

株主の皆様へ

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

当社の近況につき、既にプレスリリースしております内容を含め、ご報告致します。

1. この度、当社の専務取締役であった山田雄三氏は本年 2 月 6 日付けをもちまして、当社の専務取締役並びに事業開発本部長を辞任し退社致しました。

その上で、山田雄三氏(以下、株主提案者といいます)は、臨時株主総会の招集を請求し、現取締役の全員解任、ならびに、山田雄三氏自身と当社と取引のない者及び当社関係者を取締役に選任する旨の提案をしております。

この点につきましては、本年 2 月 6 日付「株主による臨時株主総会の招集請求に関するお知らせ」、本年 2 月 10 日付「株主による臨時株主総会招集基準日設定に関するお知らせ」の各プレスリリースをご参照下さい。

上記株主提案に対する当社の見解は、「[本年2月10日付のプレスリリースの 4.当社取締役会の見解](#)」に記載のとおりです。

(上記、各プレスリリースは当社ホームページの新着情報&お知らせの※ 近況報告(全ての皆様へ)をご参照下さい)。

当社は、従前の売上偏重主義一辺倒では、今般の消費者保護法制の整備(特定商取引に関する法律等)、高齢化社会などの当社を取り巻く市場の変化に対応できず、当社の持続可能な発展は望めないため、今後の市場変化を見据えて昨年の3月期より経営方針等を大きく刷新致しました。

経費を削減し、利益・キャッシュフローを創出できる体質の構築、ならびに、組織と企業風土の改革に取り組んでおります。

詳しくは同封致しました「[経営方針\(社長の意志\)](#)」並びに「[業績拡大と経営の根幹であるガバナンス\(企業統治\)に関する方針](#)(以下、将来の指針といいます)」をご一読下さい。また、平成22年5月に制定致しました[CSR\(企業の社会的責任\)](#)も、当社ホームページに掲載しておりますので、是非ご覧ください。(以下、経営方針等といいます)。

株主提案者は、このような経営改革が始まったばかりであるにもかかわらず、これら経営方針等に異を唱え、取締役会で議論することもなく上記株主提案を行っておりますが、当該株主提案に際して株主提案者からは具体的な経営方針は全く明らかにされておられません。

2. なお、本年 2 月 13 日付で、当社の社員(パート・アルバイトを含む)のほぼ全員の自宅宛に、株主提案者の代理人弁護士から、株主提案者への支援を求める内容の書類が送付されました。

この書類を受け取った当社社員及びその家族は、当社取締役を辞任し退社した山田雄三氏ないしその代理人弁護士が、自宅住所という個人情報を取得・保有し、事前に何ら同意もしていないのに、突然、当該弁護士から自宅宛に、現経営陣の入替えに賛同を求める内容の書類が送付されてきたことに大変困惑しておりました。

当社を退任・退社した元役員や元社員からも、同様の書類が届き困惑しているとの同様の報告を受けています。

しかしながら、もとより当社社員は、前述の当社の改革・経営方針等を熟知しており、当該弁護士からこのような書類を送付されたことがかえって、当社の経営方針等の実現に向けての社員一同の結束を固めております。

社員のみならず多くの取引先や生損保などの金融機関を含む多くの関係先、さらには当社を退任、退社した元役員や元社員の皆様からも、現体制への強い支持・激励をいただいていることをご報告申し上げます。

3. また、本年2月20日付で、当社株主の皆様のご自宅宛に、株主提案者の代理人弁護士から、当社取締役会の見解に対する反論やアンケート用紙などの書類が送付され、困惑の声が寄せられております。

困惑しておられる株主様もおられますので、念のため、当該アンケートの提出依頼には何ら強制力がなく、株主の皆様にはこれに応じる義務がないことをお知らせ致します。

4. 同封されていました、株主提案者である山田雄三氏の「会社取締役会の見解に対する反論」（以下、反論といいます）には事実と異なる主張等が散見されるため、当該箇所を当社ホームページの新着情報&お知らせの※ 近況報告（全ての皆様へ）の中にまとめておりますので、是非ご参照下さい。

上記反論中の、事実と異なる主張の一例を挙げると以下のとおりです。

- (1) 株主提案者の「社外からの2名は、いずれも複数の上場企業において経営に携わってきた経験豊富な経営者」との主張について、

株主提案者が取締役候補者として挙げている社外の高橋敏文氏と前田篤胤氏は両名とも、株主提案者が臨時株主総会招集請求書に記載した経歴によれば、上場企業の経営に携わっておらず、この点において虚偽の主張といわざるを得ません。

なお、その他の取締役候補者のうち、当社社員の深見茂については、社内データを無断で持ち出していたことが最近になって判明した人物です。なお、持ち出されたデータの内容とその責任追及については、現在調査・検討しているところです。

また、上記候補者のうち岩崎雷凱(当社商品企画部長)は、株主提案者により取締役候補者として挙げられていることに全く賛同しておらず、従来どおり現在の経営方針のもとで現職責、職務に精励しております。

