

## ● 株式事務のご案内

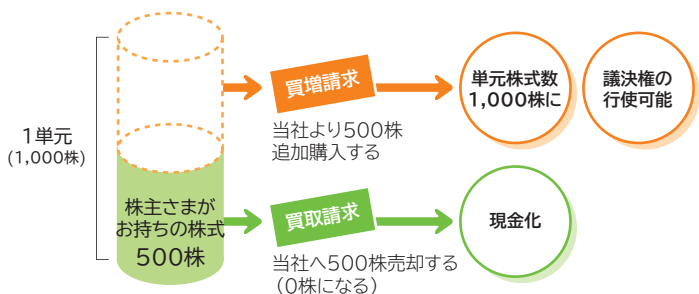
事業年度	毎年1月1日から12月31日まで
定時株主総会	3月下旬
株主確定基準日	(1) 定時株主総会議決権行使株主 12月31日 (2) 剰余金の配当受領株主 6月30日、12月31日 (3) その他必要あるとき あらかじめ公告して定めた日
公告方法	電子公告 <a href="http://www.lion.co.jp/invest/koukoku/">http://www.lion.co.jp/invest/koukoku/</a> ただし、電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に公告いたします。
株主名簿管理人 および特別口座 の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同 連 絡 先	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 ☎ 0120-232-711 (通話料無料)

## ● 単元未満株式をご所有の株主さまへ

### 単元未満株式の買取・買増制度のご案内

当社の単元未満株式（1,000株未満）をご所有の株主さまには、1単元に不足する株式数をご購入いただくこと（買増請求）または単元未満株式をご売却していただくこと（買取請求）ができます。単元未満株式を特別口座で管理されている場合は、手数料は無料です（証券会社で管理されている場合の手数料は、お取引のある証券会社にお問い合わせ下さい）。

## ■ 買取・買増制度の例（500株ご所有の場合）



## ● 株式に関するお手続きについて

1. 株主さまのご住所・お名前の変更、単元未満株式の買取・買増請求、配当金振込指定などを行う場合の受付窓口は、原則として口座を開設されている証券会社等になります。郵送物等の発送と返戻、支払期間経過後の配当金に関するご照会および株式事務に関する一般的なお問合せは、三菱UFJ信託銀行株式会で承ります。
2. 証券会社等の口座ではなく特別口座に記録された株式に関する各種お手続きは、三菱UFJ信託銀行株式会社で受付いたします。
3. 特別口座に記録された株式を市場で売却する場合は、特別口座から直接売却することができませんので、証券会社等の口座に振替える必要がございます。

## ● IRメール配信のご案内

電子メールによるIRニュース配信を行っています。

当社に関するさまざまなトピックスや情報を、毎月お送りしています。当社ホームページ「株主・投資家情報」コーナーからご登録いただけます。

# ライオン株式会社



読みやすさを追求した書体



暮らし、まいにち、エコ。



ライオンは先進的な環境への取り組みが評価され環境大賞より「エコ・ファースト企業」として認定されています。



ライオン(株)は、国産材を使い日本の森林を育てていくことが大切だと考え、林野庁が推進する「木づかい運動」を応援しています。



この事業報告書は、アロマフリータイプ大豆油インキ、印刷工程で有害廃液を出さない水なし印刷を採用しています。



## 第154期中間報告書 平成26年1月1日～平成26年6月30日

今日を愛する。  
**LION**





幸せは、名もない一日につまっています。  
どんなさりげない一日にも、心を澄ませば  
感じる幸せが、いっぱいつまっています。  
小鳥の声でめざめる幸せ。洗いたてのシャツに  
腕を通す幸せ。炊きたてのご飯を  
噛みしめる幸せ。雲ひとつない青空を  
仰ぎ見る幸せ。「行ってらっしゃい」と  
家族に送り出される幸せ。誕生日や、  
結婚記念日や、クリスマスも大切だけれど、  
人生の大半を占める、そんなふつうの  
一日一日がどれほど大切か。ライオンは、  
そのことを誰よりも知っています。  
なぜなら、そこにライオンがいるからです。  
そこに、ライオンの仕事の場があるからです。  
いつも人のそばにいて、めぐり来る  
すべての一日の、人の清潔、人の健康、  
人の快適、そして人の環境を守りつづけること。  
それこそが、私たちライオンの変わることのない  
使命であり、誇りでもある。そう考えています。  
幸せは、毎日生まれる。  
人のからだや暮らしが求める、  
希望に満ちた新しい未来を、日本ばかりでなく、  
広く世界にも届けられることを大きな  
よろこびとしたい、私たちライオンです。



