

新中期経営計画説明会

2025年9月期～2029年9月期 **2024.11.26**

企業価値向上と PBR早期1倍超え実現に向けて

富士製薬工業株式会社

東証プライム：4554

本日のアジェンダです

- 01 新社長としてのコミットメント
- 02 前中期経営計画の振り返り・課題認識
- 03 新中期経営計画での価値創造の道すじ
- 04 早期のPBR1倍超に向けて
- 05 Q&A

Appendix

01 新社長としての コミットメント



新社長として私のコミットメントです

(長期ビジョン2035説明会より再掲)

- 全ての社員が
幸せを実感できる会社になります
- 人がど真ん中、
人的資本経営に更に注力します
- 10年、20年後を見据え、
価値提供、他社にない圧倒的な
強みの獲得を目指します
- 未解決・未充足の女性の健康課題解決に全力で取り組むことで社会に貢献します
- 経営理念、徳目教育を通じて構築された
真面目で誠実な組織風土を大切にしていきます
- 社員みんなが、更なる成長と貢献を
主体的に果たせるよう、フラットでオープン、
一体感のある組織を構築します
- 全てのステークホルダーと共に
企業価値を向上させ、
早期のPBR1倍超えを実現します

2035年のありたい姿

長期ビジョン2035

**女性医療で新たな価値を創出し続け、
誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する**

社会にとって大きな課題である女性の健康課題の解決に貢献します

人生のうち、女性は男性よりも**25%多い時間**を、不健康な状態で過ごしています※1



月経随伴症に伴う経済損失額

約**6,000**億円

更年期症状による経済損失額

約**1兆9,000**億円



※2

女性を取り巻く健康課題

子宮内膜症
(推定患者数※3)

約**17**万人

月経随伴症
(推定無治療人数※5)

約**1,300**万人

子宮筋腫
(推定患者数※3)

約**19**万人

更年期症状
(推定無治療人数※5)

約**300**万人

婦人科がん
(15～64歳の患者数※3) (検査や治療を受ける割合※4)

約**57**万人

不妊症
(検査や治療を受ける割合※4)

約**4.4**組に**1**組

※1 出典：世界経済フォーラム2024「Closing the Women's Health Gap: A \$1 Trillion Opportunity to Improve Lives and Economies」

※2 出典：経済産業省ヘルスケア産業課「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」

※3 出典：厚生労働省「令和2年患者調査」

※4 出典：厚生労働省「不妊治療と仕事との両立サポートハンドブック」

※5 出典：経済産業省ヘルスケア産業課「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」、厚生労働省「人口動態統計」をもとに自社推計

長期ビジョン2035：女性医療領域を中心に成長を加速させます

変えないこと

経営理念
徳目
未来志向
女性医療への傾注
挑戦マインド

変えること

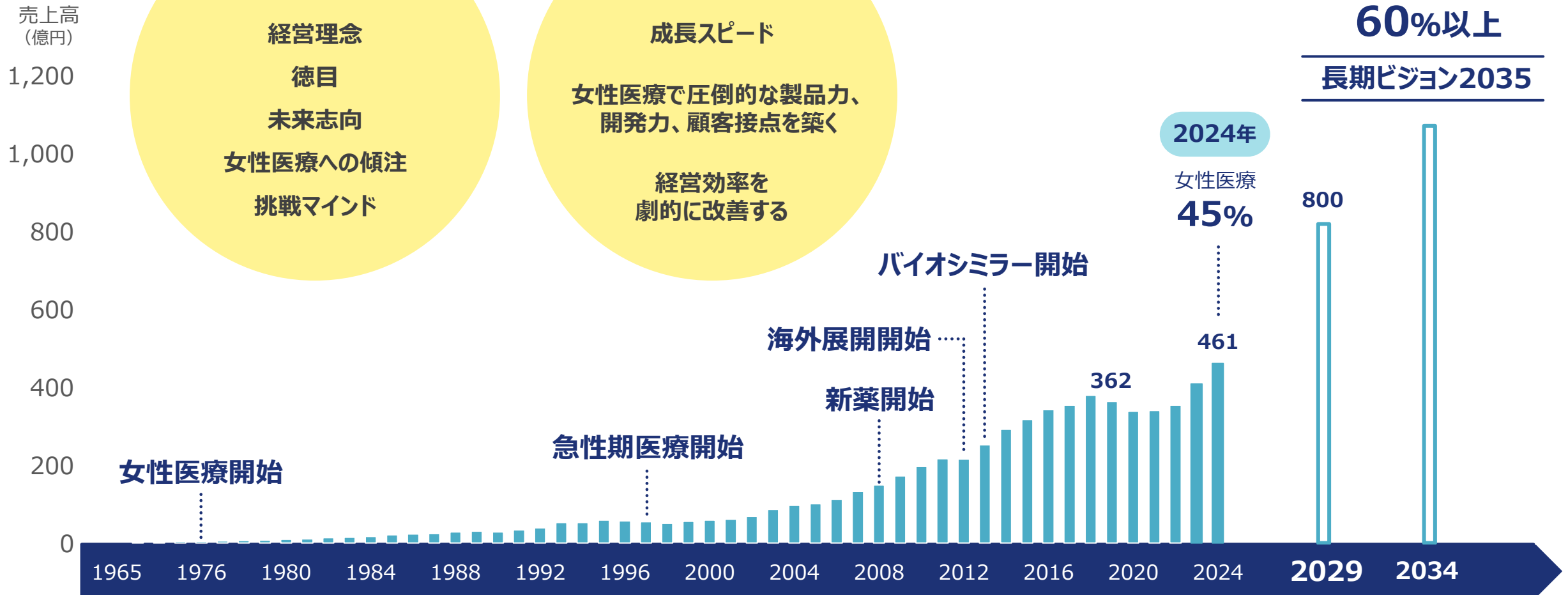
成長スピード
女性医療で圧倒的な製品力、
開発力、顧客接点を築く
経営効率を
劇的に改善する

10年後の目指す姿

女性医療

60%以上

長期ビジョン2035



長期ビジョン2035

本日、お伝えしたいことです

新中期経営計画を実現し、企業価値を高めます

- 前中期経営計画で蒔いた種をしっかりと刈り取り、高成長と資本効率改善を実現します。
- 女性医療とバイオシミラーを中心に成長を加速させ、5年後の売上高800億円、営業利益100億円（2.7倍）、EPS年率17%成長、ROE10%以上を実現します。
- 持続的な成長に向けた無形資産投資、特にバイオシミラーの販売権や研究開発・新薬ライセンス・人財への投資は強化します。
- 女性医療でNo1となり、未解決・未充足の女性の健康課題解決の使命を果たします。
- 早期のPBR1倍超えを実現します。新株予約権による資本増強を進めていますが、成長により、一株当たり株主価値の向上に資すると確信しています。並行して、最適な資本構成、資本政策も検討していきます。

02 前中経の振り返り・ 課題認識



■財務目標と実績

	19/9期 実績	24/9期 目標	24/9期 実績
売上高	362億円	500億円	461億円
営業利益 (利益率)	42億円 (11.5%)	50億円 (10.0%)	38億円 (8.4%)
ROE	7.4%	8.0%	5.9%
EBITDAR	81億円	—	106億円

前中期経営計画の9つの戦略



■振り返り

目標未達要因

- 海外事業の大幅な未達
- 原材料高、製造過程における廃棄コストの増加による利益率低下

主な成果

- 女性医療の着実な成長
(107億円→203億円)
- バイオシミラー領域での種蒔き

主な課題

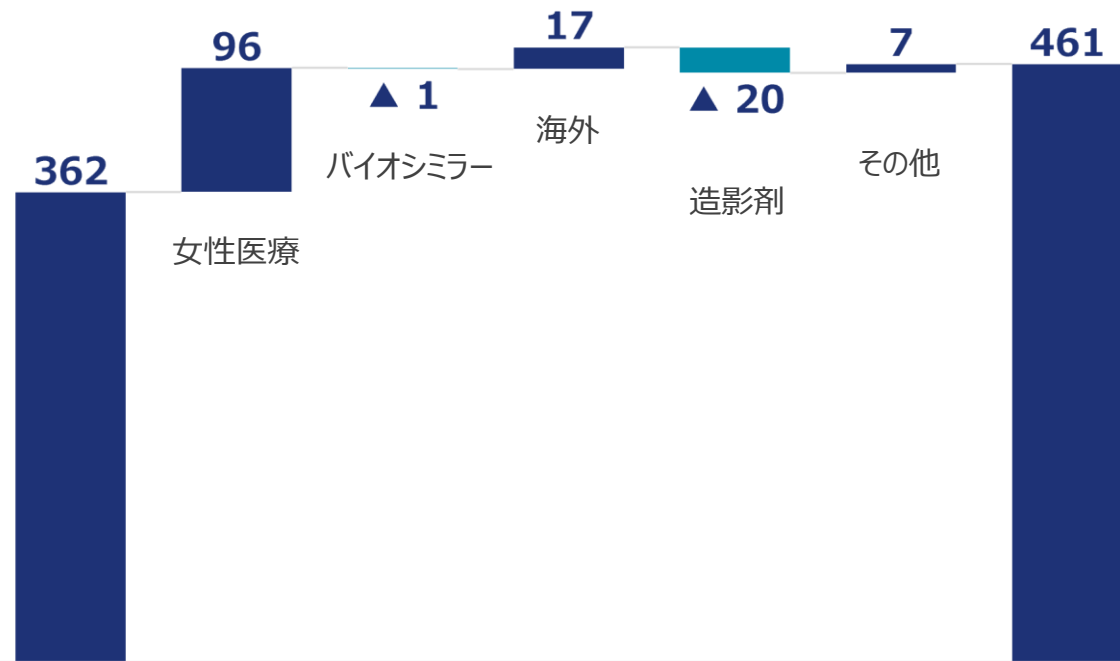
- 過大な重点戦略・目標設定
- 先行投資による有利子負債の増加
- 収益性・資本効率の低下
- 運転資本の増加

前中経で残した今後の課題

売上高目標未達の要因

- 北米・ASEANへの展開が遅れたこと
- 当初計画において、想定以上の成長を織り込んでいたこと
- ホルモン製剤の新製剤棟の立上げと次の成長の仕込みに苦戦

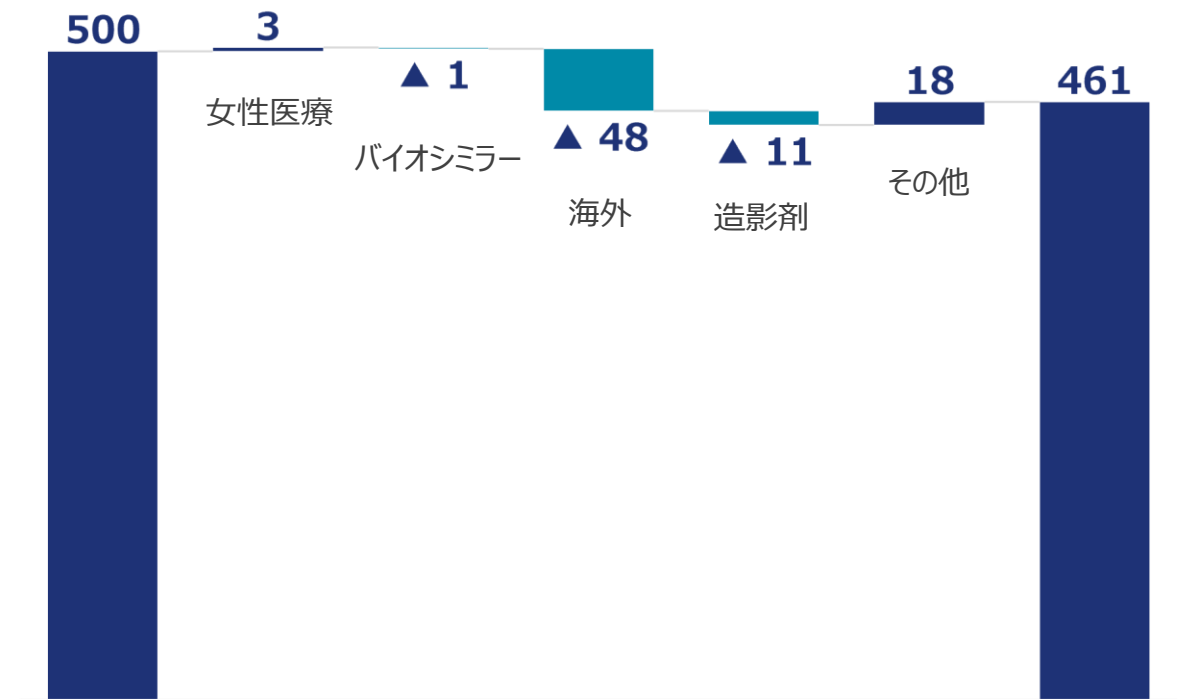
■ 前中経終了時からの売上高の増減要因 (億円)



19/9期実績

24/9期 実績

■ 24/9期目標に対する売上高の増減要因 (億円)



