



mandom / Human & Freedom

Bifesta
ビフェスタ
未来美肌
「保湿」と「トラブル予防」の
総合ケア

株主 通信

第96期
中間

2012年4月1日～
2012年9月30日まで



株式会社 **マンダム**

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、今秋発売の「ビフェスタ 未来美肌」シリーズです。
「カンタン」「キレイ」を実現する「ビフェスタ」から、好評な「うる落ち水フレンジング」シリーズに加え、今も未来もキレイな肌を求める30代女性に向けて提案する薬用スキンケアシリーズです。さまざまなトラブルが起こりやすい肌を、簡単なステップで総合的にケアします。



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	10
株主還元の基本方針	12
株式の状況	12
会社概要	13
アンケート結果のご報告	14



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、厚く御礼申し上げます。

当社は、現在第10次中期3ヵ年経営計画(MP-10、以下MP-10と記載)を推進しております。MP-10では、「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の2年目にあたる第96期(2013年3月期)は、上半期において海外各国が一部の地域を除き好調に推移したものの、国内のギャツビーの夏シーズン品が天候要因などにより伸び悩み、当初計画に届かない結果となりました。下半期においても国内化粧品市場の伸び悩みが見込まれ、海外において円高による為替のマイナス影響が懸念されるなど、非常に厳しい環境が続くと想定されます。

このような厳しい環境や業績のなか、MP-10で掲げた戦略テーマについては、海外事業は、現地通貨建てでは重点エリアであるインドネシア・中国を中心として好調に推移するとともに、今後の成長分野である女性コスメティック事業は堅調に推移しております。基本理念である「生活者へのお役立ち」を起点に、これらの各事業への取り組みを強化することにより、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

>> 業績の概況

第96期(2013年3月期)第2四半期累計業績の概況

海外は堅調に推移したものの
国内夏シーズン品の低迷により減収
国内減収の影響により
営業利益、経常利益ともに減益
四半期純利益は増益

連結売上高	338億51百万円	(前期比 0.3%減)
連結営業利益	47億39百万円	(同 3.1%減)
連結経常利益	49億16百万円	(同 3.2%減)
連結四半期純利益	30億49百万円	(同 11.2%増)

当該期における日本経済は、東日本大震災の復興需要などを背景にした緩やかな景気回復の兆しが見られたものの、世界経済の減速や長期化する円高の影響により、依然として先行き不透明な状況で推移しました。一方当社海外グループの事業エリアであるアジア経済は、欧州債務問題の懸念の強まりを受け、全般的に減速気味であるものの、総じて堅調に推

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。

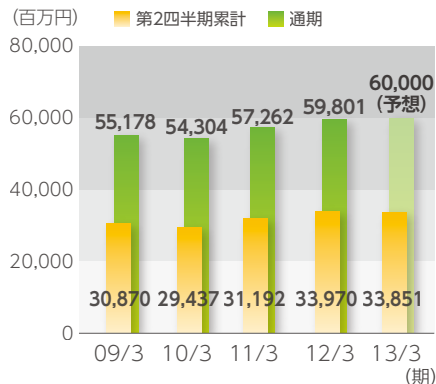
■ 連結売上高について

連結売上高は、前期より1億18百万円減少し、338億51百万円(前期比0.3%減)の微減収となりました。これは主として、国内での売上がコア・ブランド「ギャツビー」における夏シーズン品の低迷により減少し、海外での売上がインドネシアを中心に総じて増加したものの、国内の減収分を上回らなかったことによるものです。

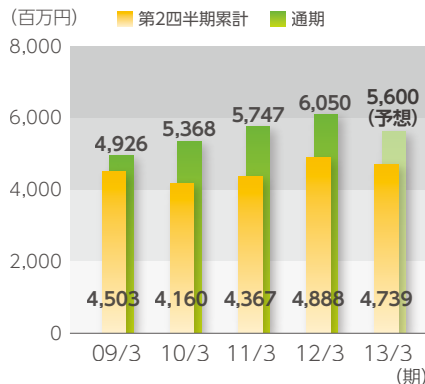
日本では、「ギャツビー」が、整髪料の主力であるワックス商品において堅調に推移したものの、ペーパー商品を中心とした夏シーズン品の天候要因などによる伸び悩みにより減少し、4.7%の減収となりました。

