

第二次中期経営計画

(2005年度～2009年度)

2005年4月27日
代表取締役社長 塩野 元三

 塩野義製薬株式会社

シオノギの行動方針と第二次中期経営計画の位置付け	1
第二次中期経営計画策定の意義	2
第二次中期経営計画の骨子	3
基盤整備から“飛躍への胎動”へ	4
シオノギのめざす世界（医療への貢献）	5
重点領域の創薬コンセプト	6
パイプラインの状況（2009年までに5品目以上をPh 以降に）	7
上市計画	8
主要な国内開発品目	9
主要なグローバル開発品目	10
海外計画	11
営業戦略（存在感のある強い営業の確立）	12
売上高・研究開発費・利益・ROEの推移	13

シオノギの行動方針と第二次中期経営計画の位置付け

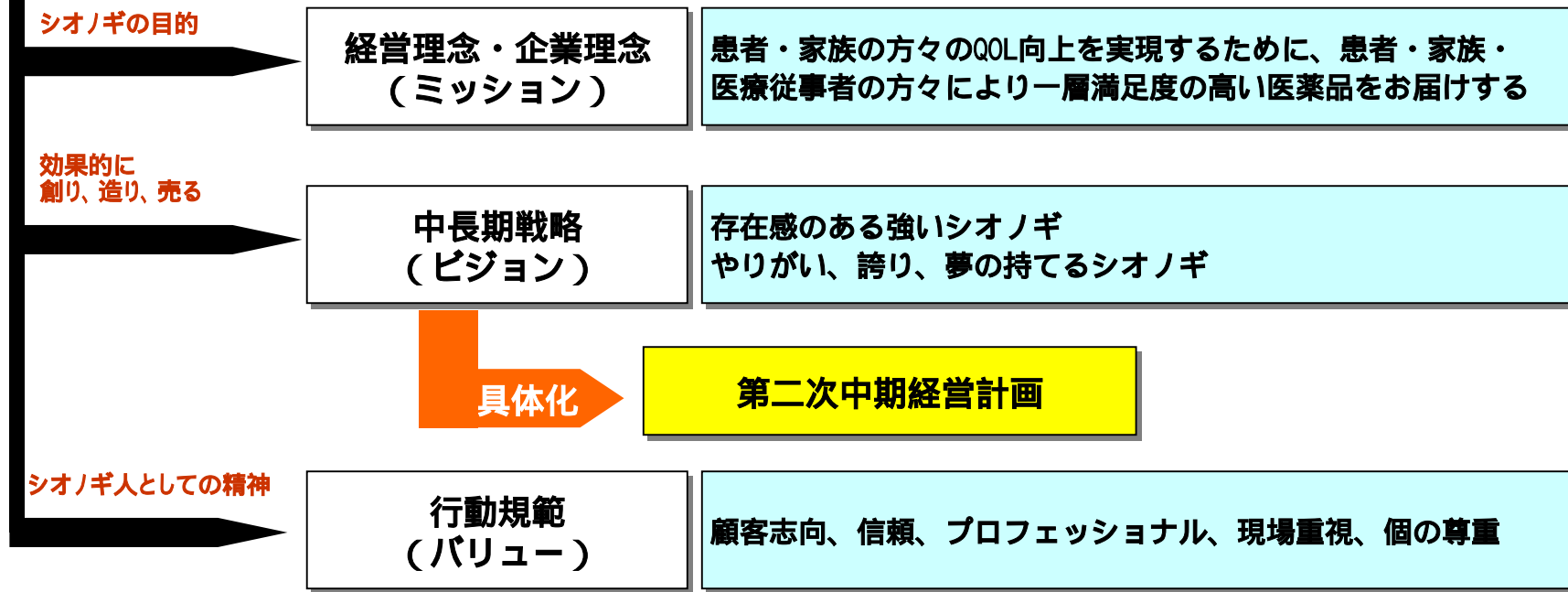
シオノギの基本方針

「常に人々の健康を守るために必要な最もよい薬を提供する」

基本方針の具現化

シオノギの行動方針

シオノギの基本方針(シオノギの心)を、具現化するためのものである



第二次中期経営計画策定の意義

1. 第一次中期経営計画では、基盤整備の時期と位置付け、医療用医薬品事業への集約化を図ってきた。2005年度より開始した第二次中期経営計画は、これまでの成果を基盤として、10年後、15年後にシオノギが益々発展し、社会に貢献できる企業として存続していくために、必ずやり遂げなければならない“コミットメント”として掲げるものである。
2. したがって、この5年間は、環境変化の大変厳しい医薬品業界にあって、常に変化に対応し、さまざまな機会を貪欲に利用し、重点領域に資源投下を集約し、感染症領域に加え、第二、第三の重点領域を確立していく“集中期間”と位置付ける。



