

おいしさ、けんこう、  
つぎつぎ、わくわく。))



# 消費者志向自主宣言 フォローアップ<sup>o</sup>2021

対象期間：2021年1月1日～2021年12月31日

2022年1月  
フジッコ株式会社

## 理念

フジッコは、生理機能、予防医学、伝統食文化などの研究をベースに、自然な素材を生かした安心・安全な高い品質の商品、サービスを提供することによって、お客様の健康増進をサポートする健康創造企業となることを目指します。

## (2) 取り組み方針

# ①経営トップのコミットメント

## ①経営トップのコミットメント

事業経営とは、当社を取り巻くステークホルダーの皆様との「信頼」の上に成り立っていると認識しています。

また、食品を取り扱う企業の「経営の基本」として、“お客様の利益（ベネフィット）を第一に考えること”により、経営理念に基づく「安心・安全・健康」の品質第一主義が社会の持続的発展にも貢献していることと考えています。

（主な取り組み・成果・改善内容）

### ◆“ニュー・フジッコ”の取り組み

フジッコの商品は愛着ある良き生活必需品として、コア事業は昆布、豆、おかず、ヨーグルトから成り立っております。コロナ禍、健康、美味しさ、安心・安全の経営理念に適う製品の安定供給を行い、食を通じてステークホルダーの皆様の健康に貢献し続けることに全社一丸となって取り組みました。しかしながら一方で、「ブランド価値の揺らぎはないか」など克服しなければならない課題も露呈いたしました。

そこで、当社は、“ニュー・フジッコ”の創造と題し、「ブランド価値の強靱化」「生産性向上」「働き方改革」の3本柱の改革を推進し、新しい強靱な会社づくりの取り組みをスタートいたしました。

# ①経営トップのコミットメント

(主な取り組み・成果・改善内容)

## ◆SDGsへの取り組み

2020年4月より、SDGsを経営課題の一つとして推進するため、取締役を委員長とする「SDGs推進委員会」を発足いたしました。2021年度は、「5つの健康」と連携を強化し「健康創造企業」に繋がる活動にSDGsを位置づけ、3つの重点取り組み課題に対してそれぞれ推進責任者（執行役員又は部門長）を定め、課題ごとに設定したKPIの達成を目指しております。特に、日本が宣言した2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「2050年カーボン・ニュートラル宣言」に対し、当社は昆布養殖によるブルーカーボン※など、フジッコならではのアプローチで、カーボンニュートラルを目指しております。

同委員会では各取り組み課題の進捗報告を行い、相互に助言・協力することで活動に実効性のあるものにするとともに、相互モニタリングにより規律ある活動に取り組んでおります。

## 3つの重点取り組み課題



※ブルーカーボン…昆布などの海洋生物が吸収するCO2のこと

## ②コーポレートガバナンス体制の確保

### ②コーポレートガバナンス体制の確保

当社は、全てのステークホルダーの皆様からの「信頼」をより一層高めるため、新たなコーポレートガバナンス体制の構築を推進しています。

当社では、“お客様の利益（ベネフィット）を第一に考えること”を前提として、経営課題の重要な意思決定を行っています。

取締役会においては、社外取締役も含め、常に顧客視点で活発な議論を展開しています。経営執行会議においては重要な業務執行事項の意思決定を行っていますが、このような意思決定を通じて“お客様の利益（ベネフィット）を第一に考えること”が理解・徹底されています。また、常勤監査等委員である取締役自らが安心・安全の品質保証に関する監督・監査ができる体制を確保しています。

（主な取り組み・成果・改善内容）

#### ◆経営執行会議での「お客様の生の声」の共有

取締役・執行役員で構成される経営執行会議の冒頭に「お客様の生の声」の音声による共有を実施いたしました。2021年開催の17回の経営執行会議においては「厳しい声」、「嬉しい声」から毎回3件共有し、「お客様の生の声」を活かす事業活動を推進いたしました。

