

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## 大幸薬品

4574 東証1部

[企業情報はこちら >>>](#)

2017年12月20日(水)

執筆：客員アナリスト

**角田秀夫**

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

## ■ 業績動向

### 2018 年 3 月期第 2 四半期は増収増益 感染管理事業は、ディズニーキャラクターを使用した クレベリンベアブリック第 2 弾を販売開始 医薬品事業は 新製品「正露丸クイック C」投入により市場シェアが向上

大幸薬品 <4574> は、「正露丸」「セイロガン糖衣 A」を中心とする医薬品事業と、ウイルス除去・除菌・消臭製品「クレベリン」シリーズを中心とした感染管理事業を展開している。2017 年 4 月に新製品「正露丸クイック C」を販売開始した。

#### ● 2018 年 3 月期第 2 四半期の業績概要

2018 年 3 月期第 2 四半期（2017 年 4 月 - 9 月）は、売上高が 3,634 百万円（前年同期比 22.0% 増）、営業利益が 502 百万円（同 6.0% 増）、経常利益が 382 百万円（同 20.1% 増）、親会社株主に帰属する四半期純利益が 276 百万円（同 8.5% 増）となった。

売上高に関しては、2 事業ともに好調を維持している。国内医薬品事業は、前年同期に高水準だった流通在庫が正常化し出荷が増加するとともに、新製品「正露丸クイック C」の店頭販売が開始され、増収に寄与した。「正露丸クイック C」の出荷額は第 2 四半期累計で 102 百万円となり、国内止瀉薬市場における同社シェアは 47.9%（前年同期の 47.3% から 0.6% ポイント上昇）となった。海外医薬品事業は、中国市場向けは第 2 四半期からの出荷となり、台湾市場向けの出荷前倒し等により、海外向け全体としては増収となった。

感染管理事業は、インフルエンザのオフシーズンでも既存製品が堅調なことに加え、新製品「クレベリン×ベアブリック ディズニーキャラクターデザイン」の出荷が好調に推移。業務用ではデンソー <6902> と共同開発した「クレベリンカートリッジ（車両用）」が好調に推移したことも増収に寄与した。

売上総利益は増収に伴い増加（前年同期比 19.5% 増）。一方で、販管費は新製品「正露丸クイック C」の TVCM を中心に広告宣伝費及び販売促進費を増加したため、前期比で 23.5% 増となったものの、増収効果により吸収し、営業利益以下の各利益は増益となった。

## 業績動向

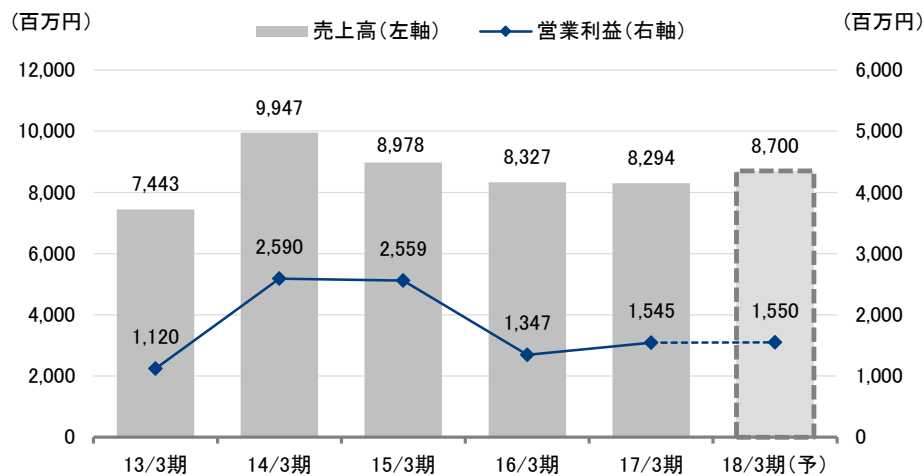
## 2018年3月期第2四半期 連結サマリー

(単位：百万円)

