

# 消費者志向経営

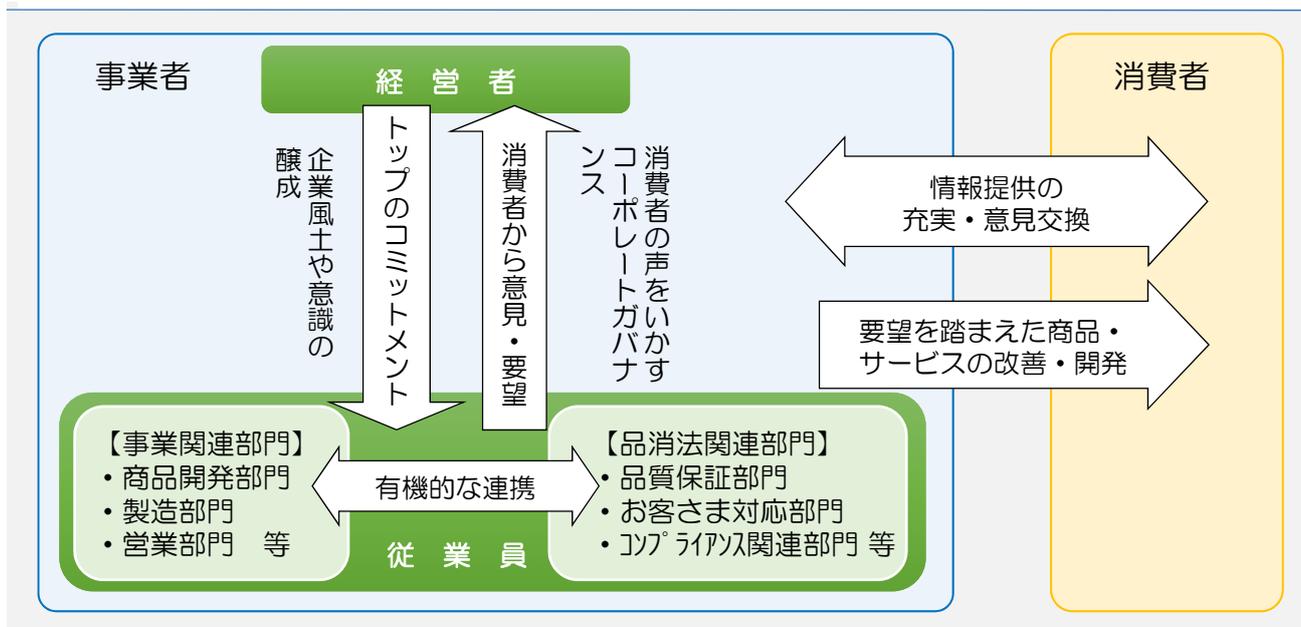
～サステナブル経営による持続可能な社会を目指して～  
(優良事例表彰受賞事業者の取組紹介)

# 消費者志向経営の推進

消費者志向経営（愛称：サステナブル経営）とは、事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うことです。

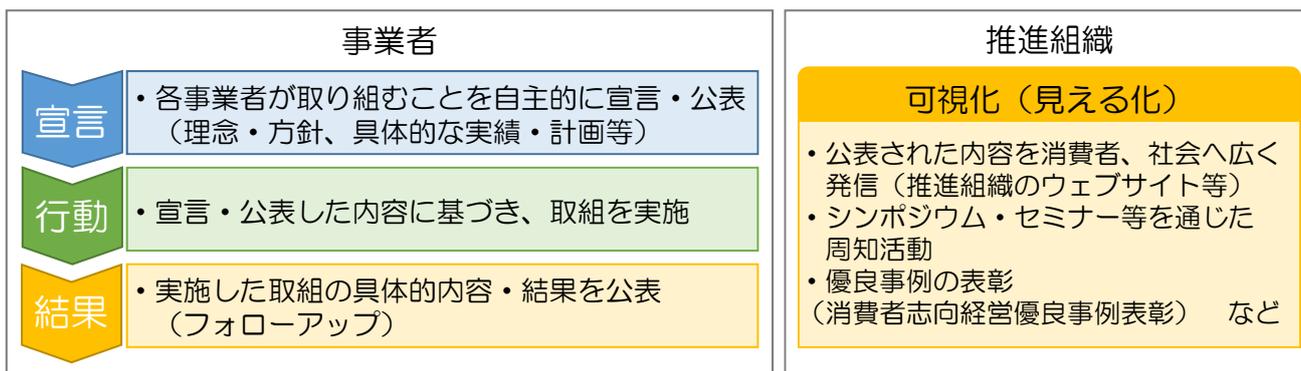
消費者庁では、事業者団体、消費者団体、行政機関から成る消費者志向経営推進組織を設け、消費者志向経営を推進しています。

