

#### (4) トヨタ自動車株式会社

「トヨタ消費生活アドバイザーの会」 (ヒアリング日：令和3年4月21日)

#### ●取組の目的

消費生活アドバイザー資格者の知識・感性を活かし、お客様（消費者）志向の向上に貢献する。

9/16

### 3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

#### 会の目的と活動

**【目的】**  
消費生活アドバイザー資格者の豊富な知識・感性を活かし、お客様（消費者）志向の向上に貢献。

**【活動内容】**  
「お客様志向」意識の向上に貢献できる活動の企画と実施

会員一人一人がお客様第一の視点を基に、自身のスキル・知識を向上させ、仲間とともに活動し、社内全体へ良い影響を与えることで、会社全体へのお客様第一の意識を浸透させる

#### ●活動内容

社員としての自覚と責任感の醸成やお客様目線でのツールの検証など、会社全体へお客様第一の意識を浸透させ事業に活かしている。

10/16

### 3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

項目	取り組み事項	SDGsとの関連性
1. 消費者問題に関する研修	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会員が講師となり、技能職新入社員(360名)とトヨタ工業学園卒業生(250名)に消費者トラブルに関する講義を実施。</li> </ul>  <p>新入社員研修のようす</p> <p>「悪徳商法に注意!! あなたも騙われている!!」 ひとりで悩まずすぐ相談</p> <p>オリジナルテキスト</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者トラブルによる貧困回避・消費者市民社会の一員として啓発</li> <li>・ トヨタ自動車の社員としての自覚と責任感の醸成</li> </ul>
2. 会の活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生活者目線での「新型コロナウイルス関連情報」をweb上で発信。</li> </ul>  <p>会のHP上にあるコロナ関連情報のアイコン</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 健康に関する正しい知識の共有</li> </ul>
<div style="border: 1px solid #34495e; padding: 2px; display: inline-block;">pickup1</div> 3. 分かりやすいツールWG	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 近年車両搭載されたディスプレイオーディオに関して、会員が機能について勉強する事を目的に勉強会を実施。</li> <li>・ お客様が見て触れるツール(カタログ、取扱書等)を、より分かりやすいものにする事を目的にチェック。</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お客様目線でのツールの検証</li> </ul>

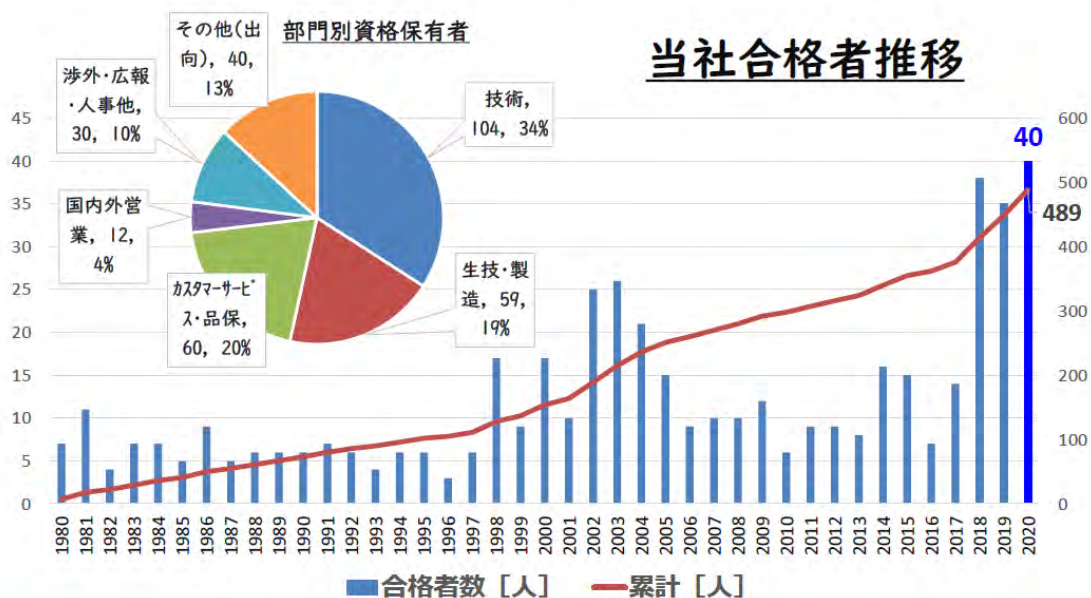
### 3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

