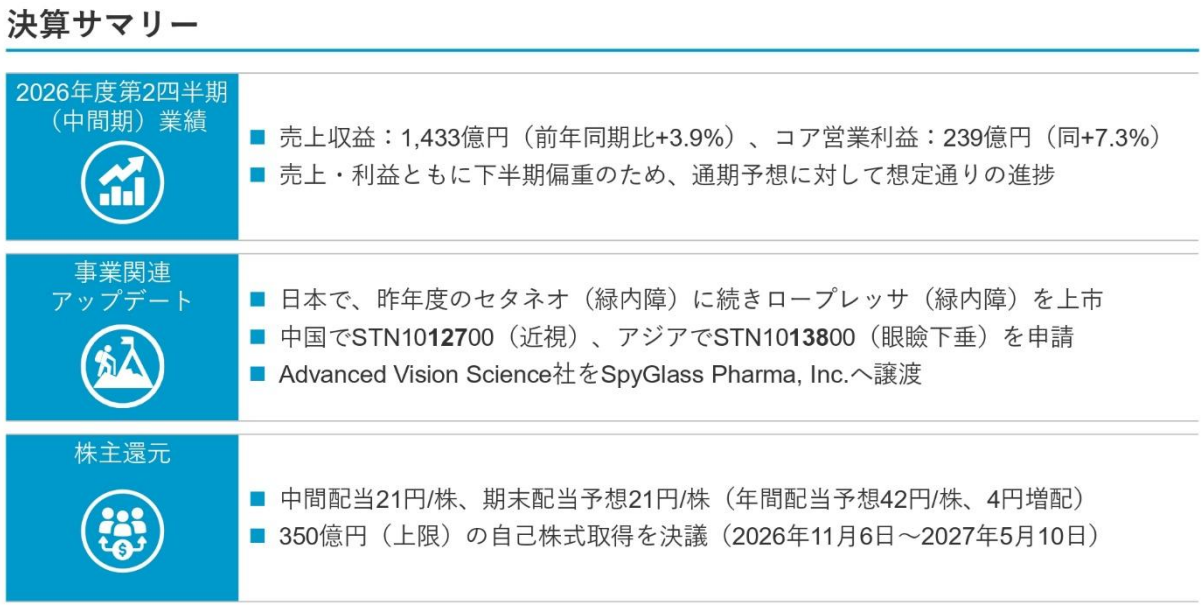
2026 年度第 2 四半期決算説明会スクリプト



伊藤：参天製薬 CEO の伊藤です。本日は大変お忙しいところ、当社 2026 年度第 2 四半期決算説明会にお集まりをいただき、誠にありがとうございます。



4

伊藤：初めに決算サマリーについて説明をさせていただきます。4 ページをご覧ください。
2026 年度は、中期経営計画において増収増益基調への回復を実現する年と位置づけておりますけれども、第 1 四半期に続き増収増益を達成し、コア営業利益は社内計画を上回ることができました。引き続き、下半期に向けて主力製品の価値最大化と新製品の浸透に取り組んでまいります。

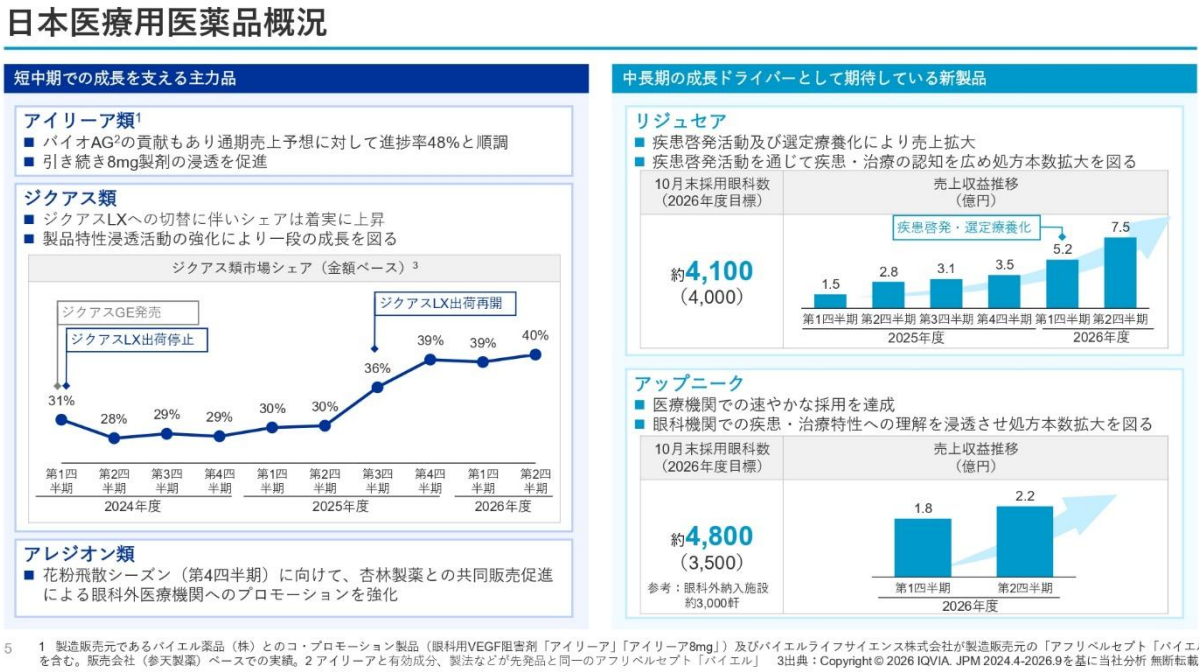
事業面では、中長期の成長に向けたポートフォリオの拡充が進んでおります。日本では緑内障領域において、ファーストライン治療薬として、昨年上市したセタネオに続き、セカンドライン治療薬のロープレッサを 8 月に上市いたしました。

緑内障は、依然として後天的な失明原因の上位にある疾患で、患者さんごとに異なる眼圧管理のニーズや副作用、治療継続の課題に対応するため、より幅広い選択肢が求められています。
これらの新製品に対する眼科医の方々の関心も大変高く、今後成長に期待を寄せております。

また海外では、近視進行抑制薬 STN1012700 を中国で申請いたしました。アジアでは、5 月のフィリピンに続きまして、10 月に韓国でも承認を取得いたしました。これまで来年度としておりましたアジア地域での本剤の上市については、今年度末に前倒しし、フィリピンから上市をしていく予定です。また、眼瞼下垂治療薬 STN1013800 についても、韓国を含むアジア各国で申請を行いました。

株主還元につきましては、株主の皆様への安定的な利益還元を経営の最重要事項の一つとして位置づけております。配当については、累進配当方針に基づき、1 株当たりの年間配当を、4 円増配の 42 円と予想しています。そのうち、中間配当は 1 株当たり 21 円となります。

さらに自己株式取得についても、手許現金水準および投資への資金余力を勘案して、上限 350 億円の取得を決議いたしました。成長投資と配当や機動的な自社株取得を含めた株主還元の両面から、企業価値の向上を図ってまいります。

