



Business Report

2018年3月期 中間株主通信
2017年4月1日▶2017年9月30日

トップメッセージ

MP-12初年度 上半期は、
売上高・営業利益・経常利益において
過去最高を更新

特集 変化を感じはじめる“40才からの”
ミドル男性に若々しさを
ルシードスキンケアシリーズ



To Our Shareholders

株主の皆さまへ

MP-12初年度上半期は、売上高・営業利益・経常利益において過去最高を更新

株主の皆さまには、平素より格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。

当上半期は、増収増益となり、売上高・営業利益・経常利益において過去最高を更新いたしました。売上高につきましては、日本では関東地方を中心とした長雨による天候不良の影響を受け、「ギャツビー」の夏シーズン品が苦戦したものの、ミドル男性向けブランドである「ルシード」が順調に実績を拡大したに加え、女性ブランドの「ビフェスタ」、「バリアリペア」が好調に推移しました。インドネシアにおきましては、コア・ブランドである「ギャツビー」の「スタイリングポマード」が引き続き実績を拡大。女性コスメティックブランドの「ピクシー」も効果的な販促施策により堅調に推移しました。海外その他は、円高による円換算額の減少はあったものの、全体としては「ビフェスタ」が好調に推移しました。

利益面では、主に日本とインドネシアにおける増収効果により、増益となりました。

下半期においては、夏シーズン品の早期展開と一部地域における市場環境の変化への対応のため、国内外において成長維持・拡大に向けた積極的なマーケティング投資により、当初掲げた目標の達成を目指してまいります。

2018年3月期業績見通し

売上高	800億円	前期比	103.4%
営業利益	80億円	前期比	105.0%
経常利益	85億円	前期比	103.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	56億円	前期比	100.6%

VISION2027実現に向けて企業基盤を整備

おかげさまで、当社は今年の12月23日に創業90周年を迎えることとなります。さらに100周年にあたる2027年での当社のありたい姿、ここから目指したいと思える未来像を「ビジョン」として明文化した「VISION2027」を2017年5月11日に発表させていただきました。当期(2018年3月期)よりスタートした第12次中期経営計画(MP-12)は、「「VISION2027」実現のための企業基盤整備期」として位置付け、「カテゴリー戦略の推進とブランド価値向上の徹底」、「インドネシアを中核にした海外事業の成長性向上」、「グループオペレーション体制の構築と単位あたり生産性の向上」を基本方針として、来るべき人口ボーナス期にアジアの成長と共に当社グループも飛躍的に成長するための様々な取組みをスタートしております。企業基盤の整備を進めつつ、引き続き売上高・利益の安定的、かつ堅実な成長を図っていきたくと考えております。

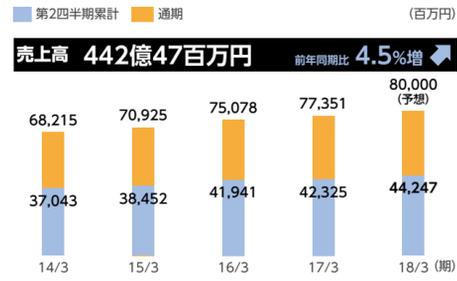
株主の皆さまにおかれましては、今後とも格別のご支援、ご鞭撻を賜りますよう、よろしく御礼申し上げます。

2017年12月

Financial Highlights

2018年3月期

第2四半期累計決算ハイライト



連結貸借対照表 (単位: 百万円)

科目	前期末 (2017年3月31日)	当第2四半期末 (2017年9月30日)
流動資産	54,130	57,966
固定資産	29,704	31,567
資産合計	83,835	89,534
流動負債	10,177	11,315
固定負債	4,067	4,809
負債合計	14,245	16,124
純資産合計	69,590	73,410
負債純資産合計	83,835	89,534

Point

資産(56億99百万円増加)
主に有価証券や投資有価証券が増加したこと等により56億99百万円の増加となりました。

負債(18億79百万円増加)
主に未払法人税等や固定負債のその他に含まれる繰延税金負債が増加したこと等により18億79百万円の増加となりました。

純資産(38億19百万円増加)
主に利益剰余金が増加したこと等により38億19百万円の増加となりました。

所在地別売上高・営業利益の概況

日本



売上高は、「ビフェスタ」や「バリアリペア」、「ルシード」の好調により増収となりました。営業利益は、増収効果や効率的なマーケティング活動に伴う販売費の減少により増益となりました。

インドネシア



売上高は、インドネシア国内において「ギャツビー」が好調に推移し増収となりました。営業利益は、増収効果や効率的なマーケティング活動に伴う販売費の減少により増益となりました。

