

消費者志向自主宣言・フォローアップ

2019年1月7日
フジッコ株式会社
代表取締役社長
福井 正一

(1) 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) 取組方針

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)

- 2018年4月より新企業理念「フジッコの心」がスタートしました。私たちの目指す姿を「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」とし、その実現を通じて全てのステークホルダーの皆様にご貢献していきます。



私たちの目指す姿

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

5つの行動指針

会社の持続的な発展とすこやかな社会の実現のために
私たちは変わります!

- 情熱** 熱くなれ!
情熱は 周囲巻き込み 意識と行動を引き出す
- 変革** 変化を歓迎せよ!
知識と感性を磨き 時代の一步先を行け
- 挑戦** 失敗を恐れず 挑戦せよ!
挑戦は 新たな価値を創造する
- 結束** 志を一つにせよ!
決まったことは 実行あるのみ
- 尊重** 謙虚に耳を傾けよ!
互いを尊重する姿勢は 新しい気づきを生む

▲ 新企業理念「フジッコの心」

② コーポレートガバナンスの確保

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構築を推進しています。

当社では、“お客様の利益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、社外取締役を加え、常に顧客視点で活発な議論を展開しています。常務会においては経営に関する重要案件、経営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“お客様の利益を第一に考えること”が理解・徹底されています。また、当社は監査等委員会設置会社に移行しましたが、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)

- 取締役・執行役員で構成される経営会議の冒頭に「お客様の生の声」の音声による共有を実施しました。2018年開催の20回の経営会議においては「厳しい声」、「嬉しい声」から合計3件を毎回共有し、「お客様の生の声」を活かす事業活動を推進しました。
- 監査等委員である取締役による工場等の往査を2018年は以下のとおり6回実施しました。現場視察を通じて、品質保証にかかる第三者評価を行うとともに、安心・安全の品質保証に対する理解を深め、取締役会等において社内外を問わず出席取締役がより事実に基づいた活発な議論が展開できるように取り組みました。

実施日	事業所・関係会社	実施者
2018年2月6日	境港工場	監査等委員2名(うち社外1名)
2018年3月31日	フジッコワイナリー(株)	監査等委員1名(うち社外0名)
2018年9月29日	加古川分工場	監査等委員1名(うち社外0名)
2018年10月29日	鳴尾工場	監査等委員3名(うち社外2名)
2018年11月15日	関西物流センター	監査等委員1名(うち社外0名)
2018年11月16日	近畿中部営業部	監査等委員1名(うち社外0名)

③ 事業関連部門と品消法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、品消法関連部門が会する「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)

- 2018年は、「危機管理委員会」を3回開催しましたが、いずれも自然災害にかかるものであり、製品事故にかかるものではありませんでした。

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)

- 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製品事故防止委員会を本年は10回開催しました。主な活動内容は以下のとおりであります。
 1. 全工場で休機日（年1回）の実施
 2. 食品保護（フードセーフティー）の設備の順次導入
 3. 次世代の品質保証リーダーの育成・原理原則教育の実施
(外部講師による研修6回)

実施日	実施場所	参加人数
2018年1月30～31日	鳴尾工場	8名
2018年2月22～23日	東京工場	9名
2018年3月22～23日	和田山工場	9名
2018年4月26～27日	北海道工場	9名
2018年5月24～25日	境港工場	9名
2018年6月21～22日	フジッコ本社	9名

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、

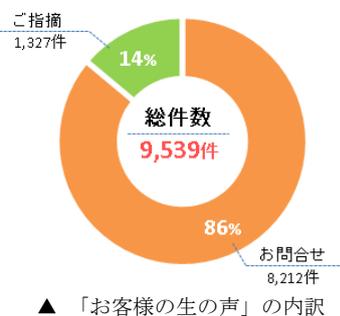
- ・ホームページ上に「ふじっ子あんしんシステム」を構築し、原料や生産に関する情報を検索できるようにします。
- ・自社商品や、その活用メニューに関する情報提供を、ホームページやリーフレットなどの媒体を通して行います。
- ・昆布、豆の歴史や栄養、食べることの大切さをゲームや映像で学べる体感型ミュージアム「食育ミュージアム」、これまで当社が大事にしてきた丹波篠山黒豆を素材とした「作付け・収穫体験イベント」など当社独自の食育イベントを通して、“健康な食生活”“農業や漁業の大切さ”にかかるお客様の理解を深める活動を行います。

「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。

(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、品質保証部や工場と連携しながらお客様との双方向コミュニケーションを図りました。2018年1～11月(累計)は1,327件のご指摘と8,212件のお問合せを頂戴しました。
- 2018年1月より、お客様への情報提供の充実と双方向の情報交換による満足度向上のため、日持ちのしない日配惣菜にもフリーダイヤルの記載を開始し、ほぼ全てのフジッコ商品にフリーダイヤルを記載しております。



