【発表時間：30分】

小林製薬株式会社

あったらいいな®をカタチにする

2016年12月期第2四半期
決算説明会

2016年11月4日

代表取締役社長　小林 章浩

目次

■ 2016年12月期第2四半期連結業績

■ 2016年12月期業績見通し

■ 株主還元

■ 中期経営計画

2016年12月期第2四半期
連結業績

2016年12月期第2四半期連結業績

大幅な増収増益を達成。

	今期		前期		前期同期間		公表数値 ＊	
	2016年12月期 第2四半期 （国内：16年4月-9月 海外：16年1月-9月）		2016年3月期 第2四半期 （国内：15年4月-9月 海外：15年1月-6月）		調整後前期 （国内：15年4月-9月 海外：15年1月-9月）			
	金額（百万円）	利益率（％）	金額（百万円）	比（％）	金額（百万円）	比（％）	金額（百万円）	比（％）
売上高	74,366	-	63,569	117.0%	69,622	106.8%	73,000	101.9%
営業利益	11,861	15.9%	9,387	126.4%	10,531	112.6%	10,600	111.9%
経常利益	11,646	15.7%	9,189	126.7%	10,246	113.7%	10,600	109.9%
当期純利益	8,109	10.9%	6,014	134.8%	6,684	121.3%	7,000	115.8%

＊2016年7月28日公表

連結業績のポイント【売上】

＜売上の増減要因（対調整後前期との比較）＞

（単位：円）

プラス要素

①新製品の好調（+30億）
②国内既存品の増（ +12億）
③インバウンド需要の増（ +7億）
④通販事業の伸長（ +6億）
⑤桐灰化学 返品減等（ +3億）

マイナス要素

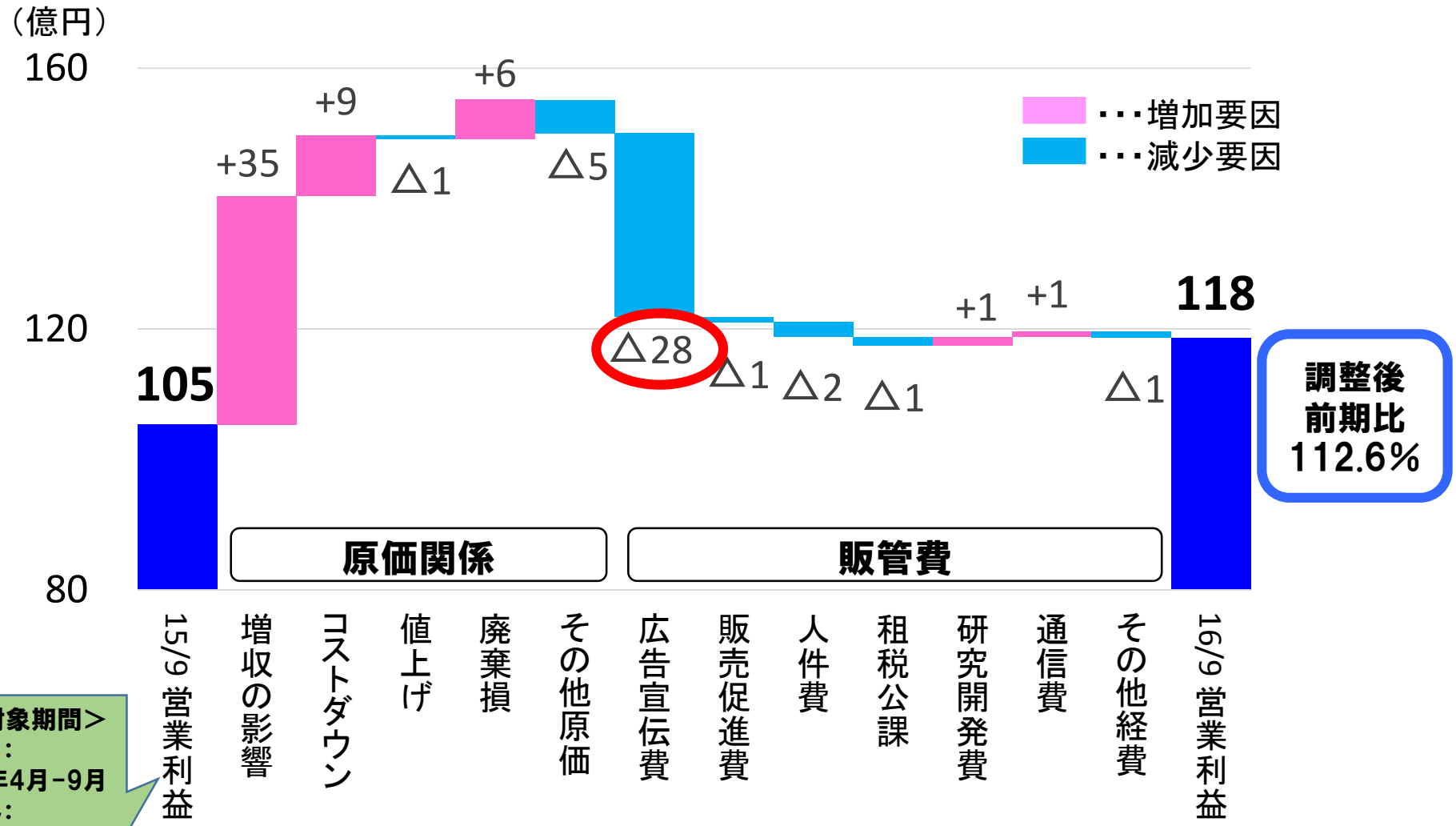
①海外事業の減収（△6億）
（現地通貨ベース　＋9億）
（円高による為替換算影響△15億）

