

日本・アジア事業説明会



2018年2月26日

代表取締役社長兼CEO

黒川 明

SANTEN PHARMACEUTICAL CO., LTD.

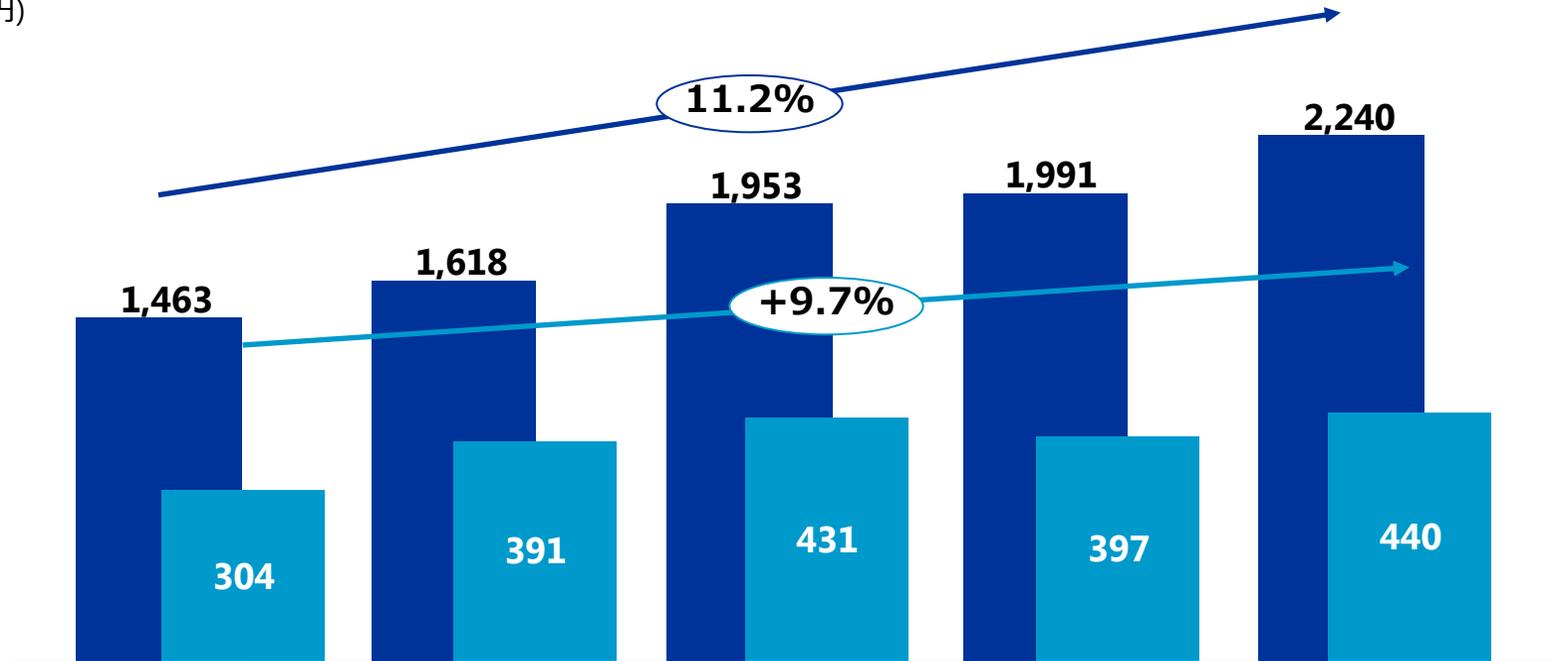
参天製薬の基本理念

天機に参与する

「目」をはじめとする特定の専門分野に努力を傾注し、これによって参天ならではの知恵と組織的能力を培い、患者さんと患者さんを愛する人たちを中心として、社会への寄与を行う。

Vision2020の下での参天製薬グループの歩み

(単位：億円)



FY13
米メルク社
製品の承継

◆日本・アジア・EMEAでの成長

FY15
抗リウマチ薬
事業の売却

◆眼科領域への特化

FY16
InnFocus社の
買収

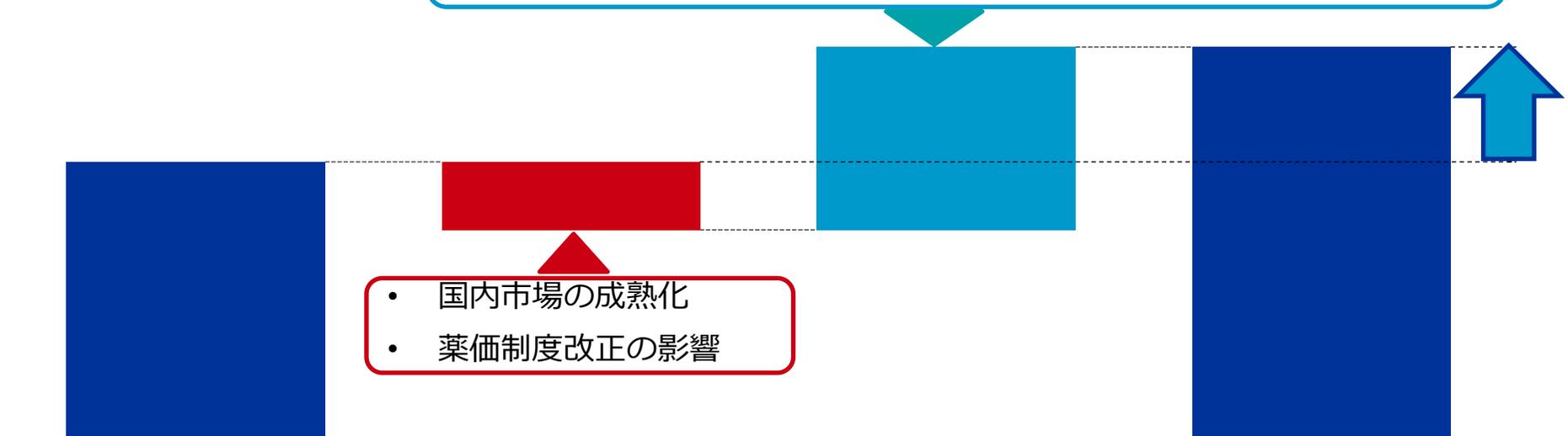
◆新たな治療ソリューションの提供

➡ **基本理念に基づき、「世界で存在感のあるスペシャリティ・カンパニーの実現」に向けて持続的に成長**

持続的成長によるさらなる眼科治療への貢献を目指して

■ Vision2020の実現に向けて

- **日本医薬事業**：No.1企業としての強みを活かした市場の拡大・創造
 - **OTC事業**：インバウンド需要、高価値・高価格品による薬価の影響を受けない成長
 - **サージカル事業**：新製品での成長
- 海外、とりわけアジア・中国でのさらなる成長による収益加速化



事業環境・展開へのネガティブインパクトを、スペシャリティ・カンパニーの強みで克服

- **日本、アジアでNo.1**
- **海外売上比率の向上**
- **次なる成長へ**
- **さらなる眼科治療への貢献**

日本事業について

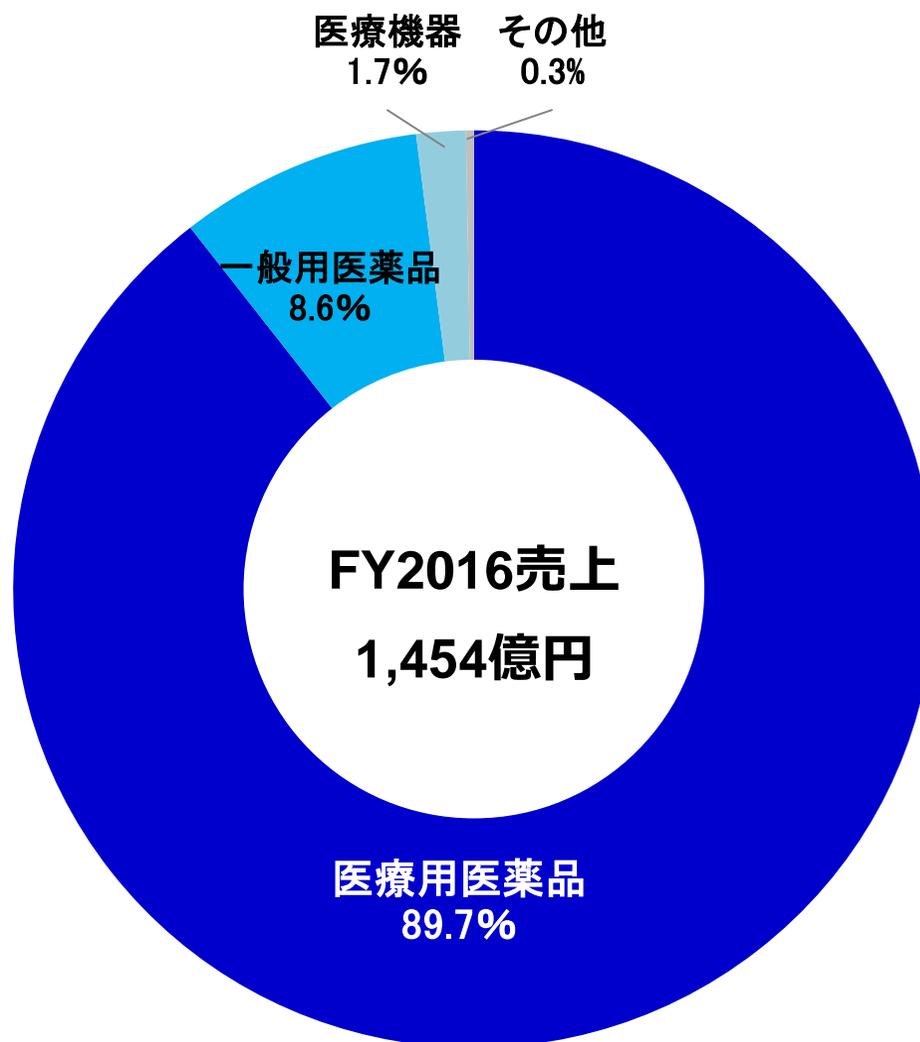


2018年2月26日

取締役・専務執行役員

日本事業担当 兼 医薬事業部長

伊藤 毅



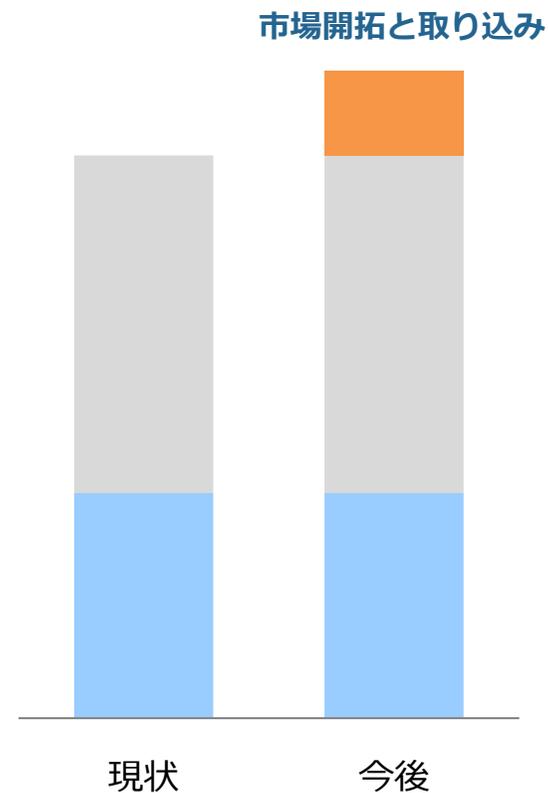
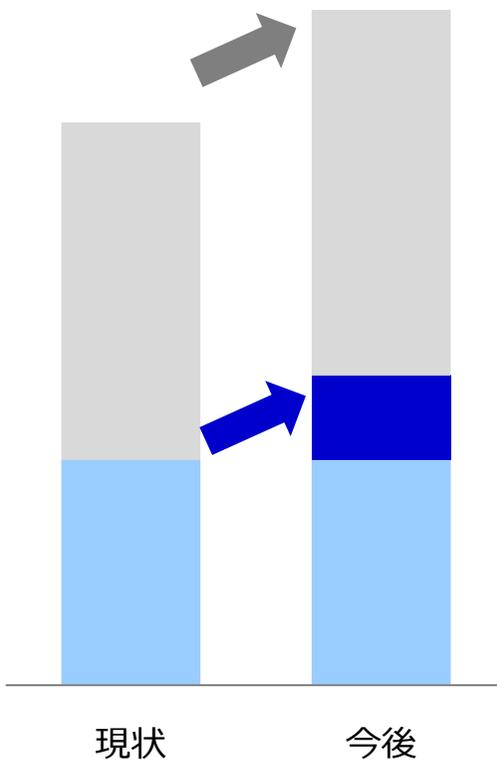
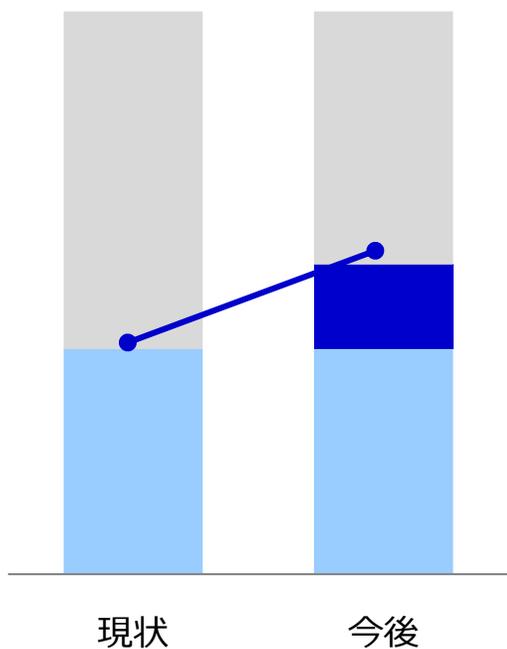
薬価制度の抜本的改革や後発品促進策の影響

