

第79期
第2四半期

株主通信

2014年4月1日から2014年9月30日まで

ROHTO
ロート製薬株式会社

特集

健康社員・健康企業を目指して

CHO (最高健康責任者) を
設置いたしました



OTC目薬
売上世界
NO.1



よろこびっくり誓約会社!

Happy Surprise! よろこビックリ誓約会社

お客様の多様化する健康と美へのご要望に対して、
「お客様の『期待値を超えた満足(=感動)』を提供し続けていく」ために、
商品にサービスに「喜びを伴う驚き(驚喜=オドロキ)」をこめて、
私たちはさらに一歩お客様に近づいてまいります。



7つの宣誓

- 私たちは、社会を支え、明日の世界を創るために仕事をしています。
- その為に、いつも謙虚に学び、自らを磨く努力をし続ける決意を持っています。
- 励ましあい、協力し合える、社内外の仲間との信頼の絆をなにより大切にしています。
- 高い理想を掲げ、熱く語り、エネルギーに行動する文化を私たちは誇りに思っています。
- 明るく、楽しく、和協努力。驚喜(オドロキ)の輪を世界中に拡げていきます。
- まず人がいて、輝いてこそ企業が生きる。主役は人、一人ひとりが自らの意志と力で自立し、組織を動かして行きます。
- 私たちの存在を支えてくれる、すべてのもの(自然、社会、人々)への感謝と奉仕を固く誓います。



株主の皆様には、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご厚情を賜り、有難く厚く御礼申し上げます。ここに当社第79期第2四半期(2014年4月1日から2014年9月30日まで)の株主通信をお届けいたします。

業績堅調につき、 11期連続増配いたします。

当第2四半期連結累計期間のわが国経済は、政府の景気対策による雇用及び所得環境の底堅さが下支えとなり、緩やかな回復基調で推移いたしました。しかしながら、個人消費においては、消費税増税の影響に加え、ガソリンや電気料金の高騰などの物価上昇もあり厳しい状況となりました。

一方、海外におきましては、中国をはじめとするアジア地域の経済成長に鈍化が見られるものの、アメリカでは企業部門の業績回復や雇用情勢の改善などを背景に緩やかな回復が継続し、ヨーロッパにおいても持ち直しの動きがありました。

このような状況のもと、当社グループは顧客志向の新製品開発やマーケティング活動により新規分野への展開を図るとともに、既存分野におきましても消費者ニーズの変化に対応した高付加価値の製品を開発し、市場の活性化に努めてまいりました。

その結果、当第2四半期連結累計期間の売上高は増収となりました。利益面につきましても計画を上回りましたので、通期の業績見込みを踏まえ、株主の皆様への利益還元を促進するために、当期末の1株当たり配当金予想を1円増配し、10円とすることといたしま

す。これにより年間配当金は、1株につき19円、11期連続の増配となります。

社外取締役を増員し、 ガバナンス体制を強化いたします。

6月に実施いたしました株主総会により当社2人目となります社外取締役を選任いたしました。

これにより更なるガバナンス体制の充実に努めてまいります。



代表取締役会長 兼 CEO
やま だ く に お
山田 邦雄

代表取締役社長 兼 COO
よ し の と し あ き
吉野 俊昭

CHO (最高健康責任者) を設置いたしました

社員のみならずお客様そして社会全体の健康に貢献することが、当社の存在価値であり、こうした事業展開を更に強化するために、2014年6月24日に「チーフヘルスオフィサー (Chief Health Officer (略してCHO)、最高健康責任者)」の役職を設置いたしました。



取締役副社長 兼 CHO
Dr. LEKH RAJ JUNEJA

設置の目的

当社は、世界中に美と健康を提供するには、まず社員が美しく健やかであってこそ良い商品・サービスが提供できることを経営の根幹であると位置づけ、さらに切磋琢磨することで、より良い商品・サービスを開発し、お客様1人1人の健康、そしてみんなが生き活きと生活できる明日の世界を創ることを目指しております。これまで、健康はビジネスの重要な要素として取り組んでまいりましたが、この健康を経営の柱に据えるとともに、健康に関する社内外での取り組みをさらに強化するために、当社内におきまして、CHOを設置することといたしました。

株主の皆様、はじめまして。この度CHOに就任いたしましたジュネジャレカ ラジュでございます。

Q 現在のCHOとしての職務内容について教えてください。

当社は、これまで当社社員への健康増進に関する取り組みとして、定例の健康診断および産業医による健康指導のほか、社員食堂での薬膳料理の提供を始め、栄養バランスなど健康に配慮したメニュー開発、社員の食生活の改善サポートなどを手掛けてまいりました。また、定期的な運動・体力測定を実施し、社員に自身の体力状態を把握させるとともに、外部のトレーニングアドバイザーの協力を得て、社員一人ひとりの健康づくりを推進してまいりました。

更に、全社員が健康増進に一齐に取り組む「100日プロジェクト」を実施し、社員同士がコミュニケーションを取り、楽しみながら生活改善を行える取り組みも進めてまいりました。

私がCHOに就任しましてからは、このような従前の活動を更にステップアップさせる為に、9月に社内公募型の「健康企業・健康社員化推進」プロジェクトを立ち上げました。このプロジェクトの目的は、美と健康に貢献するために、まず社員自身が美しく健やかになることにあります。これからは75歳現役時代。ロートを卒業した後も、生き活きと社会に貢献できる自分であるためには、土台となるカラダとココロの健康がこれまで以上に大切ですので、その為に何をすればいいのかを社員自らが自分自身の問題として考えてもらうことにあります。

<Self Care Professional>をキーワードに従来の健康促進支援活動をさらに発展させ、心身ともにタフな人材育成のための施策の提案を行います。

Q 今後の目標をお聞かせください。

現在、当社は、当社を取り巻く社会そしてすべての人々の健康に貢献するために、製品的な卓越性に加えて、社会的な卓越性が提供できる食・アグリ事業や途上国への参入、日本そして世界でソーシャルヘルスケアビジネスを立ち上げ、推進しております。これらのヘルスケア全般に関する社会貢献活動、国内外の関連事業の推進や研究開発をさらに加速するために、CHOを中心に、「健康」を上位概念に置いた経営方針を明確にし、ロート製薬を社員だけでなく社会全体の健康を支える企業に進化させるのが目標です。

