

MANDOM Corporation

Annual Review 2004

一会社案内一



Profile

1927年12月の設立以来、当社は頭髪化粧品を中心とした事業を展開し、幾多の変遷を経て現在の株式会社マンダムとなりました。マンダムは経営資源の中で人的資源を最も重要なものとして位置付け、「人を活かす」全員参画による経営方針を貫いています。

マンダムは1958年、業界初の海外進出(フィリピンのマニラ)を果たし、早くから東南アジアを中心とした国際化を進めてきました。1969年には、現在海外グループ会社の核となっているPT Mandom Indonesia Tbkを設立。その後、アジア各国への展開を順次進め、1996年11月には、中国・広東省中山市に第2の海外生産拠点を設立するなど、アジア全域にわたり、確固たる基盤を築いて今日にいたっています。

商品面については、1978年7月に「ギャツビー」を発売して以来、26年間生活者の支持を得るべくブランド育成を図ってまいりました。また、1984年7月には女性用化粧品市場にも参入し、業容の拡大を図っています。

グループ会社の展開については、国内では商品特性に応じて、店頭販売ルート、ヘアサロンルート、エステティックサロンルート、カウンセリング販売方式といった多様な流通チャネルを切り口に分社化を進め、海外では、アジア全域をグループ会社のネットワークでカバーし、総合力を発揮できる体制を構築しています。

Contents

•	• Vision	
	財務ハイライト	
	マンダムグループの企業理念、品質理念、環境理念	
	ごあいさつ	
	社会的責任に対する取組み	(
	• Identity	
	マンダムグループの6つの特徴	10
4		4.
	マンダムグループの経営戦略	
	長期的なブランド育成	
	アジアでの存在	1
(• Facts	
	トピックス	16
	マンダムグループネットワーク	
	国内展開	18
	海外展開	2
	社史	20
	Financial Data	
	経営ならびに財務の分析	23
	連結貸借対照表	
	連結損益計算書	
	連結キャッシュ・フロー計算書	
	Ocrporate Data	
		0.4
	会社概要	
	株主情報	3

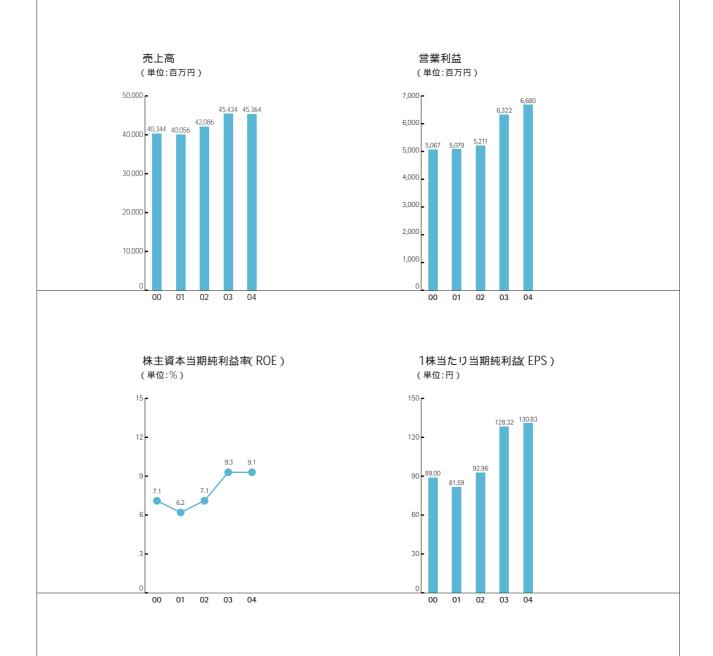
将来見通しの記述について

このレポートに記載されている株式会社マンダムの現在の計画、戦略、確信などのうち、過去の事実以外のものは株式会社マンダム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、株式会社マンダムの実際の経営成績、業績などはこのレポート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。

財務ハイライト 株式会社マンダムおよび連結子会社 3月31日に終了した1年間

					(百万円)
	2004	2003	2002	2001	2000
売上高	45,364	45,434	42,086	40,056	40,344
営業利益	6,680	6,322	5,211	5,079	5,067
当期純利益	3,253	2,988	2,176	2,024	2,105
総資産	45,474	43,868	38,613	39,975	42,668
株主資本	36,687	34,714	29,376	32,133	33,008
株主資本当期純利益率(ROE)(%)	9.1	9.3	7.1	6.2	7.1
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	130.83	128.32	92.96	81.59	89.00
1株当たり配当金(円)	50.00	50.00	40.00	34.00	30.00

1株当たり当期純利益(EPS)は、2002年4月1日から適用された「1株当たり当期純利益に関する会計基準(企業会計基準第2号)に基づいて遡及計算しております。



Management

マンダムグループの企業理念

「美と健康を通じ、快適な生活にお役立ちする」

経営の基本思想

グループ企業理念の具現化へ向け、以下の基本思想を掲げ、わたしたちが考働する基軸とし、全社員が共有しながら、全ての生活者へお役立ちできる経営を推進してまいります。

1. 全員参画の経営

わたしたちは、自己の責任を認識しながら、時には会社、組織、役職の枠を超え、「知的なにぎわい」のある「場」を形成し、知恵を出し合い、協力することを考働の基軸とし、挑戦する高活力集団による経営を推進いたします。

2. 生活者発・生活者着

わたしたちは「健康」「清潔」「美しさ」楽しさ」をビジネスキーワードとして、生活者発の「ウォンツ」を生活者着へ「価値」として提供することを考働の基軸とし、世界で「人でも多くの生活者に継続して価値を提供できる経営を推進いたします。

3.「生活者理解力」得意先理解力」商品理解力」3理解力の向上

わたしたちは、変化する生活者、得意先、商品(サービス)の動向、情報、知識、ウォンツに対して常にアンテナを張り巡らし、 おのおのの理解力を高めることを考働の基軸とし、商品やサービスの提案を通じて、問題解決やお役立ちできる経営を推 進いたします。

Philosophy uality

マンダムの品質理念

「全員参画により、企業・商品・サービスの質を高め、真の顧客満足に応える。」

品質基本方針

- (1)マンダムグループにおいて品質マネジメントシステムを定着させ、その有効性を継続的に改善する。
- (2)関連法規、要求事項に適合し、不適合及び不適合品の絶無を目指す。
- (3)品質クレームゼロ化へ挑戦する。
- (4)全員参画により品質目標を達成する。
- (5)徹底して生活者視点に立った考働をとる。
- (6)各プロセスの精度とスピードを上げ、クイックレスポンス)顧客満足度を高める考働をとる。

マンダムの環境理念<エコポリシー>

「マンダムは、健康、清潔、美しさ、楽しさの事業領域において、環境に配慮した商品、サービスの提供を目指し、良き社会の一員として、かけがえのない地球環境の保全に努めます。」

環境基本方針 < 工コ活動指針 >

<商品づくり>

マンダムは、3R設計を実践し、環境負荷低減に配慮した商品づくりを目指します。

<総合的取り組み>

マンダムは、生産・営業・オフィス等において総合的に次のことに取り組みます。

- 1. 環境管理体制を整備し、積極的に環境保全を推進します。
- 2. 資源保護に配慮し、資源・エネルギーを大切に利用します。
- 3. 環境意識の向上を図り、企業市民として社会に貢献します。

3Rとは、Reduce(減量)・Reuse(再使用)・Recycle(再利用)を意味します。



Sound Management Leads to Success

2004年3月期の業績

7期連続で過去最高の営業利益を更新

2004年3月期における日本の経済は、企業主導の回復傾向が鮮明になり産業景気全般に明るい兆しが見えてきましたが、個人消費は本格的な回復にはいたらず、化粧品業界においても数量ベースでの回復傾向は見られるものの、店頭販売価格は下げ止まらず依然として厳しい状況が続いています。2004年3月期の連結売上高は、前期より0.2%減少して453億64百万円となりました。海外売上高(アジア)は、各国でグループ・ブランド戦略が着実に浸透し、前期より9.9%増加しました。国内売上高は、厳しい経営環境のもと、コアブランド「ギャツビー」の男性用ヘアカラーがカラートレンドの変化に伴う使用頻度の低下により伸び悩みました。また、デオドラント(制汗剤)は冷夏の影響などにより振るわず、前期より3.8%減少しました。一方、連結営業利益は、前期より5.7%増加して66億80百万円となり、7期連続で最高益を更新することができました。これは主に、日本における、中国への生産移管などによる原価低減、省力化の進展・増産による数量効果、インドネシアにおける為替安定による原材料の低減などにより、売上原価率は0.2ポイント低下して41.3%となったことや、販管費抑制が寄与したことによるものです。連結当期純利益は、前期より8.9%増加して32億53百万円となりました。1株当たり当期純利益は、前期より2.0%増加して130.83円となり、いずれも最高益を更新しました。

また、利益処分に関しては、株主に対する利益還元を経営の重要政策として位置づけており、株主還元の基本政策として、キャッシュ・フローをもとにした配当金を中核としています。具体的には営業キャッシュ・フローを株主配当、事業投資、内部留保に適正配分することを基本とし、当期純利益に対する配当性向40%以上、株主資本配当率(DOE)を3%以上の継続的実現を目標としております。当期の利益配当金については、予定通り25円、通期で50円とし、配当性向は42.1%、DOEは3.2%となりました。

