

2019年3月期
(FY2018)
連結決算報告



大幸薬品

2019年5月
大幸薬品株式会社



■ 対前期比増収増益

売上高 : 959百万円増(10%増)

営業利益 : 172百万円増(9%増)

当期純利益 : 320百万円増(29%増)

■ 「クレベリン」ブランド力UPにより大幅増収 マーケティング戦略が奏功し増収に寄与

■ 配当

当期(FY18)増配(特別配当10円)

次期(FY19)普通配当30円に増額

■ 自己株式取得を発表

取得金額総額820百万円(上限)

連結經營成績

連結経営成績サマリー

- 主に感染管理事業の増収により売上高が大幅増加
- 販売費及び一般管理費も増加するが、これを吸収し増益

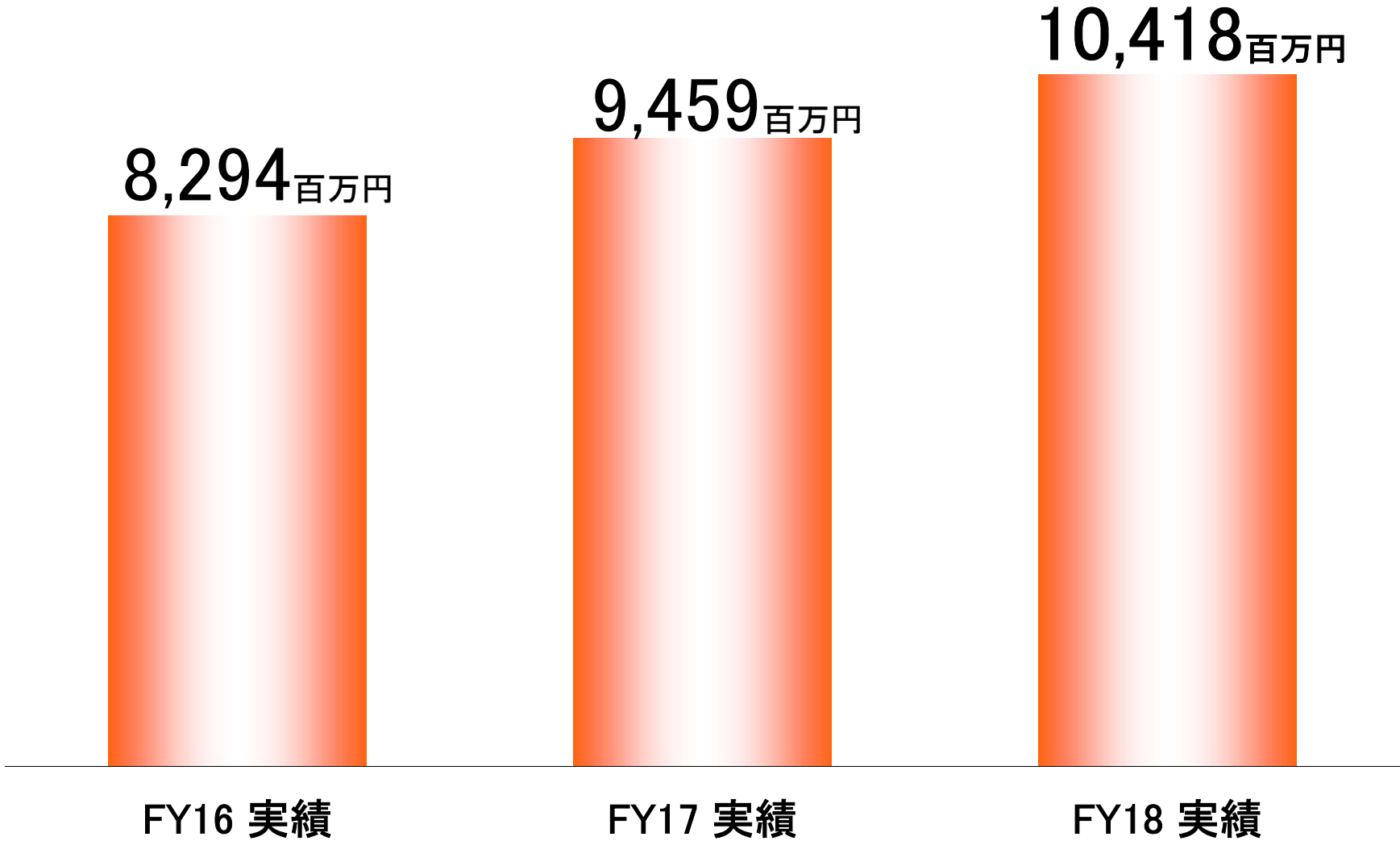
単位：百万円

	FY17 実績	FY18 実績	増減	増減率	増減要因等
売上高	9,459	10,418	959	10.1%	医薬品)対前期比86百万円増 感染管理)対前期比877百万円増
売上原価(※) (売上高比率)	2,906 (30.7%)	3,256 (31.3%)	349	12.0%	
売上総利益 (売上高比率)	6,552 (69.3%)	7,161 (68.7%)	609	9.3%	増収影響等により利益増加 リニューアル返品等により粗利率悪化
販売費及び 一般管理費	4,695	5,131	436	9.3%	マーケティング強化による費用等増加
営業利益 (売上高比率)	1,857 (19.6%)	2,029 (19.5%)	172	9.3%	
経常利益 (売上高比率)	1,567 (16.6%)	1,885 (18.1%)	317	20.2%	為替差益34百万円 未稼働設備関連費用48百万円減少
当期純利益 (売上高比率)	1,094 (11.6%)	1,415 (13.6%)	320	29.3%	固定資産売却益214百万円 割増退職金123百万円
ROE	6.9%	8.4%			
EPS(円)	77.38	98.99			

