

経営成績に関する分析

2013年3月期におけるわが国経済は、東日本大震災の復興需要や昨年12月の政権交代による経済政策への期待感を背景に景気回復基調がみられつつあるものの、欧州の景気停滞による世界経済の減速等の影響により、依然として先行き不透明な状況で推移いたしました。一方、当社海外グループの事業エリアであるアジア経済は、欧州債務問題の長期化を受け全般的に減速気味であるものの、総じて堅調に推移いたしました。

このような経済状況のもと、当社グループは持続的な成長の実現に向け、「コア事業である男性グルーミング事業の安定成長」、「女性コスメティック事業の展開強化」および「アジアを成長エンジンとした海外事業の継続強化」に取り組みました。

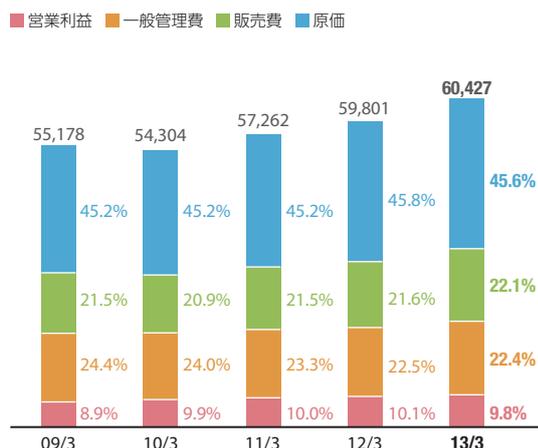
この結果、2013年3月期における連結売上高は、前期比1.0%増収の604億27百万円、当期純利益は、同9.3%増益の36億7百万円となりました。

① 売上高および売上原価

連結売上高は、前期より6億25百万円増加し、604億27百万円(前期比1.0%増)となり、3期連続で過去最高売上高を更新しました。国内での売上は、コア・ブランド「ギャツビー」における第2四半期までの夏シーズン品の低迷により減少したものの、海外での売上は男性グルーミング事業(主にギャツビー)の好調な推移により、国内の減収分を上回る増加となりました。

売上原価は、前期より1億58百万円増加し、275億68百万円(同0.6%増)となりました。これは主として、海外における売上拡大に伴い増加したものの、国内における減収により、微増にとどまったことによるものであります。この結果、売上総利益は、前期より4億66百万円増加し、328億58百万円(同1.4%増)となりました。

売上高に占める営業費用・営業利益の比率内訳の推移 (百万円)



② 販売費及び一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費は、前期より5億69百万円増加し、269億10百万円(同2.2%増)となりました。これは主として、国内でマーケティング費用(販売促進費・広告宣伝費)の効率的投下に努めたものの、海外ではインドネシアをはじめ各国でマーケティング費用(販売促進費)を積極的に投下したことによるものであります。この結果、営業利益は、前期より1億2百万円減少し、59億47百万円(同1.7%減)となりました。

③ 営業外損益、特別損益、経常利益および税金等調整前当期純利益

営業外損益においては、営業外収益が前期より増加した一方で、営業外費用が前期より減少したことにより、前期より36百万円増加しました。また、特別損益においては、主として特別損失が前期より大幅に減少したことにより、前期より2億20百万円増加しました。

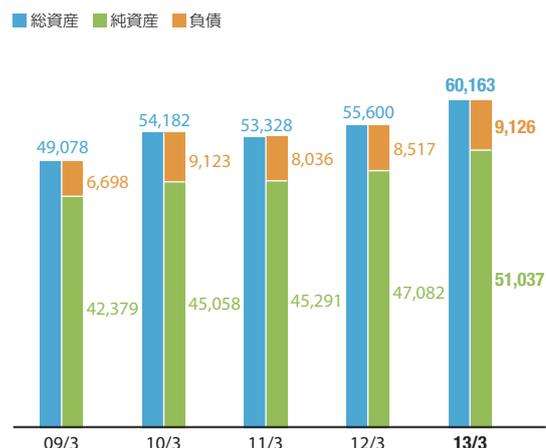
これらの結果、経常利益は、前期より66百万円減少し、62億41百万円(同1.1%減)となりましたが、税金等調整前当期純利益は、前期より1億53百万円増加し、62億72百万円(同2.5%増)となりました。