今日を愛する。  
**LION**

株主の皆さまへ

## 長期ビジョン実現に向け成長基盤の強化を図り、 新しい価値を創造してまいります。

株主の皆さまには、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当中間期の当社を取り巻く事業環境は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要とその反動が生じる中、店頭での販売競争が続きました。

このような環境の中、当社グループは経営ビジョン「<sup>ビジョン</sup>Vision2020」のもと、中期経営計画「V-1計画（<sup>ビジョン</sup>Vision2020 <sup>パート</sup>Part1）」の4つの戦略テーマ「国内事業の質的成長」「海外事業の量的成長」「新しいビジネス価値の開発」「組織学習能力の向上」にもとづく各種施策を推進いたしました。

国内では、増税前の駆け込み需要を取り込むとともに、歯磨、制汗剤、解熱鎮痛薬等で高付加価値の新製品を発売し育成に取り組みました。海外では、オーラルケア、洗濯用洗剤等の主要分野において、積極的なマーケティング施策を展開し重点ブランドの育成を図りました。

以上の結果、売上高1,766億3千3百万円（前年同期比6.4％増）、営業利益39億5千8百万円（同37.8％増）、経常利益45億8百万円（同15.3％増）、中間純利益24億6千6百万円（同17.3％増）となりました。

当社は、経営ビジョン「<sup>ビジョン</sup>Vision2020」で目指す姿、「くらしとこころの価値創造企業」の実現に向け、収益力の向上と成長基盤の強化を図るとともに、新たな生活習慣や商品の提案を通じた新しい価値の創造に努めてまいります。

株主の皆さまには、一層のご理解、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

（注）当第2四半期累計期間を「中間」と記述しております。



平成26年9月

代表取締役  
取締役社長  
執行役員

濱 逸夫



## 商品の高付加価値化を徹底し、ブランド価値の向上を目指します。

今回の特集は、経営ビジョン「<sup>ビジョン</sup>Vision2020」の戦略の柱である国内事業の質的成長に向けた取り組みについて、取締役執行役員 ヘルス&ホームケア事業本部長 掬川正純よりご説明いたします。

国内では、社会の高齢化を背景に「健康」に関する分野や、ウイルスや菌などの生活者の不安を取り除く生活環境の「快適」に関する分野の伸長が予想されます。こうしたお客様のニーズの掘り起こしや需要の拡大に取り組み、価値ある製品を数多く取り揃えていくことが市場活性化につながると考えています。「クリニカ」「システム」「トップ」「ソフラン」「バファリン」などの重点ブランドへ資源を集中して当社の強みを磨き、持続的成長に向けた事業基盤の構築を目指します。

今後とも、「健康」「快適」「環境」を軸にした価値提供を通じ、国内での市場地位向上、新市場の創出に挑戦し、収益性の向上を実現してまいります。

## 商

### 商品の高付加価値化に向けた取り組み

新しい価値を提案する高付加価値品の拡大による単価アップを図ってまいります。

#### ●「トップ HYGIA」<sup>ハイジア</sup>

菌やカビの除去など、洗濯用洗剤への衛生ニーズが高いお客様へ衣類を清潔に仕上げる機能を強化するとともに、洗濯槽のバイオフィルム※まで分解・除去。超コンパクト液体洗剤の市場拡大と単価上昇に貢献してまいります。

