

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^o2022

対象期間：2022年1月1日～2022年12月31日

2023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

当社のコア事業は昆布、豆、おかず、ヨーグルトから成り立っており、中でも生産性が高く収益力のある商品を「スター商品」と呼称し、お客様にとって愛着ある良き生活必需品となるよう拡販に努めております。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。

当社は、不確実な時代に生き残るため、次代の持続的成長と中長期的な企業価値向上のため、2020年より“ニュー・フジッコ”の経営改革を大胆に進めてまいりました。「ブランド価値の強化」「生産性向上」「働き方改革」の改革3本柱を推進し、継続して新しい強靱な会社づくりの取り組みを行っております。

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

当社では、企業理念で掲げる「健康創造企業」をより具体化するため、「5つの健康」としてステークホルダー別にトップのコミットメントを公表しております。

また、2020年より、取締役を委員長とする「SDGs推進委員会」を発足させ、「健康創造企業」につながる活動にSDGsを位置づけ、課題ごとに設定したKPIの達成を目指しております。

▼ 5つの健康



▼ 5つの健康とSDGsの連関

| 5つの健康 | "ニュー・フジッコ"の活動 | SDGs 対応 |
|-------|---|--|
| 健全経営 | 「スター商品」の拡販、生産性向上、保有資産の整理、自己株式消却・取得 | 8 経済的持続可能性、12 持続可能な消費と生産 |
| 健康経営 | 残業ゼロ、有給休暇取得率 60% 以上の推奨、場所と時間から解放された働き方の柔軟性 (DX の推進) | 3 健全な働き方、5 ジェンダー平等、8 経済的持続可能性 |
| 健康提供 | 商品の付加価値アップ (おいしさ追求)、安心・安全の商品づくり、機能性表示食品 | 1 健康とウェルビーイング、2 清潔な水と衛生、3 健全な働き方 |
| 健康社会 | 商品の付加価値アップ (食品ロス低減)、製販ロス改善、フードバンクへの支援、産地との協働 (枯渇原料対策) | 12 持続可能な消費と生産、14 海洋資源を持続的に利用する |
| 地球健康 | 計画生産によるライン効率化 (省エネ)、商品の付加価値アップ (食品ロス低減、プラ削減) | 12 持続可能な消費と生産、13 気候変動に具体的な対策を、14 海洋資源を持続的に利用する、15 陸域生態系を持続的に利用する |

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。2022年開催の14回の経営執行会議においては「嬉しい声」、「厳しい声」を共有し、「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 7回

2022年は、「危機管理委員会」を7回開催し、社告掲載を含む商品自主回収の判断等を行いました。

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 5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2022年は5回開催し、以下の活動に取り組みました。

○FSSC22000認証取得活動

食品安全マネジメントシステムに関する国際規格であるFSSC22000の認証取得を6工場で行いました。今後は取得済みの2工場と合わせ全8工場で、さらに食の安全を高める活動に取り組みます。

○作業ミスの削減

変化点管理による未然防止、作業ミス事例の水平展開による現場改善を行いました。

○人財育成

品質管理スタッフに対して実務研修を実施し、レベルアップを図りました。

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。

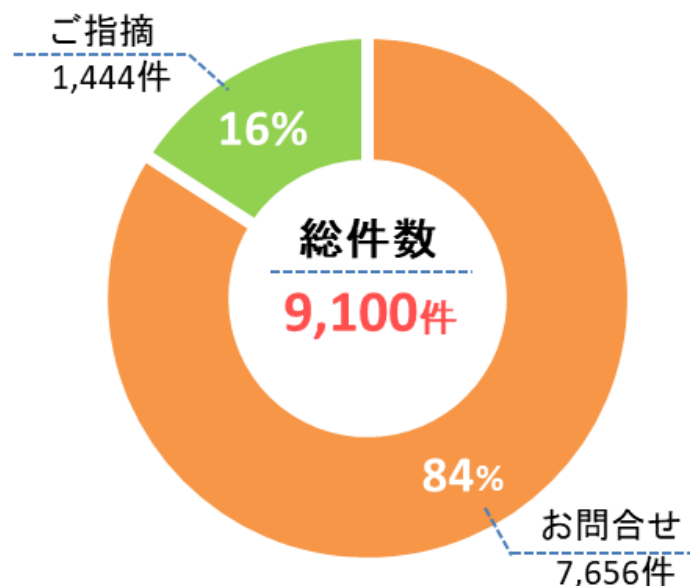
⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

(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。2022年1～12月（累計）は1,444件のご指摘と、7,656件のお問い合わせ（計9,100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、対応後にアンケートを実施、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。2022年は「ありがとう 心かよわす体験で 新しい価値を創りだそう」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