④ 法人税等、少数株主損益および当期純利益

法人税等は、主として国内における法人税の減税等により、前期より1億79百万円減少し、21億75百万円(同7.6%減)となりました。また、少数株主損益は、主としてインドネシア子会社の当期純利益の増加を反映した結果、前期より24百万円増加し、4億90百万円となりました。

この結果、当期純利益は、前期より3億8百万円増加し、36億7百万円(同9.3%増)となり、過去最高利益を更新しました。

総資産、負債および純資産の推移 (百万円)



財政状態に関する分析

(1) 資産、負債および純資産の状況

① 総資産

2013年3月期の総資産は、有価証券が増加したこと等により601億63百万円となり、前期末に比べ45億63百万円増加しました。

② 負債

負債につきましては、未払法人税等が増加したこと等により91億26百万円となり、前期末に比べ6億8百万円増加しました。

③ 純資産

純資産につきましては、利益剰余金が増加したこと等により510億37百万円となり、前期末に比べ39億54百万円増加し、自己資本比率は78.2%となりました。

(2) キャッシュ・フローの状況

2013年3月期における現金及び現金同等物(以下「資金」という。)は、前期末に比べ6億89百万円増加し、当期末には104億82百万円となりました。

① 営業活動によるキャッシュ・フロー

2013年3月期の営業活動によるキャッシュ・フローは76億5百万円の資金収入となり、前期に比べ39億12百万円資金収入が増加しました。これは、営業利益が微減となったものの、たな卸資産が減少したこと等によるものであります。

② 投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フローは53億87百万円の資金支出となり、前期に比べ26億92百万円資金支出が増加しました。これは有価証券の取得による支出が増加したこと等によるものであります。

③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは16億46百万円の資金支出となり、前期に比べ21百万円資金支出が減少しました。これは、少数株主への配当金の支払額を含めた配当金の支払額が減少したこと等によるものであります。

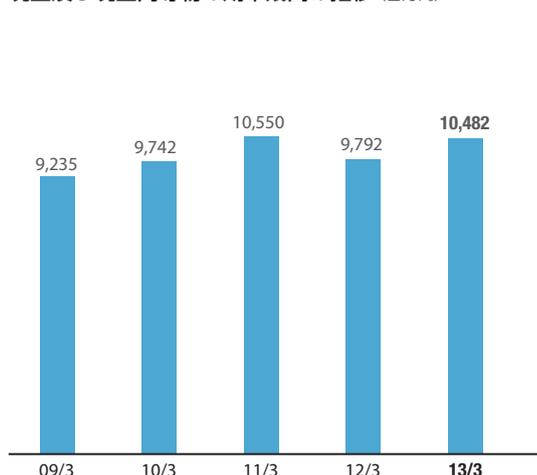
事業等のリスク

経営成績、財政状態などにおいて、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性のある事項には、次のようなものがあります。なお、文中の将来に関する事項は、2013年3月期末現在において当社グループが判断したものであります。

