



2015年度（2016年3月期） 第2四半期決算説明会

－2015年11月6日－

代表取締役社長 伊部 充弘

I. 2015年度上期連結業績

I-1 概要

I-2 事業セグメント別売上高

I-3 主要製品売上高（医療用医薬品事業）

I-4 主要製品売上高（コンシューマーヘルスケア事業）

II. 2015年度下期の取り組み

II-1 医療用医薬品事業

II-2 コンシューマーヘルスケア事業

II-3 海外事業

II-4 研究開発

III. 2015年度通期連結業績予想

III-1 概要

I. 2015年度上期連結業績

I-1 概要

I-2 事業セグメント別売上高

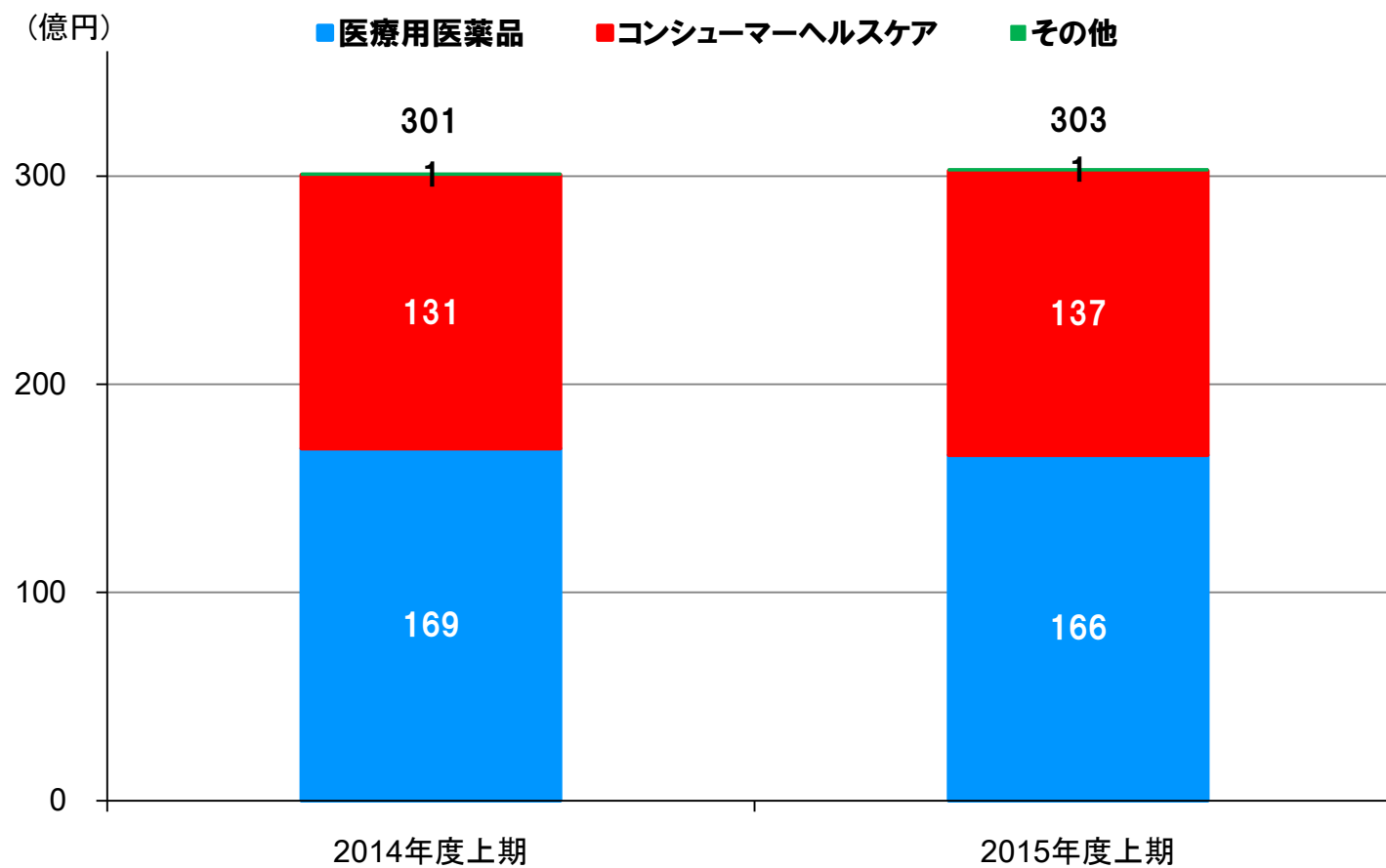
I-3 主要製品売上高（医療用医薬品事業）

I-4 主要製品売上高（コンシューマーヘルスケア事業）

I-1. 概要

(単位:百万円)		2015年度 上期実績	8/5公表 予想値	対公表予想値 差異率	2014年度 上期実績	前同 差異率
売	上 高	30,343	31,000	▲2.1%	30,136	0.7%
売	上 総 利 益	21,425	—	—	20,710	3.5%
販	売 管 理 費	19,311	—	—	18,430	4.8%
	研 究 開 発 費	4,087	—	—	3,760	8.7%
	広 告 宣 伝 費	1,516	—	—	1,480	2.3%
営	業 利 益	2,114	1,600	32.1%	2,279	▲7.2%
経	常 利 益	1,584	1,100	44.0%	2,240	▲29.3%
四	半 期 純 利 益	1,616	1,100	46.9%	2,115	▲23.6%

I-2. 事業セグメント別売上高



I-3. 主要製品売上高（医療用医薬品事業）

	2014年度 上期	2015年度 上期	
	実績	実績	前同伸率
(単位:百万円)			
医療用医薬品事業	16,912	16,606	▲1.8%
アサコール	9,037	9,424	4.3%
プロマック	2,043	1,826	▲10.6%
アシノン	1,811	1,567	▲13.4%
その他	4,020	3,787	▲6.1%

I-4. 主要製品売上高（コンシューマーヘルスケア事業）

