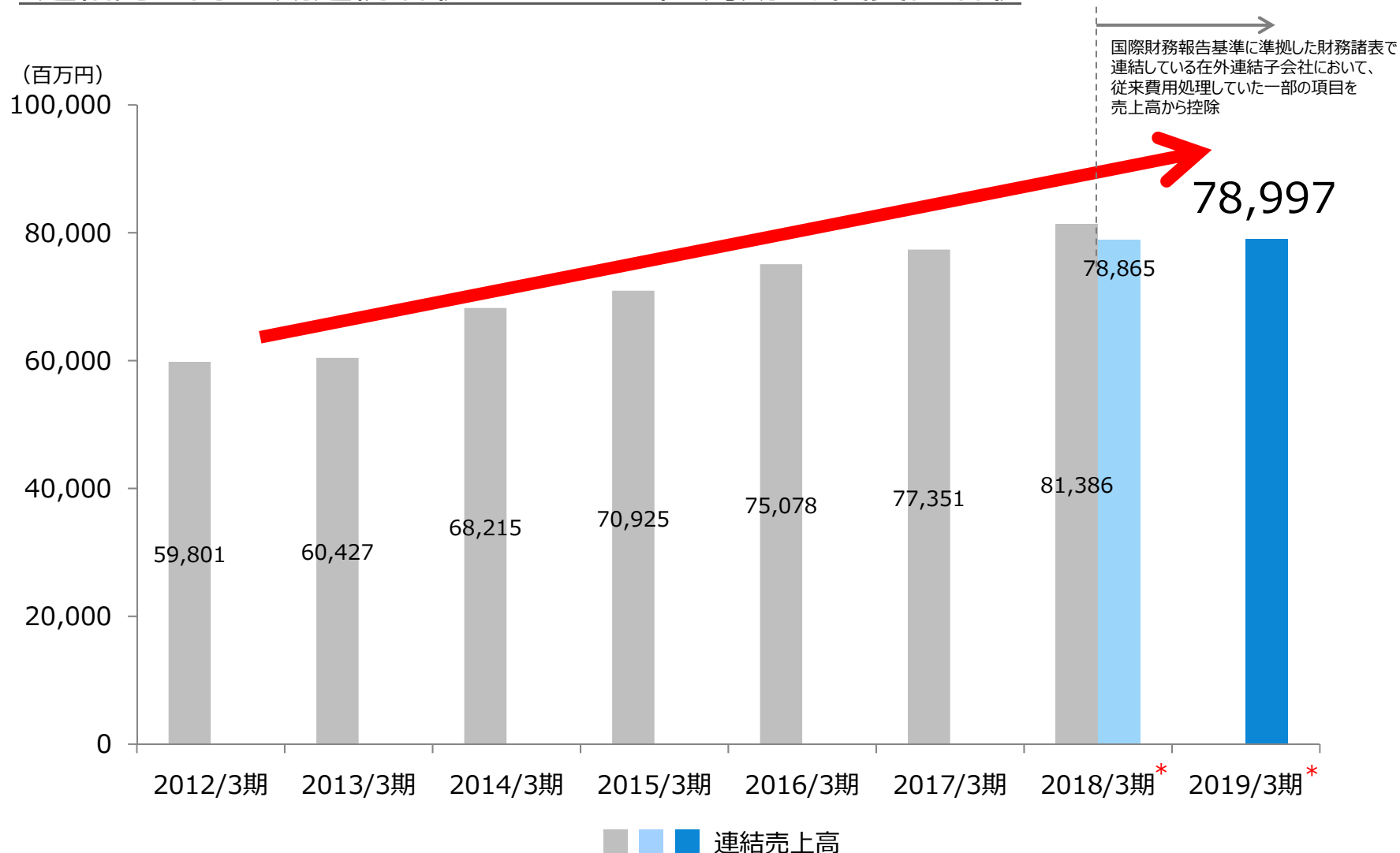
- ・日本の「バリアリペア」の急減速と、インドネシアでの
変化への対応が遅れたことによる売上減少が大きく影響
- ・VISION2027実現に向けた基盤整備の取組みは
積極的に進めた結果、減益
- ・2020年3月期の業績予想については、当初計画を
わずかに下回るが、しっかりと基盤整備を完遂

