



mandom

2024年8月6日開催

株式会社マンダム

2025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. 日本市場で市場平均を上回ったカテゴリーは？

⇒ 一番好調だったのはポディペーパーを中心とした男女の夏シーズン品。
今年2月に発売したギャツビー新製品のEXプレミアムタイプデオドラントロールオンも実績拡大に貢献した。女性向けのマンダムハッピーデオシリーズのポディペーパーも好調だった。
男性向けでは、ルシードミドルケア商品も堅調で、女性向けのルシードエルもオイルトリートメントを中心に好調だった。

2. 前年の7月以降は記録的猛暑だったと記憶しているが、日本セグメントの2Qに関してはどう見ておけばよいか？

⇒ 天候要因は前年並みの前提で計画を組んでいる。夏シーズン品に関しては、小売業の専売製品を前期より拡充したり、前年にも増して店頭での買い場づくり強化を実践しており、ここまで天候の後押しもあり想定以上で推移している。
8月後半には秋冬の新製品発売を予定しており、今期はビフェスタの全面リニューアル、新男性ブランドの発売を中心に店頭導入強化を図っていくことで前期以上の拡売を目指す。

3. 1Qの売上高、営業利益は計画通りだったということか？

*複数の参加者より同様な質問

⇒ 日本は想定以上の実績だった。逆にインドネシアは既に開示済みの現地ベース2Q開示業績を踏まえると想定ほどの回復とは言えない。海外その他は国によって異なるが、セグメントとしてはほぼ想定通り。

4. 現状の通期見通しは？特に原価は構造改革の効果が出てどのように推移すると見ているのか？

⇒ 通期においても、インドネシアは下振れリスクがあるが、日本の好調で相殺できると見ている。構造改革の進捗に関しては、適正価格への改定は9月から159SKUで実施することは発表済み。この利益へのインパクトは数億円（1ケタ前半）程度を見込んでいる。
グローバル調達、代替調達の取り組みに関しては順調に進行中で、2Q以降より日本でも実際に効果が出てくると見ており、2Q決算開示の際には具体的な成果をお示ししたいと考えている。通期の原価率想定としては、前期から微増と見ているが、懸念点としてはインドネシアにおいてコロナ禍によって市場がクローズしていた影響で、使用期限が迫っている製品の返品が期首計画よりも今後増加する見通しが上がってきており、この推移次第では上昇リスクとなる。

5. 1Qで既に7億円弱の営業利益が出ているのに、通期の7億8千万円の見通しは変更しないのか？

*複数の参加者より同様な質問

⇒ 前提として、インドネシアの下振れ分を日本がカバーすることで期首見通しを達成。ただし、日本では下期に収益構造改革費用の大部分が発生する計画なので当初見通しを維持という見立てである。日本は1Q時点で夏シーズン品の好調を主要因として、想定より数億円上まわっているものの、インドネシアの売上の伸び悩みや使用期限切れ製品の返品増加による2Q以降の下ブレがどの程度の影響かがまだ充分把握できていないため、期首見通しは変更していない。

6. 構造改革の成果と費用は、どの項目でどのセグメントに出ているのか？

⇒ 成果は1Q時点ではまだ出ていない。費用は決算説明資料P.12の営業利益増減分析グラフで言うと「その他」の項目に入り、およそ1億円発生している。発生セグメントは日本である。

	前期	当季	増減	増減率
営業利益	8,102	8,233	+131	+1.6%
営業利益(注1)	7,971	7,942	-29	-0.4%
営業費用	2,562	2,689	+127	+4.9%
営業利益	4,529	4,952	+423	+9.3%
営業利益	1,033	0%	-1,033	-100%

増減	売上高	売上原価	営業費用	営業利益	営業利益	営業利益	営業利益
増	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
減	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

7. 日本セグメントでは、前々期の23年3月期と比較しても売上高の増加額に対し営業利益額の水準がそれほど上がっていないのはどうしてなのか？

⇒ 23年3月期と比べると、一番の要因は原価率が上昇していること。その要因としては、特に今期に関して言えばペーパー製品に使用している不織布をはじめとした原材料高騰影響と、原価率が比較的高めの夏シーズン品の売上構成比が更に高まっていることなどが考えられる。
※今期より、セグメント損益において内部利益等の調整を含まない算定方法に変更しておりますため、前々期の開示数値とは算出方法が異なります。

8. インドネシアでの使用期限が迫った製品の返品処理はPL上ではどこに影響する？

⇒ 返品廃棄損が売上原価増につながっている。PLではないが、決算説明資料P.12の営業利益増減分析グラフで言うと「原価率増減影響」の部分に反映されている。
***以下、説明会では言及していませんでしたが、追加で記載します**
売上のマイナスにもなるので、「売上増減による粗利増減」にも影響。

9. 構造改革費用は1Qで1億円程度計上されているということだが、期首計画通り今後7億円が追加で計上される？

⇒ 日本において、通期8億円弱の費用計上は見込んでいる。(1Qの1億円を含む)
前通期説明会の際にも説明したが、インドネシアは独自の構造改革費用は計画しておらず、日本の取り組みで得た知見を水平展開する計画である。

10. 物流費は年間どの程度の増加を見込んでいるのか？ また、物流費を含む他の費用増加も含めての計画通りの結果だったということか？

⇒ 物流費は、日本セグメントで通期で5億円程度の増加を見込んでいる。(1Qの1億5千万円も含む)
1Qは物流費を中心とした費用増加を含めて想定通りだったという理解で結構です。

11. 特に前期は一際好調だったACGI社を中心に、海外その他各国の2Q以降はどのようにみている？

⇒ (ACGI社展開エリアの) マレーシアのメイクアップ市場自体は前期までの極めて強い成長率からは若干低下はしている模様。また中国系やインドネシア発のブランドが参入してきて競争環境も激化してきているので、前期までのような数十%の伸長は難しいかもしれないが今期は下期に新製品も予定しており、まだ売上高、利益とも着実な成長は期待できると見ている。海外その他セグメントは中国の消費不調のリスクはあるが、好調なマレーシア、台湾でカバー可能で、通期でも計画通りと見通している。

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。