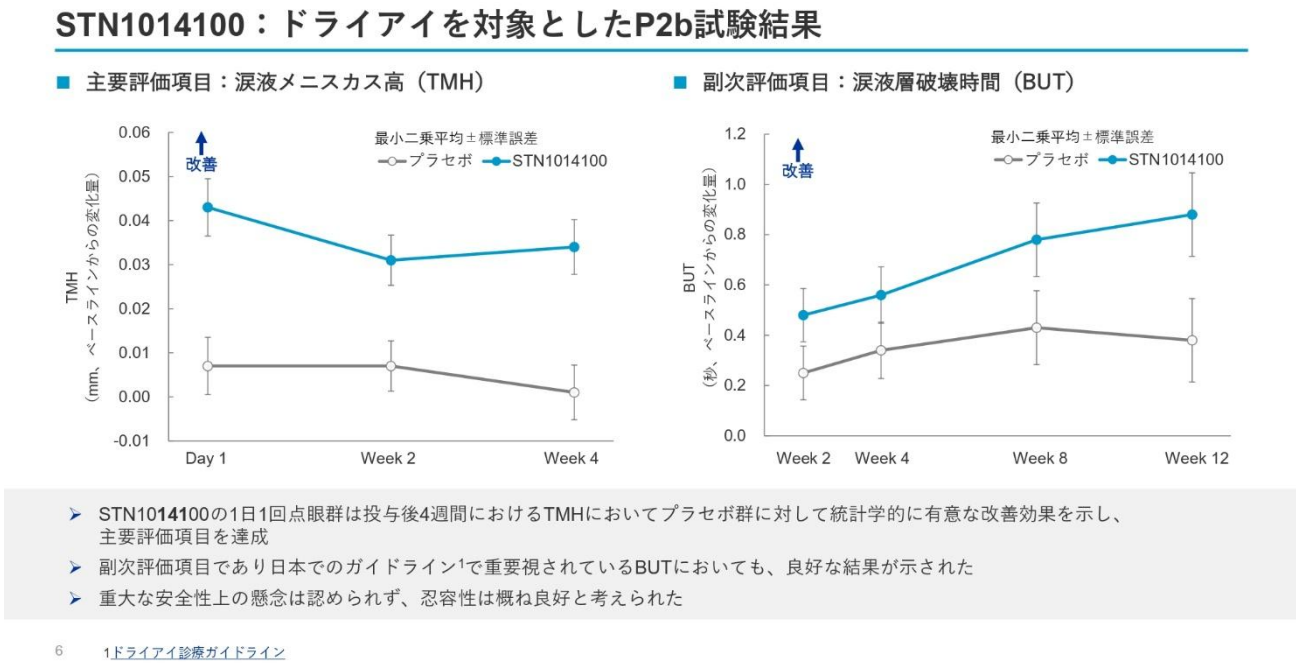


5 ページをご覧ください。Santen のマザーマーケットであり、新製品での成長フェーズへの移行期でもある日本事業について説明をさせていただきます。

昨年 12 月に出荷を再開したジクアス LX は、代替品となっているジクアスなどからの切り替えに当初の想定より時間を要しているものの、シェアは着実に上昇し、月次での売上も伸長しております。特に第 2 四半期からプロモーション活動を強化した結果、活動量に応じて売上拡大につながる手応えが得られています。下半期はこうした成果を踏まえ、リソースのより効果的な配分により、一段の売上成長につなげてまいります。

アレジオンクリームについては、第 4 四半期の花粉飛散シーズンに向け、8 月から杏林製薬様との共同販売促進を開始し、眼科以外の医療機関への活動を活発に展開していただいております。
シーズン期ではないため規模は小さいものの、眼科外でも処方の拡大傾向にあるというところを確認してございます。

新しい市場創造に取り組んでいる近視と眼瞼下垂については、治療の受け皿となる医療機関への浸透が進み、ともに今年度末の採用軒数目標を前倒しで達成をしております。下半期は、疾患や治療への認知をさらに広め、処方の拡大につなげる活動へ重点をシフトしてまいります。医療機関において製品価値への理解をさらに深めていただくとともに、患者さんにも疾患や治療について広く知っていただくことで、処方の拡大につなげてまいります。



ここからは、パイプラインに関するトピックについてお話をさせていただきます。

6 ページをご覧ください。ドライアイを対象にした STN1014100 のフェーズ 2b 試験の結果について説明をさせていただきます。

本試験は、至適用量の決定を目的として、プラセボ点眼液を対象に、1 日 1 回投与および 1 日 2 回投与を検討したものです。ここでは、試験の結果から採用した用法である 1 日 1 回点眼の結果をご紹介いたします。

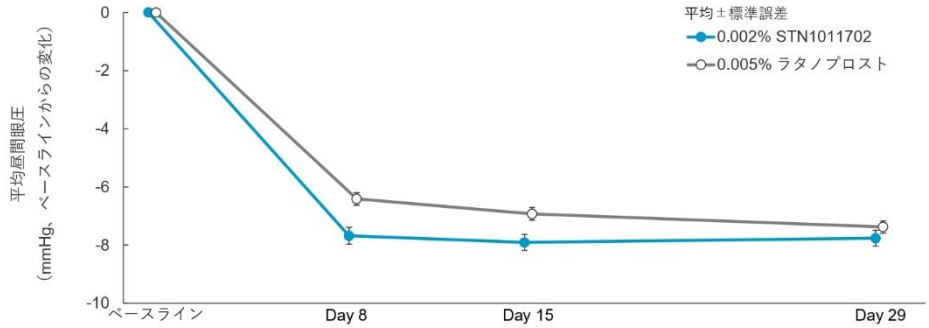
左側のグラフは、主要評価項目である涙液メニスカス高の結果です。涙液メニスカス高は、目の表面にある涙液の量を評価する指標です。STN1014100 の 1 日 1 回点眼は、投与後 4 週間において、プラセボに対して統計学的に有意な改善効果を示し、主要評価項目を達成いたしました。

右側は、副次評価項目である涙液層破壊時間の結果でございます。これは涙の膜の安定性を評価する指標で、日本のドライアイ診療ガイドラインでもその重要性が指摘されており、この指標においても良好な結果が示されました。

また、今回データにはお示ししておりませんが、自覚症状についても、乾燥感の改善などを確認しております。今回の結果を踏まえ、ドライアイの新たな治療選択肢の創出に向け開発を進めてまいります。

STN1011702：緑内障を対象とした中国でのP3試験結果

■ 主要評価項目：平均昼間眼圧



- 0.002% STN10**11702**群は投与4週間後における日中のベースラインからの平均眼圧変化値において0.005%ラタノプロスト群に対して非劣性を示し、主要評価項目を達成。日本で実施された試験の結果ともおおむね一致した。
- 安全性に関しても、新たな問題は見いだされず、中国人でのSTN10**11702**の忍容性が確認された

7

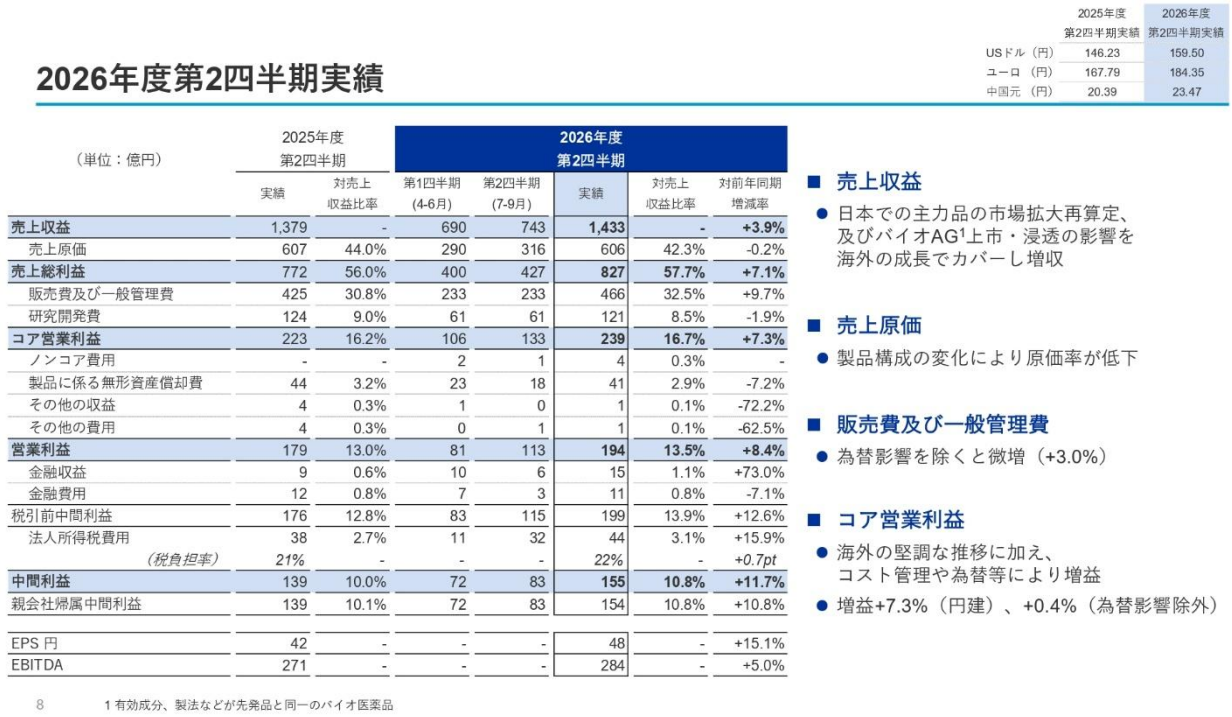
最後に 7 ページをご覧ください。緑内障を対象とした STN1011702 の中国でのフェーズ 3 試験結果についてです。日本や、あるいはアジアでは、エイベリスとして発売している製品でございます。

