



# 2019年度（2020年3月期） 決算説明会

－ 2020年5月25日 －  
代表取締役社長 伊部 充弘

## I. 2019年度の業績（連結）

I -1) 決算の概要

I -2) 主要製品売上高

I -3) 海外売上高

I -4) 第9次中期経営計画の成果

I -5) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

## II. 第10次中期経営計画の取り組み

## III. 2020年度 連結業績予想

# I. 2019年度の業績（連結）

I -1) 決算の概要

I -2) 主要製品売上高

I -3) 海外売上高

I -4) 第9次中期経営計画の成果

I -5) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

## I -1) 決算の概要

- ◆ 売上高は前年対比2.3%の減収
- ◆ 営業利益は9.6%、経常利益は17.7%、それぞれ前年対比増益
- ◆ 親会社株主に帰属する当期純利益は前年対比15.3%の減益

| (百万円)           | 2018年度 |        | 2019年度  |        |        |
|-----------------|--------|--------|---------|--------|--------|
|                 | 実績     | 売上比    | 実績      | 売上比    | 対前年伸率  |
| 売上高             | 61,831 | 100.0% | 60,426  | 100.0% | -2.3%  |
| 売上総利益           | 44,071 | 71.3%  | 43,791  | 72.5%  | -0.6%  |
| 販売管理費           | 40,334 | 65.2%  | 39,696  | 65.7%  | -1.6%  |
| 研究開発費           | 6,832  | 11.0%  | 6,342   | 10.5%  | -7.2%  |
| 広告宣伝費           | 3,526  | 5.7%   | 3,390   | 5.6%   | -3.9%  |
| 営業利益            | 3,737  | 6.0%   | 4,094   | 6.8%   | 9.6%   |
| 経常利益            | 3,295  | 5.3%   | 3,879   | 6.4%   | 17.7%  |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 3,454  | 5.6%   | 2,925   | 4.8%   | -15.3% |
| 一株当り配当          | 34円    |        | 34円(予定) |        |        |

## I -2) 主要製品売上高：医療用医薬品事業

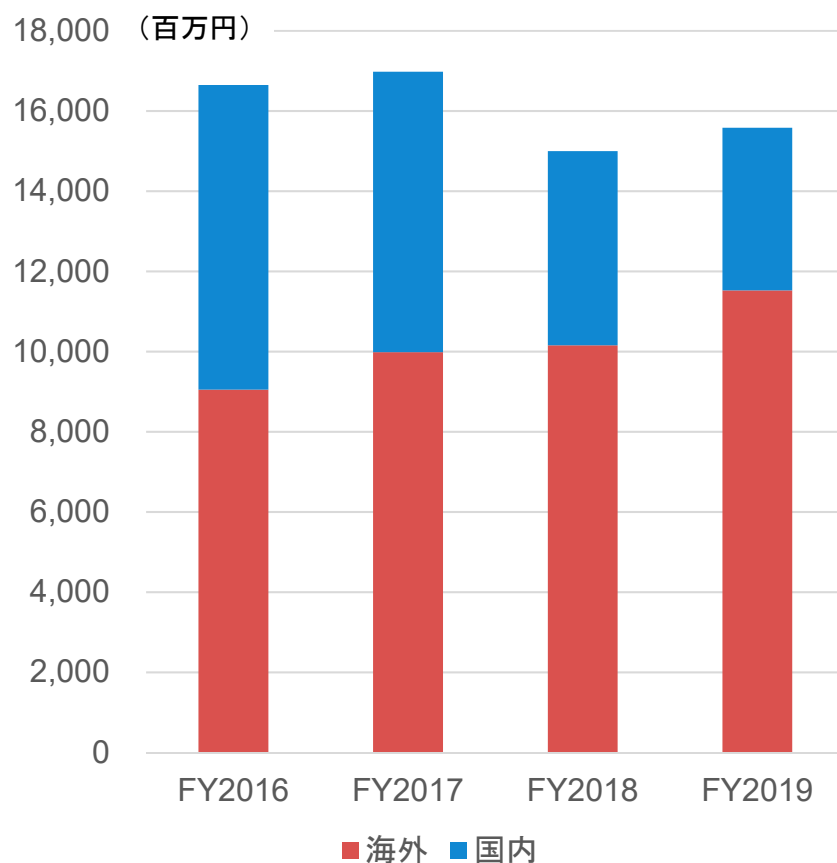
- ◆ アサコールは海外で好調に推移し、国内の減少をカバーして増加
- ◆ エントコートは海外の一部の国で生じた在庫調整の影響が残り減少
- ◆ アコファイドは在庫調整の影響がほぼ解消

|          |        | 2018年度 | 2019年度 |        |
|----------|--------|--------|--------|--------|
| (百万円)    |        | 実績     | 実績     | 対前年伸率  |
| 医療用医薬品事業 |        | 31,830 | 31,768 | -0.2%  |
| うち主力製品   | アサコール  | 15,001 | 15,581 | 3.9%   |
|          | エントコート | 5,279  | 4,965  | -6.0%  |
|          | アコファイド | 2,993  | 3,055  | 2.1%   |
|          | プロマック  | 1,602  | 1,380  | -13.8% |
|          | アシノン   | 1,359  | 1,042  | -23.3% |

