

海外事業説明会

2024年3月28日

参天製薬株式会社



Santenの基本理念

Santenは「天機に参与する」という基本理念の下、
長年にわたり人々の目の健康維持・増進を追求しています。
眼科を中心とした強みを発揮できる領域に努力を傾注し、組織能力を磨き続けます。

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。

私たちのコミットメント

Santenは、眼科領域に特化したスペシャリティ・カンパニーとして、世界中の患者さんや生活者、医療関係者の皆さまへの価値ある製品やサービスの提供を通じ、人々の「Happiness with Vision」を実現することを目指しています。

WORLD VISION

Santenが目指す理想の世界

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。



Agenda

- 01 中長期成長の方向性
- 02 コマーシャル・エクセレンスの確立と海外地域事業の成長

1

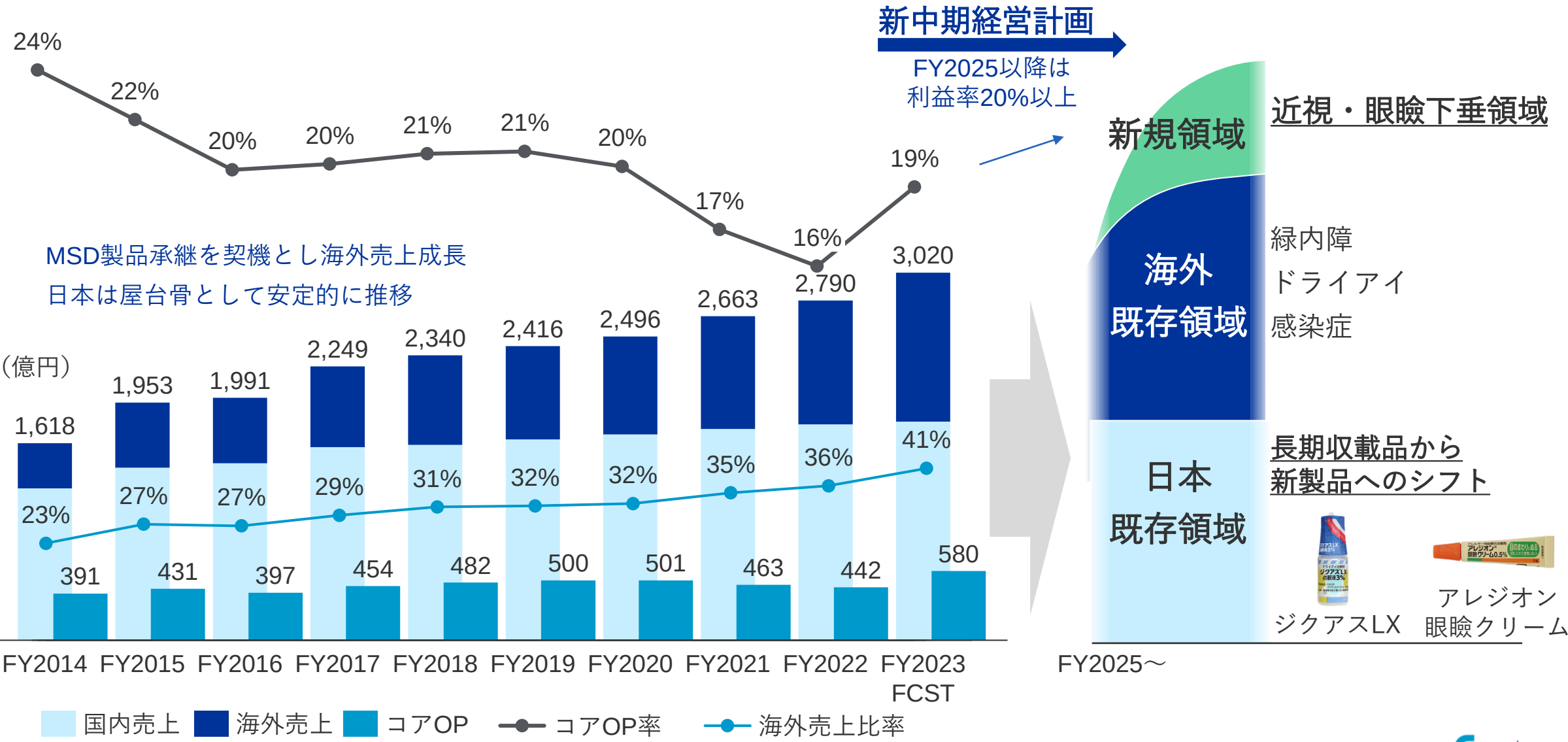
中長期成長の方向性



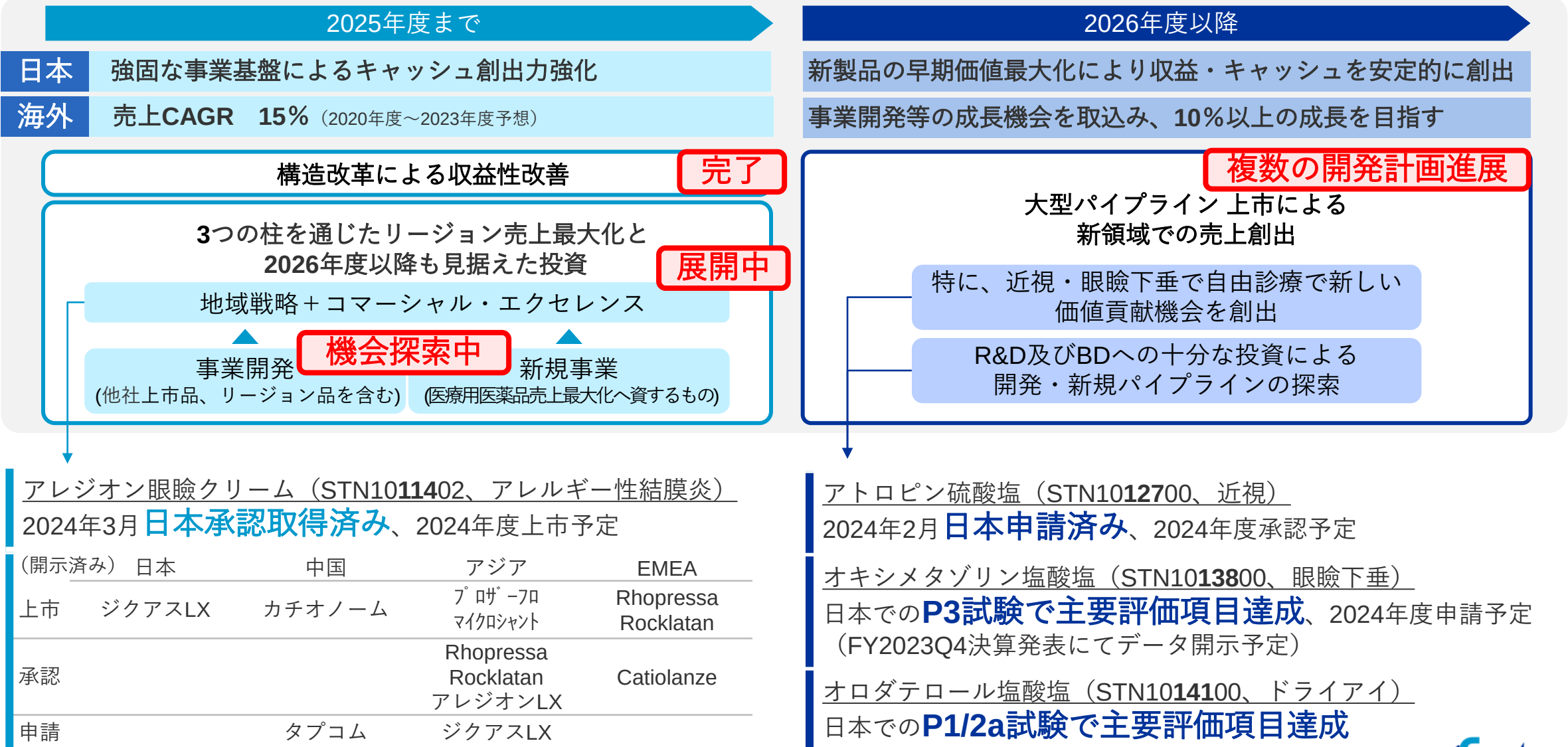
伊藤 毅

代表取締役社長
兼 CEO

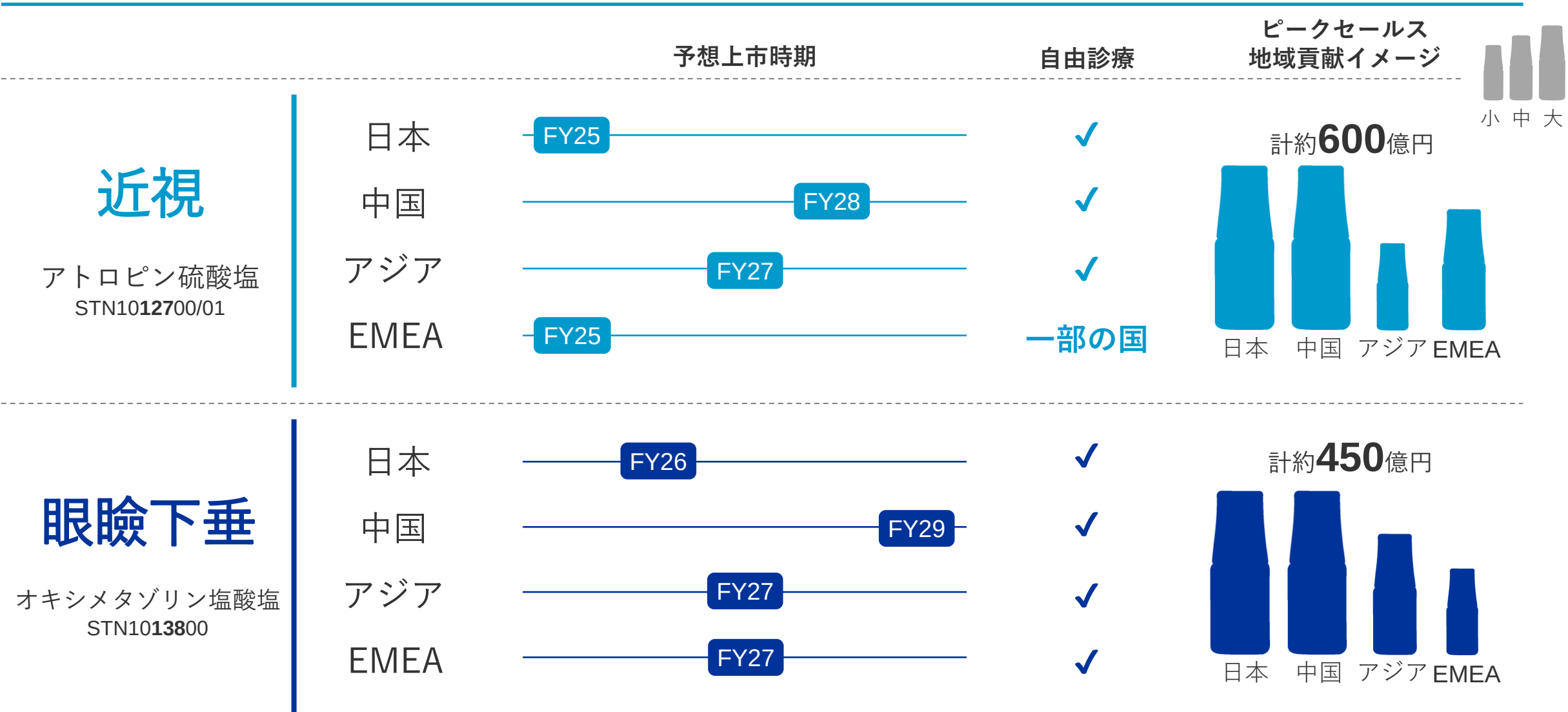
海外事業や新規領域を軸に継続的な事業成長と患者貢献の拡大を目指す



成長に向けた基本方針に沿って順調に進展

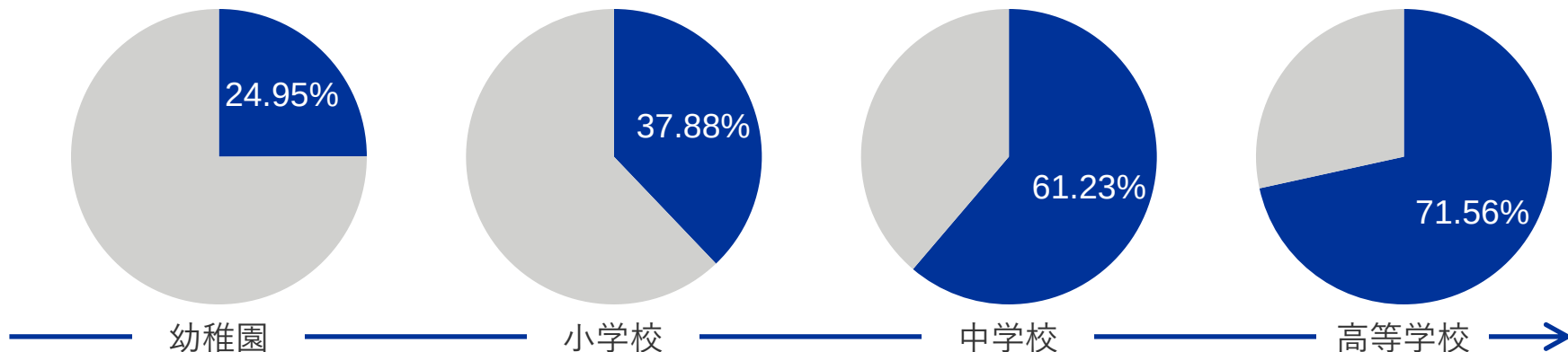


各地域において2025年度以降、近視・眼瞼下垂領域で順次上市



日本初の承認薬で子供のうちから近視抑制治療に取り組むことで 将来の目の不安を減らす

■ 裸眼視力1.0未満の割合¹



■ 近視を患う小学生の子を持つ親の近視に対する 気持ち/考え方²



裸眼で生活させてあげたい

80%

眼鏡やコンタクトレンズをせずに、
趣味やスポーツのときに
安全に過ごさせてあげたい

77%

徐々に悪くなっていく
不安を解消させてあげたい

