

2017年度 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動

2018年6月

消費者庁に設置された「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」において、2016年4月に取りまとめられた報告書によれば、「消費者志向経営」とは、基本的に事業者が行なう次の活動を意味しているとしています。

- 事業者が、現在の顧客だけでなく、消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置付けること。
- その上で、健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供、消費者の知識、経験等への配慮、苦情処理体制の整備等を通じ、消費者の信頼を獲得すること。
- さらに、中長期的な視点に立ち、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行うこと。

また、同報告書によれば、事業者に求められる行動は、①事業者の組織体制の整備・充実、②事業者の消費者に対する具体的行動の二つに大別されるとし、事業者の取組内容の例として「消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例」が示されています。

当社の消費者志向自主宣言にあたる「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」(以下、「当社方針」)は、「消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例」をふまえて、当社独自の取組みを追加した内容としていますが、この両者の対応関係は下表のとおりです。

消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例		左記に対応する「当社方針」の項目 および代表的な取組内容	本冊子 掲載 ページ
取組の柱	取組内容の例		
①経営トップの コミットメント	1. トップは、消費者・顧客の利益を第一に考えることが、揺るぎない「経営の基本」であると考えていることを示し、従業員と共有する努力を継続する	1 お客さま志向の徹底 ●お客さま志向の経営計画への反映と推進態勢 ●お客さま志向の価値観の共有とコンプライアンスの徹底 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み ●広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映 ●「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢	P.05 P.18 P.19
	2. 消費者の安全・安心に係るリスク情報が、迅速にトップに届く体制を整備する		
②コーポレート ガバナンス の確保	1. 取締役会や経営会議等において、中長期的な視点を持って、消費者・顧客志向に関する情報共有や議論を行う	2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み ●広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映 ●「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢	P.22 P.23
	2. 消費者その他ステークホルダーの声が経営層に届く仕組みを持つ		

消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例		左記に対応する「当社方針」の項目 および代表的な取組内容	本冊子 掲載 ページ
取組の柱	取組内容の例		
③従業員の 積極的活動 (企業風土や 従業員の 意識の醸成)	1. 従業員が、消費者・顧客志向に喜びを感じ、必要な知識等を獲得するための学習機会や実践訓練の場を提供する	1 お客さま志向の徹底 ●お客さま志向の価値観の共有とコンプライアンスの徹底 ●従業員主体のボトムアップ活動と地域社会への貢献 8 お客さま志向の取組みの確保 ●お客さま志向の取組みの評価・処遇への反映 ●専門的な知識の習得に向けた教育	P.06 P.19 P.20
	2. 消費者・顧客志向への取組という観点から、従業員を評価する		
④事業関連 部門と 品消法関連 部門の 有機的な連携	3. サプライチェーン、バリューチェーンの取引先に対し、自社の消費者志向の取組の情報の提供を行い、理解を促す	2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み ●広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映 ●「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢	P.44 P.45
	1. 消費者・顧客の声を吸い上げる仕組みを持ち、消費者志向経営に生かす		
⑤消費者への 情報提供の 充実・双方向 の情報交換	2. 品消法関連部門と事業関連部門間の情報共有・意見交換を実施し、有効に機能させる	1 お客さま志向の徹底 ●従業員主体のボトムアップ活動と地域社会への貢献 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み ●広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映 ●「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢 4 ご加入時のお客さまへの情報提供の充実 ●お客さま視点に立った情報提供 ●重要な情報の開示 5 お客さまに寄り添った アフターフォローの充実 ●MYライフプランアドバイザーによる「対面のアフターフォロー」 ●ご高齢者向けのアフターフォロー ●お客さまに有益な情報の提供 ●保険金・給付金等の確実なお支払い 6 お客さまに信頼される資産運用 ●ステューワードシップ活動の推進	P.22 P.23
	3. 問題発生時の緊急対応(被害の拡大防止、被害者の救済等)、原因究明、再発防止、消費者へ情報発信する体制を整備する		
⑤消費者への 情報提供の 充実・双方向 の情報交換	1. 消費者・顧客に対し、商品・サービスの内容や取扱方法及び問合せ先などに係る情報を適切かつ分かりやすく表示し、説明する	1 お客さま志向の徹底 ●従業員主体のボトムアップ活動と地域社会への貢献 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み ●広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映 ●「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢 ●情報開示の推進 4 ご加入時のお客さまへの情報提供の充実 ●お客さま視点に立った情報提供 ●重要な情報の開示 5 お客さまに寄り添った アフターフォローの充実 ●MYライフプランアドバイザーによる「対面のアフターフォロー」 ●ご高齢者向けのアフターフォロー ●お客さまに有益な情報の提供 ●保険金・給付金等の確実なお支払い 6 お客さまに信頼される資産運用 ●ステューワードシップ活動の推進	P.13 P.14 P.20
	2. 消費者・顧客の選択や使用に役立つ、安全や環境に係る情報を自主的に開示する		
	3. 高齢者や子供、障害者、外国人などに配慮した分かりやすい表示や説明を行う		
	4. 消費者からの情報や意見・要望等から商品・サービスの改善に至った経緯をウェブサイト等で公表する		
	5. (行政や消費者団体、諸団体と協力しながら)消費者の行動が社会・環境等に与える影響についての情報を提供する		
	6. 定期的に消費者・顧客との意見交換の場に参加または開催や消費者との協働による社会的な課題解決に向けた活動等、消費者・顧客との双方向の情報交換を行う		

消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例		左記に対応する「当社方針」の項目 および代表的な取組内容	本冊子 掲載 ページ
取組の柱	取組内容の例		
⑥消費者・ 社会の要望を 踏まえた 改善・開発	1. 消費者・顧客のニーズを把握し、消費者・顧客の安全・安心に資する商品・サービスを開発、提供する 2. 持続可能な社会の発展や社会の課題解決に資する商品・サービスを開発、提供する 3. 高齢者や子供、障害者、外国人など多様な消費者が利用しやすい商品・サービスを開発、提供する（ユニバーサルデザインなども参考）	3 お客さまのニーズに対応した最適な商品・サービスの提供 ●お客さまの多様なニーズにお応えする商品ラインアップ ●お客さまのニーズやご意向等をふまえたコンサルティングサービス	P.26 P.27
		5 お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実 ●MYライフプランアドバイザーによる「対面のアフターフォロー」 ●ご高齢者向けのアフターフォロー ●保険金・給付金等の確実なお支払い	P.10 ～12 P.34 ～36
⑦活動結果の 評価と見直し	①～⑥の宣言項目について定期的に評価、見直しを行う	1 お客さま志向の徹底 ●お客さま志向の経営計画への反映と推進態勢 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み ●「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢 ●情報開示の推進 8 お客さま志向の取組みの確保 ●お客さま志向の取組状況を確認する指標の設定	P.08 P.09 P.18 P.23 P.08 P.16 P.46

(出典)

消費者庁 消費者志向経営の取組促進に関する検討会
http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/review_meeting/

「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」報告書(平成28年4月6日)
http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/review_meeting/pdf/160406_houkokusho.pdf

なお、当社方針の構成については、本冊子のP.8を、当社方針の全文については、www.meijiyasuda.co.jp/profile/corporate_info/customer_business_policies/index.htmlをご参照ください