

# 2023年3月期 決算説明会資料

2022年4月1日～2023年3月31日



株式会社マンドム  
(証券コード 4917)



## 目次

1. 2023年3月期 決算概要
  2. 2023年3月期 事業概況
  3. 2024年3月期の位置づけと重点テーマ
  4. 第13次中期経営計画（MP-13）進捗
  5. 2024年3月期 業績予想
- ◆ 参考資料

## 2023年3月期 決算サマリー

### ・売上高 67,047百万円

連結では16.9%の増収 日本は9.7%の増収

社会経済活動は回復基調で、海外は20%以上の伸長で21年3月期を上回る。日本では夏シーズン品の売上増加と、秋と春の新製品が貢献し、前期は上回ったものの、21年3月期レベルには届いていない。

### ・利益

営業利益以下、全て黒字転換

増収効果で売上総利益が拡大。販売費も管理費も対売上比率減少し、**1,409百万円の営業利益**。経常利益は**2,207百万円**。事業構造改善費用651百万円計上により、**親会社株主に帰属する当期純利益は958百万円**。

# 2023年3月期 見通しとの差異について

## ・売上高

連結において、想定より+20億円で着地

日本で春夏新製品の店頭導入と、夏シーズン品の早期プロモーション展開が想定を上回った

## ・利益

連結営業利益において、想定より+ 6 億円で着地

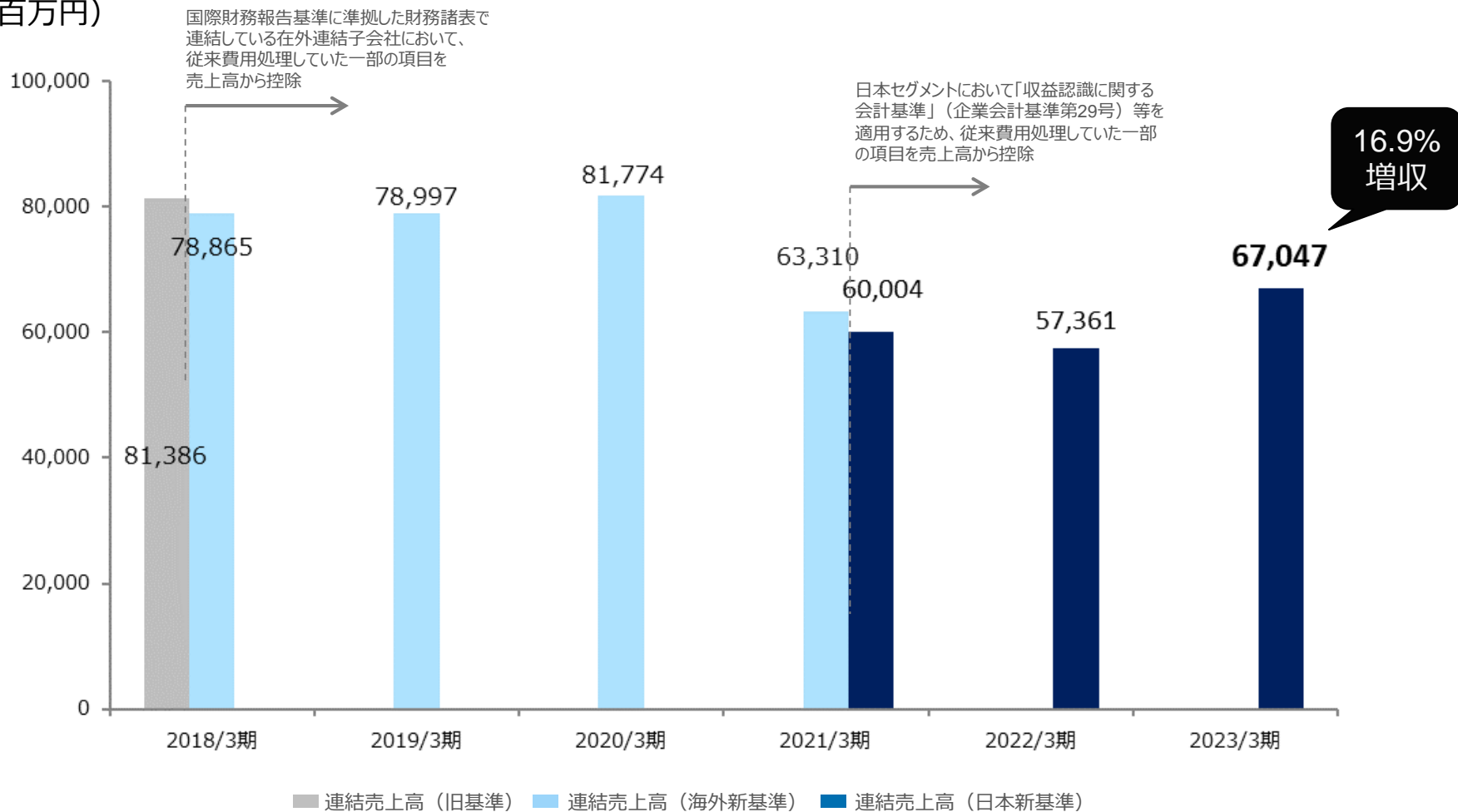
日本における売上高が想定を上回った影響で、売上総利益が拡大した  
その結果、連結営業利益においても想定を上回った  
これにより、経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益も想定を上回った

# 1. 2023年3月期 決算

# 1. 2023年3月期 決算 <連結売上高6年推移>

## 1) 連結売上高は16.9%の増収 コロナ禍に突入した21/3期は上回る

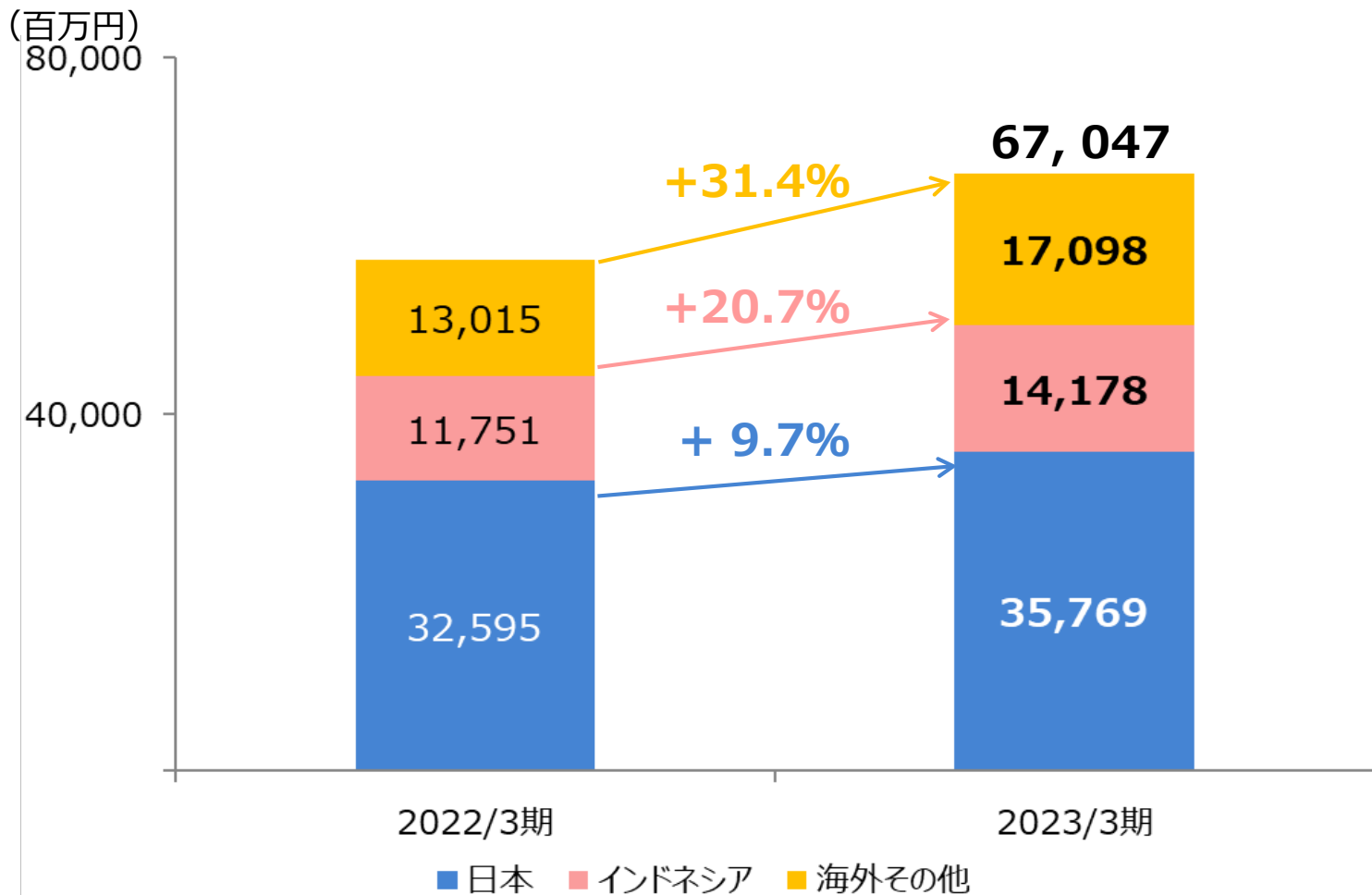
(百万円)



