



2026年3月期
第1四半期
決算説明会資料
(2025年4月~2025年6月)

株式会社マンドム
(証券コード：4917)

1. 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・四半期純利益
5. MP-14取り組み施策の進捗
6. 主要ブランド別の概況

1. 連結決算概要



単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	19,265	21,231	+1,966	+10.2%
営業利益	696	1,016	+320	+45.9%
営業利益率	3.6%	4.8%		
経常利益	1,016	1,307	+291	+28.7%
親会社に帰属する四半期純利益	666	826	+159	+23.9%

売上高

21,231百万円 +10.2% 増収

(実質増減率* +9.2%, 為替影響額 +189百万円)

海外その他が実質増減率*-7.0%と前年割れとなった一方で、インドネシアが実質増減率*+55.5%の大幅増収、日本も+6.0%と増収となったことで、海外その他のマイナスをカバーし、成長を牽引。

営業利益

1,016百万円 +45.9% 増益

日本と海外その他が減益となったものの、インドネシアの営業利益拡大の影響が大きく増益。

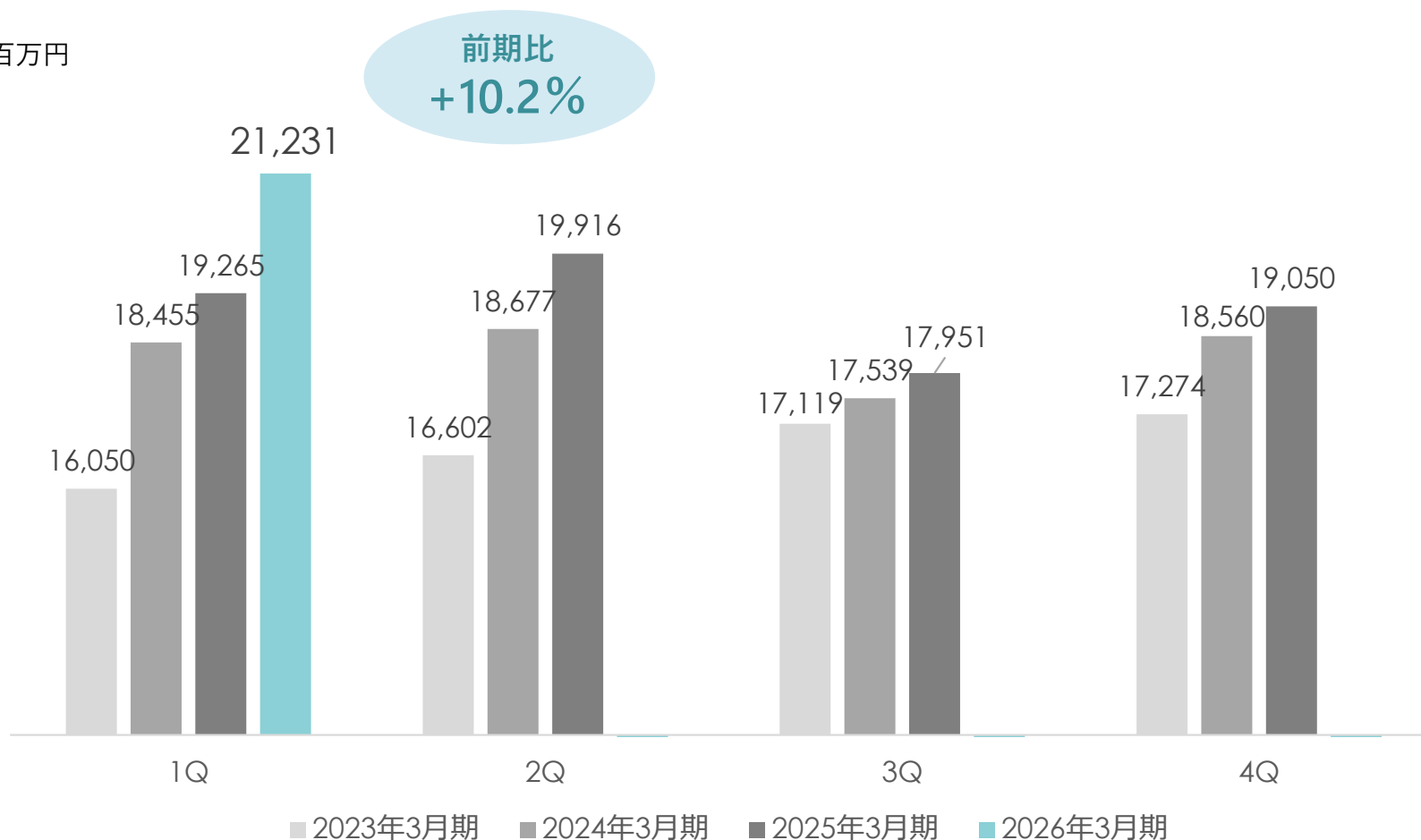
*為替影響を除いた増減率

2. 連結売上高



2-1. 連結売上高 四半期別推移

単位：百万円



インドネシアの回復と日本の夏シーズン品の好調により、過去4年間で最も高い売上高(四半期)を記録

2. 連結売上高



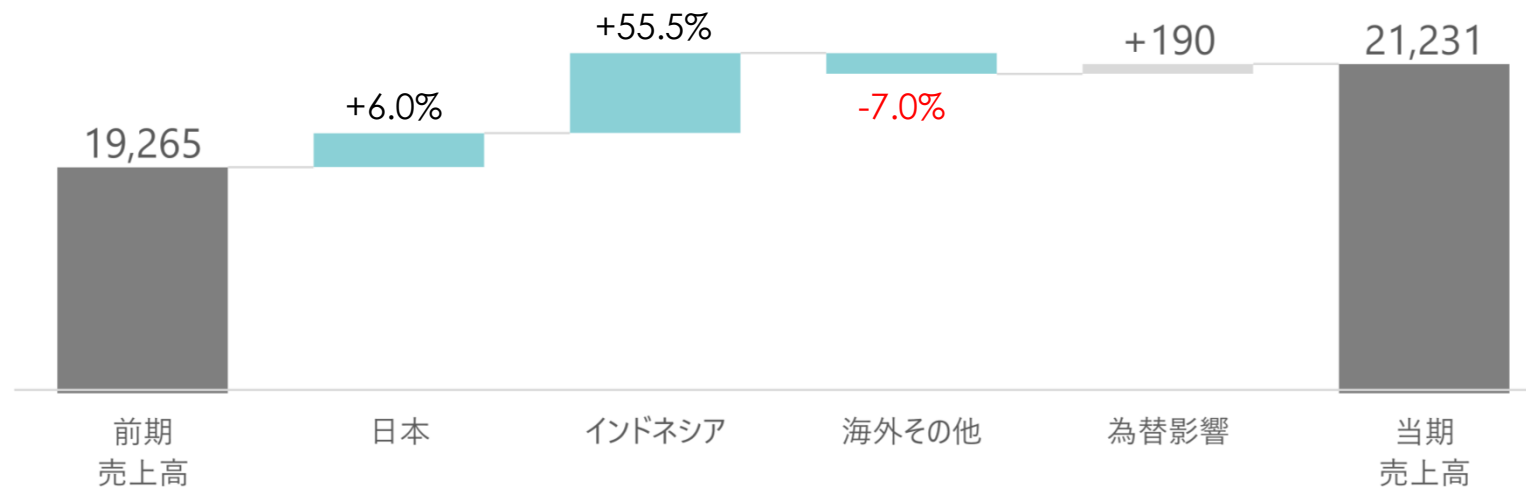
2-2. セグメント別売上高

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	19,265	21,231	+1,966	+10.2%	+9.2%	
日本	10,845	11,496	+650	+6.0%	+6.0%	54.1%
インドネシア	2,742	4,176	+1,433	+52.3%	+55.5%	19.7%
海外その他	5,676	5,559	-116	-2.1%	-7.0%	26.2%