1. 医療用医薬品事業 今後の方向性

① 医療用眼科医薬品市場におけるシェア拡大

② 高シェアの強みを活かした市場拡大

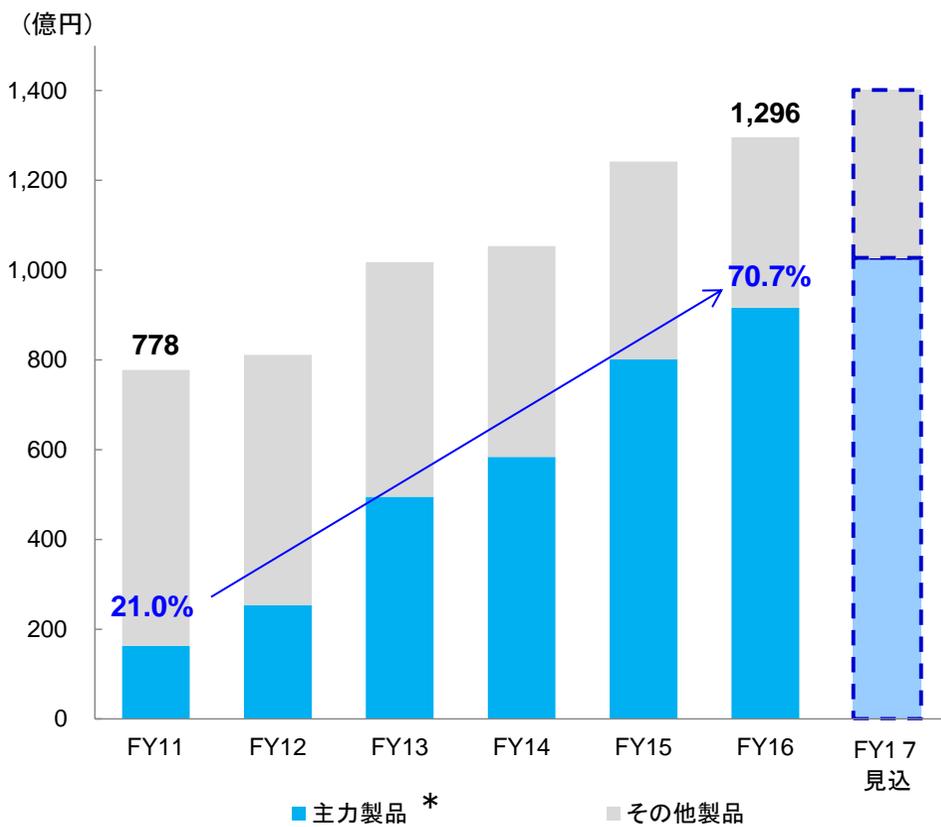
③ 新たな価値創造による市場拡大 / 売上最大化



1. 医療用医薬品事業 今後の方向性：

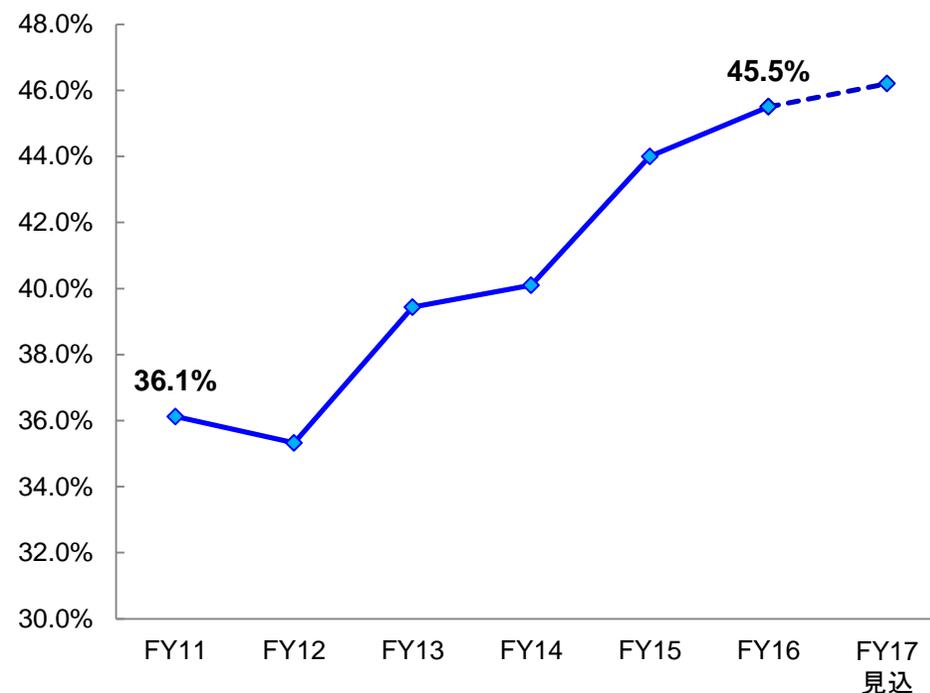
① 医療用眼科医薬品市場におけるシェア拡大

医療用医薬品（眼科薬） 売上推移



主力製品*: タブロス、タブコム、コソプト、ジクアス、アレジオン、アイリニア

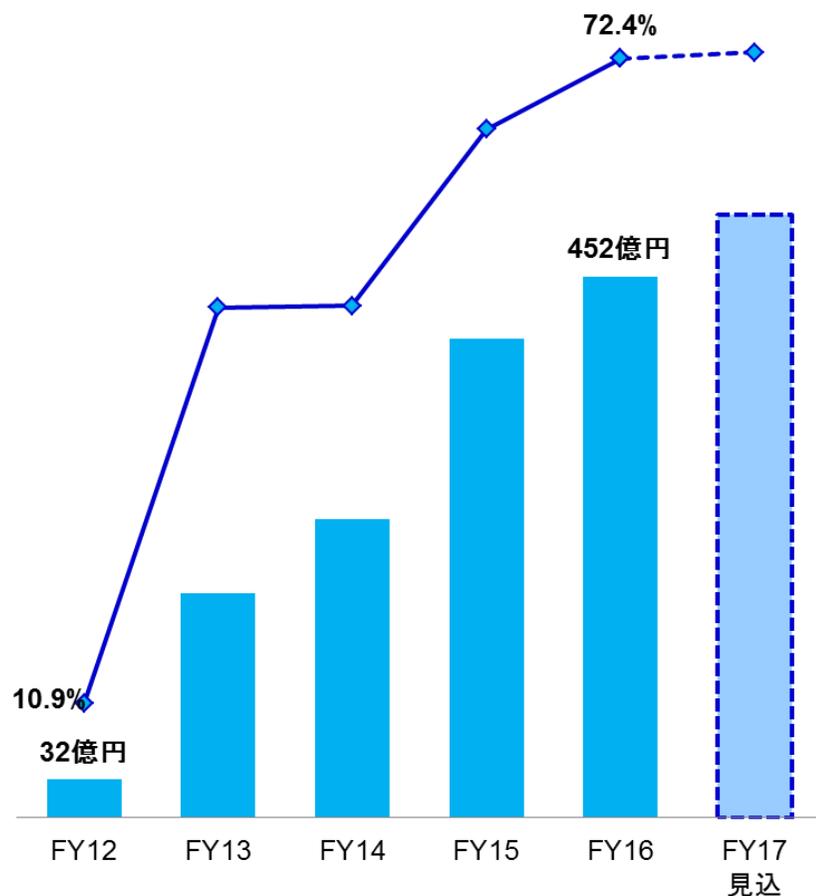
医療用医薬品（眼科薬） シェア推移



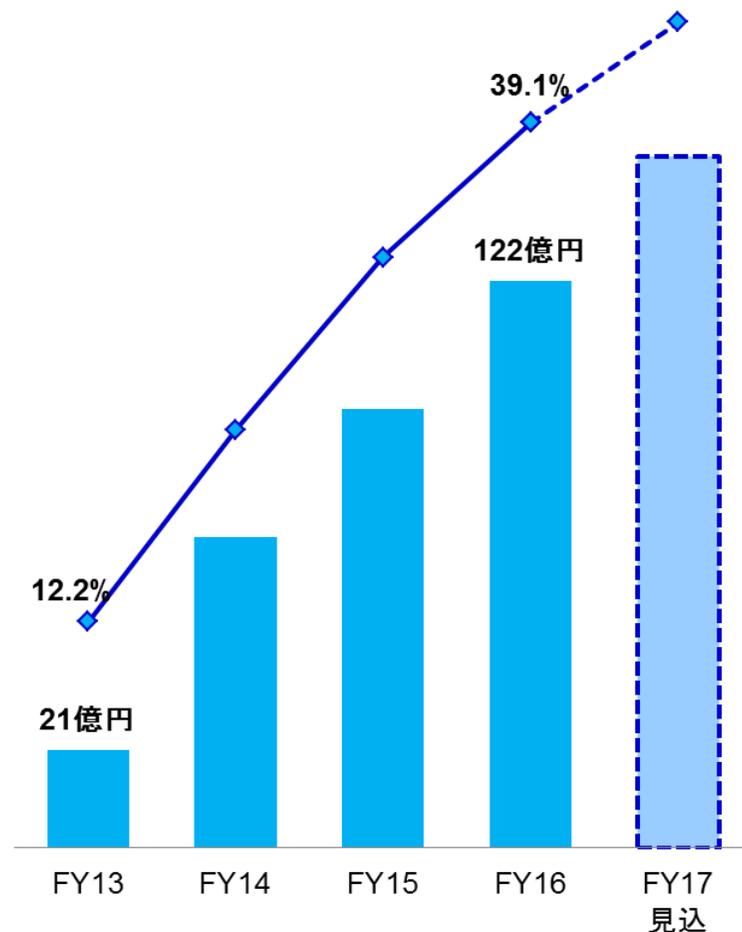
1. 医療用医薬品事業 今後の方向性：

① 医療用眼科医薬品市場におけるシェア拡大

アイリーア 売上・シェア（抗VEGF薬市場）

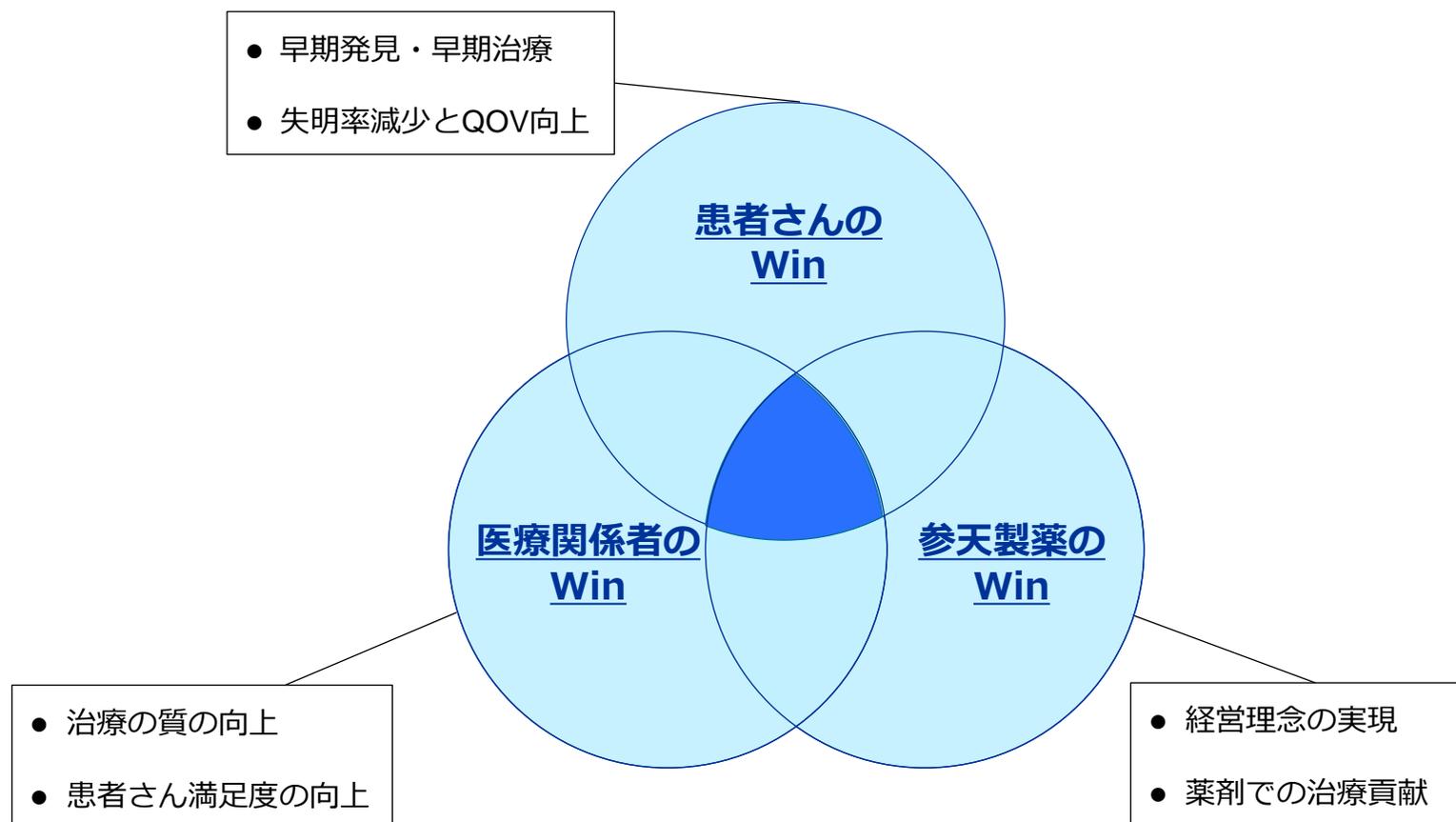


アレジオン 売上・シェア（抗アレルギー剤市場）



1. 医療用医薬品事業 今後の方向性：

②高シェアの強みを活かした市場拡大

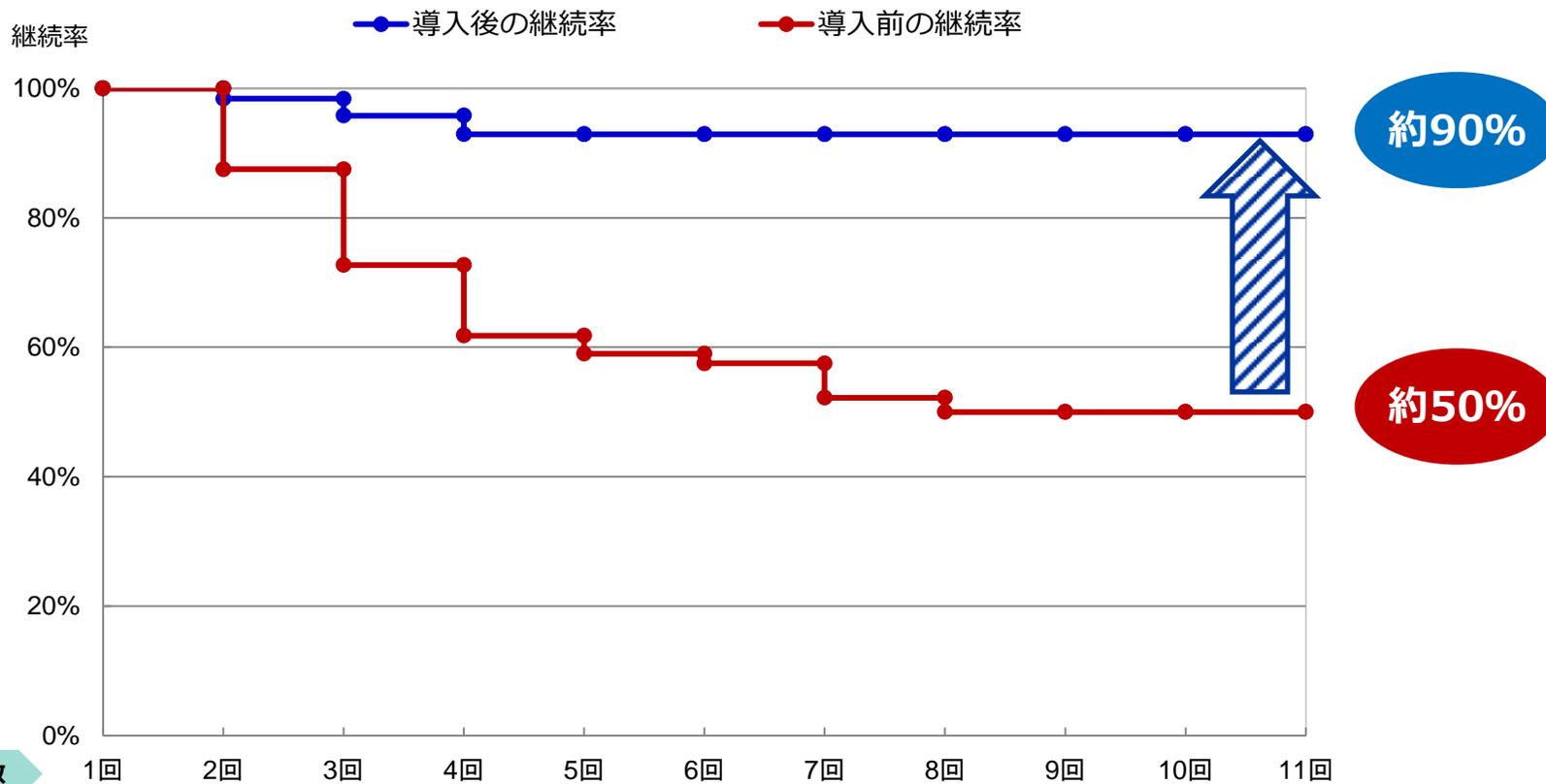


治療継続率向上による市場拡大、疾患啓発による受診率向上により、患者さん・医療関係者・参天製薬の3者Winを実現する。

1. 医療用医薬品事業 今後の方向性：

②高シェアの強みを活かした市場拡大

- 治療継続率促進への取組み例：
緑内障患者さんの継続通院をサポートするパッケージを医療機関に導入



- その他、治療継続率向上・受診率向上に向けて他企業とも議論を継続

1. 医療用医薬品事業 今後の方向性：

③ 新たな価値創造による市場拡大・売上最大化

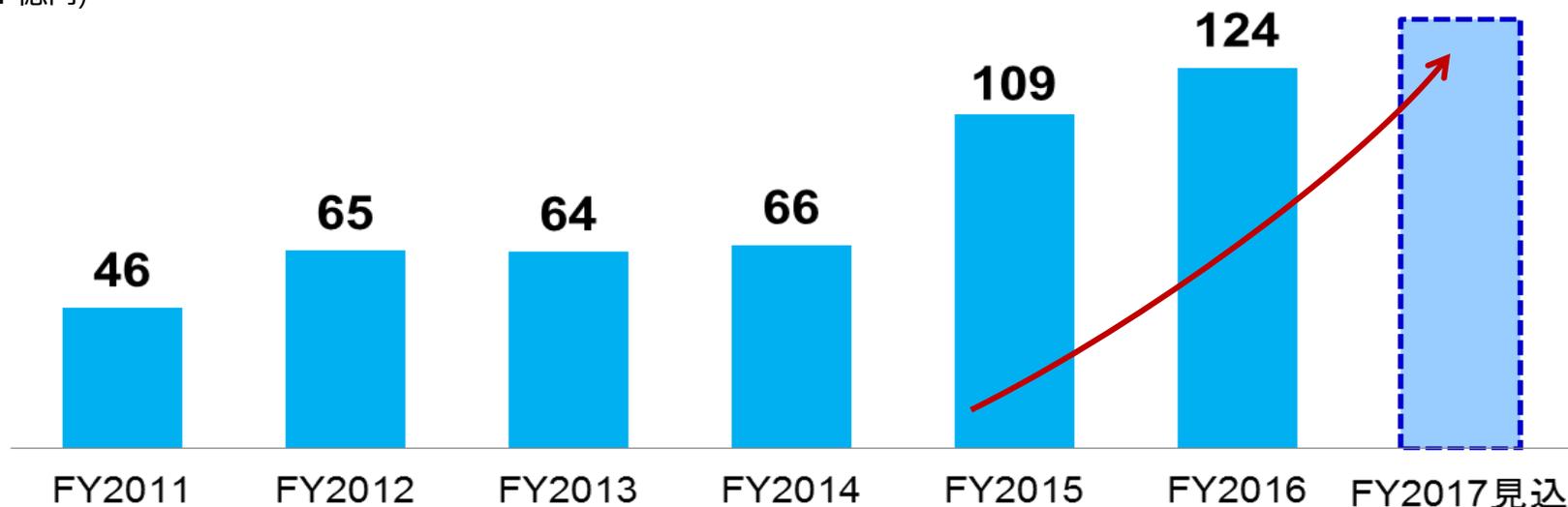
例：医家向けサプリメント事業の拡大

QOVをサポートする「サンテルタックス」シリーズに続き、「サンテグラジェノックス」を発売。
医家向けサプリメント事業を拡大し、眼科診療における新しいソリューションを提供



2. 一般用医薬品事業について

(単位：億円)



➤ **インバウンド需要のさらなる取り込み**

- ・ インバウンド需要に対応した製品開発・プロモーションの実行



「サンテボーティエ」シリーズ

➤ **高付加価値・高価格帯製品の拡充**

- ・ 高付加価値・高価格帯製品の開発・プロモーションの実行



「サンテメディカル」シリーズ



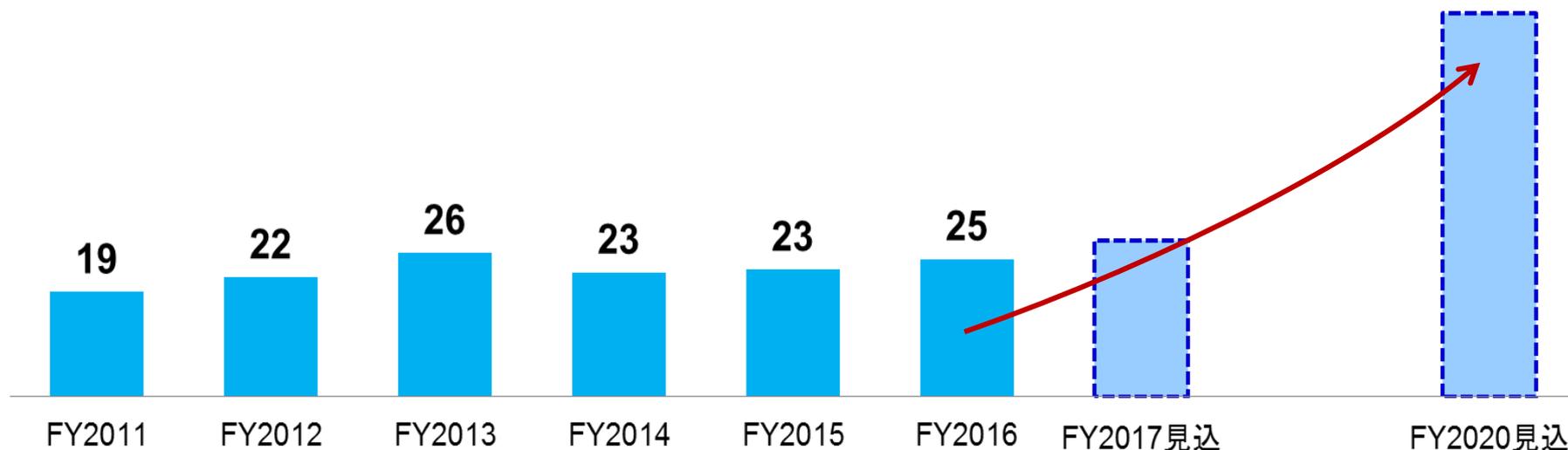
「ソフトサンティア」シリーズ

➤ **医療用医薬品事業で培った技術・知識を活用**

- ・ 参天の強みである医療用医薬品技術・知識をOTC製品の開発とプロモーションに活用

3. 医療機器事業について

(単位：億円)



- 新製品の開発・上市による製品ラインナップの拡大
- 医薬事業との連携による営業体制の強化
 - ・ 国内眼科医をフルカバーしている医療用医薬品事業との連携を進め、営業体制を強化

2019年に競争力の高い新製品を上市予定であり、
医療用医薬品事業のバックアップのもと速やかな市場浸透を狙う



エタニティーナチュラル
ユニロール



エタニティーアクセス
イーズ

最後に