		2014年度 上期	2015年度 上期	
(単位:百万円)		実績	実績	前同伸率
コンシューマーヘルスケア事業		13,144	13,658	3.9%
ヘパリーゼ群		4,354	4,867	11.8%
コンビニ向け		2,326	2,768	19.0%
医薬品		2,027	2,098	3.5%
コンドロイチン群		3,463	3,596	3.8%
ウィズワン群		761	765	0.5%
その他		4,565	4,428	▲3.1%

II. 2015年度下期の取り組み

II-1 医療用医薬品事業

II-2 コンシューマーヘルスケア事業

II-3 海外事業

II-4 研究開発

アサコール（国内）

- 経口5-ASA製剤市場でのトップブランドの地位を堅持
 - －毎年約1万人の新規患者から処方を獲得
 - －全都道府県でのトップシェアの獲得

アサコール（海外）

- 自販化・新市場開拓による売上拡大
 - －欧州での自販化地域の拡大について準備中
 - －新規市場開拓

アコファイド

- 市場構築の推進

- －消化器内科に限定しない、他診療科へのアプローチ
- －処方しやすい環境の整備

Entocort

- 2016年度からの本格展開の準備

- －世界各国における販売承継作業の推進
- －日本における製造販売承認申請(10月に申請済み)

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：ヘパリーゼ群

- 各販売チャネル別に新製品を投入、プロモーションも引き続き推進し拡販を目指す
 - 「ヘパリーゼWスパークリング」(炭酸飲料:2015年6月29日発売)
 - ✓ コンビニエンスストア用
 - ✓ 朝をターゲットとしたスッキリした炭酸・カフェイン入りドリンク
 - 「ヘパリーゼプラスⅡ」(第3類医薬品:2015年10月6日発売)
 - ✓ 医薬品錠剤主力品「新ヘパリーゼプラス」のリニューアル品
 - ✓ 肝臓水解物と、肝臓の働きをサポートして滋養強壮効果を発揮するイノシトールを配合
 - 「ヘパリーゼスーパー」(清涼飲料水:2015年10月13日発売)
 - ✓ 既存の薬局・ドラッグストア、コンビニエンスストア以外のチャネル用(スーパーマーケット、飲食店、カラオケ店など)



