

2013年3月期(FY2012)
第1四半期
連結決算報告



大幸薬品

2012年8月
大幸薬品株式会社



- 対前年同期比、増収減益
- 株主還元強化に向け、自己株式取得を開始

連結經營成績

連結経営成績サマリー

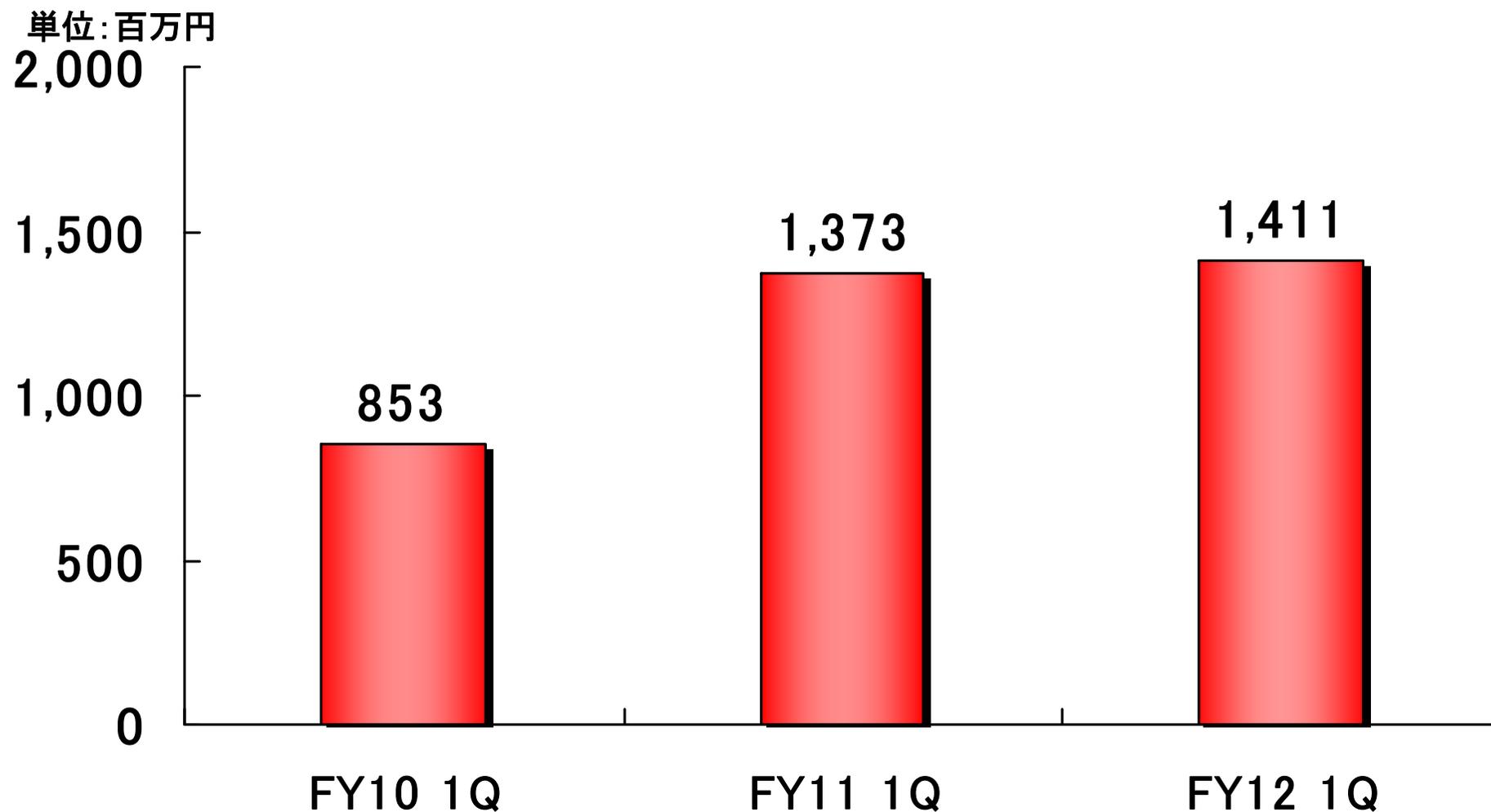
▶原価率上昇(固定費の一時的増加や売上構成の変化)が損益に影響

単位:百万円

	FY11 1Q	FY12 1Q	増減	増減率	増減要因等
売上高	1,373	1,411	38	2.8%	医薬品事業 :前1Q比 53百万円増加 感染管理事業 :前1Q比 17百万円減少
売上原価(※) (売上高比率)	390 (28.4%)	495 (35.1%)	105 (6.7P)	27.0%	医薬品事業 : 前4Qにおいて一時的に増加した固定費(修繕費、 賞与引当金等)が当1Qに繰越され、原価率を押し上げ
売上総利益	983 (71.6%)	916 (64.9%)	△66	△6.8%	感染管理事業 : 原価率の低い一般用製品の売上高減少
販売費及び 一般管理費	734	668	△65	△9.0%	主に広告宣伝費、販売促進費の減少 (2Q以降に強化)
営業利益	248 (18.1%)	247 (17.5%)	△0	△0.4%	
経常利益	252 (18.4%)	247 (17.5%)	△4	△1.9%	
四半期純利益	203 (14.8%)	165 (11.8%)	△37	△18.3%	法人税等調整額の増加 (賞与引当金に係る繰延税金資産の減少)