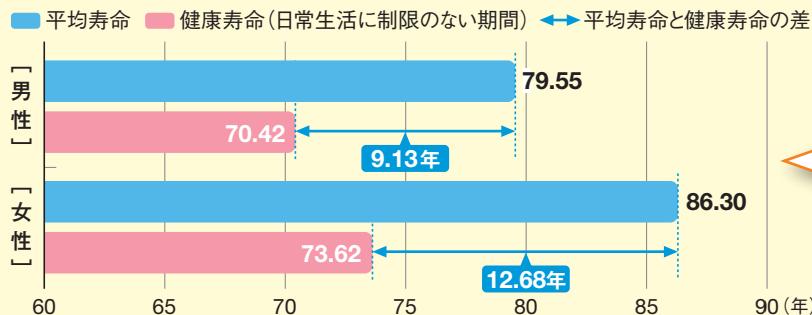
分かりやすく言うと、社員が心身共に健康で「夢と笑い」にあふれた会社になり、「ロートに入社するとなぜか健康になる」ので入社したいと思ってもらえるような会社

にすること。厚生労働省の発表によると平均寿命と健康寿命の差が男性は約9歳、女性は約13歳ということですが、生涯健康である為にその差を5～10歳縮めるような施策を行っていきたくと思っています。

そして、社会に対してはOTCや化粧品にとどまらず「あらゆる健康に対するソリューションを提供する会社がロート製薬である」と認識してもらえるように進化させていきたいと考えております。昨年「株式会社ウェルビネ」という会社を立ち上げ、健康的でイキイキとした状態を志す、人と組織を増やす事業を始めました。具体的には、社内で培ってきたノウハウを元にした健康増進活動支援、ICTを用いた健康トレーニング、健康情報サービス、健康習慣の継続支援などを提供しています。

生涯健康に幸せに生活するために、健康産業に従事する者として、ロート社員自らが<Self Care Professional>を実践し、家族や周りの方にその活動を拡げてまいります。

平均寿命と健康寿命



生涯健康であれば
個人の生活の質の
低下を防ぐとともに、
社会保障負担の軽減も
期待できる

NEW!

1

肌のバリア機能に着目。くり返す乾燥肌に、洗うところからボディケアを新提案。

新ブランド「ケアセラ」新発売!

本シリーズは、肌のうるおいを守るバリア機能に着目し、天然型マルチセラミド*1を配合した乾燥肌用ボディケアシリーズです。

当社調査によると、20-60代女性では乾燥肌に悩んでいる人が約8割いることが分かりました*2。また、体をタオルなどで洗うのが主流ですが、タオルを使った洗浄方法は肌のバリア機能を乱し、乾燥肌の原因になることがあります。

「ケアセラ」は、肌にうるおいを与える保湿ケアだけではなく、洗浄の段階から肌のうるおいを守るボディケアを新提案します!



商品特長

ケアセラ 泡の高保湿ボディウォッシュ

肌のうるおいを守るバリア機能に着目。天然型マルチセラミド(7種類のセラミド)*1を配合した次世代型洗浄技術*3採用。セラミドホイップ*4で洗うたびにうるおいを守って、乾燥しやすい肌を正常に保ち、乾燥肌の正常化を目指します。

①こだわりのうるおい成分

天然型マルチセラミド(7種類のセラミド)*1、コレステロール、脂肪酸*5、3つの植物エキス*6を配合

②うるおいを守る次世代洗浄技術を採用しました。

肌に必要なうるおいを残しながら、取り除きたい汚れと脂質だけを選択的に落とす事の出来る次世代洗浄技術採用

③たっぷりの泡

1プッシュの泡の量は一般的な泡で出てくるポンプ式洗浄料の3倍(当社比較)。たっぷりの泡を使い、手で洗う事でうるおいを守って洗います。



*1 うるおい成分:セラミド1、セラミド2、セラミド3、セラミド6II、セラミドEOS、カプロオイルフィトスフィンゴシン、カプロオイルスフィンゴシン *2 乾燥に関する意識調査 20~60代女性(n=938)「冬場だけ乾燥が気になる」、「冬場以外にも乾燥が気になる」と答えた女性の割合が78%。 *3 肌に必要なうるおいを守りながら、汚れを選択的に落とす洗浄技術 *4 肌のセラミドの働きを守る泡状のボディウォッシュ *5 ベヘン酸 *6 タンブリッサトリコフィラ葉エキス、フキ葉/莖エキス、カミツレ花エキス

NEW!
2Chu Lip
チューリップ

五感で楽しむ、「ドーム型容器」採用の新感覚リップクリーム

『Chu Lip (チューリップ)』新発売!

当社は1975年に「メンソレータムリップ」を発売以来、リップのトップメーカーとして約40年間研究開発を重ね、1983年「薬用キャンパスリップほそみ」ではリップを「おしゃれアイテム」として定着、1987年「メンソレータム薬用リップオンリップ」では日本初のゼリー状リップを発売し「口紅の下地」としてのリップの使用方法を定着させるなど、世の中の新しいトレンドを作ってきました。今回、新たに「ドーム型容器」を採用した球状リップ「Chu Lip (チューリップ)」を開発。新しい塗り方、新しいリップ生活のスタイルを提案いたします。

Chu Lip (チューリップ)
Paris, Perfect Memories
(パリパーフェクトメモリーズ)



ロートリップクリームEGP
永遠の愛を感じる
スイートベリーの香り

Chu Lip (チューリップ)
NY, Brilliant my way
(ニューヨークブリリアントマイウェイ)



ロートリップクリームEGN
めくるめく未来に輝く
パワフルローラルの香り

Chu Lip (チューリップ)
Tokyo, Mode Night
(トウキョウモードナイト)



ロートリップクリームEGT
終わらない夜を思わせる
魅惑のネオンハニーの香り

Chu Lip (チューリップ)
Nordic, Fancy Nostalgia
(ノルディックファンジノスタルジア)



ロートリップクリームEGNR
おとぎ話の続きを描く
リフレッシュピールの香り

Chu Lip (チューリップ)
Waikiki, Hello Paradise
(ワイキキハローパラダイス)



ロートリップクリームEGW
最高のパカンスに出かける
アクアマリンの香り

Chu Lip (チューリップ)
Arabian, Floral Shower
(アラビアンフローラルシャワー)



ロートリップクリームEGA
魔法にかけられた
エレガントローズの香り

商品特長

『Chu Lip (チューリップ)』～チューするリップ～

①ドーム状容器を採用した、「球状リップ」

表面積が広く、上下の唇を一度に塗ることができます。

②「五感」で楽しむ、フレーバーリップ

- 視覚** ころんと丸い、可愛い容器。持ち手のくぼみは唇の形です。
- 触覚** 唇の上でとろける、こだわりの製剤。極上の塗り心地と手に吸い付くような容器。
- 嗅覚** パリやニューヨークなど、都市をイメージする特長的な6種類の香り。
- 味覚** リップクリームをつけた時の香りが一層ひきたつように、甘味成分スクラロースを保湿剤として配合。
- 聴覚** 「チュッ!」と聴こえてくるような塗り方を提案します。



③3種類のうるおい成分(オリーブ果実油・マカデミアナッツ油・ローズヒップ油)配合。

NEW!
3

SUGAO

人気の「SUGAO」から秋冬などの乾燥した季節におすすめのモイストタイプ

スガオ エアーフィット

『SUGAO Air Fit CCクリーム モイスト』新発売!