※洗濯槽に付着した菌がつくる粘膜状の汚れで菌やカビを覆っているもの



トップ HYGIA

#### ●「バファリン プレミアム」

解熱鎮痛薬ユーザーの求める高機能ニーズ「速く効いて」「胃にやさしい」を両立した「バファリンブランド」最上位アイテムです。売上は計画を上回って推移しています。



第②類医薬品

バファリン プレミアム



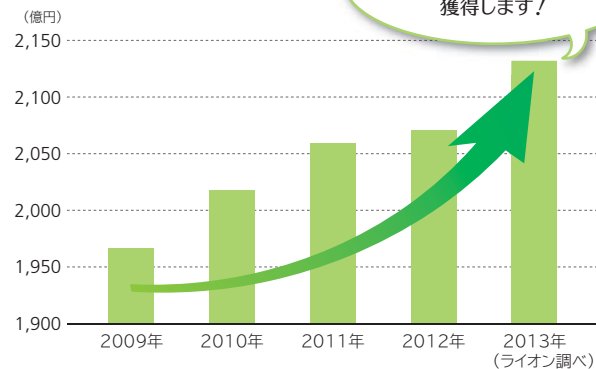
### ブランド価値の向上に向けた取り組み

国内のオーラルケア市場は、今後人口の減少にともなって成長の鈍化が予想されます。

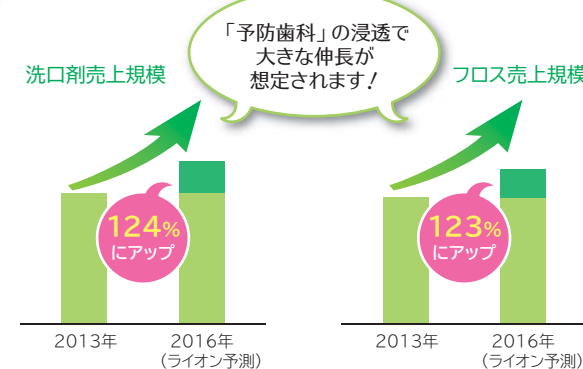
当社は、こうした環境変化の中、質的成長に向けた収益性の向上を目指して、『予防歯科※』をコンセプトとした「クリニカ」ブランドで市場活性化を強力に推進。創業期から取り組んでいるオーラルケア意識の向上につながる口腔衛生普及活動の継続やハミガキ、ハブラシの高付加価値化および洗口液、デンタル用品の使用率向上を図るなど、トータルオーラルケアの浸透と「クリニカ」のブランド価値をより高めることにより、市場プレゼンスを高めてまいります。

