



第92期中間

株主通信

2008年4月1日～2008年9月30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

代表取締役 社長執行役員

西村 元延

株主の皆さまへ	02
事業推進の概況	05
財務諸表	09
株主還元の基本方針	12
アンケート集計結果のご報告	13
株式の状況 & 会社概要	14

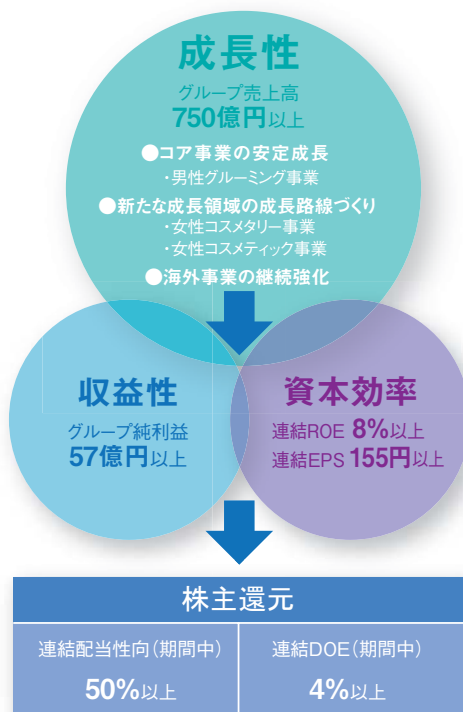
■ 注記事項

当期から金融商品取引法に基づく四半期報告制度が導入されました。適用される会計基準や用語などが、当第2四半期に係る財務情報と前年同期に係る財務情報との間で異なりますが、当報告書においては数値の比較がしやすいよう主要な財務項目は並べて記載することといたしました。前年同期に係る数値やグラフは参考データとしてご確認ください。

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、日頃のご理解とご支援に対し厚くお礼申し上げます。

第92期(2009年3月期)は第9次中期3ヵ年経営計画(MP-9)の初年度にあたります。

将来グループ売上高1,000億円規模へ向けての基盤作りの3ヵ年と位置付け、新たな成長領域作りにより、今後の持続的成長を軌道に乗せるための中期経営計画として事業を推進しております。



第9次中期3ヵ年経営計画の概要

それでは、第92期の第2四半期(2008年4月1日~2008年9月30日)が終了いたしましたので、業績の概況についてご報告申し上げます。

第92期(2009年3月期)第2四半期累計業績の概況

増収・減益も計画達成

■ 連結売上高について

連結売上高 **308億70百万円**(前期比 1.7%増)

当第2四半期(2008年4月1日~2008年9月30日)における当社グループを取り巻く経済環境は、世界的な原油価格や諸物価の高騰と金融市場の混乱により、一層厳しさを増しました。当化粧品市場において、国内では景気の減速感を受けた消費者心理の冷え込みがありましたが、当社海外グループの事業エリアであるアジアでは、原材料価格の高騰などにより成長性が鈍化しながらも緩やかな拡大基調を辿りました。

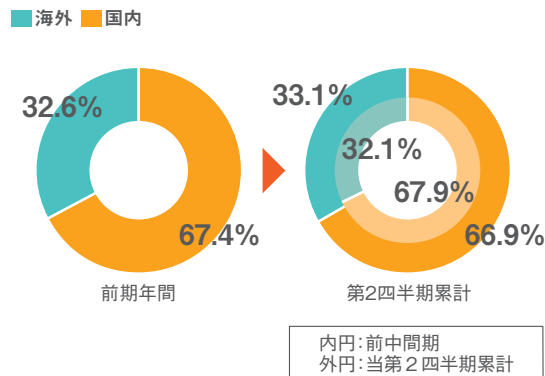
このような状況の中で、当社におきましては持続的成長を軌道に乗せるために、コア事業として男性グルーミング事業の安定成長、新たな成長領域として女性コスメタリー事業・女性コスメティック事業の成長路線作りと海外事業のさらなる強化を図ってまいりました。この結果、当第2四半期累計連結売上高は前期比1.7%の増収となりました。