中期3ヵ年経営計画の進行状況

当社グループの中期経営戦略は、 男性化粧品ブランド「ギャツビー」、女性化粧品ブランド「ルシード エル」及び「ヘアカラー」品目といった3つの商品群に重点を置く。 企業の成長と規模の拡大の中核を東南アジア市場に置き、海外事業のウェイトを高めることでグループ事業の拡大を図る。 原価低減を継続してコストダウンを推進し、事業の拡大とともに収益性の向上を目指す。の3点です。これらの戦略によって、最終年度にあたる2005年3月期の目標数値である株主資本当期純利益率(ROE)を10%に、1株当たり当期純利益(EPS)を150円に向上させることを目指してまいります。

その2年目に当たる当期の進捗状況としては、ROE9.1%、EPS130.83円となり、厳しい事業環境の中、概ね順調に推移しています。

第7次中期経営計画-最終年度に向って

< 重点3商品群による成長の確保 >

「ルシードエル」は、ヘアカラーが健闘し、順調に推移しましたが、コアブランドの「ギャツビー」がヘアカラー市場の規模縮小と、国内における冷夏の影響によりシーズン商品が低迷し、目標達成できませんでした。来期におきましては、「ギャツビー」の販売戦略を強化するとともに、戦略カテゴリー「ヘアカラー」商品の充実化といった重点商品群の拡充を図り計画の達成を目指してまいります。

<海外事業の強化・拡大による成長創出>

海外事業は、「ギャツビー」の水平展開に伴う継続した積極的なマーケティング投資の効果により順調に伸長しております。特に連結ウェイトの高い子会社マンダムインドネシア(PT Mandom Indonesia Tbk)は、市場への積極的なマーケティング展開により大幅に伸長し、海外事業の拡大に寄与しました。この結果、連結売上高に占める海外比率も23.5%と更にプレゼンスを高めました。来期におきましては、主力商品のグループ水平展開に加え、すでにテストマーケティングを稼動している上海駐在員事務所のオープンを機に、中国市場における強化・拡大を図ってまいります。

<更なる原価低減・コスト削減に向けて>

当社グループ生産3拠点(日本・インドネシア・中国)の設備投資強化によって、内製比率の向上を図り、グループ全体での原価低減・コスト削減を目指してまいります。これまで当社グループでは、物流業務を自社物流センターで行っていましたが、2004年10月より販売物流を皮切りに、最終的には原材料の調査(調達物流)、工場から製品の国内外への配送(販売物流、海外物流)、返品商品の処理、リサイクル物流)まで一貫した物流システムである3PL(サードパーティロジスティクス)業務を、日本通運株式会社に委託することによって、一元管理してまいります。これだけの総合物流を、3PL化することは化粧品業界では初のビジネスモデルとなります。

更なるサプライチェーンマネジメントの強化によって、在庫回転率の最大化による キャッシュ・フローの改善、生産ラインの再整備による製造コスト削減など、競争力・対応 力の強化を図り、収益性の向上と経営の効率化を目指してまいります。

国内の化粧品市場は、数量こそ回復基調の見通しはあるものの、単価下落傾向は根強く、総じて厳しい状況に変化はないものと予想しています。

このような状況のもと、当社グループは、更なる収益性の確保に向けて、経営資源を「ギャツビー」、「ルシードエル」そして「ヘアカラー」という重点商品群に集中し、生活者ウォンツに対応した新商品により売上達成を目指してまいります。国内については、「ギャツビー」ブランドのパワー・アップによる再成長と、原価低減の継続により更に強固な収益構造を目指してまいります。また、海外事業については、積極的なマーケティング活動を継続し、現地通貨ベースで二桁以上の増収を目指してまいります。インドネシアにおいては、生産設備の充実化により、継続してコスト削減に注力し収益力強化を図ります。

また、2004年4月より重要性の増したMandom Korea Corporation(韓国)を連結対象子会社に、Sunwa Marketing Co., Ltd(香港)を持分法適用会社に追加いたします。

以上により、第88期の連結売上高は464億円、営業利益69.5億円、経常利益67億円、当期 純利益36億円を目指してまいります。

2004年7月

代表取締役 社長執行役員

面村之延

西村 元延

代表取締役 副社長執行役員

亀井 浩

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

マンダムは、コーポレート・ガバナンスを有効に機能させ、経営の公正性、透明性を高めることを事業展開方針として掲げ、株主から信頼を得られる経営を目指しています。

・経営の意思決定および業務執行に対する監査・監督

マンダムは、取締役会を実質化することにより、「意思決定・監督機能」と「業務執行機能」との分離を推進し両機能を充実強化してまいります。

また、マンダムは監査役設置会社制度採用の会社であり、株主 視点に立った意思決定・業務執行に対する監査が行われるように、 社外監査役の比率を高め、監査機能の向上を図ってまいります。

経営の業務執行

マンダムは、ビジネスファンクションユニットの執行体制を強化するため、ユニット間の相互牽制、業務執行マネジメントの強化および執行役員への権限委譲を推進し、業務執行の機動性を確保してまいります。

・コンプライアンスへの対応

法令遵守に関しましては、「考働規範推進委員会」を設置しコンプライアンスの強化を図ってまいります。

コーポレート・ガバナンスの改革

マンダムでは、2001年6月に執行役員制度を導入し、「意思決定・監督機能」と「業務執行機能」の分離および業務執行責任の明確化を図ってまいりましたが、コーポレート・ガバナンス体制の更なる改革を行い、2004年6月開催の株主総会および同日開催の取締役会の決議を経て、役付執行役員制度の導入等による新経営管理体制によるオペレーションをスタートしました。この改革は、監査役設置会社制度をベースとし監査役の適法性監査機能を維持・強化しながら、ビジネスファンクションユニット制、執行役員制度を有機的に融合した独自の新経営管理体制を確立するものです。

(1) 役付取締役制度の実質的廃止

「取締役社長」取締役副社長」専務取締役」常務取締役」という 取締役としての役位を廃止し、取締役会においてはその構成員 たる取締役全員が一取締役として対等な立場により審議・意思 決定を行える環境を整備、公正な意思決定・監督機能の充実)し ます。なお「取締役会長」の役位は制度上残存させます。

(2) 役付執行役員制度の導入

業務執行上の職責に応じた役位として「社長執行役員」副社長執行役員「専務執行役員」常務執行役員」という役付執行役員を設け、業務執行責任を明確化するとともに執行役員への権限 委譲を促進いたします。

② 役員および役付執行役員(2004年6月24日現在)

代表取締役 社長執行役員 西村 元延 代表取締役 副社長執行役員 亀井 浩 取締役 常務執行役員 義勝 西海 (国際事業部統括) 取締役 常務執行役員 佐治 健二 (リソース管理統括、総務部、法務室、 役員秘書室担当) 取締役 常務執行役員 山田 憲治 (生産・物流統括、購買部、物流センター担当 (株)ミック取締役社長(代表取締役)兼務) 取締役 常務執行役員 野崎 浩治 (マーケティング・営業統括、西日本営業部、 営業企画部担当) 取締役 常務執行役員 桃田 雅好 (R&D統括、お客さま相談室、品質保証室、 商品企画室、中央研究所、E/O事業部担当兼E/O事業部長)

 取締役
 鈴木 政志

 取締役
 後藤 光男

 常勤監査役
 樋口 俊人

 常勤監査役
 松山 金豊

 監査役
 小寺 一矢

 監査役
 高木 進

社外取締役 社外監査役

(3)執行役員の取締役兼任の制限

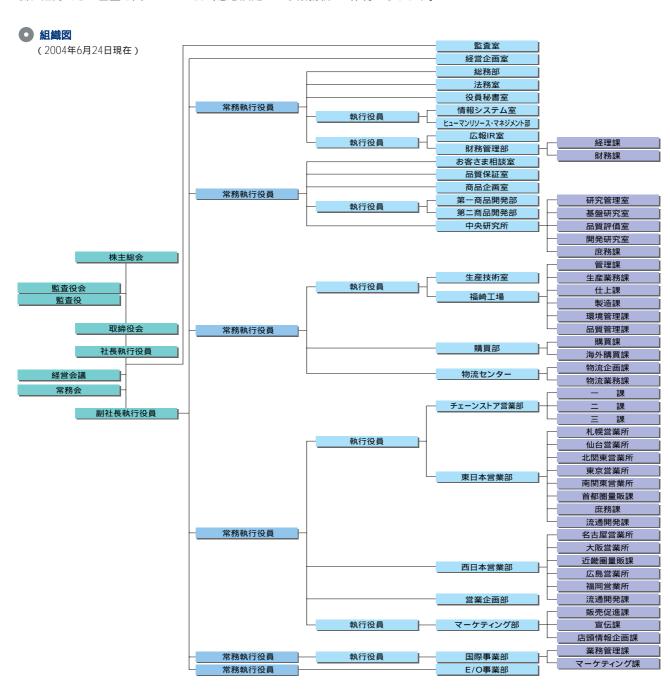
執行役員の取締役兼任を各ビジネスファンクションユニットにおける執行現場の最高責任者たる役付執行役員に限定(役付以外の執行役員の取締役兼任を解消)することにより、執行役員への権限委譲を促進し「意思決定・監督機能」と「業務執行機能」の分離を促進するとともに、執行役員が業務執行に専念できる環境を整備し業務執行の精度を高めます。更に、取締役を兼任する役付執行役員から執行役員への権限委譲を促進することにより、取締役がグループ全体の視野に立った高度な意思決定と監督に注力できる基盤を固めるとともに、意思決定および業務執

