

個人投資家向けオンライン会社説明会 ミーティングメモ

オルバヘルスケアホールディングス株式会社 (2689)

開催日：2021年11月27日(土)

説明者：代表取締役社長 前島 洋平 氏

1. 商号変更と企業理念

- ・ 当社は2021年に創業100周年を迎えました。この節目に当社グループのさらなる発展を目指し、2021年1月1日、商号を株式会社カワニシホールディングスからオルバヘルスケアホールディングス株式会社に変更しました。
- ・ 新社名の「オルバ」とは、「オーバル(OVAL)：一つに繋がった楕円形」と「オービット(ORBIT)：軌道」を元にした造語です。地域のヘルスケアにおいて、人と技術が繋がり、一つの円になる未来を目指し、グループのサステナブルな成長に向けた軌道を示す、という想いを込めています。
「ヘルスケア」を社名に入れたのも、私たちのアイデンティティを示しています。
- ・ 当社の企業理念(パーパス)は、「ビジネスを通じて、医学・医療・介護の発展に貢献し、国民の健康長寿に寄与する」です。
新型コロナウイルスの感染拡大の状況下でも、私たちはこの企業理念の元、「地域の医療インフラとして貢献する」、「医療・介護を止めない」といったミッションを社内で共有し活動しています。

2. 事業の説明(医療器材・SPD・介護用品)

- ・ 当社の事業ポートフォリオは3つあります。まず「医療器材事業」は、カワニシ、サンセイ医機、日光医科器械、カワニシパークメドが担っています。医材流通専門事業の「SPD事業」は、ホスネット・ジャパンが担当しています。「介護用品事業」は、ライフケアが行っています。
- ・ 当社グループは、中四国、近畿、東北、東京で事業を展開。全国に52拠点あります。地域医療に密着し、顧客との関係性を築いています。
- ・ 医療器材事業について、私たちが取り扱っているのは、脈や血圧などを示す生体情報モニターや、体内に埋め込むペースメーカー。狭心症などの治療で心臓の冠動脈を広げるステント、手術で使われる超音波メス。内視鏡手術支援ロボットのda Vinci(ダヴィンチ)、膝の治療のために体内に埋め込む人工膝関節、人工血管などです。
医療器材は多品種少量使用という特性があります。
- ・ 医療現場には日常的にさまざまな困りごとがあります。日本には医療機器メーカーが1,000社以上あり、病院からそれぞれに連絡するのは非効率です。製品アイテム数も85万種類もあり、非常に多く、最適な医療器材を選ぶのも苦労します。そのため、最適な医療機器の手配や故障した機器の修理、導入した医療機器の使用方法の説明について、

