

4350 メディカルシステムネットワーク

～調剤薬局のネットワーク事業で業界 No.1、独自の地域ケアシステムを展開～

2019年5月25日

東証1部

ポイント

・調剤薬局のネットワークへの加盟件数が、5月に4000件を超えた。薬局経営の健全性を確保しようと、中堅の調剤薬局の加盟が急増、加速している。加盟件数は4期前+200件、3期前+370件、2期前+739件に対して、前期は+1281件ペースとなった。月100件ペースの加盟が続いており、中期4ヵ年計画(2022年3月期)の目標5000件が、2年早く達成できよう。利益率が50%を超えるビジネスなので効果は大きい。

・今年1月に大分の永富調剤薬局(23店)を子会社化した。買収金額は32億円、のれんは5億円である。M&Aに伴う費用が前期の負担となったが、2020年3月期は利益貢献が十分見込めよう。九州地区の強化という点で貢献してこよう。しかし、今後はM&Aを抑制し、ネットワーク事業の戦略的推進と財務体質の改善に集中する方針である。

・昨年4月の薬価・調剤報酬の改定は厳しく、医薬品卸との仕入価格交渉は9月末の期限的制約もあって不利に働いた。今年10月、来年4月と改定は続く。医薬品流通におけるバリューチェーンは一段と変貌しよう。そこでの新たなポジショニングに向けて、次なる手立てが打ち出されてこよう。

・当社は医薬品の卸と調剤薬局を結ぶネットワークで業界 No.1、医薬品の取扱高でも業界トップである。発注システム、在庫管理システム、レセプトデータ管理システムなど、自社開発によるネットワークシステムの提供で独自の強みを発揮する。

・2019年3月期からスタートした中期4ヵ年計画では、ネットワーク事業の拡大を柱に、医薬品メーカーから卸、薬局、患者に至るサプライチェーンの効率化を通して、2022年3月期で営業利益50億円、ネットワーク事業と医薬品製造販売事業(SCM事業)の利益貢献を高めていく方針である。自社ブランドのジェネリック医薬品の製造販売も始まった。

・ネットワーク事業の利益貢献が高まる中、調剤薬局事業の収益変動をいかに抑えていくかがカギを握る。地域包括ケアの中で、「未病・予防－医療－介護」を支える「かかりつけ薬局」への対応が勝負となる。ネットワーク事業を軸に、中期計画の営業利益50億円は射程にある。株式市場における評価も大きく好転するものと期待される。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

目 次

1. 特色 調剤薬局に独自のネットワークシステムを築く
2. 強み 自社開発のシステムでサービス向上と効率化を推進
3. 中期経営方針 調剤薬局のネットワークで圧倒的トップを目指す
4. 当面の業績 薬価改定の影響をいかに乗り越えるか
5. 企業評価 ネットワーク事業を柱とした新たな連携効果に注目

企業レーティング B

株価 (2019年5月24日) 505 円 時価総額 154 億円 (30.6 百万株)

PBR 1.42 倍 ROE 6.0% PER 23.6 倍 配当利回り 2.0%

(百万円、円)

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	配当
2011.9	46508	2262	2139	1001	38.6	6.25
2012.3	25410	1357	1314	518	20.0	3.75
2013.3	54827	2046	1912	756	29.1	8.0
2014.3	66181	2091	2019	668	27.7	8.0
2015.3	75548	2641	2540	885	37.1	8.0
2016.3	87715	3783	3860	1720	60.1	9.5
2017.3	88865	2113	2109	571	19.3	10.0
2018.3	93977	3163	3250	1022	34.5	10.0
2019.3	98232	1428	1501	462	15.3	10.0
2020.3(予)	103000	2500	2400	650	21.4	10.0
2021.3(予)	113000	2700	2600	800	26.3	10.0

(2019.3 ベース)

総資産 68935 百万円 純資産 10761 百万円 自己資本比率 15.6%

BPS 354.8 円

(注) 2012.3 期は決算期変更で 6 ヶ月決算。ROE、PER、配当利回りは今期予想ベース。09.9 期で 1:200、12 年 4 月、12 年 6 月に各々 1:2 の株式分割を実施。それ以前の EPS、配当は修正ベース。

担当アナリスト 鈴木行生

(日本ベル投資研究所 主席アナリスト)

企業レーティングの定義: 当該企業の、①経営者の経営力、②事業の成長力・持続力、③業績下方修正の可能性、という点から定性評価している。A: 良好である、B: 一定の努力を要する、C: 相当の改善を要する、D: 極めて厳しい局面にある、という 4 段階で示す。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

1. 特色 調剤薬局に独自のネットワークシステムを築く

新しい企業理念を制定

今年1月に、企業としてのグループ理念を新たに制定した。‘良質な医療インフラを創造し、生涯を見守る「まちのあかり」として、健やかな暮らしに貢献します’というミッションである。

行動の原点を 1)安心を届けること、2)つながりを生み出すこと、3)挑戦を続けることに置き、ここからバリューを創造する。コーポレートスローガンは、「ちかくにいる。ちからになる。」とした。

事業は調剤薬局、医薬品ネットワーク、医薬品製造販売、メディカルモール、訪問看護、病院・福祉施設向け給食事業、サービス付き高齢者向け住宅など多岐にわたっており、当社グループに参加する企業も増えている。

そこで、「医療インフラ」と「まちのあかり」をグループ全体のミッションとして、地域向けヘルスケアサービスを明確にした。今後これに従って、事業ドメインやビジネスユニットが展開されていこう。

薬局と医薬品の卸を結ぶ情報システム

病気になった患者が医者に診てもらったあと処方箋をもらい、近くの薬局に行き薬を受け取る時の調剤薬局のネットワークビジネスが事業の柱である。調剤薬局は、必要な薬を医薬品の卸問屋から仕入れる。この時の受発注システムや薬局内の薬に関わる情報システムを得意とする。この情報システム開発を自社で行い、サービスを提供している。

田尻社長は北海道の小樽で育ち、起業した時の三銃士も皆、小樽の仲間である。田尻氏はかつて医薬品卸の会社で仕事をしていた。薬局や病院への営業は昼休みと夕方しか先方に会えない。この仕事のやり方を、ネットを活用して抜本的に変えたいと考えた。小学校からの同級生であった秋野氏(副社長)は、実家が医薬品の卸をやっていたが、自ら薬局を立ち上げていた。沖中氏(前取締役相談役)は医薬品の卸に勤めていたが、その中でシステム開発を手掛け、その後システム・フォーというシステム会社を立ち上げていた。この3人が話し合っ、三銃士のごとく当社を起業した。

北海道から全国に展開、サプライチェーンマネジメントの効率化を目指す

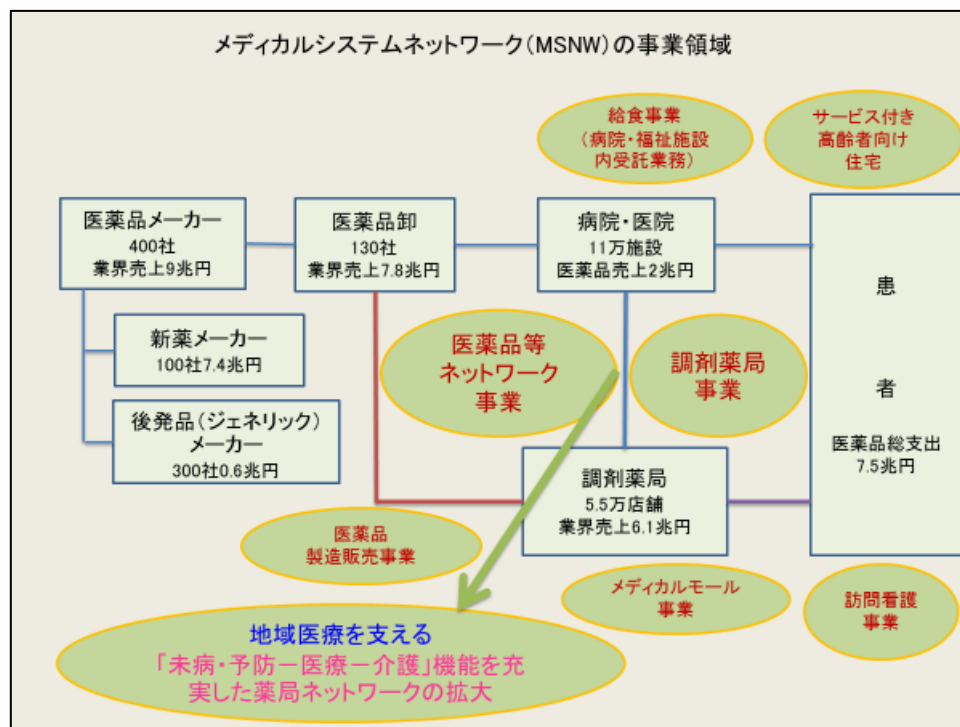
田尻社長は創業期に、従来の流通の仕組みではコストがかかりもったいない、情報の提供や物流の効率化で付加価値を作る必要がある、と考えた。90年代にインターネットが普及してきたので、このサプライチェーンマネジメントを担う情報システムを作ろうと決断した。日本の流通コストは7~8%、米国は3%以下である。

仕組みとしては、仕入れ、在庫に関わる受発注システムの自動化である。医薬品の価格は

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

2年に1度の薬価改定で決まるが、卸と調剤薬局がバランスのとれた合理化で互いに収益を確保することを構想した。

メディカルシステムネットワーク(MSNW)は1999年9月に創業した。2002年3月に、創業2年半で大証ヘラクレスに上場し、2008年東証2部、会社設立11年目の2010年6月に東証1部に上場した。2019年3月期で創業20周年を迎えた。



医薬品等ネットワーク事業でオンリーワン

当社は自前で420店(3月末現在)の調剤薬局を展開するが、それも含めて、当社のネットワークを活用している薬局は3,790件(同)に及ぶ。この数は業界トップである。当社のようなネットワークシステムを持っている同業他社はない。

その強みとして、通常は医薬品卸への大量発注によるバイイングパワー(購買力)を行使して、安く仕入れるということが考えられる。薬局での薬の価格は国によって決められているので、販売価格に自由度はない。その中で、薬局と卸がマージンの取り合いをしても生産的でない。むしろ、デッドストックにならないような在庫の有効利用によるコスト削減、薬剤師教育や店舗管理の効率化など、システムの利用度をあげることに力を入れている。こうした当社のネットワークの使い勝手の良さが紹介営業に繋がっている。

卸と調剤薬局を結ぶ当社のネットワークシステムは、価格交渉、在庫管理、自動発注、決済、薬剤師の教育などをビジネスとして担っている。年間の医薬品の取扱高は、2005年9月

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

期の118億円から2010年9月期537億円、2015年3月期977億円、2019年3月期2337億円と急ピッチで増えてきた。ネットワーク事業の収入は売上全体の4%だが、営業利益では7割を占める高収益部門である。ここを伸ばすことが最大の戦略である。

なの花ブランドは業界8位

ネットワーク事業とは別に、自前で展開する薬局のブランドは「なの花薬局」で統一化を進めている。北海道からスタートして地域薬局網作りに力を入れながら、全国展開を図ってきた。目標は地域の人々の「かかりつけ薬局」になることで、そのための薬剤師の教育（集合研修やeラーニング）、在宅医療のための在宅薬局にも力を入れている。自社調剤薬局は2019年3月末で420店舗に増えている。

自社ブランドの調剤薬局は、アインファーマシーズ、日本調剤、クラフト、クオール、総合メディカル、共創未来グループ、阪神調剤に次いで、MSNWは業界8位である。その中で、基盤のある北海道では店舗数でアインファーマシーズを抜いて、当社がトップである。

