

2020年12月期(FY2020)
第2四半期(4-9月)
連結決算報告



大幸薬品

2020年11月
大幸薬品株式会社



決算期変更による調整について

➤ 当社グループの75期(2020年12月期)は9カ月決算となる※1

74期-75期 財務報告数値

	2019年			2020年		
	前期2Q累計			当期2Q累計		
	1-3月	4-6月	7-9月	1-3月	4-6月	7-9月
国内法人		74期			75期	
海外法人	74期			75期		

➤ 比較参考として75期と同期間の74期を「調整後数値」(参考※2)とする

74期-75期 調整後数値

	2019年			2020年		
	調整後前期2Q累計			当期2Q累計		
	1-3月	4-6月	7-9月	1-3月	4-6月	7-9月
国内法人		74期			75期	
海外法人	74期			75期		

※1 通期は国内法人(3月決算連結対象)は4-12月の9カ月間、海外法人(12月決算連結対象)は1-12月の12カ月間
 2Qは国内法人(3月決算連結対象)は4-9月の6カ月間、海外法人(12月決算連結対象)は1-9月の9カ月間

※2 74期調整後数値は監査法人による監査は受けておらず参考情報

連結經營成績

連結経営成績

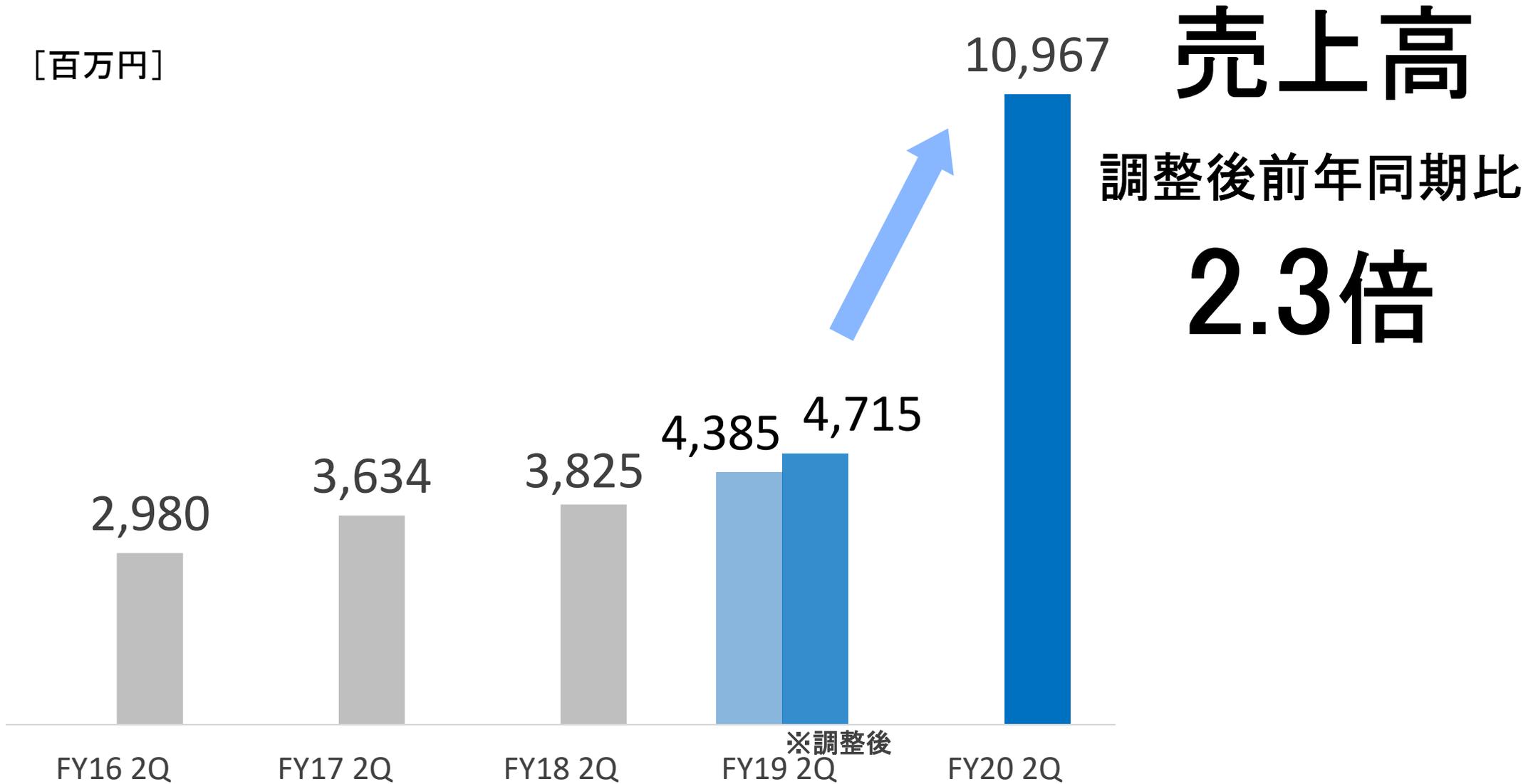
➤ 感染管理事業が伸長し大幅増収増益

[百万円]

	FY19	FY19 ①	FY20 ②	調整後前期比 ②-①		調整後前期比 増減要因等
	前期開示数値 2Q累計	調整後前期 2Q累計	当期 2Q累計	増減	増減率	
売上高	4,385	4,715	10,967	6,252	132.6%	医薬)△697、感染)+6,949
売上原価(※) (売上高比率)	1,273 29.0%	1,484 31.5%	3,287 30.0%	1,802	121.4%	
売上総利益 (売上高比率)	3,112 71.0%	3,230 68.5%	7,680 70.0%	4,450	137.8%	感染管理事業の売上高大幅増加に伴う利益率改善
販管費 (売上高比率)	2,131 48.6%	2,249 47.7%	3,441 31.4%	1,192	53.0%	
営業利益 (売上高比率)	980 22.4%	980 20.8%	4,238 38.6%	3,257	332.3%	
経常利益 (売上高比率)	882 20.1%	890 18.9%	4,114 37.5%	3,224	362.1%	
四半期純利益 (売上高比率)	641 14.6%	646 13.7%	2,858 26.1%	2,212	342.1%	

