



2016年度（2017年3月期） 決算説明会

－2017年5月16日－

代表取締役社長 伊部 充弘

I. 第8次中期経営計画の総括

II. 2016年度の業績（連結）

II-1) 決算の概要

II-2) 売上高

II-3) 主要製品売上高

II-4) 海外売上高

III. 第9次中期経営計画

III-1) 経営目標

IV. 2017年度の取り組みと連結業績予想

IV-1) 医療用医薬品事業

IV-2) コンシューマーヘルスケア事業

IV-3) 海外事業

IV-4) 研究開発

IV-5) 連結業績予想

I. 第8次中期経営計画の総括

1)重要課題の主な成果

- アサコールのシェア拡大

2014～2015年度 国内経口メサラジン製剤売上の年間トップシェア
(48.9%～ 49.8%)

- ブランドとしてのヘパリーゼを強力に推進

ヘパリーゼ群の売上高が大きく伸長

会計年度	2013	2014	2015	2016
売上高(億円)	71	93	105	125

- アジア地域において、事業展開の拠点を設立

2015年度 アジア地域一つ目の拠点としてベトナムF.T. Pharmaを
連結子会社化(株式保有率49%)

2016年度 株式追加取得(株式保有率77.89%)

2)その他の成果

- 2015年度 TillottsがEntocortの全権利を取得(米国を除く)

- 生産能力増強のために生産設備投資を実施

2015年度 埼玉工場:内服固形製造ラインの再構築

2016年度 筑波工場:ドリンク剤生産能力増強

II. 2016年度の業績（連結）

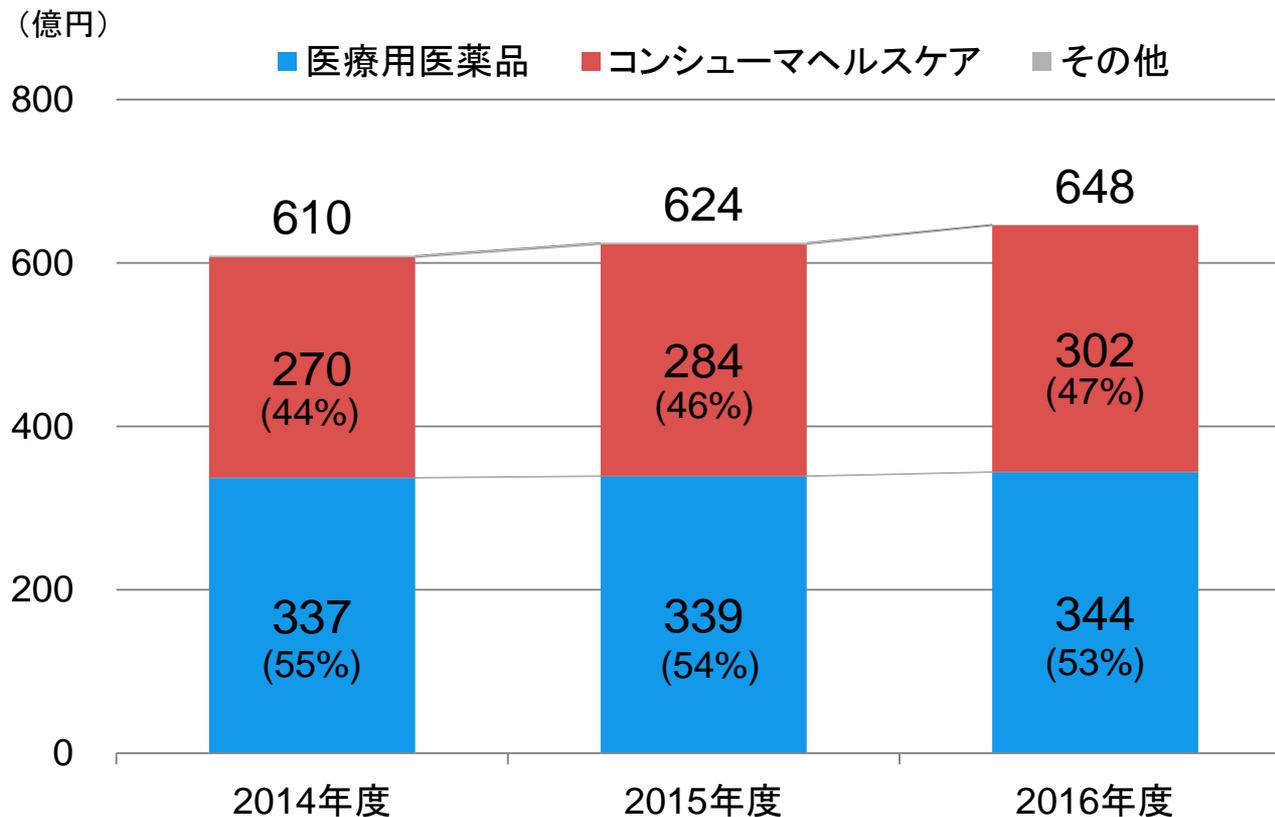
- II-1) 決算の概要
- II-2) 売上高
- II-3) 主要製品売上高
- II-4) 営業利益および研究開発費
- II-5) 海外売上高

◆ 売上高は前年比3.8%増、
親会社株主に帰属する当期純利益は前年比0.9%増

	2015年度		2016年度		
	実績	売上比	実績	売上比	前同伸率
(単位:百万円)					
売上高	62,475	100.0%	64,849	100%	3.8%
売上総利益	44,548	71.3%	46,691	72.0%	4.8%
販売管理費	39,982	64.0%	42,149	65.0%	5.4%
研究開発費	8,579	13.7%	8,458	13.0%	-1.4%
広告宣伝費	3,256	5.2%	3,479	5.4%	6.9%
営業利益	4,565	7.3%	4,541	7.0%	-0.5%
経常利益	4,450	7.1%	4,438	6.8%	-0.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益	3,513	5.6%	3,544	5.5%	0.9%
一株当り配当	31円		32円(予定)		

