2025年3月期
決算説明会資料
(2024年4月~2025年3月)

株式会社マンダム
(証券コード：4917)

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

目次

1. 2025年3月期 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・当期純利益
5. 資本コストと株価を意識した経営
6. MP-14 取組進捗
7. 主要ブランド別概況
8. 2026年3月期 通期見通し

※セグメント損益算定方法の変更について
2025年3月期より、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、前年同期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。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

1. 連結決算概要

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率	対計画
売上高	73,233	**76,183**	+2,949	+4.0%	-1.1%
営業利益	2,020	**1,028**	-991	-49.1%	+31.8%
営業利益率	2.8%	**1.3%**			
経常利益	2,981	**2,180**	-800	-26.8%	+38.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,601	**1,859**	-741	-28.5%	+104.4%

ROE	4.0%	**2.7%**
ROIC	2.9%	**2.0%**
EPS	57.84	**41.27**
配当性向	69.2%	**96.9%**

売上高

76,183百万円　+4.0% 増収
(実質増減率* +1.6%, 為替影響額 1,789百万円)
日本が好調に伸長したことで、インドネシアの大幅減収をカバーし増収も
対計画に対しては-1.1%の未達。

営業利益

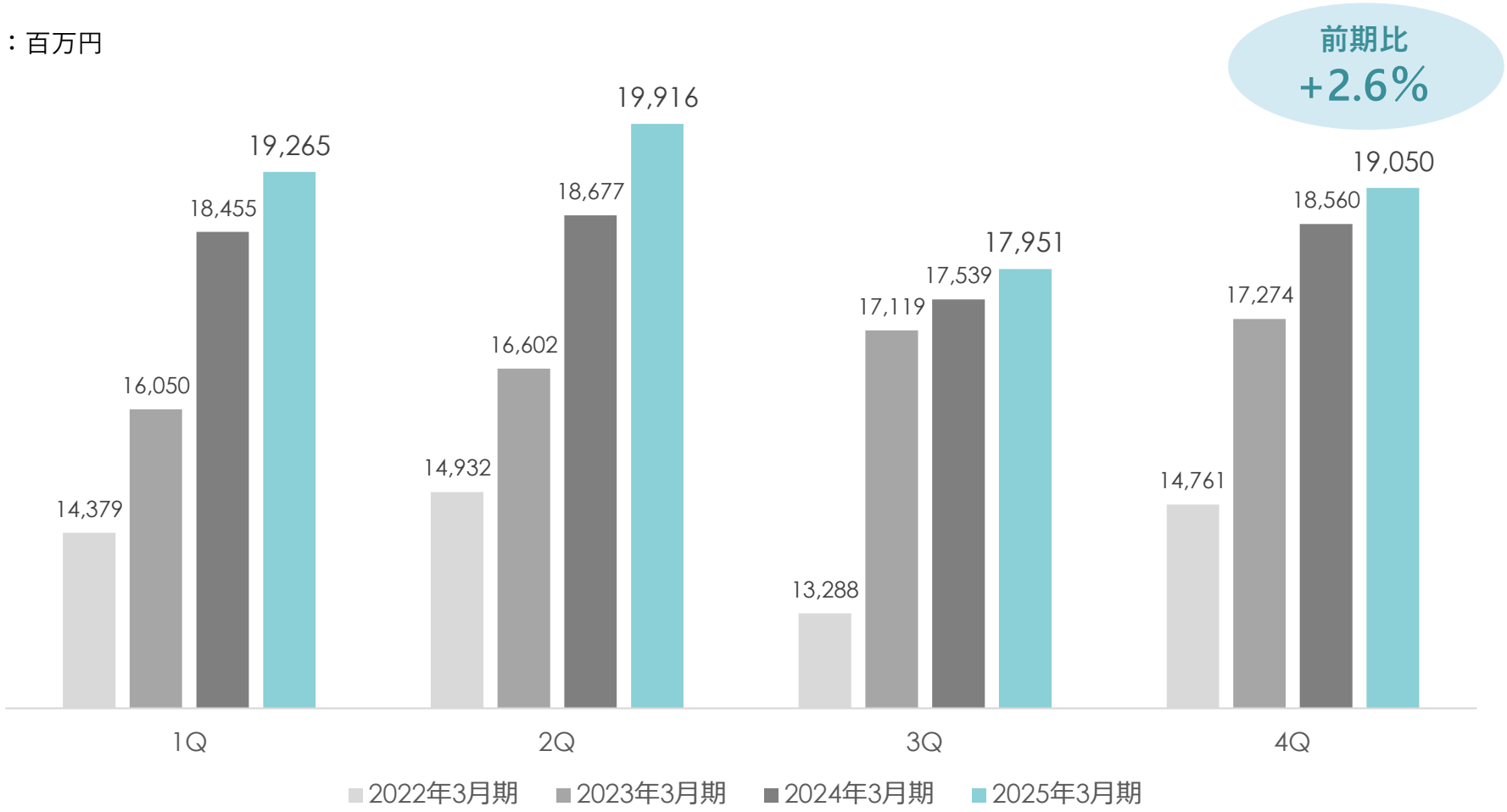
1,028百万円　-49.1% 減益
(実質増減率* -48.3%, 為替影響額 -17百万円)
日本が増益となったものの、インドネシアおよび海外その他が減益。
対計画に対しては、日本の収益性改善活動の効果により3割増。

*為替影響を除いた増減率

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

2-1. 連結売上高 四半期別推移

単位：百万円



当期は各四半期すべてにおいて過去4年間で最も高い売上高を記録。第4四半期では前期比+2.6%増収。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

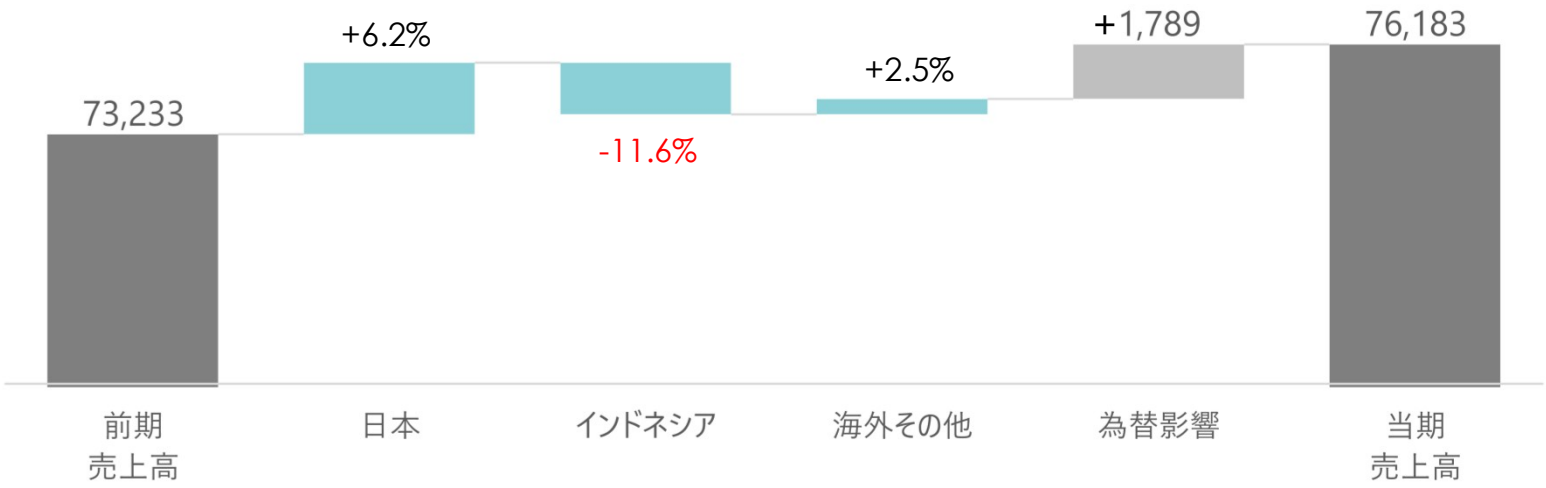
2-2. セグメント別売上高

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率	増減率 (前期レート換算)	構成比
売上高	73,233	**76,183**	+2,949	+4.0%	+1.6%	
日本	38,010	**40,354**	+2,343	+6.2%	+6.2%	53.0%
インドネシア	14,708	**13,430**	-1,278	-8.7%	-11.6%	17.6%
海外その他	20,513	**22,398**	+1,884	+9.2%	+2.5%	29.4%