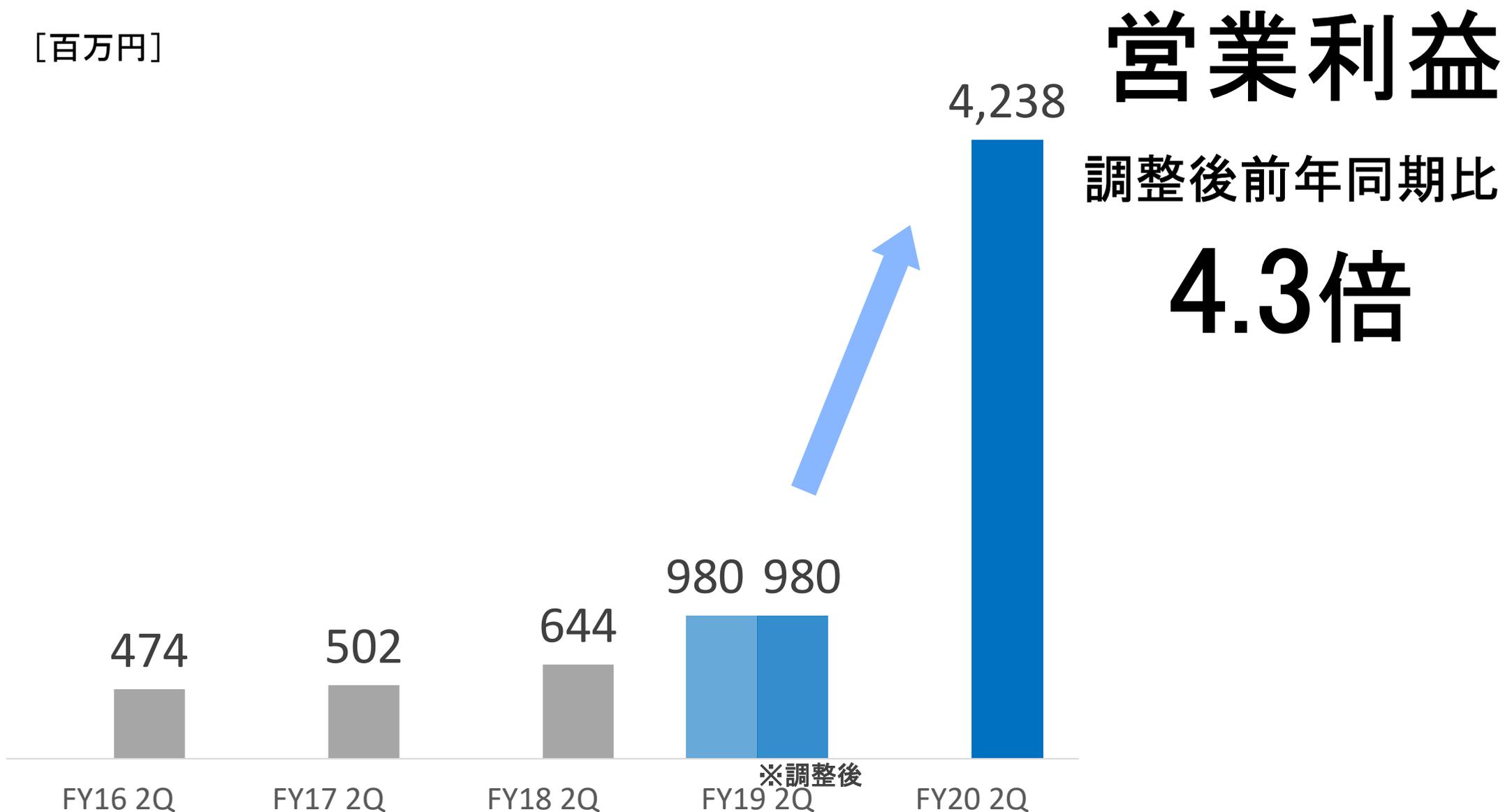
(※) 返品調整引当金計上後の売上原価

[百万円]



※前期(FY19 2Q)実績を国内6ヵ月間(2019年4-9月)+海外9ヵ月間(2019年1-9月)で計算

[百万円]



※前期(FY19 2Q)実績を国内6ヵ月間(2019年4-9月)+海外9ヵ月間(2019年1-9月)で計算

販売費及び一般管理費

➤ 増収影響から販管費比率は低下

[百万円]

	FY19		FY19 ①		FY20 ②		調整後前期比	
	前期開示数値 金額	2Q累計 売上比	調整後前期 金額	2Q累計 売上比	当期 金額	2Q累計 売上比	増減 ②-①	増減率
販売費	828	18.9%	922	19.6%	1,411	12.9%	489	53.1%
広告宣伝費	341	7.8%	391	8.3%	615	5.6%	224	57.3%
販売促進費	371	8.5%	414	8.8%	486	4.4%	71	17.4%
運送費	115	2.6%	116	2.5%	309	2.8%	193	166.0%
人件費	665	15.2%	679	14.4%	990	9.0%	310	45.7%
その他経費	637	14.5%	647	13.7%	1,040	9.5%	392	60.6%
研究開発費	205	4.7%	205	4.4%	208	1.9%	2	1.3%
支払手数料	105	2.4%	105	2.2%	342	3.1%	236	224.9%
計	2,131	48.6%	2,249	47.7%	3,441	31.4%	1,192	53.0%

連結財政状態

[百万円]	FY19 期末	FY20 2Q期末	増減	増減率	増減要因等
流動資産	16,584	19,417	2,833	17.1%	
現金及び預金	9,906	8,477	△1,428	△14.4%	※連結キャッシュ・フロー状況参照
売上債権	4,419	5,638	1,219	27.6%	売上高増加
たな卸資産	2,025	4,709	2,684	132.6%	需要増加に備えた増加
固定資産	8,889	10,364	1,474	16.6%	生産能力増強目的の設備投資等
資産合計	25,473	29,782	4,308	16.9%	
流動負債	4,794	6,354	1,560	32.5%	
仕入債務	1,005	2,555	1,549	154.1%	増産に伴う原材料資材等調達による増加
固定負債	1,305	1,333	28	2.2%	
純資産	19,373	22,094	2,720	14.0%	四半期純利益の計上等
負債純資産合計	25,473	29,782	4,308	16.9%	
自己資本比率	76.0%	74.2%			

連結キャッシュ・フロー状況

[百万円]	FY19 前期2Q累計	FY20 当期2Q累計	主な要因(FY20)	
営業CF	78	100	EBITDA 仕入債務の増加 法人税等の支払額 売上債権の増加 たな卸資産の増加	4,506百万円 1,559百万円 △847百万円 △1,231百万円 △2,683百万円
投資CF	△100	△1,144	設備投資による支出	△1,099百万円
財務CF	△1,168	△367	株式の発行による収入 配当	222百万円 △571百万円
現金・同等物換算差額	△25	△9		
キャッシュ増減(※1)	△1,215	△1,419		
キャッシュ期末残高	5,977	8,226		
EBITDA(※2)	1,219	4,506	営業利益 減価償却費	4,238百万円 268百万円

(※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: 国内外とも売上高減少
- 感染管理事業: 大幅増収増益

[百万円]	売上高			セグメント損益		
	FY19 調整後前期 2Q累計	FY20 当期 2Q累計	増減率	FY19 調整後前期 2Q累計	FY20 当期 2Q累計	増減率
医薬品事業 (利益率)	3,034	2,337	△23.0%	1,028 33.9%	855 36.6%	△16.8%
感染管理事業 (利益率)	1,675	8,625	414.9%	440 26.3%	4,147 48.1%	841.7%
その他事業 (利益率)	4	5	10.7%	△12 -	△8 -	-
全社(※)	-	-	-	△476	△756	-
連結合計 (利益率)	4,715	10,967	132.6%	980 20.8%	4,238 38.6%	332.3%

(※) 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)

➤ 新型コロナウイルスの感染拡大に伴う消費者の外出自粛
インバウンド需要の激減により低調に推移

製品カテゴリー別売上高

[百万円]

	FY19 調整後前期 2Q累計	FY20 当期 2Q累計	増減	増減率
正露丸	914	760	△153	△16.8%
セイロガン糖衣A	1,145	1,098	△47	△4.1%
正露丸クイックC	43	40	△3	△7.4%
その他(※)	64	31	△32	△50.6%
計	2,168	1,931	△237	△10.9%

(※) 整腸薬「ラッパ整腸薬BF」、止瀉薬「ピシヤット」等

[店頭小売価格ベース]

	FY19 2Q累計	FY20 2Q累計	増減
止瀉薬市場シェア	47.7%	50.1%	+2.4P



正露丸



セイロガン糖衣A



正露丸クイックC



出所：(株)インテージ

セグメント別事業概況(医薬品事業/海外)

➤国内と同様、消費者の外出自粛等の影響を受け低調に推移

地域別売上高

[百万円]

