

中期経営計画
第38期～第40期
(2010.5月期～2012.5月期)

New Concept of MDM (NCM)
~ Change the Rule ~

2009年8月20日
株式会社 日本エム・ディ・エム

本資料で示されている将来予想及び業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づいて当社が分析を行い、判断した予測であり潜在的なリスクや不確実性が含まれております。その為、様々な要因により、実際の業績は記述されている将来見通しとは異なる結果となる可能性があることをご了承ください。

．現状分析

- 1．環境分析
- 2．マーケット分析
- 3．業績分析

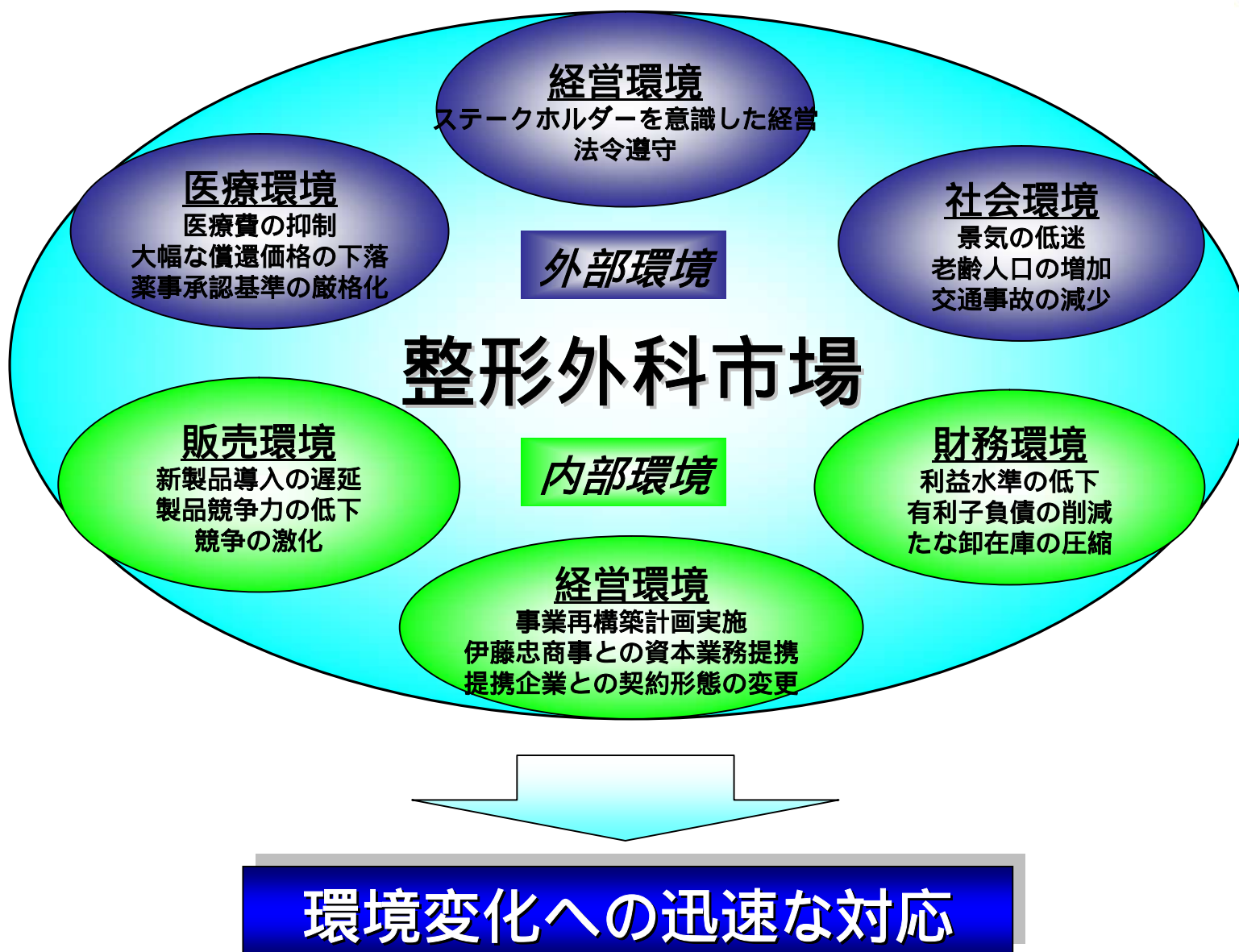
．会社方針

- 1．中期経営計画指針
- 2．経営方針
- 3．経営目標

．経営戦略

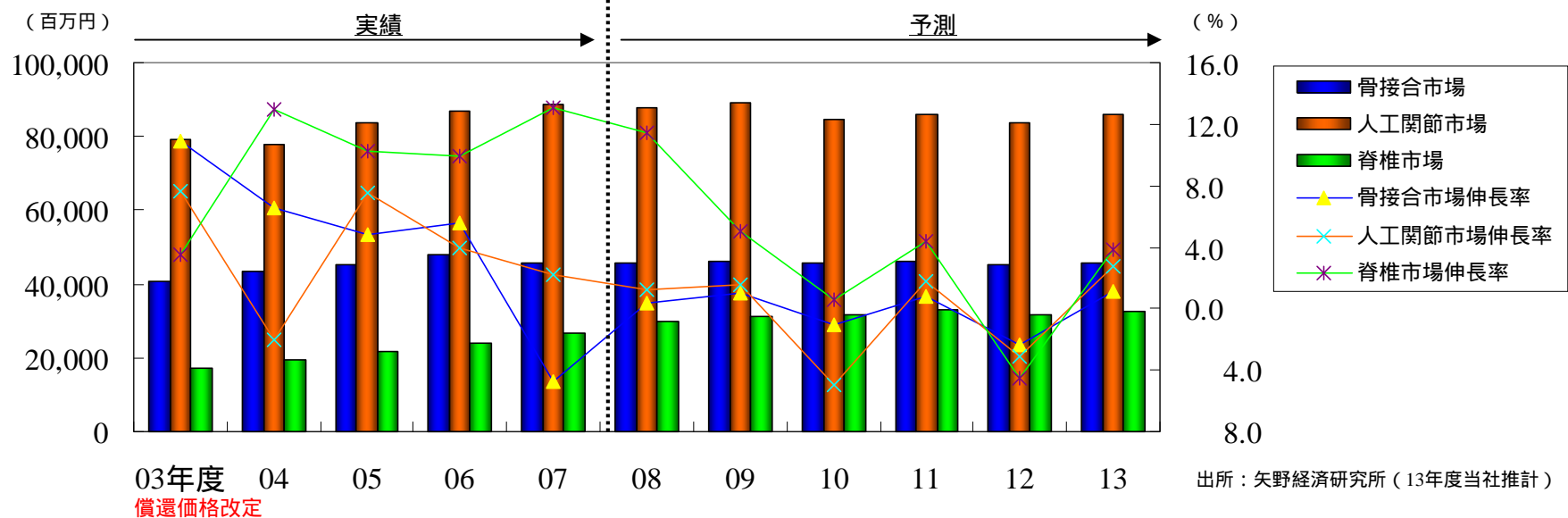
- 1．基本戦略
- 2．製品戦略
- 3．販売戦略
- 4．物流戦略
- 5．人材強化戦略
- 6．財務戦略
- 7．10/5期（第38期）アクションプラン

-1. 環境分析



-2. マーケット分析