2-3. セグメント別売上高 実質増減

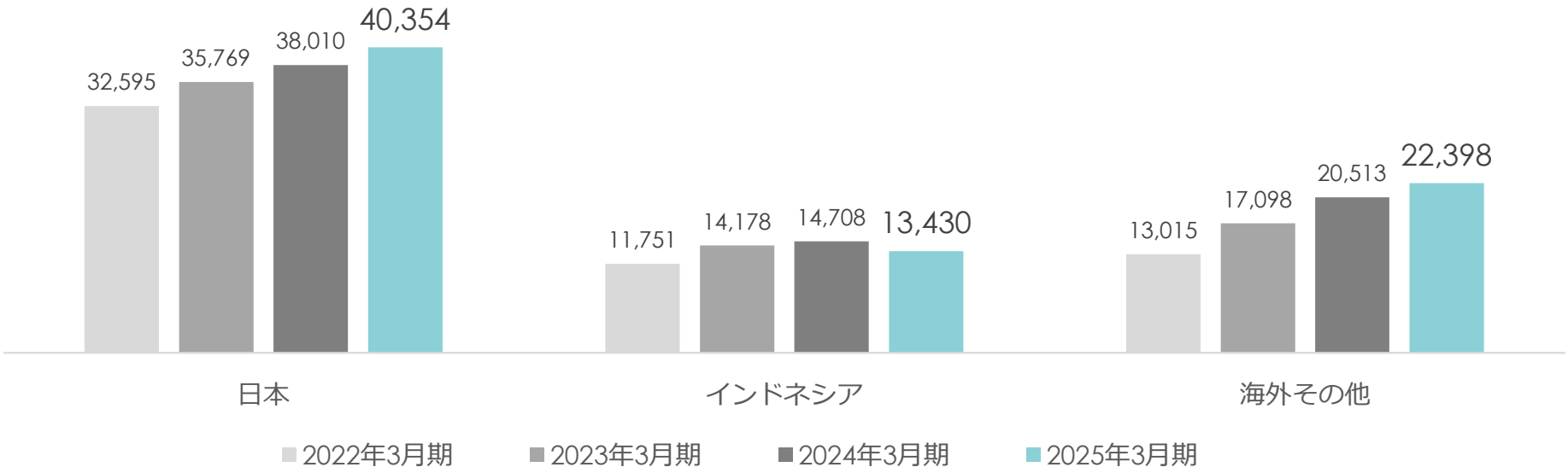
単位：百万円



mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

2-4. セグメント別売上高推移

単位：百万円



日本

+6.2%増収

- 夏シーズン品に加え、ルシードが好調に推移。また主要アイテムをはじめとした既存品の値上げ効果もあり、増収。

インドネシア

-8.7%減収

- 前4Qにおける流通プロモーション実施による出荷増の反動減や品質期限切れ在庫の返品処理実施の影響で、大幅な減収。
- 新製品は順調に出荷。

海外その他

＋9.2%増収

- 現地通貨ベースでは2.5%増収。中国が低迷しているものの、その他各国はマレーシア、台湾他順調に拡大。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

補足資料) セグメント別概況

日本　**前期比　+6.2%**

●夏シーズン品　+19%伸長

▷ 今年2月より順次夏シーズン品のプロモーション展開の立ち上げを開始。ギャツビーの直塗デオドラント及びシート商材の展開強化に加え、今期もトレンド感ある香調や高いクール感を提案した商品を男性向け女性向け共に限定発売し、店頭における存在感ある買い場づくりに取り組む。

●新規ブランド育成

▷前期発売したスキンケアブランド「aono」のPOP UPを新宿にて開催。ターゲットとの接点を広げ、認知拡大とブランド育成を継続強化。

▷ 男性向け美容家電ブランド「ium」より、5月にムダ毛をケアできる光美容器「スピードショット」を追加発売。男性のウォンツに寄り添った機能とデザイン、使いやすさを追求したラインナップで、新たなグルーミングシーンの創出に取り組む。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

補足資料) セグメント別概況

インドネシア　**前期比　-8.7%**

●下期以降、新商品発売を含めた積極的なマーケティング施策を展開

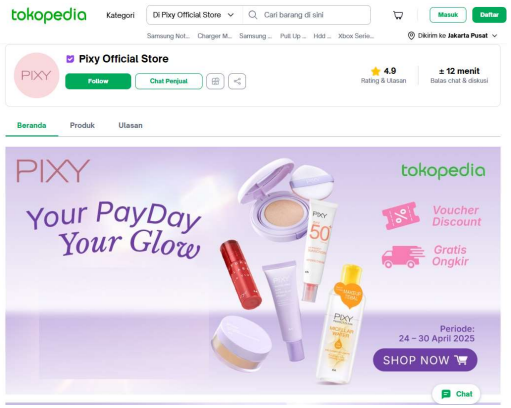
▷上期は滞留在庫の影響が大きく、計画通りに商品が出荷されなかったものの、
下期以降ようやく新製品が配荷できる環境が整い、CVSへの導入強化や宣伝施策の投下を開始。
前期まで殆ど実施できていなかった生活者に向けたマーケティング施策を積極展開。

▷ 2月以降も、GATSBY、PIXY、Lovilleaから新製品を立て続けに発売し、導入を強化中。

●EC流通強化

▷ 大手ECサイト“Shopee”“Tokopedia”にて、オフィシャルストアを開設する
などの取組みを強化し、EC売上の拡大を図る。

▷トラディショナルトレードのローカル個人商店もTokopediaに出店。
これらの店舗のEC売上についても、当社の売上管理上
EC売上として区分し、実績管理を行い取組みを強化する。



mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

補足資料) セグメント別概況

海外その他　前期比　+9.2%

海外その他セグメントにおける中核エリア

ASEAN

海外独自の価値提案によるお役立ち領域の拡大
×
商品・ブランドの強みを生かした生活者接点の拡大

▷現地発商品開発の強化
・マレーシアに開発機能新設
・現地会社による商品開発の推進
▷現地の環境および生活者に合わせた商品提案・訴求と流通体制の構築

中国

中国国内生産品の強化
×
市場環境を踏まえた流通改革

▷法改正への対応
・中国自社生産およびOEM活用で展開商品の充実による競争力強化
▷好調業態に強い代理店開拓による流通強化

インド

既存貿易事業の収益性改善
×
現地子会社の再稼働に向けた取組み

▷インドネシア子会社の貿易事業におけるコスト削減と戦略的な製造拠点の活用
▷既存リソースの有効活用と新規リソースの検討と採用

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

補足資料) セグメント別概況

海外その他　**前期比　+9.2%**

●各国でシーズン品(クール商材)市場の開拓と育成を強化

▷ 日本においてクール感で高い優位性を持つシーズン品について、展開国の中でも年間通じて高温多湿なエリアを中心に市場開拓と育成を強化。まだ使用率、認知率の低いボディペーパーやボディウォーターを中心に、即時得られるクール感とその持続性を体感できるイベントや店頭展開により、使用体験を通じたユーザーの獲得と認知拡大に取り組む。

マレーシア

タイ

台湾

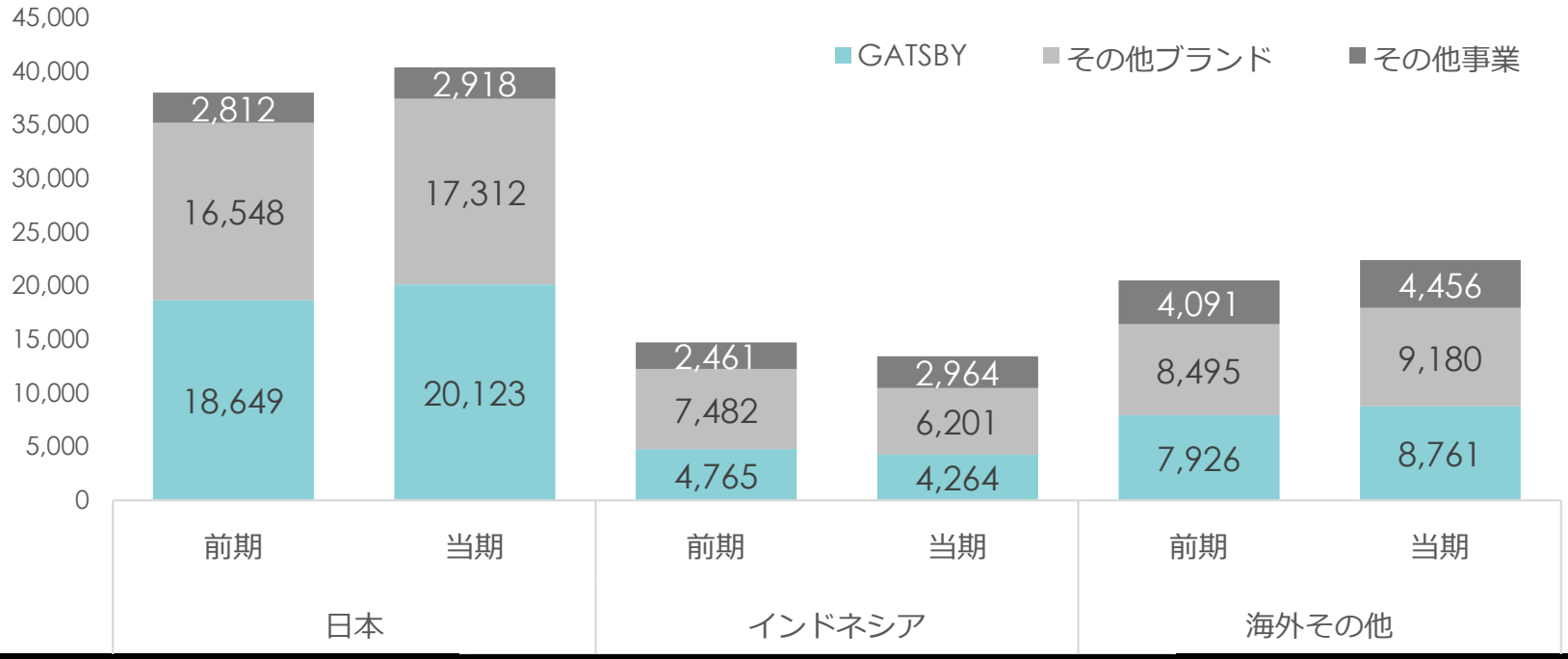
mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

