

サッポロビール 消費者志向自主宣言 活動報告

2017年

対象期間：2017年1月～12月

サッポロビール株式会社

サッポログループとサッポロビールの経営理念

サッポログループ経営理念

潤いを創造し 豊かさに貢献する

サッポロビール経営理念

「お客様の生活を、より楽しく豊かに」

サッポロビールは、「お酒は、**お客様の**楽しく豊かな生活を、より楽しく豊かにできる」と信じています。

開拓使麦酒醸造所設立以来の、モノ造りへの想いや信念を忘れず将来に伝え、全ての企業活動を通して、新しい楽しさや豊かさを**お客様に**発見していただけるサッポロビールを目指します。

これが、サッポロビールの永遠の務めです。

サッポロビールは、**お客様に**「サッポロビールを選んでよかった」と言われる企業でありたいと考えます。

サッポログループのCSR基本方針

サッポログループCSR基本方針

『わたしたちは、いつもお客様に喜んでいただける企業活動を通じて、
社会に信頼されるグループであり続けます。』

お客様に喜んでいただける誠実なグループであり続けることによって、企業としての発展を目指すとともに、持続可能な社会づくりに貢献してまいります。



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（取組方針）

- サッポログループ企業行動憲章（2003年9月制定）
 - 「サッポログループ企業行動憲章」（サッポロホールディングス社ホームページに掲載）において、『お客様との関係』について次の通り定めており、サッポロビールの社長をはじめ全ての役員・従業員がこれを遵守します。

【商品・サービスの品質の追求と安全性の優先】

- 社会的なニーズを正しく把握し、常にお客様に支持される高い品質を追求し、有益な商品・サービスを提供します。
- 常に商品・サービスの安全性を最優先し、商品の開発、製造、表示、サービス提供などの対策に積極的に取り組みます。
- 万一事故が発生した場合には、本憲章の精神に則り、「迅速対応」、「情報開示」、「拡大防止」に全力を尽くします。

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（取組方針）

- サッポロビールお客様対応基本方針（2016年11月策定）
 - サッポロビールでは、次の通り「お客様対応基本方針」を定めホームページに掲載して発信しており、これを遵守します。
 - 私たちは、「お客様の生活を、より楽しく豊かに」という経営理念のもと、お客様との対話を通じてより良い関係を築き、お客様から信頼され、お客様に新しい楽しさや豊かさを発見していただける企業でありたいと願っています。
 - そのために、私たちは、お客様との対話を大切に、「お客様の声」を事業活動に活かすことで、お客様に感動していただける商品・サービスの提供に努めてまいります。

<お客様対応行動指針>

1. 私たちは、お客様からいただいた声に、「迅速、的確、丁寧」に対応してまいります。
2. 私たちは、お客様に、適切な情報を積極的に提供いたします。
3. 私たちは、お客様からいただいた貴重な声を社内で共有して適切に反映させ、お客様に満足いただける商品やサービスの提供に努めます。
4. 私たちは、お客様の権利を保護するため、関連する法規および社内基準を遵守します。

