

ファーマパッケージング事業の成長戦略

2021年5月19日

取締役 ファーマパッケージング事業部長

岩佐 昌暢

目次

1 損益の推移（2019年度～2021年度）

2 市場環境および事業戦略

3 市場環境の変化と安定供給に向けた取り組み

4 商品ポートフォリオの拡充

5 M&Aによる地域戦略の概要

損益の推移状況

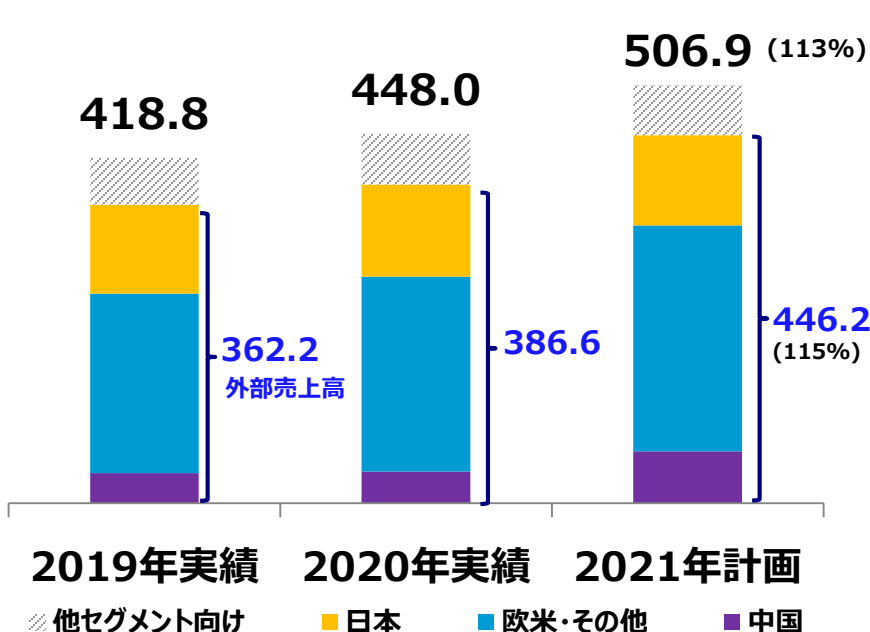
単位：億円	2019年度	2020年度	増減額	増減率
【売上高】	418.8	448.0	+29.2	107%
（うち外部売上高）	362.2	386.6	+24.4	107%
【売上原価】	351.0	365.7	+14.7	104%
【売上総利益】	67.8	82.3	+14.5	121%
（売上総利益率）	16.1%	18.3%		
【販売費及び一般管理費】	61.1	62.4	+1.3	102%
【営業利益】	6.7	19.9	+13.2	297%
（営業利益率）	1.5%	4.4%		

地域別の損益推移

売上高

2019-2020年度の増収要因

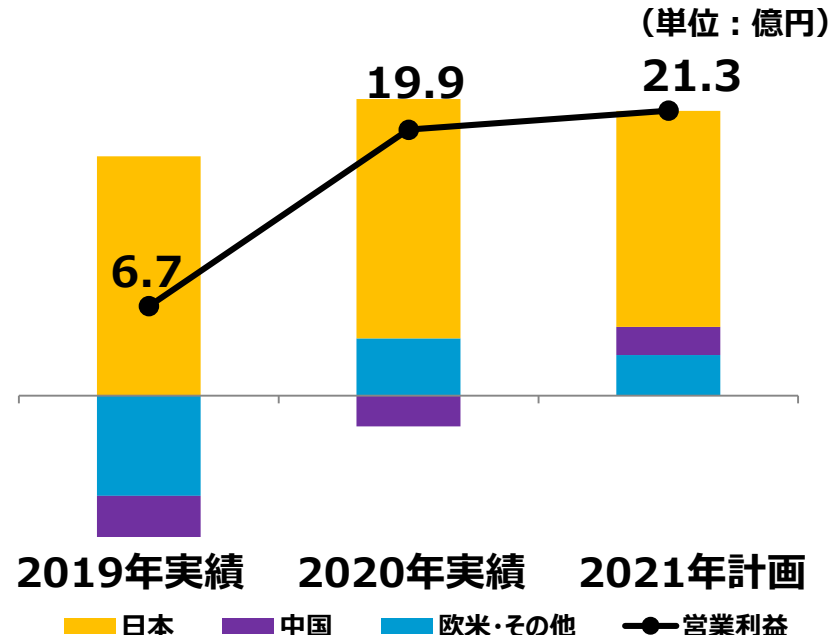
- ◆ 日本：バイアル、ゴム栓、スポンジスワブ販売増
- ◆ 欧米：バイアル、滅菌済シリンジ、生地管販売増
- ◆ 中国：バイアル（グローバル基準品）販売増



