

2689 カワニシホールディングス

高井 平 (タカイ タイラ)

株式会社カワニシホールディングス社長

主力の医療器材事業が堅調に推移、営業基盤の強化を図る

◆2014年6月期決算概要

当期の連結業績は、売上高 971 億 37 百万円(前期比 101.0%)、営業利益 14 億 40 百万円(同 92.6%)、経常利益 15 億 19 百万円(同 99.0%)、当期純利益 8 億 16 百万円(同 86.6%)となった。当期純利益の減益幅は、前期に福島県のサンセイ医機(株)に対する東電補償金 1 億 36 百万円が特別利益として計上されたためである。

貸借対照表については、資金管理システムの導入により創出された余剰資金で短期借入金を返済したため、現預金および短期借入金が大きく減少した。また、着実な利益の積み上げにより純資産が 6 億 80 百万円増加した。自己資本比率は利益による純資産積み上げと総資産圧縮により前期比で 3.3 ポイント改善し、13.6%となった。

連結キャッシュフローについては、営業キャッシュフローは 9 億 26 百万円の増加、投資活動によるキャッシュフローは 4 億 1 百万円の減少、財務活動によるキャッシュフローは借入金返済の実施等により 28 億 85 百万円の減少となった。

◆セグメント別業績

事業別の売上高構成は、医療器材 83.5%、SPD11.1%、ライフサイエンス 4.1%、介護用品 1.3%となっている。

医療器材事業の事業会社別売上高構成は、(株)カワニシが 65.4%、サンセイ医機(株)が 24.7%である。サンセイ医機の売上高は前期比 92%となったが、前年に医療機関の増改築が集中したことが影響している。

医療器材事業の商品群別実績は、設備・備品が前期に受注が重なった病院増改築の反動を受け、167 億 67 百万円(前期比 88%)となったが、一部地域における消費税増税前の駆け込み需要に加え、CT や MRI などの拡販活動が進んだことにより、大幅な落ち込みは回避することができた。

手術関連消耗品は、売上高 276 億 50 百万円(前期比 105%)となった。シェアの高い岡山・広島・香川・愛媛では拡販活動が進み、前期比 9.1%増と好調に推移した。これまで低シェアであった島根・山口・徳島・高知・兵庫・大阪でも顧客の開拓が進み、2 桁成長となった。また鳥取に営業所を開設し、中四国全域で新たな顧客開拓を進めている。

整形外科消耗品は、195 億 17 百万円(前期比 107%)となった。エリア別では、中国・四国地方が前期比 9.5%増、福島・東京・宮城が同 9.0%増、関西エリアが同 4.9%増となった。特に大阪府は同 9.1%増と順調に売上を伸ばしている。高い専門性を掲げる地域の基幹病院に患者が集中する傾向が強まり、基幹病院を得意とする当社にとって追い風となった。

循環器消耗品は、一部基幹病院で手術件数の減少が見られ、146 億 8 百万円(前期比 99%)となった。中国・四国、兵庫エリアでは、頻脈の原因となる心筋組織を高周波で治療するカテーテルアブレーションの市場拡大が進み、前期比 22%増と売上が伸張した。また、東京および福島においても手術件数増加により、前期比 19%増となった。

以上の結果、医療器材事業は売上高 847 億 88 百万円(前期比 0.1%増)、セグメント利益 14 億 10 百万円(同 14.2%減)となった。

ライフサイエンス事業は、売上高 40 億 3 百万円(前期比 92%)、セグメント利益 11 百万円(前期は営業損失 31 百万円)となった。診断薬領域は、大型検査機器の販売と基幹施設での商権獲得、試薬の販売が好調だったことにより売上高は前期比 15.2%増となった。一方、基礎研究領域は、科学研究費や私学助成金の縮小傾向が継続しており、同 38.4%減となった。また、前期から開始した販売力強化、営業プロセス見直し等の生産性改善プロジェクトの効果により、セグメント利益は黒字転換した。