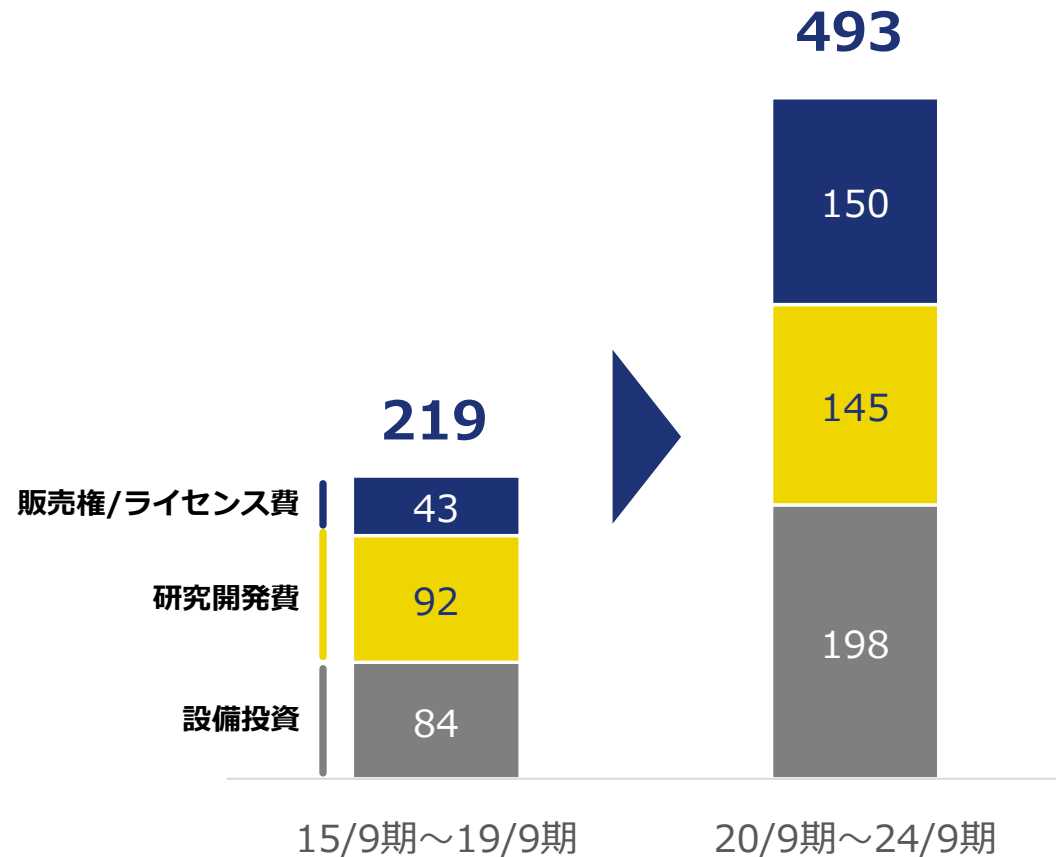
24/9期 計画

24/9期 実績

新中経に向けて種を蒔いてきました

将来に向けて成長投資を強化

(億円)



■ 主な成長投資

販売権/ライセンス費

- 他社からの承継や販売権取得

研究開発

- 女性医療領域における新薬開発

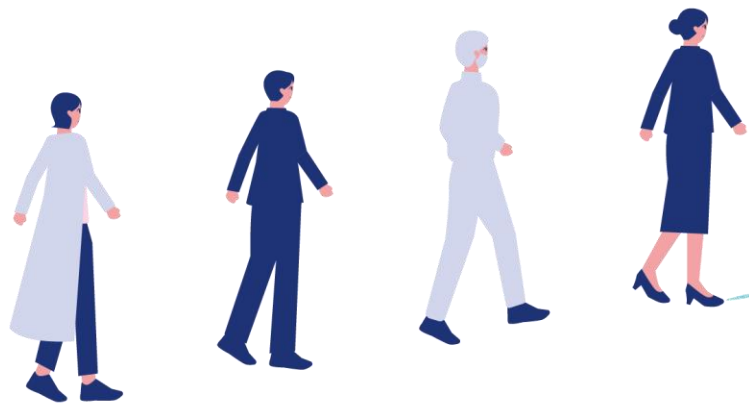
設備投資

- 富山工場の生産能力増強、バイオシミラー製造の対応

その他

- 15/9~19/9期間に、バイオシミラーのパイプライン強化のため、Alvotech社へ出資

03 新中期経営計画での 価値創造の道すじ



今回、EPSを新たにKPIに設定しました。
事業成長と適切なバランスシートマネジメントの両輪で目標達成を目指します。

	24/9期 実績	29/9期 目標	年平均成長率
売上高	461億円	800億円	12%
営業利益 (営業利益率)	38億円 (8.4%)	100億円 (12.5%)	21%
EBITDAR	106億円	230億円	16%
EPS	111円 ※1	240円 ※1	17%
ROE	5.9% ※2	10.0% ※2	

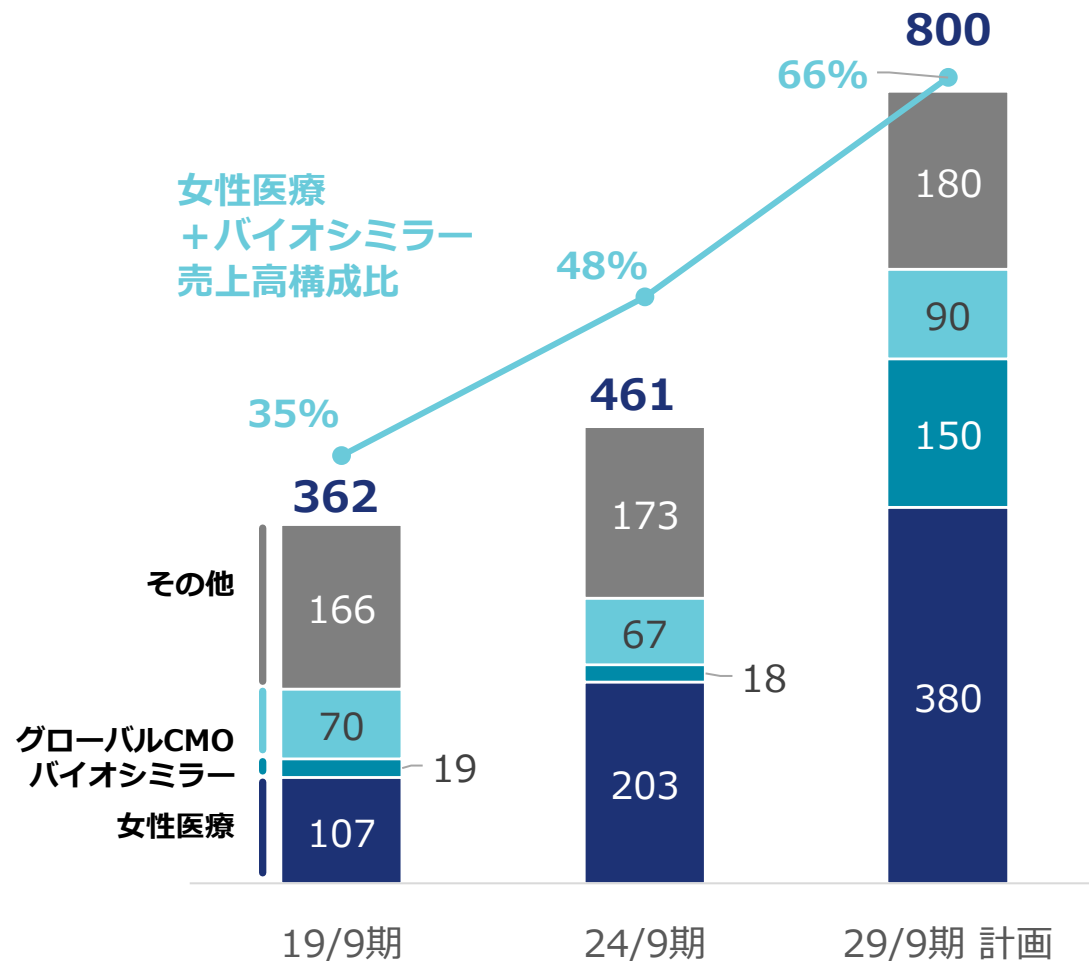
※1 税引き後営業利益 ÷ 発行済株式数 (29/9目標は希薄化考慮後ベースの発行済株式数)

※2 税引き後営業利益 ÷ 自己資本 (29/9目標は希薄化考慮後ベースの自己資本)

