

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

1974年に創設された(株)ニチレイフーズお客様相談センターは、「もう一人の家族であるお客様との対話を通じて、安全・安心をお届けする体制の強化」をミッションとし、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、業務改善に役立てています。

2008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、全社的なCS(Customer Satisfaction：お客様満足度)向上の旗振り役としてCSRを推進しました。

2008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)

全社的CS教育の推進

CSの最前線部署として構築した「お客様相談センターCS実践研修プログラム」の運用は3年目にいたり、研修対象者を全従業員に拡大するとともに、自発的に研修に参加する従業員も増加してきました。

また、全国の生産工場の品質管理担当者を対象に、外部講師と連携して「報告書作成セミナー」を年2回開催し、CS度の高い報告書作成の実現に取り組んでいます。



お客様の声に耳を傾けるニチレイフーズ相馬社長(右)

研修プログラム(半日ショートコース)

- A 講義：クレーム対応の基本とCS&RMの重要性について
- B 実践：電話対応のシミュレーションと情報統計分析システムの解説と活用

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、流通過程で急激な温度変化を受けると、商品が本来持つおいしさや商品特長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クレームについての情報共有・分析を行うほか、流通業者様向けに夏場の温度管理の要請を行うなど、さまざまな活動に取り組んでいます。

また、協会主催の消費者団体との意見交換会に参加し、相互理解を深めさせていただくとともに、当社の生産工場の見学会を通して徹底した品質管理の実態を体験していただきました。



消費者意見交換会の風景(中央奥 浦野会長)

お客様の声を受けた パッケージ表示改訂事例

パッケージを通して、独自の安全への取り組みと徹底した管理体制を生活者へ発信しています。



お客様の声を反映したパッケージ表示

サステイナブル経営格付けの結果

ニチレイフーズは、外部機関による格付評価を受けています。結果を真摯に受け止め、今後の改善に役立てていきます。

所見

1 総合評価

(株)ニチレイの過去3年にわたる格付参加の後をうけ、ニチレイグループの中核の事業会社で加工食品事業担当である貴社の3回目の格付評価ですが、結果として貴社は、消費者の身近に位置する食品メーカーとして、学会が求めるサステイナブル経営に向かっていくつかの点で着実に進んでいると評価されました。

経営分野の「D リスク戦略」や環境分野の「H 廃棄物削減および資源循環」、また社会分野の「O 消費者への責任履行」については評価点も高く、また昨年より向上が見られました。特に、貴社で掲げられている「7つの基本価値」を通じて高い顧客価値の創造を目標とされている中で、お客様相談センターの対応などに象徴的に表れている消費者への責任履行のレベルの高さについては、「最も信頼される食品企業」を目指しておられるだけあり、賞賛に値します。

一方、一部に昨年より評価点の低くなっている項目がありますが、これは社会が企業経営に求めるものを本学会の評価基準に反映した結果であり、一部評価基準の切り上げや評価の厳格化に伴うものであるため、必ずしも貴社の取り組みの後退を表したものとばかりは考えておりませんが、社会のニーズの変化に対応する課題が新たに生まれているとも言えましょう。

2 優れている項目とその理由

食品メーカーとして「安全・安心」を念頭において取り組まれ、相馬社長が「食の安全に関して、やるべきことは日々やっているが、薄氷を踏む思いで経営している」と述べておられるように、やるべきことをやっけてもそれに安住することなく常に危機感を持って対応してゆく姿勢が、上に記したような「消費者への責任履行」や「リスク戦略」での素晴らしい評価に繋がっているものと評価致します。リスクマネジメント委員会などが有効に機能していると見られること、昨年10月の「冷凍いんげんからの殺虫剤検出事件」でこれまでの貴社のリスク戦略が効果的であることが結果として証明されたことなど、特に「食の安全」に関するリスク対応は優れていると評価致します。

また、従業員関係につきましても、「Q 就業の継続性」「R 機会均等」「S 仕事と私生活の調和」などにおいて、必ずしも社員限定の戦略・仕組ばかりではなく、パートタイマーの方にも社員同様の取組みをされていることが多いと見られるのは、サステイナブルな社会の構築に貢献する経営像を追及する学会として、心強く感じました。更に一層の、非正規社員への社員同様の処遇等の拡大を目指されることを期待いたします。

3 改善を要する項目とその理由

経営分野の「B 企業統治」における取締役としての内部統制義務(相互牽制義務と任務懈怠回避義務)に関する取組みでは、単に法の定める範囲での取組みに止まっていると見られる貴社の現状は、企業統治をより確実にする上での課題を残してい

ると考えられます。今後の経営改革時に検討いただくことを期待します。

環境分野の「K 地球温暖化防止」では、GHG総量目標の設定などで進展が見られましたが、通勤・営業・出張などでの人の移動に伴う環境負荷低減への、一層の取組みをお勧めします。