新感触スフレ感ファンデ「SUGAO Air Fit CCクリーム」は好評頂いています。

2014年3月に発売した「SUGAO Air Fit CCクリーム」は、こだわりの“空気のように軽いつけ心地”や伸びの良さ、仕上がりのサラサラ感など、今までにない使い心地の良さが好評で、10代～40代の幅広い年代の女性に支持されています。発売後4ヶ月で初年度販売目標を達成し※1、活気の出ている「CCクリーム」市場を牽引するヒット商品となりました。

秋冬の乾燥する季節に向けて、うるおい透明肌を目指した「モイストタイプ」を発売します。

※1 ロート出荷金額ベース(2014年3月～6月)



販売名:AMクリーム

AMクリームN

商品特長

①乾燥しがちな肌になじみやすい2種類の保湿成分※2を配合。

使い心地や仕上がりの軽さはそのままに、乾燥した肌にも馴染みやすい処方のモイストタイプです。

②新感触の軽さを実現する『エアーフィット®処方』採用。

空気のベールをまとうような軽いつけ心地を実現する『エアーフィット®処方』を引き続き採用。驚くほどに軽い0.01mmのつけ心地。また、ソフトフォーカス効果で毛穴やしわなどの凹凸部分に密着して、肌の表面をつるりとなめらかに。透明感あふれるナチュラルなキレイ肌に導きます。

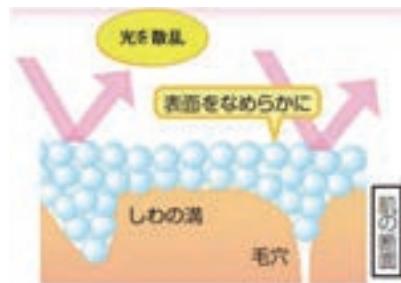
③1品で4つの機能(日やけ止め・化粧下地・ファンデーション・おしろい)を持ち、これ1つで朝のベースメイクが完了します。

④ピュアナチュラル・ピュアオークルの2品よりお選び頂けます。

プロモーション

人気女優の宮崎あおいさんを引き続き起用し、TVCMなどを行います。

※2 グリセリン、ダイマーズリノール酸ジ(イソステアリル)/フィットステリル



(イメージ図)

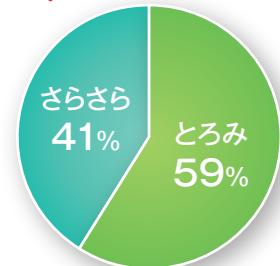


NEW!
4肌研
ハダラボ
パーフェクトシンプル化粧水売上個数No.1^{*1}「肌研(ハダラボ)」からオイルカット化粧水誕生!キワミス
『極水 ミネラルアミノ化粧水』新発売!

さらさらとした使用感のニーズに、肌研から新しい潤いを提案します!

現在の化粧水市場ではとろみがあるものが大半ですが、さらさらの使用感を好む方も約4割おり、特に若い女性を中心にさらさらの使用感を好まれる傾向があります。

そこで、肌のうるおいについて研究を重ねてきた「肌研」から、水のようにさらりとしていけれどしっかり潤う、新たなうるおいを提案いたします。肌そのものが持つミネラルやアミノ酸のバランスに注目。べたつかずに肌^{*2}に浸透し、うるおいを届ける化粧水「極水(キワミス)」誕生です!



(n=1002 ロート調べ)

商品特長

①素肌そのものが持つ、6種類のミネラルと2種類のアミノ酸を配合。

肌そのものが持つミネラルなどのバランスに着目し処方開発を行いました。

肌の保湿成分(天然保湿因子)であるミネラルとアミノ酸を配合した化粧水が肌にうるおいを与えます。

*ミネラル：塩化Ca^{*3}、塩化Na^{*3}、塩化K^{*3}、アスパラギン酸Mg^{*4}、グルコン酸銅^{*4}、グルコン酸亜鉛^{*5}

*アミノ酸：アルギニン^{*5}、ベタイン^{*5}

②べたつかない使用感、さらさらの仕上がり。

さらさらの仕上りの秘密は、オイルカットとさらさら保湿成分の絶妙なバランスの組み合わせ。

③肌^{*2}の深部まで浸透し、さらさらの使用感でもしっかり潤います。

肌^{*2}に浸透し、うるおいで満たします。さらさらの使用感なのに、驚きの保湿力を実現。

④無香料・無着色・オイルカット。

肌への優しさを考えた処方です。



販売名:キワミス化粧水

*1 インテージ SRI 化粧水市場 2013年7月~2014年6月 累計販売個数
*2 角質層 *3 基剤 *4 整肌成分 *5 うるおい成分

NEW!
5

Skincare Revolution
Obagi

機能性化粧品「オバジ」ブランドから根深い乾燥からくる「小じわ、ハリ、ツヤ」などの肌悩みに

『エイジング保湿』美容液 誕生!

