



2020年3月期 決算説明会資料

(2019年4月1日～2020年3月31日)

株式会社マンダム
(証券コード 4917)



目次

1. 2020年3月期決算
2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括
3. 第13次中期経営計画(MP-13)
スタート延期と今期の取組事項
4. 2021年3月期 業績見通し

重要トピックス

- ・新型コロナウイルスの感染拡大に対する
当社の対応について
- ・MP-13スタートの1年延期について

**・新型コロナウイルスの感染拡大に対する
当社対応について**

当社の新型コロナウイルスへの対応

・新型コロナウイルス対策本部 設置

▼社員への対応

- ・全社員を対象に、在宅勤務を徹底（生産、物流部門を除く）
※出社率 東京 1割以下、大阪 2割 （4月末現在）
- ・国内外の出張禁止
- ・セミナーやイベントの参加および開催の禁止(オンラインを除く)
- ・社員へのマスク、手指用消毒アルコールの配布

当社の新型コロナウイルスへの対応

▼社会への取り組み

【日本】 除菌ペーパーの生産を開始し、6月上旬発売予定 (4/30リリース済)

【インドネシア】 ハンドサニタイザーを現地国内向けに生産および販売開始

■ 除菌シート(日本国内向け)



■ ハンドサニタイザー(インドネシア国内向け)



・MP-13スタートの1年延期について

MP-13のスタートを1年延期の背景

- グローバル規模での新型コロナウイルスの感染拡大の影響が長期化
- 新たな施策の投資に対して成果が極めて期待しにくい
生活者マインドと市場マインド
- 予測困難な経営環境である本年度からMP-13をスタートさせることに伴う、
計画と現実との乖離を引き起こす懸念と高いマネジメント上リスク