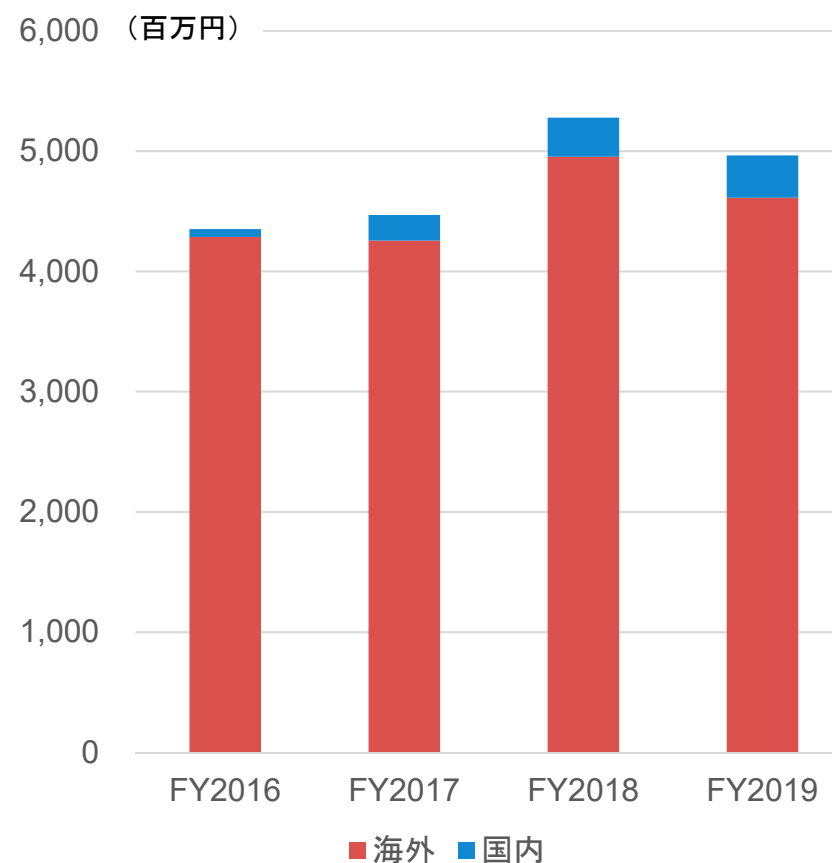
## I -2) 主要製品売上高：医療用医薬品事業

- ◆ **アサコール**  
国内市場では競合品ならびに後発品の影響を受け苦戦したが、海外市場は順調に成長
- ◆ **エントコート**  
2019年度は海外の一部の地域で在庫調整の影響を受けたものの、第9次中期経営計画スタート時と比べて売上拡大

### アサコール



### エントコート



## I -2) 主要製品売上高：コンシューマーヘルスケア事業

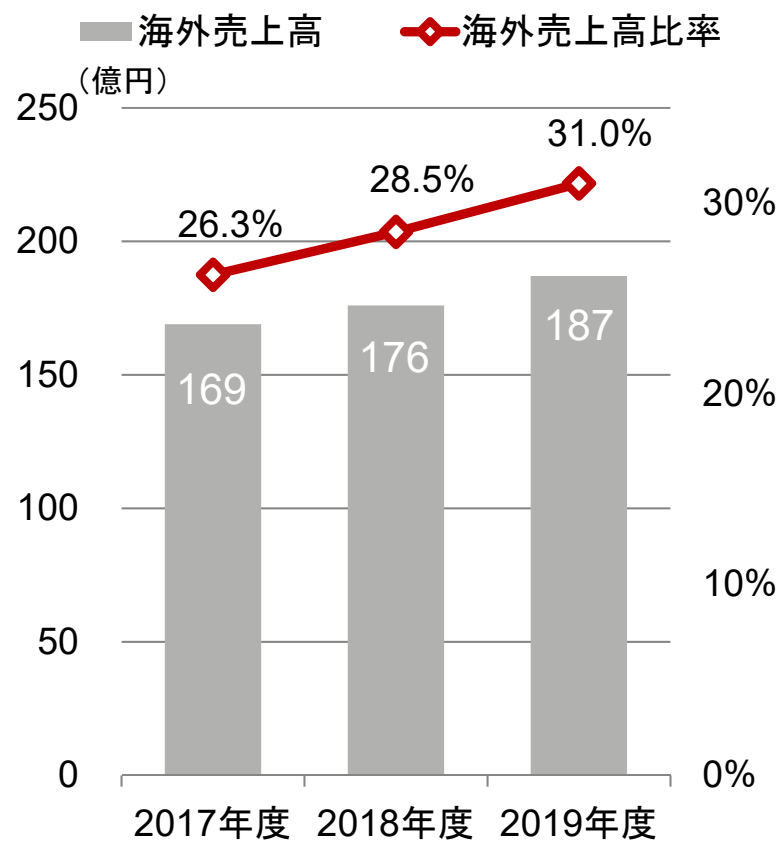
- ◆ 減少傾向にあったコンドロイチン群が下げ止まり、増加基調を堅持
- ◆ ヘパリーゼ群は医薬品カテゴリーの錠剤が堅調に推移。一方、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、ヘパリーゼWシリーズ（食品）がコンビニエンスストア市場で苦戦
- ◆ ウィズワン群は堅調に推移

