

# 2020年度第2四半期 決算説明会

## 2020年度第2四半期連結業績概要

代表取締役社長兼 CEO

谷内 樹生

常務執行役員 経営管理担当兼 CFO兼 財務・管理本部長

越路 和朗

執行役員 製品開発本部 中国製品開発統括部長

森島 健司

2020年11月6日

Copyright© 2020 Santen All rights reserved.



## 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。\*

### 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。

\* 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。

Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

2

(谷内) こちら、基本理念と WORLD VISION でございます。こちら先般、発表いたしました長期ビジョンにおいてご説明したとおり、「Happiness with Vision」というところを念頭に「天機に参与する」という基本理念に基づきまして、目を通じて人々の健康と幸せを実現すると。また、それによる社会貢献というところを私どものベースに据えまして、日々、活動を行っております。

## 2020年度上期ハイライト

### ■ Santen 2030 実現に向けた中長期的施策の展開

- Ophthalmology & Wellness : jCyte社提携・Osmotica社提携・Orbis International (NGO) 提携・ヒアレインS発売 (①)・ROCK阻害剤導入 (②)・Eyevance社買収 (③)
- Inclusion : JBFA・IBF Foundationとの長期パートナーシップ

### ■ Vision 2020 最終年度の進捗

- 売上はCOVID-19影響から力強く回復しているが、依然変動要素を含む
- 中国は短期的にリスク要因はあるが、引き続き市場ポテンシャルは高い。  
統括会社も新たに設立し積極的に事業展開 (④)

### ■ 売上高：1,189億円・コア営業利益：257億円

- ほぼ前年並みの着地。通期業績予想は変更なし

(谷内) こちら上期のハイライトでございます。

まず、今年 2020 年は MTP の最終年であり、また Vision2020 の締めくりという年でございますが、この重要な年の上期の業績につきましては力強いオーガニックの成長と、2030 年に向けた取り組みについて充実した内容で締めることができたことを大変喜ばしく思っております。

まず、中計の締めくりといたしましては、この財務数値につきましては前年並みを維持しながら、増収増益基調というところを保てたと思っております。COVID-19 による困難や市場の影響を乗り換えながら着実に成長できたことをうれしく思います。

## 国内医療用眼科薬 市場概況（2019年10月-2020年9月累計）

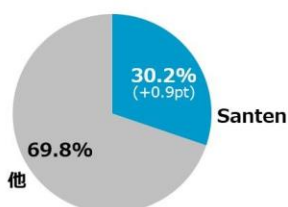
全ての領域において引き続きNo.1を維持

領域右記載数値：市場規模  
グラフ：マーケットシェア（括弧内は対前年増減）

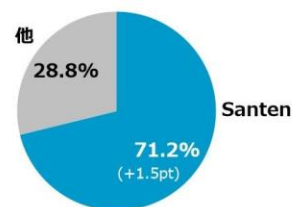
**Total : 3,689億円**



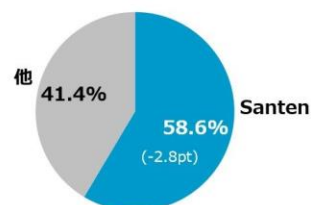
**抗緑内障剤 : 1,055億円**



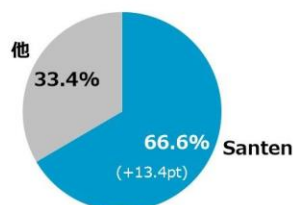
**網膜疾患治療剤\* : 1,061億円**



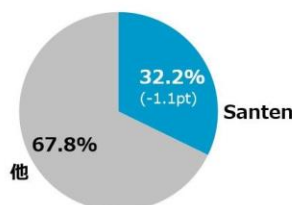
**角膜疾患治療剤 : 431億円**



**抗アレルギー剤 : 514億円**



**抗菌点眼剤 : 98億円**



Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

\*製造販売元であるバイエル薬品（株）とのコ・プロモーション製品（抗VEGF薬「アイリーア」）を含む  
出典：Copyright © 2020 IQVIA, JPM 2019.10-2020.9を基に参天分析 無断転載禁止

22

（谷内）日本につきましてはページ 22 にも書いてございますが、シェア 50%と大きな大台を達成いたしました。おそらく Santen の 130 年の歴史で初めてだと思います。市場に対するマイナスの影響があった環境の中でもこのように非常に高いシェアを取ることができ強い事業がさらに強くなったと考えております。

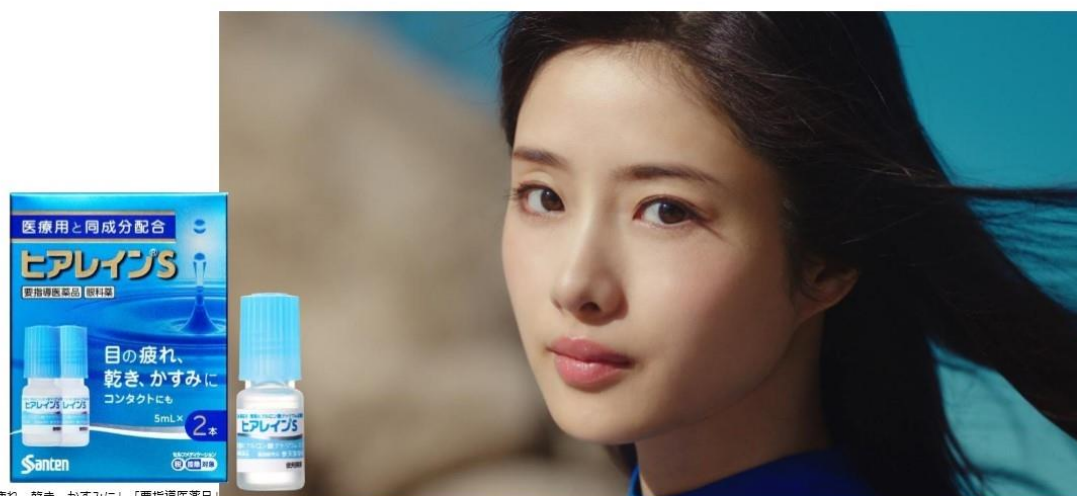
また、グローバル展開でも Eyevance の買収により、長年の挑戦でありましたアメリカへの参入というところについても、一定のマイルストーンを達成できたと考えております。

Santen 2030 に向けた成長の布石ということでございますが、こちら、Vision のときにもご説明しました、Ophthalmology、Wellness、Inclusion という三つの戦略の柱に沿って、取り組みを進めております。こちらにございますとおり、jCyte、Osmotica、Orbis、こういったところの提携、あるいはヒアレイン S 発売、ROCK 阻害剤の導入、Eyevance の買収、こういったもの、あるいはブラインドサッカーにおけるさまざまな取り組みを行っております。

本日は、この中で特にヒアレイン S、ROCK 阻害剤の導入、Eyevance、並びに市場に変化がでました中国事業というところについて、この後のスライドで私から説明させていただきたいと思っております。


## ①スイッチOTC「ヒアレインS」発売

日本で唯一\*1医療用と同濃度の「ヒアルロン酸ナトリウム」を配合した目薬



「目の疲れ、乾き、かすみに」「要指導医薬品」  
この医薬品は、薬剤師からの説明を受け、「使用上の注意」をよく読んでお使いください。

Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

\*1：2020年9月15日現在 4 

（谷内）スイッチ OTC のヒアレイン S を日本で発売いたしました。実は参天では初のスイッチ OTC 製品でございます。私どもにとっては非常に重要な意味合いを持っております。

