

2015年3月期(FY2014)
第1四半期
連結決算報告



大幸薬品

2014年8月
大幸薬品株式会社



● 医薬品事業堅調、感染管理事業低調

- 売上高 : 対前年同期比25%減
- 営業利益 : 対前年同期比33%減

● 自己株式の取得状況

	取得株式数	取得金額
5月20日開示数値（上限）	430,000株	700,000,000円
7月31日までの累計	362,300株	563,068,900円
進捗率	84.3%	80.4%

※取得期間 2014年5月21日～2014年8月21日

連結經營成績

連結経営成績サマリー

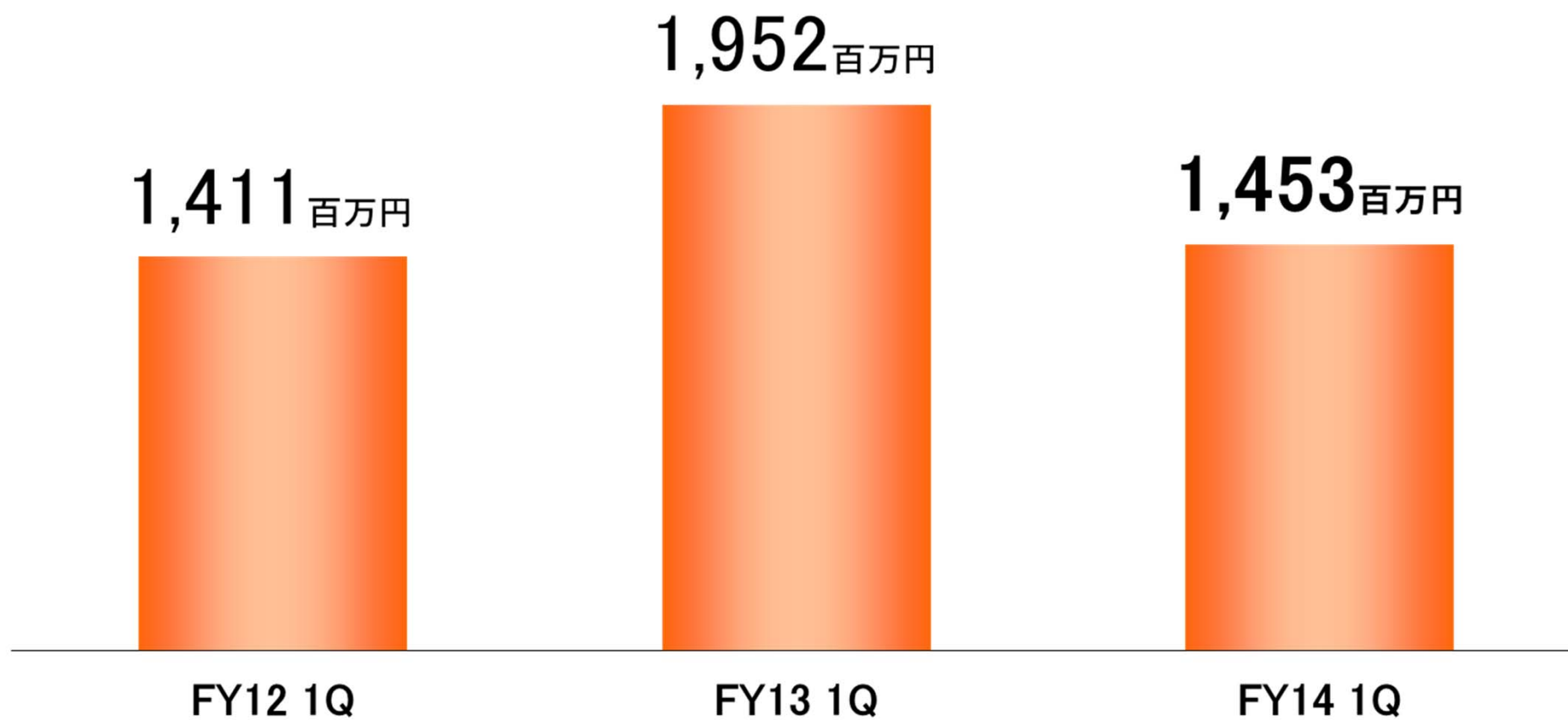
➤ 感染管理事業の販売低調、返品増加

単位：百万円

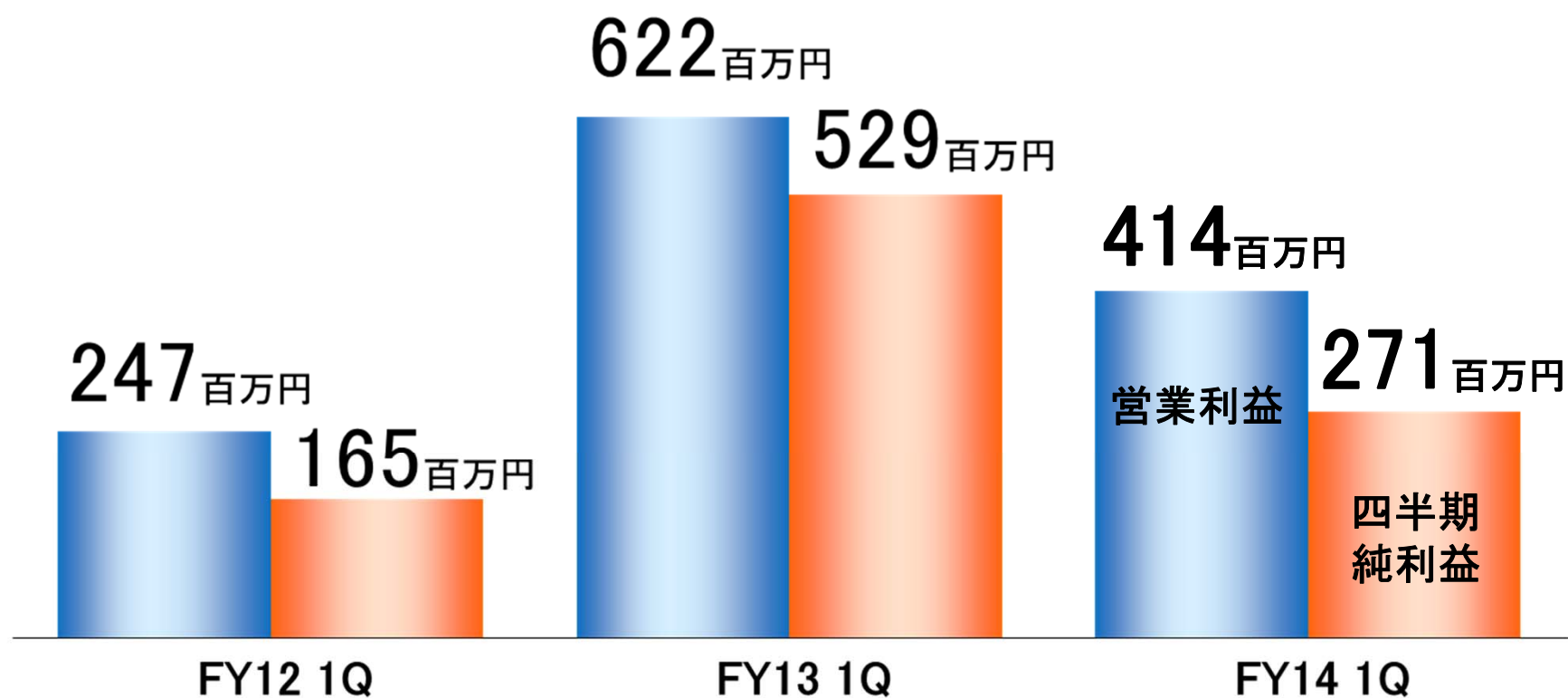
	FY13 1Q	FY14 1Q	増減	増減率	増減要因等
売上高	1,952	1,453	△498	△25.5%	〈売上高〉 医薬品) 海外向け増加 (前1Q比 61百万円増) 感染管理) 販売低調、返品増加 (前1Q比 561百万円減)
売上原価(※) (売上高比率)	622 (31.9%)	322 (22.2%)	△299	△48.1%	
売上総利益 (売上高比率)	1,329 (68.1%)	1,131 (77.8%)	△198 (+9.7P)	△15.0%	
販売費及び 一般管理費	707	716	8	1.3%	〈売上総利益〉 返品調整引当金の戻入益122百万円等により 売上総利益率は 9.7P改善
営業利益 (売上高比率)	622 (31.9%)	414 (28.5%)	△207	△33.4%	
経常利益 (売上高比率)	638 (32.7%)	410 (28.3%)	△227	△35.6%	
四半期純利益 (売上高比率)	529 (27.1%)	271 (18.7%)	△257	△48.6%	

