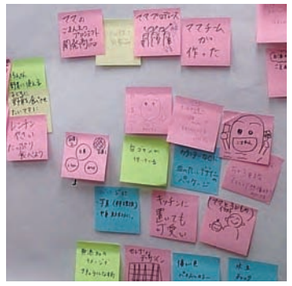

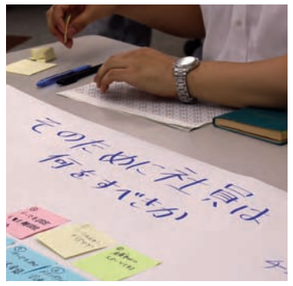

特集 CSR corporate social responsibility

ごまんえつプロジェクトの軌跡

真誠グループ『CSR憲章』の理念が「ごまんえつプロジェクト」という形で実を結びました。一つ一つ、私たちが積み上げてきたシーンは、ママチームをはじめ、さまざまな外部の方との“協働”があってこそ生まれた価値ある軌跡。今ここでその軌跡を振り返り、今後もCSR活動がより充実したものとなるよう、その礎としていきましょう。

1 ステークホルダーダイアログ開催

憲章の理念から具体的な活動へのきっかけとなったSHD

真誠グループは、2009年1月に「CSR憲章」を制定。しかし、それに伴う具体的な活動に取り組めていない日々が続きました。そんな時、2011年4月に愛知県主催の「ステークホルダーダイアログ（SHD）及びCSR推進による中小企業の活力向上事業」を運営するNPO法人、パートナーシップ・サポートセンターから勧誘の電話があり、さっそく応募。CSRの具体的取り組みに向け、将来の「ごまんえつプロジェクト」へとつながる一歩を踏み出すことができました。

当社が何に取り組むべきかをあぶり出す手法「SHD」。ステークホルダーとは「利害関係者」を指し、従業員や株主、消費者や地域住民まで幅広く含まれます。また、ダイアログとは「対話」のことで、ステークホルダーが集まり意見を出し合うことによってその企業の課題を明らかにしようとするものです。その年、「従業員」「取引先」「地域・NPO」、各代表者による「マルチ」と、4回にわたりSHDを実施。報告書として提出された「経営改善提案書」には、5つの改善提案が記されるとともに、当社のあるべき姿として「消費者を絶対に裏切らない企業」と掲げられました。この結果を基に、社内で具体的な取り組みを検討する「CSR委員会」立ち上げへとつながっていきました。

再確認しよう！ CSRについて

「企業の社会的責任」のこと。利益を追求するだけでなく、企業が社会に与える影響に責任を持ち、同時にステークホルダー（上記記事参照）からの要求に対して、適切な意思決定をすることをいう。社会貢献活動だけを意味するのではなく、コンプライアンス（法令遵守）や環境・労働問題など、持続可能な社会を実現するために、実践すべき7つの中核主題が掲げられている。

2011

2012

2 CSR委員会 発足～「ママのホンネ研究所」との協働へ

「食育」を柱にした協働事業で「ありたい姿」実現を目指す

様々な部署から集まったメンバーは9名—初めてのCSR委員会は2012年3月に開催されました。まず取り組んだのは、当社の「強みの分析」そして「ありたい姿の明確化」。SHDを踏まえた上で、あらためてCSR委員会として取り組むこれらのことは、活動の方向性を決定づける重要な要素となります。

回を重ね、「3年後のありたい姿」として様々な視点から見えてきたのは「消費者から信頼されている」「安心・安全なごまを提供できている」「地域密着イベント実施により存在が認知されている」といったようなこと。そしてCSR委員会がこれらを実現させるために選んだ道が「NPOとの協働事業」でした。NPOは社会的な課題に取り組みことを設立趣旨にしているところが多く、協働することで「ありたい姿」に近づくための課題の解決につながる、と考えたからです。

協働事業のテーマは、各メンバーがプレゼンテーションを重ねるなど検討した結果、「食育」を柱として地域活性にもつながる事業を行うことに決定。協働先のNPOとして、約6,000人の子育てママのネットワークを持つ「ママのホンネ研究所」と事業を進めていくことになりました。

