

ASKA HD REPORT 2025

統合報告書 2024.4.1 ▶ 2025.3.31
ASKA Pharmaceutical Holdings Co., Ltd.



この印刷物に使用している
紙は、森を元気にするための
間伐と間伐材の
有効活用に役立ちます。



この報告書は、適切に
管理された森林からの
原料を含む「FSC® 認証紙」を
使用しています。



本誌は
環境に配慮し、
植物油インキを
使用しています。



有害物の廃液量や
使用量が少ない
「水なし印刷方式」を
採用しています。

2025年9月

Total Healthcare Company
with a Strong Foundation
as a Specialty Pharma Company

コーポレートメッセージ

あすも、みらいも、すこやかに

自分らしく今を生き、すこやかな人生を歩む一人ひとりのために。
人と動物が幸せに暮らす社会をつくるために。

100年を超えて創薬を追求してきた私たちだからこそ、
すべてのいのちに、新たな希望を届け続けることの大切さを知っています。

私たちはホルモン製剤のパイオニアとして、
そして、女性医療をリードする企業として、
予防から検査・診断、治療そして予後までを見据える
「トータルヘルスケアカンパニー」を目指します。

あすも、みらいも、すべてのいのちが、すこやかでありますように。
私たち、あすか製薬ホールディングスの挑戦は続きます。

従業員メッセージ

「あすも、みらいも、すこやかに」という想いと、「トータルヘルスケアカンパニー」というビジョンの実現に向けて、HatapharとASKAの連携に積極的に貢献します。両社の知見を共有し、イノベーションの推進にともに取り組むことで、ベトナムと日本両国の人々の生活をより豊かにする、高品質で信頼性の高いヘルスケアソリューションを提供していきます。

Ha Tay Pharmaceutical Joint Stock Company 経理部 **レ・フオン・タオ**

甲状腺領域のリーディングカンパニーとして、一般の方への疾患啓発にも広く取り組んでいます。甲状腺疾患の認知度向上が皆さまの健康推進に貢献し、さらにはQOL向上につながると考えます。

あすか製薬株式会社 内分泌事業推進室 **若槻 春奈**

変化の激しい地政学リスクとダイナミックな供給環境のなか、グローバルなパートナーと緊密に連携し、革新的医薬品を安定供給すべく、多様な調達戦略とリスク管理に注力しています。

あすか製薬株式会社 生産本部
サプライチェーンマネジメント部 **サブコタ・ヘムラジ**

医療現場に確実にあすか製品を届けるため、これまで長きにわたり築いてきた行政からのあすか製薬への信頼を維持・向上すべく、真摯に医薬品の品質・安全性の確保に向き合っています。

あすか製薬株式会社 信頼性保証本部 薬事部長 **大畑 潤**

私自身が動物と生活していることもあり、受発注業務を通じて、お客さまとのつながりをより身近に感じています。「皆さまに安心と安定」を日々心がけ、人と動物が共生できる社会に貢献します。

あすかアニマルヘルス株式会社
管理部 販売管理グループ **安倍 理恵子**

国内外の事業パートナーとの信頼関係を築き、互いの強みを掛け合わせた価値創出を通じて、「あすも、みらいも、すこやかに」の実現に挑みます。

あすか製薬株式会社 事業開発本部 事業開発部 **吉崎 美紗**

あすか製薬ホールディングスグループの持続的な発展を通じて社会に貢献するために、戦略的な観点から従業員を支えるインフラを整備していきます。

あすか製薬ホールディングス株式会社 グループ経営管理本部
グループ総務部 業務課長 **石井 悟**

世界中にASKAの医薬品を広めたい！日本だけでなく海外の女性医療にも貢献するべく、ベトナム、フィリピンに次ぐ海外拠点の設立を目指し、新規市場開拓に奮闘しています。

あすか製薬ホールディングス株式会社 グループ国際事業本部 **本田 奈緒**

“一人でも多くの患者さんを笑顔にする新薬”の創出を目指し、既成概念や分野にとらわれず、常に新たな可能性を探求して、“先端の創薬”に挑み続けます。

あすか製薬株式会社 創薬研究本部 薬理研究部 **村松 万里**

オウンドメディア「Mint+ フェムナレッジ」を通じて、女性医療の強みを活かした価値ある健康情報を発信し、企業の健康経営と女性活躍推進に貢献します。

あすか製薬株式会社 フェムテック事業推進室 **西岡 ゆかり**

毛髪でできる「ホルモン量測定キット」事業。毛髪から見える未来の健康管理ツールとして、まずは手軽に“知る”ことから。自分のホルモンと向き合うきっかけづくりに貢献します。

株式会社あすか製薬メディカル 営業企画部 **横田 明子**

迅速かつ適切な契約審査を通じて、あすか製薬ホールディングスグループ各社の機動的かつ安定的な事業活動を支えし、人々が健やかに活躍できる社会づくりに貢献します。

あすか製薬ホールディングス株式会社 グループ法務・コンプライアンス部 **松村 翠**

リフキシマを通じて肝性脳症を含めた肝硬変合併症の早期診断・治療の重要性を医療関係者に情報提供しています。肝硬変患者さんのQOLが向上する社会の実現に貢献します。

あすか製薬株式会社 営業本部 スペシャリティ推進部 **古屋 美久**

臨床開発の現場から女性のライフステージに寄り添う医療を目指し、スピードと品質確保の両立に努めます。社会や患者さんの期待に応えるため、先進的な医薬品を一日でも早く届ける挑戦を続けます。

あすか製薬株式会社 開発本部 臨床開発部 **吉岡 咲紀**

あすも、みらいも、すこやかに 私たちの挑戦

巻頭特集

女性医療の重要性と社会課題

女性の健康で、未来を拓く。

あすか製薬ホールディングスグループは、「生命」を支える企業として、価値ある医薬品の提供とサステナビリティの取り組みを通じ、社会の持続的な発展に貢献しています。なかでも、女性の健康は、すべての人がよりよく生きる未来を築くうえで極めて重要なテーマです。子宮筋腫や子宮内膜症、月経困難症といった女性特有の疾患は、患者数の増加などに伴い、年間4,617億円もの経済損失をもたらしています。私たちは女性医療のリーディングカンパニーとして、予防、検査・診断、治療そして予後も見据えながら、女性の健康をめぐる社会課題の解決に挑み続けています。

さらに、あすか製薬は、「働く女性を対象とした月経随伴症状のセルフケアに関する実態調査」(詳細はP.10を参照)を実施し、働く女性の月経随伴症状と仕事への影響を明らかにしました。



子宮筋腫や子宮内膜症、月経困難症などの女性特有の疾患が増加している背景には、生涯の月経回数の増加が挙げられます。女性の社会進出に伴い晩婚化や晩産化が進み、生涯の出産回数は昔は5回だったのが現代では2回へと半分以下になり、女性の生涯の月経回数は約50回から約450回へと9倍に増加している^{*1}といわれています。

^{*1} Short RV:Proc. R. Soc. Lond B. Biol. Sci. 1976; 195, 3-24.より

女性の人口^{*4}
(15～44歳)
1,900万人

女性の労働者数^{*5}
(15～44歳、雇用者数)
1,310万人

**月経困難症
有症状者数^{*3*4}**
956万人

罹患

**予防
ヘルスリテラシー
向上**

**月経随伴症状に関する
予防行動をとっている人^{*3*4}**
(15～44歳)
969万人

**あすかの
価値提供**

治療

月経困難症治療者数^{*2}
254万人

**検査・診断
産婦人科受診**

女性特有の疾患の罹患数(2024年)^{*2}



女性特有の月経随伴症状による年間の経済損失額^{*3*7}

4,617億円

予後
女性の健康への
貢献

**Mint⁺による
「価値提供」**

あすか製薬の医薬品服用者数^{*6}
60万人
(2024年:52万人)