国内では、コア事業の男性グルーミング事業において「ギャツビー」の夏シーズン商品が好調に売上を伸ばし、増収となりました。新たな成長領域と位置付けている女性コスメタリー事業では、「ルシード エル」のリニューアルにより好調に推移しましたが、「プロデュース」の伸び悩みにより減収となり、女性コスメティック

事業においてはスキンケア商材などのアイテム拡充により売上が伸びました。結果、国内の売上高は前期比0.1%増とほぼ横ばいとなりました。

一方海外では、概ね好調に売上を伸ばしたことや、今期よりタイ子会社を連結対象に加えたことにより、海外売上高は現地通貨ベースでは2桁成長をしておりますが、為替のマイナス影響で大きく目減りし、前期比5.0%の増収となりました。その結果、当第2四半期における連結売上高に占める海外売上高比率は33.1%となりました。

連結地域別売上高構成比推移



■ 連結利益について

連結営業利益	45億 3百万円	(前期比 5.4%減)
連結経常利益	46億50百万円	(同 1.9%減)
連結四半期純利益	24億63百万円	(同 1.0%減)

連結営業利益は、製造原価抑制のためのコストダウンや、効率的なA&P費の投下による販売費抑制を行いました。為替の影響や原材料価格高騰の影響が大きく、前期比5.4%減となりました。

連結経常利益および連結四半期純利益に関しましては、営業外損益、特別損益ともに特段の与件なく、連結経常利益は前期比1.9%減、連結四半期純利益は前期比1.0%減となりました。

以上の通り増収減益となりましたが、売上高、段階利益ともに当初計画を達成することができました。なお、当期の中間配当金につきましては、予定通り1株あたり40円とさせていただきますことをあわせてご報告させていただきます。

第92期(2009年3月期)通期業績の見通し

通期計画達成にむけて

前述の通り、化粧品市場を取り巻く環境も一層厳しくなると予想されますが、戦略的な事業・ブランドへ経営資源を集中投下することにより、引き続き持続的成長を目指してまいります。

■ 連結売上高見通し

連結売上高 **584億円**

国内におきまして、男性グルーミング事業はグループ最重点ブランドである「ギャツビー」の展開強化を継続することで、当初計画通りを見込んでおります。成長路線と位置付けている女性コスメティック事業につきましても、カテゴリーの拡大や商品拡充により当初計画通りを見込んでおります。

しかしながら、女性コスメタリー事業におきましては、「ルシード エル」全面リニューアルの第1弾として8月に発売した「ヘアスタイリングシリーズ」が好調に推移しているものの、「プロデュース」の低迷により、計画を大きく下回ると予想しております。

海外におきましては、為替のマイナス影響による円換算ベースでの目減りが懸念材料ではあるものの、インドネシアを中心とした各国の継続的な売上拡大により、現地通貨ベースでの海外売上高は当初計画よりも高い増収率を見込んでおります。

これらのことから、連結売上高は通期業績予想を変更せずに、当初計画通りを見込んでおります。

■ 連結利益見通し

連結営業利益	69億円
連結経常利益	68億30百万円
連結当期純利益	35億20百万円

連結営業利益におきましては、為替のマイナス影響や原材料価格の高止まりがさらに原価上昇要因になりますが、上半期に計画よりも上ブレしたこともあり、当初計画を据え置き、連結経常利益・連結当期純利益もともに予想される特段の与件がないことから、通期連結利益の見通しは、当初計画通りを見込んでおります。

なお、当期の配当金につきましては、1株あたり期末配当金40円、年間配当金80円を予定しております。

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お願い申し上げます。

2008年12月



代表取締役 社長執行役員 西村 元延



男性グルーミング事業

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で、安定成長を目指すマンダムグループのコア事業です。

グループのコア事業である「男性グルーミング事業」のグループ売上高は前期比0.6%の増収となりました。

【国内】

国内では、「ルシード」の伸び悩みがあったものの、グループ最重要ブランドである「ギャツビー」が夏シーズン品の寄与により好調に推移し、増収となりました。

「ギャツビー」は、ヘアワックスにおいて「パワーホールドシリーズ」を発売し、フェイス&ボディにおいて「フェイシャルペーパーシリーズ」「バイオコアシリーズ」「フレグランスデオドラントシリーズ」の追加による、ターゲット層の多様化するウォンツに対応した商品群の拡充に合わせ、積極的な拡売を行いました。マーケティング面においては、引き続きCMキャラクターに「木村拓哉」さんを起用し、ブランドイメージの醸成を図るとともに、フェイスケアの新習慣を提案しました。

