

2022年2月7日（月）13:00～13:45 第3四半期決算説明会（投資家向け）

<質疑応答概要>

Q.

中国での医療政策により中成薬も集中購買の対象となっているが、中国進出を加速させる上で、特に注視していくべきことは何か。また、病院向けに販売している飲片は多くないため、集中購買の影響は小さいという理解でよいか。

A.

中国における医療政策動向は注視している。集中購買は公立病院における医薬品の購買制度である。そのため、原料生薬の販売が中心となる生薬プラットフォームへの大きな影響はないが、今後は病院向けに飲片の販路拡大を企図しているため、集中購買の影響がないとは言い切れない。製剤プラットフォームでは主に一般用医薬品（OTC）の販売が中心となるため、集中購買の影響を受けにくい。

Q.

集中購買により中成薬への価格圧力が増していく中、将来的には生薬の販売価格にも波及するリスクは考えられるのか。

A.

価格圧力は集中購買に関わらずビジネスとして注視すべき動向である。生薬（飲片）の品質の高さで価値を訴求し、適正な利益水準を確保したい。

Q.

MR活動とe-プロモーションの比率は、将来的にどのくらいが適正だと考えているのか。

A.

比率については現時点で明確にお示しすることはできない。比率を上げることが目標ではなく、約33万人の臨床医へ適切な情報提供ができている状態を目指している。

Q.

e-プロモーションを増やしていくとのことだが、経費全体の削減や効率化をどのように考えているのか。

A.

現時点では COVID-19 の影響により活動ができない部分の費用をデジタル投資に配分している。e-プロモーションは限られた費用の中で、多くの医師にいつでも情報提供ができるという意味では効率化できている。

Q.

COVID-19 によってめまいの処方機会が増えているが、五苓散（ごれいさん）をプラスの影響額に含めていないのはなぜか。

A.

五苓散はめまいだけでなく循環器領域の浮腫などにも幅広く使われているため、影響額の算出から除外している。

Q.

加味逍遙散（かみしょうようさん）が伸長しているのは、COVID-19 の後遺症に処方されているためか。

A.

加味逍遙散の伸長要因は、COVID-19 における外部環境の変化による不安や不定愁訴に処方されていることに加え、婦人科領域の継続的な情報提供活動もあると分析している。

Q.

75 歳以上の後期高齢者の医療費負担が 2 割になった場合、売上高への影響はどのように見ればよいのか。

A.

医療用漢方製剤については大きな影響があるとは考えていない。

Q.

病院（HP）で医薬品市場よりも伸長率が下回っているのは訪問規制が影響しているのか。それとも e-プロモーションによる情報提供活動が不足しているのか。

A.

病院の訪問規制によって MR 活動への影響は続いているが、e-プロモーション強化によって、面の拡大と点の深耕は図れていると捉えている。説明会資料（6 ページ）は薬価ベースで算出しているため、病院で高額薬剤（抗がん剤など）の購入量が増えると、低薬価の漢方薬とは伸長率に差が開いているように見える側面もある。

Q.

医療用漢方製剤の GP と HP の売上高構成比を教えてください。

A.

一般診療所（GP）と病院（HP）の売上高構成比は、一般診療所が約 8 割である。過去から大きく変わっていない。

Q.

営業外収益に 14 億円の為替差益があるが、これは中国子会社への貸付金の洗い替えによる差益でよいか。また、為替変動による売上原価への影響はあったのか。

A.

営業外収益の為替差益は、主に親会社から中国子会社への貸付金の為替評価替えである。売上原価については為替予約により大きな影響を受けていない。

Q.

円安元高が続くと予想されているが、現時点では売上原価への大きな影響はないという認識でよいか。

A.

現時点で大きな影響はないが、中期的には徐々に原価に影響する可能性はある。

Q.

中国で原料生薬の価格が上がっていると聞くと、市況について教えてほしい。

A.

品目によっては価格が上がっているものも下がっているものもある。生薬の価格や品質を安定させるための取り組みとして、自社管理圃場を推し進めてきた結果、直接的には市場価格の影響を受けにくい仕組みとなっている。

Q.

中国平安保険グループに10%の第三者割当増資を実施した当時から投資回収の想定に変わりはないのか。また、中国の外部環境は大きく変動している中で10%のダイリューション（株式の希薄化）の価値が本当にあったと評価できるのか。

A.

ダイリューションによる資金調達の評価を現時点で測ることは難しい。中国事業の生薬プラットフォームにおいては通期で97億円の売上高を予想しており、想定以上にビジネスが伸展している。一方で、製剤プラットフォームにおいてはM&Aを結実させることでビジネスを伸長させていくことに変わりはないため、現時点で評価を下せる段階ではないと考えている。

Q.

3月のビジョン説明会や次期中期経営計画では、中国事業におけるM&Aや利益貢献といった方向性がある程度見えてくるのか。

A.

3月のビジョン説明会では細かな数値目標ではなく長期的なビジョンや考え方を示す予定である。

Q.

国内事業に対して中国事業は説明の粒度が粗くなっている。業績を予想するうえでは今何が起きているのかといった手掛かりとなるような説明がほしい。社内の中国事業に対する思いや価値観と、外部から見えている状況のギャップが大きいので、IR イベントなどを通じて改善してほしい。

A.

中国事業をご理解いただけるように粒度を細かく説明できるよう心掛けたい。

Q.

中国事業の M&A が進んでいない背景や障壁となっている情報があればお聞きしたい。

A.

M&A は相手があることのため、詳細な進捗については説明できない。単に傘下に収めるような M&A ではなく、シナジーが期待できる相手であることが重要であり、そういった検討にも時間を要している。

Q.

M&A の交渉先はこの数年間で入れ替わっているのか。それとも数社と継続した交渉をしているのか。

A.

継続している先もあれば、新しく交渉している先もある。

Q.

海外の損益について、定性的にでもいいので目安となるものを教えてほしい。

A.

海外売上高の増加に伴い営業利益が 16 億 9,200 万円増加し、中国外部販売の増加に伴い売上原価が 9 億 5,800 万円増加している結果から推定いただきたい。

Q.

3月29日のビジョン説明会では新中期経営計画の説明もあるのか。

A.

新中期経営計画の内容は2021年度決算説明会（5月）の際に説明する予定である。

以上

【注意事項】

本資料の内容は、説明会での質疑応答をそのまま書き起こしたのではなく、主旨を踏まえて要約したものであることをご了承ください。