

海外展開



会見する第一三共の庄田隆社長(左、当時)と印ランバクシ・ラボラトリーズのマルビンダー・モハン・シンCEO



日本の建機は世界中で活躍している（「マシの鉱山機械」）

円高でも競争力
「わらない」と話す。

油圧機器技術で圧倒的強さ

目している。

海外が高シェア

建機業界の主戦場は海外だ。これはコマツの2011年4月期業績で売上高に占める海外比率が86%となっていることや、日立建機も同様に76%という数字が物語っている。世界最大の建機

市場と言われている中国ではコマツや日立建機、コベルコ建機が高いシェアを占めている。

日本の建機メーカーの競争力は建機の心臓部となる油圧機器のほとんどが日本製であることだ。コマツも日立建機も油圧ショベルなどの組み立て

医薬品の場合、権利渡により他社が海外で発・販売するケースが多いが、自社販売網の利益率が高まる。

米ファイザーやファーマバルテイスといふ巨大製薬企業は早くから新興国の販路拡大に力をこめてきた。アステラス、第一三共、武田薬業、エーザイなど日本製薬企業もそれらに

最大市場 中国で躍進

新薬の開発・製造を主とする医薬品メーカーとしては、ここ数年で全く別個の企業になってしまったところの変化を遂げている。国内最大手の武田薬品工業。2009年度、販売網を持つ国の数を一気に12カ国拡大し計60カ国に。さらに11年に日本、シア、ブラジルなど新興国を得意とするスイスの製薬企業ナイコメッドを約1兆2000億円で買収、一気に約70カ国へ販売基盤を広げた。

医
藥
品

医薬品業界は、二つの大きな課題を克服するため急速なグローバル化が進めていた。一つは市場の急速な変化。医薬品市場は日米欧でほぼ完結していた。だが、医療費抑制や経済不況を受け成長が鈍化。代わって新興国が市場をけん引し各社は新興国投資を急ぐ。もう一つは新薬開発。従来低分子薬で治療できる病気は開拓され、抗体医薬など新たな創薬技術がととなつた。各社世界的な提携やM&Aを繰り返し、新技術を取り込む。

提携・M&Aで倉薬促進

11年にがんに強い米バ
イオベンチャーのブレキ
シコンを買収し、海外研
究拠点を増やした。

モノづくりの底力

わたしたち製薬会社の使命のひとつは、
医療の現場へ画期的新薬を届けること。

たとえば、高コレステロール血症治療剤、高血圧症治療剤、広範囲経口抗菌製剤、消炎鎮痛剤など。

第一三共の研究開発力が新薬として結実し、

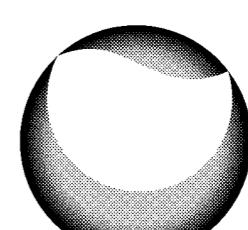
世界中で服用されている例は、数多く存在します。

何万回もの挫折と挑戦をくり返す新薬開発。
その中で培われた多くの実績、新技術、そして情熱が、

どこにも負けない先進の力で、いち早く有効な新薬を届けていく。
薬を手にするすべての人に、ふたたび大きな笑顔を。

つゝてゐるのは、希望です。

第三三廿株式会社



Daiichi-Sankyo



「どんな薬か」だけじゃなく、
「どこの薬か」を考えたことがありますか。

A black and white close-up portrait of a man with dark hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a light-colored suit jacket over a white shirt and a dark tie. His hands are clasped in front of him, holding a small, rectangular object with a textured surface, possibly a piece of jewelry or a card. The lighting is soft, creating a pleasant and approachable atmosphere. On the left side of the image, there is a block of Japanese text.