(※) 返品調整引当金計上後の売上原価

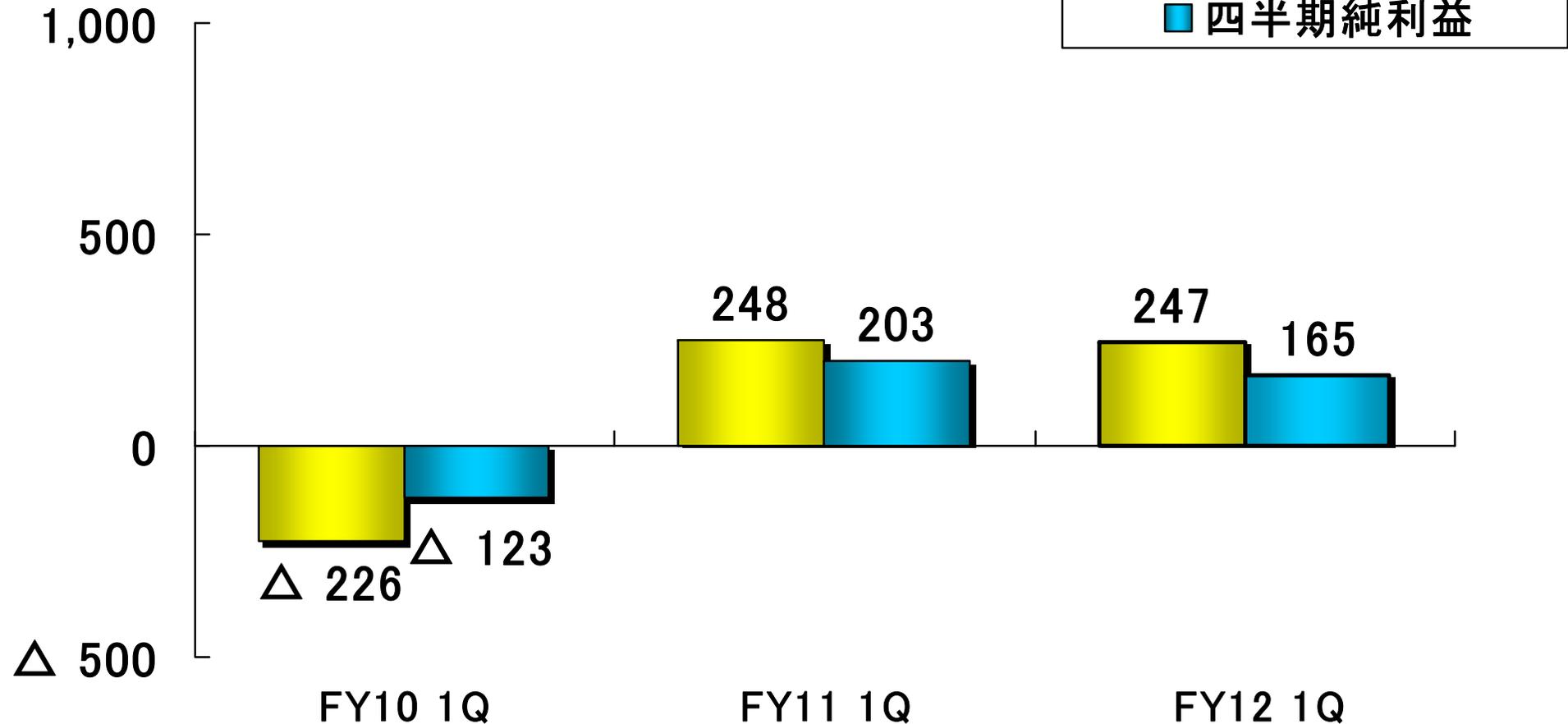
➤ 海外医薬品の増加により増収



連結営業利益・四半期純利益推移

➤ 原価率上昇により減益

単位: 百万円



販売費及び一般管理費

▶ 広告・販促を2Q以降に強化、1Qはコスト減少

単位：百万円

	FY11 1Q	売上高 比率	FY12 1Q	売上高 比率	増減	増減率	増減要因等
販売費	212	15.5%	129	9.2%	△83	△39.2%	
広告宣伝費	100	7.3%	44	3.1%	△56	△56.0%	当期は2Q以降に強化 (医薬品の新CMを7月より開始)
販売促進費	78	5.7%	58	4.2%	△19	△24.8%	
運送費	34	2.5%	26	1.9%	△7	△22.5%	
人件費	307	22.4%	302	21.4%	△4	△1.6%	
その他経費	214	15.6%	236	16.8%	22	10.4%	賃借料(東京オフィス)増加等
研究開発費	42	3.1%	42	3.0%	△0	△1.1%	
支払手数料	47	3.5%	46	3.3%	△0	△2.1%	
計	734	53.5%	668	47.4%	△65	△9.0%	

連結財政状態

株主還元強化により現預金が減少

単位:百万円

	FY11 期末	FY12 1Q期末	増減	増減率	増減要因等
流動資産	8,712	8,266	△445	△5.1%	
現金及び預金	4,661	4,558	△103	△2.2%	営業CF 401 (EBITDA 304) 投資CF △30 財務CF △464 (配当・自己株式関連)
売上債権	2,443	1,964	△479	△19.6%	主に感染管理関連の減少