市場規模（国内 / 金額・成長率）



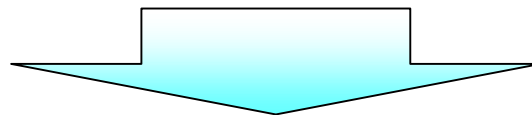
	市場現況	MDM現状
共通事項	償還価格の下落	粗利率の低下
骨接合材料	市場規模減少（金額ベース）	製品力の低下、競争の激化
人工関節	市場規模上昇（金額ベース）	製品の多様化、薬事規制の緩和
脊椎固定器具	市場規模急上昇（金額ベース）	市場シェア拡大中

製品カテゴリー別戦略の再構築・新規分野の開拓

-3. 業績分析

連結結果 (百万円)	05/5実 33期	06/5実 34期	07/5実 35期	08/5実 36期	09/5実 37期
売上高	13,391	12,901	11,462	11,447	10,394
売上原価	3,312	3,367	4,196	3,846	4,186
販管費	7,254	8,402	8,314	6,684	5,856
営業利益	2,824	1,132	(1,048)	915	351
経常利益	2,157	868	(249)	354	56
当期純利益	943	60	(245)	286	(226)
たな卸資産	13,348	15,034	15,933	13,775	12,207
有利子負債	10,473	13,273	15,798	11,223	8,034