2001年の発売以来、機能性化粧品の先駆けとして市場をリードしてきた「オバジ」ブランドから、肌にうるおいとハリを与える「エイジング保湿^{*1}」美容液、「オバジ ダーマパワーX セラム」を新発売。「ドライサーチカプセル」を採用。乾いた部分を見つけ出し、2種類のビタミンA誘導体^{*2}を集中的に放出。同時に「ヒアルロン酸^{*3}」や「プロテオグリカン^{*4}」を配合。乾きにダイレクトにアプローチ。内側^{*5}からみなぎるような、みずみずしいハリ肌へ導いていきます。また、「コラーゲン」と「エラスチン」に着目。美肌の鍵となる従来のダーマシリーズ共通成分を配合しました。乾燥による小じわを目立たなくし^{*6}、肌のハリ・弾力をサポートします。

商品特長 オバジ ダーマパワーX セラム

①2種類のビタミンA誘導体配合

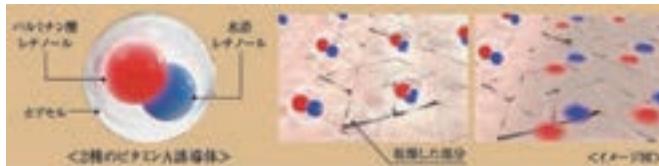
こだわりの2種類のビタミンA誘導体を配合。

さらに保湿力にすぐれた「ヒアルロン酸^{*3}」「プロテオグリカン^{*4}」を採用し配合。内側^{*5}からみなぎるようなみずみずしい肌へ導きます。



②乾いた部分を見つけ出す、ドライサーチカプセル配合。

乾きにダイレクトアプローチ。「ドライサーチカプセル」を採用しました。乾いた部分を見つけだし、2種類のビタミンA誘導体^{*2}を集中的に放出。みずみずしい肌へ導きます。



③ダーマシリーズ共通成分配合。乾燥による小じわを目立たなくし^{*6}、ピンとしたハリ・弾力ある肌へ。

「コラーゲン」に着目

「コラプラス^{*7}」「加水分解コラーゲン(保湿成分)」配合。美肌の鍵となる、肌のハリを角質深くからサポートします。みずみずしくピンとしたハリのある肌へ導きます。

「エラスチン」に着目

「エラシグロウ^{*8}」「エラシリッチ^{*9}」「エラシプロ^{*10}」「加水分解エラスチン(保湿成分)」を配合。肌のハリ・弾力にたいせつなしなやかさと、水分を貯め込み逃がさない力を助けます。内側からはね返すような、もちもちと弾むような肌へ導きます。

^{*1} 年齢に応じた、潤いとハリケア ^{*2} パルミチン酸レチノール、水添レチノール(保湿成分) ^{*3} ヒアルロン酸Na(保湿成分) ^{*4} 水溶性プロテオグリカン(保湿成分) ^{*5} 角質のこと
^{*6} 効能評価試験済み ^{*7} 加水分解ダイズタンパク(保湿成分) ^{*8} テトラヘプチド-5(保湿成分) ^{*9} 褐藻エキス(保湿成分) ^{*10} アスパラゴシスアルマタエキス(保湿成分)

NEW!
6De
Ou
[デ・オウ]デオドラントスキンケアブランド「デ・オウ」から新ラインアップ!
皮脂・汗臭に着目した「スカルプケアシャンプー」新登場!

2013年3月に発売した“男のニオイ”を徹底ケアするデオドラントスキンケアブランド『デ・オウ』は、“すっきりとした泡立ちや汚れ・ニオイの洗浄力やベタツキ対策”が多くのお客様にご好評いただいております。

この度、さらなるオトコのニオイケアブランドを目指し、ミドル世代特有のアブラっぽい汗や頭皮にこびりつきやすい皮脂・汗臭に着目した『薬用スカルプケアシャンプー』を新発売！数ある炭の中から汚れやニオイ物質をしっかりと吸着する薬用炭(吸着剤)を使用。皮脂・汚れを徹底洗浄し、汗臭・加齢臭^{*1}が気にならない、爽やかな頭皮に導きます。

【販売名】ロート薬用シャンプーD 医薬部外品

【効能・効果】毛髪・頭皮の汗臭を防ぐ、毛髪・頭皮を清浄にする、ふけ・かゆみを防ぐ、毛髪・頭皮を健やかに保つ

【有効成分】殺菌成分:イソプロピルメチルフェノール 抗炎症成分:グリチルリチン酸ジカリウム



「デ・オウ」ユーザーの大半が「頭皮のニオイ」に悩んでいる!

当社調査^{*2}によると、デ・オウユーザー199人にご自身の体のニオイについて、どの程度気になりますかと聞いたところ73.4%が頭皮・頭髪のニオイを気にしている事が明らかになりました。頭皮臭が気になる瞬間に「自分の枕や寝具のニオイを嗅いだとき」などがあり、日常におけるふとした瞬間に頭皮臭が気になることが分かりました。

^{*1} シトラスハーブの香りによるニオイバール効果 ^{*2} 2013年7月実施 n=199 ロート調べ

「ご自身の頭皮のニオイは
気になりますか？」



商品特長

- ①ミドル世代特有のアブラっぽい汗や頭皮にこびりつきやすい皮脂・汗臭を優れた洗浄技術で徹底洗浄。
- ②数ある炭の中から汚れやニオイ物質をしっかりと吸着する薬用炭(吸着剤)を使用。
無数の吸着孔が汚れやニオイ物質を取り込みます。また、頭皮にこびりついた皮脂や汚れ、ニオイをイオンの力で浮かせて剥がし取ります。
- ③更にニオイ物質を吸着しにくいノンシリコン処方を採用。

“ニオイバール効果”はそのままだに、気になるニオイを香料が包み込み、爽やかなシトラスハーブの香りでイヤなニオイも気になりません。

22期連続増収であるものの 日本の消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減により減益

売上高につきましては、日本における消費税増税前の駆け込み需要の反動や天候不順の影響があったものの、海外において円安の影響に加え、アジアを中心に増収となったことが寄与いたしました。その結果、売上高は672億6千3百万円(前年同期比 4.1%増)となりました。

利益面につきましては、日本において売上が微増収にとどまる中、消費税増税後の需要の反動減への対応や新製品の発売に合わせて販売促進費・広告費を投入したこと、さらには新規分野への研究開発費などの増加もあり、営業利益は51億9千6百万円(同29.9%減)、経常利益は56億2千9百万円(同27.3%減)、四半期純利益は35億7千8百万円(同20.9%減)となりました。

通期の見通し

当第2四半期連結累計期間の業績は、増収ながらも減益となり、第3四半期以降につきましても国内外と

も先行き不透明な状況が続くと想定しております。このような状況を踏まえ、平成26年8月7日に公表しました通期連結業績予想における営業利益、経常利益、当期純利益を下記のとおり修正いたします。

通期の業績につきましては、売上高1,520億円(同5.7%増)、営業利益155億円(同7.9%減)、経常利益160億円(同6.4%減)、当期純利益100億円(同11.8%増)を予定しております。

