

2020年 消費者志向自主宣言・フォローアップ
＜2019年8月 - 2020年10月 主な取り組み・成果＞

1. 経営トップのコミットメント

(1) 第3次中期経営計画の取り組みと進捗を公表（大塚グループ統合報告書 2019）

大塚ホールディングスは2019年～2023年の中期経営計画において重要課題（マテリアリティ）の活動のひとつとして「消費者志向経営」の推進を掲げ、統合報告書2019（2020年発刊）において活動状況を公表しました。

大塚グループ統合報告書 <https://www.otsuka.com/jp/ir/library/annual.html>

(2) CSR推進委員会における消費者志向の活動（大塚グループ横断の推進活動）

大塚グループ各社からなる「CSR推進委員会（2018年12月発足）」を年に1回開催。各社および各領域毎に具体的取り組みの共有を推進しました。2020年は資源共生をめざした「大塚グループプラスチックステートメント」を公表し、人権・労働・環境・腐敗防止を考慮した「大塚グループ調達方針」および「大塚グループCSR調達ガイドライン」を改訂し、公表しました。

① 大塚グループ環境方針のもと、資源共生をめざした「プラスチックステートメント」公表

大塚グループ環境方針 <https://www.otsuka.com/jp/csr/environment/>

大塚グループプラスチックステートメント <https://www.otsuka.com/jp/csr/environment/plastic.html>

グローバルにおける持続可能なPET原料の割合を2030年までに50%、2050年までに100%にすることを目指します。

② 人権・労働・環境・腐敗防止等を考慮したグループ横断の「大塚グループ調達方針」策定、ビジネスパートナーにも遵守していただけるよう「大塚グループCSR調達ガイドライン」公表 環境や人権に配慮した調達活動のためのSAQを、2019年までに延べ34社に実施しました。

大塚グループ調達方針：<https://www.otsuka.com/jp/csr/society/quality/procurement.html>

大塚グループCSR調達ガイドライン：

https://www.otsuka.com/jp/csr/society/quality/images/procurement_guideline_2020_jp.pdf

2. ステークホルダーとの連携による事業活動の推進

(1) 医療関連事業の取り組み（新たな結核治療薬をパートナーと共に100か国以上に展開）

2014年に、約50年ぶりの新たな結核治療薬のひとつとして発売され、2015年にWHOの必須医薬品モデル・リストに掲載された抗結核薬を世界中の患者さんに治療薬を届けるため、各国・地域での医薬品承認取得に加え、「世界抗結核薬基金」をはじめとする、さまざまなパートナーと活動を継続し現在、この薬は世界100か国以上で使用されています。この活動は、2019年10月、発展途上国の保健医療の向上を目的に活動している国際製薬団体連合会（IFPMA）が発信した「Global Health Progress」で、SDGs（SDGs 3, 5, 10, 17, 9）と関わる活動として紹介されました。

- ・ Global Health Progress:

https://www.ifpma.org/wp-content/uploads/2019/10/IFPMA_Global_Health_Progress_Poster_A4.pdf

(2) ニュートラシューティカルズ関連事業の取り組み（全国 47 都道府県全てと協定を締結）

日本国内における取組のひとつとして大塚製薬が推進した自治体との連携は 2019 年 9 月に全国 47 都道府県全てとの連携協定を締結。科学的根拠をもった独創的な製品開発で得た知見やノウハウをもとに、「生活習慣病予防」「熱中症対策」「食育」「スポーツ振興」「女性の健康」「災害対策」などの情報提供で、健康づくりの活動を推進しています。また、企業の経営者の皆さまが「健康経営」を学び、情報交換できるコミュニティサイト「健康社長」を 2020 年に開設しました。

- ・ 健康社長 : <https://www.kenko-shacho.com/>

3. 社員の意識の醸成

(1) 大塚グループ「お客さま対応担当者連絡会」の開催（年 2 回）

グループ各社のお客さま対応担当者が集まる会を年に 2 回開催。各社のお客さま対応窓口が届いた声の共有や、お客さま対応のベストプラクティスの共有と消費者志向のさらなる進化のためのディスカッションを行っています。

