



参天製薬株式会社

2011-2013年度 中期経営計画

2011年5月11日

代表取締役社長兼CEO

黒川 明

天機に参与する*

- ・ 肝心な事は何かを深く考え、どうするか明確に決め、迅速に実行する。
- ・ 「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。

*中国の古典、四書五経の1つである「中庸」の一節「天地の化育を賛く可ければ、則ち以って天地と参となる可し」を参天が独自に解釈したもので、社名「参天」の由来でもあります。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。



目次

1. 2006-2010年度中期経営計画のまとめ
2. 2020年度までの長期的な経営ビジョン
3. 2011-2013年度 中期経営計画
4. 資本政策・株主還元策



1. 2006-2010年度 中期経営計画のまとめ

2006-2010年度中期経営計画：基本方針

世界の参天に向けた新薬候補の準備と、 強みが発揮できる地域での成長

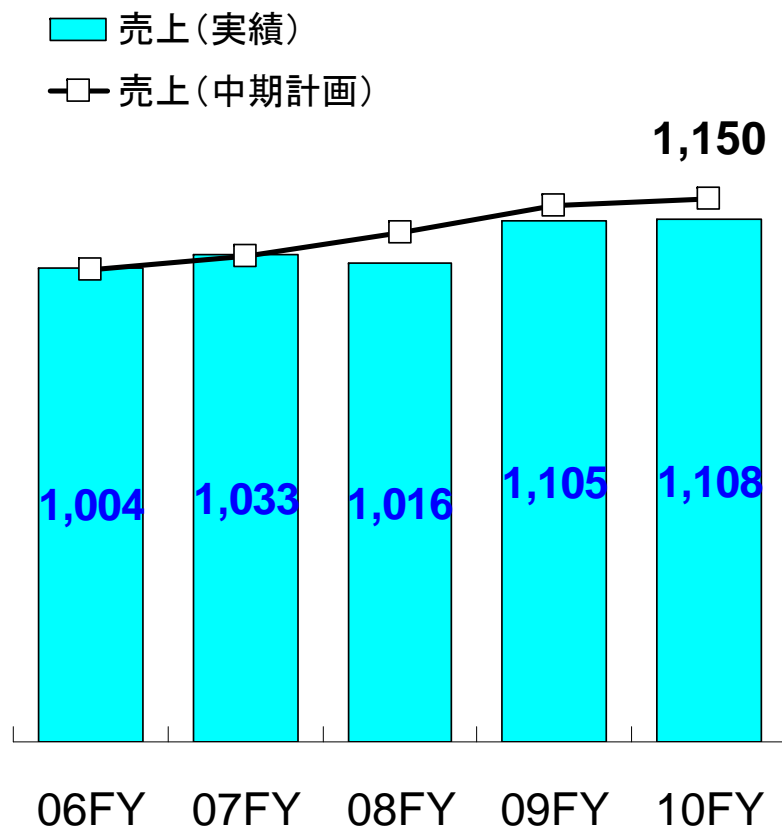
1. グローバル戦略新薬候補を充実させる
2. 日本をはじめ、北欧・東欧・ロシア、中国での成長、
米国は臨床開発と事業開発に注力する
3. 生産基盤を強化させる
4. グローバルレベルでの人材・組織を強化する