インドネシアでは、インドネシア国内でのギャツビーを中心とした男性グルーミング事業の好調な推移と、インドネシアから

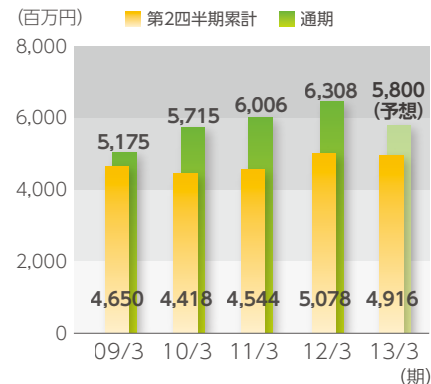
売上高



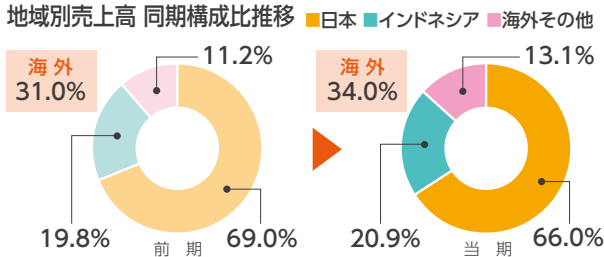
営業利益



経常利益



の輸出の拡大により、5.3%の増収となりました。
海外その他では、一部の地域を除き現地通貨建てで二桁増収と順調に成長したことにより、16.9%の増収となりました。



■ 連結利益について

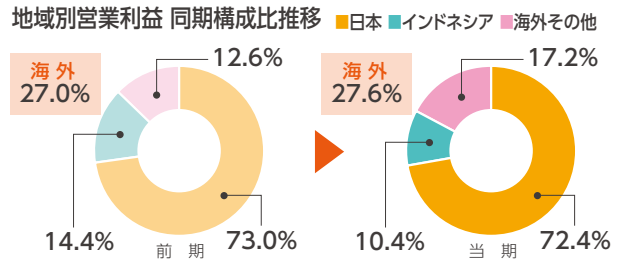
連結営業利益は、前期より1億49百万円減少し、47億39百万円(前期比3.1%減)となりました。これは主として国内での減収にともなう粗利益の減額や、海外各社でのマーケティング費用(販売促進費・広告宣伝費)の積極的投下によるものです。日本では、マーケティング費用(販売促進費・広告宣伝費)の効率化につとめたものの、減収の影響により3.8%の減益となりました。

インドネシアでは、現地通貨安にともなう原価高や、積極的なマーケティング費用(販売促進費)の投下にともなう販売費の大幅増加により、30.0%の減益となりました。

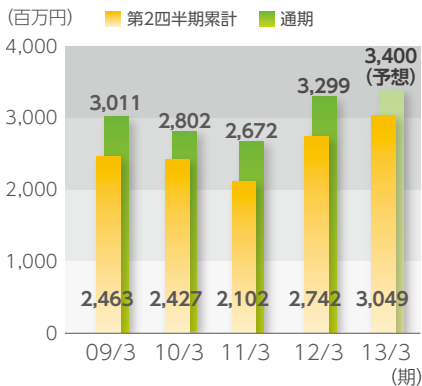
海外その他では、増収効果により好調に推移し、31.8%の増益となりました。

上記の結果、連結経常利益は、前期より1億61百万円減少し、49億16百万円(前期比3.2%減)となりました。

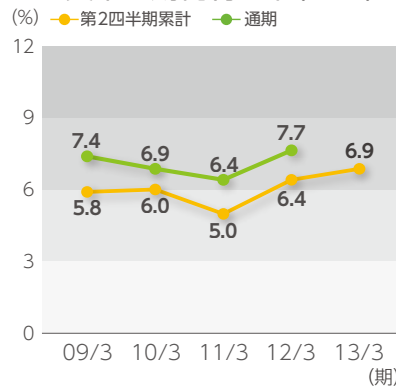
連結四半期純利益は、当社での法人税などの減少により、前期より3億6百万円増加し、30億49百万円(前期比11.2%増)となりました。



