2019年度
消費者志向自主宣言
活動報告書
（フォローアップ）

日本ハム株式会社

2020年8月

Nipponham Group
人輝く、食の未来

●『消費者志向経営』の推進　トップメッセージ

日本ハム㈱代表取締役社長　畑　佳秀

ニッポンハムグループは、中期経営計画2020の方針の１つに、「消費者との対話を通じた価値の創造」を掲げ、「消費者志向経営」を推進しています。

今期から、お客様サービス部の部署名を【お客様志向推進部】とし、グループのお客様志向を強力に推進してまいります。

強く意識していただきたいのは、私たちが毎日唱和している「行動指針」の一つ目の「常にお客様の立場で考え、行動する。」ということであり、お客様視点が“私たちの仕事の出発点”であるということです。

ニッポンハムグループがお客様にとって、なくてはならない企業であり続けるためにも、お客様に真摯に向きあい、お客様から寄せられたお問い合わせ、ご指摘など様々な情報を理解し、企業活動の改善・変革につなげていくことが重要です。

お客様の期待を超える商品やサービスを提供することを通して、持続可能な社会の発展に貢献していきしょう。

●NI

NIとは、Nipponham Group Identityの略でニッポンハムグループのあるべき姿を体系的に示すと同時に、グループの独自性や個性を表しています

企業理念

1. わが社は、「食べる喜び」を基本のテーマとし、時代を画する文化を創造し、社会に貢献する。
2. わが社は、従業員が真の幸せと生き甲斐を求める場として存在する。

経営理念

1. 高邁（こうまい）な理想をかかげ、その実現への不退転の意志をもって行動する。
2. 人に学び、人を育て、人によって育てられる。
3. 時代の要請に応えて時代をつくる。
4. 品質・サービスを通して、縁を拡げ、縁あるすべての人々に対する責任を果たす。
5. 高度に機能的な有機体をめざす。

行動指針

食を通して社会に貢献するニッポンハムグループの一員として、自覚と誇りを持って行動する。

私たちは、

1. 常にお客様の立場で考え、行動する。
2. 社会からの信頼に対して誠実に行動する。
3. 時代の変化を先取りし、積極果敢に挑戦する。
4. 高い目標を持ち、熱意と創意工夫でやり遂げる。
5. 自己を磨き、互いを高め、結束して事にあたる。

消費者志向自主宣言

当社は、1986年に企業理念及び経営理念を制定し、2010年に行動指針を改定いたしました。
このNIに則り事業活動を行っております。

[取組方針]

１．経営トップのコミットメント

・お客様視点の企業風土を醸成し、お客様に選ばれ支持され続ける企業を目指します
・お客様や社会とのつながりを大切にし「商品」・「経営」・「人財」の品質の向上に活かします

２．コーポレートガバナンスの確保

・お客様の声は、取締役をはじめ経営層が共有し、経営に活かします

３．お客様視点の企業風土醸成

・お客様の声を基に、「聴く」・「知る」・「活かす」のコミュニケーションサイクルを回し、お客様満足を追求します
・お客様視点を高めるため、お客様の声を聴き、知る仕組みを構築し浸透させます
・お客様とのコミュニケーション力の向上を図るため、お客様対応研修の受講や専門的な資格の取得を推奨します

４．社内関連部門との連携

・お客様からのご指摘は、社内関連部門と連携し、ご指摘いただいたお客様にもファンになっていただけるよう、お客様視点に立って迅速・正確・丁寧な対応に努めます
・お客様の声は社内関連部門とすみやかに共有し、改善や開発に活かすために、定期的に検討する場を設けます