S 売上・営業利益の推移

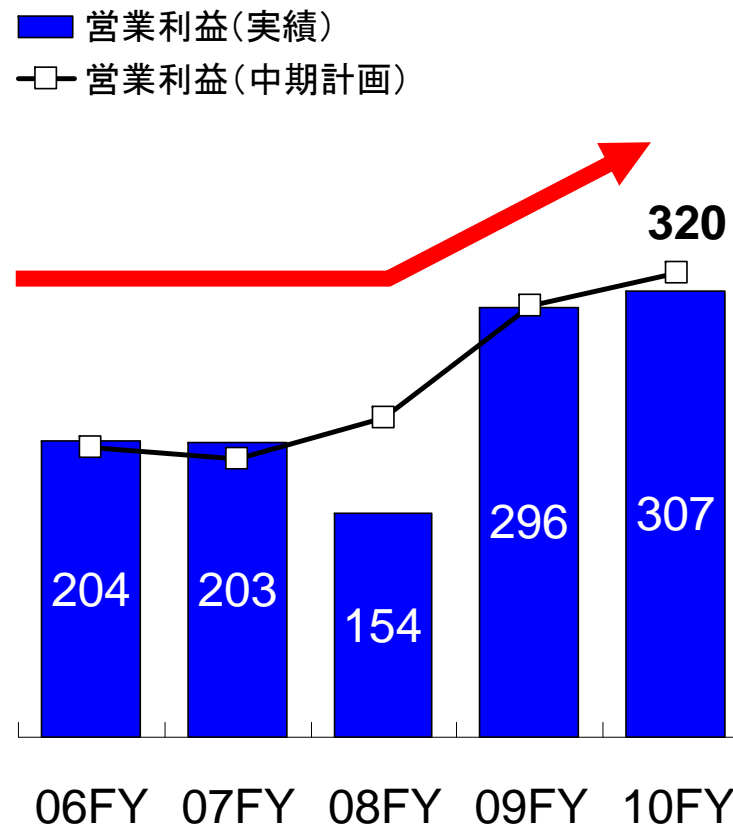
■ 10年度売上： 目標1,150億円 → 実績1,108億円（達成率96%）

■ 10年度営業利益： 目標 320億円 → 実績 307億円（達成率96%）

連結売上高(億円)



連結営業利益(億円)