参天製薬は目に関するニーズに応じたソリューションを提供し、これからも皆さまのQOVに貢献する企業であり続けます。



アジア事業



2018年2月26日

代表取締役社長兼CEO

黒川 明

長期的な成長のイメージ

医療用眼科薬事業

日本・アジアでNo.1
グローバルトップ3

2020年度海外売上比率

40%~50%



1 真の顧客ニーズに対応する製品を迅速に創出

2 国内事業の新たな事業展開への変革

3 アジアへの積極展開と西欧・米国への参入

4 グローバルな製品供給・信頼性保証体制の確立

5 創造と革新を担う人材と組織力強化

現中期経営計画期間中（14-17FY）の主な実績

売上成長

- 市場を上回る売上成長

代理店モデルから 自社販売への転換

- 東南アジアを中心に拠点を設立し自社販売を開始
(シンガポール・フィリピン・タイ・マレーシア・香港・台湾)

BOP市場への参入

- 重慶科瑞製薬と合併で中国に新会社設立
(BOP : Base of Economic Pyramid)

製品 ポートフォリオの 拡充

- MSD眼科製品の継承による緑内障ポートフォリオの拡大
- CRV1.5の上市による抗菌剤セグメントの拡充
- Diquas, Ikervisの上市によるドライアイ治療選択肢の充足
- SERIとの共同研究の開始 (シンガポール)

新規国参入

- 新規市場に参入 (インド・パキスタン・スリランカ・ミャンマー)

事業基盤の強化

- 中国蘇州工場の機能拡充
(EU GMP及びヒアレイン一貫製造許可取得)
- 台湾OTC市場への本格参入
- 参天アジア (シンガポール) 地域統括会社認定取得

10の国と地域に子会社・駐在事務所を設立し 積極的に事業を展開



Subsidiaries & Representative Offices (): foundation

Santen Pharmaceutical (China) Co., Ltd. (2005)

Santen Pharmaceutical Sales & Marketing (Suzhou) Co., LTD. (2013)^{*1}

Chongqing Santen Kerui Pharmaceutical Co., Ltd. (2016)^{*1}

Santen Pharmaceutical Korea Co., Ltd (2000)

Taiwan Santen Pharmaceutical Co., Ltd (1992)

Santen Pharmaceutical Asia Pte. Ltd. (2013) (Singapore/RHQ)

Santen (Thailand) Co., Ltd. (2014)^{*2}

Santen Pharma Malaysia SDN. BHD. (2014)^{*2}

Santen Philippines Inc. (2014)^{*2}

Santen Pharmaceutical (Hong Kong) Limited (2016)^{*2}

Santen India Private Limited (2011)

Ho Chi Minh City Representative Office (2013)

(as of February, 2018)

^{*1} Subsidiary of Santen Pharmaceutical (China) Co., Ltd. ^{*2} Subsidiary of Santen Pharmaceutical Asia Pte. Ltd.

