

第四次5ヵ年中期経営計画 「改革と成長」

2009年5月19日
日本新薬株式会社
代表取締役社長
前川 重信



日本新薬が目指す姿

ヘルスケア分野で存在意義のある会社

～社員一人ひとりが成長し、誇りを持って働ける組織～

【医薬品事業】

自社が得意とする領域をターゲットに
病気でお困りの患者さんにとって福音となる、
高品質で特長のある医薬品を提供する会社

【機能食品事業】

製薬企業としての高い技術力を活かして、
高品質の製品を提供できるカンパニー



経営理念

**人々の健康と
豊かな生活創りに貢献する**

スローガン 「健康未来、創ります。」



経営方針

高品質で特長のある製品を提供する

病気でお困りの患者さんを最優先に考え、他剤に比較して有効性、安全性、患者さんのQOL面で何かひとつでも優れている医薬品および顧客ニーズを満たす質の高い機能食品を創出・提供する。

顧客

社会からの信頼を得る

法令や社内規則を遵守することはもちろん、社会的責任を絶えず意識し、高い倫理観をもって行動する。

社会

一人ひとりが成長する

目標の達成に向け、前向きにチャレンジし、業務の推進を通じて成長する。

社員



行動指針

チャレンジ(Challenge)

私たちは、倫理観に基づく強い信念と責任感を持ち、さまざまな目標に対して、常にポジティブ思考で前向きに取り組む。

スピード(Speed)

私たちは、何事にも、スピード感をもって、迅速に、機を逸することなく行動する。

インベスティゲーション(Investigation)

私たちは、幅広く収集した情報を綿密に調査・分析し、目標達成に向けてしっかり計画を立て、PDCAサイクルを確実に回す。



経営計画

ますます厳しさを増す環境

第四次5カ年中期経営計画(2009～2013) 「改革と成長」

改革：

戦略的な研究開発マネジメント
効率的かつ科学的な販売品目管理
ローコストマネジメント
生産性の向上
人材育成策の充実

成長：

収益の向上
新製品の発売
経営資源の重点配分

定量目標



定量目標

売上高 **800**億円 (5%)

医薬品 **650**億円 (5%)

機能食品 **150**億円 (3%)

営業利益 **100**億円 (6%)

当期純利益 **60**億円 (6%)

※()内数字は2009～2013年度のCAGR



売上高

(億円)

800

600

400

200

2005

2006

2007

2008

2013

■ 医薬(実)

■ 医薬

■ 食品(実)