基盤整備から“飛躍への胎動”へ

第二次中期経営計画の骨子

基盤整備から“飛躍への胎動”へ

1. 研究開発における重点領域の明確化
2. 存在感のある強い営業の確立
3. 感染症領域からの着実な海外展開

2009年度 数値目標(連結)

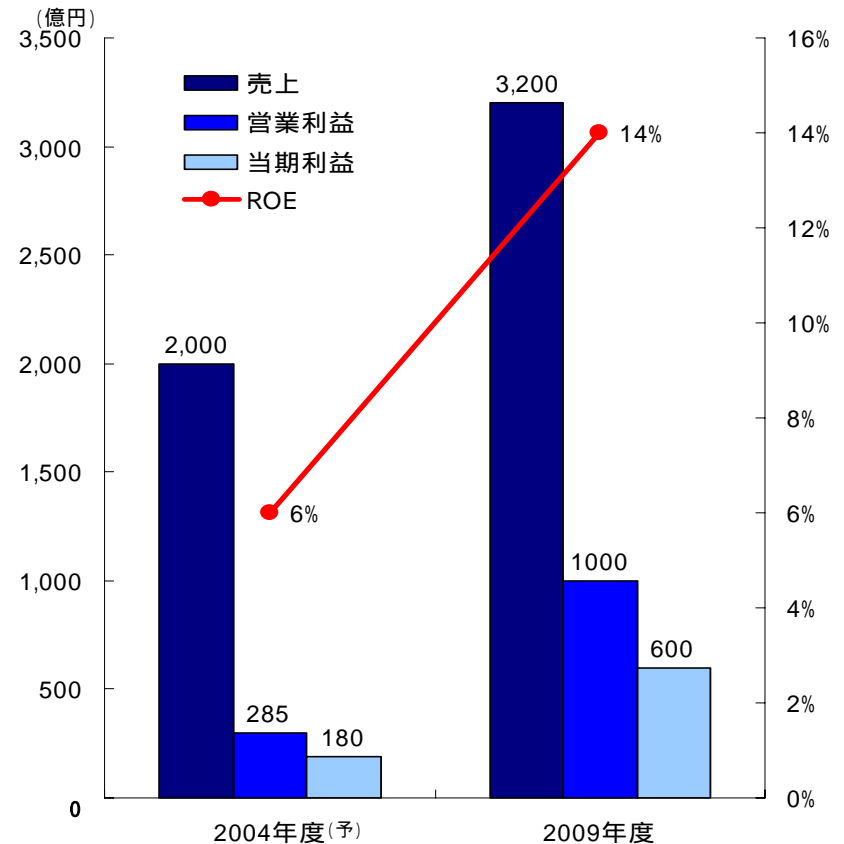
売上 3,200億円 (1.6倍)

営業利益 1,000億円 (3.5倍)

当期利益 600億円 (3.3倍)

ROE 14% (+8%)

()は対2004年度(予)比



基盤整備から“飛躍への胎動”へ

1. 研究開発における重点領域の明確化

感染症治療薬の充実、そして疼痛、メタボリックシンドローム等を新たな重点領域に
2009年までに新たにPh 以降に最低5品目を創出し、第二、第三の Crestol 規模の新薬創製
導入・導出戦略の積極的展開による切れ目のないパイプラインの充足
外部リソースの積極的活用による研究・開発の効率化・成功確率の向上
早期からのライフサイクルマネジメントによる製品ポテンシャルの最大化

2. 存在感のある強い営業の確立

ドリペナム、モキシフロキサシンの投入による急性期医療におけるDetailの拡充、そしてNO.1シェアの抗菌薬の
更なるプレゼンス拡大

がん疼痛からの解放・QOLの更なる改善 完全除痛に徹底的にこだわるDetailの実践
Crestolの市販後調査の徹底とエビデンス・信頼の確立、そして製品価値の最大化へ
領域疾患別・診療科別のDetail効率の向上と販売シナジーの拡大
組織横断的なサポート体制の構築による営業支援の強化
“医療ニーズを常に考えるMR”の育成強化

