

株主様への経営・業績のご報告

青い鳥レポート

第96期 中間期
(平成25年4月1日～平成25年9月30日)

あったら
いいな[®]
をカタチにする

小林製薬

証券コード 4967



海外事業

成長が期待できる海外事業へ
積極的な投資を行い、売上拡大を図る。

2013年秋の新製品 この秋、注目の新製品が続々デビュー!!





contents

2	ごあいさつ	11	トピックス	19	会社概要
3	特集 海外事業	13	業績報告 連結財務ハイライト	20	株式の状況
7	2013年秋の新製品 担当者から一言	15	業績報告 セグメント別概況	21	青い鳥レポート アンケート結果
9	2013年秋の新製品	17	業績報告 連結財務諸表	22	株主優待について

ごあいさつ

お客さまが「あったらいいな」と実感できる 新製品の開発と育成に全力を注ぎます。

株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げますとともに、日頃から温かいご支援をいただき厚くお礼申し上げます。

第96期中間期（平成25年4月1日～9月30日）の業績は、売上高582億円（前年同期比0.0%減）、営業利益86億円（同4.7%増）、経常利益88億円（同0.1%増）となりました。売上高については、前期に連結子会社の小林メディカル株式会社（現、日本メディカルネクスト株式会社）の株式を売却した影響を除くと、前年同期比2.3%の増収となります。なお四半期純利益については、前期に同社の株式売却に伴う売却益などを計上していたため、59億円（同16.4%減）となりました。

1株あたりの中間期の配当金につきましては、前年同期と比べ4円増の43円とさせていただきました。

当社グループは「“あったらいいな”をカタチにする」をブランドスローガンに、お客さまの立場に立って、お客さ

まが「本当にいいな」と実感できる新製品の開発とその育成に全力を注ぎます。また、さらなる成長を成し遂げるため、海外事業への積極的な投資にも努めてまいります。

今後も株主の皆様のご期待に応えられるよう尽力する所存です。さらなるご厚情、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。



代表取締役会長

川村 雅



代表取締役社長

小林 章浩

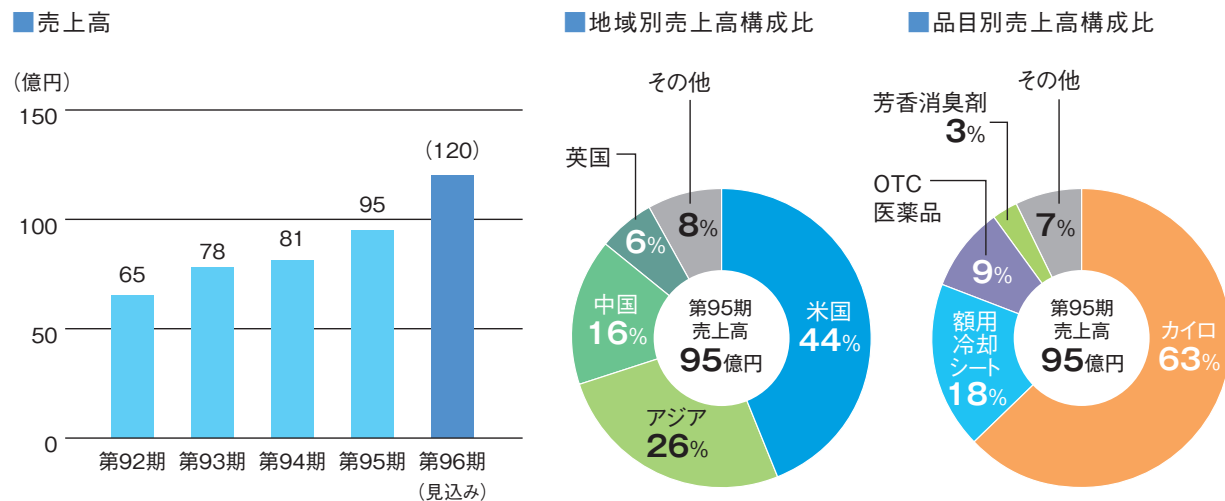


成長が期待できる海外事業へ 積極的な投資を行い、売上拡大を図る。

当社グループでは、海外事業を成長事業と位置づけ、米国、中国、東南アジアを注力エリアに、カイロ、額用冷却シート、OTC医薬品、芳香消臭剤、めがねクリーナー、口腔衛生品の6つの分野で売上拡大を推し進めています。

米国、中国、シンガポールなどにある各現地法人をととして、各国・各地域のニーズに応じた製品開発を行い、現地に根付いたマーケティング戦略を実践し、M&Aなどの積極的な投資も行うことで、売上高200億円を目指しています。