# 1. 2023年3月期 決算 <売上高 所在地別>

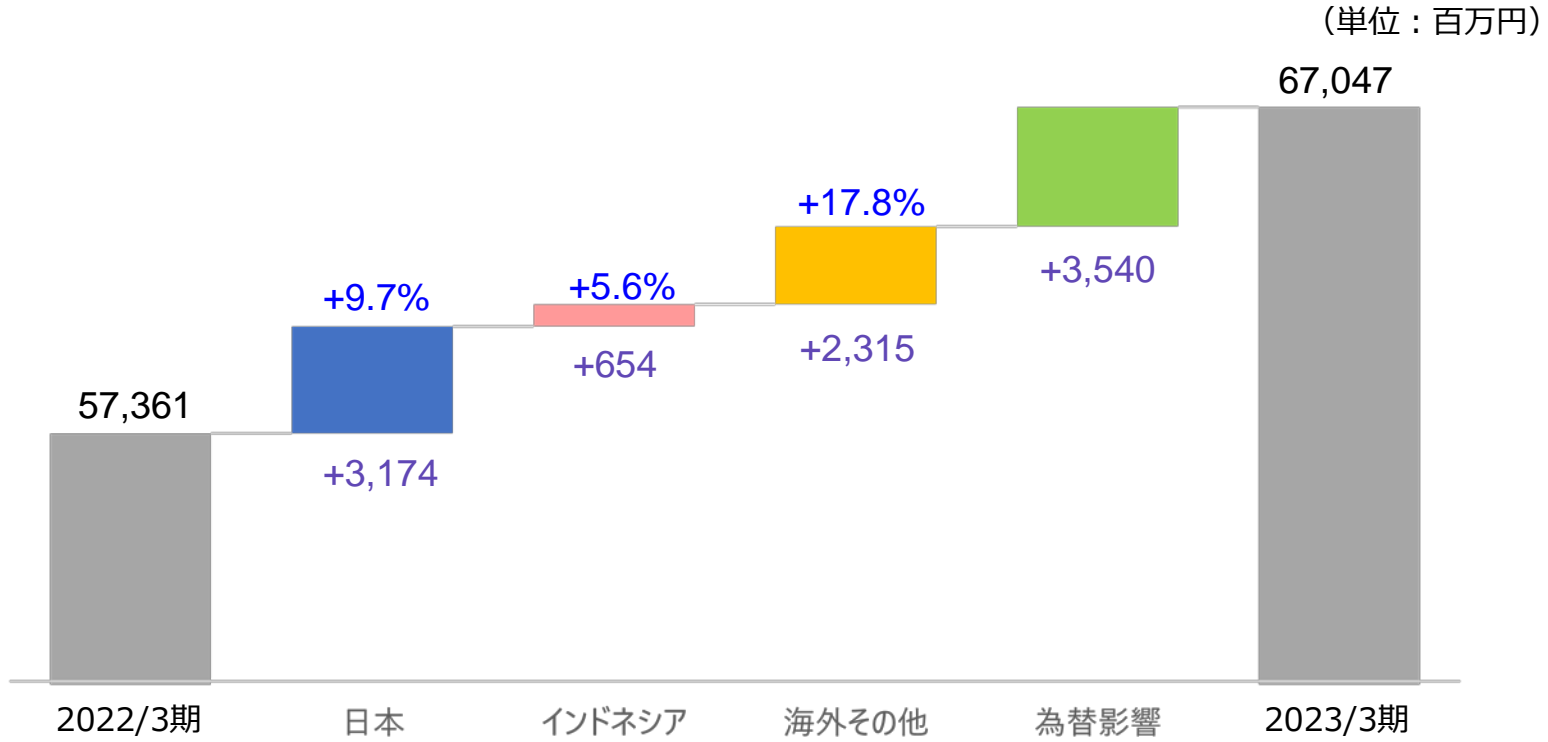
## 2)各所在地とも増収 特に海外は力強い回復基調

・日本は夏シーズン品が売上伸長 加えて秋冬・春夏の新製品とも好評





## 3)日本及び海外その他の好調な回復に加え、為替によるプラス影響が大きい



\* インドネシア及び海外その他セグメントは前期レート換算値





## 4)各所在地とも増収 海外は着実な回復基調

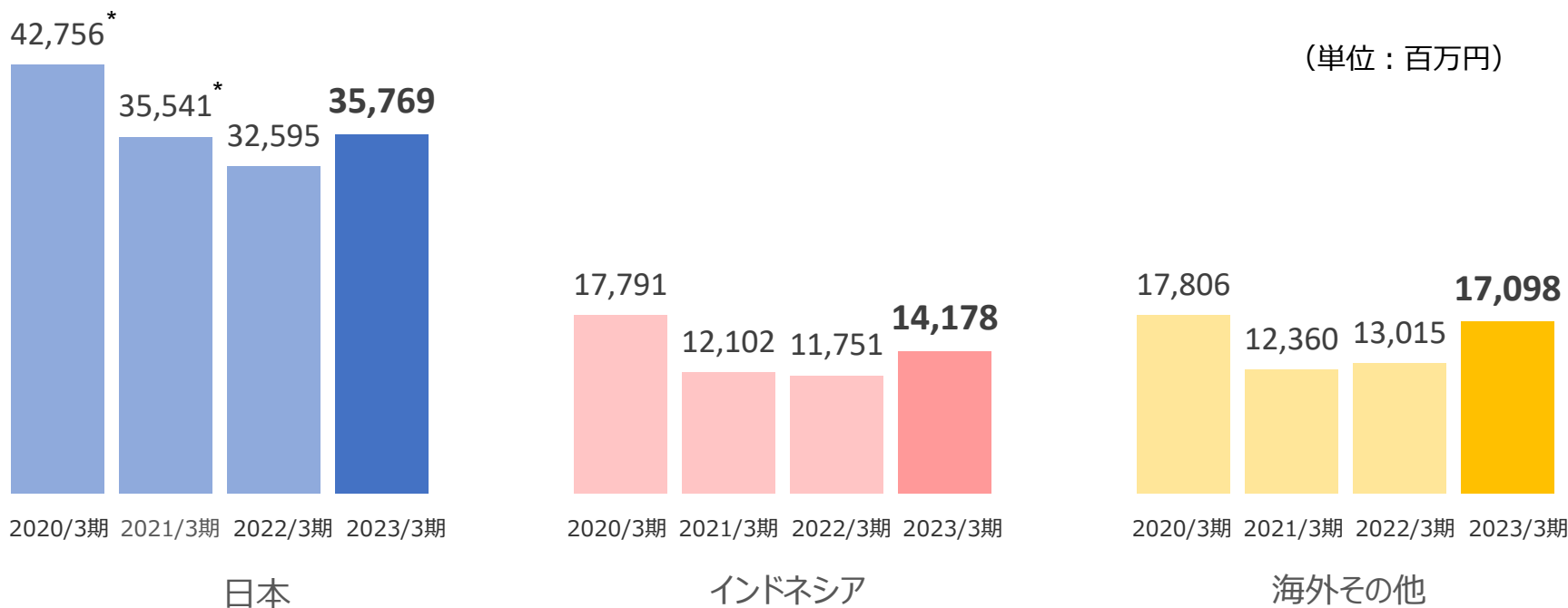
直前四半期の前年同期比より、5%を越える変動があった場合は上下矢印（5%未満は横向き）

所在地	第1四半期		第2四半期		第3四半期		第4四半期	
連結	+11.6%	↗	+11.2%	→	+28.8%	↗	+17.0%	↘
日本	+8.4%	↗	+3.8%	→	+8.7%	→	+19.5%	↗
インドネシア	+18.1%	↗	+16.7%	→	+54.7%	↗	▲1.5%	↘
海外その他	+15.3%	→	+27.3%	↗	+53.6%	↗	+30.7%	↘

# 1. 2023年3月期 決算 <売上高 所在地別4年推移>

## 5)すべての所在地において、2021年3月期実績を上回る水準まで回復

・東南アジア各国が力強く回復した海外その他が特に好調



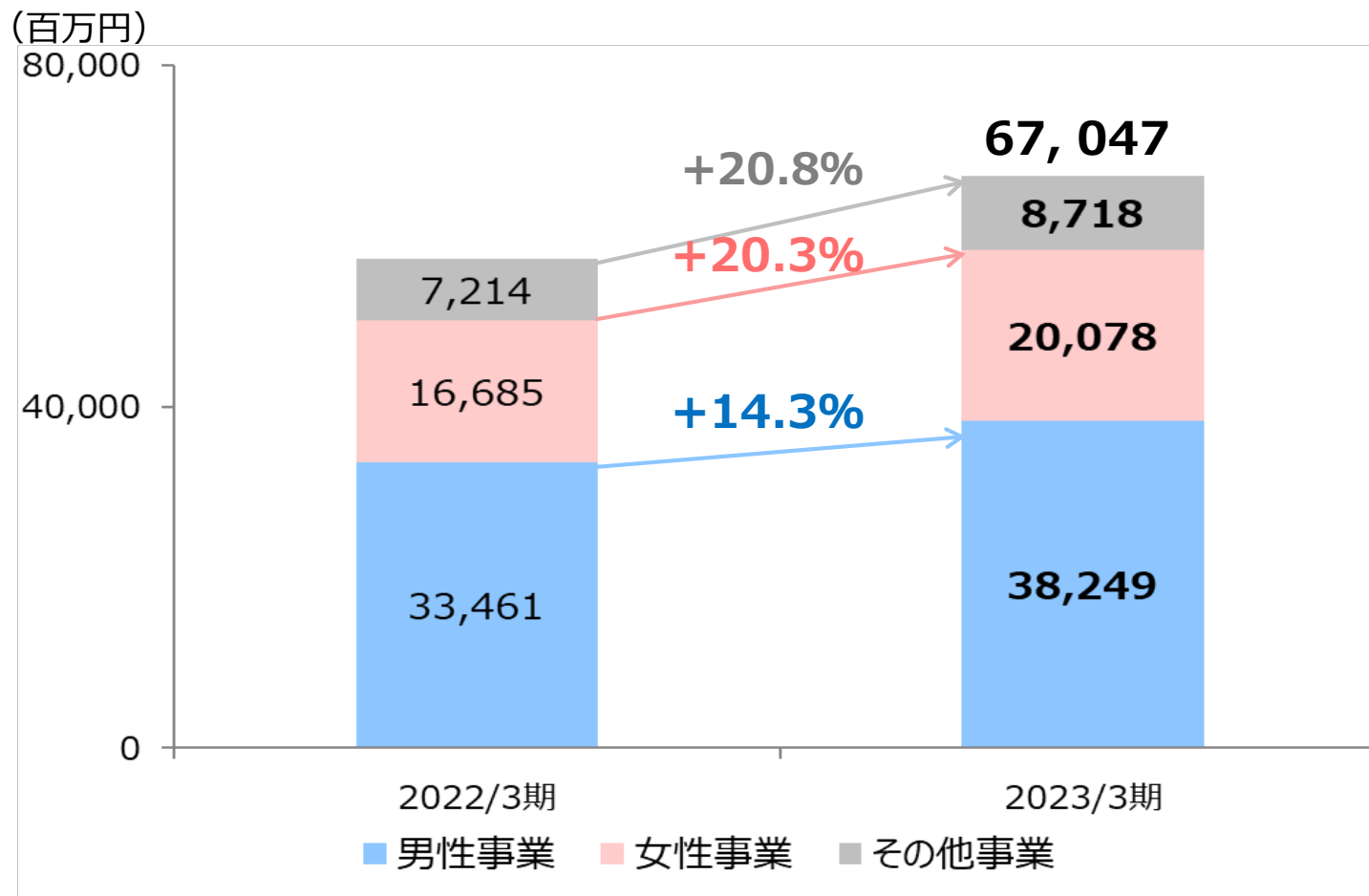
\* 日本セグメントの2020/3期および2021/3期は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)換算値

