

2019年度（2020年3月期） 第2四半期決算説明会

－ 2019年11月5日 －
代表取締役社長 伊部 充弘

I．2019年度上期連結業績

I-1 概要

I-2 主要製品売上高（医療用医薬品事業）

I-3 主要製品売上高（コンシューマーヘルスケア事業）

I-4 海外売上高

II．2019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

II-5 第10次中期経営計画に向けて

III．2019年度通期連結業績予想

III-1 概要

I. 2019年度上期連結業績

I -1 概要

I -2 主要製品売上高（医療用医薬品事業）

I -3 主要製品売上高（コンシューマーヘルスケア事業）

I -4 海外売上高

I-1. 概要

(単位：百万円)		2018年度 上期実績	2019年度 上期実績	前同 差異率	5/10公表 予想値	対公表予想値 差異率
売 上 高		30,483	30,317	-0.5%	31,000	-2.2%
売 上 総 利 益		21,650	21,760	0.5%	—	
販 売 管 理 費		19,581	20,021	2.2%	—	
	研 究 開 発 費	2,883	3,264	13.2%	—	
	広 告 宣 伝 費	1,845	1,629	-11.7%	—	
営 業 利 益		2,069	1,738	-16.0%	1,800	-3.4%
経 常 利 益		1,914	1,628	-15.0%	1,800	-9.5%
親会社株主に帰属 する四半期純利益		2,280	1,230	-46.0%	1,400	-12.1%

I-2. 主要製品売上高：医療用医薬品事業

- ◆ アサコールは海外で堅調に推移し増加
- ◆ エントコートは海外の一部の国で在庫調整などが発生し減少

		2018年度 上期	2019年度 上期	
(単位：百万円)		実績	実績	前同伸率
医療用医薬品事業	アサコール	16,196	15,691	-3.1%
	エントコート	7,534	7,674	1.9%
	アコファイド	2,786	2,279	-18.2%
	アコファイド	1,556	1,469	-5.6%
	プロマック	859	714	-16.8%
	アシノン	723	563	-22.1%
	その他	2,737	2,988	9.2%

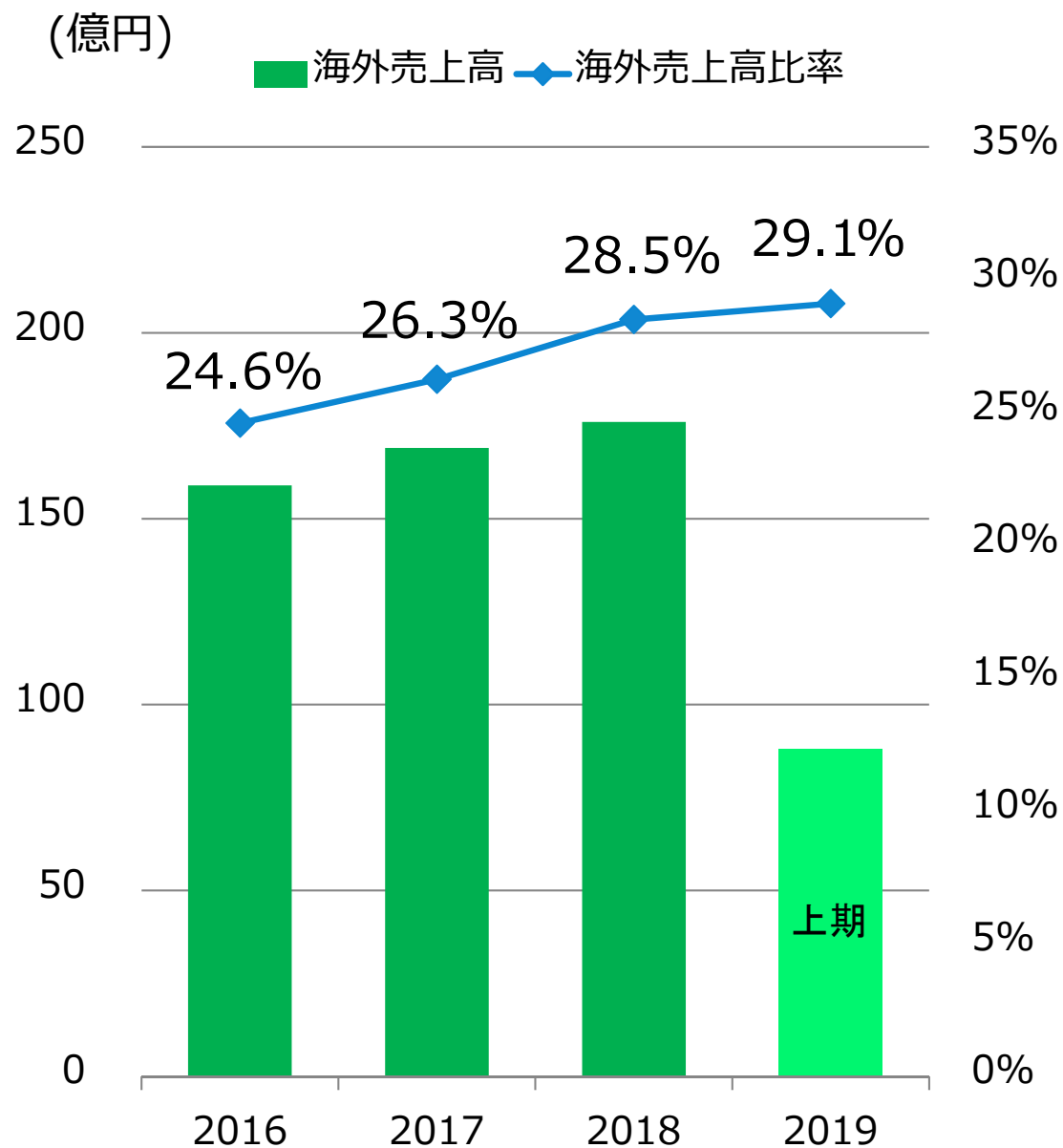
I-3. 主要製品売上高：コンシューマーヘルスケア事業

- ◆ 減少傾向にあったコンドロイチン群が下げ止まり、一転して増加
- ◆ 医薬品へパリーゼが好調に推移し、へパリーゼ群全体でも増加

		2018年度 上期	2019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	へパリーゼ群	14,209	14,549	2.4%
	医薬品	6,096	6,305	3.4%
	清涼飲料水	2,786	2,971	6.6%
	栄養補助食品	3,309	3,334	0.7%
	コンドロイチン群	3,063	3,460	13.0%
	ウィズワン群	804	824	2.5%
	その他	4,244	3,957	-6.8%

