

# ステークホルダーとのコミュニケーション

http://www.nichirei.co.jp/corpo/env/env2010/comm/comm\_01.html

ホーム > CSRレポート2010 > コミュニケーション

WEB ホームページでは、さらに下記の内容を掲載しております

- お客様の声を受けラベルのインク変更
- 医療従事者向け情報サイトの提供
- ホームページ投稿機能
- 投資家向けIR活動の充実
- 「ニチレイフーズストップセミナー」の開催
- 「ニチレイフレッシュこだわりセミナー」の開催

## お客様相談センターの活動

### コミュニケーション能力の向上

(株)ニチレイフーズお客様相談センターはお客様の声を貴重な経営資源として捉え、ご指摘やお問い合わせの内容を分析・発信することで、業務改善に役立っています。2009年度は下記の品質方針のもと、お客様とのコミュニケーション能力の向上と社内連携の強化に努めました。

#### 2009年度お客様対応の品質方針

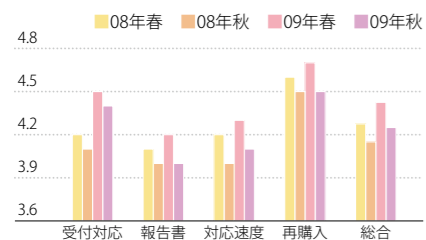
お客様満足度(CS)向上システムの確立とリスクマネジメント(RM)の実践

- ① お客様対応力の強化(対応品質の向上)
- ② お客様情報の社内共有化と提案活動の推進(製品品質の向上)
- ③ リスクマネジメントの推進(経営品質の向上)
- ④ 全社的CS教育の推進(CSの向上)

### CSアンケート調査

ニチレイフーズお客様相談センターでは、お客様対応の品質向上を目指し、春・秋の年2回、お客様満足度(CS)アンケート調査を実施しています。当社商品の不具合等をご指摘いただいたお客様に対し、調査報告とともにアンケート用紙を同封。「電話対応時の印象」、「調査報告内容への納得度」、「受付から報告までのスピード」、「今後のご購入意欲」という4項目の5段階評価と、フリーコメント欄で、忌憚のないご評価・ご意見等をいただくようお願いしています。

#### ●「お客様満足度の評価」



集計結果は、お客様相談センターで対応品質向上に活用されるだけでなく、本社部署長会議で報告されるとともに、イントラネットを通じて社員に配信し、全社で問題意識を共有しています。

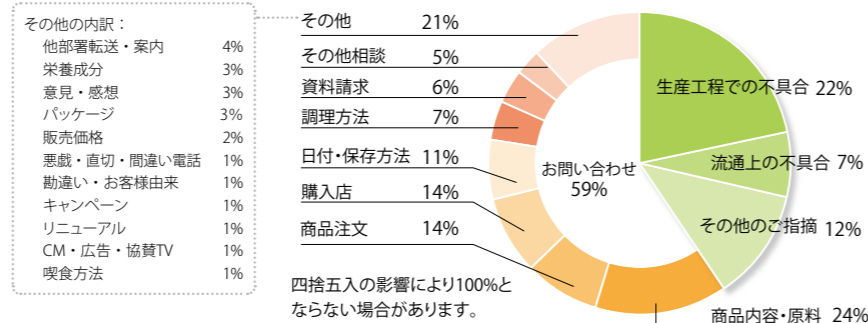
#### 【フリーコメント(抜粋)】

- ◆電話も報告書も誠意ある対応で、苦情を言って申し訳ない気分になりました。毎日のお弁当作りでもかなりお世話になっており、これからも安心して購入できそうです。おいしくて安心できる商品を提供していただけるよう願っています。
- ◆企業活動上、苦情処理対応が大きなポイントだと思います。今回の御社の対応は的確で、御社製品のファンづくりにも一役買ったのではないのでしょうか。まさに「災い転じて福となす」ですね。今後も御社の発展を祈念しています!