営業利益

2019-2020年度の増益要因

- ◆ 日本：付加価値シリンジ販売増
- ◆ 欧米：生地管の原価率改善
- ◆ 中国：バイアル、アンプル（グローバル基準品）販売増



*日本売上高は海外子会社・内部売上高を除く

レート	2019年実績	2020年実績	2021年計画
USD	109.24	106.43	107.00
EUR	122.15	121.97	129.00
CNY	15.82	15.42	16.50
INR	1.56	1.45	1.42
RUB	1.70	1.46	1.42
HRK	-	-	16.80



市場環境についての認識

<市場環境>

医療先進国

【医薬品容器・ゴム部材】

注射剤が減少し、経口剤・徐効製剤に移行

⇒薬剤に適した高機能製品（ハイパフォーマンスへの対応）

【投与・調製デバイス】

⇒有効性・安全性・機能性・簡便性を追求した患者さんに優しい製品

医療途上国

【医薬品容器・ゴム部材】

・中間所得者層の増加に伴うジェネリック薬品市場拡大
・同等性評価指針に基づくグローバル基準容器への移行（中国）

⇒容器需要は急速に増加

⇒低コストでの地産地消化

全世界共通

・国策としてのヘルスケア政策の推進

・COVID-19対応(ワクチン接種・治療薬の開発)

・予防医療の推進(その他のワクチン接種人口の増加)

・ワクチンや感染症薬などの必須医薬品の国産化

・製剤メーカーにおけるReady To Use品への移行

⇒医療費の抑制

⇒[医薬品容器] 需要の増加

⇒ 同上

⇒[医薬品容器]高付加価値コースの昂揚

<成長戦略>

商品競争力の向上

安定供給体制の整備

市場カバー率の拡大

製造原価の削減

国ごとの需要とトレンドに応じた供給・販売体制を確立し、各市場におけるプレゼンスを向上させる

事業戦略の概要

商品競争力の向上

- 顧客ニーズの迅速な商品化
- 価格競争力に秀でた開発
- 既存商品の高品質化・高付加価値化
 - *医薬品用ガラス容器
 - *ゴム部材
 - *投与・調製デバイス (low dead device含む)
- 新規商品の開発
 - *経鼻デバイス
 - *再生医療・細胞培養関連
 - *在宅医療関連・歯科領域

安定供給体制の整備

- 生産能力の段階的増強 (成長市場向け)
- 新規製造拠点の設置 (地産地消)
- 製造拠点における製造ポートフォリオの最適化 (BCP対応)
- 柔軟なサプライチェーン体制の構築 (各国の製造拠点間含む)

市場カバー率の拡大

- 新規市場の開拓
- 成長市場における販促強化
- ブランド品のシェア向上
 - *D2F滅菌済シリンジ・VIALEX・NSV51生地管
- ワンストップ・ソリューションの提供
 - *ガラス容器・ゴム部材・デバイス・医療機器
- 商品コンセプトの統一化

製造原価の削減

- 工程自動化による生産性の向上
- 品質基準、品質保証システムの統一化
- 各製造拠点における製造ポートフォリオの最適化
- 人財育成と製造技術の蓄積・集約化

医薬品用ガラス容器市場の変化

[COVID-19関連]

- ワクチン接種人口の増加、ワクチン開発の継続
(参考：当社の確定バイアル受注数約5億本(2021年)・実績数1.1億本(2020年))
- 治療薬の開発、治験、投与

[予防医療の進展]

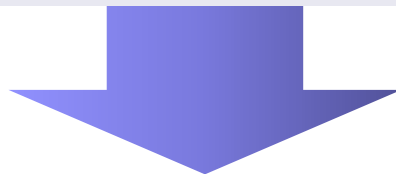
- 各種ワクチンの開発促進（自国生産化／複数の感染症対応品）
- 定期接種の法制化や推奨策などの推進

[ワクチンの剤形・容器]

- 投与形態は今後も注射剤が主流、容器形態はバイアルまたはシリンジが中心

[需要減退品の回復]