S 新製品開発の状況

- 上市予定だった開発品3品目は全て上市、導入品1品目上市

グローバル品

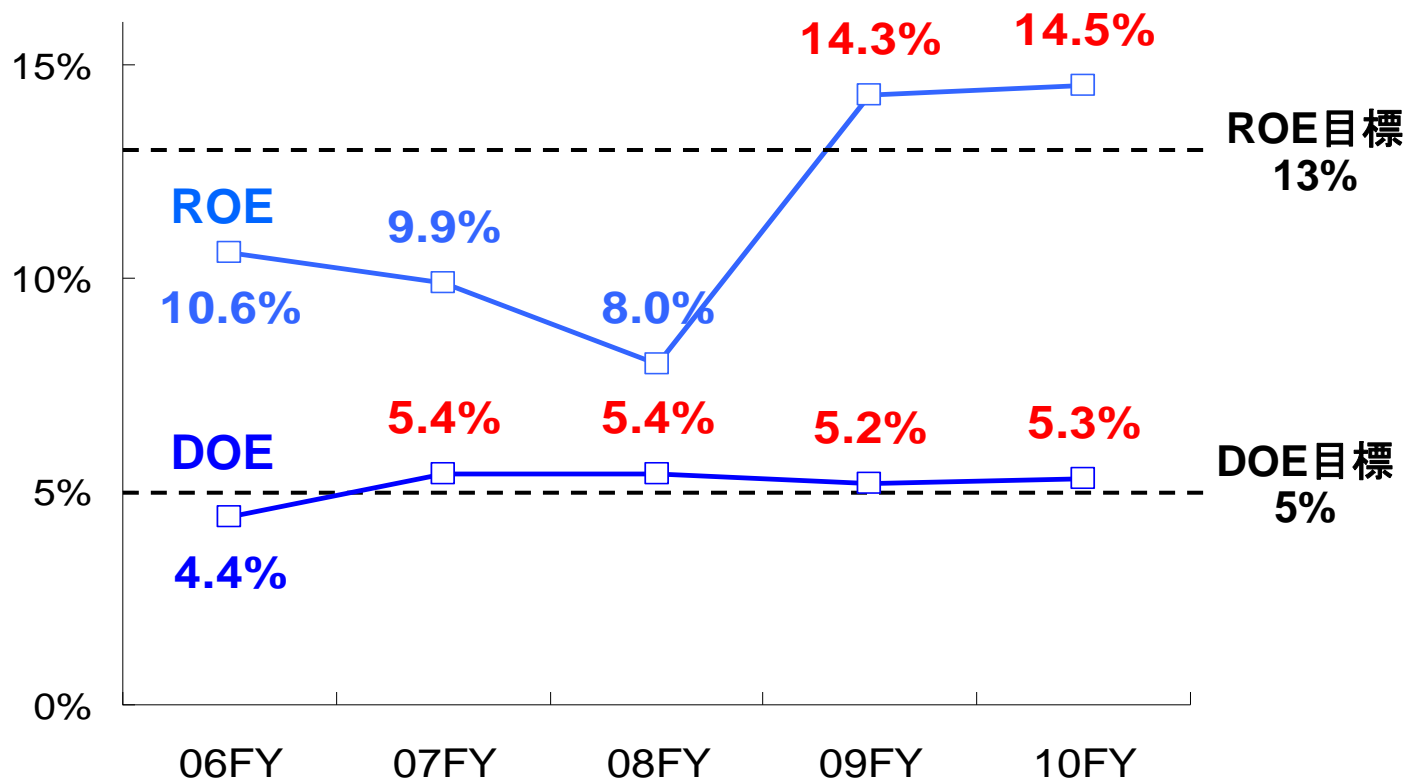
日本(アジア)品

開発領域	2006-10年度上市	主な開発中化合物	開発状況
緑内障	タプロス	DE-112 アデノシンA _{2A}	フェーズ1/2
	コソプト(導入)	DE-111 タフルプロスト/チモロール配合剤	フェーズ3
		DE-090 ロメリジン塩酸塩	フェーズ2
角膜	ジクアス	DE-101 リボグリタゾン	フェーズ1/2~2
		DE-105 ペプチド組み合せ剤	フェーズ2
		DE-110 SEGRA	フェーズ2
網膜		DE-109 シロリムス	フェーズ3
		DE-102 ステロイドDDS	フェーズ1/2
感染症 アレルギー リウマチ		DE-108 高濃度レボフロキサシン	承認済
		DE-114 エピナスチン塩酸塩	フェーズ3
		DE-098 抗APO-1抗体	フェーズ2
眼内レンズ	エタニティー		

S ROEとDOEの推移

- ROE目標13% → 2010年度14.5%達成
- DOE目標 5% → 2010年度 5.3%達成

ROE(自己資本当期純利益率)・DOE(株主資本配当率)の推移



※2010年度年間配当は90円を想定

2006-2010年度中期経営計画 まとめ

グローバル新薬の上市を達成し、収益基盤を強化

1. 10年度売上：目標1,150億円 → 実績 1,108億円（達成率96%）
営業利益： 目標 320億円 → 実績 307億円（達成率96%）
2. 10年度までに上市を計画していた3製品は全て上市済み
3. 欧州・中国などの海外事業が収益を生む事業に成長
4. メルク・ボシュロム社などへの技術導出により、収益基盤強化
5. 中国・蘇州工場の新規稼働などにより、生産基盤強化
6. 10年度 ROE : 14.5%, DOE : 5.3%

参天製薬の強み

- 日本を中心に東アジア・欧州に広がる収益基盤
- 未充足の医療ニーズに対応できる開発力

1. スペシャリティファーマならではの高い専門性と生産性
2. 日本・中国の医療用眼科薬市場でのリーディングポジション
 - 国内市場における圧倒的営業基盤と競争力
 - 成長著しい中国市場における高いプレゼンス
3. 中国・欧州においても収益基盤確立
4. グローバルな成長領域である角膜・緑内障・網膜領域における開発パイプライン群



