

## 戦略及び指標と目標

当社グループは、マテリアリティを“2030年ビジョン実現のための重要経営課題”と位置づけています。

特定した当社グループのマテリアリティは「価値創造トピック」と「価値向上トピック」とに分類され、2030年ビジョン実現のための戦略の幹「アンメットメディカルニーズを満たす医薬品の提供」「患者さんを中心においた医療ニーズへの対応」「社会からの信頼獲得」「Life-changingな価値を実現する人材・基盤の強化」とも対応しています。そのうえで、マテリアリティについてゴールを定め、戦略的に取組んでいくことがビジョンの実現、ひいては、当社グループと社会のサステナビリティの両立につながると考えています。

## マテリアリティごとの機会・脅威と指標（及び目標）

### 価値創造トピック

戦略の幹	マテリアリティ	定義	取組むことで得られる機会	取組まないことで生じる脅威	指標*2
アンメットメディカルニーズを満たす医薬品の提供	革新的な医薬品の創出	短期的な収益性との適正なバランスを保ちながら、中長期的な視点に基づく研究に対する積極的な投資（オープンイノベーション活動を含む）を通じ、アンメットメディカルニーズを満たす革新的な医薬品（Life-changing value）を創出し続ける	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本発のグローバル・スペシャリティファーマとしての存在意義</li> <li>・新たな価値の創出による企業価値の向上</li> <li>・当社グループの強みとする領域の拡大</li> <li>・共同研究や開発機会の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社グループの存在意義の低下</li> <li>・ビジョンの未達</li> <li>・新たな価値の創出機会の逸失</li> <li>・共同研究機会の減少</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Life-changing valueとしての革新的医薬品の創出数（承認）</li> <li>・それぞれのLife-changing valueの売上</li> </ul>
	製品の価値最大化	創出した医薬品の真の価値を見極め、適応拡大、剤形追加を推進し、製品同士のシナジー効果も考慮しながら価値の最大化を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>・適応/剤型拡大：開発試験/製造における期間短縮及び効率化、医療ニーズへの対応による薬剤価値の増加</li> <li>・上市国・地域の拡大：病氣と向き合う人々の経済的負担軽減（保険償還）を伴う提供価値のインパクト増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本来の製品価値を最大化しないことによる、病氣と向き合う人々の負担の増加</li> <li>・経済的価値の低下</li> </ul>	
	パイプラインの充実	ポートフォリオ分析に基づき、開発の効率性向上とパートナーリングの機会の活用により、注力する疾患領域を中心にパイプラインを充実する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本発のグローバル・スペシャリティファーマとしての注力する疾患領域での存在意義の増大（患者さんへの提供価値の増大）</li> <li>・資本の効率的な有効活用による企業価値の増大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社グループの強みとする領域における存在意義の低下</li> <li>・競合に対する競争力の低下</li> </ul>	
患者さんを中心においた医療ニーズへの対応	医薬品へのアクセス向上	病氣と向き合う人々の声を聞き、アンメットメディカルニーズを満たす医薬品を創出し、一人でも多くの患者さんにできるだけ早く届けることを自分たちの使命ととらえ、医薬品アクセス基本方針*1に則った活動（特に医薬品アクセスへの向上）に取組む	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業の存在意義の増大</li> <li>・各地域の患者支援団体との関係の維持強化による企業認知と信頼性の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Life-changing valueを創出する会社としての存在意義の低下</li> <li>・患者さんの声を聞く機会の逸失、疾患に対する社会の理解不足による、マーケット拡大機会の逸失</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・注力する疾患領域品の、上市国・地域、薬剤提供患者数（もしくは比率）</li> </ul>
	医薬品にとどまらない医療ニーズへの新たな取組み	患者さんからのインサイトに基づく医薬品にとどまらないヘルスケアソリューションの取組みを進めるとともに、キリングループとしてのシナジーも活かし、医薬品にとどまらない新たな価値を創出する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな価値の提供</li> <li>・新市場への進出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Life-changing valueとイノベーション創出機会の逸失</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・医薬品にとどまらない新たな価値の提供</li> </ul>