また、「ギャツビー」をより生活者の方が身近に感じていただけるよう、「ギャツビー学生CM大賞2008」「ギャツビースタylingダンスコンテスト」といった生活者参加型の企画を実施しました。

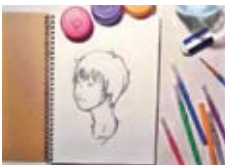
「ルシード」は、今後のマーケット拡大が有望なミドル層に対し、高付加価値



「ギャツビーパワーホールドシリーズ」



フェイスケアの新習慣提案



「ギャツビー学生CM大賞2008」大賞受賞作品

商品を提案してまいりました。今後も継続して生活者との接点拡大を図ります。

【海外】

海外では、「ギャツビー」がスタイリング、フェイス&ボディカテゴリーがともに順調に推移し、増収となりました。

海外における「ギャツビー」は、継続したブランド育成・成長のため、さらなるマーケティングの強化を図っています。特に、タイにおいては「ギャツビープロジェクト」を実施し、店頭での連動した展開により、認知の向上とブランドイメージの醸成を図るなど、各国の生活者や市場特性に合わせたマーケティング展開を継続強化しています。また、「ギャツビー学生CM大賞」を韓国・香港で、「ギャツビースタylingダンスコンテスト」をインドネシア・マレーシア・シンガポール・韓国・香港・台湾で行うなど、より各国の生活者に「ギャツビー」を身近に感じていただける企画を実施しました。



タイのギャツビープロジェクト時の店舗展開

女性コスメタリー事業

ヘアスタイリングやフェイス&ボディケアなど、日常の身だしなみやおしゃれに使用する商品群で、新たな成長領域として成長路線作りを目指す事業です。

女性コスメタリー事業のグループ売上高は、前期比8.9%の減収となりました。

【国内】

国内では、「ルシード エル」がリニューアルにより実績を伸ばしたものの、「プロデュース」の低迷が影響し、減収となりました。

「ルシード エル」は全面リニューアル第1弾として、「ヘアスタイリングシリーズ」を今秋発売しました。商品機能においては、自分オリジナルのヘアスタイルをデザインできるようにし、パッケージにおいては、細部にまでこだわり、ターゲットとなる生活者の嗜好にあった開発を行いました。

マーケティング面においては、新たに「木村カエラ」さんを起用し、CM展開やトレインジャック、駅構内における交通広告などを行い、ブランドイメージの刷新と浸透を図りました。



山手線におけるトレインジャック



「ルシード エルデザインングポット」



CMキャラクターに「木村カエラ」さんを起用

これに加え、店頭においても新しい「ルシード エル」がイメージできるようにプロモーションを行い、生活者との接点拡大に努めました。

この結果、ヘアワックス市場においてシェアを大幅に伸ばし、カテゴリーシェアNo.1の地位をさらに安定的なものにしました。

「プロデュース」は、ミドル層に向けて高付加価値商品を提案し強化を図っており、ヘアカラー・ヘアケアカテゴリーにおいて追加商品を発売しました。

【海外】

海外においては、ティーンのリフレグランスライン「ピュセル」がインドネシアにおいて堅調に推移したものの、為替のマイナス影響により大幅に目減りし、減収となりました。

「ピュセル」は、インドネシアを中心にASEAN地域にて展開しています。主力であるフレグランスカテゴリーの認知拡大を図るとともに、店頭において積極的なマーケティング展開を図っています。