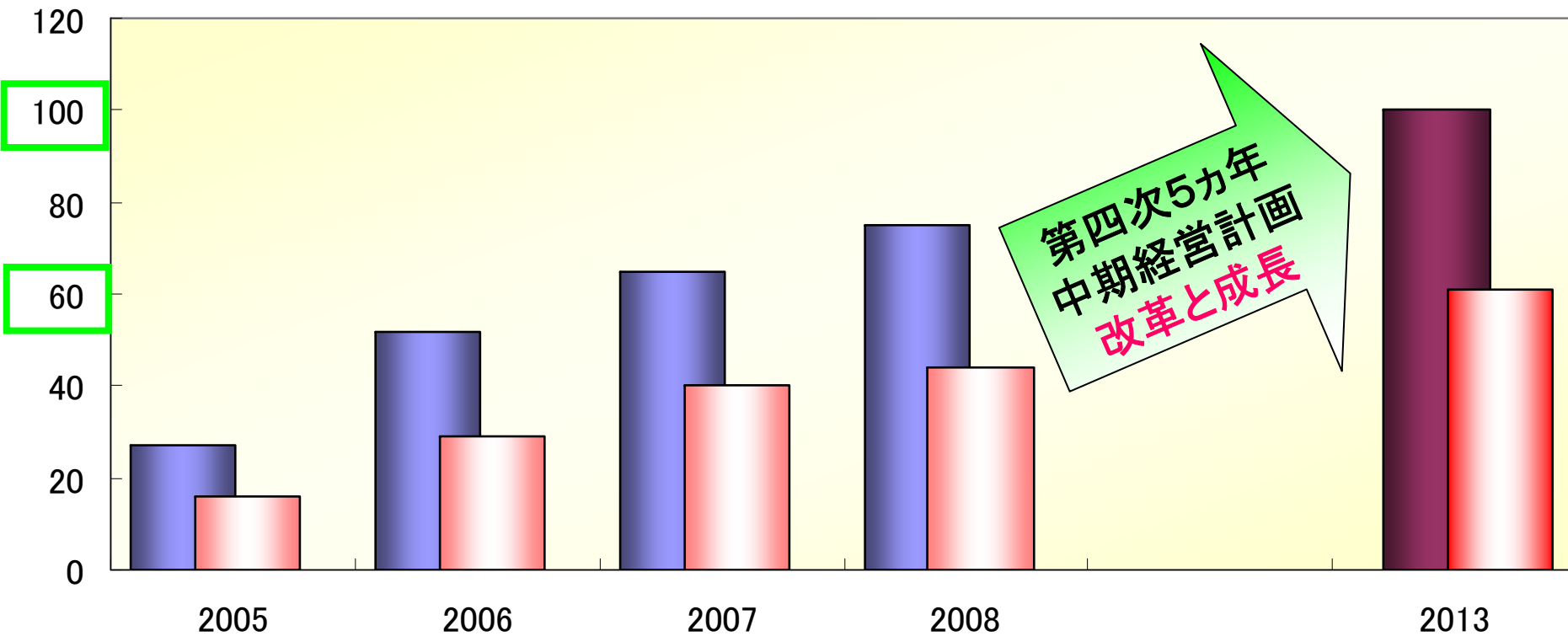
■ 食品

第四次5カ年
中期経営計画
