



mandom / Human & Freedom



株主 通信

第95期
年間

2011年4月1日～
2012年3月31日まで



株式会社マンドム

証券コード: 4917

企業理念

■ 基本理念

美と健康を通じ、快適な生活にお役立ちする

■ 経営理念

生活者発・生活者着

全員参画経営

社会との共存共栄

■ 企業行動指針

- ① 価値向上考働
- ② 自己実現考働
- ③ 収益性向上考働
- ④ 倫理的考働
- ⑤ 取組先協働考働
- ⑥ 環境保全考働
- ⑦ 社会貢献考働



今回の株主通信の表紙デザインは、今春発売の「ギャツビー アイスデオフリーザー」です。

「ギャツビー アイスデオフリーザー」は、冷感持続成分を配合したジェルが肌にしっかりと残ることで、体のホテリを冷却しクール感が長時間持続するウォーターゼリータイプのボディウォーターです。

株主の皆さまへ	02
業績の概況	03
事業推進の概況	05
特集	09
財務諸表	11
株主還元の基本方針	13
株式の状況	13
会社概要	14

》》株主の皆さまへ

株主の皆さまにおかれましては、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。

また、平素より格別のお引き立てを賜り、厚くお礼申し上げます。

第95期(2012年3月期)は、第10次中期3ヵ年経営計画(MP-10、以下MP-10と記載)のスタートの年度にあたります。

MP-10は、「グループ事業の成長を加速させるための中期3ヵ年経営計画」として位置づけ、収益性の向上や安定的かつ高水準な株主還元の実施に配慮しつつ、「売上規模の拡大」を目指し、戦略テーマとして「コア事業である男性グルーミング事業の安定成長」「女性コスメティック事業の展開強化」「アジアを成長エンジンとした海外事業の継続強化」を掲げ、事業を展開しております。

MP-10初年度にあたる第95期は、掲げていた戦略テーマが各テーマとも好調に推移したことにより、当初計画を大幅に上回る結果となり、MP-10は順調にスタートを切ることができました。

これは、主に国内における夏シーズン品が大きく寄与したためですが、節電需要による一時的な伸びが一因となっています。また市場の状況を見ますと、厳しい国内市場環境に加え、堅調に推移している海外市場は想定以上の円高による影響が懸念されます。

このような状況から決して現状を楽観視することなく、順調にスタートを切った今こそ、さらなる成長に向けて行動を起こし、企業理念である「生活者へのお役立ち」に向け取り組んでまいります。

MP-10の2年度以降は、成長エンジンである海外事業を中心にマーケティング投資に注力し、さらなる成長性の向上を目指してまいります。株主の皆さまにおかれましては、今後とも格別のご支援、ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



にしむら もとのぶ
代表取締役 社長執行役員 西村 元延



第95期(2012年3月期)業績の概況

国内・海外ともに順調に推移
増収増益を達成するとともに
前期に引き続き過去最高売上高を更新

2012年3月期における日本経済は、東日本大震災の影響により、大変厳しい状況で推移しました。現在は、サプライチェーンの復旧も進み、景気も緩やかに持ち直しつつあるものの、世界経済の減速や長引く円高の影響により、先行き不透明な状況が続いています。また、当社海外グループの事業エリアであるアジア経済は、世界経済の影響を受け全般的に減速気味であるものの、堅調に推移しました。

このような経済状況のもと、当社グループは持続的な成長の実現に向け、「コア事業である男性グルーミング事業の安定成長」、「女性コスメティック事業の展開強化」および「アジアを成長エンジンとした海外事業の継続強化」に取り組みました。

連結売上高	598億 1百万円	(前期比 4.4%増)
連結営業利益	60億50百万円	(同 5.3%増)
連結経常利益	63億 8百万円	(同 5.0%増)
連結当期純利益	32億99百万円	(同 23.4%増)

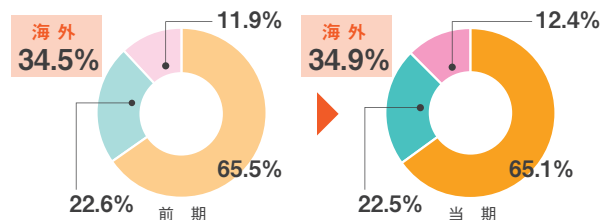
■連結売上高について

連結売上高は、前期より25億38百万円増加し、598億1百万円(前期比4.4%増)となり、前期に引き続き過去最高売上高を更新しました。これは主として、国内においてコア・ブランド「ギャツビー」が夏シーズン品を中心に売上を拡大したことや、海外において、海外各国の現地通貨安による円換算額減少の影響があるものの、インドネシア子会社が女性化粧品を中心に売上高を順調に伸ばしたことに加え、他の海外子会社全体の売上高も増加したことによるものです。日本では、コア・ブランド「ギャツビー」における夏シーズン品を中心としたフェイス&ボディカテゴリーの牽引と女性コスメティック事業の堅調な推移により、3.9%の増収となりました。