# 1. 2023年3月期 決算 <売上高 事業別>

## 6) 男性、女性とも2ケタ以上の伸長 海外のメイクアップが特に好調

・男性の「ギャツビー」は国内、海外とも2ケタ以上の伸長

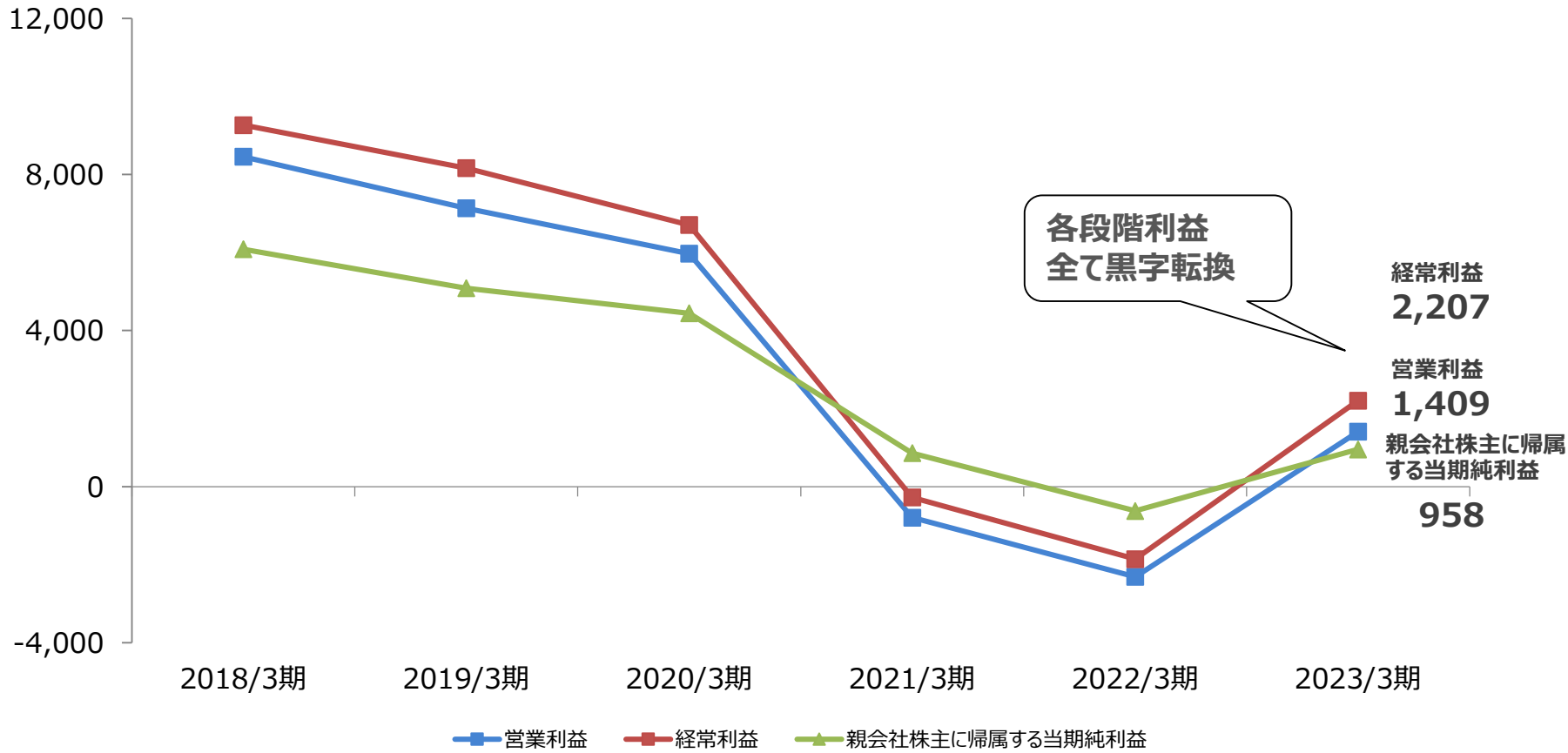
女性では、外出拡大の影響で海外のメイクアップ「PIXY」「SILKYGIRL」が特に好調





## 7) 営業利益も黒字化

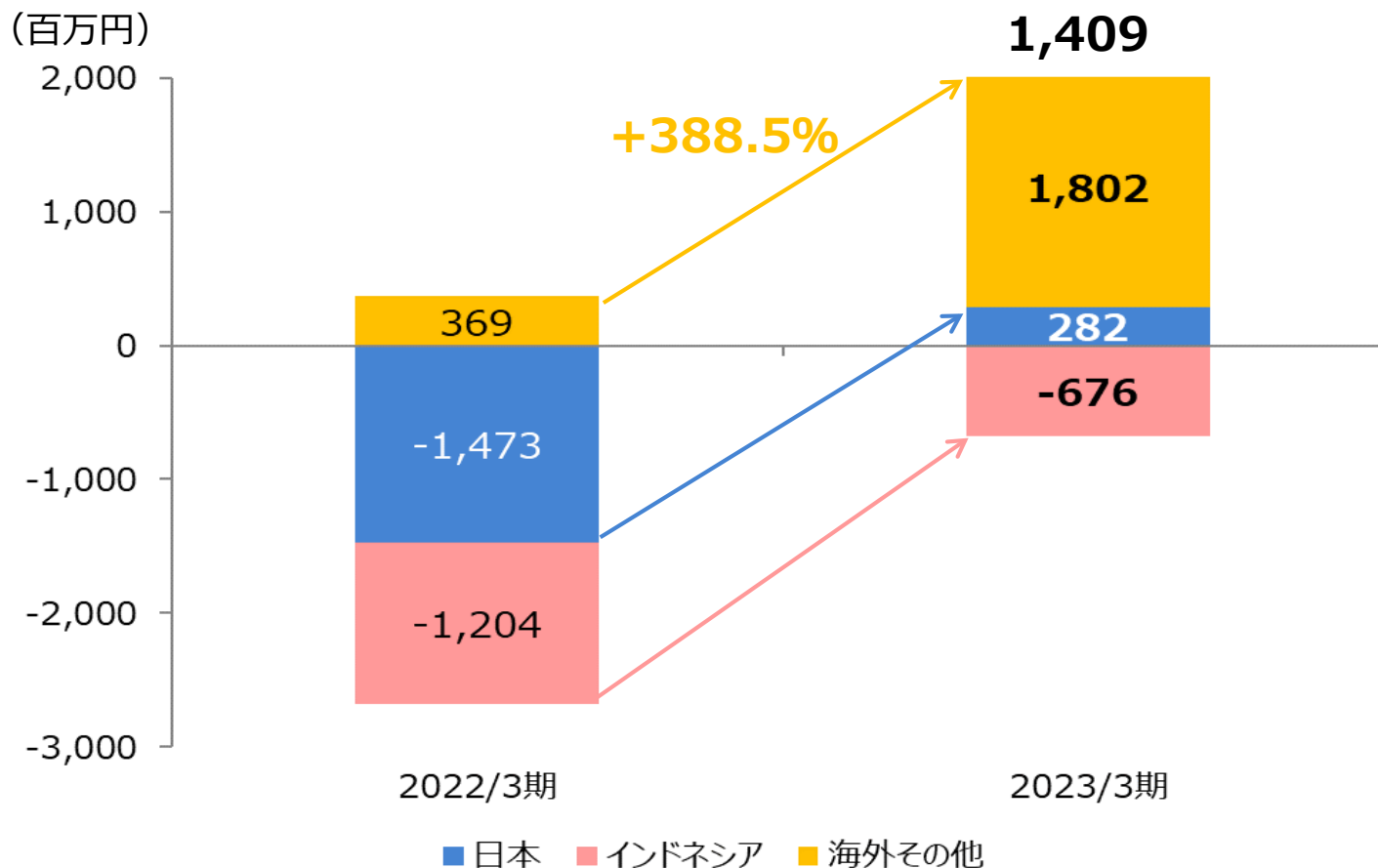
(百万円)