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

私たちが医療現場をサポートし、課題解決に日夜貢献しています。

- ・ オルバグループは、約 2,000 施設の医療機関と約 1,000 社の医療機器メーカーの間を繋いでいます。製品の採用や安定供給、緊急対応、最新医療器材や情報提供を専門性を持って行う。ニーズに沿った最適な提案で、医療現場をサポートしています。
- ・ 医療機器卸売業は日本全国の地域ごとに展開しています。上場会社は当社を含め現在 5 社あります。非上場の会社を含めると、当社グループは現在国内第 5 位の売上高規模があります。
- ・ SPD 事業は、株式会社ホスネット・ジャパンが事業展開しています。SPD とは、Supply(供給)・Processing(加工)・Distribution(流通)の頭文字を取った言葉で、医療機関の物品管理を総合的にサポートすることを指します。
具体的には、医療機関内での物品配送や適正な在庫管理、購買価格の検証を行い、医療機関活動の効率化を支援しています。さらに手術室の合理化や診療報酬管理支援も行っています。
- ・ 介護用品事業は、株式会社ライフケアがご自宅での介護を総合的にサポートしています。具体的には、介護用電動ベッドや車椅子などのレンタルや、歩行補助器の販売などです。自宅に手すりを設置するバリアフリー化などの住宅改修も行っています。社内にはケアマネージャーも在籍し、ケアプランの作成・支援も行っています。
- ・ 現在、医学・医療の進歩により新たな医療機器が上市され、新市場開拓の機会があります。それに対し当社は、強みである地域でのブランド性や、人材教育、専門性、社内開発のデジタル営業ツールを活用し、顧客満足向上とシェア拡大を図っています。その一方で、診療報酬改定による利益率の低下は当社にとっての脅威です。これに対し、医療・介護機器メーカーとの関係性を強化し、販促インセンティブを拡充。サブスクリプションビジネスの開拓により、収益の多角化を図っています。これらが当社の強みです。
当社の弱みは、大都市圏のシェアが低いことが挙げられます。そこで従来の拡販活動に加えて、医工連携の販路開拓支援による全国総販売代理店施策やアライアンスにより、大都市圏でのシェアアップを図ります。また業界全体として、物流デジタル化の遅れが課題になっています。これに対しては、新たな物流 IT システムを開発中です。
人口減少による国内市場の縮小も将来的な脅威となりますが、医療機器メーカーの広域商圏獲得でカバーする。また、AIやITなどの新たな技術分野にも注力していきます。
さらに ASEAN 等の海外展開に向けたリサーチを進めています。

3. 2021 年 6 月期業績概要

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響もありましたが、2021 年 6 月期の連結売上高は過去最高となりました。営業利益は 2020 年 6 月期が特殊要因で減益となりましたが、それ以外ではここ数年増益傾向が続いています。
- ・ 2021 年 6 月期の連結業績は、売上高が 1,129 億 7,600 万円、営業利益 15 億 4,000 万円、

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

経常利益が 15 億 4,200 万円、親会社株主に帰属する当期純利益が 9 億 8,900 万円でした。連結売上高と経常利益は過去最高。1 株当たりの当期純利益は 162.66 円です。

2020 年 6 月期は、輸入販売事業で金融資産に対する貸倒引当金繰入額を販売管理費に計上したことが営業利益に大きくマイナスに影響しました。2021 年 6 月期は同様の事例がなく、営業利益の増加要因となっています。

- 新型コロナウイルス感染症による業績の影響について、医療器材事業の業績に影響を与える手術症例が減少し、売上高ベースで約 24 億円程度減少したものと試算しています。手術数減少の理由としては、感染病床を確保するために、待機可能な手術を延期したり、感染への不安から患者さんのクリニックへの受診控えが起き、クリニックから総合病院への紹介が減ったりしたことなどが考えられます。

その一方で、マスクや手袋などの感染防止関連製品や新型コロナウイルスの検査をする PCR キットなどの検査関連製品、および人工呼吸器などの新型コロナ対策備品の需要拡大が売上高の不足を補っています。

当社は感染防止に注意しながら、医療機器や材料の安定供給を継続。最近ではオンライン面談による営業活動も導入しています。

現在は新型コロナウイルス感染症の感染状況も全国的に落ち着き、手術件数も回復傾向にあります。引き続き今後の感染状況を注視していきます。

- 業績を各事業別にみると、医療器材事業の売上高は 978 億 1,000 万円、前期比 3.8%増。営業利益は 14 億 1,200 万円、前期比 12.7%増となりました。

事業会社別に見ると、関西圏で事業展開している日光医科器械は、整形外科領域が主体なため、新型コロナウイルス感染症の影響を強く受け、前期比 4.6%減となりました。

- 医療器材事業の消耗品の売上高は、関西と関東が前期比減となりました。サブセグメントごとに詳しくみると、手術関連では眼科領域で前期に診療報酬改定に伴う駆け込み特需があったため、その反落があり前期比 22.7%減となりました。新型コロナウイルス感染症拡大に伴う手術抑制により外科関連は 2.7%減、麻酔関連は 2.0%減となりましたが、マスク等の感染防止関連商品の需要が伸び 73.3%増となりました。