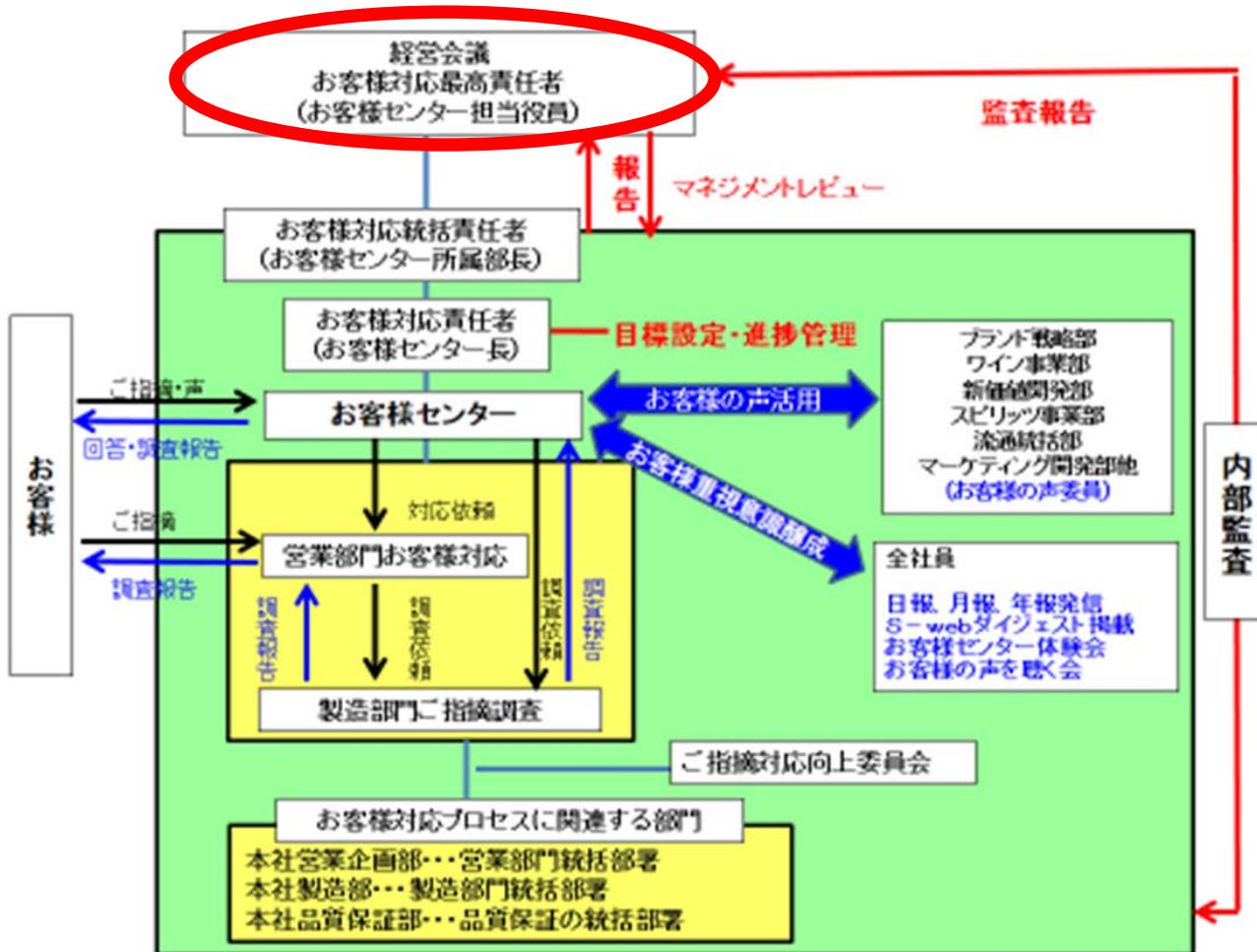
2. コーポレートガバナンスの確保

2. コーポレートガバナンスの確保（取組方針）

- お客様対応基本規程のもと、お客様センター担当役員を「お客様対応最高責任者」に任命し、お客様の満足と信頼を得るための**お客様対応マネジメントシステム**を構築・運営し、商品・サービス等の継続的改善を図ります。
- 経営会議メンバーは、お客様センターに日々寄せられる「お客様からのご指摘」や「お客様の声」について報告（日報、月報、年報など）を受けるとともに、録音・編集された「お客様の声」を**経営会議の場**で直接聴き、適宜関係部門に指示を行います。
- 経営会議に属する委員会として**リスクマネジメント委員会**を設置し、万一事故が発生した場合には、「危機管理規程」に基づいて、「人命第一」、「安全最優先」、「迅速対応」、「情報開示」、「拡大防止」に全力を尽くします。

2. コーポレートガバナンスの確保

取組内容：お客様対応マネジメントシステム



● 2016年11月に策定した「お客様対応基本規程」において、お客様センター担当役員を「お客様対応最高責任者」に任命することを規定。

＜2017年度活動実績＞

● 2017年1月に、ISO10002の自主適合宣言を行い、お客様対応マネジメントシステムの運用を本格的に開始。

2. コーポレートガバナンスの確保

取組内容：経営会議で「お客様の声」を直接共有

- 頻度 : 月2～3回（経営会議の冒頭）
- メンバー : 社長以下役員
- 内容 : お客様センターにて編集した音声を7～8件
所用時間約5分、その他に5～7件のメール
まず、「厳しい声」から聴き、次いで「ご意見・ご提案」、
最後に「嬉しい声」
- 成果 : その場で判断し、適宜関係部署と協議・指示
迅速な判断・改善の実現