広告と連動した店頭展開



インドネシアにおける店頭展開

女性コスメティック事業

メイクアップやスキンケアなど女性のビューティーライフに彩りを添える商品群で、新たな成長領域として成長路線作りを目指す事業です。

女性コスメティック事業のグループ売上高は、前期比2.3%の増収となりました。

【国内】

国内においては、ドラッグストアを中心に展開している自社開発商品が好調に推移し、増収となりました。



国内における女性コスメティック事業は、カテゴリーの拡充と商品ラインナップの強化に力を入れています。スキンケアにおいては「バリアリペア」「クレンジングエクスプレス」、メイクにおいては「バニティフリーク」の追加アイテムを発売しました。

機能訴求型の商品群であるため、雑誌やフリーペーパー、WEBなどにおいて、商品機能の紹介に重きを置いたマーケティングを行うとともに、店頭においても、機能を前面に打ち出した展開を行っています。



機能訴求を中心とした店頭展開

この結果、新たな成長領域として好調に推移しています。特に、昨年に発売した「クレンジングエクスプレス」は、1本でクレンジング・洗顔・保湿機能を兼ね備え、“疲れてすぐ寝たい”多忙な女性にコンセプトが受け入れられた結果、売上100万本を突破しました。



「クレンジングエクスプレス」

【海外】

海外では、スキンケア・メイクブランド「ピクシー」がメイクを中心に堅調に推移し、増収となりました。

「ピクシー」は、インドネシアを中心にマーケティングの継続強化を行っており、新CMを投下するなど認知拡大を図るとともに、店頭においても生活者との接点拡大に注力しています。



インドネシアにおける店頭展開

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付け、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っています。

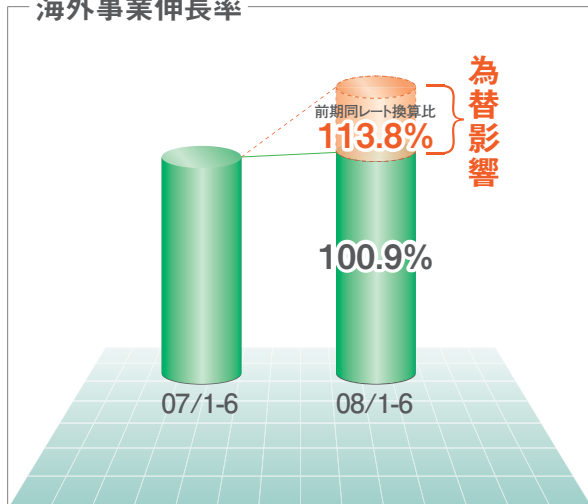
各国とも高成長を維持するも、 為替影響により伸長幅が大幅に目減り

海外事業は、昨今の金融市場の混迷に伴う急激な為替の変動により、円換算ベースでのグループ売上高合計は、増収ながら伸長幅が大幅に目減りました(前期比100.9%)。

しかしながら、各国とも自国の特性に応じたマーケティングを継続強化することで、現地通貨ベースでは概ね好調に推移しており、2桁成長(前期同レート換算比113.8%)を果たすなど売上規模を拡大しています。

また、連結売上高においては、海外売上高比率が前期末時点より上昇するなど、グループにおける貢献度をさらに高めています。

海外事業伸長率



インドネシアでは国内事業・貿易事業ともに成長を持続

海外重要拠点であるインドネシアでは、「ギャツビー」を中心に男性用化粧品分野での継続的な成長に加え、女性コスメティック分野では、「ピクシー」が好調に成長しており、インドネシア国内における売上規模の拡大を牽引しています。

