



2016年度（2017年3月期） 第2四半期決算説明会

－2016年11月7日－

代表取締役社長 伊部 充弘

I. 2016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. 2016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. 2016年度通期連結業績予想

III-1 概要

I. 2016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

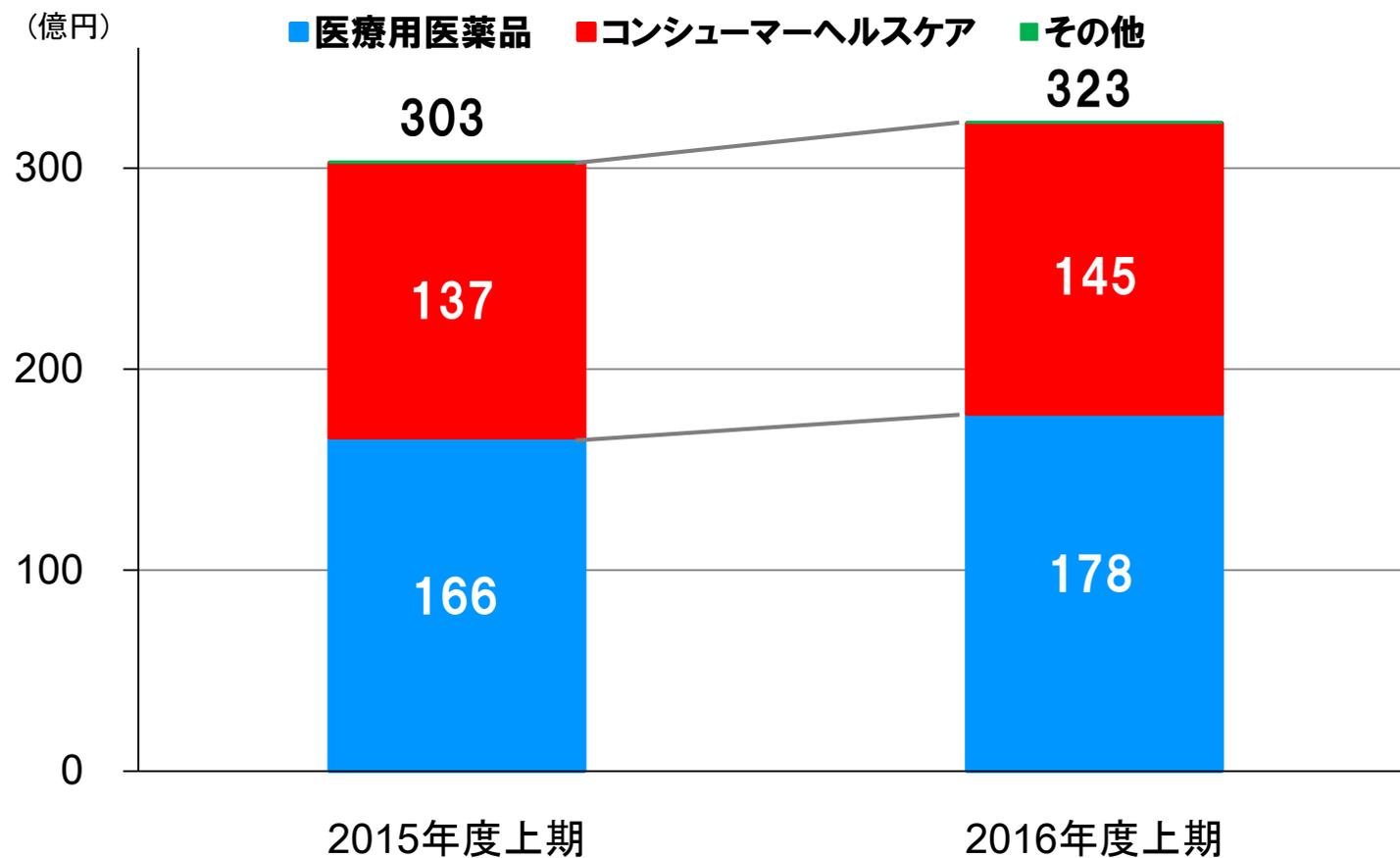
I-3 主要製品売上高（医療用医薬品事業）

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	2016年度 上期実績	前同 差異率	5/13公表 予想値	対公表予想値 差異率
売	上 高	30,343	32,313	6.5%	32,000	1.0%
売	上 総 利 益	21,425	23,446	9.4%	—	
販	売 管 理 費	19,311	20,298	5.1%	—	
	研 究 開 発 費	4,087	3,796	▲7.1%	—	
	広 告 宣 伝 費	1,516	1,505	▲0.7%	—	
営	業 利 益	2,114	3,148	48.9%	2,200	43.1%
経	常 利 益	1,584	3,083	94.6%	2,000	54.2%
親会社株主に帰属 する四半期純利益		1,616	2,006	24.1%	1,800	11.5%

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）

	2015年度 上期	2016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	16,606	17,783	7.1%
アサコール	9,424	8,802	▲6.6%
エントコート	-	2,448	-
プロマック	1,826	1,352	▲25.9%
アシノン	1,567	1,165	▲25.7%
その他	3,788	4,014	6.0%