	FY19 調整後前期 2Q累計	FY20 当期 2Q累計	増減	増減率
中国	120	45	△74	△61.9%
香港	595	301	△294	△49.4%
台湾	104	33	△71	△68.2%
その他(※)	45	25	△20	△44.7%
計	866	406	△460	△53.2%



正露丸



セイロガン糖衣A

(※) その他の対象エリア:

米国、カナダ、タイ、マレーシア、ベトナム、モンゴル

セグメント別事業概況(感染管理事業)

- 消費者の衛生管理意識は継続して高い水準
- 置き型中心にスティックも需要が増加し「クレベ&アンド」も好調に推移

製品カテゴリー別売上高

[百万円]

	FY19 調整後前期 2Q累計	FY20 当期 2Q累計	増減	増減率
クレベリン(※1)	1,534	7,467	5,933	386.7%
クレベ&アンド(※2)	140	1,157	1,016	722.4%
計	1,675	8,625	6,949	414.9%

(※1)クレベリン 置き型、クレベリン スティック、クレベリンカートリッジ(車両用)
低濃度二酸化塩素ガス発生装置、クレベリン LED

(※2)ハンドスプレー、ハンドジェル、ウイルス・菌除去スプレー(キッチン用)

対象顧客別売上高

[百万円]

	FY19 調整後前期 2Q累計	構成比	FY20 当期 2Q累計	構成比	増減	増減率
国内:一般用	1,276	76.2%	6,972	80.8%	5,695	446.2%
国内:業務用	326	19.5%	1,288	14.9%	961	294.6%
海外	72	4.3%	364	4.2%	292	404.8%
計	1,675	100.0%	8,625	100.0%	6,949	414.9%

クレベリン



Akihiro Yoshida

クレベリン 置き型

クレベリン スプレー



DENSO

Akihiro Yoshida

クレベリンカートリッジ
(車両用)

クレベリン スティック

クレベ&アンド



ハンドスプレー ハンドジェル

ウイルス・菌除去
スプレー
(キッチン用)

事業成長に向けた取り組み

2020年11月

柴田 高 大幸薬品株式会社 代表取締役社長



事業環境の変化

- 新型コロナウイルスによって社会、事業環境は未曾有の変化

コロナによる社会・環境の変容

- **感染予防・衛生意識の高まり**
 - (消費者)ウイルスに対する感染予防・衛生意識の高まり
 - (事業者)感染防止対策が大前提での事業活動
- **在宅時間の増加・オンライン化の加速**
 - テレワークや各種オンライン化の増加、Eコマースの加速

市場環境

- **医薬品事業** 
 - 外出機会の減少、インバウンドの激減により国内外で苦戦
- **感染管理事業** 
 - 衛生意識の高まりを背景に市場急拡大
 - 過剰な競合参入、情報の氾濫(正しい情報の取捨選択)

これからの大幸の経営戦略

社会的使命： 健康という**大**きな**幸**せを提供する

1. 強靱かつフレキシブルな**製品供給体制の確立**

- 品薄を繰り返してきた過去を踏まえ、製品の安定供給体制の強化を図る

2. **エビデンス**に基づくマーケティング

- エビデンス(研究成果、論文発表情報)に基づくマーケティング活動

3. **総合除菌ブランドの確立**



- 競争が激化する中、「右脳・左脳戦略」と「ターゲットに刺さるコミュニケーション」で『総合除菌ブランド』の確立を目指す

4. **海外**での**プレゼンス**向上

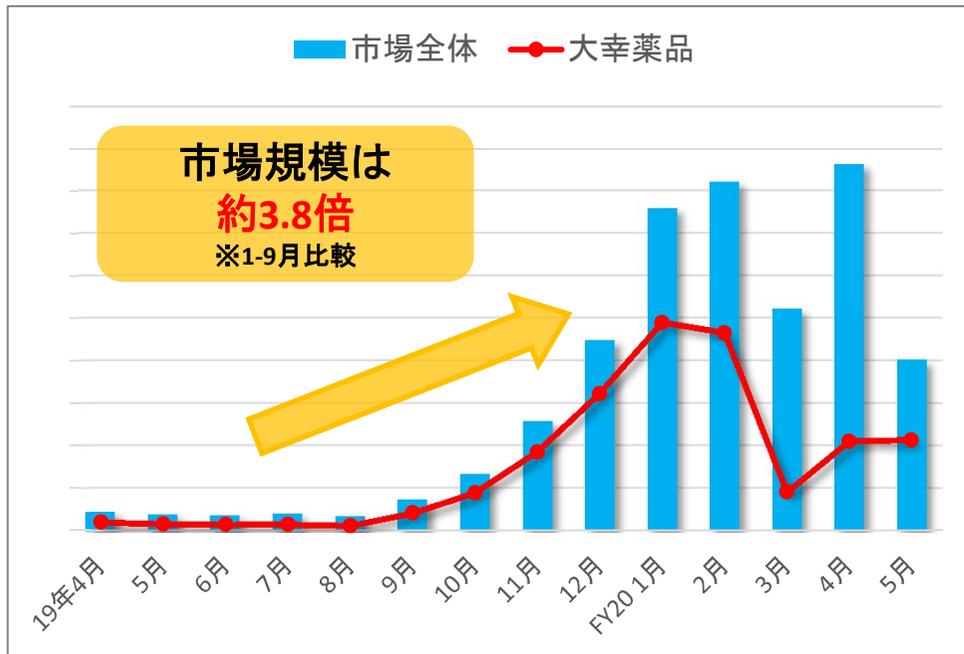
- アジア圏(中国、香港、台湾)を中心に海外でのチャネル拡販を強化

FY19-FY20の課題 製品供給体制

● 新型コロナウイルスの感染が拡大する中、「クレベリン」は品薄状態

➤ 市場急拡大により製品供給が逼迫

➤ 感染予防のニーズは引き続き高水準



※出所: (株)インテージ ウイルス除去市場

現在)	コロナの収束までに時間を要する事業活動において感染予防が大前提
将来)	新たな未知のウイルスによるパンデミックの可能性



● 最優先課題として、「製品供給体制の強化」を推進

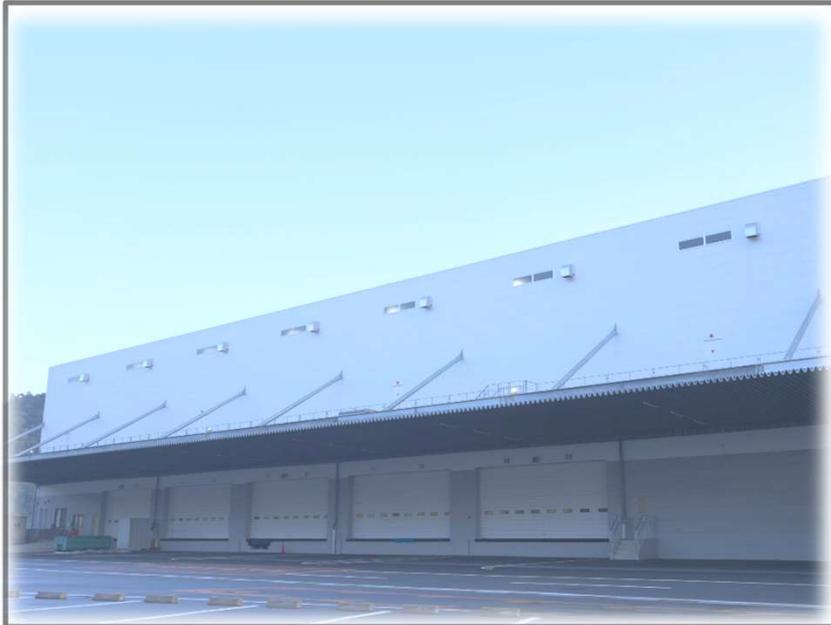


✓ 生産設備能力の倍増、交替シフトの開始(4月より順次)
⇒FY19比 生産能力約3倍(月産ベース)

