



重点課題 1

## お客様第一に安全・安心で健康に貢献する 高品質な商品・サービスの提供

サントリーグループが提供する商品・サービスは、日頃から多くのお客様にご利用いただいています。

また、事業領域の拡大とグローバル化が加速する中、

“安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスを提供する責任”は一層重みを増しています。

サントリーグループは、品質方針「All for the Quality」のもと、

「サントリーグループ品質保証規定」を設けて、商品・サービスの企画・開発から水や農産物、包材などの原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで品質の維持・向上に取り組んでいます。

さらに、常にお客様視点での品質保証を心掛け、「飲用時・飲食時品質※の向上」をキーワードに

VOC(Voice of Customer: お客様の声を経営施策に反映する活動)に積極的に取り組んでいます。

サントリーグループは、これからも世界各地のお客様との対話をもとに、

高品質な商品・サービスの提供を通じて、お客様に新しい感動や喜びを提供していきます。

※ 商品開発の段階で目指した美味しさや香り、容器の使いやすさなどを、お客様自身が商品の飲食時・使用時に実感できる品質レベル。

重点項目	中期目標	2013年度の実績	2014年度アクションプラン
お客様視点に基づく品質保証	お客様からのより一層の信頼向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様の声の解析などを通じて品質課題を継続的に抽出</li> <li>●課題の早期解決に向けた活動の推進(ビールサーバー洗浄方法の研修など)</li> <li>●新規分野に対応した品質保証体系を構築</li> <li>●国内の高品質ぶどうの持続可能な調達のしくみを整備</li> <li>●工場内の品質保証体制強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●品質課題の継続的な抽出と課題解決</li> <li>●新規分野の品質保証体制強化に向けた活動の推進</li> <li>●高品質ぶどうの持続可能な調達活動を推進</li> <li>●フードディフェンス活動の強化</li> <li>●小学校への品質に関する出前授業を実施</li> </ul>
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「サントリーグループ品質保証規定」の制定</li> <li>●外食グループ会社のアレルギートラブル撲滅活動推進</li> <li>●海外グループ会社と連携した新たなグローバル品質保証モデルの構築、シナジー創出(水の安全性評価体制の整備など)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●外食グループにおける新食品表示法、食品衛生法への対応を完了</li> <li>●海外グループ会社における水の安全性評価の強化</li> <li>●海外グループ会社の取り組みをふまえた「サントリーグループ品質マネジメント規程」の強化</li> </ul>
お客様とのコミュニケーション	お客様の声をこれまで以上に広く深く聞くことによるお客様との関係性の深化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様センターにおけるクレドの導入と研修の充実によるコミュニケーション力の強化</li> <li>●お客様の情報収集や課題解決のニーズに応えるWebサイトの拡充(Q&amp;Aの充実・スマートフォン対応など)</li> <li>●海外グループ会社におけるSNSやブログ上のお客様の声の把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様センタークレドの浸透・徹底</li> <li>●電話・メールで寄せられるお客様の声とソーシャルリスニングを総合的に活用したグループ全体でのお客様の声の分析と活用</li> <li>●多様化するお客様のニーズの積極的な把握による、より役立つ情報の開示・発信</li> </ul>
お客様の声の企業活動への反映	お客様の声を商品・サービスに活かすしくみの拡充と国内外全グループへの浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>●国内グループ会社12社参加の連絡会議の継続開催と内容充実</li> <li>●お客様の声に基づくアセスメント活動の推進と研究開発部門とのお客様の声の共有開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●研究・開発段階からのお客様の声を活かした課題解決の実現</li> </ul>

# 安全・安心への取り組み

お客様に安全で安心な商品・サービスをお届けするため、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで、品質保証を徹底しています。

## グループ品質保証の推進

海外を含めたサントリーグループ全体で、品質保証の徹底に向けたしくみの構築・強化に取り組んでいます。

### お客様第一が品質保証の基本

サントリーグループは創業以来お客様第一の姿勢で、商品・サービスの品質向上を追求し続けてきました。

2004年には、品質に対する姿勢を明文化した「サントリーグループ品質方針」を制定し、お客様の夢と信頼にお応えするために、全従業員が常に品質の維持・向上に取り組んでいます。