海外事業の状況

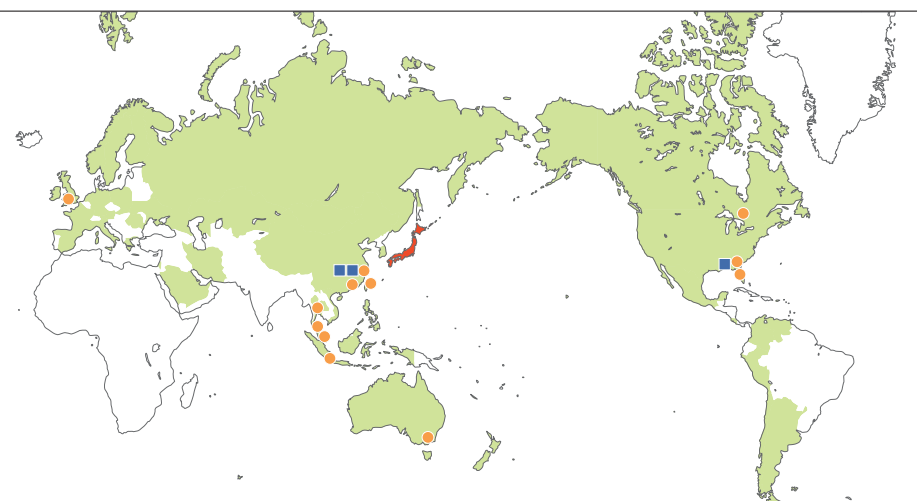


主な海外製品



現地法人と販売国・地域

米国・中国・東南アジア・英国・オーストラリアに現地法人を設立。現在、これらの拠点を核として、世界40を超える国・地域で販売しています。





海外事業

エリア別の戦略をご紹介します。

米国市場

米国でのカイロの用途は、腰痛などに使用する治療用とスキーなどのアウトドアに使用する防寒用が中心です。当社は治療用カイロで参入し、2006年にヒートマックス社、2012年にグラバー社と2社の防寒用カイロメーカーを買収。これにより当社グループの米国でのカイロシェアは50%に達しています。

今後は、手軽に手に取っていただけるようレジ前での陳列などの店頭づくりを進め、日本と

同様、寒い日に防寒具としてカイロを使用する習慣を確立し、売上を拡大していきます。



▲レジ前に陳列したカイロ

中国市場

カイロ『暖宝宝』は、店頭での推奨販売や有名タレントを起用したテレビCMなどを積極的に展開し、2003年の導入当初から2桁成長を続けています。今後さらなる成長のカギとなるのが内陸部への進出。取り扱い店舗の拡大や手取りやすい価格の「経済型カイロ」を発売し、売上拡大を図っています。

一人っ子政策が続く中国では赤ちゃんを大切にする傾向があり、額用冷却シート『冰宝貼

赤ちゃん用』の売上が伸びています。2013年7月から赤ちゃん用のテレビCMをスタートし、さらなる認知向上に努めています。



カイロの推奨販売の様子▶

東南アジア市場

当社の海外事業は、約40年前外用消炎鎮痛剤『アンメルツ』を東南アジアへ輸出したことに始まり、香港、マレーシア、シンガポールでは『安美露』という製品名で親しまれています。額用冷却シートでは、発熱時におでこを冷やすことはもちろん、高温多湿な地域が多いため、暑さ対策製品としても認知されつつあります。

成長が著しい東南アジア市場。香港、シンガポール、マレーシア、台湾、インドネシア、タイ

の現地法人をとおして現地のニーズを的確に把握し、それに応じた製品開発と現地に根付いたマーケティングを実践していくことで、さらなる売上拡大を目指します。

▼額用冷却シートの東南アジア各国のパッケージ



シンガポール



タイ



香港



インドネシア

英国市場

2001年、英国に現地法人を設立。カイロや額用冷却シートなどを販売しています。欧州の拠点として、欧州諸国へのビジネス拡大にも努めています。

オーストラリア市場

2013年3月、オーストラリアに現地法人を設立。めがねクリーナー、カイロ、額用冷却シートなどを販売しています。当地は赤道に近くサングラスの使用多いため、めがねクリーナーは高い支持を得ています。



全国発売

消臭元 いぬのきもち
犬のことを徹底的に考えた芳香消臭剤

近年、ますます拡大傾向にあるペット市場。犬や猫を家族の一員として可愛がる室内飼いが主流となっている今、ペットのニオイケアは必要不可欠です。そこで今回、犬のことを徹

底的に考えた愛犬家用芳香消臭剤『消臭元 いぬのきもち』を新発売。株式会社ベネッセコーポレーションの雑誌「いぬのきもち」と犬がリラックスできる香りを共同開発しました。

🐾 犬が香りをチェック



好き



嫌い

クンクンと何度も嗅げば「好き」、プイッと顔をそむければ「嫌い」というリアクションをもとに、「犬の好む香り」を選定しました。



ラブリーフローラルの香り



ハッピーグリーンの香り



チャーミーソープの香り

🎤 担当者から一言

近年、ペットをわが子のようにかわいがる飼い主の方が増えており、そんな飼い主の方に向け「消臭」だけではない、ワンちゃんが喜ぶものを作ろうという思いのもと、開発したのが『消臭元 いぬのきもち』。株式会社ベネッセコーポレーションの雑誌「いぬのきもち」と共同で、ワンちゃんの嫌がらない香り、ワンちゃんがリラックスできる香りを試行錯誤の末、開発することができました。ぜひ、ご家庭のワンちゃんのそばで使っていただき、実感ください！



東野剛志
(日用品事業部 芳香・消臭剤G)

ハレナース (第3類医薬品)
扁桃腺のはれ・のどの痛みに、水なしで飲める内服薬

扁桃腺のはれや痛みを鎮める内服薬『ハレナース』を新発売。水なしで飲めて口の中でサッと溶ける顆粒タイプなので、つらいとき、どこでも飲むことができます。2種類の抗炎症成分がはれを鎮め、冷感成分が熱をもった患部に直接ひんやり感を与えます。



桐灰化学(全国発売)

香るカイロ
独自の技術開発により「香りつきカイロ」が誕生

通常、カイロに使われている脱臭作用の強い活性炭を使わず発熱させる新処方を開発。カイロに香りをつけることに成功しました。動くたびに香りが広がり、リラックス、リフレッシュすることができます。

※はるタイプと、はらないタイプがあります。



さわやかアップル&フローラル



フレッシュカシス&ピーチ

🎤 担当者から一言

「再発を自覚できるのに明確な対処がなく、結局悪化して病院に行く」という“扁桃腺のはれ”を繰り返す方の実態に着目、処方と製剤にこだわった治療薬『ハレナース』を開発。「はれるかも」と思った時に、自分でサッと対処、いつも通りの生活を送ることができます。「あつてよかった」「おかげで助かった」と、小林製薬ならではのお役立ちが出来ればと思っています。



赤井秀考
(薬粧品事業部 内用剤・食品G)