<2017年度活動実績>

- 年間29回、205件の「声」を経営会議の場で音声にて直接共有（メールも加えると計268件）



2. コーポレートガバナンスの確保

取組内容：リスクマネジメント委員会

- **頻度** : 緊急事態の発生または緊急事態につながるおそれのある事実が判明したときに開催
- **メンバー** : 委員長（総務部担当役員）、副委員長（経営戦略部担当役員）、経営戦略部長、総務部長、法務室長、人事部長、品質保証部長、製造部長、エンジニアリング部長、営業企画部長、広報室長
- **内容** : 緊急事態の発生状況・原因・想定される影響・対応策等を確認し、「人命第一」、「安全最優先」、「迅速対応」、「情報開示」、「拡大防止」に全力を尽くす。

<2017年度活動実績>

- リスクマネジメント委員会の決定に基づいて、計2件の商品自主回収等（表示誤り、見本品流出）の対応を公表

3. 従業員の意識醸成

3. 従業員の積極的活動・従業員の意識醸成（取組方針）

- サッポロビールの**行動規範「開拓者たれ」**の第一に**「お客様起点」**を掲げており、事業活動のあらゆる場面で、お客様起点の行動を心掛けるよう徹底を図ります。
- お客様から日々寄せられるご意見、ご要望等を「お客様の声」として日報に取り纏め、**社内イントラネット**にて全社に発信するとともに、その一部を同イントラネットのトップページに**「お客様の声ダイジェスト」**として紹介し、意識醸成を図ります。
- 定期的に、全従業員を対象とした**「お客様の声を聴く会」**や、希望者を対象とした**「お客様センター体験会」**を実施し、意識醸成を図ります。
- 全従業員を対象に実施する**eラーニング**や、職場毎に開催する**コンプライアンス勉強会**において、お客様対応や、法令遵守、企業倫理などに関する教育・啓発を行います。

3. 従業員の意識醸成

取組内容：社内掲示板トップページに「お客様の声ダイジェスト」を掲載

サッポロビール株式会社 SBトップ

SBトップ グループトップ 営業 研究開発 調達製造 サポート 関係会社 プロジェクト

このサイトを検索...

★PICK UP グループニュース ★PICK UP SBニュース

NXSYS SDP-RDP 1日1情報 動怠表 申請回章 人事WEB IT問合せ 内線 リンク集 Sbox 検索 中計&社史 規程集 働き方改革

お客様の声ダイジェスト(一覧)

声の集計やデータは[こちら\(月報\)](#) / もっとお客様の声を知りたい方は[こちら\(日報\)](#)

☆☆ 12月26日の声「ラッキーエビス」☆☆

発行日	タイトル
12/26	【ラッキーエビス】知り合いに「超ラッキーエビス」が存在すると言われました。
12/25	【極ZERO 爽快ゼロ】アルコールに強い私が待っていた商品です。
12/18	☆☆「お客様の声ダイジェスト」リニューアル ☆☆
12/14	【エビスビール記念館】エビスビールがますます好きになりました。
12/13	【超男梅サワー】これ飲んでると、他の商品飲みたくなっちゃうんですよ。

重要なお知らせ

発行日時	タイトル	対象
2018/01/09	【連絡】リシア仕様変更について(経営職社員のみにNEW)	SH/SB 経営職社員
2018/01/09	【本社】リマインド: H29年生活習慣病健診のご案内	SH・SB本社勤務の方(首都圏本部除く)
2018/01/05	文書管理規程の全面改定	SB

みんなの掲示板

特集

発行日	知っているか? ! お酒のモ ンダイ	社員と飲酒
12月27日		
12月26日	開け! 輸入ワイ ンの扉	開け! 輸入ワインの扉 = 第23 号 = ワイン電車、静岡を走 る!
12月27日	グランボレー ール	2017年を振り返って〜グランボ