※『予防歯科』とは、定期健診などを通じて歯科医院で受けるプロケアと、歯科医の指導に基づくセルフケアの両方で、積極的に健康な歯を守っていくという考え方で。

#### ■オーラルケア市場規模推移



#### ■洗口剤・フロスの市場予測



2014年6月4日に行われた第71回学童歯みがき大会

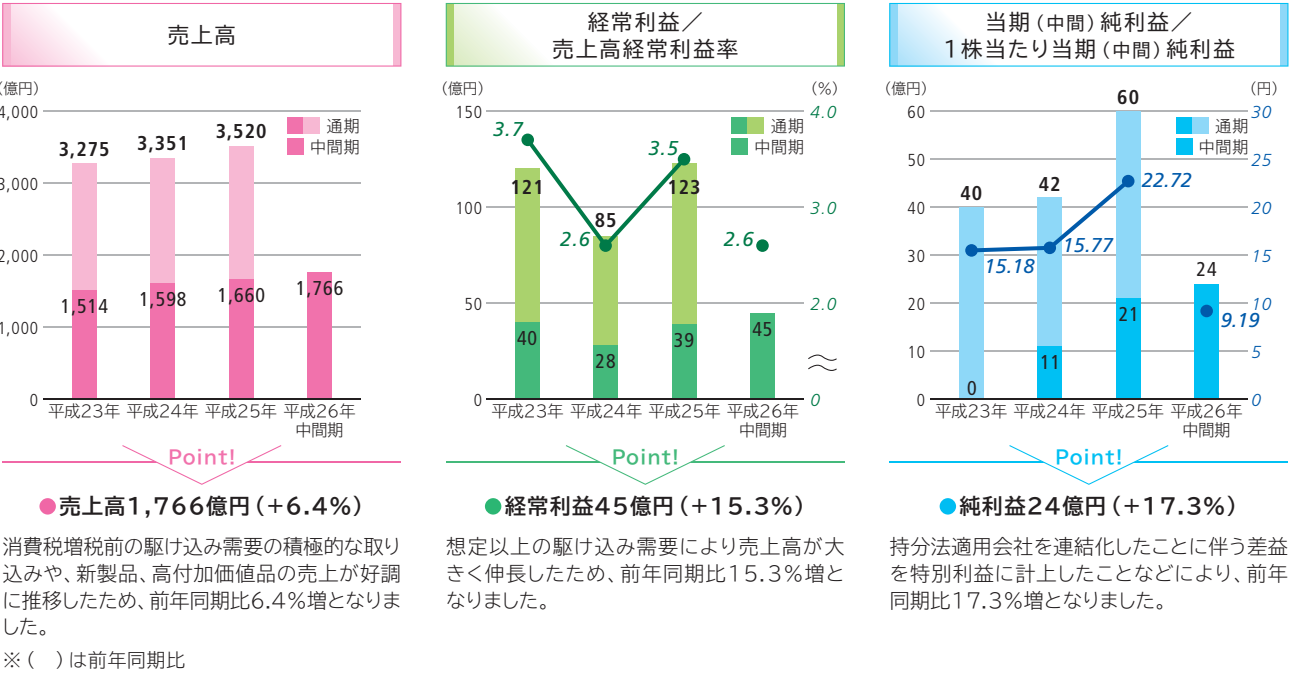


子どものための歯みがき習慣の啓発活動の継続

予防歯科から生まれた  
**クリニカ**



業績の推移と当中間期の現況



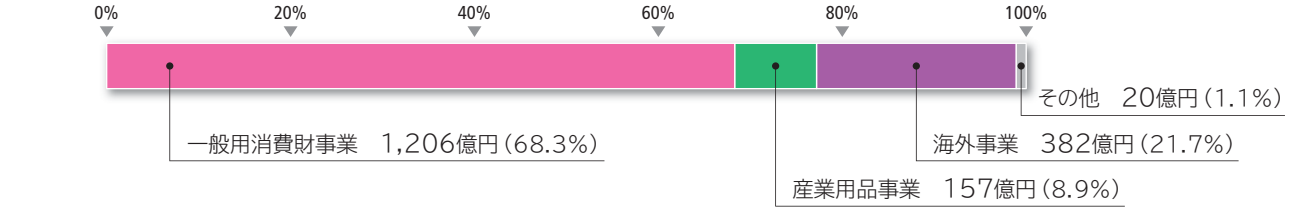
直前3事業年度の損益および財産の状況

区 分	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年中間期
売上高 (億円)	3,275	3,351	3,520	1,766
営業利益 (億円)	111	72	108	39
経常利益 (億円)	121	85	123	45
当期 (中間) 純利益 (億円)	40	42	60	24
1株当たり当期 (中間) 純利益 (円)	15.18	15.77	22.72	9.19
純資産 (億円)	1,052	1,141	1,242	1,237
総資産 (億円)	2,492	2,575	2,820	2,825
営業活動によるキャッシュ・フロー (億円)	111	187	229	9
投資活動によるキャッシュ・フロー (億円)	△80	△91	△128	△107
財務活動によるキャッシュ・フロー (億円)	△118	△49	△27	155

注1) 売上高、営業利益、経常利益、当期(中間)純利益、純資産、総資産は、億円未満を切り捨てて表示しております。  
注2) 第2四半期累計期間を「中間期」と記述しております。

※金額は外部売上高で、表示単位未満を切り捨てて表示しております。

当中間期 事業別売上高構成比 (売上高:1,766億円)



一般消費財事業

外部売上高:1,206億円  
(前年同期:1,136億円)  
セグメント利益:22億円  
(前年同期:13億円)

