

**<理念>** 大塚グループは、“Otsuka-people creating new products for better health worldwide”(世界の人々の健康に貢献する革新的な製品を創造する)という企業理念のもと革新的で創造性に富んだ製品・サービスを通じて、世界の人々のより豊かで健康な暮らしに貢献し、お客さまや社会から信頼される企業を目指します。

## 1. 経営トップのコミットメント

私たちは「患者さんや生活者の皆さまが真に求めていることは何か」という本質を考え、日々事業活動を行っています。「実証と創造性」という大塚の企業文化を受け継ぎ、治療から健康維持・増進までを担うトータルヘルスケアカンパニーとして、世界の人々の豊かで健康な暮らしに貢献する“なくてはならない企業”を目指して、これからも挑戦を続けてまいります。

主な取り組み実績	参考情報
<p><b>1-1. 人権や環境に配慮したサステナビリティ推進体制の強化</b></p> <p><b>① 大塚グループ サステナビリティ推進委員会(1)の開催</b></p> <p>大塚ホールディングスのサステナビリティ担当取締役をトップとするサステナビリティ推進委員会を毎年開催し、社会、環境、ガバナンスといったサステナビリティに関する課題に対する取り組みと進捗を共有しています。2022年は、グループにおけるリスクマネジメント体制のさらなる強化(2)のため、「大塚グループ・グローバルERM(Enterprise Risk Management)ポリシー」を制定し、ERM関連規程の整備やERM導入会社の拡大を進めました。2023年は、従来のグループ各社の窓口に加え、国内グループ会社共通のホットラインを新設し、コンプライアンス体制整備を強化したほか、人的資本や環境等サステナビリティに関する情報開示のグローバルの法規制に対応して、各領域で取り組みを進めました。</p> <p><b>② サステナブル調達強化プロジェクト※(3)の開始</b></p> <p>大塚グループ各社では、従来より新規取引先へのデュー・ディリジェンスならびに主要原材料のリスクアセスメントを行い、想定されるリスクの明確化とともに複数社購買を原則とするなど対策を講じてきました。2022年より大塚ホールディングスサステナビリティ担当取締役をトップとした「大塚グループサステナブル調達強化プロジェクト」が始動し、従来からの活動であるUNGCの4分野に加え、自然災害や地政学リスクへの対応として安定調達への取り組みをグループ横断で開始しました。プロジェクトでは、四半期毎に取り組みの進捗と課題共有のための会議を開催しています。また、サプライヤー企業の皆さまとの信頼関係構築を目的に、大塚ホールディングスとグループ8社が<b>パートナーシップ構築宣言※(4)</b>を公表しました。</p>	<p><a href="#">(1)大塚ホールディングスサステナビリティ推進体制</a> 大塚ホールディングスウェブサイトより</p> <p><a href="#">(2)リスクマネジメント ガバナンス</a> 大塚ホールディングスウェブサイトより</p> <p><a href="#">(3)社会 品質 調達</a> 大塚ホールディングスウェブサイトより</p> <p><a href="#">(4)「パートナーシップ構築宣言」</a> 2022年11月1日大塚ホールディングス公表</p>



※1: 大塚ホールディングス、大塚製薬、大塚製薬工場、大鵬薬品、大塚化学、大塚食品、大塚テクノ、イーエヌ大塚製薬、大塚包装の取締役、調達、IT担当者等が参画  
 ※2: 企業規模の大小に関わらず、発注する立場の企業が代表者の名前で自社の取引方針を宣言するもの。  
 大塚ホールディングス(2022年11月) 大塚製薬、大塚製薬工場、大鵬薬品、大塚食品、大塚化学(2023年2月) 大塚テクノ、イーエヌ大塚製薬、大塚包装(2023年11月)が公表

### 1-3. 地球温暖化への具体的な対策

#### ① 2050年環境ビジョン「ネットゼロ」

大塚グループは、事業活動におけるすべての環境負荷をゼロにするという2050年環境ビジョン「ネットゼロ」(5)を掲げており、グループの事業活動におけるCO<sub>2</sub>排出量の削減に加え、サプライチェーン全体での環境負荷をゼロにすることを目指しています。2022年は、環境ではRE100(6)への加盟ならびにグループ統合エネルギー体制の構築、ISO14001統合認証の拡大等の成果がありました。



