

消費者課題

私たちは、企業理念のロッセバリューで「ユーザーオリエンテッド(お客様第一)」を掲げており、すべての企業活動の起点は消費者です。食の安全・安心はもとより、国や地域、時代によって変化する多様な食のニーズに応えていきます。

品質方針

2018年4月18日 制定

私たちは、安全で安心できる高品質な製品やサービスをお届けし、世界中の人々の豊かな暮らしに貢献します。

1. お客様視点で考えます。

私たちは、常にお客様の立場に立って考え、ご満足いただける製品・サービスを提供します。

2. 安全・安心な製品づくりを第一に考えます。

私たちは、国際的に認められた食品安全マネジメントシステムに基づいた管理を行い、安全・安心な製品・サービスを提供します。

3. 法令を遵守します。

私たちは、関連する法令を遵守し、お客様に信頼していただける製品・サービスを提供します。

4. より良い製品づくりに努めます。

私たちは、日々調査・研究を尽くし、より高品質で独創的な製品・サービスを提供します。

5. 正しい情報を提供します。

私たちは、お客様に信頼し、安心していただけるよう、正しい情報を適切に発信します。

食品安全方針

2018年4月18日 制定

私たちは、企業理念と品質方針に基づき、お客様に安心して召し上がっていただける安全な製品をつくり続けます。

1. 私たちは、食品安全マネジメントシステムのもと食品安全目標を設定し、ものづくりに取り組み、継続的に改善します。

2. 私たちは、食品安全に関する法令・規制を遵守します。

3. 私たちは、お客様の要望に真摯に耳を傾け、外部機関とのコミュニケーションを密に行い、品質の向上に努めます。

4. 私たちは、当社の取り組みにご賛同いただきながら、取引先様と共に安全な製品づくりを行います。

5. 私たちは、すべての従業員へ食品安全の重要性を周知し、食品安全への取り組みを推進します。

食の安全・安心

中期目標

すでに、国内外すべての工場において、国際的な食品安全認証であるGFSI*1承認スキーム(FSSC22000*2/BRC*3)認証を取得しています。今後、更なる品質の向上と高い安全性の確保を目指し、2023年度までに独自の新品質保証システム「LOTTE ADVANCE(ロッテアドバンス)」を構築し、国内外すべての工場に展開します。

*1 GFSI: 世界食品安全イニシアチブ(Global Food Safety Initiative)の略。食品安全システムの継続的改善を目的に2000年5月に設立された国際的な非営利団体。

*2 FSSC22000: 食品安全マネジメントシステムに関する国際規格であるISO22000を追加要求事項で補強した世界標準の食品安全規格。

*3 BRC: 英国小売業協会(British Retail Consortium)の略。同協会が食品安全のための第三者認証のスキームを運用している。

新品質保証システム

「LOTTE ADVANCE(ロッテアドバンス)」

現在構築中の新品質保証シ

ステム「LOTTE ADVANCE」は、すでに取得している国際的な食品安全認証であるGFSI承認スキーム(FSSC22000/BRC)

認証をベースに、品質マネジメントシステムの国際規格であるISO9001*の設計開発システムの考え方と、独自の高い品質や安全のルールを取り入れています。

「LOTTE ADVANCE」は、「品質方針」および「食品安全方針」とそれに紐づく「規程」および、項目ごとに定めた「基準」、具体的なルールなどを定めた「ガイドライン」によって構成されています。(株)ロッテ品質保証部が中心となり、子会社を含めた基準やガイドラインの整備を進めていきます。

* ISO9001: 品質マネジメントシステムの国際規格

**LOTTE
ADVANCE**

品質保証推進体制

(株)ロッテ品質保証部が中心となり、(株)ロッテグループ全体の品質保証を推進しています。また、(株)ロッテの経営会議では、品質保証に関する重要な方針や中期目標の検討、目標の進捗確認などを行っています。また、各子会社や各部門の担当者のレベルアップを図るため、品質や衛生に関する社内教育を行っています。