🎤 担当者から一言

付加価値の高いカイロ製品を開発しようと研究を始めて10年。通常のカイロで使う「活性炭」は吸着性能があるため、香りが吸われてしまい、香りつきのカイロの開発は難航しましたが、カーボンブラックという新しい素材を使うことでカイロに香りを付けることに成功しました。カイロの温かさとのほのかな香りによるリラックス・リフレッシュ効果をぜひ実感してください！



原田周平
(桐灰化学 開発課)

2013年秋の新製品



全国発売

ニノキュア(第3類医薬品)
すべすべの素肌へ導く、二の腕などのブツブツ治療薬



生葉漢方錠(第2類医薬品)
歯ぐきの腫れ・痛みを伴う歯肉炎に飲んで効く錠剤タイプの漢方内服薬



小林製薬の栄養補助食品
ノコギリヤシDX
ノコギリヤシエキスにヒハツエキス、長命草をプラスした栄養補助食品



小林製薬の栄養補助食品
グルコサミンEX
グルコサミンとコンドロイチンに、注目成分「ボスウェリア」をプラスした栄養補助食品



生葉歯ブラシ
極小ヘッドと超極細2段植毛を採用した、歯槽膿漏対策を考えた歯ブラシ



トマリナクール(医薬部外品)
歯ぐき下がりが気になる方におすすめの、爽快感のあるクールタイプの薬用ハミガキ



ビーリップル ピーリングケア
唇の薄皮をやさしく取り除き、つるつるの唇に導くくちびるピーリングケアクリーム



サラサーティコットン100+水分ガード
軽い尿モレもケアできるおりものシート



消臭元香るStickトイレ用
上質な香りとデザイン性にこだわった、スティックタイプのトイレ用インテリアフレグランス



ブルーレット香るトイレ用洗剤
心地よい香りで楽しくトイレ掃除ができる香る系トイレ用洗剤



地区限定

ダスモック(第2類医薬品)
気管支の汚れをキレイにしながら、しつこい咳・気管支炎を改善する漢方薬

広島地区限定



活歩源(第2類医薬品)
低下した脚の筋力を高め、ひざの痛みに効く漢方薬

近畿地区限定



オシリア(第②類医薬品)
肛門のぶり返すかゆみ・痛みを元から鎮める治療薬

静岡地区限定



桐灰化学(全国発売)

ホットオイルアイマスク
目元に密着し、オイルラップ効果で約40℃のぬくもりが続くアイマスク



桐灰黒いはる
黒っぽい服に貼っても目立たない黒いカイロ



TOPIC 1

ジュジュ化粧品株式会社の全株式を取得

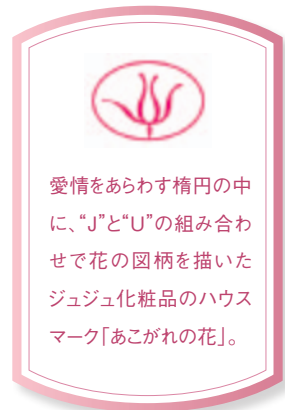
2013年9月2日、スキンケア分野において高いブランド力と研究開発力、製造技術ノウハウを持つジュジュ化粧品株式会社(以下、ジュジュ化粧品)の全株式を取得しました。

同社は、バイオヒアルロン酸を採用した高保湿スキンケア『アクアモイスト』シリーズ、60年にわたり多くの女性に愛されているモイスチャークリーム『マダムジュジュ』などを主力としたスキンケア関連製品を製造販売しています。

今後は、ジュジュ化粧品のブランド力・開発力と当社のマーケティング力を生かし、お客さまに新しい価値を提供できる新製品を開発していきます。そしてジュジュ化粧品の製品をはじめ、当社グループのスキンケア製品で売上高100億円を目指します。

●ジュジュ化粧品株式会社の概要

本店所在地	神奈川県厚木市戸室5-31-2
創 立	1946年
事 業 内 容	化粧品の製造、販売および輸出入、その他
従 業 員 数	68名(2013年9月30日現在)
売 上 高	2,151百万円(2013年3月期)



『アクアモイスト』シリーズ



『マダムジュジュ』

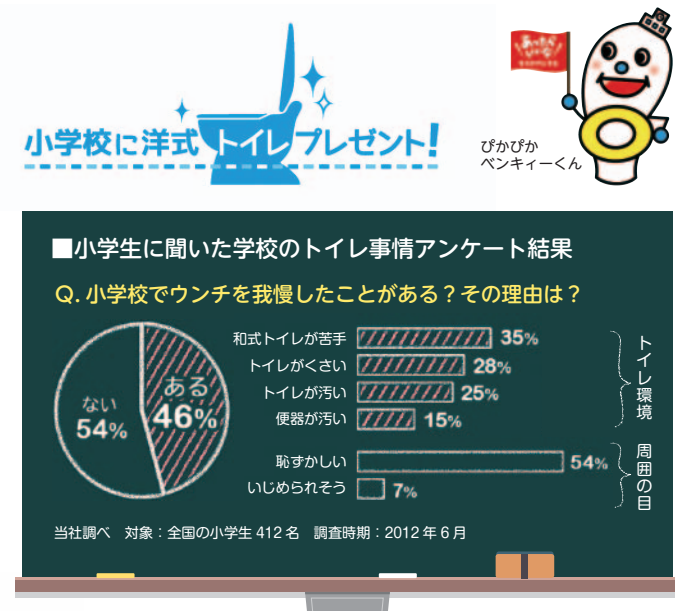
TOPIC 2

全国12校の小学校に洋式トイレを寄贈

和式トイレが苦手、トイレがくさい・汚いなどの理由から小学校のトイレで排便しない子どもたちが全体の約半数もいます。そこで当社グループでは明日を担う子どもたちに快適なトイレ環境を届けるため、2010年、2012年と合計24校の小学校に洋式トイレを寄贈してきました。

