

2022年12月期決算及び 「中期経営計画2023-2025」 に関する説明会

2023年2月14日

鳥居薬品株式会社

代表取締役社長 松田剛一

【イベント概要】

企業名 : 鳥居薬品株式会社

企業ID : 4551

イベント種類 : 決算説明会（機関投資家・アナリスト向け）

決算期 : 2022年度（通期）

日程 : 2023年2月14日

時間 : 11:00～12:00（登壇30分、質疑応答30分）

開催場所 : インターネット開催

登壇者 : 2名

代表取締役社長 松田剛一

常務執行役員 企画・支援グループリーダー 近藤紳雅

目次

1. 会社概要
2. 2022年度12月期決算概要、「中期経営計画2022-2024」進捗
3. 2023年度12月期業績予想、「中期経営計画2023-2025」
4. サステナビリティへの取り組み
5. 将来の成長へ向けた投資と株主還元について

（将来に関する記述等についてのご注意）

本資料に記載しております業績見通し等の将来に関する記述は、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、リスクや不確実な要素を含んでおり、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。したがって、実際の業績等は、様々な要素により、これらの業績見通し等とは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果に関わらず、常に当社が、将来の見直しを見直すとは限りません。



1.会社概要

1.会社概要

商号	鳥居薬品株式会社
設立	1921年（大正10年）11月1日
本社	〒103-8439 東京都中央区日本橋本町3-4-1 トリイ日本橋ビル
代表者	代表取締役社長 松田 剛一
資本金	5,190百万円
従業員	563名（2022年12月31日現在）
事業内容	医薬品の製造・販売
事業所	本社／東京 支社／全国7カ所

1.会社概要：主要製品・商品

腎・透析領域

■ リオナ錠 高リン血症治療剤／鉄欠乏性貧血治療剤



慢性腎臓病患者（血液透析患者、腹膜透析患者、保存期腎不全患者）さんの高リン血症を改善する薬剤です。また、2021年3月に鉄欠乏性貧血に対する適応追加の承認を取得しています。

■ レミツチ 経口そう痒症改善剤



従来の止痒薬では効果が不十分であった透析患者さんの痒みや、慢性肝疾患患者さんの痒みを改善する薬剤です。

皮膚疾患領域

■ コレクチム軟膏 外用ヤヌスキナーゼ(JAK)阻害剤



免疫反応の過剰な活性化を抑制することでアトピー性皮膚炎を改善する、世界初の外用ヤヌスキナーゼ(JAK)阻害剤です。また、2021年3月に小児適応に係る用法・用量の追加承認等を取得しています。

■ アンテバート 外用副腎皮質ホルモン剤



アトピー性皮膚炎や接触皮膚炎等の皮膚疾患に対して炎症を抑えることによって症状を改善する薬剤です。

アレルギー領域

■ シダキュア スギ花粉舌下錠 スギ花粉症のアレルゲン免疫療法薬



スギ花粉症に対する舌下投与のアレルゲン免疫療法薬であり、日本国内で初めて成人及び小児等において使用可能となった速溶性の舌下錠です。

■ ミティキュア ダニ舌下錠 ダニアレルギーのアレルゲン免疫療法薬



ダニ抗原によるアレルギー性鼻炎に対するアレルゲン免疫療法薬であり、成人及び小児等において使用可能な速溶性の舌下錠です。

1.会社概要：企業理念「鳥居薬品の志」

企業理念体系

企業理念：鳥居薬品の志

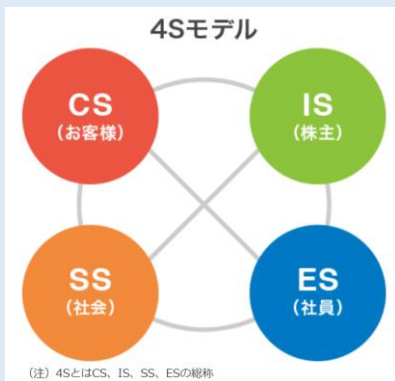
患者さんとそのご家族や医療に携わる方々に誠実に向き合い、
患者さんの健康回復と、病に縛られない豊かで笑顔多い人生に貢献する

長い歴史の中で培った皆様からの信頼を受け継ぎながら、
時代や環境に合わせて柔軟に変革・進化し、
私たちだからこそ出来る医療への貢献に挑戦し続ける

大切にする価値観：TORII's POLICY

- ・ つながる“ひと”すべてを大切に
- ・ 誠実・まじめがトリイのトリエ
- ・ 全員当事者 脱・評論家
- ・ 新しいことでもおそれずにやってみよう
- ・ すべての経験を糧に、私たちは成長し続ける

経営の基本的考え方：4Sモデル



私たちは、高品質の事業活動によって生み出される資金を循環／拡大することを通じて、
お客様、株主、社会、社員の四者に対する責任をバランス良く果たし、満足の総和を高
めています。

1.会社概要：中長期事業ビジョン「VISION2030」

2030年に目指す姿

医療ニーズを深く理解し、その充足のために
高い専門性と機動力を持って
関係する皆様との共創を最適な形で進め、
価値ある新薬を見いだし届ける
存在感のある製薬企業

「VISION2030」のターゲット

- ・過去最高の売上高※1を更新
- ・過去最高益※2更新を射程に入れる

※1：641億円（2017年12月期）

※2：営業利益 133億円（2001年3月期）

事業戦略

- ①導入活動の強化
- ②製品価値最大化のための仕組み作り



2.2022年度12月期決算概要、 「中期経営計画2022-2024」進捗

2.2022年度12月期決算概要

<決算のポイント>

➤ 売上高：増収

「収益認識に関する会計基準」等の適用及び薬価改定による減少があったものの、アレルギー領域、皮膚疾患領域における販売数量の伸長等により、増収。

➤ 営業利益：増益

TO-208の開発に伴う研究開発費の増加があったものの、売上高増加により、増益。

(単位：百万円)

	2021年度	2022年度	増▲減	増▲減率(%)
売上高	46,987	48,896	1,908※2	4.1※2
売上原価	22,649	25,516	2,867※2	12.7※2
売上総利益	24,338	23,379	▲958※2	▲3.9※2
販管費 (うち研開発費)	19,682 (832)	17,839 (1,661)	▲1,843※2 (828)	▲9.4※2 (99.5)
営業利益 (研開発費控除前営業利益)	4,656 (5,489)	5,540 (7,201)	884 (1,712)	19.0 (31.2)
経常利益	4,847	5,537	689	14.2
当期純利益	3,374	3,944	569	16.9

