

IR meeting

「味の素(株)の医薬事業」

2003年7月24日(木)

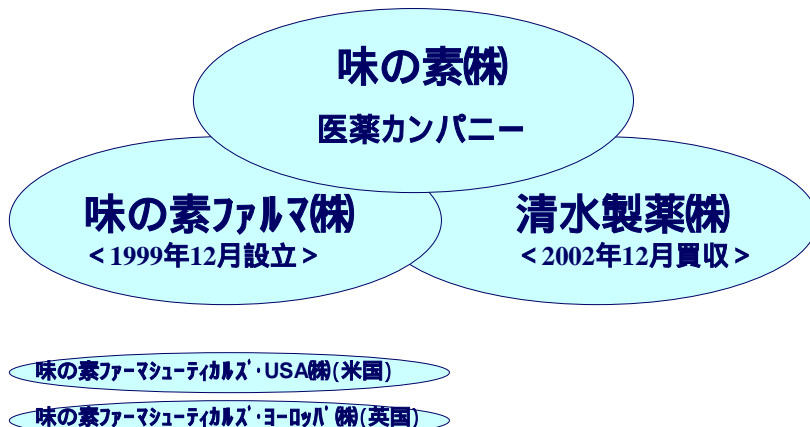
代表取締役 専務執行役員 医薬カンパニープレジデント
相原桂一郎

目次

1. 医薬カンパニーの概要
2. 医薬カンパニーのビジョン
3. 医薬カンパニーの売上/営業利益目標<連結>
4. 医薬カンパニーの事業戦略
5. 医薬カンパニーの研究開発
6. トピックス;「医」から出発した「食」
7. まとめ

1. 医薬カンパニーの概要

1-1. 構成会社



1-2. 各社概要

	味の素㈱ < 医薬カパニー > (AJI)	味の素ファルマ㈱ (AJP)	清水製薬㈱ (SSK)
設立	-	1999年12月1日	1941年5月14日 (2002年12月2日買収)
代表者名	相原桂一郎 < カパニープレジデント >	中村昌旦	湯川利秀
株主構成	-	味の素㈱100%	味の素㈱100%
従業員数 合計; 約1,860名	約470名	約990名	約400名
資本金	-	45億6千万円	8千万円

(2003年4月1日現在)