◆ 医療用医薬品事業、コンシューマーヘルスケア事業共に増収

セグメント売上高の推移



Ⅱ-3) 主要製品売上高：医療用医薬品事業

- ◆ エントコートの間年計上とアコファイドの伸長により、長期収載品の売上減少をカバーし、前年比1.6%の売上増

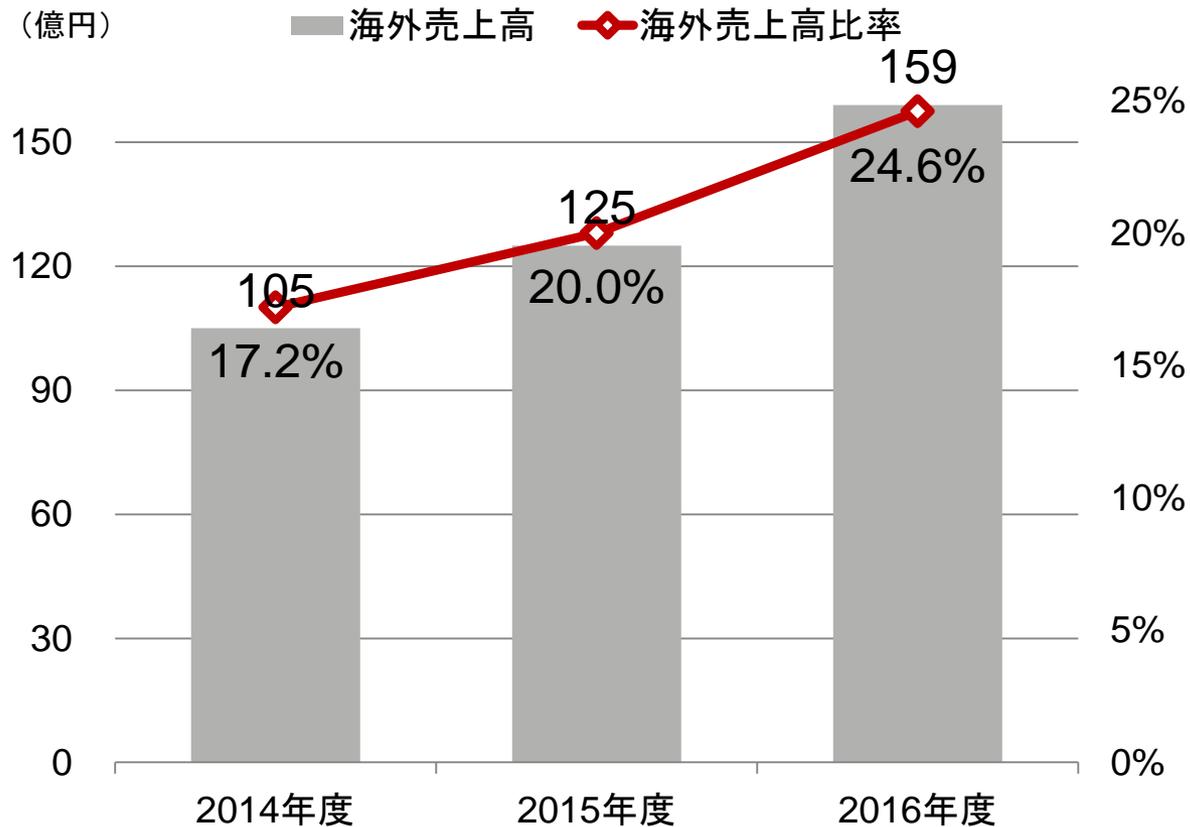
	2015年度		2016年度	
	実績	実績	前同伸率	
(単位:百万円)				
医療用医薬品事業	33,902	34,430	1.6%	
アサコール	18,257	16,650	▲8.8%	
エントコート	1,896	4,353	129.5%	
プロマック	3,434	2,562	▲25.4%	
アコファイド	859	2,499	190.7%	
アシノン	2,965	2,222	▲25.0%	
その他	6,488	6,140	▲5.4%	

◆ヘパリーゼ群の伸長を主要因として前年比6.5%の増収

(単位:百万円)	2015年度	2016年度	
	実績	実績	前年伸率
コンシューマーヘルスケア事業	28,419	30,277	6.5%
ヘパリーゼ群	10,520	12,582	19.6%
コンビニ向け	5,894	6,763	14.8%
医薬品	4,626	5,818	25.8%
コンドロイチン群	7,415	7,113	▲4.1%
ウィズワン群	1,601	1,599	▲0.1%
その他	8,881	8,982	1.1%