- 売上高 : 骨接合材料(金額ベース)の市場伸張率の鈍化、新製品導入の遅延等により低迷
 売上原価 : 償還価格の大幅な下落、製造原価の上昇、たな卸資産評価損の計上により悪化
 販管費 : 事業再構築計画実施により物流コスト・減価償却費等を大幅削減・適正化
 段階利益 : - 事業再構築計画実施により一旦改善するも、売上低迷等影響大きく低調推移
 たな卸資産 : 物流拠点の集中化及び製品の購入適正化により大幅圧縮
 有利子負債 : 事業再構築計画実施により大幅削減

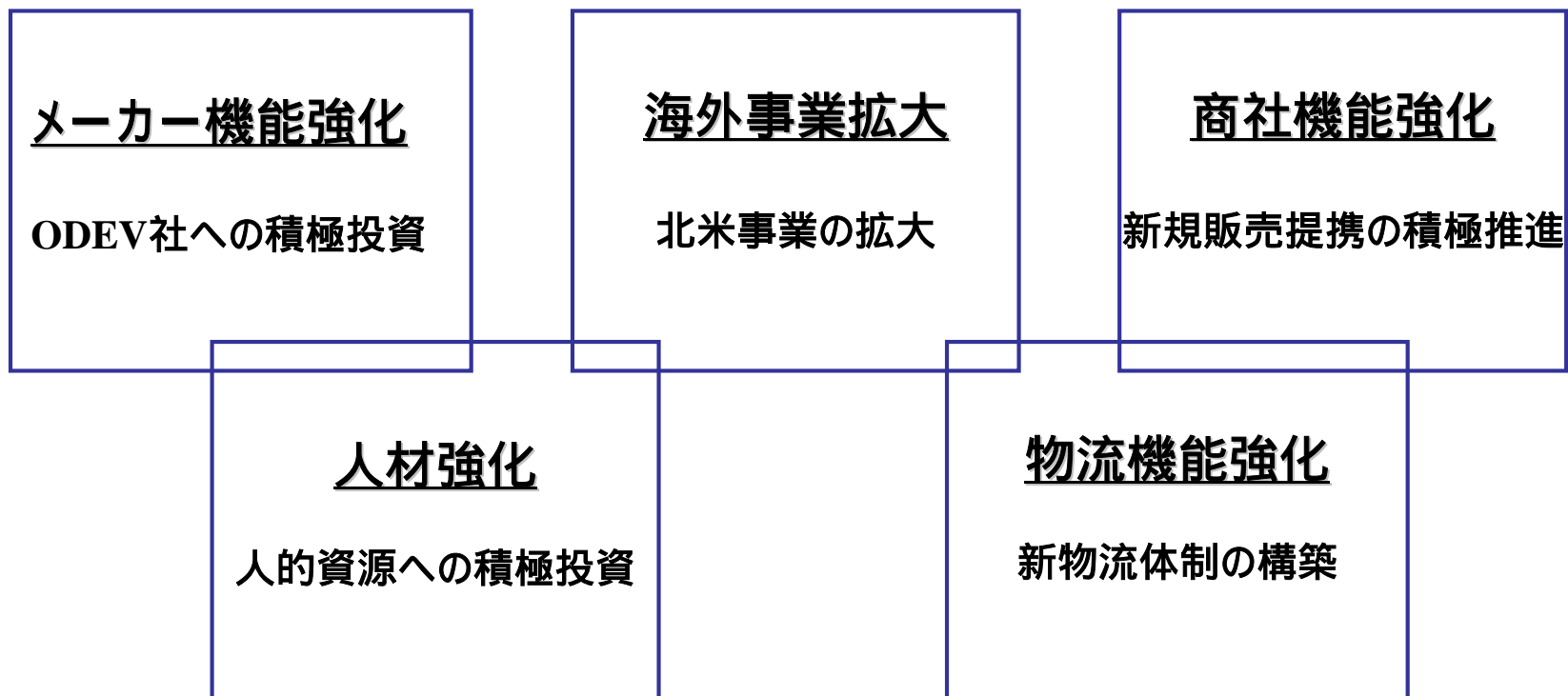


より一層収益に重点を置いた経営への転換

-1. 中期経営計画指針

MDMの独自性の追求及び創意工夫と英知の結集を図り
日本及び世界の医療に貢献すること

-2. 経営方針



高収益体質への転換

定量目標

連結業績 (百万円)	09/5実 37期	10/5予 38期	11/5予 39期	12/5予 40期
売上高	10,394	10,120	10,910	12,350
営業利益	351	850	1,040	1,290
経常利益	56	610	870	1,180
棚卸資産	12,207	7,180	5,780	4,880
有利子負債	8,034	6,420	5,420	4,420