3. 感染症領域からの着実な海外展開

シオノギUSAの機能強化と感染症領域でのプレゼンス拡大、および中国市場への展開
グローバル競争力のある人材育成・調達

シオノギのめざす世界 (医療への貢献)

重点育成3領域

感染症

疼痛

メタボリックシンドローム

感染症フリー

欧米において抗感染症薬マーケットは拡大傾向にあり、感染症領域には unmet needs が存在する
また、アジアなどにおけるneeds は更に増加していく

シオノギの感染症領域でのコンピタンスを活かしつつ、さらに発展させて、これらの unmet needs を充足し、**感染症フリー**を実現させたい

シオノギは今後も感染症にコミットし、感染症領域のオールラウンドプレイヤーをめざす

ペインフリー

医療現場における疼痛治療のunmet needsは依然として多い

シオノギは従来からオピオイド鎮痛薬を提供してきたが、非オピオイド鎮痛薬についても取り組み、疼痛治療のスペシャリストになる

シオノギは**ペインフリー**の世界の実現を目指し、患者のQOLの向上に貢献する

心血管イベントフリー

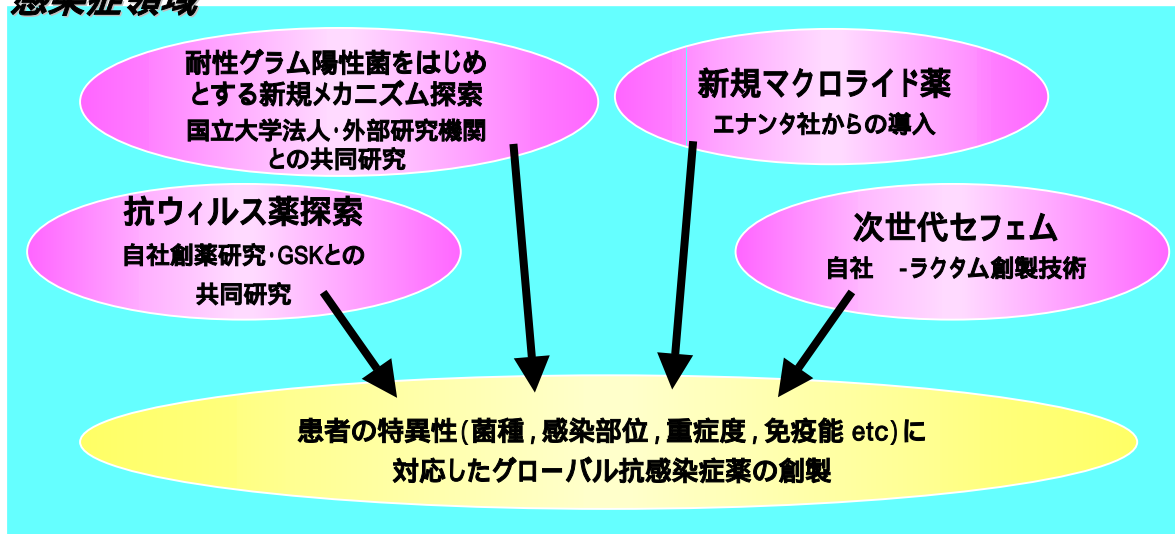
Crestol のミッションは、動脈硬化由来の心血管イベントのリスク低減にある

シオノギで創製した Crestol のミッションに対して、R&Dも全面的にバックアップし、メタボリックシンドローム領域の研究開発を進展させる

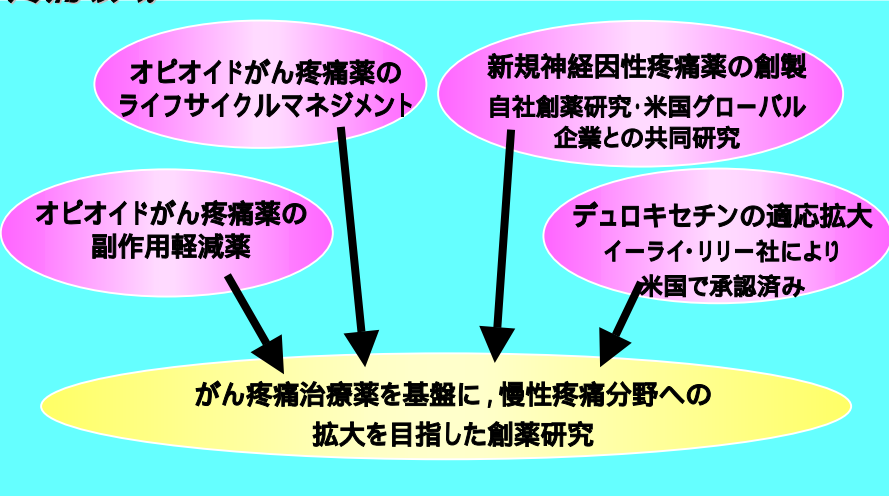
シオノギは、この領域のパイプラインを充実させ、**心血管イベントフリー**を実現し、医療に貢献したい