2-3. セグメント別売上高 実質増減

単位：百万円

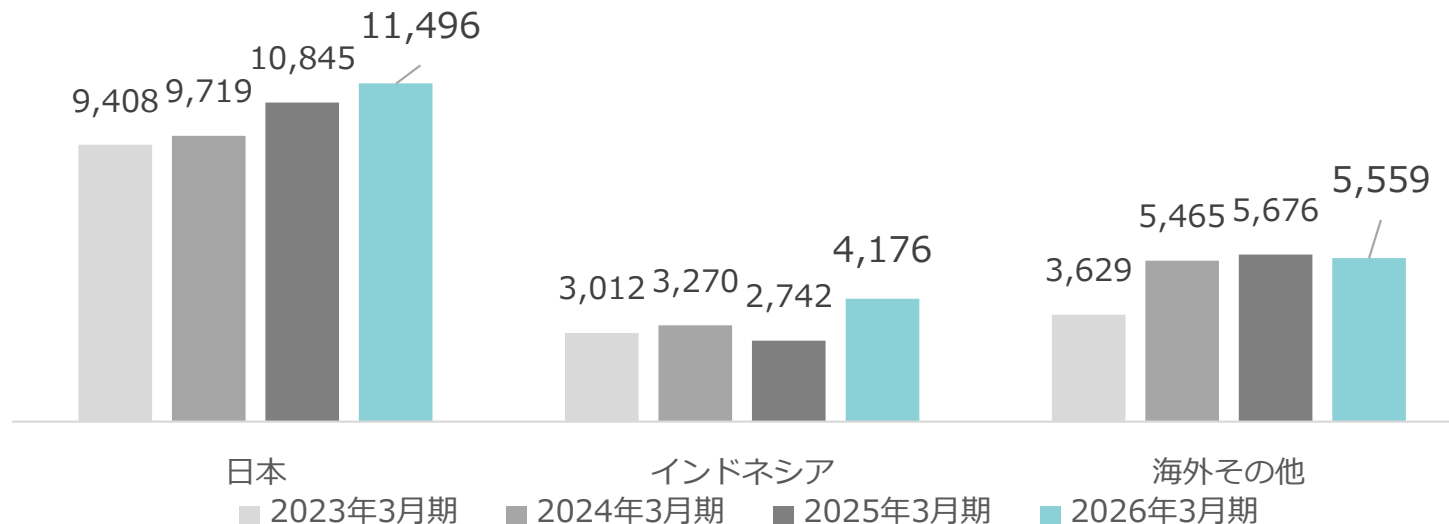


2. 連結売上高



2-4. セグメント別売上高推移

単位：百万円



日本

+6.0%増収

- ボディペーパーを始めとした夏シーズン品が、気温の上昇に伴い、実績が拡大。ストア専売品による新香調の発売や店頭展開の強化などにより、売上を牽引

インドネシア

+52.3%増収

- 前期に発売したGATSBY新スタイリングシリーズの実績が拡大。PIXY新ベースメイクシリーズや男女フレグランスなどの新製品の搬入も進み、大幅な増収

海外その他

-2.1%減収

- 一部エリアにおける新興ブランドの台頭や中国の回復遅延などが影響
- 一部エリアにて、1月連休商戦に向けた出荷が昨年末に計上

2. 連結売上高



補足資料) セグメント別概況

日本

●夏シーズン品 展開強化

前年比 +18.7%伸長 ※GATSBY夏シーズン品

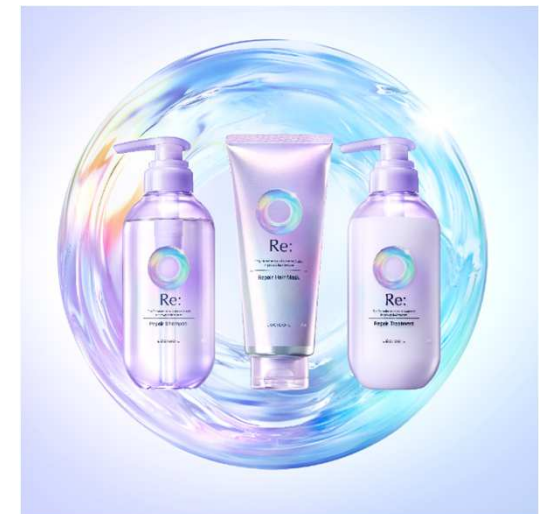
- ▷シーズン立ち上げ期からの早期導入と店頭展開の強化を実施。
- 更に、ロールオンの広告投下や汗をテーマにした番組での特集、ストア専売品のボディペーパーの展開などにより、夏シーズン品の取り組みを強化。気温の上昇に連動して、実績が拡大



GATSBY EXプレミアムタイプ デオドラント ロールオン

●商品ラインアップの強化

- ▷8月下旬にLUCIDO-L「Re:シリーズ」をリニューアル発売し、それに伴う大型プロモーションを実施予定。ヘアケアカテゴリーの育成を強化。
- ▷好調なLUCIDOにおいても新スキンケア「薬用アドバンスドリペアシリーズ」を発売し、高まるミドル男性のスキンケア意識にラインアップを拡充し対応。



LUCIDO-L Re:シリーズ

補足資料) セグメント別概況

インドネシア

●積極的な新製品発売とプロモーション強化を実施

▷ 主力ブランドのPIXYをはじめ、フレグランスカテゴリーの強化としてPUCELLE、Lovilleaから新製品を追加するなど、トレンドに合わせた商品ラインアップにて新製品を積極投下

▷ 訴求力ある店頭づくりを実施。

定番棚におけるPOPやボードなどの販促物の設置、ゴールデンラインへの陳列や定番棚以外の場所におけるプロモーション陳列の拡大など、改めて、基本考働を徹底することにより、店頭での生活者接点の拡大に取り組む