	17/3期2Q		18/3期2Q		前期比	変化要因
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	2,980	100.0%	3,634	100.0%	22.0%	
内) 国内医薬品事業	1,811	-	2,084	-	15.1%	国内医薬品は流通在庫が正常化し出荷増加、新製品「正露丸クイックC」が寄与しシェア向上。
内) 海外医薬品事業	431	-	556	-	29.1%	海外医薬品は中国市場向けが2Qより出荷、台湾市場向けの出荷時期前倒しにより増収。
内) 感染管理事業	729	-	979	-	34.3%	感染管理は「クレベリン×ベアブリック」の出荷が寄与。デンソー向け「クレベリンカートリッジ(車両用)」も好調。
差引売上総利益	2,055	69.0%	2,455	67.6%	19.5%	増収影響等で増加
販管費	1,581	53.1%	1,952	53.7%	23.5%	広告宣伝費、販売促進費が増加
営業利益	474	15.9%	502	13.8%	6.0%	
経常利益	318	10.7%	382	10.5%	20.1%	為替差損 34 百万円減
親会社株主に帰属する 四半期純利益	254	8.5%	276	7.6%	8.5%	

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 通期業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 中国市場向け出荷の増加やインフル流行拡大などあれば 業績上振れの可能性あり

#### ● 2018年3月期の業績見通し

2018年3月期通期の業績予想は売上高で前期比4.9%増の8,700百万円、営業利益で同0.4%増の1,550百万円、経常利益で同7.6%減の1,300百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同14.2%減の900百万円と期初の予想を据え置いている。

国内医薬品事業では「正露丸クイックC」の販売が寄与し、止瀉薬市場での国内店頭シェアは47.9%に上昇、従来のシェア下落傾向にストップをかけた。海外医薬品事業は、期初予想では、原材料仕入先における製造トラブルによる中国向け製品の生産遅延リスクを保守的に考慮した売上高としていたが、中国市場向けは第2四半期から出荷されており、当該リスクは解消に向いつつあるようだ。中国向けの製品製造が順調に進めば2018年3月期中に売上高が積み増される可能性もある。感染管理事業においては、インフルエンザワクチン不足で一部の地域では希望者が接種できない状況が続いていることや、例年にない平均気温の低さ（11月末時点）等からもインフルエンザの流行拡大の条件がそろっていることも、業績上振れのプラス要因である。営業利益は微増にとどまる予想で上方修正はされていないものの、第2四半期の進捗では社内計画を上回っている模様だ。新製品「正露丸クイックC」の更なる浸透、中国向け出荷の増加、インフルエンザ流行に伴うクレバリン製品群の成長など、業績上振れの要素が多く期待が持てる。

#### 業績の推移

(単位：百万円)

	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	純利益	前期比	EPS (円)	配当 (円)
12/3期	6,683	44.7%	515	-	558	-	482	-	37.23	15
13/3期	7,443	11.4%	1,120	117.7%	1,211	116.8%	1,037	115.2%	81.31	15
14/3期	9,947	33.6%	2,590	131.3%	2,683	121.5%	1,747	68.4%	135.94	25
15/3期	8,978	-9.7%	2,559	-1.2%	2,776	3.5%	1,770	1.3%	138.93	25
16/3期	8,327	-7.3%	1,347	-47.3%	1,307	-52.9%	840	-52.6%	65.23	15
17/3期	8,294	-0.4%	1,545	14.7%	1,407	7.7%	1,049	24.9%	76.45	20
18/3期(予)	8,700	4.9%	1,550	0.4%	1,300	-7.6%	900	-14.2%	63.74	15