重点領域の創薬コンセプト

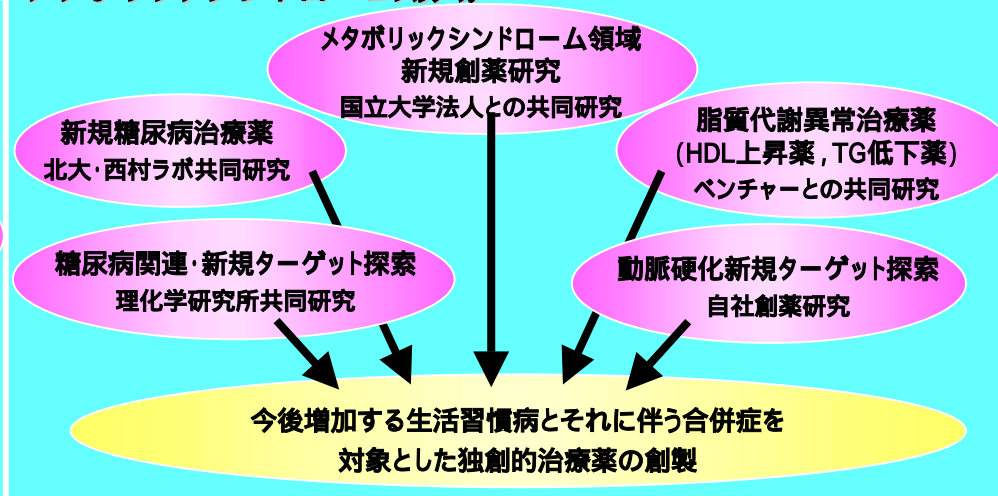
感染症領域



疼痛領域

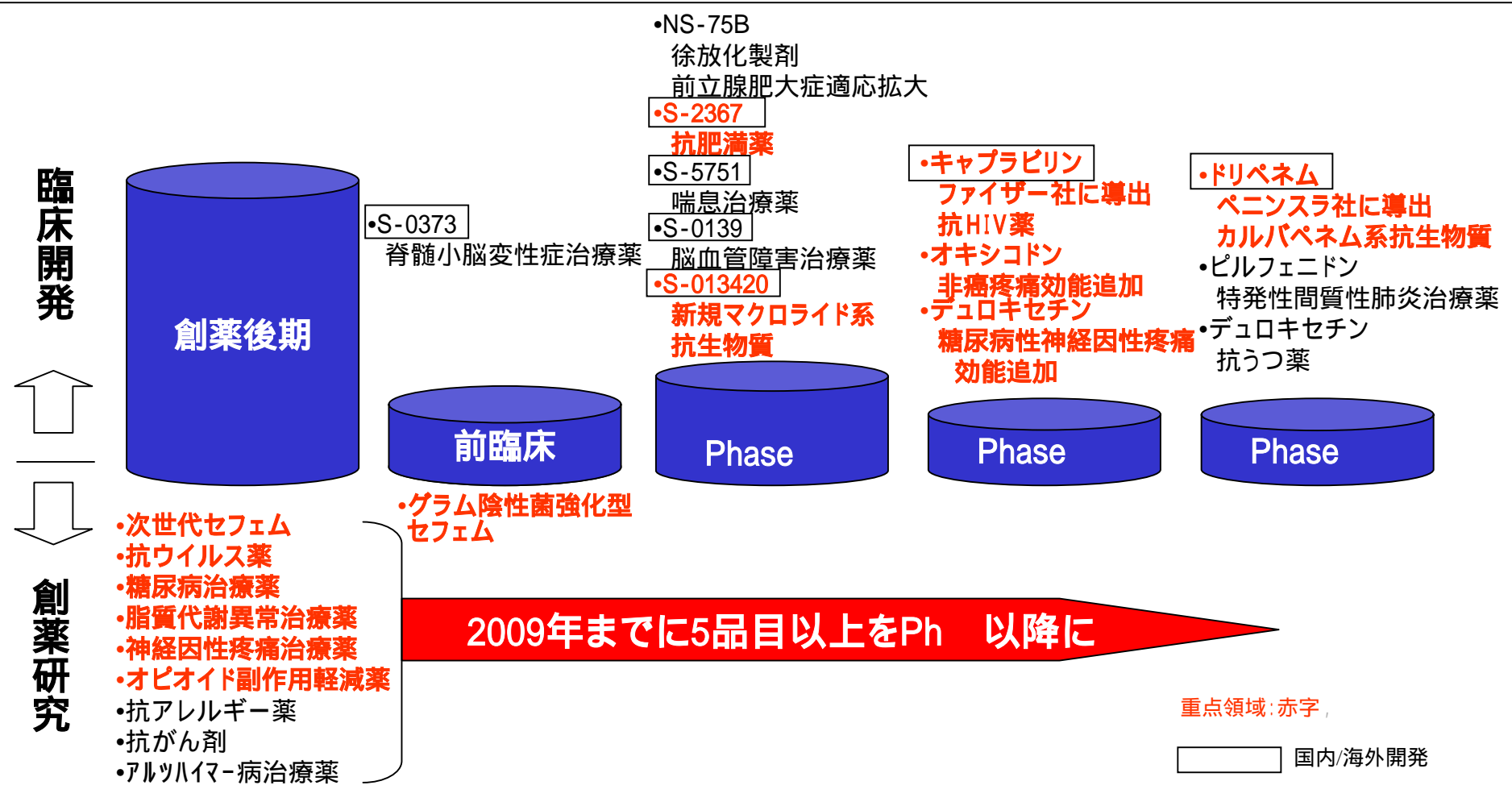


メタボリックシンドローム領域



パイプラインの状況 (2009年までに5品目以上をPh 以降に)

積極的な導入戦略によるパイプラインの充足



上市計画

2004

感染症:バンコマイシン(適応拡大)
クラリチンレディタブ
(口腔内崩壊錠追加)

2005

感染症:ドリペネム
感染症:モキシフロキサシン
MS() : クレストール
疼痛 : オキシコドン(速放製剤)

()メタボリックシンドローム領域

2006 ~ 2009

感染症:キャブラピリン(海外)
感染症:ドリペネム(海外)
MS() : イルベサルタン

ロラタジンドライシロップ(小児用製剤)
ピルフェニドン(特発性間質性肺炎治療薬)
デュロキセチン(抗うつ薬)
NS75A(セトロレリクス)
(体外受精時の早発排卵防止薬)

赤字:重点領域の品目

主要な国内開発品目

デュロキセチン (糖尿病性神経因性疼痛)

Ph 準備

イーライ・リリー社(米国)より導入

- セロトニン・ノルエピネフリン再取り込み 阻害薬、糖尿病性神経因性疼痛治療薬(経口)
- 有効率の高い既承認薬はなく、本疾患の第1選択薬となりうる