SPD 事業は、売上高 109 億 42 百万円(前期比 114%)、セグメント利益 94 百万円(同 206%)となった。大規模病院の手術件数増加による売上高伸張に加え、業務合理化による生産性向上が業績に寄与した。また、新たなバリューを開発すべく手術室支援サービスや購買価格削減提案に取り組んでいる。新規受託も順調に進んでおり、今期も新たに 2 施設で契約がスタートしている。介護用品事業は、売上高 12 億 26 百万円(前期比 121%)、セグメント利益 41 百万円(同 192%)となった。主力である介護用ベッドレンタルの売上高が前期比 19%増と大幅に伸張したことに加え、既存店舗も同 16.4%増と好調に推移した。また、前期に開設した神戸と松山においても顧客開拓が進んでいる。6 月には福島県に郡山支店を出店し、営業エリアの拡大をはかっている。なお、兵庫県のたつの支店と加古川支店は営業の効率化をはかるべく統合し、姫路支店として開設した。

◆医療器材を取り巻く市場動向

1990 年と比較すると、国民医療費・1 人当たり医療費ともに倍増している。伸び続ける医療費の抑制が我が国の課題となっているが、別の見方をすれば、市場が拡大し続けているとも言える。

国としても医療市場を日本の成長エンジンとして期待を寄せており、産業競争力会議においては、多様な患者ニーズの充足、医療産業の競争力強化、革新的な医療機器への正当な評価を推進している。また、再生医療や高度医療機器の普及を促すため、先進医療ハイウェイ構想が打ち出されたことにより、今後新しい医療機器が国内市場へ普及拡大することが期待される。

医療の高度化とともに医療器材は複雑化しており、当社としては、迅速・的確な医療器材情報の提供や看護師の習熟度に合わせた手術器械説明書などのサービスツール開発を現在進めている。これらのソリューションが直接的な収益源になるわけではないが、このようなニーズに地道に応えることにより他社との差別化をはかっている。

SPD 事業においても医療従事者の負担軽減は重要なサービスになりつつある。SPD の本来業務である物品管理、院内搬送に加え、手術室におけるさまざまな業務代行サービスを拡充している。また、経営サイドへの提案も推進しており、価格ベンチマークシステムを用いた購買価格の削減提案も好評である。

介護用品事業については、本年 6 月に福島県郡山市に新規出店をしたが、今後は東北地方への拠点展開を積極的に行う。また、建設が続く介護施設に対して什器・備品を販売する専門チームも立ち上げている。介護用品レンタルを中心としながら周辺領域におけるビジネスの可能性を探っていく。

ライフサイエンス事業については、診断薬領域は引き続き岡山県内のシェアアップに努める。基礎研究領域は東北地方の復興予算への対応が大きな課題となっている。特に福島県立医科大学を中心として計画されたふくしま国際医療科学センターは 2015 年度末から運用開始が予定されており、ライフサイエンスビジネスが活発化することが予想されるが、医療器材領域においても大いに期待している。当社グループの成長の重要な鍵としてアライアンスは欠くことができない要素である。スケールメリットがもたらすパイニングパワーは品ぞろえ、価格対応力を高める。昨今、医療機関からの値引き要請が強まっており、現在の規模では不十分であると認識している。今後もアライアンスに積極的に取り組んでいく。

医療が高度化する中、高い技術とサービス品質を有する企業でなければニーズに応えることは不可能である。

アライアンス先に当社が開発したノウハウやサービスツールを提供することにより、日本中の医療機関からサービス提供を求められる企業体を目指す。業界全体の同業他社は 1,200 社あまりと言われており、アライアンスによる拡大余地は大きいと認識している。自力のエリア展開についても拡大余地が大いに残っており、今後ともアライアンスと自力展開により全国に営業エリアを拡大していく。

◆2015 年 6 月期連結予想

2015 年 6 月期の連結業績は、売上高 1,010 億 91 百万円、営業利益 15 億 37 百万円、経常利益 15 億 21 百万円、当期純利益 8 億 89 百万円を見込んでいる。従来 2016 年 6 月期に売上高 1,000 億円を目標値としていたが、1 年前倒しでの達成を見込んでいるため、2017 年 6 月期の連結売上高は 1,200 億円超を目指す。配当については、利益水準向上に伴い、1 株当たり 25 円と増配を予定している。