各国での自社販売開始に加え、 代理店を通じて新規市場へも積極的に参入

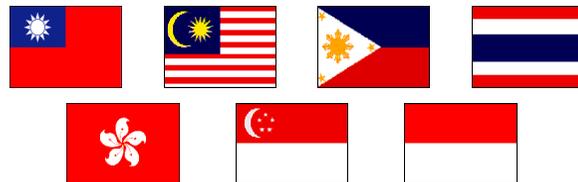
14FY開始時点 (10の国/地域)

中国 ・ 韓国 ・ ヴトナム



(3の国/地域)

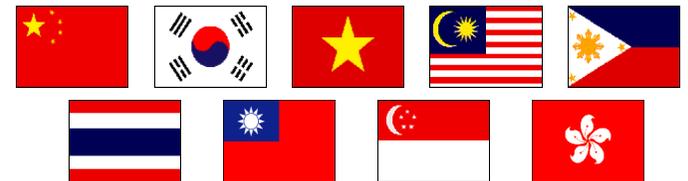
台湾 ・ マレーシア ・ フィリピン ・ タイ
香港 ・ シンガポール ・ インドネシア



(7の国/地域)

17FY終了時点 (14の国/地域)

中国 ・ 韓国 ・ ヴトナム
マレーシア ・ フィリピン ・ タイ ・ 台湾
シンガポール ・ 香港



(9の国/地域)

インドネシア ・ パキスタン ・ スリランカ
ブルネイ ・ ミャンマー



(5の国/地域)

自社販売

*参天社員による活動

代理店 販売

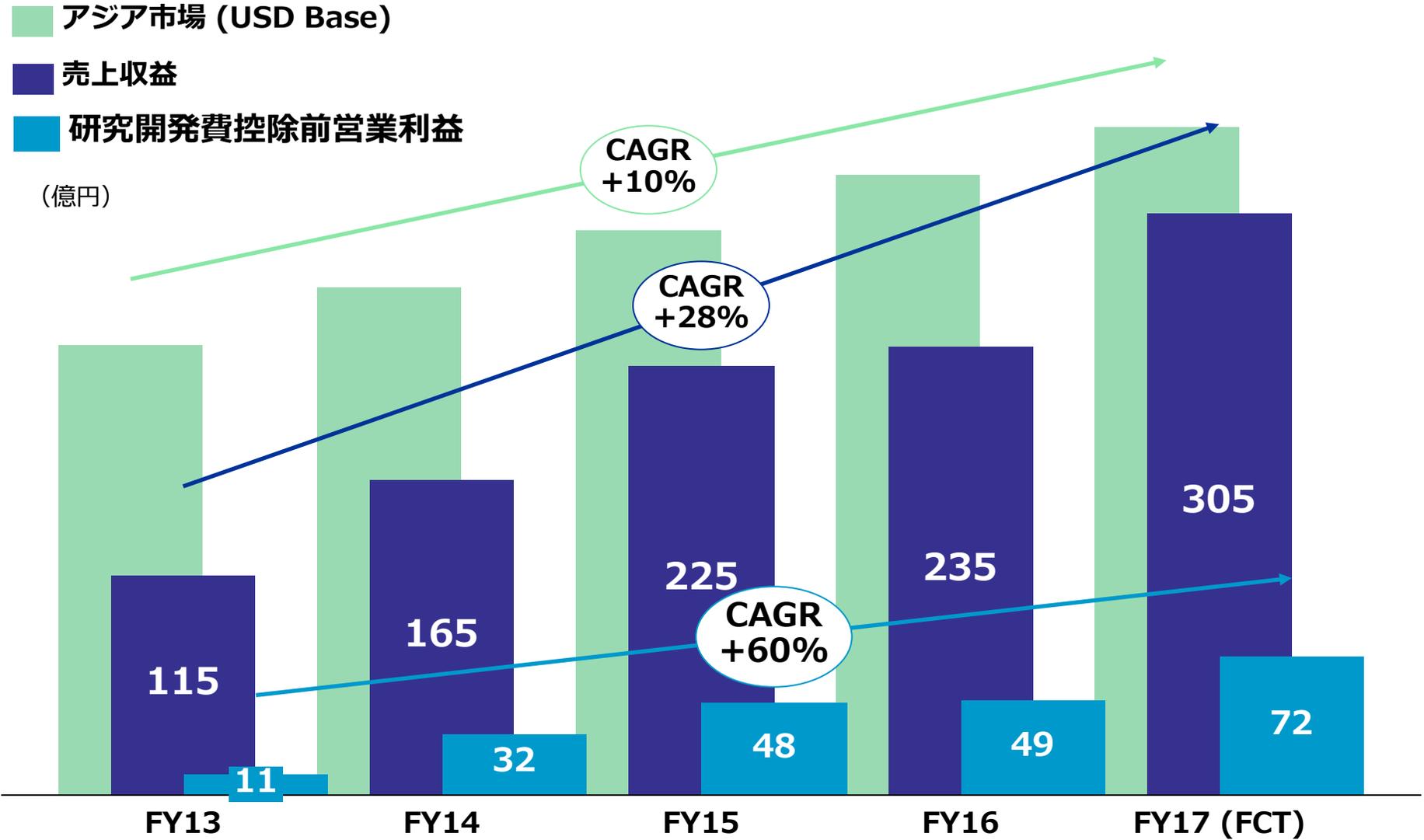
参入
市場

緑内障・ドライアイを中心に10ヶ国以上で展開 (15品目以上)

*CN: China, KR: Korea, TW: Taiwan, SG: Singapore, TH: Thailand, MY: Malaysia, PH: Philippines, HK: Hong Kong, VN: Vietnam, ID: Indonesia

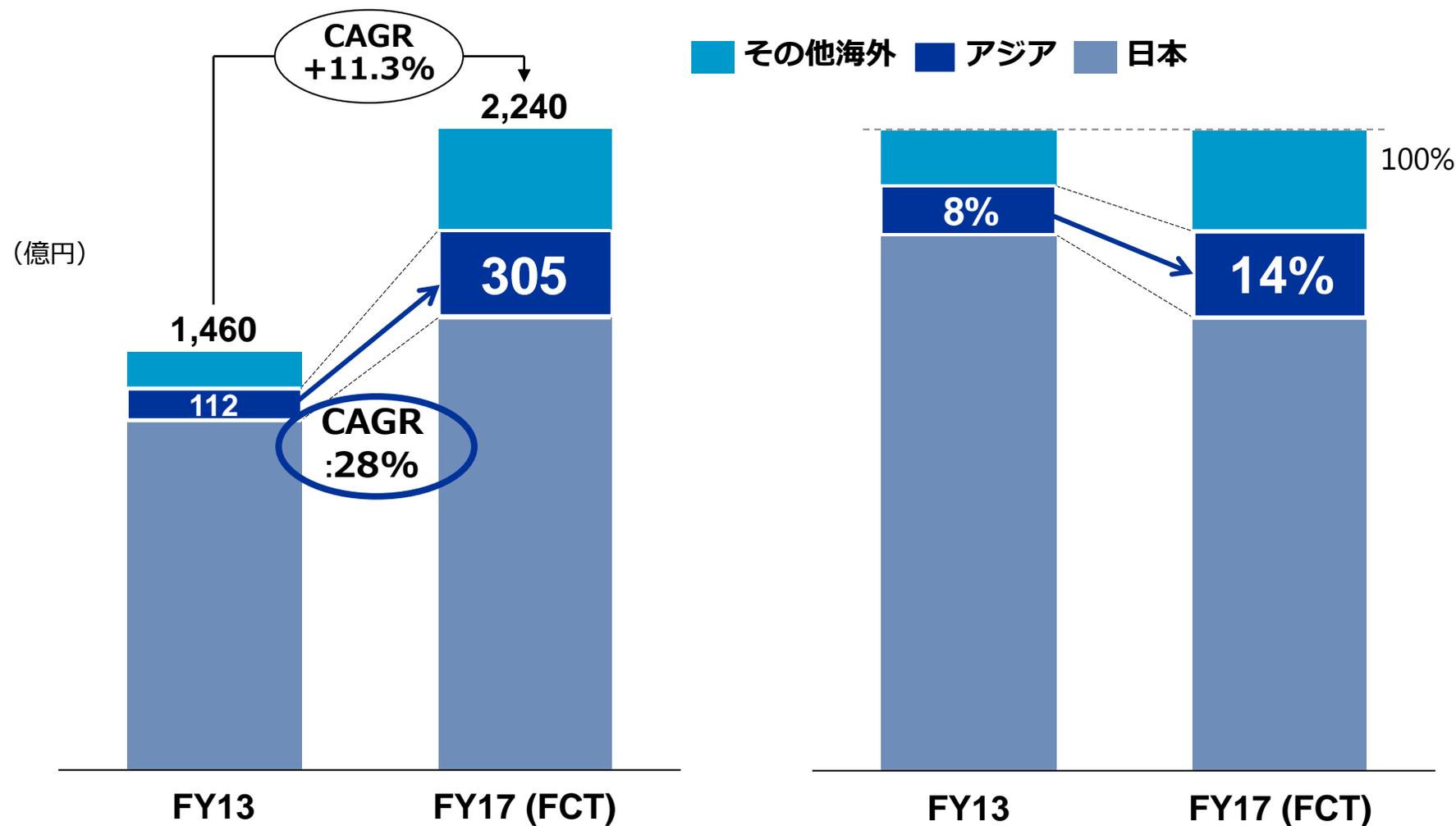
(as of January, 2018)		CN	KR	TW	SG	TH	MY	PH	HK	VN	ID
Glaucoma	Taflotan/Tapros	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Taflotan-S		●	●	●	●		●	●	●	
	Cosopt		●	●	●	●	●	●	●		
	Cosopt-S		●								
	Trusopt		●	●	●	●	●	●	●		
Dry Eye	Hyalein 0.1/Hialid 0.1	●	●		●	●	●	●	●	●	●
	Hyalein 0.3/ Hialid 0.3	●	●		●	●			●	●	
	Diquas	(●)	●			●				●	
	Ikervis		●		●	●					
	Cationorm(SD/MD)				●		●	●	●	●	
Infection	Cravit 0.5	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Cravit 1.5		●		●	●				●	
	Tarivid OS	●	●				●	●	●	●	●
Others	Flumetholon 0.1	●	●	●				●	●	●	●
	Kary Uni	●	●	●	●	●		●	●	●	●