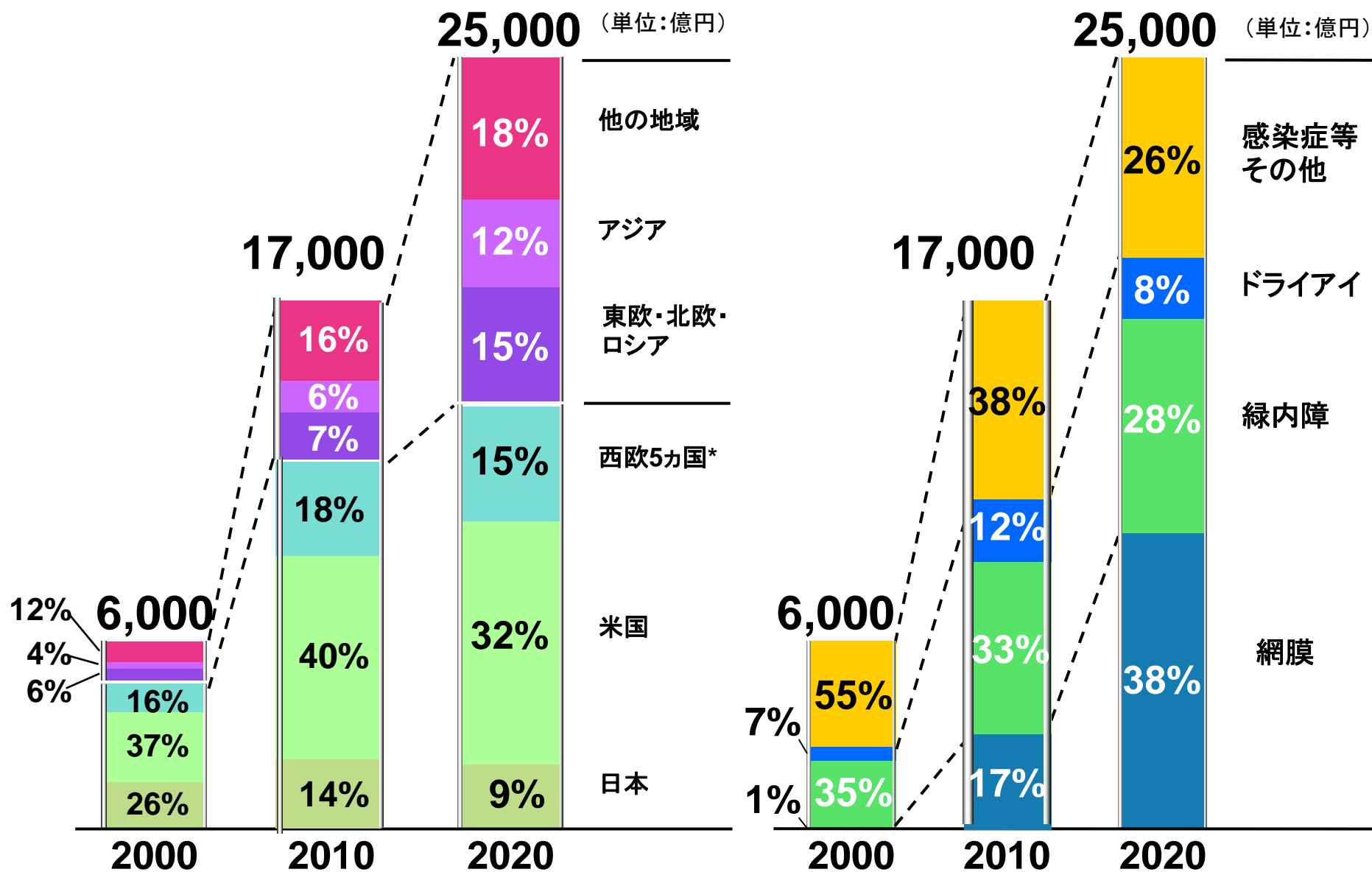
2. 2020年度までの長期的な経営ビジョン

世界で存在感のある スペシャリティ・カンパニーの実現

- 目を中心として、強みを発揮できる領域に集中
- 真の顧客ニーズ*に基づく研究開発に注力し、医療の発展に貢献
- グローバルな競争力・存在感を確立

*真の顧客ニーズ： 患者さん・生活者・医師・
医療従事者のアンメットニーズ

S 世界の眼科薬市場予測 (地域別・領域別)



