

より良い商品・サービスの提供ができるよう、 お客様とのコミュニケーションを 大切にしています

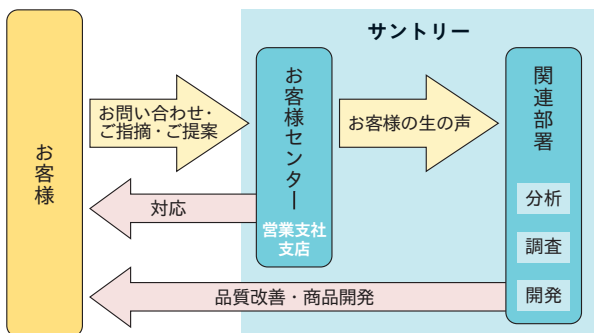
関連情報をホームページで
ご覧いただけます。 **参考**

- お客様センター
<http://suntory.jp/CUSTOMER/>
- ユニバーサルデザインへの取り組み
<http://suntory.jp/UD/>

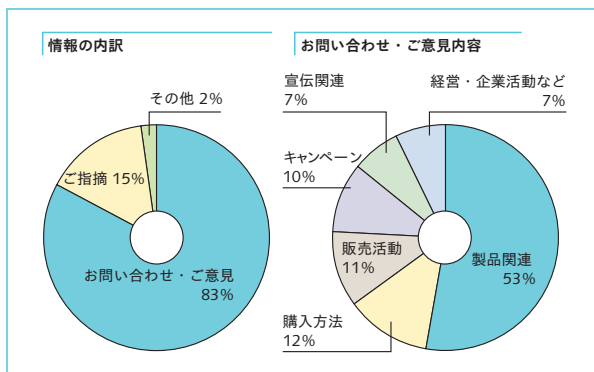
リアルタイムで、お客様の声を 共有しています

サントリーは創業以来、「お客様満足」を第一と考えて、お客様との双方向コミュニケーションを何よりも大切にしてきました。1976年にはいち早くお客様からのご相談窓口「消費者室」（現・お客様コミュニケーション部）を設置。年間約12万件のお客様の声を全社で共有し、品質改善や商品開発につなげるなど、広く企業活動に反映させていくよう努めています。

■お客様情報の流れ



■お客様情報の内容(2007年度実績：115,522件)



やさしく親切な商品・サービスの 提供を追求しています

誰にとっても安心して使いやすい商品・サービスの提供をめざして、サントリーは2000年に「サントリーユニバーサルデザイン基本方針」と「サントリーのユニバーサルデザイン6原則」を制定し、お客様からの声に真摯に耳を傾けながら、ユニバーサルデザインへのたゆまぬ努力を続けています。

持ちやすく注ぎやすい「ゆびスポットボトル」



持ち上げたときに指先が安定しやすいよう、ボトル胴部に凹み(ゆびスポット)をつけたほか、手の小さな女性にも持ちやすいよう胴部全体を細くしました。

お役に立つ情報を積極的に 発信しています

ホームページやメールマガジン、ラジオ、冊子の配布などを通し、お客様のお役に立つ情報をお届けしています。たとえばホームページでは、商品紹介やQ&Aのほか、お酒や飲料に関する知識などのさまざまな情報を掲載しています。



お客様の視点を大切にしています

「お客様視点プロジェクト」の実施

お客様視点の大切さをすべての社員が再認識し、行動する企業風土を醸成していくために2005年から「お客様視点プロジェクト」を展開し、活動を強化しています。お客様センターに寄せられた情報をもとに、お客様の意識や関心の変化、企業への期待、また、お客様意識と企業の思い込みのズレなどを共有する「お客様視点気づき講座」と、お客様センターへのお問い合わせやご意見に対する電話対応を実際に体験する「お客様視点体感プログラム」を軸に展開。2007年度はあわせて約1,600名の社員が参加しました。



お客様視点体感プログラム