

サッポロビール 消費者志向自主宣言 フォローアップ活動

【2020年 活動報告】
対象期間：2020年1月～12月

SAPPORO BREWERIES LTD.



乾杯を
もっとおいしく。

サッポロビール株式会社
2021年3月31日



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

「新しい楽しさ・豊かさを お客様に発見していただけるモノ造りを」

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サステナビリティ

「大地と、ともに、原点から、笑顔づくりを。」

サッポログループのサステナビリティ方針のもとに、サステナビリティ経営戦略「Sustainable Smile Plan」を展開します。その取り組みの軸となるサステナビリティ重点課題を「4つの約束」として整理し、バリューチェーン上の様々なステークホルダーと協力しながら、持続可能な笑顔づくりを推進し続けます。



1. 経営トップのコミットメント

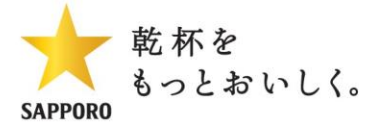
1. 経営トップのコミットメント（取組方針）

- **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、サービス提供等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、「新しい楽しさ・豊かさを お客様に発見していただけるモノ造りを」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。

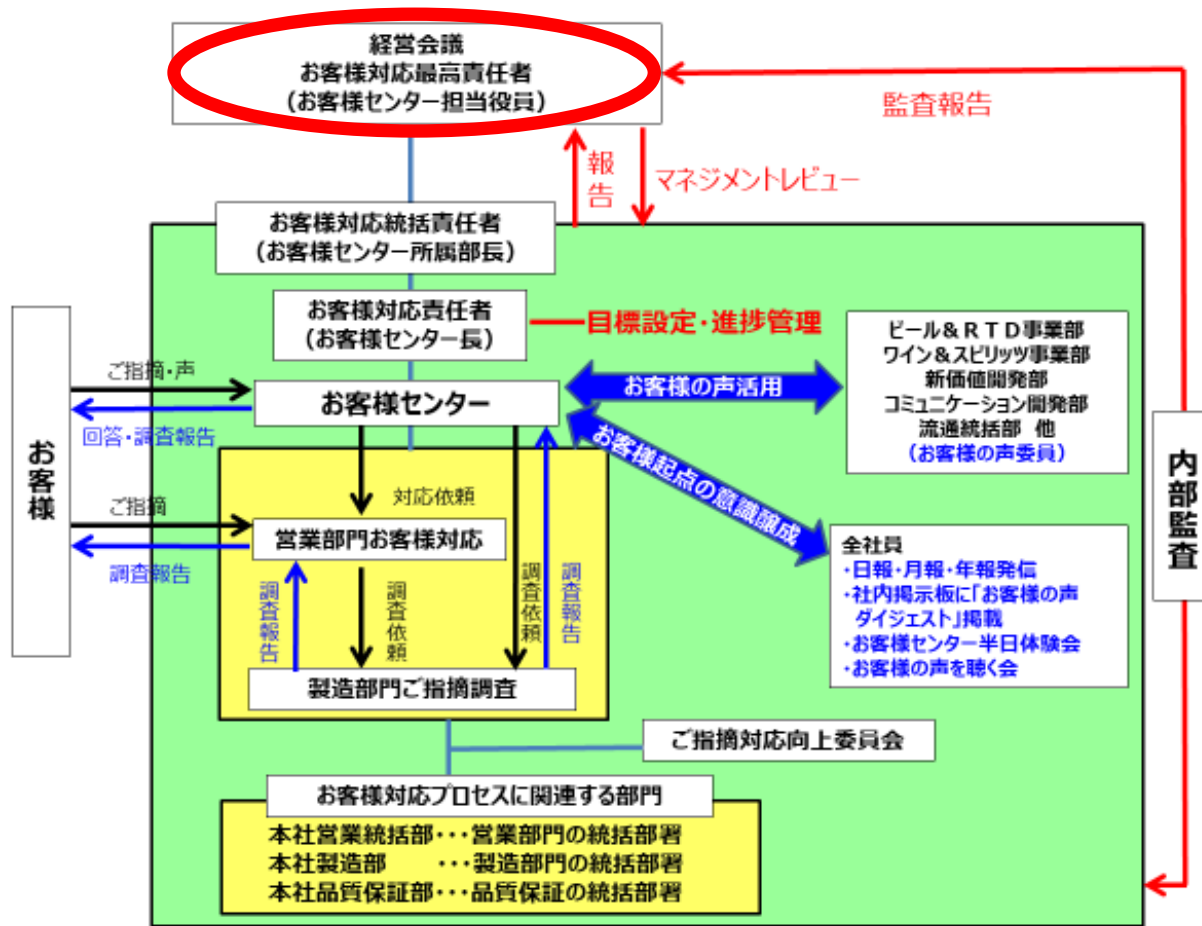
2. コーポレートガバナンスの確保

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、年報等）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



