

2012年3月期 第1四半期決算 カンファレンスコール 質疑応答(要約)

Q.

上期売上計画未達のペースで走っているにもかかわらず、通期の利益予想を変えないのは何故か？

A.

確かに売上は厳しい状況であるが、今後挽回していきたいと考えています。利益はコストコントロールで目標を達成したいと考えています。

Q.

販社ルートの落ち込みが目立つ。何か特別な要因があるのか？

A.

販社は診療所向けのウェイトが多いですが、卸経由・販社経由を含めて診療所向け全体の伸びが横ばいのところ販社だけならマイナスとなるなど診療所向けが厳しいことが要因の一つです。また3月は販社にも震災の影響で前倒し需要があったことも影響しています。当社から販社への荷送りベースでは前年比マイナスとなっていますものの、販社から医療機関への荷離れベースではプラスとなっています。

Q.

収載年度別売上でマイナスになっている05年、08年等は、それぞれボグリボース、アムロジピン等の年だと思うが、どういう状況なのか？

A.

既存品ではニコラゼの回収分がマイナスの大きな要因、その他確かにボグリボースやアムロジピン等が前年比マイナスですが、これは荷送りベースと荷離れベースの差が大きな要因と分析しています。実際にアムロジピン等は荷離れベースでは増えています。

Q.

売上が弱い理由は？震災の影響は、通期の業績予想を中計の売上計画より下げた時点で既に反映していたはずでは？ジェネリックが伸びていないのが原因か？

A.

震災の影響が当初の分析よりも大きかったです。8億円ぐらいと考えていましたが、実際は10億円ぐらいの影響があったと分析しています。また、ジェネリックのみならず市場全体が厳しいことが要因です。

Q.

それに対して何か特別な営業戦略で何かしているのか(価格面等)？

A.

従来から当社は価格重視の営業戦略であり、新製品発売初年度の売上はそれほど多くない傾向が見られます。対応としましては、処方元の医師に対するPRをしっかり行っていきたいと考えています。