

STRENGTHS

日本新薬の強み

CONTENTS

14	価値創出を支える3つの強み	21	価値創出を支える経営資本
15	特集：部門を超えて一体となるチーム力	22	価値創出プロセス
18	マテリアリティ		

価値創出を支える3つの強み

独自の創薬基盤、難病・希少疾患領域での専門性、部門横断のチーム力。
これらを掛け合わせることで、日本新薬は持続的な価値創出につなげています。



製造資本

知的資本

低分子医薬と核酸医薬による [独自の創薬基盤]

創業以来培ってきた低分子医薬の創薬技術と知見を基盤としながら、核酸医薬への継続的な投資を通じて、異なるモダリティを融合した創薬基盤を構築してきました。京都とつくばの研究拠点が連携し、疾患特性に応じた最適な創薬アプローチを選択・展開できる体制を有しています。

この基盤のもと、アンチセンス核酸医薬品「ビルテブソ」の上市を実現しました。さらに、これらの技術と知見を次世代パイプラインにも展開し、継続的な新薬創出につなげています。こうした創薬基盤が、当社の競争力の源泉となっています。



知的資本

社会・関係資本

血液内科領域と 難病・希少疾患における [領域専門性]

当社は、血液内科領域および難病・希少疾患領域を重点領域と位置付け、長年にわたり研究開発と情報蓄積を進めてきました。患者数が限られる領域では、医療現場との密接な関係構築が不可欠であり、医療関係者や患者団体との継続的な対話を通じて疾患理解を深めています。

こうして得られた知見を研究開発に反映し、患者さんや医療現場のニーズに応える製品創出につなげてきました。また、長年にわたり蓄積してきた知見やネットワークは、継続的なパイプライン創出を支える強みとなっています。



人的資本

部門を超えて一体となる [チーム力]

研究開発、メディカルアフェアーズ、営業の各部門が早期から緊密に連携し、それぞれの専門性を掛け合わせることで、医薬品の開発から上市後までの質とスピードを高めています。

開発段階から関係部門が関与することで、患者さんや医療現場のニーズを踏まえた製品設計と迅速な意思決定を実現しています。さらに、上市后に得られる使用実態や医療現場からの知見を部門横断で共有し、適正使用やライフサイクルマネジメント(LCM)へ反映することで、患者さんへの提供価値の向上につなげています。

特集



日本新薬では、3つの強みのもと事業活動を展開しています。その中核にあるのが、研究開発から上市、その先の価値最大化までを支える部門横断の「チーム力」です。

“患者さんの視点”という共通の想いのもと、それぞれの専門性がどのようにつながり、成果へと結び付いているのか。本座談会では、異なる専門性を持つ4名が、日本新薬ならではのチーム力と、2035年のありたい姿の実現に向けた展望について語り合いました。



佐々木 裕樹

ポートフォリオ戦略部
ポートフォリオ戦略課



富山 祐作

メディカルアフェアーズ部
三課



孫 意婷

アライアンス部
アライアンス一課



倉本 和也

研企画部
企画推進二課

共通の想い「患者さんの視点」が、部門の壁を超える

孫：日本新薬の部門横断のチーム力を支えているのは、「患者さんの視点で考える」という共通の想いであると考えています。特に、日本新薬が注力する難病・希少疾患の領域では、適切な治療を受けることができずに困っている患者さんが少なくありません。開発期間の短縮、医療ニーズに即した情報提供、製品の安定供給といった一つひとつの取り組みが、患者さんの治療機会や選択の幅に直接影響します。

これらの解決にあたっては、一つの部門だけで完結するものではありません。各部門が持つ専門性を患者さんの視点で結び、オープンかつ丁寧に連携することで初めて成果につながります。そうした連携が自然に機能しているところに、日本新薬ならではのチーム力があると考えています。

富山：とりわけ難病・希少疾患では、患者さんの病態や疾患への理解が多様であり、受診から診断、治療、支援体制に至るまでの過程も一様ではありません。だからこそ、こうした背景を前提に価値を設計する重要性がより一層高まっていると感じています。