主要評価項目である投与 4 週間後の日中の平均眼圧において、STN1011702 点眼は、ラタノプロストに対して非劣性を示し、主要評価項目を達成いたしました。承認を取得した場合には、タプロス、タプコムに続き、自社で開発した中国での 3 製品目の緑内障薬となります。7 月からは AbbVie 社から販売権を取得しました Alphagan（アルファガン）を含む緑内障薬 5 製品の販売も開始しており、これら合計 8 品目で、今後の拡大が続くと予想される中国の緑内障市場での貢献を広げてまいります。

なお、RemeGen 社から導入した STN10143 については、8 月の決算説明会にて追加の臨床試験が必要になったことをお知らせいたしました。追加試験の実施に向け、開発を担当する RemeGen 社と当局との間で追加症例に関する協議が進捗しておりまして、試験の詳細や新たな上市時期については、2 月の決算発表でお示しできるものと考えております。上市時期が当初計画から少し遅れはしておりますが、製品の価値や競争力が変わるものではないと考えております。

引き続き、主力製品の価値最大化、それから新製品の浸透、そして中長期の成長を支えるパイプラインの充実を着実に進め、中期経営計画の達成と持続的な企業価値の向上につなげてまいります。私からの説明は以上でございます。

佐久間：続きまして、越路よりご説明いたします。



2026年度第2四半期実績

	2025年度 第2四半期実績	2026年度 第2四半期実績
USドル（円）	146.23	159.50
ユーロ（円）	167.79	184.35
中国元（円）	20.39	23.47

（単位：億円）

	2025年度 第2四半期		2026年度 第2四半期				
	実績	対売上収益比率	第1四半期 (4-6月)	第2四半期 (7-9月)	実績	対売上収益比率	対前年同期増減率
売上収益	1,379	-	690	743	**1,433**	-	**+3.9%**
売上原価	607	44.0%	290	316	606	42.3%	-0.2%
売上総利益	772	56.0%	400	427	**827**	**57.7%**	**+7.1%**
販売費及び一般管理費	425	30.8%	233	233	466	32.5%	+9.7%
研究開発費	124	9.0%	61	61	121	8.5%	-1.9%
コア営業利益	223	16.2%	106	133	**239**	**16.7%**	**+7.3%**
ノンコア費用	-	-	2	1	4	0.3%	-
製品に係る無形資産償却費	44	3.2%	23	18	41	2.9%	-7.2%
その他の収益	4	0.3%	1	0	1	0.1%	-72.2%
その他の費用	4	0.3%	0	1	1	0.1%	-62.5%
営業利益	179	13.0%	81	113	**194**	**13.5%**	**+8.4%**
金融収益	9	0.6%	10	6	15	1.1%	+73.0%
金融費用	12	0.8%	7	3	11	0.8%	-7.1%
税引前中間利益	176	12.8%	83	115	199	13.9%	+12.6%
法人所得税費用	38	2.7%	11	32	44	3.1%	+15.9%
（税負担率）	*21%*	-	-	-	*22%*	-	*+0.7pt*
中間利益	139	10.0%	72	83	**155**	**10.8%**	**+11.7%**
親会社帰属中間利益	139	10.1%	72	83	154	10.8%	+10.8%
EPS 円	42	-	-	-	48	-	+15.1%
EBITDA	271	-	-	-	284	-	+5.0%

■ 売上収益
- 日本での主力品の市場拡大再算定、及びバイオAG[1]上市・浸透の影響を海外の成長でカバーし増収

■ 売上原価
- 製品構成の変化により原価率が低下

■ 販売費及び一般管理費
- 為替影響を除くと微増（+3.0%）

■ コア営業利益
- 海外の堅調な推移に加え、コスト管理や為替等により増益
- 増益+7.3%（円建）、+0.4%（為替影響除外）

8　1 有効成分、製法などが先発品と同一のバイオ医薬品

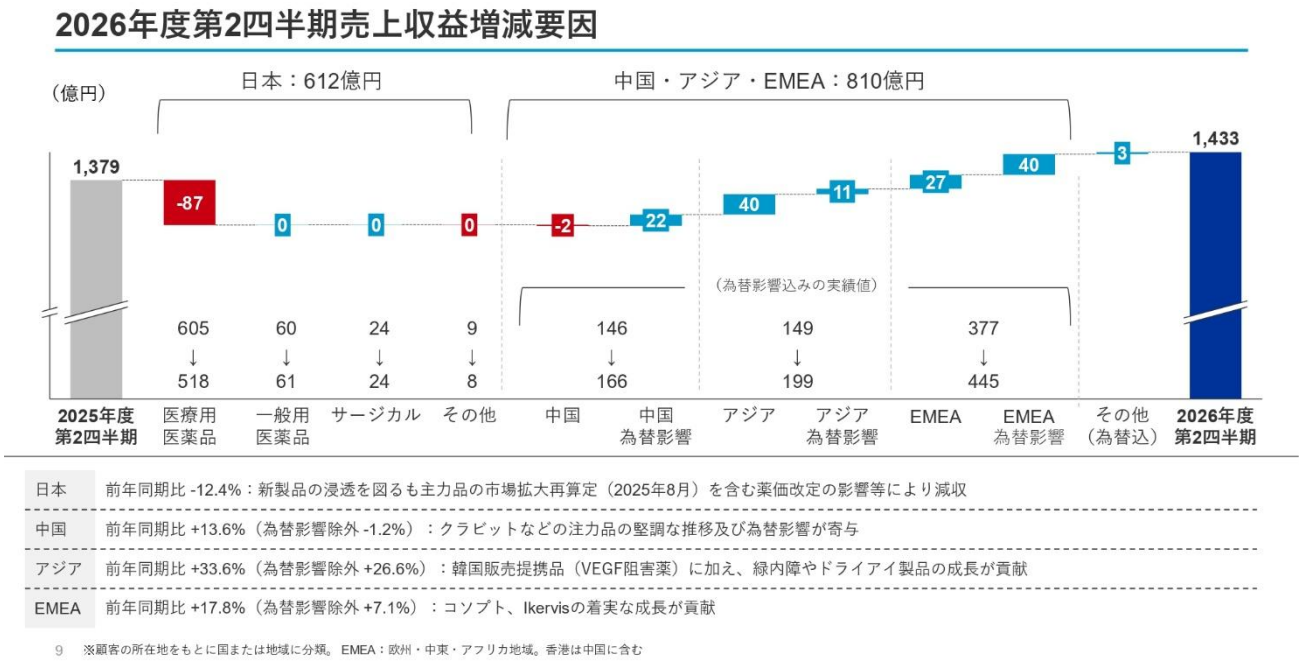
越路：越路でございます。8 ページをご覧ください。第 2 四半期の損益の状況です。