|                |                 | 2018年度 | 2019年度 |       |
|----------------|-----------------|--------|--------|-------|
| (百万円)          |                 | 実績     | 実績     | 対前年伸率 |
| コンシューマーヘルスケア事業 |                 | 29,841 | 28,502 | -4.5% |
| うち主力製品         | ヘパリーゼ群          | 13,184 | 12,624 | -4.2% |
|                | 医薬品             | 6,042  | 6,031  | -0.2% |
|                | 清涼飲料水<br>栄養補助食品 | 7,142  | 6,593  | -7.7% |
|                | コンドロイチン群        | 6,440  | 6,625  | 2.9%  |
|                | ウィズワン群          | 1,649  | 1,672  | 1.4%  |

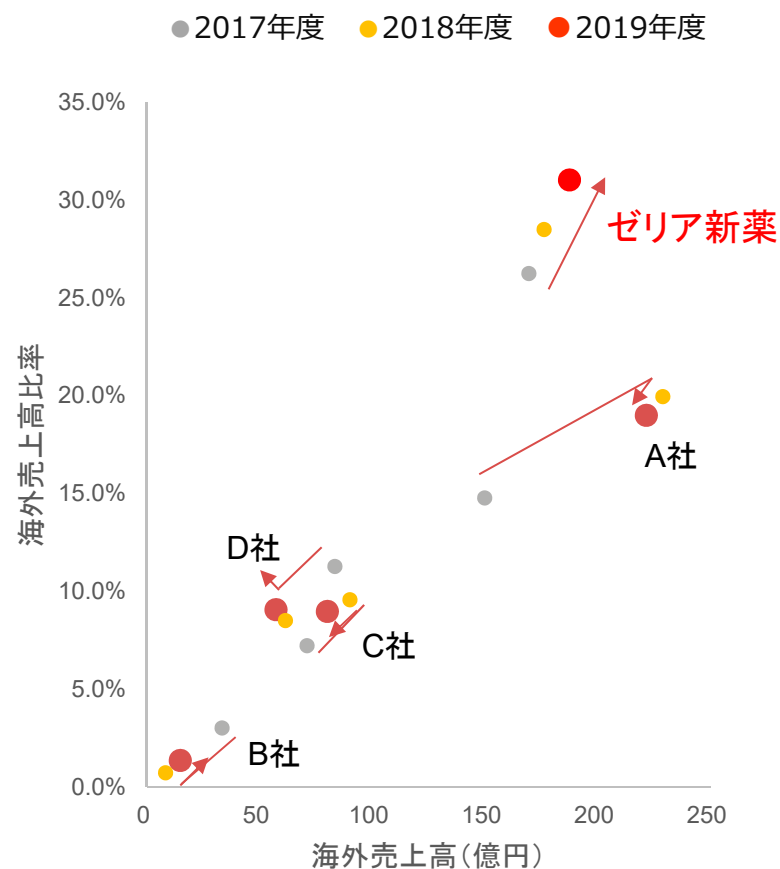
## I -3) 海外売上高

### ◆ 海外売上高は引き続き伸長し、海外売上高比率は30%を超える水準に

当社 海外売上高  
及び 海外売上高比率の推移



中堅製薬企業 海外売上高  
及び 海外売上高比率の推移





## I -4) 第9次中期経営計画の成果

### 1) 海外事業における伸長

- アサコール  
既存製剤の伸長、高用量製剤の市場投入により続伸
- エントコート  
販売承継後も売上は伸長



欧州市場での売上高が牽引し、海外売上高比率は31%まで伸長

### 2) 今後の成長に向けた投資など

- 日水製薬医薬品販売株式会社を完全子会社化  
コンシューマーヘルスケア事業の事業拡大  
ヘパリーゼ群の成長に不可欠な、良質な肝臓水解物の供給体制の確立
- 自社創薬品のライセンスアウトを基軸とした海外展開推進  
アコファイドをライセンスアウト
  - ・アジア地域：タイ、インドネシア (Meiji Seikaファルマ)
  - ・中南米地域：ブラジル、メキシコなど13ヶ国 (FAES FARMA)

