

“尖った”スペシャリティファーマ を目指して

— 医薬事業 08/10中期経営計画 —

2008年7月2日
味の素株式会社
医薬カンパニープレジデント
豊田 友康

内容



1. 経営理念、ビジョン、事業戦略
2. 自社開発＋導入開発によるパイプライン強化
 - 消化器領域での導入品
3. 医療食領域の強化策
 - 味の素ニュートリション(株)の設立による販促強化
 - 新製品の市場投入計画
4. 業績推移、業績目標

医薬カンパニーの経営理念／経営ビジョン

AJINOMOTO.

● 経営理念

- ✓ 味の素グループだからできる薬づくりを通して、
世界の人々の健康とより良い生活に貢献します

● 経営ビジョン

- ✓ TNC (Total Nutrition Care*) と領域特化大型新薬によって
No.1スペシャリティファーマを目指す

グローバル市場をターゲットとし、かつ国内では自販が可能なテーマに、
資源をより戦略的に集中させていく

* TNC=栄養療法を全ての治療の基本と位置づけ、医療従事者を介し、疾病の診断(・予防)・治療・再発抑制・予後の改善等を図ることにより、患者・未病者のQOLの向上に貢献すること。

医薬事業 FY 2005-2007 レビュー



	FY 2004	FY 2005	FY 2006	FY 2007	(億円) FY 2007 当初目標
売上高	807	832	833	841	1,000
営業利益	114	126	158	149	200
営業利益率	14.1%	15.1%	18.9%	17.8%	20.0%

国の医療費抑制策が進む厳しい環境下、自社販売品はほぼ横ばいで推移、既存品の伸長と開発品の契約一時金収入で提携販売品が寄与し、医薬事業の売上・利益は年々伸長した。しかし、当初目標に対しては、薬価改定の影響が想定を上回ったことと、医療費抑制策が予測を遥かに上回り進行したこと、また、一部、新製品の市場投入が遅れたこと等から未達となった。

【主要製品】 自社販売品 : 「リーバクト」、「ソリターT」、「エレンタール」等
提携販売品 : 「アテレック」、「アクトネル」、「ファスティック」等

医薬事業の戦略

AJINOMOTO.

スペシャリティファーマとして医薬事業を強化

【自販品】

(主に輸液・栄養・透析、消化器領域)

TNCを基盤としたスペシャリティファーマを目指す

1. 競争力ある分野(肝、消化器)の徹底強化
2. 介護施設・在宅市場でのプレゼンス確立
 - 営業、マーケティング強化: 2008年4月、販促会社(味の素ニュートリション(株))設立
 - 医療食事業FY 2010売上目標 100億円

【提携販売品】

(主に生活習慣病領域)

領域特化大型新薬を軸にスペシャリティファーマを目指す

1. 既存品のLCM推進
2. 開発品の導出一時金の確保

【研究開発】

将来の成長へ向けた先行投資を行う

1. 研究開発、ライセンス活動の強化
 - 自社開発+導入開発により、パイプラインを強化し、早期の新薬上市を目指す
 - 既存テーマの着実な推進(AJM300、AJD101)
 - 医療食は毎年の新製品投入

【コストダウン】

1. コストダウン推進

- **コストダウン: FY 10 vs FY 07 約18億円**
- 稼働率向上、投資・修繕項目厳選、経費改善の取組み

開発テーマの進捗状況

領域	名称	適応	備考	Phase I	Phase II	Phase III	申請中	
消化器*	「ニフレック」	バリウム注腸X線造影検査の前処置	効能追加 / クエン酸モサプリドとの併用				●	
	AJM300	炎症性腸疾患			●			
	AJG501 （「Salofalk」）	潰瘍性大腸炎	ドクター・ファルク・ファーマ社より導入					
生活習慣病**	「ファスティック」	糖尿病	効能追加 / インスリン抵抗性改善剤との併用				●	
	ナテグリニド [†]	糖尿病	効能追加 / 耐糖能異常			●（海外）		
	「アクトネル」	骨ペーজেット病	効能追加 / 希少疾病用医薬品指定				●	
	AJD101	糖尿病			●（海外）			
						●（日本）		
SGLT2阻害剤 [‡]	糖尿病			●（海外）				
その他	AC-7700 (AVE8062) [※]	固形癌			●（海外）			

