



BUSINESS REPORT

株主通信 **第100期** 年間
2016年4月1日～2017年3月31日



新たな中期経営計画(MP-12)がスタートしました。

株主の皆さまへ

社会のなかで、必要とされる企業であり続けるために 自らを進化させます



代表取締役 社長執行役員

にしむら もとのぶ
西村 元延

MP-11を振り返って

株主の皆さまには、平素より格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。

第100期（2017年3月期）は、第11次中期3か年経営計画（MP-11）の最終年度であり、「アジアでグローバルな経営を強みとするオンリーワン・カンパニー」を目指し、「アジアにおける成長加速と新規事業開拓の推進」に取り組んだ結果、円高による円換算額のマイナス影響があったものの、国内外

ともに順調に推移したことにより、売上高、営業利益、経常利益におきましては過去最高を達成することができました。

しかしながら、中期経営計画としましては、2015年7月のインドネシア連結子会社であるPT Mandom Indonesia Tbkの火災事故の影響により、当初の連結売上高目標830億円、同営業利益目標86億円は未達成となりました。

100周年を見据えて、 新たな「使命」と「夢」

当社は、おかげさまで2017年12月23日をもって、創業90周年を迎えます。これもひとえに、皆さまの温かいご厚情の賜物と心より深く御礼申し上げます。

私たちは、創業以来90年間、先人達から受け継いできた精神を礎にして、「生活者へのお役立ち」を追求してまいりました。しかし今、世界は激動、激変の時代を迎えています。技術の進歩は指数関数的な速さで進み、10年に1度と言われるような変化が、毎年のように起こっています。このような不確実性が高まるなか、これまでの積み重ねや、やり方だけでは未来を見出すことが難しくなってきました。

そこで、次の100周年、さらにその先の未来において、私たちが社会で必要とされる企業であるために、この90周年という節目の年に、「使命」である「企業理念」を見直し、また、過去の積み上げにはと

らわれない未来志向の新しい「夢」、すなわち「ビジョン」を策定いたしました。

「企業理念」においては、企業活動の原点に立ち返り、先人達が創り上げてきたマンダムの存在意義をさらに突き詰め、そして進化させ、新たに「人間系」という考え方を根幹に据えて、新しく生まれ変わらせました。

押し寄せるデジタル化の波や発達し続けるAIなどが当たり前の時代。だからこそ、人間にしか成しえないこと、すなわち、人の気持ちを思いやる心を持ち、人が喜ぶことを想像し、人に役立つ価値を創造していくことを「人間系」という言葉で表現し、これを尊重する企業でありたいと考えています。

「ビジョン」においては、100周年にあたる2027年でのありたい姿、ここから目指したいと思える未来像を「ビジョン」として明文化しました。夢には人の情熱をかき立て、不可能を可能にする力があります。この夢を原動力にして、未来志向でバックキャストし、絶えずチャレンジ・チェンジ・イノベーションを実践しながら未来に向けて邁進したいと思えます。

マンダムグループは、新たな企業理念とビジョンのもと、人間の感性を大切に商品やサービスをご提供し続け、次の100周年、さらに先の未来において社会で必要とされる企業を目指し、一丸となって取り組んでまいります。

皆さまにおかれましては、引き続きこれまでと変わらぬご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

■ 新理念体系

MANDOM MISSION

Human to Human

私たちマンダムは、健康と清潔と美を通じて、
奔放に大胆に、あなたの日常を
発見と感動で満たす「人間系」企業です

MANDOM PRINCIPLES

生活者発・生活者着
チャレンジ・チェンジ・イノベーション
全員参画
社会との共存・共生・共創
人財主義

MANDOM SPIRIT

お役立ち
人間尊重
自由闊達

■ MANDOM GROUP VISION 2027

● 2027年のありたい姿

総合化粧品ではなく唯一無二の強みを持った化粧品会社

● 具体的な会社像

1. 「常に本物を提案する」会社
2. 「Global & Only One」な会社
3. 「Exciting & Excellent」な会社

● スローガン

オンリーワンの強みを持った
グローバル 10 億人のお役立ち

● 基本方針

1. アジアの成長を取り込んだ真のグローバルカンパニーへの進化
2. 男性事業のお役立ちの更なる深化と、女性事業における積極的投資および拡大
3. 本物を提供するストック型マンダムワールドづくり

