

企業理念

Otsuka-people creating new products for better health worldwide

世界の人々の健康に貢献する革新的な製品を創造する

大塚グループは、この企業理念のもと、大塚の遺伝子である「流汗悟道」「実証」「創造性」を受け継ぎ、「大塚だからできること」「大塚にしかできないこと」を日々実践しようと努めています。革新的で創造性に富んだ、医薬品や機能性飲料・機能性食品などの幅広い製品を通じて、世界の人々の暮らしをサポートしていきます。私たちは、健康に携わる企業にふさわしい文化と活力を育み、グローバルな視点から地域社会や自然環境との共生に配慮し、人々のより豊かで健康な暮らしに貢献したいと願っています。

大塚だからできること、大塚にしかできないこと

目指す姿

To become an indispensable contributor to people's health worldwide

世界の人々の健康に貢献する、なくてはならない企業

企業理念の実現をすべての企業活動の根幹に、疾病の診断から治療までを担う「医療関連事業」と日々の健康の維持・増進をサポートする「ニュートラシューティカルズ[※]関連事業」の2大コア事業を中心に、「世界の人々の健康に貢献する、なくてはならない企業」を目指して事業を展開しています。今後も世界の人々の健康に貢献するという不変の価値を創造し、社会に提供し続けることを目標に活動していきます。

※nutrition (栄養)+pharmaceuticals (医薬品)

経営の真髄 (企業文化)

流汗悟道

単なる知識だけではなく
自らが汗を流し実践して
感じることの中に
本質がある

実証

物事を成し遂げ
完結することで
自己実現
そして真理に達する

創造性

真似をせず
大塚にしかできないことを
追求する

CONTENTS

事業を通じて提供したい価値	2
社会課題に寄り添う大塚の歩み	4
大塚の強み	6
独自性を生み出す価値創造プロセス	7
価値創造モデル	8
マテリアリティ(重要項目)	10
サステナビリティに向けた取り組み	12
社長メッセージ	14
CFOメッセージ	18
特集	20
「生きる」ために必要な水分・電解質補給から、 世界の人々の健康をかなえる ～「ポカリスエット」40周年の歴史と未来～	
事業戦略セクション	
第3次中期経営計画の位置づけ	24
第3次中期経営計画の進捗	26
第4次中期経営計画に向けて	32
Beyond 2030	36
大塚グループのCSR(企業の社会的責任) —サステナブルな社会の実現に向けて—	37
マテリアリティ(重要項目)	39
社会	
健康	40
人材	43
品質	46
環境	50
ガバナンス	
コーポレートガバナンス	54
取締役・監査役	60
社外取締役メッセージ	62
コンプライアンス	64
税務コンプライアンス	66
リスク管理	67
財務・非財務ハイライト	68
主要データ	70
会社概要/グローバルネットワーク	72
グループ構成と事業会社概要	73
大塚グループの情報開示	74
株式の状況	75

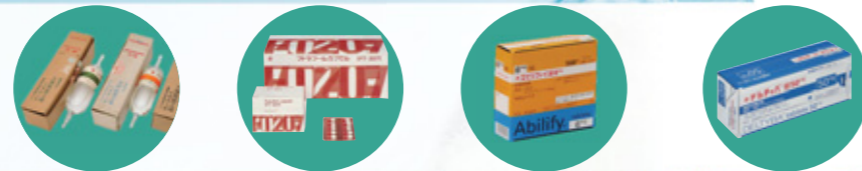
事業を通じて提供したい価値

大塚グループは、「顕在化しているが満たされない医療ニーズ」に応える医療関連事業と、「消費者が気づいていないニーズ」を充足させるニュートラシューティカルズ関連事業の2つの事業を中心に、革新的製品を創造し、世界の人々の健康に貢献します。

