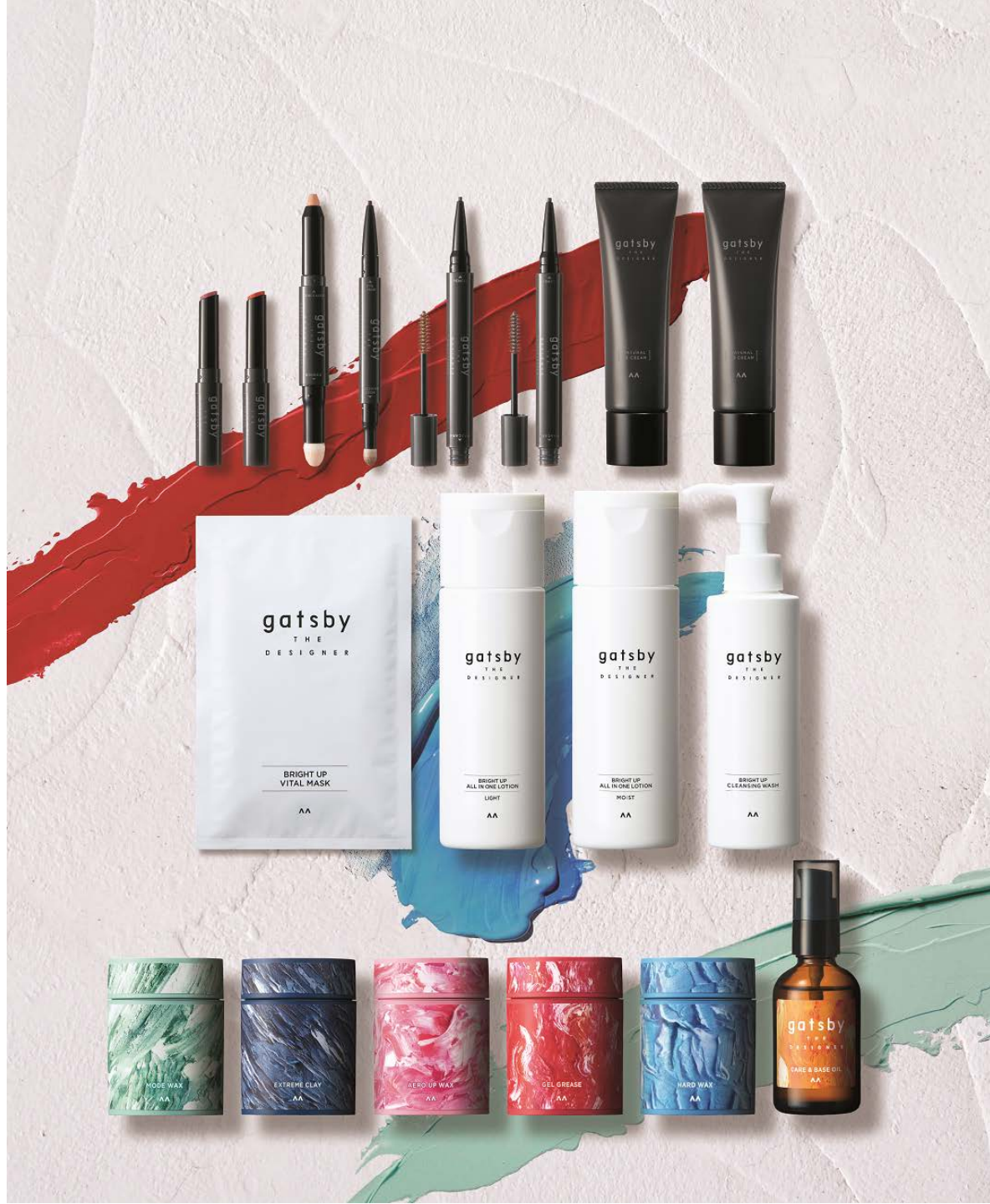


2022年3月期 第2四半期 決算説明会資料

2021年4月1日～2021年9月30日



株式会社マンドム
(証券コード 4917)



目次

1. 2022年3月期 第2四半期決算
 2. 第2四半期事業トピックス
 3. 2022年3月期 通期業績予想
- ◆ 参考資料

注) 2022年3月期より日本セグメントにおいて「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、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2021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)