* 消化器病の研究開発は、肝疾患、炎症性腸疾患(IBD)を中心に行っております。

** 生活習慣病の研究開発は、糖尿病を中心に行っております。

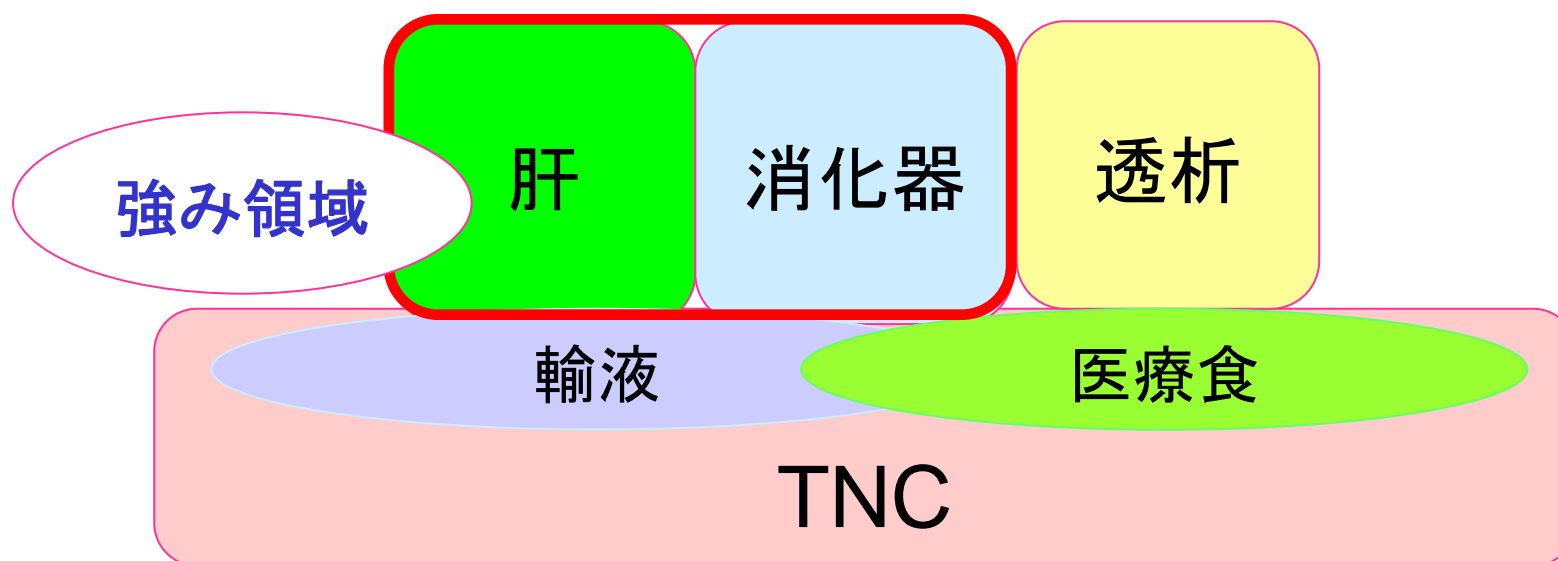
† 韓国を除く海外における開発・製造・販売権をライセンスしたノバルティス社により実施中。

‡ 全世界における開発・製造・販売権をライセンスしたベーリンガーインゲルハイム社により実施中。但し、当社は日本における共同販促権を保有。

※ 全世界における開発・製造・販売権をライセンスしたサノフィ・アベンティス社により実施中。

味の素ファルマ(株)が目指すスペシャリティファーマ

TNCを基盤として強みのある肝・消化器・透析領域
それぞれの診療領域別に
スペシャリティファーマを目指す！



さらなる成長のための「導入」施策



潰瘍性大腸炎治療剤をドクター・ファルク・ファーマ社より導入

味の素株式会社(以下、「味の素株」、東京都中央区)は、本日、ドクター・ファルク・ファーマ社(以下、「ファルク社」、フライブルグ市、ドイツ)より、5-アミノサリチル酸(5-ASA)の1日1回製剤のライセンスを受けることに合意したと発表しました。