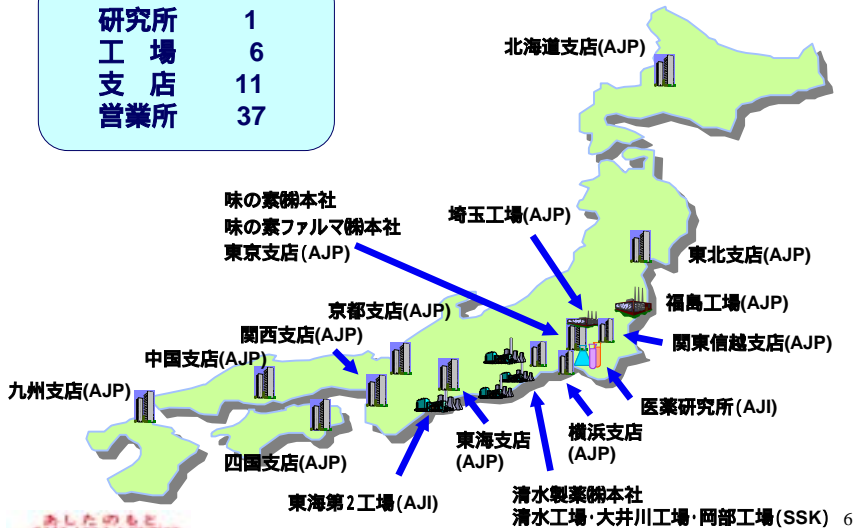
あしたのもと
AJINOMOTO

5

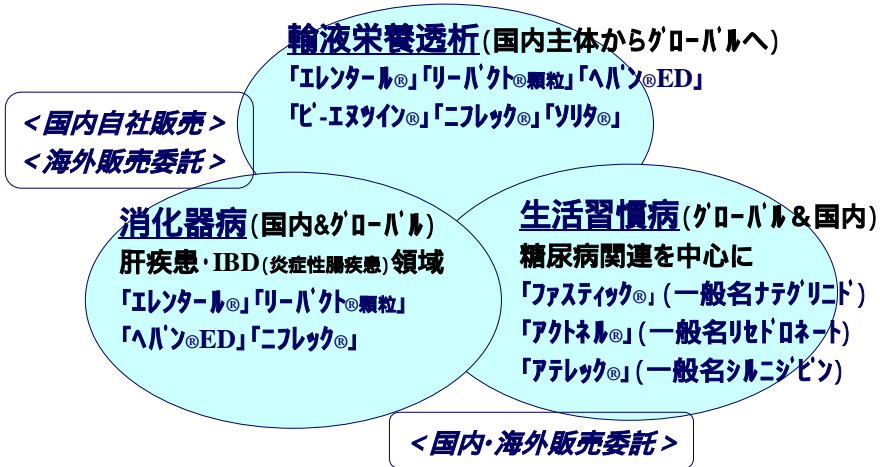
1-3. サイト(国内)

研究所 1
工場 6
支店 11
営業所 37

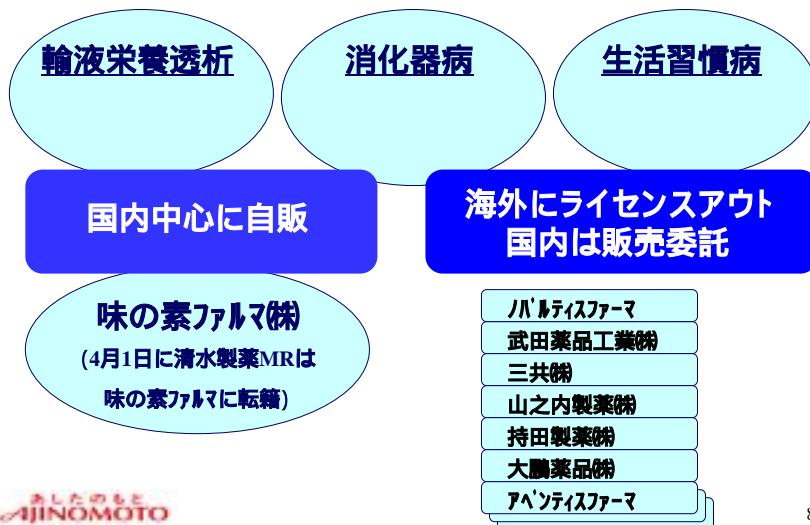
味の素(AJI)、味の素ファルマ(AJP)、清水製薬(SSK)



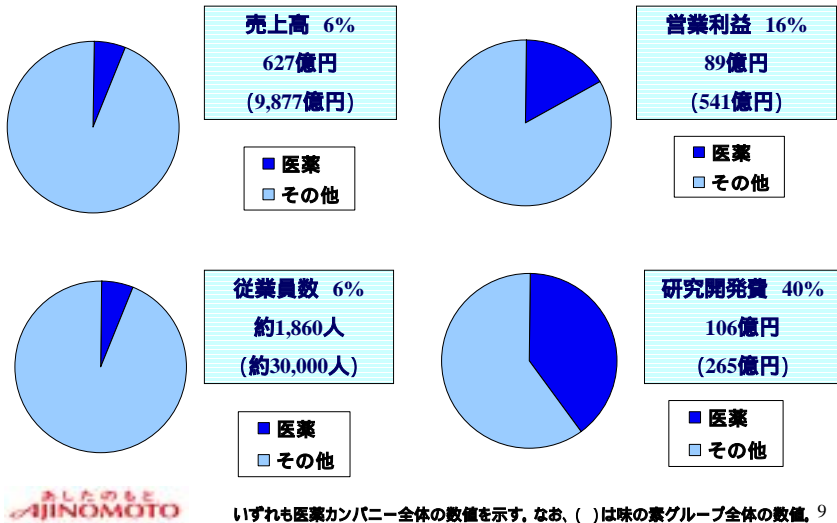
1-4. 事業領域(1)



1-4. 事業領域(2)



1-5. 社内ポジショニング (2002年度連結業績)



2. 医薬カンパニーのビジョン

2-1. 外部環境(社会・経済・業界)

日本における医療制度改革

- 医療費抑制
- 患者自己負担の増加
- 薬価制度見直し
- 後発品の伸長

技術革新に伴うR&D費用負担増大

- 新薬開発に必要な費用は増大中
- ゲノム創薬、テーラーメイド医療、HTS(高速スクリーニング技術)