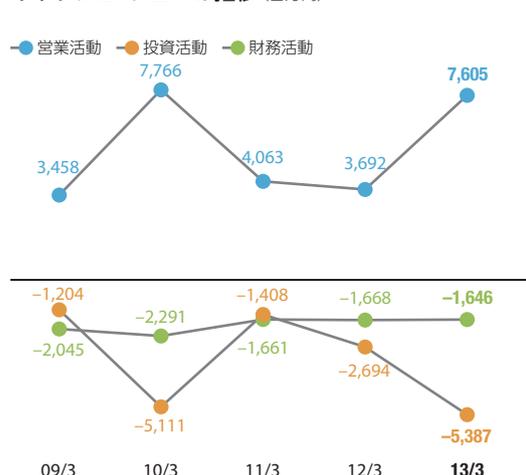
(1) 生活者ニーズへの適合について

日本を含めたアジアの化粧品市場は、同業他社間での競争に加え新規の参入により競争が激化しております。また生活者のニーズ・ウォンツの変化、流通チャンネルの変化に伴う生活者接点の多様化は進み、当社グループにおいても、ブランド価値の維持・向上を目指しながら、新製品の開発・導入・育成・強化や既存品の撤退やモデルチェンジの実施、また販売方法も含めた

現金及び現金同等物の期末残高の推移 (百万円)



キャッシュ・フローの推移 (百万円)



マーケティング改革が必要であると認識し、今後取り組んでまいります。しかしながら、不確実な要因による適切な対応の遅れや、特に日本の市場においては、小売店の棚割変更に伴う定番カット商品や新旧入替えによる旧製品を代理店からの返品として受けており、その受入金額が、経営成績などに影響を及ぼす可能性があります。

(2) 特定の取引先への依存度について

2012年3月期および2013年3月期において、当社連結売上高に対する依存度が10%を超えている販売先が日本において株式会社Paltac(2012年3月期30.2%、2013年3月期30.2%)、インドネシアにおいてPT ASIA PARAMITA INDAH(2012年3月期18.5%、2013年3月期19.0%)の2社あります。当社およびPT MANDOM INDONESIA Tbkは、上記2社と長期にわたって安定的な取引関係を継続しております。今後の化粧品等の流通市場においては、国内外共に大手卸売業への寡占化が進むものと考えられております。当社グループの販売に占める特定の代理店への依存度は、さらに上昇する可能性があります。

(3) 法的規制について

当社グループは、医薬部外品および化粧品を製造(一部は輸入)し、販売しており、薬事法をはじめとする法規制や品質・環境などの基準に適切に対応し、合法的かつ適切にこれらの製品を製造・輸入し販売しております。しかしながら、重大な法令違反を起こした場合に、生産活動に支障が生じるなど対象事業の継続ができない可能性があります。またこれらの法規制の変更や新たな規制の追加により、当社グループの活動が制限を受けたり、遵守のためのコストが増加する場合には、経営成績などに影響を及ぼす可能性があります。

(4) 為替変動の影響について

当社グループは、市場として今後も成長が見込まれるアジア地域での事業に注力しており、2012年3月期および2013年3月期における連結売上高の海外売上高比率は、それぞれ35.8%および37.8%となっております。今後も海外事業のウェイトは更に高くなることを想定しており、短期および中長期的な為替変動が当社の連結業績に影響を与える可能性、および為替換算による現地法人の業績が円貨業績にストレートに反映しない可能性を有しております。

(5) 海外での事業展開について

当社グループにおいては、経営戦略の成長エンジンとして位置づけているアジア地域での事業の拡大に注力しております。事業展開エリアにおいて、自然災害の発生や法的規制・貿易政策および関連税制などにおいて重大な違反を起こした場合には、当該エリアの生活者の購買意欲の低下や、当社グループの事業活動に制限が生じ、経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

(6) 収益変動要因について

当社グループを取り巻く事業環境は競争が厳しく、特に日本においては緩やかなデフレの状況が続き、成熟市場における競争が引き起こす販売価格の低下および販売費用の増加圧力により、利益率低下要因が内在しております。また、主要商品群のライフサイクルが短いことから、新製品の成否が最大の業績変動要因となっております。当社においては、常にライフサイクル終了前にリニューアルを実施するとともに、生活者の潜在嗜好(ウォンツ)をもとに新商品の開発・発売を行っております。それに伴う旧品の返品受入金額が業績に与える影響も無視できません。

