

2006年3月期 中間決算説明会

2005年11月10日

大正製薬株式会社

社長 上原 明



TAISHO PHARMACEUTICAL CO.,LTD.

本日のプレゼンテーション

1. 当中間期の決算について
2. 下期施策と業績見通し
3. 事業環境と当社の対応
4. 大正製薬グループの目指す方向

2005年度中間期業績

	2005年度 中間実績	前年比増減		対期初計画 (億円)
		(億円)	(%)	
売上高	1,343	▲60	▲4%	▲72
営業利益	256	▲55	▲18%	▲9
経常利益	263	▲78	▲23%	▲12
当期純利益	156	▲52	▲25%	▲4

2005年度中間期概況

- セルフメディケーション事業：8%減収
 - 「リポビタミンD」は第2四半期より回復してきたが、その他のドリンク剤は振るわず
 - リアップは女性用で苦戦
 - パブロンは原料需給の関係で第2四半期不振
- 医薬事業：3%増収
 - 期初計画とおりの進展
- 利益の動向
 - 主力品の売上未達が利益に影響
 - 研究開発費・販促費などの営業費用はほぼ計画通り

2005年度下期の展望(1)

- セルフメディケーション事業
 - ドリンク剤の回復
 - 新製品展開
 - 予防領域への布石(スイッチOTC、Livita)
 - 新チャネル・新部外品の対応(例: ヴイックス)
- 医薬事業
 - 薬価改定前の買い控えを織り込むが、
上期と比べて大きな変化はない
 - スミル(三笠製薬から導入、外用消炎鎮痛剤)の発売

2005年度下期の展望(2)：主要ブランド

- リポビタンシリーズ
 - リポビタンDのサンプリング等マーケティング活動
 - 新製品
- リアップ・リアップレディ
 - リアップレディの推奨拠点作り
- パブロン
 - パブロン点鼻Z
(抗アレルギー薬ザジテンのスイッチOTC)
 - ノスカピンを含まない製品へのシフト
- Livitaシリーズ
 - 第4四半期に有力新製品3品発売予定
 - 初のオリジナル製品<広東美人>

新製品の例

女性マーケット



新チャネルへの対応



スイッチOTCの充実



生活者ニーズに対応した
ドリンク剤



Livitaシリーズの強化



セルフメディケーション事業：新製品展開

既存領域の強化	新規成長領域への参入
<ul style="list-style-type: none"> • 生活者ニーズの変化に対応した新製品 <ul style="list-style-type: none"> - ドリンク剤、既存ブランド新製品等 	<ul style="list-style-type: none"> • Livitaシリーズ <ul style="list-style-type: none"> - 下半期4品上市予定 • スイッチOTC <ul style="list-style-type: none"> - パブロン点鼻Z → フマル酸ケトチフェン配合

2005年度セルフメディケーション 新製品発売スケジュール

<p><第1四半期> <i>リアップレディ</i> <i>サモンビガーI</i> <i>アルフェVC</i> <i>デントウェルIIクールミント</i></p>	<p><第3四半期> <i>リポビタンファイン</i> <i>ナロンフレッシュC、ゼナF-IV</i> <i>パブロン点鼻Z</i> <i>グルコケア粉末スティック</i> デントウェルシリーズ など</p>
<p><第2四半期> <i>リポビタンウインズエース</i> <i>アイリスエース錠</i> <i>パブロンうがい薬AZ</i> <i>大正健胃胃腸薬</i></p>	<p><第4四半期> Livitaシリーズ ドリンク剤 アイリスシリーズ 水虫薬 など</p>

※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、一つの項目につき1製品とは限りません

2005年度通期計画

	2005年度 修正予	前年比増減		対期初計画 (億円)
		(億円)	(%)	
売上高	2,690	▲104	▲4	▲110
営業利益	445	▲102	▲19	▲40
経常利益	475	▲106	▲18	▲40
当期純利益	340	▲15	▲4	▲15
EPS(円)	110.07			

事業環境と当社の対応(1)

セルフメディケーション事業

- 予防領域における健康食品・
特定保健用食品等と大衆薬との競合
 - 特保を中心とした新規領域の強化
 - 中期的には大衆薬での予防領域対応を視野に展開
- 流通チャネルの二極化
(大手企業への集中)
 - 4月の営業体制変更ですでに対応

事業環境と当社の対応(2)

