

# 世界の人々の健康に貢献する 革新的な製品を創造する

## 大塚グループの存在意義

### 09 企業理念と目指す姿

企業理念と企業文化  
サステナビリティミッション  
トータルヘルスケア

2035年のありたい姿／目指す姿

### 13 世界の人々の健康に貢献してきたあゆみ

「大塚だからできる」「大塚にしかできない」エピソード  
トータルヘルスケアに向けた事業の多角化の変遷  
大塚グループが築いてきたプレゼンス

### 15 大塚グループが目指す未来

価値創造プロセス

17 特集●大塚のトータルヘルスケアが生み出す  
Well-beingストーリー

大塚グループ独自のアプローチ「トータルヘルスケア」  
Well-beingの実現に向けたアプローチ  
認知症に向き合い、共生社会の実現を目指す

# — 私たちは何をするために存在するのか？

## 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。

## 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



# — どのように理念を実現するのか？

## サステナビリティ ミッション

大塚グループは、企業理念のもと、  
事業を通じた社会課題の解決に取り組み、  
自らの持続的な成長と健康で  
サステナブルな社会の実現を目指します。



トータルヘルスケア企業として  
世界の人々へWell-beingを提供



企業理念を実現する  
人財の育成と環境整備



地球環境への負荷低減



ビジネスパートナーと協働した  
サステナブルな社会の実現



# — どのような捉え方で価値を生み出すのか？

## 独自のアプローチ

## トータルヘルスケア

疾患や健康状態だけにとどまらず、「人」そのものを見ることこそが、大塚グループにおけるヘルスケアの本質です。  
この考えのもと、「人」を取り巻く社会全体を一つのユニットとして捉え、健康に関わる社会課題に取り組めます。



# —何を目指すのか？

## 2035年のありたい姿

### Better healthからBeyond health、 そしてWell-beingへ

地球環境、女性の健康、少子高齢社会といった社会課題に対し、  
トータルヘルスケア企業として  
予防、健康増進、診断、治療の概念を超えて  
健康を広く捉え、新しい健康価値を創造し、  
一人ひとりのWell-beingを追求します

## 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

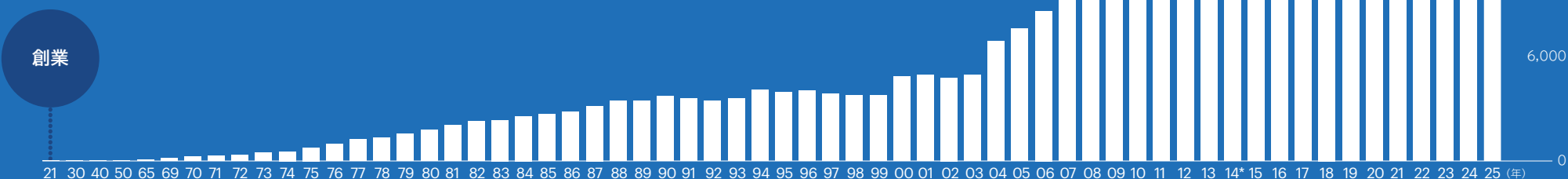
企業理念の実現をすべての企業活動の根幹に、  
世界の人々の健康に貢献するという不変の価値を創造し、  
社会に提供し続けることを目指します



## 世界の人々の健康に貢献してきたあゆみ

1921年、化学原料メーカーとして創業した大塚グループは、大塚だからできるイノベーションを追求し、社会課題の解決に挑み続けてきました。現在では、32の国と地域へ事業拠点を広げ、世界中の人々の健康と暮らしに貢献しています。

### 売上収益推移



\* 2014年については決算期変更に伴い2014年4月1日から2014年12月31日の9カ月間の数値を記しています

## 「大塚だからできる」「大塚にしかできない」エピソード

### 1946- 輸液事業

輸液のリーディングカンパニーとして日本の輸液開発を牽引し、患者さんの視点に立った、革新的な製品開発に取り組んでいます。



[https://www.otsukakj.jp/about\\_us/history/](https://www.otsukakj.jp/about_us/history/)

### 1974- がん治療の常識を変えた 経口抗がん剤

「フトラフル」の発売により、術後補助化学療法という新たな治療法が確立されました。



[https://www.taiho.co.jp/company/history/close\\_up/](https://www.taiho.co.jp/company/history/close_up/)