国際的な競争激化

- 欧米医薬品業界における大型再編
- グローバル大手製薬企業の日本市場への攻勢
- 海外市場への日系企業の進出

製薬会社の動向 二極分化

「規模の拡大」: 大手企業の基本戦略
「質の追求」: 得意領域に特化し、
その領域で存在感のある製薬企業

高齢化社会の進展に伴う医薬品・医療食事業の社会的意義の増大

技術立国の基幹産業としての医薬事業の位置付け

2-2. ビジョン

自社の強みを生かしGlobal Niche市場で No. 1を目指す

規模拡大ではなく、得意分野への経営資源の集中投下
医薬事業におけるAJINOMOTO WAY の追求

アミノ酸創薬戦略をコア創薬戦略と捉えて日本を含む世界に通じる新薬創出

TNC(トータル・ニュートリション・ケア)を一層推進
する中での新事業価値の創出

TNCとは、生活・医療における「栄養」を総合的にマネジメントしながら、ひとりひとりの健康をサポートする活動です
TNCで導かれる「栄養」の役割は、入院期間の短縮、QOL向上、在宅推進、早期社会復帰等です

3. 医薬カンパニーの売上・営業利益目標 <連結>

3-1. 売上・営業利益目標<連結>

(単位:億円)

	2002年度 (実績)	2003年度 (目標)	2004年度 (目標)	2005年度 (目標)
売上 [前年比]	627 [117%]	850 [136%]	900 [106%]	1,000 [111%]
02/04三ヵ年計画	580	640	710	-
営業利益 [前年比]	89 [137%]	110 [124%]	130 [118%]	150 [115%]
02/04三ヵ年計画	79	83	90	-
(研究開発費)	(106)	(130)	(140)	(150)

(連結調整勘定による償却約17億円を含む)

4. 医薬カンパニーの事業戦略

事業戦略のポイント;3社シナジーの早期創出

営業マーケティングにおけるシナジー

生産におけるシナジー

研究開発におけるシナジー

全体を通じてのシナジー

4-1. 営業マーケティングにおけるシナジー

製品ラインの拡充

清水製薬製品による輸液栄養透析領域を中心とした製品ライン拡充
既存製品ラインとのシナジー拡大

営業マーケティング機能の強化

MR増強と再配置(清水製薬MRの味の素ファルマへの転籍/2003.4.1.)

4月1日現在 約450名

新営業体制によるシナジー効果の発揮(組織面、活動面)

製品及び顧客におけるシナジーの早期発揮創出

Dr.訪問頻度、カバレッジの拡大

新たな視点での製品育成を目指したマーケティング計画の策定実施

人材育成(輸液・栄養/肝/消化器/腎・透析のスペシャリスト育成)

競争力を目指した情報システム活用(e-データ展開の検討)

さらなる営業機能強化

さらなる営業機能強化にむけての組織・要員再配置等の検討

医療食事業における営業体制の見直し及び強化

4-2. 生産におけるシナジー

基本方針

2005年薬事法改正を踏まえ、より競争力のある最適な生産戦略を策定
3社共通の品質保証体制の確立

生産戦略

生産、在庫、出荷管理の一層の効果的・効率的運営
生産品目の最適な再配置
委託品目の内製化、受託品目の検討、受託推進
OPPS(医薬生産革新戦略手法)の導入による一層の生産性アップ

積極的設備投資

味の素ファルマ㈱	福島工場	「レソターム®」類生産設備新設
	埼玉工場	「ビ-エヌイン®」フィルムパック生産設備新設
清水製薬㈱	大井川工場	第三工場新設

4-3. 研究開発におけるシナジー

研究開発パイプラインの拡充

清水製薬アイテムによる開発パイプラインの拡充
腎透析周辺疾患領域での新規テーマの創出

組織一元化による運営の効率化

R&D(非臨床)機能の味の素㈱医薬研究所への一元化
輸液栄養透析研究所の医薬研内新設による関連機能の統合
臨床開発機能の味の素㈱への一元化

関連機能集結による業務効率化と開発加速

輸液栄養透析研究(清水サイト)、疾患別創薬研究(川崎サイト)、
臨床開発機能(京橋サイト)の集結

4-4. 全体を通じてのシナジー

コストダウン

サプライチェーンマネジメントの改善

生産計画・生産管理・物流体制・在庫管理の再整備

原材料購入方法(ルート、タイミング、頻度、在庫管理)

物流コスト削減

購買コストの削減

ITによる業務効率化(管理・営業・研究・開発・生産等)