「ヘパリーゼWスパークリング」

テレビCM



「ヘパリーゼプラスⅡ」

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：コンドロイチン群

●「コンドロイチンZS錠」リニューアル

—ユーザーのご要望にお応えし、錠剤を小型化して飲みやすさを改善

- ✓ 有効成分コンドロイチン硫酸エステルナトリウムの含量(1錠中260mg、1日量6錠中1,560mg)はそのままに錠剤直径・質量を約10%削減

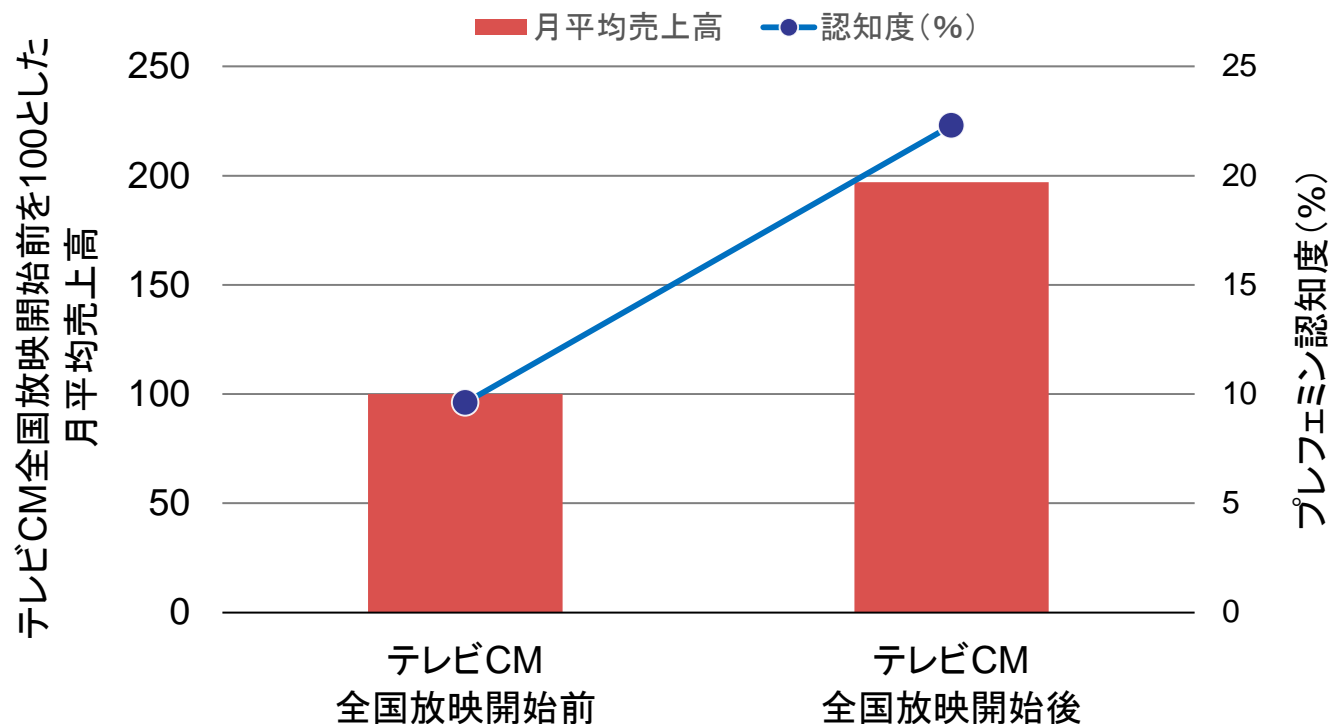
●プロモーション

—「ゼリア新薬のコンドロイチン」を訴求した新しいテレビCMによる展開



Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：プレフェミン

- 5月下旬より、テレビCMなどマス・プロモーションの全国展開を開始
 - ✓ テレビCM全国放映開始後の製品認知度は開始前の2倍以上に上昇
 - ✓ 月平均売上高も約2倍に増加
- 薬剤師への情報提供や研修会開催、プロモーションの継続



