

## 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。

## 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) の造語。以下、「NC関連事業」

### 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

# トータルヘルスケア企業としての大塚の目指す姿

大塚グループは、トータルヘルスケア企業として「顕在化しているが満たされない医療上のニーズ」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NC関連事業の2つの事業を中心に、革新的な製品を創造し、世界の人々の健康に貢献します。

大塚にしかできないことへの挑戦

私たちが提供したい価値

世界の人々を健康に

社会課題に寄り添い  
事業発展

目指す姿  
世界の人々の健康に貢献する、  
なくてはならない企業

社会的健康\*2

身体的健康\*2

精神的健康\*2

サステナブルな社会

大塚だからできること

トータルヘルスケア

## 医療関連事業

Unmet medical needs ~顕在化しているが満たされない医療上のニーズ~

## NC関連事業

Yet to be imagined needs ~消費者が気づいていないニーズ~



\*1 健粧品 (Cosmetics) : cosmetics (化粧品) + medicine (医薬品)  
\*2 WHO憲章における「健康」の定義



# 人生に寄り添い続ける

大塚グループは、「世界の人々を健康に」という想いととも、社会課題の解決につながる製品・サービスを提供し、人生のあらゆる場面で人々に寄り添い続けています。



## ずっと家族のまんなかに×「ボンカレー」

世界初の市販用レトルトカレーとして誕生してからも、箱ごとレンジ対応や、具材の野菜国産化などの進化を続け、時代と家族の時間に寄り添っています。



## 体と心、地球の未来にもやさしい選択肢×「ゼロミート」

地球環境負荷と向き合うサステナビリティを兼ね備えた大豆加工食品「ゼロミート」。植物性原材料を使用し、食べごたえはあるのに、とってもヘルシー。大豆ミートを毎日おいしく手軽に食べてほしいと開発しました。



## バランス栄養食×「カロリーメイト」

朝食を食べられない時やスポーツ時、勉強・仕事での栄養補給、災害備蓄など、あらゆる場面でバランス栄養食である「カロリーメイト」が人々の活動を支えます。



## 世界20以上の国・地域×「ポカリスエット」

身体が水分を失う場面は、時代や国境を越えて、さまざまなシーンで生まれます。水分補給の大切さを啓発する活動を世界20以上の国と地域で行っています。



## 仕事・家事・育児で多忙な世代×「チオビタ・ドリンク」

「愛情一本。」をスローガんに、ほっと一息自分を取り戻したい時、大切な人に感謝や愛情を伝えたい時、人々の「いつも」に寄り添い続けています。



## 体調管理×「ボディメンテ」

大塚製薬独自の乳酸菌B240を配合し、運動や仕事によるハードな日々を送る人々の体調管理をサポートします。

\* 東京農工大学が単離、大塚製薬が有効性を確認した乳酸菌



## 健粧品 (コスメディクス)×「ウル・オス」

“肌の健康”という発想から誕生した「健粧品」。男性の肌を根本から健やかに導くための研究開発を重ね、「ウル・オス」を生み出しました。



## 女性の健康と美×「エクエル」

加齢に伴い心身の変化が現れる時期を「ゆらぎ期®」と呼んでいます。「エクエル」に含まれる大豆由来の成分エクオールが、そんな女性特有の変化を穏やかにします。



## 脱水時×「OS-1」

脱水症は軽度のうちに早期に対処することが大切です。どこでもすぐにも飲めるよう、「OS-1」は医薬品ではなく病者用食品として販売されています。



## 世界120以上の国・地域×医薬品・医療機器

顕在化しているが満たされない医療ニーズが存在する領域において、新たな治療価値を創造し、革新的な新薬および医療機器を開発・提供することで、世界の人々に貢献しています。