## ③事業関連部門と品消費関連部門の有機的な連携

### ③事業関連部門と品質保証部門、お客様対応部門及び コンプライアンス関連部門の有機的な連携

重篤かつ拡散性の高い製品事故が発生または発生の予兆が発覚した場合には、お客様をはじめ関係者から迅速に情報収集を行います。収集した情報を基に、経営幹部、事業関連部門、品質保証部門、お客様対応部門及びコンプライアンス関連部門が会する「危機管理委員会」を開催し、情報の共有と協議を行います。このような製品事故について、市場からの回収を判断した場合には、「製品事故回収処理マニュアル」に則り速やかに製品回収を行うとともに、適切な告知をしていきます。

(主な取り組み・成果・改善内容)

#### ◆危機管理委員会の開催 4回

2021年は、「危機管理委員会」を4回開催いたしました。  
食品メーカーの使命として健康、美味しさ、安心・安全の企業理念に適う製品の安定供給を続けることで食を通じてお客様の健康に貢献するため、危機管理委員会を適宜開催し、サプライチェーンの維持確保と従業員の安全に配慮した危機管理体制の強化に努めました。

## ④安心・安全のフジッコブランドの実現

### ④安心・安全のフジッコブランドの実現

お客様の立場に立った「安心・安全な商品を提供する」ため、品質保証体制を強化します。品質保証部は、品質審査と品質監査・支援の両機能を強化し“顧客信頼性の向上”を図っていきます。品質審査では、原材料の安全審査、品質設計審査、関連法規対応・表示審査等上流での品質保証を担います。品質監査・支援では、商品が規格通りに生産されているか監査し、問題を発見した場合には改善支援等を行います。それらの精度を高め、継続性のある業務を進めるため技術者育成にも注力します。

(主な取り組み・成果・改善内容)

#### ◆事故防止委員会の開催 6回

生産活動における事故防止運動を統括する最高意思決定機関である事故防止委員会を2021年は6回開催し、以下の活動に取り組みました。

1. 未然防止活動
  - ・ 変化点管理の徹底、製造現場の監査を行い不具合を改善した。
2. 作業ミスの削減
  - ・ 作業ミス防止策の水平展開を徹底。共通ルールとして手順書を改定した。
3. HACCP制度化対応
  - ・ 全工場で、2022年にFSSC22000の認証取得を行う。現在、新しい管理体制を構築している。
4. 人財育成
  - ・ 品質管理若手メンバーに対して研修を実施し、レベルアップをはかる。

## ⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

### ⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

お客様が食について安心感を持ち、食を通した豊かな生活を送っていただくためのサポートとして以下の取り組みを推進します。

- ホームページ上に「ふじっ子あんしんシステム」を構築し、原料や生産に関する情報を検索できるようにします。
- 自社商品やその活用メニューに関する情報をホームページやリーフレットなどの媒体を通した提供や、2021年4月に開設した「フジッコ東京FFセンター」でオンラインイベントの開催など、お客様と双方向に情報の受発信を行います。
- 昆布、豆の歴史や栄養、食べることの大切さをゲームや映像で学べる体感型の「わくわくミニギャラリー」や、これまで当社が大事にしてきた丹波篠山黒豆を素材とした「作付け・収穫体験イベント」など当社独自の食育コンテンツを通して、“健康な食生活”や“農業や漁業の大切さ”にかかるお客様の理解を深める活動を行います。
- 「お客様相談室」の設置により、いただいたご質問、苦情に対して、速やか、かつ適切に対応を行うことを目指します。ご購入前、ご購入後も含めて商品のご提供であるとの考え方のもと、コミュニケーションにおいてもお客様の満足度向上を目指します。

## ⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

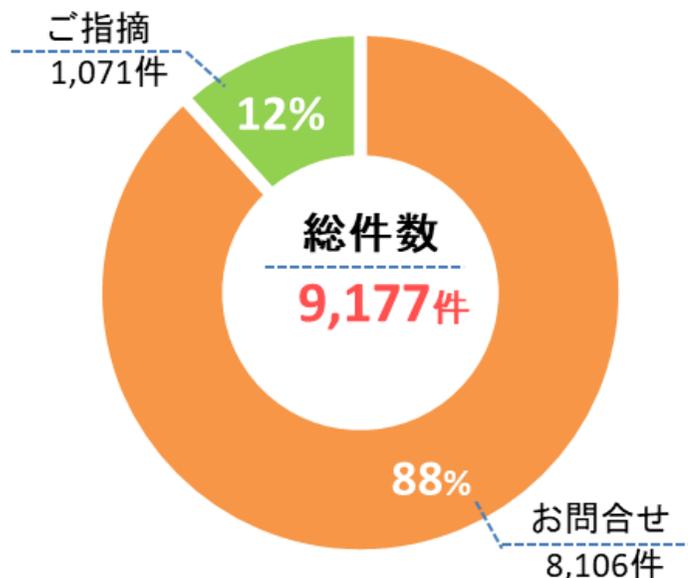
(主な取り組み・成果・改善内容)