また、成長拡大している貿易事業では、輸出国の生活者嗜好に合わせた香りやデザインを採用した専用商品を開発・展開するなど、順調に事業規模が拡大しています。



輸出専用商品となる
「ギャツビーデオドラントパフュームスプレー」

ギャツビーブランドから中国専用商品を発売

その他各国においても、「ギャツビー」を中心にCMやイベントなど、自国特性に応じた独自性のあるマーケティングを継続展開し、売上規模が拡大しています。

特に最重要国として位置付けている中国では、現地密着型のマーケティング展開を図るため、2008年10月に販売会社「漫丹(中国)化粧品販売有限公司」が稼働しました。

11月より価格やデザインなどを刷新した中国専用商品を「ギャツビー」ブランドから発売するなど、ターゲットとなる大衆層に合わせたマーケティング展開を図っています。

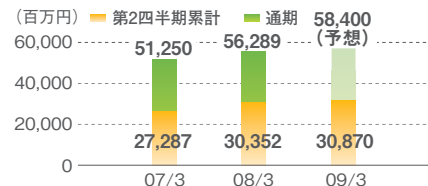


中国専用商品の1つとなる
「ギャツビースタイリングワックス」

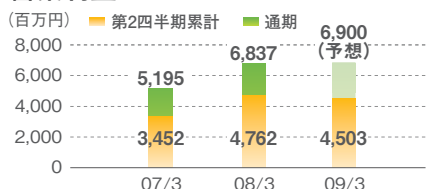
財務諸表(連結)

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

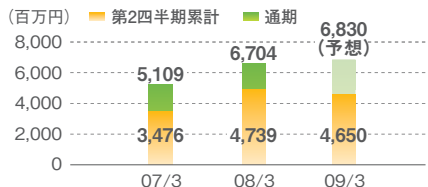
売上高



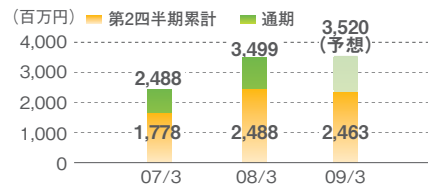
営業利益



経常利益



四半期(当期)純利益



POINT ①

金融市場のリスクに対応し、資金運用を短期にシフトしたため、国内における現金及び預金・有価証券が増加しました。

POINT ②

金融市場のリスクに対応し、資金運用を短期にシフトしたため、国内における投資有価証券が減少しました。

連結貸借対照表(要旨)

(単位: 百万円)

科目	当第2四半期 2008年9月30日現在	前期 2008年3月31日現在	前中間期 2007年9月30日現在
(資産の部)			
① 流動資産	30,362	26,271	28,705
固定資産	24,609	27,947	27,900
有形固定資産	15,268	15,359	16,257
無形固定資産	770	491	531
② 投資その他の資産	8,569	12,096	11,112
資産合計	54,971	54,218	56,606
(負債の部)			
流動負債	6,976	6,716	7,949
固定負債	1,630	1,633	1,865
負債合計	8,607	8,349	9,814
(純資産の部)			
株主資本	45,944	44,806	44,509
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	24,269	23,129	22,831
自己株式	△ 955	△ 953	△ 952
評価・換算差額等	△ 3,337	△ 2,471	△ 1,472
少数株主持分	3,757	3,534	3,755
純資産合計	46,363	45,868	46,791
負債純資産合計	54,971	54,218	56,606

連結損益計算書(要旨)

(単位：百万円)

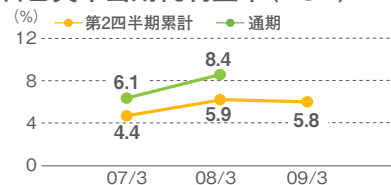
科目	当第2四半期 2008年4月1日から 2008年9月30日まで	前中間期 2007年4月1日から 2007年9月30日まで
売上高	30,870	30,352
③ 売上原価	13,736	12,992
売上総利益	17,134	17,360
販売費及び一般管理費	12,631	12,598
営業利益	4,503	4,762
営業外収益	231	236
④ 営業外費用	84	259
経常利益	4,650	4,739
特別利益	16	53
特別損失	23	24
税金等調整前四半期純利益	4,643	4,768
法人税、住民税及び事業税	—	1,945
法人税等調整額	—	△ 47
法人税等	1,840	—
少数株主利益	338	381
四半期純利益	2,463	2,488

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 2008年4月1日から 2008年9月30日まで	前中間期 2007年4月1日から 2007年9月30日まで
⑤ 営業活動によるキャッシュ・フロー	3,005	5,001
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 169	△ 3,867
⑥ 財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,078	△ 944
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 206	61
現金及び現金同等物の増減額	1,552	251
現金及び現金同等物の期首残高	9,791	8,783
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額	69	163
現金及び現金同等物の四半期末残高	11,412	9,198

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)