2-5. ブランド別売上高

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率	構成比
売上高	73,233	**76,183**	+2,949	+4.0%	
GATSBY	31,341	**33,149**	+1,807	+5.8%	43.5%
その他ブランド	32,527	**32,694**	+167	+0.5%	42.9%
その他事業	9,364	**10,340**	+975	+10.4%	13.6%

2-6. セグメント別売上高 ブランド実績推移



mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

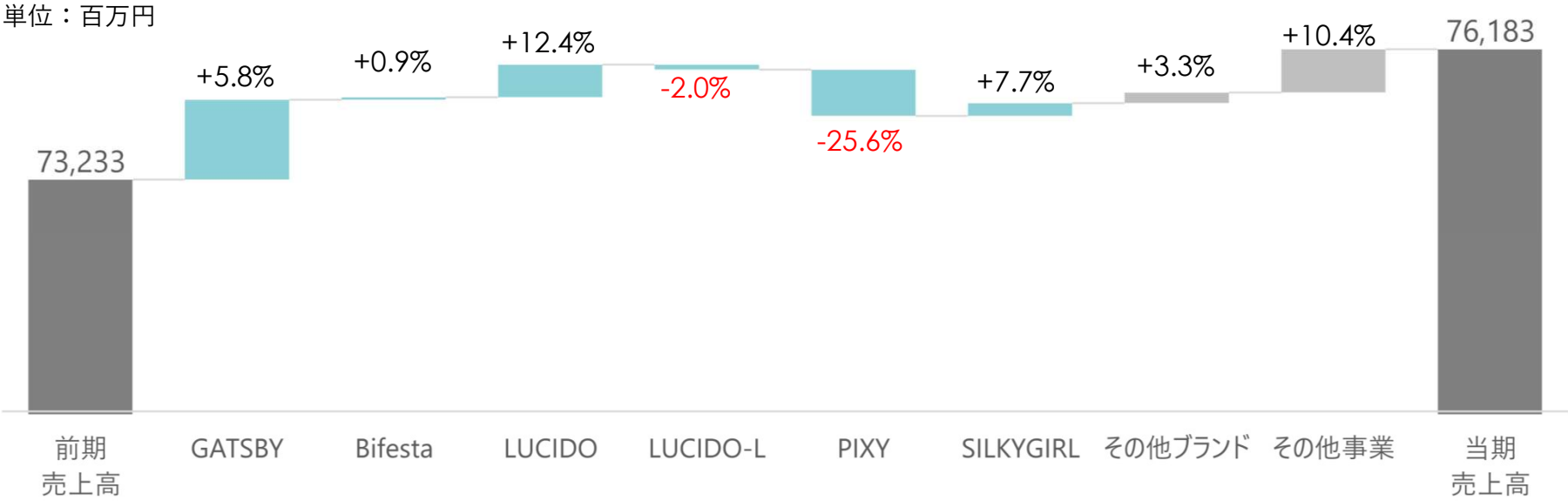
補足データ：四半期別増減率(セグメント別)

	前期					当期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
連結	+15.0%	+12.5%	+2.5%	+7.4%	+9.2%	+4.4%	+6.6%	+2.3%	+2.6%	+4.0%
GATSBY	+7.8%	+10.8%	+1.0%	+2.5%	+5.7%	+7.3%	+8.1%	+6.9%	+0.5%	+5.8%
その他ブランド	+22.0%	+11.2%	+6.0%	+15.9%	+13.5%	+1.1%	+5.1%	-3.7%	-0.2%	+0.5%
その他事業	+19.9%	+23.8%	-4.4%	-3.6%	+7.4%	+5.3%	+6.4%	+9.4%	+21.1%	+10.4%
日本	+3.3%	+8.8%	+8.2%	+5.0%	+6.3%	+11.6%	+7.6%	+4.1%	+0.9%	+6.2%
GATSBY	-0.1%	+8.3%	+4.7%	-5.7%	+1.7%	+12.3%	+10.0%	+4.7%	+2.9%	+7.9%
その他ブランド	+6.8%	+7.0%	+10.2%	+21.0%	+11.2%	+13.3%	+5.2%	+4.4%	-3.3%	+4.6%
その他事業	+10.3%	+25.0%	+15.2%	-6.6%	+10.5%	-1.7%	+2.9%	-0.8%	+17.1%	+3.8%
インドネシア	+8.6%	+7.2%	-14.1%	+18.8%	+3.7%	-16.1%	+3.6%	-14.9%	-7.0%	-8.7%
GATSBY	+3.7%	-0.7%	-18.0%	+32.8%	+3.5%	-18.1%	-5.6%	+3.4%	-18.5%	-10.5%
その他ブランド	+9.0%	+3.0%	-10.5%	+25.2%	+5.7%	-21.8%	+2.6%	-31.6%	-15.1%	-17.1%
その他事業	+19.0%	+43.1%	-17.2%	-20.9%	-1.4%	+5.3%	+22.7%	+2.0%	+59.2%	+20.5%
海外その他	+50.6%	+24.8%	+8.6%	+3.3%	+20.0%	+3.8%	+6.7%	+12.5%	+14.4%	+9.2%
GATSBY	+39.8%	+26.4%	+7.2%	+5.0%	+18.0%	+8.6%	+10.3%	+12.7%	+10.3%	+10.5%
その他ブランド	+72.3%	+29.3%	+18.2%	-1.7%	+26.7%	-2.6%	+7.0%	+7.1%	+23.7%	+8.1%
その他事業	+29.0%	+14.4%	-4.6%	+10.6%	+11.3%	+10.7%	-0.5%	+23.2%	+4.2%	+8.9%

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

2-7. ブランド別売上高 増減

単位：百万円



2-8. ブランド別売上高 セグメント別増減

	日本	インドネシア	海外その他	連結
GATSBY	+7.9%	-10.5%	+10.5%	+5.8%
Bifesta	-2.6%		+5.8%	+0.9%
LUCIDO	+12.0%			+12.4%
LUCIDO-L	-5.7%	+4.0%	+11.7%	-2.0%
PIXY		-29.2%	+8.0%	-25.6%
SILKY GIRL		+18.1%	+7.5%	+7.7%
その他ブランド	+12.7%	-15.9%	+9.7%	+3.3%
その他事業	+3.8%	+20.5%	+8.9%	+10.4%

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

補足データ：四半期別増減率(ブランド別)

	前期					当期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
GATSBY	+7.8%	+10.8%	+1.0%	+2.5%	+5.7%	+7.3%	+8.1%	+6.9%	+0.5%	+5.8%
Bifesta	+19.8%	+34.1%	+23.1%	+8.8%	+21.0%	+3.1%	+3.8%	-3.3%	+0.4%	+0.9%
LUCIDO	+6.3%	+6.4%	+8.3%	+5.9%	+6.8%	+14.5%	+8.5%	+11.4%	+15.6%	+12.4%
LUCIDO-L	+14.7%	+5.5%	+16.0%	+11.8%	+11.8%	+6.5%	-7.2%	-3.7%	-2.6%	-2.0%
PIXY	-4.6%	+4.1%	-18.4%	+27.4%	+0.6%	-27.4%	-5.5%	-34.3%	-33.0%	-25.6%
SILKY GIRL						-11.3%	+7.2%	+8.6%	+42.0%	+7.7%
その他ブランド	-17.3%	-30.4%	-28.9%	-7.1%	-20.6%	+9.7%	+19.7%	-6.5%	-5.2%	+3.3%
その他事業	+19.9%	+23.8%	-4.4%	-3.6%	+7.4%	+5.3%	+6.4%	+9.4%	+21.1%	+10.4%