→ **調整後前期比 106.8%**

＊前期（2015年9月）実績を国内6ヶ月間（2015年4～9月）＋海外9ヶ月間（2015年1～9月）で計算

連結業績のポイント【営業利益】

積極的な広告投下で成長を支援し増益を確保。



＜対象期間＞
国内：
15年4月-9月
海外：
15年1月-9月

＊前期（2015年9月）実績を国内6ヶ月間（2015年4～9月）＋海外9ヶ月間（2015年1～9月）で計算

事業別業績

国内、通販は大幅伸長、海外は暖冬および円高の影響により前年割れ。

	国内家庭用品製造販売事業 国内店販＋桐灰化学		海外家庭用品製造販売事業		通信販売事業	
	金額（百万円）	調整後前期比（%）	金額（百万円）	調整後前期比（%）	金額（百万円）	調整後前期比（%）
売上高	57,353	109.7%	②11,240	94.3%	4,600	115.1%
	① 55,690	109.4%				
営業利益	11,204	122.2%	519	45.1%	△178	－
	① 11,472	118.3%				

①下段数値は桐灰化学を除いた数値
②決算期変更に伴う影響を控除した売上高は10,751百万円（調整後前期比94.5%）

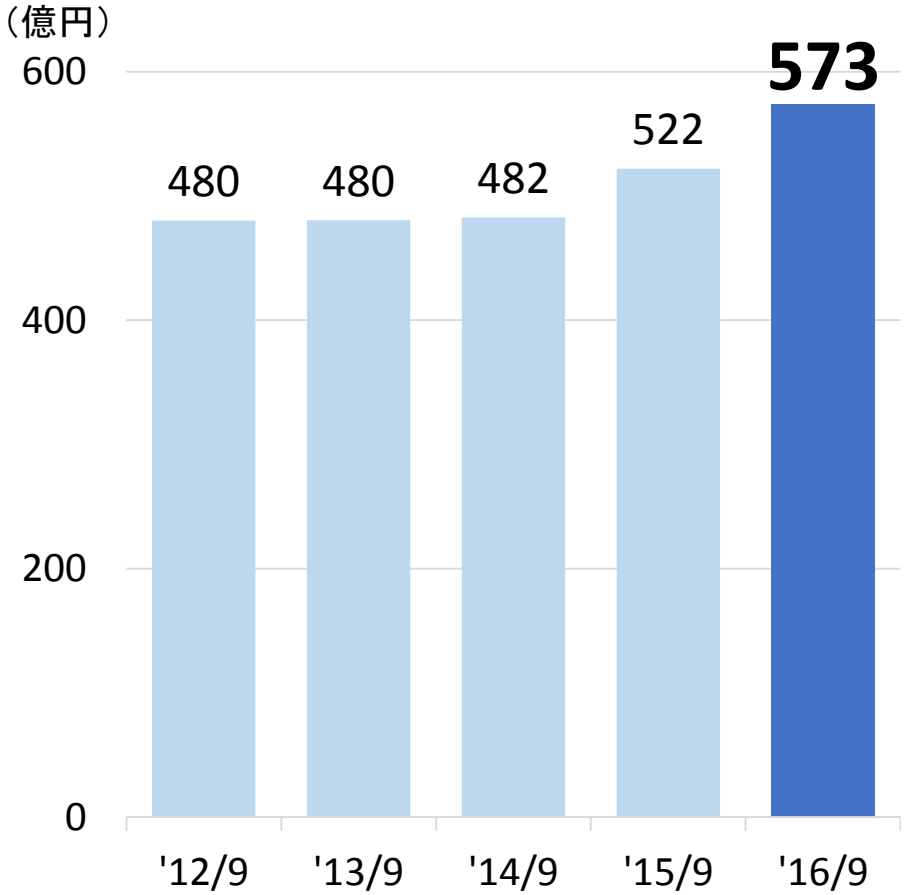
＊前期（2015年9月）実績を国内6ヶ月間（2015年4～9月）＋海外9ヶ月間（2015年1～9月）で計算

