

# 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 >>>](#)

2019 年 6 月 24 日 (月)

執筆：客員アナリスト

**角田秀夫**

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



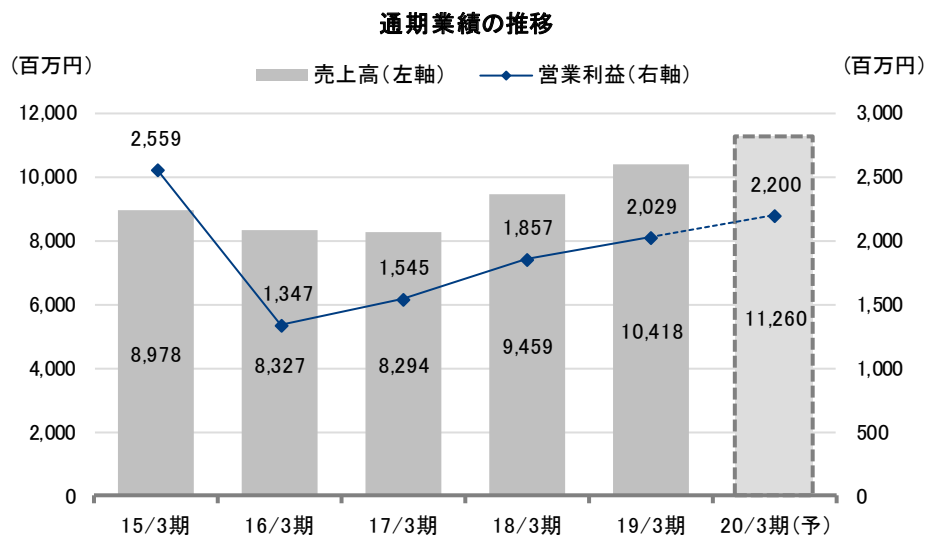
FISCO Ltd.

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

## 業績動向

### 2019年3月期は感染管理事業好調により増収増益。 クレベリンのブランド力向上

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。



出所：決算短信よりフィスコ作成

2019年3月期通期は、売上高が10,418百万円（前期比10.1%増）、営業利益が2,029百万円（同9.3%増）、経常利益が1,885百万円（同20.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益が1,415百万円（同29.3%増）と感染管理事業が好調に推移し増収増益決算となった。

売上高に関しては、医薬品事業が堅調、感染管理事業が大きく伸長した。国内医薬品事業の売上高は3,705百万円（前期比0.6%減）と微減。セイロガン糖衣Aが堅調に推移しているものの、前期に発売した「正露丸クイックC」の初期出荷があったため、反動減が影響した。海外医薬品事業の売上高は1,837百万円（同6.3%増）となった。中国向けが増加し、全体としておおむね計画どおりの進捗である。感染管理事業の売上高は、4,862百万円（同22.0%増）と大幅増収となった。2018年にクレベリン製品のデザインリニューアル（発売開始以来初）を行い、それに伴う販促強化により店頭での陳列スペースが拡大。2018年12月より新TVCMを放映開始し、店頭販売も好調に推移した。例年インフルエンザの流行度合いが売上高の決定要因となってきたが、今期はインフルエンザの流行が前期比減であったにもかかわらず、売上増を達成し、マーケティング戦略の成功を証明した形だ。一般用製品の好調に連動して業務用製品も伸長。特にオフィス通販向けがけん引した。

## 業績動向

売上総利益は増収影響等により増加した。一方でクレベリン製品のリニューアルに伴う旧品の返品増加等により売上総利益率は低下した。販管費は、マーケティング強化により費用が増加したが、増収効果等により販管費率は低下した。結果として、営業利益が前期比2ケタに近い増益、経常利益は未稼働設備関連費用減及び為替差益計上などにより同20%を超える大幅な増益となった。

## 2019年3月期通期 連結サマリー

(単位：百万円)