売上高800億円を着実に達成します

女性医療、バイオシミラー、グローバルCMOを中心に成長を目指します

■売上高（億円）と 女性医療+バイオシミラー売上高構成比



主な増収要因

01 女性医療

- 日本におけるアリッサ配合錠の投入
- タイを中心とした海外展開

+100億円

+20億円

02 バイオシミラー

- ウステキヌマブ含む5製品の貢献

+130億円

03 グローバルCMO

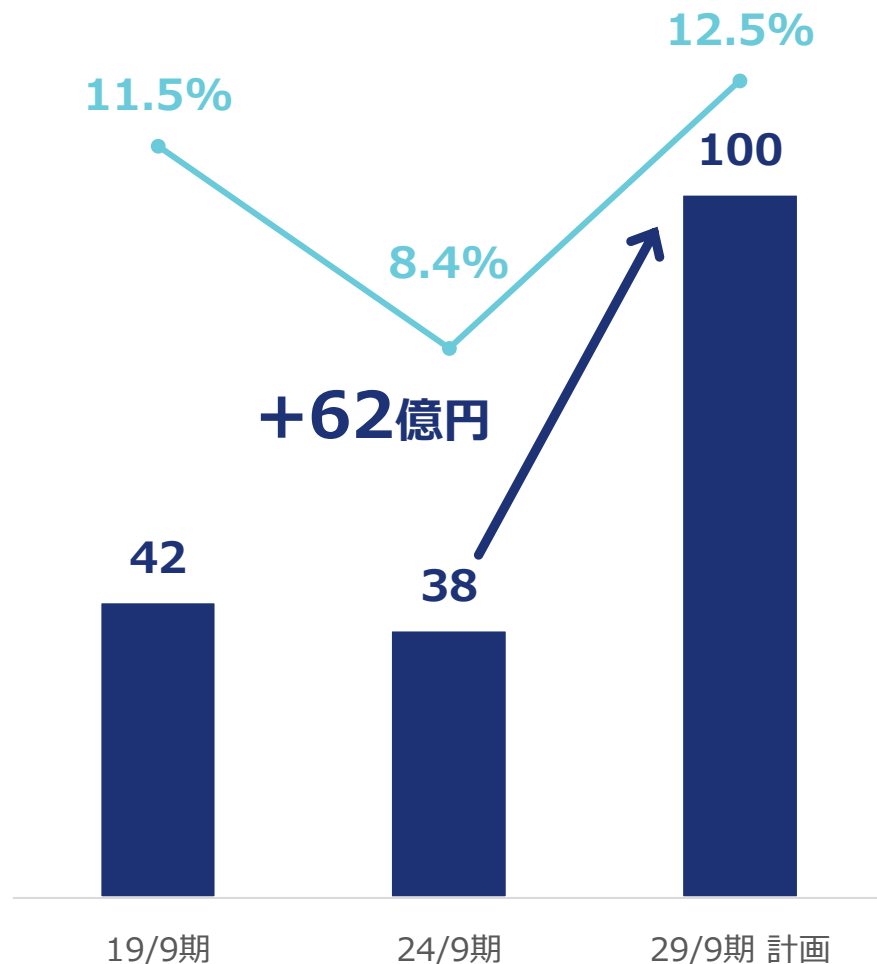
- タイの子会社OLICの受託拡大
- 富山工場の国内外向け受託拡大

+20億円

利益率を向上させます

研究開発投資を強化するものの、収益性の高い女性医療とバイオシミラーの成長が利益率向上をけん引します。

■ 営業利益（億円）と営業利益率



粗利率の向上要因

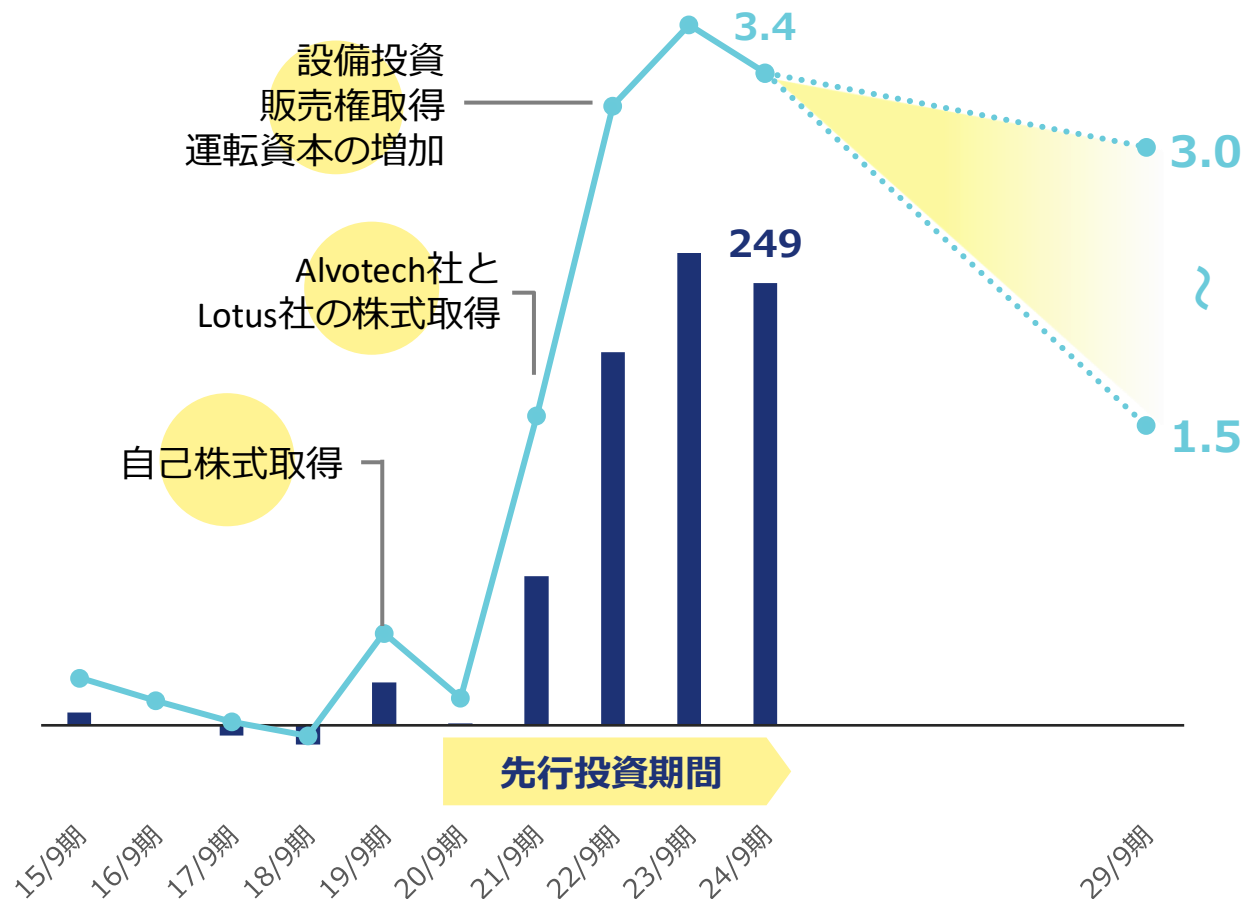
- 収益性の高い女性医療とバイオシミラーの構成比拡大
- 少量多品目製造からの脱却
- 前中経で実施した設備投資による効率的生産の実現

販管費増加の要因

- 更なる新薬シフトに向けた研究開発費の増加
- 組織体制強化に伴う人件費の増加
- DX推進に伴う費用の増加

有利子負債の適正化を図ります

■ ネット有利子負債（億円）とネット有利子負債/EBITDA倍率



有利子負債の増加要因

- 三井物産との資本提携解消による自己株式の取得
- 新たな資本提携・販売権の獲得、生産能力増強で先行投資が拡大
- COVID-19以降、安定供給のため運転資本が増加

バランスシートの方針・施策

- 資産効率の改善
- 機動的な成長投資ができる財務体質を構築するため、新株予約権を発行
- ネット有利子負債/EBITDA倍率 1.5~3.0倍水準を目指す

長期ビジョン2035実現に向けた4つの成長戦略と3つの施策

長期ビジョン2035

女性医療で新たな価値を創出し続け、
誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する

中期の成長ドライバー

長期の成長ドライバー

女性領域での
貢献拡大

01

バイオシミラー事業
の成長

02

グローバルCMO事業
の成長

03

次の成長に向けた
戦略投資

04

経営基盤の強化

人財の強化

組織機能の高度化

デジタルの推進

長期ビジョン2035実現に向けた4つの成長戦略と3つの施策

長期ビジョン2035

女性医療で新たな価値を創出し続け、
誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する

中期の成長ドライバー

長期の成長ドライバー

女性領域での
貢献拡大

01

バイオシミラー事業
の成長

02

グローバルCMO事業
の成長

03

次の成長に向けた
戦略投資

04

経営基盤の強化

人財の強化

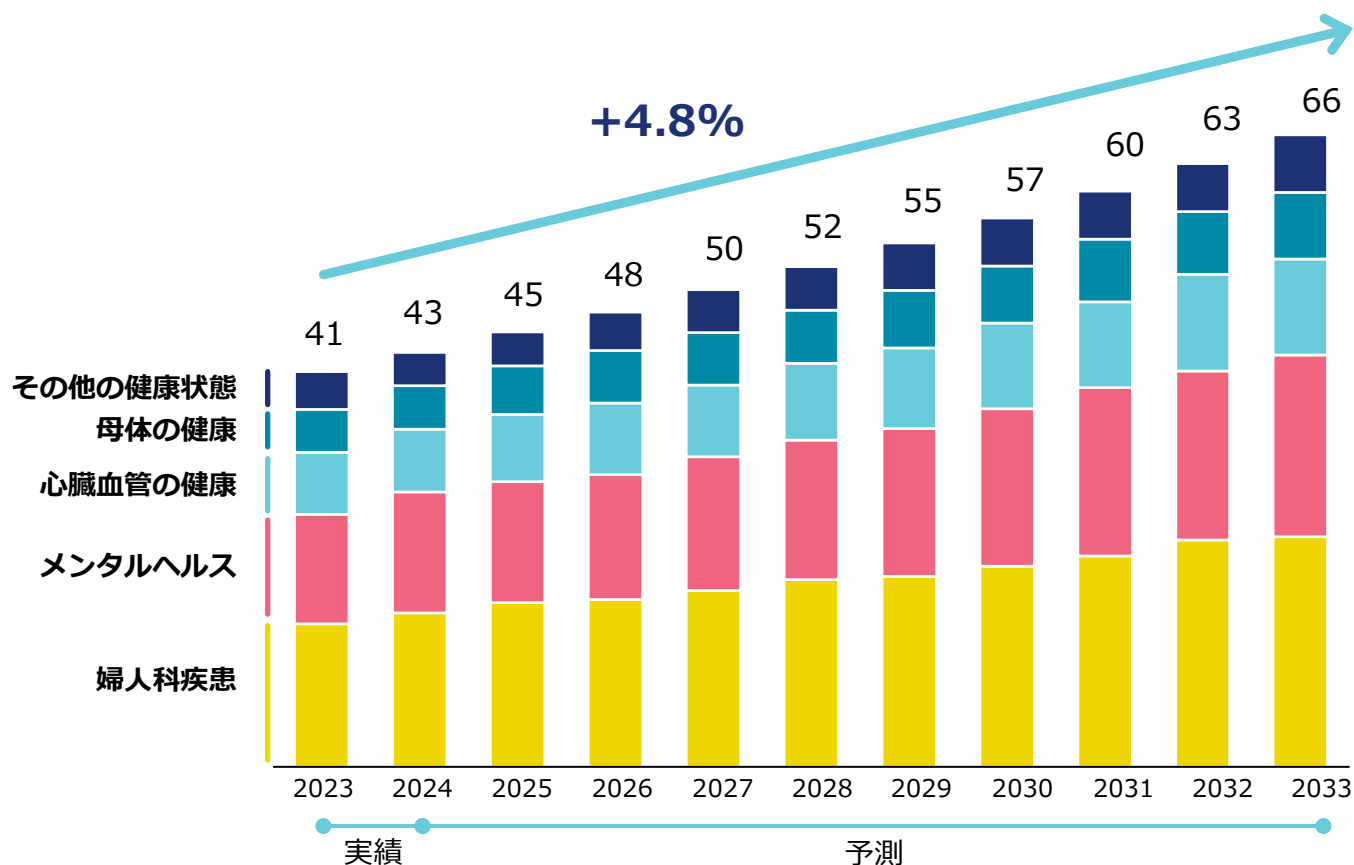
組織機能の高度化

デジタルの推進

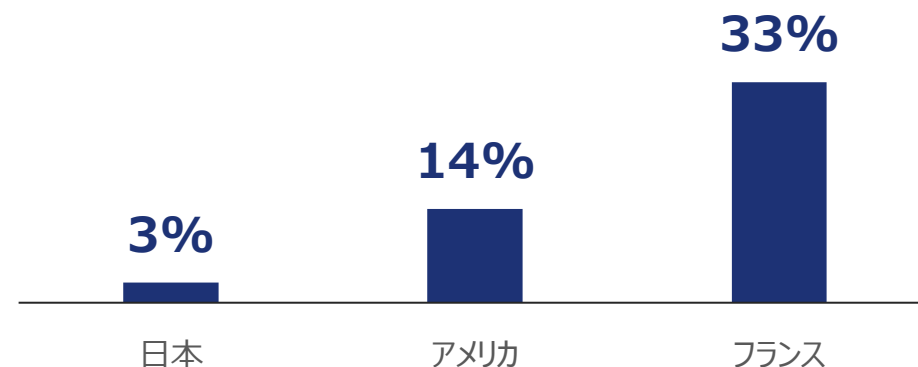
01 : 女性医療 日本やSEAを中心にグローバルで女性領域の市場が拡大

疾患認知の遅れ、ホルモン剤治療率の低さが日本における課題

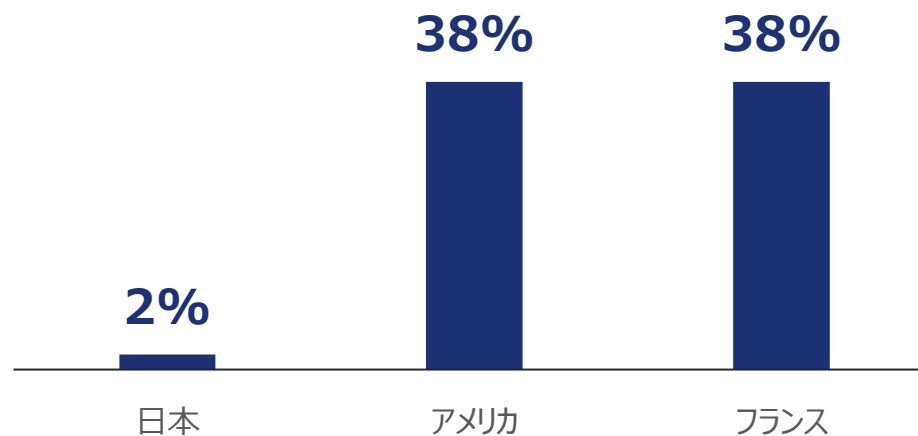
■ グローバルでのWH市場の推移 ※1 (B USD)



■ 経口避妊薬普及率 ※2



■ ホルモン補充療法 (HRT) 普及率 ※3



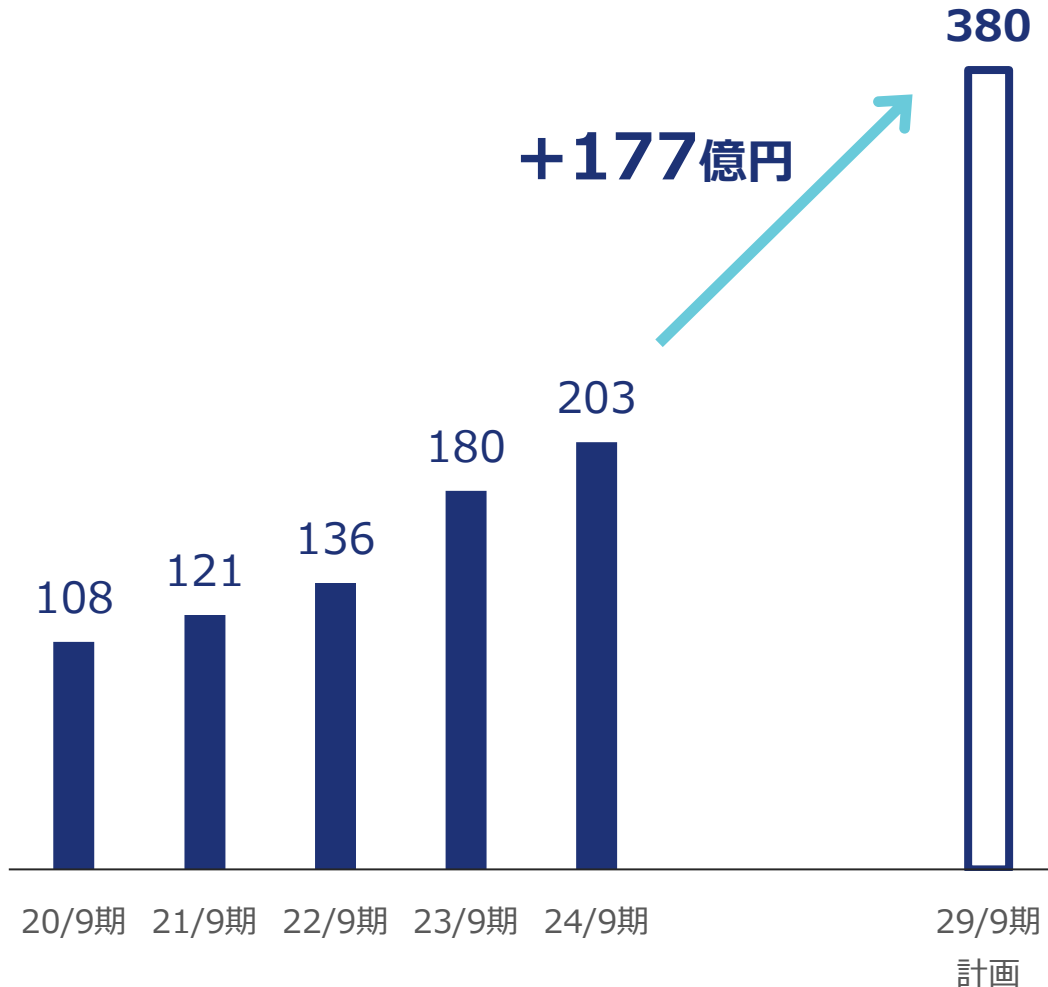
※1) Women's Health Market

※2) United Nations: 「Contraceptive Use by Method 2019 15-49歳の婚姻状態又はそれに準じた生殖年齢女性における各避妊法の実施率より」