◆ 海外売上高は大きく伸長し、海外売上高比率は24.6%に到達

海外売上高・海外売上高比率の推移



III.第9次中期経営計画

Ⅲ-1) 経営目標

経営目標

- 連結売上高 1,000億円
- 連結ROE 10%以上
- 連結海外売上高比率30%

を目指す

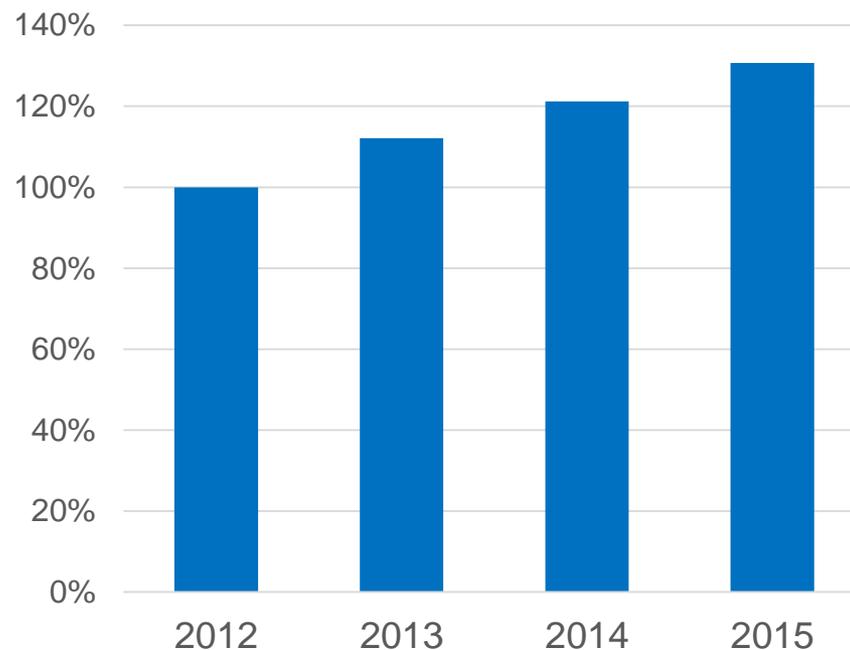
IV. 2017年度の取り組みと連結業績予想

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

アサコール（国内市場）

- 潰瘍性大腸炎患者数は2013年に15万人超で、以後も増加。
- メサラジン製剤を処方された潰瘍性大腸炎患者も年々増加しており、メサラジン製剤市場は今後も成長すると考えられる。

メサラジン製剤を処方された 潰瘍性大腸炎患者推移

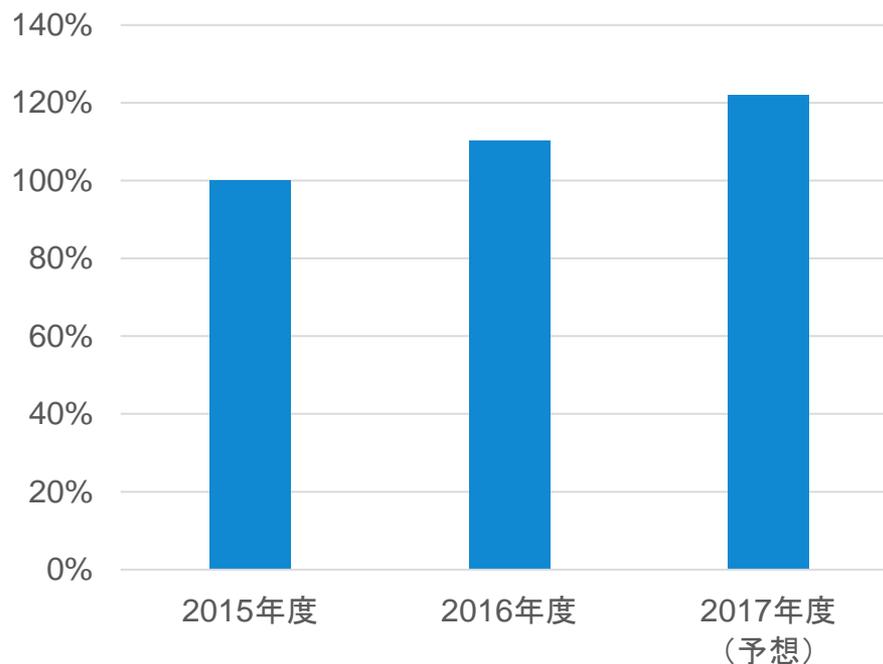


Copyright © 2017 日本医療データセンター(JMDC)
出典:P-Market 2012年4月～2016年3月を元に作成
無断転載禁止

2017年度 ASACOL（海外市場）

- 海外のメサラジン製剤市場は今後も拡大が予想される
- 「Entocort」とのシナジーによる営業効率化
- 自販国（販売子会社）を中心に売上拡大を目指す

ASACOL売上推移



Entocort (海外市場)

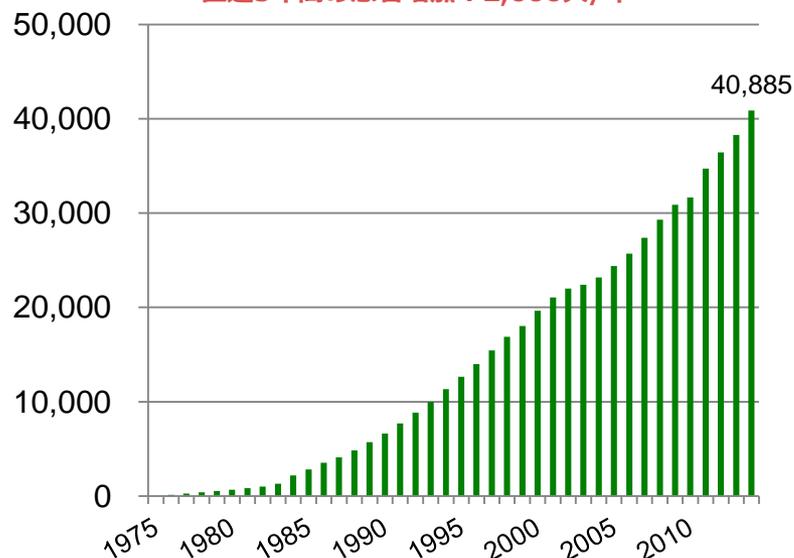
- 軽症～中等症活動期クローン病治療の第1推奨薬(一部の国では寛解維持にも使用)
- Budesonide製剤市場(米国を除く)は拡大
- Tillotts子会社が本格的にプロモーションを開始。競合品から市場シェア奪取を図る

ゼンタコート (国内市場)

- 2016年11月に販売開始
- 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
- アサコールとのコ・ディテールによる効率的なプロモーション展開
- 軽症～中等症活動期クローン病治療における第一選択薬としてのポジション確立を目指す

