



2015年度（2016年3月期） 決算説明会

- 2016年5月16日 -

代表取締役社長 伊部 充弘

- . 2015年度の業績（連結）
 - 1) 決算の概要
 - 2) 売上高
 - 3) 主要製品売上高
 - 4) 営業利益及び研究開発費
 - 5) 海外売上高

- . 2016年度の取り組みと連結業績予想
 - 1) 重点取り組み課題
 - 2) 医療用医薬品事業
 - 3) コンシューマーヘルスケア事業
 - 4) 海外事業
 - 5) 研究開発
 - 6) 連結業績予想

I. 2015年度の業績（連結）

- 1) 決算の概要
- 2) 売上高
- 3) 主要製品売上高
- 4) 営業利益および研究開発費
- 5) 海外売上高

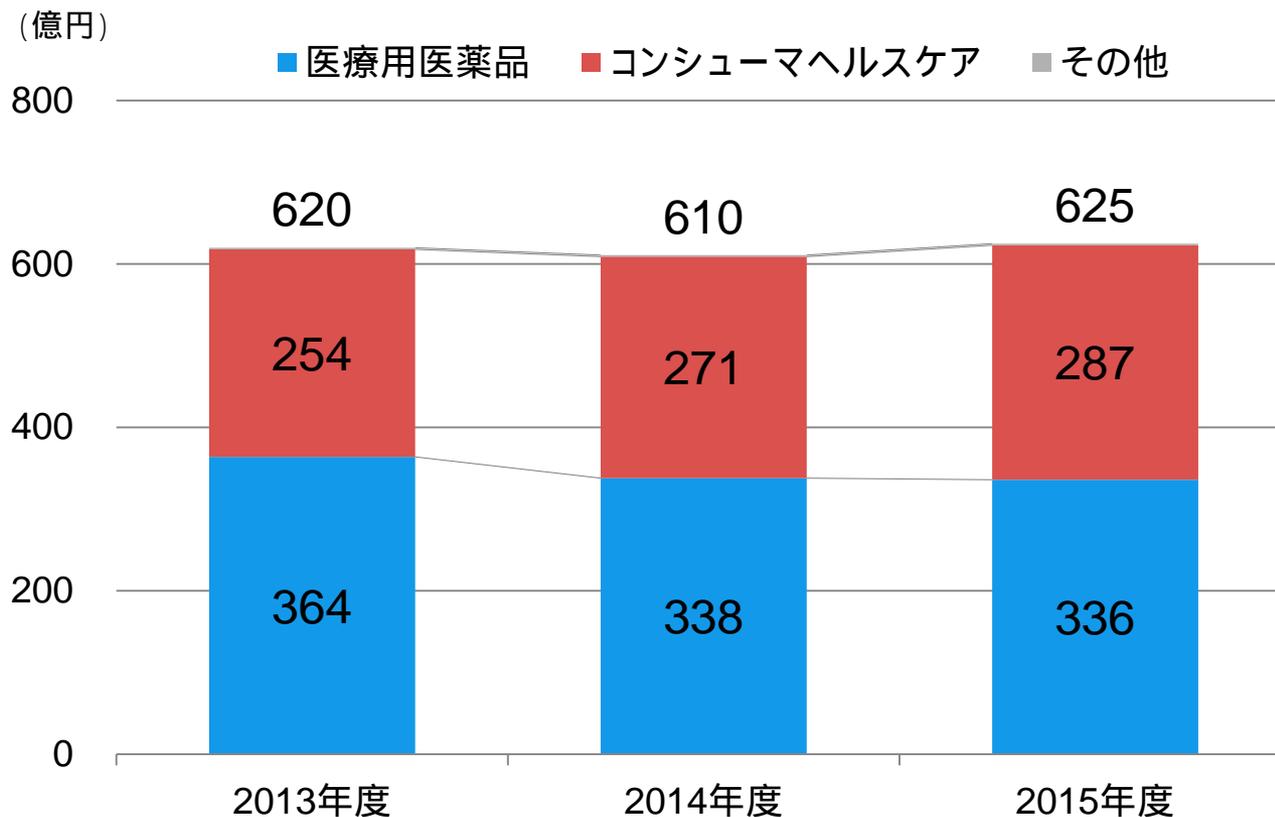
1-1) 決算の概要

- 売上高は前年比2.4%増、親会社株主に帰属する当期純利益は前年比37.4%増の増収・大幅増益

	2014年度		2015年度		
	実績	売上比	実績	売上比	前同伸率
(単位:百万円)					
売上高	61,012	100.0%	62,475	100.0%	2.4%
売上総利益	42,539	69.7%	44,548	71.3%	4.7%
販売管理費	39,861	65.3%	39,982	64.0%	0.3%
研究開発費	9,882	16.2%	8,579	13.7%	13.2%
広告宣伝費	3,102	5.1%	3,256	5.2%	4.9%
営業利益	2,678	4.4%	4,565	7.3%	70.4%
経常利益	2,770	4.5%	4,450	7.1%	60.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,557	4.2%	3,513	5.6%	37.4%

U 医療用医薬品事業は横ばい、コンシューマーヘルスケア事業は増収

セグメント売上高の推移



1-3) 主要製品売上高：医療用医薬品事業

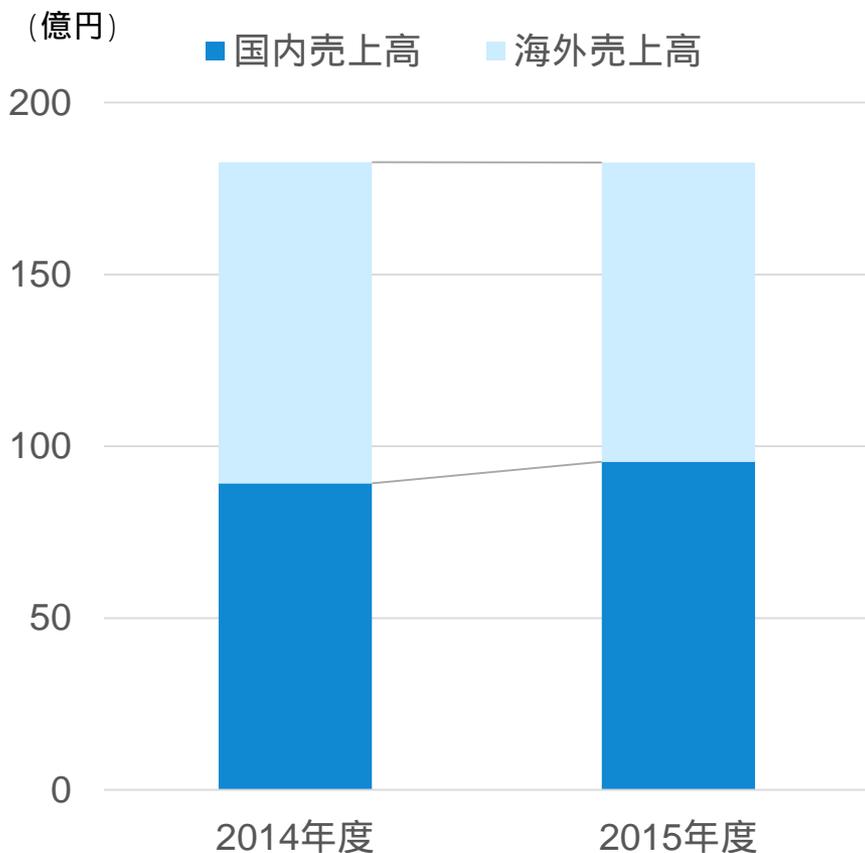
- ⌋ 長期収載品の減少をEntocortの寄与でカバーし、前年並を維持
- ⌋ Entocortの売上は2015年度第3四半期から計上

	2014年度	2015年度	
	実績	実績	前年伸率
(単位:百万円)			
医療用医薬品事業	33,759	33,580	0.5%
アサコール	18,264	18,257	0.0%
プロマック	3,954	3,434	13.1%
アシノン	3,514	2,965	15.6%
その他 (内、Entocort)	8,026	8,923 (1,896)	+ 11.2%