調剤薬局が取り扱う薬品の市場は7.8兆円。このうち、業界トップのアインファーマシーズでも売上高が2700億円であり、その市場シェアは低い。ドラッグストアは市場が6兆円ある中で、マツモトキヨシなど大手7社で51%を占める。調剤薬局は大手7社でシェア12%にすぎず、今後大手がシェアを上げる余地は大きい。

調剤薬局関連の上場企業比較(関連5社)

社名	MSNW	アインHD	日本調剤	クオール	総合メディカルHD
コード	4350	9627	3341	3034	9277
市場	東証1	東証1	東証1	東証1	東証1
業界順位	8位	1位	2位	4位	5位
店舗数	420	1029	598	766	698
売上高(18年度)(億円)	982	2684	2456	1447	1446
経常利益(億円)	15	201	61	72	56
売上高経常利益率(%)	1.5	7.5	2.5	5.0	3.9
株価(5/24)(円)	505	8390	3670	1512	1835
時価総額(億円)	154	2972	588	588	563
PBR(倍)	1.42	2.92	1.34	1.50	1.43
ROE(%)	6.0	9.1	9.9	10.3	9.5
PER(倍)	23.6	32.1	13.7	14.5	15.0
配当利回り(%)	2.0	0.7	1.4	1.9	1.5

(注)売上高、経常利益は全社ベース。業界順位は調剤報酬額ベース。アインHDは2018.4期ベース。
PBR、ROE、PER、配当利回りは直近予想ベース。

「地域薬局」の確立

なの花薬局は、多職種連携と専門性により「地域薬局」の確立を強化している。在宅訪問にも力を入れている。また、2018年5月よりスマホアプリで、オリジナルの電子お薬手帳

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

「なの花おくすり手帳」のサービスを開始した。日本薬剤師会が提供する電子お薬手帳相互閲覧サービス「e薬Link」とも連携している。

そのためには、教育レベルの向上が必須であり、研修担当者の増員を進めている。また、調剤報酬改定のハンドブックを出して好評である。薬剤師が患者の状況をよく把握して、薬の事故を事前に避ける（プレアボイド）ように対応する。その情報を医者にフィードバックして、薬の組み合わせを変えてもらい、副作用を防ぐ。プレアボイド及びプレアボイドに類する事例は毎月400件もあり、社内ではそのコンテストも実施して活動を盛り上げている。

当社は毎月73万枚の処方箋を取り扱っているが、そのうち在宅医療では、自宅や施設で療養している患者の分が月1.2万枚近い。今後もさらに拡大するように取り組んでいる。

自社の薬局の構成は、小型の店が5割（薬剤師2～3人、20坪）、中大型の店（50坪程度）が3割、医療モールの店が2割という内容である。将来は、薬局が予防や未病を担っていくことがリーディングカンパニーとして必要になってくる。そこで当社は栄養士による食事療法のサポートにも取り組んでいる。

在宅実施店舗は2019年3月末の自社店舗420店中319店まで増えており、全体の約8割を占めている。いずれ全店に広げる方向である。在宅支援薬局には、在宅に特化した薬局もある。専門化できれば効率はよいが、まだ専門化できるところは少ないので、既存の薬局が双方へ対応していく。

医薬品ネットワークに加盟する調剤薬局の7エリア別店舗数

(店)

	自社店舗数				加盟店店舗数				合計			
	2016.3末	2017.3末	2018.3末	2019.3末	2016.3末	2017.3末	2018.3末	2019.3末	2016.3末	2017.3末	2018.3末	2019.3末
関東・甲信越エリア	79	85	85	83	346	450	605	968	425	535	690	1051
東海・北陸エリア	44	54	54	47	183	294	442	734	227	348	496	781
九州・沖縄エリア	36	37	37	60	159	234	428	541	195	271	465	601
近畿エリア	48	54	58	62	99	147	227	528	147	201	285	590
中国・四国エリア	25	22	22	22	61	53	141	275	86	75	163	297
北海道エリア	115	118	121	123	106	110	118	119	221	228	239	242
東北エリア	6	7	22	23	93	105	149	205	99	112	171	228
合計	353	377	399	420	1047	1393	2110	3370	1400	1770	2509	3790

在宅医療における薬局、薬剤師の役割

札幌のなの花薬局南郷店の薬剤師は、個人宅、グループホーム、介護付き老人ホーム、特別養護老人ホームなど260名の在宅業務を担当しており、月に1～2回400件の訪問を行っている。16km圏内の地域を1件10～30分で訪問する。医師、看護師、薬剤師、ケアマネジャー、介護士、福祉用具貸与業者など多職種がミーティングをしながら連携していく。医師

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

と一緒にいく、ケアマネジャーと一緒にいく、薬の管理ができない人のところに行く、などさまざまなケースがある。

在宅訪問は、単一建物診療患者1人の場合、居宅訪問1回につき650点(1点10円)の加算があるが、その報告書を書くのに結構手間がかかる。また薬についても、飲み間違い、飲み忘れのないように色を付けたり、箱に入れるなど分かりやすくする必要があり、在宅への対応は時間がかかる。

今後在宅薬局としてのサービスを、生産性を上げながらどのように拡大していくかは課題である。需要は間違いなく増えていくので、当社では、良いサービスと効率が両立するような在宅薬局の仕組み作りに取り組んでいる。

サービス付き高齢者向け住宅「ウイステリア」の事業展開

JR札幌駅から1km、北海道大学病院の近くにウイステリアN17がある。これが第1号で、64室のサービス付き高齢者向け住宅(サ高住)である。有料老人ホームではないが、同様の介護サービスを行うことのできる許可を北海道から受けている。

設立から10年を経っており、3年目からはほぼ満室である。約80名が入居(1室1名または2名)している。建物の1階には内科循環器のクリニックとなの花薬局がある。1室の広さは65~73m²と広く、リハビリのスペースも有している。基本的に高級な施設である。

札幌市清田区の医療法人清田病院の前に、当社として2棟目のサ高住となるウイステリア清田を2013年5月に開設した。札幌の清田病院の建て替えに伴い、その隣に当社のウイステリアを作った。1棟目のウイステリアN17が投資額20億円、1室のスペースも広めであったが、こちらは投資額10億円、1人部屋タイプで1室が25~30m²と標準的なものである。家賃7~8万円と手頃で、75戸のうち65戸を単身向けに作ってある。ウイステリア清田もほぼ満室で、評判もよい。このウイステリア清田は、「高齢者住宅+医療モール+調剤薬局」+「病院」が一体となった再開発である。

医療給食事業の強化

病院を中心とする給食事業では、2015年10月、子会社TMS(トータル・メディカルサービス)の傘下に九州医療食(2018年4月TMSに吸収合併)が入った。仕入れの効率化や食単価の値上げ、不採算施設の撤退などを通して、利益確保を図り2018年3月期に黒字転換している。給食事業も、医療と食事と居住という観点で、一定の取り組みを進めていく方針である。

マネジメントとコーポレートガバナンス~執行役員制を導入

2018年6月の株主総会で、沖中氏は取締役相談役を辞任し、蔵本氏が取締役常務執行役員SCM事業本部長に就いた。三銃士の一人、沖中氏は田尻社長(70歳)より4歳年上であり、世代交代を逐次進めている。次世代を担うマネジメントとして、川島専務、田中専務、

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

坂下専務などがリーダーシップを発揮している。

取締役は11名で、うち社外取締役は2名である。独立社外取締役では、JR北海道のトップを務めた小池明夫氏と、金融機関出身の一色浩三氏(日本政策投資銀行元理事)が入っており、リスクマネジメントのあり方など取締役会での議論が活発になっている。

また、2017年6月に組織再編に対応して執行役員制度を導入し、取締役と執行役員の役割を分けた。

グループ組織を再編

当社の社員数は2019年3月末で3,076名である。事業部門ごとにみると、医薬品等ネットワーク事業20名、調剤薬局事業2,594名、賃貸・設備関連事業119名、給食事業203名などである。ネットワーク事業が少人数である一方、調剤薬局の人員が大半を占める。このうち約半数が薬剤師である。この他にパート及び嘱託社員が885名(年平均)いるが、半分が調剤薬局で、もう半分が給食事業である。給食事業もかなり人手がかかる。

2017年の組織再編では、1) システム・フォー(ネットワークのシステム開発運営)、ファーマホールディング(調剤薬局)、日本レーベン(医療モールやサ高住の開発運営)を本体に統合(吸収合併)した。2) 北海道の調剤薬局3社(子会社)をなの花北海道に統合した。3) SMOのエスエムオーメディシスをEP総合に株式譲渡(売却)した。4) 同時に各々の子会社の管理部門(総務、経理など)は本体に集約して、人材の効率的活用を図っている。

有力3子会社の吸収合併は、1) マネジメントの強化、2) 間接部門の集約化、3) 赤字部門の社内化による節税を考慮したものである。サ高住、給食といった事業については、中期的な事業展開のあり方について、抜本的に見直すことも必要であろう。

グループの組織再編を機に、グループのシンボルマークを制定し、コーポレートブランドを強化した。ネットワーク事業をブルーラインの四角で、調剤薬局事業をオレンジラインの四角で、その2つのリングが重ね合わさっている。ブルーラインは、誠実さ、信頼性、安心感を、オレンジラインは、親しみ、温もり、明るさを表現している。2つの組み合わせが、患者や顧客を支え、グループの連携、社員の一体感も表している。

2. 強み 自社開発のシステムでサービス向上と効率化を推進

医薬品等ネットワーク事業の営業利益率は50%台と極めて高い

調剤薬局は、患者が医師の処方箋によって求めてくる薬をある程度取り揃えておく。そのために、必要と思われる薬を医薬品の卸に注文する。この受発注システムを当社が担当して、その手数料を得る。必要な薬には常に余剰となるものがあり、どう在庫管理するかによって無駄を排除し、コストの削減になる。薬局間で在庫のやり取りができれば、期限切れの薬の

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

廃棄ロスも少なく済む。

セグメント別業績

(百万円、%)

	2015.3	2016.3	2017.3	2018.3	2019.3
医薬品等ネットワーク事業					
売上高	2814 (-1.0)	3235 (+15.0)	3237 (+0.0)	3639 (+12.4)	3951 (+8.6)
営業利益	1549 (+5.1)	1776 (+14.6)	1718 (-3.3)	1949 (+13.4)	2331 (+19.6)
同利益率	55.1	54.9	53.1	53.6	59.0
調剤薬局事業					
売上高	71743 (+13.9)	82002 (+14.3)	81650 (-0.4)	87172 (+6.8)	90706 (+4.1)
営業利益	2377 (+29.2)	3412 (+43.5)	2314 (-32.2)	3060 (+32.2)	1068 (-65.1)
同利益率	3.3	4.2	2.8	3.5	1.2
賃貸・設備関連事業					
売上高	1517 (+15.2)	2430 (+60.2)	2046 (-15.8)	2031 (-0.7)	3320 (+63.4)
営業利益	25 (na)	129 (+409.3)	-143 (na)	-182 (na)	-84 (na)
同利益率	1.7	5.3	-7.0	-9.0	-2.5
給食事業					
売上高	1932 (+218.3)	2830 (+46.5)	4667 (+64.9)	4103 (-12.1)	3161 (-23.0)
営業利益	-13 (na)	-89 (na)	-129 (na)	45 (na)	34 (-22.7)
同利益率	-0.7	-3.1	-2.8	1.1	1.1
その他事業					
売上高	182 (-55.2)	143 (-21.5)	163 (+14.0)	92 (-43.3)	261 (-181.2)
営業利益	-76 (na)	-109 (na)	-163 (na)	-97 (na)	-136 (na)
同利益率	-41.8	-76.2	-100.0	-105.4	-52.1
合計					
売上高	75548 (+14.2)	87715 (+16.1)	88865 (+1.3)	93977 (+5.8)	98232 (+4.5)
営業利益	2641 (+26.3)	3783 (+43.2)	2113 (-44.1)	3163 (+49.7)	1428 (-54.8)
同利益率	3.5	4.3	2.4	3.4	1.5