【月平均売上高】

テレビCM全国放映開始前:2014年9月から2015年4月まで8ヶ月間の平均、テレビCM全国放映開始後:2015年5月から9月までの5ヶ月間の平均

【製品認知度】

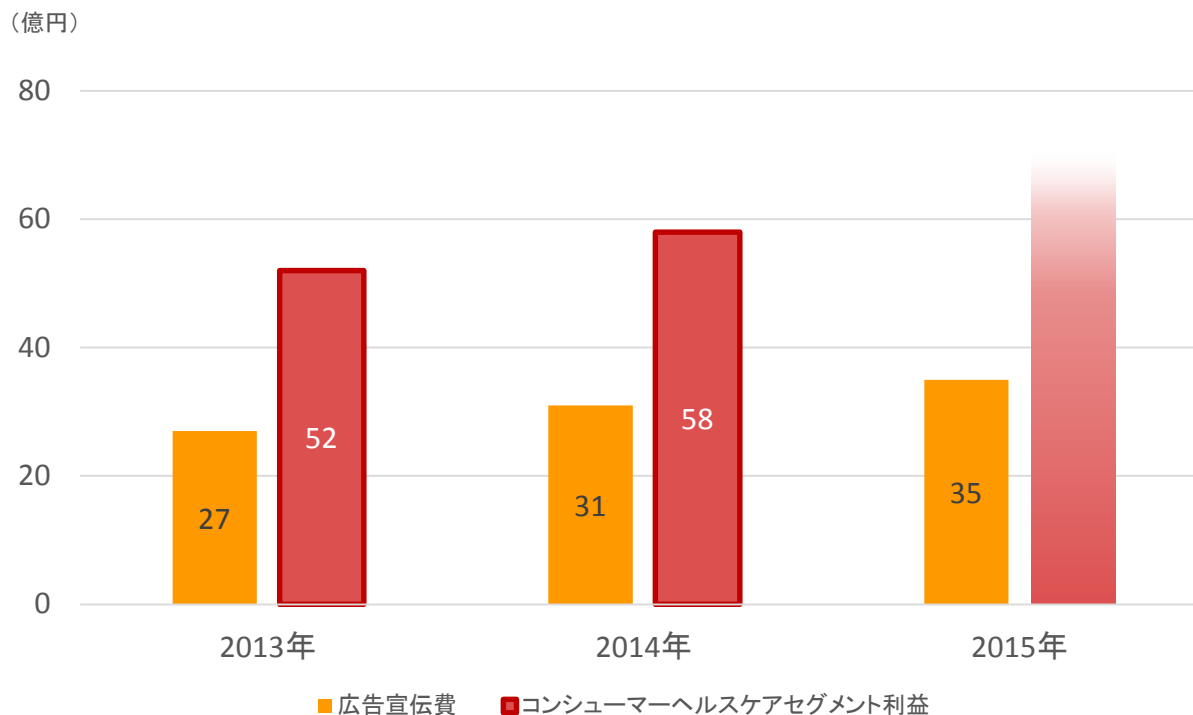
テレビCM全国放映開始前:2015年1月における、東海地区を除く全国の認知度、テレビCM全国放映開始後:2015年9月における全国平均

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：広告宣伝

●下期も引き続き広告宣伝に投資

- ✓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
- ✓下期は需要期において「コンドロイチンZS錠」、「ヘパリーゼプラスⅡ」の新しいテレビCMの放映を行うことから、広告宣伝費は増加の見込み