2020 年前期はお客さまの声をきっかけにした製品改善や情報提供事例を共有しました。

高齢のお客さまにとって使いやすい容器の開発や、お子さまにも分かりやすいアレルギーの表示医療従事者へのより丁寧な情報提供の事例は CSR サイトにも公開しています。

2020 年後期はリモート会議で開催。コロナ感染症の拡大に応じたお客さま対応の状況や、コンタクトセンターの感染防止のための取り組みや、働き方改革、BCP の取り組みについて共有し、ディスカッションを行いました。グループ各社の取り組みの共有と連携により、グループ全体の消費者志向の具体的な推進を図っています。（具体的な事例は項目 4. にてご紹介）

(2) 「消費者志向経営」や「環境」「SDG s」の社内浸透と教育・研修

「消費者志向経営連載」「環境」「SDG s」に係わる大塚グループの具体的な貢献を記事として連載し、意識の醸成を図っています。また、2020 年はグループ各社で E ラーニングなどを活用した教育や研修を実施しました。結果を分析・検証し、学習を活かした事業活動を推進しています。

4. お客さまへの情報提供の充実とお客さまの声を活かした製品改良

(1) コロナ感染症拡大に対応したコンタクトセンター情報提供活動

大塚グループは生命関連企業として患者さんや医療関係者、生活者の皆さまからのお問い合わせに対応することを重要な責務と考えております。コロナ感染症拡大下には電話対応シフトの見直しや、メールの活用、複数拠点での対応等、さまざまな工夫で対応を行っており、大塚製

薬、大塚製薬工場、大鵬薬品工業の3社の医療用医薬品等に関するお問い合わせ対応部門では、従業員の安全・安心を保ちながらDI*業務を継続するため、在宅勤務に移行しました。事例として大塚製薬工場の「輸液DIセンター」では、2/27に発令された小中学校の臨時休校をきっかけに、かねてより準備していたBCPを実践。順次在宅受電を拡大し、7都道府県を対象とした緊急事態宣言の発令中100%在宅で受電対応を行い、現在も在宅受電を基本として継続しています。病院への訪問規制下、医療関係者等からのお問い合わせに対して応答率100%をキープし、コロナ感染症の医療現場を支える一助として貢献しました。

CCJ** コンタクトセンターアワード2020 審査員特別賞 BCPアワード受賞 <https://www.cc-award.com/news/816>

*DI (Drug Information) : 医薬品等の問い合わせ対応 ** CCJ : コールセンタージャパン

(2) ご高齢のお客さまとともに取り組んだ製品改良

「高齢者の“できない”を“できる”にしてくれてありがとう」

大塚製薬工場のオーエスワンシリーズは軽度から中等度の脱水状態の方の水・電解質を補給・維持するのに適した病者用食品です。ご高齢の方や療養中の方からの「ペットボトルのキャップが固くて、開けにくい」とのお申出をきっかけに容器の改良に着手。高齢者を中心とした実際にご利用になる200名を超える消費者の皆さまの生の声をお聞きしながら、約3年をかけ、開けやすさと握りやすさに配慮したオリジナル容器を開発しました。改良された製品をご利用になったお客様から「いままで、自分では開けることができず開栓を介助者に頼っていた高齢者が自分で開けられるようになりました。高齢者の“できない”を“できる”にしてくれてありがとう。」との感謝のお手紙もいただきました。

2020年度日本グッドデザイン賞受賞 https://www.otsukakj.jp/news_release/20201001.html

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。

(1) お客様対応部門と関連部門の連携

大塚グループでは販売後の製品情報の収集に努めています。お客様対応部門に届いた情報は生産や技術の関係部門と共有し、品質と安全性の確認や製品改良について常に検討を行っています。

(2) 大塚グループ「グローバルプロダクトクオリティ会議」を開催

医薬品および栄養製品の品質部門の責任者約100名が参加しました。1年間の品質業績を経営者とともにレビュー、成功例のみならず課題事例からも学び、品質の向上と人材育成に努めています。

2020年10月