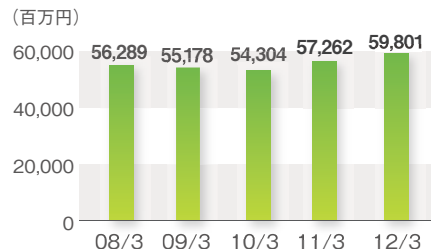
インドネシアでは、主として女性コスメティックブランド「ピクシー」が好調に推移したことにより4.0%の増収となりました。

海外その他では、コア・ブランド「ギャツビー」や、女性コスメティック事業が好調に推移したことにより8.5%の増収となりました。

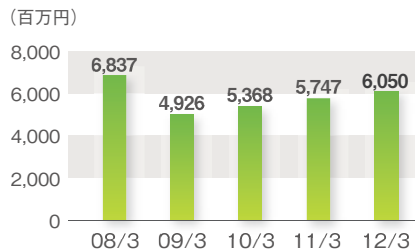
地域別売上高 同期構成比推移



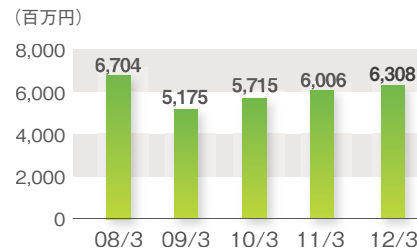
売上高



営業利益



経常利益



■ 連結利益について

連結営業利益は、前期より3億3百万円増加し、60億50百万円（前期比5.3%増）となりました。これは主として国内における売上原価率の上昇がありました。増収効果や国内におけるマーケティング費用の効率的投下によるものです。

日本では、ペーパー商材など相対的に売上原価率が高い商品の比率拡大や返品額の増加にともなう売上原価率の上昇がありました。増収効果やマーケティング費用の効率的投下により4.4%の増益となりました。

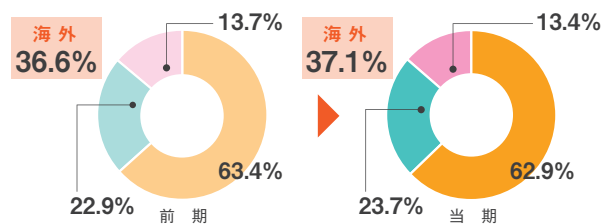
インドネシアでは、増収効果や、輸入原材料の仕入れにおいてドルに対する現地通貨高が原価低減に貢献したことなどにより、8.9%の増益となりました。

海外その他では、増収効果があったものの、現地通貨安にともなう売上原価率の上昇により3.5%の増益にとどまりました。

上記の結果、連結経常利益は、前期より3億1百万円増加し、63億8百万円（前期比5.0%増）となりました。

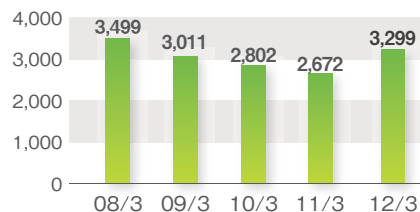
連結当期純利益は、過年度法人税等の減少により、前期より6億26百万円増加し、32億99百万円（前期比23.4%増）となりました。

地域別営業利益 同期構成比推移



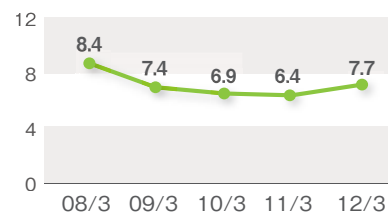
当期純利益

(百万円)



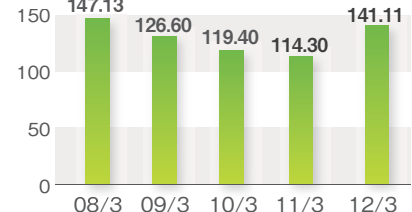
自己資本当期純利益率 (ROE)

