

2021年8月6日（金） 13：00～13：49 第1四半期決算説明会（カンファレンスコール）

<質疑応答概要>

・ **1Q の売上高について中国事業は想定内で、国内事業は上振れしているように見えるが、業績と費用に関する総括をお願いしたい。**

➡中国の売上高は、88 億円の予想に対して順調に進捗している。国内の売上高は、医療用漢方製剤のマーケットは成長余力があり好調に推移している。その背景には、COVID-19 関連症状に対する処方機会の増加のみならず、Web 講演会など e-プロモーションによる新しい情報提供活動の在り方が浸透してきた効果であるとみている。  
経費については、計画通り進捗している。COVID-19 の影響により研究開発費の進捗が若干遅れているが、年度内に解消していく。

・ **中国事業では以前から複数社と M&A の交渉をしていると聞いているが、現状はどうか。何かボトルネックはあるのか。**

➡M&A については現在も複数社と交渉中である。M&A をすることで両社の長所をさらに活かすためのビジネススキームなど深い議論に時間を要しているが、ボトルネックになっていることはない。

・ **複数社との交渉の過程で、同時に 2～3 社と M&A を行う可能性もあるのか。**

➡1 社に絞り込んだ M&A というのではなく、複数社との M&A の可能性はある。その場合は、同時に行うというよりは優先度合いに応じて進めていく。

・ **中国での原料生薬の市況と調達状況を教えてほしい。また、市況の変化や調達リスクの低減として取り組んでいることはあるか。**

➡原料生薬など生薬プラットフォームのビジネスは順調に推移しており、市況環境にも大きな変化はない。先日、ウェブサイトでお知らせしたとおり、生薬の栽培・調達面において、中国遼寧省（りょうねいしょう）で7月に発生した集中豪雨の被害を一部被ったものの、栽培地の複線化などリスクヘッジをとることで、原料生薬の栽培・調達に大きな影響は発生していない。

・漢方薬の需要が高まっているが、裾野はどれくらい広がっているのか。裾野が広がっているのであれば、コロナが収束した場合の継続性はどうか。

➡COVID-19 の影響で皮膚疾患、精神疾患など様々な関連症状に対する処方機会が増えている。COVID-19 が収束した後の継続性については、皮膚疾患に関しては仮にマスクの装着率が下がった場合、売上高への影響がある可能性はあるが、精神疾患に対する処方相応に継続していくと考えている。足元では、e-プロモーションなどの情報提供活動により、新たに漢方薬を処方される医師が増加しており、COVID-19 が収束しても処方される機会は継続して増えていくとみている。

・今後処方機会が増えるのは、女性関連領域や高齢者関連領域以外の疾患なのか。

➡高齢者関連領域、がん領域（支持療法）、女性関連領域の3つの重点領域は医療ニーズが高く、引き続き伸長すると考えている。それ以外の疾患では、例えばめまいでも処方される五苓散は、営業施策として取り組んでいる循環器領域をはじめ、天候不順による頭痛など COVID-19 関連症状以外にも多く処方されている。

・売上高への貢献度が一番大きい五苓散をコロナ関連症状の+5.6億円に含めていないが、コロナによる影響はどれくらいなのか。

➡五苓散を COVID-19 とそれ以外の影響で明確に切り分けることはできないが、五苓散の伸長は、循環器領域などこれまで営業施策として活動を続けてきた影響も大きい。

・精神疾患、皮膚疾患、めまいでの漢方薬の処方機会は 2Q 以降にどのように変化するか。

➡COVID-19 関連症状によっても異なるが、皮膚疾患ではマスクの装着率自体が下がれば、処方機会も減少する可能性があるため、成長カーブは前年同期と比べて同じにはならない。一方で、精神疾患やめまいは今後も増えていくことが想定される疾患であるため、皮膚疾患とは違った成長カーブが見込まれる。また、補剤は病後に用いられる漢方薬のため、アフターコロナの症状にも処方されており、COVID-19 の患者数が増加することで、処方機会も増えてくると考えている。

・売上高が伸びているのに、売上総利益が 0.8pt 下がっているのは、中国事業の原価率が影響しているのか。

➡複合的な要因が影響しているが、中国事業では生薬プラットフォームの柱となる原料生薬の原価率が高いことが主な要因である。付加価値の高い製品にも注力しており、今後はその比率を高めていく。

・過年度までは売上未達、費用未消化によって利益計画をクリアすることが多かった。1Qでは、費用の見直しもあり、施策によって売上高が伸びているように見えるが、収益構造のマインドが変わってきたのか。

➡費用の見直しなどこれまで改革を含めて実施してきた結果が今期につながっている。COVID-19 の影響で事業構造に大きな変化があり、収益の在り方、予算の立て方を変えてきた。事業の進捗に沿って適切に費用配分していく体制が整いつつあり、引き続きトップラインの向上と利益の確保に邁進していく。

・買収した平安津村薬業（旧：盛実百草）を中心に中国事業の業績が計画通り進捗しているが、例えば病院販路が伸びているなど、背景を具体的に教えてほしい。

➡現状は、平安津村薬業（旧：盛実百草）の販路である、主に中成薬メーカーへの販売を拡大することで売上高を伸ばしている。大病院への販売活動は大きなテーマであり、販路の開拓を押し進めていく。

・今年度中に中国事業の説明会を実施するのか。

➡中国事業の説明会は、ビジネスの伸長度合いを示せるタイミングで開催したいと考えている。

・国内事業では e-プロモーションによる効果が業績に表れているようであるが、今後新たに手を打とうとしていることはあるのか。

➡これまで通りの e-プロモーションを様々な形で展開していく。4 月にリニューアルした医療関係者向けサイトにおいても、Web 講演会や動画コンテンツなどの e-プロモーションの充実を図っている。今年度は幅広い医療ニーズに対応するため、これまで推進してきた領域別での戦略を e-プロモーションでも効率よく展開していく。また、医師と双方向で情報のやり取りができる仕組みを導入予定である。

・中国における規制動向について、ポジティブ、ネガティブな変更が起こる気配はあるか。

➡様々な産業において、中国当局の規制が、最大のリスクファクターになっていることは認識している。2016年8月に国務院が「健康中国2030計画綱要」を打ち立て、2020年に古典処方申請の緩和が示されており、中国の医療経済の変化に伴う政府の意向は、現時点では当社事業にとってはネガティブではないと捉えている。

・中間期予想に対して、1Qだけで売上高が53.5%、営業利益が70.7%という進捗率である。2Qはさらに業績が上向くという印象があるがどうか。

➡国内事業ではCOVID-19の再拡大による経済活動への影響がリスクファクターとなる可能性がある。経費は、e-プロモーションのような新しいカタチの情報提供活動へ再配分などを実施していく。公表との差異が見込まれると判断した場合は、適時適切に業績修正を実施する。

**【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。