〈出所〉
^{*2} 株式会社JMDC調査(各年1月～12月までの12ヵ月間)
^{*3} あすか製薬株式会社「働く女性を対象とした月経随伴症状のセルフケアに関する実態調査」(2025年9月)
^{*4} 総務省統計局 人口推計(2025年4月)
^{*5} 総務省統計局 労働力調査(2025年7月)
^{*6} エンサイスのデータに基づく自社集計(2025年) 無断転載禁止
^{*7} 経済産業省「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」(2024年2月)

巻頭特集：女性医療の重要性と社会課題

あすか製薬による国内の月経随伴症状に対する2024年度の社会的インパクトは813億円

当社グループでは、経済産業省が公表した「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」（2024年2月）に着目しています。ここで試算された女性の月経随伴症状が生産性や経済活動に与える影響をもとに、当社の医薬品による症状緩和の経済的インパクトを昨年に続き算定するとともに、新たに疾患啓発活動による効果を定量化しました。あすか製薬「働く女性を対象とした月経随伴症状のセルフケアに関する実態調査」（詳細はP.10を参照）に基づき、2024年度における月経随伴症状による経済損失と、

当社の貢献度を金額換算で算出しました。
あすか製薬は、医薬品の提供や疾患啓発などの情報発信を通じて、2024年度に813億円の経済損失を削減しました。そのうち、「女性のための健康ラボ Mint⁺」や「Mint⁺フェムナレッジ」による情報提供活動が年間325億円の削減に貢献したと算出しています。私たちは「病気になってから治す」のではなく、自ら正しい知識を持ち、早期に気づき、適切な医療や支援につなげることにより、女性が自分らしく力を発揮できる社会を支えています。

2024年度 月経随伴症状による経済損失額とあすか製薬による経済損失軽減額（社会的インパクト）



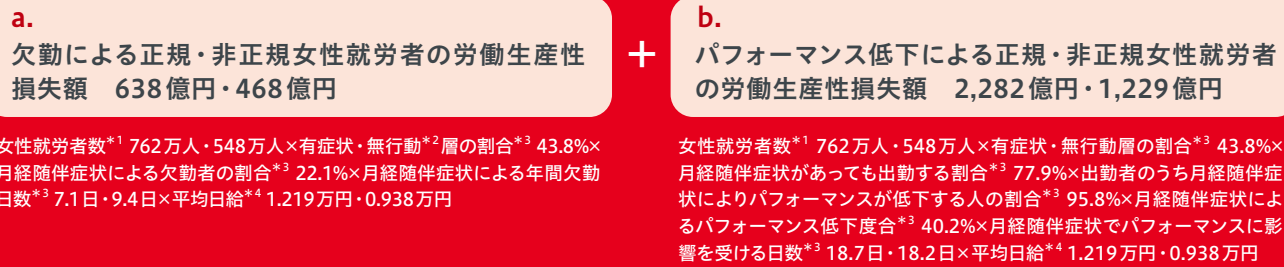
女性の健康課題を解決することは、働く女性一人ひとりのQOL向上にとどまらず、社会全体の持続可能な成長を実現することにつながります。
あすか製薬は「女性の健康を支える企業」として、医薬品やフェムテックの展開、そして「女性のための健康ラボ

Mint⁺」による情報提供を融合し、予防から検査・診断、治療、そして予後までを支える新しい医療の形を追求します。
誰もが自分らしく輝ける社会の実現へ——私たちは女性の健康という視点から、未来とともに創り出していきます。

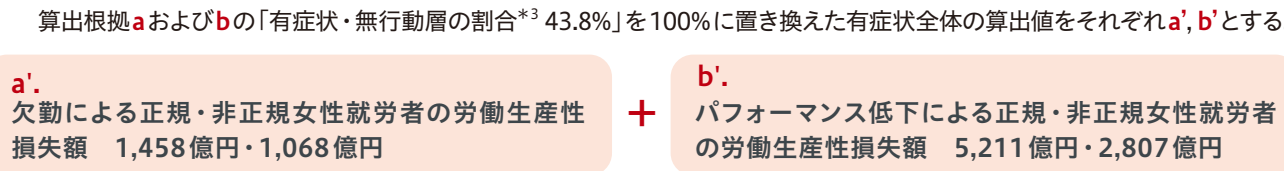
▶「女性のための健康ラボ Mint⁺」の取り組み P.9-10を参照

算出根拠

月経随伴症状による現在の経済損失額 4,617億円



①月経随伴症状のケアをしなかった場合の経済損失額 1兆543億円



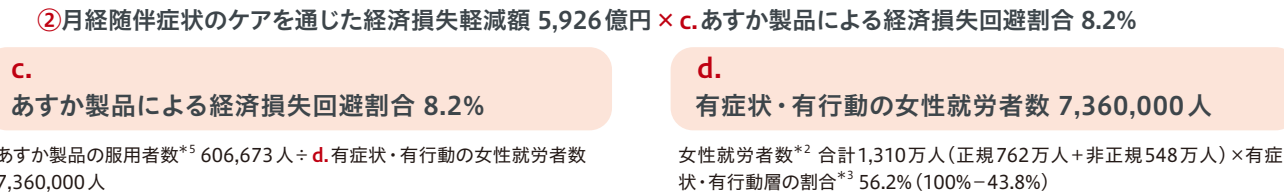
②月経随伴症状のケアを通じた経済損失削減額 5,926億円

①月経随伴症状のケアをしなかった場合の経済損失額 1兆543億円 − ⑥月経随伴症状による現在の経済損失額 4,617億円

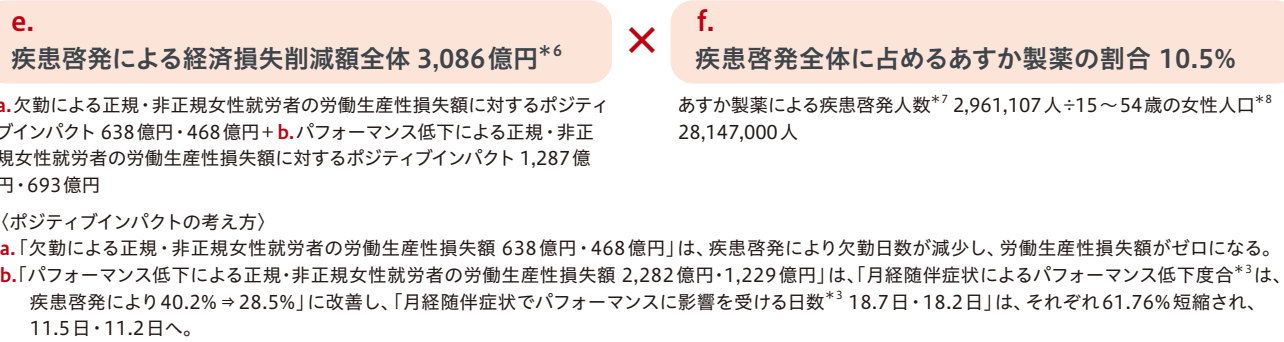
③あすか製薬による経済損失削減額合計 813億円

④あすか製薬の医薬品による経済損失削減額 488億円 + ⑤あすか製薬の疾患啓発による経済損失削減額 325億円

④あすか製薬の医薬品による経済損失削減額 488億円



⑤あすか製薬の疾患啓発による経済損失削減額 325億円



※出所：経済産業省「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」（令和6年2月）
〈その他出所〉
*1 総務省 労働力調査（基本集計）雇用形態、年齢階級別役員を除く雇用者の推移より15〜44歳を対象に令和6年データから算出 *2 月経随伴症状による何らかの症状があるにもかかわらず対策をとっていない層 *3 あすか製薬株式会社「働く女性を対象とした月経随伴症状のセルフケアに関する実態調査」（2025年9月19日公表） *4 厚生労働省 令和6年賃金構造基本統計調査の第6-1表より年間労働日数を260日として15〜44歳女性の平均賃金を算出 *5 月経困難症治療剤（「ドロエチ」「フリウェル」「ジェミーナ」）、子宮筋腫・子宮内膜症治療剤（「レルミナ」「リュープロレリン1.88mg」）の月間平均症例数から算出 *6 経済産業省「令和5年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業」 *7 「女性のための健康ラボ Mint⁺」などの2024年度の取り組み実績（ウェブサイト総ユーザー数、Mint⁺ カードの配布数、高校保健教材提供数、「Mint⁺ フェムナレッジ」閲覧数・導入数など） *8 総務省統計局 人口推計より