●一般消費財事業

国内のオーラルケア、ビューティケア、ファブリックケア、リビングケア、薬品、機能性食品等、ペット用品等の事業

「クリニカ アドバンテージ」 「バファリン プレミアム」

当事業の売上高は、駆け込み需要に加え、予防歯科をテーマに“歯科専門家が奨めるセルフケア”を実現するオーラルケアブランドとして一新した「クリニカ」シリーズが好調に推移するとともに解熱鎮痛薬の新製品「バファリン プレミアム」がお客様のご好評を得て、前年同期比6.2%の増加となりました。

セグメント利益は、売上高の増加に加え、高付加価値品の販売を強化し、前年同期比71.8%の増加となりました。

産業用品事業

外部売上高:157億円  
(前年同期:148億円)  
セグメント利益:10億円  
(前年同期:2億円)

●産業用品事業

国内の化学品、業務用洗浄剤等の事業

導電性カーボン (左) と電子材料包装材 (上)

業務用洗浄剤

当事業の売上高は、導電性カーボンが堅調に推移するとともに、建築用薬剤、業務用洗浄剤が好調に推移し、前年同期比5.9%の増加となりました。

セグメント利益は、収益性の高い製品が伸長し、前年同期比301.5%の増加となりました。

海外事業

外部売上高:382億円  
(前年同期:358億円)  
セグメント利益:3億円  
(前年同期:8億円)

●海外事業

海外のオーラルケア、ビューティケア、ファブリックケア、リビングケア等の事業

タイ「システム」歯刷子 韓国「キレイキレイ」ハンドソープ

当事業の売上高は、タイの「システム」歯刷子、韓国の「キレイキレイ」ハンドソープが好調に推移し、前年同期比6.8%の増加(為替変動を除いた実質前年同期比4.4%の増加)となりました。

セグメント利益は、ブランド育成のためのマーケティング投資を増加させたため、前年同期比53.8%の減少となりました。

詳細は当社ホームページ「株主・投資家情報」のIR資料室「決算短信・決算説明資料」をご覧ください。  
<http://www.lion.co.jp/ja/invest/library/tanshin/>





# ヒットのタマゴ

## 新製品のご紹介

### オーラルケア分野

## 「システム」シリーズ

『歯周ポケットケアで歯周病を防ぐ』システムがさらに進化！

■歯周病は「歯周ポケット」から進行します。

参考：公益財団法人ライオン歯科衛生研究所 ホームページ



進行する前に

歯ぐきの状態に合わせた歯周ポケットケアを！

自分の歯ぐきは健康だと思っても、

システム／システムEX

歯周ポケットを清潔に保ち、歯周病になりにくい口腔環境をつくる。



※1 ※1 ※2 ※1

歯ぐきの状態が気になったら、

システムハグキプラス

歯周ポケットを清潔に保ち、おとろえてきた歯ぐき細胞を活性化。歯周病を防いで健康な歯ぐきを保つ。



10月発売 New New

※1 医薬部外品 ※2 液体歯磨

## システム



一言

担当者から

この秋、ブランドリニューアルとともにハグキプラスシリーズを新発売し、より多くのお客様のお口の健康維持に貢献することで、ライオングループ全体の企業価値向上を図ります。



オーラルケア事業部  
平澤 綾香

## 「トップ NANOX」

家族それぞれの世代臭\*もしっかり落とす！さらに進化したナノ洗浄

ファブリックケア分野

9月発売



ニオイの原因は、セインに残る汚れの変質。人の体から分泌される「ニオイのもととなる汚れ」はそれぞれの世代ごとで傾向の違うニオイを発生します。新しくなった「トップ NANOX」はセインに絡みついた脂質汚れを効果的に除去する酵素を新配合し、2種類の酵素（W酵素）を同時に配合しました。独自の洗浄成分MEE+W酵素による“新ナノ洗浄”で高い洗浄力を発揮。家族それぞれの衣類のニオイ＝“世代臭”もしっかり落とす、超コンパクト液体洗剤です。  
\*家族それぞれの衣類から感じる傾向の違ったニオイの総称

