



日本ケミファ株式会社

(証券コード：4539)

日本ケミファの歴史と 事業の特長および株主還元について

2025年12月9日

取締役専務執行役員 安本昌秀



> 当社の歴史

事業の特長

株主還元と中間決算

会社概要

商号	日本ケミファ株式会社
設立	1950年6月16日
資本金	43億4百万円（2025年9月末現在）
株式上場	東証スタンダード
事業内容	医療用医薬品・臨床検査薬の製造・販売および輸出入業、健康・医療関連事業
取引銀行	三井住友銀行、三菱UFJ銀行、あおぞら銀行、きらぼし銀行、みずほ銀行
売上高	325億70百万円（連結 2024年度）
従業員	865名（連結 2025年9月末現在）

グループ概要



医療用医薬品の製造・販売



日本薬品工業株式会社

医療用医薬品の製造・販売



Nippon Chemiphar Vietnam Co., Ltd.

非臨床試験および臨床試験の受託

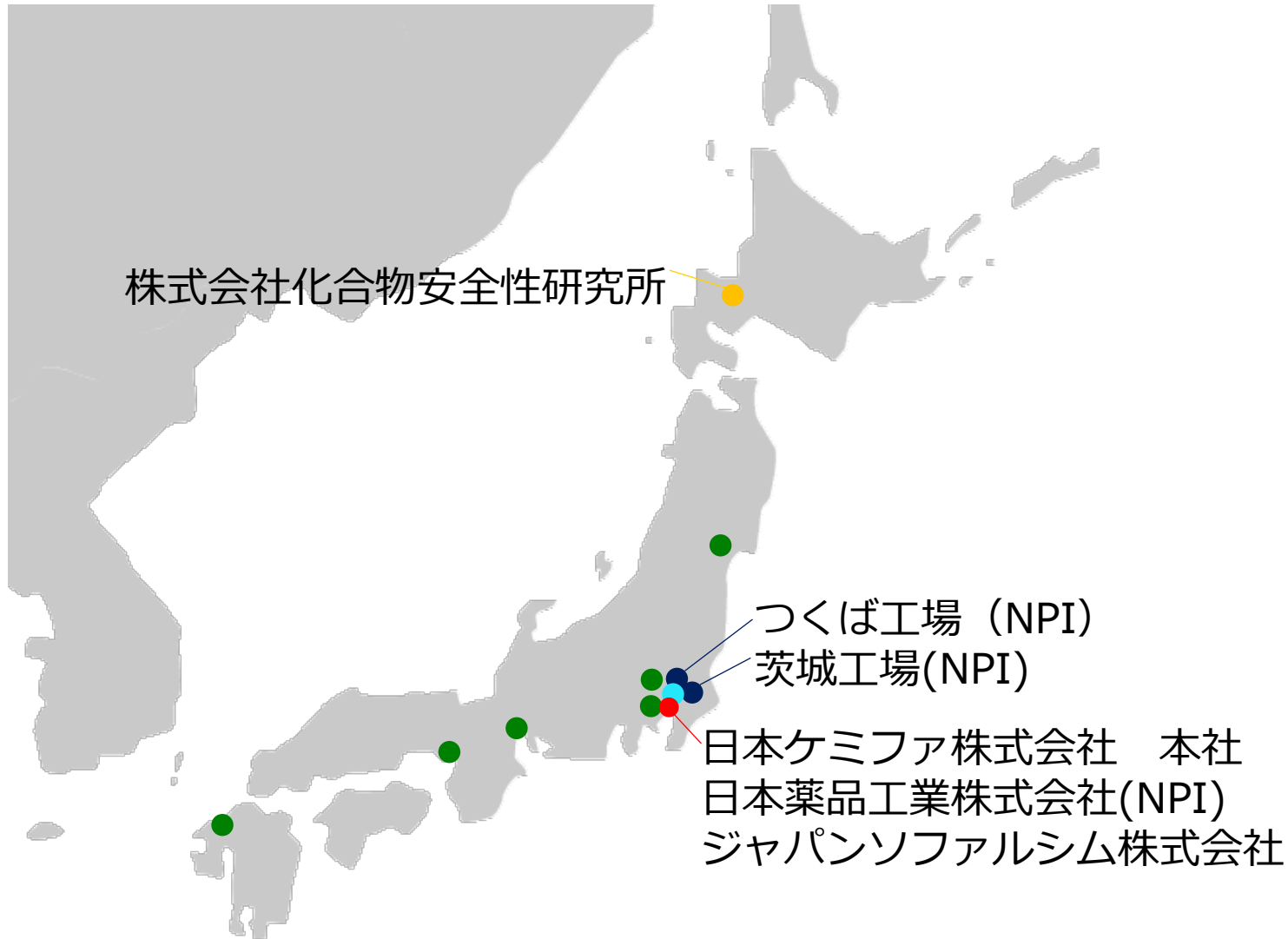


株式会社化合物安全性研究所

ジャパンソファルシム株式会社

医薬品原料の輸入販売

事業所展開



Nippon Chemiphar Vietnam Co., Ltd.
(NPI子会社、ベトナムホーチミン市)