*イギリス・フランス・ドイツ・スペイン・イタリア

S 長期的成長のイメージ

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%



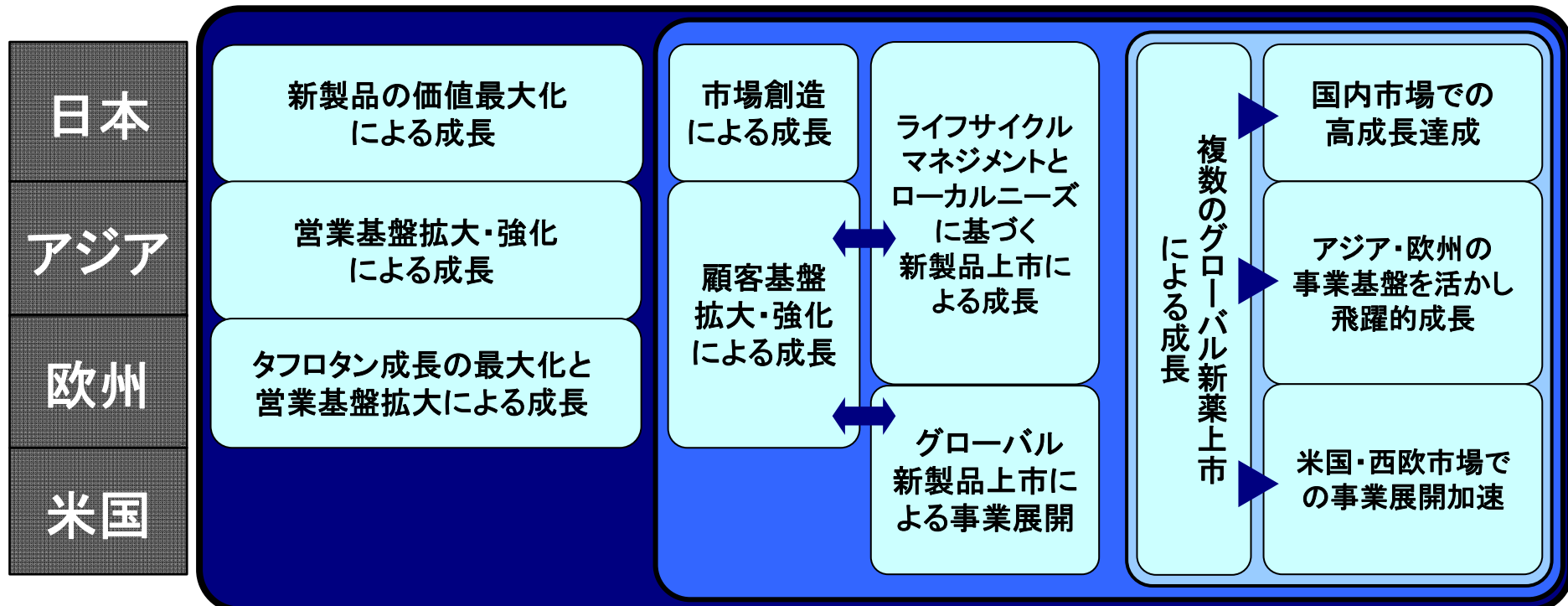
S 長期成長シナリオ

- スペシャリティ・カンパニーとして、グローバル眼科薬市場におけるプレゼンスを高める
- 長期成長を実現する製品基盤と顧客基盤を強化

2011-13年中期期間
成長戦略

次期中計期間
成長戦略

長期
成長戦略





3. 2011-2013年度 中期経営計画

2011-2013年度中期経営計画：基本方針

世界で存在感のある スペシャリティ・カンパニーの実現に向けて

1. グローバル視点での研究・開発へ転換
2. 新製品と営業戦略による国内でのシェア獲得と事業成長
3. 積極的な営業体制強化によるアジア事業、欧州事業の高成長
4. 世界4工場*体制への円滑な移行と、新興市場に対応した体制の構築
5. グローバルに創造と革新を担う組織強化・人材開発

*能登・滋賀・蘇州(中国)・タンペレ(フィンランド)の4工場

2011-2013年度中期経営計画のポイント

中長期での高成長のドライバーとなる
新製品パイプラインを充実

日本、アジア、欧州事業における収益拡大

持続的成長を可能とする投資の強化

2013年度 数值目標

- 連結売上高 1,210億円以上
- 営業利益 310億円以上
- 当期純利益 200億円以上
- 研究開発費 155億円程度
- DOE (株主資本配当率) 5%を目処

持続的成長を可能とする投資の強化

1. 臨床後期パイプラインへの開発投資拡大

- 複数の新規化合物におけるフェーズ3臨床試験の遂行
- 米国からのグローバル臨床開発を可能にする臨床開発体制の構築
- 地域ごとの個別ニーズに対応する製品ラインナップの拡充

2. 成長地域での営業基盤拡大

- アジア：中国、韓国を中心とした営業体制の拡充
- 欧州：ドイツ、東欧、ロシアを中心とした営業体制の拡充

3. 積極的な事業開発投資

- ライセンシング・M&A活動の強化

グローバル視点での研究・開発へ転換

1. 臨床開発関連

- POC*の成功確率向上と臨床開発スピードの迅速化
 - POC確立までのプロセスを米国中心で行う体制に
→ 欧州・日本などでの後期臨床試験の早期展開へ
 - 臨床現場の評価を反映した開発体制の強化
- 臨床開発投資の積極化
 - 後期臨床開発品の増加に対応し、140～160億円に増加