## 消費者志向経営のイメージ



## 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動

推進組織では、各事業者において消費者志向経営に誠実に取り組むことについて自主宣言を行うとともに、そのフォローアップを行う「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」を呼び掛け、事業者の取組の普及を図っています。



消費者志向経営の  
ロゴマーク

### 消費者志向経営推進組織所属団体

- <事業者団体>
  - 日本経済団体連合会、経済同友会、消費者関連専門家会議（ACAP）、日本ヒーブ協議会
- <消費者団体>
  - 全国消費者団体連絡会、全国消費生活相談員協会、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）
- <行政機関> 消費者庁

# 優良事例の表彰

## 消費者庁では、平成30年度から消費者志向経営の取組に関する優良事例の表彰を行っています

平成30年度には、内閣府特命担当大臣表彰1件及び消費者庁長官表彰3件を、11月26日に開催した消費者志向経営推進シンポジウムにおいて実施した表彰式で授与しました。

次ページから表彰された事業者の取組について紹介します。

### 平成30年度 消費者志向経営優良事例表彰の概要

#### (1) 目的

消費者志向自主宣言を公表し、宣言に基づいて、事業者が行っている優れた取組を表彰し、もって消費者志向経営の推進に資すること

#### (2) 対象

消費者志向自主宣言を公表し、かつ、フォローアップ結果を公表している事業者の取組のうち、優れた取組に対して、内閣府特命担当大臣表彰及び消費者庁長官表彰を授与

#### (3) 選考の方法

有識者による選考委員会を開催し、選考委員会の意見に基づき、選考

【消費者志向経営優良事例選考委員会】（五十音順）

- 大石 美奈子 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会代表理事副会長
- 蟹江 憲史 慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科教授
- 野村 豊弘 学習院大学名誉教授
- 広田 真一 早稲田大学商学大学院教授
- 吉川 萬里子 公益社団法人全国消費生活相談員協会常務理事



消費者志向経営優良事例表彰記念撮影

#### (4) 選考の結果 -表彰-

【内閣府特命担当大臣表彰 1件】

| 事業者名   | 選考委員会で評価された主な取組   |
|--------|---|
| 花王株式会社 | 消費者志向経営に長年にわたり取り組まれており、企業理念である「花王ウェイ」が社内に浸透していること、理念に基づく具体的な取組が多岐にわたって展開されており、総合的に優れていることなどを高く評価。 |

【消費者庁長官表彰 3件】

| 事業者名              | 選考委員会で評価された主な取組   |
|-------------------|---|
| 損害保険ジャパン 日本興亜株式会社 | 社会や家族形態の多様化に合わせた商品・サービスの開発・提供や事故・災害による被害の防止・軽減に向けた普及啓発活動の実施等、時代を先取りした「誰も取り残さない」、「持続可能な社会に向けた」視点で事業を展開されていることなどを評価。  |
| 株式会社ニチレイフーズ       | 「ハミダス活動」という独自の取組の推進を通じて、消費者志向経営に資する従業員の積極的な活動を促していること、食育に関する普及啓発やフードバンクへの取組などSDGsの推進に資する活動などを評価。  |
| 明治安田生命保険相互会社      | 企業理念である「明治安田フィロソフィー」を社内に浸透させ、従業員の積極的な活動のモチベーションを上げる取組がなされていること、今年度から、消費者志向自主宣言に沿った形で「お客さまの声白書」をフォローアップ活動として作成しており、お客さま志向の取組状況を確認するKPIの状況や具体的な取組状況をよく理解できることなどを評価。 |



## 花王グループは創業以来、消費者志向経営を 実践しています

### 消費者志向自主宣言

花王は、2017年に「消費者志向宣言」を公表し、2018年にフォローアップ活動の進捗を公開しました。

#### 経営トップのコミットメント

「花王ウェイ」は、明治20年（1887年）創業以来の事業活動の中で宮々と築き上げられてきた、花王グループ独自の「企業文化」「企業精神」のエッセンスを整理し、明示化した花王グループの企業理念です。入社時の研修に加え、理念という抽象的な考え方と日々の仕事の結び付きを理解することが重要なため、職場単位でワークショップを実施しています。