<2017年度活動実績>

- 年間190件の「お客様の声」をダイジェストとして掲載

3. 従業員の意識醸成

取組内容：お客様の声を聴く会・お客様センター半日体験会

■ お客様の声を聴く会

- 本社や全国の工場・営業所等で、録音した「お客様の声を聴く会」を定期的を開催。



<2017年度活動実績>

- 本社で2回、全国9工場で計20回の「聴く会」を開催

■ お客様センター半日体験会

- 月1回、希望者（2～3名）を対象に、お客様センターで直接お客様からの電話に対応する体験会を実施。



<2017年度活動実績>

- 年間で11回の「体験会」を開催、計24名が体験
- 消費者庁職員の受け入れ研修でも実施（2名）

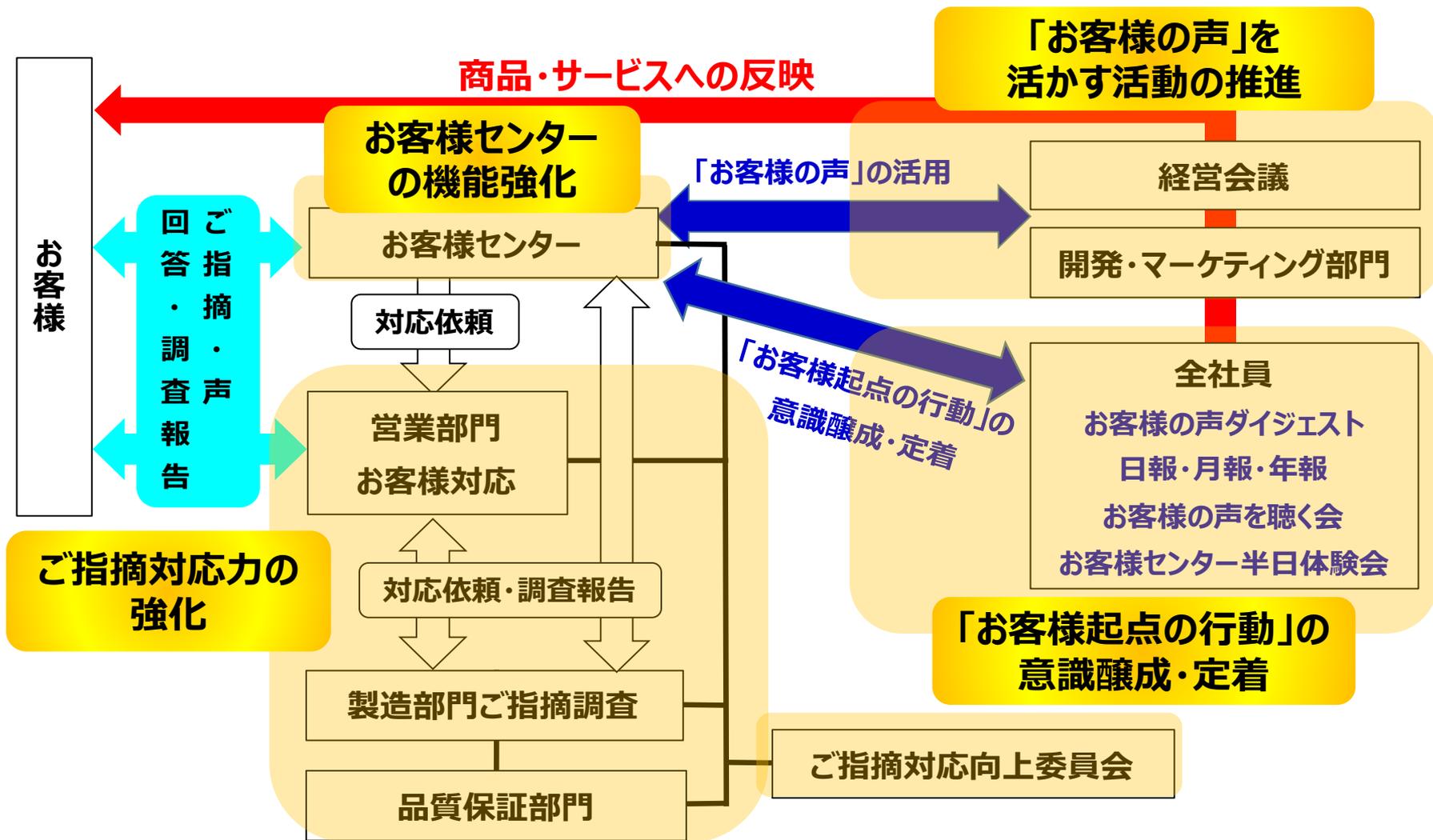
4. 社内各部門の有機的な連携

4. 社内各部門の有機的な連携（取組方針）

- 商品の不具合等をお申し出いただき、現品の交換や調査等の対応を行う「**ご指摘対応**」は、業務上の最優先事項と位置づけ、お客様対応部門（お客様センターと営業部門）や、製造部門、品質保証部門等が連携して迅速かつ的確に対応します。
- お客様から寄せられたお問合せ、賞賛、苦情、ご意見、ご提案等の「**お客様の声**」は、各事業部門や、開発部門、マーケティング部門等に速やかに報告するとともに、それら部門と定期的に検証を行い、「お客様の声」を事業に活かす活動を推進します。
- 万一事故が発生した場合には、経営戦略、総務、法務、品質保証、製造、営業、広報等の責任者をメンバーとする**リスクマネジメント委員会**が、当該事業部門に指示のうえ迅速かつ的確に対応します。