1. 2020年3月期決算

2020年3月期 決算サマリー

- **売上高**

インドネシアにおいて回復を図れたものの、日本では夏シーズン品とインバウンドの苦戦により、低迷

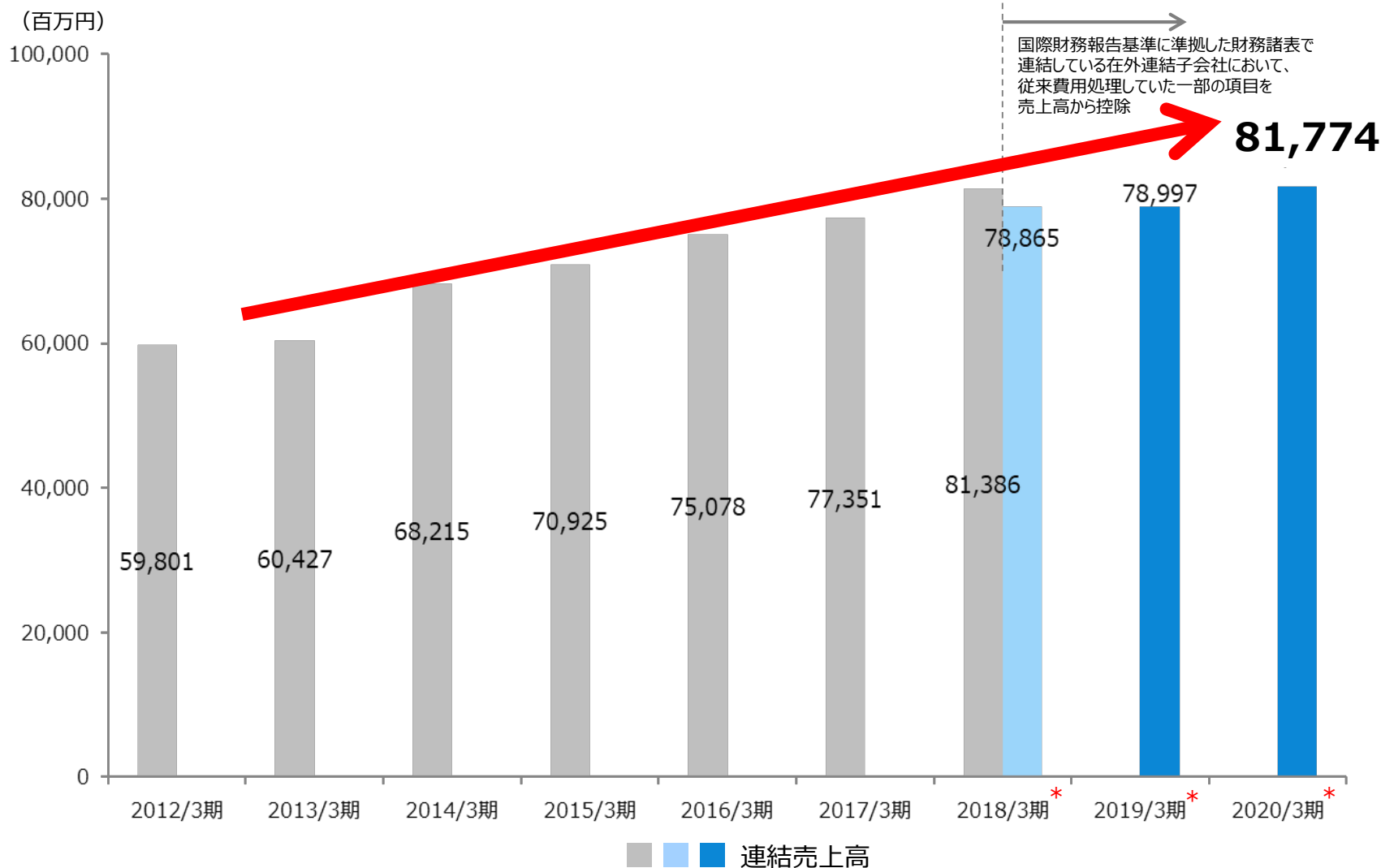
- **利益**

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

1. 2020年3月期決算 <売上高推移>

1) 連結売上高は微増収、各段階利益は減益

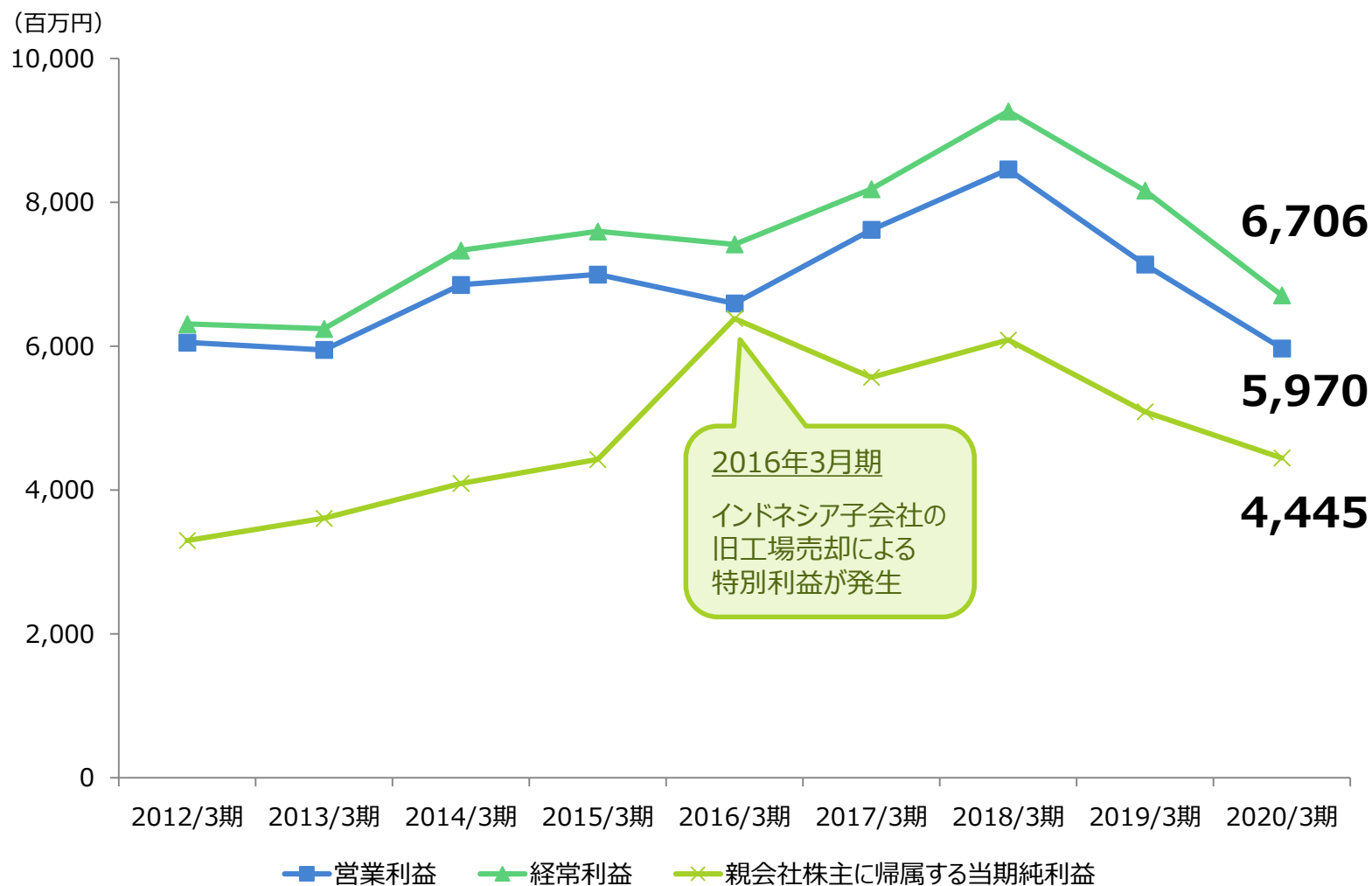
・連結売上高 実質10期連続増収



1. 2020年3月期決算 <各段階利益推移>

1) 連結売上高は微増収、各段階利益は減益

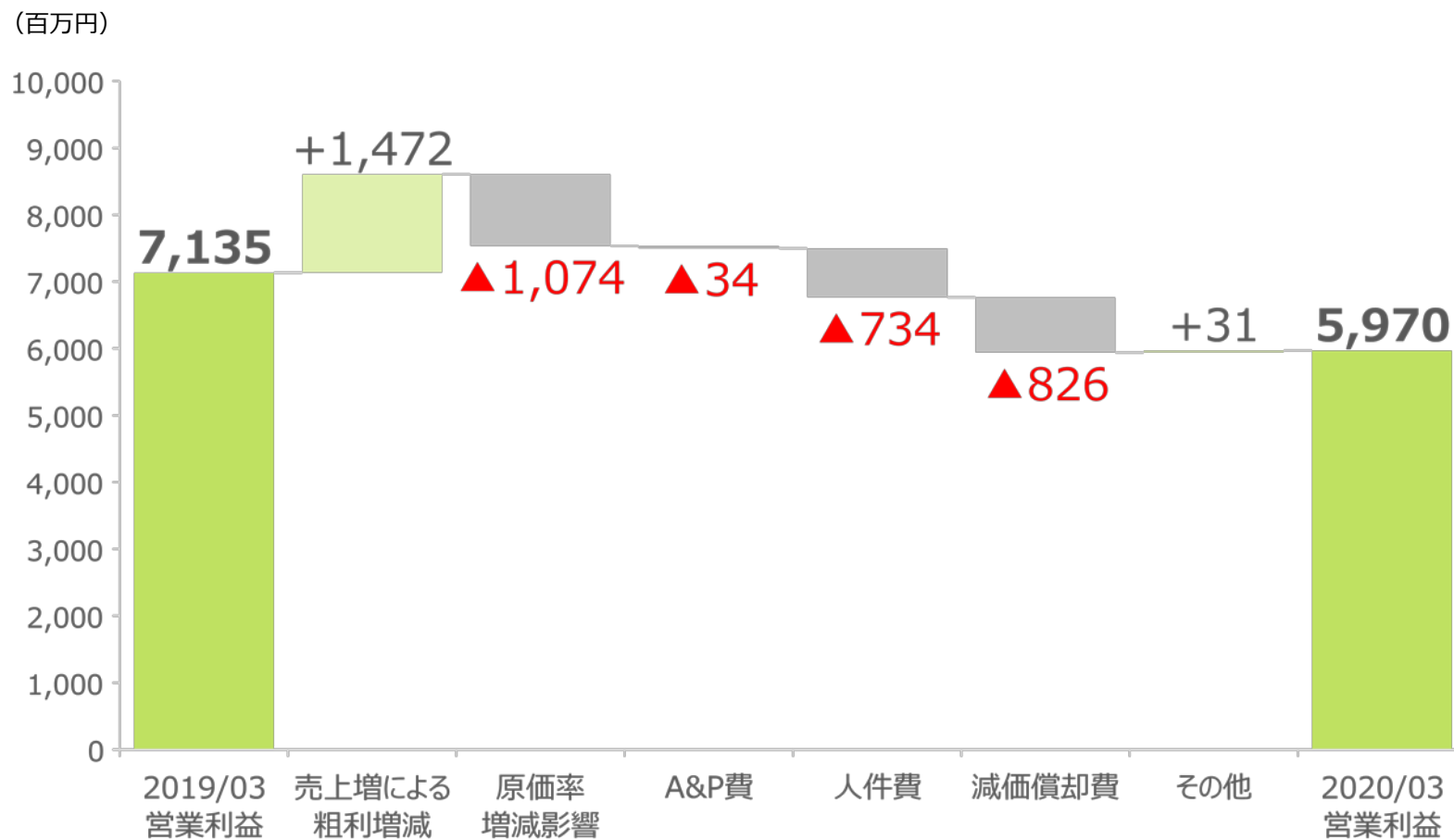
・連結営業利益以下、すべての段階利益が減益



1. 2020年3月期決算 <各段階利益推移>

1) 連結売上高は微増収、各段階利益は減益

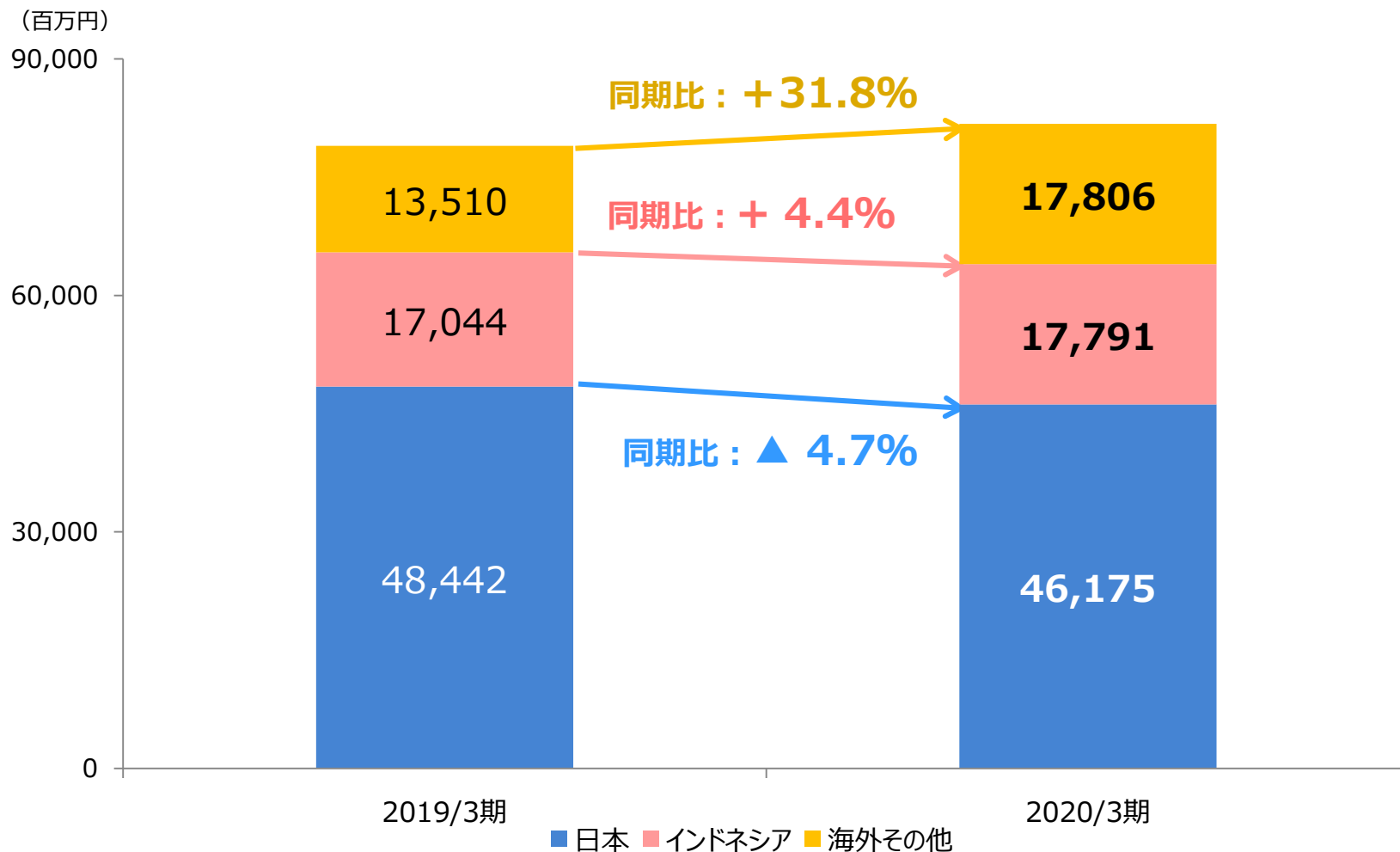
・連結営業利益以下、すべての段階利益が減益



1. 2020年3月期決算 <所在地別売上高（対前年比）>

2) 海外その他は大幅に伸長したものの、日本が苦戦

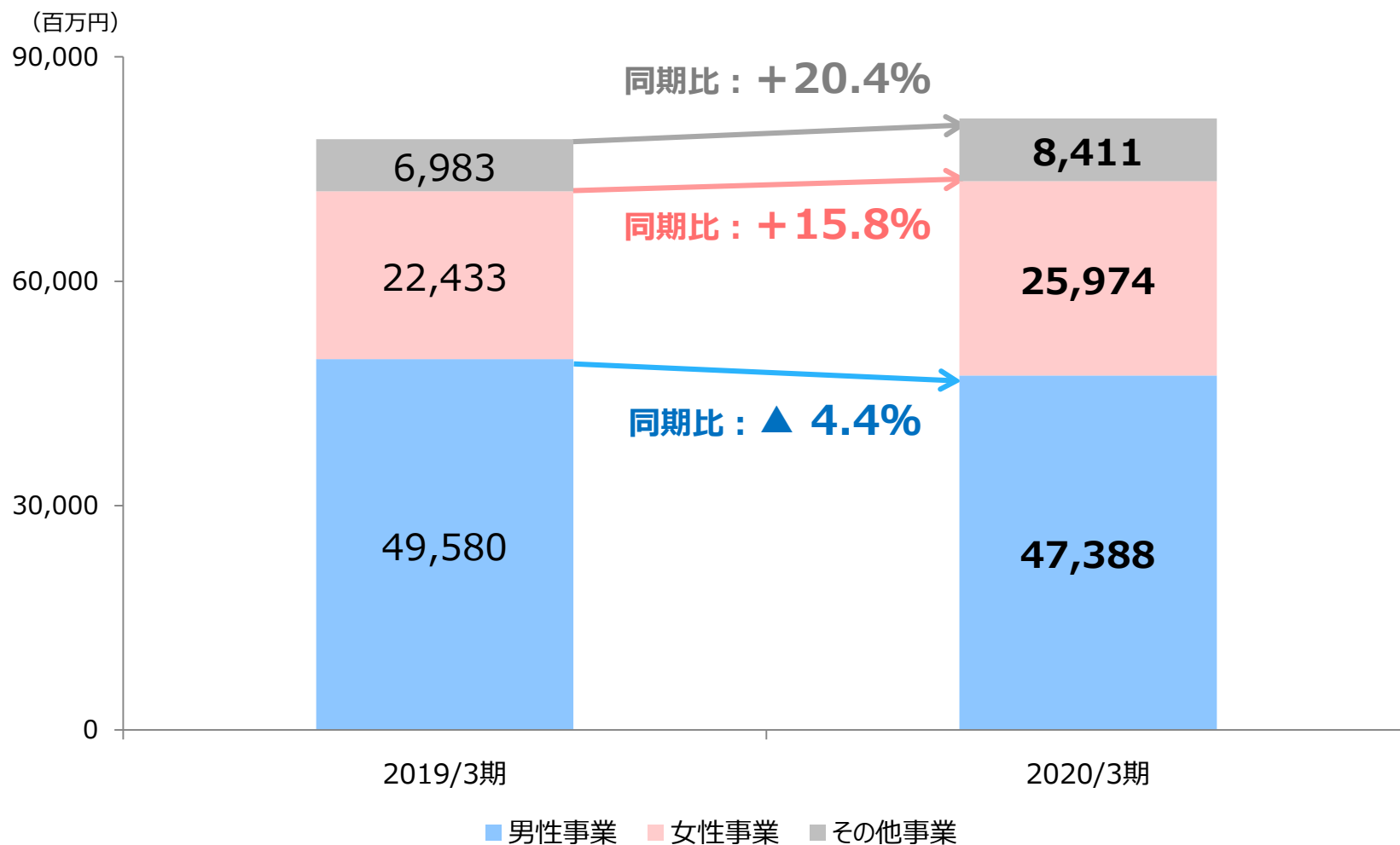
・連結売上高 海外比率は43.5%（前期は38.7%）



1. 2020年3月期決算 <事業別売上高（対前年比）>

3) 女性事業は大幅増収、男性は減収

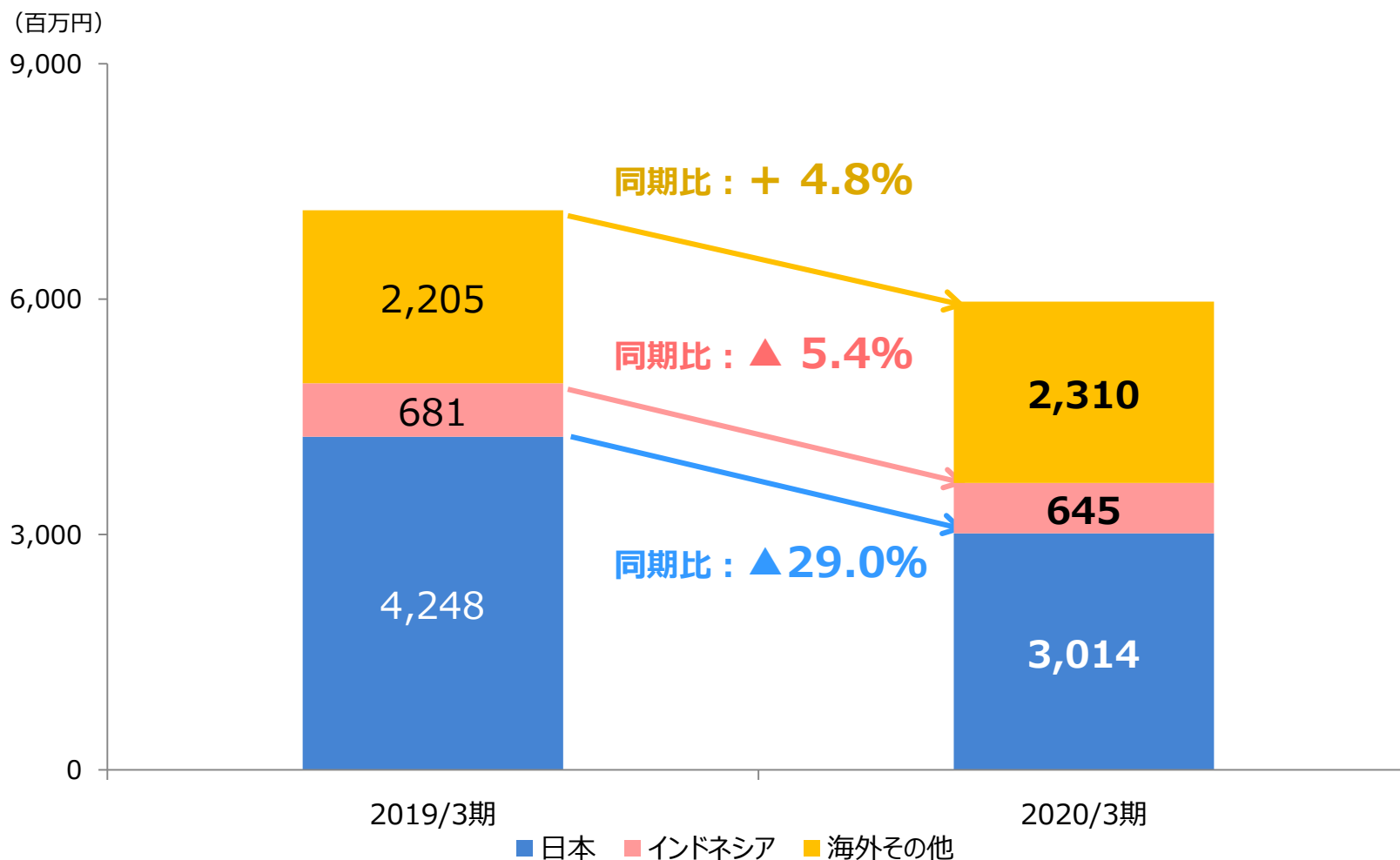
・ビフェスタとルシードエルは好調 日本、海外ともにギャツビーが苦戦



1. 2020年3月期決算 <所在地別営業利益（対前年比）>

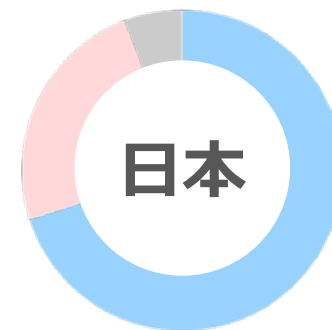
4) 連結全体では16.3%の大幅減益

・日本は減収の影響で大幅減益 インドネシアも減益







ブランド別事業推進状況

売上高事業別構成比



- ・ギャツビーが伸び悩んだもの、ルシードは堅調に推移
- ・バリアリペアが引き続き低迷し、ビフェスタも伸び悩み
- ルシードエルは引き続き好調

主要ブランドの状況

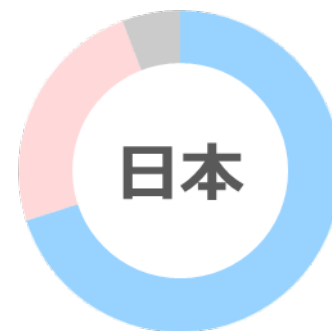
男性事業	女性事業
	
	

1. 2020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
I'm all ready



- ・デオドラントは夏の天候不順が大きく影響し、苦戦。
ペーパー商材の競合環境も厳しくなる中、
フェイシャルペーパー・ボディペーパーの全面リニューアルを実施。
- ・ヘアスタイリングは「インサイドロックシリーズ」の育成を継続。

■ ギャツビー フェイシャルペーパー・ボディペーパーの 全面リニューアルを実施



1. 2020年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

男 性 事 業

LÚCIDO

- ・ニオイケアとヘアカラーが好調に推移
- ・ニオイケアについて既存品の育成強化をはじめ、ミドル市場全体の育成に取り組む

売上高事業別構成比



■ ルシード 薬用 頭皮とカラダのデオドラントジェットスプレー 新WEB-CM



1. 2020年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

女性事業

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、アイテムを強化。
- ・シンガポールやタイなどの海外専用アイテムを日本でも展開を開始。

売上高事業別構成比



■ビフェスタ クレンジングローション デュアルフェイズ ポアクリア



1. 2020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

LÚCIDO-L

- ・ヘアオイルとスタイリング共に伸長し、ブランド全体で2桁成長と好調に伸長
- ・アウトバストリートメントシリーズ「アルガンオイルトリートメント」のアイテム強化により好調に実績を拡大し、現在市場シェアNo.2



■ルシードエル アルガンオイルトリートメント



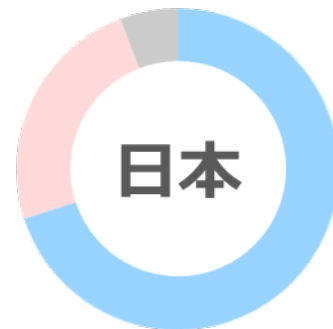