行の機動性を確保します。

この改革により、社内取締役の員数は10名から7名に減少します。

(4) 社外取締役増員による監督機能の強化

社外取締役の員数を1名(総取締役11名中)から2名(総取締役9名中)に増員することにより、意思決定・業務執行に対する客観的株主視点からの監督機能を強化します。今回の社外取締役の増員により、社外取締役2名・社外監査役2名の合計社外役員4名体制となります。



「品質保証・環境保全・安全衛生重視の経営」を強化

品質保証につきましては、ISO9001推進機能と品質安全保障機能の強化のため、2004年4月より専門部署(品質保証室)を設置し、全社にて品質保証体制のさらなる強化に努めてまいります。一方、環境保全への取組みにつきましては、本社による2000年のISO14001認証取得を機に、製造機能をもつグループ会社(株式会社ビューコス)も同様に、2003年9月にISO14001を取得いたしました。今後も、グループ全体でEMS(環境マネジメントシステム)への取組みを強化するとともに、開発機能における3尺(リデュース、リユース、リサイクル)設計を中心に対応してまいります。また、安全衛生の取組みにつきましては、2003年10月に福崎工場において、OHSAS18001(労働安全衛生マネジメントシステム)を取得いたしました。

今後は、これら3つの認証の取得による相乗効果を図り、顧客満足、社会的満足、従業員満足を向上させ、生活者・社会・従業員に配慮した企業経営を強化してまいります。

品質保証 生活者満足

ISO9001とは、品質マネジメントシステムの国際 規格です。組織の活動、製品及びサービスの品質保証 に加え、顧客満足の向上をも目的とした規格です。 トップマネジメントのリーダーシップのもと、品質 方針、目標を定め、達成に向けて実施・運用します。同時に、より高い目標を達成するために、システムを継続的に改善しながら製品やサービスに反映させ、顧客満足の向上を追求していきます。

ISO 9001

環境保全 社会的満足

ISO14001とは、環境マネジメントシステムの国際 規格です。組織の事業活動により発生する環境への 影響を経営者の責任のもと、方針・目標を定め、環境 へのマイナス影響を低減していくための活動を行い ます。方針は目標・計画になり、これに基づいて手順を実施・運用します。定期的な監査で遵守状況を確認 し、経営者に状況を報告するよう求められています。

ISO 14001

OHSAS 18001

安全衛生

従業員満足

OHSAS18001とは、Occupational Health and Safety Management Systemsの略で、労働安全衛生マネジメントシステムのことを意味します。この規格は、組織が従業員の業務上の労働安全と衛生に関するリスクを洗い出し、対策を立案し、これを実施することで、問題発生の可能性を低減させることを目的としています。

0

品質保証に対する取組み







1998年、本社 - 研究所 - 福崎工場 - 物流センターにおいて、品質保証の国際規格、ISO9001を認証取得しました。

環境保全に対する取組み





2000年、福崎工場 - 物流センターにおいて、環境マネジメントシステムの国際規格、ISO14001を認証取得しました。

安全衛生に対する取組み





2003年、福崎工場において労働安全衛生マネジメントシステム、OHSAS18001を認証取得しました。



男性化粧品をコアとした事業展開

1927年12月の設立以来、マンダムは頭髪化粧品とりわけ男性化粧品に特化した事業を展開してきました。事業の中核を一貫して男性化粧品に求め、常に独自性を追求しながら、他社にない「オンリーワン」を目指し、経営資源の効率的投下を実現しています。

The Six Faces of

強力ブランド"ギャツビー"の存在

発売以来26年間にわたって育成しつづけてきた「ギャツビー」は今や男性 化粧品のトップブランドの地位を確保するまでになっています。この業 界のリーディングブランドを有することは、当社のマーケティング戦略 上大変優位な展開を可能にしています。 **GATSBY**



アジアを中心とした海外戦略

1958年フィリピン・マニラで海外事業展開をして以来、一貫してアジアに重点をおいた海外展開をしております。アジアを面でカバーすることにより波及効果を可能にし効率的なマーケティングパワーを発揮しています。現在では8ヵ国(9ヵ所)に販売拠点を有し、高い潜在力を持つアジアマーケットにおいて確固たる基盤を確立させています。



独自データベースマーケティングの構築

「生活者発・生活者着」の理念をもとに、店頭起点としたデータを活用し戦略的展開を行っています。出荷デ タだけでなく1997年からマンダム独自のシステムである「マフィナス」を稼動させ、代理店の販売データを随時入手するとともに店頭のPOSデータを含めたデータベースを構築し、営業活動だけでなく生産計画などにも多面的に活用しています。また最適な棚割提案を行うなど組織小売業に対してのお役立ち考働の営業支援活動も実施しています。

マフィナス = MAFINAS(MANDOM FIELD NAVIGATION SYSTEM)

Mandom



特徴ある商品開発力

マンダムは生活者のウォンツを的確に把握し、業界に先駆けて男性用へアフォームや無香料化粧品、男性用へアカラーなどの新しい商品を開発してきました。また機能面だけでなく環境にも配慮した商品開発を手がけています。

また技術力強化のため、中央研究所を中心に大学院、大学などの外部研究機関とのネットワーク構築を図り、研究開発体制の強化を図っています。



総合力を発揮する生産3拠点体制

日本(兵庫県・福崎工場)、インドネシア(ジャカルタ・スンター工場、ブカシ・チビトン工場)、中国(広東省・中山工場)の3地域に生産拠点を配置し、3拠点が有機的に連携し、日本とアジア全域を市場としてとらえた効率的生産体制を構築しています。

GATSBY

_{ターゲット} ヤング男性

商品ラインナップ
フレグランス
ヘアスタイリング
ヘアカラー
フェイスケア
ボディケア



LÚCIDO

ターゲット 男性・社会人

商品ラインナップ ヘアスタイリング ヘアカラー フェイスケア

LÚCIDO-L

Long-term Brand Development

長期的なブランド育成

1978年、マンダムは主力ブランドである「ギャツビー」を誕生させ、26年以上にわたって育成してきました。現在では、男性用化粧品のトップブランドの地位を確保しています。ブランドを絞り込み、かつていねいに育成してきたことが「ギャツビー」ブランドの成功の要因です。このように一貫したブランド育成方針は、「ルシード」や「ルシード エル」という第2、第3のブランドを誕生させました。

重点プランドを設定し育成強化する

「ギャツビー」は、その時代の生活者ウォンツを的確にとらえ1981年、1985年、1988年、1993年、1996年と全面的にリニューアルを行ってきました。トップブランドであるがゆえに絶えず提案をし続け、ユーザーの心を常にとらえてきました。新しいカテゴリーへも積極的に参入し、2001年3月には男性用へアカラー「ギャツビーへアカラーシリーズ」を発売するなど、常に生活者に新しい商品を提供し続けてブランドの鮮度

を維持し続けています。

マンダムは、多くのブランドを展開するのではなく、重点ブランドの育成強化とブランド毎に特徴・機能を明確に分けることをブランドの育成方針にしています。1989年には、「香りは自分が好きなものをつけたいので整髪料には匂いがないほうが良い」という生活者ウォンツに迅速に対応し、男性用無香料化粧品「ルシード」を発売しました。ここでも1994年、2000年に全面リニューアルを行い、2003年にば「ルシード」





ブランドで初めての男性白髪用へアカラーを発売しています。無香料化粧品は女性からも絶大な支持がありました。1993年には、女性用無香料化粧品市場にも参入して「ルシードエル」ブランドを立ち上げました。「ルシードエル」ブランドも1996年、2001年とリニューアルを行い、ヘアカラーなどの商品を投入して高い評価を得ています。

このように、ブランドを育成してラインナップを拡大することで、ひとつのブランドに依存しない商品ポートフォリオが形成されています。どれかの商品が伸び悩んだとしても他の商品によるリスクヘッジが出来ています。またブランドを絞り込むことで、経営資源の集中投下を図り効率的ブランド育成を可能にしています。

データを活用した戦略展開で効率性を追求

マンダムは、「生活者発・生活者着」の発想のもと、店頭起点のデータベースマーケティングを展開しています。現在稼動している「マフィナス」は、店頭に商品を納入した代理店の販売データを随時入手・解析し戦略的活用するシステムです。その他出荷データ、店頭のPOSデータを含め、これらのデータを営業活動のみならず生産計画にもフィードバックさせる等、多目的に活用する仕組みができています。生産から販売までのプロセスで、生活者、販売店、代理店から収集するそれぞれのデータを集約し分析することにより、商品開発から組織小売業に対しての最適な棚割の提案など、営業戦略や営業活動にまで反映させることができています。



アジアでの存在

マンダムグループは、1958年4月にフィリピン・マニラで事業展開して以来、一貫してアジアに重点をおいた海外展開をしています。海外においても「生活者発・生活者着」の発想のもと、店頭起点のマーケティングを行い、アジア地域各国の生活者のウォンツを的確にとらえた商品開発、販売、広告展開を行い、アジア地域での存在感を高めています。

