



ゼリア新薬
ZERIA

● 証券コード4559

ゼリア新薬工業株式会社

2010年3月期 2Q決算説明会

2009年11月17日

I. 会社概況 II. 2010年度 主要課題 III. 2Q実績と通期予想

企業理念

ゼリア新薬では、私たちの企業意識の宣言として5つの価値観からなる「Z・E・R・I・A Five コーポレート・スピリッツ」を掲げ、さらなる飛躍を目指します。



I. 会社概況

I-1 堅実な両輪経営

I-2 経営スタンス

I-3 医療用医薬品事業

I-3-① 医療用医薬品事業-消化器系スペシャリティファーマ

I-3-② 主な医療用医薬品

I-3-③ 医療用新薬パイプライン

I-4 コンシューマーヘルスケア事業

I-4-① コンシューマーヘルスケア事業-独創的なOTC医薬品

I-4-② 主なコンシューマーヘルスケア製品

II. 2010年度 主要課題

II-1 アサコールの日本での上市とグローバル展開

II-1-① アサコールの日本での上市

II-1-② アサコールのグローバル展開

II-2 コンドロイチンに次ぐナショナルブランドづくり

II-2-① コンドロイチン含有関節痛内服薬、市場シェア60%

II-2-② 早期にコンドロイチンの売上高100億円を目指す

II-2-③ ヘパリーゼを第2のナショナルブランドへ

II-3 アライアンス・M&A

II-3-① 第6次中計のアライアンス・M&Aの実績

II-3-② ティロツツの現況

II-3-③ ティロツツとのシナジーの追求

II-3-④ イオナとのシナジーを具現化

II-3-⑤ 今後のアライアンスとM&A

II-4 経営戦略のロードマップ

III. 2Q実績と通期予想



ゼリア新薬

Z E R I A

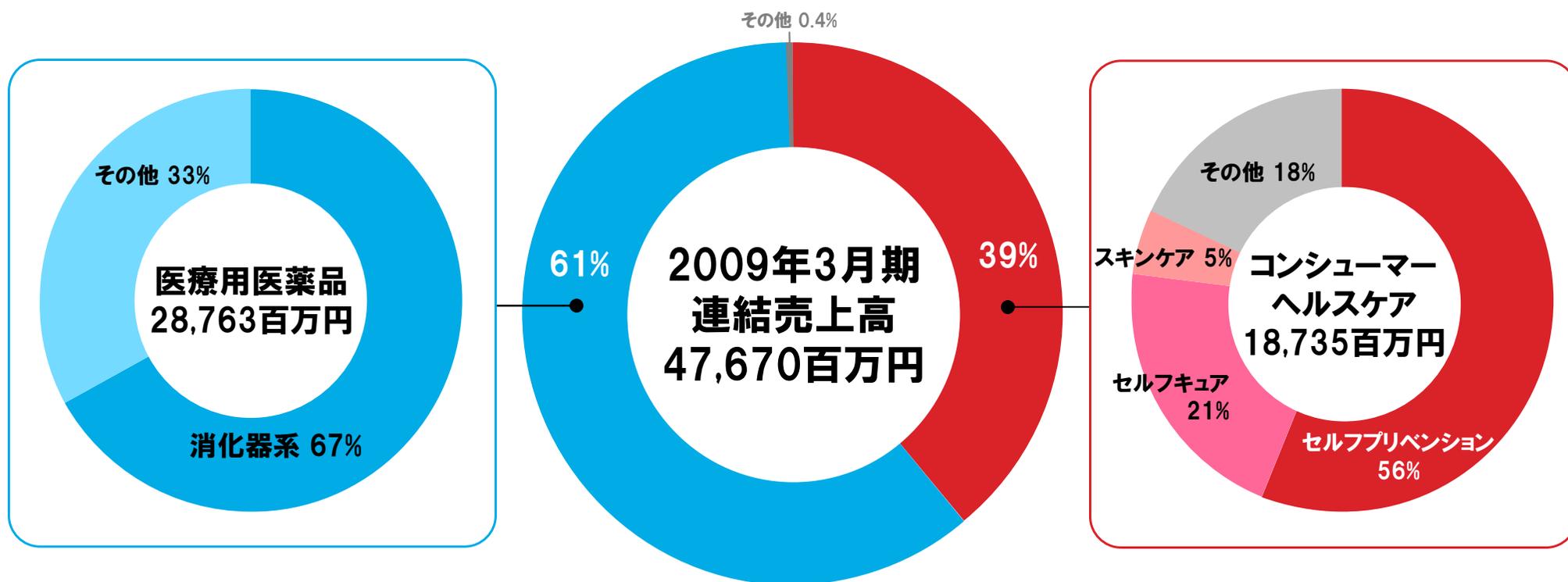
I. 会社概況



1-1 堅実な両輪経営

- 医療用医薬品事業とコンシューマーヘルスケア事業を「車の両輪」
 - ▶(ゼリア新薬の医療用対OTC売上高比率は6:4。業界全体は9:1。)
- 研究開発、生産・物流部門が、両輪を支えるエンジンとして機能する一体感
- 事業間シナジーにより、付加価値をUP

セグメント別売上高構成比



1-2 経営スタンス

2002ビジョン	2007新ビジョン	
メガファーマ	メガファーマ	世界的に通用する医薬品を数多く有すると共に、世界市場で一定の地位を獲得する総合的な新薬開発企業
スペシャリティファーマ	グローバルニッチファーマ	比較的規模の小さい企業でも得意分野において国際的に一定の評価を得る大きな研究開発の成果を活かして成長
	グローバルカテゴリーファーマ	得意分野に新薬の研究開発を絞り込んで国際競争力の強化を図るスペシャリティファーマ
ジェネリックファーマ	ジェネリックファーマ	良質で安価な後発医薬品を安定的に、情報提供を充実させて販売する企業
OTCファーマ	OTCファーマ	セルフメディケーションに対応し、一般用医薬品を中心に開発する企業
	ベーシックドラッグファーマ	医療を支える基礎的な医薬品、必須医薬品又は伝統的な医薬品を効率的かつ安定的に供給する企業
	異業種、ベンチャー	バイオテクノロジーなどを基幹技術とし、創薬を目的とした起業型研究開発企業や、医薬品を専業としない異業種企業