1. 2020年3月期決算 <事業推進の概況（日本）>

そ の 他

売上高事業別構成比

【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、年間20億円強。
- ・中国国内のフェイスマスクトレンドとして、日本製から韓国製へ人気シフト。主力のバリアリペアに大きく影響。
- ・昨年オープンした越境EC「天猫国際」についても、バリアリペア以外のブランドも展開。4月に「ECマーケティング部」を設立し、海外各国のEC事業のサポート・連携を強化。



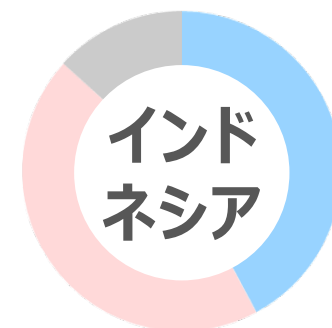
■ 越境EC 「天猫国際（T-MALL）」



1. 2020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含む各カテゴリーで苦戦
- ・PIXYとPucelleのリブランディングが好調に推移

主要ブランドの状況（連結ベース）

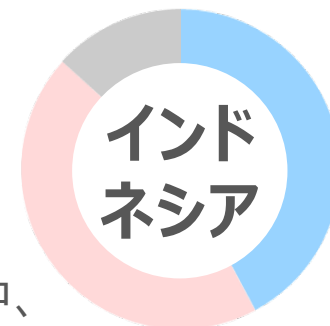
男性事業	女性事業
<p>GATSBY I'm all ready</p>	<p>PIXY My Beauty, My Energy</p>
	<p>PUCELLE</p>

1. 2020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
I'm all ready



- ・スタイリング市場およびポマードカテゴリーの成長が頭打ち状態となっている中、依然としてポマードは主要剤型であり、追加アイテム等により強化を図る。
- ・Water Gross や Wax についても、リニューアルで鮮度アップを図り、市場シェアNo.1ブランドとして、市場の拡大を図る。

■ GATSBY Styling Pomade



1. 2020年3月期決算 <事業推進の概況（インドネシア）>

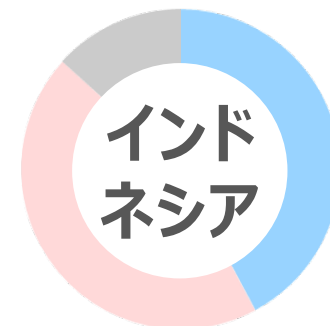
女性事業

売上高事業別構成比

PIXY

My Beauty, My Energy

- ・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ったリブランディングの成果が出てきており、2桁以上の大幅伸長
- ・主力アイテムのTwo Way Cakeが好調に実績を伸ばすとともに、新製品による商品の拡充がブランドイメージの醸成に貢献



■ PIXY Two Way Cake



■ PIXY Make It Grow

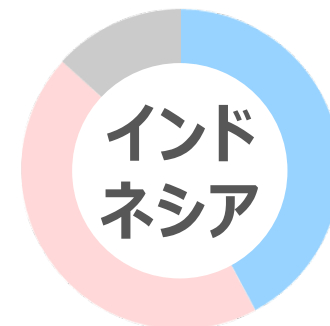


1. 2020年3月期決算 <事業推進の概況（インドネシア）>

女性事業

売上高事業別構成比

PUCELLE



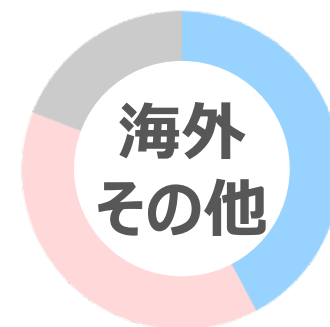
- ・2019年にリブランディングを実施し、2桁成長と好調に推移
- ・新製品「Eau de Luxe」にCMを投下し育成を図るとともに、導入の拡大に取り組む

■ PUCELLE Eau de Luxe



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、台湾が2桁成長
- ・ビフェスタが好調に推移

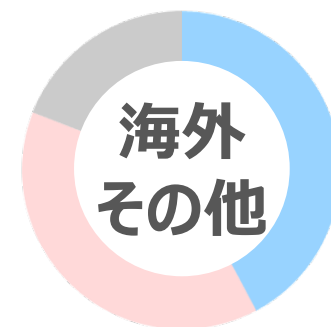


1. 2020年3月期決算 <事業推進の概況（海外その他）>

売上高事業別構成比

中国

- ・海外各国の中でも最も伸長率が高く2桁成長したのが中国
- ・昨年も大学城でのプロモーションイベントを実施するなど若者の身だしなみ意識と知識の向上とブランドの認知拡大を図った。
- ・インバウンドで人気の高かったバリアリペア シートマスクの展開を開始。



■ 上海の大学城におけるギャツビーイベント(2019年10月)

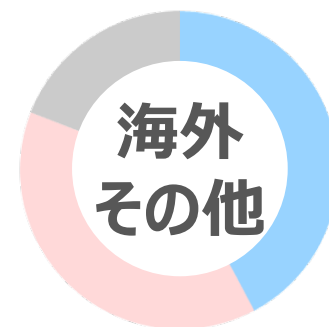


1. 2020年3月期決算 <事業推進の概況（海外その他）>

売上高事業別構成比

ACGI

- ・マレーシアにおけるメイクアップコスメ市場の成長と同様
主カブランドであるSILKY GIRLも2桁成長し、好調に伸長
- ・市場シェアは、メイベリンに次ぐ、シェアNo.2ブランド
- ・一方で足元のメイクアップコスメ市場動向は、
新型コロナウイルスの影響で減退