A Presence in Asia

アジア地域に重点をおいた海外展開

アジア地域は人口規模、経済発展の変化など から、今後さらに高い成長ポテンシャルが期待で きます。また、アジア地域の生活者の髪質・肌質は 日本人と類似点が多いことから、マンダムグループの技術やノウハウを活かすことができます。

現在、マンダムグループでは、日本、中国、インドネシアの3拠点で生産を行い、韓国、台湾、中国、フィリピン、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシアの8ヵ国(9ヵ所)で販売を行っています。これらの国々では、「ギャツビー」ブランドを中心に「ルシードエル」へアカラー」といったブランド商品の水平展開を進めています。今年度においては、「ギャツビープロジェクト」と題して各国で広告宣伝活動を行い、「ギャツビー」ブランドの認知度向上とブランドロイヤリティの向上を図っています。広告宣伝活動

に加え、店頭起点のマーケティング活動を通して得られた生活者のウォンツは商品開発、販売、広告宣伝活動などにフィードバックしています。このようなマーケティング活動の結果、海外での「ギャツビー」ブランドの販売数量は2億個を超える水準に達成しています。また、インドネシアにおいては「ギャツビー」ブランドの認知度はほとんど100%に達しています。

さらに、海外生産拠点では、あくまでも人件 費削減などのコストダウンを目的としたもので はなく、生活者のウォンツに対していち早く的 確に対応するために、商品開発の現地化を図っ ています。日本との技術的な交流を深めながら、 現地研究員の教育・育成を図るほか、海外現地社 員の日本での教育などを推進し、海外現地社員 にも「生活者発・生活者着」のマンダムグループ の経営理念を浸透させています。





インドネシア(ブカシ・チビトン工場)



インドネシア(ジャカルタ・スンター工場)

今後の海外戦略

2004年1月、中国市場における事業基盤の強化に向けて、上海駐在員事務所を開設しました。すでにテストマーケティングを開始しており、中国における生活者ウォンツの調査、「ギャツビー」ブランドの認知度向上を図ってまいります。また、韓国においても「ギャツビー」プロジェクトを通したマーケティング活動の積極展開により、認知度を向上させ、さらに事業規模の拡大を図ってまいります。

物流面においては、アジア地域をひとつの大きな市場としてとらえ、今後ハブ拠点を基点とした効率的な物流システムの構築を目指します。

今後とも、現地での「生活者発・生活者着」を 基礎にマーケティング活動を一層強化し、各国 の生活者のウォンツに的確に対応するととも に、物流面での充実を図り、アジア全域を市場と とらえた生産・販売体制をさらに強化してまい ります。 LÚCIDO

ュラルカ

5#



ヘアカラーカテゴリーの充実強化

2001年2月に発売した男性用「ギャツビー」へアカラーシリーズ、また、女性用として2003年2月に発売した「ルシードエル」と黒髪用へアカラーの強化を進めてきました。2003年のヘアカラー市場動向としてはシュリンク傾向にありましたが、当社では4月から3月の累計で「ギャツビー」17.0%、「ルシードエル」7.4%、合

計で24.3%のシェアを獲得しています(マンダム算出データによる)。また、2003年8月には、「ルシード」ブランドから初めて男性の白髪用へアカラー、2004年2月には「ギャツビー」からトリートメントタイプの「ヘアカラー」も発売し、ヘアカラーカテゴリーの強化を一層推進してまいります。



LÚCIDO-L

明るさ×質感

ブリズムマジックブリーチ

福崎工場でゼロエミッション(廃棄物1%未満)達成

当社は、福崎工場、物流センターを含む)においてゼロエミッションを達成いたしました。福崎工場では、2000年11月17日の「ISO14001」の認証取得を契機に、単純焼却・埋め立て処分廃棄物の再資源化を進めてまいりました結果、2003年10月以降について、再資源化率99%以上(埋め立て処分廃棄物1%未満)達成し維持しております。今後、発生元での排出抑制に努力するとともに、再資源化率99%以上を維持するために、新分類の廃棄物に対応したリサイクルルートの確保と、再資源化の質の向上を目指してまいります。



OHSAS18001労働安全衛生マネジメントシステム規格を認証取得

当社では「品質・環境・安全衛生重視の経営」を強化しています。その一環として2003年11月28日に「OHSAS18001」を認証取得しました。「OHSAS18001」は組織の労働安全衛生方針を明らかにすることにより"定められた評価システム"によるPDCA管理を実施することで、労働上の事故や災害、健康被害の危険を未然に防止することを目指したシステムです。今後は「ISO9001」「ISO14001」と合わせ3つのシステムの相乗効果を図り、商品を通じて顧客満足を、環境負荷軽減、環境保全活動を通じて社会的満足を、そして安全で衛生的な職場環境づくりにより従業員満足を向上させ、生活者・社会・従業員に配慮した企業経営を更に推進してまいります。



GAISBY HAIR STYLE CHALLENGE

中国上海に駐在員事務所を開設

2004年1月5日より中国上海にマンダム 駐在員事務所を開設。高いマーケットポテン シャルを持っているアジア地域での事業強 化は、当社の成長と規模拡大を図るための中 長期経営の中核であり、その一環として今回 上海に駐在員事務所を開設しました。



海外における活発なGATSBY展開

当社では、グループ経営を推進し、各国で認知度向上に向けた宣伝広告活動を行っています。インドネシアでは、独占TV番組(ワックス導入)・雑誌広告などの大量投下やディスコイベント、タイでは、デオドラントをメインに「GATSBY BE COOL」という大イベント、シンガポールではワックス&ヘアカラーをメインに「VERY GATSBY」ディスコイベントを開催。韓国では、ワックスをメインに「GATSBY HAIR STYLE CHALLENGE」イベントを開催しました。

社内エステティックスクール開校

国内の女性コスメティック事業を強化・拡大していくための施策の一つとして人材育成を行っています。社内 エステティックスクールの目的は、『企画・開発から教育・販売そして施術サービスまで』すべてエステティシャン

が関わる体制を整備することにあります。第一期には、16名が社内スクールを受講し、日本エステティック協会認定フェイシャルエステティシャンならびに同認定エステティシャンの資格認定コースの認定資格を取得しました。今後は関連部門とのコミュニケーションの強化、担当業務の質の向上により、「マンダムらしい女性コスメティックの事業モデルの構築」を図っていきます。





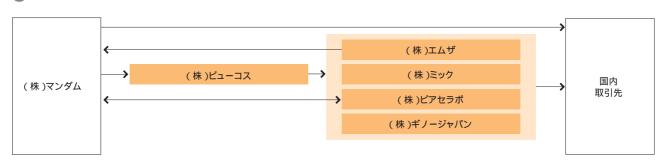
国内グループ会社は、マンダムではカバーしきれない国内の女性化粧品市場に対して、多様な流通チャネルを構築しています。また、グループ会社で獲得した市場の情報が、マンダムでの化粧品開発に役立てられたり、グループ内のシナジー効果を発揮しながら、グループ全体の成長戦略を描いています。

■ 国内グループ会社

社名	資本金または出資金	主な事業内容	議決権比率
株式会社ピアセラボ	200百万円	美容院・エステティックサロンの業務用 およびホームケア製品の販売	100.0%
株式会社ミック	300百万円	ヨーロッパの高級スキンケア製品を中心に カウンセリング販売	100.0%
株式会社エムザ	450百万円	メイクアップ化粧品を中心に バラエティショップなどで販売	100.0%
株式会社ギノージャパン	100百万円	フランスのエステティックプランド 「ギノー 」の販売	100.0%
株式会社ビューコス	100百万円	グループ会社・OEMなど化粧品を中心に 製造・輸入・販売	100.0%
株式会社マンダムビジネスサービス	10百万円	保険代理業およびマンダム本社ビル管理業務	100.0%

連結対象外です。

● 事業系統図



国内グループ会社の主な製品

美しくあるためには健やかさこそが大切と考えるピアセラボ。より豊かな美しさと快適さを創造するために、しなやかな感性とそれを支える最新の技術によって生み出したプロユース商品を、ヘアとエステティック、2つのフィールドで提供しています。

株式会社ピアセラボの主な製品



ヴァルモン、リーラック、ジャックファット、パロマピカソなど海外メーカーと独占販売契約を結び、展開。フランスを初めとするヨーロッパの高級コスメティックを全国のミックオフィス(代理店)を通じカウンセリング販売で、お客さまへお届けしています。

株式会社ミックの主な製品

クレージュ、フーデルなどの高感度な海外のコスメティックブランドを、バラエティショップなどの選別流通にてブランドマーケティングを展開。メイクアップ商品を中心としたコスメティックブランドをグローバルな視点でとらえ、個性化するライフスタイルに対応。新たな顧客創造に取り組んでいます。

株式会社工ムザの主な製品



フランスNo.1のエステティック化粧品会社ギノーが開発したエステサロンルート向けのプロユース商品を輸入。独特のサロンケア技術とともにホームケア商品を提供しています。エステティックブランド「ギノー」は世界60ヵ国の有名サロン9,200店舗で高い評価を受けています。

株式会社ギノージャパンの主な製品



国内の主な新製品と広告展開

主な新製品

GATSBY

スタイリングソリッド スタイリングワックス (ウルトラホールド) (パワーファイバー)





スタイリングクレイ (ウルトラタフ)



