



第五次5カ年中長期経営計画

新たな成長を目指して

- 独自性の追求 -

2014年8月27日
日本新薬株式会社
代表取締役社長
前川 重信



目次

1. 第四次5カ年中期経営計画「改革と成長」のレビュー
2. 日本新薬の長期ビジョン「目指す姿」
3. 第五次5カ年中期経営計画
「新たな成長を目指して－独自性の追求－」の概要
4. 事業戦略
5. 機能別戦略
6. 数値目標
7. 株主還元

1. 第四次5カ年中期経営計画 「改革と成長」のレビュー



定量計画の評価

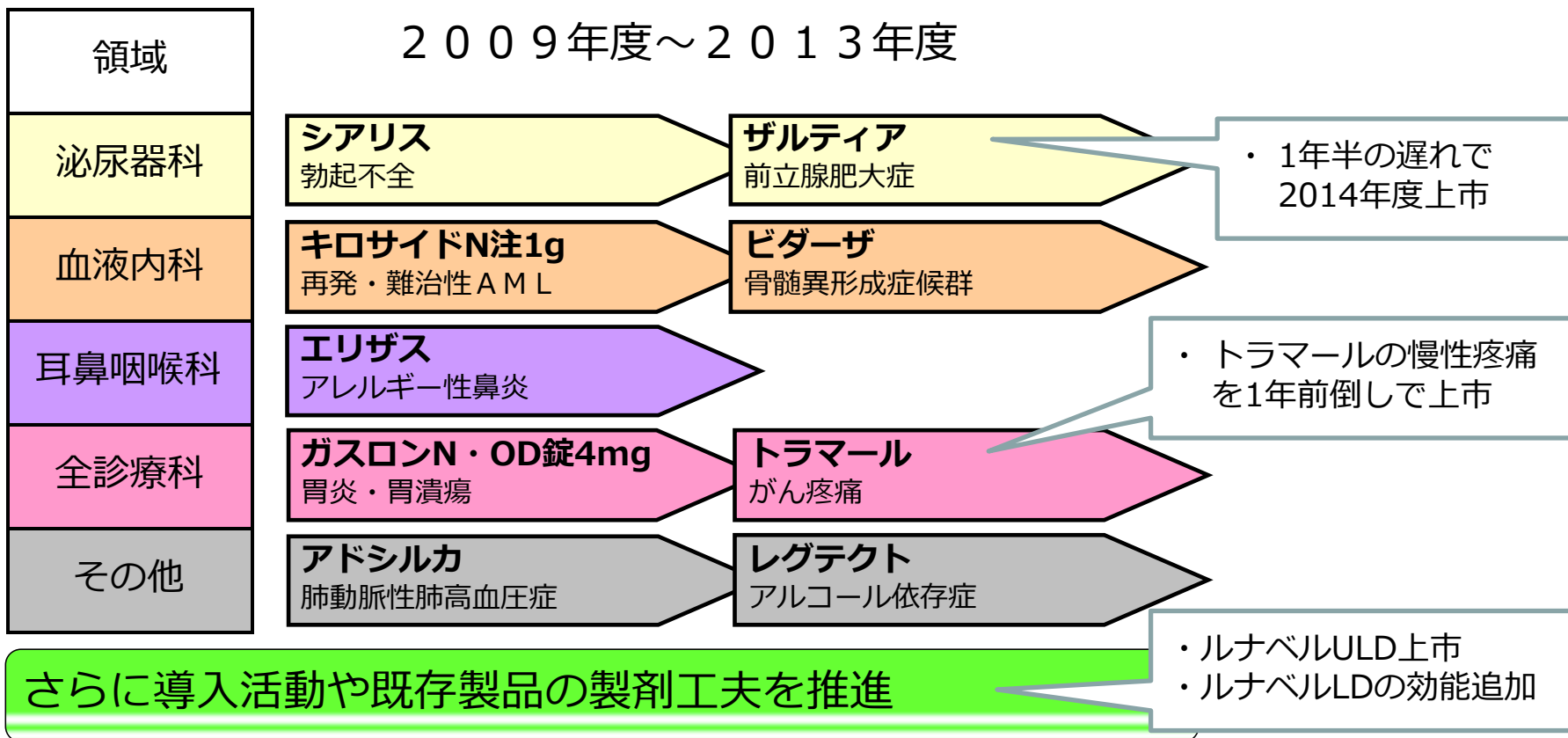
(単位：億円)	第四次中計 2013年度 計画	2013年度 実績	差異
売上高	800	765	▲35
(医薬品)	650	633	▲17
(機能食品)	150	132	▲18
営業利益	100	80	▲20
当期純利益	60	58	▲2