(注) 賃貸設備関連は高齢者賃貸住宅、調剤薬局など。給食は病院、福祉施設など。その他は訪問看護、ジェネリック製造販売など。カッコ内は前年同期比伸び率、naは計算できず。給食事業はTMS買収で2014.3期より加わる。SMOは2018.3期に撤退。

ネットワーク事業は、加盟店がこのネットワークを通じて仕入れた金額の一定料率を発注手数料として売上げにたてる。仕入額に一定の料金をかけたものが、ネットワークの使用料として当社の収入となる。ネットワーク事業の手数料率は、会社毎に決めており、発注量の大小によって料率は異なる。薬価引き下げがあると、同じ手数料率でも、当社の収入はそれに見合って減ることになる。

この収入が毎月入ってくるので、加盟店が増えるほど収入は上がってくる。これとは別にシステムの販売もある。レセプトを処理するレセプトコンピュータ（ファーマシーエース）の販売も、新規加盟やシステムの入替で収入となる。ネットワークのシステム機器（レセコン等）は、当社の取り扱い製品でも他社の製品でも、どれでもつなぐことができる。

システム販売の利益は発注手数料に比べれば高くないが、安定した更新需要はある。実際、新規加盟に伴う情報機器のシステム販売の粗利は10%程度で、医薬品の発注手数料で稼いでいく。当社のネットワーク事業は、売上高営業利益率が50%台と極めて高い。

加盟店にとってのメリット

当社のネットワークに加盟したいという薬局のオーナーは、1) 仕入れ価格の安定を図りたい、2) 医療情報、薬局マネジメントについて情報を得たいというニーズが強い。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

ネットワークの加盟を検討する薬局には、その薬局の仕入れデータをベースに、当社がシミュレーションを行う。そうすると、ネットワークを通じた方が、仕入れ価格が安定し、安くなることははっきり分かる。当社は、卸に対して、バイインパワーを行使して安く仕入れられているわけではないが、一定の量がまとまれば、小口よりも仕入れコストは下がる。

医薬品等ネットワーク事業

	2013.3	2014.3	2015.3	2016.3	2017.3	2018.3	2019.3
加盟店舗数(店)	1033	1163	1200	1400	1770	2509	3790
医薬品発注取扱高(億円)	948	1124	977	1237	1374	1691	2337
発注手数料(百万円)	1255	1490	1601	1913	1984	2236	2734
システム販売額(百万円)	1213	1183	1029	1109	1046	1228	1077
その他(百万円)	181	170	183	212	205	175	140
合計(百万円)	2650	2843	2814	3235	3237	3639	3951

(注)加盟店舗数には自社店舗も含む。

デッドストックエクステンジ (DSE：不動在庫消化) サービスの活用

当社のネットワークに加入すると、医薬品の在庫管理がDSEサービスで効率化できる。つまり、各薬局にあって、期限切れで廃棄せざるをえない薬を早めに相互にやり取りして、うまく使うことができる。このDSEサービスシステムは特許を取得し、2017年1月に特許登録された。また、仕入れ代金の立て替え払いサービスの利用によって、加盟時の運転資金の増加を回避して、安心して加盟できる。

2015年1月に芙蓉総合リースと戦略的包括提携を結んだ。業務面では通常のリース以外に、医薬品ネットワークに加盟する調剤薬局の加入時ファイナンスをサポートする。これまで新規加入先は、医薬品仕入代金を3ヶ月サイトで支払っていた場合、支払サイトを2ヶ月に短縮するために、新たな資金が必要となるケースがあった。このため、加入月の医薬品仕入代金を芙蓉総合リースが当社へ一括立替払いを行い、加盟先は最長60回の分割払いで芙蓉総合リースへ返済、分割手数料は当社が負担する。これにより、当社のネットワークに加盟する薬局を上乗せすることができよう。

CBホールディングスと提携

サプライチェーンの強化に向けて手を打っている。2017年に、加盟件数拡大を目指して、CBホールディングスと業務提携した。

CBホールディングスは医師、薬剤師を中心とする人材紹介、求人サイトを運営している。調剤薬局の経営者とも日々コンタクトしているので、このチャンネルを通して、当社のネットワークに加盟することをマーケティングしてもらおう。先方にも、紹介マージンがはいるので、双方にとってメリットが大きい。実際、加盟件数の加速化に、かなり貢献している。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

医薬品ネットワークのサービス内容

～加盟薬局にとってのメリット～

1. サプライチェーンマネジメント

医薬品卸との交渉代行・・・仕入れ価格の適正化・安定化、価格交渉の効率化

医薬品卸との決済代行・・・決済の効率化

発注システム、在庫管理システム・・・合理的で経済的なシステム活用で効率化

2. デッドストックエクステンジ

加盟店同士で不動在庫消化サービス(不要な在庫の相互活用)

3. 薬剤師教育サポート

教育研修会、インターネット講座による研修

4. その他のサポート

在庫管理システム、薬VAN

加盟店向け各種商品・サービスの紹介

調剤薬局の買収～経営改革による薬局の収益性改善が進展

調剤薬局のM&Aは、買収後7～9年で回収することを基本としている。しかし、価格が高騰しており、回収に10年を越えるような案件については、慎重な経営判断をしていく。

大型の案件では、2013年11月にトータル・メディカルサービス(TMS)を51億円で買収した。これによって、九州地区での店舗数が大幅に充実した。九州において、TMSは総合メディカルに次いで、2番手であった。九州でTMS 32店+当社5店、中国地区でTMS 3店+当社23店という規模であった。全国では、282店(2013年9月末時点)に35店が加わったので、その効果は大きいものであった。

当社は絶えずシナジーを考えており、ドミナントを形成できるかどうかポイントである。子会社となったTMSの大野社長はそのまま経営を担っている。TMSとのシナジーについて、大野社長とは考え方が合うので、九州は任せた。TMSは、薬局のアメニティも高い。当社のネットワークシステム、在宅医療サービスなどで展開の余地はかなりある。

TMSが手掛けている病院給食については、今後とも続けていく。給食事業は赤字であったが、2018年3月期で黒字化した。

2017年3月期において、連結売上高の10%を越えている子会社(薬局)は4つあったが、コムファ(現なの花北海道)に比べて、サンメディック(現なの花東日本)や共栄ファーマシー(現なの花西日本)の収益性が低かった。関西を基盤とする共栄ファーマシーについては、経営体質の強化にここ数年力を入れてきて、2015年3月期からかなり好転してきた。TMSの単体の業績にはのれんの償却分を含んでいるので、それを考慮すると薬局の収益力は順当

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

である。

調剤薬局のエリア別自社店舗数

エリア	2012.3末	2013.3末	2014.3末	2015.3末	2016.3末	2017.3末	2018.3末	2019.3末
北海道	101	109	110	112	115	118	121	123
関東甲信越	34	62	67	75	79	85	85	83
近畿	41	44	45	53	48	54	58	62
九州沖縄	4	5	37	35	36	37	37	60
東海北陸	20	24	30	42	44	54	54	47
東北	4	5	6	5	6	7	22	23
中国四国	19	20	26	23	25	22	22	22
合計	223	269	321	345	353	377	399	420
出店	6	21	14	10	9	8	8	5
閉店	-3	-8	-7	-13	-8	-4	-5	-14
M&A	6	33	45	27	7	20	19	30

青森のアポテックを子会社化～東北地区を強化

アポテックは4月より、なの花東北へ社名(商号)を変更した。2018年1月に、青森県の八戸に本社を置くアポテックを買収した。全株式を取得し、連結子会社とした。青森県を中心に15店の調剤薬局を有している。当社は東北の拠点が弱かったため、この強化へ結びついた。

アポテックは、2017年5月期で売上高32億円、経常利益1.8億円をあげていた。1店当たりの年商も2億円を超えており、薬局としてはいい経営を行っている。オーナーは薬局事業から手を引いて、当社が現経営陣以下を引き継いでいる。投資額は22億円で、投資回収の当社基準には入っているため妥当な水準であろう。売上高で30億円強、のれん償却後でプラスの営業利益が乗ってこよう。

また、従来アポテックにあったシステム開発会社A-システムは、当社の子会社となっていたが、これを4月に本体に吸収した。調剤システムのSE(システムエンジニア)が本体のシステム部門と一緒に働くこととなった。

大分の永富調剤薬局を買収～九州地区の強化

今年1月に、大分県の永富調剤薬局を100%の子会社とした。永富調剤薬局は調剤薬局を23店有し、しっかりした経営を展開している。2018年9月期で、売上高38億円、営業利益1.7億円、経常利益1.5億円、純利益1.0億円であった。総資産36億円、純資産27億円の会社を32億円で買収した。1店当たりの年商は1.6億円で、M&Aに伴うのれんは5億円である。

永富調剤薬局は大分県で有力な薬局であり、経営陣もしっかりしている。当社のトップとも交流があり、長期的な視点に立った時、経営のサステナビリティ(持続性)を考慮して、グループ入りを決断した。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

永富調剤薬局の経営は、現経営陣が継続していくので特に問題はない。業績への影響という点では、1) グループに入ることによって調剤薬局の仕入れや報酬が見直される、2) のれんの償却が年間で0.4億円ほど発生する。3) 2019年3月期4Qには、M&Aに伴う費用が3億円ほど発生した。

よって、2019年3月期4Qは売上高が従来よりも9~10億円増加する一方で、費用も3億円ほど負担となった。次の2020年3月期は、売上高が従来に比べて27~30億円ほど増加し、営業利益も数億円ほどオンしてこよう。

調剤薬局チェーンの業界順位

(2017年度ベース)		(億円、店)	
順位	会社名	調剤報酬額	店舗数
1	アインファーマシーズ	2361	1077
2	日本調剤	2025	585
3	クラフト	—*	—*
4	クオール	1239	718
5	総合メディカル	1079	687
6	共創未来グループ(東邦HD)	—*	534
7	阪神調剤薬局	898	545
8	ファーマホールディング(MSNW)	807	410
9	アイセイ薬局	611	352
10	たんぼぼ薬局	429	122
11	ファーマライズホールディングス	412	317
12	フロンティア	346	147
13	ファークス	343	224
14	薬樹	319	145
15	メディカルー光	224	93

(出所)ドラッグマガジン2018年8月号より作成

*は未公表、クラフトの総売上高は1857億円、店舗数は759店(推定)、共創未来グループのドラッグ・調剤事業の合計売上高は980億円

業界7位の阪神調剤薬局と業務提携し、流通改革を实践

2012年に業務提携した阪神調剤ホールディングとは、医薬品仕入れの合弁会社H&M(出資比率は現在当社50%、阪神調剤50%)で連携している。医薬品の仕入れ、流通合理化に共同で取り組み、サプライチェーンを強化している。関西では調剤薬局300件をまとめているので、業界でトップクラスである。

阪神調剤ホールディングは、兵庫、大阪を中心に東京も含めて全国に515店舗を有し、業界7位である。8位の当社と単純合算すれば、両社で業界4位のポジションに位置する。業務提携した狙いは、仕入れにおける協業である。H&Mのマネジメントは、岩崎氏(阪神調剤ホールディング社長)が会長へ、田尻氏(MSNW社長)が社長である。今のところ、阪神調剤薬局及びH&Mとの関係について、新たな動きはない。

