



2014年8月5日

各 位

会社名 参 天 製 薬 株 式 会 社
代表者名 代表取締役社長兼 CEO 黒川 明
(コード番号 4536 東証第1部)
問合せ先 コーポレート・コミュニケーショングループ グループマネージャ 日比 貴 史
(TEL 06 - 4802 - 9360)

2014-2017 年度中期経営計画

参天製薬株式会社(本社:大阪市)は、この度、2020年までの長期的な経営ビジョンである「世界で存在感のあるスペシャリティ・カンパニー」の実現に向けた4か年の中期経営計画(2014-2017年度)を策定しました。この新中期経営計画では、スペシャリティ・カンパニーとしての競争力をより一層強化するために、持続的な製品創製を可能とするための抜本的な研究開発の変革、今後も高い成長が見込まれるアジア市場での事業展開の加速、事業基盤の強化に取り組んできた欧州での事業拡大と収益向上の早期実現に向けて取り組んでまいります。加えて、持続的な成長を実現するための人材育成および組織構築に注力してまいります。これらの中期的な戦略を実行することで、長期的な経営ビジョンとして掲げた、2020年までにグローバル眼科薬市場で3位以内に入ることを目指します。

参天製薬は、2013年度を最終年度とした前中期経営計画において、グローバル視点での研究開発への転換、国内事業におけるシェア獲得と事業成長、アジアおよび欧州事業の高成長を重点目標として事業活動を行ってまいりました。グローバル視点での研究開発への転換については、アメリカを基点とするグローバルな臨床開発を推進するとともに、2011年にはフランスのサンテン・エス・エー・エスを買収し、欧州における研究開発機能を強化してまいりました。国内事業においては、治療ニーズが依然として未充足な網膜疾患領域において、眼科用 VEGF 阻害剤「アイーア硝子体内注射液」を発売し、顧客のニーズに応えるとともに、国内医療用眼科薬市場における市場シェアの改善を実現しました。また、欧州市場においては、事業基盤の強化に取り組み、アジアにおいては、成長著しい中国市場を中心に事業の拡大に取り組んできました。これらの施策を積極的に実行した結果、前中期経営計画の最終年度に当たる2013年度には、中期経営計画の目標を上回る売上を達成することができました。

世界の医療用眼科薬市場は、日本を含む先進国における高齢化の進展に伴う市場の拡大や、網膜疾患やドライアイに代表される治療ニーズが未充足な疾患領域で、持続的な市場成長が期待できました。また、アジアを中心とする新興国市場では高い市場成長が見込まれています。参天製薬は、未充足な医療ニーズに対応した製品創製の推進や、これらの市場におけるプレゼンスの維持・向上が、更なる成長機会につながると考えています。

新中期経営計画(2014-2017年度)では、これまでに培ってきた参天製薬の強みをより強固なものとしつつ、「世界で存在感のあるスペシャリティ・カンパニー」の実現に向け、以下の基本方針・戦略に基づき、全社一丸となって取り組んでまいります。

【2014-2017 年度中期経営計画の概要】

I. 新中期経営計画における基本方針

「世界で存在感のあるスペシャリティ・カンパニー」の実現

1. 持続的成長を可能とするための製品創製への変革、生産性向上の実現
2. アジア・欧州での事業成長および新規市場参入によるプレゼンスの向上
3. 持続的な成長を実現するための人材育成および組織構築

II. 数値目標

【主要連結財務目標】

	2017 年度目標
売上高	2,050 億円以上
償却前営業利益	545 億円以上
営業利益	450 億円以上
当期純利益	310 億円以上
研究開発費	210 億円程度
ROE(自己資本収益率)	13%以上
配当性向	40%を目途

【国内・海外事業別売上高】

	2017 年度目標	比率
国内事業売上高	1,450 億円以上	約 71%
海外事業売上高	600 億円以上	約 29%
うちアジア事業売上高	275 億円以上	—
うち欧州事業売上高	310 億円以上	—
連結売上高合計	2,050 億円以上	100%

III. 株主還元方針

- 継続的かつ安定的な株主還元策を実施します。
- 研究開発、設備投資、事業開発等、成長のための資金を確保します。
- 状況に応じて自己株式の取得を機動的に実施します。
- 利益成長に応じた配当政策により配当性向 40%を目途とします。

IV. 主な戦略について

1. 研究開発戦略

- 開発中の新製品の確実な上市を実現し、持続的成長に向け開発パイプラインを一層強化します。
- 参天製薬の強みを活かせる領域での製品創製に注力するとともに、社外に存在する化合物や技術を積極的に活用し、眼科薬の創製に応用する「ネットワーク製品創製」を展開します。
- 製剤化技術等を駆使したライフサイクルマネジメントによる製品の市場価値最大化を図ります。
- グローバルな臨床開発の加速と、その一環としてのアメリカを基点とする POC (*1) 確立までのプロセスを引き続き米国で推進します。

*1 Proof of Concept. 新薬候補物質の製品コンセプトの妥当性を有効性や安全性の面から臨床試験において実際に確認すること。

2. 国内事業戦略

医療用医薬品事業においては、新製品の価値最大化による競争優位性の強化、顧客のニーズや未充足な治療ニーズに対応する力を一層強化することで、継続的な事業成長と市場での高いプレゼンスの維持を目指します。また、医療用医薬品、OTC、医療機器事業の連携を強化し、スペシャリティ・カンパニーとしての強みを活かした事業成長を実現します。

3. 海外事業戦略

アジア事業

今後とも高い成長が見込まれるアジア市場における持続的成長を追求し、2020 年度における中国を始めとする主要な市場でのシェア 1 位の獲得に向けて、市場成長を上回る成長を目指します。今後、ベトナム等の ASEAN 市場においても事業拡大を加速します。

欧州事業

新製品の投入による持続的成長と収益性の向上を実現します。加えて、米メルク社から獲得した眼科製品による新規参入国・市場における成長を追求します。

4. 製品供給戦略

グローバルな価格競争力と高い品質を実現します。また、大幅な原価低減への継続的な取り組みに注力します。

5. 組織・人材戦略

持続的な成長を実現するための人材育成と組織構築に注力し、またグローバルなマネジメント体制の強化に取り組めます。

以上

[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」(forward looking statements)を含みます。これら見通しを実現できるかどうかは様々なりリスクや不確実性などに左右されます。従って、実際の業績はこれらの見通しと大きく異なる結果となりうることをご承知おき下さい。
- ・ 日本ならびにその他各国政府による医療保険制度や薬価等の医療行政に関する規制が変更された場合や、金利、為替の変動により、業績や財政状態に影響を受ける可能性があります。
- ・ 新薬の研究開発から承認・発売まで非常に長期間を要し、開発中止、承認申請後の不許可など不確実性を多く含みます。新製品に関わる見通しは、他社との開発・販売提携等を前提とするものが含まれており、こうした提携の成否は当社の業績や財務状況に影響を与える可能性があります。
- ・ 現在発売している主要製品や将来発売が予定されている大型新薬が、万が一特許失効、製品の欠陥、予期せぬ副作用などの要因により、販売中止となったり、売上が大幅に減少した場合、業績や財政状態に大きな影響を及ぼします。また、当社が販売している製品の多くは、他社から製造販売権、ならびに販売権を供与されていますが、契約期間満了後、契約条件の変更や、販売提携の解消などが起こった場合、業績に影響を及ぼします。
- ・ 原材料の中には供給を特定の取引先に依存しているものがありますが、何らかの要因によりこうした原材料の供給が停止した場合や、これに起因して当社の製品の供給が滞った場合、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。