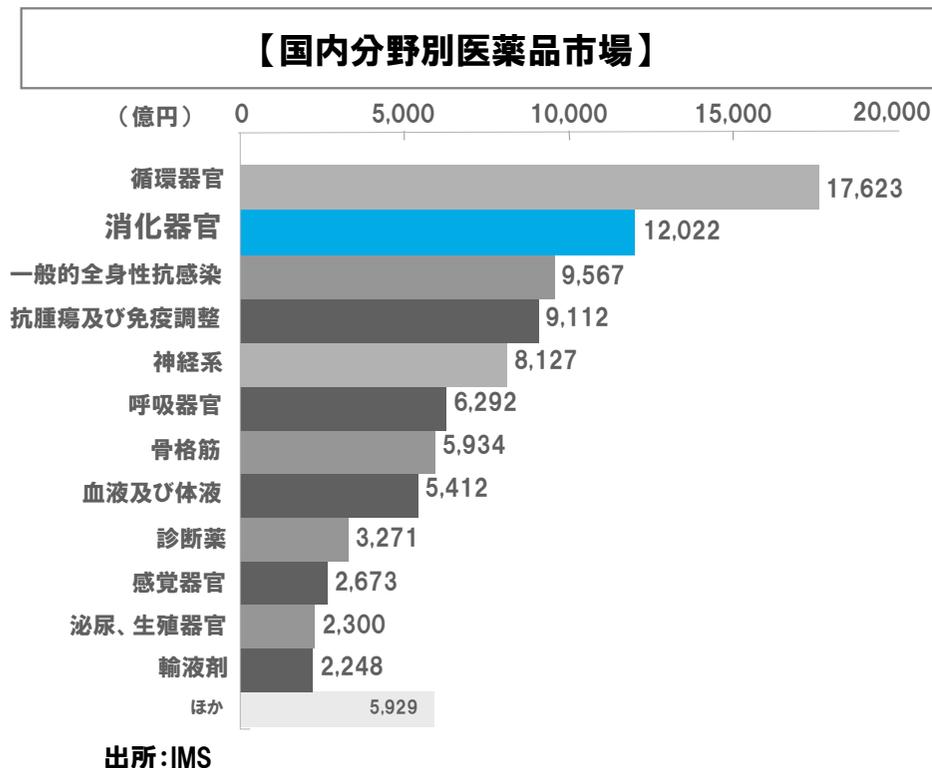


*分類は、厚生労働省「新医薬品産業ビジョン」より

I-3-① 医療用医薬品事業—消化器系スペシャリティファーマ

- 「消化器のゼリア」
- 抗潰瘍剤を主力とした消化器領域に専門特化し、経営資源を集約
 - 消化器領域は、大手がこぞって参入する大市場
 - 大手と伍する強さを有する消化器系の総合メーカー
 - 50年間かけて培った医療現場との信頼関係と知名度
 - 1961年のレシカルボンに始まり、69年のマーズレンを経て、アシノンやプロマックに至る
- アサコールにより、上部消化器から下部消化器までフルラインアップ

消化器系は2番目の大市場で厳しい競争



消化器系の総合メーカー

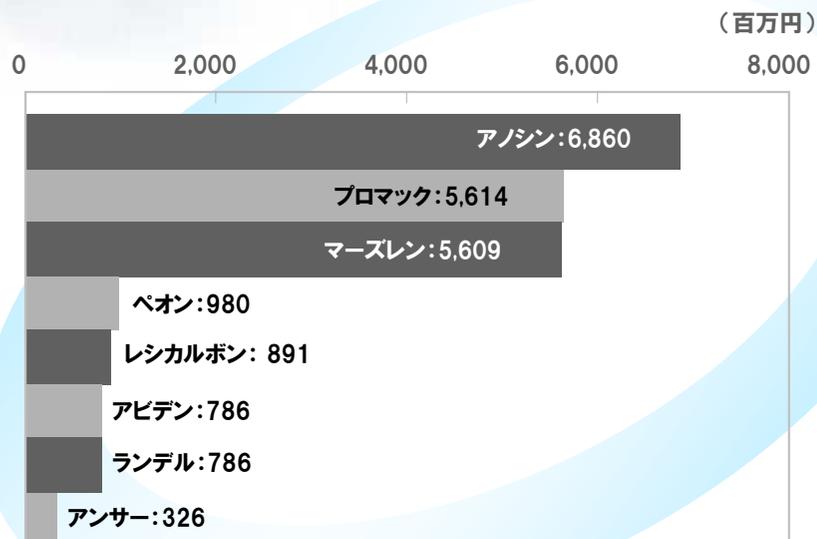
上部消化器から下部消化器までを網羅

《製品》
 アシノン(H₂ブロッカー)
 プロマック(防御系潰瘍剤)
 マーズレン(防御系潰瘍剤)
 レシカルボン(便秘治療剤)
 ビジクリア(経口腸管洗浄剤)
 アサコール(潰瘍性大腸炎)

《開発中》
 Z-338 (機能性ディスヘブシア)
 Z-103 (適応拡大:味覚障害)
 Z-208 (肝細胞癌)
 Z-360 (膵臓癌)

1-3-② 主な医療用医薬品

医療用医薬品 主要製品別売上高（2009年3月期）



消化器系



アノシン (H2受容体拮抗剤)

プロマック
(亜鉛含有胃潰瘍治療薬)



マーズレン (胃炎・潰瘍治療剤)

レシカルボン(便秘治療剤)



ビジクリア (経口腸管洗浄剤)

アサコール (潰瘍性大腸炎治療剤)



その他

ランデル (高血圧症・狭心症治療剤)

アビデン (コラーゲン使用吸収性局所止血剤)