- 新規領域の積極展開
 - － ヘルス&ビューティー事業推進部の新設
 - リビタ事業も含む新規領域の強化
 - ヘルス&ビューティー担当の営業を各支店に配置
 - － 他社との提携
 - 東洋新薬との合併会社
「大正アクティブヘルス」
 - 養命酒製造
- 大衆薬の海外展開(特にアジア)
 - － 今年からタイで販売を開始
(パブロン、大正漢方胃腸薬)

事業環境と当社の対応(3)

業界としての取り組み

- 厚生科学審議会
「医薬品販売制度改正検討部会」(04年5月～現在)
すでに会合は21回、結論間近
- 日本大衆薬工業協会(JSMI)
「事業活動戦略会議」
 - 課題:大衆薬の低迷をいかに打開するか
スイッチOTC、西洋ハーブの推進など



変化はフロントランナーである当社にメリット

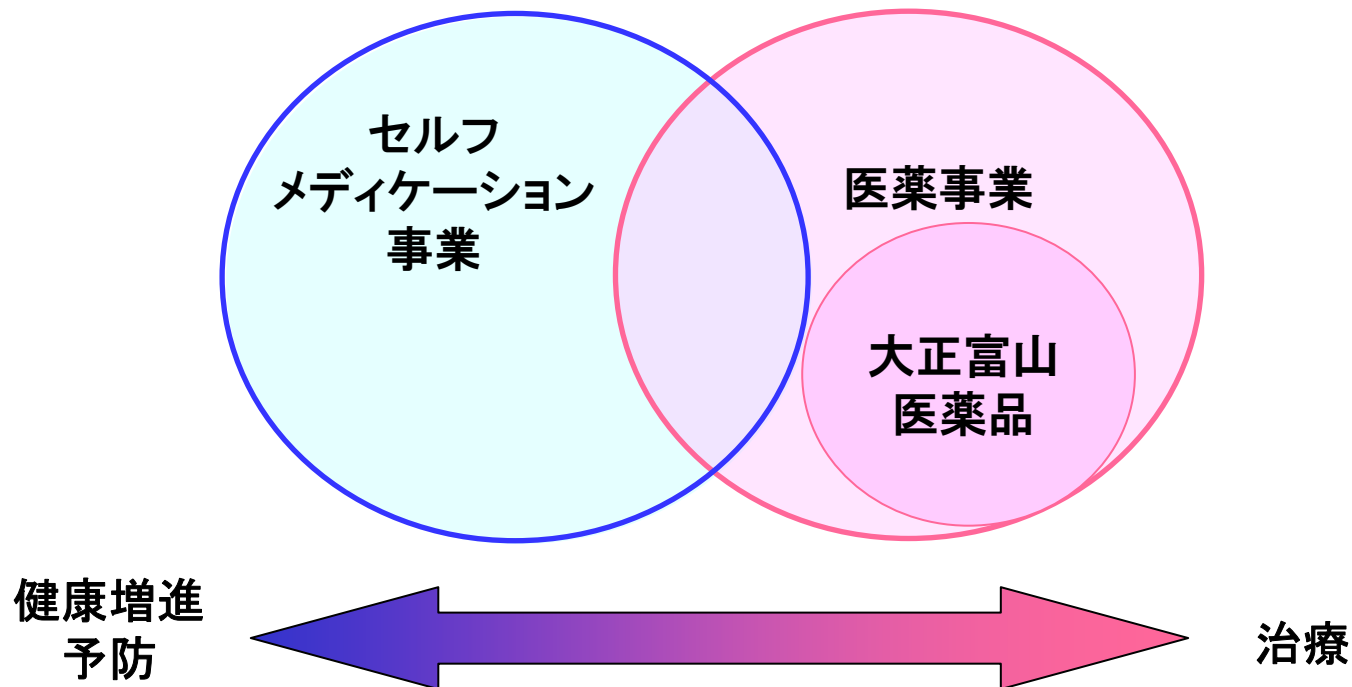
事業環境と当社の対応(4)

医薬事業

- もうひとつの事業の柱として確立へ
スペシャリティーの高い製薬企業を目指す
- 当面の課題は主力品クラリスの特許切れ
→次の世代に向けた事業戦略の必要性
 - 得意な領域での製品導入・提携等
(感染症、炎症・免疫など)
- 今後の医療の環境変化をにらんだ展開
(医薬分業の進展による調剤薬局のポジションの変化など)

大正製薬の目指す方向

セルフメディケーションと医療用医薬品の二つの事業が
両輪となって成長を牽引



健康増進・予防から治療までトータルでカバーできる製薬企業