

あったら
いいな[®]

をカタチにする

発行年月：2020年9月

 小林製薬

青い鳥 通信

株主様への
お知らせ

株主のみなさまへ

まず初めに、新型コロナウイルス【COVID-19】によりお亡くなりになられた方々のご冥福をお祈りいたしますとともに、罹患された方々に心よりお見舞い申し上げます。

2020年12月期上半期は新型コロナウイルスの影響により、国内外で除菌・衛生関連製品を中心に需要増が見られましたが、移動の規制に伴う外国人訪日客のインバウンド需要の大幅な減少の影響を受け、今期の業績予測の下方修正を行いました。

一方で、中期経営計画のテーマである「国際ファースト」の戦略は着実に進めてまいります。本中計の最注力国である中国では、2020年中に日本と中国で同じ新製品を同時に発売する計画や、2018年に買収した江蘇小林製薬で生産した医薬品を発売する計画もあります。コロナ禍においても日本で開発した新製品を各国ハスピーディーに導入していくことで今後の持続的な成長を目指します。

我々の強みは小さくとも新しいニーズを捉え、新製品をスピーディーに開発し、新しい市場を創造していくものです。2020年中には新型コロナウイルスの影響で変化した生活習慣やニーズにあった新製品の発売を予定しております。

今後もお客様の“あったらいいな”をカタチにすべく
社員一同邁進してまいります。

小林製薬株式会社
代表取締役社長 小林 章浩



新型コロナウイルス感染症拡大に対する支援

2月

中国の武漢市へ
約300万円寄付

5月

大阪府内の感染軽症者の
宿泊先ホテルに
オーラルケア等の
アメニティを提供



6月

学校トイレの
新型コロナウイルス感染防止
啓発ツールを作成



4月

大阪府の
助け合い基金へ
3,000万円寄付



5月

大阪府医師会へ
消毒用アルコール
(約7,000L)を提供



7月

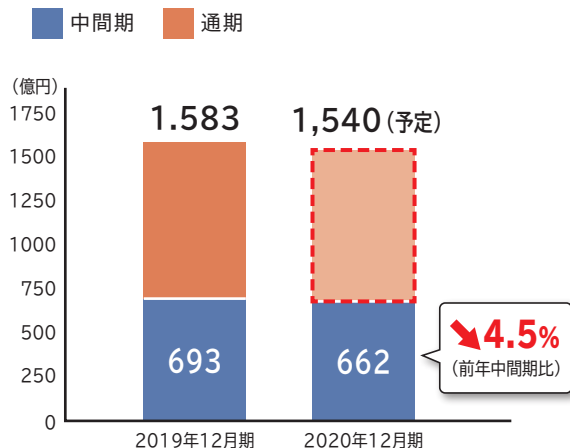
大阪府医師会へ
熱中対策製品提供



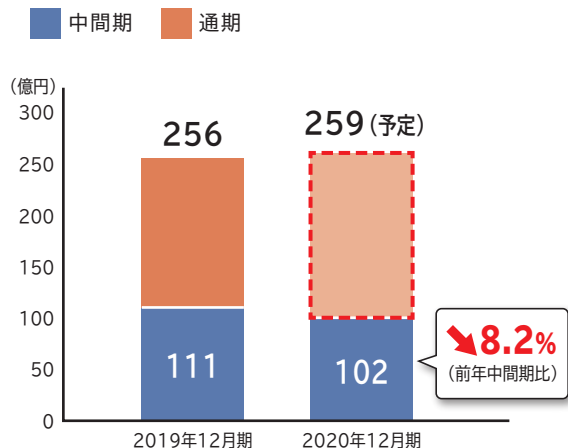
業績ハイライト

2020年中間期はコロナ影響により減収。当期純利益は100.2%と増益。配当は前中間期と比べ1円増配。年間配当も前年と比べ2円増配予定で、22期連続の増配を目指します。