69%

多治見スタディでは、**近視性黄斑変性が失明原因の第1位**（2位緑内障）と報告されている³

¹ 文部科学省: 報道発表 令和4年度学校保健統計（確定値）の公表について https://www.mext.go.jp/content/20231115-mxt_chousa01-000031879_1a.pdf ² 子供が小学生で近視を患っている、22-55歳までの親552人を対象とした参天調査。非常にそう思う、そう思う、ややそう思う、あまりそう思わない、そう思わない、全くそう思わないの内、非常にそう思う及びそう思うとの回答を集計。 ³ Iwase A, Araie M, Tajimi Study Group. Prevalence and causes of low vision and blindness in a Japanese adult population: the Tajimi Study. *Ophthalmology*. 2006 Aug;113(8):1354-62.

2

コマーシャル・エクセレンスの 確立と海外地域事業の成長



中島 理恵
COO

事業上のボラティリティを吸収しつつ、 成長モメンタムを維持できる海外事業基盤を構築済み

市場環境

眼科疾患における大規模な潜在患者が、
アイケアに関する生活者の未充足ニーズが
あらゆる国・年齢層に存在

市場拡大余地

ボラティリティ 要因

- 医療政策変更
 - ・ ジェネリック浸透
 - ・ 収載薬価と引き下げ
- カントリーリスク

海外事業が 立脚する 強み

- 眼科医など医療関係者との強固なリレーション
- 構築されたSantenおよび製品のブランド力
- 各地域のニーズに応える製品ポートフォリオ
(含：セルフメディケーション、デバイス)
および新製品の開発/上市



継続的なコマーシャル・
エクセレンスの追求



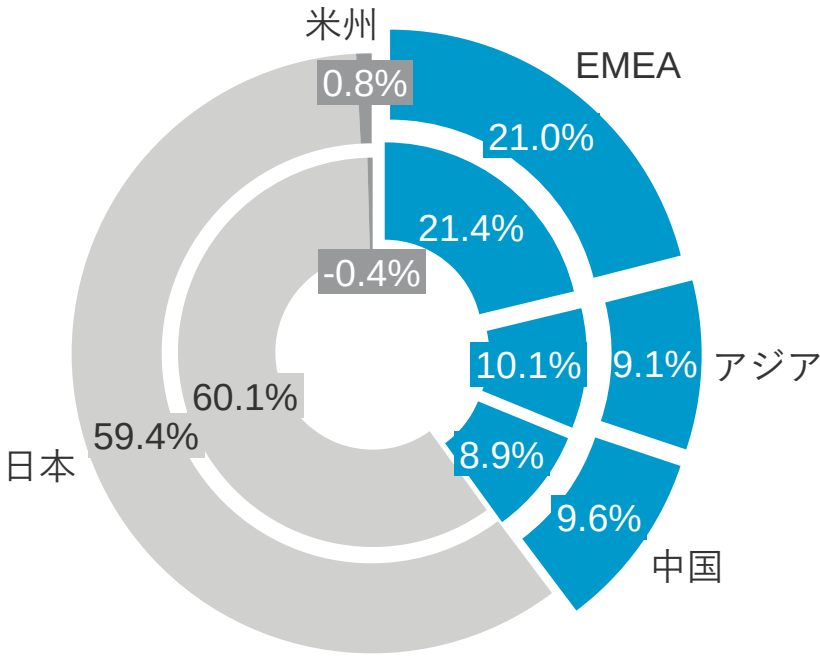
ボラティリティを吸収しつつ、
成長モメンタムの持続

60以上の国・地域で事業を展開し、世界における貢献患者数5,000万人

外円：地域別売上

内円：地域別貢献利益

(2023年度予想)