医薬在来品	後発品使用促進策等	▲24億円
医薬新製品	注力による伸長等	+12億円
機能食品	デフレによる販売価格の下落等	▲13億円



上市スケジュールの評価

2009年度～2013年度



ほぼ計画通り 上市達成



定性計画の評価

第四次中計・計画

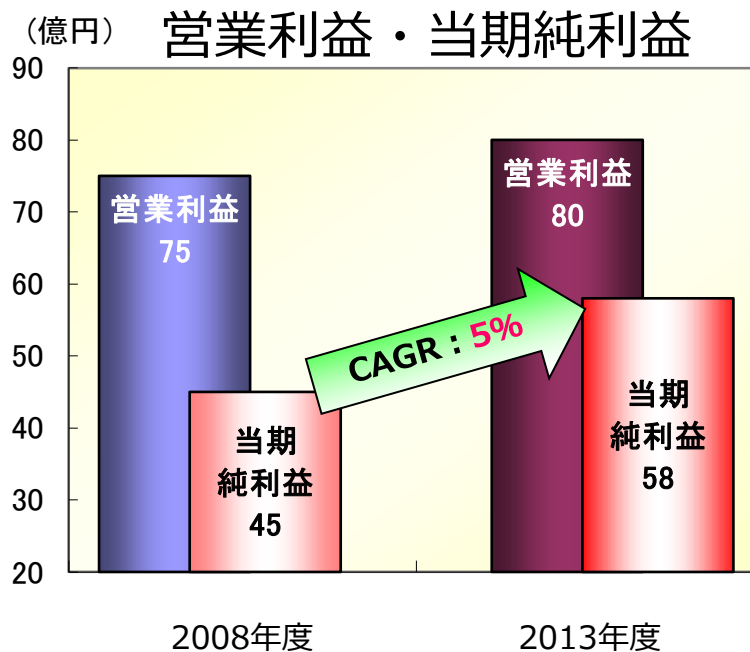
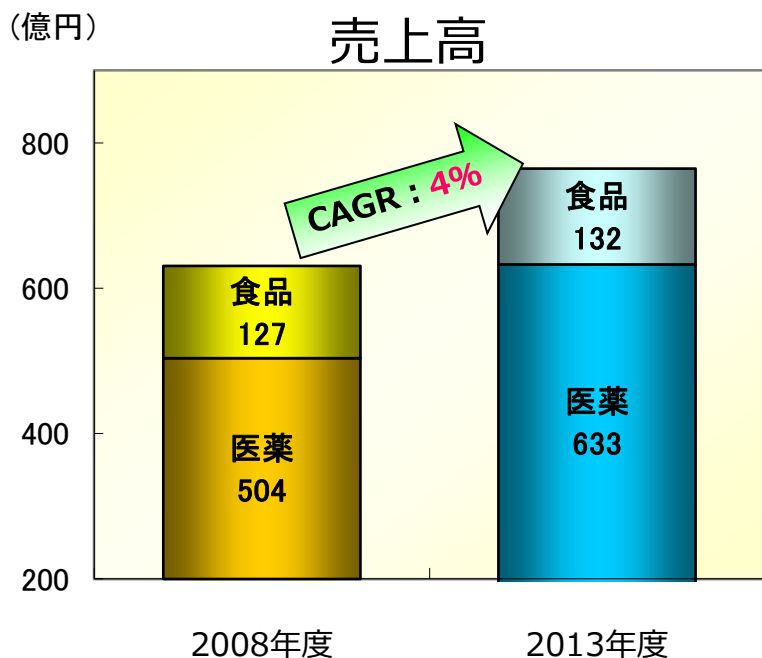
- ①パイプライン充実
(自社創薬、導入、PLCM)
- ②医薬品の科学的な品目管理
新製品・在来品のバランスよい成長
- ③機能食品 業容拡大・安定的収益体質
- ④ローコストマネジメント 収益性向上
- ⑤社員の成長支援
- ⑥CSR活動 社会の信頼を得る

実績 (対応する主な成果)

- ①パイプライン充実
自社創薬 NS-018、NS-065
導入 ACT-064992、NS-24、GA101、NS-986
タダラフィル、ルナベルULD
- ②後発品使用促進策を踏まえ、ディテール配分を明確にした資源の投下を行い、新製品は順調に推移
- ③機能食品の業容は拡大するも、安定的収益体質への転換は道半ば
- ④約20億円のコスト削減目標を達成
- ⑤人材育成システム“CASA”を整備
寺子屋アカデミー、エグゼクティブ研修、次世代リーダー研修、階層別研修、MBA・博士学位取得支援
- ⑥CSR活動新たな取り組み
こども文学賞、きらきら未来こども募金、
ホスピタルアート、京都キワニス社会公益賞受賞