国内のクローン病患者数*

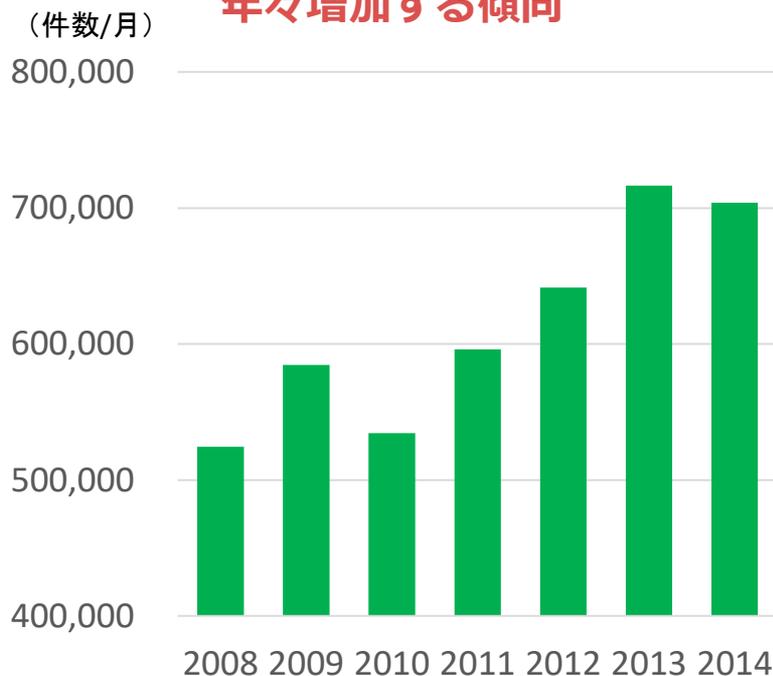
直近5年間の患者増加：2,000人/年



*：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)

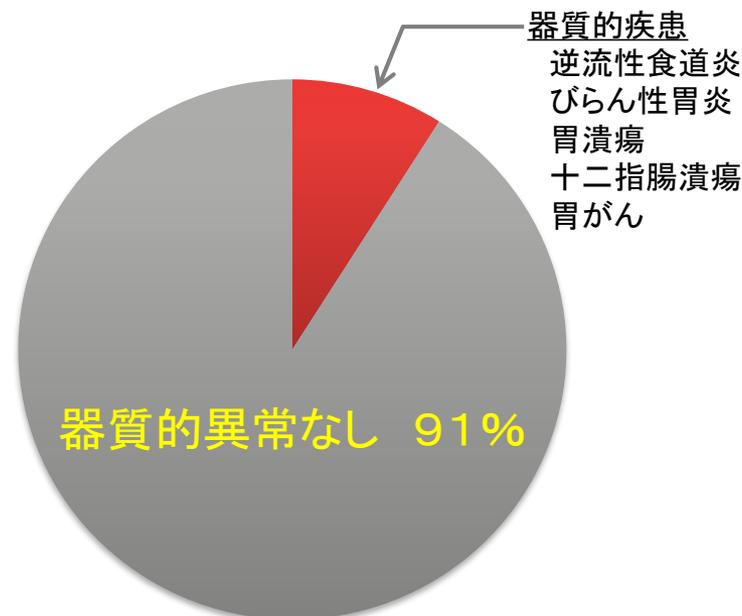
- ◆ 内視鏡検査を依頼する医師のアコファイド認知度を向上させることによって、潜在的な機能性ディスペプシア患者を掘り起こし、アコファイドの処方を導き出す。