ペオン (非ステロイド性鎮痛・消炎剤)

アンサー (放射線療法による白血球減少抑制剤)

I-3-③ 医療用新薬パイプライン

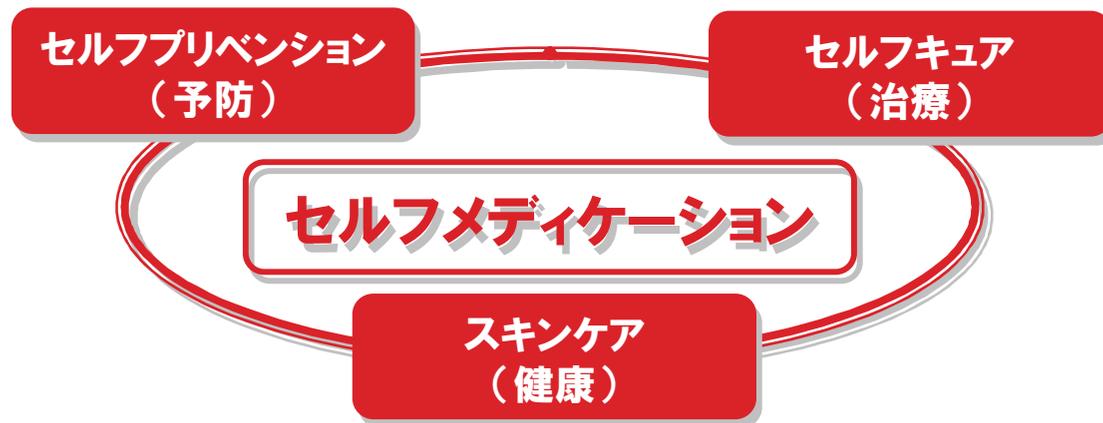
2009年11月11日現在

開発番号	開発	開発段階	適応症	作用機序および特長	一般名	備考
「国内」 ◆消化器系分野						
Z-206	自社	▶▶▶▶▶ 承認	潰瘍性大腸炎	pH依存型放出制御製剤	メサラジン	導入 製品名「アサコール」
Z-206	共同開発 (協和発酵キリン)	▶▶▶ フェーズIII ●●	クローン病	pH依存型放出制御製剤	メサラジン	導入 「アサコール」の効能追加
Z-103	自社	▶▶▶ フェーズIII ●●	味覚障害	亜鉛補充	ポラプレジック	導入 「プロマック」への効能追加
Z-338	共同開発 (アステラス製薬)	▶▶▶ フェーズIII ●●	機能性ディスペプシア	上部消化管運動改善作用	アコチアミド	自社オリジナル
Z-208	共同開発 (テムリック)	▶▶▶ フェーズI/II ●●●	肝細胞癌	レチノイン酸RAR α 受容体 作動作用	タミバロテン	導入
「国内」 ◆その他						
Z-100	自社	▶▶▶ フェーズIII 追加試験 ●●	子宮頸癌	免疫調整作用	-	自社オリジナル アンサー効能追加
Z-207	自社	▶▶▶ フェーズI ●●●●	アレルギー性鼻炎	粘膜組織凝固・収縮作用 エタノール・ステロイド配合剤	-	導入
Z-521	自社	▶▶▶▶▶ 開発準備中 ●●●●	低リン血症性くる病	リン酸補給	-	自社オリジナル 未承認薬開発支援対象
「海外」						
Z-103	導出	●●▶▶▶▶▶ 承認 (韓国)	胃炎・胃潰瘍	胃粘膜保護作用	ポラプレジック	導入
Z-338	自社	▶▶▶ フェーズIII 準備中(欧州) ●●	機能性ディスペプシア	上部消化管運動改善作用	アコチアミド	自社オリジナル
Z-338	共同開発 (アステラス製薬)	▶▶▶ フェーズII (北米) ●●	機能性ディスペプシア	上部消化管運動改善作用	アコチアミド	自社導入オリジナル
Z-360	自社	▶▶▶ フェーズII 準備中(欧州) ●●	膵臓癌	ガストリンCCK $_2$ 受容体拮抗作用	-	自社導入オリジナル

1-4-① コンシューマーヘルスケア事業—独創的なOTC 医薬品

- 独創的で高品質な成分、天然由来成分配合の先駆者
 - 創業以来取り組む、天然由来成分コンドロイチン配合の関節痛・腰痛治療薬(コンドロイチンZS錠)
 - 肝臓水解物を配合した滋養強壮剤「ヘパリーゼ」シリーズ

- 時代を先取りした3分野を戦略的に展開
 - 超高齢社会と健康ブームを先取りした「セルフプリベンション」
 - 積極的な健康維持、病気を未然に防ぐ分野
 - 「医療費抑制」や「治療から予防へ」など医療制度の変遷も先取り
 - 幅広いラインアップの「セルフキュア」
 - 胃腸薬、便秘薬、皮膚用薬、点眼薬、感冒薬、消炎・鎮痛薬などのOTC医薬品
 - 薬事法改正で需要増が期待されるスイッチOTCを展開
 - イオナと共同開発した「リトルノ」シリーズが加わった「スキンケア」
 - 1955年にコンドロイチン配合化粧品を発表、天然由来成分配合のスキンケア商品に先鞭
 - ニキビ治療を中心とした「アポステイー」シリーズ
 - イオナの基礎化粧品(「イオナ」シリーズ、「リトルノ」シリーズ)



1-4-② 主なコンシューマーヘルスケア製品

コンシューマーヘルスケア主要製品売上高（2009年3月期）



セルフキュア

胃腸薬、風邪薬、解熱・鎮痛剤、鼻炎用薬、皮膚用薬、点眼薬など豊富な品揃え。

アシノンZ/アシノンZ錠/アシノンZ胃腸内服液
(胃腸薬)



ウイズワンエル (便秘治療薬)

新エーゼットA (点眼薬)



ドルマイシン軟膏 (皮膚薬)

セルフプリベンション

コンドロイチンZS錠 (関節炎・腰痛治療剤)



