



2025年3月期
第1四半期
決算説明会資料
(2024年4月~2024年6月)

株式会社マンドム
(証券コード：4917)

1. 連結決算概要
2. 連結売上高
3. 連結営業利益
4. 連結経常利益・四半期利益

※セグメント損益算定方法の変更について

当第1四半期連結会計期間より、業績評価指標の見直しに合わせて、セグメントごとの業績をより適切に評価するため、従来、販売先セグメントへ配分していた販売元セグメントにおける内部利益を、販売先セグメントに配分せず販売元セグメントに残す方法に変更しています。なお、前第1四半期連結累計期間のセグメント情報については、変更後の算定方法により作成したものを記載しています。

1. 連結決算概要



単位：百万円

	前期*	当期	増減額	増減率
売上高	18,455	19,265	809	+4.4%
営業利益	1,033	696	-336	-32.5%
営業利益率	5.6%	3.6%		
経常利益	1,230	1,016	-214	-17.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	911	666	-244	-26.8%

売上高

19,265百万円 4.4% 増収

(実質増減率* +1.7%, 為替影響額 +497百万円)

インドネシアが実質増減率*-22.3%の大幅減収、海外その他は実質増減率*-1.6%と前年割れとなった一方で、日本が+11.6%と2ケタ伸長したことで海外のマイナス分をカバーし、成長を牽引。

