
中期経営計画説明会 「MTP2025」

2021年5月19日

参天製薬株式会社

登壇者



代表取締役社長
兼CEO
谷内 樹生



取締役 専務執行役員
日本事業統括 兼眼科事業部長
伊藤 毅



執行役員
製品開発本部長
ピーター・サルスティグ



執行役員
中国事業統括
山田 貴之

Q&A



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



常務執行役員
企画本部長
鈴木 聡



執行役員 製品開発本部
中国製品開発統括部長
森島 健司

将来見通しに関する注意事項

- 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。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。
- 日本ならびにその他各国政府による医療保険制度や薬価等の医療行政に関する規制が変更された場合や、金利、為替の変動により、業績や財政状態に影響を受ける可能性があります。
- 新薬の研究開発から承認・発売まで非常に長期間を要し、開発中止、承認申請後の不許可など不確実性を多く含みます。新製品に関わる見通しは、他社との開発・販売提携等を前提とするものが含まれており、こうした提携の成否は当社の業績や財務状況に影響を与える可能性があります。
- 現在発売している主要製品や将来発売が予定されている大型新薬が、万が一特許失効、製品の欠陥、予期せぬ副作用などの要因により、販売中止となったり、売上が大幅に減少した場合、業績や財政状態に大きな影響を及ぼします。また、当社が販売している製品の多くは、他社から製造販売権、ならびに販売権を供与されていますが、契約期間満了後、契約条件の変更や、販売提携の解消などが起こった場合、業績に影響を及ぼします。
- 原材料の中には供給を特定の取引先に依存しているものがありますが、何らかの要因によりこうした原材料の供給が停止した場合や、これに起因して当社の製品の供給が滞った場合、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

Agenda

- ① Santenが目指す姿・中長期目標(KPI)
- ② 事業計画・その達成に向けた戦略・施策
- ③ 今後の更なる成長に向けた長期的方向性
- ④ 株主還元方針
- ⑤ ESG戦略/施策
- ⑥ 事業戦略詳細



Agenda

- ① Santenが目指す姿・中長期目標(KPI)
- ② 事業計画・その達成に向けた戦略・施策
- ③ 今後の更なる成長に向けた長期的方向性
- ④ 株主還元方針
- ⑤ ESG戦略/施策
- ⑥ 事業戦略詳細

Vision 2020からSanten 2030へ

達成出来たこと

Vision 2020
「世界で存在感のある
スペシャリティ・カンパニー」
への進化

既存事業によるオーガニック成長に加え
インオーガニックな成長により
各地域でのプレゼンスを一気に拡大

新規国参入や新興国での売上拡大に伴い新たな
事業基盤を構築
薬事・生産・供給体制を強化

事業のグローバル化に合わせた
組織へと体制を進化

研究開発・事業開発に
積極投資し成長をドライブ

医薬品を通じた眼科領域のソリューション提供



今後に向けた課題

戦略投資と収益性のバランス

成長の反面、利益率/ROEが低下
財務規律・投資判断の更なる明確化と
既存アセットの最大化が重要

利益率の向上

増収増益の反面、地域/事業拡大の費用が
利益率を押し下げ
販管費・原価最適化推進が必要

グローバル組織の確立

グローバル化は進展するも、
開発体制/リーダーシップ強化は途上

持続的事業成長とそれを通じた 社会課題解決

DE&I・環境保護実現への積極的取組

対外開示における質・量の強化

投資家からの懸念に対し、より具体的に
戦略・数値計画を提示

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。

世界は「見える」ことを前提に作られている



Santen's VISION

Become A Social Innovator

Santenは、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へ。

GOAL

眼の疾患や不具合に起因する世界中の人々の社会的・経済的な機会損失を削減することを目指す。

STRATEGY

- A Ophthalmology**
眼科医療のイノベーションと眼科医療エコシステムの発展加速
- B Wellness**
より良い眼の状態に向けた重要性認識向上とアイケアの推進
- C Inclusion**
視覚障がいの有無に関わらず交じり合い・いきいきと共生する社会の実現

Vision 2020からSanten 2030に向けた戦略展開

Vision 2020 (2011-2020)
グローバル市場での
プレゼンス拡大

MTP2025(2021-2025)
真のグローバル
眼科Rx企業への変革

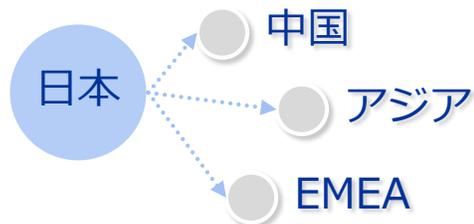
Santen 2030 (2021-2030)
Social Innovatorへ

Step1
日本の強みをテコに海外展開

Step2
グローバル化深化・新規領域参入

Step3
眼科分野のリーダー

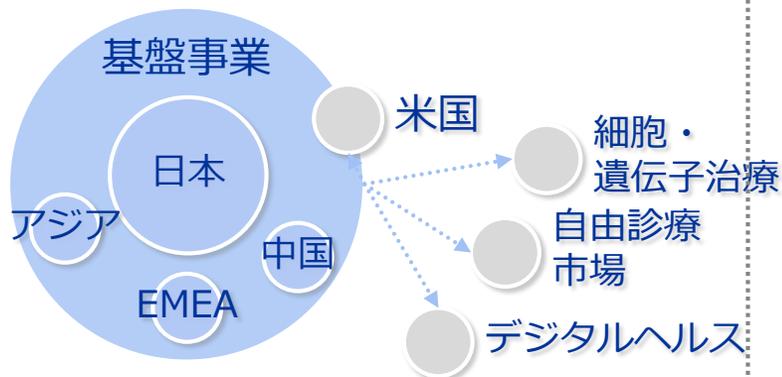
2011年時点のSanten



眼科医薬品のトッププレイヤーとして
日本で構築した強みをテコに複数地域に事
業を拡大し急成長、グローバル(米国除く)
でプレゼンスを確立

- 2014年メルク製品獲得後、アジア・EMEAでのプレゼンスを拡大

2021年時点のSanten



基盤事業の価値最大化とそれをテコにした
新規事業・新規領域への参入

- 基盤事業のプラットフォームとEyevanceの基盤を活用して米国眼科薬市場に参入
- 将来の成長分野である細胞・遺伝子治療技術、自由診療市場向け製品ならびにデジタルヘルス領域への投資も着手



眼科医薬品では米国を含めて盤石化
更に、従来の医薬品以外の新規技術や自由診療
に拡大しつつ、事業モデルを進化
眼を通じて社会貢献するSocial Innovatorへ

基盤事業で培った強みをテコに隣接した新領域での成長を目指す

技術 (オペレーションモデル)

デジタル / デバイス

低分子化合物

新規モダリティ

治療
(保険)

PRESERFLO
MicroShunt

Twenty Twenty
Therapeutics
(Verily社との合併)

医療用医薬品

基盤事業
グローバルRx
(米国除く)

米国

製品
知見・ノウハウ

細胞
治療

治療
(自費) /
ウェルネス

近視
眼瞼
下垂

活かす強み(次頁)

価値提供 (コマースモデル)

領域拡大実現に向けて活かすSantenの強み

Organizational excellence (組織力)



眼科領域における製品化・収益化、
および世界複数地域への展開の実績



患者ニーズに根差した
イノベーション×リパーパスの製品開発による差別化



眼科医と共に患者経験価値を継続改善することを目的とした、
眼科専門企業ならではの共生型事業モデル

Customer equity (顧客資産)



日本、中国、アジアにおける圧倒的な顧客基盤



眼科分野のリーダー企業としてのグローバルネットワーク
(製薬企業・ベンチャー、大学・研究機関・ITなど他業種)

中長期的に取り組んでいく経営テーマ



A 強みを核にした医薬品事業の グローバルプレゼンス・収益力強化

- 量から質の戦い
 - 既存アセットを着実に収益化
- 新規パイプラインの充実
+ ライフサイクルマネジメントの徹底
 - 地域展開や適応拡大、特許切れ対策徹底
- 真のグローバル企業への変革
 - グローバルでの組織・プロセス最適化
 - グローバル体制構築に向けた設備投資

B 眼科領域の高い成長ポテンシャルの攻略

- 新規領域の事業化
 - 米国医薬品事業の確立
 - 細胞・遺伝子治療 / 自由診療市場 / デジタルヘルス領域への拡大
- 眼科エコシステムの構築
 - 中国・アジアを中心とした他プレイヤーとの協業・連携の推進

MTP2025 (Step2) における主なパイプラインの位置付け

▶ Santenの開発の強み（眼科専門企業としての強み 等）を活かしつつ、
開発体制の強化を通じ、収益化に向けて各プロジェクトを推進

上市～価値最大化

緑内障

- STN1011700 (エイベリス)
- STN1013900 (Rhopressa)
- STN2000100 (PRESERFLO MicroShunt)
- タプロス 新点眼方式製剤

ドライアイ

- STN1008903 (ジクアス新製剤)

アレルギー・炎症

- STN1007603 (Verkazia)
- STN1011402 (アレジオン新製剤)

眼瞼下垂

- STN1013800 (RVL-1201)

Step2

MTP2025(2021-2025)



着実な開発を推進

緑内障

- STN1012600 (Sepetaprost)
- STN1014000 (Rocklatan)

近視

- STN1012700 (アトロピン)
- STN1013400 (AFDX)

網膜色素変性

- STN6000100 (jCell)

上市・開発製品に対する徹底的なLCM
(地域展開、Line Extension、LoE対策)

Step3(2026-2030)



開発初期/導入

さらなる成長に向けた
パイプラインが数多く
存在

(緑内障、ドライアイ、
後眼部疾患、近視、
遺伝子・細胞治療、
デジタル、等)



主な
パイプ
ライン

収益貢献
時期

中長期目標の考え方

- ▶ 社会課題を解決することで社会の持続的発展に貢献し、これにより中長期的な企業価値の向上を目指す

企業理念に基づく社会への貢献

- 天機に参加する
- Happiness with Vision

目の疾患や不具合を抱える人々、医療従事者および、株主を中心としたステークホルダーの皆さまに貢献

経営姿勢と中長期目標

顧客ニーズに応える製品提供によって、目の疾患や不具合を抱える人々、医療従事者に対して貢献



株主価値向上の総合指標である**TSRの向上を目指す**。
また、**ESG強化の両立にコミット**

- 成長・収益性のバランスを重視
- ESGも明確なKPIを設定し、取り組みを強化

2025年度の目標・Santen 2030に向けた成長イメージ

▶ 製薬業界上位1/2水準のTSR実現に向けて、売上成長・利益改善を両立し、
安定的な株主還元を実現する

TSR		2020年度現在
		Step 1 (～2020) 基盤事業のグローバル展開
事業戦略観点	売上高	2,496億円
	フル営業利益率 (コアベース)	5.2%* ¹ (20.1%)
	営業利益 (フルベース)	129億円 (減損調整後380億円* ²)
財務戦略観点	ROE	2.2%
株主価値観点	株主還元	配当性向30-50%程度* ³ + 自社株買い
事業目標	海外売上比率	32%
	新規領域売上比率	-