#### コーポレート・ガバナンスの確保

企業理念である「花王ウェイ」を実践する行動指針として花王ビジネスコンダクトガイドライン（BCG）を制定しています。コンプライアンス関連規程の理解を深めるために、新入社員、新任マネジャー、国内管理職、海外グループ会社管理職などを対象とした集合研修と、全社員を対象としたBCGの内容を振り返る確認テストを定期的実施しています。

## お客さまの満足を実現するとともに、社会のサステナビリティに資する 商品とブランドを提供する“よきモノづくり”を全員参加で行います

#### 環境負荷ゼロへの取組

- ・石化資源の使用量の削減や植物を始めとする再生可能な資源の有効活用など、将来世代も快適な暮らしを送ることができるよう、限りある資源を未来につなぐための取組を進めています。
- ・より環境負荷の少ない容器包装を目指し、詰め替えや付け替え用製品の開発を積極的に推進しています。お使いになる方が詰め替えやすいように、ボトルの大きさや内容物の粘度などに合わせた、様々な改良を加えています。

#### 清潔・衛生の取組

清潔で衛生的な暮らしに貢献する製品やサービスを提供するとともに、清潔衛生習慣の定着に向けた「手洗い講座」などの啓発活動や様々な情報提供活動を行っています。

#### ユニバーサルデザインの取組

花王ユニバーサルデザイン指針に基づいて、全ての人々が購入前の製品情報の取得から購入、使用、廃棄に至るまでストレスを感じることがないように、消費者の皆さまの声を基に製品やサービスの開発・改善に努め、皆さまの暮らしをサポートします。

より詰め替えやすく  
環境負荷も少ない  
ラクラクecoパック



力の弱い方でも  
押しやすくなった  
らくらくポンプの  
泡ハンドソープ



## お客さまの声を真摯に受け止め、商品やサービスの改善にいかします

全社品質保証活動における第1の評価軸として、消費者相談に寄せられる声を指標にしています。商品、広告、企業活動などに関する御意見、御指摘は、相談対応の記録と共に、相談された方の思いや背景を含めた消費者視点の声として全て「花王エコシステム」に登録しています。貴重なお客さまの生の声を商品や企業活動にいかしていく方針から、消費者相談の声を全社で共有して商品改良や表示改善などに活用しています。



生活者の声を  
“よきモノづくり”  
にいかす仕組み

### 事例紹介

高齢者の洗髪実態や、加齢により髪が細くなるなどの毛髪変化を調べたところ、洗髪時に泡立てにくい、すすぎにくいという悩みを持つ方が多くいらっしゃる事が分かり、このようなシニアの方の要望や実態を基に、「メリット 地肌すっきり泡シャンプー」を発売しました。



食器洗い時に「スポンジの届かないところの汚れが落としにくい」という声を受け、スプレーして流すだけで、スポンジでこすらなくても洗浄できる「キュキュットCLEAR泡スプレー」を発売しました。

「食器に使うものなので、香りのないタイプも発売してほしい」といった声が多く寄せられたことから「無香性タイプ」を追加しました。



## お客さまの立場に立った情報提供や、お客さまとの交流を積極的に行っていきます

### SNSによる消費者とのコミュニケーション

国内最大級のQ&Aサイト「Yahoo!知恵袋」上に花王公式サポートを2015年に開設し、消費者相談として声が上がりにくい若年層などに対して、自社製品に限らず家事や美容に関する悩み解決のお手伝いをしています。



「Yahoo!知恵袋」の回答イメージ

### 未来につながる次世代育成

・初経教育の継続的な支援  
1978年の生理用品の発売以来40年にわたり、初経を迎える女の子たちとその家族や小学校に向けた初経教育の支援活動を行っています。



ロリエ初経教育セット

・正しい清潔習慣の啓発活動  
社員が自発的に講師となって学校を訪問し、「手洗い講座」、「おそうじ講座」、「環境講座」などの出張授業を実施しています。

## 今後の展望と更なる取組に向けて

創業から消費者志向の活動を継続してきた花王グループは、2017年に消費者志向経営自主宣言を行い、環境、衛生、高齢化などの社会課題の解決、情報化、意識や価値観の多様化、グローバル・ボーダレス化などの社会環境変化に対する取組の更なるレベルアップを図っています。これからも企業理念「花王ウェイ」に沿い、消費者志向経営の取組を、継続・発展させていきます。



