

ステークホルダーごとのOUTCOME・ステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダー名	ステークホルダーとの関係性→P.21
生活者	狭義では当社製品を使用していただくエンドユーザーです。広義では、社員、得意先・取引先、株主・投資家、地域社会を構成する一人ひとりもすべて生活者です。当社は生活者のニーズ・ウォンツを汲み取り製品化することで、生活者の方がたの満足の代価として良質な利益をいただいております。当社は、コーポレートスローガンとして「BE ANYTHING, BE EVERYTHING. なりたい自分に、全部なろう。」を掲げており、すべての人が「自分らしく生きること」をサポートし、さらに、それを実現できる社会を持続的に作り上げていくことを、新しい「お役立ち」と位置付け、毎日の生活を豊かなものとする価値創造を目指しています。
社員	「人間系」を企業理念の根幹に据えている当社にとって、社員はまさに中心をなす存在です。社員一人ひとりが個性を発揮し、専門性を高め、成長することで活躍し働きがいが高めることと、会社が多様な人財を活かしながらお役立ちを実現することで企業価値を高めていくことを両立する「個と会社のHAPPY」の実現を人財理念に掲げ、唯一無二の強みを持った化粧品会社を目指すマンドムならではの、新たなお役立ち、新価値創出に向けた変革・挑戦できる組織と人財創造を目指しています。
得意先・取引先	当社は日本国内、海外の多くで代理店流通制度による販売方法を取っております。よって狭義での得意先は国内外の代理店となります。また、広義でいうと生活者と当社製品の接点となる小売店やECサイトも得意先と言えます。日本とアジア各国において“優良廉価”をポリシーとしてビジネス展開している当社にとって、サステナブル、かつ経済性の高い原材料の提供を通じて多くのサプライヤーに支えられています。それに対しサプライヤー側は当社に対して公正、健全な取引を求めています。また近年、社会からは環境保全や人権尊重に配慮したサステナブルなサプライチェーンの構築が要求されています。
株主・投資家	株主・投資家は金融資本の拠出者として当事業の遂行と成長を資金面から支援をいただく見返りに、資本コストを上回るリターンを当社に期待しています。また、近年では脚光を浴びているESGに対する配慮、取り組みに対する要請も高まってきています。併せて当社の業務執行に対する監視機能も担っております。それに対して、当社は経営の透明化、説明責任を重視し、必要に応じた対話を行っております。
環境 地域社会	当社がサステナブルな成長を続けていく上で、地球環境や地域社会が健全で持続可能であることが大前提であり、本業を通じた社会環境課題の解決につながるサステナブル経営を推進してまいります。 加えて、広くアジアで展開する当社グループは地域社会との調和と相互理解なしでは事業を持続していくことは不可能だと考えています。 さらに、展開各国において現地従業員を採用することで雇用機会も創出しております。
行政 各種団体	社会の公器として、社会や世界中の人びとの生活レベルの持続的な発展のために有効と考えられるマルチ・ステークホルダーとのパートナーシップを構築し、新価値創造に努めております。また、各展開エリアにおいて法律に則った適切な納税を行うことで、法人としての社会的責務を果たします。