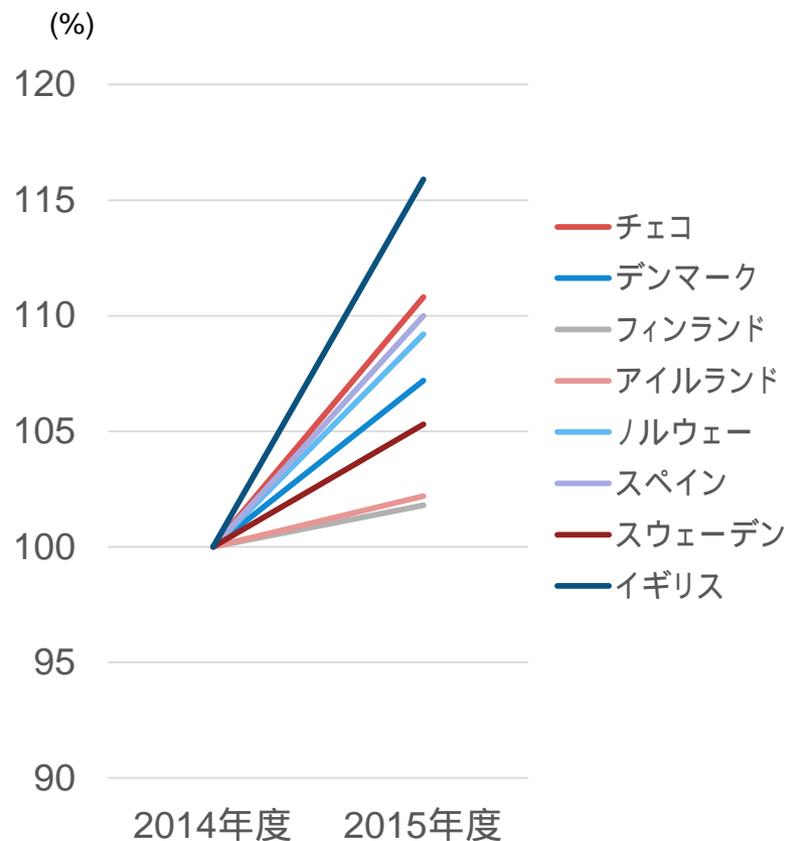
1-3) 主要製品売上高：アサコール

- 国内売上高は増加した一方で、海外売上高の減少によりアサコールの売上は前年並み
- 海外上位8カ国市場の現地通貨ベースでの医療機関納入額は対前年増加

国内外売上高の推移

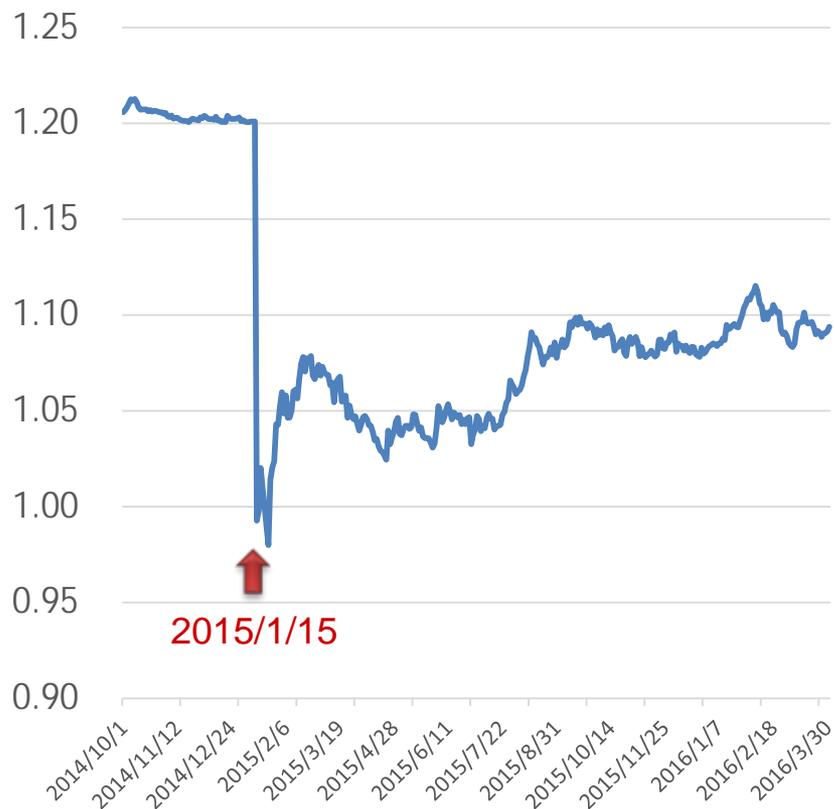


売上上位8カ国の医療機関への現地通貨ベースでの納入額推移



- 2015年1月以降 スイスフランがユーロに対して高騰
- ユーロ以外の通貨に対してもほぼ同様の為替変動

ユーロ/スイスフラン為替レート推移



各国通貨の対スイスフラン為替レート変化

	対スイスフラン為替レート		
	2014年平均	2015年平均	変動率
ユーロ(EUR)	1.215	1.067	-12%
英ポンド(GBP)	1.507	1.471	-2%
デンマーク・クローネ(DKK)	0.163	0.143	-12%
ルウェー・クローネ(NOK)	0.145	0.119	-18%
スウェーデン・クローネ(SEK)	0.134	0.114	-15%
チェコ・コルナ(CZK)	0.044	0.039	-11%

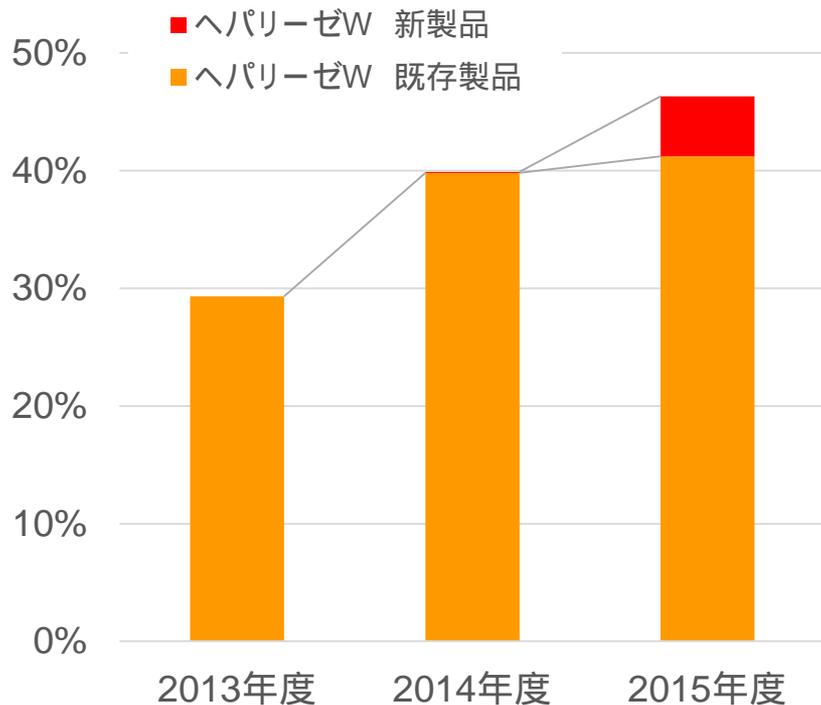
u ヘパリーゼ群の伸長を主要因として前年比6.1%の増収となった

	2014年度		2015年度	
	実績	実績	実績	前年伸率
(単位:百万円)				
コンシューマーヘルスケア事業	27,095	28,741	28,741	6.1%
ヘパリーゼ群	9,351	10,520	10,520	12.5%
コンビニ向け	4,983	5,894	5,894	18.3%
医薬品	4,368	4,626	4,626	5.9%
コンドロイチン群	7,429	7,415	7,415	0.2%
ウィズワン群	1,541	1,601	1,601	3.9%
その他	8,772	9,204	9,204	4.9%