少数精鋭化

各機能部門における要員最適化ならびに戦略的再配置

チャレンジ精神にあふれる人材育成、New Culture醸成

国内拠点体制(生産・営業・R&D・本社機能)の最適化

4-5. 新業務運営体制(Virtual Company)の狙い

シナジー効果の早期創出

スピード

一元化

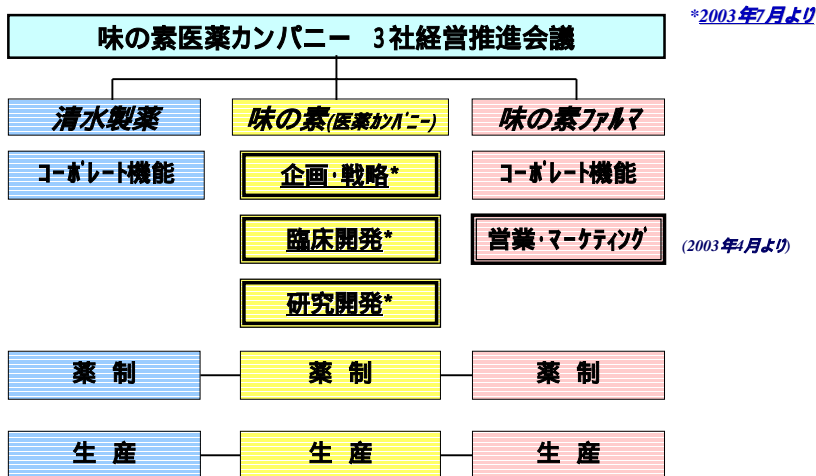
簡素化

- ◆ 限られた経営資源を戦略的・効率的に配分する**戦略・企画機能の強化**
- ◆ 顧客ニーズに高い満足度を持って対応できる**営業マーケティング機能の強化**
- ◆ 高品質かつコスト競争力の高い**生産システムの構築**
- ◆ 強みを生かした新製品を継続的に創出する**研究開発機能の構築**

New Cultureの創造

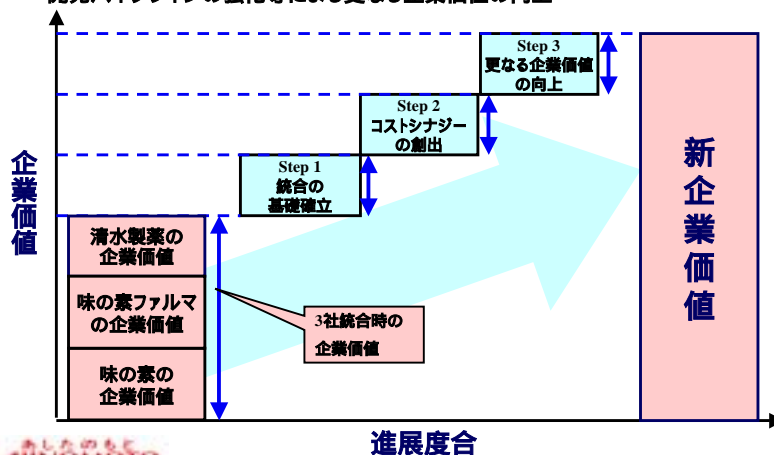
一丸となって、激動の医薬業界において、「勝ち組」に入る

4-6. Virtual Company運営の組織図



4-7. 3社シナジー効果の早期創出(まとめ)

- Step 1 Virtual Company運営移行に伴う3社の各機能の一元化による統合の基礎確立
- Step 2 コストダウンならびに各機能のスリム化・生産性アップによるシナジーの創出
- Step 3 戦略的要員再配置、輸液栄養透析領域商品ラインナップ拡充によるTNCの一層の推進、開発パイプラインの強化等による更なる企業価値の向上



5. 研究開発

5-1. R&D基本方針

重点領域である輸液栄養透析領域、疾患別創薬領域(消化器病・生活習慣病)において、アミノ酸創薬をコア創薬戦略と捉え、日本発のグローバルで独創的な新薬を創出すると共に、LCM戦略の推進により製品価値の極大化をはかり、事業の安定と成長に資する (LCM; Life Cycle Management)

