

株式会社マンドム

2026年3月期 第1四半期決算説明会 Web会議 主な質疑応答（要約）

1. 日本の売上高が5%伸びているのに営業利益は30%減ってしまっている要因は何か？これは構造的に今後も継続してしまうものなのか？

⇒ 構造改革に関わる費用が、年間で計画していた金額のうち相当な分が第1四半期（以下、1Q）に前倒しで計上されたことが一番大きな理由である。逆に2Q以降はその分少ない費用計上となる。加えて、A&P費用や物流費の増加も影響している。参考までに、1Qだけで見ると、構造改革の費用と効果はほぼイーブンとなっており、P/Lに与えた費用影響は限定的だったと言える。

2. 海外その他は減収減益となっているが、その主な要因と今後の対応策は？

⇒ 売上構成比の高いACGI社が減収になっていることが一番影響している。1Q減収の要因としては、前期12月に旧正月前の出荷が前倒しで発生したこと、市場での競争環境激化の影響を受けていることが主な要因だが、当初からスロースタートを見込んでいたため、計画進捗は想定内。今期のACGI社のマーケティングプランとしては、下期に新製品を厚めに準備している。またブランド発売から20周年となり、周年記念製品発売などでブランド・アクティビティを向上させて競合ブランドに対抗していく。

3. 1Q決算説明資料において、ACGI社の売上高減少率（P.8）と、「SILKYGIRL」の減少率（P.12）にギャップがあるが、ACGI社と「SILKYGIRL」の売上はイコールではないのか？

⇒ P.8のACGI社の増減率は現地通貨ベースであり、P.12の「SILKYGIRL」は円換算での増減率である。

4. 御社での構造改革に関する費用は、特別損失等ではなく、営業利益に影響する費用が中心という理解で良いか？

⇒ その理解で結構です。

5. 1Q時点で発生している費用の中で、期首時点では想定しておらず、追加で発生した費用はないのか？

⇒ 特にない。Q1で回答している通り、発生の時期が前倒しで発生したということで、その分2Q以降においては、想定より減少することになる。

6. 今期見通しに対してリスクを考慮すべきは海外その他事業のみという理解で良いか？

⇒ まだ1Q経過時点なので断言はできない。リスクはどのセグメントにおいても考慮している。日本においては夏シーズン品は好調であるが、前期リニューアルした「ビフェスタ」は想定水準に至っていなかったり、8月発売する「ルシードエル」の新製品の搬入進捗に注視する必要がある。インドネシアは、前期発売の新製品が現地開示の2Qまでは好調だが、これが下期も継続するか、海外その他は、ACGI社の2Q以降新製品発売を中心に盛り返す計画が着実に遂行できるかなど。

7. インドネシアは現地で2Q開示済みだが、2Qまでの振り返りと下期の見通しをお願いしたい。

⇒ 1～6月まで売上高はほぼ計画通りの推移。ただし、営業利益はA&P費用の下期への期ズレの未使用分があり、実態より強く出ている。下期に関しては、為替の影響により原価率の上昇を想定していること、広告宣伝費は計画通り積極的に投下していくこと、日本に続いて構造改革に取り組んでおり、これに関わる費用の発生を見込んでいることから、期首予想通りブレイク・イーブンを目指している。

8. 「SILKYGIRL」は市場シェアを落としているということか？ACGI社においては、MIDで実施しているような流通対策は必要ないのか？

⇒ 競争環境が激化してきていることは間違いないが、現在マレーシアメイクアップ市場で「SILKYGIRL」はトップシェアを獲得しており、市場における現状のポジションはインドネシアの「PIXY」とは大きく違うということを認識頂きたい。2Q以降は、20周年記念製品を含む新製品の提案によって、マレーシアの生活者の支持をいっそう獲得していくことで競合ブランドに対抗していけると考えている。2024年以降中国勢のブランドが進出し、市場シェアを拡大している。その分当社の「SILKYGIRL」や「メイペリン」がともにシェアを落としているという状況である。

9. 営業利益の増減分析（P.14）内の「その他」▲9億円は主にどういった内容？そして、これは下期、さらに来期においてどのように見込んでいるのか？

⇒ 主には日本とインドネシアにおける構造改革に関わる費用。日本において、1Qで進捗計画より前倒しで発生した。逆に、その分2Q以降は減少する。また、日本における費用は今年の12月で終了する予定なので、来期の費用発生は見込んでいない。一方で、インドネシアでは今期より本格的に取り組みをはじめ、今期、来期と費用が発生してくる見込み。

10. 構造改革効果額に関して、「適正価格への改定」の効果が通期見通し6億円に対し、1Qで既に3億円ということだが、今期の見通しが上方修正される可能性はあるか？

⇒ 年間見通し効果6億円に変更の予定はない。というのも、価格改定の効果は前期（25/3期）下期から発生しており、今期の効果はもともと1～2Qの上期で6億円発生を見込んでいた。従って1Q時点での3億円は計画通りの進捗である。

11. 次の価格改定の具体的な予定はあるか？

なお、既に実施している価格改定の対象は男性用化粧品だけか？

⇒ 更なる価格改定は引き続き検討している。
今まで適正価格への改定は第4弾まで実施していて、その実施後の販売数量の変化等のデータはだいぶ蓄積できてきているので、それらも参考にしながら検討をしている。
今までの価格改定には女性化粧品も対象に入っていた。しかし、大部分は男性化粧品だった。

12. インドネシア1Qの業績は本当に計画通りか？上期で営業利益が既に4.8億円（現地通貨51,762百万Rp.）上がっているのに、上回っているのではないか？また、連結の10億円も計画通りなのか？

⇒ 4.8億円計上しているが、販売費等の未使用分があり実力値としては1億円程度（3.8億円は期ズレで使用）と見ている。下期は原価率上昇想定と構造改革に関わる費用の計上を予定しているため、通期ではブレイク・イーブンの見通しである。
連結も計画通りとの認識である。日本は構造改革に関わる費用が1Qに前倒しで計上されたこともあり2億円強と想定を下回ったが、これをインドネシアの上ブレが相殺した形。
海外その他は概ね計画通りの進捗である。

13. 高温が続いている日本は、1Q時点での売上は順調と見て良いか？

⇒ 夏シーズン品は順調である。ただし、夏シーズン品以外の製品の状況に課題感をもって状況を見守っている。例えば、昨年リニューアルをかけた「ビフェスタ」は期待通りの水準にはまだ至っていない。夏シーズン品はペーパーを中心に原価率が高めなので、利益面を考慮すると、夏シーズン品以外の低原価、売上総利益率が高い製品の動向が重要であるため、動向を注視し、やるべきことが出来ているのかをチェックしている。

14. インドネシアの構造改革は中計には織り込まれていなかったという認識だが、費用と効果は具体的にどの程度を見込んでいるのか？また、中計最終年度目標に対してのインパクトはどう見ればよいのか？

⇒ 詳細は申し上げることが出来ないが、中計4年間で数億円規模の効果額を見込んでいる。
なお、26/3期に限ると、費用の方が効果額を数億円上回る見通しである。しかし、この費用は26/3期インドネシアセグメントの営業利益目標（ブレイク・イーブン）には織り込み済みである。

注意事項

本資料に記載の内容は、フェアディスクローズの観点から、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。