2025年度目標	
Step 2 (～2025) 基盤事業の収益力徹底強化 中長期成長ドライバー立ち上げ	
製薬業界で上位 1/2 の水準	
3,150 億円以上 (CAGR5%)	
21% 以上 (24% 以上)	
2020年度比 1.7 倍* ⁴ 以上 (660億円)	
13% 以上	
配当性向 40% 以上 + 投資余資は 機動的に自社株買い	
50% 以上	
-	

Santen 2030 成長イメージ Step 3 (～2030)

中長期成長ドライバーの収益強化
基盤事業と新規領域の一体化した
グローバルプレゼンスの向上

左記水準から更に上昇

5,000億円以上

30%以上

2025年度比**2.3**倍以上
(1,500億円)

20%以上

成長に応じて更に還元強化

2/3以上

30%以上

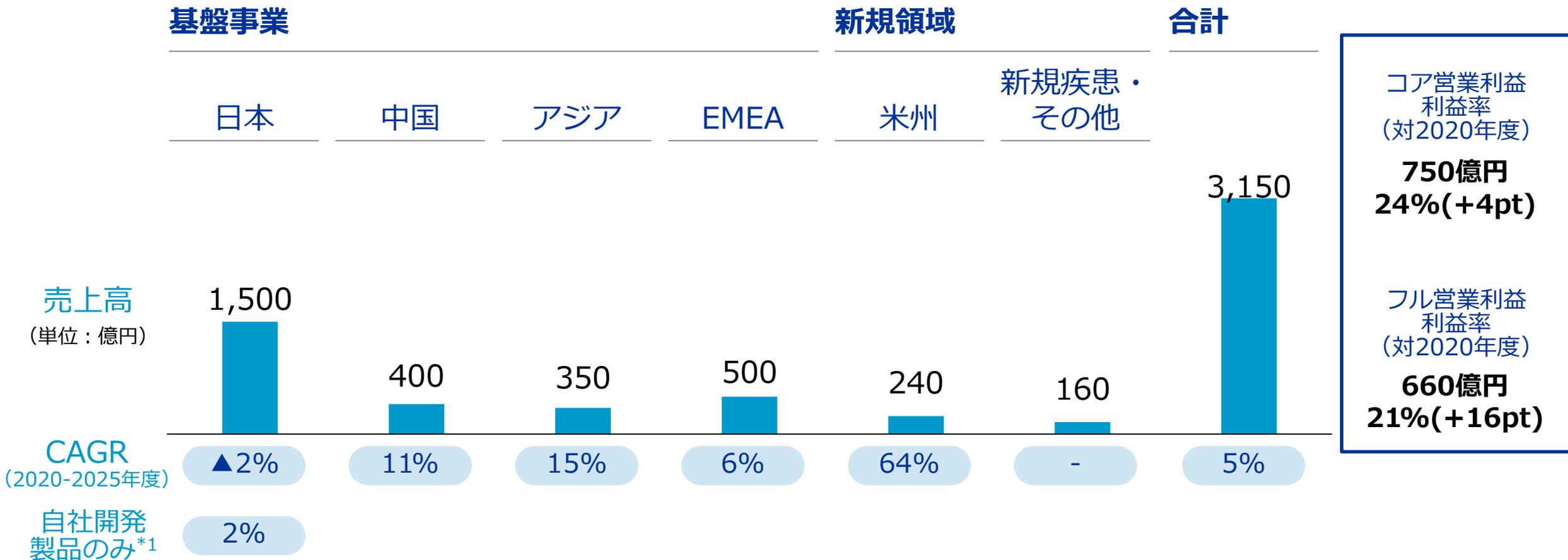
*1:STN2000100に関する減損損失により営業利益率が10.0%押し下げられている, *2:*1に記載の減損損失等の影響分を調整(足し戻し)した営業利益を用いて算出
*3:*1に記載の減損損失等の影響により2020年度は164% *4:減損調整後の営業利益との比較

Agenda

- ① Santenが目指す姿・中長期目標(KPI)
- ② 事業計画・その達成に向けた戦略・施策
- ③ 今後の更なる成長に向けた長期的方向性
- ④ 株主還元方針
- ⑤ ESG戦略/施策
- ⑥ 事業戦略詳細

事業計画 サマリ

▶ 基盤事業での堅実成長 + 収益改善により稼ぐ力を発揮し、2025年度に売上3,150億円、コア営業利益750億円（24%）、営業利益660億円（21%）を実現



*1: Santenが医薬品製造販売権を持つ製品およびその他の収入等を含む。

事業計画達成に向けた主要戦略・施策

▶ 基盤事業で着実に利益を生み出しつつ、次の成長に向けて新規領域を立ち上げ・早期収益化。
▶ また、グローバル企業としての土台強化も着実に遂行する

主要戦略・施策

<p>A</p>  <p>基盤事業での 利益率向上</p>	<p>1 各地域での利益最大化</p>
<p>B</p>  <p>新規領域の 拡大</p>	<p>1 米州での収益体制の確立</p> <p>2 新規疾患・その他アップサイド</p>
<p>C</p>  <p>グローバル 企業としての 土台の強化</p>	<p>1 製品開発能力の強化</p> <p>2 製品供給基盤の強化</p> <p>3 全社財務KPI & 事業KPIへの落とし込み</p> <p>4 グローバルプラットフォーム整備</p>



全社財務KPI		
	2020年度	2025年度
売上	2,496億円	3,150億円 (CAGR +5%)
(コア) 営業利益	501億円	750億円 (CAGR +8%)
(コア) 営業利益率	20%	24%

A 日本：患者ニーズに基づいた製品・ソリューションの展開

▶ 既存製品のLoEや薬価改定をはじめ厳しい環境変化が想定されるが、患者ニーズに基づく製品・ソリューション提供等を通じ、2025年度には貢献利益率+2pt*1となる見込み

2025年度で目指す事業構造

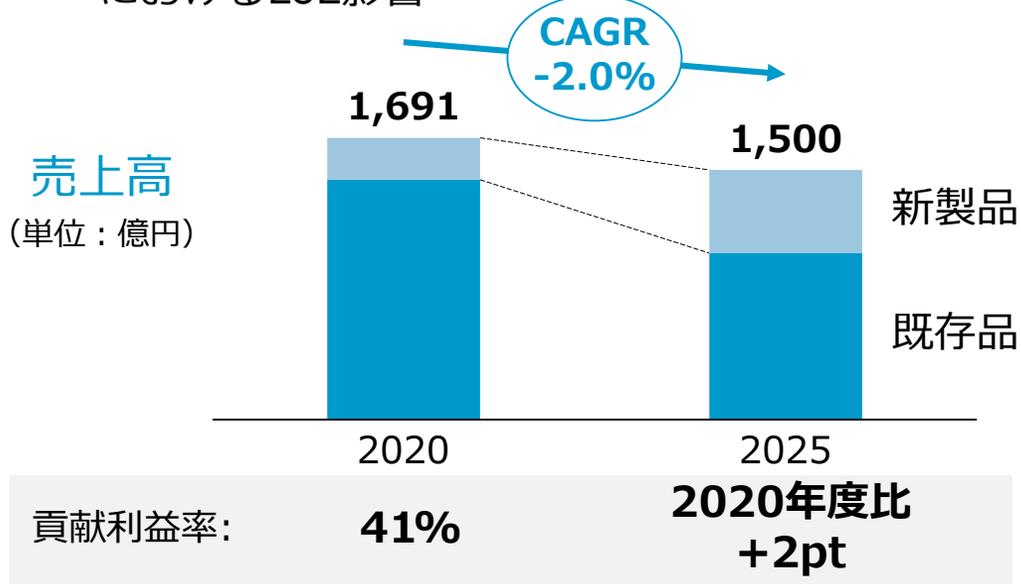
足もとの環境変化:

既存製品の売上減少要因

- 薬価改定、一部既存製品におけるLoE影響

将来的に目指す姿:

新製品投入等による、製品ポートフォリオの転換を推進



計画達成に向けた打ち手

新製剤の継続上市:

2025年度にかけ差別化された新製剤を順次上市



アレジオンLX
+ アレジオン新製剤
(アレルギー)



ジクアス新製剤
(ドライアイ)



タプロス
新点眼方式製剤
(緑内障)

ツール展開による診断率・治療継続率向上

- 緑内障治療継続パッケージ (ACT Pack)
- ドライアイ診療サポートシステム

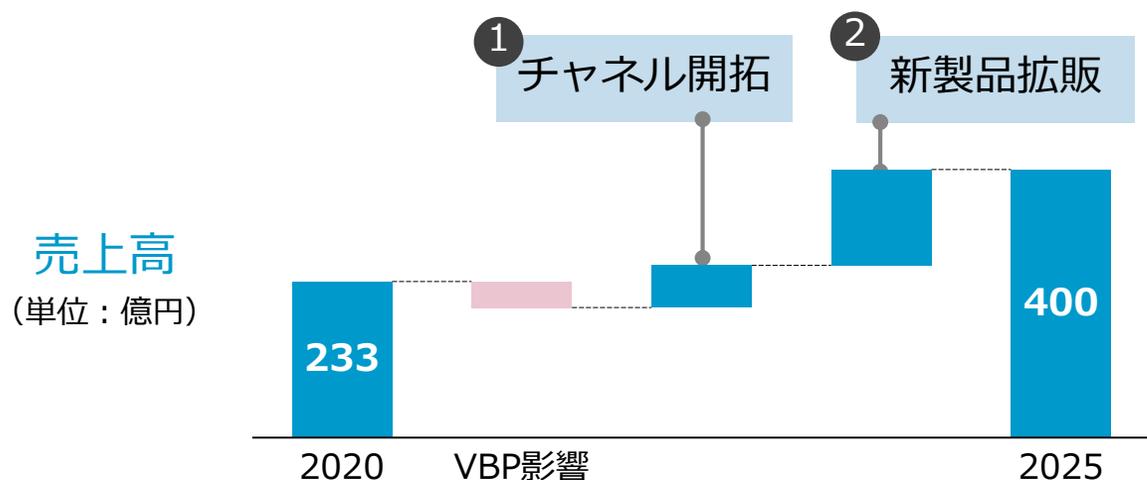
アレジオン:提携パートナーである日本ベーリンガーインゲルハイムの商標です
*1:2020年度と比較した2025年度の計画値

A 中国：持続的成長に向けた新規チャネル開拓・新製品投入

▶ 今後も続く医療制度改革を見据え、国公立3級病院集中から販売先のマルチチャネル化、
▶ 加えてデジタルと学術を活用した新製品拡販により、トータルで売上+170億円*1を見込む