さらに、当社グループの継続事業にかかるたな卸資産は、主として将来需要および市場動向に基づく見込み生産でありますので、実需および予測せざる市場動向次第では、滞留在庫の処分が売上原価におけるたな卸資産廃棄損として業績に影響を与えます。当社グループにおいては、内規等に基づき市場価値が減損した時点で直ちに廃棄しており、先送りしない方針を徹底しております。

(7) 為替および資源価格変動について

海外事業においては、製造拠点であるインドネシアおよび中国における輸入原材料の調達コストが、為替変動あるいは原油高騰に伴う石油精製品材料の上昇によって当社グループの競争力に影響を及ぼす可能性があります。また、海外事業を全てアジアで展開していることから、一部地域では政治体制の激変等に伴うイベント・リスク(法制度、経済変動)の発生により経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

対処すべき課題

当社グループは、以下を対処すべき課題であると認識しております。

(1) 国内男性化粧品事業における

市場環境の変化への対応

当社(単体)の男性グルーミング事業は、当期の売上高シェアにおいて6割を超えるコア事業であります。当事業領域は、競争環境が従来以上に厳しくなり、今後も異業種および海外からの参入を含め、恒常的に市場環境は変化するものと認識しております。このような認識のもと、さらなるニーズ&ウォンツの探求、技術に裏付けられた商品開発および生活者接点の多様化に対応したマーケティング革新に取り組み、ヤング男性市場の強化に加え、ミドル男性市場での拡大を図ってまいります。

(2) エネルギーコストの上昇にともなう

原価上昇への対応

昨今の産油国の状況を鑑みると、今後も原油価格の高止まりが想定され、原価上昇への影響は避けられないものと認識しております。この原価上昇を抑制すべく、一部商品の生産移管を含めた海外生産拠点の活用による生産の最適化、原材料の現地調達への推進および海外調達先の拡大を進めてまいります。

(3) グローバル事業のさらなる推進力となる

人材の育成強化

アジアを軸とした事業のグローバル化を推進する中で、すでに連結売上高に占める海外比率は3割を超えています。既存の進出国での事業強化に加え、今後の新規エリアでの展開を視野に入れた取組みを進める上で、グローバルに活躍できる人材の育成が重要であると認識しています。コミュニケーション能力に加え、風土・慣習・宗教などに対する理解力・寛容力を身につけた人材の育成に取り組んでまいります。

(4) 品質保証・環境対策を柱とした

社会貢献活動への取組み強化

企業の社会的責任が高まる中、CSRへの取組みを経営課題として位置付けております。品質保証・環境対策の継続的な強化に加え、良き企業市民としてグループ全体で推進すべき社会貢献活動を実践できる体制づくりに取り組んでまいります。

経営者の問題意識と今後の方針について

当社の経営陣は、現在の事業環境および入手可能な情報に基づき最適な経営方針を立案すべく努めております。最上位のテーマとしては、事業成長を持続させることとあります。その成長の源泉は海外事業であると認識しており、今後、さらに需要の拡大が見込まれる東南アジア市場をはじめ他のアジア地域における新たな市場開拓に取り組むことでさらなる事業成長を実現させる所存であります。なお、女性化粧品事業を今後の新たな成長領域として位置付け、成長路線づくりを推進してまいります。

また、資本の効率化推進も常に意識しており、配当による利益還元を資本政策の重要政策として位置付け、自己株式の取得を機動的に行なうことにより、さらなる株主に対する利益還元と自己資本(剰余金)の増加抑制を図ることにより、資本の効率化に取り組んでまいります。