#### サントリーグループ品質方針 (2004年制定、2012年1月改定)

##### 「All for the Quality」

わたしたちは、安全で心に響く商品・サービスをお届けし、お客様の夢と信頼に応え続けます。

1. サントリーグループの一人一人が、お客様の立場に立って、誠実に商品・サービスをお届けします。
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし、お客様の声に真摯に耳を傾け、商品・サービスに活かします。
3. 法令を遵守します。
4. 商品・サービスの安全性を徹底します。
5. 国際標準を活用し、よりよい品質の追求を続けます。

### ■ グループ品質マネジメントシステム(QMS)体系

サントリーグループは、自らのグローバル展開の加速にともない、2013年にグループガバナンスを目的として品質マネジメントシステム体系を再整備。「サントリーグループ品質方針」のもと、商品・サービスの品質に関する規定化・標準化を図るため、「サントリーグループ品質保証規定」を制定するとともに、「サントリーグループ品質マネジメント規程」を改定しました。

今後も、海外グループ会社の状況に合わせて品質マネジメントシステム体系の内容を充足させていくとともに、国内外のグループ各社への周知を進めていきます。

### グループ全体の品質保証を推進

「品質保証委員会」を設置し、品質に関する重大リスクの抽出とその低減を図るとともに、品質に関する重要戦略課題に取り組んでいます。委員会での討議内容は「グループ経

営戦略会議」に適宜報告し、グループの経営課題として共有しています。

### ■ 外食関連グループにおける品質保証活動強化

品質保証委員会の下に「外食品質保証委員会」を設置し、外食関連グループ会社7社で、飲用時・飲食時品質の向上ならびに重大トラブルの未然防止の取り組みや、発生した品質トラブルとその再発防止の取り組みを共有しています。2013年は、「アレルギートラブルの撲滅」を重要品質課題と定め、お客様への情報発信など各社の業態に合わせた施策を推進しました。

### ■ 品質戦略部長による監査

サントリーグループは、グループ各社の課題と強みを明確にしてグループ全体の品質保証力を向上させるため、品質戦略部長による監査を実施しています。

2013年は、国内5社と海外2社の監査を実施し、各社の品質マネジメント体制の把握と課題抽出を行いました。



フルコアウィリー工場の視察

### グループ全体の潜在リスクの抽出と低減

法令違反や身体異常などの重大なクライシスにつながるリスクを中心に、潜在的なリスクを抽出・低減する活動を推進しています。2006年より、生産研究部門の経営層をはじめ関連部門の責任者が一堂に会する会議を週1回開催するとともに、潜在的なリスク要因の変化を定量的に捉える指標のモニタリングを実施しています。