巻頭特集：女性医療の重要性と社会課題

価値創造事例「女性のための健康ラボ Mint+」—— 知ることは、自分を守ること。

「女性のための健康ラボ Mint+」概要

活動の背景と目的

あすか製薬は、創立以来、100年を超えて女性の健康を支える製品を提供してきました。少子高齢化やライフスタイルの多様化が進むなか、女性が自身の健康について正しい情報にアクセスでき、安心してライフイベントを迎えられる社会の実現が求められています。こうした社会課題に対応するために立ち上げたのが「女性のための健康ラボ Mint+」です。

「Mint+」の活動は、「女性のカラダの悩みが女性同士であっても意外と話しくく、正しい情報を見つけられず不安なまま、一人で抱えられがちである」ということに着目し、一般の方に女性の健康に関する正しい情報を発信していくことから始まりました。

「Mint+」シリーズの全体像と5年間の各活動内容

2020年6月に立ち上げた「Mint+」は、2025年に5周年を迎えました。現在は、女性のライフステージに応じた健康支援を目的に、3つの軸で構成しています。これらは、女性のウェルビーイングを高めるための情報提供と社会的啓発を担っています。

Mint+

シリーズの主軸であり、全年代の女性向けに健康情報や生活に役立つ情報を発信
(2020年6月～)

- 女性のヘルスリテラシーを高めるウェブサイトによる情報発信
- コンテンツ：38コンテンツ
- 動画：7件
- 展示会への出展：5回
- リアルイベント：6回
- オンラインセミナー：8回
- 調査報告：3回
- Webアクセス：年間30万PV以上
- LINE友だち登録者数：5,800人
(2025年9月時点)

Mint+ teens

10代の若年層に向けた性教育・健康教育支援
(2021年8月～)

- 若年層向け性教育に関するコンテンツ：18件
- 学校現場や教育機関向けの保健体育副教材開発・無償提供利用校数：延べ2,255校(配布数982,000部) 教員満足度平均：よかった92%、普通8%、よくなかった0%
- イベントへの出展：2回
- インスタグラム(2023年～)：52投稿、フォロワー198人(2025年9月時点)
- オンラインセミナー：1回

Mint+ Hug

妊娠・出産・子育て世代に寄り添う情報発信とサポート
(2024年10月～)

- 妊産婦・子育て世代の健康と育児に関する情報提供
- ママのためのコラム：14コンテンツ
- 新生児・乳幼児のためのコラム：14コンテンツ
- LINE：Mint+と共用



Mint+ フェムナレッジ (2023年10月～)

フェムテック事業として企業・団体向けに女性の活躍推進に関する研修動画を展開

- 女性の活躍を阻害する要因の解決
- 従業員の働きやすさ向上と離職率の改善
- 女性特有の健康課題への相互理解と仕事のパフォーマンス向上に貢献

20の企業・団体にて13万人以上(2025年9月時点)にご活用いただいています。

「働く女性を対象とした月経随伴症状のセルフケアに関する実態調査」(2025年9月19日公表)

近年、女性活躍推進が社会的に注目されるなか、本調査では、働く女性が実際にどのような月経随伴症状を経験し、どのようにセルフケアを行っているのか、それが仕事のパフォーマンスにどのような影響を与えているのかを明らかにすることを目的として実施しました。

実施期間：2025年8月6日～8月7日
調査方法：インターネット調査
調査対象：全国の月経があり働いている女性1,000名(15～44歳、正規・非正規雇用各500名)

調査結果概要

月経に伴う主な症状で8割が我慢している

- ・月経随伴症状がありながら「我慢した経験がある」と答えた人は78.6%
- ・主な対処方法は「市販薬の服用」(46.6%)、「休養・安静」(16.9%)、「我慢」(15.1%)などで、「婦人科受診」は9.6%
- ・対処方法の満足度は「市販薬の服用」(77.6%)や「婦人科受診」(65.5%)が高い

信頼性や根拠を意識して情報を求める

- ・情報の入手方法は「インターネット検索」(57.9%)が最も多く、身近な「家族」(17.9%)や「友人」(14.5%)から情報を得ている人も少なくない
- ・信頼性を判断する基準は「発信源が信頼できる(自治体・医療機関など)」(47.0%)が最多で、多くの人が根拠や発信元を重視している

月経により仕事のパフォーマンスが4割低下する

- ・月経による不調で休暇を取得した人は22.1%
- ・「休んだことはない」と回答した人は77.9%。そのうち95.8%が「仕事のパフォーマンスに影響がある」と回答
- ・月経がない時に比べ、月経時は仕事のパフォーマンス低下(40.2%)が認められる

職場での制度・環境改善や男性を含む社会全体での月経や女性の健康の理解促進を望む

- ・月経に伴う不調による離職経験者は6.4%で、「身体的負担の大きい業務」や「柔軟な働き方ができない」「職場の理解不足」などが背景にある
- ・調査対象者全体では、パフォーマンス向上のために「市販薬の服用」「休養・安静」などのセルフケアや「婦人科受診」に加え、「周囲の理解」「職場のサポート」といった環境改善を求める声もあった
- ・職場や社会に対し、「生理休暇や柔軟な休暇制度」「在宅勤務など働き方の柔軟化」「生理用品の無償提供」といったサポートの要望が挙げられた

まとめ

今回の調査結果から、78.6%の「働く女性」は月経による不調を抱えたまま休むことなく働き、また、月経随伴症状による仕事のパフォーマンスは全体の平均で約4割低下したと感じていることがわかりました。

一方で、月経随伴症状への対処方法は「市販薬(鎮痛剤・漢方など)」を選択した人が多く、その満足度は高いという結果となりました。これは、対処療法であり、月経随伴症状の根本的な解決をしないまま、日々の生活を送っているとも言えます。

近年は女性活躍が進み、月経に関する社会的理解が広がりつつありますが、全体的にはまだ十分とは言えません。柔軟な働き方ができる制度や職場の理解など、働く環境に対する期待や取り組みを求める声もありました。

「女性のための健康ラボ Mint+」としては、つらい月経随伴症状の潜在的要因となる女性特有の疾患について情報発信し、早期発見、早期治療を行い、働く女性たちが十分にパフォーマンスを発揮できるよう、これからも女性の健康に関する情報を継続的に発信していきます。

目次

イントロダクション

- 1 コーポレートメッセージ
- 3 従業員メッセージ
- 5 巻頭特集：女性医療の重要性と社会課題

価値創造ストーリー

- 13 価値創造のあゆみ
- 17 At a Glance
- 19 目指す姿への道筋
- 21 会長メッセージ
- 23 社長メッセージ
- 27 価値創造プロセス
- 29 資本と強み
- 31 事業環境認識
- 33 マテリアリティ
- 37 特集対談：女性医療の重要性と社会課題への対応

戦略解説

- 41 あすか製薬ホールディングス中期経営計画2025
- 43 事業概況
 - 43 あすか製薬
 - 48 Ha Tay Pharmaceutical Joint Stock Company
 - 49 あすかアニマルヘルス
 - 51 あすか製薬メディカル
- 53 財務資本戦略
- 57 製造資本・知的資本戦略
- 62 自然資本戦略
- 67 社会関係資本戦略
- 71 人的資本戦略

価値創造の基盤

- 79 コーポレート・ガバナンスに関する取締役鼎談
- 83 役員一覧
- 85 コーポレート・ガバナンス
- 93 コンプライアンス
- 94 リスクマネジメント

