

株式会社マンダム

2024年3月期 第2四半期決算説明会 Web会議 主な質疑応答（要約）

1. 連結の下期営業利益見通しを680百万円から▲185百万円に減額した理由を説明頂きたい。

⇒ セグメント別に説明すると、日本は変更していない。インドネシアは当初約200百万円の見通しだったが、売上下ブレと原価率上昇の影響を鑑みて0円に減額。海外その他は当初見通しの約800百万円から約200百万円となり、600百万円程度減額となる見通し。内訳として、原価上昇による粗利が約100百万円減、マーケ費用の期ズレが約200百万円と来期以降に向けた追加投資約300百万円を予定しており、合わせて約600百万円を減額。

2. 海外その他のマーケティング投資の具体的内容は？

⇒ 対象としては、台湾、タイ、ACGI（マレーシア）などを中心に考えている。国ごとに案件は異なる。現状それほど注力できていないが、次期中期経営計画「MP-14」において主軸に育成したいブランド（例：ピフェスタなど）に対する先行投資であるとか、生活者に対してスマホでヘアスタイル提案ができるようなデジタルプラットフォーム構築などへ投資する予定である。

3. インドネシア下期の見通しは？

⇒ 第2四半期までは流通在庫が過多にならないようにコントロールしながら出荷していたが、7月以降は在庫も消化が進んだため、当社からの出荷量も増やしはじめている。元々、マーケティングカレンダーも経済環境が年後半から復調することを想定して、下期に集中して新製品を計画していた。そのため足元では、売上高も期待通りというレベルまでは達しないものの、回復を見せている。

4. インドネシア子会社の苦戦の要因は？市場自体の動向の影響か？競争環境によるものか？

⇒ 競合企業の直近発表を見ても、インドネシア市場自体が厳しい状況なのは事実。当社の子会社固有事情に関して言えば、PL面では、原価率の高い貿易売上の構成比が大きくなって収益性が低下している。製品面では、「ギャツビー」「ピクシー」といった2大既存ブランドへの依存度合いが強く、近年、生活者にとって鮮度が落ちている感はある。この2ブランドの鮮度アップを図ることと、場合によっては新ブランドの検討なども必要であると感じている。

5. 第2四半期累計では、製品ミックス影響による原価率の悪化について言及していたが、当初の計画とはどういう乖離があったのか？

⇒ 具体的な数値はご容赦頂きたいが、原価率の比較的高い（総利益が低い）ペーパー製品は10%前半半の増加で、ほぼ売上高は社内想定レベルだった。一方で、総利益の高い「メタラバー」は社内目標値からかなり乖離があった。

6. 日本の「ギャツビーメタラバー」の苦戦は、市場自体の動向の影響か？競争環境によるものか？

⇒ 「メタラバー」は追加製品であり、当社スタイリングカテゴリー合計の伸長率は、市場の伸長率に対して負けていることはない。ただし、「メタラバー」のみでいうと、デビュー直後のコミュニケーション手法とそれによる認知獲得に課題があったと思っている。CM投下は急遽実施を決めた施策だったため、単純にSNSで使用した訴求をそのままマス広告に水平展開したことで、ヘアワックスの中心ユーザーである30～40才代の生活者に対しては的確に響かなかったのではと感じている。美容室のスタイリストの影響力や、彼らのメッセージを軸としている競合製品のコミュニケーションとは違うアプローチで、使いやすさや、「メタラバー」を使用することでどんなヘアスタイルがつかれるなどを訴求した方が、より魅力を伝えることができたのかもしれない。

7. 先日、発表していた汗腺に関する研究成果は具体的にどのように製品に落とし込まれる計画か？

⇒ 詳細は発表までしばらくお待ちいただきたい。やはり、まずはデオドラント製品への応用が考えられる。研究成果に関わる全ての技術を応用した製品発売までにはもう少し少々時間が必要であるが、期待頂いている研究成果を一日でも早く生活者の皆さまに使うために製品化へのスピード感を重視すると、まずは保有ブランド、既存流通の中からスタートし、段階的に次のステップへ応用を進めていくことが現実的となる。

8. 海外その他各国の第2四半期単独での増減率を教えてください

⇒ 現地通貨ベースで、タイ+20%程度、フィリピン+20%台半ば、マレーシア+10%台前半、シンガポール▲1ヶ月前半、台湾+50%超、韓国+5%強、中国+40%弱、ベトナム+10%台前半、ACGI（マレーシア）20%弱。

9. 中国における福島での処理水放出の影響は見られるか？

⇒ 2ヶ月程前に中国人KOLの方よりライブ・コマース出演を辞退したいという申し出があったが、それ以外には、さほど大きな影響は聞いていない。
市場自体は、前期の第2四半期からゼロコロナ政策による外出規制が本格化したためハードルが低くなっており、増減率は第1四半期よりも上昇した。しかし、足元では若年層の失業率上昇、不動産市場の沈下などの経済不安もあるため、楽観はしていない。

注意事項

本資料に記載の内容は、フェアディスクロージャの観点から、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。