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

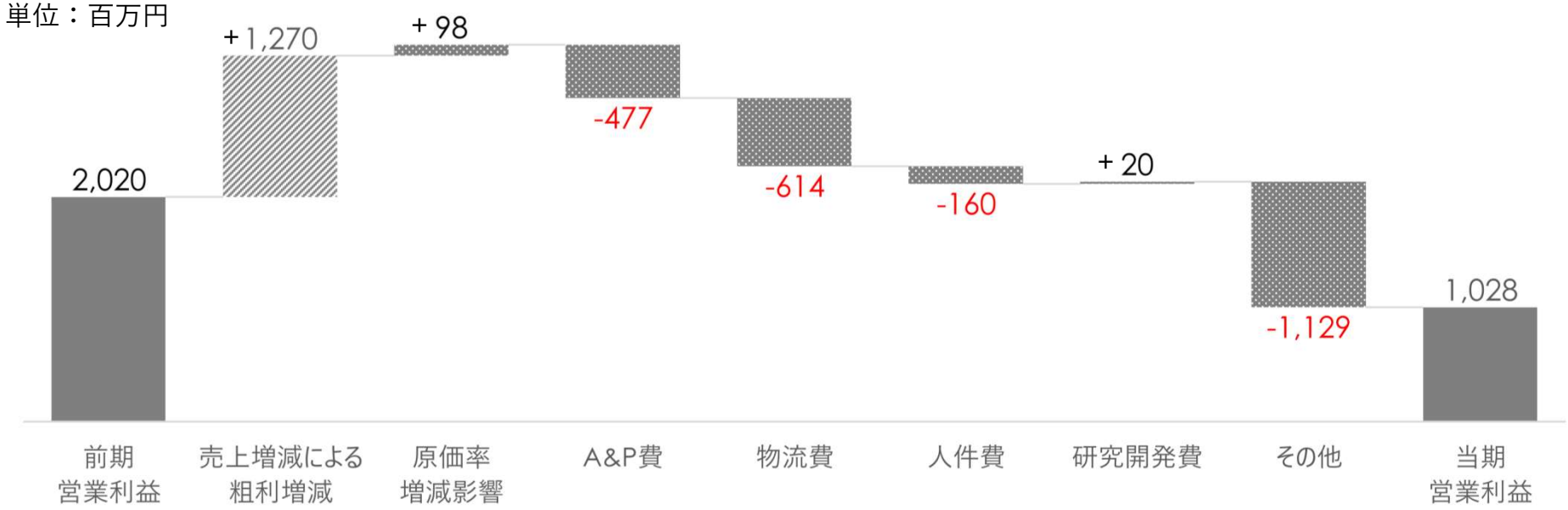
3-1. 連結営業利益

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率
売上総利益	31,530	**32,898**	+1,368	+4.3%
販売費および一般管理費	29,509	**31,870**	+2,360	+8.0%
販売費	10,799	**11,890**	+1,091	+10.1%
一般管理費	18,710	**19,979**	+1,268	+6.8%
営業利益	2,020	**1,028**	-991	-49.1%

3-2. 連結営業利益 増減分析

単位：百万円



mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

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	2,020	**1,028**	-991	-49.1%
日本	589	**1,606**	+1,016	+172.2%
インドネシア	-25	**-1,810**	-1,784	–
海外その他	1,416	**1,324**	-92	-6.5%
調整	39	**-91**	-130	–