1. 2019年3月期決算

1. 2019年3月期決算

1) 連結売上高は微増収、各段階利益は減益

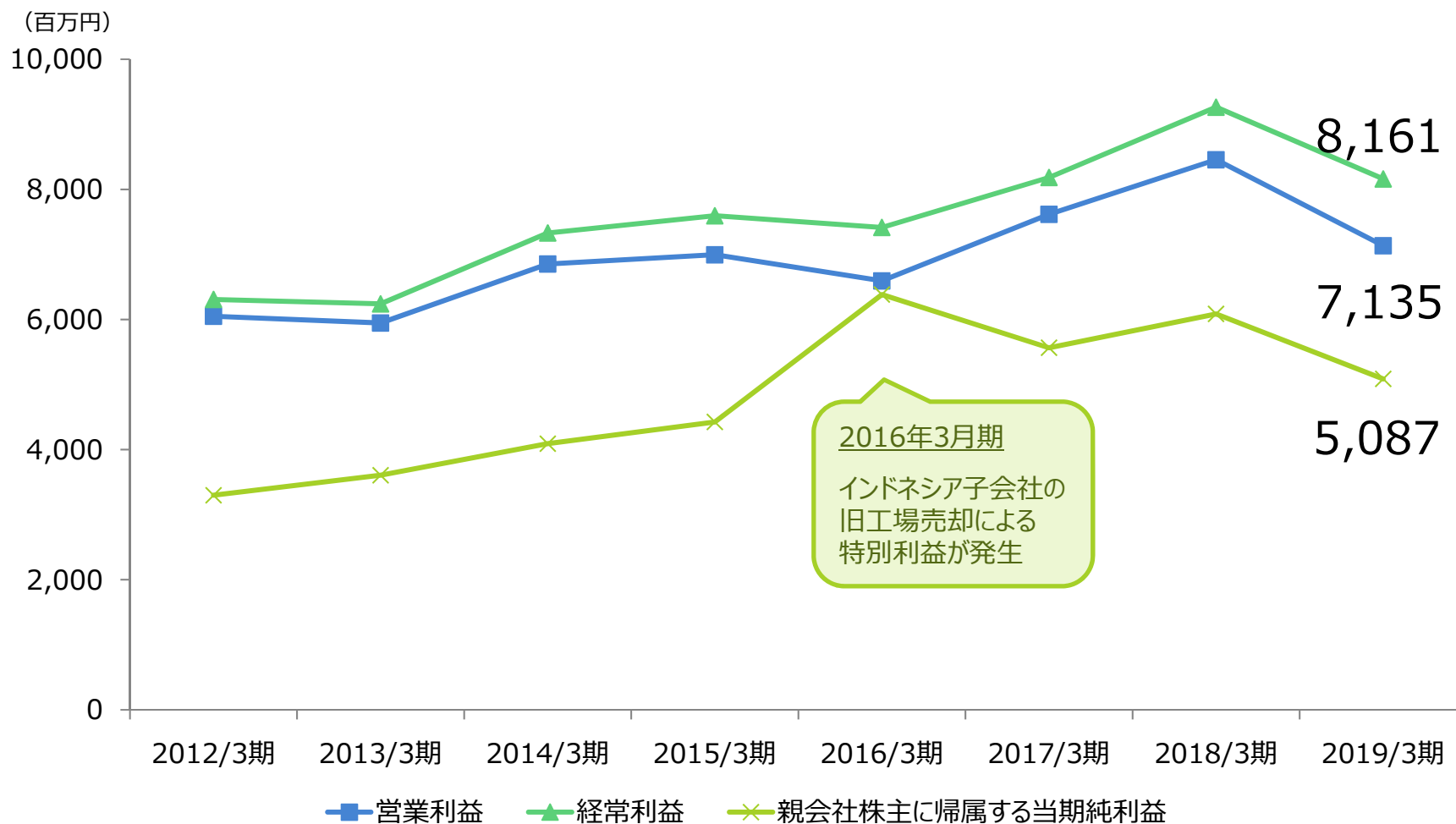
・連結売上高 8期連続増収だった2018年3月期より実質微増収



1. 2019年3月期決算

1) 連結売上高は微増収、各段階利益は減益

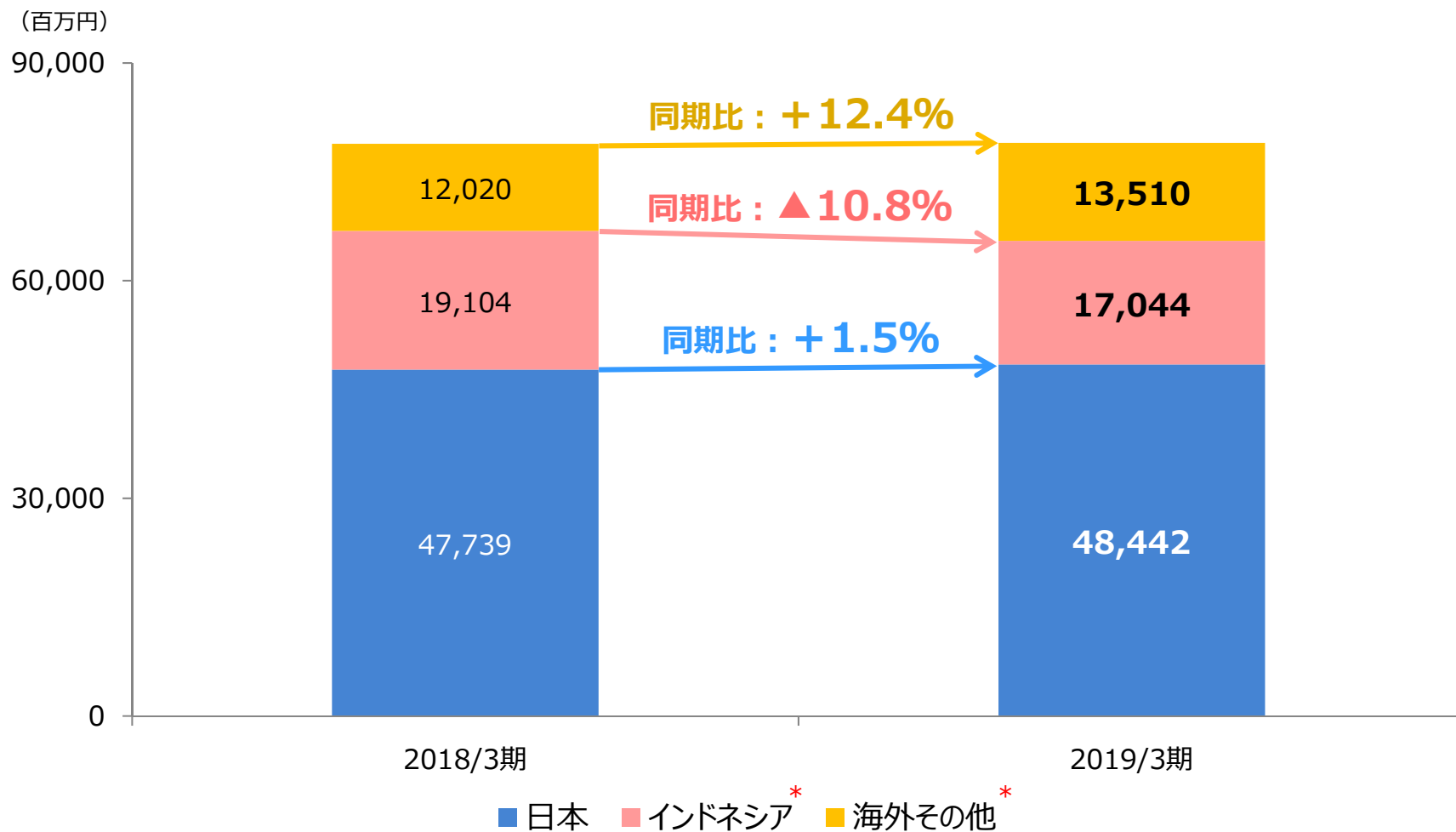
・連結営業利益以下、すべての段階利益が減益



1. 2019年3月期決算 <所在地別売上高>

2) 日本は堅調、海外その他は好調に推移したものの、インドネシアは苦戦

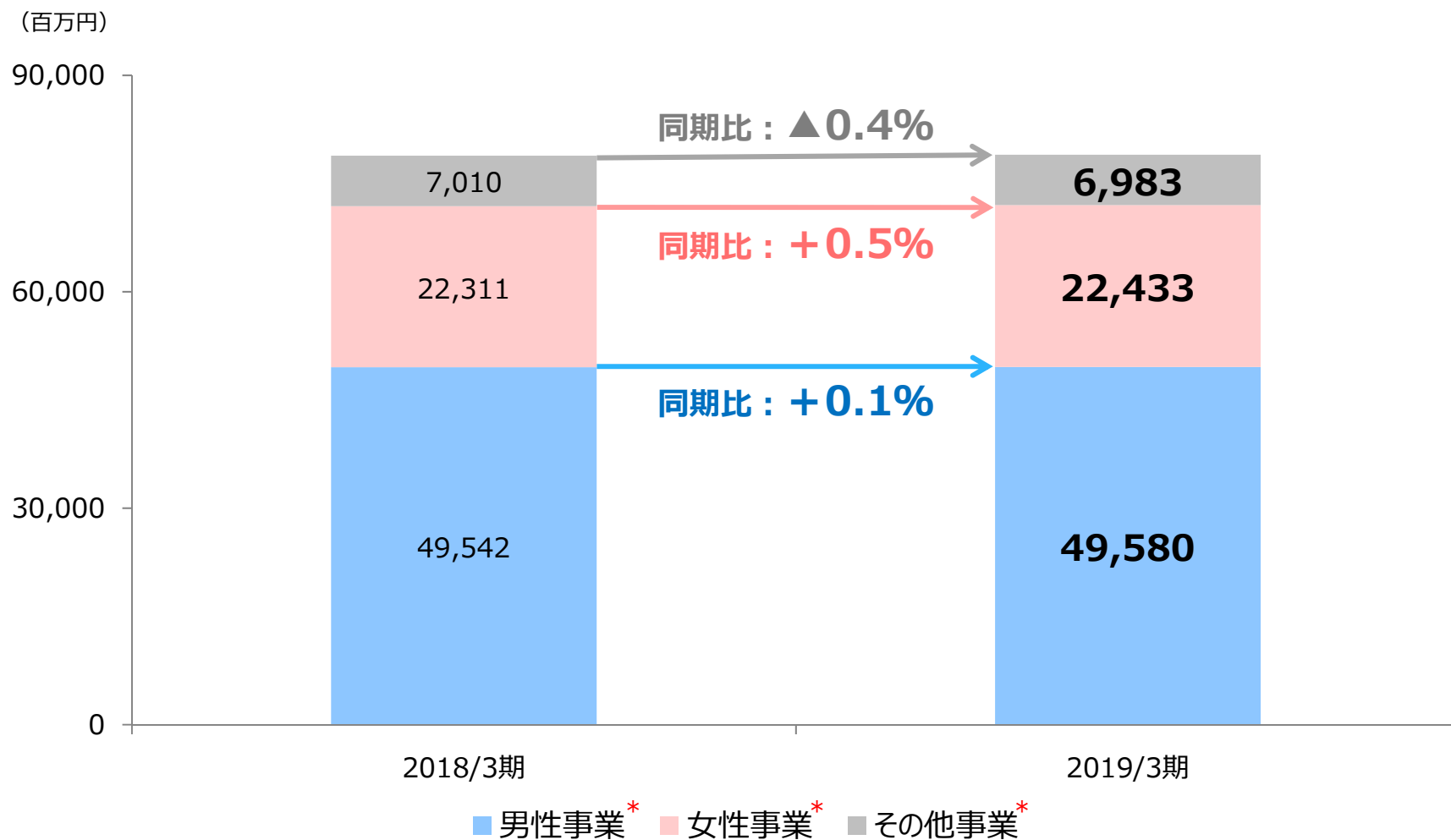
・連結売上高 海外比率は38.7%



1. 2019年3月期決算 <事業別売上高>

3) 男性事業、女性事業共にほぼ横ばい

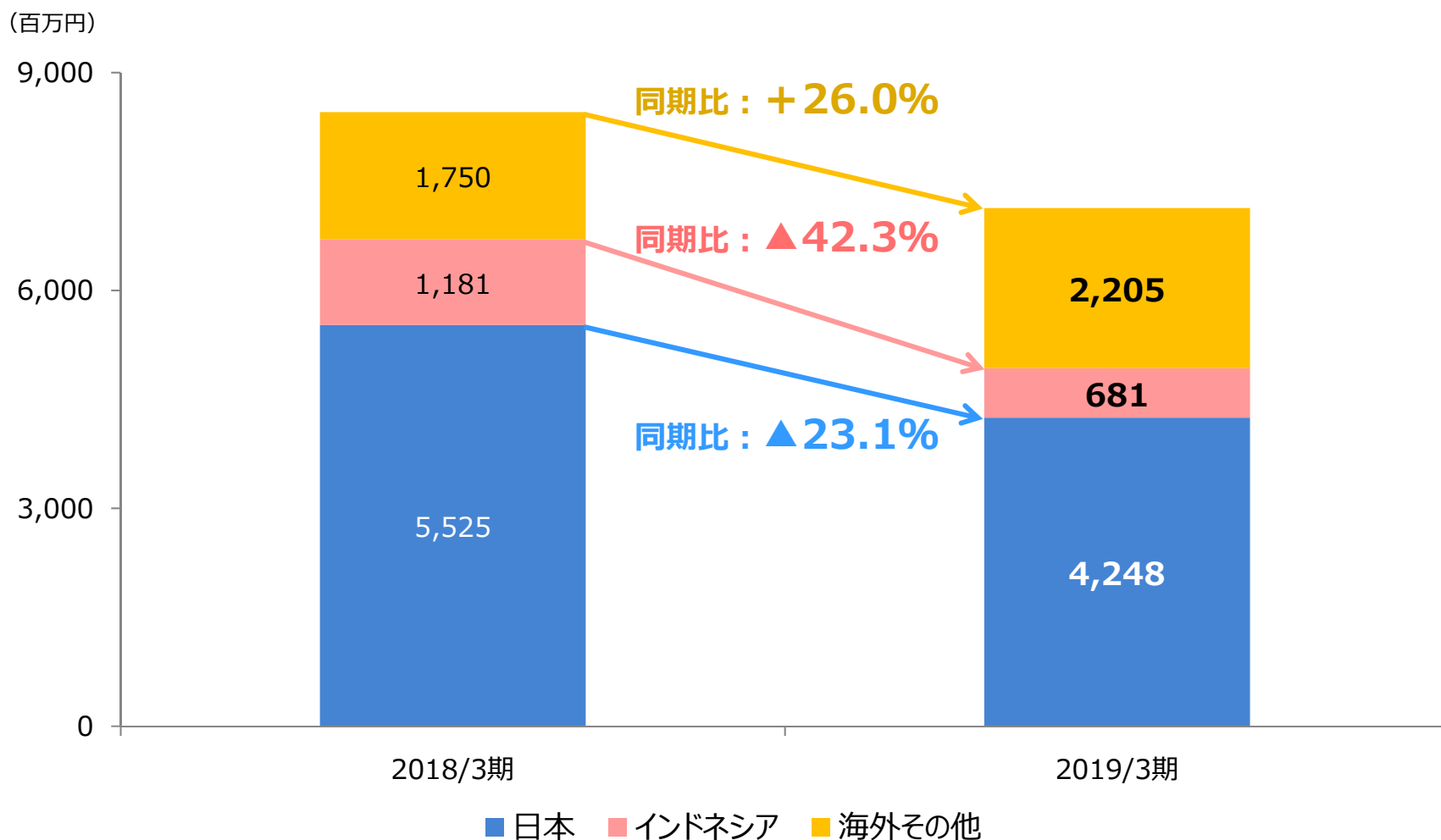
・ビフェスタとルシードエルは好調、インドネシア以外のギャツビーも順調



1. 2019年3月期決算 <所在地別営業利益>

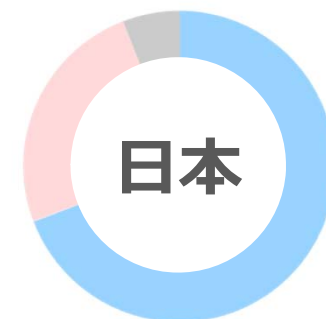
4) 海外その他は増益となったものの、全体としては大幅減益

・日本は積極的な基盤整備投資、インドネシアは減収影響により減益



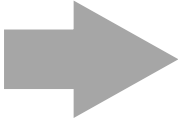
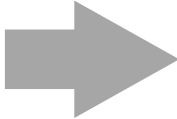


ブランド別事業推進状況

売上高事業別構成比



- ・ギャツビーは夏シーズン品が好調に推移
- ・バリアリペアが苦戦したものの、ビフェスタは堅調
ルシードエルは引き続き好調

主要ブランドの状況

男性事業	女性事業
<p>GATSBY</p> 	<p>Bifesta</p> <p>ビフェスタ</p> 
<p>LÚCIDO</p> 	<p>Barrier Repair</p> 

1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

男性事業

売上高事業別構成比

GATSBY

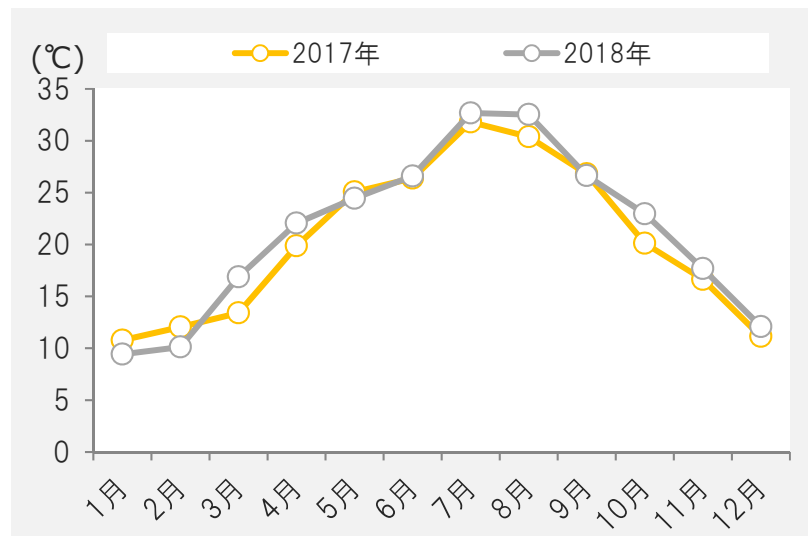
- ・記録的猛暑の影響を受け、ボディペーパーや直塗りデオドラントといった夏シーズン品が好調
- ・一方、ヘアスタイリングは市場のシュリンクもあり苦戦



■ ボディペーパー



■ 東京エリア/最高気温の月平均値推移



※国土交通省 気象庁HPデータを基にマンダムが作成

1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

男 性 事 業

売上高事業別構成比

GATSBY

- ・今春は制汗デオドラントシリーズをリニューアル
当社独自の技術を採用して、機能強化を図る



■ 直塗りデオドラント



■ デオドラントスプレー



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

男 性 事 業

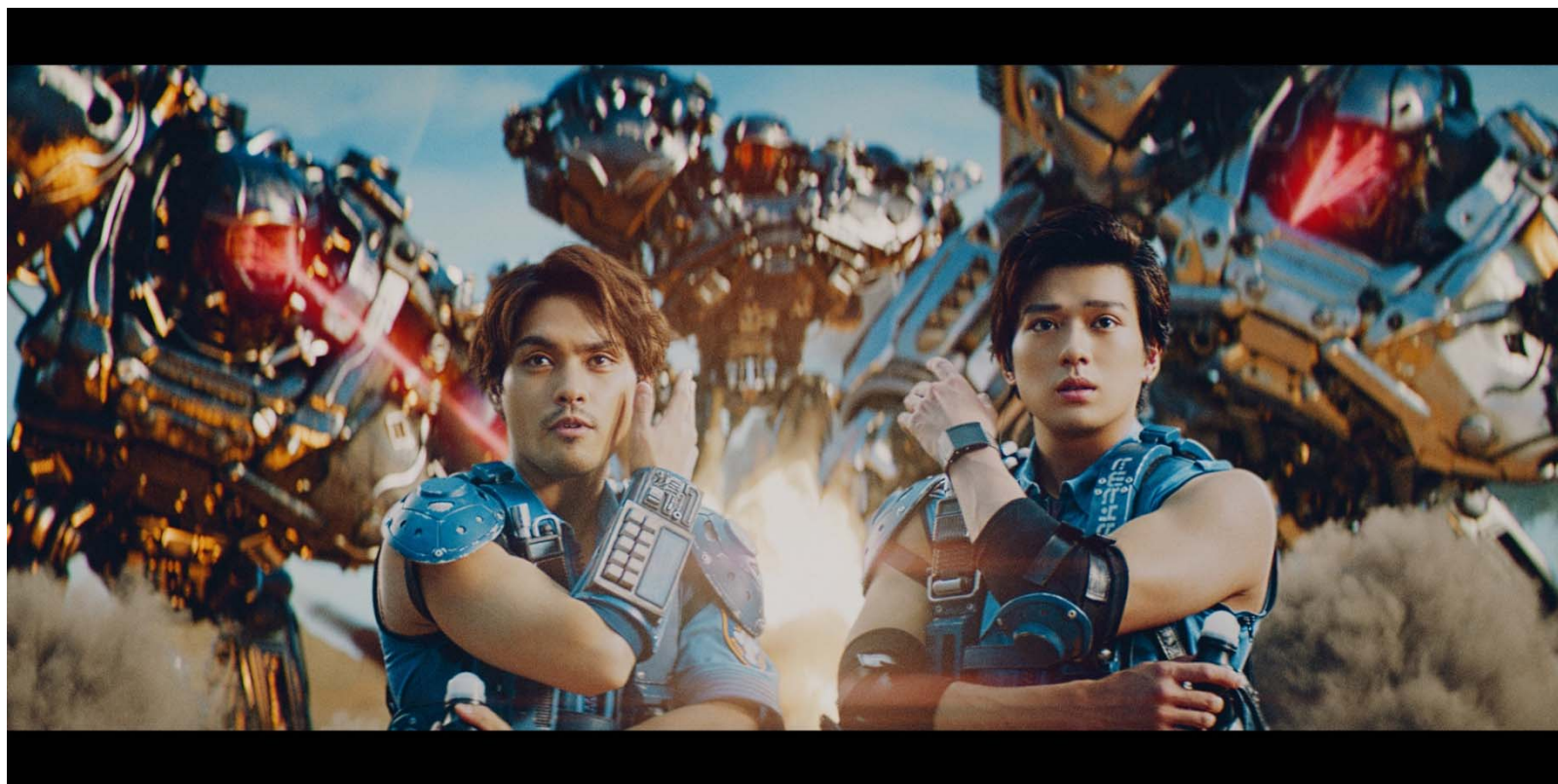
売上高事業別構成比

GATSBY

・積極的なプロモーションの買い場づくりを実現し、生活者との接点を拡大



■ 新TV-CM『GATSBY COP 第2部篇 ペペの暴動』



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

男 性 事 業

売上高事業別構成比

LÚCIDO

- ・全般的に堅調な推移
- ・ミドル市場に対し、今後も継続して長期的な強化を図る

■薬用スカルプデオシャンプー 新TV-CM



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

女性事業

売上高事業別構成比

Bifesta
ビフェスタ



・ふき取りクレンジングカテゴリでのNo.1獲得を目指し、さらなる強化を図る

ふき取りクレンジング

■ クレンジングローション



■ アイメイクアップリムーバー



■ クレンジングシート



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

売上高事業別構成比

そ の 他

【インバウンド】

- ・訪日観光客や越境EC目的と考えられる購入の合算は、月平均2億円半ば
- ・日本の買い場はアジアにおける“ショーウィンドウ”機能を担うという視点でグループ全体での売上拡大に向けて買い場づくりを行っていく