(%)



1株当たり当期純利益 (EPS)

(円)



第96期(2013年3月期)通期業績の見通し

成長に向けた投資をさらに進めるとともに
 売上原価率低減への取り組みにより
 過去最高売上高・利益(当期純利益)の達成を目指す

連結売上高	635億円	(前期比 6.2%増)
連結営業利益	63億50百万円	(同 5.0%増)
連結経常利益	65億50百万円	(同 3.8%増)
連結当期純利益	35億円	(同 6.1%増)

2013年3月期については、日本経済は景気の緩やかな持ち直しが期待されるものの、電力供給の制約や原油価格高騰などの影響により、先行き不透明な状況が続くものと見込まれます。一方、アジア経済は欧州の債務問題による影響のリスクを含みながらも、拡大傾向で推移すると見込まれます。

このような状況のもと、当社グループは、グループの持続的成長に向け、国内外グループ会社一体となり取り組んでいきます。

売上面においては、「男性グルーミング事業の安定成長」、「女性コスメティック事業の展開強化」、「アジアを成長エンジンとした海外事業の継続強化」への取り組みや、新たにインドを連結対象として組み込むことにより、前期比6.2%の増収を見込んでいます。

利益面においては、海外や女性コスメティック事業への積極的なマーケティング費用の投下ならびに原油高による原材料費の上昇懸念があるものの、原価の継続した低減活動や、販売費および一般管理費の効率化に取り組むことにより、営業利益にて前期比5.0%、経常利益にて前期比3.8%、当期純利益にて前期比6.1%の増益を見込んでいます。

男性グルーミング事業

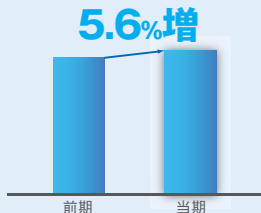
ヘアスタイリング剤やスキンケア商品など、男性の日常の身だしなみやおしゃれ全般に使用する商品群を取り扱っています。「ギャツビー」や「ルシード」ブランドを中心にとしたマダムグループのコア事業です。



コア事業として安定成長を図り、男性グルーミング市場でのカテゴリーシェアの維持・拡大を目指しています。

■男性グルーミング事業売上高伸長率

男性グルーミング事業の連結売上高は、主力ブランドである「ギャツビー」が国内外とも好調に推移し、前期比5.6%の増収となりました。特に国内での夏シーズン品の需要の高まりによるフェイス&ボディカテゴリーの伸長が大きく寄与しました。



ギャツビー

国内では、フェイス&ボディカテゴリーにおいて、既存デオドラント製品のラインナップ強化や、**ウォーターゼリータイプのボディウォーター「アイスデオフリーザー」**を提案するなど、売れ筋である夏シーズン品を中心に多様化する生活者ウォンツへの対応を図りました。



a.ウォーターゼリータイプのボディウォーター「アイスデオフリーザー」



マーケティング面では、**松田翔太**さんを**新イメージキャラクター**として起用^hし、TVCMやウェブサイトにおいて若者の旬なカッコ良さを提案しました。また、「ムービングラバー」をはじめとしたヘアスタイリング剤によるトレンドに合わせたスタイリングの提案や、**夏シーズン品の需要期に向けた店頭での展開強化**^eなど、積極的なマーケティング活動に取り組みました。



b. 松田翔太さんを起用
父親で俳優の故・松田優作さんと
親子2代での起用となります



c. 夏シーズン品の店頭展開

海外では、インドネシアにおいて、拡大傾向にある男性スキンケア市場に対して、**洗顔シリーズのリニューアル**^dなどにより市場シェアの拡大を図りました。その他の国においても、それぞれの国の生活者ウォンツに合わせた商品を提案し、商品ラインナップを強化しました。

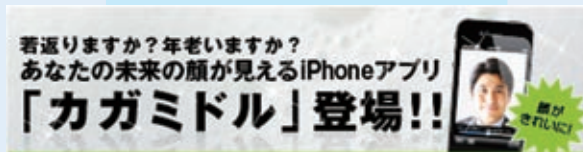


d. リニューアルした洗顔シリーズ(インドネシア)