1-3) 主要製品売上高：へパリーゼ群

- へパリーゼWシリーズは既存製品の伸長に加え、新製品の発売によりコンビニエンスストア 市場における「へパリーゼW」ブランドシェアが伸長

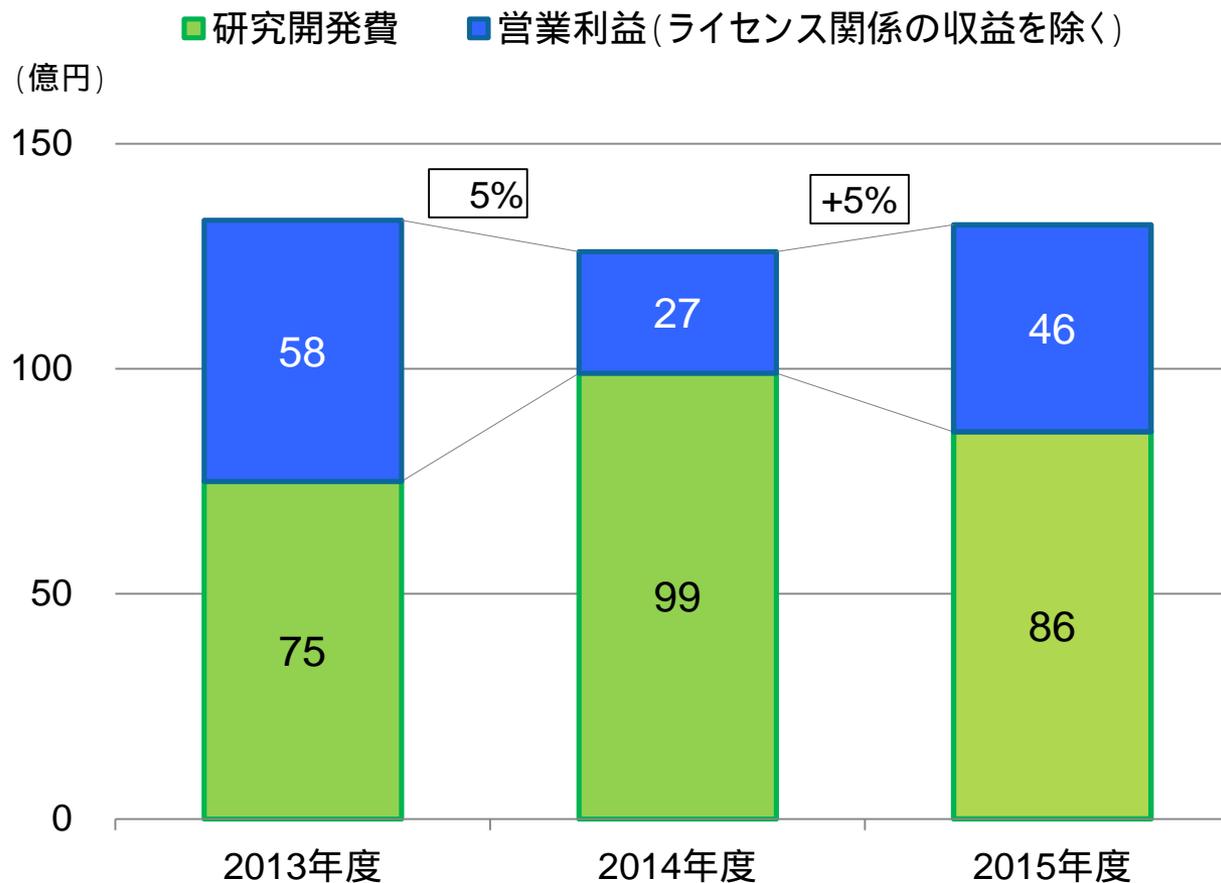
へパリーゼWシリーズのコンビニエンスストアウコン系飲料市場シェア推移



製品名	全国発売日
へパリーゼWハイパー	2013/11/ 1
へパリーゼW	2011/11/22
へパリーゼアミノ	2015/ 3/23
へパリーゼWスパークリング	2015/ 6/29
へパリーゼWプレミアム	2016/ 3/21

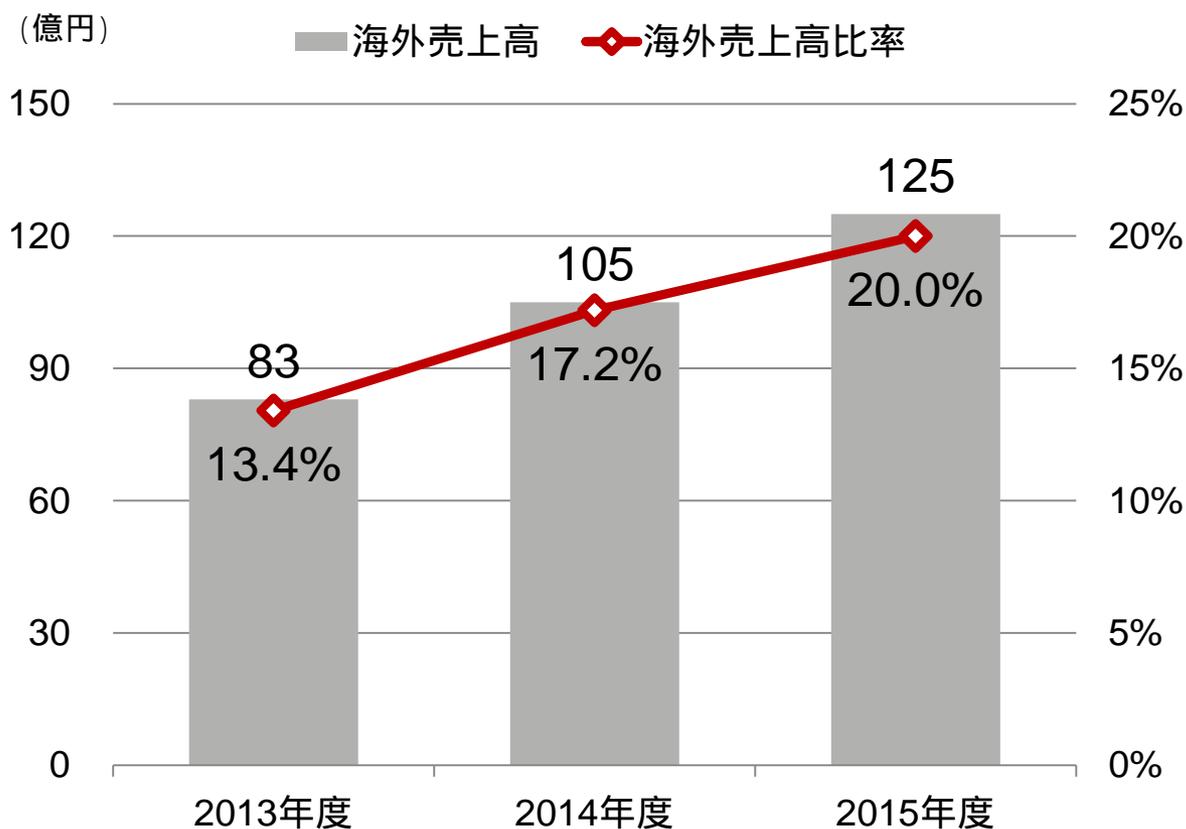
インテージ SRI コンビニエンスストア ウコン系飲料市場
2013年4月～2016年3月 金額シェア

営業利益（ライセンス関係の収益を除く）及び研究開発費の推移



海外売上高は大きく伸長し、海外売上高比率は20%に到達

海外売上高・海外売上高比率の推移



II. 2016年度の取り組みと連結業績予想

- 1) 重点取り組み課題
- 2) 医療用医薬品事業
- 3) コンシューマーヘルスケア事業
- 4) 海外事業
- 5) 研究開発
- 6) 連結業績予想

- U 国内医療用医薬品事業における薬価改定と後発医薬品の影響を以下の施策で最小限に留めるとともに増収を図る。

医療用医薬品事業

- | 「アサコール」:国内薬価引き下げと後発品切り替えの影響を新規患者の処方獲得、他剤からの切り替えにより最小限に留める
- | 「アコファイド」:内視鏡検査受診患者層に潜在的に存在する機能性ディスぺプシア患者への処方を拡大させる

