

# 大鵬薬品の取り組む社会課題と貢献するSDGsのターゲット

E	S	G	ISO26000 中核主題	大鵬薬品が 取り組む 社会課題	KPI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
						軌跡 をなく そう	貧困 をゼロ に	すべ ての 人に 健康 と福 祉を	質の 高い 教育 をみ んなに	5ジ ェン ダー 平等 を 実現 しよう	安全 な水 とト イレ を世 界中 に	7エ ネ ルギ をみ んに そ して クリ ーン に	8 働き が いも 経済 成長 も	9 産業 と技 術の 革新 を促 そう	10 人や 国の 不 平等 をな くす よう	11 住み 続け られ るま ちづ くり	12 つ く る 責 任 つ か う	13 気 候 変動 に 具 体 的 な 対 策 を	14 海の 豊か さを 守ら う	15 陸の 豊か さを 守ら う	16 平和 と公 正を すべ ての 人に	17 パー トナ ープ で目 標を 達成 しよう	
	S		消費者課題	アンメットメディカル ニーズに対応した 研究開発	患者さんが必要とする難治性疾患の革新的シーズ創出 初回承認を取得したプロダクト数※1 P3に移行した試験数 研究開発人材の育成に関する取り組み（研究） 研究開発人材の育成に関する取り組み（開発）			3.3 3.4 3.5 3.7 3.8	4.3 4.4	6.3			8.2 8.4	9.4 9.5			12.2 12.5 12.8	13.1				17.16 17.17	
	S		消費者課題	がん治療をはじめとした 医薬品へのアクセス拡大	がん治療へのアクセス拡大（大塚グローバル製品） 拡大試験の件数			3.2 3.3 3.4 3.5 3.7 3.8									12.4 12.8					17.16 17.17	
	S		消費者課題	医薬品の 適正で倫理的な 情報提供	ウェブサイトへの治療の登録率 試験結果の掲載件数 市販品及び治療の安全性情報の規制当局への期限内の報告率 市販品及び治療の安全性情報の提供会社への期限内の情報提供率 販売情報提供活動監視事業における厚生労働省からの行政指導の件数 情報提供活動に対する外部評価を分析し、継続的な取り組みを実施（医療用医薬品）			3.3 3.4 3.5 3.8					8.4	9.5	10.3		12.1 12.8					16.3 17.17	
	S	G	組織統治	研究倫理・研究公正・動物 福祉に配慮した研究活動	研究倫理・研究公正・動物福祉に関する社員教育の受講率 動物実験の自主管理体制の第三者認証			3.3 3.4 3.8	4.3 4.4													16.3	
	S		消費者課題	外部とのパートナーシップ による 研究開発の促進	アカデミアと創薬段階の先端共同研究 提携会社からの導入・導出件数（他社と関与している品目） CVCを介したパートナーシップによる新規創薬プラットフォームの構築			3.3 3.4 3.8	4.4					9.5									17.16 17.17
E	S		環境 消費者課題	生活者のインサイトと環境 配慮を追求した コンシューマーヘルスケア 商品の開発と提供	環境素材およびユニバーサルデザインに対応した新商品、デザイン変更品の比率（CHC商品） 主要なCHC商品のカーボンフットプリントを社内算定・分析 CHC商品廃棄量 アジアを中心としたグローバルアクセス拡大（国数）（CHC商品） 生活者の声を反映したCHC商品の開発およびリニューアル		2.2	3.2 3.4 3.5					9.4				12.5 13.1	13.1					
	S		消費者課題	トータルヘルスケアを 実現するための 生活者への情報提供	関連法規・社内規定に沿った適切な広告物、販促物の使用率（CHC商品） 営業・マーケティング活動に関わるコンシューマーヘルスケア全従業員へのプロモーション・ マーケティング関連規制の研修回数 CHC商品のブランドパーパスを生活者に浸透、ブランド認知度の向上 CHC商品サイトおよびブランドサイトの充実		2.2	3.2 3.4 3.5	4.5									12.8					17.17
	S			コミュニ ティへの参 画及びコ ミュニティ の発展	がん患者さんの声を活かし た社会共創			3.4 3.8					8.5					12.8					17.17
E	S			コミュニ ティへの参 画及びコ ミュニティ の発展	地域社会の 活性化		2.1	4.1 4.2					8.5			11.6 11.7	12.5	14.1	15.1				17.17
		G	組織統治	コーポレート ガバナンスの強化	リスクマネジメントシステムの運用と継続的改善 組織体制及び各種規定（取締役会規定、職務権限基準表）等のガバナンス体制の継続的改善																	16.5 16.7	
