愛は食卓にある。

キユーピー

消費者からの声の活用と食についての情報発信

2010年12月10日

キユーピー株式会社

消費者からの声の活用

～ユニバーサルデザインの推進～

きっかけは、04-06中期で「めざす姿」が明確にされたこと

一人ひとりのお客様に、最も信頼され、親しまれるグループをめざします。

Food, for ages 0-100

2004年3月、「お客様の声を活かした商品改善会議」発足。

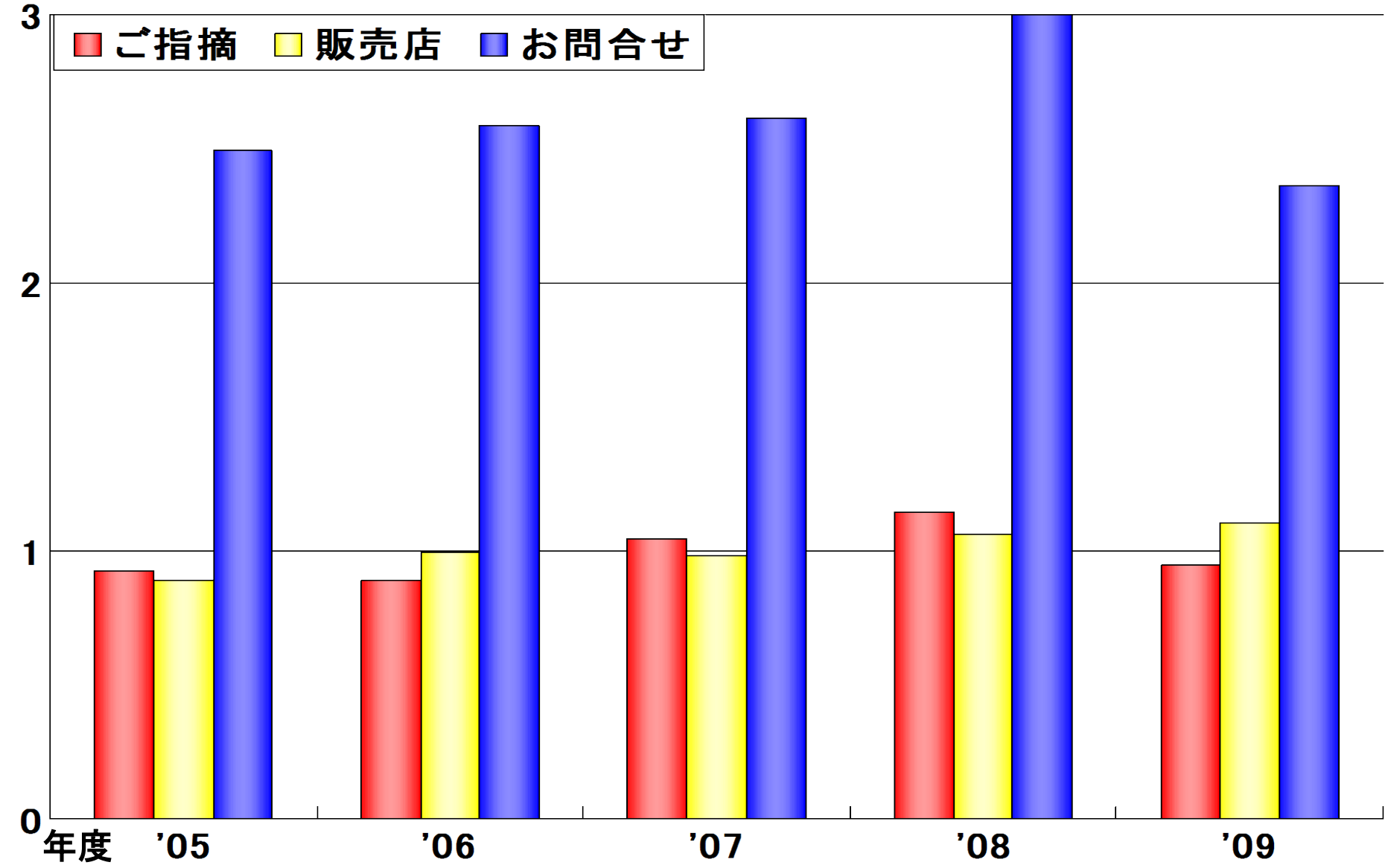
○メンバーは、お客様相談室、マーケティング本部、生産本部、研究所、
経営企画室、営業本部、広報室。