*報告セグメント新算定方法による組替値

日本

+172.2%増益

- 売上増による粗利の増加
- 価格改定を含めた収益改善活動の効果
- 構造改革費用を計上

インドネシア

営業損失拡大

- 流通在庫の返品処理の実施
- 売上減に伴う原価率の上昇による粗利の減少
- マーケティング費用の投下

海外その他

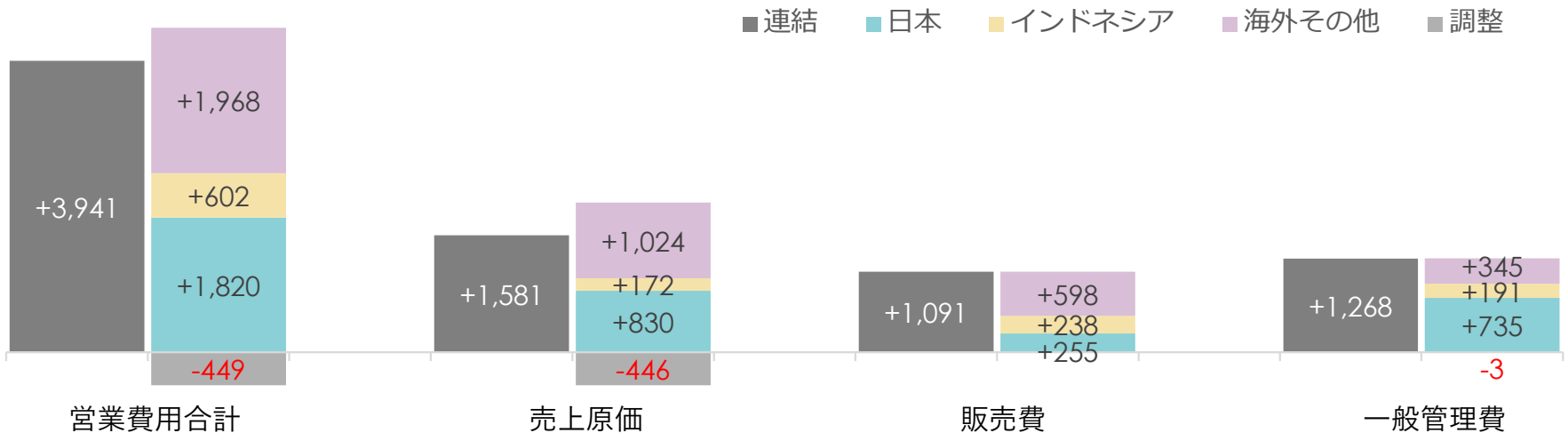
-6.5%減益

- 前期の好収益との反動で減益
- 販売費及び人件費等の各種経費の増加

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

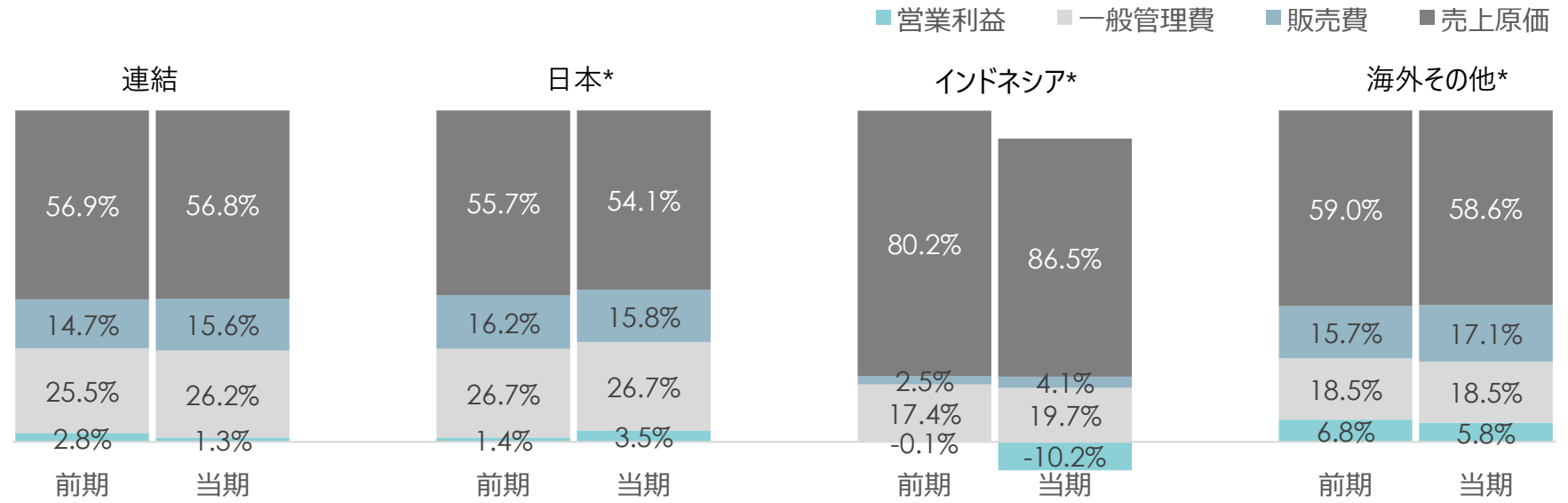
3-4. セグメント別営業費用　増減額内訳

単位：百万円



3-5. セグメント別営業費用・営業利益　対売上高構成比

*連結調整前数値ベース



mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

4-1. 経常利益・当期純利益

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率
営業外収益	1,052	**1,263**	+210	+20.0%
営業外費用	91	**110**	+18	+20.5%
経常利益	2,981	**2,180**	-800	-26.8%
特別利益	1,254	**229**	-1,025	-81.7%
特別損失	363	**113**	-249	-68.8%
税引前純利益	3,872	**2,296**	-1,575	-40.7%
法人税等	1,108	**780**	-328	-29.6%
当期純利益	2,763	**1,516**	-1,247	-45.1%
非支配株主に帰属する当期純利益	162	**-343**	-505	-310.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,601	**1,859**	-741	-28.5%

- 特記事項なし

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

5-1. PBR拡大のための当社の主な取り組みと時系列イメージ

収益性改善と成長のための取り組みを着実に実行し、将来の成長可能性を投資家の皆さまに今まで以上に丁寧にお伝えすることに注力し、株式価値の挽回を図ります。

ROE 拡大の取り組み

収益性改善

日本における構造改革 （⇒P.24）
- 適正価格への改定
- 不採算SKUの削減
- 原材料の戦略的調達化
- 代替可能な原材料hの切り替え

インドネシアにおける事業再生 （⇒P.27）
- 主軸ブランド「ギャツビー」「ピクシー」に対するマーケティング再強化
- 製造費用低減、原価低減の取り組み

BSマネジメント （⇒P.19）
- 自社株式購入による資本効率改善
- 手元現金の適正水準の見直し
- 借入金も視野に入れた最適資本構成の検討
- 政策保有株式売却の更なる削減

PER 拡大を意識した取り組み

将来の成長期待

新規領域への取り組み、投資 （⇒P.28）
- D2Cチャネルへの取り組み強化
- 社外ECチャネルの売上拡大
- 化粧品周辺の健・清・美・楽領域への進出
- 小売業様との取り組み強化
- アジアにおけるビジネスエリア拡充

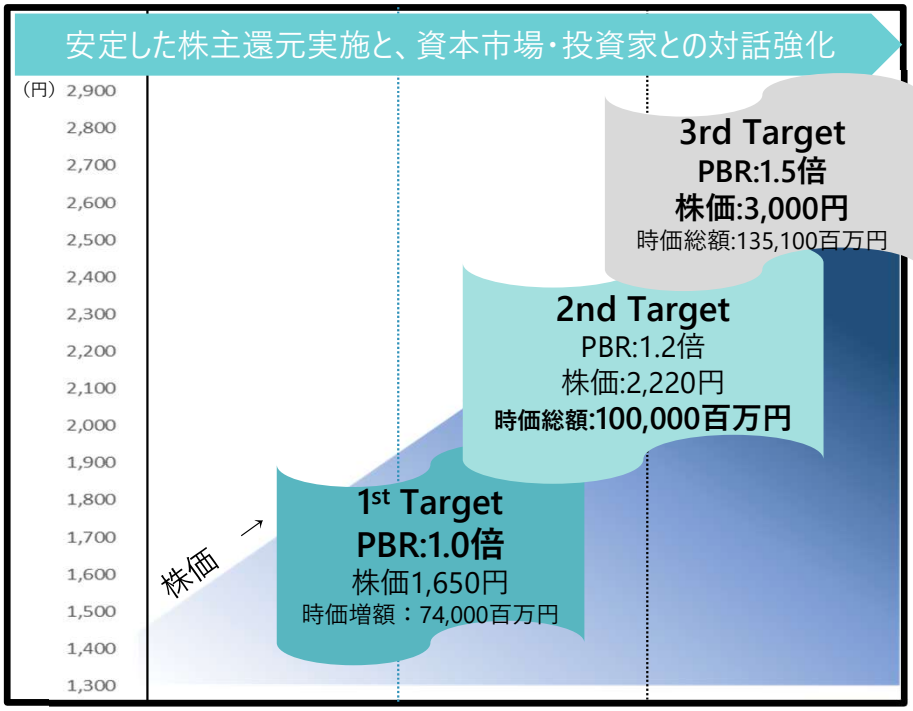
既存チャネル強化 （⇒P.28）
- 既存流通向け新ブランドの強化「ZFACE」「Levata」「T/ME U」
- 「ギャツビー」「ピクシー」の リブランディングによる売上挽回

資本コストを下げるための取り組み （⇒P.18）
- グループガバナンス、リスクマネジメントの強化
- IR活動、開示情報の充実

M&A
既存売上構成の低いカテゴリーの国内外のブランド、企業がターゲット

MP-14中の企業価値・株主価値拡大 Target

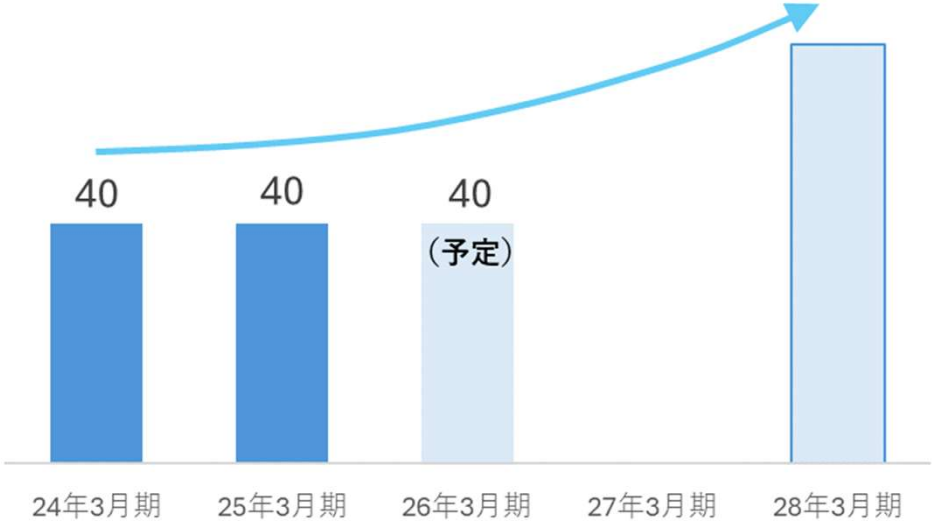
期	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期
連結営業利益	3,500百万円	7,500百万円	9,000百万円
営業利益率	4.1%	8.0%	9.0%



mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

5-2. 還元方針

MP-14期間中は、安定的な配当を継続することを基本方針とし、毎年利益を拡大しながら**最終年度**においても**配当性向40%以上**を数値目標とする。



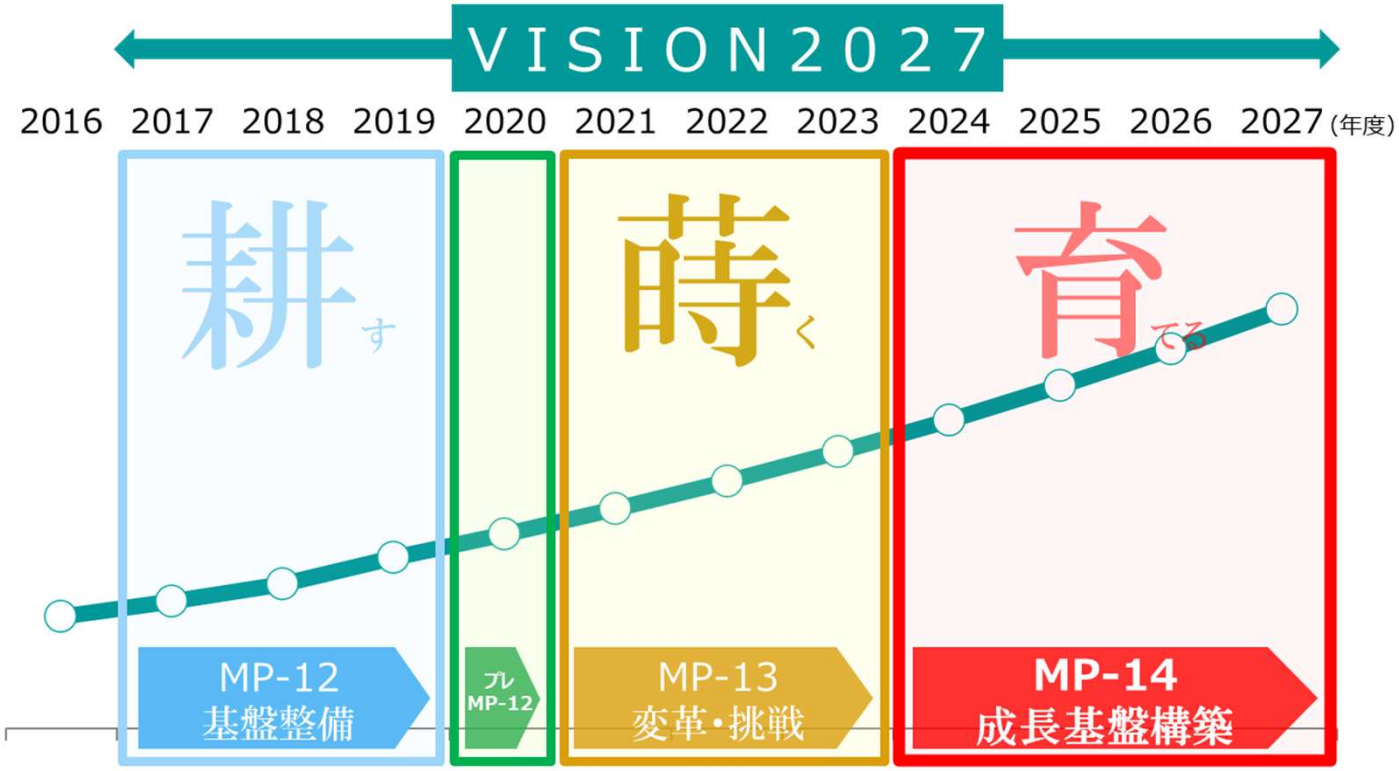
■26/3月期 還元方針

1.株主価値の最低限要件となるPBR1倍を上回ることと、今期はROE5%以上に到達することを意識した純資産のコントロールを行う。

2.引き続き、手元キャッシュ用途の最優先は新領域への成長投資、M&Aの準備資金とするが、期間中に手元キャッシュ水準が想定ほど減少しないことが見込まれた場合は、従来以上に株主還元を充実させることを検討。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

MP-14位置付けの再定義



“成長加速期” 改め、
次の100年の持続的成長に向けた“成長基盤構築期”に

最終年度に売上高、営業利益とも過去最高を目指す
既存ブランド以外の将来の成長ドライバーを探索する

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

MP-14　経営基本目標

	MP-13最終年度	MP-14最終年度	
	2024年３月期	2028年3月期	平均成長率
連結売上高	73,233 百万円	100,000 百万円	+8.1%
連結営業利益	2,020 百万円	9,000 百万円	+45.3%
営業利益率	2.8%	9.0% 以上	ー
ROIC	2.9%	8.0% 以上	ー
配当性向	69.2%	40% 以上	ー
	2024年３月期	2028年3月期	平均成長率
日本事業 売上高	38,010 百万円		+6% 以上
インドネシア事業 売上高	14,708 百万円		+7% 以上
海外その他事業 売上高	20,513 百万円		+10% 以上

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

MP-14　4 つの 重要テーマ

- 経営推進体制変更によるグループ経営加速
- 収益性改善
- インドネシアの事業再生
- あらたな領域獲得のための投資実行

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

6-1. 経営推進体制の変更点

●グループガバナンス、リスクマネジメントの強化

▷グループ経営推進にあたりガバナンス体制の構築は重要課題と捉えており、グループとしての企業価値最大化およびガバナンス体制強化のため、リスクマネジメント領域を担当する Chief Risk Officer(CRO)を設置し、リスクマネジメント室を新設しました。事業軸・機能軸の両軸においてマンダムグループのガバナンス、コンプライアンスの強化に取り組みます。

●海外事業の管掌体制変更

▷「海外事業 Chief Operating Officer (COO)」を「北東アジア・東南アジア・インド事業 Chief Operating Officer(COO)」に呼称変更し、既存展開国における事業の深化、拡大に重点化します。
なお、新規国の開拓については CSO が担当し、経営資源をより効率的に活用しながら迅速かつ統一的な意思決定が行える体制を構築します。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

6-2. 収益構造改革の進捗

日本

▷取り組みから1年経過しての成果と課題

【成果】

○ 全社で９テーマのワークストリームにて推進。取り組み施策の進捗スピードは計画通り。

○ 社員が課題解決に対し積極的に自分ゴト化して取り組んだ。
その結果、課題実現のための徹底力、外部との交渉ノウハウなど個人のスキル、
組織知のレベルアップにつながっている。

【課題】

▲ 取り組み成果が、原価に反映するタイムラグが発生することが判明

・原材料切り替え決定から、売上原価に反映するまでのタイムラグ

・原材料変更による新処方の安定性確認期間が必要

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

6-2. 収益構造改革の進捗

日本

▷各領域における進捗については、主要施策については以下の通り。

施策	進捗	改善効果※前期比	
		2025年3月期	2026年3月期
適正価格への改定	・9/2より主要アイテムを含む159SKU、 2/3より追加で48SKUの価格改定を実施	6億円	6億円
不採算SKUの削減	・不採算SKUの1/2を廃番、1/3を価格改定	1.5億円	1.5億円
原材料の 戦略的調達化	・アルミ缶、不織布、アルコール等調達の効率化 ※インドネシアでも実施	2億円	6億円
代替可能な原材料 への切り替え	・ペーパー商材における新不織布の採用 ・新包材への切り替え　他		
その他	・営業費用最適化　・間接費削減　等	2億円	6億円

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

6-2. 収益構造改革の進捗

●全社員を対象とした「課題解決トレーニング」の実施

▷収益性改善のための社員教育としてグループワークを含めた対面式での「課題解決トレーニング」を実施。
先行して受講した部門長が、次段階では講師となって、他の社員にトレーニングを実施する形式を取っている。
4月末時点で400名に迫る社員が受講済み。

●ライン職研修の強化と拡充

▷組織の変革・挑戦を主導する部門長・課長を対象とした研修を通じて、役割理解や上位戦略理解を通じたマインドセットを促進

●領域別必要スキルトレーニング

▷営業、調達	⇒	交渉トレーニング
生産	⇒	OEE（設備総合効率）トレーニング
技術	⇒	画像生成AIトレーニング

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

6-3. インドネシアの事業再生

インドネシア

●高原価率構造からの脱却に向けた取組み

▷ 社内連携強化による生産量の平準化

営業サイドと製造サイドの連携強化（販売施策のスケジュールの統合など）により、
生産量の平準化を図り、工場稼働率を安定化させ生産効率を改善。

▷ 自動化の推進

日本の生産拠点で取組んでいたロボットの活用を水平展開し、作業工程の更なる効率化に取組み。

▷ 人材配置の最適化

生産領域における業務効率を見直し、約130名の人員を削減。

●抜本的な構造改革を開始

▷日本における収益構造改革の順調な進捗を受け、インドネシアでも取組を開始。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

6-4. 新規事業、新規提案取組強化

日本

●新ブランド・シリーズの積極投入・育成

▷2024年3月期～2025年3月期にかけて、立て続けに新ブランド・シリーズを上市。
主力小売店様や異業種とのコラボレーションでこれまでにない新たな提案に挑戦。
今期も引き続き新たな提案を予定しており、加えてこれらの商品の育成を強化。

・ヘアケアブランド

・異業種とのコラボ

・美容家電

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

6-4. 新規事業、新規提案取組強化

日本

●株式会社SQUIZと資本業務提携を締結

■経緯：当社LP投資を通じて、新たな事業シーズの探索と事業展開への積極的な取組みの一環

■提携意義：両社の「自分らしい生き方を応援する」という共通の想いが合致。共創することで生活者への新たな価値提案を創りあげることができると判断

■目的：　①化粧品領域での共同製品開発・強化
②ウェルネスに関する新規事業連携強化

■今後期待される効果：
・既存の化粧品事業にとどまらない長期的な視点での新たな事業シーズの探索と事業展開。
・両社にとっての販路の拡大

■SQUIZ社概要

会社名	株式会社SQUIZ
設立	2020年11月24日
代表者名	平野 巴章
URL	https://oops-jp.com/
事業内容	AGA診療やピル処方を主力とするオンライン診療ブランド「Oops（ウープス）」の運営
上場区分	非上場
従業員数	13名
特色	①会員数10万人超のプラットフォームを保有 ②7割が20～30代(若年層) ③ブランド開発力に強み

mandom
・マス流通を中心とした流通基盤
・ヘア、ボディ領域の化粧品技術知見

×

SQUIZ社 Oops
・DX事業の開発およびマス・デジタルの統合マーケティングの知見
・20～30代に向けたクリエイティブ提案力

男性化粧品市場トップシェア(2024年度)