先ほど伊藤からも説明がありましたとおり、増収増益となりました。

売上収益につきましては、第 1 四半期と同様に、日本では昨年 8 月の主力品に対する市場拡大再算定や、今年 2 月に発売しましたバイオオーソライズドジェネリックの浸透の影響を受けましたが、海外の成長がこれを補い、増収となりました。

売上原価につきましては、製品構成の変化により、原価率が前年同期比 1.7 ポイント低下、販管費は為替の影響もあり増加しておりますが、コスト管理により、為替影響を除くと 3%の増加にコントロールしております。また研究開発費については、支払いタイミングの影響により減少していますが、開発活動自体は計画どおり進捗しております。

結果として、コア営業利益は前年同期比約 7%増加の 239 億円となりました。これまでにもお伝えしているとおり、今年度も売上、利益ともに下期偏重の計画です。上半期の売上は概ね社内計画どおり、コア営業利益は想定を若干上回るそのような進捗でございます。



日本	前年同期比 -12.4%：新製品の浸透を図るも主力品の市場拡大再算定（2025年8月）を含む薬価改定の影響等により減収
中国	前年同期比 +13.6%（為替影響除外 -1.2%）：クラビットなどの注力品の堅調な推移及び為替影響が寄与
アジア	前年同期比 +33.6%（為替影響除外 +26.6%）：韓国販売提携品（VEGF阻害薬）に加え、緑内障やドライアイ製品の成長が貢献
EMEA	前年同期比 +17.8%（為替影響除外 +7.1%）：コソプト、Ikervisの着実な成長が貢献

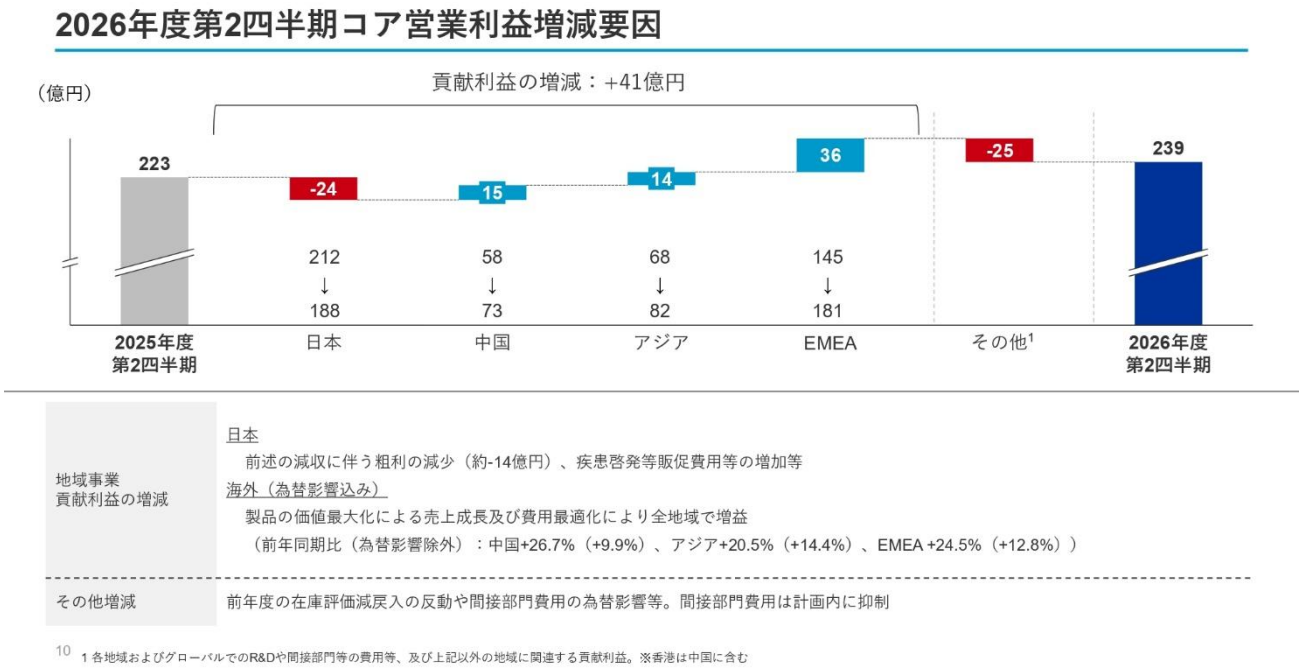
9　※顧客の所在地をもとに国または地域に分類。EMEA：欧州・中東・アフリカ地域。香港は中国に含む

9 ページ、売上収益の増減要因です。

売上収益 1,433 億円の内訳は、日本が 612 億円、前年同期比 12%の減収。中国・アジア・EMEA が 810 億円、20%の成長。この 3 地域の連結売上に対する比率は、前年同期の 49%から 57%になりました。

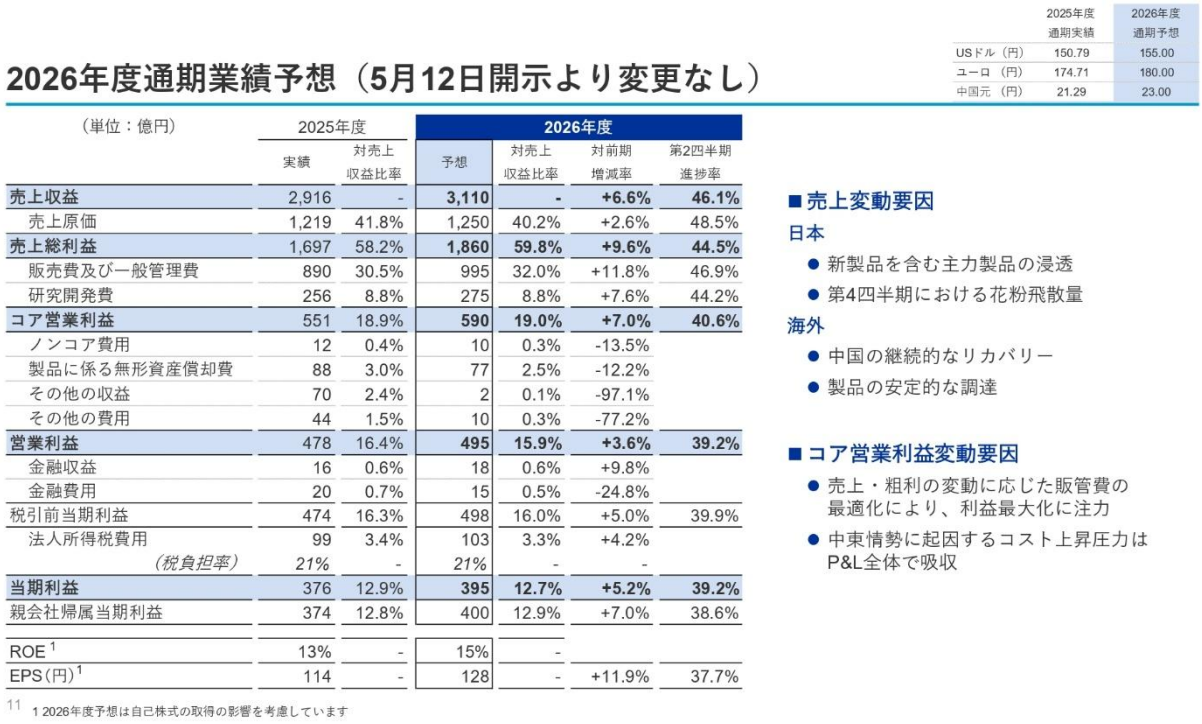
日本については、先ほども述べましたとおり、主力品の昨年 8 月の市場拡大再算定を含む薬価改定と、今年 2 月に発売しましたバイオオーソライズドジェネリックの浸透の影響を受け、減収となりました。一方で、伊藤からの説明のとおり、主力品の価値最大化、中長期成長を支える新製品の浸透に向けた取り組み、これらは着実に進捗しております。