国内家庭用品製造販売事業
（国内店販＋桐灰化学）

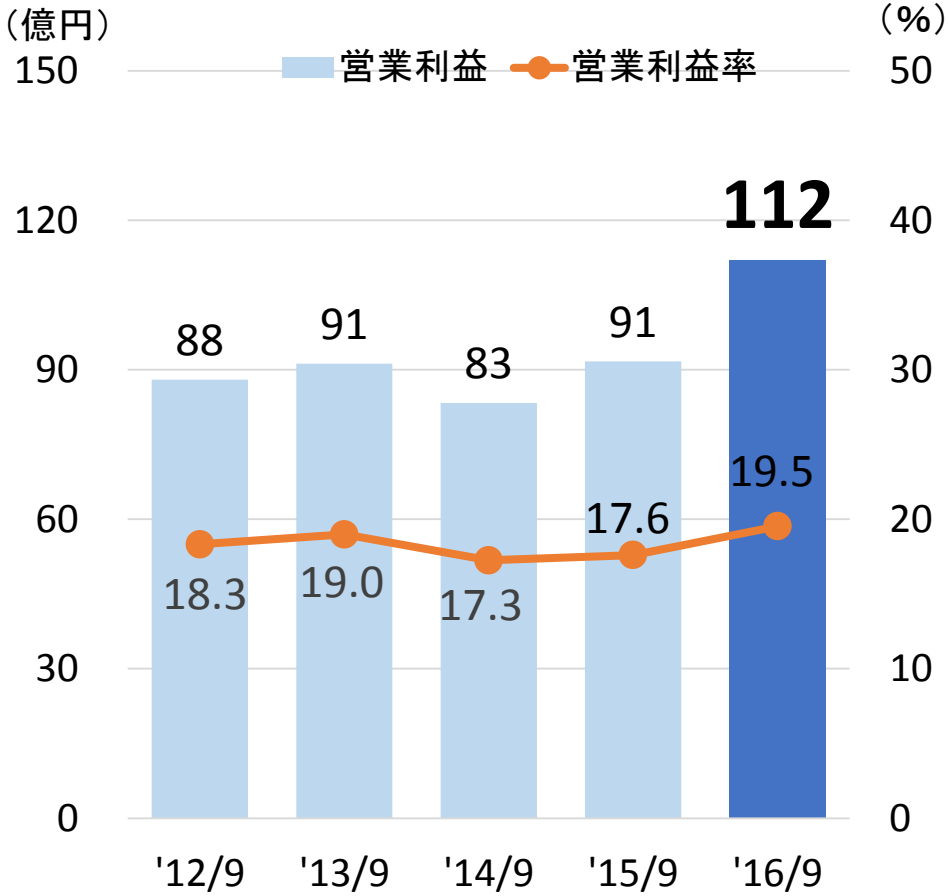
国内店販＋桐灰化学の業績推移

売上高573億円（調整後前期比109.7%）
営業利益112億円（調整後前期比122.2%）

＜売上高＞



＜営業利益＞



＊前期（2015年9月）実績を国内6ヶ月間（2015年4～9月）＋海外9ヶ月間（2015年1～9月）で計算

カテゴリー別業績（売上高）

インバウンド、国内需要ともに好調で全カテゴリー大幅伸長。

	2016年12月期 第2四半期	調整後前期		
	金額（百万円）	金額（百万円）	差（百万円）	調整後前期比（％）
薬粧品	27,306	24,031	3,274	113.6%
日用品	26,521	25,298	1,222	104.8%
スキンケア	2,754	2,310	444	119.2%
カイロ	771	646	124	119.3%
合計	57,353	52,287	5,066	109.7%