■主カブランド SILKY GIRL

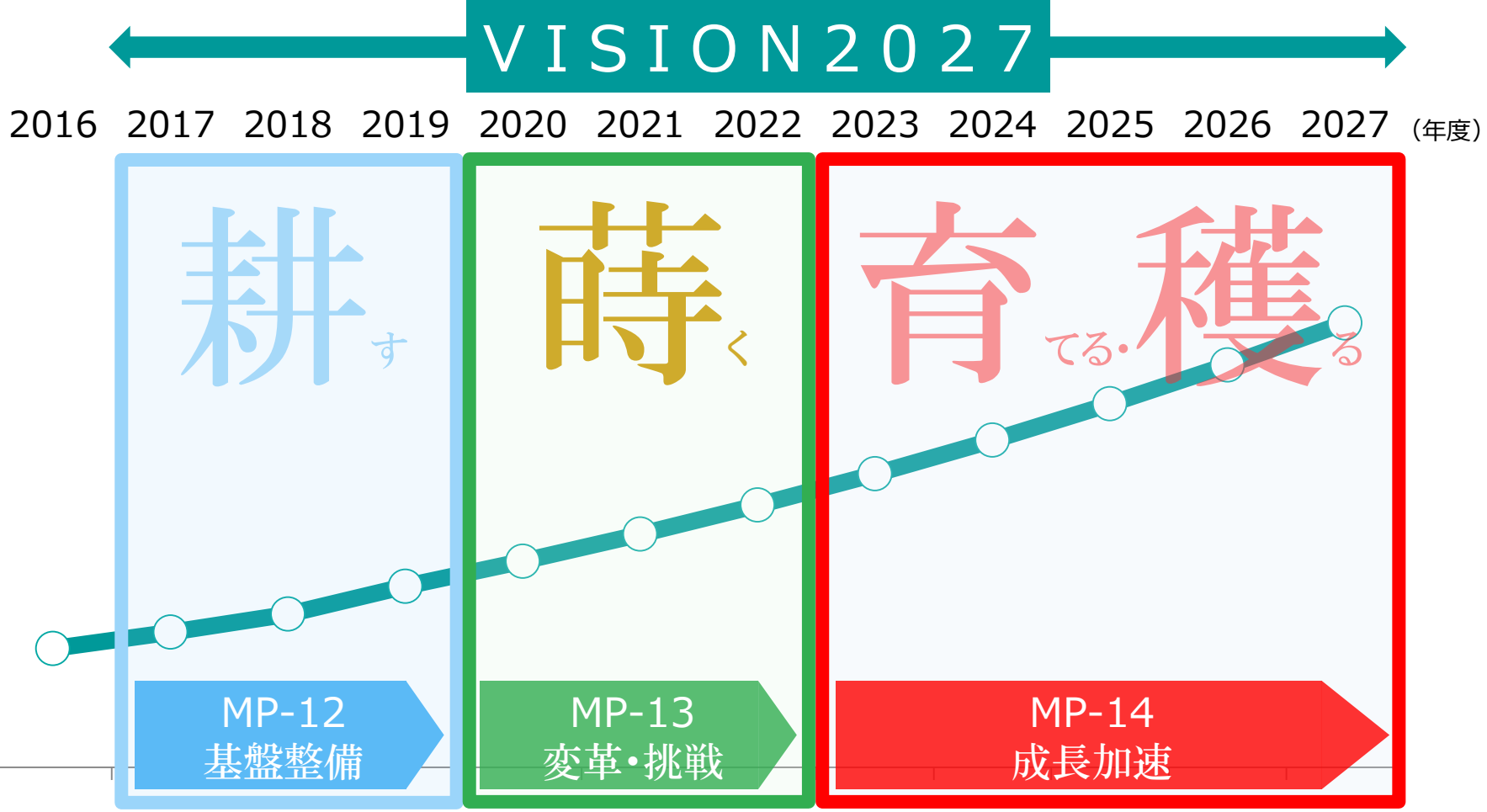


2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

(2018年3月期～2020年3月期)

2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

VISION2027実現のための基盤整備期



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)総括

経営基本方針に対する評価

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』

(1) 強固な柱となるカテゴリーの育成



(2) ブランド価値向上



2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

経営基本方針に対する評価

経営基本方針 2

『インドネシアを中核にした海外事業の成長性回帰徹底』

(1) インドネシア
マス中間所得層へのお役立ち拡大



(2) その他海外
各国生活者ウォンツ把握による独自の
マーケティング推進と収益性向上の実現



2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

経営基本方針に対する評価

経営基本方針 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』

(1) グループ人事・会計・情報システム整備による
意思決定の精度・スピードの向上と
単位あたりの生産性を高める体制構築



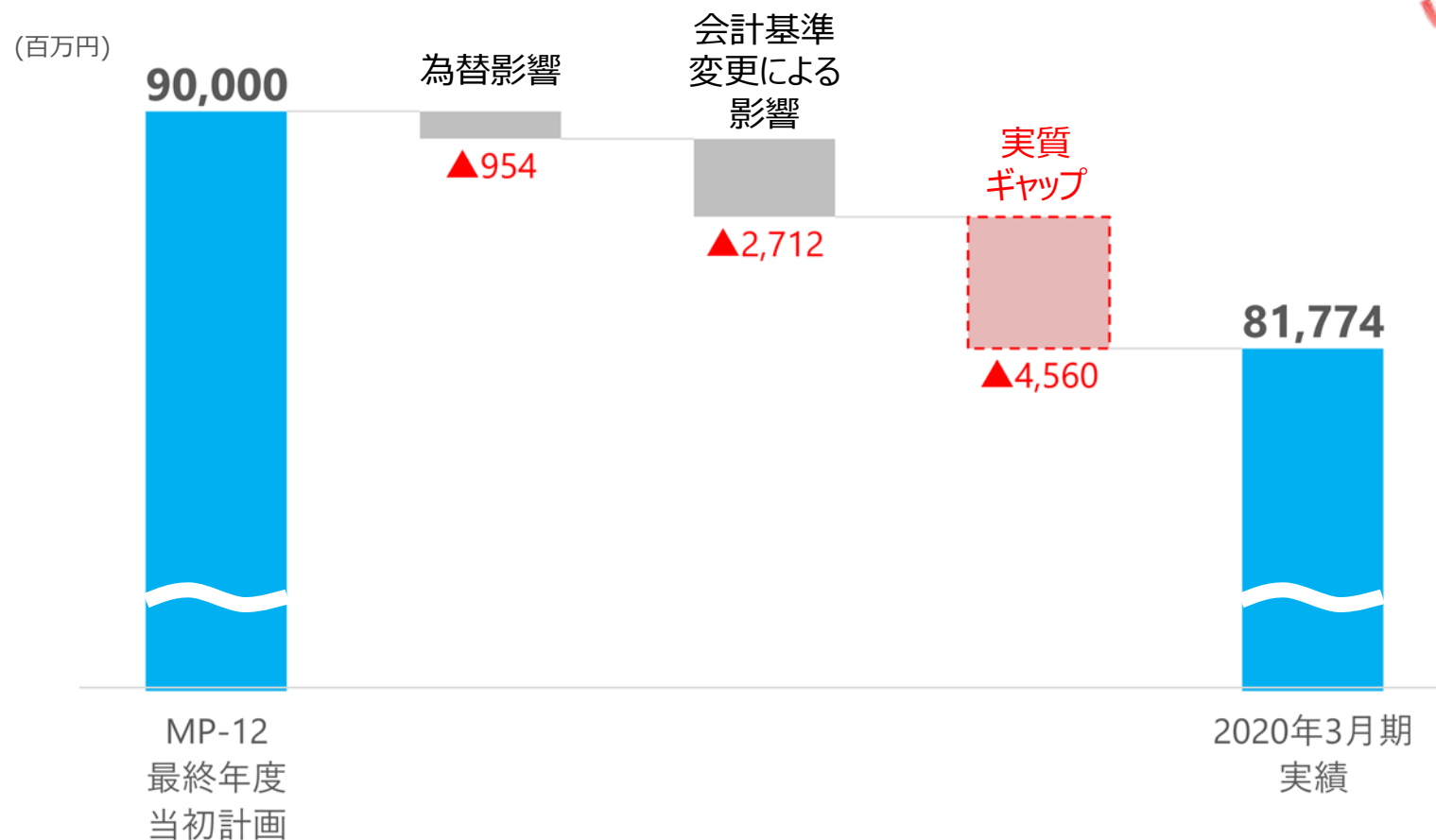
(2) 事業会社における迅速な戦術策定と
遂行が出来る仕組み構築



2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

【成長性】 連結売上高 MP-12 最終年度目標 900億円

売上高 4カ年推移 (2017年3月期-2020年3月期)



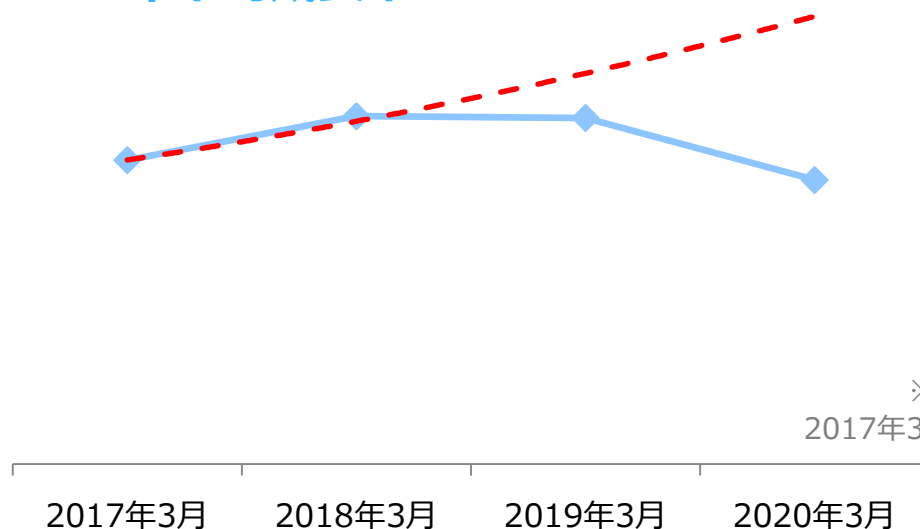
2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

【成長性①】 男性事業 年平均成長率 3%以上

男性事業4カ年推移 (2017年3月期-2020年3月期)



年平均成長率 -0.6%



※成長曲線はイメージ
2017年3月期の基準にて算定

<要因>

- ・日本だけでなく、インドネシア含む海外各国における主要ブランドギャツビーの伸び悩み

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2020年3月期及び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)総括

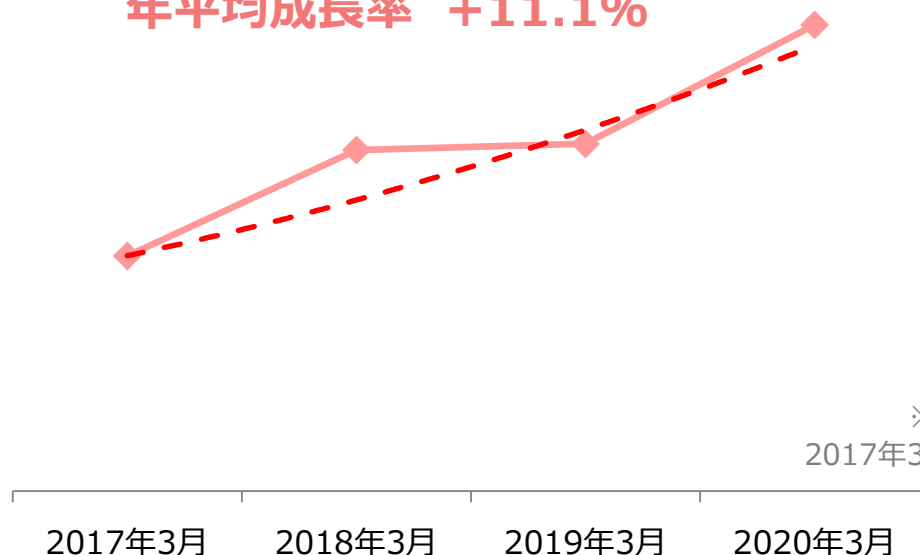
【成長性②】 女性事業 年平均成長率 **10%以上**

女性事業4カ年推移 (2017年3月期-2020年3月期)

達成



年平均成長率 +11.1%



※成長曲線はイメージ
2017年3月期の基準にて算定

<要因>

- ・ACGI社買収による売上の増加
- ・海外その他におけるビフェスタの好調な伸び
- ・インドネシアにおけるPIXYの回復基調

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2020年3月期及び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。

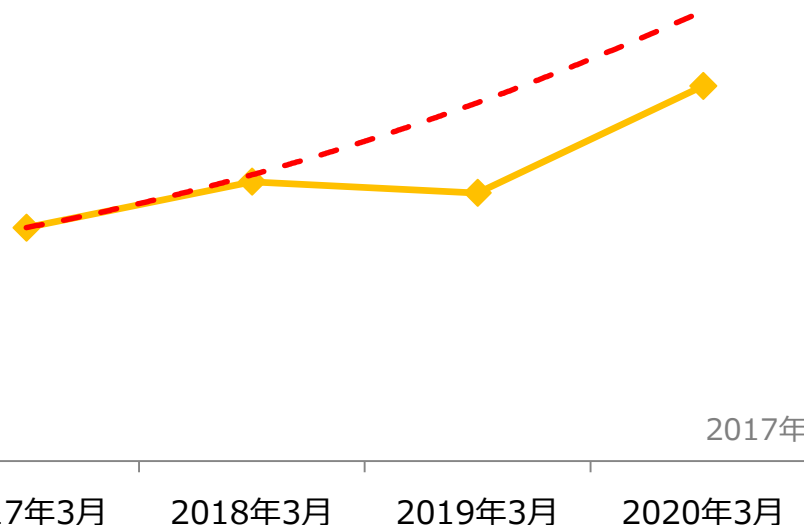
2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