営業利益

696百万円 -32.5% 減益

日本が増益となったものの、インドネシアの減収に伴う減益の影響が大きく、約3割以上の大幅減益。

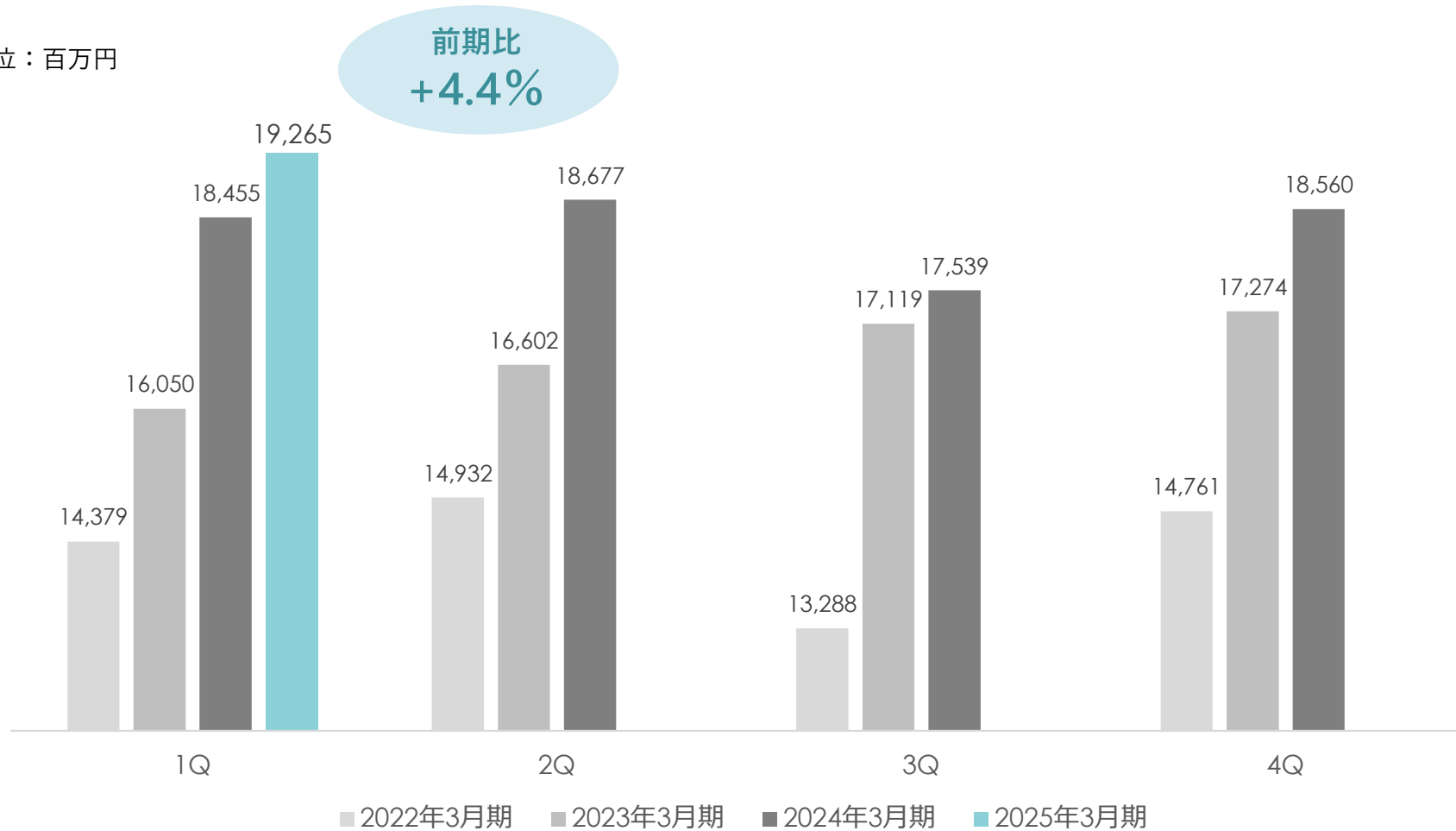
*為替影響を除いた増減率

2. 連結売上高



2-1. 連結売上高 四半期別推移

単位：百万円



コロナからの回復と日本の夏シーズン品の好調により、過去4年間の四半期業績で最も高い売上高を記録。

2. 連結売上高



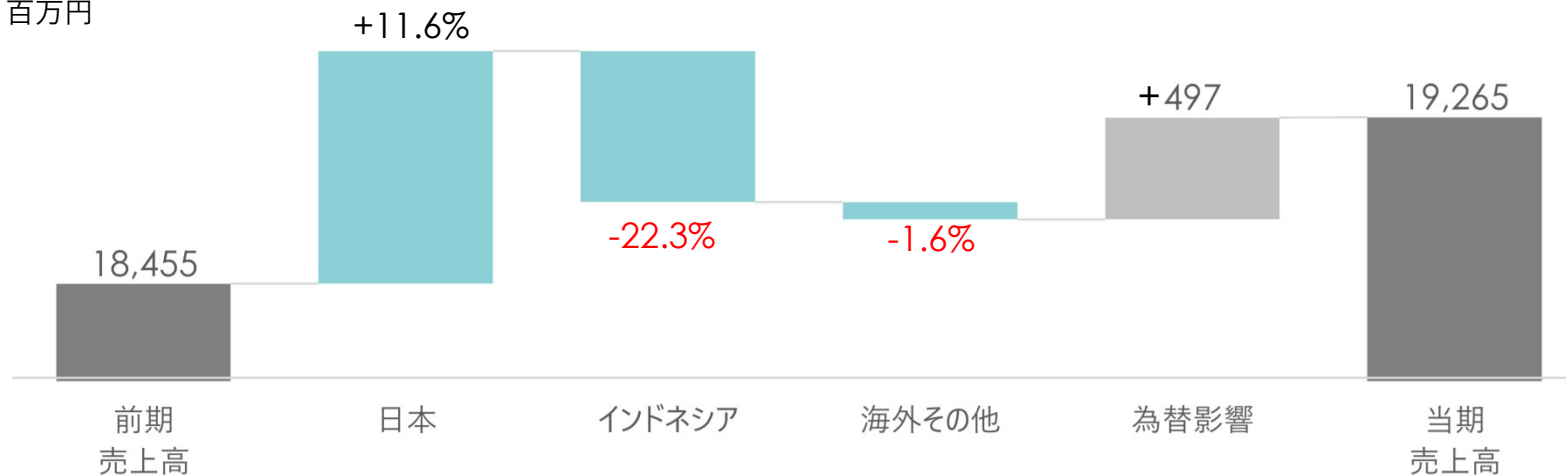
2-2. セグメント別売上高

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率	実質増減率 (前期レート換算)	構成比
売上高	18,455	19,265	+809	+4.4%	+1.7%	
日本	9,719	10,845	+1,126	+11.6%	+11.6%	56.3%
インドネシア	3,270	2,742	-527	-16.1%	-22.3%	14.2%
海外その他	5,465	5,676	+210	+3.8%	-1.6%	29.5%

