

2018年3月期(FY2017)  
第3四半期  
連結決算報告

---



大幸薬品

2018年2月  
大幸薬品株式会社



## ■売上高、営業利益共に対前年同期比増

- 売上高 : 654百万円増(10%増)
- 営業利益 : 123百万円増(7%増)

## ■医薬品事業/国内

新製品「正露丸クイックC」投入により市場シェア向上(+0.6P)

## ■感染管理事業

ディズニーキャラクターを使用したベアブリック第2弾販売で好調

## ■増配 特別配当10円/株

期末配当金 25円/株(普通配当15円、特別配当10円)

# 連結經營成績

# 連結経営成績サマリー

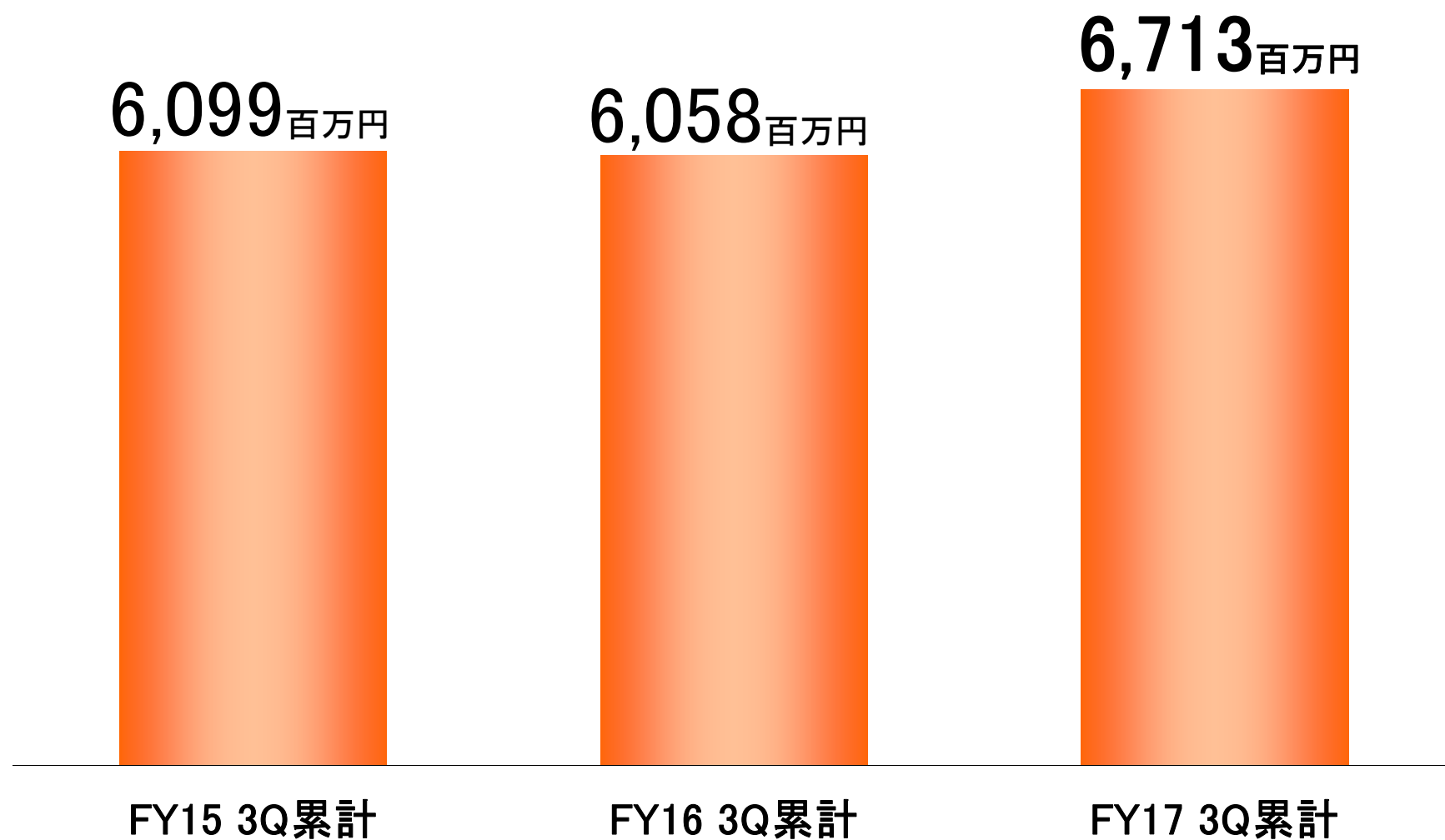
- 医薬品事業及び感染管理事業増収
- 販管費増加を吸収し営業利益増益

単位：百万円

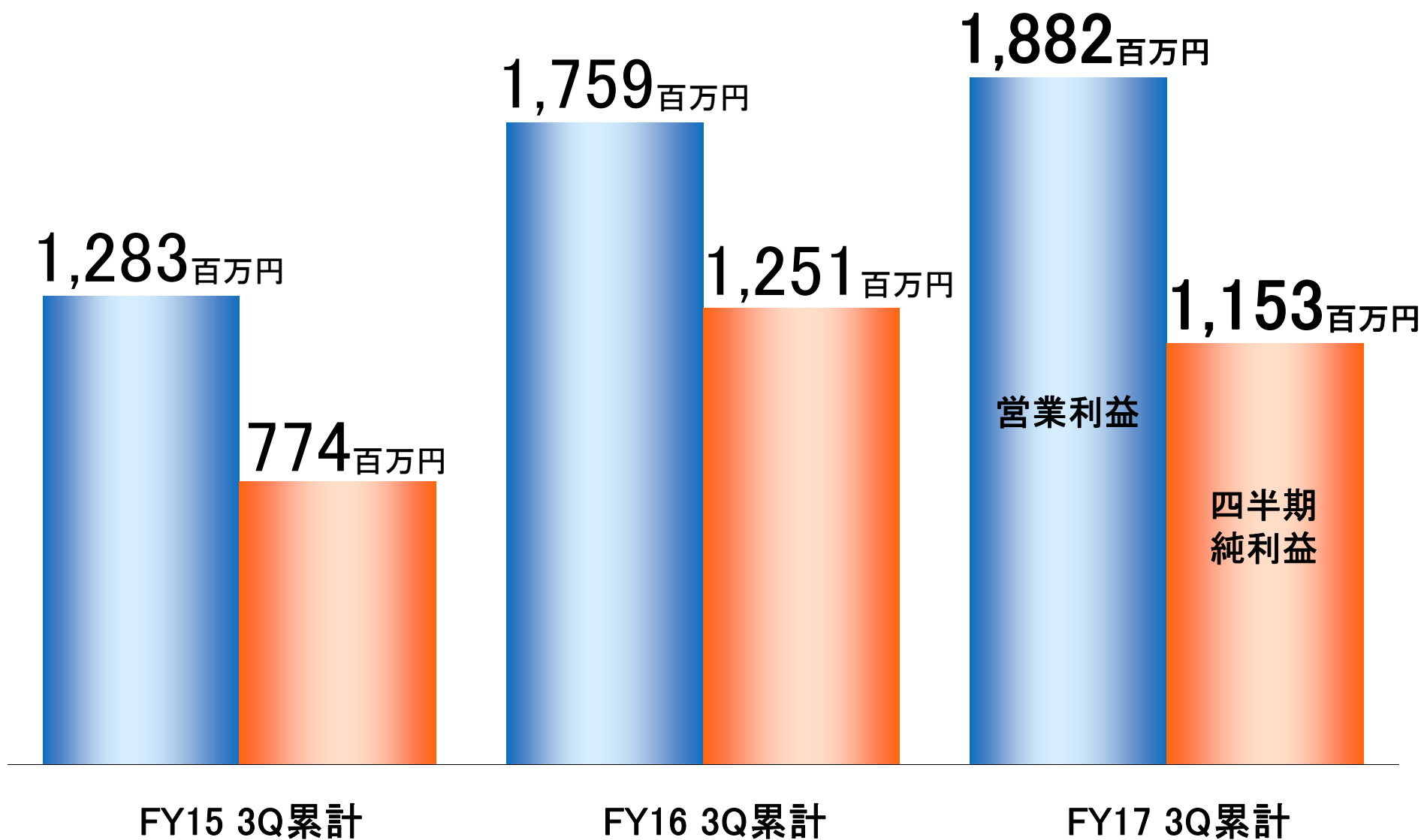
	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	増減	増減率	増減要因等
売上高	6,058	6,713	654	10.8%	医薬品)対前年同期比458百万円増 感染管理)対前年同期比191百万円増
売上原価(※) (売上高比率)	1,662 (27.4%)	1,743 (26.0%)	80	4.9%	
売上総利益 (売上高比率)	4,396 (72.6%)	4,970 (74.0%)	573 (+1.4P)	13.1%	増収影響等
販売費及び 一般管理費	2,636	3,087	450	17.1%	広告宣伝費、販売促進費増加
営業利益 (売上高比率)	1,759 (29.0%)	1,882 (28.0%)	123	7.0%	
経常利益 (売上高比率)	1,636 (27.0%)	1,703 (25.4%)	66	4.1%	為替の円高影響で営業外収益46百万円減
四半期純利益 (売上高比率)	1,251 (20.7%)	1,153 (17.2%)	△98	△7.8%	前3Q:補助金収入100百万円計上

