

2021年度 第3四半期決算 カンファレンスコール

2022年2月7日（月）

取締役CFO

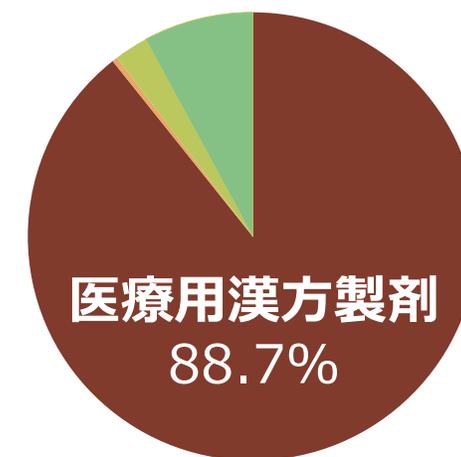
半田 宗樹

2021年度 第3四半期決算概況

(百万円)

	2020年度 3Q実績	2021年度 3Q実績	前年同期比		2021年度 計画
			金額	伸長率	
売上高	88,444	98,382	+9,938	+11.2%	127,500
国内	84,579	91,317	+6,737	+8.0%	117,800
海外	3,864	7,065	+3,200	+82.8%	9,700
営業利益 (営業利益率)	17,235 (19.5%)	18,829 (19.1%)	+1,593	+9.2%	21,100 (16.5%)
経常利益	17,811	21,074	+3,262	+18.3%	23,400
親会社株主に帰属する 四半期純利益	13,226	15,389	+2,162	+16.4%	16,600

売上構成比率



- その他医療用医薬品
0.4%
- ヘルスケア
2.9%
- 連結子会社外販
8.0%

※2020年度数値は、PPA調整・収益認識基準適用後の金額に組み替えています

国内・海外の売上高伸長による増収増益の決算

売上高	98,382	百万円	前年同期比	+11.2%
------------	---------------	------------	-------	---------------

- 国内売上高：91,317百万円 前年同期比 8.0%伸長
- 医療用漢方製剤（129処方）売上高：87,293百万円 前年同期比 7.6%伸長
- ヘルスケア（OTC漢方製剤など）売上高：2,876百万円 前年同期比 23.8%伸長
- 海外売上高：7,065百万円 前年同期比 82.8%伸長

営業利益	18,829	百万円	前年同期比	+9.2%
-------------	---------------	------------	-------	--------------

営業利益率	19.1	%	前年同期比	△0.4pt
--------------	-------------	----------	-------	---------------

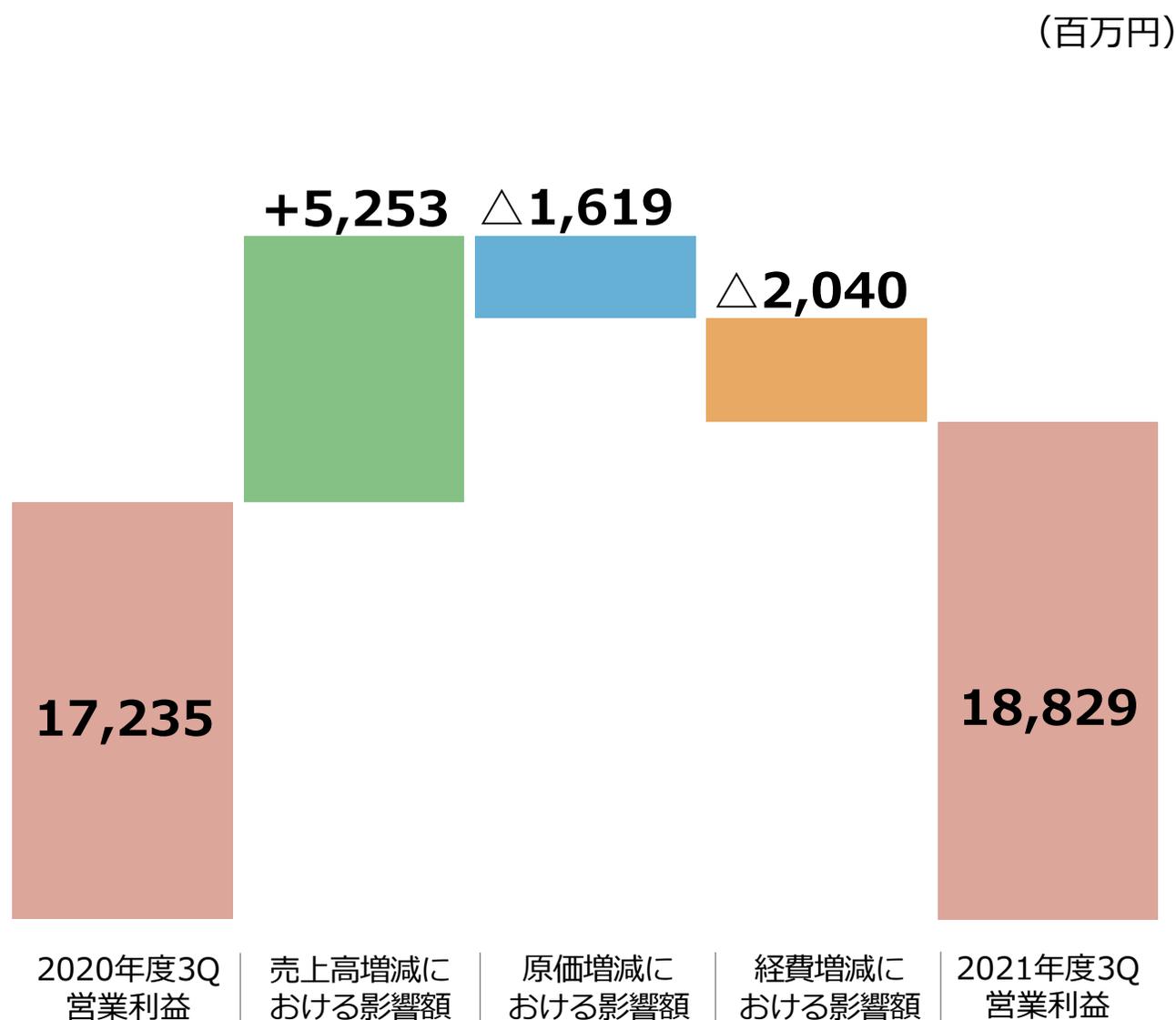
- 売上原価率：48.8% 前年同期比 +1.7pt 対前年：主にSD棟償却負担増・中国外部販売増の影響
- 販管費率：32.1% 前年同期比 △1.3pt 対前年：売上高伸長に伴う改善

経常利益	21,074	百万円	前年同期比	+18.3%
-------------	---------------	------------	-------	---------------

- 当3Q為替差益：1,421百万円 前3Q為替差損：167百万円 主に為替差損益の影響

親会社株主に帰属する 四半期純利益	15,389	百万円	前年同期比	+16.4%
-----------------------------	---------------	------------	-------	---------------

営業利益の増減要因（前年同期比）



(百万円)

売上高増減影響額 +5,253 内訳	
国内	+3,561
海外	+1,692
売上原価増減影響額 △1,619 内訳	
販売単価・構成（国内）	+215
生薬費（国内）	+234
加工費等（国内）	△1,110
外部販売（海外）	△958
経費増減影響額 △2,040 内訳	
販売促進費	△618
研究開発費	△306
給与諸手当	△170
その他	△946

