

2004年度（2005年3月期） 決算説明会

2005年5月12日
大正製薬株式会社
社長 上原 明



TAISHO PHARMACEUTICAL CO.,LTD.

- **当社をとりまく事業環境と事業方針**
- **2004年度決算実績と2005年度見通し**
 - **セルフメディケーション事業**
 - **医薬事業**

当社をとりまく事業環境と 事業方針

当社を取り巻く事業環境－1

〔大衆薬業界：市場動向〕

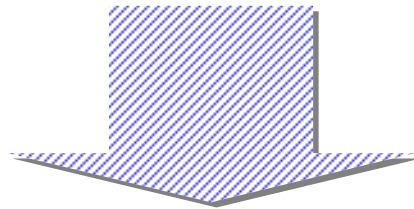
- **大衆薬市場の縮小傾向続く**
- **生活者ニーズの変化、顕在化**
 - 人口構成の変化：「団塊の世代」が高齢者の仲間入り
 - 情報へのニーズの高まり
- **予防領域における健康食品・特定保健用食品等の競合**
- **薬局の二極化**
 - 低価格を武器に大手薬局チェーンの全国展開
 - 従来 of 薬局の地位低下

当社を取り巻く事業環境－2

〔大衆薬業界：業界の取り組み〕

- 新たな大衆薬販売のルール作り
「医薬品販売制度改正検討部会」
- スイッチOTCの推進など海外から学ぶ
「日本大衆薬工業協会」設立20周年フォーラム

※2005年5月10日開催



大衆薬のトップメーカーとして
市場拡大の取り組みを推進

当社を取り巻く事業環境－3

〔医療用医薬品〕

- **企業の再編**
 - アステラス製薬、第一三共等
- **卸の集約化**
 - アルフレッサHD、メディセオHD等
- **医療費適正化政策の浸透**
 - DPC採用施設の増加
- **医療機関の経営合理化**
 - 使用薬剤のコスト抑制

当社の事業方針についてー1

〔セルフメディケーション事業〕

- **ハードの充実**
 - 成長分野への製品戦略強化
 - 高齢者ニーズに対応
 - 新分野への進出
 - 新効能、スイッチOTC、特定保健用食品等
 - 新規領域拡大のための業界を挙げての振興
- **ソフトの充実**
 - 生活者が知りたい情報を分かりやすく提供
- **商品ブランドの強化・育成**
 - 既存ブランドの強化・育成
- **コストの低減**

当社の事業方針についてー2

〔セルフメディケーション事業〕

2つのカテゴリーに対応した製品戦略

既存領域の強化	成長領域への参入
<ul style="list-style-type: none">生活者ニーズの変化に対応した既存製品のリニューアルスイッチOTC	<ul style="list-style-type: none">Livitaシリーズ生活改善薬 例：禁煙補助剤スイッチOTCハーブなど

→製品化の準備が進行

当社の事業方針について－3

〔医薬事業〕

- **大正富山医薬品の新体制スタート**
 - 出向社員の転籍・処遇の統一
 - 社員のモチベーションアップ
 - 営業体制の再編：組織体制の見直し
 - ターゲットの「重点化と集中化」
- **オリジナル創薬、開発の推進**
 - 1995年の研究再編の成果が見えてきた
- **製品、開発品の導入促進**

決算概況

2004年度業績

2%減収、5%経常減益

利益はコスト削減効果もあり、2月発表の予想値を上回った

	2004年度 実績（億円）	前年比増減 （億円）（％）		対予想 （億円）
売上高	2,794	▲70	▲2.4%	▲11
営業利益	547	▲30	▲5.2%	+ 22
経常利益	581	▲31	▲5.1%	+ 11
当期純利益	355	▲54	▲13.3%	+ 20
EPS（円）	114.15			

2004年度業績：事業別概況

• セルフメディケーション事業：2.5%減収

- 市場縮小、天候・災害の影響もあり、リポビタンシリーズ、リアップシリーズが前年割れ
- マイナスが予想された風邪薬関連は花粉の飛散量増大とともに2～3月で前年並みまで盛り返し、トータルで微減

• 医薬事業：2.4%減収

- 薬価改定、高額薬価品処方抑制があったものの、2～3月のインフルエンザ流行もあり、クラリスが堅調、オゼックス、ペントシリンなど他の抗菌薬、アンカロンも健闘、パルクスは引き続きマイナス

2005年度計画

微増収、11%経常減益の見通し

	2005年度 予想（億円）	前年比増減	
		（億円）	（%）
売上高	2,800	+6	+0.2%
営業利益	485	▲62	▲11.3%
経常利益	515	▲66	▲11.3%
当期純利益	355	+0	+0%
EPS（円）	114.91		

2005年度計画：概況

今年度業績は売上微増・減益の見通し

- **セルフメディケーション事業：**
厳しい市場環境が続き、売上は微増にとどまる計画
リポビタミンDをはじめとするドリンク剤の売上展望
- **医薬事業：**
クラリスロマイシン特許切れに伴うロイヤルティ収入
減少が響く
- **営業費用の増加**
研究開発費、販売促進費など

2005年度事業展開－1

〔セルフメディケーション事業〕

・ フィールドマーケティング

－ 店頭消化への集中

ゾーン制：営業効率を上げて、店頭での活動を強化

・ プロダクトマーケティング

－ ドリンク剤

→生活者ニーズに合わせた新製品の投入
(例：リポビタミンアミノ 2004年6月発売)

－ 毛髪用剤

→リアップレディの販促強化

－ Livitaシリーズ(特定保健用食品等)

→3大生活習慣病に焦点を当てた新製品投入と啓蒙

2005年度：新製品発売計画

<第1四半期>

リアップレディ

サモンビガーI

アルフェVC

デントウェルIIクールミント

<第3四半期>

パブロンシリーズ

部外品ドリンク剤

ミニドリンク剤

オーラルケア製品

ヴィックス

<第2四半期>

解熱鎮痛剤

アイリスシリーズ

胃腸薬

<第4四半期>

Livitaシリーズ4品目

部外品ドリンク剤

アイリスシリーズ

解熱鎮痛剤

水虫薬

※注：発売済みのもの（赤字イタリック）を除き、すべて現時点での予定ですので、変更の可能性があります。また、1つの項目につき1製品とは限りません

2005年度事業展開－2

〔医薬事業〕

- **大正富山医薬品の体制強化**
 - － より市場に合致したMRの配置、営業体制
 - － 病院販路の強化：「病専部」の新設
薬剤の選択基準の変化に対応した営業戦略の推進
- **品目の重点化による営業力の集中化**
 - － 最重点品目：クラリス、ペントシリン、オゼックス、パルクス
- **感染症領域**
 - － サイクリング療法（耐性菌対策）
→豊富なラインアップによる処方提案
- **炎症、免疫領域**
 - － 製品導入（例：スミル）を含めたラインアップ強化

2005年度計画

• 株主還元

– 配当

配当性向＝30%をメドに

2005年度より25円から30円に増配を計画

– 自己株買い入れ

当期分 5,059千株(107億円)

自己株式消去額189億円(2005年2月実施)

→今後も自社株買い入れ・消却は検討