協働 何らかの目標を共有し、対等の立場で協力して共に働くこと。

3 ごまんえつプロジェクト始動！

「ママをキレイに、明るく」するデータをイベントで収集

2013年３月、11回目を数えたCSR委員会から「ママのホンネ研究所(ママ研)」の皆さんが参加。「食育」をテーマに協働事業を進めることを決めた私たちですが、6,000人もの圧倒的なネットワークを持つママ研からの提案には説得力がありました。それは「ママチーム」を結成し、ママたちの意見を基に製品開発を行い、同時に社会参加も促すというもの。結婚・出産を機に家庭に入った女性は、社会とのつながりが希薄になり、孤立感・疎外感を感じることが多い。ママに元気がないと子供は敏感に察するものです。ママがキレイで明るく健康であれば、子供たちの食卓も豊かになり食育につながるはず…。

ごまを扱う私たちがママの満足に貢献できれば…。ママが“ごま”んえつになれたら…。こんな意見交換から、事業名は「ごまんえつプロジェクト（ごまプロ）」と命名されました。

ママのホンネ研究所（所長）麦沢 圭子さん（左上）（副所長）久保下 雅代さん（左下）・（同）榊原 清乃さん（右下）

プロジェクトの手始めはまずデータ収集から。同年７月に開催された「笑顔で働きたいママのフェスタ」にブース出展し、アンケートを実施しました。「食事作りで困っていることは？」「健康増進で気をつけていることは？」…ママたちのホンネが私たちにも伝わってきました。

4 ママチーム結成！

ごま好きの方や野菜ソムリエなど心強いパートナーが集結

ご協力いただいたアンケートは250人分。見えてきたのは「安全・安心」「無添加」という子育てママたちが気になっているキーワード。そして、実際の食事作りでは「レパートリーが少ない」「時間がない」といった具体的な悩みが寄せられました。

これらのアンケート結果を基に、さらに踏み込んだ生の意見を聞き、CSRの視点での新しい製品開発を行いたい……そこで当初の計画どおり「ママ研」の協力を得て、ママチームメンバーの一般公募を実施。応募者の中から６人のママたちにお願いすることになり、2013年10月、ママチームが誕生しました。

メンバーの中には栄養士や野菜ソムリエの方など食のスペシャリストもいて、非常に心強い協働のパートナーとなりました。ほかにも「ごまがとにかく大好き！」という方や、もともとアスリートで食生活管理をするうち、ごまの魅力に引き込まれたという方も。しかし、どなたにも共通するのは、子育てママの目線で製品開発を行いたいということでした。

ママチームの皆さん(左から)
大橋 千珠さん
北　聡美さん
高折 陽子さん
椎名　都さん
加藤 由紀子さん
高瀬 美佐子さん

真誠×ママチーム

協働による新製品誕生へ

2013

5 ごまプロ新製品開発検討会 開催

製品コンセプトから販促方法まで子育てママ目線を徹底

さっそくママチームの皆さんに集まっていただき「ごまプロ新製品開発検討会」を開催。2013年10月に第１回、以降、年をまたぎ計４回開催し、子育てママの意見を新製品へと落とし込んでいきました。

アンケート結果の「安全・安心」「無添加」そして「レパートリーが少ない」「時間がない」をベースに、多角的にグループインタビューを実施。普段の料理事情や時間の使い方などを聴く中で「メイン料理は手間をかけても副菜は簡単に作りたい」「やはり子供には野菜を食べてほしい」といったさらに具体的な意見が数多く挙げられました。また、検討会後も情報交換ができるよう、facebookの掲示板を活用。自宅で試作した料理をアップして意見を交わすなど、メンバー同士のコミュニケーションを深めることにもつながっていきました。

そしてすべての意見を集約し、無添加で時短料理につながる「あえものの素」を製品化することで決定。製品コンセプトからネーミング・パッケージデザインのアイデア、レシピの検討、販促方法まで、すべての工程でママチームの意見が反映され、ようやく完成したのが「ごまプロ無添加ごまあえの素」「ごまプロ無添加雑穀あえの素」の２製品です。