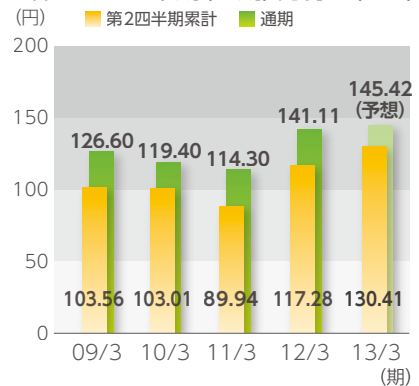
四半期(当期)純利益



自己資本当期純利益率(ROE)



1株当たり四半期(当期)純利益(EPS)



第96期(2013年3月期)通期業績の見通し

国内・海外において、成長維持・拡大に向けたマーケティング投資を強化
売上高、当期純利益については増収増益を目指す

連結売上高	600億円	(前期比 0.3%増)
連結営業利益	56億円	(同 7.4%減)
連結経常利益	58億円	(同 8.1%減)
連結四半期純利益	34億円	(同 3.1%増)

上半期の業績は、海外事業がインドネシアを中心に好調に推移したものの、国内におけるペーパー商品を中心とした夏シーズン品が天候要因などにより伸び悩んだことによる売上の減少が大きく影響し、売上高、営業利益および経常利益が、当初の業績予想を大きく下回る結果となりました。

下半期においては、国内市場の低迷などによる国内売上の不振や、想定以上の円高、現地通貨安の進行による為替のマイナス影響のさらなる拡大が予想されます。また好調な海外事業を中心に成長維持・拡大に向けたマーケティング費用の投下を行ないます。

これらの状況および取り組みを踏まえ、通期の業績予想を下方修正し、売上高600億円(前期比0.3%増)、営業利益56億円(前期比7.4%減)、経常利益58億円(前期比8.1%減)、当期純利益34億円(前期比3.1%増)を見込んでいます。

男性グルーミング事業

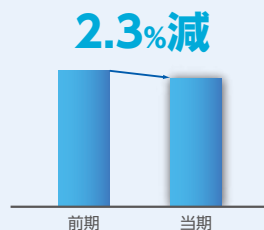
ヘアスタイリング剤やスキンケア商品など、男性の日常の身だしなみやおしゃれ全般に使用する商品群を取り扱っています。「ギャツビー」や「ルシード」ブランドを中心としたマンダムグループのコア事業です。



コア事業としての安定成長を図り、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の連結売上高は、コア・ブランドである「ギャツビー」が、海外ではインドネシアを中心に好調であったものの国内での低迷により、前期比2.3%の減収となりました。特に国内での男性フェイス&ボディカテゴリーにおける夏シーズン品が、シーズン前半の天候不順や競合環境の激化などの影響により伸び悩みました。

■男性グルーミング事業 売上高伸長率



ギャツビー

国内では、男性ヘアスタイリングカテゴリーにおいてアウトバストリートメントシリーズ、男性フェイス&ボディカテゴリーではボディミルクシリーズを新規提案し、ケア意識の高まりに対応することで市場の創造や拡大を図りました。

ギャツビー アウトバストリートメントシリーズ
髪の内側に浸透し、ダメージを補修しながらスタイリングしやすい髪に整え、ベタつかず軽い仕上がりの洗い流さない男性用ヘアトリートメントを求める仕上がりと髪質によりミルクタイプかウォータータイプのどちらかを選択できるシリーズ





マーケティング面においては、鮮度アップや話題喚起によるブランド力強化を目的として**松田翔太さんによるムービングラバーのTVCM**を投下し、それに加えてTVCMと連動した店頭展開を強化しました。