※1 2022年12月期会計期間の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

※2 2021年12月期実績には当該会計基準を遡及適用していないため、増減につきましては参考値です。

2.2022年度12月期決算概要：領域別売上高・前期比

薬価改定等により腎・透析領域が減少したものの、皮膚疾患領域、アレルギー領域における販売数量の伸長等によりカバーし、全体としては増収

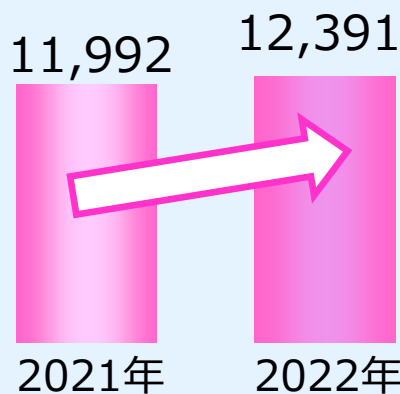
腎・透析領域

▲1,489



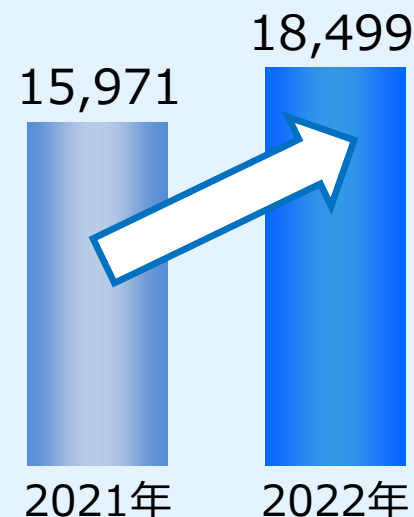
皮膚疾患領域

+399



アレルギー領域

+2,528



(単位：百万円)

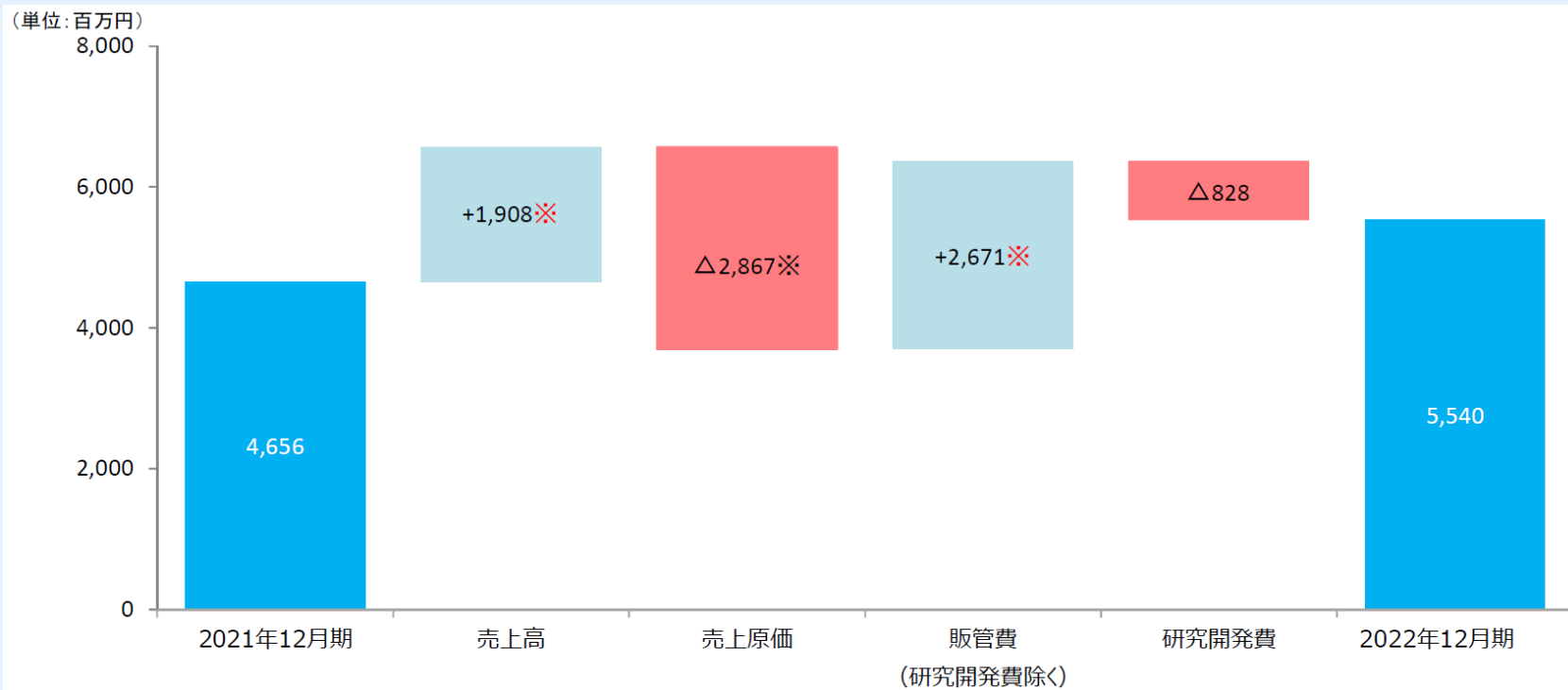
主な増減要因（億円未満切り捨て）

腎・透析領域	減収△14億円	リオナ	: 増加	▲	IDA適応追加
		レミッチ	: 減少	▼	薬価改定及び後発品の影響
皮膚疾患領域	増収 + 3億円	コレクテム	: 増加	▲	市場浸透・拡大、小児適応追加
		アンテベート	: 減少	▼	薬価改定の影響
アレルギー領域	増収 + 25億円	シダキュア	: 増加	▲	アレルギー免疫療法の更なる普及
		ミティキュア	: 増加	▲	



2.2022年度12月期決算概要：対前期増減要因

【営業利益】（5,540百万円 対前期 + 884百万円）



※2021年12月期実績には「収益認識に関する会計基準」等を遡及適用していないため、増減につきましては参考値です。

主な増減要因（億円未満切り捨て）

売上原価	増加 + 28億円	販売数量の増加、収益認識会計基準適用による増加、為替影響による増加
販管費 (研開費除く)	減少 △26億円	収益認識会計基準適用による減少、売上連動経費の増加
研究開発費	増加 + 8億円	臨床試験費用（TO-208）の増加 アレルギー製品の品質改善費用の増加