安定成長・利益率改善に向けた取り組み

集中購買 (VBP) の影響を見込むも、
新規チャネル開拓・新製品拡販で成長を実現



貢献利益率: 42% 2020年度比 +1pt

計画達成に向けた具体の打ち手

- ① 3級病院以外のチャネル開拓
 - ・ 今後拡大する私立病院・リテール等を開拓
 - 例：オンライン薬局と協働、
営業体制再構築

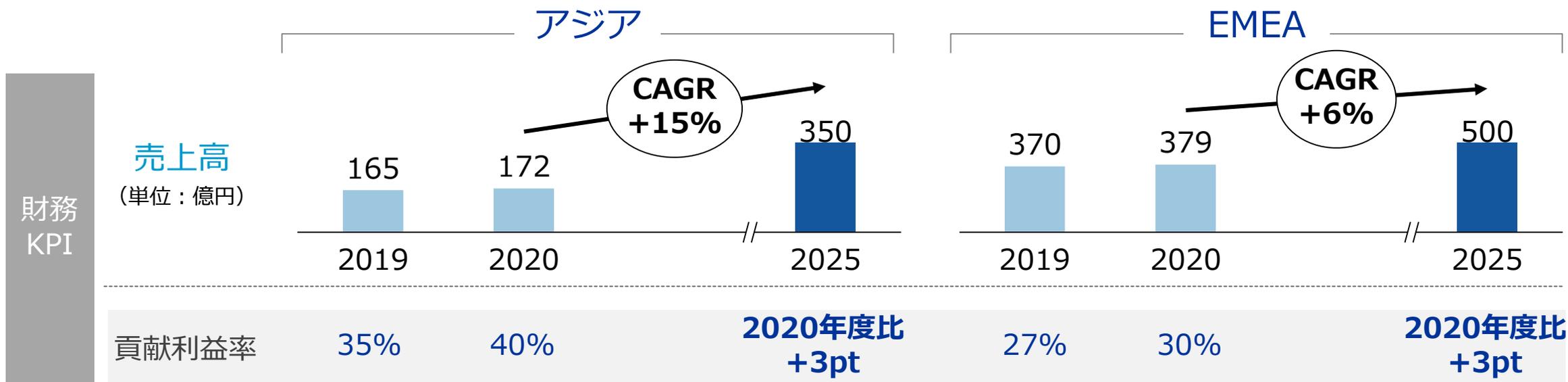


- ② ジクアス・タプロスを始めとした新製品拡販
 - ・ デジタル活用
 - 活動多様化とカバレッジの拡大
 - ・ 学術的アプローチの強化
 - ・ 現地に最適化されたメディカル体制構築

*1:2020年度と比較した2025年度の計画値

A アジア並びにEMEAにおける事業展開

- ▶ アジア・EMEAともに過去数年順調に売上・利益率ともに成長。
- ▶ 今後5年間も、新製品の拡販や営業費用の最適化を通じ、増収と利益率向上を図る



MTP2025に
おける主要施策

新製品の上市・売上最大化

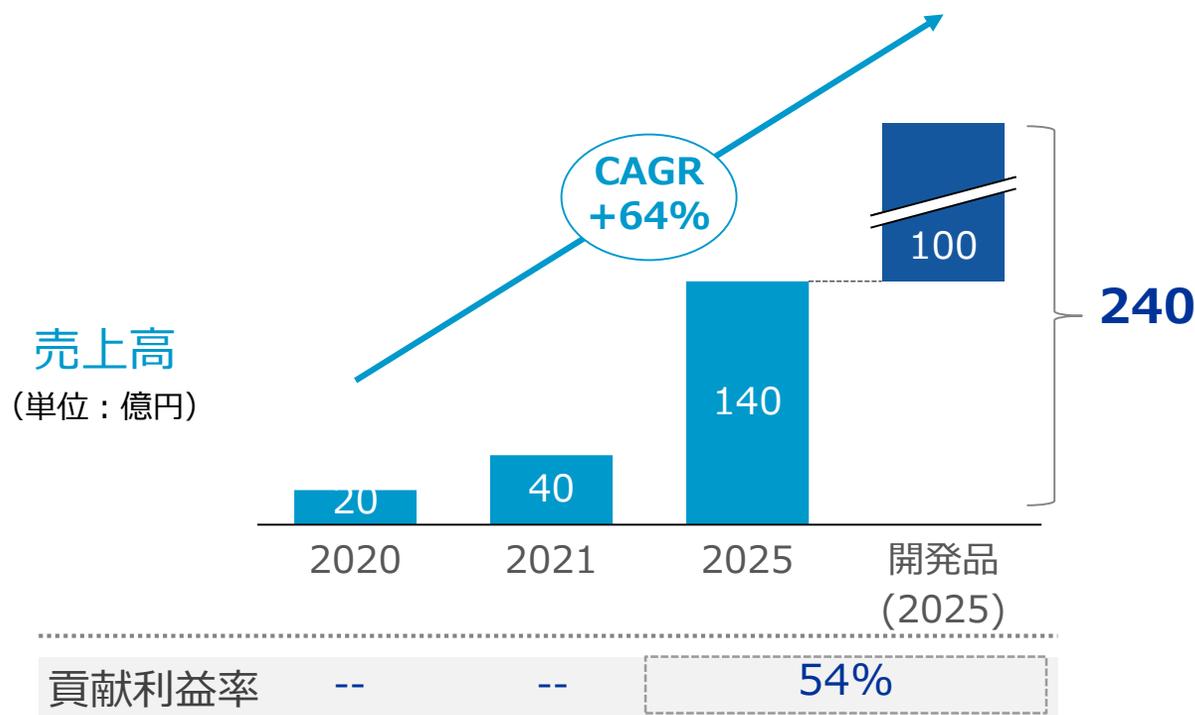
- ・ 両地域：STN2000100 (PRESERFLO MicroShunt)、Ikervis/Verkazia
- ・ アジア：ジクアス、タブコム、エイベリス、STN1013900 (Rhopressa)
- ・ EMEA：Ducressa、Puralid、Cosopt PFMD/Taflotan PFMD、STN1013001 (Catioprost)

デジタル活用、PDCAサイクルの徹底 等を通じた営業効率向上 等

B-1 米州での収益体制の確立

▶ Eyevanceの基盤活用と、後期開発品の製品化により医療用医薬品事業で収益体制を確立

売上収益見込み (2020~2025年度)



詳細検討中のため売上高にSTN2000100は含まれていない

計画達成に向けた具体の打ち手

Eyevanceの事業基盤をベースに医薬品事業強化

- コマーシャル戦略の展開とリソース投下
- デバイス事業はGlaukos社と開発販売提携。
自社リソースは医薬事業にフォーカス

収益確保によって、米国でのR&D・事業開発能力をさらに高める好循環を確立



世界最大のマーケットでのプレゼンスを早期確立

B-2 新規疾患・その他アップサイド (例) : 眼瞼下垂

▶ アンメットニーズの大きい眼瞼下垂領域への進出を目指し、当該領域で初の点眼薬を開発。
▶ 眼科外チャネルの販路開拓も推進し事業拡大を図る

事業化に向けた方針・進捗

マーケット ポテンシャル*1	患者さん：2.6億人（手術以外に根本治療法が無く点眼薬へのニーズは高い） 一般生活者：8.7億人（患者さん以外でも瞼のリフトアップニーズは存在）
R&D	<ul style="list-style-type: none">● 眼瞼下垂患者の為の初の点眼薬を開発中。2023年度以降アジアから順次上市予定<ul style="list-style-type: none">● 既に米国ではUPNEEQ™の製品名でOsmotica社が承認取得済み(2020/7)● アジア：米国での承認データを使った申請を計画中● 日本：2021年度の臨床試験開始を目指す● EMEA・中国：今後開発に向けて具体化
販売 チャネル	<ul style="list-style-type: none">● 眼科へは既存の商業基盤を活かし販売● 眼科外チャネルの販路開拓も推進 ：デジタルを活用した顧客接点も想定



*1 UPNEEQターゲット患者消費者調査2021 (n=約400×10各国,日本/中国/韓国/タイ/フィリピン/欧州5か国)、および患者数文献などからSantenにて作成

*2 写真：眼瞼下垂患者の写真と美容的な使用のための販促資料の写真を UPNEEQのウェブサイト (<https://ecp.upneeq.com/>) から引用

◎ グローバル企業としての土台の強化

戦略方向性

方針

1

製品開発能力の強化

徹底したライフサイクルマネジメント推進体制

- 開発体制：特に、米国/中国の強化
- プロジェクト推進体制：投資判断や進捗管理プロセス厳格化

2

製品供給基盤の強化

事業成長と原価低減に資する工場投資 (蘇州/滋賀)

- 世界最大級の蘇州新工場により中国事業の成長を推進
- 環境負荷低減(CO₂排出量削減、水・電気消費効率向上)

3

全社財務KPI& 事業KPIへの 落とし込み

グローバル経営に適したKPI、運用プロセス設計

- 経営管理指標・戦略/モニタリングプロセス、等
- 全社財務KPIと事業/機能の行動KPIとの連動

4

グローバルプラットフォーム整備

次世代ERP導入・グローバル展開、 基幹業務の抜本的効率化



C-1 製品開発能力の強化

Santenの開発の強み

- **眼科専門企業としての強み**
 - 疾患ニーズの着目
 - 眼科応用/リパーパス研究
 - 臨床現場との強いつながり
- **グローバル体制**
- **開発体制の強化**
 - 海外薬事/デバイス関連の知見・開発体制強化の必要性を再認識

今後に向けた改善・要強化ポイント

MTP2025で磨き上げる強化ポイント

徹底したライフサイクルマネジメント

迅速な地域展開、製品改良、適応拡大、LoE対策

- 例：アレジオン：LXの成功と新製剤展開

グローバル開発体制

特に米中開発体制抜本的強化

- 例：Verkaziaのグローバル展開のための体制整備

グローバルプロジェクト推進体制

- 投資判断やステージゲート管理プロセスの厳格化

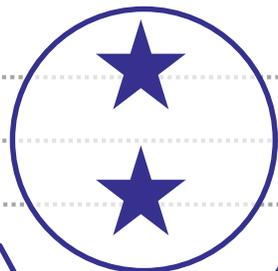
Agenda

- ① Santenが目指す姿・中長期目標(KPI)
- ② 事業計画・その達成に向けた戦略・施策
- ③ 今後の更なる成長に向けた長期的方向性
- ④ 株主還元方針
- ⑤ ESG戦略/施策
- ⑥ 事業戦略詳細