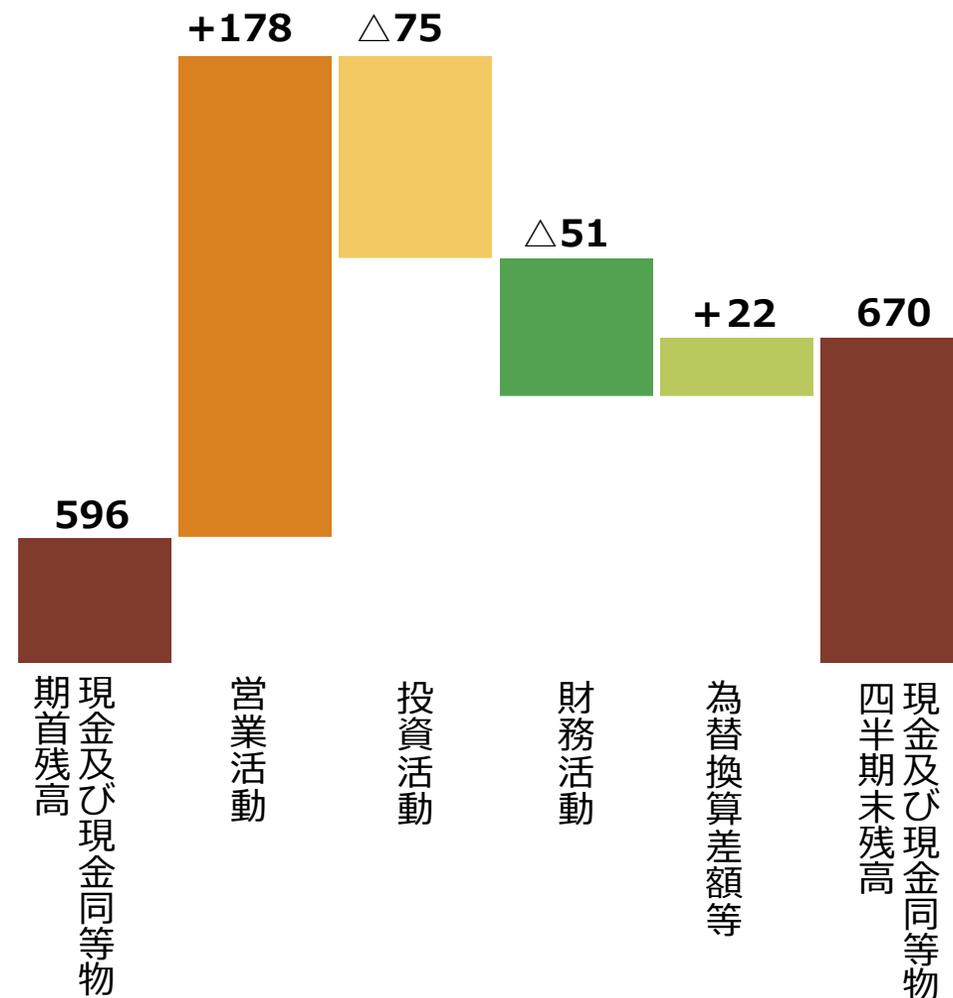
財務状態およびキャッシュ・フロー

(百万円)

	2020年度 (2021.3)	2021年度 3Q	増減額
資産合計	319,063	338,432	19,368
流動資産	204,273	221,541	17,268
固定資産	114,789	116,890	2,100
負債合計	85,894	88,946	3,052
流動負債	48,380	41,986	△6,394
固定負債	37,513	46,960	9,446
純資産合計	233,169	249,485	16,316
自己資本比率	68.3%	68.7%	0.4pt

	2020年度 (2021.3)	2021年度 3Q	増減額
棚卸資産計	80,755	87,217	6,462
商品及び製品	13,939	8,005	△5,934
仕掛品	13,396	14,140	743
原材料及び貯蔵品	53,419	65,072	11,652

(億円)



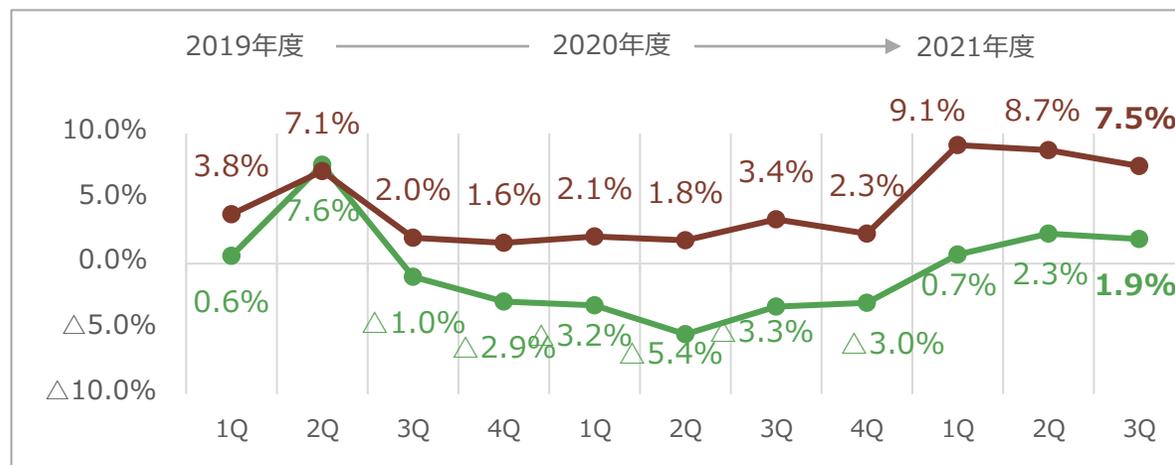
(前年同期比・薬価ベース)

全体

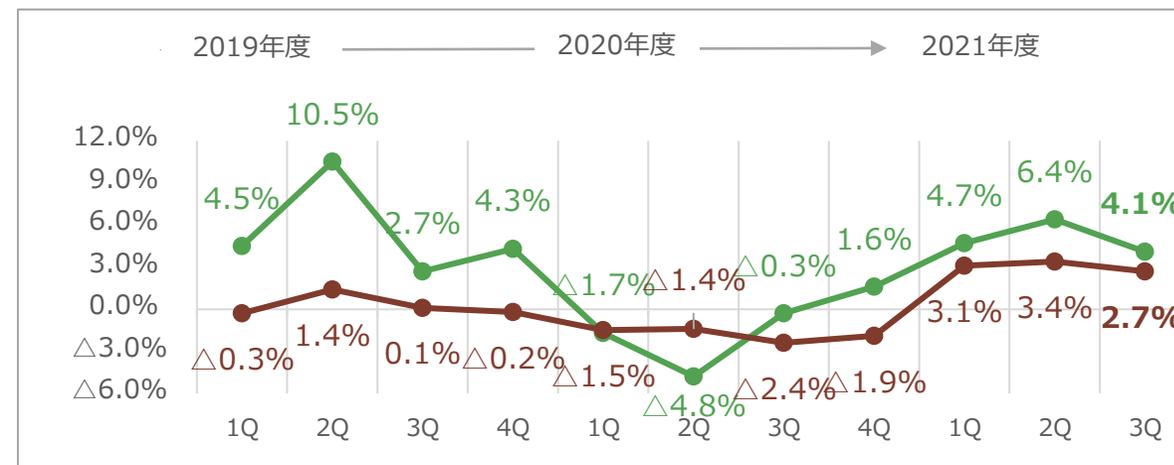


市場との差
+4.2pt
(3Qのみ: +3.7pt)

一般診療所 (GP)