コンドロビーEX (関節炎・腰痛治療剤)

新ヘパリーゼプラス (滋養強壮剤)



新ヘパリーゼドリンク
(滋養強壮ドリンク)

ハイゼリーB (滋養強壮ドリンク)



ハイゼリー散 (滋養強壮剤)

スキンケア

イオナ化粧品



アポステイー群



ゼリア新薬

Z E R I A

II. 2010年度 主要課題



II 2010年度 主要課題

医療用医薬品事業

1. アサコールの日本での上市とグローバル展開

コンシューマーヘルスケア事業

2. コンドロイチンに次ぐナショナルブランドづくり

- ・早期にコンドロイチンの売上高100億円を目指す
- ・ヘパリーゼを第2のナショナルブランドに育成

3. アライアンス・M&A

II-1-① アサコールの日本での上市

- 国内想定市場は200億円(薬価ベース)
 - 世界60数カ国で実績を持つ「アサコール」
 - 炎症性腸疾患治療剤市場の世界シェア約1/3のトップブランド

- 当面、市場の半分を目指し、医療用医薬品事業の収益の柱に
 - 2009年10月、潰瘍性大腸炎治療剤としての製造販売承認を取得
 - 12月上市予定
 - 「クローン病」適応は、協和発酵キリンと共同開発・共同販売

- 「消化器のゼリア」の付加価値をさらに向上

2008年度末の炎症性腸疾患国内患者数

潰瘍性大腸炎	クローン病	炎症性疾患全体
約105,000人	約29,000人	約134,000人
ゼリア新薬が単独で開発し、協和発酵キリンと共同販売	協和発酵キリンと共同開発・共同販売	

【アサコール錠400mg】



II-1-② アサコールのグローバル展開

- ティロツツは53カ国にアサコールを販売
 - ゼリアグループのグローバル展開が一気に加速
 - アジア地域での積極展開

自販および販売委託(53カ国)

■ 欧州

スウェーデン、ノルウェー、フィンランド、デンマーク、アイスランド、アイルランド、イギリス、ドイツ、フランス、エストニア、ラトビア、リトアニア、ルーマニア、ポーランド、ウクライナ、アルバニア、クロアチア、セルビア、スベロニア、チェコ、ギリシャ、マケドニア、キプロス、ポルトガル

■ 中東

バーレーン、イラク、イラン、イスラエル、クウェート、レバノン、オマーン、カタール、サウジアラビア、アラブ首長国連邦、イエメン、ヨルダン

■ アフリカ

モーリシャス、南アフリカ、スーダン

■ アジア・オセアニア

トルコ、インド、パキスタン、香港(含マカオ)、タイ、韓国、台湾、シンガポール、ニュージーランド

■ 南北アメリカ

メキシコ、トリニダードトバゴ、コロンビア、チリ、アルゼンチン、オランダ領アンティル

■ 権利譲渡国

米国、カナダ、イタリア、ほか5カ国

II 2010年度 主要課題

コンシューマーヘルスケア事業

2. コンドロイチンに次ぐナショナルブランドづくり

- ・早期にコンドロイチンの売上高100億円を目指す
- ・ヘパリーゼを第2のナショナルブランドに育成

II-2-① コンドロイチン含有関節痛内服薬で市場シェア60%

- 約280億円(店頭売りベース)のコンドロイチン含有関節痛内服薬市場で、シェア60%のトップブランド
 - 国内主要OTCメーカーがひしめく市場で、揺るがない競争力
 - 流通から消費者に至るまで絶大な信頼を獲得

- 創業以来、日本のコンドロイチン市場を開拓・牽引
 - 1955年、会社設立とともにコンドロイチンの開発着手。天然由来成分への意識の高さ
 - コンドロイチンを医薬品として開発、普及を図る

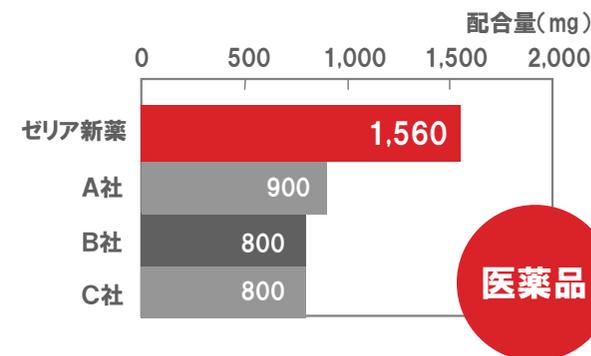
- 優れた品質と安定供給体制、直販営業による強力なフォロー
 - 「コンドロイチンZS錠」は、天然由来成分コンドロイチン配合の関節痛・腰痛治療薬
 - ゼリア新薬の「コンドロイチンZS錠」は医薬品で、1日配合量は業界最大の1,560mg
 - (他社は上限900mg以下)
 - 良質で高純度の医薬品原料を確保
 - 直販営業によるインスタマーケティングで、品質の良さを浸透
 - TVCM開始でブレイクし、店頭での推奨をさらに後押し

コンドロイチン群の歴史

1955年12月	コンドロイチン配合化粧品を発売
1959年	医薬品コンドロイチンZ末を発売
1963年	医療用医薬品コンドロイチンZ錠を発売
1964年	一般用医薬品コンドロイチンZS錠を発売