まとめと次の中計に向けて



新たな成長

第五次中期経営計画

改革を通じた成長は、順調に推移

2. 日本新薬の長期ビジョン 「目指す姿」



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

～独自性があり、社会から信頼され、評価される組織～

【医薬品事業】

注力領域を中心として、ニッチ領域を主なターゲットに、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、注力分野を中心として、市場ニーズに応える高付加価値の製品を提供できるカンパニー



経営理念・経営方針

【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

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



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。

**3. 第五次5カ年中期経営計画
「新たな成長を目指して
－独自性の追求－」の概要**



会社を取り巻く経営環境の認識

- ・ 医療費抑制策の強化
- ・ 少子高齢化の進展
- ・ グローバル競争の激化
- ・ 電力や原油等のコスト負担増加
- ・ 技術革新の進展
- ・ 海外市場の伸長

環境変化は、大きくかつ激しくなっていく

変化に対応できる独自基盤の構築が
持続的成長には不可欠



全社戦略

環境認識

- ✓ これまでの改革をベースとして、
- ✓ さらなる独自性を追求し、
- ✓ 新たな成長を目指す必要がある

長期ビジョン



第五次5カ年中期経営計画
「新たな成長を目指して－独自性の追求－」
(2014～2018年度)

【全社戦略】 医薬品事業・機能食品事業において、差別化を図り

- ・ 新製品発売
- ・ 収益性の向上

成長

この5カ年だけでなく、その先も・・・

4. 事業戦略



医薬品事業戦略

【医薬品事業】

注力領域

- 泌尿器科
- 血液内科
- 難病・希少疾患
- 婦人科
- 耳鼻咽喉科

経営資源を集中

- ・ 注力領域において、研究開発パイプラインを充実させるとともに販売シェアを拡大する
- ・ 肺動脈性肺高血圧症等の自社創薬品を軸に、海外事業の拡大に向け、基盤を構築する



