

株式会社マンダム

2024年3月期 第1四半期決算説明会 Web会議 主な質疑応答（要約）

1. 日本のマーケティング費用増加の詳細を教えてください。また、それは期首計画通りだったのか？

⇒ マンダム個別で広告宣伝費が前年より5億3千万円増加。期首計画（上期計画）に対し1Q時点で3億円強追加で投下している。上期の見通しとしては、前期9億円使用に対し、1Qの追加分はそのまま残り、13億円程度となる見込みでいる。上期で増加した分を下期で調整する計画ではなく、通期を通して上ブレする予定。前期までは必要な費用も抑制することがあったが、今期は必要と考えるマーケティング費用は投下する方針である。

2. 日本の売上高は3.3%の増加にとどまったという見解でよろしいのか？

⇒ 「ギャツビー メタラバー」はヘアスタイリングカテゴリーの実績上乘せにはつながっているが、初期動向はまだ期待レベルまでは達していない。そのため追加で広告宣伝費を投下した。夏シーズン品は前期4Qの早期展開が功を奏して実績も好調で、昨年6月の猛暑の高いハードルに対してほぼ横ばいを維持して健闘した。結果、当社1Qの男性化粧品はほぼ横ばいにとどまった。増加分は女性事業の伸長によるものである。

3. 第1四半期の業績進捗は計画通りだったのか？

⇒ 連結で見ると、売上高、営業利益ともほぼ計画通りの推移。一方、マンダム個別で見ると売上高は想定線であり、上期の売上高および売上総利益は計画通りで見通しているものの、営業利益以下に関しては1Q広告宣伝費の追加投下3億円強が発生しているため、投下対象の「ギャツビー メタラバー」の売上拡大や、夏シーズン品を中心とした売上拡大によって取り返す必要がある。

4. 日本の女性化粧品の好調要因は？また第2四半期に向けてもその持続性はあると見てよいか？

⇒ 「ビフェスタ」は前年比で20%近い増加。「ルシードエル」は2ケタに迫る増加。「ビフェスタ」はローション、シートタイプが10%台後半の増加だった。加えて泡洗顔も40%に迫る増加で、市場以上に伸長した。「ルシードエル」も昨年秋発売の「質感再整トリートメント」が非常に好調だった。更に、秋の新製品でインバスのシャンプー、トリートメントを発売するので、2Q以降も売上拡大の継続に期待している。

5. 連結上の海外その他セグメントの売上高50%増加、営業利益222%増加という実績は持続性があるのか？また、海外その他の営業利益率23.8%という数値は実効性のある数値なのか？

⇒ 詳しくは話せないが海外その他各国は2Qに入っても趨勢に大きな変化はない。前年実績のハードルは四半期ごとに高くなって、増加率の水準は落ち着いてくるものの売上拡大は継続すると見ている。海外その他の高い営業利益率に関して、今期1Qにおいては、まずは現地通貨ベース実績自体が非常に好調だったことによる。更に構造的に、連結処理の際に、生産国である日本、インドネシアのグループ内貿易売上分の粗利益が海外その他に計上されてしまうため、海外その他の営業利益は実態より強く出る傾向も加わっている。

6. 通期計画を上方修正しなかったことの意味は？各セグメントの成長の持続性に懸念があるのか？

⇒ 上期業績に関しては、特に利益において楽観視をしておらず、上期見通しを達成することが出来れば、通期での達成も可能と見ている。

7. 前期から続いているマレーシアの高い成長率の理由は？特にACGI社の90%増加は何が起こっている？

⇒ 一番の要因は人流の回復による影響。海外その他の中でも、ACGIに関して言えば、コロナ禍においての人流回復時に向けてのマーケティングの準備や、他社が店頭で在庫切れを起こしている中で、当社「シルキーガール」は店頭在庫を潤沢に準備していたことで、競合からユーザーを獲得出来た結果と見ている。

***以下、説明会では言及しておりませんが、追加で記載します**

1月のニューチャイニーズイヤー、3月のハリラヤ前のプロモーションが、政府の後押しもあり例年に比べて強化して開催されたこと、毎年時期が数週間ずつ前に移動するハリラヤ前のプロモーションのタイミングが、昨年の4月から今年は3月に前倒しされたことにより、2Qから1Qに期ズレするといった一時的要因の影響もあった。

8. これだけの猛暑が続いている日本の7月の製品動向は？

⇒ まだ最終日なので実績は把握出来ていない。猛暑が夏シーズン品への好影響を与えるのは事実だと思う。夏シーズン品は2、3月から早期展開、優位陳列をしているので期待は高い。

9. インドネシア子会社の現地第2四半期開示業績はだいぶ厳しいように見えるが、これも連結処理の影響で、見た目ほどは悪くないと理解すれば良いのか？

⇒ インドネシアは期首計画から上期は営業損失計画であった。インフレ影響による景況感の停滞が続いていることと、新製品発売を下期に充実する計画を持っていた。ただし、その計画以上に損失額は大きかったようである。連結処理だけの問題ではない。

10. インドネシアの原価率が高止まりしている理由は？

⇒ 要因は3つあり、1つ目は国内売上構成比が下がっていることによる売上総利益額の低下。2つ目は、製品及び原材料在庫の評価損及び廃棄損を今期から四半期ごとに計上するようになった。3つ目は期首計画外のCVSへの製品導入に伴うリスティング・フィーが売上控除で計上された。以上の要因で、原価率の上昇につながっている。

11. これだけの猛暑が続いているのに、説明でフェイシャルペーパー市場が縮小とあったが、その理由は？

⇒ 近年、日本の若年層男性の中では、肌への配慮によってフェイシャルペーパーを使用しない生活者が出てきていることと、アフターコロナに伴う出勤日数の減少、使用機会の減少の影響によるものと見ている。ただし、海外各国においてはまだ認知率・使用率が低く、市場拡大の余地が大きいため、当社としては強化を進める意向である。

注意事項

本資料に記載の内容は、フェアディスクローズの観点から、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更される可能性があります。なお、本資料に記載されている業績見通しや将来予測などに関する記述は、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、その実現を約束する趣旨のものではありません。経済情勢の変動等に伴うリスクや不確定要因により、予測が実際の業績と異なる可能性があります。