



Business Report

2023年3月期 中間株主通信 2022年4月1日 > 2022年9月30日

トップメッセージ

先行きが不透明な今だからこそ
過去にとらわれない「変革・挑戦」による
新たな価値創造を推進。

特集

サロン技術発想の
質感再整ヘアケアシリーズが
「ルシードエル」から誕生しました。



株式会社マンドム

証券コード：4917

To our shareholders

株主の皆さまへ

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。

代表取締役 社長執行役員の西村健です。国内では、新型コロナウイルス感染症に対する行動制限の緩和により経済社会活動の正常化が進み、持ち直しの動きが見えてきましたが、ウクライナ情勢の長期化に起因した原材料価格の上昇や急激な為替変動の影響などへの懸念が高まり、円安による食料品や日用品、電気代など、私たちの身の回りで値上げが相次いでおります。

一方、海外においては東アジアを中心に新型コロナウイルス感染症の再拡大に伴う行動制限の影響を受けたものの、東南アジアにおいては経済活動は着実に回復を見せております。

このような状況のもと、当社グループはVISION2027実現のための「変革・挑戦」期と位置付けた中期経営計画の2年目である今期は、経営基本方針に基づき諸施策を推進しております。

昨年、ヤング男性向けコスメブランド「ギャツビー」より、多様な自己表現を実現するメンズ向けの新コスメライン「gatsby THE DESIGNER(ギャツビー ザ デザイナー)」を提案し、Z世代の声から生まれた、顔のパーツをデザインするコスメブランド「CYQ」が誕生しました。それらのブランドにおいて、デジタル施策を中心にインフルエンサーマーケティングを展開し、既存の「ギャツビー」や「ピュエスタ」とは異なるアプローチを実施しております。また全社売上や利益に貢献する段階には至っておりませんが、開発体制も含め、新しいことにチャレンジする風土が醸成されつつあります。

また近年、人口減少やヤング男性の間でナチュラル志向の高まりによりスタイリング剤市場は縮小傾向にある一方で、肌意識の高まりによりスキンケア市場は拡大して



代表取締役 社長執行役員 西村 健

おります。そのウォンツの変化に対応すべく、我々の製品ポートフォリオも転換を図っており、2022年の秋冬新製品でもスキンケア製品を数多く発売いたしました。

海外においては2019年1月にM&AをしたマレーシアのACGI社はコロナ禍においてもデジタルマーケティングを駆使し、トレンドを素早くキャッチして商品開発することで売上を順調に伸ばしております。

先行きが不透明で複雑性の増した現代において、当社が社会の中でお役立ちを続けるためには、価値創造を続ける必要があります。

我々が実践するOnly-Oneマーケティングの根幹となっている「生活者発・生活者着」と当社の原点である「健・清・美・楽」を見つめ直し、今までのビジネスモデルのみにとらわれない「イノベーション」と「チャレンジ」により、AIではなく人にしか感じ得ない五感、感情、感性を理解して新たな価値を社員一丸となって創造し、提供してまいります。

【2023年3月期 上半期業績について】

当上半期は、前年同期に比べ売上高は、11.4%の増収となりました。

営業利益は10億38百万円となり、大きく増益いたしました(前年同期は6億46百万円の営業損失)。

親会社株主に帰属する四半期純利益は、9億74百万円という結果となりました。

各セグメントの売上高につきましては、日本は主軸である男性スタイリング剤の売上回復と、フェイシャルペーパーやボディペーパーといったデオドラント剤形の売上増が実績を底上げし、6.0%の増収となりました。

インドネシアにおきましては、新型コロナウイルス感染症からの市場の回復が想定より若干遅れつつも堅調に推移し、17.4%の増収となりました。

海外その他におきましては、中国においてゼロコロナ政策による主要都市でのロックダウンが大きく売上に影響を及ぼしていますが、マレーシアで女性コスメを販売するACGI社を中心に売上が大きく伸長し、円安も助けとなり21.4%の増収という結果となりました。

また営業利益については、売上増とそれによる生産効率の改善により原価率が改善したことが寄与し、日本と海外その他では利益を確保できたものの、インドネシアは若干ながら損失を計上する結果となりました。

【2023年3月期 下半期について】

下半期につきましては、国内で「ギャツビー」「ルシード」のスキンケア強化によりフェイスクアカテゴリーを拡大、海外では「ギャツビー」「ピクシー」の堅調な売上拡大と為替影響により売上金額の拡大を見込んでおります。

また、引き続き国内外で強化しておりますEコマースの展開と日本の来春の新品や、「gatsby THE DESIGNER(ギャツビー ザ デザイナー)」の海外展開により、売上回復に取り組んでまいります。