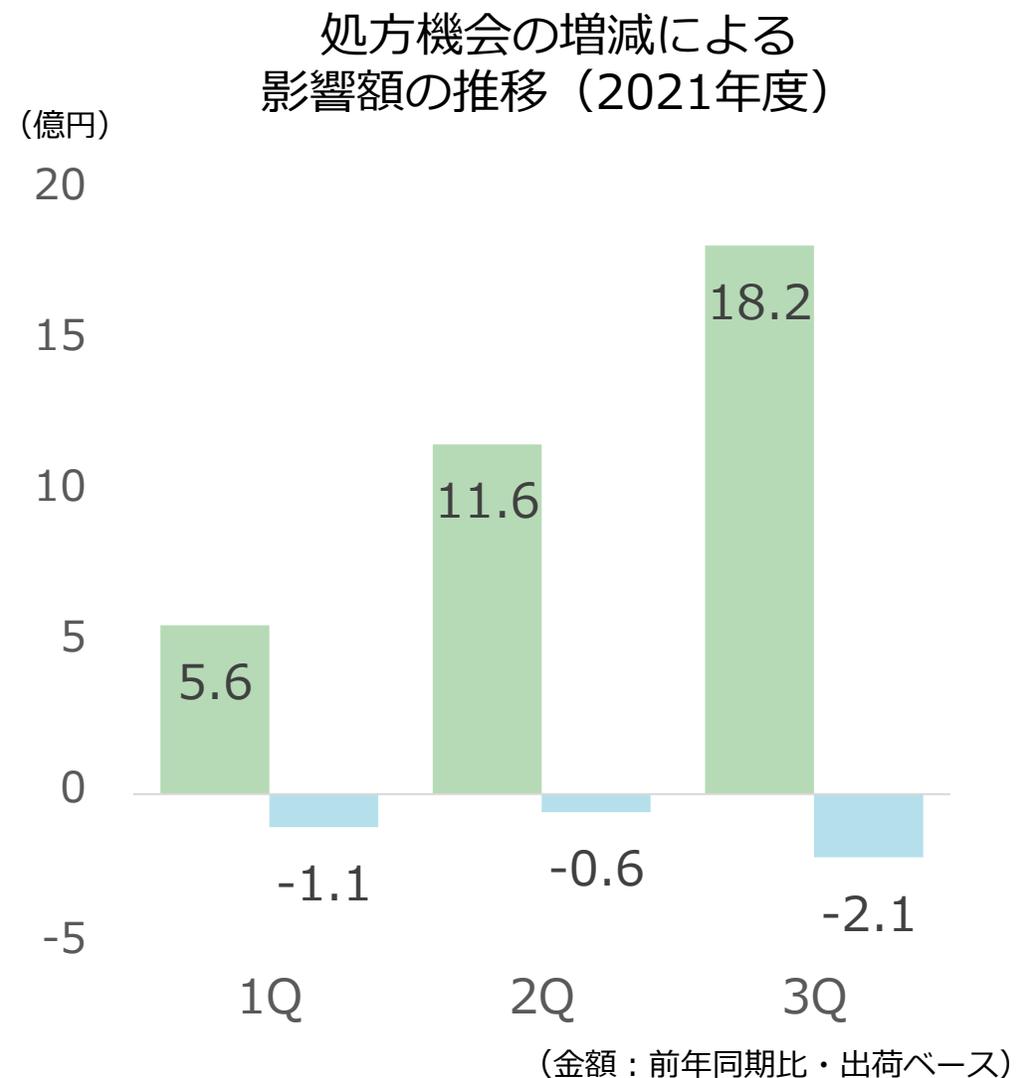
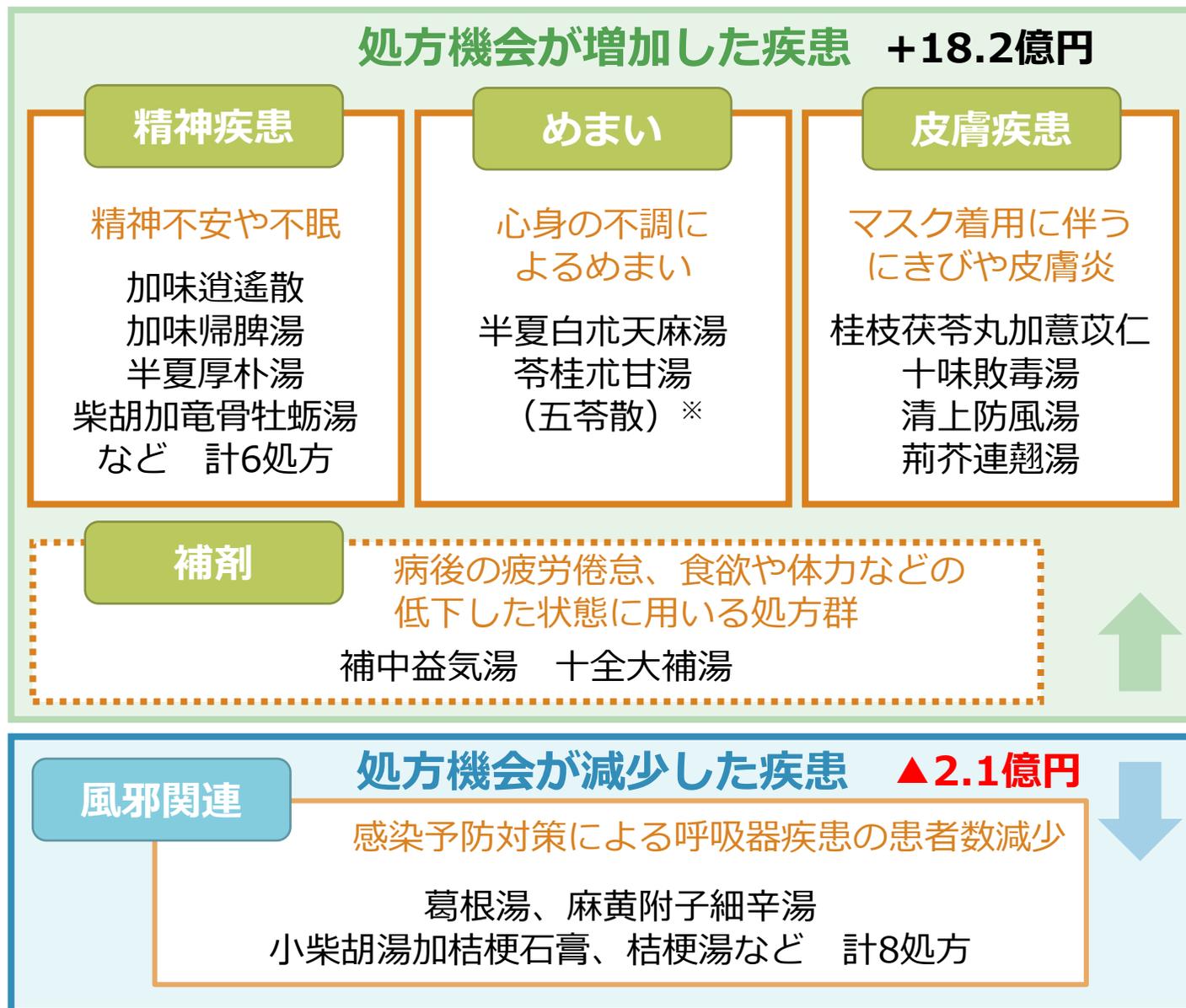


病院 (HP)



e-プロモーション × MRによる面談や説明会が増加

訪問規制が継続しているため、e-プロモーションを強化



※五苓散はめまい以外での処方、機会も増加しているため算出根拠から除外

育薬処方・Growing処方 売上高

(百万円)

	売上 順位	製品No./処方名	2020年度3Q	2021年度3Q	前年同期比	
育薬 処方	1	100 大建中湯	7,125	7,334	+209	+2.9%
	2	54 抑肝散	5,401	5,678	+276	+5.1%
	4	43 六君子湯	5,168	5,548	+380	+7.4%
	8	107 牛車腎気丸	2,479	2,687	+207	+8.4%
	23	14 半夏瀉心湯	973	1,052	+79	+8.1%
育薬処方合計			21,148	22,301	+1,153	+5.5%
Growing 処方	3	41 補中益気湯	5,328	5,655	+327	+6.1%
	5	17 五苓散	3,426	4,111	+684	+20.0%
	7	68 芍薬甘草湯	3,521	3,692	+171	+4.9%
	6	24 加味逍遙散	3,350	3,752	+401	+12.0%
	10	29 麦門冬湯	2,417	2,455	+37	+1.6%
Growing処方合計			18,044	19,666	+1,622	+9.0%
育薬・Growing処方以外の119処方合計			41,934	45,325	+3,391	+8.1%
医療用漢方製剤129処方合計			81,127	87,293	+6,166	+7.6%

売上高構成比率



- 育薬処方
25.6%
- Growing処方
22.5%
- 上記以外の119処方
51.9%

※2020年度3Q売上高：収益認識基準適用後の金額で表示しています

- 高齢者関連領域、がん領域（支持療法）、女性関連領域の重点3領域を集中的に活動
- 重点3領域において、育薬処方・Growing処方を中心に営業アプローチを展開

高齢者関連領域

精神・神経疾患

育 抑肝散
+ 関連処方

消化器疾患

育 六君子湯
育 大建中湯
G 補中益気湯
+ 関連処方

呼吸器疾患

G 麦門冬湯
+ 関連処方

循環器疾患における
周辺症状

G 五苓散
+ 関連処方

フレイルにともなう
諸症状

育 牛車腎気丸
G 補中益気湯
+ 関連処方

がん領域 (支持療法)