(※) 返品調整引当金計上後の売上原価

連結売上高推移



連結営業利益・四半期純利益推移



販売費及び一般管理費

➤ その他経費増加の一方、広告宣伝抑制等により販売費減少

単位：百万円

	FY13 1Q	売上高 比率	FY14 1Q	売上高 比率	増減	増減率	増減要因等
販売費	183	9.4%	155	10.7%	△28	△15.3%	
広告宣伝費	100	5.2%	63	4.4%	△37	△37.0%	前年同期は感染管理 TVCMを前倒し実施
販売促進費	43	2.2%	52	3.6%	8	20.0%	
運送費	38	2.0%	39	2.7%	0	1.3%	
人件費	289	14.9%	295	20.3%	5	1.8%	
その他経費	234	12.0%	266	18.3%	31	13.6%	
研究開発費	34	1.8%	53	3.7%	18	52.6%	感染管理への投資増加
支払手数料	52	2.7%	68	4.7%	16	31.1%	新工場建設関連費用
計	707	36.3%	716	49.3%	8	1.3%	

連結財政状態

- 法人税等の支払及び株主還元強化により現預金減少
- 新工場関連投資による固定資産増加

単位：百万円

	FY13 期末	FY14 1Q期末	増減	増減率	増減要因等
流動資産	12,901	11,047	△1,853	△14.4%	
現金及び預金	8,543	6,602	△1,940	△22.7%	営業CF △795百万円 投資CF △99百万円 財務CF △962百万円
売上債権	2,177	1,745	△432	△19.9%	売上高減少による
たな卸資産	1,705	1,921	216	12.7%	
固定資産	3,721	4,984	1,263	34.0%	新工場建設関連投資
資産合計	16,622	16,032	△590	△3.5%	
流動負債	4,147	3,957	△189	△4.6%	未払法人税等の支払
仕入債務	496	465	△31	△6.4%	
固定負債	1,068	1,082	14	1.3%	
純資産	11,406	10,991	△414	△3.6%	自己株式の取得△328百万円等
負債純資産合計	16,622	16,032	△590	△3.5%	
自己資本比率	68.2%	68.2%			

連結キャッシュ・フロー状況

➤ 法人税等の支払及び株主還元強化等により支出増加

単位:百万円

	FY13 1Q	FY14 1Q	主な要因	
営業CF	465	△795	EBITDA	476百万円
			売上債権の減少	429百万円
			引当金の減少	△469百万円
			たな卸資産の増加	△219百万円
			法人税等の支払額	△825百万円
投資CF	△294	△99	有形固定資産の取得	△144百万円
財務CF	△118	△962	配当金支払	△259百万円
			自己株式取得関連支出	△700百万円
現金・同等物換算差額	27	△26		
キャッシュ増減(※1)	79	△1,883		
キャッシュ期末残高	5,213	6,339		
EBITDA(※2)	681	476	営業利益	414百万円
			減価償却費	62百万円

(※1) キャッシュ増減 = 営業CF + 投資CF + 財務CF + 現金・同等物換算差額

(※2) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

セグメント情報

セグメント別事業概況(連結損益サマリー)