海外においては、アジアや EMEA での成長および為替の寄与もあり、全地域で増収となりました。



10 ページ、コア営業利益の増減要因です。

地域事業の貢献利益は、41 億円の増加となりました。先ほど申し上げたとおり、日本は減収に伴う粗利益の減少と費用増加などにより減益、海外は売上成長と適切な費用コントロールにより増益。その結果、貢献利益ベースでは、海外比率が昨年度第 2 四半期の 56%から 64%となりました。



2026年度通期業績予想（5月12日開示より変更なし）

	2025年度 通期実績	2026年度 通期予想
USドル（円）	150.79	155.00
ユーロ（円）	174.71	180.00
中国元（円）	21.29	23.00

（単位：億円）

	2025年度 実績	対売上収益比率	2026年度 予想	対売上収益比率	対前期増減率	第2四半期進捗率
売上収益	2,916	-	**3,110**	**-**	**+6.6%**	**46.1%**
売上原価	1,219	41.8%	1,250	40.2%	+2.6%	48.5%
売上総利益	1,697	58.2%	**1,860**	**59.8%**	**+9.6%**	**44.5%**
販売費及び一般管理費	890	30.5%	995	32.0%	+11.8%	46.9%
研究開発費	256	8.8%	275	8.8%	+7.6%	44.2%
コア営業利益	551	18.9%	**590**	**19.0%**	**+7.0%**	**40.6%**
ノンコア費用	12	0.4%	10	0.3%	-13.5%	
製品に係る無形資産償却費	88	3.0%	77	2.5%	-12.2%	
その他の収益	70	2.4%	2	0.1%	-97.1%	
その他の費用	44	1.5%	10	0.3%	-77.2%	
営業利益	478	16.4%	**495**	**15.9%**	**+3.6%**	**39.2%**
金融収益	16	0.6%	18	0.6%	+9.8%	
金融費用	20	0.7%	15	0.5%	-24.8%	
税引前当期利益	474	16.3%	498	16.0%	+5.0%	39.9%
法人所得税費用	99	3.4%	103	3.3%	+4.2%	
（税負担率）	*21%*	-	*21%*	-	-	
当期利益	376	12.9%	**395**	**12.7%**	**+5.2%**	**39.2%**
親会社帰属当期利益	374	12.8%	400	12.9%	+7.0%	38.6%
ROE[1]	13%	-	15%	-		
EPS（円）[1]	114	-	128	-	+11.9%	37.7%

1 2026年度予想は自己株式の取得の影響を考慮しています

■売上変動要因

日本

- 新製品を含む主力製品の浸透
- 第4四半期における花粉飛散量

海外

- 中国の継続的なリカバリー
- 製品の安定的な調達

■コア営業利益変動要因

- 売上・粗利の変動に応じた販管費の最適化により、利益最大化に注力
- 中東情勢に起因するコスト上昇圧力はP&L全体で吸収

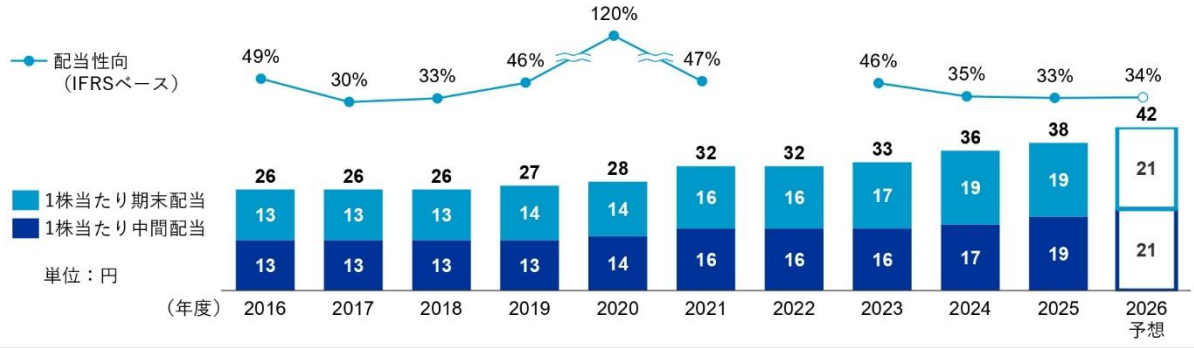
11 ページ、通期業績予想についてです。

5 月 12 日に公表した内容から変更はございません。通期予想に対する第 2 四半期までの進捗率は、売上収益が 46%、コア営業利益が 41%となっております。先ほど申し上げましたとおり、下期偏重の予算編成に対し、現時点では想定どおりの推移となっております。期末に向けた売上の変動要因でございますが、日本の新製品の早期浸透、第 4 四半期の花粉の飛散量、こういったものが考えられます。

海外では、中国事業の回復の継続、CMO などからの製品の安定的な調達、こういったものがありますが、これらに変動が生じた場合には、販管費の最適化などにより収益の確保を図ってまいります。なお、引き続き足元では中東情勢インフレなどに起因するコスト上昇圧力がありますが、これについても、全社的なコスト最適化により吸収できる範囲、そのように考えております。

株主還元

配当：年間4円増配の年間42円/株（中間21円/株、期末21円/株）。期初予想から変更なし
自己株式取得：余資水準と今後の事業開発投資への資金余力を勘案し、上限350億円の取得を決定



	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026予想
総還元性向（IFRSベース）	106%	30%	76%	46%	120%	47%	-	106%	137%	118%	123%[3]
自己株式取得金額[1]（発行済株式に占める割合[2]）	123億円（2%）	-	139億円（2%）	-	-	-	257億円（6%）	162億円（3%）	371億円（6%）	319億円（6%）	上限350億円（5%）

12 1 市場買い付けにより取得した金額 2 各年度の前期末の発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 3 350億円の自己株式取得を実施した場合として試算

最後に、12 ページ、株主還元です。

配当および明日から開始する自己株式の取得につきましては、冒頭で伊藤からの説明のとおりでございます。総還元性向が 100%を超過する見込みですが、事業開発、研究開発など、成長投資と株主還元、これの両立を図ってまいります。

私からの説明は以上です。

質疑応答

佐久間：それでは、これより機関投資家・アナリストの皆様向けの質疑応答の時間に移らせていただきます。

お待たせいたしました。まずは JP モルガン証券の若尾様、お願いできますでしょうか。

若尾：ありがとうございます。JP モルガンの若尾です。よろしくお願いします。

1 つ目は、5 ページ目のスライドのアップニークについて教えてください。このセカンドクォーターの実績をどのように評価しているか。また、下期の見通しについて知りたいです。ここまでは御社の想定どおりなのかもしれませんが、下期だけ切り出しますと残り 10 億円ということで、ここまでのトラックからどのように下期 10 億をつくっていくかがいまいち見えなかったので、教えていただけませんでしょうか。

佐久間：はい、ありがとうございます。そうしましたら、こちらにつきましては、まず伊藤からお答えさせていただきます。

伊藤：ご質問ありがとうございます。

アップニークの状況ということですけれども、まずこの上半期の状況としては、まずまず予定どおりというのが、われわれの見立てでございます。採用軒数については、眼科ですでに 4,800 軒を超えてきておりまして、われわれが本年度の末に 4,000 軒（参天追記：3,500 軒）という目標を設定したと思うんですが、それを数カ月で超えてくる結果だったと思っています。