I-4. 主要製品売上高（コンシューマーヘルスケア事業）

	2015年度 上期	2016年度 上期	
	実績	実績	前同伸率
(単位:百万円)			
コンシューマーヘルスケア事業	13,658	14,459	5.9%
へパリーゼ群	4,867	5,669	16.5%
コンビニ向け	2,768	3,195	15.4%
医薬品	2,098	2,474	17.9%
コンドロイチン群	3,596	3,617	0.6%
ウィズワン群	765	785	2.7%
その他	4,428	4,387	▲0.9%

II. 2016年度下期の取り組み

II-1 医療用医薬品事業

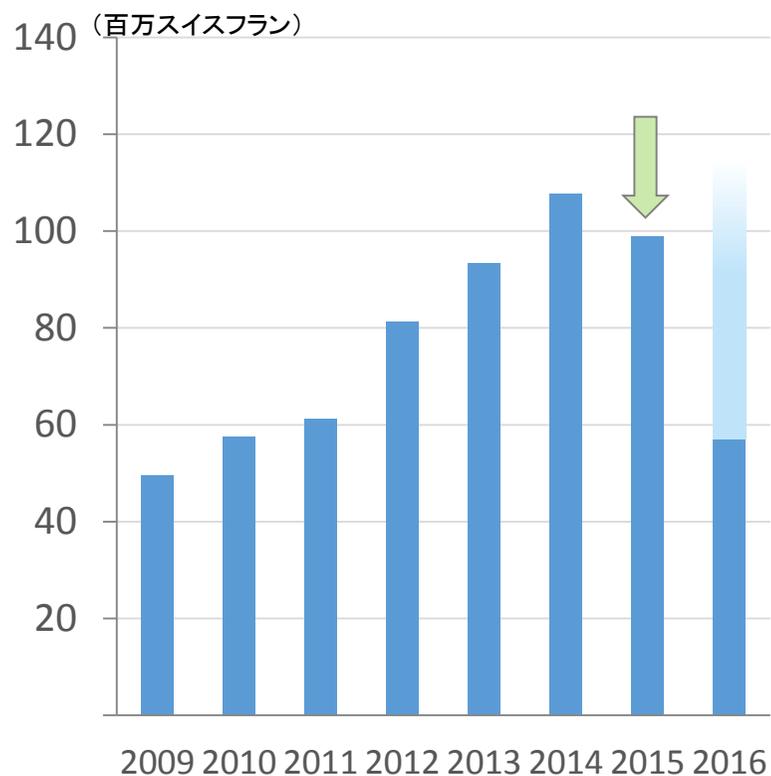
II-2 コンシューマーヘルスケア事業

II-3 海外事業

II-4 研究開発

アサコール（海外市場）

ティロツツのAsacol 売上高推移



Entocort市場環境

- クローン病患者数は今後も増大することが予想されている
- クローン病治療剤市場規模は今後も拡大
- 欧州クローン病・大腸炎会議(ECCO)のクローン病(CD)治療ガイドラインの改訂により、軽症患者における治療指針では、メサラジンの記載がなくなり、ブデソニドの記載のみに変更された

ECCO CD Guidelines 2016

軽症：回盲部周辺の活動期クローン病

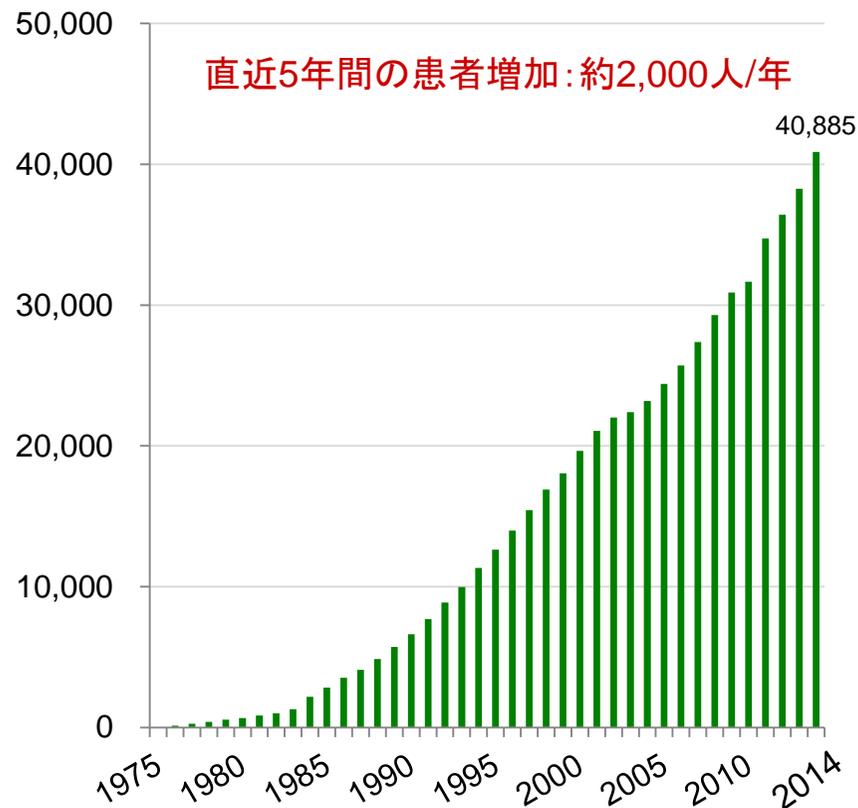
- 経口ブデソニド投与が望ましい治療である

クローン病治療剤「ゼンタコート」

- 2010年 厚生労働省の開発要請に従い開発開始
- 2016年9月28日 製造販売承認を取得
- 2016年中に上市予定
- 海外40カ国以上で販売(Entocort)
- 海外のクローン病治療ガイドライン 第1選択薬
- 適応症:「軽症から中等症の活動期クローン病」