データセクション

- 95 11ヵ年サマリー
- 97 イニシアティブ／社外からの評価／第三者意見
- 98 会社情報／株式情報

●編集方針

あすか製薬ホールディングスでは、ステークホルダーの皆さまに対して、当社の経営戦略や重要課題に関する経営者のメッセージをお伝えするとともに、ESG（環境・社会・ガバナンス）や財務に関する情報を取り入れた統合報告書（アニュアルレポート）として「ASKA HD REPORT」を発行しています。また、社会的責任の国際規格ISO26000の7つの中核主題とその分類に基づく情報については、当社ウェブサイトにて開示しています。「ASKA HD REPORT 2025」では、あすか製薬ホールディングスの強みを明確化し、よりご理解いただくことをテーマに、あすか製薬・あすかアニマルヘルス・あすか製薬メディカル・Hataphar社における取り組みをご紹介します。本レポートの制作にあたっては、ステークホルダーの皆さまからのご意見、お問い合わせ内容を踏まえ、重要度の高い情報を絞り込み、掲載しています。本レポートがステークホルダーの皆さまとの対話促進の一助となりましたら幸いです。

●参考にしたガイドライン・フレームワーク

- GRIスタンダード
- IFRS 財団「国際統合報告フレームワーク」
- ISO26000「社会的責任に関する手引」
- 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」
- 環境省「環境報告ガイドライン（2018年版）」
- TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言、TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）提言など



●報告対象

- 期間：2024年4月1日～2025年3月31日（一部、対象期間外の情報も含みます）
- 範囲：あすか製薬ホールディングス株式会社およびグループ各社

※原則としてあすか製薬ホールディングスグループを対象としていますが、活動やデータの範囲が「あすか製薬株式会社（単体）」の場合は「あすか製薬」と記載しています

●本レポートにおける注意事項

本レポートに記載されている当社グループの業績見通しなど、将来に関する情報は、制作時点における各種情報に基づいて当社グループの経営陣が判断したものであり、実績は、市場動向、経済情勢などの変動により、現在の見通しと大きく異なる可能性があります。

価値創造のあゆみ

私たちは、1920年にホルモン製剤のパイオニアとして誕生して以来、「生命や健康に直接かかわる重要な使命」を心に刻み、歩みを止めずに進んできました。そして2021年、ホールディングス体制に移行し、次の100年に向けて新たな一歩を踏み出しました。今後も時代や環境の変化に対応するとともに、社会課題解決に貢献すべく「トータルヘルスケアカンパニー」へと進化を遂げていきます。

1920 – 1955

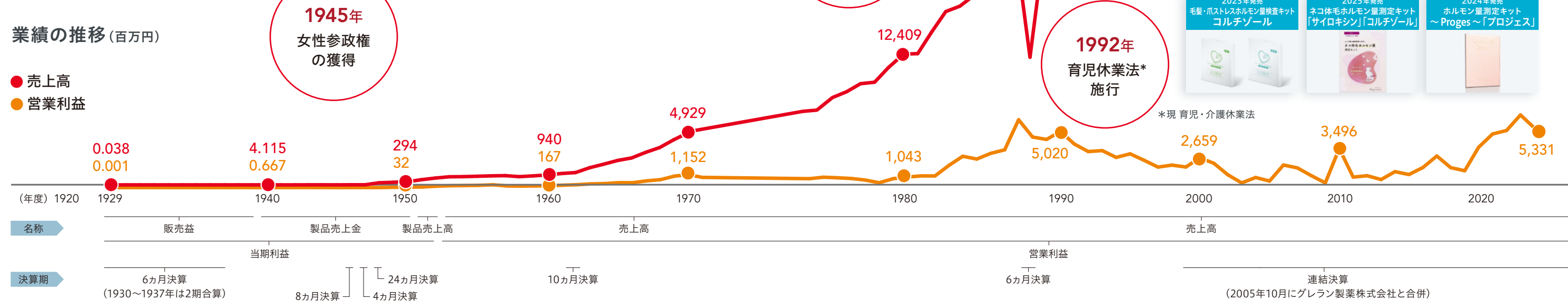
製薬企業として第一歩を踏み出す

1920年、山口八十八が帝国社臓器薬研究所を創立。動物の臓器から有用な医薬品を創り出すという独創的な発想により、ホルモン製剤の研究・開発・製造・販売を開始。関東大震災や戦時下で本社・工場の消失などの苦難を経験するも、新体制で再建し、1955年には東京証券取引所に株式上場。



業績の推移(百万円)

- 売上高
- 営業利益



さらなる成長を目指す

2021年より「あすか製薬ホールディングス中期経営計画2025」を開始。ホールディングス化に伴い、柔軟な組織体制の構築と迅速な意思決定だけでなく、より一層のガバナンス体制強化によるグループ全体のさらなる持続的な成長を目指す。

2005 – 2021

あすか製薬の誕生

2005年「あすか製薬株式会社」が誕生し「競争力のあるスペシャリティファーマ」に向けて「内科」「産婦人科」「泌尿器科」の重点3領域に特化した新薬を開発・上市。時代のニーズに合致するジェネリック医薬品への取り組み強化など、次のステージに挑戦。