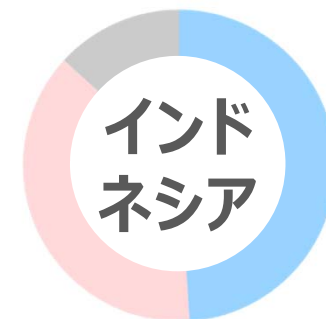
■ バリアリペア シートマスク



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（インドネシア）>


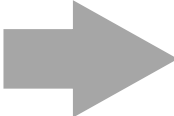

ブランド別事業推進状況

売上高事業別構成比



- ・ギャツビーはポマードを除く各カテゴリーで苦戦
- ・ピクシーは新製品が貢献したものの、
為替影響により横ばい

主要ブランドの状況（連結ベース）

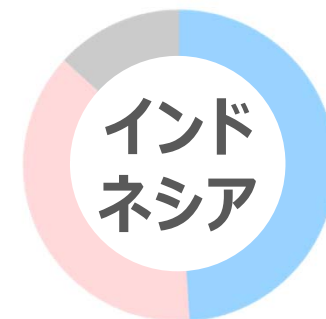
男性事業	女性事業
GATSBY 	PIXY My Beauty, My Energy 
	Pucelle 

1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（インドネシア）>

男性事業

売上高事業別構成比

GATSBY



・「スタイリングポマード」の成長も一服したものの、剤型としてはポマードに人気が集中しており、追加アイテムを発売し強化を図る

■ スタイリングポマード



■ スタイリングポマード追加アイテム



<STYLING POMADE MAT MOULDER>

1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（インドネシア）>

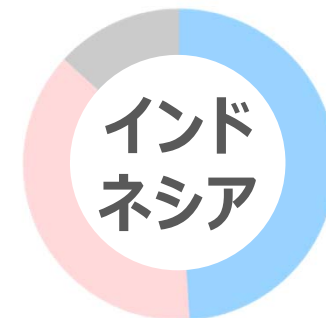
女性事業

売上高事業別構成比

PIXY

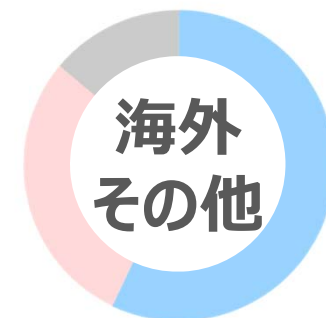
My Beauty, My Energy

- ・リブランディングによるブランドイメージ向上と、若年層の新規ユーザーの獲得を図る
- ・BEST OF BEAUTY AWARDS 2018に選ばれるなど、ヒット商品も出始めている

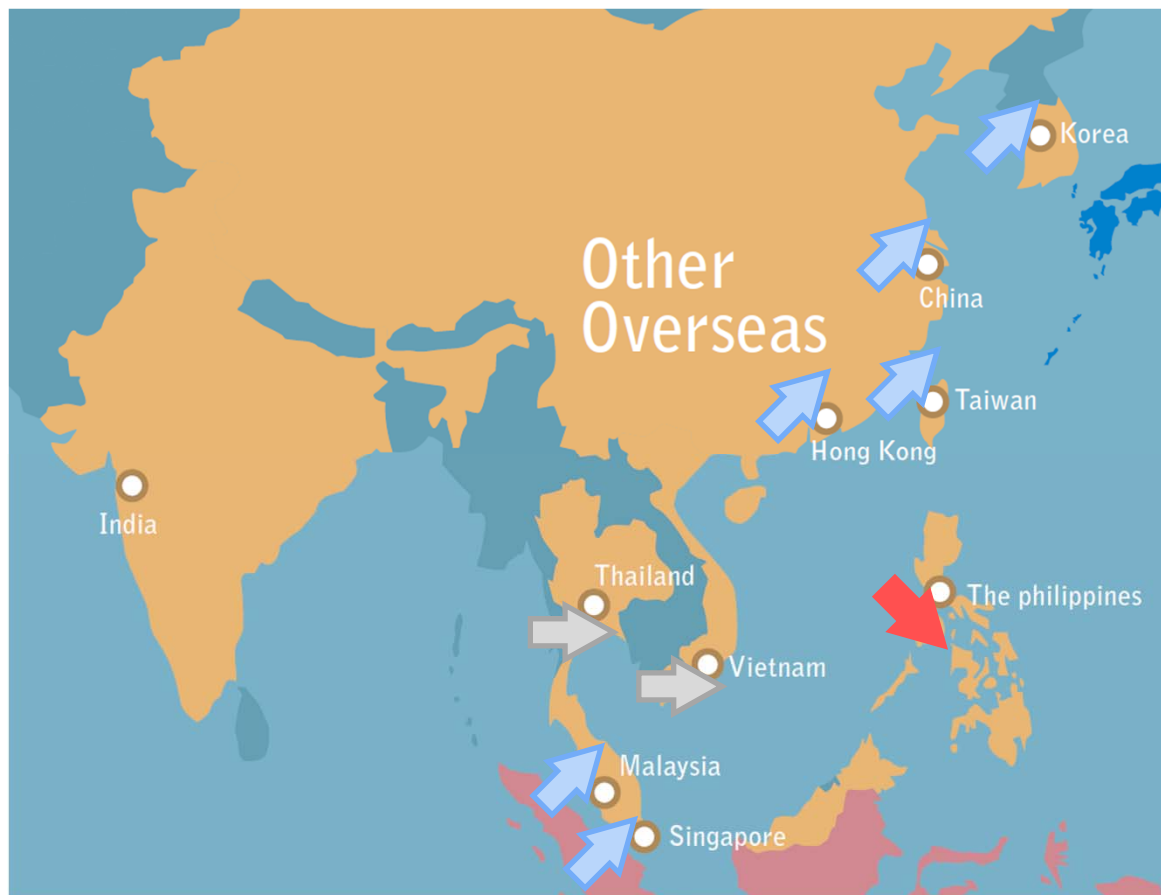


事業推進状況

売上高事業別構成比



- ・現地通貨ベースで中国、マレーシアなどが2桁成長
- ・ビフェスタが好調に推移



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（海外その他）>

女性事業



・各国がKOLやインフルエンサーを活用したデジタルマーケティングを実施

■ KOLによる情報発信（左：中国、右：台湾）



■ Youtube広告（台湾）



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（海外その他）>

女性事業

Bifesta
ピフェスタ

・店頭でのサンプリングやイベントなど、リアルでの接点強化を組み合わせることで、新たなファンを着実に獲得

■ 著名人とのタイアップ企画（タイ）



■ 女子会企画（中国）



■ ポップアップストア（中国）



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（海外その他）>

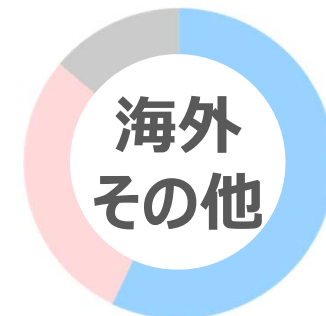
男 性 事 業

中国

売上高事業別構成比

GATSBY

- ・沿岸部の主要都市から周辺都市へと取扱い店舗を拡大中
- ・ヘアスタイリングが好調に推移しており、さらなる拡大を図る



■ ベーシックスプレー



■ ベーシックワックス



■ ドレッシングポマード



1. 2019年3月期決算 <事業推進の概況（海外その他）>

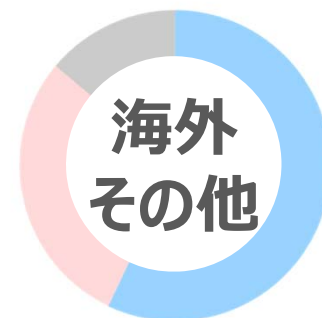
男性事業

台湾

売上高事業別構成比

GATSBY

- ・市場定着を目指し、長い間試用機会づくりを実施
- ・清潔意識の高まりによりフェイシャルペーパー、ボディペーパーが市場に定着



■ 街頭サンプリング



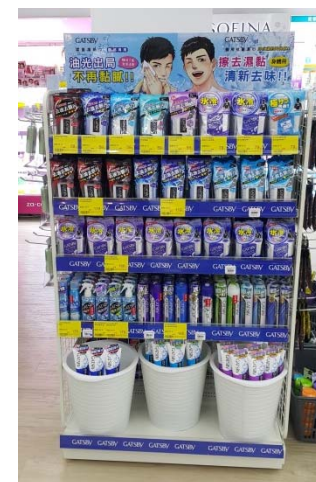
■ 大学ブース出展



■ 屋外広告



■ 店頭



2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況

(2018年3月期～2020年3月期)

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況

マンダムの夢 (=ビジョン)