アミノ酸創薬 <独創的新薬創出>

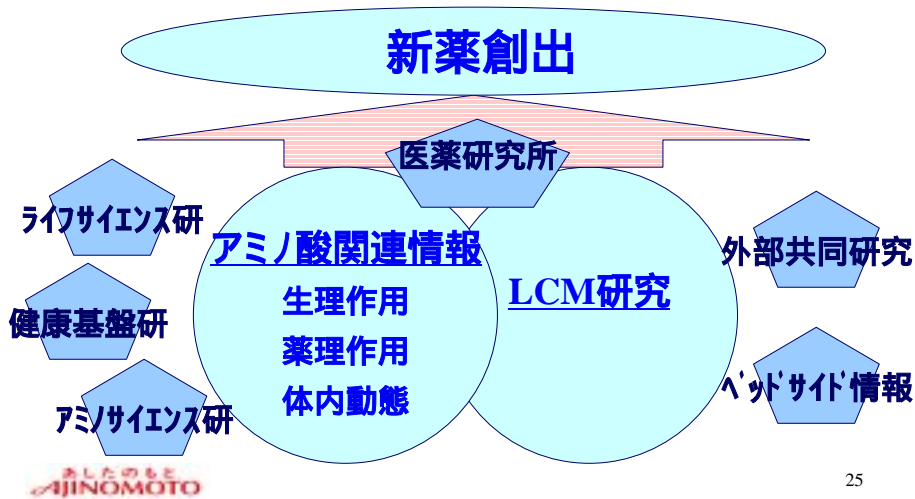
全重点領域・全重点疾患分野で取り組む
アミノ酸の機能を徹底的に追及し、創薬ターゲットの創出を図る
全社的機能を活用、特に社内他研究所との連携を図る

LCM戦略 <製品価値極大化>

シームレスなパイプラインの構築を目指す
LCM研究を次期シーズ発掘につなげる

5-2. アミノ酸創薬概念図

アミノ酸関連情報を基に、新薬を創出し、医療貢献へ



25

5-3. R&D重点領域

輸液栄養透析領域

輸液栄養透析研究所を新設、全機能を集結
研究から工業化まで一貫体制で取り組み、開発を加速
TNC(トータル・ニュートリション・ケア)の一層の推進を図る

疾患別創薬領域

消化器病領域

IBD(炎症性腸疾患)・肝疾患領域での世界No.1を目指す
腎透析周疾患機能を医薬研究所(味の素/川崎)に一元化

生活習慣病領域

糖尿病分野に資源を集中し、画期的新薬の創出を目指す

26

5-4. 研究開発パイプライン

分野	名称	Phase	適応	備考
輸液栄養透析	リーバクト®顆粒	承認 (2003/03)	肝硬変	改良新顆粒製剤
	HF・ソリタ®・BWキット	承認 (2003/03)	人工腎臓用補充液	ダブルバッグ製剤
	ソリタ®T1号 1Lバッグ	申請中	水分・電解質の補給	輸液
	ソリタ®T3号 1Lバッグ	申請中	水分・電解質の補給	輸液
	ソリタックス®H 500mLJバッグ	申請中	水分・電解質の補給	輸液
	ヒカーボン®注	申請中	細胞外液の補給・補正、代謝性アシドーシスの補正	重碳酸リンゲル液
	レボカルニチン	Phase II	血液透析患者におけるエリスロポエチン抵抗性腎性貧血	オーファン疾患用医薬品指定
	アルギU®	Preclinical	ミトコンドリア脳筋症	L-アルギニン製剤 (オーファン疾患用医薬品指定) (効能追加)
消化器病	AJM300	Phase I (海外)	炎症性腸疾患	
生活習慣病	ファスティック® (サテグリニド)	Phase II	糖尿病	(効能追加)
	ナテグリニド*	Phase III* (海外)	糖尿病	(効能追加)
	アクトネル® (リセドロネート)	Phase III	骨粗鬆症	(効能追加) (週1回投与)
	AJW200	Phase I (海外)	抗血小板薬	
その他	無水エタノール注「シミズ」	申請中	肝細胞癌	
	AC-7700 (AVE-8062)**	Phase I** (海外)	固形癌	

あしたのもも
AJINOMOTO

* 海外における開発・製造・販売権をライセンスしたノバルティス社により実施中。

** 全世界における開発・製造・販売権をライセンスしたアベンティスファーマ社により開発中。

27

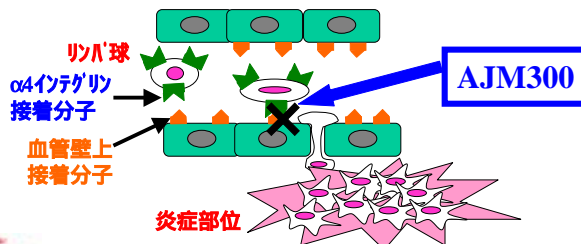
5-5. 経口インテグリン阻害薬 AJM300(1)