- 対象疾患が糖尿病合併症であり、代謝性疾患、疼痛領域の製品・開発パイプラインの拡大・強化に貢献
- うつの承認取得後のライフサイクルマネジメントの強化
- 2009年申請予定
- 導入先のイーライ・リリー社が2004年9月にFDAから本適応症を取得

セトロリクス徐放化製剤 (前立腺肥大症)

Ph .

ゼンタリス社(独)より導入

- LHRH(下垂体性腺刺激ホルモン放出ホルモン)拮抗薬(筋注)
- 前立腺肥大症治療薬、1遮断剤、抗アンドロゲン剤の長所を併せ持つ
- 性機能抑制、前立腺がんマーカー抑制が軽微・一過性であり、手術療法への移行回避が期待される
- 2010年申請予定
- 日本化薬との共同開発

S-013420 (細菌感染症)

Ph

エナンタ社(米国)より導入

- 新規マクロライド系抗生物質(経口)
- 呼吸器感染症の主たる原因菌をカバーする良好な抗菌スペクトル
- 肺炎球菌(ペニシリン及びマクロライド耐性菌を含む)に対して強い抗菌力
- 良好な薬物動態プロファイル
- 2005年1月よりPh 開始

主要なグローバル開発品目

S-2367 (肥満)

後期Ph

自社開発品

- 抗肥満薬(経口)
- 薬効にリバウンドのないことが期待される
- 内臓脂肪の蓄積抑制、血糖値、血清脂質の改善
- 重篤な有害事象無し、良好な薬物動態プロファイル
- 米国でPh I 錠剤単回投与終了(2004年9月) 反復試験実施中(2004年10月~)
- Ph II 準備中

