

4つの成長戦略と経営基盤

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ますが、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、新薬開発やヘルスケア領域においてさまざまな成長機会は存在しています。

当社では、あらゆる状況に柔軟かつ迅速に対応して世界で通用

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」を定めて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デジタル・IT基盤、人的資本、企業ブランド等の無形資産の拡充に努めます。

経営目標(2022～2026年度)

売上収益年平均成長率

1桁 台後半
(2021年度比)

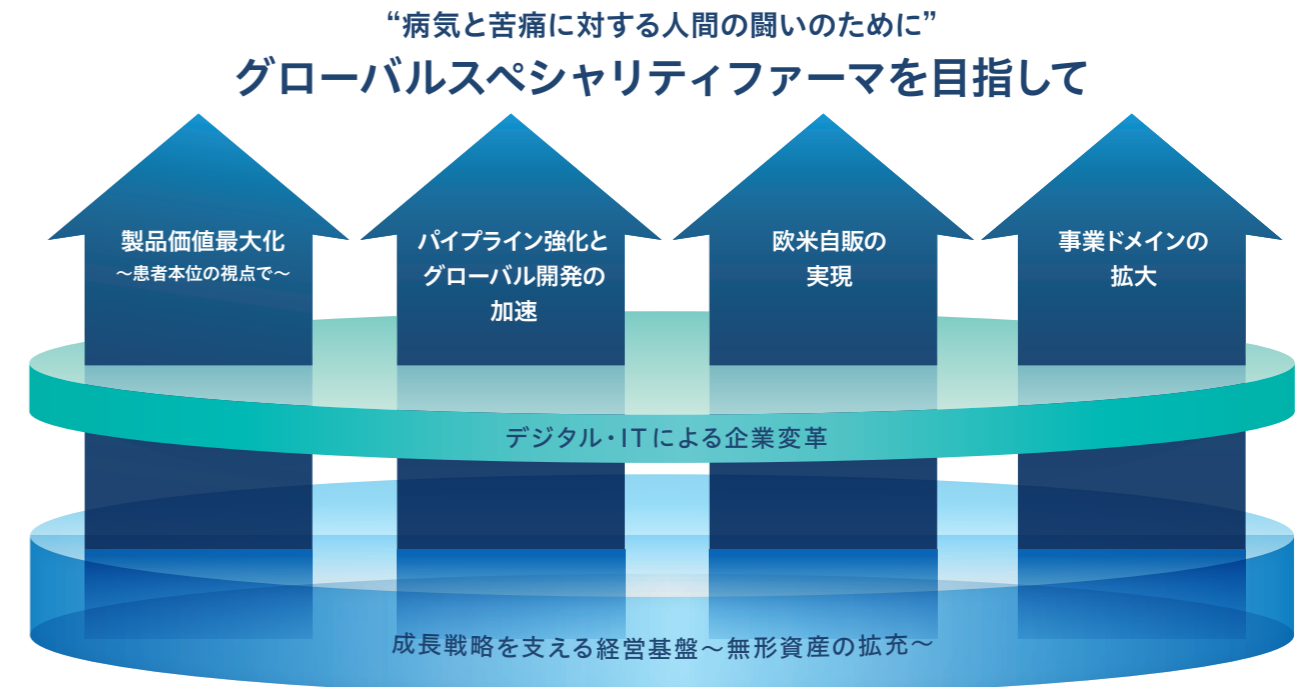
研究開発費対売上収益比率

20～25%

売上収益営業利益率

25%以上を維持

4つの成長戦略と経営基盤



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材を育成するとともに、デジタルを活用して効果的かつ効率的な情報提供・収集を実践し、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オンコロジー領域を中心に、100近くに及ぶ多くの臨床試験を行っています。

オンコロジー領域の主力製品の一つ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。プライマリー領域の主力製品の一つであるフォシーガでは、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患者さんにも、早く、確実に届けることにより、健康寿命延伸に向けた課題の解決にも挑戦していきます。▶ P39参照

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ます。当社は、いまだ満たされない医療ニーズに応えることができる「グローバルスペシャリティファーマ」を目指しており、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研究領域に定め、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。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が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、ヒト試料を用いた非臨床データや臨床試験で得られた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。グローバル開発では、今後の欧米での自社販売活動を視野に入れ、体制を強化するとともに、米国でのブルトン型チロシキナーゼ阻害剤であるONO-4059(日本製品名:ベレキシブル錠)をはじめとして複数のプロジェクトの開発を加速させていきます。▶ P35参照

欧米自販の実現

新薬を世界中に提供できるよう、海外での自社販売を目指して取り組んでいます。すでに、韓国、台湾では、現地法人を設立して自社製品の販売を開始しています。欧米についても、ONO-4059をはじめとした複数のプロジェクトの上市を見据え、自社販売体制の整備に努めています。

ONO PHARMA USA, INC.においては、2021年4月のマサチューセッツ州ケンブリッジへのオフィス移転を機に、医薬品産業における経験が豊富である優秀な人材を獲得することで競争力のある組織体制づくりを進めています。

また、欧州については、実施中の臨床試験の状況を鑑み、メディカルアフェアーズ、マーケティングや営業等の自社販売組織構築の検討を進めています。▶ P41参照

デジタル・ITによる企業変革

事業環境が大きく変化するなかで、全社横断的にデジタル・ITを活用することにより、ダイナミック・ケイパビリティの高い企業への変革を目指しています。そのためには、社内外のデータ活用環境と独自の視点によるデータ分析能力、最新テクノロジーに支えられた柔軟なIT基盤が必要となります。社内外のデータを活用し、ビジネス上の課題や新しい機会を適時的確に検知・判断し、ビジネス変革の構想に反映・実装していきます。▶ P47参照

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。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商品やサービスの開発・製品化に取り組んでおり、2022年には、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。脂質研究のバイオニアとしてリポサプリ事業を通じて、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するため、2022年に株式会社michitekuを設立しました。さらにこれらの活動と並行して、小野デジタルヘルス投資合同会社を設立し、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。▶ P43参照

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、人的資本、企業ブランド、デジタル・IT基盤等の無形資産の拡充に取り組めます。人的資本の拡充では、多様性の向上に注力したうえで、全社横断的な人材の育成とともに、各成長戦略を推進するための人材の育成を図ります。また、特に欧米進出で大きな課題となる企業認知度の向上については、「革新的な医薬品」「Pharma」「社会から必要とされる企業」といった企業ブランドの浸透に努め、企業価値の向上に努めます。▶ P53参照