品質保証監査

(株)ロッテ品質保証部は、お客様に最上の品質・安全を約束するために、工場の監査を定期的実施しています。2018年度は、国内自社工場へ各2回、国内子社工場へ各1回の定期監査と、東南アジアの子社工場へ各1回の定期衛生点検を行いました。また、協力工場への衛生監査も行っています。

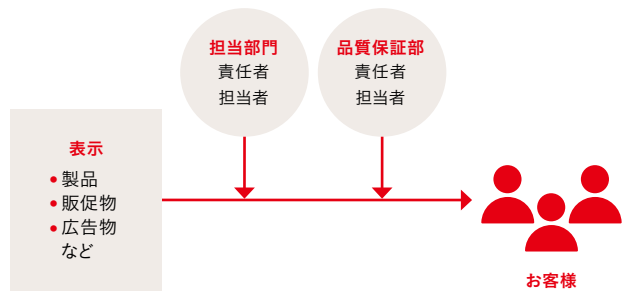
工場での異物混入対策

(株)ロッテの工場では製品への異物混入防止施策を重点的に実施しています。生産現場への入場時には、手洗い・アルコール消毒はもちろん、空気の噴射による「エアシャワー」、掃除機のように吸い取る「吸引式毛髪・塵埃除去機」、「粘着ローラーがけ」の3重の工程を経て、衣服に付着した毛髪やホコリなどの異物を取り除いています。また、製造工程においては、金属検出器、X線検査装置など複数の異物検出装置を用いて商品の安全性を確保しています。

適正な表示

製品や販促物、広告物などの表示については、関連法規を遵守することはもちろん、お客様に分かりやすく、誤認を与えないよう努めています。(株)ロッテでは、表示のチェックを複数部署の複数人で行うことで、間違いを防ぐ体制を設けています。また、担当者のレベルアップを図るため、食品の表示に関する社内教育を品質保証部が主導して行っています。

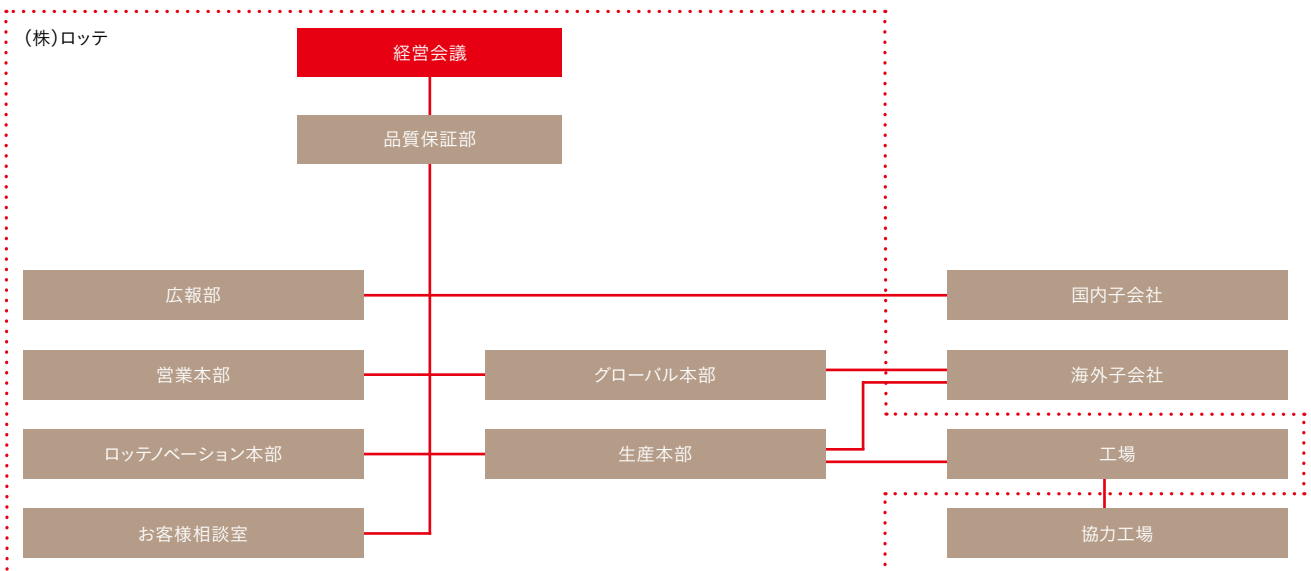
表示のチェック体制



リコール

2018年度は、(株)ロッテで2件のリコールを実施しました。徹底的な原因究明と対策を行い、再発防止に努めてまいります。

品質保証推進体制図



Column

表示ミスの削減に向けた取り組み ((株)ロッテ 品質保証部)