＊前期（2016.3期2Q）実績を国内6ヶ月間（2015年4～9月）＋海外9ヶ月間（2015年1～9月）で計算

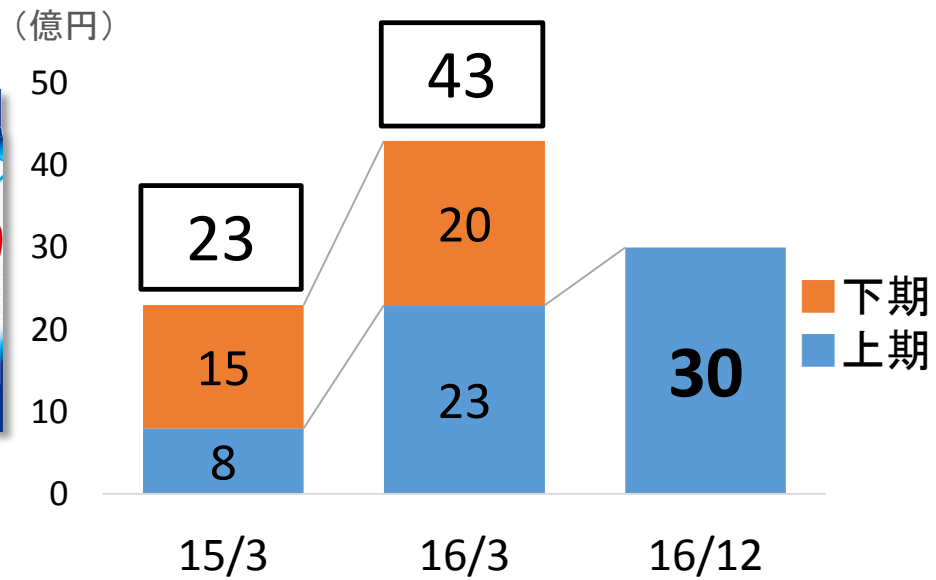
インバウンド需要

購買品目や購買場所が広がっており、今期上期は30億円に。

「日本に行ったら買わねばならない12の神薬」

出典：中国ソーシャルメディア「搜狐（ソウフ）」（’14/10/17）

＜インバウンド推計額＞



新市場創造新製品の一例

2011年発売の『アットノン』以降、創造した新市場は約35億円＊

2016 秋

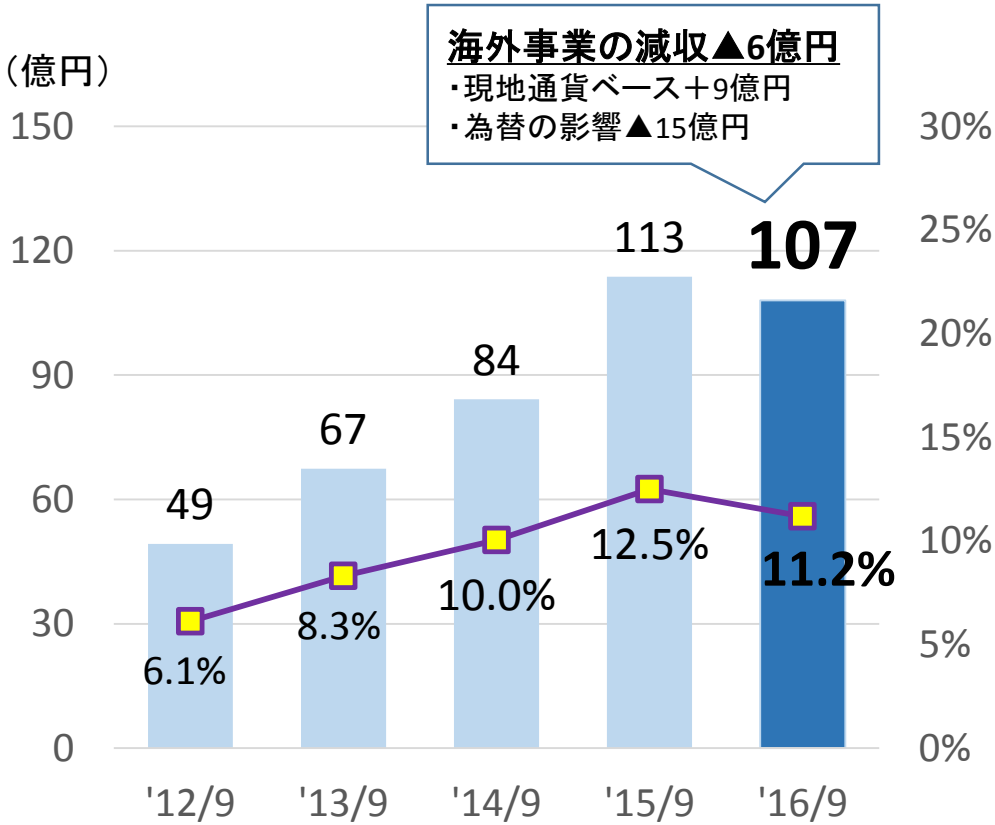
＊2016年3月末時点の推計

海外家庭用品製造販売事業

海外事業の業績推移