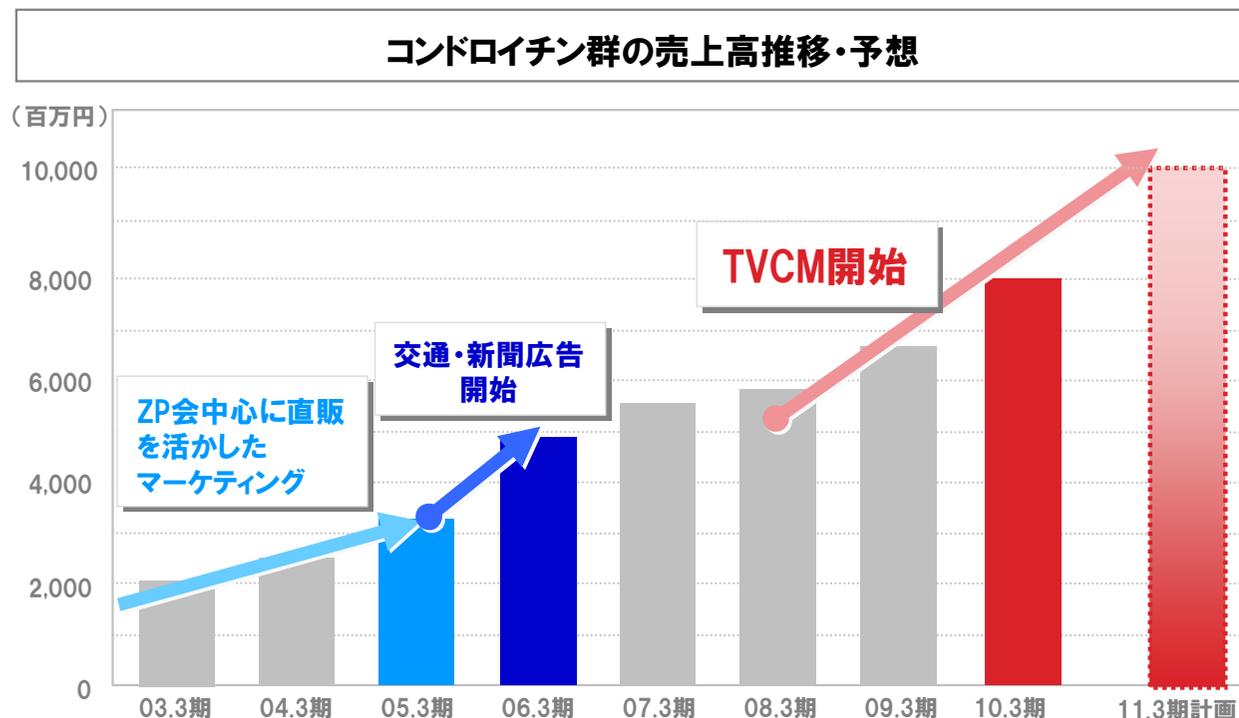
コンドロイチン配合量比較



II-2-② 早期にコンドロイチンの売上高100億円を目指す

- セルフメディケーションにより、コンドロイチン市場は今後も拡大
 - 超高齢社会、健康ブーム
 - 治療から予防へ

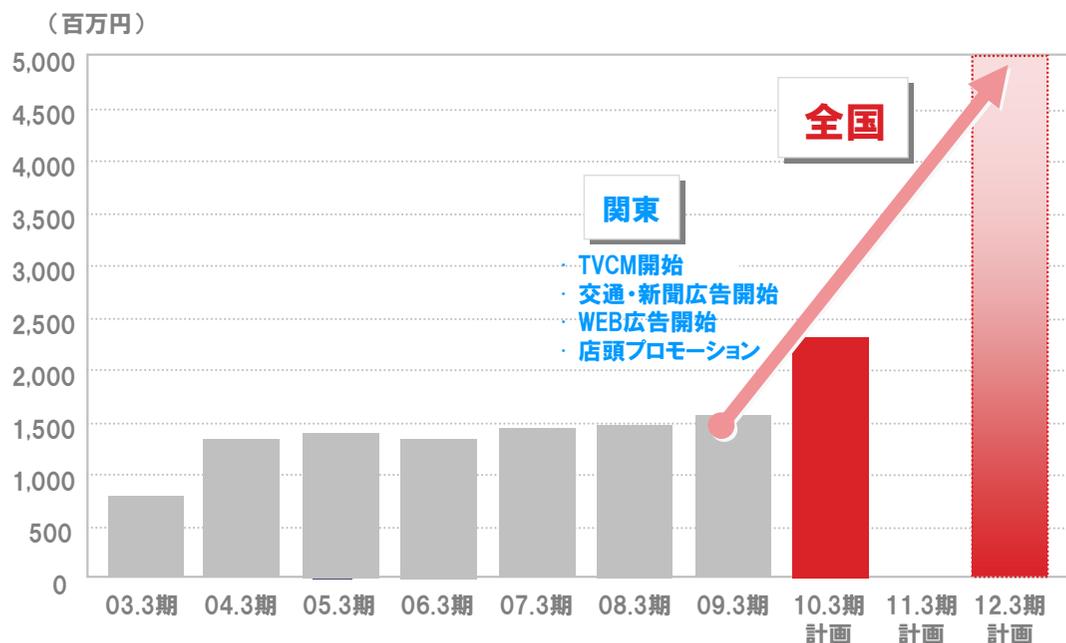
- ゼリア新薬の2009年3期売上高は約67億円、早期に100億円達成を目指す
 - ZP会を通じて入念に製品を育成した土台作り
 - 量販店市場の拡大
 - 2005年の交通・新聞広告を経て、2008年から満を持してのTVCM ⇒ ナショナルブランドへ
 - 市場の拡大とシェア向上により、100億円達成を目指す



II-2-③ ヘパリーゼを第2のナショナルブランドへ

- ヘパリーゼを第2のナショナルブランドへ
 - コンドロイチンで成功した、PULL型マーケティングを再現
 - 2009年度は、関東地方でクロスメディア展開
 - 2009年11月24日からTVCM開始
 - 連動して、WEB、交通広告、新聞広告、店頭プロモーションを展開
 - 2010年からは、全国展開を計画

ヘパリーゼの売上高推移・予想



【ヘパリーゼ製品】



II 2010年度 主要課題

3. アライアンス・M&A

II-3-① 第6次中計のアライアンス・M&Aの実績

売上や利益に貢献し、シナジーが出せる
アライアンスやM&Aの実現



07年1月

- 協和発酵キリン(株)と炎症性腸疾患治療剤「アサコール」の共同開発・共同販売契約締結

07年8月

- テムリック(株)と肝細胞癌用剤「タミバロテン」の共同開発・独占的製造販売契約締結

08年3月

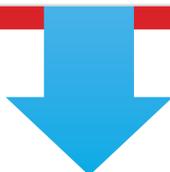
- アステラス製薬(株)と国内における機能性ディスぺプシア治療剤「Z-338」の共同開発・共同販売契約締結