## I -4) 第9次中期経営計画の成果

### 3) フェインジェクト 製造販売承認を取得

- 2019年3月に製造販売承認を取得
- 薬価収載に関して当局との協議に時間を要し、収載見送りが続く
- 結果として第9次中期経営計画期間中の上市には至らなかった
- 早期の上市に向けて、当局との協議を継続中

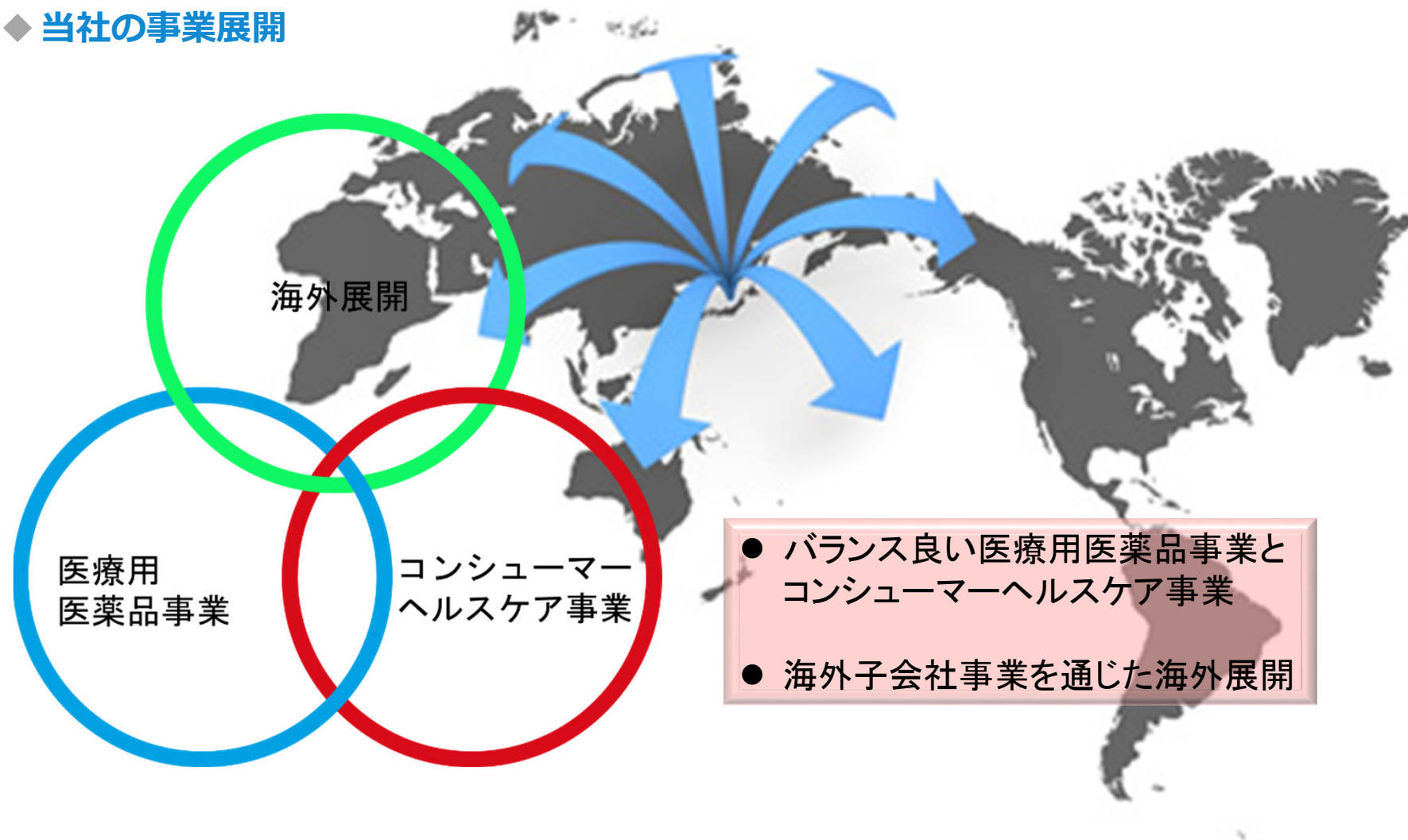
### 2019年度末までの当社事業への影響

|                |                                                                                                                   |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 医療用医薬品事業       | <ul style="list-style-type: none"><li>● 情報提供活動の自粛</li><li>● 国内外市場ともに大きな影響はなし</li></ul>                            |
| コンシューマーヘルスケア事業 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 外出自粛による消費者の購買活動低下により、主にコンビニエンスストア市場製品の売上減少</li></ul>                      |
| 研究開発           | <ul style="list-style-type: none"><li>● 臨床試験のモニタリングなど、特に支障は出ていない</li></ul>                                        |
| 生産物流           | <ul style="list-style-type: none"><li>● 生産活動に特に影響なし</li><li>● 一部の需要ひっ迫品を除き、製品在庫は充足</li><li>● 当面の原材料は確保済</li></ul> |

## II. 第10次中期経営計画の取り組み (2020～2022年度)

## Ⅱ. 第10次中期経営計画の取り組み

### ◆ 当社の事業展開



### 第10次中期経営計画（2020～2022年度）の重要課題

- 将来への投資 研究開発
  - －Z-100子宮頸がんの承認申請
- 海外事業のさらなる拡充