調剤薬局の薬樹と業務提携

2015年に、神奈川を本拠地とする調剤薬局、薬樹と業務提携した。薬樹は神奈川を中心

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

に首都圏に150の薬局を展開する。地元密着で質も高い。薬局の人材を育てる、地域医療を支える、という点で双方のトップマネジメントの息が合った。大事なことは、経営理念が共有できるという点にあり。互いの教育研修システムを学ぶというところに主眼があるが、災害時における相互協力体制というのもユニークである。

薬樹との業務提携では、教育研修プログラムの共同利用、災害時の相互協力に加えて、デッドストックエクステンション (DSE) サービスも行っている。実際、薬局の質的向上で、教育研修などを学んでいる。また、障害者雇用という点でも当社の参考となっている。

メディカルモールに独自の強み

当社は、不動産の開発として、サ高住や薬局の不動産開発に力を入れている。サ高住を単独で拡大するよりも、それだけの資金があれば、サ高住とメディカルモール、薬局の開発を組み合わせた新しい街づくりに力を入れている。

薬局の開発の中でもメディカルモールに力を入れ、420店(3月末)ほどある薬局のうち、約2割がメディカルモール型である。メディカルモールとは、2科以上のクリニック(医院)の前に薬局を作るという一体型の医療施設開発でビル型が多い。

これは、ドクターが新たに開業したい場合に複数の診療科目を用意し、そこに薬局を併設することで、集客力を高めることができ経営効率も上がる。立地をうまく考えることによって、患者サービスの向上にも結び付く。このメディカルモールについて、他社は不動産業者に頼っているが、当社はグループで機動力を発揮し、実績を上げている。

ネットワーク加盟と自前薬局は経営の両輪～一体的経営に強み

調剤薬局の役割は単なる薬の処方だけではなく、予防、医療、介護までを含めて、新しいサービスのあり方を工夫していく必要がある。また、当社はネットワーク加盟店に対しては、薬剤師の研修も提供していく。社内の薬剤師だけではなく、広く機会を提供して、人材の育成を通して連携の強化を図っていく。

ネットワーク事業は、一段と強化していく。当社は医薬品受発注システムやレセコン(レセプトコンピュータシステム)、債権流動化サポート業務で独自の強みを有するが、医療分野におけるIT化を一段と促進していくことが求められる。サプライチェーンの中で、新しいイノベーションを起こすことや、そのために他の企業とも連携していく。

加盟店を増やす手立てとしては、当社のネットワークに加盟するメリットをよりはっきりさせていく。基本的には、システムベンダーとの連携を強化していくことや、ジェネリックの仕入ネットワークを独自に作っていく方針である。

ネットワークに加盟したいという薬局は大いに歓迎し、さらに、ネットワークに加盟している薬局では当社と経営を一体化したいというニーズもある。また、ネットワークに入るのではなく、直接当社がM&Aをする場合もある。当社のネットワークが加盟店に役立つという

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

点では、価格代行+決済代行+ファイナンス+在庫という機能がある。大量仕入れの中で価格が決まる。決済も速やかに進む。支払いのサイトが通常は3カ月程度だが、当社は2カ月で対応する。流通在庫を減らすように対応する、といったメリットがある。

3. 中期経営方針 調剤薬局のネットワークで圧倒的トップを目指す

今後の方向性～圧倒的No.1へ

2050年をみると、日本の人口は3000万人ほど減少する一方で、75歳以上の高齢者は700万人以上増加する。これに伴って、医療から介護へという動きは加速する。

調剤薬局の市場は、7兆円から9兆円に増える反面、今ある調剤薬局数5.8万件は5~4万件へ減少しよう。薬剤としてはジェネリックが増加する一方で、中小薬局の統合は進んでいくという見方である。医薬分業の比率も80%へ高まる。

その中であって、当社の長期目標は、①医薬品サプライチェーンのキープレイヤーとなり、流通の合理化に貢献すること、②調剤薬局のリーディングカンパニーとして、ネットワークを活かして圧倒的業界No.1になることである。

2025年に向けた医療サプライチェーンのあるべき姿において、当社のビジネスモデルはどのようにレベルアップされるのか。3つの方向は、はっきりしている。

1つは、ネットワークビジネスにおいて、いかに効率を高めていくかである。医薬品卸も含めて、ジェネリックメーカーから調剤薬局までの流れが、まだまだ複雑である。ジェネリックメーカーの数は多いが、ジェネリック薬の品目を絞り込むことができれば、計画生産のボリュームが増え、価格も安くできるようになる。また、返品、廃棄、需要変動、緊急配送など、物流コストも含めて、ピークの平準化、ムリ、ムラ、ムダの排除ができれば、ここの効率化によってコスト低減が進む。

2つ目は、調剤薬局において、医療モールを増やす。薬局の数はトータルとしては減っていく。クリニックも世代交代を通して、新しい医療モール型へ変化していく。大病院前的大型薬局、個人経営の小薬局はいずれも見直されていく。かかりつけ薬局としての役割を高めるには、地元密着で、利便性の高いモール型がよい。

3つ目は、周辺ビジネスを選択的に展開していく。ドクターをサポートする仕組みは強化する。在宅医療の患者とドクターの結びつきを効率化させていく。レセプトの代行、営業サポートなど、さまざまなサービスに対応する。薬局とのシナジーがあれば、リハビリやフィットネスも拡大していく。また、診療所のマネジメントについても支援できよう。

第五次中期経営計画を推進

第5次の中期計画が2019年3月期よりスタートした。ポイントは4つある。第1は、診

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

療報酬の改定サイクルに合わせ、4カ年計画とした。第2は、SCM事業（医薬品ネットワーク+後発医薬品）と調剤薬局の利益構成比を50：50に持っていく。第3は、サ高住投資の一巡とM&Aのコントロールでキャッシュフローの改善を図る。第4は、健康経営・ESGへの取り組みを強化する。

第五次中期経営計画の骨子
(2019.3期～2022.3期)

<p>ポイント</p> <ul style="list-style-type: none">* 診療報酬改定に合わせ、4カ年計画へ* SCM事業と調剤薬局事業の利益を50対50へ（SCM事業：医薬品ネットワーク+後発医薬品）* 大型投資の一巡でキャッシュフローを改善へ* 健康経営・ESGの推進
<p>基本方針</p> <ol style="list-style-type: none">1. 医薬品ネットワークの拡大<ul style="list-style-type: none">・地域医療を支える中堅・中小薬局の経営を支援・医薬品流通の効率化2. グループ薬局の質の向上<ul style="list-style-type: none">・かかりつけ機能の発揮3. 良質な後発医薬品の製造販売の拡大<ul style="list-style-type: none">・効率的な医薬品流通の実現に貢献4. グループ連携で、地域包括ケアシステムで必要な医療・介護・予防などのコミュニティ・ケア機能を一体的に提供5. キャッシュフローを改善し、財務体質を強化6. ESG向上への継続的取り組み<ul style="list-style-type: none">・地域住民の健康を支える企業・社員の活力を高める健康経営・ガバナンス、コンプライアンスの向上・CSR活動の推進

KPIとしては、4年後の2022年3月期で、①ネットワークの加盟件数を5000件、②売上高1200億円、営業利益50億円、③SCM事業と調剤薬局事業のセグメント営業利益を各々35億円として、その比率を50：50とする、④EBITDA（営業利益+減価償却+のれん償却）75億円、⑤自己資本比率30%以上、を掲げた。

第四次の中期計画では、3年で調剤薬局を500店にもっていくことを目指してM&Aにも力をいれたが、M&Aの価格が高くなっていることもあり、ピッチを落とした。今回の中期計画では自前の薬局数をKPIとしてあげなかった。

当社の圧倒的強みはネットワークビジネスにある。ここの価値創造プロセスの向上に全力をあげる方針なので、自前の薬局はいいものがあれば、適切に対応するということが十分である。拡大する加盟店にとってもネットワークの価値向上が第一義的である。

また、財務的には無理をしないで、キャッシュ・フローマネジメントに注力する。フリーキャッシュ・フローをプラスに生み出し、サ高住のオフバランスを通して借入金の返済を図ることがよい財務戦略といえよう。

CSR企画推進室を設置した。これまで各事業部門で運用していたが、CSR活動をリードする部署を設置した。引き続き移植医療、障害者雇用、社会福祉、スポーツ支援などに力を入

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

れていく方向である。

中期計画のKPI(重要経営指標)

	2018.3 (実績)	2022.3 (目標)	(件、億円、%)
医薬品ネットワーク加盟件数	2509	5000	5000件以上
売上高	939	1200	うちM&A・開発120億円
営業利益	31	50	
SCM事業	19	35	医薬品ネットワーク+後発医薬品
調剤薬局事業	30	35	SCM:調剤の利益構成を50:50へ
売上高営業利益率	3.4	4.1	
EBITDA	57	75	
営業キャッシュフロー(4年間累計)	200	220	
投資キャッシュフロー(4年間累計)	197	120	
自己資本比率	16.9	30.0	30%以上

(注)セグメントの営業利益は全社的一般管理費前ベース。EBITDA=営業利益+減価償却+のれん償却

ネットワークへの加盟は拡大局面へ

ネットワーク加盟店は5月7日現在、4019件に増加した。ピッチは加速している。2018年3月期の加盟店の増加数は+739件であったが、2019年3月期は+1281件となった。累計5000件を達成すると、業界シェアが10%になってくるので、その存在感は大きく高まってこよう。5000件になると、医薬品の取扱額が4000~5000億円レベルになってくる。

最初の1000件に14年、次の1500件に5年ほど要したが、次の2000件は2年足らずで達成できよう。ピッチが上がっている要因は、1) 薬局をとりまく環境が変化し、薬局経営が厳しくなる中でネットワーク加盟による効果が顕在化、2) 社外パートナー企業との連携も含めた営業力のアップ、3) 加盟店のロコミ効果という点にある。

ネットワークへの加盟店は、3~5店を経営している薬局が多い。ネットワークを利用して、効率のよい発注ができるようになると、人手不足が目立ってきた卸にとっても都合が良い。配送回数を減らしたり、返品を減らしたりすることが可能となるからである。

ネットワークの拡大をどう活かすか

加盟件数は月100件ペースで増加している。2020年3月末の加盟件数は5000件を超えてこよう。さらに、次の3~5年では1万件もみえてこよう。全国の薬局のネットワークシェアで10%を達成し、次の目標として20%を視野に入ってくる。ここを圧倒的強みとして、ネットワーク効果を企業価値向上にいかにつなげるか。他社に真似できない仕組み作りが問われている。

MSNWのネットワークの知名度は大きく高まった。業界で十分知られるようになった。加

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

盟件数 4000 件を超えてきたので、卸大手とどのように対峙するのか、協業や新たな連携に向けた仕組み作りが注目される。

バイイングパワーで価格を引き下げるということではない、本来の流通コストの削減は、オンライン発注率を上げる、返品を少なくする、配送の回数を減らす、緊急配送を減らす、など在庫管理適正化によってサプライチェーンの仕組みを効率化していくことである。

こうした試みを各エリアのローカルネットワークで実験している。また、岩手・鹿児島では自動発注を試行中だ。

今後の戦略の向けて

地域の薬局は自前で卸と交渉して仕入れるよりは、当社のネットワークに入った方が仕入れコストが安くなる。大手の仕入れの方が安いのは業界の基本であるが、昨年の薬価改定に対する大手卸の価格戦略が中小にとって厳しいものとなったことで、当社のネットワークを経由する仕入れの優位性が顕著となってきた。