コンシューマーヘルスケア事業

- | 「ヘパリーゼ群」:新規製品アイテムの追加・リニューアルと積極的な広告宣伝展開で、既存販売チャネルの拡大を図る
- | インバウンド対応を進め、海外顧客の取り込みを図る

海外事業

- | 「Entocort」:海外各国の販売承継推進と「Asacol」とのシナジー創出
- | 「コンドロイチンバルク」:ゼリア以外の売上を拡大
- | 「F.T.Pharma」:既存事業の拡大と当社製品の市場投入

u アサコール国内市場を取り巻く環境

マイナス要因

- | 2015年度 アサコール後発品2品目発売開始(9月・12月)
 - アサコール後発品浸透率(2016年2月時点) 7.5%

- | 2016年4月 14%薬価引き下げ
 - 通常改定 + 新薬創出加算分

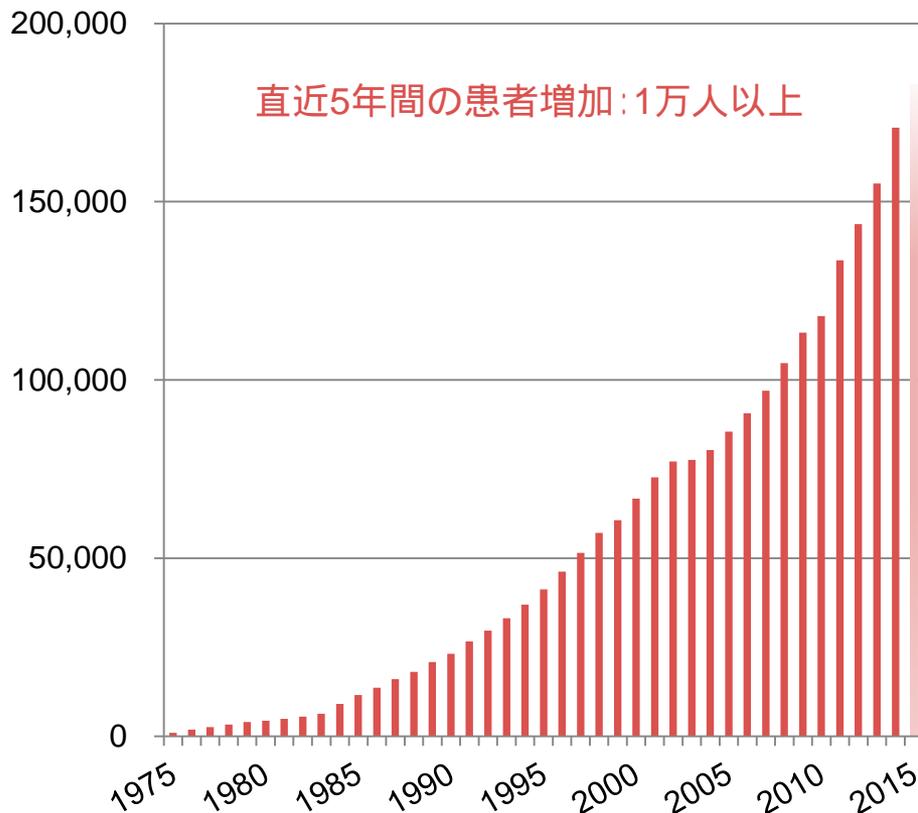
プラス要因

- | 潰瘍性大腸炎治療薬市場の拡大
 - 毎年1万人以上の新規患者登録

-2) 医療用医薬品事業：アサコール（国内市場）

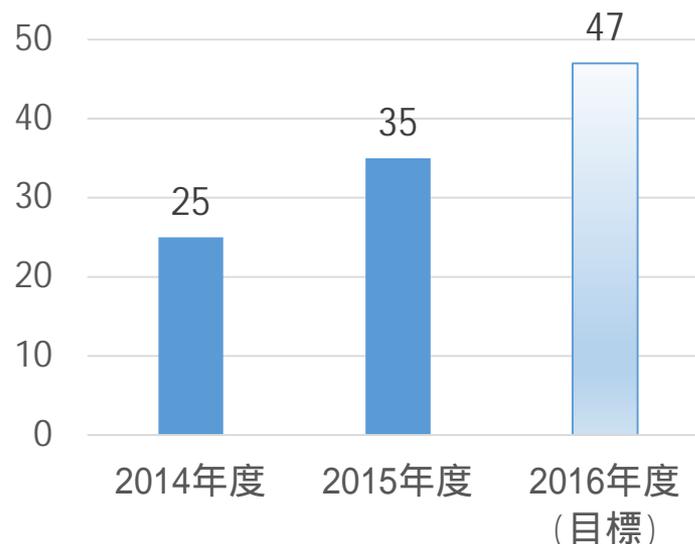
U 数量ベースシェアを伸ばし、薬価切り下げと後発品浸透の影響を最小限に留める

増加する潰瘍性大腸炎患者



*：特定疾患医療受給者証交付件数として。2010年度は東日本大震災の影響により、宮城県及び福島県が含まれていない。（公益財団法人 難病医学研究財団/難病情報センター 特定疾患医療受給者証交付件数をもとに作成）

トップシェア獲得 都道府県数



経口メサラジン市場トップシェアを維持

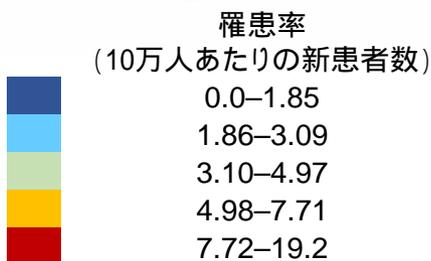
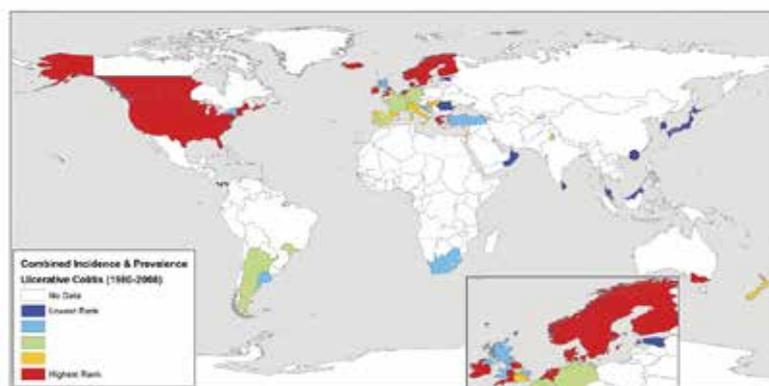
- 新たに治療を開始する潰瘍性大腸炎患者さんへの処方機会を増やす
- 製品特性を訴求し、処方切り替えを促進
- 47都道府県すべてでトップシェア達成するとともに最も高いシェアへの到達を目指す

