

## Purpose

### 01 目の重要性と社会課題

A photograph of two young children, a girl in the foreground and a boy behind her, looking through a magnifying glass. The magnifying glass is held over a tree trunk, and a caterpillar is visible on the bark. The scene is outdoors with soft, natural light.

# 世界は見えることを 前提につくられている

社会インフラ、人とのコミュニケーション、スポーツ、芸術、労働や教育など、私たちのあらゆる活動は「見ること」を通じて成り立っているといわれています。見えることが当たり前の世界ではその重要性に気づきにくいかもしれません。目を閉じ、視覚に頼らない世界に入ってみると私たちの行動や生活は一変します。人々が生きるうえで、目は大切な役割を担っているのです。

## 目の重要性と社会課題

### Purpose

#### 01 目の重要性と社会課題

### 失明もしくは視力障がいの人口\*1

失明または  
視力障がいの状態で  
暮らしている人口

22億人

予防または  
治療が可能な人口

10億人

現在、世界で少なくともおよそ22億人が失明または視力障がいの状態で暮らしているといわれています。また、このうち少なくとも10億人は予防または治療が可能な視力障がいです。今後の人口増と高齢化、ライフスタイルの変化などにより、その数は増加することが予想されます。

### 世界の罹患数\*1



世界には、さまざまな眼疾患を抱える人々がおり、多くの人は人生において何かしら目の健康に対処しなければいけない時が訪れます。眼疾患の中でも世界で最も患者数が多いとされる近視は、2030年には33.6億人に増加するといわれています。

### 視力障がいによる経済損失

年間 約 **4,107** 億ドル\*2

世界的に増加する視力障がいは、年間およそ4,107億ドルもの経済損失をもたらすといわれています。目の健康に対する取り組みは、教育や労働力の向上にもつながり、持続可能な社会の実現においても極めて重要な社会課題です。

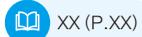
\*1 出典：WHO [World report on vision] \*2 出典：The Lancet Global Health Commission on Global Eye Health: vision beyond 2020

## PDFの使い方

このPDFはインタラクティブ機能を実装し、各ページにカテゴリタブとナビゲーションボタンを設け、ページ間の移動や外部リンクとの接続などを容易にできるよう利便性を高めています。



PDF内での検索ができます



文中のキーワード (P.XX)

関連性のある該当ページへ移動できます



関連性のある外部ウェブサイトへ移動できます

下記、メニューバーのタイトルからも、各コンテンツのトップページへ移動できます

[Index](#)

## Index

## Purpose: 目指す世界

- 01 目の重要性と社会課題
- 04 基本理念とWORLD VISION
- 05 Santenの歴史
- 07 At a glance
- 08 価値創造ストーリー
- 11 マテリアリティ

## Strategy: 企業価値向上に向けた戦略

- 14 CEOメッセージ
- 19 CFOメッセージ
- 23 特集1: 日本事業の強み
- 26 地域別戦略
- 31 Topics: 着実な成長軌道を継続している EMEAの現場から
- 33 製品創製
- 37 事業と経営を支えるデジタルトランスフォーメーション

## Social &amp; Environment: 社会・環境

- 39 医療アクセスの向上
- 41 特集2: 医療関係者から見たインクルージョン
- 44 人材戦略
- 49 気候変動: TCFD提言に基づく情報開示

## ご案内

特にポイントとなる箇所に下線を付加しています。

IR対話の中でいただいた代表的なご質問やご意見をP.69に掲載しており、本レポート内で関連するページには右上に を記載しています。

## Governance: コーポレート・ガバナンス

- 52 取締役会議長メッセージ
- 55 新任役員就任メッセージ
- 56 対談: 事業環境に即した実効性ある取締役会を目指して
- 59 コーポレート・ガバナンス
- 68 ステークホルダーエンゲージメント
- 70 役員一覧

## Data: 財務情報・会社情報 ほか

- 72 用語集
- 73 眼科薬市場データ
- 74 財務・非財務ハイライト
- 77 経営成績および財務分析
- 80 11年間の要約財務データ
- 82 株式情報
- 83 会社概要
- 84 編集後記