- 一時的に減少した抗菌剤やインフルエンザ、デンタルカートリッジ等の回復

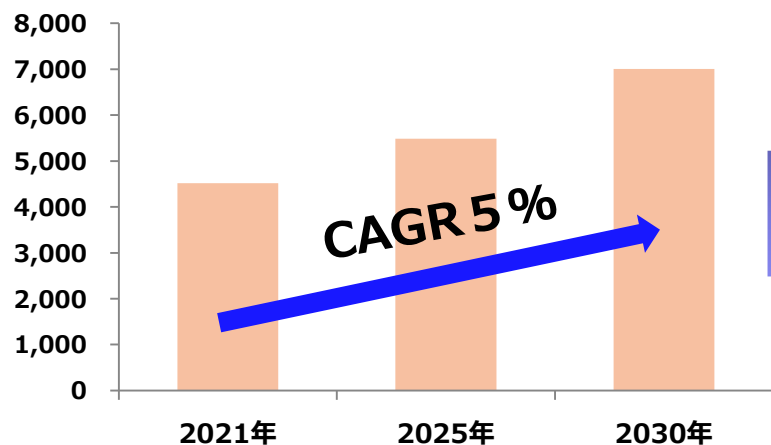


コロナ前と比較し、バイアルやシリンジの需要が世界規模で増加することを見込む

ガラスシリンジの生産能力増強

〈ガラスシリンジの世界市場予測〉

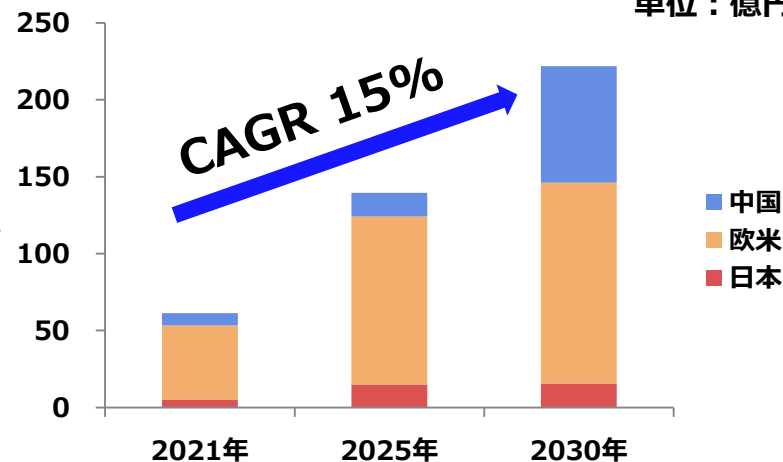
単位：百万本



[市場規模：自社予測]

〈販売計画〉

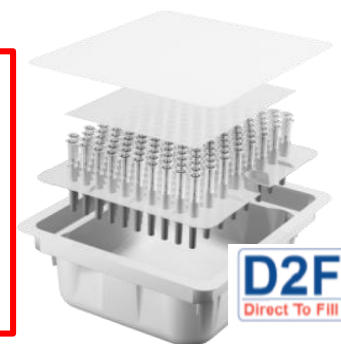
単位：億円



高付加価値品

●滅菌済ガラスシリンジ (D2F™)

- ▶ 当社で洗浄・滅菌工程を行うことで、Ready To Useで製薬企業に供給
- ▶ シリンジをネスト、タブに梱包、EOG滅菌することで充填工程でのハンドリングの簡易化、充填ラインでの効率化を実現



