

各位

2005年 5月 12日
杏林製薬株式会社
東京都千代田区神田駿河台2-5
(証券コード4560 東証一部)

中期経営計画「キョーリン MIC - '09計画」の策定について

杏林製薬株式会社(社長 荻原 郁夫)は、このほど中期経営計画「キョーリン MIC - '09計画」(2005年度~2009年度)を策定いたしました。

近年、日本を含めた世界の先進国における医療費・薬剤費の抑制策がさらに進展する一方で、世界的なレベルでの新薬開発競争によって、研究開発費は高騰の一途をたどっています。また、外資系企業の攻勢と強大化、業界再編(M & A)の進展など、競合が激化しています。

当社といたしましては、製薬企業の使命は価値ある新薬の創製にあり、世界の人々の健康に貢献する画期的性の高い新薬をいち早く創製することが、企業価値の創造に繋がるものと考えております。また、そのためには創薬を支える事業基盤の強化なくしては、新薬の創製は成し得ないと認識しております。

こうした環境の変化と当社の置かれた状況を踏まえ、当社は新たな企業像として「グローバルな創薬ビジネスをコアとし、信頼をベースとした特色ある複合ヘルスケア企業」を掲げ、キョーリンMIC - '09計画は「進化と創造」を基本方針として現行の創薬ビジネスモデルを更に「進化」させるとともに、その創薬ビジネスを支える新たな事業を「創造」してまいります。具体的には創薬により一層重点化し、画期的な、あるいは有用性の高い新薬を創製することで新薬メーカーとしての使命を果たし、更に早期にビジネス展開し収益を上げていくビジネスモデルの確立を目指してまいります。また、ハイリスク・ハイリターンかつ長期スパンである創薬ビジネスを支える確固たる基盤を構築することが不可欠との考えに基づき、既存の医薬事業の競争力強化とともに、医薬事業に次ぐ新規事業の構築に取り組みます。

なお、中期経営計画「キョーリン MIC - '09計画」の概要は別紙のとおりです。

この件に関するお問い合わせ 杏林製薬株式会社 経営企画部 TEL: 03 - 3293 - 3414 FAX: 03 - 3293 - 3454

中期経営計画「キョーリン MIC-’09計画」の概要

MICとは? : マーケティング (Marketing)、革新 (Innovation)、挑戦 (Challenge) をキーワードとする中期経営計画

<新しい企業像>

「グローバルな創薬ビジネスをコアとし、信頼をベースとした特色ある複合ヘルスケア企業」

<基本方針>

「進化と創造」

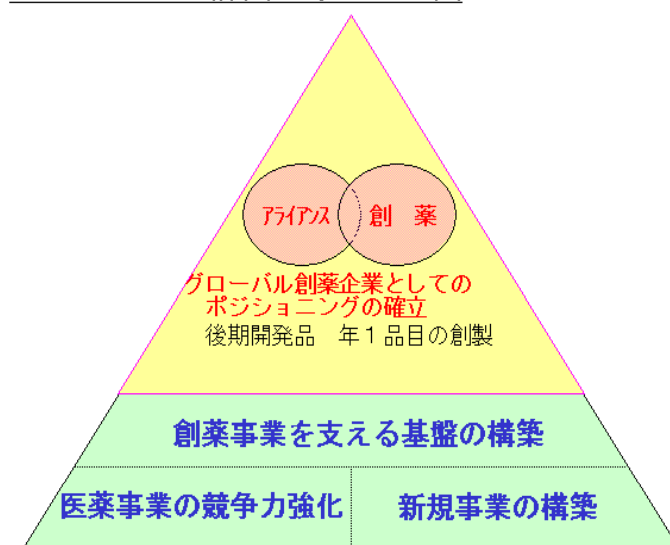
当社が今後も存在価値のある企業として存続していくために、現行の創薬ビジネスモデルを「進化」させるとともに創薬ビジネスを支える新規事業を「創造」していく意味合いを込め「進化と創造」とします。また数値目標としてはROE 7.0%を掲げ、資本の効率化と、利益重視の経営を図り株主価値の向上に努めます。

(数値目標: 2010年3月期)

ROE: 7.0%

後期開発品: 年1品目創製

MIC-’09計画のイメージ図



<基本戦略>

創薬研究の強化と積極的なアライアンスの展開により、グローバル創薬企業としてのポジショニングの確立を目指すとともに、ハイリスク・ハイリターンかつ長期スパンである創薬事業を支える確固たる基盤として医薬事業の競争力強化と医薬事業に次ぐ新規事業の構築を図る。

1. グローバル創薬企業としてのポジショニングの確立

創薬基盤への投資から後期開発品導出をゴールとする創薬ビジネスモデルへの変換

MIC-’05計画で構築した3極体制を基盤に、グローバル創薬システムを確立する

探索研究からPOC (Proof of Concept; ヒトでの有効性と安全性の確認) までを創薬研究と捉え、強化し、First in class / Best in class の後期開発品の年1品目創製を目指す

-) グローバル創薬体制の構築
-) POCテーマの評価体制の強化 (スピードと質の向上)
-) ドキュメンテーションの強化
-) 海外臨床開発力の強化策推進
-) 知的財産の管理強化

創製した後期開発品の価値の早期化 / 最大化を図るべく、アライアンスを積極的に展開する

2. 創薬投資を支える医薬事業の競争力強化

国内営業基盤の競争力強化

- ）キョーリンを長期に支えてくれるユーザーとの関係強化のための投資
 - ・国内における当社製品の採用、処方件数の拡大、ひいては収益の拡大に向けて、当社を長期に支えてくれるユーザーとの関係強化を推進する
 - ・ F C (フランチャイズカスタマー) 3 科 2 6 , 0 0 0 名をコアに定期訪問医師 5 0 , 0 0 0 名を対象に面談率 1 0 0 %、処方率 1 0 0 %、顧客関係度の向上を目指す
 - * F C 3 科 ; 呼吸器内科、耳鼻科、泌尿器科
 - ・ M R 年平均 6 3 0 名体制への構築
 - ）既存品へのライフサイクルマネジメントの強化
- 既存主力製品のライフサイクルプログラム (ムコダイン慢性呼吸器疾患への有用性の訴求、キプレス小児細粒、アレルギー性鼻炎の効能追加、ケタス学術調査等) 実施による成長曲線の延長を図る

新薬ウリトスの収益の最大化

M & A を含めたアライアンス戦略の推進

- ） F C 3 科における製品ラインナップ強化に向けた製品導入 (開発品 / 既発売品)
- ）売上最大化を図る販売提携の推進

3. 医薬事業に次ぐ将来を担う新規事業の構築

- ・「健康貢献」という企業理念を具現化
- ・ハイリスク / ハイリターンかつ長期スパンである創薬ビジネスを補完し、企業の安定成長を図るために特色ある健康関連事業への進出を本格化する。

新規事業領域：信頼感のある G E 事業

ドクターの推奨を得るヘルスケア事業

医療との連携によるウェルネス事業

今回策定した中期経営計画「キョーリン M I C - ' 0 9 計画」に示される事業および将来予測に関する各種数値は、現時点における情報・環境分析などに基づくものであり、今後の経済状況、業界環境などにより、変動することもあります。

以 上