## 編集方針:

Santenの基本理念に基づく事業活動の全体像と、顧客・社会に提供する価値を知っていただけるよう、2017年度より従来の「アニュアルレポート」と「CSRレポート」を統合し、財務情報に、経営戦略、事業概況、サステナビリティ活動などの非財務情報を総合的に取り入れた統合報告書として編集しています。株主・投資家をはじめとした幅広いステークホルダーの皆さまにご理解いただきやすいよう、情報を絞り込み、簡潔な記述に努めています。詳細な情報は、コーポレートサイトで開示しています。

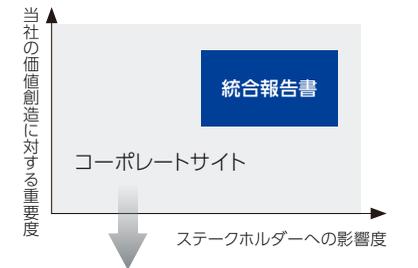
**対象範囲:** 参天製薬株式会社およびその連結子会社

## 対象期間:

2021年度(2021年4月1日~2022年3月31日)。一部活動については2022年4月以降を含みます。

## Santen Reportと情報開示体系:

Santen Report (本レポート) は、マテリアリティに基づき、特に投資家の皆さまに有用であると考えられる情報を掲載しています。



## 詳細情報

## 見通しに関する注意事項:

本レポートは、当社の戦略・計画・業績などに関する将来の見通しを含んでいます。この見通しは、現在入手可能な情報をもとにした当社経営者の判断に基づいています。実際の業績は、事業環境の変化、新薬の承認時期、為替レートの変動、行政動向などさまざまな要素により、これら見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。なお、本レポートには、医薬品(開発品を含む)に関する情報が含まれていますが、これらは宣伝広告や医学的アドバイスを目的としているものではありません。

以下の名称は、提携会社の登録商標です。

- [アレジオン] (ペーリンガーインゲルハイム)
- [クラビット] [タリビッド] (第一三共株式会社)
- [リボスチン] (ジョンソン・エンド・ジョンソン)
- [レンティス コンフォート] (テレオン ホールディング ビー・ ヴィ)
- [CYBERSIGHT] (Project Orbis International, Inc.)

レポート発行日: 2022年9月

## Purpose

### 04 基本理念とWORLD VISION

#### [Purpose](#)

## 基本理念とWORLD VISION

### 基本理念

# 天機に参与する

自然の神秘を解明して人々の健康の増進に貢献するということを意味しています。

※中国の古典「中庸」の一節を Santen が独自に解釈したもので、社名「参天」の由来でもあります。

### WORLD VISION

# Happiness with Vision

世界中の一人ひとりが、Best Vision Experience を通じて、  
それぞれの最も幸福な人生を実現する世界を創り出したい。

# Santenの歴史

Santenは1890年の創業以来、患者さんと患者さんを愛する人たちに貢献することを目指してきました。130年以上にわたり、社名の由来でもある基本理念の精神は受け継がれ、さまざまな挑戦を経て得た学びは当社の強みとなり、次の成長につながり続けています。



## 創業—基盤構築期 (1890~1989)

## 成長期 (1990~2009)

### 1890年

人々の健康の増進に貢献することを目指し、Santenの挑戦が始動

1890年に、田口謙吉が田口参天堂を開業したのが当社の始まりです。当時の主力製品は、「ヘ布林丸」というかぜ薬でした。明治初期、日本では眼病に悩む人々も多く、目薬に対する需要が高かったことから、1899年に「大学目薬」を発売し、その人気は日本中に広まりました。ここから、目の健康に貢献するというSantenの挑戦が幕を開けました。

### 1950年代

目薬中心の事業戦略と医療用医薬品への進出

第二次世界大戦下の空襲による苦難を乗り越えるため、目薬中心の事業戦略へと舵をきりました。1958年には、医療用医薬品事業へ進出し、1962年に発売した散瞳薬「ミドリンP」は、眼科手術や診断に役立つ画期的な薬剤として、日本の眼科医療の発展に大きく貢献しました。その後も革新的な抗菌点眼薬や緑内障剤などを発売し、日本の眼科治療を支える基盤を構築しました。