2. 製剤化／創薬関連

- 製剤化技術等を駆使したライフサイクルマネジメント
- 創薬機能の更なる強化
 - 事業開発機能・化合物探索機能の強化

*POC(Proof of Concept): 新薬候補物質の製品コンセプトの妥当性を、臨床試験において有効性や安全性の面から実際に確認すること

S 開発品の上市イメージ

*赤字下線：2011-2013年度内にフェーズ3試験開始予定

グローバル品

日本(アジア)品

開発領域	2006-10年度上市	2011-13年度上市予定	2014年度以降上市予定*
緑内障	タプロス	DE-085 タフルプロスト(中国)	<u>DE-112 アデノシンA_{2A}</u>
	コソプト(導入)		<u>DE-111 タフルプロスト/チモロール配合剤</u>
			DE-090 ロメリジン塩酸塩
角膜	ジクアス	DE-089 ジクアホルナトリウム(中・韓)	<u>DE-101 リボグリタゾン</u>
			<u>DE-105 ペプチド組み合せ剤</u>
			<u>DE-110 SEGRA</u>
網膜			<u>DE-109 シロリムス</u>
			DE-102 ステロイドDDS
感染症 アレルギー リウマチ		DE-108 高濃度レボフロキサシン	<u>DE-114 エピナスチン塩酸塩</u>
			<u>DE-098 抗APO-1抗体</u>
眼内レンズ	エタニティー	エタニティー シングルピース/プリロード	



国内事業戦略：医療用眼科薬事業

新製品による持続的成長

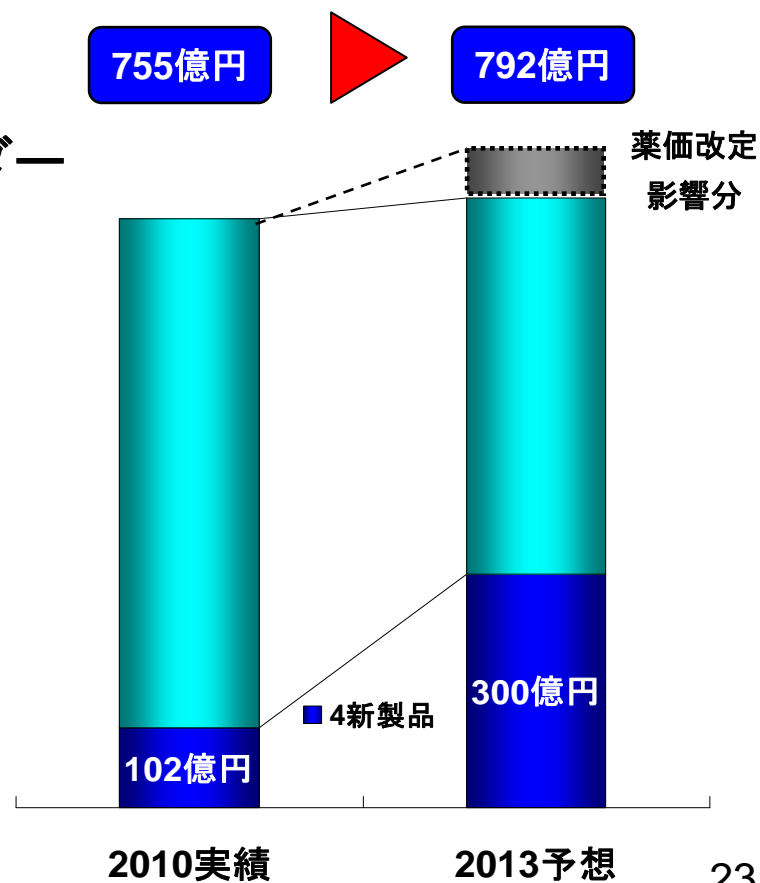
- 緑内障：新製品による市場価値最大化
 - タプロス：NTG*のスタンダード薬
 - コソプト：PG製剤**にとって最強の併用薬
- ドライアイ：豊富な治療提案で領域内のリーダー
 - ヒアレイン：ドライアイのスタンダード薬
 - ジクアス：涙液安定化効果