I-4. 海外売上高

◆ 第2四半期終了時点において、海外売上高88億円、海外売上高比率は29.1%

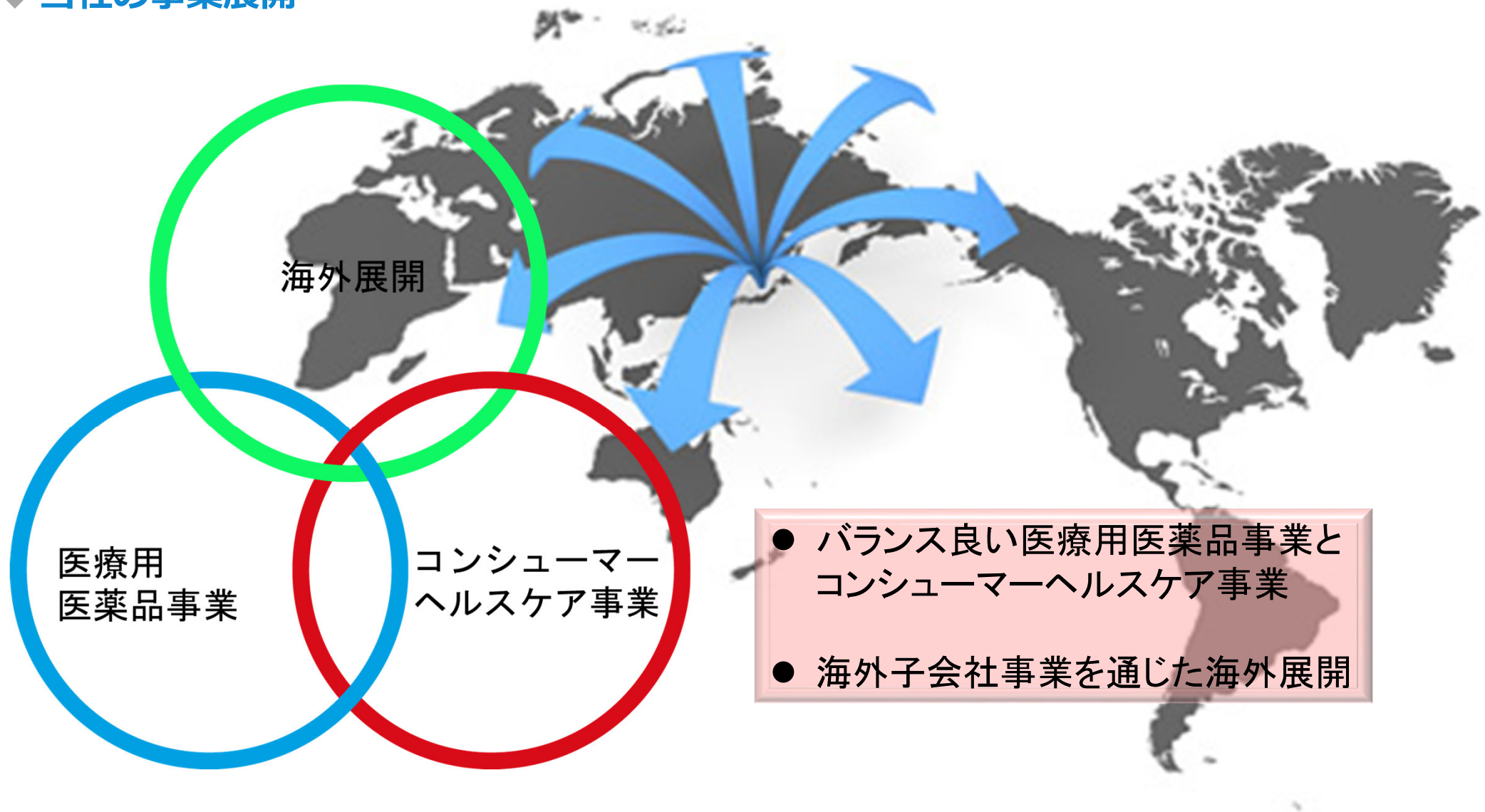


II. 2019年度下期の取り組み

- 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
- II-5 第10次中期経営計画に向けて

Ⅱ. 2019年度下期の取り組み

◆ 当社の事業展開



Ⅱ-1. 医療用医薬品事業：アサコール

◆ アサコール 連結売上高 前年同期比較



2019年度上期

- 国内市場 減少
 - 競合品の市場浸透
 - 後発品置き換え
- 海外市場 増加
 - イギリス、デンマーク、スウェーデンなどの国において、既存製剤(400mg,800mg)が好調に推移
 - 1600mg錠の上市