(1) 経営戦略の現状と見通し

当社グループは、中長期の経営戦略の中核を「グループ事業の持続的成長」におき、グループ事業規模の段階的拡大へ向け計画的な経営資源の投下により収益の持続的な拡大を目指してまいります。その方針のもと、当中期経営計画では、①コア事業である男性グルーミング事業の持続的な成長、②女性コスメティック事業のアジアグローバル展開の開始による事業展開のスピードアップ、③当中期経営計画においても引き続き成長エンジンとして位置付ける海外事業の継続的な拡大を戦略テーマとし推進してまいります。

また、戦略テーマを遂行するにあたり、M&A・業務提携を通じた外部資源の活用についても機動的に検討してまいります。

① コア事業である男性グルーミング事業の持続的成長

コア・ブランド「ギャツビー」においては、アジアグローバルブランドとしてさらなる強化に取り組めます。国内市場では、スタイリング剤をはじめとして、フェイス&ボディカテゴリーでのシェアの拡大をはかり、品目拡充およびマーケティング展開強化により「ギャツビー」のさらなる成長を目指します。海外市場でも、スタイリングカテゴリーを重点商品群と位置付け、ワックス商品による市場での優位性を高めながらさらなるシェア拡大に努めてまいります。同時に、「ギャツビー」ブランドの認知度向上にあわせフェイス&ボディカテゴリーの展開強化を図り、規模の拡大を目指してまいります。

また、「ルシード」ブランドにつきましては、エイジングケアをコンセプトとした商品を、今後も提案してまいります。

② 女性コスメティック事業のアジアグローバル展開の開始による事業展開のスピードアップ

国内市場では、女性スキンケアのマーケティング強化により育成拡大を加速させてまいります。また、海外市場では、インドネシアでのベースメイク商品の展開強化や中国でのスキンケア商品のエリアでの深耕を強化するように、現地の市場に適した商品導入とマーチャンダイジングを実践し、コスメティック事業の推進強化を図ってまいります。

③ 海外事業の継続的な拡大

海外事業の拡大につきましては、既存拠点国における最重点取組みエリアであるインドネシア、中国においては、男性スタイリング市場に対するマーケティング投資などの資源の集中投下による更なる市場深耕をはかることに加え、女性スキンケア商品の育成強化を図ってまいります。さらに新規エリアであるインドシナ、インドも最重点取組みエリアとし、インドシナ地域においては、流通網の整備および拡大を行ない、新たな市場展開を着実に進めてまいります。成長著しいインド市場においては、化粧品事業の基盤確立、規模拡大を目的に2012年3月に設立した海外子会社にて、市場展開を進めてまいります。

(2) 財務方針

当社グループは、堅固なバランスシートの維持、事業活動のための適切な流動性資産の維持を財務方針としております。

主たる資金需要である運転資金および設備投資につきましては、内部資金によっておりますが、日本における子会社の資金不足は当社からの貸付けで対応し、在外子会社の短期資金需要は現地法人による現地通貨建短期借入で調達しております。また、当社における手元資金は事業投資の待機資金であることを前提に流動性・安全性の確保を最優先に運用しております。

当社グループは、健全な財務体質、営業活動によるキャッシュ・フロー創出能力により、飛躍的な成長を確保するため、現在の手元流動性を超える投資資金需要が発生した場合でも、必要資金を調達することが可能であると考えております。

(3) 還元方針

当社は株主に対する利益還元を経営の重要政策として位置付け、中長期的な事業拡大、新規事業開拓および企業リスクの

ための内部留保に配慮しつつ、配当金による株主還元を優先的に実施することを基本方針としております。2013年3月期における数値目標につきましては、連結ベースでの配当性向40%以上と設定してございました。引き続き2014年3月期も、連結ベースでの配当性向40%以上を目標としてまいります。

内部留保資金につきましては、既存事業拡大のための設備投資、研究開発投資等企業価値向上のための戦略投資に活用するとともに、厳しい経営環境下での様々な企業リスクに対応するためのセーフティネットとして位置付けております。また、株主還元策および資本効率の改善策として、自己株式の取得を選択肢として視野に入れ、検討してまいります。