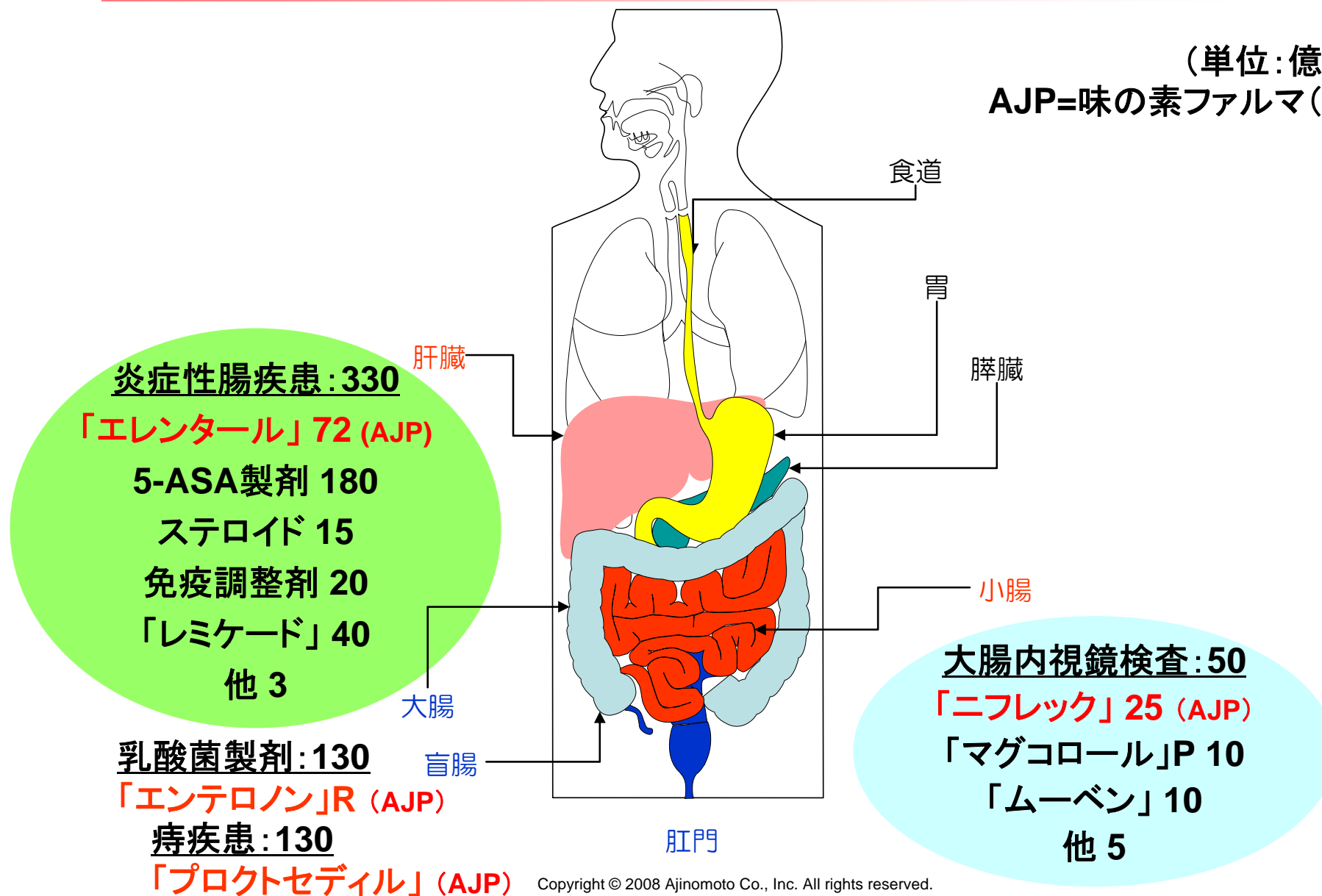
ライセンス契約により、味の素株は本製品を日本において独占的に開発、製造および販売する権利をファルク社より取得し、その対価として契約一時金、マイルストーン、ロイヤルティを支払います。なお、同製剤の日本国内での販売は味の素ファルマ株式会社が担うこととなります。また、本契約により、味の素株はファルク社の他の5-ASA製剤の新しい剤型・適応症の日本における開発、製造、販売に関する第一交渉権も取得します。

2008年4月8日 プレスリリースより

消化器領域の対象市場規模(薬価ベース)

AJINOMOTO.