マーケティング面では、TVCMやウェブサイト、雑誌広告を活用するなど、それぞれの国の状況に合わせた積極的なマーケティング活動に取り組みました。

ルシード

ターゲットとしている40歳前後のミドル男性の購買行動に即した店頭展開の強化や、ウェブサイトや交通広告、**iPhone/iPod touch用アプリ**などを使った**エイジングケア意識や習慣の向上施策**^eなど、ミドル男性向け市場の育成に継続的に取り組みました。



e. 楽しみながら、顔の手入れの大切さをイメージできる
iPhone/iPod touch用アプリ「カガミドル」
<http://www.lucido.jp/iphone/index.html>

技術 リリース

「ユーカリ由来成分ユーカリプトール」に 清涼感の不快刺激低減効果を発見

当社は、より快適な清涼成分の研究に取り組む中で、ユーカリ由来成分ユーカリプトールに、「不快刺激を引き起こさない快適な清涼効果」と、「他の清涼成分により引き起こされる不快刺激を低減する効果」があることを発見しました。清涼成分として代表的な ℓ -メントールは、多量に配合すると灼熱感を引き起こし、不快感に繋がりますが、この発見により、 ℓ -メントールとユーカリ由来成分ユーカリプトールを配合し、バランスを調整することで、清涼感の強さだけではなく、刺激のコントロールが可能であると考えられ、生活者の清涼感に対するウォンツに対し、より満足度の高い製品提案の可能性を見出しました。

詳しくは当社ウェブサイト「ニュースリリース」へ

マダム
トップページ

ニュースリリース
一覧

ニュースリリース
2012年(平成24年)

2012年(平成24年)
2012/3/8

<http://www.mandom.co.jp/release/2012/src/2012030801.pdf>

女性コスメティック事業

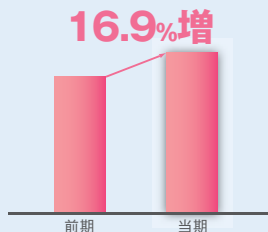
スキンケアやメイクアップなど、女性のビューティライフに彩りを添える商品群を取り扱っています。「ビフェスタ」や「ピクシー」などのブランドを中心に展開しています。



スキンケアを中核に、展開各国市場に適応した商品ラインナップによる展開の強化・育成を目指しています。

■女性コスメティック事業売上高伸長率

女性コスメティック事業の連結売上高は、「ビフェスタ」が国内で順調に推移したことや、海外における「ピクシー」が好調に推移したことにより、前期比16.9%の増収となりました。



マンダムビューティ 国内では、「ビフェスタ」については、**人気キャラクターとのコラボ企画による限定品の発売**^fや店頭での継続的なプロモーション展開、TVCMの投下などにより、「水クレンジング」の認知拡大や、市場育成を図りました。



f.「ビフェスタうる落ち水クレンジング」の限定ディズニーデザインボトル

海外では、「ビフェスタ」については、香港をはじめ海外各国へ順次水平展開を開始しました。

中国専用商品の「バリアモイスト」については、上海、広州、北京といった**主要都市を中心にブランドPRイベントを継続実施**^gし、イベントでの使用体験や雑誌広告との連動による店頭展開により、認知拡大や、新規使用者の獲得を図りました。



g.主要都市にて「バリアモイスト」ブランドPRイベントを継続実施(上海)

ピクシー インドネシアでは、スキンケアカテゴリーにおいて、商品の追加や**リニューアルによりラインナップの強化**^hを図りました。マーケティング面では、TVCMの投下や店頭展開の強化などにより、生活者との接点拡大を図りました。



h.リニューアルした洗顔シリーズ(インドネシア)

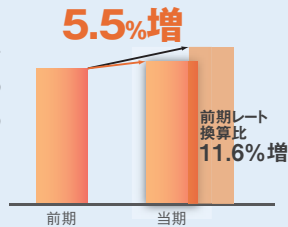
海外事業

今後も高い成長が望める海外事業は、引き続きグループ経営の成長エンジンとして位置づけ、前中期経営計画にて戦略展開してきた累積効果を活かし、各国の市場環境に適応した展開強化を行なっています。

重点エリア (INDONESIA、CHINA) での積極展開により、アジア市場の深耕を図り、グループの成長性向上を目指しています。

■海外事業売上高伸長率

展開各国において堅調に推移し、現地通貨ベースでは一部地域を除き概ね2桁成長したものの、為替のマイナス影響により、前期比5.5%の増収となりました。



INDONESIA 経済、人口ともに成長著しいインドネシアにおいて、**拡大する近代市場に対応した商品展開ⁱ**やマーケティング活動を強化するなど、さらなる成長へ向け取り組みました。



i.近代市場での店頭展開

CHINA

売れ筋商品の積極展開による流通エリア・チャネルの拡大に加え、雑誌広告やイベント実施、店頭展開などにより、**ブランド育成や市場の拡大^j**に取り組みました。



j.好調な中国専用商品

**その他
エリア**

それぞれの国の状況に合わせ、**生活者ウォンツに適応した商品の提案やマーケティング活動^{k,l}**、流通網の整備・拡大を進めました。



k.店頭展開 (シンガポール)



l.トレインシャックプロモーション (フィリピン)