●構造改革の推進

▷ 中長期での収益体制の構築に向けて、2025年より、本格的に構造改革に着手



インドネシアにおける店頭展開

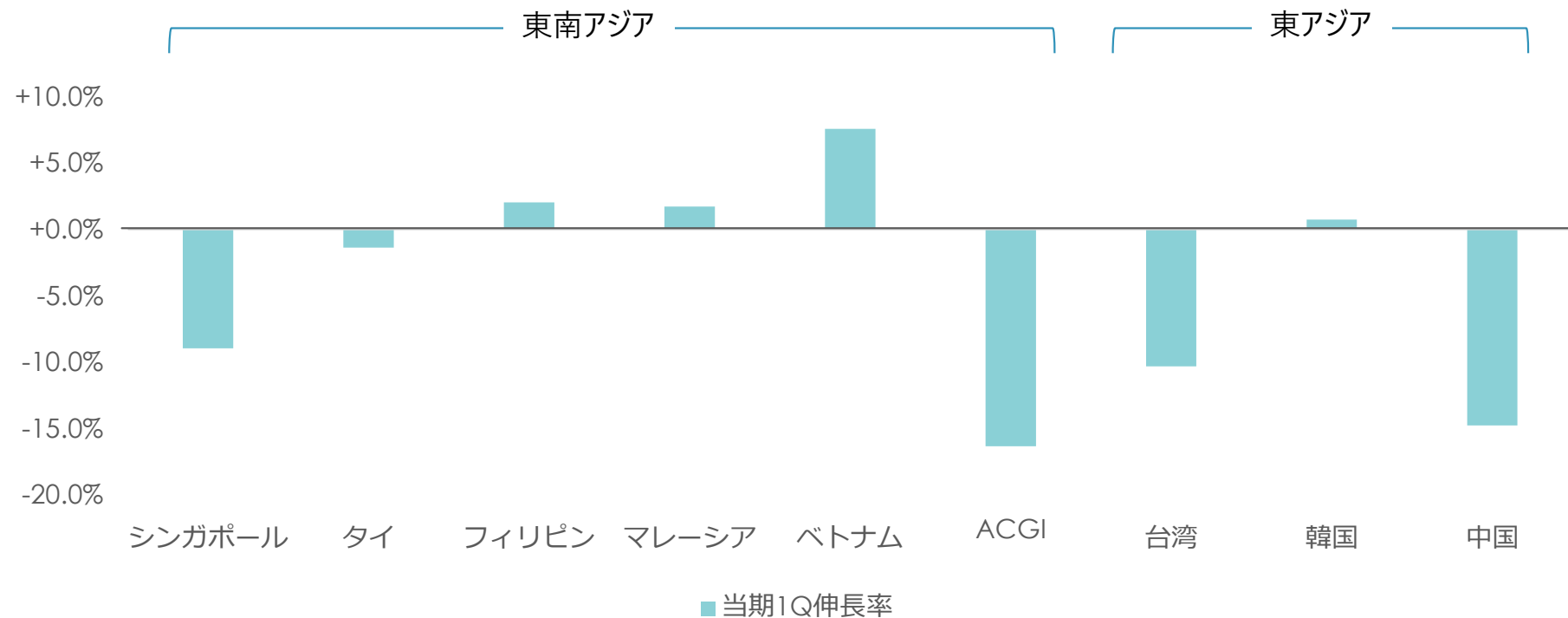
2. 連結売上高



補足資料) セグメント別概況

海外その他

● 四半期成長率（現地通貨ベース）



補足資料) セグメント別概況

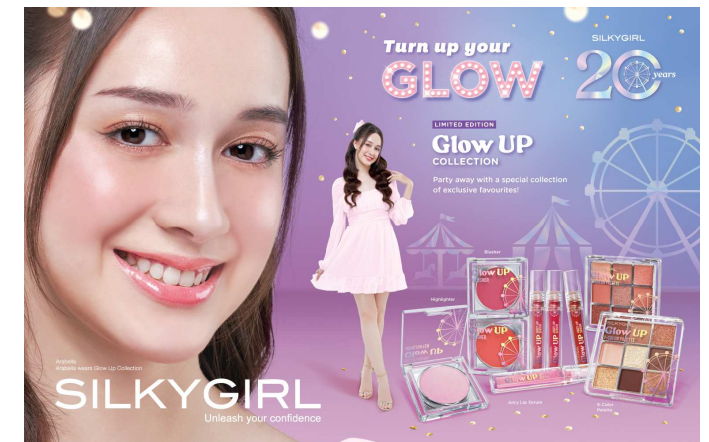
海外その他

●外部環境の変化

- ▷一部のエリアにおける新興ブランドの攻勢や中国での回復遅延、連休商戦に向けた出荷が前倒しとなったエリアがあることの影響。
Bifestaを始めとした新製品の拡売やペーパーなどの夏シーズン品の強化、および連動した販売費の投下により、巻き返しを図る

●新製品の拡充とプロモーションの強化を実施

- ▷主に、メイクカテゴリーにおいて、新興ブランドの影響を受けている状況の中、積極的な新製品の発売やプロモーション強化の実施により、生活者にアプローチ。
SILKYGIRLは、発売20周年を迎えた記念シリーズを発売し、ブランドの認知度UPやワクワク感の醸成につなげる