改革と成長



営業利益・当期純利益

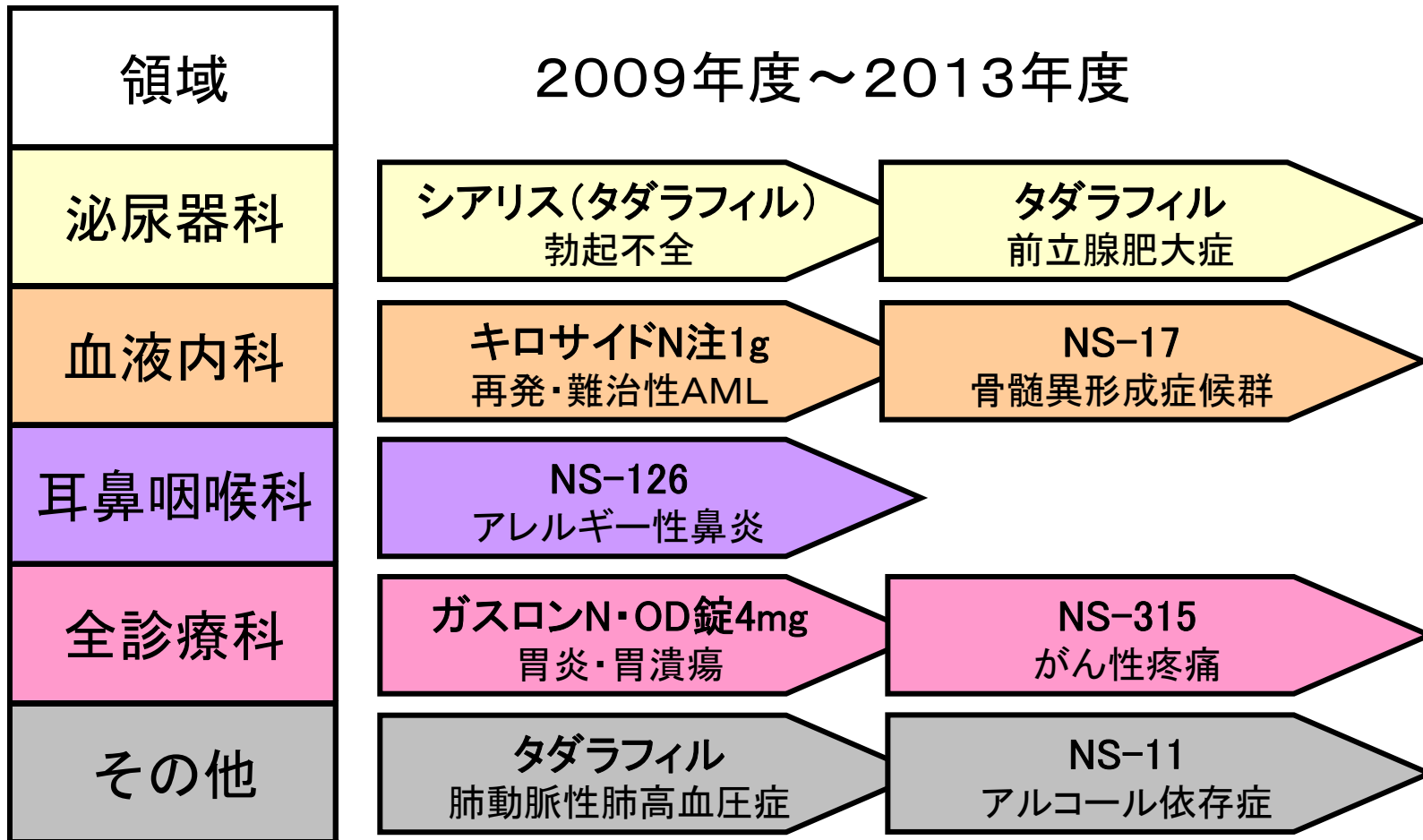
(億円)