<2020年活動実績>

- マネジメントレビュー (3,12月)、内部監査 (8月) 等を通じて、お客様対応マネジメントシステムのPDCAサイクルを回し、継続的改善を実施

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1～3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6～8件
所要時間約5分、その他に4～6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

<2020年度活動実績>

- 年間22回、140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253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（経営企画部担当役員）、経営企画部長、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、営業統括部長、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

<2020年度活動実績>

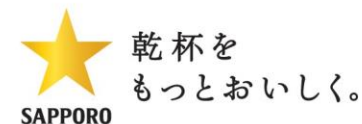
- リスクマネジメント委員会の決定に基づいて、商品以外の不具合で1件の対応をホームページにて公表

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「カイクしよう」**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」として日報に取りまとめ、**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**「お客様センター半日体験会」**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、企業倫理等に関する教育・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

トップページナビゲーション: サッポロビール | ひと・組織検索 (内線検索) | 社内FAQ | 人事WEB | 経費精算 | NXSYS | 規程集 | 売上情報 | リンク集 | Sbox | ミニブック

サッポロビール | トップページ | 営業 | 研究開発 | 調達製造 | サポート | 関係会社 | プロジェクト

■ ニュース&特集



[NEWS をすべて表示](#) [特集をすべて表示](#)

■ 連載コーナー [すべて表示](#)

■ 営業協力のお願い [すべて表示](#) [投稿はこちら](#) [営業協力のお願い過去分](#)

SWEB
【(2021.3.9)広域法人営業本部】...
大成有楽不動産様より新築分譲マ...
3月9日

サッポロビール
【首都圏】新宿伊勢丹『世界...
2021年3月9日

SWEB
【首都圏】SB広域外食本部第...
【首都圏】SB広域外食本部第3 営...
3月3日

【社外秘】SDP売上概況

■ お客様の声

- 特徴的な声は「[こちら](#)」
- 日報は「[こちら](#)」
- 旧お客様の声ダイジェストは「[こちら](#)」

[すべて表示](#)

ディスカッションを開始する

高橋 裕幸 250人が表示しました

【和酒】「濃いめのレモンサワーの素」へ寄せられた声

■いつも濃いめのレモンサワーの素の瓶を飲んでいますが、最近、瓶の処理に苦労をしています。2日に1本として毎晩飲むと瓶が溜まっていくんです。自治会の回収は2週間に1回なんです。空き瓶が溜まっていくんですが、ペランダに置くのも嫌だし。例えば焼酎とか紙バックが出ていますが、... [詳細を表示](#)