SILKYGIRL 20周年記念シリーズ

2. 連結売上高

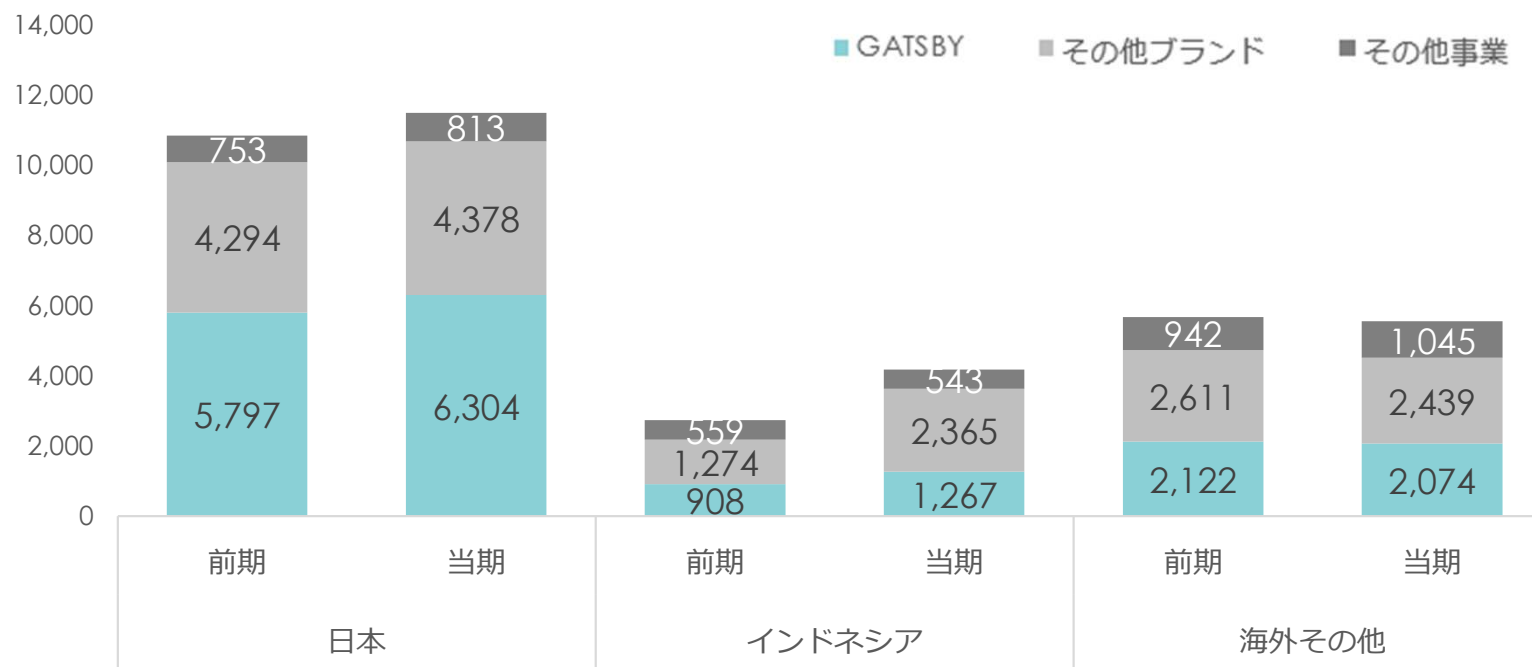


2-5. ブランド別売上高

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率	構成比
売上高	19,265	21,231	+1,966	+10.2%	
GATSBY	8,828	9,645	+816	+9.3%	45.4%
その他ブランド	8,180	9,183	+1,002	+12.3%	43.3%
その他事業	2,255	2,402	+146	+6.5%	11.3%

2-6. セグメント別売上高 ブランド実績推移



2. 連結売上高



補足データ：四半期別増減率(セグメント別)

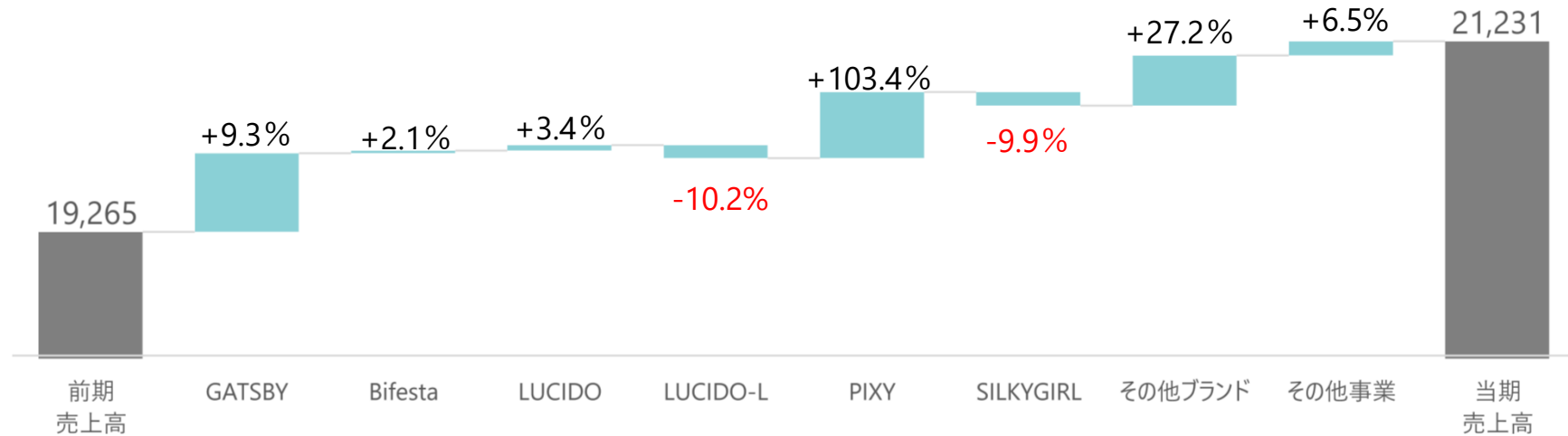
	前期					当期				
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	累計	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	累計
連結	+4.4%	+6.6%	+2.3%	+2.6%	+4.0%	+10.2%	-	-	-	+10.2%
GATSBY	+7.3%	+8.1%	+6.9%	+0.5%	+5.8%	+9.3%	-	-	-	+9.3%
その他ブランド	+3.1%	+3.1%	-3.7%	-0.2%	+0.5%	+12.3%	-	-	-	+12.3%
