

株主の皆様へ

株主の皆様におかれましては、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。さて当社は9月に①中間業績の修正に関するお知らせ、②子会社の設立ならびに当社グループ内の組織再編を発表いたしました。内容につきましては後ほどご報告させていただきますが、利益を重視した黒字経営の基盤づくりを進めておりますので、今後ともより一層のご支援を賜りますよう、よろしく願い申し上げます。

1 中間業績予想の修正に関するお知らせ

直近の業績動向等を踏まえ、平成19年5月23日の決算公表時にお知らせしました平成20年3月期（平成19年4月1日～平成20年3月31日）中間期の業績予想を下記のとおり修正いたしました。

■ 中間期業績予想の修正

中間連結業績予想数値の修正 (平成19年4月1日～平成19年9月30日) (単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	中間純利益
前回発表予想(A)	4,000	80	40	20
今回発表予想(B)	3,600	130	100	130
増減額(B)-(A)	△400	50	60	110
増減率(%)	△10.0%	87.5%	150.0%	550.0%
前年中間期末実績	4,166	△667	△789	△806

中間個別業績予想数値の修正 (平成19年4月1日～平成19年9月30日) (単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	中間純利益
前回発表予想(A)	3,800	25	20	10
今回発表予想(B)	3,400	100	70	100
増減額(B)-(A)	△400	75	50	90
増減率(%)	△10.5%	300.0%	250.0%	900.0%
前年中間期末実績	4,028	△701	△809	△819

■ 修正の理由

前年下半期より販売戦略の見直しによる利益重視の経営戦略に転換し、黒字経営への様々な施策展開を強力に進めておりますが、本年度上期も利益率の高いビジネスモデルへの転換や経費の合理化を徹底したことにより、売上高は計画比1割程度落ちるものの利益は期初予想以上のものを確保できる見込みとなりました。

特に、健康食品の通信販売を中心

とするヘルスケア分野では、コママーケットのシニア層に対して100年の信頼のブランドを背景とした販売促進手法を徹底させましたが、安易な価格引下げを抑制したことから売上高は減少する見込みです。

一方、シームレスカプセルのパイオニアである当社カプセル受託事業では、国内外の収益性の高いプロバイオティクスや機能性カプセルの受託に注力し

ましたが、菓子を中心とした海外大口案件が一段落していることもあり、売上高は期初予想に比べて減少する見込です。

但し、前年度に実施した減損会計に伴う減価償却負担の軽減や、経費の効率化の徹底などにより経費は大幅に圧縮されたこともあり利益は当初予想に比べて増加する見込みです。

また、ポートフォリオの見直しによる一部の投資有価証券の売却により、特別利益が70百万円程度発生する見込です。

なお、通期の連結・個別の業績予想につきましては、本年9月20日新発売した「お口の礼節シリーズ」に続いて、下半期にも新製品やリニューアル品の発売があるものの、新工場移転計画に即応した外注生産の増加および経済情勢の不透明さもあり、現時点では平成19年5月23日の公表数値の修正は行ないません。

(9/26公表)

2 子会社の設立ならびに当社グループ内の組織再編のお知らせ

■ 当社グループ内の業務再編

当社全額出資子会社の仁丹ファインケミカル株式会社が行っていた催事・配置などのルート販売事業を当社グループの効率的業務運営のため、当社の特販ルートグループに平成19年10月1日より当該業務を移管いたしました。

■ 子会社の設立

① 設立の事由

当社全額出資子会社の仁丹ファインケミカル株式会社が行っていた温浴事業（業務用薬湯販売事業）の

国内販売が堅実に推移し、海外からの引き合いも増加しつつあることから今後の機動的な事業展開を指向し新たに温浴事業単独での子会社を設立いたしました。

② 設立する子会社の概要

商号 株式会社仁丹テック
 代表者 長友 和幸
(前仁丹ファインケミカル株式会社 代表取締役社長)
 営業開始 平成19年10月1日
 資本金 10百万円
 出資 森下仁丹株式会社 100%出資
 事業 業務用薬湯および殺菌剤などの販売