たな卸資産	1,352	1,303	△49	△3.6%	
固定資産	3,548	3,534	△14	△0.4%	
資産合計	12,261	11,801	△459	△3.8%	
流動負債	2,405	2,011	△393	△16.4%	仕入債務、未払消費税等の減少
仕入債務	387	278	△108	△28.1%	
固定負債	1,072	1,069	△2	△0.2%	
純資産	8,783	8,719	△63	△0.7%	四半期純利益 165 配当金△194、自己株式△79 等
負債純資産合計	12,261	11,801	△459	△3.8%	
自己資本比率	71.3%	73.5%			

連結キャッシュ・フロー状況

➤ 営業活動CFは堅調、株主還元強化により財務活動CFがマイナス

単位:百万円

	FY11 1Q	FY12 1Q	主な要因
営業活動CF	△112	401	EBITDA 304百万円 売上債権の減少 480百万円 仕入債務の減少 △111百万円 他(ネット) △271百万円
投資活動CF	△71	△30	医薬品等に係る設備投資 △59百万円
財務活動CF	△37	△464	配当金支払 △154百万円 自己株式取得資金の信託 △320百万円
現金・同等物換算差額	5	10	
キャッシュ増減(※1)	△216	△82	
キャッシュ期末残高	3,856	4,371	
EBITDA(※2)	309	304	営業利益 247百万円 減価償却費 56百万円

(※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 : 増収(海外増加・国内微減)、原価率上昇により利益は微増
- 感染管理事業 : 減収(業務用増加・一般用減少)、損益分岐点に至らず