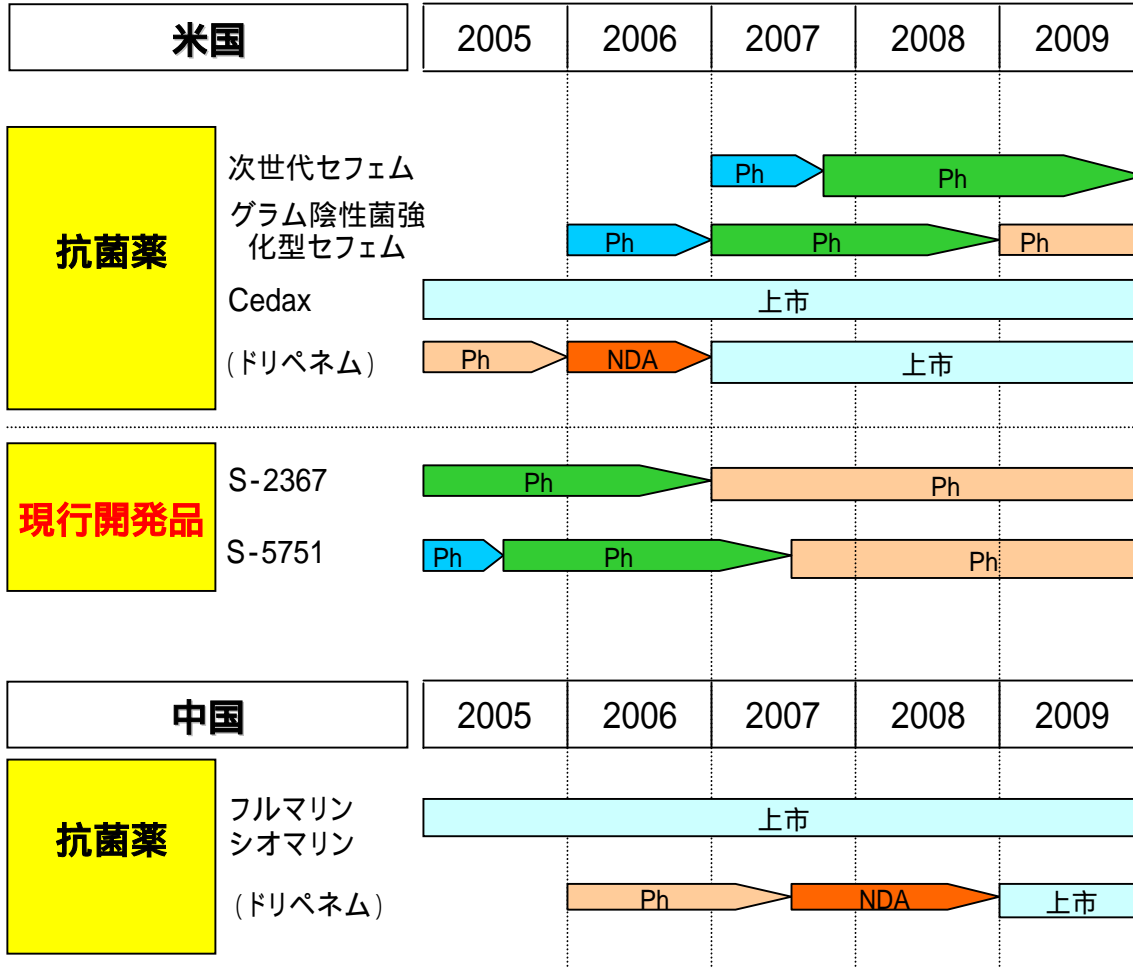
S-5751 (喘息)

後期Ph

自社開発品

- 抗喘息薬、プロスタグランジンD2受容体拮抗薬(経口)
- 大動物(ヒツジ)喘息モデルで高い有効性を確認
- IND申請(2004年12月)
- 喘息患者での安全性を確認する試験を米国で実施(2005年1-2Q)

海外計画



海外戦略方針

抗菌薬

自社による開発・販売を目指す
 その他開発品
 自社開発、導入導出戦略等

活動予定

1. 米国

- ・シオノギUSAの機能強化
- ・GSKとのジョイントベンチャー活動

2. 中国

- ・フルマリン、シオマリンの販売拡大
- ・ドリペネムの開発開始

営業戦略 (存在感のある強い営業の確立)

