

## 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

### 新サービス開発、マーケティング活動強化で業績拡大を図る

#### ◆2015年6月期業績(連結)

売上高は945億15百万円、予算比99%、前期比97%、営業利益は6億68百万円、予算比100%、前期比46%、経常利益は6億62百万円、予算比100%、前期比44%、当期純利益は4億5百万円、予算比118%、前期比50%となった。

当社グループの地域別売上高である。本社のある中国地方が413億円と最も高い売上高となったが、北海道・東北地方、四国地方も200億円前後の売上高である。また、市場規模の大きい関東地方、近畿地方での当社のシェアはまだ低いですが、これは当社の今後の成長余地であると見ている。

事業別業績である。医療器材事業に医療器材を扱うSPD事業を加えると、全体の9割超を医療器材に関わるビジネスが占めている。医療器材事業は、売上高816億35百万円、セグメント利益6億89百万円となった。会社別の売上高を見ると、中国、四国、兵庫に展開するカワニシが、前期比92%の512億81百万円、福島、東京に展開するサンセイ医機が前期比102%の214億20百万円となった。医療器材事業を商品分類で、設備・備品と消耗品に分けているが、設備・備品は、前期に引き続きモダリティ、これはCT、MRI、超音波診断装置などに代表される大型画像診断機のことであるが、このモダリティの活発な受注などを期待していたが、消費増税延期の影響もあり、予想したほど需要が高まらなかった。結果、設備・備品の売上高は前期比65%にとどまった。設備・備品については大型プロジェクトを担当する部門を設置し、病院の新築、改築、設備投資といった案件への対応を今後専門的に進めていく。当社の業績のベースである消耗品は確実に成長を続け、前期比105%となった。この内訳を見ると、高いシェアを確保している中国地方、四国地方は堅実に成長を続け、関東、近畿といった大市場のシェアはまだ低いですが、積極的な拡大政策で高い成長を続けている。

SPD事業は、売上高が前期比117%、セグメント利益が前期比69%となった。大型契約の立ち上げに伴う初期費用の負担があり、一時的に減益となったが、大規模病院を含む大型施設での順調な新規契約、既存施設での手術件数の増加により売上高は増加した。また、新規開拓も順調に進み、当期は5件の新規契約があった。

ライフサイエンス事業は、売上高が前期比89%の35億74百万円となった。診断薬領域では、前期の大型検査機器の販売に相当する案件がなく、売上高は前期比9%減となった。基礎研究領域では、科学研究費の縮小傾向がここ数年継続していることもあり、売上高は前期比14%減となった。

介護用品事業である。主力である介護用ベッドレンタルの売上高が前期比14%増と大きく伸長し、事業全体の売上高は前期比115%の14億14百万円、セグメント利益も前期比138%の57百万円となった。2014年6月出店の郡山支店での新規顧客の開拓は順調に進んでいる。また、当期より取組みをスタートした介護施設向けの物品販売も着実に販路を拡大し、さらなる新規顧客の開拓、取扱商材の拡大を進めている。

#### ◆市場動向と今後の展開

医療器材を取り巻く最近の市場動向である。新聞などで報道されているが、2025年の人口構造を念頭に置いた

医療提供体制の再構築により、高度急性期の病床数は約 6 万床、急性期の病床数は約 18 万床減少すると見込まれている。もっとも病床数が減るからといって病気が減るわけではない。つまり、今後は急性期病床群の一床当たりの手術件数が増加し、病院経営はますます効率性が求められる。また、急性期の病院で使用される先進的な医療器材は世界中で活発に開発されている。これは治療の効率が上がったり、質が改善されたり、患者にとっては非常に好ましいことである。しかし一方で、多種多様化した先進器材の管理は、医療現場のメディカルスタッフを大いに悩ませている。つまり、病床の再編に伴う効率化、次々に登場してくる先進的な医療器材というダブルパンチによって、手術室、ICU などの医療現場では、医療器材の運用が従来以上に複雑になる。メディカルスタッフは、新たな術式、新器材が登場すると、それを修得するために訓練、勉強を行うが、これが不十分なままでは不安が膨らみ効率は悪く、ストレスは増すばかりである。結果、間違い、見落としなどのリスクが増大する。当社はメディカルスタッフが、医療器材の選択、取扱について、解りやすいマニュアルの作成、機種選定に役立つ比較表の作成など、ソリューションサービスの提供を行っている。それを具体化したものが、当社が独自に開発した電子カタログシステムで、このシステムは単にカタログを電子化したものではなく、顧客が求める情報を素早く、確実に提供できるツールである。例えば、独自に設定した項目による製品の検索、同等品のスペックの比較、製品の説明動画、提案書などを組み合わせて表示している。現在、国内で流通している医療器材は約 30 万アイテムと言われるが、今後 1 年以内にはかなりの器材をカバーする予定である。今後、複雑さを増していく急性期の医療現場において、この電子カタログシステムは、他社との差別化を実現できる大きな武器になると考えている。

