

For a Unique Company Focusing on Asia



Annual Review 2015

Profile プロフィール

マンダムグループは、「美と健康を通じ、快適な生活にお役立ちする」という基本理念のもと、「アジアでグローバルな経営を強みとするオンリーワン・カンパニー」を目指し、化粧品の製造・販売を事業として展開しています。

1927年(昭和2年)に設立し、現在は男性化粧品を中心に事業を展開。アジアにおける男性化粧品トップブランドとなった「ギャツビー」を中心に、「ルシード」、女性化粧品では、「ルシードエル」、「ビフェスタ」、「ピクシー」などのブランドを保有しています。

そして、世界の様々な国や地域で、一人でも多くの生活者に商品をお使いいただけるよう、「生活者発・生活者着」の思想のもと、ヘアスタイリングやフェイス&ボディケア、スキンケア、メイクアップといったカテゴリーの商品を年間10億個以上提供しています。

また、海外への進出は1958年(昭和33年)と化粧品業界の中でも早く、インドネシアを中心にアジアで10の国と地域、12社で事業を展開しており、商品はアジアにとどまることなく、アフリカ・欧米など多くの国々でご愛用いただいています。



基本理念

美と健康を通じ、

経営理念

企業理念の具現化を目指した企業行動を通じて、生活者や社員をはじめとするステークホルダーの満足を、同時にバランス良く満たすことができれば、企業は持続的に成長し、社会から認められて存在できると、わたしたちは信じています。

Contents 目次

| | |
|----------------------|----|
| Snapshot | |
| マンダムの沿革 | 2 |
| ブランドデータ | 4 |
| マンダムの強み | 6 |
| 10年間の連結財務ハイライト | 8 |
| Management Section | |
| プレジデントメッセージ | 10 |
| 役員および監査役紹介 | 16 |
| コーポレート・ガバナンス | 18 |
| 社外取締役インタビュー | 22 |
| Special Feature | |
| 「ギャツビー ヘアジャム」誕生ストーリー | 24 |

| | |
|---------------------|----|
| Business Review | |
| セグメント別の概況 | 26 |
| 日本 | 28 |
| インドネシア | 32 |
| 海外その他 | 36 |
| Report from インドシナ | 38 |
| Business Activities | |
| 研究・開発 | 40 |
| 生産・供給 | 42 |
| マーケティング | 44 |
| CSR | |
| 企業の社会的責任 | 47 |
| Financial Section | |
| 経営ならびに財務の分析 | 52 |
| 連結財務諸表 | 56 |
| FAQ: よくあるご質問 | 62 |
| 会社概要/株式・投資家情報 | 63 |



マンダムグループ
ビジネスモデル

アジアを中心に
グローバル
に展開

多様な
国・地域の
一般生活者(大衆)が
ターゲット

男性化粧品
No.1



快適な生活にお役立ちする

生活者発・生活者着

「美」「健康」「清潔」「楽しさ」をビジネスキーワードに、生活者発の「ニーズ・ウォンツ」を魅力ある商品・サービスとして具現化し、生活者着の「価値」として世界で一人でも多くの生活者にお届けすることに全力を尽くします。

全員参画経営

社名の意味に込められた、人間尊重と自由闊達な風土の中で豊かな創造性が発揮される人間集団を形成し、企業価値向上のために個人と組織の持続的成長を目指します。

社会との共存共栄

ステークホルダーとの双方向コミュニケーションに努め、ステークホルダーから要請される経済的責任、社会的責任を真摯に受け止め迅速に対応することで良好な信頼関係の維持、向上を図るとともに、「良き企業市民」として、社会との協調・融和に努め、その発展に貢献いたします。



【将来の見通しの記述について】

このレポートに記載されている株式会社マンダムの現在の計画、戦略、確信などのうち、過去の事実以外のものは株式会社マンダムの将来の業績に関する見通しの記述であり、現在入手可能な情報に基づく経営陣の仮定と確信に基づくものであります。これらの将来見通しの記述は、すでに知られているリスク、知られていないリスクや不確かさ、その他の要因などを含み、株式会社マンダムの実際の経営成績、業績などはこのレポートに記載した見通しとは大きく異なる結果となる可能性があります。記載金額は単位未満を切り捨てております。