名称	惣菜	内容量	1盛
原材料名	南瓜、砂糖、薩摩芋、蒟蒻、筍、がんとどき、人参、醸造調味料、醤油、塩、高野豆腐、みりん、鰹エキス、いんげん豆、水あめ、植物油、椎茸、食塩、風味原料(グルタミン)、昆布エキス、酸味料、グリシン、調味料(アミノ酸等)、酸化防止剤(V.C)、炭酸K、水酸化Ca、豆腐用凝固剤、クチナシ色素、pH調整剤、(原材料の一部に小麦、こま、大豆を含む)		
消費期限	枠外表面に記載		
保存方法	要冷蔵(10℃以下で保存)		
製造者	フジッコ株式会社 鳴尾工場 兵庫県西宮市鳴尾浜1-22-5		

惣菜たっぷり煮物詰め合わせ	
名称	惣菜
原材料名	南瓜、砂糖、薩摩芋、蒟蒻、筍、がんとどき、人参、醸造調味料、醤油、塩、高野豆腐、みりん、鰹エキス、いんげん豆、水あめ、植物油、椎茸、食塩、風味原料(グルタミン)、昆布エキス、酸味料、グリシン、調味料(アミノ酸等)、酸化防止剤(V.C)、炭酸K、水酸化Ca、豆腐用凝固剤、クチナシ色素、pH調整剤、(原材料の一部に小麦、こま、大豆を含む)
内容量	1盛
消費期限	枠外表面に記載
保存方法	要冷蔵(10℃以下で保存)
製造者	フジッコ株式会社 鳴尾工場 兵庫県西宮市鳴尾浜1-22-5
お客様相談室	0120-078126 平日9:00~17:00

▲ 日配惣菜の表示ラベルの変更(一例)

- 「お客様の生の声」に対して、よりスムーズに対応するため、2018年4月よりホームページのお問合せフォーマットを変更しました。

内容	フォーマットの変更内容
販売店に関するお問合せ	「お探しする地域」の項目を追加しました。
商品に関するご指摘	「賞味期限」「購入店」「画像ファイル」「連絡可能日」の項目を追加しました。

◆食育の取り組み

- 本年の主な食育の取り組みは以下のとおりです。

1. 第10回 丹波篠山黒豆「親子黒豆食育体験」イベント

小学生の親子を対象に丹波黒黒豆の産地である丹波篠山で、「丹波黒大豆」の作付け、収穫から料理体験まで黒豆の成育から食卓に並ぶまでの一連の過程を学べる食育プログラム「親子黒豆食育体験」を毎年開催しており、今年で10年目となりました。

開催日	イベント	参加者数
6月23日	黒豆作付け体験	親子21組42名をご招待
10月13日	黒枝豆収穫体験	親子21組41名をご招待
12月2日	おせち料理教室	親子15組30名をご招待



▲ 黒枝豆収穫体験



▲ 黒豆おせち料理教室

丹波篠山黒豆「親子黒豆食育体験」イベントの詳細につきましては、以下URLをご覧ください。

https://www.fujicco.co.jp/know_enjoy/shokuiku/voice/index.html

2. 8月21日 第9回 食育DAYの開催

近隣住民や取引先の皆様をフジッコ本社へ招待し、食について考えるイベント「第9回食育DAY」を開催しました。

[プログラム]

- 第1部 シニア向け料理教室
- 第2部 基調講演・パネルディスカッション
- 第3部 味噌づくり体験



▲ シニア向け料理教室



▲ 味噌づくり体験

3. 「カスピ海乳酸菌フォーラム」の開催

全国各地で「カスピ海乳酸菌フォーラム」を開催し、世界屈指の長寿地域として知られるコーカサス地方がルーツの「カスピ海乳酸菌」がもつ整腸効果や免疫力アップなどの健康と長寿に役立つ働きをご紹介します。2018年は計9回開催し、1,435名のお客様にご参加いただき、2004年の開始以来、通算41,620名のお客様にご参加いただきました。



▲ カスピ海乳酸菌フォーラム

開催日	開催地	来場者数
4月29～30日	広島	243名
6月9～10日	静岡	141名
6月16～17日	札幌	89名
6月23～24日	静岡	73名
7月4日	兵庫	22名
7月13日	鹿児島	565名
7月21日	宇都宮	147名
11月18日	愛知	59名
12月2日	福岡	96名