POINT ③

原材料価格の上昇が主要因となり、原価率が上がりました。

POINT ④

会計方針の変更により、たな卸資産廃棄損が売上原価算入となり、減少しました。

POINT ⑤

法人税の支払額が増加しました。

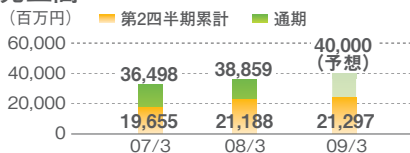
POINT ⑥

配当金の支払額が増加しました。

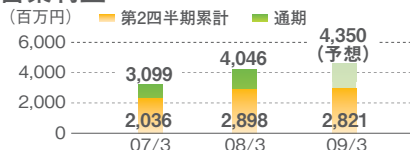
財務諸表(単体)

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

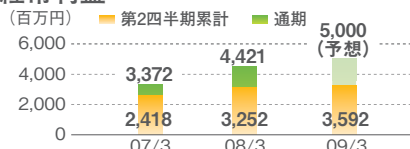
売上高



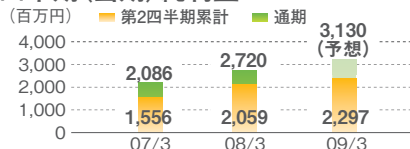
営業利益



経常利益



四半期(当期)純利益



POINT ①

金融市場のリスクに対応し、資金運用を短期にシフトしたため、現金及び預金・有価証券が増加しました。

POINT ②

金融市場のリスクに対応し、資金運用を短期にシフトしたため、投資有価証券が減少しました。

POINT ③

コスト削減を行ったものの、原油高による原材料価格の上昇や返品率の上昇等により原価率が上がりました。

POINT ④

関係会社からの配当金が増加しました。

POINT ⑤

会計方針の変更により、たな卸資産廃棄損が売上原価算入となり、減少しました。

貸借対照表(要旨)

(単位: 百万円)

科目	当第2四半期 2008年9月30日現在	前期 2008年3月31日現在	前中間期 2007年9月30日現在
(資産の部)			
① 流動資産	19,647	17,334	19,183
固定資産	28,132	29,801	29,108
有形固定資産	11,466	11,269	11,570
無形固定資産	295	310	328
② 投資その他の資産	16,369	18,220	17,208
資産合計	47,780	47,135	48,291
(負債の部)			
流動負債	5,501	5,617	6,392
固定負債	1,206	1,166	1,206
負債合計	6,707	6,783	7,598
(純資産の部)			
株主資本	41,305	40,199	40,252
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	19,630	18,522	18,575
自己株式	△ 955	△ 953	△ 952
評価・換算差額等	△ 233	152	440
純資産合計	41,072	40,351	40,692
負債純資産合計	47,780	47,135	48,291

損益計算書(要旨)

(単位: 百万円)

科目	当第2四半期 2008年4月1日から 2008年9月30日まで	前中間期 2007年4月1日から 2007年9月30日まで
売上高	21,297	21,188
③ 売上原価	9,332	9,099
売上総利益	11,964	12,088
販売費及び一般管理費	9,143	9,190
営業利益	2,821	2,898
④ 営業外収益	840	548
⑤ 営業外費用	69	193
経常利益	3,592	3,252
特別利益	8	13
特別損失	22	24
税引前四半期純利益	3,578	3,242
法人税、住民税及び事業税	-	1,265
法人税等調整額	-	△ 83
法人税等	1,280	-
四半期純利益	2,297	2,059

株主還元の基本方針

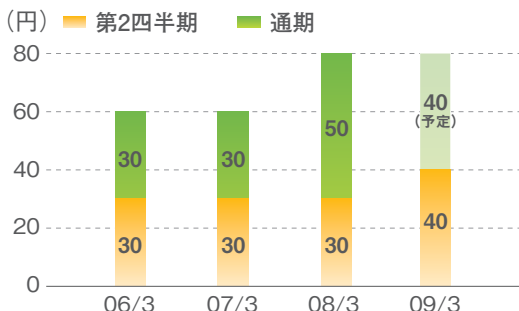
》》 配当に関して

当社は、株主の皆さまに対する利益還元を経営の重要施策として位置付けております。

当該期の純利益に基づいた還元(配当性向)と、株主の皆さまからお預かりしている株主資本に基づいた還元(DOE:純資産配当率)の両面を考慮した配当を実施することを方針としており、株主還元目標として、連結業績を基準に「配当性向50%以上」「DOE4%以上」を掲げ、安定かつ高水準な株主還元を目指しております。