2-3. セグメント別売上高 実質増減

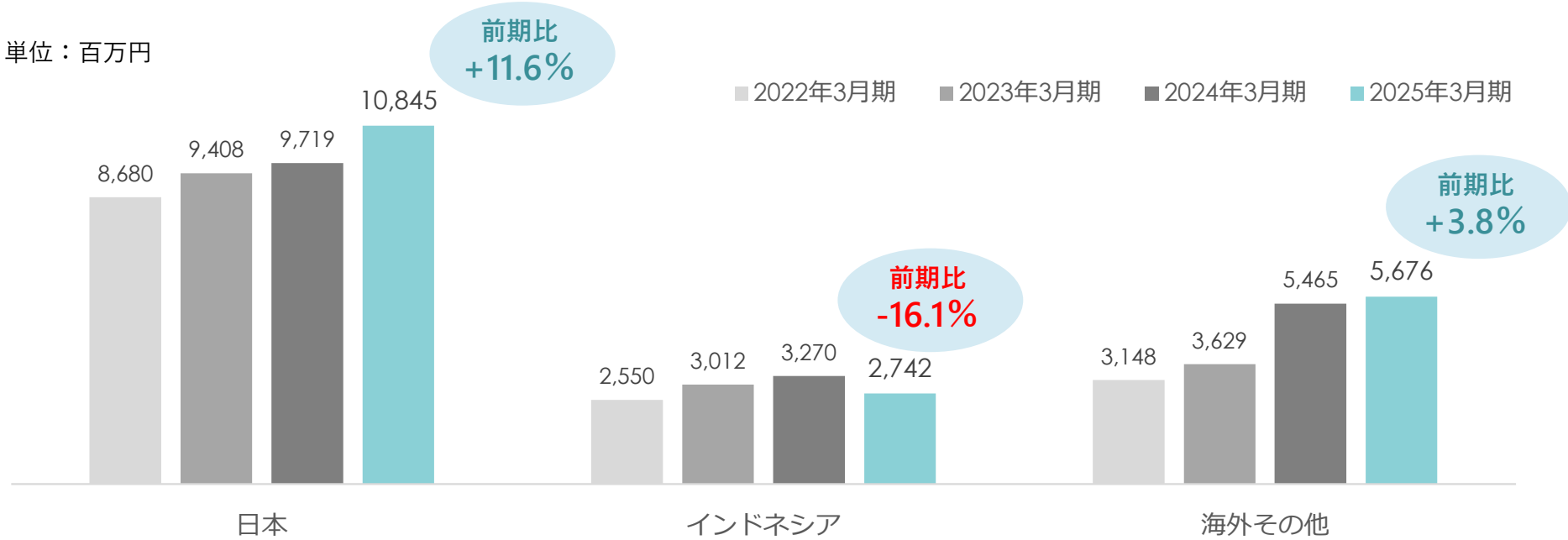
単位：百万円





2-4. セグメント別売上高推移

単位：百万円



日本

+11.6%増収

- 夏シーズン品が、アイテム拡充と取組強化に加え、天候の後押しもあり好調に推移し、売上を牽引

インドネシア

-16.1%減収

- 前4Qにおける新製品や流通プロモーション実施等の影響による出荷増の反動減が大きく、大幅な減収。

海外その他

+3.8%増収

- 前期のコロナ影響からの市場のオープニングによる好業績の反動により、現地通貨ベースでは前年割れ。
- 直前の4Q比較では増収となっており、堅調に伸長。

補足資料) セグメント別概況

日本

●夏シーズン品 展開強化

前年比 +33.1%伸長

▷男性・女性向け共にコラボアイテムや限定商品の発売、また専売品などを通じた小売業様との取組強化による早期導入と店頭プロモーション展開を強化。天候与件も雨の日が少なく気温も高いといった追い風もあり、前期を上回り好調に推移。