積極的な投資を行いながらも、 着実な事業基盤の安定化と売上の拡大を実現



市場以上の成長を実現し、事業寄与度も拡大

参天におけるアジア事業の売上貢献度



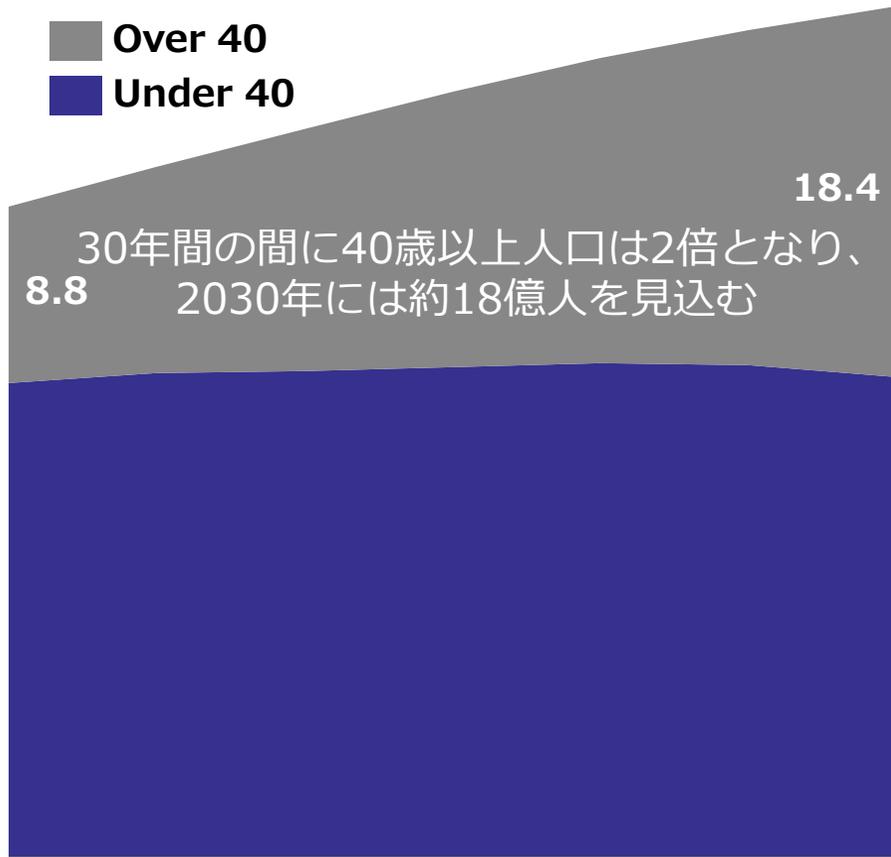
今後の成長戦略

アジアは今後も人口増加が見込まれ、 40歳以上人口率も高い

アジア人口推移

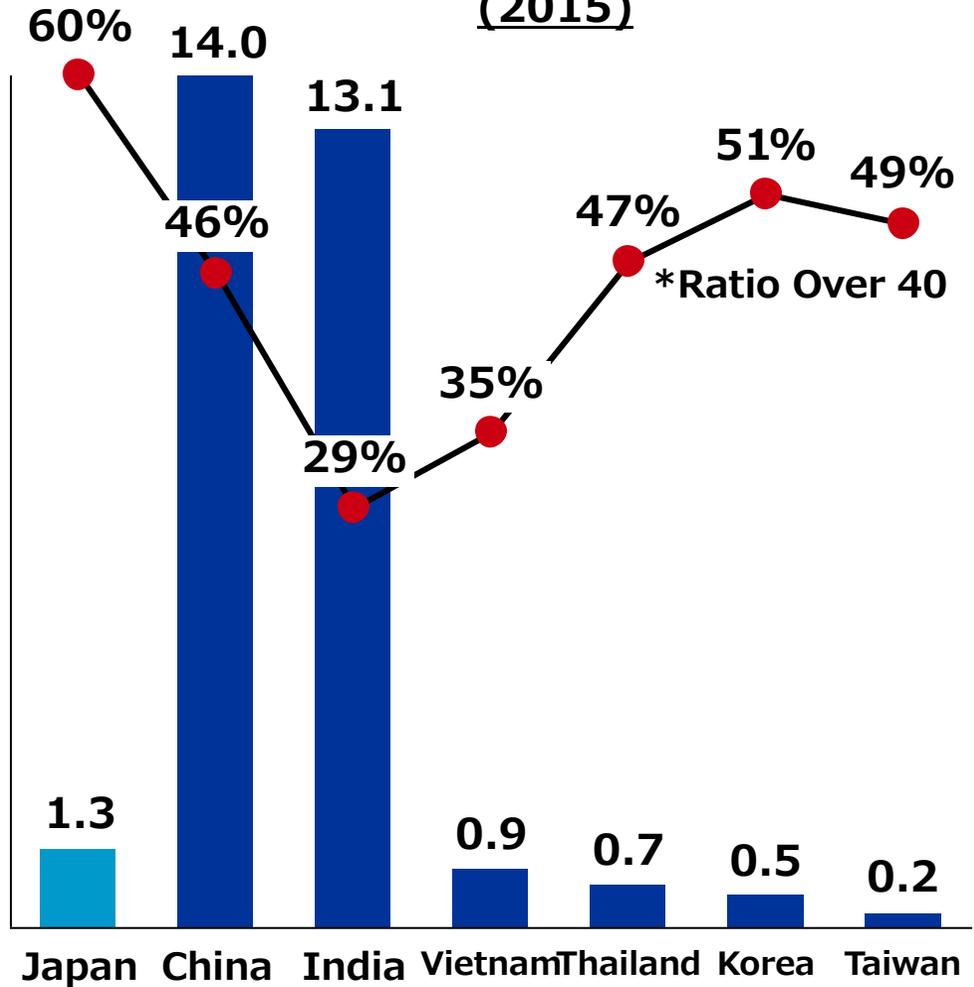
(億人) *参天事業テリトリーを中心としたアジア18の国と地域合計
(日本除く)

Over 40
Under 40



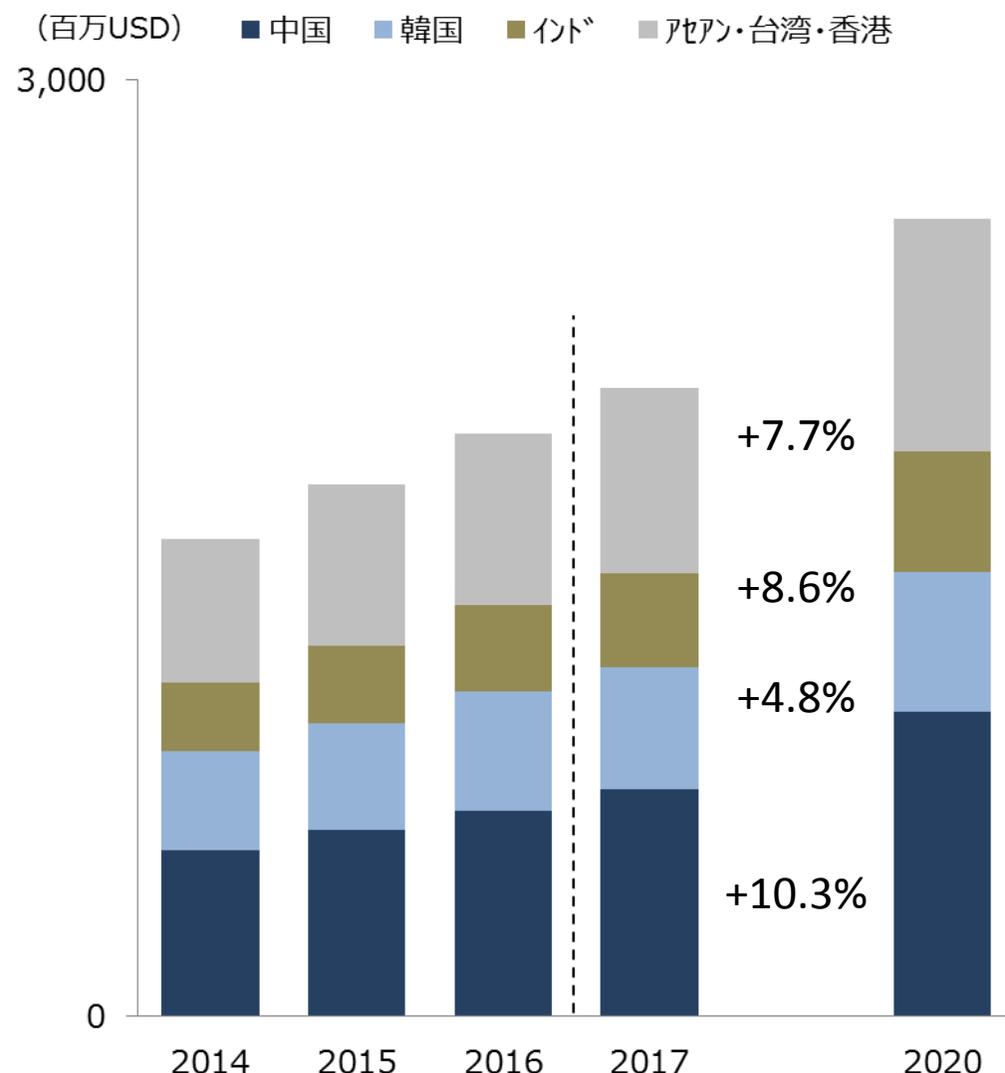
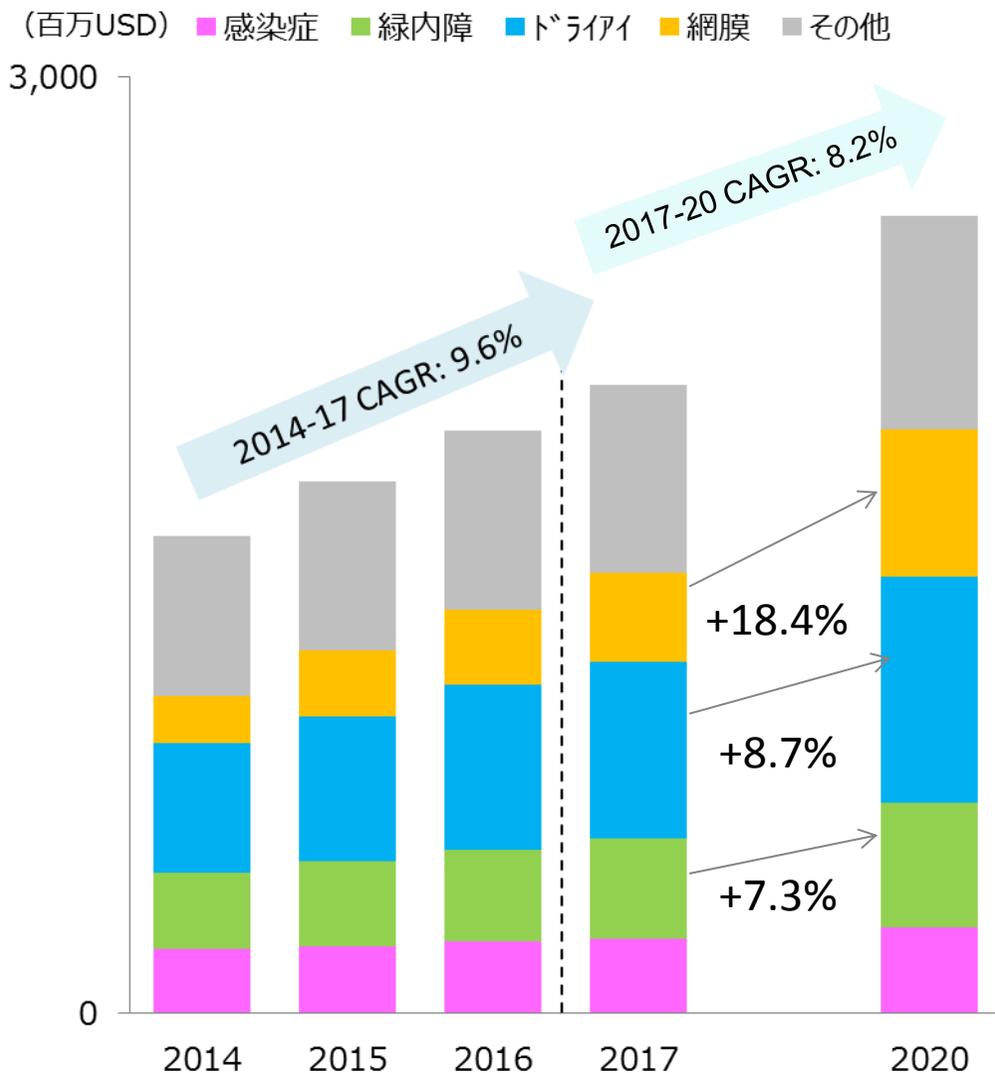
主要国人口と40歳以上人口比率

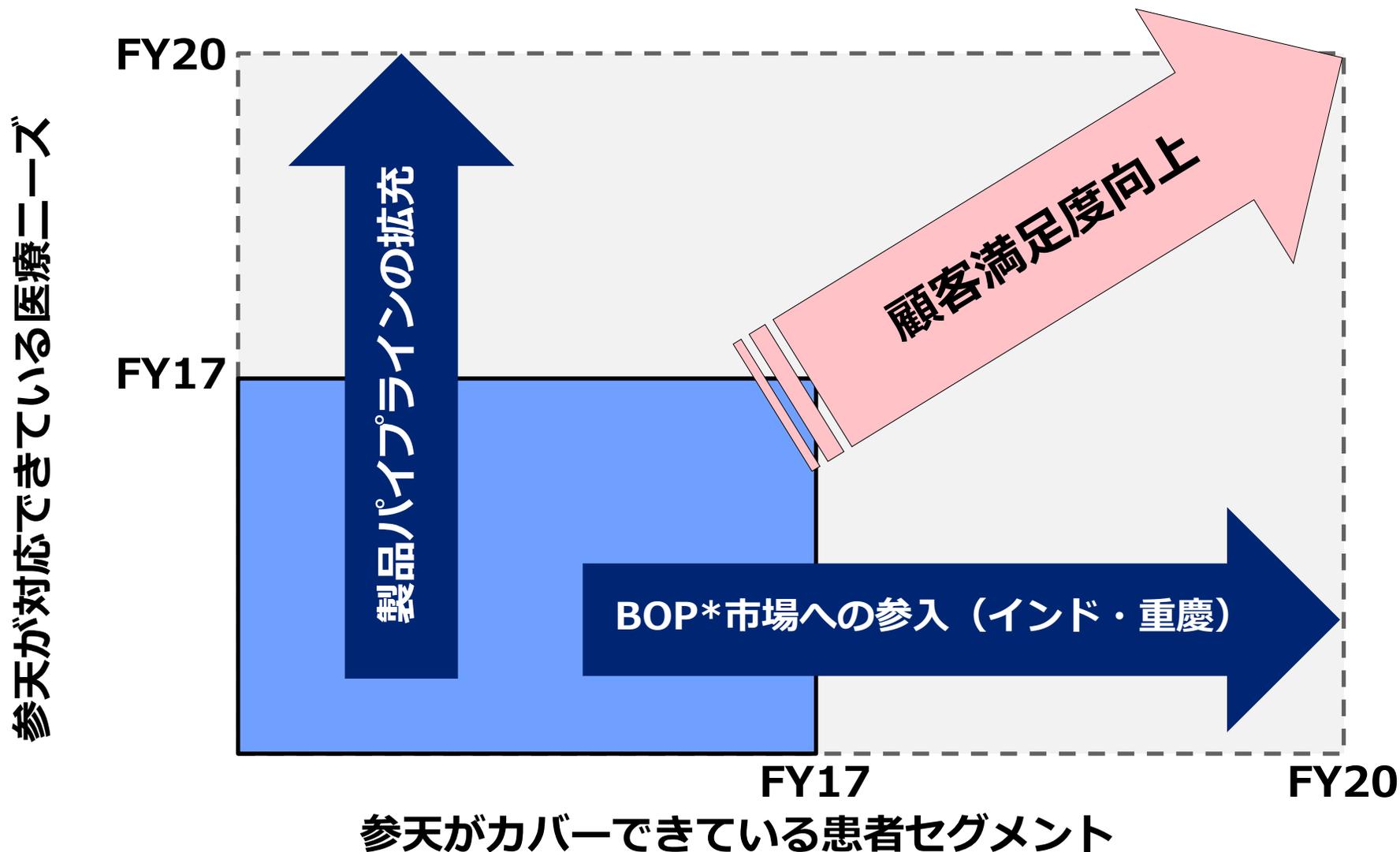
(2015)



アジア眼科市場は今後も成長を見込む

(事業部予測/アジア11か国)





BOP*:Base of Economic Pyramid



シンガポール 台湾 フィリピン ハトナム



香港 マレーシア タイ



インド



- 本格参入

- Organic成長と新製品上市による売上成長
- OTC /薬局チャネルへの参入
- 医療ニーズへの対応

韓国



- 製品価値最大化によるOrganic成長
- 長期的な成長を見据えたポートフォリオの拡充

中国



- 顧客志向型プロモーション
- Sales coverageの拡大
- 新製品上市と保険リストへの確実な収載
- 主力製品の現地一貫製造開始
- 重慶PJの推進