AJM300とは

インテグリン阻害作用により炎症に関連するリンパ球の接着を抑制

経口投与可能な低分子化合物

炎症性腸疾患(IBD)、喘息について、病態モデル動物で薬効を確認



あしたのもも
AJINOMOTO

28

5-5. 経口インテグリン阻害薬 AJM300(2)

開発段階: PI (欧州、2003年2Q～)

効能(予定): IBD(炎症性腸疾患)、喘息、リウマチ
その他の炎症性疾患

事業戦略: 国内: 自社IBDフランチャイズの強化
海外: ライセンスによる事業化

5-6. LCM戦略の取り組み

(Life Cycle Management)

製品データ蓄積による製品の地位確立・育成

EBM(Evidence Based Medicine)

「リーバクト® 顆粒」市販後大規模臨床試験

新たな効能・剤形の追加

「ファスティック®」 ビグアナイド系薬剤との併用

「アクトネル®」 週1回投与製剤

医療現場のニーズに応える製品改良

「リーバクト® 顆粒」新顆粒、キット製品・容器改良など

5-7. LCM戦略;「リーバクト®顆粒」 < 概要 >

「リーバクト®」とは

成分:L-イソロイシン、L-ロイシン、L-バリン
効能:肝硬変患者の血清アルブミン値の上昇
売上:161億円(2002年度薬価売上/当社推定)

「リーバクト®顆粒」におけるLCM戦略の成果

市販後臨床試験、調査及び基礎研究による育成データ蓄積
大規模試験による生命予後改善効果の立証、EBM確立
新たな臨床データの提供
作用機序・新しい薬効についての基礎研究
服用し易い「新顆粒製剤」の開発

今後の取り組み

更なる臨床データの取得検討
新規効能への薬効拡大の検討

5-7. LCM戦略;「リーバクト®顆粒」 < 大規模市販後臨床試験の実施 >

LTS試験

(2003年7月10日プレスリリース)

「リーバクト®顆粒」が生命予後につながる重篤な肝硬変合併症の発現を抑制することを、大規模な市販後臨床試験により実証しました

食事治療群を対照とした無作為化比較臨床試験

症例数 646例、試験期間 2年以上

肝硬変の重篤な合併症:「肝不全病態悪化(腹水、浮腫、肝性脳症、黄疸)、食道(胃)静脈瘤破裂、肝癌発生、および死亡」

「リーバクト®顆粒」投与群で上記合併症発現までの期間が有意に延長

2004年3月迄の試験期間を予定していましたが、中間解析の結果、試験期間終了を待たずに、既に明確な有効性が証明されたとのことで、第三者の委員会から中止勧告を受け、試験期間を繰り上げ、試験を終了しました。

5-8. 「AWファンド」

通常予算では予算化しにくい、個人の「想い」や「夢」に溢れたテーマに関してテーマ遂行のための資金を年間、最高2億円まで支給する制度

医薬事業の発展

スケールの大きなテーマ



組織活性化

人材育成

「想い」と「夢」に溢れた
テーマ



2002年度	
応募テーマ	23件
採用テーマ	11件
2003年度	
応募テーマ	47件
採用テーマ	10件

事業視点のテーマ



事業の強化

開発パイプラインの強化

AJINOMOTO WAY
(味の素の強み)を
生かしたテーマ

6. ビックス; 「医」から出発した「食」

Science

EBF
(Evidence Based Food)

Self-Medication

「インパクト®」

濃厚流動食(栄養調整食)
Novartis社からライセンス
(海外ではNovartis社が販売)
「L-アルギニン」、「3系脂肪酸」、「RNA
(植物由来)」を配合しています



「ミセラピスト® 超微粒子 -グルカシ」

-グルカシ15mg(一袋当たり)を含む
高機能食品
-グルカシを0.2ミクロン(200ナノメートル)にし、
腸管粘膜を通過し易くしました



*現在、テスト販売中(東京、神奈川、千葉、埼玉)

7. まとめ

社会に存在価値のある魅力的事業へ

人材育成

New Culture

企画・戦略

営業マーケティング

臨床開発

研究開発

薬制

生産

TNCの一層の推進

アミノ酸創薬とLCM戦略

輸液栄養透析領域

消化器病分野

IBD(炎症性腸疾患)・肝

生活習慣病分野

糖尿病を中心として

Global Niche市場で No.1を目指して

AJINOMOTO WAY

味の素ならではの薬づくりをとおして、健康とよりよい生活に貢献します。

あしたのもと
AJINOMOTO

35

あしたのもと
AJINOMOTO

36