単位:百万円

	売上高			営業利益			
	FY11 1Q	FY12 1Q	増減率	FY11 1Q	利益率	FY12 1Q	利益率
医薬品事業	1,195	1,249	4.5%	576	48.3%	590	47.3%
感染管理事業	171	154	△9.9%	14	8.4%	△40	-
その他事業	6	7	24.3%	△4	-	△6	-
全社(※)	-	-	-	△338	-	△295	-
連結合計	1,373	1,411	2.8%	248	18.1%	247	17.5%

(※)全社に係るコスト(主に企業広報・管理部門コスト)

セグメント別事業概況(医薬品事業/国内)

▶ 前期末(3月)の出荷増加の反動が期初(4月)に影響、主力製品が減少
(ただし、5月、6月は前年同月を上回る推移)



正露丸



セイロガン糖衣A



ピシャット錠



榎屋奇応丸

製品カテゴリー別売上高

単位:百万円

	FY11 1Q	FY12 1Q	増減	増減率
正露丸	470	448	△22	△4.7%
セイロガン糖衣A	541	521	△19	△3.6%
その他(※)	24	58	33	135.7%
計	1,036	1,028	△8	△0.8%

(※) 止瀉薬『ピシャット錠』、小児五疳薬『榎屋奇応丸』、整腸薬『ラッパ整腸薬BF』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	FY11 1Q	FY12 1Q	増減
市場シェア (%)	52.3%	52.0%	△0.3P

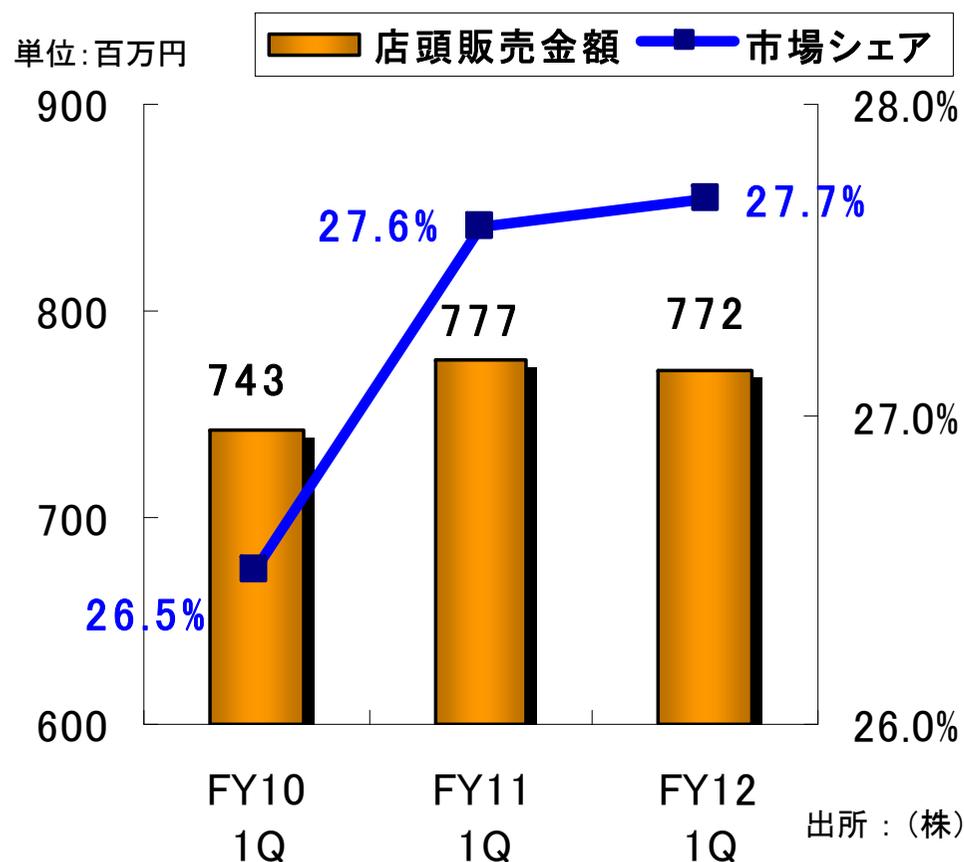
▶ 堅調な『セイロガン糖衣A』の広告を強化

- ・3年振りにTVCMリニューアル、2Qより放映開始
- ・放映に合わせて、店頭販促も強化

新TVCM (7月より全国放映)