副作用の軽減など

育 六君子湯
育 半夏瀉心湯
育 牛車腎気丸
+ 関連処方

女性関連領域

婦人科疾患

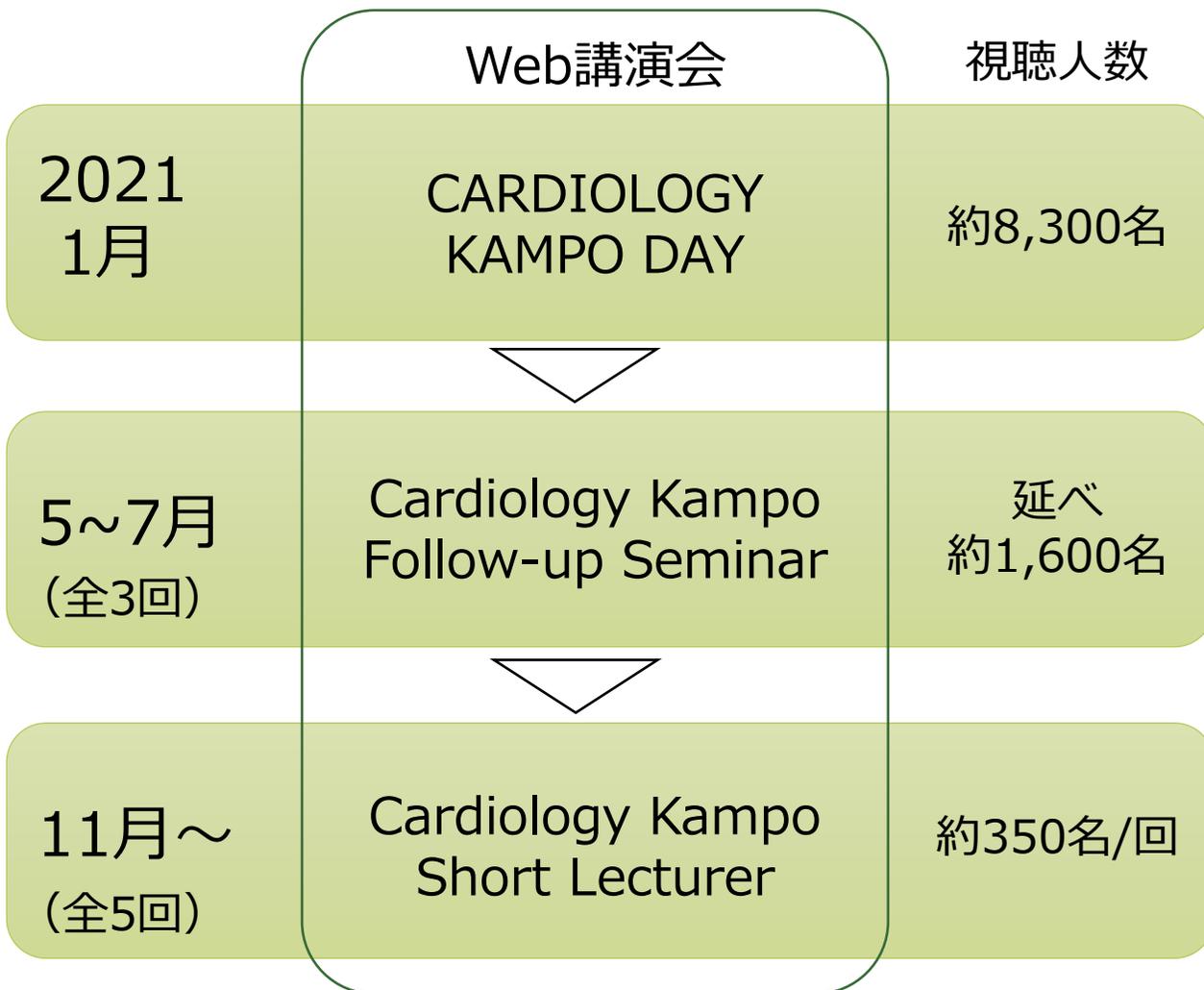
G 加味逍遙散
+ 関連処方

その他の疾患・症状など

育 大建中湯
G 五苓散
+ 関連処方

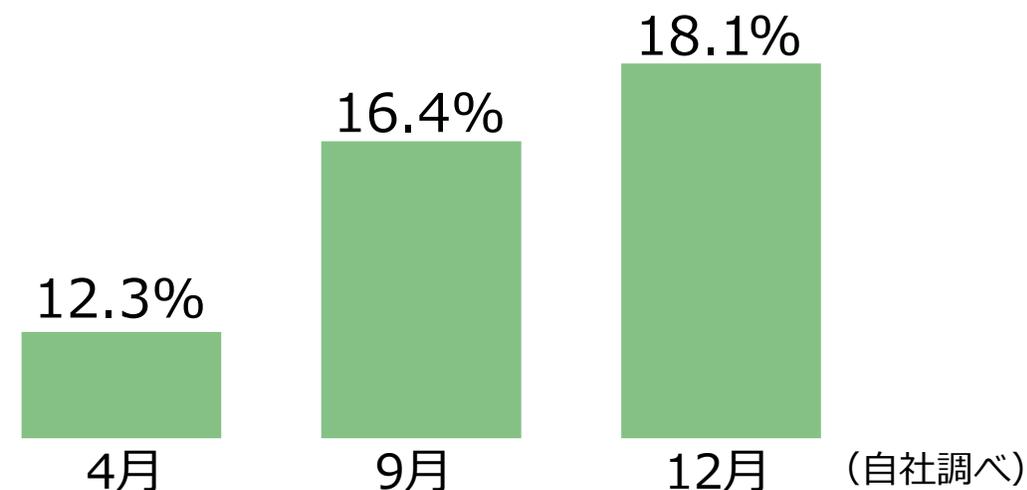
循環器領域講演会などの開催により、売上高、10処方以上医師が増加

(出荷・金額ベース)



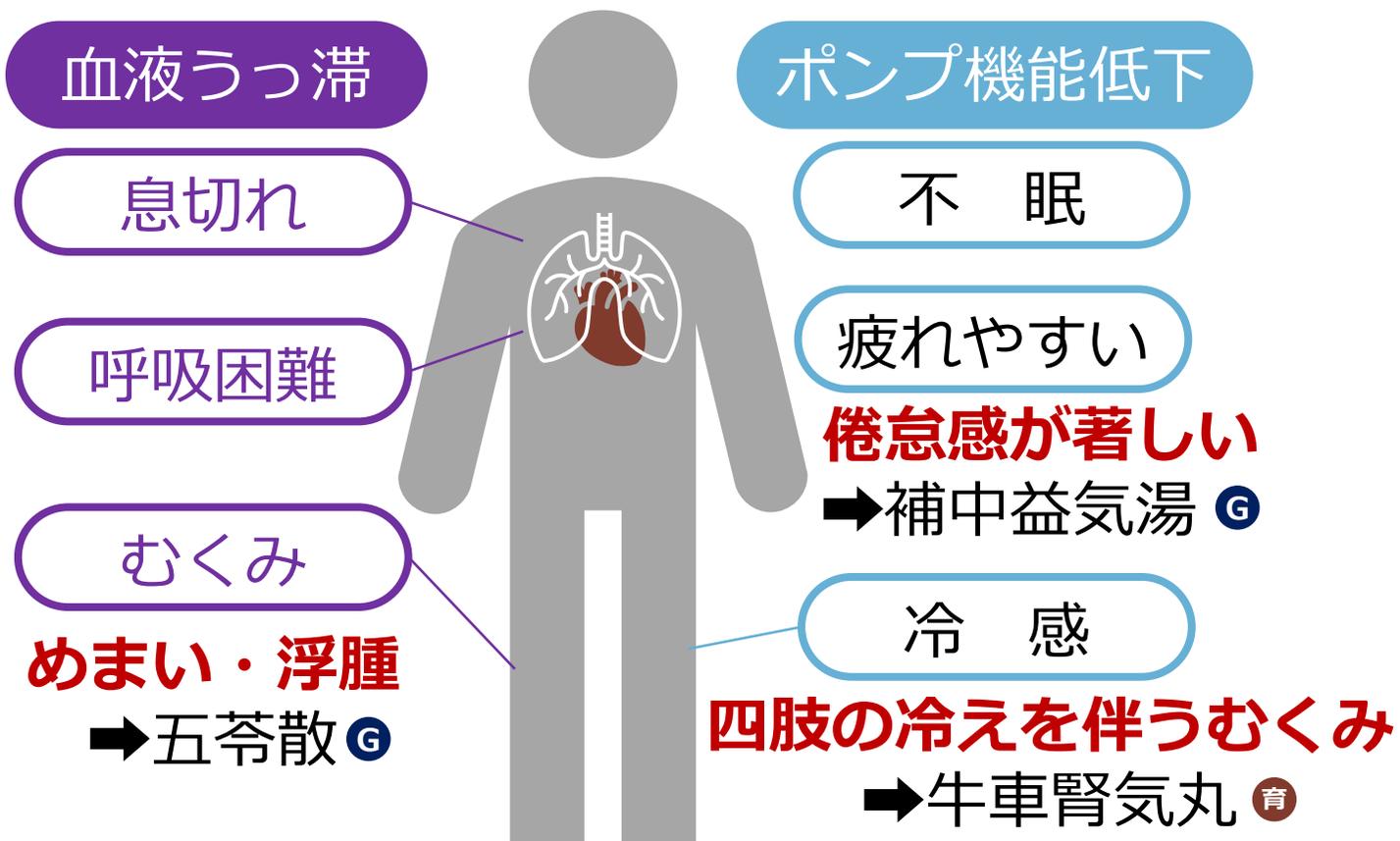
医療用漢方製剤	前年同期比
五苓散	+20.0%
補中益気湯	+6.1%
牛車腎気丸	+8.4%

