

2019年3月期(FY2018)
第1四半期
連結決算報告



大幸薬品

2018年8月
大幸薬品株式会社



■ 対前年同期比減収減益

- 売上高 : 132百万円減(9%減)
- 営業利益 : 119百万円減(66%減)
- 四半期純利益 : 61百万円減(61%減)

■ 中長期成長戦略の進捗状況

- マーケティング部門の人員強化
- リニューアルと新製品等(感染管理事業)の販売準備は進捗順調

連結經營成績

連結経営成績サマリー

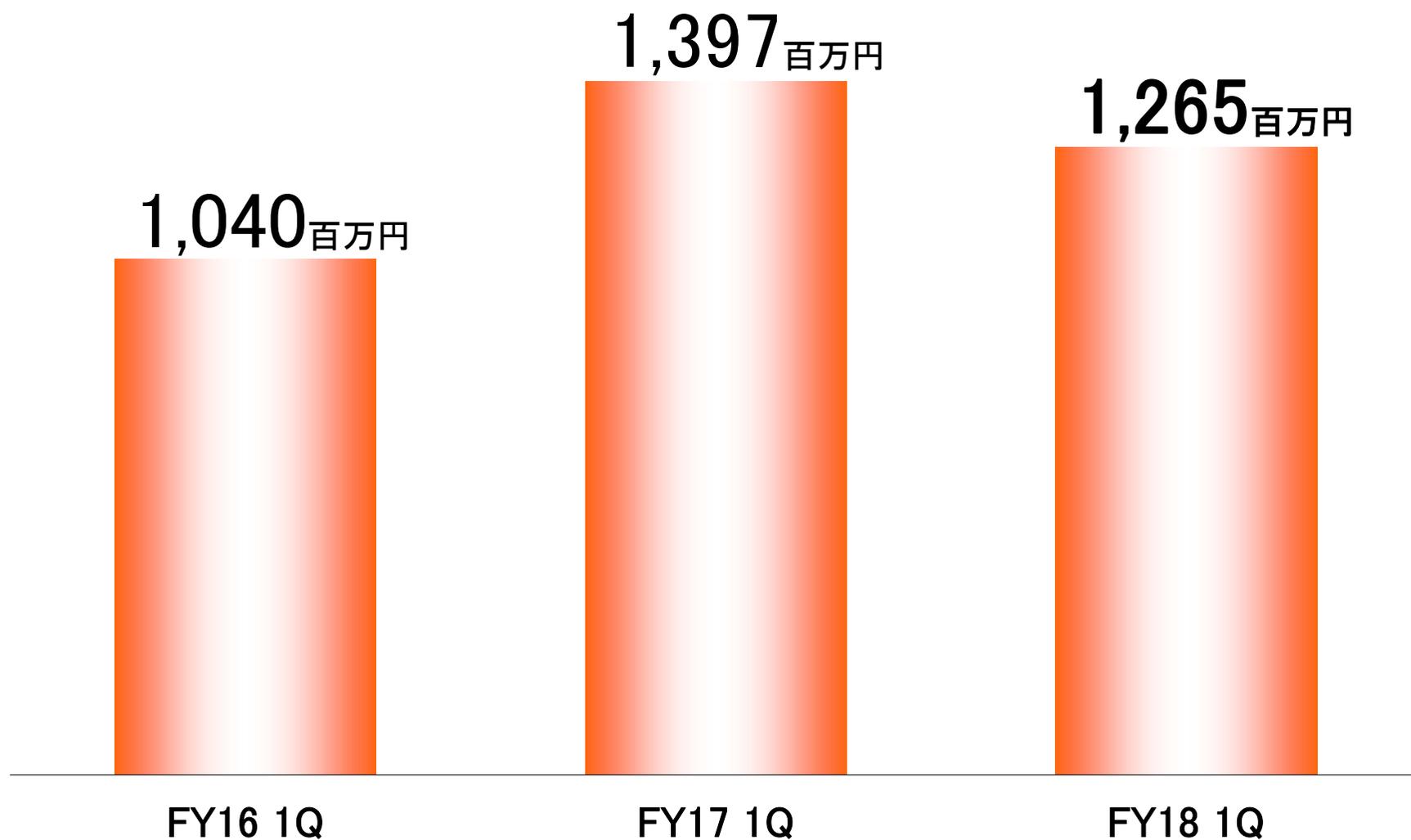
- 医薬品事業、感染管理事業共に減収
- 販売費及び一般管理費が増加

単位：百万円

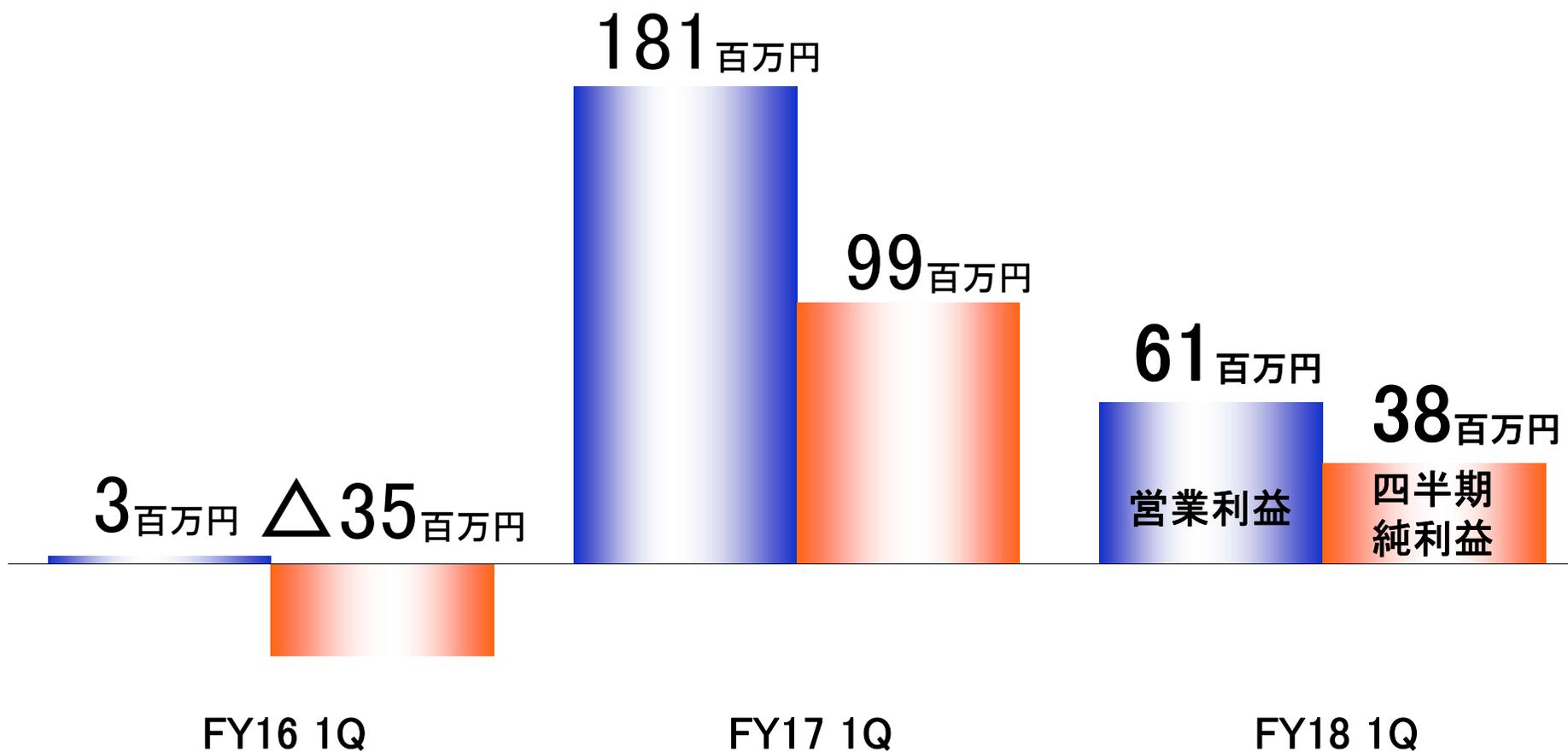
	FY17 1Q	FY18 1Q	増減	増減率	増減要因等
売上高	1,397	1,265	△132	△9.5%	医薬品)対前年同期比104百万円減 感染管理)対前年同期比22百万円減
売上原価(※) (売上高比率)	440 (31.5%)	392 (31.0%)	△47	△10.9%	
売上総利益 (売上高比率)	957 (68.5%)	873 (69.0%)	△84	△8.8%	
販売費及び 一般管理費	775	811	35	4.6%	人件費等増加
営業利益 (売上高比率)	181 (13.0%)	61 (4.9%)	△119	△66.0%	
経常利益 (売上高比率)	128 (9.2%)	28 (2.3%)	△99	△77.8%	未稼働設備関連費用10百万円減
四半期純利益 (売上高比率)	99 (7.1%)	38 (3.1%)	△61	△61.1%	