4. 社内各部門の有機的な連携

取組内容：重点取組課題と社内各部門の連携イメージ



4. 社内各部門の有機的な連携

取組内容：お客様センターのお客様対応品質の向上

■ お客様センターの概要

- ・人員：10名（2017年10月現在）
- ・受付時間：土・日・休日除く 9:00～17:00
- ・受付方法：フリーダイヤル・メール・手紙

■ お客様センターの対応品質向上のための取り組み

- ・ご指摘アンケートの実施と活用
- ・各種外部研修

<2017年度活動実績>

- お客様からの「ご指摘アンケート」の活用
2017年：255件
- 電話応対外部診断の実施（3月,8月）
- 各種外部研修への参加（延べ20日）



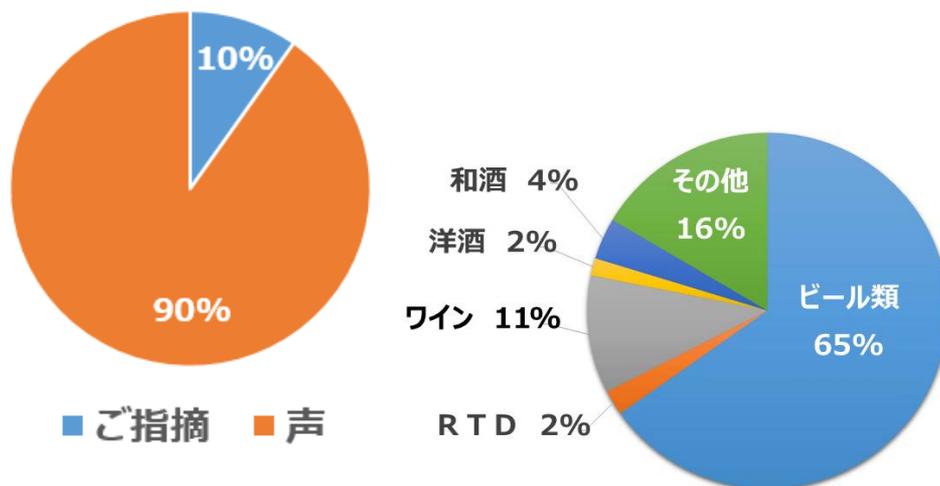
4. 社内各部門の有機的な連携

取組内容：2017年のお客様対応活動実績

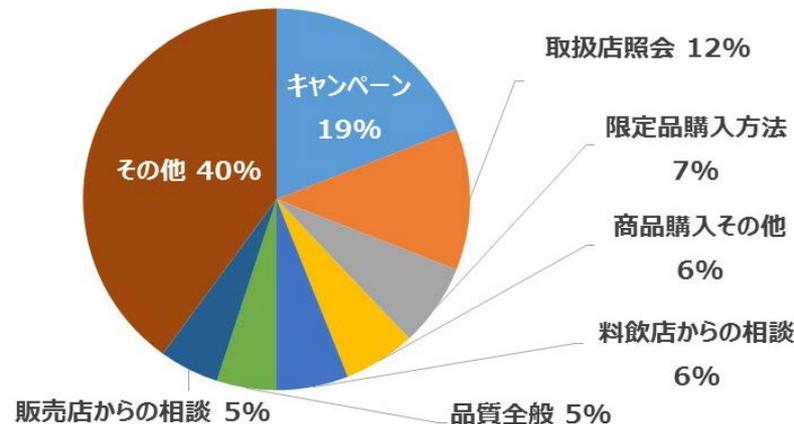
ご指摘：商品の不具合のお申し出
声：ご指摘以外の全てのお申し出
 (お問い合わせ、ご意見、ご提案、等)

ご指摘	1,429
声	13,243
総件数	14,672

■「ご指摘」、「声」の構成比



■「声」の受付分類別の構成比



■商品別内訳（「ご指摘」+「声」）

※データは2017年年間実績
 (2018年1月10日現在集計)