【成長性③】 海外事業 年平均成長率 **10%以上**

海外事業4カ年推移 (2017年3月期-2020年3月期)



年平均成長率 +6.8%



※成長曲線はイメージ
2017年3月期の基準にて算定

<要因>

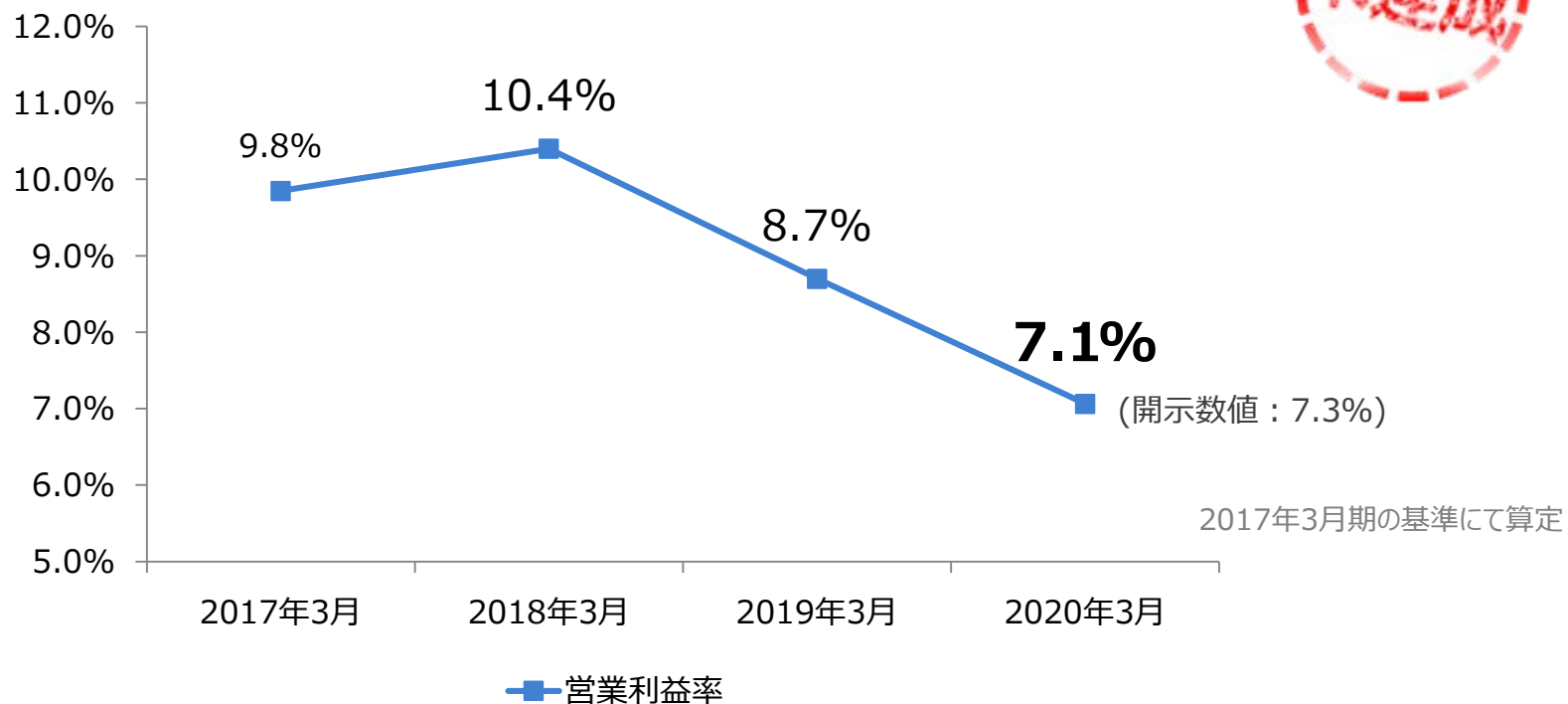
- ・海外その他が好調に推移し、ACGI社買収による売上の増加があったものの、インドネシアの伸び悩みが大きく影響

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2020年3月期及び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)総括

【収益性】 連結営業利益率 10%

営業利益率 4カ年推移 (2017年3月期-2020年3月期)



<要因>

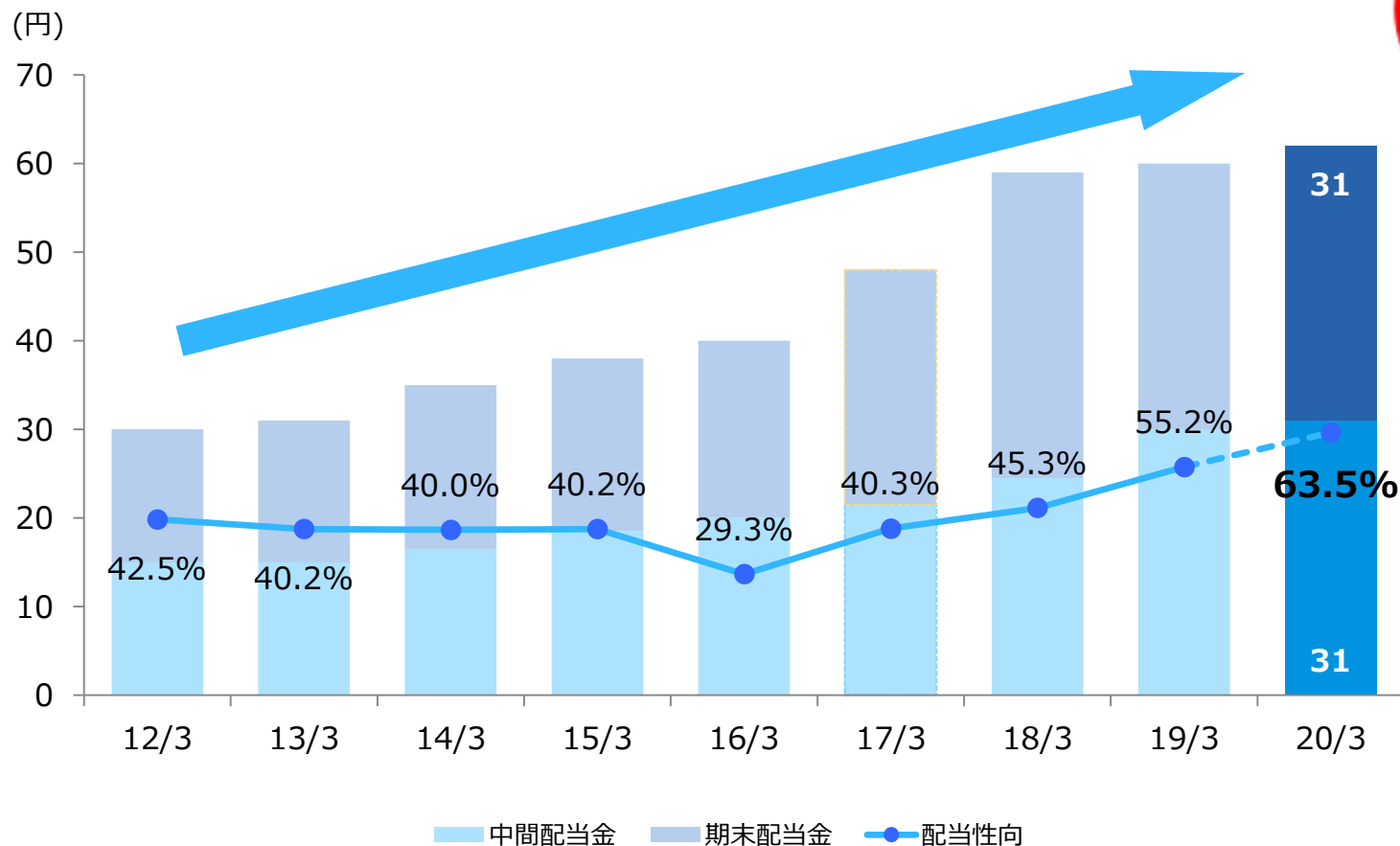
- ・売上高が計画未達の状況下でも、基盤整備に対する投資を予定通り実施

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2020年3月期及び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)総括

【株主還元】 配当性向 特別な要素を除いた連結ベース **40%以上**

配当性向 9カ年推移 (2012年3月期-2020年3月期)