# 1. 2023年3月期 決算 <営業利益 所在地別>

## 8) 増収により日本が黒字転換 海外その他は大幅増益

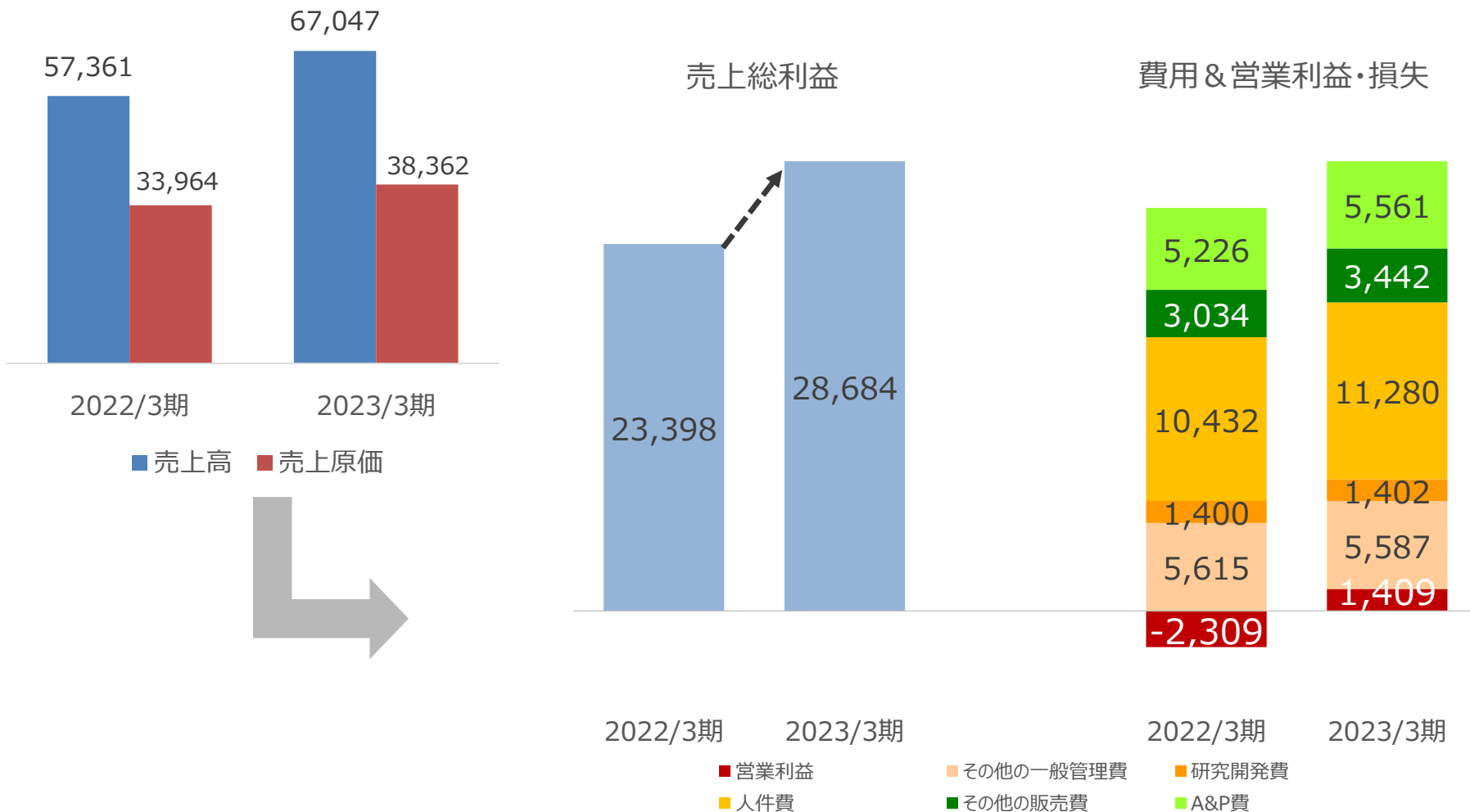
・インドネシアも増収により2億円挽回したものの、連結上は6億7千万円の営業損失



# 1. 2023年3月期 決算 <連結PL簡易解説>

## 9) 増収によって原材料高騰も吸収、売上総利益が52億円拡大

・A&P費用は3億円増加したが、14億円の営業利益に



## 2. 2023年3月期 事業概況

# 2023年3月期 の最重要課題



商品を通じた生活者へのお役立ちの再徹底



原価率の低減



営業利益 黒字化



### 2023年3月期 の最重要課題

## 商品を通じた生活者へのお役立ちの再徹底

### 成果

新価値提案による新製品発売

- ・ギャツビー 「メタラバー」
- ・ルシードエル 「質感再整トリートメント」



市場のリオープニングに合わせた新製品の積極投入

- ・ACGI (マレーシア) 「SILKYGIRL」の環境変化を先読みした新製品提案

### 課題

オープンイノベーションを活用した新たなビジネス提案



もらう側もHAPPY  
あげる側もHAPPY

想いと喜びがまつたちょっと特別なギフト  
EMOTIONS by mandom

- ・オリジナルギフトサービス「EMOTIONS by mandom」は開始

### 2023年3月期 の最重要課題

## 原価率の低減

### 成果

コストダウンプロジェクトによる原価低減活動

- ・LCLヘアオイルシリーズにおいては、5千万円規模のコストダウンを実現



単価水準を引き上げた新製品投入による粗利改善

インドネシアにおける低原価製品の重点拡売

### 課題

想定を超えた原材料価格の高騰影響の継続

# 2023年3月期 の最重要課題



商品を通じた生活者へのお役立ちの再徹底



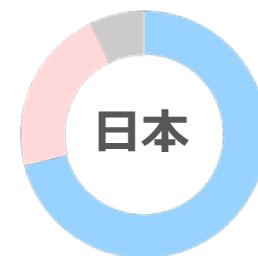
原価率の低減



営業利益 黒字化

### ブランド別事業推進状況

売上高事業別構成比



- ・外出機会の増加に加え、新製品の搬入および夏シーズン品の早期展開が順調に進み、各ブランドで増収
- ・一方、市場は生活防衛意識の高まりにより軟調

#### 主要ブランドの状況

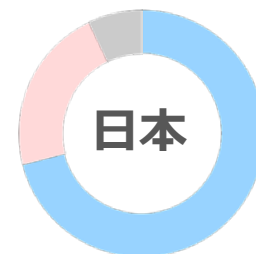
男性事業	女性事業
<p><b>GATSBY</b> </p>	<p><b>Bifesta</b> ピフェスタ </p>
<p><b>LÚCIDO</b> </p>	<p><b>LÚCIDO-L</b> </p>

## 2. 2023年3月期 事業概況 <日本>

# GATSBY

- ・8月発売の新製品のスキンケアシリーズが好調に推移。
- ・夏シーズン品の早期店頭展開を強化し、順調に展開を拡大。
- ・Z世代向け新スタイリングシリーズとして「メタラバー」を2月に発売。SNSを中心に話題化を図り、4月には追加施策としてCMを投下。

売上高事業別構成比



■ ギャツビー メタラバーシリーズ



# LÚCIDO-L

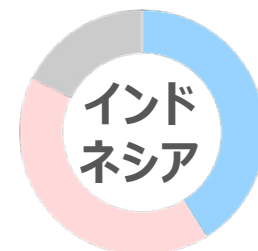
- ・サロン発トレンドの「酸熱トリートメント」をマス市場にて新提案し、ヘアケアカテゴリーにおいて新市場を開拓。
- ・小売りからの評価も高く、計画を上回る導入状況となり、口コミサイト等での生活者評価も高く、好調に推移。
- ・台湾での展開を開始し、好調に推移。その他エリアにおいても展開開始予定。

■ ルシードエル 質感再整シリーズ






### ブランド別事業推進状況

売上高事業別構成比



- ・ギャツビーは主力のスタイリング剤が回復し、新製品効果もあり伸長。
- ・ピクシーも人流回復とプロモーション効果により伸長

主要ブランドの状況 (連結ベース)

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

## 2. 2023年3月期 事業概況 <インドネシア>

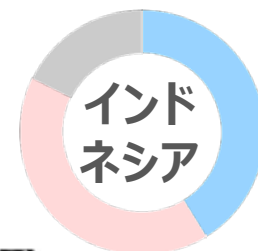
# GATSBY

- ・コロナ影響からの生活者の購買意欲の回復に対し、積極的な新製品の投下。
- ・主力カテゴリーのヘアスタイリングにおいて、トレンドに合わせた新シリーズを発売。
- ・新製品のフレグランスも好調に推移。
- ・今期も積極的に新製品を 론チ 予定。



■ Gatsby The Naturel Styling Balm ■ Gatsby Eau de Blue EDP

売上高事業別構成比



# PIXY

My Beauty, My Energy

- ・主力商品 “PIXY Perfect Fit TWO WAY CAKE” に対し、TV-CMをはじめとした積極的なプロモーションを実施。
- ・プレミアムライン “Make It Grow” クッションファンデーションのプロモーションを強化。

■ PIXY Perfect Fit TWO WAY CAKE TV-CM

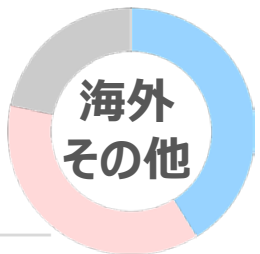


\*Perdagangan dan Riset PT. Mandom Indonesia berdasarkan data volume penjualan yang dilaporkan berdasarkan laporan triwulanan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) pada periode 1 Maret 2023 untuk pasar Indonesia Utama. Copyright © 2023, The Body Shop Company



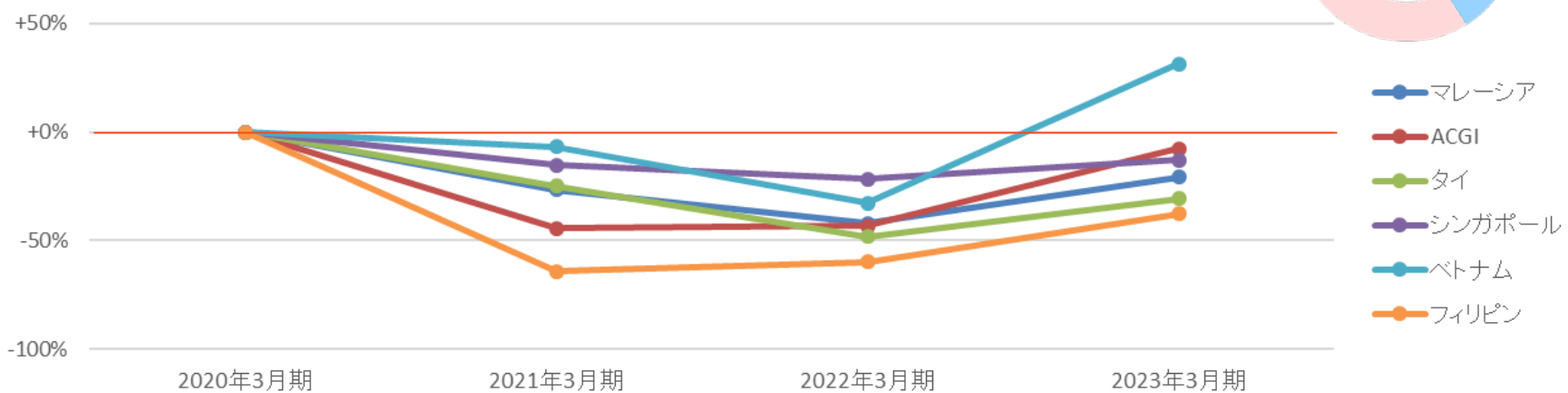
## 海外その他 国別 4カ年推移

売上高事業別構成比

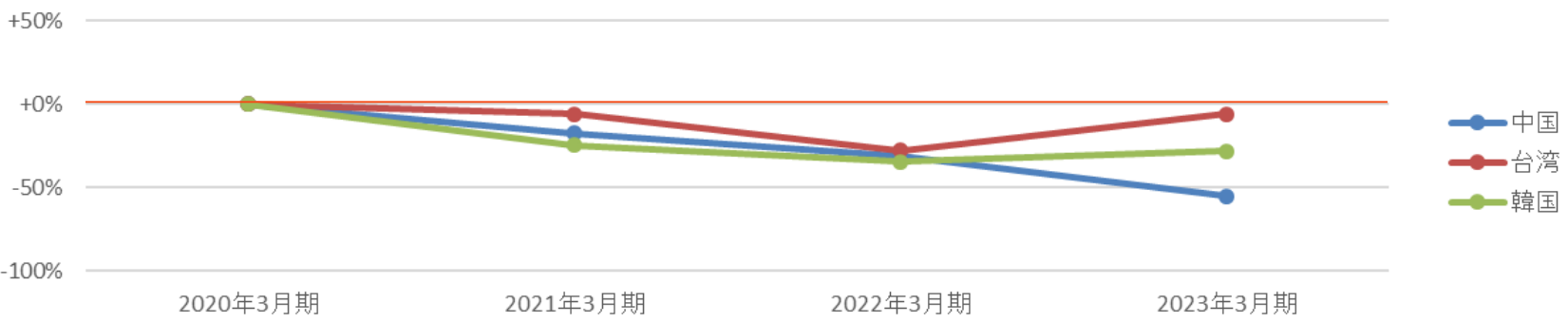


※2020年3月期(コロナ前)基準、現地通貨ベース

### ・東南アジア



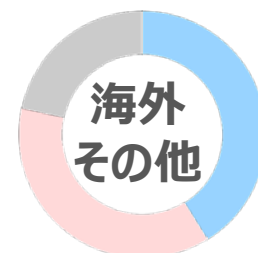
### ・東アジア





## 2. 2023年3月期 事業概況 <海外その他>

売上高事業別構成比



- 海外各国における流通費用の削減を推進し、収益性を大幅に改善。
- 直流通体制への移行を完了し、総代理店制から脱却。  
→ 今後海外出店加速する日系小売業との取組強化を目的とした基盤を整備。