そして今年も、全国12校の小学校にて和式トイレを洋式トイレに改修し、臭気対策としてトイレの床面にシートを貼りました。また、恥ずかしいと周囲の目を気にして排便しない子どもたちも多いことから、当社グループ従業員がトイレを改修した小学校を訪れ、排便の大切さを伝えるトイレ授業も開催しました。

2019年に迎える当社創立100周年までに累計100校での実施を目指し、活動を継続してまいります。



業績報告 連結財務ハイライト

当中間期の業績について

売上高について

前期に株式売却をした連結子会社の売上高約13億円(4~5月の2ヶ月間)を計上していたため、売上高は前年同期に比べ減収となりました。その影響を除くと2.3%の増収となります。

営業利益・経常利益・四半期純利益について

利益率の高いブランドの伸長や製造部門のコストダウン、広告宣伝費の効率的な運用により、前年同期に比べ営業利益は4.7%の増益、経常利益は0.1%の増益となりました。前期に連結子会社の株式売却益などを計上していたため、四半期純利益は16.4%の減益となりました。

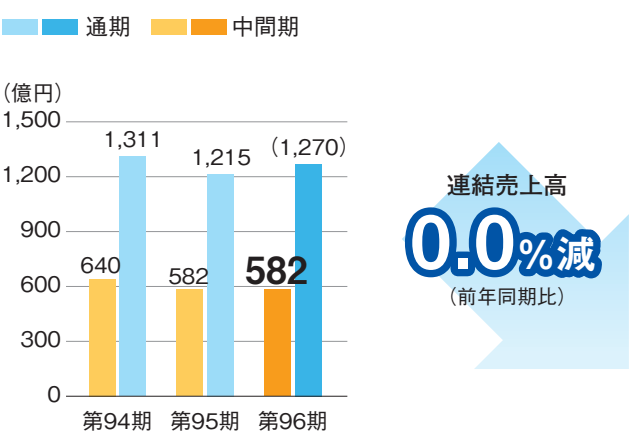
配当金について

1株あたりの中間期の配当金は、前年同期に比べ4円増の43円とさせていただきました。

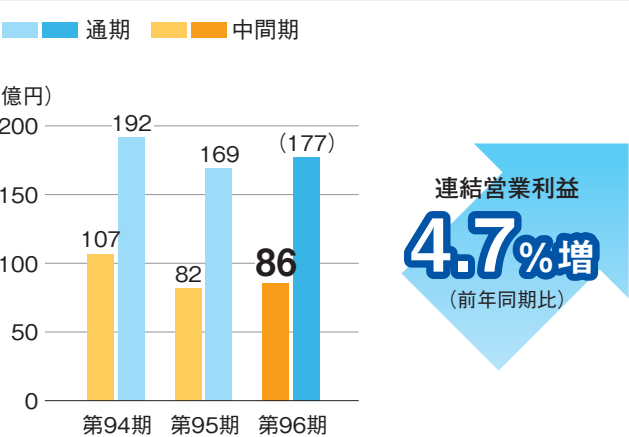
第96期の連結業績予想

売上高	1,270億円	+4.5%
営業利益	177億円	+4.7%
経常利益	194億円	+3.9%
当期純利益	126億円	+3.5%
1株当たり当期純利益	307.70円	