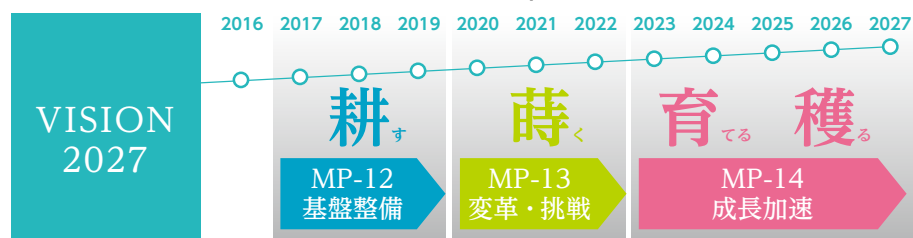
● 定量のイメージ



新中期3カ年経営計画 (MP-12) がスタート

私たちは「VISION2027」までの道のりを3つのPHASEに設定しております。今期からスタートしました第12次中期3カ年経営計画(MP-12)は「「VISION2027」実現のための企業基盤整備期」として位置づけ、「カテゴリー戦略の推進とブランド価値向上の徹底」、「インドネシアを中核にした海外事業の成長性向上」、「グループオペレーション体制の構築と単位あたり生産性の向上」を基本方針として、来るべき人口ボーナス期にアジアの成長と共に当社グループも飛躍的に成長するための様々な基盤整備を進めつつ、売上高・利益の安定的、かつ堅実な成長を図って行きたいと考えております。

VISION2027の3つのPHASEと、MP-12の位置づけ



経営基本方針

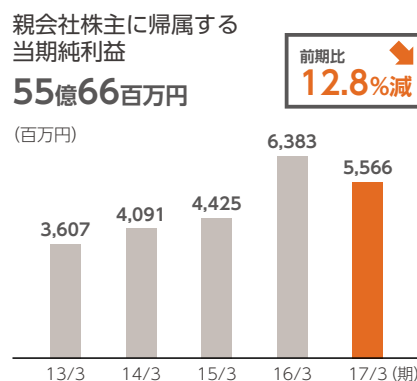
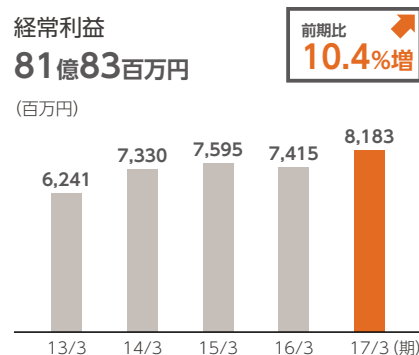
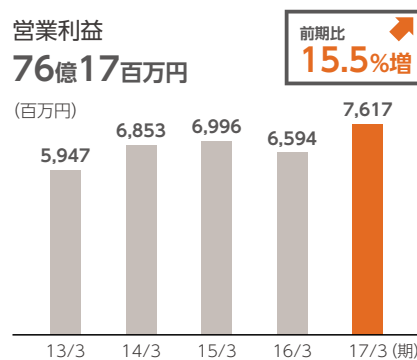
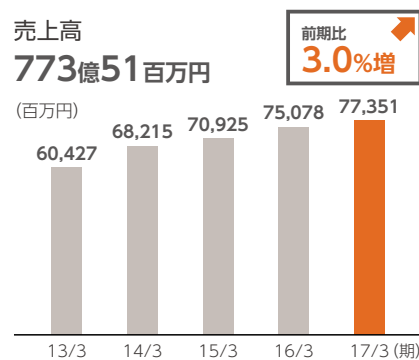
- カテゴリー戦略の推進とブランド価値向上の徹底
 - 強固な柱となるカテゴリーの育成
 - ブランド価値向上
- インドネシアを中核にした海外事業の成長性向上
 - インドネシア: マス中間所得層へのお役立ち拡大
 - その他海外: 各国生活者ウォンツ把握による独自のマーケティング推進と、収益性向上の実現
- グループオペレーション体制の構築と単位あたり生産性の向上
 - グループ人事制度、会計システム、情報システムの整備による意思決定の精度・スピードの向上と単位あたりの生産性を高める体制構築
 - 事業会社における迅速な戦術策定と遂行ができる仕組み構築