EMEA : 50+ Markets
シェア No. 4

中国
シェア No. 1

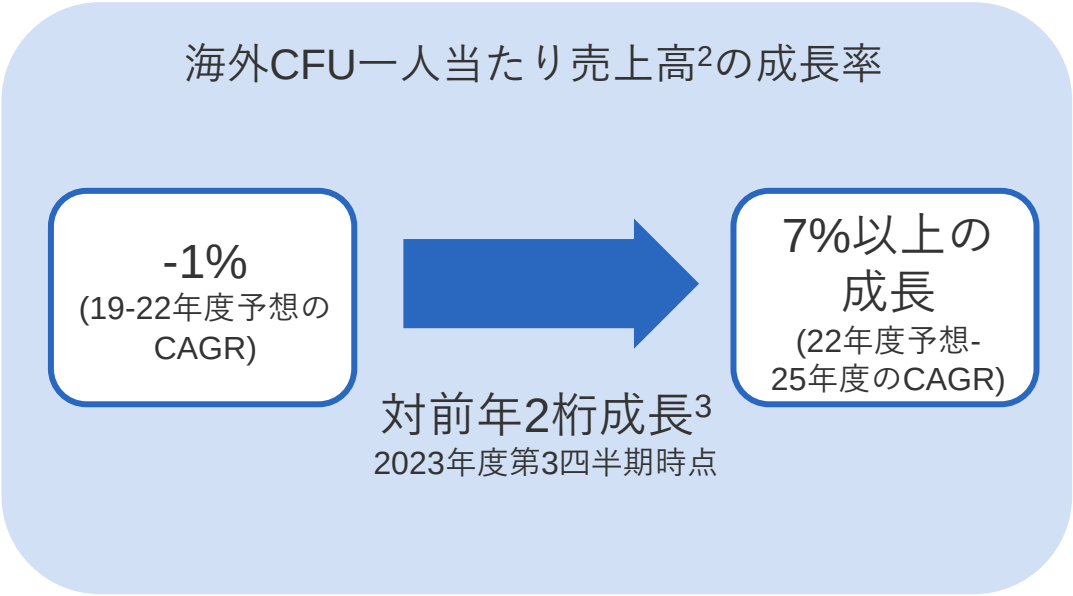
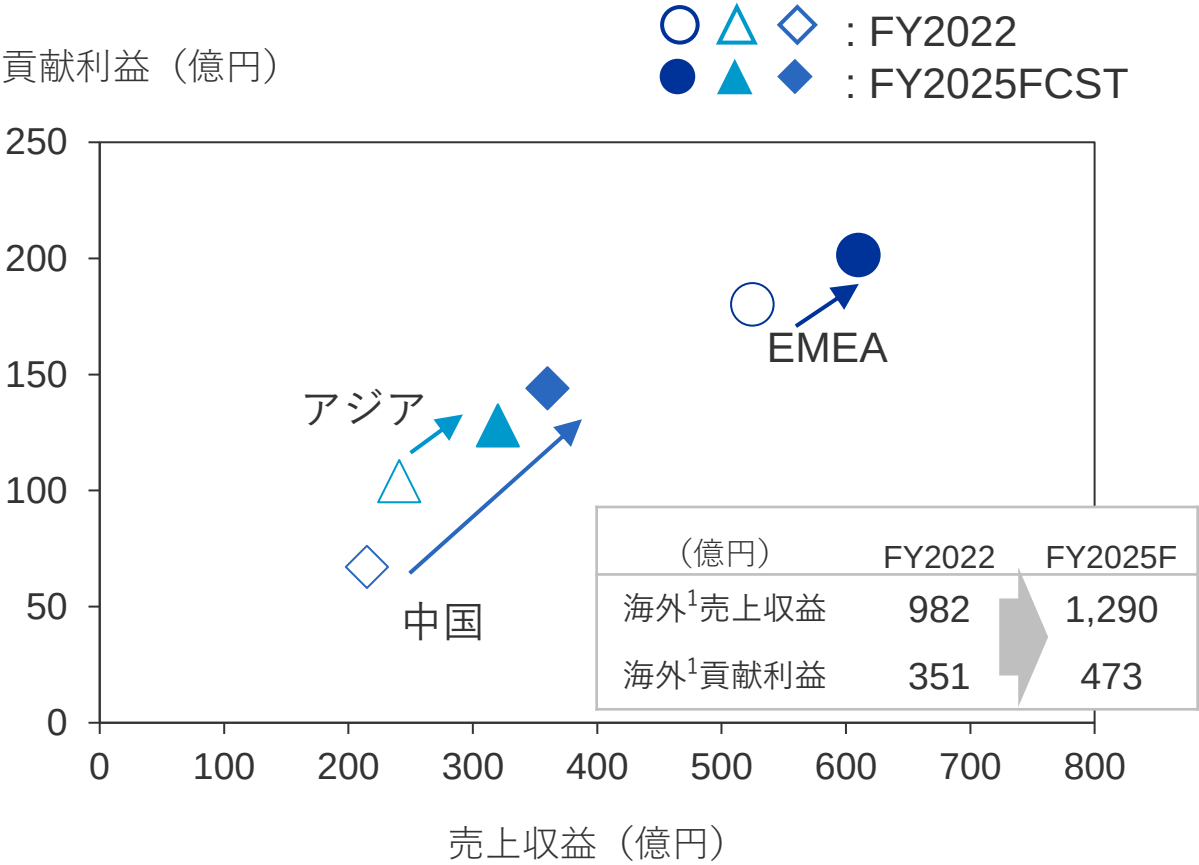
日本
シェア No. 1

アジア: 9+ Markets
シェア No. 1

貢献患者数は、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2021年度延べ貢献患者数 *シェアは全地域CY2023。海外は網膜領域除く。アジアはインド・パキスタン・スリランカ・バングラディシュ除く 出典：Copyright © 2024 IQVIA. IQVIA MIDAS 2023.1Q-2023.4QおよびJPM 2023.1-2023.12を基に参天分析 無断転載禁止

海外事業は、筋肉質な人員体制で、より高い目標を達成し続ける力を磨く

2023年度単年で2桁の生産性向上を実現。中期経営計画目標を上回るべく、
2024年度・2025年度もコマーシャルエクセレンスの浸透に注力する。



13 1 中国、アジア、EMEA。2 中国、アジア、EMEA。為替影響除き。～2022年度は2022年度の為替レート、～2025年度は新中計レートで換算。3 中国・アジア・EMEAのCFU人員数で算出。為替要因及び一過性要因を除外

日本の強みのうちグローバルの強みに昇華させたい要素を 参天のコマーシャル・エクセレンス（CE）として体系化して海外事業で展開する

参天の日本における得意技

志

Conviction

患者さんにとって最適な眼疾患治療およびアイケアを実現するべく、参天の製品とサービスの価値を最大化してお届けする

1

型

Framework

標準化された戦略フレームワーク、
使いこなすお作法

2

一貫

Consistency

戦略・活動計画・実行の一貫性、
関連部署の協働

3

徹底

Rigor

KPIモニタリング、
PDCAサイクルの管理

CE
として
体系化

海外市場の特性を加味して展開

主要国において

- ・ 新製品／新規導入品上市の成功：
ピーク売上と到達スピードの最大化
- ・ 既存製品の最大化：製品力のみに
依存しない競合との差別化、医療
政策や医師の処方意向を動かす