2011年10月にタイで発生した洪水では、周辺道路の冠水や封鎖により物流機能が一時停止しましたが、事業活動への影響は軽微なものでした。



《設備投資の実施について》

当社は、福崎工場（兵庫県）のペーパー商材生産設備に対し、設備投資を実施しました。投資額は約6億円で、2012年2月より稼働しております。

フェイシャルペーパーやボディペーパーといったペーパー商材は、生活者の清潔意識・ケア意識の高まりや、汗を直接拭き取れるというペーパー商材としての機能が受け入れられたことにより、使用率が向上し需要が拡大しています。このように拡大する需要に対応するため、生産能力の増強と内製化比率を高めることによるコスト競争力の向上が必要と判断し、設備投資を実施しました。

《海外子会社（インド）設立について》

当社は、2012年3月1日に、インド共和国に当社海外グループ11社目となるMandom Corporation (India) Private Limitedを設立しました。（100%子会社）

当社グループでは、成長著しいインド市場において、従来からインドネシアの連結子会社、PT Mandom Indonesia Tbkからの貿易事業として、商品を流通させていましたが、

- ① 現地の小売業・店頭にスピーディに対応できる営業力の強化、および流通に対するサポート力の強化
- ② 商品の認知拡大・市場浸透を目指したマーケティングの強化
- ③ 現地の生活者ウォンツに対応できる商品開発力の強化、および積極的な商品の上市

により化粧品事業の基盤確立、規模拡大を図るため、マーケティング会社を設立しました。

2013年3月期より連結対象に組み込みます。

なお、当面はマーケティング費用を中心とした投資により売上規模の拡大を図ります。

国内

男性グルーミング事業 (夏シーズン品)

当社は、国内における厳しい市場環境のなか、安定した成長を持続しています。

その成長を牽引しているのが
主力ブランド「ギャツビー」フェイス&ボディカテゴリーの夏シーズン品です。

1. 夏シーズン品とは？

夏シーズン品とは、身体の汗やニオイ対策を目的として、冷却、清涼といった機能を持つ制汗剤に加え、顔の汗・アブラ・汚れを拭き取って爽快にするフェイシャルペーパーなどの商品を指します。

制汗剤は、近年多剤型化しており、従来のスタンダードであったスプレータイプに加え、ワキに直接塗るタイプ（ロールオン、クリーム、スティック）、汗や皮脂汚れを直接拭き取れるペーパータイプ、全身にバシバシつけるウォータータイプなどがあります。

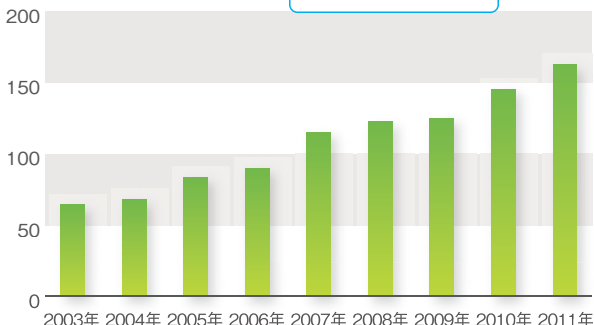
2. 夏シーズン品市場の推移

2011年度の男性化粧品市場における夏シーズン品市場は約160億円と8年前と比較し約2.6倍の規模にまで成長しています。

また、伸び悩んでいる男性化粧品市場において最も伸長しており、かつ今後の成長が期待できる市場であります。

これは、生活者の清潔意識の高まりにともなう使用頻度の増加や併用率の高まりが大きな要因ですが、近年続く夏の猛暑といった気候要因や、2011年度では電力不足にともなう節電による影響も要因のひとつと思われます。

■夏シーズン品市場の推移 (億円)



3. 夏シーズン品市場に対する当社の取り組み

成長を続ける夏シーズン品市場に対する当社の取り組みは早く、1987年に男性用デオドラントスプレーを発売し、その後も、フェイシャルペーパーやボディペーパー、ボディウォーターといった、それまでの男性化粧品では一般的でなかった剤型を次々と発売するなど、生活者ウォンツの広がりやに細やかに対応した商品を提案しながら市場を拡大してきました。

