

令和2年度 消費者志向自主宣言 フォローアップ

令和2年8月24日
サラヤ株式会社
更家悠介

(1) 理念

わたしたちは、世界の衛生・環境・健康の発展に貢献することで、持続可能な社会の実現を目指し、グローバルなネットワークを構築し、独自の商品やサービスの提供を通じて、事業を発展させていきます。「いのちをつなぐサラヤ」として安心・安全な商品を提供します。また、当社は社会の一員として、ステークホルダー、つまり企業を取り巻く様々な関係者との絆を築き、深める努力をしていきます。

(2) 取り組み方針

1.経営トップのコミットメント

「世界の衛生、環境、健康の発展に貢献する」を事業目標とし、ビジネスを通して地球環境を守り、資源を持続的に活用し、持続可能な発展と、真の豊かさを実現することを目指すべく全社員への意識向上を行います。それぞれの組織の目標と役割を明確にし、執行の責任と権限を付与します。

<主な取り組み・成果・改善内容>

近年の、地球温暖化による台風や洪水の自然災害、プラスチックによる海洋汚染、また生物種の減少、貧富の格差拡大など、大きな問題のほとんどが、国を超えたグローバルな問題です。また科学技術や通信・交通手段の発達は著しく、われわれを別次元の世界へと導いてくれ、瞬時に国境を超えるお金や情報には、それぞれにふさわしいビジネスの対応が必要です。これらの変化と諸問題への対応は、従来型の対応はすでに問題解決への限界を迎えており、経済や社会、そして政治の世界において、新たなグローバル対応ビジョンを策定し、それを実践する活動が必要になっています。その中、国連で採択されたSDGsの実現をビジネスを通して取り組み、グローバルな社会問題解決に向けてチャレンジをいたします。

サラヤの「世界の衛生・環境・健康の向上に貢献する」ミッションの実現のため、国内外での活動を更に充実します。国内では、2020年の1月末に茨城県北茨城市で、関東工場の竣工を行いました。この関東工場を通じて、お客様により良い商品とサービスをお届けします。

⇒詳細は「会社案内2020」P2～P3 「トップコミットメント」参照

https://www.saraya.com/com_profile/annnai/images/company2020.pdf

⇒関東工場について 2020年3月4日「ニュースリリース」参照

<https://www.saraya.com/news/2020/115027.html>

2.コーポレートガバナンス

「わたしたちは、お客様からの声を大切にします。そのお客様の声を収集分析し問題点を明確にし、速やかに問題解決を実行します。ステークホルダーと共にシステムの継続的改善を図り、また、利害関係者からの要求事項に対して適切な対応をします。

わたしたちは、品質・環境関連の法規・条例等の国、地方自治体公布の規則を順守するとともに、国際規約や各種規制について順守・適合を図るように努めます。」という品質も億票を実現するため、お客さまなど外部のステークホルダーに対しては、「お客様窓口」を設け、様々なご意見をお受けしています。いただいたご意見の中で重要な案件は、役員会などで報告や討議の時間を設け、そのご意見が経営に反映されるよう対応しています。

<主な取り組み・成果・改善内容>

「1. お客様の声の重視・2. 法令順守」

- ① 急増している衛生関連の問い合わせに対応するため、電話のみならずWEB対応を強化しています。また、お客様の声に耳を傾けて定期的に情報をまとめて、関連部署内で共有をしています。
- ② 品質、環境関連の法規、条例については、品質方針定め、以下の項目にて取り組んでいます。
 - ・安心、安全への取り組み
 - ・品質保証体制
 - ・ISO認証取得情報
 - ・ユニバーサルデザインフードマーク
 - ・デザインポリシーと取り組み例

サラヤコーポレートサイト「品質への取り組み」参照

<https://www.saraya.com/csr/quality/index.html>

3.経営トップの方針と社内浸透

経営トップから「社長メッセージ」を全社員に毎週発信し、企業文化の醸成と社員の行動規範や意思決定に大きな影響を与えることにより、全社員が持続可能性とお客様志向の意識の醸成を行っています。その他、社内ポスターやスローガンパネルの掲出により、社員の意識向上の啓発を行っています。

<主な取り組み・成果・改善内容>

社内で利用するシステム「サラヤポータル」内において、全社員に向け「社長メッセージ」を毎週公開。また、受賞などニュースは社内ポスターを作成し、期初に決められるスローガンはパネル形式で全事務所、工場、営業所で掲出されます。