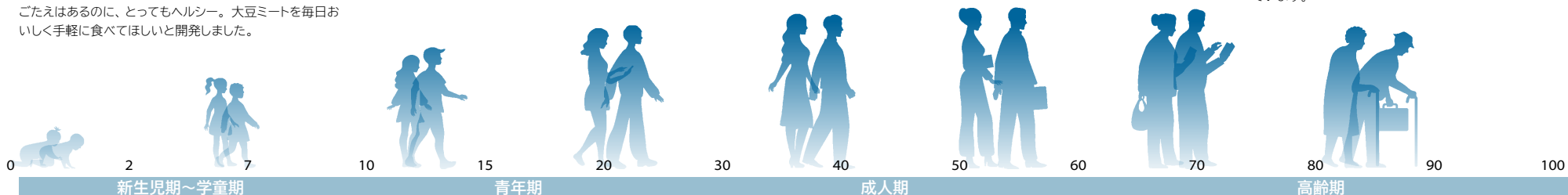
## 医療機関×輸液マルチチャンバーバッグシステム

大塚の原点とも言える輸液。さまざまな診療科で使用され医療現場に欠かせない医薬品です。革新的な輸液製剤を創造し安定供給することで、医療に貢献しています。



## 高齢者や介護を必要とする方×「あいと」

いつでも笑顔で食事を楽しんでほしいから。かむ力が弱くなってしまっても、目で楽しみ、香りを感じ、舌で味わいたい。そんな願いを叶える、介護食「あいと」を提供しています。



# 大塚だからできること：大塚の強み

大塚の強みに関してはこちら

<https://www.otsuka.com/jp/rd/strength/>

大塚グループは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を続け、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



### 32カ国・地域

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



### 79%\*1 36プロジェクト\*2

自社創業比率 アンメット・ニーズ開発プロジェクト数

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 2022年12月現在。アンメット・ニーズ領域は、PatientsMap2022JP、PatientsMap2022US M3&amp;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



### 9製品 3製品 85.5%\*5

国内製品 グローバル製品  
医薬品カテゴリ別のシェアトップ製品数\*4 「ボカリスエット」使用経験

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ます。

\*4 Copyright© 2023 IQVIA. : IQVIA MIDAS 2012-2022および自社調査など含む過去10年間の年間カテゴリ別集計をもとに作成。カテゴリは自社定義による。無断転載禁止

\*5 2022年11月に国内で実施した自社調査

## 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企業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



### 16社\*3 20カ国・地域以上 120カ国・地域以上

海外輸液事業会社 「ボカリスエット」展開国・地域数 結核治療薬デラマニド展開国・地域数

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



### AA- 12.4%\*6 116.7%

格付投資情報センター格付 NC関連事業利益率 TSR\*7 10年年率累積

成長を牽引する治療事業と、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 過去3年間平均（参考：S&amp;P Food &amp; Beverage Select Industry Index 構成銘柄の過去3年間の営業利益率平均 7.9%）

\*7 TSR：株主総利回り

# ユニークで多様性のある事業

創業100年を超えた大塚グループ。「大塚にしかできないこと」を追求し、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。今後も社会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世界中の人々の健康に貢献していきます。

## 大塚だからできる社会課題の解決

社会課題	臨床栄養・公衆衛生の課題		栄養の偏りと熱中症の増加			核家族世帯の増加や生活様式の多様化	満たされない医療ニーズ			肌の健康	医薬品だけでは満たされていない医療ニーズ
大塚だからできること	高品質な輸液の安定供給	殺菌消毒剤の開発	機能的飲料・食品等の開発			レトルト食品の開発	病気の診断から治療に至る包括的な医療サービスの提供			エビデンスに基づいたスキンケア製品の開発	治療に特化した低侵襲の医療機器の開発
代表製品	輸液	「オロナインH軟膏」	「オロナミンC」	「ポカリスエット」	「カロリーメイト」	「ボンカレー」	「レキサルティ」「ロンサーフ」「ジンアーク」	「クイックナビ」	「インナーシグナル」「ウル・オス」	「BioMimics 3D」	

## 社会課題の解決を目指した事業の多様化