※3) V.Lundberg et al. Maturitas 48(2004)39-43, 更年期と加齢のヘルスケア Vol.8(2009)60-66

アリッサ®配合錠の上市と既存品の伸長で女性医療No.1へ

■女性医療 売上高（億円）



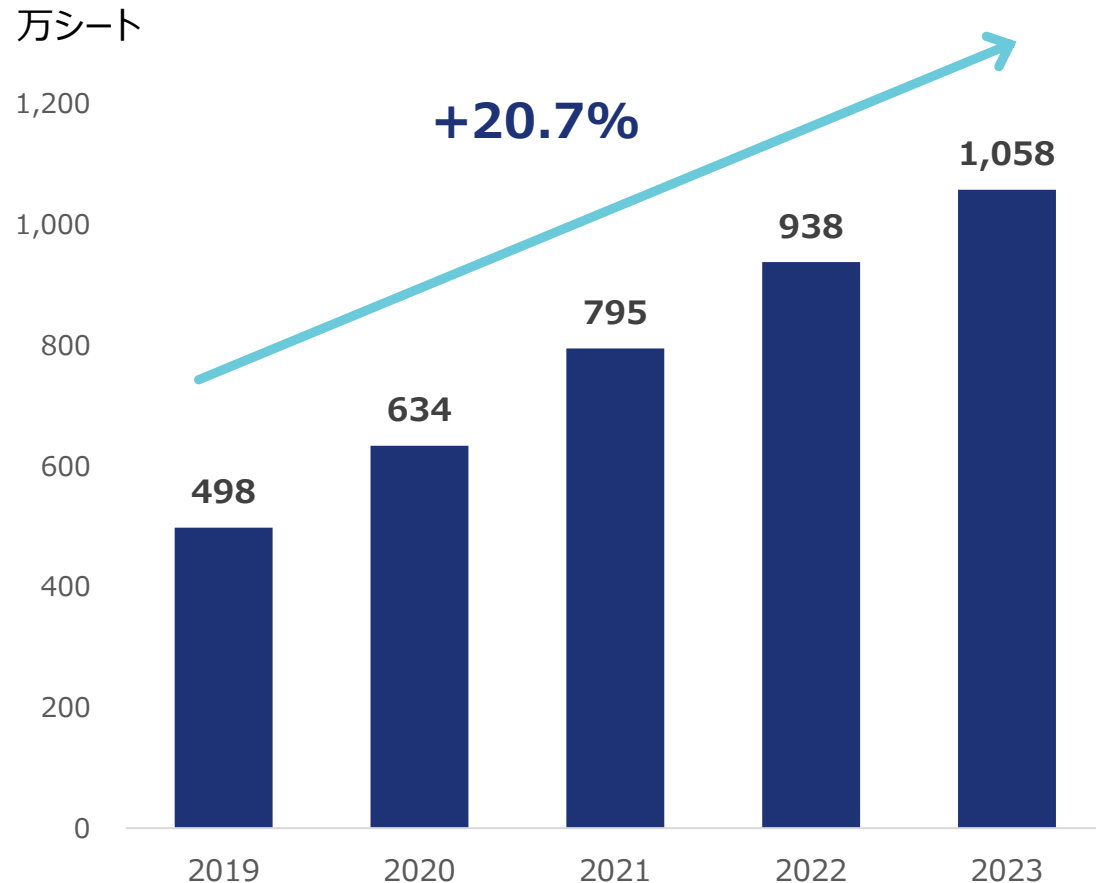
成長機会

- 日本を含めグローバルで女性領域の市場が拡大
- 日本政府により女性活躍が推進され、疾患認知度、受診率向上の契機となっている
- 女性領域におけるメガプレイヤーの不在

成長ドライバー

- 新製品の月経困難症治療薬アリッサ®配合錠が100億円規模に成長
- ヘルスリテラシーの高まりと共に、既存品であるエフメノ®カプセルや経口避妊薬などのさらなる伸長

月経困難症市場（LEP市場）は拡大の一途



**2023年1,000万シート超のLEP市場で
2029年にアリッサ配合錠は200万シートを獲得**

成長機会

- 月経困難症治療薬であるLEPの使用量は2019年～2023年の5年間で約2倍に増えている
- 2023年 LEPの使用シート数は1,000万シート超
- 2029年に向けて成長余地のある市場

成長ドライバー

- 既存LEPにないメリットがあるアリッサ配合錠の投入
- 営業体制の強化（女性領域専任MR90名体制）とエムスリー社との協業によるデジタルプロモーションの積極的活用

アリッサ®配合錠



当社の強み

- 2008年から月経困難症治療領域を牽引した先駆者
- 営業体制の強化に加えMSL部門立上げにより、満たされないニーズの吸い上げと解決提案を図る
- MSLの新設・MA部門を拡充し、現状の課題とのギャップを埋めるためのエビデンス構築体制を整備

本剤の概要

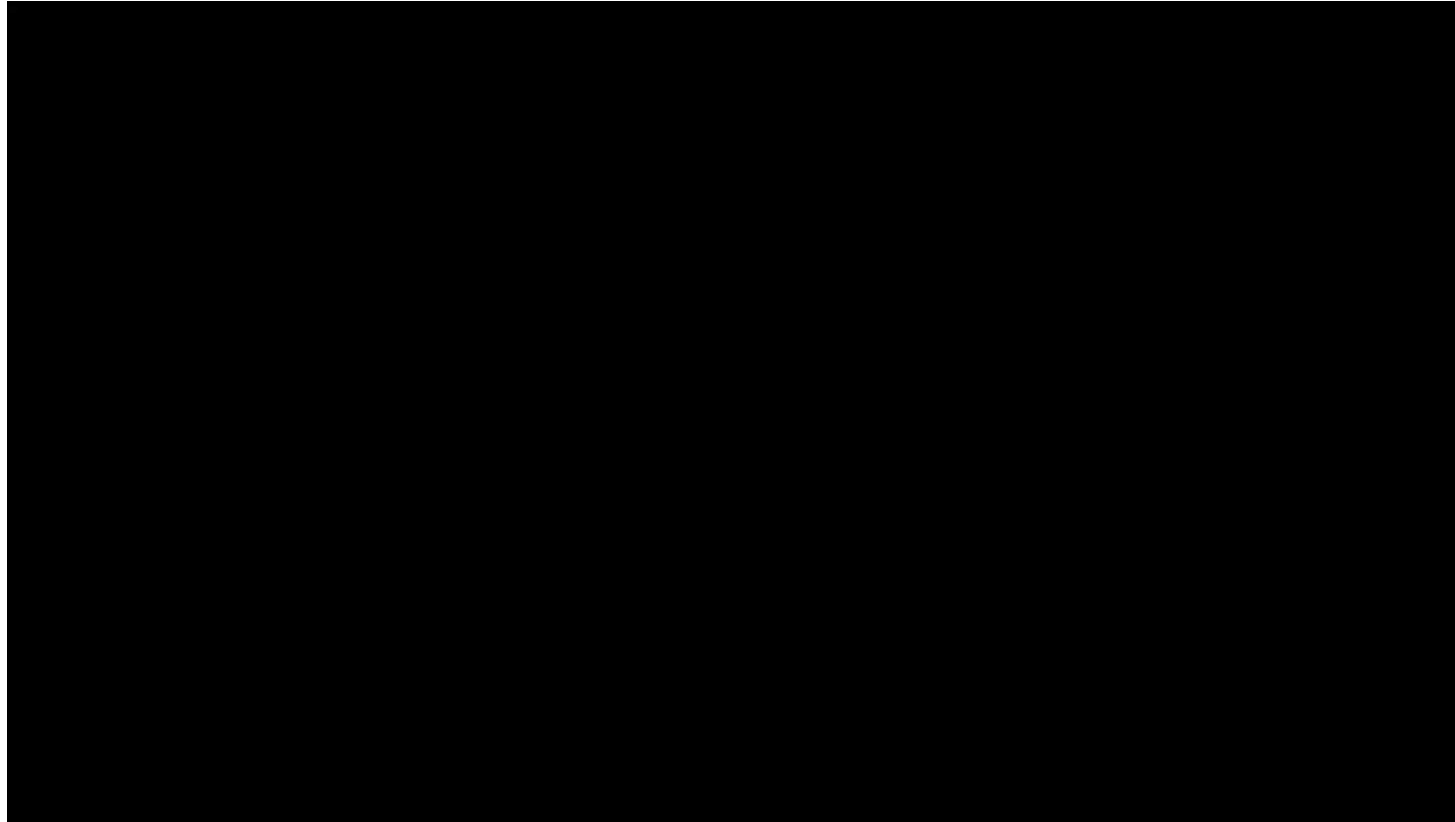
- 本邦で初めて天然型エストロゲンのエストロール (E4) を含有する月経困難症治療薬
- エストロール/ドロスピレノン配合剤 (卵胞ホルモンと黄体ホルモンを組み合わせた配合剤)
- 米国・欧州含め41か国で承認済 (2024年10月時点、タイではOLICが上市)

エストロール (E4) の特徴

- 日本における新規有効成分
- E4は LEP の重篤な副作用である 静脈血栓塞栓症リスクが低減されるなど、合成エストロゲン誘導体を含有する既存のLEPにないメリットが期待されている

Gedeon Richter社 CEOからのメッセージ

アリッサには、リヒターグループのエステトラ社から導入し、日本で開発した薬剤です。



Gábor Orbán,
CEO of Gedeon Richter Plc.

Richter社は、西ヨーロッパ、中国、ラテンアメリカに拠点を置く大手製薬会社です。女性医療や中枢神経系、心血管系など幅広い製品ポートフォリオを備えています。
2023年の売上高は、19.6億ユーロ。

長期ビジョン2035実現に向けた4つの成長戦略と3つの施策

長期ビジョン2035

女性医療で新たな価値を創出し続け、
誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する

中期の成長ドライバー

長期の成長ドライバー

女性領域での
貢献拡大

01

バイオシミラー事業
の成長

02

グローバルCMO事業
の成長

03

次の成長に向けた
戦略投資

04

経営基盤の強化

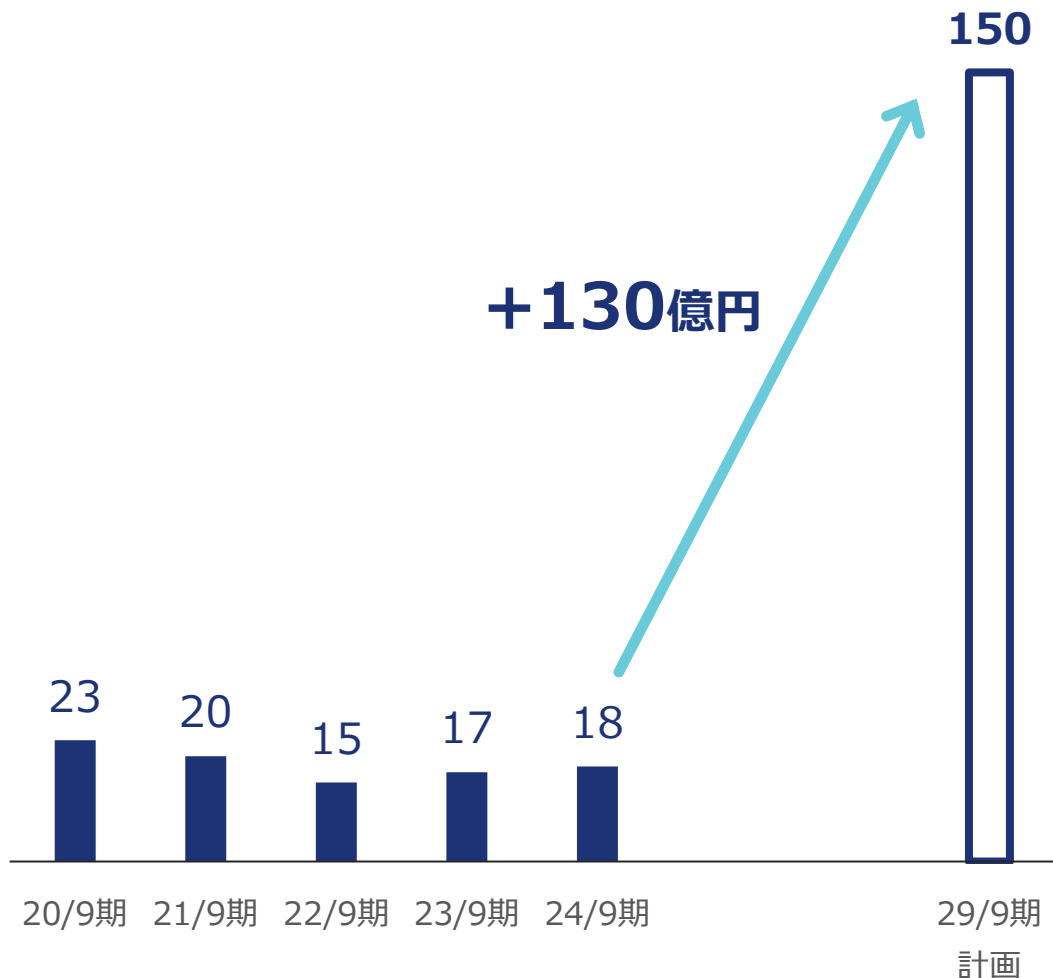
人財の強化

組織機能の高度化

デジタルの推進

02 : バイオシミラー 新製品の上市で成長へ

■ バイオシミラー（BS） 売上高（億円）



成長機会

- 世界の医薬品市場でバイオ医薬品割合が拡大(約40%)
- 日本の医薬品市場も同様で、高額なバイオ医薬品の割合が拡大
- 医療費適正化の観点から日本政府がBS普及を推進 (29年末までに60%の品目でバイオシミラーの置換え率80%を目指す)