夏シーズン品については、**早期の店頭展開**と生活者接点の拡大を図りました。



「ヘアワックスなんか、どれもおんなじでしょ、って言ったら、マンダムの人に怒られちゃいました…」と松田翔太さんがシュールな「オサレ星人」に



フェイシャルペーパー、制汗剤、ボディペーパーなど、ギャツビー夏シーズン品の店頭プロモーション

海外では、インドネシアやタイの男性ヘアスタイリング市場に対し、多様化する生活者ウォンツに対応してムービングラバーを発売しました。また、インドネシアの男性ヘアケア市場に対して、**ヘアシャンプーの新規提案**や、男性ボディケア市場に対してはデオドラントシリーズのリニューアルによりカテゴリーの強化を図りました。

マーケティング面においては、展開各国における洗顔シリーズの認知拡大に向けたTVCM投下などの積極的なマーケティング活動に取り組みました。

ギャツビー ヘアシャンプーシリーズ
4つの洗浄成分をベストなバランスで配合することで汚れをしっかりと洗浄し、頭皮に優しい天然由来の皮脂溶解成分(オレンジオイル)が頭皮の毛穴のアブラ汚れをしっかりと除去する男性用ヘアシャンプー



また、世界中の生活者に向けて「**ギャツビーグローバルサイト**」からの情報発信や、アメリカのウェブ通販サイトにおいてギャツビーのオフィシャルストアを開設するなどムービングラバーに対しての取り組みを強化しました。



「ギャツビーグローバルサイト」では、ムービングラバーを中心にギャツビー商品の情報やワックスの使い方などを生活者に分かりやすく紹介
<http://www.gatsbyglobal.com/>

ルシード 将来有望なミドル市場の育成を目的として、引き続きスキンケアカテゴリーを中心に、サンプルングや**ウェブサイトでのコミュニケーション**などによるエイジングケアの啓発に取り組みました。



「ルシードウェブサイト」で公開している「お悩み別3つのスキンケア講座」はミドル男性の肌トラブルの特徴とそれに対応したスキンケア対策を解説しながら商品を紹介
<http://www.lucido.jp/index.html>

女性コスメティック事業

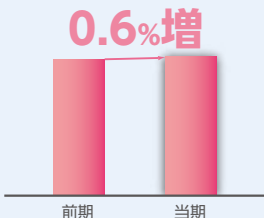
スキンケアやメイクアップなど、女性のビューティライフに彩りを添える商品群を取り扱っています。「ビフェスタ」や「ピクシー」などのブランドを中心に展開しています。



スキンケアを中核に、展開各国市場に最適化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の連結売上高は、「ビフェスタ」が好調に推移しましたが、「ピクシー」が為替のマイナス影響を受けたことにより、前期比0.6%の増収に留まりました。

■女性コスメティック事業 売上高伸長率



マンダム
ビューティ

国内では、「ビフェスタ」の水クレンジングシリーズにおいて商品ラインナップを拡充し、さらなる使用率拡大を目指しました。また、30代の女性に向けた**新スキンケアシリーズ「未来美肌」**を発売しました。



ビフェスタ 未来美肌シリーズ
「乾燥」「シミ」「ハリ不足」「ニキビ」「肌あれ」など気になるトラブルに対し、総合的にアプローチする多機能スキンケアシリーズ

マーケティング面においては、新キャラクターに**土屋アンナ**さんを起用した「うる落ち水クレンジング」のTVCMを投下し、認知拡大とブランド力強化を図りました。



「水でギュイーン」
いともカンタンに気持ちよくギュイーンとメイクが落とせちゃう！
新キャラクターに土屋アンナさんを起用

海外では、「ビフェスタ」の各国導入と店頭展開を強化しました。中国では専用商品「バリアモイスト」において、美白シリーズやクレンジングシリーズを追加しました。マーケティング面においては、雑誌やウェブサイトを中心としたコミュニケーション強化による認知拡大やビューティアドバイザーによる店頭展開の強化を図りました。

ピクシー

インドネシアでは、すでに市場定着した**メイクアップ**と育成カテゴリーである**スキンケア**の店頭展開を引き続き強化しました。



ピクシー 2ウェイケーキ
インドネシアで1995年に発売して以来大ヒットし、市場を牽引

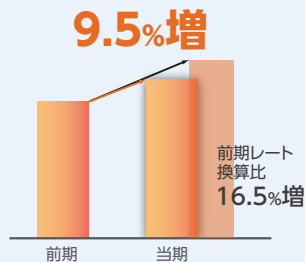
海外事業

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。

海外事業の連結売上高は、展開各国において好調に推移し、現地通貨建てでは一部地域を除き概ね二桁成長したものの、為替のマイナス影響により、前期比9.5%の増収となりました。

