

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^o2025

対象期間：2025年1月1日～2025年12月31日

2026年2月

フジッコ株式会社

(1) 理念

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)

当グループは、サステナビリティ基本方針でトップコミットメントを表明しております。その中で、サステナブル経営の実現のためには企業理念のもと、「社会のサステナビリティ」としてESGを自律的に推進し社会価値を創出することと、「企業のサステナビリティ」として資本コストを意識した持続的な稼ぐ力の発揮で経済価値を創出することの両方を同時実現させることを目指している旨を明記しており、この取り組みを推進するため、当グループでは2022年に理念実践経営の体系を整備しました。自社の価値観として、フジッコのパーパス「5つの健康」を置き、すべてのステークホルダーにとっての「健康創造企業」となることを目指しております。

企業理念	創造一歩 自然の恵みに感謝し 美味しさを革新しつづけ、 全ての人々を元気で幸せにする 健康創造企業 を目指します	
パーパス (新価値)	5つの健康 Health & Wellness	
存在意義	健康提供 食による心身の健康増進 健康社会 資源活用による地域活性化 日本食文化の発展 地球健康 環境保護	
	健康経営 従業員の心身の健康維持 健全経営 資本の蓄積と透明性のあるガバナンス	
長期 ビジョン	事業ビジョン お客様の「価値ある時間」に貢献 ①食料・製法の安全の徹底 ②食による心身の健康増進 ③人にシェアしたくなるおいしさ ④手軽かつリーズナブルに提供	環境保護ビジョン 地球環境保護にも貢献できる事業 ①使用する食料を枯渇させない責任 ②環境に良い製法・製品を追求する責任 ③事業により傷つけた環境を 修復する責任
目指す姿		

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）

◆お客様情報会議での「お客様の生のお声」の共有

一昨年から取締役・執行役員に部門長を加えたお客様情報会議で「お客様の生のお声（お褒め・ご指摘等）」を共有しています。昨年からは「お客様の生のお声」をより多くの商品・サービスの価値創造に反映できるよう体系的に分類し、テーマを絞って討議をしています。

③ 事業関連部門と品質保証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

2025年は、「危機管理委員会」を3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ております。

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し、事故防止における最高意思決定機関である「事故防止委員会」を2025年は6回開催し、以下の活動に取り組みました。

○FSSC22000推進活動

全工場で認証取得済の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とフジッコ独自の品質マネジメントシステムの推進活動を行い、食の安全を高める活動に取り組みました。

○作業ミスの削減

変化点管理・TPM活動の推進による未然防止、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

工場の中核社員に対して過去に発生した製品事故事例に関する集合研修を実施し、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レシピ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じた提供や、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、ご指摘に対して、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。

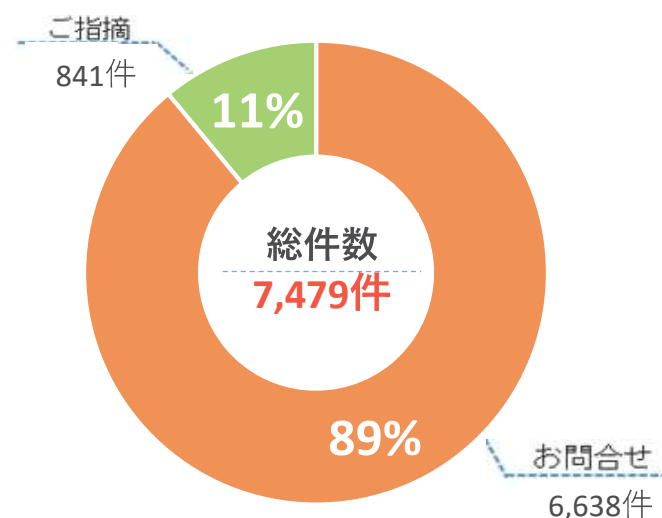
⑤お客様への情報提供の充実・双方向の情報交換

(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。2025年1～12月（累計）は841件のご指摘と、6,638件のお問い合わせ（計7,479件）を頂戴いたしました。

お客様にご迷惑をおかけした際には、対応後にアンケートを実施し、満足度を点数化したうえで目標を設定し、対応工場や担当者へ課題を明確にフィードバックしています。これにより、さらなる対応品質の向上につなげています。また、『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、よりご満足いただけるサービスの実現を目指した会社づくりに貢献しています。



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

○販売店紹介専用チャットボットの運用とオペレーターのスキル深化

2025年10月より、当社ホームページの商品情報ページにおいて、商品の販売店紹介に特化したチャットボットを設置し、運用を開始しました。お客様が必要とされる販売店情報に迅速かつ確実にアクセスできる環境を整えることで、より多くのお客様に対し、スムーズに販売店をご案内することを目的として導入したものです。