海外その他



売上高は、円高による円換算額の減少があったものの、現地通貨ベースでは概ね堅調に推移し増収となりました。営業利益は、販売費の増加により減益となりました。

事業別売上高の概況

男性事業



女性事業



(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

Topics

トピックス

海外各国でポマードを発売し、順調に拡大

アジア全体でトレンドスタイルとなっている「ネオクラシカルヘア」に対応するスタイリング剤として、ポマードがスタイリング市場に受け入れられています。インドネシアに続いて、中国やマレーシアでもギャツビーブランドからポマードを発売し、順調に販売を拡大しています。今後はさらに他の国や地域での取り扱いを拡大し、アジア生活者のトレンドスタイルにマッチした商品の提供を通じてお役立ちをしていきます。



ルシードが引き続き好調。ブランドキャラクターとして浅野忠信さんを起用し、スキンケアを強化

40才からのスマートエイジングを応援するルシードブランドがニオイケアシリーズを中心に好調に推移しています。秋にはスキンケアシリーズを全面リニューアルし、エイジングによる肌の変化は感じつつもスキンケア商品を使用していないエンターテインメント層の獲得を図ります。リニューアルに合わせてブランドキャラクターとして浅野忠信さんを新たに起用しています。



40才からのスキンケアが印象に大きく影響することを、ご自身も40代とミドル男性の代表であると共に、ミドル男性から高い支持を得ている浅野さんが表現しています。

ビフェスタが海外でも好調。シンガポールや台湾では出荷ベースでNo.1アイテムに

日本だけでなく海外各国でも高い評価を得ているビフェスタのクレンジングシリーズが引き続き好調に推移しています。若者を中心としたメイクアップ習慣の拡大によるコスメティック市場の成長に影響され、クレンジング市場も伸長しています。ビフェスタも市場の成長に合わせて実績を拡大しており、シンガポールや台湾では全出荷アイテム中の単品出荷実績で主力のギャツビーを抑えてビフェスタのアイテムが数量・金額共にNo.1アイテムになっています。



※シンガポール:うる落ち水クレンジング アイメイクアップリムーバー(写真左)
台湾:うる落ち水クレンジングシート プライタップ(写真右)

バリアリペア新キャラクターとして沢尻エリカさんを起用

多忙な現代女性のためのスキンケアシリーズ「バリアリペア」から、2017年8月に潤い・ハリ・透明感が不足した一時的な肌不調(劣肌※)を眠っている間にケアし、翌朝みずみずしくメイクのりの良い肌に導く「スリーピングパック」を発売しました。新たにイメージキャラクターとして沢尻エリカさんを起用したTVCMを投下し、競争環境の厳しいスキンケア市場での認知度拡大を図っています。



※劣肌:年齢とは関係なく起こる肌バリアの乱れにより、ハリ・のなさやくすみ、潤い不足などの不調が一時的に現れた肌

90周年記念配当を実施

おかげさまで、当社は本年12月23日で創業90周年を迎えます。これもひとえに株主の皆さまをはじめ、関係者の皆さまの長年にわたるご支援、ご協力の賜物と心から御礼申し上げます。つきましては、感謝の意を表すと共に創業90周年を記念して、2018年3月期の期末配当について、1株あたり10円の記念増配を実施させていただく予定をしております。(普通配当24.5円+記念配当10円)



代表取締役 社長執行役員
にしむら もとのぶ
西村 元延

Special Contents **特集**

変化を感じはじめる“40才からの”ミドル男性に若々しさを

無香料ブランドから40代男性にお役立ちするスマートエイジングコスメブランドへ

1989年業界初の無香料ブランドとして誕生したルシードは、当初は清潔志向の強いヤング男性をターゲットとしていました。その後、市場環境の変化やターゲット生活者のニーズやウォンツの変化に伴い、ブランドの再構築を検討している中で、発売当初ロイヤルユーザーだったミドル男性の口からは「40才頃からお腹が出てきた…」とか「40才を超えると体力が落ちてきた…」、「40才を区切り髪とか肌の変化を感じるようになった…」といっ

たように多くの人が口裏を合わせたかのように「40才」をきっかけに様々な体の変化を実感していることがわかりました。そこで、ルシードを40才からの「スマートエイジングコスメブランド」と設定し直して、商品・サービスの提供や情報発信を進めた結果、40代男性でのブランドシェアがアップし、2016年度は過去最高売上を達成しました。