そして

茨木工場の稼働

- 「クレベリン」の新たな生産拠点 茨木工場が11月下旬より稼働開始



✓ **スピード立上げ**(起案から7か月)

✓ 生産設備の**自動化・高速化**を実現

✓ 工程人員は従来の**約1/3**

✓ 原料・資材の**サプライチェーン強化**

✓ 生産能力はFY19比 **最大約10倍**

項目	
所在地	大阪府茨木市彩都はなだ2丁目
敷地面積	7,947㎡(2,404坪)
生產品目	「クレベリン」シリーズ
投資金額	約25億円
稼働開始	2020年11月

これからの大幸の経営戦略

社会的使命： 健康という**大**きな**幸**せを提供する

1. 強靱かつフレキシブルな製品供給体制の確立

- 品薄を繰り返してきた過去を踏まえ、製品の安定供給体制の強化を図る

2. **エビデンス**に基づくマーケティング

- エビデンス(研究成果、論文発表情報)に基づくマーケティング活動

3. 総合除菌ブランドの確立



- 競争が激化する中、「右脳・左脳戦略」と「ターゲットに刺さるコミュニケーション」で『総合除菌ブランド』の確立を目指す

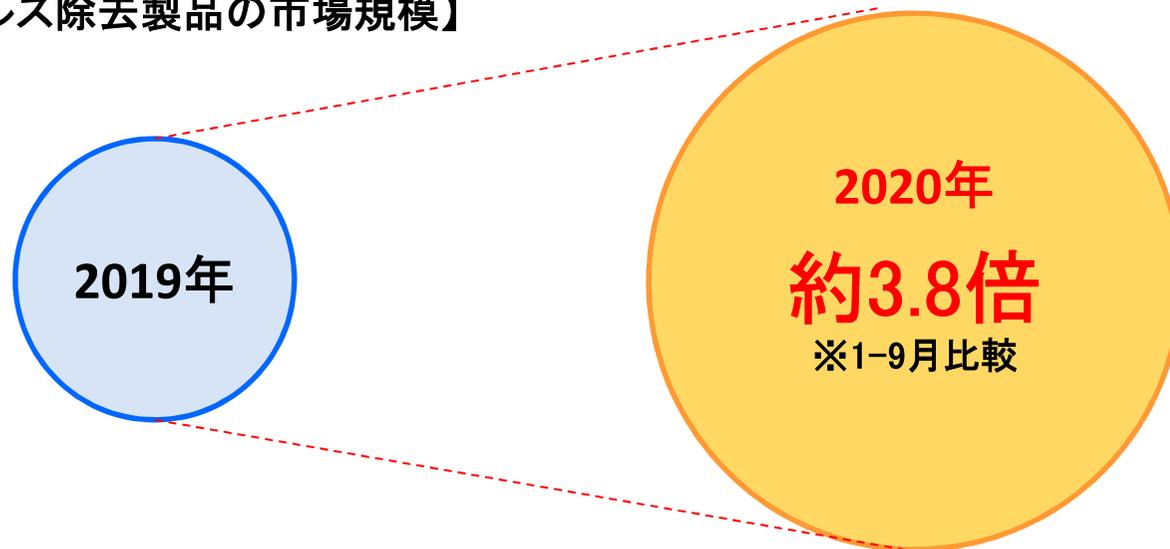
4. 海外でのプレゼンス向上

- アジア圏(中国、香港、台湾)を中心に海外でのチャネル拡販を強化

エビデンスに基づくマーケティング

ウイルス除去市場における競合参入

【ウイルス除去製品の市場規模】



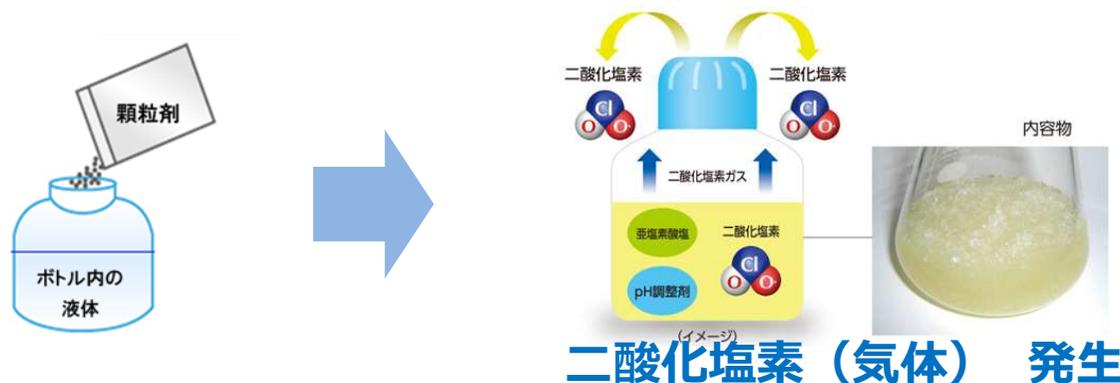
- 2020年9月までに**40以上**の他社新製品が上市され、**競合激化**