● 日本ケミファ本社 ● 日本ケミファ支店 ● 草加事業所 (研究所) ● 子会社・関連会社 ● 製造工場

創業の背景～1950年のできごと～

1950年

日立化学株式会社を設立

- 発足時の資本金は8万円、従業員10名
- 日立化学の社名は、
敗戦の焦土から復興を目指す日本の国土や産業が
立派に「日立つ」よう、自分たちの事業も、
ともに発展成長するようにという理想を込めた

…設立わずか9日後に突如朝鮮戦争が勃発、わが国経済も活気を呈し
国内医薬品産業は急速な立ち直りを見せる



エフレチンの看板が創業時の建屋



渋谷区幡ヶ谷にあった創業当時の工場外観(左)、注射剤の洗浄(中央)と充填風景

1970年代までの着実な成長

高度経済成長と1961年に実現した国民皆保険制度の波を捉え順調に社業を発展。

1970年 社名を**日本ケミファ株式会社**に変更
…「ケミカル」と「ファーマシー」を組み合わせた造語で、
従業員から応募された数百の候補から選んだ

従業員の声を大切にする風通しの良い社風は今も変わらず

1971年 東京証券取引所市場第二部に株式上場



20周年記念式典で社歌を歌うデュークエイセス（左）と記念式典の様（右）

医薬品の



日本大薬

チャレンジを後押しする社風

1976年

臨床検査薬事業へ参入

いきなりの投薬ではなく検査を行うことが一般的になると想定しての動き

→2020年に1滴の血液で41項目のアレルゲンをわずか30分で測定できる「ドロップスクリーン」を発売し、近年事業売上が急拡大している（ドロップスクリーンの詳細は後述）

1980年代には、システム会社の保有や、サプリメントや化粧品などのヘルスケア事業、老人ホーム経営など、さまざまなチャレンジを行いました

失敗もあったが、チャレンジ精神は今なお健在



COMMUNICATION

レオニス ケア システムは先生と患者さんの新しい人間関係を築きます。

プリントアウトされた解かりやすいグラフやチャート患者さんに渡して症状の説明、生活指導等を行うことにより、患者さんの抱く信頼感・安心感・イメージが、大きく変わります。



臨床検査薬の1号製品（左）とシステム会社のパンフレット



当社の歴史

> **事業の特長**

株主還元と中間決算

3つの事業ドメイン

チャレンジ精神で取り組んできた「ジェネリック医薬品」、「臨床検査薬」、「アルカリ化療法剤を含めた「新薬」の各事業を「3つの事業ドメイン」と定めています。

これらを海外に展開することで、企業価値最大化と持続的成長を図ります。

ジェネリック医薬品事業

「質」を追求した特色ある
ジェネリック医薬品事業を
展開する

臨床検査薬事業

アレルギー領域で培ったコア
技術を軸に画期的製品群を
展開し業容を拡大する

新薬事業

アルカリ化療法をはじめとする
自社技術・ノウハウを核に画
期的新薬を継続的に創製し
収益化する

海外展開

3つの事業ドメインを海外市場に積極展開し世界で存在感を発揮するグループとなる

事業ドメイン 1. ジェネリック医薬品事業

> 日本ケミファの3つの事業ドメイン

ジェネリック医薬品事業

「質」を追求した特色ある
ジェネリック医薬品事業を
展開する

臨床検査薬事業

アレルギー領域で培ったコア
技術を軸に画期的製品群を
展開し業容を拡大する

新薬事業

アルカリ化療法をはじめとする
自社技術・ノウハウを核に画
期的新薬を継続的に創製し
収益化する

海外展開

3つの事業ドメインを海外市場に積極展開し世界で存在感を発揮するグループとなる

医薬品の種類

医療保険

処方箋

保険適用

処方箋必要

医療用医薬品

- 患者さんが病院やクリニックを受診した際に、医師によって処方される医薬品
- 価格は薬価として国が決めている

OTC類似薬

- 医療用医薬品のうち、市販薬と同じような成分・効能のもの

保険適用外

処方箋不要

市販薬・大衆薬
(OTC医薬品)