日本では長年、医療用医薬品、いわゆる Rx の事業と OTC の事業、この二つを展開して、どちらも強固なプレゼンス、高いシェアを確立しておりますが、このヒアレイン S は両方の強みを併せた初めての製品ということでございます。

ヒアレインというのは、20 年ぐらいにわたりまして、日本において、あるいはアジアでもドライアイ治療の第一選択薬として長年使われてまいりました。ヒアレインが築いてきた医療上の知見とブランドイメージを継承して、今回、ヒアレイン S として日本で直接、患者様方に OTC 販路を通じてお届けできることは治療の選択肢が増えるという点で意味があると考えています。

特に COVID-19 の世界の中で、セルフメディケーションというところの重要性が改めて問われているのかなと思います。新しい選択肢を日本に提供できることは大変嬉しいと思っておりますし、また、皆様の QOL 向上につながればとも思っております。OTC 部門、医療用部門が力を合わせ、医療用事業を持つ Santen にしかできない情報の質と量の展開ができればと考えており、こうした会社としての意気込みから、今回、石原さとみさんにアンバサダーに就任いただきました。今後情報発信をおこなっていくことで製品の価値の最大化をはかってまいります。また、これは長期ビジョンの観点から見ても、戦略の二つ目であります Wellness というところの一つの取り組みでもあるという位置づけで考えております。

## ②日本・アジア地域を対象にROCK阻害剤を導入 中長期的に緑内障におけるプレゼンスの維持向上へ



Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

\*1出典：Copyright © 2020 IQVIA, JPM 2019.10-2020.9を基に参天分析 無断転載禁止 \*2:2020年10月現在

5 Santen

(谷内) 次に二つ目、ROCK 阻害剤の導入について説明させていただきます。

こちら、次期長期ビジョンにおきましても既存事業、すなわち今の医療用眼科薬事業の継続的・持続的な成長ということは大変重要なテーマであると考えております。今回、それに向けた大事な一手でございます、ROCK 阻害剤の導入をおこなうことができたことは大変喜ばしく思っております。

もう皆様方ご案内のとおり、緑内障というのは Santen にとりまして、大変大きな事業の柱でございます。日本のみならずアジアにおいても、あるいは欧州においても、緑内障は大きな割合を占めております。

また、皆様方ご存じのとおり、緑内障の治療というのは患者さんの病態や生活状況、これに合わせて複数の種類の薬剤や治療方法をうまく組み合わせることで、生涯にわたり眼圧をコントロールしていくということが治療の要でございます。

そういうわけで今回、単剤の Rhopressa と、ラタノプロストとの配合剤である Rocklatan この二つを導入することができました。

## ② 今回のROCK阻害剤導入により 緑内障ポートフォリオのさらなる充実を図る



Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

一部地域でのみ販売している製品を含む

6 Santen

(谷内) Santen にはもともと既存のポートフォリオがございます。これは例えばタプロスであったり、エイベリスというものがございますが、こちらに Rocklatan と Rhoressa が加わることになります。

これによりまして PG 単剤、PG 配合剤、あるいはそれらと組み合わせて使われる非 PG の薬剤という製品群がそれぞれ充実することになりました。また手術用デバイスであります PRESERFLO MicroShunt もございます。

この幅広いポートフォリオを強みにより多くの患者様のニーズに応えていきたいと考えております。

## ③ Eyevance社買収により米国本格参入



米国における事業基盤構築とプレゼンス獲得へ

Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

7 Santen

(谷内) 三つ目でございますが、Eyevance の買収につきまして説明させていただきます。

Eyevance というのは、アメリカにおきまして眼科専門企業で働いてきたメンバーが中心となって新しく生まれた会社でございます。従いまして、会社自身はまだ比較的若い会社ではございますが、そこにいるメンバーというのは、アメリカの眼科事業の経験豊かなスペシャリストが集まった会社であるということでもあります。すでに名の知られている製品群と、それから経験豊富な社員が集まった会社でございますので立ち上げ以降、大変順調に成長を続けてきております。

一方、Santen はアメリカで商業基盤を持っておらず、複数のパイプラインを持っている状況ですが、それに加えて、私どもの今後補うべきところというのはアメリカ事業での経験値や、あるいは非常に広い大きなマーケットをいかにカバーするかという販路というところでございます。その意味で Eyevance というのは大変補完的な買収ではないかと考えております。

これによりまして、自販立ち上げに伴うリスクであったり、費用、時間を極力省略したかたちで、アメリカ市場への参入を完了させることができたということ。

また、今後のパイプラインを商業化する際の重要な一つのプラットフォームを獲得できたということで、これは Vision 2020 で掲げましたグローバルカンパニーになるということについても、最後の大きなピースであった米国に参入するという意味でも大きな意味合いがございます。今後、この米国の基盤とすでに確立しております日本、アジア、欧州での基盤を組み合わせながら、グローバルでの成長を志向してまいりたいと考えております。

## ④中国事業の持続的な成長：市場カバレッジ拡大

医療行動の多様化を確実に取り込むことで中長期的な成長を実現する

従来の主要医療施設



カバレッジの拡大



生活者へのリーチ



Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

\*Public hospitalを対象とした入札による購買制度。落札企業は政府によって購入ボリュームが担保される

8 Santen

(谷内) 四つ目でございますが、中国事業について少し説明させていただきます。

すでに当局からもアナウンスされておりますが、中国政府が国立の大病院で進めております、集中購買という取り組みを各領域で行っておりますが、これの対象に、クラビットの主成分であります、レボフロキサシン点眼薬というものが対象となりました。入札の結果、結果的にはきわめて安価な国産レボフロキサシンが落札したということで、私どもの製品がこの購買対象から外れ短期的に大きな影響が出ると考えています。

この影響範囲につきましてははまだまだ見極めが必要だと思っております。大きなボリュームをどこまで供給できるのか、不確定要素がありますので、業績に与える影響につきましては精査中です。

一方で、私どもは医療行動の多様化に着目して様々な手をすでに打っております。

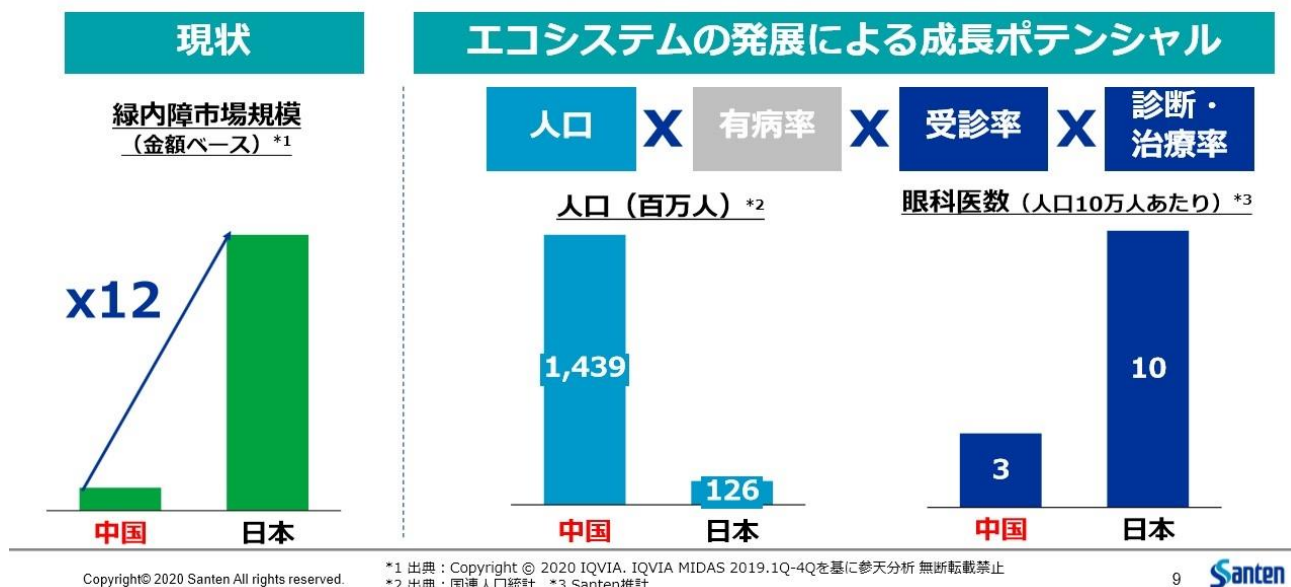
従来は、国立の大型病院というところが一極集中でありましたが、患者さんの流れが、特に COVID-19 の後は、三級病院からより中小規模の二級病院、一級病院、あるいは私立病院や眼科クリニックというところに、分散するという行動の多様化が顕著に進んでいるという状況でございます。

