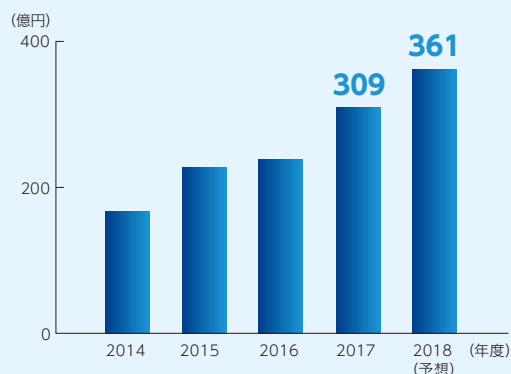


Asia Business アジア事業

アジア事業 売上収益

2017年度

30,903百万円 **+30.7%**



事業戦略

世界人口の60%近くを占めるアジアにおいて、医療用眼科薬市場は今後も高い成長が見込まれます。特にドライアイ、緑内障、網膜疾患の各領域における市場拡大が予測されていますが、眼感染症の領域においても新興国を中心に多くの患者さんが存在しています。当社は、国ごとに異なる顧客ニーズへきめ細かく対応するために、現地法人による自社販売への切り替えを推進しています。また、新規市場への参入にも、積極的に取り組んでいます。今後は、日本・EMEAで培った強み・知見をアジアで展開し、成長機会の取り込みを図るとともに、製品・サービスのレベルを向上させ、アジアの患者さんと眼科

医療の発展に貢献します。

アジアでの売上の約60%を占め、成長をけん引する中国については、顧客満足度の向上や参天ブランドの強化、カバーする病院数の拡大に取り組み、構築した営業基盤の強化による市場シェアおよび売上収益のさらなる拡大を図ります。アジアのその他地域でも、収益を最大化する効果的な資源投下を行い、アジア事業全体として市場を上回る成長の継続を目指します。

業績概況

2017年度のアジア事業の売上収益は、前期比30.7%増の309億円となりました。

中国では、感染症治療剤「クラビット」やドライアイ治療剤「ヒアレイン」を中心として、売上が引き続き伸びています。2016年には、緑内障・高眼圧症治療剤「タプロス」を発売しました。引き続き、KOL¹や学会を通じて、眼科医の緑内障の知識の向上を支援していきます。

韓国では、緑内障・高眼圧症治療剤「タフロタン」、ドライアイ治療剤「ジクアス」などに、「コンプト」など米国メルク社から譲受した緑内障・高眼圧症治療剤が加わった製品ラインナップで、一層のプレゼンス向上に取り組んでいます。

アセアン諸国では、ベトナムにおいて、中国・韓国に並ぶ高いプレゼンスを獲得しています。また、その他の国・地域においても、各国・地域のニーズに合致した緑内障やドライアイなどの医療用眼科薬を順次発売しており、2017年度にはアジア全体で29品目²を発売しました。今後も積極的に製品を投入していきます。

1. Key Opinion Leader : 治療現場や業界への影響力を有する医師などの専門家
2. 国・地域ごとの発売品目数の合計。台湾の一般用医薬品を含む

中国市場における訪問施設数の拡大

当社は、中国において、高度な医療機関である3級、2級病院を中心に医療用眼科薬を供給しています。自社MRによる質の高い情報提供活動を展開し、2013年から2017年の5年間で、訪問する施設数も約1.8倍拡大しました。3級、2級病院以外の患者さんへも製品を提供することを目的に、2016年に重慶に合併会社を設立しており、工場の建設を進めています。

また、中華眼科学会、中国眼科医会との良好なパートナーシップを構築しており、現地の多様な治療ニーズに合致した製品・サービスを提供しています。

3級・2級病院の訪問施設数とMR数