暖冬、円高の影響により、売上高107億円（調整後前期比94.5%）
広告費加重の影響により、営業利益5億円（調整後前期比45.1%）

＜海外売上高（1-9月）と海外売上高比率＞

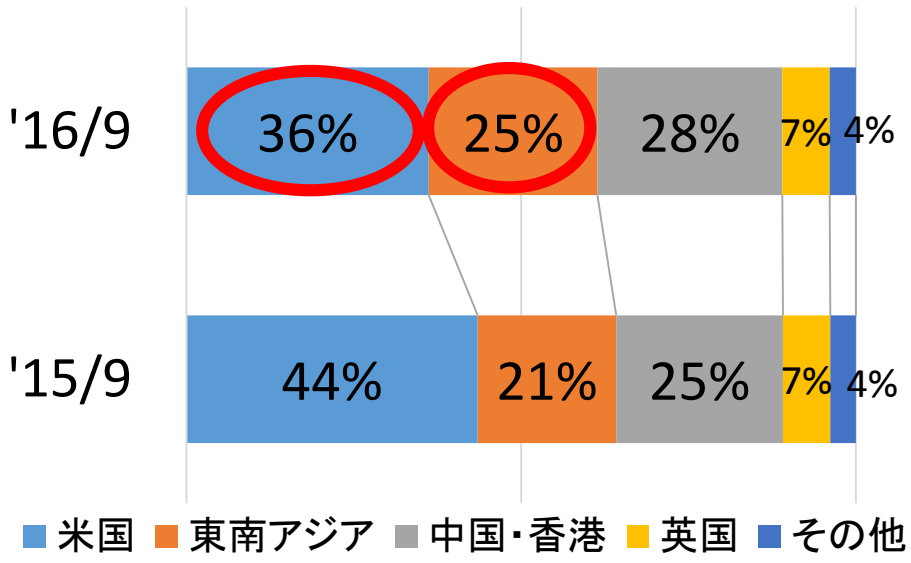


＊今期（16年9月）と前期（15年9月）の売上高は決算期変更に伴う影響を調整しています
＊各年の売上高は9ヶ月間（1～9月）で計算

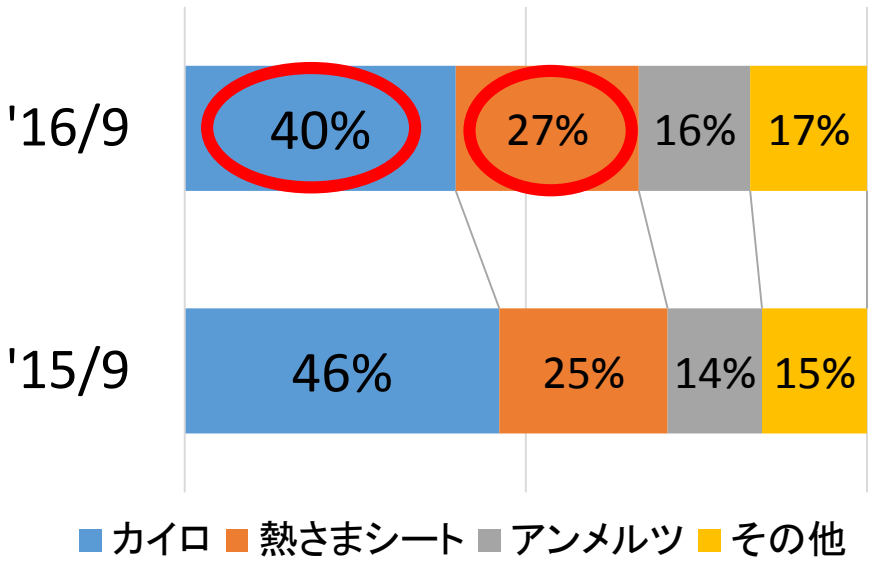
海外事業の売上高構成比

暖冬の影響で米国カイロが伸び悩んだ一方、
東南アジアの熱さまシートが伸長した。

＜地域別売上高構成比＞



＜品目別売上高構成比＞



＜地域別の主力品目＞
米国　　：カイロ
東南アジア：熱さまシート、アンメルツ
中国　　：カイロ、熱さまシート

