



HUNDRED YEAR
OTSUKA QUALITY

生命にとどくまで。

特集

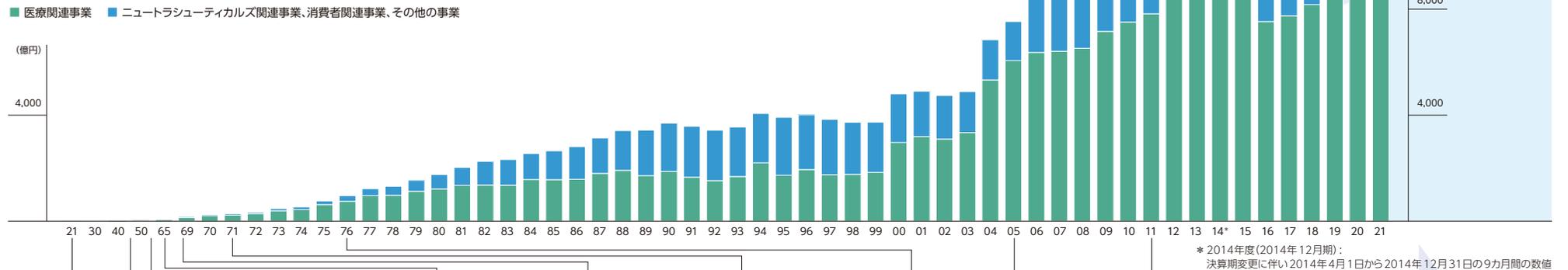
大塚グループ100年の歩み トータルヘルスケア企業への成長の軌跡

創業100年を迎えた大塚グループ。長年にわたり脈々と培われたグループの遺伝子は、グループが展開するすべての事業における挑戦へと結びついています。ぶれることのない企業理念“Otsuka-people creating new products for better health worldwide”を世界中の社員全員で共有し、新たな価値を世界へ提供すべく、今日も創造を続けています。

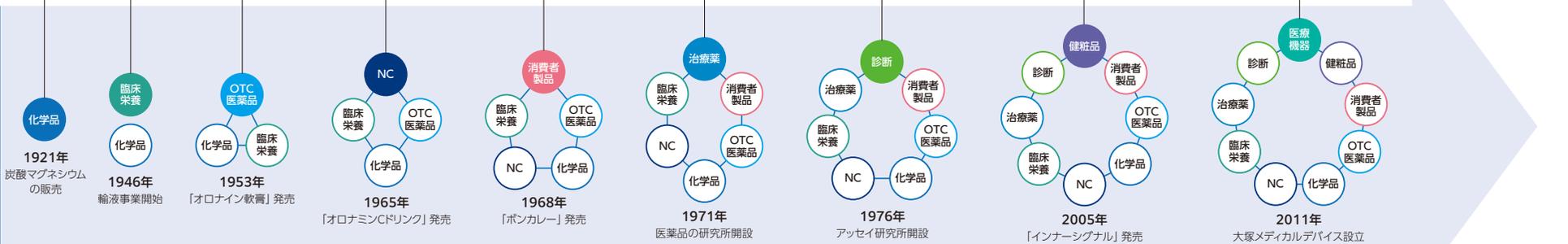
大塚の歩み

大塚グループは、1921年に化学原料メーカーとして誕生して以降、創造性の発揮だけでなく、自らが正しいと信じた道に対して、愚直に取り組み、大塚にしかできないことを追求する「流汗悟道」「実証」「創造性」といった遺伝子のもと、グループ全体で刺激しあいながら独自のトータルヘルスケア企業を目指してきました。今後も時代・環境の変化に対応するとともに、常に先を見据え「大塚らしさ」を発揮した事業を展開することで「健康」に貢献していきます。

売上収益推移



事業の多様化



1921年に大塚グループは、徳島県鳴門の地で化学原料メーカーとして創業しました。単品メーカーからの脱却のために多品目化を進め、点滴注射液事業などの医薬品製造を開始し、事業を全国展開していきました。