(単位:億円)
AJP=味の素ファルマ(株)



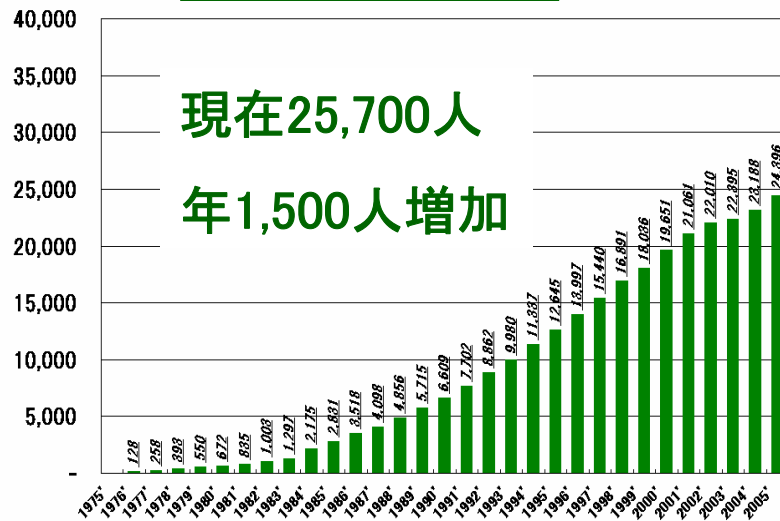
炎症性腸疾患について



炎症性腸疾患

いずれも消化管に潰瘍ができる難病(登録制度あり)、
国内では1970年代より増加の一途

クローン病



潰瘍性大腸炎



「エレンタール」の
主処方対象疾患

AJG501
 («Salofalk») 導入

AJG501 (「Salofalk」) について

AJINOMOTO.

AJG501 (「Salofalk」)

- 製剤の特徴
 - 一日一回投薬
 - 一回1.5g-3.0g程度
 - 形状: 顆粒

■ 対象: 潰瘍性大腸炎

- 80%の医師が投与回数の減少を希望
- 60%以上の医師が顆粒剤を希望
- ⇒ 30%以上の処方獲得を目指す

■ 海外状況(一日一回投与製剤)

- ドイツ: 申請中(年内許可見込)
- 英国: 承認
- 米国: 申請中(年内許可見込)

国内同種同効薬: 「ペンタサ」
(日清キョーリン製薬(株)&杏林製薬(株))

- 製剤の特徴
 - 一日三回投薬
 - 一回2錠から3錠
 - 形状: 錠剤 
 - 直径9.6mm 厚さ4.6mm

■ 対象: 潰瘍性大腸炎・クローン病

(「ペンタサ」=アミノサリチル酸製剤は基本治療薬)

■ 売上高: 170億円(薬価ベース)