### ◆お客様相談室の取り組み

「お客様相談室」は、「お客様の生の声」を一番にお聴きする部署として、関係部署との連携を取りながら、お客様との双方向コミュニケーションに努めました。2021年1～12月（累計）は1,071件のご指摘と、8,106件のお問い合わせ（計9,177件）を頂戴いたしました。

お客様にご迷惑をおかけしたお申し出に対して、対応後の満足度アンケートを2020年4月より開始しています。満足度を点数化し、目標を定めつつ、目に見える形で対応工場や担当者に対して、さらなる対応品質の向上のため、課題を明確にフィードバックしております。

「あなたと話せば 食べたくなる そんな会話を目指します」をスローガンに、さらにご満足いただけるようなサービス向上を目指す会社づくりに貢献しております。



## ⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

(主な取り組み・成果・改善内容)

### ◆お客様相談室の取り組み

昨年につき、営業・生産関係の社員に向けて「お客様訪問処理対応 基礎研修」を実施いたしました。2021年はロールプレイング並びに意見交換の時間を多く取って、より深い学びに繋げようとしたところ、「もっと寄り添いが必要だと思う」「話のスピードをお客様に合わせる意識をした方が良い」など様々な意見が出て、参加者も積極的に学んでおりました。お客様に寄り添った対応について意識し、今後に生かしていける研修となりました。

また、お客様相談室員の対応品質向上のための外部研修を実施し、よりご満足いただける対応を目指して、お気持ち、お考えに寄り添う為の対応スキルについて学びました。

お客様とコミュニケーターとの対応音声記録を室員全員で分析し問題点を洗い出し、内部での学習も継続的に行い、実際の対応に生かしております。

2021年の初めての試みとして、お客様のお声を従業員に届けるために「動画新聞」を作成・配信いたしました。お客様から頂戴したお声をテキストではなく動画という形でより伝わりやすくする工夫を行い、従業員のお客様第一主義の醸成に寄与しております。

## ⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

(主な取り組み・成果・改善内容)

### ◆コーポレートサイトの活用

当社のコーポレートサイトは、「商品」情報と「企業・IR」情報を分けるなど、ユーザーの目的に合わせて情報を整理し、また、お客様からのお問合せページには、チャットボット機能を搭載するなど、直感的にお知りになりたい情報にアクセスしやすくなっております。また、使用デバイスの画面サイズに合わせた表示ができるレスポンシブデザインを採用し、スマートフォンからも閲覧しやすくなりました。多くのお客様にご愛用いただいている「愛情レシピ」も更に使いやすくパワーアップいたしました。

[フジッコホームページはこちら >](#)



愛情レシピ



チャットボット機能

## ⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

(主な取り組み・成果・改善内容)

### ◆食育の取り組み

昨年度に続き食育推進委員会では、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、従来どおりの食育活動が行えない状況が続いたものの、本年もウェブ会議システムを利用して、「豆」や「おせち料理」に関する出前授業を実施いたしました。また、9月には親子78組を招待し、フジッコでは初めてとなるオンラインでの料理教室の開催が実現いたしました。講師にはイタリア料理で有名なシェフをお招きし、フジッコ商品を使ったおいしくて簡単にできるオリジナルメニューの紹介を、今年4月に開設した東京FFセンターの新しいキッチンからライブ配信でお届けいたしました。



オンライン料理教室の様子



オンライン料理教室の様子

## ⑥お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

### ⑥お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

「お客様相談室」へお寄せいただいた商品へのご意見・ご要望を検索できる「VOC (Voice Of Customer) 検索システム」を通じて幹部社員全てに速やかに共有される体制を確保しています。また、お客様モニターや定期的な消費者調査を活用することで、不満、ニーズを把握し、お客様が求める商品、サービスを提供できるよう改善・開発を行っています。加えて、役員・従業員ひとりひとりも消費者であるという認識に立ち、よりよいものを提供できるよう自発的な改善・開発に取り組んでいます。