2022年3月期 第2四半期 決算サマリー

・売上高

7月30日修正見通しから大きな乖離なし

国内外ともに新型コロナウイルスの影響が継続したことに加え、日本における夏シーズン品の苦戦で減収となる。

・利益

各段階利益は、同修正見通しに対し若干の改善

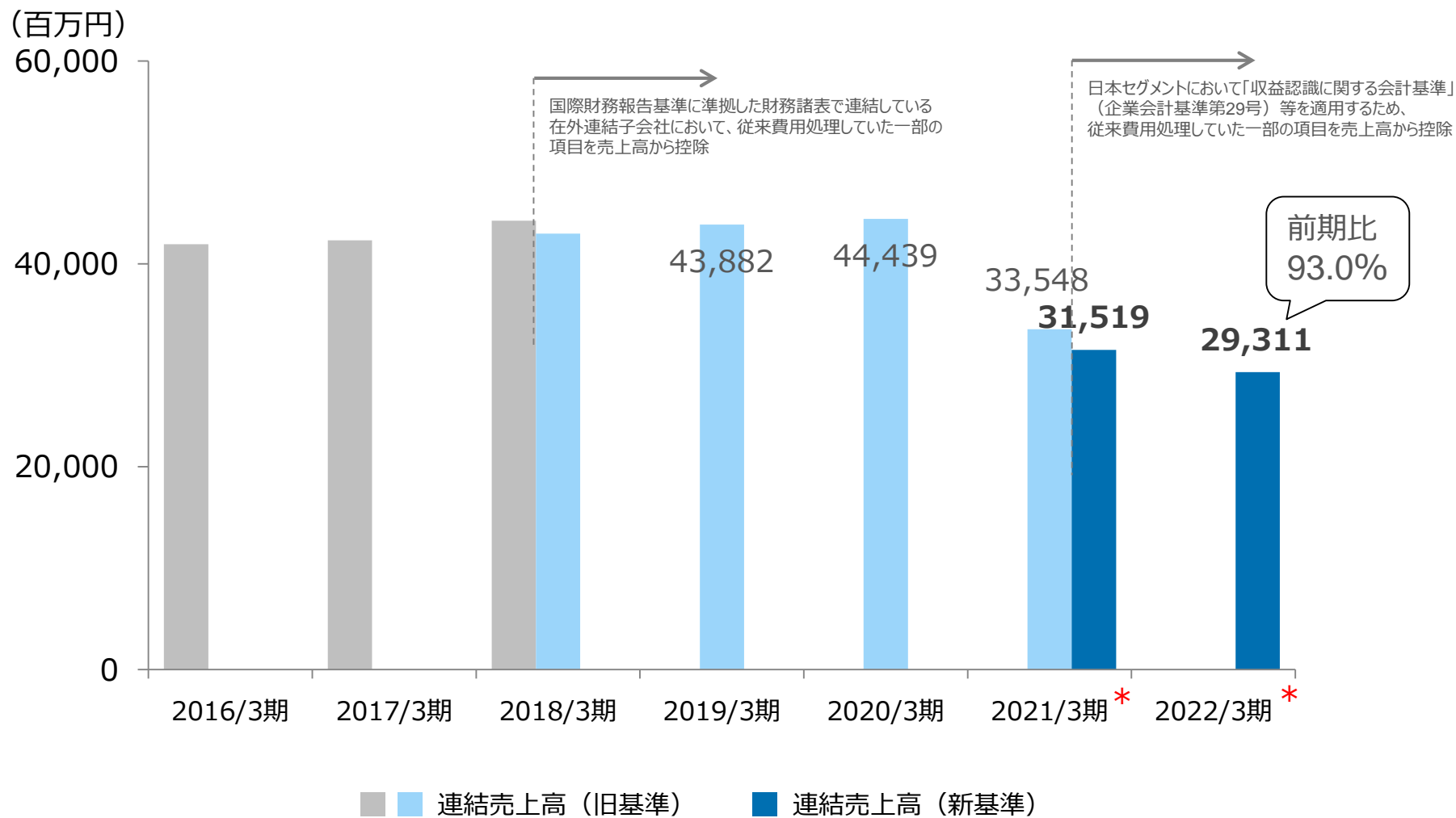
減収影響による原価率の悪化と、売上高総利益の減少。

国内外で費用削減したため、営業損失は見通しよりは減少。

1. 2022年3月期 第2四半期決算

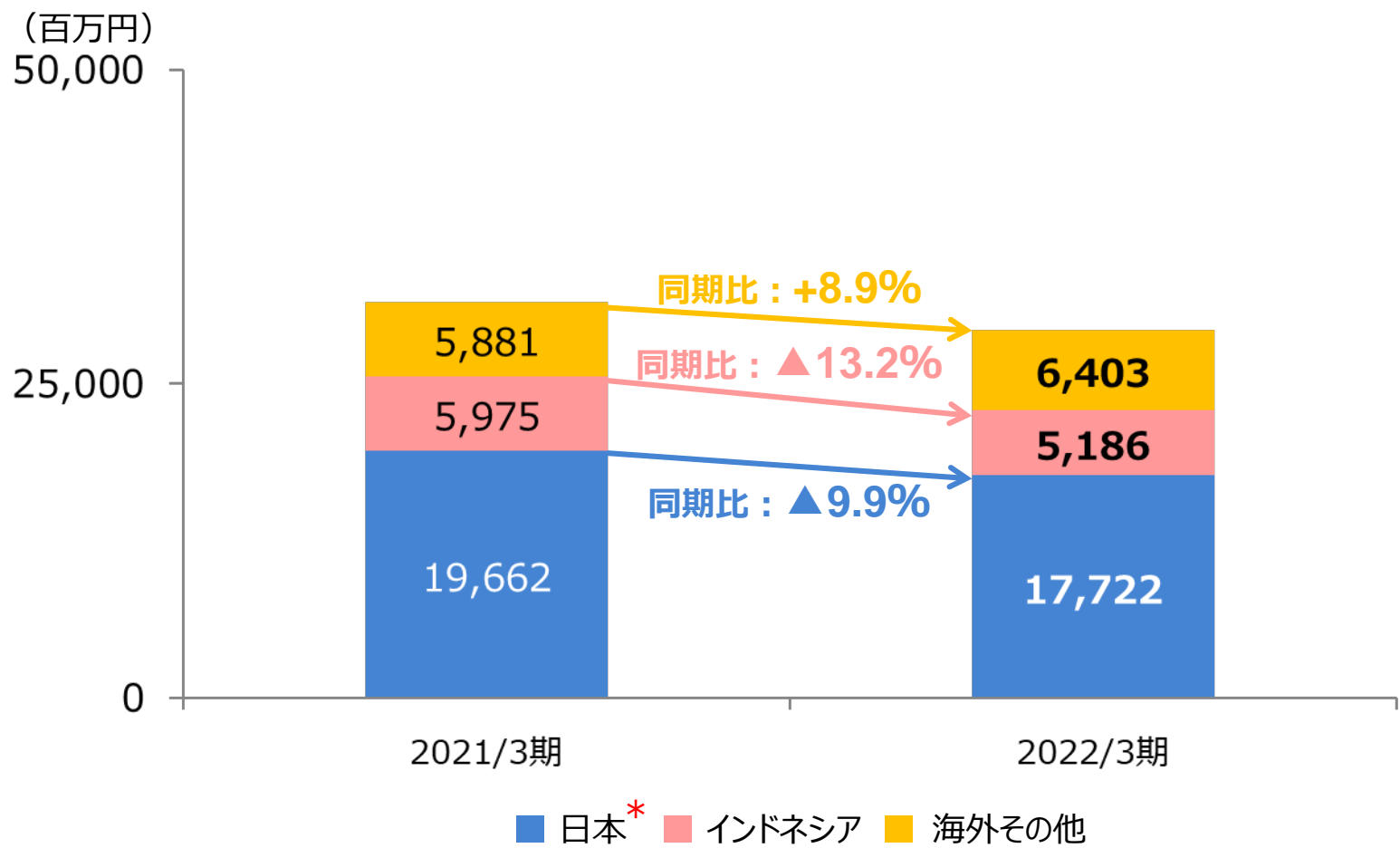


1)日本の夏シーズン品の苦戦とコロナ影響により減収



1)日本の夏シーズン品の苦戦とコロナ影響により減収

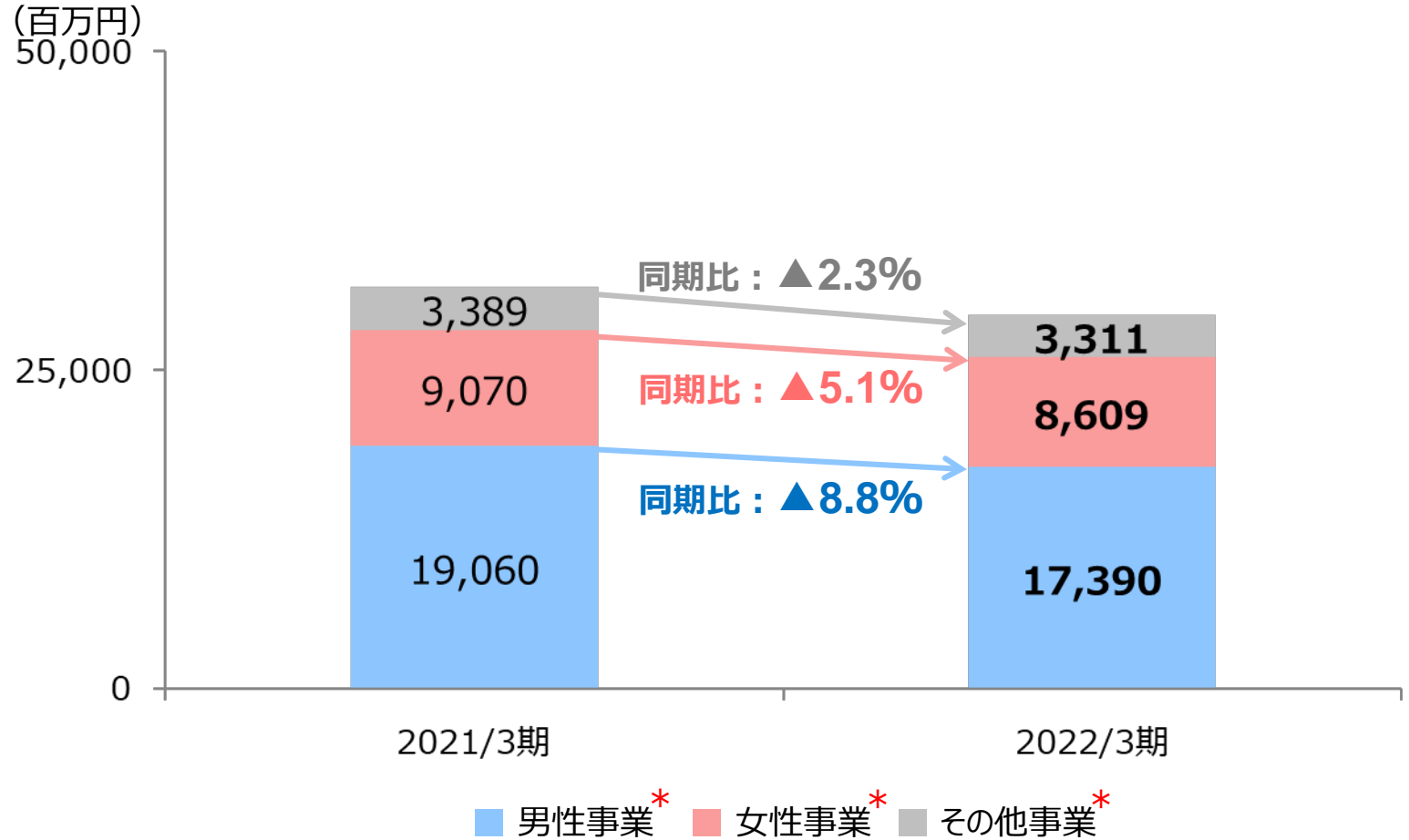
・日本、インドネシアで大きく減収。





1)日本の夏シーズン品の苦戦とコロナ影響により減収

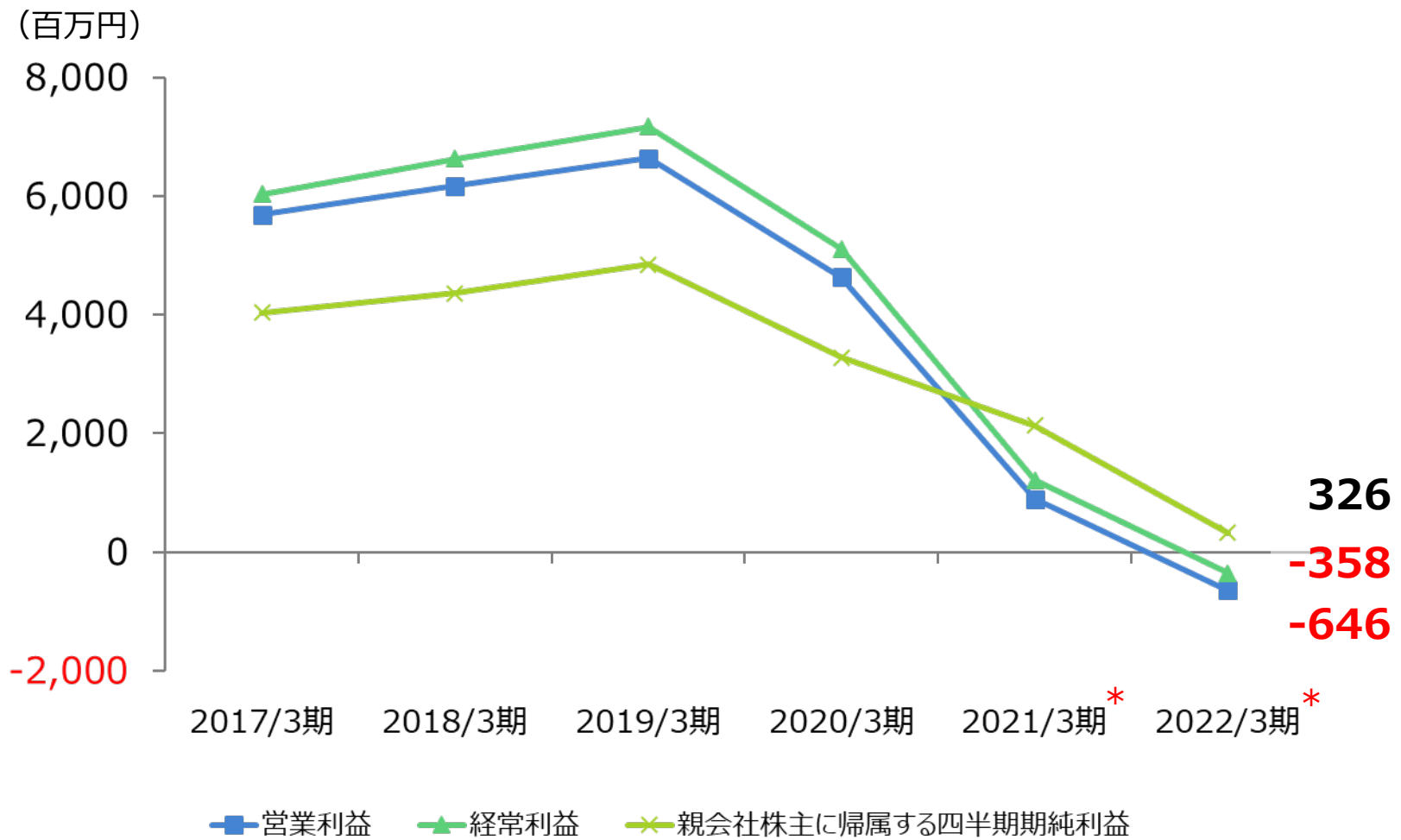
- ・日本の夏シーズン品（フェイス、ボディケア）と海外メイクが減収。
スタイリング剤、クレンジング剤は回復基調。