- 好調な“SILKYGIRL”の海外展開を強化。



- ゼロコロナ政策の終了により、中国が回復に転じ、デジタルマーケティングの強化により、EC事業拡大への取組を加速。

# 3. 2024年3月期の位置付けと重点テーマ

### 3. 2024年3月期の位置づけと重点テーマ

#### 2024年3月期の位置づけ

しかし、  
MP-13中は

#### “変革・挑戦期”「MP-13」最終年度

- ・新型コロナウイルス感染拡大 による社会活動、経済活動の縮小
- ・冷夏・ゲリラ豪雨頻発 などの異常気象、気候変動
- ・エネルギー、食糧、原材料 の世界的高騰
- ・新興ブランドの台頭 による市場での競争激化

などの大きな外部環境変化により**当初計画とのギャップが発生**

第14次中期経営計画「MP-14」をあらためて精査、  
現状に合わせてブラッシュアップし、  
スムーズなスタート・ダッシュが切れるための準備、環境整備に注力

2027年のありたい姿「VISION2027」の実現

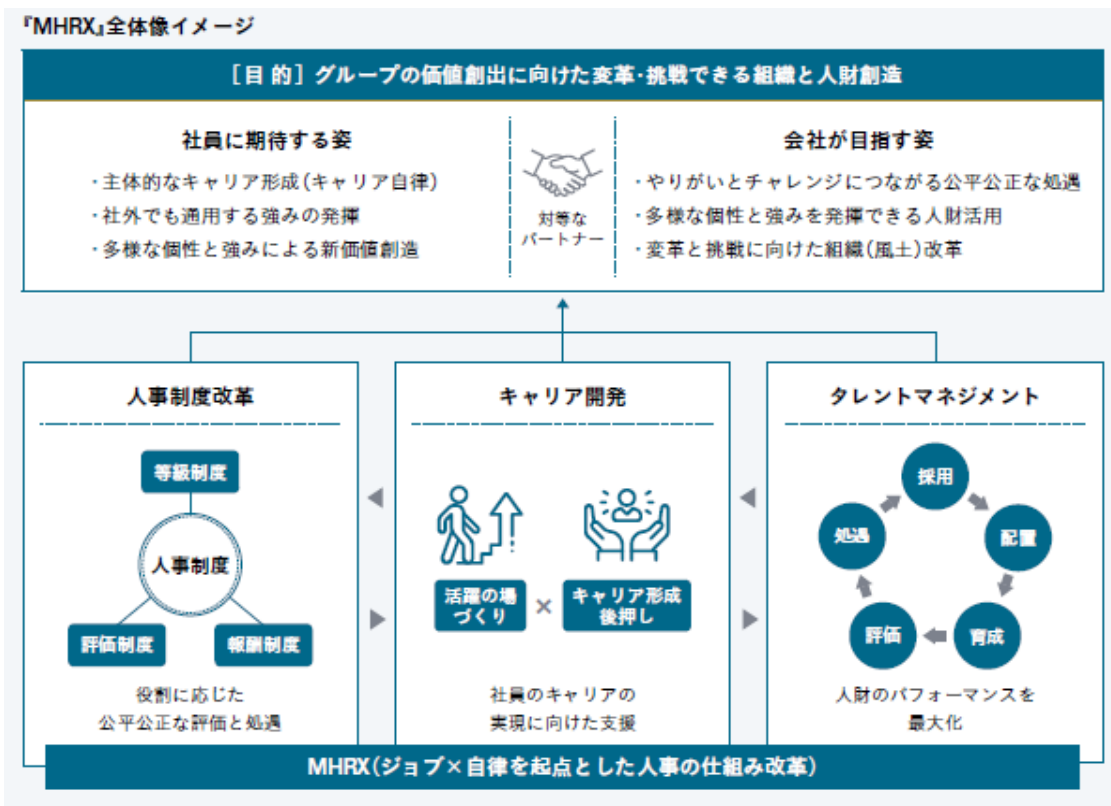
# 3. 2024年3月期の位置づけと重点テーマ



## 「人間系」企業実践に向けた社内環境整備

### 「MHRX (Mandom HR Transformation)」

の一環として、新人事制度の運用を開始





## 商品を通じた生活者へのお役立ちの再徹底

- 変化する生活者ウォンツへ対応するための  
製品ポートフォリオのシフトとお役立ち領域の拡大



- 新価値提案による新製品投入、新規カテゴリーへの挑戦
- 若手マーケター社員が活躍できる組織風土づくり

# 4. 第13次中期経営計画 (MP-13) 進捗

### MP-13 経営基本方針

1. ニューノーマルにおけるカテゴリー戦略の進化・挑戦と  
ブランド価値向上を徹底できる全社マーケティング革新
2. インドネシア事業再生のスピーディな完遂と  
海外事業のビジネスモデル革新
3. デジタイゼーションとオープンイノベーションによる  
新価値創造企業への転換
4. サステナブル経営を中核とした企業価値向上と  
お役立ちの進化

# 4. 第13次中期経営計画（MP-13）進捗

## MP-13 経営基本方針 前期の主な取組事項

MP-13基本方針	主な取組内容
<p>1 ニューノーマルにおけるカテゴリ戦略の進化・挑戦とブランド価値向上を徹底できる 全社マーケティング革新</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新製品において、付加価値提案による製品単価の引き上げ</li> <li>・男性化粧品ポートフォリオシフト取組み（スキンケア強化）</li> <li>・「gatsby the DESIGNER」をはじめとしたスモールスタート、スモールマスへのチャレンジ</li> </ul>
<p>2 インドネシア事業再生のスピーディな完遂と海外事業のビジネスモデル革新</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アフターコロナに向けた現地代理店との取組み再強化による トラディショナル・トレードに重点化した流通強化</li> <li>・現地で流行中のビン容器フレグランス新製品の市場投下</li> <li>・収益性改善のためのSランク商品に重点化した生産・販売強化</li> </ul>
<p>3 デジタイゼーションとオープンイノベーションによる新価値創造企業への転換</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・BPR、RPA、オシゴトデジタライズなど新価値創造のためのデジタル活用の社内サクセス創出（DX認定事業者 認定取得）</li> <li>・オープンイノベーションを活用した外部コラボレーションによる新たなビジネス提案に向けた検討</li> </ul>
<p>4 サステナブル経営を中核とした企業価値向上とお役立ちの進化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本における環境配慮製品の拡大</li> <li>・日本における健康経営推進（健康経営優良法人2023認定）</li> <li>・持続可能なパーム原料調達対応</li> <li>・インドネシアにおけるプラスチック使用量の削減</li> </ul>



## 経営基本目標に対する進捗

		MP-13目標値	プレMP-13 2021/3期	1年目 2022/3期	2年目 2023/3期
<b>【成長性】</b>	連結売上高	81,500 百万円	63,310	57,362	67,047
	目標値ギャップ <sup>*1</sup>			-21,638	-11,953
	年平均成長率	10.7% 以上	-22.6%	-4.4%	+5.7%
	男性事業 年平均成長率	6.0% 以上	-20.0%	-5.8%	+3.8%
	女性事業 年平均成長率	16.0% 以上	-27.7%	-6.7%	+5.9%
	海外事業 年平均成長率	17.0% 以上	-31.3%	+1.2%	+13.1%
<b>【収益性】</b>	連結営業利益率	8.0% 以上	-1.3%	-4.0%	+2.1%
	連結ROIC	7.0% 以上	-0.3%	-1.7%	+2.1%
<b>【還元方針】</b>	配当性向	40% 以上	166.9	- <sup>*2</sup>	178.3%

\*1 815億円を新収益認識基準に単純換算した790億円に対して

\*2 親会社株主に帰属する当期純損失計上のため

# 4. 第13次中期経営計画（MP-13）進捗

## 経営基本目標に対する進捗

### 【社会課題への対応】

目標はいずれも最終年度（2024年3月期）目標

#### 【日本】

項目	MP-13目標値	1年目	2年目
		2022/3期	2023/3期
国内商品の環境配慮対応商品構成（社内自主基準クリア）	60% 以上	46%	54%

#### 【インドネシア】

項目	MP-13目標値	1年目	2年目
		2022/3期	2023/3期
プラスチック容器包装の使用量（2017/3期比）	10% 削減	39%	39%
プラスチック廃棄物量（2017/3期比）	10% 削減	43%	57%