<スローガン パネル>



<ポスター>



4. 消費者への情報提供の充実・双方向性の情報交換

わたしたちは、常に優れた商品の安全性や品質保証のために、商品開発から製造・サービスの提供にいたるまでガバナンス体制を強化しています。お客様の声から、製品の企画立案、設計、生産、販売にいたるまでの過程で品質を作り込み、さらに、お客様からの品質に関する問い合わせに、調査・回答する仕組みを構築しています。

<主な取り組み・成果・改善内容>

- 1) 「ハッピーエレファント」デザインリニューアルと
洗たくパウダー チャック部分の改善



2020年3月にパッケージデザインと容量を大幅に変更。容器を少しでも永く使っていただきたいという思いから、イメージカラーの緑で統一したスタイリッシュなデザインに。さらに石油資源の使用量削減のため、容器の一部に再生可能なサトウキビ由来のバイオマスプラスチックを使用しました。

また、「洗たくパウダー」のチャック部分の粉嚙みによって閉めにくいとお声に対し、チャックを変更し、さらに、切れこみ部分を上限まで引き上げチャックと切り取り後の余剰部分を多めにとり、閉める際に力を入れやすくなることで改善を図りました。

2) 「アラウ.ベビー」 デザインリニューアル



2020年9月より赤ちゃんを連想させる、より可愛いデザインに変更。全アイテムのブランドイメージカラーを明るくやさしいピンク色に統一しました。さらに、ママたちの声を取り入れ使いやすさに配慮したデザインを採用。買い間違いを防ぐために、アイテムごとにサブカラーを入れるなど、かわいらしさがアップし、用途がわかりやすいデザインになりました。

3) 「ラカント 低糖質カフェインレスカフェオレ・ミルクティー」 リニューアル



実際にマタニティママを招いた試飲会を実施。いただいたご意見から処方を見直し、すっきりと飲みやすい味を実現しました。またミルクティーにおいては、風味の異なる紅茶エキスを追加し、2種類のブレンドで美味しさを追求しています。同時に、ママに嬉しい栄養素「葉酸」「鉄分」の配合量をアップ。2020年9月より美味しさと栄養の両面で、今まで以上にママに寄り添うドリンクへとリニューアルしました。

5. 消費者・社会の要望を踏まえた開発と改善

衛生・環境・健康に貢献することにより持続可能な社会を実現することを踏まえた商品の改善や開発に努めます。また、お客様とステークホルダーの期待に応えるエシカルな商品の開発と、フィランソロフィーを実行できる企業を目指します。

<主な取り組み・成果・改善内容>

コンシューマー商品は、それぞれのブランドにおいて売り上げの一部で、事業に関連する社会貢献活動を実施しています。

2007年より、「ヤシノミ洗剤」「ハッピーエレファント」の売上げの1%で原料産地のひとつであるマレーシア・ボルネオ島の環境保全活動を支援しています。サバ州政府公認の「ボルネオ保全トラスト」を通じ、失われた土地の買い戻しや、森と森をつなぐ「命のつり橋」設置、野生生物レスキューセンターの運営などさまざまな生物多様性の保全に取り組んでいます。また、パーム油の使用する製品には環境と人権に配慮した認証油を使用している証である「RSPOマーク」をパッケージに提示し啓発し、持続可能な調達に取り組んでいます。

また、2010年からは、衛生ブランド「ハンドラボ」「ウォッシュボン」の売上げの一部でユニセフと共にアフリカ・ウガンダの子どもたちの命を守る手洗い活動を推進し、衛生環境の改善に貢献しています。他にも、無添加せっけんの「アラウ。」「アラウ・ベビー」ブランドでは、セーブザチルドレンを通じて、アフリカ・ウガンダの難民居住区での子どもたちの衛生環境改善に取り組んでいます。

ボルネオでの環境保全活動、ウガンダの衛生環境改善の支援は、いずれも対象商品を購入いただいた消費者のみなさまと共に活動しているもので、活動に共感いただき支援いただくことで、継続できる取り組みとなります。

⇒詳細は、会社案内 2020 P6～13 参照

https://www.saraya.com/com_profile/annnai/images/company2020.pdf