直近3年間売上高CAGR:460%

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

GATSBY

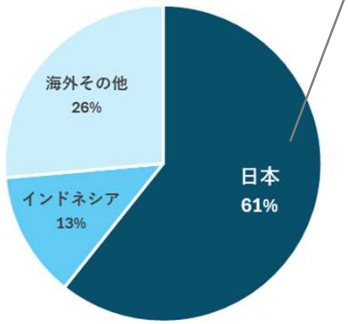
男性化粧品No.1 ブランド*　男性ヘアスタイリング No.1ブランド*

*日本の化粧品市場　期間：2024年4月～2025年3月　マンダム算出市場データ

当期実績　33,149百万円

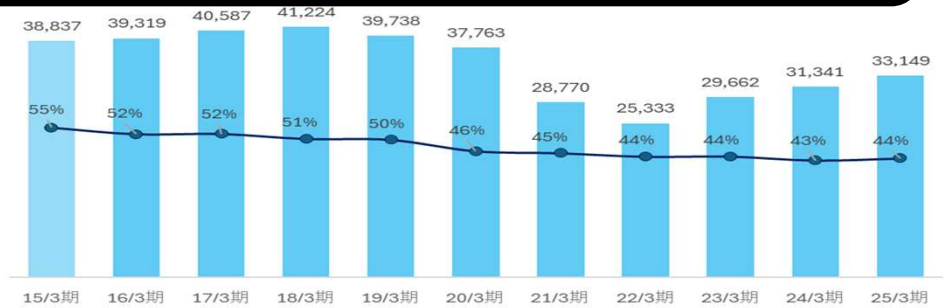
増減率　+5.8%

セグメント別
売上高構成



いつの時代も常にその時代の「旬のかっこよさ」を提案するメンズコスメをグローバルで代表するブランド。中心カテゴリーはヘアスタイリングで国内外でトップシェアを誇る。近年は国内のみならず、海外でもボディペーパー等のクール製品に注力、拡売中。

11年間
売上高推移



▷前期に引き続き、夏シーズン品の早期店頭展開を実施。3月下旬より気温も高い日が多かったこともあり、店頭動向も好調。
直塗りデオドラントの育成も強化しており、TV/WEBでのCM投下。店頭におけるプロモーション展開も拡大中(日本)

▷8月発売した新製品「Fiber series」が店頭展開およびAD施策を積極投下し、実績好調。ブランドシェアも上昇中。
2月には、新フレグランスも発売し現在導入強化中。(インドネシア)

GATSBY URVIBE COLOGNE

▷展開国においてクール商材の市場開拓を強化。
認知拡大と使用率拡大に向けた取り組みを実施。

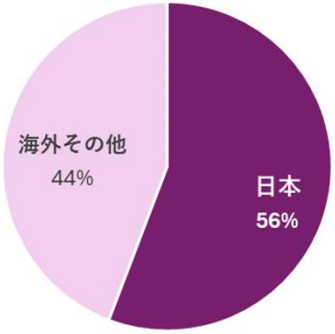
mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

Bifesta

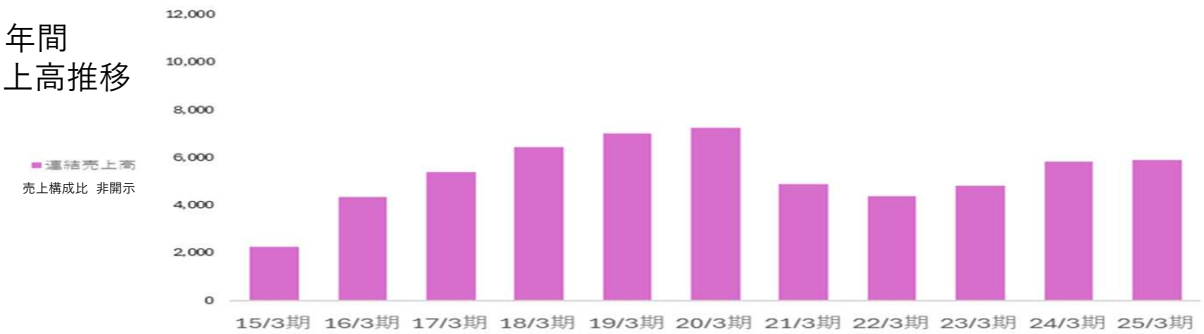
増減率　+0.9%

「美肌をかなえる」をコンセプトとしたスキンケアブランド。今年2月に美容液を発売し、クレンジング・洗顔カテゴリーからお役立ち領域を拡大中。主力の クレンジングシート、ローションは、「いつでも」「どこでも」簡単に楽にメイクを落とせる提案が支持を獲得。

セグメント別
売上高構成



11年間
売上高推移



▷8月のブランドリニューアルに続き、今年2月にはスキンケアアイテムを追加し、ラインナップ拡充による提案を拡大。4月からは再度TV/WEBでのCM投下やPOP UPイベント等を実施し、認知拡大をはじめとした育成強化に取り組む。

スキンケアアイテム
3SKUを追加

▷展開各国で、インフルエンサー向けイベントやKOLを起用したコミュニケーションを実施するなどのコミュニケーション施策を積極展開。

各国においてインフルエンサー向けイベントやKOLを起用した施策を実施

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

LÚCIDO

増減率 +12.4%

ミドル世代における40代向けブランドとしての確たる地位を築くため、スキンケア及びニオイケアカテゴリーの育成を強化。

▷オールインワンクリームを筆頭にスキンケアカテゴリーの好調に伸長。エイジングの気づきに対し、簡便性ある商品提案でエイジングケアエントリー層に訴求し、新規ユーザー獲得と市場創造を図る。ニオイケアカテゴリーも好調に推移しており、ブランド売上高も過去最高を更新。

実績好調なオールインワン
「ルシード 薬用スキンクリームEX」

**ブランド売上高
過去最高更新**

LÚCIDO-L

増減率 -2.0%

"サロントレンド・技術のマス化"による機能的価値の醸成と"おしゃれ感"のある情緒的価値"の醸成によるブランド価値向上を図る。

▷アルガンオイルシリーズおよび質感再整シリーズの育成を再強化。人気キャラクターとのコラボ商品等を発売するとともに店頭プロモーションを強化することで、新規ユーザーの獲得を図る。(日本)

▷展開国のトレンドやウォンツに応じた商品提案やコミュニケーションの実施により、ブランドの認知拡大にユーザーの獲得に取り組む。
(海外その他)

KOLを起用したコミュニケーションやSNS施策を実施

エリア限定アイテムを提案(台湾)

インストアプロモーションの実施

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

PIXY

増減率 -25.6%

リブランディングによるブランドイメージ向上に取り組むとともに、主力カテゴリーであるベースメイクに注力し、メイクアップ市場における存在感とブランド価値を高める。

▷主力であるベースメイクカテゴリーにおいて、Airy seriesを発売するとともに、ブランドリニューアルを実施。それに伴い店頭什器やBAの制服等も刷新。20～30代に向けての提案を強化。

▷成長するEC流通に対する取組を強化しており、大手ECサイトでの販促施策や、本社に設置したライブ配信スタジオにてライブコマースを積極的に実施。

SILKYGIRL

増減率 +7.7%

トレンドを捉えたスピード感ある新製品提案力と価格競争力を強みにメイクアップ市場におけるブランドプレゼンスの向上と認知拡大を図る。

▷主力のメイクアップカテゴリーで新製品や限定品をショートサイクルで発売し、トレンド合わせた提案でブランド鮮度の向上とエンゲージメントを強化。

▷加えて、フレグランスカテゴリーの提案を強化しラインアップ拡充とブランドイメージ向上に取り組む。

●発売「20周年」キャンペーンを実施予定

▷今年発売20周年を記念した企画を実施予定

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

8-1. 連結業績見通し

単位：百万円

連結	2026年3月期			2025年3月期
	見通し	増減額	増減率	実績
売上高	**84,320**	+8,136	+10.7%	76,183
営業利益	**3,500**	+2,471	+240.4%	1,028
経常利益	**4,180**	+1,999	+91.7%	2,180
親会社株主に帰属する当期純利益	**2,810**	+950	+51.1%	1,859
ROE	4.1%			2.7%
ROIC	4.1%			2.0%
配当性向	64.3%			96.9%