### ■ サントリーブランド輸出時の品質保証ルールの策定

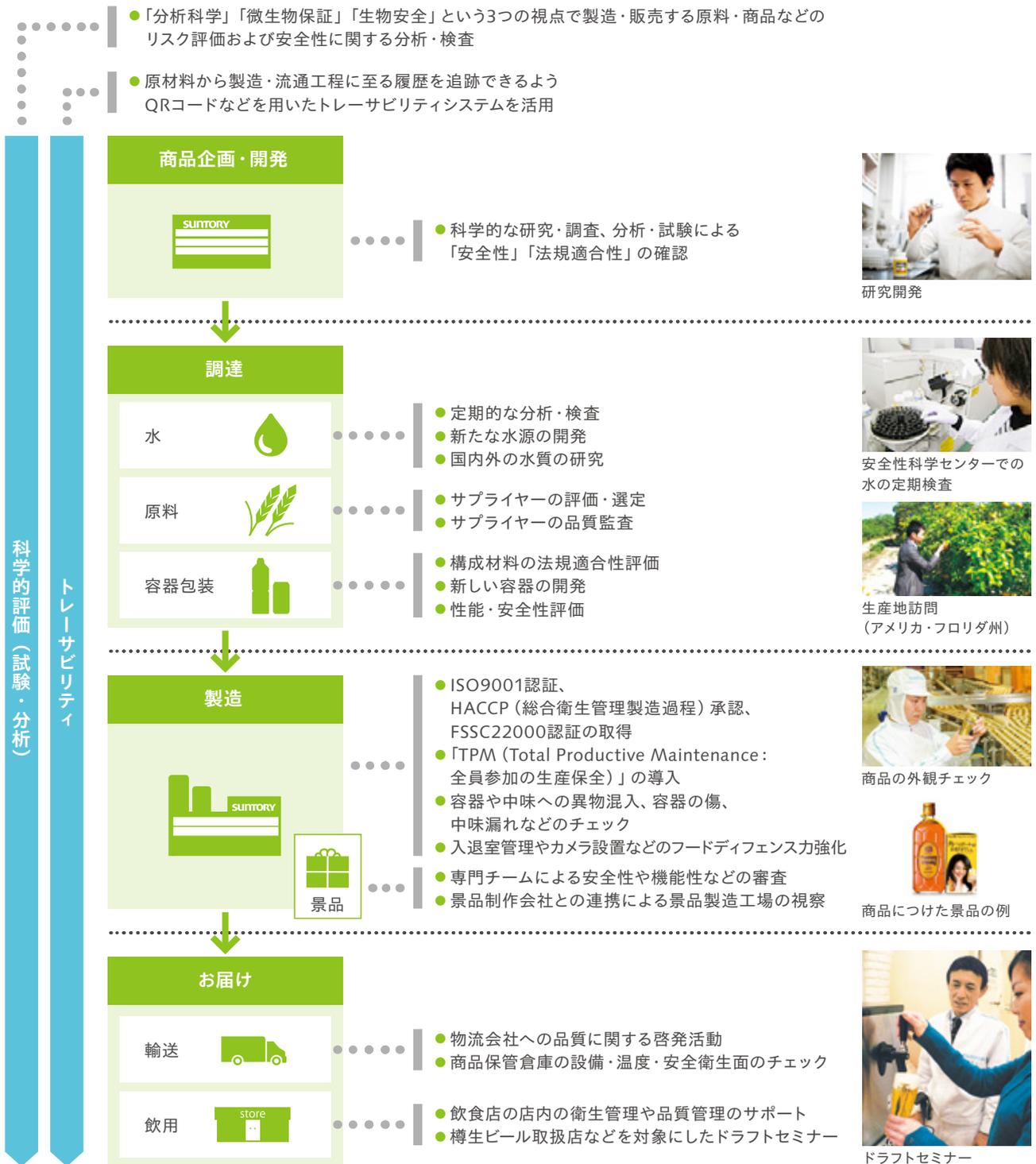
2013年に、国内で製造し、海外に輸出するサントリーブランドに関して、品質保証項目と各部門の役割を定めた品質保証ルールを策定しました。今後も、この品質保証ルールの周知・徹底を継続していきます。

### ■ 海外用水品質保証の強化

2013年に、水の安全性確保に関する品質マネジメントガイドラインとその運用ルールを策定し、海外グループ会社での飲料・酒類製造用水の品質保証を徹底するしくみを構築しました。

## すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

「サントリーグループ品質方針」のもと、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで、全従業員が常に品質の確保・向上に取り組んでいます。



## 適切でわかりやすい情報開示

サントリーグループが提供する商品やサービスについてお客様に安心・信頼していただくためには、品質保証に関する情報や活動を適切にわかりやすくお伝えしていくことが重要であると考えています。

### わかりやすい商品表示

商品の表示や宣伝・広告表現については、品質保証本部の中にある品質保証推進部が合法性・妥当性を審査・確認するほか、開発・生産・広報・宣伝などの各部門と連携し、正確な表示とわかりやすい表現を推進しています。

アレルギーについては、原料を調査し、表示の要否を確認しています。食品については「食品衛生法」で表示を義務づけられている7品目だけでなく、表示が推奨されている20品目も商品への表示対象としています。

### 正確でわかりやすい情報開示

お客様に正確でわかりやすい情報をお届けするために、常に適切な情報開示に努めています。

Webサイト「サントリーの安全・安心への取り組み」では、品質に関する取り組みをお客様にご理解いただけるよう、さまざまな活動をわかりやすく紹介しています。2013年は、新たなコンテンツとして、ものづくりに携わる「ひと」を紹介する「ものづくりひとがたり」を公開しました。



Webサイト「サントリーの安全・安心への取り組み」とサイト内コンテンツ「ものづくりひとがたり」

### 自主回収について

品質保証の徹底に努めながらも問題が発生した場合は、迅速・適切に情報開示を行っています。2013年1月から2014年5月にかけては、新聞への社告掲載を実施した自主回収はありませんでした。