そこで、仕入れ価格交渉、ネットワーク手数料の体系、加盟店薬局へのサービスのあり方、自社における新サービスシステムの開発を、バリューチェーンを俯瞰した上で全体最適にもっていくには、統合した部門でマネージしたほうがよい。

卸大手にとっては、当社のネットワーク事業は脅威となろう。仕入れ規模が拡大し、しかも単品管理を徹底する仕組みを取り入れている。当社は大量仕入れを武器に安く買ったところというバイイング戦略はもともととろうとしていない。流通の合理化に取り組み、そのコスト低減を貢献に見合って価値向上に活かそうとしている。

既存のやり方を踏襲するだけで、パイの取り合いをするという戦いは生産的でない。新しいイノベーション（仕組み革新）が求められている。当社のネットワークの価値を上げる必要があり、卸サイドも新しい連携を工夫しなければ不利になる可能性がある。

バリューチェーンにおけるサービス価値の累積効果が勝負

薬価改定の動きを軸とし、業界環境は大きく変化しており、当社のネットワークに加盟したいというニーズが顕在化している。大半が地域の薬剤師会などを通じた口コミである。

増加ピッチが早いので、当社の営業サービス体制を強化していく必要がある。人材の増員、新しい IT サービスの開発などに一層力を入れていくことになる。

医薬品の流通ネットワークについて、バリューチェーンの観点から見直している。医薬品の開発、製造、卸、処方、患者へのデリバリー、服薬などをプロセスにおいて、従来とは違ったサービスのあり方が問われる。

患者や生活者からみると、対面とネットを使い分けて、適切なサービスを受けたいと思う。バリューチェーンの各々のサービス提供者は、それぞれの役割において、自らのバリューをもっと拡大したいと考える。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

1つは、川上から川下までサービスの流れを一体化することであろう。もう1つは、そのカギとなるデジタルプラットフォームを自ら作り、なくてはならないポジションを握ることである。

そして、最も大事なことは、サービスはその場で消費されるだけでなく、サービス価値が累積的に積み上がっていくので、価値を生産するための顧客との接点を、対話の仕組みとして取り込んでいくことである。

当社でみると、薬局に月に70万人がくる。加盟店でみると、月に700万人が来店する。顧客との結びつき（コネクティビティ）をどう強化していくかという点で、新しい工夫が打ち出されてこよう。

医薬品加盟件数と発注取扱高

	加盟件数(件)	医薬品発注高(億円)
2008.9	499	398
2009.9	545	474
2010.9	597	537
2011.9	740	704
2012.3	854	830 *
2013.3	1033	948
2014.3	1163	1124
2015.3	1200	977
2016.3	1400	1237
2017.3	1770	1374
2018.3	2509	1691
2019.3	3790	2337

(注) *は6カ月を年率換算。

新しいネットワークサービス企業へのトランスフォーメーションを目指して

加盟店の件数が5000件を超えて増えていく方向がはっきりしてきた。新たな対応としては、1) ネットワークシステムの機能を高度化して、サービス価値が顧客にはっきりみえるようにしていく。2) 利用料率についても、サービス価値に見合って、適切に配分するようにする。3) 顧客の調剤薬局は中小が多いので、そこの経営をサポートする仕組みも強化する必要がある。4) 当社のネットワークに入っても結局経営が続けられず、出ていく加盟店も増えてくるので、この入れ替えにもきちんと対応していく、5) 卸との交渉に当たっては、高度なマネジメントと戦略を必要とするので、現状の仕組みを改革していく必要がある。

これらの仕組み革新（イノベーション）を数年で仕上げ、全く新しいネットワークサービス企業にトランスフォームするビジネスモデルの革新が大きなテーマとなっている。

物流を改革し、ジェネリック医薬品を自社ブランド化

医薬品の取扱高は1件当たり約0.8億円となるので、2500件で取扱高は2000億円、これが5000件になれば4000億円、1万件になれば8000億円と業界でも断トツとなってくる。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

この取扱高の拡大を前提に、流通の仕組みを今後どのように変革していくか。1つは、卸売から薬局への物流、デリバリーにおいて、毎日の定時配送から、データに基づいた緻密なコントロールによって、配送頻度を下げることである。既に大手の医薬品卸とは具体化の話が進んでいる。人手不足への対応と効率化を進めていけば、このコストが下がる。さらにビックデータ、AIの活用も進むことになるだろう。

2つ目は、メーカーから卸を通して薬局というサプライチェーンにおいて、ジェネリック医薬品の自社製造販売を展開する。ジェネリックのPB(プライベートブランド)化である。2000億円の取扱高の15%、約300億円がジェネリックである。これをファブレスでPB化すると、1) 流通の効率化に一石を投じることができる。2) 一定の量がまとまってくれば、ジェネリックの生産、販売から利益を得ることもできる。ここへの挑戦をスタートさせた。

子会社フェルゼンファーマでジェネリックを製造販売～ダイトと組む

ジェネリックの製造販売のコアとなる子会社は、2016年に設立したフェルゼンファーマである。フェルゼンファーマは、2017年2月にジェネリック6成分13品目の承認を申請し、1年後の2018年2月に承認を取得した。また、2018年8月には次の5成分12品目の製造販売承認も取得した。

フェルゼンファーマのビジネスモデルは、工場をもたないファブレスである。製薬メーカーと協力して、そこにアウトソーシングしてジェネリックを製造し、自社の責任において、調剤薬局に販売する。自社ブランドのジェネリックをまずは自社のなの花薬局で取扱い、次第に加盟店に広げていく。

製造は、ダイト(コード4577)に委託する。ダイトは東証1部上場で、富山県富山市に本社をおく。医薬品原料、医療用医薬品・一般用医薬品の生産を手がけ、フェルゼンファーマにも資本出資(当社80%、ダイト20%)した。

この仕組みを通して、自社ブランド医薬品の充実を図っていく方針である。自社ブランド化は、取扱規模が拡大する中で、集中化によるコストメリットと同時に、ネットワークの付加価値の向上にも結びつく。ネットワークの利用価値を高めることができれば、当社の差別化戦略は一段と光ってくる。

フェルゼンファーマは立上げ期～ジェネリック自社製造の効果

フェルゼンファーマでは、2019年4月にジェネリック医薬品2成分5品目を発売した。これで累計18成分39品目となったが、今年も12月に新しい成分の発売を予定しており、1年後には30成分まで拡大しよう。

自社ジェネリックへの切り換えは、直営店では逐次進んでいるが、ネットワーク加盟店については、ジェネリックの説明、デリバリーという点でこれからである。

このジェネリックの調達は、2020年3月期で数億円単位になってこよう。フェルゼンフ

アーマは、当面 100 品目の上市を計画しており、直営薬局での使用比率を上げ、次に加盟店に広げていく方向である。将来は全体の 2 割を占めるくらいまで拡大したいという方向にある。

自前のジェネリックはどのくらいの規模を目指すのか。1 つの用途は、加盟件数が 5000 件に増え、年間の医薬品の仕入れが 4000 億円になった時、ジェネリックの取り扱い額が 15% の 600 億円とすると、その半分は自社で供給していく方向になろう。ここで営業利益率 5~10% がとれるとすれば、新たな収益源としてインパクトが出てこよう。

PB 商品の開始

昨年 12 月に PB (プライベートブランド) 商品を初めて発売した。シールド乳酸菌とラクトフェリンを配合して機能性を高めた「乳酸菌のど飴 NP」で、未病・予防への取り組みとして、全国のなの花薬局へ逐次展開している。今後とも PB 健康食品は拡大する方向である。

ネットワークの強化〜オークラ情報システムと業務提携でサービスを強化

オークラ情報システムの在庫管理システムは、自動発注の仕組みの導入という点で成果を上げている。在庫管理のレベルが上がり、薬局の効率がアップするので、導入店が増えている。オークラ情報システム(OIS、大倉工業(コード 4221)の 100%子会社)は、調剤薬局向け在庫管理システムや画像錠剤鑑査システムなどに強みを有する。

業務提携では、①加盟店を対象とした「薬 VAN」への DSE サービス及び GE 推奨機能の追加、②加盟店に対する「薬 VAN」の紹介導入支援、③当社グループ調剤薬局に対する「薬 VAN」の導入拡大、④加盟店以外の「薬 VAN」ユーザーに対する DSE サービス及び推奨品購入サポート機能の提供などを推進している。

医薬品在庫管理システム「薬 VAN」は、適正在庫の自動計算、発注点自動管理機能に加え、過剰在庫・不動在庫・期限切迫品の色分けや他店在庫の閲覧機能等により、在庫状況の見える化・適正化が可能となる。2004 年以来、全国に約 2000 ユーザーを獲得している。

この「薬 VAN」に、当社の「DSE サービス」機能を追加した。加えて、当社のジェネリック医薬品に係る推奨品目の連携・発注支援機能(「GE 推奨機能」)を加盟店が使用できるようにした。

DSE サービスは既に加盟店に提供しているが、「薬 VAN」の高度な在庫管理・発注システムと連動させることで、より簡易かつ高精度で医薬品の廃棄ロスを削減することが可能になる。また、GE 推奨機能は当社グループ薬局で使用しているが、数多くの後発医療用医薬品の中から品質等を考慮して当社が推奨する医薬品を、発注時に簡易に選択できる。

加盟店は「薬 VAN」との連携を通じて両機能を活用できる。当社は、これまでよりも付加価値の高いサービスを加盟店に提供するとともに、加盟店全体の企業価値向上をサポートする。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

ネットワーク事業の将来～BD(ビッグデータ)の時代に備えて

ネットワーク事業の将来をどう考えるか。今はサプライチェーンの効率化に寄与しているが、そこで扱っているデータをさらに活用することはできないだろうか。患者毎の処方箋データ、薬局毎のデータ、クリニック毎のデータ、医薬品毎のデータなど、ビッグデータとして豊富である。

これらをどのように再利用するかは今後の課題である。5万店を超える薬局の2割に相当する1万件の薬局ネットワークを持つようになれば、データは一段と蓄積されてくる。その活用を通して、新しいビジネスを作ることも1つの挑戦であろう。

ヘルスケア分野のITはこれから大きく変貌していこう。個々の分野の特性がより統合されていく方向にある。薬局と卸、薬局とクリニック、患者と薬局、病院がどのようにデータを共有して、医療の効果と効率化を図っていくか。新しいITサービスの競争が始まろう。

ここで、当社のネットワークの強みが一段と発揮されてくれば、医薬品等ネットワーク事業の伸びが高まってくる。

IoT活用の実証実験

IoTを活用した在宅高齢者の生活サポートサービスに関する実証実験を開始した。NEDO(国立研究開発法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構)の「IoTを活用した新産業モデル創出基盤整備事業」におけるライフデータを活用した地域包括ケアシステムの実証実験に、パナソニック、関西電力と組んで参加した。

パナソニックのIoT家電やセンサー、エーザイの服薬支援機器、オムロンのバイタルサインセンサー、関西電力の電力使用量データなどを、パナソニックが運営するデータプラットフォームに集約して、その情報をモデル事業者に提供する。

MSNWの場合は、データプラットフォームから提供される患者の服薬状況や生活リズム、バイタルサイン等のライフデータを、在宅医療などに関わる薬剤師が活用する。薬局や訪問時のヒアリングに加えて、客観的なライフデータを統合して薬の処方を提案していく。実証実験は、2018年7月より2019年3月まで行なわれた。