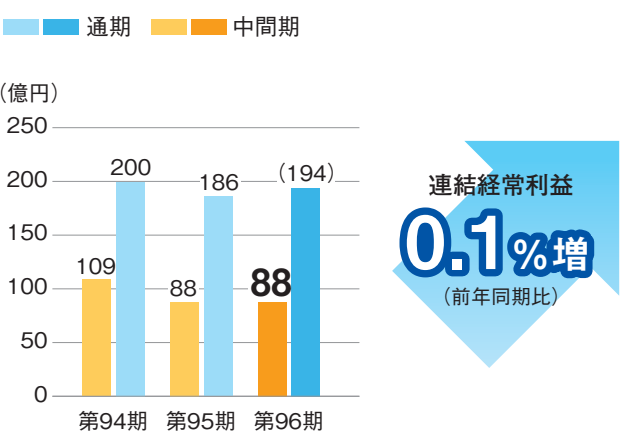
連結売上高



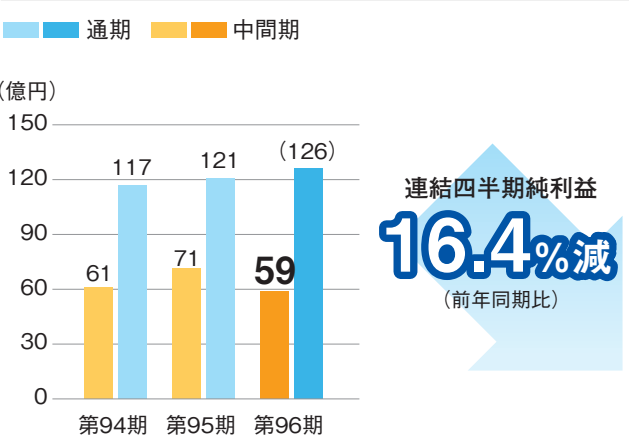
連結営業利益



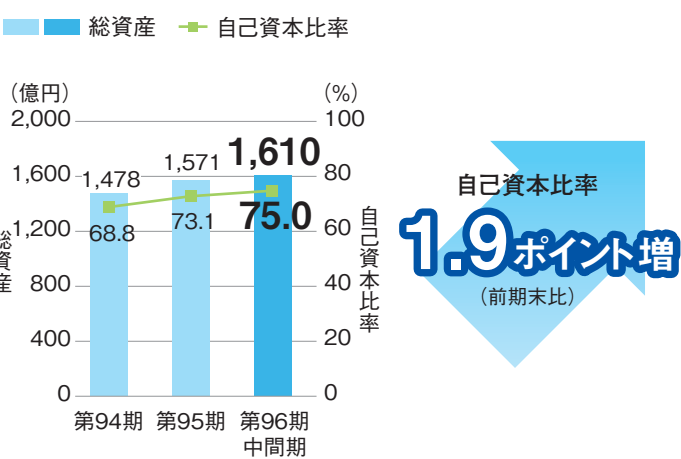
連結経常利益



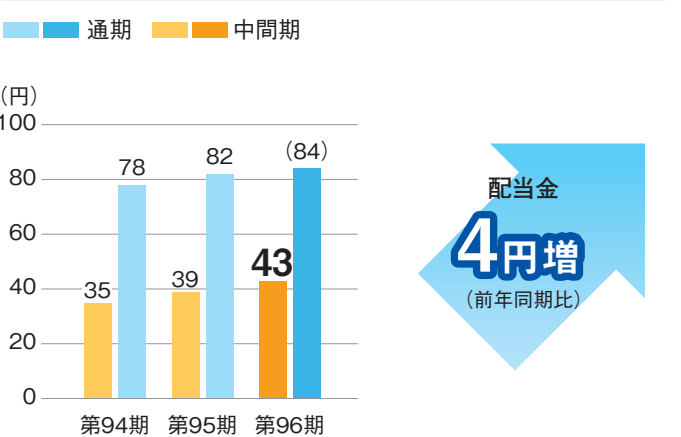
連結四半期(当期)純利益



連結総資産・自己資本比率



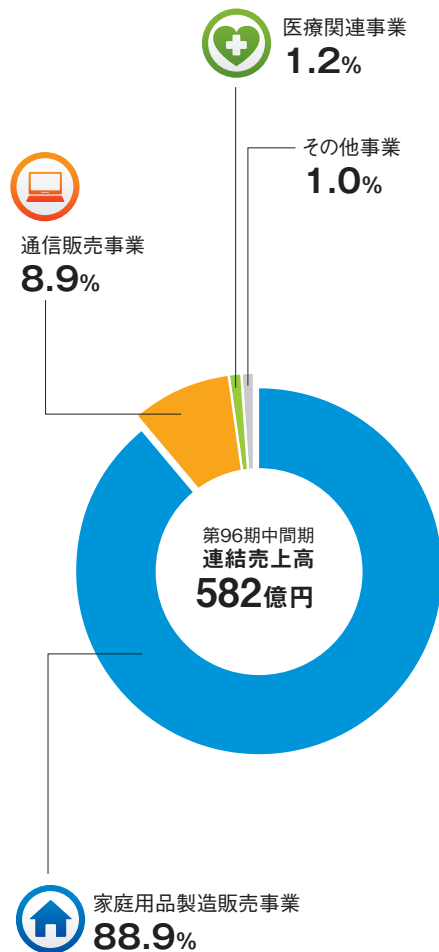
配当金



※売上高・利益などにおける第96期の()内の数字は通期予想です。

業績報告 セグメント別概況

■事業別売上高構成比



※売上高にはセグメント間の内部売上高または振替高を控除しています。



家庭用品製造販売事業

売上高

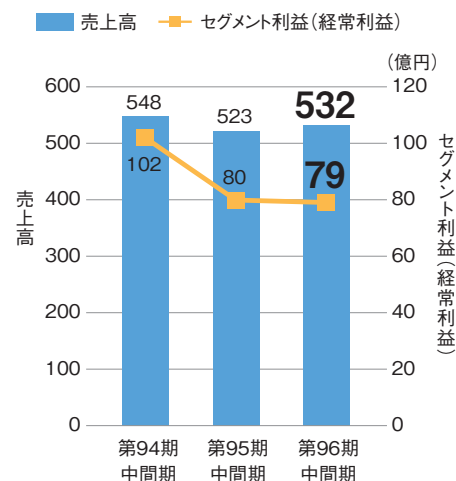
532億円

セグメント利益 (経常利益)

79億円

新市場の創造と既存市場の拡大に努めた新製品39品目の発売に加え、芳香消臭剤や口腔衛生品、食品が好調に推移しました。また、東南アジア、米国など海外で販売している額用冷却シートが順調に売上を伸ばしました。

その結果、売上高532億円 (前年同期比1.7%増)、セグメント利益 (経常利益) 79億円 (同0.5%減)、営業利益82億円 (同2.4%増) となりました。



売上高

1.7%増

(前年同期比)

セグメント利益 (経常利益)

0.5%減

(前年同期比)

▶ 好調に推移した主なブランド



ブルーレック



やわらか歯間ブラシ



生葉

▶ 海外で販売している額用冷却シート



シンガポール



米国



中国



通信販売事業

売上高

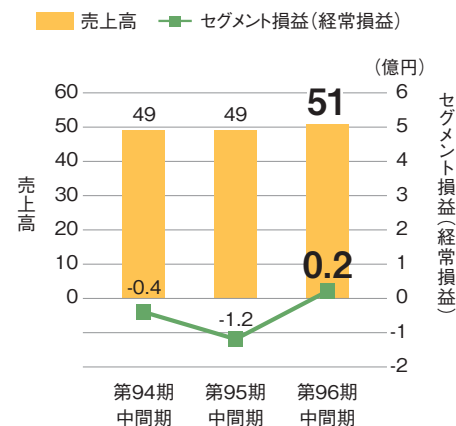
51億円

セグメント利益 (経常利益)

0.2億円

当事業では、栄養補助食品、スキンケア製品などの通信販売を行っており、広告展開やダイレクトメールを中心とした販売促進による新規顧客の開拓と既存顧客への購入促進に努めました。

