



小林製薬株式会社



2017年12月期第2四半期 決算説明会

2017年8月3日

代表取締役社長 小林 章浩

■2017年12月期第2四半期連結業績

■2017年12月期業績見通し

■株主還元

■2017-2019中期経営計画進捗状況

2017年12月期第2四半期 連結業績

前期同期間と比較して大幅な増収増益を達成

	2017年12月期 第2四半期実績 (2017年1月～6月)		前期同期間実績 (2016年1月～6月)		公表数値 (2017年2月1日発表)	
	金額 (百万円)	利益率 (%)	金額 (百万円)	比 (%)	金額 (百万円)	比 (%)
売上高	67,307	-	61,522	109.4%	63,500	106.0%
営業利益	10,363	15.4%	8,336	124.3%	7,600	136.4%
経常利益	10,244	15.2%	8,002	128.0%	7,100	144.3%
当期純利益	7,037	10.5%	5,922	118.8%	5,000	140.7%

* 前期同期間：前期実績を2016年1月～6月で計算

<売上の増減要因(前期同期間との比較)>

(単位:円)

プラス要素

- ①海外事業の伸長(+19億)
- ②新製品の寄与(+18億)
- ③国内既存品の増(+15億)
- ④インバウンド需要の増(+8億)
- ⑤通販事業の伸長(+3億)