VISION2027

2027年ありたい姿

総合化粧品ではなく唯一無二の強みを持った化粧品会社

- ①「常に本物を提案する」会社
- ②「Global & Only One」な会社
- ③「Exciting & Excellent」な会社

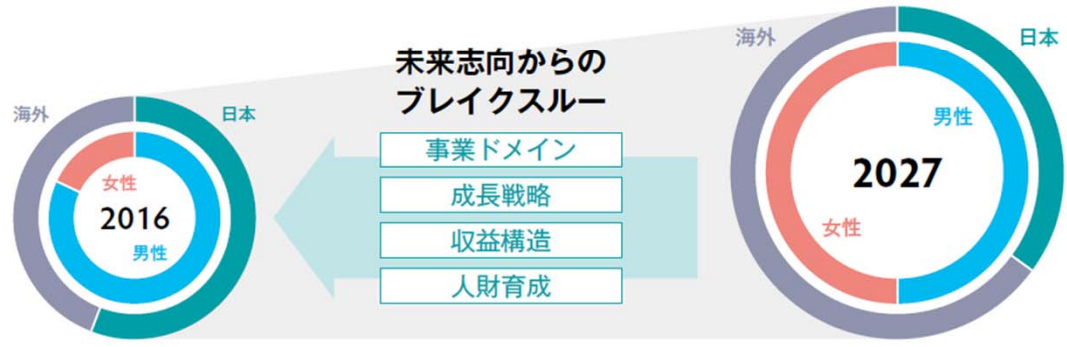
ビジョンスローガン

オンリーワンの強みを持ったグローバル10億人のお役立ち

基本方針

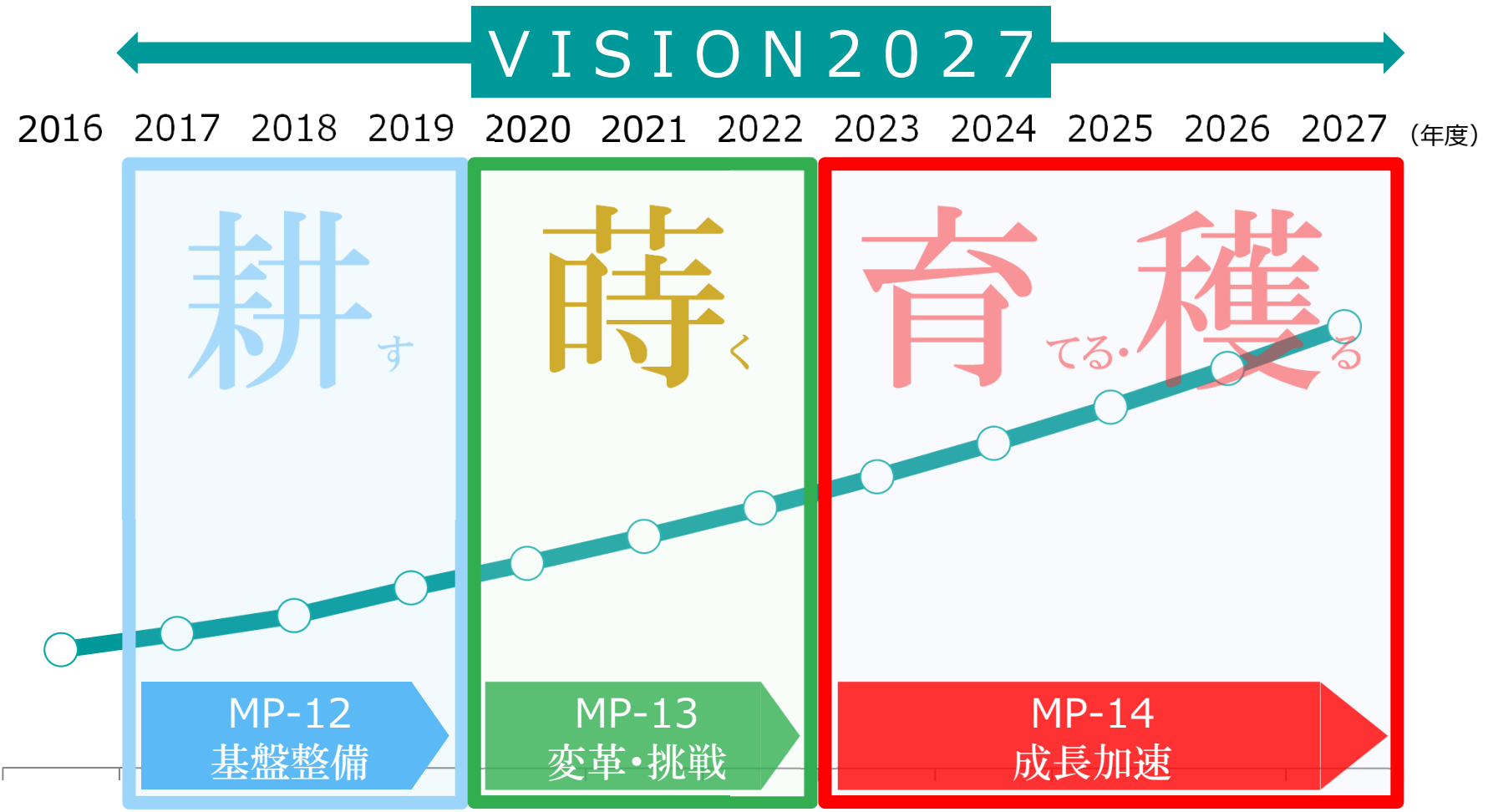
- ① アジアの成長を取り込んだ真のグローバルカンパニーへの進化
- ② 男性事業のお役立ちの更なる深化と、女性事業における積極的投資および拡大
- ③ 本物を提供するストック型マンダムワールドづくり

イメージ



2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況

MP-12の位置づけ



VISION2027実現のための企業基盤整備

経営基本方針

1. カテゴリー戦略の推進とブランド価値向上の徹底
2. インドネシアを中核にした海外事業の成長性向上
3. グループオペレーション体制の構築と単位あたり生産性の向上

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況

■ 経営基本方針に基づいて実施した主な施策

- ① ギャツビーのリブランディングを開始
- ② グローバルマーケティング体制の推進
- ③ ピクシーリブランディングを実施
- ④ 越境ECへの取組み進捗
- ⑤ ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化
- ⑥ 共通会計システムの導入
- ⑦ 全社員への理念浸透実践

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <GBリブランディング>

① ギャツビーのリブランディング推進状況

- ・日本では新TVCM『GATSBY COP』をスタートして、世界観を刷新
- ・デジタルネイティブ世代に対し、SNSなどを最大限に駆使したコミュニケーションを実施

■ TV-CM『GATSBY COP 第1部篇 15秒』



SNSを通じた再生回数	
Youtube	: 305万
Twitter	: 395万
合計	: 700万

②グローバルマーケティング体制の推進

- ・国際会議を青山オフィスで実施し、リブランディングの理解浸透促進や、各国のサクセス、アンサクセスの共有、創造的思考力および発想力の強化を図る

■ ギャツビー国際会議の様子



■ ディスカッションの様子



2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <ピクシーリブランディング>

③ピクシーリブランディングを実施

・従来の製品群に加えて、新たな2ラインを追加提案

<p>ロゴ</p>	<h1>PIXY</h1>		
<p>商品</p>	<p>ヘルシースキン & オントレンドメイク</p>	<p>ロングラスティング</p>	<p>ベーシック</p>
	<p style="text-align: center;">Make It Glow</p> 	<p style="text-align: center;">UV Whitening Perfect Last (4 Beauty Benefits)</p> 	<p style="text-align: center;">UV Whitening Perfect Fit</p> 
<p>プレイス</p>	<p>White Aqua スキンケア</p> 	<p>全方位にて展開</p>	<p>ベーシックスキンケア</p> 
<p>選別された近代市場を 中心に展開</p>	<p>伝統市場を 中心に展開</p>		

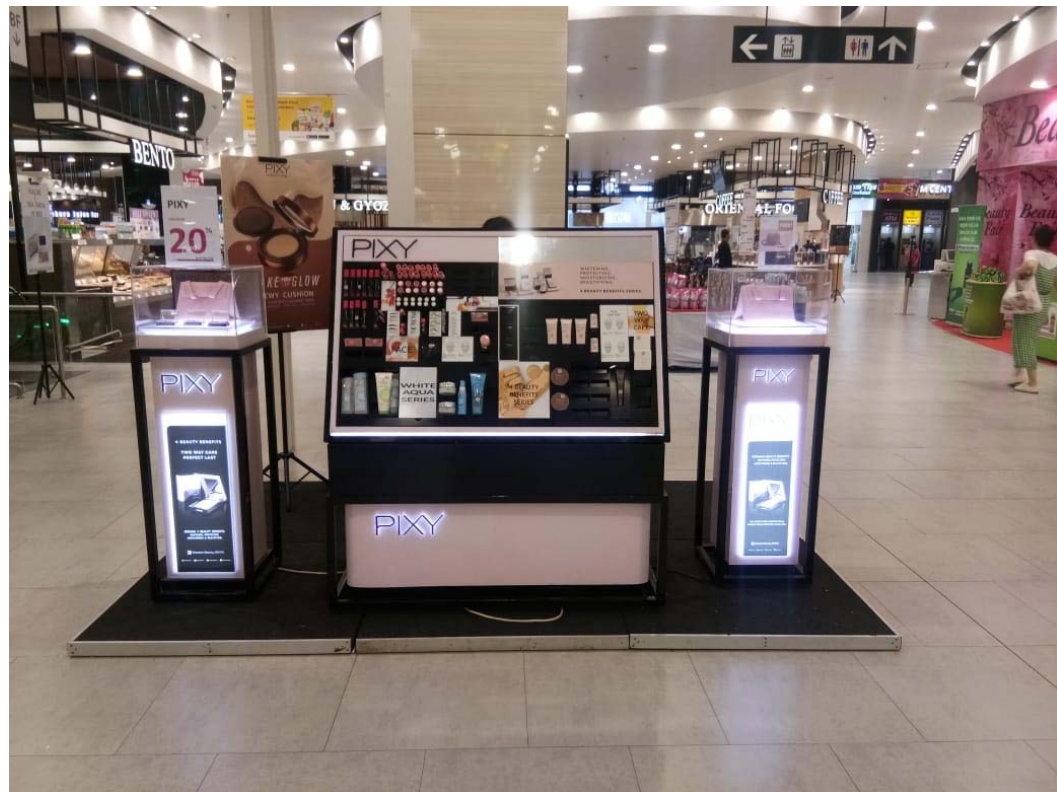
③ピクシーリブランディングを実施

- ・市場への導入は計画から遅れが生じたものの、市場からの評価は高くモダントレードの店舗への導入も進んでいる

■モダントレードの店頭



■オープンカウンター



④ EC取り組みの推進

・5月16日に『天猫国際 (Tmall Global) 』に旗艦店をオープン

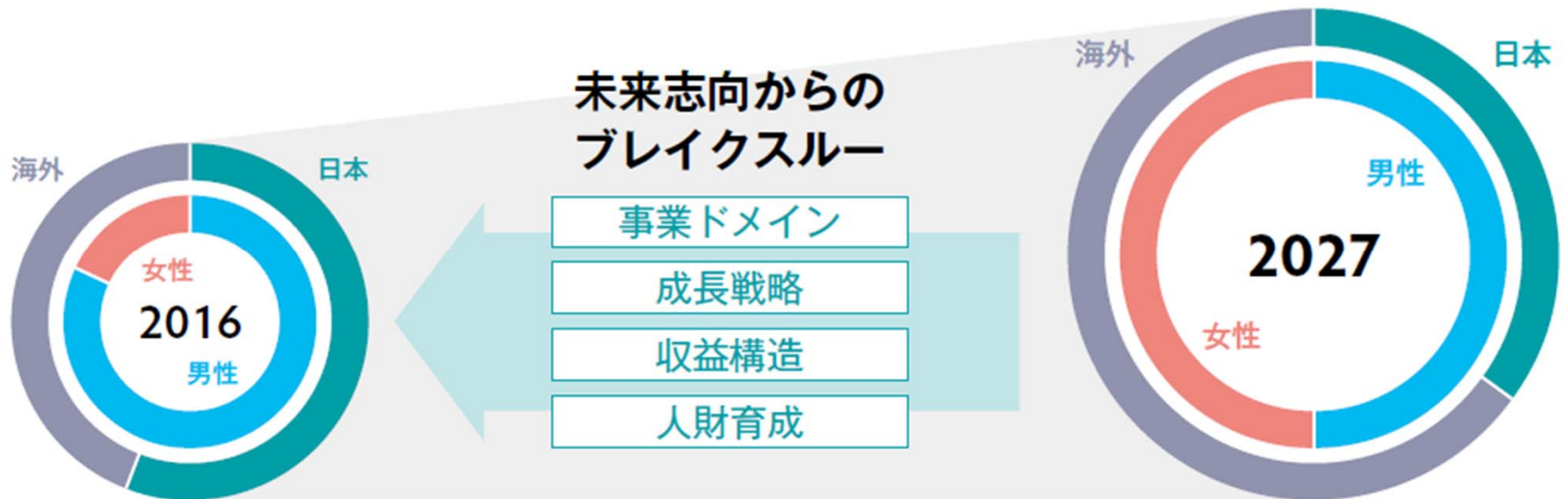


2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <ACGI社株式取得>

⑤ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化

- ・2018年11月22日付で株式譲渡契約を締結し、2019年1月に取得完了
- VISION2027実現に向け、当社グループの東南アジアでの存在感を一層高めていく

■VISION2027 イメージ



2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <ACGI社株式取得>

⑤ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化

- ・2018年11月22日付で株式譲渡契約を締結し、2019年1月に取得完了
- VISION2027実現に向け、当社グループの東南アジアでの存在感を一層高めていく

Get **BLOWN AWAY!** Fall head over heels with lightweight mattes in rich colors.

OMG! POWDER MATTE LIPCOLOR

5 New Shades

click-to-open casing

SILKY GIRL
OMG! POWDER MATTE

Rich, pigmented hues; lightweight matte finish
Cares for lips with Avocado Oil, Chamomile & Aloe Vera extract
Fragrance-free, carmine-free, & paraben-free

Erika Farhana
Erika wears O! Sakura

SILKY GIRL
Unleash your confidence

silkygirl.com | SILKY GIRL Cosmetics | #silkygirl | @silkygirlcosmetics

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <ACGI社株式取得>

⑤ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化

- ・2018年11月22日付で株式譲渡契約を締結し、2019年1月に取得完了
- VISION2027実現に向け、当社グループの東南アジアでの存在感を一層高めていく



2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <ACGI社株式取得>

⑤ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化

- ・2018年11月22日付で株式譲渡契約を締結し、2019年1月に取得完了
- VISION2027実現に向け、当社グループの東南アジアでの存在感を一層高めていく

ROCK YOUR WORLD
with a **POP** of colour!
Pump up your pout instantly!