パッケージや広告物をデザインする段階だけでなく、工場で製品を生産する際にも、賞味期限の印字不良やアレルゲンの混入、誤った包材の使用など、表示ミスのリスクが存在します。

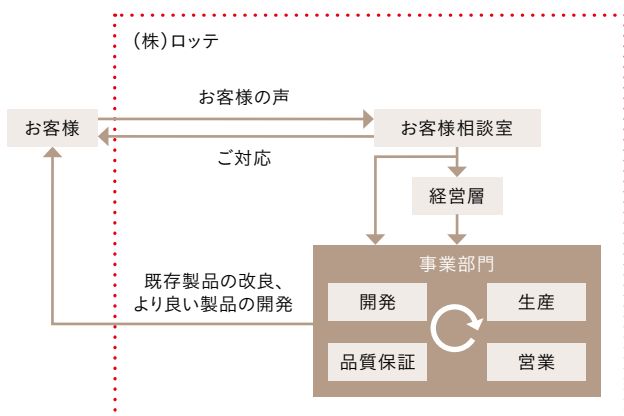
そこで、表示に対する意識を高め、表示ミスを削減することを目的に、品質保証部が主体となり、生産現場に従事する従業員に対して、勉強会を開催しています。2018年度は、(株)ロッテの工場から延べ615人が参加しました。勉強会では、食品表示の基礎知識や他社で生じた違反事例などを具体例とともに分かりやすく説明しました。さらに、万が一、違反した際のお客様への健康被害や罰則などのリスクについても説明し、食品表示の重要性について理解を深めました。受講者からは、「アレルゲンに対する意識が向上し、これまで以上に慎重に生産に従事していく」「包材の誤使用がないよう、今まで以上にチェックを行う」などの反響があり、日々の生産現場における管理の重要性を再認識する機会となりました。



お客様とのコミュニケーション

声を活かす仕組み

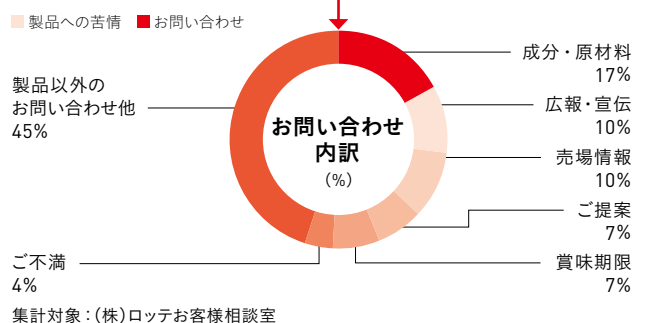
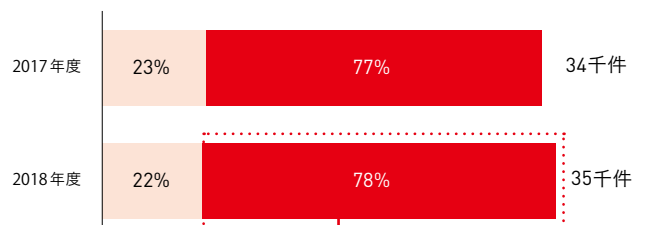
お客様からのお問い合わせやご相談にお応えする窓口として、(株)ロッテではお客様相談室を設置しており、安心して製品やサービスをご利用いただけるよう、真摯な対応と情報提供に努めています。「お客様の声」は、経営層および社内関連部署で共有し、既存製品の改良や新製品の開発などにつながっています。