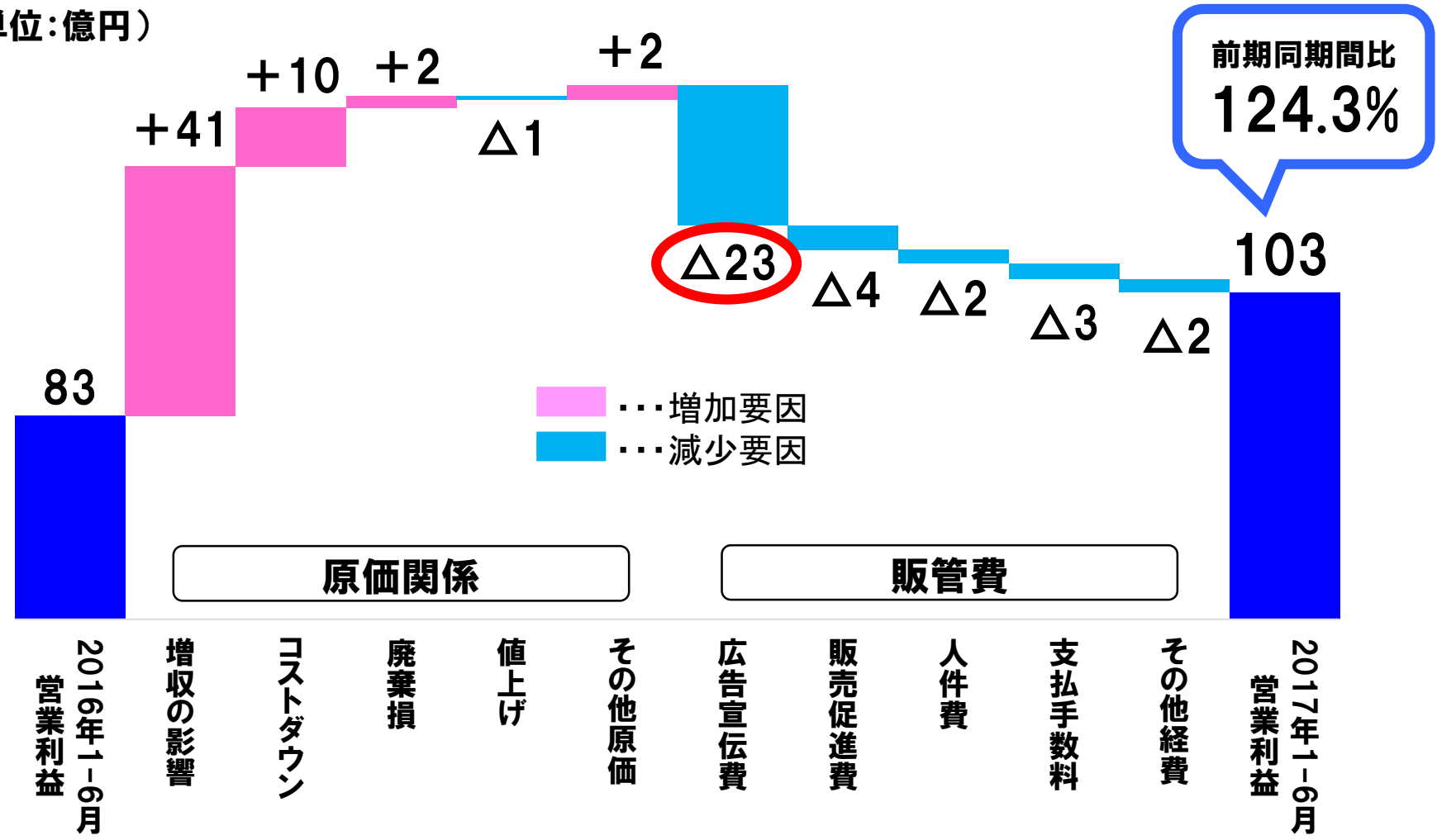
マイナス要素

- ①医療関連事業の売上減(△5億)

前期同期間比
109.4%

積極的な広告投下で売上成長を促し、大幅増益を達成

(単位:億円)



* 前期同期間: 前期実績を2016年1月～6月で計算

国内・海外・通販の主力3事業において増収を達成

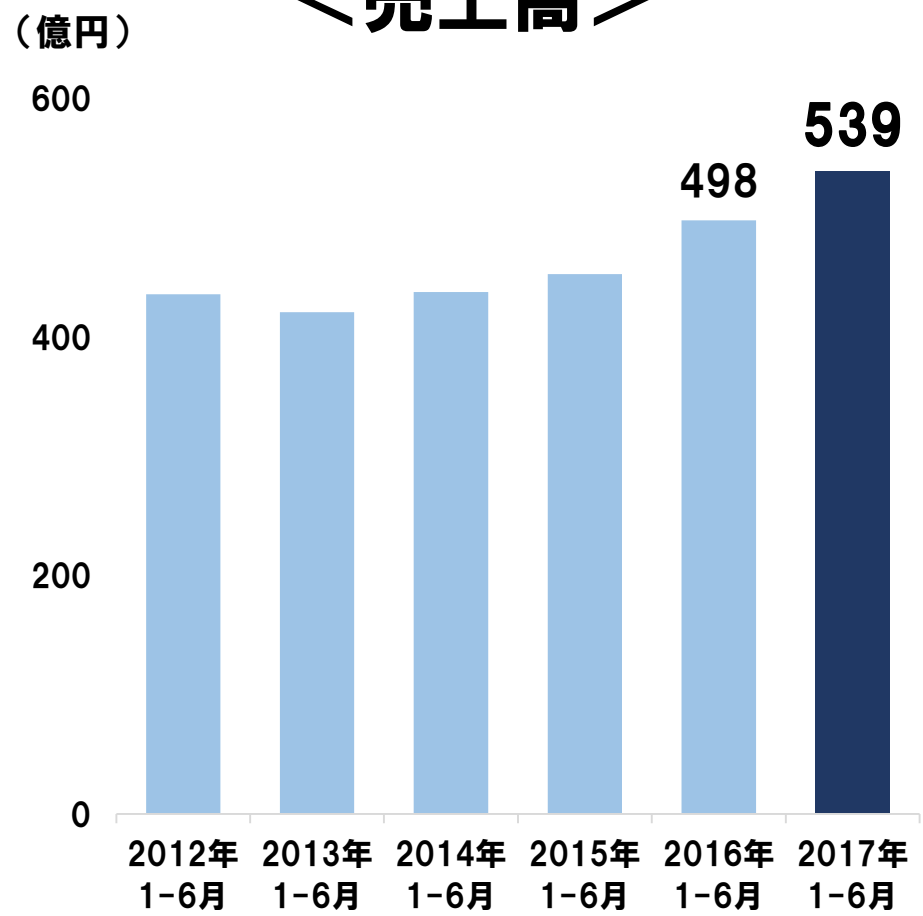
	国内家庭用品 製造販売事業 (国内店販＋桐灰化学)		海外家庭用品 製造販売事業		通信販売事業	
	金額 (百万円)	前期 同期間比 (%)	金額 (百万円)	前期 同期間比 (%)	金額 (百万円)	前期 同期間比 (%)
売 上 高	53,915 ※52,658	108.1% ※108.1%	7,909	132.3%	4,943	107.3%
営 業 利 益	9,956 ※10,361	121.9% ※119.9%	57	102.3%	△67	前期同期間実績 △11

