

■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続ける企業を目指します。

=====
■取り組み方針

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。

=====
<2018年 主な取り組み・成果>

1. 大塚グループ全社で取り組むため「CSR推進委員会」を設立し、「消費者志向」も推進

2018年12月に大塚グループ各社からなる「CSR推進委員会」を設立し、企業理念のもと消費者志向をCSRの視点で推進しています。大塚グループではCSRを事業と一体化したものと認識し、企業理念のもと、健康でサステナブルな社会の実現を目指します。そのために、最適なガバナンス体制を土台として、社会と地球の健康に貢献する各種活動目標の達成に取り組めます。

2. 第3次中期経営計画に「消費者志向経営の推進」を明確に表明

大塚ホールディングスは2019年を初年度とした中期経営計画において、CSRの重要項目の活動のひとつとして「消費者志向経営の推進」を明記しました。

=====
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。

<2018年 主な取り組み・成果>

1. 医療関連事業の取り組み

世界中の患者さんに役立つ新薬を作り出すため、顕在化しているものの満たされないニーズに焦点を当て、独自のアプローチで研究開発を行っています。精神・神経、がん、循環器・腎を重点領域とし、日本のみならず、欧米や中国などさまざまな研究所と連携しながら画期的な製品づくりに取り組んでいます。

2. ニュートラシューティカルズ（*）関連事業の取り組み

医療関連事業で培われたノウハウを活かし、科学的根拠に基づく健康の維持・増進のための独創的な製品を開発。消費者が気づいていないニーズを掘り起こし、製品価値を粘り強くひろめていくことで、新たな市場をつくりだしています。

*ニュートラシューティカルズ（Nutraceuticals）は栄養を意味する（Nutrition）と医薬品を意味する（Pharmaceuticals）を組み合わせで作られた言葉です。

3. 社会全体の「健康維持・増進」の取り組み

① 地域社会と連動した健康維持の取り組み

医療費高騰、高齢化社会などの背景のなかで、大塚グループでは社会と連携した健康維持・増進の取組は必須だと考え地域社会と連携した健康増進や防災、災害支援活動を進めています。これまで「食育」「生活習慣病」「熱中症対策」「スポーツ振興」「女性の健康」「災害対策」などの知見やノウハウを活用し、健康づくりに関する様々な意識啓発及び教育活動を推進。現在、全国46都道府県（*）と地域包括協定を結んで協働しています。

*2019年7月現在

② 熱中症の予防啓発の推進

大塚製薬ではまだ「熱中症」という言葉がなかった90年代から25年以上、熱中症予防・対策の活動に取り組んでいます。イオン飲料を用いた研究成果に基づいて、スポーツ実施者や指導者、建設現場や工場等の暑熱環境下で働く方や高齢者などを対象に、「水分と電解質（イオン）補給の重要性」の情報提供を社員が行う「出張講座」を実施しています。また、大塚製薬工場でも深刻な脱水状態に陥る手前の予防対策を啓発する「教えて！『かくれ脱水』委員会」へ参加しています。

4. 「OTSUKAまんがヘルシー文庫」を小学校や特別支援学校に寄贈

子どもたちの健康づくりを支える活動として、「OTSUKAまんがヘルシー文庫」を毎年1巻ずつ発行、30年にわたり全国の小学校や特別支援学校などに寄贈しています。全250編のうちの80編はWEBサイトでも閲覧可能。児童が自由に閲覧して健康についてのたのしく学べるだけでなく、健康学習のツールとして授業や保健委員会活動などでも活用されています。

5. AIで子どもたちに楽しく食育

親子でコミュニケーションをとりながら、遊び感覚で楽しく、正しい食生活や栄養について学べる機会を提供したいと考え、AIテクノロジーを活用した本アプリケーションの配信を2018年5月に開始しました。その後、小学校の家庭科の授業教材として導入されるなど教育現場での活用も広がっています。

【スケッチクックの概要 <https://sketchcook.jp/>】

「スケッチクック」が、「PRアワード・アジア2019」3部門で受賞しました。今後も当社は、本アプリケーションを通じて家庭内だけでなく、全国の自治体などとも連携しながら、次の世代を担う子どもたちに食事と栄養の大切さを広めていきます。

=====

3. 社員の意識の醸成

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。

=====

<2018年 主な取り組み・成果>

1. “誰ひとり取り残さない”ことを目標にした周知活動

消費者庁の推進する「消費者志向経営」を解説し、全社員に「消費者志向自主宣言」を周知するために、説明資料（および配布用DVD）を作成しました。2018年末までに国内すべての各社・事業部の説明を行いました。

2. 工場見学対応のコミュニケーションツールの作成

消費者志向の取組みを説明するPPTと見学者対応Q&Aを作成。生産工場の現場の担当者が双方向コミュニケーションを進めています。

3. 「消費者志向自主宣言」のポスターを掲示（国内29か所）

「消費者志向」のポスターを大塚グループの事業所、研究開発拠点、工場に掲示しました。

4. 社内報で「消費者志向自主宣言」連載

消費者志向のPDCA促進のため、社内報に「消費者志向自主宣言」の連載を2019年3月から継続しています。消費者志向自主宣言の社会的背景や当社グループが参画する意図と目標をわかりやすく伝え、グループ社員一人ひとりが、いち消費者として取り組む活動や大

塚グループならではの貢献を紹介し、さらなる活動を推進するとともに、外部に紹介するエピソードとしても活用しています。

5. 大塚製薬「お客様の声を聴く会」を開催

大塚製薬ではお客様相談室のオペレータが受けた、お客様から製品の改善に関わる「気になる声」を品質保証部門と共有する会が行われていました。「消費者志向自主宣言」を機に参加部門が拡大し、さまざまな意見交換が行われ、活性化した活動が深化を続け、お客様の声を複数部門からの視点で製品の開発・改善に活かす取り組みを行っています。