「お客様の声」件数と内訳

2018年度、(株)ロッテのお客様相談室に寄せられた「お客様の声」は35千件(2017年度は34千件)でした。

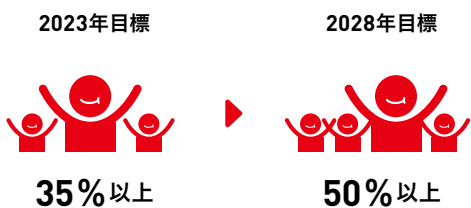
「お客様の声」件数



「噛むこと」の普及

中期目標

私たちは、「噛むこと」が健康に与える良い影響について研究し、その成果を発信することで、「噛むこと」を普及させ、人々の豊かな生活に貢献できると考えています。この取り組みの国内の目標として、2023年度までに「噛むこと」を意識して実践している人の割合を現状の22%（2019年5月調査*）から35%以上に拡大すること、さらに2028年度までに50%以上に拡大することを掲げています。



* 3,000人を対象としたインターネット調査

「噛むこと研究部」の取り組み

私たちは、戦後にチューインガムで創業し、今日まで「噛むこと」についての研究を重ねてきました。現在では、その研究と成果発信を専門に行う「噛むこと研究部」を設立して「噛むこと」の普及に取り組んでいます。



また、2018年度より「噛むこと」と全身の健康について研究を行う「噛むこと健康研究会」を発足しました。歯学だけでなく、医学や栄養学、スポーツ学など異分野の研究者が協力して「噛むこと」について多面的に研究する新たな試みです。



噛むこと健康研究会 発足会

社会との連帯

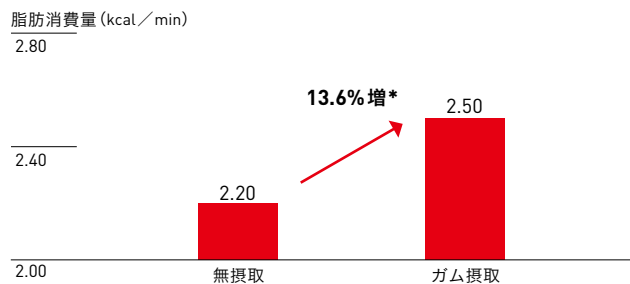
「噛むこと」が健康に与える良い影響について、広く普及させ、人々の豊かな生活に貢献できるように、社外の様々な団体と連帯して普及活動を行っています。

● 通勤ジム

アシックスジャパン(株)と共同で、チューインガムを噛むことと「ウォーキング」を組み合わせた「通勤ジム」プロジェクトを2019年3月に発表しました。チューインガムを噛みながら歩くと脂肪の消費が増えるという研究結果をもとに、普段の通勤時間を利用した運動として提案しています。



歩行中のガム咀嚼による脂肪消費量の変化



* ガム咀嚼条件vs.無咀嚼(タブレット)条件(対応あるt検定、平均、 $p < 0.05$)
 出典: Kanno et al. The Journal of Physical Therapy Science 2019.2.1採択, in press

● 噛むことからはじめる健康セミナー

「咀嚼でのばす健康寿命」「マイナス1歳からはじめるむし歯予防」「歯周病予防」というテーマで、健康セミナーを主催または協賛しています。2018年度は、全国7か所で実施しました。



噛むことからはじめる「健康セミナー」

● 咀嚼と健康ファミリーフォーラム

「噛むことは健康のはじまり」をテーマに特定非営利活動法人日本咀嚼学会が1995年にスタートさせたフォーラムで、特別協賛しています。フォーラムでは、専門家やオピニオンリーダーの方々など、様々な講師陣を招き、「噛むことの大切さ、噛むことによる健康効果」を多くの方々に発信しています。2018年度は10月に東京都で開催しました。