08年10月

- **イオナ インターナショナル(株)を買収**
「IONA」ブランドは、高い認知度を有する基礎化粧品シリーズとして全国のドラッグストア、薬局・薬店、美容サロンを通じて販売

09年9月

- **スイスTillotts Pharma AG を買収**
炎症性腸疾患治療剤アサコールの開発会社。ティロットツはアサコールを世界53カ国で販売

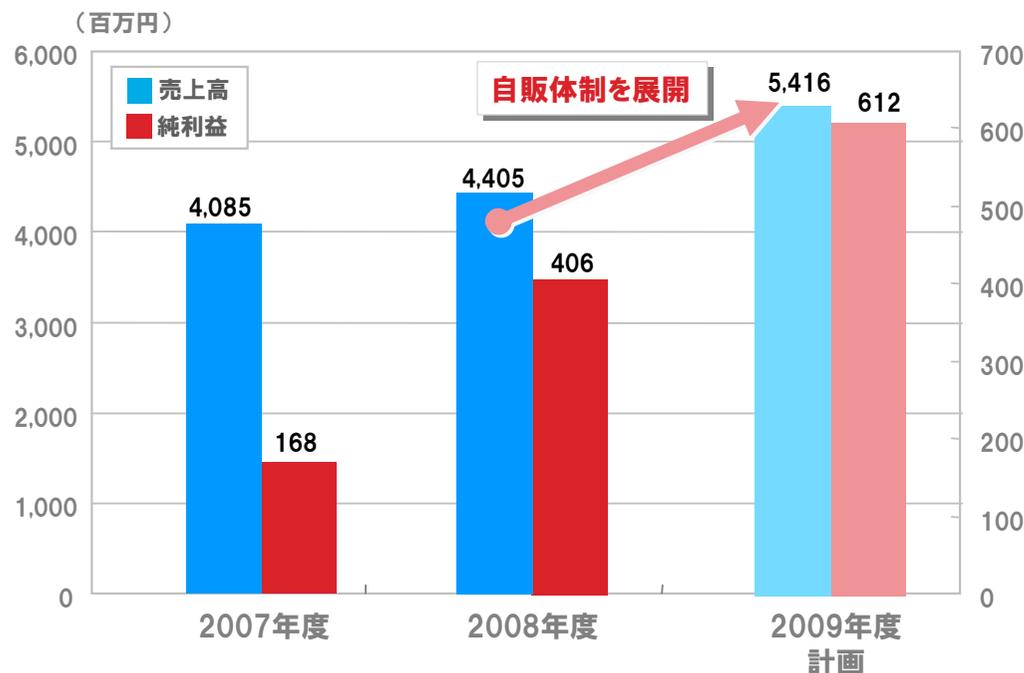


II-3-② ティロツツの現況

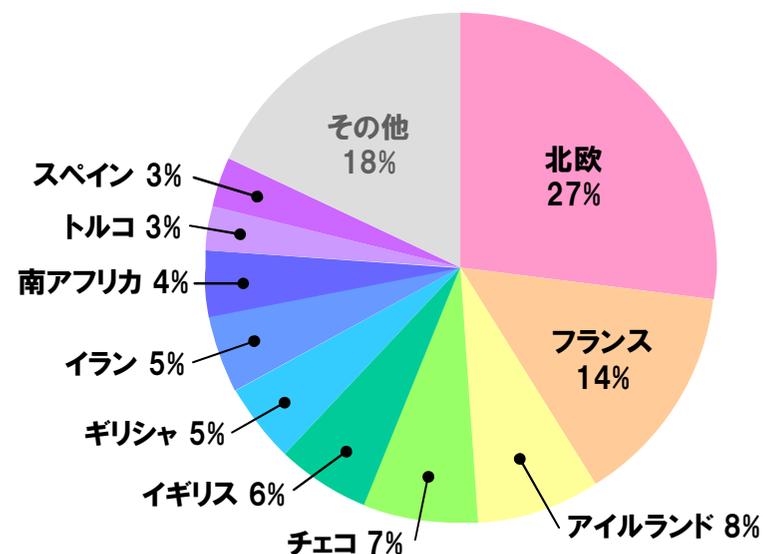
□ 2009年度は売上高54億円、純利益6億円の計画（90円/CHF換算）

- 自販体制を展開し始め、売上高が拡大
- 高い収益率がさらに向上

ティロツツの業績推移・計画



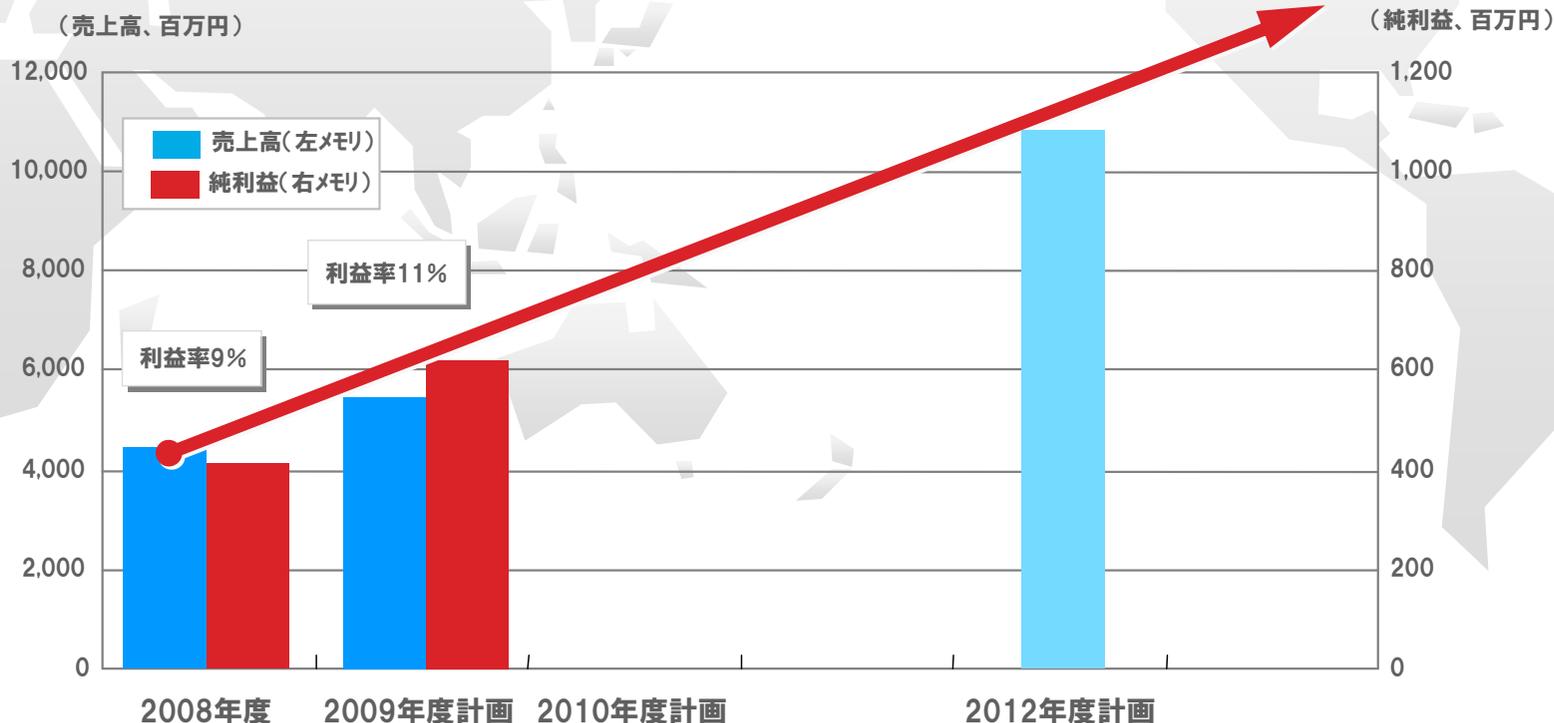
2008年度、ティロツツ社国別アサコール売上高構成比