ナチュラルブリーチカラー

(ラスティブラウン)(スタンダードベージュ)





シャワーフレッシュ

(アクアムスク)(オーシャンシトラス)(グランマリン)



ヘアエステカラー

(アプリコットブラウン)(ナチュラルブラウン)(アッシュブラウン)







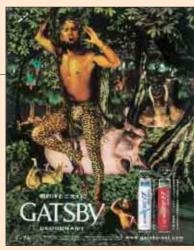
主な広告展開



ギャツビー ヘアワックスシリーズ (2003年9月~)



ギャツビー ヘアカラーシリーズ (2003年4月~)



ギャツビー デオドラントシリーズ (2003年6月~)

マンダムは常に独自性を追求し、自由な発想で時代のウォンツを先取りして数々のヒット商品を生み出しています。また、広告展開においても、独自性を追求し、生活者の印象に残る広告宣伝を行っています。商品、広告ともに、多くの生活者の共感を得ています。





ルシード ナチュラルカラーシリーズ (2003年10月~)



ルシード ミドルシリーズ (2003年6月~)



ルシード エル プリズムマジックカラー (2003年5月~)

海外展開

海外グループ会社においては、生産拠点をインドネシアと中国に設け、販売拠点としては8ヵ国9ヵ所に展開しています。

各国で生活者に満足していただけるような商品を提供するという「生活者発・生活者着」の理念を海外各国でも実践しています。

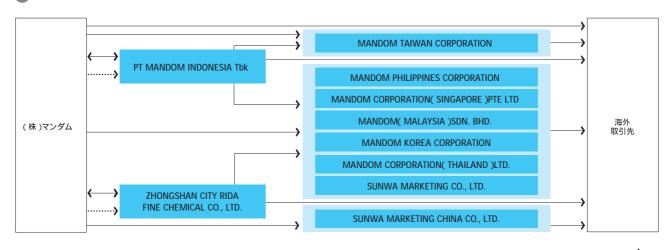
● 海外グループ会社

(2004年6月1日現在)

所在地	社名	資本金	主な事業内容	議決権比率
韓国	Mandom Korea Corporation	25億ウォン	韓国における化粧品の販売	60.0%
台湾	Mandom Taiwan Corporation	5,000万台湾ドル	台湾における化粧品の販売	100.0%
中国(中山)	Zhongshan City Rida Fine Chemical Co., Ltd.	600万U.S.ドル	マンダムグループ各社の化粧品 の製造を担う拠点のひとつ	58.4%
中国(香港)	Sunwa Marketing Co., Ltd.	1,200万香港ドル	中国における化粧品の販売	39.0%
フィリピン	Mandom Philippines Corporation	3,000万フィリピンペソ	フィリピンにおける化粧品の販売	100.0%
タイ	Mandom corporation (Thailand) Ltd.	5,000万バーツ	タイにおける化粧品の販売	35.0%
マレーシア	Mandom (Malaysia) Sdn. Bhd.	1,000万リンギット	マレーシアにおける化粧品の販売	97.2%
シンガポール	Mandom Corporation (Singapore) Pte Ltd	60万シンガポールドル	シンガポールにおける 化粧品の販売	100.0%
インドネシア	PT Mandom Indonesia Tbk	780億ルピア	インドネシアにおける化粧品の製造販売マンダムグループ各社の化粧品の製造を担う拠点のひとつであり、ジャカルタの2つの工場(スンター工場、チビトン工場)で、容器の製造から一貫して生産	60.1%

(注2004年4月1日より、Mandom Korea Corporation、韓国)を連結対象子会社に、Sunwa Marketing Co., Ltd(香港)を持分法適用会社に変更しております。 連結対象外です。

● 事業系統図



海外グループ会社紹介・トピックス

韓国



1999年8月設立。2003年10月「GATSBY Hair style challenge」イベントを開催し、「ギャツビー」の知名度の向上とともに業績を大きく伸ばす。積極的な広告・販促活動が功を奏し、特にヘアワックスが人気急上昇する。

2004年度より連結対象子会社となる。

台湾



1989年12月設立。流通網の再整備を実施し、着実な経営基盤の構築を実施している。 日本志向の強い台湾では日本の流行商品が同じタイミングで受け入れられ、「ギャツビー ヘアカラー」 も大いに期待されている。

香港



1993年7月設立。2003年前半、新型肺炎SARSの影響でやや落ち込んだが、後半のプロモーションや広告投下が功を奏し挽回する。ヘアカラー、ワックスなどトレンディなヤングに「ギャツビー」の浸透は順調に進んでいる。認知率は59%(2002年)に上昇。シェービングに引き続き、2003年はヘアカラーのTVCMが現地CM大賞を受賞し話題の多い1年だった。創立10周年を迎え新オフィスに移転。

シンガポール



1967年2月稼動。人口400万人、多民族国家シンガポールで昨年はヘアカラーとワックスを中心に「VERY GATSBY」という大々的なプロモーションを実施、また組織小売業との店頭プロモーションも積極的に展開し、「ギャツビー」の認知率は95%に達した。TVCMも注目され、今後も「ギャツビー」拡大に向けて邁進する。

タイ



1990年3月設立。2002年にばルシードエル」の一大キャンペーンに引き続き、2003年は GATSBY BE COOL」と題しデオドラントをメインにイベント開催、広告投下も積極的に行い、認知率は38.4%から68%に上昇。またヘアカラーも導入し、通貨危機から経済回復基調のタイにおけるヤング・グルーミング市場で急激に拡大を図る。

マレーシア



1985年5月設立。2002年度のGDP成長率4.2%と通貨危機前の水準に回復し、世界有数の高さを誇る「ペトロナス・ツインタワー」や東南アジアーのショッピングセンター「ミッドバレー・メガモール」はトレンドスポットとして有名。折からの日本ブーム、積極的な店頭プロモーションでワックスの拡大が著しく、「ギャツピー」の認知率は63.2%を記録する。

フィリピン



1958年4月、業界初の海外進出を果たした地、2月に新オフィス移転。2003年は通貨ペソの安値更新、国内情勢不安の中、業績的にも大変な年度だった。インドネシア生産の「ギャツビーウォータグロス(サシェ)」を中心にローカルの未端流通への展開拡大を実施中である。

インドネシア



1969年11月設立。マンダムグループに3カ所ある生産拠点のひとつを担い、化粧品製造工場と容器成型工場をもつ。またインドネシア市場での確固たる販売基盤をもつ。1993年9月ジャカルタ証券取引所に上場。2003年10月にはインドネシア経済誌SWA社からVALUE CREATED COMPANY賞を受賞。EVA(経済的付加価値)基準で高く評価される。

中国



1996年11月設立。マンダムグループに3カ所ある生産拠点のひとつでもあり、今後の売上原価率低減にも寄与することが期待できる。

また広東省を中心とした販売活動も実施。「ルシード エル」も2003年11月販売を開始、「ギャツビー」も広東省でヒットするなど着実な基盤を固めており、今後当社の積極的な中国市場開拓に向けた役割の一翼を担う。

海外の主な商品と広告展開

主な商品

● 男性化粧品

ギャツビー ギャツビー スプラッシュコロン フレッシュコロン ワイルドフォレスト ディーブオーシャン





ギャツビースタイリングワックス

マット&ハード

ライト&ナチュラル

ハード&フリー





ギャツビーロールデオドラント

クリアオーシャン 無香料 GATSBY.







ギャツビースタイリングワックス

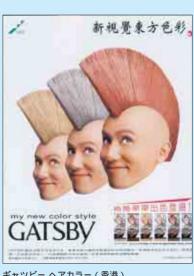




主な広告展開



ギャツビー ワックス (韓国)



ギャツビー ヘアカラー(香港)

マンダムグループは海外においても各国の生活者ウォンツに応える商品を幅広く提供しています。また、広告宣伝にも力を入れており、独自性を追求した広告展開は、海外でも注目をあびています。





ギャツビー (シンガポール)



ギャツビー スタイリングジェル (タイ)



ラヴィリア (タイ)

- 1927.12 金鶴香水株式会社設立
- 1933. 4 「丹頂チック」を発売 時代を風靡する大ヒット商品となり、企業基盤を 確固たるものにする
- 1949. 4 社長 西村新八郎、近畿化粧品工業協同組合理事長に就任
- 1958. 4 業界初の海外事業展開としてマニラの丹頂コーポレーション稼働
- 1959. 4 社名を「丹頂株式会社」に変更
- 1961. 5 西村彦次、取締役社長に就任
- 1966.11 会長 西村新八郎、逝去(3日)
- 1967. 2 シンガポールの丹頂コーポレーションが稼働
 - 12 創立40周年記念式典開催
- 1969.11 PT丹頂インドネシア設立 (現PTマンダムインドネシアTbk)
- 1970. 4 新製品の広告キャラクターとしてチャールズ・ブロンソンと契約
 - 6 輸出貢献企業として通産大臣の表彰を受ける (′71年、′72年にも受賞)
 - 7 「マンダムシリーズ」発表会を開き、9品種10品目 の発売を発表
- 1971. 4 社名を「株式会社マンダム」に変更 PT丹頂インドネシア稼働
- 1972.10 日本ドクタ・ルノー化粧品(株)設立
- 1976. 3 福崎工場が竣工、操業を開始する
- 1978. 5 代理店経由販売から、販売店直接取引(直販)に移行
 - 7 「ギャツビー」スポルディング」 業界で初の2ライン同時発売
- 1980. 4 販売店直接取引(直販)から、代理店経由販売に移行
 - 5 西村彦次、近畿化粧品工業会会長就任
 - 8 西村育雄、取締役社長に就任
- 1981.12 中期経営会議を開催。企業理念の確立とマンダム の中期5ヵ年経営計画(MPプロジェクト)を策定
- 1982. 4 中期5ヵ年経営計画(MPプロジェクト)のスタート