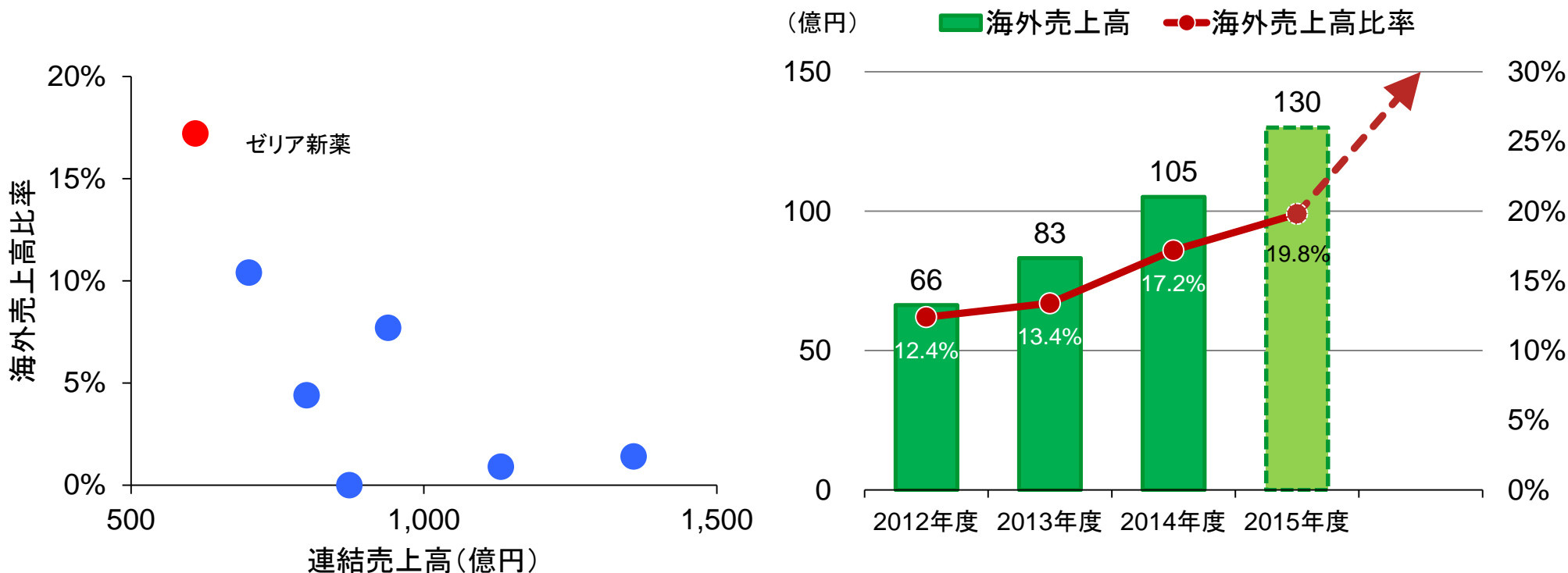
コンシューマーヘルスケア事業セグメント利益及び広告宣伝費の推移



Ⅱ-3. 海外事業

- 当社の特色の一つはグローバル展開の積極的推進
- 国内の医療用医薬品事業、コンシューマーヘルスケア事業と同様の位置付けとして、海外事業を3本目の柱として育成 — 海外売上高比率30%を目指す

- ✓ ティロッツは、「アサコール」と「Entocort」を軸として展開
- ✓ ZPDは、ゼリア以外へのコンドロイチンバルクビジネスを推進
- ✓ アジアはベトナム F.T.ファーマを一つの拠点として展開



- 本年7月に「Entocort」をAstraZenecaより取得

－「Entocort」とは

- ✓ 世界40カ国以上で販売されているクローン病の第一選択薬（市場が確立されている）
- ✓ 抗炎症作用を有する局所作用型ステロイドのブデソニドが有効成分
- ✓ ブデソニドは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
- ✓ 剤形はカプセル剤及び注腸剤
- ✓ カプセル剤は特徴的な徐放化技術により有効成分を回腸から大腸にかけて放出し、局所で作用させる
- ✓ 日本においては製造販売承認申請済み（日本での予定販売名：ゼンタコート Zentacort）