-2) 医療用医薬品事業：アサコール（海外市場）

u 2016年度 アサコール海外売上を増加させる要素

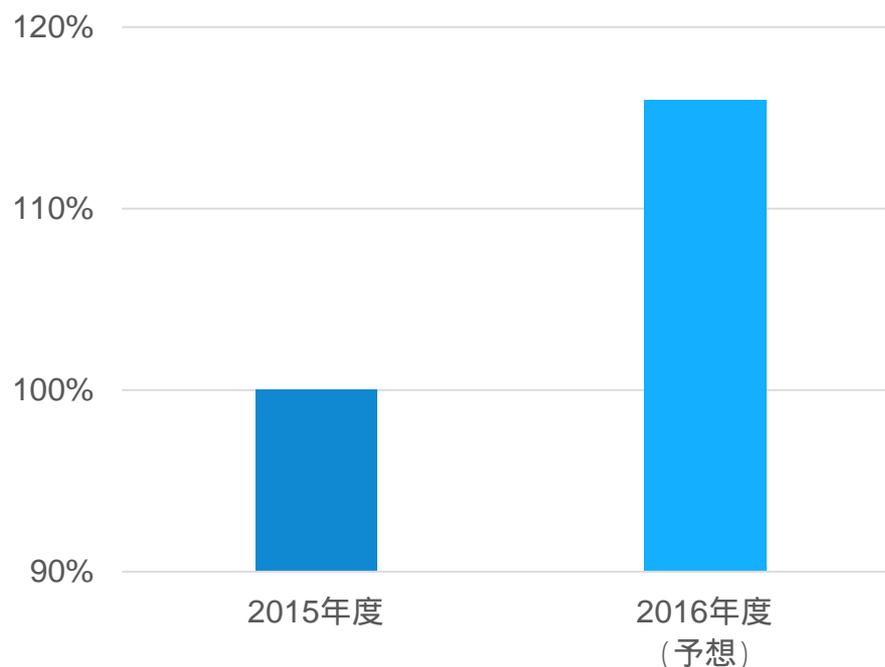
- l 2015年度までの市場伸長トレンドを維持
- l 今期中に自販国(販売子会社)を拡大
- l 「Entocort」とのシナジー

潰瘍性大腸炎の罹患率



GASTROENTEROLOGY
2012;142:46-54より引用

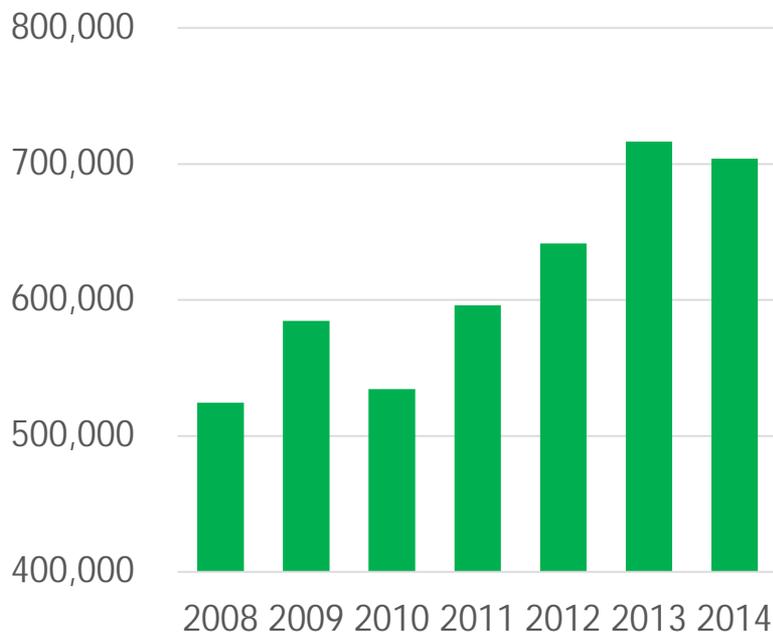
アサコール海外市場 売上



-2) 医療用医薬品事業：アコファイド

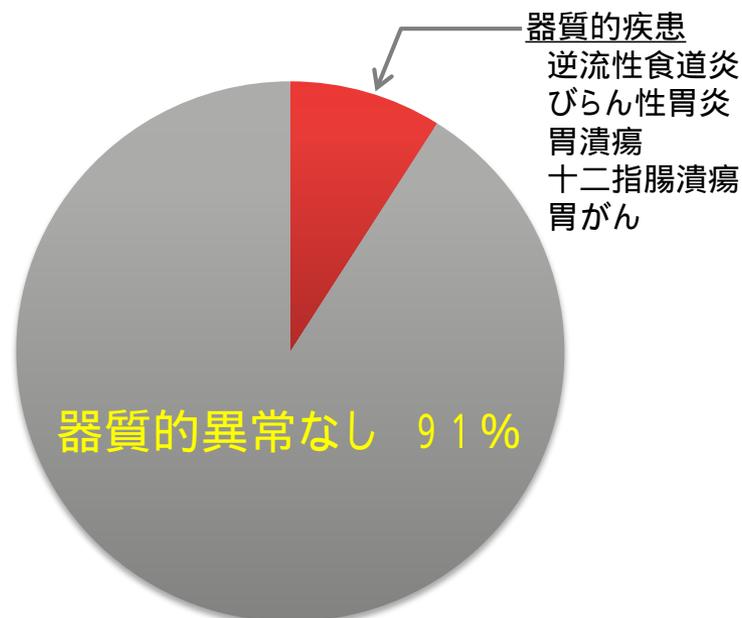
- 内視鏡検査を依頼する医師のアコファイド認知度を向上させることによって、潜在的な機能性ディスペプシア患者を掘り起こし、アコファイドの処方を導き出す。

上部消化管内視鏡検査件数は
年々増加する傾向



出典：社会医療診療行為別調査

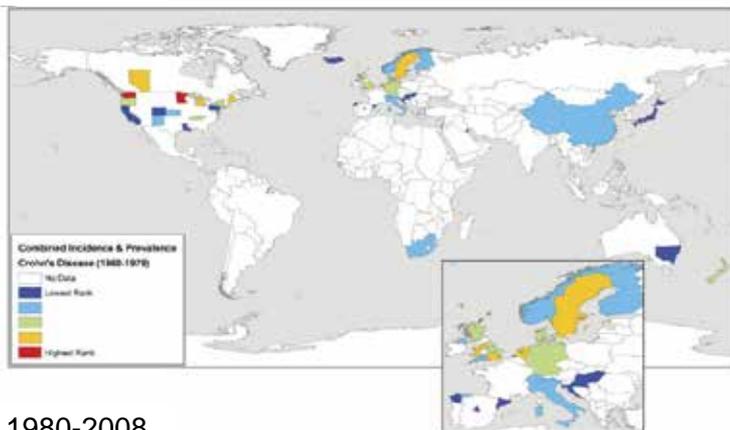
上腹部症状を訴える患者を内視鏡検査すると、
多くの患者は器質的疾患が見つからない



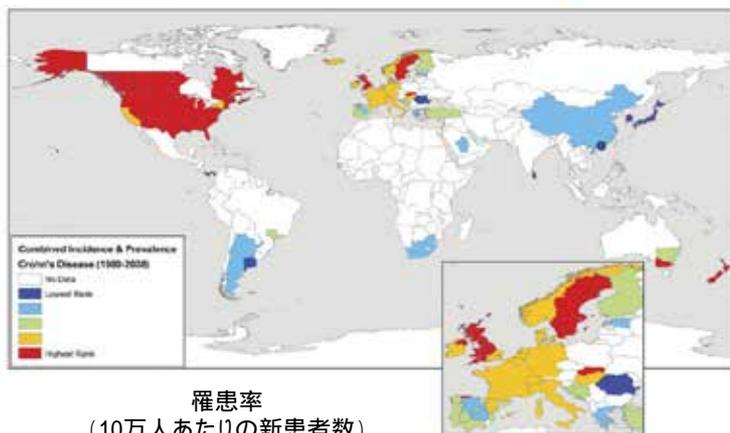
Hongo M, J Gastroenterol Hepatol. 2012

世界的にクローン病罹患率は上昇

1960-1979



1980-2008



GASTROENTEROLOGY
2012;142:46-54より引用

国内におけるクローン病患者数*



*：特定疾患医療受給者証交付件数として。2010年度は東日本大震災の影響により、宮城県及び福島県が含まれていない。(公益財団法人 難病医学研究財団/難病情報センター 特定疾患医療受給者証交付件数をもとに作成)