また、COVID-19 の流れの中でオンライン診療、あるいはオンライン薬局という新しいチャネルが急速に成長しております。

こういう中で、国立大型病院での購買というところの影響はありつつも、こういった市場全体のダイナミックな変化を機会とし普及促進活動を行っています。

## ④中国事業の持続的な成長：緑内障市場の事例

エコシステム発展に関わることで市場の潜在性を確実に取り組む



(谷内) 中国市場の中長期的な成長のポテンシャルというところを、緑内障市場を例にとつてこちら説明させていただきます。緑内障市場の市場規模は、中国は日本の 12 分の 1 です日本の市場は中国の 12 倍あるわけです。



けど、一方で中国の人口はだいたい日本の12倍ほどある。すなわち人口比で見ると市場規模は144分の1しかないということが実態でございます。

これは、緑内障の患者がいらないわけではなく、ひとえに市場が顕在化していないことによります。

例えば眼科医数というところの人口比でいうと、日本に比べると3割しかいない。あるいはその中でも緑内障のトレーニングを受けた専門医という人はさらに少ないというものとかが、そもそもの疾患認知であったりとか、早期診断や治療へのアクセスなどさまざまな課題がございます。そのため現状の市場は氷山の一角であると考えています。

緑内障だけでなく他の領域でもまだまだ潜在市場があると考えており、私どもとしては、ソーシャルイノベーターとしてこういった社会課題を解決すべく、今後も取り組んでまいりたいと思います。眼科学会や政府、NGOを含むステークホルダーと一緒に取り組んで、より眼科の治療環境が充実し、より多くの患者様がアクセスできるよう状況を実現していきたいと考えております。その意味で、中国市場というのは、われわれにとっても、引き続き大事な市場であり続けるということでございます。

少し長くなりましたが、谷内からの説明は以上となります。

## 2020年度第2四半期業績

COVID-19の影響はあるものの、前期比で増収増益

(単位：億円)	2019年度 第2四半期		2020年度 第2四半期		対前期 増減率
	実績	(対売上収益 比率)	実績	(対売上収益 比率)	
<b>売上収益</b>	<b>1,188</b>		<b>1,189</b>		<b>+0.1%</b>
売上原価	483	41%	497	42%	+2.9%
売上総利益	705	59%	692	58%	-1.8%
販売管理費	334	28%	324	27%	-3.1%
研究開発費	114	10%	111	9%	-2.5%
<b>コア営業利益</b>	<b>256</b>	<b>22%</b>	<b>257</b>	<b>22%</b>	<b>+0.2%</b>
ノンコア販売管理費	--	0%	9	1%	--
製品に係る無形資産償却費	49	4%	49	4%	-1.2%
その他の収益	2	0%	3	0%	+118.1%
その他の費用	19	2%	16	1%	-12.5%
営業利益(フルベース)	190	16%	187	16%	-1.7%
金融収益	5	0%	6	0%	+9.4%
金融費用	11	1%	9	1%	-21.2%
税引前四半期利益	184	15%	184	15%	-0.3%
法人所得税費用	53	4%	47	4%	-11.8%
<b>四半期利益(フルベース)</b>	<b>131</b>	<b>11%</b>	<b>137</b>	<b>12%</b>	<b>+4.3%</b>
コア四半期利益	186	16%	197	17%	+4.7%
USD (円)	108.82		106.72		
EUR (円)	121.28		121.54		
CNY (円)	15.77		15.21		

### フルベース

- 売上収益：想定を上回り着地
- 四半期利益：前期比4%増益

(越路) COVID-19の影響はございましたが、前期比で増収増益でございます。損益計算書の一番右側の列に書いておりますとおり、売上がプラス0.1%、コア営業利益、プラス0.2%。その他収益・費用、金融収益・費用、こちらはほぼ前年と同じような水準。税金、こちらが前年よりも若干減少いたしましたので、四半期利益ベースでは前年比でプラスの4.3%。そのような着地になりました。

## 2020年度第2四半期 売上収益（前年同期比）

COVID-19と為替の影響はあるものの、前期と同水準の売上を確保



### 日本事業

- ・ 医療用医薬品：アイリーア\*やアレジオンLXの寄与により増収
- ・ 一般用医薬品：COVID-19の影響（インバウンド需要減など）により減収

### 海外事業

- ・ 中国事業：COVID-19の影響により減収（為替影響除き：-4%）となるも、想定を上回る売上推移
- ・ アジア事業：COVID-19の影響を受けつつ、着実に進捗（為替影響除き：8%）
- ・ EMEA事業：コソプトやタブロスが堅調に推移（為替影響除き：0%）

顧客の所在地をもとに国または地域に分類

Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

アイリーア\*：製造販売元であるバイエル薬品（株）とのコ・プロモーション製品

12 Santen

（越路）こちらは売上のブリッジになっておりまして、前年 1,188 億円からの推移を記載しております。おのおののポイントはページ一番下のところに書いてあるとおりでございます。

## 2020年度通期業績予想：5月8日開示から変更なし

不確定要素はあるものの、通期業績予想の達成を目指す

(単位：億円)	2019年度		2020年度		対前期 増減率
	実績	(対売上収益 比率)	予想	(対売上収益 比率)	
<b>売上収益</b>	<b>2,416</b>		<b>2,350</b>		<b>-3%</b>
売上原価	948	39%	900	38%	-5%
売上総利益	1,467	61%	1,450	62%	-1%
販売管理費	734	30%	700	30%	-5%
研究開発費	233	10%	230	10%	-1%
<b>コア営業利益</b>	<b>500</b>	<b>21%</b>	<b>520</b>	<b>22%</b>	<b>+4%</b>
製品に係る無形資産償却費	99	4%	97	4%	-2%
その他の収益	4	0%	9	0%	+131%
その他の費用	70	3%	82	3%	+17%
営業利益(フルベース)	335	14%	350	15%	+4%
金融収益	10	0%	8	0%	-16%
金融費用	24	1%	10	0%	-58%
持分法による投資損失	--	--	8	0%	--
税引前当期利益	321	13%	340	14%	+6%
法人所得税費用	104	4%	110	5%	+6%
(負担税率)	32.3%		32.4%		
<b>当期利益(フルベース)</b>	<b>217</b>	<b>9%</b>	<b>230</b>	<b>10%</b>	<b>+6%</b>
コア当期利益	359	15%	387	16%	+8%
ROE (コアベース)	12.1%		12.6%		--
ROE (フルベース)	8.0%		7.5%		--
USD (円)	108.81		110.00		
EUR (円)	120.80		120.00		
CNY (円)	15.64		15.00		