機能食品事業戦略

【機能食品事業】

製薬企業の機能食品事業

＜社会に貢献したい価値＞

「健康長寿」
「アクティブライフ」
「食の安全・安心」
「食品ロスの削減」

高品質で高付加価値の
独自素材を提供

・ 収益性の高い事業体へ変革する

5. 機能別戦略



研究開発戦略

◆注力領域に継続して薬剤を市場へ投入できるように
パイプラインを充実させる

選択と集中

オープンイノベーション推進

自社創薬

導入

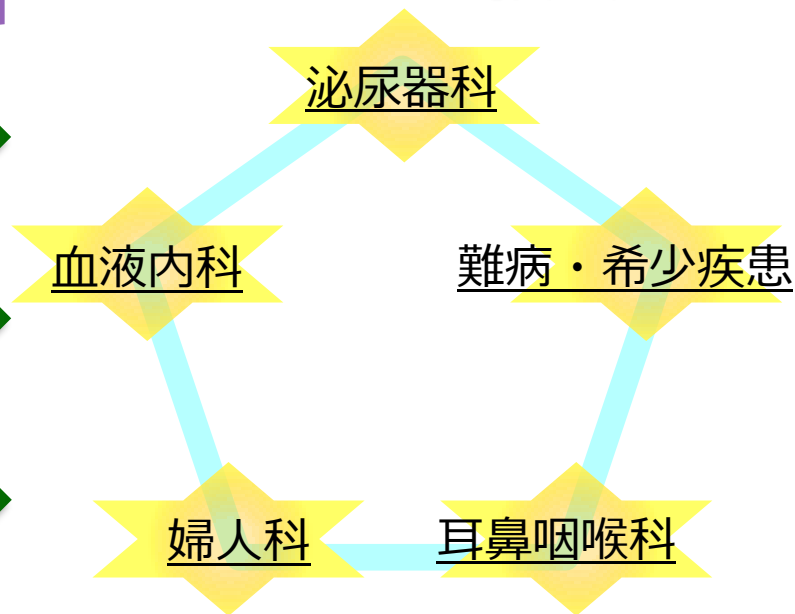
プロダクト・ライフサイクル・マネジメント

3

本

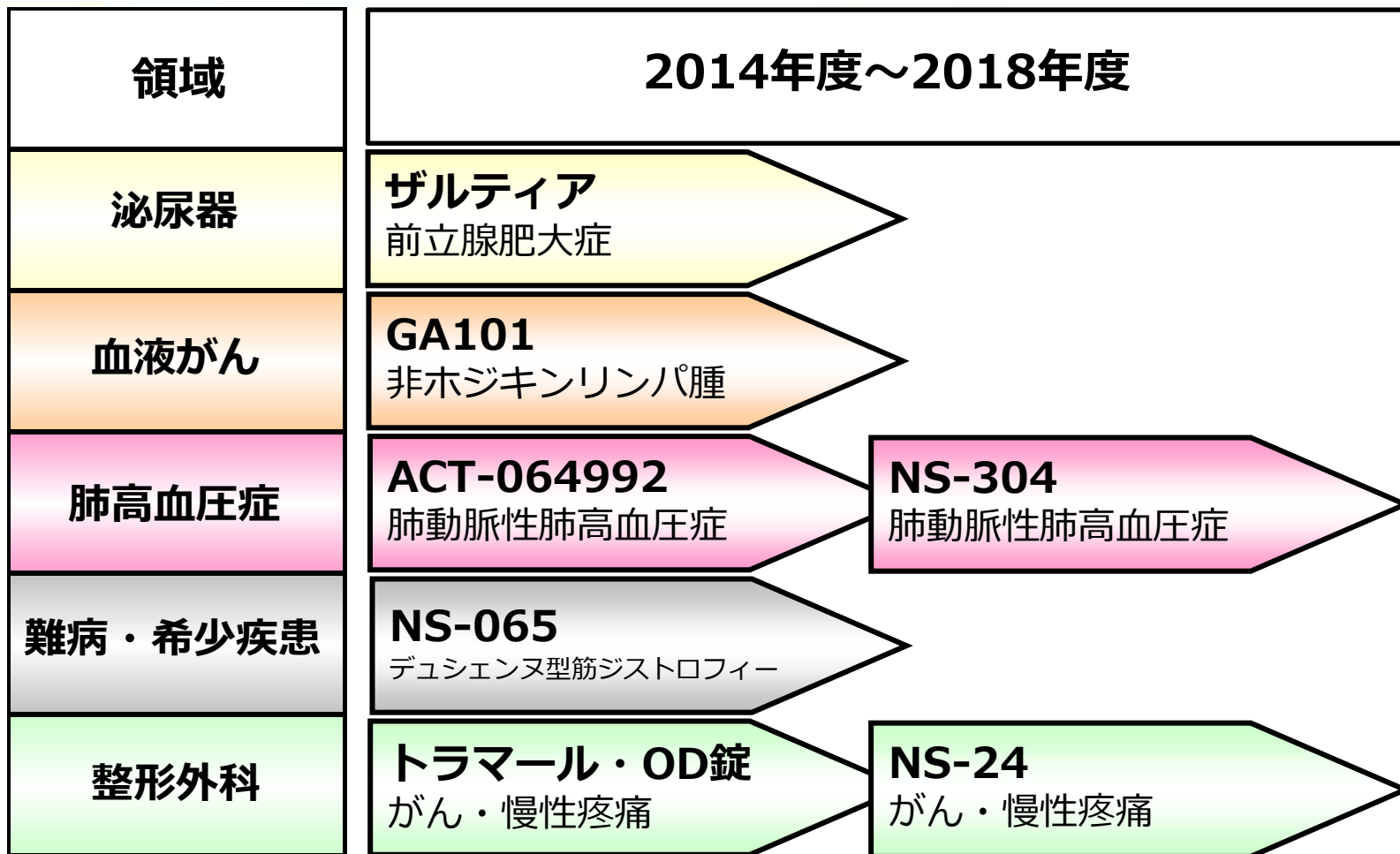
柱

5つの注力領域





中期的な上市予定