循環器科の10処方以上医師割合 (2021年度)



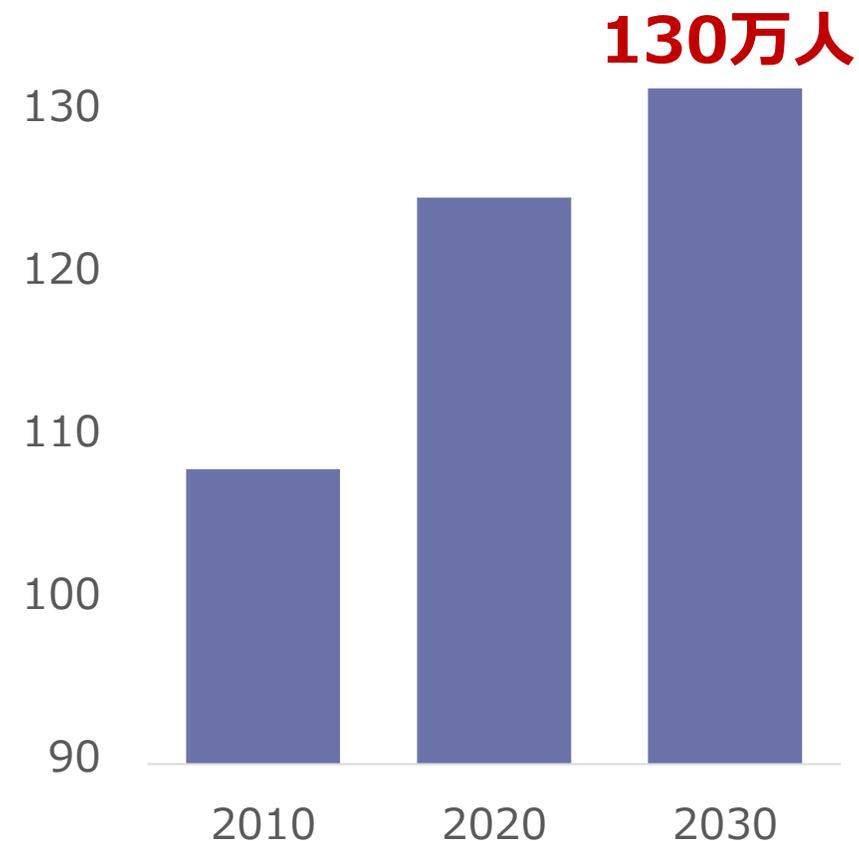
心不全の患者数は毎年約1万人ずつ増加、2030年には130万人になると推計

心不全に伴う周辺症状と漢方処方



(万人)
140

心不全患者数の予測



出典：Okura Y, et al. Circ J. 2008; 72: 489-91. より抜粋

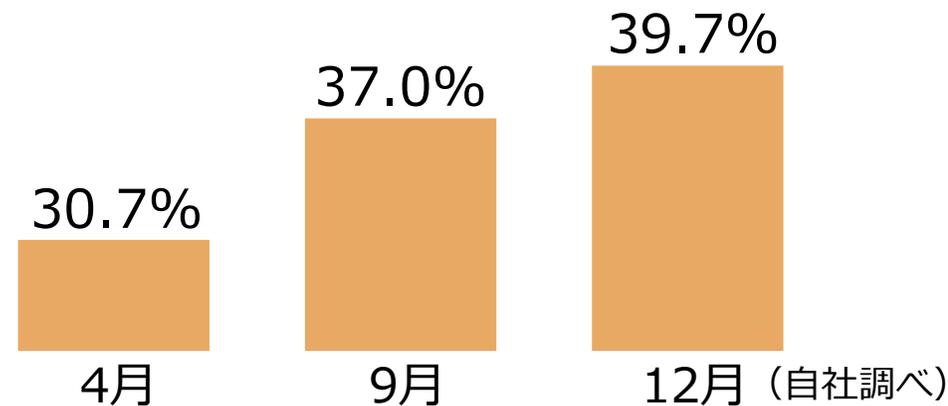
Web講演会、動画配信などの施策により、売上高、10処方以上医師が増加

(出荷・金額ベース)

	Web講演会 テーマ	視聴者数 (回数)	動画配信 テーマ	視聴者数 (回数)
1Q	更年期障害 ストレス	1.7万人 (2回)	更年期障害	3.5万人 (1回)
2Q	冷え ストレス	1.9万人 (2回)	女性疾患	3.8万人 (2回)
3Q	ストレス 不安・不眠	1.5万人 (2回)	冷え症 不安症	11.3万人 (5回)

	医療用漢方製剤	前年同期比
婦人科 三大処方	当帰芍薬散	+12.9%
	加味逍遙散	+12.0%
	桂枝茯苓丸	+8.8%
不安 ・ 不眠	半夏厚朴湯	+10.6%
	加味帰脾湯	+19.2%

産婦人科の10処方以上医師割合 (2021年度)



医療関係者が求める最適な情報提供のカタチを実現 (MAツールの導入) MR活動をサポート (CRMツールの刷新)

<デジタルの役割>

新規顧客の発掘

- Web講演会
- 動画配信

- 漢方オンラインMR
- 漢方オンラインサロン
- AIチャットボット (K-chat)

