

数字でわかるマンダムの強み



創業

98年目

2027年に100周年
(1927年12月23日創業)

香水を作る「金鶴香水株式会社」として創業し、2027年12月に創業100周年を迎えます。



海外進出して

67年目

マンダムは1958年にフィリピンに技術提携会社を稼働させて以来、古くからアジアに展開し、現地の生活者にお役立ちをしてきました。



ア

12の

でグロー

12のエリアでの展開
アフリカや北米に流通しています。

数字でわかるマ



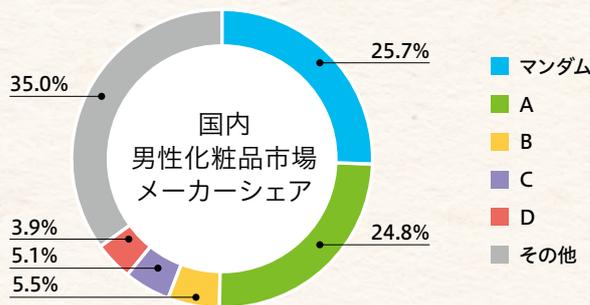
国内男性化粧品市場
メーカーシェア

No.1 25.7%

(2023年 24.4%)

インテージSRI+(金額)
期間:2024年4月~2025年3月
業態:全業態

引き続き、市場における競争は激しいですが、2024年度も生活者に選ばれて見事No.1に。



ギャツビー GATSBY

19年連続 国内男性ヘアスタイリング剤市場

アジア



海外売上比率



インドネシアにおける
ギャツビーブランド認知率

エリア

47.0%

70.9%

グローバル展開

(2025年3月末時点)

(2024年)
16-30歳 生活者

展開に加え、貿易でもマンダムの商品は

海外売上比率は拡大傾向にあり、2025年3月末時点でも50%に迫ります。海外でのお役立ちを広げていきます。

ギャツビーは日本生まれのブランドですが、認知率ではインドネシアがダントツのNo.1を誇ります。

マンダムの強み



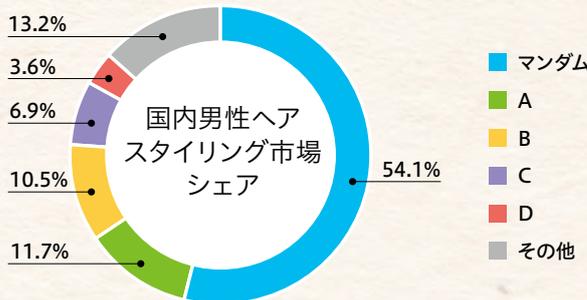
国内男性ヘアスタイリング市場
シェア

No.1 54.1%

(2023年 55.0%)

インテージSRI+(金額)
期間:2024年4月~2025年3月
業態:全業態

近年、新規参入ブランドも多い男性ヘアスタイリング市場ですが、不動のシェアNo.1です。



No.1ブランド

男性用ヘアスタイリング剤市場(金額)
期間:インテージSRI 2006年4月~2016年12月/インテージSRI+ 2017年1月~2025年3月
業態:全業態