

2013年2月21日(木) 17:00~18:20

【出席者】

代表取締役社長 土屋 裕弘

代表取締役専務執行役員 研究本部長 社長補佐 加賀 邦明

取締役専務執行役員 営業本部長 柳澤 憲一

取締役常務執行役員 経営管理担当 小酒井 健吉

取締役常務執行役員 開発本部長 三津家 正之

取締役常務執行役員 事業部門・社長特命事項担当 子林 孝司

常務執行役員 経営戦略担当 村上 誠一

【中期経営計画 11-15 の進捗】

2015 年度数値目標

Q／中期経営計画 11-15 の前半 2 年間でほぼ終了したが、どのように評価しているか？

A／前半 2 年間は、国内では計画通り複数の新製品を上市したほか、重点製品であるレミケードも順調に売上を拡大した。一方、海外では、ノバルティスに導出したジレニアがブロックバスターに成長するなどの成果が上がっている。これからの 3 年間では、重点製品や新製品を育薬し、製品価値の早期最大化に注力していく。

Q／2015 年度数値目標である売上高 5,000 億円、営業利益 1,000 億円の達成について、どのように見通しているか？ 数値目標の見直しは行うのか？

A／現時点で、2015 年度数値目標を修正することはない。後発品の使用促進策の推進などにより、国内医療用医薬品の売上が当初想定より厳しい状況であることや、血漿分画事業の統合やファインケミカル事業譲渡など、中計発表時に織り込んでいなかった要因も発生している。一方、海外からのロイヤリティ収入などが予想を上回って伸長していることや、今後 TA-7284 の国内外での承認・発売なども期待でき、現時点では、2015 年度数値目標を変更することは考えていない。目標数値にこだわりをもって経営をしていきたい。

Q／海外売上高比率 15%以上という目標については、どのような見通しか？

A／海外売上高比率 15%は、海外からのロイヤリティ収入を含んだ目標数値であり、達成可能と考えている。

Q／コスト構造の改革について、どのようなことを考えているのか？

A／間接部門の効率化のほか、研究、生産関係のコスト競争力強化も重要なテーマである。

Q／要員適正化への取り組みについて、2007 年の合併以降の要員数の変化は？また、本中期経営計画の最終年度である 2015 年度の要員数見込みは？

A/2012 年度末の要員数の見込みは、約 9,000 名である。合併時と比較すると、1,000 名強減少しており、主に国内従業員が減少している。2015 年度末は、要員数の増加を効率化などにより抑え、ほぼ現状並みの約 9,000 名と想定している。

営業関連

Q/新製品の売上げが伸び悩んでいる印象があるが、どのように評価しているか？

A/この 2 年間で複数の新製品を計画通り発売できたことは評価を頂けると思う。これら製品群をどう育葉し、売上を拡大していくかが次の重要なテーマである。これら新製品は、アンメット・メディカル・ニーズに応える製品やオンリーワン製品など特徴のある製品群ではあるが、まだ発売後 1 年程度であり、大きく飛躍するには至っていない。しかし、レクサプロ、シンポニーは、順調に市場に浸透し、軌道に乗りつつあるし、テネリアも本年 9 月の長期処方解禁を機に売上拡大を図れるよう共同販売先の第一三共と連携して取り組んでいる。なお、テラビックは、当社の想定と乖離し、厳しい状況にあるという認識である。

Q/マチュアプロダクト(重点製品を除く長期収載品)の販売戦略について、マルチチャネルを活用するとの説明であったが、具体的には何をするのか？

A/マチュアプロダクトは、当社の大きな収益源であり、この利益を維持するため、各種施策を実施していく。そのためには MR 力を使わない施策、具体的には、IT の活用や CSO (Contract Sales Organization: 医薬品販売業務受託機関)等の外部リソースの活用など、情報提供体制の整備や効率的な供給体制を構築していく。

Q/現状の MR2,200 人体制から減らす計画はあるか？

A/本中期経営計画期間中は 現状の MR 数を維持していく。MR の活動環境が大きく変化するなか、MR の質の向上が求められている。当社は、ジェネラル MR とこれを支える領域専門担当者である MSR (メディカル・サイエンス・リエゾン) とを効率的に組み合わせた T-Shaped Marketing 体制により、情報提供を行っていく。現在の当社の規模、製品群では、妥当な MR 数と考えている。