そのため日本新薬では、製品の提供にとどまらず、診断がつかずに悩まれている潜在的な患者さんの掘り起こし、いわゆる疾患啓発の段階でも部門横断での連携が図られています。メディカルがとらえた疾患の実態を起点に、アライアンスが提携先から得た知見を重ね、マーケティングが戦略に反映させることで、適切な受診につなげていく。こうした一連の活動も、患者さんに適切な医療を届けたいという共通の想いがあるからこそ成立するものです。

倉本：難病・希少疾患領域では、患者数が少なく、開発も決して容易ではありません。だからこそ、部門ごとに最善を尽くすだけでなく、共通の想いのもとで知恵と経験を持ち寄り、チームとして課題を乗り越えていくことが欠かせません。

日本新薬では、開発初期段階から多様な部門が一体となって創業に取り組んでいます。具体的には、臨床開発、メディカル、営業などの部門から実際の治療実態や医療現場のニーズをヒアリングし、目指すべき薬剤像を検討・共有しています。こうした取り組みを通じて、開発の方向性がより明確となり、判断の質も高まると感じています。共通の想いを起点に、部門横断の連携が図られていることこそが、日本新薬の持続的な競争力の源泉であると考えています。

バトンをつなぐ文化 ― 「次」を見据えた部門間連携

富山：先ほど触れた患者さんの視点を、現場で具体的に支えているのが「次の部門を意識してバトンを渡す文化」です。前の走者が次を見据えてバトンを渡し、次の走者がそれを生かして走る――この連なりが、日本新薬のチーム力の特徴だと感じています。

例えば、芽球性形質細胞様樹状細胞腫瘍治療剤「エルゾンリス」の国内上市に向けた準備では、メ



ディカル部門は、治験段階を担った関係者や製品戦略検討チームから、薬剤投与時における毛細血管漏出症候群(CLS)マネジメントの重要性という明確な“バトン”を早期に受け取りました。

CLSは、本剤に特有かつ重篤化し得る有害事象であり、その予防・早期発見・重症化防止を体系的に管理する重要性が認識されていました。こうした早期の情報共有と連携の結果、海外医療現場における現状把握や課題抽出、対策検討を上市前から進めることができ、活動の方向性も早い段階で明確になりました。

さらに、得られた知見を国内上市前の社内研修にも反映することで、医療現場での適切な情報提供につなげることができました。部門間連携による早期のバトンタッチが、市場への浸透スピードを速めることを強く実感した事例です。

佐々木：当時、医薬企画部に所属していましたが、ライセンス導入交渉の最終局面で、各部門と連携した場面が印象に残っています。導入交渉では、単なる条件交渉にとどまらず、導入後にどのように製品価値を最大化していくかを示すことが重要です。

導入の起点となるライセンス部は、交渉の早い段階から製品特性や開発背景、パートナーの意向といった重要な情報を、次の検討フェーズで求められる視点まで見据えて整理し、共有してくれました。そのバトンを受け、経営企画部が事業性や売上予測といった定量的な裏付けを構築し、医薬企画部はマーケティングの視点から導入後の価値創出のシナリオや自社の強みを具体化しました。

これらを統合し、自社のケイパビリティを示す一貫したストーリーとして提示しました。このように、各部門が次を見据えてバトンをつないでいく土台には“互いを思いやる姿勢”が企業風土として自然と根付いているところにあると感じています。こうした文化が部門間連携の質を高め、結果として実行力や行動力につながっているのだと思います。

専門性×協働力 ― 難局を越え、価値創出を加速

倉本:「エルゾンリス」の開発にあたっては、コロナ禍という制約下で進められたことに加え、日本新薬として初のバイオ医薬品への挑戦であったこともあり、申請・発売準備の過程で多くの困難に直面しました。例えば、導入元の方針変更により、国内の上市製剤を凍結乾燥製剤から凍結液剤へ変更する必要が生じた際には、CMC製剤/分析部門、薬事部、サプライチェーンマネジメント部、研開発部を中心に、製剤変更による影響について協議を行い、迅速な対応を進めました。