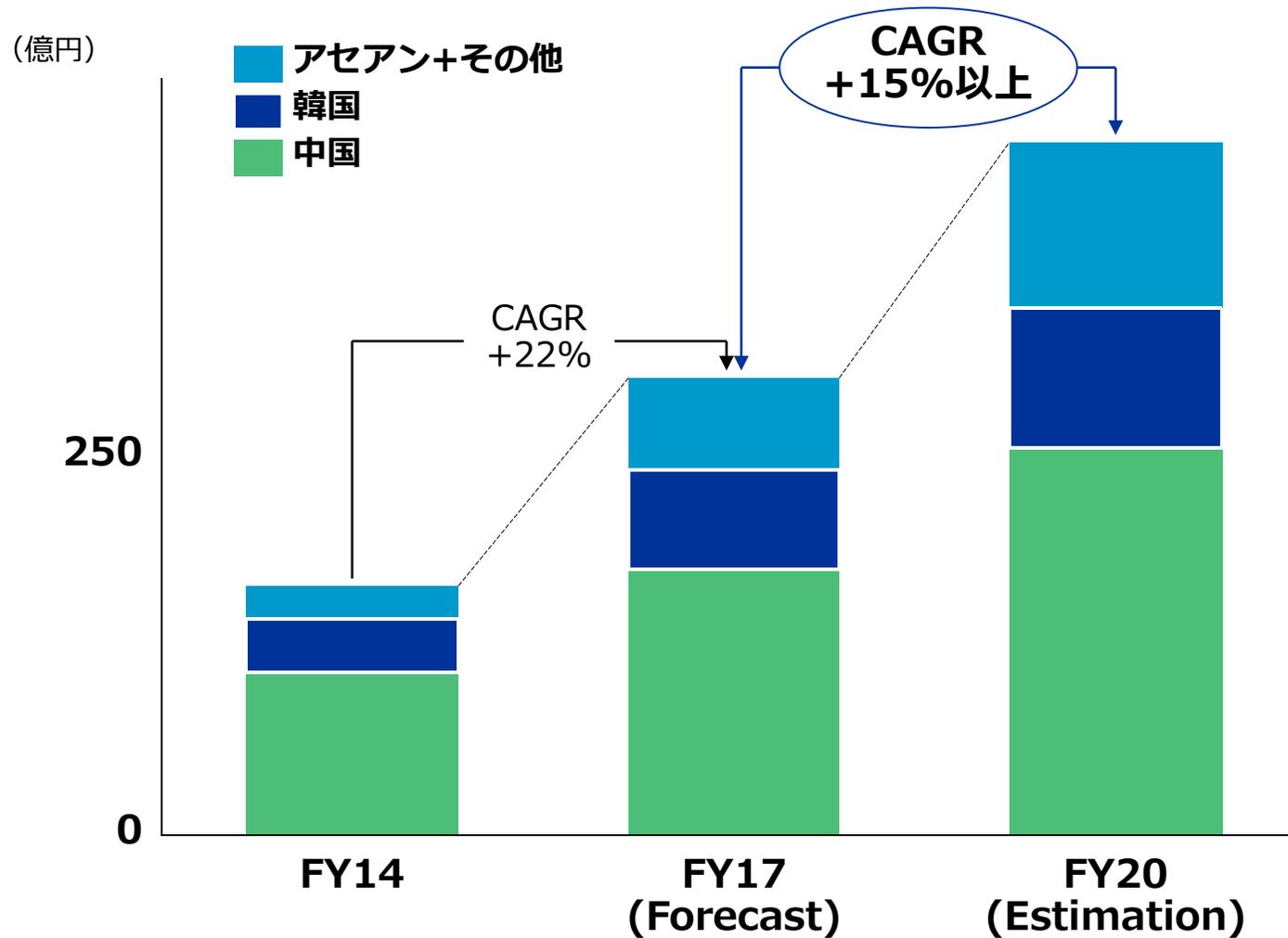
プレゼンス・CSの維持 / 向上

抗菌剤市場での
No.1の維持

ドライアイ市場での
No.1の達成

DE117とDE128を軸とした
緑内障領域での
ポートフォリオ強化

市場を上回る売上伸長を見込む



中国事業

---挑戦、機会、戦略



2018年2月26日

執行役員

参天製薬（中国）有限公司

総経理

劉 曄

リュウ イエ

参天中国のVision2020

事業内容に即したITプラットフォームの構築

ソリューション・マーケティングに基づいた提案

全疾患領域のカバー

製品ラインナップの拡充

地理的な「面」の拡大

Solution Provider

医療関係者と患者さんのニーズをより満足させるソリューション提案者へ

LONG TERM

E-promotion

*一部の先進的メガファーマ

MRの活動による
販売促進

START

営業主導

*大多数のローカル製薬企業

2014

MID TERM

市場主導

*大部分の外資系製薬企業

2017

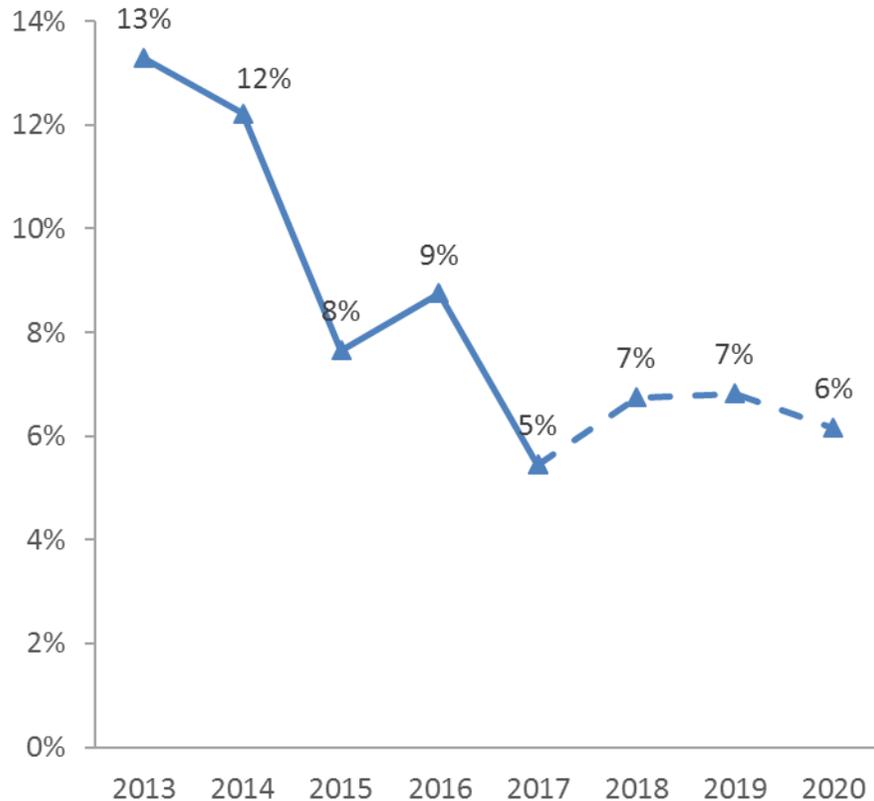
2020

中国の事業環境

中国の医薬品市場の勢いは減少しつつある。

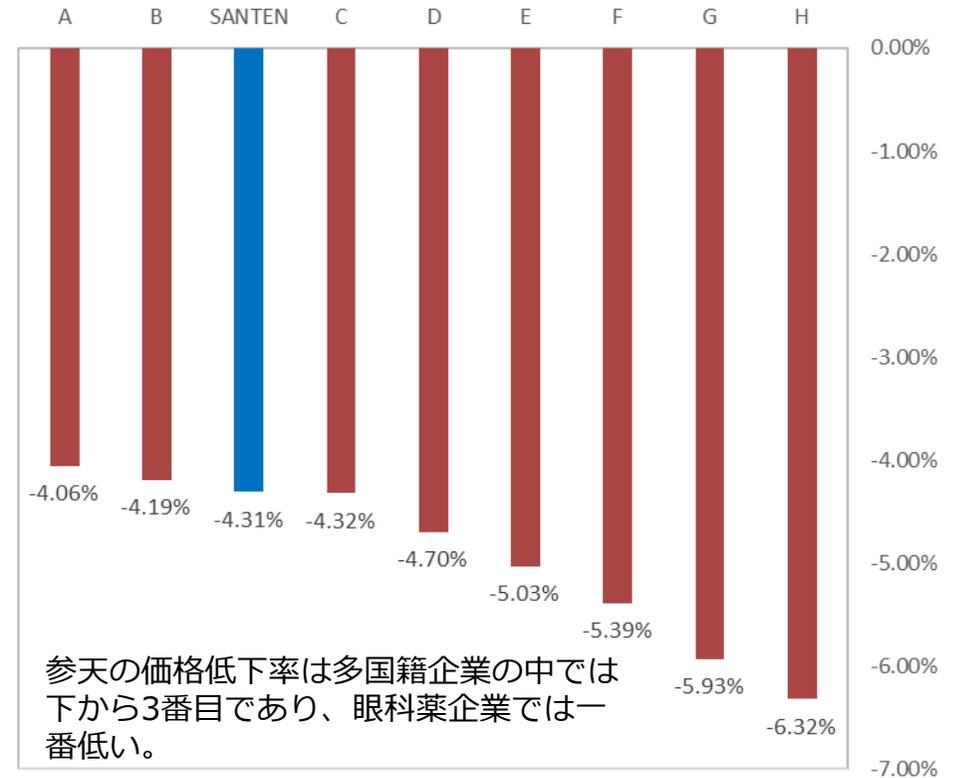
- ・医薬品市場の伸びは鈍化。
- ・多国籍企業は入札や価格面でかつての優位性を失いつつある。

中国医薬品市場成長率



Data Source : Quintiles IMS, "IMS China Market Forecast 2017-2021".

いくつかの省における価格低下率



2016 : 上表の統計に含まれる省、特別区
北京, 上海, 浙江省, 山東省, 内モンゴ, 福建省, 遼寧省, 広西

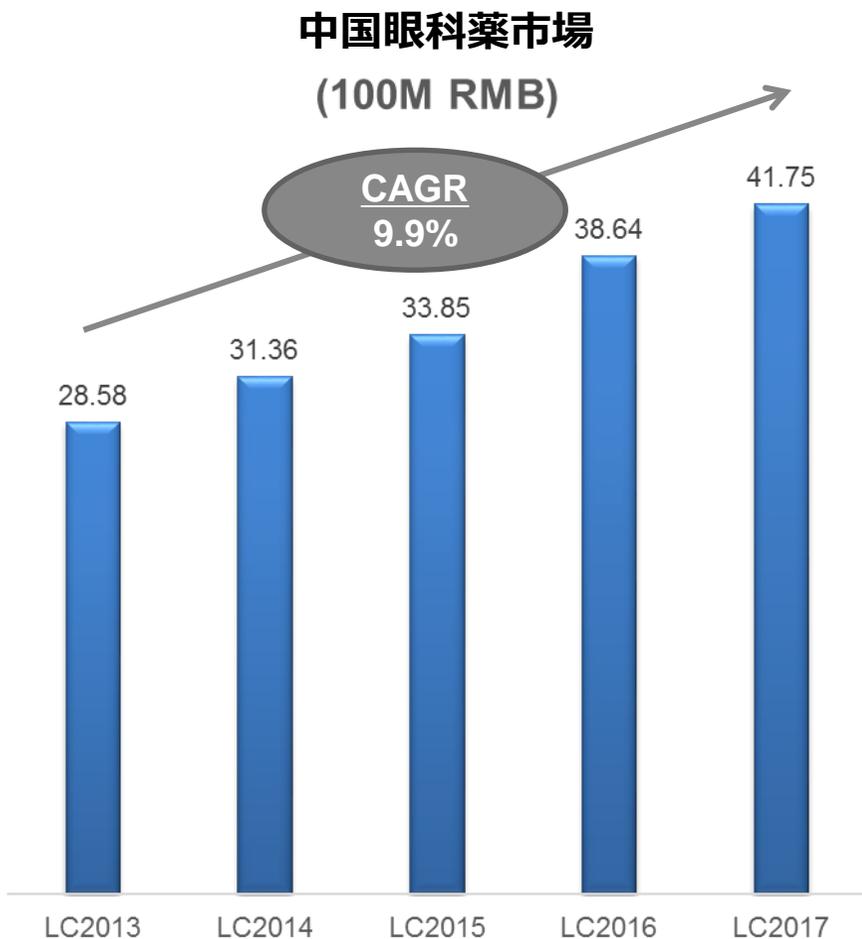
- ・製薬業界に対する政府からの規制はますます厳格化
- ・伝統的な営業スタイル（病院への個別訪問）はより制限を受けつつある。

MR立入禁止の看板
(実際に監視されてはいない)