その結果、売上高51億円 (前年同期比5.3%増)、セグメント利益 (経常利益) 0.2億円 (前年同期セグメント損失1.2億円)、営業利益0.2億円 (前年同期営業損失1.2億円) となりました。



売上高

5.3%増

(前年同期比)

セグメント利益 (経常利益)

1.5億円増

(前年同期比)

▶ 好調に推移した主なブランド



野菜と酵素



ブルーベリー&マグスリノセット



EDICARE



アロエ育毛液



ヒフミド

業績報告 連結財務諸表

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前第2四半期 平成24年4月1日～ 平成24年9月30日	当第2四半期 平成25年4月1日～ 平成25年9月30日
1売上高	58,253	58,247
売上原価	23,553	23,453
2売上総利益	34,699	34,793
販売費及び一般管理費	26,461	26,170
3営業利益	8,237	8,623
営業外収益	1,074	825
受取利息	88	115
受取配当金	128	175
受取ロイヤリティー	252	242
不動産賃貸料	137	137
持分法による投資利益	303	66
その他	163	88
営業外費用	480	607
支払利息	23	9
売上割引	335	320
不動産賃貸原価	37	35
為替差損	61	228
その他	22	13
3経常利益	8,830	8,840
特別利益	2,638	553
固定資産売却益	0	0
投資有価証券売却益	187	2
関係会社株式売却益	2,285	514
その他	164	36
特別損失	667	80
製品不良関連損失	—	19
固定資産除売却損	18	22
投資有価証券評価損	618	—
減損損失	14	28
その他	16	10
税金等調整前四半期純利益	10,802	9,313
法人税、住民税及び事業税	3,820	3,384
法人税等調整額	△138	△24
法人税等合計	3,682	3,359
少数株主損益調整前四半期純利益	7,120	5,953
少数株主利益又は少数株主損失(△)	0	△0
4四半期純利益	7,120	5,953

1 売上高の減少

前期に株式売却をした連結子会社の売上高約13億円(4～5月の2ヶ月間)を計上していたため、売上高は前年同期に比べ減少しました。その影響を除くと2.3%の増収となります。

2 売上総利益率の向上

利益率の高い主力ブランドの売上伸長や製造コストダウンにより、売上総利益率は59.6%から59.7%へ0.1ポイント向上しました。

3 営業利益・経常利益の増加

売上総利益の増加や広告宣伝費の効率的な運用により、営業利益・経常利益ともに前年同期に比べ増加しました。

4 四半期純利益の減少

前期に連結子会社の株式売却に伴う売却益約23億円などを計上していたため、四半期純利益は前年同期に比べ減少しました。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	前期末 平成25年3月31日現在	当第2四半期 平成25年9月30日現在
〈資産の部〉		
流動資産	94,353	97,946
固定資産	62,753	63,095
有形固定資産	13,730	14,034
無形固定資産	5,092	5,439
投資その他の資産	43,930	43,620
資産合計	157,106	161,041
〈負債の部〉		
流動負債	34,477	32,942
固定負債	7,757	7,314
負債合計	42,234	40,257
〈純資産の部〉		
5純資産合計	114,872	120,784
負債純資産合計	157,106	161,041

5 自己資本比率の増加

利益剰余金の増加などにより、純資産が増加し、自己資本比率が73.1%から75.0%と前期末に比べ1.9ポイント増加しました。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前第2四半期 平成24年4月1日～ 平成24年9月30日	当第2四半期 平成25年4月1日～ 平成25年9月30日
6営業活動によるキャッシュ・フロー	△2,077	1,651
投資活動によるキャッシュ・フロー	△20,571	△1,853
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,957	△1,919
現金及び現金同等物に係る換算差額	17	495
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△24,588	△1,626
現金及び現金同等物の期首残高	42,835	22,322
現金及び現金同等物の四半期末残高	18,247	20,695

6 営業活動によるキャッシュ・フローの増加

運転資金収支の改善などにより営業活動によるキャッシュ・フローは前年同期に比べ増加しました。

会社概要

概要（平成25年9月30日現在）

社名	小林製薬株式会社
本社所在地	大阪市中央区道修町四丁目4番10号
創立	1919年(大正8年)8月22日
資本金	34億5千万円
代表取締役社長	小林 章浩
主な事業内容	医薬品、医薬部外品、芳香剤、衛生材料などの製造・販売
従業員数	1,125名（グループ合計2,248名）
ホームページ	http://www.kobayashi.co.jp

本社／大阪市中央区
大阪工場／大阪市淀川区
中央研究所／大阪府茨木市
東京製品営業所／東京都江東区
大阪製品営業所／大阪府茨木市

役員（平成25年9月30日現在）

代表取締役会長	小林 一雅
代表取締役副会長	小林 豊
代表取締役社長	小林 章浩
取締役副社長	辻野 隆志
常務取締役	山根 聡
社外取締役	辻 晴雄
社外取締役	伊藤 邦雄
監査役	平岡 正啓
監査役	後藤 寛
社外監査役	林 浩志
社外監査役	酒井 竜児
常務執行役員	堀内 晋
常務執行役員	野本 宏
執行役員	山本 英嗣
執行役員	森谷 邦男
執行役員	難波 俊夫
執行役員	西岡 哲志
執行役員	香月 一幸
執行役員	田中 健一郎
執行役員	宮西 一仁

※当社は執行役員制度を導入しており、取締役の小林章浩、辻野隆志、山根聡の各氏(3名)は執行役員を兼務しております。

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日
定時株主総会	毎年6月
定時株主総会の基準日	3月31日
期末配当金受領株主確定日	3月31日
中間配当金受領株主確定日	9月30日
株名簿管理人 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号 TEL 0120-094-777 (通話料無料)
上場証券取引所	東京証券取引所市場第一部
証券コード	4967
公告掲載URL	http://www.kobayashi.co.jp（ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をできない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。）