2) 減収影響により営業利益、経常利益は赤字に

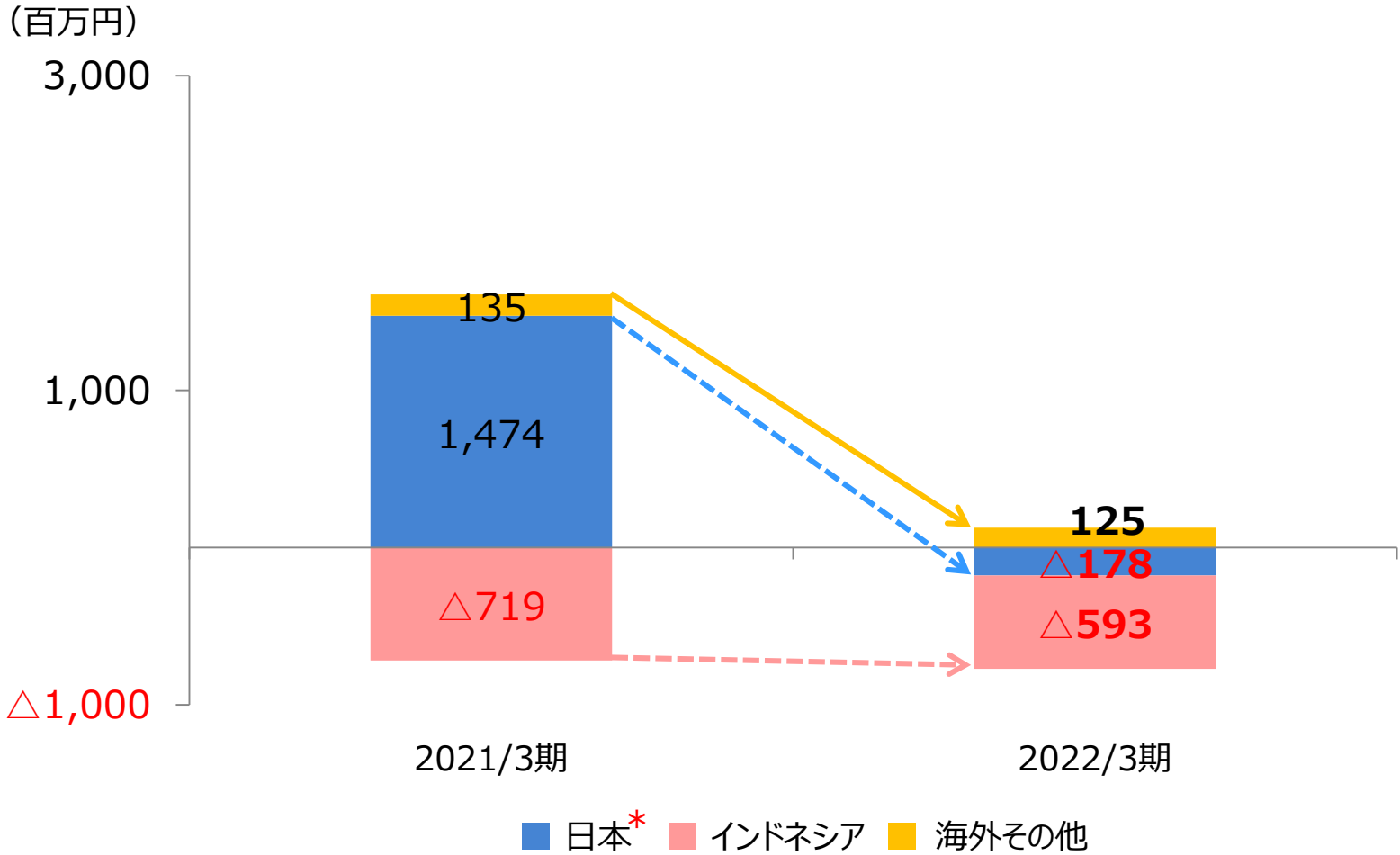
・親会社株主に帰属する四半期純利益のみ、投資有価証券売却益により黒字を計上





2) 減収影響により営業利益、経常利益は赤字に

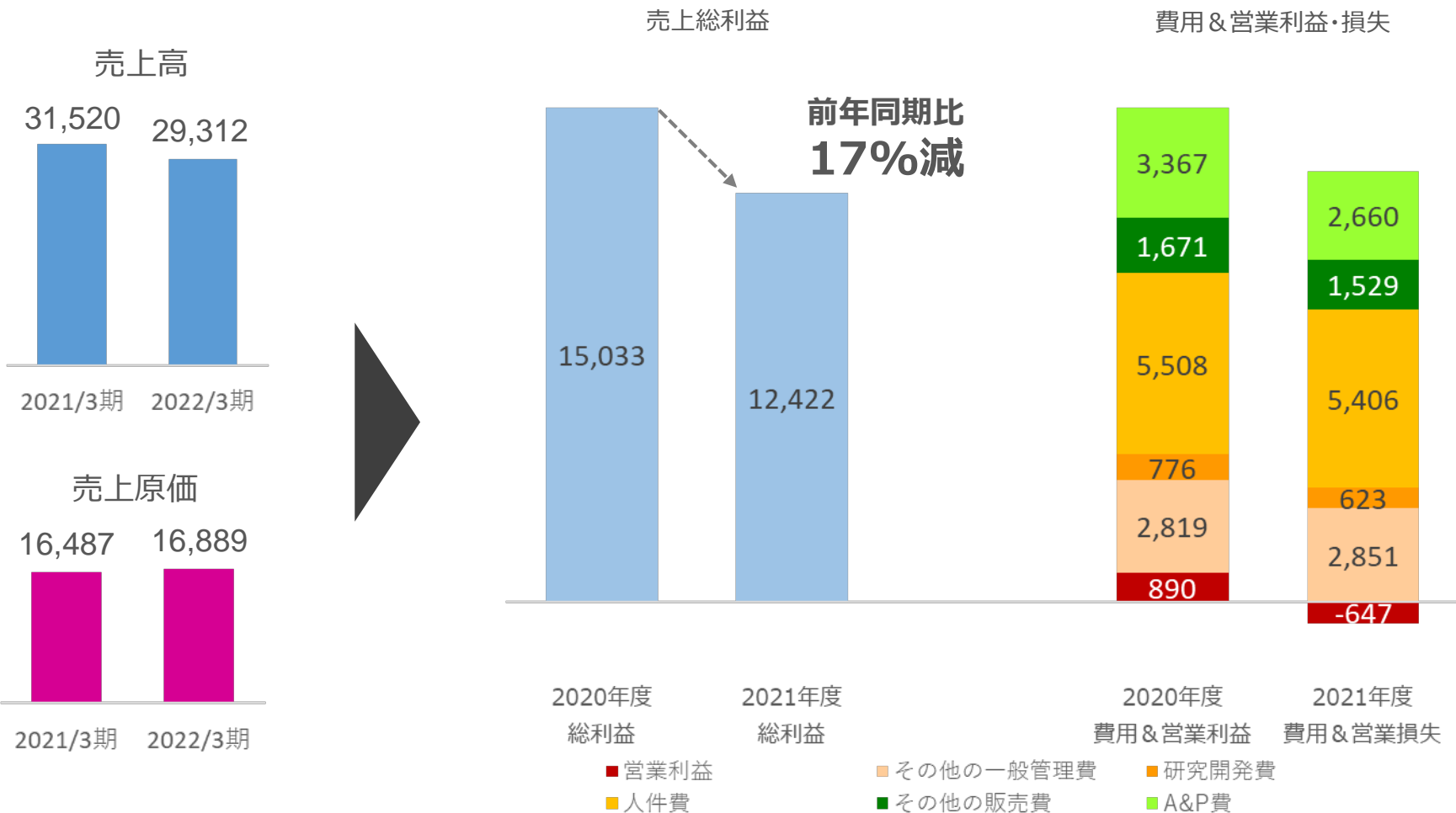
・日本、インドネシアは営業損失。海外その他は7.3%の減益





3) 減収影響による原価率上昇で売上総利益が大きく減少

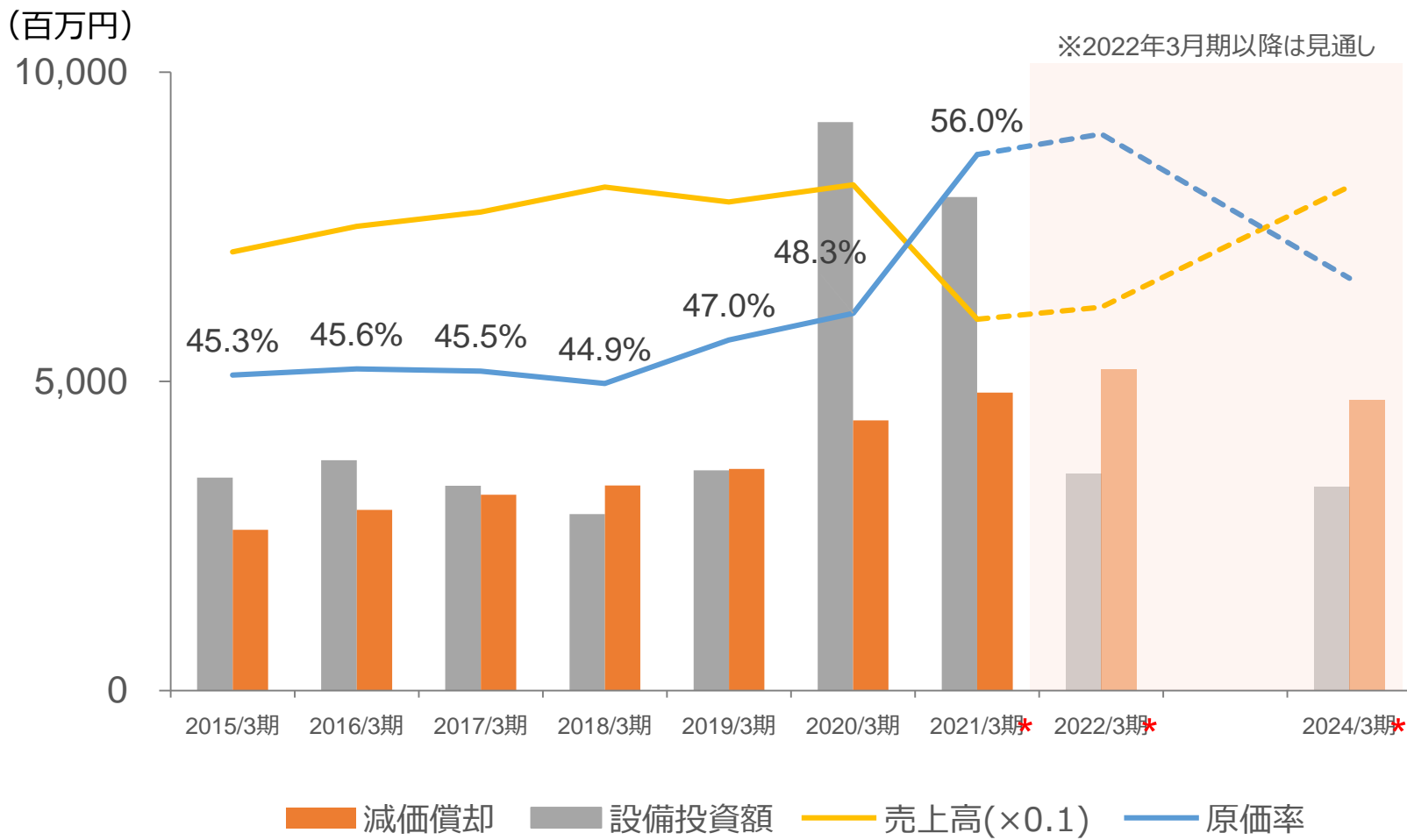
・売上減により売上総利益が大幅に減少



3) 減収影響による原価率上昇で売上総利益が大きく減少

・減価償却費レベルの上昇に加え、売上減により原価率が大幅に上昇

*新収益認識基準も売上高減少、原価率上昇に影響 (2021/3期も換算値)



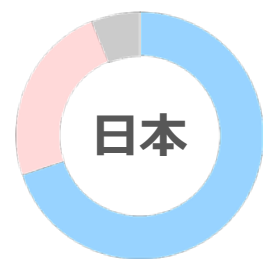
所在地別四半期業績トレンド

直前四半期の前年同期比より、5%を越える変動があった場合は上下矢印（5%未満は横向き）

所在地	第3四半期		第4四半期		第1四半期		第2四半期	
連結	▲21.3%	▲	▲19.3%	→	▲13.2%	▲	▲0.1%	▲
日本	▲10.7%	▲	▲13.4%	→	▲10.3%	→	▲9.4%	→
インドネシア	▲40.8%	→	▲21.8%	▲	▲24.5%	→	+1.5%	▲
海外その他	▲22.1%	▲	▲30.9%	▼	▲10.2%	▲	+37.1%	▲

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のペーパーシリーズが苦戦し大幅に減収。
- ・ルシードエルは力強い伸長を継続。

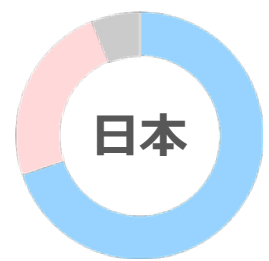
主要ブランドの状況

男性事業	女性事業
<p>GATSBY </p>	<p>Bifesta ピフェスタ </p>
<p>LÚCIDO </p>	<p>LÚCIDO-L </p>

男性事業

売上高事業別構成比

GATSBY



男性フェイス、ボディ ペーパー製品（夏シーズン品）

・市場動向

フェイス、ボディとも前年を下回る。 ⇒ 外出機会減少の影響

・当社製品状況

市場平均を大きく下回る。 ⇒ 競争環境激化

[要因]

店頭売価	競合品の戦略的価格攻勢
店頭展開	プロモーション展開量で引けを取った

⇒

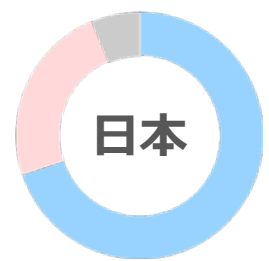
価格差をしのぐ、品質のこだわりをはじめとした製品価値訴求が十分ではなかった。



女性事業

LUCIDO-L

売上高事業別構成比



・ヘアオイルを中心としたアウトバストリートメントは好調を堅持

・8月にアルガンオイルトリートメントに追加アイテムを追加し、更に強化

■ オイルトリートメントシリーズ

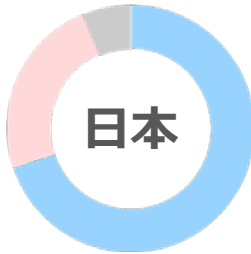


■ オイルトリートメント #EXヘアオイル うねり・くせケア



withコロナで好評頂いている製品

売上高事業別構成比



【マスクミスト】

- ・withコロナのお役立ち商品として「ギャツビー マスク爽快アロマミスト」を発売。
ご好評頂き、新香調「グレープフルーツの香り」を追加発売。



【男性除毛ケア製品】

- ・2020年2月発売した「ギャツビー 除毛フォーム」が好評。
2021年2月に「除毛クリーム」「ボディヘアトリマー」を発売し、シェア2位に。