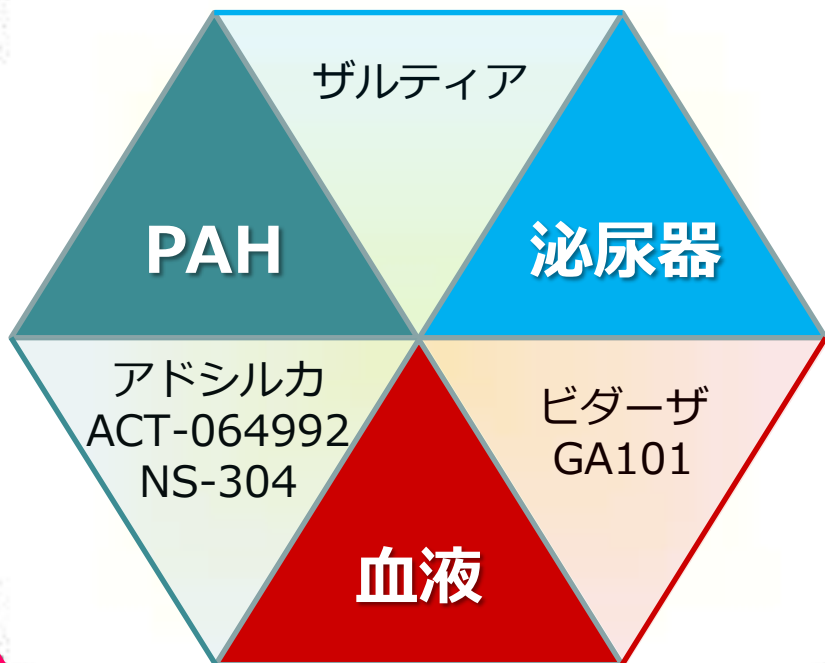
さらに導入活動やPLCMを推進



販売戦略

◆ 3つの製品群を成長ドライバーとして育成する

最注力領域



注力領域



整形外科領域

トラマドールファミリー
販売促進委託先への支援



サプライチェーン戦略（医薬）

- ◆調達・製造・物流の各段階において、業務の効率化とコストマネジメントを推進し、生産性を向上する



- ◆受託製造を拡大する

高生理活性医薬品製造施設を建設し、受託製造の拡大を目指す

生産性を向上



海外事業戦略

- ◆ 提携先と連携しNS-304等の製品価値の最大化を図る
- ◆ 欧米・アジアについては、品目および各国の状況に応じて最適な展開の方法を選択し事業の拡大を図る