(主な取り組み・成果・改善内容)

#### ◆「お客様の生の声」を反映した開発・改善

2021年1～12月（累計）は、重要度の高い112件の課題を取り上げ、完結したものを含め96件について対応方針を明確にいたしました。

[改善事例（一例）]

LGBTへの理解と取り組みとしてHPのお問い合わせフォームの変更を行いました。お客様相談室のお問い合わせHPの性別記入欄に関して、以前は男性、女性のみでしたが、SDGsの目標「ジェンダー平等」の観点から、【1.男性 2.女性 3.その他 4.回答しない】と選択肢を広げました。

その他「お客様の生の声」を商品に反映した事例につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

## ⑥お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

(主な取り組み・成果・改善内容)

### ◆食品ロス対応（賞味期限の延長、年月表示）

2021年1月より、塩こんぶをはじめ、賞味期限が6ヶ月以上の常温商品52品目を対象として、賞味期限の表示を「年月日」から「年月」表示への変更をスタートいたしました。あわせて、賞味期間を1ヶ月延長も進め、これにより、サプライチェーン全体での食品ロスの削減、物流・オペレーションの効率化などの社会的課題の解決に微力ながら貢献できればと考えております。これまでのフジッコが培ってきた品質保存ノウハウをもって、順次、賞味期限の延長を進めてまいります。

### ◆年月表示への取り組み（一例）

	対象商品	変更前	変更後
	塩こんぶ	10ヶ月	11ヶ月
	とろろ昆布	10ヶ月	11ヶ月
	だし昆布	12カ月	13ヶ月

### ◆賞味期限の延長（一例）

品目名	賞味期限	実施時期
カスピ海ヨーグルト プレーン 400g	21日 ⇒ 24日	2020年3月～
カスピ海ヨーグルト 脂肪ゼロ 400g	21日 ⇒ 24日	
このまま使えるだいたず水煮	90日⇒120日	
アレンジひろがる4種の豆水煮	90日⇒120日	
おいしだいたず水煮	90日⇒120日	2020年9月～
おまめさん 北海道黒豆	60日 ⇒ 90日	
おまめさん 丹波黒黒豆	60日 ⇒ 90日	
おかず畑 筑前煮	60日 ⇒ 90日	
おまめさん (茶福豆・白花豆・お多福豆・うずら豆)	60日 ⇒ 90日	2021年3月～
フルーツセラピーシリーズ	60日 ⇒ 90日	2021年6月～

### 賞味期限表示の変更

変更前	賞味期限 (開封前)	2021.03.02 B
変更後	賞味期限 (開封前)	2021.03/JBB

## (3) まとめ

### ◆2021年取り組みの総括

当社は、加速度的に変化する経営環境に適応するため、“ニュー・フジッコ”の創造に取り組んでまいりました。“ニュー・フジッコ”の創造とは、生産性が高く、経営と商品品質の優れた、社員が働きがいのある強靱な会社づくりのことで、その改革の3本柱として「ブランド価値の強靱化」「生産性向上」「働き方改革」に注力しております。「ブランド価値の強靱化」では、それぞれのブランドを支えるお客様支持の高い商品を「スター商品」と位置づけ、より多くのあらゆるお客様に手に取って頂ける機会を創出するためのマーケティング活動、品質改善活動、営業活動強化策を実施してまいりました。

一方、コロナ禍においてお客様交流イベント等の活動が制限される中、オンラインイベントの開催など、新しい形でお客様とのコミュニケーションの場を設定するなど、ウィズコロナ時代に適応した活動を推進いたしました。

### ◆今後の方針

フジッコの持続的な発展とステークホルダーの満足度向上を目的として打ち出した「5つの健康」の実現に向け、SDGs活動の実効性を高めてまいります。

社会的課題として挙げられるカーボンニュートラルや気候変動リスクへの対応は、当社にとって重要な経営課題であると認識しており、これまでのSDGs活動に加え、今後は、フジッコならではのアプローチで、「コンブとマメ」を生かした具体的な取り組み方針を開示し、推進してまいります。