咀嚼と健康ファミリーフォーラム

● 未来貢献プロジェクト

未来を見据えた様々な施策が必要であるという考えから、政府や自治体、民間企業が行っている取り組みを、新聞紙面、シンポジウム、各種イベントなどを通じて応援している読売新聞社主催のプロジェクトです。「未病」をキーワードに「健康寿命延伸」に向けた各業界の取り組みを紹介するシンポジウムに2016年から協賛しています。



未来貢献プロジェクト

● 健やか親子21

母子の健康水準を向上させるため厚生労働省が2001年から開始した国民運動計画で、2005年から健やか親子21全国大会の開催の支援を行っています。この運動に企業メンバーとして参加し、主に母子伝播予防の観点から、むし歯予防の啓発に取り組んでいます。



健やか親子21全国大会

● ハート・リング運動

「認知症にやさしい社会」を目指して、認知症に関するセミナーやシンポジウムなどの活動を行っているNPO法人です。「噛むチカラ」の面から活動を応援しようと、2014年からNPO法人ハート・リング運動に協賛しており、2018年度は「口から考える認知症」をテーマに、9月に宮城県仙台市内で開催されたフォーラムに協賛しました。



ハート・リング運動

● 健康ガムカムダンベル体操

中高年の方々に健康づくりと「噛むこと」の重要性を伝えることを目的とした健康体操イベントです。イベントがスタートした1999年から毎年協賛しています。2018年度は9月に実施され、250人にご参加いただきました。



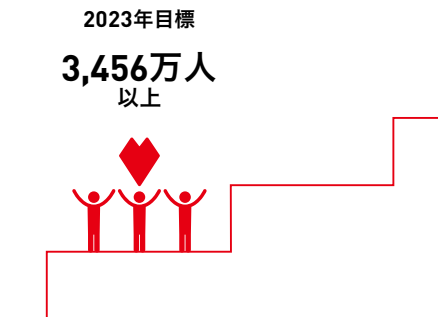
健康ガムカムダンベル体操

製品を通じた健康な生活への貢献

中期目標

私たちは創業以来、新しい健康価値を持つ製品を開発することで、人々の健康な生活に貢献してきました。一例を挙げると1997年発売の「キシリトールガム」は、それまでの常識を覆し、チューインガムで歯を丈夫で健康に保つという新たな価値を提供することで、「むし歯のない社会へ」という社会課題の解決に貢献してきました。

これまで培ってきた知見や技術を活かし、この取り組みを加速させるための目標として、2023年度までに国内で販売する製品を通じて年間3,456万人*以上の人々の健康な生活に貢献すること、さらにその後も拡大させることを掲げています。



* 対象ブランド(キシリトール、機能性表示食品、のど飴、ZERO、乳酸菌ショコラ、ポリフェノールショコラ他)のSCI購入率(期間累積)×日本国民人口

● ロッテノベーション

健康意識の向上や少子高齢化、食生活の多様化といった社会変化を背景に、「おいしさ」だけでなく「身体にいい」ものを「手軽に」摂りたいという消費者ニーズが高まっています。私たちは、食における新しい健康価値を持つ製品でこれらのニーズに応え、社会課題の解決に貢献するイノベーション「ロッテノベーション」を積極的に推進しています。

● キシリトール オーラテクトガム

チューインガムの様々な特長に注目し、単なる嗜好品としてだけではなく付加価値を持たせる研究に力を入れてきました。そうした成果の一つとして、歯垢の生成を抑え、歯ぐきを健康に保つユーカリ抽出物を配合した「キシリトール オーラテクトガム」を開発しました。嗜好品としてのチューインガムに、「歯ぐきを健康に保つ」という新たな機能を付加し、人々の豊かな生活に貢献していきたいと考えています。



● 乳酸菌ショコラ

菓子やアイスクリームの特性と健康価値を持つ素材を組み合わせることで、新しい価値を提供することができないか、研究を続けてきました。その結果、生まれたのが「乳酸菌ショコラ」です。乳酸菌をチョコレートで包み、生きたまま安定的に保つロッテ独自の製法により、時間や場所を選ばず気軽に食べることができます。これによって、乳酸菌を「生きたままいつでもどこでも摂れる」という新しい価値を社会に提供することができました。