PCR キットを含む検査用の理化学関連製品が 10.4%増となりました。その結果、手術関連の消耗品全体では 2.0%増となりました。

整形外科領域では、新型コロナウイルス感染症による手術抑制、失注により、兵庫で 24.3%減、東京で 51.4%減となりました。その一方で新規受注により、広島で 2.8%増、愛媛で 1.8%増、宮城で 18.3%増となりました。整形外科領域全体では 5.4%の減少となりました。

循環器領域は、第 3 四半期まで新型コロナウイルス感染症の影響が強かったものの、第 4 四半期は手術等の症例数が回復しました。心房細胞の不整脈治療の ABL (アブレーション) が 4.1%増。大動脈弁狭窄症に対する低侵襲治療の「TAVI(タビ)」などの心疾患治療の SHD が 12.9%増と好調に推移。ペースメーカーなどの埋込型不整脈治療デバイス

が 2.2%増加したことで、循環器領域全体では 3.3%増となりました。

その結果、医療器材消耗品全体の売上高は 836 億円。前期比 0.2%増となりました。

- ・ 医療器材の備品は、人工呼吸器や ECMO(エクモ:人工心肺)、陰圧室、リアルタイム PCR 検査のサイクラー等、新型コロナウイルス感染症防止設備の予算執行や設備備品の更新案件が順調に獲得できました。その結果、売上高は 143 億円、前期比 33.2%増と大幅に増加しました。
- ・ SPD 事業は前期に新規受託した施設が順調に稼働したことや、感染防止関連商品の需要が増加したことにより、売上高が 192 億 8,800 万円、前期比 7.5%増となりました。また、サービスやコストに見合う物品管理サービス料金の見直しを継続したことで、営業利益も 1 億 3,300 万円、前期比 54.8%増となりました。
- ・ 介護用品事業は、在宅介護用ベッドを含む主力のレンタル介護用品が前期比 4.9%増と順調に成長。レンタルに付随する物品販売で空気清浄器やパーテーションなどの新型コロナウイルス感染症対策品の需要が増加しました。また、住宅改修事業も順調に推移。その結果、売上高は 23 億 1,500 万円、前期比 6.0%増となりました。また、レンタル品の利益率改善の取り組みを進めたことが功を奏して、営業利益は 1 億 4,500 万円、前期比 21.7%増となりました。

4. 2022 年 6 月期業績見通し及び株主還元

- ・ 連結予算見通しは、売上高は 1,050 億 4,900 万円(新基準)、営業利益は 15 億 9,700 万円、経常利益が 16 億 1,500 万円、親会社株主に帰属する当期純利益が 10 億 5,200 万円です。増益の要因は、現在の営業展開地域でのシェアの拡大と新規顧客開拓による営業基盤の拡大、IT 等の活用による生産性の向上が挙げられます。なお、新型コロナウイルス感染症の影響については、徐々に解消されていくことを前提とし予算設定しています。売上高の新基準は、新しい収益認識基準の適用によるものです。旧基準が従来の基準です。従来の基準で売上高を換算すると前期比 3.2%増となります。
- ・ 今期(2022 年 6 月期)から新たな収益認識基準が適用されています。代理人取引に該当するものは、売上高と売上原価とを相殺し、純額で売上高に計上することとしています。当社では医療器材事業と SPD 事業の一部の取引が代理人取引に該当します。今回の収益認識基準の変更による利益への影響はありませんが、売上高は連結で約 115 億円の減少が想定されています。
- ・ 配当の基本方針は、安定的な配当を継続し、成長投資に備えた内部留保にも努めています。2020 年 6 月期は、東京証券取引所市場第一部銘柄への指定による記念配当として、1 株につき 5 円を加え、合計 1 株当たり 45 円としました。2021 年 6 月期は普通配当を 45 円とし、創業 100 周年の記念配当として 1 株につき 5 円を加え、合計で 1 株当たり 50 円としました。2022 年 6 月期も 1 株当たり 50 円を予定しています。
- ・ 株主優待は、所有株式数・保有年数に応じた金額のクオカードを謹呈しています。