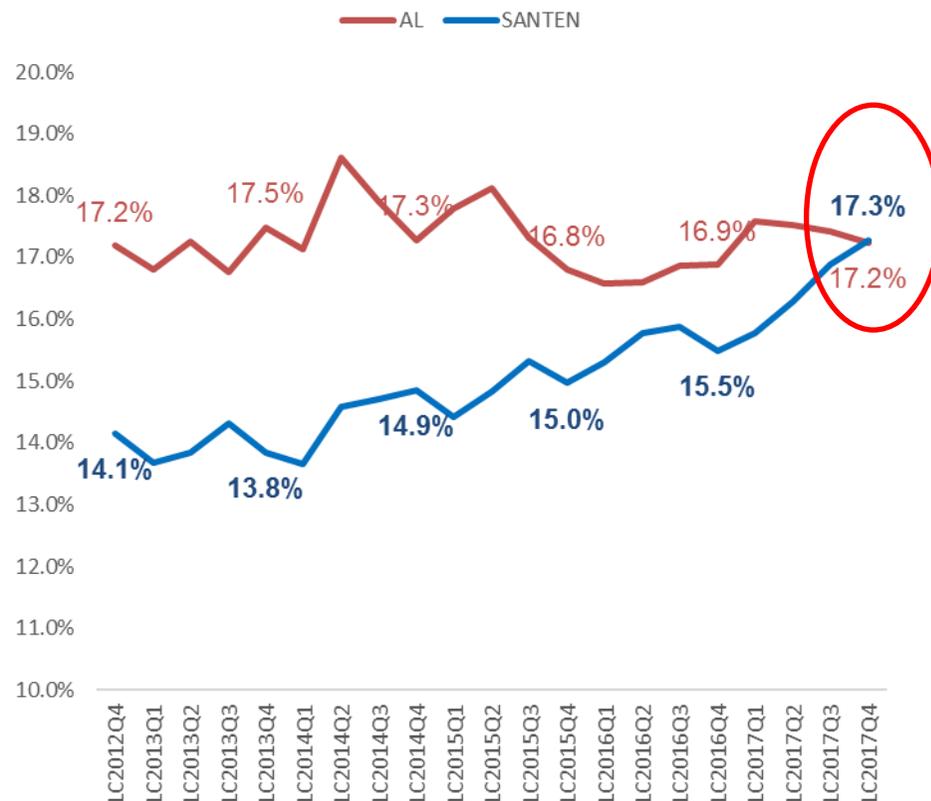
顔認識によるID システム
(MRの立入が100%監視される。)



- ・中国の眼科薬市場の年平均成長率は9.9%※(2013~2017)
- ・参天のマーケットシェアは2014年第4四半期から拡大を続け、現在17.3%で1位※を獲得。(※網膜領域を除く)

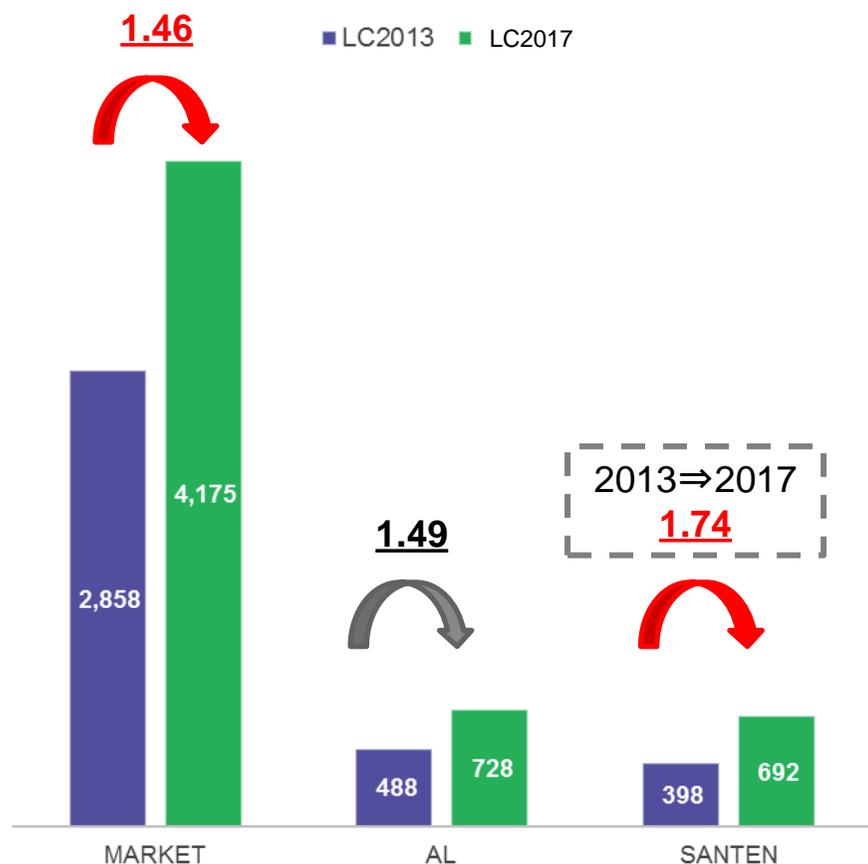


上位2社のマーケットシェアの推移

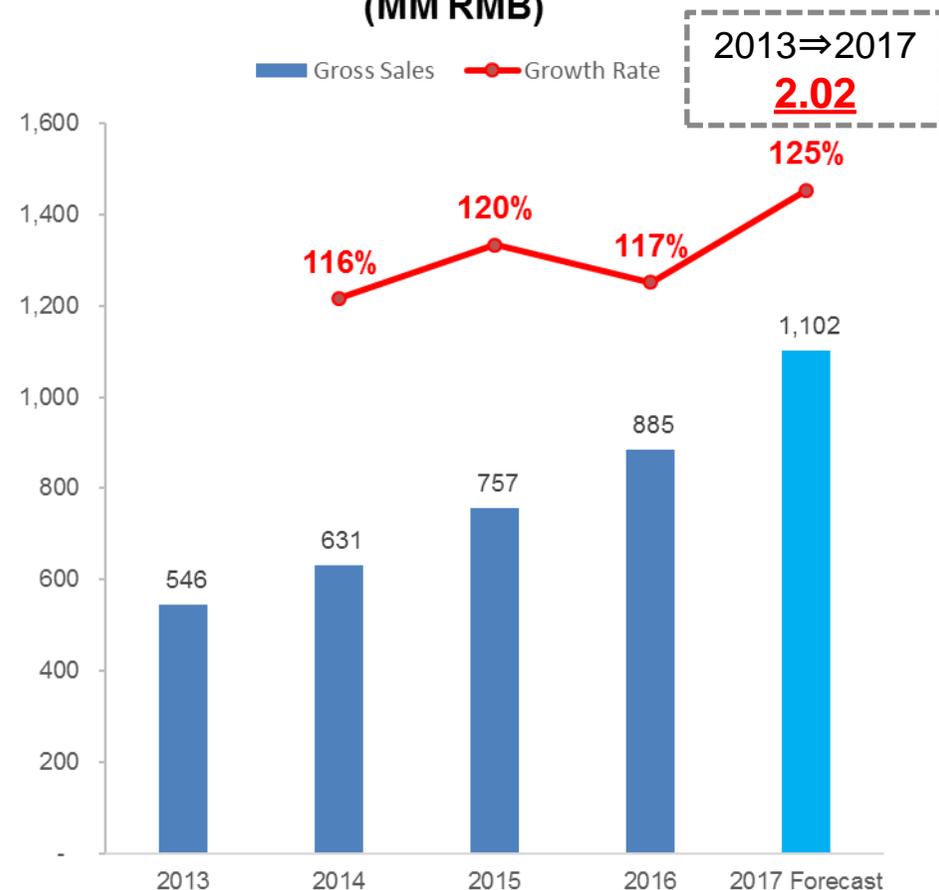


- ・参天中国は市場・主要競合他社を上回って成長。
- ・2013年から2017年にかけて参天中国の売上収益は**2倍以上**、2017年はこれまでで最も高い**25%**の成長が期待できる。

Santen China IMS base Sales (MM RMB)



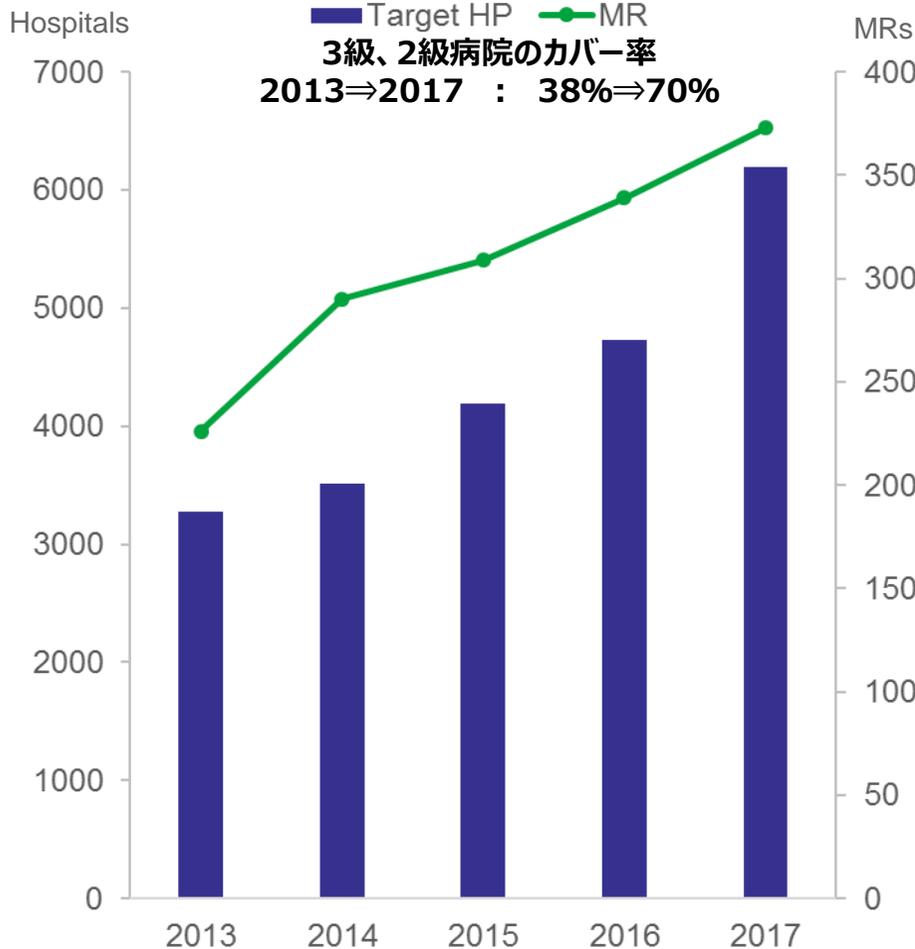
Santen China Gross Sales (MM RMB)



参天中国の戦略

- ・販売活動による病院カバー率の拡大
- ・マーケティング活動を通じた参天ブランドの強化

目標病院数とMR数



中国眼科薬市場No.1を目指した
ブランド戦略

COS, COA
Collaboration

Disease
Oriented
Promotion

E-Promotion



COS: Chinese Ophthalmological Society
COA: Chinese Ophthalmologist Association

疾患別の営業戦略 (e.g. 翼状片)

- 眼科医との協働を通じて診断と治療のスタンダードを設定
- 必要となる一連の製品群を提案

翼状片の周術期における医療専門家のコンセンサス

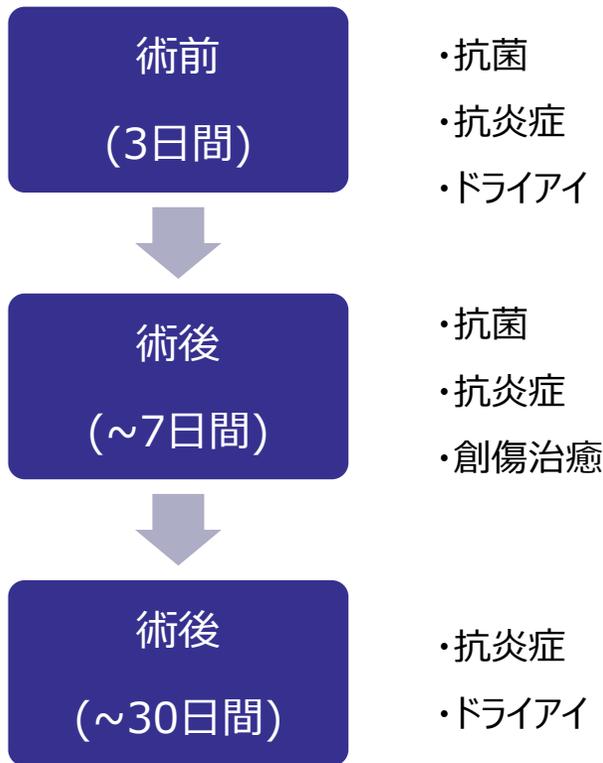
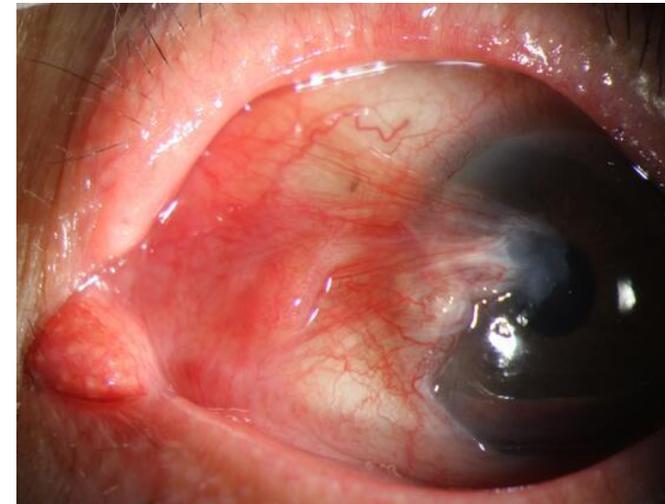
中华眼科杂志 2017年9月第53卷第9期 Chin J Ophthalmol, September 2017, Vol. 53, No. 9