導入以降、多様なお客様のニーズに応じて情報をお届けできるよう、チャットボットの応答内容や案内フローの改善にも取り組んでまいりました。

今後、より確実に販売店をご案内できるよう、販売店紹介における利便性を一層追及するとともに、改善に取り組んでまいります。

さらに、お客様に安心してお問合せいただけるサービスを提供するため、日々の教育にも注力しています。対応の基本的な心構えや、内容を分かりやすくお伝えする力を身につけるため、「毎日教育」や「音源学習」を継続的に実施し、スキルアップを図っています。

私たちは、これからも「ありがとう」の言葉をいただけるよう・お客様一人ひとりに寄り添い、心からご満足いただけるサービスを提供できるよう、日々精進してまいります。

▼販売店紹介チャットボット



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《広報室 食育チーム》

・小学生親子対象の「黒豆収穫体験イベント」を開催しました。
作付け～土寄せ～収穫体験、全4回のうち最終回となる12月には、収穫に参加したお客様を対象に「おまめの学校」と題したイベントを開催しました。収穫した黒豆を用いて、和食のプロが調理方法や和食の作法をレクチャーし、出来上がった和食御膳を楽しみながら学んでいただくことができました。

▼黒豆収穫体験イベント



・小学生中・高学年向けに「豆」「昆布」「和食」を啓発する副教材『いただきます読本』を制作して小学校に配布する企画を開始しました。段階的に配布数を増やして2030年以降、小学校4年生の約5%にリーチするKGIを設定して取り組みます。(当社ホームページ：サステナビリティ取り組み課題「健康提供」「健康社会」の項目で公表) 他社と差別化を図り最小の予算で最大の効果を発揮して「食育分野におけるトップメーカー」としての地位確立を目指します。

▼副教材『いただきます読本』



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)

◆黒豆出立式・奉納式

フジッコはパーパス・ビジョンとして、『5つの健康』を掲げています。その中に『健康提供』『健康社会』があり、日本の食文化の発展をもって社会に貢献します。「黒豆」のいわれや栄養、美味しさについて知っていただきたいという思いから「黒豆奉納実行委員会」を結成し、「黒豆」自体の歴史や食文化についても振り返ることがより日本食文化の発展に繋がると考え、江戸時代に「黒豆」が全国的に知れ渡る機会となった“徳川将軍家への黒豆献上”を160年ぶりに「黒豆奉納式」という形で復活させました。

2024年より丹波篠山市にて黒豆奉納出立式を行い、上野東照宮・金色殿で「黒豆奉納式」を行うとともに、新年の季語“黒豆”が入った祝い俳句を発信することで、食文化だけではなく日本文化全体の発展、継承に取り組んでまいります。

▼黒豆奉納出立式の様子



▼黒豆奉納式の様子①



▼黒豆奉納式の様子②



▼豆つかみゲームをする松平健氏



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」として「結-YUI-」システムを通じて、幹部社員全てにリアルタイムでの情報共有を可能にし、解決までの更なるスピード化を図りました。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。フジッコ全社で、「お客様の問合せ・お申し出内容（事実）」の一元化・迅速な共有を実施し、お客様の声を経営に活かす顧客対応のDX化の実現に向けて取り組んでいます。

(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

2025年1～12月（累計）は、重要度の高い12件の課題を取り上げ、完結したものを含め12件すべて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」を反映した商品改善事例につきましては、[お客様の声をいかしました | お客様相談室 | フジッコ株式会社](#)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

- ・「小麦と大豆は何に含まれますか」



⇒小麦については以前から「※小麦はしょうゆ由来」である文言を表示していましたが、大豆アレルギーの方からもお問合せが多いことから、小麦・大豆の由来原材料がしょうゆのみの商品には、別枠表示内に「※しょうゆ由来」の文言を記載しました。

- ・「きざみ昆布」：栄養成分表の「食塩相当量」は乾燥状態の値ですか。

⇒栄養成分表示が「水戻し状態か乾燥状態かわからない」といったお問合せが多いことから、栄養成分表示の下部に「乾燥状態である」旨を記載しました。

栄養成分表示(100g当り)	
エネルギー	110kcal
たんぱく質	6.9g
脂質	1.6g
炭水化物	44.3g
糖質	10.2g
食物繊維	34.1g
食塩相当量	9.1g
カルシウム	810mg

この表示は目安です
※乾燥状態の数値です。

- ・「朝のたべるスープ」：裏面表示が見にくいです。

⇒「加熱時間表示が見にくい」といったお問合せが多いことから、



多様性に配慮したカラーユニバーサルデザインの考え方を参考に、多種多様なパッケージ形態であっても、お客様が知りたい情報がすぐわかる、「伝わる」パッケージとして、配色・読みやすい書体などの採用を行いました。

*「お客様の生の声」を反映した商品改善事例につきましては、[お客様の声をいかしました | お客様相談室 | フジッコ株式会社](#)をご覧ください