➤ 医薬品事業は海外向けが牽引、感染管理事業は低調

単位:百万円

	売上高			営業利益			
	FY13 1Q	FY14 1Q	増減率	FY13 1Q	利益率	FY14 1Q	利益率
医薬品事業	1,354	1,415	4.6%	758	56.0%	705	49.9%
感染管理事業	593	32	△94.5%	157	26.6%	△14	—
その他事業	4	5	25.3%	△5	—	△6	—
全社(※)	—	—		△288	—	△270	—
連結合計	1,952	1,453	△25.5%	622	31.9%	414	28.5%

(※)全社に係るコスト(主に管理部門コスト)

セグメント別事業概況(医薬品事業/国内)

➤ セイロガン糖衣A売上高及び市場シェアが減少



正露丸



セイロガン糖衣A

(※)その他医薬品



ピシャット錠



樋屋奇応丸

製品カテゴリー別売上高

単位:百万円

	FY13 1Q	FY14 1Q	増減	増減率
正露丸	429	431	1	0.4%
セイロガン糖衣A	493	473	△20	△4.1%
その他(※)	46	41	△5	△11.3%
計	970	946	△23	△2.4%

(※)小児五疳薬『樋屋奇応丸』、整腸薬『ラッパ整腸薬BF』、
止瀉薬『ピシャット錠』等

当社の国内止瀉薬市場シェア

出所: (株)インテージ 調査データ

店頭小売価格ベース	FY13 1Q	FY14 1Q	増減
市場シェア (%)	50.3%	49.6%	△0.8P

セグメント別事業概況(医薬品事業/海外)

➤ 中国・香港・台湾市場の販売好調と円安効果により増収

地域別売上高

単位:百万円



正露丸



セイロガン糖衣A

	FY13 1Q	FY14 1Q	増減	増減率
中国	167	190	23	14.1%
香港	139	190	50	36.5%
台湾	53	76	22	41.6%
その他(※)	23	11	△11	△49.2%
計	383	469	85	22.3%

(※) その他の対象エリア:

米国、カナダ、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、モンゴル

セグメント別事業概況(感染管理事業)

- 前年同期は中国鳥インフルエンザ報道により特需発生
- 消費者庁措置命令の影響により返品が増加

製品カテゴリー別売上高

単位:百万円



クレベリンゲル クレベリンスプレー



クレベリン
パワーセイバー



クレベリンG
スティックタイプ



車両用クレベリン



クレベリン発生機
リスパス NEO

	FY13 1Q	FY14 1Q	増減	増減率
液剤	89	△12	△102	△113.7%
ゲル剤	421	15	△406	△96.3%
クレベリン発生機(※)	81	29	△52	△64.2%
計	593	32	△561	△94.5%