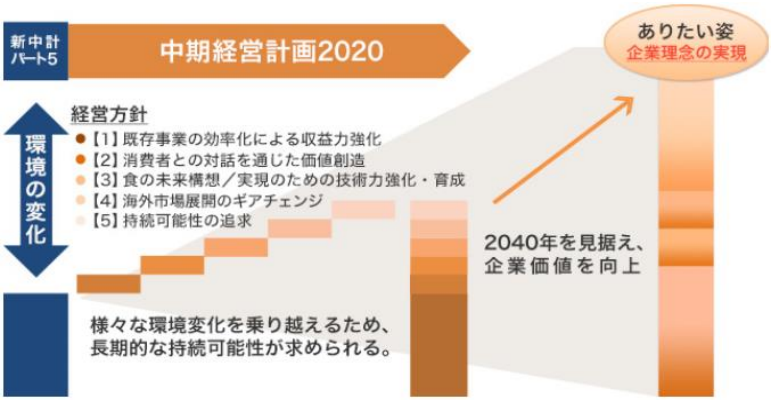
５．社会とのつながりを大切にした取り組み

・料理教室、小中学校への出前授業、奥様重役会、各種ボランティア活動、消費者への情報提供ツールやＣＳＲに関連するレポートなど、社会とのつながりを大切にした活動を通じて、消費者と企業の双方向コミュニケーションを推進します

【取組方針１　経営トップのコミットメント】

■ 中期経営計画２０２０

ニッポンハムグループは、「消費者との対話を通じた価値創造」を、中期経営計画2020の１つに掲げています。



■『消費者志向経営の推進』 トップメッセージ

消費者志向経営をさらに推進するため、代表取締役社長畑のメッセージ動画をグループＰＣユーザー全員にメール配信、消費者の方にも見て頂けるよう、ホームページに掲載しました

【取組方針２　コーポレートガバナンスの確保】

■取締役会でのお客様の声共有

お客様視点の企業風土を醸成するため、経営層にお客様の声を共有しています。毎月1回、取締役会にて、お客様の声を共有しています。

■ 「直接お客様の声を聴く」活動

日本ハム㈱全役員およびニッポンハムグループ社長・役員・商品開発責任者等が、フリーダイヤルに入るお客様の声からの電話をリアルタイムで聴きました。
（合計206名参加）

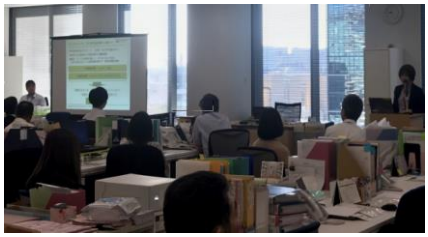
お客様の声のモニタリング風景
代表取締役社長　畑　佳秀

【取組方針３　お客様視点の企業風土醸成】

■ 「お客様の声を聴く」活動

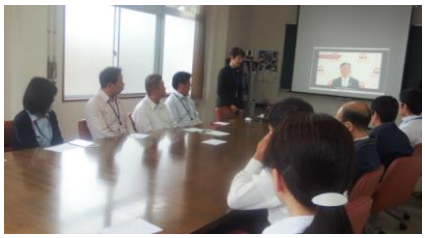
ニッポンハムグループ社員が、朝礼や会議、コンプライアンス大会等、社員が集まる場にて、フリーダイヤルに入ったお客様の声を聴きました。年間10,000名のグループ社員が参加する活動です。

（日本ハムファクトリー㈱徳島）


（ジャパンフード㈱）

（日本フードパッカー㈱津軽）

（㈱宝幸筑西工場）


（南日本ハム㈱）

（日本ピュアフード愛媛）

■電話応対格付け調査『三ツ星』の獲得

・日本ハム㈱お客様サービス室は、HDIジャパンより2019年度お客様相談窓口部門で最高評価の三ツ星を2年連続で獲得しました
・㈱北海道ニッポンハムファイターズは、HDIジャパンより2019年度お客様相談窓口部門で、最高評価の三ツ星を4年連続で獲得しました