II-3-③ ティロツツとのシナジーの追求

- ❑ 生産拠点の整備
- ❑ アサコールのバリューアップ
- ❑ ゼリア新薬製品を欧州で販売
- ❑ コルペルミンを日本で展開(ダイレクトOTC)
- ❑ アサコールをアジア地域へ導出

ティロツツ社の業績予想

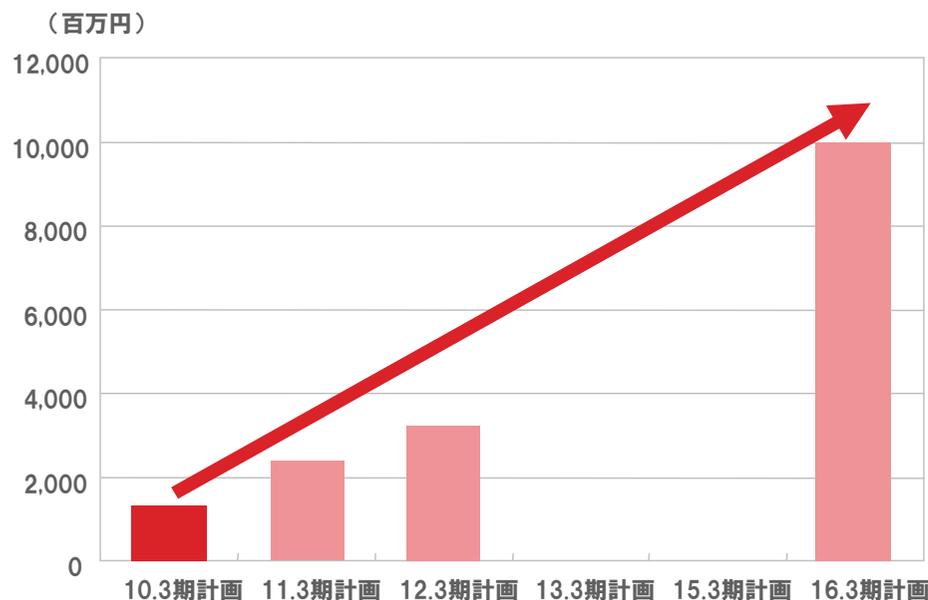


※ 90円/CHF換算

II-3-④ イオナとのシナジーを具現化

- **イオナ新シリーズ「リトルノ」の新発売**
 - エイジングケア～基礎化粧品の「IONA」とコンドロイチンの「ZERIA」の融合
- **イオナとのシナジー追求**
 - 新ブランド「リトルノ」の展開
 - 相互の販売チャネルの特性とブランド力を活かして、マーケティング力をアップ
 - 生産ラインの相互活用で効率化
- **イオナブランドのバリューアップにより、ゼリアグループ力を強化**
 - 3年以内に売上高30億円以上
 - 2015年までに売上高100億円を目標とする