- 9 美容院ルートに新しいヘアケアシステムの提案 「パリアッチ」発売
- 1983. 4 新しいCIシステムの導入により、シンボルマーク などの外見要素を変更
- 1984. 7 女性市場への第1弾として、ティーンズ向け 「ピュセル・マイリップ」発売
- 1985. 2 (株)ミック設立
 - 3 店頭販売初の男性用へアフォームなど 「ハイファンク・ギャツビー・シリーズ」発売
 - 5 マンダム マレーシア設立
- 1987. 4 第2次中期3ヵ年経営計画スタート
 - 12 創立60周年記念式典開催
- 1988.11 株式を店頭公開 公募増資により50万株を発行
- 1989. 3 主力フォーム(財)日本環境協会よりエコマーク認定
 - 8 日本ドクタ・ルノー化粧品㈱を㈱ピアセラボに社 名変更
 - 9 無香料「ルシード」発売
- 1990. 3 マンダムコーポレーションタイランド設立
 - 4 第3次中期3ヵ年経営計画スタート
 - 7 販売助成金の廃止による建値の改正
 - 12 コスティインターナショナル(台湾)設立 (現マンダムタイワンコーポレーション)
- 1992. 2 マンダムフィリピンコーポレーション設立
 - 6 福崎工場チューブ棟竣工
 - 10 (株)エムザ設立
- 1993. 2 マンダム本社ビル第1期工事竣工 新社屋で営業開始
 - 4 第4次中期3ヵ年経営計画スタート 西村彦次、勲4等旭日小綬章受章
 - 7 サンワマーケティングカンパニーリミティッド (香港)設立
 - 9 「ルシード エル」発売 PT丹頂インドネシア、ジャカルタ証券取引所に上場















- 10 (株)ギノージャパン設立
- 1994. 6 マンダム新本社ビル、創業の地に完成
- 1995. 6 西村元延、取締役社長に就任
- 1996. 4 第5次中期3ヵ年経営計画スタート (株)ビューコス設立 インターネットホームページ「マンダムワールド」 開設 福崎工場創業20周年
 - ™啊上物刷来∠○问午
 - 8 PT丹頂インドネシア創立25周年記念式典開催
 - 11 中山市麗達精細化工有限公司(中国) 設立
- 1997. 2 新男性用化粧品「アズイズ」発売
 - 4 (株)公南サービス設立 (現株)マンダムビジネスサービス)
 - 12 創立70周年 インドネシアにて、代理店代表者会議開催
- 1998. 3 CVS専用商品「ミチコロンドン」発売
 - 4 福崎工場敷地内に新物流センター竣工
 - 8 170万株の自社株公開買付を実施
 - 12 国内で業界初の本社 研究所 工場 物流センターでの一貫した品質保証の国際規格ISO9001を認証取得
- 1999. 1 女性用敏感肌スキンケアライン「システムE/O」を 通信販売で発売
 - 3 「ギャツビー」が男性用化粧品ブランドとしては業界初の100億円突破
 - 4 第6次中期3ヵ年経営計画スタート
 - 8 マンダム コリアコーポレーション設立
- 2000. 1 日本能率協会「JMA総合マーケティング優秀賞 奨励賞」受賞「ギャツビー」
 - 5 取締役相談役 西村育雄逝去(23日)
 - 6 故西村育雄「感謝の会」開催 於: リーガロイヤルホテル大阪
 - 8 単元株式数を1,000株から100株に変更
 - 11 福崎工場と物流センターで環境マネジメント システムの国際規格ISO14001を認証取得

- 2001. 1 PT丹頂インドネシアを 「PTマンダムインドネシアTbk」に社名変更
 - 3 PTマンダムインドネシアTbk・チビトン工場稼働 「ギャツビーヘアカラーシリーズ」発売
 - 8 233万株の自社株公開買付を実施 「ルシード エル」全面リニューアル
 - 10 日本、インドネシア、中国の生産3拠点において、 ヘアカラーの自社生産開始
- 2002. 1 東京証券取引所市場第二部に株式上場
 - 3 マンダムグループ東京日本橋ビル竣工 ギャツビーヘアカラーCM、総合第1位 (CMデータバンク:首都圏CM好感度調査)
 - 5 タイ、香港、韓国で「ギャツビー」ルシード エル」 の広告宣伝活動を水平展開
- 2003. 1 名誉顧問 西村彦次逝去(25日)
 - 2 故西村彦次「感謝の会」開催於:リーガロイヤルホテル大阪「ルシード エル プリズムマジックヘアカラーシリーズ 発売
 - 3 東京証券取引所市場第一部銘柄に指定 公募増資により165万株を発行
 - 5 星野英正プロ(マンダム所属)ツアー初優勝<中日 クラウンズ>
 - 7 マンダムインドネシアとGEM PLAZA L. L. Q アラブ首長国連邦)代理店契約調印 「ギャツビー」ブランド誕生25周年
 - 9 「ルシード」ブランドから男性白髪染め市場に参入 E/O事業部より新スキンケアブランド「リバルタ」 発売
 - 2003年度マンダム環境報告書発行
 - 10 マンダムインドネシア、EVA(経済的付加価値)優良 企業賞受賞
 - 11 マンダム確定拠出年金制度へ一部移行
- 2004. 1 マンダム上海駐在員事務所開設















						(百万円)
3月31日に終了した1年間	2004	2003	2002	2001	2000	1999
会計年度:						
売上高	45,364	45,434	42,086	40,056	40,344	35,551
国内	35,711	36,652	34,789	33,270	34,235	31,016
アジア	9,652	8,782	7,296	6,786	6,109	4,535
販売費及び一般管理費	19,958	20,267	18,040	17,232	17,429	15,944
営業利益	6,680	6,322	5,211	5,079	5,067	4,461
国内	5,256	5,037	4,328	3,999	4,112	3,683
アジア	1,422	1,282	860	1,075	944	630
当期純利益	3,253	2,988	2,176	2,024	2,105	1,583
研究開発費	1,576	1,482	1,513	1,524	1,501	1,387
会計年度末:						
総資産	45,474	43,868	38,613	39,975	42,668	41,598
株主資本	36,687	34,714	29,376	32,133	33,008	26,641
1株当たり株主資本	1,516.70	1,434.94	1,306.61	1,294.95	1,330.33	1,200.04
1株当たり当期純利益(EPS)	130.83	128.32	92.96	81.59	89.00	69.16
1株当たり配当金	50.00	50.00	40.00	34.00	30.00	20.00
指標(%):						
株主資本比率	80.7	79.1	76.1	80.4	77.4	64.0
株主資本当期純利益率(ROE)	9.1	9.3	7.1	6.2	7.1	5.9
配当性向	42.1	45.7	44.3	42.8	42.1	31.6

1株当たり当期純利益 EPS μ は、2002年4月1日から適用された「1株当たり当期純利益に関する会計基準(企業会計基準第2号 μ に基づいて遡及計算しております。

セグメントの概要

マンダムグループは、日本およびアジア地域を中心とした国際的な事業を展開しています。近年アジア地域は人口規模、増加率が顕著で、極めて高いポテンシャルを有しており、マンダムグループでもインドネシア、中国をはじめ、8ヵ国に拠点を展開しネットワークの強化に努めています。マンダムグループは、マンダムと子会社13社、関連会社3社で構成されており、このうち連結対象子会社は国内で5社、海外で5社となっています。また、2004年4月より重要度が増したMandom Korea Corporation(韓国)を連結対象会社に追加しています。

国内では、マンダムが男性用化粧品を中心に事業を展開し、株式会社ピアセラボ、株式会社ミック、株式会社エムザ、株式会社ギノージャパン、株式会社ビューコスのグループ5社が女性用化粧品を中心に事業を推進、マンダムブランドの構築・強化を図っています。海外ではインドネシア、中国の製造・販売会社に加え、韓国、台湾、中国(香港)、フィリピン、タイ、マレーシア、シンガポールに販売会社を設置しています。

営業概況

当期の日本経済は、企業主導の回復傾向が鮮明になり産業景気全般に明るい兆しが見えてきましたが、個人消費は本格的回復には至らず、化粧品業界においても数量ベースでの回復傾向が見られるものの、店頭販売価格は下げ止まらず依然として厳しい状況が続いています。

一方、マンダムグループが海外事業を展開しているアジア経済は、年度前半こそ一部地域でSARSの影響等から景気停滞状況にありましたが、後半に至って景気全般が持ち直し、個人消費の回復につれて化粧品市場も拡大基調が持続しています。

業績の概況

当連結会計年度の連結売上高は前期比0.2%減の453億64百万円となりました。国内では、前期市場参入した女性用へアカラー剤の健闘はあったものの、男性用へアカラー剤が市場規模縮小もあって前期比2.6%の減収となりました。また、海外においては、グループ・ブランド戦略が着実に浸透し始め、「ギャツビー」がインドネシアをはじめ各国で売上規模を拡大した結果、前期比9.9%の増収となりました。