将来は、例えばサ高住に住んでいる高齢者を普段の生活の中でデータをとりながら見守っていく。さまざまなセンサーや機器で健康状況を把握することができる。そして、状況の変化を先取りして適切な処方に結びつけていくことができそうである。こうしたサービスを定額型で提供できるなら、大いに活用されることになるだろう。

健康サポート薬局から健康サポート事業へ～アグリマスの展開

アグリマスについては、認知症の予防につながる運動と食事についてデータを蓄積し、それをパッケージ化して、薬局での指導サービスにも使えるようにしていく。薬局では食と運動の指導も行っている。健康サポート薬局として、栄養相談、ヨガの運動なども含めて、積

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

極的に取り組んでいく方針である。

アグリマスは、買収した TMS の子会社であった。かつては、野菜の販売も手掛けていたが、今はヨガと食事で健康を保つというビジネスを行っている。この子会社アグリマスが、認知症対策事業で、経産省の健康寿命延伸産業創出事業に2年続けて選ばれた。大田区大森地区の医師会と協業して、アグリマスが認知症の重症化の予防サポートを行っている。

早期の認知症を判定し、北海道から九州まで全国12ヶ所でサービス付き高齢者向け住宅、デイサービス、調剤薬局、スーパー等と連携し、各地域において軽度の認知症があると認められる参加者に対し、体力測定会や1回60分程度の無料プログラム（ヨガ、太極拳、コグニサイズ、音楽療法、映画鑑賞等）を月1～4回提供する。

加えて、認知症予防弁当、野菜スムージー、機能性飲料（味の素）、体力測定（ソニーモバイルコミュニケーション）、能活バランスなども取り入れた。

アグリマスは、介護予防デイサービス（東京マルシェ）や介護予防プログラムの動画配信（健幸TV）を運営している。いずれ全国、地方、過疎地への展開も視野に入れている。上手くいけば、全国に広げようという考えだ。

訪問看護事業の育成～在宅医療の1つの要

訪問看護は、現在3件であるが、2020年3月期中で単月黒字を図る方針である。経営のモデルはみえているので、4年で10店ほど計画している。

ひまわり看護ステーションは、2017年12月に世田谷に2店目、2018年5月に仙台に3店目を出した。2016年5月末に訪問看護事業を運営する「株式会社ひまわり看護ステーション」を買収したが、ここは東京練馬区で2013年に開業し、重度の在宅患者への訪問事業で実績を上げている。

地域包括ケアシステムの中で、訪問看護事業は在宅医療の現場において、重要な役割を担う。当社にとっては、地域薬局の薬剤師や栄養士が、訪問看護師と連携することによって、在宅ケアのサービス向上に結びつけることができる。

訪問看護ステーションでは、①在宅療養上の介護・指導、②かかりつけ医の指示による医療処置、③病状のチェック観察、④在宅酸素など医療機器の管理、⑤がん末期などでも自宅で過ごせるようなターミナルケア、⑥床ずれ防止や手当て、⑦在宅でのリハビリ、⑧家族への介護支援相談などを行う。

医療、介護を支える地域薬局事業にとって、在宅ケアの中で、訪問看護はシナジーのきく重要な機能を担っているため、その分野に自ら参入することにした。

訪問看護事業は全国に7000カ所ほどあるが、まだ大幅に足りない。しかも、大手といっても50カ所の展開に留まっており、サービス向上へのニーズは高く、市場開拓の余地は大きい。東京をベースに展開し、将来は大阪、名古屋、札幌などにも広げていく方針である。

リハビリとの業務連携

2018年1月、ポラリスと業務提携した後、同年9月に資本出資した。これはデイサービスの機能強化の中で、薬剤師の活動領域を広げていくというねらいがある。

ポラリスは兵庫県宝塚市に本社を置き、歩行、リハビリを中心にした自立支援特化型のデイサービス事業を全国各地で運営している。ポラリスのパワーリハビリテーションは、要介護者の介護度の改善で成果を上げ、自立支援をサポートしている。

業務提携では、1) ポラリスのデイサービス利用者に対する当社グループの薬局・薬剤師による薬学的介入・服薬指導、2) リハビリと服薬に関わるエビデンスの蓄積、3) 在宅医療、デイサービス事業の強化、4) 両社のサービス利用者の相互紹介などを図っていく。

要介護者が寝たきりにならないようにするには、リハビリが重要である。一方で、高齢者が適切に薬を飲んでいるかどうかをよくみていく必要がある。脱水、便秘、睡眠不足などが改善できると、健康維持に大いに役立つ。薬剤師が関わる領域もいろいろある。

高齢化時代の都市の再生

サ高住については乱立気味な傾向もあるが、当社は質を重視して、医療機関、介護、薬局との連携を図っている。地域医療の立て直しがますます必要になっている。同時に福祉施設の充実も求められ、生活者としての街の機能も大切である。行政と民間の力を合わせ、複合施設を開発することが、社会インフラ作りとしてビジネスになる。医療モールのプラン自体は既に一般的であるが、病院、クリニック、薬局、高齢者住宅を含めたまちづくりで、独自のモデルを作ろうとしている。

画期的な複合型医療モールを開発

小樽では、デパートとホテルが経営的に行き詰まった場所を2年半かけて再開発した。このサ高住（ウイステリア小樽稲穂）は2015年12月にスタートした。また、大阪の千里中央では、東京海上のデータバックアップセンター跡地を取得して再開発したものである。このサ高住（ウイステリア千里中央）は2016年5月にスタートした。

ウイステリア小樽稲穂は、10万人を超える街の中で最も高齢化が進んでいる小樽において、急性期病院が移転し、そこに介護事業所、薬局、サ高住が集結する。2015年12月の入居開始で、すでに93%が入居している。食費と光熱費付で、1室1人15.3万円/月である。

千里中央も急性期病院が移り、そこに介護事業所、薬局、サ高住が一体となる。14階建てのビルの1～9階が病院（純幸会）で、10～14階がサ高住で、介護も当社が担う。この病院は救急が3000件と大阪で2番目に多い急性期病院である。2016年5月に入居を開始した。こちらは食費込みで月28.4万円とやや高額である。ウイステリア千里中央は3月末で入居率が68%である。

サービス付き高齢者向け住宅
～サ高住+医療モール+調剤薬局+病院～

(億円、戸、万円/戸、%)

2019.3末現在	開設	投資額	サ高住 (戸数)	サ高住 (入居率)	サ高住 (賃料)	診療所	急性期 病院	調剤 薬局	介護 事務所
ウイステリアN17	2007.12	20	64	91	25	○		○	○
ウイステリア清田	2014.5	10	75	99	8	○	○	○	○
ウイステリア小樽稲穂	2015.12	17	81	93	7		○	○	○
ウイステリア千里中央	2016.5	35	82	68	15	○	○	○	○
ウイステリア南1条	2018.11	46	116	41	8.5~	○		○	

(注)投資額は全体を含む。○は有。賃料は月額。

札幌のウイステリア南1条ビルがスタート

ウイステリア南1条の反応はよい。3月末で41%の入居率を確保している。この収益性は、2年で満室にできれば3年目で黒字化がみえてこよう。

2018年11月にオープンしたウイステリア南1条ビルは、札幌市中央区にあり、北海道の医療の中核を担うエリアに建設した。南1条ビルの建築費は46億円、サ高住116室、調剤薬局、医療機関、保育所、集会場等からなる複合ビルである。徒歩5分以内に、札幌医科大学付属病院やNTT東日本札幌病院、その他の医療、介護サービス拠点が揃っている。南1条のサ高住は、札幌の一等地と立地もよいので、入居率については短期間で上げることができよう。保育所(定員104人)も設けた。地域の病院に勤める医師からもニーズに応じている。

この地域は病院の銀座通りであるが、190万人の札幌市民にとって、どこの病院も混み合っている状態にあり、新しい医療モールを作っても十分ビジネスとして成り立つ地域である。この地域の調剤薬局のトップクラスは、年商10億円(通常の薬局は2億円レベル)に達する。当社が併設する薬局もこのクラスを目指している。

サ高住の次は

ウイステリアシリーズは、サ高住、薬局、病院、クリニック、介護施設、保育施設が一体となって地域のヘルスケアに貢献することを狙いとしており、実際その評価は高い。しかし、当社の自力だけの資金力で対応するには、バランスシートがもたない。次の展開はここを工夫したものとなる。

投資一巡と抑制

サ高住はウイステリア南1条で一巡した。サ高住は3年目から黒字化してくる。サ高住をこのまま自社で保有するか、リースバック方式に切り換えるかという点については、今の低金利と今後の収益向上とのバランスにかかっている。

調剤薬局のM&Aも当面抑制方針である。調剤薬局を自社で経営するにはやはり規模を追

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

求したくなる。M&Aは高い買い物になる可能性があり、まとめ買いした店舗によっては収益改善に時間を要し、減損を余儀なくされることもある。特別損失が発生すると、純利益は低くなってしまう。

会社としては、ネットワーク事業に全力投入する必要がある。加盟件数の急拡大が始まっており、そのネットワーク効果を、1) 加盟店よし、2) 卸よし、3) 当社の将来性よし、にもっていく必要がある。この2年がビジネスモデル変革の一大チャンスである。

MSNWのバランスシート

	(百万円、%)					
	2014.3	2015.3	2016.3	2017.3	2018.3	2019.3
流動資産	10941	11023	10783	11098	18736	21055
現預金	3106	2499	2081	2252	10201	11703
売掛金	2801	3125	2614	2223	2332	2420
商品	2650	3764	3335	3946	3418	4252
固定資産	32172	34564	38063	39639	44023	47879
有形固定資産	15975	17249	20253	21246	24129	25721
のれん	12253	13214	12916	13184	14451	15710
投資等	3797	3759	4329	4559	4847	5922
資産合計	43114	45587	48847	50737	62759	68935
負債	37761	39451	38581	40092	52174	58173
買掛金	7798	8598	9525	9144	9416	10198
短期借入金	10270	5895	3607	356	2950	4421
長期借入金	9669	14201	13323	21269	28628	32611
純資産	5352	6135	10265	10644	10584	10761
有利子負債	22011	22743	19562	21725	31578	37032
有利子負債比率	51.1	49.9	40.0	42.8	50.3	53.7
自己資本比率	11.9	12.7	20.3	20.1	16.9	15.6

(注)長期借入金には1年以内返済予定を含む。

財務戦略の方向

自己資本比率が15.6%に低下している。調剤薬局のM&Aによって、フリーキャッシュ・フローがマイナスになっていることによる。サ高住の建築も明らかに負担となった。

自己資本比率30%を目標としているが、そのためには純利益の水準を引き上げ、一方で投資を抑制する必要がある。現在、その方向に舵をきろうとしている。

サ高住のオフバランス化は検討課題

2019年3月末では総資産689億円、純資産107億円に対して、のれんが157億円を占め、有利子負債も370億円を抱える。調剤薬局のM&Aは基本的に抑えていく方針ではあるが、財務バランスには十分目配りする必要がある。

キャッシュ・フロー(CF)は、2019年3月期で、営業CF+28億円(うちEBITDA42億円)に対して、投資CF-59億円(設備投資-30億円、M&A-28億円)であった。財務CFは+43億円(うち借入金の増加+51億円)と、借入に伴うキャッシュ増となっている。

のれんの償却は年間11億円ほど発生しているが、調剤薬局のM&Aを抑えていけば、

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

2025年以降になるとのれん償却は減少してこよう。フリーキャッシュ・フローがプラスをキープできるかが重要である。

MSNWのキャッシュ・フロー

(百万円)