3 Stars Customer Service
HDI-Japan 2019

■お客様視点を高めるための社内研修

・電話応対技能検定（通称もしもし検定）の実施
（年間307名受検）
・お客様応対研修の実施
（年間21回、496名受講）

■お客様の声の共有

フリーダイヤルに入るお客様の声は、日本ハム㈱全取締役、グループ全社長、各部門責任者、品質保証担当者、商品開発担当者等に、毎日メールにて配信しています。

お客様の声日報

フリーダイヤルに入るお客様の声は、日本ハム㈱全取締役、グループ全社長、各部門責任者、品質保証担当者、商品開発担当者等に、毎日メールにて配信しています。

VOC通信

お客様の声を、商品改善・商品開発等に活かすため、グループ社員に向けて定期的に発信しています。

ＣＳニュース

各製造工場が、自分達の製造した商品に関するお客様の声を共有し、より良い商品作りに繋げるため、通信を作成しています。

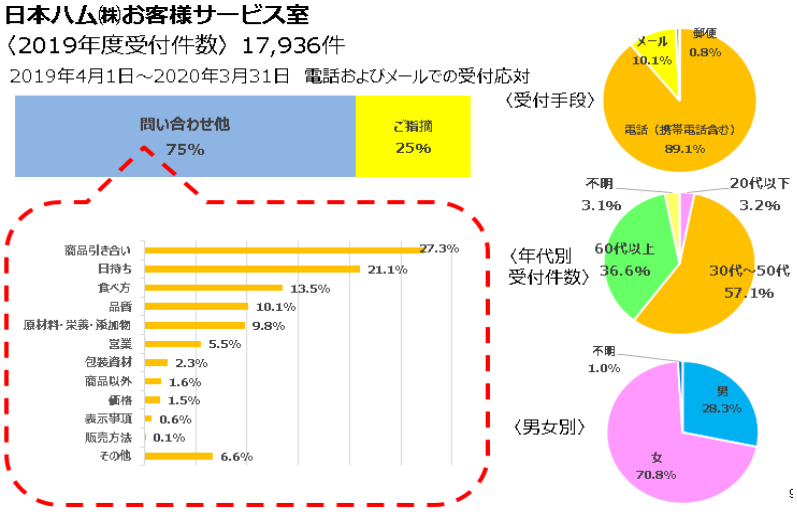
●商品展示会　お客様の声の活用

2020年1月に開催したニッポンハムグループ商品展示会では、お客様の声を活かしたマーケティングや売場作りを展開、提案するなど、お客様の声を商品開発・改善、サービスの向上に活かしています。

（商品展示会の様子）

【取組方針4　社内関連部門との連携】

●日本ハム㈱お客様相談窓口



■お客様の声から社会のニーズを踏まえた商品・サービスの改善・開発に活かす取組

お客様の声を商品・サービスに反映する体制を構築しています。お客様の声を活かすVOC活動を経営層およびグループ従業員に展開しています。

●商品改善・開発会議

お客様の声をもとに各事業部門商品開発責任者と情報共有やディスカッションを行う「商品改善・開発会議」を定期実施しています。お客様の声から見える商品・サービスの改善や新商品開発のヒントを探るなど、様々な検討を行っています。

●お客様の声検討ミーティング

お客様の声をもとに各事業部門担当者、品質保証部門担当者、営業部門担当者等と情報共有やディスカッションを行う「お客様の声検討ミーティング」を毎週1回実施しました。

●お客様の声からの商品改善

●簡単に作れない上に表示が分かりづらい
商品名：羽根つき餃子、羽根つきチーズ餃子

工程を減らすことで誰でも
簡単に作れるようにしました！

●シャウエッセンは電子レンジで温めたらだめなの？1人暮らしでガス使うのが面倒
商品名：シャウエッセン

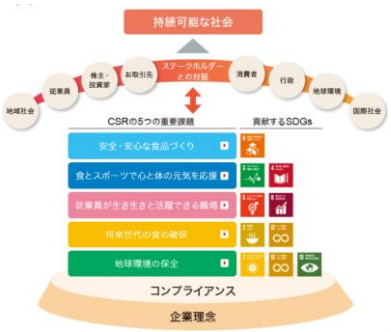
電子レンジ調理例を記載しました！

	500w	600w
3本	約30秒	約20秒
6本	約60秒	約40秒

【取組方針5　社会とのつながりを大切にした取り組み】

■ニッポンハムグループのCSR

ニッポンハムグループは、企業理念を経営の根幹とし、ステークホルダーとの対話を大切にしながら、コンプライアンスを基盤に５つの重要課題を中心にCSRを推進しています。そして社会とニッポンハムグループがともにこれらの課題に取り組むことが、持続可能な社会の構築につながると考えています。



