



クリエートメディック株式会社

2019年度の決算概要と 中期経営計画の概要

2020年2月13日(木)

代表取締役社長	佐藤 正浩
取締役専務執行役員	
管理本部長	橋井 敦

国内市場

■ 市場環境

- ・高齡化社会 (在宅医療の推進)

■ 国民医療費の抑制策

- ・医療機関の共同購入、値引き要請
- ・国内外メーカーの企業間競争



国内市場
緩やかな増加

海外市場

■ 先進国

- ・高齡化による緩やかな伸長

■ 新興国市場

- ・中国は慢性疾患の増加、カテーテル治療の拡大
- ・東南アジアは人口増加の需要拡大



海外市場
中国等の市場拡大

営業成績



(百万円)

	前 期	計 画	実 績	前期比	計画比
売上高	10,796	10,930	10,843	+0.4%	△0.8%
営業利益	993	1,000	1,083	+9.0%	+8.3%
経常利益	999	1,010	1,065	+6.6%	+5.5%
当期純利益	672	700	725	+7.8%	+3.6%

■ 連結対象会社

・大連クリエート、クリエート国際貿易(大連)、ベトナムクリエート、九州クリエート

売上高(販売形態別)



(百万円)

自社販売		
		(前期比)
泌尿器系	2,849	(+7.3%)
消化器系	2,543	(△4.9%)
その他	1,253	(+2.1%)
合計	6,645	(+1.3%)

海外販売 2,996百万円
(前期比 +10.3%)

- ・中国 : 2,190百万円(+13.7%)
- ・輸出 : 750百万円(±0.0%)
- ・その他 : 55百万円(+40.7%)

OEM販売 1,201百万円
(前期比 △21.1%)

- ・血管系 : 670百万円(△30.7%)
- ・看護検査 : 423百万円(△4.4%)
- ・その他 : 107百万円(△2.7%)

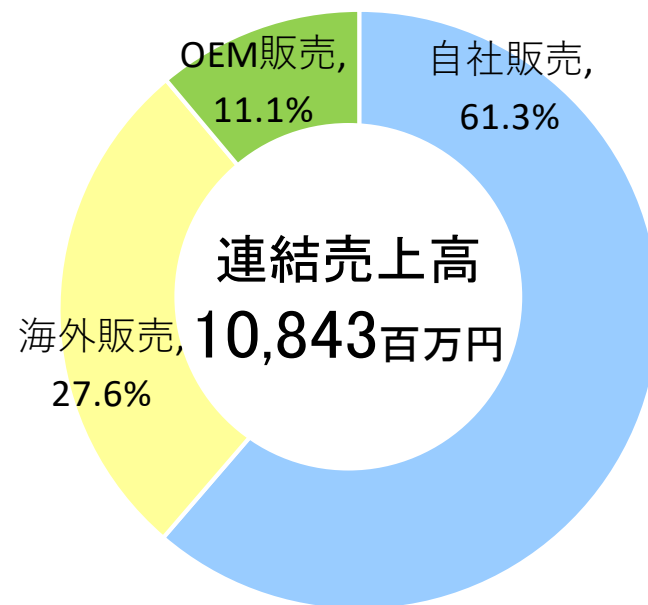
売上高



(百万円)

	前期	実績	前期比
自社販売	6,558	6,645	+1.3%
海外販売	2,715	2,996	+10.3%
OEM販売	1,522	1,201	△21.1%
合計	10,796	10,843	+0.4%

販売形態別 構成比



海外売上高比率

2018年: 25.2%

2019年: 27.6% (+2.4ポイント)

販売費・一般管理費

(百万円)

	前期	実績	前期比
人件費	2,552	2,597	+45
経費	1,497	1,547	+49
販管費	4,049	4,144	+94

- 人件費
 - + 営業部門の増員
 - + 給与のアップ
- 経費
 - + 研究開発費の増加
 - + 建屋メンテナンス費用の発生

営業利益



＜前期比の変動要因＞

(百万円)

