



特集

グローバルCSRを考える 久光インドネシア

久光インドネシアは、1975年にインドネシアのシドアルジョに工場を設立し、今年で42周年を迎えました。いまでは、日本と同様に貼付剤といえば「サロンパス®」というほど国民によく知られた商品となっています。2015年の新工場稼働により生産能力が倍増、インドネシアはもとより東南アジア各地に商品を輸出しています。

久光インドネシア概要

久光インドネシア (HIC) は、インドネシア第二の都市であるスラバヤ近郊のシドアルジョに工場と本社機能を持ち、首都ジャカルタには営業本部、その他主要都市10カ所に支店を持っています。

従業員は約300名で、日本から派遣しているHIC代表と生産本部長の2名以外は、工場長をはじめ現地従業員を採用しています。



▲ 久光製薬創業170周年のイベント (人文字)

工場屋上で人文字を作ったことが、地元新聞でも紹介されました。

生産・営業活動

シドアルジョ工場は1975年の創業以来拡張を続け、現在は2004年にリニューアルした第1工場、2015年に新設した第2工場の2工場体制となっています。医薬品を生産するための認可、廃棄物処理などの環境関連法規制、最低賃金などの雇用に関する規制など、インドネシアの関連法規制を遵守した上で、生産活動を行っています。設立当初は周辺に工場などではなく、地域の雇用先としても貢献してきました。

インドネシア国内では、サロンパス®やバイバイフィーバー®(冷却シート)などの商品を医薬品卸業者を通じ、大規模なショッピングモールや街中の小規模店舗など様々なルートで販売しています。営業社員は、各店舗の状況を把握した上で、数多くのキャンペーンを実施し、サロンパス®ブランドの認知度を高める活動を行っています。



▲ サロンパス®の製造工程

雇用確保と生産性のバランスをとった生産ラインを設置、主要設備以外は、現地製を前提としています。



▲ 社員食堂での昼食

社員食堂では宗教上の配慮からハラールに基づいた食事を提供しています。



▲ 工場内の礼拝所

勤務時間の所定時間に礼拝を行えるよう、工場内にも礼拝所を設置しています。



▲ ショッピングモールでの商品説明

小売パートナーと協力し、ポスター、POPなどによりサロンパス®ブランドの浸透を図っています。



▲ 店舗でのコミュニケーション

小規模店舗なども1店1店訪問し、丁寧に店舗関係者やお客さまの声を集めています。



▲ サロンパス®の日、統一活動

インドネシア社会に対する従業員の思い

工場長兼品質部長 イスティック

入社から26年たち、古参の一人となりました。品質部門でキャリアを積んだ後に工場長となり、現在、本部長の廣木さんとともに工場の全体運営を行っています。医薬品を扱う企業としてGMP、PIC/Sといったコンプライアンスは当然のこと、環境保護などにも積極的に取り組んでいきたいと思っています。

インドネシアでも女性の工場長はめずらしいのですが、誰もが働きやすい職場にし、インドネシアNo.1の会社となるように努めていきます。



総務・人事部長 ヤヤン

2009年に入社し、10年近くなります。ITや法務なども含め、幅広く業務を行っています。インドネシアの国内法規制は常に改正されているので、現在も法律の勉強を続けています。「お客様第一」「QOLの向上」といった久光製薬の基本の考え方を、自分の業務を通じてその基盤を確かなものにしたいと思っています。新工場設立時に中富博隆会長がおっしゃった「ローカルグローバルカンパニーになろう」を目指し、インドネシアでの評価をあげていきたいと思っています。



◆ ステークホルダー・エンゲージメント

久光インドネシアでのCSR活動をさらに向上させていくため、原材料のサプライヤーであるPT. Jutarasa Abadi社とインドネシアの政府機関であるBPOMの関係者とエンゲージメントを実施しました。

ステークホルダー・エンゲージメント：ステークホルダーの要求を理解し、自社の活動や意思決定に反映させる仕組み

PT. Jutarasa Abadi社とのエンゲージメント



参加者／PT. Jutarasa Abadi社 Tejo Kusumaraga, Setiadi, Didik
久光インドネシア 加藤代表、廣木生産本部長、イスティック、ヤン、ジュリウス、アグン、アルベルト
開催日／2017年7月7日