その他事業	-1.6%	+13.0%	+9.4%	+21.1%	+10.4%	+6.5%	-	-	-	+6.5%
日本	+11.6%	+7.6%	+4.1%	+0.9%	+6.2%	+6.0%	-	-	-	+6.0%
GATSBY	+12.3%	+10.0%	+4.7%	+2.9%	+7.9%	+8.7%	-	-	-	+8.7%
その他ブランド	+13.3%	+5.2%	+4.4%	-3.3%	+4.6%	+2.0%	-	-	-	+2.0%
その他事業	-1.7%	+2.9%	-0.8%	+17.1%	+3.8%	+7.9%	-	-	-	+7.9%
インドネシア	-16.1%	+3.6%	-14.9%	-7.0%	-8.7%	+52.3%	-	-	-	+52.3%
GATSBY	-18.1%	-5.6%	+3.4%	-18.5%	-10.5%	+39.5%	-	-	-	+39.5%
その他ブランド	-21.8%	+2.6%	-31.6%	-15.1%	-17.1%	+85.6%	-	-	-	+85.6%
その他事業	+5.3%	+22.7%	+2.0%	+59.2%	+20.5%	-2.9%	-	-	-	-2.9%
海外その他	+3.8%	+6.7%	+12.5%	+14.4%	+9.2%	-2.1%	-	-	-	-2.1%
GATSBY	+8.6%	+10.3%	+12.7%	+10.3%	+10.5%	-2.3%	-	-	-	-2.3%
その他ブランド	+3.7%	-0.7%	+7.1%	+23.7%	+8.1%	-6.6%	-	-	-	-6.6%
その他事業	-5.2%	+14.1%	+23.2%	+4.2%	+8.9%	+11.0%	-	-	-	+11.0%