成長ポテンシャルを捉える3つの切り口

Santen
2030
Strategy

Ophthalmology
Innovation
Ecosystem
Wellness



1 疾患

4つの疾患領域で過去の延長線上にない新たな成長を実現

- 緑内障、近視、眼瞼下垂、網膜色素変性症



2 地域

地域ニーズを的確に捉え、以下を推進

- ① 中国/アジアの成長ポテンシャルへのアドレス
- ② 先進国に向けた先進医療提供



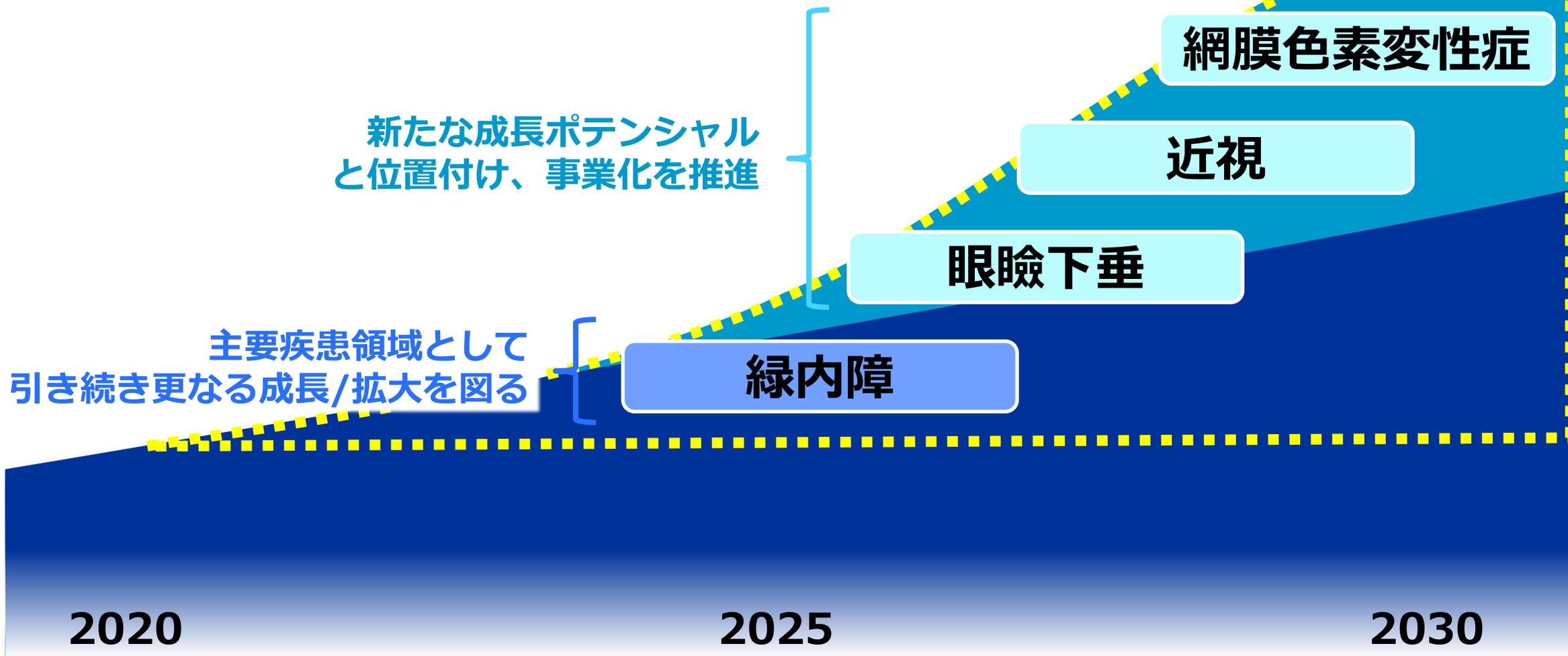
3 チャンネル

自由診療チャンネル・民間保険の拡大に対応すべく、オンライン&オフライン併用モデルを積極展開

3つの
切り口

1 大きな成長ポテンシャル

▶ 4つの疾患領域で過去の延長線上にない新たな成長を実現する



1 成長の核を担う豊富なパイプライン

▶ 未だ治療法が限定的な疾患も含めた眼科領域全般をカバー

	領域	対象患者数*1 (グローバル)	パイプライン (例)	想定上市時期
新規 領域	網膜色素変性症	約150万人	STN6000100 (jCell)	2026年度～
	近視	約20億人	STN1012700 STN1013300 STN1013400	2025年度～
	眼瞼下垂+ 瞼の悩み	約6億人+	STN1013800	2023年度～
基盤 事業	緑内障	約9,500万人	STN1011700 STN1012600 STN1013900 STN2000100	2021年度～

想定売上 (2030年度)

+3,000億円*2

・豊富なパイプライン
が2030年度までの
成長をけん引

*1:網膜色素変性症)Santen推計、近視)Holden, et al, 2016 Ophthalmology、眼瞼下垂+瞼の悩み)Santen推計、緑内障)World report on vision

*2:2025年度水準からの増加ポテンシャル。開発リスクなどを考慮しないベストケース。BDの可能性も含む。

2 各地域におけるアンメットニーズと目指す方向性

- ▶ 地域のニーズを的確に捉え、①中国とアジアの成長余地へのアドレスと、
②先進国に向けてニューモダリティを活用した医療の提供を進める

アンメットニーズ

中国
&
アジア

眼科医療インフラの拡充

- 急増するニーズに対し、医療従事者/施設数、保険制度 等が不足/未整備

先進国

治療法が限定的な難治性疾患への対応

- 例:網膜色素変性症 等

Santenが目指す方向性

潜在市場の顕在化

- インフラ提供を通じてニーズを充足し、市場そのものを創出
- 足元での取り組み例
医療従事者の生産性向上サポート（質・量拡大）
医療インフラ・スクリーニング整備サポート
学会・ITU*1等関連機関との連携強化
社内に専門部署の設置

ニューモダリティへの注力

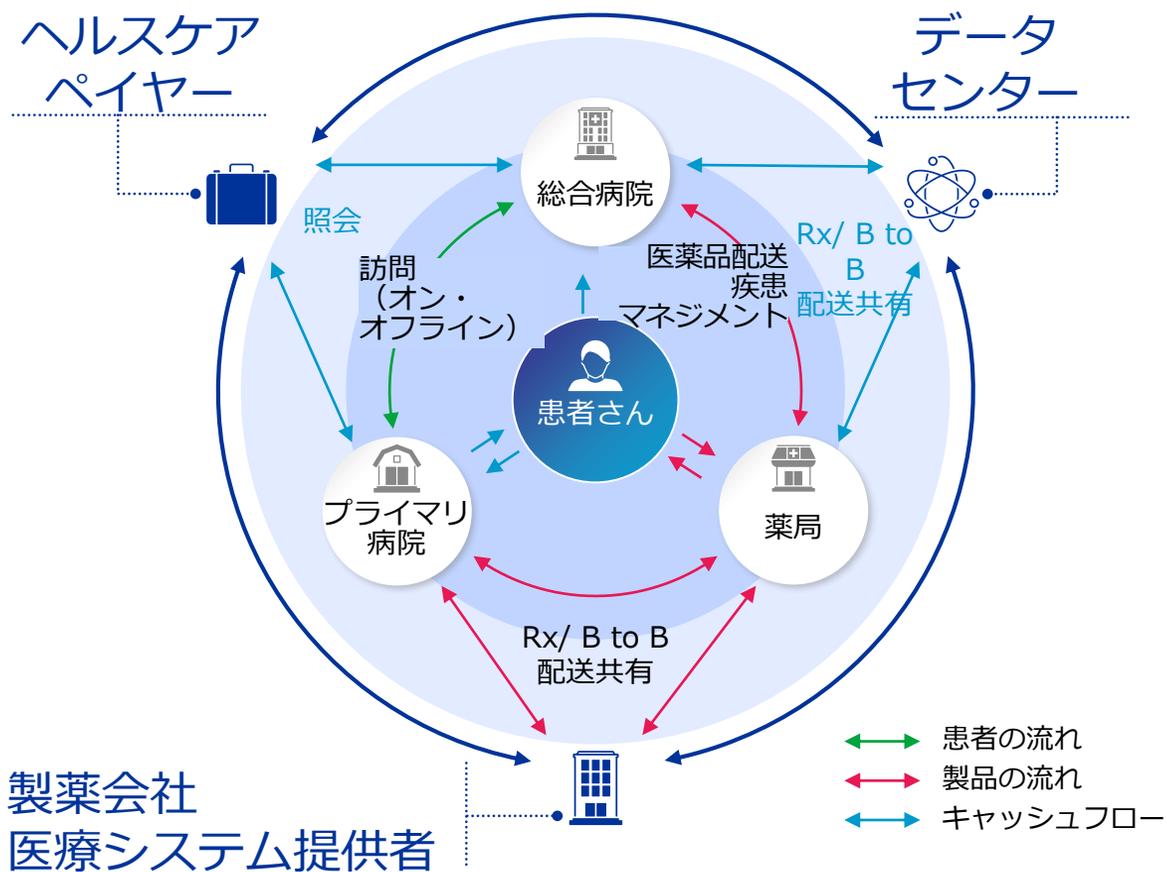
- (例: STN6000100 (jCell))
- センターオブエクセレンス確立、医師のエdukेशनサポート、病診連携サポート 等
 - 足元での取り組み例
EMEA：専従チームを発足/強化

*1:International Telecommunication Union (国際電気通信連合)

2 中国・アジアにおけるエコシステムの最適化

▶ パートナーとともにエコシステムを発展・最適化させ市場の潜在性を顕在化、
 ▶ 複利的に事業成長をドライブ。具体的な施策をすでに中国・アジアで展開開始

目指すエコシステム (中国の例)



Santenの事業成長

眼科疾患の認知度向上

- 疾患啓発・スクリーニング
- デジタルを用いた、患者さんへの働きかけ
 - 例：近視Appとの提携

治療キャパシティの量的・質的拡大、治療継続率向上

- 医療従事者の育成サポート
- デジタルを用いた診断サポート
- 学術情報提供



3 チャンネルにおける変容とSantenの目指す方向性

自由診療チャンネル・民間保険の拡大に対応すべく、Santenの強みである眼科医カバレッジを活かしたオンライン オフライン併用モデルを積極展開

チャンネルの変容:

自由診療チャンネル・ 民間保険*1の拡大

例: 中国において
ドライアイは原則
保険償還対象外*2

Santenが目指す方向性:

眼科医カバレッジを活かした "オンライン&オフライン併用モデル"の展開

- 足元での取組み例: 中国ではオンライン薬局とも既に連携開始

Patient flowに基づく併用モデルイメージ



疾患啓発/
スクリーニング
& 医療機関への
誘導



眼科医による
検査/処方箋
発行



患者さんの
医薬品購入&
治療継続フォロー

Santenの従来の強み
(眼科医のカバレッジ)