ただ現状としては、一方で、アップニーク、眼瞼下垂については、この 4,800 軒、もちろん患者さんから求めがあれば、紹介しておすすめする。ただ、患者さんがまだ求めていらっしゃらないのに、「あなた、まぶたが下がっていますよ」みたいなことは、なかなか先生方にとっては言い難い状況もあって、もちろん積極的にアップニークをどんどんご紹介されている先生もありますけれども、まだ全体としてそういう状況になっていないというところが、今今の状態だと思っております。

ただ、われわれ、最初からそのことはわかっていることですので、この上半期はアップニークを使った自由診療を採用していただく施設を増やすことに一番注力、ほとんど力を注いでやってまいりましたけれども、ここからは先生からの紹介率みたいなものを上げていくことに力点の置きどころをシフトしていくというのが、これからの活動かと思います。

これについては、当然、上期の間にいろんなトライアルを実施しております。例えばですけれども、院内にこの眼瞼下垂の啓発ポスターを貼るだけで、「先生、そういう治療があるんですか」という声を出される患者さんが、それだけで結構増えてくるということであったり。

あるいは受診された際に、1 本トライアルで点眼すると。これ、数百円自費での負担が必要になってくるわけですけれども、そういうことをやった場合に、先生の診療フローに影響せずに、そういうトライアル点眼みたいなことを患者さんにやっていただけるかどうかということも、何軒かの施設に協力いただいて実施しました。

それをやるだけで、先生も製品を患者さんに紹介しやすいということがはっきりわかってきておりますし、一方で、そうやってトライアル点眼をした患者さんは、7 割ぐらいの方が使用を決定してお帰りになるということもわかってまいりました。

上期、下期に向けてそういうトライアルをいくつかやって、非常に良好な結果が出ておりますので、そういった取り組みをいろんな医療機関に広げながら、これから製品のさらなる使用拡大を図っていくということです。

もちろん、この下期中に、今お話申し上げたのは、すでに眼科を受診している患者さんの中での本剤の使用機会の拡大ですけれども、眼科を受診していない方にどういう啓発をやると最も効果があるのかというところは、この下期に一定のトライアルをやりながら、また来年度実施していくという、そういうことを考えているということでございます。

ちょっと長くなりましたけれども、そういう状況でございます。

若尾：よくわかりました。そうしますと、いろいろなトライアルをして、下期 10 億円は、達成の手応えを感じられているということでいいんですかね。

伊藤：そうですね。もちろん、計画している数字をしっかり達成できるように努めてまいりたいと考えております。

若尾：ありがとうございます。2 つ目は自己株式取得について教えてください。

これまでの本決算であったり、ファーストクォーターのご説明ですと、成長投資を優先されるということで、自社株買いのタイミングが後ろ倒しになっていたと認識しています。一方で今回、特に成長投資を発表されていない中で自社株買いを発表されているんですが、これは事業開発投資、成長投資が後ろ倒しになっているから、このタイミングでされたと理解してよろしいですか。もしくは、こちらにも書いてあるように、タイミング的にはそんなに変化はないものの、金額規模が見えてきたので、自社株買いも実施を決めたでしょうか。こちらについて教えてください。以上です。

佐久間：はい、ありがとうございます。こちらにつきましては越路からお答えさせていただきます。

越路：従前、自社株買いをやっていない理由は、成長投資を優先するから自社株買いをやらないということではなくて、まず自社株買いを実施することありきではないということを、まず最初に申し上げておきたいと思います。

それで今回なぜやっているかですけれども、成長投資の機会は、絶えず引き続き追求はしておりますが、なおかつ、それで潜在的なキャッシュアウトを考慮しても、現在のキャッシュポジションと、あと当面、半年から 1 年間のキャッシュフローですね。インフロー・アウトフローを考慮した場合には、自己株式の取得をできるという判断をしましたので、今回実施したと。

それと同時に、現行の株価の水準を考えると、やはり割安だというようなこともありまして、大きくはその二つの理由で今般実施した。そういう次第でございます。

若尾：ありがとうございます。

従来からおっしゃっていた成長投資に関して、何か変化があれば教えていただけますか。ちょっと追加ですみません。引き続き検討中という。

越路：そこは当然、常時複数の案件、進捗度合いと実現確度はさまざまですけれども、相当数の案件を検討していることに変わりはありませんし、その潜在的な案件数が減少したというようなことはありません。

ただ、先様あっての話でありますし、経済合理性の判断も伴いますので、その結果、この上半期については、さほど事業開発関連のキャッシュアウトはなかった。そのような理解でおります。

若尾：ありがとうございます。よくわかりました。以上です。

佐久間：ありがとうございました。そうしましたら、シティグループ証券の山口様、お願いできますでしょうか。

山口：山口です。ありがとうございます。1 つ目の質問は、リジュセア、国内ですね。環境の変化を受けて売上が増えていて、このままのペースでいけば、通期 40 億円は見えているという感じはいたしますけれど、さらに加速できる状況になりつつあるのかどうか。季節性等々もある製品でございますので、これについても、簡単で結構ですのでコメントいただけますでしょうか。

佐久間：はい、ありがとうございます。こちらにつきましては伊藤から回答させていただきます。

伊藤：リジュセアの国内の状況に関してですけれども、こちらも、今今の時点で眼科での採用軒数が 4,000 軒を超えてきておりまして、軒数的には順調な推移をしていると思います。

この 6 月ですかね。選定療養化になりまして、選定療養になったということで、本剤の使用を勧めていただける医療機関を獲得するための活動みたいなものに、この上期は相当力を注いできたということでございます。

若干ちょっと一部誤算だったのは、6 月から選定療養を各医療機関様、始めていただけると思っていたんですが、結構これ、選定療養を開始するための届け出、これ、地方厚生局というところに届けるようですけれども、こういった届け出先の問題、届け出のフォーマットの問題。さらには保険と併用する場合に認められる検査ですね。ここがどこまでなのかの周知徹底みたいなところが、かなり医療現場で混乱した状況がございまして、ほとんどの医療機関が 7 月からようやく選定療養を開始されたという状況でございます。

ちょっと上期、誤算だったのはそこなんですが、幸い採用軒数はしっかり確保できたというところで、これから積極的に本剤を推奨いただけるような環境をより整えて進めていきたいというところでございます。

だいたい、来られた近視の患者さんの 6 割以上に本剤を勧めてくださっている施設は、だいたい 2,000 軒ぐらいだと理解をしています。残りの 2,000 軒は、まだごくわずかな患者さんにしか紹介されないとか、あるいは求められたときにというのが今の状況ですので、この下期はこの状況をしっかり変えていくというところに、しっかりと力を注いでまいりたいと思います。

そこで結果を生むような材料というのも、われわれ、しっかり抱えておりますので、そういう活動をしながら、また来年の春の検診明けには大きな患者さんの波がありますけれども、そこでしっかり捉えられるような結果につなげてまいりたいと思っています。以上です。

山口：ありがとうございます。あともう 1 個は簡単でけっこうです。

下期の振れ幅のポイントの一つに、花粉症のお話がございました。御社は、花粉症については例年、特に多い、少ないという前提を置いていない形で業績予想をつくっていると思いますけれど、ちょっと夏が途中で気温が崩れて、半分冷夏みたいになっちゃっていた気がするので、ちょっと来年の予想をまだ知らないんですが、意外と場所によっては飛ばないかも、という気がするんで。元々の予想が中立ですから影響はないんだとは思うんですけど、それについて何か現時点でわかっていることがあればコメントいただけますでしょうか。

佐久間：こちらにつきましても、伊藤から回答させていただきます。

伊藤：今今は、西日本は例年よりもやや多め、東日本は若干少なめという予報が出ているということだと思いますけれども、われわれの経験から、たいてい最終的には違ったりもしますので、実際のところはわからないというところであります。

今、山口様ご指摘されたとおり、私どもは例年、特別花粉が多いとか、特別少ないというよりも、標準的な花粉飛散量を前提にした計画を立てているということでございます。それで回答になっておりますでしょうか。