今年 4 月に、日本医療研究開発機構が設立された。これにより文部科学省、厚生労働省、経済産業省と従来別々に管理してきた医療研究費予算が一元化され、医薬品、医療機器の研究開発が促進される。医療機器に関わる分野で言えば、2020 年頃の達成目標として、医療機器の輸出額の倍増、革新的な医療機器の実用化、国内市場規模の拡大が掲げられている。今年度は 145 億円の予算が投入されることになっている。このように国をあげて医療機器の開発を行っていく気運の高まりに合わせて、当社も医工連携を進めている。この医工連携については、一般社団法人の日本医工ものづくりコモンズが、ユニークな取組みを実施している。従来の医工連携では、医師が臨床現場のニーズをものづくり企業に持ち込み、そこで開発が進められた。しかし、これを販売しようと医療機器の製販企業に接触しても、市場性に乏しい、価格が高過ぎるといった理由で販売してもらえない。この状況を打開すべく、ものづくりコモンズが提唱するのは、製販企業ドリブン型医工連携モデルで、臨床現場のニーズの製品化について、あらかじめ医療機器の製販企業で検討し、ものづくり企業と連携するもので、実際の販売に結びつき易い。製販企業ドリブン型医工連携モデルは、経済産業省も強力にバックアップしており、補助金などさまざまな支援がされている。当社も関東経済産業局が対応している商談会に今年から参加する。大手器材商社の参加は当社が初めてで、医療現場に近いところから集めたニーズには多くの問い合わせが寄せられている。今後は具体的な製品化について、ものづくり企業との協議、連携を進めていく。

SPD 事業に関する今後の展開であるが、主眼はメディカルスタッフの業務負担軽減、病院経営の効率化サポートである。例えば、手術室の看護師の業務を効率化することのできる術式パック、術間清掃、手術器具やリネンの滅菌代行サービス、院内薬剤の管理といった経営効率化の提案を進めていく。

ライフサイエンス事業における取組みである。ライフサイエンス事業には基礎研究部門と診断薬部門があるが、基礎研究部門が、日々研究者たちと接触する中で得られる情報の中には、感染症、免疫異常などの免疫反応検査、ガンや先天異常に用いられる遺伝子診断など臨床検査に役立つものがある。そこで診断薬部門と基礎研究部門が連携し、臨床検査の最適化をコーディネートできるような提案活動を行っていく。また、基礎研究の領域では、新技術、新商材が続々と出ている。そこで顧客先でユーザーセミナーと称する説明会を定期的実施し、研究内容と新技術、新商材のマッチングを図り、販売活動につなげていく取組みを行っていく。

介護用品事業の取組みである。今後の病院の機能分化が進む中「施設から在宅へ」という政府の方針はさらに加速すると思われる。営業エリアの展開として、11 月を目処に仙台支店を開設する。さらに、今後 3 年以内に、西

広島支店、西宮支店、高松支店、福島支店と展開し、既存エリアでのシェアアップ、東北地域での営業基盤の拡充を目指す。結果、現在のレンタル利用者数 1 万人を 2016 年 6 月末までに 1.2 万人へと拡大し、3 年後には 1.9 万人を目指す。

アライアンスは、当社グループの成長の主要な鍵として欠くことのできない要素である。このアライアンスによって、バイイングパワーを充実させていくことは言うまでもないが、それだけではなく、電子カタログ、ソリューションサービス、先端情報に基づく独自のマーケティング活動など、競合他社が持ち得ない武器をグループ内で共有することにより、顧客に選ばれる企業体になっていきたい。

当社の業界内でのポジションは 5 番目である。業界全体では 1, 200 社余あると言われているので、今後業界内でのアライアンスによる拡大の余地はまだまだ大きいと見ている。

#### ◆2016 年 6 月期通期業績予想(連結)

売上高は 1,030 億 20 百万円、営業利益は 7 億円、経常利益は 6 億 88 百万円、当期純利益は 3 億 69 百万円を見込んでいる。

また、中期の計画の見直しを行い、2018 年 6 月期は、売上高 1,260 億円、営業利益 15 億円を目指すことを目標としている。

配当金については、2015 年 6 月期は増配の 30 円を予定している。

#### ◆質 疑 応 答◆

関東地方は成長の余地が大きいとの話があったが、どうやっていくのか。

正直、思った以上に伸びている。具体的に言うと、大市場の東京もそうであるが、栃木でも今期から来期にかけていろいろ案件も挙がってきている。関東で成長するならばアライアンスであると考えている。

(平成 27 年 8 月 21 日・東京)

\* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見ることができます。

[http://www.kawanishi-md.co.jp/ir/event/event\\_01.html](http://www.kawanishi-md.co.jp/ir/event/event_01.html)