PT. Jutarasa Abadi社は、1985年から久光インドネシアと取引を開始、インドネシアで香料などの医薬品関連の卸や農業生産販売などを手がける企業グループです。循環型経済やフェアトレード、ならびに生産者の人権などを踏まえた多くのプロジェクトも実施しており、その内容をご紹介いただきました。久光インドネシアからCSR状況などをお伝えし、様々な情報交換を通じて久光インドネシアに対しての今後の期待などを伺いました。

「歴史ある久光製薬のCSRに対する取り組みに敬意を払うとともに、CSRについて、もっと知りたいと思う意識が強くなった」という今回のエンゲージメント開催に対する感謝の意や、「インドネシアでは農業に関わる課題も少なくないことから、国内の農業、原料、製品といった連携したプロジェクトを今後一緒にできないだろうか」といった具体的な提案などをいただきました。

廣木生産本部長

こうしたエンゲージメントの機会を持つのは久光インドネシアとして初めての試みでした。業務的な内容ではなく、CSRを切り口とした情報交換により、あらためて調達先のポテンシャルやインドネシアの社会的状況について知ることができ、大変勉強になりました。

◆ インドネシア社会に対する従業員の思い

セールス&マーケティングジュニアディレクター レフィナ

久光製薬に勤める前はインドネシアの製薬企業にいましたが、「貼付剤による治療文化を世界へ」という使命に共感し、2015年に入社しました。インドネシアは若い国で若年層人口も多いので、これまで培ってきたサロンパス®ブランドをさらに広めて確固たるものにしたいと思っています。

インドネシアでも健康志向など国民の意識が変化してきているので、そういった傾向をしっかりと把握し、マーケティングに活かしていきたいと思っています。



マーケティング部長 カエル

入社30年になります。現在のサロンパス®ブランドからは想像もできませんが、当初は市民に認知されておらず、お客さまになかなか話も聞いてもらえなかったものです。今では成分表を見て質問されるほど、商品に対する意識が高まっています。さらに、人々の医薬品や健康に対する要望に応えられるよう、イノベーションを通じてインドネシアNo.1企業を目指します。



BPOMとの
エンゲージメント

参加者／BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan-Republik Indonesia(インドネシア国家食品医薬品監督庁)
Deputy of Traditional Medicine, cosmetics and complementary Product Control/ **Ondri Dwi Sampurno**
Directorate of Traditional Drug, Food Supplement and Cosmetics/ **Maya Gustina Andarini**
Directorate of Inspection and certification of traditional medicine, cosmetics and complementary products/ **Indriaty Tubagus**
Head of Subdirector Product 1 (Traditional and Quasi Drug) / **Cendikia Sri murwati**
Head of Subdirector Surveillance of Traditional Drug, Cosmetic and Food Supplement/ **Kenik Sintawati.**
Head of Subdirector Product 1 (Inspection)/ **Rosita**
久光インドネシア 加藤代表、アユ、アウ

開催日／2017年7月10日

久光インドネシアにおける医薬品製造の事業認可などに関わるBPOMとダイアログを行い、インドネシアの医療・健康の状況などCSRに関わる一般的な概況などを伺いました。

「インドネシアは、国民の意識も含め、日常の健康や病気にならないための予防といったものへの関心が高まってきている」といった現状をお話いただきました。久光インドネシアからはコンプライアンス上の取り組みや、CSR活動などの概要を説明し、ご理解いただきました。

加藤 HIC代表

普段は自社の事業を中心に考える傾向にありますが、今回BPOMとのエンゲージメントを通じて、より広い医療・健康という面から社会的課題を見直すことができました。ダイアログを通じて知った政策関係者の認識などを、今後の取り組みに活かしていきたいと思えます。

マーケティング部シニアマネージャー
アウ

日本に留学した後、久光製薬に入社し、2012年から久光インドネシアに勤めています。母親が薬剤師であったこともあり、インドネシアで人の役に立つ仕事をしたいと思っていました。今は医療・健康の啓発を通じて久光製薬を理解してもらえるようなマーケティングに努めています。インドネシアの人々のQOL向上のため、エシカルの領域も含めて社会への貢献を考えていきたいと思っています。

マーケティング部ジュニアプロダクトマネージャー
フィトリ

サロンパス®ブランドへのあこがれもあり、2009年に入社しました。日本では常識的な国民皆保険制度はインドネシアでは構築中で、皆が健康に関心を持っています。日本の良いところを学び、幅広く健康志向を広めるとともに久光インドネシアを発展させていきたいと思っています。20年後にはインドネシアで一番の企業として、責任あるポジションで仕事をしていけたらと思っています。