	18/3 期通期		19/3 期通期			変化要因
	金額	売上比	金額	売上比	前期比	
売上高	9,459	100.0%	10,418	100.0%	10.1%	
内) 国内医薬品事業	3,727	-	3,705	-	-0.6%	国内医薬品事業は、セイロガン糖衣 A が堅調も正露丸クイック C が反動減により微減。
内) 海外医薬品事業	1,728	-	1,837	-	6.3%	海外医薬品事業は、中国向けが増加。全体としておおむね計画どおりの進捗。
内) 感染管理事業	3,984	-	4,862	-	22.0%	感染管理事業は、製品デザインリニューアルに伴い出荷が大幅増加。2018年12月より新 TVCM を放映開始し、店頭販売も好調に推移。業務用(オフィス向け)も好調
差引売上総利益	6,552	69.3%	7,161	68.7%	9.3%	増収影響等により売上総利益は増加。リニューアル返品等により売上総利益率低下。
販管費	4,695	49.6%	5,131	49.3%	9.3%	マーケティング強化による費用増加。増収効果等により販管費率は低下。
営業利益	1,857	19.6%	2,029	19.5%	9.3%	
経常利益	1,567	16.6%	1,885	18.1%	20.2%	未稼働設備関連費用 48 百万円減、為替差益 34 百万円計上
親会社株主に帰属する当期純利益	1,094	11.6%	1,415	13.6%	29.3%	固定資産売却益 214 百万円 割増退職金 123 百万円

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2020年3月期通期は、3年連続増収増益を予想。 両事業でマーケティング投資を増加させるが増収効果で吸収の見込み

2020年3月期通期の業績予想は、売上高で前期比8.1%増の11,260百万円、営業利益で同8.4%増の2,200百万円、経常利益で同3.4%増の1,950百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同0.3%増の1,420百万円と堅調な増収増益を予想する。

医薬品事業の売上高は前期から安定成長を予想する(前期比2.7%増)。国内医薬品事業では、マーケティング施策を強化し、正露丸商品群全体としての新しいメッセージ「全下痢対応」の更なる浸透を図る考えだ。海外医薬品事業は、2020年3月期も中国・台湾を中心に成長を予想する。

## 今後の見通し

感染管理事業は、例年並みの季節性インフルエンザの流行を前提にしつつも、感染管理市場の継続的な成長を背景として既存製品の販売増加及び新製品の販売開始の効果を加味し 2 ケタ成長を見込む（前期比 14.4% 増）。

2020 年 3 月期もブランド強化などのマーケティング施策等のために販売費及び一般管理費を 588 百万円増やすが、増収効果及び返品減少による売上総利益率向上で吸収し増益を見込む。

## ■ トピックス

### 消費者の右脳と左脳に響くマーケティング戦略を実施。 感染管理市場の成長を大きくけん引

#### 感染管理事業のマーケティング戦略を刷新

同社が中長期成長戦略の一環として推進するマーケティング及びブランディング改革は感染管理事業において大きな成果を生み出した。世界的デザイナーである佐藤オオキ氏が率いる nendo と複数年の包括的パートナー契約を結び、マーケティング及びブランディング戦略を刷新してきた。クレベリン製品のデザイン全面リニューアルは上市以来今回が初めて。機能や使い方の更なる理解、浸透を目的に、パッケージのデザイン、製品名、ブランドロゴを一新した。製品本体は空間に馴染むよう、白を基調にしたシンプルなデザインに仕上げた。新たにブランドアイコン「シードット（C に点）」を用い、視認性を高め、消費者の右脳（情緒・感情）に響くように意図している。2018 年 12 月からは新 TVCM を放映開始。主要ターゲットである受験生や妊産婦・乳幼児を持つ母親を意識した内容である。TVCM は、消費者の左脳（論理思考）での理解を促進することを狙い、空間・物体除菌が両方できる置き型製品の必要性をわかりやすいストーリーで伝達するものである。2019 年 3 月期は新デザイン商品の棚割り提案も成功し、インフルエンザ流行直前に新 CM も投入され、マーケティング施策の連動が効果的に行われた。インフルエンザの流行は前年の約 2 割減※だったが、マーケティング戦略の見直しも奏功し売上高を大幅に増加させた。感染管理市場の前年比が 26% 増であったのに対し、同社は前年比 33% 増、他社合計は前年比 16% 増であり、同社が市場の成長を大きくけん引した。

