

大正製薬グループの事業構造

大正製薬グループは、当社ならびに37の子会社と3つの関連会社で構成されています。

セルフメディケーション事業と医薬事業を両輪に、健康増進・予防から治療までをトータルにカバーできる

製薬企業グループとして、バランスの取れた成長と相乗効果の発揮により、グループ全体の企業価値向上を図っています。



大正製薬グループの事業構造について

2つの事業を両輪に、企業価値向上を図る

セルフメディケーション事業では、OTC医薬品のリーディングカンパニーとしてスイッチOTC薬や健康関連商品を数多く提供しています。製品開発面ではメタリックシンドロームなどの高齢社会や生活者の健康意識の高まりに対応した領域を開拓し、生活者ニーズに沿った製品開発を進めています。販売面では、リポビタミンシリーズ、パブロンシリーズ、リアップシリーズなどこれまで築き上げてきた主力製品のブランド価値をより一層高め、さらにはリビタをはじめとする新たなブランド育成にも努めています。また、マーケティングと営業活動の連動性を一段と強化して需要を創造する活動を行うとともに、通販等新チャネルの拡充を図るなど、生活者との直接のコミュニケーションにも注力しています。

海外OTC医薬品部門では、インドネシア、フィリピン、タイ、マレーシアなど東南アジアを中心としたOTC医薬品事業の拡大に努めるとともに、ドリンク剤事業の収益強化にも注力しています。また、各国の経済成長を背景に、現地のニーズに合う事業展開を行うとともに、買収した

ブランドの相乗効果の創出に取り組んでいきます。

医薬事業では、新薬創製のレギュレーションが厳しくなり、開発競争も激しくなるなかで、国際的に通用するオリジナリティの高い新薬の研究開発に一層注力するとともに、国内外の企業からの有望候補物質の導入や共同開発を進め、パイプライン（開発品のラインアップ）の充実に努めています。販売子会社の大正富山医薬品では、きめ細かい情報提供を確実にを行うことにより、注力領域である抗菌薬市場でのトップ企業としての足場を固めるとともに、2011年度に発売したエディロールや2013年度に発売したボンビバ（両剤ともに骨粗鬆症治療剤）などの処方促進により、炎症免疫領域の強化に努めています。また、2014年5月23日に発売した2型糖尿病治療薬ルセフィは、特集1 (p.12~13) のとおり、多くの患者さんに糖尿病治療における新たな選択肢を提供することで社会に貢献していきます。

2つの事業を支えるのは、「研究開発力」「営業力」「マーケティング力」「製造・技術力」「情報力」です。2つの事業の相乗効果を発揮しながら、社会環境や生活者ニーズの変化に対応する製品・サービスの提供に努め、より豊かな暮らしの実現に貢献していきます。