(※) 返品調整引当金計上後の売上原価

連結売上高推移



連結営業利益・四半期純利益推移



販売費及び一般管理費

➤ 人件費：マーケティング部門の人員強化等で増加

単位：百万円

	FY17 1Q	売上高 比率	FY18 1Q	売上高 比率	増減	増減率	増減要因等
販売費	206	14.8%	174	13.8%	△32	△15.8%	
広告宣伝費	103	7.4%	61	4.9%	△41	△40.1%	医薬品)41百万円減 感染管理)1百万円増
販売促進費	73	5.3%	81	6.4%	7	9.7%	医薬品)6百万円減 感染管理)13百万円増
運送費	29	2.1%	31	2.5%	1	4.8%	
人件費	307	22.0%	355	28.1%	47	15.3%	人員強化等
その他経費	260	18.7%	281	22.3%	20	8.0%	
研究開発費	59	4.2%	88	7.0%	29	50.5%	京都工場製造試験費用等 増加
支払手数料	48	3.5%	57	4.6%	9	18.4%	
計	775	55.5%	811	64.1%	35	4.6%	

連結財政状態

▶ 法人税等の支払、配当等により総資産が減少

単位：百万円

	FY17 期末	FY18 1Q期末	増減	増減率	増減要因等
流動資産	11,563	10,019	△1,544	△13.4%	
現金及び預金	6,547	6,478	△68	△1.1%	
売上債権	3,385	1,677	△1,707	△50.5%	回収により減少
たな卸資産	1,524	1,657	133	8.7%	
固定資産	8,908	9,165	256	2.9%	
資産合計	20,472	19,184	△1,288	△6.3%	
流動負債	2,816	1,875	△940	△33.4%	未払法人税等、未払金等の減少
仕入債務	424	406	△18	△4.3%	
固定負債	1,236	1,235	△1	△0.1%	
純資産	16,419	16,074	△345	△2.1%	配当
負債純資産合計	20,472	19,184	△1,288	△6.3%	
自己資本比率	80.0%	83.5%			

連結キャッシュ・フロー状況

▶ 売上債権回収等により営業CFが増加

単位:百万円

	FY17 1Q	FY18 1Q	主な要因
営業CF	△298	1,120	EBITDA 170百万円 売上債権の減少 1,673百万円 法人税等の支払 △284百万円
投資CF	3	△854	投資有価証券の取得による支出 △621百万円 有形固定資産の取得による支出 △171百万円
財務CF	△234	△313	配当 △311百万円
現金・同等物換算差額	△27	△22	
キャッシュ増減(※1)	△557	△68	
キャッシュ期末残高	6,245	6,478	
EBITDA(※2)	290	170	営業利益 61百万円 減価償却費 108百万円

(※1) キャッシュ増減

= 営業CF + 投資CF + 財務CF + 現金・同等物換算差額

(※2) EBITDA

= 営業利益 + 減価償却費

セグメント情報

セグメント別事業概況(連結損益サマリー)

- 医薬品事業：国内向け、海外向け共に減収となり減益
- 感染管理事業：海外向け増収も、国内向け減収、販管費増加

単位：百万円

	売上高			セグメント損益			
	FY17 1Q	FY18 1Q	増減率	FY17 1Q	利益率	FY18 1Q	利益率
医薬品事業	1,203	1,099	△8.7%	585	48.6%	498	45.3%
感染管理事業	183	160	△12.5%	△120	—	△173	—
その他事業	10	5	△48.4%	△6	—	△6	—
全社(※)	—	—	—	△276	—	△256	—
連結合計	1,397	1,265	△9.5%	181	13.0%	61	4.9%