(5)2050年環境ビジョン「ネットゼロ」(P.6)  
大塚ホールディングス環境報告書2022より  
(6)大塚グループ 国際的なイニシアチブ「RE100」に加盟 ～100%再生可能エネルギー利用を目指して～(2022.4.21)  
大塚ホールディングスニュースリリースより

#### ② 水平リサイクルに向けた連携協定締結(大塚製薬)

2023年7月に徳島県と大塚製薬で、ペットボトルの水平リサイクル「ボトルtoボトル※」推進のための協定を締結(7)しました。今後、県内で廃棄されるペットボトルの水平リサイクルを安定的に行い、廃棄物の減量および資源の有効利用を推進し、持続可能な循環型社会の実現に資することを目的として、徳島県および協定を締結している県12自治体とともに、「ボトルtoボトル」の取り組みを推進していきます。

(7)ペットボトルの水平リサイクルの取り組みを拡大 徳島県初の資源循環に関する推進(2023.7.27)  
大塚製薬ニュースリリースより

※ ペットボトルをリサイクルして再びペットボトルとして使用する理想的な循環型リサイクルシステム

### 1-4. 「熱中症対策」の推進(大塚製薬)

#### ① 環境省との「熱中症対策の推進に関する連携協定」の締結

大塚製薬は、30年以上にわたって、スポーツシーンや教育現場、暑熱環境下で働く労働現場など様々なシーンで熱中症対策の啓発活動(8)を継続してきました。これらの取り組みが、国が進める地域の熱中症対策強化の推進にも貢献するとの期待を受け、2023年7月に環境省との「熱中症対策の推進に関する連携協定」(9)の締結に至りました。

#### 協定内容

1. 国民の熱中症予防行動の定着に向けた、熱中症対策に関する普及啓発・広報
2. 地方公共団体をはじめとする地域における熱中症対策強化支援  
(高齢者や子ども等の熱中症弱者への見守り・声かけ、地域における対策協議会等運営への貢献等)
3. 地域における熱中症対策の指導者養成講座等の開催
4. その他、国民の熱中症予防行動の定着や地域における取組強化のための継続的な協議

(8)健康: 疾患啓発活動 熱中症対策  
大塚製薬ウェブサイトより

(9)環境省と熱中症対策の推進に関する連携協定を締結(2023.7.24)  
大塚製薬ニュースリリースより

#### ② 令和5年「STOP! 熱中症クールワークキャンペーン」への協力

職場における熱中症予防対策の徹底をはかることを目的として、厚生労働省が関係団体との連携のもと推進している令和5年「STOP! 熱中症クールワークキャンペーン」の実施要綱(10)において、暑熱環境下で働く方が、作業開始前にあらかじめ深部体温(脳や内臓などの体の内部の温度)を下げ、作業中の体温上昇を抑えるプレクーリングの手段の一つとして「アイススラリー」が推奨されています。

(10)令和5年「STOP! 熱中症 クールワークキャンペーン」実施要綱\_2023.3.3制定 (P.6-7)  
厚生労働省ウェブサイトより

その他、省庁や自治体の熱中症対策の施策(10)の中で2023年度は、世田谷区や熊谷市をはじめ各自自治体でクーリングシェルター(避暑施設)に「ポカリスエット」(11)を置いて熱中症対策に活用いただきました。

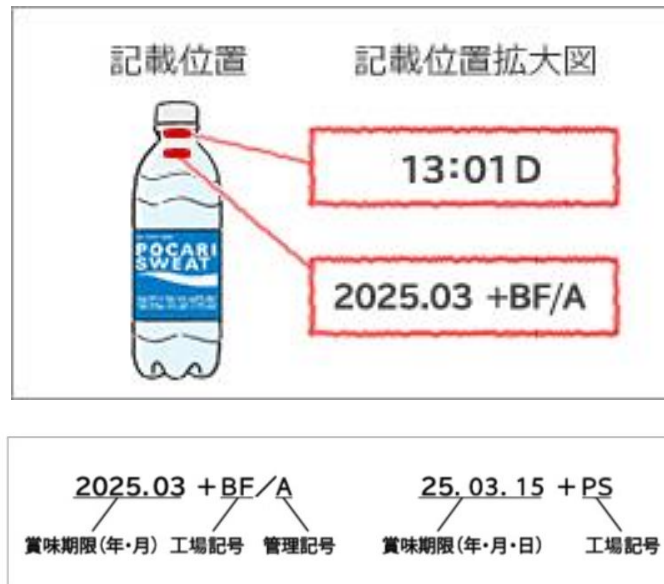
(11)指定暑熱避難施設の運営に関する事例(P.20-21)  
環境省ウェブサイトより