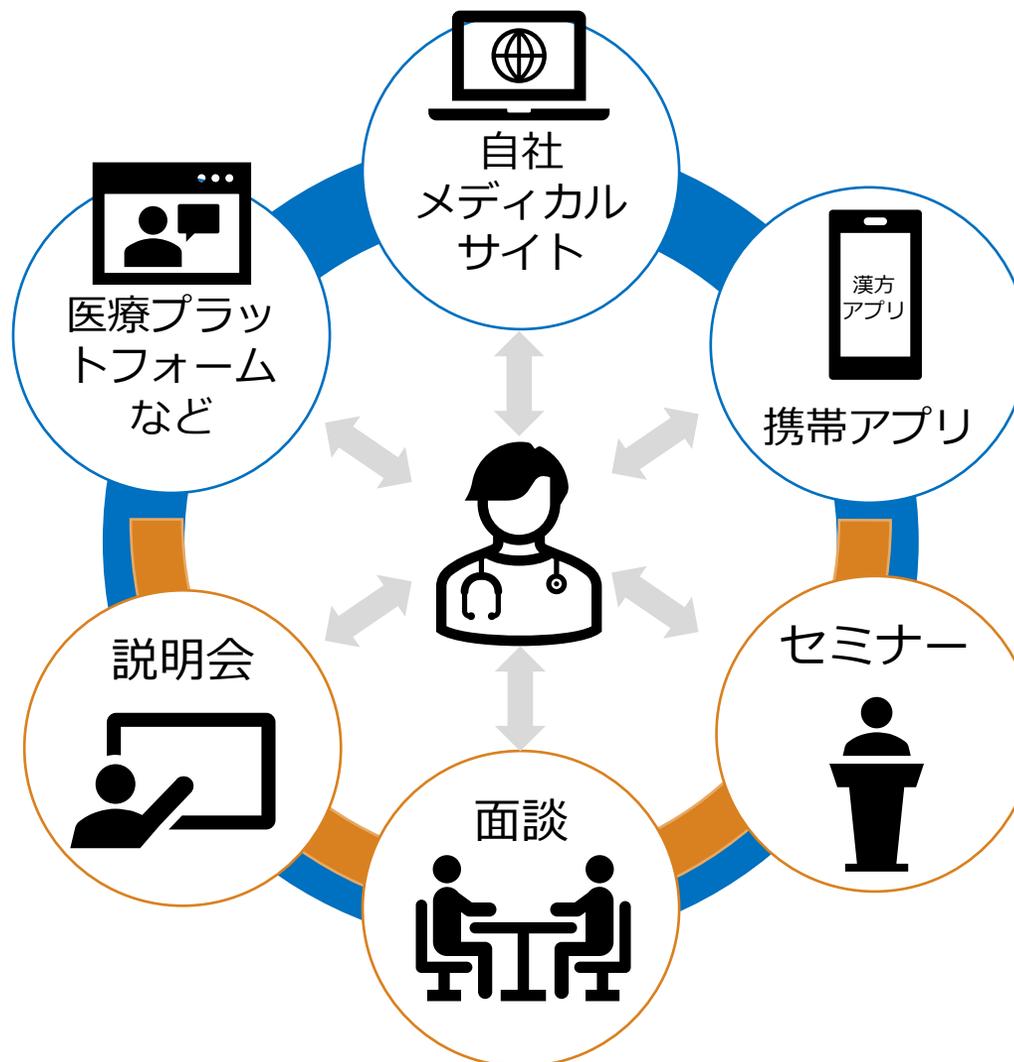
など

<MRの役割>

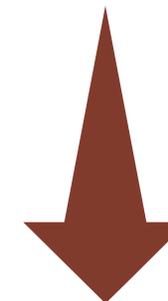
顧客との関係構築

- 個別ニーズへの対応
- 漢方医学的アプローチ
- 処方を使い分け

など

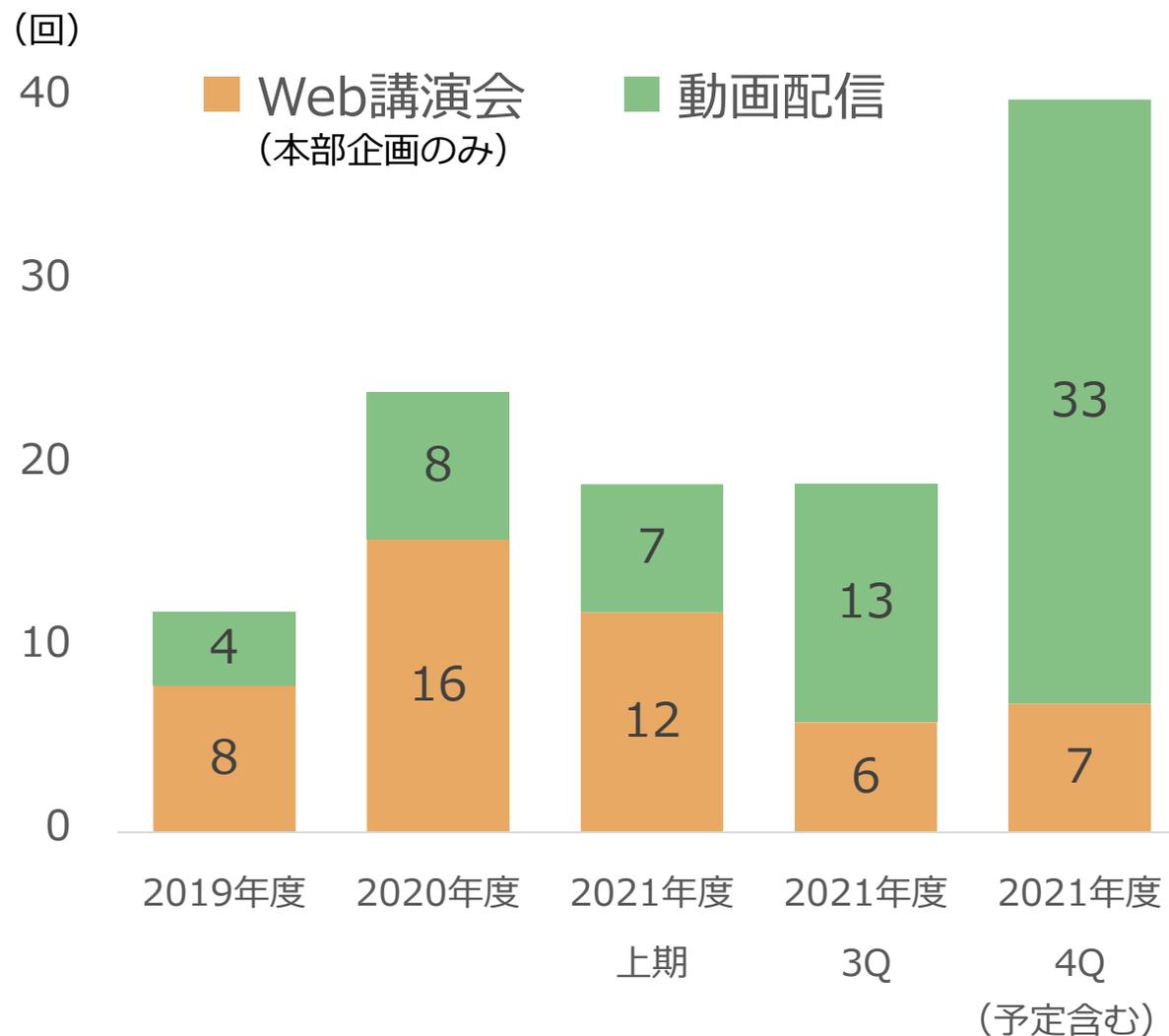


面の拡大



点の深耕

2021年3Q以降に動画配信を拡大



期間	開催テーマ	
	Web講演会	動画
2021年度 3Q	精神科 (1) 婦人科 (1) 呼吸器科 (2) 整形外科 (2)	消化器科 (5) 精神科 (3) 婦人科 (2) 呼吸器科 (2) 高齢者 (1)
2021年度 4Q予定	消化器 (2) 補剤 (1) めまい (1) がん支持療法 (2) コロナ関連 (1)	消化器科 (13) 補剤 (3) 高齢者 (3) めまい (2) 循環器科 (5) 精神科 (4) 呼吸器科 (2) 婦人科 (1)