損保ジャパン日本興亜は「最もお客さまに支持される損害保険会社」を目指しています！

当社は、お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質の商品・サービスを御提供することで、最もお客さまに支持される損害保険会社を目指しています。

### 「お客さま本位の業務運営方針」 ～消費者志向自主宣言～

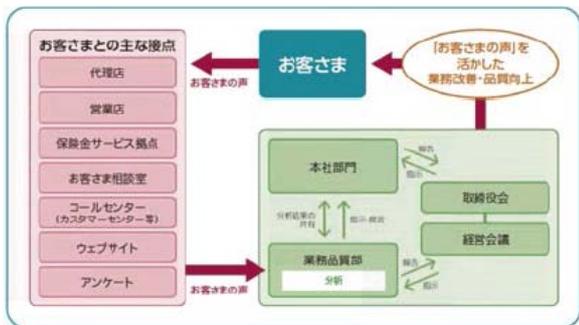
「最もお客さまに支持される損害保険会社」の実現に向けて、「お客さま本位の業務運営方針」～消費者志向自主宣言～を策定し、積極的に取り組んでいます。

## 取組紹介

### お客さまの声を経営にいかす取組

2017年3月にISO10002※の適合宣言をしました。本規格に準拠して、お客さまの声対応管理態勢の継続的な改善・向上を図っています。

※国際標準化機構（ISO）が制定した「苦情マネジメントシステム」に関する国際規格です。



【お客さまの声対応管理態勢】

### 「社外モニター制度」

消費生活相談員から御意見を頂く「社外モニター制度」を設けています。2017年度は10回開催し、商品・サービス、パンフレット等について、消費者の目線から御意見を頂き、業務改善・品質向上につなげています。



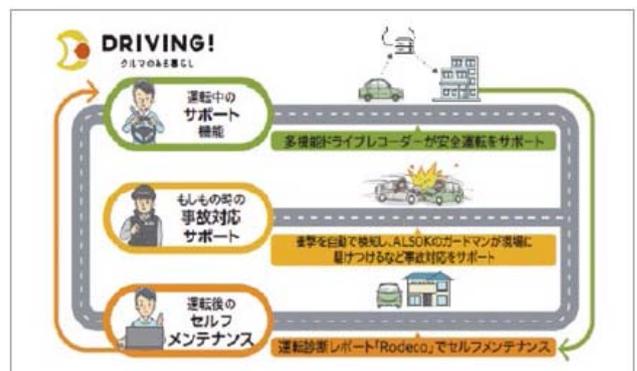
### お客さまニーズに対応した商品・サービス開発

多様化するお客さまニーズや社会・経済等の環境変化を的確に捉え、お客さまのリスクに対応する保険商品及び事故・災害による被害を防止・軽減するサービスの御提供に取り組んでいます。

### 「ドライビング！」の開発

「安全運転支援機能」を搭載した通信機能付き専用ドライブレコーダーにより、運転技術のセルフメンテナンスをサポートする「ドライビング！※」を自動車保険の特約として開発しました。事故の際の衝撃検知を活用した「事故時通報機能」やALSOKと連携した「事故現場駆けつけサービス」も新サービスとして追加しています。

※「ドライブレコーダーによる事故発生時の通知等に関する特約」付帯サービスです。



## 保険金のお支払業務の品質向上

当社は、保険金のお支払業務の適切性を維持・確保する態勢を整備するとともに、品質向上に向けた持続的な取組を行っています。

### 自動車保険事故対応への手話の導入

2017年9月から、聴覚・発話障がいを持つお客さまへの自動車事故対応サービス向上のため、手話通訳サービスを利用した事故の受付や事故解決のアドバイス等を開始しました。



## 企業として社会的責任を果たす取組

SOMPOホールディングスは、SDGsを始めとした国際社会の動向を踏まえて「グループのCSR重点課題」を設定し、企業としての社会的責任を果たすべく、取り組んでいます。

### 【重点課題1：防災・減災の取組】 防災教育「防災ジャパングプロジェクト」

将来を担う子供たち（及び保護者）を対象として、災害から自分自身・周囲の人を守るための知識や安全な行動を身に付けてもらうことを目的に、「防災人形劇」及び「体験型防災ワークショップ」を実施しています。累計37,135人の皆さまが参加しました。（2018年12月末）