# 4. 第13次中期経営計画（MP-13）進捗

## サステナビリティ上の重要課題（マテリアリティ）に関する中長期目標

<https://www.mandom.co.jp/csr/connection-to-sdgs.html#sdgs04>

強みを活かした価値創造による未来へのチャレンジ				
マテリアリティ	取り組みテーマ	評価指標	中長期目標	
			目標値	達成年度
気軽に楽しめるおしゃれ文化の創造	自分らしさを表現することへのお役立ちの深さの拡大	「自分らしさを自由に表現できる」新しい化粧品分野や生活者属性への受案件数	毎年 3件以上	毎年
		生活者課題解決につながる新たな技術提案件数	2021年～2027年の累計 35件以上	2027年
	おしゃれ文化の創造に関する人財育成	Only-oneマーケティング浸透のための研修受講率	(2023年度に開示予定)	2027年
多様な生活者へのお役立ち拡大	お役立ちの広さの拡大	流通網拡張に向けたチャレンジ数	毎年 13件以上	毎年
社員と会社の相互成長の実現	チャレンジする風土の醸成	理念サーベイによる「活躍社員」比率	38%以上	2027年
		従業員エンゲージメント	毎年 81%以上	毎年
	多様な人財の活躍	女性管理職比率	女性管理職比率20%以上（マングラム単体）	2027年
社会と企業の持続可能性の実現にむけた課題解決				
マテリアリティ	取り組みテーマ	評価指標	中長期目標	
			目標値	達成年度
持続可能な地球環境への取り組み	脱炭素社会への取り組み	スコープ1+2におけるCO <sub>2</sub> 排出削減量（2013年度比）	日本国内+海外のスコープ1+2におけるCO <sub>2</sub> 排出量について、2013年度比で43%以上の削減	2027年
		CO <sub>2</sub> 排出量ネットゼロの実現	2050年ネットゼロに向けたシナリオが完成している	2027年
		化石資源由来のバージンプラスチック排出抑制率	25%以上	2027年
	製品の環境配慮	自社基準による環境配慮製品比率	国内で販売するマングラム商品の90%を環境配慮製品とする	2027年
持続可能な原材料調達	パーム油	原料の起源となるパーム油におけるRSPO認証パーム油比率	福岡工場で使用するパーム由来原料について、RSPO認証パーム油（ブックアンドクレーム対応を含む）を100%とする	2026年
	紙製容器包装	紙製容器包装のFSC認証紙、古紙再生紙比率	紙製容器包装の全量をFSC認証紙、古紙再生紙とする	2027年
企業基盤の継続強化	安心・安全・高品質の提供	品質に関するご指摘件数	重大ご指摘数 0	毎年
	社員の安心・安全	長期休業者数	10名未満（日本国内）	毎年
	理念経営の実践	理念経営浸透率	65%以上	毎年

# 5. 2024年3月期 業績予想

# 5. 2024年3月期 業績予想

## 2024年3月期 連結業績見通し

(単位：百万円)

	2024/3期						2023/3期	
	通期			第2四半期			通期	第2四半期
	業績予想	増減額	同期比	業績予想	増減額	同期比	実績	
売上高	71,000	3,952	105.9%	35,500	2,847	108.7%	67,047	32,652
営業利益	2,100	690	149.0%	1,420	381	136.7%	1,409	1,038
経常利益	2,590	382	117.3%	1,750	387	128.5%	2,207	1,362
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,660	701	173.2%	1,300	325	133.4%	958	974

### 2024年3月期 連結売上高見通し

- ・日本、アジア各国ともコロナ影響から社会経済活動の回復
- ・日本市場は緩やかに回復も、物価高への警戒もあり、先行きは不透明
- ・インドネシアなどの東南アジアは高い成長を見込む

#### 【売上高 見通し与件】

- + ) ・国内外における付加価値により商品単価を引き上げた新製品の積極投下
- + ) ・国内における夏シーズン品の早期展開・販促強化による売上拡大
- + ) ・インドネシアでの「ギャツビー」「ピクシー」の売上拡大
- + ) ・東南アジアのコロナからの回復が一巡も、高成長の継続
- + ) ・中国におけるゼロコロナ終了による回復基調

## 2024年3月期 連結営業利益見通し

### 【営業利益 見通し与件】

- +） ・国内外での売上高増加による増収効果
- －） ・徹底したコスト削減政策から、効率的費用投下政策への移行
- －） ・前期を超える原材料の高騰影響と高コスト環境の継続

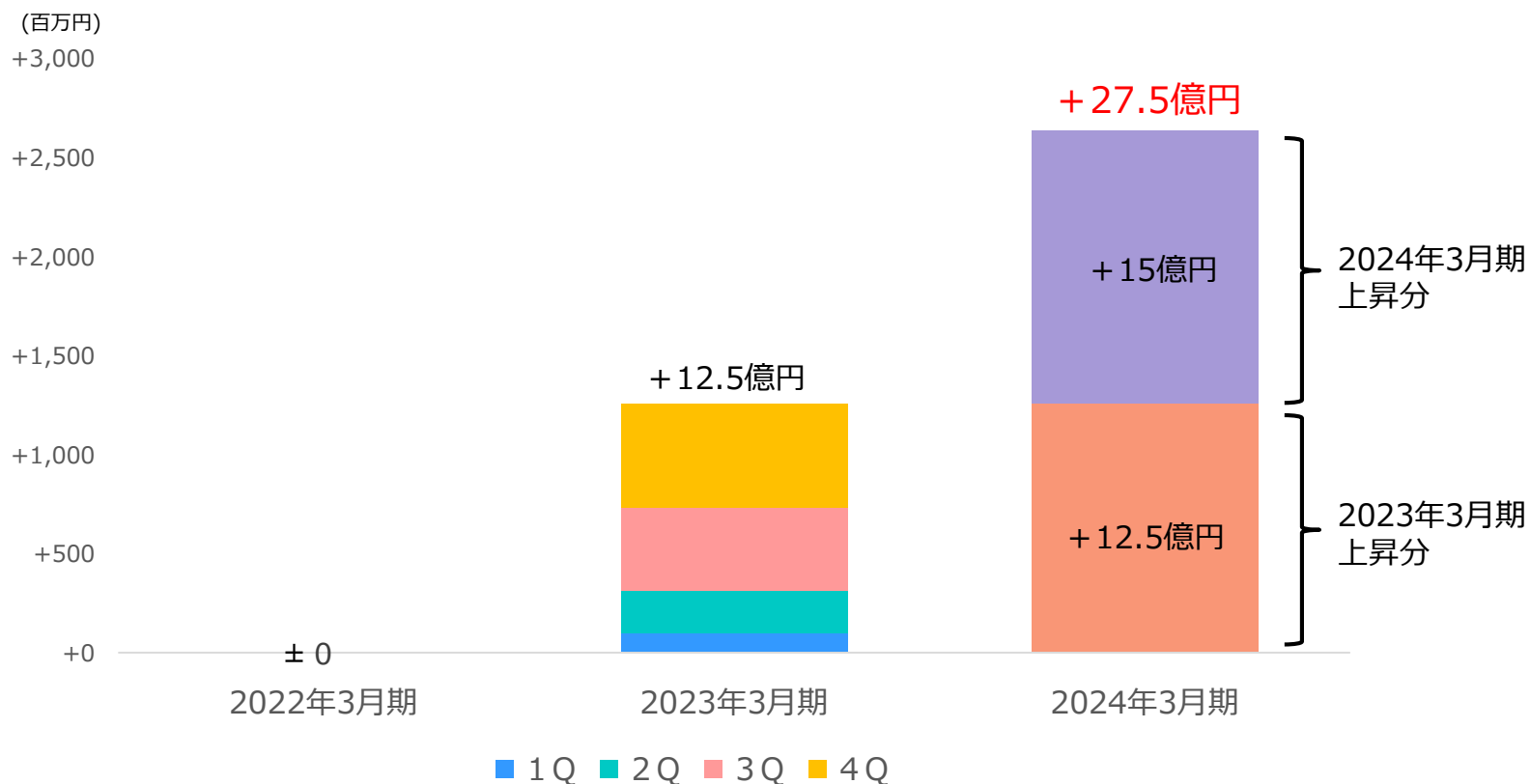
### 【リスク】

- ・日本での物価高騰影響による化粧品・日用品の需要低迷
- ・国内外で原材料価格、輸送費が想定以上に高騰

# 5. 2024年3月期 業績予想

## 2024年3月期 原材料価格高騰影響見通し

※2022年3月期比



- ・原材料価格高騰のピークは、前期4Qではあるものの、原材料価格の下落は緩やか。売上高の拡大に伴い、売上原価への影響は前期以上の額を見込む。



# 2023年3月期 決算説明会 参考資料

2022年4月1日~2023年3月31日

## 目次

1. 2023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）および  
PT Mandom Indonesia Tbk 損益計算書

# 1. 2023年3月期 連結業績概要



(単位：百万円)

	通		期			
	2022/3期	2023/3期	増減額	同期比	前期レート 換算比	計画比
売上高	57,361	67,047	9,685	116.9%	110.7%	103.1%
営業利益	-2,308	1,409	3,718	-	-	-
経常利益	-1,856	2,207	4,064	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-621	958	1,580	-	-	-

ROE	-1.0%	1.5%
EPS	-13.84円	21.31円

配当性向	-	178.3%
------	---	--------

## 2. 連結売上高



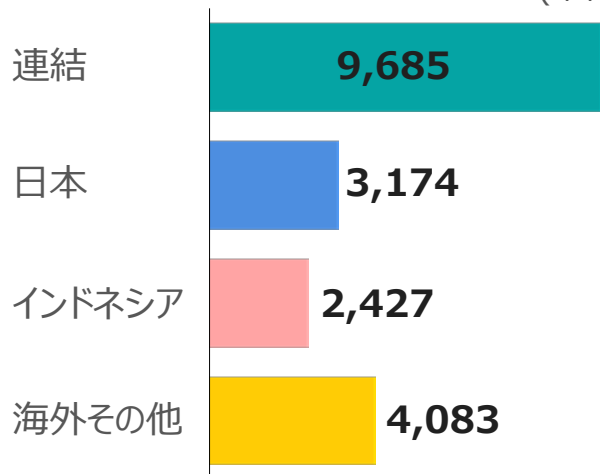
### 2-1.所在地別売上高

(単位：百万円)

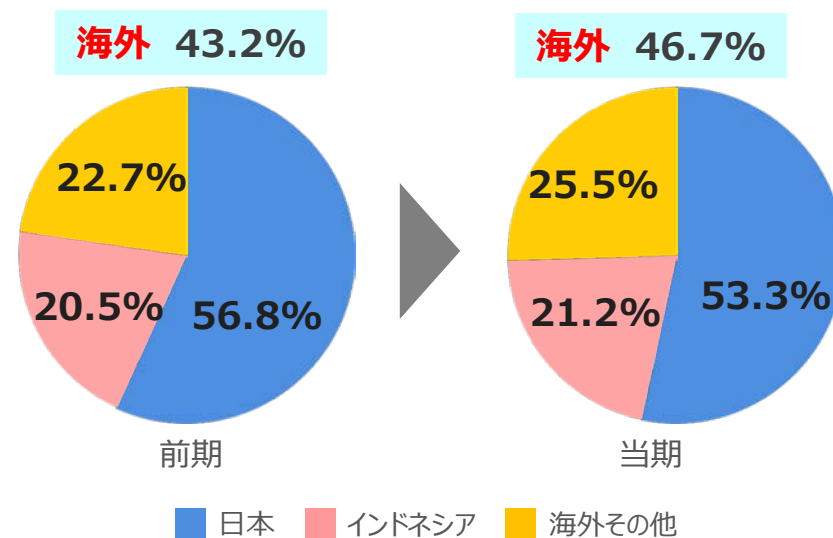
	通		期	
	2022/3期	2023/3期	増減額	同期比
売上高	57,361	67,047	9,685	116.9%
日本	32,595	35,769	3,174	109.7%
インドネシア	11,751	14,178	2,427	120.7%
海外その他	13,015	17,098	4,083	131.4%