NEW
MLBB My Lips But Better
LIP TINT

Water-based •
Super Staying power

SILKYGIRL LIP TINT
SILKYGIRL LIP TINT

01 Autumn
02 Rosie
03 Orchid
04 Nude
05 Scarlet

Lightweight, pigmented shades with all-day staying power
Vitamin E, Grapefruit & Aloe Vera extract moisturize and keep lips soft & smooth
Paraben-free, fragrance-free & carmine-free

Eyeke Farhana
Eyeke wears 05 Scarlet

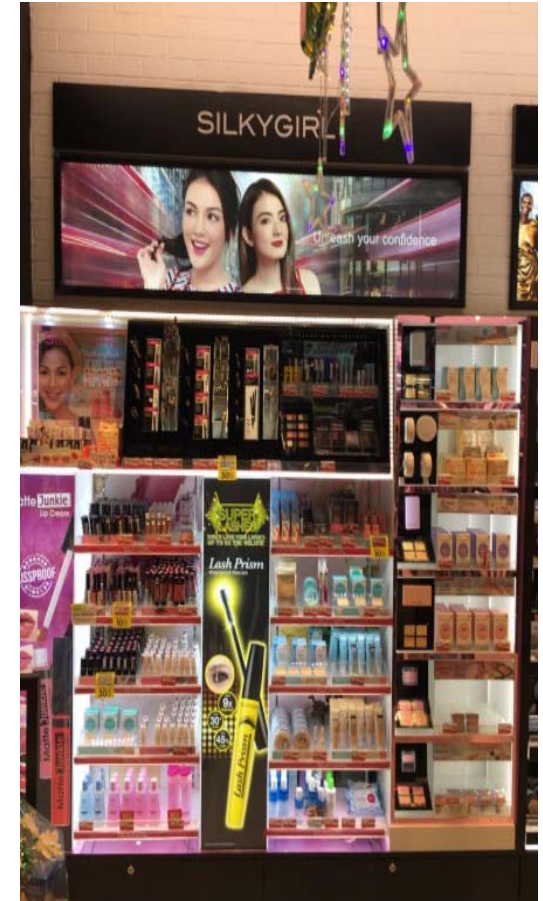
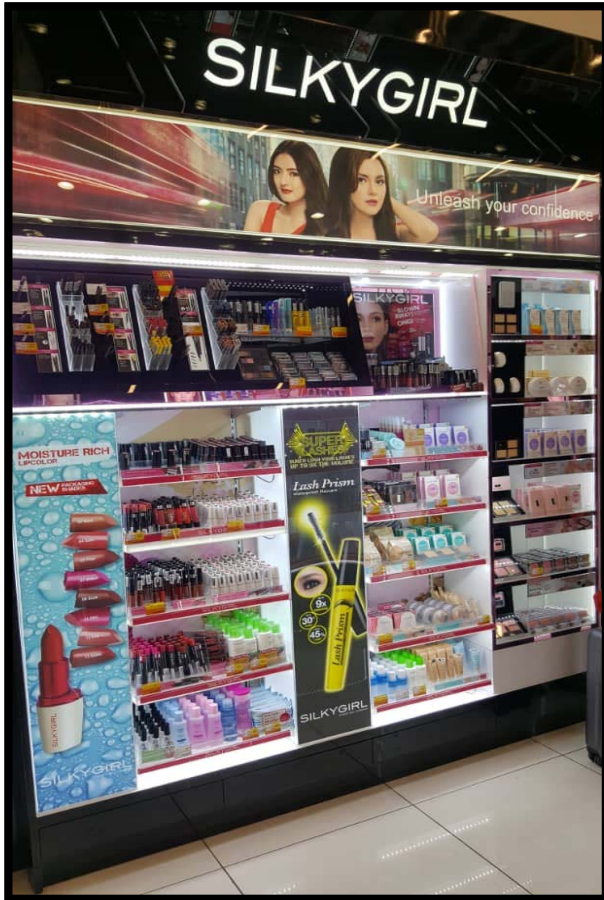
SILKYGIRL
Unleash your confidence

silkygirl.com | SILKYGIRL Cosmetics | silkygirlcosmetics | All Asia Cosmetics Ltd (1318100-9)

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <ACGI社株式取得>

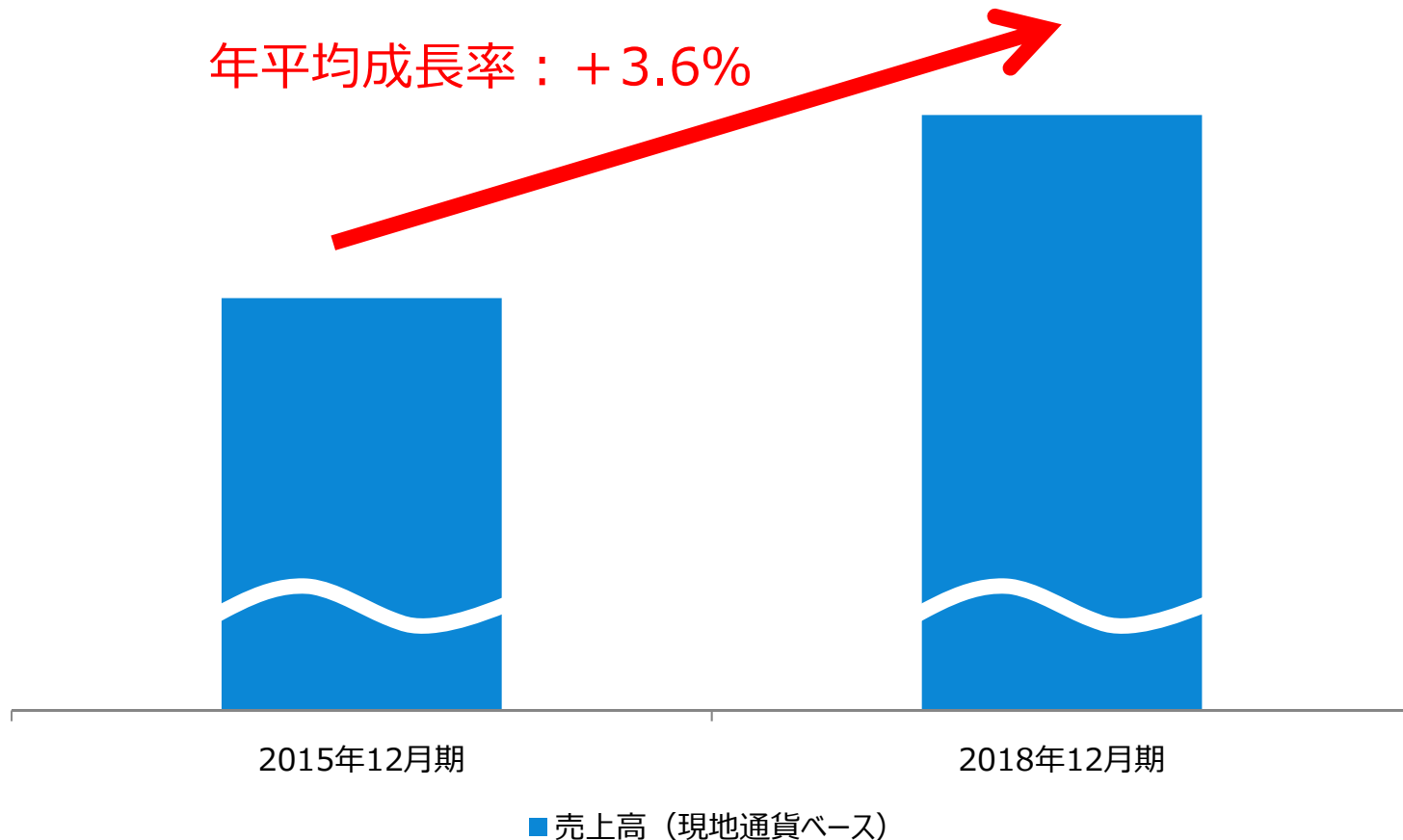
⑤ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化

■店頭イメージ



⑤ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化

- ・ブランド、営業基盤があり、業績も右肩上がりに成長している
3カ年の平均営業利益率は15%前後と高水準の収益性を維持



2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <ACGI社株式取得>

⑤ACGI社の全株式を取得し、連結子会社化



⑥ 共通会計システムの導入

- ・日本、タイに引き続き、インドネシアで共通会計システムが稼働



⑦全社員への理念浸透実践

- ・理念実践プログラムの一環である「理念実践度サーベイ」を実施
- ・各部署が“現状”と“目指す姿”とのギャップを埋めるためのアクションプランを立案

■エバンジェリスト教育の様子



■ワークショップの様子



2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <成長性>

■ 経営基本目標 【成長性】

男性事業
年平均成長率

3%以上



女性事業
年平均成長率

10%以上



海外
年平均成長率

10%以上



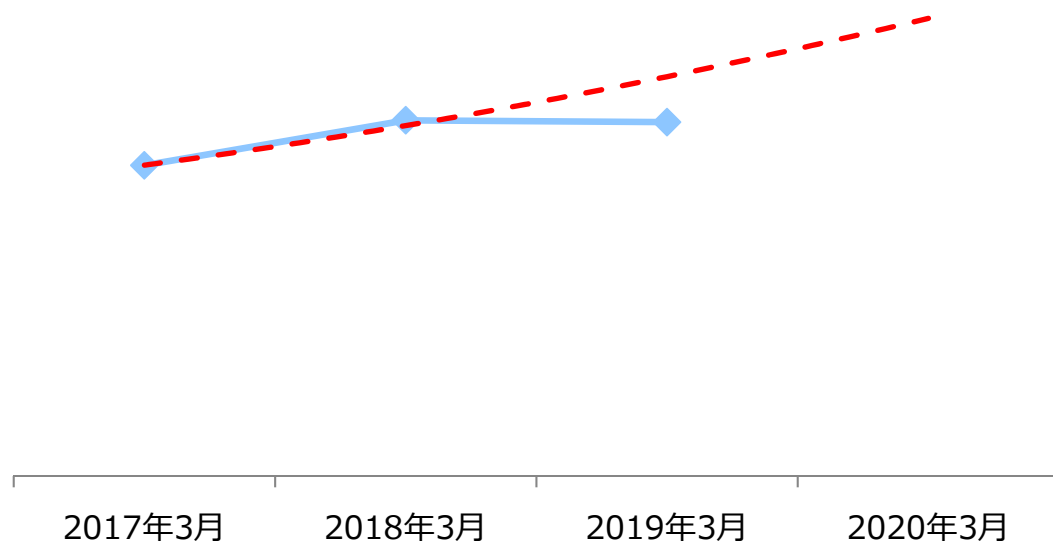
注) 2019年3月期より、国際財務報告基準に準拠した財務諸表で連結している
在外連結子会社において、従来費用処理していた一部の項目を売上高から控除しておりますが、
MP-12の進捗状況における2019年3月期業績につきましては、比較容易性を高めるため
2017年3月期と同様の基準で算定したものを掲載しております。

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <成長性>

【成長性】 男性事業 年平均成長率 3%以上



年平均成長率 +1.4%



※成長曲線はイメージ

2019年3月期業績に関しても、それまでと同様の基準にて算定

<今後の取組み>

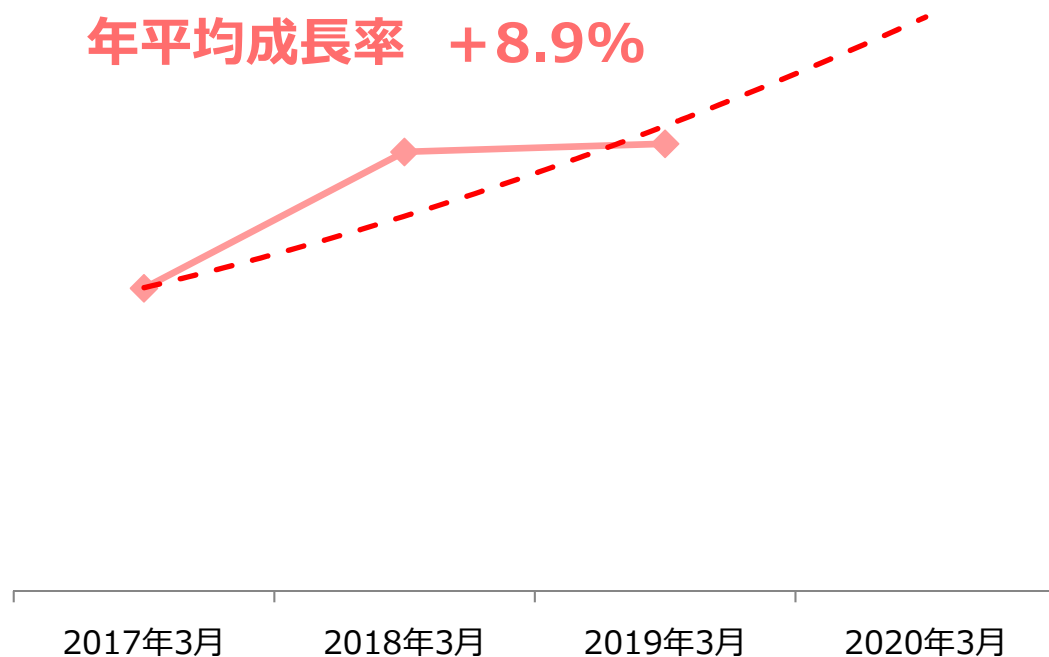
・「ギャツビー」リブランディングの推進

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <成長性>

【成長性】女性事業 年平均成長率 10%以上



年平均成長率 +8.9%



※成長曲線はイメージ

2019年3月期業績に関しても、それまでと同様の基準にて算定

<今後の取組み>

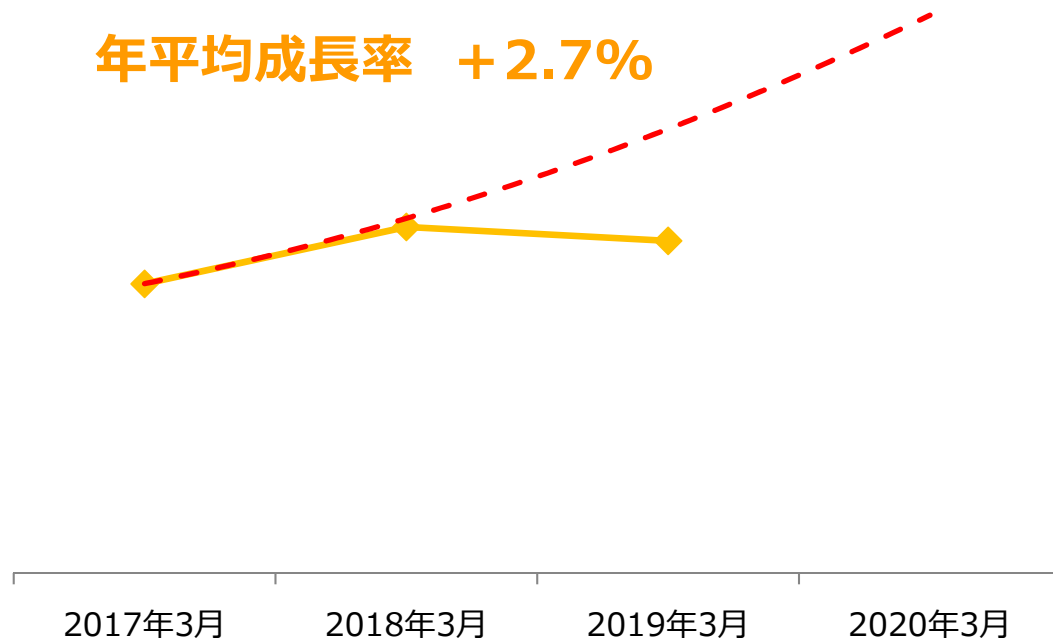
- ・「ビフェスタ」のブランドイメージ向上および、お役立ちの量を拡大
- ・「ピクシー」ブランドアクティビティの強化