6. 「お客様対応担当者連絡会」開催

大塚グループでは企業や事業の特性ごとに専門の顧客対応窓口が対応を行っており、大塚グループの各社窓口は定期的に情報交換会を開催しています。2019年3月は「消費者志向」がテーマとなり、お問い合わせ傾向、具体的なユーザの声、製品の安全性情報を共有し、営業現場、安全管理部門および品質保証部門と連携している状況や、お客様の声をもとにした製品改善の取り組みについて積極的な情報交換が行われました。

7. サステナブル製品認定委員会の設立

大塚製薬では医薬品とニュートラシューティカルズ関連事業製品の製品設計部門、環境担当部門、消費者関連部門からなる「サステナブル製品認定委員会」を設立しました。サプライチェーンにおける各対象段階において、環境面で配慮すべき事項を明確にして、既存製品の持続可能性を確認し、持続可能で革新的な製品を創出し続けることをミッションにしています。今後は開発される全製品がサステナブルな製品となるよう環境配慮設計のためのサポートやフォローを随時行っていく予定です。

=====

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。お問い合わせやご相談、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。

=====

<2018年 主な取り組み・成果>

1. お問い合わせやご相談、ご意見に対応する適切な窓口体制の構築

医療関連事業では患者さんや医療関係者の方に対して、製品の品質・安全性および使用性などの問題やリスクの最小限にするため、お問い合わせ傾向、ユーザの声、製品の安全性情報

を、営業現場、安全管理部門および品質保証部門と定期的に共有しているほか、内容を分析し、製品改善に向けた取り組みも行っています。

ニュートラシューティカルズ関連事業ではお客様からのお問い合わせは各社ごとに製品の種類に応じて専門部署が対応しています。社員には法規制やお客様に対する統一した対応についての小冊子を配布し、定期的な研修を実施しています。お客様の声は関連部署にフィードバックし、製品の開発改善に反映しています。不良品などのお問い合わせには原因分析と今後の対策を検討しています。

2. お客様への情報提供の充実

① 適切な製品情報の提供のための審査を行っています。

ニュートラシューティカルズ関連事業においては法規制に則った適正なマーケティング・販促活動を行うために、医療関連事業部同様の複数の部署からなる審査機関を設置し、お客様に提供する製品・サービス・情報について審査を行っています。

② 科学的根拠に基づいた情報提供のための「学部」を設置しています。

大塚製薬のニュートラシューティカルズ関連事業では科学的根拠に基づき健康価値を訴求した製品を展開するたえに製品情報および周辺知識や最新の学術情報などを収集・発信する「学部」を設置し社員向け勉強会を毎月実施しています。

③ AI を活用したお客様相談室の対応品質の向上

お客様相談室では受電率、対応内容を定期的に確認し、対応品質の向上を諮っています。また、近年は機能性表示食品の取り扱い増加に伴い、お客様からの相談や商品情報の提供に、より詳細できめ細やかな対応を求められるようになってきました。そこで大塚製薬ではお問い合わせ内容等とともに、高頻度・優先性の高い回答をAIが候補として挙げることでオペレータのより迅速、かつ的確な対応が可能になりました。AIによって「人材の短期育成」「高精度の対応」が可能になりましたが、お客様からの電話に直接対応する「人」が一番大切なことには変わりはありません。これからも「お客様視点」で対応品質の向上に努めて参ります。

3. 相互コミュニケーション活動

① 「健康寿命の延伸」をテーマにした、女性の健康／睡眠セミナー

社会課題である「健康寿命の延伸」をテーマに掲げた製品開発と啓発活動を行うなかで蓄積したノウハウを生かした「女性の健康」と「睡眠」等における正しい知識とともに解決法を広めるセミナーを開催しています。

② 水分電解質補給の啓発活動

大塚グループでは、熱中症予防・対策として「水分と電解質（イオン）補給の重要性」についての情報提供を25年以上にわたり行っています。現在では、子供から高齢者、スポーツ実施者や指導者、建設現場の他、工場などの暑熱環境下で働く方にその対象を広げ、熱中症に関する正しい知識の普及・啓発、注意喚起により、人々の健康の維持・増進をサポートしています。長年の熱中症研究で蓄積したノウハウをもとに深部体温に着目して開発した新しいポカリスエット「ポカリスエット アイススラリー」を2018年から期間限定で発売しており、環境省の「環境、循環型社会、生物多様性白書」に個人で取り組む暑熱・熱中症対策に取り上げられました

■ 「環境、循環型社会、生物多様性白書」

<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r01/pdf/gaiyou.pdf>

=====

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・成果>

■ 第1回 グローバルプロダクトクオリティ会議 開催

大塚製薬にて、品質における課題や将来に向けての継続的な品質向上に取り組むため、「第1回 グローバルプロダクトクオリティ会議 (Global Product Quality Meeting)」を2019年2月に開催。9か国22社の経営者のほか、品質関連部門の責任者約100名が参加しました。品質における課題や将来への取組み等をグローバル各社で協議し、互いに学びあい、品質向上への能動的な活動を継続することが、よりよい品質経営のために大切であると話し合いました。

大塚グループは、「消費者志向」をグローバルに展開することで、世界の人々の健康に貢献する、社会に必要な企業として存在し続けたいと考えています。今後も消費者とのコミュニケーションの深化を進め、持続可能な社会の実現のためにさまざまな取り組みを行ってまいります。

2019年7月