※桐灰化学を除いた売上高と営業利益

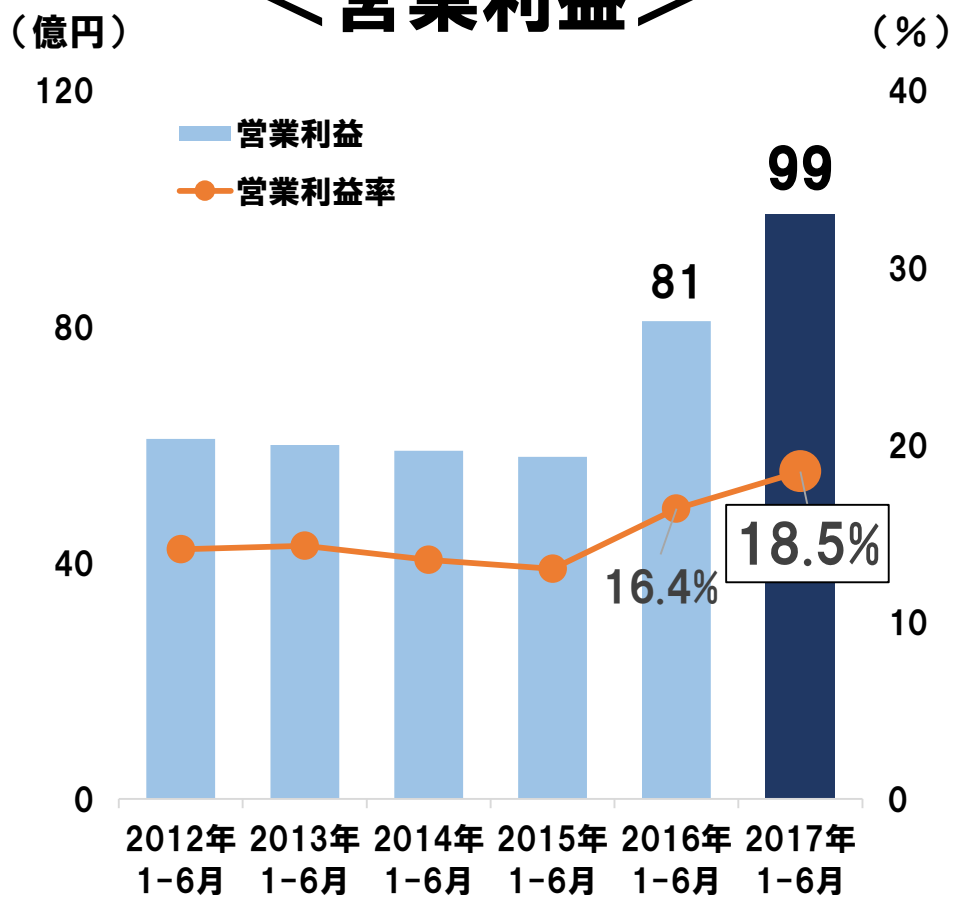
国内家庭用品製造販売事業 （国内店販＋桐灰化学）

売上高 539億円(前期同期間比108.1%)
営業利益 99億円(前期同期間比121.9%)