売上原価は、減収幅を上回る1億19百万円の減少となり、前期の188億44百万円から187億25百万円となりました。日本においては中国への生産移管の進展により原価低減基調を持続させる一方、インドネシアでは為替の安定による原材料比率の低下と、省力化の進展・増産による数量効果により前期比1%の原価率低下を実現したことで、売上原価率は0.2ポイント低下して41.3%となりました。

販売費及び一般管理費は前期比1.5%減の、199億58百万円となりました。これは、研究開発費を増加させる一方、販売費を効率的に投下するなど総体的には抑制気味の費用支出が寄与したものです。

営業利益は前期比5.7%増の66億80百万円と、7期連続で最高益を更新しました。国内では、売上高減少をコストダウンによる採算率の向上と販管費の抑制により増益を確保しました。また、海外においては、積極的なマーケティング費用を投下することによる売上高増とコスト削減活動により二桁増益を達成いたしました。

営業外損益は、純損失3億76百万円と前期の純損失3億46百万円とほぼ同水準の結果となりました。 国内事業においてはたな卸資産廃棄損の増加はあったものの貸倒引当金の減少と、海外子会社における金利負担の著減等によるものです。

特別損益は、純損失24百万円と前期の純損失2億39百万円から2億15百万円改善されています。これは、主に前期において計上された土地評価損が当期においては発生しなかったことによるものです。なお、当期中に国内において退職給付制度の確定拠出制度への一部移行に伴う損失を計上いたしましたが、損益に与える影響は軽微にとどまっています。

これらの結果、経常利益は前期比5.5%増の63億4百万円、税金等調整前当期純利益は前期比9.5%増の62億79百万円となりました。

法人税等は、前期の24億45百万円から増加し、27億1百万円となりました。日本における一部の子会社が損失を計上し、税効果を認識できなかったこともあって法人税等の負担率は前期の42.6%から43.0%に若干上昇しております。

少数株主損益は、インドネシアの子会社(PT Mandom Indonesia Tbk)の業績拡大を反映して前期の3億3百万円から増加し、3億24百万円となりました。

当期純利益は、前期比8.9%増の32億53百万円と最高益を連続更新しました。1株当たり当期純利益は、前期末実施の公募増資により株式数は増加しましたが、当該増加率を上回る当期純利益の増益率を確保したことにより、前期の128.32円から増加し、130.83円となりました。期末配当金は、25円とさせていただきました。

所在地別セグメントの業績

日本においては、化粧品市場全体では数量ベースでの下げ止まりがみられるものの、価格面における 競争環境は一層激化しております。このような環境のもと、積極的な新商品の投入により市場活性化を 図りましたが、期初計画の売上高には至りませんでした。

ヘアカラー剤(染毛剤)が市場規模縮小もあって計画に届かず、冷夏の影響による季節商品であるデオドラント(制汗剤)の前年割れ等もあり、主力プランドである「ギャツビー(男性用)「ルシードエル」

(女性用)の売上成長は小休止いたしましたが、男性用ブランド「ルシード」はワックス(整髪剤)の健闘により前期比増収を確保いたしました。また、子会社における輸入ブランド品(女性化粧品)の低迷もあり売上高は前期比2.6%減の357億11百万円となりました。利益面においては、海外生産移管等による原価低減から採算率向上が継続していることに加え、販管費の抑制が寄与して、営業利益は4.3%増の52億56百万円となりました。

一方、アジアにおいてはSARS終息とともに景気全般が回復軌道に戻り始めた環境下で、従来からの積極的なマーケティング活動によりブランド認知・浸透が結実してきております。ジェル及びワックス (何れも「ギャツビー」ブランド整髪料)を大きく伸ばしたインドネシアの連結子会社(PT Mandom Indonesia Tbk)を含め、総じて着実に売上を伸ばした結果、売上高は前期比9.9%増の96億52百万円となりました。利益面においても製造拠点であるインドネシアの連結子会社での原価低減が寄与して販管費増額を吸収した結果、営業利益は10.9%増の14億22百万円となりました。

次期の見通し

日本経済は当面、堅調な推移が想定されますが、年度後半における減速局面入りも捨てきれず、先行き不透明感が残されたまま、雇用・所得環境の目立った改善もみえず、個人消費の本格回復にはなお時間を要するものと予想しております。化粧品市場においても数量こそ回復基調の見通しであるものの、単価下落傾向は根強く、総じて厳しい状況に変化はないものと予想しておりますが、経営資源を「ギャツビー」ルシードエル」ブランドに集中し、生活者ウォンツに対応した新商品投入により当期を上回る売上げ達成を計画しております。特に「ギャツビー」ブランドのパワー・アップによる再成長と、原価低減の継続によりさらに強固な収益構造を目指す計画であります。

一方、景気回復が期待される海外事業においては、販売費の戦略的投下による市場開拓・市場確保を目指し、現地通貨ベースで二桁以上の増収を計画しております。また、インドネシアの子会社(PT Mandom Indonesia Tbk)においては、引き続き省力化を中心としたコスト削減に注力することにより収益力強化を図るとともに、マーケティング投資を強化して商品の市場定着を目指しております。

商品カテゴリーでは、引き続きヘアカラー剤、染毛剤)に重点化した政策を進めるとともに、アジア全域における「ギャツビー」ブランドの強化・育成を図り、海外事業、東南アジア)の規模拡大により成長を持続させる計画であります。

なお、国内においてサプライ・チェーン・マネジメントの構築を目指し、当期中に物流業務のアウトソーシングを予定しておりますが、実施は下期以降でありますので次期の業績への直接的な影響は軽微な水準にとどまるものと想定しております。また、2004年4月より重要性が増した子会社Mandom Korea Corporation(韓国)を次期より連結対象子会社に、関連会社Sunwa Marketing Corporation(香港)を同じく持分法適用会社に追加いたします。

以上により、次期の売上高は当期比2.3%増の464億円、営業利益は当期比4.0%増の69億50百万円、 経常利益は当期比6.3%増の67億円、当期純利益は当期比10.6%増の36億円の計画であります。

また、次期配当金は予想利益の達成を前提に1株当たり50円を予定しております。

なお、当社グループの事業遂行上諸々のリスクが伴いますが、これらのリスクに対応するためマンダムグループでは、リスク軽減のための予防措置を始め分散、代替等のヘッジ措置を講じております。但し、重大な天災、進出国における政治体制の激変に伴う法制度、経済環境、為替変動等特定のイベント・リスクの発生によりマンダムグループの経営成績及び財政状態に重大な影響を及ぼす可能性があります。

以上の業績見通しは、主要な為替レートについて106.5円/米ドル、8,800ルピア/米ドルを前提としております。

財政状態

総資産が期首に比べ16億5百万円増加して454億74百万円となりました。当期中の設備投資およびシステム開発が減価償却費の範囲内にとどまったことにより、固定資産全体としては7億62百万円減少し、手元流動性が22億79百万円増加しました。これは主として期間留保によるものであります。なお、国内株式市場の回復による、その他有価証券評価差額金の増加等により、長短の繰延税金資産は2億15百万円減少して8億66百万円となりました。

株主資本は期首に比べ19億73百万円増加して366億87百万円となりました。これは、当期中における利益処分配当金の実施により13億26百万円減少いたしましたが、当期純利益が32億53百万円と大きく増加したことによるものであります。この結果、1株当たり株主資本は、前期末に比べて81.76円増加して1,516.70円となりました。

キャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、前期に比べ10億70百万円減少し、43億96百万円となりました。税金等調整前当期純利益は前期に比べ5億42百万円増加し62億79百万円となりましたが、海外における事業規模拡大に伴い売上債権が3億74百万円増加し、法人税等の支払額が7億85百万円増加したこと等に加え、前期発生した非資金取引である災害損失及び土地評価損が当期はなくなったこともあり営業キャッシュ・フローの水準は前期に及びませんでした。なお、減価償却費はほぼ前年同水準の16億94百万円でした。

投資活動によるキャッシュ・フローは、前期に比べ13億84百万円減少し、18億10百万円のキャッシュ・アウトとなりました。これは主に、日本における設備投資の減少及び資金運用における有価証券の純取得額少、取得額-売却額)によるものです。有形固定資産の取得額は10億75百万円で、主に日本及びインドネシアにおける化粧品製造設備の取得です。また、無形固定資産の取得額は2億66百万円で、全て情報システムへの投資(ソフトウェアの開発費用)です。

財務活動によるキャッシュ・フローは、14億56百万円のキャッシュ・アウトとなりました。その殆んど全てが少数株主への配当金の支払額を含め株主配当金に14億55百万円使用したことによるものです。以上の結果、現金及び現金同等物は、11億7百万円増加し97億67百万円となりました。

次期の見通し

営業活動によるキャッシュ・フローは、利益計画の達成を前提に税金等調整前当期純利益の伸長に加え、運転資本の効率化を進めることにより当期より10億円以上の増額を見込んでおります。