○販売店紹介システムを導入

7月から、ご希望商品をお客様のお近くで瞬時にご案内できる販売店紹介システムを導入しました。例年1500件以上のご要望があり、システム導入前は、エリアの営業担当に引継いでお探しし、お客様にご案内できるまでに1~1.5日かかっている状況でした。導入により画面上の地図で検索が可能となり、10秒でご案内できるようになりました。「両親の住んでいるところでも調べてください」「袋入りの商品がありますか。内容量の多い商品も調べてください」など、対話しながら お客様の細かな要望に即した対応もできるようになり、とても好評を得ております。(※システムを利用した販売店紹介数 444件)

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、近年増えている対応困難な高齢者の方をテーマに、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。

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《お客様相談室》

○小学生との交流 食育体験

千葉県市川市の小学校のクラス代表の生徒さんから「カスピ海ヨーグルトが本当に腸によいのか体験したいのでクラスみんなの分のヨーグルトをください」との1通のメールをきっかけに、子ども達に腸を整える大切さを知ってもらうために、2月にカスピ海ヨーグルトを題材に授業を行いました。先生からは「子ども達は、千葉と神戸 小学生と社会が実際につながっていることに感動して、目を輝かせて聴いていました。」と想像していた以上の反応があったと感想をいただきました。

▼小学校での食育授業の様子



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《食育推進委員会》

食育推進委員会では、昨年まで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きましたが、本年はコロナ禍の新しい食育活動の在り方を模索し、3年ぶりに「黒豆収穫体験イベント」をリアル開催することができました。また、12月には、収穫イベントに参加したお客様を対象に「黒豆を味わう会」と題した調理体験イベントを開催し、収穫した豆を調理し食べるところまでを体験しながら学んでいただくことができました。

他にも、小学生向けに開催している「豆」や「おせち料理」に関する出前授業をオンラインで実施したことや、7月には料理研究家ヤミーさんを講師にお招きし、親子40組を対象に“豆”のパワーを楽しみながら学んでおいしく食べる「夏休み子ども食育料理教室」をオンラインにて開催しました。

▼黒豆収穫体験イベント



▼「夏休み子ども食育料理教室」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

2022年1～12月(累計)は、重要度の高い80件の課題を取り上げ、完結したものを含め75件について対応方針を明確にいたしました。

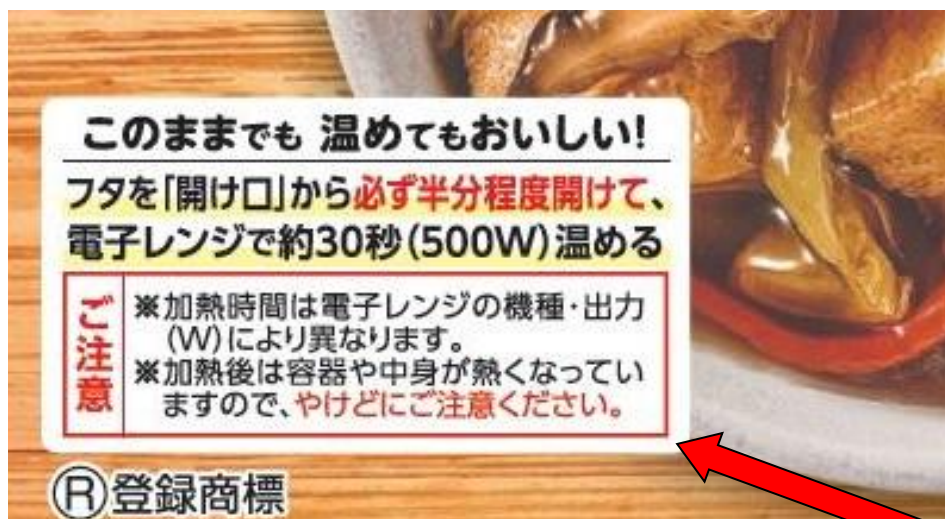
* 「お客様の生の声」を商品に反映した事例につきましては、[こちら\(ホームページ\)](#)をご覧ください。

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)

◆「お客様の声」を反映した商品改善事例

「おぼんざい小鉢シリーズ」のパッケージにレンジで温める方法を記載しました。温めてお召し上がりになりたいとのご意見が多く、ニーズにお応えできるようにおいしくお召し上がりいただく最適な時間と方法を検証し、温め可能な8品のパッケージに記載しました。



(3) まとめ

◆2022年取り組みの総括

コロナ禍、不確実な経営環境に適応するため、当社は“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、営業活動の強化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、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。

また、企業理念に適うサステナブル経営を実現するために、SDGsをはじめとする切実な社会的課題を当社らしく解決することが重要であると認識しており、社会価値と経済価値の両方を同時に創出することを目指してまいります。