

2018年度 消費者志向自主宣言・フォローアップ

2018年7月25日
森永乳業株式会社
代表取締役社長
宮原 道夫

1. 理念

(1) コーポレートスローガン

かがやく“笑顔”のために

(2) 経営理念

乳で培った技術を活かし 私たちならではの商品をお届けすることで
健康で幸せな生活に貢献し 豊かな社会をつくる

(3) 行動指針

- ①お客さまに寄り添い、感動を共有できていますか
- ②感謝の気持ちを持っていますか、伝えてありますか
- ③全ての品質に自信が持てますか
- ④本物の安全・安心を追い続けていますか
- ⑤常に挑戦し続けていますか
- ⑥「チーム森永」の輪、築いていますか
- ⑦今、自分も仲間も生き生きしていますか
- ⑧夢を語り合い、未来へ一歩踏み出していますか

2. 取組方針

(1) 経営トップのコミットメント

以下のようなトップメッセージをウェブサイトやサステナビリティレポート、アニュアルレポートに掲載し、発信しています。

- ①お客さまに満足と共感をいただける価値ある商品、サービスを提供し続けます。
- ②JISQ10002に則り、「お客さま満足のための基本方針」並びに「行動指針」を定め、お客さま対応の継続的な改善に積極的に取り組みます。
- ③お客さまのニーズに合った商品、価値を認めてもらえる商品を提供し続けます。

【主な取組・成果・改善内容】

- ・経営トップメッセージをウェブサイトにて発信しています。

<http://www.morinagamilk.co.jp/csr/topmessage/>

(2) コーポレートガバナンスの確保

- ①お客さま相談受付内容を日々集約し、経営層に届く仕組みを構築しています。
- ②経営層がお客さま対応の状況や課題について確認し、議論を行う場を設けています。

【主な取組・成果・改善内容】

- ・毎日、当日寄せられた「お客さまの声」をデイリーレポートとして、社長をはじめ経営層、関係部門長へ報告し、内容を共有し続けています。
- ・年3回、「顧客満足向上部会」として継続的に寄せられるお客さまの声について、社長をはじめ経営層に改善提案し議論しています。

2017年度は2月、6月、11月に実施しました。

<http://www.morinagamilk.co.jp/customer/policy/>



(3) 従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）

- ①全従業員にお客さま起点で考え行動するよう、研修を実施し、更なるお客さま起点での活動に取り組んでいきます。
- ②消費生活アドバイザー等の消費生活関連専門資格の取得を奨励していきます。

【主な取組・成果・改善内容】

- ・全従業員がお客さま起点で考え行動できているかの確認をするために、お客さま相談室にお申し出いただいたお客さまを対象に、1995年から「対応に関する満足度と、そのご意見についてのアンケート調査（[顧客満足度アンケート](#)）を毎年実施しています。弊社では、お客さま対応の品質向上が消費者志向経営に繋がるものと考え、より細かな

項を設定したアンケートを実施しています（2017年度 22項目）。

2016年度の結果から、「再発防止策を伝えている（59%）」「お客さまの気持ちに寄り添っている（87%）」の項目が低かったため、この2項目を重点課題として、満足度UPに取り組みました。

2017年度の結果は

①総合顧客満足度

非常に満足+満足：84.2%（前年比 3.8%UP）

重点課題項目については、

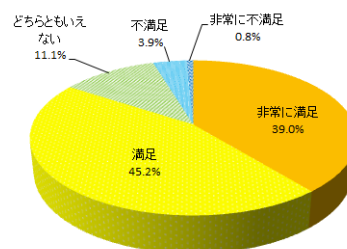
②お客さまの気持ちを理解した対応ができていましたか？

はい：91.3%（前年より 4.0%UP）

③再発防止策の説明はありましたか？

はい：77.5%（前年より 18.8%UP）

と各項目で成果が見られました。



総合顧客満足度構成比

顧客満足度向上を高める具体的な行動として、

- ・全国の事業所で顧客満足研修を実施し、社内で「お客さまの立場に立って考え行動する」ことを根付かせています。2017年度は32事業所で1,367名が受講しました（2016年度は24事業所981名受講）。

支社支店向け研修



工場向け研修



- ・5月の消費者月間には、各事業所に消費者庁作成ポスターおよび自社作成ポスターを掲示しました。



- ・消費生活アドバイザーの資格取得を推進した結果、社内での有資格者は延べ17名になりました。今後も引き続き、資格取得を奨励します。

(4) 社内関連部門の有機的な連携

- ①お客さまの声を吸い上げ、全社的に迅速に共有するシステムを構築しています。
- ②お客さまの声を分析・解析し、連絡会議等の場を通じて社内で更に深く共有していきます。
- ③製品事故が発生、または発生を予見させる兆候が発覚した場合には、経営層・関連部門へ迅速に連絡する仕組みを構築しています。また、社内の緊急問題処理基準を整備し、それに則って、問題解決にあたります。

【主な取組・成果・改善内容】

- ・お客さまサービス部、研究開発、生産、販売、品質保証の各部門の担当者会議にて、お客さまの声を確認し、問題の解決・改善に向けて「[お客さまの声を活かす会](#)」として討議を重ね、その進捗状況を確認しています。

(5) 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

- ①お客さまの選択や使用に役立つ、安全安心や環境等に係る情報をウェブサイト等で掲載します。
- ②商品を安全・安心にご利用いただくために、パッケージへの分かりやすい表記とウェブサイト等様々な手段を通じて、お客さまへの商品情報提供を行います。

【主な取組・成果・改善内容】

- ・「消費者からよくある問合せ内容」や「旬の情報」「役立つ情報」をウェブサイトに掲載し、毎月更新しています。

<http://www.morinagamilk.co.jp/customer/>

- ・消費者向け「啓発パンフレット」を前年に続き作成（100,000枚）し、工場見学参加者や料理教室参加者等へ配布し、商品の取り扱いや保管方法等の啓発を図りました。