現在では、**使用シーンや目的に応じて商品を使い分ける傾向にある生活者ウォンツに対応^m**できる豊富な種類を揃えています。



m.使用シーンや目的に応じて選べるGATSBY夏シーズン品

4. 厳しい競争環境において優位性を発揮している当社の強み

当社は、化粧品メーカーとしては稀で、**自社にてペーパーやエアゾールなどの生産設備を保有ⁿ**しており、需要変動への対応力や、市場におけるコスト競争力において優位性を発揮しています。



n.生産設備を保有し、自社工場にて生産

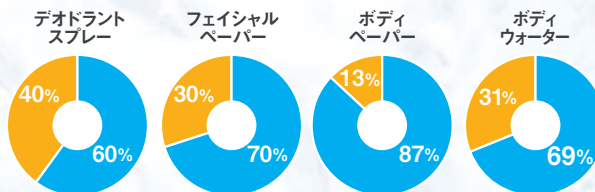
5. 夏シーズン品市場における当社の現在の状況

現在「GATSBY」は、デオドラントスプレーをはじめ、フェイシャルペーパーやボディペーパー、ボディウォーターといった夏シーズン品の主要な剤型において、圧倒的なシェアを獲得しています。なかでも近年特に伸長率が高いペーパー商材については、市場の成長を上まわるペースで順調に推移しており、夏シーズン品を牽引する主力製品に成長しています。

■剤型別市場シェア

■ GATSBY ■ その他

マンダム算出市場データ
期間:2011年4月～2012年3月



市場の成長とともに競合他社の参入などにより競争環境はますます厳しくなりますが、長年にわたり培ってきた生活者ウォンツに対応した商品の提案力や、自社にて生産設備を持つことによる需要変動への対応力、コスト競争力などの当社の強みを生かし、今後も成長が期待できる夏シーズン品市場において、更なる成長を目指します。

>> 財務諸表

(注)記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

連結貸借対照表(要旨)

(単位：百万円)

科目	当 期 2012年3月31日現在	前 期 2011年3月31日現在
(資産の部)		
POINT 1 流動資産	36,543	33,654
固定資産	19,057	19,674
有形固定資産	11,912	12,089
無形固定資産	454	604
投資その他の資産	6,690	6,980
資産合計	55,600	53,328
(負債の部)		
POINT 2 流動負債	6,439	5,980
固定負債	2,078	2,055
負債合計	8,517	8,036
(純資産の部)		
株主資本	49,410	47,514
資本金	11,394	11,394
資本剰余金	11,235	11,235
利益剰余金	28,629	26,733
自己株式	△ 1,849	△ 1,848
その他の包括利益累計額合計	△ 5,898	△ 5,766
少数株主持分	3,571	3,543
純資産合計	47,082	45,291
負債純資産合計	55,600	53,328

POINT 1 「流動資産」

主に売上債権・棚卸資産・有価証券が増加しました。

POINT 2 「流動負債」

主に未払金・仕入債務が増加しました。

連結損益計算書(要旨)

(単位：百万円)

科目	当 期 2011年4月 1日から 2012年3月31日まで	前 期 2010年4月 1日から 2011年3月31日まで
売上高	59,801	57,262
売上原価	27,409	25,868
売上総利益	32,392	31,394
販売費及び一般管理費	26,341	25,647
営業利益	6,050	5,747
営業外収益	410	373
営業外費用	152	113
経常利益	6,308	6,006
特別利益	80	37
特別損失	269	230
税金等調整前当期純利益	6,119	5,813
法人税、住民税及び事業税	2,028	2,196
過年度法人税等	127	380
法人税等調整額	199	58
少数株主損益調整前当期純利益	3,764	3,177
少数株主利益	465	504
POINT 3 当期純利益	3,299	2,672

連結包括利益計算書(要旨)

(単位：百万円)

科目	当 期 2011年4月 1日から 2012年3月31日まで	前 期 2010年4月 1日から 2011年3月31日まで
少数株主損益調整前当期純利益	3,764	3,177
その他の包括利益合計	△ 316	△ 1,288
包括利益	3,448	1,889

POINT 3 「当期純利益」

過年度法人税等の減少により当期純利益が大幅に増加しました。

連結株主資本等変動計算書 — 当期 (2011年4月1日から2012年3月31日まで)