## 「CHARMY クリスタ 消臭ジェル つめかえ用大型サイズ」

たっぷり使えてお得な つめかえ用大型サイズが新登場！

リビングケア分野

8月発売



従来の洗剤では落とさきれなかった食器洗い機の庫内のイヤなニオイの原因『ニオイ汚れの膜』まではがしとり、洗浄だけでなく消臭もできる「CHARMY クリスタ 消臭ジェル」につめかえ用大型サイズが新登場。つめかえしやすく、残った洗剤の保管もしやすいボトルタイプです。

### 「Ban 汗ブロックロールオン」



ナノイオンブロック効果で汗を抑え、ワキ汗・汗ジミ対策を訴求し、働く女性を中心に高い支持をいただきました。2014年2月の発売から5ヵ月で販売個数は250万個を突破しました。

#### 生活者状況

女性の社会進出により、会議・ストレス・緊張など発汗シーンは増加しています。女性のオフィス内での服装は薄手のシフォン素材やグレーのTシャツなど汗ジミが目立つような服にカジュアル化しており、ワキ汗・汗ジミに不安をもつ女性が8割以上に増加していることに着目しました。

#### 商品設計

Ban制汗技術の集大成。「優れた制汗力」ナノイオン制汗成分が汗の出口にぴったり「フタ」をしてワキ汗が出る前にしっかりブロックします。汗ジミを気にせず好きな服を着て過ごせます。

#### 〇直塗りロールオンタイプ

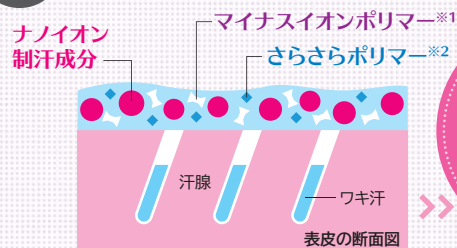
これまで主流となっていたスプレータイプの使用量は年々減少傾向にあり、代わって、直塗りタイプ、シートタイプ、ウォータータイプなど様々な剤型の使用が増えています。そんな中どうしてもワキ汗を止めたいと思うワキ汗抑制ニーズの極めて高いユーザーに向けて、肌に密着してくまなくワキに塗れるロールオンタイプで商品化しました。

医薬部外品



#### ■Ban制汗技術「ナノイオンブロック効果」

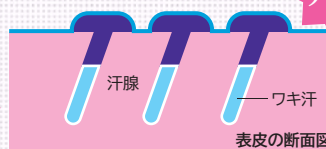
STEP1 水性のロールオンタイプなのでワキにくまなく塗ることができます。



※1 マイナスイオンポリマー：アクリル樹脂アルカノールアミン（基剤）  
※2 ささらポリマー：POE・ジメチコン共重合体（基剤）

STEP2 ポリマーとナノイオン制汗成分が肌に密着。ナノイオン制汗成分がプラグ化※3してぴったりフタをします。

ナノイオン制汗成分がプラグ化※3



※3 プラグ化：ナノイオン制汗成分が汗の出口に栓をすること

※イメージ図です。

### ワキ汗・汗ジミを前面に打ち出し、売上高が大幅増加

#### ●ワキ汗・汗ジミ対策の新ジャンル創出

従来の制汗剤の訴求点は  
①ニオイ予防（嗅覚）  
②サラサラ感（触覚）  
の二つが主流でしたが  
そこに「汗ジミ防止」（視覚）という  
第3の切り口で新市場を開拓しました。



これからも、「Ban」は、1日を前向きに過ごしたいと思う女性に寄り添う新しいデオドラント習慣で、制汗剤市場の活性化を担ってまいります。



ワキ汗の気になるシーンで、最も共感性の高い「車内のつり革」利用時にフォーカスしたCM。暑い車内で涼しげな顔で堂々と手を挙げてつり革をつかむトリンドル玲奈さんが印象的です。



担当者から

一言

「Ban汗ブロックロールオン」は、「汗を抑える」という制汗剤の基本機能を、当社の長年の技術蓄積により格段に高め、これを「汗ジミを防ぐ」という新しい訴求に乗せて提案した商品です。「汗ジミが気になって電車のつり革がもてない・・・」「グレーのTシャツは着られない・・・」そんな女性たちの切実な悩みに応えたい!との想いから開発しました。これからも「Ban」は女性の悩みを解決する画期的な商品を提案してまいります。