定性目標

メーカー機能強化
自社製品比率40%の達成

海外事業拡大
海外売上比率25%の達成

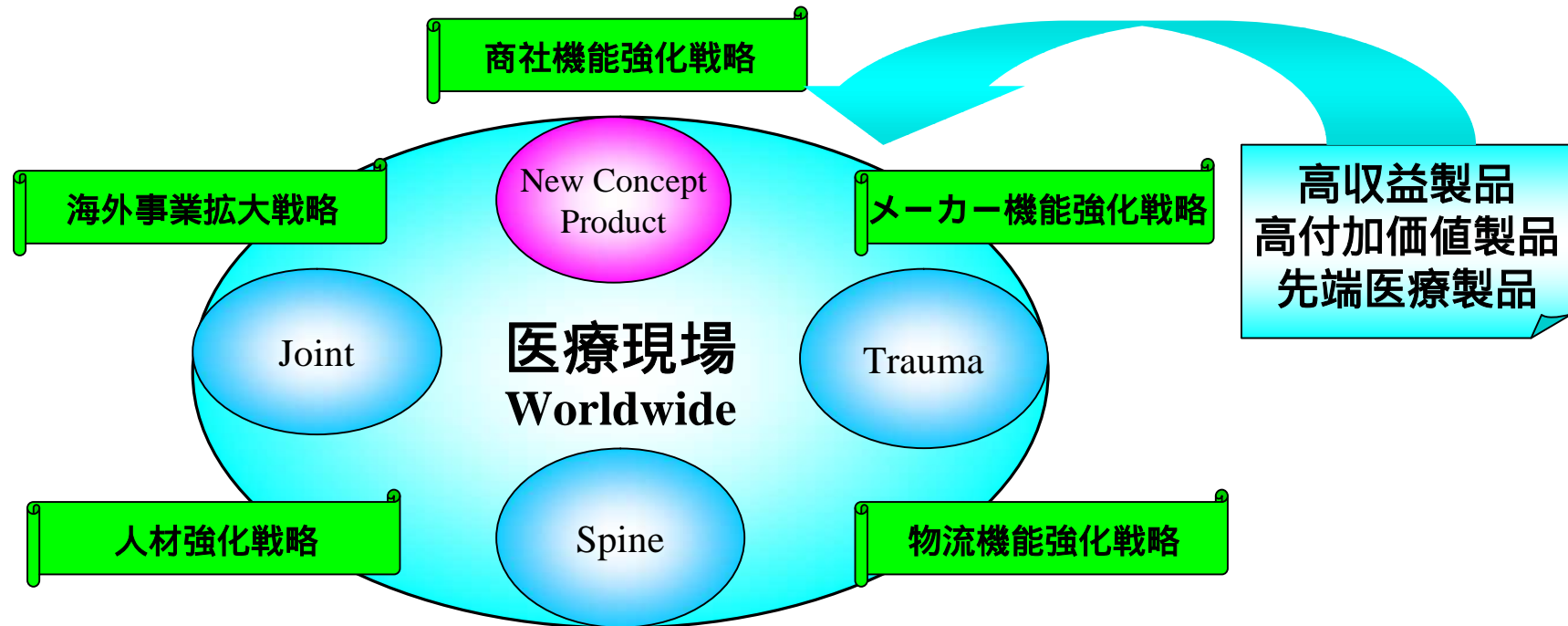
商社機能強化
先端医療機器の導入

人材強化
プロフェッショナルの育成
スペシャリストの採用

物流機能強化
ハイクオリティー
オペレーションの実現

-1. 基本戦略

New Concept of MDM = Change the Rule



MDMの強み：顧客基盤・組織力 + 製品力

競争力

高収益体質への転換

-1. 基本戦略

NCM元年

09/5

10/5

11/5

12/5

13/5

14/5

既存事業の再注力
新製品の投入開始
人材強化

自社製品の薬事申請、
投入準備
組織（体制）の充実

高収益体質
へシフト

高収益体質
基盤の確立

メーカー機能強化	人材強化	海外事業拡大	物流機能強化	商社機能強化
ODEV開発、製造部門への投資	マネジメントレベル育成強化	北米販売力強化	物流業務効率化	販売体制強化
日本向け製品開発強化	実務担当者スキルUP	伊藤忠グループとの連携強化	高度品質管理への対応強化	先端医療機器の日本導入
製造原価圧縮推進	重点強化部門のスペシャリスト採用	米国以外への製品供給拡大	物流サービスレベル向上	参入分野の市場育成強化