ごまんえつプロジェクト
GOMANETSU PROJECT
「ごまプロ」製品 ロゴマーク
デザインにママチームの意見を反映

2013-14

6 ごまプロ新製品誕生！発表会 開催

アレンジメニューも含めた試食で報道関係各社にお披露目

- ★無添加…安全・安心
- ★混ぜるだけ…時短につながる
- ★アレンジ豊富…簡単だから自由自在
- ★甘めの味付け…子供と一緒に食べられる

重要な要素をすべて盛り込み、子育てママ自慢の製品に仕上がった「ごまプロ無添加ごまあえの素」と「ごまプロ無添加雑穀あえの素」。９月２日、報道各社はじめ関係者にお披露目の時を迎えました。名古屋・新栄の会場で開かれた「新製品発表会」です。当日はママ研の麦沢さんが司会、CSR委員会の岸川敏晴さんが概要説明、冨田社長が会社としての意義等をあいさつ。そして主役であるママチームは試食の準備と、まさに協働色一色。説明の中ではママ研やママチームのこれまでの活動を収めたＰＲ動画も上映されました。

そして、いよいよ試食。ブロッコリーにごまあえ、かぼちゃに雑穀あえの“基本形”のほか、アレンジメニューとして販促ツールにも載せているいなり寿司など、計４品が振る舞われました。報道の皆さんは、正確に伝えようと神妙な顔で味を確かめている様子。しかし甘めの味付けは「子供に喜ばれそう」と皆さんの間に次第に笑顔がこぼれていきました。

7 ごまプロの意義とは？

笑顔をはぐくむ、ママの社会参加

10月1日、ママチームは名古屋・栄で行われた乳がん検診受診を促すイベント「ピンクリボンフェスタ」の会場にいました。当社ブースでごまプロ製品のPR活動をしていただくためです。これまでも幾つかの展示会や商談会のお手伝いをお願いしてきましたが、自分たちが開発に携わったということもあり、皆さんは常に笑顔。お客さんと会話をするのが楽しいという雰囲気がとても伝わってきました。

子育てママとの協働、子育てママの意見を吸い上げた製品開発の実現。いずれもCSRの観点で大きな成果を残すことができました。しかし当社として何よりも喜ばしいのは「ママの社会参加に貢献できたこと」と考えています。「ずっと家にいて、時間が長く感じてしまう」「子供が大きくなって少し余裕ができたら、仕事をしていた昔を思い出すようになった」というママチームの皆さんが「社会と接点を持つことができ、意義深い活動の連続だった」という体験ができたこと。この社会の役に立っているという充実感は、人を笑顔にさせてくれます。「すべての人を笑顔にしたい」当社にとっても、一つの大きな成功体験となったのです。

2014

3年たった今、何が足りていないか？

ごまプロ新製品が発売されて間もない9月18日、管理本部を中心とした参加者によるステークホルダー・ダイアログ（SHD）が開催されました。本格的なSHDは、CSR活動取り組みのきっかけとなった2011年以来3年ぶり。今回は司会進行・運営をすべてCSR委員会が行いました。

なぜ今、SHDなのか？　それは、ごまプロによる新製品が9月に発売され、目指してきたCSRの取り組みに一つの成果が生まれたから。再び社内で問題提起をしてCSRの次のステップにつながれば、との思いがあったからです。

課題は「真誠社員が笑顔になるために真誠に足りていないことは何か」そして「そのために社員は何をすべきか」の2点。設備や教育、コミュニケーションなど、ハード・ソフト両面で足りていないと思うものが数多く出され、3年の時を経ても組織は常に成長を求められていることを参加者全員が実感。次のステップへの「タネ」は社内に幾つも隠れていて、それを見つけ「発芽」させるのは社員次第、ということに気付けたのが大きな収穫でした。

8 新たなSHDで次のステップへ

もうひとつのママのホンネ

子育てに追われる中、久しぶりに社会参加したというママチームの皆さん。真誠という会社の雰囲気はどうでしたか？　ホンネを聞いてみました。

☆部署が違っても、チームワークがある。

☆すごく真面目な会社。ちょっと堅いイメージもあるかな。

☆会議の仕方が面白い！

☆社員みんなが優しい雰囲気。

☆それほど大きな会社ではないと思っていましたが、一つの製品にすごくいろんな部署がかかわっているんだな、と気付かされました。

☆ごまについて、私より知らない人がいた。ダメじゃん（笑）。

☆取引先との電話の応対がすごくきちんとしていますね。私が勤めていた会社は、外部の人とフレンドリーに話すのも一つのコミュニケーションという雰囲気がありましたから。

いかがですか？　外部の方が受けるイメージは、CSR推進の貴重なヒントになるかもしれませんよ。