2. 連結売上高



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

*前期年間売上100百万円未満は一表記

	日本	インドネシア	海外その他	連結
GATSBY	+8.7%	+39.5%	-2.3%	+9.3%
Bifesta	+4.7%	—	-2.7%	+2.1%
LUCIDO	+3.5%	—	-9.0%	+3.4%
LUCIDO-L	-17.2%	+78.7%	-0.0%	-10.2%
PIXY	—	+126.0%	-7.9%	+103.4%
SILKY GIRL	—	—	-10.1%	-9.9%
その他ブランド	+16.1%	+53.7%	-2.8%	+27.2%
その他事業	+7.9%	-2.9%	+11.0%	+6.5%

2. 連結売上高



補足データ：四半期別増減率(ブランド別)

	前期					当期				
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	累計	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	累計
GATSBY	+7.3%	+8.1%	+6.9%	+0.5%	+5.8%	+9.3%	-	-	-	+9.3%
Bifesta	+3.1%	+3.8%	-3.3%	+0.4%	+0.9%	+2.1%	-	-	-	+2.1%
LUCIDO	+14.5%	+8.5%	+11.4%	+15.6%	+12.4%	+3.4%	-	-	-	+3.4%
LUCIDO-L	+6.5%	-7.2%	-3.7%	-2.6%	-2.0%	-10.2%	-	-	-	-10.2%
PIXY	-27.4%	-5.5%	-34.3%	-33.0%	-25.6%	+103.4%	-	-	-	+103.4%
SILKY GIRL	+0.0%	-10.8%	+8.6%	+42.0%	+7.7%	-9.9%	-	-	-	-9.9%
その他ブランド	+9.7%	+19.7%	-6.5%	-5.2%	+3.3%	+27.2%	-	-	-	+27.2%
その他事業	-1.6%	+13.0%	+9.4%	+21.1%	+10.4%	+6.5%	-	-	-	+6.5%

3. 連結営業利益



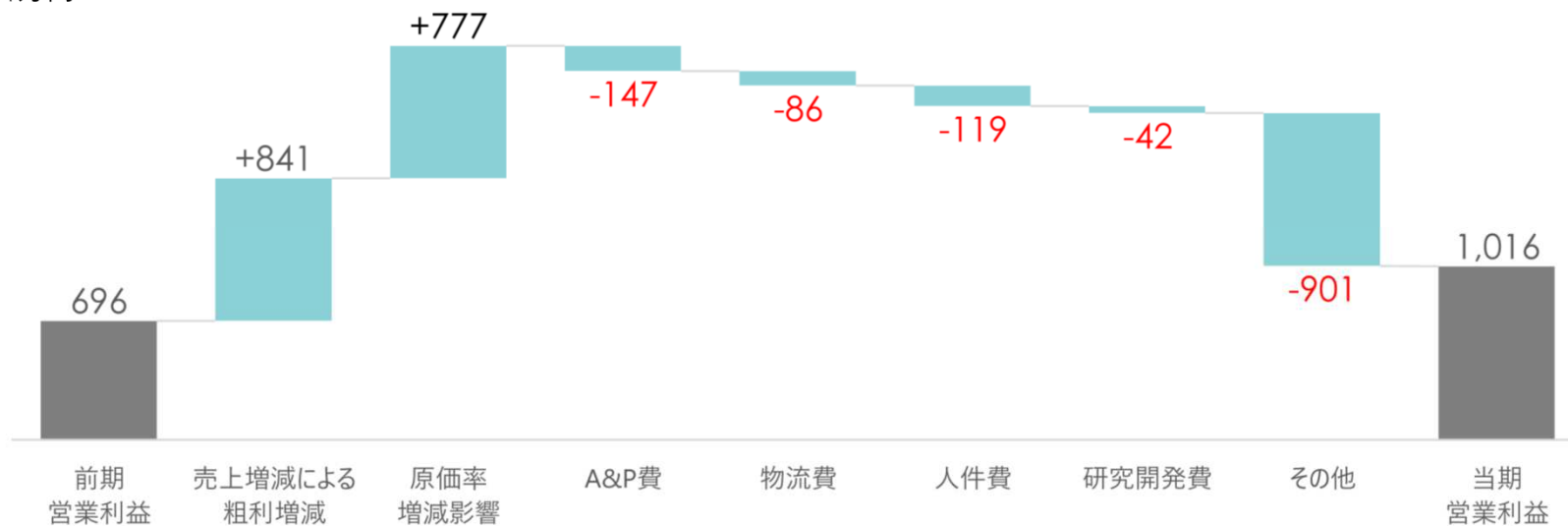
3-1. 連結営業利益

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率
売上総利益	8,239	9,857	+1,618	+19.6%
販売費および一般管理費	7,542	8,840	+1,298	+17.2%
販売費	2,689	2,925	+235	+8.7%
一般管理費	4,852	5,915	+1,063	+21.9%
営業利益	696	1,016	+320	+45.9%

3-2. 連結営業費用 増減分析

単位：百万円



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	696	1,016	+320	+45.9%
日本	321	220	-101	-31.6%
インドネシア	-319	322	+642	—
海外その他	749	563	-186	-24.9%
調整	-54	-88	-34	—