整形外科市場

成長市場

市場の選択

<注力市場でのニーズ>

巨大市場

ニーズの
収集

ニーズの
具現化

<MDMの基盤>

- ・実績（25年）、顧客基盤
- ・市場優先主義のマーケティング

<メーカー機能強化>

- ・自社製品ラインナップの拡充
- ・日本人用製品の開発

<商社機能強化>

- ・早期導入の促進
- ・先端医療機器の導入

<薬事承認取得の短縮>

- ・部門強化・スキル構築
- ・製造開発メーカーとの連携強化

顧客満足度の更なる追求

-2. 製品戦略

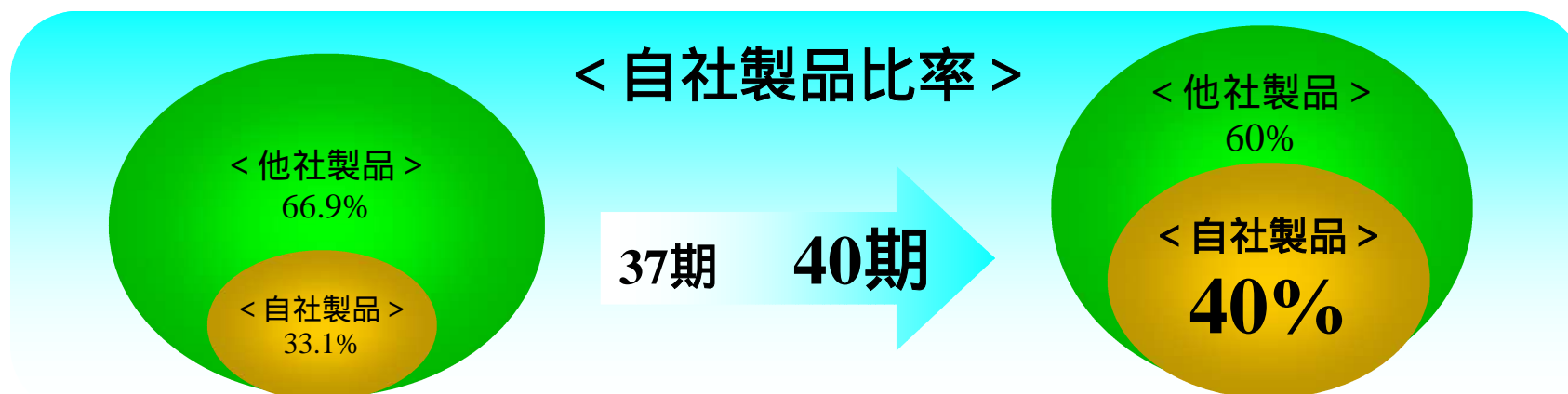
自社製品ラインナップの拡充

- ・ KOL (Key Opinion Leader)グループの設立
- ・ ODEVへの開発投資の拡充
- ・ JMDM/ODEVの相乗効果の追求

製品調達力強化

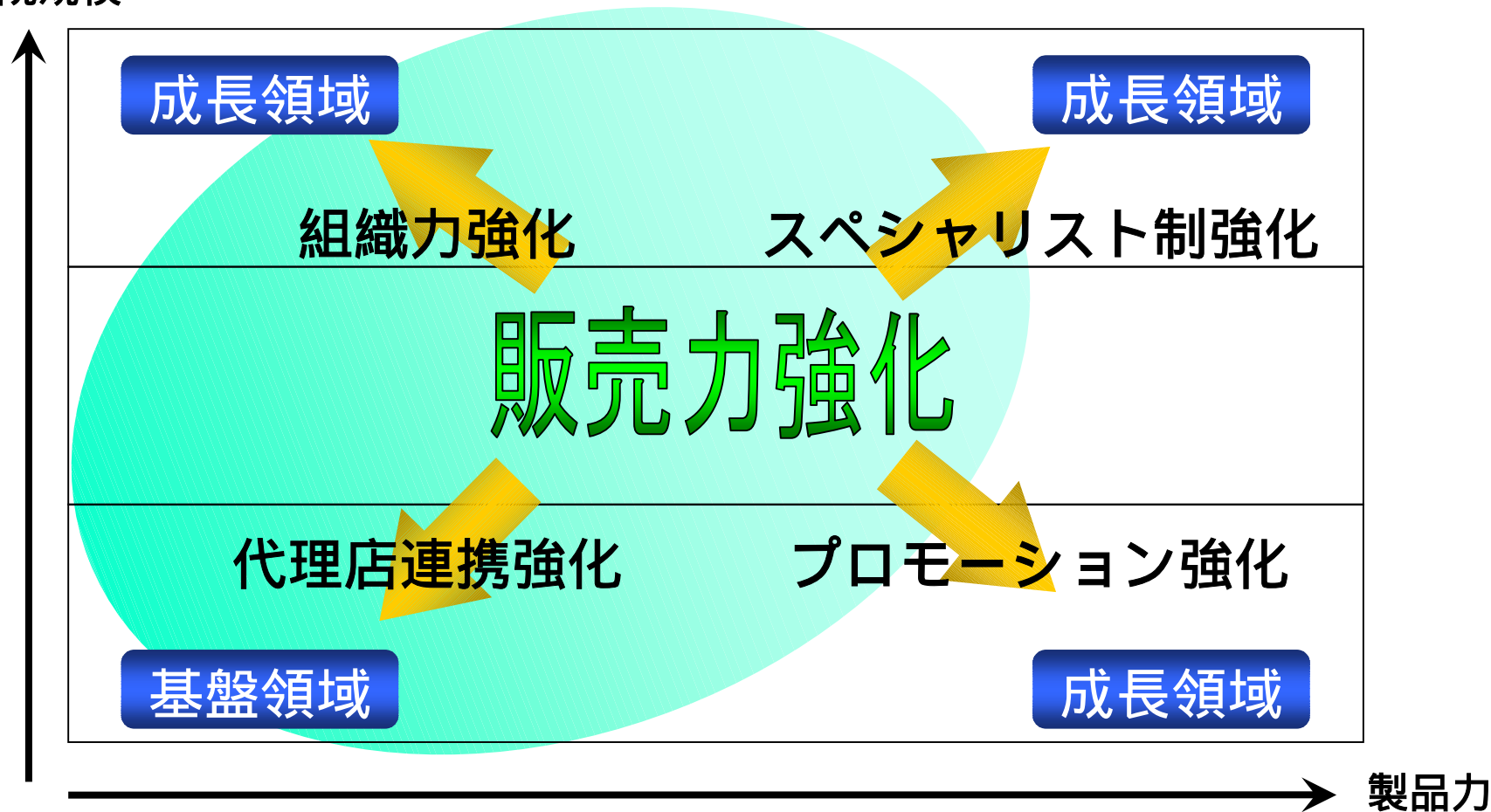
- ・ 国内外マーケットの動向注視、情報収集力の強化
- ・ 関連企業との連携強化
- ・ 製品調達部門の徹底強化