このように一つひとつの課題に対し、部門横断で課題解決を重ねることで、申請準備や審査対応を含むプロセスを遅滞なく行うことができました。最終的に導入時の計画より1年以上短縮して承認・発売を実現しました。これは、部門を超えた協働がなければ、成し得なかった成果だと思います。

佐々木:発売準備の段階では、製品戦略検討チームにおいて、研究、臨床開発、メディカル、マーケティングなどの部門が一体となって議論します。「エルゾンリス」の戦略検討では、研究部門が構築したコンセプトに、メディカルが実臨床における治療課題や医師の評価を重ね合わせることで、現場のリアルな懸念点を事前に解消したマーケティングプランを構築することができました。その結果、実効性の高い製品戦略につながったと実感しています。

孫:「エルゾンリス」は希少疾患治療薬であり、需要予測が難しい製品でした。発売を迎えるにあたって当初の需要予測からの変動が決して小さくなかったのですが、サプライ、法務、アライアンスなど複数部門がそれぞれの専門的な視点を持ち寄り、契約条件や供給体制、提携先との調整も含めて検討を進めることで、需要への余裕を持った対応を可能とし、廃棄ロスを最小限に抑える精緻な供給調整を実現しました。専門性の掛け算が、コストやスピードといった具体的な成果に直結しています。

2035年のありたい姿へ向けて ― チーム力を、さらなる競争力へ

孫:2035年に向けて、日本新薬は「京都のグローバルヘルスケアカンパニーとして、一人ひとりの新しい生きるを世界に届ける会社」を目指しており、その実現には、人々の「新しい生きる」を支える製品と付加価値の創出を、より高度に追求していく必要があります。

そのためには、病気による痛みを和らげる「ペインリリーバー」にとどまらず、患者さんの生活や可能性を広げる「ゲインクリエイター」の考え方も重要です。患者さんの視点を起点に各部門の専門性を統合し、全社一体となって価値を創出することで、競争力の源泉となるチーム力をさらに高めていきます。

佐々木:部門横断のチーム力を基盤としながら、それを全社レベルでの迅速かつ高度な意思決定へと進化させていくことが重要であると考えています。



ポートフォリオ戦略部では、創薬から開発、導出入、製造、販売に至るバリューチェーンを一気通貫でとらえ、各部門の知見とデータを統合することで、より多面的で再現性の高い投資判断を実現していきます。こうした取り組みにより、全社としての戦略実行力を高め、グローバルでの持続的な競争力につなげていきます。

倉本:2035年のありたい姿の実現に向けて、研究開発から上市、その後の価値最大化までを一連のプロセスでとらえ、部門横断で価値を創出する力を一層高めていく必要があります。

研開発部では、プロジェクトマネジメント機能を担う部門として、共通の目的のもとに部門間の連携を促進し、知見を結集することで、戦略および意思決定の質を継続的に高めていきます。これらの取り組みにより、医薬品開発という挑戦の成功確率とスピードを高め、より多くの「新しい生きる」を支える製品を世界に届けていきたいと考えています。

富山:部門間および企業間の連携をより戦略的にを行い、価値提供の質とスピードを加速させていくことが重要であると考えています。

メディカル部門では、海外提携企業との連携を通じて得られる知見や成功事例を早期に取り込み、研究開発から上市後まで一貫して活用することで、意思決定と現場実装の質を高めていきます。これにより、新製品導入時の立ち上がりを一層加速し、価値提供のスピードと質の向上を図っていきます。

マテリアリティ

2021年4月、日本新薬グループは、社会課題の解決と価値創出において重要と考える19項目をマテリアリティとして特定しました。その後、サステナビリティへの関心の高まりや、当社を取り巻く事業環境の変化を踏まえ、2023年3月にマテリアリティの見直しを実施しました。さらに2024年には、同年に策定した第七次中期経営計画における「3つの重点テーマ」および「5つの経営基盤の強化」との連動を図り、KPIを策定するとともに進捗および実績を開示しています。マテリアリティの解決により、人々の健康と豊かな生活創りに貢献していきます。