成長ドライバー

- ウステキヌマブを含む 5 製品が貢献



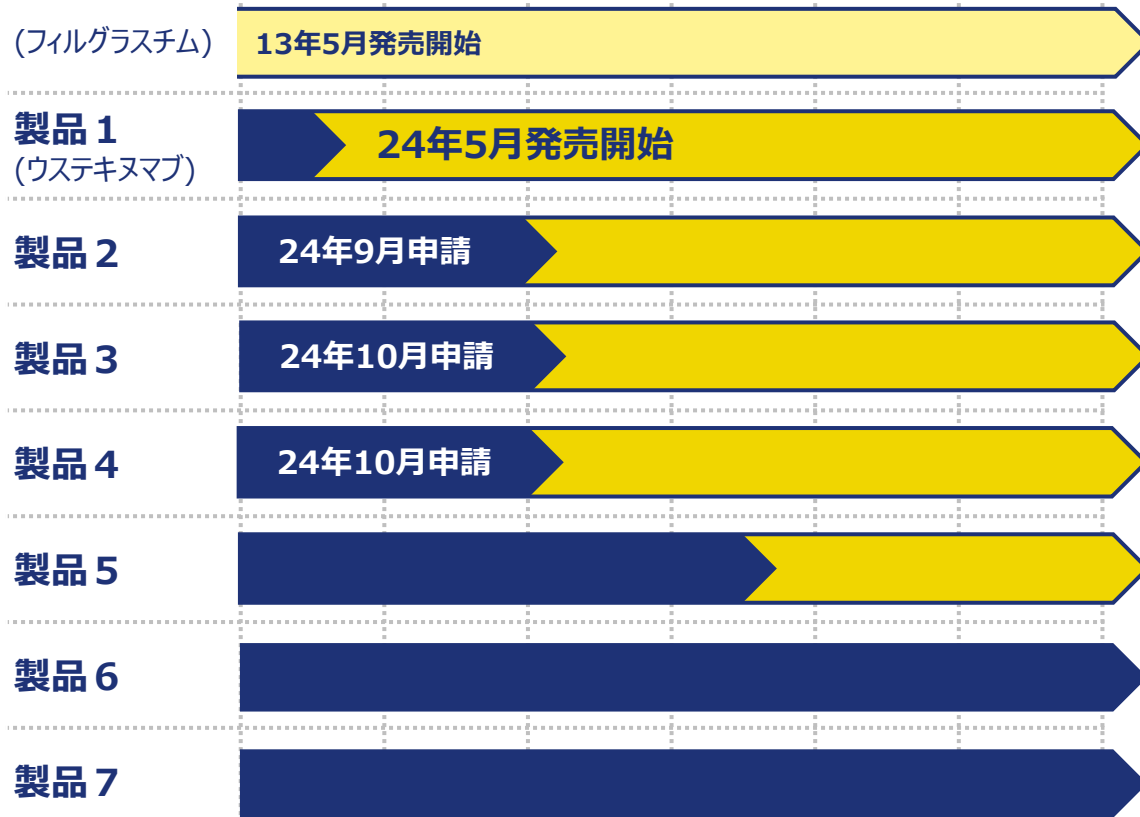
バイオシミラー（BS）とは

遺伝子組み換え技術や細胞培養技術等を応用して、ホルモンや抗体等のたんぱく質等を作る力を利用して製造される医薬品です。後発品とは異なり、分子構造が複雑で開発が困難とされています。

02 : バイオシミラー Alvotechとのパートナーシップが成長を支えます

■ BSパイプライン

24/9月期 25/9月期 26/9月期 27/9月期 28/9月期 29/9月期



Alvotech社との提携

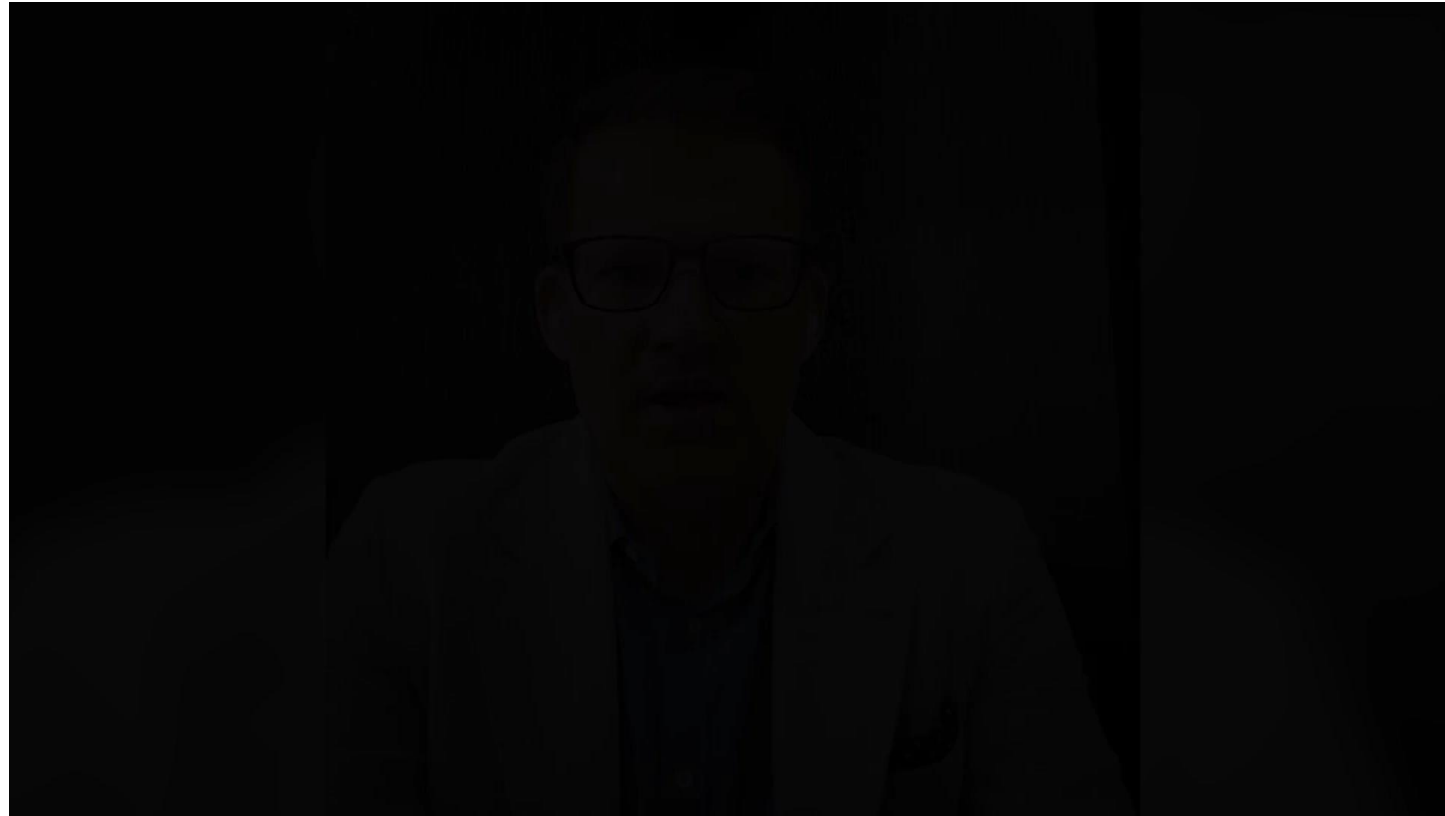
- Alvotech社と条件合意したBS製品 合計7製品
- 中経期間中に5製品を販売（先行品市場 約3,000億円）

当社の強み

- BSの販売・申請・パイプライン数 国内トップクラス
- BS開発・MA等の機能
- 政府、学会・医療機関に対するプレゼンス
- Alvotechとの協業を通じたコスト競争力のあるBSパイプライン保有
- 安定供給に万全を期すため、海外・国内のいずれでも製造が可能な体制構築の準備開始

Alvotech社 CEOからのメッセージ

Alvotech社とのパートナーシップによる新たな製品群の上市を目指します



Róbert Wessman,
Chairman and CEO of Alvotech

2019年から2021まで当社社外取締役を務める

2013年に創業されたバイオ医薬品企業で、
バイオシミラーの開発・製造を行う。
世界90か国以上で展開する
2023年売上高は、9,340万ドル

長期ビジョン2035実現に向けた4つの成長戦略と3つの施策

長期ビジョン2035

女性医療で新たな価値を創出し続け、
誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する

中期の成長ドライバー

長期の成長ドライバー

女性領域での
貢献拡大

01

バイオシミラー事業
の成長

02

グローバルCMO事業
の成長

03

次の成長に向けた
戦略投資

04

経営基盤の強化

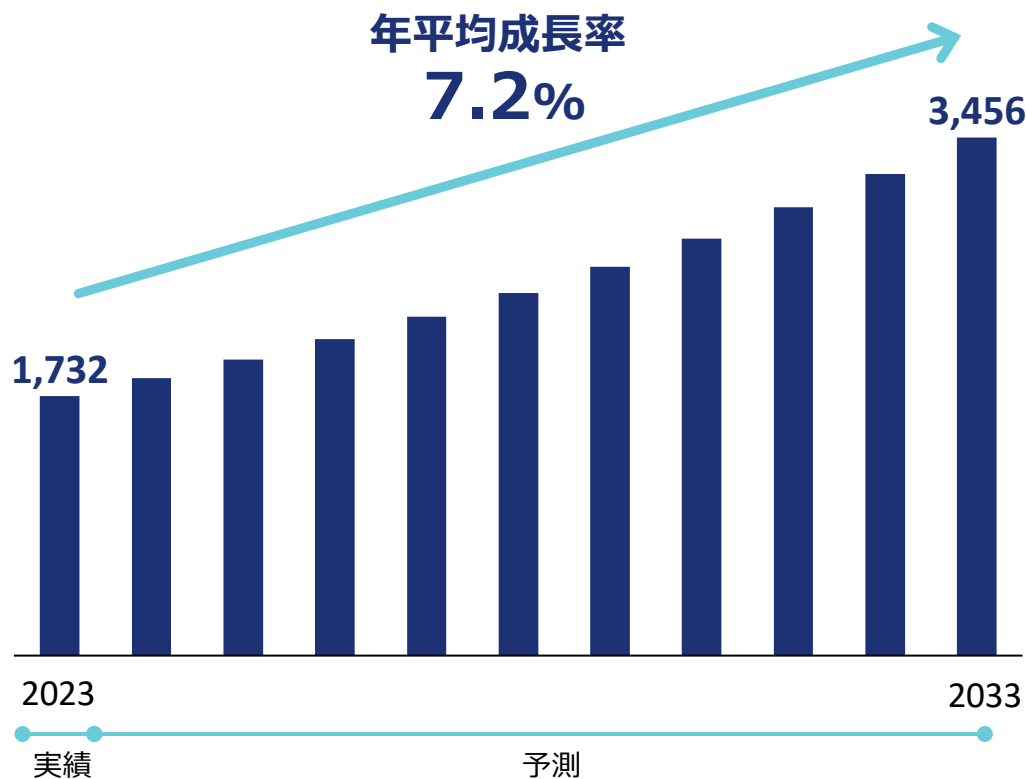
人財の強化

組織機能の高度化

デジタルの推進

03 : グローバルCMO 世界のCMO市場は成長していくと期待されます

■ 予測 : 2023年-2033年の グローバルCDMO市場規模の推移 (億USD)

