

# マネジメント・クオリティを高めるために

## キョーリンMIC-'09計画

### 新しい企業像: グローバルな創薬ビジネスをコアとし、信頼をベースとした複合ヘルスケア企業

“MIC”はMarketing(マーケティング)、Innovation(革新)、Challenge(挑戦)をキーワードとするキョーリンの中期経営計画です。

#### 基本方針: 「進化と創造II」

「キョーリンMIC-'09計画」では、2001年度から2005年度までの「キョーリンMIC-'05計画」で掲げた「進化と創造」という基本方針を引き継ぎ、キョーリンの創薬ビジネスモデルを「進化」させるとともに創薬ビジネスを支える新規事業を「創造」していくという意味を込めて、「進化と創造II」を基本方針とします。

#### 創薬ビジネスモデルの「進化」

新たな「MIC-'09計画」では、日・米・欧の創薬研究3拠点をベースにグローバル創薬体制を確立します。そして、後期開発品の創製と導出により、収益の早期化、極大化に向けたビジネスモデルの構築を目指します。

#### 創薬ビジネスを支える新規事業の「創造」

キョーリンは、医療用医薬品というこれまでの企業ドメインに加えて、ハイリスク・ハイリターンな創薬ビジネス

を補完し、企業の安定成長を図るために、特色ある「健康貢献事業」への進出を本格化します。

#### 創薬研究体制の構築

2004年12月に米国バイオベンチャーActivX Biosciences, Inc.を買収し、子会社化しました。これにより、キョーリンはプロテオミクス技術を用いた創薬ターゲットの探索と化合物評価を行うことが可能となりました。

#### 基本戦略1: 創薬ビジネス

#### グローバル創薬企業としてのポジショニングの確立

日・米・欧3極における創薬研究体制を基盤にグローバル創薬システムを確立

キョーリンは、製品の上市をゴールとするのではなく、導出をゴールとしたビジネスモデルへの転換を進めます。そのために、創薬研究(探索研究からPOC\*まで)を強化し、First in class、Best in classの後期開発品の、年1品目

### キョーリンMIC-'09計画イメージ図



の創製を目指します。

さらに、創薬研究の3拠点(杏林創薬研究所、ActivX社、キョーリンスコットランド研究所)をベースに、相互に相乗的な効果を生み出すグローバルな創薬システムを確立することで、探索研究からPOCまでのシームレスな体制を構築し、プロジェクトや開発化合物の早期見極めを図り、より効率的な創薬を推進します。

\* POC: Proof of Concept; ヒトでの有効性と安全性の確認。

主要な取り組み

- ・グローバル創薬体制の構築
- ・POCテーマの評価体制の強化(スピードと質の向上)
- ・ドキュメンテーションの強化
- ・海外臨床開発力の強化策の推進
- ・知的財産の管理強化

創製した後期開発品の価値の早期化・最大化を実現する  
アライアンスの積極展開

POCが終了した後期開発品において、国内外の有力企業と提携することにより、外部資源をフル活用し、新薬開発のスピードアップ・効率化を追求します。キョーリンは

2009年度までに年1品目の創製と導出を目指しており、2009年度以降の「ガチフロ」の特許切れに対応します。

基本戦略2：医薬事業

創薬コストを生み出す医薬事業の競争力強化

国内営業基盤の競争力強化

長期的なキョーリンの基盤となるユーザーの育成

FC3科\*のドクター26,000名をコアとする定期訪問医師50,000名に営業資源を集中投下。国内における当社製品の採用、処方件数の拡大に向けて、キョーリンを長期的に支持していただくユーザー育成に努めます。MR(医薬情報担当者)も630名体制を確立し、営業力の強化を図ります。

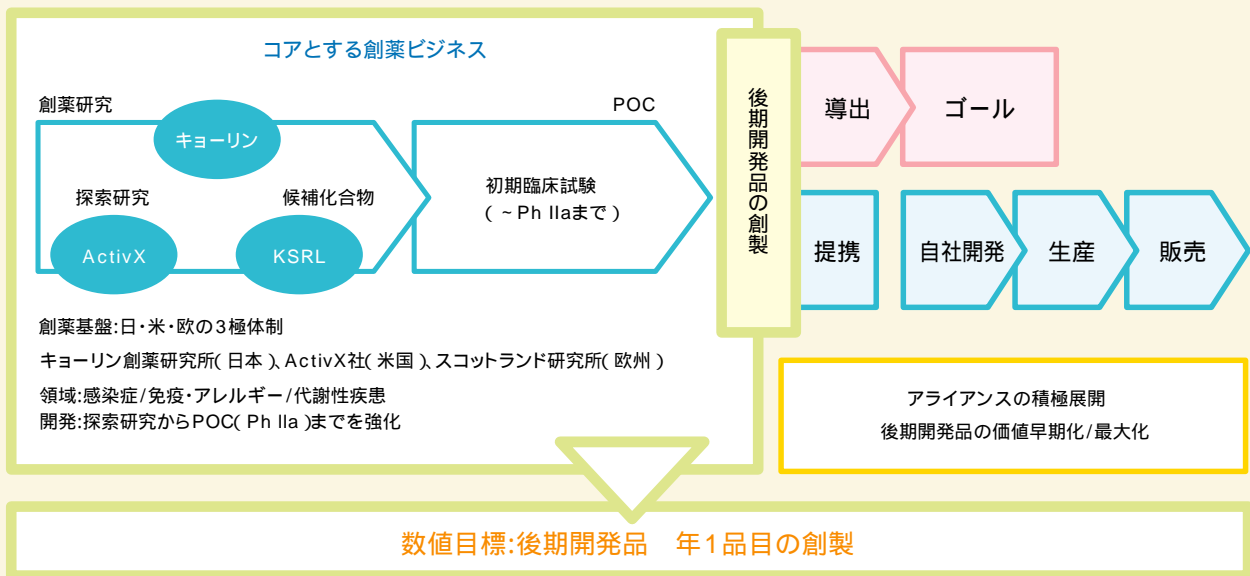
\* FC(フランチャイズ・カスタマー)3科:

キョーリンの主力品に関連する感染症や呼吸器疾患などの患者が最も多く集まる「呼吸器内科」、「耳鼻科」、「泌尿器科」を重点3領域とし、それらの分野の医療機関関係者や患者さんのニーズに一層きめ細かい対応をおこなっています。

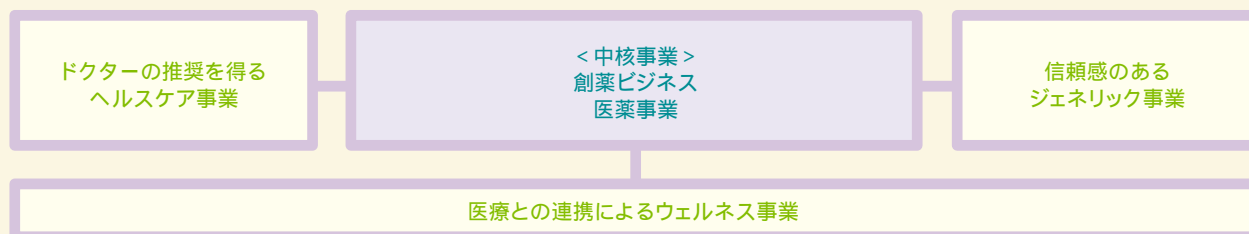
既存品のライフサイクルマネジメントの強化

個々の製品戦略に基づく科学的エビデンスの確立、効能追加、剤形追加などのライフサイクルマネジメントプログ

総合新薬開発型企業から創薬重点型企業へ



## 事業イメージ



ラムを実行し、既存主力製品の成長曲線の延長を図ります。

するため国内外の有力企業との販売提携を推進します。

### 新薬ウリトスの収益の最大化

現在申請中の新薬「ウリトス」の早期承認を目指し、収益の早期化・最大化に向けた上市対応を進めます。キョーリンが推進してきたFC戦略により構築した顧客との関係をベースに、発売に向けたプレマーケティングを行い「ウリトス」の上市を成功させます。

#### 過活動膀胱治療剤 KRP-197「予定製品名：ウリトス」

##### 【ウリトスの特長】

抗コリン作用が強く、口渇等の副作用軽減が期待される

##### 【市場概況、目標】

過活動膀胱(OAB)の市場規模は現在約300億円と推定しています。今後、市場に影響する要因としては

1. OABガイドライン制定による診断の簡略化
2. 新薬の上市による市場活性化
3. 潜在患者さんの受診拡大

を想定しており、拡大した市場でのシェア8～10%をウリトス単独で獲得することを目指していきます。

### 外部経営資源の活用、M&Aを含めたアライアンス戦略の推進

#### FC3科におけるラインナップ強化のための製品導入

国内外の有力企業との提携により、必要に応じた導入品(開発品、既発売品)を確保し、製品ラインナップの充実を図っていきます。

#### 売上の最大化を図る販売提携の推進

独創的な新薬を世界中の医療現場へ供給し、売上を最大化

### 基本戦略3：新規事業

#### 医薬事業に次ぐ、将来を担う新規事業の構築

短期のビジネスサイクルを持つ健康関連事業を、創薬ビジネスというハイリスク・ハイリターンかつ長期スパンのビジネスモデルに組み合わせることによって事業の安定化を図ります。具体的な新規事業として、「信頼感のあるジェネリック事業」「ドクターの推奨を得るヘルスケア事業」「医療との連携によるウェルネス事業」を視野に入れています。「キョーリンの持つ信頼」というブランドによって商品・サービスを提供し、健康貢献というキョーリンの企業理念を実現します。

#### 信頼感のあるジェネリック事業

キョーリンは「治療」をキーワードとする医薬事業の一環としてジェネリック事業へ進出します。2005年5月には、ジェネリック医薬品の製造販売を主力とする東洋ファルマー株式会社を子会社化し、日本国内においても拡大が期待されるジェネリック医薬品市場の参入を果たしました。

#### ドクターの推奨を得るヘルスケア事業、医療との連携によるウェルネス事業

「予防」「改善」をキーワードとする健康貢献事業への進出のため、2005年6月、製薬系化粧品を扱うドクタープログラム株式会社を完全子会社化しました。また、「健康増進」をキーワードとするウェルネス事業に対しても積極的に新規事業の発掘や育成、事業提携を進めていきます。