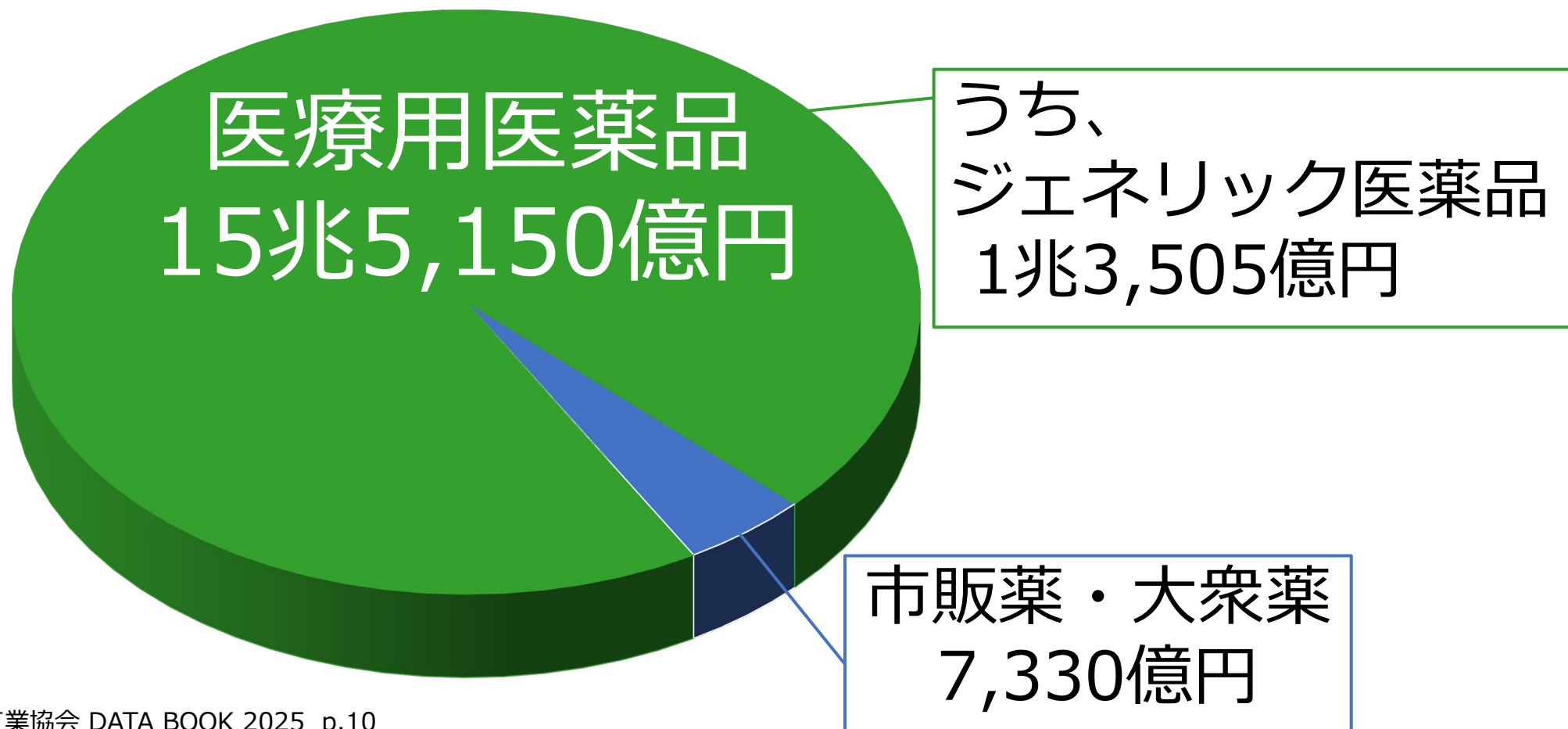
- 医師による処方を必要とせず、薬局や薬店などで市販され、患者さんが自らの判断で直接購入できるもの
- その中で薬剤師の対面による情報提供および指導が必要なものは、要指導医薬品と定義される

上記以外で
薬事法の規制対象

- 医薬部外品（医薬品にはあたらないが医薬品に準ずるもの）
- 化粧品

医薬品の市場規模

> 日本企業/日本法人の医薬品売上高



出典：日本製薬工業協会 DATA BOOK 2025 p.10
[DATABOOK2025.pdf](#)

医療用医薬品の分類

特許の状況

特許期間中

新薬 (先発医薬品)

- 長い研究開発期間をかけて新しい成分の有効性・安全性が確認された後、国の承認を受けて発売された新規医薬品
- 先発医薬品とも呼ばれ、同成分のジェネリック医薬品がある先発医薬品は長期収載品と定義されている

特許満了後

ジェネリック医薬品 (後発医薬品)

- 先発医薬品と同じの有効成分を同じ量含み、効能・効果、用法・用量が原則的に同じであり、同等の効果・作用が得られる医薬品
- 先発医薬品の特許が切れた後に製造販売が可能になる
- ジェネリック医薬品の数量シェアは89.2%
(2025年第1四半期：日本ジェネリック製薬協会発表)

ジェネリック医薬品市場の変遷

黎明
～成長期

制度面での後押し① 2002年～

- 保険点数の加算
- 処方箋様式の変更(右図)
…薬剤師によってジェネリック医薬品
への変更が容易な様式へ

2006年



変更して良い場合に
チェックを入れる

2008年



変更できない場合に
チェックを入れる

2012年



さらに、可・不可を
個別に選べるように

薬価制度改革による マイナス影響 2010年代～

- ジェネリック医薬品を発売する際の薬価設定が厳しくなる
…2000年当時は先発薬価の8割、現在は先発薬価の4or5割
- 従来は銘柄別だった薬価が、3つの価格帯に集約される
- 中間年改定による実質毎年の薬価改定