経営基本目標

成長性	
MP-12最終年度連結売上高	900億円
男性事業年平均成長率	3%以上
女性事業年平均成長率	10%以上
海外年平均成長率	10%以上
収益性	
MP-12連結営業利益率	10%
株主還元	
連結配当性向(特別な要素を除いた連結ベース)	40%以上

第100期決算ハイライト

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。



連結貸借対照表

(単位: 百万円)

科目	前期末 (2016年3月31日)	当期末 (2017年3月31日)
流動資産	51,456	54,130
固定資産	28,364	29,704
資産合計	79,821	83,835
流動負債	10,364	10,177
固定負債	3,601	4,067
負債合計	13,965	14,245
純資産合計	65,856	69,590
負債純資産合計	79,821	83,835

Point

資産(40億13百万円増加)

主に有価証券や商品および製品が増加したこと等により40億13百万円の増加となりました。

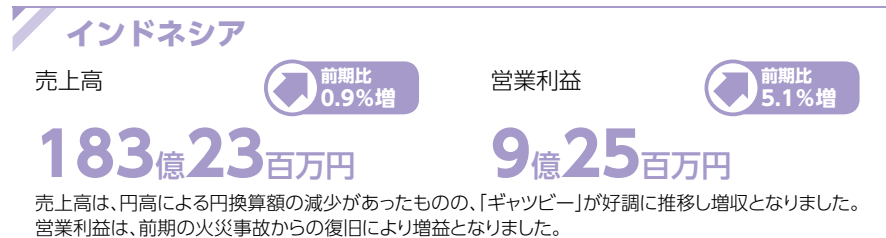
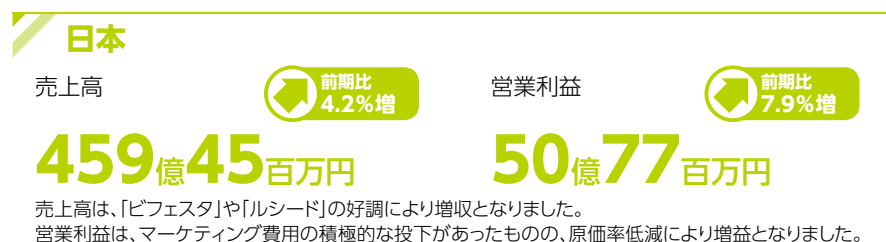
負債(2億79百万円増加)

