



消費者志向経営 取り組み方針

①みんなの声を聴き、かついかすこと
補足資料



信州ハチマン

消費者志向自主宣言

【取組方針】

① みんなの声を聴き、かついかすこと

- ◆ 当社の主力製品である「グリーンマークシリーズ」は、安全性の高いハムを製造してほしいという消費者団体様の声を聴き、生まれた商品です。これからも消費者の声に耳を傾け、製品・サービスの品質向上を目指します。
- ◆ 消費者に求められているニーズや地域社会の課題を把握し、これからの経営に活かしてまいります。

② 未来・次世代のために取り組むこと

- ◆ 食品製造業として食の楽しさ・大切さを伝え、サステナブルな社会の実現に貢献します。
- ◆ 廃棄ロス削減の数値目標に向けて、環境・社会に配慮した経済活動を行ってまいります。
- ◆ 定期的に児童福祉施設やフードバンクへの寄贈により、食の美味しさ・楽しさを知っていただけるよう努めてまいります。
- ◆ 当社軽井沢工房での手作りウィンナー体験を通して、食べ物に対して興味・関心を持っていただき、食の大切さを子供たちへ伝えてまいります。

③ 法令の遵守

- ◆ 消費者関連法規だけでなく、会社規程や関係法令の遵守をしてまいります。

グリーンマーク開発開始のエピソード

消費者団体からの声を形に

食に関して不安が多かった高度経済成長期に、いち早く「食の安心・安全」と向き合う事を決意。

「添加物の少ないハムを子供に食べさせたい」という声に応じて商品開発に着手。苦勞に苦勞を重ね、1975年 発売に至りました。



発売初期

消費者の声に応え続ける

グリーンマーク：認知いただくまでには紆余曲折

「色が悪い」「日持ちしない」といった評価で返品を築く事に。販売継続の是非で意見が分かれるも、独自の道を切り開くために、「グリーンマーク」の継続を選択。認知される日を信じて研究開発に情熱を捧げる。



平成5年頃

現在に至るまでの経緯

グリーンマーク商品の改善は今なお続く

賞味期間の延長、色味の改善、食感の改善に留まらず、トレンドに合わせた味の改良や、ニーズに応えた商品開発、伝統の継承と技術革新による商品力の向上に、日夜努力を重ねています。



現在

キャンペーン応募はがきから

商品開発や市場開拓の要望

- ラインナップが増えるとうれしいです。
- パッケージにレシピが載っているといいなあ。
- 国産があればもっとありがたいです。
- コンビニで買えたら良いかも。
- お得用の大袋サイズがあると大助かりです。
- もっと減塩の商品作ってください！！
- 近所で取り扱っているお店を増やしてほしい。

今後も消費者目線の商品づくり、消費者目線の販売戦略に努めてまいります。

一般の消費者さんを対象に

モニタリング試食会

抽選で選ばれた幅広い世代の方に開発中の製品をご試食いただき、改善点やこんな商品があったらよいなどのご意見をお聞きし、開発の参考にさせていただきました。



研究室では・・・

消費者志向の商品開発

消費者の方からの個食・複数の味を楽しみたいとの声を受け、弊社人気のウインナー2種類をアソートにし、真ん中のミシン目から切り離し保存にも便利な商品を作りました。

