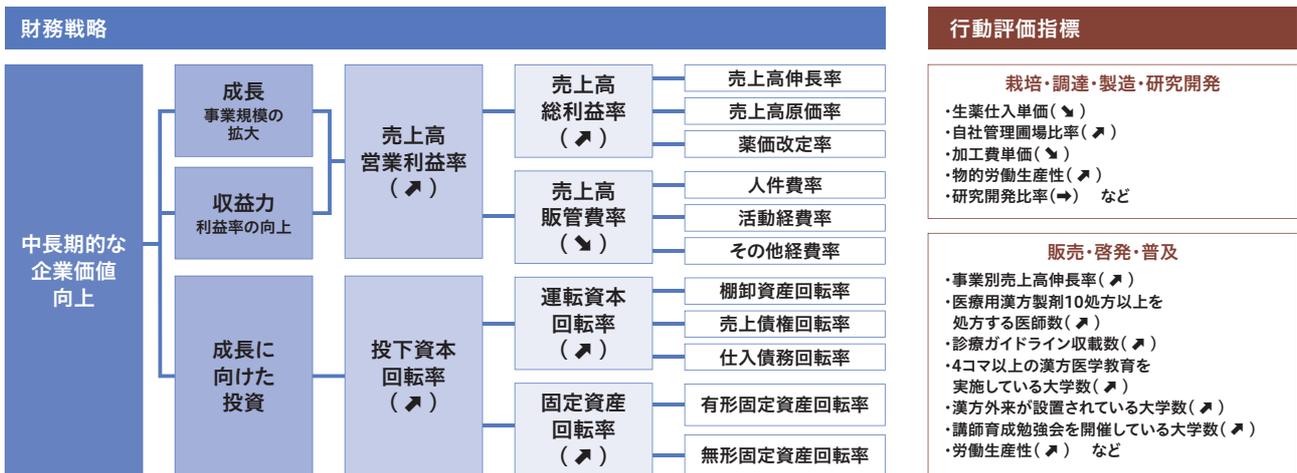


# 財務・プレ財務ハイライト

## 企業価値向上とプレ財務指標

中長期的な企業価値向上に向けた財務戦略として、「事業規模の拡大」「利益率の向上」「成長に向けた投資」を実行するため、漢方バリューチェーンにおける行動評価指標を管理しています。「栽培・調達・製造・研究開発」では、自社管理圃場比率の拡大や野生生薬の栽培化の推進による生薬仕入単価の低減を目指します。また、漢方市場の拡大にともなう生産数量増加による効率化に加えて、AIを搭載した生薬の自動選別機の導入等、AI・ロボット化によりさらに労働設備率を向上させます。製造・品質に関するビッグデータを活用し、高度化することでスマートファクトリー化を実現し、加工費の低減を目指します。研究開

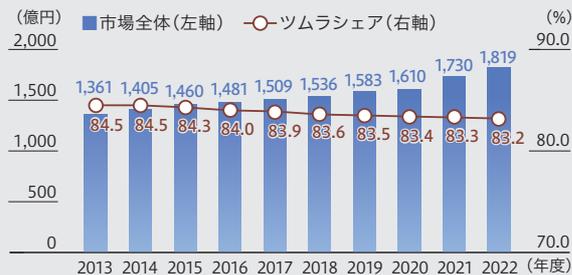
発においては、売上高比率5%以上を確保し、新規疾患領域、漢方治療の個別化、未病領域等へ重点的に投資します。「販売・啓発・普及」では、医療用漢方製剤10処方以上を処方する医師数の増加および診療ガイドライン収載数の増加による漢方標準治療の拡大、さらに個別化医療への取り組み、未病領域への挑戦に取り組みます。また、すべての大学医学部において、必修科目としての漢方医学教育、漢方外来の設置、漢方医学を指導するための学内講師育成勉強会が実施されるよう、漢方医学教育を支援します。中国事業においては、海外売上高比率50%以上に向け、事業の拡大に取り組みます。



## 2022年度の市場環境

### 国内市場

「医薬品産業強化総合戦略」において、漢方薬は「我が国の医療において重要な役割を担っている」と明記されており、その必要性は年々増加しています。このような背景のもと、医療用漢方製剤の市場は前年比5.1%伸長し、1,819億円となりました。