2023年度は海外主要国でコマーシャル・エクセレンス（CE）の活動を推進し、具体的な成果を挙げはじめている

CEの浸透と成果をはかる固有のKPI（例）



■ ブランド戦略フレームワークの浸透度合

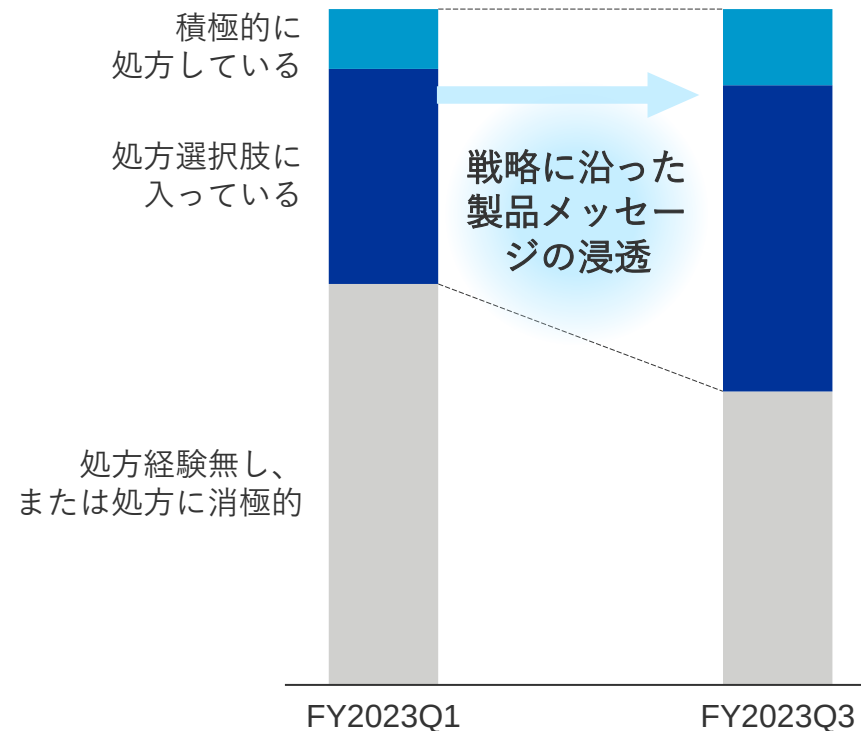


■ PDCAサイクル管理手法の浸透度合



■ 顧客による製品のキーメッセージ受け入れ度合とそれに伴う行動変容

韓国における具体的な成果（例）： 顧客のエイベリスの受け入れ度合の変移

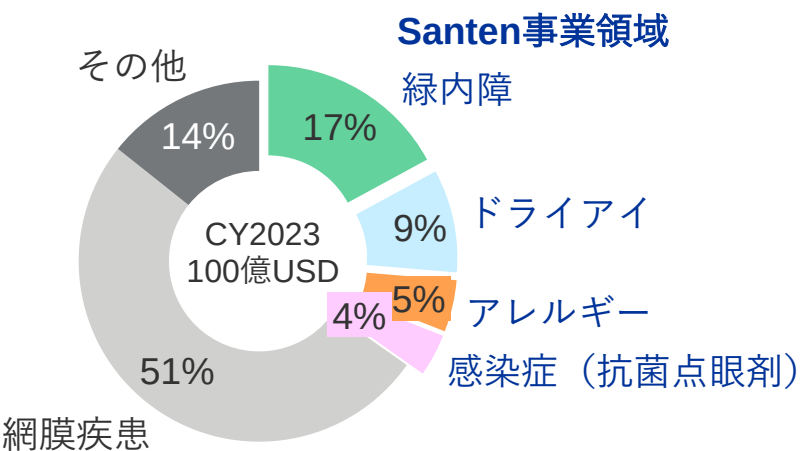


EMEA

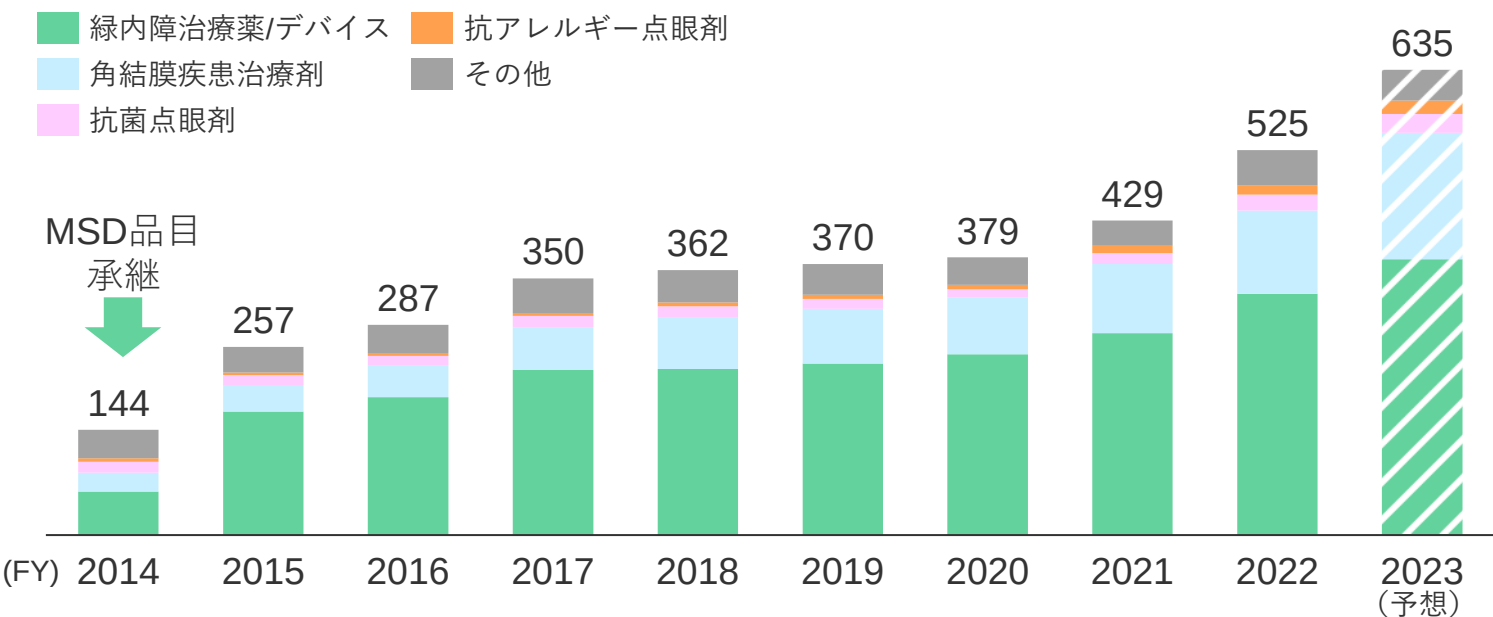


緑内障・ドライアイを中心とし市場を上回る成長によりプレゼンスを確立

市場¹



EMEA売上推移（億円）



参天シェア

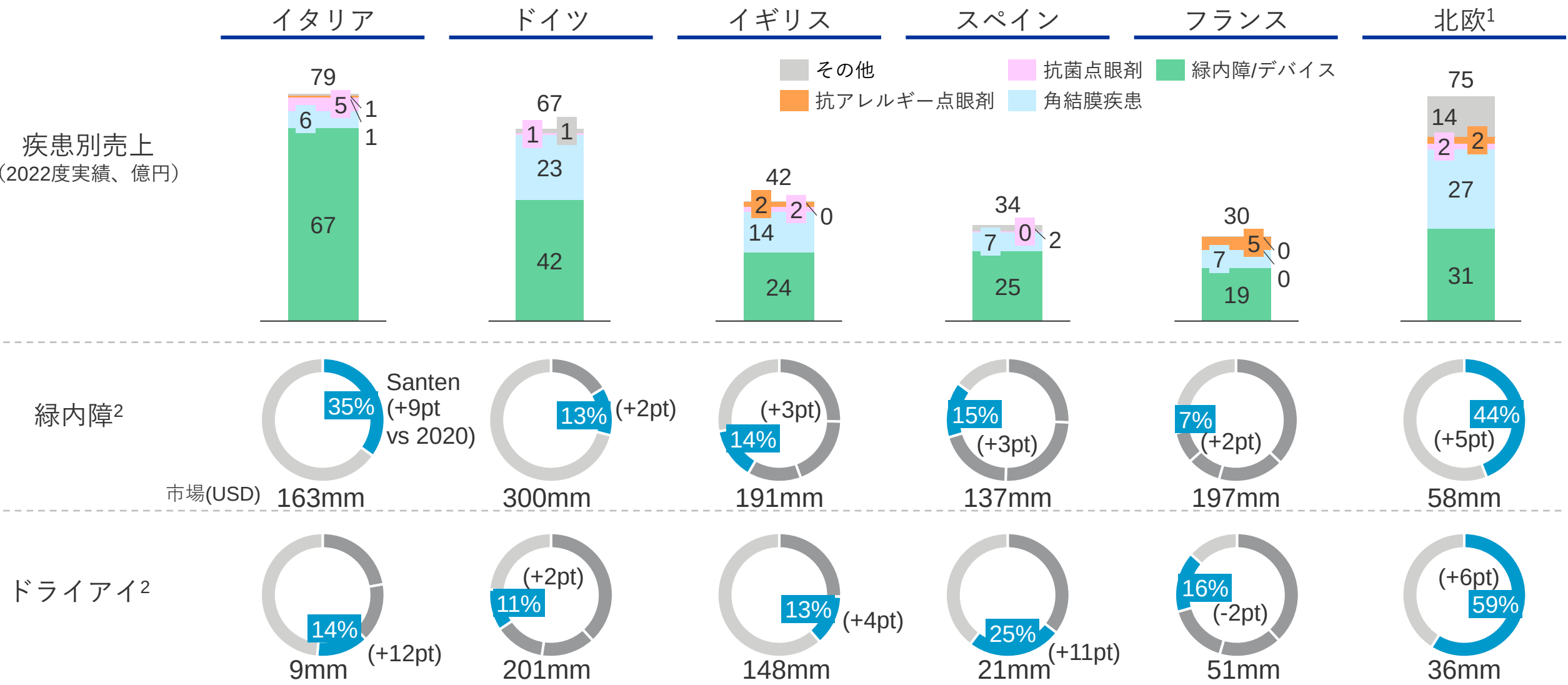
眼科市場	No.6	(4%)
眼科市場（網膜抜き）	No.4	(9%)
緑内障	No.1	(16%)
ドライアイ	No.3	(10%)

CAGR	2020～2023年 ²		
	眼科全体（網膜抜き）	緑内障	角結膜疾患（ドライアイ）
Santen	19%	15%	30%
市場	7%	1%	11%

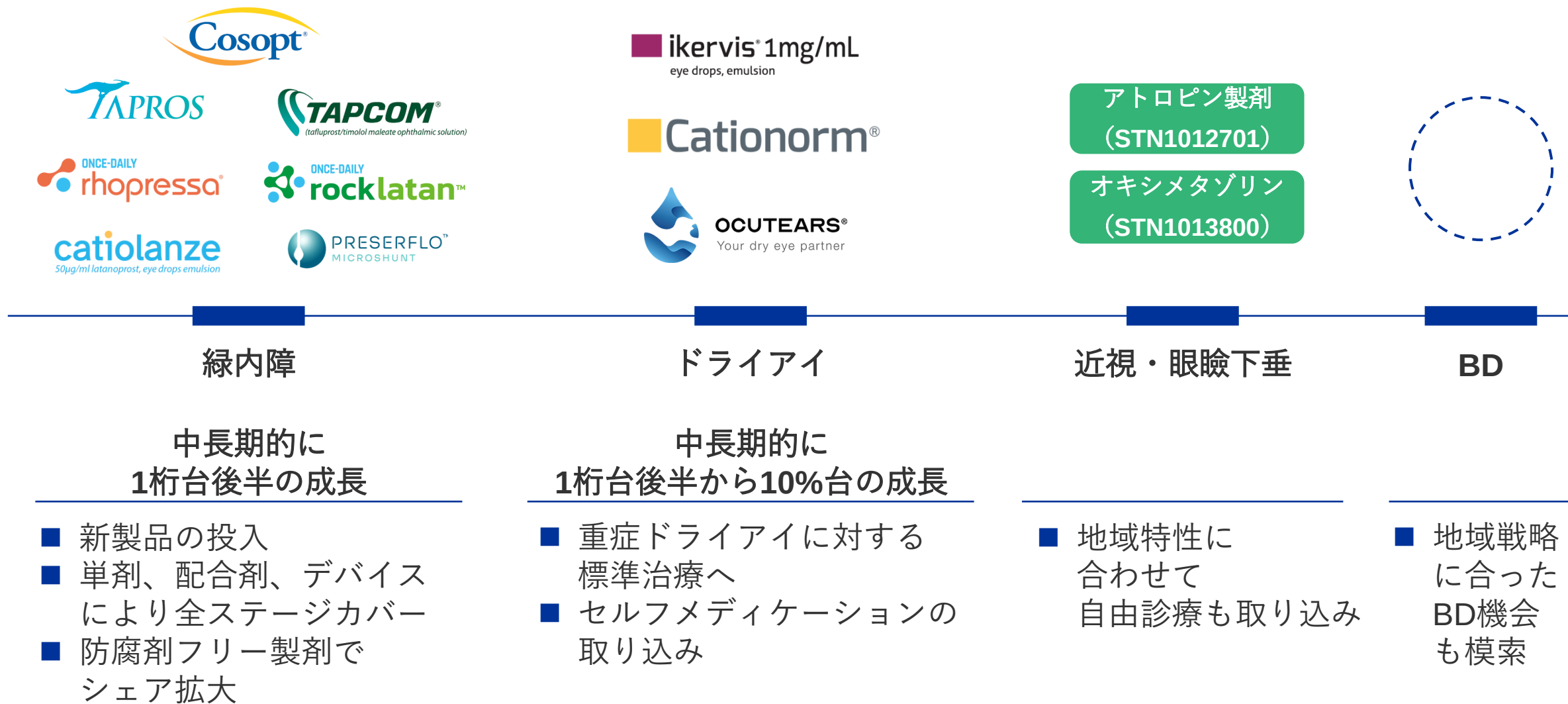
2022～2025年度（中期計画）
眼科全体（網膜抜き）
6% ³
2% ⁴

1,2 市場：CYベース。出典：Copyright © 2024 IQVIA. IQVIA MIDAS 2020.1Q-2023.4Qを基に参天分析 無断転載禁止 2 Santen：FY2020実績およびFY2023予想値（2023/11/7開示）を使用し算出。Ikervis特殊要因含む。3 2022年度は2023/2/7開示予想値。各年度の為替レートを使用。4 参天推計。2022年度は予想値。主要販売国を対象として算出。