U 国内外共に販売面でアサコールとのシナジーを創出

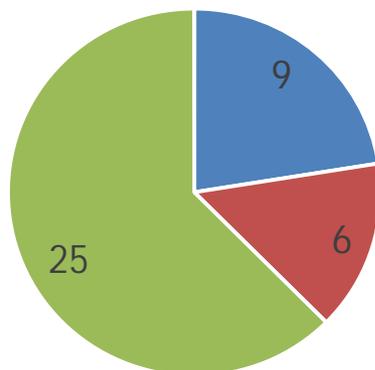
Entocort

- | 世界40カ国以上で販売されているクローン病治療の第一選択薬
- | 局所作用型のステロイドで、汎用ステロイドと比較し、全身性副作用が劇的に低減されている
- | 海外のEntocort販売国で販売承継を推進
2017年1月末までに承認取得予定

ゼンタコート(国内予定販売名)

- | 2015年10月に製造販売承認申請済み
 - 国内では医療上の必要性の高い未承認薬・適応外薬検討会議での検討結果を受けて開発要請された
 - 国内のクローン病患者数は2014年度4万人強で、年間2000人ずつ増加

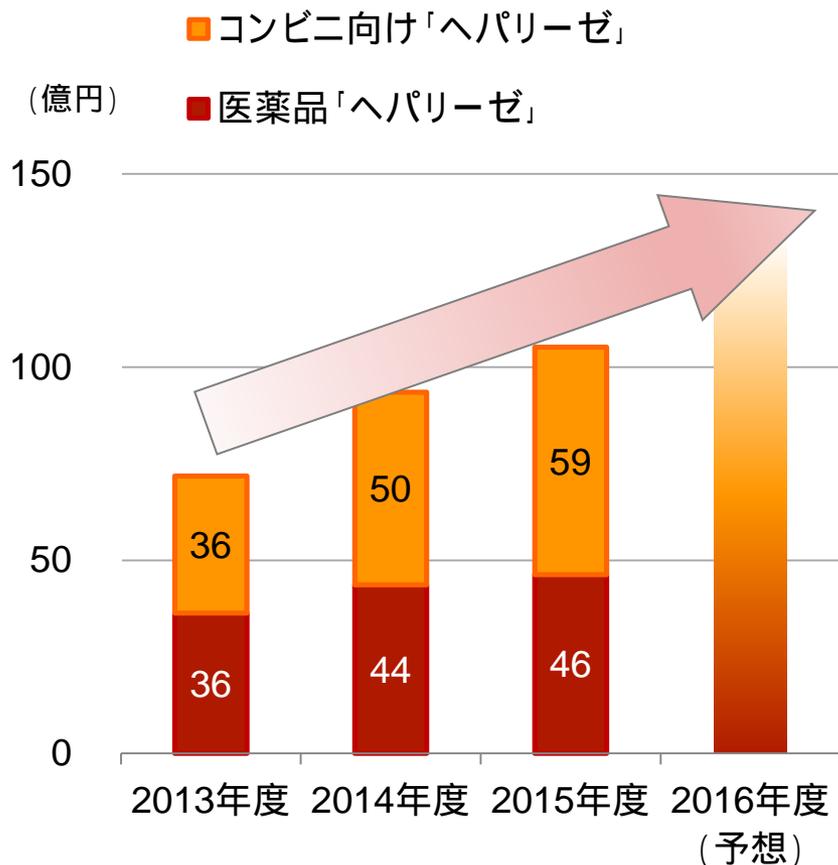
Entocort販売承継状況



■ 承認済み ■ 審査中 ■ 申請準備中

2016年5月11日現在

-3) コンシューマーヘルスケア事業：へパリーゼ群



コンビニ向け「へパリーゼW」シリーズ

- | へパリーゼWプレミアムを筆頭とした製品群の拡大
- | スーパーマーケット、カラオケ店など、新規販売チャネルを拡大

医薬品「へパリーゼ」

- | へパリーゼプラス の拡大
- | 新たな上位製品を市場投入
- | “健康サポート薬局”などへの新規展開

U 海外へ向けてナショナルブランド製品の情報を発信中

2015年度 インバウンド対策

- 中国の旅行関連ウェブサイトへの広告掲載
- 他言語でのPOP作成、デジPOPへの他言語字幕

2016年度 当社製品群の認知向上

今年度は上記の施策を継続するとともに、さらに下記の施策により一層の需要を喚起する

- ヘパリーゼ、コンドロイチン、ウィズワン
中国語版スマホサイトを開設し、中国人観光客に
情報提供
- 中国企業と提携し、通販サイトを運営



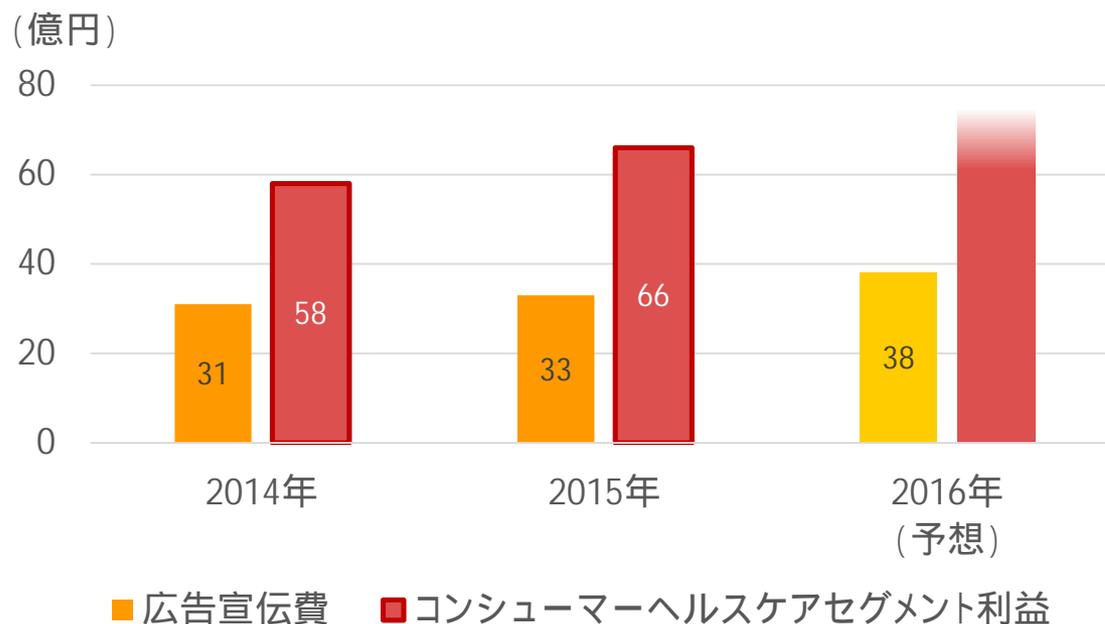
中文簡体のスマホサイト

-2. コンシューマーヘルスケア事業：広告宣伝

u 2016年度も引き続き広告宣伝に投資

- ü コンシューマーヘルスケア事業で広告宣伝投資に見合う利益が得られている
- ü テレビCM放映、電車広告を展開し、広告宣伝費は増加の見込み

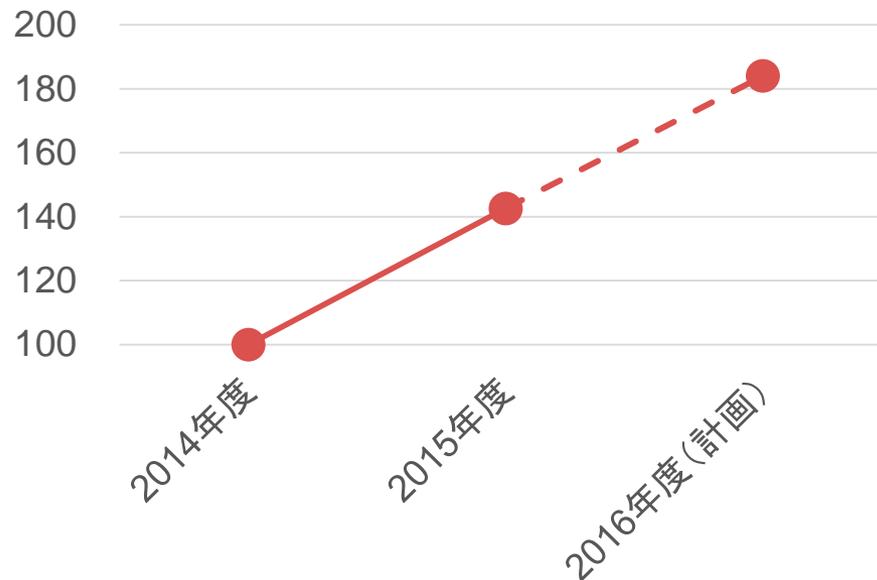
コンシューマーヘルスケア事業セグメント利益及び広告宣伝費の推移



u コンドロイチンバルクビジネスの状況

- ü 医薬品原料としては、EUのGMP認証取得
- ü 食品原料としては、EU域内で唯一の食品コンドロイチン製造のEU食品工場認定
- ü 高品質のコンドロイチンバルクの需要に伴い、ゼリア外との取引が増大
- ü 今後も、ゼリア外との取引の拡大と新規取引先の開拓を推進