2.2022年度12月期決算概要：対計画・対修正予想

➤ 対当初計画：達成

「オラデオカプセル」及び「コレクチム軟膏」等の販売状況が好調に推移したことにより売上高、営業利益ともに、当初計画を上回った。

➤ 対修正予想：未達

主に「コレクチム軟膏」及び「ミティキュア」で修正計画に届かず売上高・営業利益ともに未達となった。

また、原価上昇で営業利益への影響も出てきている。

(単位：百万円)

	当初計画	修正予想 (10月31日開示)	実績	対当初計画 増▲減額	対修正予想 増▲減額
売上高	48,200	49,200	48,896	696	▲304
売上原価	24,900	25,300	25,516	616	216
売上総利益	23,300	23,900	23,379	79	▲521
販管費 (うち研開費)	18,100 (1,580)	17,900 (1,580)	17,839 (1,661)	▲261 (81)	▲61 (81)
営業利益 (研開費控除前 営業利益)	5,200 (6,780)	6,000 (7,580)	5,540 (7,201)	340 (421)	▲460 (▲379)
経常利益	5,200	6,000	5,537	337	▲463
当期純利益	3,800	4,300	3,944	144	▲356



2.「中期経営計画2022-2024」主要施策

再掲載：2022年2月10日開示資料

<成長戦略>

- 成長期新薬の普及・育成・価値最大化
(エナロイ、リオナ、コレクチム、シダキュア、ミティキュア、オラデオ)
- 新薬開発の推進 (JTE-061、TO-208)
- 導入体制の強化
- 経営戦略に沿った人事制度等の整備と働き方改革
- 企業風土改革

<ステークホルダーからの信頼維持>

- 安定供給体制の整備・強化
- 薬事規制の遵守と品質保証
- コンプライアンスの強化
- コーポレートガバナンスの強化



2.「中期経営計画2022-2024」主要施策の2022年度進捗

◆ 主要施策の主なトピック（2023年2月10日時点）

1. 成長期新薬の普及・育成・価値最大化

（エナロイ、リオナ、コレクチム、シダキュア、ミティキュア、オラデオ）

- 各製品とも着実な伸長（対前年比売上増）
- コレクチム：利便性向上、対象患者さんの拡大による価値向上
 - ✓ 「コレクチム軟膏0.5%」10gチューブ発売（2022年7月）
 - ✓ 「コレクチム軟膏」添付文書改訂（乳幼児アトピー性皮膚炎患者を対象とした国内における第Ⅲ相臨床試験結果を反映）（2023年1月）

2. 新薬開発の推進（JTE-061、TO-208）

- 各開発品とも順調な開発進捗
 - ✓ 「JTE-061」アトピー性皮膚炎患者対象の国内第Ⅲ相臨床試験の速報結果公表（2022年7月）
 - ✓ 「JTE-061」尋常性乾癬患者対象の国内第Ⅲ相臨床試験の速報結果公表（2022年9月）
 - ✓ 「TO-208」伝染性軟属腫を適応症とした国内における第Ⅲ相臨床試験開始（2022年7月）

3. 導入体制の強化

- 積極的な導入活動を通じ、新たに1件の導入品獲得
 - ✓ Nogra社の尋常性ざ瘡治療薬（NAC-GED-0507）国内でのライセンス導入契約締結（2023年1月）

4. コーポレートガバナンスの強化

- 社内外環境やステークホルダーからの期待等も踏まえ、下記取り組み・施策を実施
 - ✓ サステナビリティへの取り組み（基本方針策定・マテリアリティの特定）※スライドP23～26にて詳細説明
 - ✓ 取締役の任期短縮（2年→1年）（2023年3月株主総会付議議案）



参考：研究開発パイプラインの概要

開発番号	予定 適応症等	剤形等	国内開発段階				
			Phase I	Phase II	Phase III	申請	承認

皮膚疾患領域

JTE-052 「コレクチュム」	乳幼児アトピー性皮膚炎	外用剤	添付文書改訂（乳幼児アトピー性皮膚炎追加） （2023年1月）				
JTE-061	アトピー性皮膚炎	外用剤					
	尋常性乾癬	外用剤					
	小児アトピー性皮膚炎	外用剤					
TO-208	伝染性軟属腫	外用剤					

アレルギー領域

TO-203 「ミティキュア」	室内塵ダニアレルギー疾患 （喘息）	舌下錠					
--------------------	----------------------	-----	--	--	--	--	--



3. 2023年度12月期業績予想、 「中期経営計画2023-2025」

「中期経営計画2022-2024」より、環境変化を踏まえて毎年見直しを行う ローリング方式で中期経営計画を策定し、環境変化に迅速かつ柔軟に対応していくこととしております。

3. 2023年度12月期業績予想

<2023年度12月期業績予想のポイント>

➤ **売上高：増収**

2022年度に引き続きアレルギー領域、皮膚疾患領域における販売数量の伸長等により、増収見込。

➤ **営業利益：減益**

尋常性ざ瘡治療薬ライセンス契約締結一時金（研究開発費）の発生により、減益見込。

➤ **研究開発費控除前営業利益：増益**

上記ライセンス契約締結一時金を含む研究開発費を除けば、売上高増加により、増益見込。

◆ 2023年度12月期業績予想

（単位：百万円）

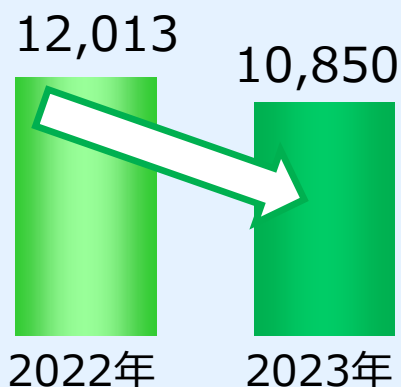
	2022年度	2023年度	増▲減	増▲減率(%)
売上高	48,896	50,900	2,003	4.1
売上原価	25,516	26,800	1,283	5.0
売上総利益	23,379	24,100	720	3.1
販管費	17,839	20,000	2,160	12.1
(うち研開発費)	(1,661)	(3,530)	(1,868)	(112.5)
営業利益	5,540	4,100	▲1,440	▲26.0
(研開発費控除前営業利益)	(7,201)	(7,630)	(428)	(6.0)
経常利益	5,537	4,400	▲1,137	▲20.5
当期純利益	3,944	3,100	▲844	▲21.4