上部消化管内視鏡検査件数は
年々増加する傾向



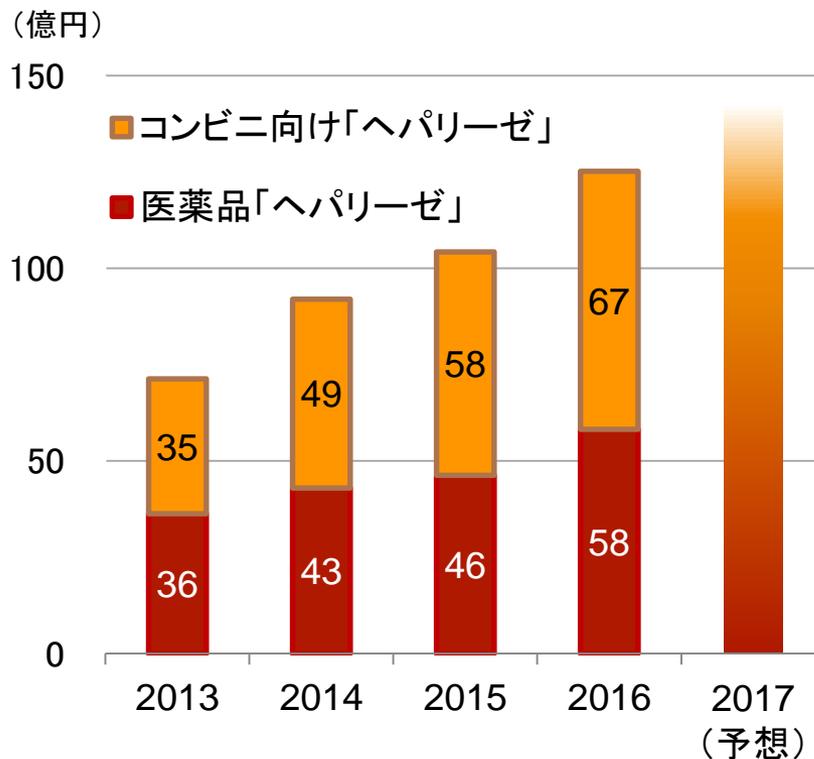
出典：社会医療診療行為別調査

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

医薬品ヘパリーゼも大きく成長させる

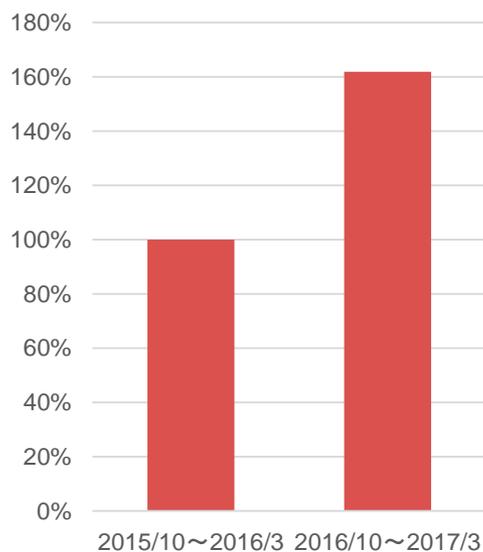


医薬品「ヘパリーゼ」

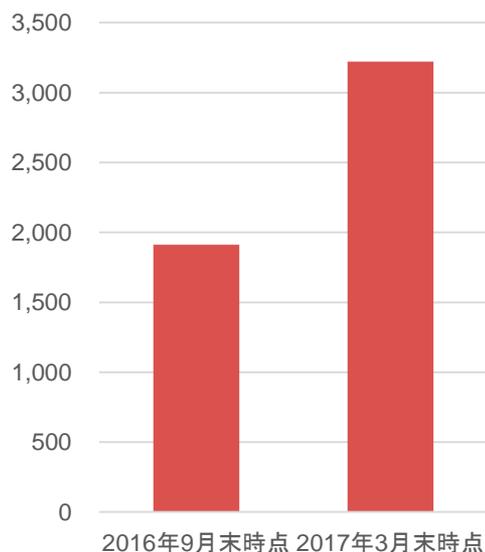
- ヘパリーゼドリンクⅡ、ヘパリーゼHiプラスなどのリニューアル品を拡販
- ヘパリーゼキングの上位品ヘパリーゼキングプラス、同EXなど高価格帯製品を拡販
- 固形剤のヘパリーゼプラスⅡを拡販

◆ 2016年10月よりイオナ スキンケア製品のプロモーション開始

売上高



配荷店舗数



エイジングスキンケア
イオナ エフ シリーズ



自然派スキンケア
イオナヴィー シリーズ

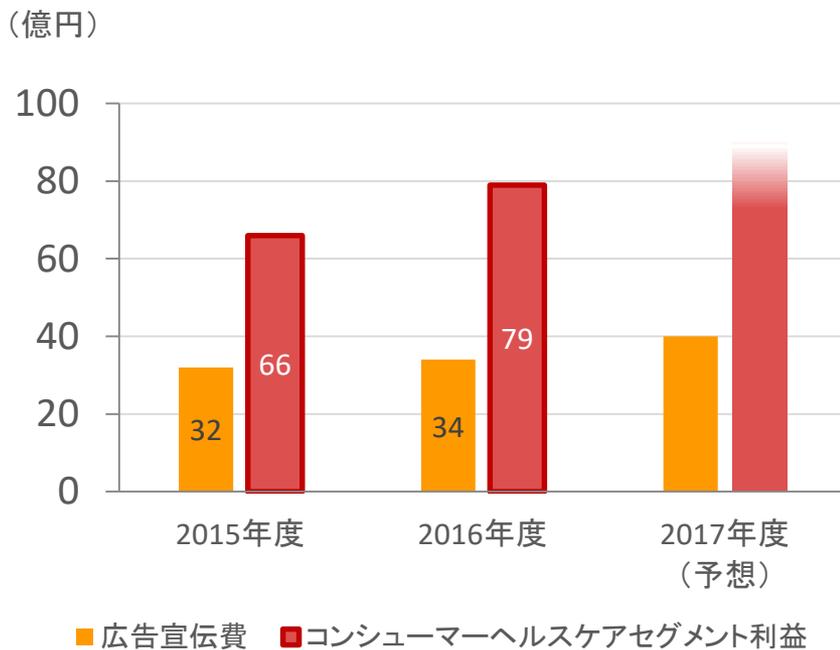


イオナ スパ&ミネラル
エッセンスジェル

◆ 継続的に広告宣伝投資を実施

- ✓ 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
- ✓ 「コンドロイチンZS錠」、「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」、「ウィズワン」などのテレビCM放映を実施

