

# 顧客満足

## お客さま相談センターの役割と仕組み

生活者のお役に立つ商品・サービスを提供するために、日々のお客さまからのご相談への対応は極めて重要です。当社では、お客さまからのご相談を、電話やメール等を通じて受け付けており、迅速・正確、かつ真心を込めて対応しています。

お問い合わせには、丁寧にわかりやすくお答えし、ご満足いただけるよう心がけています。お客さまの真意を把握して関係部署および経営層に伝え、商品・サービスの改善の具現化を推進していくことが、お客さま相談センターの重要な役割の一つです。

なお、直接訪問が必要な場合は、全国の販売会社と連携しています。

### ■ お客さまの声

当社ではお客さまからのご相談を、お問い合わせ、お申し込み、お申し出、中止・休飲、変更、ご提案・その他に分類しています。

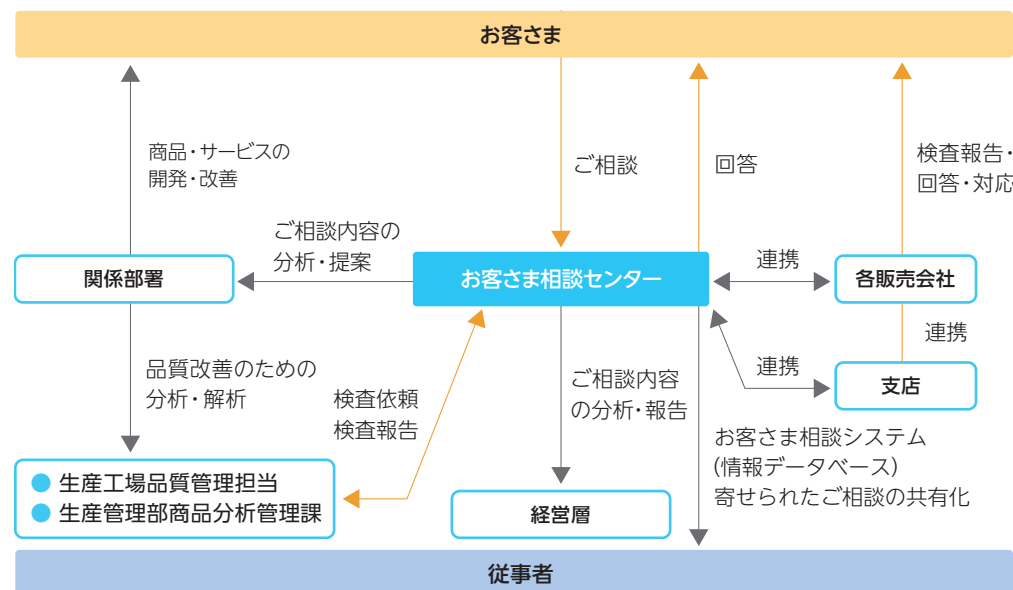
2021年度にお客さま相談センターにいただいたご相談は32,638件でした。

なお、2020年4月20日から、新型コロナウイルス感染症対策として、従事者の安全確保のため、電話の受付時間を通常よりも2時間短縮し、午前10時から午後4時までの対応としています。

### ご相談件数と内訳の推移(件数)

内訳	2017	2018	2019	2020	2021
お問い合わせ	32,748	29,682	27,886	24,930	24,533
お申し込み	3,634	2,499	2,215	2,184	1,957
お申し出	4,108	3,858	4,107	3,776	3,339
中止・休飲	1,242	1,211	1,112	858	734
変更	216	210	294	263	250
ご提案・その他	1,996	2,050	1,871	1,935	1,825
合計	43,944	39,510	37,485	33,946	32,638

### お客さま対応の流れ



### お客さま相談センター

フリーダイヤル **0120-11-8960**  
 携帯電話からは  
 ナビダイヤル **0570-00-8960**

10:00～16:00  
 (土・日・祝日・夏季休業・年末年始等を除く)  
 ※ 時間を短縮しております

### ■ SNSを通じたお客さまとのコミュニケーション(海外)

お客さまへの情報発信、お客さまとのコミュニケーション手段として、海外のヤクルトグループにおいてもSNSが活用されています。

ブラジルでは、2022年6月からTikTokの公式アカウントを新規に開設しました。すでに開設していたFacebook、Instagram、YouTubeアカウントと併せて、お客さまへの情報発信はもとより、お問い合わせ対応がより素早くできる体制を整えました。2022年5月末時点でのフォロワー数は、Facebookが43,566人、Instagramが39,977人、YouTubeが8,155人です。