また、配当につきましては、日頃の株主の皆様のご支援に感謝の意を表するため、当期末の1株当たり配当金予想を1円増配し、10円とすることといたします。これにより中間配当金9円と合わせて、年間配当金は1株につき19円となり、11期連続の増配となります。

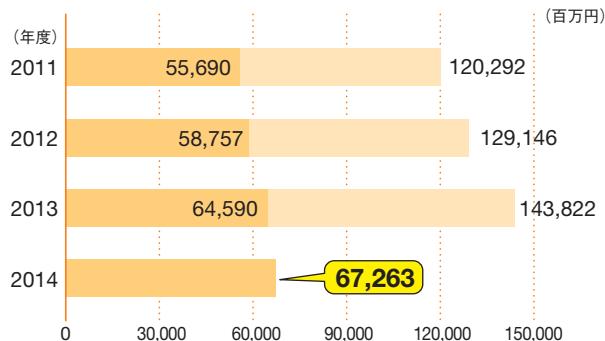
なお、通期の連結業績予想に用いた為替レートは〔105円=1USドル〕と前回公表時〔102円=1USドル〕から変更しております。

	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)	四半期純利益 (百万円)
2014年第2四半期	67,263	5,196	5,629	3,578
2013年第2四半期	64,590	7,414	7,749	4,523
増減率(%)	4.1	△ 29.9	△ 27.3	△ 20.9

※上記の予想につきましては、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

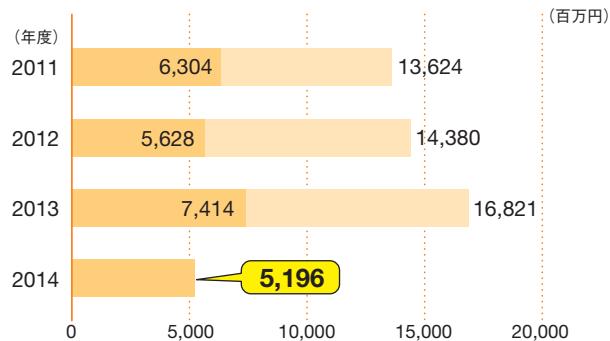
売上高

連結 第2四半期 期末



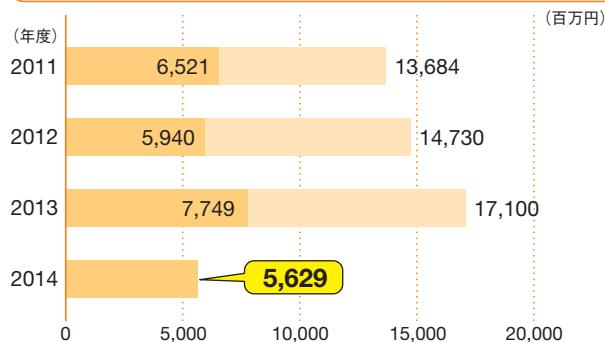
営業利益

連結 第2四半期 期末



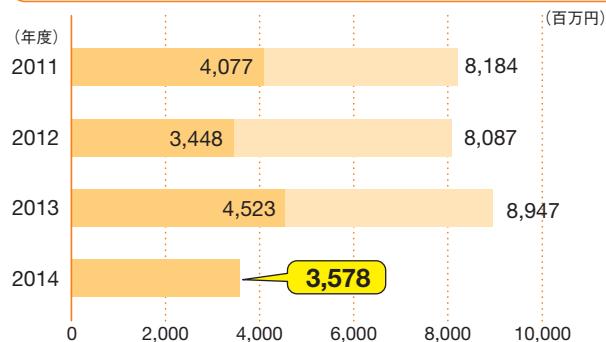
経常利益

連結 第2四半期 期末



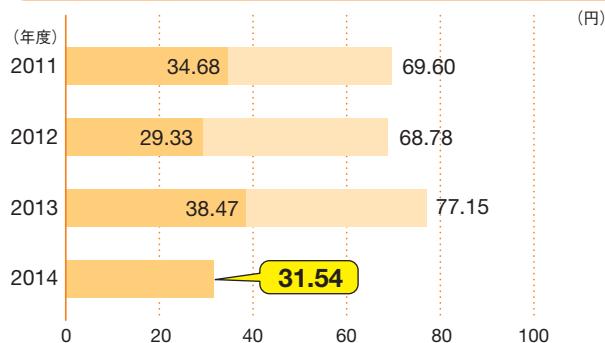
四半期(当期)純利益

連結 第2四半期 期末



1株当たり四半期(当期)純利益

連結 第2四半期 期末



配当金

連結 第2四半期 期末



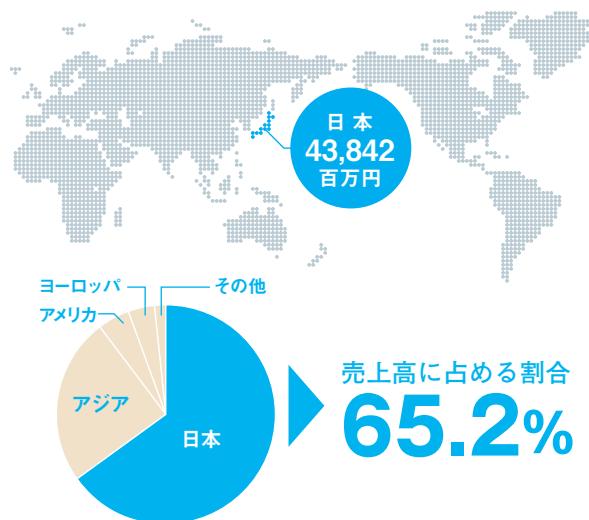
セグメント別事業概況

日本

外部顧客への売上高は、438億4千2百万円(前年同期比 0.4%増)となりました。

天候不順により日やけ止めなどの季節商材が苦戦したことや第1四半期の消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響は残るものの、第2四半期においてはその影響も和らぎ増収を確保いたしました。また、主力の「肌研(ハダラボ)」シリーズや男性用デオドラントブランド「デ・オウ」が堅調であることに加え、新製品の年齢や乾きによる眼疲労、目やにに伴う目のかすみに着目した「ロートVアクティブ」、素颜そのものをキレイに見せる新感触のスフレファンデ「SUGAO」、五感で楽しむ新感覚リップクリーム「Chu Lip(チューリップ)」も好調に推移いたしました。

セグメント利益(営業利益ベース)につきましては、消費税増税後の需要の反動減や新製品の発売に合わせて販売促進費や広告費を投入したことや新規分野への研究開発費などの増加もあり、33億1千9百万円(同40.4%減)となりました。



