

4527

ロート製薬

NEVER SAY NEVER

ロート製薬

取締役 齊藤 雅也 氏



～ 健康寿命の延伸に向けて、再生医療等の新分野に挑戦 ～

ロートグループの概要

- **企業概要と成長の歩み**
 - ・医薬品・化粧品・機能性食品等の製造販売企業
 - ・1899年(明治32年)創業、胃腸薬「胃活」に始まり、1909年、「ロート目薬」へ事業展開
 - ・1975年、メンソレータム社より商標使用権を取得し、第三の柱・スキンケア事業に進出
 - ・2001年、機能性化粧品の先駆けであるオバジブランドで化粧品事業へ進出、ドラッグストアの販路活用と商品ラインナップの拡大により成長
- **健康寿命延伸への取り組み**
 - ・企業ロゴは「あきらめない、挑戦し続ける」という当社の決意
 - ・健康寿命の延伸に向けて、既存の事業領域にとどまらず、日常のライフスタイル(食)や、先端のライフサイエンス(再生医療)に挑戦
- **2017年3月期業績(連結)**
 - ・売上高:1,545億円、営業利益:155億円

成長戦略

- **海外展開～ラストフロンティアへの挑戦**
 - ・アジア展開で培ったノウハウを活用し、中長期に成長が期待できる、アフリカ・ブラジルなどへ展開
- **再生医療への挑戦**
 - ・多様な可能性を秘める「脂肪由来幹細胞」に注目し、細胞の持つ自己再生力を活性化させて病気を治療する医薬品開発に着手
 - ・新潟大学と協働で、日本初となる肝硬変を対象とした他家脂肪組織由来幹細胞製剤 ADR-001の治験をスタート
- **アグリ・食事業**
 - ・医薬品に頼らない製薬会社を目指し、農業・畜産業の展開や薬膳フレンチレストラン等を展開

特長・強み

- **事業の特長**
 - ・売上構成(2017年3月期)は、スキンケア66%、アイケア21%、内服・食品11%、その他2%
 - ・1988年、メンソレータム社買収を契機にグローバル展開を加速し、現在では110ヶ国以上に進出
 - ・海外売上比率が約4割、アジアが牽引(約7割)
 - ・新製品売上高比率が平均10%超で成長を牽引
 - ・2016年3月期まで23期連続増収を達成
- **ロートグループの強み**
 - ・実質無借金の強固な財務基盤
 - ・マスメディアを駆使した広告宣伝活動により築いた高いブランド力
 - －胃腸薬パンシロン(50年以上)、日焼け止めサンプレイ(20年以上)、機能性化粧品オバジ&肌研(10年以上)のロングセラー商品
 - ・110カ国以上をカバーするグローバル展開

ESG／株主還元

- **ESGへの主な取り組み(一例)**
 - ・震災復興:3社合同「みちのく未来基金」設立
 - ・働き方改革:兼業制度、在宅勤務制度導入など
- **14期連続増配予定**
 - ・2003/3期(1株あたり7.5円)以降、13期連続増配
 - ・2018/3期は1株あたり22円(1円増配)の配当を予想し、14期連続増配予定
- **株主優待**
 - ・100株以上:通販割引
 - ・500株以上:通販割引
+3,000円相当の自社製品詰合せ
 - ・1,000株以上:通販割引
+10,000円相当の自社製品詰合せ又は寄付
 - ・3年以上の長期保有特典:上記にプラスして100株以上は3,000円相当、500株以上は5,000円相当(1,000株以上は5つから選択可)の自社製品を贈呈