人間系企業 マンダムグループの価値創造モデル

INPUT

人的資本
- 従業員数：2,672名（連結）
  619名（単体）
- グローバル志向の高い人財
- 化粧品やおしゃれに興味が高い人財

知的資本
- 男性化粧品に関わるさまざまな知見
- 注力研究分野に関する技術
  （頭髪・頭皮、皮膚、体臭・制汗）
- TRP（トリップ）チャネルに関する知見

製造資本
- 幅広いレベルの各国予見に合わせて
  商品を供給できる3カ所の生産拠点
  （日本、インドネシア、中国）
- 国内外の生産協力企業

財務資本
- 総資産：93,265百万円
- 純資産：73,207百万円
- 自己資本：66,517百万円
  （自己資本比率 71.3%）
- フリーキャッシュ・フロー
  直近 5 年累計額：13,869 百万円

社会関係資本
- アジア地域に13のグループ会社を展開
- 日本国内、海外における
  取引先（代理店）とのパートナーシップと、
  それに基づく製品流通体制
- 日本、アジア各国有力小売業との取引関係
- 大学を中心とした外部共同研究機関

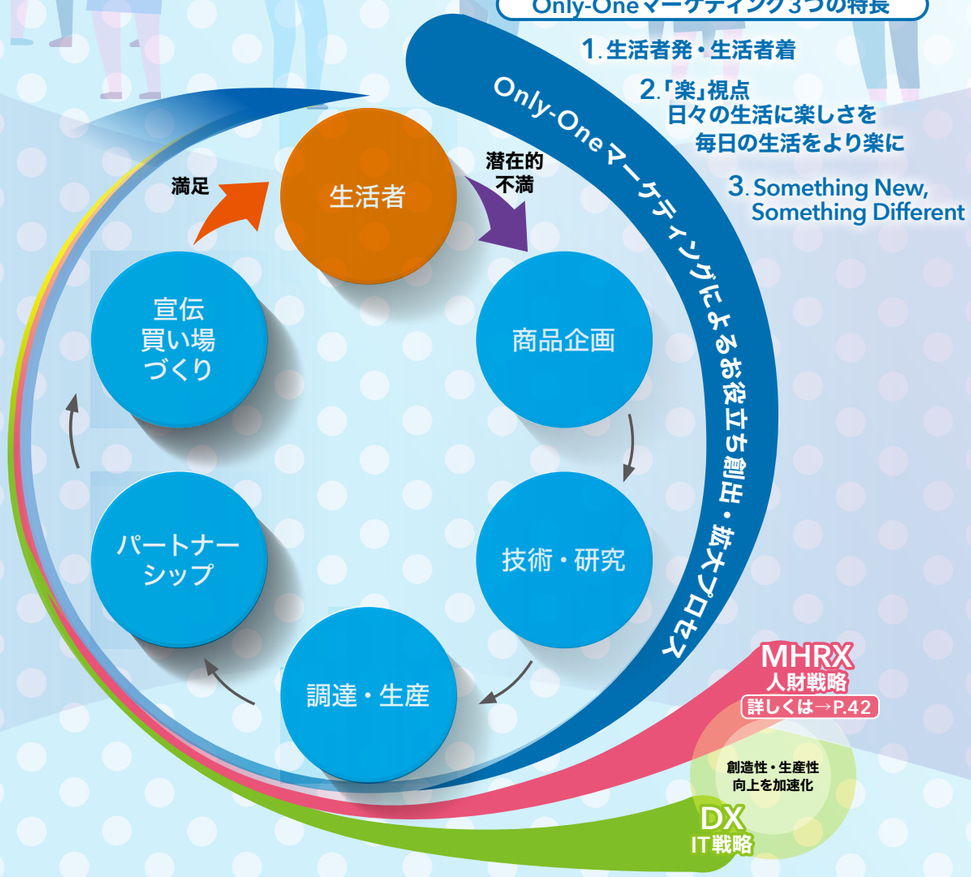
自然資本
- エネルギー投入量（国内）：137,970GJ
- 電力使用量（国内）：9,840千Kwh
- 水資源投入量（国内）：71,565m³
- 製品中味原料等（国内）：8,153t*
- 容器包装資材（国内）：7,700t*

マテリアリティ

- 気軽に楽しめる おしゃれ文化の 創造
- 多様な 生活者への お役立ち拡大
- 社員と会社の 相互成長の実現
- 持続可能な 地球環境への 取り組み
- 持続可能な 原材料調達
- 企業基盤の 継続強化

“人間系”企業

ヒトが喜んだりワクワクする姿を**想像**しながら、新たな価値を**創造**する



OUTPUT

保有
コスメブランド

男性
- GATSBY
- LÚCIDO

女性
- Bifesta
- PIXY
- LÚCIDO-L
- SILKYGIRL

マンダム人財
- 会社に対する
  エンゲージメントの
  高い人財
- チャレンジマインド
  あふれる人財
- 知的好奇心旺盛な
  想像力あふれる人財
- 生活者理解力の高い
  マーケッター人財

自然資本
- CO_2排出量
  （国内Scope1+2）：
  3,964t-CO_2
- 排水量（国内）：
  29,715m³
- 廃棄物排出量（国内）：
  3,235t
  （再資源化率：100.0%）

OUTCOME　お役立ちの量拡大

詳しくは→P.22

- 生活者　VISION2027
- 社員　MP-14　MP-13
- 得意先・取引先
- 株主・投資家
- 環境 地域社会
- 行政・各種団体

**BE ANYTHING,
BE EVERYTHING.**
なりたい自分に、全部なろう。

世界中の生活者のウェルビーイング実現

マンダムグループ 6つの強み

1. Only-One志向のマーケティング →P.44
2. 男性化粧品に関する高い知見 →P.46
3. 成長著しいアジアを中心とした海外展開 →P.50
4. 生活者ウォンツに対応するための“独自の研究”と“確かな技術” →P.48
5. 優良廉価の大衆普及を追求した生産・供給体制 →P.51
6. エンゲージメントの高い社員 →P.54

サステナブル経営

健・清・美・楽を通じた、日常生活の豊かさと社会課題の解決を
両立する独自のサステナブル経営を推進

詳しくは→P.24

理念体系

「MISSION」「PRINCIPLES」「SPIRIT」

詳しくは→P.4