※「2017年度の取組」全体は、当社公式ウェブサイトを御覧ください。  
<https://www.sjnk.co.jp/company/fiduciaryduty/>

## 実施したことの効果

消費者志向自主宣言の策定及びフォローアップ活動を通じて、これまでの品質向上に向けた各種取組を洗い出し「お客さま本位の業務運営」の実現に向けた取組として取りまとめ、分かりやすく社内外に発信できるようになりました。その結果、社内において目指すべき方向性の共有が進み、一部縦割りであった各部門が一体となるなど、「お客さま視点」での品質向上の取組がより一層、推進されるようになりました。

## 今後の展望と更なる取組に向けて

当社は、2017年1月に公表した「消費者志向自主宣言」を2017年6月に公表した「お客さま本位の業務運営方針」※1に2018年6月に統合し更新するとともに、お客さま本位の業務運営の定着状況を評価するため、以下のとおり重要業績指標（KPI）を設定しました。

※1 金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択・策定した方針

①お客さまアンケートNPS®※2（御契約手続）②お客さまアンケートNPS®（事故対応）、③お客さまアンケート御契約手続（保険の御説明内容への評価、保険の御提案内容への評価）

今後も、本KPIの結果等を踏まえ、更なる分析・改善を図り、お客さま本位の業務運営に取り組むことで、「最もお客さまに支持される損害保険会社」を目指してまいります。

※2 NPSとは、Net Promoter Score®の略で、顧客ロイヤルティを測る指標の一つです。「NPS®」及び「Net Promoter Score®」は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。



## ニチレイフーズは消費者志向経営を推進しています！

ニチレイフーズは、ミッションとして「人々の暮らしを見つめ、食を通じて、健康で豊かな社会の実現に貢献してまいります。」を掲げております。これからもこの使命に基づき、より一層、消費者志向経営の取組を、継続・推進してまいります。

### 消費者志向自主宣言

当社では、従業員のモットーである“ハミダス（とらわれず、明るく）”を基に、当社独自の「ハミダス活動」の取組を通じて、消費者志向経営を推進することを自主宣言しております。

#### 経営トップのコミットメント

【池田会長の新年の訓示】（Webで配信）  
「消費者志向経営優良事列表彰 長官賞受賞」

（※.コメントの抜粋）

「昨年11月に、ニチレイフーズは第1回消費者志向経営優良事列表彰消費者庁長官賞を受賞しました。この受賞は、当社独自の「ハミダス活動」を通じて、従業員の積極的な自主的な活動を支援していることや、食育活動の推進、環境保全活動を通じた地域貢献や、フードバンクへの取組など、SDGs推進に向けた取組が評価されたものです。なかでも、皆さんの日頃の活動が評価されたものと言っても過言ではありません。

改めて皆さんへお礼を申し上げます。ありがとうございます。私も皆さんに負けない様にハミダシてまいります。どうぞよろしくお願ひします。」（社長動画 No.121回より）

【池田会長の新年の訓示】 社内イントラ Web動画より



#### 従業員の意識の醸成と積極的活動

・「ハミダス活動」の推進

ニチレイフーズは、2011年に「ミッション・ビジョン、従業員のモットー及び行動指針」を新たに制定しました。このミッション・ビジョン実現のために、もっと「ハミダシ」ていこう！という「ハミダス活動」がスタート、従業員のモットーとして「ハミダス（とらわれず、明るく）」を掲げました。

“ハミダスに込めた3つの想い”として、「①もっと、思いやりをもって ②もっと、チャレンジして ③もっと、楽しく」という3つの姿勢で仕事をする事で、組織間の壁をハミダすことを目指しました。様々な啓発活動を通じて、個性や能力を存分に発揮できる、明るく元気で風通しのよい会社づくりを進めています。

ハミダス活動を共に推進する事を目的に、各部署から選出されたハミダスフレンズと共に活動を推進しています。ハミダス活動の活動件数は2013年度に44件でしたが、2017年度は166件、2018年度は262件に拡大し、従業員の意識の醸成がなされ積極的な活動につながっています。



## 消費者への情報提供の充実

### ・ 双方向の情報交換

#### ・ WEBマガジン「ほほえみごはん」コンテンツの充実

「ほほえみごはん」は、「冷凍で食を豊かに」をコンセプトに、主に共働き世帯や一人暮らしの方々に向けて、毎月12本の記事を配信しています。食材の冷凍保存方法や時短調理術、食の悩みや疑問を解決するプロの知識、冷凍食品の活用レシピなど、「冷凍」や「冷凍食品」をもっと身近に感じてもらえるような情報満載です。