●「Entocort」権利取得の概要

ー米国を除く全世界における、製造、マーケティング、販売、商標などすべての権利

- ✓ 対価は215百万米ドル(約265億円)
- ✓ マイルストーン、ロイヤリティは発生しない
- ✓ AstraZenecaの社員、施設の移籍はない

●「Entocort」取得の意義

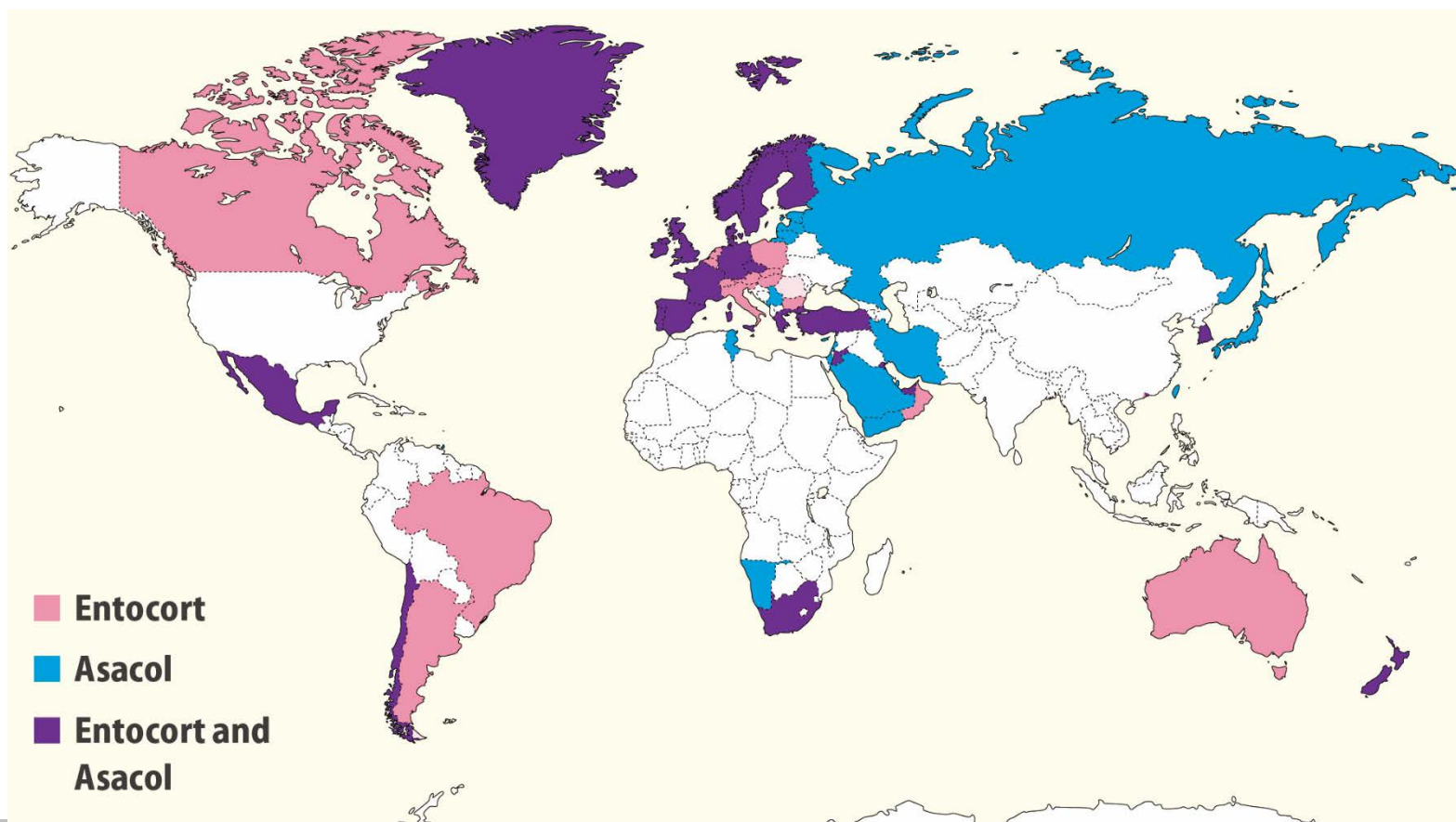
ーティロツツのポートフォリオ拡充による下部消化管領域の事業基盤強化

- ✓ 「アサコール」は潰瘍性大腸炎(UC)の第一選択薬、「Entocort」はクローン病(CD)の第一選択薬で、炎症性腸疾患(IBD)治療において互いに補完する位置付け
- ✓ 両製品は同じ消化器専門医によって処方される薬剤であり、下部消化管領域で共存し得るものであることから、販売展開において優れたシナジーを発揮し得る
- ✓ テリトリーが主要欧州諸国をカバー