(※) 全社に係るコスト(主に管理部門コスト)

セグメント別事業概況(医薬品事業/国内)

➤「正露丸クイックC」: 前年同期初期出荷による反動減



正露丸



セイロガン糖衣A



正露丸クイックC

製品カテゴリー別売上高

単位: 百万円

	FY17 1Q	FY18 1Q	増減	増減率
正露丸	442	417	△24	△5.5%
セイロガン糖衣A	482	471	△11	△2.4%
正露丸クイックC	69	17	△51	△74.0%
その他(※)	16	26	10	64.7%
計	1,010	933	△76	△7.6%

(※) 整腸薬「ラッパ整腸薬BF」、止瀉薬「ピシヤット」等

当社の国内止瀉薬市場シェア

出所: (株)インテージ

店頭小売価格ベース	FY17 1Q	FY18 1Q	増減
市場シェア	48.3%	47.6%	△0.7P

セグメント別事業概況(医薬品事業/海外)

➤ 香港: 出荷時期変更により減収(FY18中の出荷予定)

地域別売上高

単位: 百万円



正露丸



セイロガン糖衣A

	FY17 1Q	FY18 1Q	増減	増減率
中国	-	22	22	-
香港	115	78	△36	△31.5%
台湾	50	46	△4	△8.7%
その他(※)	27	17	△9	△36.2%
計	193	165	△27	△14.4%

(※) その他の対象エリア:

米国、カナダ、タイ、マレーシア、ベトナム、モンゴル

セグメント別事業概況(感染管理事業)

- 「クレベリンカートリッジ(車両用)」: 前年同期に販売店でキャンペーン実施
- 海外: 中国市場で新規販売代理店のテストマーケティング用に出荷

製品カテゴリー別売上高

単位: 百万円



© Disney © & ™ Lucasfilm Ltd.

クレベリン×ベアブリック
ディズニーキャラクターデザイン

	FY17 1Q	FY18 1Q	増減	増減率
ゲル剤	40	87	46	114.2%
液剤	4	5	0	13.3%
その他(※)	138	68	△70	△50.7%
計	183	160	△22	△12.5%

(※)クレベリンカートリッジ(車両用)、低濃度二酸化塩素ガス発生装置、クレベリン LED



クレベリン ゲル



クレベリン スプレー

対象顧客別売上高

単位: 百万円

	FY17 1Q	構成比	FY18 1Q	構成比	増減	増減率
国内: 一般用	△20	-	△11	-	8	-
国内: 業務用	202	-	119	-	△83	△40.9%
海外	1	-	52	-	51	-
計	183	-	160	-	△22	△12.5%



DENSO
クレベリンカートリッジ
(車両用)



クレベリン
パワーセイバー
ペンタイプ

セグメント別事業概況(その他事業)

➤ 木酢液を配合した入浴液、園芸用木酢液等を製造販売



木酢入浴液



木酢液

製品売上高

単位:百万円

	FY17 1Q	FY18 1Q	増減	増減率
木酢製品等	10	5	△4	△48.4%

中長期成長戦略(感染管理事業)は進捗順調

➤ ターゲットの明確化

インフルエンザ等への感染に対し
最も意識が高い層をターゲットとし
コミュニケーションを効率化



妊産婦、受験生向け
WEB情報配信を開始

➤ リニューアルと新製品等

	リニューアル・新製品、新規チャネル	発売時期等
国内一般用	パッケージ・製品デザイン全面リニューアル	2018年9月より 順次発売
	クレベリン 置き型 専用ケース(デザインジャケット)	
	クレベリン×ベアブリック トイ・ストーリー キャラク ターデザイン2製品+詰替用1製品	
	スティック(パワーセイバー)2製品(新キャラクター)+ 詰替用1製品	
国内業務用	クレベリンG大空間用	
海外	中国新規販売代理店(新規チャネル)	テストマーケ ティング開始



大幸薬品

＜将来情報に関する注意事項＞

当資料に記載されている将来情報は、種々の前提に基づくものであり、将来の計画数値や施策の実現を確約したり保証するものではありません。