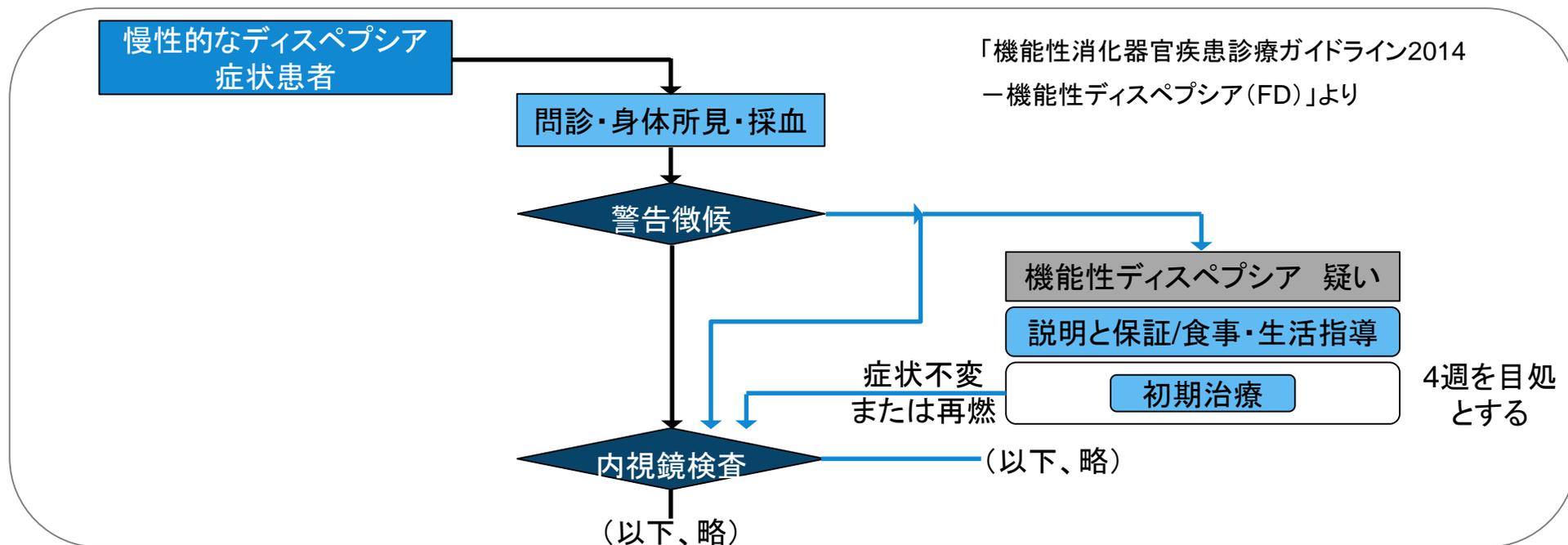
国内におけるクローン病患者数*



*: 特定疾患医療受給者証交付件数として。(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)

アコファイド処方拡大の施策

1. 上部消化管内視鏡検査実施施設をターゲットとした展開
 - 機能性ディスぺプシア診断とアコファイド処方の浸透定着
大学病院から病院・クリニックへの波及
 - 処方対象患者
「胃十二指腸内視鏡検査件数約800万件(2014年度)」
×「内視鏡検査実施9割に器質的疾患なし」
2. 処方環境改善の働きかけ