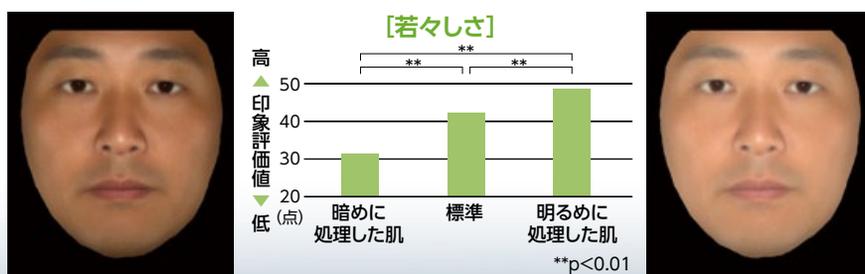
スキンケアを通じて肌の状態だけでなく、見た目の印象を変える

様々な調査を通じて40代男性の実態に目を向ける一方、2004年から独自に肌の基盤研究に着手し、のべ1,400名以上の皮膚評価を実施するなど、日本人男性の肌研究を推進してきました。特に男性肌の特徴や加齢による肌の変化に関する知見を蓄積し、同一人物を約10年間追跡した顔画像と肌状態データから、加齢により肌状態が変化するだけでなく見た目の印象まで変化することがわかりました。

その中でも「若々しさ」には「肌の明るさ」が影響していることを発見。ミドル男性にいつまでも若々しい見た目をキープしていただき、自信を持って生活していただきたいと考えるルシードは、2017年8月にスキンケアシリーズをリニューアル。当社独自の男性肌研究に基づいたスキンケア成分を配合し、加齢症状をケアすることで、いきいきとした若々しい印象の肌質に導きます。また、毎日使い続けることで、肌の水分量やバリア機能、キメ細かさなどがアップし、肌の明るさを改善し若々しい印象を取り戻すことが可能となります。

今後もルシードでは、ミドル男性の体の変化だけでなく、心のありようにも目を向け、商品・サービス・情報の提供を通じて、ミドル男性がより輝く人生を送れるきっかけを作りたいと思います。

「若々しさ」の印象には、「肌の明るさ」が影響



※同一人物の画像を画像処理ソフトで肌の明るさを変化させて、第三者により「若々しさ」の印象を評価

LUCIDO
ルシードスキンケアシリーズ



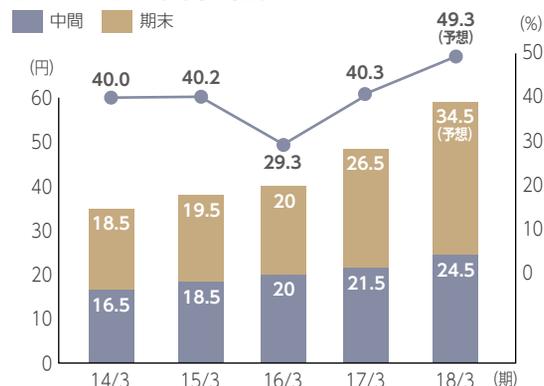
株主還元の基本方針

配当に関して

特別な要素を除いた連結ベースでの配当性向40%以上の継続

当社は、株主の皆さま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。配当金に関する数値目標としましては、特別な要素を除いた連結ベースでの「配当性向40%以上」としております。

配当金と配当性向の推移



※当社は2017年10月1日を効力発生日として、1:2の株式分割を実施しており、上記グラフの数値はすべて株式分割の影響を考慮した数値となっております

株主優待について

5,000円相当の当社商品詰め合わせをお届け

当社は、株主の皆さまに対する利益還元の一環として、株主優待を行っております。100株以上の株式をご所有(3月31日現在)の皆さまに5,000円相当の当社商品詰め合わせを、6月初旬にお届けしております。当社をより身近に感じていただくために、優待品は当社のお奨めする商品、新製品を中心に選定しております。

■2017年実施株主優待詰め合わせ



※株主優待の内容および対象につきましては、2017年10月1日株主分割後においても変更はありません

株主メモ

事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで
 定時株主総会 毎年6月開催
 基準日 定時株主総会 毎年3月31日
 期末配当金 毎年3月31日
 中間配当金 毎年9月30日

「そのほか、必要があるときは、あらかじめ公告して定めた日」

単元株式数 100株
 株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 および特別口座 三井住友信託銀行株式会社
 の口座管理機関
 郵便物送付先 〒168-0063
 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
 電話照会先 ☎0120-782-031

※詳細は、当社サイトをご確認ください
 URL <https://www.mandom.co.jp/ir/src/stockinfo.html>

会社概要

[2017年9月30日現在]

社名 株式会社マンドム
 本社 大阪市中央区十二軒町5番12号
 設立 1927年12月23日
 資本金 11,394,817,459円
 従業員 575名 (連結2,672名)
 事業内容 化粧品、香水の製造および販売、
 医薬部外品の製造および販売

株式会社マンドム IR室

〒540-8530 大阪市中央区十二軒町5番12号
 TEL:06-6767-5020 FAX:06-6767-5044
 株式会社マンドムはISO14001(福岡工場)を認証取得しています。

IRメール配信サービス

当社のIR・会社情報をタイムリーにお知らせしています。
 (会員登録はこちらから)

マンドム IR 情報