- 車の両輪経営の継続、事業拡大
  - －フェインジェクトの上市および育成
  - －コンシューマーヘルスケア事業の更なるプレゼンスの向上

## Ⅱ．第10次中期経営計画の取り組み（医療用医薬品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 |
|---------------------|------------------|--------------------|--------|--------|----|------|----|
| Z-213<br>(フェインジェクト) | 鉄欠乏性貧血           | 日本（ゼリア）            |        |        |    |      |    |
| Z-206<br>(アサコール)    | 潰瘍性大腸炎           | 中国（Tillotts/ゼリア共同） |        |        |    |      |    |
| Z-100               | 子宮頸癌             | アジア共同治験（ゼリア）       |        |        |    |      |    |
| Z-338<br>(アコファイド)   | 小児<br>機能性ディスペプシア | 日本（ゼリア）            |        |        |    |      |    |
| Z-338<br>(アコファイド)   | 機能性ディスペプシア       | 欧州（ゼリア）            |        |        |    |      |    |
| ZG-801              | 高カリウム血症          | 日本（ゼリア）            |        |        |    |      |    |

アコファイド

小児機能性ディスペプシアの開発開始に伴い、再審査期間の2年間延長が決定

## Ⅱ. 第10次中期経営計画の取り組み（研究開発）

### Z-100（子宮頸癌）：フェーズⅢ日本・アジア共同治験

- 子宮頸癌 ステージⅢB患者780例対象
- 日本、韓国、台湾、マレーシア、シンガポール、タイ、ベトナムで実施
- 最終被験者の組入れ後、5年間のフォローアップを継続中

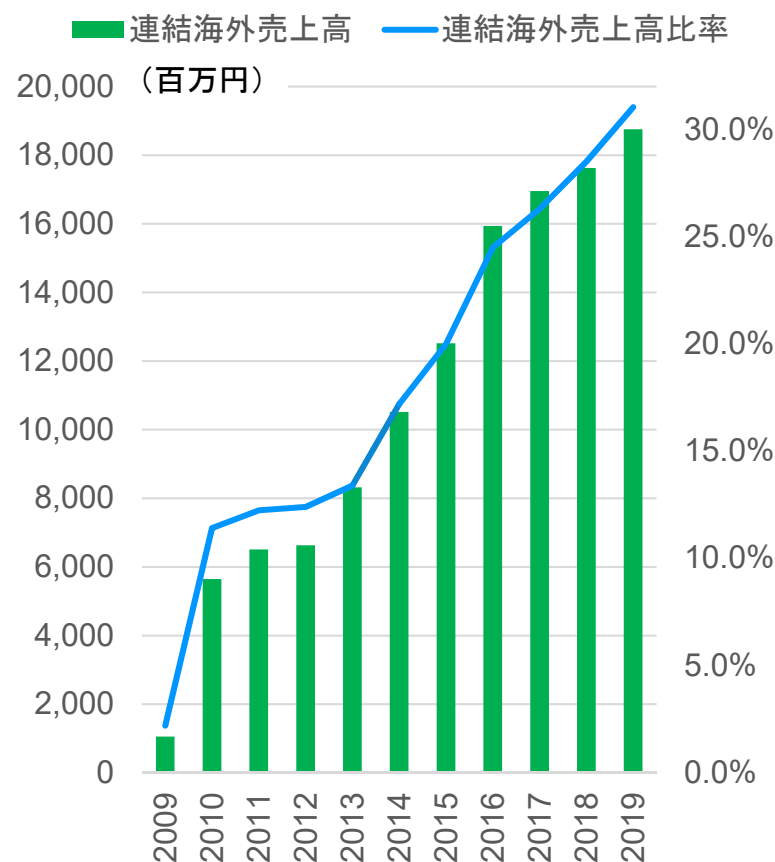
- ✓ 副作用のほとんど見られない治療薬として期待
- ✓ アジア地域での市場獲得も視野