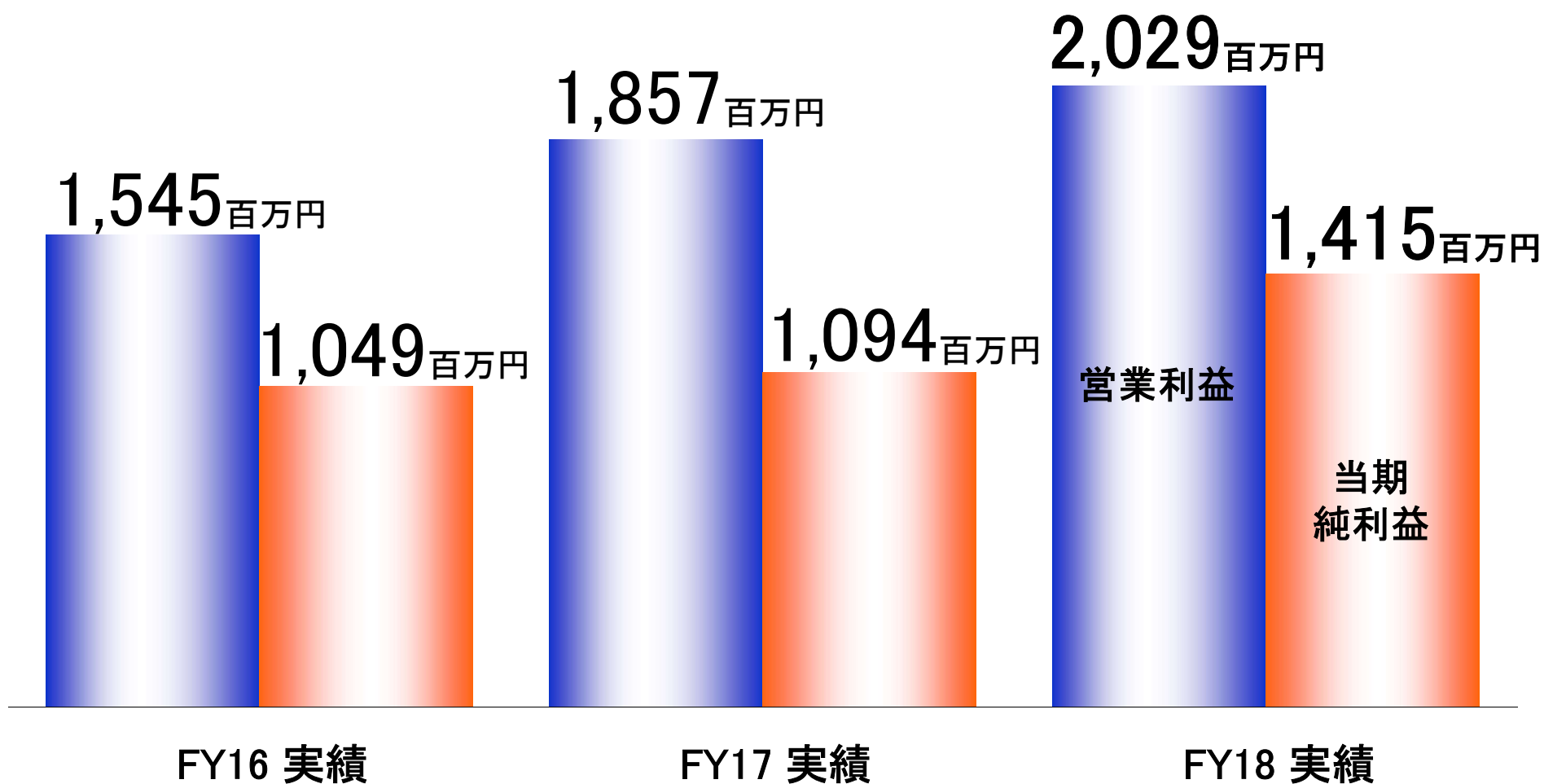
(※) 返品調整引当金計上後の売上原価

連結売上高推移

➤ 創業以来初の100億円突破



連結営業利益・当期純利益推移



販売費及び一般管理費

➤マーケティング強化に伴い、販売費、人件費等が増加

単位：百万円

	FY17 実績	売上高 比率	FY18 実績	売上高 比率	増減	増減率	増減要因等
販売費	1,972	20.9%	2,166	20.8%	193	9.8%	
広告宣伝費	1,040	11.0%	991	9.5%	△48	△4.7%	医薬品)47百万円減 感染管理)1百万円減
販売促進費	768	8.1%	951	9.1%	183	23.8%	医薬品)1百万円増 感染管理)181百万円増
運送費	164	1.7%	223	2.1%	59	36.0%	出荷増加等
人件費	1,544	16.3%	1,600	15.4%	56	3.7%	
その他経費	1,178	12.5%	1,364	13.1%	185	15.8%	
研究開発費	317	3.4%	410	3.9%	93	29.4%	感染管理)業務用の研究 開発強化
支払手数料	205	2.2%	273	2.6%	68	33.4%	製品リニューアル関連費用 等
計	4,695	49.6%	5,131	49.3%	436	9.3%	

連結財政状態

単位：百万円

	FY17 期末	FY18 期末	増減	増減率	増減要因等
流動資産	11,563	12,571	1,007	8.7%	
現金及び預金	6,547	7,225	677	10.4%	※連結キャッシュ・フロー状況参照
売上債権	3,385	3,645	260	7.7%	
たな卸資産	1,524	1,540	15	1.0%	
固定資産	8,908	9,028	119	1.3%	
資産合計	20,472	21,600	1,127	5.5%	
流動負債	2,816	2,826	10	0.4%	