2024年度
64,139百万円

2022年
改正女性活躍
推進法全面施行

45,849

1986年
男女雇用機会
均等法施行

2016年
女性活躍推進法
施行

1975年
國際婦人年

1992年
育児休業法
施行

*現 育児・介護休業法

2022年発売
犬用副腎皮質機能亢進症治療剤
トリロスタン「あすか」

2022年発売
月経困難症治療剤
ドロエチ「あすか」

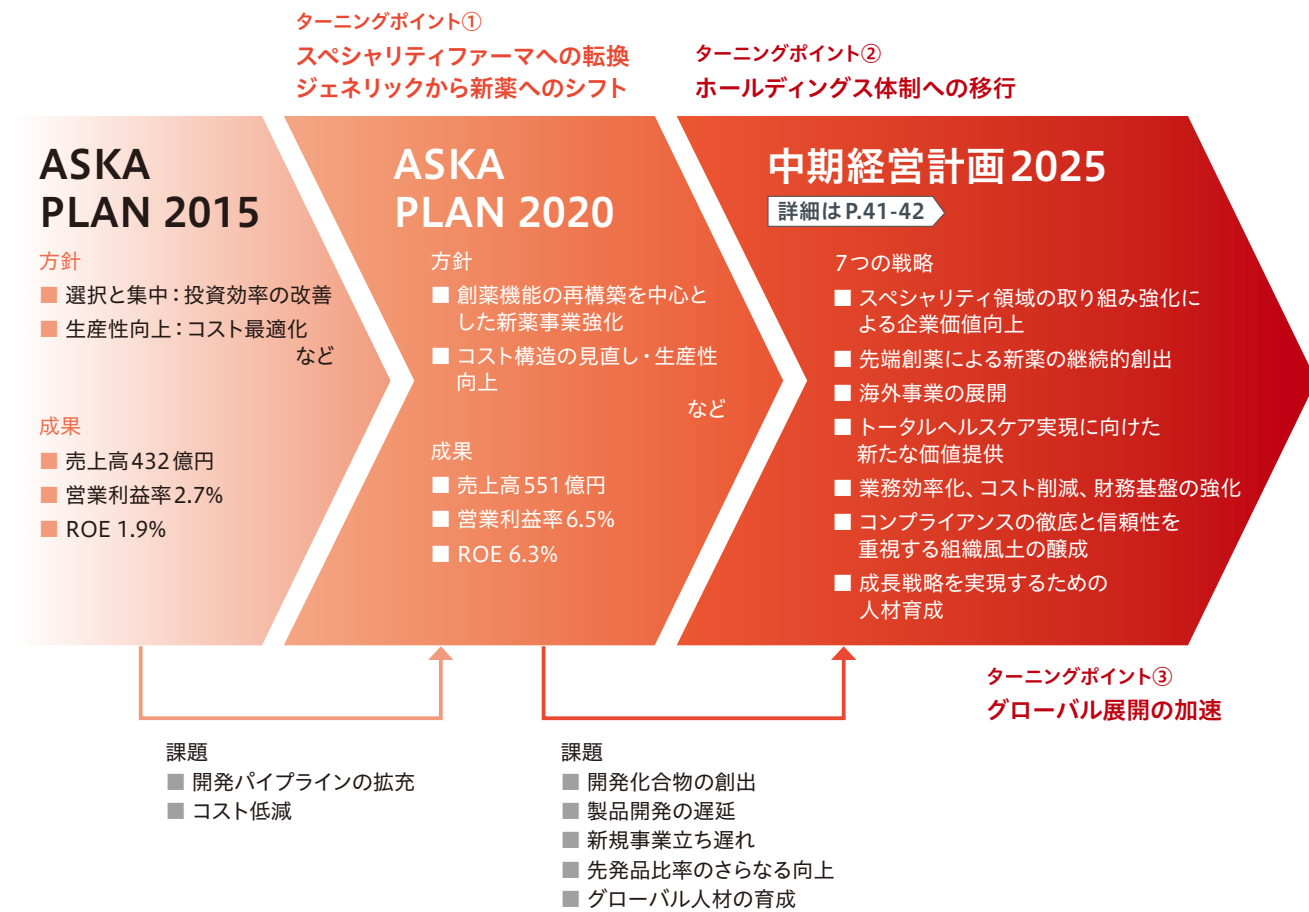
2025年発売
経口避妊剤
スリンド

2023年発売
毛髪・爪ストレスホルモン量検査キット
コルチゾール

2025年発売
ネコ体毛ホルモン量測定キット
「サイロキシシ」 「コルチゾール」

2024年発売
ホルモン量測定キット
～ Proges ～「プロジェス」

中期経営計画の変遷と価値創造のターニングポイント



① スペシャリティファーマへの転換 ジェネリックから新薬へのシフト

■ 背景

日本では高齢化に伴う医療ニーズの多様化と社会保障費抑制の圧力が高まるなか、ジェネリック医薬品の価格競争が激化し、収益性が低下していました。あすか製薬は、ジェネリックを基盤の一つとしつつ、より高い付加価値と差別化が可能なスペシャリティ領域(特定の疾患領域や治療分野)に注力する戦略的転換を2010年代後半から推進。国の健康寿命延伸施策や個別化医療のニーズ拡大を背景に、研究開発力と市場競争力を強化するとともに、利益率の高い先発医薬品(新薬)の比率を高めることで収益改善を図り、持続可能な成長を目指しました。

■ ターニングポイントを通じた変化

ジェネリックからスペシャリティへのシフトにより、研究開発のリソースを高付加価値領域に集中させ、女性医療や希少疾患、ホルモン関連治療薬などの領域で独自のポジションを確立しました。特に、長年にわたり蓄積してきた知見やノウハウ、実績と専門性を活かし、産婦人科領域においてはリーディングカンパニーとしての地位を確立しました。外部パートナーとの協業を通じて、先端技術や新薬パイプラインを拡充しました。

その結果、先発品医薬品比率が上昇し、低マージンのジェネリック依存からの脱却を進めながら、収益性の改善とともに競争力の高いスペシャリティ医薬品による安定成長への転換を実現しました。この戦略は、患者ニーズに応えるとともに、企業価値の向上とグローバル展開の基盤を築くことにつながっています。

② ホールディングス体制への移行

■ 背景

高齢化の進行に伴い、社会保障費の増大と労働力減少が課題となるなか、国は健康寿命延伸を重視し、予防・健康管理サービスの活用を推進しています。あすか製薬は、「先端の創薬を通じて 人々の健康と明日の医療に貢献する」との経営理念のもと、医薬品事業を展開してきました。しかし、社会的ニーズの変化や厳しさを増す事業環境に対応し、継続的な企業価値向上を目指すため、2019年12月に単独株式移転によるホールディングス体制への移行を公表し、2021年4月にあすか製薬ホールディングス株式会社を設立しました。これにより、医薬品の提供のみならず、予防、検査・診断、治療、予後を網羅する「トータルヘルスケアカンパニー」への転換を図りました。

■ ターニングポイントを通じた変化

ホールディングス体制への移行により、グループ全体の戦略立案とガバナンスを強化し、事業子会社への権限移譲を通じて迅速な意思決定を実現しました。これにより、ヘルスケア領域での新事業展開やM&Aを通じた国内外の連携を

③ グローバル展開の加速

■ 背景

日本では少子高齢化により医療費抑制策が強化され、薬価引き下げが継続しています。ジェネリック医薬品の価格競争も激化し、成熟・縮小傾向にある国内市場では中・長期的な収益成長が限定的です。あすか製薬は、国内での強固な基盤を活かしつつ、成長機会を海外に求める必要性を認識しています。2020年代から、スペシャリティ医薬品やヘルスケアサービスの需要が高まる欧米・アジア市場をターゲットに、M&Aや戦略的提携を通じてグローバル展開を加速してきました。国の健康寿命延伸施策とも連動し、国際的なヘルスケア課題の解決に貢献する方針を固めました。

■ ターニングポイントを通じた変化

グローバル展開の加速により、当社グループは東南アジアを中心に事業基盤の拡充を進めています。ベトナムでは、



Ha Tay Pharmaceutical Joint Stock Company (ベトナム)



加速しています。医療用医薬品事業の枠を超え、疾病予防や未病領域での事業化を進め、経営の安定化とグループ価値の最大化を図っています。この変革は、社会課題解決と企業成長の両立を可能にし、新たな価値創造の基盤を築きました。

Ha Tay Pharmaceutical Joint Stock Company(以下、Hataphar社)を子会社化し、PIC/S GMP*に準拠した製造拠点の建設を支援することで、現地における安定供給体制と収益力の強化を図っています。また、フィリピンにおいては、MedChoice Pharma, Inc.(以下、MedChoice Pharma社)との戦略的提携を通じ、内分泌系・中枢神経領域における当社グループの知見、とりわけ甲状腺領域における強みを活かしたシナジーの創出を進めています。

これらの取り組みにより、事業ポートフォリオ間の連携が深まり、グループ全体としての収益基盤の多様化が着実に進展しています。さらに、迅速な意思決定を可能とするガバナンス体制のもと、グローバル市場における競争力とブランド価値を一層高め、予防から検査・診断、治療、予後までを包括するトータルヘルスケアカンパニーとしての戦略的進化を加速させています。

* GMP: 医薬品の製造管理および品質管理に関する基準



MedChoice Pharma, Inc. (フィリピン)

At a Glance

あすか製薬ホールディングスは、医療用医薬品事業・アニマルヘルス事業・検査事業を展開しています。それぞれのビジネスの推進のみならず、事業間の相互連携によりシナジーを発揮することで収益の最大化に取り組んでいます。当社グループの売上高の約9割を占める医療用医薬品事業のなかで、特に注力している女性医療への取り組みを中心にご紹介します。



あすか製薬

売上高: **566** 億円

内科領域
(消化器・甲状腺)

産婦人科
領域

泌尿器科
領域

産婦人科領域

**リーディング
カンパニー**

国内シェアNo.1

2022年度下期に産婦人科領域での国内売上No.1を達成して以来、2024年度も継続してトップシェアを維持しています。医薬品のみならず、女性の健康に関する情報発信など多彩な取り組みを推進しています。
※ 自社推計

▶ 詳細は P.31

女性医療研究

100 年超

1920年の創立当初よりホルモン研究を通じて女性医療に向き合ってきました。時代のニーズに合わせて多種多様な医薬品を創出することで、女性の健康に貢献していきます。

▶ 詳細は P.13-14

甲状腺領域製品シェア

95%

甲状腺領域に100年携わってきた経験とノウハウを活かして事業を展開しています。品質確保と安定供給に努め、甲状腺領域のリーディングカンパニーとして社会に貢献し続けます。

