

株式会社マンドム

2025年3月期 決算説明会 Web会議 主な質疑応答（要約）

1. 第4四半期（以下、4Q）単独で海外その他は営業利益が赤字だった要因は？ 24年3月期（以下、24/3期）も赤字だったと思うが、季節性の要因があるのか？

⇒ 4Qにおいては前期より2億円ほど販管費を増やしたため。投下先としては、24/3期から実績を拡大している国（韓国等）、市場競争環境が激化している国（マレーシアのACGI社等）など。季節性は特にないが、期末ということではグループ連結処理上、移転価格税制対応で原価、販管費をコントロールする場合はある。

2. 日本は4Qに利益が出たが、もともと赤字想定だったのか？ 赤字予想が黒字となった理由は？

⇒ 赤字想定だったが黒字となった。収益性改善効果により、原価率の低減があった。その結果粗利が1億円ほど増加した。加えて、A&P費用を約1億円、物流費を1億円程度抑制した。

3. 今期(26/3期)インドネシアセグメントの売上伸長見通しが20%以上と大きい、達成の根拠は？

⇒ 1つは、前期（25/3期）の下期から主力の「ギャツビー」、「ビクシー」の新製品を市場に投入し、それに合わせてコロナ禍以降抑制していた宣伝広告費投下を再開していることによって売上増を計画していること。
もう1つは、24/3期の4Qに大規模な流通刺激プロモーションを実施した反動で25/3期の1Qの売上高が顕著に鈍かったため、その反動増が計算できる。実際に、既に現地で開示済の1Q決算では売上高は+36%の増加となっている。
https://www.mandom.co.jp/ir/financial/key_subsidary.html

4. それでは、もしインドネシアセグメントの売上高が計画に達しない場合は、営業利益35億円に達しないリスクもあるということか？

⇒ そういう理解で結構です。あくまでも売上を拡大する前提での計画です。

5. 決算説明会資料P.11において、インドネシアセグメントの四半期別増減率で4Qが+51.6%、4Qの「その他事業」が+59.2%ということだが、この説明を頂きたい。

⇒ 4Qの「その他事業」+59.2%に関しては、貿易が好調だったため。特に何か大きな理由があるわけではなく出荷タイミングの関係であり、+3億円ほど4Qで伸長した。

*資料P.11について、一部数値に誤りが判明したため訂正のうえ資料を更新しております。

現在、当社IRサイトに格納している資料は修正済みのものとなりますのでご確認ください。

https://www.mandom.co.jp/ir/pdf/presentation_202503.pdf

6. 4Qの海外その他の国別の売上の状況は？そして、26/3期の見立ては？

⇒ 25/3期の4Qにおいては、概ね中国以外の国はACGI社を筆頭に前期より伸長した。
26/3期においては、マレーシアとACGI社の2社で10億円ほど増収する計画。また、営業利益は両社合算で見ると増益の計画。中国はブレークイーブンまで挽回したいと考えている。

7. 26/3期の営業利益見通し35億円に対するセグメント別のブレイクダウンをお願いします。

- ⇒ 日本が20億円。インドネシアは0（ブレイクイーブン）。海外その他が15億円の想定である。
日本では、収益改善の効果が19億円、費用が合計で16億円で、差し引きすると+3億円の貢献。
インドネシアでは、大幅売上増により原価率が10%強改善するため粗利額が30億円ほど増加。
一方で販管費が11億円程増加するため、差し引きすると+18億円程度増加。
なお、このインドネシアの販管費の中には、収益改善活動による効果5億円、費用10億円の、
差し引き営業利益に対して▲5億円の影響が含まれている。

8. 26/3期のインドネシアの売上、営業利益のガイダンスが、前期3Q時点でのインドネシアに関する会社コメントからポジティブな方向にトーンが大きく変化した印象である。その背景を教えてください。

- ⇒ 25/3期で一番影響が大きかった要因は品質保証期限切れの返品発生であり、この実態が明らかになったタイミングでは社内でもモチベーション・ダウンが見られたのだが、徹底して対応を行ったことで、逆に自信をもって成長シフトに移行出来るというモメンタムが発生している。
もう1つは、昨年からの着手している収益改善活動に関して、今までと大きく違うのはローカル社員を主役にする活動へと変更したことで、ローカル社員のモチベーションアップが実感できている。
加えて、前期（25/3期）3Q以降投入の新製品の手応えを得られていることなどから。

9. 26/3期の収益改善効果額に関して、3Q時点では記載が無かった「その他」6億円が今回あらたに追加となっているのにも関わらず、一方で営業利益見通しは35億円に下がっていることに齟齬はないか？

- ⇒ 3Q時点までは発生見通しを計上していなかった（資料上ではブランクとしていた）「不採算SKUの削減」で1.5億円、「原材料調達関係」で2億円、「その他」で2億円は25/3期に前倒しで発生した。その結果、26/3期分の改善効果額はその分の額が減少することになっている。*説明会での回答から訂正しております。
加えて、原材料調達においてPLへの効果発生タイミングのギャップが4億円程度発生することによって10億円減少としている。

6. MP-14 取組実施進捗

6-2. 収益改善効果の進捗

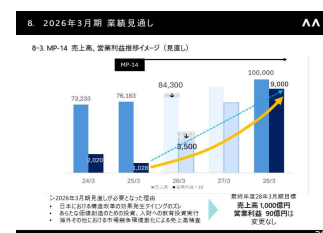
25/3

シナリオ等における進捗については、主要施策について以下で把握。

施策	進捗	効果発生額（25/3期）	効果発生額（26/3期）
適正価格への改定	「25/3期と翌26/3期は進捗が100%」 25/3期進捗で26/3期効果発生を完了	6億円	6億円
不採算SKUの削減	不採算SKUの削減は進捗率、1/3を達成予定	1.5億円	1.5億円
原材料の戦略的調達	「25/3期、26/3期、27/3期」3期間進捗の効率化 25/3期26/3期27/3期	2億円	6億円
代替可能な原材料への切り替え	「25/3期、26/3期」2期間進捗の効率化 25/3期26/3期27/3期	2億円	6億円
その他	営業費用削減、開発費削減、等	2億円	6億円

10. 決算説明会資料P36において、26/3期の営業利益の見直し理由が記述されているが、その説明を頂きたい。

- ⇒ 当初の見通し値45億円から、今回35億円に減額した10億円のギャップをセグメントにブレイクダウンすると日本で8億円、海外その他で2億円。
日本は、構造改革の効果発生タイミングは9.で説明した通りで4億円程度。
既存、新規ブランド、主には新規ビジネスでの売上高ギャップによって2億円程度。
中計策定時点には予定していなかった原材料高騰影響で2億円程度。
（新たな価値創造、人的資本に関する投資は、見直しはせずに計画通り実行するという内容のため、当初計画とのギャップ要因ではない）
海外その他は主に中国子会社によるギャップ。



注意事項

本資料に記載の内容は、フェアディスクロージャの観点から、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更される可能性があります。なお、本資料に記載されている業績見通しや将来予測などに関する記述は、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、その実現を約束する趣旨のものではありません。経済情勢の変動等に伴うリスクや不確定要因により、予測が実際の業績と異なる可能性があります。