3. 2023年度12月期業績予想：領域別売上高・前期比

前事業年度に引き続き、薬価改定等により腎・透析領域が減少するものの、皮膚疾患領域、アレルギー領域における販売数量の伸長等によりカバーし、全体としては増収見込

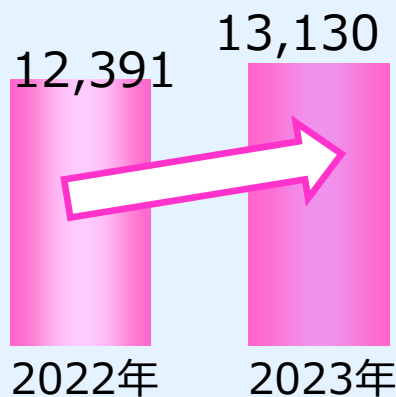
腎・透析領域

▲1,163



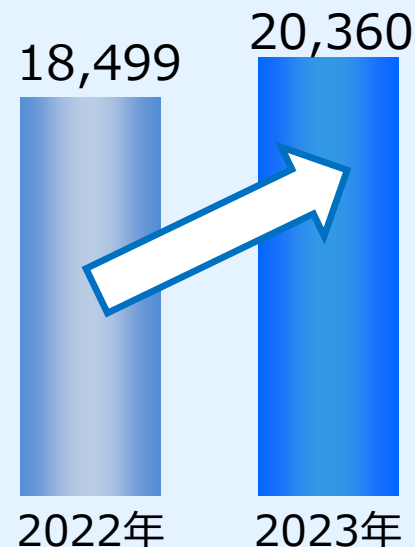
皮膚疾患領域

+738



アレルギー領域

+1,860



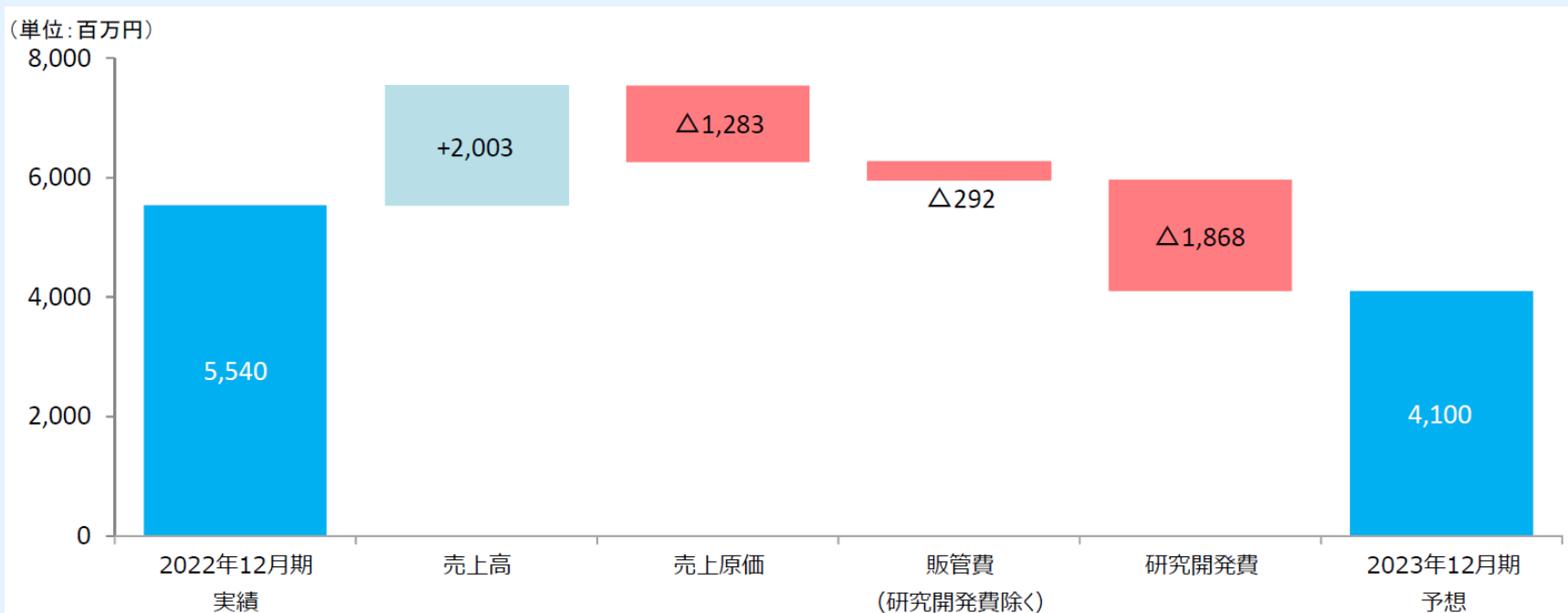
(単位：百万円)

主な増減要因（億円未満切り捨て）

腎・透析領域	減収△11億円	リオナ	: 減少	➡	薬価改定
		レミッチ	: 減少	➡	薬価改定及び後発品の影響
皮膚疾患領域	増収+7億円	コレクチム	: 増加	⬆	市場浸透・拡大
アレルギー領域	増収+18億円	シダキュア	: 増加	⬆	アレルギー免疫療法の更なる普及
		ミティキュア	: 増加	⬆	

3. 2023年度12月期業績予想：対前期増減要因

【営業利益】（4,100百万円 対前期△1,440百万円）



主な増減要因（億円未満切り捨て）

売上原価	増加 + 12億円	販売数量の増加、製造委託単価の増加、為替影響による増加
販管費 (研開費除く)	増加 + 2億円	売上連動経費の増加、モバイル通信機器更新等の一過性費用の発生
研究開発費	増加 + 18億円	ライセンス契約一時金の発生 臨床試験費用（TO-208）の増加

3.「中期経営計画2023-2025」：計数指標

VISION2030の目指す姿実現に向け、「中期経営計画2023-2025」の計数指標としては、売上高及び研究開発費控除前の営業利益を設定

2023年度 予想	2025年度 ガイダンス※2	VISION2030の 目指す姿
売上高	売上高	過去最高の売上高※3 を更新する
509億円	540～570億円	
営業利益 (研究開発費控除前) ※1	営業利益 (研究開発費控除前) ※1	過去最高益※4 更新を射程に入れる
76億円	90～100億円	