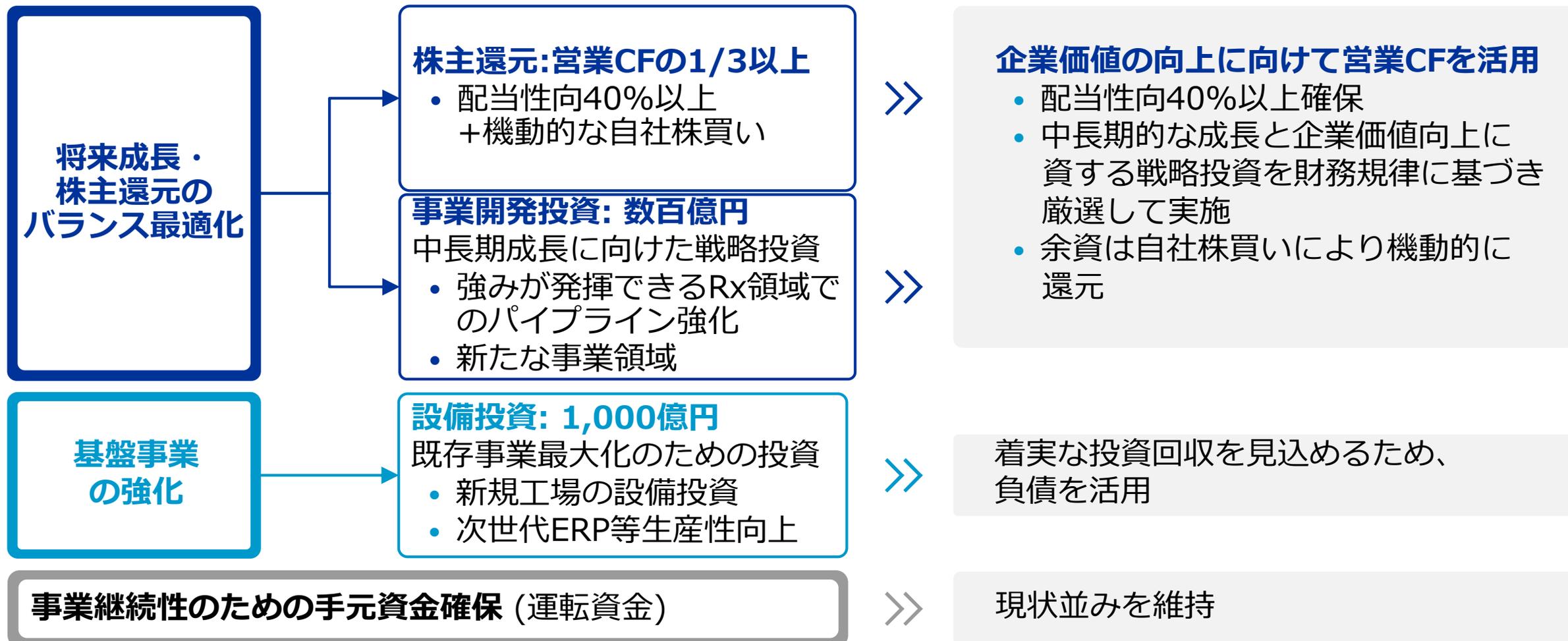
*1:狭義の民間保険・企業保険いずれも含む, *2: 既にドライアイは白内障術後以外は保険償還の対象外。故に、医療機関で出された処方箋を元に、患者さんが自分で購入する必要（民間保険でのカバー可否は保険によって異なる）

Agenda

- ① Santenが目指す姿・中長期目標(KPI)
- ② 事業計画・その達成に向けた戦略・施策
- ③ 今後の更なる成長に向けた長期的方向性
- ④ 株主還元方針
- ⑤ ESG戦略/施策
- ⑥ 事業戦略詳細

株主還元方針

▶ 企業価値向上に向けて、戦略投資と株主還元を積極的に実施



Agenda

- ① Santenが目指す姿・中長期目標(KPI)
- ② 事業計画・その達成に向けた戦略・施策
- ③ 今後の更なる成長に向けた長期的方向性
- ④ 株主還元方針
- ⑤ ESG戦略/施策
- ⑥ 事業戦略詳細

サステナビリティ方針に基づく4つのESGマテリアリティ

▶ 4つのマテリアリティに注目し、基本理念のもと、社会の持続的な発展に貢献するとともに、持続的な成長を目指す

1 社会的意義 (Happiness with Vision)ある製品・サービスの開発・安定的供給

Ophthalmology, Wellness, Inclusionの3つの柱にそった製品・情報・サービスの充実

責任のあるサプライチェーン、安全性監視、顧客サービスの充実

- 貢献患者数6,000万人以上*1目標

2



価値創造を促進する 組織風土の醸成

DE&I *2 - ジェンダー・国籍・
視覚障がい者を中心とした
多様化の推進

3



ガバナンスの強化・ 社会の公正・公平 実現への貢献

中長期的な成長を担保する
経営の実効性・多様性・継
続したコンプライアンスの
遵守・人権の尊重

4



地球環境保全

気候変動対策、環境負荷低減

- Scope 1・2、CO₂排出量
2025年度:25%削減、
2030年度:50%削減
- 点眼容器のバイオマス
プラスチック化
2030年度:60%

*1:JMDCの弊社Rx製品毎の延べ推計患者数及び弊社出荷データを基に算出した2019年度における(疾患領域:炎症・アレルギー、角膜、緑内障、白内障)推算される延べ貢献患者数は約4,300万人

*2:Diversity Equity & Inclusion

ダイバーシティ（DE&I）への取り組み

▶ 世界規模でのパートナーとの協働を通じ、ダイバーシティの取り組みをより一層強化

「The Valuable 500」における活動を通じたグローバルでの障がい者活躍推進



ジェンダー平等・女性のエンパワーメントへの Santen のコミットメント

In support of

**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office



ブラサカ*1等の活動を通じた、Santen ならではの視覚障がい者支援と雇用・職域開発等



取締役会・マネジメントチーム等の健全なジェンダーバランス

30% Club
GROWTH THROUGH DIVERSITY

*1:ブラサカ：ブラインドサッカーの略称。Santenは日本ブラインドサッカー協会（JBFA）と2030年まで10年間に渡るパートナーシップ契約を締結中。

Agenda

- ① Santenが目指す姿・中長期目標(KPI)
- ② 事業計画・その達成に向けた戦略・施策
- ③ 今後の更なる成長に向けた長期的方向性
- ④ 株主還元方針
- ⑤ ESG戦略/施策
- ⑥ 事業戦略詳細

日本事業

取締役 専務執行役員
日本事業統括 兼眼科事業部長
伊藤 毅



中計期間におけるパイプライン一覧

▶ 主要領域において成長を牽引する豊富な新製品/新製剤とソリューションを展開予定

新製品/新製剤 (上市想定時期)

ソリューション

アレルギー領域

- (2019年度) アレジオンLX
- (2024年度) アレジオン新製剤



かゆみダスアプリ
(展開中)



ドライアイ領域

- (2022年度) ジクアス新製剤
- (2023年度) STN1013500



(2022年度)
ドライアイ診療
サポートシステム



緑内障領域

- (2021年度): ブリモニジンGE
- (2022年度): エイベリスPFUD
STN2000100 (PRESERFLO MicroShunt)
- (2023年度): タプロス 新点眼方式製剤
タプコム 新点眼方式製剤
- (2024年度): STN1013900 (Rhopressa)
- (2025年度): STN1012600 (Sepetaprost)



ACT pack
(展開中)



アレジオン新製剤による治療概念の変革

▶ 新製剤の展開を通じ、患者さんの終日快適な生活を担保しつつ治療概念の変革を図る

現在の医療課題

プロアクティブ治療の概念の浸透が道半ば

- アレルギー治療は症状が出てから開始するのが一般的
- 用法・用量を守らずかゆみが発生してからさす

Santenが実現したいこと

プロアクティブ治療の達成をより高めるためにアレジオンLXを新製剤に改良して患者さんの終日快適な生活の担保を目指す

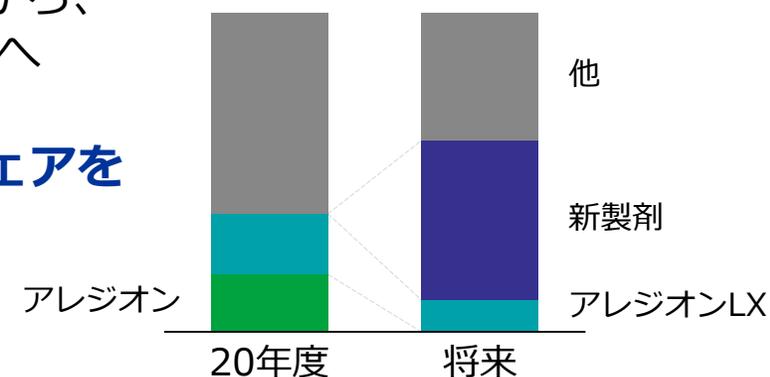
アレルギー治療概念の変革

- "かゆみ止め"としての使用から、
"かゆみを起こさない" 使用へ

結果として抗アレルギー点眼シェアを
"塗り替え"