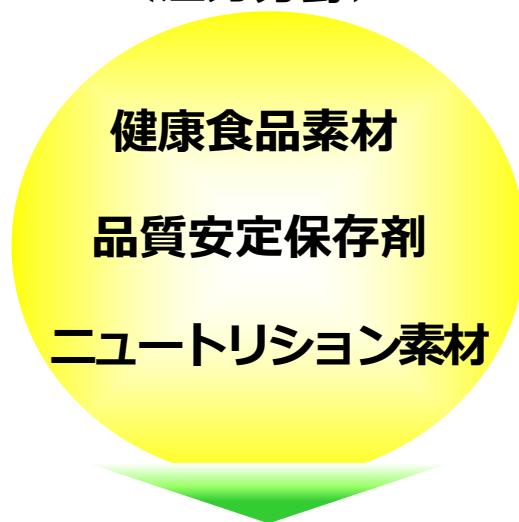
機能食品事業

◆研究開発戦略

＜社会に貢献したい価値＞

- 「健康長寿」
- 「アクティブライフ」
- 「食の安全・安心」
- 「食品ロスの削減」

＜注力分野＞



高品質で高付加価値の差別化できる機能食品素材を市場へ投入する

◆販売戦略

品目ごとの販売方法を見直し、製品価値の最大化を図るとともに価格競争とは一線を画した販売を行う

◆サプライチェーン戦略

品質管理の強化と調達・製造・物流にかかるコストを見直し、原価の低減を図る

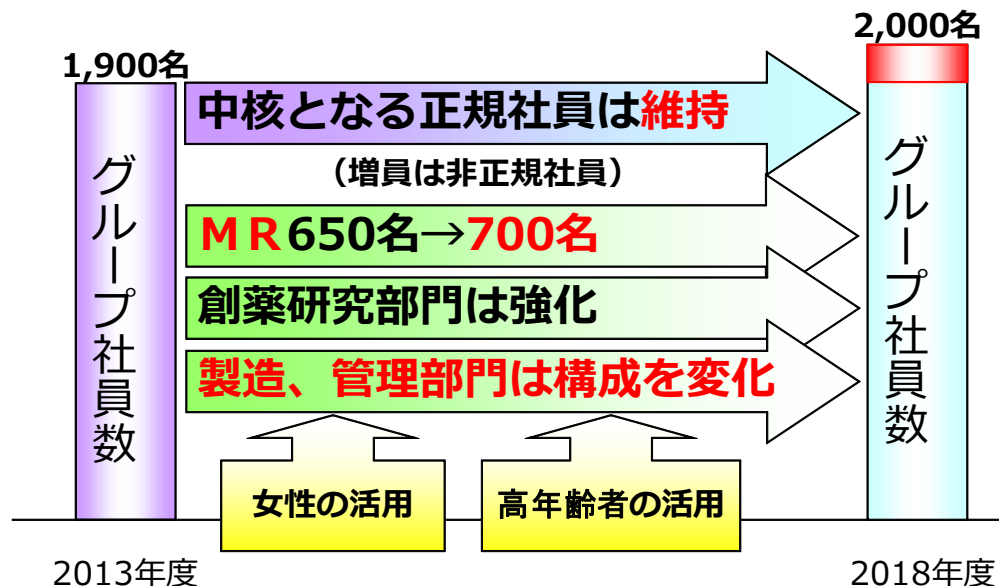


人事戦略

◆違い（独自性）をつくるのは人材

- ・ 多様な人材の採用および活用
- ・ モチベーションマネジメント推進