●収益構造改革の取組として、159SKUを対象に3~20%の値上げ実施

▷8/1開示のニュースリリースの通り、9/2より主要アイテムを含めた商品の値上げを実施。

<https://www.mandom.co.jp/release/2024080102.html>

●マス流通向けラインナップ強化

▷8月下旬 女性スキンケアブランド「Bifesta」ブランドリニューアル

新男性スキンケアブランド発売

補足資料) セグメント別概況

インドネシア

●流通在庫の適正化

▷ 主カブランドのPIXYを中心に、前期4Qに行った流通プロモーションにより流通在庫が過多となっており、流通在庫の状況を鑑みながら出荷を調整。

▷ コロナ禍以降、消費期限を迎えた商品の販売店/代理店在庫の返品処理を実施

●新製品販売スケジュールの見直し

▷ 市場動向等を鑑み、より効果的な商品ローンチとなるよう新製品の販売スケジュールを見直したため、当初の販売計画より差異が発生。

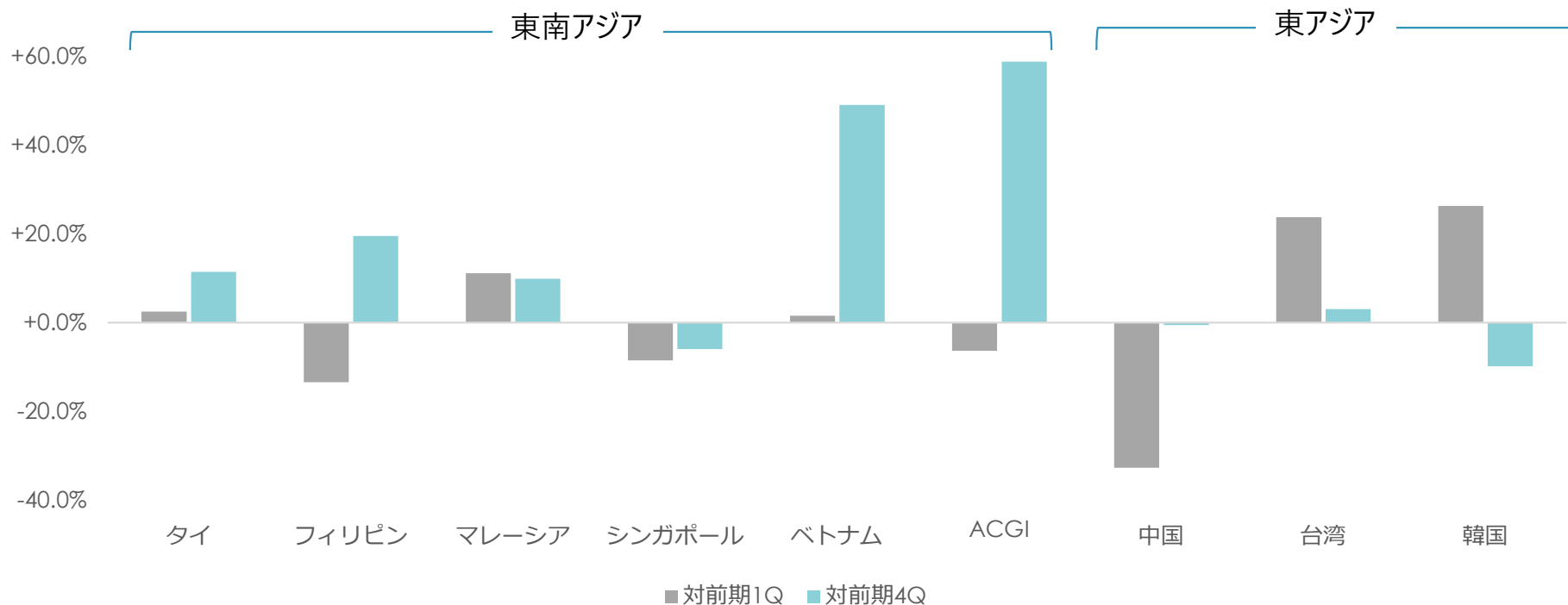
補足資料) セグメント別概況

海外その他

●四半期成長率（現地通貨ベース）

▷東南アジア各社は、前期売上高がコロナからのリオープニング効果で高かったため、前年同期比では低水準となっているものの、直前の4Qとの比較ではACGIやマレーシアを中心に順調に伸長。