日本

-31.6%減益

- A&P費用や物流費などの増加が影響
- 構造改革費用の計上が大きくあったものの、同時に収益改善も進んでおり、差し引きで影響は僅少

インドネシア

営業利益 黒字化

- 売上の大幅増加と生産効率の改善、さらに人員の適正化などにより、原価率が低減し、粗利が増加
- 広告費を始めとした販売費の活用は第2四半期以降を計画

海外その他

-24.9%減益

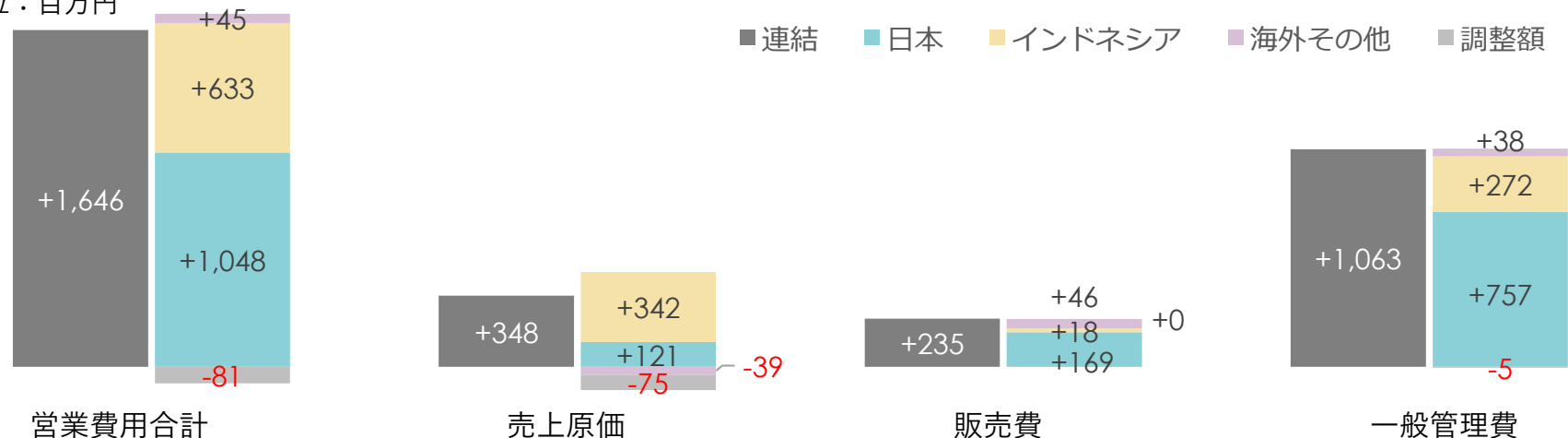
- 売上の減少に伴う粗利の減少
- 販売費や人件費などの費用の増加

3. 連結営業利益



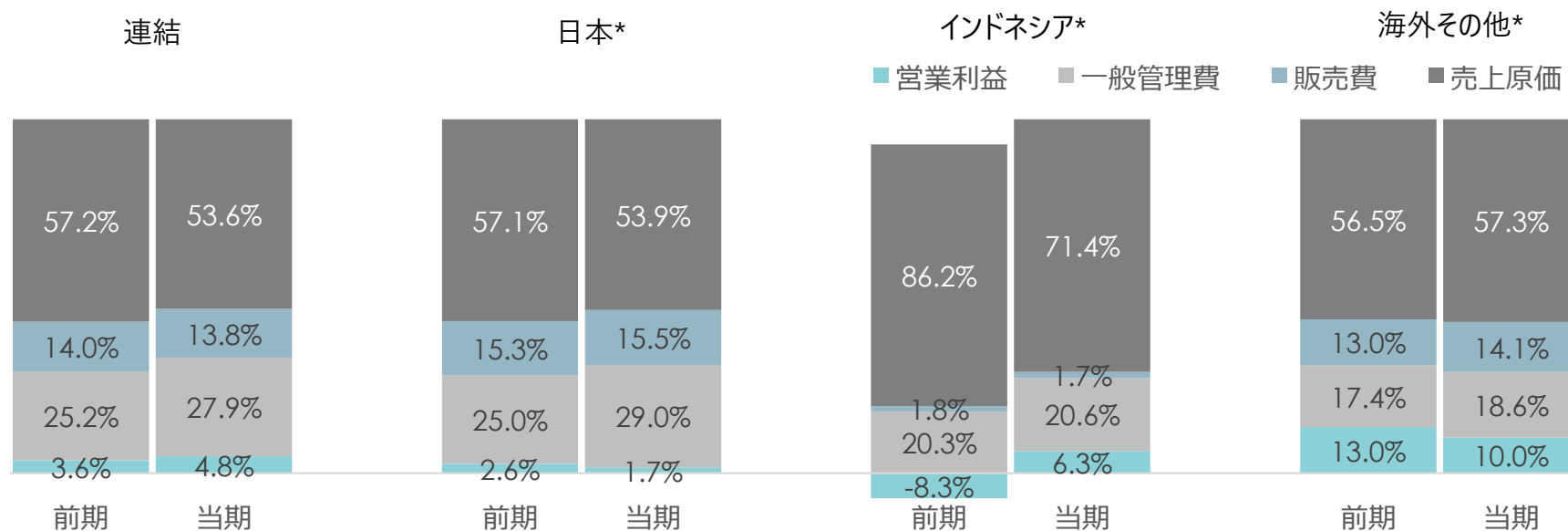
3-4. セグメント別営業費用 増減額内訳

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



4. 連結経常利益・四半期純利益



4-1. 経常利益・四半期純利益

単位：百万円

	前期	当期	増減額	増減率
営業外収益	344	306	-38	-11.1%
営業外費用	25	15	-9	-37.7%
経常利益	1,016	1,307	+291	+28.7%
特別利益	2	0	-1	-70.3%
特別損失	0	6	+6	+2937.5%
税引前純利益	1,018	1,301	+283	+27.8%
法人税等	408	377	-31	-7.6%
四半期純利益	609	924	+314	+51.6%
非支配株主に帰属する四半期純利益	-57	97	+155	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	666	826	+159	+23.9%