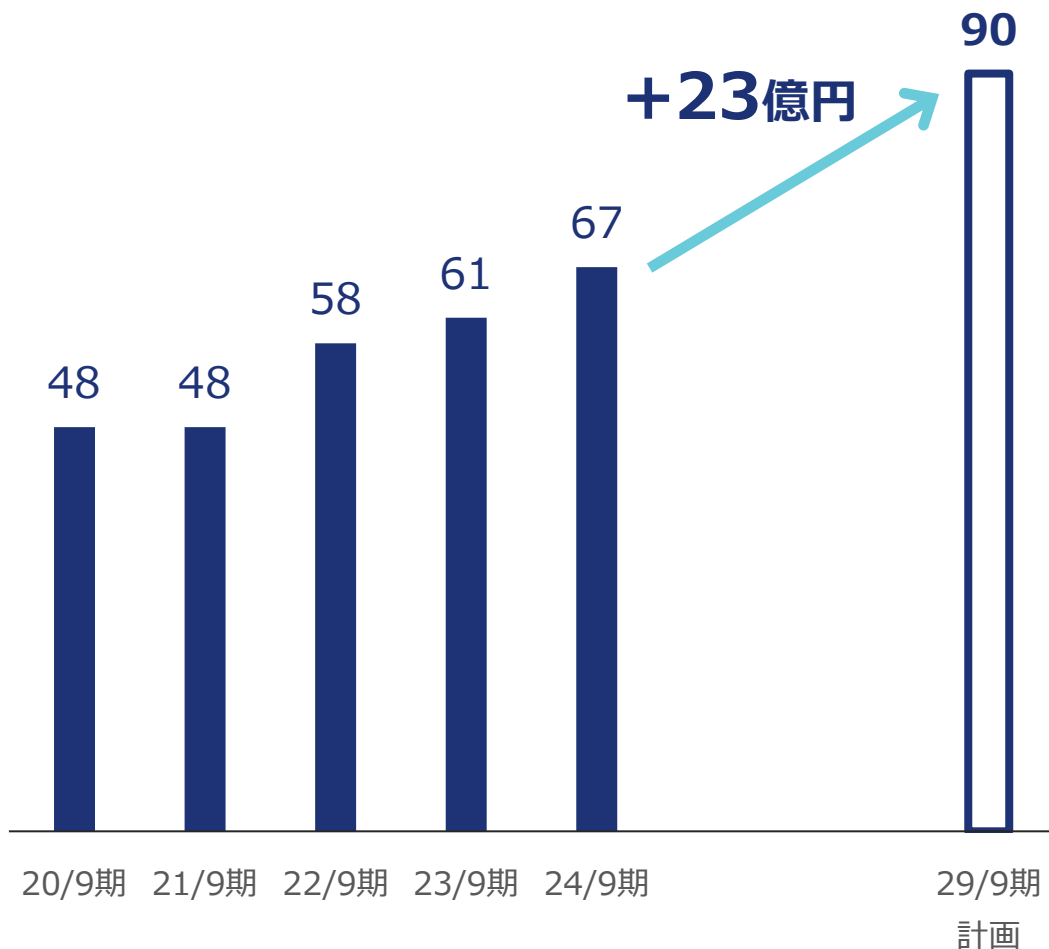


出所: Precedence research

- 製薬業界における水平分業化の流れを追い風に、グローバルCDMO市場は、中期的に成長する見込み
- 地政学リスクが相対的に少ないタイはこの恩恵を受けると期待される

03 : グローバルCMO 製造受託拡大を目指します

■グローバルCMO 売上高 (億円)



成長機会

- 製薬業界における水平分業化の流れ加速で、グローバルCMO/CDMO市場の成長
- 地政学リスクが上昇し、相対的にリスクの少ない日本・タイの存在感の高まり
- CDMOの多くは中小規模であり、非寡占市場

成長ドライバー

- タイの子会社OLICのCMO拡大
- 富山工場の国内外向け製造販売拡大

長期ビジョン2035実現に向けた4つの成長戦略と3つの施策

長期ビジョン2035

女性医療で新たな価値を創出し続け、
誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する

中期の成長ドライバー

女性領域での
貢献拡大

01

バイオシミラー事業
の成長

02

グローバルCMO事業
の成長

03

長期の成長ドライバー

次の成長に向けた
戦略投資

04

経営基盤の強化

人財の強化

組織機能の高度化

デジタルの推進

次の成長ドライバーの仕込み・見極め： シーズ探索・研究開発を強化します

後発品から新薬へのシフトに向けて、シーズの探索、研究・開発領域を強化します



■ シーズ探索・研究開発の取り組み

現在

- 担当チームを組成し、ニーズ収集・シーズ探索、他社との提携、バリューチェーンをまたいだ部門間連携
- その結果、新規案件創出数：
2019年 **30件** → 2024年 **100件超** に増加

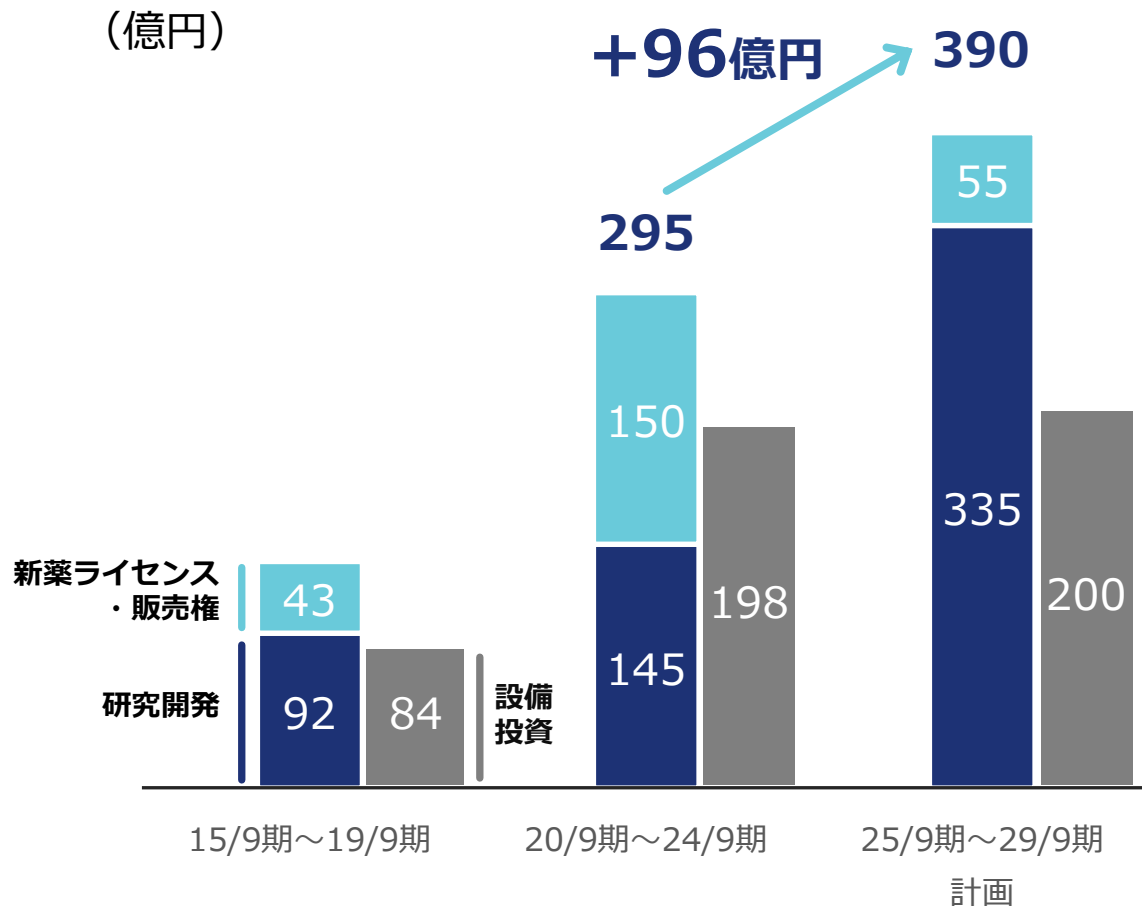
今後の方針

- 女性領域・女性周辺領域の新薬の探索・獲得
- コーポレートベンチャーキャピタル（CVC）、リサーチハブの設置を検討
- デジタルツールなど、新薬以外での女性医療・女性周辺領域の探索

04：次の成長に向けた戦略投資

無形資産投資（シーズ探索・研究開発）を強化します

無形資産投資（研究開発費、販売権/ライセンス費） がさらに増加



機会

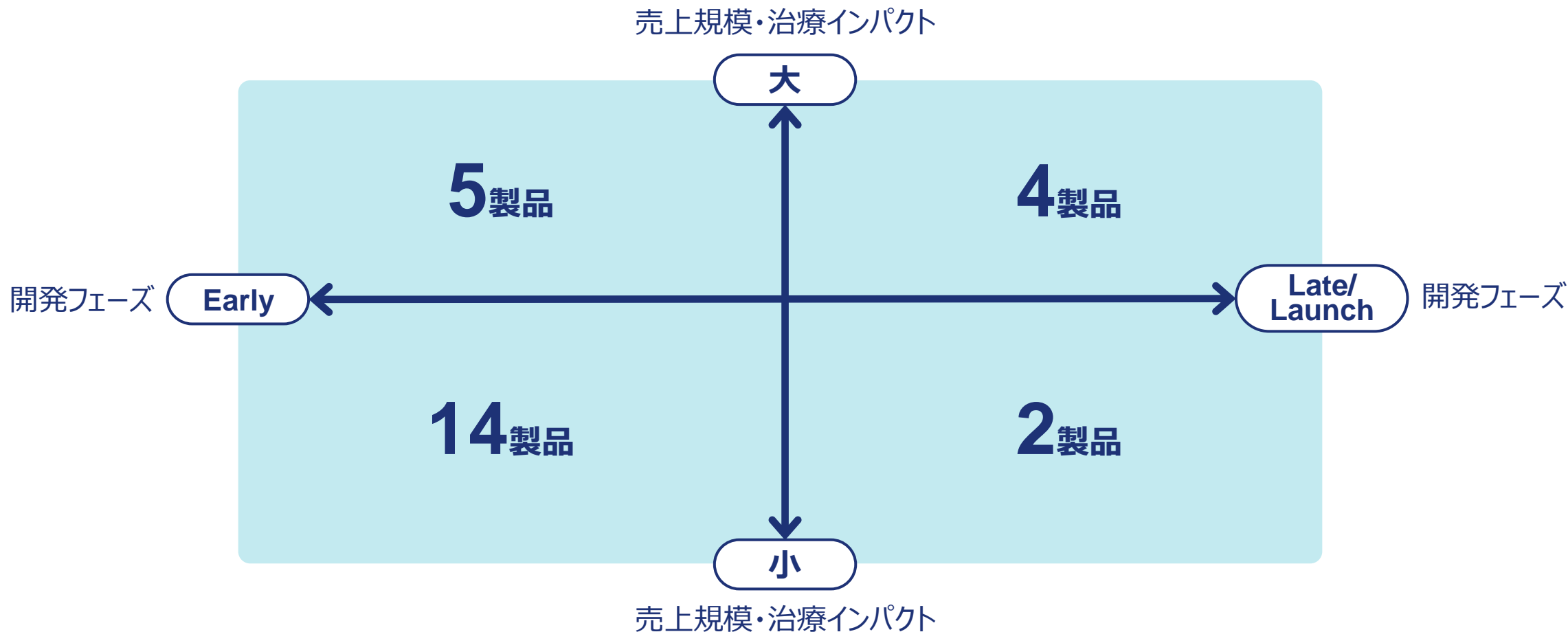
- 日本やSEAを中心にグローバルで女性領域の市場が拡大している
- 創薬・投資家コミュニティ等を通じてグローバルな早期新薬候補へのアクセスがしやすくなっている
- SEAや国内の女性領域におけるメガプレイヤーがない

強み

- 女性領域における長年の経験に基づくニーズ収集・シーズ探索・評価のノウハウ及び新薬の開発実績がある
- 海外の女性医療に注力するライセンサーと強固な関係がある
- OC、EC、更年期、不妊症など複数の女性領域でシェアトップを維持し、月経困難症ではベストインクラスの新薬を保有する

新薬シーズ候補のポートフォリオの バランスを図ります

新薬シーズ候補が25製品あり、持続的な成長に向けて今中経期間での
投資の整理が必要であり、開発フェーズと売上・治療インパクトのバランスを図ります



長期ビジョン2035実現に向けた4つの成長戦略と3つの施策

長期ビジョン2035

女性医療で新たな価値を創出し続け、
誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する

中期の成長ドライバー

女性領域での
貢献拡大

01

バイオシミラー事業
の成長

02

グローバルCMO事業
の成長

03

長期の成長ドライバー

次の成長に向けた
戦略投資

04

経営基盤の強化

人財の強化

組織機能の高度化

デジタルの推進

経営基盤強化のための主な取り組み

01 人財の強化

女性が働きやすく、
活躍できる会社に

- 女性のライフステージに合わせたサポートを提供する福利厚生制度

- 不妊治療特別有休制度
- 低用量ピル・更年期障害治療薬の費用補助
- 婦人科検診・大腸内視鏡検査費用補助

- 女性だけのチーム
(新製品の月経困難症薬アリッサ)