4. 社内各部門の有機的な連携

取組内容：営業所、工場のご指摘対応力の強化

■ ご指摘対応向上委員会の設置

- ・ご指摘対応力向上のため本社関係部署にて横断的に編成

■ ご指摘対応基準の整備

■ 各種社内研修の実施

- ・階層別、部門別研修の実施
- ・営業部門におけるOJT、勉強会の実施

<2017年度活動実績>

- 営業部門向けeラーニングを実施（年4回）
- 中上級編ご指摘対応ケーススタディを作成、実施
- 新入社員、新任営業担当者向けご指摘対応基礎研修を実施
- 営業所窓口担当者研修、工場調査分析担当者向け研修を実施

4. 社内各部門の有機的な連携

取組内容：マーケティング部門へのフィードバック

- 目的： Face-to-faceの情報・意見交換
- 対象： ブランド戦略部、ワイン事業部、スピリッツ事業部、等
- 内容： 期間中のデータや各部署に関連する「お客様の声」の振り返り、課題解決に向けた状況確認・意見交換
- 成果： 改善のスピードアップ、情報交換の活発化
各部からの自発的・予防的な「事前相談」の増加
お客様起点の行動の浸透

<2017年活動実績>

- 上記3部と計11回の情報交換会を実施
- 10月より新たにマーケティング開発部と情報交換会を実施
- お客様の声を起点とした改善事例：102件
- 予防的な事前相談：84件

5. お客様への情報提供の充実

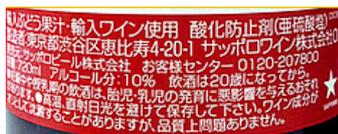
5. お客様への情報提供の充実（取組方針）

- 商品の包装容器や販売店での店頭広告品等の表示、テレビCM等の広告宣伝、ニュースリリース、ホームページなどによるお客様への**情報提供の充実と適正化**を図ります。
- お客様センターに寄せられるお客様からのお問合せ等に対して個別にお応えするとともに、**よくあるご質問やお問い合わせ**についてはホームページにて紹介し、積極的な情報提供に努めます。
- お客様から寄せられた貴重なご意見やご提案を商品改善等に活かした**事例をホームページに掲載**し、お客様へのフィードバックを行います。

5. お客様への情報提供の充実

取組内容：「お客様の声」が起点となった改善事例の紹介

■ お客様から寄せられた貴重なご意見やご提案を商品改善等に活かした事例をホームページに掲載しています。



ワインのラベルを読みやすくしました。



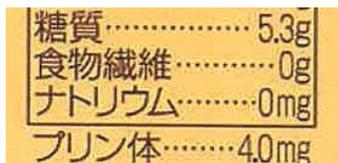
製造や賞味期限の西暦表示を4桁に変更しました。



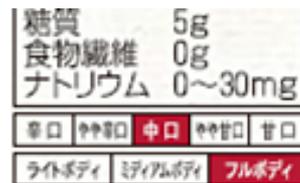
キャンペーンの説明を読みやすくしました。

- 原材料: 麦芽・ホップ・米・コーン・スターチ
- アルコール分: 5%
- 内容量: 350ml

缶製品の表記を横書きにしました。



プレミアムアルコールフリーにプリン体の含有量を記載しました。



ワインの味わい表記、栄養成分表示を変更しました。



赤ワインのポリフェノール含有量について、表現を統一しました。



極ZEROのアルコール度数の表記とお酒マークの配色を変更しました。

5. お客様への情報提供の充実

取組内容：「お客様の声」が起点となった改善事例

■ 2017年は、以下のような改善事例がありました。

【お客様の声】 ビールの6缶パックに付いているプレゼントキャンペーンの応募ハガキだけを切り取って、応募要項の部分を捨ててしまったので、締切日がわかりません。まだ応募できますか？
(9月 40代女性より)

【改善内容】 6缶パックに記載する応募締切日は、①表面、②応募ハガキ、③応募要項の3ヶ所とすることをルール化しました。



【お客様の声】 乳児を抱っこしながら3歳児を連れて千葉工場の見学に行きましたが、マリンハウスの個室トイレにベビーキーパーがなくて、とても困りました。女性用個室にはベビーキーパーを設けて下さい。
(8月 30代女性より)