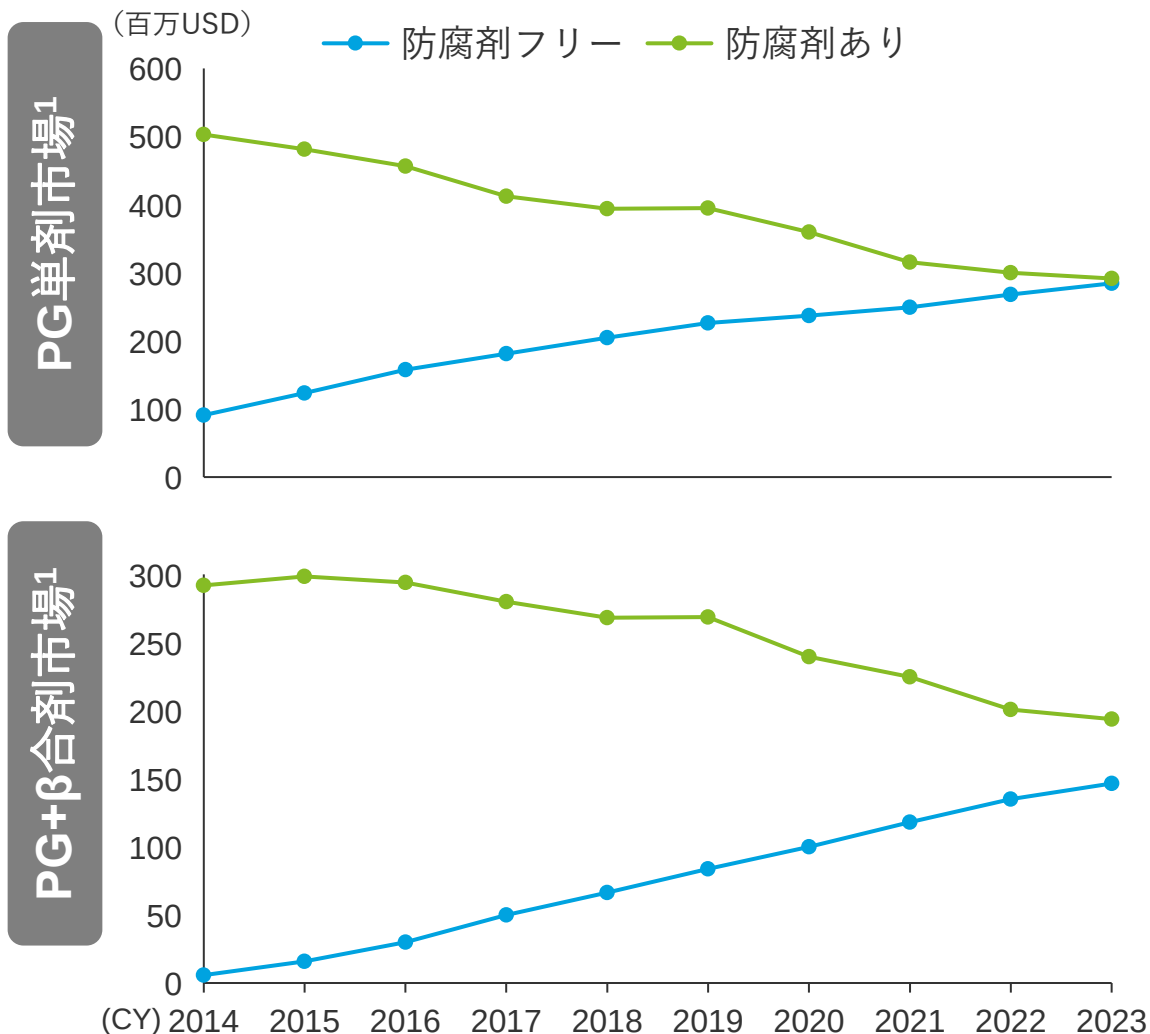
主要国であるEU5と北欧3か国でEMEA売上の62%を占める。 防腐剤フリーなどニーズに応える製品により市場を上回り成長



コマーシャル・エクセレンスの浸透と、ニーズに応える製品及びパイプラインで GEや競合品の影響も吸収し中長期的に10%前後の売上成長率を目指す

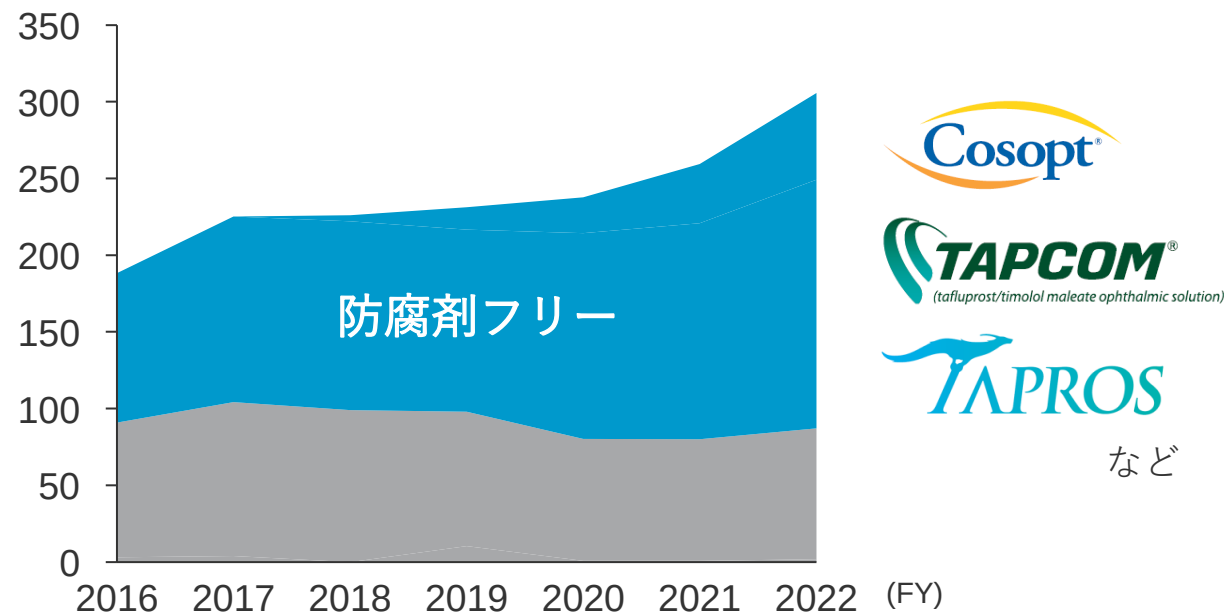


防腐剤フリーのニーズは高まり続けると想定



EMEA緑内障薬売上推移（億円）

約7割の製品が防腐剤フリー



防腐剤フリー製品への更なるスイッチで
優位的な地位を更に向上

新製品で拡充し続けるEMAの緑内障ポートフォリオ

差別化された新製品



- ROCK阻害は線維柱帯機能不全をターゲットとする、欧州では過去25年間で初の新規MOA¹
- ラタノプロストとの配合剤である本剤は、線維柱帯流出路とぶどう膜強膜流出路の両方からの房水排出を促すことで眼圧下降作用を発揮



- 眼圧を低下させ、且つ眼表面疾患を改善する新たな緑内障治療の選択肢
- 防腐剤フリー製剤

既存の緑内障治療薬に比べ
何らかの利点があると
考える眼科医²

>80%

ドライアイの兆候と症状を
呈する眼表面疾患を
有する緑内障患者³

約60%

上市済み **11** か国

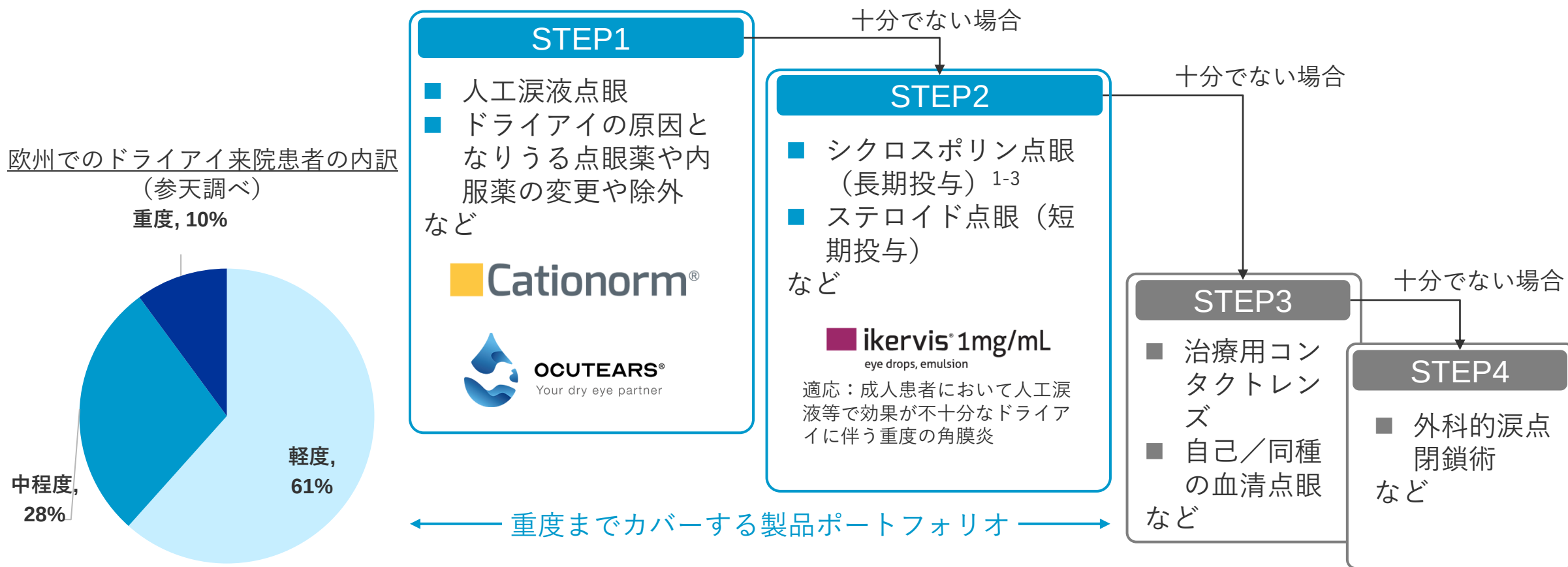
上市予定 **8** か国

上市予定 **13** か国 (FY2024～)