※1：研究開発費は、中長期的な成長に向けた積極的な事業投資により大きく変動する等、現時点において見通すことが困難であるため、利益面における指標は、研究開発費を控除する前の営業利益を計数指標としております。

※2：現時点での会社としての概算額を示す参考値であり、達成を目指す目標として位置づけるものではありません。

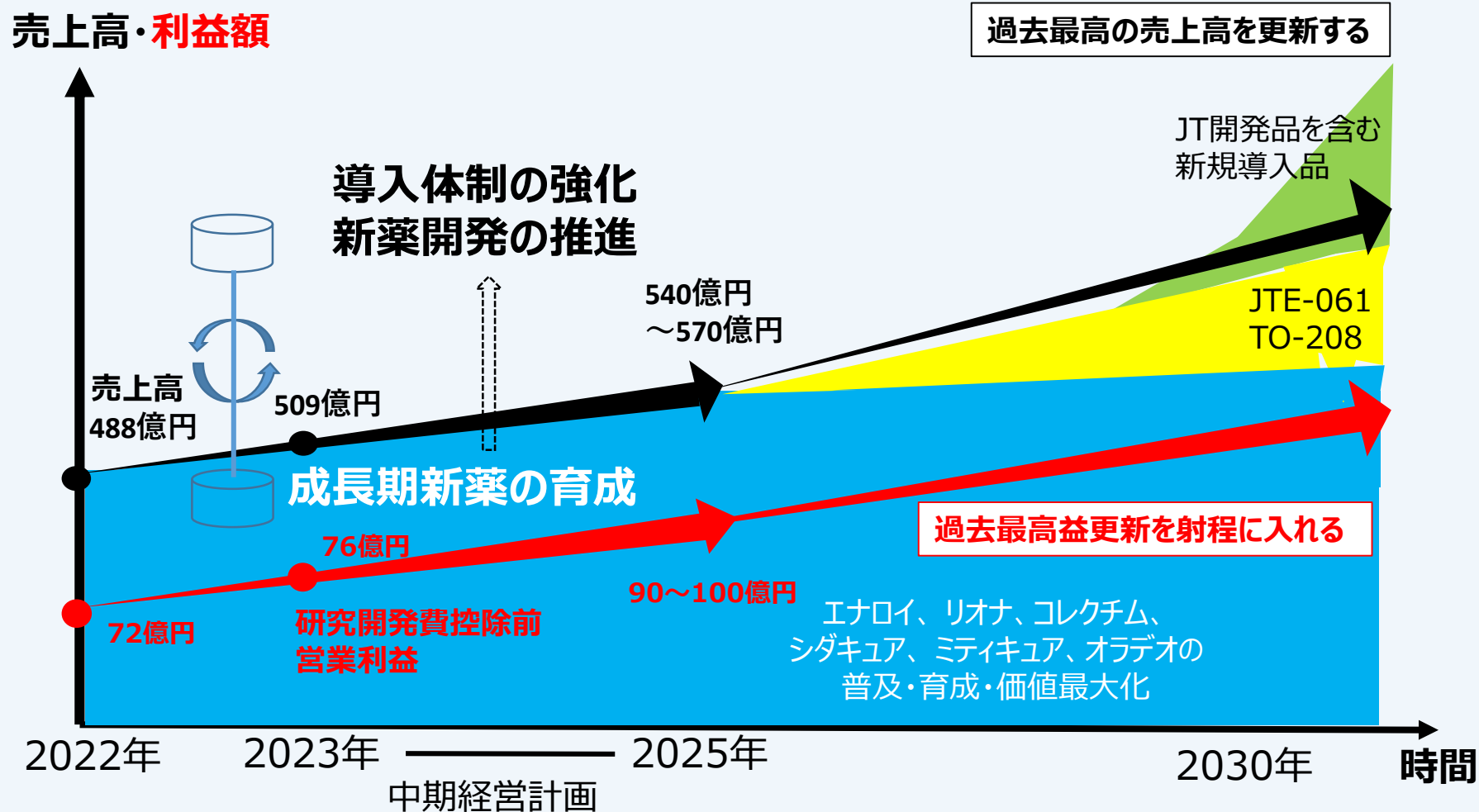
※3：641億円（2017年12月期）

※4：営業利益 133億円（2001年3月期）



3.「中期経営計画2023-2025」と「VISION2030」

戦略と施策、計数の概要





3.「中期経営計画2023-2025」：主要施策

<ポイント>

1. 2022年度は主要施策、業績ともに順調に進捗

⇒大きな戦略変更は行わず、「成長戦略」と「ステークホルダーからの信頼維持」の2本柱を継続

2. 主要施策に「サステナビリティへの取り組み」を新規追加

<成長戦略>

- 成長期新薬の普及・育成・価値最大化
(エナロイ、リオナ、コレクチュム、シダキュア、ミティキュア、オラデオ)
- 新薬開発の推進 (JTE-061、TO-208)
- 導入体制の強化
- 経営戦略に沿った人事制度等の整備と働き方改革
- 企業風土改革

<ステークホルダーからの信頼維持>

- 安定供給体制の整備・強化
- 薬事規制の遵守と品質保証
- コンプライアンスの強化
- コーポレートガバナンスの強化
- サステナビリティへの取り組み (新規)



4.サステナビリティへの取り組み

当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上および
持続可能な社会の実現に貢献していくことを目的に
サステナビリティへの取り組みとして整理しました。

4.サステナビリティへの取り組み

◆サステナビリティ基本方針の策定及びマテリアリティの特定について

これまで、当社は、経営の基本的考え方である「4Sモデル」に基づき、お客様、株主、社会、社員という全てのステークホルダーの方々とのコミュニケーションや連携といった協働を通して得られた期待やニーズ等に応え、各ステークホルダーに対する責任をバランス良く果たし、満足の総和を高めていく不断の努力が、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上だけでなく、持続可能な社会の実現に貢献することになると認識し、環境問題、人権問題、労働環境、女性の活躍促進を含む社内の多様性の確保などのサステナビリティを巡る課題に取り組んでまいりました。

この度、2023年2月10日付けで、ステークホルダー信頼維持の観点、また、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現のため、サステナビリティの基本方針を策定するとともに、当社が取り組むべき重要課題（マテリアリティ）を特定いたしました。

今後、当社は、「4Sモデル」に基づくサステナビリティへの取り組みを引き続き実践するとともに、サステナビリティ基本方針、重要課題（マテリアリティ）に基づく取り組みを充実させてまいります。なお、取り組みの詳細等については、当社ウェブサイト等で情報開示を行っていく予定です。