### 1980- 「ポカリスエット」

現在では20以上の国と地域で販売。グローバルで、水分・電解質補給の重要性を啓発する活動などの取り組みを進めています。



→ p.49

### 2014- 女性の健康

ライフステージごとの心身の変化に合った対処が重要だと考え、製品開発や啓発活動を続けています。



→ p.53

### 2014- 古くて新しい病、 結核撲滅に向けて

「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、大塚が研究を続けなければいけない。」この想いを胸に、世界で約40年ぶりに承認された結核治療薬としてデラマニド（製品名：デルティバ）が誕生しました。



→ p.46

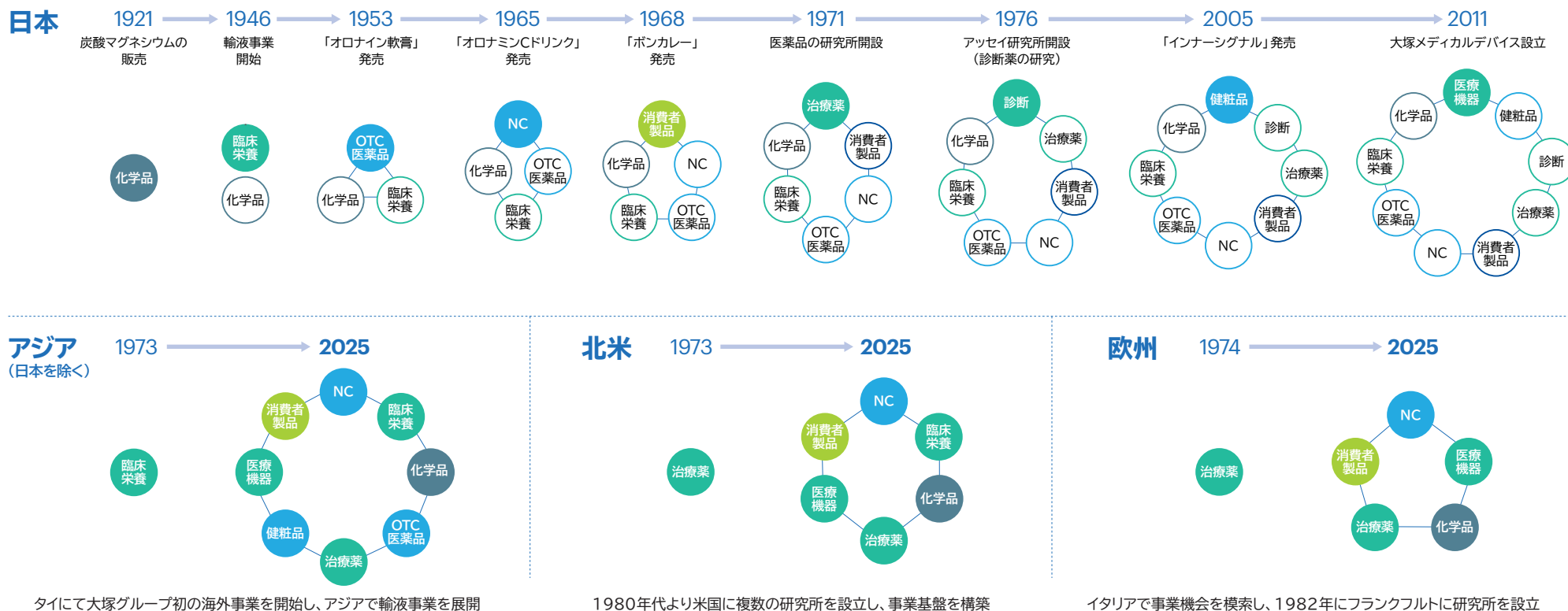
### 2023- 認知症を 孤独な病気にしない

2002年の「エビリファイ」発売以降、精神・神経領域で独創的な製品を展開しています。「レキサルティ」は認知症の方や家族・介護者への貢献を目指しています。



→ p.19  
<https://www.otsuka.co.jp/dementia/>

# トータルヘルスケアに向けた事業の多角化の変遷



## 大塚グループが築いてきたプレゼンス

### 大塚が創造したオンリーワン

- **製品コンセプト**：ドパミンパーシャルアゴニスト、利尿剤、経口抗がん剤、イオン飲料、バランス栄養食
  - **領域開拓**：アルツハイマー型認知症に伴うアジテーション、ADPKD\*、女性の健康、水分・電解質補給
- \* ADPKD：常染色体優性多発性のう胞腎