- 4. 株主様向け料理教室の開催 1回
- 5. ヘルシー料理教室の開催（東京）3回
- ※ その他スーパー様とのタイアップ料理教室開催等多数

ヘルシー料理教室の詳細につきましては、以下URLをご覧ください。

https://www.fujicco.co.jp/know_enjoy/healthycook/



▲ ヘルシー料理教室

◆その他のコミュニケーション

○ 当社は、全てのステークホルダーをお客様と認識しており、適時適切な情報をお伝えすることで、より良い関係を築くことを目指しています。

【顧客】生活情報誌「ビーンズライフ」の発行

当社は健康長寿社会を提案する生活情報誌「ビーンズライフ」をご希望の皆様に無料で送付しています。各界で活躍するゲストと当社経営トップとの連載対談やフジッコ商品を使ったアイデアレシピ、フジッコの最新情報など盛りだくさんの内容で、2018年も4回お届けしました。



▲ ビーンズライフ

【地域社会】お楽しみ直売会の実施

夏季（7月28日）と冬季（12月11～12日）の2回、本社（神戸市中央区）へ近隣住民の皆様をお招きし、当社商品をお値打ち価格で販売する店頭式社内販売を実施しました。当日は食育ミュージアムを開放し、昆布や豆に親しんでいただく機会を提供しました。



▲ お楽しみ直売会の様子

【地域社会】神戸マラソンへの協賛

当社は毎年11月に開催される神戸マラソンに協賛しています。2018年11月18日の第8回神戸マラソンでは、29.9km地点の給水・給食所において、塩分ミネラルを補給して元気に完走を目指していただくため参加ランナーに塩こんぶを提供しました。



▲ 塩こんぶを提供

【株主】フェア・ディスクロージャー対応

株主・投資家の皆様により公平に、かつ適切に当社についてご理解いただくため、開示情報のパワーアップを進めています。以下の開示情報は、当社ホームページ「ファン株主・個人投資家の皆さまへ」よりご覧いただけます。

<https://www.fujicco.co.jp/corp/ir/>

開示情報	内容	開始年度
フジッコレポート (統合報告書)	・財務情報（事業概況） ・非財務情報（ESG）	2016年度
株主総会	・決議通知 ・議決権行使結果（概要） ・株主総会質疑応答内容	2018年度
機関投資家向け 決算説明会	・決算説明会資料 ・質疑応答内容	2018年度
英文アニュアルレポート	・事業情報、決算概況	2018年度

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が確保されています。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・開発をします。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・開発に取り組みます。

(主な取り組み・成果・改善内容)

- お客様情報会議では、日々お客様よりいただく「お客様の生の声」から抽出された課題について、関係各部門が協力して解決に当たりました。2018年1～11月（累計）は、重要性の高い49件の課題を取り上げ、完結したものを含め31件について対応方針を明確にしました。

[改善事例（一例）]

お客様より「おかず畑 魚惣菜」シリーズについて、「開封時に液をこぼしてしまっ」とのお申し出があったことから、開封時の注意点を大きく目立つように変更し、さらに液がこぼれにくい開封方法を記載しました。



- 流通過程における食品ロス低減及びお客様の利便性向上のため、「おかず畑」シリーズの賞味期限を延長しました。



和風惣菜 60日⇒90日



洋風惣菜 45日⇒60日

※ 「おかず畑」シリーズにおいて、一部商品は上記の賞味期限の変更と異なります。

- 2018年1月より、工場の朝礼や研修において、「お客様の生の声」の音声による共有を開始し、安心・安全の意識向上に努めました。また、2018年5月からは営業・開発部門の全従業員に対して「お客様の生の声」の広報を開始し、よりお客様目線に立った開発・販売活動に生かしました。

【まとめ】

(取り組みの総括・今後の方針等)

- 2018年は、「消費者志向自主宣言」2年目として、“お客様第一”に考え「お客様の生の声」を活かす経営を引き続き推進しました。「お客様相談室」の応答体制の強化において長年の課題だった日配惣菜へのフリーダイヤルの記載を開始し、お客様満足度の向上を図りました。また、「おかず畑」シリーズの賞味期限延長により、食品ロス低減の社会的課題への貢献とお客様の利便性向上を図りました。
- 2019年は、新たな中期経営計画（2019年度～2021年度）のもと、消費者志向からのESG（環境・社会・ガバナンス）の取り組みを企業戦略のひとつとして打ち出し、全てのステークホルダーの皆様との持続的な対話と協働を展開していきます。また、「お客様の生の声」のフィードバック、製品事故防止委員会の活動内容のパワーアップ等を通じて、「食の安心・安全」という社会的課題の解決に微力ながら貢献していきます。

以 上