2022年：びわこ工場（滅菌済ガラスシリンジライン）

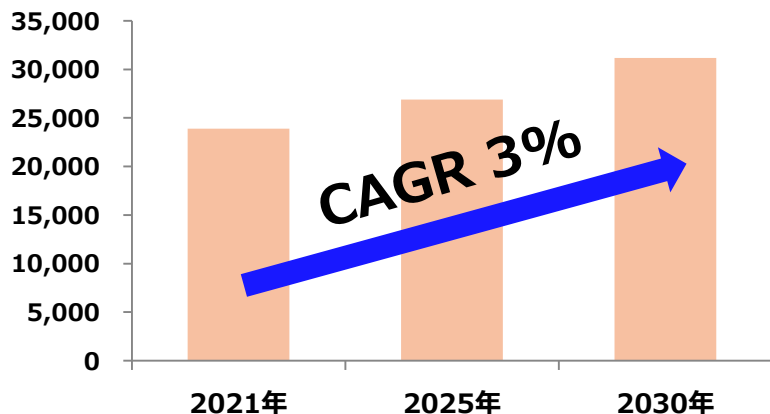
2023年：ドイツ（滅菌済ガラスシリンジライン4号機）において稼働予定



バイアルの生産能力増強

〈バイアルの世界市場予測〉

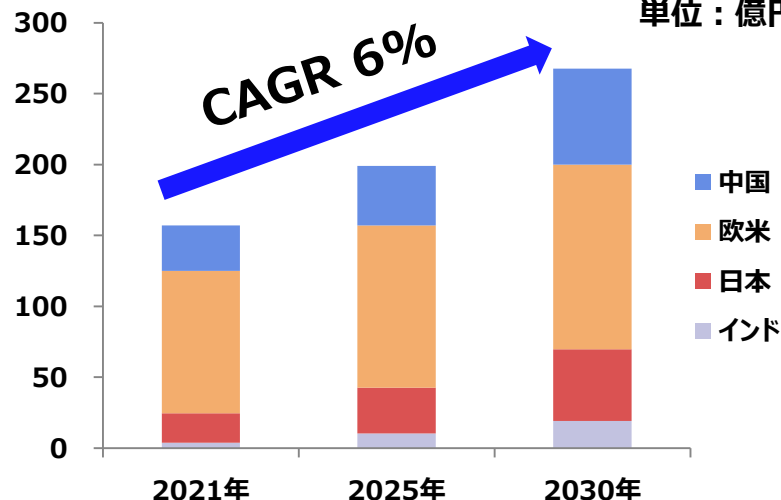
単位：百万本



[市場規模：自社予測]

〈販売計画〉

単位：億円



高付加価値品



VIALEX™
Premium Technology in Surface Control

● VIALEX™

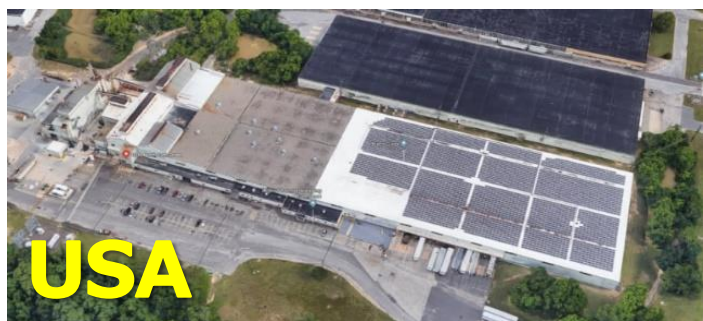
➢ コーティングフリーで、医薬品の安定性向上に貢献するための内表面処理を採用

➢ pHシフト変動の最小化、デラミネーションの抑制、硝子からの溶出を低減した、優れた医薬用一次包装容器

アメリカ、フランス、ドイツ、インド、ロシア、中国で成形ラインを増設中または検討中

窯炉の増設および新設

- 2021年 アメリカ（ミルヴィル工場） 既存ライン拡張
- 2022年 フランス（オーマル工場） 新窯炉建設・新規ライン設置



医薬品ガラス容器の材料となる生地管製造を強化し、医薬品の安定供給に貢献する

新製品

STERI-PLUS (洗浄・滅菌済バイアル)



滅菌済のバイアル・ゴム栓・アルミキャップ[®]
をパッケージング化しセットとして提供する

特長

- ・滅菌処理が不要
- ・小包装からの注文が可能
- ・製薬業界のグレードに準拠した工法
- ・用途に応じバリエーションが豊富
- ・製剤製造、院内製造、適合性試験、臨床試験等の広範なニーズを充足

Ready To Useの状態グローバル展開へ！



開発品

経鼻投与噴霧デバイス



投与・調製デバイスは医薬品容器と組み合わせることで、操作の簡便性や安全性の確保、投与の有効性向上等に貢献する商品である

特長

- ① 痛みや恐怖心の少ない小児やお年寄りにも優しい投与方法
- ② 両鼻への同一量の投与が可能
- ③ 操作者に左右されない噴霧効果

ワクチンを含めた医療現場の広範なニーズに対応

事業部のグローバルネットワーク

(2021.5.19現在)

(8ヶ国 12社 15工場 社員数約3千2百名)



【中国】 安陽尼普洛の完全子会社化 (2021年4月)



【概要】

名称 : 尼普洛医用包装材料(安陽)有限公司
(旧 安陽尼普洛昌達医薬包装有限公司)

合併会社の中方持分45%を譲り受け100%子会社化

所在地 : 中国河南省安陽市

従業員数 : 240名

事業内容 : アンプル、バイアルの製造販売

【今後の方針】

- 当社およびグループ会社の製造技術、品質保証システムを全面的に導入
- 市場成長を見据えた設備投資の段階的な実施
- バイアル、シリンジ、カートリッジ等の高付加価値品の供給体制を整備