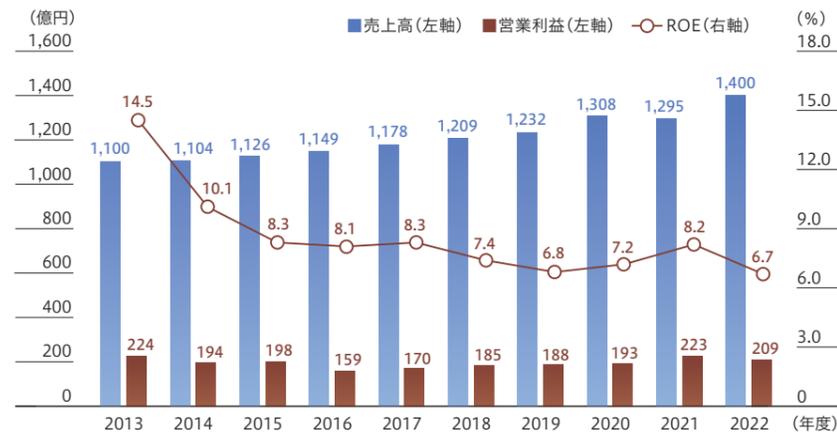
### 中国市場

「健康中国2030計画綱要」では、現代医学と中国医学の双方を重視し、中薬生産の規範化、規模化を推進するとともに、理論研究と薬品開発に取り組むという方針が発表されています。このような背景のもと、中薬市場は前年比5.6%伸長し、13.9兆円(7,304億円)となりました。



※1 人民元=19.05円(2022年12月末時点)で換算 ※2 中国工業情報部、中国統計局データ

## 経営指標

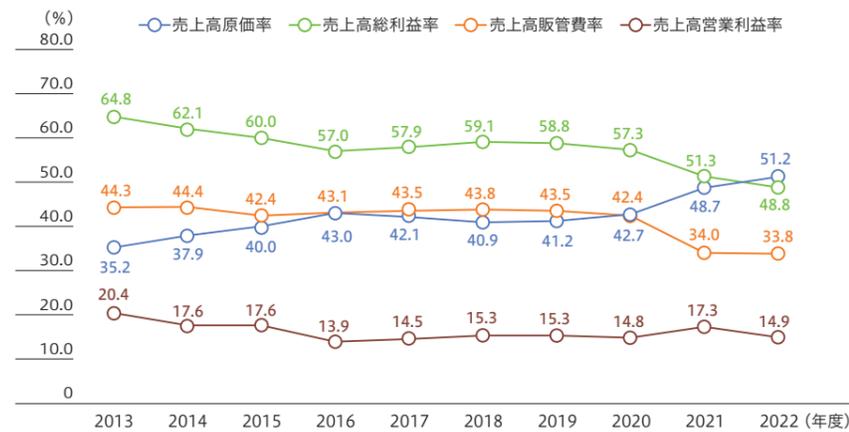


売上高：国内事業の医療用漢方製剤はe-プロモーション効果に加え、COVID-19感染時の症状や後遺症に関連する処方需要増により4.6%の増収となりました。中国事業は生薬プラットフォームにおける主に原料生薬の販売拡大により54.6%の増収となりました。

営業利益：原資材、エネルギー費の高騰、円安および天津工場の稼働に向けた一時費用等の影響により、減益となりました。

※2021年度から「収益認識に関する会計基準」を適用

## 売上高に対する指標



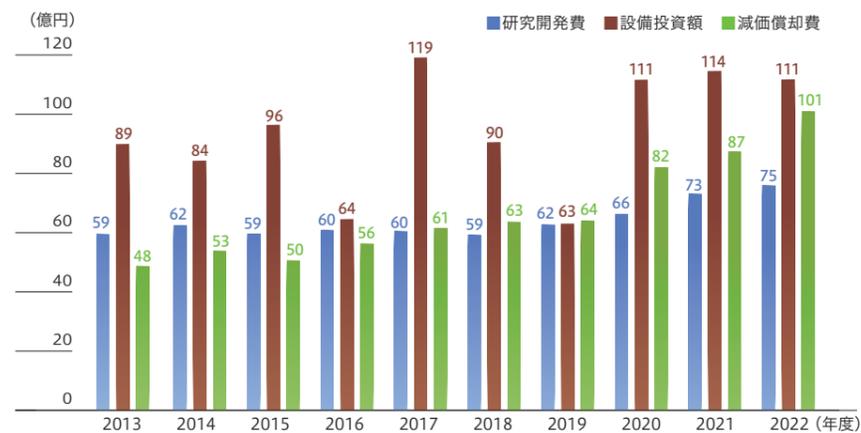
売上高総利益率：薬価改定に加え、原資材、エネルギー費の高騰、円安の影響が生産量増加にともなう生産性向上を上回り、売上高原価率が上昇しました。