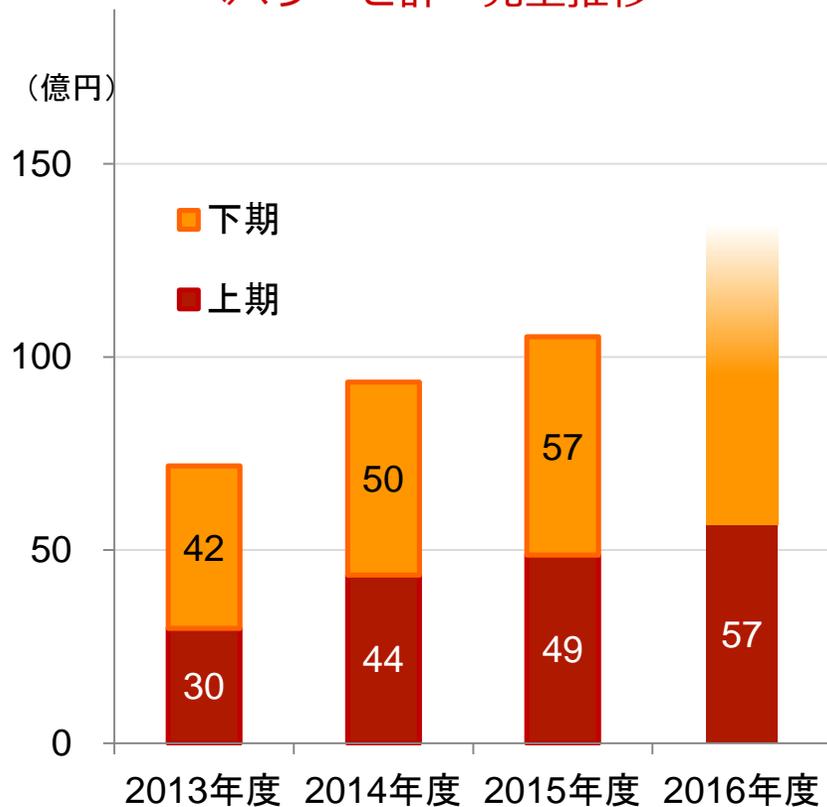
コンビニ向け「へパリーゼW」シリーズ

- 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

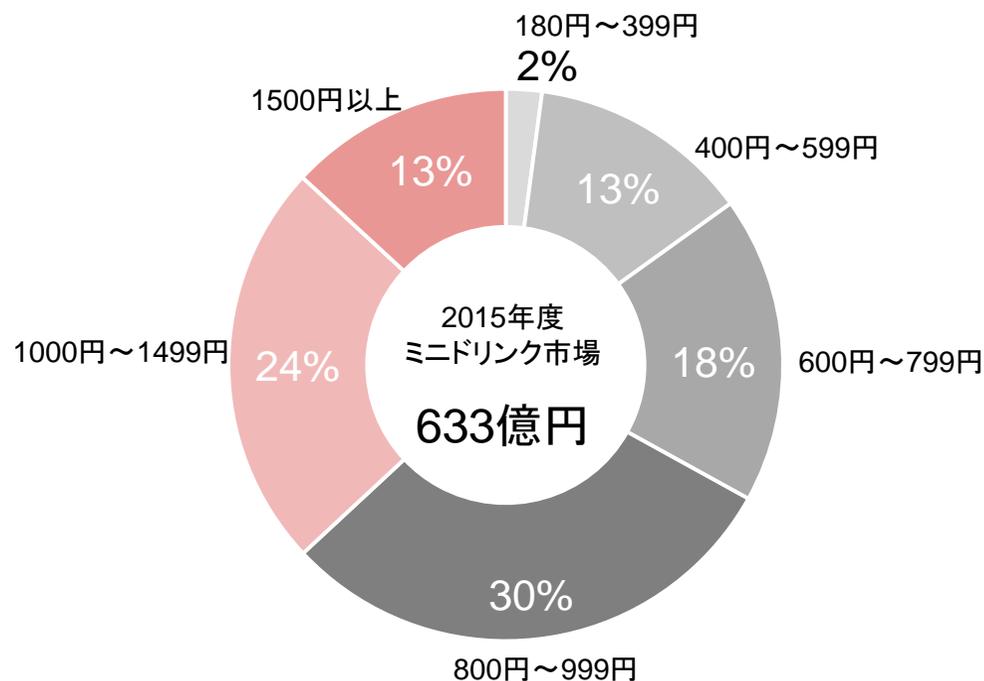
医薬品「へパリーゼ」

- へパリーゼキングプラス、EXのテレビCM展開
- へパリーゼプラスIIの拡大

へパリーゼ群 売上推移



ミニドリンク市場における
希望小売価格帯別比率



Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：ヘパリーゼ群

- 「ヘパリーゼキング」の上位新製品を投入(2016年10月1日発売)
- テレビCM展開と店頭プロモーションにより拡販を目指す
 - 「ヘパリーゼキング プラス」(第2類医薬品)
 - ✓ ヘパリーゼシリーズ最高量の肝臓水解物300mgを配合
 - ✓ 胃腸の働きをサポートする生薬ショウキョウ、ケイヒを配合
 - 「ヘパリーゼキング EX」(第2類医薬品)
 - ✓ ヘパリーゼシリーズ最高量の肝臓水解物300mgを配合
 - ✓ ストレス社会での滋養強壮に効果を発揮するシゴカ、ローヤルゼリーを配合