その他、イタリア、ベトナム、タイ、フィリピン、インドネシア、メキシコ等においても、Facebook等のSNSを通じて、情報発信、お問い合わせ対応等を行っています。

## お客様の声を商品の改善に活かした例

### ■ ヤクルト類用マルチパックの開封方法の視認性向上(日本)

お客さまから、ヤクルト類用マルチパックの裏面の開け口表示を押して開封する方法が分かりにくいのご意見をいただいたため、「Newヤクルト」類、「ヤクルトファイブ」、「ヤクルト400」類、「Yakult(ヤクルト)1000」用マルチシュリンクフィルムについて、開封部のマーク(開け口イラスト)の視認性を高めるとともに、開封時の注意事項を追加しました。



### ■ 「ヤクルト」「ヤクルトLT」の処方変更(香港ヤクルト)

香港では、肥満や生活習慣病の増加により、消費者の糖分摂取に対する懸念が年々増加しています。こうした状況を踏まえ、香港ヤクルトでは、2021年7月に主力商品である「ヤクルト」「ヤクルトLT」について、初めての処方変更を実施しました。糖分、甘さを低減するとともに、「ヤクルトLT」の甘味料を天然成分である「ステビア」に変更することで、よりお客さまのニーズに対応した商品となりました。

## インターネット注文サービス「ヤクルト届けてネット」の拡大

電子商取引(EC)市場の拡大を背景に、2017年度から満足度向上を目的としたインターネット注文サービス「ヤクルト届けてネット」を導入し、2018年9月には全国に拡大展開しました。クレジットカード決済や保冷受箱での商品の受け取りが選択できるこのサービスにより、消費者の多様なライフスタイルに対応したお届けが可能となりました。会員数は、2022年3月時点で約27万人(前年の約1.6倍)に増加しており、2022年度末時点の会員数39万人を目指しています。

※ 一部商品の供給不足のため、新規の受け付けは中止しています(2022年8月現在)

### ■ メキシコの取り組み

顧客満足度の向上を目指し、ウェブサイトやSNS経由でのお問い合わせ、お申し出に迅速に対応できる体制を取っています。また、オンラインによる注文システム「届けてネット(Pedido en linea)」でご注文のお客さまに、お届けの満足度をお伺いするメールを送り、営業部門と情報を共有することで顧客満足度の向上を図っています。

## お客さまとのコミュニケーションと健康情報の発信

### ■ 工場・研究所見学

各工場では、環境に配慮し、お客さまに「安全・安心」な商品をお届けするという企業姿勢や当社の商品をより深く知っていただくため、工場見学を積極的に受け入れています。お子さまから高齢者の方、小学生を中心とした社会科見学や環境学習、そしてオピニオンリーダーや、健康に関心の高い方々の情報収集の場として活用されています。

お客さまがより気軽に工場見学を予約できるよう、2018年9月に工場見学ウェブ予約システムを導入しました。また、高齢者の方やお身体の不自由なお客さまにも安心して見学していただくために、工場見学エリアにはエレベーターやスロープ、手すり等を設置する等バリアフリー化を推進、より多くのお客さまに快適に見学していただける工場を目指しています。

なお、2021年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、実地での工場見学は中止とし、オンライン工場見学を開始しました。

その他、地域社会との親睦を深めることを目的に、工場祭を毎年開催していましたが、2020年度から新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止としています。

中央研究所においても、代田記念館 [▶P.10](#) を一般公開しておりましたが、2020年度からは、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、見学を中止しています。

### ■ オンラインツールの活用

#### ・ 湘南化粧品工場

コロナ禍においても化粧品の情報を従事者に積極的に発信するために、オンライン工場見学を実施しています。遠方で来場が難しい従事者に向けた発信の機会ともなりました。今後は販売会社を介して、お客さまに向けて実施することを検討しています。

### ・国内乳製品工場

2021年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、実地での工場見学を中止し、オンライン工場見学を実施しています。これにより、遠方の方やお身体の不自由な方等、より多くのお客さまにヤクルトの生産工程や工場での衛生管理等の様子をご案内することができるようになりました。(2021年5月から運用開始)

### ■ バーチャル工場見学(マレーシアヤクルト)

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、通常の工場見学の受け入れを中止していましたが、2020年10月からバーチャル工場見学を開始しています。コロナ禍で工場にいらつしゃることができない人だけではなく、地方に住んでいる人にも工場見学を体験してもらうことが可能となりました。2021年度は、18,299人が参加しました。