■ 営業利益(実) ■ 営業利益
■ 当期純利益(実) ■ 当期純利益



中期的な上市予定



さらに導入活動や既存製品の製剤工夫を推進

定性目標



定性目標

- 自社創薬、導入およびPLCMを研究開発活動の柱とし、開発パイプラインの充実と新製品の着実な上市を実現する
- 医薬品においては、効率的かつ科学的な品目管理を通じて新製品と在来品をバランスよく成長させる
- 高品質な製品を安定的に供給し、顧客からの信頼を得る
- 機能食品カンパニーにおいては、業容の拡大と安定的収益体質への転換を果たす
- ローコストマネジメントの推進により、収益性を向上させる
- 人材育成策の充実や人事諸制度の見直し等により、組織を活性化させて経営基盤を強化するとともに、社員一人ひとりの成長を支援する
- CSR活動、社内外への広報活動を通じて、社会からの信頼を得る



研究開発

■ 研究開発パイプラインの充実と着実な上市の実現

(1) 自社創薬力の強化

(2) 製品・開発品の導入

(3) PLCMおよび育薬の充実

(4) 臨床開発の
スピード化

(5) 早期承認取得

(6) 自社開発品の導出

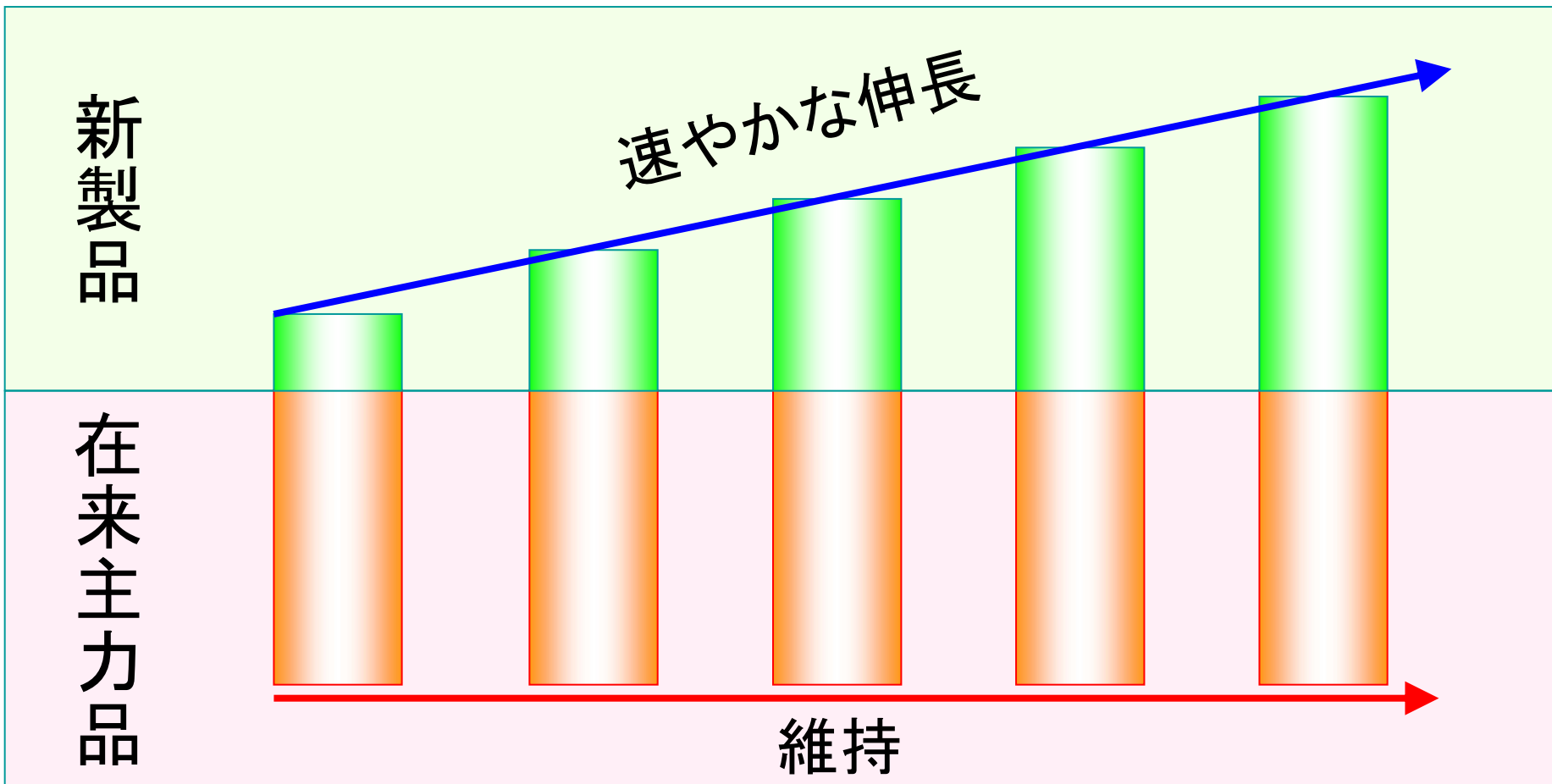
(7) 他社とのアライアンス検討

■ 核酸医薬品・核酸事業の推進



営業

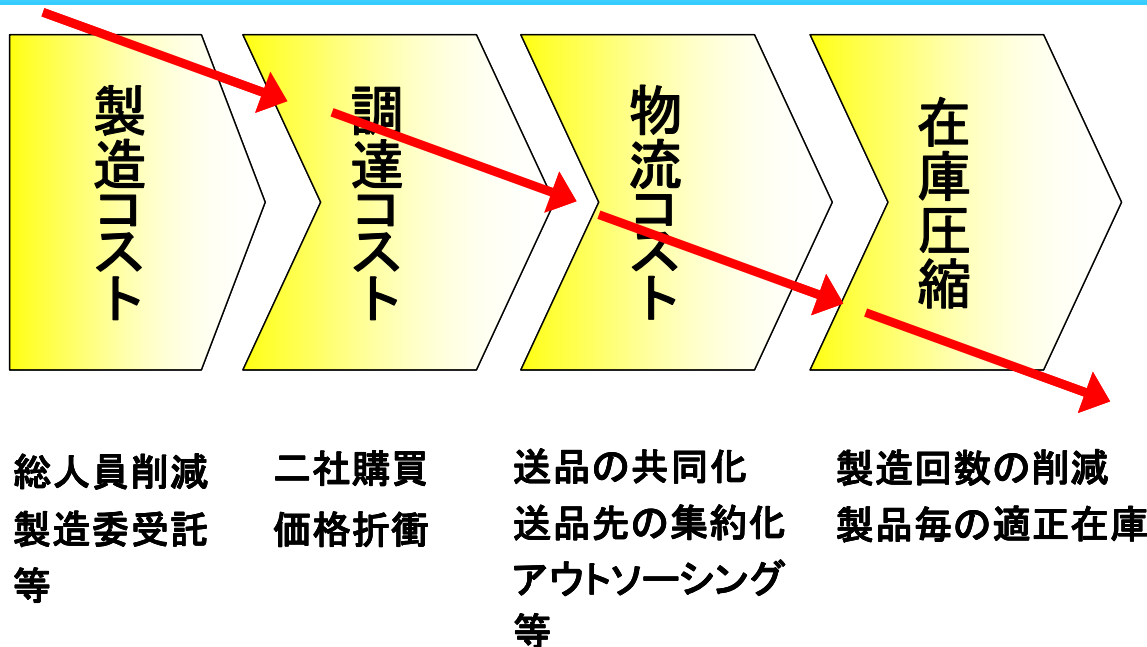
■ 効率的かつ科学的な販売品目管理





サプライチェーン・信頼性保証

■ローコストマネジメント



■高品質原薬・製品の安定供給

- ・製造販売業の信頼性保証確保
- ・小田原総合製剤工場のBCPを推進
- ・委託製造先との危機管理の検討、協議



機能食品カンパニー

重点品目の拡販と安定的収益体質への転換

たん白類

利益確保、新たな販路拡大