ゼリア外売上高伸率（2014年度を100とする）



u ベトナム F.T.ファーマ

ü 2015年9月25日に49%の株式を取得し、連結子会社化

ü 2016年度から売上高から税前利益までは全額年間を通じて寄与。当期純利益は49%が連結対象

u ベトナムの市場規模

医薬品

2013年	2014年	伸率
33億米ドル	38億米ドル	17%

出典：Le Van Truyen.“ベトナム製薬産業の現状(2014年時点)” GMP Platform, http://www.gmp-platform.com/topics_detail1/id=379
(GMP Platformを運営する株式会社シーエムプラスの許可を得て掲載)

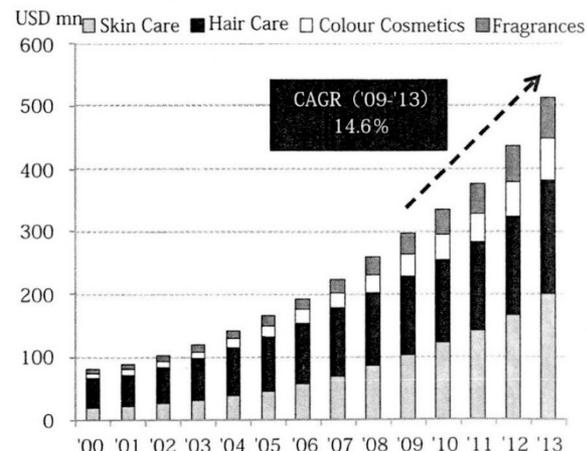
健康食品

2009年	2010年	伸率
88億円	109億円	19%

出典：岩崎信夫、アジア市場・規制レポート -中国・台湾・香港・韓国、ASEAN諸国- 健康食品 より引用

化粧品

表9 ベトナム化粧品市場規模



出典：松藤希代子 ASEANの美容市場の最新動向と消費者特性
コスメティックステージ 9(2), 1-6 (2014)より引用

u ベトナム F.T.ファーマ

- ü 同社の現行の事業を継続・発展させるための技術的支援
- ü 当社の医療用医薬品、OTC医薬品、サプリメント、化粧品の中から、現地のニーズに合致した製品を市場投入すべく準備中

u その他のアジア地域

- ü 拠点設立について検討中

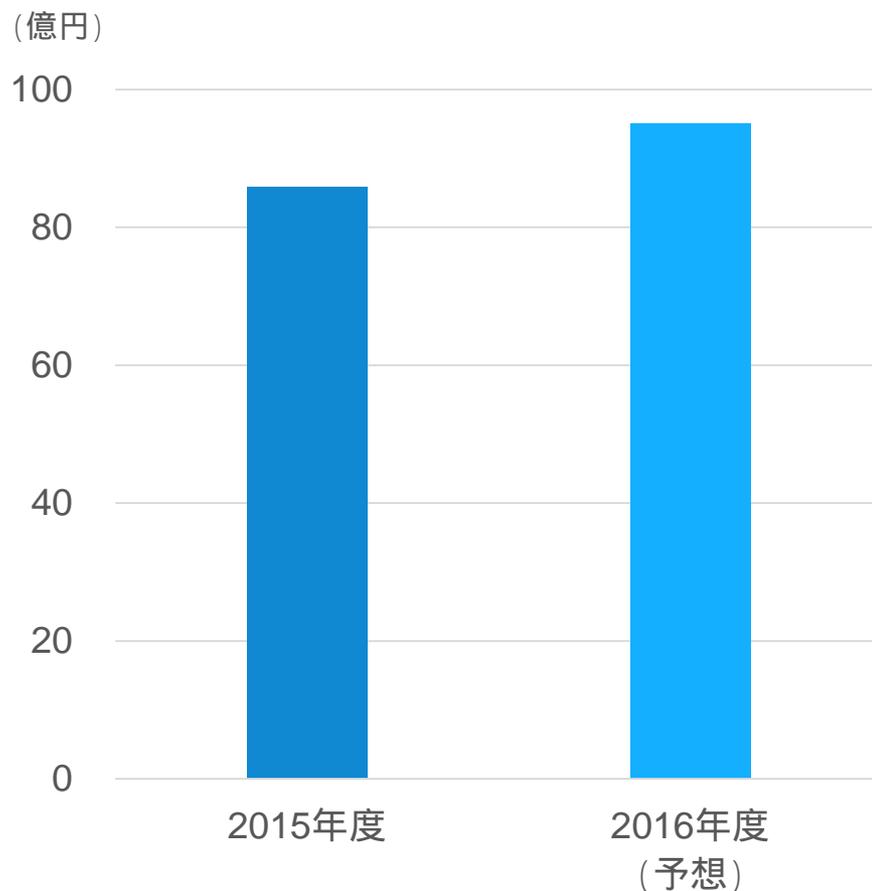
-5) 研究開発：パイプラインの状況

上部消化管		<ul style="list-style-type: none"> Z-215 [PPI] Z-360日本・アジア[膵臓癌] Z-338米国 [FD] 	<ul style="list-style-type: none"> Z-338欧州 [FD] 		プロマック [防御系抗潰瘍剤] アシノン[H ₂ ブロッカー] アコファイド [FD]
下部消化管			<ul style="list-style-type: none"> Z-206用法用量追加 [UC] u TP05 [UC] u TP09 [FAP] 	<ul style="list-style-type: none"> ゼンタコート (Entocort) [CD] Z-206中国 [UC] 	アサコール [UC] 新レシカルボン [便秘薬] ビジクリア [腸管洗浄剤]
その他			<ul style="list-style-type: none"> Z-100日本・アジア [子宮頸癌] Z-213 [鉄欠乏性貧血] 		ホスリボン [低リン血症治療剤] ランデル[Ca拮抗剤] ペオン[NSAID] アンサー [白血球減少抑制剤] など
	フェーズ	フェーズ	フェーズ	申請中	上市製品