5. 中期経営計画概要

- 当社は毎年ローリング方式で計画の見直しを実施しています。2022年6月期から2024年6月期の計画では、①医療器材事業全体での仕入交渉力の強化、②管理系業務の合理化・効率化、③整形外科ビジネスの高シェアを活かした業務プロセス再構築、④ESGへの取り組みを行います。さらに新規事業に取り組み、営業活動のDX(デジタルトランスフォーメーション)の推進により、顧客提供価値の最大化を図ります。
そして、企業理念である社員憲章を浸透させ、一体感や事業への共感を醸成し、生産性向上を図ります。2024年6月期は、連結売上高1,100億円(新基準)、連結営業利益19億円を目標とします。
- 医療器材事業の仕入交渉力の強化について。医療機器メーカーは、従来からの販売促進だけでなく、物流機能やコンプライアンス、経営基盤を元に医療機器販売業を評価する傾向にあります。したがって私たちもこれらの機能を拡充させます。
さらに当社グループでは、医療器材販売事業の3社で連携し、スケールメリットを活用して広域商権を獲得していきます。
粗利改善は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、少し進捗が遅れましたが、2024年6月期には2020年6月期に比して1.2億円の増加を目指しています。
- 管理系業務の合理化・効率化については、現在、物流統合システム(Li-Flo: リフロ)を開発中です。Li-Floとは、「Line」と「Flow」を組み合わせた言葉。このシステムにより、荷姿の管理や簡便な倉庫移動により、在庫管理を強化します。使用期限の管理やサンプル品等の管理など品質管理も強化します。そしてハンディスキャナで使用売上を読み取ったり、短時間で社外の棚卸をしたりするなど、貸出業務の効率化を図ります。2022年5月から事業会社のカワニシの拠点から順次稼働することを予定しています。
- 新規事業では、株式会社カワニシパークメドが中国地方におけるクリニック向けネット予約システムのEPARK事業を展開しています。また、同社では自社ブランドの自動精算機「テマサック Pro」を販売しています。感染対策としての非接触化やクリニックの現金精算業務の精度改善、業務効率化などが評価されています。すでに全国各地で85台の受注実績があります。「テマサック Pro」は、IT導入補助金が使える医療用自動精算機に認定されており、YouTube動画のプロモーションを実施。非常に奏功しており、今後の販売拡大を見込んでいます。
- 新規事業として、医療ICTソリューションにも取り組んでいます。NTT東日本と提携。カワニシとのOEM協業モデルで当社ブランドを展開しています。具体的には、医療機関で使うWi-Fiレンタルの「メディファイ」やネット保存型クラウドカメラ「メディSight」、クラウド管理型PCレンタルの「メディLockPC」を2021年2月に販売開始。入院患者向けのWi-Fi整備が国の補助金対象になったことから、メディファイとタブレットをセットにした入院患者向けオンライン面会サービスを2021年11月から開始し

ています。

- ・ 新規事業のサブスクリプションビジネスでは、医療機関がモノを購入して所有、という従来の販売方式から、定額課金に替わることで初期投資負担を抑え、手軽に機器やサービス導入が行えます。当社は医療機関への導入支援を担当し、サービスの利用期間や利用単位ごとに継続的な仲介手数料を得ています。具体的には、人工呼吸器レンタルや入院に必要な物品を取りまとめたアメニティサポートシステムなどを推進しています。
- ・ 新規事業の一環として、医工連携も推進。ものづくり企業等の販路開拓支援なども実施。その一つが感染症対策に寄与する製品である可搬型陰圧クリーンドームです。これは患者のベッド、または搬送用のストレッチャー単位で陰圧でき、医療者への新型コロナウイルスなどの飛沫感染を予防できます。