売上高販管費率：天津工場の稼働に向けた一時費用が発生したものの、販売促進費の効率化等により低減しました。

売上高営業利益率：売上高原価率の上昇が、売上高販管費率の低減を上回ったため、低下しました。

※2021年度から「収益認識に関する会計基準」を適用

## 研究開発費、設備投資額、減価償却費

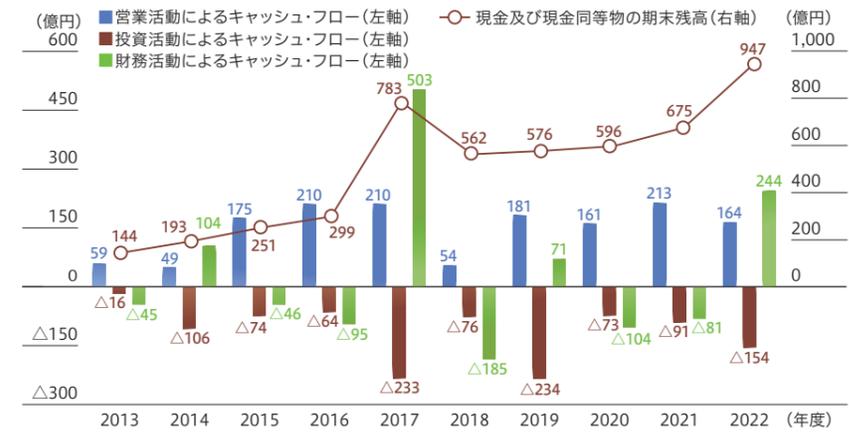


研究開発費：主に漢方製剤のエビデンス構築に加え、米国における大建中湯の上市に向けた費用が増加しました。

設備投資額：主に天津工場の新設、上海工場のリニューアル、その他製造工程における増設を実施しています。

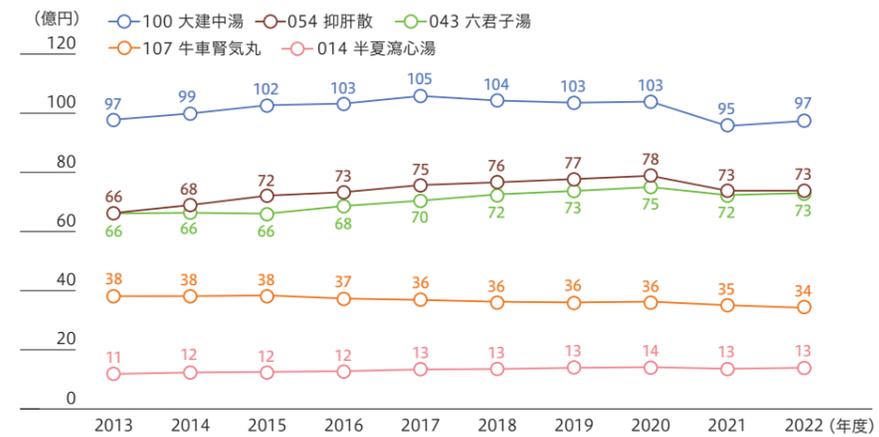
減価償却費：主に天津工場の稼働にともない増加しました。

## キャッシュ・フロー



営業キャッシュ・フローは収入項目として税金等調整前当期純利益、支出項目として法人税等の支払いが主な内訳となります。投資キャッシュ・フローは有形固定資産の取得による支出、財務キャッシュ・フローは社債300億円の発行にともなう収入が主な内訳です。その結果、現金及び現金同等物の期末残高は増加しました。