■ 処方率: 75%以上

味の素ニュートリション(株)の設立

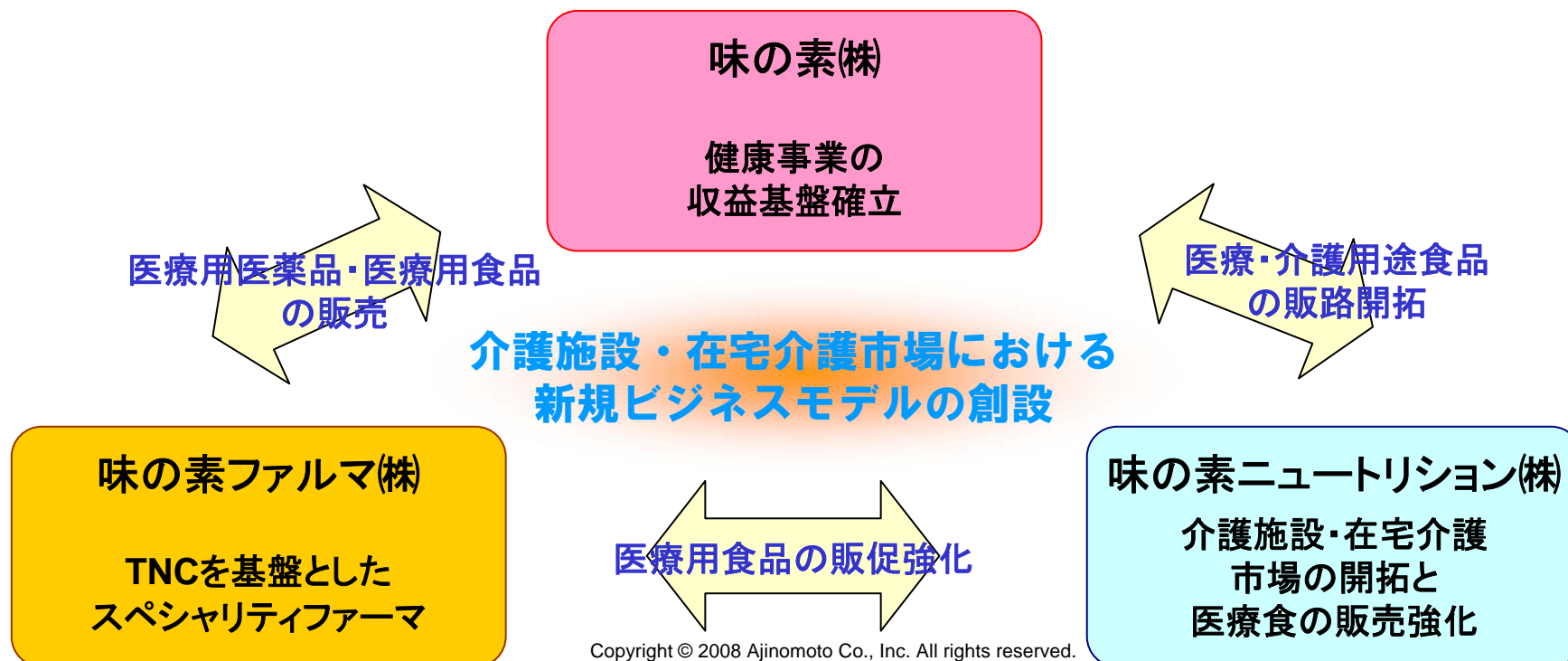
AJINOMOTO.

【新会社の概要】

商号	味の素ニュートリション株式会社
本店所在地	東京都中央区入船二丁目1番1号
設立	2008年4月1日

【新会社の位置づけ】

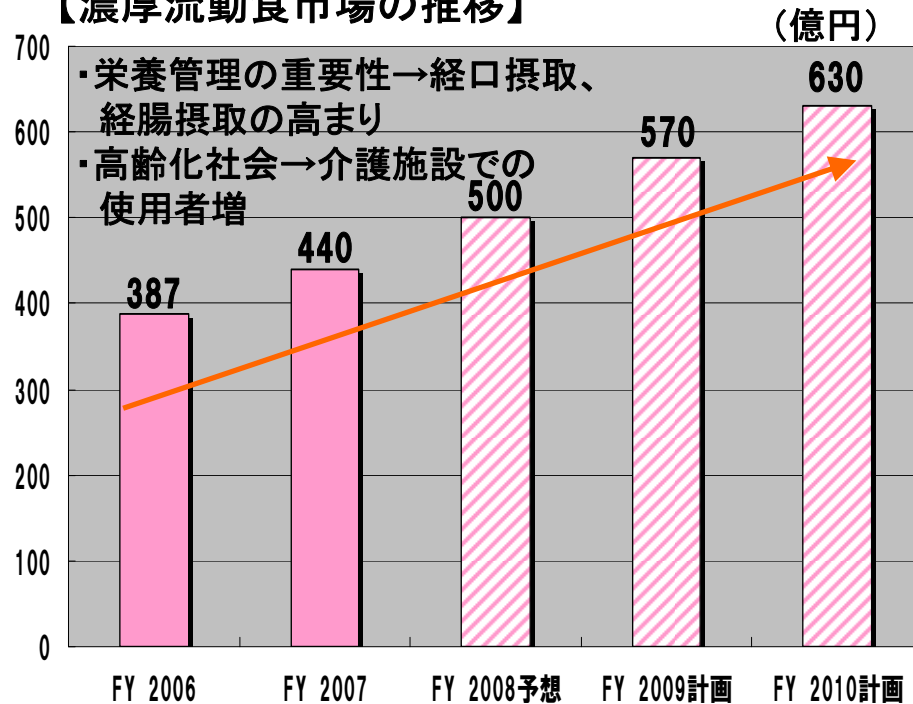
介護・在宅市場の開拓と医療食の販売強化を目的とした味の素ファルマ(株)出資の販売促進会社



医療用食品の販売目標

AJINOMOTO.