■ 主要製品

アクティブシニア世代※1におすすめ
ロートVアクティブ 第3類医薬品



V・ロート目薬生誕50周年を記念し、年齢や乾きによる眼疲労、目やにに伴う目のかすみに着目した目薬を発売しました。

※1 活動的なシニア世代を指す

年齢を重ねるほど気になる“オトコのニオイ”の悩みに応える定番!
デ・オウ



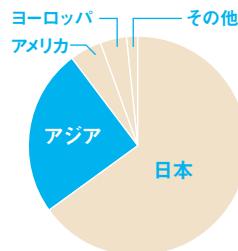
- ロート薬用デオドラントソープ 医薬部外品
- ロート薬用デオドラントソープ M 医薬部外品
- ロート薬用スキンローション 医薬部外品
- ロート薬用シャンプー D 医薬部外品
- ロートメンズパーフェクトシート 化粧品

アジア

外部顧客への売上高は、165億8千万円(前年同期比12.1%増)となりました。

中国をはじめアジアへの積極展開を進めている「肌研(ハダラボ)」や、日焼け止め「サンプレイ」などのスキンケア関連が好調であったことに加え、目薬も堅調に推移し増収に寄与いたしました。特に、「肌研(ハダラボ)」については、新製品に加えマーケティング強化により大幅な増収となりました。

セグメント利益(営業利益ベース)につきましては、広告費及び販売促進費の増加があったものの、増収が寄与したことや中国の赤字子会社が清算に入ったことによる改善効果もあり、18億4百万円(同11.1%増)となりました。



売上高に占める割合

24.6%

■アジアでも「肌研」好調

今期も新製品の投入とともに、イメージキャラクターにアジアで絶大な人気の韓国女優チョン・ジヒョンを起用し大々的なキャンペーンを実施しました。



■香港で「50の恵」販売

前期より、香港でも「50の恵」の販売を開始しました。アグネス・チャンをイメージキャラクターにTVCMなどのプロモーションを行っています。



セグメント別事業概況

アメリカ

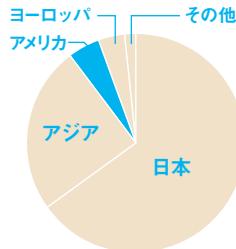
外部顧客への売上高は、31億9千9百万円(前年同期比9.2%増)となりました。

米国経済におきましては、個人消費の堅調な推移により緩やかな回復の兆しを見せております。このような状況のもと、主力の「ソフトリップ」ブランドではキューブ型容器の新製品「ソフトリップキューブ」が秋冬の需要期に向けて好調に推移しております。また、目薬についても新製品が順調で増収に寄与いたしました。

セグメント利益(営業利益ベース)につきましては、増収となったものの商品構成の変化によって原価率が上昇したことに加え、販売費及び一般管理費が増加したことにより、4億7千5百万円の損失(前年同期のセグメント損失は2億3千7百万円)となりました。

■ 清涼感目薬に新製品追加

米国では珍しい清涼感タイプの目薬が受け入れられた為、今期さらに清涼感が強いタイプを投入しました。



売上高に占める割合

▶ 4.8%

■ キューブ型のおしゃれなリップを新発売

今期「ソフトリップ」ブランドからキューブ型のおしゃれなリップクリームを新発売しました。



ヨーロッパ・その他

ヨーロッパ

外部顧客への売上高は、26億2千3百万円（前年同期比16.9%増）となりました。

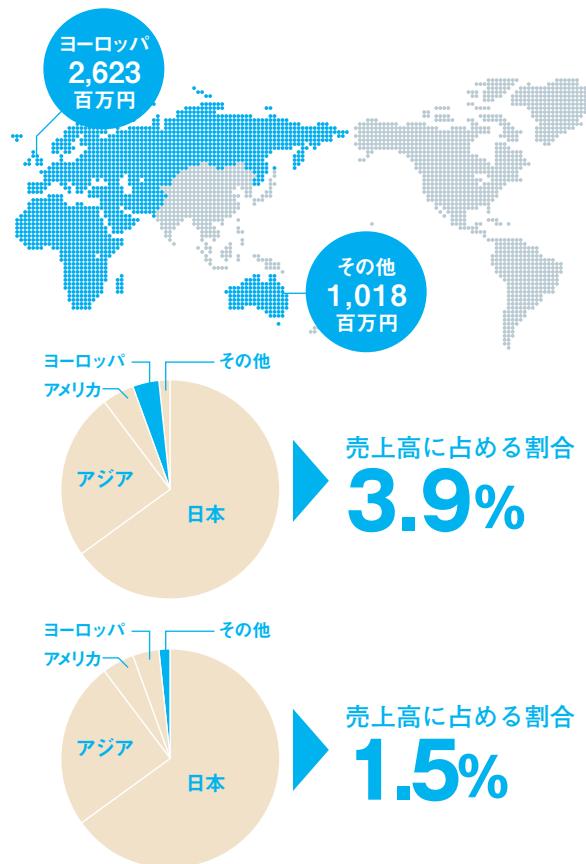
ヨーロッパにおきましては景気が緩やかに回復していることもあり、消炎鎮痛剤「ディープヒート」シリーズが順調に推移いたしました。ウクライナ情勢の影響で中央ヨーロッパが苦戦したものの、イギリス国内は順調に推移しており現地通貨ベースでも増収となりました。

セグメント利益（営業利益ベース）につきましては、増収となったものの広告費及び販売促進費の増加などにより3億1千6百万円（同6.1%減）となりました。

その他

報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、外部顧客への売上高は、10億1千8百万円（前年同期比6.3%増）となりました。

セグメント利益（営業利益ベース）につきましては、5千6百万円（同981.4%増）となりました。



製品（サービス）別の売上状況

	売上高			
	第2四半期累計期間		増減額 (百万円)	増減率 (%)
	前連結会計年度 (百万円)	当連結会計年度 (百万円)		
アイケア関連	12,642	12,953	310	2.5
スキンケア関連	42,225	44,628	2,403	5.7
内服・食品関連	8,057	8,137	79	1.0
その他	1,664	1,543	△120	△7.3
合計	64,590	67,263	2,672	4.1

