

2021年9月に創業100周年 社会課題の取り組みにも意欲



▲大塚ホールディングスの樋口達夫社長兼 CEO

大塚グループは2021年9月に創業100周年を迎えた。

次の100年に向けて今後も“Otsuka-people creating new products for better health worldwide”の企業理念のもと、革新的な製品とサービスの創出により社会課題に取り組み、「世界の人々の健康に貢献する、なくてはならない企業」を目指していく。

21年は「独自のトータルヘルスケア企業として世界に躍進～成長の5年間～」と位置付けた大塚ホールディングス第3次中期経営計画の中間年となった。

21年12月期第2四半期連結業績（1-6月）は、前期比マイナス見通しだった計画を大幅に上回り前倒して増収基調へと好転した。

下期も上期の好業績が続くとの見通しの下、通期売上収益を上場以来過去最高となる1兆4800億円へ上方修正した。

21年8月に決算説明会に臨んだ樋口達夫社長兼CEOは「第3次中期経営計画（19～23年度）の中間年である21年は、想定していた通りの難局面だったが、医療およびニュートラシューティカルズ（NC）関連事業における成長ドライバーでこれを乗り越え増収基調に乗せることができた」と振り返る。

NC関連事業は全てのカテゴリーで増収し、上期売上はNC関連事業全体で10.4%成長した。

このうち「ポカリスエット」は海外で各エリアの状況に応じた啓発活動と市場開発を行った結果、海外を中心に需要が戻り3.3%増、サプリメントは消費者の体調管理への意識の高まりに伴い「ネイチャーメイド」を中心に好調が継続し19.1%増となった。

NC関連事業の通期売上は上場以来過去最高と

なる3740億円を計画し、引き続きグローバル展開や新分野の開拓を推し進める。

NC関連事業の海外売上比率は、上場した10年の38%から上昇し21年には61%（2290億円）へ大幅増加の見通し。

これを牽引しているが「ポカリスエット」と「ネイチャーメイド」で、10年から21年のCAGR（年平均成長率）は「ポカリスエット」が7%、「ネイチャーメイド」が9%、N&S（ニュートリション エサント社）製品が4%となっている。

新分野の開拓は、デイヤフーズ社のプラントベース食品、「エクエル」、「ボディメンテ」の育成3ブランドに注力する。

プラントベース食品は「イノベーションに基づいた人々の健康に貢献できる食品の開発で新カテゴリーを開拓しFuture of Foodの実現を目指していく」。

「エクエル」では女性が活躍できる環境構築の取り組みを継続し、米国での新規市場開拓を加速させる。

女性の健康に向けては、ユコラ社とのシナジー効果で新製品の開発を強化し新たなソリューションを提供していく。

ユコラ社は、北米で女性の泌尿器系の健康分野に特化した製品とプラットフォームに強みを持つ米国企業で、今年7月、大塚製薬の米国子会社・ファーマバイト社がユコラ社の全株式を取得し買収した。

「ボディメンテ」は「体調管理の重要性について継続して情報を発信していく」。

NC関連事業全体では、23年の事業利益650億円（事業利益率14.4%）を目指し、高マージン戦略と事業拡大でさらなる安定した収益基盤を育成していく。