## 1-5. 食品ロス削減の取り組み

### ① 賞味期限の年月表示化拡大

大塚グループでは、生産技術の改善、需要に応じた生産量への柔軟な対応、原料の効率的利用や安全性・安定性の確保などにより、生産効率の向上を目指すことで、食品ロス削減の取り組み(12)を行っています。例えば大塚製薬では、94アイテムの製品で賞味期限の延長や、年月表示への切替えを行いました。(2022年の切り替え率から2023年は10%上昇)また、大塚食品でも、2022年までに切り替え可能なすべての製品で年月表示への切り替えを行いました。

賞味期限の表示例



[\(12\)品質 顧客対応 食品ロスを防ぐための賞味期限表示の変更](#)  
大塚ホールディングスウェブサイトより

[\(13\)協力企業・団体一覧](#)  
一般社団法人全国フードバンク推進協議会ウェブサイトより

### ② 社内販売の取り組み

社内に向けては、賞味期限間近や、外装が一部破損しているなどの理由により通常製品として出荷できない製品を、グループ社員に購入してもらう仕組みを導入し、廃棄を最小限に防ぐ取り組みをしています。2022年は116.4tのフードロスを削減することができました。

### ③ フードバンク団体への製品の寄付

各社で食品ロス削減を目的に、社内基準の出荷期限を越えた食品や飲料などを寄付しています。例えば、大鵬薬品では2022年に「チオビタ・ドリンク」などの製品約20万8千本、2023年度は約8万4千本を全国のフードバンク団体へ寄付(13)しました。

### ④ 社員食堂の取り組み

大塚製薬工場の鳴門本社の社員食堂では、地元産食材を積極的に活用したメニューの開発を行い、実食数予測にAIを活用し食品ロスの削減を行っています。地元産米の使用により米の輸送に関わるCO<sub>2</sub>は72%削減されました。大塚製薬工場の社員食堂では給茶機からの茶葉を回収して、再利用することで茶葉の廃棄量を40%削減しました。この事例は、グループ内で共有され、大塚食品と協力して「ジャワティ」を製造する際に出る残り茶葉もふりかけとして再利用するなど、取り組みが広がっています。

例) 徳島産「ゆこう」を使ったメニュー



自家製茶葉ご飯



## 2. コーポレートガバナンス

透明性・公平性を保ちつつ、迅速な意思決定を行うとともに、顧客、取引先、従業員、地域社会、株主等すべてのステークホルダーとの対話により信頼に応え社会的責任を果たしていくことを基本方針としております。

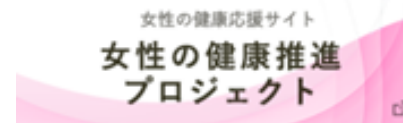
### 主な取り組み実績

### 参考情報

#### 2-1. 女性の健康に関する対話と啓発活動(大塚製薬)

##### ① 啓発活動

女性の健康分野で得られた研究開発の知見を活かし、女性の健康に関する様々な啓発活動を行っています。例えば、2015年より一般向けや企業向けセミナーを全国で開催しています。また、地域の健康サポートを行う薬剤師などを対象に、知識や実践技能を習得できるプログラムを無償で提供しています。



##### ② 正しい情報を伝える取り組み

自社ウェブサイト(1)(2)(3)を通じて正しい情報を伝える取り組みを行っています。また、次世代への啓発として、中高生新聞でも啓発を行うなど、より広い世代の女性に寄り添った啓発活動を行っています。2022年は、働く女性の健康意識調査結果をもとに、女性の健康を「企業ごと化」して捉えてもらう目的で企業の経営層を対象に情報提供を実施しました。また、2023年は、「女性ホルモンの働きについて知識のある女性の方がセルフケア等の行動に移している」という2023年の健康意識調査結果をもとに、継続して啓発活動を行いました。