【濃厚流動食市場の推移】



味の素ニュートリション(株)
設立

【主要製品】

「メディエフバッグ」
 「メディエフプッシュケア」
 「メディエフアミノプラス」
 「ペムベスト」
 「メディエフ」
 「インパクト」



【販売目標】

味の素ファルマ(株)・味の素ニュートリション(株)の連携によりFY 2010に100億円を目指す。

【販売施策】

味の素ファルマ(株)(医療施設中心の回訪)と、味の素ニュートリション(株)(介護施設・在宅中心の回訪)の連携によって、これまで当社が行ってきたTNC活動、栄養管理提案の強化を図る。

医療用食品の開発

AJINOMOTO.

【新製品開発計画】

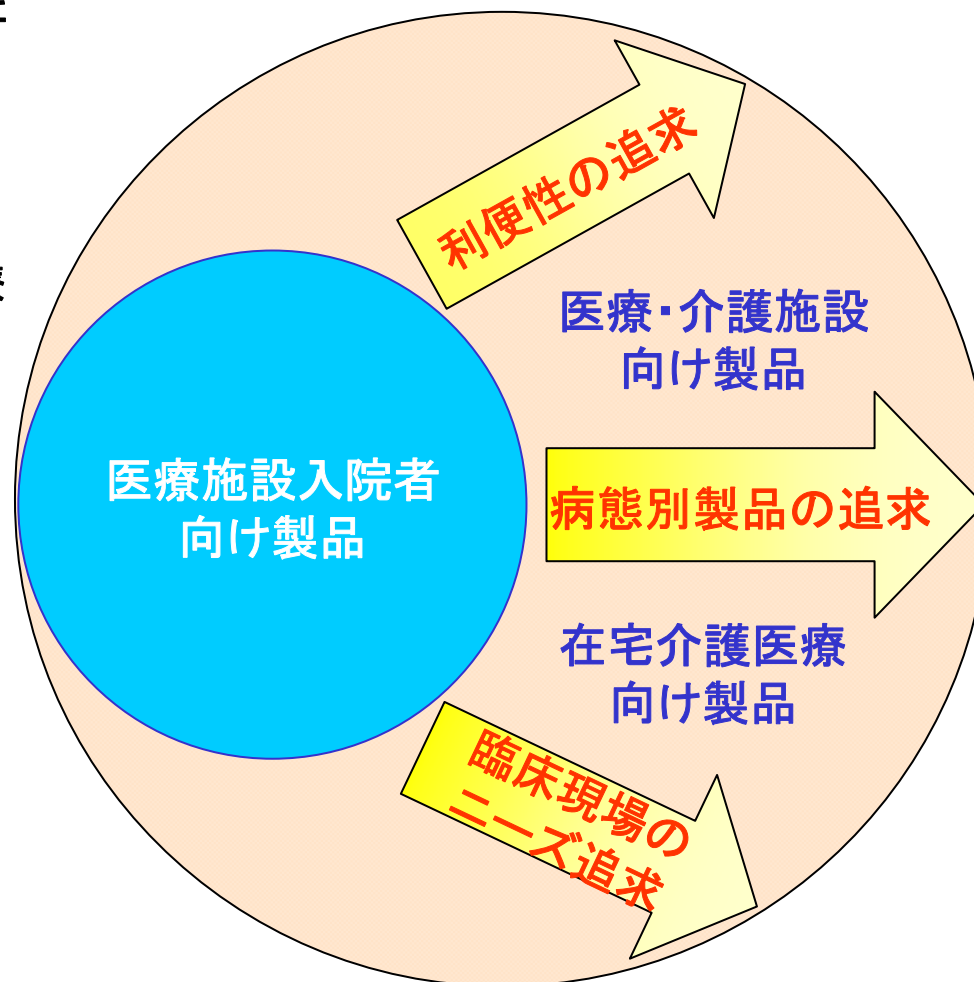
濃厚流動食品を中心に、医療ニーズに合った新製品・改定品を、独自組成と機能性包材を組み合わせ投入