達成

- ・4期連続で配当性向40%を大幅達成
- ・増配についても8期連続で実施

2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

MP-12 基盤整備 成果①

グループ全社員への企業理念の浸透



2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

MP-12 基盤整備 成果②

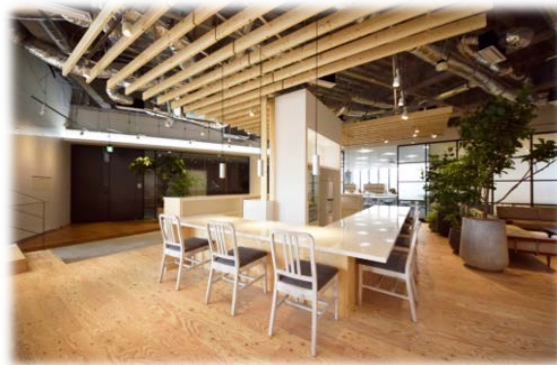
<インフラ整備>

グループ共通会計インフラの整備

共通グループウェアの導入



創造性を高めるオフィス環境の整備



2. 第12次中期経営計画(MP-12)総括

MP-12 基盤整備 成果②

＜社内体制の変化、構築＞

ボーダーレス時代に対応したグループマーケティング体制の構築

グローバル人事制度の構築



＜その他＞

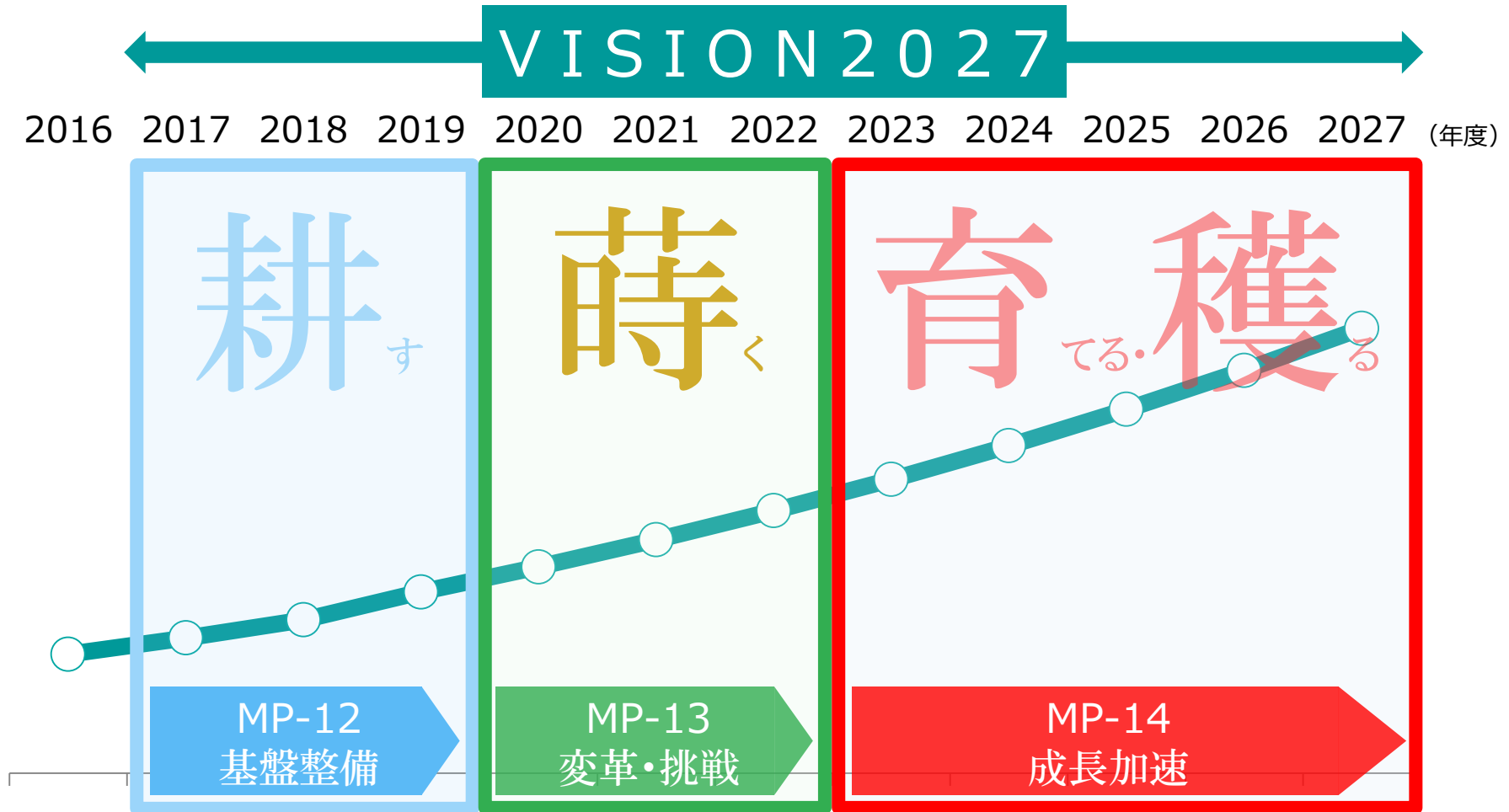
ACGI社買収



3. 第13次中期経営計画(MP-13) スタート延期と今期経営方針

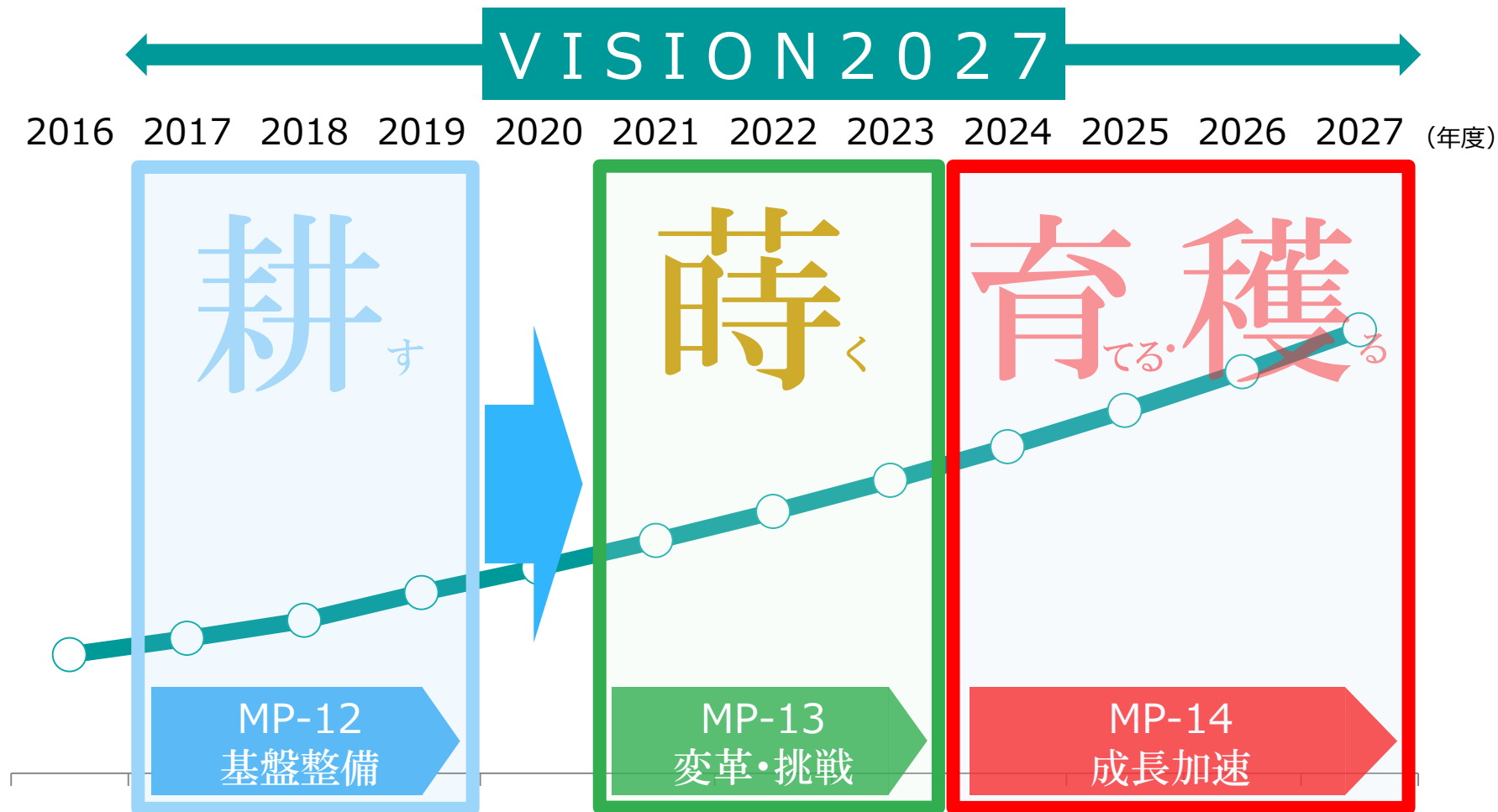
3. 第13次中期経営計画(MP-13)延期と今期経営方針

VISION2027実現のための変革・挑戦期



3. 第13次中期経営計画(MP-13)延期と今期経営方針

MP-13のスタートを1年延期



3. 第13次中期経営計画(MP-13)延期と今期経営方針

今期の経営スタンス

- 新型コロナウイルス感染拡大に対する危機管理と迅速な対応
- コロナ危機収束後の事業拡大に向けた
財務安定性の維持と働き方改革の推進
- 「プレMP-13」と位置づけ、
新価値創造と事業・経営課題の解決を推進

今期 経営基本方針

1. ブランド価値向上に向けた全社マーケティング機能の見直し
2. インドネシアを中核にした海外の基盤強化
3. ビジネスプロセスの変革による生産性向上と企業価値向上

3. 第13次中期経営計画(MP-13)延期と今期経営方針

経営基本方針 1

『ブランド価値向上に向けた全社マーケティング機能の見直し』

ギャツビーブランド再生



デジタル活用

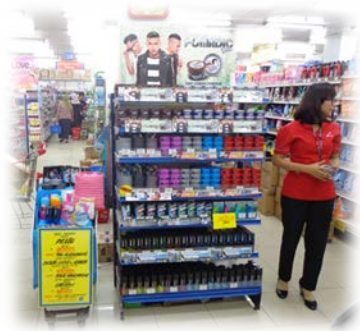


3. 第13次中期経営計画(MP-13)

経営基本方針 2

『インドネシア事業再生のスピーディーな完遂と、
海外事業のビジネスモデル革新』

インドネシアにおけるバリューチェーン改革



海外事業におけるマーケティングROIの向上



3. 第13次中期経営計画(MP-13)延期と今期経営方針

経営基本方針 3

『ビジネスプロセスの変革による生産性向上と企業価値向上』

生産性と創造性向上につながる働き方改革の推進



リモートワーク
副業
公募制プロジェクト



社会課題(ESG・SDGs)への取り組み

・4月より経営企画領域に「ESG推進室」を設置



4. 2021年3月期 業績予想

3. 2021年3月期 業績予想

各国における新型コロナウイルスの影響

	社会環境	当社状況	売上への影響
中国	4/8には武漢でもロックダウンが解除 北京では出勤総量制限を継続中	上海オフィス・広州オフィス 通常業務 北京オフィス 出勤規制により、半数ずつ出勤 工場 4月より全面的に操業再開	2月が落ち込みのピーク (前年の約50%以下) 3月より徐々に回復基調
インドネシア	4/3より、インドネシア全土へ「大規模社会活動制限(PSBB)を発令。 ※「製造」「輸出入」などの活動については対象から除外	工場 通常稼働(制限対象外のため) ※政府からの生産継続承認を取得 原則在宅勤務(生産物流部門を除く)	トラディショナルマーケットや大型モールは一部閉鎖され、営業店舗も時短営業のため、3月より代理店への発注に影響が出始めている。
日本	4/7より、主要都市にて「非常事態宣言」発出。 ※4/16に全国へ拡大	工場 通常稼働 原則在宅勤務(生産物流部門を除く)	4月より、売上への影響が出始めている
その他海外	マレーシア 3/18よりロックダウン タイ 3/20より外出制限令 シンガポール 4/7よりロックダウン フィリピン・ベトナム 外出制限	マレーシア・タイ・シンガポール フィリピン・ベトナム 原則在宅勤務 香港・韓国 在宅勤務または時差出勤 台湾 通常業務	4月より、各国で売上への影響が大きく出始めている

3. 2021年3月期 業績予想

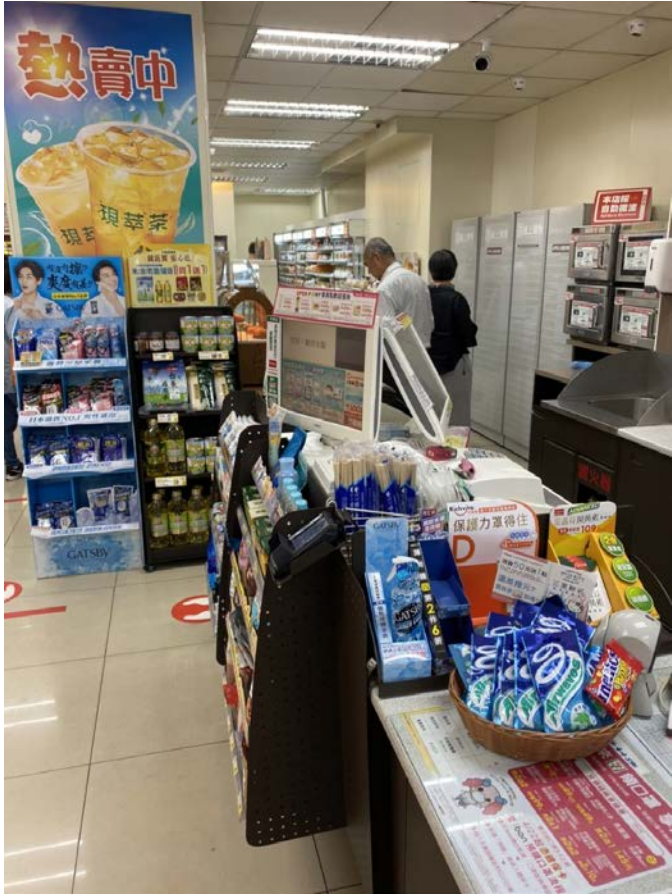
各国における新型コロナウイルスの影響

中国



各国における新型コロナウイルスの影響

台湾



3. 2021年3月期 業績予想

各国における新型コロナウイルスの影響

マレーシア



フィリピン



3. 2021年3月期 業績予想

各国における新型コロナウイルスの影響

香港



2021年3月期業績について

新型コロナウイルスの影響を
現時点で合理的に算定することが困難なため
「未定」とさせていただきます。
業績予想を算定出来次第、速やかに開示致します。

2020年3月期 決算説明会 参考資料

2019年4月1日～2020年3月31日

株式会社マンドム
(証券コード 4917)

1. 2020年3月期 連結業績概要
2. 連結売上高
3. 連結段階利益
4. 株式会社マンドム(単体)及び
PT Mandom Indonesia Tbk 損益計算書

1. 2020年3月期 連結業績概要

(単位：百万円)