1. 新薬2品目の投入による急性期医療における更なるDetailの拡充、そしてNO.1シェアの抗菌薬の更なるプレゼンス拡大

シオノギの強みである地域中核病院担当MRを急性期医療機関へ積極投入し、抗菌剤の売上増加をめざす
新薬のドリペネム、モキシフロキサシンの2005年の上市と売上増加

2. がん疼痛からの解放・QOLの更なる改善 完全除痛に徹底的にこだわるDetailの実践

オキシコンチン、MSコンチン等のこれまでのDetail実績・信頼に基づき、患者個々の疼痛程度に応じた適正使用の推奨を継続的に推進
シオノギのミッションとして、早期からの完全除痛をめざしたオキシコンチンのDetail強化

3. クレストールの市販後調査の徹底とエビデンス・信頼の確立、そして製品価値の最大化へ

地域中核病院での市販後調査の徹底と信頼の確立、および病診連携を介した地域医療圏における面的拡大

4. 領域疾患別・診療科別のDetail効率の向上と販売シナジーの拡大

多様な医療ニーズを感受し、豊富なシオノギ製品を含む薬物治療の選択肢の提供により、重点領域を中心とした医療への貢献と売上最大化をめざす

メタボリックシンドロームによる心血管イベント抑制を目的とした、クレストール、ロンゲス、ランデル等のセットDetailの実施
感染症患者さんの特異性(菌種、感染部位、重症度、免疫能等)に応じ、フルマリリン、ドリペネム、プロアクト、バンコマイシン、フロモックス、モキシフロキサシン等の製品群のきめ細かい特性Detailの実施 など

5. 組織横断的なサポート体制の構築による営業支援の強化

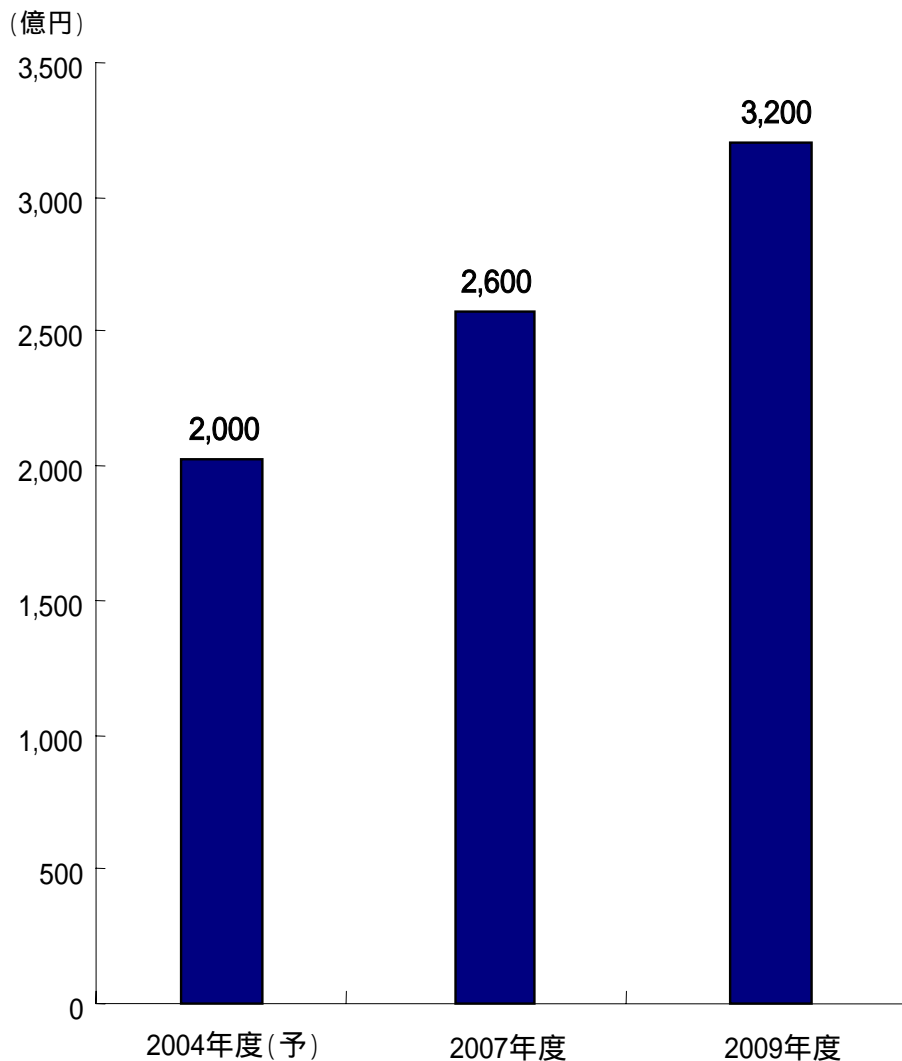
製品施策と卸施策の連携により、効果的なマーケティング戦略の実施
効果的なツールの開発とアウトプットスキルの強化による継続的なDr.認知度の向上
ライフサイクルマネジメントによる差別化戦略(EBM計画、剤形追加等)
ガイドライン、医療環境変化等への迅速な対応