創業期の工場

医療関連事業だけでなく、食・住の領域へも進出するなど、大塚グループの基礎が築かれました。

創業期 (1921年～1970年代)

1970年代、大塚グループのさらなる成長に向け、「国際化」を目指し、積極的な海外展開を開始しました。高い品質の維持・向上を目指した現地製造にこだわり、適正価格での提供や雇用創出だけでなく、地域社会へも貢献しました。“Otsuka-people creating new products for better health worldwide”を工場・研究所のモットーとして定め、多くの独創的な製品により新市場を開拓し、事業が多角化していきました。



中国大塚製薬有限公司の契約調印式

国際展開期 (1970年代～2000年代)

その時代や地域において望まれるヘルスケアに関するあらゆるニーズに対し、科学的根拠にもとづいた多様な製品・サービスを提供できるグループとして成長してきました。そして、医療機器を新分野に加え、環境の世紀にふさわしい在り方を探りながらグローバルイノベーションに挑戦し、多様な事業から相乗的な価値創造を生み出す構造を実現してきました。



発展期 (2000年代～)

創業期 (1921年～1970年代) グループの礎となる大塚製薬工業部から歴史が始まる

創業

1921年9月1日に大塚グループは、大塚武三郎により、塩田が広がる徳島県鳴門の地で、製塩業の副産物であるにがり原料とする炭酸マグネシウム(ゴムの添加剤)を製造する化学原料メーカーとして大塚製薬工業部を創業しました。

医薬品事業への参入と全国展開

化学原料メーカーとしての堅実な事業展開に加え、大塚グループは1946年に医薬品事業へ参入し、点滴注射液の新製品を次々と投入して、事業地域を全国化しました。

さらに点滴注射液や化学製品の技術ノウハウを活かして業態を多様化する一方、1953年にグループ初のOTC医薬品(一般用医薬品)として、殺菌消毒剤「オロナイン軟膏」を発売しました。



大塚武三郎



輸液事業開発当時の点滴注射液



「オロナイン軟膏」

- 1921年 大塚製薬工業部として創立
- 1940年 大塚製薬工場に社名変更
- 1946年 点滴注射液事業に参入
- 1950年 大塚化学薬品(現 大塚化学)を設立
- 1953年 「オロナイン軟膏」発売
- 1961年 大塚倉庫を設立

医薬から食・住の領域へ

高度経済成長期の1960年代から1970年代にかけて、大塚製薬、大鵬薬品、大塚食品工業(現 大塚食品)、大塚倉庫などが設立されました。さらにアース製薬も加わり、グループの経営基盤が大きく広がります。

1965年、『元気ハツラツ』をキャッチコピーとした炭酸栄養ドリンク「オロナミンCドリンク」が発売されました。栄養ドリンクに「炭酸」を加えるという当時にはない画期的な発想で誕生し、大塚グループを代表するロングセラー製品に育ちました。

1968年、世界初の市販用レトルト食品「ボンカレー」が発売されました。輸液事業で培ってきた技術を応用して開発されたこの製品は、『食卓に革命を起こした』と評されるまでに家庭に浸透しました。



「オロナミンCドリンク」



「ボンカレー」

- 1963年 大鵬薬品を設立
- 1964年 大塚製薬を設立
シービーシー食品工業に資本参加、大塚食品工業(現 大塚食品)を設立
「チオビタドリンク」発売
- 1965年 「オロナミンCドリンク」発売
- 1968年 「ボンカレー」発売
- 1970年 アース製薬に資本参加

国際展開期 (1970年代～2000年代) 国際化とトータルヘルスケアを推進

国際化

1971年のドル危機による円高を契機に、大塚グループは国際化を目指し、海外展開を開始しました。1973年、タイ大塚製薬の設立だけでなく、パロアルトに米国初拠点となる事務所を開設したことを皮切りに、欧州、インドネシア、台湾、エジプト、中国へと進出し、今では世界33カ国・地域に200社を展開し、約47,000人の社員が働いています。(2021年12月31日現在)