徳目評価を取り入れた
人事制度

02 組織機能の高度化

シーズ探索・
研究開発基盤の強化

安定供給基盤の強化

LCM推進基盤の強化

03 デジタルの推進

デジタル推進を担う部門・
体制整備

デジタル人財の育成と
風土改革

基盤構築とデータの利活用

マテリアリティを策定しました

ESG

環境への配慮

女性医療貢献に必要な人財の強化

人権

ガバナンスの強化

社会の 持続可能性の向上

長期ビジョン2035

女性医療で新たな価値を創出し続け、誰もがwell-beingを実感できる社会へ貢献する

イノベーション アクセス

事業課題

女性向けの医薬品および
周辺ソリューションの開発・改良・提供

BS拡大・普及

サプライチェーンマネジメントの強化
(安定供給/品質保証)

経営理念

優れた医薬品を通じて、
人々の健やかな生活に貢献する

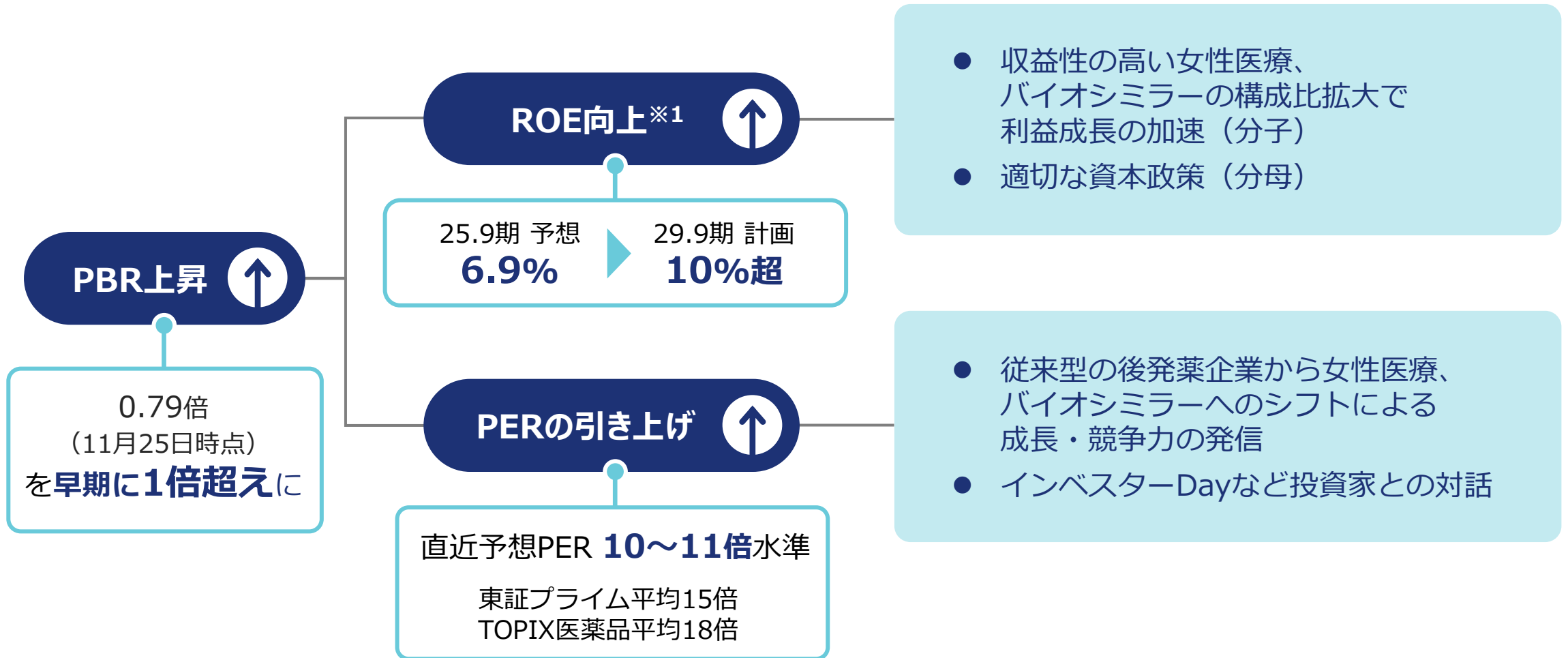
富士製薬工業の成長は、
わたしたちの成長に正比例する

医薬品アクセス

04 早期のPBR1倍超 に向けて



PBR1倍超の早期実現に向けて

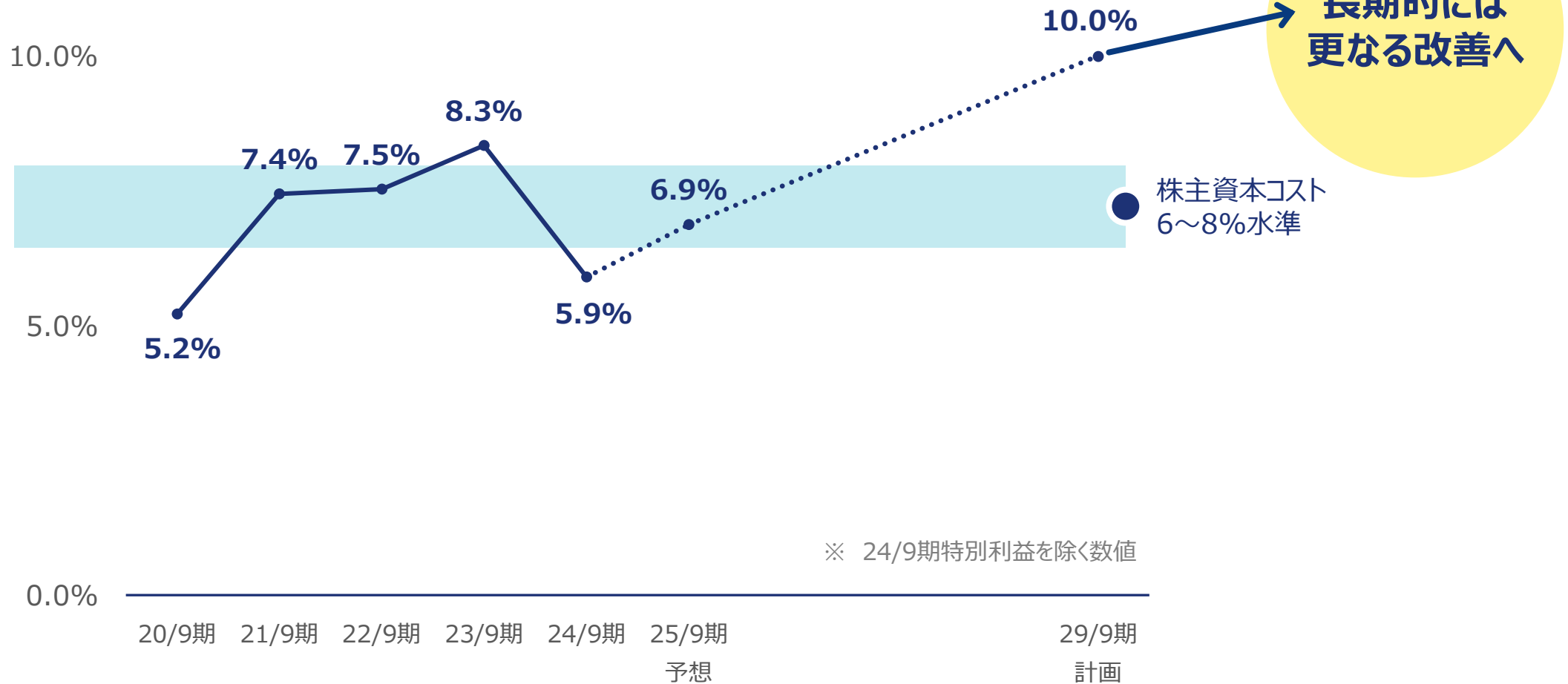


※1 税引き後営業利益 ÷ 自己資本 （29/9目標は希薄化考慮後ベースの自己資本）

資本コストを上回るROEを実現します

女性医療とバイオシミラー領域の成長による収益性向上、バランスシートの適正化、資本政策の更なる検討で、ROE向上を目指します。

■ 目指すROE水準



一株当たり株主価値向上を実現します

株主価値の向上を強く意識。株価上昇に応じた資本増強で、財務の健全性の回復と成長投資を実行し、希薄化後のEPS年率17%成長、ROE10%以上を目指す

■ 株価推移 (円)



- 2024年8月に新株予約権を発行
- 一株当たり純資産を下回る第1回の行使価格は、苦渋の選択だが、機動的な成長投資ができる財務体質の構築を優先
- 希薄化の最小化、高い利益成長によりEPS年率17%成長、ROE10%超を目指す
- 最適資本構成、自社株取得を含めた資本政策については、投資家・アナリストと対話をしながら、株主価値向上に資する施策を検討する