仕入債務	424	514	89	21.1%	
固定負債	1,236	1,288	51	4.2%	
純資産	16,419	17,485	1,065	6.5%	当期純利益計上
負債純資産合計	20,472	21,600	1,127	5.5%	
自己資本比率	80.0%	80.8%			
ROA(※)	8.0%	9.0%			

(※) ROA＝経常利益／総資産

連結キャッシュ・フロー状況

単位:百万円

	FY17 実績	FY18 実績	主な要因(FY18)	
営業CF	△59	1,748	EBITDA 法人税等の支払 売上債権の増加	2,490百万円 △565百万円 △274百万円
投資CF	△113	△746	投資有価証券の取得による支出	△725百万円
財務CF	△73	△338	配当(FY18より中間配当実施)	△498百万円
現金・同等物換算差額	△8	△17		
キャッシュ増減(※1)	△255	645		
キャッシュ期末残高	6,547	7,192		
EBITDA(※2)	2,310	2,490	営業利益 減価償却費	2,029百万円 460百万円

(※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：国内減収も海外増収
- 感染管理事業：販管費の増加を増収影響で吸収し増益

単位：百万円

	売上高			セグメント損益			
	FY17 実績	FY18 実績	増減率	FY17 実績	利益率	FY18 実績	利益率
医薬品事業	5,456	5,542	1.6%	1,931	35.4%	1,901	34.3%
感染管理事業	3,984	4,862	22.0%	1,244	31.2%	1,315	27.1%
その他事業	18	13	△26.2%	△32	—	△34	—
全社(※)	—	—	—	△1,286	—	△1,152	—
連結合計	9,459	10,418	10.1%	1,857	19.6%	2,029	19.5%

