



～Human to Human 健康と清潔と美を通じ、日常を発見と感動で満たす～

会社概要

- **沿革**
 - ・1927年、女性用香水販売会社「金鶴香水」として創業。1933年、固型の整髪料「丹頂チック」で男性用整髪料メーカーとして発展（1959年に社名を「丹頂」に変更）
 - ・1970年には「マンダムシリーズ」を発売（1971年に社名を「マンダム」に変更）
- **2018年3月期業績、売上構成比**
 - ・8期連続最高売上高更新。売上高813億円、営業利益84億円
 - ・地域別：日本58.6%、インドネシア24.1%、その他海外17.2%
 - ・男性事業売上：62.8%でグループ・コア事業
 - ・女性事業売上：28.4%で今後拡大を目指す

成長戦略

- **VISION2027**
 - ・ビジョンスローガン：「オンリーワンの強みを持ったグローバル10億人のお役立ち」
 - ・基本方針
 1. アジアの成長を取り込んだ真のグローバルカンパニーへの進化
 2. 男性事業の深化と女性事業へ積極的投資
 3. スtock型マンダムワールドづくり
- **第12次中期経営計画（～2020年3月期）**
 - ・売上高900億円、営業利益率10%
 - ・年平均成長率：
 - 男性事業 3%以上、女性事業 10%以上
 - 海外 10%以上

特徴

- **男性化粧品トップブランド「ギャツビー」**
 - ・男性化粧品で売上高412億円（2018年3月期）を誇るアジアグローバルNo.1ブランド
 - ・幅広いカテゴリーで多種多様な商品展開
- **アジアに根付いた海外展開**
 - ・アジアを主軸に現地の生活者・市場・社会変化へ対応
 - ・男性化粧品が主力、同市場を創造
 - ・大衆がターゲット、各国に適したマーケティングを展開
- **内製化による品質・価格競争力**
 - ・日本・インドネシア・中国に生産3拠点
 - ・各国・各エリアに対応した生産供給体制

アピールポイント、株主還元

- **成長性、収益性、健全性**
 - ・海外が牽引、直近5年で売上高は35%増
 - ・営業利益率（2018年3月期）：10.4%と東証1部上場企業全業種平均6.8%を上回る
 - ・自己資本比率（同上）：74.5%と同平均30.1%を大きく上回る。有利子負債額（同上）も2億円
- **配当方針**
 - ・配当性向40%以上（特殊要因を除く）
 - ・2019年3月期配当予想：60円、7期連続増配
- **株主優待**
 - ・年1回、100株以上所有の株主の皆様が対象
 - ・5,000円相当の当社商品詰め合わせ