なお、当期の中間配当金は1株あたり40円とさせていただきます。

配当金



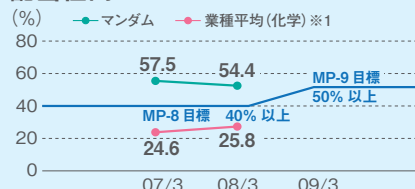
》》 株主優待に関して

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、新製品を中心に当社のお奨めする商品を選定しております。

株主の皆さまに、当社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。

ご参考

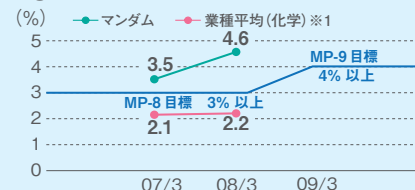
配当性向



配当性向とは

純利益に基づいた株主還元の指標であり、純利益額によって配当金変動するため、この指標を目標値に設定した場合、高い利益が出れば高い配当が期待できます。

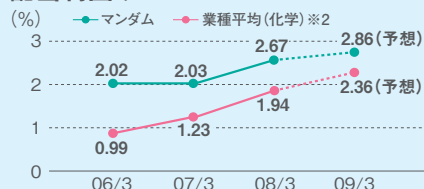
DOE



DOEとは

株主資本に基づいた株主還元指標であり、この指標を目標値に設定した場合、短期間での利益に左右されず、安定した株主還元が期待できます。

配当利回り



※1 東証一部上場企業(無配企業を含む)の化学業種平均
出所:東京証券取引所「東証統計資料 短信集計結果」

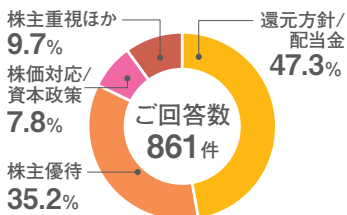
※2 東証一部上場企業(無配企業を含む)の化学業種平均
(各年3月末日現在 ただし、09/3期のみ9月末日現在)
出所:東京証券取引所「東証統計月報」

2008年実施
株主優待
詰め合わせ



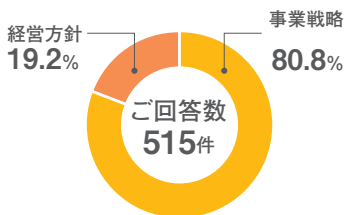
「株主の皆さまへのアンケート」に、ご協力ありがとうございました。

前回の株主通信に添付いたしました「株主さまへのアンケート」に対して、数多くのご回答ならびに貴重なご意見をいただき、誠にありがとうございました。皆さまからの貴重なご意見は、株主総会やIRイベント、ホームページ、環境対応など、今後の企業活動の参考とさせていただきますと考えております。ご回答いただきましたアンケート結果およびご意見・ご要望に関し、ご報告申し上げます。



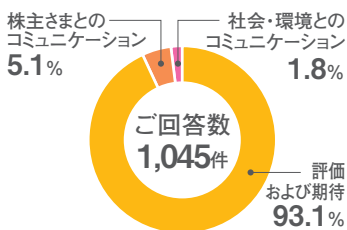
■ 株主還元のあり方について

株主還元のあり方では、還元方針・配当金について、多くの株主さまからご理解、ご賛同をいただきました。また、優待商品の内容に関する多くのご意見・ご要望をいただきました。前ページにも記載しております「株主還元の基本方針」を踏まえ、皆さまからのご意見・ご要望も優待商品選択の際の参考にさせていただき、当社がお奨めする商品を心を込めて選定させていただいております。