- 新製剤のPOC^{*1}取得

【抗アレルギー点眼薬内数量シェア イメージ】



ジクアス新製剤開発の意義

▶ 点眼回数の多さに伴う負担感を減らしつつ治療効果を提供

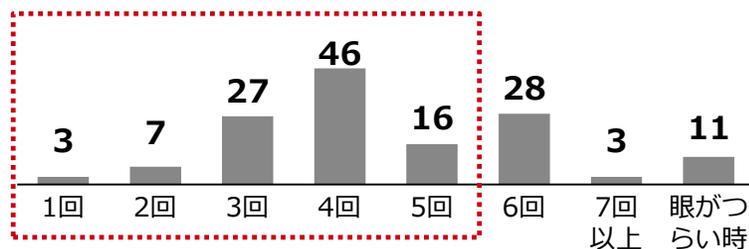
現在の医療課題

多くの患者さんは "1日6回点眼" を実施しておらず、十分な治療効果を発揮できていない

医師側

- 現在、多くの患者さんは、医師から1日6回点眼を指示されていない

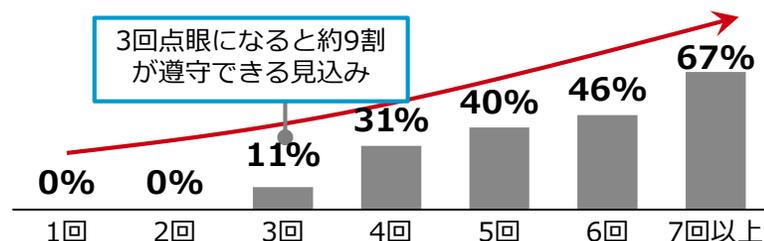
【点眼指示された回数】 *1



患者側

- 指示回数が増えるほど遵守できない患者さんの割合も増加
- 6回指示されると約半数が遵守できず

【指示回数通りに点眼しない患者さんの割合】 *1



新製剤で実現できること

既存製品より効果持続時間が改善

- 既存製品の用法は"1日6回"
- 新製剤は "1日3回" を可能に

点眼回数の多さに伴う負担感を減らしつつ治療効果を提供

現在、順調に承認プロセス実施中

- 2022年度上市予定



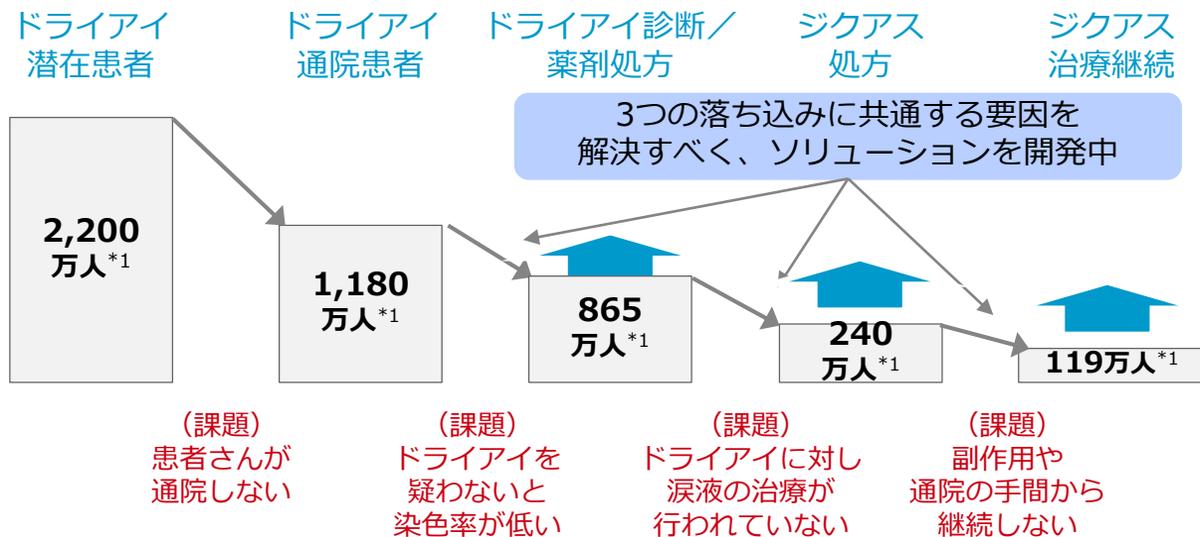
*1:ジクアス社内調査

ドライアイ診療支援システムの開発

▶ ドライアイ診療支援システムによりジクアスの価値最大化を図る

現在の医療課題

- 医師：より正確な診断には手間と経験を要し、また診断結果を患者さんに可視化して説明することが困難
- 患者さん：病状や改善傾向が認識しづらく、治療意欲が沸きにくい。点眼も回数が多く面倒



ドライアイ診療支援システムで実現できること

ドライアイ診療支援システムの開発

- 日常診療におけるTFOD/TFOT*2の実践、ビジュアル説明による患者さんの理解や治療継続を促進するシステムを開発中

医師も患者さんも高い治療意欲をもって取り組んでいる世界を実現

結果として、

- ジクアスの使用機会の最大化
- 医師・患者満足の実現

*1: Santen社内推計, *2: TFOD (Tear Film Oriented Diagnosis) : 眼表面の層別診断、TFOT (Tear Film Oriented Therapy) : 眼表面の層別治療

Santenが提供する製品/ソリューション

▶ Santenは、豊富な製品/ソリューションによる治療パッケージを提供

New : MTP2025期間中に上市を予定しているパイプライン



新点眼方式製剤並びにエイベリスの展開

▶ MTP2025期間中には、新点眼方式製剤やエイベリスを新たに展開し、緑内障治療へのさらなる貢献を図る

新点眼方式製剤

現在の医療課題

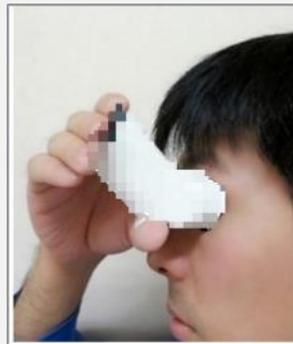
- 適切に点眼できない患者さんが約45%



Santenがもたらす付加価値

高齢者を含む全ての患者さんの適切な点眼を支援 (点眼失敗防止)

- 点眼時に上を向く / 腕を上げる必要がなく正確に点眼可能

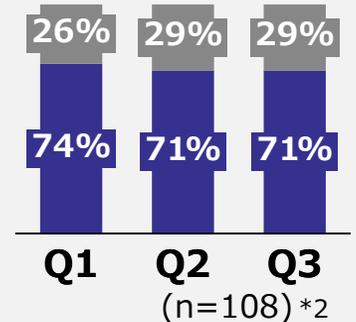
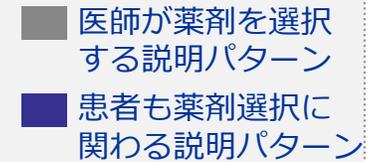


エイベリス

現在の医療状況

薬剤選択に患者さんが参画すると、患者の治療意欲・満足度が上がる

- Q1. どちらの説明を希望するか？
- Q2. どちらの説明が点眼を続けようと思うか？
- Q3. どちらの説明が通院を続けようと思うか？



エイベリスを選択肢に加える場合、患者の選択比率がより高まる見立て

Santenがもたらす付加価値

エイベリスを通じて患者さんの薬剤選択への参画を促し、患者さんの治療意欲と満足度を支援

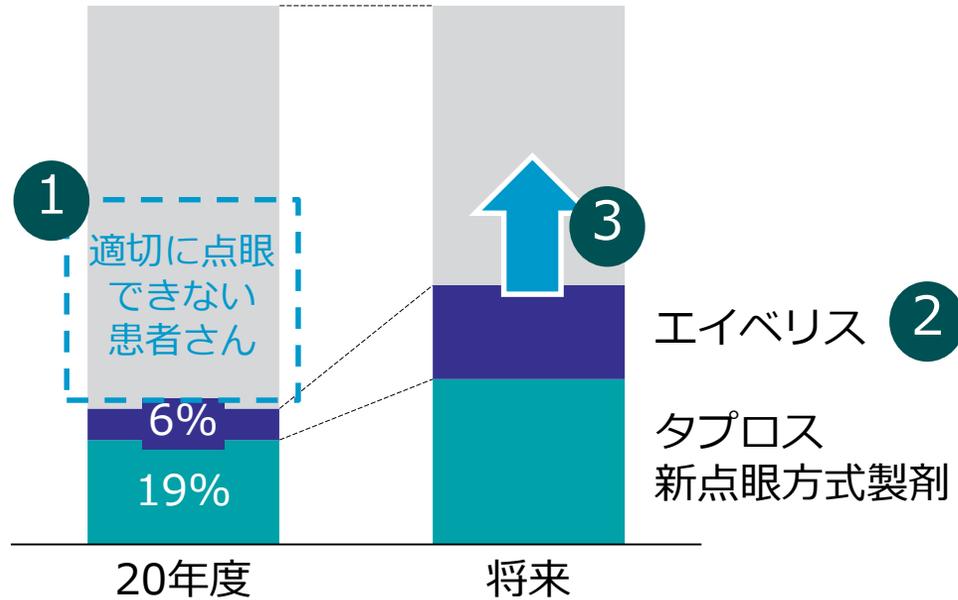
*1: K. Namiguchi et.al., Atarashii Ganka (2017), J. L. Stone et.al. Arch Ophthalmol. (2009), G. Hosoda et.al. Atarashii Ganka (1993), Santen internal surveys

*2: E Miyamoto et.al, 医学と薬学78 (3) 1-6, 2021

新点眼方式製剤とエイベリスで新たなスタンダード

▶ 患者さんの潜在ニーズが顕在化し、それを満たす治療を医師が提供し、患者さん自身も納得感をもって治療にコミットメントできる世界を実現

タプロス 新点眼方式製剤、エイベリスによる市場の塗り替えイメージ (PG単剤内*1数シェア)

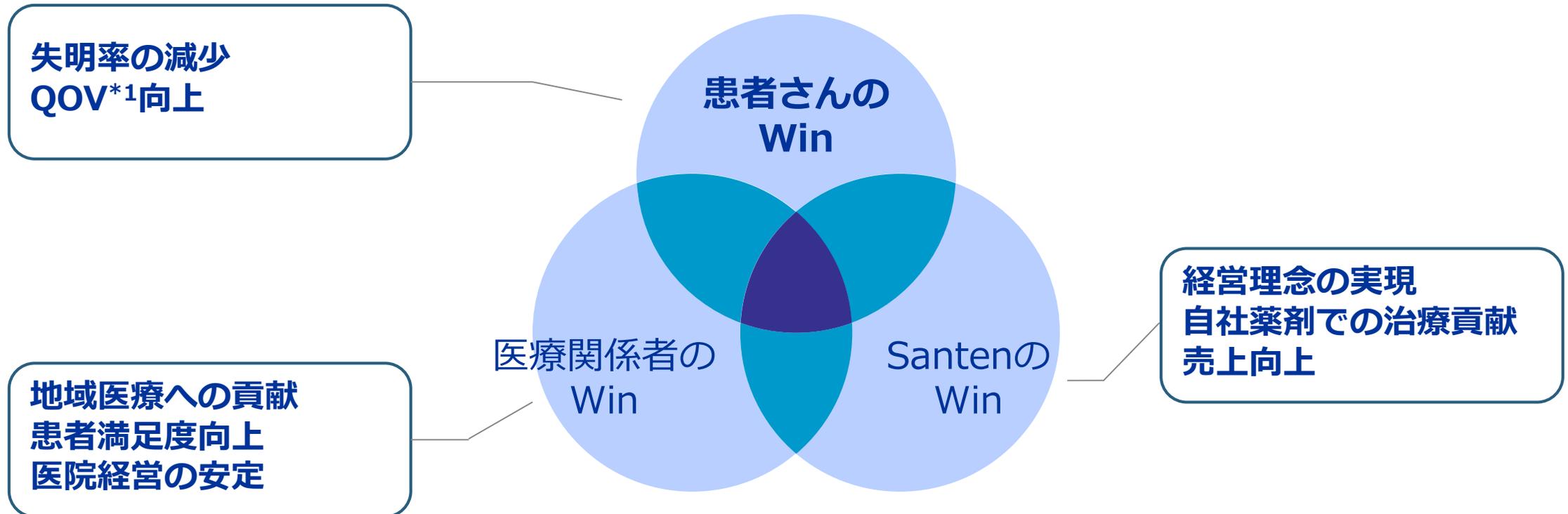


- 1 適切に点眼できない患者さんに対する新点眼方式製剤の提供
- 2 エイベリスによる患者ニーズの実現
 - 薬剤選択に患者さんが参画すると、患者さんの治療意欲と満足度が向上
- 3 薬物治療継続パッケージ (ACT Pack) を通じた、治療患者数の増加

*1:PG単剤の母数にピマトプロストは含まない
Copyright © 2021 IQVIA. JPM2020年4月～2021年3月MATをもとに自社推計 無断転載禁止

患者さん、医療従事者に対して新しい治療の形を提案していく

- ▶ より患者目線を強めた新しい治療や診療を医療従事者に対して提案することで、治療貢献度を格段に上げていく



*1:Quality of Vision

中国事業

執行役員
中国事業統括
山田 貴之



中国：持続的成長に向けた新規チャネル開拓・新製品投入

- ▶ 今後も続く医療制度改革を見据え、国公立3級病院集中から販売先のマルチチャネル化、加えてデジタルと学術を活用した新製品拡販により、中国における持続的成長を目指す