## Ⅱ. 第10次中期経営計画の取り組み（海外事業）

### ◆ 海外子会社事業の拡充により、海外売上高拡大に挑戦

#### Tillottsの海外ネットワークを通じた海外事業展開を拡充



#### ● Tillotts

- ASACOL
- 400mg、800mgTabを引き続き拡販
- 1600mgTabの拡大
- 中国市場への進出
- ENTOCORT

#### ● ZPD

- コンドロイチンバルク販売拡大

#### ● F.T.ファーマ

- アジア地域での事業拡大に向けた成長戦略

## Ⅱ．第10次中期経営計画の取り組み（アサコール（海外市場））

### ◆ Asacol 1600mg Tablet

- 欧州を中心に24カ国で承認申請し、14カ国で販売中
- 承認を取得した国で順次販売を開始



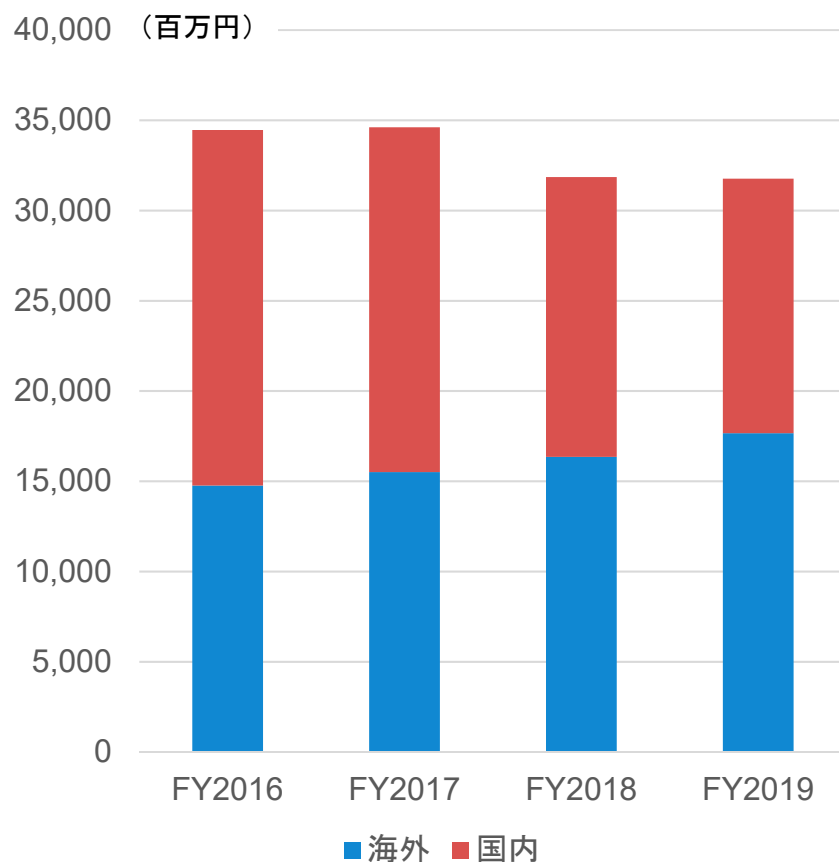
|            | 販売開始国数 | 販売国数<br>累計 |
|------------|--------|------------|
| 2019/3 まで  | 4      | 4          |
| 2019/6 まで  | 1      | 5          |
| 2019/9 まで  | 4      | 9          |
| 2019/10 まで | 5      | 14         |
| 2019/12 まで | 0      | 14         |

既に販売を開始した国において順調に市場浸透。  
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. 第10次中期経営計画の取り組み（医療用医薬品事業）

### ◆ 第9次中期経営計画期間中、海外市場の売上は着実に伸長

#### 医療用医薬品事業



#### 今後も海外展開に注力

##### 「アサコール」

- 好調なイギリス、北欧諸国の400mg、800mg市場の育成
- 高用量1600mg錠未発売の国での上市を進める
- 1600mg錠で競合高用量製剤のシェアを獲得
- 潰瘍性大腸炎の罹患率が上昇を続ける中国市場を販売テリトリーに追加