・ SNS の活用～フェイスブック、ツイッター  
公式フェイスブックページでは、現在約13万9千人のファンの方々に向けて、毎月12本の投稿を続けています。オススメ商品情報はもちろん、冷凍食品のアレンジやお弁当レシピ、ホームフリージングに役立つ「冷凍保存のキホン」、キャンペーン情報などを通して、生活者一人一人とのコミュニケーションを心掛けています。

### ・ 食育活動の推進

当社の新しい出前授業『出張工場見学』のコンセプトは、見る！学ぶ！楽しく！です。当社の社員が講師となり、小学生を対象に、リアルな動画とパワーポイントを使って、冷凍食品ができるまでの製造工程を分かりやすく紹介します。実際の工場見学でも見ることができない映像や冷凍食品クイズを盛り込みながら、楽しく学べる食育プログラムです。映像を見る子供たちの真剣な眼差しと笑顔のあふれる楽しい出前授業です。

2017年度は、対象者を幼稚園児から高齢者まで、幅広い年齢層へ拡大し、更には発達に遅れのある子供たちにも実施しています。また、iPadを使ったお弁当を作る教育アプリを、事業活動の中でも活用し、お弁当作り体験を通じて食育を推進しています。



## 今後の展望と更なる取組に向けて

・ 2017年1月に、ニチレイフーズが消費者志向自主宣言を決定した際、当時社長の池田（現会長）は「消費者志向経営は、まさに会社経営そのもの、お客様相談センターなどの一部門だけに求められるものではなく、会社として対応することが重要である。」という考えを示し、現在、今活動の運営を担うハミダス推進Gは経営企画部下にて、消費者志向経営の推進を全社的な取組とすべく、継続した牽引役を担っています。

・ 2011年の社内風土改革宣言から始まったハミダス活動は、経営者と従業員との対話の会「あぐら」と経営者の考えや想いを込めた社長の動画メッセージを中心に展開してきました。あぐらは、500回以上開催し、延べ6,000名の従業員の皆さんと対話し、動画メッセージは122回を超えました。地道に継続することと、社内コミュニケーションを大切にしています。

・ 今後の展望としては、社内講師を増員して、出張工場見学の拡充と、各種ハミダス活動を通じて、生活者の皆さんとの接点を増やして、生活者の声を事業活動につなげていきたいと考えております。そして、消費者志向の様々な活動を継続し、少しずつでもスパイラルアップし、ニチレイフーズならではの消費者志向経営を実現してまいります。

# 取組紹介：明治安田生命保険相互会社

確かな安心を、いつまでも



## 「信頼を得て選ばれ続ける、人に一番やさしい生命保険会社」を目指して

当社は、企業理念「明治安田フィロソフィー」に基づき、お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けし続けるとともに、「信頼を得て選ばれ続ける、人に一番やさしい生命保険会社」となることを目指しています。

### 「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」

(当社の消費者志向自主宣言)

お客さまの最善の利益が図られるよう、お客さまを大切にすることに徹し、この方針に基づく様々な「お客さま志向」の取組を全役職員が一丸となって推進しています。

#### お客さま志向の徹底

##### 従業員主体のボトムアップ活動

ボトムアップ型の小集団活動「Kizuna（きずな）運動」では、特に企業ビジョンの実現に向け、「お客さまとの絆」、「地域社会との絆」、「働く仲間との絆」を深める様々な活動について、全国の各組織で全員参加の下、創造力をもって積極的・主体的に取り組んでいます。



当運動を通じた取組の一例として、お客さまのお誕生日や御契約の節目等に、お客さまへの想いを“手書き”のメッセージカードでお届けする「MYメッセージ活動」があります。2017年度にお客さまにお届けしたメッセージカードは約304万枚に上り、全国のお客さまから感謝の声が寄せられました。

#### 「お客さまの声」を経営にいかす取組

##### 広く「お客さまの声」を伺う取組と業務改善への反映

お客さまから当社に寄せられたお申出は、「お客さまの声システム」を通じて集約・一元管理の上、商品やサービス等の業務改善にいかしています。

また、お客さま懇談会やお客さま（団体）意見交換会、定期的な地域の消費生活センター訪問等を通じ、当社の商品・サービス等の情報提供を行い御意見を頂くなど、双方向の情報交換を実施しています。