(※)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)

➤「セイロガン糖衣A」が堅調も「正露丸クイックC」が減少



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 実績	FY18 実績	増減	増減率
正露丸	1,657	1,653	△4	△0.3%
セイロガン糖衣A	1,856	1,900	44	2.4%
正露丸クイックC	138	73	△65	△47.0%
その他(※)	73	77	3	5.0%
計	3,727	3,705	△21	△0.6%

(※) 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 実績	FY18 実績	増減
市場シェア	48.1%	47.9%	△0.2P

セグメント別事業概況(医薬品事業/海外)

➤ 中国市場向け中心に堅調に推移

地域別売上高

単位:百万円



正露丸



セイロガン糖衣A

	FY17 実績	FY18 実績	増減	増減率
中国	630	716	86	13.7%
香港	873	851	△22	△2.6%
台湾	181	218	36	20.0%
その他(※)	42	50	7	18.2%
計	1,728	1,837	108	6.3%

(※) 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)

- 国内一般用: 製品デザインリニューアルに伴い出荷が大幅増加
2018年12月より新TVCMを放映開始し、店頭販売も好調に推移
- 国内業務用: 主にオフィス向けの需要が好調に推移



© Disney/Pixar

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

製品カテゴリー別売上高

単位: 百万円

	FY17 実績	FY18 実績	増減	増減率
ゲル剤(※1)	3,286	4,112	826	25.2%
液剤	379	413	33	8.9%
その他(※2)	318	335	17	5.5%
計	3,984	4,862	877	22.0%

(※1)クレベリン 置き型、クレベリン スティック等

(※2)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



Akihiro Yoshida

クレベリン 置き型

クレベリン スプレー

対象顧客別売上高

単位: 百万円

	FY17 実績	構成比	FY18 実績	構成比	増減	増減率
国内: 一般用	3,011	75.6%	3,728	76.7%	716	23.8%
国内: 業務用	923	23.2%	1,083	22.3%	159	17.3%
海外	49	1.2%	50	1.0%	1	2.6%
計	3,984	100.0%	4,862	100.0%	877	22.0%



DENSO

クレベリンカートリッジ
(車両用)



Akihiro Yoshida

クレベリン スティック

マーケティング戦略を刷新

(消費者の右脳・左脳に響く戦略を実施)

■FY18のマーケティング施策例(左脳)

⇒エビデンスをわかりやすいストーリーに変換してターゲットに伝達

ターゲットの明確化

感染症に対する関心が高い妊産婦、受験生
をターゲットとして広告・販促を実施

妊産婦



受験生と
その親



わかりやすいストーリーを伝達

空間・物体除菌が両方できる置き型製品の
必要性を消費者に訴求



新TVCMの放映・Web等で伝達

マーケティング戦略を刷新

(消費者の右脳・左脳に響く戦略を実施)

■FY18のマーケティング施策例(右脳)