<2020年度活動実績>

- 年間100件の特徴的な「お客様の声」を「お客様の声ダイジェスト」として掲載
- 上記に加え、「知っておきたい消費者問題」と題した啓発記事を掲載開始

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。



<2020年度活動実績>

- Web会議ツールを使用し、生産部門向け（1月）、全従業員向け（10月）を開催

■ お客様センター半日体験会

- ・月1回、全従業員対象に希望者を募り、お客様センターで直接お客様からの電話にも電話にも対応する体験会を実施。



<2020年度活動実績>

- 新型コロナウイルス感染症対策のため実施できず

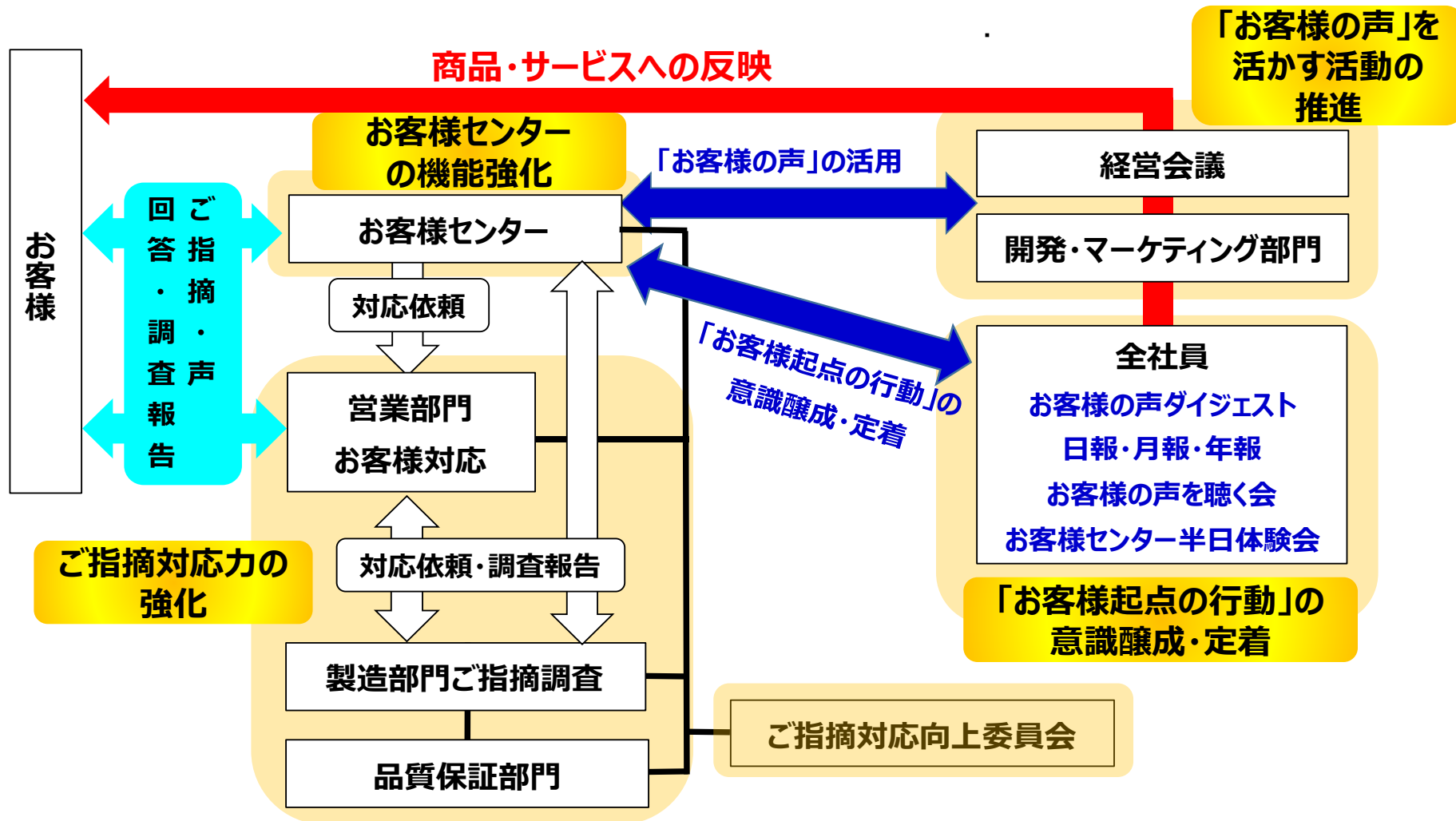
4. 社内各部門の有機的な連携

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い合わせ、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、経営企画、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（2020年12月時点）
- ・受付時間：土・日・休日除く 9:00～17:00
※新型コロナウイルス感染症対策で受付時間を
適宜変更（12月時点で、9:30～12:30/
13:00～16:00）
- ・受付方法：フリーダイヤル・E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
- ・各種外部研修への参加
- ・各種資格取得の推進