前期：993

売上高の増減

+99

原価による要因

+184

中国販売の為替影響

△66

国内販売の売価下落

△33

販管費の増加

△94

当期：1,083

経常利益・純利益

(百万円)

	前期	実績	前期比
売上高	10,796	10,843	+46
営業利益	993	1,083	+89
営業外収益	42	42	△0
営業外費用	36	60	+23
経常利益	999	1,065	+66
特別利益	-	35	+35
特別損失	19	-	△19
法人税等	307	376	+68
当期純利益	672	725	+52

- 営業外収益
 - ・受取利息など 31M
 - ・その他 10M
- 営業外費用
 - ・為替差損 39M
 - ・支払利息など 20M
- 特別利益
 - ・販売活動奨励金 35M

設備投資

設備投資：294百万円

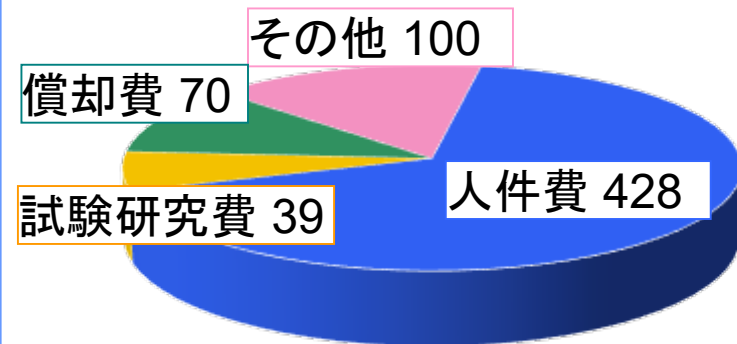
(主な内容)

- ・大連工場
自動化設備、改修工事 138M
- ・日本国内
研究開発設備、情報機器 117M

研究開発費

研究開発費：637百万円

- ・国内開発強化(人件費の増加)



中期経営計画〔前中期の総括(2017-19)〕



(億円)

重点施策

- ◆ 自社販売
 - ・ 泌尿器系製品の販売強化
- ◆ 海外販売
 - ・ 中国販売の体制強化
 - ・ 中国全土の販売ネットワーク構築
 - ・ 東南アジアの新市場開拓
 - ・ 輸出販売の製品ラインナップ強化
- ◆ 新製品開発
 - ・ 泌尿器系の新製品開発
- ◆ 生産拠点
 - ・ 生産品目の最適化
 - ・ グループ内製化による原価低減

中期経営目標(2019年)

	実績	計画比	2016年 対比
売上高	108.4	△0.4 (△0.4%)	+8.4 (+8.4%)
経常利益	10.6	+1.6 (+18.4%)	+2.4 (+29.8%)

- ・ 中期経営目標
売上高は若干未達、経常利益は大幅達成
- ・ 2016年対比
売上高・経常利益とも増加

中期経営計画〔次期の戦略(2020-22)〕

中期経営目標(2022年)

販売目標: 127億円
 経常利益: 14億円

(百万円)

中期販売目標(2022年)

	販売目標	19年比
自社販売	7,160	+514
海外販売	3,500	+503
OEM販売	2,070	+868
合計	12,730	+1,886

主な事業戦略

- ①次代の長期戦略ビジョンの構築
 - ・主力分野の製品ラインナップ強化
 - ・販売戦略の構築
- ②グローバル市場の推進
 - ・中国・輸出の販売拡大
 - ・東南アジア・中国OEMなど新事業構築
- ③中長期的な構造改革
 - ・経営の合理化
 - ・人員体制の将来構想
 - ・グループ事業所・拠点の検討

次期業績予想 (2020/12)



(百万円)

	前期	次期予想	前期比	
売上高	10,843	11,140	+296	+2.7%
- 自社販売	6,645	6,750	+104	+1.6%
- 海外販売	2,996	3,086	+89	+2.9%
- OEM販売	1,201	1,304	+102	+8.5%
営業利益	1,083	1,090	+6	+0.6%
経常利益	1,065	1,100	+34	+3.2%
当期純利益	725	750	+24	+3.4%

