

マテリアリティ

『多様な生活者へのお役立ち拡大』

を実現するための強みと取り組み

私たちマンダムは、日本やアジアに留まらずグローバルにおいて、唯一無二のユニークな商品やサービスを提案する会社でありたいと考えております。お役立ちには、一人の生活者に対してどれだけ多く満足していただけるかの『深さ』と、一人でも多くの生活者に満足していただけるかの『広さ』の2つの側面があり、その時代に合った流通やコミュニケーションにより生活者へアプローチすることは、お役立ちの『広さ』を拡大することであり、より多くの生活者のウェルビーイングを実現することができ、マンダムが持続的に成長することにつながると考えています。

変化する生活者の価値観や消費行動に対し常に臨機応変に対応し、生活者満足につながる商品・サービスが目につれやすい、選択しやすい環境を整え、グローバル10億人にお役立ちします。

マンダムの強み③

成長著しいアジアを中心とした海外展開

マンダムグループでは、海外を生産拠点ではなく、市場としてとらえ、商品を通じて現地の生活者に“お役立ちする”というポリシーで、海外事業に取り組んできました。海外展開は、1958年のフィリピンにおける技術提携会社「丹頂コーポレーション」の稼働により始まりました。

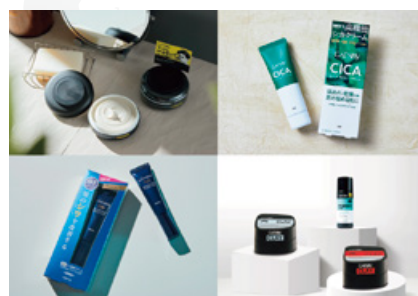
その後、1969年にインドネシアに合併による子会社を設立。以降、展開エリアを広げ、現在はアジア11のエリア、13社で事業を行っています。さらに、インドネシアからの輸出により、世界の貿易のハブとなっているドバイ(UAE)を経由し、中東やアフリカなど、90カ国以上に商品を届けています。

当社には創業時から「優良廉価の大量普及」の精神が息づいています。海外での展開においても、それぞれのエリアの最も一般的な大衆層をターゲットとし、日本での商品にとらわれることなく、それぞれのエリアの、それぞれの生活者に対して「生活者発・生活者着」を徹底した商品開発を行っています。生活者のニーズ・ウォンツが存在すれば、インドネシアにおけるメイクアップブランド「ピクシー」のように、日本で開発経験のなかったカテゴリであっても果敢にチャレンジし、多種多様なカテゴリを展開しています。

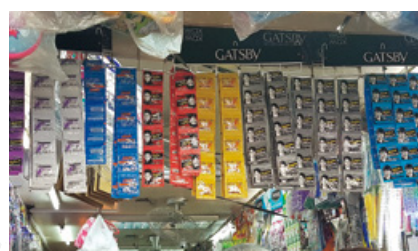
また、エリアによって、生活様式や所得水準、さらには香りに対する嗜好なども異なるため、現在ではインドネシア、中国、韓国に開発拠点を置き、それぞれの生活者の購買力や嗜好に合わせた商品提案や、大衆層が手に入れやすい流通の構築など、決して無理をせず、おしゃれを楽しめるような価格設定による商品・サービスを提供しています。

海外展開エリア

(当社は海外をインドネシアと海外その他の2セグメントで報告しております)



日本と海外の男性化粧品



トラディショナルトレードの店頭(フィリピン)

マンダムの強み 4

生活者ウォンツに対応するための “独自の研究”と“確かな技術”

多様化する生活者ウォンツ対応に向けた独自の研究

マンダムグループでは、「頭髪・頭皮」「皮膚」に加え、近年関心が高まっている「体臭・制汗」の3つの分野に特に注力し、研究開発を行っています。

「頭髪・頭皮」「皮膚」「体臭・制汗」はいずれも人種、性別、年齢、生活習慣、気候、風土の違いから、人によってさまざまです。それぞれの人に異なる状態があるように、一人ひとりに固有の生活者ウォンツが存在しています。マンダムは、より多くの生活者ウォンツに応えるため、人体の構造・機能・メカニズムの解明からウォンツに応える成分の発見や商品への応用まで、幅広い領域で研究開発を進めています。

