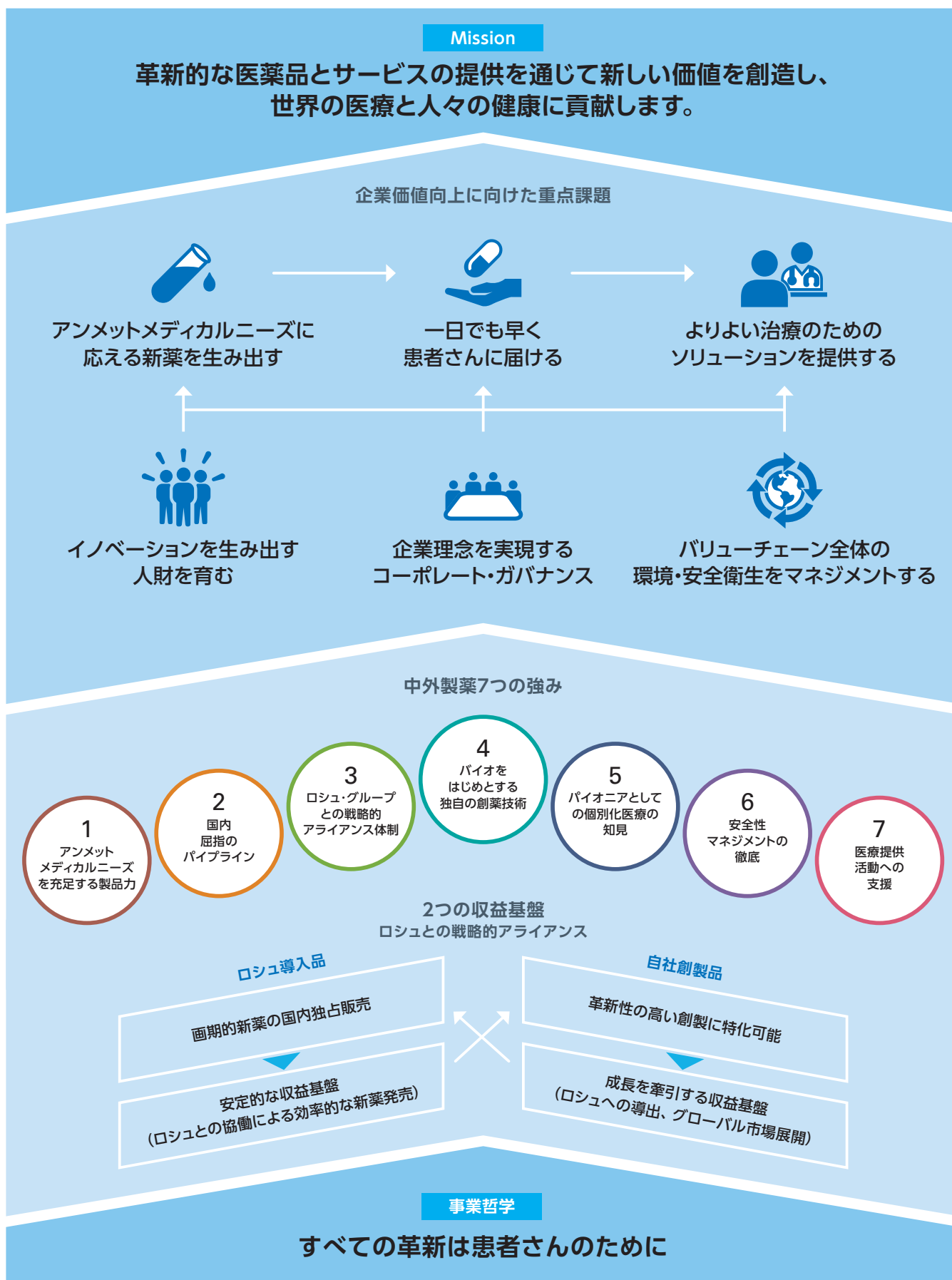


中外製薬の価値創造モデル



中外製薬は、「すべての革新は患者さんのために」という事業哲学のもと、ロシュとの戦略的アライアンスという他に類を見ないビジネスモデルと、独自の「中外製薬7つの強み」を源泉とし、イノベーション創出による企業価値向上に向けた重点課題に取り組んでいます。こうした価値創造を通して世界の医療と人々の健康に貢献することで、Mission(存在意義)の実現につなげています。

企業価値向上に向けた重点課題

中外製薬は、患者さんに新しい価値を届け、企業価値を向上させるため、多様な企業活動に邁進してきました。一方で、外部環境が激変し、製薬業界や中外製薬の果たすべき役割も変化する中、中外製薬がイノベーションを創出し、今後のさらなる企業価値向上に向けて取り組むべき重点課題は、大きく6つに分けられます。

最も重要なのは、継続的なイノベーションの創出により「アンメットメディカルニーズに応える新薬を生み出す」ことであり、その画期的な医薬品を「一日でも早く患者さんに届ける」こと、同時に、製品提供にとどまらず「よりよい治療のためのソリューションを提供する」ことが大切です。こうした価値を発揮し続けるためには、「イノベーションを生み出す人財を育む」ことと、「バリューチェーン全体の環境・安全衛生をマネジメントする」ことが不可欠で、「企業理念を実現するコーポレート・ガバナンス」を継続的に強化することを通じて、中長期的な価値創造を果たしていきます。

「中外製薬7つの強み」を活かして

中外製薬は、患者さんのための革新を続け、創造的な取り組みを積み重ねてきた結果、企業価値向上に資する優位性をつくり上げました。社内外のインタビューをもとに得られた中外製薬の“強み”を「患者さんに対する価値」と「競合優位性」の観点で評価し「25のカテゴリ」を抽出、外部からの評価分析などを通じて7つの強みを特定しました。中外製薬独自の価値の源泉としてこれらの強みを最大限に活かすとともに、さらなる進化を遂げていくことで、社会課題の解決に貢献するなど、新たな価値を発揮し続けていきたいと考えています。

2つの収益基盤

ロシュとの戦略的アライアンスにより、画期的なロシュ導入品を効率的に開発し国内で独占的に販売。この安定的な収益基盤が、革新性の高い独自技術や創薬への集中投資を可能としています。さらに、自社創製品をロシュに導出することでグローバル市場に展開し、成長を牽引する収益基盤としています。

一方、ロシュにとっても、ロシュ品の日本での価値最大化に加え、革新性の高い研究に特化した中外製薬創製品をグローバル市場で販売することができ、WIN-WINの関係を構築しています。

2017年の実績(資本)



研究開発費(Coreベース)

889億円



抗体医薬品国内売上シェア*1

27.3%



医療従事者からの
満足度評価(100床以上)*2

3位



従業員数

7,372名



ガバナンスの充実
役員報酬制度の
改定



従業員1人当たりのエネルギー消費量

296GJ/人

*1 Copyright © 2018 IQVIA. 出典：IMS医薬品市場統計2017年12月MATをもとに作成 無断転載禁止 市場の範囲は中外製薬定義による

*2 当社定義による医師のみを対象とした企業総合評価に関する調査結果に基づく