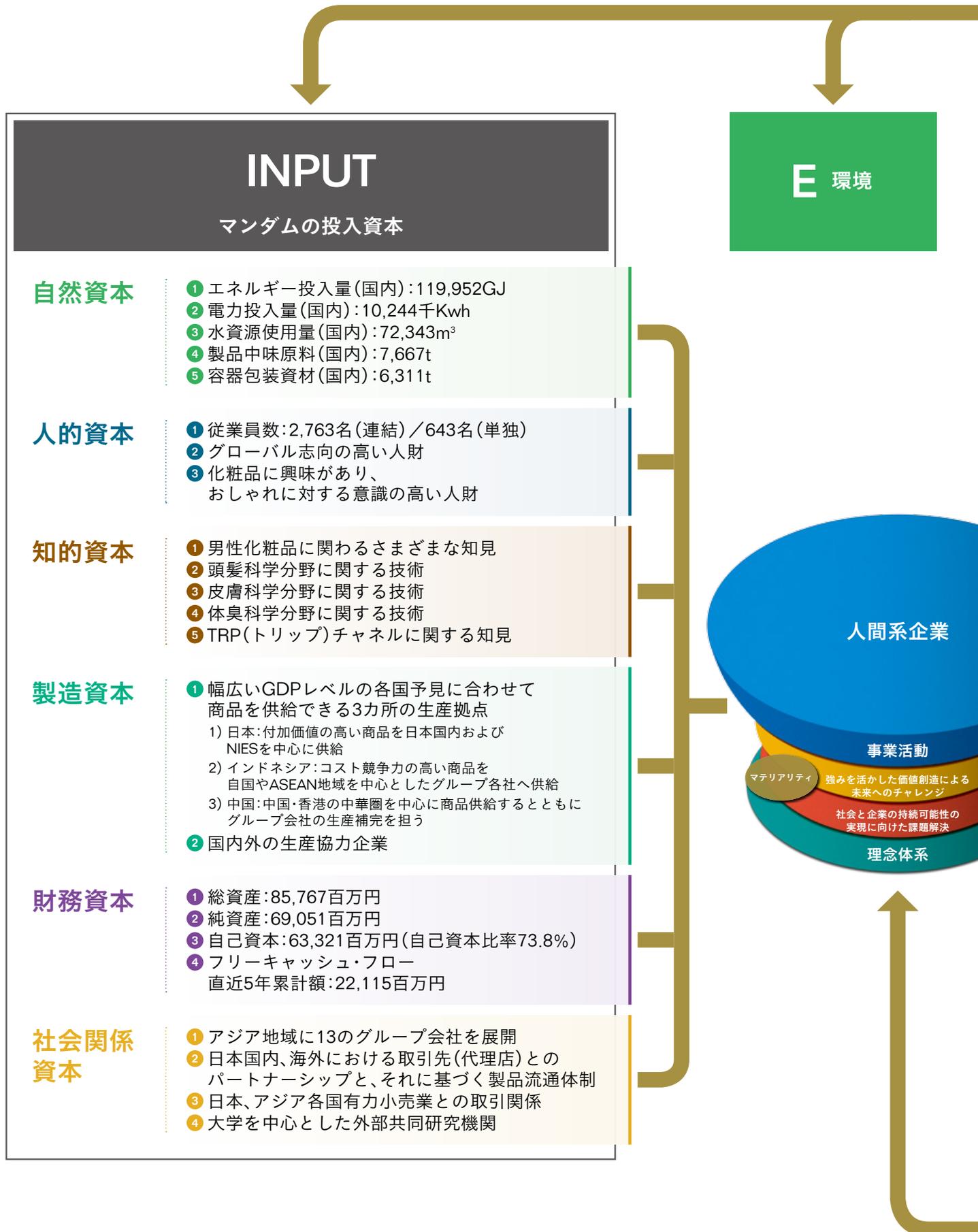


価値創造モデルにおける投入資本と提供価値



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

世界中の生活者の
ウェルネス実現

S 社会

OUTCOME

ステークホルダーに対する提供価値

従業員

- ① 社員と会社が 相互成長できる企業風土
- ② プロフェッショナルスキルを持つ
キャリア自律可能な人財育成
- ③ ダイバーシティの推進による多様な人財の活躍
- ④ 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 文化のおしゃれ心を満たす価値提供
- ② 品質の高い製品・サービスによる安心・安全の提供
- ③ 気軽、かつ容易に製品が入手できる流通環境・
チャンネルの構築

得意先・ 取引先

- ① 対等で公正な取引関係
- ② 安定した製品供給
- ③ 健全な利益を得ることのできる製品提供
- ④ 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
- ④ 透明性の高い情報開示

地域社会

- ① 事業活動を通じた地域環境への配慮
- ② ステークホルダーとの協働による
持続可能な社会の共創
- ③ アジアにおける展開地域での雇用創出への貢献

行政・ 各種団体

- ① 産・官・学パートナーシップによる
新たな価値創造
- ② 事業活動で獲得した利益からの納税

OUTPUT

自然資本
保有コスメ
ブランド
mandom
人財

中期的成長につながる課題解決