2019年度下期

引き続き1600mg錠の販売国拡大と市場浸透に注力

II-1. 医療用医薬品事業：アサコール（海外市場）

◆ Asacol 1600mg Tablet

承認を取得した欧州諸国で順次販売を開始

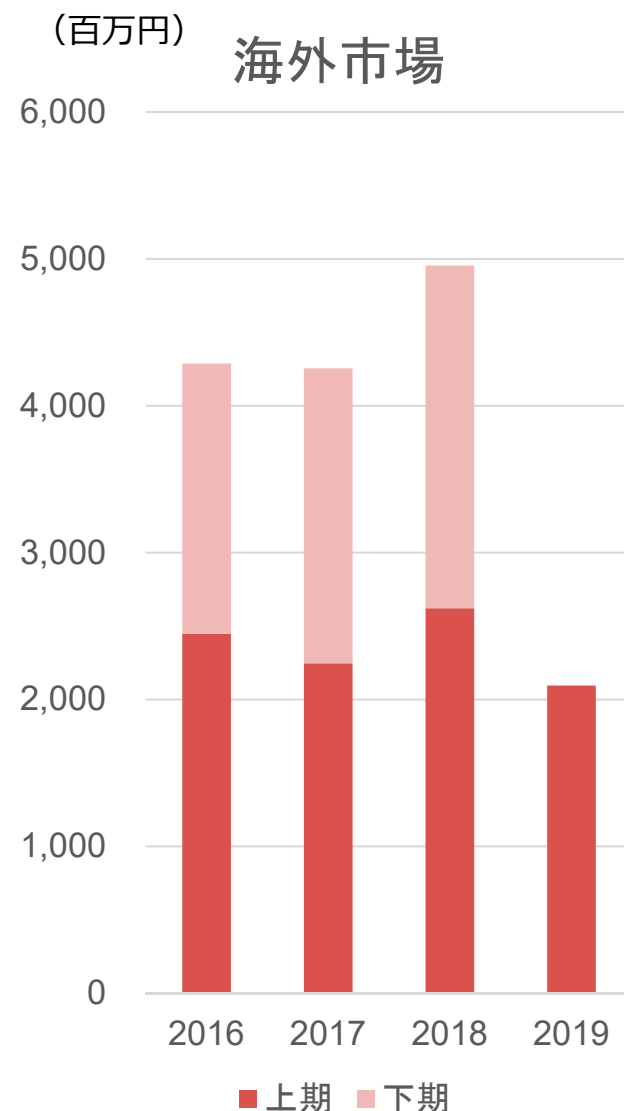
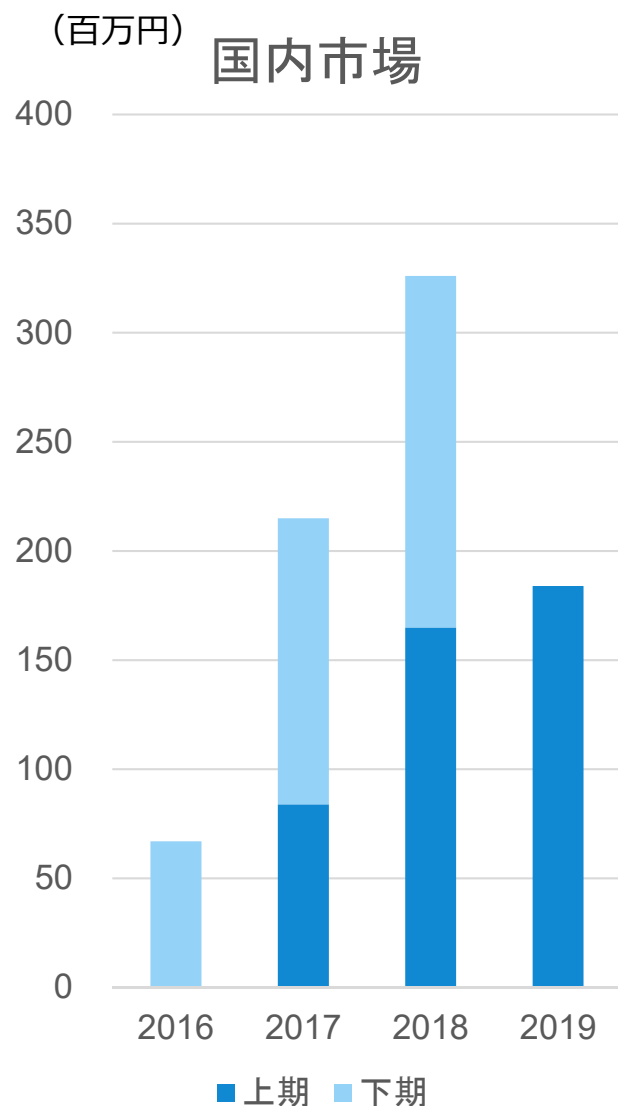


	販売開始国数	販売国数 累計
2019/3 まで	4	4
2019/6 まで	1	5
2019/9 まで	4	9
2019/10 まで	5	14

引き続き、欧州以外の国も含めて承認を取得し、
テリトリーの拡大、市場浸透を図る

Ⅱ-1. 医療用医薬品事業：エントコート

◆ 国内市場は好調に推移した一方で、海外の一部地域で在庫調整等の影響を受け減少



2019年度上期

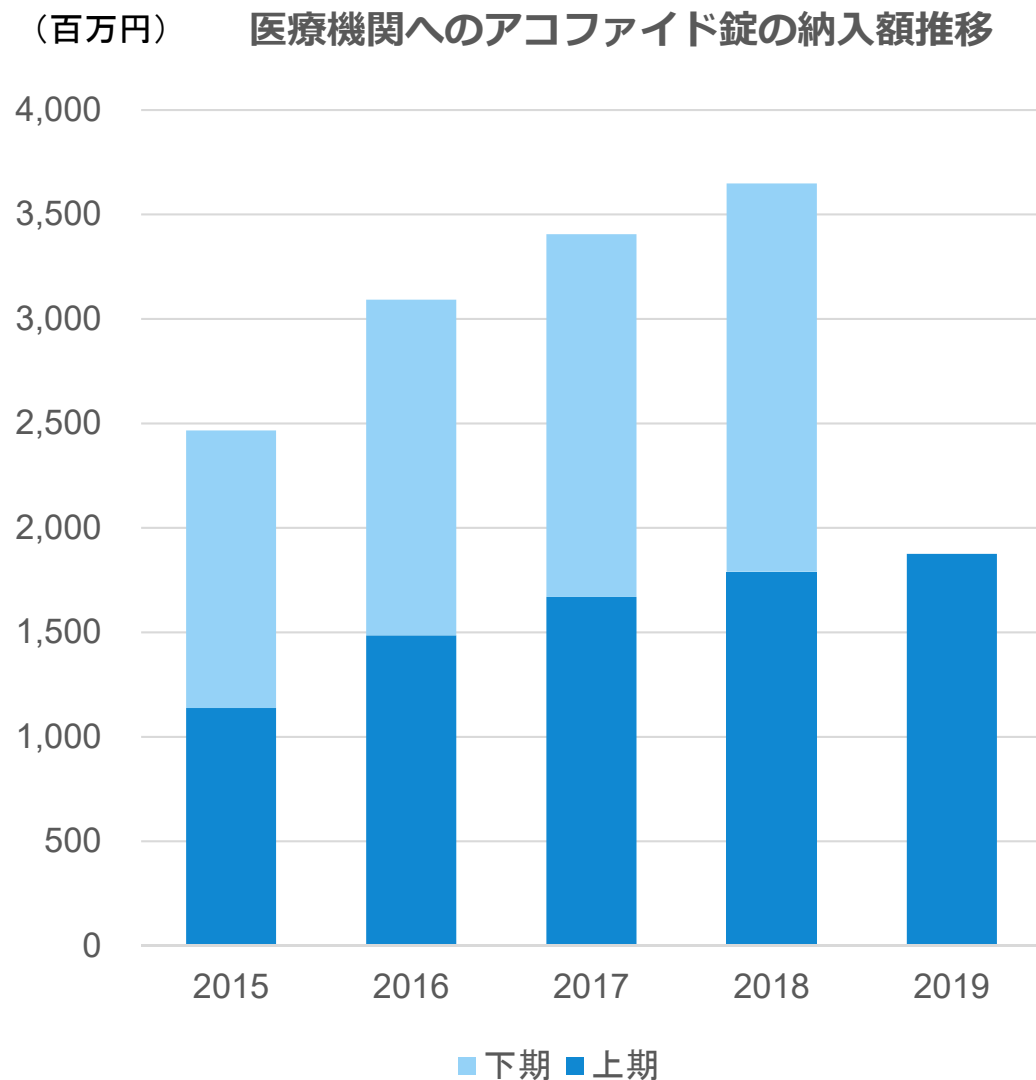
- 国内市場
 - 前年対比増加
- 海外市場
 - Tillotts出荷額
一部の地域における在庫調整の影響により前年対比減少
 - 市場販売額
2018年7月～2019年6月の12カ月間合計と過年度同期間との比較では、増加トレンドで推移

