

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート  
株式会社フィスコ

## ■クレベリンの認知度上昇で 感染管理事業に大きな伸びしろ

同社は「正露丸」「セイロガン糖衣A」を中心とする医薬品事業と、空間除菌剤「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。とりわけ、「クレベリン」の認知度が上昇傾向にある中で感染管理事業の伸びしろは大きく、今後の順調な業績拡大が予想される。

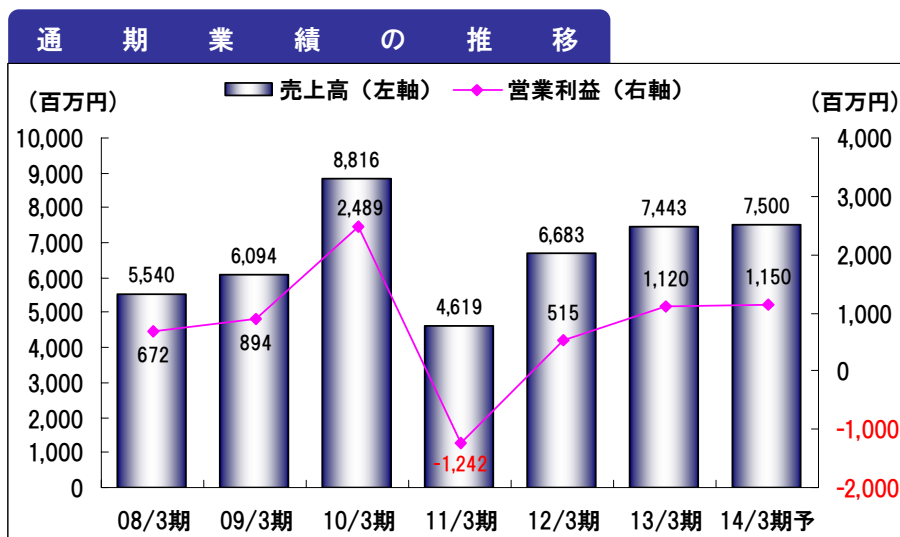
11月12日に発表された2014年3月期の第2四半期（4-9月期）決算は、売上高が前年同期比28.5%増の4,243百万円、営業利益が同162.3%増の1,439百万円、経常利益が同164.8%増の1,449百万円、四半期純利益が同143.2%増の1,116百万円と大幅な増収増益を達成した。未発表であった上期の業績予想については、好業績を受けて8月に発表後、10月にも上方修正されており、足元の業績は好調に推移していると言えるだろう。

その背景としては、医薬品事業における海外での販売好調と、感染管理事業の急拡大が挙げられる。医薬品事業では、重点エリアとする中国、香港市場において「正露丸」や「セイロガン糖衣A」の販売が増加している。また、感染管理事業では、「クレベリン」を中心に、春先の中国における鳥インフルエンザ報道を背景とした需要増に加えて、秋口以降の感染症（季節性インフルエンザ等）流行に備える小売店からの受注が大きく伸びている。

なお、上期実績の各利益項目は、通期計画（営業利益：1,150百万円、経常利益：1,150百万円、当期純利益：900百万円）を超過達成している。会社側では、インフルエンザ等感染症の発生動向による影響や流通在庫増加による返品リスク、追加投資の可能性など、不確定要素があるため通期計画を据え置いた。ただし、注力している感染管理事業の拡大が見込まれることを考慮すると、保守的な計画と言えるだろう。

## ■Check Point

- ・ 医薬品事業は海外での販売好調と円安進行が押し上げ
- ・ 感染管理に対する危機意識の高まりが追い風に
- ・ 「クレベリン」の認知度向上が中長期的な売上高の拡大へ



## 医薬品事業は海外の好調が国内の苦戦をカバー

医薬品事業は「正露丸」「セイロガン糖衣A」「その他医薬品」で構成されている。2014年3月期の第2四半期（4-9月期）の売上高は、国内が前年同期比3.5%減の2,223百万円となった一方、海外が同51.6%増の818百万円となり、全体では同7.0%増の3,042百万円で着地した。

国内では、止瀉薬（ししゃやく）市場の停滞や他社のシェア増加により売上高の減少傾向が続いている。「正露丸」は今年で111周年を迎えるなど圧倒的な知名度を誇るものの、利用者は中高年層が中心となっている。そのため、同社ではシェアの低下に歯止めをかけるため、若年層の取り込みを意識した広告戦略によってシェア奪還を図る方針である。

一方、海外については、中国や香港を中心に「正露丸」「セイロガン糖衣A」の販売が好調に推移している。第2四半期の地域別売上高は、中国が前年同期比48.4%増の345百万円、香港が同61.2%増の354百万円となった。中国市場は依然、未開拓地域が残されているほか、今後はマカオなどその他地域でも販売の増加が見込まれ、海外向け売上高の拡大が同事業をけん引することになりそうだ。

なお、医薬品事業では円安効果も利益の押し上げ要因となっている。想定為替レートは1ドル＝90円と設定されているが、足元では1ドル＝100円前後で推移しており、下期も円安効果が追い風となりそうだ。