- (2) 株主提案者の「山田雄三は、水面下において極めて多くの従業員の支持を受け」とか、「山田正行氏ら現取締役会を支持している従業員はごく一部に過ぎず、多くの従業員は現取締役会の刷新を多いに期待している」との主張について、

そのような事実はございません。

株主提案者の代理人弁護士から、**株主提案者への支援・賛同を求める前述の書類を送付された社員数が、社員からの報告で500名近くに上ることが確認されておりますが、これらの社員の全員から「株主提案者に同意しない」との報告を受けており、この点でも株主提案者の主張は虚偽といわざるを得ません。**

また、もし株主提案者の主張が事実であれば、当社の労働組合から現経営陣に抗議文などが既に提出されているはずですが、そのような事実は一切なく、むしろ、本年2月

25 日には当社の労働組合の定期中央委員会に、当社代表取締役社長の山田正行と取締役管理統括本部長の飯田亨が出席し、当社経営陣と労働組合との間で、前述の経営方針等の認識を共有・深化しております。

さらに、当社社員の支持があるからこそ、前述のように、多くの取引先や生損保などの金融機関を含む多くの関係先、元役員や元社員の方々からも、現経営陣に対する強い支持を頂くことができているものと確信しております。

(3) 株主提案者は「山田雄三の経営方針については、株主の皆様にはあらためて詳しい書面をお送りさせていただく予定」であるとの主張について、

企業経営の根幹である経営方針・ビジョンを未だに示さず、上記のような虚偽の主張を行い、株主の皆様に一方向的に賛同を求めるなどということは論外といわざるを得ません。

また、株主提案者は自身を取締役候補者に選任し、現経営陣を全て入れ替えようとしているにも関わらず、経営方針も持たずに、臨時株主総会の招集請求に及んだのではないかと疑念さえ禁じえません。

株主提案者の反論・主張における事実との相違点は他にもまだ多数ありますが、本書では上記一例のみをもって留めさせていただきます。

なお、プレスリリース・CSR等を含め、上記事実の相違点などを、書面にてご覧になりたい株主様は、総務部広報課（代表 0569-29-0202）までご連絡下さい。

直ちにご送付させていただきます。ご連絡はFAX（0569-29-0206）またはメールでも結構です。

5. なお、本年2月27日の中部経済新聞に「花粉対策関連グッズランキング」に当社の商品のエアーマスクがランキングNo.1として掲載されましたので、その内容を同封いたします。この商品は本年2月17日に中京テレビの「news every.」でも紹介されています。東急ハンズ名古屋店やインターネットのamazon.co.jp（アマゾンの通販サイト）等で販売しています。

エアーマスクはこれからの季節に特に有力な商品で、今後もこのようにご愛顧いただける商品開発も含め、全社総力を掲げ事業経営に尽力してまいります。

株主の皆様には当社の近況をご理解いただき、経営方針、CSR、将来の指針にご賛同いただければ幸いです。

また、当社は株式公開以来、株主様には安定配当として現在に至るまで毎年配当を実施し、株主優待と共に株主還元施策に取り組んでまいりました。

さらに、株式公開会社としての責務を果たすべく、「きずなASSIST」として社会貢献活動にも継続的・積極的に取り組んでまいります。

これらの方針は代表取締役山田正行の方針であり、現経営陣、全社員が遂行していることにご支持、ご支援を賜れば幸いです。

今後とも株主の皆様のご支持、ご支援を賜りたくお願い申し上げます。

敬具

平成24年2月吉日

株式会社 中京医薬品 代表取締役 山田正行

経営方針 （社長の意志）

私たちは企業の持続可能な成長と豊かさを実現するために、売上のみならず第33期(平成23年3月期)から利益、キャッシュフローをも重視する、バランスある事業運営、企業風土を構築する体質改革・転換期と位置づけ組織改編、営業所の統廃合、数年以上お取引のないお客様からの常備薬の回収を実行し、事業効率及び財務基盤の強化を進めてきました。

その結果、全社的には在庫、経費の低減が進み一定の成果を得ることが出来つつありますが、売上の低迷、未達により事業改善は未だ緒についたばかりで目指す企業体質に向けての成長戦略と事業改革をさらに推し進める必要があります。

一方、当社を取り巻く事業環境は健康志向、高齢社会による成長市場により、ドラッグストア、コンビニ、ホームセンターなどの企業の積極的な市場参入を促し、特に健康食品、化粧品・家庭用品市場においては通信販売企業はじめ、メーカー、流通系企業等が地域戦略と ONE TO ONE マーケティングのスキル、商品、サービス価値の向上によって市場競争が激化してきています。

また、お客様も情報の高度化、スピード化の中で健康意識の高揚から安全、安心意識の定着はもとより、商品、サービスに対する知識、要望も多様化し、企業、商品の選別が厳しさを増してきています。

このような事業環境の中、現実を直視し、当社が持続的な成長と豊かさを求めていくためには、「売り手よし（企業）、買い手よし（お客様）、世間よし（社会）の三方よし」の精神を基本としたお客様視点の経営を徹底しなければなりません。