Ⅱ-3. 海外事業：ティロツツ・ファーマ

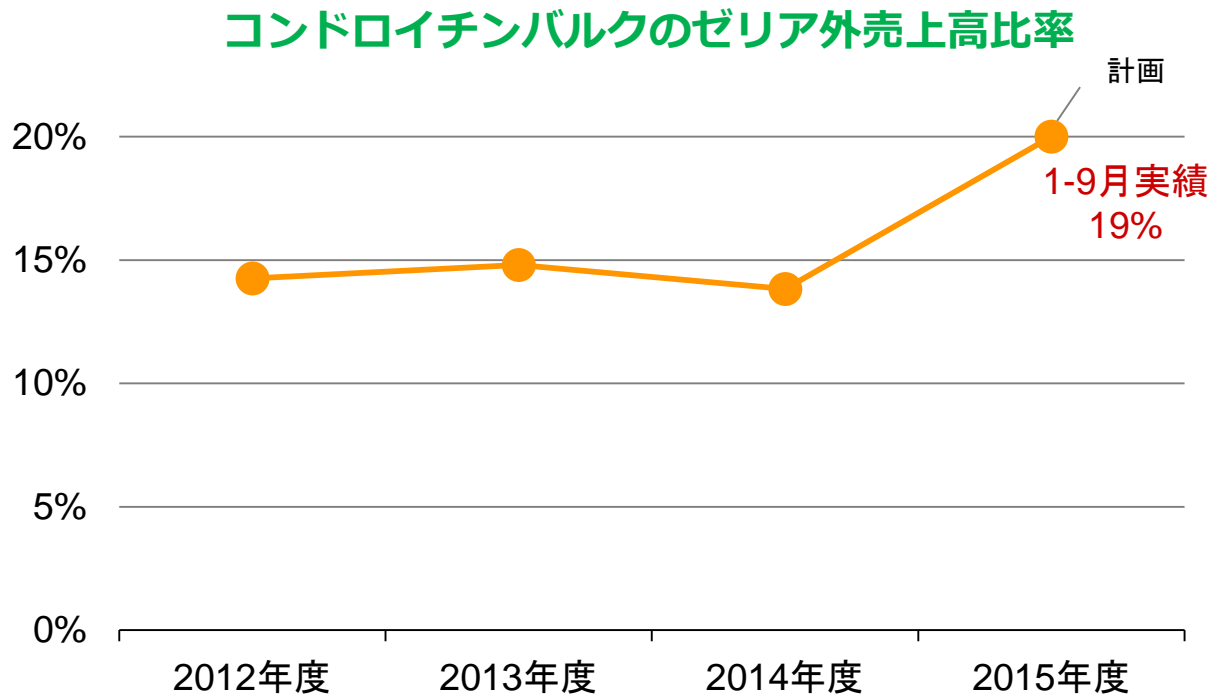
●グローバル展開の拡大

- ✓ティロツツ・ファーマの「アサコール」の販売地域は約50カ国
- ✓「Entocort」の取得により、ティロツツ・ファーマの販売テリトリーは65カ国以上に拡大
- ✓未販売国での承認取得・上市を進める



●コンドロイチンバルクビジネスの状況

- ✓医薬品原料としては、EUのGMP認証取得
- ✓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
- ✓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
- ✓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



●ベトナム F.T.ファーマの状況

- ✓ 2015年9月25日に49%の株式を取得し、連結子会社化
- ✓ 2015年度第3四半期から売上高から税前利益までは全額、当期純利益は49%が連結対象
- ✓ 同社の現行の事業を継続・発展させるとともに、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早期に展開

●その他のアジア地域

- ✓ 拠点設立について検討中

Ⅱ-4. 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] ◆ TP05 [UC] ◆ 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-213 [鉄欠乏性貧血] 		<ul style="list-style-type: none"> ● Z-100日本・アジア [子宮頸癌] 		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Ⅰ	フェーズⅡ	フェーズⅢ	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

III. 2015年度通期連結業績予想

III-1 概要

Ⅲ-1. 概要

		2014年度	2015年度	
		実績	予想	前同伸率
(単位:百万円)				
売上高		61,012	65,000	6.5%
売上総利益		42,539	—	—
販売管理費		39,861	—	—
	研究開発費	9,882	10,000	1.2%
	広告宣伝費	3,102	3,500	12.8%
営業利益		2,678	4,500	68.0%
経常利益		2,770	4,100	48.0%
当期純利益		2,557	3,300	29.0%

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