■海外事業 売上高伸長率



INDONESIA 経済成長や人口増加が著しいインドネシアでは、購買力向上にともなうウォンツの多様化に対応して、高機能で高付加価値な商品を**モダンマーケット(近代市場)**に投入するとともに、**トラディショナルマーケット(伝統市場)**に対しても生活者のウォンツや購買力にあった商品で取り組みを強化しました。



モダンマーケット
スーパーマーケット、コンビニエンスストアなどの近代的小売業態



トラディショナルマーケット
小さな個人食料雑貨店や市場などの伝統的小売業態

CHINA

ヘアスタイリングカテゴリーを中心にエリア及びチャンネルの拡大を図ると共に、女性スキンケアや男性フェイス&ボディではカテゴリーに適合したチャンネルを選択し、展開の集中化を図りました。

その他のエリア

インドチャイナでは、今後の有望市場であるベトナム、ミャンマーなどに対して現地代理店との協働により流通網の整備拡大に取り組みました。

ミャンマーでは、初めてTVCMを投下し、TVCMと連動した店頭展開を図りました。



ミャンマーで投下したギャツビーウォーターグロスのTVCM

インドでは、2012年3月に設立した**現地子会社マングムインディア**が7月より本格的なマーケティング活動に向けて業務を開始しました。



マングムインディアのオフィスが7月にオープン

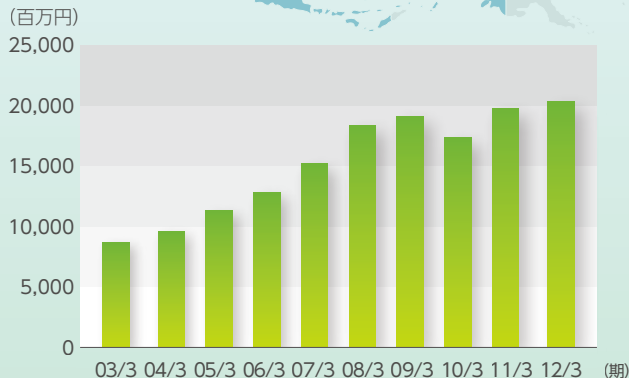
■中国

2012年9月に中国で発生した反日デモによる事業活動への影響は、一部の販売店では商品が撤去されたものの現在はほぼ回復し、軽微なものでした。

海外事業

当社における海外事業は、現在アジアの10の国と地域に11社で展開し、連結における海外売上高は20,860百万円(2012年3月期)、海外比率34.9%と、年々重要性を増しています。この特集では、MP-10において、引き続き成長エンジンとして拡大を目指す海外事業の強み・独自性について紹介します。

■海外売上高推移



早くからのアジア市場での展開

アジア市場は、人口増加・経済成長により活気を呈しており、今後も大きく伸びると予想されています。

当社が、アジア市場へ進出したのは、フィリピンにおいて技術提携会社である丹頂コーポレーションを稼働した1958年まで遡ります。

当時のアジアは、経済などのリスクも高く、進出する企業がそれほど多くありませんでした。当社においては、「丹頂チック」「丹頂ポマード」などの商品が日本の「お土産」としてアジアで人気を博しており、より多くの方々に使っていただきたいという思いから進出することになりました。その後、当社は「生活者へのお役立ち」を理念に、アジア各国の文化・習慣・風習などの理解を深めつつアジアの各国に合わせた展開を行なってきました。



1958年に稼働した丹頂コーポレーション

男性のおしゃれ意識の向上への取り組み

日本の男性化粧品市場は、約1,200億円の規模といわれており、1つの市場として定着しています。しかし、世界においては、「シェービング市場」や「フレグランス市場」などカテゴリーで分類されているのが一般的で、「男性化粧品市場」としては認識されていません。そのようななか、男性化粧品をコア事業として展開してきた当社は、アジアを中心とする各国の男性に化粧品を通じおしゃれをすることの楽しさを知ってもらい、彼らのおしゃれ心を満たすことを目指し、市場の開拓・深耕に取り組んでいます。