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <成長性>

【成長性】海外 年平均成長率 10%以上



年平均成長率 +2.7%



※成長曲線はイメージ

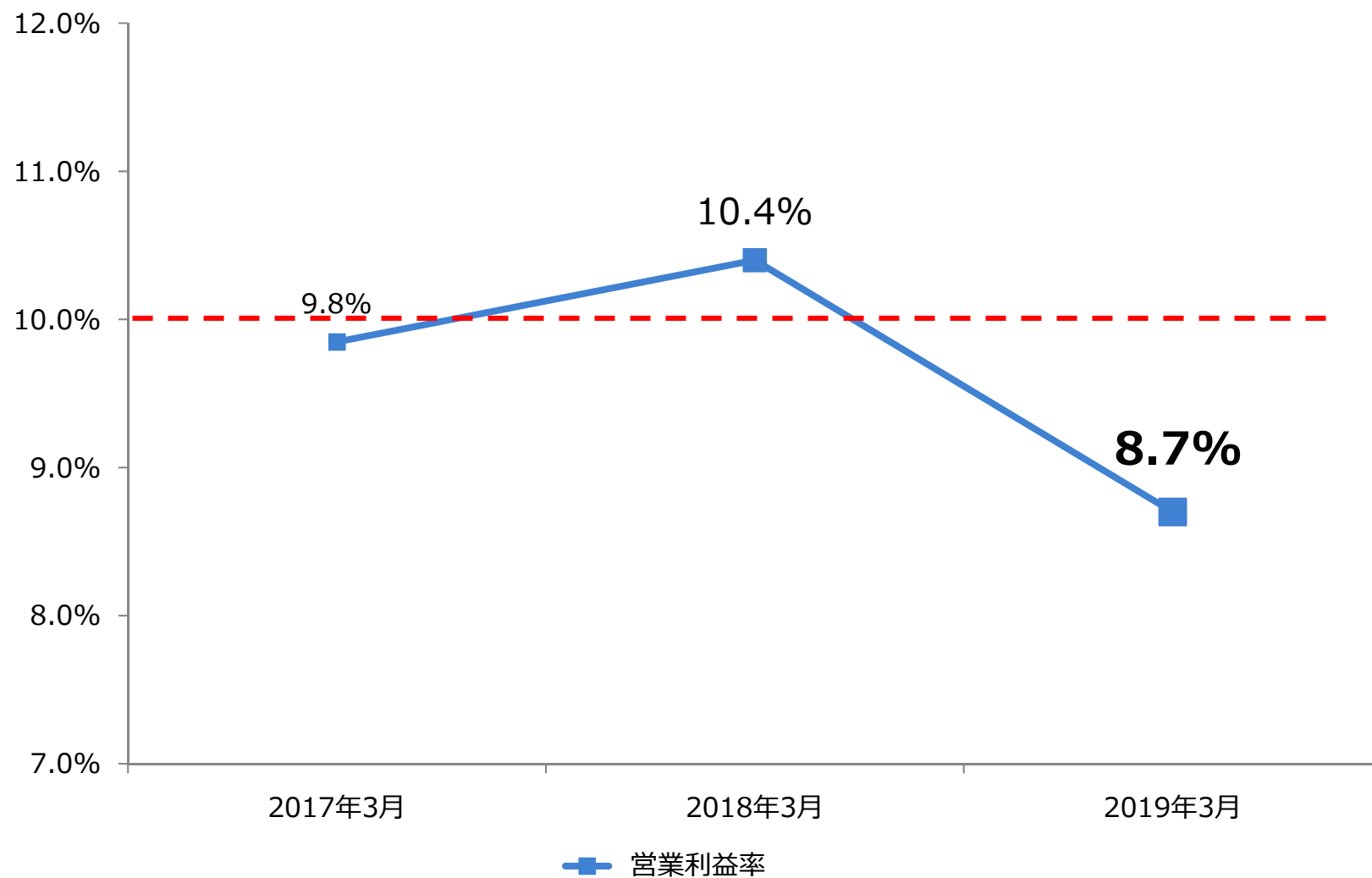
2019年3月期業績に関しても、それまでと同様の基準にて算定

<今後の取組み>

- ・インドネシア国内における現地生活者ウォンツへの対応強化
- ・積極的なマーケティング投資により、海外その他各国の成長スピードを加速

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <収益性>

【収益性】 連結営業利益率 10%



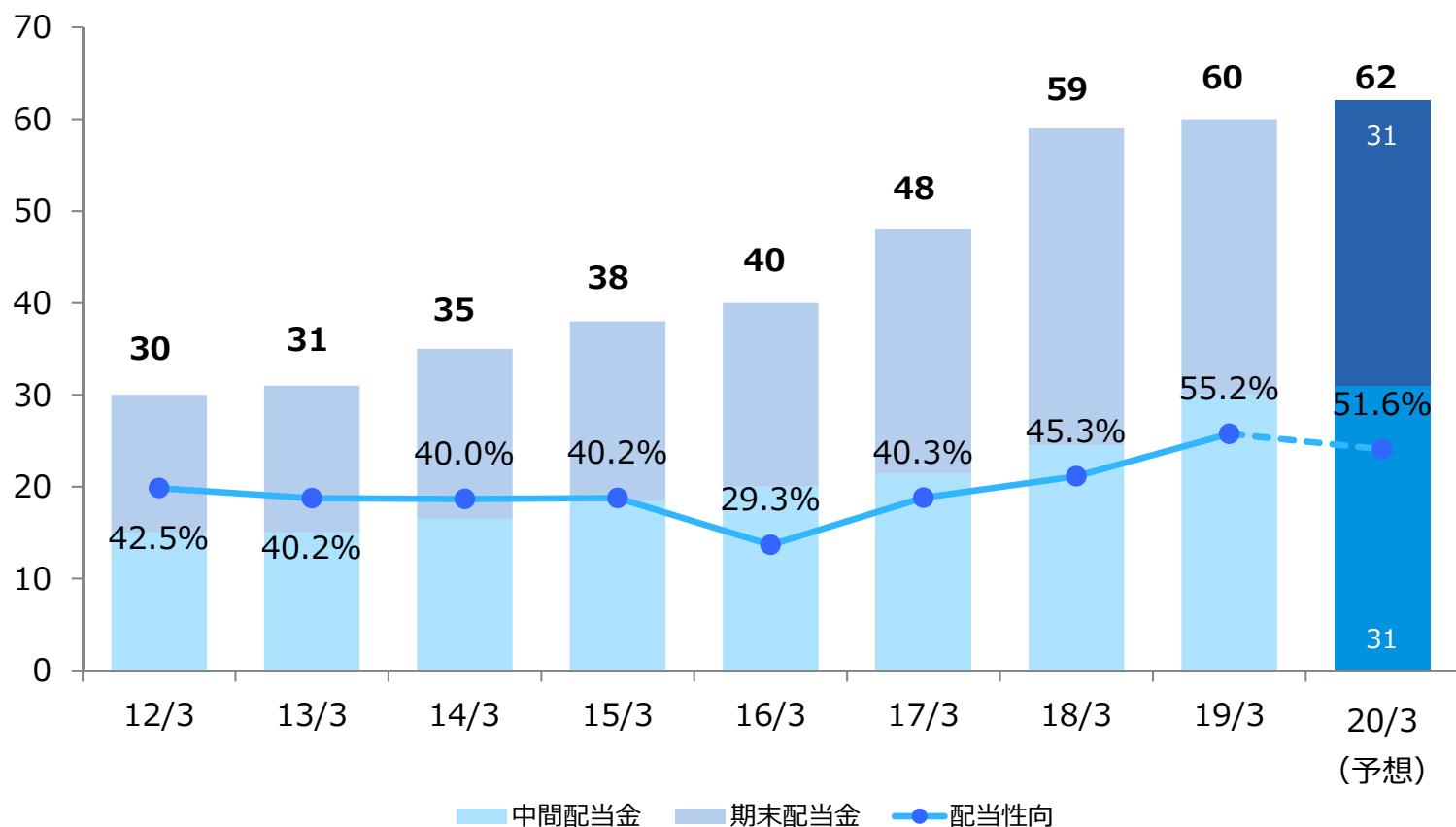
2019年3月期業績に関しても、それまでと同様の基準にて算定

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <株主還元>

【株主還元】連結配当性向 特別な要素を除いた連結ベース 40%以上

・年間配当額は60円（配当性向：55.2%）

2020年3月期も増配を予定しており、8期連続増配予定（配当性向：51.6%）



※当社は2017年10月1日を効力発生日として、1：2の株式分割を実施しており、上記グラフの数値はすべて株式分割の影響を考慮した数値となっております

2. 第12次中期経営計画(MP-12)進捗状況 <株主還元>

【株主還元】自己株式の取得を実施

取得対象株式の種類	当社普通株式
取得し得る株式の総数	2,000,000株（上限） （自己株式を除く発行済株式の総数（2019年3月31日現在） に対する割合 4.3%）
株式の取得価額の総額	5,000,000,000円（上限）
取得期間	2019年5月15日から2019年11月29日まで

3. 2020年3月期 業績予想

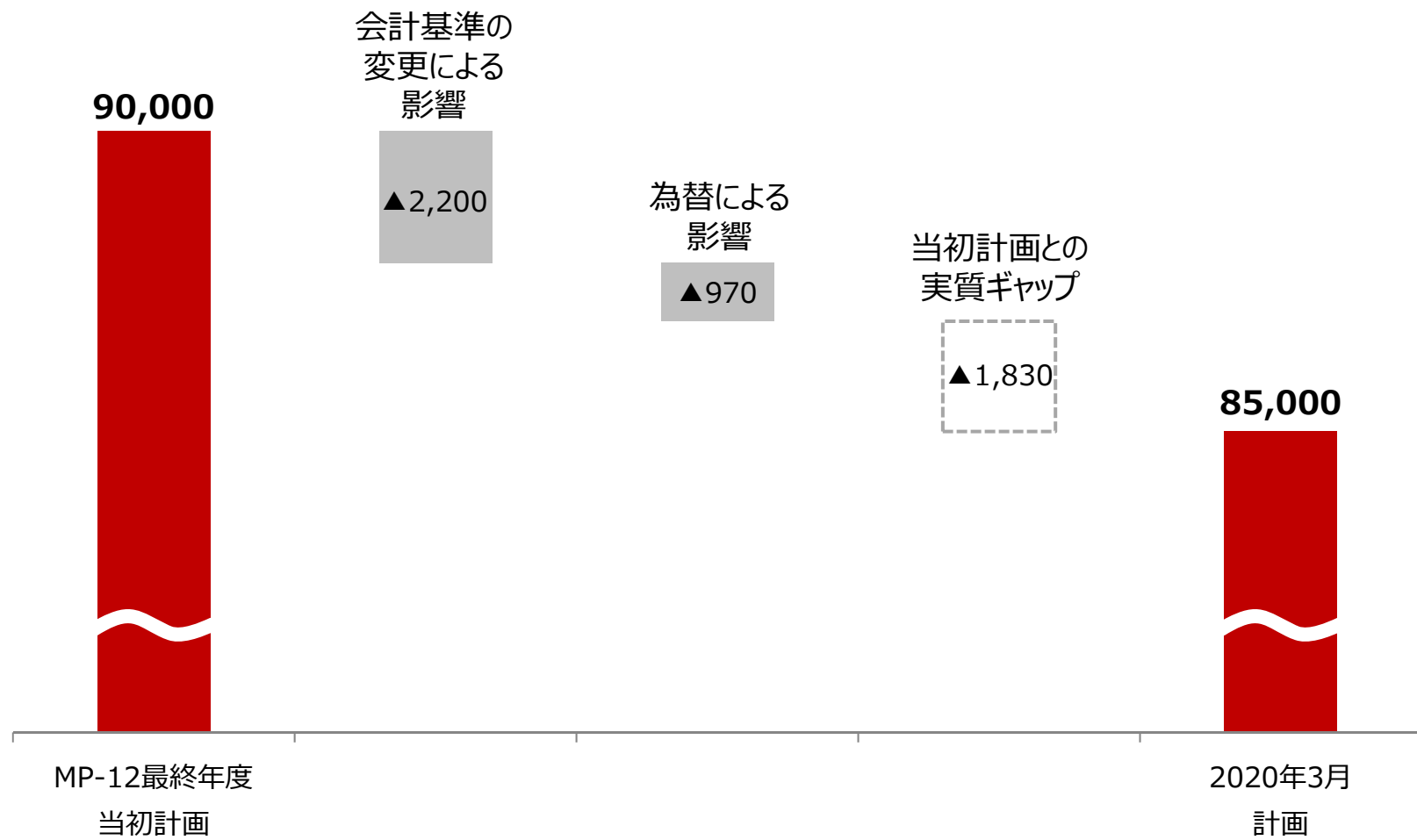
3. 2020年3月期 業績予想

2020年3月期 業績予想

(単位：百万円)