▷東アジア各社は、中国が前期売上高が高かったため減収率が大きいものの、その他は回復基調。

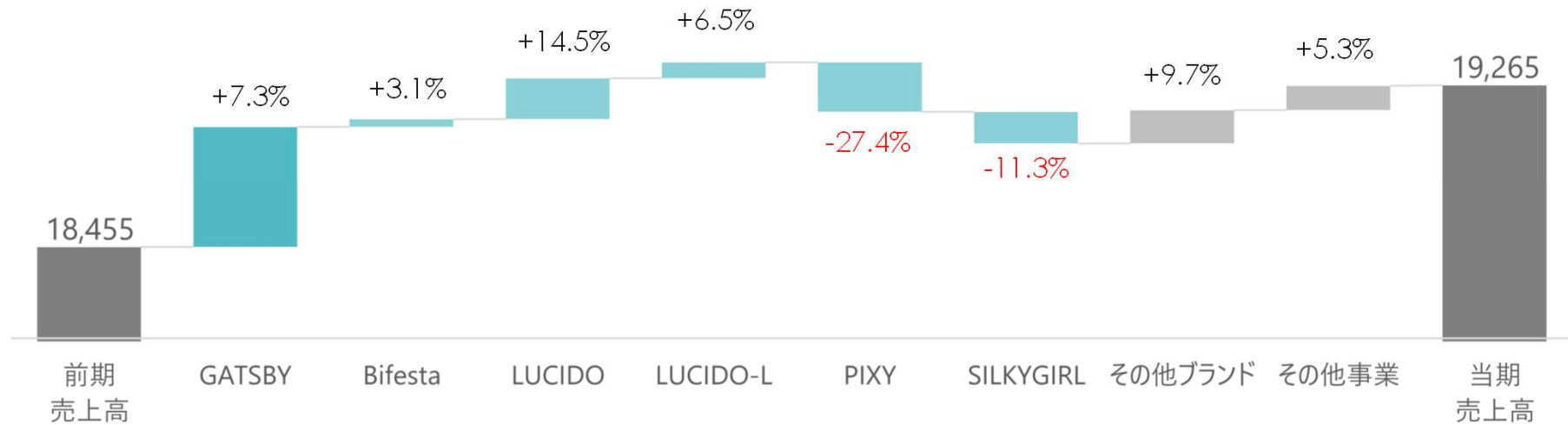


2. 連結売上高

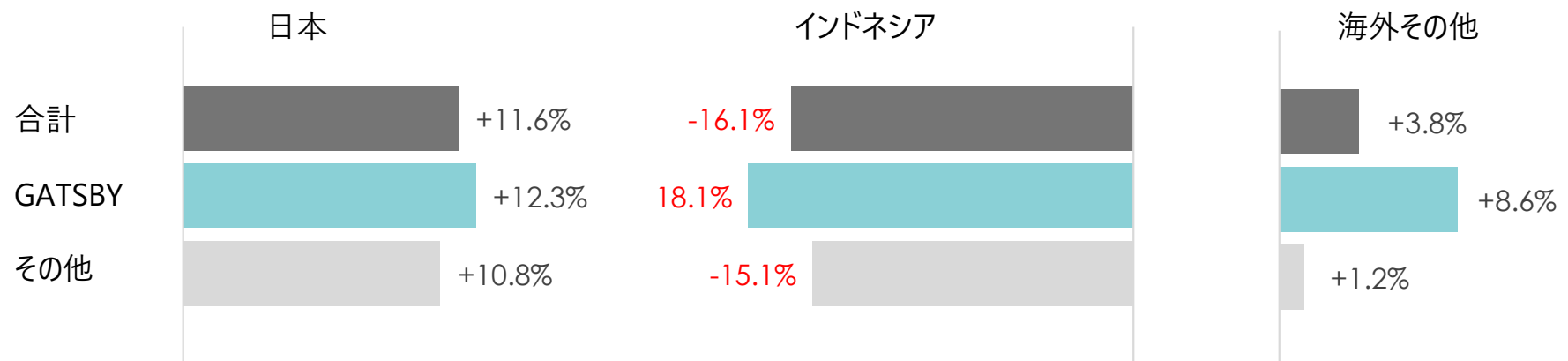


2-5. ブランド別売上高 増減

単位：百万円



2-6. セグメント別売上高 ブランド増減率



補足資料) 主要ブランド別取組事項

GATSBY

●夏シーズン品強化

▷日本では限定品やストア専売品発売等により
早期店頭立ち上げと店頭展開拡大



©金城宗幸・ノ村優介・講談社/「ブルーロック」製作委員会

人気アニメとのコラボ商品

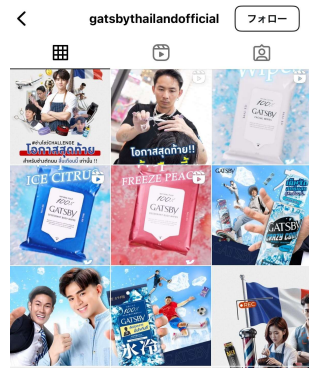


大手小売店様専売商品

▷海外各国においても、企業とのコラボレーションによる
プロモーションや、SNS等の発信を積極的に実施



企業間コラボによるプロモーション
(台湾)