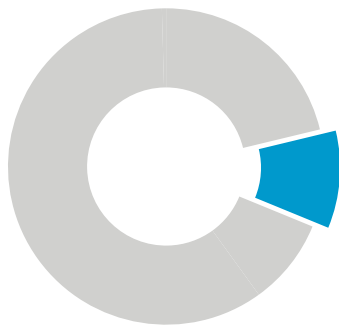
1 Schehlein EM, Robin AL. *Drugs* 2019;79:1031–6. 2 EU5の医療従事者215名を対象とした参天調査。劣る、同じ、小さな利点がある、大きな利点がある、画期的な治療のうち、小さな利点がある、大きな利点がある、画期的な治療との回答を集計 3 Erb et al. *Graefes Arch Clin Exp Ophthalmol* 2008;246:1593–160; Fechtner, et al. *Cornea* 2010;29:618–621; Leung et al. *J Glaucoma* 2008;17:350–355; Pai et al. *Asian J Ophthalmol* 2018;16:101-109.

最も患者が多いと考えられるドライアイ治療の初期段階をカバー

TFOS DEWS II（TFOSドライアイ研究会Ⅱ）の報告書や欧州の専門医では段階的な治療が推奨されており、人工涙液が奏功しない場合抗炎症治療が推奨されている^{1,2}

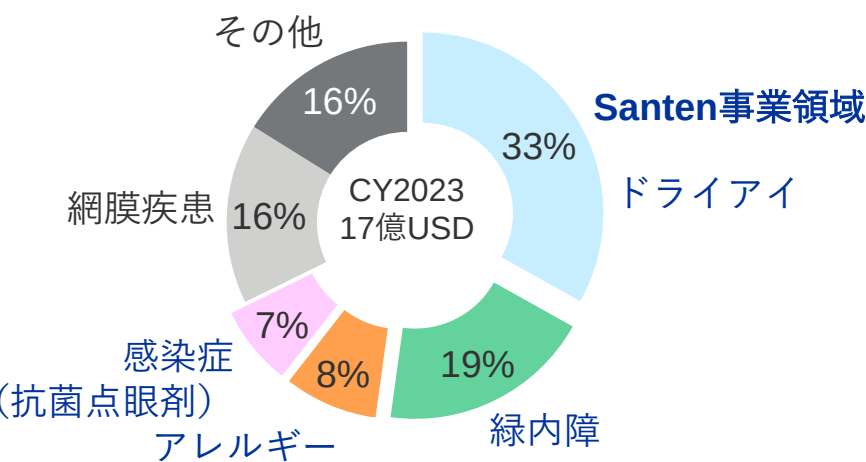


Asia

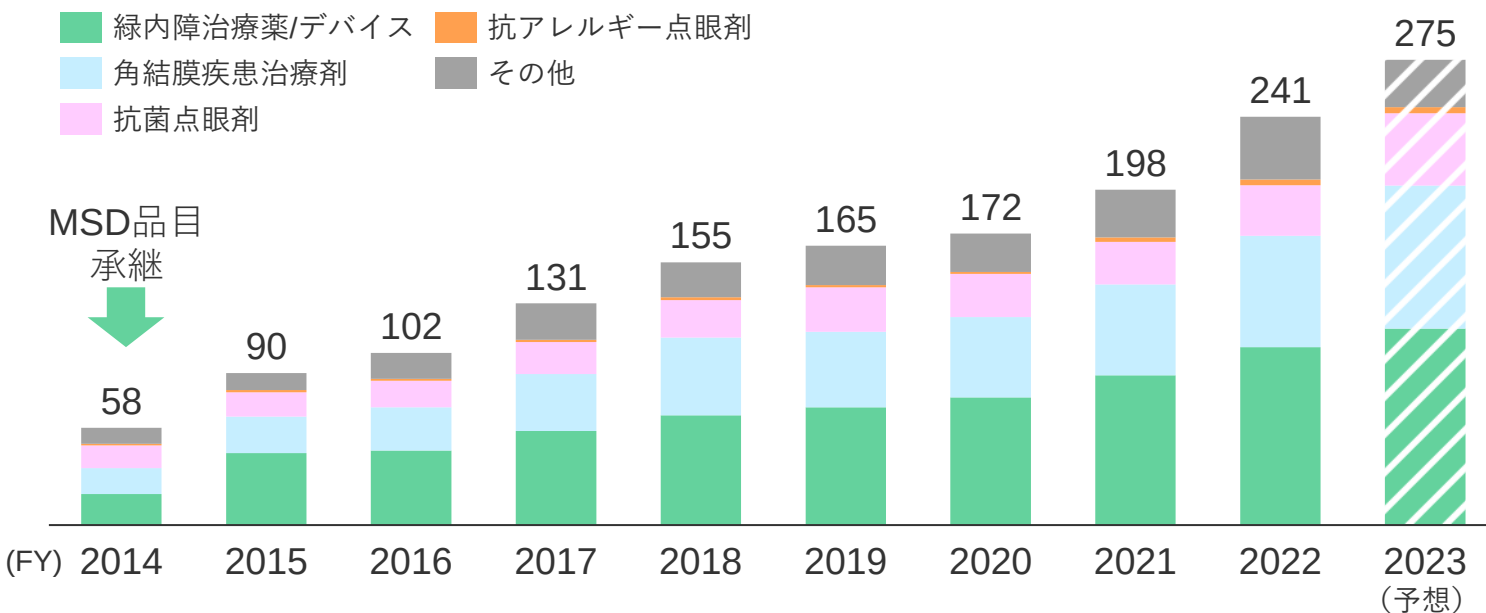


緑内障・ドライアイ・抗菌剤を中心とし 市場を上回る成長により高いプレゼンスを有する

市場¹



アジア売上推移 (億円)



参入シェア

眼科市場	No.1	(12%)
眼科市場（網膜抜き）	No.1	(15%)
緑内障	No.1	(28%)
ドライアイ	No.2	(11%)
感染症（抗菌点眼剤）	No.1	(25%)

2020～2023年 ²				
CAGR	眼科全体（網膜抜き）	緑内障	角結膜疾患（ドライアイ）	抗菌点眼剤
Santen	17%	15%	21%	19%
市場	10%	8%	12%	14%

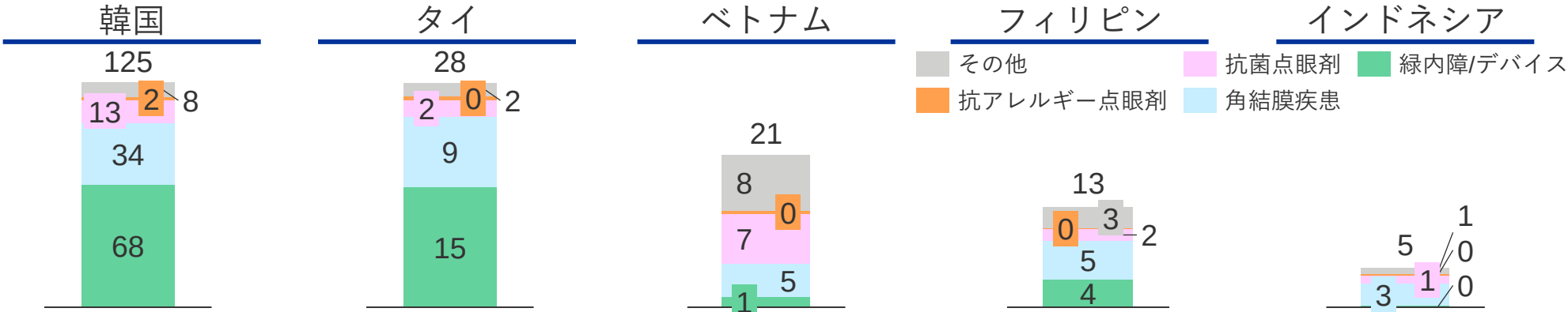
2022～2025年度（中期計画）
眼科全体（網膜抜き）
12% ³
2% ⁴

1,2 市場：CYベース。インド・パキスタン・スリランカ・バングラディシュ除く。出典：Copyright © 2024 IQVIA. IQVIA MIDAS 2020.1Q-2023.4Qを基に参入分析 無断転載禁止 2 Santen：FY2020実績およびFY2023予想値（2023/11/7開示）を使用し算出 3 2022年度は2/7開示予想値。各年度の為替レートを使用。4 参入推計。2022年度は予想値。主要販売国を対象として算出。

© 2024. Santen Pharmaceutical Co., Ltd. All rights reserved.