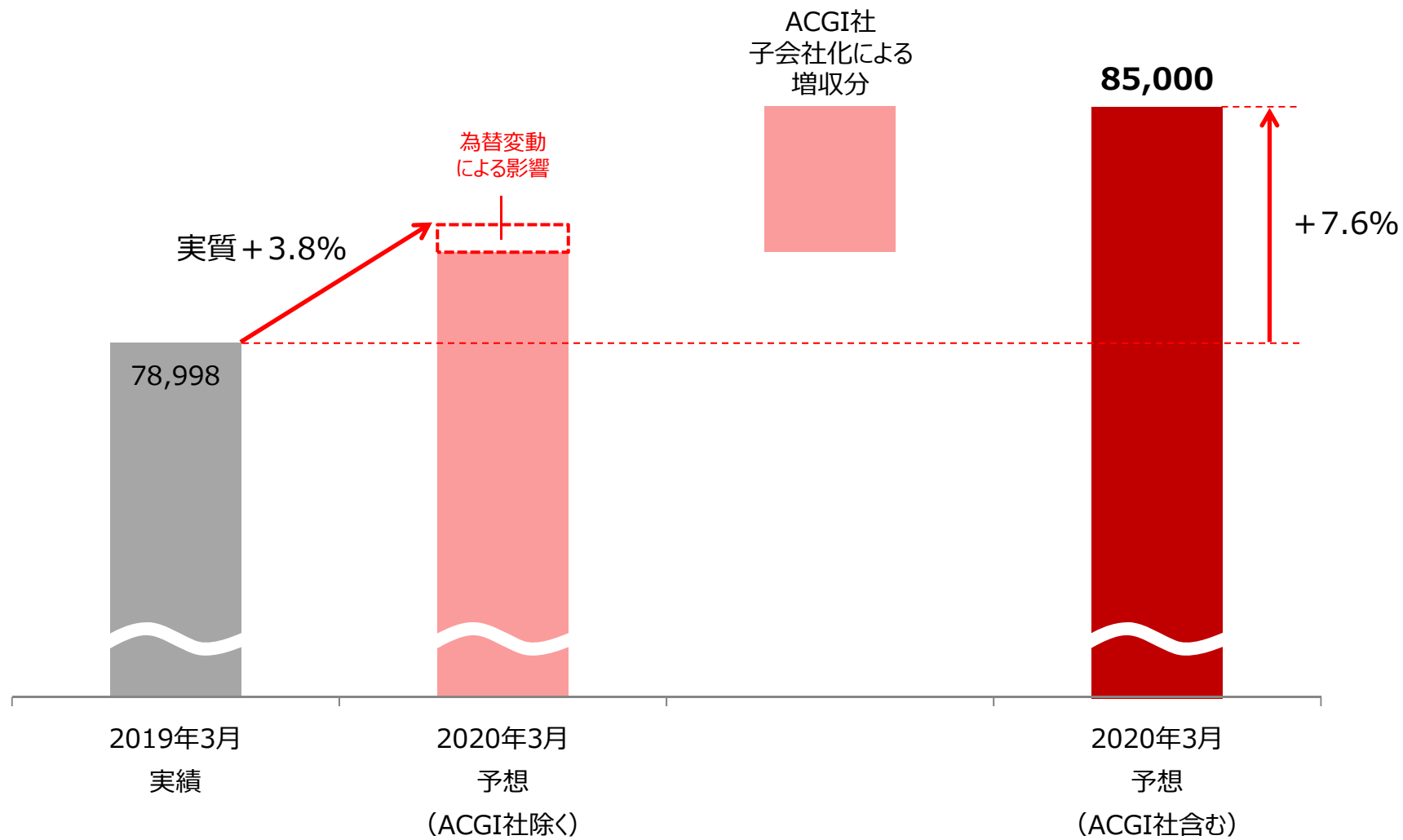
	2020/3期						2019/3期	
	通期			第2四半期			実績	
	業績予想	増減額	同期比	業績予想	増減額	同期比	通期	第2四半期
売上高	85,000	6,002	107.6%	45,600	1,717	103.9%	78,997	43,882
営業利益	7,860	724	110.2%	5,070	▲1,562	76.4%	7,135	6,632
経常利益	8,690	528	106.5%	5,540	▲1,625	77.3%	8,161	7,165
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,620	532	110.5%	3,690	▲1,155	76.2%	5,087	4,845

MP-12最終年度計画との差異



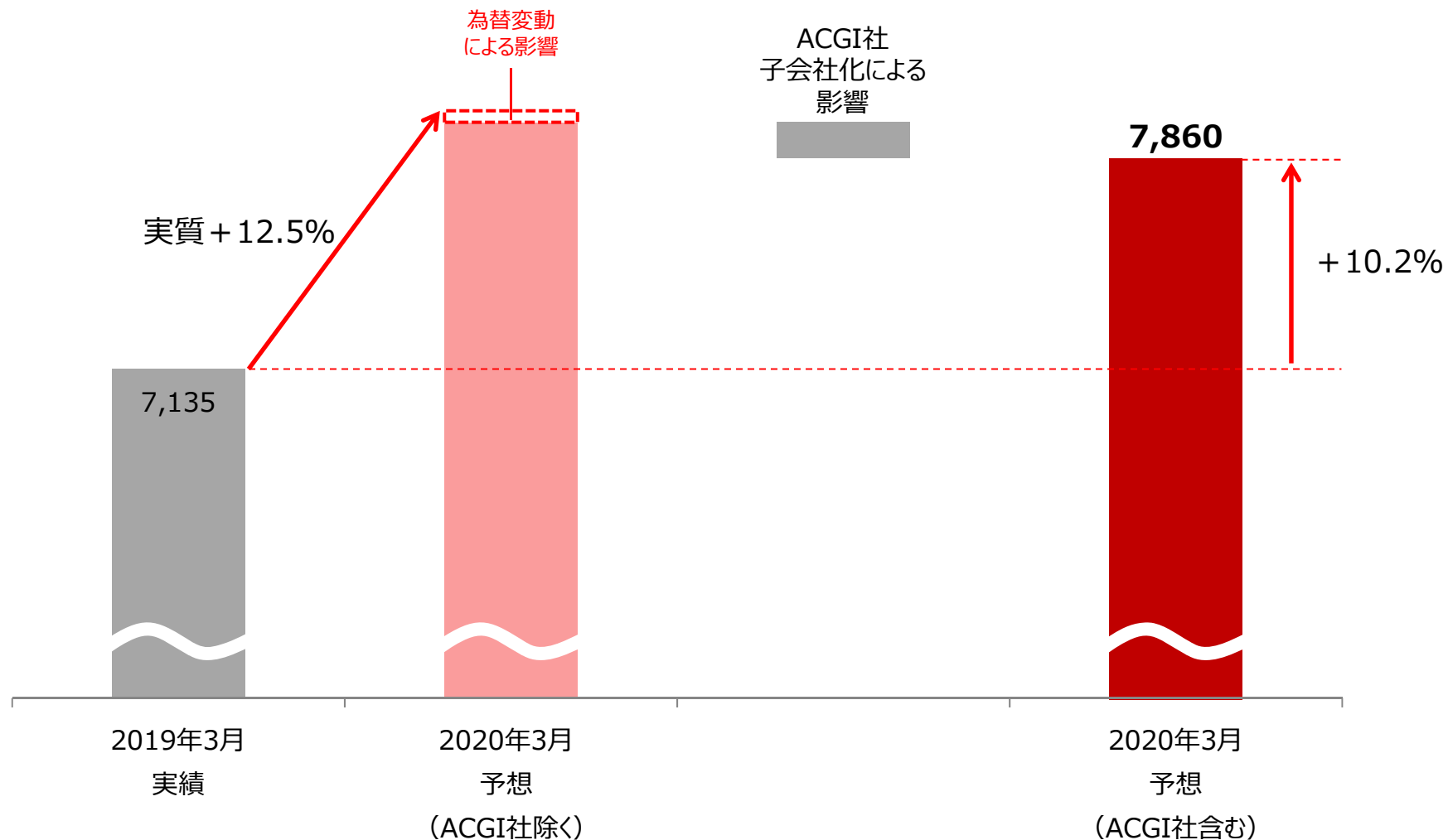
3. 2020年3月期 業績予想

2020年3月期 連結売上高予想内訳



3. 2020年3月期 業績予想

2020年3月期 連結営業利益予想内訳



3. 2020年3月期 業績予想

2020年3月期 設備投資/減価償却見通し

- ・設備投資額は97億円を予定（基盤整備のためのシステム投資を含む）
- ・減価償却費は40.8億円を予定（ACGI社ののれん代は含まず）



福崎工場新生産棟は、2019年7月着工、2021年初頭の稼働開始を見込む

3. 2020年3月期 業績予想

2020年3月期 連結業績予想 増減額内訳（対前期）

（単位：百万円）

計画の前提

売上高

6,002

売上原価率

+0.4%

販管費

2,103

営業利益

724

経常利益

528

親会社株主に
帰属する当期純利益

532

■ 売上高

- +)
- ・日本夏シーズン品取組み強化による売上拡大
- ・国内外「ビフェスタ」女性クレンジング、洗顔カテゴリーの拡大
- ・日本における「ルシード」ブランドによるミドル市場の拡大
- ・インドネシア子会社の売上回復
- ・中国などの海外子会社の成長継続
- ・ACGI社の連結組み入れ影響
-
-)
- ・日本におけるインバウンド需要の減少

■ 営業利益

- +)
- ・増収効果
- ・国内外での販売費用の効率的な使用
-
-)
- ・基盤整備に伴う費用の増加
- ・ACGI社の連結組み入れ影響

3. 2020年3月期 業績予想

2020年3月期 連結業績予想 増減額内訳 (対前期)

(単位：百万円)

計画の前提

売上高 6,002

売上原価率 +0.4%

販管費 2,103

営業利益 724

経常利益 528

親会社株主に
帰属する当期純利益 532

■ リスク要因

- ・日本の夏季の気候変動による、夏シーズン品売上高への影響
- ・為替影響による海外子会社売上高の円換算額の変動

■ 前提に含まないもの

- ・日本における消費税増税前の駆け込み需要

◆ 參考資料

(参考資料) 2019年3月期 連結業績概要

(単位：百万円)

	通			期		
	2019/3期	2018/3期	増減額	同期比	前期レート 換算比	当初 計画比
売上高*	78,997	78,865	132	100.2%	101.6%	98.7%
営業利益	7,135	8,457	▲ 1,322	84.4%	—	83.0%
経常利益	8,161	9,264	▲ 1,102	88.1%	—	87.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,087	6,086	▲ 999	83.6%	—	87.7%

ROE	7.3%	9.2%
EPS	108.76円	130.19円

配当性向	55.2%	45.3%
------	-------	-------

(参考資料) 連結売上高

2-1.所在地別売上高

(単位：百万円)

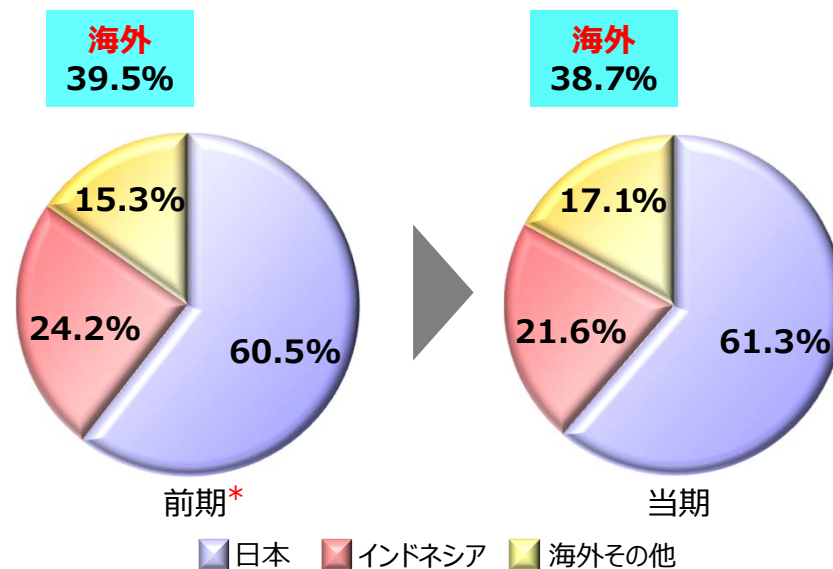
	通		期	
	2019/3期	2018/3期	増減額	同期比
売上高*	78,997	78,865	132	100.2%
日本	48,442	47,739	702	101.5%
インドネシア*	17,044	19,104	▲ 2,059	89.2%
海外その他*	13,510	12,020	1,489	112.4%