【改善内容】 9月中旬より、多目的トイレ・男子トイレ個室・女子トイレに各1個ベビーキーパーを設置しました。



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（取組方針）

- サッポロビールは、サッポログループCSR基本方針のもと、お客様をはじめ、地域社会、行政、外部関連団体等のステークホルダーとのコミュニケーションを図りながら、
「安全・安心な品質の提供」を旨として商品・サービスの開発・改善に取り組むとともに、
「低炭素社会、循環型社会、自然共生社会の実現」や、
「適正な飲酒の啓発、不適切な飲酒の防止」などに努めます。

6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

取組内容：安全・安心な品質の提供

原料の調達： 安全でおいしいビールづくりのために、原料となる“大麦とホップ”の育種、協働契約栽培での原材料調達に取り組んでいます。

開発・設計・製造： ものづくりのこだわりを大切に、開発から製造まで、全社をあげた体制で品質を追求しています。

物流・販売： 新鮮な美味しさそのままを届ける為に、輸送方法の改善やビールサーバーの開発を行っています。

お客様対応： お客様との対話を大切に、「お客様の声」を事業活動にかかしています。

サッポロビールでは、品質マネジメントシステムの国際規格 **ISO9001**に加え、食品安全マネジメントシステムの国際規格 **FSSC22000**の認証取得を進めています。

6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

取組内容：安全・安心な品質の提供

■ 協働契約栽培

ビールの主原料である麦芽（大麦）とホップの産地からこだわり、栽培から加工プロセスまで生産者と共につくっています。



■ 各部門が一体となった品質保証

品質保証・商品企画・開発研究・生産管理部門で、毎月1回定期的に会合をもっています。商品についてのお客様からのご意見などを、出来る限り早く共有・検討し、商品開発と工場での生産に活かし、商品の品質向上へ反映させています。工場では、品質マネジメントシステム以外にもHACCPを参考とした厳しい社内基準を設け、製造工程の品質保証を徹底しています。



6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

取組内容：地球環境の保全のための取り組み

低炭素社会の実現： 地球温暖化防止のため、工場・オフィスなど事業場拠点と物流においてCO₂排出量の削減を目指します。

循環型社会の実現： 限りある資源の有効活用のために、事業活動の各段階で排出される廃棄物の3R（リデュース・リユース・リサイクル）を進めます。

自然共生社会の実現： 自然の恵みを育む生物とその生育環境を維持するため、地域開発、原料栽培、製造などの段階で生物多様性を考慮し、その保全活動に取り組みます。

サッポロビールでは、**生産部門で環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001、本社・営業部門で環境省が定めるエコアクション21の認証を取得し、環境保全に取り組んでいます。**