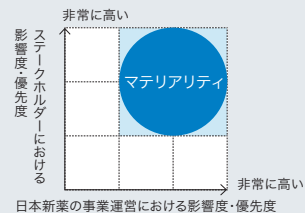
■ 特定プロセス

1. 課題の抽出

国際的なガイドラインや基準および社会情勢・市場環境・自社状況の分析により特定されたリスクと機会から、課題を抽出

2. 課題の重要性評価

抽出した課題をステークホルダーにおける影響度・優先度と日本新薬の事業運営における影響度・優先度の2軸でマッピングを実施、重要性を評価



3. 推進計画の立案と実行

各課題に取り組む部門が中心となり、定量・定性目標と目標達成に向けた推進計画を設定。サステナビリティ委員会で定期的に実施状況を検証し、必要に応じて取り組みを改善

経営を取り巻く 外部環境認識

研究開発の高度化

人口動態・世帯動向

価値観・ライフスタイル

地方創生

人権の尊重

気候変動・
生物多様性保全

資源・エネルギー問題

グローバル化の潮流

政治・経済情勢

デジタル化の進展

リスク

- 新たな技術による治療薬・治療法の登場に伴う既存薬の価値低下
- 日本の人口減少に伴う国内中心の事業の縮小
- 自然災害の激甚化・事業リスクの多様化
- 最終消費者からの信用低下による事業活動への影響

機会

- 新たな技術を活用した新規治療薬の創出
- 治療から未病・予防への転換による健康関連製品需要の拡大
- ペイシェント・セントリシティの視点に基づくアンメットニーズの発見

リスク

- 人材流出
- 心理的安全性の欠如によるモチベーションの低下

機会

- 社員の健康維持、人材および働き方の多様化、人材育成による生産性向上とイノベーションの促進
- 働きやすく働きたいのある会社の実現

リスク

- 医療格差への対応の遅れによる事業機会の損失
- 人権問題発生による信頼の損失、事業への影響

機会

- 患者支援や医学・薬学領域の研究支援による医療現場の整備に伴う新たな事業機会の創出
- 人権への配慮、環境改善に伴う社内外における信用の高まり
- 子どもの支援を通じたステークホルダーからの信頼獲得

リスク

- 気候変動に伴う異常気象や自然災害
- 廃棄物の増大(不適切な処理)によるレピュテーションリスク、処理コストの増加
- アニマルウェルフェアの配慮を欠いた活動による信用・ブランド価値の低下

機会

- 気候変動対策によるCO₂排出削減、設備運用コスト低減

リスク

- 国際的な法令遵守の強化、インテグリティの意識、コンプライアンス意識の低下による腐敗
- サイバー攻撃や機密情報の漏洩などによる信用・ブランド価値の低下
- 不適切な対応によるステークホルダーからの信頼性低下