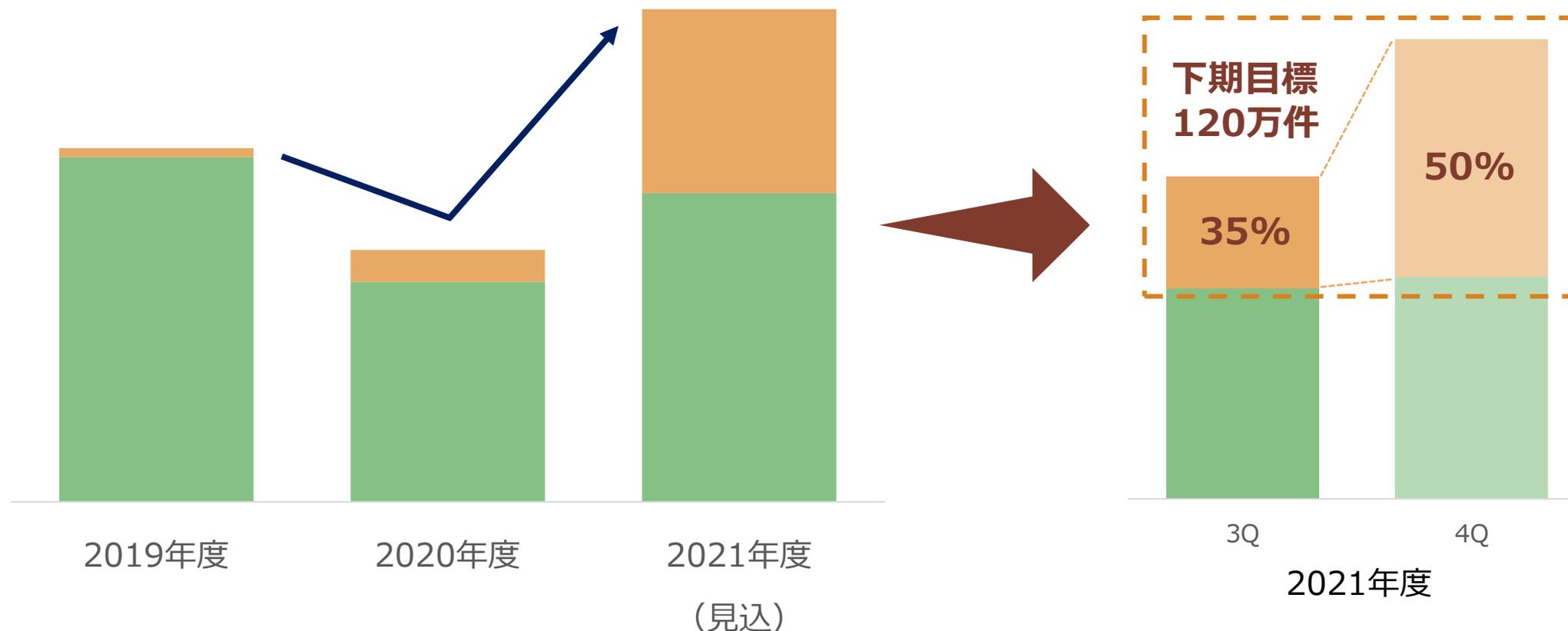
* 総合医療サイト、自社メディカルサイトから配信
() 内は配信回数

e-プロモーションの拡大により、ディテールインパクト*はコロナ前を超える 第4四半期は、e-プロモーション比率50%以上を目指す

*MR活動やインターネットなど各チャネルからの情報認知件数

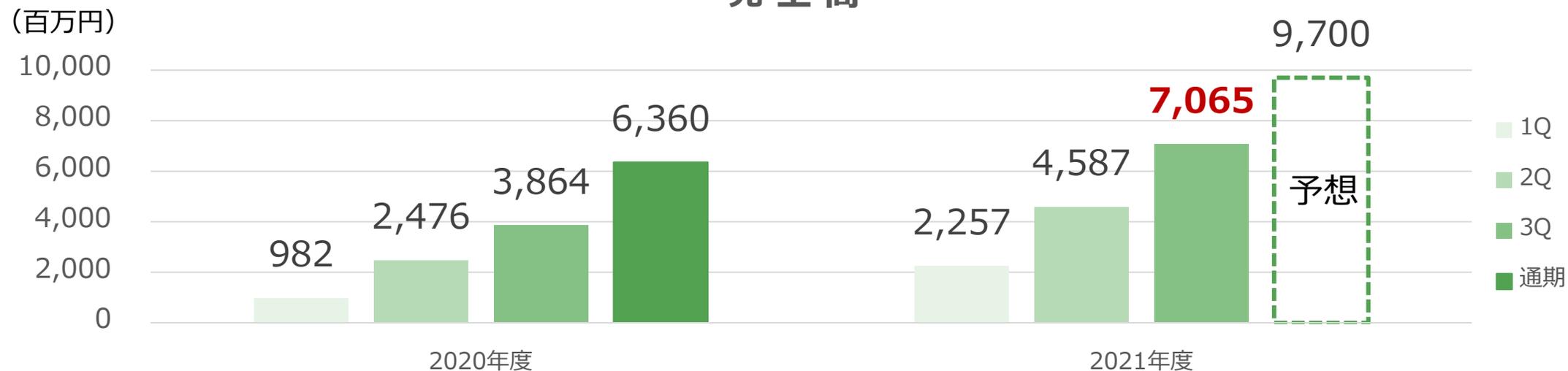
■ MR活動 : ディテール、オンライン面談 (MR)、院内説明会

■ e-プロモーション : e-ディテール、Webサイト、オンライン面談 (本社部門)



平安津村薬業と深圳津村薬業を中心に販売を拡大

売上高



原料生薬



飲片



鮮人参



薬食同源製品



サステナビリティビジョン2050、長期経営ビジョン2031

日 程

2022年 3月29日 (火) 13:00~14:30

内 容

- サステナビリティビジョン2050
- 長期経営ビジョン2031
 - ・ R & D方針
 - ・ 中国事業

2021年度業績予想

(百万円)

	2020年度 実績	2021年度 予想*	前期比	
			金額	率
売上高	116,413	127,500	+11,086	+9.5%
国内	110,053	117,800	+7,746	+7.0%
海外	6,360	9,700	+3,339	+52.5%
営業利益	19,382	21,100	+1,717	+8.9%
経常利益	20,866	23,400	+2,533	+12.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	15,332	16,600	+1,267	+8.3%

	2020年度実績	2021年度予想*
配当金(1株あたり)	64円	64円
EPS	200.4円	216.97円
ROE	7.2%	7.4%

*2021/10/29 業績予想を修正しています

第3期中期経営計画

2019-2021年度

売上高 **1,200**
億円以上

営業利益 **190**
億円以上

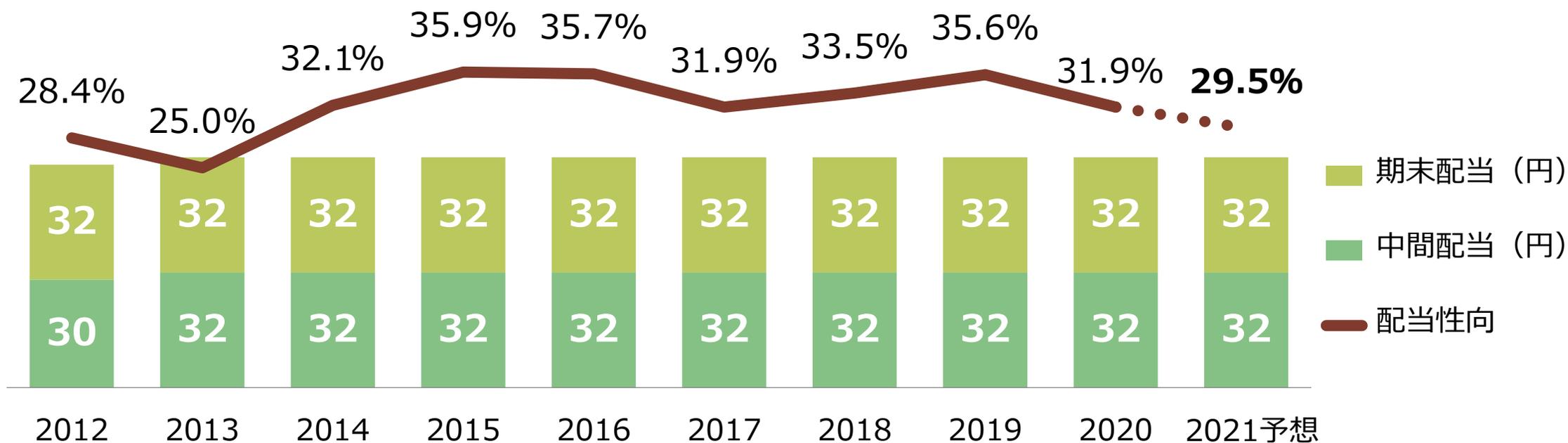
ROE **6%**
以上

収益認識基準適用後の数値目標

(注) 上記の予想は、本資料の発表日現在において、入手可能な情報に基づき作成したものであり、COVID-19の更なる感染拡大による社会経済活動への影響など、現時点で予測できないリスクによる影響は考慮しておりません。実際の業績等は、今後様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。状況に変化が発生した場合は適時・適切な開示を実施いたします。

方針

- “漢方”事業の持続的な拡大と中国事業の成長投資および基盤構築を通じて、企業価値の向上を図る
- 中長期の利益水準やキャッシュ・フローの状況等を勘案し、安定配当を実施する



(注) 2021年度期末配当金・配当性向（予想）は、第86回定時株主総会による配当議案決議が前提の予想数値を記載

コーポレート・コミュニケーション室

IR推進グループ

investor_madoguchi@mail.tsumura.co.jp

見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。これら見通しを実現できるかどうかは様々なリスクや不確実性などに左右されます。従って、実際の業績はこれらの見通しと大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。
- 日本ならびにその他各国政府による医療保険制度や薬価等の医療行政に関する規制が変更された場合や、金利・為替の変動により、業績や財政状態に影響を受ける可能性があります。
- 現在発売している主要製品が、万が一製品の欠陥、予期せぬ副作用などの要因により、販売中止となったり、売上が大幅に減少した場合、業績や財政状態に大きな影響を及ぼします。

appendix

第3期中期経営計画（2019-2021年度）に収益認識基準を適用

	第3期中計経営計画 数値目標	第3期中計経営計 数値目標 収益認識基準適用	2021年度 業績予想 修正後
売上高	1,350億円以上	1,200億円以上	1,275億円
営業利益	190億円以上	190億円以上	211億円
ROE	6%以上	6%以上	7.4%