### CS研究会の取り組み

冷凍食品は、-18℃以下の保存においては「最強の食品」と言えますが、温度変化にはデリケートです。ご家庭での頻繁な冷凍庫の開閉や、流通過程における急激な温度変化を受けると、商品本来のおいしさや特徴が損なわれてしまいます。ニチレイフーズは、(社)日本冷凍食品協会の支援のもと、同業8社とともに発足した「CS研究会」の座長企業として、同業各社に寄せられる苦情・ご指摘についての情報共有・分析を行うほか、流通業者

#### ●「当社2009年度お客様の声の内訳」



様向けに夏場の温度管理の要請を行うなど様々な活動に取り組んでいます。

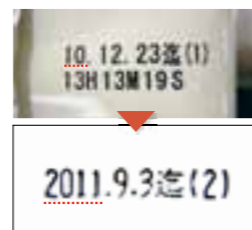
2009年度は、CS研究会の活動結果として、同協会のHP上に「物流・保管時の温度変化に起因する商品苦情について」と題した解説を掲載し、生活者の方々への教育・啓発に貢献しました。

#### お客様の声を受けた改善

お客様からのご要望やお問い合わせの多い内容を分析し、改善を図っています。2009年度は、賞味期限の表示を西暦2桁から4桁の表示へと変更しました。

#### 【お客様の声(抜粋)】

- ◆今川焼の賞味期限が「枠外」とありますが、よくわかりません。(「09.9.9製造番号」が2009年9月9日を意味しているとは)、高齢者にはわかりにくいです。もう少しわかりやすく表示して下さい。(東京都八王子市・60代女性)
- ◆購入したふかひれスープの賞味期限はいつですか。(「10.10.3」が2010年10月3日までを意味しているということとは)、2年先まで有効ということですね。(神奈川県横浜市・50代男性)



賞味期限表示の変更

### 第三者意見

## ニチレイグループ「CSRレポート2010」を読んで

神戸大学大学院経営学研究科教授 國部克彦



### 「6つの責任」を軸にしたCSR活動

ニチレイグループのCSR活動は、「新たな顧客価値の創造」、「働きがいの向上」、「コンプライアンスの徹底」、「コーポレートガバナンスの確立」、「環境への配慮」、「ニチレイらしい社会貢献の推進」という6つの責任を軸に展開されています。2010年度からスタートした中期経営計画「energy 2012」でも、「6つの責任」の精神が織り込まれており、事業活動全体でCSRを推進しようとする姿勢は高く評価できます。

### 事業を通じた社会貢献

ニチレイグループは食品関連企業として、事業を通じた社会貢献を数多く実施しています。特集記事にある「未利用魚を活用した水産加工品」、「ベジポート旭センターでの農産物100%使い切り」、「鶏ふんを利用した循環型リサイクル」などは、ニチレイグループの事業特性を活かした社会貢献として大変重要です。これらはすべて食資源の有効利用であり、日本のみならず世界的に非常に重要なテーマです。今後も、このような活動をCSRプログラムの中核として、全社的に体系だって促進していただきたいと考えます。

### 「方針」「活動」「今後の取り組み」が明示された情報開示

ニチレイグループのCSR活動は、それぞれの項目の冒頭に、基本方針、2009年度の活動、今後の取り組みがまとめられており、CSRのPDCAを回す努力をされていることがわかります。今後は、方針と活動の間に目標を設定して、目標を中心にCSR活動を実施するようになると、より具体的な活動を有効に遂行できるようになると思います。環境については、2012年に向けた地球温暖化ガスの削減目標の設定を進めるということも評価できます。さらに、今後は2020年や2050年という中長期の観点から、現在の環境活動を見直すという視点も必要になると考えられます。

### バリューチェーン全体の活動へ

CSRは部分的な活動として意識するのではなく、事業全体の中でその意義を確認することが重要です。その意味で、供給業者から顧客までのバリューチェーン全体の中で、ニチレイグループが事業を通じて社会に貢献できる場所を分析して、発展させることが必要です。特に、製造と物流の双方に強みを持つニチレイならではのCSRのコンセプトを打ち立てられることを期待しています。