

価値創造モデル

インプット

人的資本*1

従業員 約47,000名
国内 約17,500名
海外 約29,500名

社会関係資本*1

会社数 200社
国内 49社
海外 151社
拠点 33カ国・地域

製造資本*1

製造拠点 175カ所
国内 50カ所
海外 125カ所

知的資本*1

研究拠点 44カ所
国内 24カ所
海外 20カ所

財務資本

資産 28,209億円

自然資本*2

エネルギー消費量 359,100kℓ
水使用量 17,680千m³

企業理念／サステナビリティミッション／
価値創造プロセス



サステナビリティミッション → P.18

流汗悟道

実証

創造性

Otsuka-people creating new products for better health worldwide

アウトカム：
ステークホルダーへの価値提供 → P.15

アウトプット

売上収益(2021年度)
14,983億円

製品・サービス

- ・医療関連事業
治療薬、臨床栄養製品等、
診断薬、医療機器
- ・NC関連事業
機能性飲料・機能性食品等、
健粧品、OTC医薬品・医薬部外品
- ・消費者関連事業
飲料、食品、酒類
- ・その他の事業
機能化学品、ファインケミカル、
倉庫・運送、包装、電子機器

総排出量*2(2021年度)
CO₂ 683,000t-CO₂

生活者

患者さん

医療関係者

株主・投資家

従業員

取引先

地域・社会

世界の人々を健康に

資本の再投資・配分

(2021年12月末現在)

*1 データの範囲：大塚ホールディングスおよびその子会社、関連会社200社

*2 データの範囲：大塚グループ連結対象全生産拠点

ステークホルダーへの価値提供(2021年度の取り組み事例)

生活者・患者さん・医療関係者	●製品アクセスの拡大 ・結核治療薬デラマニド提供 120カ国・地域以上 ・抗精神病薬「エビリファイ メンテナ」の販売 48カ国・地域 ・大塚製薬「Otsuka Global Patient Access Support Policy」の制定(2021年7月)	●イノベーション創出によるアンメット・ニーズ解決への貢献 ・新薬の承認 4品目^{*1} ・アンメット・ニーズ開発プロジェクト 38プロジェクト^{*2} ・研究開発費 2,323億円 ・自社創薬比率 76%^{*3}
株主・投資家	●強固な財務基盤の維持 ・格付 AA-^{*4} ・D/Eレシオ 0.11 ・Net Cash^{*5} ÷ 月平均連結売上収益 2.2カ月	●安定的な株主還元 ・1株当たりの配当金 100円 ●新たな情報の提供 ・機関投資家向け事業説明会の開催 3回^{*6}
従業員	●従業員エンゲージメント強化 ・大塚ホールディングスの女性管理職比率 30.3% ・グループ19社^{*7}の育児休職取得者数 637名 うち男性育児休職取得者数 341名(54%)	●生き生きと働ける職場環境作り ・経済産業省「健康経営優良法人2021」にグループ10社が認定^{*8} ●人権尊重の取り組み強化 ・「大塚グループ 人権方針」施行(2021年3月)、研修の実施
取引先	●サステナブル調達のさらなる推進 ・サプライヤー説明会参加会社 53社 ・SAQ(セルフ・アセスメント質問表)実施会社 57社 ・サプライヤー企業へのヒアリング実施 7社	
地域・社会	●健康なくらしの実現のための仕組み作り拡大 ・47都道府県と連携協定を締結した健康啓発活動(大塚製薬) ●新型コロナウイルス感染拡大下における支援 ・支援物資の提供や義援金の寄付 ●再生可能エネルギーの活用の拡充 ・再生可能エネルギー導入によるCO₂排出削減量 143,000t-CO₂	●原材料利用の再評価 ・リサイクルPET樹脂を利用したPETボトルの販売開始 ●環境マネジメント ・2050年環境ビジョン「ネットゼロ」を制定 ・マテリアリティの中期目標を改定 ・気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)提言への賛同表明およびシナリオ分析の実施

*1 「クイックナビ・Flu+COVID19 Ag」「minor BCR-ABL mRNA測定キット「オーツカ」」「アジョビ」「モイゼルト」

*2 アンメット・ニーズ領域は、PatientsMap2021JP、PatientsMap2020US M3&社会情報サービスをもとに自社で定義

*3 後期開発プロジェクト(フェーズ3以降)のうちの自社創薬比率

*4 格付投資情報センター

*5 Net Cash = 現金及び現金同等物 - (借入金 + 社債)

*6 「結核への取り組みに関する説明会」「機関投資家向けデイヤ事業説明会」「機関投資家向けファーマバイト事業説明会」説明会の資料はこちらをご覧ください。 <https://www.otsuka.com/jp/ir/library/briefing.html>*7 国内: 大塚ホールディングス、大塚製薬、大塚製薬工場、大鵬薬品、大塚倉庫、大塚化学、大塚食品、大塚メディカルデバイス、大塚電子、大塚テクノ、岡山大鵬薬品、大塚包装、大塚オーミ陶業、東山フィルム、大塚ウエルネスベンディング、JIMRO
海外: 大塚ファーマシューティカルD&C、大塚アメリカファーマシューティカル、ファーマバイト