その国の生活者のウォンツに対応した商品開発

当社では、どの国においても、その国その国の「生活者へのお役立ち」を念頭におき、「生活者発・生活者着」の商品開発を行なっています。現地生活者のニーズ・ウォンツを最優先し、たとえ日本での開発・販売実績のない商品でも、果敢に挑戦して商品化してきました。これにより、多種多様なカテゴリラインナップを持ち、同一商品の豊富なサイズバリエーションといった特徴的な商品を生み出しています。



日本にないカテゴリーに挑戦

豊富なサイズバリエーション

ひとりでも多くの生活者へ商品を届ける流通網の構築

当社は、各国において強固な流通網を構築しており、生活者がどこにいても近くの小売店において、商品を買うことができます。これにより、ひとりでも多くの生活者に当社商品を使っただけでなく、お役立ちにつながっています。



これらの強みを活かし、海外事業の規模拡大に取り組み、世界で一人でも多くの生活者の皆さまにお役立ちしてまいります。

(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	当第2四半期 2012年9月30日現在	前 期 2012年3月31日現在	前第2四半期 2011年9月30日現在
(資産の部)			
① 流動資産	39,393	36,543	38,106
固定資産	18,615	19,057	19,246
有形固定資産	11,635	11,912	11,870
無形固定資産	378	454	518
投資その他の資産	6,601	6,690	6,857
資産合計	58,008	55,600	57,353
(負債の部)			
② 流動負債	7,174	6,439	7,616
固定負債	1,862	2,078	2,042
負債合計	9,036	8,517	9,658
(純資産の部)			
株主資本	51,757	49,410	49,555
資本金	11,394	11,394	11,394
資本剰余金	11,235	11,235	11,235
利益剰余金	30,977	28,629	28,773
自己株式	△ 1,849	△ 1,849	△ 1,848
その他の包括利益累計額	△ 6,271	△ 5,898	△ 5,487
少数株主持分	3,485	3,571	3,628
純資産合計	48,971	47,082	47,695
負債純資産合計	58,008	55,600	57,353

連結貸借対照表のPOINT

POINT ① 「流動資産」

たな卸資産は減少しましたが、主に有価証券の増加により、増加しました。

POINT ② 「流動負債」

主に未払法人税等の増加により、増加しました。

>> 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。

連結損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

科目	当第2四半期 2012年4月1日から 2012年9月30日まで	前第2四半期 2011年4月1日から 2011年9月30日まで
③ 売上高	33,851	33,970
売上原価	15,293	15,293
売上総利益	18,558	18,676
販売費及び一般管理費	13,818	13,787
営業利益	4,739	4,888
営業外収益	215	241
営業外費用	38	51
経常利益	4,916	5,078
特別利益	49	11
特別損失	7	80
税金等調整前四半期純利益	4,958	5,009
法人税等	1,668	2,044
少数株主損益調整前四半期純利益	3,290	2,964
少数株主利益	241	222
④ 四半期純利益	3,049	2,742

連結包括利益計算書(要旨)

(単位:百万円)

科目	当第2四半期 2012年4月1日から 2012年9月30日まで	前第2四半期 2011年4月1日から 2011年9月30日まで
少数株主損益調整前四半期純利益	3,290	2,964
その他の包括利益合計	△ 464	394
四半期包括利益	2,825	3,359
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	2,675	3,021
少数株主に係る四半期包括利益	149	337

連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

科目	当第2四半期 2012年4月1日から 2012年9月30日まで	前第2四半期 2011年4月1日から 2011年9月30日まで
⑤ 営業活動によるキャッシュ・フロー	5,412	3,818
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,018	△ 4,044
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 938	△ 940
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 263	70
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	192	△ 1,096
現金及び現金同等物の期首残高	9,792	10,550
現金及び現金同等物の四半期末残高	9,984	9,454