○お客様相談室への過去３年間のご指摘をまとめ、２６項目にしぼった。

⇒改善すべきことは２つ。表示と容器。

年度別受付件数推移

2009年度受付件数44,198件（前年比85%）



お客様対応の基本的な考え方

お電話有難うございます	お電話戴けることを心より**有難く思い、拝聴し、誠心誠意**お答えする。
最も大事な仕事	全社員の**最優先事項** （最も重要な位置づけ）
訪問が基本	**迅速、的確、誠実**な対応。 （調査報告は7日以内）
お客様の声を商品改善へ	お客様から戴いた貴重なご指摘（宝） ⇒社内提唱⇒**商品改善**

使いやすくする工夫

マヨネーズ

手が痛くない「ダブルキャップ」

ミートソース缶詰

手を切りにくい「セーフティー缶」

キユーピードレッシング

取り外しが容易な中栓

剥がしやすい紙ラベル

わかりやすい表示

「マヨネーズ200g」

【改良前】

【現行品】

食についての情報発信

ベルマーク運動

1960年から趣旨に賛同し、
教育設備助成に協力

工場見学

1961年から実施。

2009年度の見学者は10万人（全国6工場）。

「地域に根ざした食育コンクール2004」優良賞受賞。

キユーピーニュース

1973年発刊の食の情報誌。

月刊で、発行部数5，000部。

テーマは食生活、食品衛生、食文化、栄養、食教育など。

配布先は、高校の家庭科・大学の栄養関連の先生方、消費生活センター、保健所、栄養士、マスコミ、食生活ジャーナリストなど。

第4回消費者教育教材資料表彰優秀賞受賞（2004年）。

メディアライブラリー活動

1975年（昭和50年）から、学校教育や消費者啓発に役立てていただくために、食などに関するビデオを作成し、小学校や高校、短期大学、消費生活センターなどに無償で提供しています。

◇食べもの博士の「調べてみれば？」
2002年制作

◇楽しく食べて健康に！
～豊かな将来を築く、楽しい食生活～
【文部科学省選定】
2003年制作

◇テーブルマナー元年
～1871年からのメッセージ～
【文部科学省選定】
1996年制作

◇育ち育てる子育ての時間
【文部科学省選定】
【厚生労働省社会保障審議会推薦】
2004年制作

◇高齢者応援ビデオ
「元気宣言！！おおらか生活」
【文部科学省選定】
2006年制作

2008年、食物アレルギー啓発DVD制作
『聞いてみよう！食物アレルギーのこと』

3章構成

第1章 医学編（約17分）	「お医者さんに聞きました」 教えて！子どもの食物アレルギー
第2章 栄養学編（約20分）	「栄養士さんに聞きました」 はじめて作る食物アレルギーのごはん　～卵、乳、小麦を使わない～
第3章 体験者編（約34分）	「先輩お父さん・お母さんに聞きました」 まるごと我が子～食物アレルギーとつきあう親子の物語～

配布本数：10,000本
提供先　：小学校、保健所、保健センター、
　　幼稚園、保育園、ＮＰＯなど

監修　：独立行政法人国立病院機構
　　相模原病院 臨床研究センター
　　アレルギー性疾患研究部長　医学博士
　　海老澤　元宏　先生
推薦　：文部科学省選定
　　厚生労働省社会保障審議会推薦
表彰　：優秀映像教材選奨社会教育部門優秀賞

講演会活動

マヨネーズ教室

〇対象は小学生
〇マヨネーズを手作りし、工場で作ったマヨネーズと食べ比べをします。

食生活講演会

〇対象は成人、高校生、学生
〇コレステロール、肥満とやせ、カルシウムなどについて講演します。

展示と対話

食育推進全国大会、東京都消費者月間交流フェスタなどに参加して、食育やユニバーサルデザインへの取組みなどを紹介し、一人ひとりと直接対話をしています。

ホームページでの情報発信

ご清聴　ありがとうございました。