<売上高>



<営業利益>



*各期を1月～6月で計算

新製品・既存品ともに好調で、ヘルスケアを中心に売上拡大

	2017年12月期 第2四半期実績 (2017年1月～6月)	前期同期間 (2016年1月～6月)		
	金額 (百万円)	金額 (百万円)	差額 (百万円)	比 (%)
ヘルスケア	27,483	25,028	+2,454	109.8%
日用品	22,680	21,452	+1,228	105.7%
スキンケア	2,983	2,503	+480	119.2%
カイロ	768	869	△101	88.3%
合計	53,915	49,853	+4,062	108.1%

* 前期同期間：前期実績を2016年1月～6月で計算

	期初の想定 (前期同期間比)	好調の要因	結果
第1四半期 (1月～3月)	増収を想定	・広告費増により売上好調(特に医薬品) ・インバウンドの増加(+3億円)	前期同期間比 106.2%
第2四半期 (4月～6月)	同額程度を想定	想定以上に好調 ・広告費増により売上好調(特に医薬品)  ・インバウンドの増加(+5億円) 想定どおり ・高付加価値製品へシフト ・新製品の好調 ・発売から3～4年経過した新製品好調 	前期同期間比 109.7%

インバウンド推計額は33億円(前期同期間+8億円)

<インバウンド推計額>

(単位:億円)

33

25

19

2015年
1-6月

2016年
1-6月

2017年
1-6月

「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)



医薬品



サプリメント



日用品

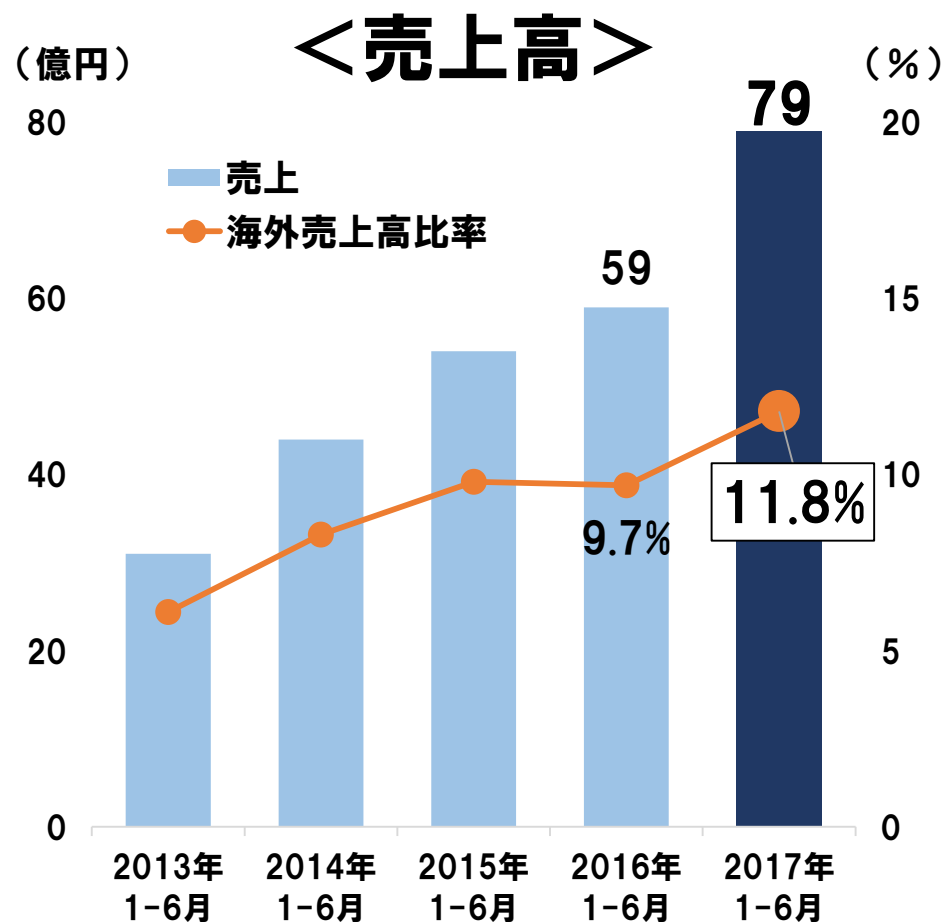


海外家庭用品製造販売事業

米国カイロ、中国・東南アジア「熱さまシート」好調

売上高 79億円(前期同期間比132.3%)