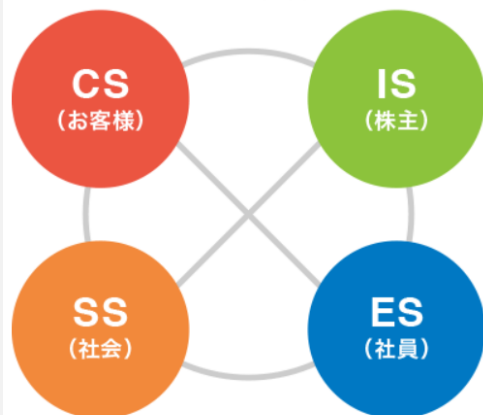
4.サステナビリティへの取り組み

◆サステナビリティ基本方針

「当社は、企業理念である「鳥居薬品の志」の恒久的な実現に向け、経営の基本的考え方である「4Sモデル」※に基づき、各ステークホルダーに対する責任をバランス良く果たし、満足の総和を高めていく不断的な努力により、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上だけでなく、サステナブルな社会の実現に貢献していきます。

当社は、サステナビリティに関する取り組みを推進するため、ステークホルダーの方々とのコミュニケーションや連携といった協働を通して得られた期待やニーズ等を踏まえ、社会の持続性と事業の持続性の両面からインパクトが大きく優先的に取り組むべき重要課題（マテリアリティ）を特定し、課題解決に向け適切に対応します。」

4Sモデル



(注) 4SとはCS、IS、SS、ESの総称

※経営の基本的考え方：4Sモデル

私たちは、高品質の事業活動によって生み出される資金を循環／拡大することを通じて、お客様、株主、社会、社員の四者に対する責任をバランス良く果たし、満足の総和を高めていきます。

4.サステナビリティへの取り組み

◆マテリアリティ

CS
(お客様)

IS
(株主)

事業に関わるマテリアリティ

アンメットメディカルニーズを
満たす価値ある新薬の探索と
開発による患者さんへの貢献

質の高い医療情報の
医療関係者への提供による
患者さんへの貢献

製品の品質保証と
安全性確保

医療現場へ届ける価値を最大化
するための、各専門機能を有す
多様なパートナーとの共創

サプライチェーン全体での
取り組みによる安定供給

経営基盤に関わるマテリアリティ

高い専門性を持った
社員の育成と成長機会の提供

TORII's POLICY
(大切にしている価値観)を
実践する企業風土の醸成

社員一人ひとりが
いきいきと働ける環境の実現

コーポレートガバナンス

コンプライアンス

環境保全に配慮した
企業活動

SS
(社会)

ES
(社員)

5. 将来の成長へ向けた投資と 株主還元について

5. 将来の成長へ向けた投資と株主還元について

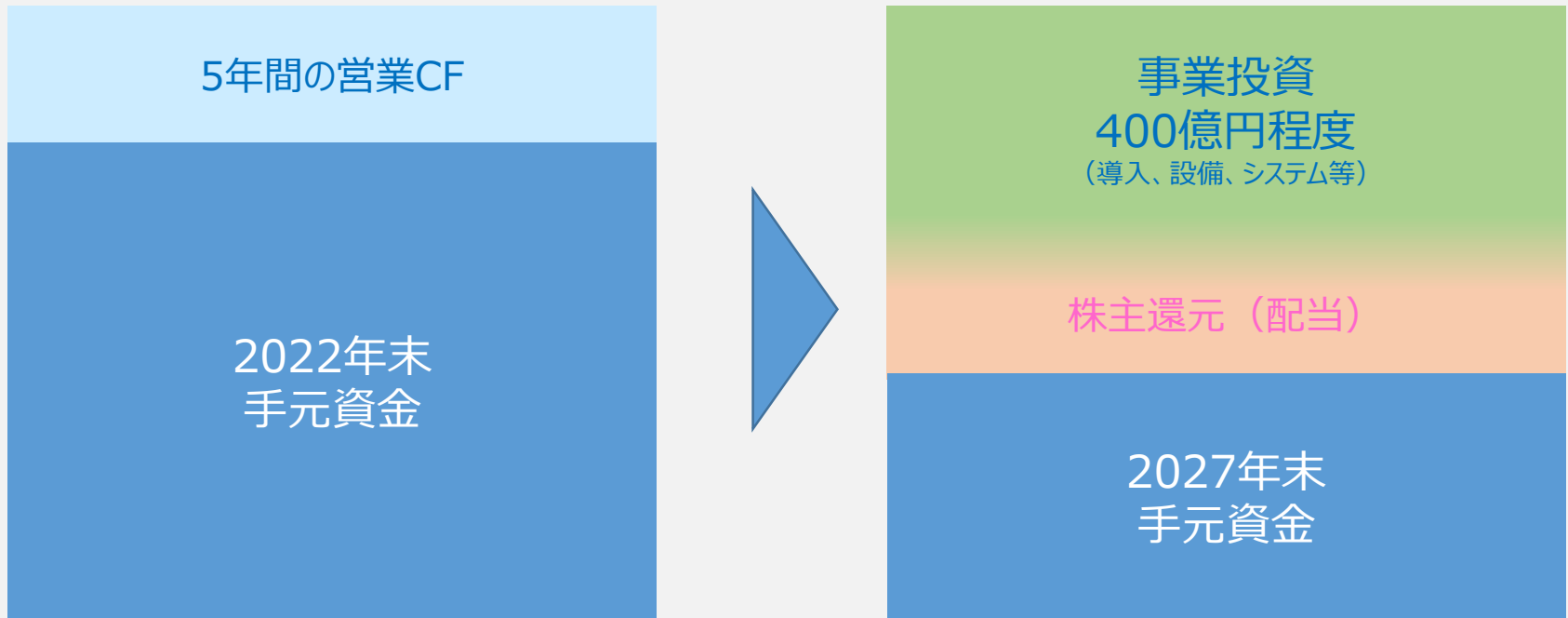
- 継続的かつ安定的な配当を実施するとの基本方針の下、将来の事業成長を目指した中長期的な視野に立った投資や財務の状況等を勘案したうえで、株主還元の充実を図る。
 - ・2022年度配当：1株当たり年間100円に増配予定（直近配当予想48円から52円増配）
 - ・2023年度配当：上記方針・考え方の下、1株当たり年間100円の配当実施予定
- 今後も、継続的かつ安定的な配当の実施を基本方針としつつ更なる充実を図る考えであり、業績や投資の進捗等を勘案しながら中長期的なDOEの向上に努め、将来的に同業他社と遜色のないDOE水準を目指す。