機会

- コンプライアンス意識や高い倫理観の醸成による会社に対する信頼性の向上
- ステークホルダーへの適切な情報開示による信頼獲得



イノベーションの創出による
健康未来の実現



多様な人材の育成と
社員のウェルビーイングの実現



社会課題の解決と
コミュニティとの共生



地球環境保護への
取り組み強化



ガバナンスの強化

マテリアリティ

Ⅰ マテリアリティのKPIと実施状況

○：順調に進捗している △：やや遅れている ×：遅れている

マテリアリティ	活動内容	第七次中期経営計画最終年度に向けた指標・KPI(2028年度)	2025年度KPI実績状況	進捗状況
 イノベーションの創出による健康未来の実現 P.31	京都のグローバルヘルスケアカンパニーを目指した独自性のある製品およびサービスの創出とペイシェント・セントリシティに基づく患者支援	● 医薬品上市：2品目以上／年 ● 医薬品導入：1品目以上／年 ● スポーツ・エイジングケアサプリメントの新商品上市：10品目／5年 ● ペイシェント・セントリシティに基づく臨床試験の立案 ● PMS(製造販売後調査)の安全性情報の活用 ● 注力品目(開発品含む)の売上	● ジャイバーカ(適応追加)、オプスミット(適応追加)、エルソノリス点滴静注計3品目を上市(2024年度からの累計：7品目) ● 2024年度からの累計：4品目 ● WINZONE EAA、極セレクトコラーゲン計2品目を上市(2024年度からの累計：5品目) ● 患者団体との相談件数：延べ12件 ● デファイテリオの一般使用成績調査完了 ● 国内合計売上：430億円	○
	安全で高品質な製品の供給と体制の構築	● 欧州を中心とした規制に対応できる体制の検討、調査、構築	● 計画通り進行中	○
	医療アクセスの向上	● 日米に続く他地域でのビルテプソの販売開始	● 日米以外の地域で未承認薬提供プログラムを実施中	○
	デジタルビジョン実現に向けたデジタル戦略の推進	● データ活用の推進 データ利活用を2023年度比の10倍 ● DX推進人材の育成(全社員の割合) DX変革人材10%、DX推進人材25%、DX基礎知識習得人材100%	● データ利活用：4.76倍 ● DX変革人材：1.2%	○
 多様な人材の育成と社員のウェルビーイングの実現 P.40	「NS Mind」の実践により、一人ひとりが成長し、活躍するための強靱な組織づくり	● 年間研修時間：一人当たり100時間以上 ● 女性管理職比率：17%以上	● 一人当たり研修時間：37.5時間 ● 女性管理職比率：15.5%	×
	ウェルビーイングの実現とDE&Iの推進	● PRIDE指標ゴールド認定の取得 ● エンゲージメントサーベイにおける3項目のポジティブ回答率 各々75%以上	● PRIDE指標ゴールド認定を取得 ● 各質問に対するポジティブ回答率 ①73% ②68% ③72%(P.40)	○
 社会課題の解決とコミュニティとの共生 P.45	医薬品の提供にとどまらないヘルスケア分野への貢献	● デファイテリオ、ウブトラビ使用成績調査終了後の論文作成・投稿 ● 研究者への助成数：100人／5年	● 調査実施中 ● 助成人数：20人(2024年度からの累計：40人)	—
	人権の尊重	● 全社員の人権方針理解率：100%	● 人権方針理解率：82%	○
	子どもの未来と地域への貢献	● きらきら未来ゴー！(移動図書館)の貸出冊数：25,000冊／5年 ● 山科植物資料館見学・観察会来館者数 ● 京都に根差した社会貢献活動の実施	● きらきら未来ゴー貸出冊数：5,768冊(2024年度からの累計：11,492冊) ● 山科植物資料館来館者数：2,428人 ● フタバアオイ奉納数：460株 ● 子ども食堂へのお米の寄贈：378kg	○
	気候変動対策	● Scope1+2：7,788t-CO₂以下(2020年度比33.6%削減) ● Scope3カテゴリ1：146,912t-CO₂以下(2020年度比20%削減)	● Scope1+2排出量：9,045t-CO₂(2020年度比：22.9%削減) ● Scope3カテゴリ1排出量：286,088t-CO₂	△
 地球環境保護への取り組み強化 P.47	資源循環の推進	● 売上1億円当たりの水使用量の継続的な削減 ● 廃プラスチックの再資源化率 65%以上を維持・向上	● 水資源原単位：108.6m³ ● 廃プラスチック再資源率：88.1%	○
	食品ロス削減への貢献	● 品質安定保存剤の新商品上市：1品目／年	● ビネパウダーFを上市(2024年度からの累計：2品目)	○
	コーポレートガバナンスの強化	● ROIC：9%以上 ● コーポレートガバナンス・コード遵守率：100%	● ROIC：13.1% ● 遵守率：100%	○
 ガバナンスの強化 P.53	コンプライアンスの推進	● 経営に重大な影響を与える法令違反件数	● 法令違反件数：0件	○
	適切な情報開示と対話	● 取締役のIR面談回数の向上 ● 外部評価機関スコアの維持・向上	● 面談回数：80回 ● CDPスコア 気候変動：A ● CDPスコア 水：A-	○