Unmet medical needs

顕在化しているが 満たされない医療ニーズ

疾病の診断から治療まで
医療関連事業



大塚だからできること、大塚にしかできないこと

Yet-to-be-imagined needs

消費者が 気づいていないニーズ

日々の健康の維持・増進
ニュートラシューティカルズ関連事業



私たちが提供したい価値
世界の人々を健康に

Total Healthcare

身体的健康

精神的健康

社会的健康



※ WHO憲章における「健康」の定義

社会課題に寄り添う大塚の歩み

大塚グループは、1921年に化学原料メーカーとして誕生以降、時代・環境の変化とともに、社会から求められるヘルスケアに関する社会課題の解決につながる製品を提供し、「身体的健康」「精神的健康」「社会的健康」の3つの健康に貢献して成長を続けてきました。2021年に創業100周年を迎え、次の100年も社会課題の解決につながる製品・サービスを提供し続けます。

1946

進化を続ける
輸液事業

輸液

終戦直後で国民の栄養問題が大きな課題だった時代に国内で開始された輸液事業。日本初のプラスチックボトル開発など、医療機関のニーズを満たす技術革新を進めてきました。1970年以降、衛生状態が課題だったアジア諸国では現地生産で事業を展開しています。



1974

がん患者さんの
QOL向上
フトラフル

当時世界的に汎用されていなかった経口投与できる抗がん剤として発売。これにより、従来の抗がん剤とは異なり、入院ではなく、外来での治療が可能になりました。以降も「ユーエフティ」「ティーエスワン」「ロンサーフ」といった経口抗がん剤を発売。がん患者さんのQOLの改善に貢献しています。



2002

精神病治療に
新たな選択肢

エビリファイ

数多くの疾患がある中枢神経領域。しかし、その発症原因は解明されていないものが多く、それゆえ研究開発は難航します。大塚製薬は、中枢神経領域で、初めての自社創製治療薬として抗精神病薬「エビリファイ」を米国発売。その特性を活かしたコンセプトのもと、医師や患者さんから広い支持を得ています。



2014

古くて新しい病気
「結核」に立ち向かう

デルティバ

結核は、最も古く、根絶できていない病気の一つです。「結核は重大なグローバルヘルスの問題。誰もやらないなら、我々が研究を続けなければならない」との思いで研究を継続。30年を超える研究の結果、抗結核薬として世界で約50年ぶりの新薬の一つとして承認され、「デルティバ」が誕生。現在重要な結核治療薬の一つとなっています。



医療関連事業

変わりゆく健康の概念

社会的健康

精神的健康

身体的健康

2019年
第3次
中期経営計画公表

1980

水分補給の
重要性を顕在化

ポカリスエット

「飲む点滴」をヒントに、汗で失われる水分と電解質（イオン）をスムーズに補給できる「汗の飲料」というコンセプトが加わり開発がスタート。「日常生活の中で飲む健康飲料」を目指して研究開発が進められ、1980年に「ポカリスエット」が誕生しました。



1983

不規則な食生活・
栄養の偏りの解決

カロリーメイト

臨床栄養事業における濃厚流動食のノウハウを健康な人の栄養補給に応用した「カロリーメイト」は、忙しい現代人の食生活をサポートし、日本国内における「バランス栄養食」のパイオニア、および市場売上No.1*ブランドとして、この分野をリードし続けています。

* 出典：インテージSRI 栄養バランス食品（種別：クッキー・ビスケット、シリアル、ケーキ）市場 2019/1-12



1989**

食事だけでは不十分な
栄養素を補給

ネイチャーメイド

現代人は、ライフスタイルや食生活の変化により、栄養バランスが崩れがちになっています。どれだけ食事に気をつけていても、十分に摂れない多くの栄養素。ネイチャーメイドは普通の食事に加えて、不足している栄養素をサプリメントで補うことを提案し続けています。

** 1989年 米ファーマバイト社買収、1993年国内販売開始



ニュートラシューティカルズ関連事業

2014

「女性の活躍」の
課題解決

エクエル

ゆらぎがちな時期を過ごす女性の健康と美をサポートするため、大豆イソフラボンと独自の乳酸菌で発酵させたエクオール含有食品「エクエル」。40代以降の女性が感じる心と身体の変化を穏やかにする「女性の健康をサポートするサプリメント」として販売しています。



主なグループ会社の設立