イオナの経営計画



【IONAシリーズ】



【リトルノシリーズ】



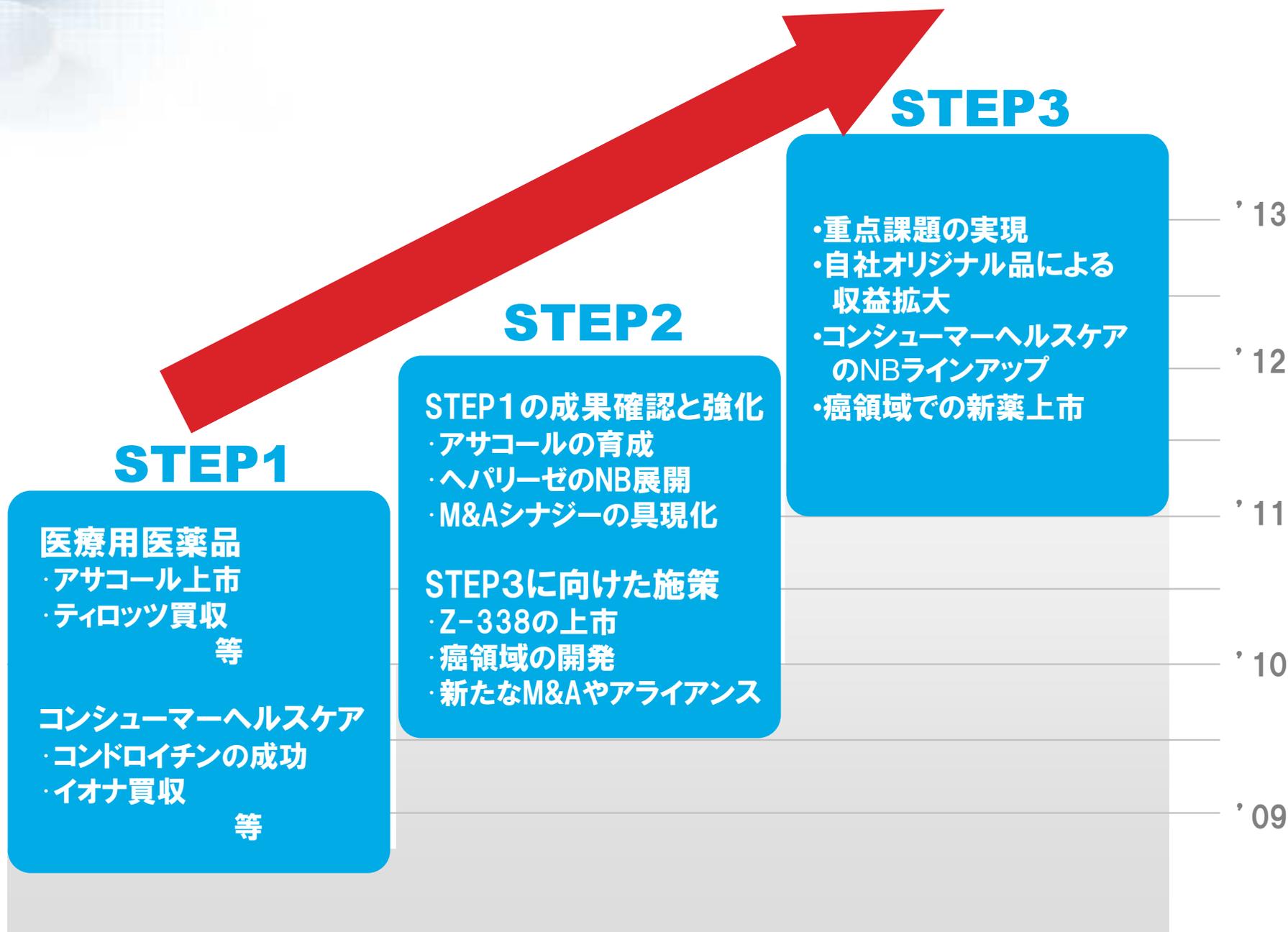
II-3-⑤ 今後のアライアンスとM&A

- グループの企業価値向上を目指し、積極的にアライアンスやM&Aに取り組む
 - 売上高及び利益の拡大に貢献し、シナジーのある分野や企業
 - 医薬品事業
 - 周辺事業



当社グループの企業価値向上

II-4 経営戦略のロードマップ





ゼリア新薬

ZERIA

III. 2Q実績と通期予想



III-1 2010/3月期 第2Q決算の概要(連結)

(単位:百万円)

	2009/3期 第2Q累計		2010/3期 第2Q累計		
		売上比(%)		売上比(%)	前年同期比
売上高	24,148	100.0%	24,272	100.0%	0.5%
売上総利益	13,028	54.0%	12,982	53.5%	△0.4%
販売管理費	12,062	49.9%	12,028	49.6%	△0.3%
営業利益	966	4.0%	953	3.9%	△1.3%
経常利益	927	3.8%	968	4.0%	4.5%
当期利益	772	3.2%	578	2.4%	△25.1%
研究開発費	2,567	10.6%	2,436	10.0%	△5.1%
設備投資額	624	-	427	-	△31.6%

III-2 財務及びキャッシュフローの状況(連結)

□ キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)

	2009/3期2Q累計	2010/3期2Q累計	増減
営業活動によるCF	23	1,934	1,911
投資活動によるCF	△754	△12,693	△11,938
財務活動によるCF	124	11,466	11,341
計	△606	708	1,314
現金等期末残高	1,746	3,378	1,632

□ 財務の状況

(単位:百万円)

	2009/3期末	2010/3期2Q末	増減
総資産	58,110	71,201	13,091
純資産	27,711	27,703	△8
自己資本比率	47.7%	38.9%	△8.8%
一株当たり純資産	669.72円	669.64円	△0.08円

III-3 2010/3月期通期の計画

(単位:百万円)

	2009/3期 実績		2010/3期 通期計画		
		売上比(%)		売上比(%)	前年比
売上高	47,670	100.0%	53,000	100.0%	11.2%
売上総利益	25,412	53.3%	-	-	-
販売管理費	24,087	50.5%	-	-	-
営業利益	1,324	2.8%	2,000	3.8%	51.0%
経常利益	1,366	2.9%	2,000	3.8%	46.4%
当期利益	1,203	2.5%	1,200	2.3%	△0.3%
研究開発費	5,128	10.8%	6,000	11.3%	17.0%
設備投資額	1,378	-	800	-	△41.9%



ゼリア新薬

Z E R I A

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。

お問合せ先: 広報部 森山まで

Tel. 03-3661-1039 Fax. 03-3663-4203