	通		期			修正 計画比※
	2020/3期	2019/3期	増減額	同期比	前期レート 換算比	
売上高	81,774	78,997	2,776	103.5%	104.5%	100.3%
営業利益	5,970	7,135	▲ 1,165	83.7%	—	105.7%
経常利益	6,706	8,161	▲ 1,454	82.2%	—	104.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,445	5,087	▲ 641	87.4%	—	107.1%

※1/30開示の修正計画比

ROE	6.5%	7.3%
EPS	97.68円	108.76円

配当性向	63.5%	55.2%
------	-------	-------

2. 連結売上高

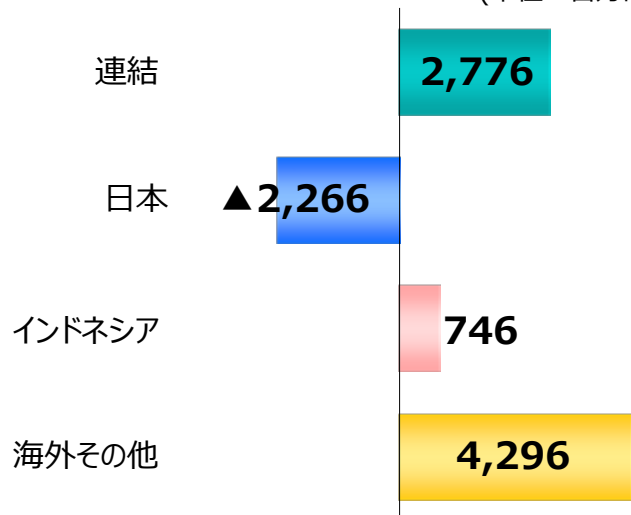
2-1.所在地別売上高

(単位：百万円)

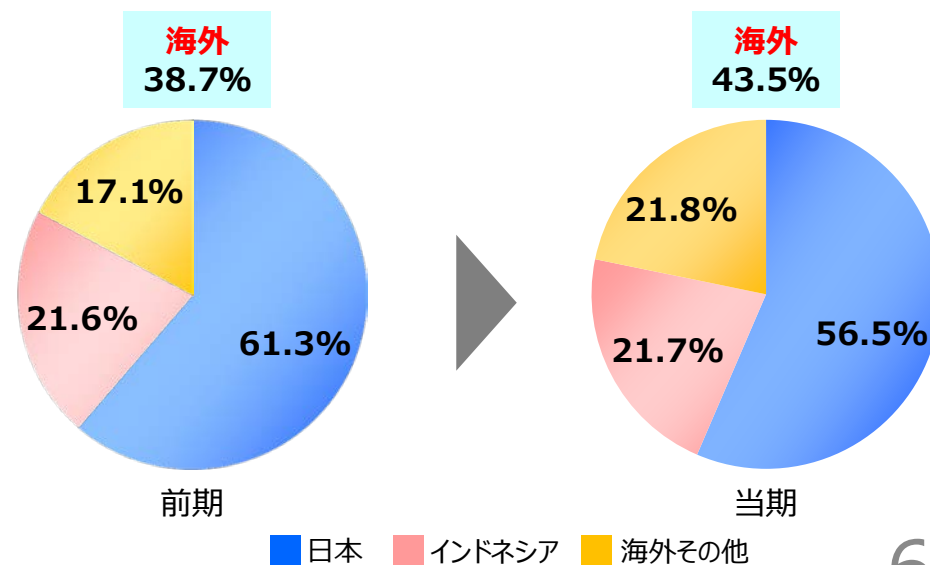
	通 期			
	2020/3期	2019/3期	増減額	同期比
売上高	81,774	78,997	2,776	103.5%
日本	46,175	48,442	▲ 2,266	95.3%
インドネシア	17,791	17,044	746	104.4%
海外その他	17,806	13,510	4,296	131.8%

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



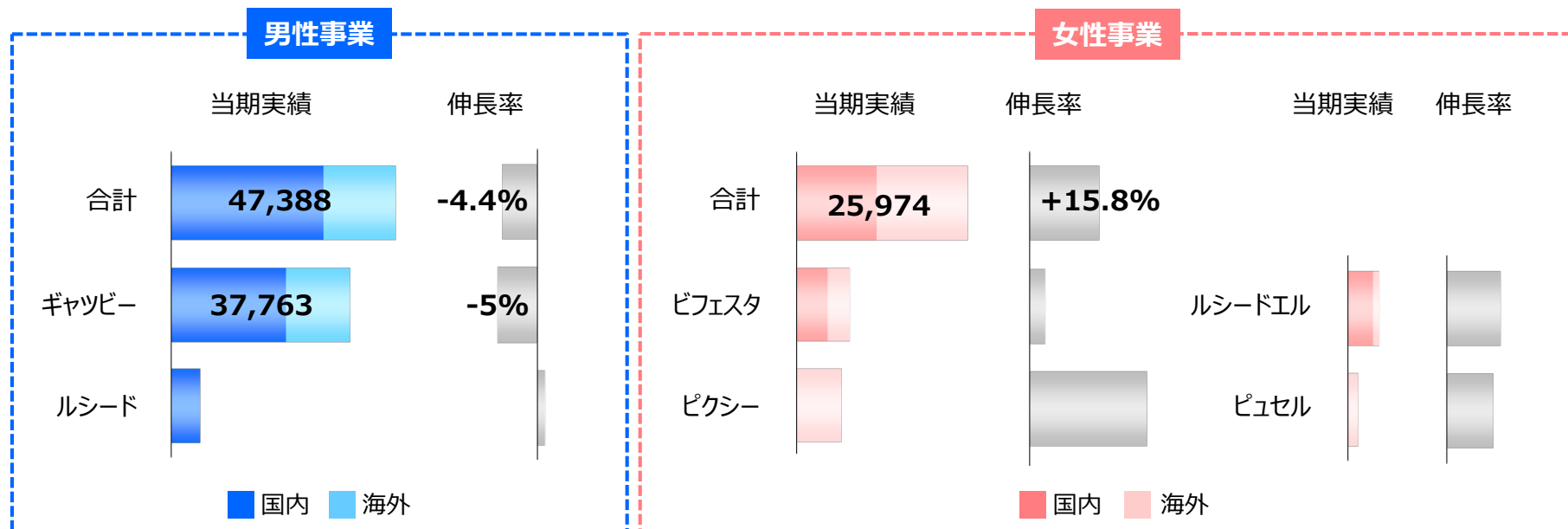
2. 連結売上高

2-4. 事業別売上高

(単位：百万円)

	通 期			
	2020/3期	2019/3期	増減額	同期比
売上高	81,774	78,997	2,776	103.5%
男性事業	47,388	49,580	▲ 2,192	95.6%
ギャツビー	37,763	39,738	▲ 1,974	95.0%
女性事業	25,974	22,433	3,540	115.8%
その他事業	8,411	6,983	1,428	120.4%

※女性事業内訳：女性コスメティック17,306百万円（同期比120.0%）/女性コスメタリー8,667百万円（同期比108.2%）



3. 連結段階利益

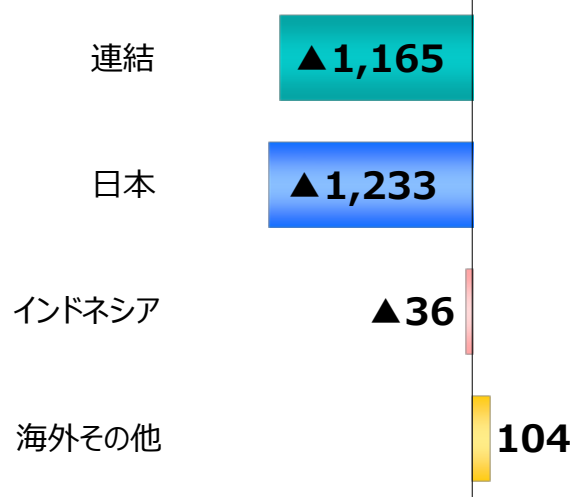
3-1. 所在地別営業利益

(単位：百万円)

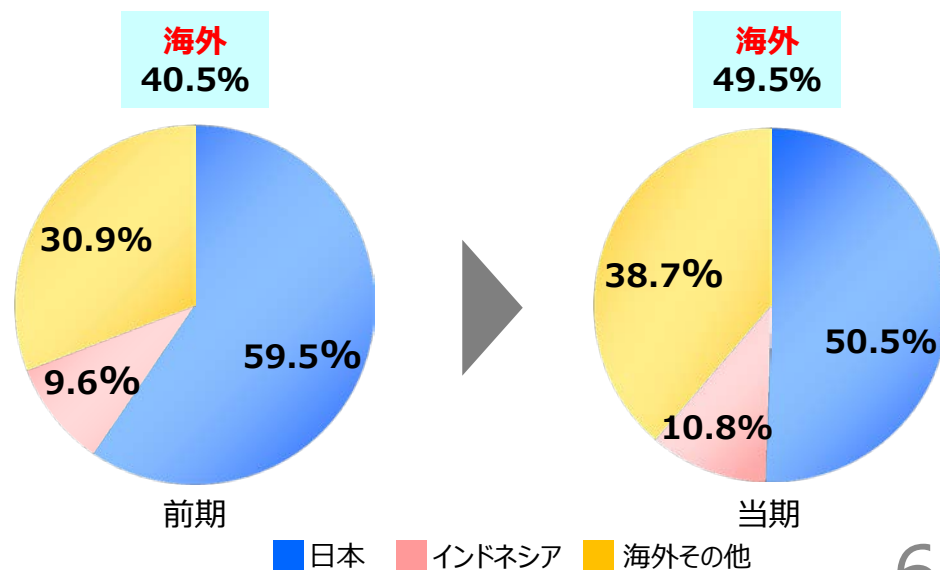
	通 期					
	2020/3期		2019/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業利益	5,970	7.3%	7,135	9.0%	▲ 1,165	83.7%
日本	3,014	6.5%	4,248	8.8%	▲ 1,233	71.0%
インドネシア	645	3.6%	681	4.0%	▲ 36	94.6%
海外その他	2,310	13.0%	2,205	16.3%	104	104.8%

3-2. 所在地別営業利益 同期増減額内訳

(単位：百万円)