福島県立医科大学の医療ニーズを元に開発し、医療メーカーとの連携で商品化されたものですが、当社グループのサンセイ医機が実用面での開発助言を行い、国内総販売代理店となっています。2021年10月末の販売実績は全国で76台。現在も多くの問い合わせがあり、導入する医療機関は今後も増加するものと見込んでいます。

- ・ 最近の医工連携は新型コロナウイルス感染症関連の製品が増加しています。PCR検査時の飛沫防止ユニットであるTMクリーンシェルターやフェイスシールド、医療者を飛沫から守る飛沫防止機材などの開発支援や市場調査、販路開拓支援を行っています。
- ・ 今期からDX推進室をオルバヘルスケアホールディングスに設置し、全社的にDX(デジタルトランスフォーメーション)に取り組んでいます。その一環として、オリジナル電子カタログを整備して社内で運用。全医療機器85万種類中、45万件を掲載しており、通常流通している商品をほぼ網羅しています。電子カタログ上では各商品に当社独自のタグ付けを実施。多様な検索が迅速にできます。医療現場でタブレットから検索できるので、営業経験の浅い若手社員でも顧客が求める情報をタイムリー、かつ確実に提供できます。今後は電子カタログを医療機関でも一部閲覧可能とし、Eコマースの布石とすることも検討しています。
- ・ 2015年に国連は、2030年までに達成すべき17の項目をSDGsとして採択しました。当社の経営方針と非常に親和性が高いため、当社では「3:すべての人に健康と福祉を」、「5:ジェンダー平等を実現しよう」、「8:働きがいも経済成長も」、「9:産業と技術革新の基盤をつくろう」、「13:気候変動に具体的な対策を」、「17:パートナーシップで目標を達成しよう」の実現に努めています。
- ・ ESGの「S:Society(社会)」の取り組みについて。「健康経営」として、残業削減や有給休暇取得の促進、就業時間内禁煙、禁煙サポートを進めており、経済産業省が推進している2021年健康経営優良法人に認定されています。「新型コロナウイルス感染症対策」では、3密防止、テレワークの活用、オンライン会議の推進に取り組んでいます。また、私たちは人材育成を重視しています。その中でマネジメント層を対象にOLBA Academyを実施しています。初級管理職向けに人や組織のマネジメントや会計・マーケティング

ディングを学んでいます。

- ・ 当社では海外医療情報誌「Medical Globe」を刊行。学術情報等に関する世界的な情報サービス企業であるクラリベイト・アナリティクス等と提携しており、海外の最先端の医療機器や医療現場の情報を和訳編集して月刊誌として発行しています。

また、「Medical Globe」掲載記事を題材にし、「日本医工ものづくりコモンズ」と「国立国際医療研究センター」が主催する「MINC(ミンク)の会 海外医療機器の最新動向勉強会」が、2017年から3ヵ月ごとに実施されています。私を含めた当社の Medical Globe 編集部と経済産業省、厚生労働省、特許庁、AMED、PMDA などの行政サイドや医師、メーカー、ものづくり企業が参加し、意見交換や情報共有を行っています。当社としては国産医療機器開発への貢献ということになります。

なお、新型コロナウイルス感染症防止のため、最近では Web 会議で行っています。

- ・ 東京証券取引所の市場再編に係る市場区分選択について、当社はスタンダード市場を選択。2024年6月期を目標とした中期経営計画の推進を通じ、企業価値向上に取り組みます。プライム市場の上場維持基準では、「流通株式時価総額」と「1日平均売買代金」が不適合でした。

6. 質疑応答

Q1. 新型コロナウイルス感染症が御社の経営に与える影響を教えてください。また、世界的に原料不足が伝えられていますが、医療機器業界にはどのような影響がありますか。