戦略的なプロダクトミックスヘシフト



-3. 販売戦略

病院規模



市場環境に対応する戦略的販売体制の構築
= マーケットシェア拡大

ハイクオリティオペレーションの実現

顧客満足度の向上

業務効率化の促進

顧客価値の創造

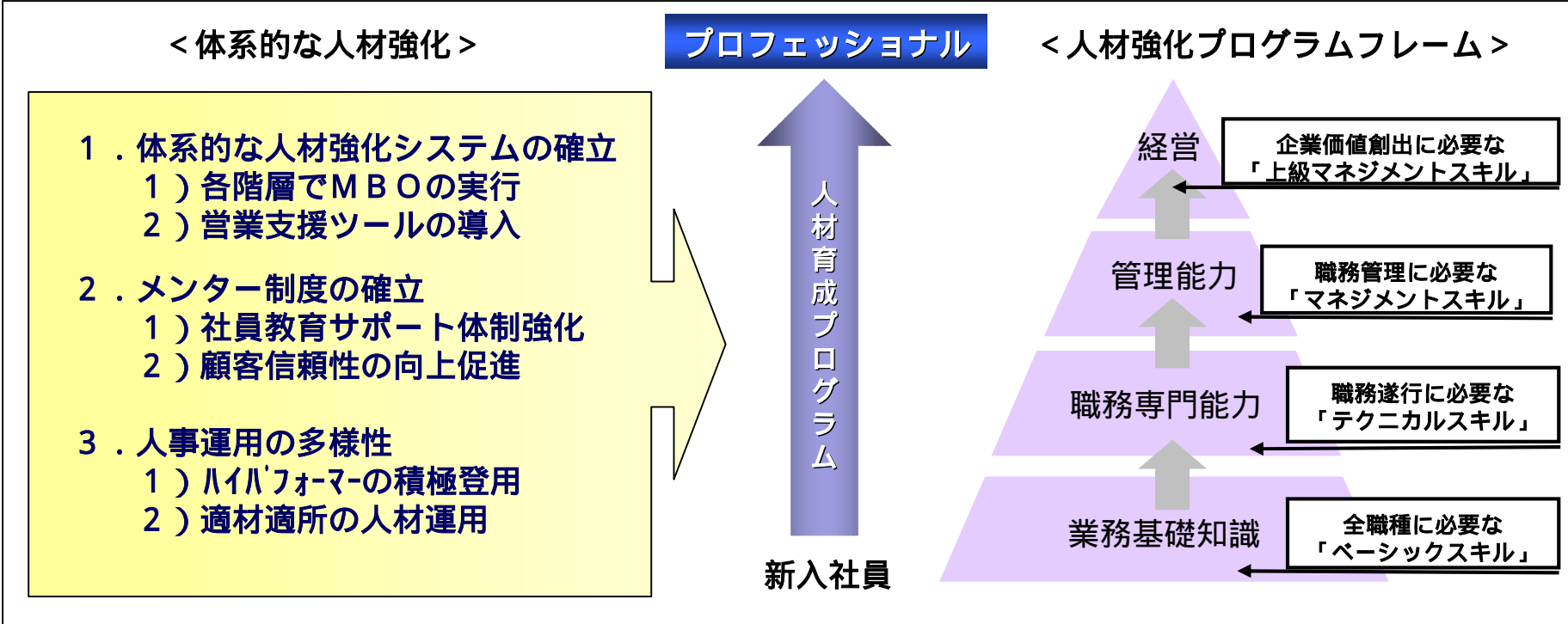
< 顧客ニーズへの対応強化 >
< 出荷ガイドラインの明確化 >
< 品質管理体制の充実 >