当社の強み

- 二酸化塩素製品のトップ企業として、特許・自社研究・論文等のエビデンス(安心・安全)に基づく製品価値を提供していく

大幸薬品独自の特許技術により 二酸化塩素ガス濃度の一定保持化に成功

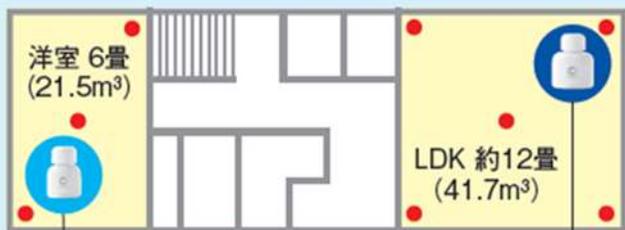
特許登録番号 特許第5593423号



二酸化塩素ガス
濃度0.01ppm付近を
長期保持

クレベリン 置き型 居住空間(無人)での二酸化塩素ガス濃度測定

二酸化塩素ガス 室内濃度指針値 0.01ppm
二酸化塩素ガスを一生涯にわたって吸い続けても健康への有害な影響がない濃度【(一社)日本二酸化塩素工業会 策定】



クレベリン 置き型 60g クレベリン 置き型 150g

●測定ポイント
集合住宅の無人の居室内にクレベリン置き型 60g又は150gを床上1.8mに設置し、二酸化塩素センサーを用いて二酸化塩素濃度を測定しました。



二酸化塩素ガス濃度は測定点ポイント3点から得られた値の24時間平均値
平均温度±SD 12.9±3.7°C、平均湿度±SD 55.3%±4.8%

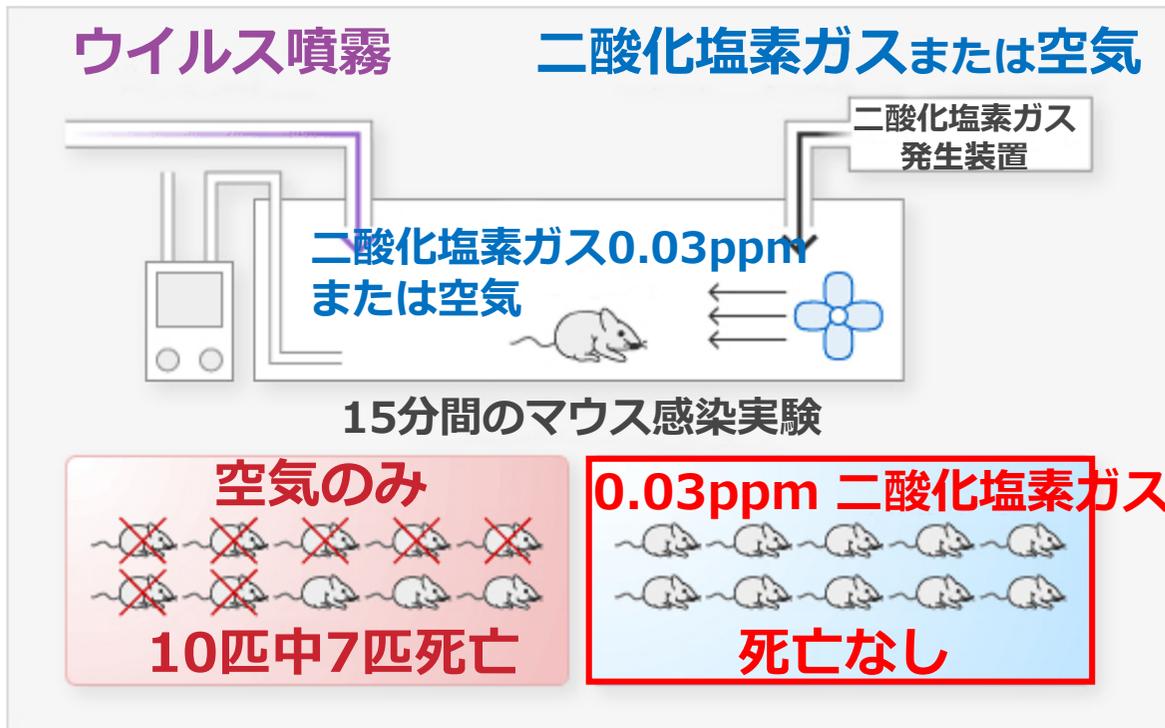


二酸化塩素ガス濃度は測定点ポイント5点から得られた値の24時間平均値
平均温度±SD 13.2±3.3°C、平均湿度±SD 52.0%±5.2%

二酸化塩素ガスの有効性

- 二酸化塩素ガス(※)存在下でマウスのインフルエンザ感染死亡抑制

※…濃度 0.03ppm



Ogata N. and Shibata T. *J Gen Virol* 89, 60-67 (2008)より改変 当社発表論文

- 防衛省官舎での有効性調査

冬季(1-2月)に、隣接する建物の片方だけに「クレベリン置き型」を設置し、これらの建物に勤務している人のインフルエンザと似た疾患の患者数(*1)の調査を行った結果、設置した建物では患者数の有意な減少。



(*1) 38度以上の発熱, 咳及び又は咽頭炎, 医師の診察及び臨床検査でインフルエンザ以外の原因が確認されていない、以上の3項目をすべて満たす

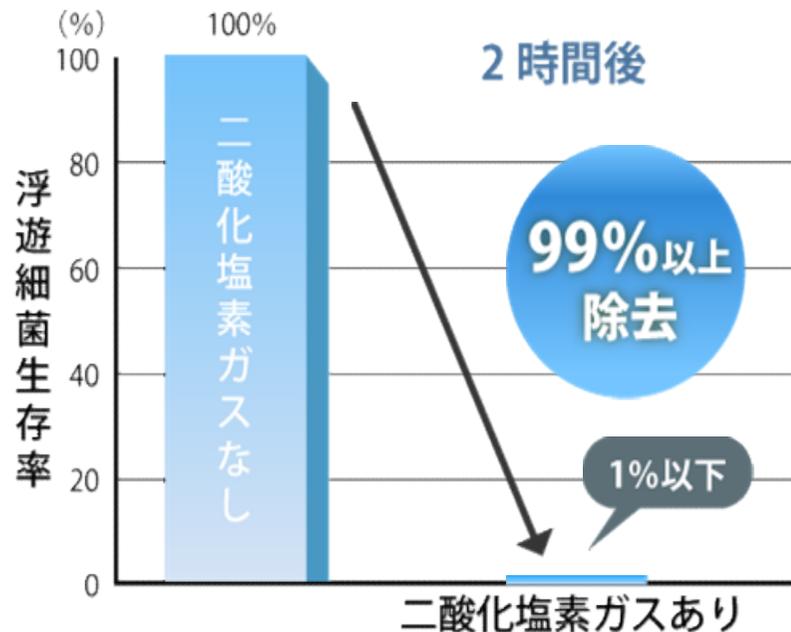
二酸化塩素放出薬のインフルエンザ様疾患に対する予防効果 三村敬司 他 *日本環境感染学会誌* 25(5), 277-280 (2010)より改変
自衛隊中央病院、防衛省発表論文

浮遊する細菌・ウイルスを99%除去

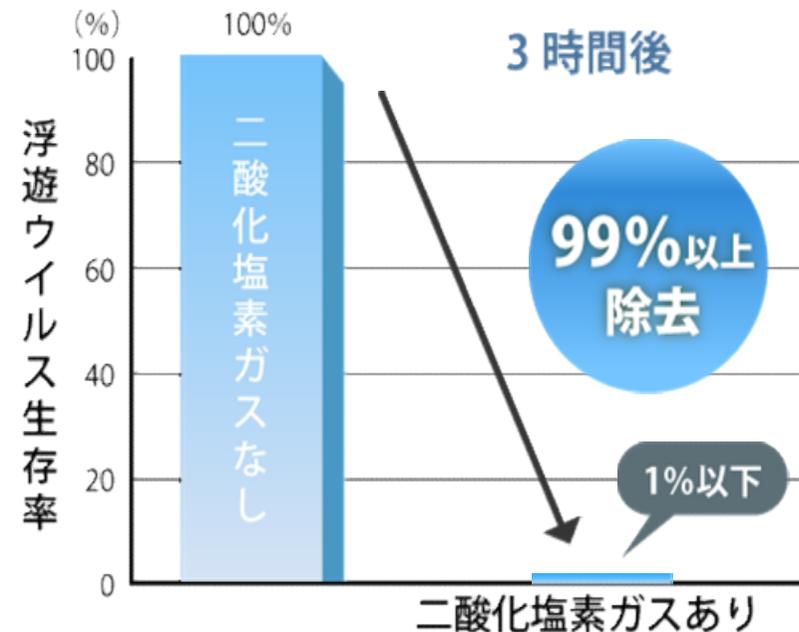
- 人が安全とされる二酸化塩素ガス空間で浮遊する細菌・ウイルスを**99%除去**できることを証明