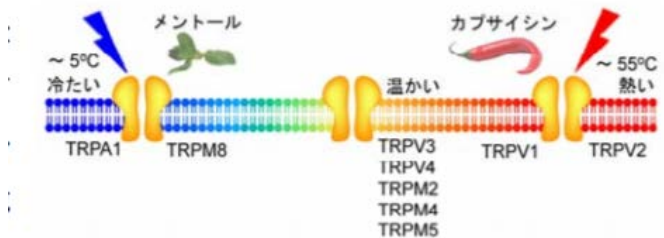


当社のTRPチャネル技術について

TRP（トリップ）チャネル

皮膚に存在する刺激や温度を知覚する感覚センサー

当社では、化粧品使用シーンにおける**不快な刺激感の低減**や**清涼感の追求**、**免疫反応コントロール**などの分野で応用し、商品開発に活かしています。



2007年10月9日ニュースリリース

2020年7月20日ニュースリリース

News Release  株式会社マンダム
〒540-8530 大阪市中央区十二軒町5番12号
http://www.mandom.co.jp/
2007年（平成19年）10月9日

やさしさを追求するために、業界で初めて、
マンダムが刺激受容体を利用した感覚刺激の評価法を開発
～不快な「ビリビリ」「ヒリヒリ」を起こさない化粧品を実現するために～

株式会社マンダム(本社:大阪市 社長執行役員:西村元延 以下マンダム)は、生活者にとっての「心地よさ」を追求するために、「快と不快を解明する評価技術」の確立を目指して研究しています。その研究の一環として、化粧品を使用している時にまれに感じる「ビリビリ」「ヒリヒリ」といった不快な感覚刺激の評価法を開発しました。マンダムでは今後の製品評価に広く応用していこうと考えております。

なお、この研究成果について 8月25日に日本で開催された「第6回 国際動物実験代替法会議（東

News Release  株式会社マンダム
2020年7月20日

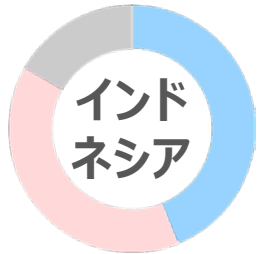
マンダム、15年間にわたり「TRP(トリップ)チャネル」を研究
化粧品業界において世界トップクラスの実績
～TRPチャネルの活用によるお役立ちの拡大～

株式会社マンダム(本社:大阪市、社長執行役員:西村元延 以下マンダム)は、「人間系」企業として、生活者が喜び、心躍らせ、笑顔になっていただける「新たな価値づくり」を追求することを研究開発のスタンスとしています。また、製品には安全性はもちろんのこと、機能性と快適性の両立も不可欠だと考えています。

そこで、マンダムでは温度や化学刺激によって活性化する、五感とは別の細胞の感覚センサー「TRPチャネル」の研究を自然科学研究機構・生命創生探究センター 富永真琴教授、最近では医薬基盤・健康・栄養研究所 石井健招へいプロジェクト



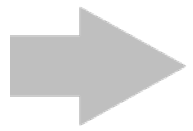
ブランド別事業推進状況

売上高事業別構成比



・男性ギャツビー、女性PIXYともCOVID-19影響による需要減少で苦戦

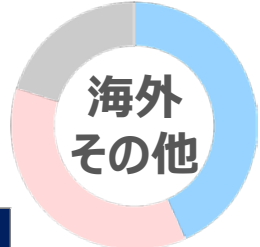
主要ブランドの状況（連結ベース）

男性事業	女性事業
<p>GATSBY </p>	<p>PIXY My Beauty, My Energy </p>
	<p>PUCELLE </p>



国別 四半期別トレンド

売上高事業別構成比



直前四半期の前年同期比より、5%を越える変動があった場合は上下矢印（5%未満は横向き）

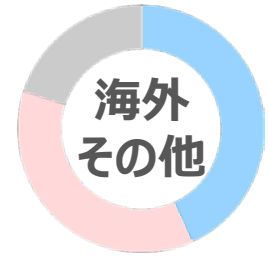
国	2021年3月期 第2四半期	2021年3月期 第3四半期	2021年3月期 第4四半期	2022年3月期 第1四半期	2022年3月期 第2四半期
中国	➡	➡	➡	➡	➡
台湾	➡	➡	➡	➡	➡
韓国	➡	➡	➡	➡	➡
タイ	➡	➡	➡	➡	➡
フィリピン	➡	➡	➡	➡	➡
マレーシア	➡	➡	➡	➡	➡
シンガポール	➡	➡	➡	➡	➡
ベトナム	➡	➡	➡	➡	➡
ACGI	➡	➡	➡	➡	➡