[\(1\)女性の健康推進プロジェクト](#)  
大塚製薬ウェブサイトより

[\(2\)更年期ラボ](#)  
大塚製薬ウェブサイトより

[\(3\)PMS\(月経前症候群\)ラボ](#)  
大塚製薬ウェブサイトより

[\(4\)第8回消費者志向活動表彰](#)  
ACAP(公益社団法人消費者関連専門  
家会議)ウェブサイトより

[\(5\)社会品質 研究・開発 患者さんの声  
を活かした医薬品開発のためのペ  
イシエント・セントリシティの取り組み](#)  
大塚ホールディングスウェブサイトより

#### 2-2. 患者さんの声を活かした医薬品開発のためのペイシエント・セントリシティの取り組み(大塚製薬)

ペイシエント・セントリシティ(PC)とは、患者さんを取り巻く医療機関、規制当局、製薬企業の3者が患者さんを常に中心に捉え、患者さんに焦点を当てた医療を行い、最終的に患者さん本人の判断を最大限に尊重することを意味します。このうち製薬企業では、患者さんから直接またはその家族や患者団体を通じて入手した患者さんの声を企業活動に活かすことが期待されています。大塚製薬では患者さんの声を活かした医薬品開発を目指し、2020年よりタスクフォースチームを結成し、ペイシエント・セントリシティ活動(5)を行っています。例えば、一般の患者さんから治験同意説明文書の記載内容に意見をいただく活動や、大塚製薬の特例子会社で疾患を抱えながらも働く社員・その社員を支える支援者社員との交流を通して、相互理解の向上などに繋がっています。

#### 2-3. 地域が抱えるアンメット・ニーズ解決をサポートする「地域包括推進部」(大塚製薬)

大塚製薬の地域包括推進部では、地域が抱えるアンメット・ニーズについて自治体や医療関係者、教育現場などの声を傾聴し、様々なステークホルダーを繋ぎ課題解決のサポート(6)をしています。例えば、災害医療では、行政、薬剤師会、災害拠点病院などを専門家と繋ぎ、災害時の医薬品供給体制や救護所での薬事トリアージスキル、そしてこころのケアまで学べる包括的なプログラムを提供し、災害医療現場で活躍できる薬剤師の育成にも協力しています。

[\(6\)社会品質 顧客対応 地域が抱える  
アンメット・ニーズ解決をサポートする  
「地域包括推進部」](#)  
大塚ホールディングスウェブサイトより

## 2-4. 次世代を担う子どもたちへの啓発活動

### ① 熱中症対策の啓発活動(6)(大塚製薬)

大塚製薬では、社員が学校や施設などに直接出向き、「スポーツ活動中の水分補給」「からだ作りと栄養」といったテーマで熱中症の知識や対策などを多くの生徒に伝えています。各学校や団体の要望をもとに、生徒達に最も適した内容となるよう社員が工夫し、スライドや映像・紙芝居を使用した説明会を、授業や全体集会・部活動などの場で実施しています。

また、指導者向けの講座開催の要望も数多く寄せられたことから、地域の有識者(トレーナーやスポーツ栄養士)と協働し、教職員や保護者の方々を対象とした講座も実施しています。

教育現場においても重要課題の熱中症対策。詳しい教材がなく、多忙を極める教員たちの悩みも聞こえてきました。大塚製薬では、熱中症予防啓発のノウハウを活かし、熱中症を学ぶ教材「汗をとりもどせ！みんなで防ごう、熱中症」を制作。全国の中学校の授業への無償提供を行っています。

### ② プラントベースフードに関する啓発活動(7)(大塚食品)

大塚食品では、大豆飲料や大豆ミートなどのプラントベースフード(植物由来食品)を通じて、子どもたちに環境問題や人口問題、食品ロスなどのSDGsに関する問題について啓発する目的で、全国の小学校で出前授業を行っています。