<2020年度活動実績>

- 「ご指摘アンケート」の活用、225件（回答率52%）
- 電話応対外部診断の実施（11月）
- 外部研修参加：延べ53日



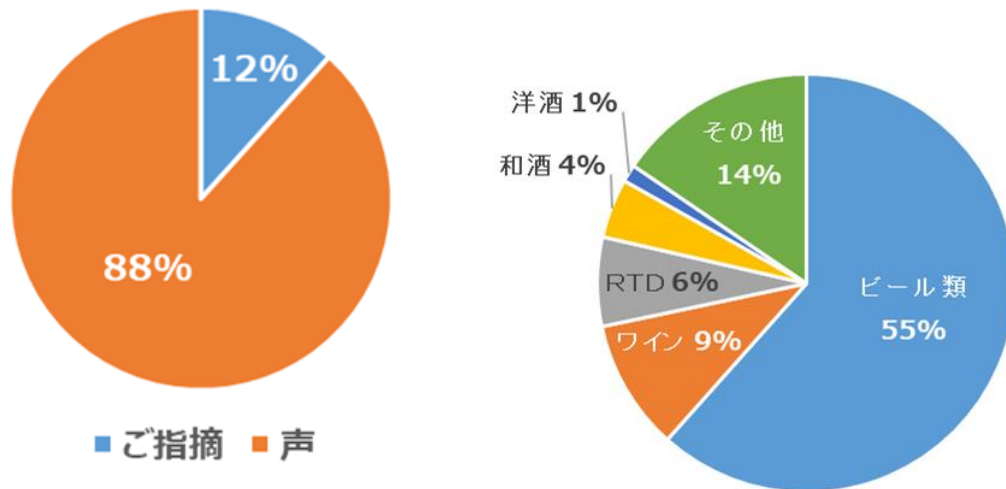
4. 社内各部門の有機的な連携

取組内容：2020年のお客様対応活動実績

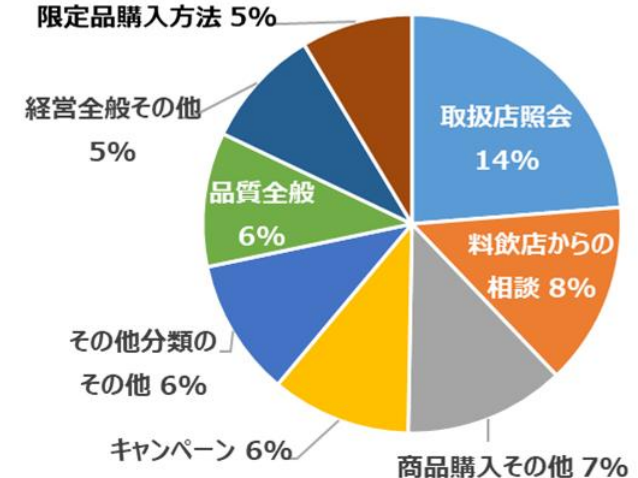
ご指摘：商品の不具合のお申し出
声：ご指摘以外の全てのお申し出
 (お問い合わせ、ご意見、ご提案、等)

ご指摘	1,260
声	9,542
総件数	10,802

■「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2020年年間実績
 (2021年1月31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活動

- ・ご指摘対応力向上のため本社関係部署が横断的有機的に協働

■ 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

<2020年度活動実績>

- ご指摘対応の基本ルールである「ご指摘対応基準」の改定を適宜実施
- 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
- 営業所と協働で営業担当者向けのご指摘勉強会を実施
- 営業所窓口担当者向け研修、情報共有の会議を実施
- 営業部門向けeラーニング（年4回）を実施
- ご指摘対応力向上のためのデータベース（事例集・研修動画等）を整備

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： ビール&RTD事業部、ワイン&スピリッツ事業部、コミュニケーション開発部、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

<2020年活動実績>

- 定期的な情報交換会（16回）と適宜の情報共有と打ち合わせを実施
- お客様の声を起点とした改善事例：77件
- 予防的な事前相談：108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、ホームページ等によるお客様への**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い合わ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。

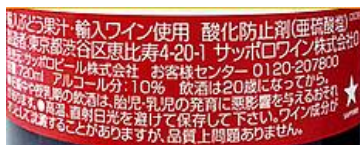
<2020年度活動実績>

- 新型コロナウイルス感染症蔓延に伴う緊急事態宣言発出後も、お問い合わせ方法の確保という観点から電話受付を継続
- お客様の声を起点とした改善事例として、濃いめのレモンサワーの残量を見やすくした事例をホームページに新規に掲載

