

# 企業と社会の継続的な成長に向けた成長戦略

## 企業と社会の持続的な発展に向けて

当社は新薬開発型医薬品企業として、企業と社会の持続的な発展を実現するために、経営における課題を明確にし、経営資源を研究開発に集中させ、患者さんや社会に対して当社にしかできない価値を

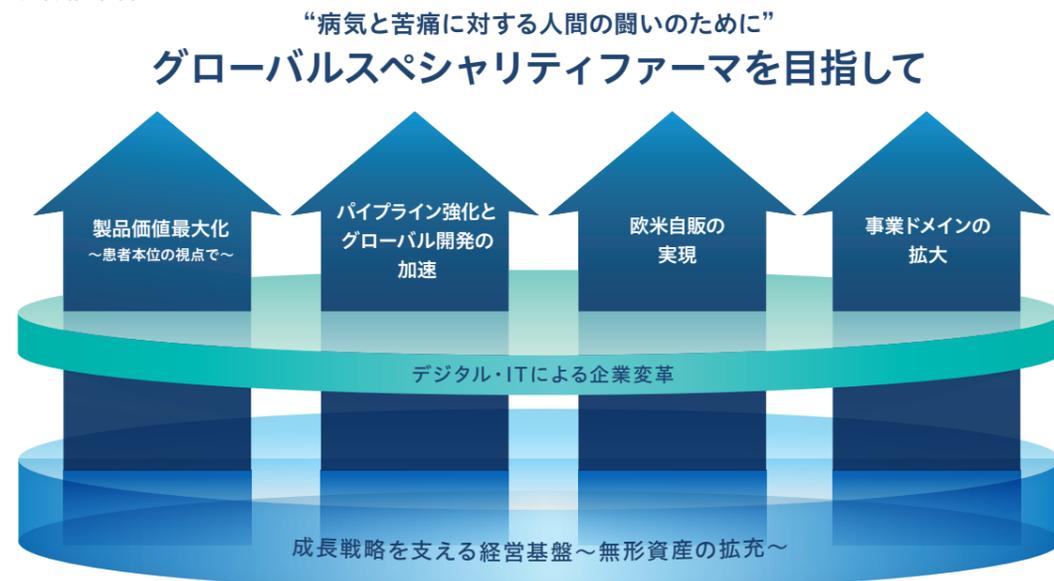
提供するとともに、経済的価値も創出すべく事業活動を進めています。さらに今年度は経営の課題とCSRの重要課題を統合し経営の重要課題(マテリアリティ)として再特定しました。

## 世界で通用する企業を目指した成長戦略

医薬品業界を取り巻く環境は目まぐるしいスピードで日々変化しているものの、オープンイノベーションの活発化やデジタルを核とした異業種連携による新しい価値の創出、セルフメディケーションの重要性の高まりなど、新薬開発におけるさまざまな成長機会は残されています。当社では、あらゆる状況に柔軟かつ迅速に対応し世界で通用

する企業となることを目指し、4つの成長戦略「製品価値最大化～患者本位の視点で～」 「パイプライン強化とグローバル開発の加速」 「欧米自販の実現」 「事業ドメインの拡大」を定め事業活動に取り組んでいます。さらに、これらの成長戦略を支える経営基盤である人財、企業ブランド、デジタル・IT基盤などの無形資産の拡充にも努めます。

### ■ 4つの成長戦略と経営基盤



## 成長戦略

### ■ 製品価値最大化～患者本位の視点で～

患者さんとその家族のウェルビーイング(心身的・社会的・生活満足度が満たされている状態)実現に、医療従事者とともに挑み、その結果として新薬が速やかに浸透している状態を目指して、スピーディーかつ効果的な開発、競争力のあるマーケティング、そして精緻な情報提供・収集に取り組めます。

マーケティング、情報提供・収集においては、医療課題に対して医療従事者とともに患者視点で取り組むスペシャリティ人財を育成するとともに、デジタルを活用し効果的かつ効率的な情報提供・収集を実践することで、製品のポテンシャルを最大限引き出せるよう取り組んでいます。開発においては現在、重要戦略分野であるがん領域を中心に、約100件の臨床試験を行っています。