近年の疾病構造を見据え、医療ニーズの高い領域において新薬治療で難渋している疾患で、医療用漢方製剤が特異的に効果を発揮する疾患に的を絞り、エビデンス（科学的根拠）を確立する処方

育薬処方

大建中湯

抑肝散

六君子湯

牛車腎気丸

半夏瀉心湯

育薬処方に続く戦略処方として、治療満足度や薬剤貢献度の低い領域でのエビデンス構築（安全性・有効性データなど）により診療ガイドライン掲載を目指す処方

Growing処方

補中益気湯

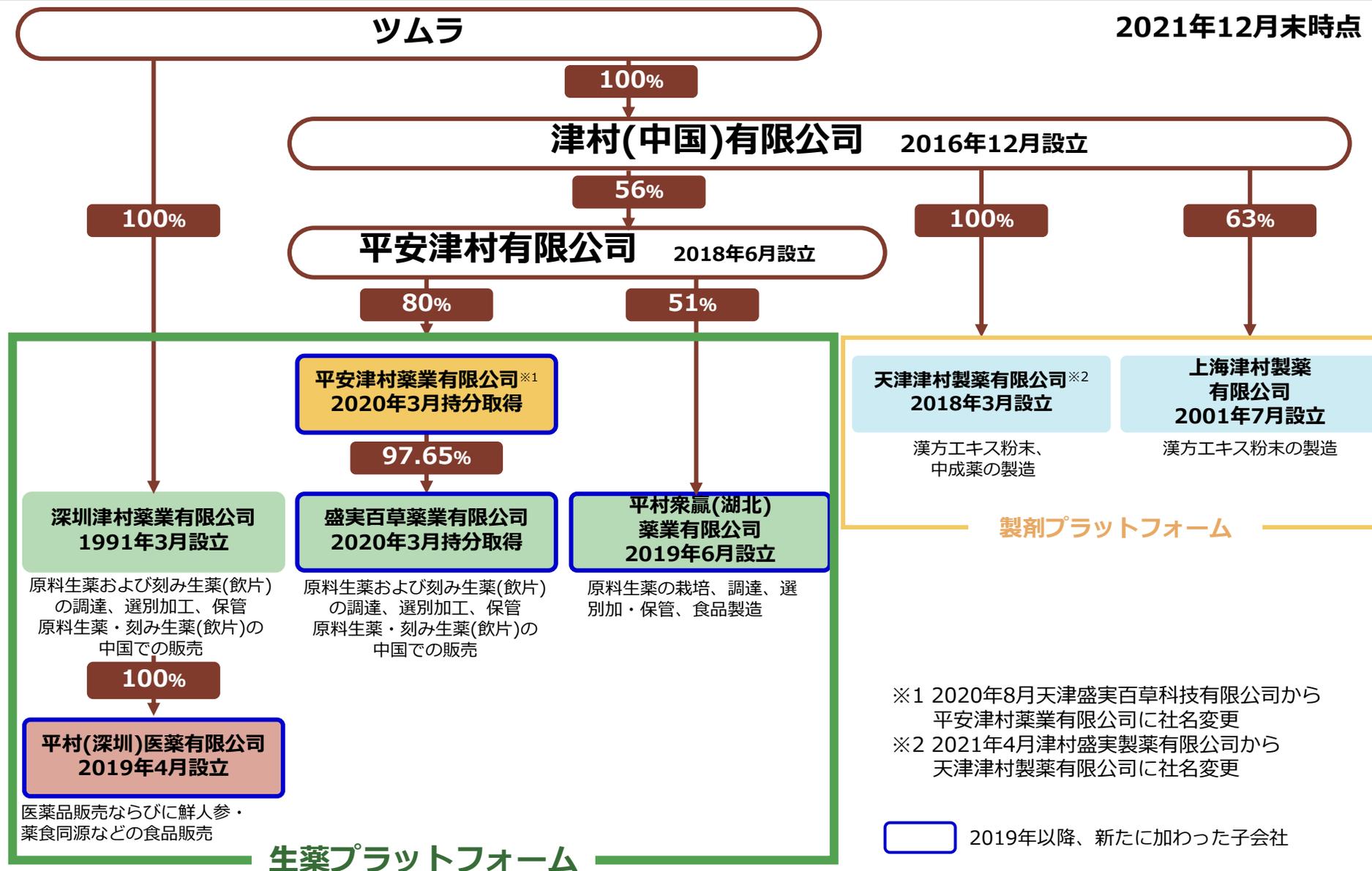
芍薬甘草湯

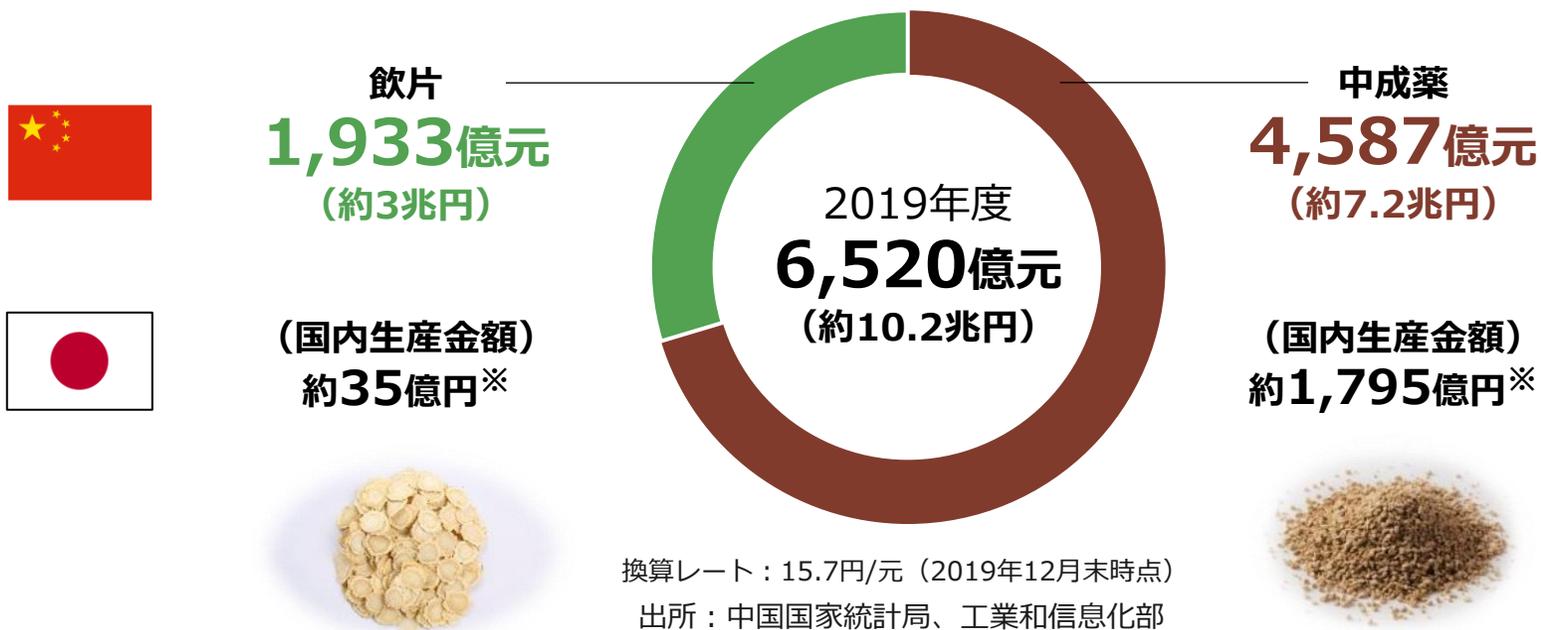
麦門冬湯

加味逍遙散

五苓散

2021年12月末時点





※出所：日本漢方生薬製剤協会「漢方製剤等の生産動態」

用語	意味	漢方医学において対応する語 (必ずしも「同義」ではない)
中薬	中医学で使用する薬剤（中成薬、飲片など）	漢方薬、刻み生薬、生薬
飲片	刻み生薬と同義。煎じて服用する	刻み生薬
中成薬 └ (古典処方中薬複合製剤)	中医学の理論に基づいた処方を、顆粒や丸剤等の形にした薬剤 (古くからある中国の医学書由来の処方を、顆粒や丸剤等の形にした薬剤)	漢方エキス製剤、生薬製剤 (漢方エキス製剤)