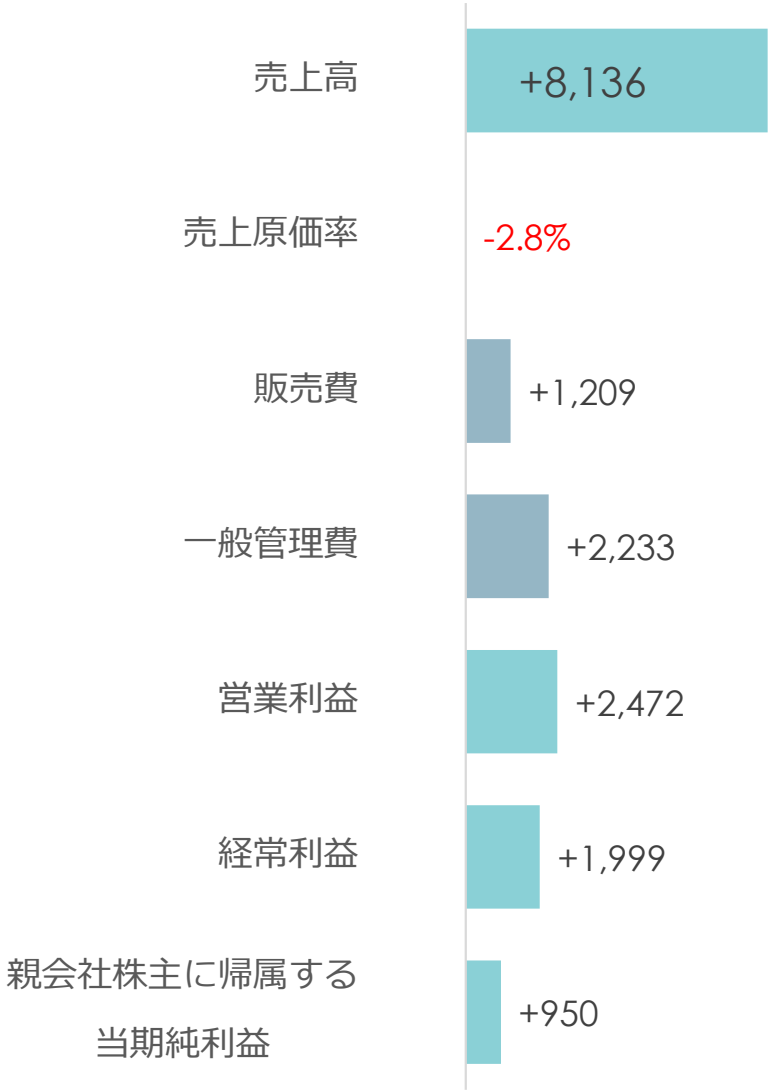
単位：百万円

	2026年3月期			2025年3月期
	見通し	増減額	増減率	実績
日本事業　売上高	**42,250**	+1,895	+4.7%	40,354
インドネシア事業　売上高	**17,230**	+3,799	+28.3%	13,430
海外その他事業　売上高	**24,840**	+2,441	+10.9%	22,398
設備投資額	**2,550**	+578	+29.3%	1,971
減価償却実施額	**3,770**	-212	-5.3%	3,982

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

8-2. 主要費目別業績見通し　増減内訳

（単位:百万円）



■売上高　インドネシアの回復と国内外のマーケティング投資により増収

- ＋　国内外における価格改定の効果
- ＋　インドネシアにおける流通在庫適正化による出荷の回復
- ＋　国内外におけるマーケティング投資による売上増

■売上原価率　日本およびインドネシアにおける収益性改善活動とインドネシアでの流通在庫適正化に伴う返品処理が完了したことにより、大幅低減

- －　日本およびインドネシアで収益構造改革効果と出荷数量増に伴う生産効率の向上
- －　インドネシアで前期実施した返品処理影響の減少

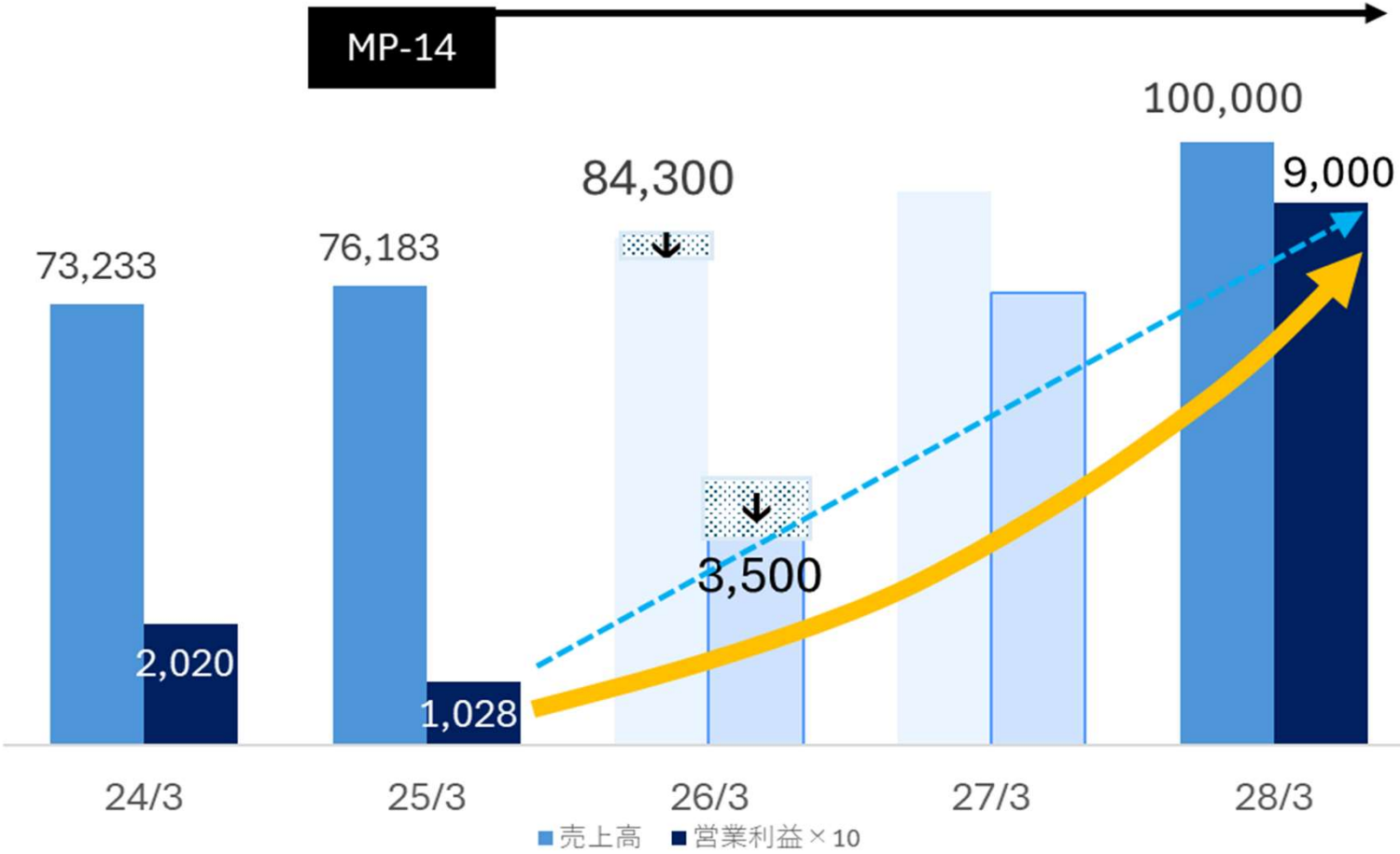
■販管費　国内外で成長のためのマーケティング投資を積極投下
日本およびインドネシアにおける収益構造改革費用計上

- ＋　国内外におけるマーケティング投資を積極投下
- ＋　日本とインドネシアにおける収益構造改革費用の計上

※米国の関税問題に伴う国内外の消費低迷や急激な為替変動影響については、見通しに織り込まず。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

8-3. MP-14 売上高、営業利益推移イメージ（見直し）



▷2026年3月期見直しが必要となった理由

- 日本における構造改革の効果発生タイミングのズレ
- あらたな価値創造のための投資、人財への教育投資実行
- 海外その他における市場競争環境激化による売上高精査

最終年度28年3月期目標

売上高 1,000億円
営業利益 90億円は
変更なし

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

将来の見通しに関する記述について

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異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います。

mandom corp. All rights reserved. CONFIDENTIAL

BE ANYTHING,
BE EVERYTHING.

mandom