③ その他

仁丹ファインケミカル株式会社はパーソナルケア事業を中心に事業を継続いたします。（同社の代表取締役社長には大上義光が後任として就任）

■ 組織変更

① 当社の組織変更 (平成19年10月1日付)

《主な変更点》

- ①生産・開発本部を生産本部と研究開発本部に分割
- ②内部監査室の設置および財務経理部とシステム部を統合した管理部の設置
- ③ヘルスケア事業本部内の組織の見直し

(9/19公表)



森下仁丹の「お口の礼節」シリーズ 新発売

～仁丹の商標にメッセージを込め“臭い”に関する礼節を奨めます～

2007年9月20日に、大礼服マークをパッケージに活用した新コンセプトのオーラル商品「お口の礼節シリーズ」を新発売いたしました。特徴は、当社のイメージの核として長年親しまれてきた商標「大礼服マーク」が、オーラルケアの大切さを「礼節」として説くというコンセプトにあります。創業以来の「広告益世（広告を通じて世の中の役に立とうとすること）」の理念と、商品研究開発の技術を融合し、「オーラルケア」分野の先駆け企業としての自負をもって新たに開発いたしました。全国のドラッグストア、コンビニエンスストア、駅売店にて新発売いたします。「大礼服マーク」が社会生活の中で守るべきオーラルケアのマナーやエチケットを「礼節」として説くことで、未使用者の多いデンタルリンスやマウススプレーなどの使用を喚起いたします。メインターゲットは、口臭の気になる社会人（30～50代の男女）です。また、本シリーズの初年度販売目標は、3億円／年です。

礼節 その1 紳士たるもの身だしなみを整えよ!



『仁丹の香ル美德』

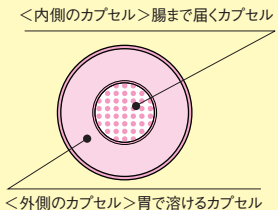
胃と腸まで届く独自の2層カプセルを採用した新感覚の飲むアロマカプセル。カラダからほのかに薔薇の香りがたどやいます。

内容量 30粒入
価格 399円

世界初!

胃と腸に届く2層カプセルを採用

『仁丹の香ル美德』、『仁丹の息ノ作法』に採用したカプセルは世界で初めて「胃溶解性皮膜」と「腸溶解性皮膜」を組み合わせた2層カプセルです。現在、特許出願中の商品です。



礼節 その2 食事後は息の礼節守るべし!



『仁丹の息ノ作法』

独自の2層カプセルを採用し、パセリシードオイル、シャンピニオンエキスが胃と腸まで届きます。腸に届く清涼カプセルがニンニク料理やアルコールの後の息を爽やかにします。

内容量 30粒入
価格 399円

礼節 その3 いつ何時も忘れるべからず!



レモン



ペパーミント

『仁丹の薬用マウススプレー』

ハッカ油を使用した、口臭の原因菌を殺菌する薬用処方のマウススプレー。スッキリとした香味です。

内容量 8mL
価格 263円

礼節 その4 日々の洗口、口腔殺菌励行すべし!



『仁丹の薬用デンタルリンス』

殺菌成分トリクロサンにより、虫歯、歯周病(歯肉炎)を予防する薬用処方のデンタルリンス。ハーブミントタイプの香味です。

内容量 600mL
価格 788円



輝く白さのために 週2回のスペシャルケア

クレオーラホワイトニングペースト

通常のハミガキでは落ちにくい汚れ(歯に付着したステインやタバコのヤニ)を研磨除去します。爽やかなハーブミントの香り。

内容量 40g
価格 525円

※価格はすべて希望小売価格(税込)

大礼服マークについて

110余年の歴史を持つ当社の代表商品である「仁丹」は明治38年の誕生以来、その商標である「大礼服マーク」を通じて皆様に親しまれてまいりました。この「大礼服マーク」は、創業者の時代から、「広告益世」の理念の下、かつて一世を風靡した「仁丹金言広告」(古今東西の格言から厳選した5,000種類の金言を、新聞広告は言うに及ばず電柱広告、看板、紙容器などに入れた)など世の中に役立つような様々な広告の中で当社の顔として使用され、特に30代以降の方々からは、「信頼」や「伝統」といったイメージで広く認知されております。