▶ 詳細は P.46

研究開発費

70 億円

当社は、内科・産婦人科・泌尿器科の3領域に特化して事業展開する新薬開発型の製薬企業です。国内外の企業などと連携し、オープンイノベーションを加速させることで革新的な新薬を提供していきます。

▶ 詳細は P.57-61

子宮筋腫・子宮内膜症治療剤売上高

100 億円超

成長ドライバーである子宮筋腫・子宮内膜症治療剤「レルミナ」は2019年の発売から5年で年間売上高100億円を超える製品に成長しました。

▶ 詳細は P.45

多様性 (ダイバーシティ&インクルージョン)

13.5%

女性管理職比率

持続的な成長と企業価値向上のために、多様な価値観を尊重し、互いに意見を発信することが重要であると考えています。性別などの属性にとらわれないすべての従業員が活躍できる企業風土の変革を推進しています。

▶ 詳細は P.74

●主力製品

●内科領域

肝性脳症治療剤
リフキシマ

甲状腺機能低下症治療剤
チラーヂン

●産婦人科領域

子宮筋腫・子宮内膜症治療剤
レルミナ

月経困難症治療剤
ドロエチ「あすか」

経口避妊剤
スリンダ

●泌尿器科領域

子宮内膜症・子宮筋腫・前立腺癌治療剤
リュープロレリン「あすか」

高血圧症治療剤
カンデサルタン「あすか」

月経困難症治療剤
フリウェル「あすか」

不妊症治療剤
ルテウム

緊急避妊剤
ノルレボ

あすかアニマルヘルス

売上高: **72** 億円

畜水産領域

コンパニオン
アニマル
ヘルス領域

●主力製品

動物用医薬品 (PA^{*1})
ブリッド デルタ

飼料添加物
L-イソロイシン「あすか」

動物用医薬品 (CA^{*2})
トリロスタン「あすか」

*1 PA: 産業動物
*2 CA: コンパニオンアニマル

あすか製薬メディカル

売上高: **2** 億円

内因性
ホルモン
微量測定

非侵襲的
試料を
用いた測定
(毛髪・爪など)

●主力製品

爪ストレスホルモン量
検査キット
「コルチゾール」

毛髪ストレスホルモン量
検査キット
「コルチゾール」

毛髪ホルモン量
測定キット
「ジヒドロテストステロン」

毛髪ホルモン量
測定キット
「テストステロン」

ホルモン量測定キット
～Proges～「プロジェス」
(プロゲステロン)

17 ASKA HD REPORT 2025

ASKA HD REPORT 2025 18

目指す姿への道筋

「先端の創薬を通じて 人々の健康と明日の社会に貢献する」という経営理念のもと、「スペシャリティファーマを基盤とするトータルヘルスケアカンパニー」を実現することで、社会課題の解決と持続可能な社会の構築に貢献します。企業の経済的価値の最大化と社会的価値の向上を両立させることで、ステークホルダーの皆さまの期待に応えていきます。

マテリアリティ

あすか製薬ホールディングスが解決に向けて取り組む最重要課題

女性の健康とアニマルヘルスに貢献する

環境経営の推進 企業価値向上のための多様な人材の育成
高品質な製品の安定供給と適正情報提供
人権の尊重 ガバナンス強化



目指す姿

スペシャリティファーマを基盤とする
トータルヘルスケアカンパニー

2021年4月にあすか製薬ホールディングス株式会社が誕生し、大きな一歩を踏み出しました。5か年の中期経営計画2025では「専門性」「生み出す力」「社会貢献」という3つの土台を軸に据え7つの戦略を推進することで、予防から検査・診断、治療そして予後までを見据えるトータルヘルスケアカンパニーを目指します。

経営理念

先端の創薬を通じて
人々の健康と明日の社会に貢献する

私たちはホルモン製剤のパイオニアとして1920年の創立以来「生命や健康に直接かかわる重要な使命」を心に刻み、歩みを止めずに進んできました。1世紀にわたる歴史のなかで培った創薬力を基盤に、今後も時代や環境の変化に対応しながら多様なニーズに応えることで社会に貢献していきます。

中期経営計画 2025

売上高 700億円

営業利益率 8%

ROE 8%

4つのビジョン

- 1 医療用医薬品を軸に事業スコープ（領域、地域）を拡大する
- 2 オープンイノベーション推進により業務革新を実現する（研究開発～生産～販売）
- 3 中核となる国内医薬品事業（スペシャリティ領域）で国内トップを確立する
- 4 社会から信頼される会社であり続ける

7つの戦略

- ① スペシャリティ領域の取り組み強化による企業価値向上
- ② 先端創薬による新薬の継続的創出
- ③ 海外事業の展開
- ④ トータルヘルスケア実現に向けた新たな価値提供
- ⑤ 業務効率化、コスト削減、財務基盤の強化
- ⑥ コンプライアンスの徹底と信頼性を重視する組織風土の醸成
- ⑦ 成長戦略を実現するための人材育成

会長メッセージ

次世代につなぐ経営のバトン ——成長の軌跡とこれからの挑戦

あすか製薬ホールディングス株式会社
代表取締役会長

山口 隆



世代を超えて志をつなぐ

2025年度より、社長就任35年目を迎えるにあたり、経営の舵取りを次の世代へ引き継ぐ決断をいたしました。サクセッションプランに基づき選任された新社長の山口惣大は若いながらも確かな実績を積み重ねており、彼を支えるマネジメント体制も確立し、安定的な運営体制が構築されつつあります。当社グループが推進してきた「中期経営計画2025」も一つの節目を迎え、組織全体が安定した成長軌道に乗っている今だからこそ、バトンタッチにふさわしい好機であると判断いたしました。今後は代表取締役会長として、これまでとは異なる立場から経営を支えてまいります。

ホールディングス化から5年が経過し、海外展開に向けた基盤整備も着実に進行しています。国内市場は依然

として変化の激しい環境にありますが、事業基盤の一層の強化を指向しつつも、総じて良いタイミングでの社長交代が実現できたと感じています。私が社長に就任した当時は、売上高が約200億円規模でしたが、現在では700億円の達成が現実的な水準にまで成長してきました。この成長とともに、社会からの期待も高まり、私たちに求められる社会的責任もより一層大きなものとなっています。したがって、今後は単に数値目標を掲げるだけでなく、その中身を伴った持続的成長が求められると考えます。新たな中期経営計画においては、社会的責任の遂行と、社内での理解・共感を両立させた、持続可能な目標設定が必要となっています。

経営者として視座の深化

私は39歳で社長に就任し、当初は点で物事を捉えがちでしたが、10年ほどで線、そして面としてのビジョンを描けるようになりました。一方で、当社が成長し合併などを経て、成長スピードが加速するなかで、従業員との距離感の変化に戸惑いを感じる場面もありましたが、東日本大震災で主力工場が被災し、復旧に向けて従業員が一丸となって取り組む姿に、当社への深い愛着と誇りを感じ、その不安が払拭されたことを今でも覚えています。振り返れば、帝国臓器製薬からあすか製薬への社名変更という大きな節目を経た時も仕切り直しをしましたが、企業としての成長も新たな段階へと進化した時だったという実感がありました。

これまで多くの経営判断を下してきましたが、一つひとつの決断が誤った方向であれば、組織が望ましくない方向に流れてしまう可能性もありました。そうしたなか、当社が良い方向に進み、多くの従業員がその方針に共感し、力を合わせて取り組んでくれたことは、私にとって何よりの喜びであり、深く感謝しています。社長としての35年間を振り返ると、常に未来に対するビジョンを持ち、自問自答を繰り返しながら経営に臨んできた日々でした。経営者には、常に向上心と将来に対する夢、そして展望が求められると考えています。私は従業員に対して、経営のビジョンを明確に伝え、ともに目指す方向を共有することを大切にしてきました。また、現場との距離感も重視し、現地を訪問して自らの言葉で組織の理念や方針を繰り返し伝え、従業員の理解と共感を得られるよう努めてきました。経営方針が従業員の心と結びつき、行動に移されてこそ、事業は真の意味で

