人間系企業価値創造モデルにおける投入資本と提供

INPUT

マンダムの投入資本

自然資本

1. エネルギー投入量(国内):110,022GJ
2. 電力投入量(国内):9,356千Kwh
3. 水資源使用量(国内):71,002m³
4. 製品中味原料(国内):8,120t
5. 容器包装資材(国内):6,826t

人的資本

1. 従業員数:2,914名(連結)/646名(単独)
2. 自社に対するエンゲージメントの高い従業員
3. グローバルで活躍できる人財
4. おしゃれに対する意識の高い人財
5. 生活者理解力の高いマーケッター

知的資本

1. 男性化粧品に関わるさまざまな知見
2. 頭髪科学分野に関する技術
3. 皮膚科学分野に関する技術
4. 体臭科学分野に関する技術

製造資本

1. 幅広いGDP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
   1) 日本:付加価値の高い商品を日本国内およびNIESを中心に供給
   2) インドネシア:コスト競争力の高い商品を自国やASEAN地域を中心としたグループ各社へ供給
   3) 中国:中国・香港の中華圏を中心に商品供給するとともにグループ会社の生産補完を担う
2. 国内外の生産協力企業

財務資本

1. 総資産:87,911百万円
2. 純資産:69,713百万円
3. 自己資本:64,222百万円(自己資本比率73.1%)
4. フリーキャッシュ・フロー
   直近5年累計額:17,731百万円

社会関係資本

1. アジア地域に13のグループ会社を展開
2. 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
3. 日本、アジア各国有力小売業との取引関係
4. 大学を中心とした外部共同研究機関

E 環境

人間系企業

事業活動

- G コーポレートガバナンス
- サステナブル経営
- 理念体系

価値

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

マンダムワールドの
創造と拡大

S 社会

OUTPUT

保有ブランド

OUTCOME

ステークホルダーに対する提供価値

環境

1. CO_2排出量（国内Scope1+2）：4,668t-CO_2
2. 排水量（国内）：30,596m³
3. 廃棄物排出量（国内）：2,957t（再資源化率：99.5%）

従業員

1. 働き甲斐と自身の成長を両立
2. ダイバーシティの推進による誰もが働きやすい就労環境
3. 働き方改革によるワークライフバランスの達成

生活者

1. 安心・安全に使うことのできる化粧品、医薬部外品の提供
2. 楽しみながらできるグルーミング習慣
3. 文化的おしゃれ心を満たす本物の価値

得意先・取引先

1. 対等で公正な取引関係
2. 健全な利益を得ることのできる製品提供
3. 販売効率の高い買い場づくり提案

株主・投資家

1. 健全な財務体質を基本とした利益成長による株主還元
2. 株主配当による安定的かつ継続的な利益還元
3. 成長投資による持続的な企業価値向上

地域社会

1. 環境に配慮した製品・サービスの提供
2. 事業活動で獲得した利益からの納税
3. 展開地域での雇用創出

中期的成長につながる課題解決