＊今期（16年9月）と前期（15年9月）ともに9ヶ月間（1～9月）で計算

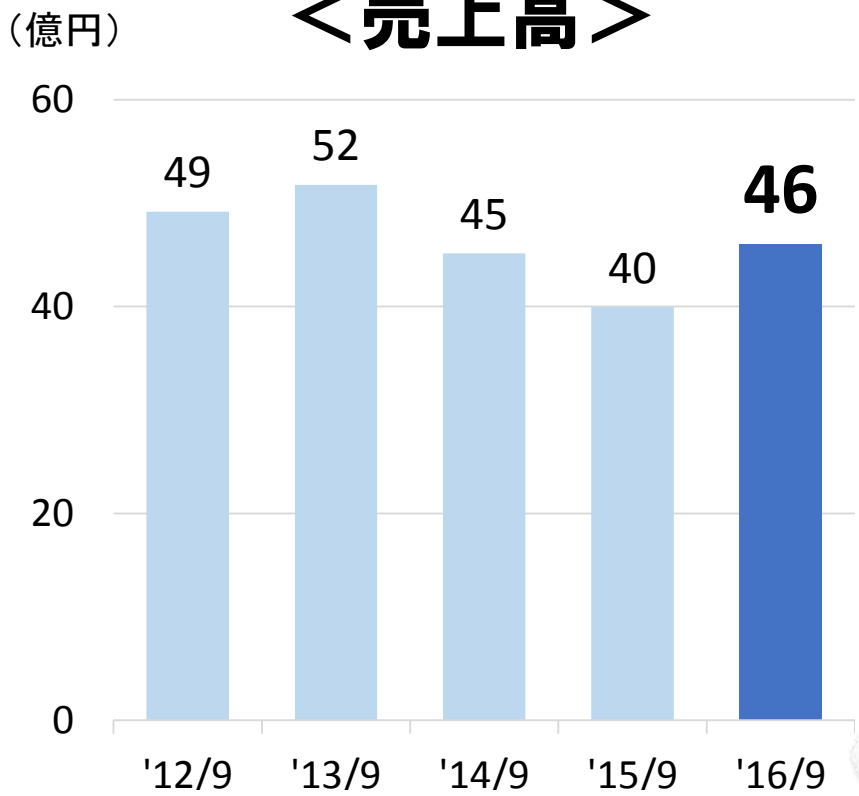
通信販売事業

通信販売事業の業績推移

定期顧客を増やしたことによりV字回復し、売上高46億円（調整後前期比115.1%）

積極的な広告費投下の影響で、営業損失178百万円（前年同期は営業損失66百万円）

＜売上高＞



＜サプリメント＞

調整後
前期比
112%

＜スキンケア＞

調整後
前期比
126%

2016年12月期
業績見通し

連結決算予想ハイライト

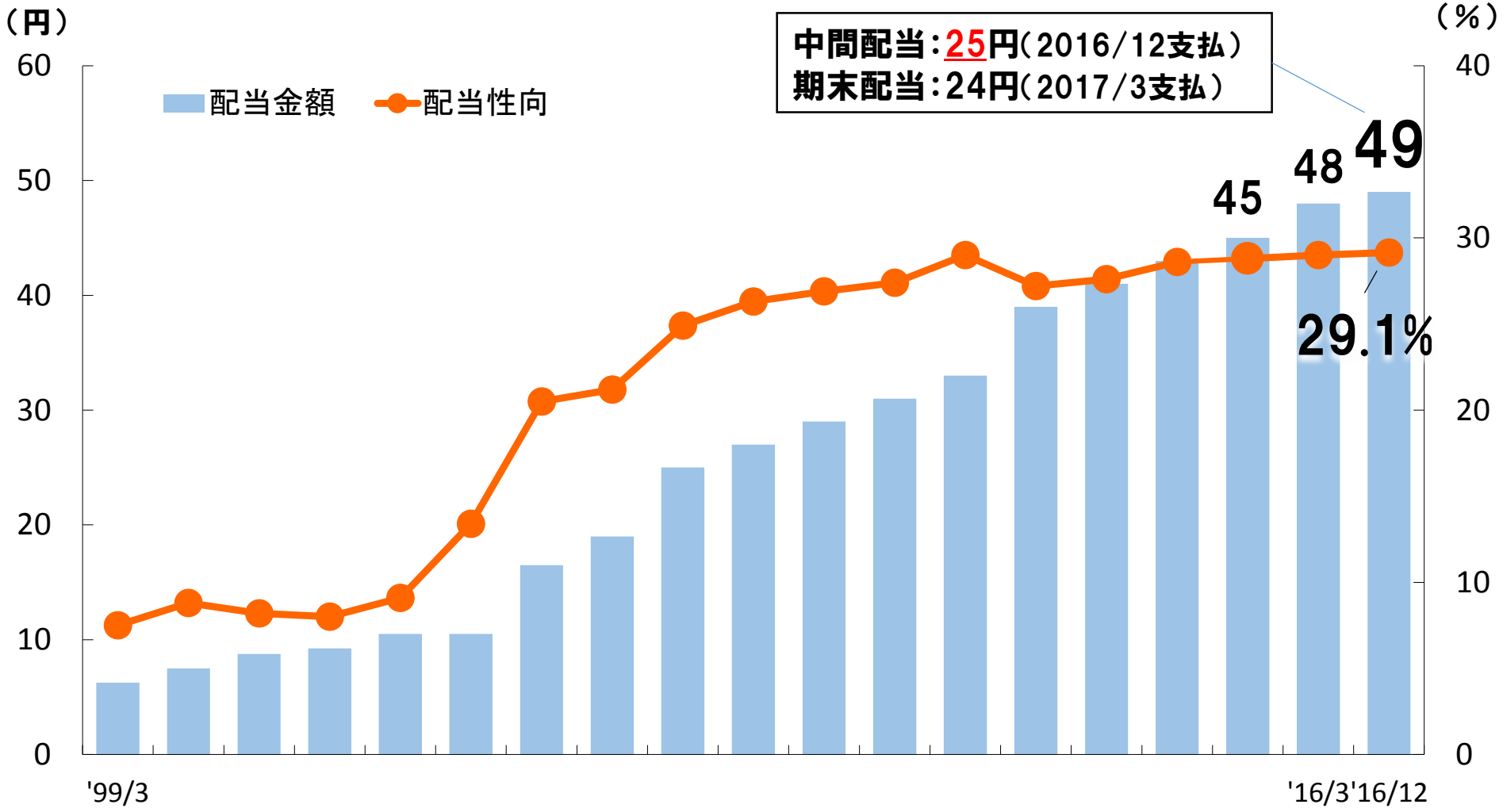
2016年12月期は9ヶ月の変則決算となるが、当期純利益19期連続増益を目指す。