■ニッポンハムグループとSDGs

ニッポンハムグループは、持続可能な開発目標（SDGs）の達成のために企業に期待されている役割を認識し、課題の解決に取り組んでいきます。中でも2016年10月に特定した「CSRの５つの重要課題」に取り組むことが、持続可能な開発目標（SDGs）の実現と持続可能な社会の構築につながると考えています。

■奥様重役会

「奥様重役会」は、創業者の大社義規氏が「台所を預かる主婦の声を活かした商品づくりをしなければならない」との思いで1969年にスタートし、2020年で51周年を迎えました。

創業者

大社　義規

■奥様重役会　商品検討会

任期中に開催する商品検討会では、日本ハム役員も出席して、新商品や検討中のパッケージデザインなどをご覧いただき、消費者の声の代表としてご意見を伺い、商品・サービスの向上に活かしています。

（商品検討会の様子）

■日本ハムファミリー会

「日本ハムファミリー会」は奥様重役会の卒業生が自主的に運営している組織です。ホームユーステストやグループインタビュー等様々な消費者調査への協力のほか、「食」に関する勉強会や社会貢献活動を行っています。（在籍者数：約850名 （2020年3月末））

（アンケート調査の様子）

■食物アレルギーの取り組み

ニッポンハムグループは、20年以上、多岐にわたり食物アレルギーに取り組んでまいりました。現在は、ハム・ソーセージなどの食肉加工品にとどまらず米粉パンなどの幅広い食物アレルギー対応商品（「みんなの食卓」シリーズ）を製造・販売しています。

2019年8月、お客様からの強い要望にお応えし、常温で賞味期限が1年のハンバーグとミートボールを発売。賞味期限が長いので、普段使いだけでなく保存食としてストックしていただける商品です。

●食物アレルギー協同取り組み「プロジェクトA」

「プロジェクトA」とは、いずれも「食物アレルギー配慮商品」を展開している、オタフクソース株式会社、株式会社永谷園、ハウス食品株式会社、日本ハムの4社で取り組む「食物アレルギー協同取り組み」です。

企業が連携し継続的な活動をすることで、食物アレルギーをお持ちの方だけでなく、その周囲の方々（学校や職場などのコミュニティ）にも食物アレルギーについて考えていただく機会を提供したいと考えています。

●食物アレルギー配慮レシピブック製作

「食物アレルギー協同取り組み」の一環で、これまで発表してきた39のレシピをまとめてレシピブックを製作。どれも特定原材料7品目を使っていないメニューとなっています。

■食育活動の取り組み

●食とスポーツをテーマにした食育活動

子供たちの健やかな成長をサポートするために、「食とスポーツ」をテーマにした、出前授業の実施や食育ツールの製作を推進しています。

●「食とスポーツハンドブック」製作

プロスポーツ選手の栄養サポートを通じて得た知見を活かし、「食」と「スポーツ」で子供たちの心と体の元気を応援できるよう、当社オリジナル冊子を製作し食育活動の中で活用しています。

●ニッポンハムグループの健康サポート

ニッポンハムグループはILSI Japan（イルシージャパン）の監修を受け、高齢者向けの「運動と栄養のプログラム」を企画し、人生100年時代の健康サポートを実施していきます。社内講師を養成し、また、食とスポーツの大切さを解説する冊子やポスター、体操動画コンテンツを制作しています。

（食とスポーツの大切さを解説する冊子）

（体操動画製作）

●地域の健康寿命延伸への協働

・啓発と「人とのつながり」の場の提供
（決まった時間に音楽が流れ皆で体操など）

・“元気で長生き”のための食事を
選び易い売場のご提案
（啓発パネル、たんぱく質量の明示）

■出前授業、その他社会への取り組み

2019/06/29

◆第14回食育推進全国大会に出展

関東日本フード、日本ハムマーケティング、東北日本ハム、南日本ハムは、「第14回食育推進全国大会」に株式会社オギノ様と協働ブースを出展しました。

2019/09/25

日本ハム食品㈱関東プラントは、浦安市立美浜南小学校にて、小学2年生および保護者を対象に、食育出前授業を実施しました。

2019/11/09

世界的な有名企業と研究開発・商品企画に取り組むことを目的とした産学連携プロジェクトである「徳島大学イノベーションチャレンジクラブ」への支援を行いました。