2019年度下期

引き続き国内が伸長し、海外でも在庫調整が一巡し、Tillottsの出荷額は回復することを予想

Ⅱ-1. 医療用医薬品事業：アコファイド

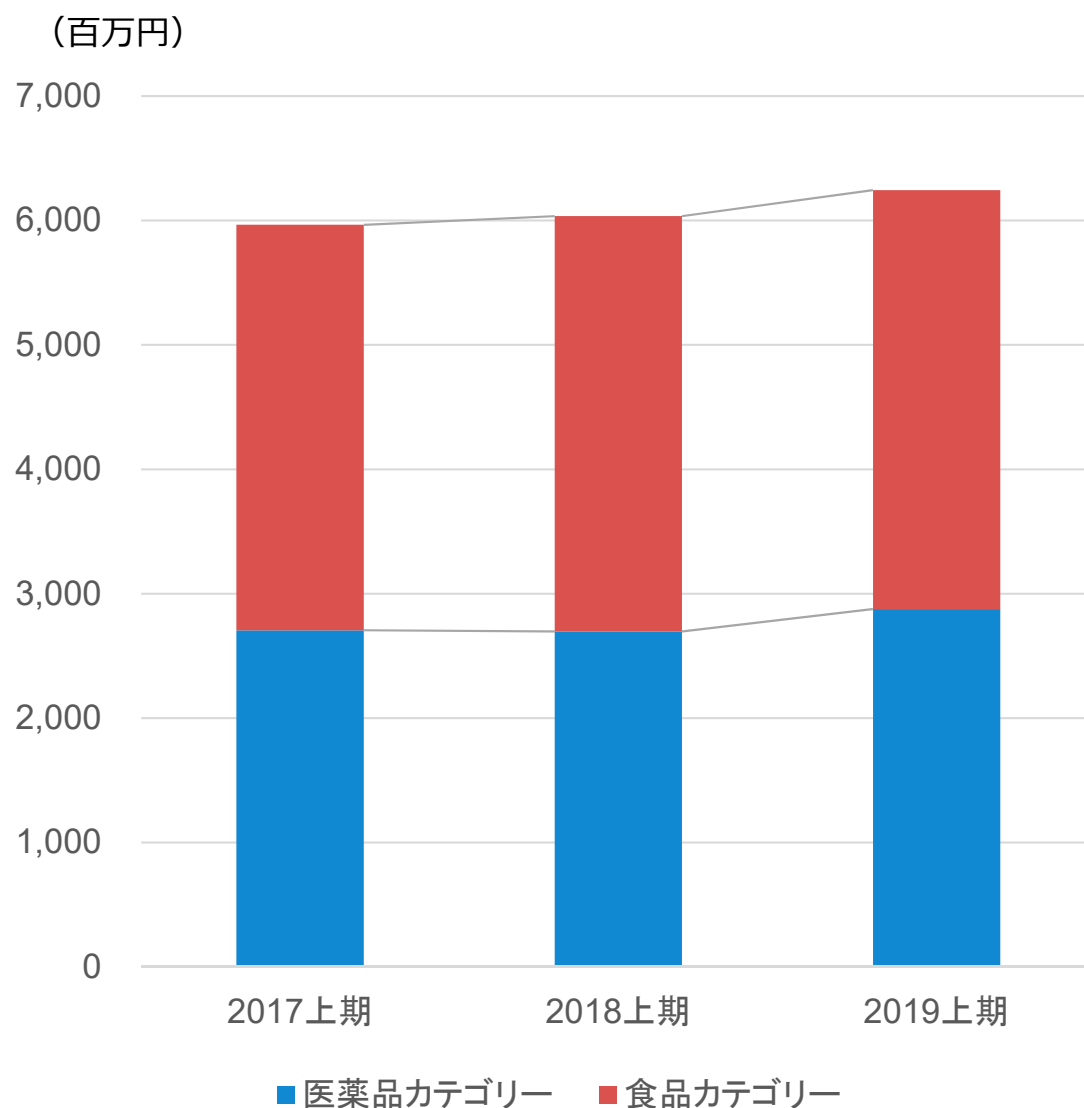
◆ 医療機関への納入額（薬価ベース）は着実に増加



2019年度下期

引き続き、内視鏡実施医師の
処方フロー定着を目指す

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：ヘパリーゼ群

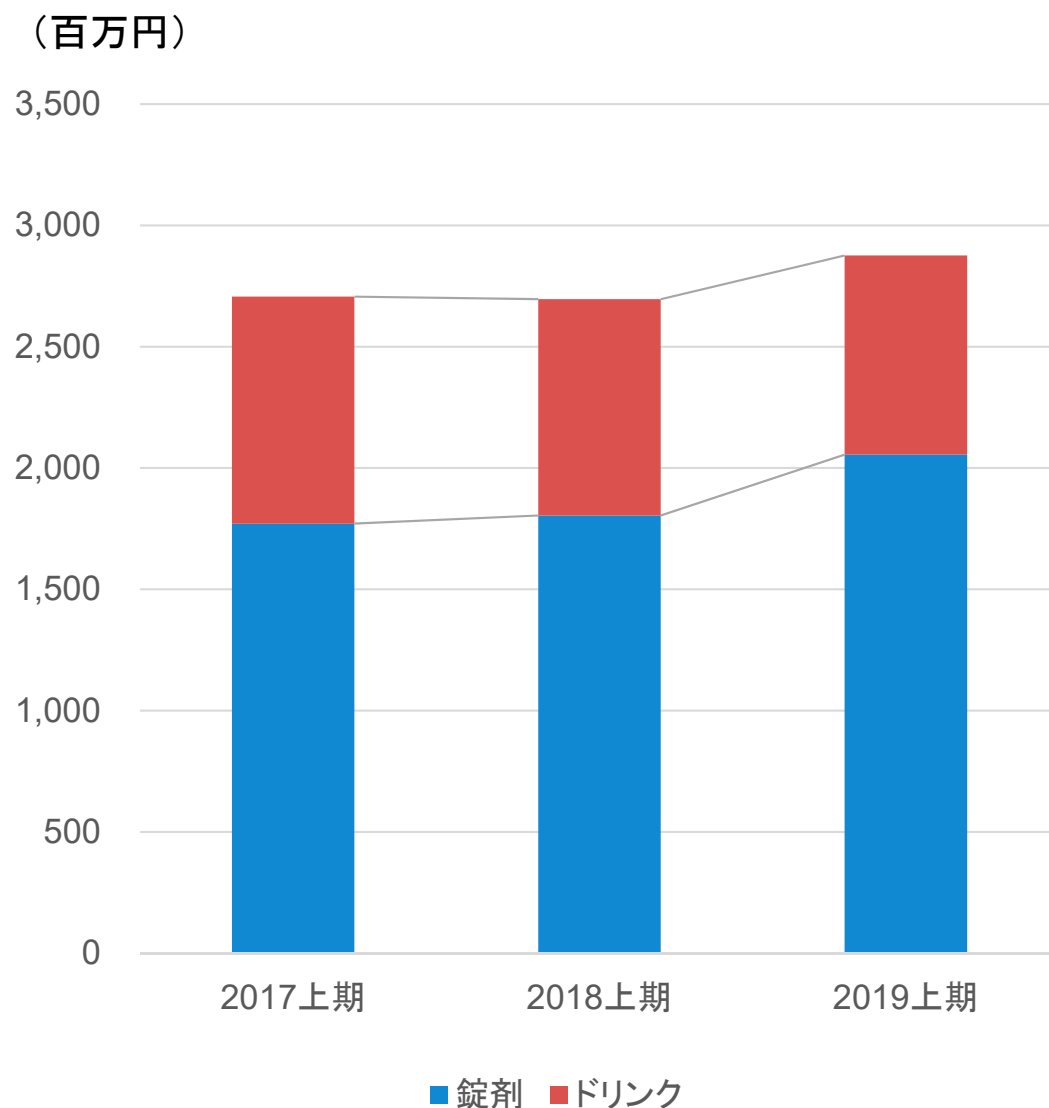


2019年度上期

- 清涼飲料水、栄養補助食品カテゴリー
 - トップシェアを堅持。
 - ヘパリーゼWプレミアム極が伸長
- 医薬品カテゴリー
 - 2018年上期対比 売上増

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：医薬品ヘパリーゼ

◆ 錠剤が堅調に推移



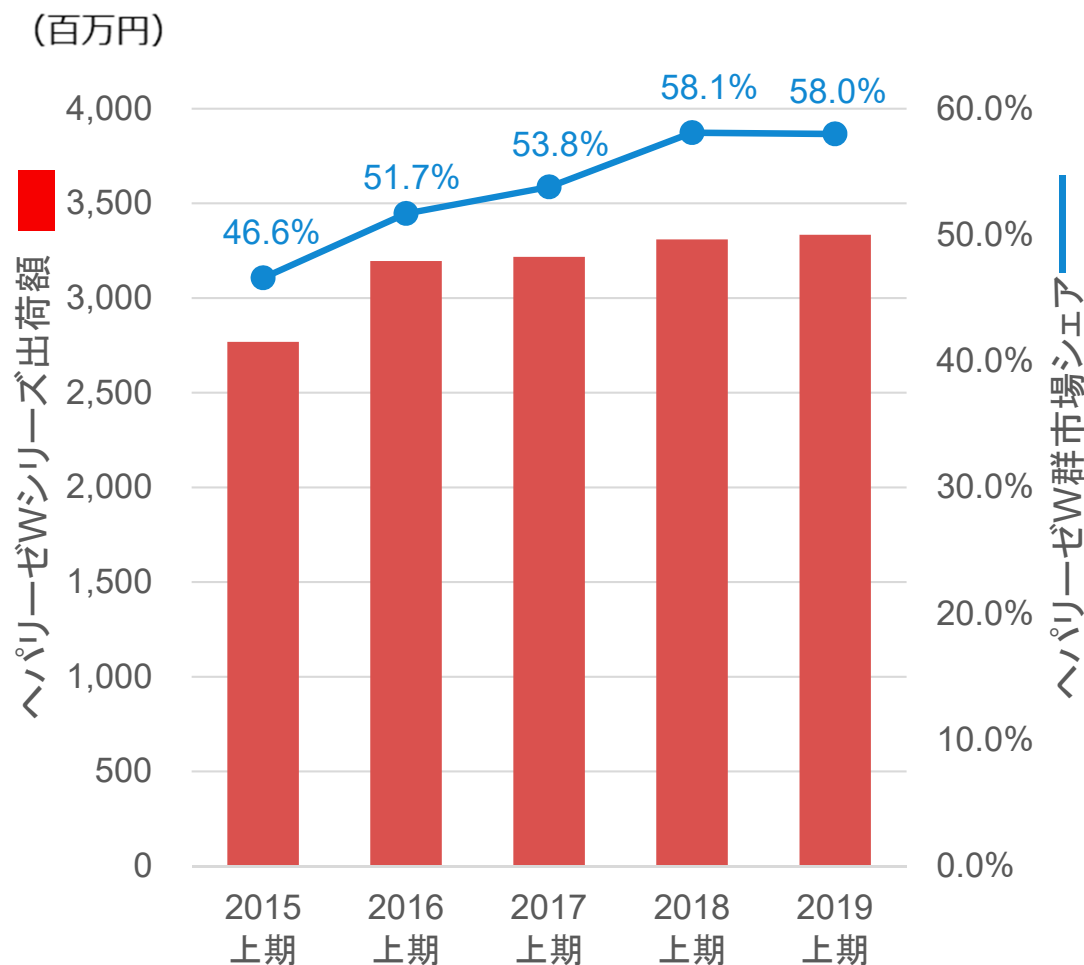
2019年度下期

- ・ 「疲れ」に対する効果訴求を継続
- ・ 年末に向けた売り場の拡大、プロモーション強化、販売コンクール実施などの施策により店頭消化を図る



Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：ヘパリーゼ（清涼飲料水・栄養補助食品）