投資活動によるキャッシュ・フローは、国内外における生産設備の投資および研究開発施設への投資 により当期を上回る水準を予定しております。

財務活動によるキャッシュ・フローは、株主配当金の支払い以外には特記すべき事項は予定しておりません。

期別	前連結会計年度 (平成15年3月31日)		当連結会計年度 (平成16年3月31日)		増 減 (印減少)
科目	金額	構成比	金額	構成比	金 額
(資産の部)	百万円	%	百万円	%	百万円
流動資産	22,442	51.2	24,811	54.6	2,368
現金及び預金 受取手形及び売掛金	5,540 5,479		5,635		95 293
ラ 以子 が 及 び 元 街 玉 有価 証 券	5,479 5,199		5,773 7,383		2,184
たな卸資産	5,047		4,870		177
繰延税金資産	500		481		18
その他	744		721		23
貸倒引当金	68		54		14
固定資産	21,425	48.8	20,663	45.4	762
有形固定資産	13,345	30.4	12,757	28.0	587
建物及び構築物	8,523		7,982		540
機械装置及び運搬具	2,494		2,589		94
工具器具及び備品	527		525		2
土地	1,567		1,552		15
建設仮勘定	232		108		124
無形固定資産	496	1.1	547	1.2	51
ソフトウェア	431		447		15
その他	64		100		35
投資その他の資産	7,583	17.3	7,357	16.2	225
投資有価証券	3,949		4,469		519
長期貸付金	1,181		960		221
繰延税金資産	581		384		196
その他	2,048		1,683		365
貸倒引当金	176		139		37
資 産 合 計	43,868	100.0	45,474	100.0	1,605

期別	前連結会計年度 (平成15年3月31日)		当連結会計年度 (平成16年3月31日)		増 減 (印 減少)
科目	金 額	構成比	金 額	構成比	金 額
(負債の部)	百万円	%	百万円	%	百万円
流動負債	5,966	13.6	5,437	12.0	528
支払手形及び買掛金	1,070		1,310		239
未払金	1,920		1,716		204
未払法人税等	1,605		1,216		388
未払消費税等	187		146		41
賞与引当金	708		689		19
返品調整引当金	175		164		10
その他	298		193		104
固定負債	1,574	3.6	1,649	3.6	74
繰延税金負債	19		4		15
退職給付引当金	376		446		69
役員退職慰労引当金	690		614		75
連結調整勘定	44		22		22
その他	443		562		118
負 債 合 計	7,540	17.2	7,087	15.6	453
(少数株主持分)					
少数株主持分	1,613	3.7	1,699	3.7	85
(資本の部)	11 204	26.0	11 204	25.1	
資本金	11,394		11,394		
資本剰余金	11,235	25.6	11,235	24.7	1 020
利益剰余金	14,619	33.2	16,450	36.1	1,830
その他有価証券評価差額金	20	0.0	373	0.8	393
為替換算調整勘定	2,495	5.7	2,745	6.0	250
自己株式	19	0.0	21	0.0	1
資本合計	34,714	79.1	36,687	80.7	1,973
負債、少数株主持分 及び資本合計	43,868	100.0	45,474	100.0	1,605

期別	前連結会計年		当連結会計學		増 減 (印減少)
科目	金額	百分比	金額	百分比	金 額
売上高 売上原価	百万円 45,434 18,844	% 100.0 41.5	百万円 45,364 18,725	% 100.0 41.3	百万円 70 119
売上総利益 販売費及び一般管理費	26,590 20,267	58.5 44.6	26,638 19,958	58.7 44.0	48 309
営業利益 営業外収益	6,322 550	13.9 1.2	6,680 530	14.7 1.2	357 19
受取利息 受取配当金 仕入割引 その他 営業外費用	80 30 201 237 896	1.9	65 37 186 241 907	2.0	14 6 14 3 10
支払利息 貸倒引当金繰入額 たな卸資産廃棄損 その他	89 60 480 266		3 9 619 273		85 50 139 7
経常利益 特別利益	5,976 774	13.2 1.7	6,304 70	13.9 0.1	327 704
貸倒引当金戻入益 固定資産売却益 投資有価証券売却益 退職一時金制度終了益 災害保険金収入	13 1 161 86 511		16 5 48		2 4 113 86 511
特別損失	1,014	2.3	94	0.2	919
投資有価証券売却損 投資有価証券評価損 固定資産売却損 確定拠出年金制度への	281		17 17 15		264 17 2
一部移行による損失 土地評価損 関連会社清算損 災害による損失	247 1 470		44		44 247 1 470
税金等調整前当期純利益 法人税、住民税及び事業税 法人税等調整額 少数株主利益	5,736 2,725 280 303	12.6 6.0 0.6 0.7	6,279 2,746 44 324	13.8 6.0 0.1 0.7	542 20 235 20
当期純利益	2,988	6.5	3,253	7.2	265

期 別科 目	前連結会計年度 (自 平成14年4月1日 至 平成15年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成15年4月1日 至 平成16年3月31日)
	百万円	百万円
営業活動によるキャッシュ・フロー 税金等調整前当期純利益 減価償却費 連結調整勘定償却額 有価証券売一損 有価証券売却益 貸留品調整引当金の増加(減少)額 返局引当金の増加(減少)額 退最融配労引当金の増加(減少)額 受取利除労引当取配当金 災主払利息及び収入 支払差益 土地	5,736 1,730 10 - 281 162 110 3 46 154 67 111 511 89 46 247	百万円 6,279 1,694 22 17 17 48 11 10 18 80 75 102
災害損失 有形固定資産除却損 役員賞与の支払額 売上債権の増加額 たな卸資産の(増加 減少額 仕入債務の増加額 その他	470 12 77 17 684 19 435	- 13 95 392 74 252 243
小 計 利息及び配当金の受取額 災害保険金の受取額 利息の支払額 災害損失関連支払額 法人税等の支払額	7,350 109 511 89 74 2,340	7,418 106 - 3 - 3,126
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,466	4,396
投資活動によるキャッシュ・フロー 定期預金の預入による支出 定期預金の払出による収入 有価証券の取得による支出 有価証券の償還・売却による収入 有形固定資産の取得による支出 無形固定資産の取得による支出 投資有価証券の償還・売却による支出 投資有価証券の償還・売却による収入 連結子会社株式の追加取得による支出 その他	32 1,599 1,100 1,588 199 1,705 826 0	20 27 6,300 4,816 1,075 266 1,807 2,250
投資活動によるキャッシュ・フロー	3,194	1,810
財務活動によるキャッシュ・フロー 短期借入による収入 短期借入金の返済による支出 株式の発行による収入 自己株式の取得による支出 少数株主への配当金の支払額 配当金の支払額	1,151 1,565 3,281 17 106 898	205 205 - 1 130 1,324
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,845	1,456
現金及び現金同等物に係る換算差額	14	21
現金及び現金同等物の増加額 現金及び現金同等物の期首残高	4,103 4,555	1,107 8,659
現金及び現金同等物の期末残高	8,659	9,767

会社概要

社名

株式会社マンダム

本社

=540-8530

大阪市中央区十二軒町5-12

設立

1927年12月23日

従業員数(2004年3月31日現在)

2,011名(連結) 437名(単体)

資本金(2004年3月31日現在)

11,394,817,459円

主要取引銀行

みずほ銀行島之内支店 三井住友銀行上町支店 リそな銀行船場支店 UFJ銀行上町支店 東京三菱銀行船場支店

HPアドレス

http://www.mandom.co.jp

主要国内拠点

本社ビル

〒540-8530

大阪市中央区十二軒町5-12

東京ビル

=275-0023

千葉県習志野市芝園2-6-3

マンダムグループ

東京日本橋ビル

〒103-0027

東京都中央区日本橋2-16-6

福崎工場

〒679-2216

兵庫県神崎郡福崎町高橋290-28

物流センター

〒679-2216

兵庫県神崎郡福崎町高橋290-28

営業拠点

札幌·仙台·北関東·東京·南関東· 名古屋·大阪·広島·福岡







株主情報

発行済株式の総数(2004年3月31日現在)

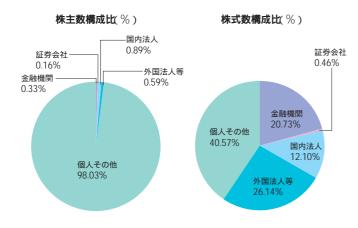
24,134,606株

株主数(2004年3月31日現在)

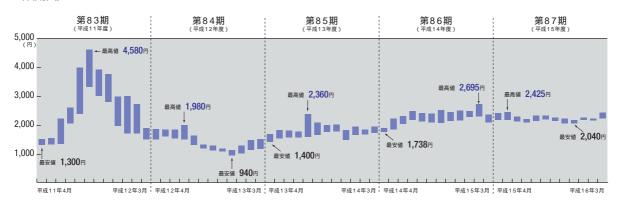
16,091名

大株主(2004年3月31日現在)	所有株式数(千株)	所有株式数の比率(%)
財団法人 西村留学生奨学財団	1,800	7.46
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,211	5.02
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,206	5.00
西村元延	1,004	4.16
ザ バンク オブ ニューヨークトリーテイー ジャスデツク アカウント	905	3.75
西村輝久	811	3.36
マンダム従業員持株会	654	2.71
リンクス	512	2.12
ステート ストリート バンク アンドトラスト カンパニー 505041	495	2.05
ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン		
エス エル オムニバス アカウント	454	1.88

株式分布状況



株価推移



株式会社マンタム

http://www.mandom.co.jp

