



2010年2月15日

各位

会社名 大日本住友製薬株式会社
代表社名 代表取締役社長 多田 正世
(コード：4506、東証・大証第1部)
問合せ先 コーポレート・コミュニケーション部長 樋口 敦子
(TEL. 06-6203-1407)

第二期中期経営計画の策定について

当社はこのたび、2010年度を起点とする5ヵ年の第二期中期経営計画を策定しましたので、お知らせします。

当社は、2007年に設定した中長期ビジョンにおいて、10年後のあるべき姿として、①国内事業を強固な収益基盤として確立、②海外自販の進展、③開発パイプラインの充実、を目指し、15年後には、グローバルレベルで戦える研究開発型企業となり、国内・海外事業が収益の2本柱となることを目指しています。

2009年度を最終年度とする3ヵ年の第一期中期経営計画では、グローバル化に向けた事業基盤の整備・強化に積極的に取り組んだ結果、グローバルで開発中の統合失調症治療剤「ルラシドン」(一般名)のFDAへの承認申請(NDA)を当初の予定より前倒しで達成しました。また、セプラコール社の買収により、北米における営業基盤や研究開発拠点が整備・拡大され、グローバル化が大きく進展しました。

第一期中期経営計画の進展を踏まえ、第二期中期経営計画においては、「創造・変革 グローバル化の新たなステージへ」を掲げ、ビジョンを達成するために積極的に取り組んでいきます。第二期中期経営計画の概要は下記のとおりです。

記

1. 第二期中期経営計画の位置付け

第一期は3ヵ年の計画でしたが、今回は業績に大きな影響のあるセプラコール社やグローバル戦略製品ルラシドンの今後の状況を勘案して5ヵ年の計画としました。第二期中期経営計画では、将来の飛躍に向け、新たなステージにおいて、創造力を高め、更なる変革を進めることで、ビジョン達成に向け邁進していきます。

2. 2014年度経営目標

	2014年度目標	参考：2009年度予想
売上高	4,400億円	2,950億円
内医薬品事業	(3,750億円)	(2,360億円)
営業利益	700億円	310億円
E B I T D A※	900億円	530億円
研究開発費	700億円	535億円

※支払利息、税金、減価償却費控除前利益

3. 第二期中期経営計画の基本方針

(1) 国内収益構造の変革

自社品の開発に加え、導入・提携の推進により、新薬比率の向上に取り組みます。循環器・糖尿病、精神神経、癌・感染症を営業重点領域と位置づけ、また、アバプロ、ロナセン、プロレナールの戦略品とトレリーフ、ミリプラ、メトグルコなどの新製品に営業資源を集中し収益の最大化を目指します。

(2) 海外事業の拡大と収益最大化

北米では、セプラコール社を中心とした事業展開により、ルラシドンやステデサ等の新製品の収益最大化を目指し、2014年度には海外売上高比率50%を目指します。中国では、新製品の投入など事業拡大を図り、2014年度には売上高100億円を目指します。また、EU等その他の地域への展開についても検討を進めます。

(3) 新薬継続創出に向けたパイプラインの拡充

精神神経領域を重点領域、スペシヤリティ領域をチャレンジ領域とし、革新的な医薬品の創製を目指します。また、グローバル開発を基本戦略とし次期戦略候補品に優先的な投資を実施するとともに、戦略的投資による提携・導入についても推進します。

(4) CSRと継続的経営効率の追求

グローバルガバナンス体制の整備をはじめとしたCSR経営を引き続き推進していきます。また、業務簡素化、業務革新による徹底した経営効率の改善、グローバルレベルでの事業構造の変革に取り組みます。

(5) 挑戦的風土の確立と人材育成

新たな挑戦が奨励されスピーディーで活力あふれる風土の確立と、多様性に富んだ人材の育成と活性化に取り組みます。

4. 株主還元

将来の成長のための積極的な投資と内部留保とのバランスを図りつつ、業績に応じた適切な株主還元を実施します。同時に安定配当にも配慮します。

(注) 本プレスリリースに含まれる将来の予測に関する事項は、発表日現在において入手可能な情報による当社の仮定および判断に基づくものであり、既知または未知のリスクおよび不確実性が内在しています。従って、実際の業績等は今後さまざまな要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

以上