### 1990年代

国際化に向け、グローバルでの生産体制を強化し、欧州市場に参入

創業100周年の1990年には、長期ビジョンを発表。目と健康をテーマとして最高の製品とサービスで社会に貢献することを掲げ、新たな成長ステージへと突入しました。製品ラインアップの拡充による日本での事業成長や滋賀工場竣工などに加え、欧州市場への参入を果たし、世界の患者さんへの貢献に向けた積極的な事業展開に注力しました。



# Purpose

## 05 Santenの歴史

### Purpose

## Santenの歴史



### 成長期 (1990~2009)

#### 2000年代

#### ソリューションの拡大とアジア地域での事業基盤の構築

眼疾患の点眼薬に加え、眼内レンズやサプリメントなど幅広い治療選択肢を提供することで、より多くの人々のニーズに対応することに注力しました。同時に、中国での自社販売や蘇州工場竣工をはじめ、韓国での拠点設立など、アジアでの事業基盤の構築にも取り組みました。

### 変革期 (2010~)

#### 2010年代

#### 世界の人々の目の健康への貢献に向け、グローバル化を一気に加速

2020年までの長期ビジョンとして、世界で存在感のあるスペシャリティ・カンパニーの実現を目指し、中国・アジア・EMEAを中心に、一気にグローバル化を加速させました。また、2015年には抗リウマチ薬事業をあゆみ製薬株式会社に売却し、経営資源を眼科領域に集中させた眼科のスペシャリティ・カンパニーとなりました。

#### 2020年代

#### 「見る」を通じて人々の幸せを実現する Social Innovatorへ

目の健康に関する社会課題の解決を目指し、2030年とその先の世界を見据えた長期ビジョン「Santen 2030」を発表しました。世界中の一人ひとりが、Best Vision Experienceを通じて、最も幸福な人生を実現する世界を創り出すために、外部機関との提携やM&Aなど、社内外のノウハウと専門性を組み合わせ、真に価値ある製品やサービスの提供につながる挑戦を世界中で続けています。

### 売上高／売上収益推移 ■ 国内 ■ 海外



## At a glance

### Purpose

07 At a glance

 [Purpose](#)

展開国・地域

60 以上



貢献患者数<sup>\*1</sup>

4,800 万人



海外売上比率<sup>\*2</sup>

35%



日本・中国／アジア<sup>\*3</sup>

No.1



年間製造本数<sup>\*4</sup>

約 4 億 本



P3試験成功率<sup>\*5</sup>

83%以上



社外取締役比率<sup>\*6</sup>

71%



女性管理職比率

37%



CO<sub>2</sub>削減(2019年比)<sup>\*7</sup>

-14%



<sup>\*1</sup> JMDCでの当社医療用医薬品における製品ごとの延べ推計患者数および当社出荷データをもとに、炎症・アレルギー、角膜、緑内障、白内障の疾患領域で推算した2020年度延べ貢献患者数  
<sup>\*2</sup> 2021年度データ <sup>\*3</sup> 外部データ、調査などをもとに社内推計 <sup>\*4</sup> 5mL換算 <sup>\*5</sup> 2010~2021年度実績 <sup>\*6</sup> 2022年9月末現在 <sup>\*7</sup> スコープ1・2

## 価値創造ストーリー(価値創造モデル)

Santenは眼科に特化し、患者さん視点での製品・サービスの展開を追求しています。工業化・商業化・国際化における強みを磨き、デジタル技術も取り入れながら、人々への貢献と企業成長を実現していきます。

### 具体的な強み

#### 工業化

- 130年以上の歴史を有する眼科専門メーカーとして目の特性を誰よりも理解し、点眼剤として調製する開発技術を有するからこそ実現できる製品化
- 薬剤から点眼容器に至るまで、患者さんの使いやすさにこだわる探求心
- 世界中の患者さんに製品を届ける世界トップクラスの眼科製品の生産量

#### 国際化

- 幅広い眼科製品と深い眼科専門性、徹底した患者さん視点を世界の主要市場をはじめとする60以上の国・地域へと展開
- 12万人以上の眼科医とのネットワーク、眼科研究機関からIT企業まで多岐にわたる眼科領域におけるパートナーシップ
- 実績に裏打ちされた、世界で唯一無二の眼科グローバルカンパニーとしての存在感