計画達成に向けた打ち手

3級病院以外の チャネル開拓

医療制度改革により、今後も拡大が見込まれる私立病院・リテール等のチャネル開拓・浸透による拡販

- オンライン薬局との協働
- 営業体制の再構築

新製品の拡販

ジクアス・タプロスを始めとした新製品拡販

- デジタルを活用した活動の多様化とカバレッジの拡大
- 学術的アプローチの強化
- 現地に最適化されたメディカル体制を着実に構築

現地パートナーとの協働

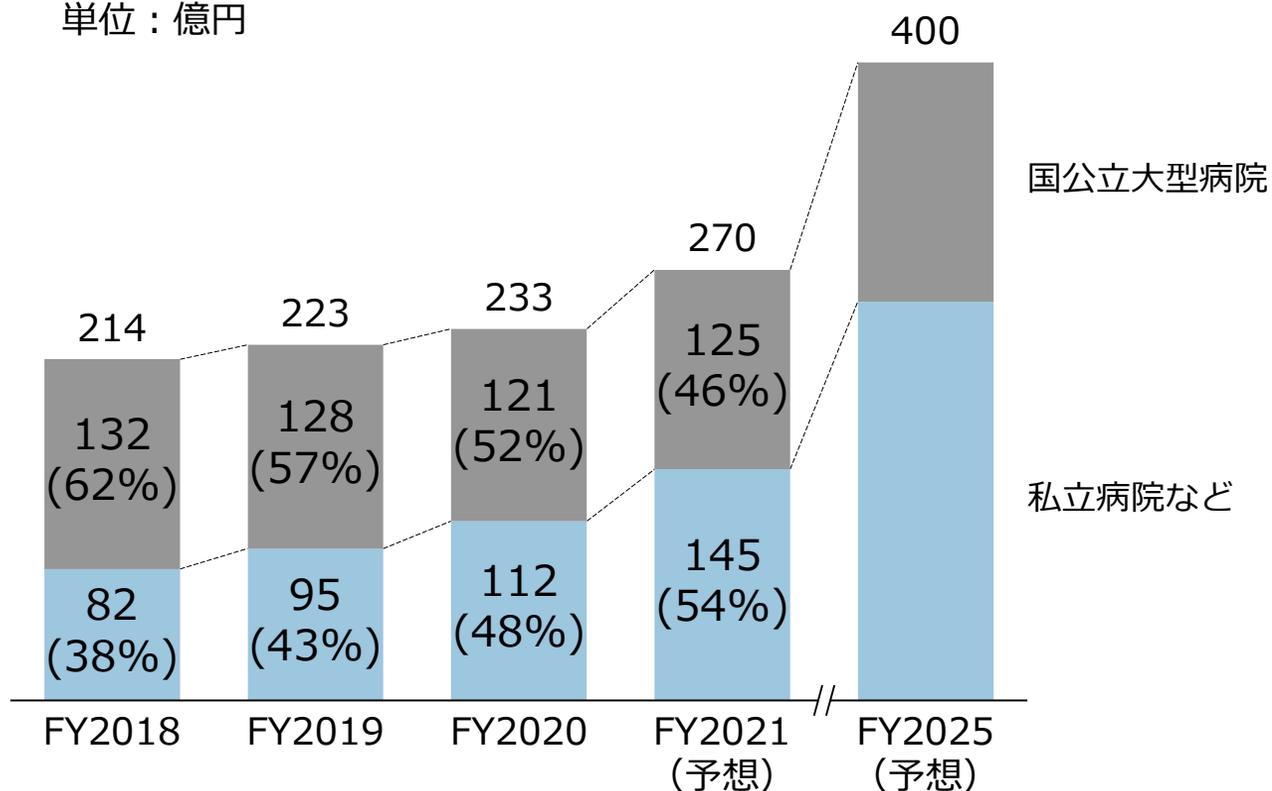
現地パートナーとの提携を通じ、中国における眼科エコシステムの構築、発展へ貢献

打ち手詳細①：中国における販売・マーケティング活動

チャネル別売上高

公立大型病院から営業リソースをシフトし、
チャネル拡大を実現。安定した売上拡大を目指す

単位：億円



チャネル拡大に向けた啓発・マーケティング活動

説明会・研修等による、地道な啓発・
マーケティング活動を展開



主な活動実績 (2021年1月～)

- 地域マーケティング研修：30回
- 医療機関会、学術集会：200回
 - 既に医療従事者 2,000名、
薬剤師2,000名などをカバー

打ち手詳細②：中国における新製品開発・販売状況

開発・販売状況

市場シェア*1

中国における想定患者数*2

ジクアス



- 2018年度から販売を開始
- 2020年度販売実績約7億円
- 2020年度 前期比 +329%
- 2021年度予想 同+288%
- 私立病院やリテールチャネルを中心に売上を伸ばす

0.1% (2020年2月)
→1.6% (2021年2月)

- 約1,600万人
- コンピュータ作業、コンタクトレンズ普及等で患者は増加傾向
- 治療まで至っていないドライアイ有病者数*3を含めると約9,600万人と推定

タプロス



- 2015年度から販売を開始
- 国家医療保険償還医薬品リストに収載
- 2020年度販売実績約6億円
- 2020年度 前期比 +52%
- 2021年度予想 同+363%

2021年2月現在、プロスタグランジン単剤市場でトップシェア (33.1%)

- 新規緑内障患者への第一選択ブランドとしての立場を確立

- 約90万人
- 高齢化の進展に伴い中国でも患者数は増加傾向
- 潜在的な緑内障有病者数は、約2,000万人と推定

*1 数量ベース/出典IQVIA, *2 出典: DRG, *3 2020年時点の診断者数

2020/Decision Resources, LLC. All right reserved. Reproduction, distribution, transmission or publication is prohibited. Reprinted with permission.

長期成長に向けた取り組み①：開発・製造・販売体制

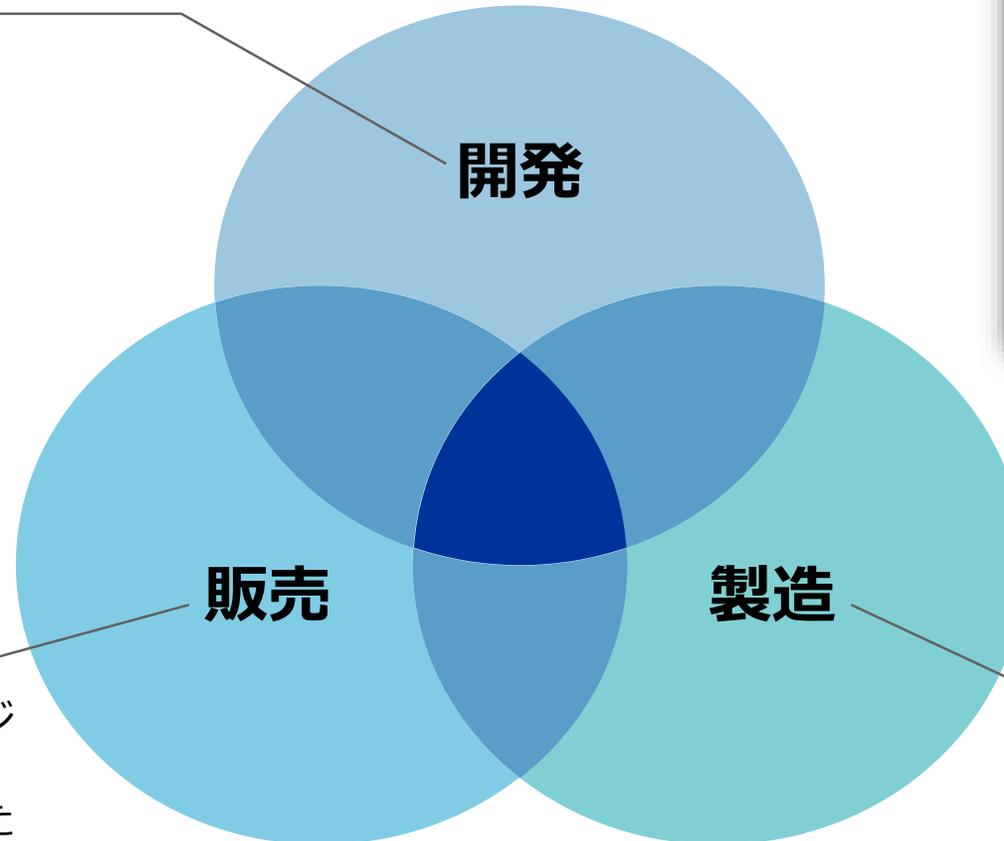
▶ 中長期的な成長に向け、中国国内での開発・製造・販売の一貫体制を整備し、現地に根差した開発・製造・販売を推進

現地開発体制整備

- 長期的な新製品開発・上市に向け、現地臨床開発体制を抜本的に強化
- パイプライン例：
STN1012700 (アトロピン)
STN1013400 (AFDX)
STN1007603 (Verkazia)
STN2000100
(PRESERFLO MicroShunt)

営業体制整備

- デジタルを活用したカバレッジの拡大
- データ・サイエンスに基づいた学術的アプローチの強化



蘇州新工場建設

- 原価低減と将来の需要拡大に対応

長期成長に向けた取り組み②：蘇州新工場の建設

▶ 中国において拡大を続ける製品需要に対応し、事業成長を推進すると共に、
将来のグローバル生産供給体制の強化を図る

● 競争優位性

- 2021年度時点でも、蘇州工場は中国眼科製薬企業で唯一EU-GMPを取得しており、**技術力・品質・生産能力（最終製品）**で唯一無二の拠点
- 点眼剤工場として**世界最大級の規模、且つ最新設備を備えた蘇州新工場の建設**により、競争優位性をさらに強固に

● 稼働時期

- 2025年より順次稼働予定

● 原価改善への取り組み

- 自動化・省人化 等

● 環境面への配慮

- CO₂排出量削減
- 水・電気消費効率向上



*完成イメージ図



*2021年4月時点

グローバルR&D

執行役員
製品開発本部長
ピーター・サルスティグ



MTP2025年+さらなる飛躍に向けたグローバルR&Dの注力領域

新規成長領域2

網膜色素変性症
etc.

- 眼科専門企業として高いアンメットニーズに対するサイエンティフィックなイノベーションを追求

新規成長領域1

近視・眼瞼下垂
etc.

- 患者さんのアンメットニーズに対して、医療用医薬品・OTC開発・商業化経験を活用し新しいソリューションを提供

基盤事業領域

緑内障
ドライアイ
アレルギー
etc.