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



- 2016年度の海外売上高比率は24.6%
- 早期に海外売上高比率30%を目指す

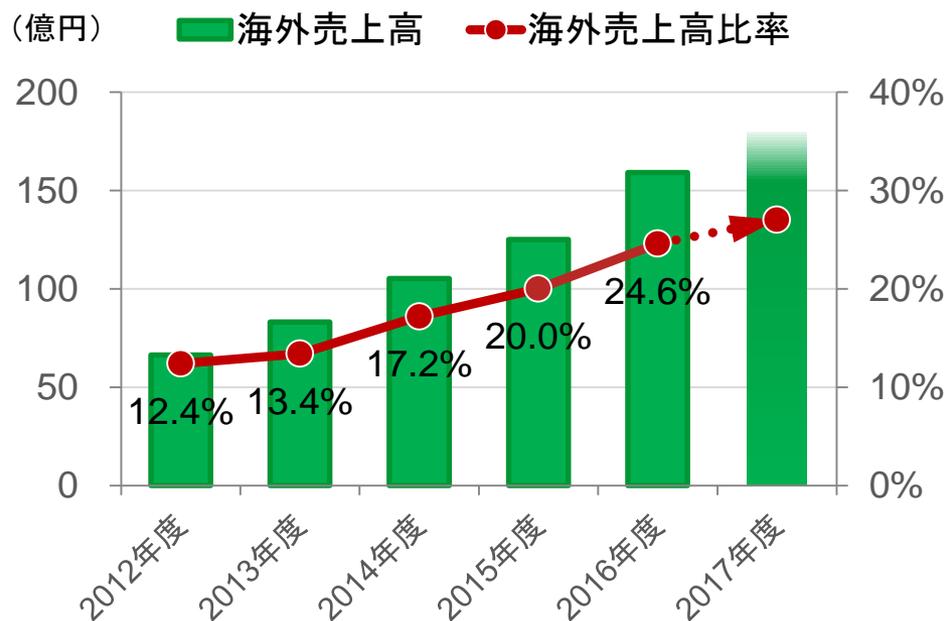
- ✓ ティロツツ
- ✓ ZPD
- ✓ F.T.ファーマ

「Asacol」と「Entocort」を軸として展開

ゼリア以外へのコンドロイチンバルクビジネスを推進

既存事業の強化、ベトナム市場へグループ製品を投入

海外売上高推移

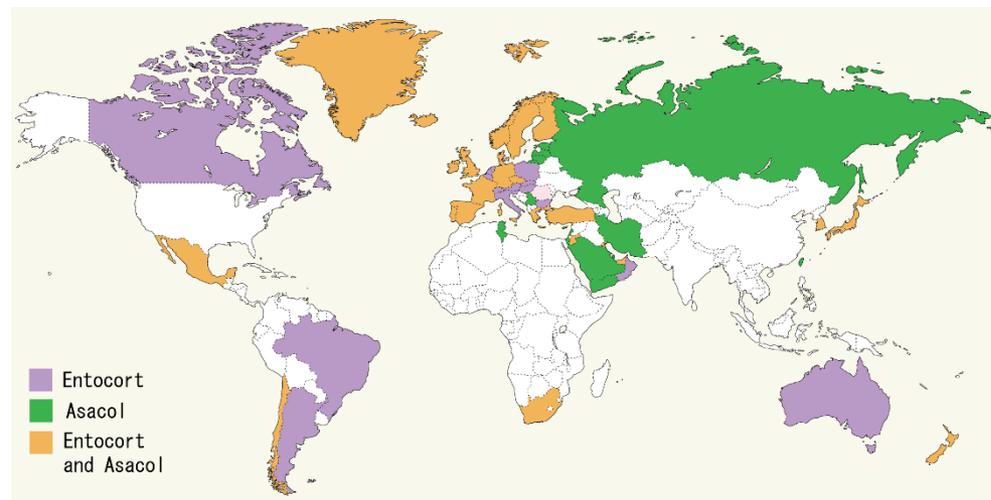
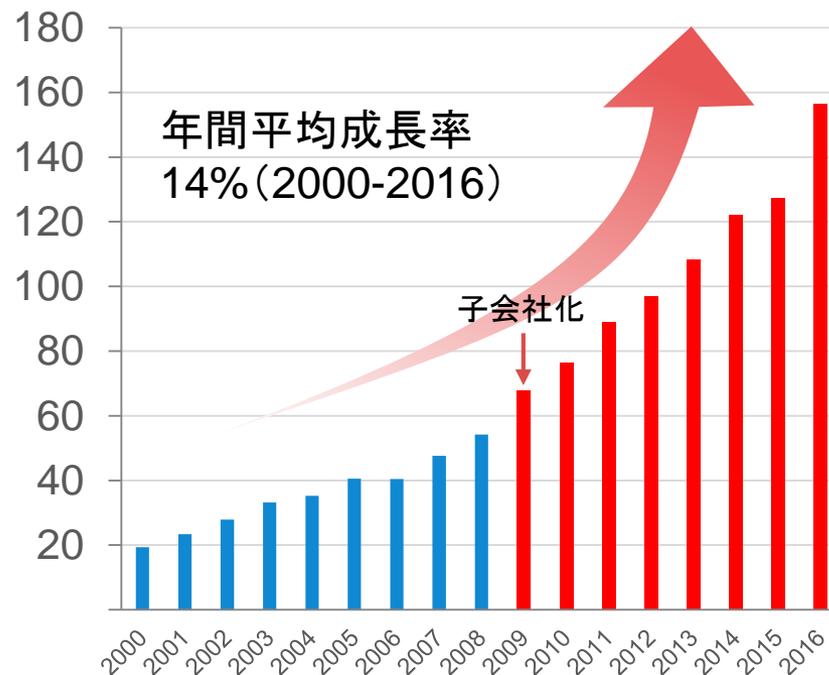


IV-3) 海外事業：ティロツツ・ファーマ

- 「Asacol」と「Entocort」の市場拡大による持続的成長
 - ✓ Asacol：欧州の自販網を中心に市場を拡大
 - ✓ Entocort: クローン病治療の第1推奨薬であることを訴求
 - ✓ IBD治療専門医へ両製品を効率的にプロモート

ティロツツ売上高推移

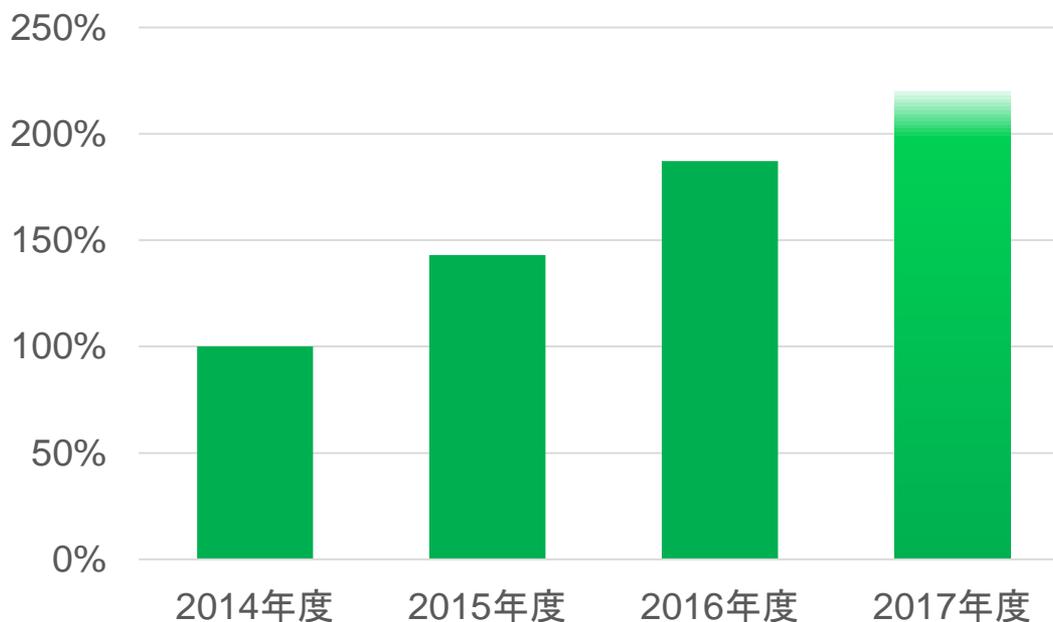
(百万スイスフラン)



◆コンドロイチンバルクビジネス

- 引き続き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
- コンドロイチン安定供給に向けて、ニワトリ由来コンドロイチンの商用生産稼働