各種手続きについて

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関（証券会社等）で承ることになっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せ下さい。株主名簿管理人（三菱UFJ信託銀行）ではお取扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録されている株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記特別口座の口座管理機関（三菱UFJ信託銀行）にお問合せ下さい。なお、三菱UFJ信託銀行全国本支店でもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

単元未満株式の買増・買取請求について

単元未満株式（100株未満の株式）をご所有の株主様は、ご所有の株式と併せて1単元（100株）となるように買増請求することも、また、単元未満株式の買取請求することも可能となっております。ご希望の株主様は、口座を開設されている証券会社等にお問合せ下さい。単元未満株式が特別口座に記録されている場合は、左記の三菱UFJ信託銀行にて承ります。

株式の状況（平成25年9月30日現在）

株式の状況

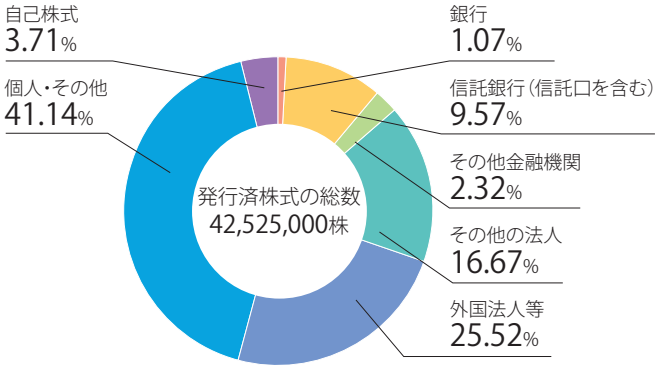
発行可能株式総数	170,100,000株
発行済株式の総数	42,525,000株
株主数	11,483名

大株主

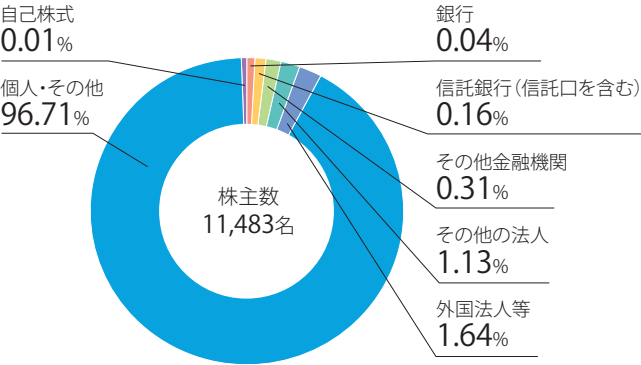
株主名	持株比率(%)
小林 章浩	10.9
公益財団法人小林国際奨学財団	7.1
井植 由佳子	6.1
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー 505223	5.1
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー	3.9
ザチースマンハッタンバンクエヌエイロンドンエスエルオムニバスアカウント	3.4
渡部 育子	3.0
宮田 彰久	2.7
有限会社 鵬	2.6
株式会社フォーラム	2.4