アンメット  
ニーズ

眼科に特化した製品・サービス  
眼科医療発展への貢献  
眼科における社会課題の解決



#### 商業化

- 70以上\*1の幅広い製品ラインアップに加え、広く深い眼科専門性と患者さん視点に基づく提案力
- 高い顧客満足度(日本1位\*2)、これによる着実な製品浸透
- 各国における眼疾患の診断基準確立の支援、医療従事者への育成機会の提供などを通じた各国・地域の眼科医療の発展への貢献

\*1 日本における医療用医薬品の製品数 \*2 眼科医療用医薬品を提供するメーカーのうち当社を1位と評価した眼科医の割合。社外データをもとに当社集計

# 価値創造ストーリー(創出する共有価値)

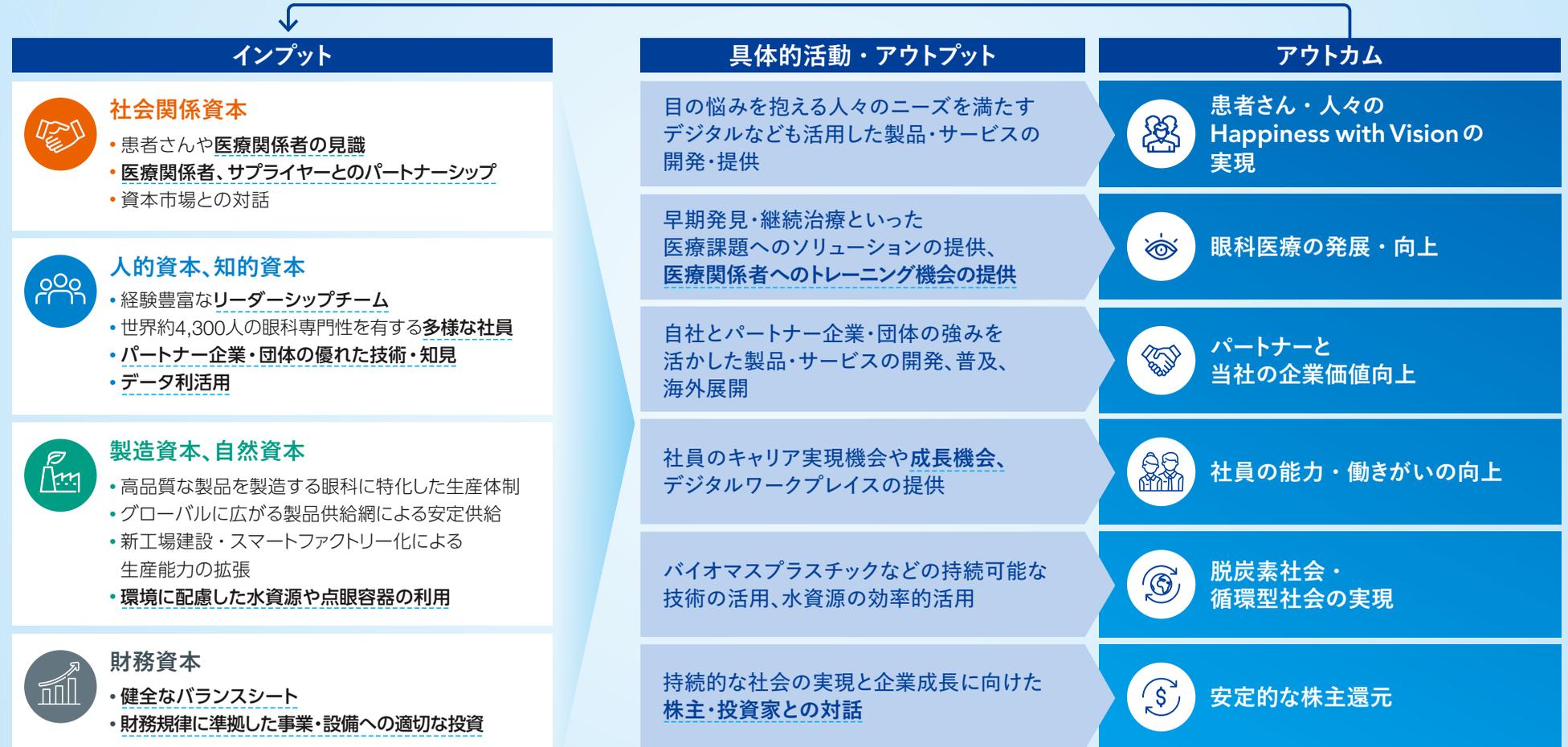
当社は、2030年とその先に向けたビジョンとして、世界中の技術や組織・人材をつなぎ、「見る」を通じて人々の幸せを実現する Social Innovator を目指しています。