各国SNSによる発信強化

Bifesta

●展開各国でプロモーション強化

▷展開するアジア各国でクレンジングシートとクレンジ
ングローションを中心に、オンライン・オフラインでの
コミュニケーションを積極展開。



タイにおけるプロモーションイベント

●8月ブランドリニューアルを実施

▷洗顔・クレンジングブランドからスキンケアブランドへ
リニューアル



補足資料) 主要ブランド別取組事項

LÚCIDO

●ニオイケアシリーズ強化

▷ラインナップ拡充に伴い、新CMのTVスポットを投下するなど、ニオイケアシリーズの展開強化により実績伸長



ルシード ニオイケアシリーズに
ハーバルシトラスの香りを追加

LÚCIDO-L

●酸熱ケアシリーズ強化

▷限定香調を発売するとともに店頭プロモーションの展開拡大に取り組み、新規ユーザーの獲得と認知拡大の施策を強化

限定発売した
ルシードエル 酸熱ケアシリーズ
フルーツカクテルの香り



PIXY

●ベースメイクカテゴリー強化

▷主力カテゴリーであるベースメイクカテゴリーにおいて新製品を発売し、ラインナップを拡充
SNSなどでのコミュニケーションやECチャネルでの販売を強化



PIXY Perfect Fit Liquid Foundation

SILKYGIRL

●積極的なアイテム発売によるブランド活性化

▷ラインナップの拡充と共に限定品を発売するなどトレンドに合わせた商品提案で、カテゴリー拡大とブランドの活性化に取り組む



3. 連結営業利益



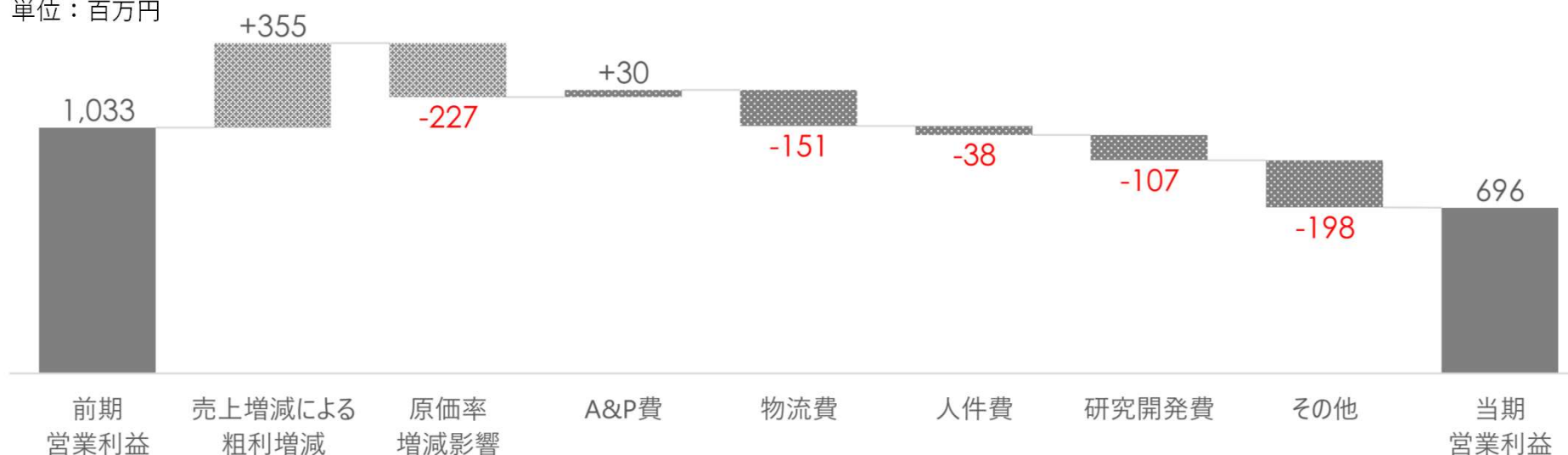
3-1. 連結営業利益

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率
売上総利益	8,110	8,239	+128	+1.6%
販売費および一般管理費	7,077	7,542	+464	+6.6%
販売費	2,569	2,689	+120	+4.7%
一般管理費	4,507	4,852	+344	+7.6%
営業利益	1,033	696	-336	-32.5%

3-2. 連結営業費用 増減分析

単位：百万円



3. 連結営業利益



3-3. セグメント別営業利益

単位：百万円

	前期*	当期	増減額	増減率
営業利益	1,033	696	-336	-32.5%
日本	169	321	+152	+90.2%
インドネシア	38	-319	-358	-
海外その他	885	749	-136	-15.4%
調整	-60	-54	+5	-