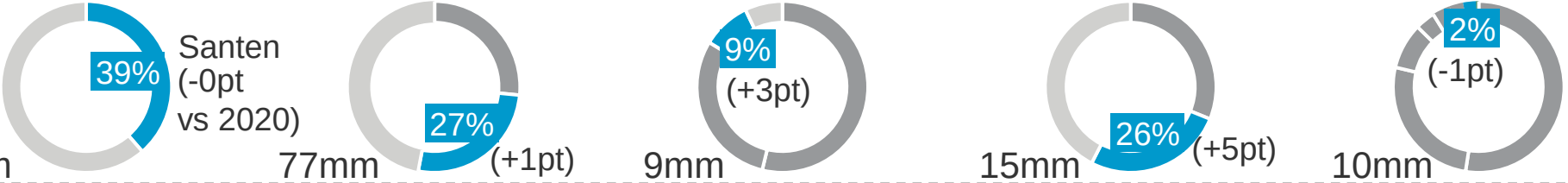
売上の70%以上を占める韓国・タイ・ベトナムにリソースを投下。一定のプレゼンスを有するフィリピンや成長の大きなインドネシアも成長機会は存在する市場

疾患別売上
(2022度実績、億円)

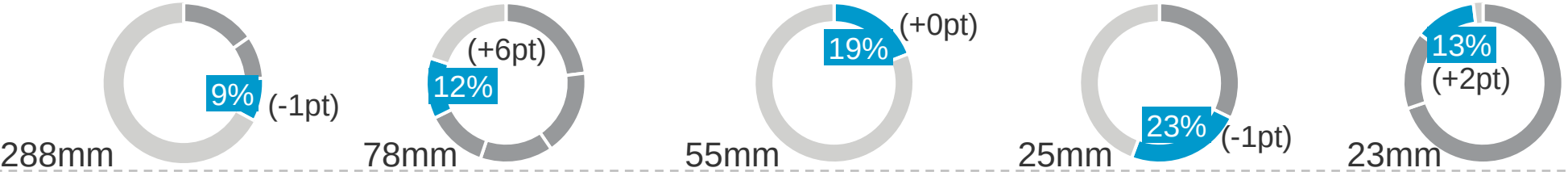


緑内障¹

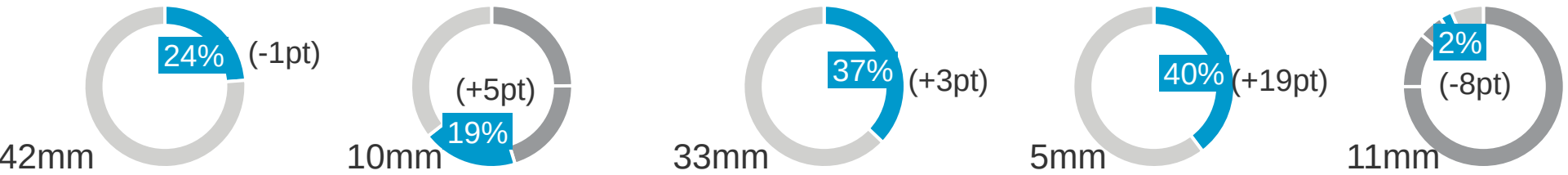
市場(USD) 134mm



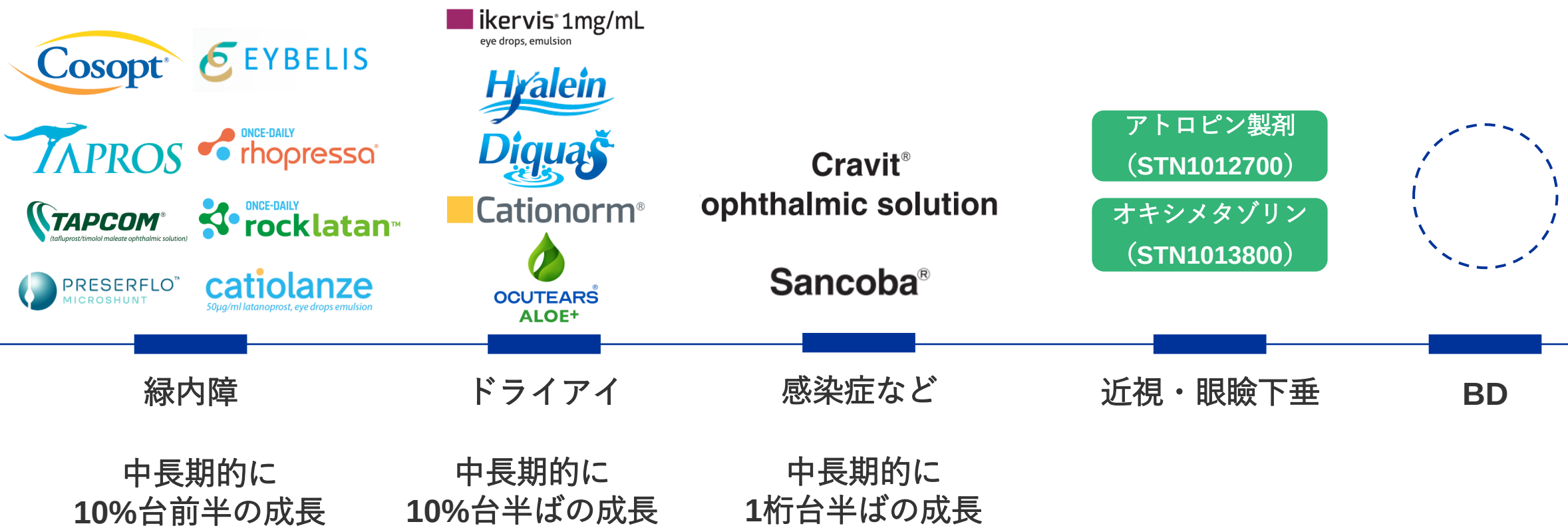
ドライアイ¹



抗細菌点眼剤¹



コマーシャル・エクセレンスの浸透と各地域ニーズに合った広範囲な製品群で 中長期的に10%台前半の売上成長率を目指す



- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 新製品およびLCM品の投入 ■ 国毎のペイシェントジャーニーに合わせた戦略により拡大 ■ セルフメディケーションの取り込み | <ul style="list-style-type: none"> ■ 医療アクセスの拡大 ■ 潜在患者の掘り起こし | <ul style="list-style-type: none"> ■ 地域戦略に合ったBD機会も模索 |
|---|---|---|

韓国でのアイケア市場におけるポジションを更に強化し、 それに匹敵するポジションをタイ、ベトナムで構築

韓国

- 緑内障・ドライアイの
既存製品売上を最大化



- 緑内障・ドライアイ等の
新製品の上市



DIQUAS® LX ophthalmic solution

ALESION® LX Ophthalmic Solution

タイ

- 緑内障に加え、
ドライアイや抗菌剤も訴求



- 薬局チャネルへの取り組み強化



- KOL パートナシップ強化

ベトナム

- 病院へのアクセスおよび
KOLパートナーシップ強化

- 市場比重の高いリテール
(薬局チャネル) において
セルフメディケーションの
取り込み



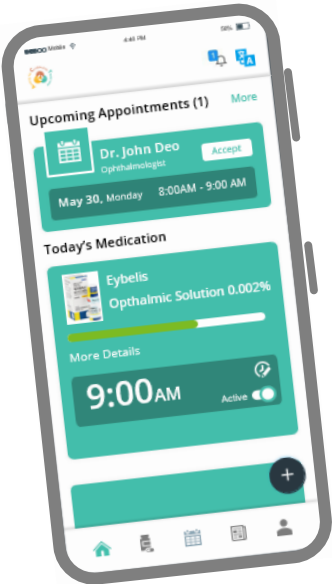
Cravit® ophthalmic solution

マルチカントリーの地域特性に鑑み、デジタルの積極活用により主要疾患領域における製品価値最大化とKOLパートナーシップ強化に取り組む中

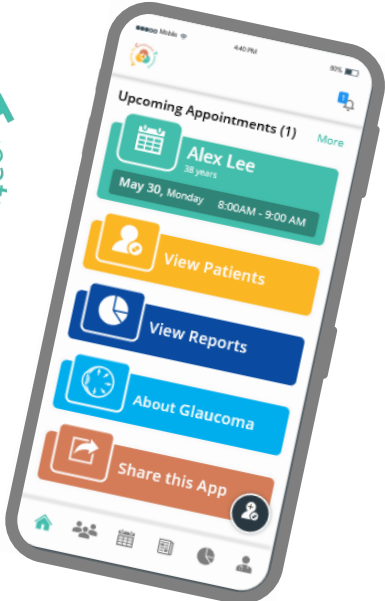
デジタル化した緑内障治療継続パッケージ「ACT Pack」の展開

- 治療継続を促すとともに、眼科医と患者さんを繋ぐコミュニケーションツール

Patient Portal

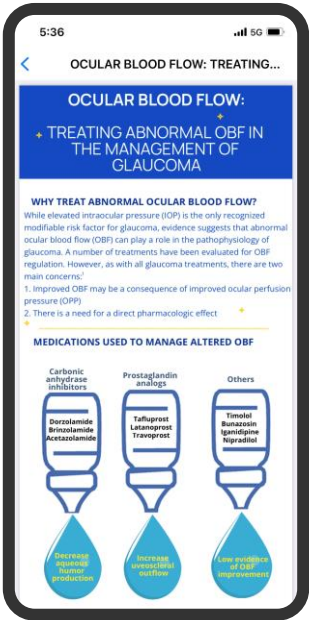


Doctor Portal

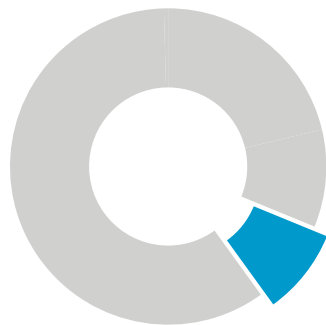


医療関係者向け眼科専門情報ポータル Santen MDの提供

- 登録者数 約7,000人
- 掲載記事・動画 550
 - ・ 緑内障 169
 - ・ ドライアイ 113
 - ・ 感染症 46
 - ・ 近視を含む一般眼科 49
 - ・ その他 173