ビューティケア事業部  
横手 莉加



# Close Up!

通販事業の新製品のご紹介

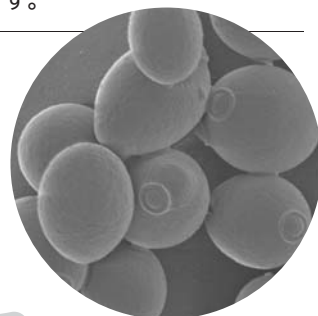
“清酒酵母※”を配合した“休息”サポートサプリメント

## 「グッスミン 酵母のちから」

ストレスが多く忙しい現代を生きる人に向け、生活の質（QOL: Quality of Life）向上のために「快適な休息」をサポートするサプリメントです。

年齢を重ねるにつれ、休息には「時間の長さ」よりも「質の高さ」が大切になります。

現代人が抱える休息不足に、当社は長年にわたり向き合ってきました。休息の質に役立つ成分を探し求め、80種類の食品素材に注目して研究に取り組みました。大学や専門機関とともに地道な検証を重ね、特定の清酒酵母に、休息に役立つ新たな働きがあることを発見しました。



〈清酒酵母〉電子顕微鏡写真



良質な休息を支える  
“清酒酵母”を  
配合しました。

歴史ある酒蔵で発見された  
厳冬の環境に耐える強い  
生命力を秘めた、“清酒酵母”  
を用いています。酒粕や甘酒、  
わさび漬けなどにも含まれ、  
日本では古くから食経験の  
ある食品素材です。

飲みやすく、  
毎日続けやすい  
タブレットタイプです。

「グッスミン 酵母のちから」は、  
当社通信販売限定で販売し、  
当社から直接お客様に  
お届けいたします。

ライオン公式オンラインショップ  
ホームページはこちらをご覧ください

<http://www.lionshop.jp/>

※清酒酵母とは、清酒（日本酒）を作る時に用いられる酵母の総称です。

医薬品開発で培われた製剤  
化技術を応用して、飲みやす  
いタブレットタイプにしてい  
ます。食品なので、飲むタイ  
ミングを気にする必要もなく、  
例えばおやすみ前に摂るよう  
にする等、毎日の生活習慣に  
すると飲み忘れもなく、続け  
やすくなります。

## 海外事業動向

### 中国の新工場が稼動 ～ 生産能力を增強



新工場全景



中国では青島に、オーラルケアの新工場を建設し、2014年4月から生産を開始しました。新工場の生産能力は、これまでの3倍程度にまで引き上げられ、中国での歯磨、歯刷子などのオーラルケア製品の需要の伸びに対応してまいります。

高齢化が進む中国では、歯周病予防など口腔内の健康意識が高まってきており、当社独自の技術を活用したグローバルブランド「システム」で需要を掘り起こし、売上高の増加を図っていきます。



新製品 「システム」 歯磨



「システム」 歯刷子



# 「予防歯科」を始めよう!



ムシ歯や歯周病にならないように、日頃からケアするのが「予防歯科」。  
歯科医院でのプロケアと自分で行うセルフケアの二人三脚でお口の健康を守りましょう。

## ■なぜ、今「予防歯科」が重要なのでしょうか

歯や口の健康は、口の中だけにとどまらず全身の健康にも関係していることが、最近の研究でわかってきました。歯を失うことは、食べる喜びや話す楽しみが損なわれることにつながり、生活の質（QOL※）にも大きな影響を及ぼします。健康な歯でいつまでもイキイキと暮すには、予防歯科の実践がとても大切になります。

※QOL: Quality of life

## オーラルケアの専門家が ワンポイント アドバイス

ライオンの調査では、日本での歯科医院利用は、ムシ歯などの治療目的が約7割で最も多く、年間の受診回数は平均で4.6回でした。一方、予防歯科先進国といわれるスウェーデンでは、予防目的の利用が約7割で最も多く、年間の受診回数は平均で2.0回でした。このように、予防目的で歯科医院を利用することが、結果的に、歯科医院での受診回数を減らすことにつながります。「歯医者さんにほめられる歯」を目指して予防歯科を始めましょう。