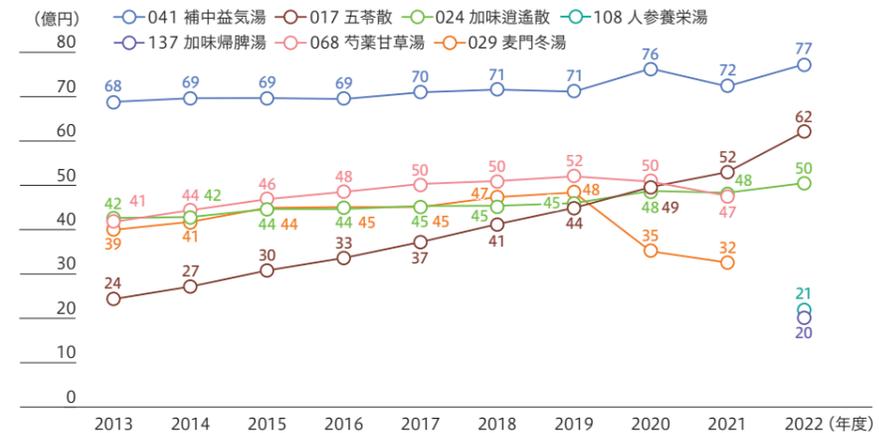
## 育薬処方売上高



COVID-19の流行および猛暑にともなう急激な需要増により2022年8月から実施した限定出荷に合わせて、情報提供活動を一部制限した影響もあり、育薬処方の売上高は、前年比0.6%増の292億円となりました。

※1 大建中湯、抑肝散、六君子湯は2004年度より育薬処方に設定  
 ※2 牛車腎気丸、半夏瀉心湯は2009年度より育薬処方に設定  
 ※3 2021年度から「収益認識に関する会計基準」を適用

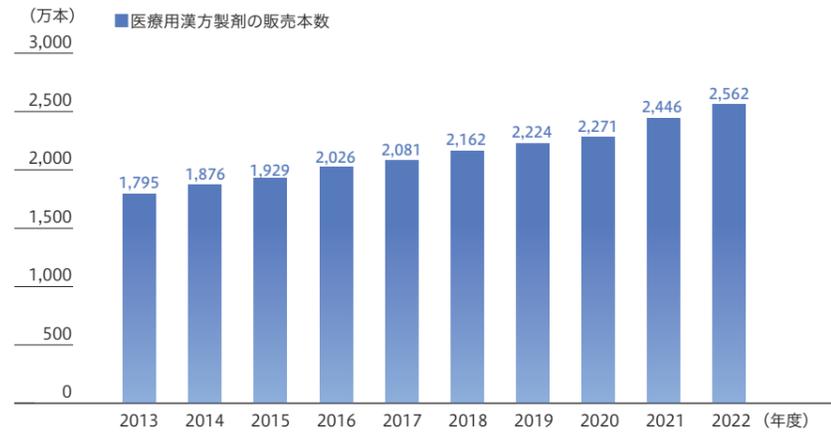
## Growing処方売上高



Growing処方では、補中益気湯、五苓散、加味帰脾湯が大きく伸長したことから前年比10.3%伸長の231億円となりました。五苓散については循環器領域での講演会開催などの施策による伸長、補中益気湯、加味帰脾湯については、COVID-19の後遺症に関連する倦怠感や精神不安・不眠などのニーズに沿った情報提供活動により伸長しました。

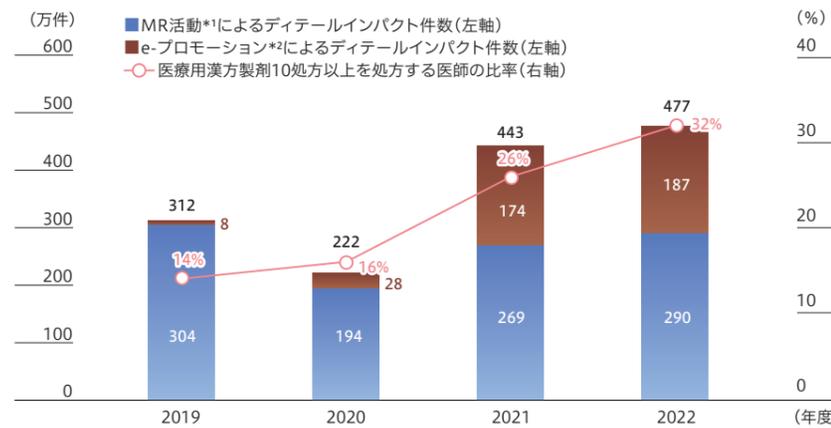
※1 2021年度から「収益認識に関する会計基準」を適用 ※2 2022年度から芍薬甘草湯、麦門冬湯に代わり、人參養榮湯、加味帰脾湯を追加