『セイロガン糖衣A』 店頭販売金額・市場シェア推移(1Q比較)



出所: (株)インテージ 調査データ

店頭表示物例



セグメント別事業概況(医薬品事業/海外)

➤ 主に中国市場向けが増加



正露丸



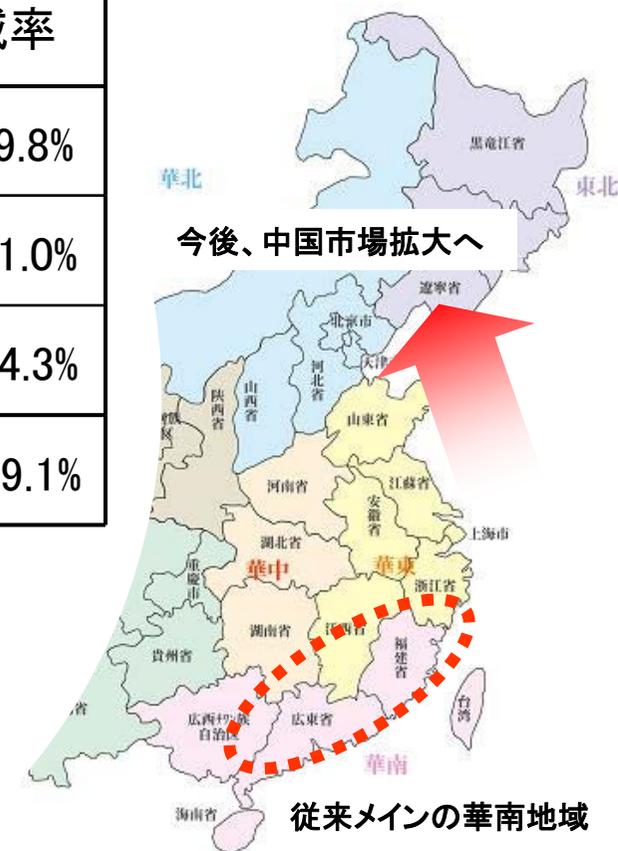
セイロガン糖衣A

地域別売上高

単位:百万円

	FY11 1Q	FY12 1Q	増減	増減率
中国・香港	155	202	46	29.8%
台湾	0	12	11	1431.0%
その他(※)	1	5	3	184.3%
計	158	220	62	39.1%

(※) 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)

- 『クレベリン発生機』を主として、業務用は堅調
- 前年同期の大口受注(『クレベリンゲル』)の反動減により、一般用が減少

製品カテゴリー別売上高

単位:百万円

	FY11 1Q	FY12 1Q	増減	増減率
液剤	11	21	9	85.1%
ゲル剤	154	73	△81	△52.4%
クレベリン発生機(※1)	6	60	54	822.9%
その他(※2)	△0	△0	0	—
計	171	154	△17	△9.9%



クレベリン スプレー



クレベリン ゲル



クレベリン発生機
AQC2000



クレベリン発生機
リスパス NEO

(※1) 『クレベリン発生機』:低濃度二酸化塩素ガス発生装置

(※2) キット製品、周辺製品(マスク、ハンドジェル)

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

	FY11 1Q	FY12 1Q	増減	増減率
木酢製品等	6	7	1	24.3%

➤株主還元強化に向け、自己株式取得を開始

1. 取得期間 2012年6月4日～9月4日(予定)
2. 取得方法 東京証券取引所における市場買付
3. 取得内容(予定及び現状)

	取得予定 (上限)	取得状況 (7月末現在(※))	進捗率
取得株式数	390,000株	261,400株	67.0%
取得金額	320百万円	183百万円	57.5%

(※)約定ベース



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。