(※)『クレベリン発生機』:低濃度二酸化塩素ガス発生装置

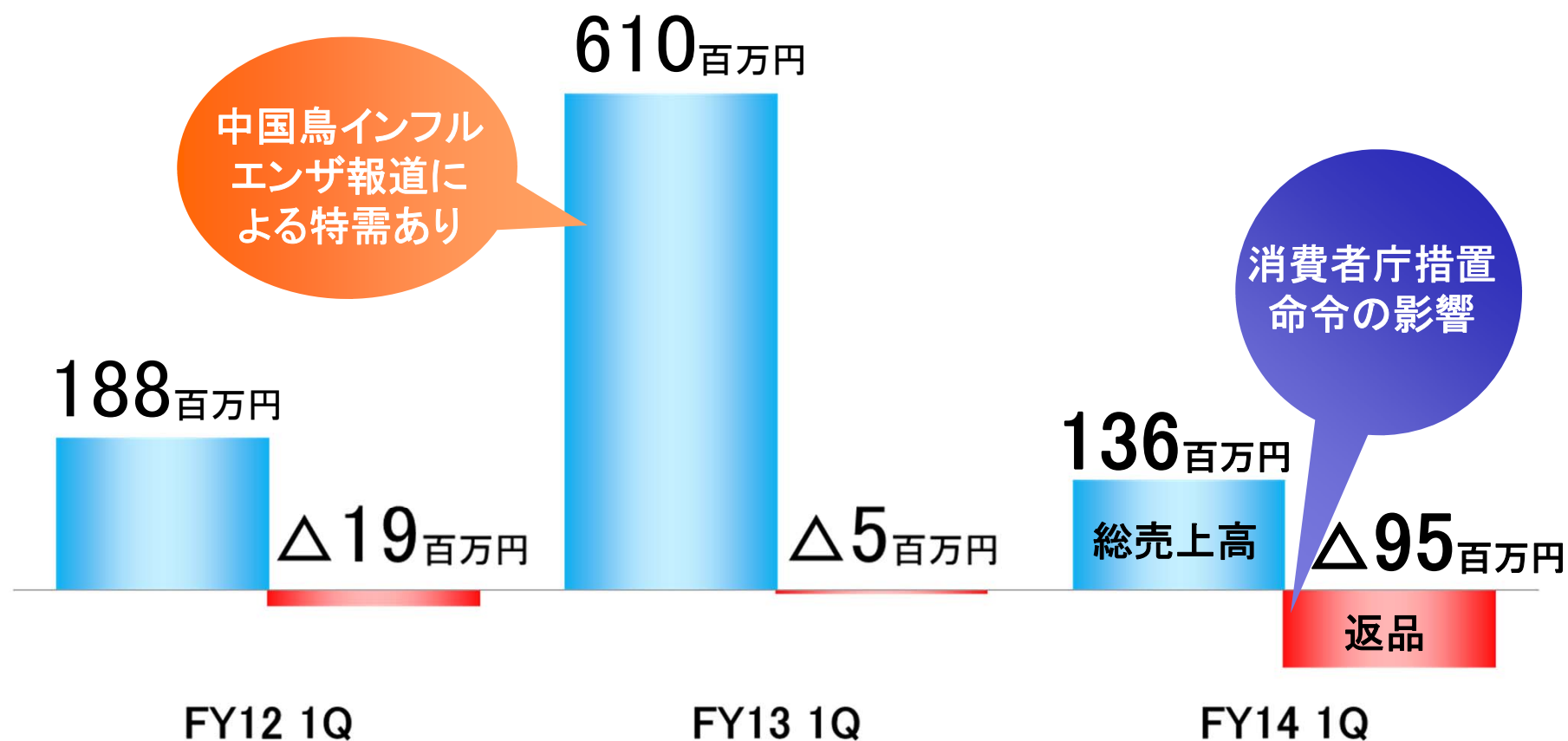
対象顧客別売上高

単位:百万円

	FY13 1Q	構成比	FY14 1Q	構成比	増減	増減率
一般用	419	70.7%	△58	-	△478	△114.0%
業務用	174	29.3%	91	-	△82	△47.5%
計	593	100.0%	32	-	△561	△94.5%

感染管理事業売上高推移

➤ 返品は1Qでほぼ終息の見込み



消費者庁措置命令関連

➤ 措置命令への対応完了

- 指摘事項は修正済
- 措置完了報告書は、消費者庁に提出・受理済（6月17日）

➤ 措置命令後の市場環境

- 当1Qの感染管理事業のターゲット市場規模は、対前年同期比16.8%増
(※)出所：(株)インテージ 調査データ
- 類似品淘汰による当社製品販売機会拡大

セグメント別事業概況(その他事業)

▶木酢液を配合した入浴液、園芸用木酢液等を製造販売



木酢入浴液



木酢液

製品売上高

単位:百万円

	FY13 1Q	FY14 1Q	増減	増減率
木酢製品等	4	5	1	25.3%



大幸薬品

＜将来情報に関する注意事項＞

当資料に記載されている将来情報は、種々の前提に基づくものであり、将来の計画数値や施策の実現を確約したり、保証するものではありません。