連結財務諸表

【四半期連結貸借対照表】

単位：百万円

資産の部	当第2四半期 連結会計期間末 (2014.9.30)	前連結会計年度末に係る 要約連結貸借対照表 (2014.3.31)
流動資産	82,146	82,981
現金及び預金	19,773	23,028
受取手形及び売掛金	25,094	28,361
1 電子記録債権	5,729	4,566
1 商品及び製品	14,684	12,578
仕掛品	2,558	1,636
原材料及び貯蔵品	7,894	7,167
その他	6,542	5,759
貸倒引当金	△ 130	△ 117
1 固定資産	81,058	79,268
有形固定資産	49,467	48,563
建物及び構築物	21,926	20,730
機械装置及び運搬具	11,266	10,752
その他(純額)	16,274	17,079
1 無形固定資産	5,058	2,828
1 のれん	1,491	575
その他	3,567	2,253
投資その他の資産	26,532	27,876
投資有価証券	21,954	22,724
その他	5,806	6,060
貸倒引当金	△ 1,228	△ 908
1 資産合計	163,205	162,249

POINT 1

資産総額の増加

のれんなどの無形固定資産、商品及び製品、電子記録債権等が増加したことが主な要因となっています。

(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。

単位：百万円

負債の部	当第2四半期 連結会計期間末 (2014.9.30)	前連結会計年度末に係る 要約連結貸借対照表 (2014.3.31)
流動負債	54,639	56,643
支払手形及び買掛金	12,528	11,753
短期借入金	9,016	8,216
2 未払費用	20,261	22,699
2 未払法人税等	1,695	2,709
賞与引当金	1,710	1,990
役員賞与引当金	19	30
返品調整引当金	700	920
売上割戻引当金	2,400	2,250
関係会社整理損失引当金	130	130
その他	6,178	5,943
2 固定負債	7,825	6,979
長期借入金	1,553	1,666
2 退職給付に係る負債	3,749	2,702
役員退職慰労引当金	52	62
その他	2,471	2,547
2 負債合計	62,465	63,622

POINT 2

負債総額の減少

退職給付に係る負債等が増加したことにより固定負債が増加した一方で、未払費用、未払法人税等が減少したことによりです。

純資産の部	当第2四半期 連結会計期間末 (2014.9.30)	前連結会計年度末に係る 要約連結貸借対照表 (2014.3.31)
株主資本	94,891	92,869
資本金	6,411	6,411
資本剰余金	5,738	5,738
3 利益剰余金	88,358	86,505
3 自己株式	△ 5,617	△ 5,785
その他の包括利益累計額	4,912	4,809
その他有価証券評価差額金	5,122	5,033
為替換算調整勘定	1,022	1,047
退職給付に係る調整累計額	△ 1,232	△ 1,270
新株予約権	568	568
少数株主持分	367	379
3 純資産合計	100,739	98,627
負債純資産合計	163,205	162,249

POINT 3

純資産の増加

利益剰余金等が増加したことや純資産の減少要因である自己株式が減少したこと等によりです。

連結財務諸表

POINT 4

過去最高の 売上高を更新

アジア地域が牽引役となり、前期比4.1%増、22期連続増収を達成しました。

POINT 5

各利益段階で減益

増収であったものの、販売促進費及び広告費や研究開発費などが増加した結果、営業利益で前期比29.9%減、経常利益で27.3%減、四半期純利益で20.9%減となりました。

【四半期連結損益計算書】

単位：百万円

	当第2四半期連結累計期間 (2014.4.1から 2014.9.30まで)	前第2四半期連結累計期間 (2013.4.1から 2013.9.30まで)
4 売上高	67,263	64,590
5 売上原価	28,139	26,707
売上総利益	39,123	37,883
返品調整引当金戻入額	220	540
差引売上総利益	39,343	38,423
5 販売費及び一般管理費	34,146	31,008
5 営業利益	5,196	7,414
営業外収益	665	546
受取利息	117	124
受取配当金	255	245
持分法による投資利益	38	97
その他	253	79
営業外費用	232	212
支払利息	97	88
為替差損	—	50
その他	135	73
5 経常利益	5,629	7,749
特別利益	454	1,382
投資有価証券売却益	454	1,382
特別損失	680	1,498
投資有価証券評価損	240	—
貸倒引当金繰入額	439	330
退職給付費用	—	168
デット・エクイティ・スワップ損失	—	999
税金等調整前四半期純利益	5,404	7,633
法人税等	1,819	3,114
少数株主損益調整前四半期純利益	3,585	4,518
少数株主利益又は少数株主損失(△)	7	△ 5
5 四半期純利益	3,578	4,523

(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。

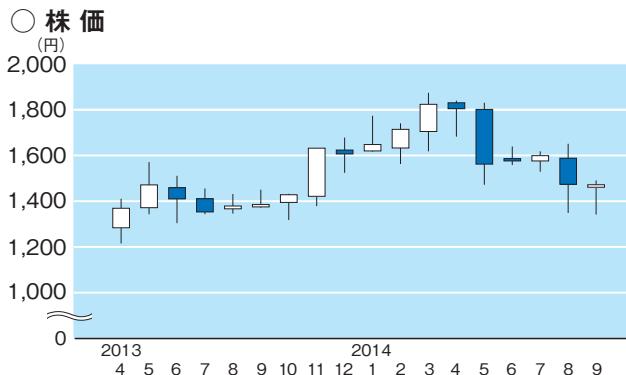
【四半期連結キャッシュ・フロー計算書】

単位：百万円

	当第2四半期連結累計期間 (2014.4.1から 2014.9.30まで)	前第2四半期連結累計期間 (2013.4.1から 2013.9.30まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,091	8,068
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,475	△ 3,528
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,166	△ 930
現金及び現金同等物に係る換算差額	35	1,043
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△ 3,513	4,653
現金及び現金同等物の期首残高	23,026	19,867
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	250	—
現金及び現金同等物の四半期末残高	19,763	24,520

(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。

株価および株式売買高の推移



※東京証券取引所と大阪証券取引所が、平成25年7月16日付で、東京証券取引所に現物市場を統合したため、平成25年7月16日以降は、東京証券取引所市場第一部における値を使用しております。

株式の状況

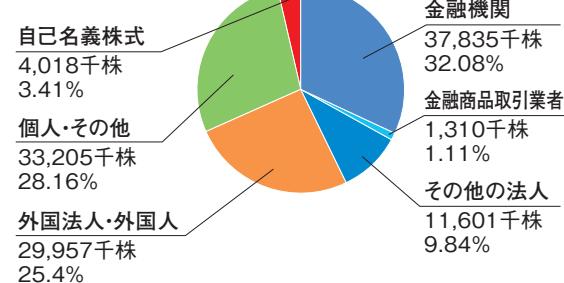
発行可能株式総数	399,396,000株
発行済株式の総数	117,929,250株
株主数	15,786名