- ◆ 競合品が参入したが、市場シェアは前年同期と同レベルを堅持
- ◆ Web動画公開後に20～30代の購入者が増加



2019年度下期

- TV-CM、店頭拡販策により
年末年始の最需要期の売上
増を図る

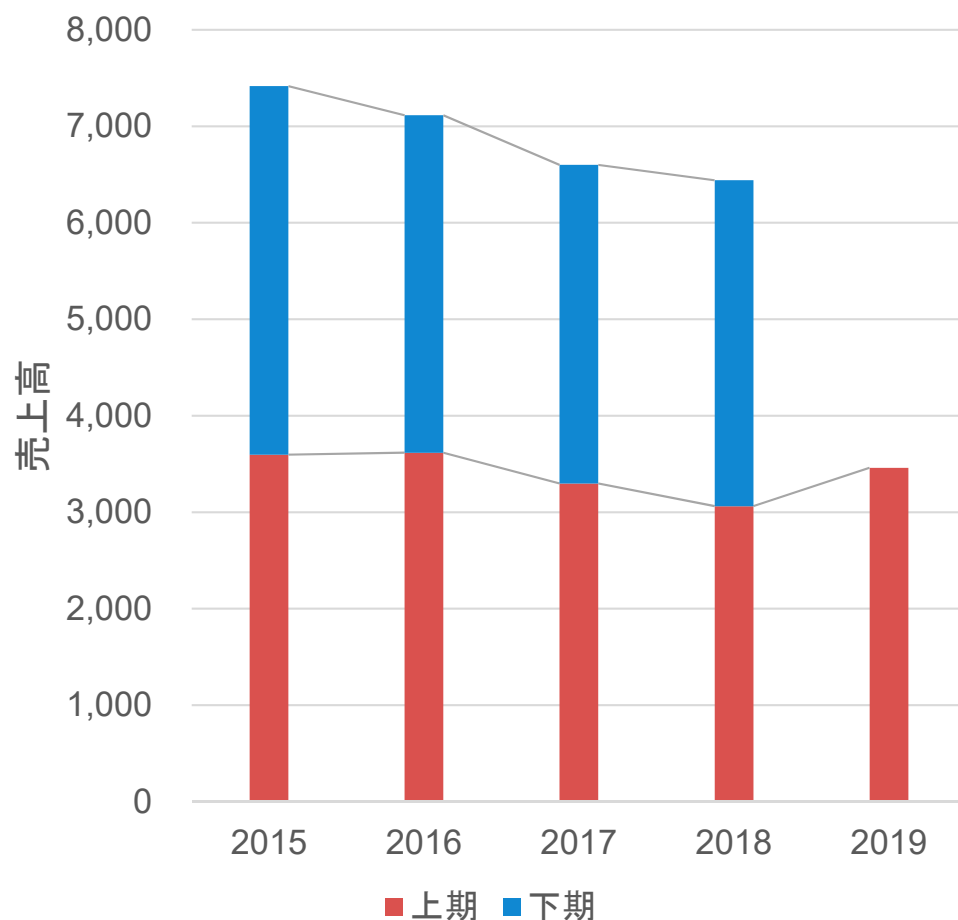


ヘパリーゼW群市場シェア：
インテージ SRI コンビニエンスストア ウコン含有製品市場
2015年～2019年 上期累計販売金額を元に算出

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：コンドロイチン群

- ◆ 薬局・ドラッグストアの関節痛内服薬市場において、コンドロイチン群は約60%の市場シェアを堅持
- ◆ 2018年度下期以降、売上減少に歯止めがかかり、プラスへ転ずる傾向に

(百万円)



「日本のOTC医薬品の中で唯一
コンドロイチン1560mg（一日量）配合」

TV-CMを中心に訴求



植物性便秘薬 ウィズワンシリーズ

	2019年度上期売上高 (百万円)
A社	2,324
ゼリア新薬工業	1,894
B社	1,784
C社	1,669
D社	818
E社	528

- 過去4年間の便秘薬市場は微増傾向
- 当社便秘薬の市場シェアは15%弱を推移
- 20～40代の女性が主な購入層
- 購入率が低い60代以上の女性に対する明確な訴求