· 653 ·

· 标准与规范探讨 ·

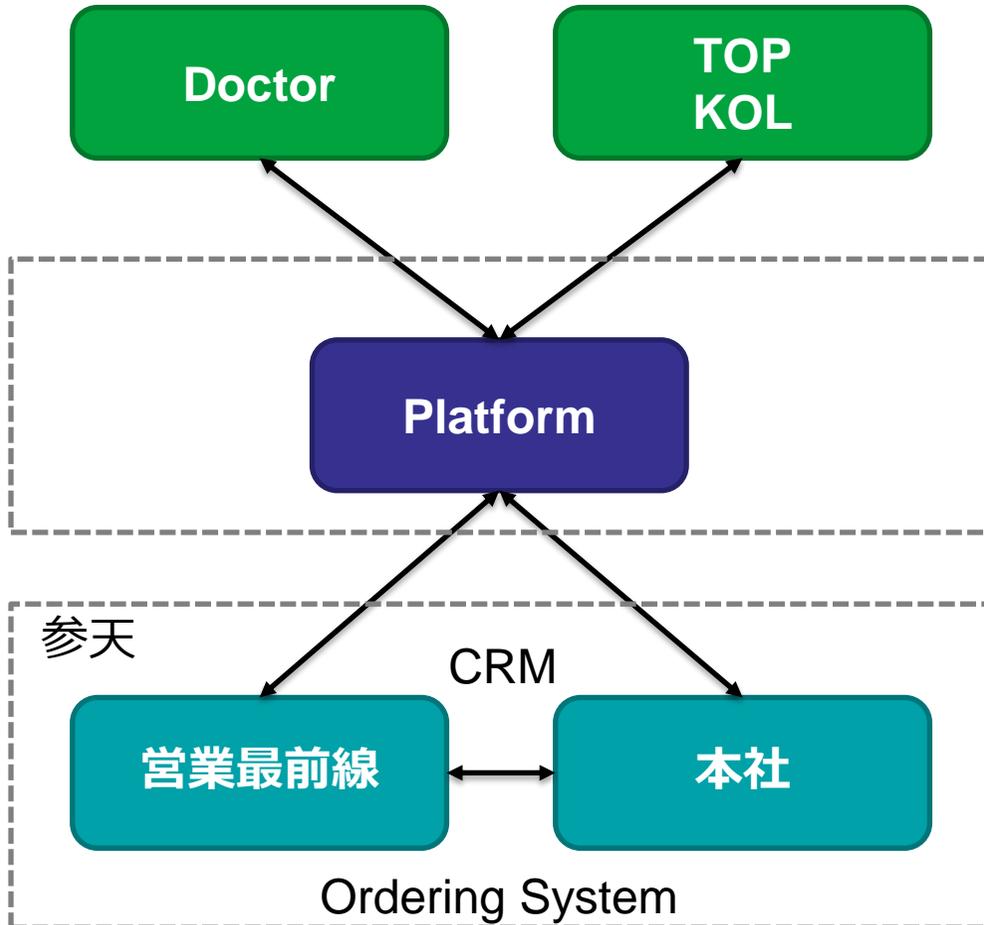
我国翼状胬肉围手术期用药专家共识 (2017年)

亚洲干眼协会中国分会 海峡两岸医药交流协会眼科专业委员会眼表与泪液病学组



E-Promotion (e.g. 眼科医向けのプラットフォーム)

眼科領域における“Google”を目指して



🔥 最热名家讲坛 >

孙兴怀教授 亚太青光眼指南和我国青光眼 诊治共识解读--上



- ・タプロス承認2015年9月21日。ジクアス承認2017年10月20日。
- ・この期間に中国FDAに承認された新薬は**27*種**のみ。

TAPROS
21st Sep. 2015



27種の
新薬のみ中国
FDAから承認を受
ける



***4400社**の製薬企業のうち、
約**200社**が外資系。

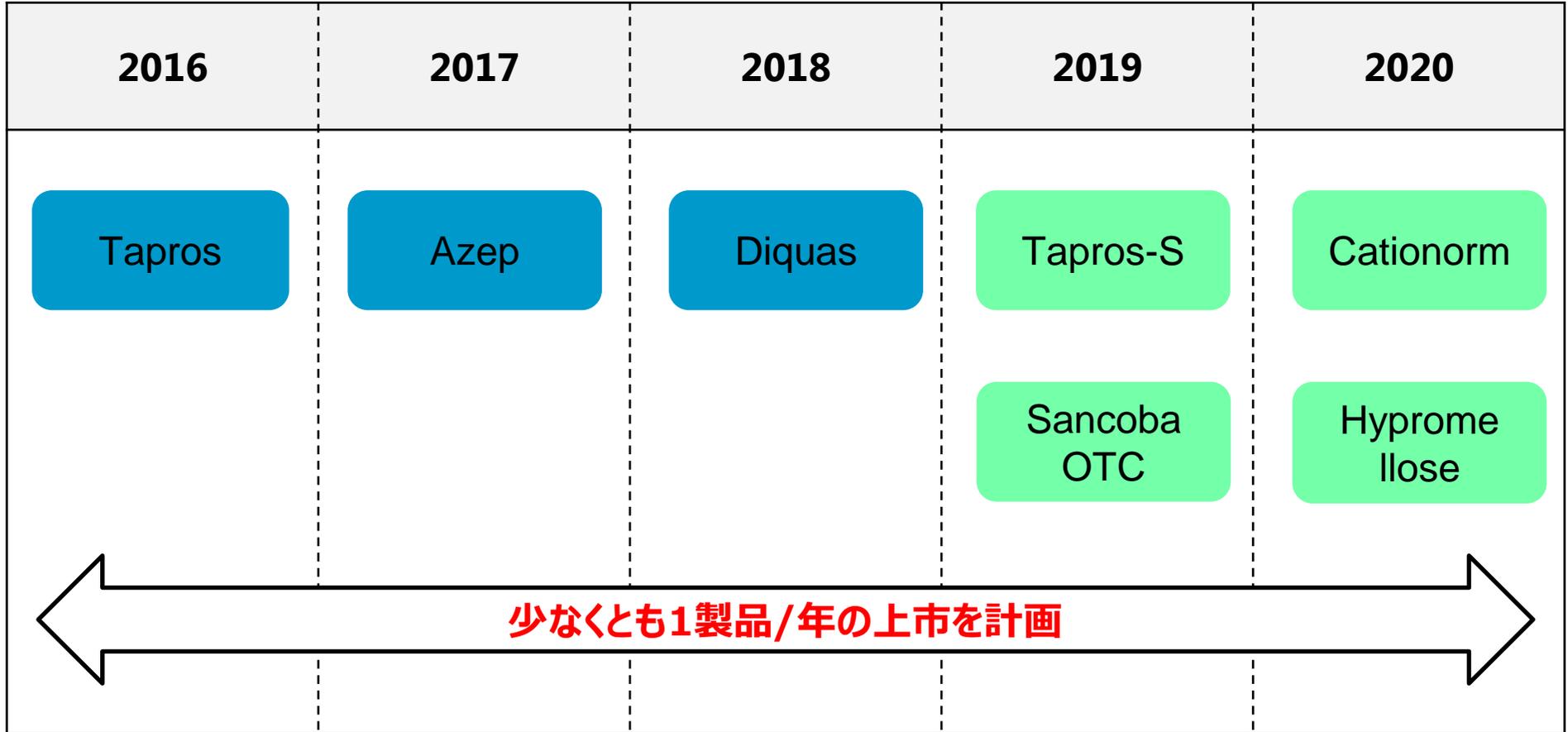
DIQUAS
20th Oct. 2017



25 Months

*27 種の新薬: 19 錠剤, 3 カプセル, 3注射, 2 点眼剤: タプロス, ジクアス

製品上市計画

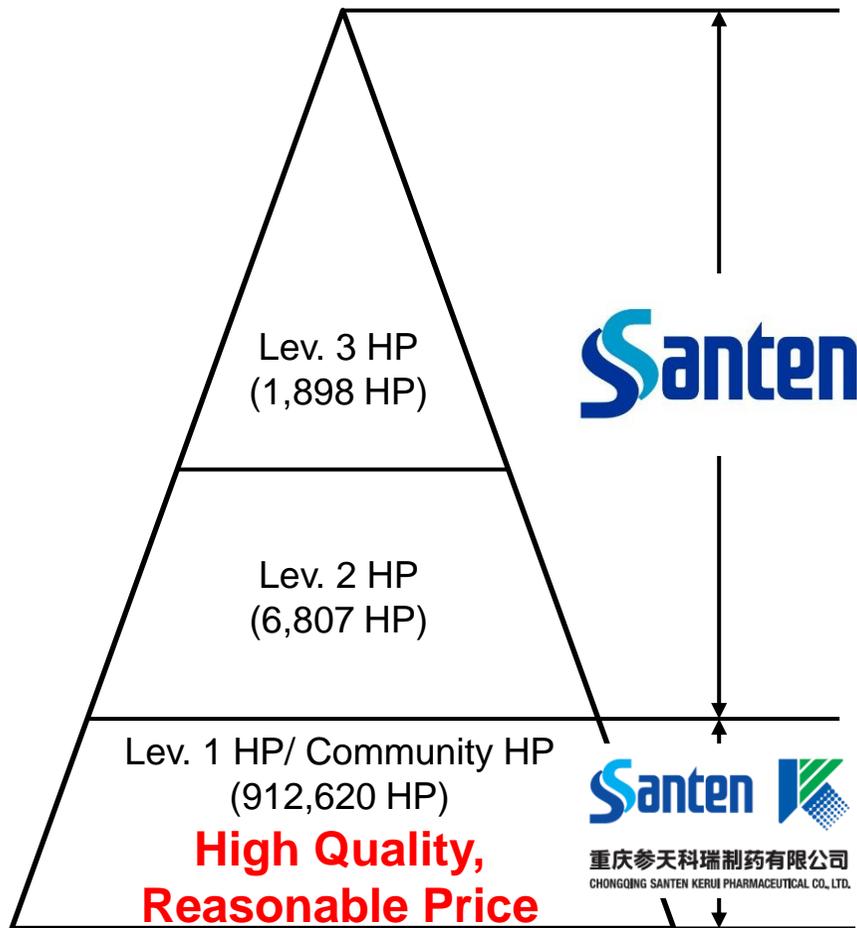


承認済

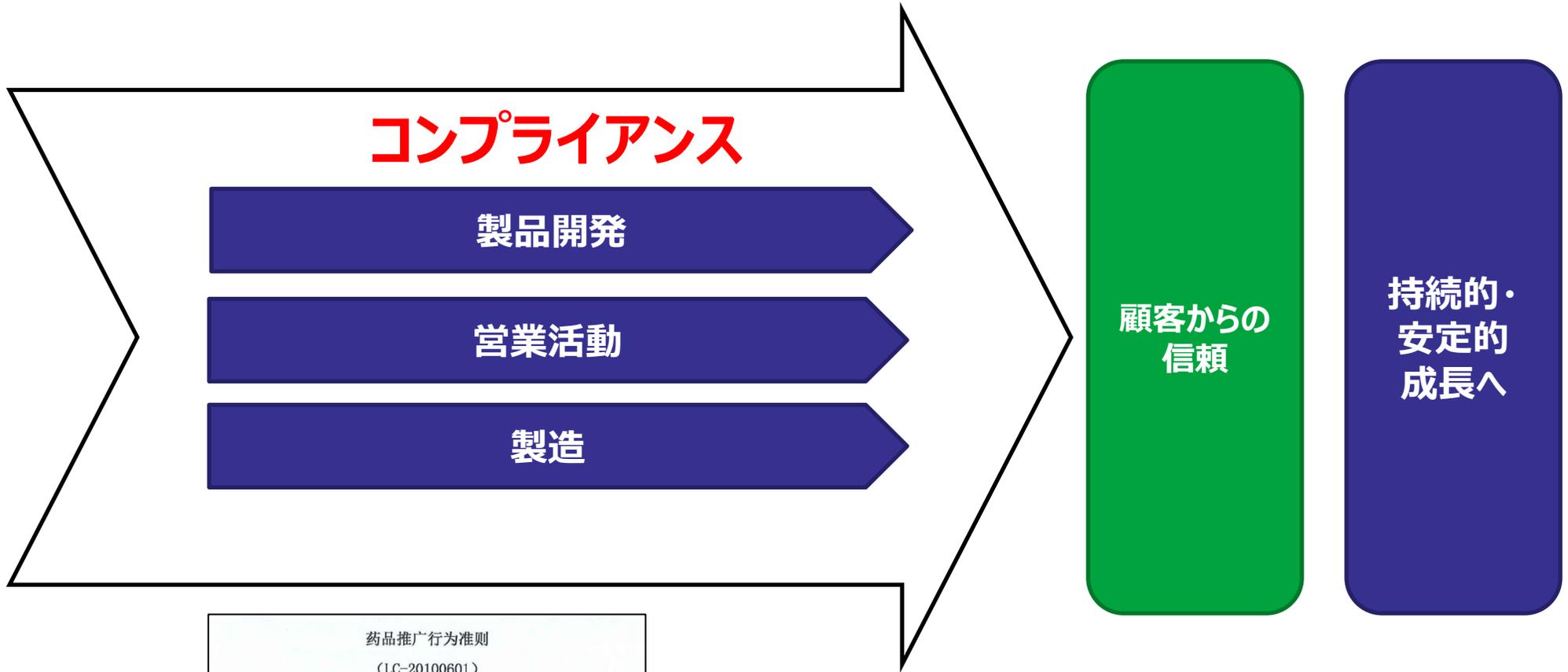
準備中

より多くの患者さんのために ---重慶 Joint Venture

ターゲットとする市場のイメージ



コンプライアンス --- Do things right



药品推广行为准则
(LC-20100601)
第三版

批准人	审核部门			制作部门		
总经理	本部长	企划	法务	本部长	部长	制作者
孔	(印)	(印)	(印)	(印)		(印)
2017年9月19日	17年9月18日	2017年9月18日	17年9月18日	17年9月18日	年月日	17年9月18日

← 『Santen China Compliance Guideline for promotion activities』



A Clear Vision For Life