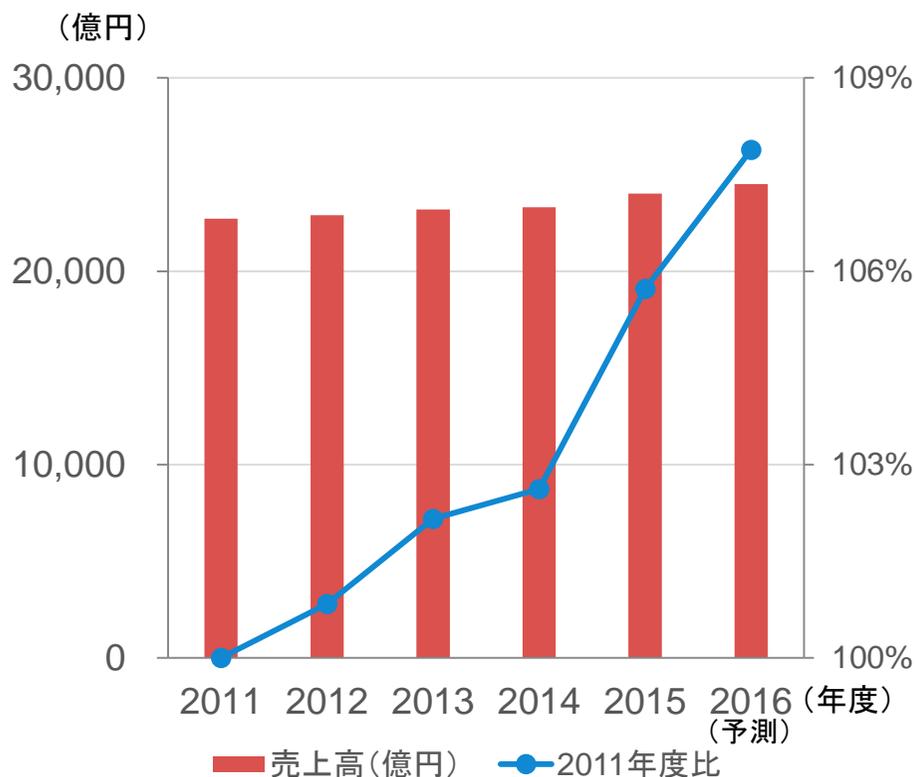
「ヘパリーゼキング プラス」



「ヘパリーゼキング EX」

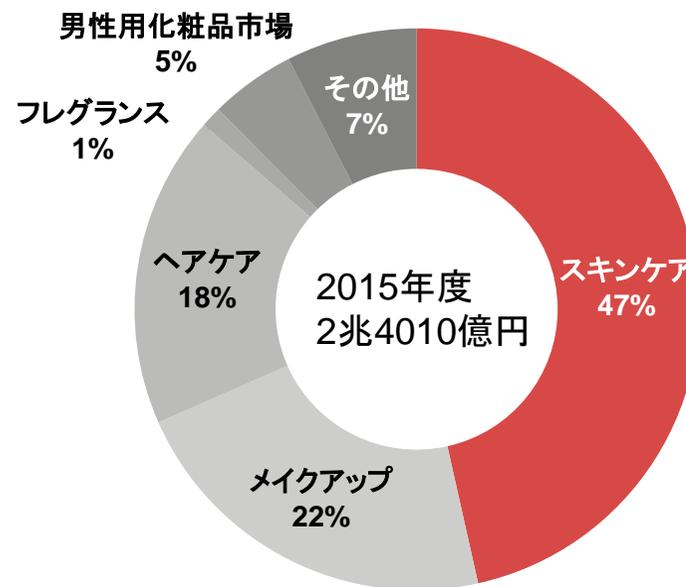
国内化粧品市場

国内化粧品の市場規模推移と予測



注1:ブランドメーカー出荷金額ベース
注2:2016年度は予測値(2016年9月現在)

2015年度製品分野別化粧品市場構成比



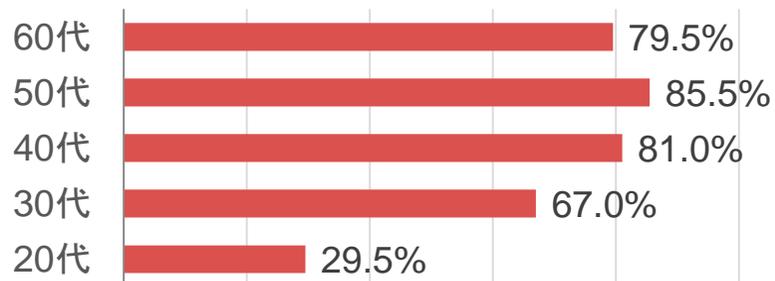
注3:ブランドメーカー出荷金額ベース

出典:株式会社矢野経済研究所
「化粧品市場に関する調査を実施(2016年)」
(2016年10月21日発表)をもとに作成

イオナ スキンケア製品を当社直販ルートにて、プロモーション展開

イオナブランドの認知率

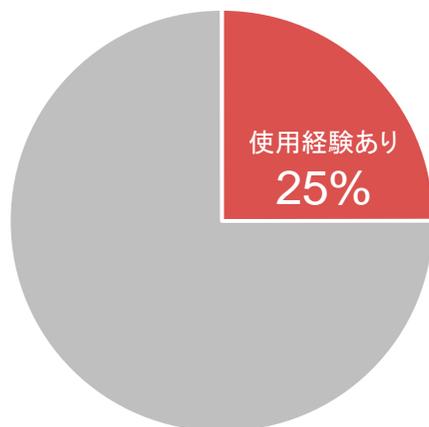
イオナロゴ 認識率(女性1000名調査)



エイジングスキンケア
イオナ エフ シリーズ

イオナブランドの使用経験率

(50代以上女性200名調査)