【中国】

売上高事業別構成比

GATSBY

- ・スタイリングは全ての剤型（タイプ）で前年を上回る。
中でも主力のスプレーが伸長率も一番高く実績を更に拡大
- ・フェイシャルペーパーは試用体験づくり施策を継続中。
社会貢献の一環として、警察や医療関係者、出前配達員などにサンプル配布を実施。



Bifesta ビフェスタ

- ・主力のアイメイクアップリムーバーが非常に好調、シートクレンジングも大きく伸長。
SNSを通じたKOL施策を継続中。

2. 第2四半期 事業トピックス

2. 事業トピックス <ECチャネル強化>

ECチャネル強化

マレーシア

- ・2019年 4月より大手マーケットプレイスに公式ストアを開設。最近では、2.2を皮切りに毎月のゾロ目の日のキャンペーンが活況。（写真は3.3）



ACGI社

- ・「SILKYGIRL」のECサイト フォロワー数は14万人に近づく。



SILKYGIRL | OFFICIAL STORE



出品者: SILKYGIRL
SILKYGIRL Eye Shadow Palette - Doughnuts / Red Velvet Eye Shadow Palette
RM29.90

ウェブサイトで見る

shopee.com.myに移動します

詳細

ストア情報 ショップを見る

SILKYGIRL
363,161人がこのページに「いいね！」しました

2. 事業トピックス <ECチャネル強化>

ECチャネル強化

インドネシア

- ・女性用は2018年度より、男性用は2020年10月より本格的に参入。現在、複数のプラットフォームにて展開
- ・今期を含め、MP-13期間中は毎年 売上高倍増を計画
- ・2021年はマンダムインドネシア創業50周年となっており、50周年キャンペーンの一環として、ECにてゼロ目の日の「11.11」、「12.12」には大規模なプロモーションを計画。



2. 事業トピックス <福崎工場増強>

福崎工場増強

・9月16日竣工式実施

生産設備は2020年12月より稼働済



上空から 天井には太陽光発電パネル

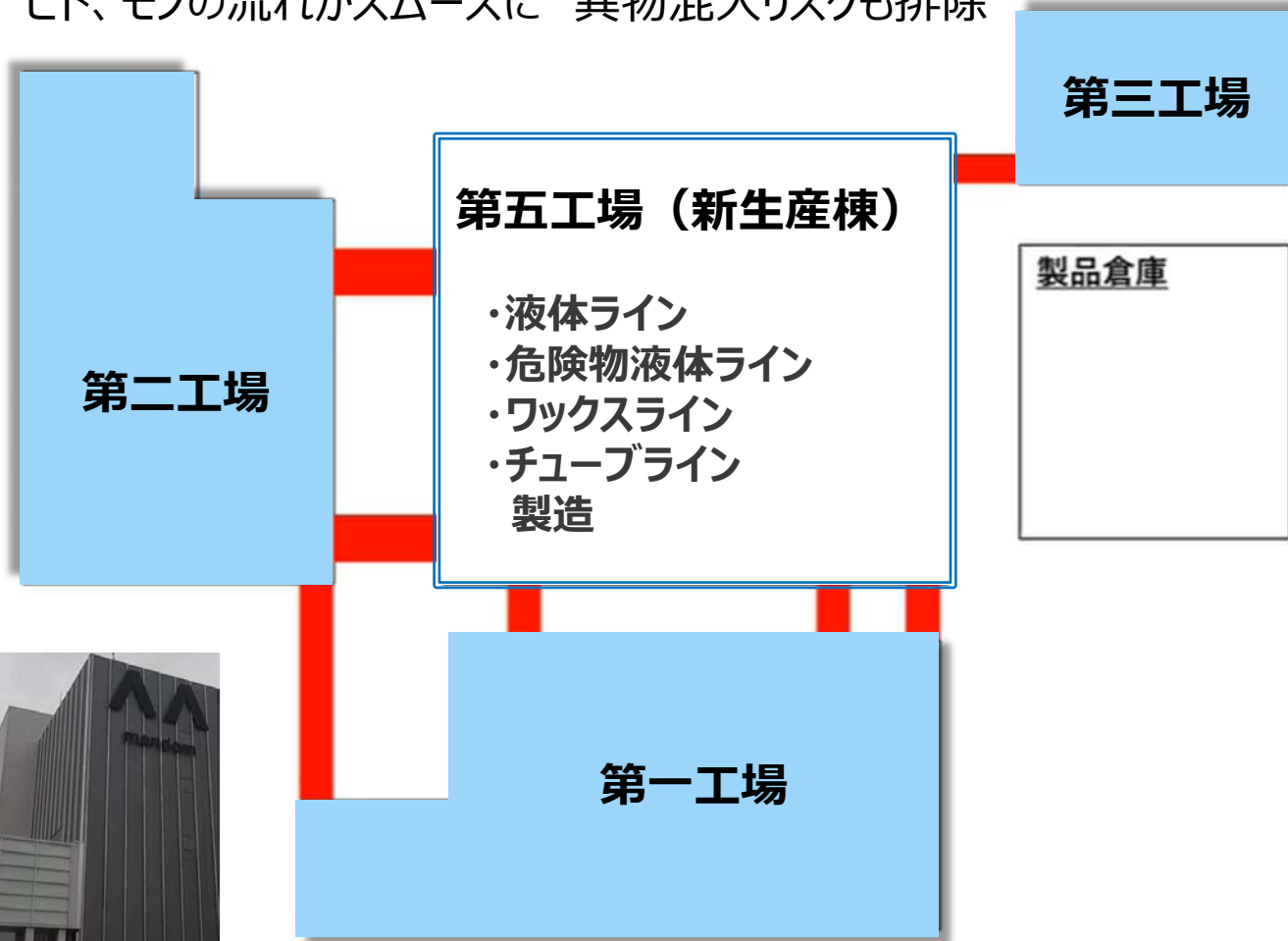


エントランス外観

2. 事業トピックス <福崎工場増強>

新生産棟を中心に既存棟を全て通路で連結し、効率的な構造に

ヒト、モノの流れがスムーズに 異物混入リスクも排除



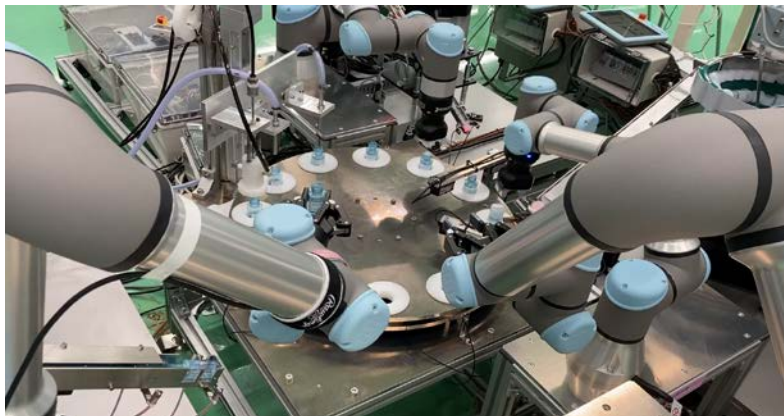
接続通路



2. 事業トピックス <福崎工場増強>

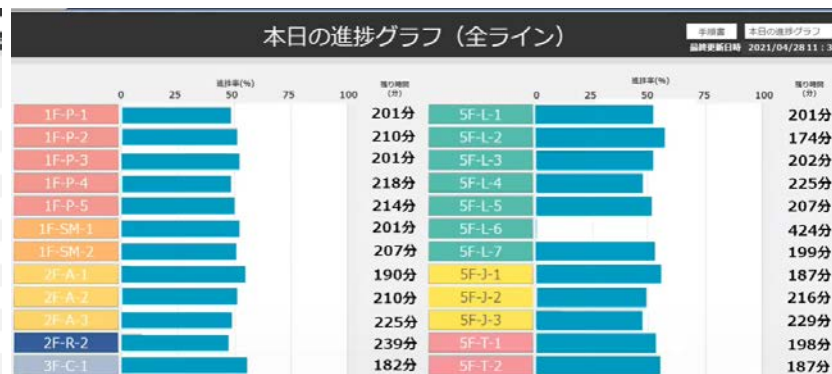
ロボット、IoT、AI導入により、効率化、省人化

多品種製品を少ロット、短期間、低コストで生産できる取組



生産状態を完全見える化

本日の進捗表 (全ライン)							
	計画数	実績数	進捗率		計画数	実績数	進捗率
1F-P-1	20,000	9,801	49%	5F-L-1	23,000	12,102	53%
1F-P-2	20,000	10,101	51%	5F-L-2	20,000	11,802	59%
1F-P-3	20,000	10,500	53%	5F-L-3	22,000	11,502	52%
1F-P-4	20,000	9,702	49%	5F-L-4	26,000	12,201	47%
1F-P-5	20,000	9,900	50%	5F-L-5	18,000	9,201	51%
1F-SM-1	8,000	4,200	53%	5F-L-6	4,000	0	0%
1F-SM-2	8,000	4,101	51%	5F-L-7	10,000	5,301	53%
2F-A-1	40,000	22,101	55%	5F-J-1	20,000	11,202	56%
2F-A-2	36,000	18,201	51%	5F-J-2	20,000	9,801	49%
2F-A-3	21,000	15,000	47%	5F-J-3	20,000	9,201	46%
2F-R-2	16,000	7,000	44%	5F-T-1	36,000	19,200	53%
3F-C-1	14,000	8,000	57%	5F-T-2	36,000	20,100	56%