6. “医療ニーズを常に考えるMR”の育成強化

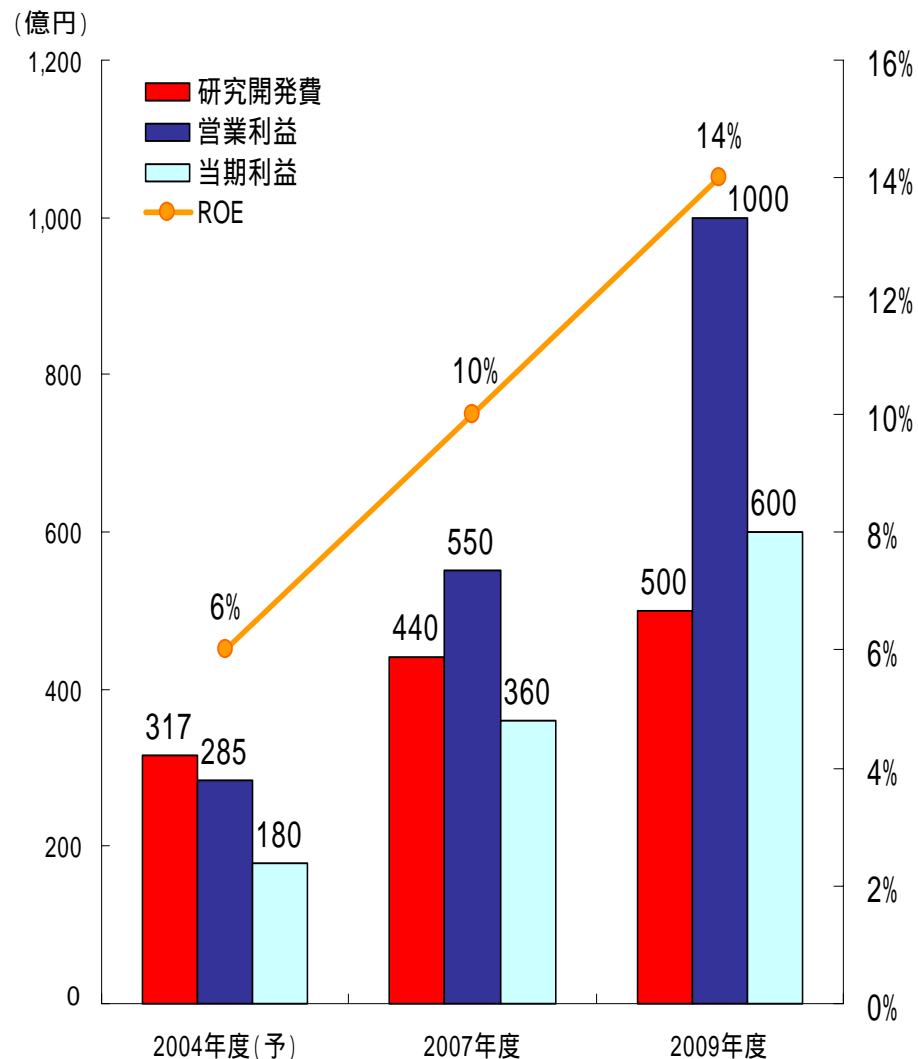
医療現場におけるニーズを的確に感受し、工夫、伝達、選択肢の提供ができるMRの育成

売上高・研究開発費・利益・ROEの推移(連結)

売上高推移



研究開発費・利益推移



本資料に関するお問合せ先

塩野義製薬株式会社 広報室

本社

TEL:06 - 6209 - 7885

FAX:06 - 6229 - 9596

東京

TEL:03 - 3406 - 8164

FAX:03 - 3406 - 8099

本資料の将来の予測等に関する各数値は、発表日現在の将来に関する前提・見通し・計画に基づくものであり、競合状況等にかかわるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測数値と大幅に異なる可能性があります。