国内便秘薬売上高：
インテージ SDI 便秘薬市場2019年4月～9月

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：ウィズワン群

●「60代女性」をターゲットとしたTV-CM展開

60代バージョン



60代バージョン

- 食物摂取量減少や腸管機能の低下が原因となる便秘に悩む高齢者への訴求

20代バージョン

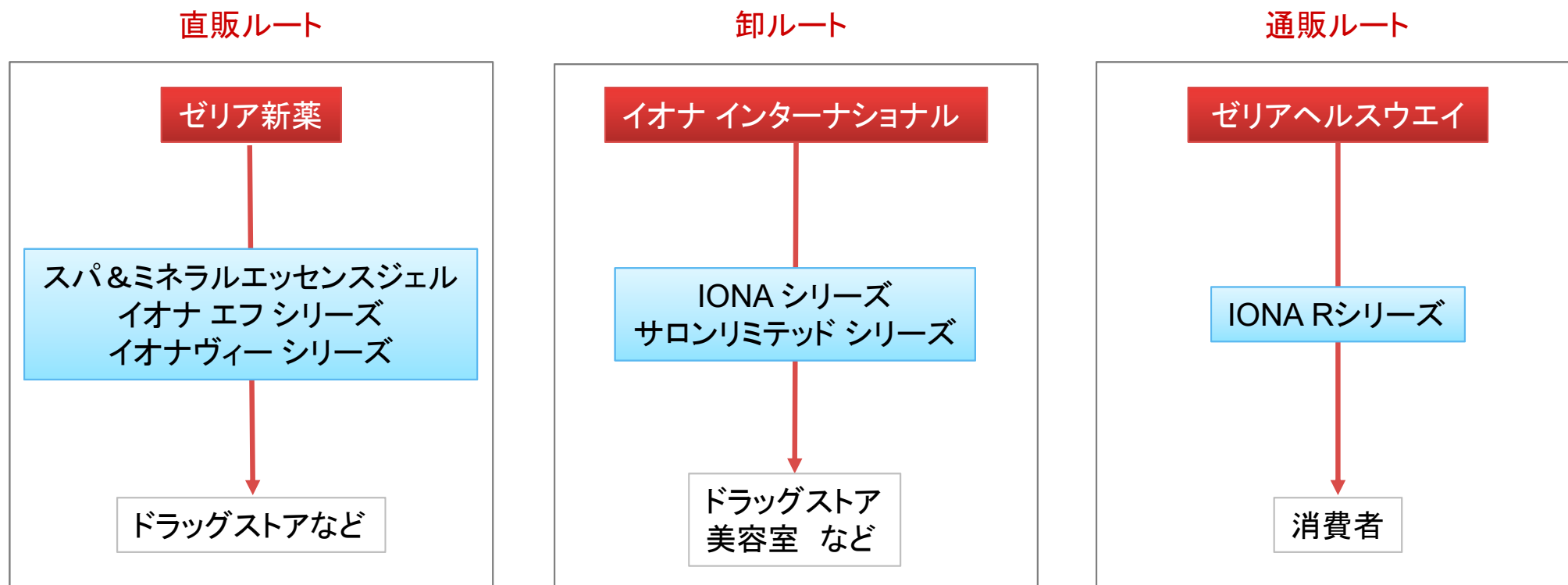


20代バージョン

- 便秘は肌荒れの原因の1つであることを訴求
- ビタミン、美容ドリンクなど他のカテゴリーからの購入者獲得

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：ビューティーケア

◆ 多彩な流通チャネルで製品展開



スパ&ミネラル
エッセンスジェル



イオナエフ



イオナヴィー



IONA



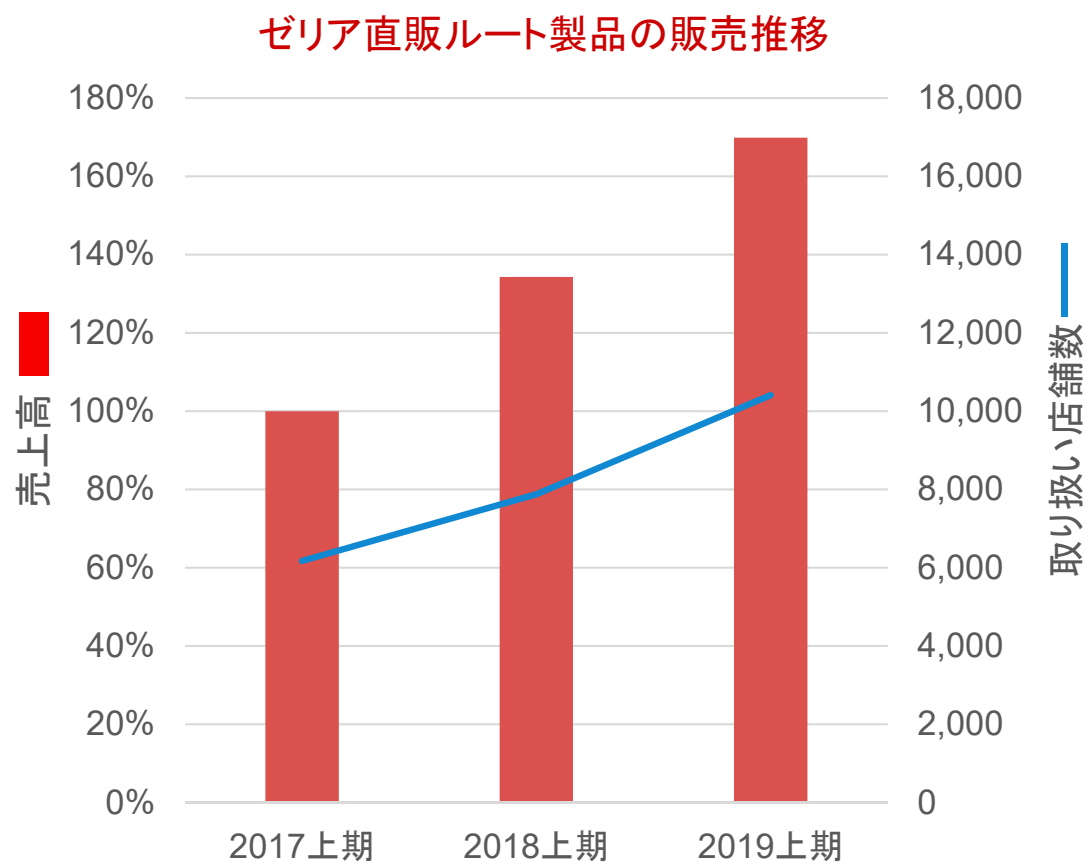
サロンリミテッド



IONA R

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：ビューティーケア

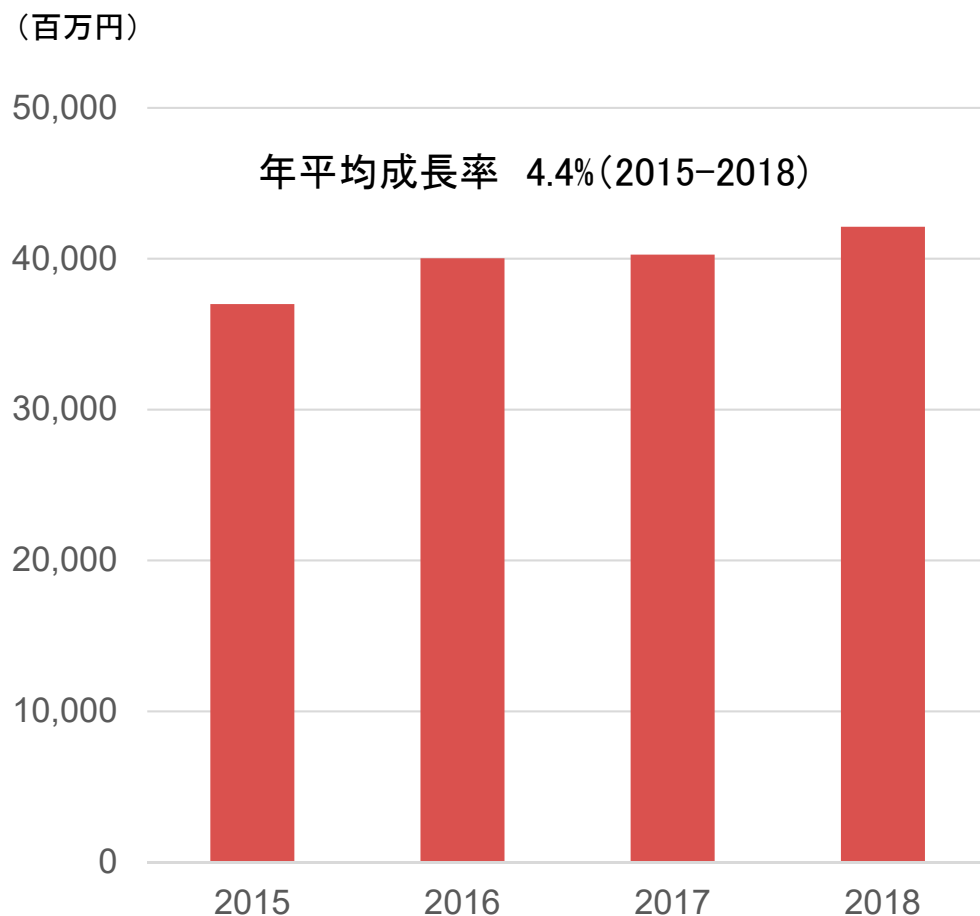
◆ 取り扱い店舗数、売上共に順調に伸長



ゼリア直販ルート
イオナ製品群

Ⅱ-2. コンシューマーヘルスケア事業：マスデント（オーラルケア）

「歯周病予防」を訴求する オーラルケア製品市場



マスデント群



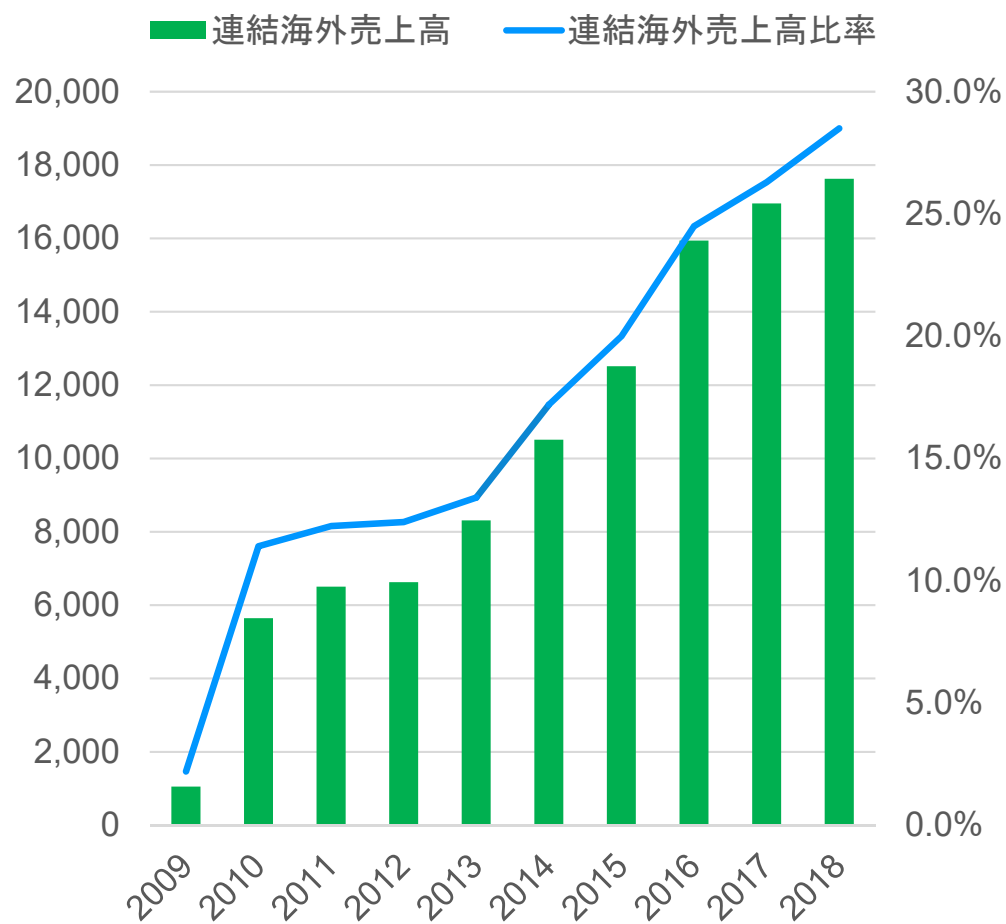
- マスティック エッセンシャルオイル配合
(香料・清浄剤として)