オーラルケアマイスター  
平野 正徳

暮らしに役立つ情報はこちら: ライオン快適生活研究所 <http://kaiteki.lion.co.jp/>

## 予防歯科の視点で見直す歯みがきの新常識

### 1 歯垢を残さず落とす

お口のトラブルの原因となる、歯垢が残りやすい奥歯のかみ合わせや歯と歯の間は特に注意が必要です。

実践  
ポイント

- ①歯垢をしっかりとかき出せるハブラシを選ぶ。
- ②デンタルフロスや歯間ブラシを併用し、歯と歯の間の歯垢もしっかり落とす。

### 2 フッ素を口の中に残す

フッ素は歯質を強化して、歯の健康を守るための大切な成分。少量でもムシ歯予防に高い効果を発揮します。

実践  
ポイント

- ①フッ素配合のハミガキを使う。
- ②口のすすぎは少量の水で1回程度がおすすめ。

### 3 細菌の増殖を抑える

細菌が増えるとムシ歯などになるリスクが高まります。細菌は唾液の分泌が減少する就寝中に最も増殖します。

実践  
ポイント

- ①殺菌剤配合のデンタルリンスを使用する。
- ②就寝前の使用が効果的。

## 会社情報

平成26年(2014年)6月30日現在

## ■会社概要

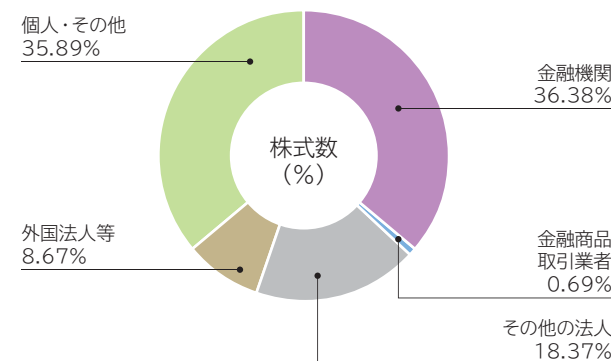
- 商号 ライオン株式会社  
(英文 Lion Corporation)
- 創業 明治24年(1891年)10月30日
- 設立 大正7年(1918年)9月3日
- 資本金 344億3千3百万円
- 事業内容 歯磨、歯刷牙子、シャンプー、リンス、解熱鎮痛薬、点眼剤、洗濯用洗剤、柔軟剤、台所用洗剤、住居用洗剤、化学品等の製造販売

## ■事業所

- 本社 〒130-8644  
東京都墨田区本所一丁目3番7号  
TEL. (03) 3621-6211
- オフィス 札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、福岡
- 工場 千葉、小田原、大阪、明石
- 研究所 東京、小田原

## ■株式情報

- 株式の状況  
発行済株式の総数 ----- 299,115,346株  
株主数 ----- 40,152名
- 所有者別株式分布



## ■取締役・監査役・執行役員

### ●取締役

代表取締役会長	藤 重 貞 慶
代表取締役社長	濱 逸 夫
常務取締役	笠 松 孝 安
常務取締役	渡 祐 二
取締役	堀 川 正 純
取締役	小林健二郎
取締役	清 水 康 男
取締役	角 井 寿 雄
社外取締役	嶋 口 充 輝
社外取締役	山 田 秀 雄

### ●監査役

監査役	岩堀信二郎
監査役	花田昌三
社外監査役	土井英雄
社外監査役	野村純章

### ●執行役員

執行役員	今井秀之
執行役員	濱田禎夫
執行役員	三口文弘
執行役員	榊原健郎
執行役員	川添 衆
執行役員	千葉弘之
執行役員	岡野知道
執行役員	宮内光平

## ●配当について

平成26年中間期配当は、1株につき5円とさせていただきます。  
平成26年期末配当は5円、年間で10円を予定しております。

## ●新製品のご紹介セット



※平成26年3月発送の詰め合わせ例

12月31日時点で1,000株以上ご所有の株主さまに年1回1セットの自社製品詰め合わせを進呈しています。