*報告セグメント新算定方法による組替値

日本

+90.2%増益

- 売上増による粗利の増加
- 前期投下したTVCM等の宣伝広告費とのギャップでA&P費は減少
- 2024年問題の影響により物流費が増加

インドネシア

営業損失計上

- 売上の大幅減に伴う原価率の上昇と粗利の減少
- 流通在庫の返品処理の実施

海外その他

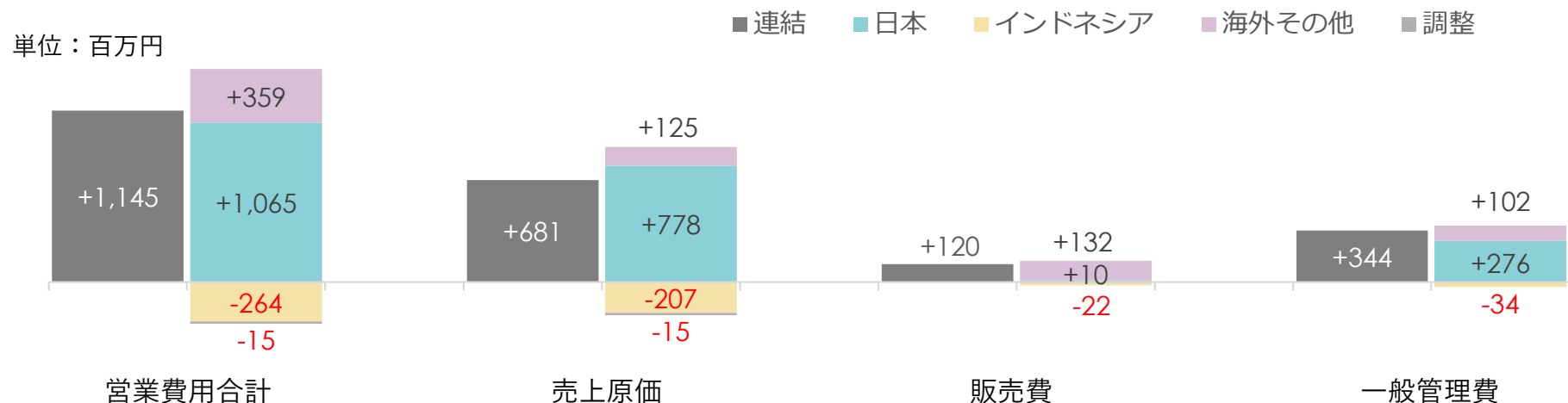
-15.4%減益

- 販売費及び人件費等の各種経費の増加
- 前期の好業績との対比で減益となったものの、四半期毎では順調に推移

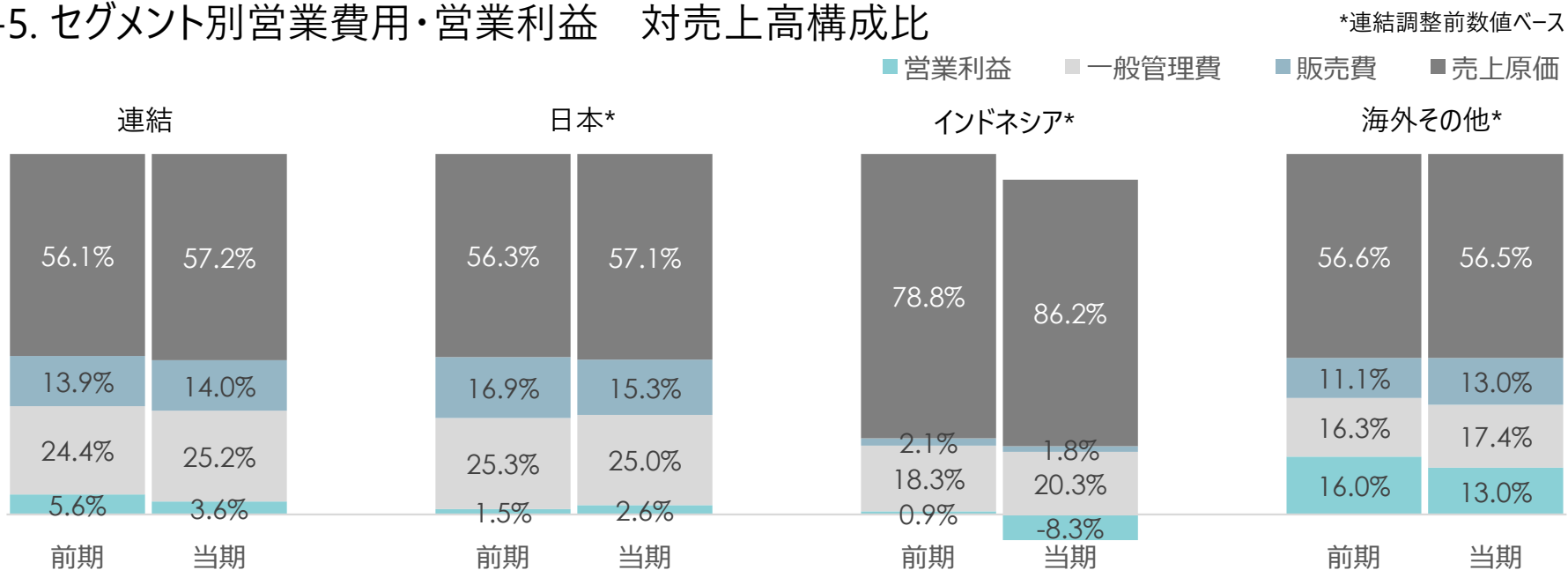
3. 連結営業利益



3-4. セグメント別営業費用 増減額内訳



3-5. セグメント別営業費用・営業利益 対売上高構成比



4. 連結経常利益・四半期純利益



4-1. 経常利益・四半期純利益

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率
営業外収益	277	344	66	+24.0%
営業外費用	80	25	-54	-68.6%
経常利益	1,230	1,016	-214	-17.4%
特別利益	3	2	-0	-11.7%
特別損失	0	0	-0	-65.0%
税引前純利益	1,233	1,018	-214	-17.4%
法人税等	340	408	+68	+20.2%
四半期純利益	893	609	-283	-31.7%
非支配株主に帰属する四半期純利益	-18	-57	-39	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	911	666	-244	-26.8%

- 特記事項なし

**BE ANYTHING,
BE EVERYTHING.**



mandom