*NTG: 正常眼圧緑内障

**PG製剤: プロスタグランジン関連薬(タプロス含む緑内障治療剤の一種)

国内医療用眼科薬：売上目標

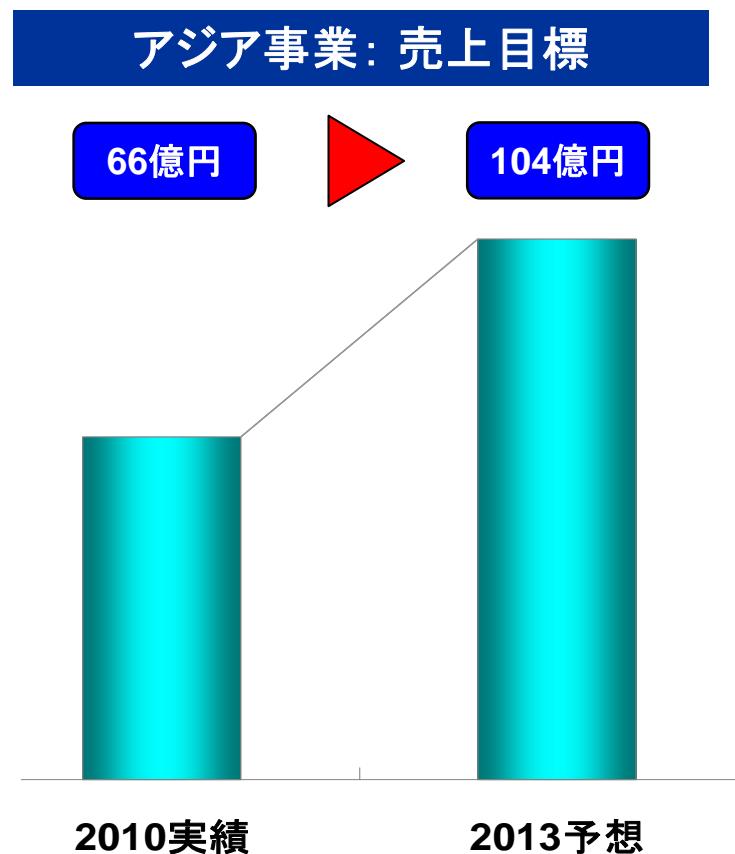




海外事業戦略：アジア事業

成長市場での事業拡大

- **アジア事業の年率成長率は15%**
(11-13年度、現地通貨ベース)
- **中国事業**
 - 営業基盤の拡充
 - タフルプロスト等の新製品により、市場の成長機会を自社に取り込む
 - 蘇州工場の一貫生産による売上原価低減
- **韓国事業**
 - タフロタン、クラビット、ヒアレインを中心とした成長
 - 自販体制への完全移行と営業基盤増強による売上・収益性向上
- **新しい事業拠点の検討**

