

# 価値創造の歴史

株式会社マンダムの歴史は高級国産香水である「金鶴香水」の商標を継承した「金鶴香水株式会社」として1927年にスタートしました。当時の社長であった西村新八郎は「優良廉価」を信条とし化粧品の大衆普及に努め、その精神は現在にまで受け継がれています。その後、さまざまな業界初の商品を発売するなど、いつの時代も生活者のライフスタイルに合わせた独自性のある商品を提案し、日本・アジアで市場を拡大してきました。これからも世界中の生活者に対し、健康と清潔と美を通じたお役立ちを追求してまいります。



創業者 西村新八郎

## 創業の精神 - 「優良廉価」の大衆普及

品質の良い商品を一人でも多くの人に  
使っていただけるよう大衆普及させることが  
社会への貢献につながる

■ 国内売上高 ■ 海外売上高  
※ 1997年以降連結会計



## 1927年

「金鶴香水株式会社」設立



## 1960年代

### 1度目の経営危機

アルコール系液体整髪料が市場に登場  
チック・ボマードの成功体験から抜け切れなかったことで、  
生活者ウォンツの変化に対応できず業績が低迷

## 1970年代後半～1980年代初頭

### 2度目の経営危機

1978年に直販体制に移行するも費用負担が  
膨らみ2年で頓挫し、再び代理店経由販売へ  
人員整理の実施など深い傷跡を残すことに

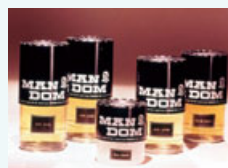
## 1933年

「丹頂チック」発売



## 1970年

「マンダムシリーズ」発売



## 1980年代～

### 新たなグルーミング提案により市



#### 1985年

「ギャツビー」から  
店頭販売初の男性用  
ヘアフォームを発売



#### 1989年

男性化粧品「ルシード」発売  
業界で初めての  
無香料男性化粧品

LUCIDO

## 1958年

フィリピンで技術提携会社稼働



## 1969年

インドネシアに合弁会社設立



## 1980年代～

### 海外展開の強化

1988年  
シンガポール

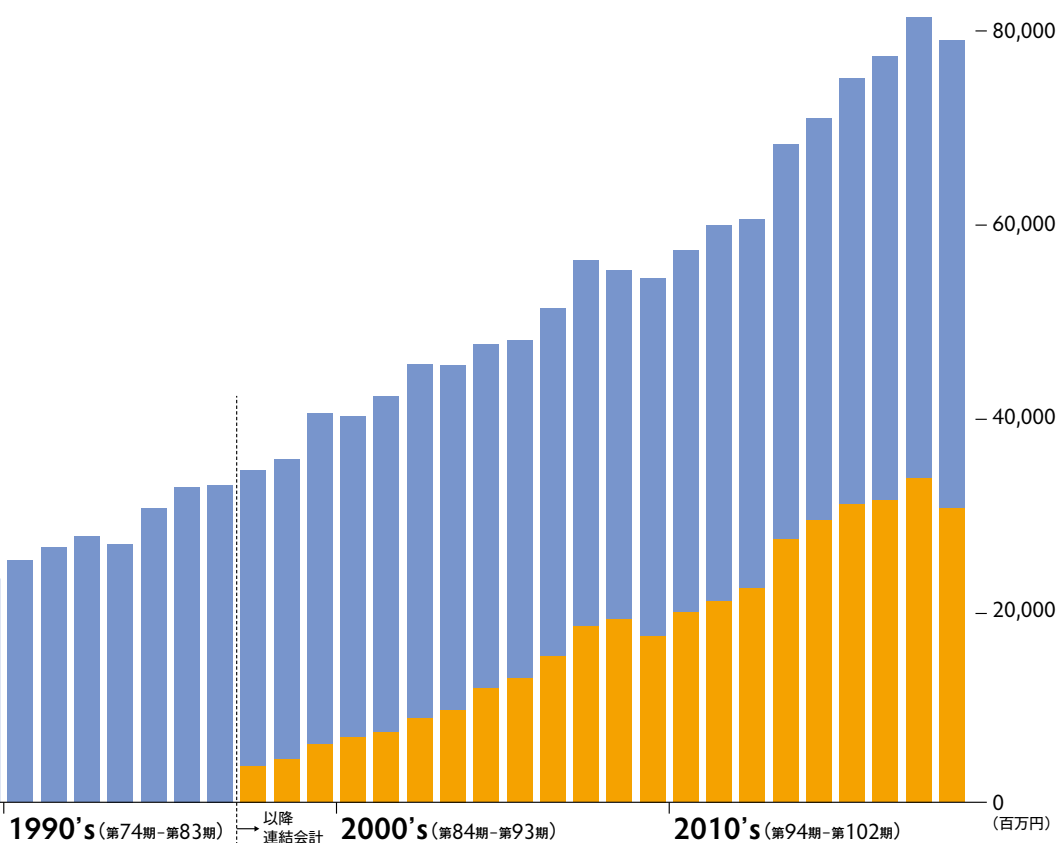
1990年  
タイ

1993年  
香港

1989年  
台湾

1992年  
フィリピン

1996年  
中国



## VISION 2027

→ P.22

### 1982年

1980年に一新した経営陣のもと、  
第1次MPプロジェクトスタート  
マンダム用語の誕生  
「お役立ち」「生活者」「買い場」  
「PushからPull」等

### 2017年

従来の企業理念を見直すと  
共に、100周年にあたる  
2027年でのありたい姿  
「VISION2027」を策定

## 積み上げた資産

生活者発・生活者着の  
Only-one  
マーケティング

独自の研究と  
確かな技術

エンゲージメントの高い  
多様な人財

顧客基盤

大衆普及を追求した  
生産体制

健全で堅固な  
財務基盤

## 場を創造し、業績を拡大

### 1994年

インドネシアで男性ヘアスタイリング  
「ギャツビー ウォーターグロス」を発売  
幅広いサイズバリエーションで展開し、  
小袋タイプを中心に生活者に浸透



### 1996年

「ギャツビー  
フェイシャルペーパー」発売  
新たなグルーミングを提案

### 2001年

「ギャツビー  
ヘアカラーシリーズ」発売  
男性黒髪用ヘアカラー市場を創造



### 1995年

インドネシアで女性コスメティック  
「ピクシー ツーウェイケーキ」を発売



1997年  
マレーシア

2008年  
中国

2015年  
ベトナム

1999年  
韓国

2012年  
インド

2019年  
創業以来初のM&Aを実施  
ACG International Sdn. Bhd.の  
全株式を取得(子会社化)