○ 大株主

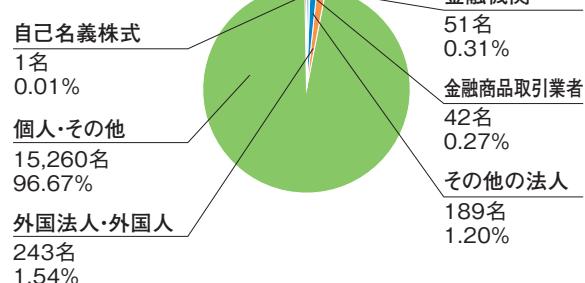
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	7,378	6.25
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,208	6.11
株式会社三菱東京UFJ銀行	3,800	3.22
山田清子	2,968	2.51
山田茂子	2,900	2.45
山昌興産株式会社	2,608	2.21
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	2,284	1.93
日本生命保険相互会社	2,119	1.79
有限会社山田興産	2,074	1.75
山田邦雄	1,954	1.65

所有者別状況

○ 株式数



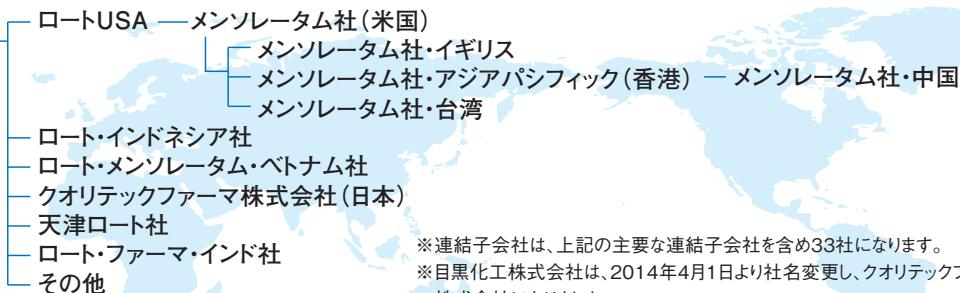
○ 株主数



ルートグループ (2014年9月30日現在)

ルート製薬株式会社

大阪本社
 グランフロント大阪オフィス
 東京支社
 名古屋支店
 福岡支店
 札幌支店
 仙台支店
 広島支店
 上野テクノセンター
 ロートリサーチビルディング京都



※連結子会社は、上記の主要な連結子会社を含め33社になります。
 ※目黒化工株式会社は、2014年4月1日より社名変更し、クオリテックファーマ株式会社になりました。
 ※エピステム・トレーディング (上海) 社は、2014年3月31日をもって解散し、現在は清算手続き中であります。

会社概要 (2014年9月30日現在)

社名	ルート製薬株式会社 ROHTO Pharmaceutical Co., Ltd. (英文名)	
創業	1899年 (明治32年) 2月22日	
設立	1949年 (昭和24年) 9月15日	
資本金	6,411,476,597円	
従業員数	1,501名	
主な事業内容	医薬品等の製造販売	
事業所	本社 〒544-8666 大阪市生野区巽西一丁目8番1号	
役員	取締役会長兼CEO	山田 邦雄
	取締役社長兼COO	吉野 俊昭
	取締役副社長	吉田 昭義
	取締役副社長	ジュネジャレカ ラジュ
	常務取締役	西川 満
	取締役	木村 雅則
	取締役	神原 洋一
	取締役	國崎 伸一
	取締役	梶本 健
	取締役	斉藤 雅也
	取締役	山田 安廣
社外取締役	取締役	金井 壽宏
社外取締役	取締役	松永 真理
常勤監査	監査役	藤井 昇
常勤監査	監査役	采女 正明
監査	監査役	藤巻 光雄
	監査役	天野 勝介

株主メモ

事業年度	4月1日～翌年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
定時株主総会	毎年6月
株主名簿管理人 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	株式会社 東京証券取引所 (市場第1部)
公告の方法	電子公告により行う 公告掲載 URL http://www.rohto.co.jp/ir/stock/koukoku.htm (ただし、電子公告によることが出来ない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に公告いたします。)

(ご注意)

- 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、買取請求その他各種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) で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人 (三菱UFJ信託銀行) ではお取り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た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、上記特別口座の口座管理機関 (三菱UFJ信託銀行) にお問合せください。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。

目薬を発売して1世紀以上のロート製薬、OTCアイケアブランドの年間売上No.1

ギネス世界記録™を取得!

今年2014年、最新年度において『最も売上の高いOTCアイケアブランド』として、「ロートブランド」がギネス世界記録™に認定されました(2014年6月10日認定。年間売上24,914,354,457円)。

1909年、点眼薬「ロート目薬」を日本国内ではじめて発売。以来、時代にあった商品提案を行い、人々の眼の健康を支えてきました。戦後の高度成長期には、働く人々の疲れ目をはじめとする様々な症状にマルチに効く目薬を提案。また、ベビーブーム期には、プール後の塩素刺激に着目し、子ども向け目薬を市場にいち早く導入。目まぐるしく変化する社会に合わせたアイケアの提案を行ってきました。

ロート製薬が初めて目薬を販売開始してから105年、目薬の販売と共に、アジアを中心に眼科検診や目薬のさし方指導などの社会貢献活動を行う事で、日常生活におけるアイケアの重要性を提案し、その結果、OTCアイケアブランドの年間売上No.1ギネス世界記録™に認定されました。

※ギネス世界記録™は、ギネスワールドレコーズリミテッドの登録商標です。



公式認定証を受け取る吉野社長

ロート製薬 目に関する社会貢献活動

薬の正しい使い方を伝える「薬育」やくいく

「薬育」とは、次世代を担う子供たちに薬の正しい知識を学んでもらうための当社オリジナルの教育活動です。ロート社員が中学・高校などへ赴き、出張授業を行っています。



「目薬の正しいさし方」の実践風景

アジアの新興国を中心とした無料眼科検診による目の支援

広く一般の方たちに目の大切さを知ってもらうための無料眼科検診を定期的に中国やベトナムで実施してきました。最近では、その活動をミャンマーやカンボジアなどにも広げております。



無料眼科検診の様子

ロート製薬株式会社

本社 / 〒544-8666 大阪市生野区巽西一丁目8番1号