成功に近づくと信じています。

私自身、思い描いていた将来像をどこまで実現できたかという問いに対しては、決してすべてを完遂できたとは言えません。むしろ「まだ道半ばである」という意識を持ち続けてきました。だからこそ、これからは新たなビジョンを持った人材が集い、柔軟かつ創造的に時代の変化に対応しながら、企業が進化していくことが大切だと考えています。社内で育成した人材と外部からの経験者、それぞれの力を融合させ、失敗を恐れず多様な経験を積み重ねていくことが、企業の真の強さにつながると信じています。新社長には私が描いた将来像に固執せず、時代や社会の要請に対応した変化を受け入れ、新しい価値を生み出すことを期待しています。



次世代に受け継ぐ使命

当社は、女性医療のスペシャリティファーマとして成長してきましたが、今後は異なるビジネスモデルの創出を通じて、新たな企業カラーと文化を打ち出してほしいと思っています。私自身の立場は変わりますが、企業文化の継承と社会貢献への想いは変わることなく、引き続きその発信に努めていきます。

今後、当社グループがさらなる成長を遂げるためには、あすか製薬ならではの強みと独自性をいかに次世代へと継承・発展させていくかが重要な課題となります。トータルへ

ルスケアというビジョンのもと、医療用医薬品を基軸としつつも、これまで手が届いていなかった分野や社会課題に対して、新たな解決策を提示していくことに期待しています。

女性医療や内分泌ホルモンといったスペシャリティ領域における知見をさらに深め、患者さんの不安や悩みに寄り添ったサービスを拡充していくことが私たちの使命であると考えています。また、国内にとどまらず、グローバルにも展開し、特に東南アジア地域において私たちの価値を届けられるよう努めてまいります。

社長メッセージ



創造と挑戦でトータル ヘルスケアカンパニーの 未来を切り拓く

あすか製薬ホールディングス株式会社
代表取締役社長

山口 惣大

社長就任にあたっての想いと決意

1920年のあすか製薬創立以来、100年以上にわたる歴史を重ねてきた当社の経営を担うことは、非常に光栄であると同時に、その責任の重さを痛感しています。グループトップとして最初の大きな使命は「中期経営計画2025」で掲げた目標である売上高700億円、営業利益率8%、ROE8%の達成です。社長交代のタイミングは次期中期経営計画の策定期と重なったことが大きな理由です。さらに、2024年度にはベトナムの大手製薬企業Hataphar社の連結子会社化など、重要な取り組みも着実に進捗したことも後押しとなりました。このような経緯を踏まえ、「中期経営計画2025」の策定に携わったメンバーがそのまま推進役を担うのが最もスムーズだと

判断し、将来を見据えた具体的な議論を進めています。まずは、グループ全体として売上高1,000億円の達成を目指したいと考えています。現在のフェーズとしては、売上高をさらに大きく伸ばしていく段階にあると認識しており、この1,000億円という数字に満足するつもりはありません。しかしながら、区切りの良い数値でもありますので、できるだけ早期にこの目標を達成したいと考えています。今後、新たな中期経営計画を発表する際は、売上高や利益について、具体的な数値目標とともにお伝えできるかと思います。売上高1,000億円はあくまでも通過点であり、当社グループにとって最終的な到達点ではありません。

「中期経営計画2025」の実績と成長戦略

当社グループは2021年度からスタートした「中期経営計画2025」において、スペシャリティファーマを基盤とするトータルヘルスケアカンパニーを目指しています。「中期経営計画2025」の4年目にあたる2024年度の実績としては、売上高641億円、営業利益53億円、親会社株主に帰属する当期純利益51億円となり、営業利益率8.3%、ROE（自己資本当期純利益率）8.0%に達しました。主力事業である医療用医薬品のなかでも、特に産婦人科領域は堅調に成長しました。また、アニマルヘルス事業も、グループ内での主要な収益源としての地位を確立しつつあり、事業ポートフォリオの多様化とグループ全体でのシナジーが表れてきました。

当社の成長領域は主に、産婦人科領域、消化器・希少疾患領域、甲状腺領域の3つに分類されます。産婦人科領域については、新発売の経口避妊剤「スリング」に注力しつつも、子宮筋腫・子宮内膜症治療剤「レルミナ」や月経困難症治療剤「ドロエチ」などを中心に、今後もさらなる需要拡大を見込んでいます。消化器・希少疾患領域に関してですが、「リフキシマ」は、肝性脳症という希少疾患に対する基本的治療剤としてのポジションを確立しつつあります。未診断・未治療の潜在患者さんが多く存在するため、医薬品が届くよう情報提供を行うことが重要になってきます。甲状腺領域については、当社が100年以上にわたって携わってきた領域であり、国内市場の成長も続いています。約240万人の治療が必要とされる患者さんがいるにもかかわらず、実際に治療を受けているのは約100万人にとどまっているともいわれています。そのため、患者さんや非専門医への疾患啓発活動を強化し、治療機会の拡大を目指します。

海外展開については、ベトナムのHataphar社を新たにグループ会社として連結したことにより、従来のパートナーの関係から一歩踏み込んだ連携フェーズへと移行しています。今後はガバナンス体制の整備に加え、事業計画や運営面でのさらなる連携強化が求められます。これらの取り組みを迅速に立ち上げ、成長軌道に乗せていくことが重要です。引き続き「売上高700億円、営業利益8%、ROE8%」の目標達成に向けて、グループ一丸となって取り組んでいきます。

現在、株価を意識した経営の重要性が一層高まっていると感じています。昨今の経営環境においては、対話を通じて、企業の質そのものがより厳しく問われるようになってきています。事業投資に際してはWACC（加重平均資本コスト）や資本コストを踏まえた検討を行ってきましたが、

近年は、私たちがどのような投資を構想しており、どのようなキャッシュ・フローのなかで将来どのような成長を目指しているのか、という点について、より具体的な説明と対話が求められていると実感しています。とりわけ、当社グループのような中型株に分類される企業においては、こちらから能動的に情報発信を行わなければ、なかなか市場や投資家の注目を集めることができません。たとえ、社内で練り上げた戦略に基づき事業を変革したとしても、その内容を精緻に整理し、自ら情報発信の機会を創出していかなければ、市場から事業の実態に見合った評価を得ることは困難だと認識しています。このような背景を踏まえ、当社では中期経営計画期間中に、機関投資家向け・個人投資家向け双方のIR活動を強化してきました。また、IRに加えてSR活動*にも注力し、投資家の皆さまと積極的に対話を行い、当社がどのような考えのもと事業を推進しているのか、また市場からどのような期待が寄せられているのかを把握する機会を積極的に設けてきました。幸い、現在の株価水準は多少の上下はあるものの、PBR1倍前後まで回復しており、少なくともROEは期待収益率と同程度の水準に達しているものと捉えています。しかしながら、現時点ではまだ十分とは考えておらず、今後も自ら積極的に情報発信を続け、より一層市場からの理解と評価を得られるよう、IR・SR活動を強化していきます。



*SR (Shareholder Relations) 活動：企業が株主との建設的な対話を通じて良好な関係を構築する活動

社長メッセージ

あすか製薬のスペシャリティ領域の強みと持続成長の基盤

当社グループは、内科(消化器・甲状腺)、産婦人科、泌尿器科というスペシャリティ領域で蓄積してきた専門性や知見を強みとし、啓発活動を含めた社会貢献も競争力創出につながっています。また、選択と集中が求められる市場環境においても、中堅企業ならではの多様性・柔軟性を活かし、新たな事業機会を見出しています。当社グループは社会の変化に柔軟に対応しつつ、企業として軸を保ち続けてきたことが持続的成長の要因であり、今後の海外展開においてもこの姿勢を堅持していきます。私の意思決定の基準は、中・長期視点でステークホルダー間のバランスをとりながら価値のある判断を行うことです。短期的には成果が見えにくい判断であっても、最終的に全ての関係者にとってプラスになる選択を第一とする方針です。