## 医療用漢方製剤(129処方)の販売本数の伸長



大学医学部・医科大学・臨床研修指定病院に対する漢方医学の確立・教育の充実の支援に加え、2004年から育薬の推進として漢方製剤のエビデンス構築を進めてきました。エビデンスが数多く集積されたことにより、育薬、Growing処方を中心に診療ガイドラインへの掲載数が増加しました。また、デジタル技術を活用したe-プロモーションなど、情報提供活動の変革にも取り組んだことで販売数量は10年間で1.4倍に増加しました。

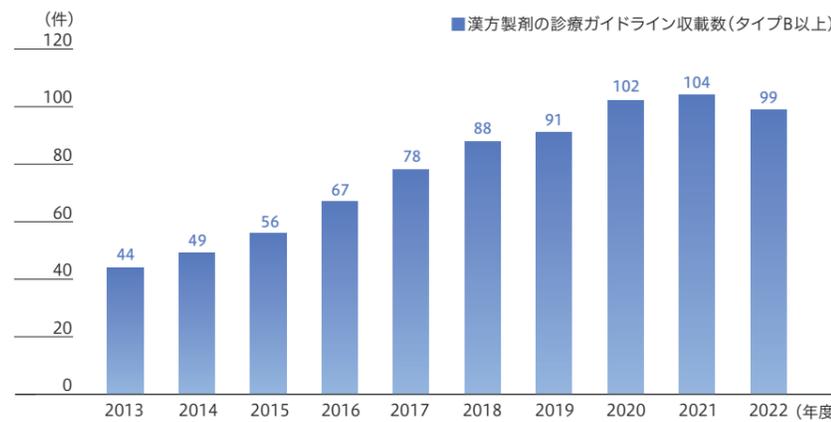
## 情報提供活動の変革による効果



2021年度からe-プロモーションを強化し、オウンドメディアでの動画配信やWeb講演会等、情報提供手段の充実を図り、多様な方法で医療従事者にアプローチしてきました。その結果、医師による情報認知件数であるディテールインパクト件数が大きく増加し、医療用漢方製剤10処方以上を処方する医師の比率も増加しました。

\*1 MRを介したディテール、オンライン面談、院内説明会など  
\*2 MRを介さないオンライン上の情報提供活動

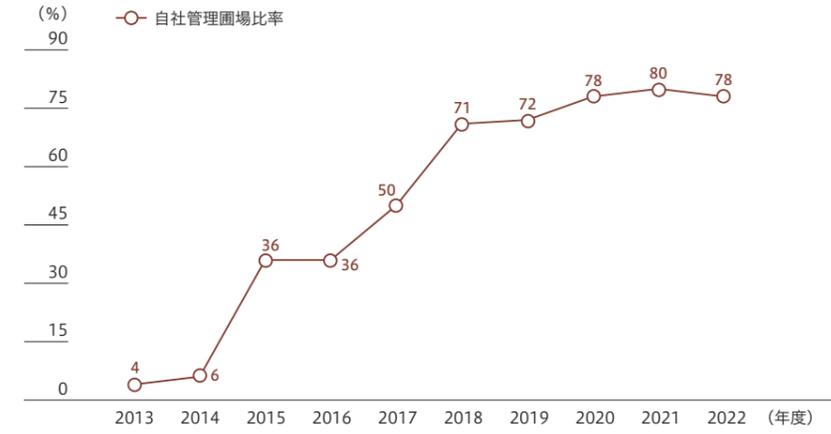
## 漢方製剤のエビデンス構築



「漢方には科学的根拠がない」という課題に対して、育薬・Growing処方を中心とした研究によりエビデンス構築を進めた結果、診療ガイドライン<sup>\*3</sup>への掲載数は年々増加し、漢方製剤がある一定の標準治療として医師に理解されてきました。今後は漢方の標準治療のさらなる拡大のため、漢方製剤の診療ガイドラインへの新規掲載および推奨度向上を目指して研究成果を創出していきます。