自社創薬への試み

世界の医療に貢献する治療薬を作りたいという想いから、1971年大塚製薬徳島工場内に研究室が設置され、自社創薬の歩みが始まります。

そこで「カルボステリル骨格」に出会ったことにより、1980年に初の自社創薬品となるβブロッカー「ミケラン」が発売され、その後も気管支拡張剤「メプチン」、胃炎・胃潰瘍治療剤「ムコスタ」といった製品が発売され、自社での研究開発・生産体制が整っていきました。

- 1973年 グループ初の海外事業会社、タイ大塚製薬を設立
米国初拠点の事務所開設
- 1974年 「フトラフル」発売
欧州初拠点の事務所開設
大塚インドネシア設立
台湾大塚製薬設立
- 1977年 アラブ大塚製薬（現 エジプト大塚製薬）設立
- 1980年 「ポカリスエット」発売
「ミケラン」「メプチン」発売
- 1981年 中国大塚製薬設立
- 1982年 韓国大塚製薬設立



タイ大塚製薬の落成式



「ミケラン」「メプチン」



「ムコスタ」



抗がん剤「フトラフル」

「ポカリスエット」汗の飲料誕生

大塚グループを代表するイオン飲料「ポカリスエット」は、『汗の飲料』をコンセプトに開発され、1980年に発売しました。

当時は清涼飲料にはタブー色とされていた“青色”を採用し、発売当初はなかなか受け入れられませんでした。スポーツ会場やスーパー、銭湯、サウナなど汗をかく場所に出向き、水分と電解質（イオン）補給の大切さと製品価値を伝え続けた結果、今では日本を含むアジアを中心に世界20以上の国と地域で親しまれています。



「ポカリスエット」

世界初の陶板名画美術館

1998年3月、大塚グループ創立75周年を記念し、教育的・観光的性格を併せ持つ大塚国際美術館が開館しました。

大塚国際美術館は、西洋名画約1,000点を陶板で原寸大に再現・展示した世界に類のない美術館です。

大塚国際美術館
システィーナ・ホール



- 1983年 「カロリーメイト」発売
- 1988年 大塚パキスタン設立
- 1989年 大塚アメリカ設立
大塚アメリカ ファーマシューティカル設立
ファーマバイト社がグループに参加
- 1990年 「ムコスタ」発売
- 1998年 大塚国際美術館設立
「マッチ」全国発売
大塚ファーマシューティカルヨーロッパ設立



バランス栄養食「カロリーメイト」

発展期 (2000年代～)

“真のトータルヘルスケア企業”への挑戦

大塚グループはこれからも、時代や地域によって変化するニーズに合った価値を提供し続け、社会課題の解決を目指していきます。

～大塚にしかできない貢献～

大塚製薬では、2002年の米国での発売から世界60カ国以上で上市し、世界初のドパミンD₂パーシャルアゴニスト製剤として精神科医療に貢献した「エビリファイ」や「水だけを出す利尿薬が欲しい」という医療ニーズに応え、これまで治療薬がなかった疾患への独創的な薬剤「サムスカ/ジンアーク」など大塚だからこそ開発できた多くの製品・サービスを提供してきました。また、医療関連事業の柱の一つであるがん領域においても、大塚製薬・大鵬薬品・アステック社がそれぞれ培ってきた独自の先端技術の戦略的相互共有を進めています。大塚グループは、長年培ってきた知識・経験を将来につなげ、グローバル4製品のさらなる拡大や今後の成長につなげていきます。また、医薬品だけでは満たされていないアンメット・ニーズの解決を目指し、医薬品や臨床開発の強みと革新的な技術を融合させた他社にはないユニークなメディカルデバイスの開発も進めており、唯一無二のトータルヘルスケア企業として今後のさらなる成長を目指しています。

- 2001年 「オーエスワン」発売
- 2002年 「エビリファイ」米国発売
- 2003年 「アミノバリュー」発売
- 2006年 「ソイジョイ」発売
- 2008年 大塚ホールディングス設立
- 2009年 「サムスカ」米国・欧州発売
- 2010年 大塚ホールディングス 東証一部上場
- 2011年 大塚メディカルデバイス設立
- 2013年 「エビリファイ メンテナ」米国発売
- 2014年 「ロンサーフ」発売



