

中期经营计划

第一个中期经营计划的进展

在第一个中期经营计划中，日本国内事业的设定目标是随着处方医生数量的增加和市场规模的扩大，通过持续稳定的增长，实现销售额5%的复合年均增长率，高于以往水平。

中国事业设定的目标是，以销售生药和饮片为主的生药平台实现复合年均增长率30%的高速增长；同时制剂平台力争通过并购进入中成药业务领域。

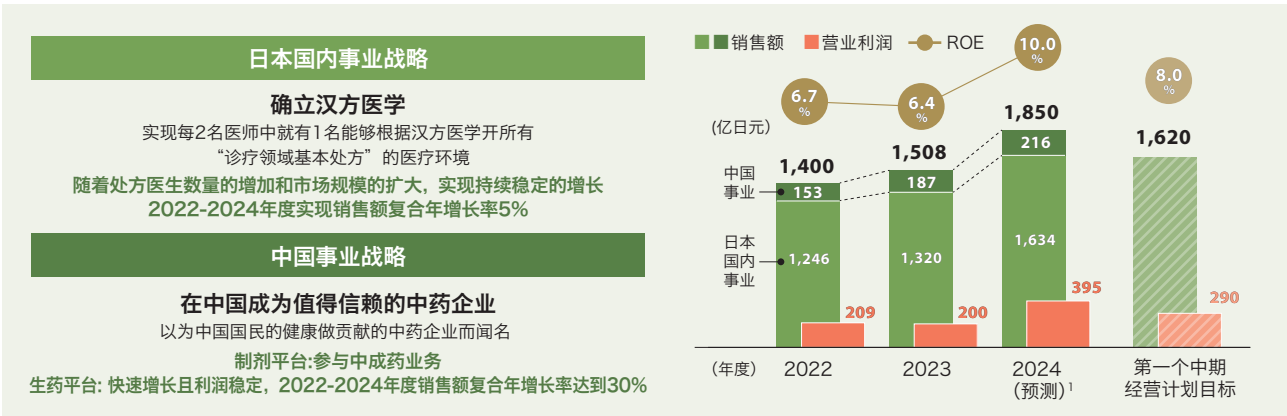
2023年度的日本国内事业销售额同比增长了5.9%。在医疗用汉方事业中，我们加强了线上推广与医药代表（MR）活动相结合的混合型推广方式，通过扩充自有医疗信息网站的内容以及提升营销自动化系统，推动了为每位医生提供个性化信息的活动。通过

这些努力，开出10种以上医疗用汉方药剂的医生人数同比增加了2.3万人，占医生总数的39%。

在中国事业方面，生药平台以品质树立形象，开展销售活动。通过开发新客户和扩大现有客户的销售产品种类，销售额实现同比增长22.2%。此外制剂平台为进军中成药业务领域，正在与多家候选公司进行并购谈判（M&A），为日后进入中成药业务做好准备。

虽然部分野生的生药成本上涨，以及日元贬值，原材料和能源成本居高不下等原因，导致成本远超预期，但由于纳入可重新核算定价的产品价格有所上调，所以预计第一个中期经营计划中的所有数值目标都将得以实现。

数值目标与业绩的变化情况



第一个中期管理计划 战略课题与增长投资

战略课题		2022-2023年度业绩（投资）	
1	通过向每位医师提供量身定制的汉方解决方案，不断扩大汉方市场	●线上推广的内容充实 ・扩充医疗信息网站的内容 ・使用电子邮件进行市场营销	●按照症状进行分类的定制版汉方档案 ●导入内部培训工具，提高医药代表（MR）的访谈质量
2	利用 KAMPOmics 构建汉方循证并推动未病的科学化	●汉方治疗个性化的研究 ●对未病科学阐释的研究	●拓展汉方标准治疗的研究 ●在美国的开发（TU-100）
3	在中国扩大生药和饮片的销售额并进军中成药业务领域	●扩大原料生药和饮片的销售 ●建立以津村（中国）为中心的集团管理体系	●开发大健康产品
4	推动旨在改革汉方价值链的 IT 基础重建及生药挑选、生产工艺中 AI 和机器人的运用	●新工厂（天津工厂）引进自动化技术 ●搭载人工智能的生药自动分拣机的开发与导入	●引进综合核心系统
5	推动利用组织资本和人力资本的创造价值和工作价值改革	●下一代管理层接班人培养计划 ●员工持股计划	●提升（数字素养）培训 ●推动女性管理层培育
实现可持续发展愿景的举措		●表明支持 TCFD（气候相关财务披露工作组）并开展基于不同情景的分析与应对策略的研究 ●注册成为 TNFD Adopter	