\*3 科学的根拠に基づき、医師が適切な診断と治療法を決定するために作成される指針

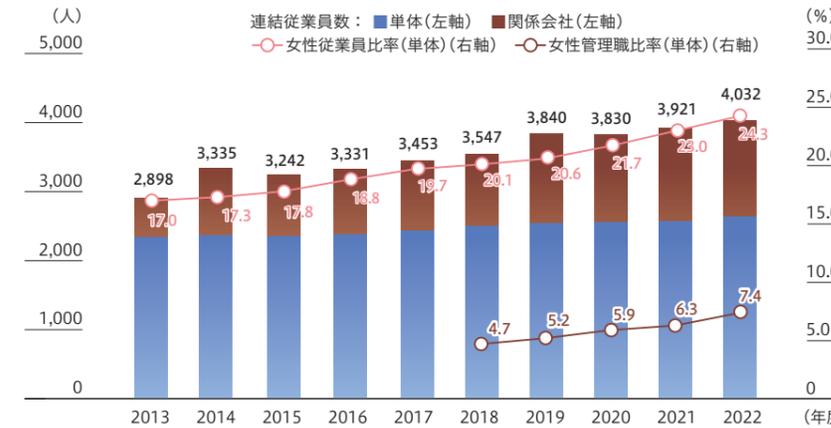
## 自社管理圃場の拡大



原料生薬の価格と数量の安定、品質保証の強化のため、自社管理圃場<sup>\*4</sup>の継続的な拡大に取り組んだことにより比率は約8割となっています。今後も継続的な拡大を目指します。漢方製剤の原料となる生薬の栽培・調達から、エキス製剤の製造・販売までを一貫して管理することで、高品質な漢方製剤を安定的・効率的に供給が可能となり、競争優位の源泉となっています。

\*4 当社が直接に栽培を指導することができ、栽培にかかるコストの把握と原料生薬の購入価格の設定が可能な圃場

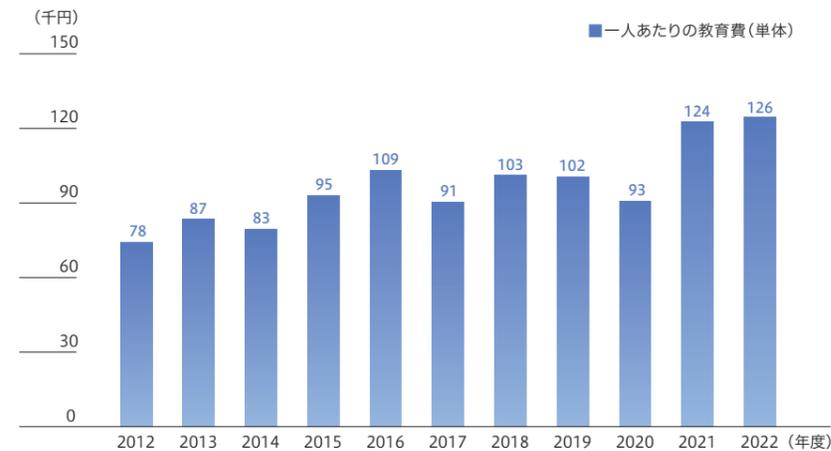
## 従業員の状況



多様性を重視した公平・公正な採用と登用を継続するという方針のもと、採用では、女性採用比率50%の維持・継続に取り組み、女性従業員比率は高まっています。また、経営人財や経営人財候補を対象にした養成プログラムである経営基本講座などへの積極的な女性参加や女性マネージャー育成セミナーの開催など、早期のキャリア開発・形成支援により、2035年度の女性管理職比率は30%を目指しています。

※女性管理職比率については、各年度における4月1日時点の割合

## 一人あたり教育費用



組織・人的資本こそが企業・事業価値を創造する源泉であるとの考えのもと、積極的に人的資本への投資を行っており、一人あたりの教育費は増加しています。2020年度はコロナにより一時的に減少したものの、直近ではWebによる開催など、研修回数自体も増加しています。

※単体一人あたりの教育費算方法：単体教育費÷単体従業員数(年度末3月末日付人数)