ステークホルダーへの提供価値 (OUTCOME) 赤い下線は当社マテリアリティの取り組みテーマと なっております。→P.27	提供するために必要なこと 赤い下線は当社マテリアリティ評価指標と関連している項目となります。	主な接点・エンゲージメント
<u>自分らしさを表現することへのお役立ちの深さの拡大</u>	<u>「自分らしさを自由に表現できる」新しい化粧品分野や生活者属性への提案件数の拡大</u>	● お客さま相談室(自社ウェブサイト) ● 自社ウェブサイト ● マンドムオンラインショップ ● 各SNSブランド公式アカウント ● TV広告 ● ウェブ広告 ● 小売店さま店頭 販促ツール ● 統合レポート
<u>お役立ちの広さの拡大</u>	<u>流通網拡張に向けたチャレンジ</u>	
<u>安心・安全・高品質の提供</u>	<u>品質に関する重大ご指摘件数ゼロに向けた取り組み強化</u>	
<u>おしゃれ文化の創造に関する人財育成</u>	<u>考働原則(MANDOM PRINCIPLES)の実践率の拡大</u>	
<u>チャレンジする風土の醸成</u>	<u>理念サーベイによる「活躍社員」比率の拡大</u>	● 企業理念サーベイ ● 業績考課面接 ● 自己申告制度 ● 1on1対話 ● 社内公募制度 ● キャリア研修 ● 役員動画メッセージ ● CXOメッセージ ● 方針発表会 ● MPニュース(社内報) ● 統合レポート
	<u>従業員エンゲージメントの向上</u>	
<u>多様な人財の活躍</u>	<u>女性管理職の積極登用</u>	
<u>社員の安心・安全</u>	<u>長期休業者数の減少</u>	
<u>理念経営の実践</u>	<u>理念教育の継続的実施</u>	● 日々の購買活動 ● 調達先CSRガイドライン ● CSR調達セルフ・アセスメント ● 日々の営業考働 ● 新製品プレゼンテーション ● 新製品展示会 ● 製品カタログ ● セールス規定書 ● 営業提案資料 ● 統合レポート ● 自社ウェブサイト
<u>対等で公正な取引関係</u>	● 適正で透明性の高い購買ルール ● 付加価値の高い製品づくり	
<u>安定した製品供給</u>	● 安定した製品供給能力 ● 精度の高い需要予測 ● 生活者理解力	
<u>健全な利益を得ることのできる製品提供</u>	● 付加価値の高い製品提供 ● 適正な販売政策	
<u>販売効率の高い買い場づくり提案</u>	● 得意先理解力 ● 生活者理解力 ● 商品理解力	● 株主総会 ● 決算説明会 ● 1 on 1取材(個別取材) ● スモールミーティング ● 海外ロードショー ● 証券会社主催カンファレンス ● 個人投資家向け説明会 ● マンドムレポート対話 ● 自社ウェブサイト ● 統合レポート
<u>持続可能な原材料調達(パーム油)</u>	<u>原料の起源となるパーム油におけるRSPO※1認証パーム油比率の拡大</u>	
<u>持続可能な原材料調達(紙製容器包装)</u>	<u>紙製容器包装のFSC®※2認証紙、古紙再生紙比率の拡大</u>	● 株主総会 ● 決算説明会 ● 1 on 1取材(個別取材) ● スモールミーティング ● 海外ロードショー ● 証券会社主催カンファレンス ● 個人投資家向け説明会 ● マンドムレポート対話 ● 自社ウェブサイト ● 統合レポート
● 健全な財務体質を基本とした利益成長による株主還元 ● 株主配当による安定的かつ継続的な利益還元 ● 成長投資による持続的な企業価値向上	● 営業キャッシュ・フローの確保、拡大 ● 財務資本戦略 ● 配当政策 ● キャピタルアロケーション ● 最適資本構成 ● 株価の安定的上昇	
<u>透明性の高い情報開示</u>	● ディスクロージャーポリシーに則った開示活動 ● 積極的なIR活動	
<u>脱炭素社会への取り組み</u>	● <u>スコープ1+2におけるCO₂排出削減</u> ● <u>CO₂排出量ネットゼロの実現</u> ● <u>化石資源由来のバージンプラスチック排出の抑制</u>	● 自社ウェブサイト ● 統合レポート ● 地域社会貢献活動 ● 会社見学会
<u>製品の環境配慮</u>	<u>環境配慮製品の拡大</u>	
<u>廃棄物削減</u>	<u>製品・販促物廃棄物の削減</u>	
<u>アジアにおける展開地域での雇用創出への貢献</u>	● グループ人的資本経営の取り組みに則った人事制度の整備 ● 市場創出と事業規模の拡大	
<u>産・官・学パートナーシップによる新たな価値創造</u>	● 産業界におけるネットワーク ● 官公庁とのネットワーク ● アカデミアとのネットワーク	● 共同研究講座 ● 各種技術学会 ● 技術発表会 ● 行政機関、地方公共団体等との情報交換
<u>事業活動で獲得した利益からの納税</u>	<u>適正な利潤の創出</u>	
<u>データセキュリティ強化</u>	<u>サイバーセキュリティ経営ガイドラインへの対応</u>	

※1 RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil (持続可能なパーム油に関する円卓会議) ※2 FSC®: Forest Stewardship Council® (森林管理協議会) (FSC®N003667)