A1. 当社グループはヘルスケアに関わる会社として、医療・介護の現場を止めないことを最優先に、感染防止対策に留意しながら事業を継続してきました。

新型コロナウイルス感染症の影響は、マスクやガウンなどの感染防止用品の販売増加がありました。また、人工呼吸器や PCR 用の検査機器などの備品も販売増加し、プラス面の影響がありました。一方、整形外科や循環器領域などで検査や手術件数が減少し、医療器材の消耗品の売上が減少するマイナスの影響もあり、プラスとマイナスの両方の影響がありました。結果として2021年6月期は、手術件数の減少による消耗品の売上減少を感染防止用品や備品の需要増が補った形になりました。

今後の見通しとしては、外出自粛やテレワークで、運動不足やストレスが溜まりがちです。また医療機関や健診の受診控えの影響で、生活習慣病やがん、循環器や整形外科疾患が増える可能性もあると考えています。現在のように感染状況が落ち着いた状況下では、検査や手術件数も徐々に回復し、医療器材の消耗品の需要が増加することも予想されます。

原料や半導体の世界的な不足について、現時点では医療機器メーカーの生産に大きな影響が出たとは聞いていません。しかし医療機関では備品の購入が年度末に増える傾向にあり、来年3月以降、状況次第では生産が遅延する可能性もあるのではないかと思います。当社グループでは他のメーカーでの代替も含め、医療現場に必要な医療器材や

介護用品の供給が途切れないように、サプライチェーンの維持確保に努めます。

Q2. 今期の業績は増収増益の見通しですが、その主な理由を教えてください。

A2. 各事業で現在の展開地域でのシェアを拡大することと新規顧客を開拓することで営業基盤を拡大していきます。また DX の推進などによる労働生産性の向上も増益の要因になっています。

医療器材事業では、物流機能やコンプライアンス機能の拡充を図り、引き続きメーカーとの仕入交渉を行い、粗利の改善を図ります。SPD 事業では、自社開発の在庫管理システムの販売に注力し、サービスの付加価値に見合う管理料の見直しを継続していきます。介護用品事業では、営業エリアを細分化し、顧客フォロー体制を充実させることで、既存エリアでのさらなるシェアアップを図ります。同時に介護用住宅リフォームを担う自社施工部門を強化し、新規利用者をさらに開拓。収益源の多角化を進めます。

尚、新型コロナウイルス感染症の影響は、現在は落ち着いていますが、徐々に解消することを前提に予算設定しています。感染状況の推移を引き続き注視していきたいと考えています。

Q3. 事業展開地域が偏って、空白地域が広域的にあると思いますが、全国展開は考えていませんか。また海外事業は考えていますか。

A3. 確かに当社の事業展開は、中四国、東北、一部の東京と近畿に限られており、それ以外の地域展開はできていません。その背景として、医療機器販売業は戦後、日本の医療保険制度が確立する中で、都道府県単位で存在したためです。最近では統合の動きもありますが、なかなか全国展開している会社はありません。当社もこれまで中四国地域の会社を中心とし、大阪や福島の会社と M&A を行ってきました。

市場規模が大きい関東圏やそれ以外の空白地域への今後の展開は、二つの方法を考えています。一つは既存の医療機器販売業のアライアンスや M&A、二つ目は医療機器等の全国総販売代理店を獲得すること。その代表例が可搬型陰圧クリーンドームです。

直接展開の事例としては、カワニシパークメドが Web マーケティングを活用し、クリニック向けの自動精算機を販売しています。

海外展開について、これからの日本は高齢化し、人口も減少します。そこで、今後人口が増え、高齢化も進む海外への展開を考えており、その一つがアセアン諸国です。現在、アセアン地域の医療や介護状況についてリサーチを開始。海外事業もこれからの課題として取り組んでいきたいと考えています。

Q4. DX 推進について、現在の具体的な事例をご説明いただけますか。

A4. いくつかあります。一つは社内の電子カタログです。それからオンライン会議やテレワークも DX 事例の一つだと言えます。これからもう少し踏み込んだ DX を進めたいと

思います。また取り組みが進めばご紹介します。

以 上