同社を中国における高付加価値ガラス容器の基幹工場とすることで、中国市場でのプレゼンス向上を供給面から支援する



【欧州】 Piramida社の買収 (2021年4月)



【概要】

名称	: Piramida d.o.o
設立	: 1950年10月
所在地	: クロアチア・ザグレブ
従業員数	: 193名
売上高	: 約14億円 (2020年実績)
事業内容	: アンプル、バイアルの製造および販売
優位性	: 中東欧市場で高いプレゼンスを構築

【今後の方針】

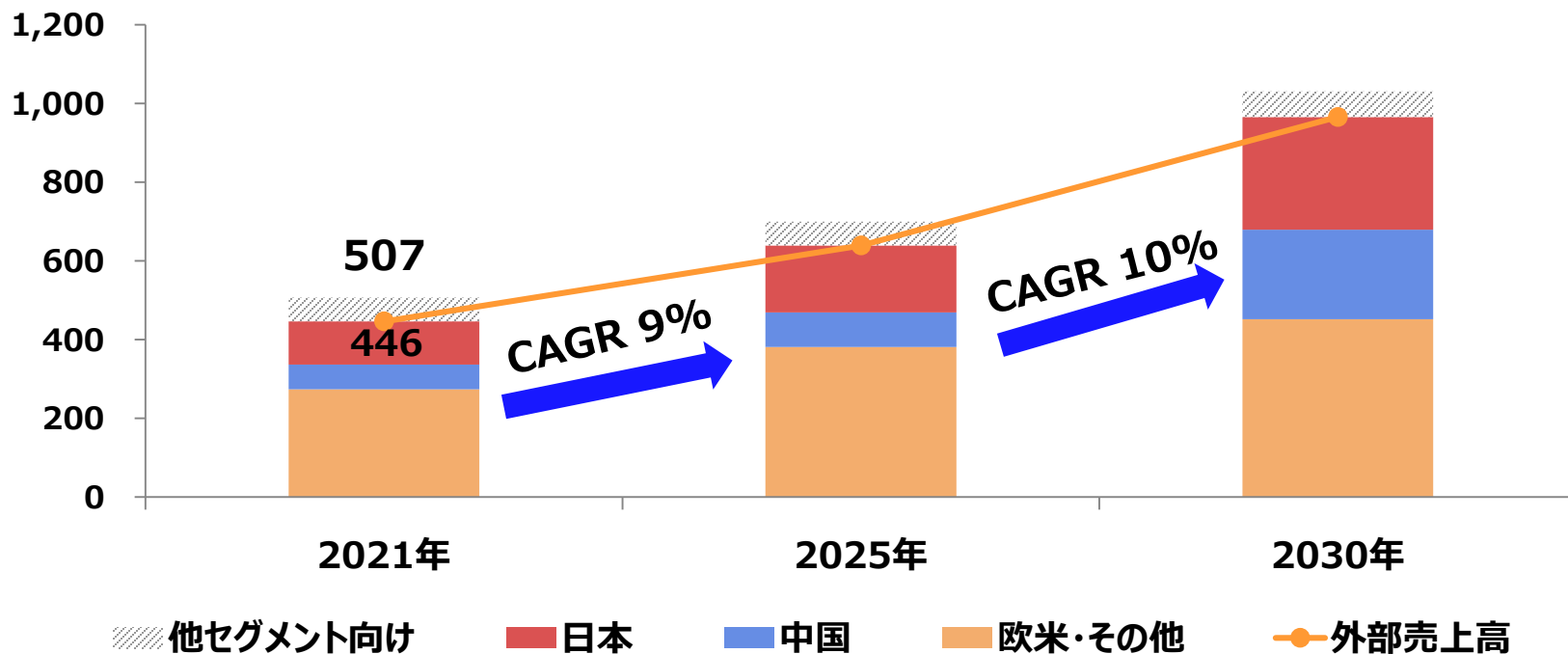
- 欧州のガラスアンプル事業における第二位のポジションを確保
- 販売チャンネルを活用することで、欧州における市場カバー率の拡大を追求
- 欧州の既存製造拠点との間で製品ポートフォリオを再編し最適化を推進

COVID-19の流行とワクチン製造が急増する中、欧州市場におけるシェア率を拡大し、製造拠点間でシナジーを創出させることで、価格競争力の向上、安定供給体制の強化を図る

2030年に向けた目標値

売上高

(単位：億円)



2030年に1,000億円の売上高を達成するとともに主要地域における市場シェアを10%強に引き上げることで、ブランドの確立と市場におけるプレゼンスを鮮明にする