

## 中期経営計画

# 「SGS2020」(2014-2020年)

## —創薬型製薬企業として社会とともに成長し続ける—

シオノギは2014年3月に、ありたい姿を描いた中期経営計画「Shionogi Growth Strategy 2020 (SGS2020)」を策定し、2016年10月にはさらなる高みを目指してこれを更新しました。「創薬型製薬企業として社会とともに成長し続ける」というビジョンのもと、現在、グループ一丸となってチャレンジを続けています。

新薬開発の難度は年々高まり、ジェネリック医薬品の市場が拡大するなか、あえて創薬型製薬企業をテーマに掲げた狙いと計画の概要をご紹介します。

### SGS2020のアップデートの基本戦略



## ビジョンに込めた2つのテーマ

### 1 「創薬型企業」へのこだわり

製薬会社が創薬にこだわる。ともすれば当たり前のように思われるのですが、ここにシオノギの強い思いがあります。

グローバル市場でみると、シオノギは売上高で45位(2016年度時点)。同規模の製薬企業の多くは、ジェネリック医薬品との多角化でビジネスを展開しています。一方シオノギは自社創薬比率が約70%の創薬力を持ち、高コレステロール血症治療薬「クレストール」や抗HIV薬「テビケイ」等の、グローバルに展開する新薬をコンスタントに生み出しています。

また、シオノギに深く根付く「常に人々の健康を守るために必要な最もよい薬を提供する」という基本方針と照らし合わせ、自分たちの手で創薬することを選択。創薬型製薬企業として成長することを宣言しました。このビジョンにより進むべき道が明確になったシオノギは、当時わずかに残っていたジェネリック医薬品事業から完全に撤退、世界の投資家からも、シオノギのキャラクターが明確になったと高く評価されました。

### 2 「社会とともに」を追記した思い

2014年当初のSGS2020では、「創薬型製薬企業として成長する」というビジョンを掲げていました。「社会とともに」は2016年のアップデートの際に追記されたものです。

近年、医療費の高騰が社会的に物議をかます中、高額医薬品に対し厳しい批判の声が寄せられています。革新的な新薬だから高い薬価は当然だろうということに対して、社会が“ノー”と言

いは始めているのです。こうした社会の声と真摯に向き合う姿勢が、今私たちに問われています。単に薬をつくるのが製薬企業の価値ではなく、創薬の先にどのような価値を生み出せるのか。どのような社会課題を解決できるのか。常に社会とともに歩むことが、シオノギの企業価値向上につながるという考えから、この文言が付け加えられました。

## 成長が望めるエリアと疾患領域にリソースを集中

### 1 日米への集中

これまでシオノギは日本市場を中心に成長してきました。SGS2020では、グローバル展開を加速させます。中でも重要国に位置付けたのは米国です。世界最大の医薬品市場であるこの国で、まずは、日本と同じように医薬品の開発や販売活動ができる体制づくりに注力します。すでに、自社単独でオピオイド誘発性の便秘治療薬「Symproic」(日本製品名：「スインプロイク」)の日米同時開発に成功したほか、耐性菌問題を解決すべく、新たな抗菌薬の開発を進めるなど、順調な進展を見せています。

また、超高齢社会を迎えた日本では、健康寿命の延伸に期待が寄せられています。シオノギは疼痛・神経領域を核とし、疾患により痛みや認知機能の低下等のQOL (Quality of Life) を著しく損なう症状にアプローチし、患者さまやご家族の豊かな人生の実現に貢献しています。



### 2 感染症、疼痛・神経領域

疾患については、シオノギの強みである低分子創薬力を最大限に発揮できる領域にフォーカスしています。中でも、「抗生物質のシオノギ」と呼ばれたほどの得意分野である感染症と、低分子が作用しやすい疼痛・神経領域を最重要領域と位置付けました。感染症は、依然世界で死亡原因の大きな割合を占めており、日本においても高齢者の多くが肺炎によって命を落としています。常に世界中から新薬の登場が期待されているこの領域において、近年では、抗HIV薬や抗インフルエンザウイルス薬「ゾフルーザ」を創出しました。また、疼痛・神経も環境変化から世界的に重要な領域です。平均寿命が延びたことで、病気を抱えながら暮らす人が増加し、持病による痛みや苦しみから解放されたいというニーズが年々高まっています。この領域では、得意とするがん性疼痛薬をはじめ、抗うつ薬やアルツハイマー型認知症治療薬、慢性咳嗽治療薬などの開発を進めています。

