

平成 19 年 1 月 15 日

各 位

会 社 名 山下医科器械株式会社  
代表者氏名 代表取締役社長 山下 耕一  
(コード番号：3022 東証第二部)  
問 合 せ 先 取締役総合企画部長 吉本 晋治  
(TEL. 092-726-8200)

## 中期経営計画(連結)策定のお知らせ

当社は、当中間期(平成 18 年 11 月)より子会社との連結財務諸表を作成すること、および単独での中期経営計画(平成 18 年 7 月 12 日発表)の見直しを行ったことに伴い、2006 年度(2007 年 5 月期)から 2008 年度(2009 年 5 月期)までの 3 ヶ年にわたる中期経営計画(連結)を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

記

### 「山下医科器械株式会社 2006 年度－2008 年度 中期経営計画(連結)概要」

#### 1. 経営環境の概要

わが国の医療のあり方の抜本的改革を目的として、平成 18 年 6 月に医療制度改革関連法案が成立し、医療機関の機能分化をより明確化することが示された結果、プライマリケアや在宅医療の担い手である診療所の新規開設増加や、急性期医療機関の診療機能を高めて患者入院日数を短縮するための設備投資増加など、医療機器市場のニーズの劇的な変化が予想されます。このような医療費抑制を中心とした医療行政の動向は、医療機関のみならず、製造や販売を行う企業においても、経営合理化を実行することが重要課題となっております。

医療制度改革の一環として、平成 18 年 4 月の診療報酬改定では大幅な医療材料償還価格の引き下げが行われたことから、医療機器販売企業は、値引き圧力や売上原価上昇による利益効率の悪化が予想され、コスト戦略主体の S P D 専門企業によるシェアの侵食等、企業間の競争はより厳しくなっていくと考えられます。

#### 2. 当社の現状

当社グループが長年築き上げた顧客との信頼関係は依然堅固であり、メーカーが九州において第一に選択するディーラーとしての評価も定着しております。さらに多機能ショールームを活用した新規開業事業、画像診断装置(CT スキャン、MRI、マンモグラフィ等)や内視鏡 V P P (症例数比例コスト支払いによる機器の導入方式)など専門性の高い営業スキル、整形インプラントや医療用消耗品等プライベートブランド商品の市場投入、I S O 認証

の取得、営業支援システム（SFA）の導入など、既存ディーラーにない先進性も発揮してまいりました。また、医業経営コンサルティングを行うにあたって、医業経営の基幹機能である治療や診断の現場に精通しているという点は、当社グループの最大の強みであります。

従来の仕入・販売事業については、エリア統括を行うブロック制と事業分野を統括する事業部制を組み合わせ、九州市場でのシェア拡大体制を整備いたしました。メンテナンスサービスや院内物品管理（SPD）、プライベートブランド商品の企画・開発など、新しいビジネスの育成については、異業種企業との提携や、九州外での事業展開も視野に入れ、着々と準備を進めているところであります。

### 3. 経営ビジョン

当社グループは、経営環境の変化に的確に対応して、医療機器ディーラー業や九州市場にとどまらず、理想的な医療をデザインして医療経済に寄与する企業、すなわち「医業経営コンサルティング企業」となることを目指します。

### 4. 経営戦略

当社グループの経営戦略は、「**adapt to change**」（変化への対応）であります。当社グループを取り巻く環境変化は、すなわち顧客ニーズの変化であり、その中に、当社の成長を担う事業領域を見出すことができ、これに取り組んでまいります。

- (1) 顧客の課題解決のための新しいビジネスを確立して、コア事業に発展させる。
- (2) 企業ブランド（信頼感、期待感、安心感）を業界の内外に浸透させる。
- (3) 組織のスリム化をはかり、営業効率を高め、新たな人的活力を生み出す。

### 5. 経営目標

当社グループは、中期経営計画の最終年度である2009年5月期において、売上高480億円、経常利益10億円を目指してまいります。

#### 【連結】

(百万円)

		2006年5月期 (実績)	2007年5月期 (計画)	2008年5月期 (計画)	2009年5月期 (計画)
売上高		—	33,658	39,950	48,050
売 上 高 内 訳	一般機器分野	—	6,700	7,400	7,900
	一般消耗品分野	—	15,266	18,340	23,350
	低侵襲治療分野	—	8,001	9,020	10,400
	メディカルサービス分野	—	2,659	3,990	5,150
	医療機器部門合計	—	32,626	38,750	46,800
	医療情報部門合計	—	1,032	1,200	1,250
経常利益		—	715	859	1,023
当期純利益		—	409	470	577

【単独（平成19年1月15日修正）】

（百万円）

		2006年5月期 (実績)	2007年5月期 (計画)	2008年5月期 (計画)	2009年5月期 (計画)
売上高		32,464	33,580	39,830	47,800
売上 高 内 訳	一般機器分野	6,070	6,700	7,400	7,900
	一般消耗品分野	15,163	15,188	18,220	23,100
	低侵襲治療分野	7,208	8,001	9,020	10,400
	メディカルサービス分野	2,993	2,659	3,990	5,150
	医療機器部門合計	31,435	32,548	38,630	46,550
	医療情報部門合計	1,029	1,032	1,200	1,250
経常利益		738	750	877	923
当期純利益		370	428	487	508