山口：はい。ありがとうございます。以上です。

佐久間：ありがとうございました。次は UBS 証券の関様、お願いできますでしょうか。

関：UBS の関です。ご説明ありがとうございました。

1 点目、リジュセアの続きですけれども、疾患啓発活動を今のところどのように自己評価されていらっしゃいますでしょうか。

これまでのフィードバック、どういうふうに PDCA のサイクルを回されていらっしゃって、そしてそのフィードバックはアップニークどう活かされるご予定でしょうか。一部、ちょっと気の早い方は、アップニークの疾患啓発活動を早くやられた方がいいんじゃないかとおっしゃる方もいらっしゃって、そのあたり、まず 1 点目、お願いできますでしょうか。

伊藤：リジュセアの啓発活動については、私ども、春先にテレビの啓発 CM などを入れましたけれども、この検診後の受診率がかなりそれで増えたという結果評価をしておりますし、それをもって治療を開始した方、これ、ずっと継続でウォッチしているわけではないんですけれども、保護者の方の治療継続意向が、90%近い意向が出ているということですので、啓発活動そのものは、しっかりと成果が上がったと思っております。

ですので、大きなテレビを使った啓発は、また来年の春、やるとすれば春ですが、いろんなウェブを使った啓発活動は、この下期においても進めてまいりたいと思います。

近視についてはそういう良好な結果でしたんですけれども、同じようにアップニークについても、適切なタイミングで進めてまいりたいと思います。

われわれとしては、まずは眼科に受診している患者さんのところでしっかりとこのアップニークが使われる形をつくった上で、現時点では来年、本格的な、受診されていない方への啓発をまず進めてまいりたいと考えております。近視と同じように、一定の啓発をやれば、当然患者さんの反応が出てくると期待をしております。

関：ありがとうございます。2 点目が RemeGen です。先ほど伊藤社長からのスクリプトの中にも、2 月の決算発表で少しアップデートいただけるということで、先方がどうも数字をおっしゃっているみたいでして、ちょっと 1 年以上かけて安全性のデータを蓄積するようなことをおっしゃっているそうですけれども、それは御社の見方とアラインされたものであるかを、ちょっとご確認させてください。

佐久間：はい、ありがとうございます。こちらにつきましてはサルスティグから回答させていただきます。

サルスティグ：試験期間に関しましては、まだ RemeGen と CDE で協議中と聞いております。まだ確認中の状態です。詳しい確認が取れれば、ここはいかに早く RemeGen が試験を実施できるのか、また患者数にもよるんですけれども、いろんなことが確認が取れれば、早ければ 2 月により詳しい情報をお伝えできればと思っております。

関：ありがとうございました。以上です。

佐久間：ありがとうございました。そうしましたら、次に移らせていただきます。

ゴールドマン・サックス証券の植田様、お願いできますでしょうか。

植田：ゴールドマン・サックス証券の植田でございます。

私、1 点目、経費の進捗について教えていただきたいです。販管費の進捗が、計画と比べても少し遅いのかなとも見えるのですが、こちらはコスト最適化の効果が出ているのか、何か発生が遅れているような事象が発生しているのか。計画と比べてどのような状況かを教えていただければと思います。

併せて、研究開発費については少し発生の遅れというお話もありましたので、基本的には使い切る前提なのかというところも含めて、コメントいただけますでしょうか。

佐久間：はい、ありがとうございます。こちらにつきましては越路からお答えさせていただきます。

越路 ：販管費につきましては、まずこの上期については、社内の計画よりも若干低く、アンダーでコントロールをできている状況でございます。そういう点で進捗率が 46.9%という形でございますが、これ、特筆すべき理由というものは、一過性の要因ではなくて、単純に購買活動等を通じて費用の抑制に取り組んだ結果と認識をしています。

そういう点では、下期の費用ですね。販管費の費用の消化が加速するような前提になっているわけですけれども、いちおう資料の 11 ページでお示ししている 995 億円は上限値とお考えいただければ。それよりも費用抑制を図っていく、そう考えております。

研究開発についても同様の状況でございますが、こちらにつきましては、一部人員の合理化等も行いまして、進捗率としては、お示ししているとおり 44%という結果になっています。通期で使い切るかどうかにつきましては、基本的には予想で示している 275 億円といったところでございますが、若干未消化が生じるかもわからない。それは、先ほど申し上げました人員の合理化等々の部分がそのまま反映するような形でございまして、開発の計画自体は計画どおり進んでいきます。以上です。

植田：ありがとうございます。2 点目が、アレジオンクリームの状況について教えていただければと思います。現状は、クリーム製剤、売上高、比率ともにやや伸び悩んでいるようにも見えるのですが、ここのところについて問題はないのかを教えていただければと思います。

杏林製薬さんとの共同販促も始まっている中で、現状とその効果ですとか、また処方に向けては、眼科外の医療機関への拡大とか患者さんへの啓発ということに加えて、医師の方の説明の手間の解消ですとか、複数ボトルネックがあるのかなとも考えられますので、花粉の飛散期に向けてどのような施策を講じているのかを含めて、教えていただけますでしょうか。

佐久間：こちらにつきましては、伊藤から回答させていただきます。

伊藤 ：ご質問ありがとうございます。アレジオンクリームについてのご質問ということですが、まず、これ、今アレジオンクリームの開示させていただいている売上と、実際に卸さんから医療機関さんに販売されている数字というのは、相当金額の差がございます。たぶん 10 億円ぐらい違っていると思うんですけれども。

どうしてもアレジオンクリーム、季節性のアレルギーのところでダーッと使われて、その花粉期が終わると点眼で済まされるというのが、これはいいかどうかは別として現状でして。3 月末の在庫を捌くのに、ほとんどファーストクォーターなんかそれだけだったというようなところがありますので、実際はもう少し数字が高いんですというところは、まず一つお伝えしておきたいと思います。

直近で見ましても、眼科における実消化の売上は、もちろん対前年を超えて成長してきておりますし、特に顕著なのが、眼科以外の診療科の部分ですね。もちろん季節期ではないですから、売上の規模そのものはそんなに大きくないですけれども、杏林製薬さんがかなり大きな力で今プロモーションをかけてくださっていて、眼科以外の売上規模についても、これは相当伸びていますね。単月

比較であまり物を言っちゃいけないと思うので、あまり具体的な数字は申しませんが、若干「え？」というぐらいにそこは伸びていますので、順調な形で次の季節期を迎えられるのではないかなと思っています。

ここまでの問題点としては、やっぱりクリームという剤形に対する一部理解不足が、これはわれわれの責任だと思うんですけれども、あると思います。何か即効性がないんじゃないかという理解を、先生方の中でそういうイメージが出来上がってしまっている部分もありますし。

一方で、服薬指導のところですね。薬局さんのところで、適量をちゃんと取って目に塗っていらっしゃれば、本来もっと良い結果だったのに、量が足りずに、あまり効果が出なかったケースが相当あると理解をしております。

特に杏林製薬さんは、こういう製品の薬局での服薬指導において、過去にも非常に大きな実績を残してこられて、今、そういった経験に基づいて、薬局様へのアプローチも相当量かけていただいておりますので、今後期待できるのではないかと、私自身は思っております。

植田：承知いたしました。どうもありがとうございます。私から以上でございます。

佐久間：ありがとうございました。では、次に大和証券の橋口様、お願いできますでしょうか。

橋口：大和証券、橋口です。よろしくお願いします。オロダテロールのフェーズ 2 の結果と今後の開発方針について教えていただければと思います。STN10141 についてです。

今回、涙液での効果をお示しいただきましたけれど、角膜上皮障害等の評価はどうだったのか。ちょっとこの作用機序で 14 日間だと、さすがにそこまではクリアに出すのは難しいのかなと思うんですけれど、コメントいただければと思います。