室内濃度指針値 (0.01ppm) にて25m³実験空間

浮遊黄色ブドウ球菌の低減効果



浮遊φX174ウイルスの低減効果



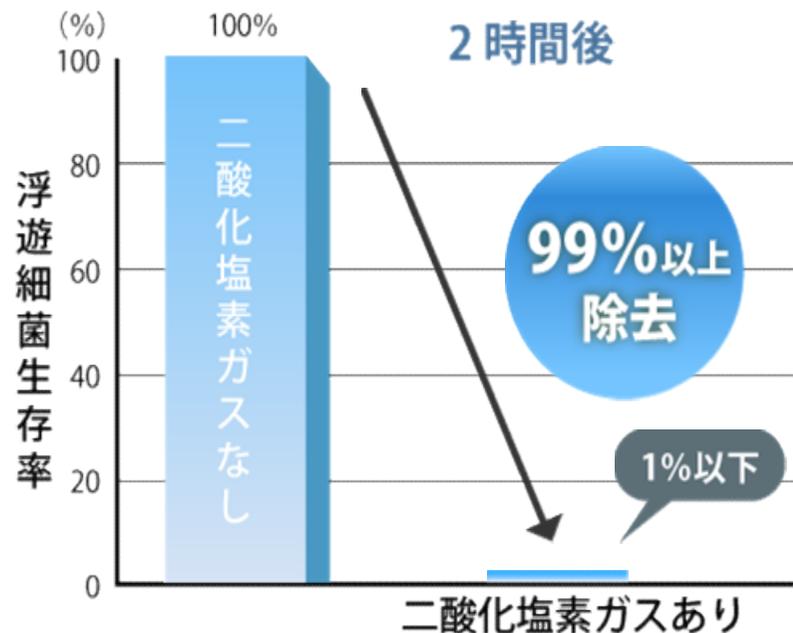
Ogata N. et al. *Pharmacology* 97,301-306 (2016)より改変 当社発表論文

物体に付着する細菌を99%除去

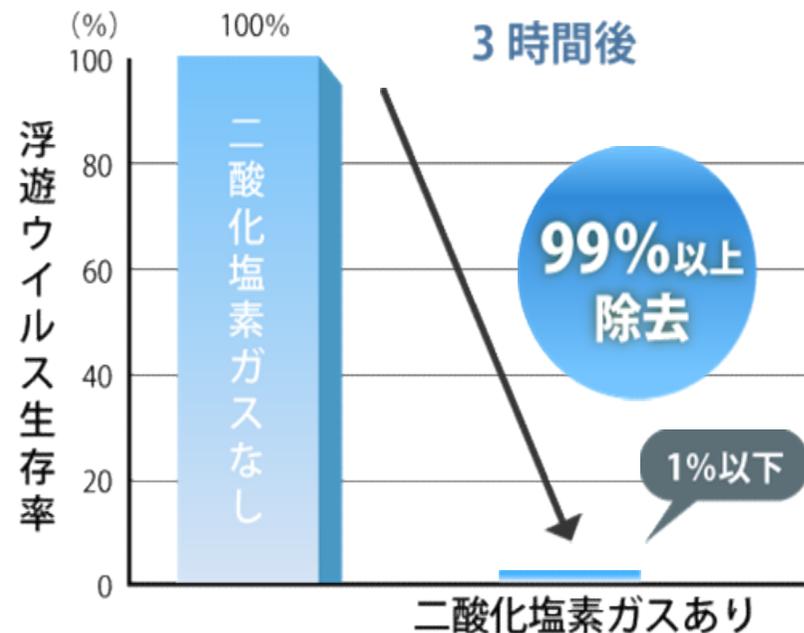
- 人が安全とされる二酸化塩素ガス空間であらゆる物体に付着する細菌を**99%除去**できることを証明

室内濃度指針値 (0.01ppm) にて1m³実験空間

付着大腸菌・緑膿菌の低減効果

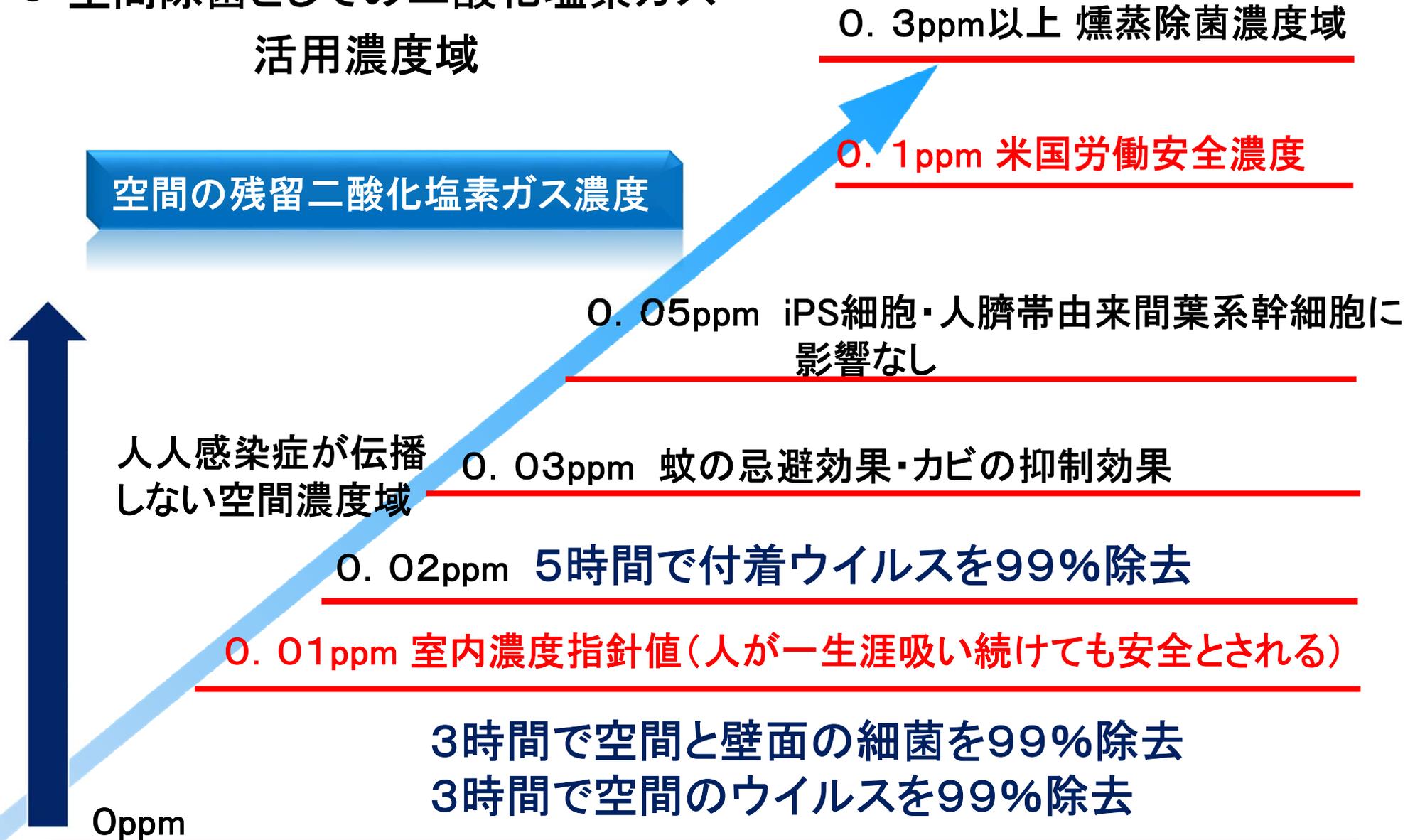


付着アシネトバクター低減効果



日本防菌防黴学会第44回年次大会 (大阪、2017) 当社発表

● 空間除菌としての二酸化塩素ガス 活用濃度域



浮遊ウイルスに対する感染対策方法の特許取得

※ 特許登録番号:特許第6055861号

【特許概要】

空間中の呼吸器ウイルスの感染性を二酸化塩素ガスを用いて失活させる方法に関する特許を取得 (登録日 2016.12.9)