技術力向上、安価・安定・高品質

ニュートリション素材

販路拡大、新素材開発、技術力強化
製品ラインナップ充実

品質安定剤

新たな販路拡大、新製品発売
海外進出検討

健康食品素材

高認知度新製品開発、販路拡大
技術力強化、高利益確保



人員

■社員一人あたりの生産性を向上させる





人事制度・人材育成

■人事諸制度の見直し

人事制度の見直し、定着化
再雇用制度見直し
セカンドキャリア支援策の検討

■人材育成・採用・社員活性化策の充実

教育研修体系(CASA)の浸透と充実
部門共同の採用活動、社内表彰制度の体系化・充実化
全社的安全衛生管理体制構築
メンタルヘルスケア、ワークライフバランス推進



■ 戦略的CSRの推進

環境自主目標の達成
CSR報告書の発行

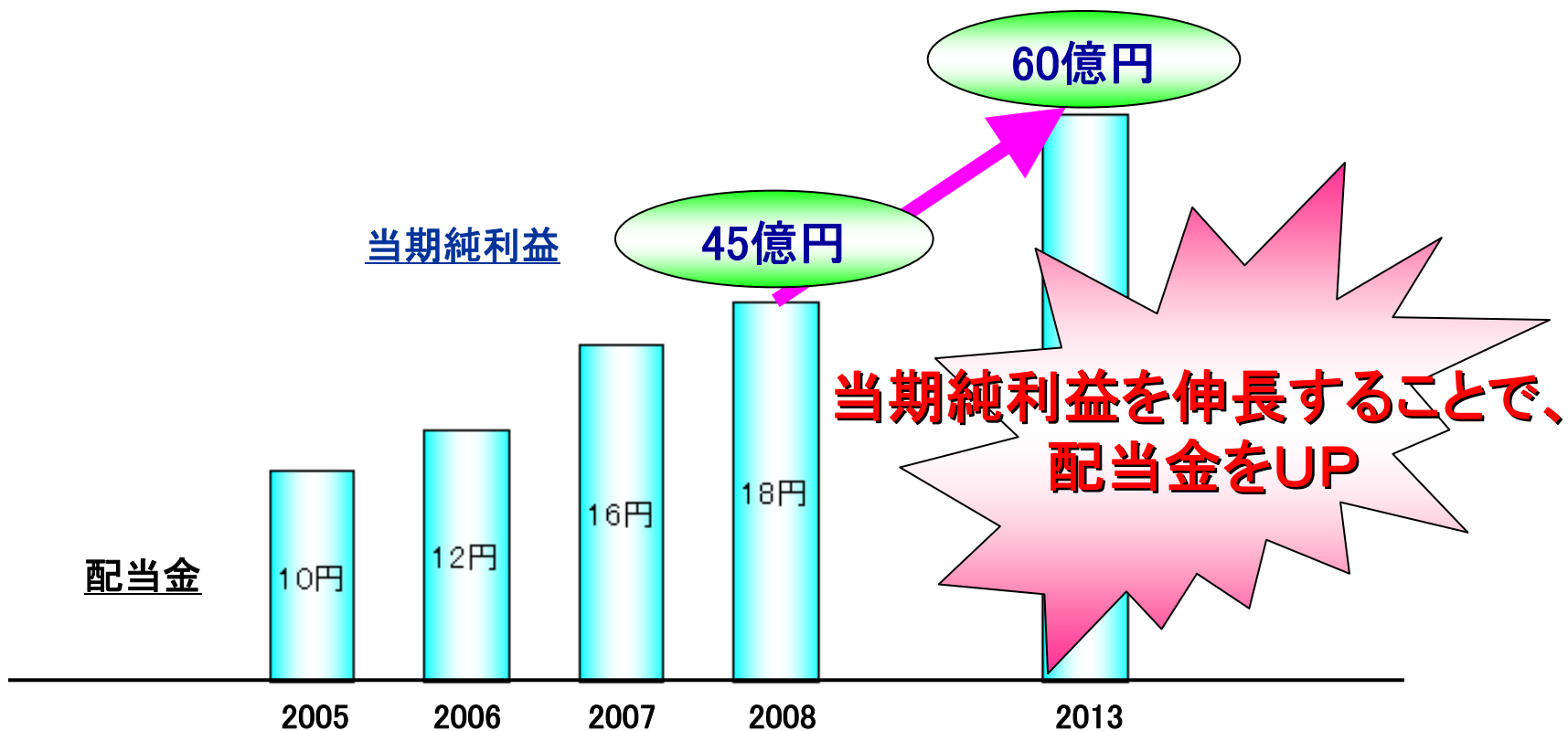
■ 広報活動、IRの積極的推進

日本新薬の社外認知度向上を目指すとともに、
社員のモチベーション向上につなげる



配当方針

連結配当性向30%前後を維持する。
年間10円の配当金は最低でも維持。





まとめ

日本新薬が目指す姿

経営理念

日本新薬が目指す姿を実現するための信条

ヘルスケア分野で存在意義のある会社
(社員一人ひとりが成長し、誇りを持って働ける組織)

人々の健康と豊かな生活創りに貢献する
(スローガン)
健康未来、創ります。

経営方針

日本新薬が目指す姿を実現するための基本方針

- 高品質で特長のある製品を提供する (顧客)
- 社会からの信頼を得る (社会)
- 一人ひとりが成長する (社員)

経営計画

日本新薬が目指す姿を実現するためのシナリオ

第四次5カ年中期経営計画「改革と成長」
改革: 戦略的な研究開発マネジメント、効率的かつ科学的な販売品目管理、
ローコストマネジメント、生産性の向上、人材育成策の充実