※同社決算説明資料による。

トピックス

マーケティング戦略の刷新

マーケティング戦略を刷新  
・消費者の左脳と右脳に響く戦略を実行

左脳に響く施策例

わかりやすいストーリーを伝達

空間・物体除菌が両方できる置き型製品の  
必要性を消費者に訴求



新TVCMの放映・Web等で伝達

右脳に響く施策例

クレベリンロゴ・パッケージをリニューアル

視認性の高い新ロゴ「シードット」  
白を基調としたシンプルな新製品にリニューアル



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 株主還元

2019年5月に自己株式の取得を発表、  
2019年3月期は3年連続の増配。  
これまでどおり感染管理事業が伸びれば2020年3月期も特別配当が  
期待できる

### 1. 自己株式の取得を発表

同社は2019年5月14日、自己株式の取得を発表した。理由としては、1) 資本効率の向上を通じて、株主還元強化、2) 資本政策の遂行を機動的に実施するため、430,000株（発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合3.0%）及び820百万円を上限に市場買付を行う。取得期間は2019年5月15日 - 2019年10月31日。

同社は近年増配及び配当性向の向上を行っており、自己株式の取得を追加することで、さらに株主還元が強化されることになる。

株主還元

自己株式取得

理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>資本効率の向上を通じて、株主還元の強化</li> <li>資本政策の遂行を機動的に実施するため</li> </ul>
取得株式の種類	普通株式
取得株式数	430,000株(上限) 発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合3.0%
取得金額	820百万円(上限)
取得期間	2019年5月15日～2019年10月31日
取得方法	東京証券取引所における市場買付 (証券会社による投資一任方式)

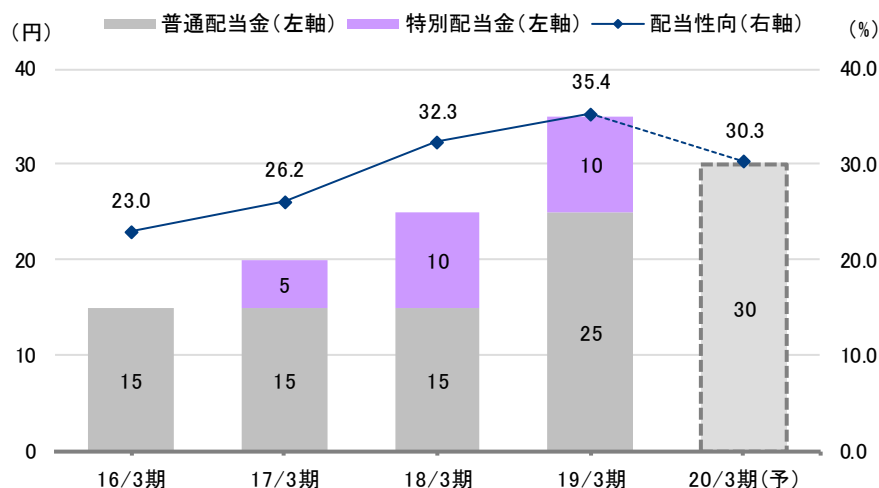
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 2. 配当

同社は、堅実な成長性を維持する事業展開と安定的な経営体力維持のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を維持していくことを基本方針とし、連結業績も反映した配当政策としている。2019年3月期の配当金は、年35円(中間10円、期末25円)(普通配当25円、特別配当10円)、配当性向は35.4%と、3年連続の増配となった。2020年3月期の配当金は年30円(上期10円、下期20円、普通配当30円)、配当性向は30.3%を予想する。

これまで期末のみ(年1回)であった配当を、2019年3月期から年2回とした。同社の業績は感染管理事業の季節変動のため下期偏重となるが、上期においても株主還元をしっかりと充実させた。2020年3月期からは普通配当を25円から30円に増加。これまでどおり感染管理事業が大きく伸びて着地した場合には特別配当も期待できる。

### 1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 重要事項（ディスクレマー）

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