

2010年度の営業概況



キョーリン製薬グループの事業は、「セグメント情報等の開示に関する会計基準」の改正に合わせ2010年度より決算短信などでは「医薬品事業」、「ヘルスケア(スキンケア)事業」の2セグメントで情報を開示しています。他方、中期経営計画「HOPE 100-ステージI」では経営戦略に即し、医薬品事業(領域)として「国内新医薬品」、「海外新医薬品」、「後発(ジェネリック)医薬品」、ヘルスケア事業(領域)として「一般用医薬品他」、「スキンケア」の合わせて5区分で事業活動を情報開示しています。また、売上目標についても当該区分での金額となっています。よって、中期経営計画におけるヘルスケア事業は広義の意味であり、目標売上高もスキンケアと一般用医薬品他の合計となっています。

国内新医薬品

呼吸器内科、耳鼻科、泌尿器科を中心とする特定領域の医師、医療機関に営業活動を重点化するフランチャイズ・カスタマー(FC)戦略を推進しました。また、卸店政策のさらなる強化により、効率的な販売力の発揮、生産性の向上に努めました。加えて、科学的根拠に基づく適正使用と製品の普及の最大化を図りました。

その結果、売上高は前年度を上回り、852億84百万円(前年度比6.9%増)となりました。

主要製品では、気管支喘息・アレルギー性鼻炎治療剤「キプレス」、過活動膀胱治療剤「ウリトス」が好調に推移し、気道粘液調整・粘膜正常化剤「ムコダイン」は前年度を上回る実績となりました。



海外新医薬品

主要製品である広範囲抗菌点眼剤「ガチフロキサシン点眼液(導出先:米国アラガン社)」の売上高は、前年度に対しほぼ横ばいで推移しました。

その結果、売上高は27億36百万円(前年度比4.1%増)となりました。



後発(ジェネリック)医薬品

2010年4月より推進されている後発(ジェネリック)医薬品の使用促進策(薬局の調剤基本料における後発医薬品調剤体制加算の見直し)などにより、市場の拡大が進展するなか、当社グループの後発(ジェネリック)医薬品は保険調剤薬局市場での売上が好調に推移しました。

その結果、売上高は88億71百万円(前年度比2.7%増、前年度は決算期変更によりキョーリン リメディオ(株)の連結対象期間は14ヶ月)となりました。なお、医療用医薬品事業を取り巻く環境変化に応じて臨機応変な戦略を展開すべく、2010年10月1日、キョーリン リメディオ(株)の卸店販売ルートを杏林製薬(株)に集約し物流を統合しました。



一般用医薬品他

主要製品である哺乳びん殺菌消毒剤「ミルトン」は、哺乳びん消毒液のトップシェアの製品であり、売上高は前年度を上回りました。OTC医薬品は、医療用医薬品メーカーのOTC医薬品部門として、特に呼吸器領域での専門的な情報提供ができることを特長とし、「クールワン去たんソフト」を中心に「クールワン」ブランドの強化に取り組みました。

しかしながら、(株)杏文堂(2011年4月1日付けで、キョーリンメディカルサプライ(株)へ商号を変更)の決算期変更(2月末日から3月31日へ変更。前年度の連結対象期間は13ヶ月)の影響により、売上高は前年度を下回る43億78百万円(前年度比18.7%減)となりました。



ヘルスケア(スキンケア)

個人消費の低迷や需要の減少などに加え、異業種や大手企業の参入によりスキンケア市場の競争が激化しました。それらの影響を受け、ナノカプセル技術を応用した化粧品事業を行うドクタープログラム(株)の売上高は低迷しました。

この結果、当セグメントの売上高は27億97百万円(前年度比16.3%減)となり、営業利益は1億4百万円(前年度は1億92百万円の営業損失)となりました。