2. 事業トピックス <gatsby THE DESIGNER発売>



いまのヤング男性のなりたい自分を実現「gatsby THE DESIGNER」



2. 事業トピックス <gatsby THE DESIGNER発売>

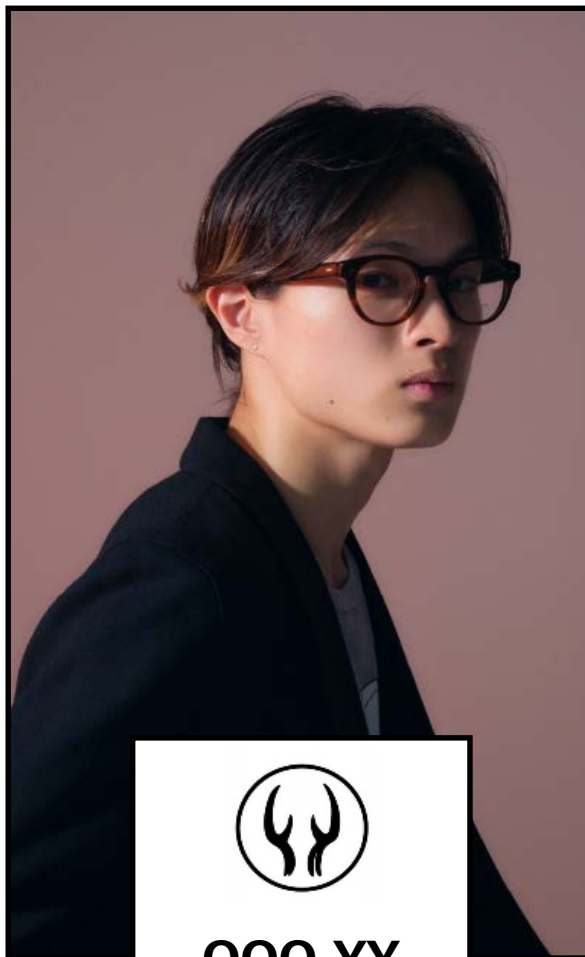


ターゲット生活者に大きな影響力を持つスタイリストと共同開発

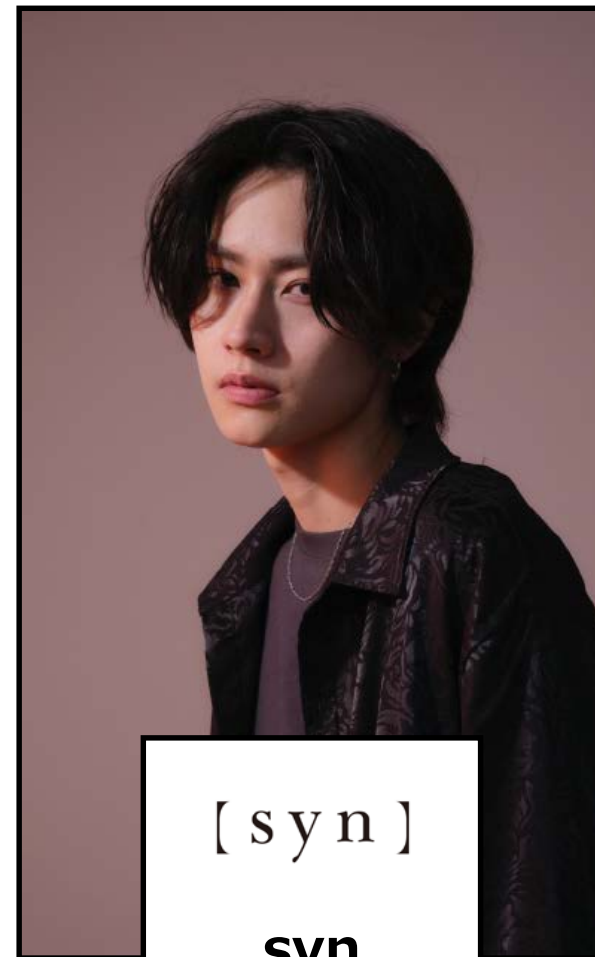



NAVY

NAVY
宇野文彦氏



OOO YY
Ryutarou氏



[syn]

syn
齋藤正太氏

単品ではなく、トータルで魅せる「雰囲気」「世界観」

メイクアップ (色・陰影・コントラスト)



スタイリング (髪型、全体シルエット、質感、輪郭比)



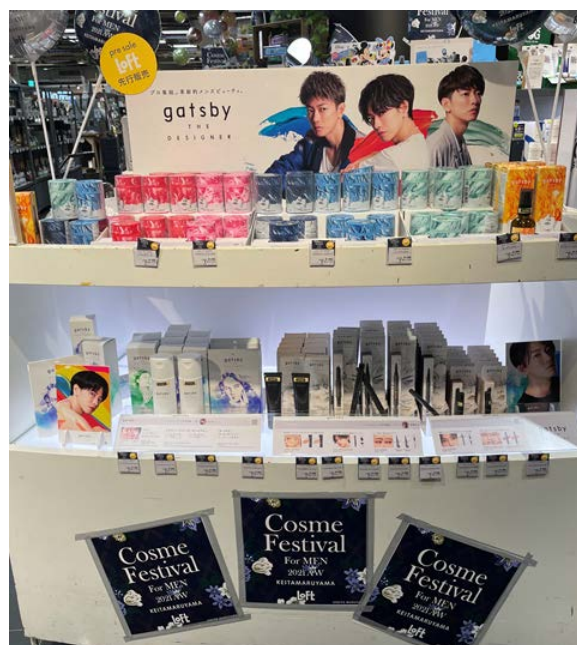
スキンケア (明度・透明感)



既存「GATSBY」とは異なる、チャネル展開にチャレンジ

10月8日（金）より、全国の生活雑貨店ロフトとロフトネットストア及び自社ECにて販売スタート

店頭展開例



- ・速報では、「ハードワックス」、「エクストリームクレイ」、「ジェルグリース」のスタイリングアイテムが特に好調。
- ・メイクアップは想定を上回る動向。

3. 2022年3月期 通期業績予想

3. 2022年3月期 通期業績予想

1)2022年3月期 通期連結業績予想

(単位：百万円)

	上期実績			下期見通				通期	
	実績	計画	乖離額	見通	前期実績 ^{*1}	増減額 ^{*2}	前期比	計画	対前期実績
売上高	29,311	29,500	▲188	32,688	28,484	4,203	114.8%	62,000	103.3%
営業利益	-646	▲1,600	953	646	▲1,684	2,331	—	0	—
経常利益	-358	▲1,250	891	658	▲1,479	2,138	—	300	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	326	▲450	776	523	▲1,276	1,799	—	850	98.8%

*1 下期見通しは通期計画から上半期実績を除いた数値

*2 前期実績は収益認識に関する会計基準で換算した数値をもとに算出

3. 2022年3月期 通期業績予想

1)2022年3月期 通期の連結業績予想は変更なし

- ・日本は3Q以降挽回、インドネシア、東南アジア各国は4Qより回復

【下期見通し与件】

■ 売上高

- +) ・国内外におけるワクチン接種率上昇に伴う社会活動の回復
- +) ・国内外における緊急対応の追加プロモーション企画実施
- +) ・日本における来春夏新製品導入強化

■ 営業利益

- +) ・日本における原価率低減対策継続
- +) ・日本における生産数量増加に伴う生産効率の改善
- +) ・インドネシアにおける生産数量増加に伴う生産効率の改善
- +) ・国内外でのA&P費の効率的な使用

- 【リスク】・国内外におけるCOVID-19感染再拡大の発生

2022年3月期 第2四半期 決算説明会 参考資料

2021年4月1日~2021年9月30日

目次

1. 2022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
- ◆ 参考資料

1. 2022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				
	2021/3期	2022/3期	増減額	同期比	前期レート 換算比
売上高*	31,519	29,311	▲ 2,208	93.0%	92.1%
営業利益	890	-646	▲ 1,537	—	—
経常利益	1,205	-358	▲ 1,564	—	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,136	326	▲ 1,810	15.3%	—

EPS	47.62円	7.28円
-----	--------	-------

2. 連結売上高

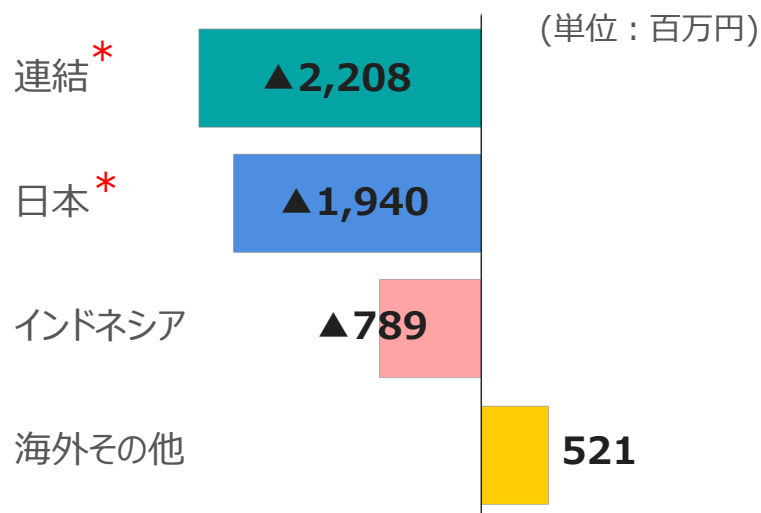


2-1.所在地別売上高

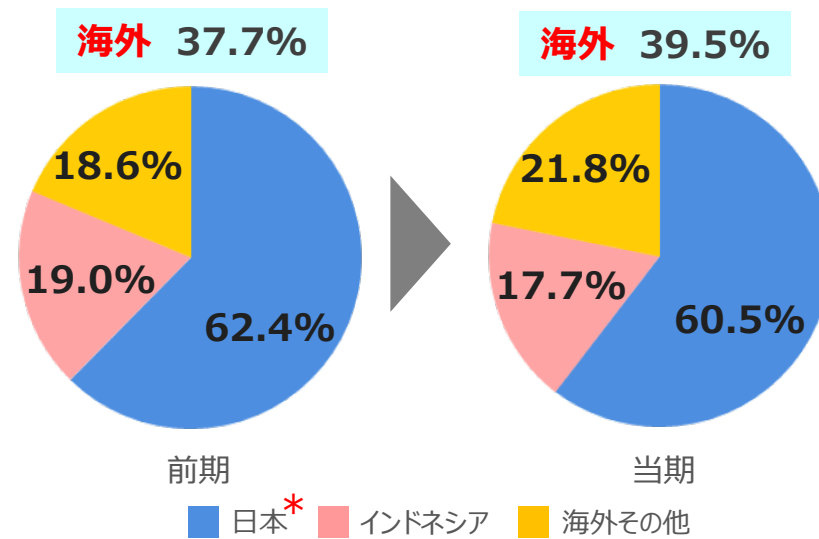
(単位：百万円)