グループ外売上高推移



◆ベトナム F.T.ファーマ事業の状況

- 既存事業の強化
- 当社グループ製品をベトナム市場へ投入
イオナ化粧品 ホーチミン市内の日本製品専門店で配荷
へパリーゼW群 ホーチミン市内のコンビニエンスストアに配荷



イオナ化粧品



へパリーゼW
へパリーゼW粒タイプ

IV-4) 研究開発：パイプラインの状況

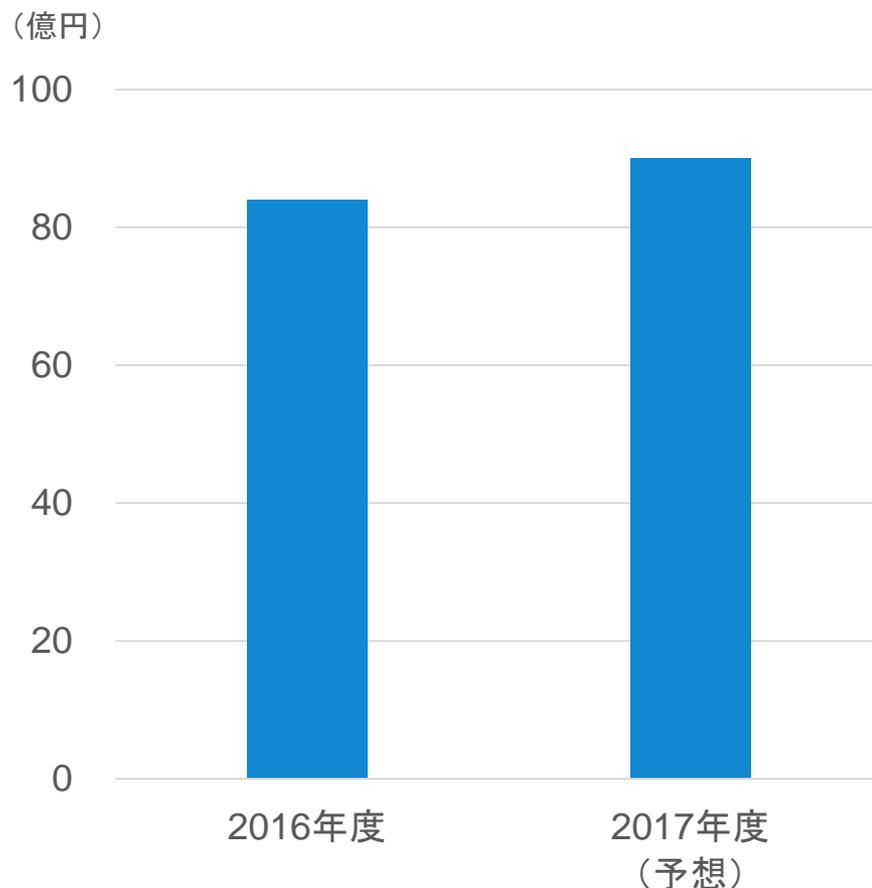
上部消化管	<ul style="list-style-type: none"> ● Z-215 [PPI] ● Z-360日本・アジア [膵臓癌] ● Z-338米国 [FD] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Z-338欧州 [FD] 		プロマック [防御系抗潰瘍剤] アシノン[H ₂ ブロッカー] アコファイド [FD]
下部消化管		<ul style="list-style-type: none"> ◆ TP09 [FAP] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Z-206用法用量追加 [UC] ● Z-206中国 [UC] ◆ TP05 [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] ゼンタコート [CD] (Entocort)
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Ⅱ	フェーズⅢ	申請中	上市製品

●：ゼリア開発品、◆：ティロッツ・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

◆ 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Ⅲ 長期投与試験
- Z-100(子宮頸癌): フェーズⅢ 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-213(鉄欠乏性貧血): フェーズⅢ 試験 スイス・ビフォーファーマ社より導入した注射剤
- Z-215(酸分泌関連疾患): フェーズⅡ 試験 エーザイから導入した長時間作用型PPI
- Z-360(すい臓がん): フェーズⅡ 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

Z-213 (海外製品名：ferinject®)