営業利益 0.5億円(前期同期間比102.3%)



*各期を1月～6月で計算

通信販売事業

積極的な広告投下により、昨年からのV字回復を維持

売上高 49億円(前期同期間比107.3%)

営業損失 0.6億円(前期同期間は営業損失0.1億円)



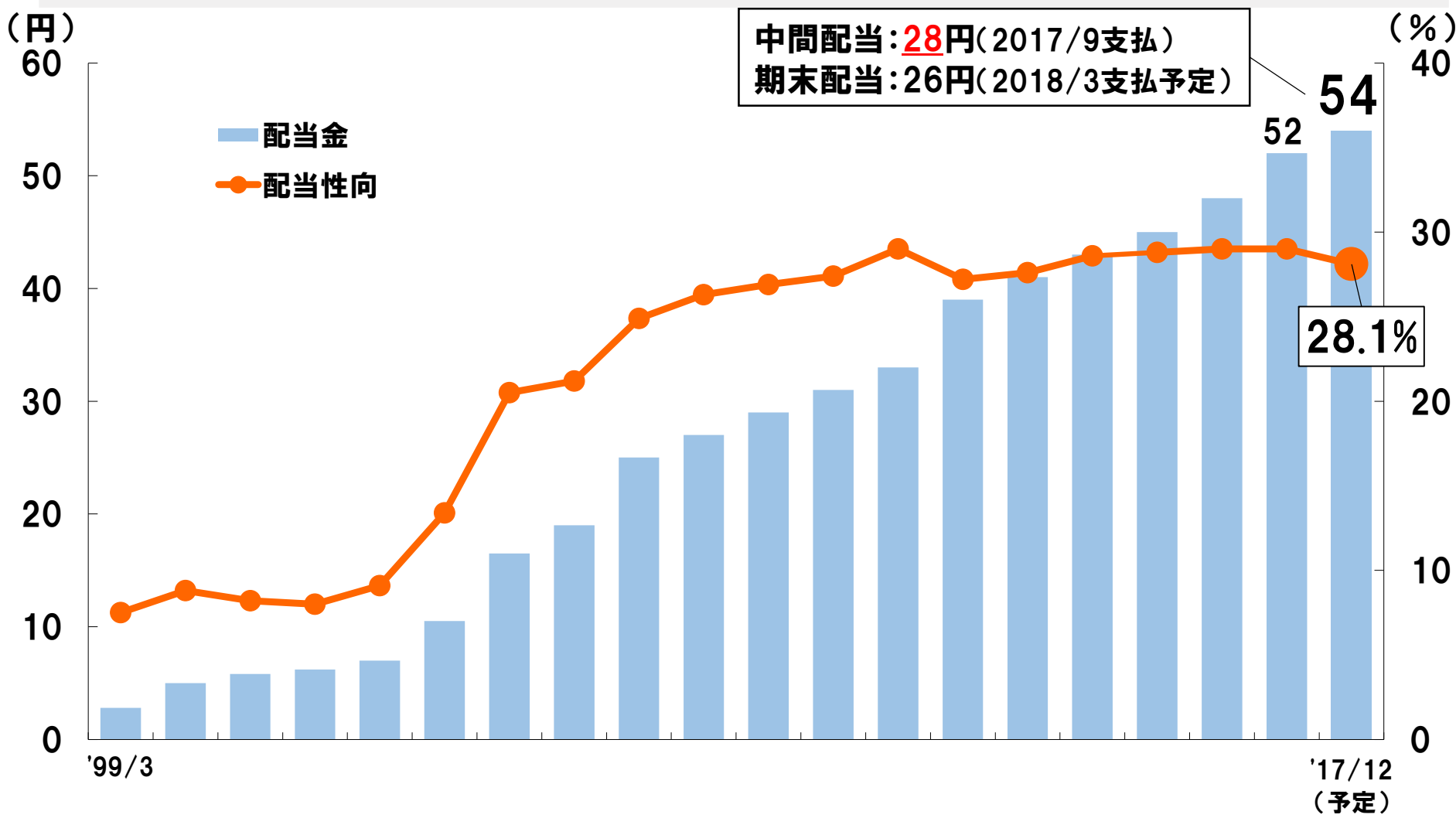
2017年12月期 業績見通し

増収増益、かつ当期純利益20期連続増益を目指す。

	2017年12月期予想 (2017年1月～12月)		前期同期間実績 (2016年1月～12月)	
	金額 (百万円)	利益率 (%)	金額 (百万円)	比 (%)
売上高	150,000	—	144,806	103.6%
営業利益	20,000	13.3%	18,446	108.4%
経常利益	21,000	14.0%	20,359	103.1%
当期純利益	15,100	10.1%	15,025	100.5%

株主還元

中間配当を26円から28円に増配、年間配当は54円の予定
19期連続増配を目指す



2017-2019中期経営計画 進捗状況

<ありたい姿>

2016年11月1日発表

テーマ：『**実力ある成長**』

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。

<連結数値目標>

	2019年 目標*1	2016年 実績*2	対2016年比*3
売 上 高	1,650億円	1,448億円	114%
営 業 利 益	230億円	184億円	124%
当 期 純 利 益	170億円	150億円	113%
R O E	10%	10%	—