その他、シンガポール、インドネシア、オーストラリア、インド、ベトナム、香港でもオンラインまたはバーチャル工場見学を継続して実施したほか、ブラジル、中東でもオンライン工場見学を開始しました。



各学校とオンラインで結ぶ(マレーシア)



オンライン工場見学の実施(インドネシア)

### ■ 健康情報誌『ヘルシスト』

「生命科学」「先端研究」等の最新の研究成果から、「健康」に関する話題や生活に身近な情報まで、一般の方にもわかりやすくお伝えすることを目的とした健康情報誌です(1976年創刊、年6回 約5万部発行)。2020年度から、これまで本誌を目にする機会のなかった層にも興味を持ってもらえるようにウェブ版を開設しています。

WEB <https://healthist.net>



『ヘルシスト』

## 販売に関するルールの徹底

### ■ ヤクルトレディへの研修

お客さまへのお届けにおけるサービスレベルの均質化を図るため、ヤクルトレディに対して商品の温度管理や身だしなみ等の基本マナーに関する研修を実施しています。

年4回発行のヤクルトレディ向け情報誌を活用し、継続的な研修や情報共有を図っています。

2021年度は年2回のマナー強化期間を設けました。インターネットでも学習できる形態を取り入れ、感染症を予防しながらお客さまとの信頼関係を築くための対応のポイントを確認しました。また、ヤクルトレディがお届けのセルフチェックや、「安全・安心」に関する情報を自主的に学べるウェブサイト「あなたのミカタ」を活用し、意識啓発を図りました。

センターマネージャーには、化粧品の研修を行うためのマニュアルを提供しています。また、新人のヤクルトレディには基礎化粧品を助成し、商品への理解を深める機会を提供しています。



お届け品質に関する勉強会(松山ヤクルト販売株式会社北梅センター)

## ■ ルート担当者への研修

お客さまに「安全・安心」なオペレーションのもと商品をお届けするために、運転や納品時の事故防止の取り組みや商品の温度管理、賞味期限等に関する研修を行っています。

また、商品についてお客さまに正しく理解していただくため、商品知識やお伝え方法についての研修も実施しています。

その他「ビジネスマナー」や「自動販売機メンテナンス方法」等を扱ったeラーニングや、「商品鮮度管理」等に関する教材マニュアル・DVD等により、個別に学習できる環境も整え、随時活用しています。



ルート担当者研修会(水戸ヤクルト販売株式会社)

## 誠実で責任ある広告宣伝活動

### ■ 広告方針の策定

「世界の人々の健康で楽しい生活づくりに貢献する」という理念の実践のために、「変化するメディア環境への対応」「訴求力の高い広告表現」「法令を遵守した広告活動」に重点を置いた広告方針を策定しました。

#### ヤクルトグループ広告方針

ヤクルトグループは「私たちは、生命科学の追究を基盤として、世界の人々の健康で楽しい生活づくりに貢献します」という理念に基づきグローバルに事業展開しています。

その理念の実現のために、変化するメディア環境に対応した訴求力の高いコミュニケーション施策により「企業・商品ブランド」と「生活者」のエンゲージメントを高めます。

1. 変化するメディア環境への対応
2. 訴求力の高い広告表現によるブランド認知度・好意度向上
3. 法令を遵守し、SDGsを考慮したコミュニケーション活動の推進

策定：2021年3月30日

さらに、ヤクルトグループ広告方針では「責任ある広告活動のために」として、遵守すべき国際規範の例を挙げたうえで、遵守を徹底するための詳細な項目を記載しています。

ヤクルトグループ広告方針全文は以下URLからご確認ください。

[WEB https://www.yakult.co.jp/csr/download/pdf/2022\\_advertising\\_policy.pdf](https://www.yakult.co.jp/csr/download/pdf/2022_advertising_policy.pdf)

## ■ 広告制作時の配慮

広告宣伝活動を適正かつ効果的に行うために社内規定が整備されています。広告制作にあたっては、「ヤクルト倫理綱領・行動規準」に則って、景品表示法、薬機法等の関連法令を遵守し、お客さまに誤解を与えたり、まぎらわしい表示にならないようにしています。これに加え、各種メディアによる考査を受ける等したうえで広告宣伝を行っています。その他、社内広告担当者向けに勉強会を定期的開催し、責任ある広告宣伝活動を実施できるよう最新情報の共有や啓発に努めています。

## ■ 責任あるマーケティング活動のための社内審査

企業は、公正で責任ある事業活動を行うことが期待されているとヤクルトは認識しており、マーケティングにおいてもそれは同様です。

公正で責任あるマーケティングのために、国内のテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ウェブ、YouTube、SNS、交通広告、チラシ、POP等における情報発信の内容については、当社広報室による校閲・事前審査を実施しています。