■ 当社の経営方針・戦略、事業内容、業績について

中期経営計画を中心とするマンダムの経営方針・事業戦略に関し、多くの株主さまから高い評価をいただきました。特に、海外事業展開への期待や女性市場および展開商品の強化に関するご要望やご意見を数多くいただいております。海外事業展開につきましては、成長の柱の一つとして位置付け継続強化し、今後も高成長を図ってまいります。女性市場および展開商品の強化につきましては、ルシード エルのリニューアルによる市場シェアの拡大や女性コスメティックのマス流通展開による順調な伸長など、今後の新たな成長領域として育成しております。



■ その他

多くの株主さまより「期待・激励・評価」といったコメントをいただきました。株主さまからの声を励みに、MP-9の達成に向け邁進してまいります。その他、株主さまとのコミュニケーションや、昨今、企業活動において注目されております社会貢献・環境活動に関する貴重なご意見もいただいております。当社の詳しいIR情報や社会・環境活動に関する情報は、ホームページに掲載しておりますのでご覧下さい。

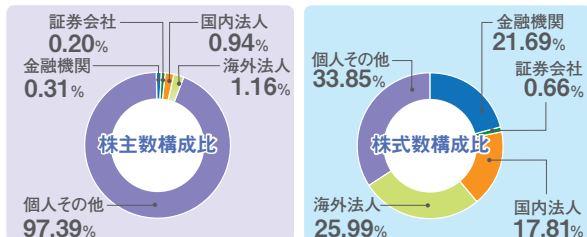
<http://www.mandom.co.jp/>

株式の状況

株式の状況

[2008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 14,509 名
- 株式分布状況



大株主

[2008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(%)
(財)西村留学生奨学財団	1,800	7.46
日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口)	1,279	5.30
日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口)	1,037	4.30
ステート ストリート バンク アンドトラスト カンパニー	1,017	4.22
西村 元延	1,005	4.16
西村 輝久	801	3.32
マンダム従業員持株会	661	2.74
日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口4G)	648	2.69
資産管理サービス信託銀行(株)(証券投資信託口)	581	2.41
ピーエヌビー・リパセックサービスロンドン		
ジャスアパディーン・アセット・マネージメント	487	2.02
ピーエルシー・エージェンシー・レンディング		

(注) 所有株式数は千株未満で切り捨てております。
所有株式数の比率は、発行株式総数をもとに算出してあります。

株価推移



会社概要

会社概要

[2008年9月30日現在]

- 社名 株式会社マンダム
- 本社 大阪府大阪市中央区十二軒町5番12号
- 設立 1927年12月23日
- 資本金 11,394,817,459円
- 従業員 525名(連結2,302名)
- 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

株式会社マンダムはISO14001(福崎工場)とISO9001(本社・福崎工場)を認証取得しております。

取締役および監査役

[2008年9月30日現在]

代表取締役	社長 執行役員	西村 元延
代表取締役	副社長 執行役員	亀井 浩
取締役	専務 執行役員	西海 義勝
取締役	常務 執行役員	山田 憲治
取締役	常務 執行役員	桃田 雅好
取締役	常務 執行役員	斉藤 嘉昭
社外取締役	取締役	塚田 彊
社外取締役	取締役	田村 敏和
常勤監査役	監査役	樋口 俊人
社外監査役	監査役	小寺 一矢
社外監査役	監査役	高木 進

グループ会社

● 国内

[2008年11月30日現在]

株式会社ピアセラボ
株式会社ギノージャパン
株式会社ビューコス
株式会社エムビーエス(2008年11月6日付で社名変更しました。)

※1

● 海外

[2008年6月30日現在]

PT Mandom Indonesia Tbk	インドネシア
Mandom Corporation(Thailand) Ltd.	タイ
Mandom Philippines Corporation	フィリピン
Mandom(Malaysia) Sdn. Bhd.	マレーシア
Mandom Corporation(Singapore) Pte Ltd	シンガポール
Mandom Taiwan Corporation	台湾
Sunwa Marketing Co., Ltd.	中国(香港)
Mandom Korea Corporation	韓国
Zhongshan City Rida Fine Chemical Co., Ltd.	中国(中山)
Mandom China Corporation	中国(上海)

※1 非連結子会社 ※2 持分法適用関連会社