開発難度上昇

- 化合物および製剤の高難度化と審査の厳格化によって、
開発難度・開発コストが上昇

品質・安定供給の問題 2021年～

- 複数のメーカーで品質問題が顕在化したことを受け、業界全体で
製品供給に支障が生じる
- 供給不安が依然として続いており、改善には数年必要との見通し

制度面での後押し② 2024年～

- 不採算品再算定*
- 長期収載品の選定療養制度開始
- 最低薬価の引き上げ（一律3%アップ）

*不採算品目のうち医療上の必要性が高い
品目で、薬価が著しく低額であるため製造販
売を継続することが困難であるものに限り特
例として薬価の引き上げを実施

逆風
の時代

風向き
の変化

当社のジェネリック医薬品事業の特長

グループ内で開発・製造・販売のすべてを一貫して手掛ける強みを生かして、品質保証体制強化・安定供給体制強化へ不断の取り組みを推進するとともに、確かな情報提供や医療関係者・患者さんのニーズに合致した製品づくりなど、当社ならではの付加価値を提供することで収益基盤の強化を図っていきます。

> 開発

- ・ 自社開発により高付加価値製剤を優先開発
- ・ 他社からの導入も選択肢に含めて競争優位性のある品目の継続的な上市を目指す
- ・ 当社初のオーソライズド・ジェネリックを発売

> 製造

- ・ 業界初の全面免震構造の製造棟を国内工場に建設し、効率的製造と安定供給を両立
- ・ ベトナム工場で一貫製造し、コスト削減を実現（国内メーカー初の取り組み）
- ・ 2024年に国内工場追加投資による製造能力強化
- ・ 新コンソーシアム構想に参画し製造効率化を推進

> 品質保証

- ・ 品質を第一とする企業文化の醸成
- ・ 製造所に対し定期的な監査を実施

> 販売

- ・ MRに新薬同様の教育を実施し安全性情報収集・提供体制で情報提供を実施
- ・ 製品ライフサイクルの維持のため、適正価格の維持に努める
- ・ グループで多様な販路をカバー

事業ドメイン2. 臨床検査薬事業

> 日本ケミファの3つの事業ドメイン

ジェネリック医薬品事業

「質」を追求した特色ある
ジェネリック医薬品事業を
展開する

臨床検査薬事業

アレルギー領域で培ったコア
技術を軸に画期的製品群を
展開し業容を拡大する

新薬事業

アルカリ化療法をはじめとする
自社技術・ノウハウを核に画
期的新薬を継続的に創製し
収益化する

海外展開

3つの事業ドメインを海外市場に積極展開し世界で存在感を発揮するグループとなる

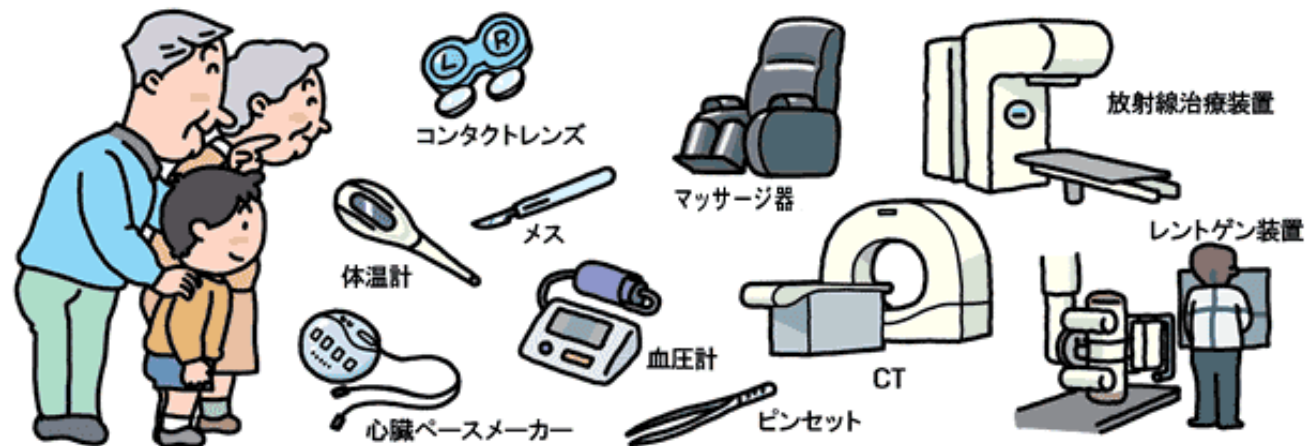
医療機器とは

> 医療機器の定義

- ・医薬品医療機器法で「人若しくは動物の疾病の診断、治療若しくは予防に使用されること、又は人若しくは動物の身体の構造若しくは機能に影響を及ぼすことが目的とされている機械器具等」と定義されており、どのようなものが該当するかも同法で定められています

どのようなものがあるか？

メスやピンセットのような小物類から、体内に植え込む治療用の心臓ペースメーカー、CTやレントゲン装置、放射線治療装置などの大型のものまで、多種多様です



患者さんの検体を分析し、疾病の診断に使用される機器を「臨床検査機器」と呼びます

臨床検査薬事業の取り扱い製品

アレルギー疾患や生活習慣病の患者数が年々増加している中で、当社臨床検査薬事業部では、特長あるアレルギースクリーニング機器・試薬「ドロップスクリーン」を扱っているほか、代理店として安定成長が見込まれる糖尿病診断市場において国内外で高いシェアを占める東ソーのグリコヘモグロビン分析計の販売を手掛けています。

