

株式会社マンドム

2025年3月期 第2四半期決算説明会 Web会議 主な質疑応答（要約）

1．今期（25年3月期）収益性改善効果は従来4億円を見込んでいたものが今回7億円に上振れしていると思うが、その上振れ分も今期見通しに織りこみ済みなのか？

⇒ 織り込み済みである。

適正価格への改定による効果は当初4億円を見込んでいたものが、現時点で6億円に拡大。価格改定後の販売数量が見込みほど落ち込まなかった影響。加えて、営業費用の最適化、間接費の削減、原材料のグローバル調達化を合算して1億円程度を見込んでいて、合計で7億円の収益性改善効果を見込んでいる。しかし、この日本での3億円の上振れ分は、インドネシアの返品拡大分によって相殺され、連結の通期では期首計画通りになるという見通しである。

2．インドネシアの返品は3Q*までの程度発生している？

⇒ 現地開示数値ベースで、2Q累計で2億5千万円計上済み。

同3Qは7億円。その内約半分は4Q発生見込みの引き当て分である。

*インドネシア子会社 PT MANDOM INDONESIA Tbkは12月決算のため、10月30日に現地で3Q決算を開示済み。

3．インドネシアにおける大幅返品の原因を説明して欲しい。同様なことは来期は発生しないのか？

⇒ コロナ期間中トラディショナル・トレード中心に、政府から営業制限、もしくは自粛要請が出たために商品が店頭を中心に流通で滞留していたことから品質期限を迎えた商品が在庫として多数残っていることが報告されており、今後の新製品の導入にも支障が出てくることが予想されるため、特例措置で今期中を期限として返品を引き取っている。（今期のみの一時的要因）
期首時点より、返品発生を計画に織り込んでいたものの、実際に返品受け入れを進めていくと、期首の予想を大幅に上回る状況が判明し、現状では10億円程度までに拡大する見通しとなった。

4．重要な取り組みの中の「インドネシアの事業再生」によって見込める改善効果の金額は？

収益性改善の取り組みと同様に、今期と来期に分けて教えて頂けないか。

⇒ 算定中でもあり、現状で具体的な金額をお示しすることはできない。

原価低減やコスト削減のみでなく、トップライン拡大にも同時に取り組む収益性改善施策であるということをご理解頂きたい。

5．マレーシアのメイク市場の競争が激化しているということだが、今後のACGI社についてどのように見ているのか？

⇒ コロナ前からコロナ明け頃まではグローバルの1ブランドとの競争が中心だったが、最近では、インドネシア発の新興ブランドなどが複数攻勢を強めてきている市場環境である。前期実績比で見ると、昨年のジャンプアップした自らの高いハードルと競っているという状況。ただし、現在でも市場でNo.1カテゴリーを多く保有しており、新製品提案などは機動的に実施できる企業であるため競争環境に置いていかれているというようなことではない。

ACGI社を含む海外その他セグメントにおいては、今期は中国の計画の下振れをマレーシア、台湾などでカバーすることで期首の計画を達成し、来期は中国で新製品提案等の強化策を準備しており、他エリアの継続成長によってセグメント全体を今期以上に伸ばしていくような計画を想定している。

6 . 「ビフェスタ」に関して、スキンケアブランドを目指していくとのことだったが、化粧水などのラインアップを拡充して総合スキンケアブランドにするつもりか？

- ⇒ 大きなビジョンとして、洗顔&クレンジングというブランドから将来的にスキンケアブランドへの発展・拡大も視野の中に入れての第一弾が今回のリニューアルである。
また、グローバルブランドという位置づけにもなっている通り、中長期的には海外その他各国での売上拡大を狙いたいと思っている。それを考慮すると洗顔&クレンジングのカテゴリーのみでは限界があり、市場規模や伸長ポテンシャルなどを踏まえると、カテゴリーの拡大というものも1つの選択肢に入ってくると思う。

7 . 収益性改善の取り組みによる来期以降の貢献金額は？現在の交渉の進展度合いは？

- ⇒ 商談の中で、既に見積もりペースで妥結ができているものもいくつかあるが、在庫の切り替えのタイミングが少し先になるということで、今の段階で来期中に10億円程度は目途がついている。
その一方で、全ての原材料の価格高騰が上げ止まっているわけではなく今回対象にしている以外の原材料が高騰すると、貢献額が目減りしてしまう懸念はある。

8 . 来期10億円以上の“以上”という表現はどういう意味なのか？

- ⇒ マンパワーの問題もあり、見直し対象の原材料を全て一気に取り組むことは難しいので、影響度によって優先順位を付けて交渉を行っている。現時点で商談・交渉が済んでいるものによる効果が10億円ということを申し上げている。それ以外の原材料に関する積み増し分を“以上”と言っている。

9 . 日本セグメント売上高の上期、下期、通期の見立ては？

- ⇒ 日本の上期上振れ分が大きかったので、下期計画通りで通期でも日本は計画を上回る見込み。
下期の懸念としては、前期終盤に発売したD2Cの新ブランドなどは計画通りに進捗しておらず下振れリスクはあるが、期首計画外の新ブランド発売があるため計画通りを見込んでいる。
上期売上高は想定を7億円程度上回った。

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。