広告制作時と同様に、関連法令や業界自主基準等\*を遵守しているか、「ヤクルト倫理綱領・行動規準」に則り、事実と異なる内容や科学的根拠のない情報発信、誹謗中傷や差別的表現、知識や選択肢が不足している未成年者の状況の利用、お客さまに誤解を与える等のまぎらわしい表示等になっていないかをポイントに審査しています。

2021年度は1,063件の校閲・事前審査を実施、問題の未然防止に日々取り組んでいます。

\* 業界自主基準等

特定保健用食品公正競争規約(特定保健用食品公正取引協議会) <https://www.jhnfa.org/tokuho-kyougikai/kiyaku-1.pdf>  
「機能性表示食品」適正広告自主基準 [https://www.jadma.or.jp/pdf/criteria\\_for\\_advertise.pdf](https://www.jadma.or.jp/pdf/criteria_for_advertise.pdf)

発酵乳・乳酸菌飲料の表示に関する公正競争規約 <https://www.nyusankin.or.jp/know/display2/>

## お客さま個人情報の保護

### ■ 個人情報保護管理基本規程・個人情報保護運用マニュアル

2005年4月に全面施行された「個人情報保護法」にともない「個人情報保護管理基本規程」を策定しました。2022年4月の法改正を受けて当該規程を改定し、個人情報を保護するために従業員が遵守すべき事項を定めています。

併せて、プライバシーポリシーを改定し、改正法への対応事項(講じている安全管理措置等の公表事項の追記、保有個人データ開示の電子化等)に加えて、個人情報をより厳格に取り扱うために、保有個人データの利用目的等をより具体的に記載し、個人情報の保護に努めています。

### ヤクルトグループ プライバシーポリシー

ヤクルトグループは、お客様の氏名や生年月日、住所、電話番号、メールアドレスなど、特定の個人を識別できる情報や免許証番号などの個人識別符号を含む情報(以下「個人情報」といいます)について、関連する法令、ガイドライン、その他の規範を遵守し、適切に扱います。

ヤクルトグループ プライバシーポリシーには、以下の項目について記載しています。

1. 基本方針・定義
2. 事業者の名称、住所、法人代表者氏名
3. 個人情報の取得方法
4. 利用目的
5. 共同利用
6. 業務の委託
7. 第三者提供
8. 仮名加工情報
9. 開示・訂正・追加・利用停止・削除の請求
10. 個人情報の安全管理措置の概要
11. お問い合わせ先

改定：2022年4月

ヤクルトグループ プライバシーポリシー全文は以下URLからご確認ください。

[WEB https://www.yakult.co.jp/privacypolicy/](https://www.yakult.co.jp/privacypolicy/)

### ■ ヤクルトレディへの教育

ヤクルトレディは業務の特性上、お客様の個人情報を扱う機会が多いため、その取り扱いについては研修や手引書等を通じてルールを徹底しています。業務上知りえた情報は漏えい・紛失しないよう、注意喚起しています。

### ■ GDPRへの対応

ヨーロッパヤクルトでは、GDPR\*の遵守のため、最新状況のモニタリング等の対応を行っています。お客さまからの声を管理するデータベースもGDPRに準拠したものに刷新しました。また、EUと米国で締結した個人データの移転に関する枠組み「プライバシー・シールド」を無効とする欧州司法裁判所の2020年7月の判決を受け、個人情報の米国内での保管の有無について調査しました。

\* GDPR(General Data Protection Regulation：一般データ保護規則)EU地域内の個人データ保護を規定する法令。

## 健康経営

### 健康宣言

#### ■ 健康宣言のもと取り組みを推進

当社は、従業員の健康保持・増進に取り組むことが将来的に収益性を高めることにつながる投資であるとの考えのもと、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践する「健康経営」を推進しており、2017年9月に「健康宣言」を公表しています。さらに、「健康経営」を積極的に推進するため、2020年度に専門組織として人事部内に健康経営推進課を新設しました。従業員自らが健康を管理するだけでなく、会社も積極的に従業員の健康保持・増進に取り組んでいます。従業員の健康への意識をさらに高め、健康状態を良好なものにすることにより、事業の継続的、安定的な発展を図っていきます。

#### 健康宣言

ヤクルトは、「人々の健康に貢献する」という理念の実現には従業員の健康が不可欠であるとの認識に立ち、従業員の心身の健康保持・増進および安全・安心な職場環境づくりに努めます。

#### 健康経営推進体制

