

参天製薬株式会社
2006年度 決算説明会

2007年度主要施策に関する説明

2007年5月9日

代表取締役社長兼COO

黒川 明

ドライアイ領域における患者啓発の促進

患者啓発による市場拡大、DE-089投入による治療提案力向上

- 狙い:
 - 疾病に対する認知の向上
 - 患者顕在化によるドライアイ市場の拡大
 - 領域でのプレゼンス強化
- 実施予定:
 - 07FY上期: パイロット実施
 - 07FY下期: 本格展開 プレゼンス強化への寄与
 - 08-09FY : ヒアレイン売上伸張継続
 - 10FY : DE-089上市、
更なる高マーケットシェアの実現

DE-085上市準備の実施

上市(2008FY)後の製品価値早期最大化を実現するための取組みを実施

- 施策:
 - 緑内障領域既存薬を軸とした活動の継続
 - レスキュラ/デタントール/チモプトール
 - 製品価値を最大化させる環境の整備/構築
 - 強固な営業力に基づくアクセプタンスの獲得
 - 病態別治療提案力の向上
- 実施予定:
 - 07FY : 上記準備施策の実施
 - 08FY : 上市

中国事業の拡大

生産拠点の設立・販売網の構築共に、順調に進捗中

- 蘇州工場：
 - 05年9月設立、06年着工、07年竣工、09年操業予定
 - 生産能力2,000万本/年

- 大都市大病院市場(06FY約120億円)でトップシェア、約25%
 - 市場は高齢人口増加に伴い年15%増で推移見込み

- 2010FY 売上45億円、2015FY100億円を目指す
 - 既存薬(クラビット、ヒアレイン、フルメトロン、カリーユニ)に加えて、中期的にはDE-085、DE-089の投入準備
 - MR : 現在60人強 自販開始時100人体制
 - 都市部を中心とした自社販売拠点の拡充
:北京、上海、広州、瀋陽(07年5月現在)