また最近では、JAXA(国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構)の助言を得ながらマンダム独自の技術を用いて、アルコール不使用で宇宙飛行士の宇宙での生活環境に適したボディペーパー「ギャツビー スペースシャワーペーパー」を開発し、ISS(国際宇宙ステーション)へ搭載されることが決定しました。

研究例 独自技術でアルコール不使用でも心地よい清涼感を実現

ISSに搭載される「ギャツビー スペースシャワーペーパー」は、宇宙生活において「水」が希少なため、「汗を流したり心身をリフレッシュするために、シャワーを浴びることができない」という宇宙飛行士の生活課題を解決するものです。宇宙飛行士は無重力空間で生活するため、筋力低下を防ぐために毎日2時間のトレーニングを行っています。トレーニング後に汗を拭うだけでは「シャワーを浴びたようなさっぱりした感覚」が得られず、リフレッシュすることができません。また、ISS内ではエタノール等の「揮発性水溶性成分」について、使用が厳しく制限されています。これらの成分は、宇宙生活の生命維持に不可欠なシステムの性能に悪影響を

及ぼすことから、一般的なボディペーパーに汎用されるエタノールを配合することができず、エタノールフリーで心地よい清涼感を実現することは困難でした。

そこで、マンダムが2005年から取り組んでいるTRPチャネル*研究から生まれたKai-tech技術を応用することで、エタノールフリーでも快適な心地よさを実現しました。この技術は宇宙生活の課題を解決するだけでなく、地上の暮らしの課題も解決できる技術です。アルコールの使用に制限がある環境や、肌へのアルコール使用が苦手な人にもお役立ちできることから、新たなウォンツや市場の創造につながると考えています。

*温度や化学刺激によって活性化する、五感とは別の細胞の感覚センサー。2021年ノーベル医学・生理学賞を受賞した研究、「温度・触覚の受容体」の一つである。

皮膚

これまでに、男性・女性の肌状態に関する調査・研究を継続的に行い、それぞれの肌特有の状態があることを明らかにしてきました。特に、男性に関しては化粧品業界のなかでもいち早く本格的な調査・研究を実施してきました。女性とは異なる特性があることを突き止め、近年では肌状態から受け取る「見た目の印象」までも考慮した研究開発を行っています。また、女性についても性周期と肌状態の関係に着目した研究で、新たな知見を見出しています。

体臭・制汗

体臭は人の印象に影響を与え、円滑なコミュニケーションを図る上で重要な役割を果たしています。体臭を理解し、適切にケアすることは、QOLの向上、ウェルネスの実現に直結します。マンダムは「ミドル脂臭」のような、これまで特定されていなかった新たな体臭の存在や、汗をはじめとする体臭の原因物質の働きを抑制する技術を開発するなど、さまざまな体臭に対応した最適な商品を提案するための研究開発を進めています。

研究例 コンシーラーは、ミドル男性のシミや赤み、かさつきの目立ちを軽減して、即時的に印象を変えることを立証

早稲田大学理工学術院 中村海洋研究院講師と渡邊克己教授との共同研究において、コンシーラーによるメイクアップ効果として、「シミの目立ち」、「かさつきの目立ち」、「肌の赤み」が軽減され、「見た目年齢」も低下する傾向が認められました。また、遠くよりも近くで見たときに「シミの目立ち」の軽減効果が顕著であり、「支配的である(リーダーシップがある)」印象が有意に上昇すること、さらに正面からよりも斜めから見たときに見た目の年齢が若く見える傾向があることがわかりました。

研究例 汗腺の三次元構造が解剖学の世界的定番の教科書である「Gray's Anatomy」に掲載

大阪大学大学院薬学研究所先端化粧品科学(マンダム)共同研究講座の、ヒト汗腺の詳細な構造と汗の供給源である血管の構造について新たに可視化した画像が「Gray's Anatomy」第1章の中の「皮膚」パートに掲載されています。今後、この知見をもとに汗腺障害の解明のためのアイデアが生まれ、汗腺の収縮の基礎的なメカニズムや恒常性の維持について理解が深まれば、次世代型制汗剤の開発にも役立つだけでなく、将来、熱中症や多汗症等の発汗に関連する病気の解明や治療、医療の発展に役立つことが期待されます。