そのためには、これまでのマンパワーによる販売に加え、社の全部門・全社員の総力を挙げお客様生涯価値創造のマーケティング活動を進めて事業能力を高めていきます。

これからもより一層お客様からの期待、要望に応え、さらに感動、感激、感謝される、ふれあい業の進化を最重要政策として実行していきます。

また、お客様、地域・社会、社員とそこご家族をはじめ皆々様から信頼され続けるために企業価値の向上を図るコーポレートブランド経営を推進していきます。

企業理念、CSRの理念がすべての事業活動、行動規範となり、お客様をはじめ地域・社会からより愛され、より親しまれる企業となるための活動を推進していくことこそ中京医薬品の輝かしい未来の創造につながるものと確信します。

株式会社 中京医薬品 代表取締役 山田正行

・業績拡大と経営の根幹であるガバナンス（企業統治）に関する方針

- (1) 利益体質の強化と資金バランスが改善されたことにより、事業拡大を目的として当社の事業に即した他企業との業務提携や営業権の購入を進めお客様を増やし業績を高めていく。
- (2) アクアマジック事業を第2の柱とする為、事業本部間の垣根をなくし(株)中京医薬品全体として推進し積極的に投資を行なっていく。第1段階として来期より配置営業部の約25万件のお客様に対しアクアマジックの取引を拡大して業績を向上していく。
(※アクアマジック事業とは飲料水宅配事業を表します)
- (3) お客様と1つ1つ信頼関係を築き継続的取引を最優先する。業績を木の年輪のごとく1つ1つ作り上げ幹のしっかりした企業体質を構築する。
- (4) 現在の取締役は、より一層次世代の経営者候補を育てることを目的とする。今、40歳～50歳代には取締役2名、執行役員2名、各部門長と、多数優秀な人財が育ってきている。その次なる世代に対し、能力を十分に発揮できる環境を構築し経営に参画させ引き継いでいく。
- (5) 今回の(株)ケー・ネット・コム の訴訟敗訴や大王製紙、オリンパスの事件を鑑み、創業家一族による経営から開かれたガバナンス(企業統治)体制を構築していく。その為には外部から有能な人財も招致していく。

当社は創業家からの経営を脱却し、公開企業として次なる飛躍を行なう第二創業期を迎えております。過去に戻らず、将来に向けて次世代の若い人財を育て、彼らの能力を活かせる環境作りをしていきます。

必ずや「より愛され、より親しまれる企業」、若い世代が自らの意思で考え、チャレンジし活気ある企業を作り上げ、株主様をはじめ社会に貢献できる企業を目指してまいります。

株式会社 中京医薬品 代表取締役 山田正行

2012年2月27日(月) 中部経済新聞11面にて 「花粉対策関連グッズランキング」に 当社の商品がランキングNo.1として紹介されました。

Ranking

花粉対策
関連グッズ

肌寒い毎日が続くが、季節はもうすぐ3月。来月上旬にはスギ花粉の飛散が始まるという。花粉症の症状を抑える薬は眠くなるし、マスクとゴーグルで完全防備すると見た目が気になるという声も。今シーズンは、ファッション性にこだわった商品が売れ筋のようだ。

東急ハンズ名古屋店調べ (中村区)

1位



①エアーマスク (中京医薬品・1280円)
半田市の中京医薬品が新発売した商品。薬剤とネームホルダーがセットになっている。二酸化塩素の酸化作用で花粉症を抑えるという。毎年、花粉症に悩む人が購入するケースが多いとか。マスクを装着した時の化粧移りを気にする必要もない。紐は赤と黒の2種類。ネームホルダーも付属しているが、薬剤は既製のホルダーにも使える。

2位



②カワイイマスク (ツーヨン・480円)
洗って何回でも使える環境対応型エコマスク。種類も10種類以上用意されている。別売りのフィルター (250円) をマスクの中に入れて、花粉対策に使う。また抗ウイルス対策を施したフィルターも用意され、インフルエンザ対策にも使用できる。流行が気になる時期から人気の商品。

3位



③ポレノン (ワイズ・3000円) 顔にスプレーすると花粉を吸着して「見えないマスク」のような働きをするという。昨シーズンは、1番人気の商品で、今シーズンも3位にランクイン。市販のマスクに吹きかけて、使う人もいるとか。目元などに使う際には、コットンや綿棒にスプレーして使用する。

4位



④スカッシースマート柄つき (スカッシー・1575円) 一見普通のメガネに見えるが、花粉の侵入をしっかりと防ぐ。無地や柄つき、キャラクター入りなどさまざまな種類が用意されている。一番人気は、柄つきのオシャレなタイプ。値段も手ごろなため、仕事やプライベートなどシーン別に購入する人も多いとか。

5位



⑤マスクケース コンパクト (コクヨ S & T・1050円) 食事や接客の際、一時的にマスクを保管する専用ケース。除菌・消臭機能もあり、取り出すと、いつでも清潔なマスクを装着できる。カラーはホワイト、ピンク、ブルーの3色。別売りの除菌・香料ステッキセット (577円) もペパーミント、緑茶、グレープフルーツの3種類用意されている。写真のマスクは別商品。