また、当社グループは、タウンホールミーティングなどを通じて、私を含めた経営陣で年間100時間を目標に、従業員との双方向の対話を行っています。従来の業務遂行型の成長モデルから、試行錯誤による挑戦型の成長モデルへと変化するなか、従業員の課題意識を吸い上げることを重要視しています。実際に現場の声から生まれた「ワークサポート応援金」など、提案から制度化された事例もあります。

当社グループは、2025年にESG委員会がマテリアリティを6つに再編しました。なかでも「環境」への対応は重点領域の一つであり、いわき工場を中心に2030年度までにCO₂排出量を2013年度比で46%削減する目標を掲げ、太陽光発電の導入やZEB認証取得などの施策を打ち出しています。また、「多様性」については、女性活躍推進を含め

多様な事業ポートフォリオとシナジー創出による成長戦略

当社グループは、各事業が強みを持つ多様な事業ポートフォリオを構築しており、今後は事業間のシナジーを創出し、グループ全体の総合力を発揮することで、さらなる成長を目指します。当社の強みの一つとして、長年にわたり、特定のニッチ領域で高品質な製品・サービスを提供してきた実績があります。これは、長期的な信頼関係に支えられてきた独自の価値であり、今後もこの信頼を基盤に新たな事業や連携機会を生み出していきます。また、当社グループは「意思決定のスピード」も大きな強みです。市場ニーズが多様化・複雑化するなかでも、迅速で柔軟な対応を可能にしており、今後もこの強みを活かして持続的成長を実現していきます。

現在、国内市場では、社会保障費の抑制に伴う薬価制度の見直しが最大の課題と認識しています。現在、薬価改定

たダイバーシティの推進に注力し、就労環境の整備と意識啓発に取り組んでいます。女性の健康をサポートする取り組みとして「女性のための健康ラボMint⁺」を運営しており、さまざまな情報発信を通じて女性の健康への貢献に努めています。新たに「人権の尊重」をマテリアリティに加え、多様な文化的背景を持つ人材が協働できる環境整備を推進しています。「ガバナンス」の面では、透明性と公正性を確保するために、独立した役員を含むグループ指名・報酬委員会を設置しています。マテリアリティの取り組みが持続的成長の基盤を強固なものにすると確信しています。

そのほか、当社グループは多様な研修制度を整備しており、従業員が自由に利用できる研修プログラムを充実させています。さらに、次世代のリーダーシップ・グローバル人材の育成を目的とした特別な研修プログラムも導入しており、将来を担う人材の育成に力を入れています。これにより、有望な人材のプールが少しずつ形成され広がりつつあります。こうした取り組みは継続的にっており、実務経験の場を提供することが次の10年を見据えた人材育成に欠かせないと考えています。例えば、海外関連の業務や新たな挑戦が求められる仕事に対しては、研修プログラムで多様な学びを深めた人材を積極的に配置し、成長につながる仕事の間をつくることを重視しています。グローバル化の進展に伴い、すべての部門で海外とのやりとりは必須となっており、誰もが挑戦できる環境を整えています。意欲のある従業員が自身の成長につながる仕事に取り組めるよう支援することを重要な取り組みと位置づけています。

が毎年行われており、製品のライフサイクルが短縮し、利益確保が困難になりつつあります。ただし、当社が展開する領域には治療を受けるべき潜在患者さんが多く、医療アクセスの改善などにより市場拡大の余地があるとみています。この課題を成長機会と捉え、着実に成果を上げていくことが目標です。外部環境の変化に影響されずに利益を確保するためには、生産コスト削減だけでなく、薬価制度の見直しを求める働きかけや、「高効率で筋肉質な組織体制」の構築が不可欠です。同時に、安定供給と品質確保も今後の重要課題であり、限られた人員だからこそ、コンプライアンスを担保し、供給不足を防ぐ体制づくりが求められます。さらに、労働力不足に対応するため、業務プロセスの見直しやAIなど最先端技術の導入による業務効率化にも取り組み、供給力の維持・拡大を図っていきます。

研究開発においても、開発費の増加や期間の長期化により、単独でビジネスチャンスを網羅するには限界があり、オープンイノベーションは不可欠です。他社との連携などを通じて、シーズの取り込みや共同開発、自社シーズの外部提供など、多様な協業の形態を模索していきます。その際には、当社グループとの連携によって得られる付加価値を他社が明確に認識できるよう、魅力あるシーズの創出が鍵となります。また、日本で開発された医薬品や技術を国内だけでなく、海外でも再び活かせるようにするための承認制度・薬価制度・知財保護・国際協力などの枠組みも視野に入れており、単なる海外技術の導入にとどまらず、独自開発によるグローバル展開を目指します。

海外展開に関しては、まずは著しく成長しているベトナム市場において、Hataphar社との連携を強化し、確実な収益性の向上を図ります。当社グループは国内では女性医療分野のリーディングカンパニーとされていますが、それはホルモン製剤における技術力の結果です。東南アジアの展開では、産婦人科領域に限らず、現地ニーズに応じた形でホルモン製剤の応用や供給体制の構築を含め、当社グループの専門性を活かせる分野での存在感を確立していきます。今後、アジアでは市場・拠点の拡充が重要となる一方で、創薬分野では知的財産を軸とした欧米企業との連携がさらに重要になると考えています。将来的には、日・米・欧での事業活動から生まれたパイプラインがアジア市場での

社会課題への貢献を通じた企業価値の創出

当社グループ最大の強みは、長年にわたりスペシャリティ領域に特化して事業を展開してきた実績とその専門性の蓄積にあります。これまでの経験が当社グループの大きな財産であり、競争優位性の源泉となっています。こうした専門性を背景に、社会課題への貢献という形で価値を発揮している点こそが、当社の最も大きな魅力であると考えます。

現在は、女性活躍推進や潜在患者さんの多い領域における啓発活動など、社会課題に直結するテーマに取り組んでおり、事業活動自体が現代社会の課題に真正面から向き合うことにつながっています。これにより、社会に貢献する企業としての存在意義を広くご理解いただくと確信しています。また、事業活動とは別に、「女性のための健康ラボMint⁺」をはじめとした啓発活動にも積極的に取り組んでいます。こうした取り組み自体が当社全体としての次なる競争力の源泉になると捉えており、「社会課題解決への貢献」そのものが「競争力の創出」につながるという信念のもと、両輪での推進を図っています。この点も、



展開と結びついていく構図が期待されます。このように、アジアでの展開と欧米中心の創薬・研究開発を有機的に連携させることで、当社のグローバル医薬戦略の中核を形成していきます。

研究開発予算も今後さらに拡大する予定ですが、すべてを単独で進めるのではなく、初期段階からの協働によってリスクと成果を分かち合う体制がより現実的です。最終的な上市には長期的視点が求められるため、将来を見据えながらも、足元の戦略とアクションを着実に実行することが、これからの成長に向けた重要な鍵となると考えています。

当社グループの重要な魅力の一つであると考えています。

時代ごとの社会的・産業的なニーズに応じて柔軟に変化を遂げてきた一方で、短期的な視点に流されることなく、企業としての根幹や軸をしっかりと維持してきた点が、今日の持続的成長の基盤であると考えます。言わば「変化しながら、変化しすぎない」という絶妙なバランスを保ち続けてきた結果、柔軟な姿勢と確固たる信念の両立が実現できているのです。環境に応じて「重心を移動させるように」適切な調整を行いながらも、根本の軸はぶれることがない——こうした姿勢こそが当社の大きな強みであり、魅力でもあると自負しています。

今後、海外市場の展開を加速させる際も、こうした環境変化に対応し、かつ本質を見失わない企業体制を維持することが持続的な成長を可能にする最大の要因であると考えています。当社グループが展開する事業は、変化する時代においてもゆらぐことのない価値を提供し続けるものであり、その特長や強みを今後ともぜひご注目いただければと存じます。