主に退職給付に係る負債が増加したこと等により2億79百万円の増加となりました。

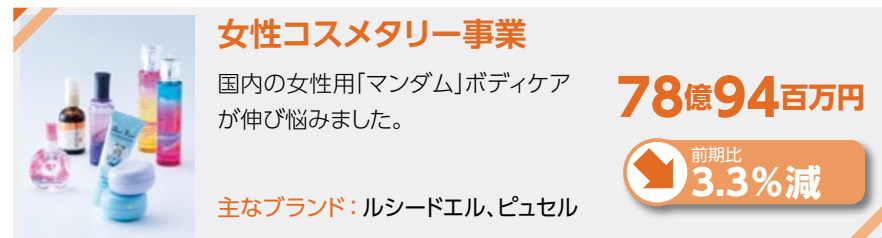
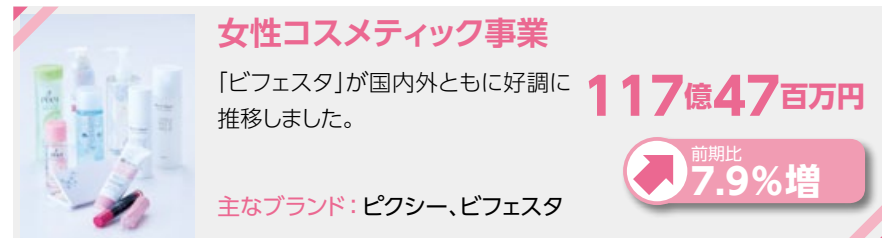
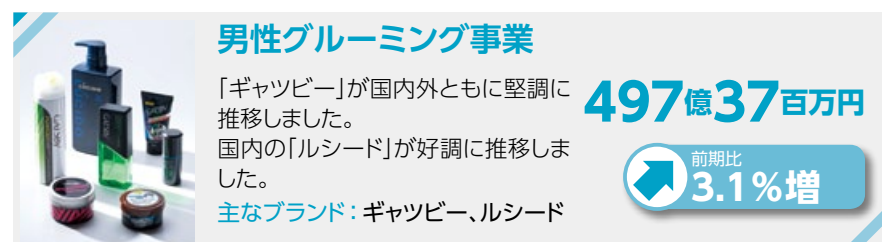
純資産(37億34百万円増加)

利益剰余金が増加したことにより37億34百万円の増加となりました。

所在地別売上高・営業利益の概況



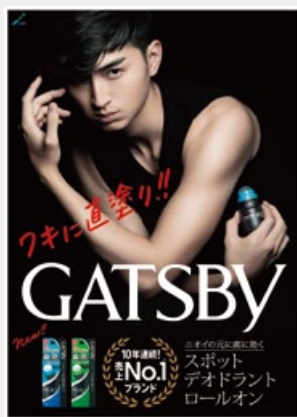
事業別売上高の概況



トピックス

「ギャツビー」、市場拡大中の直塗りタイプ デオドラントの新製品を発売

2017年2月にデオドラントの新製品「スポットデオドラント」シリーズを発売しました。年々使用者が拡大しており、各社とも強化している直塗りタイプデオドラント市場に、長年男性の体臭について研究しているマンダムならではの、制汗力の高さと、効果が長時間持続する期待の新製品です。発売に合わせてニオイの元に“直に塗って、直に効く”「スポットデオドラント ロールオン」の特長を表現したTVCM、ポスターを使用し早期の認知拡大と生活者との接触率拡大を図っております。



「バリアリペア」からスキンケアシリーズ発売

シートマスクが好調な推移を見せているバリアリペアブランドから、2017年2月に「スキンケア」シリーズ3品を発売しました。

忙しい日々の内的外的要因によって、肌のバリア機能が乱れた“劣肌”をケアする現代女性達のためのスキンケアです。ライスミルク成分が乱れた角質層にアプローチし、ふっくらと透明感に満ちた活き活きとしたヘルシー肌に導きます。TVCMも投下して早期市場定着に向けて強化中です。



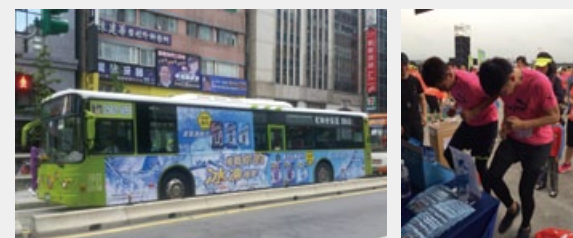
「ルシード」“40才からの”訴求コミュニケーション 展開で着実に市場拡大中

ルシードは「40才からのスマートエイジングブランド」というメッセージ浸透を目的としたコミュニケーションを継続的に展開しております。店頭においては、イベントやレジにおけるミニサンプル配布を中心とした地道な試用体験拡大施策を実施し、広告面では、3月16日「ミドルの日」新聞広告展開や、自社WEBにおけるライフスタイル情報サイト「40's Life」、ミドル男性の身だしなみ意識調査をまとめた「40代ミドル男性白書」での情報発信によって、ミドル男性への“自分ゴト化”を促進する働きかけを継続中です。「ニオイケアシリーズ」、「スキンケアシリーズ」も順調に売上を伸ばしております。