アレルギースクリーニング機器・試薬 ドロップスクリーン



現在の主力製品であり、
1滴の血液から
41項目のアレルゲンを、
わずか30分で測定可能

東ソー自動グリコヘモグロビン分析計 HLC-723GR01



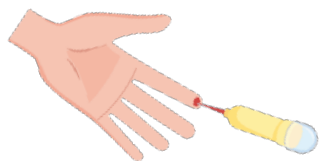
東ソー社が開発した
自動グリコヘモグロビ
ン分析計の新機種
2022年9月に発売

ドロップスクリーンの特長

ドロップスクリーンは、理化学研究所と日本ケミファによって「微量採血による測定でアレルギー検査における患者さんの負担を軽減する」というコンセプトのもと開発されました。

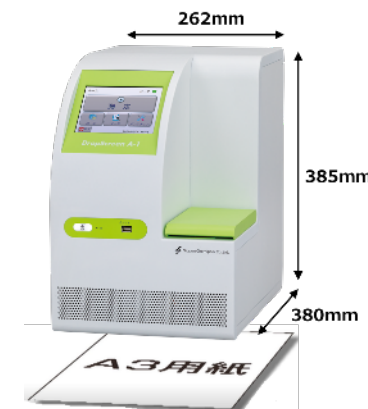
発売以降、その新規性や利便性によって、多くの医療従事者や患者さんから高い評価を得ています。

「1滴の血液からアレルゲン4項目を30分で測定可能」



- **微量採血（20 μ L）で検査可能**
→ 指先からランセットで採血でき、採血の負担を軽減できます
- **検査結果の当日報告が可能**
→ 測定時間は30分、検査当日の結果報告が可能です
- **簡単操作**
→ 煩雑な測定準備や校正は不要
& 日常保守が簡単です
タッチパネルで直感的に操作できます

- **省スペース**
→ A3用紙サイズ以下の省スペースで設置可能、オールインワン試薬により、給排水設備が不要です
- **わかりやすい報告書**
→ 専用プリンターで、測定完了と同時に印刷
検査結果は専用報告書でわかりやすく説明できます



新たな市場を創成するドロップスクリーン

1滴の血液からアレルゲン41項目をわずか30分で測定できるドロップスクリーンは、検査センターへのアウトソーシングが主流であったアレルギー検査市場に「POCT*」という新たな市場を創成しています。

*POCT：ポイント・オブ・ケア・テストング、医療現場で実施される臨床検査

> アレルギー検査の流れ

従来

1 受診
(問診・診察)



2 採血
(静脈採血)



3 外注検査
(検査センター)



4 結果報告



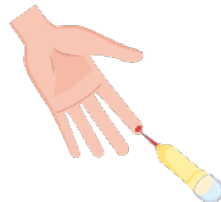
数日～
1週間後

ドロップ
スクリーン

1 受診 (問診・診察)



2 採血 (20μL)