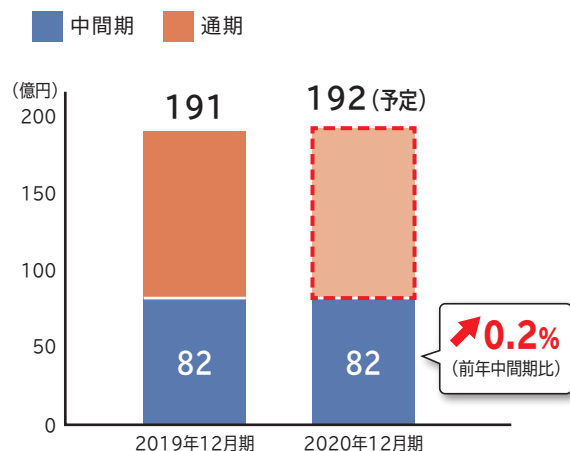
売上高



営業利益

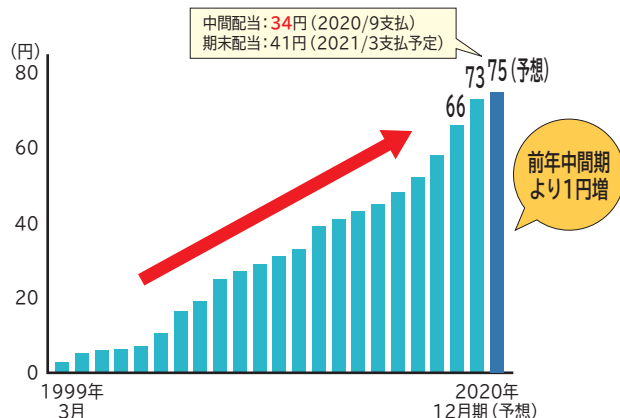


当期純利益



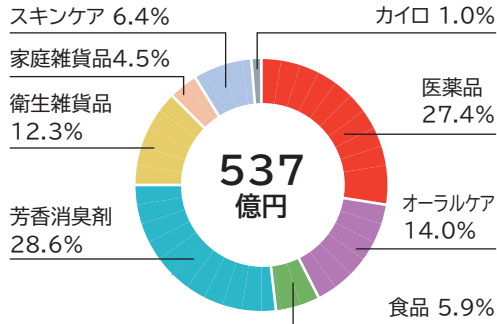
1株当たり配当金

当中間期の配当は当初予想通り34円（前中間期比1円増）となりました。



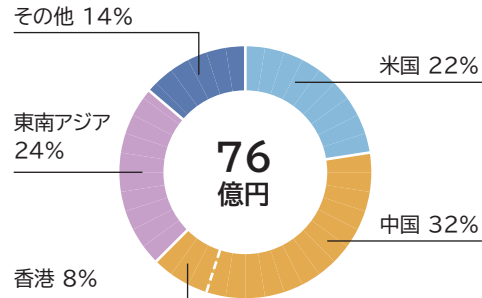
国内事業実績構成

〈2020年1月～6月〉



海外事業実績構成

〈2020年1月～6月〉



新型コロナウイルスの世界的な流行やそれに伴うインバウンド需要の大幅な減少、国内外で昨年以上の暖冬になるなど、厳しい環境だったことが業績にも影響。2020年上半期業績は、国内事業は537億円（前年同時期545億円）、海外事業は76億円（前年同時期92億円）と、いずれも前年を下回りました。

／社／長／か／ら／の／一／言／

2020年上半期は新型コロナウイルスの流行や世界的な暖冬の影響により前年業績から減収増益となりました。下半期もコロナウイルスの影響は続くと思われることから、当初の業績予測を下方修正しました。売上は通期予測で前年を下回るものの、社内の経費削減等を徹底することで営業利益及び当期純利益は増益を達成し、22期連続の増配を目指します。

	2020年 当初計画	2020年 業績予想(修正後)		
	金額(百万円)	金額(百万円)	前期比(%)	期初計画比(%)
売上高	165,000	154,000	97.3%	93.3%
営業利益	26,400	25,900	100.9%	98.1%
当期純利益	20,000	19,200	100.3%	96.0%

中期経営計画テーマ：
国際ファースト

日本だけでなく世界でも“あったらいいな”を開発

日本で“あったらいいな”をカタチにしていくことはもちろんのこと、それをスピーディーに海外にも展開していきます。それだけでなく、今後は世界各国に存在するお困りごとを見つけ出し、現地で独自の「あったらいいな」開発を実行できるよう挑戦していきます。

2030年のありたい姿

グローバル経営を推し進め、2030年には、各国で毎年新市場を1つ創造しており、世界でもお困りごとを解決することで人と社会に貢献し、新市場（新習慣）を創造する企業として認知されつつある状態でありたい。

- 国内では「あったらいいな」アイデア開発と育成を究めている
- その新製品を各国にスピーディーにローカルフィットさせ広げている
- 米・中国・アジアの3極でも「あったらいいな」開発の成功例が出ている

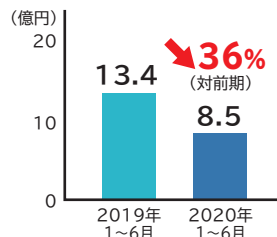


連結売上高2,800億円（うち国際事業900億円）

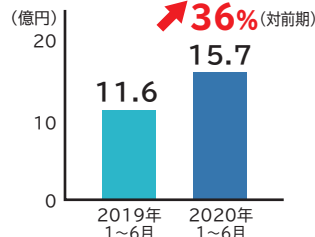
中国本土売上（店頭・EC※）

新型コロナウイルスによる外出減で店頭（特に薬局）は苦戦。EC※は3月以降回復し、大きく伸長。

店頭売上高



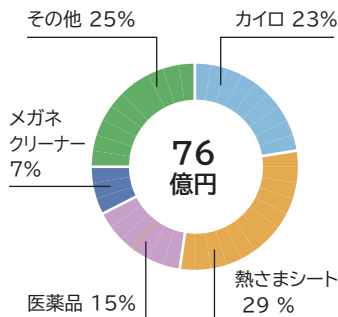
EC売上高（本土+越境）



※EC (electronic commerce)：電子商取引と訳され、インターネット通販やネットショップといった、インターネット上で商品やサービスを売買することを指す