また、学研プラスと共同で小学生向け学習教材「学研まんがでよくわかるシリーズ」から、「大豆ミートのひみつ」を制作し、全国の小学校約20,000校と公立図書館約200館、児童館約800館に寄贈しました。さらに、動画「プラントベースフードで学ぶSDGs」とワークシートで構成される教材を同社と共同制作し、全国の小学校に無償提供しています。



「学研まんがでよくわかるシリーズ」 動画「プラントベースフードで学ぶSDGs」

### ③ OTSUKAまんがヘルシー文庫の30年以上にわたる活動

次世代を担う子どもたちに基本的な健康の知識をわかりやすく伝えることを目的に、体の仕組みや栄養など健康をテーマにした漫画を毎年1冊ずつ発刊(8)し、全国の全小学校や特別支援学校、海外日本人学校、公立図書館などに寄贈しています。また、日本学校保健会と共催で「健康学習活用研修会」(9)を開催し、活用の提案や意見交換をするなど、創刊から30年以上を経た現在も進化を続けながら、健康価値をより伝える取り組みを行っています。

2023年は「大切なみんなの健康の巻」を発刊し、日本学校保健学会の学術大会でランチョンセミナー実施のほか、第60回全国小学校家庭科教育研究会 全国大会ならびに第56回全国小学校理科研究協議会研究大会において展示を実施し、多くの先生方に活動紹介をしました。



11巻「大切なみんなの健康の巻」

1	大切なみんなの健康の巻「はじめ」
2	生活習慣と感染症
3	食事の楽しさ 大切さ
4	うんちは健康のパロメーター
5	運動と成長
6	友だちとの大切な関わり
7	めだかのキリ 夢はジャンプでお月さま
8	大切なみんなの健康の巻「おしまい」

11巻のもくじ

[\(6\)健康・疾患啓発活動\\_熱中症対策](#)  
大塚製薬ウェブサイトより

[\(7\)サステナビリティ\\_地域社会への貢献](#)  
大塚食品ウェブサイトより

[\(8\)OTSUKAまんがヘルシー文庫](#)  
OTSUKAまんがヘルシー文庫  
ウェブサイトより

[\(9\)健康学習活用研修会](#)  
OTSUKAまんがヘルシー文庫  
ウェブサイトより

### 3. 社員の意識醸成

私たちは多様な人材の活躍を原動力として事業を進めてまいりました。顧客価値、真のニーズ、そして社会課題を把握し、新しいカテゴリーを創造し続けるために、あらゆる機会を利用しながら社員の意識醸成に努めます。

#### 主な取り組み実績

#### 参考情報

#### 3-1. 健康経営の推進

##### ① 推進体制

健康経営統括責任者である大塚ホールディングス取締役副社長のもと、グループ各社が加盟している大塚製薬健康保険組合、各グループ会社の健康経営推進者や産業医・産業保健師といった専門職スタッフとが連携し、組織横断で従業員やその家族の健康維持・増進に向けた取り組み(1)を進めています。

##### ② 専門医による女性の健康窓口の設置

大塚製薬健康保険組合では、2022年より婦人科産業医による女性の健康窓口を設置しています。そのほか、子宮頸がんウイルスチェックを希望する30歳未満の全女性被保険者に費用負担なしで実施することで子宮頸がんの早期発見・早期治療につなげています。(2)

##### ③ 社員のヘルスリテラシー向上の取り組み

大塚製薬健康保険組合では、「健康診断・人間ドックの受診」「健康セミナーへの参加」などの活動に対してポイントを付与し、福利厚生としてポイントを自由に選択・利用できる「カフェテリアプラン」を2023年より開始しました。そのほか、禁煙補助薬を使った禁煙プログラムを実施し、プログラム終了後も情報提供を行うなどサポートしています。(3)

#### 3-2. がんと就労へのサポート(大鵬薬品)

「がんアライ部※」が主催する「がんアライアワード」において、がんと就労の課題に対して大鵬薬品が継続してきた取り組みが評価され、「がんアライアワード2023において「ゴールド」を5年連続、新設「ベストプラクティス」を受賞(4)しました。