*8 大塚ホールディングス、大塚製薬、大鵬薬品、アース製薬、大塚製薬工場、大塚製薬健康保険組合、大塚メディカルデバイス、大塚ウエルネスベンディング、大塚電子、JIMRO

独自性を生み出す価値創造プロセス

大塚にしかできないことへの挑戦

大塚の独自性は、ユニークかつ多様な事業の交わりによって生まれます。
多様な事業を持つトータルヘルスケア企業であるからこそできる
新たな価値創造に挑戦しています。

多様な事業

大塚グループは多彩な知識・経験を持った人材を有しており、さまざまな技術・サイエンスが蓄積されている



事業と事業が関連する特性を活かす

既存事業から新たな領域を生み出す

既存市場に参入するのではなく、
他社がやらないような領域に
新しい市場を創造する

多様化するニーズ

- ・ 時代の変化
- ・ 環境の変化
- ・ 健康という概念の変化

これらの変化から生まれるニーズを予測する

独自性のある
新しい価値
(製品・サービス)

独自性を生み出す価値創造プロセス

大塚だからできること：大塚の強み

大塚グループの強みの源泉は「人」であり、1921年の創業以来、世界中の社員が「世界の人々を健康に」という願いを実現するため、

ゆるぎない企業理念のもとに事業活動が続け、その結晶として多くの強みを持つことができました。

ここに掲げた6つの強みはその一部です。大塚グループの社員は、これらの強みを最大限に活かし、世界の人々の健康に貢献したいと願っています。

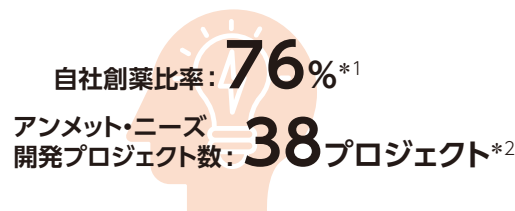
ゆるぎない企業理念・経営の真髓の伝承と体現



事業展開している各国・地域のオフィスに企業理念を掲示

企業理念と経営の真髓の浸透により、世界中の社員が「大塚だからできること」「大塚にしかできないこと」を追求し、世界の人々の健康に貢献しています。

独創性のあくなき追求

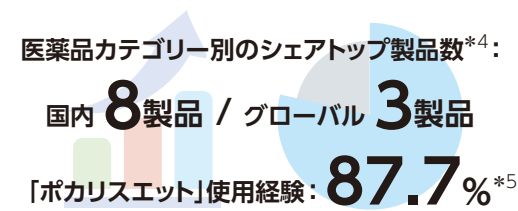


すべてのバリューチェーンで独創性を追求し、大塚ならではのイノベーションを常に考え、革新的な製品・サービスの創出に挑戦していきます。

^{*1} 後期開発プロジェクト（フェーズ3以降）のうちの自社創業比率

^{*2} 2021年12月現在。アンメット・ニーズ領域は、PatientsMap2021JP、PatientsMap2020US M3&社会情報サービスをもとに自社で定義

粘り強いブランド育成力

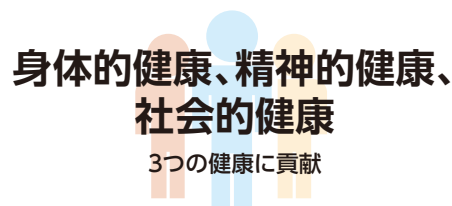


革新的な製品の価値を粘り強く伝えることで、ブランドを育成し、大塚の持続的成長と企業価値のさらなる向上につなげていきます。

^{*4} Copyright© 2022 IQVIA. IQVIA MIDAS 2011-2021および自社調査など含む過去10年間の年間カテゴリー別集計をもとに作成。カテゴリーは自社定義による。無断転載禁止

^{*5} 2021年11月に実施した国内自社調査

トータルヘルスケアを実現する独自のビジネスモデル



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、科学的根拠に基づいた多様な製品・サービスを提供できる会社として成長してきました。

社会課題起点型のグローバル展開



文化や慣習、時代によって異なり、変化する各国・地域の社会課題を抽出し、解決に向けて取り組みながら、グローバル展開を進めています。

^{*3} 輸液事業を行う会社数。多くの会社から周辺の国々にも輸出し、周辺諸国・地域の医療にも深く貢献

持続的な成長を実現する強固な財務・収益基盤



成長を牽引する治療薬事業と、安定した収益を実現するNC関連事業と輸液事業をベースに、大塚らしく独創的な新しい領域への投資を継続できる強固な財務・収益基盤を構築しています。

^{*6} 格付投資情報センター

^{*7} 過去3年間平均(参考:S&P Food & Beverage Select Industry Index 構成銘柄の過去3年間の営業利益率平均 8.2%)