

ACAP 消費者志向経営推進ステップシート

区分	取り組みの柱	モデルとなる活動	ステップ 1	ステップ 2	ステップ 3	参考情報
I 組織体制の整備・仕組みづくり	①経営トップのコミットメント 【消・経・人・広】	□経営トップは消費者志向経営の重要性を企業理念や経営方針の中で明文化し公表している □経営トップは消費者志向経営を推進するための社内の組織、機能を整備している	□企業理念や経営方針に、消費者志向経営の推進の明文化を検討する □消費者志向経営を推進するために必要な社内の組織、機能の設置を検討する	□企業理念や経営方針に消費者志向経営の推進を明文化する □消費者志向経営の推進に必要な組織、機能を設置し活動を推進する	□消費者志向経営推進を定めた企業理念や経営方針を社内外に公表する □消費者志向経営を推進する組織、機能を評価し改善する	○日本経済団体連合会企業行動憲章（経団連 HP） ○消費者志向自主宣言（消費者庁 HP） ○ACAPの消費者志向経営の定義等（ACAP HP） ○ACAP WEB版「お客様相談室」第1章、2章（ACAP HP）※
	②コーポレートガバナンスの確保 【消・総・法・品】	□消費者をはじめステークホルダーの声が迅速に経営に届く仕組みがある □取締役会や経営会議等において、消費者志向経営に関する情報共有、議論が行われている □消費者関連法規の遵守を徹底している □公益通報窓口が社内外に設置され、機能している	□消費者の声が経営に届く仕組みをつくる □経営者が消費者志向経営について検討する場を持つ □消費者関連法規の動向についての情報を把握する	□消費者の安全に係るリスク情報が迅速に経営に届く体制がある □経営者が消費者志向経営に関する課題を共有し議論する	□広範なステークホルダーの声が経営者に届く □経営者が消費者志向経営に関する課題の解決を行う □消費者関連法規の遵守を徹底する □公益通報制度に基づく通報窓口を社内外に設置し、通知事案について対処する	○企業の「ステークホルダー ダイアログ」等 ○日本経済団体連合会企業行動憲章 手引き（経団連 HP） ○ACAP WEB版「お客様相談室」第2章、4章、5章（ACAP HP）※ ○消費者基本法 第5条「事業者の責務」 ○公益通報者保護法（消費者庁 HP）
	③従業員の積極的活動（企業風土、従業員意識向上） 【消・人・総・品】	□従業員が消費者志向経営を理解し、実践する □従業員に消費者関連の専門資格の取得を推奨し、資格保有者を活用している □部門の目標や従業員の個人目標に、消費者志向経営推進に関する評価項目を組み入れている	□従業員に対し消費者志向経営に関する教育、啓発を行う □従業員に消費者関連の専門資格についての情報を提供する □部門目標や個人目標に消費者志向経営推進に関する評価項目の組み入れを検討する	□従業員が消費者志向経営について理解を深める □従業員の消費者関連専門資格の取得を支援する □部門目標や個人目標に消費者志向経営推進に関する評価項目を組み入れる	□従業員が消費者志向経営を推進する諸活動に意欲を持って取り組む □消費者関連の専門資格保有者を消費者志向経営に活用する □部門目標、個人目標の中で消費者志向経営推進に関する評価を行う □消費者志向経営に関する社内各部門の実績を評価し表彰する	○ACAP WEB版「お客様相談室」第4章※ ○消費者教育推進法 第7条、第14条 ○消費者関連専門資格（消費者庁 HP、日本産業協会 HP 他） ○ACAP 消費者志向活動表彰（ACAP HP）
	④品消法関連部門と事業関連部門の有機的連携 【消・広・品・事・開】	□消費者からの声を品消法関連部門と事業関連部門で共有し改善に活かしている □緊急事態（リコール等）発生時、速やかに関連部門が連携し、被害の拡大防止や被害者救済を行う □消費者被害が予想される場合、遅滞なく消費者や行政機関へ通知する	□消費者の声を収集・分析する部門と他の関連部門が情報共有する □緊急事態発生時の対応方針や手順書を検討する □消費者被害発生を予想した通知先（監督官庁他）リストを作成する	□品消法関連部門と事業関連部門との定期的な情報交換の場を持つ □緊急事態を想定した対応方針や手順書を作成する □所定の通知リストを使用した連絡活動の手順書を作成する	□消費者の声を商品・サービスの改善に活かす □緊急事態を想定した情報連絡活動や組織対応の実地訓練を行う	○ACAP WEB版「お客様相談室」第2章※ ○消費生活用品のリコールハンドブック 2016（経済産業省 HP） ○製品安全に関する流通事業者向けガイド（経済産業省 HP）