※がんと治療しながら働く「がんと就労」問題に取り組む民間プロジェクト



(1)(2)(3)社会・人材・健康経営  
大塚ホールディングスウェブサイトより

(4)がんアライアワード 2023 5年連続「ゴールド」および新設「ベストプラクティス」受賞  
大鵬薬品ニュースリリースより

#### 3-3. 社員への教育研修

##### ① 人権についての啓発

2023年度は人権をテーマにした全10回の社内報を連載したほか、年に1回のeラーニングを実施しました。

##### ② 環境に関する教育研修

2023年度は気候変動や資源循環などをテーマに全4回の社内報を掲載しました。

##### ③ コンプライアンス関連の教育研修

2023年度は、主要事業会社および国内外子会社約4万人を対象としたグローバル行動規準や腐敗防止規程、利益相反ポリシー、情報セキュリティ等コンプライアンスに関する研修を7回実施しました。

## 4. お客さまへの情報提供の充実とお客さまの声を活かす仕組みづくり

長年にわたる「健康」に関する研究、開発、事業活動において得た知見やノウハウを活かし、健康への気づきの促進や理解向上を目的として、セミナー、工場見学、ホームページなどを通じた相互コミュニケーション活動を行います。お問合せやご相談、ご意見に対応する適切な窓口体制を整え、お客さまから寄せられた声を製品の開発・改善に活かしてまいります。

### 主な取り組み実績

### 参考情報

#### 4-1. お客さまへの情報提供の充実(消費者商品)

① 大塚グループ各社では製品・サービスに関わる情報提供について専門の部署がその内容を厳しく確認しています。たとえば大塚製薬では、執行役員を委員長とし、業務管理部、法務部、生産本部、お客様相談室などの複数部門の責任者から構成される製品情報委員会を毎月開催し、販促企画や広告宣伝資材について審査を行っています。さらに、一つ一つの販促企画は、同じく複数部門から構成される製品情報委員会事務局ミーティングで毎週審議されています。(1)

② 大塚グループ各社では患者さん、医療関係者、お客さまに対する電話やメールなどの専門の窓口を設置し、担当社員には必要な研修を実施しています。また、グループ各社のウェブサイトには、製品別の「よくある質問」(2)や「お客様へのお願い」(3)を掲載し、お客さまに製品に関する適切な情報をお伝えするための工夫をしています。



大塚製薬サイト(製品別ご質問一覧)



大塚食品サイト(食品/飲料に関するよくあるご質問)

③ 大塚グループ各社では長年にわたる「健康」に関する研究、開発、事業活動において得た知見やノウハウを活かし、健康への気づきの促進や理解向上を目的としてセミナー、工場見学、ホームページなどを通じた相互コミュニケーション活動を行います。

#### 4-2. お客さまへの情報提供の充実(疾患啓発)

① 大鵬薬品では、静岡県立静岡がんセンターと共同でがん患者さんやそのご家族に向けて、治療によって生じるつらさをやわらげるための情報提供サイト(4)を共同運用しています。ウェブサイトを通じて、がんを経験した方が日々の暮らしのなかで直面する課題を、家族や医療関係者、他の経験者と共に乗り越えていくサポートを行っています。

② 大塚製薬では、アトピー性皮膚炎に悩むご本人やそのご家族に向けて、正しい情報を届け、受診へつなげることを目的に情報提供サイト「アトピース」(5)を2022年3月に開設しました。症状や治療方法についての基本情報のほか、患者さんへのインタビュー、漫画を使った解説、小児科医へスマホから無料相談できるサービス等を掲載しています。エビデンスにもとづく正しい情報を発信し、医師への相談機会を提供していることを評価いただき、「第16回ペアレンティングアワード」(モノ・サービス部門)を受賞(6)しました。

(1) [社会 品質 販売・販促 責任あるプロモーション活動のための審査体制](#)

大塚ホールディングスウェブサイトより

(2) [製品別 よくあるご質問](#)

大塚製薬ウェブサイトより

(2) [食品に関するよくあるご質問](#)

大塚食品ウェブサイトより

(2) [飲料に関するよくあるご質問](#)

大塚食品ウェブサイトより

(3) [お客様へのお願い](#)

大塚製薬ウェブサイトより

(4) [SURVIVORSHIP.JP -がんと向きあって-](#)