株主の皆さまにおかれましては、今後とも格別のご支援、ご鞭撻を賜りますよう、よろしく御礼申し上げます。 2022年11月

2023年3月期業績見通し

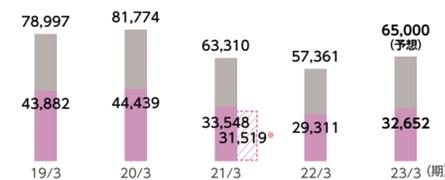
売上高	650億円	前期比	113.3%
営業利益	10億円	前期比	—
経常利益	13億5千万円	前期比	—
親会社株主に帰属する当期純利益	7億5千万円	前期比	—

Financial high lights

第2四半期累計決算ハイライト

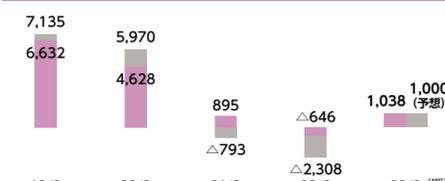
第2四半期累計 通期 (百万円)

売上高 326億52百万円 前年同期比 11.4%増

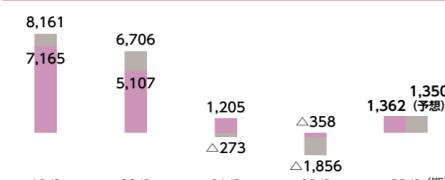


注) 2022年3月期第1四半期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用した財務諸表で連結した日本セグメントにおいて、従来費用処理していた一部の項目を売上高から控除しております。2021年3月期第2四半期累計実績を同様の基準で算定した場合の比較値を実質として掲載しております。(該当箇所には*をつけております)

営業利益 10億38百万円 前年同期比 —



経常利益 13億62百万円 前年同期比 —



親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 9億74百万円 前年同期比 98.1%増



連結貸借対照表 (単位: 百万円)

科目	前期末 (2022年3月31日)	当第2四半期末 (2022年9月30日)
流動資産	42,868	48,332
固定資産	42,899	43,453
資産合計	85,767	91,786
流動負債	11,233	12,178
固定負債	5,482	5,998
負債合計	16,716	18,177
純資産合計	69,051	73,609
負債純資産合計	85,767	91,786

Point

●資産(60億18百万円増加)
現金及び預金、商品及び製品が増加したこと等により60億18百万円の増加となりました。

●負債(14億60百万円増加)
支払手形及び買掛金が増加したこと等により14億60百万円の増加となりました。

●純資産(45億57百万円増加)
為替換算調整勘定が増加したこと等により45億57百万円の増加となりました。

所在地別売上高・営業利益の概況

日本

●売上高

187億90百万円 前年同期比 6.0%増

●営業利益

6億81百万円 前年同期比 —

売上高は、猛暑の影響で「ギャツビー」のデオドラント剤の売上が増加し、増収となりました。営業利益は、増収の影響により増益となりました。

インドネシア

●売上高

60億89百万円 前年同期比 17.4%増

●営業利益

△3億70百万円 前年同期比 —

売上高は、市場の回復に伴い「ギャツビー」と「ピクシー」の売上が増加し、増収となりました。営業利益は、3億70百万円の営業損失となりました。

海外その他

●売上高

77億73百万円 前年同期比 21.4%増

●営業利益

7億28百万円 前年同期比 480.7%増

売上高は、マレーシアが実績を牽引して売上が増加し、増収となりました。営業利益は、増収の影響により増益となりました。

事業別売上高の概況

男性事業

主なブランド: ギャツビー、ルシード



193億88百万円

前年同期比 11.5%増

国内外ともに新型コロナウイルス感染症拡大の収束により市場が回復し、「ギャツビー」を中心として増収となりました。

女性事業

主なブランド: ピュエスタ、ピクシー、ルシードエル、ピュセル



94億11百万円

前年同期比 9.3%増

国内における「ピュエスタ」とインドネシアにおける「ピクシー」などの売上回復により増収となりました。

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

Topics

トピックス

「ギャツビー」コンディショニング オールインワン シリーズ発売

2022年8月の秋冬新製品のラインアップの中でも、特に注力しているのが「ギャツビー」のコンディショニング オールインワン シリーズです。まだ未充足ウォンツが多いスキンケアカテゴリーにおいて、男性から人気の高いオールインワンタイプのスキンケア3品を提案し、「より良い好印象肌ウォンツ」に対応してまいります。10月より、俳優・佐藤健さんのきれいな肌が印象的なTVCMを放映しておりますが、これに加え、デジタル広告配信や、インフルエンサーを活用したコミュニケーションを展開しており、早期の商品認知拡大とヤング男性からの支持獲得を目指しております。