⇒おしゃれなロゴ・デザインに変更、見て楽しめる製品ラインナップ

クレベリンロゴ・パッケージをリニューアル

視認性の高い新ロゴ「シードット」
白を基調としたシンプルな新製品にリニューアル



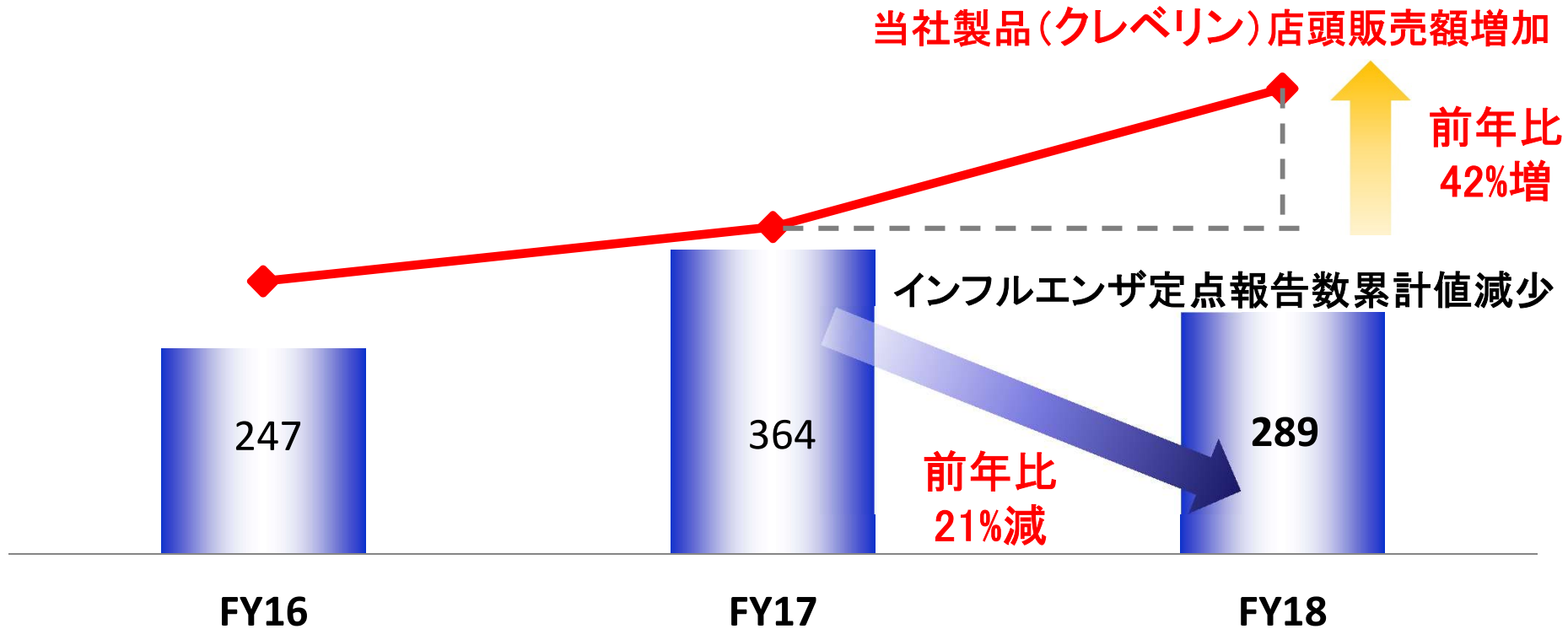
イラストやメッセージを描ける クレベリン 置き型 専用ケース

出産や受験、入学・卒業等、イベント時の
ギフトとして描いて楽しめる製品



マーケティング戦略が奏功し売上高が大幅増加

➤ブランド力UPにより、インフルエンザ流行前年比減※も、売上高大幅増加
FY17からFY18にかけて、インフルエンザ定点報告数累計値(11~2月)は減少、一方、当社製品(クレベリン)店頭販売額累計(11~2月)は大幅に増加。インフルエンザの流行影響のみでなく、ブランド力のUPが推察される。