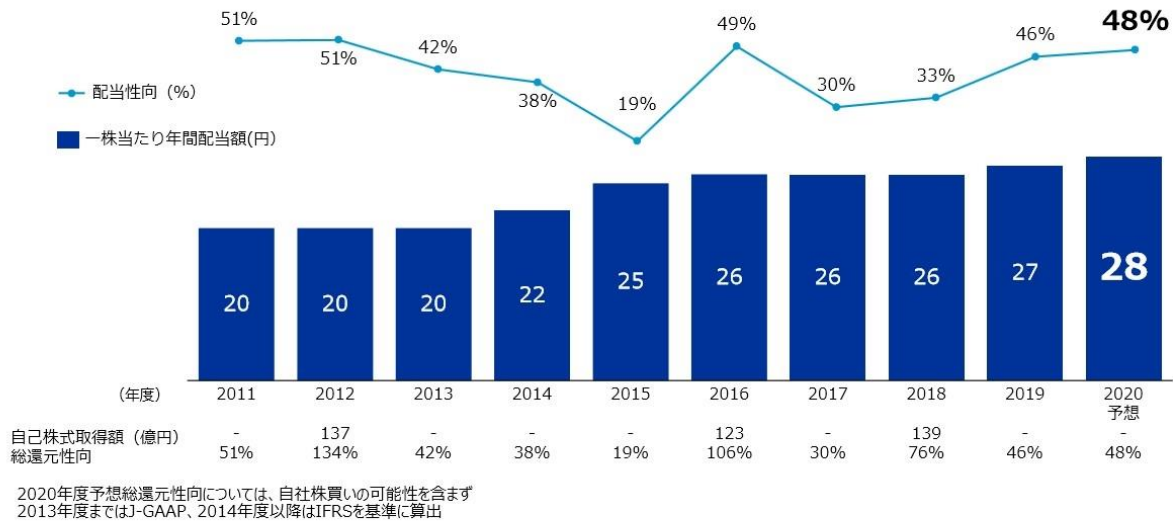
Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

13 Santen

（越路）5月8日の開示から変更は今のところ考えておりません。不確定要素はありますが、上期、第2四半期の状況を踏まえ、予定どおりの進捗と考えておりまして、当初の業績予想どおりとしております。

# 配当

年間配当（予想）は変更なし



Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

14 Santen

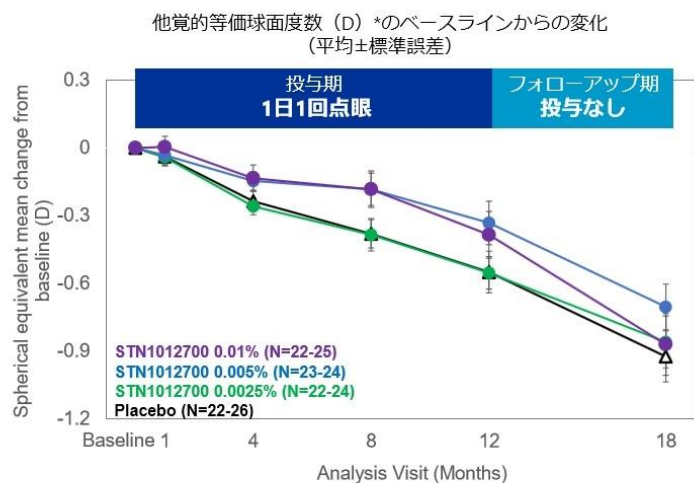
(越路) 株主還元、配当でございます。

こちらも収益の状況が当初の想定どおりの展開ということで、利益還元につきましても同様のスタンスとしております。以上、説明申し上げます。

## DE-127: APPLE study/P2 (NCT03329638)

高用量0.005%、0.01%ともに、近視の進行を抑制する効果を示した

- **主要評価項目達成**  
12カ月での等価球面度数
- **眼軸長においても等価球面度数と同様の結果が認められた**
- **安全性・忍容性が認められた**
- **日本近視学会総会**で詳細報告予定  
(2021年5月22~23日、東京)



Copyright© 2020 Santen All rights reserved. \*屈折異常を評価するための、屈折と乱視の度数を総合した指標

16 Santen

(森島) 製品開発本部の森島から説明させていただきます。

まず、今回、アジアで実施いたしました DE-127 の P2 試験の APPLE study の結果について簡単にご報告させていただきます。これは 5 月に日本の近視学会で発表予定でございますが、今回、公表させていただくことにしました。

小児の近視患者さんに 0.005%、0.01%、1 日 1 回点眼することで、主要評価項目であります他覚的な等価球面度数、屈折度数の変化が、投与 12 カ月目において、プラセボに比べて統計的に有意に抑えられることを確認いたしました。副次項目であります眼軸長の変化につきましても、この等価球面度数と同じような傾向を示しております。用量依存的に効果が認められたことは、これまで LAMP study の海外で実施された近視の試験と一致しております。また、安全性、忍容性につきましても、重篤な現象を確認しておりません。

本試験については、先ほど言いましたように、21 年の 5 月、東京で開催されます日本近視学会の総会で報告する予定でございます。また、後で述べますが、現在この DE-127 につきましては、日本で P2/3 試験を実施しております。患者さんの組み入れがまさに完了したところでございます。

## 研究開発の現状

### パイプライン/製品の開発状況①

(2020年10月現在)  
下線部は更新情報。

	効能・効果	開発地域	開発状況
<b>DE-111</b> STN10111 タブコム / タブティコム タブルプロスト・ チモロールマレイン酸塩配合剤	緑内障・ 高眼圧症	中国	現状：P3 計画：2022年度 P3終了
<b>DE-117</b> STN10117 エイベリス EP2受容体作動薬	緑内障・ 高眼圧症	米国	現状：P3 計画：2020年度 申請
		日本	現状：上市
		アジア	現状：承認 計画：2020年度 上市
<b>DE-126</b> STN10126 FP / EP3受容体 デュアル作動薬	緑内障・ 高眼圧症	米国	現状：P2b (至適用量探索完了) 計画：2020年度 追加P2開始
		日本	
<b>DE-128</b> STN20001 PRESERFLO MicroShunt	緑内障	米国	現状：市販前承認 (PMA) の段階的申請完了 計画：2020年度 承認、2020年度 上市
		欧州	現状：上市
		アジア	現状：申請 計画：2020年度 承認
		その他	計画：2020年度 カナダで申請

Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

開発コードの附番方法変更に伴い、  
既存開発コード (DE-XXX) および新開発コード (STNXXXXX) を併記しています。

17 

(森島) 進捗のあったものを中心に紹介させていただきます。

DE-117、これにつきましては米国での申請準備を順調に進めております。アジアでも各国での申請を進めておりまして、韓国に続きタイ、台湾での承認を得ています。韓国では、今年度中の上市を予定しております。

次、DE-128 につきましては、ピボタル試験の 2 年間のデータにつきましても入手できておりまして、すでに開示しております 1 年間のデータと同じ傾向を確認しております。来年 3 月の米国緑内障学会で詳細データを発表したいと考えております。また、承認を目指して FDA とのコミュニケーションを進めているところでございます。