- ・お客さまの取り扱いや保管方法によって、商品劣化が発生しやすい商品について、[パッケージ上のケアフレーズを一部赤字で見やすくする](#)ことで、より気付いていただくように変更しました（商品名：フィラデルフィアクリームチーズ、モッツアレラチーズ）。お申し出件数は、2018年1～6月累計で前年に比べ**33%減少**しました。

〈使用上の注意〉●本品は保存料が入っておりませんので、賞味期限にかかわらず、開封後はお早めにお召しあがりください。●冷蔵庫の冷気吹き出し口近くに置くと凍って組織が劣化することがありますのでご注意ください。●チーズの表面に水分(乳清)がでることがあります。牛乳中の成分ですので安心してお召しあがりいただけます。

〈使用上の注意〉●本品は保存料が入っておりません。賞味期限にかかわらず開封後はカビが生えることがあります。保存する場合は密封し、早めにお召しあがりください。●冷蔵庫の冷気吹き出し口近くに置くと凍って組織が劣化することがありますのでご注意ください。●チーズの表面に水分(乳清)がでることがあります。牛乳中の成分ですので安心してお召しあがりいただけます。

●クラフトフィラデルフィアクリームチーズ 200g 裏面ケアフリーズ (左：旧、右：新)

〈使用上の注意〉●チーズのみずみずしさを保つため、袋に水が入っております。ご使用の際はチーズのみをお使いください。●乳酸菌が生きていますので、おいしさを保つために必ず10℃以下で保存してください。●開封後はすぐにお召しあがりください。●冷蔵庫の冷気吹き出し口近くに置くと凍って組織が劣化することがありますのでご注意ください。

〈使用上の注意〉●チーズのみずみずしさを保つため、袋に水が入っております。ご使用の際はチーズのみをお使いください。●乳酸菌が生きていますので、おいしさを保つために必ず10℃以下で保存してください。●開封後はすぐにお召しあがりください。●冷蔵庫の冷気吹き出し口近くに置くと凍って組織が劣化することがありますのでご注意ください。

●クラフトフレッシュモッツァレラ 裏面ケアフリーズ (左：旧、右：新)

・ [工場見学](#)、[M'S Kitchen](#) で自社商品の情報提供を行っています。

(6) 消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

- ①お客さまのご意見、ご要望を商品・サービスの改善に活かした事例をウェブサイト上で定期的に更新して掲載します。
- ②具体的には、容器の素材や形状、表示等を工夫して開封しやすくしたり、持ちやすくしたり、見やすくしたりします。
- ③乳幼児から高齢者まで、健康・栄養ニーズの高まりに対応した商品の開発を進めます。
- ④商品の企画・開発段階から、3R (リデュース・リユース・リサイクル)、安全性と使いやすさに配慮した容器包装の開発・改良に努めます。

【主な取組・成果・改善内容】

・お客さまの声を活かした取組事例として、ウェブサイトに掲載しています。

●商品パッケージに記載されている以外の**栄養成分**を知りたいとの声をいただきました。

⇒[ウェブサイト](#)で各商品の**栄養成分を確認できるようになりました** (毎月更新)。

●「クリープが重くて持ちにくい、ゴミとして捨てにくい」とのご意見をいただきました。

⇒[クリープの重さが1/5になり、容器もプラスチックに統一することでゴミ捨てが楽になりました](#)。お客さまから「容器が軽くて、ゴミ捨てが楽になった」との声をいただいています。

- 「固めの豆腐が欲しい」「料理に使いたい」などのご意見をいただいていたいました。
⇒崩れにくい「お料理向き 森永とうふ」を発売しました。
- 「切れてるチーズを開封後、保管する際に箱がかさばる」などのご意見をいただいていたいました。
⇒「切れてるチーズ」を収納しやすくしました。
- 「大人向けの粉ミルクを発売してほしい」というたくさんのご意見をいただいていたいました。
⇒大人のための粉ミルク「ミルク生活」を 2016 年 10 月に通販限定で発売しました。
2018 年 4 月からドラッグストア等にも販路を広げ、お客さまに店頭で容易に購入できる販売体制にしました。
- 糖質制限のあるお客さまから「**低糖質のプリン**を発売してほしい」との声をいただいていたいました。
⇒糖質を 70%カットしたプリンを開発し、発売しました。
- 粉ミルクについて「大缶だと使い切れない」「缶は重くてかさばるので買い物が大変」「缶はキッチンで場所をとるし、生活感が出てしまう」「缶ゴミが頻繁に出るのはエコじゃない」というお声をいただいていたいました。
⇒日本初の乳幼児用粉乳のラインナップに入れかえるタイプとして「エコらくパック」(粉ミルク)を発売しました。従来は缶タイプのみでしたが、袋タイプを発売することで、CO2 削減、ゴミ削減に繋がり、環境にやさしい容器として、ご利用者様からも好評価をいただいています。
- 子供向けゼリー飲料「**やさいジュレ**」を発売するにあたり、開け口のキャップを大きくすることで、力の弱い子供も自分で開けることができるとともに、誤飲防止に繋がる形状にしました。
⇒ご利用いただいているご高齢の方からもキャップが開けやすいとご好評をいただいています。
- 弊社は独自の**エコパッケージガイド**を制定し、商品の企画・開発段階から 3R、安全性と使いやすさに配慮した容器包装の開発・改良に努めています。
⇒冷菓商品の「MOW」やマルチパックアイス、プリズマパック入りの飲料「ピクニック」については、FSC 認証紙を採用しています。

以上