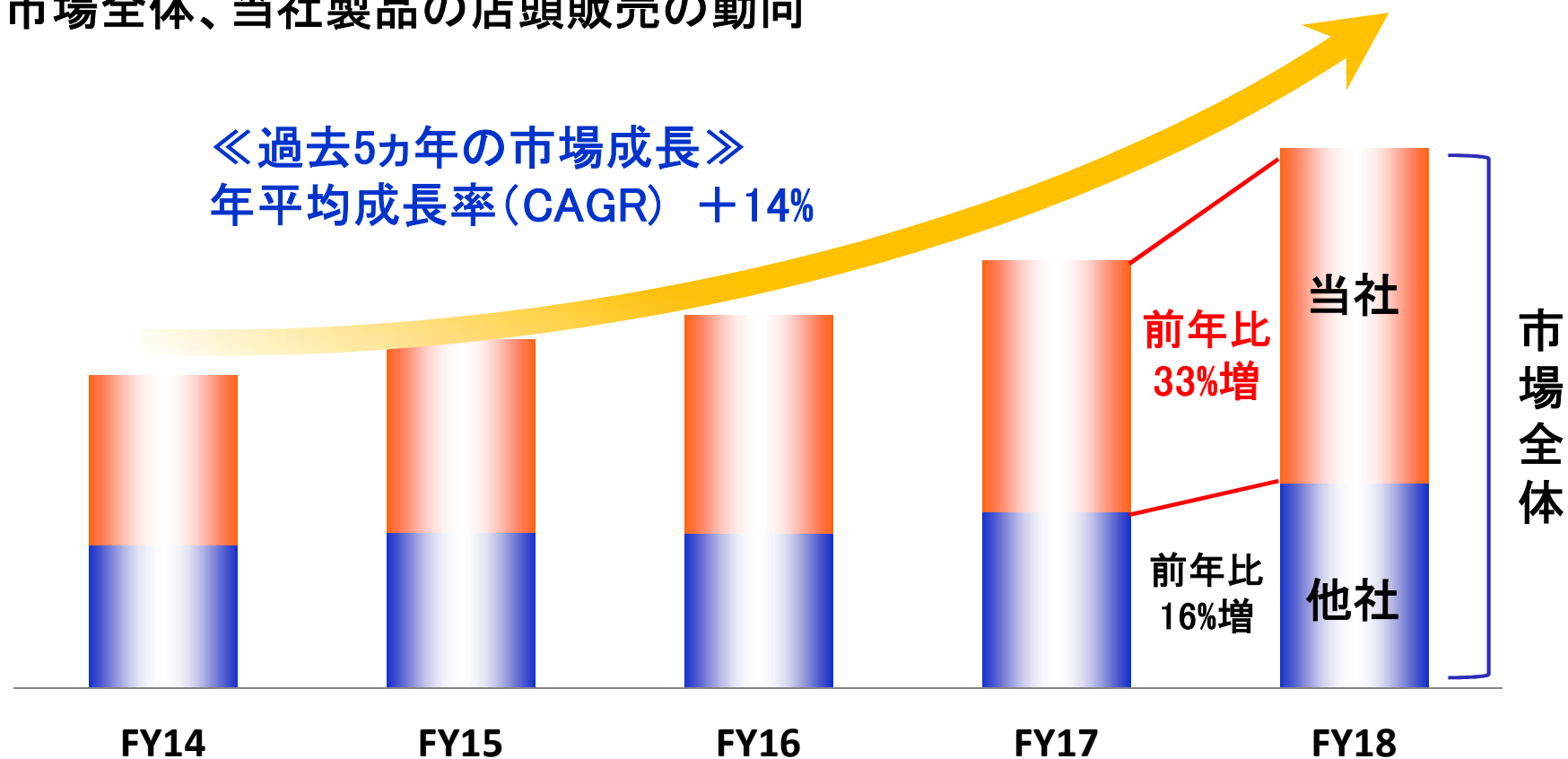
※季節性インフルエンザの流行は、国立感染症研究所 weekly 定点報告数 IDWR 速報データより算出したインフルエンザ流行期(11~2月)の定点報告数累計値により比較。

当社製品(クレベリン)店頭販売額 出所: (株)インテージ

感染管理事業(一般用製品)の店頭販売動向

- ▶ 当社製品(クレベリン)は前年比33%増、市場全体の成長を牽引
※他社は、前年比16%増 (市場全体では前年比26%増)

■市場全体、当社製品の店頭販売の動向



出所:(株)インテージ

次期業績予想

次期業績予想

- 医薬品事業、感染管理事業共に増収
- マーケティング強化等により販管費増加も、増収影響等により吸収し増益

単位：百万円

	FY18 実績	FY19 予想	増減	増減率	増減要因等
売上高	10,418	11,260	841	8.1%	FY18実績為替レート:110円/ドル FY19想定為替レート:110円/ドル
医薬品	5,542	5,690	147	2.7%	国内、海外共に増加
感染管理	4,862	5,560	697	14.4%	既存製品増加、新製品販売開始等
その他事業	13	10	△3	△27.9%	
売上総利益 (売上高比率)	7,161 (68.7%)	7,920 (70.3%)	758	10.6%	増収影響、利益率改善(FY18リニューアル返品 等で粗利率悪化)
販売費及び 一般管理費	5,131	5,720	588	11.5%	マーケティング強化により販売費565百万円増
営業利益 (売上高比率)	2,029 (19.5%)	2,200 (19.5%)	170	8.4%	
経常利益 (売上高比率)	1,885 (18.1%)	1,950 (17.3%)	64	3.4%	
当期純利益 (売上高比率)	1,415 (13.6%)	1,420 (12.6%)	4	0.3%	

株主還元(配当)