この DE-128 につきましては、10 月にカナダで申請いたしました。現在、当局からの受領の連絡を待っている状況でございます。日本、中国での開発も計画しておりまして、臨床試験の詳細が決まりましたら、こちらのリストに掲載する予定でございます。

## 研究開発の現状

### パイプライン/製品の開発状況②

(2020年10月現在)  
下線部は更新情報。

u003cdiv data-bbox="114 229 876 442" data-label="Table">

	効能・効果	開発地域	開発状況
<b>DE-130A</b> STN10130 Catioprost ラタノプロスト	緑内障・ 高眼圧症	欧州	現状：P3 計画：2021年度 P3終了
		アジア	
<b>DE-109</b> STN10109 シロリムス 硝子体内注射剤	ぶどう膜炎	米国	現状：P3 計画：2022年度 P3終了
		日本	現状：P3
		欧州	現状：P3
		アジア	現状：申請
<b>DE-127</b> STN10127 アトロピン硫酸塩	近視	日本	現状：P2/3 計画：2023年度 P2/3終了
		アジア	現状：P2（主要評価項目達成）
<b>MD-16</b> 眼内レンズ	白内障	日本	現状：承認 計画：2020年11月 上市

春季カタルを対象とするDE-076C (STN10076、Verkazia / 一般名：シクロスポリン) の新薬承認申請を、2020年10月に米国FDAが受理

Copyright© 2020 Santen All rights reserved.

開発コードの附番方法変更に伴い、  
既存開発コード (DE-XXX) および新開発コード (STNXXXXX) を併記しています。

18 

(森島) DE-127 につきましては、先ほど申しましたように日本で P2/3 を実施しておりまして、予定どおり患者さんの組み入れが完了したところでございます。

また、このリストには掲載しておりませんが、欧州、カナダ、アジアなどで販売している、希少疾患の春季カタル治療薬の Verkazia につきましても、米国で承認の申請をして受理されたところでございます。

また、jCyte 社から導入しました細胞治療や、Osmotica 社から導入した眼瞼下垂薬についても現在、各地域での必要な承認要件などを確認しておりまして、こちらも臨床試験計画の詳細が決まりましたら、このリストで開示させていただきたいと思っております。

また、11 月にオンラインで開催されます米国の眼科学会でも、DE-117 ですとか DE-128 の発表を予定しております。発表後には皆様にもアブストラクトをお知らせさせていただく予定でございます。

以上となります。ご報告、申し上げます。

## 質疑応答

Q1-1-1

8 ページの中国事業の、集中購買の影響について。これ、いつ始まって、どのぐらいの影響になるのか、何かご示唆いただけますでしょうか。あと、これはいずれヒアラインとかも対象になる可能性は、その辺はどう考えるべきなのでしょう。これが 1 点目です。

A1-1-1

(谷内) 集中購買につきましては、制度としては、もう数年前から始まっておりまして、この眼科の私どもについては、今回、ちょうど今、まさにこれから始まるというタイミングでございます。どれぐらい続くかは、これは中国の方針ですので分かりませんが、現状これが施行された後は基本的にはずっとというかたちになると考えております。どういった製品が今後なるかは、これも当局の方針次第でございますので、私どもから申し上げることはできませんがそういった広く使われている製品というものは対象になることもあり得るのだらうなと思いつつながら、前提としては考えていきたいと思っております。

Q1-1-2

いつ始まって、どのぐらいの影響があるのかと。御社は、これは確か対象から外れたとおっしゃっていたと思うのですが売上への影響はどういうふうに考えるべきですか。

A1-1-2

(谷内) 売上の影響がどれぐらいかは、今、私どもは精査中でございますが、三級病院の、こういった対象となる病院では、われわれの製品が買われなくなるということになります。

Q1-1-3

御社の今の売上高の三級病院に占める割合はどれぐらいなのでしょう。

A1-1-3

(谷内) それも、ちょっと正直なところ難しいところがありますが大部分は三級病院が非常に大きなセグメントであります。

Q1-1-4

これは、いつ始まるとおっしゃっていましたっけ。

A1-1-4

(谷内) ちょうど今、始まっているところです。

Q1-1-5

今、始まっているところですね。分かりました。では、これは業績予想には入っていますか。

A1-1-5

(谷内) 業績予想としては、この下期の中ではそれも織り込みながら、業績予想は予定どおりと、計画どおりというかたちで考えております。影響は、どちらかという下期に発生するとご理解いただければと思っております。他にも、中国事業のこれ以外にも、さまざまな上振れ要素、下振れ要素が各事業ごとにありますので、全部合わせて通期の業績予想は見込みどおりでございます。

Q1-2-1

分かりました。2点目ですが、アジアの売上高、第2四半期を拝見させていただきますと、結構強いものがあったのですが、この辺の、クラブビットとかヒアレインがすごく強いのですが、これは何かあったのでしょうか。

A1-2-1

(谷内) : アジア地域につきましては、まずはベース、オーガニックで韓国の市場が順調に、日本と同じようにCOVID-19の影響が比較的マイルドに抑えながら推移しているのが、まずアジアの大きなファンダメンタルな部分でございます。プラス、一過性の購買等が一部の国であったということで、若干凸凹はしておりますが、大きくはそういった韓国を含めた国々が順調に推移しているというトレンドが継続しているということでございます。

Q1-2-2

分かりました。一過性のももあったということですね。

A1-2-2

(谷内) そうですね。ベトナム等ではございましたが、それがすごくクリティカルなものではないです。

### Q1-3

今回 Rhopressa の話が出てきたと思うのですが、御社は結構こういった見えないパイプラインみたいなのをかなり抱えていらっしゃると思います。Rhopressa に関しては、Aerie 社が随分長い間、日本でパートナーを探すとおっしゃっていたので、ちょっと前から、多分ある程度、決まっていたのではないかなと思うのですが、お願いしたいのは、多分そういった見えないパイプラインは、もちろん決まっていないものまで出すことはできないのですが、どのぐらい案件を抱えているのかとか、そういうことを示していただかないと、多分われわれ、今の御社が見せているパイプラインだけだと、ちょっと全部入っていないということになりますので。そういうところは、何かお考えはございますか。

### A1-3

(谷内) 大変難しいご質問だなとは正直思います。当然、これまでもさまざまな事業開発の機会で製品の導入であったり、あるいは買収があったりということは、当然行ってきておりますし、今後も積極的に行っていきますということになります。

具体的にこれとこれに、今目を付けていますということは、ちょっと言及するのは交渉上からもなかなか難しいものがありますので、その辺は全体のご説明の中で感じ取っていただければ幸いです。私から現状申し上げられませんが、コミュニケーションの充実を含めて、IR チームでも何とか検討していきたいと思っております。

### Q2-1-1

一つ目が DE-127 の、今回お示しいただいたデータについて、どのように解釈すればいいかということです。

紫の 0.01%というのは、既に流通しているものもあると思いますので、active comparator みたいに見ていいのかということと、御社の事業としては 0.005%ないし 0.0025%でベネフィットが示せることが重要であるという理解でいいのでしょうか。

そうした場合に、0.005%が 0.01%、今ある程度使われているものと比べて、有効性だとあまり変わらないようにも見えるのですが、安全性の部分で、より副作用が軽減されているようなデータなどが得られているのでしょうか。まず初めに、これをお願いします。

### A2-1-1

(谷内) これは専門的なところもありますので、まず森島から回答させていただきたいと思っております。



(森島) 森島から説明させていただきます。われわれ、この APPLE study だけで最終判断をしているつもりはございません。基本的には、むしろもう少し高い濃度で、香港で行われた LAMP study の結果を見ても、高濃度でも忍容性があるというデータが出ています。