- 口臭、歯周病を防ぐ薬用はみがき(医薬部外品)
- マスデント 年平均成長率: 8.6%(2015-2018)

インテージ SRI雑貨 歯磨き(医薬品を含む)カテゴリー
2015年~2018年 歯周病、歯槽膿漏を訴求する製品の販売額を集計

Ⅱ-3. 海外事業

ティロツツの医療用医薬品事業を中心に海外事業を発展させ、 連結海外売上高比率30%達成へ

M&Aを機に連結海外売上高は飛躍的に伸長



海外グループ3社

✓ティロツツ

IBD領域2製品の市場浸透
Asacol 1600mg
Entocort

✓ZPD

コンドロイチンバルク 販売拡大

✓F.T.ファーマ

ベトナム既存事業の強化
グループ製品のベトナム市場浸透

Ⅱ-4. 研究開発：パイプラインの状況

開発番号／名称	適応症	Phase1	Phase2	Phase3	申請	承認取得	販売
Asacol 1600mg Tablet T P 0 5	潰瘍性大腸炎	欧州 (Tillotts)					
フェインジェクト Z - 2 1 3	鉄欠乏性貧血	日本 (ゼリア)					
Z - 2 0 6	潰瘍性大腸炎	中国 (Tillotts/ゼリア共同)					
Z - 1 0 0	子宮頸癌	アジア共同治験 (ゼリア)					
Z - 3 3 8	機能性ディスペプシア	欧州 (ゼリア)					
Z G - 8 0 1	高カリウム血症	日本 (ゼリア)					

2019年11月1日現在

第10次中期経営計画以降の持続的成長に向けた積極的な取り組み

《投資》

ZGI において複数案件を検討中

- ・ 消化器領域および既存事業との親和性の高い領域の薬剤導入

M&Aを含めた成長戦略

- ・ 現有事業と相乗効果を発揮する領域
- ・ 経営資源など効率的な展開が可能な領域

《その他》

- ・ 自社製品の海外導出の推進

