



平成 18 年 5 月 23 日

各 位

会社名 森下仁丹株式会社
代表者名 代表取締役社長 相原 之壽
(コード番号 4524 東証、大証第 2 部)
問合わせ先 代表取締役専務 駒村 純一
電話番号 06-6761-1131(代表)

新中期経営計画(森下仁丹株式会社経営革新計画)の概要について

当社グループは、このたび平成 18 年度を初年度とする中期 3 ケ年経営計画を策定いたしましたので、下記の通り概要をお知らせいたします。

記

1. 策定の背景

当社グループ(以下当社という)は、明治 26 年創業以来培った保健産業の伝統と知見に立脚し、『仁丹』を始めとする数多くの製品を市場に提供することで国民の健康維持の貢献に努めておりましたが、当社の業績は低迷し、かつ平成 14 年度の大規模な経常損失を計上するに至り、平成 15 年度下期に中期経営計画(JM I= Jintan Management Innovation 平成 15 年度～平成 17 年度)を策定のうえ課題解決に取り組み、平成 16 年度は経常利益段階で僅かながらも黒字転換という成果を上げることができました。

但し、内容的には昨今のセルフメディケーションの高まりという当社にとっての好環境が活かしきれず平成 17 年 4 月に代表取締役社長の交替による新体制で諸種の経営改革に取り組みましたが、国内小売店販売事業の不振が続いており、その抜本的な解決策として平成 17 年 7 月にロート製薬株式会社との共同販売会社である株式会社メディケアシステムズの設定を行いました。しかしながら、設立に伴う在庫調整等の負担が予想以上に重く、またカプセル受託事業における想定外の受託減少も加わり、平成 17 年度は大幅な経常損失を計上いたしました。

ここに至り上記「中期経営計画(JM)」の取り組みで根付きつつある改革意識の徹底を意図して、健康食品マーケットが拡大し有望産業として大手食品・医薬品メーカーが相次ぎ参入しているなかヘルスケア事業は健康食品通販の先発企業として確固たる地位を固める必要があること、カプセル受託事業は数多くの特許・技術に守られたシームレスカプセルの先駆者として一層の躍進を目指す必要があることから、新たに平成 18 年 4 月から平成 21 年 3 月までを対象とした「新中期経営計画(森下仁丹株式会社経営革新計画 : 略称 JMI)」を策定いたしました。

2. 基本方針

本年 2 月に公表した構造改革を徹底し、環境変化に強く継続的な成長性・収益性・安定性を確保できる企業体質の構築を目指す。

ヘルスケア事業では、創業来の精神である「体と心のあり方を考え、人間が自ら持つ健康の力を引き出し、高めること」を使命としてお客様に「保健関連商品」を提供し、高い信頼と支持を得る。カプセル受託事業では、特許技術を活かした高付加価値製品に経営資源をシフトし、マーケットニーズに即した開発営業体制のもと、事業基盤の安定化と拡大を目指す。

3. 事業戦略と重点施策

「ヘルスケア事業」「カプセル受託事業」の2事業とも、前述の新中期経営計画基本方針に従い、各々の事業特性を最大限に発揮し、当社グループの収益力および企業価値を高めてまいります。

(1)ヘルスケア事業

企業ビジョンのもと、優れた「保健関連商品」を提供し、お客様からの高い信頼と支持を得る。

A通信販売事業

ブランディング戦略

- ・ 森下仁丹の通販事業ブランドの構築と普及
- ・ ブランドロイヤルティの向上

商品戦略

- ・ 「体すっきり」「いつまでも若々しく」の2グループ別の商品開発と整理
- ・ 入口商品の充実と経営資源の集中投入

CRM(Customer Relationship Management)戦略

- ・ 顧客育成プログラムの再策定とPDCAの徹底
～リピーター顧客の定着化、ロイヤル顧客の増加

首都圏戦略

- ・ 認知度向上と世帯普及率の増加
～近畿圏並の普及率へ

プロモーション戦略

- ・ マス媒体の宣伝手法から、きめ細かなマーケティング手法へ
- ・ 効果的かつ効率の良いプロモーション活動へ

B.国内小売店販売事業

メディケアシステムズへの供給商品戦略

- ・ 強みのある分野、ブランド力のある商品への集中
～オーラルケア分野、プロバイオ健康食品など
- ・ 資本・業務提携中のロート製薬株式会社とのコラボ商品の開発

Cその他

コストダウン戦略

- ・ 工場の合理化によるコストダウンの徹底

B toB 事業戦略

- ・ 当社独自のカプセル技術を駆使した積極的なセールス活動

(2)カプセル受託事業

特許技術を活かした製品へのシフトと積極的な開発営業体制により事業基盤の安定化と拡大を目指す。

プロバイオ戦略

～特許技術を駆使したプロバイオ製品への重点シフト

- ・ 北米市場の拡大と欧州市場への展開
- ・ 国内外における新素材(充填物)の開発営業

高付加価値戦略

～速溶性(クイックソルブ)カプセル製剤の応用展開

- ・ 機能性オーラルケア製品への高付加価値化
- ・ 開発中の医薬品の早期事業化とジェネリック医薬品への展開

受託戦略

～シームレスカプセルのパイオニアとしての地位確保

- ・ 国内小口先を含む受託先の拡大と生産体制整備
- ・ 既存技術を駆使したB toB 事業への本格着手

新規事業戦略

～皮膜技術開発等の開発と並行した展開

- ・ カードラン皮膜の応用展開(胃内滞留型製剤を含む)
- ・ セイボリー分野への進出(香料会社等との事業連携)

(3)新規事業の方向性

薬事法等の法令の改正や当局の指導等の環境変化に対応し、医薬品メーカーならではの技術力を駆使できる分野ならびに主事業の健康食品のシナジー効果が高まると予想される分野への新規事業の検討をも機動的に行なう。

4. 経営目標

平成 19 年 3 月期は本計画の通り経常利益黒転を最低限の目標とし、更なる上方修正を指向。

平成 20 年 3 月期は復配と収益構造の強化、平成 21 年 3 月期は安定した収益体質への転換を狙う。

数値目標(連結)

単位 :百万円

	平成 19 年 3 月期 見込	平成 20 年 3 月期 計画	平成 21 年 3 月期 計画
売上高	11,300	12,900	14,400
営業利益	310	760	1,360
経常利益	80	550	1,060
当期純利益	50	520	1,030

*平成 19 年 3 月期の連結業績見込については、本日同時公表の決算短信にて開示しております。

以上