

取組方針（要約）	活動実績（概要） ※2022年度、一部2023年度を含む	参考資料 (HP)：ホームページ (IR)：統合報告書2022
（1）経営トップのコミットメント		
①企業理念に基づいた活動の計画・実行 お客様の声を真摯に受け止め、お客様のさらなる満足度を向上	<ul style="list-style-type: none"> 企業理念および2030ビジョン策定（2021年5月）以来、経営トップ自ら70回を超える意見交換会を開催。国内外の従業員 約1,700人と対話し、従業員一人ひとりの理解・浸透・自分事化を促進。 「企業理念・ダイバーシティポリシー浸透研修」を森永製菓グループのマネジメント者に向けて行い、企業理念に即した行動について自組織のアクションプランを立案し、運営に活用。 	(HP) 企業理念 (IR) P.8、9
②ISO10002に則り、定められた「お客様満足のための基本方針」 「行動指針」をもとに、お客様対応を継続的に改善	<ul style="list-style-type: none"> ISO10002 社内監査を実施し、苦情対応プロセスの継続的な改善が行われていることを確認。（2022年6月） 	-
（2）コーポレート・ガバナンスの確保		
①企業価値の最大化・持続的発展を図ることを目的に、 コーポレート・ガバナンスを強化	<ul style="list-style-type: none"> 経営の健全性及び効率性の向上、財務内容の信頼性の確保、適時適切な情報開示、法令の遵守、各ステークホルダーとの信頼関係の強化を基本方針とし、活動。 リスク管理・サステナビリティ・中期経営計画等の中長期的な経営課題に関する議論を充実。 	(IR) P.64、65
②お客様の声共有による、課題の早期発見、改善への迅速な対応	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声全件を日報で、集計したものを月報で、経営層をはじめ全社に共有。 	-
③経営層と全社関係部門にお客様の声を共有する「お客様の声委員会」 を設定、取締役会で共有し、企業活動に反映	<ul style="list-style-type: none"> 「お客様の声委員会」を開催し、経営層と全社関係部門に対してお客様の声を共有、改善提案を議論。同内容を担当役員より、取締役会にて共有。（2022年度：4月・7月・10月・1月開催） 	(HP) 安全・安心な食の提供 > お客様とのコミュニケーション (IR) P.49
（3）従業員の積極的活動		
①従業員一人ひとりが顧客満足（CS）を推進 お客様との信頼関係の強化のため、誠実な姿勢で安全・安心・高品質 な商品・サービスを提供	<ul style="list-style-type: none"> お客様から頂いたお褒めや感謝の声を「壁新聞」にまとめ、毎月社内ポータルへ掲載すると同時に、各工場へ配信。 全国14支店に配置された「営業部門連携窓口責任者」との会議を開催。お客様対応に関する各種事例・留意点等を共有・討議。（2022年度：5月・11月開催） 	-
②商品の発売前に、関係部門がお客様の立場で、品質・表示などを確認	<ul style="list-style-type: none"> 商品開発に関わる各部門が、責任を持って安全・安心を確保するための検討を実施。 「品質アセスメントシステム」を運用。開発工程を横断し、特に最終商品の安全・安心を左右する重要確認項目（13部門・184項目）を設定し、リニューアル品を含む全商品を対象に実施。安定した品質水準と安全性・遵法性を確保。（2022年度実施件数：518件） 	(HP) 安全・安心な食の提供 > 品質保証の仕組み (IR) P.48、49
（4）お客様の声を経営に活かす仕組み		
①お客様の声を、迅速に全社に共有するシステムを構築	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声全件を日報で、集計したものを月報で、経営層をはじめ全社に共有。 	-
②お客様の声を分析し、改善提案を行い、お客様の声を経営に活かす	<ul style="list-style-type: none"> お客様サービスセンター、生産本部、品質保証部が主管となる「お客様の声委員会」を四半期に1回開催し、関係部門にお客様の声を共有するとともに、お客様満足向上のための取り組みに活用。 ファンサイト「エンゼルPLUS」にて、お客様の声を収集し、企業・商品価値向上のための取り組みに活用。 	(IR) P.49 (HP) Q&A・お問い合わせ > お客様の声を形にしました (HP) エンゼルPLUS
③製品事故が発生、または発生を予見させる兆候が発覚した場合の、 経営層・関係部門への連絡、対応会議開催の仕組みを構築	<ul style="list-style-type: none"> 重大な製品事故・製品回収は、なし。（2022年度） クライシス対応力・事業継承計画の強化・実効化を図るべく、「トータルリスクマネジメント委員会」を開催。（2022年4月） お客様や株主などのステークホルダー、メディアを対象とした「クライシスコミュニケーション訓練」を実施。（2022年8月） 	(IR) P.69
（5）お客様への情報提供の充実		
①お客様への適切で分かりやすい、商品選択のための情報提供	<ul style="list-style-type: none"> ホームページに商品の表示、アレルギー情報などを掲載し、継続的に情報を提供。 	(HP) 商品情報
②お客様の疑問にお答えするための、ホームページ等での情報提供・ Q&Aの充実	<ul style="list-style-type: none"> お客様からよくいただくご質問をホームページに掲載し、定期的に更新。お客様の自己解決に、より一層貢献。（2022年度：新規追加30件、内容更新49件） 	(HP) Q&A・お問い合わせ
③事実に基づいた、公正で適切な広告宣伝	<ul style="list-style-type: none"> テレビ広告は、ネガティブチェックシートに基づいて表現方法をチェック。新聞・雑誌広告は、社内の関連部署にて、表現チェックを実施し、視点が偏らない仕組みで運用。 	(HP) 安全・安心な食の提供 > 広告・マーケティング に関する社内教育と、その他取り組み
（6）消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発		
①お客様の声を改善に活かした事例をホームページ上で公開	<ul style="list-style-type: none"> 「メールでのお問い合わせ」に、写真（画像）の添付が出来るようにし、双方向のやり取りがより円滑に。 	-
②ユニバーサルデザインの視点で、どなたにも使いやすい商品を開発	<ul style="list-style-type: none"> ホームページで、アレルギー情報を検索・確認しやすいよう、商品画像を追加。 お客様にお伝えしたい情報を、見やすく・気づきやすく・わかりやすく表示する社内基準を策定し、商品に表示している「お問い合わせ電話番号」を、見やすくアイコン化。（2023年春～） 	(HP) 商品情報 > アレルギー情報 > アレルギー情報検索 (HP) Q&A・お問い合わせ > お客様の声を形にしました
③地球環境への配慮、人権の尊重、次世代育成など社会貢献活動に 取り組み、サステナブルな社会の実現に貢献	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動問題への対応、容器包装における環境配慮、水資源の有効利用等、地球環境の保全に向け、取り組みを推進。 国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、人権への取り組みを推進。 カカオ生産国の抱える社会課題に対するアクションとして、お客様参加型キャンペーン「1チョコ for 1スマイル」を実施し、支援パートナーを通じて、カカオ生産国の子どもたちへの支援に活用。（2008年～） 次世代育成のための社会貢献活動として、工場見学や企業訪問の受け入れ、出張授業等を実施。 ホームページ内に、食育に関する情報発信ページを開設。（2023年3月） 	(HP) 地球環境の保全 (HP) コーポレート・ガバナンス > 人権マネジメント (HP) 1チョコ for 1スマイル (HP) 社会貢献活動 > 出張授業・食育 (HP) 森永製菓の食育 (IR) P54-57、P58