



マンダムレポート 2020

目次

- 02 理念体系
- 04 トップメッセージ

価値創造ストーリー

- 10 価値創造の歴史
- 12 マンダムグループの考える人間系企業価値創造モデル

サステナブルな成長戦略

- 24 成長戦略
- 30 ブランド展開
- 32 事業領域
- 36 財務・非財務ハイライト

持続可能性

- 38 事業等のリスク
- 40 ESGの考え方
- 44 ESGの取り組み
- 60 コーポレートガバナンス
- 66 役員および監査役紹介
- 68 コンプライアンス

財務・非財務データ

- 70 経営ならびに財務の分析
- 72 11年間の連結財務・非財務ハイライト
- 74 連結財務諸表
- 80 マンダム用語集
- 82 マンダムグループの沿革
- 84 マンダムグループ会社
- 85 会社概要／株式・投資家情報

編集方針

マンダムグループは、ステークホルダーの皆さまに中長期的な価値創造についてご理解いただくために、2018年より「マンダムレポート(統合レポート)」を発行しております。「マンダムレポート」では、従来の「考働レポート(CSRレポート)」も統合したレポートとし、企業としてより統合された情報発信に努めるとともに非財務情報の充実を図っております。本レポートの編集にあたっては経済産業省の「価値協創ガイダンス」等を参考にしつつ、マンダムの企業価値向上にとって重要性の高い情報を中心に簡潔にまとめております。

詳細な情報につきましては、当社ウェブサイトをご参照ください

- IR情報: <https://www.mandom.co.jp/ir/>
- CSR情報: <https://www.mandom.co.jp/csr/>

対象組織

株式会社マンダムおよび国内外の関係会社
※詳細はP.84「マンダムグループ会社」をご参照ください

対象期間

2019年度(2020年3月期)

- マンダム、日本国内グループ会社:
2019年4月1日～2020年3月31日
- 海外グループ会社:
2019年1月1日～2019年12月31日

※発行時点での最新の情報も可能な限り記載しました

参考にしたガイドライン

- 国際統合報告評議会(IIRC)
「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省
「価値協創ガイダンス」
- 日本規格協会編
「ISO26000:2010 社会的責任に関する手引」
- 環境省
「環境報告ガイドライン(2018年版)」
- GRI(Global Reporting Initiative)
「サステナビリティ・レポートニング・ガイドライン・スタンダード」



【将来の見通しの記述について】

このレポートに記載されている株式会社マンダムの現在の計画、戦略、確信などのうち、過去の事実以外のものは株式会社マンダムの将来の業績に関する見通しの記述であり、現在入手可能な情報に基づく経営陣の仮定と確信に基づくものであります。これらの将来見通しの記述は、すでに知られているリスク、知られていないリスクや不確かさ、その他の要因などを含み、株式会社マンダムの実際の経営成績、業績などはこのレポートに記載した見通しとは大きく異なる結果となる可能性があります。記載金額は単位未満を切り捨てております。

当社の理念「人間系企業」へと至った背景

～社長 西村元延の体験より～

私がマンダムに入社したのは1977年、販売会社を立ち上げ、まさに直販に踏み切ろうとしていたタイミングでした。メーカー本位の強引な改革は2年で挫折、収支バランスを失墜した販売会社の清算を余儀なくされました。会社がつぶれるかもしれないという現実を目の当たりにした、二度と繰り返してはいけない経験は、私にとっては心に留め置く大切な教訓です。

1980年に再起をかけ経営陣の刷新が断行され、経営陣は一気に若返りましたが、若手経営陣は気力・体力では先輩方に負けませんが経営経験が乏しく、また現在のように経営戦略立案へ向けての機能もなく、**全員参画**で建て直しを進めざるを得ませんでした。

まずは、再建へ向け社内のベクトルを合わせることに奔走しました。最初の頃は社員の皆からの発言は天動説が多かったですね。ところが議論を重ねていくうちに地動説に変わっていくのです。このような変化や動きが肌で感じられるようになったときに、現在にもつながる**生活者発・生活者着**の視点に立った事業展開の基盤ができ、お客様側に立ったさまざまなマンダム用語も誕生しました。 **→P.80-81**

私たちの現在の理念の大切な礎に、生活者へのお役立ちがあります。世界中の人たちのさり気ない、日々の生活場面、ライフスタイルの中にウォンツを見だし、おしゃれで楽しいコンセプトで確かな技術に裏づけされた **Something New** 何か新しい、**Something Different** 何か違う発見のある価値を提供することで人々の暮らしの中で身体を清潔にする、身だしなみを整える、きれいに装うという行為を通じ、小さなときめきや前向きな晴れやかな気持ちになっていただきたいということです。

創業以来90年間受け継いできた精神を礎にして、次の100周年、さらに、その先に続く未来において、私たちが社会で必要とされる企業であるために、先人たちが創り上げてきたマンダムの存在意義をさらに突き詰め、進化させ、新たに「**人間系**」という考え方を根幹に据えて、2017年に理念体系を新しく生まれ変わらせました。 **→P.02-03**

今、テクノロジーは指数関数的な成長率で進化を遂げていることを実感します。私たちには、新しいテクノロジーに対する正しい知識を身に付け、確固たる道徳心、倫理観をもって人間にとって、地球にとって何が必要なのかという個人の判断能力が要求されます。最終的に求められるのは心です。人間がどう判断するのがよほどころとなります。だからこそ、私たちは人間を見つめ、人間の心を大切に、人間にしかできない価値創りをやり抜こうと思うに至りました。人間にしかできないこと、それはなんだろうということもよく話し合いました。

美しい、カッコイイ、カワイイ、わくわくして楽しい、切なく哀しい、そういう感情に訴えかけ、人の心を揺さぶるような新しい価値を創り出すことこそが人間の想像力です。そして情熱に火をつけて、価値観を同じくする志の高い仲間たちと不屈の精神で不可能を可能にすること、つまり心をとらえて、心を揺さぶり、自分たちの未来を創造していくこと、これが人間の仕事だと思えますし、**私たちの目指す人間系企業の役割だと考えています。**