## Ⅱ. 第10次中期経営計画の取り組み（医療用医薬品事業）

### フェインジェクト® 静注 500mg

2019年3月 鉄欠乏性貧血を適応症とした製造販売承認取得

薬価収載に向けて協議中



- スイス Vifor Pharmaより導入
- 世界82カ国で承認
- 週1回の静脈内投与あるいは点滴静注

## Ⅱ．第10次中期経営計画の取り組み（医療用医薬品事業）



### 国内医療用医薬品事業の取り組み

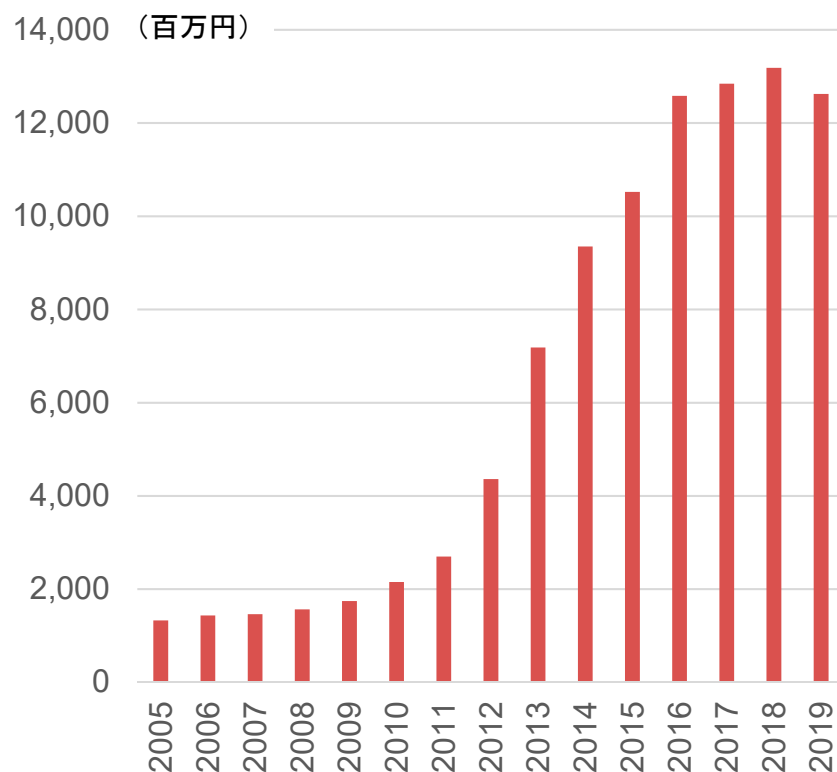
- フェインジェクト  
早期上市と市場育成
- アサコール  
協和キリンとの併売からゼリア単独販売へ
- アコファイド  
再審査期間2年延長を生かし、市場育成を継続
- ゼンタコート  
クローン病治療の第一選択薬を訴求し、継続して市場育成に注力

## Ⅱ. 第10次中期経営計画の取り組み（コンシューマーヘルスケア事業）

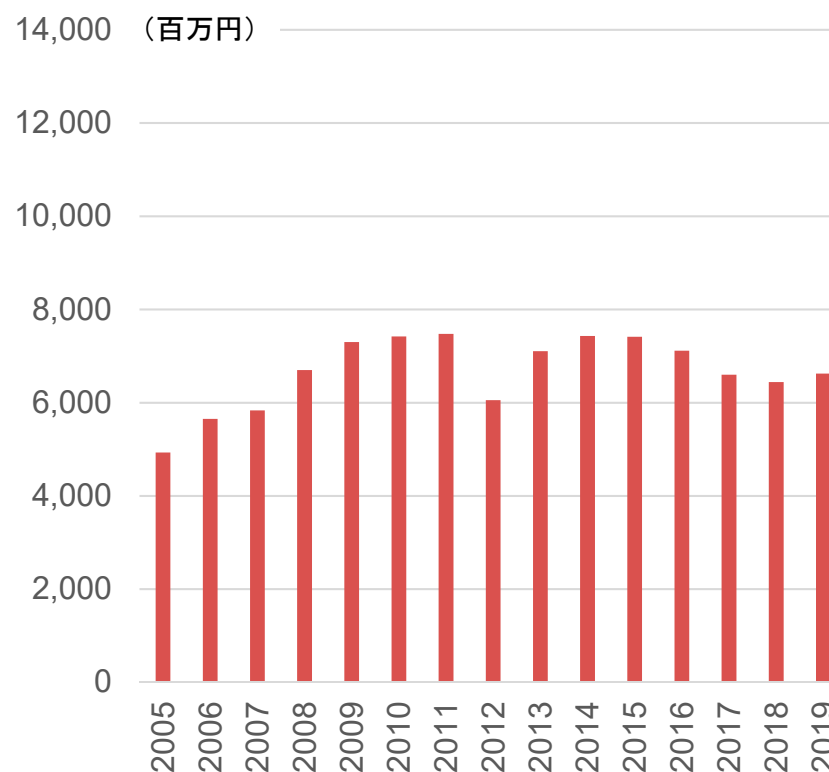
- ◆ ヘパリーゼ群は第8次中計期間中のような大きな進展が果たせず
- ◆ コンドロイチン群はマイナス基調からようやく抜け出し、増加基調へ