あと有害事象について、重大な懸念は認められなかったということですけれど、ドライアイですと、重大じゃなくても、刺激感ですとか、充血とか、そういった有害事象があるようですと、ちょっと商業的なポテンシャルには影響してしまうと思うんですが、安全性に関してもう少し詳しいコメントをいただければと思います。

次の試験がどういうタイミングで、どういう地域で、そしてどういう適応症で実施を今考えていらっしゃるのかも併せて教えていただければと思います。

佐久間：ありがとうございます。こちらにつきましてはサルスティグから回答させていただきたいと思います。

サルスティグ：STN10141 の試験のデータについては、非常に前向きに捉えております。

そして AE（参天追記：有害事象）のプロファイルについては、プラセボと比較してもそれほど大きな懸念はないのではないかと言えると思っています。充血や刺激等々もありましたが、プラセボと比較してもそれほど大差はないと考えております。

次のステップになりますが、今後これから PMDA との協議に入りますので、次の四半期、もしくはその次の四半期に PMDA との協議を持ち、なるべく早く P3（参天追記：フェーズ 3 試験）を実施できるようにしたいと思っております。

橋口：ありがとうございます。2 点目は、ちょっとリジュセアの日本の通期計画の達成確度について教えていただければと思うんですが。

前期はまだ発売された直後だったということで、第 2、第 3、第 4 四半期と、売上がどんどん上がっていったと思います。第 2 四半期、3 カ月で 8 億円で、通期 40 億円、残りがまだ 20 億円以上ある状況ですと、第 2、第 3 四半期で去年と同じように右肩上がりで上がっていかないといけないと思うんですけれど、これは今年もそういう軌道で上がっていくと見ていていいのか。

先ほども伊藤さんのお話の中で、来年のシーズンに期待というようなことをおっしゃっていたと思うんですけど、シーズンまではいったん減ることも想定した方がいいのか、いかがでしょうか。

佐久間：こちらのご質問に関しては、伊藤から回答をさせていただきます。

伊藤：ありがとうございます。先ほど申しましたように、現時点で治療継続率はかなり高いと思っておりますので、売上は基本的に順調に上っていくと思います。

ただ、これ、基本 3 カ月間の投与が基本になっていますので、春先の大きな山があって、そこで 3 カ月間投与をされると、その後ちょっと月次ではアップダウンのようなことが起こるんだろうと思いますけれども、大きなトレンドとしては上っていけると思っております。あくまでも計画を達成すべく努めてまいるということでございます。

橋口：よくわかりました。ありがとうございます。以上です。

佐久間：ありがとうございました。次はモルガン・スタンレーの李様、お願いできますでしょうか。

李：はい、ありがとうございます。モルガン・スタンレーの李です。よろしくお願いします。日本のジクアス LX の状況について教えてください。

今回、Q1 から Q2 にかけて、改善はしてはいると思うんですけれども、やっぱり通期の計画に対して、進捗率はちょっとまだ低かったのかなと考えています。Q1 のときに伺ったのが、営業、マ

ーケティング等々、ちょっとリソースをかけられなかったというところで、今後 Q2 以降はしっかりかけていくというところだったんですけど、これ、下期の達成確度ですね。そこも踏まえて、足元、ちゃんとリソースがかけられているのかと、下期 100 億円以上の売上計画に対して問題ないかというところを、まず 1 点目、確認させてください。

佐久間：まず、すみません、越路からちょっと回答させていただきます。その後にちょっと伊藤から。

越路：ジクアス LX につきましては、まずちょっと開示の内容を申し上げますと、もともと第 1 四半期では、通期の予想としては 104 億円と言っておりましたが、こちら、決算短信 15 ページのとおり、69 億円という形で修正をしております。

李：失礼しました。

越路：この要因は、先ほどご拝察のとおり、第 1 四半期でも申し上げましたが、出荷再開後のジクアスやその代替品ですね。そこからジクアス LX への切り替えが当初想定よりも緩やかだったと。あと、第 2 四半期以降はディテールを強化することによって改善はしているものの、やはり通期に影響を及ぼすので、それらを全て踏まえまして、69 億円という形にしております。

しかしながら、平均日商ですね。これは、第 2 四半期以降、特に第 2 四半期後半以降、確実に伸びてきておりますので、来年度以降につきましては、今年度の 69 億円のような形にはならない。そう思っております。まずは私から回答いたしました。

佐久間：伊藤からもこの後ございます。

伊藤：私からも少しジクアス LX の状況について触れさせていただきます。特に私ども、上半期の状況が、アイリーア、リジュセア、アップニーク、アレジオンクリーム、ジクアス LX に、セタネオ、ロープレッサと、7 品目のプロモーション製品を抱えながら、実は大半のリソースがリジュセアとかアップニークの口座獲得の部分に奪われてしまって、

特にプロモーションをかけられなかったのがジクアス LX とセタネオという緑内障薬ですね。セタネオは、ありがたいことに医療現場での評判が高くて、プロモーションをあまりかけられていないですけれども、順調な形で口座を広げているんですが、やっぱりディテール量に依存するジクアス LX がその影響を受けてしまったということです。

ただ、セカンドクォーターから、かなりリソースをジクアス LX に割くようになって、先ほど越路からもありましたように、7 月から、これ、10 月はちょっと私、途中までしか見ておりませんけ

れども、平均日商が、毎月次でだいたい 7～8%伸びていきながら、10 月まで推移してきています。

ですので、上期につくってしまった元々の計画とのギャップはさすがに埋めがたいということで、先ほど越路からもありましたように、見通しを少し下方修正させていただきましたけれども、最終的な 3 月の単月の売上水準は、今のペースでしっかりとやっていけば、いい線に私は落とせると思っております。残念ながら少し見通しが本来下方に振りましたけれども、3 月末の結果をしっかり仕上げて、来期につなげてまいりたいと考えています。以上でございます。

李：はい。ご説明ありがとうございます。すみません、私がちょっと確認不足でした。大変申し訳ございませんでした。

2 点目が、中国の売上についてです。Q1 同様に中国のところも、ヒアレイン中心に、上期累計でややスロースタートというところだと思うんですけれども、こちら、先ほども通期全体でちょっと中国のリカバリーが上振れ、下振れ余地あるということでした。この下期の達成確度はいかがでしょうか。これで最後です。

佐久間：はい、ありがとうございます。こちらにつきましては、越路から回答させていただきます。

越路：そうですね。はい。中国につきましては、上期の進捗率が 45%という形ですね。貢献利益はガイダンスに対して、およそ 50%ということですけれども、そういう点では、通期を見ますと、やはり売上は若干ガイダンスを、371 億円を下回る懸念は排除できないとは思っております。ただ、しかしながら利益ベースでは着実に、先ほど申し上げた費用コントロールのとおりやっていきたいと思います。

では、何がスイングファクターになるかといいますと、特にジクアス等の製品に関する VBP の影響ですね。こういったところが想定よりも悪く出てしまうことによって、ジクアスの中国のところであれば、ガイダンスで今期 23 億円と示しておりますが、ここは若干下回る、そんなところをリスク要因として想定している次第です。

ただ、利益ベースでは確保できますし、中長期的には 2 桁成長をするモメンタムに変わりはございません。以上です。

李：越路さん、ありがとうございます。今の中国のこの VBP の影響ですけど、来年の見通しはあまり心配しなくても大丈夫でしょうか。

越路：はい。そういう点では、ここから追加で影響を、VBP でさらにダウンサイドが働くというようなことは、想定する必要はないと考えております。

李：はい、わかりました。ありがとうございます。以上です。

佐久間：ありがとうございました。

そうしましたら、以上をもちまして、参天製薬株式会社 2026 年度第 2 四半期決算説明会を終了いたします。本日はご清聴いただきありがとうございました。

［了］