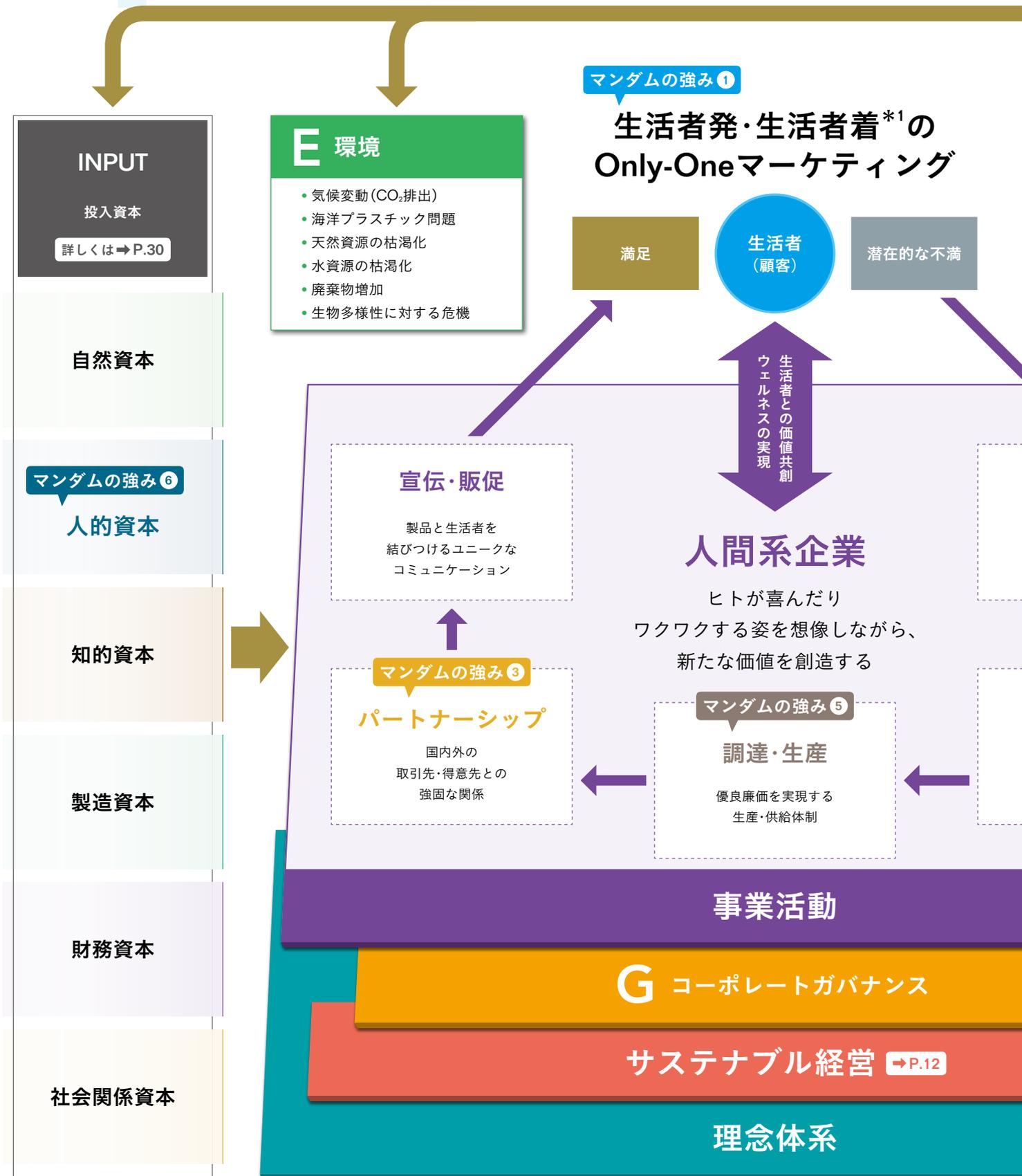


マンダムグループの考える人間系企業価値創造モデル



*1 すべての企業活動の起点・終着点を生活者に置き、生活者の潜在的なウォンツをくみとり、生活者へ発見と感動と満足を与えるという行動原則
*2 変化する生活者のライフスタイルに着目し、常に「何が新しいか?」「何が違うか?」といった独自性を追求する考え

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

S 社会

- ・少子高齢化(日本)
- ・爆発的人口増加(世界)
- ・世界規模での感染症の発生
- ・人権問題
- ・ダイバーシティ
- ・働き方改革
- ・ワークライフバランス

商品企画
Something New
Something Different*⁹を
追求した製品コンセプト
メイク

技術・研究
安心・安全で
使用満足感の得られる
製品化技術

OUTPUT
保有ブランド
詳しくは⇒P.32

男性事業

GATSBY

LÚCIDO

女性事業

Bifesta

PIXY

Barrier Repair

LÚCIDO-L

PUCELLE

OUTCOME
ステークホルダーに
対する提供価値
詳しくは⇒P.31

環境

従業員

生活者

得意先・取引先

株主・投資家

地域社会

VISION
2027

⇒P.14



MP-14



MP-13



マンダムワールドの創造と拡大

中期的成長につながる課題解決