(※) 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

➤ 新製品「正露丸クイックC」のTVCMを中心に広告宣伝、販売促進を強化

単位：百万円

	FY16 3Q累計	売上高 比率	FY17 3Q累計	売上高 比率	増減	増減率	増減要因等
販売費	924	15.3%	1,271	18.9%	347	37.5%	
広告宣伝費	408	6.7%	631	9.4%	223	54.9%	医薬品)217百万円増 感染管理)5百万円増
販売促進費	382	6.3%	514	7.7%	132	34.6%	医薬品)91百万円増 感染管理)40百万円増
運送費	134	2.2%	125	1.9%	△9	△6.8%	
人件費	940	15.5%	960	14.3%	20	2.1%	
その他経費	770	12.7%	854	12.7%	83	10.8%	
研究開発費	177	2.9%	212	3.2%	34	19.7%	
支払手数料	131	2.2%	145	2.2%	14	10.7%	
計	2,636	43.5%	3,087	46.0%	450	17.1%	

# 連結財政状態

- 営業CF減少、配当等により現金及び預金が減少
- 売上高増加等による売上債権増加

単位：百万円

	FY16 期末	FY17 3Q期末	増減	増減率	増減要因等
流動資産	10,275	11,222	946	9.2%	
現金及び預金	6,803	5,115	△1,687	△24.8%	
売上債権	1,820	4,418	2,597	142.7%	売上高が3Q(10-12月)に偏重
たな卸資産	1,385	1,436	51	3.7%	
固定資産	8,513	8,302	△210	△2.5%	
資産合計	18,788	19,524	735	3.9%	
流動負債	2,236	2,003	△233	△10.5%	未払消費税等の減少
仕入債務	302	593	291	96.5%	
固定負債	1,167	1,200	33	2.8%	
純資産	15,384	16,321	936	6.1%	四半期純利益計上
負債純資産合計	18,788	19,524	735	3.9%	
自己資本比率	81.7%	83.3%			



# 連結キャッシュ・フロー状況

## ▶ 売上債権の増加等により営業CF減少

単位：百万円

	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	主な要因
営業CF	△94	△1,326	EBITDA 2,220百万円 売上債権の増加 △2,621百万円 法人税等の支払 △560百万円 未払消費税等の減少 △187百万円
投資CF	△84	△127	
財務CF	1,091	△219	配当 △282百万円
現金・同等物換算差額	△146	△13	
キャッシュ増減(※1)	766	△1,687	
キャッシュ期末残高	3,762	5,115	
EBITDA(※2)	2,089	2,220	営業利益 1,882百万円 減価償却費 337百万円

(※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)

➤ 医薬品事業及び感染管理事業の増収が販管費増加を吸収し増益

単位:百万円

	売上高			営業利益			
	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	増減率	FY16 3Q累計	利益率	FY17 3Q累計	利益率
医薬品事業	3,414	3,872	13.4%	1,577	46.2%	1,617	41.8%
感染管理事業	2,633	2,824	7.3%	1,007	38.2%	1,147	40.6%
その他事業	11	16	45.2%	△12	-	△12	-
全社(※)	-	-	-	△811	-	△869	-
連結合計	6,058	6,713	10.8%	1,759	29.0%	1,882	28.0%

(※)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)

- 流通在庫が正常化し出荷増加
- 新製品「正露丸クイックC」の販売等で、市場シェア向上



止露丸



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

	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	増減	増減率
正露丸	1,248	1,349	101	8.1%
セイロガン糖衣A	1,452	1,515	62	4.3%
正露丸クイックC	-	124	124	-
その他(※)	36	62	25	71.5%
計	2,737	3,051	314	11.5%

(※) 整腸薬「ラッパ整腸薬BF」、止瀉薬「ピシヤット錠」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	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	増減
市場シェア	47.2%	47.8%	0.6P

# セグメント別事業概況(医薬品事業/海外)

## ➤ 中国市場向けが出荷増加

### 地域別売上高

単位:百万円



正露丸



セイロガン糖衣A

	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	増減	増減率
中国	-	150	150	-
香港	526	506	△20	△3.9%
台湾	120	122	1	1.2%
その他(※)	29	41	11	40.6%
計	676	820	143	21.3%

(※) 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×ベアブリック ディズニーキャラクターデザイン」出荷が寄与
- デンソー向け「クレベリンカートリッジ(車両用)」が好調



© 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



クレベリン ゲル



クレベリン スプレー



クレベリン  
パワーセイバー  
ペンタイプ



クレベリン LED  
カートリッジ



**DENSO**  
クレベリンカートリッジ  
(車両用)



クレベリン  
トイレの消臭除菌剤

## 製品カテゴリー別売上高

単位:百万円

	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	増減	増減率
ゲル剤	2,144	2,339	194	9.1%
液剤	279	227	△52	△18.7%
クレベリン発生機(※)	208	257	48	23.3%
計	2,633	2,824	191	7.3%

(※)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

## 対象顧客別売上高

単位:百万円

	FY16 3Q累計	構成比	FY17 3Q累計	構成比	増減	増減率
一般用	2,070	78.6%	2,133	75.5%	62	3.0%
業務用	562	21.4%	691	24.5%	128	22.9%
計	2,633	100.0%	2,824	100.0%	191	7.3%

# 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

	FY16 3Q累計	FY17 3Q累計	増減	増減率
木酢製品等	11	16	5	45.2%



# 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。