連結損益計算書のPOINT

POINT ③ 「売上高」

国内における夏シーズン品の低迷などにより、減収となりました。

POINT ④ 「四半期純利益」

主に法人税等の減少により、増益となりました。

連結キャッシュ・フロー計算書のPOINT

POINT ⑤ 「営業活動によるキャッシュ・フロー」

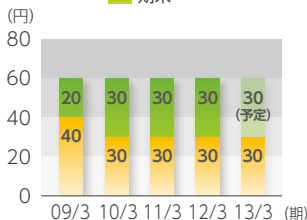
主に仕入債務の増減額が減少したものの、たな卸資産の増減額の減少により、キャッシュ・インが増加しました。

>> 株主還元の基本方針

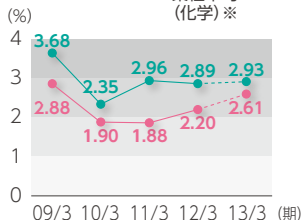
❖ 配当に関して

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



※東証1部上場企業(無配企業を含む)の化学業種平均(各年3月末日現在、ただし、13/3期のみ9月末日現在の株価にて算出)
出所:東京証券取引所「東証統計月報」

❖ 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、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

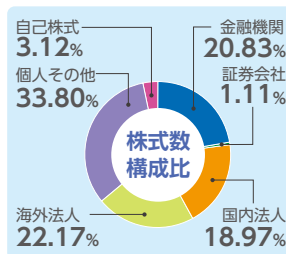
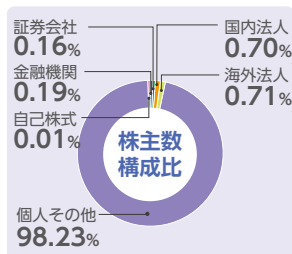


>> 株式の状況

株式の状況

[2012年9月30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 19,574名
- 株式分布状況



大株主

[2012年9月30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)	1,306	5.42
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,215	5.04
マンダム従業員持株会	792	3.28
株式会社マンダム	754	3.12
西村 元延	720	2.98
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	636	2.64
BNP PARIBAS SEC SERVICES LUXEMBOURG/JASDEC/ ABERDEEN GLOBAL CLIENT ASSETS	593	2.46
資産管理サービス信託銀行株式会社 (証券投資信託口)	521	2.16
BNP PARIBAS SEC SVC LONDON/JAS/ABERDEEN INVESTMENT FUNDS ICVC/AGENCY LENDING	507	2.10

※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

[2012年9月30日現在]

- 社名 株式会社マダム
- 従業員 540名(連結2,438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
- 資本金 11,394,817,459円

株式会社マダムは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。
 ※ISO9001審査登録範囲:株式会社マ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

役員および監査役

[2012年9月30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

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	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

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

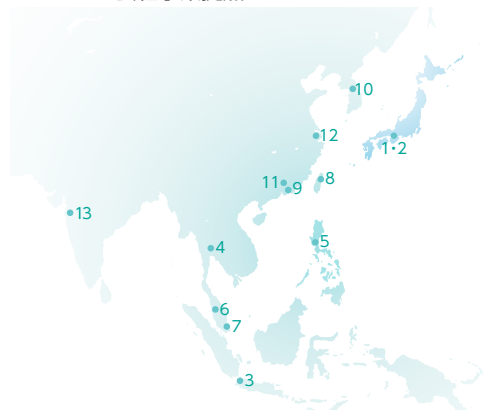
グループ会社

[2012年9月30日現在]