### 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



## 2. 連結売上高



### 2-4.事業別売上高

(単位：百万円)

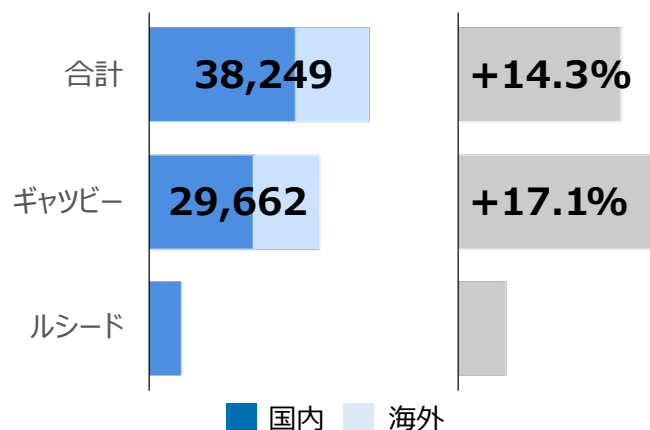
	通 期			
	2022/3期	2023/3期	増減額	同期比
売上高	57,361	67,047	9,685	116.9%
男性事業	33,461	38,249	4,787	114.3%
ギャツビー	25,333	29,662	4,328	117.1%
女性事業	16,685	20,078	3,393	120.3%
その他事業	7,214	8,718	1,503	120.8%

※女性事業内訳：女性コスメティクス 11,923円（同期比 131.8%）/女性コスメタリー 8,155円（同期比 106.8%）

#### 男性事業

当期実績

伸長率



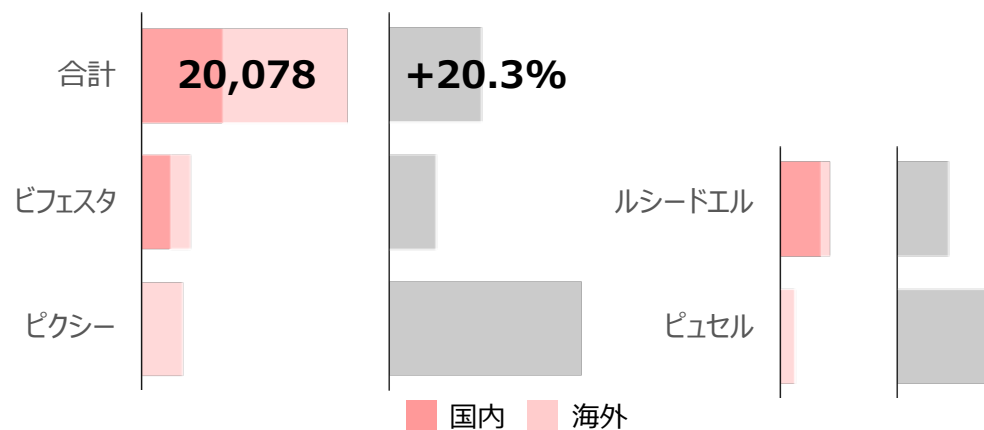
#### 女性事業

当期実績

伸長率

当期実績

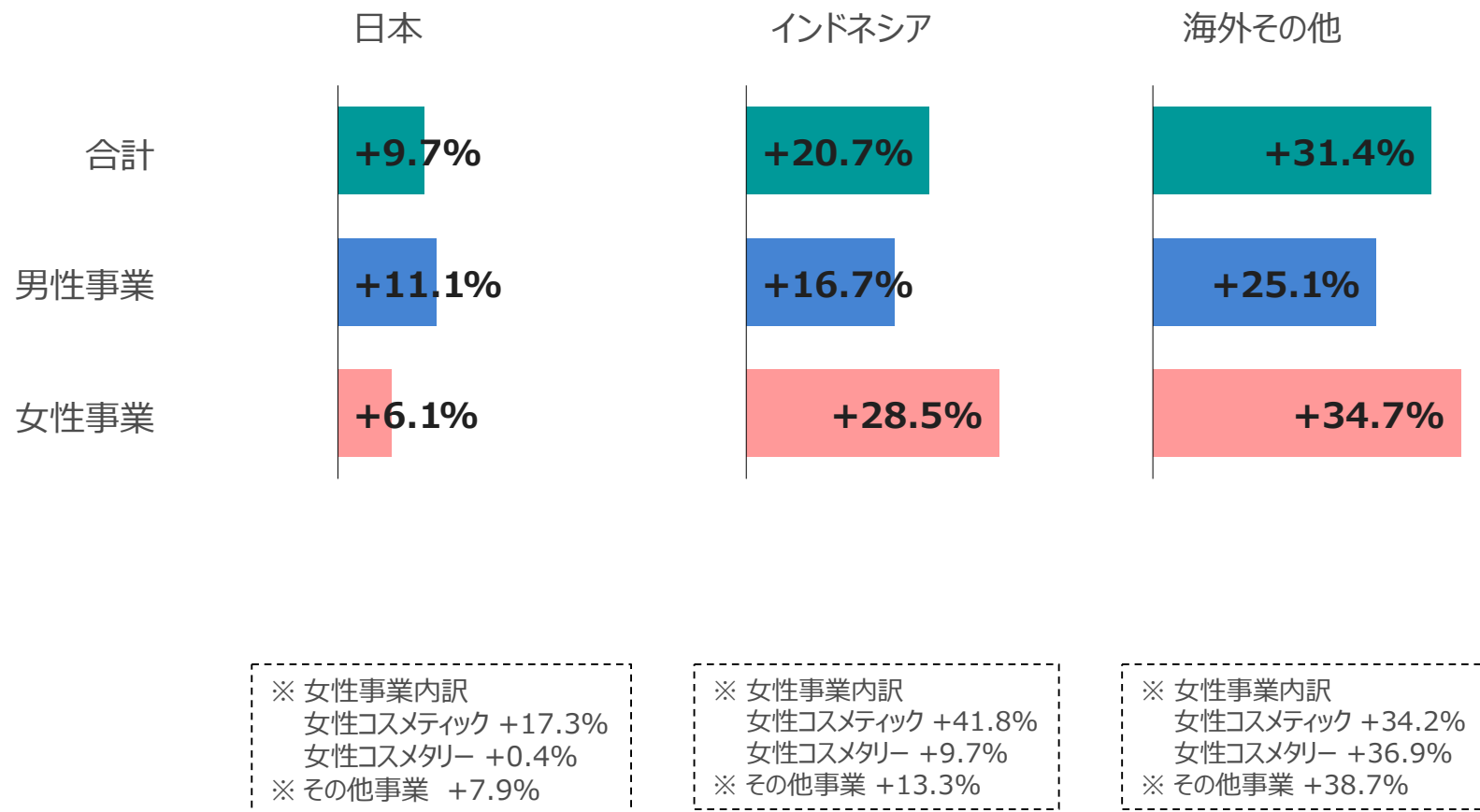
伸長率



## 2. 連結売上高



### 2-5.所在地別事業別前年同期比



# 3. 連結段階利益



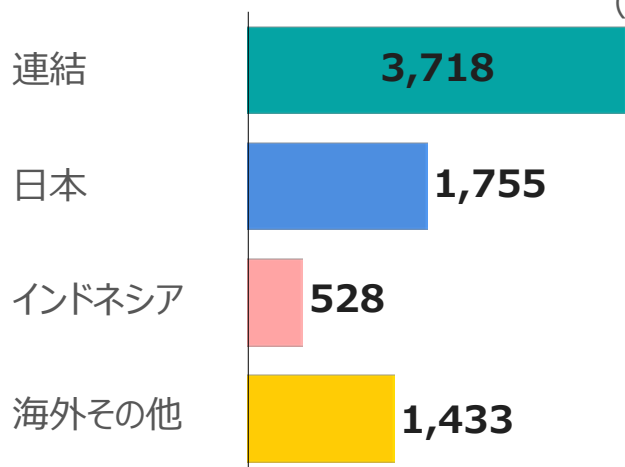
## 3-1.所在地別営業利益

(単位：百万円)

	通 期				増減額	同期比
	2022/3期		2023/3期			
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業利益	-2,308	-	1,409	2.1%	3,718	-
日本	-1,473	-	282	0.8%	1,755	-
インドネシア	-1,204	-	-676	-	528	-
海外その他	369	2.8%	1,802	10.5%	1,433	488.5%