*1: 目標数値は最低目標とし、それ以上を目指す *2: 2016年1月～12月の実績 *3: 2016年1月～12月の実績との比較

＜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

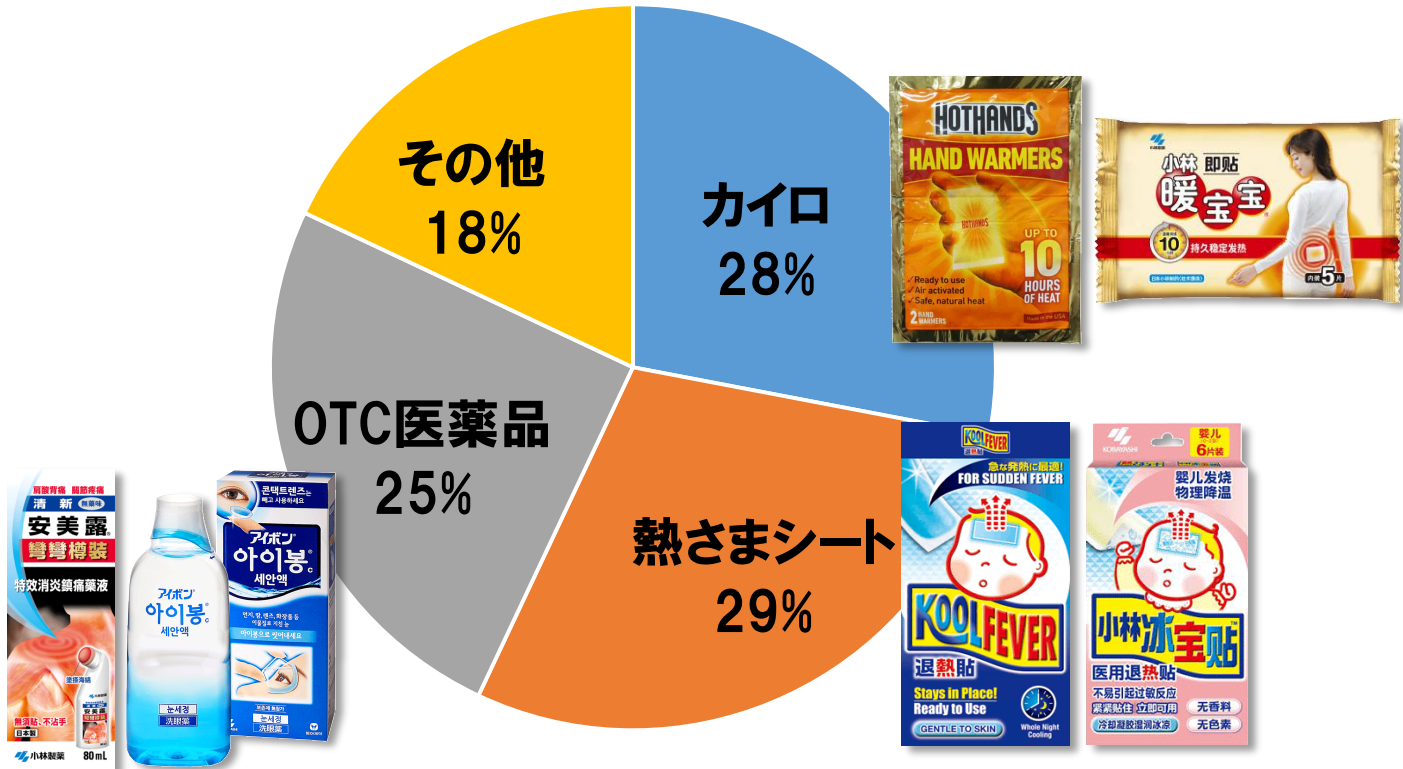
***成長4事業：海外、通販、スキンケア、漢方事業**

海外事業	2019年 目標金額	対2016年比*
➢ 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	150%
通販事業	2019年 目標金額	対2016年比*
➢ 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	126%
スキンケア事業	2019年 目標金額	対2016年比*
➢ 「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	167%
漢方事業	2019年 目標金額	対2016年比*
➢ 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	113%

*2016年1月～12月の実績との比較

現在取り組んでいること	2019年 目標金額	目標に対する 進捗状況
北米・中国・東南アジアでカイロ、熱さまシートの強化 OTC医薬品事業の強化	270億円	◎

<品目別構成比>



現在取り組んでいること	2019年 目標金額	目標に対する 進捗状況
店頭販売とミックスしたブランド育成(例:サラシア)	120億円	△



	通信販売	店頭販売
テレビCM	90秒CM 働きや効果の 理解促進	15秒CM 製品名の 認知拡大
その他活動	通販と店販が協力して活動 ブランドサイト開設、学術研究 シンポジウム開催 など	

↓
ブランド育成

現在取り組んでいること	2019年 目標金額	目標に対する 進捗状況
第3、4の柱として「マダムジュジュ」「バイオイル」を育成	90億円	△

第1の柱



ケシミン

第2の柱



オードムーゲ

第3の柱



マダムジュジュ

第4の柱候補



バイオイル



バイオイル



(左)ユニオンスイス社
社長ジャスティン氏

現在取り組んでいること	2019年 目標金額	目標に対する 進捗状況
“わかりやすさ”の製品開発とマーケティング活動の継続	125億円	◎

新製品

今年、3品の漢方・生薬新製品を発売



既存品

わかりやすさの広告で売上大幅UP



現在取り組んでいること	目標に対する進捗状況
ヘルスケア ◎スキンケア医薬品市場の拡大 ◎スイッチOTCの取り組み ◎機能性表示食品の拡大 	◎
日用品 ◎高付加価値製品の投入 ◎勝てる製品をスピード開発 ◎新市場創造に挑戦 	○

テーマ：『**実力ある成長**』

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。

✓ 改めて我々の存在意義を問い直すと

【ひとりひとりのお客様への価値創造】

小林製薬グループが手がけなければ、我慢するか自助努力で解決するしかない
お客様の生活・健康上のお困りごとを解決

【社会的価値創造につながっている】

お客様のお困りごとの背景にある世の中全体のお困りごとの解決にも
貢献できると考え、さらに取り組みを充実していきます



<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。