国内	株	数
	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 13	

※1 非連結子会社 ※2 持分法適用関連会社

■ グループ会社事業拠点



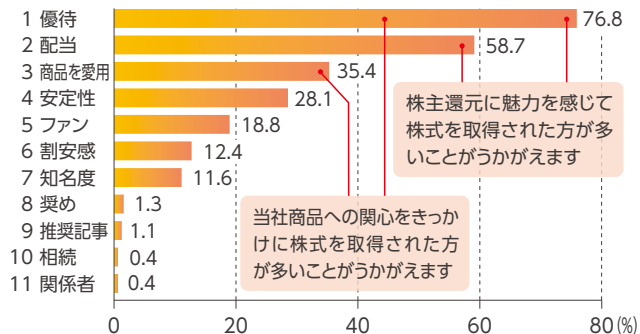
>> アンケート結果のご報告

アンケートに数多くのご回答をいただき、ありがとうございました。

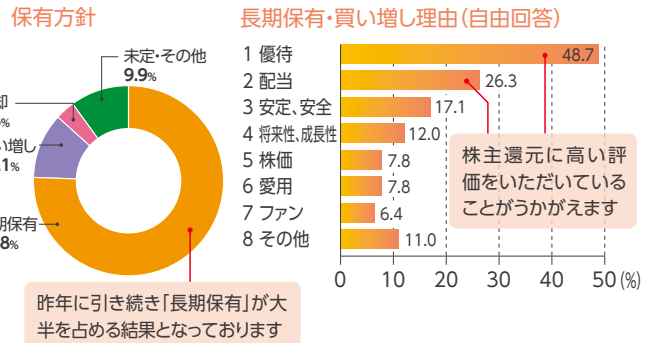
当社が今年6月に発行した株主通信〈第95期年間〉にて実施いたしました「株主の皆さまへのアンケート」において、数多くのご回答や貴重なご意見をいただきましたことに対し、心より感謝申し上げます。

皆さまからお寄せいただいたご回答や貴重なご意見は、今後の事業活動やIR活動の参考にさせていただきたいと考えております。ご回答いただきましたアンケートの集計結果についてご報告申し上げます。

Q.当社株式の取得理由をお聞かせください（複数回答可）

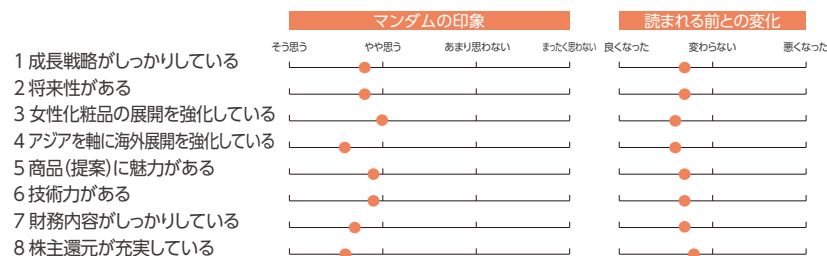


Q.当社の株式について今後どのような方針をお持ちですか？



Q.株主通信を読まれて、マンダムについてどのような印象を持たれましたか？ また、読まれる前と印象は変わりましたか？

Q.株主通信で充実して欲しい内容は何か？



昨年と傾向に変化は無く、「株主還元が充実している」「アジアを軸に海外展開を強化している」という印象を強く持たれた方が多い結果となっております。株主通信を読まれた後の印象については、すべての項目について印象が良かったという結果となっております。充実して欲しい内容としては、「株主還元」、「業績の概況」、「商品情報」が上位となっております。ご回答いただいた結果を参考にし、株主さまに当社のことを知っていただくためのコミュニケーションツールとして、内容の充実に向けてまいります。

Q.その他、ご意見・ご要望をお聞かせください。

株主の皆さまより、多くの貴重なコメントをいただきました。内容をご提案・ご要望に限らず、期待感や応援などから不満点に改善を求めるものまでさまざまでした。そのなかで特に優待に関する内容が多く、満足のお声やご提案などをいただきました。また、海外事業や女性コスメティック事業などの成長戦略や事業活動についての具体的なご意見も頂戴しました。頂戴したコメントを参考に、今後も企業価値の向上を目指してまいります。

当社の会社情報やIR情報に関する最新の情報は、ウェブサイトにて公開しておりますので、ぜひご覧ください。

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

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 大阪市中央区北浜四丁目5番33号
事務取扱場所 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

※平成25年1月より郵便物送付先・電話照会先が変更となります。

- 郵便物送付先 〒168-0063
東京都杉並区和泉二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
- 電話照会先 ☎ 0120-782-031
- 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、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。



IR・会社情報
クリック!



お問い合わせ先

株式会社マンドム 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

未来が変わる。
日本が変わる。
チャレンジ
25



UD FONT
見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。