項目	取り組み事項	SDGsとの関連性
<p><b>pickup2</b></p> <p>4. モビリティ新プログラム検証会</p>	<p>・トヨタ交通安全センター「モビリティ」で準備中の新規プログラムを、お客様の視点で体験し、意見交換を実施。</p>	<p>4 質の高い教育をみんなに 8 持続可能な消費生活 12 持続可能な都市</p> <p>・交通事故削減に向けた知識・技術の啓発</p>
5. 車両評価	<p>・発売前のテスト車両を確認し、評価を実施。(お客様にとって使いやすいか、分かりやすいかといった観点で評価)</p>	<p>8 質の高い教育をみんなに 9 持続可能な消費生活 12 持続可能な都市</p> <p>・お客様目線でのクルマの検証 ・安全・安心な目線での評価等</p>
6. 新機能評価	<p>・試乗することにより発表前の新機能を体感し、気づきを開発責任部署へフィードバック。</p> <p> 試乗会のようす</p>	<p>8 質の高い教育をみんなに 9 持続可能な消費生活 12 持続可能な都市</p> <p>・お客様目線での機能の検証 ・安全・安心な目線での評価等</p>

●資格の合格者数

累計で 500 名近くの社員が資格を取得。営業やカスタマーサービス部門よりも、開発・製造・技術部門の資格保有者の方が多い。

## 2. 消費生活アドバイザー制度への取り組み



- 開発・製造・技術部門の資格保有者が半数を超える
- よりお客様の目線や感性を汲み取りたいとの社員が多い

## ●取組事例

お客様が見て触れるカタログやホームページ等をより分かりやすいものにし、お客様満足度を向上させるため、関係部署と連携して改善を行っている。

### 3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

13/16

#### ③ カタログチェック



◇内容 発売前の車両カタログを確認し、お客様に分かりづらい表現、誤解される表現がないかチェックし、カタログ作成部署へフィードバックする。

会からの意見は、お客様目線でカタログ全体を俯瞰してチェックしており、フラットな視点を求める我々にとっては非常にありがたいです。  
引き続き連携しながら、カタログをより良くするためにご協力をお願いします。



カタログ担当部署から

## ■ WGとしてのまとめ

### 【取組の目的】

◎会社全体へお客様第一の意識を浸透させるため、消費生活アドバイザー資格という公的なツールを用いた取組を実施。

### 【取組の意義】

◎社員としての自覚と責任感の醸成、お客様目線でのツールの検証など、資格者の知識・感性を実際に事業活動に活かす。

◎お客様が見て触れるカタログやホームページ等をより分かりやすいものにするため、資格者が関係部署と連携して改善を行い、お客様満足度向上を図る。

◎資格者が特定の部門に偏らず幅広い部署に所属、お客様との接点が多い営業やカスタマーサービス部門、開発・製造・技術部門等の様々な業務でお客様目線での取組を実施。

## (5) トヨタ自動車株式会社

「この町いちばん活動」 (ヒアリング日：令和3年4月21日) ※資料非公開

### ●取組の目的

トヨタの全国6,000店舗のネットワークと、これまで築き上げたお客様との信頼関係を活かし、地域の「困りごと」を解決する。お客様・地域の困りごとに対して、5つの分野「移動手段の提供」「日常生活の支援」「地域コミュニティの形成」「商業・観光振興」「災害支援・防災力強化」を軸に取組を推進。