Q/田辺三菱製薬が、レミケードのバイオシミラーを開発・販売する可能性はないのか？

A/今後、バイオシミラーが上市された場合、どのような位置づけの薬剤になるのか現時点では不明である。バイオシミラーは、低分子の後発品とは異なり、医療機関もかなり慎重に扱うことが想定される。レミケードは、発売時に 5,000 例の全例調査を完遂し、有効性、安全性のプロファイルを確立した。発売後 10 年間の豊富なエビデンスを蓄積していることが、最大のアドバンテージであり、差別化のポイントと考える。当社は、バイオ医薬品への取り組みを検討しており、その選択肢の一つとして検討する可能性はあるが、現時点で、バイオシミラーへの具体的な取り組みは行っていない。

Q/テラビックについて、今後の市場規模や売上予想をどのようにみているか？

A/C 型慢性肝炎市場において、当初から新規患者が増加しつづけるという予想はしていない。待機患者がいることから、発売後の早い時期に売上のピークがあり、その後徐々に

売上が減少していくとの想定であった。安全性の問題や投与量の減量により、当初の売上予想とピークがずれているが、全例調査終了後は、安全性のプロファイルを確立し、採用施設を増やすことで、再度売上拡大を図りたい。

Q／テラビックの全例調査解除時期は、いつ頃と見込んでいますか？

A／当局への報告には、各症例での 1 年間の観察データが必要となる。現在、データの収集・解析を行っており、全症例ではないが、まもなく評価に足りうる症例数のデータが集まる見込みである。これを中間報告として当局に提出する予定であり、できるだけ早期の解除に繋げていく。

開発パイプライン

Q／開発パイプラインについて、2016 年度以降に上市できる開発品が不足しているように見えるが、開発後期のパイプラインを導入するなどの施策は考えているか？

A／この 2 年間に上市した新製品が 2016 年以降も収益に貢献すると考えているが、現状のパイプラインで満足しているわけではない。継続的に新薬を上市できるよう、新たな導入品の検討も行っている。また、臨床試験入りをしているものはないが、ワクチンに関する新しい技術や新規ワクチンの導入など、バイオ関連医薬品などの導入を行い、将来のパイプライン拡充に向けた施策は行っている。

Q／MT-3995 について、糖尿病性腎症を適応症として開発を進める理由は何ですか？

A／MT-3995 は、ミネラルコルチコイド受容体拮抗薬である。他社では心不全や高血圧などを適応として開発されているようだが、当社は、アンメット・メディカル・ニーズと本剤の特徴から、糖尿病性腎症を適応に開発することが最適と判断し、フェーズ 2 試験を開始している。

海外事業展開

Q／海外事業について、今後の事業展開方針は？

A／海外に展開可能な開発品・製品を自社の創製だけでなく、あらゆる手段を使って手に入れる必要がある。POC (Proof of Concept: 当該メカニズムのヒトでの有効性と安全性を確認すること) の取得までは自社で行い、その後の開発・販売は、製品価値の早期最大化や自社リソースを考慮し、自社での展開や他社への導出、協業を選択する方針である。例えば、代謝・循環領域など多大なリソースを必要とする領域は、大規模 (MR2,000～3,000 人) な自社販売組織を海外で持つことは考えていない。一方、腎領域・自己免疫疾患領域など小規模 (MR200～300 人) な販売組織で対応できる領域は、自社での展開を図りたい。自社展開にあたり、自走性 (既に販売を行い収益を上げている) があり、かつ有望な開発品を保有している企業を対象とした M&A も選択肢として検討している。

ジェネリック事業

Q／ジェネリック事業について、長生堂製薬と提携を解消するなど、事業拡大に向けての進捗がみられないが、2015 年度売上目標 500 億円に変更はないか？

A／2015 年度売上高目標は、オーガニックグロースのみでは達成できないとの前提であった。ジェネリック事業を取り巻く環境は大きく変化しており、今後再編が起こる可能性もある。このような状況のなか、当社は売上高 500 億円をめざし、他社との協業や M&A など、戦略的な提携を視野に入れ検討を行っている。

一般用医薬品事業(OTC 医薬品事業)

Q／OTC 医薬品事業について、今後の事業展開方針は？

A／OTC 事業は、収益への貢献だけでなく、一般消費者と直接コンタクトを持つことができることや企業認知度を向上させるといった観点からも事業を継続する意義がある。今後も継続して OTC 事業に取り組んでいく。

風土改革

Q／新社発足後、コンプライアンス上の問題が連続して起こっているが、風土改革への取り組みはどのような状況か？

A／合併後 5 年半が経過した。その間に発生した様々な問題に全社を挙げて取り組みながら風土改革を進めており、会社としての一体感も出てきていると感じている。

以上