[想定レート USD = 108.4円]

新製品（自己導尿「ファストキャス」）

自己導尿用カテーテル（男性用）

Fastcath **ファストキャス**

◆自己導尿とは・・・

- ・自然排尿が困難な患者様が在宅で自ら実施する排尿法
- ・高齡化や在宅医療の推進により増加

◆ファストキャスは・・・

- ・男性用の従来品「セフティカテ」をベースに機能性を向上させ、デザイン性も改良した新製品

⇒自己導尿は、リユース型の従来品に2018年発売のディスポ型を追加して更なる製品ラインナップの充実



新製品（消化器ステント「ネクセント」）

大腸・胃十二指腸用ステント

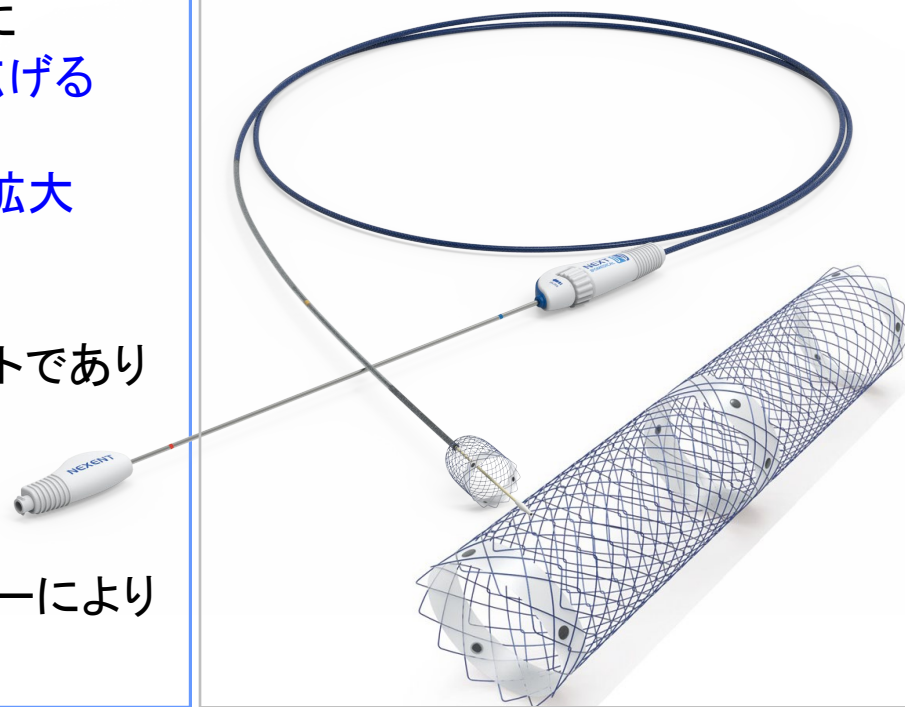
NEXENT ネクセント

- ◆大腸ステントとは・・・
 - ・大腸がんによる腸閉塞が発症した際に症状を緩和するため、狭窄部を押し広げるために用いられる製品
 - ・食の欧米化により大腸がんは急速に拡大

- ◆ネクセントは・・・
 - ・韓国NEXT BIOMEDICAL社のステントであり当社が独占販売契約により仕入販売
 - ・本年1月に発売予定

⇒主要な学会・展示会での出展やセミナーにより中期3カ年の注力製品として販売強化

NEXENT[®]



配当政策



	第2四半期末 (円 銭)	期 末 (円 銭)	合 計 (円 銭)
2019/12期	17.00	20.00	37.00
2020/12期 (予想)	17.00	20.00	37.00

2019/12期は、前期 期末配当の記念配2円を普通配に切り替え、第2四半期末と期末とでそれぞれ1円を増配いたします。

【将来予測に関する注意事項】

当資料には業績予想並びにその他の将来予測が含まれておりますが、これらは現時点での見通しに基づくものであり、予期せぬ事象の発生若しくは経営環境の変化により実際の業績と異なる可能性があります。

2020年 2月13日