がん領域の主力製品であるオプジーボでは、パートナー企業である米国プリストル・マイヤーズ スクイブ社とともに、適応がん腫の拡大・治療ラインの拡大・併用療法の開発を行い、製品価値の最大化を目指します。

糖尿病領域の主力製品のひとつフォシーガでは、パートナー企業である英国アストラゼネカ社とともに、糖尿病だけでなく、適応拡大した慢性心不全や慢性腎臓病の患者さんにも届けることで、健康寿命延伸に向けた課題の解決にも挑んでいきます。

### ■ パイプライン強化とグローバル開発の加速

世界には現在も治療法のない病に苦しむ人が大勢いることから、当社は、いまだ満たされない医療ニーズにお応えできる「グローバルスペシャリティ ファーマ」を目指しています。医療ニーズの高いがんや免疫疾患、中枢神経疾患、スペシャリティ領域を重点領域に据え、それぞれの領域で疾患ノウハウを蓄積し、医療現場に革新をもたらす新薬を創出していきます。

そのために、世界をリードする大学や研究機関、バイオベンチャー企業との研究・創薬提携を強化・拡充し、ファーストインクラスを狙える独自性の高いパイプラインの充実を図ります。また、創薬テーマに応じたさまざまな創薬モダリティを活用し、独自性の高い自社創薬に挑み続けるとともに、患者さんやヒト由来のデータを積極的に用いた創薬標的の検証やトランスレーショナル研究の強化により、研究開発の確実性の向上に努めます。加えて、医療ニーズの高い分野での革新的な化合物の導入や新技術の獲得も積極的に進めていきます。

## 成長戦略を支える経営基盤～無形資産の拡充～

4つの成長戦略を支え、飛躍的な成長を果たすため、人財、企業ブランド、デジタル・IT基盤などの無形資産の拡充に取り組めます。人財育成では、次世代経営人財、世界を舞台にビジネスができるグローバル人財、企業変革を牽引するデジタル人財、次世代の成長を牽引するイノベーション人財の育成に注力します。

また、特に欧米進出において大きな課題となる企業認知度の向上

### ■ 欧米自販の実現

新薬を世界中の患者さんに提供できるよう、海外での自社販売を目指した取り組みを進めています。すでに韓国と台湾では現地法人を設立し自社製品の販売を開始しています。欧米についても、自社販売活動を視野に入れ、米国でのブルトン型チロシンキナーゼ阻害剤であるONO-4059(ベレキシブル錠)の開発をはじめとして複数のプロジェクトの開発を進めるとともに、販売体制の整備に努めています。

### ■ 事業ドメインの拡大

拡大するヘルスケア分野のニーズを捉え、新たな価値を提供し続けるため、事業ドメインの拡大に取り組んでいます。2021年に機能性表示食品などの開発を主な事業とする小野薬品ヘルスケア株式会社を設立しました。2022年3月には、これまでの医療用医薬品の研究開発で当社が培ってきた資産を最大限に活かした機能性表示食品 睡眠サプリメント「REM WELL(レムウェル)」を発売しました。脂質研究のパイオニアとして、今後さらにさまざまな健康課題の解決に取り組めます。

また、デジタルを活用し顧客の未解決課題と向き合い、新たな価値創出に挑戦します。さらに、これらの活動と並行したヘルスケア分野でのベンチャー企業への投資活動を通じて新たな事業の創出・拡大を目指します。

## 経済的価値の創出

当社や社会が持続的に成長するために、患者さんや社会に対して当社にしかできない価値を提供するとともに、経済的価値を創出することも重要です。2022年から2026年の5年間の売上収益は、1桁後半の年平均成長率で拡大を図ります。さらに売上収益の20～25%程度を研究開発に投資しつつ、営業利益率25%以上を維持することを目指します。

### ■ 2022～2026年度の経済的価値創出

指標	目標値
売上収益年平均成長率	1桁後半
研究開発費対売上収益比率	20～25%
売上収益営業利益率	25%以上を維持