

Q.

中国事業の売上イメージは、2027年100億元年が2031年に先延ばしになったのか（P.76）。

A.

中国国民に認知され、信頼された状態のイメージとして2027年に100億元年の売上イメージとした。それを2031年にずらすということではなく、まずはその状態になれるようにやり抜かなければならないと思っている。その上で、2031年は100億元以上の売上イメージとしている。

Q.

漢方製剤を10処方以上処方する医師は2011年から2021年の10年間で8万人増えている計算になるが、売上高は薬価改定があったとはいえ、この10年間で3割程度しか増えていない。その理由を教えてください（P.26）。

また、漢方製剤を10処方以上処方する医師を2024年は50%以上とするためには、1年で3万人の増加ペースを維持する必要があると思うが、この前提で次期中期経営計画は策定するのか（P.43）。

A.

漢方製剤を10処方以上処方する医師は、全く処方していない医師が10処方になる場合ばかりではなく、既に8処方や9処方で使っている医師に対してもベースとして10処方使っていただきたいという考え方である。カウントの仕方を含めご理解いただきたい。

2021年度は、漢方製剤を10処方以上処方する医師が10%増加している。e-プロモーションの導入により、多くの医師に対してコンタクトできるようになったことが、処方医師の拡大につながった要因の一つだと捉えている。

デジタル技術の利活用を進め、これまで把握できていなかった医師を含め、既に10処方以上の医師に対しては更なる処方数の拡大、10処方未満の医師に対しては早期に10処方以上を使用いただけるよう活動することで、今後も5%程度の売上高伸長は期待できると考えている。

Q.

漢方薬は女性の使用比率が高く、漢方を処方する医師も女性が多いことから女性領域を重点領域として認識しているが、今後は具体的にどのようなことをするのか。また、今後は老化や未病に注力していくのか。

A.

女性領域については、例えば本年4月から保険適用される不妊症について、「からだ全体を整えることによる妊娠しやすい体づくり」ということを大きなテーマとして取り組んでいきたいと考えている。

未病は、フレイル・プレフレイル、軽度認知障害（MCI）や認知症周辺症状、そして冷え性などの女性領域の3つの側面からアプローチを考えている。

先行研究で女性の冷え性と多愁訴の相関が非常に高いという報告があり、当社としても引き続き、女性領域にリソースを配分していく予定である。

Q.

米国開発（TU-100）に関する FDA とのコンタクトなど、アップデートはあるか。新規治験登録患者の状況はどうか。

A.

米国 FDA とはさまざまな角度から頻繁にミーティングをしている。コロナの影響はあるが、コンサル等からの指導を受け、治験参加施設を増やすことに尽力しており、コロナ収束に向けて一気に症例をキャッチアップできるように準備している。

Q.

米国開発（TU-100）のフェーズⅡが完了する時期はいつか。

A.

後期フェーズⅡ試験は 2024 年度を目途として完了を予定している。

Q.

中国事業の目の前のマイルストーンは M&A と認識しているが、現在の交渉の中でどのような課題があり、何を重視しているのか。また、平安保険グループの方々関わっているかという点をもう少し教えてほしい。また、2024 年度に完了させるとしているが、ターゲットとなるような会社が見つからない、あるいは条件が合わないということになった場合のプラン B というものはあるのか（P.76）。

A.

M&A のコア条件としているマジョリティーをとることが交渉のハードルをあげている。また、古典処方も多く保有している必要がある。このような条件が揃っている会社は多くはないが、今も交渉をしている。可能性は大いにあり、遅くとも 2024 年には M&A が実現できると考えている。

その中で、当社の弱いところは平安保険グループに大いに協力していただいている。例えばデューデリヤ財務調査、政府関係などにおいては、平安保険グループに支援をいただいている。

プラン B という考えではないが、同時に進めている古典処方の上市申請のみになった場合は、全体のイメージは遅れるものの、全力を尽くして事業を成長させていきたい。

Q.

クイさんのご説明で平安保険グループの投資は長期投資だという話があったが、ツムラの中国事業の取り組みに対して、課題だと感じるところや、もっとこうしてほしいという要望があれば教えてほしい（P.88）。

A.

平安保険グループは、ツムラを長期の戦略パートナーとして、とても信頼している。また、平安津村は合併会社であり、平安保険グループとしても今後についてはとても自信を持っている。

中薬市場は成長しているが、生産の標準化という点ではかなり課題がある。ツムラは日本で均質性の高い漢方製剤を生産しているところが、平安保険グループとしては高い価値があると感じている。ツムラの高い管理基準を中薬の生産においても活用し、中国国民の健康に貢献したいと考えている。

課題としては外資に対する規制などがあるが、今後さらなる開放を見込んでいる。政府との交渉についても、様々な方面で、全力でツムラのサポートをしたいと考えている。

また、現段階では、中国で販売している商品のバリエーションが少ないと感じている。今後は薬食同源製品やツムラの一番の強みである製剤についても中国で販売できるように注力する。

Q.

中国の M & A では 10 社程度の候補があると説明があったが、何がボトルネックになって進捗していないのかを教えてください。もしプライシングやマジョリティーがボトルネックの場合は、どうすればクリアになるのかも含めて教えてください。

A.

当社の M & A のコア条件の中で最も大事にしているのはマジョリティーを取ることである。マジョリティーを取らないと、当社の理念、品質を反映しにくい。単に連結するということではなく、中国国民の健康および中国の業界の発展に貢献したいという考え方から、マジョリティーを取ることがコア条件にしている。

中国市場は大きいうえで今後さらに伸長するため、当社が狙っている条件のいい会社はマジョリティーを取るのが難しいが、その会社の優良な子会社と提携していくことも一つの選択肢として考えている。何とかマジョリティーを取り、中国事業を成功させていきたいと思っている。

Q.

マジョリティーに対するプレミアムを払うというようなことにはならないのかという点について、ファイナンシャルの見地でコメントがほしい。

A.

平安保険グループと相談しながら対応していきたい。

Q.

平安保険グループとしては、ツムラへの投資は長期投資で非常に魅力の高い投資だと認識されていると思うが、平安保険グループに 10%の第三者割り当てをしてから、ツムラの企業価値に中国事業がアドオンされない状況が継続していると感じる。中国事業は魅力があって、ポテンシャルが高いのであれば、企業価値に反映されるべきかと思うが、その点について平安保険グループとしてのコメントがほしい。

A.

平安保険グループは長期の保険資金で投資している。ツムラとは長期の戦略投資を考えており、時間がかかるのは承知している。その一方で、事業の価値はとて大きいと考えている。中国は日本の 10 倍の人口であり、中薬は中国の国民の中ではとても親しまれているため、今後の事業の成長に大きな自信を持っている。時間はかかるが、ツムラの株価は上がる余地は非常に大きいと考えている。

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。