出所：決算短信よりフィスコ作成

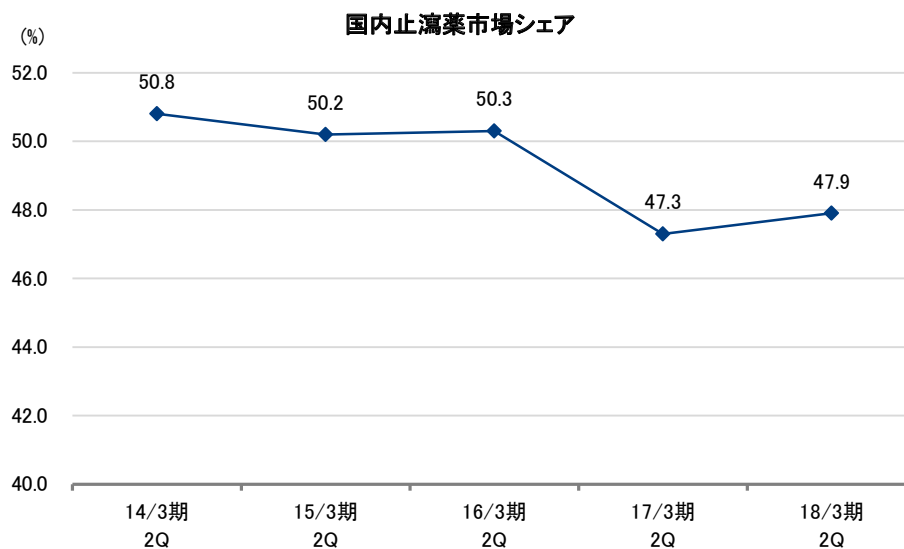
## ■ 成長戦略

### 新製品「正露丸クイックC」効果もあり市場シェア向上

#### 1. 正露丸クイックC

同社が2017年4月に新製品「正露丸クイックC」を発売した。本製品は、正露丸、セイロガン糖衣Aの主成分「木クレオソート」の単味生薬製剤である。中身が液体のカプセルなので、「木クレオソート」が素早く溶け出し、胃で吸収され、急な下痢等のお腹のトラブルに効果を発揮する。止瀉薬の未使用者が特に多い若年層（大幸薬品調べ）に使用機会の浸透を図り、市場拡大とシェア向上を目指す同社の戦略商品である。16カプセル入りで、希望小売価格1,000円。

2018年3月期第2四半期の「正露丸クイックC」の売上高は102百万円である。全国の小売店に配荷され、店内において一定の陳列スペースの確保に成功した。国内止瀉薬市場における同社のシェアは、2016年3月期第2四半期時点で50.3%であったが、2017年3月期第2四半期には47.3%まで低下した。2018年3月期第2四半期は、正露丸クイックCを市場に投入した効果もあり、前年同期比0.6ポイント上げ、ここ数年継続していたシェア低下傾向にストップをかけた形だ。新製品のため認知度にはまだ課題がある。同社ではTVCMを若年層の視聴する時間帯に投入し、WebサイトやSNSを通じて製品情報を発信することで、若年層に対して使用機会の浸透を図り、シェア50%への回復を目指す。



出所：説明会資料よりフィスコ作成

## アライアンス戦略による「クレベリン」ブランドの強化 ～ディズニーキャラクター使用の「クレベリン×ベアブリック」第2弾 アース製薬による「クレベリン」TVCM 放映

### 2. クレベリン×ベアブリック

同社は、クレベリンのブランド力向上と製品普及のために、他社とのアライアンスを積極的に行っている。

2016年10月に限定発売して人気を博した「クレベリン×ベアブリック」は、2017年もキャラクターデザインを新たにして登場した。当期は「ミッキーマウス」、「ジャック・スケリントン」、「ダース・ベイダー」、「ストームトルーパー」の4種類が販売されている。「クレベリン×ベアブリック」は“置きたくなるおしゃれなデザイン”をコンセプトにメディコム・トイ社との連携により開発され、前期も消費者からの支持が高かった。当期は、幅広い世代に人気のディズニーキャラクターをデザインし、クレベリンをより身近にするよう取り組む。

2017年は「ミッキーマウス」、「ジャック・スケリントン」、「ダース・ベイダー」、「ストームトルーパー」の4種類が販売され、出荷は好調である。幅広い世代に人気のディズニーキャラクターなどをデザインし、クレベリンをより身近にする狙いがある。また店頭での陳列スペースを確保し、シェア拡大にも貢献している。

### 3. 「クレベリン トイレの消臭除菌剤」のアース製薬による TVCM 放映

同社は、2017年3月より、アース製薬グループとの連携により、「クレベリン トイレの消臭除菌剤」、「JOYPET ×クレベリン ペットまわりの除菌・消臭 ゲル・スプレー」を販売開始している。

「クレベリン トイレの消臭除菌剤」は、トイレ用消臭芳香剤市場において、二酸化塩素の可能性に着眼した製品である。二酸化塩素が、不快な臭いの原因菌を除去する効果に加え、一般的な消臭剤とは違い空気中での除菌による消臭効果も期待できる。

2017年12月より、アース製薬により当該製品のTVCMが放映されている。他社のマーケティング、広告宣伝活動により、共同開発製品の販売促進を行うのと同時に、同社の「クレベリン」ブランドの露出強化をも図っていくという、同社のアライアンス戦略の一例となる。

#### 重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