	2014.3	2015.3	2016.3	2017.3	2018.3	2019.3	2020.3(予)
営業キャッシュ・フロー	3706	3838	6409	3084	6699	2840	3550
税引後当期純利益	754	1170	2113	-185	1545	-250	650
減価償却	1076	1209	1362	1594	1491	1624	1700
のれん償却	669	849	917	1009	1056	1147	1200
投資キャッシュ・フロー	-7559	-3958	-5040	-3909	-6848	-5921	-2500
有形固定資産取得	-4180	-2360	-3674	-2170	-4050	-3094	-2000
子会社株式の取得	-4179	-1626	-304	-1725	-2466	-2898	-500
フリー・キャッシュ・フロー	-3853	-120	1369	-825	-149	-3081	1050
財務キャッシュ・フロー	4863	-483	-1792	998	8050	4338	-1310
長短借入金	7055	481	-3210	2051	9890	5172	-1000
配当金	-199	-190	-229	-297	-297	-304	-310
自己株式の取得・処分	-1155	0	672	0	0	0	0
株式の発行	0	0	1810	0	326	60	0
現金・同等物の期末残高	3088	2485	2061	2235	10136	11520	11260

サ高住のオフバランス化の要件はみえてきた。サ高住のビジネスに伴う借入金は総額120億円程度で、有利負債370億円の3割強を占める。このうちの3分の2がいずれオフバランス化できることになれば、財務バランスはかなり改善することになる。

芙蓉総合リースとは戦略的包括提携を結んでいる。サ高住及びメディカルモール等の不動産リーススキームの開発である。

当社にとってはサ高住を重要なビジネスと位置付けており、強みも有する。しかし、土地建物を自前で所有すると、そのファイナンスには財務上限界がある。このリースをファイナンスリースではなく、オペレーティングリースにならないか。そうすると、当社のバランスシートには載らないので、サ高住の投資をオフバランス化でき、当社は賃料（リース料）を支払えばよい。費用も均等化できる。このスキームの可能性を検討してきた。

リースの場合、それが実態面でオペレーティングリースにあたるのかという点が論点である。バランスシートから切り離す要件としては、1) この建物の実質的な所有権がどこに属するか、2) リース期間が余りに長いと実質所有ではないか、3) 施設のオペレーションは当社が担当するので、これも所有をサポートすることになるとみられる。

コミットメント条項付・行使価額修正条項付・第三者割当新株予約権は中止

新株予約権は5月に残存分を取得し、消却することにした。5000個中行使数は753個（全体の15.1%）とどまった。行使による振込金額は387百万円と本来のファイナンスの目的は達成できなかった。

2018年1月9日を割当日として、メルリンチ日本証券に対して第三者割当ての新株予約権を発行した。権利行使後の株数は5百万株になるので、希薄化率は16.7%を上限とした。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

権利行使価格の下限は458円で、行使期間は2020年1月9日までの2年間である。通常の公募増資であれば、一度にファイナンスするとダイリューション（希薄化）の影響で株価が大きく下落する。これを避けるために、2年間の間に小刻みに株式が発行され、マーケットへの影響を小さくしていくものであった。

2018年1月の月間行使は、全体5000個（5百万株）のうち97個、1.94%であった。平均行使価額は547.2円/株で調達額は53.5百万円であった。以降、2月405個、3月131個、4月10個、5月は110個（55百万円）、6月以降はゼロであった。

4. 当面の業績 薬価改定の影響をいかに乗り越えるか

2019年3月期は大幅減益となった

2019年3月期は、売上高98232百万円（前年度比+4.5%）、営業利益1428百万円（同一54.8%）、経常利益1501百万円（同一53.8%）、純利益462百万円（同一54.7%）となった。

営業利益の増減要因では、医薬品ネットワークの件数増+382百万円に対して、薬局の既存店薬剤料の引き下げ-818百万円、薬局既存店の技術料の引き下げ-1047百万円が大幅減益要因となった。

昨年4月の薬価改定の影響は想定通り厳しいものとなった。とりわけ医薬品卸との仕入価格交渉において、仕入価格の引き下げが予定をかなり下回った。戦術的には卸の方が有利に展開した。これは当社固有ではなく、業界大手の調剤薬局は押し並べてその傾向が大きく出た。

セグメント別業績

(百万円、%)

	2018.3	2019.3
医薬品等ネットワーク事業		
売上高	3639	3951 (+8.6)
営業利益	1949	2331 (+19.6)
同利益率	53.6	59.0
調剤薬局事業		
売上高	87172	90706 (+4.1)
営業利益	3060	1068 (-65.1)
同利益率	3.5	1.2
賃貸・設備関連事業 (調剤薬局関連、 高齢者賃貸住宅関連)		
売上高	2031	3320 (+63.4)
営業利益	-182	-84 (na)
給食事業 (病院、福祉施設内)		
売上高	4103	3161 (-23.0)
営業利益	45	34 (-22.7)
その他事業 (訪問看護、医薬品製造販売)		
売上高	92	261 (+181.2)
営業利益	-97	-136 (na)
合計		
売上高	93977	98232 (+4.5)
営業利益	3163	1428 (-54.8)
同利益率	3.4	1.5

(注)カッコ内は前年同期比伸び率

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

セグメント別にみると、ネットワーク事業は、前年同期比で売上高+8.6%、営業利益 2331 百万円 (同+19.6%) と好調であった。加盟店は前期末比+1281 店、3 月末で 3790 件となった。2019 年 3 月期目標 3200 件を大きく上回った。薬価改定の厳しさをみて、中堅以下の薬局で、当社のネットワークに入って適切な価格で仕入れやサービスを受けたいというニーズが顕在化していることによる。

調剤薬局事業は、売上高+4.1%、営業利益 1068 百万円 (同-65.1%) と低調であった。薬価改定、調剤報酬改定の影響が大きく出たことによる。とりわけ、卸との仕入価格交渉において、9 月に入るまで先方から具体的な価格が提示されないという戦術の中で、不利に押し切られた面がある。

新規の自社出店 5 店、外部からの取得 30 店、既存薬局の閉店 14 店で、3 月末の薬局数は 420 店となった。自社での出店は、モールの開発をベースに年間 5~10 店を目指す。一方で、規模の小さい個別店舗については他に譲渡していく。

賃貸・設置関連事業は、売上高+63.4%、営業利益-84 百万円 (前年度-182 百万円) であった。ウイステリア南 1 条の費用が先行したが、サ高住の賃料や医療モールなどの設計施工管理業務が増加したことで、赤字は縮小した。しかし、南 1 条の償却が本格的に入ってくるので、先行赤字が続くことになろう。

給食事業は、売上高-23.0%、営業利益 34 百万円 (同-22.7%) となった。不採算施設の撤退で採算の改善を図っているが、人件費のアップが響いている。

その他事業は、売上高 261 百万円 (同+181.2%)、営業利益-136 百万円 (前年度-97 百万円) となった。ここには、訪問看護事業と医薬品製造販売事業が入っているが、まだ先行投資にある。実際、訪問看護の新規出店やフェルゼンファーマが負担となった。

バランスシートでは商品在庫が前期末比では増えているが、これは薬価改定前に在庫を抑えた影響で、現在が平常ベースとみてよい。有形固定資産ではウイステリア南 1 条が完成したので、それが建設仮勘定から建物等へ移っている。

薬価改定の影響~せめぎ合いは続き

当社の取り扱う医薬品 5.2 万品目について、単品単価を明確にした。前回までにこの仕組みを作り上げたので、10 月の消費税の引き上げに伴う薬価の改定、2020 年 4 月の改定は、従来よりもスムーズにことは進むはずである。しかし、卸サイドにも交渉戦略があるので、価格交渉もせめぎ合いはまだ続くことになろう。

田尻社長は、会社創業来の信念として、医薬品流通の合理化、効率化による利便性の向上と薬剤費の削減に取り組んできた。医薬品 5.2 万品目 (JAN ベース) について、単品単価の交渉ができるようにシステムを整え、流通改善のあるべき方向について、提案と実践を試みている。

調剤薬局の調剤報酬内訳

(%)

内 訳	2016.3期			2017.3期			2018.3期			2019.3期		
	内 容	(伸び率)	(既存店)	内 容	(伸び率)	(既存店)	内 容	(伸び率)	(既存店)	内 容	(伸び率)	(既存店)
処方箋枚数(千枚) a	7415	(+7.3)	(+1.6)	7849	(+5.9)	(+0.1)	8181	(+4.2)	(+0.4)	8806	(+7.6)	(+0.2)
処方箋単価(円/枚) b	10485	(+6.9)	(+6.8)	9776	(-6.9)	(-6.0)	9875	(+1.1)	(+2.3)	9406	(-4.7)	(-3.9)
技術料	2337	(+3.0)	(+3.0)	2299	(-1.6)	(-1.5)	2349	(+2.2)	(+2.5)	2224	(-5.3)	(-5.5)
薬剤収入	8148	(+8.1)	(+8.0)	7467	(-8.4)	(-7.3)	7526	(+0.8)	(+2.2)	7183	(-4.6)	(-3.4)
売上高(百万円)	82002	(+14.3)		81650	(-0.4)		87172	(+6.8)		90706	(+4.1)	
調剤売上 a×b	77753	(+14.7)	(+8.5)	76662	(-1.4)	(-6.0)	80788	(+5.4)	(+2.6)	82834	(-2.5)	(-3.8)
その他	4249	(+7.2)		4988	(+17.4)		6384	(+28.0)		7872	(+23.3)	

(注)伸び率は前年度比全店ベース。既存店は伸び率。

一方で、どの世界でも価格交渉となると、合理的な論理通りには進まず、利害の調整という点で、戦術的な作戦が影響してくる。前回は9月末という期限がある中で、大手調剤薬局サイドが大手卸に押し切られた感がある。

しかし、中長期で見れば、全体のバリューチェーンの中で、どのように自社の存在を位置づけ、社会的役割を高めていくのか。ここでの価値が価格に反映されていくので、自社の強みを磨いていく必要がある。

当社は、ネットワーク事業の加盟件数が大きく増え、医薬品の仕入規模で、業界トップクラスとなってきた。田尻社長は、バイイングパワーで仕入れを安くしようという考えではなく、効率化によって、コストを下げることにインセンティブをつけようとしている。ここにもう一段の仕組み革新(イノベーション)を取り入れないと、卸との価格交渉では望む水準を達成できない。当面ここが課題である。

今後のスケジュールでは、消費税の引き上げ予定に見合って、2019年10月に薬価改定がある。そして、2020年4月にも改定は行われよう。その後は毎年見直しとなる。

2018年4月の調剤報酬の改定は厳しいものとなった。従来のように1年後にカバーできるほど容易ではなかった。調剤基本料算定、後発医薬品調剤体制加算、地域支援体制加算のいずれも、従来のように1年かけて手を打っていけば、かなり効果を上げられるという内容ではなくなっている。後発医薬品の体制加算も厳しいが、新しい仕組みとして導入された地域支援体制加算は1年かけても改善の成果を出しにくい内容となっている。

いずれも手を打って成果を出しているが、翌年にはマイナス分をクリアしていくというのは難しい。つまり、薬局事業の収益性の回復には時間を要する。経営としては、かかりつけ薬局として、処方箋枚数をいかに増やしていくかにかかっている。処方箋の集中度を下げ、地域において、当社の薬局にきてもらうようにする必要がある。薬局のそばにもう1つクリニックにきてもらうというような多面的な立地戦略もとることになる。

在宅への対応も強化している。当社では薬剤師1人が1在宅を担当するという方針で、全体の7割がその方向にある。この点は他社よりも進んでいる。一方で、当社は大型病院前の駅前薬局は全体の3割と多くない。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

