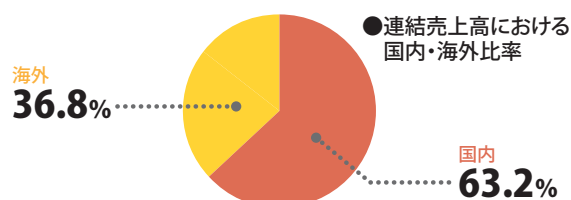


エリア展開

マンダムグループは、戦略エリアをJAPAN、INDONESIA、ASEAN、NIES、CHINA、INDIAの6つに区分し、グループ共通の企業理念・政策のもと、マーケット特性や現地社会との融合を考えた事業展開を推進しています。



日本

- エリア比率 **63.2%**
- 売上高 **38,208** 百万円
- 前期比 **1.9%減**

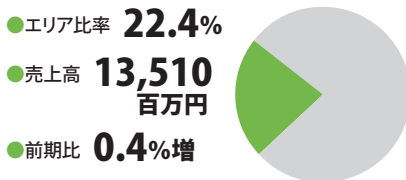


グループの中核拠点である日本は、少子高齢化や市場成熟化、低価格化などにより市場は伸び悩んでいます。今後、異業種からの参入などにより、さらなる競争激化が想定されるものの、ライフスタイルや化粧意識などの変化により新たな成長領域の広がりが見込まれる市場です。

MP-10では、男性化粧品においてはシェアが高くマーケットを牽引する存在であるため、市場の維持・拡大による安定成長を、女性化粧品においては生活者ウォンツに対応したリーズナブルで高品質な商品群を展開し、売上規模の拡大を図っています。

インドネシア

- エリア比率 **22.4%**
- 売上高 **13,510** 百万円
- 前期比 **0.4%増**

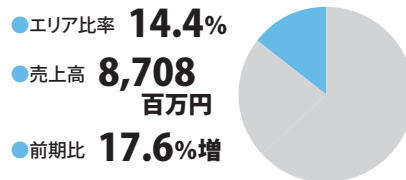


海外事業の最重要エリアであるインドネシアは、経済成長が著しく、また生活者の所得水準も上がってきているため、今後さらなる成長が見込める市場です。

MP-10では、従来の商品群に加え、生活者の購買力の向上による嗜好性やライフスタイル、購買行動の変化に対応した商品群を展開することにより、売上規模の拡大を図っています。

海外その他 (ASEAN NIES CHINA INDIA)

- エリア比率 **14.4%**
- 売上高 **8,708** 百万円
- 前期比 **17.6%増**

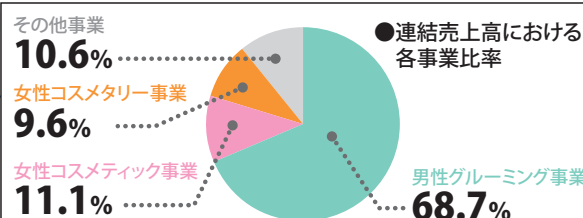


今後の成長を担う事業エリアであるアジアは、各国の経済成長にともない、人口増加や所得水準の向上により、ますます成長が見込める市場です。

MP-10では、男性頭髪化粧品分野において市場の創造および牽引に取り組むとともに、他分野においても各エリア特性にあわせた商品群を展開することにより、売上規模の拡大を図っています。

商品展開

マンダムグループは、「男性グルーミング事業」「女性コスメティック事業」「女性コスメタリー事業」を中心に6つの戦略事業単位を設定し、それぞれの生活者ウォンツに細やかに対応した事業展開を推進しています。



男性グルーミング事業

- 事業比率 **68.7%**
- 売上高 **41,504** 百万円
- 前期比 **0.2%減**



男性の日常の身だしなみやおしゃれ全般に使用する商品群を扱う事業で、「ギャツビー」「ルシード」ブランドを中心に展開しています。

MP-10では、男性グルーミング事業をコア事業と位置付け、その安定成長を図ることで、強固な経営基盤の構築を目指しています。

女性コスメティック事業

- 事業比率 **11.1%**
- 売上高 **6,706** 百万円
- 前期比 **6.2%増**



スキンケアやメイクアップなど女性のビューティライフに彩りを添える商品群を扱う事業で、「ビクシー」「ビフェスタ」ブランドを中心に展開しています。

MP-10では、女性コスメティック事業の展開強化を図り、売上規模の拡大を目指しています。

女性コスメタリー事業

- 事業比率 **9.6%**
- 売上高 **5,781** 百万円
- 前期比 **7.5%増**



ヘアスタイリングやフェイス&ボディケアなど女性の日常の身だしなみやおしゃれ全般に使用する商品群を扱う事業で、「ルシードエル」「ピュセル」ブランドを中心に展開しています。

MP-10では、伸び悩む女性コスメタリー事業に対し、それぞれのブランド再構築を目指しています。

その他事業 「プロフェッショナルユース事業」「その他事業」「貿易事業」の3事業からなります。