お客さまからの  
お申出状況  
(2017年度)

304,923件

(お申出のうち、苦情・感謝の声の受付状況)



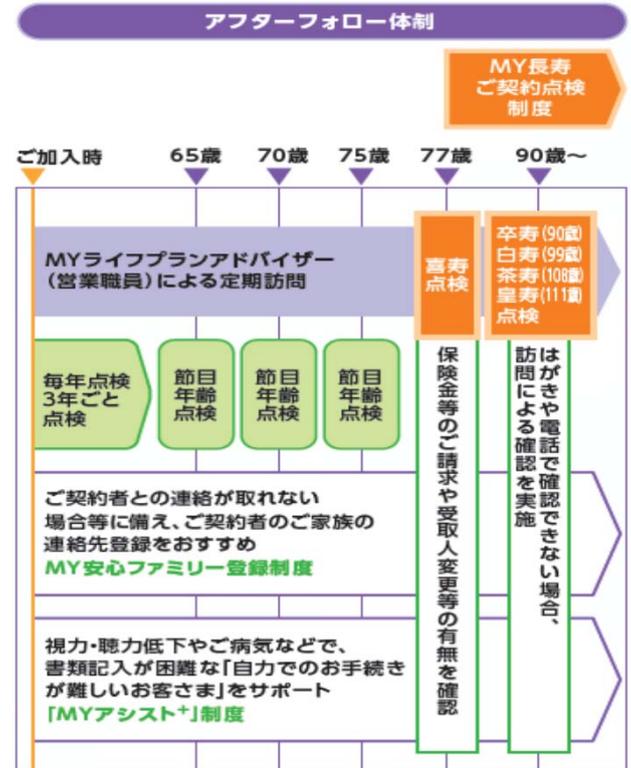
## お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実

### 「対面のアフターフォロー」

御契約内容や保険金・給付金の御請求有無等を定期的に確認いただく「定期点検活動」をアフターフォローの基本活動と位置付け、御契約の担当者であるMYライフプランアドバイザー（営業職員）が実際にお客さまにお会いし、御意向をお聞きすることで、きめ細やかで質の高いアフターフォローの実現に取り組んでいます。

### 御高齢者向けのアフターフォロー

超高齢社会の進展を踏まえ、大切な保険金・給付金などを確実にお支払いするため、「MY長寿ご契約点検制度」、「MY安心ファミリー登録制度」、「『MYアシスト+』制度」を御用意し、御高齢者へのアフターフォローの充実に取り組んでいます。



## 今後の展望と更なる取組に向けて～「みんなの健活プロジェクト」～

- 当社では「“日常的な運動（予防）”の支援」と「“定期的なけんしん（健診・検診）”の促進」を柱として、「お客さま」、「地域社会」、「働く仲間（自社従業員）」を対象に、当社の御加入者に限らず、幅広い皆さまの健康増進の取組を継続的に支援する「みんなの健活プロジェクト」を展開しています。
- 本プロジェクトでは、毎年の健康診断の結果に応じたメリットを提供する「商品」、病気の予防・早期発見に資する「サービス」、当社未加入者を含めた地域社会の方を対象とした「アクション」の3つの分野で、お客さまの健康増進の取組を支援していきます。



みんなの健活

検索

※詳細は当社公式ウェブサイトをご覧ください。

万一を支える、健康を応援する

**ベストスタイル 健康キャッシュバック**

[5年ごと配当付組立総合保障保険]

人生100年時代に向けて、「健康」は人生を輝かせるためにますます重要なキーワードになっています。

当社は、2019年4月に発売する健康増進型保険「ベストスタイル 健康キャッシュバック」<5年ごと配当付組立総合保障保険>を通じて、従来の「保障」に加えて、「健康」に関するメリットを提供することで、お客さまの「健康」に関する意識・意欲を高め、社会全体へ貢献したいと考えています。

## 消費者志向自主宣言の実施方法はこちら。 (消費者志向経営推進組織ウェブサイト)

検索 消費者庁 消費者志向自主宣言

→  消費者志向自主宣言・フォローアップ活動について[PDF:223KB] をクリック

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/consumer\\_oriented\\_management/propulsion\\_organization/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/propulsion_organization/)



消費者ホットライン188  
イメージキャラクター イヤヤン



(作成) 消費者庁消費者調査課  
平成31年3月 発行