【新製品で市場展開】

医療施設入院者中心の製品だけでなく、医療・介護施設～在宅までを見据えた製品開発

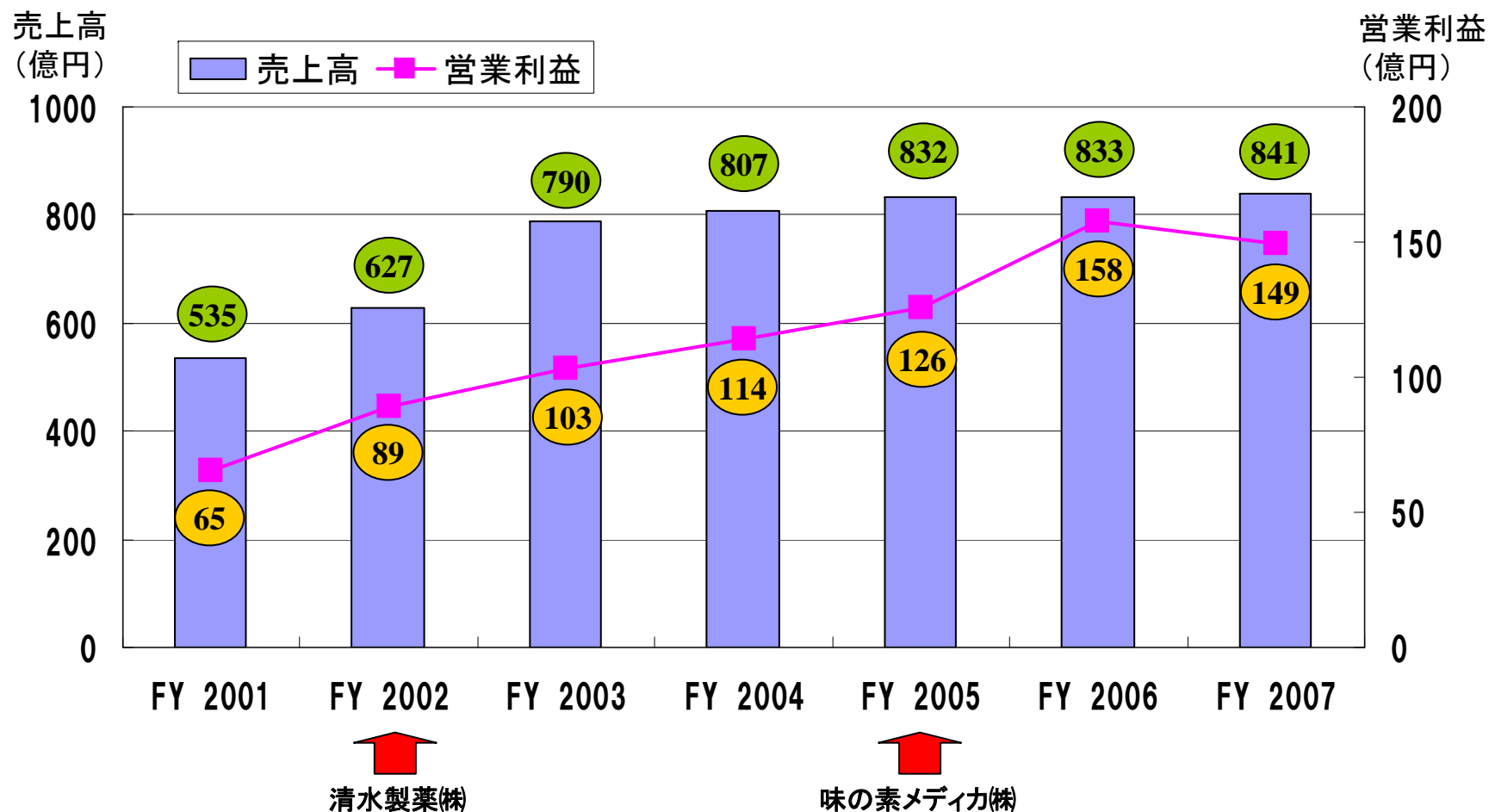
【開発体制】

濃厚流動食の開発体制の強化の一環として
医薬研究所内に“医療食室”を設置
(2008年4月1日)



医薬事業業績推移 (FY 2001-2007)

1999年12月味の素ファルマ(株)発足、2002年12月清水製薬(株)の買収を経て、
2005年4月に生産・物流機能を統合し、味の素メディカ(株)を発足。
売上高・営業利益ともに堅調である。



医薬事業業績目標 (FY 2008以降)

スペシャリティファーマとしての特徴をより尖らせ、5年以内に
売上高1,000億円、営業利益200億円への成長を目指す。