	第 2 四 半 期			
	2021/3期	2022/3期	増減額	同期比
売上高*	31,519	29,311	▲ 2,208	93.0%
日本*	19,662	17,722	▲ 1,940	90.1%
インドネシア	5,975	5,186	▲ 789	86.8%
海外その他	5,881	6,403	521	108.9%

2-2.所在地別売上高 同期増減額内訳



2-3.所在地別売上高 同期構成比推移



2. 連結売上高



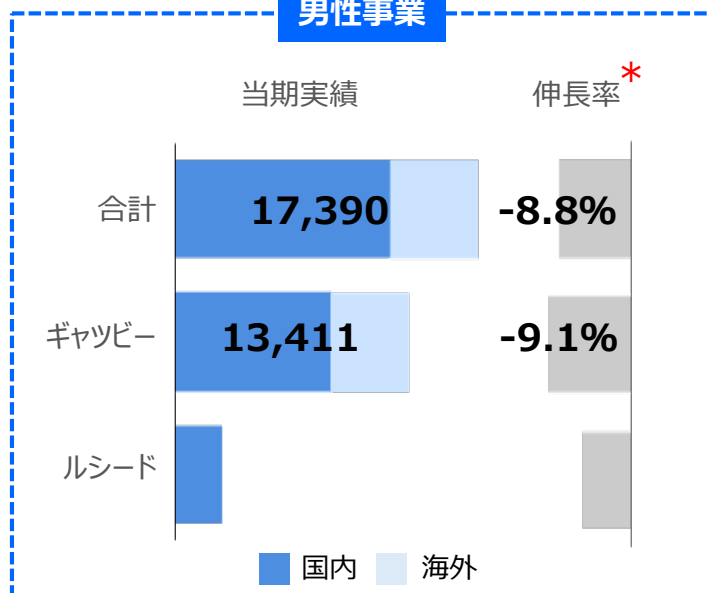
2-4.事業別売上高

(単位：百万円)

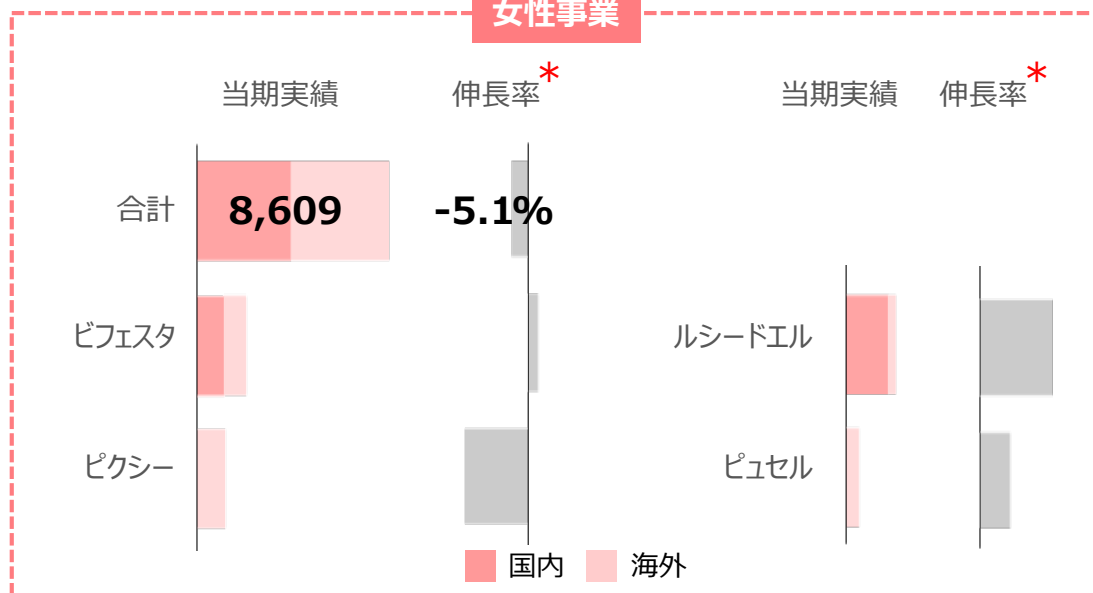
	第 2 四 半 期			
	2021/3期	2022/3期	増減額	同期比
売上高 *	31,519	29,311	▲ 2,208	93.0%
男性事業 *	19,060	17,390	▲ 1,669	91.2%
ギャツビー *	14,747	13,411	▲ 1,335	90.9%
女性事業 *	9,070	8,609	▲ 460	94.9%
その他事業 *	3,389	3,311	▲ 77	97.7%

※女性事業内訳：女性コスメティクス 4,440百万円（同期比 94.3%）/女性コスメタリー 4,168百万円（同期比 95.6%）

男性事業



女性事業



3. 連結段階利益



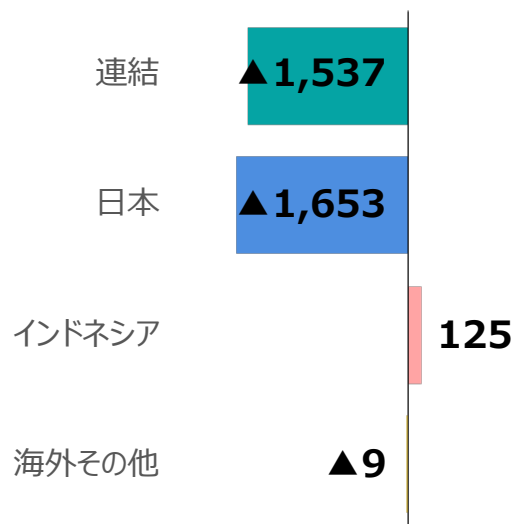
3-1.所在地別営業利益

(単位：百万円)

	第 2 四 半 期					
	2021/3期		2022/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業利益	890	2.8%	-646	▲2.2%	▲ 1,537	-
日本	1,474	7.5%	-178	▲1.0%	▲ 1,653	-
インドネシア	-719	▲12.0%	-593	▲11.4%	125	-
海外その他	135	2.3%	125	2.0%	▲ 9	92.7%

3-2.所在地別営業利益 同期増減額内訳

(単位：百万円)