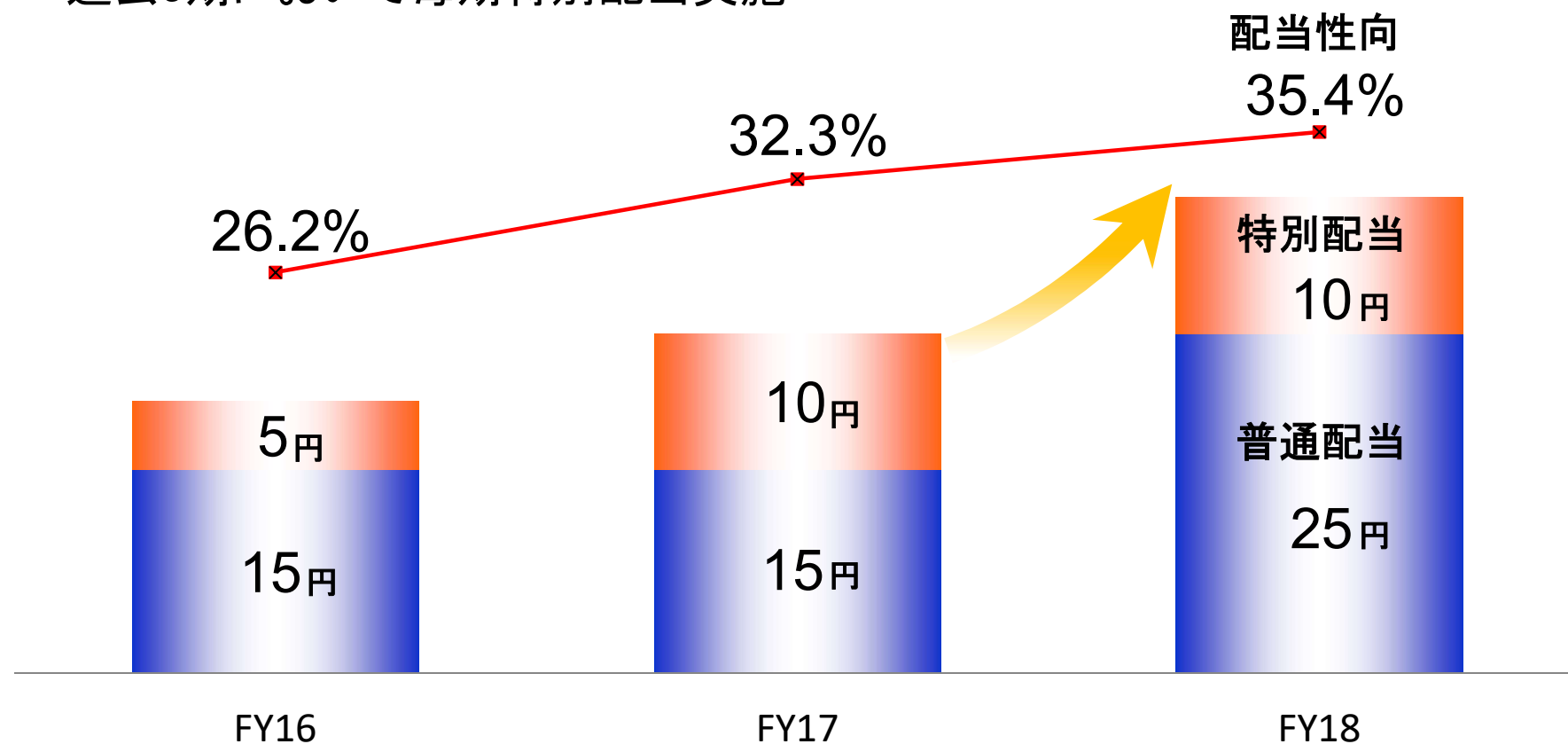
➤ 当期(FY18)増配(特別配当10円)

年間配当35円(中間10円、期末25円)

➤ 次期(FY19)普通配当30円に増額

※配当方針(安定配当を基本方針、連結業績に応じ特別配当検討)

⇒過去3期において每期特別配当実施



株主還元(自己株式取得)

➤ 自己株式取得を発表

(理由)

- 資本効率の向上を通じ、株主還元の強化
- 資本政策の遂行を機動的に実施するため

(内容)

取得株式の種類	当社普通株式
取得株式数	430,000株(上限) 発行済株式数(自己株式を除く)に対する割合3.0%
取得金額	820百万円(上限)
取得期間	2019年5月15日～2019年10月31日
取得方法	東京証券取引所における市場買付 (証券会社による投資一任方式)



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。