眼科における社会課題の解決、持続的な企業成長に向け、さまざまなステークホルダーと協働し、共有価値の創出に取り組んでいます。

## Purpose

08 価値創造ストーリー

Purpose



※青色の破線部分は関連性のある該当ページへ移動できます

# 価値創造ストーリー（中長期的な価値創造に向けた取り組み）

## Purpose

08 価値創造ストーリー

Purpose

### 企業価値向上

## MTP2025

### 基盤事業での利益率向上

	日本	中国	アジア	EMEA
2025年度売上収益	1,500億円	400億円	350億円	500億円
貢献利益率	+2pt (41%)	+1pt (42%)	+3pt (40%)	+3pt (30%)

（括弧内は2020年度貢献利益率）

### 新規領域の拡大

米州	新規領域
2025年度 売上収益 <b>240</b> 億円 貢献利益率 <b>54%</b>	眼瞼下垂薬(STN1013800) などでの収益貢献開始

### グローバル企業としての土台の強化

製品開発能力の強化	製品供給基盤の強化	全社財務KPI&事業KPIへの落とし込み	グローバルプラットフォーム整備
-----------	-----------	----------------------	-----------------

### ESG

<b>社会的意義のある製品・サービスの開発・安定的供給</b> ・貢献患者数：6,000万人以上*1	<b>価値創造を促進する組織風土の醸成</b> ・ジェンダー・国籍・視覚障がい者を中心とした多様性の推進
<b>ガバナンス強化・公正公平な社会実現への貢献</b> ・経営の実効性・多様性・コンプライアンスの遵守・人権の尊重	<b>地球環境保全</b> ・CO <sub>2</sub> 排出量削減 ・水資源の有効活用 ・点眼容器のバイオマスプラスチック化

戦略投資と  
営業キャッシュ・フローの  
3分の1以上の  
株主還元の実施\*2



### 財務指標 (2025年度)

売上収益	<b>3,150</b> 億円以上
営業利益率 (IFRS)	<b>21%</b> 以上
コア営業利益率	<b>24%</b> 以上
ROE	<b>13%</b> 以上
海外売上収益比率	<b>50%</b> 以上

**Santen  
2030  
Become  
A Social  
Innovator**

\*1 JMDCでの当社医療用医薬品における製品ごとの延べ推計患者数および当社出荷データを基に、炎症・アレルギー、角膜、緑内障、白内障の疾患領域で推算した2019年度延べ貢献患者数は約4,300万人