鉄欠乏性貧血を対象としたフェーズⅢ試験実施中



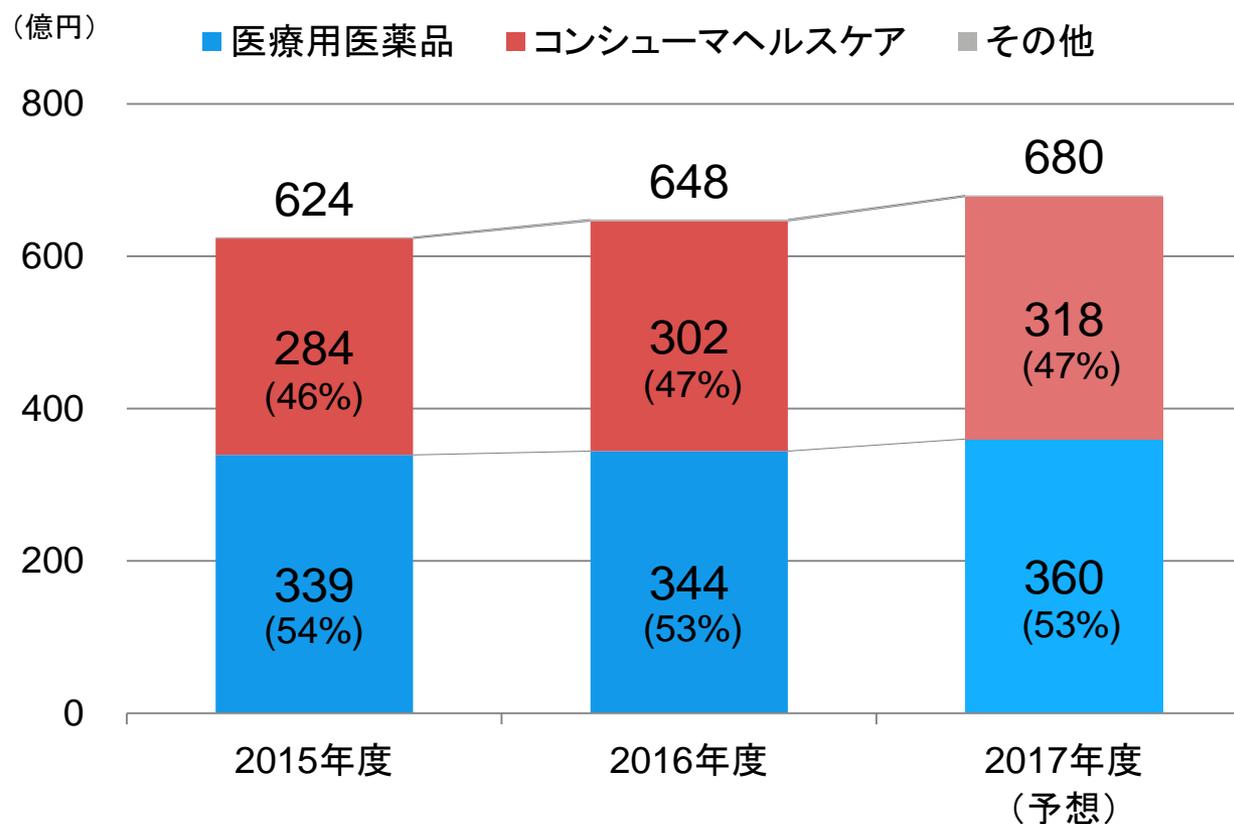
- スイス Vifor Pharmaより導入
- 鉄欠乏性貧血治療のリーディング製品
- 従来の鉄注射剤と比較して高い安全性
- 既存の鉄注射剤と比較して、大量の鉄を静脈内投与出来るので、少ない投与回数で治療が可能になる

ferinject®: スイスVifor pharma社の登録商標

IV-5) 連結業績予想：概要

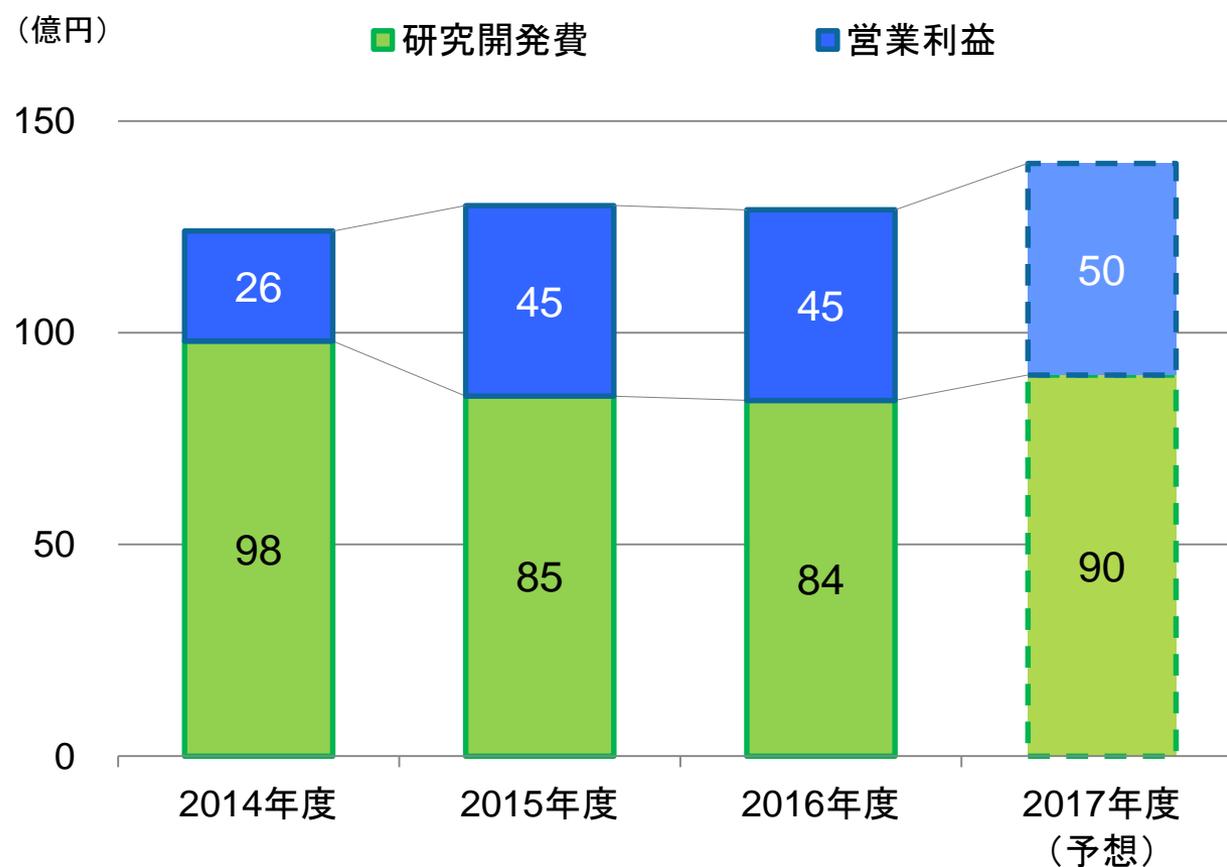
	2016年度	2017年度	
	実績	予想	前同伸率
(単位:百万円)			
売上高	64,849	68,000	4.9%
営業利益	4,541	5,000	10.1%
経常利益	4,438	5,000	12.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	3,544	3,800	7.2%
一株当り配当	32円 (予定)	34円 (予定)	—
研究開発費	8,458	9,000	6.4%
広告宣伝費	3,479	4,000	15.0%
海外売上高	15,937	17,400	9.2%

セグメント売上高の推移



IV-5) 連結業績予想：営業利益及び研究開発費の推移

営業利益およ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 西澤まで

Tel. 03-3661-1039

Fax. 03-3663-4203