イオナ調査資料より引用



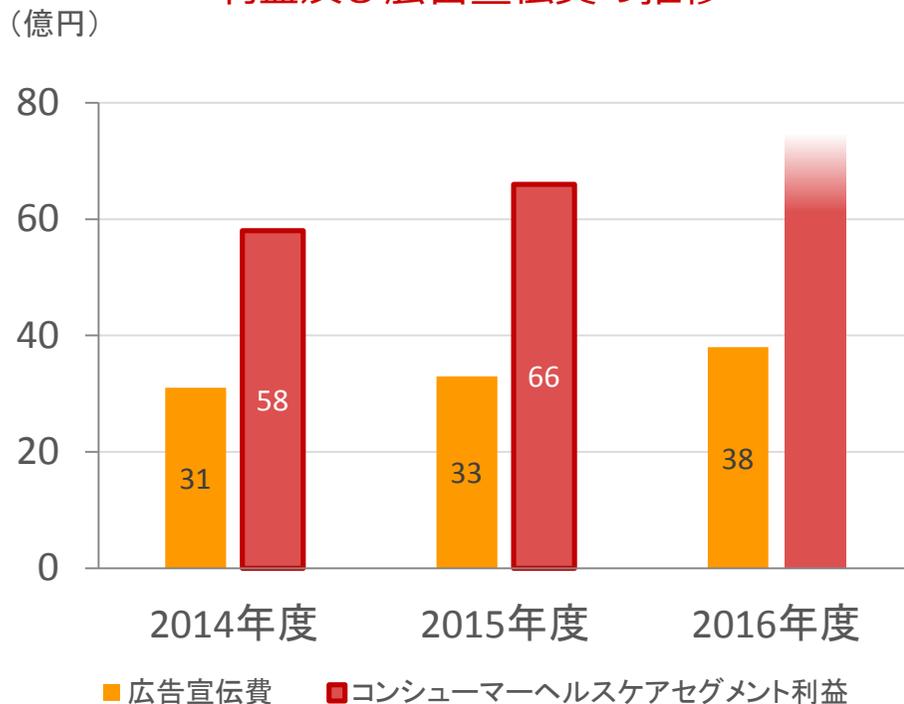
自然派スキンケア
イオナヴィー シリーズ

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「ヘパリーゼキングプラス」、「ヘパリーゼキングEX」、「ヘパリーゼW」、「コンドロイチンZS錠」の新テレビCM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

- 当初目標として掲げた海外売上高比率20%を2015年度に達成

- 早期に海外売上高比率30%を目指す

- ✓ ティロツツ

「Asacol」と「Entocort」を軸として展開

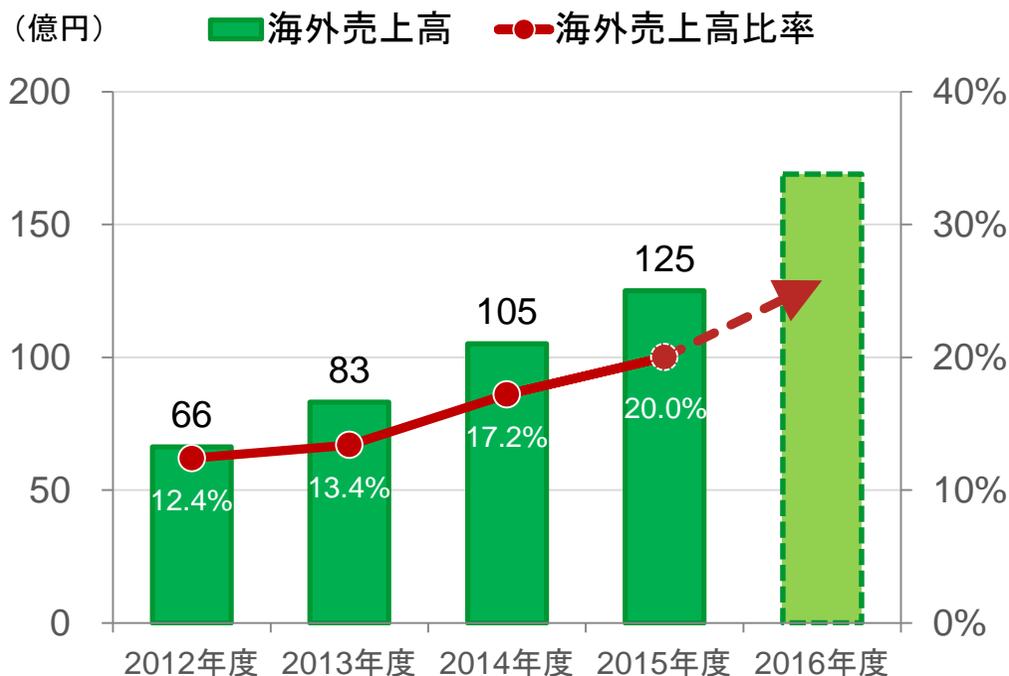
- ✓ ZPD

ゼリア以外へのコンドロイチンバルクビジネスを推進

- ✓ F.T.ファーマ

既存事業を強化、ベトナム市場へグループ製品を投入

海外売上高推移



Ⅱ-3. 海外事業：ティロッツ・ファーマ

- ティロッ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
－「Asacol」と「Entocort」のシナジー創出

