

2017年3月期 決算説明会における主な質疑応答

2017年5月16日、東京

Q1：第4四半期（会計期間）の粗利率が悪化した理由を教えてください。国内で粗利率の低い現地仕入品が増えたのか。1年程前から自社製品の販売強化策を取られていたと思うが、機能していないのか。

A1：棚卸資産の評価減の増加が粗利率の悪化要因である。米国では売上の期ずれが1千万ドル（約11億円）あり、期末在庫が一時的に増加したが、4月以降の出荷により評価減は解消する見込みである。業績が厳しい欧州でも評価減が増加した。国内の売上構成の変化も粗利率悪化の要因である。当社が戦略的に導入している他社品の売上が伸長した。自社製品の販売強化策は継続している。

Q2：中期経営計画を発表されているが、来期以降の国内成長のイメージを教えてください。2018年3月期の国内売上高予想2.6%成長と同水準なのか。それとも病床再編等によって伸び率は緩やかになると想定しているのか。また、国内販売子会社を吸収合併し、国内営業を担当する田村氏が代表取締役役に就任予定だが、国内事業の強化を図る意図があるのか。

A2：国内については2%前後をベースとして持続的成長を目指している。急性期病床の削減や来年予定されている診療報酬改定の影響から、大学・官公立病院市場での設備投資の抑制傾向は続くと考えている。その中でも高度急性期病床では医療の質と効率性を改善するため、より高度な製品・サービスの需要がある。こうした需要に応え、当社の得意分野である急性期市場で高いシェアを維持・確保したい。また、私立病院・診療所市場は、前期に実施した営業体制再編の効果もあり好調に推移しているため、引き続き伸ばしたい。この4月に国内販売子会社を吸収合併した理由は2つある。1つ目は、全国的な共同購買や病院グループ化の動きの中、日本全体を俯瞰した販売戦略の展開が必要となっており、機動力を高めるためである。2つ目は、グループ経営の観点から社内業務プロセスを簡素化し、業務効率を高めるためである。最後に代表取締役の件だが、売上の7割を占める国内事業の再編と事業基盤の強化が中長期的な成長において重要と考え、その推進役である田村を選任することとした。

Q3：2018年3月期の海外売上高予想は、現地通貨ベースで14%成長となっている。過去2～3年の業績から見て簡単ではないと思うが、達成の確度を教えてください。特に米州、アジア州だが、米国で商談の期ずれがあるといっても10数%伸ばさなければならぬ。アジアも政情が不安定な地域がある。

A3：海外の見込みが大幅に下振れたことが、過去2年間の度重なる修正の一因でもある。過去数年にわたって海外の販売網を強化してきたため、当社の製品力、販売力は改善しており、高い成長が可能だと考えていた。しかしながら、一昨年頃から新興国での通貨下落、原油価格の下落により、海外の市場環境が徐々に悪化し、昨年からは政治的なリスクも加わった。2017年3月期の業績が予想を

下回った理由として、アジア州ではタイ、韓国での政情不安が影響した。欧州ではドイツの販売体制強化の効果が現れるのに時間を要している。一方で北米については事業基盤の強化が奏功し、多くのIDN※の契約を獲得するなど順調に推移しているが、新政権に変わった影響で一部の商談で期ずれが発生した。2018年3月期予想はこうした状況を精査して立案しており、達成可能だと考えている。米州では、米国での製品力・販売体制の強化が奏功して成長が続くほか、中南米では政府関連の商談が今年に入って動き始めている。欧州では、ドイツで代理店網再編の効果による回復を期待している。アジア州でもタイや韓国の政情が安定し始めており、回復傾向が見られる。

※IDN：Integrated Delivery Network 総合医療ネットワーク

Q4：過去2年間で何度も業績予想の下方修正があった。会社にとっての業績予想の意味を確認したい。業績予想は経営陣によるコミットメントではないのか。

A4：業績予想の修正が続いていることは、会社としても重く受け止めている。2年前に中期経営計画を上方修正したが、市場環境の読み、対応のスピードが今から考えれば楽観的だった。このことを踏まえ、経営陣としてコミットメントできる数値を公表しなければならないと強く意識し、中期経営計画と2018年3月期予想を策定した。もちろん、業績予想には不確定な要素があり、会社が持続的に成長し企業価値を向上するためにチャレンジしなければならない部分があることはご理解いただきたい。

Q5：中期経営計画「TRANSFORM 2020」では高収益体質への変革を目指すということだが、過去数年と比べて変わる点を教えてほしい。また、人員投資は続けるのか、それとも投資回収の段階に入るのか。

A5：「TRANSFORM 2020」では、基本方針として「高い顧客価値の創造」と「組織的な生産性の向上」を掲げている。「高い顧客価値の創造」では、当社独自技術の世界的な普及、消耗品の生産・販売体制の増強、顧客からの専門化・高度化する要求に対応できる販売・サービス体制の構築を推進する。「組織的な生産性の向上」では、社内業務の無駄や重複をなくすことで効率性を高めるほか、拡大する海外販売に対応したサプライ・チェーンの構築を進める。現在収益性が低下していることを踏まえ、これまで以上に施策を徹底し、成果につなげたい。海外の人員増強については、過去数年かなりの投資をしている。今後も売上の拡大に応じて人員を増強する予定だが、人員の生産性を高め、極力効率を上げていく。

以 上

<ご留意事項>

※本資料は、投資家の皆様へのご参考として掲載しています。説明会でお話したこと全てをそのまま書き起こしたのではなく、当社の判断で簡潔にまとめたものであることをご了承ください。

※本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。