メイクアップブランド「CYQ」の発売

近年アジアのZ世代の間では、美容トレンドが国境をボーダレスに行き交っております。アジアのZ世代生活者の「なりたい自分の顔に近づきたい」というウォンツに



える画期的なメイクアップブランドとして、アジア11のエリアに海外拠点を持つ当社グループならではの特長を活かし、Z世代を中心とした、中国、香港、インドネシア、そして日本出身者から構成される、当社としても初めてのグローバルなチームによる開発から生まれたブランドです。第一弾として、リップだけで人中短縮メイクができ、小顔に見える効果を期待できる「キュービッドリップ」を自社EC、アットコスメ公式ECサイトである「アットコスメSHOPPING」様、全国ロフト様およびロフトネットストア様にて発売中です。

マレーシアACGI社のメイクアップブランド「シルキーガール」が好調

マレーシアのACGI社は、2021年下半期にマレーシア国内でまだマスク装着が必須の期間に、マスク装着の際にも必要なアイメイク製品に重点化した取り組みと、外出規制が緩和されたタイミングで新製品を次々とリリースし、生活者のメイクへの渴望したマインドを捉えました。その結果、マレーシア国内において数量ベースで競合グローバルブランドをおさえてNo.1ブランドとなっております。



インドネシア「ピクシー」のツウウェイケーキをリニューアル

2022年2月にメイクアップブランドの「ピクシー」の主力製品である「ツウウェイケーキ」を10年ぶりにリニューアルしました。コロナ禍においては、あまり稼働していなかった当社の強みであるトラディショナル流通も含めて、順調に店頭出荷が進みました。また、高価格帯シリーズの「メイク・イット・グロウ」からも新製品を発売し、同シリーズの実績向上に貢献しております。2022年12月には「ツウウェイケーキ」のTVCM投下も計画しており、いっそうの強化を図ってまいります。



Special contents

特集

LÚCIDO-L

サロン技術発想の酸熱トリートメント成分^{*1}配合で
 ハイダメージヘアを質感再整^{*2}
 髪内部から集中補修できるトリートメントが
 「ルシードエル」から新登場

トレンドのヘアスタイルを実現するためには、ヘアアイロンやドライヤーといった熱機器を使うことが主流になっていることに加え、インナーカラーや彩度の高いヘアカラーが流行していることで、生活者は自身の「髪の傷み」と「髪の傷みの進行」を実感しています。SNSなどでもダメージ補修に関する情報の投稿も多くあり、ヘアケアへの関心も高まっています。しかし、ハイダメージヘアはホームケアでは補修できないと諦めてしまっている生活者が多くなっています。

そこで、ヤング女性向けヘアメイク&ヘアケアブランド「ルシードエル」から、酸熱トリートメント成分^{*1}配合で、髪内部から集中補修してハイダメージヘアを質感再整^{*2}する「ルシードエル 質感再整トリートメントシリーズ」を発売いたしました。熱を与えることでケア効果とその持続性がアップするので、日々のドライヤーやヘアアイロンの使用がケアプロセスにもなり、毎日気軽に取り入れられます。効果実感の高いホームケアで、より健康な髪でトレンドヘアスタイルや美髪を楽しめるよう応援します。

※1レプリン酸(毛髪補修)
 ※2ダメージヘアの質感を整えること

「酸熱トリートメント」とは

蓄積したダメージを集中補修するサロン技術発想のヘアトリートメントです。ヘアアイロンやドライヤーの熱でヘアケア効果が促進され、指通りの良さやまとまり、ツヤの持続力がアップします。



※ヘアアイロンを使用した状態です。

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、株主還元については、配当金による安定的かつ継続的な利益還元を実施することを資本政策の基本方針とし、フリーキャッシュ・フロー、投資計画、流動性確保等を総合的に勘案、連続増配を目指す方針の下、配当金額を決定します。配当金に関する数値目標といたしましては、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

当社は、株主の皆さまに対する利益還元の一環として、株主優待をおこなっております。100株以上の株式をご所有(3月31日現在)の皆さまに当社商品詰め合わせを、6月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選定しております。

株主総会資料の電子提供について

会社法改正に伴い、株主総会資料の電子提供制度が施行されました。当該制度に関するリーフレットを同封しておりますので、ご参照いただきますようお願いいたします。

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 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 および特別口座 三井住友信託銀行株式会社
 の口座管理機関

株主名簿管理人 大阪市中央区北浜四丁目5番33号
 事務取扱場所 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
 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
 (受付時間 9:00~17:00 土日休日を除く)

※詳細は、当社サイトをご確認ください

URL <https://www.mandom.co.jp/ir/stockinfo.html>

会社概要

[2022年3月31日現在]

社名 株式会社マングム
 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 643名(連結2,763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

株式会社マングム 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
 株式会社マングムはISO14001(福崎工場)を認証取得しております。

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おります。
 <会員登録はこちらから>

マングム IR 情報 検索



※QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です。