マンダムの強み ⑤

優良廉価の大衆普及を追求した生産・供給体制

ミッションの異なる3拠点からの商品供給体制

マンダムグループでは、アジアで展開しているすべての国において「生活者発・生活者着」を徹底しており、それぞれのエリア生活者の嗜好性、生活様式、所得水準、ウォンツの変化に合わせ、高品質かつリーズナブルな商品・サービスを提供できるよう、日本、インドネシア、中国と3つの生産拠点を保有しています。

日本の福岡工場は、グループをリードする技術や生産の仕組みを持つイノベーションセンターであり、「ピフェスタ」をはじめとした“Made in japan”の高品質な女性化粧品をアジア各国へ提供する供給拠点です。2021年9月には、創業100周年にあたる「VISION2027」時点での日本国内および海外輸出を含めた想定供給キャパシティに対応するための新生産棟を竣工しました。以前は5棟の分棟建屋で、原材料の搬入から製品の搬出において建屋間の受渡しが発生し一部不効率な部分がありましたが、新生産棟建設に合わせ、各棟を渡り廊下で接続することで社員・原材料の全域屋内移動が可能になり効率性も向上しております。

また、CASBEE^{*1}(キャスビー)評価基準のAランク取得を目指した環境配慮設計となっております。IoT、AI、ロボタイゼーションの導入も進めており、品質精度向上と効率化、省人化が期待できます。

*1 建築物の環境性能で評価し格づけする手法

インドネシア工場は、容器成型設備も有しており、ASEANを中心にグローバルな市場に高品質でコスト競争力のある商品を生産する体制を持つグローバル生産センターとして、中国工場は主に中国国内への商品供給とグループへの生産補完としての役割を担っています。

なお、各工場において天変地異による災害、事故災害等の有事が発生した場合は、それぞれが代替・補完生産、出荷を行う体制を目指して取り組んでおります。

▶ グループを支える3つの生産拠点



福岡工場(日本)
生産数量:126百万個



ファクトリー1(インドネシア)
生産数量:324百万個



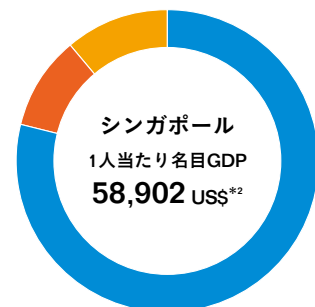
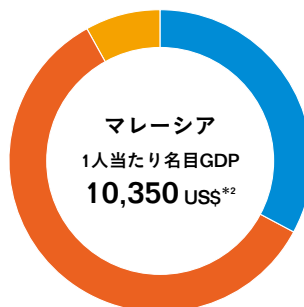
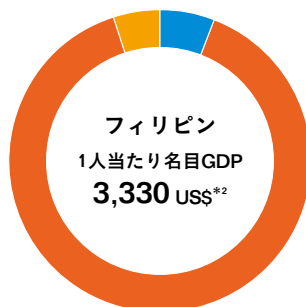
中山工場(中国)
生産数量:14百万個
(注)2021年度生産数量実績

幅広いGDPレベルと各国与件に合わせた商品供給体制

各国のグループ会社は自エリアのGDPや生活者の所得水準、ライフスタイルに合わせて、日本製、インドネシア製、一部中国製の商品を輸入し、独自の製品ミックスを組んで販売しております。各国において、日本製品は高めのプライスゾーンに、インドネシア製品は値頃感のあるプライスゾーンに、中国製品はその中間となります。それぞれの国に最適な商品構成を組み合わせることが可能となっております。

製造元別売上高構成比例

■ 日本製
■ インドネシア製
■ 中国製
(注)他社製品を除いた構成比



*2 JETROウェブサイトより2020年値