マテリアリティ

2035年の長期ビジョン「京都のグローバルヘルスケアカンパニーとして、一人ひとりの新しい生きるを世界に届ける会社」の実現に向け、サステナビリティ経営を推進するとともに、第七次中期経営計画と連動したマテリアリティへの対応を進めています。マテリアリティの解決を通じて、社会・経済の両面において多様な価値を創出し、企業価値の持続的な向上を図ります。

■ マテリアリティと企業価値の関係性

	経済価値		社会価値	
 イノベーションの創出による健康未来の実現	● 売り上げの着実な成長 ● 独自性のある製品とサービスの創出 ● 研究開発技術の蓄積と競争力の向上 ● 経営基盤の強化	患者さん 生活者 医療関係者	● 人々のQOLの向上と健康増進 ● 患者さんの社会参画 ● 安定供給 ● 未来の医療への貢献	患者さん 生活者 医療関係者
 多様な人財の育成と社員のウェルビーイングの実現	● 人材の獲得と定着による生産性向上 ● 組織の持続的成長	社員	● 多様な人財の成長 ● エンゲージメントの向上	社員
 社会課題の解決とコミュニティとの共生	● 社会課題解決型ビジネスの創出 ● 社会的信頼の向上によるブランド価値強化	地域社会 取引先	● 地域社会とのつながりの強化 ● 子どもの未来への貢献 ● 医療福祉・ヘルスケア分野への貢献	地域社会
 地球環境保護への取り組み強化	● ESG評価向上による資本コストの低減 ● 環境対応によるリスク回避 ● エネルギー効率化によるコスト削減	環境	● 気候変動・資源循環・生物多様性への対応 ● 持続可能な社会の構築	環境
 ガバナンスの強化	● コンプライアンス遵守によるリスク回避 ● サステナビリティ経営の取り組みによる長期的成長 ● 強固な経営基盤の構築	株主	● 情報開示と対話による透明性向上 ● ステークホルダーとの信頼関係構築	株主