薬価改定が毎年実施されるようになると、その影響は2年1回の時よりも大きくなる可能性がある。薬価の実勢価格調査が毎年なされ、その価格調整がきめ細かくなると、薬価差の影響がより大きく出てくる可能性がある。

いずれにしても、調剤薬局のバリューチェーンは見直されることになり、薬局の再編は加速することになろう。当社としては、ネットワーク事業の加盟店を増やすことで、将来に向けて優位なポジションを築くことができ、収益面でもプラスに働こう。

セグメントを変更

今期からセグメントの区分を変更する。医薬品等ネットワーク事業と調剤薬局事業、さらにその他事業に入っていた医薬品製造販売事業の3つをまとめて、地域薬局ネットワーク事業とすることにした。

医薬品の製造販売、卸売、調剤薬局は1つのサプライチェーンである。調剤薬局と卸売をつなぐ医薬品等ネットワーク事業が急拡大に入っている。調剤薬局には自社の店舗もあるが、今やそれ以上に加盟店の店舗が圧倒的になっている。医薬品の製造はジェネリックで品目を拡大しつつある。

このサプライチェーンをバリューチェーンとして、全体の価値を高めていくには1つのセグメントとして位置付けした方がよいと会社サイドは判断した。社内の3つの事業部門をトータルでマネージする会議もスタートさせた。

セグメント変更の影響

医薬品ネットワークと調剤薬局を統合して1つのセグメントに取り込むと、その間の内部取引の分だけ表面的な売上が減少する。2019年3月期で見ると、医薬品等ネットワーク事業に売上高3951百万円、セグメント利益2331百万円、一方の調剤薬局事業は売上高90706百万円、セグメント利益1068百万円であった。

医薬品等ネットワーク事業3951百万円のうち、外部顧客への売上1552百万円、内部売上が2398百万円であった。ネットワーク加盟件数は3月末で3790件、うち自社店舗が420件である。

この比率からみると、内部売上のウエイトが高いように見える。これは、本体から外部の加盟薬局へのサービスはほとんどが手数料収入であるが、自社薬局へはシステム機器の販売などが入ってくるので、見かけ上の売上高が大きくなることによる。

2020年3月期は好転へ

2020年3月期の会社計画は、売上高1030億円（前年度比+4.9%）、営業利益2500百万円（同+75.0%）、経常利益2400百万円（同59.9%）、純利益650百万円（同40.4%）を見込んでいる。経常利益の水準に対して、純利益の水準が低いのは、店舗のM&Aに伴うのれんの償

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

却費等を見込んでいることによる。

セグメント別業績予想

(百万円)

	2019.3		2020.3(予)		2021.3(予)		2022.3(予)	
	売上高	利益	売上高	利益	売上高	利益	売上高	利益
地域薬局ネットワーク事業	92284	3313	97500	4800	107000	4800	114500	6700
医薬品ネットワーク	3951	2331	4500	2900	6000	3500	7500	4500
調剤薬局	90706	1068	96000	1800	100000	1300	10500	2000
医薬品製造販売	—	—	400	-20	1000	0	2000	200
ほか3事業	6621	-150	6100	-200	6600	-80	7900	170
賃貸設備	3320	-84	3100	-220	3300	-100	4000	100
給食	3161	34	2800	10	3000	20	3500	50
その他	261	-136	200	-30	300	0	400	20
合計	98232	1428	103000	2500	113000	2700	122000	4800

(注)アナリスト予想。利益はセグメント利益。セグメント内の内訳は従来ベース。内部取引があるので小計は一致しない。
その他にあった医薬品製造販売は地域薬局ネットワーク事業へ。合計の利益は全社一般経費控除後。

2020年3月期の営業利益計画をみると、医薬品ネットワークの件数増で+586百万円に対して、既存店薬剤料-298百万円、既存店技術料+432百万円、既存店処方箋枚数増+265百万円を見込んでいる。10月の消費税増税に伴う薬価改定の影響は一部あるが、技術料は改定がないので、自社努力がプラスに働いてくる。

薬局事業だけをみると、2019年3月期のセグメント利益は1068百万円（前年同期比-1992百万円）、2020年3月期は1800百万円（同+732百万円）である。19億円の減益に対して2年目でも7億円しか取り戻せない計画である。2020年4月には次の調剤報酬改定がある。毎年の改定となるので、それを薬局事業だけで吸収し、吸収力を維持向上していくには一層の努力を要しよう。

一方で、加盟店の増加によるネットワーク事業の利益貢献はこれからも高まってこよう。これから2年の業績をみると、2019年10月と2020年4月に薬価改定があり、以降毎年の改定となっていく。これにどのように対応していくのか。薬局事業の採算重視と事業機会の多様化は必須である。

ネットワーク事業は、加盟件数の増加が見込めるので好調を堅持しよう。調剤薬局事業は2020年3月期の業績は回復してこようが、その次は再び落ち込む可能性がある。規制産業の影響をしのいでいくのは、なかなか難しい。この変動を吸収するには施策が課題である。

サ高住はウイステリア南1条の先行負担が2020年3月期はフルに出てこよう。その後は

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

改善に向かう。その他の訪問看護は新規出店と既存店のバランスで、赤字は減ってこよう。自社ジェネリックのフェルゼンファーマも2年後には黒字化が見えてこよう。

2020年3月期については、1) 調剤薬局の業績は回復してくるが、従来のように1年前の水準を抜いてくるというわけにはいかない。それでもセグメント利益で18億円レベルには戻ってこよう。2) ネットワーク事業については、加盟件数にピッチが上がっているため、従来水準をかなり上回って29億円は見込めよう。よって、営業利益で会社計画の25億円は達成できよう。ネットワーク事業の実質的貢献が高まっていく点に注目したい。

今後の展望

新しい地域薬局ネットワーク事業でみると、2019年3月期のセグメントは売上高922億円、利益33億円に対して、2020年3月期は売上高975億円、48億円というのが会社計画である。利益貢献でみれば、33億円（ネットワーク23億円、薬局10億円、製薬0億円）に対して、48億円（ネットワーク29億円、薬局18億円、製薬0億円）という内訳であろう。

これが2022年3月期では、セグメント利益67億円（ネットワーク45億円、薬局20億円、製薬2億円）という構成となろう。つまり、ネットワークが事業の中心となる収益構造がより鮮明となろう。

5. 企業評価 ネットワーク事業を柱とした新たな連携効果に注目

独自性の発揮に向けて

2018年3月期のネットワークと調剤薬局のセグメント利益は合算で50億円、その比率は4:6であった。これが、2019年3月期は7:3であった。ネットワーク加盟店が1万件になった時に、合算の営業利益が100億円を超え、その比率も7:3に持っていくことが最も重要な構想であろう。

ネットワークの発注手数料は、2018年3月期で年間2236百万円、加盟件数の年平均は2140件であるから、1件当たり1百万円に相当する。将来5000件になれば50億円、1万件になれば100億円となることも想定される。単純に比例的に推移するとは言いえないが、いかにネットワークの付加価値を高めていくかがテーマである。

「かかりつけ薬局」はまさにサービスの良さが問われる。いかにきめ細かく相談にのるか。その接点を増やすための仕組み作りにおいて、ユニークさを出していく必要がある。

当社の業績と成長性の独自性をどうみるか。利益成長の第1のドライバーがネットワーク事業に乗っており、当社のビジネスモデルの独自性が光っている。

ネットワーク事業への加盟件数が飛躍的に伸びてきており、流通の効率化のイニシアティブがとれるようになれば、自前の調剤薬局に大きな投資をしなくてもよくなる。その可能

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

性が今後2年以内にみえてくる可能性が高い。

ネットワーク加盟1件で年間約1億円弱の医薬品取扱高になる。この件数が5000件へ増えていくのであれば、発注の取扱高も4000~5000億円と、業界で断トツトップになっていく。自社ブランドのジェネリック医薬品の供給がウェイトを高め、卸の機能は活かしながらも、配送の仕組みがついてくるならば、新しいネットワークシステムが構築できることになる。そうなれば画期的であり、その可能性は十分ある。

ジェネリック医薬品の自社製造については、うまく行けば営業利益で20億円前後が見込める。これが乗ってくれば、収益力はもう一段上向いてこよう。

ネットワーク事業の拡大に期待

ネットワークの強みを活かすという点では、医薬品メーカー、卸、薬局というサプライチェーンの中で、当社を通すことでジェネリック医薬品の切り換えや絞り込みが効率よくできるようになり、コストメリットを活かす道も開けてこよう。

ネットワーク事業については、2つの課題がある。1つは、自社調剤薬局とのシナジーのあり方である。自社の調剤薬局で一定の規模(大手5位以内)に入っていないと、その強みを活かすという点では十分でない。ここをどう乗り越えるか。

もう1つは、ネットワークの広がり追求である。調剤薬局の薬の仕入れにおいて利便性を高めるといふ他に、1万件に向けてネットワークの件数が増加していくにつれて、患者、ドクター、要介護者、今は元気なシニア層など、ネットワークの広がりをいかに事業化して行くかがカギとなる。

今後の業績の見方について、中期計画にある売上高1200億円、営業利益50億円は十分射程内にある。ネットワーク事業は、加盟店5000店を超えて引き続き拡大が見込める。ここは高収益で、当社の独自性を最も発揮するところである。ここで売上高75億円、営業利益45億円は達成できよう。課題は調剤薬局であるが、調剤薬局は売上高1050億円、営業利益20億円は確保できよう。

田尻社長は、調剤薬局のサプライチェーンを効率化するというテーマに長年取り組んできた。医薬品の取扱額で業界トップクラスになってきたが、さらに効率化を図るべく新しいモデルを形成していくことに力を入れていく。

中小調剤薬局の収益性をどう改善するかが課題である。業界における調剤薬局1店当たりの年商は平均で1億円規模である。当社は平均2億円であり、トップクラスの企業は3億円を超えている。中小の調剤薬局のM&Aをするということは、相対的に効率の悪いところを傘下に入れる可能性があるため、収益構造改革を行う必要がある。

どのように効率を高めていくか、という点で当社はすでに経験と実績を有している。低採算のM&Aは実施しない方針であり、ネットワーク事業をもっていることが有利に展開できる余地も大きい。調剤薬局のM&Aとサービス付き高齢者向け住宅(サ高住)への投資が、財務

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

体質改善の制約となっていた。サ高住の位置づけが問われよう。

当社独自の強みを生かして、加盟店を5000店超へ拡大できそうである。自社の調剤薬局を含めて、ネットワーク事業の実行戦略はもう少し見極める必要がある。激戦が続く調剤薬局業界で再編のコアとなって、業界トップを目指す田尻社長の経営戦略には期待が持てるが、そのためには、一定の努力を要するので、企業レーティングはBとする。(企業レーティングについては表紙を参照)

株式の保有状況では、経営陣が3割弱、機関投資家が3割強、個人投資家が3割強、という構成である。2019年3月末の株主数は8178名に増えている。2012年4月に続いて、同6月にも1:2の株式分割を行った。この2度の株式分割、J-ESOPの導入(2012年6月に実施した社員1200人への1単元株の株式給付)等の影響により、2015年3月末の株主数は5227名となり、その後さらに増加した。

現状では株主優待はやらない方針で、できるだけ配当で報いていく考えである。2016年3月期の配当は9.5円へ、2017年3月期は10.0円へ増配した。今後も配当性向20%程度を目途に、業績を見ながら決めていく考えである。

5月24日時点の株価(505円)でみて、PBR 1.42倍、ROE 6.0% (来期ベースで7.4%)、PER 23.6倍 (同19.2倍)、配当利回り2.0%である。中期的に業績が伸びていくことは十分見込めるので、株価は割安であり、今後大きく見直されていくであろう。