## ステークホルダー・ダイアログ

### サントリーグループの品質保証体制

品質保証の現場をご覧いただいた上で、さまざまなご意見をいただきました。



立教大学 経営学部 教授  
高岡美佳氏

サントリーグループは、品質保証体制の継続的な改善・強化に向けて、客観的な視点からのご意見をいただくため、この分野で高い見識をもつ高岡美佳氏をお招きして、意見交換を行いました。

まずは、商品開発センターにある品質保証の現場を見学いただきました。各担当者からそれぞれの取り組みについて説明し、高岡氏から「ここまで徹底して取り組まれているんですね」と高い評価をいただきました。

その後、「すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証」「拡大するビジネス領域に対応した品質保証」の2テーマについて

て、ダイアログを行いました。そこでは、消費者の「声」を起点とした品質向上の取り組みや、地域や業務領域の広がりへの対応について評価いただく一方で、消費者の共感を得やすい情報発信のあり方や、高齢化をはじめとした社会環境の変化への対応などについて、貴重なご意見をいただきました。



今回のダイアログを通じていただいたご意見・ご指摘は、今後のよりよい品質保証体制づくりに活かしていきます。

詳しい情報はWebサイトでご覧いただけます。

<http://www.suntory.co.jp/company/csr/dialogue/2014/quality/>

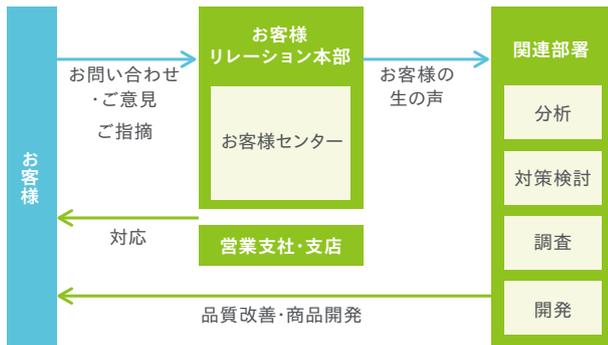
## お客様コミュニケーション

創業以来、お客様満足を第一に対話を重ね、  
ご意見やご要望を企業活動に反映しています。

### お客様満足を実現するために

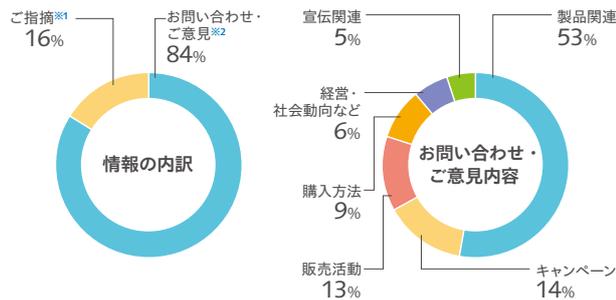
サントリーグループは、創業以来、お客様満足を第一に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。1976年には、お客様からのご相談窓口として消費者室を設置。現在は、サントリービジネスエキスパート(株)お客様リレーション本部として活動しています。お客様の声ひとつひとつに真摯にお応えし、それらを広く企業活動に反映させるよう、取り組みをさらに強化しています。

### お客様情報の流れ



### お客様からのお問い合わせ・ご意見やご指摘の内容

2013年実績:91,069件



※1 ご指摘:お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満・ご不快の声  
※2 お問い合わせ・ご意見:上記以外にお客様から寄せられた幅広いご質問やご意見

### お客様満足を追求する「お客様視点プロジェクト」

すべての従業員がお客様の視点で行動する企業風土の醸成を目指す「お客様視点プロジェクト」を継続実施しています。お客様から直接ご意見を伺う機会が少ない部門も含め、

全従業員を対象に研修プログラムを準備。「お客様視点気づき講座」と「お客様視点体感プログラム」の2つのプログラムを軸に展開しており、2013年も3,687名が参加しました。



お客様視点気づき講座



お客様視点体感プログラム

### お客様のご意見を商品づくりに活用

お客様のさまざまな声から多様なニーズや期待を捉えることで、より信頼される商品やサービスの提供を目指しています。また、商品開発時や容器・包装の変更時、キャンペーン実施時にはお客様視点での事前チェックを実施しています。