そういう意味では、もう少し薬効の強いものを目指すべきかなと考えておまして、0.01%以上も含めて、開発を進めていきたいと思っております。

忍容性につきましては、若干散瞳という現象もあるのですが、これは朝までに、寝ている間に元に戻るという状況でございますので、もう少し高い濃度のチャレンジをしていきたいと考えております。

#### Q2-1-2

今の Phase 2 試験でどういう用量を検証されているのかは、ご開示はいただけないのでしょうか。

#### A2-1-2

(森島) 今は、最終的な Phase 2/3 の濃度は開示しておりません。

#### Q2-2

それから、ROCK 阻害剤について、先ほどご紹介いただいて、御社が使われる意義については、そのとおりだなと思ったのですが、このカテゴリー、既にグラナテックが日本では上市されていて、ただ、現時点ではあまり汎用されているとは言えない、シェアが高くないような状況かと思えます。それに対して、どのように差別化を図っていかれるお考えですか、今のグラナテックよりも市場を大きくできるような要素で、もしお考えのことがありましたらご紹介いただけますでしょうか。

#### A2-2

(谷内) それでは、谷内から回答させていただきます。まずは、グラナテックの状況については、これも私どもも、他社さんのことなので、どういう戦略で、どういうところでやろうとしているのかは、正直私どもが言及することではないとは思いますが、そちらについては差し控えさせていただきたいと思えます。

また、グラナテックと Rhopressa と直接比較した臨床試験とか、そういったものは私の知っている限りではないと思えますので、そういった意味ですと、これと比べるとどうかというところは、ちょっと正直分からないと思えます。あくまで、私どもといたしましては、私どもの製品の中で第 1 選択薬、あるいはこういったさまざまなステージで使われる薬剤というところを持ちながら、Santen としての包括的な情報提供という中で、患者さんのステージごとに応じて、使用促進というかたちのところに強みを持ちながらやっていきたいと考えておりますので、そういった中で、Santen としての緑内障のリーディングカンパニーとしてやっていきたいということをご理解いただければと思います。

### Q2-3

最後にヒアライン S ですけれど、9月15日発売ということで、この第2四半期のご実績として、どれぐらい貢献したかということと、下期以降、どれぐらいの事業規模で今、ご計画されているのかを、可能であればコメントいただけますでしょうか。

### A2-3

(谷内) まず、これは、発売は9月なのですけれども、実際、テレビ等でご覧いただいたと思いますが、10月から販促活動、プロモーション活動というところを、実際は開始してございますので、上期は事実上ほとんどないご理解いただければと思います。実際10月以降、このテレビコマーシャル等を皮切りに、商談をまさに今、行っている最中ということでございますので、下期以降貢献が出てくるのかなと思っております。

ただ、この下期につきましても、当然店頭等でのカバレッジを増やしながらも、やはり要指導薬ということでスタートいたしますので、なかなか売上がすぐに立ち上がるかという、多分いろいろとまだアクセスの面で難しいところも一方あるのかなという認識はしております。そういったところを見ながらやっていきたいということで。ちょっと下期の具体的な数字については差し控えさせていただきたいと思いますが、着実に伸ばしていきたいというつもりでございます。

(森島) 今の Rhopressa の件ですけれど、差別化要因としては、1日1回の点眼を目指しておりまして、グラナテックは1日2回ということで、差別化要因はあると考えております。

### Q3-1-1

私は、まず中国の状況について確認したいのですが、先ほど、中国の集中購買の件ですけれども、多分クラビットは中国売上の4割ぐらいで、かなり大きい部分を占めていて、先ほどのお話だと、広く使われている薬剤は、これからこういう集中購買の対象になり得るという話だったんですが。

例えば、この4割を占めている大きいクラビットの売上の大部分が、こういう大病院向け\*だというお話だと、7~8割の売上が消えてしまうという、どこかのタイミングで消えてしまうという、そういう理解でよろしいでしょうか。

(\*参天注釈：大病院向けはクラビットの中国売上の約60%程度)

### A3-1-1

(谷内) そうですね。基本的にはそういうふうにご理解いただければと思います。ただ、それがある日突然ぼんと消えるのか、段階的に消えていくのかということについては、これはその制度の運用とか、その後、実際にその購買がどの

ように行われるのかということにかかっていると思いますので、現時点で、私どもがどれぐらいの額かということ、正直分からないのが実情でございますが、運用を解釈するとそうであるということになります。

ただ、一方では、私どもとしても、それ以外の販路のところでの売上を増やしたり、特に私立病院での拡販を当然行ったりしておりますので、業績への影響については、当然減る部分もあれば、一方で別のところで取り返しということも当然行っていきます。その辺を含めて一定のマイナスの影響は出るけれども、全体として、なるべく吸収しながらやっていきたいということをご理解いただければと思います。

### Q3-1-2

これは、例えば今後ヒアレインとか、他のものに広がったとしても、今、過去中国って2桁増収ペースで成長してきた国、地域だと思うのですが、この集中購買が始まることで、この2桁増収ペースが、例えばフラットとか減収に転じてしまうリスクはあると考えてよろしいでしょうか。

### A3-1-2

(谷内) 短期的にそういうシナリオは十分考えられると思います。ただ、中長期的に見て、当然新製品も増やしていきますし、このクラビット、ヒアレインという製品が、当然、今は主力であるわけですからいずれこういうことが起きるとは当然想定というか、もともと考えていた部分はあるんですけど、とうとう来たというだけの話でございますので、短期的にはそういった業績に大きな影響を与えることはあるかなとは思いますが、そちらはしっかりと新製品の開発を加速化するということがあつたりとか、先ほどのように国立大病院以外のチャネルのところできっかりと、まだまだ大きな潜在性がございますのでそちらできっかり伸ばしていくことをやっていって、中長期的にはそれも克服して増やしていきたいと思っております。

また、特にこのクラビット、ヒアレインという歴史の長い製品への依存度が高いところもありまして、特に近年、この開発体制については強化しながら、パイプラインも一気に増やしてということをやっておりますので、ちょっとこのタイミングの問題は確かにございますが、長い目で見ると、そういった新製品も寄与し、また、先ほどのような市場の潜在性も見えていきながら、長い目できっかりと増収、売上を成長させていきたいと考えております。

### Q3-2

2点目ですが、日本のOTCですけれど、ファーストクォーター、セカンドクォーター、3カ月ごとで見ると、セカンドクォーターは急回復しているんですが。

これがヒアレインSの影響なのかなと思ったのですが、先ほどヒアレインSの売上はほとんど入っていないというお話だったので。この日本のOTCのセカンドクォーターの急回復は、単純にファーストクォーターが弱過ぎたからそういうふうに見えるのか、この辺り、ご解説いただけますと幸いです。

A3-2

(谷内) こちらは、ヒアライン S の効果はまだ第 2 クォーターには出ておりませんで、これは既存製品の部分で、第 1 クォーターは特に日本においてロックダウンが行われて、冷え込んだ分、第 2 クォーターで少し回復してという、この全体の市場の動きに関連付けられた動きとご理解ください。ヒアライン S は今後、第 3 四半期、第 4 四半期以降に効いてくるとご理解いただければと思います。