(注) 当社は、自己株式を1,576千株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。

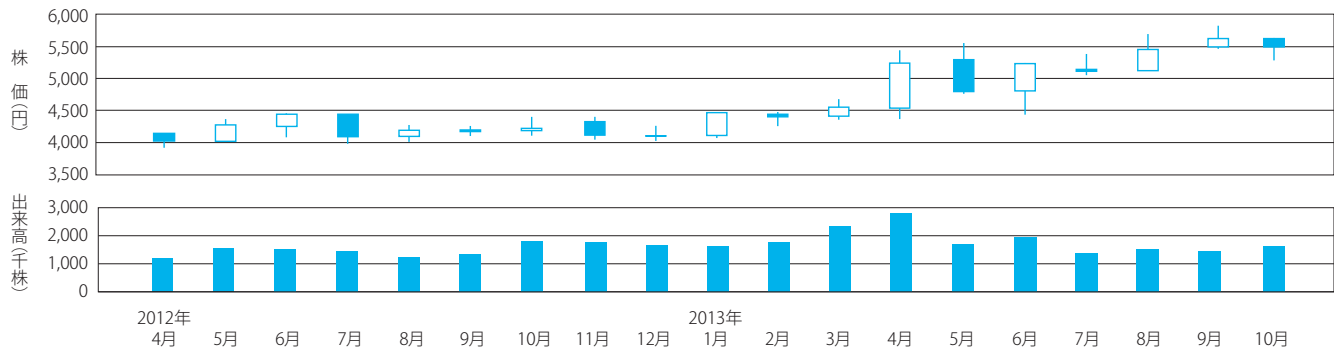
株式数比率



株主数比率



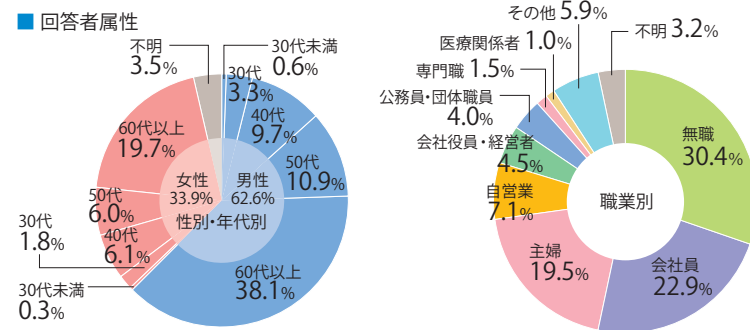
株価・出来高の推移



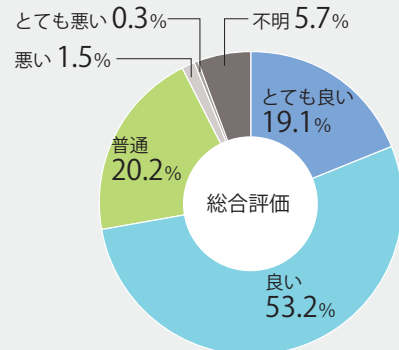


青い鳥レポート アンケート結果

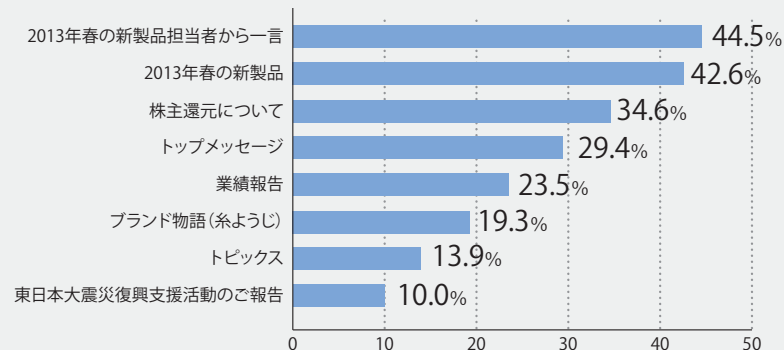
「第95期青い鳥レポート」のアンケートにおいて、1,294通と数多くのご回答をいただき、ありがとうございました。アンケートの結果についてご報告させていただきます。いただいたご意見やご要望は経営に生かしていくとともに本誌の企画・制作にも生かしていきたいと考えています。



「青い鳥レポート」の総合評価



評価できる「青い鳥レポート」の記事



「青い鳥レポート」、当社へのご意見・ご要望

- 今回もとてもわかりやすいレポートで全てに目を通しました。新製品は是非購入したいです。
- カラーで見やすく、新製品の紹介や「担当者からの一言」もとても良い。
- 新社長を中心に堅実な経営に期待します。
- 「あったらいいな」をモットーに海外戦略を充実させてください。
- これからも「いいね」「使ってみたいね」と思わせてくれるような、ユニークで高品質の製品をどんどん世の中に出していってください。
- 今回初めて、株主優待の商品をいただき、内容の良さに驚きました。何が入っているのか、取り出すのが楽しくて、嬉しくなりました。感謝です!!
- 株主なので小林製菓の製品を買うようにしている。頑張ってもらいたい。

株主優待について

当社は株主優待を日頃のご支援に対する感謝のしるしとともに、当社製品へのご理解を深めていただく機会と考えています。

株主優待の内容

① 当社グループ製品詰め合わせ

- Aコース＝家庭用品コース①
- Bコース＝家庭用品コース②

通信販売製品詰め合わせ

- Cコース＝健康食品コース
- Dコース＝化粧品・美容健康コース

社会貢献団体への寄付

- Eコース＝「東日本大震災 宮城県」への寄付コース
- Fコース＝「アイメイト協会」への寄付コース

※社会貢献団体への寄付は、株主様が製品詰め合わせを受け取られる代わりに、5,000円を所定コースの社会貢献団体に寄付させていただきます。

② 当社通信販売製品の10%割引

※上記は、平成25年9月期実施の株主優待です。なお、同案内につきましては、本年10月に発送し、11月15日(金)をもって受付は終了いたしました。



Aコース「家庭用品コース①」



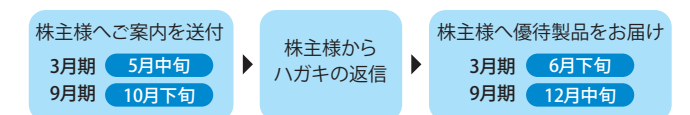
Dコース「化粧品・美容健康コース」

優待を受け取ることができる資格条件

1単位(100株)以上保有の株主様

権利確定日である期末(3月31日)と中間期末(9月30日)の株主名簿に記載されている株主様が対象となります。株主名簿に記載されるためには、権利確定日の3営業日前までに株式をご購入いただくことが条件となります。

スケジュール



お知らせ

平成25年3月期実施株主優待「社会貢献コース」のご報告

株主様からの温かいご厚意に、深く感謝申し上げます。

●宮城県災害復興寄附金＝605,000円

ご選択いただいた株主様に代わり、平成25年9月10日に全額を「宮城県災害復興寄附金」へ寄付させていただきました。

●盲導犬育成 公益財団法人アイメイト協会＝905,000円

アイメイト協会のご要望に基づき、盲導犬1頭育成成分(約200万円)がまとまった時点で、寄付させていただきます。



「ヒト型セラミド」を配合、肌の基礎力をサポートする『ヒフミド』

ヒフミド(2004年～)

小林製薬の通信販売では、栄養補助食品やスキンケア製品などを通してお客さまの健康づくりを応援しています。なかでも成長を続けているのは「ヒト型セラミド*1」を配合した、肌の基礎力をサポートするスキンケア製品『ヒフミド』です。

セラミドは本来、肌が持っている角質層にある保湿成分で、水分の蒸散を防ぎ、肌を守る役割を果たしていますが、加齢などにより減少しがちです。その成分とまったく同じ構造のヒト型セラミドを配合した『ヒフミド』は、バリア機能*2を高め、うるおいが続く健康肌へと導きます。

2004年10月、ヒト型セラミドを4%配合した保湿クリーム『ヒフミド クリーム』を発売。ベタつかないのに、しっとりとしたクリームがお客さまから好評を得て、『ヒフミド』シリーズの基盤を築きました。その後、化粧水『ヒフミド モイスターローション』や日焼け止め乳液『ヒフミド UVプロテクトミルク』など、お客さまのニーズに応え、次々と品揃えを充実。現在は、全10アイテムを取り揃え、保湿力の高いスキンケアシリーズとして、多くのお客さまから支持をいただいています。

これからも、肌の基礎力をサポートし、お客さまの“肌そのものの健康”を応援してまいります。

*1 天然型セラミドII(保湿剤) *2 保湿機能