	S	G	消費者課題	「製品と情報」の 信頼性保証	クオリティコントロールの醸成及び推進のための研修 大鵬グループ（Taiho World Wide）QMS（Quality Management System）の一環としてTWWW全 社を対象にリスク評価を実施する 法令体勢強化の社内研修の回数			3.3 3.4 3.5 3.8	4.3 4.4	6.3							12.6 13.1	14.1				16.3 17.16	
	S	G	消費者課題	安定供給	BCP品目の原材料仕入れ先の調査と調達リスクの分析の実施率（原材料） BCP品目以外の原材料仕入れ先の調査と調達リスクの分析の実施率（原材料） アワードナーの適格性の評価 リスク評価結果が「高」の原材料の複数購買候補の抽出率 更新対象の全ての海外輸送品のユーザー審査票の更新 製品在庫月数（リスク品目） ISO22301の継続審査および内部監査における不適合指摘件数			3.4 3.8								11.5							17.16 17.17
E	S	G	公正な事業 慣行	環境と社会に配慮した サステナブル調達の推進	直接材の仕入れ先における人権・労働・環境・腐敗防止に関する取り組み状況の把握 直接材の仕入れ先における人権・労働・環境・腐敗防止の取り組みに関する調査 直接材の仕入れ先へのサステナブル調達への取り組みに関する説明会の実施			4.3 4.4		6.3	7.3	8.7	9.4	10.2			12.2 12.4	13.1	14.1	15.1		16.3 16.5 17.17	
		G	組織統治	コンプライアンスの徹底	重大なコンプライアンス違反件数			3.8	4.4				8.8		10.3							16.1 16.3 16.5 16.10	
	S		人権 労働慣行	人権尊重と ハラスメントフリーの推進	ハラスメントフリーに特化した取り組みの概要 ハラスメントフリーの教育コンテンツの配信回数と総研修時間 人権に関わる方針等を周知する全従業員研修の概要と回数			4.4	5.2				8.5		10.3								16.1
	S		労働慣行	企業理念の浸透・ 組織風土醸成	従業員満足度調査を年に一度実施し、企業理念浸透に関連する項目の結果を分析する 企業理念浸透に関連する取り組みを開示する			3.4 3.8	4.3 4.4				8.5				12.8						
	S		労働慣行	ダイバーシティ& インクルージョン の推進	女性管理職比率			3.7		5.1 5.4 5.5			8.2 8.5 8.8		10.2 10.3								
	S		労働慣行	ディーセントワーク （働きがいのある人間 らしい仕事）の促進	有休取得率 間接材の仕入れ先※2のAribaシステムの適用と実施 全仕入れ先の間接材の請求書の電子化率 直接材の仕入れ先の請求書の電子化率 直接材の仕入れ先の納品書の電子化率	1.2							8.1 8.2 8.5 8.8		9.5	10.3						17.17	
	S		労働慣行	人材育成の推進	DX人材育成 DX人材育成プログラム実施 情報提供活動に関わる人材育成の各種教育・研修内容（医療用医薬品）			3.3 3.4 3.8	4.3 4.4				8.2 8.5	9.5								16.5	
	S		労働慣行	社員の健康と 労働安全の推進	定期健診受診率 40歳以上の人間ドック受診率 喫煙率 休業（1日以上）を伴う労働災害発件数 労働災害発件数及び労働災害強度率			3.1 3.3 3.4 3.5 3.8		6.3			8.8				12.4						
E			環境	カーボン ニュートラル	CO2排出量 営業車由来CO2排出量						7.2 7.3	8.4	9.4			11.6	13.1						
E			環境	サーキュラ エコノミー	廃棄物単量削減・埋立量 OA用紙、パンフレット※3の使用量 新規で制作した製品情報資料におけるFSC認証紙の使用			3.8		6.3	7.a	8.4 8.5	9.4		11.5 11.6	12.2 12.3 12.4	13.1 13.3	14.1	15.1 15.2 15.4			17.17	
E			環境	ウォーター ニュートラル	工場の水管理プログラムの展開			3.9			6.3 6.4 6.6					12.4		14.1					
E	S		コミュニ ティへの参 画及びコ ミュニティ の発展 環境	バイオ ダイバーシティ	「とくしま協働の森づくり事業」への参加 コンシューマーヘルスケア商品の新商品および既存品の大型リニューアル時において、 環境配慮素材を100%導入する			3.8	4.7	6.6		8.2 8.4 8.5	9.4		11.5 11.6	12.2 12.3 12.4 12.5	13.1	14.1	15.1 15.2 15.4			17.17	

※1 申請した規制当局数に関わらない。

※2 全ての間接材取引金額の33%以上の全取引先。または、間接材年間取引金額100億円以上の全取引先。

※3 患者さんからのニーズが高いものは含まない。