\*2 配当性向40%以上および投資余力は機動的に自社株買い

MTP2025については当社ウェブサイトをご覧ください。

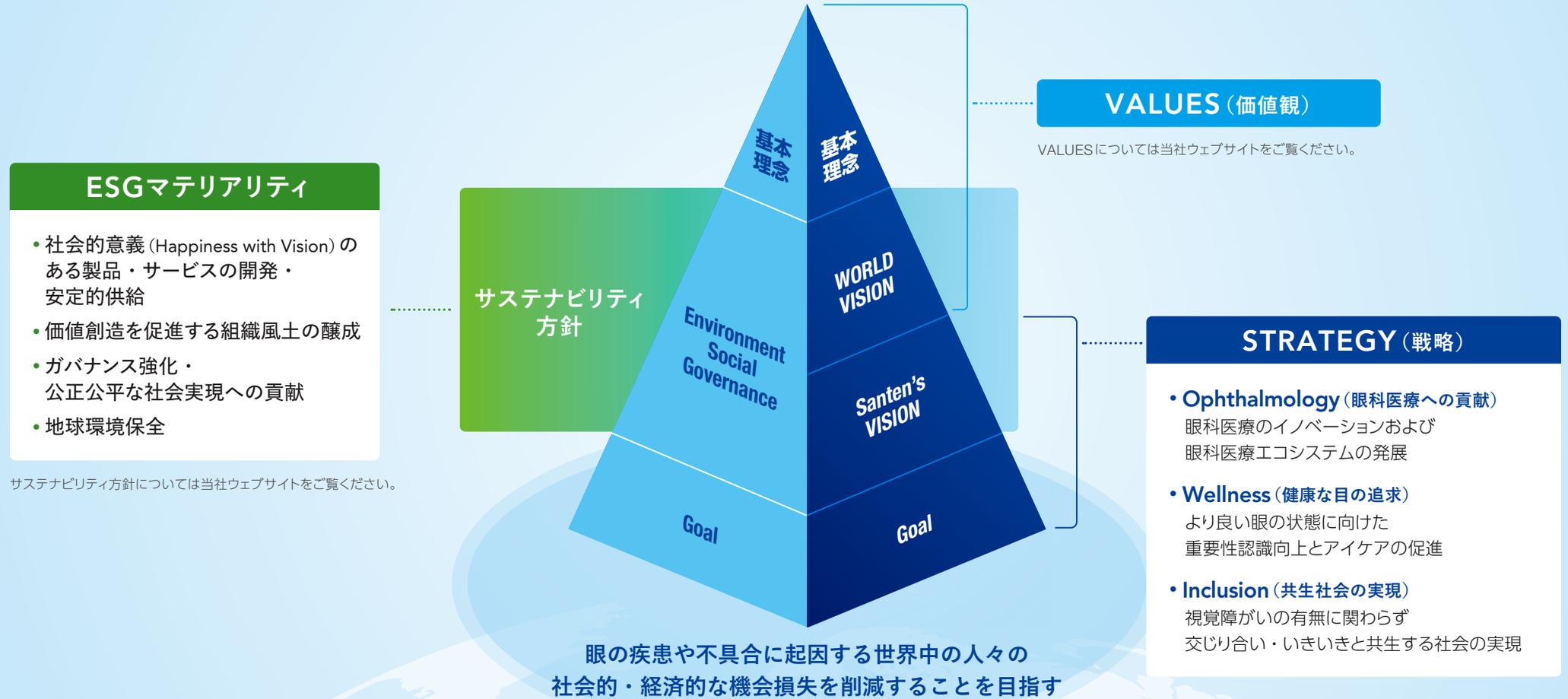
Santen 2030については当社ウェブサイトをご覧ください。

# マテリアリティ

Santenは人々の社会的な課題の解決に3つのSTRATEGY(戦略)で取り組みます。また、中長期的な企業価値向上に向けた4つのESGマテリアリティを特定しています。これら7つをSantenにとっての経営の重要課題、マテリアリティと位置付けています。

## Purpose

### 11 マテリアリティ



### Purpose

Santenが達成に貢献するSDGs



Santenは、マテリアリティへの取り組みにより、国連加盟国が採択した持続可能な開発目標 (SDGs) の目標3「あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する」をはじめ、上記の目標達成に貢献していきます。