II 事業者の消費者に対する具体的な行動	⑤消費者への情報提供の充実、双方向の情報交換 【消・人・総・広】	□商品・サービスの内容や取引方法、安全や環境等に関する情報を、わかりやすく提供している □消費者や消費者関連団体等との意見交換等、双方向コミュニケーションを行っている	□商品・サービス、取引内容等の情報をわかりやすく提供する □消費者との意見交換、双方向コミュニケーションを行う	□消費者が安全面や環境面から選択できる情報を提供する □行政や消費者関連団体との意見交換、双方向コミュニケーションを行う □高齢者、子ども、障がい者、外国人などに配慮した表示、コミュニケーションを検討する	□消費者市民として望ましい消費行動に役立つ情報を提供する □外部組織との意見交換、双方向コミュニケーションから得られた情報を経営に活用する □高齢者、子ども、障がい者、外国人などに配慮した表示、コミュニケーションを行う	○ACAP WEB版「お客様相談室」第4章※ ○ステークホルダーズ ダイアログ実施事例（ACAP 会員企業）
	⑥消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発 【消・品・事・開】	□消費者、社会のニーズを把握し、消費者の安全・安心に資する商品・サービスを提供する □持続可能な社会の発展や課題の解決に貢献する商品・サービスを開発・提供している □高齢者や子ども、障がい者、外国人など、多様な消費者が利用可能な商品・サービスを開発・提供する	□消費者や社会のニーズに基づく商品・サービスの開発を検討する □持続可能な社会づくりに役立つ商品・サービスについて検討する □倫理的（エシカル）消費について検討する □高齢者や子ども、障がい者、外国人など、多様な消費者への対応を検討する	□消費者や社会のニーズに基づく商品・サービスを開発する □持続可能な社会づくりに役立つ商品・サービスを開発する □倫理的（エシカル）消費に貢献する商品・サービスを開発する □高齢者や子ども、障がい者、外国人など、多様な消費者が利用可能な商品・サービスを開発する	□消費者や社会のニーズに基づく商品・サービスを提供する □持続可能な社会づくりに役立つ商品・サービスを提供する □倫理的（エシカル）消費に貢献する商品・サービスを提供する □高齢者、子ども、障がい者、外国人など、多様な消費者が利用可能な商品・サービスを提供する	○消費者の声を活用した改善、開発事例（ACAP 会員企業） ○ISO 26000「中核課題」/「消費者課題」 ○倫理的（エシカル）消費について（消費者庁 HP） ○ユニバーサルデザイン、バリアフリーへの対応等
	⑦消費者対応の充実・強化 【消】	□『ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス』を活用しお客様対応機能のステップアップを図る □顧客満足のための苦情対応マネジメント規格 ISO/JIS Q 10002 を導入し PDCA を回している	□『ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス』「初級レベル」を達成する □苦情対応マネジメント規格ISO/JIS Q 10002 について検討する	□『ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス』「中級レベル」を達成する □苦情対応マネジメント規格ISO/JIS Q 10002 を導入する	□『ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス』「上級レベル」を達成し、「最上級レベル」を目指す □苦情対応マネジメント規格ISO/JIS Q 10002 に基づきPDCAを回す	○ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス ○ACAP 例会、企業研修、事業者相談等の事業（ACAP HP） ○ISO/JIS Q 10002 について（ACAP HP） ○ISO/JIS Q 9001（日本規格協会 HP）
III 評価・見直し	⑧活動の評価と見直し 【消・品・監】	□経営が消費者志向経営を推進する活動実績を定期的にレビューし改善を行っている □業界自主基準、認定制度等を導入し、PDCA を回している	□消費者志向経営の推進に関する組織目標を具体的・定量的に定める □業界自主基準、認定制度等の策定・導入を検討する	□目標に対する活動実績、達成度を定期的に評価する □業界自主基準、認定制度等を策定・導入する	□評価に基づき課題を抽出し改善を行う □業界自主基準、認定制度等を活用し消費者対応の品質向上を図る	○業界規格認定制度（各事業者団体の HP 等） (注) ※は ACAP HP の会員ページ

略語の解説 ◆社内部門表記 = 消：消費者・顧客対応部門 経：経営企画部門 人：人事部門 総：総務部門 法：法務部門 広：広報部門 品：品質保証部門 事：事業部門 開：開発部門 監：監査部門
◆品消法関連部門=品質保証部門、消費者・顧客対応部門、コンプライアンス関連部門の総称