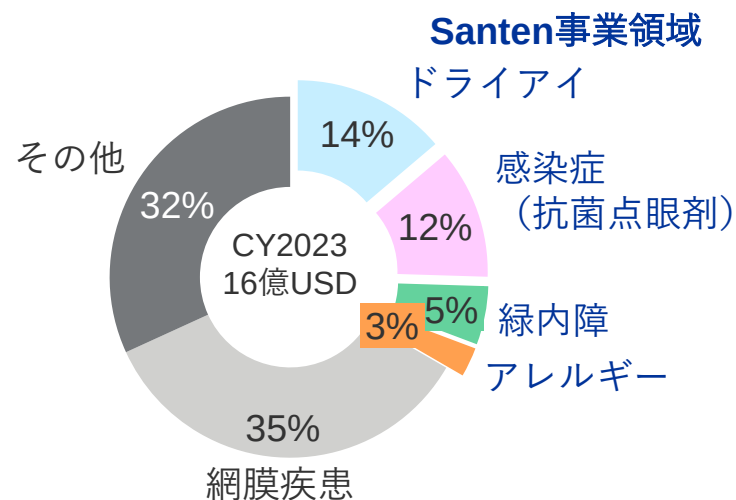


China

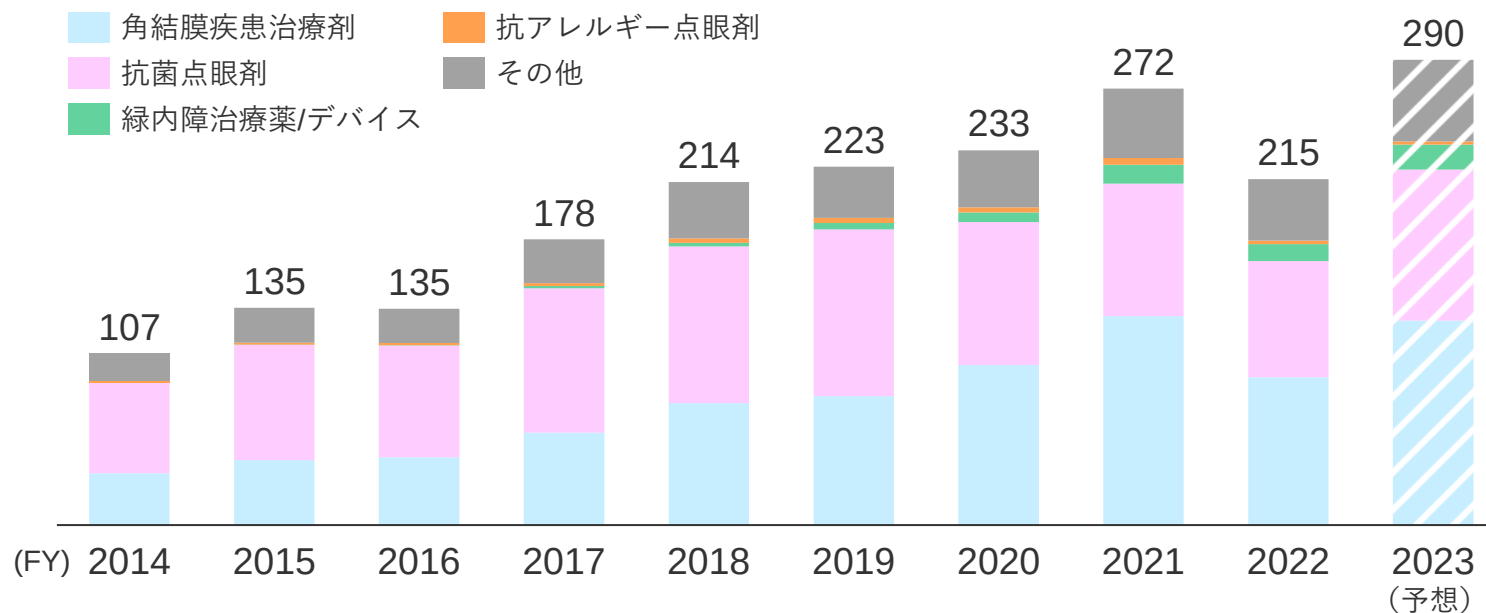


学会との協働や高品質な製品で市場を開拓し オーガニック成長により確固たるプレゼンスを有する

市場¹



中国売上推移（億円）



参天シェア

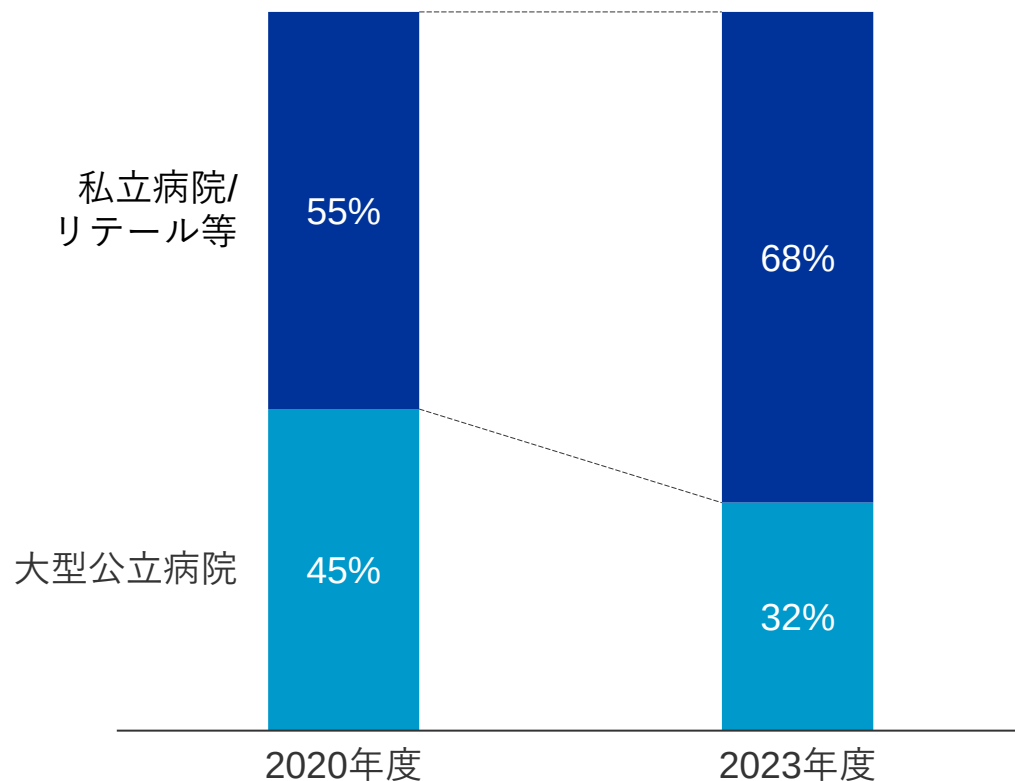
眼科市場	No.3	(9%)
眼科市場（網膜抜き）	No.1	(13%)
緑内障	No.4	(11%)
ドライアイ	No.1	(27%)
感染症（抗菌点眼剤）	No.1	(22%)

2020～2023年 ²					2022～2025年度 (中期計画)
CAGR	眼科全体 (網膜抜き)	緑内障	角結膜疾患 (ドライアイ)	抗菌点眼剤	眼科全体 (網膜抜き)
Santen	7%	37%	8%	2%	18% ³
市場	7%	5%	7%	-1%	2% ⁴

30 1,2 市場：CYベース。出典：Copyright © 2024 IQVIA. IQVIA MIDAS 2020.1Q-2023.4Qを基に参天分析 無断転載禁止 2 Santen：FY2020実績およびFY2023予想値（2023/11/7開示）を使用し算出 3 2022年度は2/7開示予想値。各年度の為替レートを使用。4 参天推計。2022年度は予想値。

レガシー製品を含めたポートフォリオで、 1桁台後半から10%前半の売上成長を中長期的に目指す

チャネル別売上¹



製品ポートフォリオ

戦略製品



Cationorm[®]

レガシー製品



Cravit[®]
ophthalmic solution

Take away

海外事業は緑内障・ドライアイ・抗菌剤の領域で成長を続けている。 今後もCEで組織力を高め続け、2025年度以降の近視や眼瞼下垂を最大化

EMEA

成長機会の大きいEU5と歴史的に高いシェアを誇る北欧を中心に緑内障・ドライアイでプレゼンスを拡大

Asia

主要市場である韓国・タイ・ベトナムを中心に、セルフメディケーション市場も取り込みつつ、緑内障・ドライアイでの事業拡大を加速

China

長年培ったプレゼンスを活かし、マルチチャネル戦略により、リスクと事業機会をマネージし持続的な成長を目指す

コマーシャル・
エクセレンス

前眼／後眼部の
BD機会など

重要な注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいています。これら見通しを実現できるかどうかは様々なリスクや不確実性などに左右されます。従って、実際の業績はこれらの見通しと大きく異なる結果となりうることをご承知おき下さい。また、当社は本資料の内容を随時更新する義務を負うものではありません。
- リスク要因としては、以下のものが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
医薬品行政の動向、社会・経済情勢ならびに法規制の変更、為替などの外部要因。後発品の影響などの競争環境の変化。主力製品への依存、ライセンス製品への依存、原薬供給等の特定の取引先への依存などの特定の製品・取引先等への依存。新薬開発の不確実性、研究開発投資が十分な成果を生まない可能性、他社との提携の成否などの研究開発活動に起因するもの。その他知的財産権、自然災害などに伴う生産の停滞・遅延、販売中止・製品回収等の製品供給に起因するもの、訴訟およびグローバルな事業展開に関わるリスクなど。
- 本資料には、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。
- 本資料は投資家の参考になる情報の開示を目的としており、投資の投資勧誘や推奨を行うものではありません。投資に関するご決定は皆さま自身のご判断で行うようお願いいたします。
- 本資料に記載された情報は今後予告なく変更されることがあります。本資料の利用にあたっては利用者の責任であり、記載された情報の誤り等を含み本資料の利用によって生じた損害について、当社は一切責任を負うものではありません。