- ・ 人材育成策の強化

◆人員は最小限の増加にとどめ、一人当たりの生産性を向上





設備投資戦略

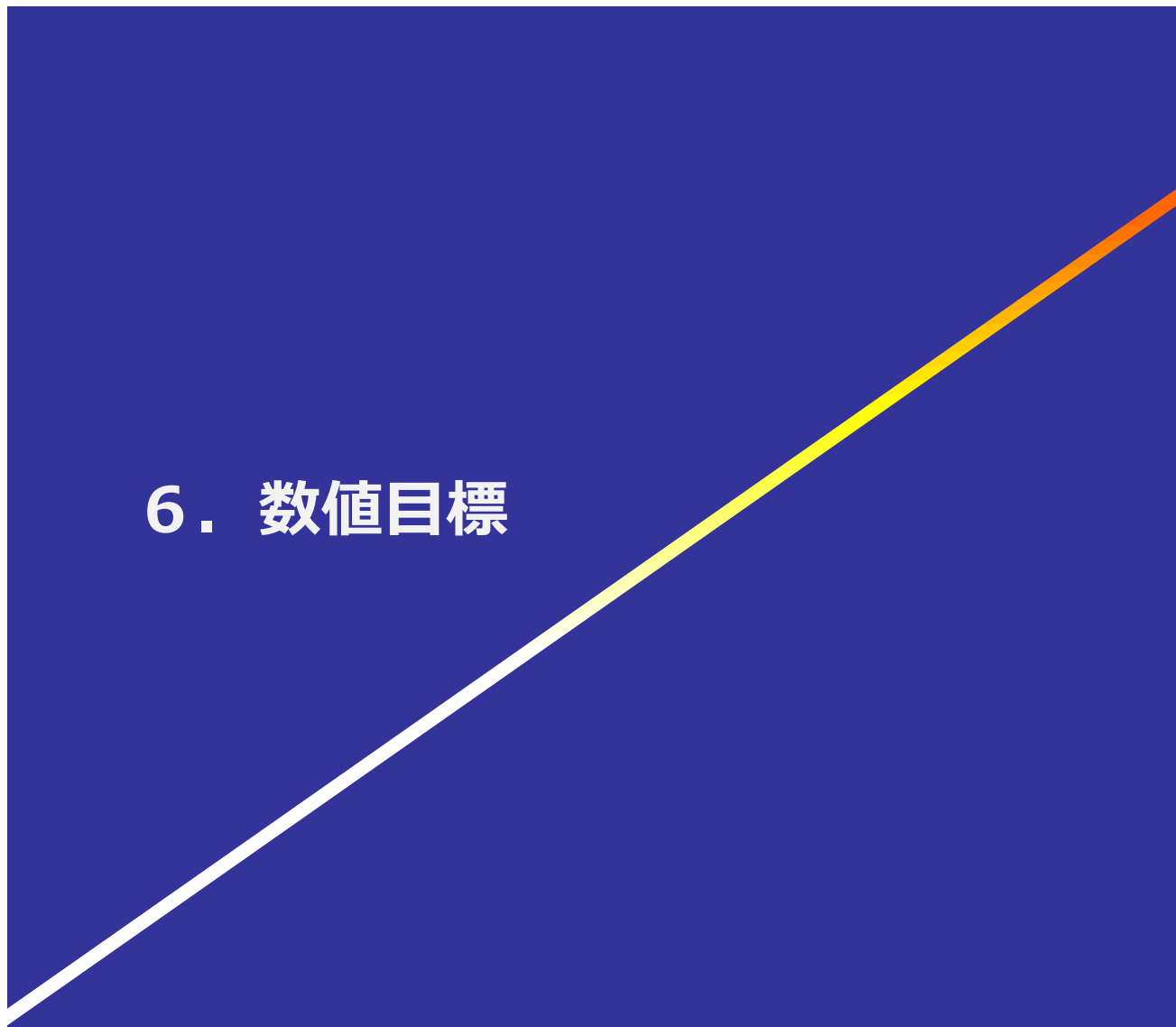
◆ 治験原薬製造棟の建設

- ・ 高生理活性物質や核酸等を対象とした治験原薬の製造を行い、コスト削減と研究開発のスピードアップに貢献
- ・ **京都**に建設予定（経済特区制度を活用）

◆ 高生理活性医薬品製造施設の建設

- ・ NS-304およびそれに続く自社創薬品の高生理活性物質の自社製造ならびに受託製造を行う
- ・ **小田原**に建設予定

6. 数值目標





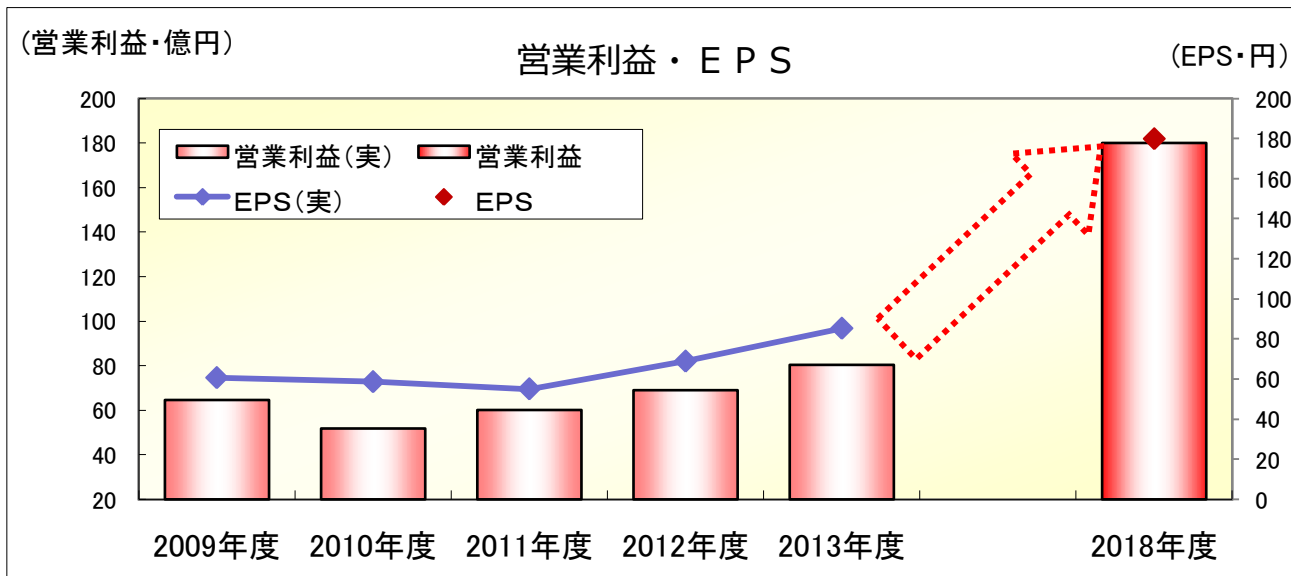
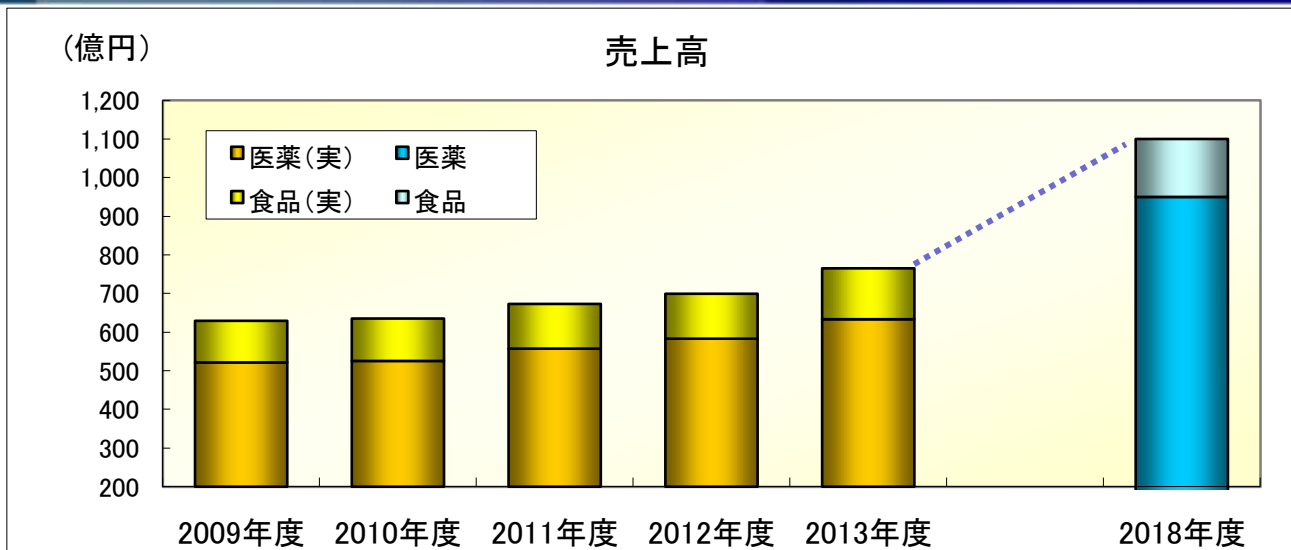
数値目標