「正露丸」

「セイロガン糖衣A」



## 感染管理に対する危機意識の高まりが追い風に

感染管理事業では、空間除菌剤「クレベリン」シリーズの製造・販売を展開している。中国における鳥インフルエンザ報道を背景とした需要の増加に加えて、秋口以降の流行が予想される季節性インフルエンザ等の感染症に備える小売店からの受注も好調に推移している。第2四半期の売上高は前年同期比166.3%増の1,189百万円となり、とりわけ、ドラッグストアなど店頭での売上高が同43%増と大きく伸びた。

製品別では、主力のゲル剤「クレベリン ゲル」などが前年同期比202.7%増の877百万円と伸長した。また、車両用である「クレベリンカートリッジ」のほか、業務用ゲル剤などの需要も拡大している。これまで、第2四半期（4-9月期）は「クレベリン」の閑散期となっていたが、感染管理に対する危機意識が高まる中で、通年で使用する傾向が強まっていることなどが好調の背景と言えよう。

対象顧客別では、一般用製品は、ドラッグストアの他に新規チャネルである調剤薬局、ホームセンターにおいて、それぞれ業界大手への導入が進み、売上高は前年同期比257.0%増と順調に伸長している。調剤薬局での販売は、患者に対し薬剤師が勧めるため購買力が高まるほか、販売の通年化にもつながることから、今後期待されるチャネルである。

業務用製品の売上高についても同58.1%増と順調に推移。なお、日本二酸化塩素工業会による二酸化塩素ガスの自主規格策定が近々見込まれているが、これにより同社製品の安全性と有効性が改めて担保されるカタチとなる。これまで病院、公共施設、交通機関等での導入はハードルが高かったが、これを期に飛躍的な需要の広がりが期待される。

「クレベリン ゲル」



「クレベリン スプレー」 「クレベリン マイスティック」



「車両用クレベリン」



「クレベリン発生機 リスパスNEO」

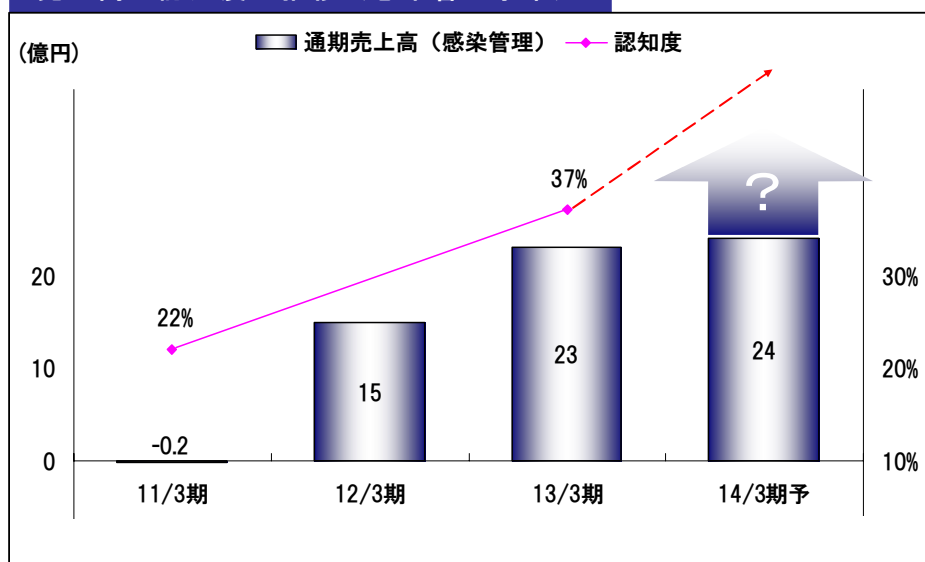


## 「クレベリン」の認知度向上が中長期的な売上高の拡大へ

今後の注目点としては、「クレベリン」の認知度向上による感染管理事業の拡大が挙げられる。同社では、感染管理事業の拡大に向けて、積極的に広告宣伝費を投入することによって「クレベリン」の認知度向上を目指している。

具体的には、11月11日から新CMキャラクターに俳優の佐々木蔵之介氏を起用し、空間除菌の必要性を伝える新CMのオンエアを開始した。同CMは、昨年同時期を大きく上回る投下量での放送を予定しており、「クレベリン」の認知度向上が見込まれる。「クレベリン」の認知度は前期37%程度となっているが、会社側では近い将来できるだけ早い時期に60%まで引き上げる方針（ちなみに、「正露丸」の認知度は約91%）。そのため、一時的に広告宣伝費の増加が利益面の重しとなる可能性はあるものの、中長期的な売上高の拡大につながる事が期待される。今期のみならず、来期以降も感染管理事業の成長を背景とした業績拡大余地は大きいと言えるだろう。

売上高と認知度の推移（感染管理事業）



#### ディスクレーマー（免責条項）

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・大阪証券取引所・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・加工することは強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・譲渡することは強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