

中期経営計画

第1期中期経営計画の進捗

第1期中期経営計画においては、国内事業は処方医師数増加・市場拡大にともなう持続的な安定成長により、従来より高い水準である売上高CAGR5%を目指します。

中国事業は原料生薬、飲片の販売を中心とした生薬プラットフォームにおいては売上高CAGR30%の高成長を図るとともに、製剤プラットフォームにおいてはM&Aによる中成薬事業への参入を目指します。

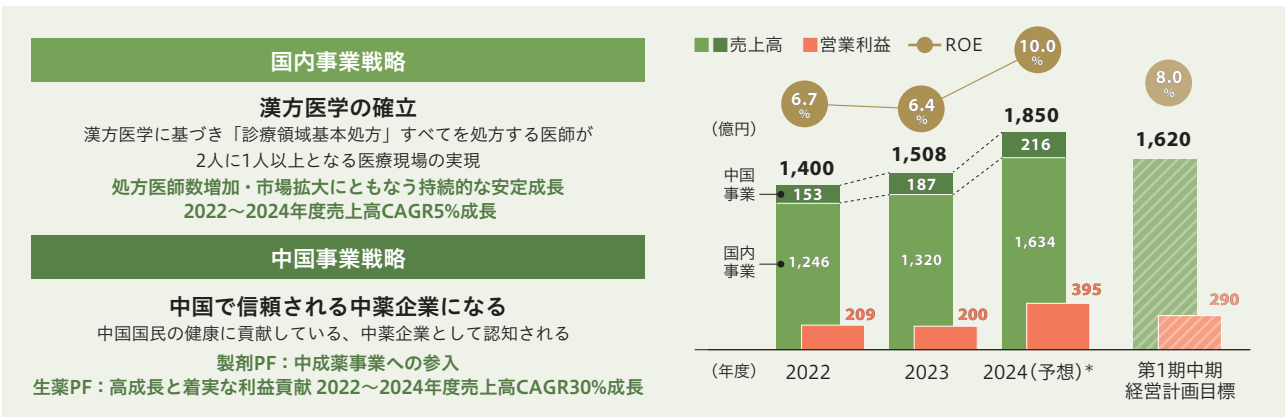
2023年度の国内事業の売上高は、前年度比5.9%伸長しました。医療用漢方事業において、自社メディカルサイトのコンテンツ拡充やマーケティングオートメーションの仕組みを高度化するなど、e-プロモーションとMR活動とのハイブリッド型プロモーションを強化し、医師一人ひとりにあった情報提供活動を推進しました。これにより医療

用漢方製剤10処方以上を処方する医師数は前年度比で2.3万人増加し、医師全体の39%となりました。

中国事業は生薬プラットフォームにおいて、品質を起点とした営業活動を推進し、新規顧客の開拓および既存顧客における販売品目数の拡大を進めたことにより、売上高は前年度比22.2%伸長しました。製剤プラットフォームにおける中成薬事業参入に向けたM&Aについては、複数の候補先との交渉を継続しています。

第1期中期経営計画の数値目標については、野生の生薬を中心とした一部の生薬単価の上昇、円安、原資材・エネルギー費の高止まりにより、原価が当初の想定を大きく上回ったものの、不採算品再算定による薬価の引き上げによりすべての数値目標を達成する見通しです。

数値目標および実績の推移



* 2024年5月9日公表

第1期中期経営計画 戦略課題と成長投資

戦略課題		2022～2023年度実績(投資)	
1	医師一人ひとりにあった漢方ソリューションの提供による漢方市場の継続的拡大	● e-プロモーションの拡充 ・メディカルサイトのコンテンツ拡充 ・メールマーケティングの高度化	● リーフレットを症状別にファイリングした漢方カスタムファイル ● MR面談の質を上げるための社内教育ツール導入
2	KAMPOMicsによる漢方のエビデンス構築と未病の科学化の推進	● 漢方治療の個別化のための研究 ● 未病の科学的解明に向けた研究	● 漢方の標準治療拡大のための研究 ● 米国開発 (TU-100)
3	中国における生薬・飲片の売上拡大と中成薬事業への参入	● 原料生薬、飲片等の販売拡大 ● 津村(中国)を中心としたグループガバナンス体制の構築	● 大健康製品の開発
4	漢方バリューチェーン改革に向けたIT基盤刷新と生薬選別、製造工程におけるAI・ロボット活用の推進	● 新工場(天津工場)における自動化技術の導入 ● 生薬AI自動選別機の開発、導入	● 統合基幹システム導入
5	組織資本・人的資本による価値の創造と働きがい改革の推進	● 次世代経営人財養成プログラム ● 従業員株式交付制度	● リスキル(デジタルリテラシー)教育 ● 女性管理職育成推進
サステナビリティビジョンの実現に向けた取り組み		● TCFDへの賛同表明とシナリオ別の分析、対応策の検討 ● TNFDアダプター登録	