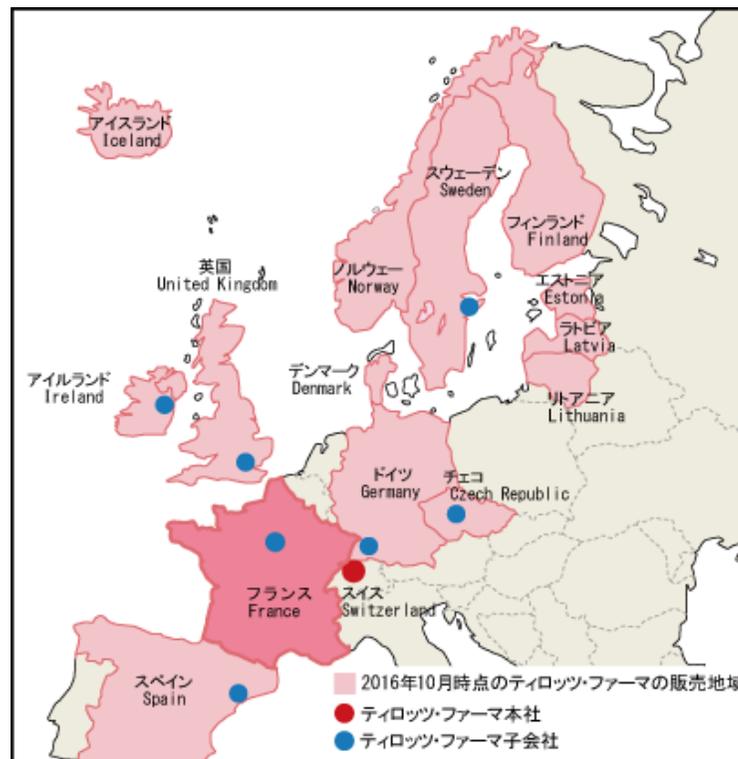
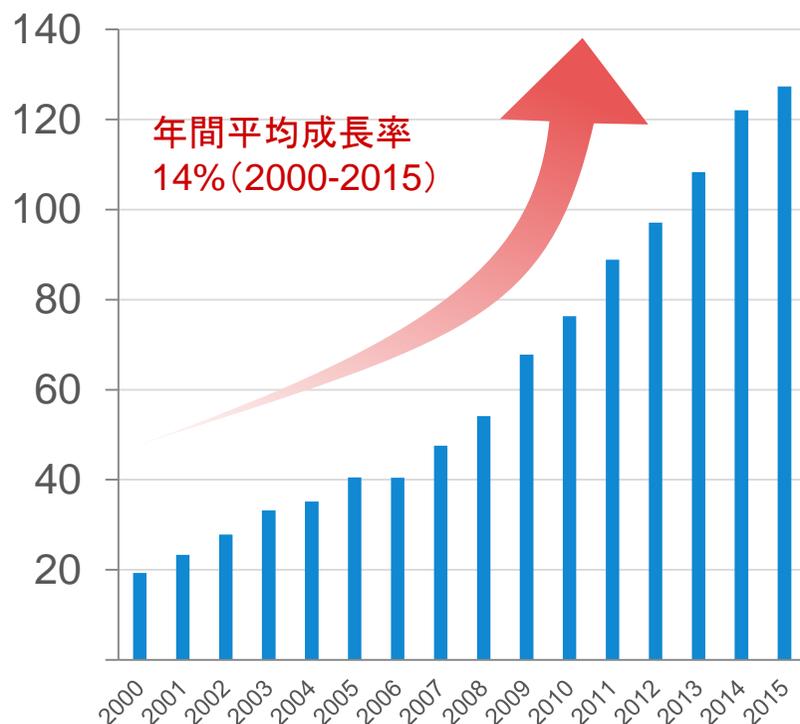
- ✓ 自販化の推進

Tillotts France 設立により14カ国が自販体制に

- ✓ 欧州の主要市場でプロモーション活動効率化

ティロッツ売上高推移

(百万スイスフラン)