	今期		前期		前期同期間	
	2016年12月期 （国内：16年4月-12月 海外：16年1月-12月）		2016年3月期 （国内：15年4月-16年3月 海外：15年1月-12月）		調整後前期 （国内：15年4月-12月 海外：15年1月-12月）	
	金額（百万円）	利益率（%）	金額（百万円）	比（%）	金額（百万円）	比（%）
売上高	117,300	-	137,211	85.5%	112,456	104.3%
営業利益	16,900	14.4%	18,260	92.6%	17,222	98.1%
経常利益	18,800	16.0%	17,949	104.7%	17,090	110.0%
当期純利益	13,500	11.5%	13,466	100.3%	12,762	105.8%

株主還元

株主還元 （配当の推移）

中間配当を24円から25円に増配し、年間49円の見込み。
18期連続増配を目指す。



小林製薬株式会社

あったらいいな®をカタチにする

2017-2019年
中期経営計画

過去の中期経営計画の振り返り

2011－2013年 中期経営計画

テーマ「実行結実」のもと、製品の使用実感にこだわった開発とPDCAを回す仕事のやり方の定着に取り組みました。

・利益は安定して出せるものの、新製品が期待ほど育たず、売上を大きく伸ばすことはできませんでした。

2014－2016年 中期経営計画

「新市場創造」をテーマに掲げ、新製品の育成と定着への取り組みを進めました。
また、4つの注力事業（海外・通販・スキンケア・漢方）を定めて資源を積極的に配分するとともに、M&Aによる事業拡大をはかりました。

・新市場創造製品開発については、成功事例も生まれましたが、売上の伸びはインバウンド需要に支えられる部分もありました。
・通販は苦戦しましたが、海外・スキンケア・漢方の3事業計で、2013年度に比べて100億円以上の売上を積み増すなど、引き続き成長が期待出来る事業に育ってきました。
・北米OTC事業や紅麹事業など、今後の事業成長に必要な基盤をM&Aによって獲得できました。

テーマ：実力ある成長

＜ありたい姿＞

新製品開発力・育成力をさらに高め、
「実力ある成長」を成し遂げ、
お客様のお困りごとを解決する
新市場創造No.1企業となる。

あったらいいな®
をカタチにする

今回中期経営計画 概要

＜連結数値目標＞

	2019年 目標*1	2016年 予測*2	対2016年比
売上高	1,650億円	1,423億円	116%
営業利益	230億円	179億円	128%
当期純利益	170億円	142億円	120%
ROE	10%	-	-

*1:目標数値は最低目標とし、それ以上を目指します。

*2:2016年予測は2016年3月期第4四半期国内実績と2016年12月期連結業績予想の数値を合算したものです。

今回中期経営計画 概要

＜戦略骨子＞

1.成長4事業*の推進

2.将来のための成長投資

3.新市場創造製品の開発と育成

4.従業員が成長を実感できる企業

＊海外、通販、スキンケア、漢方事業

戦略骨子:成長4事業の推進

海外事業	2019年 目標金額	対2016年*
➢ 北米・中国を中心としたOTC医薬品事業強化 ➢「熱さまシート」「アンメルツ」「カイロ」などの育成	270億円	140%以上

*2016年:1－12月の12ヶ月で予測

■北米OTC医薬品事業:M&Aで獲得したMax Freezeを足がかりに拡大

■カイロ事業:現地ニーズに即したパッケージデザイン、販売戦略

戦略骨子:成長4事業の推進

通販事業	2019年 目標金額	対2016年*
➢ 新規のお客様獲得につながる大型新製品開発 ➢ 店頭販売と通信販売をミックスしたブランド育成	120億円	120%以上