### 過年度における主力2製品群の売上高推移

ヘパリーゼ群



コンドロイチン群



## Ⅱ．第10次中期経営計画の取り組み（コンシューマーヘルスケア事業）



### コンシューマーヘルスケア事業

- 現状
  - 既存製品群の伸びの鈍化
  
- 今後の展開
  - － 既存製品の売上拡大
  - － 新たなナショナルブランド品創出
    - 既存品をナショナルブランドとして育成
    - 新製品の開発・発売
  - － ビューティケア事業を新たな柱に育成

## Ⅱ. 第10次中期経営計画の取り組み（コンシューマーヘルスケア事業）

### 多様なニーズに応える幅広いカテゴリーの製品群

#### OTC医薬品



コンドロイチンZS錠  
(関節炎・腰痛治療薬)



ヘパリーゼプラスⅡ  
(滋養強壮薬)



ヘパリーゼキング  
(滋養強壮ドリンク)



新ウィズワン  
(便秘薬)



ハイゼリー散  
(滋養強壮薬)



プレフェミン  
(月経前症候群治療薬)



ドルマイシン軟膏  
(皮膚用薬)



プレバリンαクリーム  
(皮膚用薬)



ビュークリア  
ビタコンタクト  
(点眼薬)

#### 清涼飲料水・栄養補助食品



ヘパリーゼW  
(清涼飲料水)



ヘパリーゼW  
ハイパー  
(清涼飲料水)



ヘパリーゼW  
プレミアム  
(清涼飲料水)



ヘパリーゼW  
プレミアム極  
(清涼飲料水)



ヘパリーゼW  
粒タイプ  
(栄養補助食品)



マズデント ケア  
(薬用はみがき)



イオナ化粧品



## Ⅱ. 第10次中期経営計画の取り組み（コンシューマーヘルスケア事業）

### 多様なニーズに応える幅広いカテゴリーの製品群



マジックハンドクリーム  
(手指洗浄・消毒剤)



アポスティローション  
(殺菌成分配合ローション)



セピー-AZうがい薬



セピー-AZのどスプレー

### 経営目標

- 連結売上高 800億円
- 連結ROE 10%以上

を目指す

### III. 2020年度 連結業績予想

## 新型コロナウイルス感染の拡大・長期化により想定される 当社事業活動への影響

|                |                                                                                                                                                                                                     |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 医療用医薬品事業       | ● 外出自粛による受診抑制にともなう処方量の減少                                                                                                                                                                            |
| コンシューマーヘルスケア事業 | ● 外出自粛による消費者の購買活動低下により、コンビニエンスストア市場製品を中心とした売上減少                                                                                                                                                     |
| 研究開発           | ● 治験実施医療機関の閉鎖、被験者の来院困難、来院拒否などにより、スケジュール通りに臨床試験を進めることが困難になる可能性                                                                                                                                       |
| 生産物流           | <u>国内</u> <ul style="list-style-type: none"><li>● 国内外の物流停滞による製品流通への影響</li><li>● 輸入原材料の納品遅延→当面の原材料は確保済み</li></ul> <u>海外</u> <ul style="list-style-type: none"><li>● 国境封鎖、外出禁止による生産活動、物流の停滞</li></ul> |

### Ⅲ. 2020年度 連結業績予想

- 新型コロナウイルス感染症による影響を合理的に算定することが困難な状況
- 今後、業績予想の開示が可能となった時点で、速やかに開示いたします

| (百万円)               | 2019年度  | 2020年度  |       |
|---------------------|---------|---------|-------|
|                     | 実績      | 予想      | 対前年伸率 |
| 売上高                 | 60,831  |         | %     |
| 営業利益                | 4,094   |         | %     |
| 経常利益                | 3,879   | 未定      | %     |
| 親会社株主に帰属<br>する当期純利益 | 2,925   |         | %     |
| 一株当り配当              | 34円(予定) | 34円(予想) |       |
| 研究開発費               | 6,342   |         | %     |
| 広告宣伝費               | 3,390   | 未定      | %     |
| 海外売上高               | 18,754  |         | %     |

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