3 測定



4 結果報告・診断

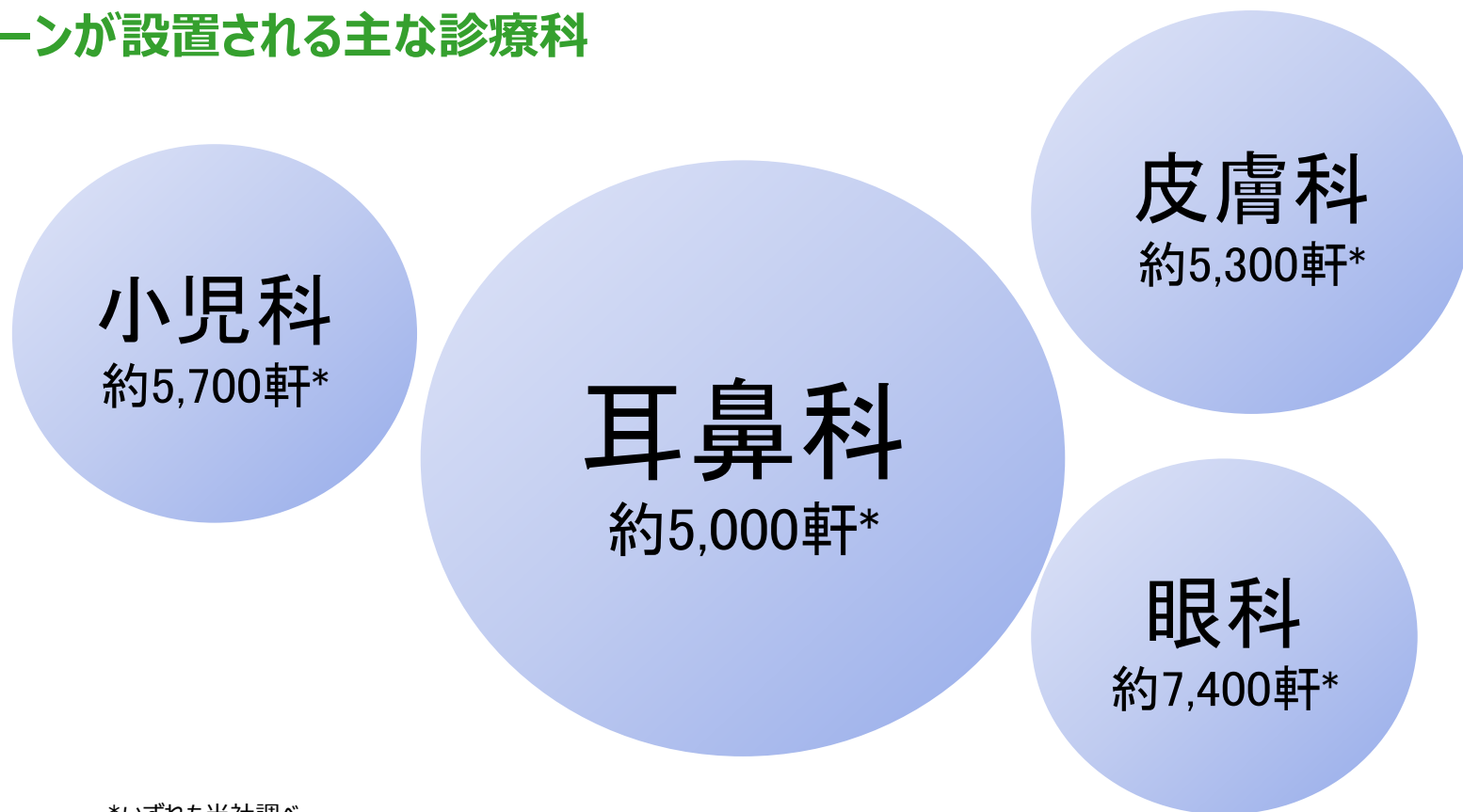


最速で
当日報告可能

ドロップスクリーンが対象とする診療科

アレルギー診療の中心となる耳鼻科、小児科、皮膚科、眼科を中心に順調に採用が進んでおり、国内累計設置台数は2025年9月末時点で1,600台を超えました。同診療科を標榜する医療機関だけでも国内に約23,000軒*あり、まだまだ多くの施設で採用が進むものと見込んでいます。

> ドロップスクリーンが設置される主な診療科



*いずれも当社調べ

ドロップスクリーンの今後の展開

営業面での各施策に加え、学会展示やKOLとの関係強化を通じて製品価値の浸透を図り、2025年度の目標累計設置台数2,000台を目指すとともに、次世代機種の開発や海外展開に向けた取り組みも進めています。

> 国内での普及拡大

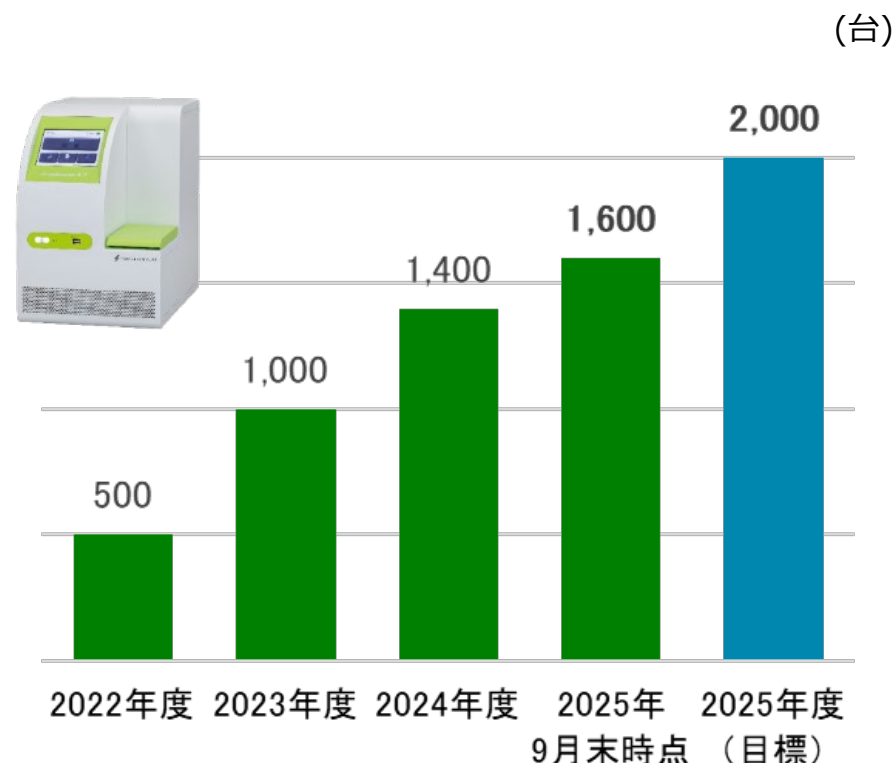
- 当社の医薬営業部門によるプロモーションサポートや卸との連携による認知度の拡大、他社との共同販売等の営業施策を実施
- 学会展示やKOL*との関係強化を通じて製品価値の浸透を図る