新株予約権が
全て行使された
場合の株式増加数

19.6%

全て希薄化後
EPSの年率成長率

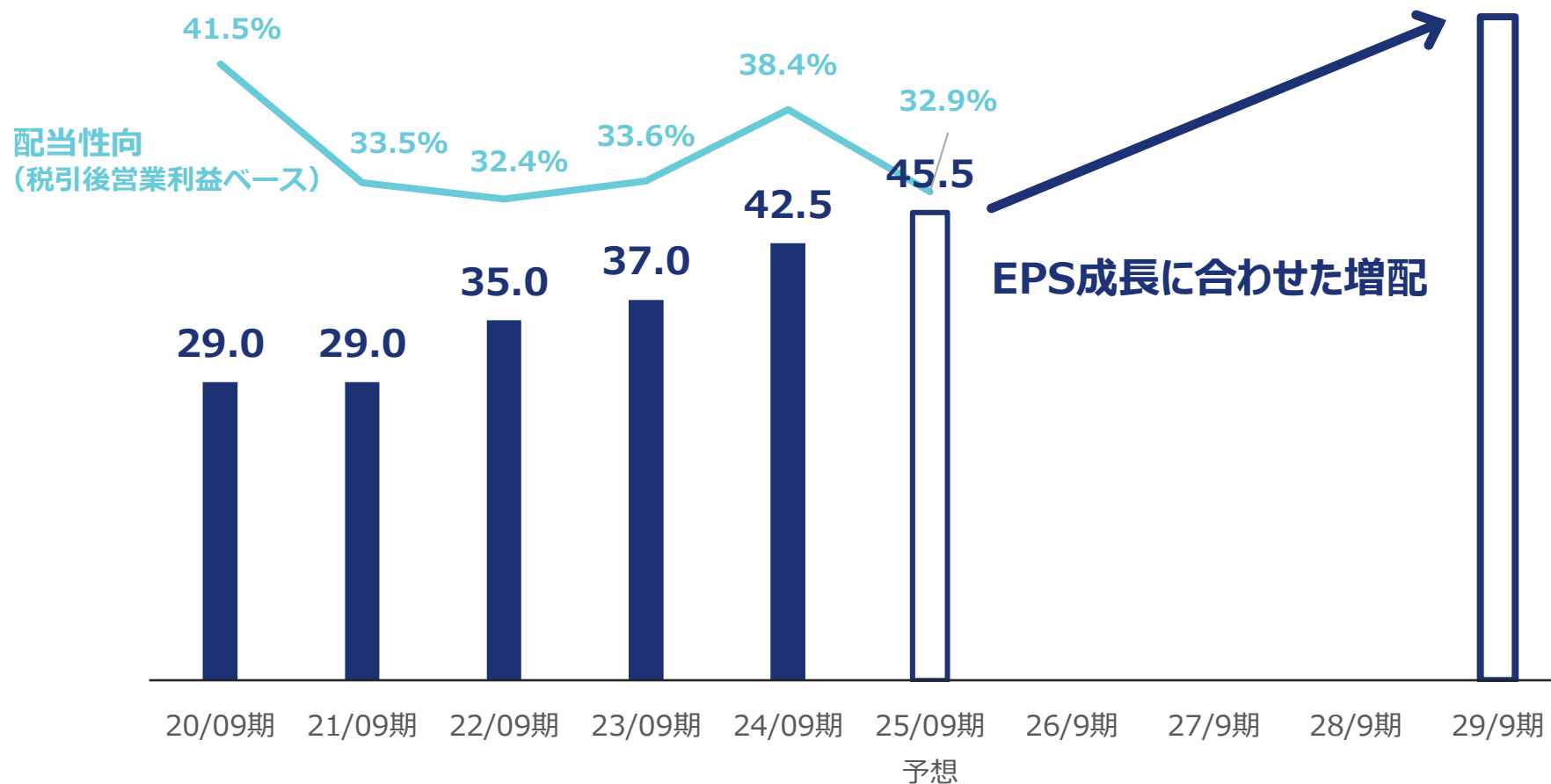
17%

24/9期から29/9期
EPS成長率

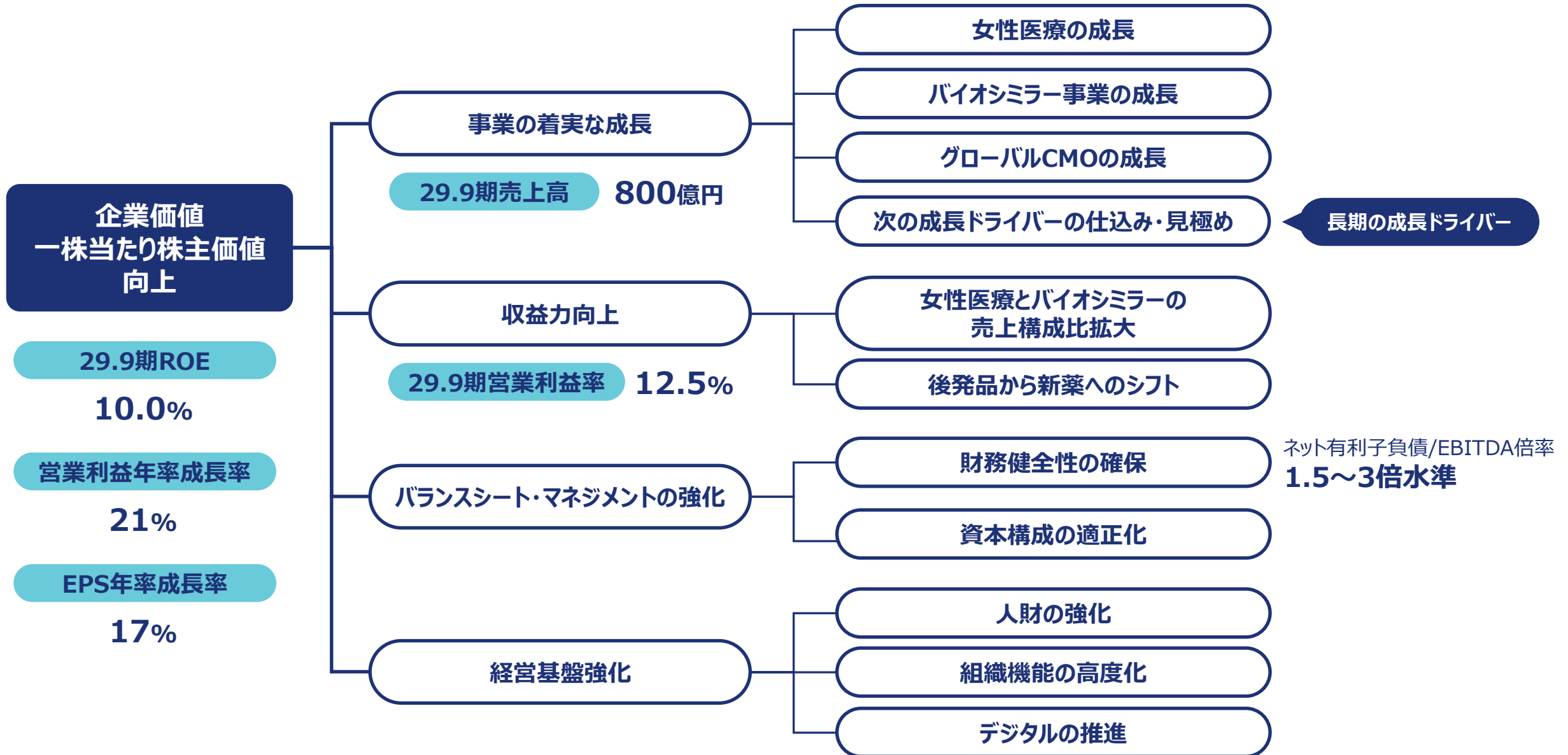
116%
(111円→240円)

- 減配しない累進配当政策を導入し、増配または維持を目指します。
- 成長投資・財務健全性とのバランスを考慮し、配当性向30%を維持します。

■ 配当金 (円) と配当性向 (%) の推移



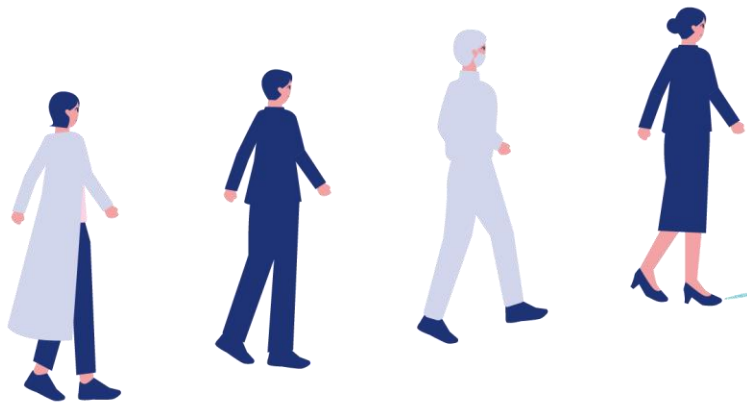
企業価値向上に向けた道すじ（サマリー）



最後に

- 前中期計画で蒔いた種をしっかりと刈り取り、女性医療とバイオシミラーを中心に成長し、高成長と高資本効率を実現します。
- 無形資産への投資を強化し、持続的な成長を実現し、企業価値を向上させます。
- 女性医療でNo.1となり、未解決・未充足の女性の健康課題解決の使命を果たします。
- 外部の専門家と対話をしながら、株主価値向上に向けた資本政策を検討します。
- 今後、インベスターDayの開催など、投資家・アナリストの方々、個人投資家の皆さんとの対話を強化します。

05 Q&A



Appendix



用語集①

用語	意味・内容	記載ページ
CDMO	C ontract D evelopment and M anufacturing O rganization (医薬品開発製造受託機関)の略称 CMO(医薬品製造受託機関)にDevelopment (製剤開発)を加えた事業。	29,30
CMO	C ontract M anufacturing O rganization (医薬品製造受託機関)の略称 製薬メーカーから医薬品 (治験薬・市販薬を含む) の製造を受託すること。	14,29,30,43
E ₄	天然型エストロゲンであるエストロールの略称 日本における新規有効成分であり、LEP の重篤な副作用である静脈血栓塞栓症リスクが低減されるなど、合成エストロゲン誘導体を含む既存のLEPにないメリットが期待されている。	22
EC	E mergency C ontraceptives (緊急避妊薬)の略称	31,33
EPS	該当ページに注釈がない限り、税引き後営業利益ベース一株当たり利益を指す。	7,13,41,42,43
EBITDAR	EBITDAR = 営業利益 + 減価償却費 + 研究開発費 設備投資額・研究開発費などの投資額の影響を除いたキャッシュ創出力の指標。	9,13
HRT	H ormone R eplacement T herapy (ホルモン補充療法)の略称 欠乏したエストロゲンを飲み薬や貼り薬・塗り薬として体内に補充する治療法。体内のエストロゲン量を維持することによって、更年期におけるさまざまな症状を軽減する	19

用語集②

用語	意味・内容	記載ページ
LCM	Life Cycle Management (ライフサイクルマネジメント)の略称 医薬品を長期間有効活用するために改良等続けることを指す。 例) 適応症の拡大や剤形の追加、用法・用量の改善など	36
LEP	Low dose Estrogen Progestin (低用量エストロゲン・プロゲスチン配合薬)の略称 月経困難症や子宮内膜症の治療に用いられる医療用医薬品の総称。1シート28錠(プラセボ錠含む)=1周期分。	21,22
MA	Medical Affairs (メディカルアフェアーズ)の略称 治療の質の向上や患者貢献を目的に、開発段階の新薬や自社医薬品の価値を最適化するための戦略を立案・実行する部門。	22,26
MSL	Medical Science Liaison (メディカル・サイエンス・リエゾン) 高度な医学・薬学・科学的知識をもとに製薬企業と臨床現場との中立的な立場から情報提供し、自社製品や自社の価値を高めることが目的の部門。	22
OC	Oral Contraceptives (経口避妊薬)の略称	31,33
ROE	該当ページに注釈がない限り、税引き後営業利益ベースの値。	7,9,13,39,40,41,43
SEA	Southeast Asia (東南アジア)の略称	19,33

取締役会



取締役会議長
岩井 孝之

執行の監督

取締役 9名

社内 4名 社外 5名

(現状：社内5、社外4)

権限移譲

提案・報告

経営執行会議



代表取締役社長
森田 周平

業務執行

執行役員 16名

※正式な決定は2024年12月20日に開催される
定時株主総会及び取締役会において行われる予定です。

大切にしたいこと 経営理念、徳目を通じた人財育成

経営理念

優れた医薬品を通じて、人々の健やかな生活に貢献する
富士製薬工業の成長は、わたしたちの成長に正比例する

経営において
大切にす
る「徳」



自己の最善を
他者に尽くしきること

私たちは、徳を「いきおい」と
とらえています。

徳目を通じた人財育成

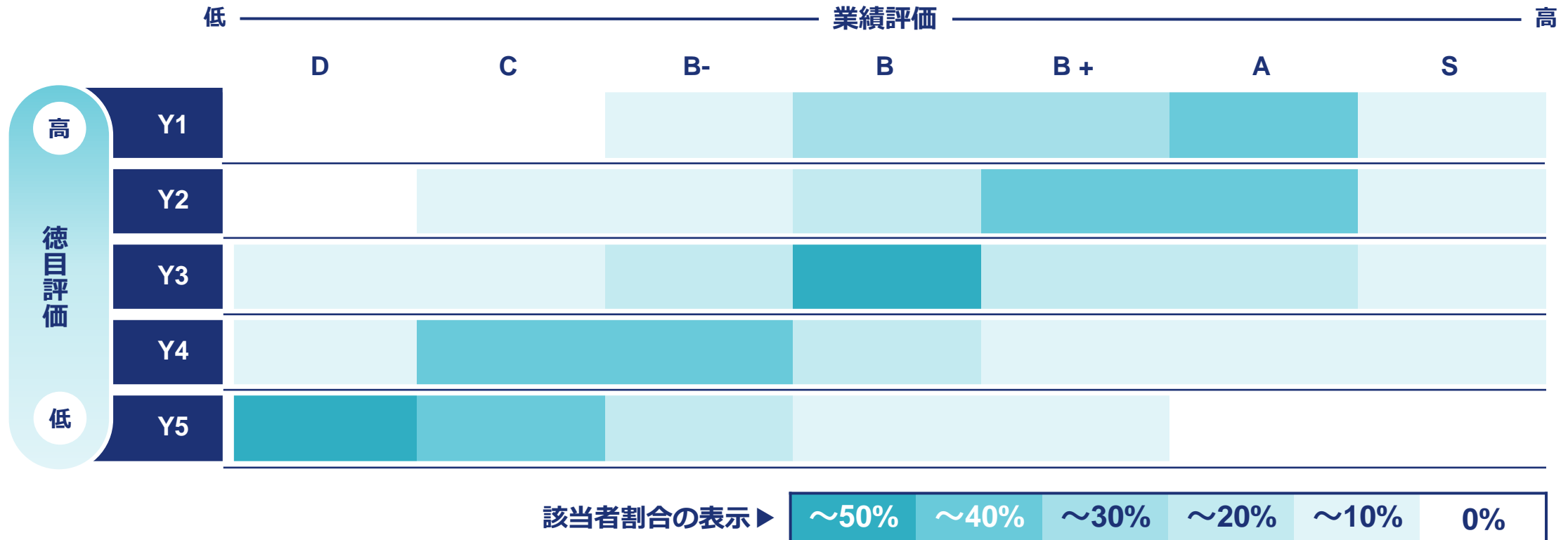
2011年度から人事評価制度に「徳目評価」を取り入れています。業績評価と徳目評価は50%ずつとなっており、「徳の高い社員ほど業績が良い」という相関関係が見られています。

徳目評価

徳目指標（持続的な成長、人間の幅＝貢献の幅を広げるための実践的な指標）を示し、一人ひとりの気づきと自己研鑽を促すとともに、指標に照らした評価結果を人事処遇へ活用。

■ 徳目評価ごとの業績評価分布（2023年9月期）

※徳目評価の段階ごとに、100%中の分布を示しています。



予想および見通しに関するご注意事項

本資料に記載の業績予想及び将来の予想等に関する記述は、資料作成時点で入手した情報に基づき弊社にて判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。様々な要因により、実際の業績等が変動する可能性があることをご承知おきください。予告なしに内容が変更または廃止される場合がございますので、予めご了承ください。また、本資料に含まれている医薬品（開発中のものを含む）に関する情報は、宣伝広告、医学的アドバイスを目的としているものではありません。

連絡先

富士製薬工業株式会社 経営戦略本部 経営企画部 コーポレートコミュニケーション課



E-Mail fsk_ir@fujipharma.jp



URL <https://www.fujipharma.jp/>



FujiPharma