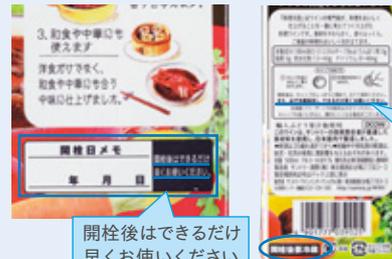
### TOPICS

#### 「料理天国」開栓後の取扱表記の改善

「いつ開栓したのか忘れてしまった」「開栓後は冷蔵庫で保管するのですか」といったお客様の声から、料理ワイン「料理天国」のラベルを改善。2013年9月より「開栓日メモ欄」を新設しました。また、「必ず冷蔵保存し、できるだけ早くお使いください。」と追加表記し、開栓後の取り扱いについてもお客様によりわかりやすく変更しました。



「料理天国(赤・白)」



開栓後はできるだけ早くお使いください。

必ず冷蔵保存し、できるだけ早くお使いください。

# 健康で豊かな生活への取り組み

お客様の健康で豊かな生活を支援するため、サントリーグループではさまざまな商品・サービスを提供しています。

## 商品・サービスを通じた健康への貢献

サントリーグループは、健康に留意されるお客様のニーズや嗜好にあった商品・サービスの提供を通じて、お客様の健康で豊かな生活に幅広く貢献しています。

サントリーの研究・開発の歴史は、創業者・鳥井信治郎が唱えた「品質第一」のもと、社長直属の試験所を設置した1919年(大正8年)にさかのぼります。以来、ウイスキーや赤ワイン、ビール、清涼飲料の開発をする上で、その原料である植物が有する「ポリフェノール」に着目し、その有効性についての研究を続けてまいりました。現在の多様な特定保健用食品(トクホ)や健康食品は、このように営々と継続し蓄積されたサントリーの基盤研究がもたらしたものです。

特定保健用食品や健康食品の研究・開発にあたっては、「安全性と有用性の科学的裏づけをもった、人々の健康に役立つ商品・サービスを提供する」という考え方のもと、お客様の健やかな毎日をサポートし、企業理念「人と自然と響きあう」の実現を目指します。

## 研究に基づく特定保健用食品を開発

「ウーロン茶特有の重合ポリフェノール」に脂肪の吸収を抑える作用があるという研究結果をもとに開発された「黒烏龍茶OTPP」や、血圧が高めの方に適した「胡麻麦茶」、脂肪の吸収を抑える「ペプシスペシャル」や「ボスグリーン」、そして史上初めてケルセチン配糖体の脂肪分解作用を明らかにした「伊右衛門 特茶」など、サントリーはさまざまな効果を持った特定保健用食品(トクホ)を販売しています。多彩なラインアップでお客様の健康に貢献するほか、美味しく飲めることを特に重視し、「健康」と「美味しさ」の両立を追求しています。



「日本人間ドック健診協会」推薦  
サントリーのトクホ飲料

## セサミンの機能解明から健康食品発売へ

健康によいといわれてきたゴマの機能の解明に挑戦し、ゴマに含まれる微量成分ゴマリグナンの1つ「セサミン」の健康効能を科学的に解明。1993年に健康食品第1号として商品化しました。その後、ビタミンEやトコトリエノール、玄米由来の成分「オリザプラス」との組み合わせによってパワーアップした商品「セサミンEX」を発売しています。

サントリーウエルネス(株)では、そのほかにもさまざまな健康食品を販売しています。



サイエンスに裏づけられた  
サントリー独自の健康食品

## 健康に貢献するサントリーの研究開発体制

サントリーグループでは、サントリーウエルネス(株)健康科学研究所や、サントリーグローバルイノベーションセンター(株)の研究グループを中心に、健康と美に役立つ素材を探索し、その機能を科学的に解明、さらに商品開発部門と品質保証部門と連携しながら特定保健用食品や健康食品を開発しています。これらの関連部門が横断的に協働・連携しながらさまざまな研究・技術開発に取り組み、グループ全体で新たな価値を創造し、お客様に提案していきます。

## お客様とのコミュニケーションを推進

Webサイトや冊子を通じて、お客様にさまざまな情報をお届けしています。



Webサイト「商品情報」  
サイト内コンテンツ  
「トクホのススメ」

健康情報を掲載  
している冊子



Webサイト  
「サントリーグローバル  
イノベーションセンター」