> さらなる展開

- 次世代機器・試薬の開発、海外発売準備も進めている

*Key Opinion Leaderの略、対象領域で影響力を持つ権威ある医師を指す

> ドロップスクリーン累計設置台数推移



事業ドメイン3. 新薬事業

> 日本ケミファの3つの事業ドメイン

ジェネリック医薬品事業

「質」を追求した特色ある
ジェネリック医薬品事業を
展開する

臨床検査薬事業

アレルギー領域で培ったコア
技術を軸に画期的製品群を
展開し業容を拡大する

新薬事業

アルカリ化療法をはじめとする
自社技術・ノウハウを核に画
期的新薬を継続的に創製し
収益化する

海外展開

3つの事業ドメインを海外市場に積極展開し世界で存在感を発揮するグループとなる

新薬パイプライン概況

長年にわたって培ってきたアルカリ化療法に関する技術や知見を活かした展開に加えて、ここ数年で大きく拡充・進展しているパイプラインのさらなる開発進展や裾野拡大を図っています。また、他の企業・研究機関とのアライアンスにも積極的に取り組んでいます。

■ 自社開発

■ 他社とのアライアンスによる開発

■ 導出先において開発中

2025年9月時点

開発番号	作用機序 (ターゲット)	前臨床	フェーズ I	フェーズ II	フェーズ III
NC-2500	XOR阻害薬 (痛風・高尿酸血症)				
NC-2600	P2X4受容体拮抗薬 (神経障害性疼痛・慢性咳嗽)				
NC-2700	URAT1阻害薬 (痛風・高尿酸血症)				
NC-2800	オピオイドδ受容体作動薬 (うつ・不安)				
DFP-17729	がん微小環境改善剤 (膵臓がん)				
DFP-14323	抗がん剤候補化合物 (非小細胞肺癌)				
カルバン	$\alpha_1\beta_1$ 遮断剤 (ハンチントン病他)				

・NC-2800は2027年度までに終了予定のフェーズIIaの結果に応じてオプション権が行使されライセンス契約に至った場合、その後の開発の進展に応じたマイルストーンおよびロイヤリティ収入が期待できます

・DFP-17729は2028年ごろ、DFP-14323は2029年ごろまでに、それぞれ承認申請されると期待しています

アルカリ化療法剤

痛風・高尿酸血症における酸性尿の改善等で用いられている「ウラリット」で長年培ったアルカリ化療法に関する技術・知見を活かし、がんや慢性腎臓病など多面的な展開をすすめています。

> アルカリ化の応用

がん

がん微小環境改善剤

DFP-17729は膵臓がんを対象として開発中、2025年8月よりフェーズⅡ/Ⅲ試験の症例登録を開始

抗がん剤誘発性末梢神経障害の予防・治療

富山大学と共同研究を実施、2025年4月に学会誌へ掲載

CKD

慢性腎臓病進展抑制

2024年7月より名古屋大学において医師主導臨床研究が開始され、症例登録が進行中

食品

健康食品・保健機能食品

これまでの研究で得られた成果をもとに、健康食品等としての製品化、および、さらなるエビデンス取得を目指して取り組んでいる

事業ドメインの海外展開

> 日本ケミファの3つの事業ドメイン

ジェネリック医薬品事業

「質」を追求した特色ある
ジェネリック医薬品事業を
展開する

臨床検査薬事業

アレルギー領域で培ったコア
技術を軸に画期的製品群を
展開し業容を拡大する

新薬事業

アルカリ化療法をはじめとする
自社技術・ノウハウを核に画
期的新薬を継続的に創製し
収益化する

海外展開

3つの事業ドメインを海外市場に積極展開し世界で存在感を発揮するグループとなる

海外での取り組み状況

生産能力の強化とコストの低減を目的に、ベトナム工場への製造品目移管を進めています。
海外販売の拡大にも力を入れており、アジアに加え中東・アフリカへの展開も進め、2027年度までに5カ国 14 品目の販売を目指します。

> 日本ケミファベトナムでの取り組み

- 2025年9月末時点で8製品を製造、製造コストは国内製造と比べて2～3割低減をターゲットとしています
- 同拠点を足掛かりに販売チャネル開拓も一層強化しており、ベトナム国内で現在2品目を販売中、ベトナムを代表する国立医大病院でも使用されています
- 当期に新たに申請した品目を合わせて3品目を申請中であり、さらに複数品目の申請準備を進めています



> 医療用医薬品の海外販売

- 2025年9月時点でベトナムを含む4カ国において8品目の承認を取得し販売中、2027年度までに5カ国14 品目の展開を目指しています
- 国際金融公社（IFC）の支援を受け、中東およびアフリカにおける調査を実施しました対象国とパートナーおよび具体的複数品目の絞り込みを進めています