【発明の説明】

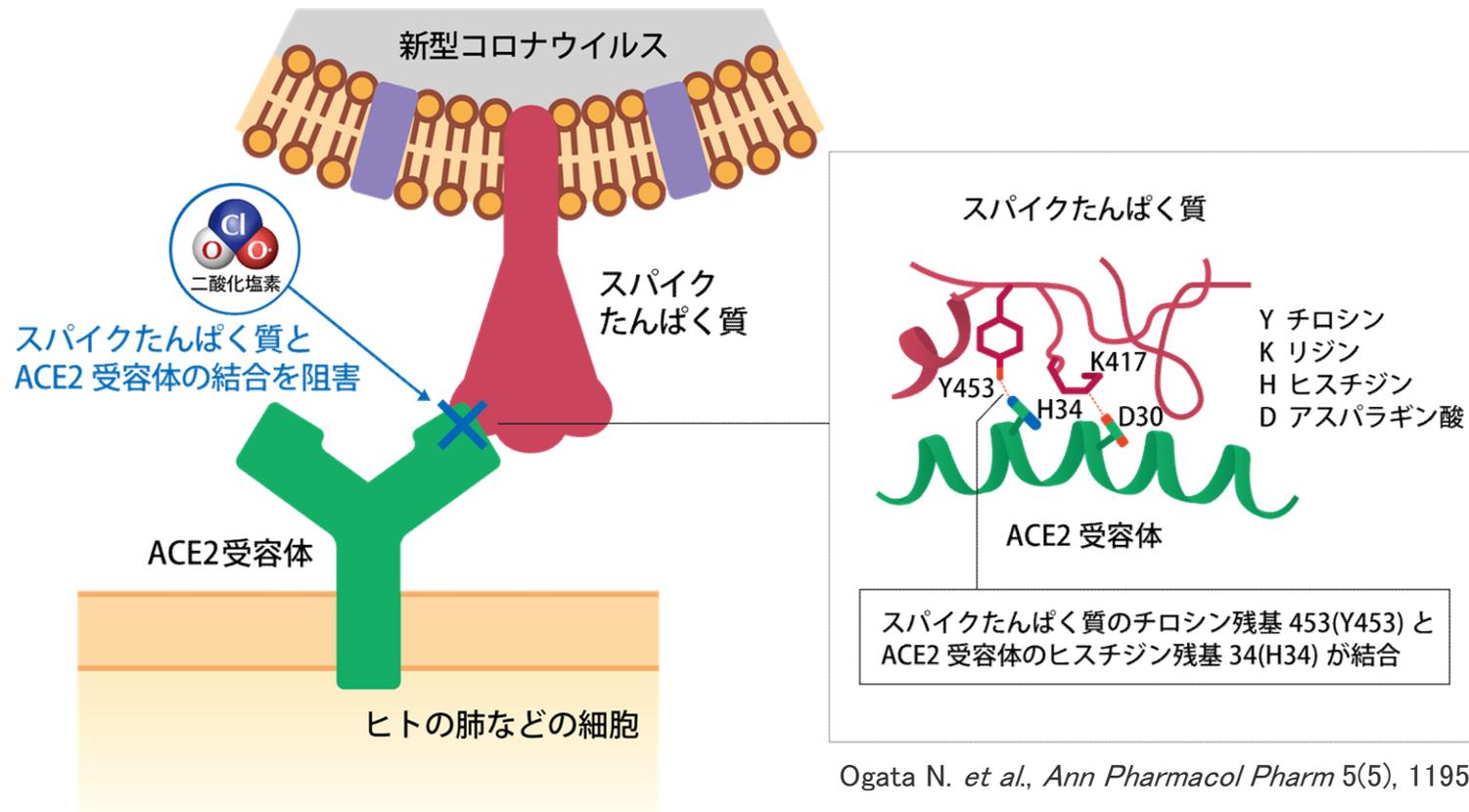
- ・本発明は、動物が存在し、かつウイルスが浮遊する空間において、動物がその空間に安全に生存したままの状態、動物への呼吸器ウイルス感染等を防止することのできる、浮遊ウイルス感染対策方法を提供するもの。
- ・二酸化塩素ガスの濃度を、動物は生存し得るが浮遊ウイルスが失活する濃度である0.0001ppm～0.1ppmとする方法



ういてる・くっつきまとめて除菌

新型コロナウイルス感染阻止機構の解明

- 二酸化塩素分子が、ウイルス表面に存在するスパイクたんぱく質と宿主細胞の表面に存在するACE2受容体との結合を阻害



研究成果は学術誌Annals of Pharmacology and Pharmaceuticsにて、タイトル「Inhibition of the Binding of Spike Protein of SARS-CoV-2 Coronavirus to Human Angiotensin-Converting Enzyme 2 by Chloride Dioxide (和訳: 二酸化塩素がSARS-CoV-2のスパイクたんぱく質に作用してヒトのACE2受容体との結合を阻害)」(2020, Volume 5, Issue 5, Article 1195)として掲載されました。