### グローバルネットワーク

- **事業拠点**：32カ国・地域、182社
- **海外売上収益比率**：71%
- **従業員数**：国内14,024人（37%）、海外23,734人（63%）

### 粘り強いブランド育成力

- **医薬品カテゴリー別のシェアトップ製品数**：国内13製品、グローバル4製品
- **結核治療薬デラマニド展開国・地域数**：120カ国・地域以上
- **「ボカリスエット」使用経験**：83.5%
- **「ボカリスエット」展開国・地域数**：20カ国・地域以上

### 独創性の追求

- **研究開発費**：3,528億円（売上収益比率14.3%）
- **医療関連事業の開発プロジェクト数**：64

### ステークホルダーネットワーク

- **自治体との連携協定**：47都道府県および800以上の市区町村

### 強固な財務・収益基盤

- **格付投資情報センター格付**：AA-
- **研究開発投資前CF**：7,392億円
- **ROE**：12.6%

## 大塚グループが目指す未来



## 心や体、周りの環境が変わっても、 誰もが自分らしく 健康で生きられる社会を育みたい

人の健康ニーズは、病気の有無という身体的な側面にとどまらず、精神的な充足や社会とのつながりへと広がり、Well-beingという概念へと進化しています。この変化に対し、医療と日常の健康をつなぐ多様な事業を有する大塚グループは、包括的な視点からヘルスケアの社会課題に向き合う責任と可能性を持っていると考えています。

# 価値創造プロセス

## 独自のアプローチ「トータルヘルスケア」

## 大塚グループが目指す未来

→ p.15

### 大塚グループの課題の捉え方

疾患や健康状態だけにとどまらず、「人」そのものを見るからこそ、大塚グループにおけるヘルスケアの本質である。この考えのもと、「人」を取り巻く社会全体を一つのユニットとして捉え、健康に関わる社会課題に取り組む。

### 大塚グループの強み

多様な事業を支える人財

ステークホルダーネットワーク

アンメットニーズの探索力と解決力

### 大塚グループのビジネス



トータルヘルスケア企業として  
世界の人々へ  
Well-beingを提供

### マテリアリティ



企業理念を実現する  
人財の育成と環境整備

ビジネスパートナーと協働した  
サステナブルな社会の実現

地球環境への負荷低減

### 革新的な製品

#### 医療関連事業

→ p.39



#### NC関連事業

→ p.47



#### 消費者関連事業

→ p.54



### 社会への提供価値

#### 多様な関係者をつなぎ、 共創の動きを作る

生活者やパートナー企業など多様な関係者と対話することで、今まで見えなかった課題を発見する。

#### 健康に生きるための 新たな手段と 選択肢を生み出す

試行錯誤を繰り返すことで問題の本質を捉え、大塚グループにしかできないアプローチにより、新たな解決策を生み出す。

#### 健康支援とその価値を 社会に届け続ける

生み出した製品・サービスの価値を生活者に丁寧に伝え、社会に根づくまで粘り強く届け続ける。

健康課題の解決による強みのさらなる進化

## 特集

# 大塚のトータルヘルスケアが生み出す Well-beingストーリー

大塚グループは、病気の治療から日々の健康維持まで、人々の「生き方」に寄り添うトータルヘルスケア企業です。

多様な事業が連携し、複雑化する社会課題の解決に挑むことで、  
世界中の一人ひとりが自分らしく輝けるWell-beingな未来を創造します。

## 大塚グループ独自のアプローチ「トータルヘルスケア」



### 医療関連事業(⇒p.39)



精神・神経やがん領域など、強みを持つ領域に加え、未充足の医療ニーズが高い自己免疫疾患などにも注力しています。また新薬だけでなく医療機器やデジタルツールも開発し、包括的なソリューション提供により患者さんの社会復帰を支えます。

### その他の事業(⇒p.55)



高機能素材を提供する化学品事業や、低環境負荷な物流を担う倉庫・運送業などを展開。グループの多様な事業基盤を支えるとともに、独自の技術やインフラを活かして、産業の発展から持続可能な社会の実現まで幅広く貢献しています。