成長: 収益の向上、新製品の発売、経営資源の重点配分

行動指針

日本新薬が目指す姿を実現するための行動原理

- チャレンジ(Challenge)
- スピード(Speed)
- インベスティゲーション(Investigation)

将来見通しに関する注意事項

- ▶ 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。これらの文書は、現在における見込み、予測、リスクを伴う想定、実質的にこれらの文書とは異なる現実的な結論、結果を招きえる不確実性に基づくものです。
- ▶ それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、貨幣為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。リスクや不確実性は、特に製品に関連した見通し情報に存在します。製品のリスク、不確実性には、技術的進歩、特許の競合他社による獲得、臨床試験の完了、製品の安全性ならびに効果に関するクレームや懸念、規制機関による承認取得、国内外の社会保障制度関連改革、マネージドケア、健康管理コスト抑制への傾向、国内外の事業に影響を与える政府の法規制、新製品開発に付随する課題などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- ▶ また、承認済み製品に関しては、製造およびマーケティングのリスクがあり、需要を満たす製造能力を欠く状況、原材料の入手困難、市場の需要が得られない場合などが含まれますが、これに限定されるものではありません。
- ▶ 新しい情報、将来の出来事もしくはその他の事項より、見通し情報に更新もしくは改正が望ましい場合であっても、それを行う意図を有するものではなく、義務を負うものではありません。