◆質 疑 応 答◆

医療器材事業の売上構成 848 億円と実績 811 億円の差額は内部取引によるものなのか。

811 億円は内部取引を除いた売上高である。

2015 年 6 月期の売上計画の内訳を伺いたい。

セグメント別売上の予算は公表していない。

SPD 事業の売上高について、既存に関する増収要因を伺いたい。

当社の受託先は急性期病院が多いため、手術件数・診療件数の増加により売上が伸張した。全体的な傾向としては、大病院に患者が集中する傾向にある。特に地方においては、大規模な急性期病院の患者増が SPD 事業において影響が顕著にあらわれる傾向にある。

医療設備関連について、15 年 6 月期は大型案件の見込みはあるのか。

13 年 6 月期に突出して設備投資が活発に行われ、前期はその反動を受けたが、今期もそれほど大きな期待はできないとみている。13 年 6 月期は、震災の影響による耐震対策や建てかえが集中したことに加え、2025 年モデルと言われる高度急性期 18 万床を目指す病院による最新設備への更新がピークを迎えた。再来年には東北の復興予算が本格的な動きに変わるため、福島エリアにおいて設備投資のピークが来るのではないかと見込んでいる。

期初予想の減収見込みが増収となった要因を伺いたい。

設備投資の落ち込みをかなり厳しくみていたことが主な要因である。また、事業会社における生産性の向上や合理化が利益を押し上げており、増収となった。

利益率の低い SPD 事業の位置づけについて伺いたい。

SPD 事業をスタートさせて 20 年近くになるが、病院の電子カルテ導入などにより、現在は医材の購買消費を抑制する傾向にある。当社は診療周辺業務の効率化サービスを手がけており、(株)ホスネット・ジャパンによるサービス開発を現場で行っている。今後は単なる物品管理、効率化サービスから院内全体の業務効率化サービスをメイン業務として位置づけていく。SPD 事業とディーラービジネスの両機能をトータルで提供することで病院経営の合

理化が進むのであればそれに越したことはないという認識が客先においてみられている。ディーラービジネスとSPD 事業が並行的なサービスに変わっていくと考えている。

開発が進む高度医療機器を御社の利益につなげる取り組みについて伺いたい。

新しい医療機器が導入されると、医療現場においては医師が新しい術式を先進医療に申請し、認可後それがほかの医療機関に普及していく。新しい医療機器やそれに付随する医療技術を他社に先駆けて取り組んでいくことで当社の信頼性が高まり、確実な売上増加、利益確保につながると考えている。

アライアンスについて、跡継ぎ不足により廃業が進む地方の病院も対象にしているのか。

当社の基準で査定すると、ビジネスとして困難なケースもあるが、アライアンスの余地は大きく、再編のスピードも速まるだろうと考えている。そのような情報があれば検討を進め、積極的に取り組んでいきたい。

自己資本比率はどの程度が適正であるとお考えか。

20%台に持っていきたいと考えている。アライアンスを進めることで借入れが増加する状況においても、まずは20%台を目指したい。

高度急性期の 2025 年モデルが中期的に御社に与える影響を伺いたい。

地方においては、大学の附属病院や中央病院に患者と医師を含む医療スタッフが集中し、診療機能が高まる傾向にある。実際には、高度急性期に入ったとしても、病棟単位で亜急性期として機能させるという考え方も議論されているようである。そうすると、高度急性期の 18 万床だけではなく、地域の病診連携、病病連携のありようによっては、地域ごとに柔軟なフォロー体制が必要だと考えている。今後の政策的な動きを注意深く見ていきたい。

7 対 1 の経過措置が切れることによる需要は出てくるのか。

7 対 1 を満たしていないと診療報酬の返還を要求される可能性があるため、病院の経営層においては真摯に取り組んでいると聞いている。

地域包括ケア病棟転換による影響はあるのか。

500 床中 200 床を地域包括ケア病棟にするケースはあるかもしれないが、逆に 300 床の病院で 50 床のみ高度急性期を狙うようなケースは診療機能の体制を考えると、地方においては困難なのではないか。当社の取扱品目に対する需要はさほどみられないかもしれないが、高度急性期以外の客先にもさまざまなサービスを提供していきたい。

特定保険医療材料が売上高に占める割合を伺いたい。

正確な数字は現在手元にないが、500 億円強程度である。

(平成 26 年 8 月 19 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

(資料を見ることができるアドレスを入力してください)

http://www.kawanishi-md.co.jp/ir/event/event_01.html