当社の歴史
事業の特長

> **株主還元と中間決算**

株主還元

収益力の向上と財務体質の強化を図るとともに、安定的な配当を行うことを基本方針としています。
また、直近の株価から算出した配当利回りは3.2%となっています。

> 株主還元の方針

- 株主の皆さまに対する利益還元を経営の最重要政策の一つとして位置付けており、経営全般の効率化を進め収益力の向上と財務体質の強化を図りつつ、安定的かつ継続的な配当を行うことを基本としています
- 利益配分につきましては、持続的な成長と企業価値の向上に向けた研究開発・設備投資・戦略投資や財務基盤強化に必要な内部留保の確保なども考慮して総合的に判断し決定いたします

> 配当利回り

- 配当利回りは3.2%
(11月28日終値1,540円で算出)

> 配当状況

	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期
年間配当 (1株)	¥50.0	¥50.0	¥50.0	¥50.0	¥50.0
配当性向	36.3%	25.7%	32.8%	—	61.2%

ヘルスケア商品

セルフメディケーションに対するニーズが高まっている今、医療用医薬品メーカーの開発ノウハウを活かして、付加価値の高い商品を提供しています。株主様向けの優待セールも実施しています。



モイスポリアホワイト
(医薬部外品)
ハンドクリーム



モイスポリアパール
(医薬部外品)
乳状クリーム



姫マツタケ (岩出101株)
(健康食品)



ケミファの青汁+NMN
(健康食品)



コエンザイムQ10ケミファ
(健康食品)

中間期決算① 損益の概況（対前年同期）

（百万円）

	2025年3月期		2026年3月期			
	中間期	構成比	中間期	構成比	前年同期比	
					増減額	増減率
売上高	15,626	100.0%	15,932	100.0%	+305	+2.0%
医薬品事業	15,055	96.3%	15,354	96.4%	+299	+2.0%
内、医療用医薬品 ^{※1}	12,111	77.5%	12,394	77.8%	+282	+2.3%
内、臨床検査薬 ^{※1}	2,227	14.3%	2,460	15.4%	+233	+10.5%
その他	570	3.7%	577	3.6%	+6	+1.2%
売上原価	11,510	73.7%	11,783	74.0%	+273	+2.4%
販売管理費	4,039	25.9%	4,025	25.3%	△ 13	△ 0.3%
内、研究開発費	1,160	7.4%	1,007	6.3%	△ 153	△ 13.2%
営業利益	76	0.5%	122	0.8%	+46	+60.6%
公的資金繰り戻し後営業利益 ^{※2}	272	1.7%	206	1.3%	△ 65	△ 24.1%
経常利益又は経常損失(△)	△ 62	-	48	0.3%	+110	-
親会社株主に帰属する 純利益又は純損失(△)	△ 44	-	163	1.0%	+207	-

※1
決算短信内セグメント情報の売上高から、医療用医薬品は受託売上等を減算、臨床検査薬はその他の収益を加算しています。

※2
公的資金の支援を得て行われるNC-2800の研究開発費を営業利益に繰り戻したものです。

中間期決算② 損益の概況（対通期予想）

（百万円）

	2025年3月期		2026年3月期			
	通期	構成比	中間期	構成比	通期予想	進捗率
売上高	32,570	100.0%	15,932	100.0%	35,000	45.5%
医薬品事業	31,386	96.4%	15,354	96.4%	—	—
内、医療用医薬品 ^{※1}	25,271	77.6%	12,394	77.8%	26,490	46.8%
内、臨床検査薬 ^{※1}	4,883	15.0%	2,460	15.4%	5,840	42.1%
その他	1,184	3.6%	577	3.6%	—	—
売上原価	23,824	73.1%	11,783	74.0%	—	—
販売管理費	8,139	25.0%	4,025	25.3%	—	—
内、研究開発費	2,292	7.0%	1,007	6.3%	2,750	36.6%
営業利益	606	1.9%	122	0.8%	300	40.9%
公的資金繰り戻し後営業利益 ^{※2}	939	2.9%	206	1.3%	450	46.0%
経常利益	443	1.4%	48	0.3%	100	48.4%
親会社株主に帰属する純利益	294	0.9%	163	1.0%	150	108.9%

※1
決算短信内セグメント情報の売上高から、医療用医薬品は受託売上等を減算、臨床検査薬はその他の収益を加算しています。

※2
公的資金の支援を得て行われるNC-2800の研究開発費を営業利益に繰り戻したものです。

グローバル価値創造企業へ

【経営理念】

医薬品を中核としたトータルヘルスケアで
人々の健康で豊かな生活に貢献する

ジェネリック
医薬品事業

臨床検査薬
事業

新薬事業

本資料に関するお問い合わせ先
日本ケミファ株式会社 経営企画部(広報チーム)
Tel 03-3863-1211 E-mail ir@chemiphar.co.jp

本資料における将来の予想等に関する各数値は、現時点で入手可能な情報に基づく弊社の判断や仮定によるものであり、リスクおよび不確実性が含まれております。したがって実際の業績等は、予想数値とは異なる結果となる可能性があります。