- グローバルR&DとしてのMTP2025およびそれ以降にかけての最注力領域
- これまで確立した市場でのプレゼンス・ケイパビリティを活用し、患者貢献を維持・拡大

リアルマーケットにおける患者さんニーズに寄り添った製品開発を促進



MTP2025以降のパイプライン

- 新グローバルブランド品上市ポテンシャル
- リアルマーケットニーズによる製品価値最大化

STN1013900
Gla: Asia

STN1014000
Gla: Asia

精査中
日本より早いタイミングを検討

上市ターゲット → **2021年度** **2022年度** **2023年度** **2024年度** **2025年度**

2026年度以降

基盤事業領域

緑内障
ドライアイ
アレルギー
など

Verkazia VKC: US	Eybelis, PFUD Gla: JP	Tapros with new installation system, Gla: JP	STN1010900 Uveitis: US	STN1012600 Gla: JP, US, EMEA
Brimonidine GE Gla: JP, Asia	Eybelis Gla: US	Tapcom with new installation system, Gla: JP	STN1013900 Gla: JP	Tapcom Gla: CN
PRESERFLO MicroShunt Gla: Asia	Verkazia VKC: CN	Ikervis, PFMD Dry eye: Asia	Alesion NF* Allergy: JP	Catioprost Gla: Asia
	Diquas NF* Dry eye: JP	STN1013500 Dry eye: JP	Eybellis, PFUD Gla: CN, Asia	
	Cationorm Dry eye: CN	Catioprost Gla: EMEA	*NF: 新製剤	
	PRESERFLO MicroShunt Gla: JP			

STN1010905
MGD

PRESERFLO
MicroShunt
Gla: CN

新規容器開発

次世代点眼補助具

新製剤開発

ドロッグデリバリーシステム

製品ライフサイクルマネジメント強化のため、
基盤技術開発を推進

新規成長領域

眼瞼下垂、近視、
老視など

STN1013800
Ptosis: Asia, EMEA

STN1012700
Myopia: JP

STN1012700
Myopia: CN, Asia

STN1013300
Myopia

STN1013400
Myopia

STN1013800
Ptosis: CN, JP

STN1013600
Presbyopia

網膜色素変性症など

STN6000100
(jCell)
RP: EMEA, JP, CN

jCell LCM
(RP以外も含め)

ここに明記してあるパイプラインは各パートナー企業と開示が合意されたもののみであり、2030年までに予定されているすべてのパイプラインが明示されているわけではありません。スケジュールは、2021年5月19日時点で想定しているベストケースです。

患者価値創生・製品開発をドライブするメカニズム

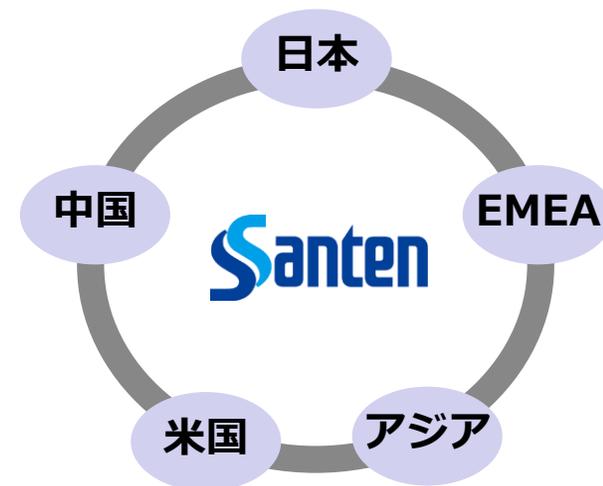
外部イノベーション取り込み



製品開発のドライブ



グローバルローンチ・ マーケットニーズの深堀



外部のイノベーションに対し、患者・
医師のニーズの深い理解に基づく
“Santenの目利き”能力を駆使し、新
規候補を探索・選別

グローバル開発の経験豊富なリーダー陣により
強化されてきたグローバル開発組織によって、
着実・確実な新規製品開発を実行

事業部と連携した製品上市と、
上市後に生じる新たなニーズの
理解・新たな製品創生への連携

*1:SERI: Singapore Eye Research Institute, UCL: University College London, academic collaboration partners

グローバルR&Dを推進する経験豊富なマネジメントチーム



製品開発本部



ピーター・サルスティグ
執行役員
製品開発本部
本部長



森島 健司
執行役員
中国製品開発統括部
統括部長



ウダイ・アルルマーニ
臨床開発統括部
統括部長
バイスプレジデント



山田 和人
製品研究統括部
統括部長



フラビオ・リマ
グローバル・メディカル
アフェアーズ
バイスプレジデント



**フランツ・
バッフォルツァー**
薬事統括グループ
部長
バイスプレジデント



眼科イノベーションセンター



レザ・ハック
眼科イノベーション
センター
本部長



廣瀬 威夫
眼科イノベーション
センター
副本部長



エリー・チャビ
緑内障戦略グループ
部長
バイスプレジデント



アブ・アブラハム
後眼戦略グループ
部長
バイスプレジデント



島田 久生
前眼部戦略グループ
部長



**シュリーニバス・
マドゥンバ**
モダリティ・イノベー
ショングループ
バイスプレジデント



ナージ・シャリーフ
グローバルアライアンス
&エクスターナル
リサーチグループ
バイスプレジデント



Happiness with Vision



Appendix

MTP2020の振り返り (1/2) :定性

▶ MTP2025の中核となる強みを培ってきた一方、実行上の課題については継続して取り組む必要

目標

実績

基本方針

- 世界で存在感のあるスペシャリティ・カンパニーの実現
- 2020年以降の持続的成長に向けた道筋の構築

- 販路拡大によりグローバルプレゼンスを高めた一方で、今後「質」の強化が必要
- 成長ドライバーの種まき（積極的な事業開発）、経営効率化を推進。実行上の課題には継続して取り組む

3つの向上

①グローバル事業戦略の推進による市場を上回る成長

既存市場：日本・EMEAでの経験を活かし、中国・アジアで市場を上回る成長を実現
新規市場：米国でEyevance買収を通じた基盤構築

②製品パイプラインの拡充および新たな治療オプションの開発

価値最大化・パイプラインの充足 等に向けて一定成果を創出。様々なアンメットニーズに応える取組みを推進
 点眼容器・補助器具の展開、細胞治療など
グローバル開発の遅延等、開発体制の課題を認識

③事業基盤の強化・効率化、人材と組織力の強化

効率化に向けた複数の取組みに着手

- 滋賀新棟や蘇州新工場建設
- 次世代ERP導入
- マネジメントフレームワーク導入によりグローバル組織への変革

MTP2020の振り返り (2/2) : 定量

目標

市場を上回る成長

売上成長率
6%以上
(CAGR)

“利益率”を重視

コア営業利益率
21%以上
(MTP期間平均)

“資本効率”を重視

フルROE
11%以上
(MTP期間平均)

実績

売上成長率
3.5%
(CAGR)

コア営業利益率
20.5%
(MTP期間平均)

フルROE
7.1%
(MTP期間平均)



参考：アジア地域における事業展開

▶ 市場成長率の高い他アジアの地域においても緑内障・ドライアイ領域を中心に堅調な事業拡大を見込んでおり、KOLとの連携を通じた疾患啓発や新製品導入も積極的に推進中

アジアにおけるマーケットポテンシャル

日本と比べても有病者数に占める治療者数の比率が低く、アンメットニーズ・更なる市場拡張の余地が存在

- 例) 緑内障の有病者に対する治療者の比率
 - 日本：約18%
 - アジア各国*1：7~12%程度

各国・地域の想定有病者数（万人）*2



取り組み・進捗状況

マーケティング強化	KOLとの関係性構築済み シンガポール眼科研究所（SERI）との提携
疾患啓発活動	デジタルを活用した疾患啓発・治療脱落防止プログラムを実施 例) シンガポールで展開している "The Eye Observer"
新製品上市/拡販	エイベリス：2020-2021年度で順次上市予定 STN1013900（Rhopressa） STN1014000（Rocklatan） →MTP期間中での上市を目指す

*1:タイ、インドネシア、フィリピン *2 2020年時点の緑内障及びドライアイの有病者数を合算。出典はDRG 2020/Decision Resources, LLC. All right reserved. Reproduction, distribution, transmission or publication is prohibited. Reprinted with permission.

参考：ESG 主要KPIと重点取組み (1/2)

▶ DE&I等については重点取組みに対するより詳細なKPIを設定し、統合報告書で開示を予定

ESGマテリアリティ	課題	KPI	重点取組み
① 社会的意義 (Happiness with Vision) 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 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"> 貢献患者数6,000万人以上*1 	<ul style="list-style-type: none"> より多くの人口が眼科治療へのアクセス・ケアが改善され、未治療の患者数の削減への貢献 滋賀新棟、蘇州新工場建設による生産キャパシティへの貢献 事業・地域展開に準じたPIC/S-GMP*2取得・遵守
② 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 社員エンゲージメント	<ul style="list-style-type: none"> 各層における多様性（性別、国籍等）の強化（特に経営幹部層） Santenグループ全体での視覚障がい者の雇用促進 エンゲージメント・スコア 	<ul style="list-style-type: none"> グローバルDE&I戦略の推進 グループ/地域目標の設定・施策の推進 視覚障がい者雇用・職域開発の推進 インクルーシブな組織風土醸成及び環境作り（Blind Experience・サポート体制・職場環境整備） グローバルにおけるエンゲージメント・サーベイの展開（Santenの成長戦略へのエンゲージメント）

*1 JMDCの弊社Rx製品毎の延べ推計患者数及び弊社出荷データを基に算出した2019年度における（疾患領域：炎症・アレルギー、角膜、緑内障、白内障）推算される延べ貢献患者数は約4,300万人

*2 Pharmaceutical Inspection Convention and Pharmaceutical Inspection Cooperation Scheme

参考：ESG 主要KPIと重点取組み (2/2)

ESGマテリアリティ

③ ガバナンスの強化・社会の公正・公平実現への貢献



課題

コーポレートガバナンス

KPI

- 多様性の向上

重点取組み

- 取締役会・監査役会の構成（スキルマトリックスに沿った知識・経験・能力の適切性・充分性）
- 役員多様性（ジェンダー・国籍等）の確保
- 役員報酬の企業価値・ESGへの連動

④ 地球環境保全



気候変動対策
(CO₂排出量削減)

- Scope1・2:
2025年度: 25%削減、
2030年度: 50%削減*¹
- Scope3 Category1 (単体):
2025年度: 8%
2030年度: 15%削減*¹

- 生産設備・研究所における使用電力の再生可能エネルギー化の取り組み
- 主要サプライヤーとのエンゲージメント推進
- TCFDは2022年6月開示を計画
- 社有車の100%を電気自動車へ切り替え
- 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

環境負荷低減

- 点眼容器: 2030年度バイオマスプラスチック60%利用
- 包装材・梱包材: プラスチックを2025年度10%/2030年度15%削減*¹
- 取水量生産原単位12.4m³/万本以下、リサイクル率98%
- 点眼容器のバイオマスプラスチック化
- 包装材・梱包材等のプラスチック製から紙製素材への転換
- 継続的な水資源の再利用等による有効活用、分別の徹底による有価物化とリサイクル促進

*1 2019年度対比



Imagine Your Happiness

あなたのあしたを想う