静岡県立静岡がんセンター・大鵬薬品  
共同運用サイトより

(5) [アトピース アトピー性皮膚炎の情報サイト](#)

大塚製薬ウェブサイトより

(6) [第16回ペアレンティングアワード 2023年受賞](#)

人気育児雑誌が選ぶ子育てトレンド「第16回ペアレンティングアワード」ウェブサイトより

## 5. 社内関連部署との連携による問題発生時の速やかな対応

生命関連企業の責務として、常に患者さんや生活者の皆さまのことを第一に考え、製品の品質安全性を最優先にした事業活動に取り組んでまいります。製品やサービスに問題が発生した場合は、速やかに関連部署の連携のもと情報収集と調査を行い、適切な対応とよりよい製品・サービスの提供に努めます。

### 主な取り組み実績

### 参考情報

#### 5-1. 大塚グループ横断のグローバル会議の開催

環境課題や品質課題、サプライチェーンの課題に対して各部署が相互に理解を深め、連携を強化することを目的に、従来部門ごとに開催していたグローバル会議を部門横断で2023年2月に初めて開催しました。15カ国・地域より調達、生産、品質、環境等の担当者156名が一同に会し、それぞれの部門における課題や取り組み、社会の要請をもとにした製品・サービスの改善事例を共有しました。また、生産・品質部門における功労者に対して表彰式を開催しました。(1)



「グローバル品質・供給・生産・環境会議」の開催(2023年2月)

#### 5-2. 大塚グループお客様対応担当者連絡会の開催

お客様対応関連部門では2008年より大塚ホールディングスの経営層参加のもと、国内のグループ各社のお客様対応担当者が集まる「大塚グループお客様対応担当者連絡会」をしています。各社の顧客の反応や共感・協働を報告し、ベストプラクティスの共有から企業のあるべき姿などのディスカッション実施しています。2023年より消費者対応専門の弁護士およびメンタルカウンセラーと契約し、グループ各社のお客様対応担当者が利用できる専門の相談窓口を設置しました。また、2023年3月より、顧客対応に必要な知識や困難事例への対処法などを習得するために「大塚グループ スキルアップ情報交換会」を毎月開催しています。(2)

#### 5-3. お客様の声を聴く会の開催(大塚製薬)

大塚製薬では、ニュートラシューティカルズ関連事業製品の販売後の製品情報の収集に努めています。お客様相談室に届いたお客様の声を、品質本部品質保証室の毎月の会議で生産や技術の関係部門と共有し、製品の改善検討と進捗確認を行っています。2018年からは規模を拡大した「お客様の声を聴く会」も年に1回開催し、調達部門、生産部門、品質部門のほかコンプライアンス部門や法務部門など大塚ホールディングスの担当者にも情報を共有し、お客様視点での品質の向上に努めています。2023年度は、129名が参加し、お客様の声を元にした製品の改善事例や進捗状況等を共有しました。(3)

#### 5-4. コンプライアンス監督委員会(大塚製薬)

大塚製薬では、事業活動のグローバル化に伴い、海外子会社／拠点に関するコンプライアンス情報を適時に把握し、適切に対応できる体制を構築するために2020年に取締役会直轄の主要ガバナンス機関として、コンプライアンス監督委員会を設置しました。大塚製薬の取締役副社長を委員長とし、四半期ごとに委員会を開催、コンプライアンス、プライバシー、情報セキュリティに関して、各地域の活動報告や課題の共有、今後のコンプライアンスリスクや優先事項についての協議を行っています。また海外子会社各社にコンプライアンス責任者を任命し、コンプライアンス担当者向けの研修の実施や地域ごとのコンプライアンス推進委員会の開催等も定期的に実施しています。

[\(1\)社会 品質 生産 グループ横断の「グローバル品質・生産・供給・環境会議」を開催](#)  
大塚ホールディングスウェブサイトより

[\(2\)社会 品質 顧客対応 お客様の声を活かした経営を推進する仕組み](#)  
大塚ホールディングスウェブサイトより

[\(3\)社会 品質 品質/安全管理 お客様の声を聴く会の開催](#)  
大塚ホールディングスウェブサイトより