*2016年:1－12月の12ヶ月で予測

■トクホ「サラシア100」の育成策

商品を知っていただく15秒CM

はたらきや効果を理解いただく90秒CM

店頭で購入しやすい容量・価格

通販ならではの便利なお届けシステム

TV・店頭・Webなどを組み合わせた販売促進

血糖値コントロールについてのシンポジウム開催

サラシアの機能性学術研究

信頼感につなげるPR・学術活動

戦略骨子:成長4事業の推進

スキンケア事業	2019年 目標金額	対2016年＊
➢「ケシミン」「オードムーゲ」に次ぐ第3の柱となるブランドの創出	90億円	160%以上

＊2016年：1－12月の12ヶ月で予測

1 ケシミン

2 オードムーゲ

3 （第3の柱　候補）

エイジング・ケアなどの領域で差別化されたブランドを創出

戦略骨子:成長4事業の推進

漢方事業	2019年 目標金額	対2016年*
➢ お客様の体質・症状ごとに選びやすくした製品開発の継続追求	125億円	120%以上

*2016年:1－12月の12ヶ月で予測

■小林製薬流の漢方開発

漢方処方

清 肺 湯
（せいはいとう）

症状や効果を
わかりやすく・
選びやすく

効能効果

体力中等度で、せきが続き、たんが多くて切れにくいものの次の諸症状:
たんの多く出るせき、気管支炎

製品特長

タバコや排気ガスなどで、せき・たんが続く方のお薬です。漢方処方「清肺湯（せいはいとう）」が気管支粘膜の汚れを取り除きながら、せき・たんをやわらげます。

戦略骨子：成長投資と新製品育成

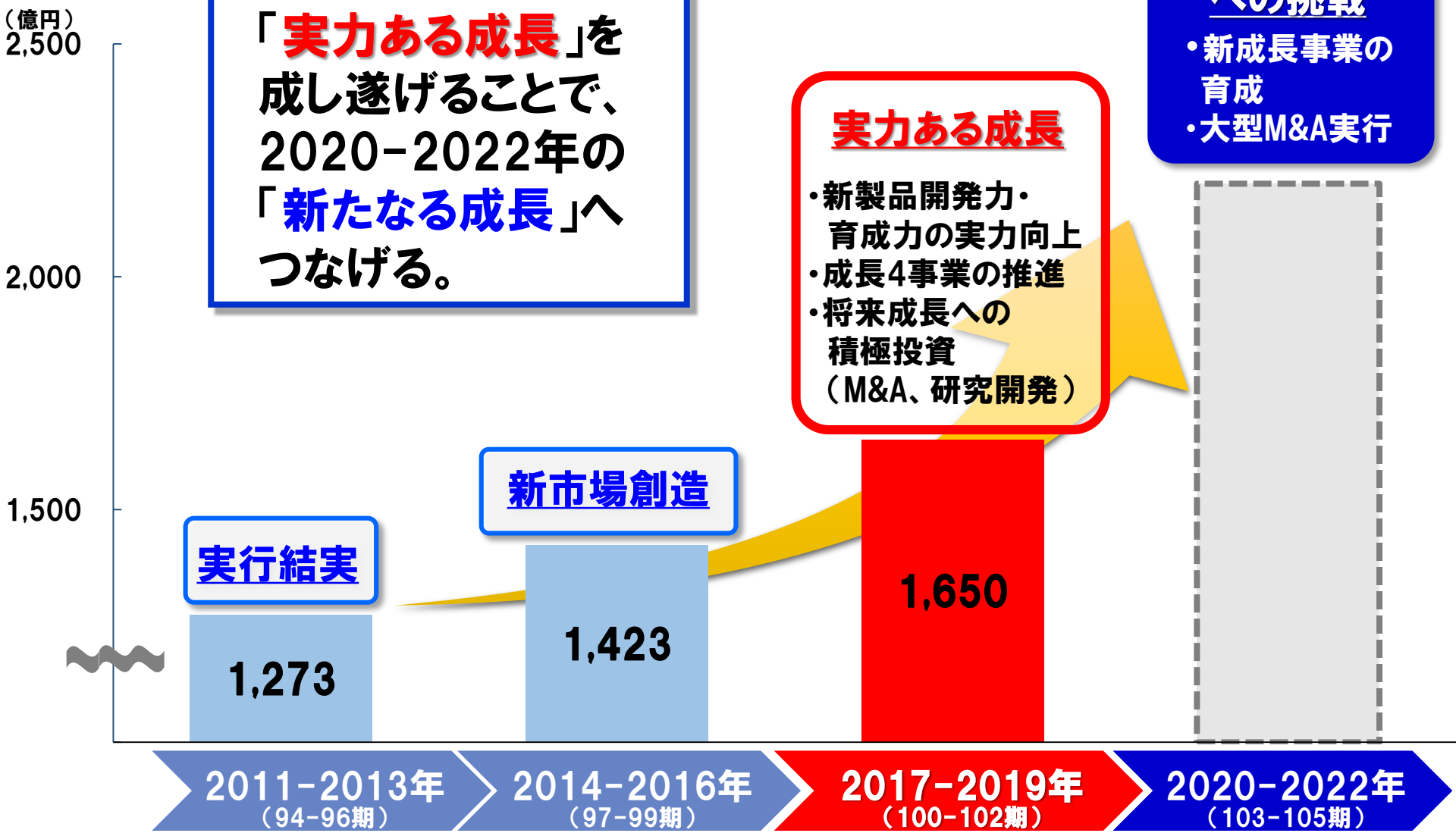
成長投資	**M&A**	**投資枠** （2017-2019年）
	➢ 海外事業：アジア・中国OTC医薬品販売の基盤確保 ➢ スキンケア事業：第3の柱となるブランド ➢ 国内：OTC医薬品、健康食品　など	300億円
	研究開発・新規事業	**新規投資** （2017-2019年）
	➢ 4つの重点分野（免疫素材、発酵技術、天然物科学、新OTC）を決定 中央研究所発の技術シーズ型新製品を上市	30億円

新市場創造製品の開発と育成

➢ 半期ごとに、2つ以上の新製品を育成し市場に定着させる

新たなる成長に向けて

2017-2019年に「**実力ある成長**」を成し遂げることで、2020-2022年の「**新たなる成長**」へつなげる。



あったらいいな®をカタチにする

小林製薬

＜注意事項＞
この資料に記載されている当社の現在の業績、計画、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。
従って、実際の業績は様々な要因の変化により記述している将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。