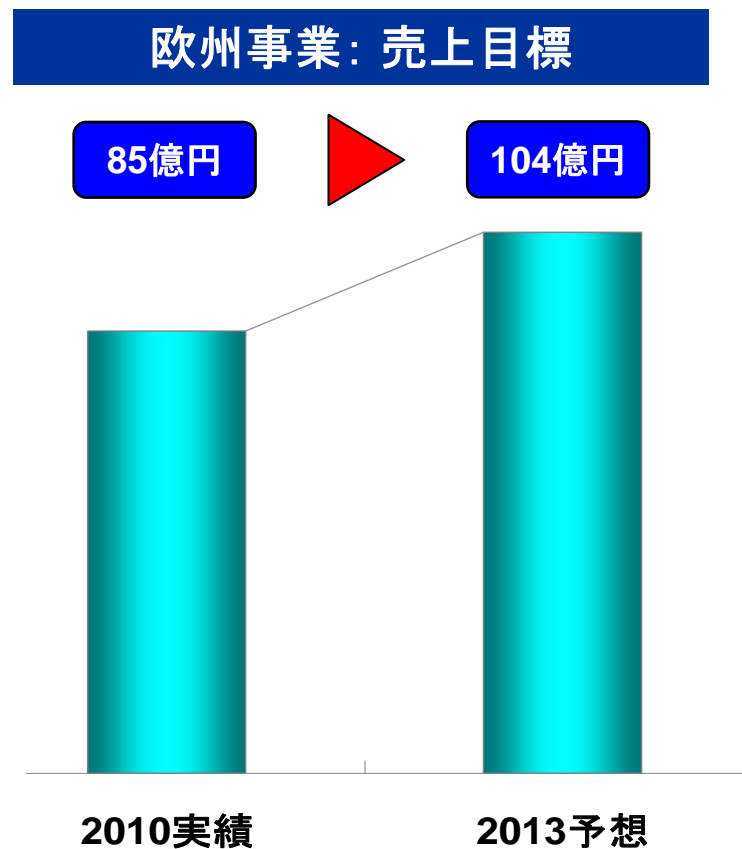




海外事業戦略：欧州事業

タフルプロストを軸とした持続的成長

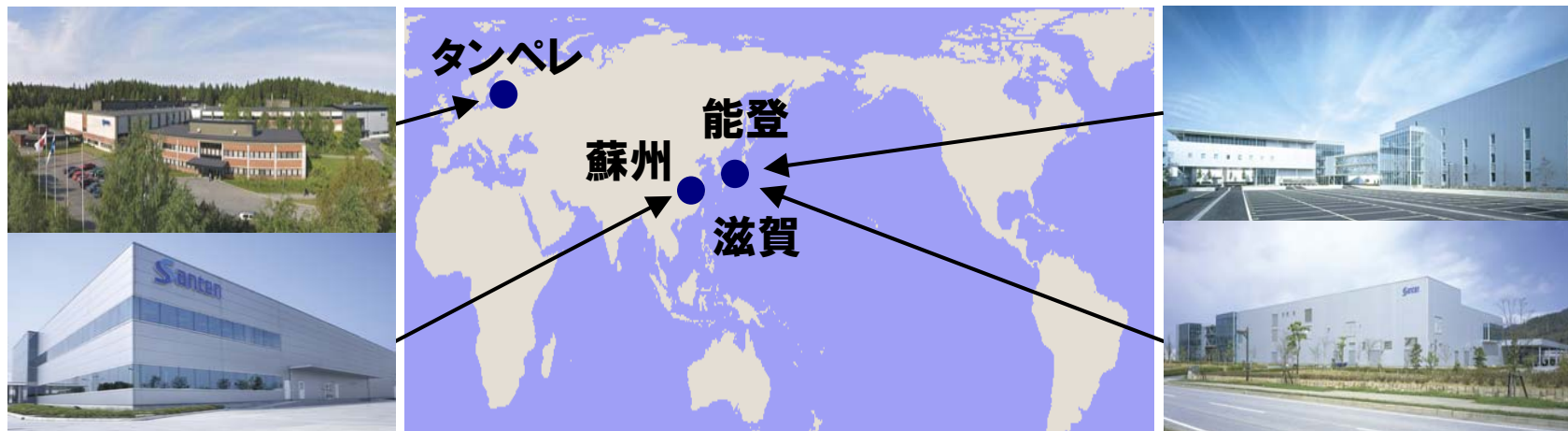
- 欧州眼科薬事業は年率10%成長
(11-13年度、現地通貨ベース)
- ドイツ・北欧・東欧・ロシア
 - タフルプロストを基軸にした成長
 - 配合剤など新製品の開発投入
 - 欧州の開発、事業開発体制の強化
 - 製造・販売一体となった収益性向上



S 製品供給戦略

世界4工場を軸としたグローバル化と原価低減

- グローバル・サイトプランによる生産機能強化
 - 滋賀：グローバル化の中核拠点として技術革新・プロセス改革を強化
 - 能登：マザー工場として更なる効率化を追求
 - 蘇州：調剤・充填・包装の一貫生産開始
 - タンペレ：欧州を中心とした市場への供給拠点としての機能強化
- グローバル・サプライチェーンの最適化
 - 市場ニーズ、新製品対応や新興国でのコスト競争力強化
 - 新拠点の探索、既存工場の役割の見直しを含め検討





4. 資本政策・株主還元策

資本政策・株主還元策

- 安定的な株主還元策を実施
- 研究開発・アライアンス等、成長のための資金を確保

- 安定配当を継続

- 利益成長に応じた配当実施、DOE5%を目処

- 自己株式の取得を機動的に実施



将来見通しに関する注意事項

- 本資料中の中期経営計画の目標数値はあくまで目指す方向性等を示すものであり、正式な業績予想ではありません。正式な業績予想は東京証券取引所規則に基づく年次決算短信での開示をご参照ください。
- 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。

Santen