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 ①

■ 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。



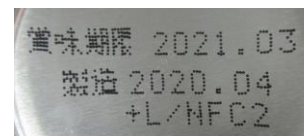
ワインのラベルを読みやすくしました。



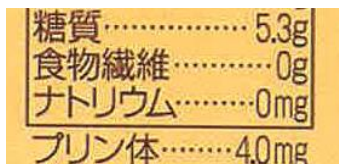
赤ワインのポリフェノール含有量について、表現を統一しました。



キャンペーンの説明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。



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。

- 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。

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 ②



ワインの味わい表記、栄養成分表示を変更しました。



濃いめのレモンサワーの素の残量が見えるようにしました。



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。



濃いめのレモンサワーの素のラインアップを増やしました。

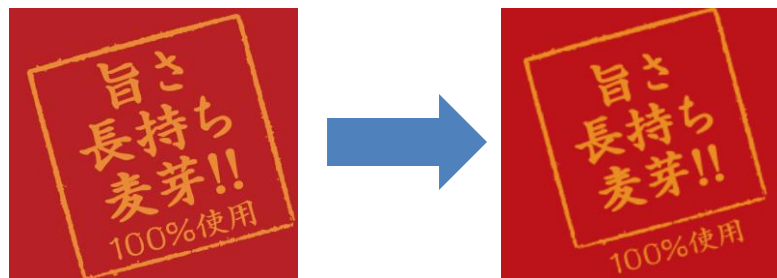
5. お客様への情報提供の充実

取組内容：「お客様の声」が起点となった改善事例 ①

■ 2020年は、以下のような改善事例がありました。

- ✓ 【お客様の声】 黒ラベル・エクストラブリュ、「旨さ長持ち麦芽 100%使用」と書いてあります。それで、原材料を見ると、「麦芽・ホップ・米・コーン・スターチ」と書いてあります。麦芽 100%とありながら、「ホップ・米・コーン・スターチ」が入っているのっておかしくありませんか？「旨さ長持ち麦芽」が一つの単語で、それを100%使用、そんなの分からないですね。使っている麦芽の100%？うーん、麦芽100%と普通思いますよ。
(2018年4月 40代女性より：電話)

- ✓ 【改善内容】 2020年11月の限定発売時に、副原料を使用しない「麦芽100%」との誤認をなくすため、100%の文字を枠外に移動させました。



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 ②

- ✓ **【お客様の声】** 提案です。「黒ラベルの麦芽」と「エビスのホップ」を掛け合せであることをもっと分かりやすくケースやスリーブに目立たせると、もっと手が伸びると思います。
(2020年7月 年代不明女性より：手紙)
- ✓ **【改善内容】** 2020年12月以降製造のリニューアル製品で、以下のように商品特徴を分かりやすく表記しました。

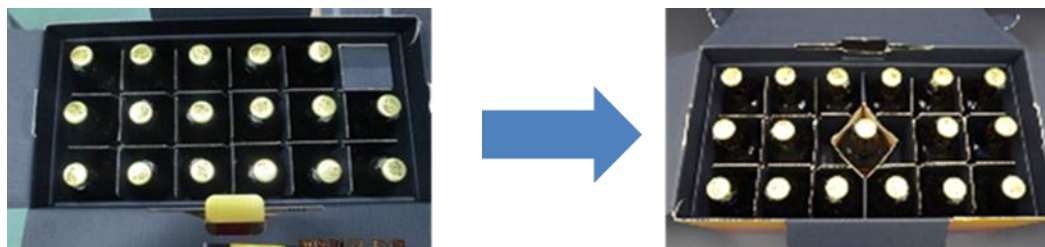


5. お客様への情報提供の充実

取組内容：「お客様の声」が起点となった改善事例 ③

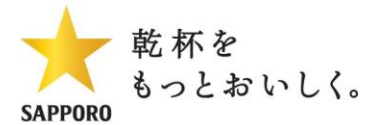
➤【お客様の声】 エビスマイスターのギフトボックスをよく買います。17本入りですが、1本分の空欄があるんですけど、何で1本少ないのか？空欄があるのか？こだわりがあるのか？って思っ。いつも家で飲むんですが、いつも1本ないので。価格的な理由だったら、その箱の中に、例えば限定のおまけとか入れておけば、もっと楽しいかな～って思っ。いつも気になっています。
(2019年12月 50代男性いり：電話)

✓【改善内容】 2020年中元期よりギフト内の仕切りの入れ方を変更して、お客様に分かりやすい配置としました。



※写真はダミーの箱のもので、実際の色とは異なります。

6. お客様・社会の要望を踏まえた 改善・開発



サッポログループのサステナビリティ方針

サッポログループは、人々の幸せな笑顔のために、地球環境や社会の課題に向き合い、取り組みます。自然の恵みの源泉である**大地こそ最も重要なパートナー**と捉え、商品・サービスの開発から、お客様が手にしたその後までの全ライフサイクルにおいて、思いをひとつにするステークホルダーとの協働・共栄に励み、原点からの発想を大切に、知恵を尽くして**持続可能な笑顔の創出**に挑みます。

こだわりの「ものづくり」と、地域に根ざした「まちづくり」、そして「世界の笑顔の開拓者たれ」の誓いを胸に、地球上のあらゆる地域における「笑顔づくり」を目指します。

6. お客様・社会の要望を踏まえた 改善・開発

サステナビリティ方針に基づく4つの約束

- 約束1 : 「酒・食・飲」による潤いの提供
- 約束2 : 社会との共栄
- 約束3 : 環境保全
- 約束4 : 個性かがやく人財の輩出

※詳細はホームページの[リンク先](#)を参照ください。

※また、毎年「[サッポログループ サステナビリティブック](#)」を作成・公表しており、同ブックでもサッポロビールの各種取り組みを紹介しています。