### ●取組の体制

地域の事業者である販売店（ディーラー）の地域・社会貢献の取組を支援するため、トヨタ自動車（国内営業部この町いちばん活動支援グループ）が取組をメニュー化し、販売店に提供・支援を行っている。地域・社会貢献の取組は、地域の販売店が中心となり地域の行政や団体等と連携して取り組んでいる。

### ●取組事例

地域の販売店が中心となり地域の行政や団体等と連携し、販売店の店舗スペースを活用し、地域住民向けに防災セミナーやスマホ教室などのイベントを定期的開催。告知・PRは地域行政や社会福祉協議会等が行い、地域の他の事業者がイベントの運営を行うこともある。

## ■ WGとしてのまとめ

### 【取組の目的】

◎トヨタの持つ全国の店舗のネットワークや顧客との信頼などを活かし、地域それぞれで異なる「困りごと」を「地域主導」で解決。

### 【取組体制】

◎トヨタ自動車（国内営業部この町いちばん活動支援グループ）が取組をメニュー化し、「地域の事業者」である販売店（ディーラー）に提供・支援。

### 【情報提供の取組】

◎販売店の店舗を活用し、地域行政や社会福祉協議会等と連携し、地域住民向けに防災セミナーやスマホ教室などのイベントを定期的開催。

### 【行政との連携】

◎地域行政と販売店との間で連携協定を締結。取組分野は多岐に渡る。

### 【取組の意義】

◎地域住民等とのつながりを深め、本業還元に向けた新規接点を創出。

## (6) 株式会社ファミリーマート

「持続可能な社会に向けて～CSR活動」(ヒアリング日：令和3年4月21日)

### ●取組の目的

地域密着の考えを重視し、地域と加盟店とが、「利便性」に加えて様々な地域社会の課題解決に協力することで「心理的な近さ」を感じていただき、どこよりも「親しみやすさ」を感じていただけることを目指して、様々なCSR活動を展開している。

◆基本理念とSDGsに基づくサステナビリティ活動の推進 FamilyMart

- ・環境配慮を通じた「地球と地域の未来」への貢献
- ・人に寄り添う地域活性化拠点としての進化
- ・「便利で豊かな生活」を実現する  
安全・安心な商品・サービスの創出
- ・お取引先とともに持続可能なサプライチェーンを追求
- ・働きがいのある組織風土・人づくり

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
2030年に向けて  
世界が合意した  
「持続可能な開発目標」です

地域と加盟店とが、「利便性」に加えて様々な地域社会の課題解決に協力することで「心理的な近さ」を感じていただき、どこよりも「親しみやすさ」を感じていただけることを目指して、様々なCSR活動を展開しています。

### ●取組の体制、概要

地域の事業者である加盟店（コンビニエンスストア）の地域・社会貢献の取組を行うために、ファミリーマート（管理本部サステナビリティ推進部）が取組をメニュー化し、加盟店に提案し加盟店と共に取組を行っている。

◆当社のCSR活動概要 FamilyMart

**地域密着活動**

・350回以上開催  
・延べ4,000人以上参加

**知育支援**

2009年より続くコンテスト。  
累計37万通。  
文科省後援コンテスト指定。

免許返納・特殊詐欺防止・健康増進など  
シニアの社会課題解決サポート

**ファミマサークル**

**募金活動**

2019年度店頭募金 約3.2億円

**教育支援**

**SDGs 出前授業**

20年度32校開催  
コロナ影響でリモート展開

Save the Children
 むすびえ
 WFP

**持続可能な地域社会の未来を担う「子ども」への取組みを中心に  
様々な形で「地域に寄り添い社会課題解決へ協力」**

●取組事例

警察からの特殊詐欺被害防止の協力依頼に対し、提供されたポスターの掲示だけに留まらず、Famiポート（顧客用マルチメディア端末）や加盟店の従業員向けの自社専用のツールを作成し、より多くの顧客や加盟店の従業員の目に触れるように工夫している。