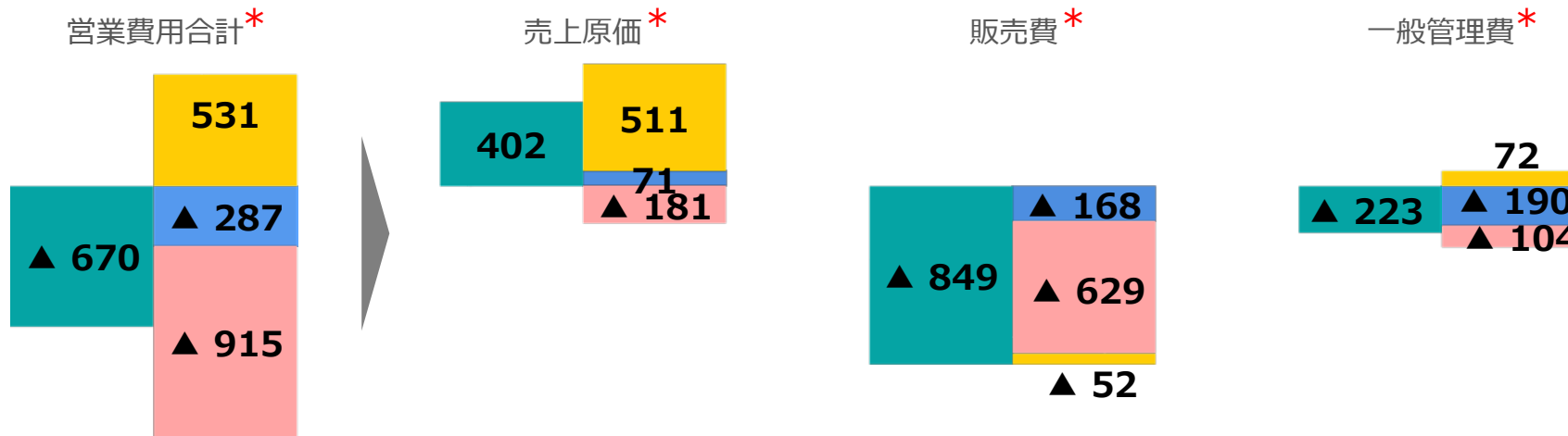
3-3.所在地別営業利益 同期構成比推移

営業損失のため、未記載

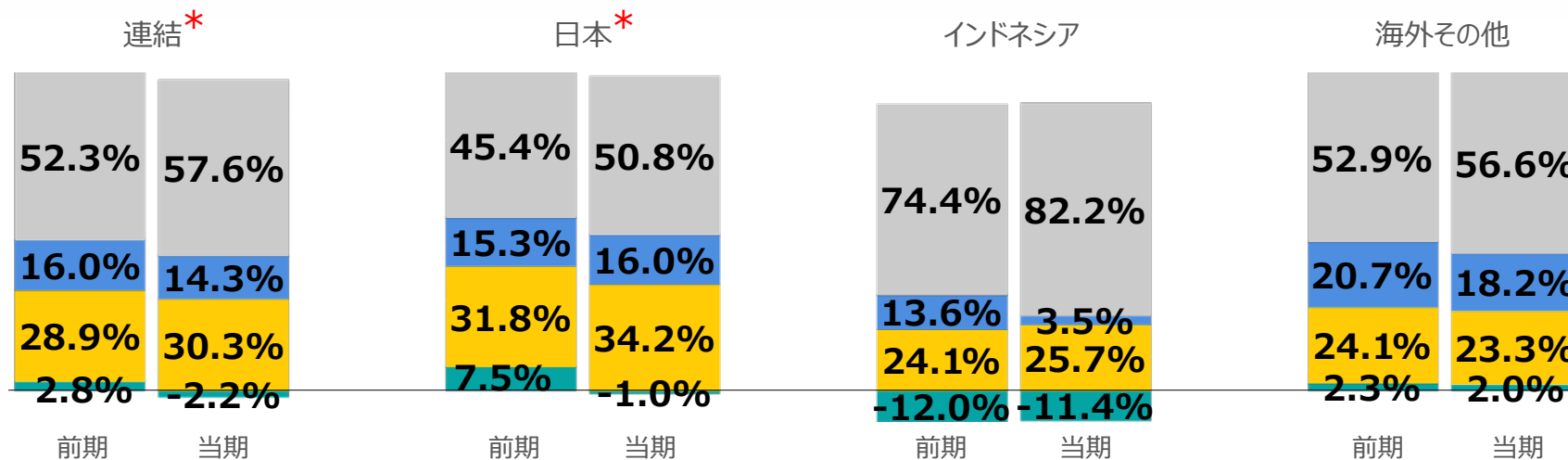
3. 連結段階利益



3-4. 営業費用実績 同期増減額内訳



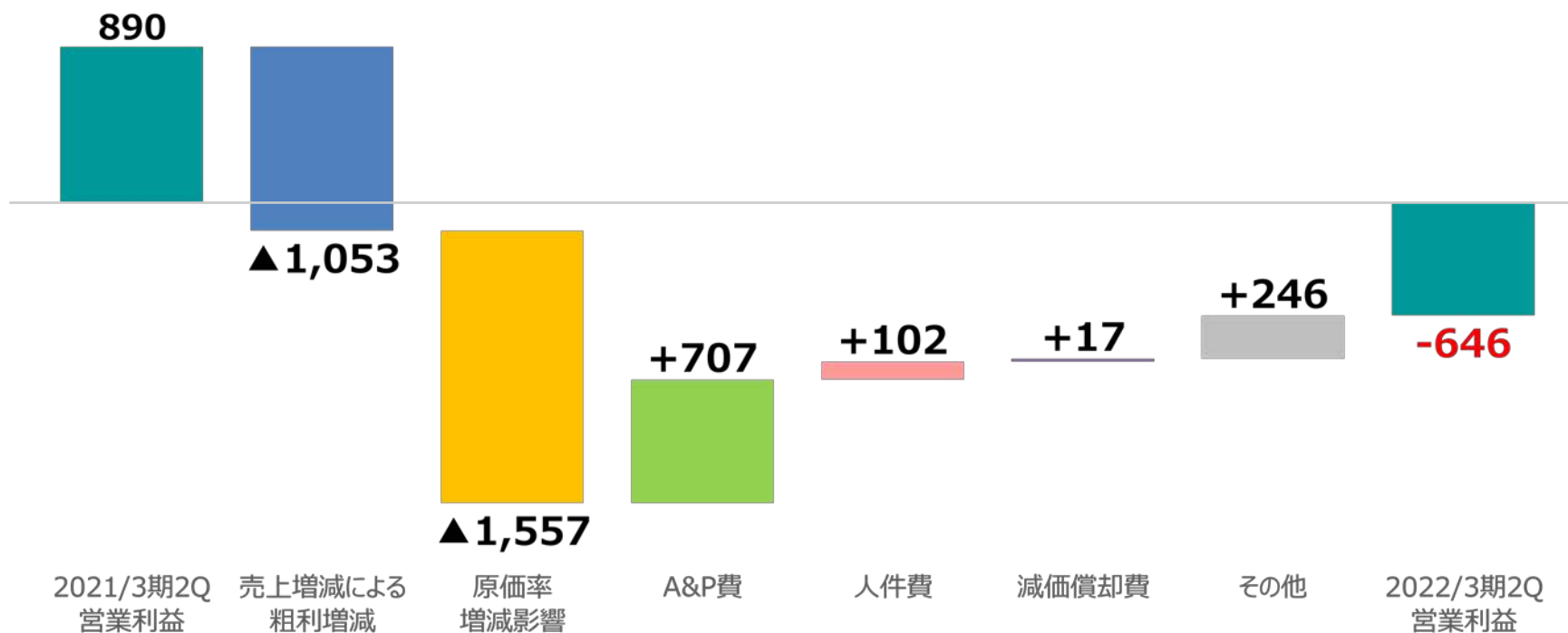
3-5. 営業費用・営業利益 対売上高比率内訳



3. 連結段階利益



3-6. 営業利益増減分析



3. 連結段階利益



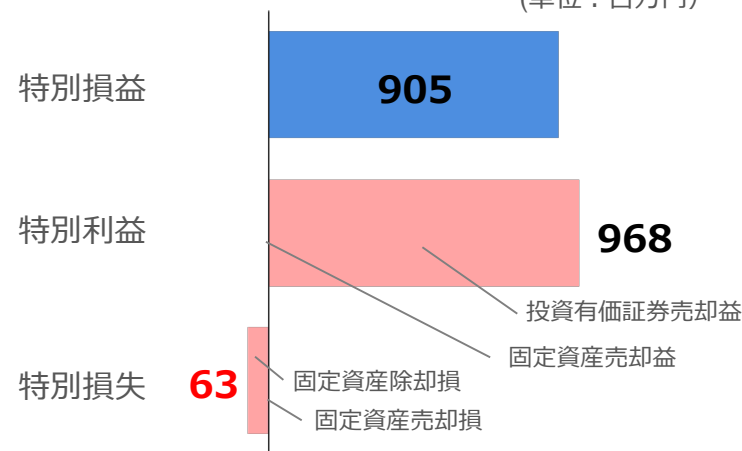
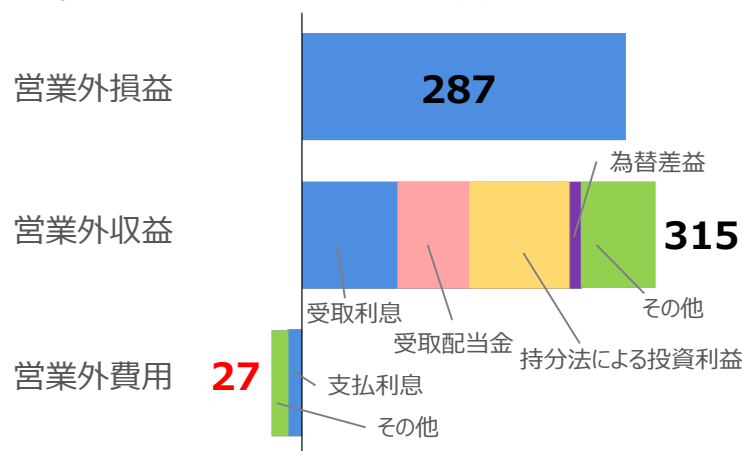
3-7. 経常利益・親会社株主に帰属する四半期純利益

(単位：百万円)

	第 2 四 半 期					
	2021/3期		2022/3期		増減額	同期比
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	310	1.0%	287	1.0%	▲ 22	92.9%
経常利益	1,205	3.8%	-358	—	▲ 1,564	—
特別損益	1,726	5.5%	905	3.1%	▲ 821	52.4%
税引前純利益	2,932	9.3%	546	1.9%	▲ 2,386	18.6%
法人税等	950	3.0%	316	1.1%	▲ 634	33.3%
四半期純利益	1,981	6.3%	229	0.8%	▲ 1,752	11.6%
非支配株主に帰属する四半期純利益	-155	▲0.5%	-97	—	58	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,136	6.8%	326	1.1%	▲ 1,810	15.3%

3-8. 営業外損益・特別損益内訳

(単位：百万円)



2022/3月期第2四半期 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)

	2021/3期	2022/3期	増減額	同期比	2022/3期 業績予想
売上高 *	21,090	19,548	▲ 1,541	92.7%	40,000
売上原価	10,302	10,965	663	106.4%	—
(原価率)	48.8%	56.1%	+7.2P	—	—
販売費及び一般管理費	9,091	8,701	▲ 389	95.7%	—
営業利益	1,697	-117	▲ 1,814	—	—
営業外損益	538	1,383	844	256.7%	—
経常利益	2,236	1,266	▲ 970	56.6%	1,600
特別損益	1,727	904	▲ 823	52.3%	—
四半期純利益	3,041	1,818	▲ 1,223	59.8%	2,200

減価償却実施額・設備投資額

連結

(単位：百万円)

	2021/3期	2022/3期	増減額	2022/3期 予想
減価償却実施額	2,093	2,642	548	5,220
設備投資額	6,231	1,251	▲ 4,980	3,450

株式会社マダム(単体)

(単位：百万円)

	2021/3期	2022/3期	増減額
減価償却実施額	1,132	1,761	628
設備投資額	5,809	1,046	▲ 4,763

※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.)

	2021/3期	2022/3期	増減額	同期比
売上高	996,776	846,058	▲ 150,718	84.9%
売上原価	753,077	703,445	▲ 49,631	93.4%
(原価率)	75.6%	83.1%	+7.6P	—
営業利益	-56,663	-56,550	112	—
四半期純利益	-52,904	-35,179	17,724	—

円換算

(単位：百万円)

	2021/3期	2022/3期	増減額	同期比
売上高	7,475	6,345	▲ 1,130	84.9%
売上原価	5,648	5,275	▲ 372	93.4%
原価率	75.6%	83.1%	+7.6P	—
営業利益	-424	-424	0	—
四半期純利益	-396	-263	132	—

Rp.1 = ¥ 0.0075 Rp.1 = ¥ 0.0075

この資料に記載されている株式会社マンダム(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。

**BE ANYTHING,
BE EVERYTHING.**



mandom