

お客様満足に向けての取り組み

お客様とのコミュニケーション

お客様コミュニケーションの基本的な考え方

フリーダイヤル・HP・SNS関連部門は、適切かつ分かりやすい情報とサポートを迅速に提供しお客様との信頼関係を構築することに注力しています。また、お客様のご要望やニーズに応えるために、お客様の声を収集し、お客様の視点に立ち真摯に分析し、製品やサービスの持続的な改善に取り組んでいます。さらに、HPでは「家庭の感染と予防」「せいかつ手洗い」といった生活に役立つ情報を提供すると共に、「いのちをつなぐ学校」では、授業で活用できる動画教材の提供や出張授業の受け付けなど、お客様との双方向のコミュニケーションを大切にしています。



家庭の感染と予防

<https://family.saraya.com/kansen/>



せいかつ手洗い

<https://family.saraya.com/tearai/>



マネジメント体制

お客様からのお問い合わせやご要望に対して、適切かつ分かりやすい対応を行うために、CX部、CRM部、広報宣伝統括部内に各々専門のチームを設けており、さらにお客様の声を収集分析し製品やサービスの開発部門へフィードバックすることにより継続的な改善を目指しています。また、公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)の研修に参加するなど、お客様への対応方法やコミュニケーションスキルの向上に積極的に取り組んでいます。

お客様相談部門の主な取り組み

お客様相談部門であるCX部お客様コミュニケーショングループでは、電話やメールなどを通じて適切かつ分かりやすい情報とサポートを迅速に提供し、お客様との信頼関係を構築することに注力しています。また、お客様の声を収集分析するCRM部と連携し、製品開発部門・デザイン部門・品質保証部門製品へお客様の声(VOC)のフィードバックを行い、製品やサービスの持続的な改善に取り組んでいます。CX部ナレッジグループでは、顧客体験(カスタマーエクスペリエンス)の向上のため「販売店地図検索システム」の改良や「サラヤ家庭用製品Q&A」のWeb上での構築・公開など、お客様が必要とする情報を必要とされる時にご自身で検索できる利便性の高い仕組みをご提供することで、信頼関係の醸成や顧客ロイヤリティの向上を目指しています。また、一方では「消費者志向自主宣言」の取組方針に基づき、「消費者への情報提供の充実・双方向性の情報交換」を目指し、主に全国のお客様相談部門の責任者が加盟している公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)における会員活動を通じて、大学などの教育機関や消費者センターにおける啓発・交流活動や、消費者団体・消費者との双方向コミュニケーションも行っています。

消費者志向自主宣言

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関係者との絆を築き、深める努力をしていきます。

取組方針

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。

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。
- 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。

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。

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。

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、フィランソフイーを実行できる企業を目指します。

お客様の声を商品に反映した事例

「ハンドラポ手指消毒スプレーVH」へのお声

新型コロナの流行により、飲食店や事業所でも手指消毒の習慣化が進み、日常的に手指消毒剤を使用することが多くなりました。新たな訴求として、消費者が商品を選びやすいよう「特定のウイルスへの効果」を明確に記載した商品を業務用売り場向けにも発売いたしました。



「ヤシノミ洗たく洗剤」へのお声

現状消費者に満足いただいているヤシノミ洗たく洗剤のコンセプト「肌へのやさしさ」「家族のお洗たくに安心」は継承しながら不満点として高かった洗浄力についてブラッシュアップ・リニューアル。肌へのやさしさそのままより幅広い汚れに対応すると同時に共働きで忙しい消費者に向けて、1回あたりの使用量減 & トータル使用回数UPしました。

※使用量が現行品比較、1回あたり3/4へ



「ラカントカロリーゼロ飴」へのお声

ラカントカロリーゼロ飴は発売から15年。サラヤにしか作ることでできない「カロリーゼロ飴」という差別化商品として販売をしておりますが、お客様の声の中で、「おいしくない」「味が薄い」との声がありました。今回、処方を一から見直し、カロリーゼロのまま、従来商品より風味もアップした「2層製法」処方に改良しました。