コンドロイチンバルクビジネス

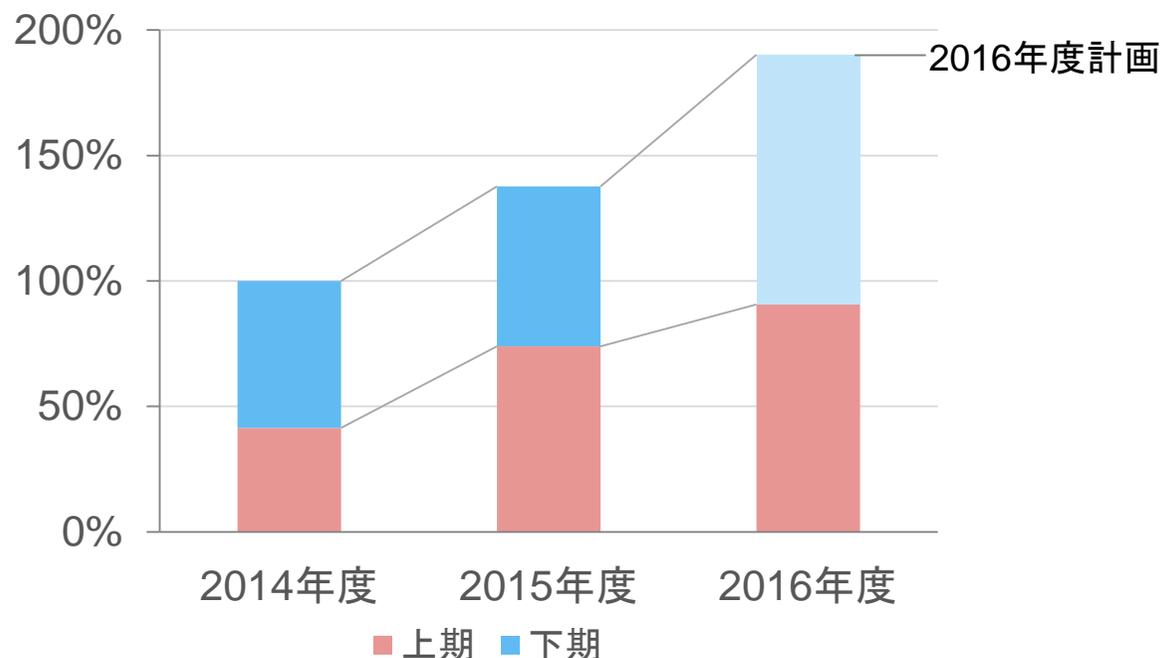
- 高品質コンドロイチンを供給

医薬品原料 EUのGMP認証

食品原料 EU域内で唯一の食品コンドロイチン製造工場認定

- 高品質コンドロイチンバルクの需要増加に伴い、ゼリアグループ外との取引が増大
- 今後も、ゼリアグループ外との取引の拡大と新規取引先の開拓を推進

グループ外売上高推移



Ⅱ-3. 海外事業：アジア事業

●ベトナム F.T.ファーマの状況

- ✓ 株式を追加取得し、保有株式は77.89%に

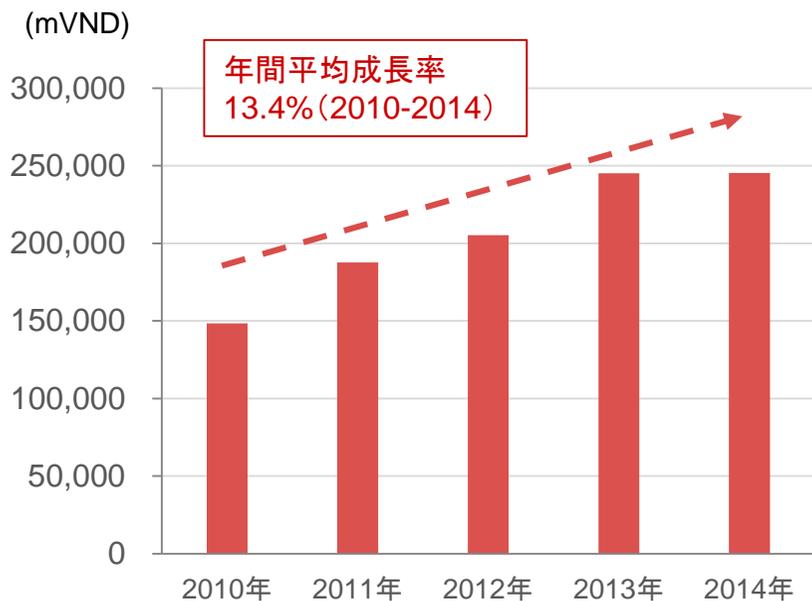
2016年度第3四半期より連結対象となる当期純利益は49%から77.89%に増加

- ✓ 既存事業の強化

- ✓ 当社グループ製品展開の検討推進

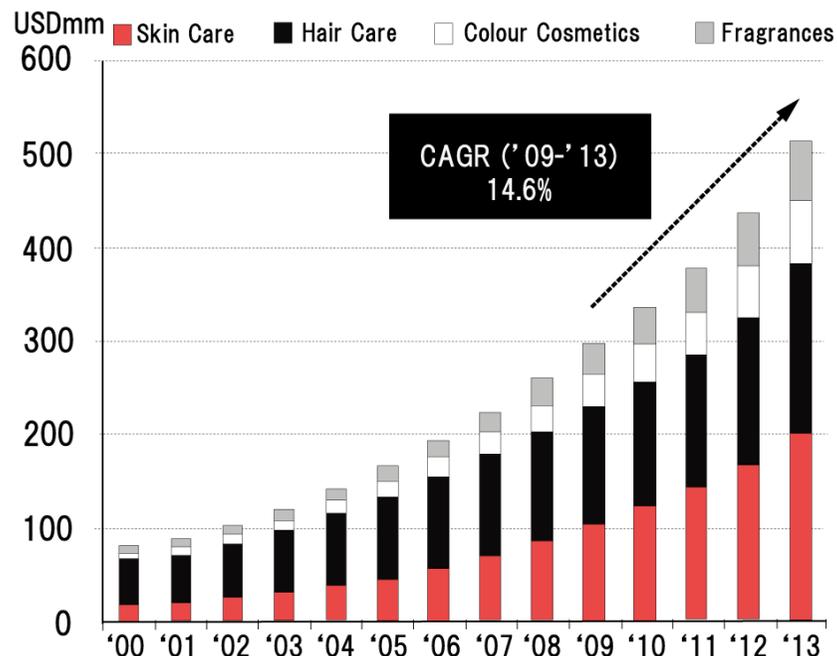
化粧品については、現地の承認を取得。健康食品については、申請中。

F.T.ファーマ 売上推移



2013年度は水害によって点眼剤需要が高くなり、売上が大きく伸長

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

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"> ◆ TP05 [UC] ◆ TP09 [FAP] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Z-206用法用量追加 [UC] ● Z-206中国 [UC] 	<ul style="list-style-type: none"> ● ゼンタコート (Entocort) [CD] 	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 [鉄欠乏性贫血] 			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Ⅱ	フェーズⅢ	申請中	承認済み	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. 2016年度通期連結業績予想

III-1 概要

Ⅱ-6) 連結業績予想：概要

	2015年度	2016年度	
	実績	予想	前同伸率
(単位:百万円)			
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	31円	(予定) 32円	—
研究開発費	8,579	9,500	10.7%
広告宣伝費	3,256	3,800	16.7%
海外売上高	12,516	16,999	35.8%
(海外売上高比率)	(20.0%)	(25.8%)	

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