

オリンパス株式会社

2021年3月期第2四半期決算カンファレンスコール 質疑応答（要旨）

（注意事項）

本資料は、2021年3月期第2四半期決算カンファレンスコールでの質疑応答の内容を書き起こしたものです。また、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しています。

本資料に記載している内容のうち、業績見通し等は、本資料現在入手可能な情報による判断および仮定に基づいたものであり、判断や仮定に内在する不確定な要素および今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、実際の業績等が目標と大きく異なる結果となる可能性があります。

また、これらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。従いまして、本情報及び資料の利用は、他の方法により入手された情報とも照合確認し、利用者の判断でご使用ください。本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。

【質疑応答（要旨）】

- Q: 第2四半期の実績の評価について教えてほしい。3カ月前の想定に対して、売上・利益の水準はどのように推移したか。
- A: 売上・営業利益ともに社内で想定していた水準を上回って着地した。これは、市場の回復が想定を上回ったことに加え、想定よりも費用を抑制できたことによる。ただし、地域によって状況は異なり、第1四半期に好調だった中国では、病院の予算執行の停滞等を受け、第2四半期は厳しい実績となった。
- Q: 非継続事業の譲渡にかかる費用として第2四半期に470億円を計上しているが、内訳を教えてください。そのうち、継続事業（全社・消去）に計上されている33億円はどのような内容か。
- A: 非継続事業で計上している費用437億円の内訳は、固定資産減損・棚卸資産評価損や新会社の運転資金（両者の比率はおおよそ4:6）の割合が大きく、割増退職金や新会社設立関連費用などのワンショットコストも含まれる。継続事業分の費用としては、アドバイザー費用を30億円計上している。
- Q: 内視鏡の自主回収費用はどこに計上されているか。また、どのように販管費を削減したのか。継続事業の販管費率がそれほど低下していないのはなぜか。企業変革プラン「Transform Olympus」の効果はあるのか？
- A: 自主回収費用は原価に計上されている。販管費の減少については、費用の厳格な管理を行ったことに加え、新型コロナウイルスの影響による販促活動の制約に伴う旅費交通費、販売促進費等の減少によると見ており、「Transform Olympus」の効果もある。今後も様々な施策を控えているため、適宜情報を共有したい。販管費率は、販管費の減少以上に売上高の下落が大きいため、あまり動いていない。
- Q: 中国では、ESD/TSDとともに第1四半期と比べ第2四半期でマイナスの実績となったが、病院の予算執行状況の悪化は足元の状況がしばらく続くのか。政府による予防医療強化を目的とした病院への予算付与は続いているのか。
- A: 新型コロナウイルスの第二波の影響等、余談を許さない状況は続いており、今後も病院の予算執行の状況を

注視していく必要がある。政府方針にある病院の医療水準引き上げは変わらず、当社としては3級病院（大病院）から2級病院への販売拡大施策を引き続き実行していく。

Q: 継続事業の販管費について、上期では235億円の削減、一方で下期では83億円増加する見込みとのことだが、上期の削減の内訳及び下期の増加要因を教えてください。

A: 上期の販管費削減の主な内訳は、為替▲17億円、人件費▲30億円、広告・販促費▲60億円、旅費交通費▲50億円、委託研究費▲40億円。下期は事業活動の正常化で費用が増加する見通しであり、研究開発についても上期に遅れた分をキャッチアップするため多めに費用を見積もっている。また、開発費資産化の減少やITインフラの投資の増加の他、グローバルな効率化プロジェクトが来年から本格化する予定であり、これに関するアドバイザー費用の発生を見込んでいる。QA/RAの強化に係る費用も増加要因の一つ。

Q: 決算説明会プレゼンテーション資料17ページにある「固定費の構造改革」について、今期中に何かイベントが発生すると考えてよいのか？

A: すでに細かい施策は進めている。発表するものがあれば公表できる状況になり次第お知らせする。

Q: 先日M&Aを発表したFH ORTHO社とオリンパスとのシナジーを教えてください。米国は人工関節の分野で先行する企業もあり、攻略が難しい市場ではないか。今回のM&Aは製品自体ではなく、販売網に注目した投資と理解すればよいか。

A: 当社は子会社であるオリンパステルモバイオマテリアル社を通じて人工骨補填材等のビジネスを行っているが、ポートフォリオ・販売チャネルの拡充を検討していたところ、FH ORTHO社のM&Aが実現した。今回開発した超音波技術を用いた手術装置も発売に至ればFH ORTHO社が持つ広範な販路も活用できる。今後収益性を伸ばすためには、国内市場にとどまらず、欧州・米国もターゲットとしたグローバルな展開が不可欠と考えている。米国は先行企業もあり攻略が難しい市場ではある。短期的ではなく、長期的な成長を見込んだ投資と理解いただきたい。

Q: iTindについて、オリンパス製品TURis・競合製品UroLiftとの棲み分けやiTindへの期待値を教えてください。またiTindは第1世代ではUroLiftへの対抗が難しく、第2世代が主力製品となるか。

A: 前立腺肥大症の治療は投薬が主流で、重症のケースでは切除手術の必要がある。当社は手術の際に用いられるTURisをラインアップに持っており、当分野ではすでにリーディングポジションにあるが、今後は切除手術が不要かつ治療効果の高い選択としてiTindをクリニックへ浸透させていきたい。この分野では米国がリードしているが、iTindは新たな手技として、体内に異物が残存せず、再治療法の実用性が幅広い等、その独自性により販売拡大できると考えている。米国ではドクターコミュニティへの浸透も開始している。足元では新型コロナウイルスの影響によって直接の対面を伴う活動が難しい状況ではあるが、市場の伸びが見込まれるため今後販売強化を推進したい。当社は泌尿器科の分野でトップのポジションを狙えると考えている。

今手掛けている製品は言うならば第1世代であり、現行製品でも十分実績を上げているが、今後の開発を通じてより医療価値を高めていく。当社の技術は、インプラント型の製品ではなく、低侵襲であることが特徴であり、今後もこの強みを生かして製品を展開していく。

以上