アコファイド錠100mgを海外導出

ASEAN地域へ導出

2019年10月

インドネシア、タイにおける
アコファイドの独占的開発・販売権

Meiji Seika ファルマと契約締結

さらなる販売地域の 拡大に向けて

- 複数地域での展開を視野に、引き続き
パートナー企業候補との交渉中

まとめ

- 医療用医薬品事業
 - －国内：フェインジェクト薬価収載と上市
 - －海外：アサコール1600mg錠の販売国拡大および市場浸透
エントコートの新市場浸透
- コンシューマーヘルスケア事業
 - －ヘパリーゼ群、コンドロイチン群、ウィズワン群
購入層の拡大などによる売上増
 - －新たな主力品育成
- 投資
 - －新薬候補導入による国内外パイプライン充実
 - －M&A案件の検討推進
- その他
 - －自社製品（アコファイド）導出先の拡大

III. 2019年度通期連結業績予想

Ⅲ-1 概要

Ⅲ-1. 連結業績予想：概要

(単位：百万円)	2018年度	2019年度	
	実績	予想	前同伸率
売上高	61,831	65,000	5.1%
営業利益	3,737	5,000	33.8%
経常利益	3,295	5,000	51.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,454	3,800	10.0%
一株当たり配当	34円	34円（予定）	—
研究開発費	6,832	7,100	3.9%
広告宣伝費	3,526	4,200	19.1%
海外売上高	17,624	19,180	8.8%

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 西澤まで
Tel. 03-3661-1039
Fax. 03-3663-4203