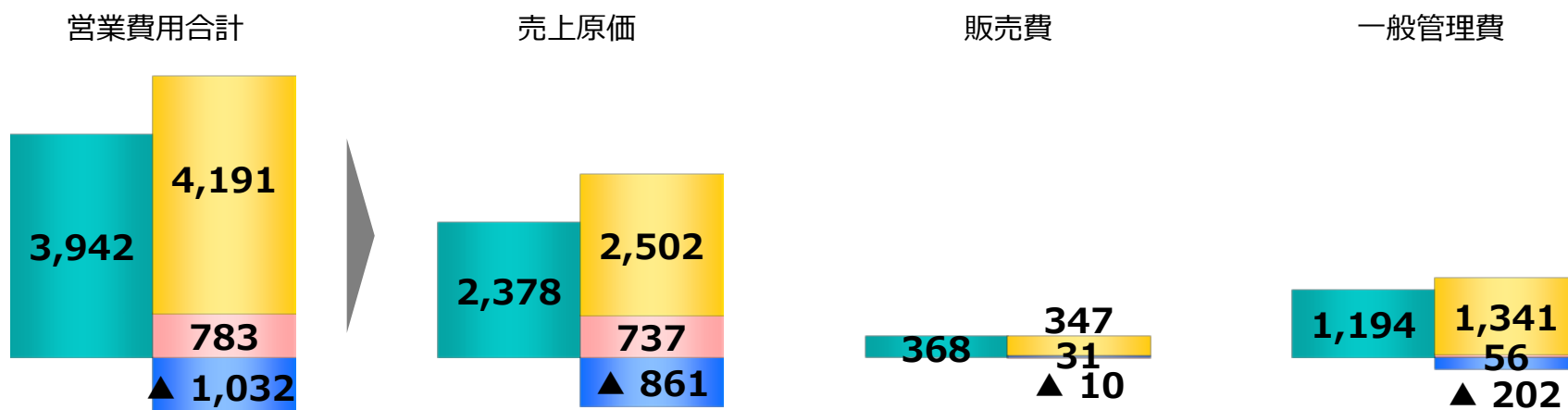
3-3. 所在地別営業利益 同期構成比推移



3. 連結段階利益

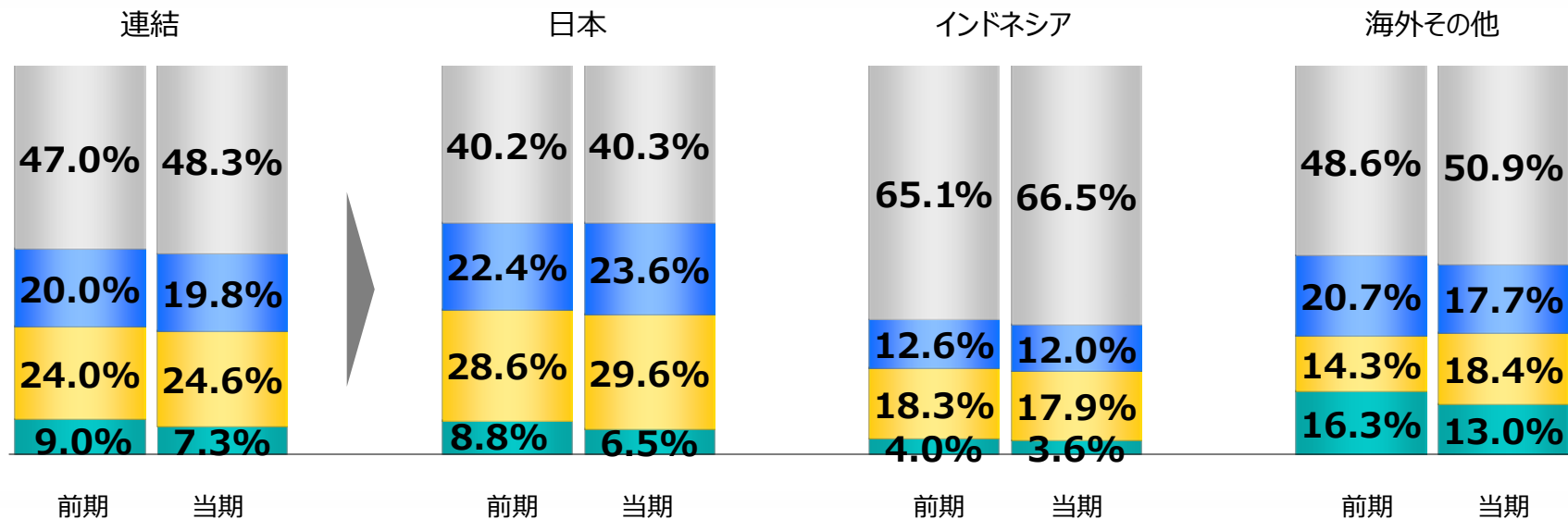
3-4. 営業費用実績 同期増減額内訳

■ 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

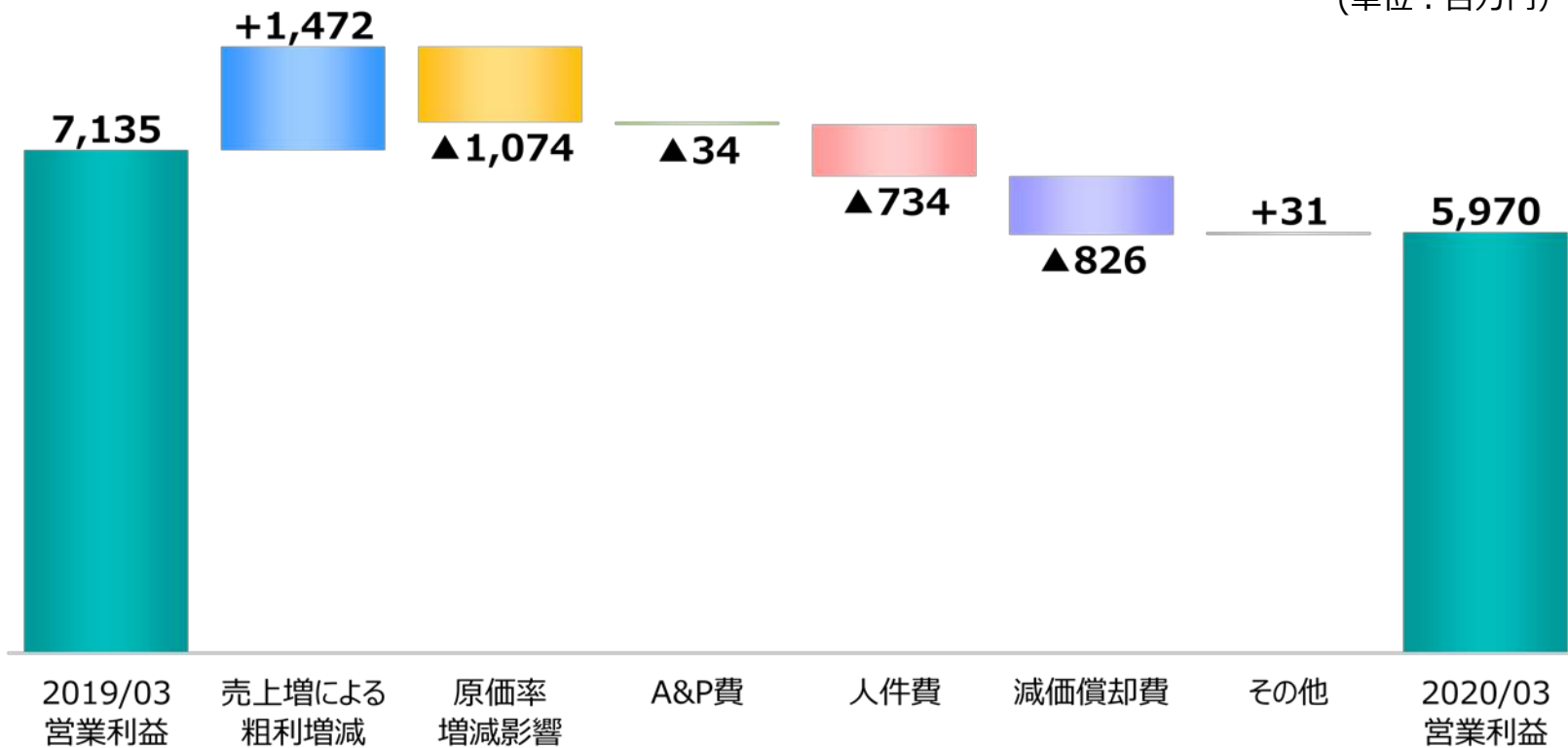
■ 売上原価 ■ 販売費 ■ 一般管理費 ■ 営業利益



3. 連結段階利益

3-6. 営業利益増減分析

(単位：百万円)



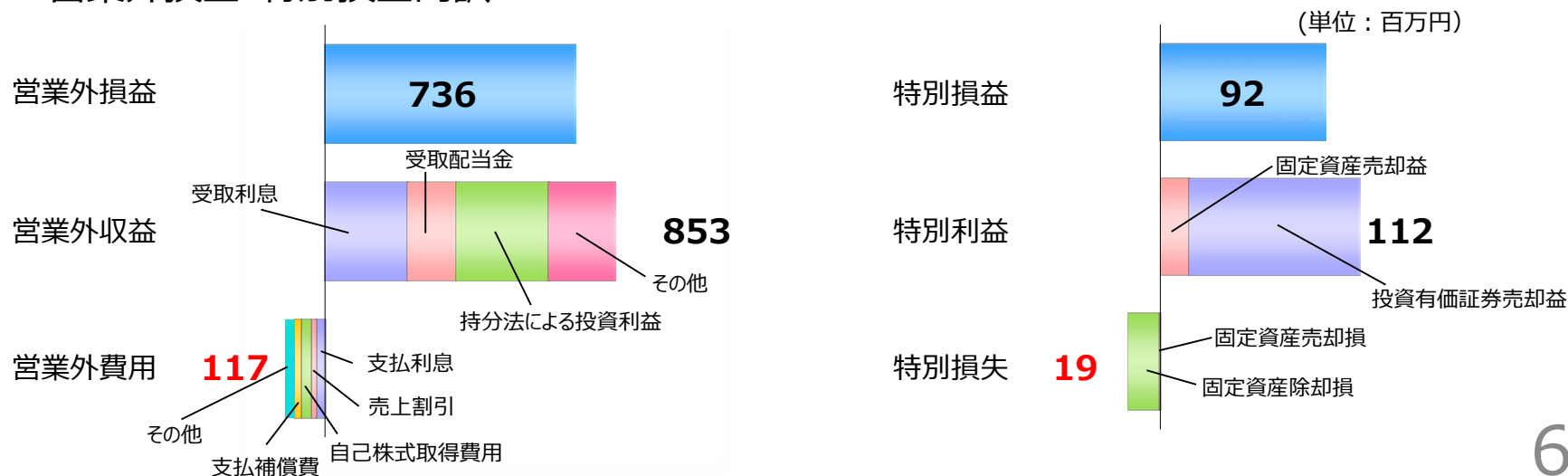
3. 連結段階利益

3-7. 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				増減額	同期比
	2020/3期		2019/3期			
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	736	0.9%	1,026	1.3%	▲ 289	71.7%
経常利益	6,706	8.2%	8,161	10.3%	▲ 1,454	82.2%
特別損益	92	0.1%	▲ 203	▲0.3%	296	▲45.6%
税引前純利益	6,799	8.3%	7,958	10.1%	▲ 1,158	85.4%
法人税等	1,854	2.3%	2,392	3.0%	▲ 538	77.5%
当期純利益	4,945	6.0%	5,565	7.0%	▲ 620	88.9%
非支配株主に帰属する当期純利益	499	0.6%	478	0.6%	20	104.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,445	5.4%	5,087	6.4%	▲ 641	87.4%

3-7. 営業外損益・特別損益内訳



4. 株式会社マダム(単体)及びPT Mandom Indonesia Tbk 損益計算書

2020/3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)

	2020/3期	2019/3期	増減額	同期比	2020/3期 修正計画
売上高	50,414	52,709	▲ 2,294	95.6%	50,000
売上原価	22,954	23,806	▲ 852	96.4%	—
(原価率)	45.5%	45.2%	+0.4P	—	—
販売費及び一般管理費	24,134	23,901	233	101.0%	—
営業利益	3,326	5,001	▲ 1,675	66.5%	2,900
営業外損益	765	885	▲ 119	86.5%	—
経常利益	4,091	5,887	▲ 1,795	69.5%	3,700
特別損益	81	▲ 389	470	-20.9%	—
当期純利益	3,117	4,080	▲ 962	76.4%	2,800

減価償却実施額・設備投資額

連結

(単位：百万円)

	2020/3期	2019/3期	増減額	2021/3期 予想
減価償却実施額	4,369	3,583	785	未定
設備投資額	10,414	4,550	5,863	未定

株式会社マダム(単体)

(単位：百万円)

	2020/3期	2019/3期	増減額
減価償却実施額	2,478	2,283	195
設備投資額	8,683	3,001	5,681

※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.)

	2020/3期	2019/3期	増減額	同期比
売上高	2,804,151	2,648,754	155,397	105.9%
売上原価	1,873,937	1,747,787	126,149	107.2%
(原価率)	66.8%	66.0%	+0.8P	—
営業利益	190,793	178,961	11,831	106.6%
当期純利益	145,149	173,049	▲ 27,900	83.9%

円換算

(単位：百万円)

	2020/3期	2019/3期	増減額	同期比
売上高	21,591	20,660	931	104.5%
売上原価	14,429	13,632	796	105.8%
原価率	66.8%	66.0%	+0.8P	—
営業利益	1,469	1,395	73	105.2%
当期純利益	1,117	1,349	▲ 232	82.8%

Rp.1 = ¥ 0.0077 Rp.1 = ¥ 0.0078

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