配当推移

年度	2021年度	2022年度	2023年度
一株当たりの配当金	計48円 中間配当：24円 期末配当：24円	計100円（予定） 中間配当：24円 期末配当：76円	計100円（予定） 中間配当：50円 期末配当：50円
DOE	1.2%	2.4%	—
ROE	2.9%	3.3%	—
配当性向	40.0%	71.2%	90.6%

5. 将来の成長へ向けた投資と株主還元について

◆ 参考：集中的な投資が一段落する5年後（2027年末）までの
キャピタル・アロケーション（イメージ）



（注） 上記キャピタル・アロケーションは、将来的な投資規模の目標として位置づけるものではありません。



ご多用のところ
ご参加いただきまして
ありがとうございました

質疑応答

代表取締役社長 松田剛一

常務執行役員 企画・支援グループリーダー 近藤紳雅

質問者 1 質問は導入活動についてです。導入活動の重要性について、松田様から今何度もお話がありましたが、導入活動の強化については多くの会社さんがうたっていちゃっていて、競争環境が非常に厳しいと思います。導入をできる体制の強化に取り組んでいるということですが、これはどのようなことをなさっていて、従来と変わってきているのでしょうか。また、導出元が導出先として鳥居薬品を選ぶ理由として、どのような点を訴求されていくお考えかをお聞かせいただければと思います。

松田 まず導入活動の強化というのはどういうことをやっているかというご質問ですが、具体的に言いますと探索するエリアは、これまではアメリカが中心でしたが、それをヨーロッパやその他の国々を含めてエリアを拡大したり、あとターゲットとなる疾患の領域も、今現在我々がフランチャイズとしております領域以外、周辺のところまで含めて探索を広げたりといった活動を進めています。

あと導出元が弊社を選んでいただくときに何を強みとしているのかというご質問ですが、おっしゃるとおり、導入の市場は競合が非常に厳しくなっております。そんな中で当社が導入を引っ張ってくるに当たって強みとしているのは、当社のこれまでの国内市場での、創業から 150 年、設立から 100 年という歴史を持っている会社ですので、その流れの歴史であったり、今現在フランチャイズとしている領域を含めた 100 年の間に多く広げてきた、多岐にわたる領域での実績、そこが大きな強みになっていると思います。実際それを強みにして、直近数年でも何点かの導入の成果を得られたのもその証かと認識しておりますので、引き続き導入活動の強化、これはもう不斷の努力になりますけれども、それを進めていきつつ、導出元から選んでいただける成果を発揮して、強化をしていきたいと思っております。

質問者 2 予想の立て付け、最近なかなかお邪魔できていないのでこの予想がどういうレベルで立てられたのかよくわからないのですが、売上高 4.1%増で営業利益 26%減と。これは研究費のスポット要因を除けば増益だというご説明はよくわかりましたけれども、個別商品の中身を見て、例えばスギ花粉舌下錠ですね、昨日のある製薬会社の説明会で花粉症は首

都圏、近畿圏、東海圏は倍だというので、何か弱い印象があります。それから自社品比率も上がるんですよね。にもかかわらず総利益は0.5下がるので、これは単に保守的なのか、特殊要因をいろいろ考えてこういうことなのか。この業績予想の立て付けが、外から見るとちょっと弱い感じもするんですけども、会社側ではどんなイメージで業績予想をつくられているか教えてください。

松田 スギ花粉舌下錠シダキュアの、売りの見立てについてのご質問ですが、おっしゃるとおりここ最近、今年の花粉の飛散量がかなり多くなってきているという報道が、いろいろなところでなされています。厳密に言いますと、弊社の業績の予想において花粉の飛散量が今年どうなるか完全に読み切れた状態で立てられていない状況は、正直なところございます。ただ、これまでの過去の経験値として、花粉の飛散量がどれぐらいになり得るか、あと直近の新規の患者さんの伸びがどう動いているか、継続して処方いただいている患者さんの動きがどうなっているか、それらを可能な限り知り得るデータのもとに分析した結果として立てているシダキュアの販売予測だにご理解いただければと思います。

もう一つ、利益率の低下についてのご質問をいただきました。確かに1月に導入契約を締結しました導入品の一時金以外の要素でも、利益率は若干悪化している予想になっています。その要因はいろいろあるんですが、昨今の為替の影響だったり、あと物価高であったり、いろいろなもので製造原価が上がったり、あるいは販管費が上がったりというところを織り込んでおりますので、そこら辺が要因になって利益率が悪化している予想になっているとご覧いただければと思います。もちろん我々として、外部環境に負けずにより高い売上高、それからよりよい利益を出していくべく実際の活動は進めてまいりますので、そういった予想の立て方、これからの事業の方針というところでご理解いただければと思います。

質問者3 最後に出てきたキャピタルアロケーションの箱ですけども、これは開示されたリリースにはなかったものですね。まずその確認です。今日初めて出たか。数字が書かれていらっしゃらなかったものでわからなくて、箱の大きさから類推するしかなかったんですが、出るお金ですね。大半が手元資金を使って出るお金を捻出されるということだと思えます。恐らく弊社の株主提案にあったように、EVがマイナスは無論、PBRが1倍になるのに近づけるための目標としたアロケーションだと認識していますが、なぜこの手元資金を使うのに5年もかかるのでしょうか。このアロケーションをぱっと見たところ、使い方はラグが