【ご参考：単独（平成18年7月12日発表）】

（百万円）

		2006年5月期 (実績)	2007年5月期 (計画)	2008年5月期 (計画)	2009年5月期 (計画)
売上高		32,464	33,580	36,500	40,000
売上 高 内 訳	一般機器分野	6,070	6,700	7,000	7,300
	一般消耗品分野	15,163	15,188	15,900	16,950
	低侵襲治療分野	7,208	8,001	9,020	10,400
	メディカルサービス分野	2,993	2,659	3,380	4,100
	医療機器部門合計	31,435	32,548	35,300	38,750
	医療情報部門合計	1,029	1,032	1,200	1,250
経常利益		738	750	770	800
当期純利益		370	400	410	425

(注) 単独の中期経営計画を見直すにあたり、以下の事項を勘案しております。

- ① 2008年5月期から、中四国地域での事業展開を想定しており、当該地域でのCT等の販売、SPDビジネス、新規開業ビジネスによる販売増加。
- ② 2008年5月期から、九州地域でのSPD事業の専門化を想定しており、契約件数拡大による一般消耗品分野の販売増加。
- ③ 2008年5月期から、プライベートブランド商品（一般消耗品分野）の調達体制確立を想定しており、自社ルート以外の販路拡大による販売増加。
- ④ 上記活動に付帯する、プロモーション、拠点開設、人材確保等の費用。
- ⑤ 2007年5月期から、当期純利益における留保金課税見直し等の適用。

(注) 業績計画につきましては、当社が現時点で得られた情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって計画数値と異なる結果となる可能性があります。また、当社グループの中期経営計画はローリング方式により修正することがあります。

## 6. 経営方針

当社グループは、中期経営計画の達成のため、以下の施策を実行してまいります。

### (1) 事業領域の見直し

- ① 大学医学部を中心としたエリア戦略を再構築し、画像診断装置分野、整形外科分野、サージカル（内視鏡・顕微鏡下での外科的処置）分野・I V E（消化器管の内視鏡下処置）分野等での営業活動の専門性をより高め、急性期医療分野や低侵襲治療分野の需要拡大に対応して販売拡大をはかる。（一般機器・低侵襲治療分野）
- ② 新規開業ビジネスでは、専用ウェブサイトを開設して開業を検討されるドクターの囲い込みをはかり、将来にわたって取扱い案件数を確保していく。（メディカルサービス分野）
- ③ 医業経営コンサルタント資格者（2007年5月期で12名予定）を中心に、経営コンサルティングビジネスに着手する。新規開業ビジネスで蓄積したノウハウを活用し、2008年5月期中に医療モール（医療関連複合施設）の開発・運営に進出する。（メディカルサービス分野）
- ④ 2006年5月期に立ち上げたメンテナンスセンターでは、顧客（医療機関）に密着している優位性を生かして業績拡大をはかる。そのため、メーカーと提携して技術要員を養成し、順次取扱い機器の領域を拡大する。また、医療機関が保有している医療機器一式の保守をパッケージ化して請負うサービスの開発に取り組む。（メディカルサービス分野）
- ⑤ プライベートブランド商品の販売事業では、製造販売業（薬事法上のメーカー）許可を取得している連結子会社（株式会社イーピーメディック）において、整形外科インプラント（骨折治療に用いる体内埋没材料）を中心に、2006年5月期から企画・開発を進めている新製品（4品目）の上市を2008年5月期から2009年5月期にかけて順次行う。  
一方、医療用手袋、マスク等の汎用消耗品については、2007年5月期中に海外（アジア）調達ルートを開拓し、より価格競争力のある商品を増やして行く。  
これらの商品群については、商品調達、物流、販売網の体制構築に取り組み、九州における当社グループでの販売のみならず、全国に販路を開拓して業績拡大をはかる。（一般消耗品分野）
- ⑥ S P Dビジネスでは、医療機関の医療材料コスト管理を支援する自社製物品管理システムE i C U M S S（イーカム、2006年7月よりリリース）の契約件数拡大をはかり、医業経営コンサルティングビジネスの中核事業に伸ばす。（一般消耗品分野）
- ⑦ 医業経営の効率化に不可欠な院内I T化に対応し、医療事務用コンピュータで確保している顧客層（小規模医療機関）を中心に、電子カルテ、画像ファイリングシステムの販売拡大を進める。（医療情報部門）
- ⑧ 九州外への進出は、2008年5月期より中四国地域に営業拠点を置き、医業経営コンサルティングに直結した新規開業、S P D、画像診断装置、医療廃棄物処理装置など、当社グループの独自性を抽出したビジネスを展開する。  
また、2009年5月期までにプライベートブランド商品の全国販売網構築を目指す。

(2) 経営資源の強化および効率化

- ① 2007年5月期中に、大手物流企業と提携した第2物流プロジェクトを完了させ、2008年5月期中に、顧客への直送納品体制を構築して商・物分離（低侵襲治療分野・一般機器分野商品主体の提案営業機能と一般消耗品分野の商品デリバリー機能を分化して、それぞれの営業効率を高めること）を果たす。
- ② 事業の効率化や異業種企業・同業他社との提携を視野に入れ、SPD、プライベートブランド商品、コンサルティングについては、法人化（子会社化）を含めた事業形態の最適化をはかる。
- ③ 企業ブランドを高めるため、医療機関向けセミナー開催や、IR活動を積極的に行う。また、医業経営者向けウェブサイトを充実させるとともに、新規ビジネスのプロモーションを積極的に展開する。
- ④ 職種別給与体系の導入を中心に人事制度や雇用体系を見直すとともに、医業経営コンサルタント資格者の増員や教育研修の充実等、人的資源の有効活用をはかる。
- ⑤ 2008年5月期に、中四国での営業拠点・多機能ショールームの開設、全国展開を目的とした東京事務所の開設を行う。

以上