## Purpose

### 11 マテリアリティ

#### Purpose

## マテリアリティ(特定プロセス)

国際的なガイドラインや社会からの要請を踏まえ、有識者や投資家などの社外ステークホルダーの声も反映させてマテリアリティを特定しています。



# マテリアリティ(ESGマテリアリティ)

## Purpose

### 11 マテリアリティ

### Purpose

ESGマテリアリティ	重点項目	2025年度KPI(評価指標)	2021年度進捗
社会的意義のある製品・サービスの開発・安定的供給	社会的意義のある製品の市場浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>患者貢献数<sup>*1</sup>: 延べ6,000万人以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020年度の貢献患者数: 約4,800万人</li> </ul>
	サプライチェーンの評価・管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>CSR調査評価率: 85%以上</li> <li>サプライヤートレーニング実施率: 80%以上</li> <li>購買部門のESG教育受講率: 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2次取引先77社に対する調査を実施し、評価率68%(1次取引先への調査は前年に実施)</li> </ul>
	品質・安全性の確保と適切な供給体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産供給能力: 5億本以上</li> <li>OTIF(on-time and in-full)発送<sup>*2</sup>: 日本100%、EMEA97%、アジア97%、米国97%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産供給実績: 3.9億本</li> <li>OTIF発送: 日本100%、EMEA96%、アジア96%、米国100%</li> </ul>
	製品・サービスに関する適切な情報提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>MRの教育の徹底: 受講率100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MR教育受講率: 100%</li> </ul>
価値創造を促進する組織風土の醸成	ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>シニアマネジメントの多様性の推進</li> <li>女性管理職比率(日本): 25%以上</li> <li>全従業員がブラインドエクスペリエンスの実施などを中心に理念浸透できていること</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性管理職比率(日本): 15%</li> <li>ブラインドエクスペリエンス基礎編受講率: 77%</li> </ul>
	高付加価値で生産性の高い職場環境の構築	(2022年度の従業員エンゲージメント調査をもとに今後定量目標を設定)	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022年度のエンゲージメント調査実施に向けて準備</li> </ul>
	人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>眼科知識に関する社内研修の受講率: 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>延べ研修時間: 48,612時間(日本)</li> </ul>
ガバナンス強化・公正公平な社会実現への貢献	コーポレート・ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>社外取締役比率: 50%超を維持</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社外取締役比率: 50%</li> </ul>
	コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>年次コンプライアンス教育受講率: 95%以上を継続</li> <li>重大なコンプライアンス違反件数: 0件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年次コンプライアンス教育受講率: 99%</li> <li>重大なコンプライアンス違反件数: 0件</li> </ul>
	リスクマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループリスクマネジメント体制整備、関連規程類の整備・浸透、リスク関連部門と内部統制ディフェンスライン関連部門との連携強化</li> <li>事業継続性: 災害復旧計画(IT領域)の完成</li> <li>主な情報セキュリティ関連事象について明確なSLA/OLA<sup>*3</sup>で解決&amp;コントロールされていること(90%以上)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オンラインセキュリティ意識向上トレーニング完了率: 96%</li> </ul>
	人権の尊重	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内人権教育の実施率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引先における人権に関する取り組みの調査を継続実施</li> </ul>
地球環境保全	気候変動対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>社用車の電動化自動車(HEV,PHEV,EV,FCV)への切り替え: 100%</li> <li>通勤・出張における鉄道など環境負荷の低い移動手段の積極利用、リモートワーク・会議の促進</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量削減(2019年度比) <ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ1・2: 25%削減</li> <li>スコープ3カテゴリ1(単体): 8%削減</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の電動化自動車(HEV,PHEV,EV,FCV)導入率: 92.3%</li> <li>日本の工場・研究所の再生可能エネルギー化完了(2022年2月)</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量 <ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ1・2: 13.7%削減(30,012トン-CO<sub>2</sub>)</li> <li>スコープ3カテゴリ1: 12.2%増加(165,569トン-CO<sub>2</sub>)</li> </ul> </li> </ul>
	環境負荷低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>取水量生産原単位 12.4m<sup>3</sup>/万本以下</li> <li>リサイクル率98%以上</li> <li>点眼容器プラスチック材料に対して、2030年に60%のバイオマスプラスチック使用</li> <li>包装材・梱包材のプラスチック材料に対して、2019年度比10%削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取水量生産原単位: 13.4m<sup>3</sup>/万本</li> <li>廃棄物リサイクル率: 98.5%</li> <li>点眼容器のバイオマスプラスチック化: 5品目の点眼容器にてバイオマスプラスチックへの置き換えに着手、そのうち3品目の点眼容器にて置き換えが完了</li> <li>包装材・梱包材のプラスチック材料の代替手段調査検討中</li> </ul>

\*1 JMDCでの当社医療用医薬品における製品ごとの延べ推計患者数および当社出荷データを基に、炎症・アレルギー、角膜、緑内障、白内障の疾患領域で推算した2019年度延べ貢献患者数は約4,300万人

\*2 OTIF (on-time and in-full) 発送: サプライチェーン内のロジスティクスまたは配送パフォーマンスのKPIで、時間どおりの完全な配送のこと

\*3 SLA/OLA: SLAはサービスを提供する人とサービスを受ける人の間で取り交わす約束。OLAはサービスを提供する人の身内間で取り交わす約束のこと