## 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

インドネシアが営業損失のため、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

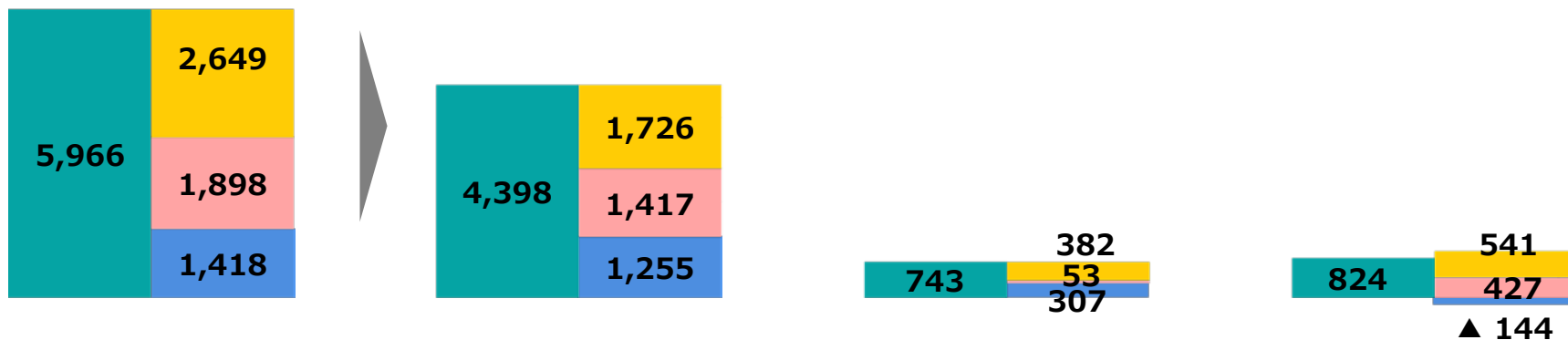
■ 連結 ■ 日本 ■ インドネシア ■ 海外その他

営業費用合計

売上原価

販売費

一般管理費



## 3-5. 営業費用・営業利益 対売上高比率内訳

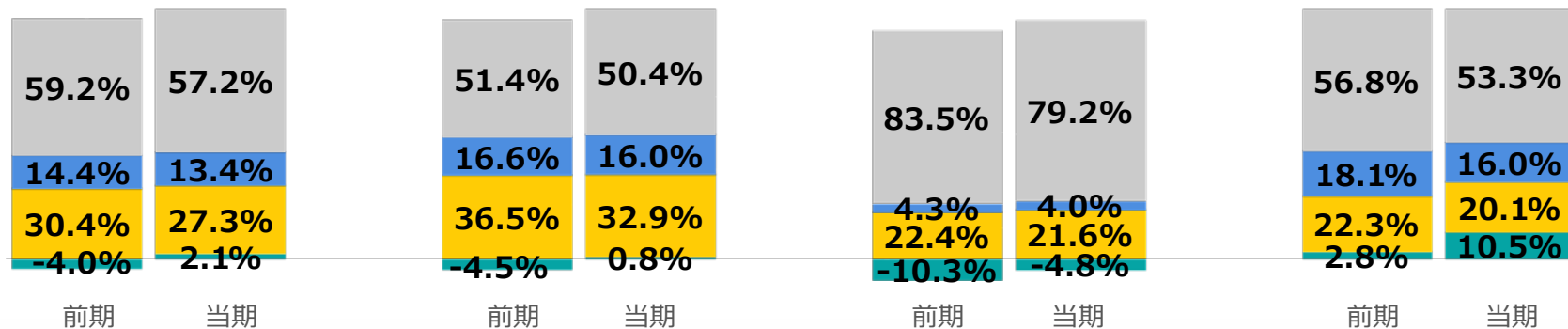
■ 売上原価 ■ 販売費 ■ 一般管理費 ■ 営業利益

連結

日本

インドネシア

海外その他

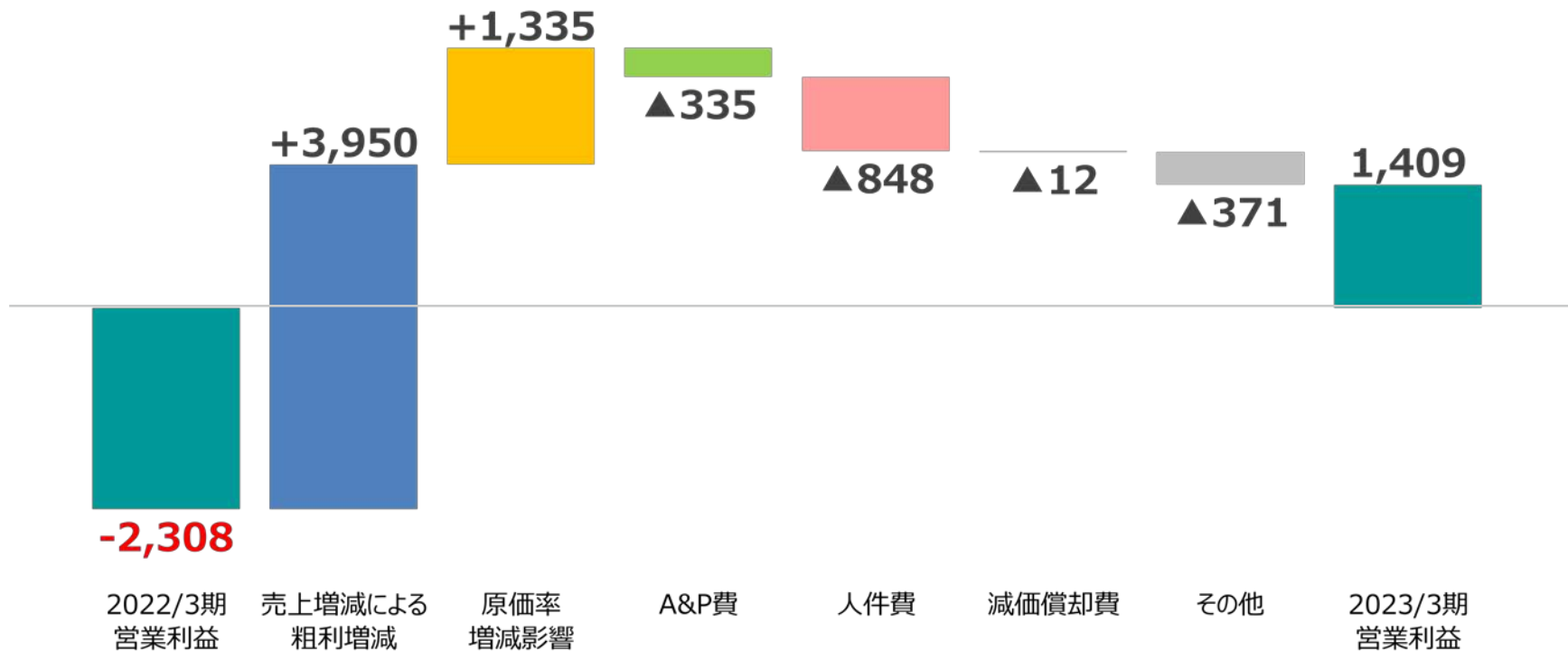




# 3. 連結段階利益



## 3-6. 営業利益増減分析



# 3. 連結段階利益



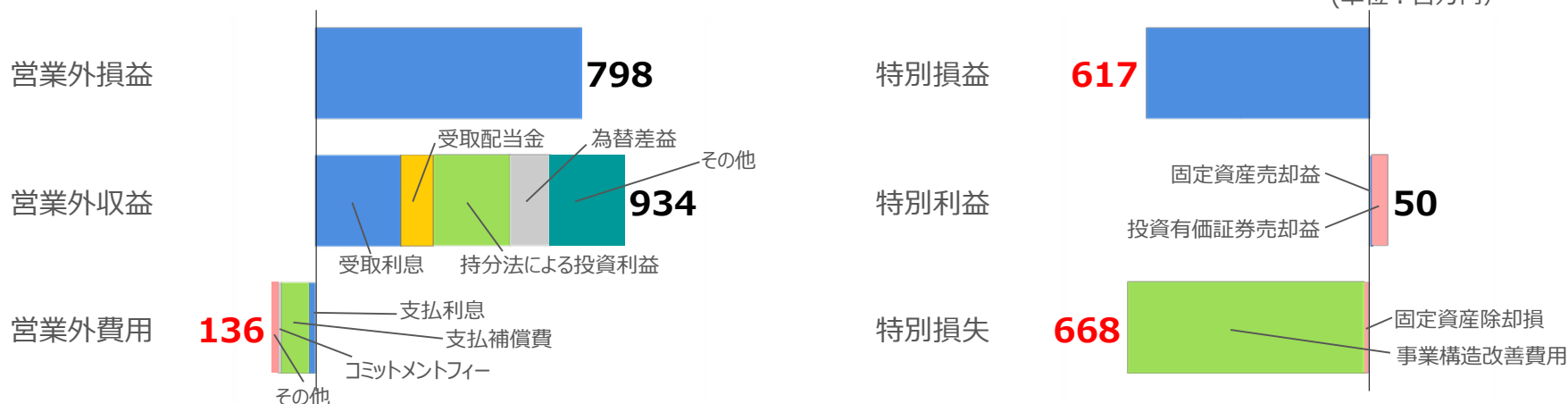
## 3-7. 経常利益・親会社株主に帰属する四半期純利益

(単位：百万円)

	通 期				増減額	同期比
	2022/3期		2023/3期			
	実績	対売上高	実績	対売上高		
営業外損益	452	0.8%	798	1.2%	345	176.5%
経常利益	-1,856	—	2,207	3.3%	4,064	—
特別損益	1,094	1.9%	-617	—	▲ 1,712	—
税引前純利益	-762	—	1,589	2.4%	2,351	—
法人税等	72	0.1%	571	0.9%	499	790.0%
当期純利益	-834	—	1,018	1.5%	1,852	—
非支配株主に帰属する当期純利益	-212	—	59	0.1%	272	—
親会社株主に帰属する当期純利益	-621	—	958	1.4%	1,580	—

## 3-8. 営業外損益・特別損益内訳

(単位：百万円)



## 2023/3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)

	2022/3期	2023/3期	増減額	同期比	2024/3期 業績予想
売上高	36,102	40,310	4,207	111.7%	42,000
売上原価	20,432	22,245	1,813	108.9%	-
(原価率)	56.6%	55.2%	-1.4P	-	-
販売費及び一般管理費	16,937	17,112	174	101.0%	-
営業利益	-1,266	952	2,219	-	-
営業外損益	1,635	570	▲ 1,064	34.9%	-
経常利益	369	1,523	1,154	412.8%	1,950
特別損益	1,075	-617	▲ 1,693	-57.4%	-
当期純利益	1,344	561	▲ 782	41.8%	1,540

### 減価償却実施額・設備投資額

#### 連結

(単位：百万円)

	2022/3期	2023/3期	増減額	2024/3期 予想
減価償却実施額	5,337	4,988	▲ 348	4,447
設備投資額	2,345	1,856	▲ 488	2,806

#### 株式会社マダム(単体)

(単位：百万円)

	2022/3期	2023/3期	増減額
減価償却実施額	3,605	3,254	▲ 351
設備投資額	1,691	981	▲ 710

※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.)

	2022/3期	2023/3期	増減額	同期比
売上高	1,850,311	2,044,821	194,510	110.5%
売上原価	1,544,655	1,633,386	88,731	105.7%
(原価率)	83.5%	79.9%	-3.6P	-
営業利益	-99,524	5,847	105,372	-
当期純利益	-76,507	18,109	94,617	-

#### 円換算

(単位：百万円)

	2022/3期	2023/3期	増減額	同期比
売上高	14,247	17,994	3,747	126.3%
売上原価	11,893	14,373	2,479	120.9%
原価率	83.5%	79.9%	-3.6P	-
営業利益	-766	51	817	-
当期純利益	-589	159	748	-

Rp.1 = ¥ 0.0077 .1 = ¥ 0.0088

※2024/3期 計画レート

Rp.1 = ¥ 0.0084

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異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**