(単位: 百万円)

	株主資本					その他の包括利益累計額			少数株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	その他の包括利益 累計額合計		
2011年3月31日残高	11,394	11,235	26,733	△1,848	47,514	△559	△5,206	△5,766	3,543	45,291
当期変動額										
剰余金の配当			△1,402		△1,402					△1,402
当期純利益			3,299		3,299					3,299
自己株式の取得				△0	△0					△0
自己株式の処分		△0	△0	0	0					0
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)						222	△355	△132	27	△104
当期変動額合計	—	△0	1,896	△0	1,895	222	△355	△132	27	1,791
2012年3月31日残高	11,394	11,235	28,629	△1,849	49,410	△336	△5,562	△5,898	3,571	47,082

連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位: 百万円)

科目	当期	前期
	2011年4月1日から 2012年3月31日まで	2010年4月1日から 2011年3月31日まで
POINT 4 営業活動によるキャッシュ・フロー	3,692	4,063
POINT 5 投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,694	△1,408
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,668	△1,661
現金及び現金同等物に係る換算差額	△88	△186
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△758	807
現金及び現金同等物の期首残高	10,550	9,742
現金及び現金同等物の期末残高	9,792	10,550

POINT 4 「営業活動によるキャッシュ・フロー」

主に売上債権・棚卸資産の増加により、キャッシュアウトが増加しました。

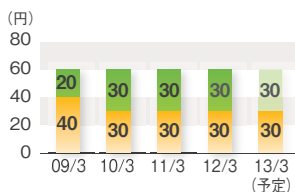
POINT 5 「投資活動によるキャッシュ・フロー」

主に有価証券売買差額により、キャッシュアウトが増加しました。

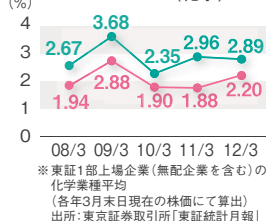
》》 配当に関して

当社は、株主の皆さまに対する利益還元を経営の重要政策として位置付け、中長期的な事業拡大、新規事業開拓及び企業リスク対応のための内部留保に配慮しつつ、配当金による株主還元を優先的に実施することを基本方針としており、連結ベースでの配当性向40%以上の継続を目標としております。

配当金



配当利回り



》》 株主優待に関して

当社は、株主の皆さまに対する利益還元の一環として、株主優待を行っております。100株以上の株式を所有(3月31日現在)の皆さまに、年1回5,000円相当の当社商品詰め合わせを、6月初旬にお届けしております。優待商品は、株主の皆さまからのご要望・市場での動向を踏まえ、当社のおすすめの商品を、新製品を中心に、男性用、女性用を織り交ぜて選定させていただいております。株主の皆さまに商品をお使いいただき、マンダムをより身近に感じていただきたいと考えております。

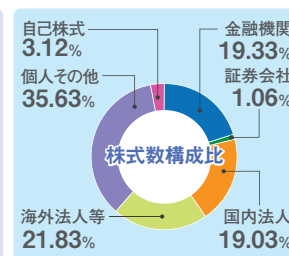
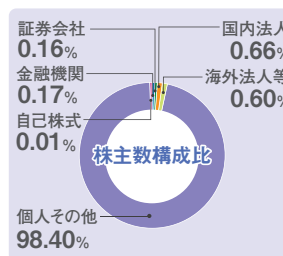
2012年実施
株主優待
詰め合わせ



■ 株式の状況

[2012年3月31日現在]

- 発行可能株式総数 81,969,700株
- 発行済株式総数 24,134,606株
- 株主数 22,798名
- 株式分布状況



■ 大株主

[2012年3月31日現在]

氏名又は名称	所有株式数 (千株)	所有株式数の比率 (%)
公益財団法人西村奨学財団	1,800	7.46
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,150	4.77
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,134	4.70
マンダム従業員持株会	767	3.18
株式会社マンダム	753	3.12
西村 元延	720	2.98
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	635	2.63
BNP PARIBAS SEC SVC LONDON/JAS/ABERDEEN INVESTMENT FUNDS ICVC/AGENCY LENDING	559	2.32
資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口)	478	1.98
BNP PARIBAS SEC SERVICES LUXEMBOURG/JASDEC/ABERDEEN GLOBAL CLIENT ASSETS	395	1.64

※所有株式数は千株未満で切り捨てています。

■ 株価推移



>> 会社概要

■ 会社概要

[2012年3月31日現在]