企業価値
経済価値
×
社会価値

一人ひとりに
新しい生きるを
届ける

心と体の健やかさを
支える生き方の実現

サステナブルな
社会の実現

ステークホルダー
からの信頼

事業成長

経営基盤の強化

価値創出を支える経営資本

当社は、人的資本を起点に各資本を有機的に結び付け、持続的な価値創出を目指しています。

各経営資本は相互に関連しながら、イノベーション創出、グローバル展開、持続的成長を支えており、その方向性はマテリアリティと連動しています。

	イノベーション		グローバル		持続的成長	
	人的資本	知的資本	社会・関係資本	製造資本	財務資本	自然資本
	社員一人ひとりの成長と挑戦を起点に、イノベーション創出を支える人的資本の強化を進めています。グローバルでの事業展開・競争環境の高度化を踏まえ、人材基盤の充実を目指します。	独自技術と研究開発力を基盤に、未充足医療ニーズに応える価値創出に取り組んでいます。持続的なイノベーション創出に向けて、研究開発基盤の拡充と開発力の強化を進めています。	医療関係者、患者さん、パートナー企業との信頼関係は、価値創出を支える重要な資本です。ステークホルダーとの継続的な対話を通じて、信頼関係の構築に取り組んでいます。	医薬品の安定供給を実現する製造基盤も、当社の価値創出を支える重要な要素です。事業のグローバル化が進む中、供給体制を強化し、高品質な医薬品を安定的に提供します。	強固な財務基盤のもと、成長投資と株主還元の両立を図りながら企業価値の向上に取り組んでいます。持続的な価値創出を実現するため、資本を戦略的に活用した経営を推進していきます。	環境への配慮を経営の重要課題の一つと位置付け、事業活動に伴う環境負荷の低減に取り組んでいます。持続的な価値創出の前提として、環境対応の強化を進めています。
実績	- 連結従業員数 2,309名 - 海外従業員比率 8.1% - 従業員一人当たりの研修時間 37.5時間 - NSアカデミー受講者数 6,211名	- 研究開発費 367億円 - 特許保有件数 902件 - 開発パイプライン数 24件 - 医薬品技術(核酸・低分子)	- 共同研究・委託研究件数 13件 - 提携会社数 導入 19社 導出 11社 - グローバル展開国数 76カ国	- 設備投資額 74億円 - 小田原総合製剤工場 核酸原薬精製棟 - 治験原薬製造棟	- 連結資本合計 2,918億円 - 連結資産合計 3,463億円 - 自己資本比率 84.2%	- エネルギー使用量 45,177MWh - CO₂排出量 9,143t-CO₂ - 総取水量 186千㎡
主な課題	- グローバル人財の層の拡充 - DX・専門領域を担う人材力の底上げ - 挑戦を促す組織文化の定着	- 開発パイプラインの拡充 - グローバル開発・承認への対応力 - 外部知見のさらなる活用	- グローバル市場における認知・信頼 - パートナー基盤の強化 - ステークホルダーとの継続的な対話	- 海外展開を支える供給網 - 需要変動への対応力 - 品質と生産性を両立する現場変革	- 成長投資と株主還元の両立 - 収益基盤の多様化 - 資本効率の改善	- 脱炭素への移行 - サプライチェーンでの環境負荷 - 情報開示と管理の実効性
今後の対応	- 事業戦略に基づく人材ポートフォリオの再構築 - 専門人材の能力発揮を促す育成・配置の最適化 - 挑戦と自律を促すマネジメント・評価制度の構築	- 導入・共同研究を含む開発機会の拡張 - グローバル開発を前提とした推進体制への転換 - 外部知見・デジタル技術の活用による創薬・開発力の強化	- 情報発信・対話の質向上による認知・信頼の強化 - 重点テーマに連動したパートナーシップの拡張 - 連携・共創を通じた新製品の価値浸透の加速	- 海外展開を支える供給ネットワークの再設計・最適化 - 需要変動に対応可能な生産体制への進化 - デジタル活用による品質保証・生産性の両立	- 成長ドライバーに連動した資本配分の最適化 - パイプライン拡充を起点とした収益構造の強化 - 資本コストを踏まえた経営管理の高度化	- 事業活動への環境配慮の組み込みと脱炭素対応の推進 - サプライチェーン全体での環境負荷低減の徹底 - 開示・管理体制の強化による実効性の強化

価値創出プロセス

患者さんの視点を起点に、強みである多様な専門性を連携させながら新たな価値を創出しています。

組織の枠を超えた取り組みを通じて医薬の新たな可能性を切り拓くとともに、重点テーマに基づく資本配分を行い、中長期的な企業価値向上を目指しています。



経営理念

人々の健康と豊かな生活創りに貢献する

医薬品業界を
取り巻く外部環境

マテリアリティ
(重要課題)

P.19

インプット

P.21

- 人的資本
- 社会・関係資本
- 財務資本
- 知的資本
- 製造資本
- 自然資本

ビジネスモデル

グローバルに独自性を追求

領域専門性

難病・希少疾患

血液内科

泌尿器・婦人科

ペイシェント・セントリシティの視点

独自の 創業基盤

低分子医薬

核酸医薬

遺伝子治療

など

部門を超えて
一体となる
チーム力

第七次5か年中期経営計画

アウトプット(医薬品事業)

- 病気でお困りの患者さんにとって希望となる、高品質で特長のある製品
- 肺動脈性肺高血圧症・慢性血栓性肺高血圧治療剤
ウブトラビ
- デュシェンヌ型筋ジストロフィー治療剤
ビルテブソ
- 高リスク急性骨髄性白血病治療剤
ビキセオス
- 肺高血圧症患者さん向けサポートプログラム「シェルパ」
- ビルテブソ未承認国提供プログラム



アウトカム

一人ひとりに
新しい生きるを
届ける

心と体の健やかさを
支える生き方の実現

サステナブルな
社会の実現

ステークホルダー
からの信頼

事業成長

経営基盤の強化