創業期 (1921年～1970年代)

国際展開期 (1970年代～2000年代)

～新たなニーズへの価値の提供～

近年の健康意識の高まりに加え、環境にやさしい食品が注目されています。大塚グループでは、そのニーズに対応するため「社会への貢献」をテーマにいち早く取り組んでいます。北米でプラントベース食品の開発・製造・販売を行うデイヤフーズ社は、食物アレルギーを持つ方のみならず、健康意識の高い方、新しい価値観を持つ方々に支持され、成長しています。また、ニュートリション エ サンテ社は欧州を中心に世界40カ国以上でフリーフロム食品*、オルタナティブ食品を含む健康食品を展開しています。日本では、動物性原材料不使用の「ボンカレーベジ」や日本初となる「大豆ミート食品類JAS」認証を取得した「ゼロミート」ハンバーグ2品、植物由来の原材料にこだわりヴィーガン認証を取得した「ソイジョイ プラントベース」シリーズを発売するなど、健康と環境への貢献を目指したさまざまな製品を提供しています。

* 特定の成分などが入っていない食品。グルテンを含んでいない食品であればグルテンフリー食品と呼ばれる

- 2014年 「エクエル」発売
- 2015年 「レキサルティ」米国発売
- 2017年 「ボディメンテ」発売
- 2018年 「ゼロミート」発売
- 2021年 「BioMimics 3D」日本発売
- 2022年 「ソイジョイ プラントベース」シリーズ発売



ニュートリション エ サンテ社
「ジェルブレ」

デイヤフーズ社の製品



「ソイジョイ プラントベース」シリーズ



「ゼロミート」

「ボンカレーベジ」

発展期 (2000年代～)

“大塚だからできる”新領域への挑戦

～アンメット・ニーズへの挑戦～

大塚製薬では、独創的かつ多様な研究基盤からのイノベーション創出を目指し、従来の強みに加え、遺伝子細胞治療・再生医療・バイオロジクス・免疫研究やデジタル技術などを駆使し、免疫・がん・神経変性疾患治療薬など革新性の高い創薬と、外部企業を含めた密接な連携・協業・情報交換を促進していき、新たな価値創造の実現に向けたグローバル視点での研究ハブとして、大阪創薬研究センター（仮）を2022年に新たに開所します。



大阪創薬研究センター（仮）イメージ図

2018年に大塚グループの一員となったビステラ社が保有する独自の抗体プラットフォーム技術（Hierotope® platform）は、従来のアプローチとはまったく異なる技術です。この手法を用いて、これまで難しいと考えられていた疾患・創薬ターゲットに対する抗体医薬品のデザイン・開発を実現し、アンメット・ニーズが残された疾患に対する新たな治療薬の提供を目指します。



～女性の健康市場への挑戦～

大塚グループでは、女性の社会進出や活躍が進む中、すべての人たちが生き生きと活躍できる社会の実現を目指し、女性のライフステージにおける健康課題に焦点を当て取り組んでいます。

加齢に伴い心身に変化が現れる“ゆらぎ期”の女性の健康と美に貢献するエクオール含有食品「エクエル」や、約80%の女性が感じているとされる月経前の心と身体の変化に対応する複合型サプリメント「トコエル」、OTC医薬品で初めて尿意切迫感の効能・効果を取得した「バップフォーレディ」といった科学的根拠に基づいた製品や「自身の健康を理解して対処する」ための情報の提供を行っています。また、女性に多い悩みとされる泌尿器系の健康分野に特化した製品を持つ米国ユコラ社がグループの一員となり、より広い分野の女性の健康サポートが可能となりました。今後もグループ全体で一人ひとりに寄り添い、女性特有の健康課題解決のため取り組みを進めていきます。



「エクエル」



「トコエル」



ユコラ社製品（日本未発売）



「バップフォーレディ」

創業期（1921年～1970年代）

国際展開期（1970年代～2000年代）

発展期（2000年代～）