台湾、香港でフェイシャルペーパー、 ボディペーパーが市場定着中

日本では快適&便利アイテムとして、すっかり定番となっている顔用ペーパー、ボディ用ペーパー商品ですが、台湾や香港でも、近年日本と同様に顔のギラつきやベタつきを気にして対処したいというウオンツがヤング男性を中心に高まっており、フェイシャルペーパーの需要が拡大してきています。これに対応して、販売店でのサンプリングや、マラソン大会等でのイベント協賛によるサンプリングを実施しています。この成果もあって着実に商品の認知度拡大が進んでおり、今後の市場拡大が期待されます。



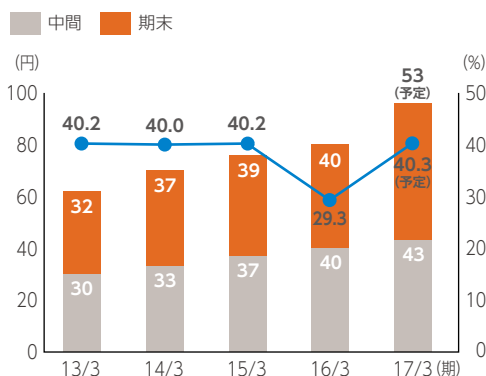
株主還元の基本方針

配当に関して

特別な要素を除いた連結ベース での配当性向40%以上の継続

当社は、株主の皆さまに対する利益還元を経営の重要政策として位置付け、中長期的な事業拡大、新規事業開拓および企業リスクのための内部留保に配慮しつつ、配当金による株主還元を優先的に実施することを基本方針としております。配当金に関する数値目標としましては、特別な要素を除いた連結ベースでの「配当性向40%以上」としております。

配当金と配当性向の推移



株主優待について

5,000円相当の 当社商品詰め合わせをお届け

当社は、株主の皆さまに対する利益還元の一環として、株主優待を行っております。100株以上の株式をご所有(3月31日現在)の皆さまに5,000円相当の当社商品詰め合わせを、6月初旬にお届けしております。当社をより身近に感じていただくために、優待品は当社のお奨めする商品を、新製品を中心に選定しております。



2017年実施株主優待詰め合わせ

株主メモ

事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会 毎年6月開催
基準日 定時株主総会 毎年3月31日
期末配当金 毎年3月31日
中間配当金 毎年9月30日

【そのほか、必要があるときは、あらかじめ公告して定めた日】

単元株式数 100株
株主名簿管理人 および特別口座の口座管理機関 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

電話照会先 ☎0120-782-031

※詳細は、当社サイトをご確認下さい
URL <http://www.mandom.co.jp/ir/src/stockinfo.html>

会社概要

[2017年3月31日現在]

社名 株式会社マンダム
本社 大阪市中央区十二軒町5番12号
設立 1927年12月23日
資本金 11,394,817,459円
従業員 558名(連結2,662名)
事業内容 化粧品、香水の製造および販売、
医薬部外品の製造および販売

株式会社マンダム IR室

〒540-8530 大阪市中央区十二軒町5番12号
TEL:06-6767-5020 FAX:06-6767-5044
株式会社マンダムはISO14001(福岡工場)を認証取得しています。

IRメール配信サービス

当社のIR・会社情報をタイムリーにお知らせしています。
(会員登録はこちらから)

マンダム IR 情報 検索