「M 土壌等汚染の防止・解消」に関しては、食品メーカーとして化学物質の使用はなく、十分に確認したうえで操業を続けているので、通常操業下において土壌汚染問題は馴染まないとのこと説明でした。そのお考えはよく理解できますが、現在の良好な状況の維持のため、また新しい工場を建設する場合などに備え、土壌汚染に対する目標と計画を定め財務会計等への反映の方針・手順を定めておくことをお勧めします。

環境分野の「J 生物多様性の保全」において、社会分野の「T CSR調達」との組み合わせで同一部署からの指令による全社的取組みを開始されていることは、まだ現時点では両側面とも十分な対応水準に達しているとはいえませんが、前進が見られ今後の進展が期待されます。

また評価側面の中には、方針、方針、実績があるのに社会環境報告書などへの開示がないことで、減点となっているケースがあります。実践していることはしっかりその実態を開示し、一方、問題となるような事実がないということもきちんと表明することは、ステークホルダーに対して責任をともなうコミットメントとしての意義があるとともに、社内においても一層の緊張感を保つ効果を発揮します。是非、積極的な一層の情報開示を進めていただきたいと思えます。不言実行とか陰徳を積むなどは現在のCSRに馴染むものではありません。

4 その他特記事項等

社長は「利益とは消費者の信頼の証」と考えておられるとのこと、世界的企業が赤字を余儀なくされている中で今後の経済見通しも混沌としていた状況ではありますが、是非、消費者の身近に位置する食品メーカーとして、貴社が消費者からの一層高い信頼を獲得され、その証としての利益拡大と企業価値向上につなげられることを期待してやみません。

また、本年4月から環境経営推進部を設置され、グループの中核事業会社として率先して環境・CSRに取り組む姿勢は、サステイナブル経営の目的に合致するものと考えます。

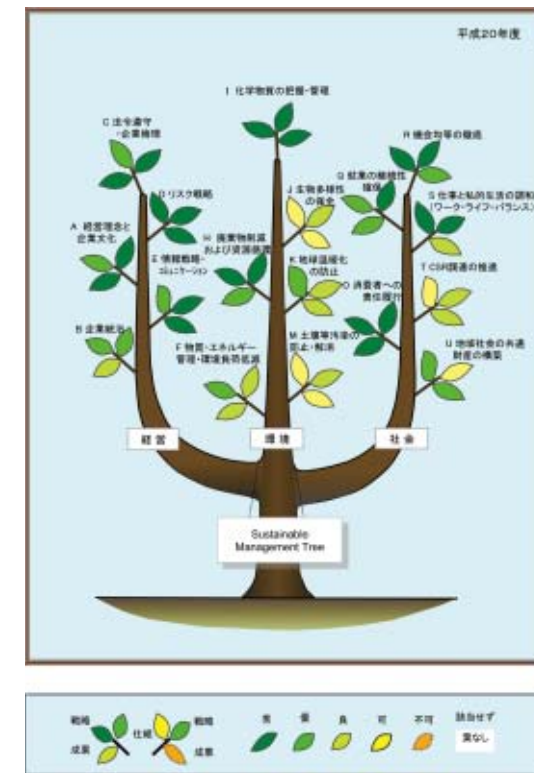
なお、「B 企業統治」では社外取締役や社外監査役を設ける要求が出ておりますが、本学会としては、(株)ニチレイという持株会社のグループ会社出身者は本来の意味での「社外」とは認めていないことから、貴社の評価点は低くなっております。

2008年度の格付評価を通じて、私どもは貴社と問題意識を相当部分共有しつつ、貴社が自社の特色を踏まえ、「サステイナブル経営のあるべき姿」を目指して研鑽を重ね実績を積まれるなど、その真摯な取組みの一端に触れることができましたことは、大変参考になるものであり、ありがたく存じます。惜越ではありませんが、貴社単独で3回の格付を経ましたので、次回は(株)ニチレイとしての格付参加をご検討いただきたいと存じます。

今後とも貴社と私どもの共創関係を堅固なものにして、持続可能な社会の構築に少しでも貢献できるよう衷心より願っています。

2009年4月27日
NPO法人 環境経営学会
副会長 サステイナブル経営研究委員長

木俣 信行



「サステイナブル経営格付け」について
NPO法人「環境経営格付機構」による、企業の持続可能(サステイナブル)な取り組みを総合的に評価する格付評価で、7回目となる2008年度は7社が参加しました。評価内容は「経営」「環境」「社会」の計17項目に対して、それぞれ戦略・仕組・成果の3つの視点で合計147設問から評価されます。評価結果は図のように、1本の木で表され、「経営」「環境」「社会」を示す3つの幹と葉の色で、企業の取り組みの状況を一覧することができます。