海外カテゴリー別売上構成

〈2020年1月～6月〉

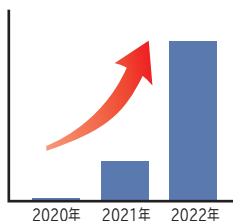


中国での取り組み（医薬品）

今秋に1品発売、アンメルツは来年発売予定。熱さまシートの販売チャネル（薬局：約8万店舗）を活用して配荷を拡大。2022年にOTC医薬品で約4億円の売上を目指す。

2020年	2021年
外用薬 A	外用薬 B
	アンメルツ

OTC医薬品 売上計画



中国での取り組み（日用品）

インバウンド需要の減少を中国本土で補う。今秋にはデコラルのアイテム追加品を日中同時発売。

中国本土で売上伸長している製品例



日中同時
発売
(2020年9月)



生活習慣の変化を受けて

生活習慣の変化（マスク着用の通年化、衛生意識の向上、在宅勤務の増加、通院頻度の減少等）により、新たなお困りごとが発生しています。そんなニッチなお困りごとをいち早く捉え、全社あげてアイデア創出し、製品化していきます。

New Products
通常の秋の新製品とは別枠で、
年内に10品を販売予定



※パッケージデザインは変更になる場合がございます。

ウイルテクトシリーズ

ほちゅうえつきとう 神農補中益気湯 エキス錠

しょうせいりゅうとう 新生小青竜湯内服液



開発担当者の声

ヘルスケア事業部
マーケティング部
漢方・生薬G
高井 晋平



元々体が弱く風邪を引きやすい。だからウイルスの季節が心配な方にウイルテクトの補中益気湯をどうぞ。漢方補中益気湯が細胞を活性化することで基礎体力を高めて弱った体を強くしてくれます。



既存品について

除菌・衛生関連品を中心に需要増が見られ、増収効果は24億円（1Q:17億円、2Q:7億円）



※いずれの製品も新型コロナウイルスへの効果が確認できているわけではありません。

増収効果の大きい品目ランキング 2020年1月~6月

順位	品目	前期比※
1	のどぬ~るぬれマスク	+65%
2	のどぬ~るスプレー	+58%
3	液体ブルーレット除菌	+21%
4	メガネクリーナ	+54%
5	オードムーゲ	+23%
6	ハナノア	+45%
7	ダスマック	+46%
8	かんたん洗淨丸	+24%
9	アイボン	+5%
10	サラサーティ	+4%
11	便座除菌クリーナ	+63%
12	熱さまシート	+5%
13	さぼったリング	+39%
14	イージーファイバー	+16%
15	トイレトペーパーでちよいふき	+123%

■ 実需が伴っておらず、一時的なもの ※インバウンドの影響を除く

2020年秋の新製品

NEW PRODUCTS LINEUP



“あつたらいいな”

をカタチにした新製品14品を
8月末より順次全国で発売いたします



ミーミエイド
(第2類医薬品)



アルピタンγ (茵陳五苓散)
(第2類医薬品)



小林製薬の
機能性表示食品
安眠ヘルブ



小林製薬の
機能性表示食品
健脚ヘルブ



小林製薬の
機能性表示食品
腸活ヘルブ



小林製薬の
機能性表示食品
血圧ヘルブ



小林製薬の
機能性表示食品
ブルーベリーEX



うる息
プレスクア



生薬もふもふ
磨けるブラシ



トイレの消臭元
CLEAN



Sawaday香るStick
SAVON



Sawaday香るStick
グランパルファム



Sawaday香るStick
パルファム



ブルーレット
はなりウム



マグマ
くっ下に貼る

ミーミエイド

第2類医薬品

繰り返す耳まわりのかぶれ・荒れ治療薬



開発担当者の声



ヘルスケア事業部
マーケティング部 洋菜G
出原 温子

近年マスク着用機会が増え耳にかゆみなどの症状を持つ方が増えています。大人から子どもまでマスク着用での生活がしばらくは続きますが、小さなお子様のメガネ使用率も年々増加傾向にあります。耳はメガネや髪の毛でも刺激を受け、日常的にトラブルが発症しやすい場所です。身体他の部位とは異なり皮脂が多く、血行が悪いのも特徴です。

耳まわり特有のかぶれや、荒れに悩む生活者の声に応えるため耳周りの治療薬を開発しました。