Q4-1-1

中国の集中購買ですけれどこれ、単純にクラブビットの売上を見ると、累計では 17%減ですよ。それで、2Q のみだと 7%減で、非常に堅調ですけれど。これ、あんまり参考にならないかもしれないですけど、イーザイのアリセプトがやはり集中購買で 4 割落ちているんですよ。これ、むしろ 2Q のほうが良くなってきているのは、これは何かの要因があるのですかね。

A4-1-1

(谷内) これは第 1、2 クォーターは単純に中国での COVID-19 の影響で、外来、それから大きくは手術ですね。白内障の手術、緑内障の手術、屈折矯正手術が中国で、昨年のこの 1~3 月から含めて、この 4 月、5 月とずっと止まっていたところの影響が第 1 クォーター強めに出ているということと、第 2 クォーターは、そちらのほうが回復してきているということで、まだ対前年で言うとマイナスではございますが、その実際のオペが回復してきているところで、これは集中購買とは全く別の、全体の動きに関連したものでございます。

Q4-1-2

今後かなり本格的に影響が出てくるということですか。

A4-1-2

(谷内) そうです。

Q4-1-3

分かりました。先ほどの 8 ページの図ですけれども、クラブビットの集中購買の影響の話がありましたが、これは要するに、そういうことがあるけれども、そのクラブビットは二級、一級それから級のない病院を開拓し、さらにそれ以外のところで私立病院であったり、オンライン診療を使って、中国ビジネスを拡大するという、そういう意味ですか、これは。

#### A4-1-3

（谷内）そうですね。これは、あくまでレボフロキサシンの処方されないというわけではなくて、この国立大病院でレボフロキサシンの銘柄が、われわれのものではないものだけを買うことにしましたということでございますので。このレボフロキサシンというものの自体は、中国の眼科の中で、ある意味欠かせない薬剤として広く普及しております。そういった中で言うと、この国立大型病院の対象以外のところのマーケットは、私どもは逆に言うと、これまであまり見ていなかったところでもございますので、こちらはしっかりと開拓することとしていって、当然、一番大きなセグメントが飛ぶわけですから、そこは減りますけれども、それ以外のところでしっかりと回復をしていくということ。

また、全体の市場の成長はしっかりと掘り起こしていくということ。それから、新製品ですね、ジクアスとタフルプロスト、こういったものをしっかり伸ばしていくということで、短期的な事業への影響はありながらも、それを乗り越えて吸収して、中国事業はしっかりと腰を据えてやっていきたいと考えております。

#### Q4-1-4

9 ページ目で緑内障の話がありますけれども、中国戦略は、抗菌剤もそうですけど、従来ご説明があったところからは、あまり大きく変化しないと見てよろしいですか。

#### A4-1-4

（谷内）そうですね。変化ということと言いますと、従来は、どちらかというと患者さんの実際のマーケットも、この三級の国立の大型病院に一極集中していたところがありましたので、私どももそちらのほうに医薬情報担当者等を張り付けてということをやってきましたけれども、

このマーケットが多様化してくるのに対して、その従来の大病院への MR さんの訪問ということだけではなく、いかに効率よくそれ以外の施設をカバーするのか。あるいは、そういったオンライン薬局だったり、新しいチャネルですね、商流にどのように対応していくのか。

私立病院というところは、これはまた今度は違う、これはいわゆるキーアカウントマネジメントというものが必要となってくるけれども、そういったアカウントごとへもしっかりと交渉して、口座を取ってということを行っていくことを対応していくかたちで。

われわれ自身の商業活動も、より多様化していくということになってくるのかなと思っております。それを、特に COVID-19 の中で、その変化がより顕著になりましたので、ちょうどそちらを変えているところでございます。

#### Q4-1-5

中国政府も三級、三甲病院からの、一級、二級に、むしろインフラを強化するという話が出ていますが。御社の販売は一級、二級、級の無いところ、これからということですよ。

#### A4-1-5

(谷内)すでに地域によっては二級病院とか、一部の一級病院もカバーはしております。これは、いわゆる眼科の売上が大きいところについては、既にカバーはしておりますが、そちらの比率がどんどん高まってくるということですので、われわれも多分営業のやり方を変えたり、シフト、アロケーションを変えたりということ、あるいはそういった新しいオンライン薬局という新しい商流に対して、現地のオンライン薬局との提携を始めたりということを行うことで、現状は対応してきています。また、こういった動きを今後もやっていきたいと考えております。

#### Q5-1

最初にお伺いしたいのが今期の計画ですけれども、今回、期初から見直していらっしゃるということですが上期の進捗を見ていると、進捗率という点でも下期にアレジオンとか、季節性があるものを考えると非常に高いのかなという感じもします。今回、こういった経緯で据え置かれていらっしゃるのかということ、計画に対する進捗ですね。それから、今回品目別も開示いただいておりますが、こちらは5月の時点から今の時点で、見直されたものをご開示になっていらっしゃるのか、ここは変えていらっしゃるのかということも含めて教えていただけますか。

#### Q5-1

(谷内)まず、下期、通期の見通しでございますが、コメントをいただきましたとおり、そういったプラスの要素はあるのかなと認識しております。一方で、やはり今の中国のこの集中購買を含めた、中国の売上が下振れ含みになっていく部分が、特に下期、短期に関しては十分に見ておく必要があるだろうということ。

あるいは足元のヨーロッパの状況であったり、日本を含めまして、この下期もまだこのCOVID-19によるマイナスの影響が顕在してくるリスクがまだまだ十分にありまして。やはりまた外来が止まったり、手術の件数が減ったりという、この外的要因によるマイナスの影響も、やはり見ておく必要があるだろうということ。当然上に触れるような要素、アレルギーも含めまして、あるいはアイリニア等も含めまして、ある一方でそういったマイナス要素もあるということ。

どちらかというと、全体的にボラティリティが上と下が広がっているという状況でございます。ですので、最後、それが蓋を開けた結果、上に振れるのか、下に振れるのか、両方あり得るということで、現状はニュートラルで何も変えていないのが、われわれとしての認識でございます。

その中で、当然なるべく内部でコントロールできることを、費用を含めまして、これはこれで行っていったら、ボラティリティを極力減らしながら、あるいは上に持っていけるように下期もやっていきたいと思っておりますが、現状は据え置きでございます。

それから、開示のところ鈴木さんからご回答いただけると助かりますが。

(鈴木) 鈴木から回答を申し上げます。特に製品のところで、例えば期初の段階でいくと、中国の、例えば、もちろん COVID-19 の影響も含め、それから集中購買の影響も含め、どの製品がどのくらい影響が出るかということに関して、まだ読み切れない部分もありましたので、個別の製品の開示は控えさせていただいております。それが期中、上期を終了した段階である程度の読みができる状況になってきたので、その辺の読めていない製品も含めて、修正というよりは、ある程度の読みを反映した数字というかたちで開示させていただいております。

#### Q5-2

2 点目が、ROCK 阻害剤のところですが、こちらの開発戦略について教えていただければと思います。確か、こちら上市のタイミングは Rhopressa が 2024 年、Rocklatan2026 年を目指すと伺っているのですが。一方で、導入元の Aerie 社の 10-Q とかを見ると、3 本の試験のうち二つが 28 日試験で、一つが 1 年間の、12 カ月の安全性試験ということで、Phase 3 を今年中に始めるという時間軸からいくと、なぜここまで時間がかかるのかということ。あと、ROCK 阻害剤ということですが、今後、網膜疾患とか、こういったところに適応症を広げられる可能性もあるのかなと思うのですが。その辺りどのようにお考えかを教えていただけますでしょうか。