あるかもしれないですけども、入りの方はほとんどが手元資金なので1年、2年でできる計画だと思うんですが、なぜ5年かかるんでしょうか。

松田 まずキャピタルアロケーションのスライドですが、プレスリリースの別紙という形で掲載させていただきました。わかりにくい形になってしまって、大変申しわけありませんでした。事業投資のところで5年もかかるのかというご質問でしたが、こちらはまず前段の話として、先ほどの説明と重複することになりますが、導入品の獲得競争は本当に激化しております。そんな中で「VISION2030」の達成、さらにはその先の継続的な成長を確実なものとするべく、事業投資を積極的に進めないといけない状況の中で進めていく背景があるというところを、まずご認識いただければと思います。そこを5年としたのは、導入の計画というのは、弊社だけで計画できる性質のものでもないというのが1つ要因であります。我々が欲しいと望んでいても、それが必ずしも契約に結びつくかどうかの確約もありませんし、我々が欲しいと思っている領域の製品がそのとおりに見つかる保証もありません。そういった理由で、こちらから自主的に計画して、そのとおりに進まない性質のものであるというのがまず1つの背景であります。もう一つ、数年間にわたって活動を強化するとした話としては、1品だけとってきても、その基盤が確実なものになるかということ、そうとも限らない。というのは、医薬品の性質上、開発のリスクは常に伴う話になりますので、1品だけでは十分とは言い切れない。したがって、複数品目の獲得をしていかないといけない。そのためには、少なくとも5年ぐらいい期間はかけて、交渉を含めてやっていかないといけない話になりますので、期間としては一旦5年という形で置かせていただいたところです。もちろん5年として計画を立てたからといって5年ずっと続けないといけないわけでもありませんし、我々としてもなるべく早く基盤はつくっていかねばならないと思っていますので、なるべく早めに成果を出せるように導入活動、先ほど申し上げた取り組みの強化を含めて進めて、前倒しで基盤をつくっていけるように努力していきたいと考えております。

ちょっといろんな説明が混じって恐縮ですが、そんな考えでいるというところでご理解いただければと思います。

司会 テキストでご質問をいただきましたので読み上げさせていただきます。「今回説明会実施に至った背景は何か」というご質問です。回答をお願いします。

松田 少し前の話になりますが、弊社は事業構造改革という大きなことをやっております。そういったことを含めて経営の立て直しに注力していたということもあって、株主や投資家の皆様のニーズに適時的確に対応できていなかったことにまず反省をしております。申しわけありませんでした。今回、当社の財務状況だったり非財務状況、あるいは目標や課題、当社の進もうとしている方向性などをきちんとお示しして、当社への理解を一層深めていただくことが重要だと考えて、このような決算説明の場を設けさせていただいたところではあります。本当に初めてのこういう会議でございまして、不慣れな部分が多々あったかと思いますが、これから引き続きこういう形で説明させていただき、コミュニケーションをとらせていただきたいと思いますので、改めまして今後ともどうぞよろしくお願い申し上げます。

質問者 4 アトピー性皮膚炎に対する外用剤の見通しについて教えていただければと思います。コレクチムにつきましては1回当たりの塗布量や塗布面積の制限があるのに対して、後から入ってきた競合品のモイゼルトにはこうした制限がない。利便性にはコレクチムの方がやや劣後する面もあるかと思いますが、今後のさらなるモイゼルトの攻勢に対して、どういうメリットを御社としては訴えていくお考えでしょうか。あと、将来的にタピナロフが販売ポートフォリオに加わったときにどういう差別化点を訴求できると期待されているのかも、併せてコメントいただければと思います。

近藤 この質問につきましては私、近藤からお答えさせていただきたいと思います。まずモイゼルトとの差別化といいますか、どう戦っていくのかというご質問だったかと思いますが。ご指摘のとおりモイゼルト軟膏、塗布量の制限がないと聞いています。当社のコレクチムにはあるということで、そういった意味では劣後していることになるかと思いますが、現実的な現場での処方状況を見ますと、必ずしも制限がないからといって一度に全身に塗るみたいな、そんな使い方は基本的にされていないと見ております。塗布量の制限があることはそれほど大きなビハインドではないと、今のところは見えております。モイゼルトとの有効性の比較という意味では、ちょっとデータもないので明確に答えられるものがないですけれども、コレクチムの差別化のポイントとしては、やはりコレクチム特有の抗掻痒作用、要はかゆみを止める作用があるということ。それから1年ほど先行して上市しておりますので、そういった意味では安全性に関するデータでありますとか、現場での処方のデータ、

処方のされ方、こういったノウハウ等が蓄積されていますので、そこをうまく活用して、より一層患者さんに使っていただけるようにしていきたいと思っていますところ。

それから現在開発中のタピナロフ、JT との共同開発、JTE-061 という開発番号がついておりますが、こちらにつきましては、今のところタピナロフは承認前でもあります、まだ開発中のもので、やはりここでどういう有効性があるとかこの場で答えるのは難しいので、そこはご容赦いただければと思います。ただ、当社はアンテベート等を初めとするステロイド剤がございまして、それからまさに今申し上げたコレクチム、それからコレクチムとは異なる作用機序であるタピナロフ、こちらが上市されて、皮膚の領域では T0-208 という水いぼの薬も今開発中です。こういった皮膚のラインナップがそろうということで、当社の国内皮膚科領域での地位といいますかプレゼンスを高めていき、複数の製剤をもって効果的な情報提供をすること等により、我々としては成長につなげていきたいと考えているところです。

司会 1 件テキストで質問が入っております。「会社からの説明で、同業他社と遜色ない ROE、DOE とは具体的にどれぐらいの数値か」というご質問が来ております。それでは回答をお願いします。

松田 私どもで申し上げているのは、同業他社と遜色のない DOE の水準を目指していくということを申し上げております。それを具体的にはどういう水準なんだというご質問ですが、遜色のない水準というのをどのあたりでとるかはいろいろ議論があるかと思いますが、けれども、いわゆる業界の平均値としては、DOE として約 3.5%程度と認識しているところです。この DOE の業界水準自体も、これからいろんな同業他社もパイプラインが加わったり、業績が変動したりで変わってくる数字ではあると思いますが、その辺を睨みながらこれから遜色ない水準に持っていくところを、我々としては考えたというところです。

質問者 5 先ほど質問にあったんですけれども、ROE ですね、キャピタルアロケーションの大切な目的関数の 1 つですけれども、大体今どのぐらいのターゲットを、どういう時間軸で据えていらっしゃるのか教えていただけますか。

松田 先ほど説明させていただきましたとおり、株主還元に当たっての指標として DOE を考えたというところです。一方で ROE につきましても、当然重要な指標だと認識していると

ころですが、ROE 自体の目標水準は、今ちょっと明確に示せるものは、申しわけございませんがありません。ただ、DOE という指標自体が ROE とも関連した指標になりますので、その辺を踏まえて ROE と配当性向もセットで意識するということで、DOE の目標水準としたところで、直接の答えになっていなくて申しわけありませんが認識しているところです。繰り返になりますけれども、ROE 自体も重要な指標として認識しており、資本効率も意識した指標として DOE の目標水準を設定したとご理解いただければと思います。

質問者 5 ROE と DOE は、分母は一緒ですが、若干ニュアンス違うと思いますので、ご検討いただければと思います。

(終了)