### NC関連事業(⇒p.47)



医薬関連事業の知見を活かし、科学的根拠に基づく機能性飲料・食品などを提供しています。女性の健康や水分・電解質補給など、ライフステージごとの健康課題に寄り添い、世界中の人々の健康維持・増進を日々の暮らしの中でサポートしています。

### 消費者関連事業(⇒p.54)



「美味・安全・安心・健康」をテーマに、食品・飲料分野で事業を展開。レトルト食品など独自の発想で生活者のニーズに応える製品を創出し、食卓を通じて、現代社会の多様な健康ニーズや人々の豊かで健やかな暮らしに貢献しています。

特集

大塚のトータルヘルスケアが生み出す  
Well-beingストーリー医療  
機器

診断

治療薬

臨床  
栄養

## Well-beingの実現に向けたアプローチ

大塚の強みは事業間の垣根を越えた連携にあります。

治療薬の開発や、自治体とのネットワーク、医療機器、デジタル技術を活用した包括的な支援など、  
人を中心とした多角的なアプローチで社会課題に向き合い、誰もが自分らしく生きられるWell-beingな社会を追求します。認知症に向き合い、  
共生社会の実現を目指す

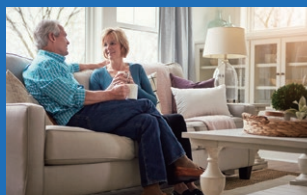
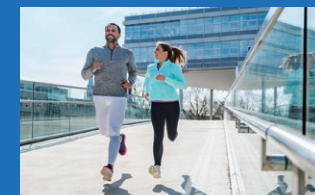
→ p.19、p.20 大塚グループの認知症に対するアプローチ・対談

複雑な精神・神経疾患に、  
包括的に取り組む

→ p.41 医薬関連事業 精神・神経領域

がんとの共生社会の  
実現を目指す

→ p.42 医薬関連事業 がん領域

水分・電解質補給を通じて、  
すべての人の健康を支える→ p.49 NC関連事業 For Climate & Environmental Risk  
(気候および環境リスク)カテゴリー女性が、自分らしく生きるための  
健康課題に挑む

→ p.51 NC関連事業 For Women's Health (女性の健康)カテゴリー

病気を持つ人から健康な人まで、  
栄養を届ける

→ p.50、p.54 For Healthier Life(ヘルシアーライフ)カテゴリー・消費者関連事業

消費者  
製品

化学品

OTC  
医薬品

健粧品

NC

## 特集

大塚のトータルヘルスケアが生み出す  
Well-beingストーリー

# 認知症に向き合い、共生社会の実現を目指す

## 大塚グループが考える認知症の本質的な課題

大塚グループは、認知症の本質的な課題は当事者やその家族、介護に関わる人々が社会から「孤立」してしまうことだと捉えています。  
不安が周囲に理解されず一人で抱え込み、日々のケアの中で疲弊していく現実。  
この「孤独」を解消し、誰もが自分らしく共生できる社会を築くことが、私たちが取り組むべき真の課題です。

### 認知症ケア支援 ソリューション

介護者が認知症ケアを学ぶための  
VRプログラムを開発・販売

→ p.20、p.45



### 認知症の啓発活動

社内外のステークホルダーに対して  
新しい認知症観の  
啓発活動を実施



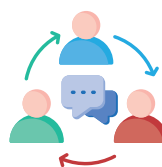
## 大塚グループの認知症に対するアプローチ

当社グループは、「人」を中心としたトータルヘルスケアの視点のもと、医療・NC関連事業が連携し、認知症という社会課題に取り組んでいます。医療関連事業の科学的知見から生まれた治療薬やVRツールなどを、NC関連事業が培ってきた全国800以上の自治体・企業とのネットワークを通じて展開し、社会への価値創出に貢献します。独自のアプローチで、診断・治療から地域での生活までを包括的に支えるソリューションを提供します。