#### A5-2

(谷内) 開発のところは、これは今後 PMDA との相談等を含めまして、より詳細に詰めていく必要があると認識しております。当然 Aerie 社も、この開発については当局とやってきたわけですが、今回私も入りまして具体化していくところでやっていますので、そこら辺、今後アップデートしていく中で開発時期について、またすり合っていくのかなとご理解いただければと思っております。それから、適応についても、さまざまな他の適応拡大ということの可能性もあるのかなと思っております。その辺も今後、まだ初期の段階ということでございますので、それも先方と話しながら、可能性としては前向きに考えていきたいと考えております。

#### Q5-3

最後に、Eyevance 社の買収ですが、これによって今後 DE-117 とか、DE-109 とか、この辺り、米国で販売する場合に自販でいくのか、提携でいくのかを含めて、こういった考え方にどのように影響があるのかということ。あと、特に DE-117 につきましては、提携の考え方はどのようにお考えかを教えていただけますか。

A5-3

(谷内) 今後、パイプラインにある製品の商業化に関しましては、アメリカにつきましては、この Eyevance を買収したわけですので、こちらのプラットフォームをベースにして考えることが前提となります。したがって、まず自販が第一選択とお考えください。

ただ、この Eyevance 社の既存製品ポートフォリオを持っておりまして、Eyevance も現状製品ありますし、人数もまだ限られたカバレッジになります。当然、その足りない分をどのように補うのか、既存の製品との親和性であったり、例えば専門家のところをカバレッジが要るとか、こういった製品ごとの特性に合わせて、Eyevance 単独のプラットフォームでいくのか。そこを強化して臨むのか、あるいはプラス何か違うパートナーシップを組むのかというところを考えていくことになると思います。

Q6-1-1

全体の売上は一緒ですけど、中国と日本で地域別の売上が変わっているかと思うのですが、これは先ほどからご説明いただいたことで想像はつくのですが、やはり個別に落とせばどこが動いていたのかというのを、もうちょっと、全部でなくてもいいので教えていただけるとありがたいのですが、そこをお願いします。

A6-1-1

(谷内) 上期につきましては、日本は COVID-19 の影響もマイルドで、特に第 2 四半期は回復をしながら、手術数も増えながら、また、われわれもシェアを伸ばしたということで、比較的強めの成長をしてきたということでございます。

中国については、一方で国自体が今年の 1~3 月、あるいは今年の 4 月以降も、かなり強く引き締めまして、外来を止めたり、手術を全部中止したりということで一気に止めて、その分反動で第 2 四半期以降回復してきているということでございます。その分、全体で 7 月から 9 月でならずと比較的弱めに見えるのかなと思います。そこで 4~6 月が非常に弱かった分、7~9 月で回復し切れていないというのが全体の動きとご理解いただければと思います。

Q6-1-2

それらの動きを通期の地域のところでプラスマイナスをかけたということですね。全体としてはゼロということですね。

A6-1-2

(谷内) そうです。



#### Q7-1-1

一番気になるのは、先ほどから出ている集中購買のところですが。

先ほど谷内社長、クラボットの減り方が段階的になるのか、急速に減るのか分からないとおっしゃっていましたが、私たちが見ておかなければいけないリスクとしては、来年の1月以降のクラボットの売上がほとんどなくなってしまう、つまり、七十数億円の売上だと思えますけれど、このリスクについて、どうお考えなのか、これを教えてください。

#### A7-1-1

(谷内) こちらは、まず私から説明させていただいて、詳細は鈴木からも補足させていただきますけれども、まず、全部なくなることはないご理解いただければと思います。あくまで、この集中購買の対象となっている病院、この病院セグメントのところでは弊社ではない製品のものを買うことにしたということでございますので、それ以外のセグメントでは、私どもの製品は従来どおり出ますし、また、中国は普通に薬局で直接製品が、患者さんが買って行くマーケットもそれなりの割合でございますし、そういったところは全く影響を受けませんので、そういったところは残るので、そこを増やしていくこととなりますので。大きな影響を受けるけれども、一定は残ると考えていただいたほうがよろしいのかなと思います。鈴木から補足いただければと思います。

(鈴木) 鈴木です。今の説明でもありましたけれども、一つには私立病院等の販路がまだありますということと。それから、薬局での直接購入ができるマーケットも残っています。集中購買に関しては、国立病院での入札が中心ですけれども、そこもおそらく100%全部その対象になるかという、そうではないだろうということ。それから、私どもとしては、もちろん入札に応じる応じないことも可能ですけれども、おそらくこのレベルの金額のもののサプライが果たして可能かという、一挙にサプライできるだけの生産能力を持っているところもないと理解しておりますので、そういった点も考慮すると、一挙に減るというよりは、影響を見ながら、徐々に徐々に減っていくというシナリオのほうが高いかと理解しております。特に無菌の、こういう注射に近いような製剤に関しては、まだまだ作れるメーカーがなくて、その一致性評価試験のところはどれだけ通るかということも見ながら判断していきたいと思っております。

#### Q7-1-2

集中購買以外のところの価格は、あまり影響を受けないと考えていいですか。

#### A7-1-2

(鈴木) そうですね。集中購買のところに関しては、入札をする、しないというプロセスがあるかないか、国公立の上位病院になると入札というかたちになりますけど、それ以外のところに関しては通常の商談になりますので、その影響は受けないと思います。

#### Q8-1

今後の中国のいわゆる成長戦略について、もう一度お伺いしたいです。

今回、スライドの 8 ページ目、9 ページ目で、持続的な成長に向けた取り組みをいくつかご紹介いただきましたが、今、現時点で具体的に取り組んでいる、例えばオンライン診療ですとか、もしくは緑内障の受診率を上げるような取り組み、こういったものがあれば具体的に教えていただけませんかでしょうか。

また、御社の中国で発売している緑内障製品が将来的にどういった売上ポテンシャルになっていくのか、もし社内での計画、対外的に公表できるものがあればご教示いただきたいと思います。以上です。

#### A8-1

(谷内) ありがとうございます。緑内障をはじめといたしまして、中国では眼科医療の、私どもはエコシステムと呼んでおりますけれども、こういった医療を取り巻く環境をいかに充実していくかというところに、もう長年取り組んできております。

先般も現地でまた契約更改をしましたが、もう十数年、眼科医会と共同で奨学金プログラムを行い、医師の育成を行ったり、また、現実的に眼科医の数も、この 10 年でだいぶ、おそらく 5,000 人ぐらいは増えてきているのかなと思いますけれども、数も増やしているということ、それから、彼らの質と量を向上させる取り組みを行っております。

オンラインの取り組みにつきましては、現地の会社さんと提携を行いまして、オンライン薬局との活動ということを取り組んでおります。

また、診療につきましても、現地の、まだ契約しておりませんので名前を申し上げられませんが、現地のさまざまなパートナーさん、眼科関連の企業さんと話し合いをしまして、スクリーニングの充実であったり、あるいはスクリーニングから治療に向けたフローを整備する、アクセスを充実する取り組みをすでに開始し、また、この今の状況の中で、より力を入れている状況でございます。

緑内障をどれぐらいの力にするかは、これはまさに社内の数字でございまして、まだお話しできる状況ではないのですが、けれども今のレベルは、先ほど申しましたとおり、日本に比べると圧倒的に小さな、氷山の一角でしかないのですが、これを日本なりには急には持っていけないにしても、かなりの伸びしろがあるところを見ながらやっていきたいという意気込みで、まずは、今日は勘弁いただければと思います。