✓ 新型コロナウイルスに対するエビデンスは継続して取得予定

これからの大幸の経営戦略

社会的使命： 健康という**大**きな**幸**せを提供する

1. 強靱かつフレキシブルな製品供給体制の確立

- 品薄を繰り返してきた過去を踏まえ、製品の安定供給体制の強化を図る

2. エビデンスに基づくマーケティング

- エビデンス(研究成果、論文発表情報)に基づくマーケティング活動

3. **総合除菌ブランドの確立**



- 競争が激化する中、「右脳・左脳戦略」と「ターゲットに刺さるコミュニケーション」で『総合除菌ブランド』の確立を目指す

4. 海外でのプレゼンス向上

- アジア圏(中国、香港、台湾)を中心に海外でのチャネル拡販を強化

総合除菌ブランドの確立



- 「右脳・左脳戦略」と「ターゲットに刺さるコミュニケーション」で『総合除菌ブランド』の確立を目指す

右脳
左脳
戦略



〔Target〕



【妊産婦・未就学児ママ】

【受験生+親】

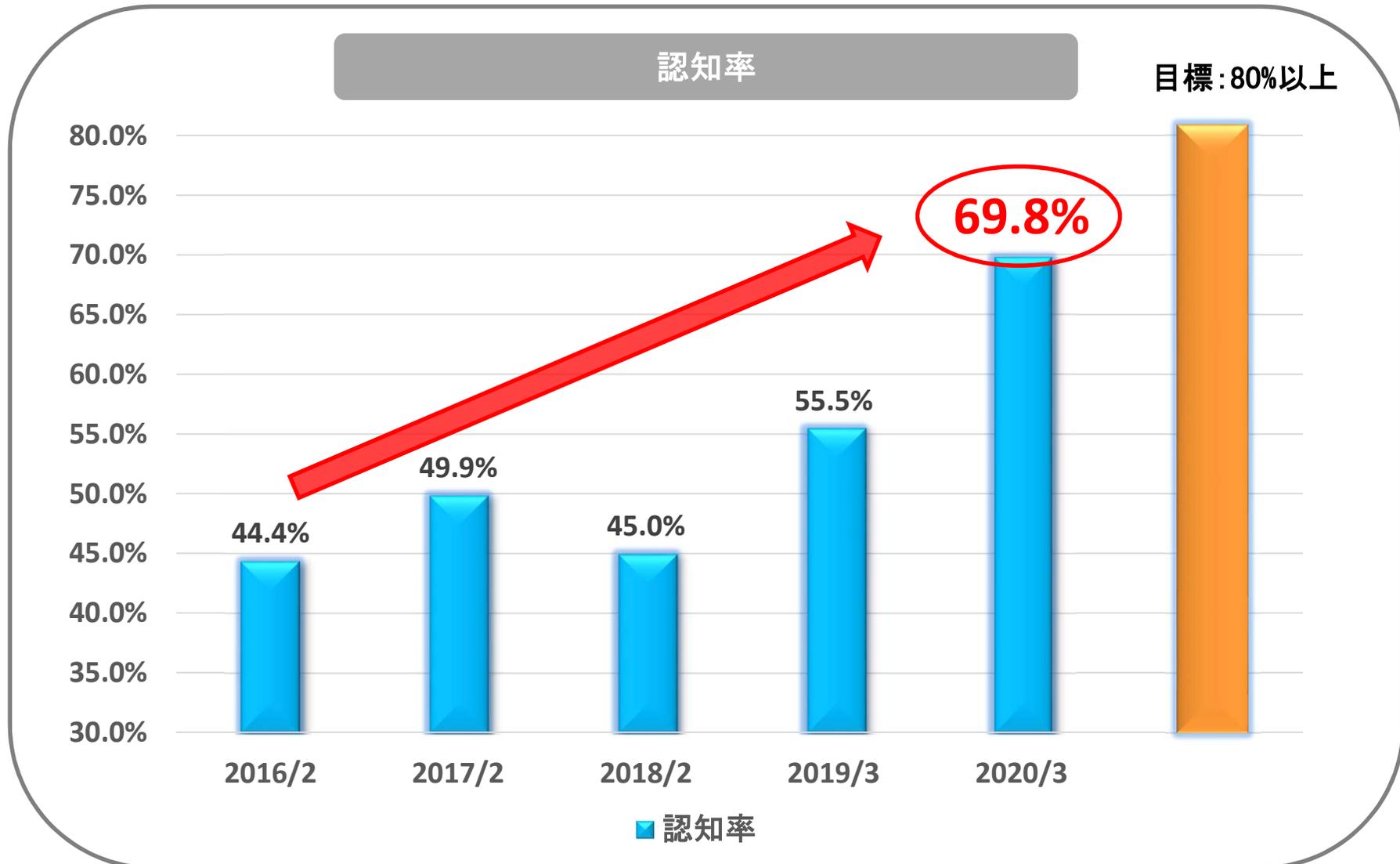
ライフステージにおいて、人生を大きく左右する時期である、妊娠・出産前後の「妊産婦・未就学児ママ」と受験期の「受験生と親」をターゲットとする。

コミュニケーション



クレベリン認知率推移

- マーケティングの強化により**消費者認知の拡大に成功**
- 更なる認知の拡大と合わせて「**理解**」・「**興味**」・「**購入**」へと繋げていく



使用シーンに合わせた製品ラインナップ

● 総合除菌ブランドとして、製品ラインナップの拡充を推進

その他

二酸化塩素

<p>ハンドジェル</p> <p>キッチン用スプレー</p> <p>Handスプレー</p> <p>New デザイン</p>	<p>クレベリンpro</p> <p>cleverin スティックくん蒸タイプ</p> <p>新商品</p> <p>➤ 無人空間で0.3ppm以上の二酸化塩素ガス短時間で空間・壁面の除菌が可能（居室、病室、ホテル個室、厨房など）</p>				
<p>スプレー 300ml</p> <p>New デザイン</p>	<p>クレベリン×ヘアブリック</p>	<p>New デザイン</p>			<p>リスパスNEO</p>
<p>ミニスプレー-60ml</p>	<p>スティックペンタイプ</p> <p>New デザイン</p>	<p>置き型 60g</p>	<p>置き型 150g</p>	<p>大空間 (30畳)</p>	<p>リスパスS II</p>

局所空間

~1㎡

10㎡

20㎡

50㎡

200㎡~

これからの大幸の経営戦略

社会的使命： 健康という**大**きな**幸**せを提供する

1. 強靱かつフレキシブルな製品供給体制の確立

- 品薄を繰り返してきた過去を踏まえ、製品の安定供給体制の強化を図る

2. エビデンスに基づくマーケティング

- エビデンス(研究成果、論文発表情報)に基づくマーケティング活動

3. 総合除菌ブランドの確立



- 競争が激化する中、「右脳・左脳戦略」と「ターゲットに刺さるコミュニケーション」で『総合除菌ブランド』の確立を目指す

4. **海外**での**プレゼンス**向上

- アジア圏(中国、香港、台湾)を中心に海外でのチャネル拡販を強化

中国での事業展開

● 大幸薬品(深圳)有限公司を設立

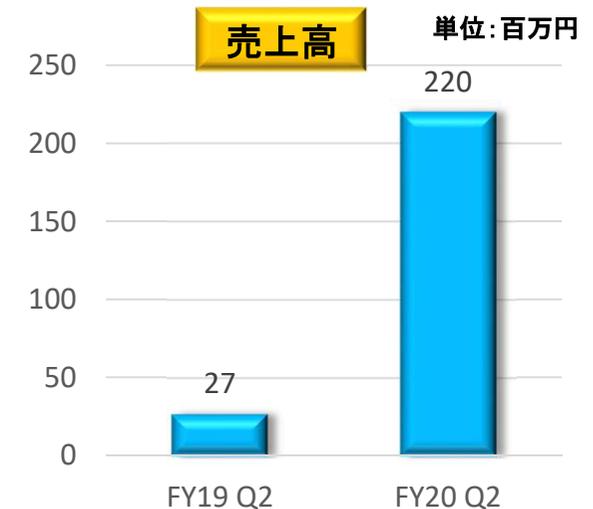
中国における
事業基盤の強化

- マーケティング機能強化
- 中国アカデミアとのエビデンス蓄積の取り組み
- BtoBチャネルの開拓や、EC事業の立ち上げ

● チャネル拡大に向けた広告&販促の強化



<中国 感染管理事業>



台湾での事業展開

● 台湾でのEC事業展開

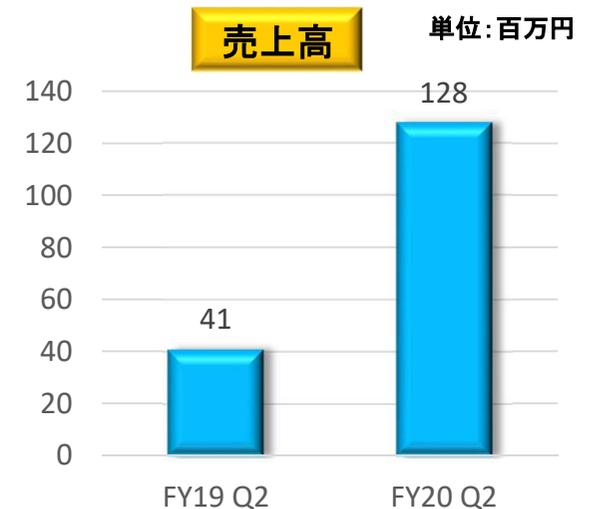


- 台湾大幸設立後、現地でのクレベリンEC事業を買収
- ECビジネスの知見を蓄積し、近隣諸国へ展開
- リアル店舗(薬局・コンビニ)と組み合わせた拡販

● チャネル拡大に向けた広告&販促の強化



<台湾 感染管理事業>



医薬品事業の取り組み

医薬品事業の取り組み

エビデンス強化

胃腸薬製造販売承認基準
の一部が改正(2019/6/1施行)

クレオソート



木クレオソート

殺菌剤



生薬

「木クレオソート」への
誤解を完全払拭

新テレビCM放映



20~30代の女性をターゲットに、『セイロガン糖衣A』
の特徴を訴求
⇒「全下痢対応」の常備薬
として、家族への伝承を促進



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。