< 事業所、業務の効率運用 >
< 業務ノウハウの標準化 >
< ITの有効活用 >

新たな物流モデルの創造

更なる付加価値の創出

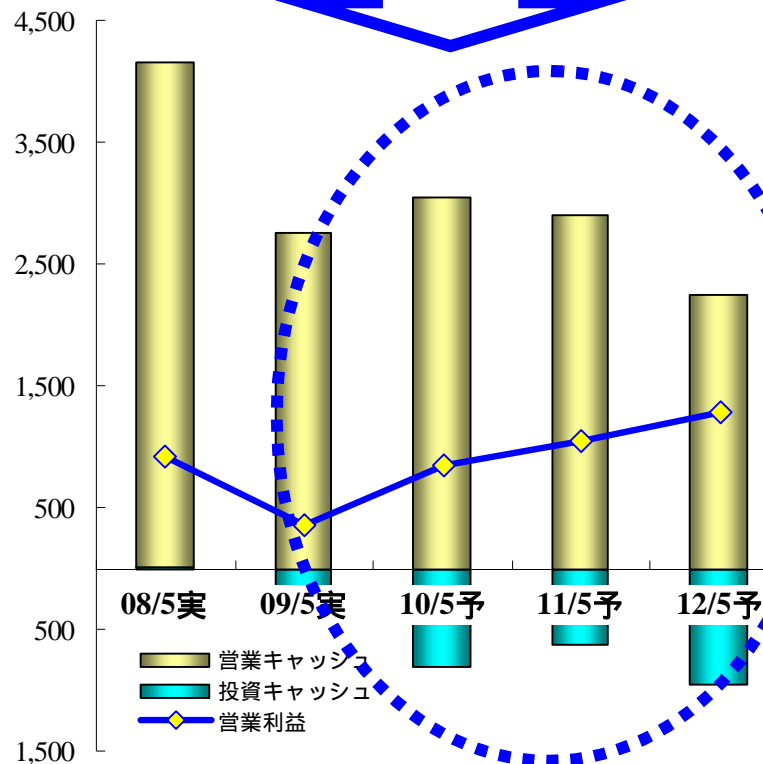
NCMコンセプトに基づく人材育成



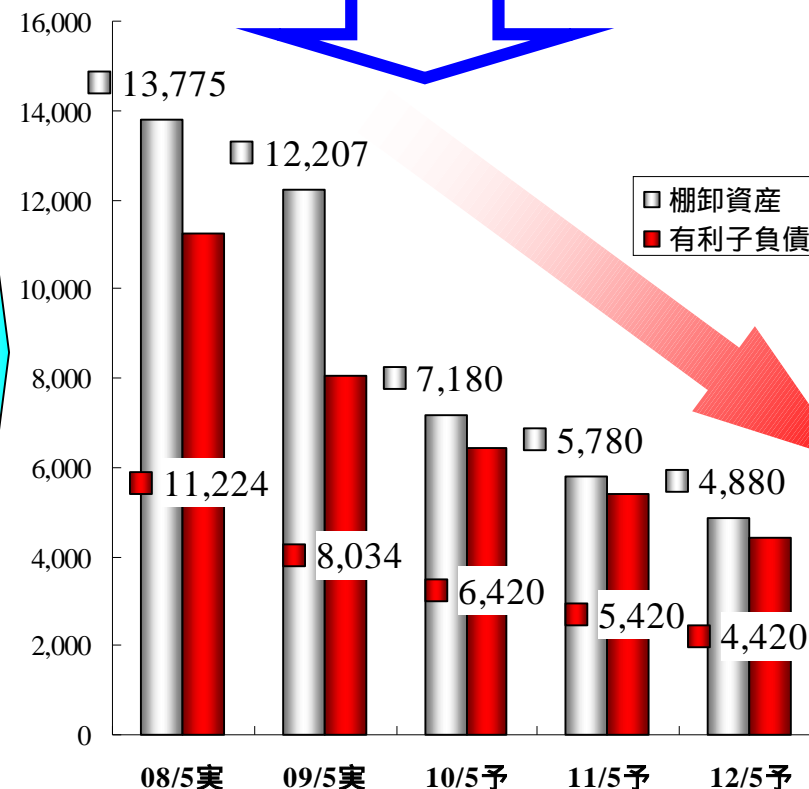
プロフェッショナル育成
= 組織力の向上・顧客満足度の向上

-6. 財務戦略

棚卸資産、医療工具等を効率的に運用し営業キャッシュを創出



事業再構築の実施以降、引き続き有利子負債を大幅削減し、財務体質を更に強化する



資産の効率的な運用により営業キャッシュを創出
有利子負債を削減し、財務体質を更に強化する

-7. 10/5期（第38期）アクションプラン

商社機能強化

- ・新営業体制の構築
- ・新規導入製品提携候補との交渉

メーカー機能強化

- ・エンジニアリング、マーケティング、薬事部門の人員増強
- ・自社開発製品薬事申請準備及び薬事申請

海外事業の拡大

- ・脊椎製品の全米展開開始
- ・南米、アジア圏販売可能性調査及び交渉

物流機能強化

- ・事業所効率運用開始
- ・Web受注開始

人材強化

- ・新人材強化プログラム運用開始
- ・研修プログラム内製化の促進

高収益体質転換への準備段階