■ 社名	株式会社マンダム	■ 従業員	544名(連結2,256名)
■ 本社	大阪市中央区十二軒町5番12号	■ 事業内容	化粧品、香水の製造および販売、医薬部外品の製造および販売
■ 設立	1927年12月23日	株式会社マンダムはISO14001(福岡工場)とISO9001(営業部門を除く本社・福岡工場・東京日本橋ビル)を認証取得しております。	
■ 資本金	11,394,817,459円	※ISO9001審査登録範囲:株式会社マンダムが製造販売元となる化粧品・医薬部外品(但し、輸入品を除く)の設計・開発、製造及び出荷	

■ 取締役・執行役員および監査役

[2012年6月22日現在]

取締役

代表取締役社長執行役員	西村 元延
取締役専務執行役員	桃田 雅好
取締役専務執行役員	寺林 隆一
取締役常務執行役員	斉藤 嘉昭
取締役常務執行役員	岡田 和喜
社外取締役	塚田 彊
社外取締役	田村 敏和

監査役

常勤監査役	安井 博史
常勤監査役	松尾 隆治
社外監査役	小寺 一矢
社外監査役	津田 昌俊

執行役員

常務執行役員	藤原 徳雄
常務執行役員	北村 達芳
執行役員	田中 晃
執行役員	鈴木 博直
執行役員	山下 充洋
執行役員	小芝 信一郎
執行役員	亀田 泰明
執行役員	古林 典和
執行役員	金山 博
執行役員	越川 和則

■ グループ会社

[2012年3月31日現在]

国内	株式会社ピアセラボ	1
	株式会社エムビーエス	※1 2
海外	PT Mandom Indonesia Tbk	インドネシア 3
	Mandom Corporation (Thailand) Ltd.	タイ 4
	Mandom Philippines Corporation	フィリピン 5
	Mandom (Malaysia) Sdn. Bhd.	マレーシア 6
	Mandom Corporation (Singapore) Pte Ltd	シンガポール 7
	Mandom Taiwan Corporation	台湾 8
	Sunwa Marketing Co., Ltd.	中国(香港) ※2 9
	Mandom Korea Corporation	韓国 10
	Zhongshan City Rida Cosmetics Co., Ltd	中国(中山) 11
	Mandom China Corporation	中国(上海) 12
Mandom Corporation (India) Pvt. Ltd.	インド ※3 13	

※1 非連結子会社 ※2 持分法適用関連会社 ※3 新規連結子会社



■ 株主メモ

- 事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで
- 定時株主総会 毎年6月開催
- 基準日 定時株主総会 毎年3月31日
期末配当金 毎年3月31日
中間配当金 毎年9月30日

そのほか、必要があるときは、
あらかじめ公告して定めた日

【株式に関する住所変更等のお届出およびご照会について】

証券会社に口座を開設されている株主さまは、住所変更等のお届出およびご照会は、口座のある証券会社宛にお願いいたします。証券会社に口座を開設されていない株主さまは、下記の電話照会先にご連絡ください。

- 単元株式数 100株
- 株主名簿管理人および
特別口座の口座管理機関 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社
- 株主名簿管理人
事務取扱場所 大阪市中央区北浜四丁目5番33号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
- 郵便物送付先 〒183-8701
東京都府中市日鋼町1番10
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
- 電話照会先 ☎ 0120-176-417
- ホームページアドレス <http://www.smtb.jp/personal/agency/index.html>
- 公告の方法 当社のホームページに掲載します。
<<http://www.mandom.co.jp/>>
ただし、事故その他のやむを得ない事由の場合は、日本経済新聞に掲載します。
- 株主優待 毎年3月31日現在の100株以上所有の株主さまに対し、5,000円相当の当社商品
を6月初旬に贈呈します。
- 上場証券取引所 東京証券取引所市場第一部

【特別口座について】

特別口座に記録された株式に関する各種手続きにつきましては、上記の株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式会社の電話照会先にお問合わせください。

当社のより詳しい情報・最新の情報はホームページで
ご覧いただけます。



マンダム

検索

<http://www.mandom.co.jp/>

IR・会社情報

クリック!



お問い合わせ先

株式会社マンダム 広報IR室

〒540-8530 大阪市中央区十二軒町5番12号
Tel : 06-6767-5020 Fax : 06-6767-5043

チャレンジ
未来が変わる。
日本が変わる。 25