### ステークホルダーとの連携

NC関連事業で培った  
生活者との接点やネットワーク、  
知見を、認知症の支援に活かす

→ p.20



### 地域に根差した ネットワーク

800に及ぶ全国の自治体との  
包括連携協定が  
地域に根差した認知症支援に  
活かされる



### 治療薬の開発・販売

アルツハイマー型認知症に伴う  
アジテーションに対する  
初めての治療薬を  
開発・販売

→ p.41



### 認知症診療支援 神経心理検査用プログラム

認知症の診療支援に用いる  
神経心理検査用プログラムを販売

→ p.45



認知症になっても、自分らしく暮らせる社会の実現へ



## 特集

大塚のトータルヘルスケアが生み出す  
Well-beingストーリー

## 認知症の理解を深める新たな取り組み～りそな銀行との協業～

大塚グループは「認知症を孤独な病気にしない」という想いのもと、医療関連事業（医薬）の科学的知見とNC関連事業（NC）の持つ広範な社会との接点を活かし、認知症の課題に取り組んでいます。本特集では、りそな銀行との協業を事例に、診断や治療にとどまらず、生活の場における認知症の「孤立」という課題に挑む最前線を追います。事業の垣根を越えた連携が生み出す独自の価値創造ストーリーを、二人の担当者が語ります。

「りそなIn(りそなイン) 深川ギャザリア レガール」で開催された「FACEDUO」体験イベント



### 医薬×NCの連携で、 「孤立」という認知症の課題に挑む

**加藤** 私たちは、認知症の人や家族を取り巻く課題の一つが、「周囲の理解を得られず社会から孤立してしまうことではないか」と問いを立て、認知症を孤独な病気にしないという想いを起点に認知症の課題に取り組んでいます。

**大西** 一般的に製薬企業の活動は医療の場面が中心になりますが、認知症の場合は自治体・企業など多くのステークホルダーが関わっているため、医療機関のみならず、生活の場に目を向ける必要があると感じていました。

**加藤** そこでNCが全国の自治体や小売業などとのネットワークを通じて、生活者と接点を持つことは、認知症の取り組みにおいて大塚の強みになると考えました。

**大西** 背景として、医薬とNCが相談しやすい社内環境が育まれていることも大きかったです。大塚製薬には事業を横断的にマネジメントする「ポートフォリオマネジメント室」が設立されるなど、部門を超えた連携の基盤づくりが進んでいます。

### りそな銀行との協業で実現した、 認知症課題への理解を促すプログラム

**加藤** 象徴的な事例が、NCがB.LEAGUE支援を通じて接点のあった、りそな銀行との協業です。金融機関においても、認知症は顧客の暮らしや人生設計を支えるうえで、健康と金融の両面に関わる重要な社会課題の一つとして認識されています。

**大西** そこで、私たちは医薬のエビデンスに基づいて開発したVRプログラム「FACEDUO」の認知症ケア支援VRの導入を提案しました。ご家族を含む支援者が認知症の方の視点を疑似体験し、認知症の方の気持ちや行動の背景を理解することで、適切な支援ができるようになることを目指すプログラムです。

**加藤** 「FACEDUO」がりそな銀行の拠点「りそなIn」に設置さ

れ、体験者からは「認知症の方の言動の理由がわかり、接し方を工夫できるようになった」「心が軽くなった」などの声が寄せられました。金融機関という生活に身近な場を通じ、デジタルソリューションを活用して認知症への理解促進を図った協業事例の一つです。

**大西** りそな銀行の皆さんが、自らFACEDUOを体験したうえで顧客に紹介できる点も高く評価されました。今では「りそなIn」の4店舗に設置されています。

### 一生涯に寄り添う伴走者を目指して、 医薬とNCの連携で新たな健康価値を創造する

**大西** 今後の展望として、医薬では「新しい認知症観」を醸成するためのプログラムの開発も進めています。

**加藤** NCではフレイルや熱中症など、日常生活に関わりの深い健康課題に関するコンテンツを開発しています。大塚の根底には、病気はあくまでその人を形づくる一部に過ぎないという考えがあります。私たちは疾患を見るのではなく「人」を見つめ、その生涯に寄り添う伴走者でありたいと願っています。

**大西** サイエンスに基づく製品を創造し、広く社会との接点があり、伝える力を持っていることが大塚の強みだと信じています。医薬とNCの連携が生み出す新たな健康価値の創造により、健康に関する社会課題に取り組んでいきます。



(左) 大塚製薬株式会社  
ポートフォリオマネジメント室  
プリンシパル  
**大西 弘二**

(右) 大塚製薬株式会社  
ニュートラシューティカルズ事業グループ  
ソーシャルヘルス・リレーション部部長  
(兼)ポートフォリオマネジメント室  
プリンシパル  
**加藤 直樹**