6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

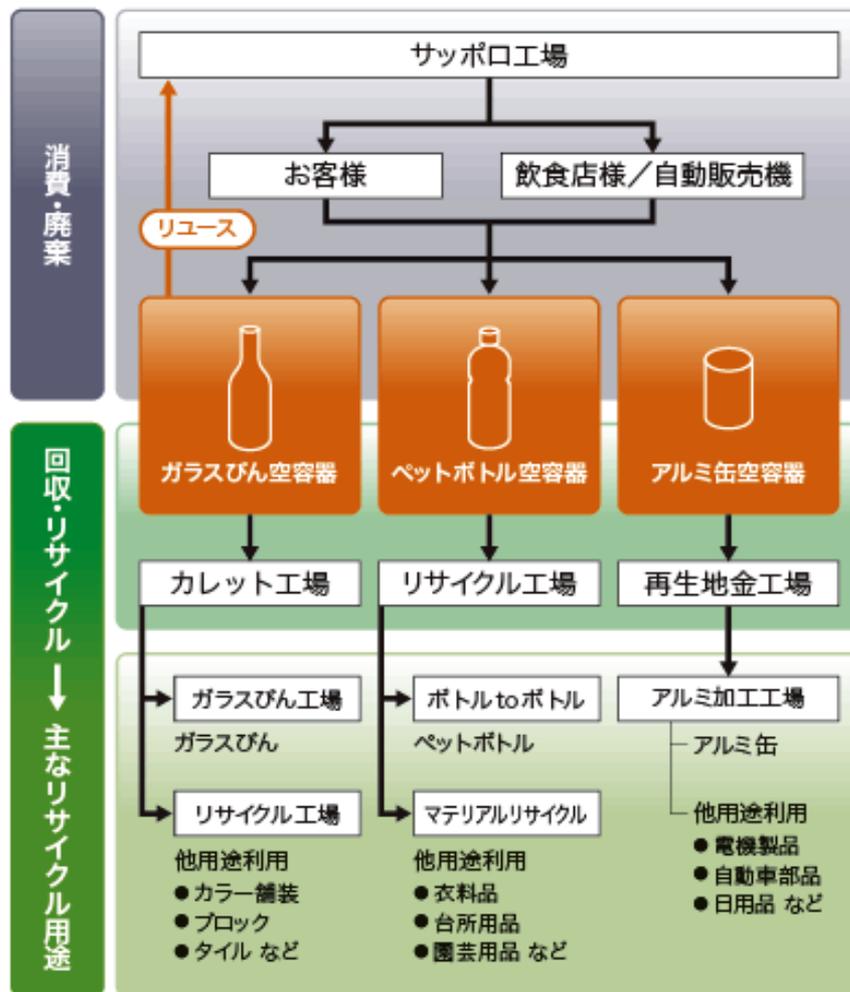
取組内容：地球環境の保全のための取り組み

■ 容器・包装のリデュースの推進

缶胴のアルミ使用量削減を進め、2012年から350ml缶で4.4%を削減しました。また、段ボール使用量を約1%削減した「らくもてケース」の開発・展開、6缶紙パックの形状の見直しによる紙の使用量削減など、容器・包装のリデュースに取り組んでいます。

■ 容器リサイクルの推進

各種容器のリサイクル団体に参画するほか、ラベルを剥がしやすくするためにミシン目や開封位置の工夫をする、容器にリサイクルの呼びかけを表示するなど、容器リサイクルの推進に努めています。



6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

取組内容：適正飲酒の啓発・不適切な飲酒の防止

適正飲酒に関する基本方針： 私たちは、お酒のもつ特性をご理解いただき、商品を楽しんでいただけるよう、「**適正飲酒**」についてお伝えしていくことが、**酒類メーカーとしての社会的責任**であると考えています。このため、企業行動憲章に定めた方針にもとづき、「**適正飲酒に関する基本方針、行動指針**」を定め、これに沿った取り組みを行っています。

➤ **基本方針**

- 酒類の製造販売および広告宣伝においては、酒類の特性に鑑み**社会的配慮**をもって臨みます。
- 健康で明るい生活にふさわしい節度ある飲酒を呼びかけるとともに、**未成年者飲酒防止、飲酒運転防止、妊娠中飲酒防止**などの取り組みを推進します。

6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

取組内容：適正飲酒の啓発・不適切な飲酒の防止

■小中学生向け小冊子の無料配布

「知っておこう お酒のこと」

- 発行からの累計で約70,000冊配布。2017年第2版発行。
- 2013年 消費者教育支援センターによる「消費者教育教材資料表彰（第9回）」優秀賞受賞。

■大学生向け適正飲酒啓発セミナーの開催

- 2015年から主に首都圏の大学にてセミナーを開催。
- お酒の定義や酔いのメカニズムなど、**適正に飲酒をするための基礎知識**から、**未成年者の飲酒防止**、将来社会に出て役立つ**酒席でのマナー**などについて講義。

■不適切な飲酒の防止のための取り組み

- 表示やメッセージによる注意喚起、広告宣伝の自主規制強化など

6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

取組内容：適正飲酒の啓発・不適切な飲酒の防止

**小中学生向け小冊子
「知っておこう お酒のこと」**
未成年者が飲酒してはならない理由や誘われたときの断り方、大人が果たすべき役割などを掲載し、ご家族全員で読んでいただきたい小冊子です。



**大学生向け適正飲酒啓発
セミナー**



表示やメッセージ掲載による注意喚起

- ・酒類容器への表示
- ・テレビCM、各種広告、店頭POPへのメッセージ掲載 など



飲酒は20歳になってから。飲酒運転は法律で禁止されています。妊娠中や授乳期の飲酒は胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。お酒は楽しく適量で。のんだあとはリサイクル。  www.sapporobeer.jp サッポロビール株式会社

6. お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

取組内容：お客様・社会の要望を踏まえた改善・開発

- 以上の「安全・安心な品質の提供」、「地球環境の保全」、「適正飲酒の啓発」などに関する取り組みは、サッポロビールのホームページに詳しく掲載しています。

➤ [リンク](#)

- また、サッポログループでは、毎年CSRレポートを作成・公表しており、同レポートでもサッポロビールの各種取り組みを紹介しています。

➤ [リンク](#)

以上