売上高	1,100億円	(8%)
医薬品	950億円	(8%)
機能食品	150億円	(3%)
営業利益	180億円	(17%)
当期純利益	120億円	(16%)
EPS	180円	(16%)
ROE	10%	

※ () 内数字は2014~2018年度のCAGR (年平均成長率)



数値目標グラフ

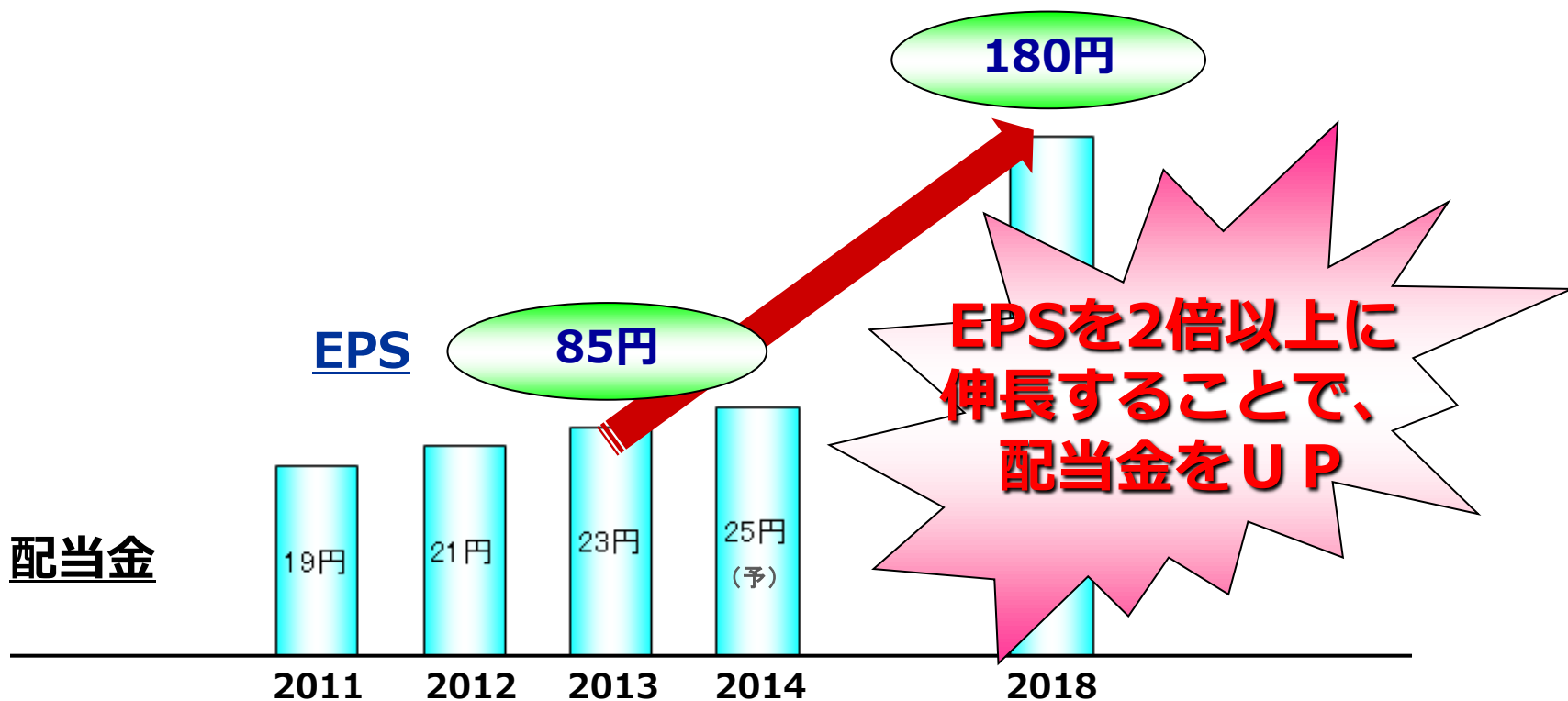


7. 株主還元



配当方針

◆ 連結配当性向**30%**前後を維持する。





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

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

行動指針

日本新薬が目指す姿を実現するための指針

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

ヘルスケア分野で存在意義のある会社
(独自性があり、社会から信頼され、評価される組織)

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。

- 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)

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

第五次5カ年中期経営計画
「新たな成長を目指して - 独自性の追求 -」

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、臨床試験の完了ならびに中止、製品の安全性ならびに効果に関するクレームや懸念、規制機関からの承認取得、国内外の社会保障制度関連改革、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、他社との競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。