- 特記事項なし

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

5. MP-14 取り組み施策の進捗



5-1. 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		1Q 進捗状況
		2025年3月期	2026年3月期	
適正価格への改定	・2024年9月2日より主要アイテムを含む159SKU、 2025年2月3日より追加で48SKUの価格改定を実施	6億円	6億円	3億円
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	0.5億円
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	1.5億円
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	2億円
合計		11.5億円	19.5億円	7億円

6. 主要ブランド別の概況



補足資料) 主要ブランド別取り組み事項

GATSBY

いつの時代も常にその時代の「旬のかわささ」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

●夏シーズン品強化

- ▷日本では、直塗りデオドラントにおいてTV/WEBでの広告投下、およびボディペーパーにおいて今期もストア専売品の発売を実施し、店頭展開を拡大



- ▷海外各国では、商品の認知度UPや購買促進に向けて、キャンペーンやサンプリングのイベントを実施



Bifesta

「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

●スキンケア発売に伴うプロモーション強化

- ▷キャンペーンアンバサダー「ZEROBASEONE」を起用した新CMの公開やオリジナルグッズが当たるキャンペーン、POPUP SHOPの開催を実施



●限定品の発売

- ▷セラムクレンジングオイルと泡洗顔から、オリジナルデザインを限定品で10月に発売し、話題性を喚起



●海外での展開

- ▷各エリアにおいて、順次、リニューアル品に切替え

©2025 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO.L660168

6. 主要ブランド別の概況



補足資料) 主要ブランド別取り組み事項

LÚCIDO

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、スキンケアおよびニオイケアカテゴリーの育成を強化

●ニオイケアシリーズの育成

▷5月下旬のTVCFスポット投下により、実績は着実に拡大。継続した店頭展開の強化を実施

●薬用アドバンスドリペアシリーズの新発売

▷年齢とともに肌のひりつきを感じるミドル男性の肌に対応するスキンケアを8月に新たに発売。ラインアップ拡充により、より幅広い生活者へのお役立ちに繋げる



LÚCIDO-L

“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りブランド価値向上を図る

●オイルトリートメント強化

▷アルガンリッチオイルシリーズより、10月にキャラクターのオリジナルデザインを数量限定で発売



©2025 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO.L660585

●「質感再整シリーズ」を全面リニューアル

▷2022年に発売した「質感再整シリーズ」を、うねり・ダメージを内外から補修・再整し、究極の艶とまとまり髪を目指す「Re:(アールイー)シリーズ」として8月にリニューアル

6. 主要ブランド別の概況



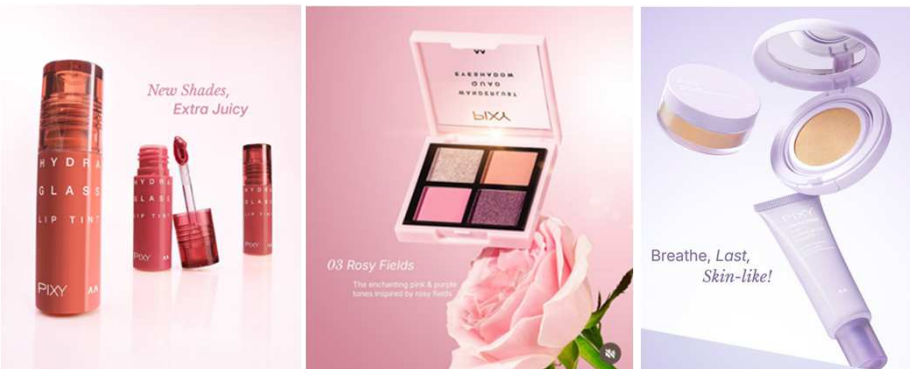
補足資料) 主要ブランド別取り組み事項

PIXY

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

●商品ラインアップの拡充

▷第1四半期において、LipやEyeshadowの新シリーズを発売。さらに、昨年末に発売したAiryシリーズから追加の新製品を発売し、商品ラインアップを拡充。SNSを始めとしたデジタルコミュニケーションの強化も併せて実施することにより、ブランドの活性化に取り組む



PIXY Lip & Eyeshadowの新製品、Airyシリーズ追加の新製品

SILKYGIRL

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

●新製品の発売による鮮度UP

▷Face、Eye、Lipのカテゴリーにおいて、計画的に新製品を発売しており、ラインアップの拡充とトレンドに合わせた商品提案を実施。
さらに、今年はブランド誕生から20周年であり、第2四半期に、記念アイテムの新製品を発売



SILKYGIRL Faceの新製品



20周年記念の新製品 (一部)

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。

**BE ANYTHING,
BE EVERYTHING.**



mandom