：ゼリア開発品、：ティロツツ・ファーマ開発品、FD:機能性ディスペプシア、UC:潰瘍性大腸炎、CD:クローン病、FAP:家族性大腸腺腫症、NSAID:非ステロイド性鎮痛・消炎剤

u 国内外で臨床試験が進捗し、研究開発費が増加

研究開発費



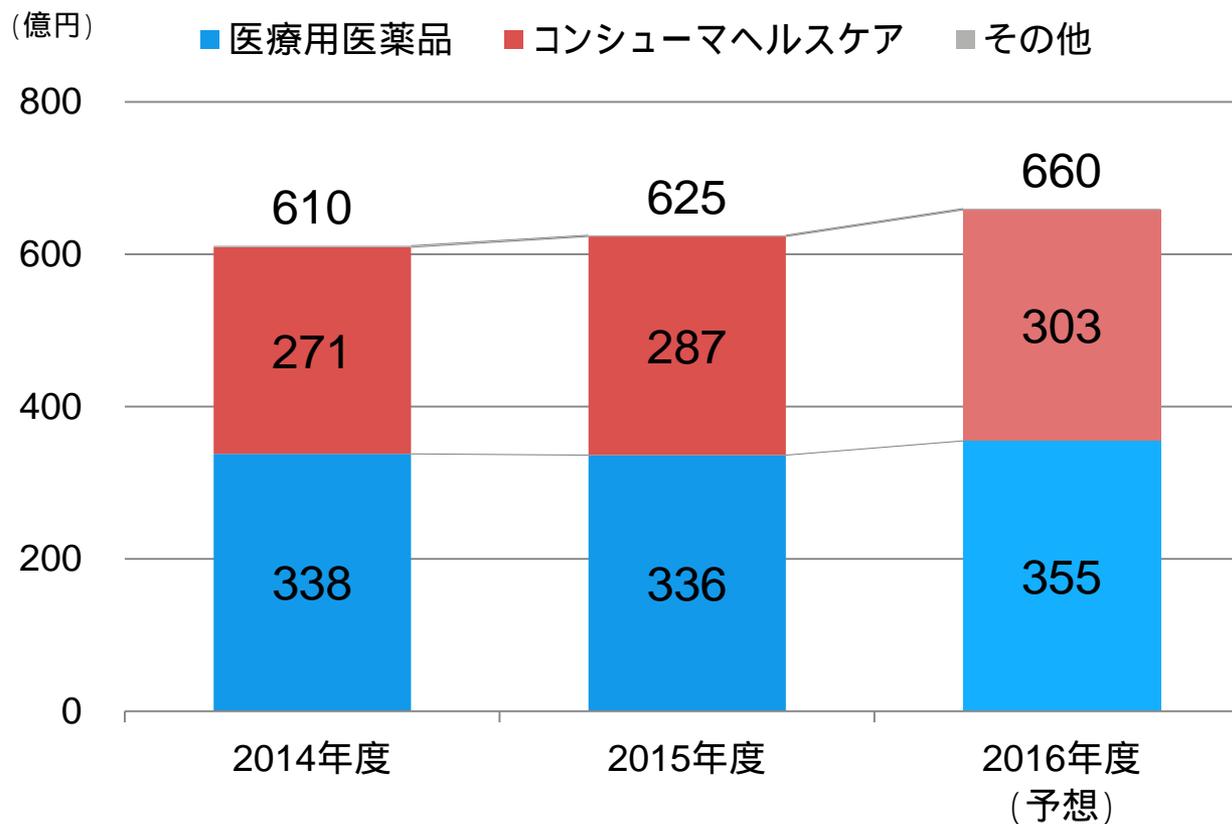
主要テーマ

- | Z-338(機能性ディスペプシア): 欧州フェーズ 長期投与試験実施中
- | Z-100(子宮頸癌): フェーズ 日本・アジア共同治験 日本、韓国、台湾、マレーシア、シンガポール、タイ、ベトナムで症例登録実施中 実施期間: 2014年～2021年
- | Z-215(酸分泌関連疾患): フェーズ 試験 エーザイから導入した長時間作用型PPI
- | Z-213(鉄欠乏性貧血): フェーズ 試験 スイス・ビフォーファーマ社より導入した注射剤
- | Z-360(すい臓がん): フェーズ 日本・アジア共同治験 自社オリジナル化合物 日本、韓国、台湾で試験実施

-6) 連結業績予想：概要

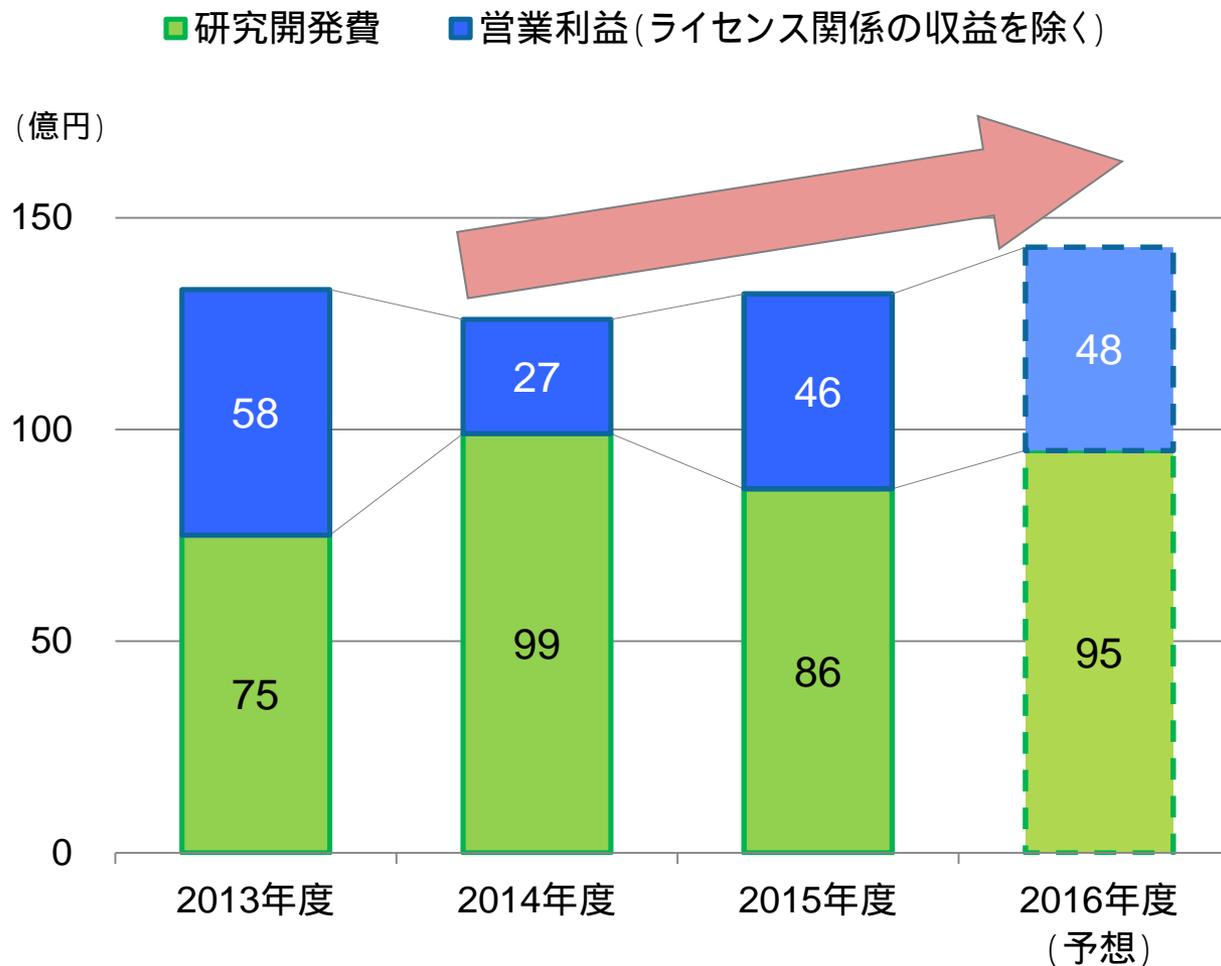
(単位:百万円)	2015年度	2016年度	
	実績	予想	前同伸率
売上高	62,475	66,000	5.6%
営業利益	4,565	4,800	5.1%
経常利益	4,450	4,600	3.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,513	3,600	2.5%
一株当り配当	(予定) 31円	32円	—
研究開発費	8,579	9,500	10.7%
広告宣伝費	3,256	3,800	22.5%
海外売上高	12,516	16,949	35.4%

セグメント売上高の推移



-6) 連結業績予想：営業利益及び研究開発費の推移

営業利益（ライセンス関係の収益を除く）及び研究開発費の推移



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。

お問い合わせ先：広報部 菅原まで

Tel. 03-3661-1039

Fax. 03-3663-4203