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



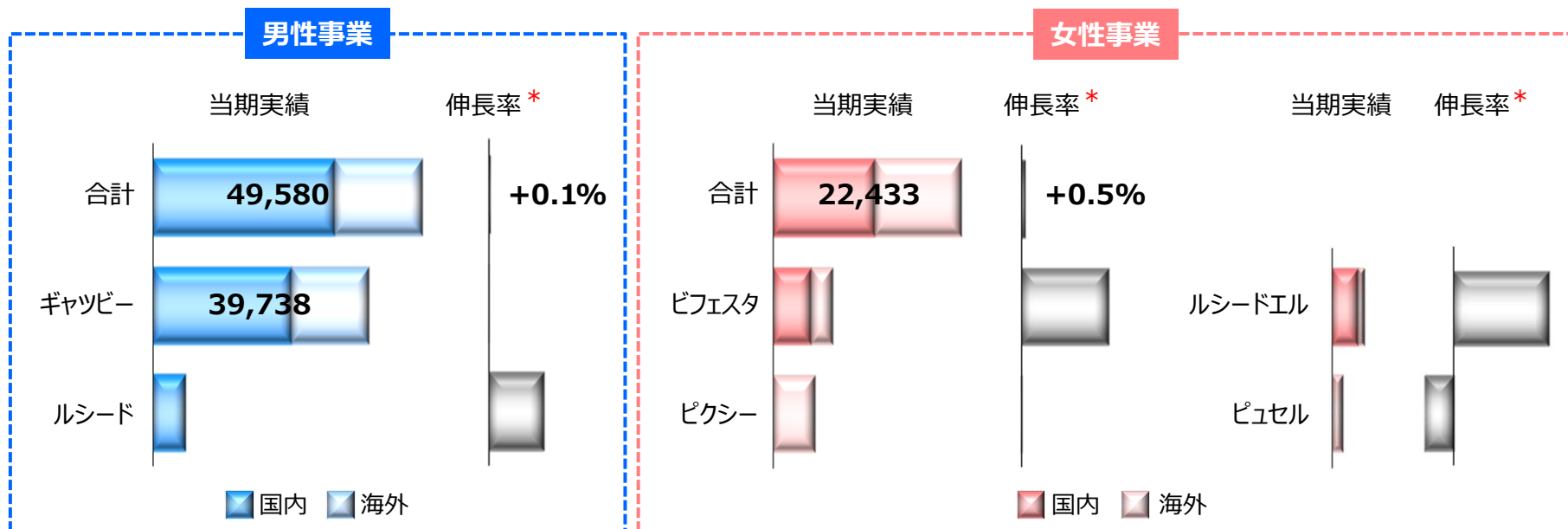
(参考資料) 連結売上高

2-4.事業別売上高

(単位：百万円)

	通		期	
	2019/3期	2018/3期	増減額	同期比
売上高*	78,997	78,865	132	100.2%
男性事業*	49,580	49,542	38	100.1%
ギャツビー*	39,738	39,740	▲ 2	100.0%
女性事業*	22,433	22,311	121	100.5%
その他事業*	6,983	7,010	▲ 27	99.6%

※女性事業内訳：女性コスメティック14,421百万円（同期比97.4%）/女性コスメタリ-8,011百万円（同期比106.8%）



(参考資料) 連結段階利益

3-1.所在地別営業利益

(単位：百万円)

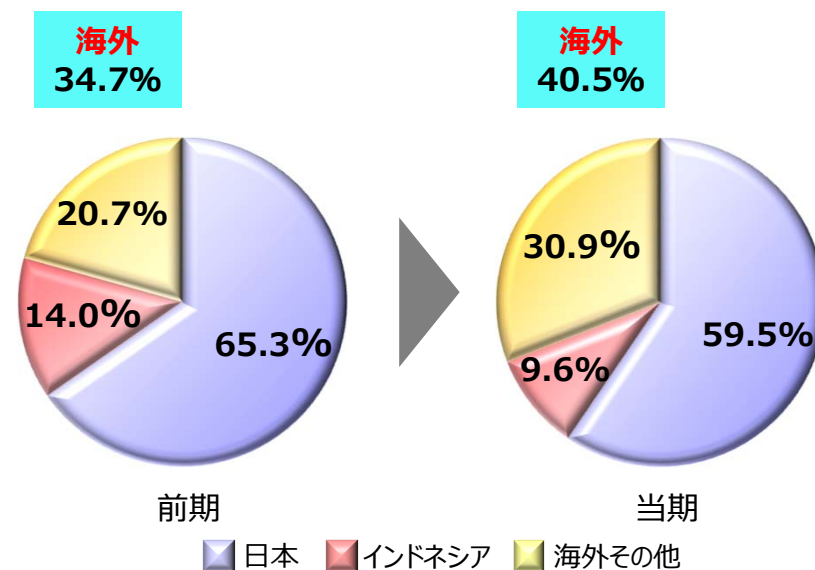
	通 期					
	2019/3期		2018/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業利益	7,135	9.0%	8,457	10.7%	▲ 1,322	84.4%
日本	4,248	8.8%	5,525	11.6%	▲ 1,277	76.9%
インドネシア	681	4.0%	1,181	6.2%	▲ 500	57.7%
海外その他	2,205	16.3%	1,750	14.6%	455	126.0%

3-2.所在地別営業利益 同期増減額内訳

(単位：百万円)



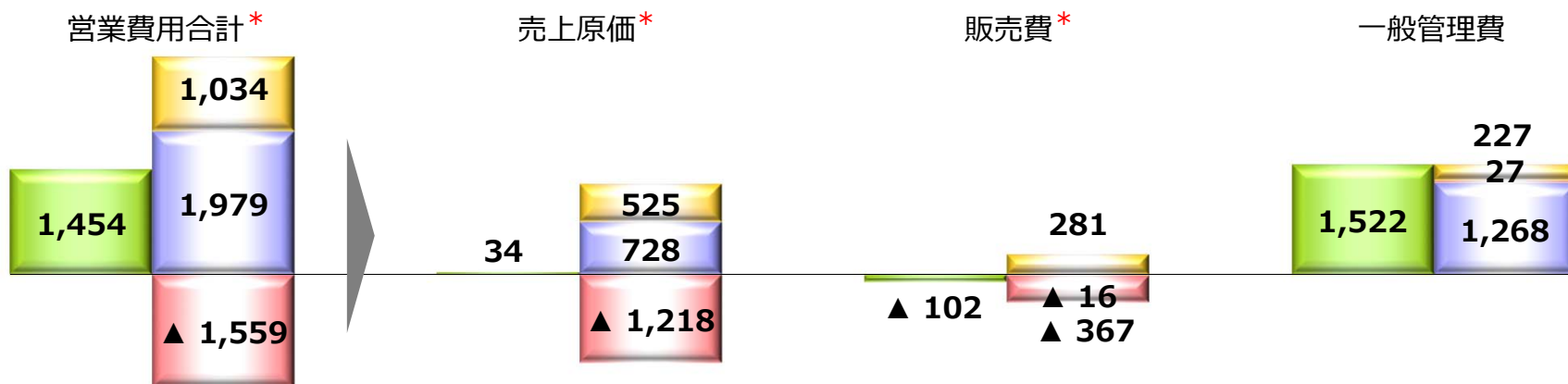
3-3.所在地別営業利益 同期構成比推移



(参考資料) 連結段階利益

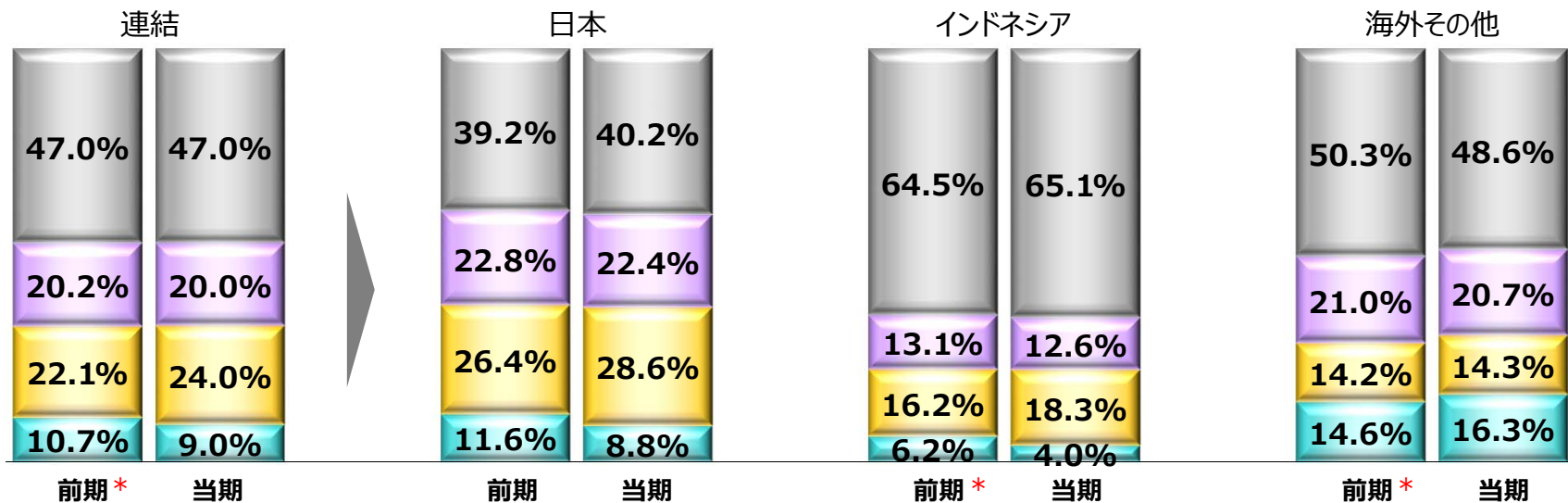
3-4. 営業費用実績 同期増減額内訳

■ 連結 ■ 日本 ■ インドネシア ■ 海外その他 (単位：百万円)



3-5. 営業費用・営業利益 対売上高比率内訳

■ 売上原価 ■ 販売費 ■ 一般管理費 ■ 営業利益



(参考資料) 連結段階利益

3-6. 経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

(単位：百万円)

	通 期					
	2019/3期		2018/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	1,026	1.3%	806	1.0%	219	127.2%
経常利益	8,161	10.3%	9,264	11.7%	▲ 1,102	88.1%
特別損益	▲ 203	▲0.3%	▲ 45	▲0.1%	▲ 158	448.5%
税引前純利益	7,958	10.1%	9,218	11.7%	▲ 1,260	86.3%
法人税等	2,392	3.0%	2,544	3.2%	▲ 151	94.0%
当期純利益	5,565	7.0%	6,674	8.5%	▲ 1,108	83.4%
非支配株主に帰属する当期純利益	478	0.6%	587	0.7%	▲ 108	81.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	5,087	6.4%	6,086	7.7%	▲ 999	83.6%

3-7. 営業外損益・特別損益内訳



(参考資料) 株式会社マダム(単体)及びPT Mandom Indonesia Tbk 損益計算書

2019/3月期 Mandom単体及びPT Mandom Indonesia Tbk 損益計算書

株式会社マダム

(単位：百万円)

	2019/3期	2018/3期	増減額	同期比	2019/3期 当初計画
売上高	52,709	51,646	1,063	102.1%	53,500
売上原価	23,806	22,725	1,080	104.8%	—
原価率	45.2%	44.0%	+1.2P	—	—
販売費及び一般管理費	23,901	23,033	867	103.8%	—
営業利益	5,001	5,887	▲ 885	85.0%	5,900
営業外損益	885	809	76	109.4%	—
経常利益	5,887	6,696	▲ 808	87.9%	6,650
特別損益	▲ 389	▲ 28	▲ 360	1344.3%	—
当期純利益	4,080	4,944	▲ 864	82.5%	4,550

■ 連結・単体 減価償却実施額・設備投資額

連結

(単位：百万円)

	2019/3期	2018/3期	増減額	2020/3期 予想
減価償却実施額	3,583	3,315	268	4,080
設備投資額	4,550	3,953	596	9,700

株式会社マダム(単体)

(単位：百万円)

	2019/3期	2018/3期	増減額
減価償却実施額	2,283	2,169	113
設備投資額	3,001	2,243	758

※設備投資額には無形固定資産を含む

PT Mandom Indonesia Tbk

現地通貨

(単位：百万Rp.)

	2019/3期	2018/3期	増減額	同期比
売上高	2,648,754	2,706,394	▲ 57,640	97.9%
売上原価	1,685,791	1,699,417	▲ 13,626	99.2%
原価率	63.6%	62.8%	+0.9P	—
営業利益	185,122	225,320	▲ 40,197	82.2%
当期純利益	173,049	179,126	▲ 6,076	96.6%

円換算

(単位：百万円)

	2019/3期	2018/3期	増減額	同期比
売上高	20,660	22,733	▲ 2,073	90.9%
売上原価	13,149	14,275	▲ 1,125	92.1%
原価率	63.6%	62.8%	+0.9P	—
営業利益	1,443	1,892	▲ 448	76.3%
当期純利益	1,349	1,504	▲ 154	89.7%

Rp.1 = ¥ 0.0078 Rp.1 = ¥ 0.0084

将来の見通しの記述について

この資料に記載されている株式会社マダム(以下、当社)の現在の計画、戦略、確信などのうち、過去の事実以外のものは当社の将来の業績に関する見通しの記述であり、現在入手可能な情報に基づく経営陣の仮定と確信に基づくものであります。これらの将来見通しの記述は、既に知られているリスク、知られていないリスクや不確かさ、その他の要因などを含み、当社の実際の経営成績、業績などはこの資料に記載した見通しとは大きく異なる結果となる可能性があります。

※記載金額は単位未満を切り捨てております