◆ファミリーマート店舗が特殊詐欺被害の舞台とならないために あなたちも、こうだね。 FamilyMart

ファミリーマートでは日頃より、特に高齢者の方が来店された際は、「**特殊詐欺被害**」に遭っていないかどうかを意識しながら、お客様へ「**お声かけ**」を行うよう指導をしています。

＜ファミリーマート版「注意喚起」ツール＞

■従業員向け 事務所掲出ポスター ■POSAカード什器 掲出

ファミリーマート店舗が特殊詐欺被害の舞台とならないために！  
 少しでもお客様の行動に「不審」を感じたら、迷わず「お声かけ」しましょう！  
 POSAカード取扱いの注意点  
 Famiポート利用代行を利用するお注意点  
 当てはまる場合は「特殊詐欺」の可能性がります。  
 ※4ヶ国語版：ストアコンピューター掲載

■POSAカード什器 掲出

特殊詐欺に要注意！  
 消費者ホットライン 188 / 警察相談専用電話 110

■Famiポート掲出

特殊詐欺かも？  
 ネット通販の注意点  
 詐欺防止のお願い  
 コンビニ決済 / 電子マネー

＜警察本部からの提供ツール＞

例①【愛知県警】  
 特殊詐欺被害多発！

例②【香川県警】  
 今、こんな詐欺が流行っています！

■都内版「レジ接客用」（警視庁×当社合作）

【表面】  
 【下書き提示のお願い】  
 少しでもお声かけの機会に「不審」を感じたら、この機会をお逃しなく「お声かけ」をお願いします！  
 コンビニ決済 / 電子マネー  
 ウラ面をお客様に見せてください！  
 お声かけの機会に「不審」を感じたら、この機会をお逃しなく「お声かけ」をお願いします！  
 警察庁防犯防止対策本部 × FamilyMart

【裏面】  
 警告  
 有料動画サイト料金、会員登録料の未納法的手続きに移行はサギ！  
 カード購入、コンビニ決済する加盟店へ  
 有料動画サイトの料金を未納、会員登録料を未納でご利用の加盟店様へ、法的な手続きに移行させていただきます。この機会に「お声かけ」をお願いします。お声かけの機会に「不審」を感じたら、この機会をお逃しなく「お声かけ」をお願いします。お声かけの機会に「不審」を感じたら、この機会をお逃しなく「お声かけ」をお願いします。  
 警察庁防犯防止対策本部 × FamilyMart

加盟店が実際に詐欺被害の防止に貢献した場合、ファミリーマート本部からの表彰や社長からの感謝状授与を行うなど、加盟店が地域社会に貢献しているという実感を得られるような取組を行っている。

他の取組事例として「ファミマサークル」では、高齢者ドライバーによる交通事故や特殊詐欺被害の未然防止等のために、加盟店のイートインスペースを活用して、警察官による講習会を開催している。

## ◆「ファミマサークル」の開催

あなたとコンビニに。  
FamilyMart

賛同する加盟店の「イトイン」に地域の高齢者の方々に  
お集まりいただき、所轄警察 警察官による「講習会」を開催。

高齢者ドライバー  
による交通事故  
未然防止



特殊詐欺被害  
未然防止

〈開催実績〉 2019年12月～2020年2月

警視庁や地域包括支援センターなどの協力のもと、  
東京都内7店舗で開催し、計64人が参加。

## ◆参加者の声（警察・自治体の感想）

あなたとコンビニに。  
FamilyMart

○防犯対策、交通安全など、知っている  
つもりで知らない方が多く、警察が日頃  
アプローチしづらい方々に周知できる機  
会として、身近なコンビニでこのような場  
を設けることは非常に価値がある。

（警察）



○高齢者見守りや悪徳商法の被害防  
止など、緊急性が高いテーマを伝える場  
として、自分たちにとってもありがたい取  
り組み。立地も設備も良いため、ぜひ定  
期開催してほしい。

（地域包括支援センター）



●苦勞した点、要望事項

地域の加盟店での講習会の開催にあたり、ファミリーマート本部が地域行政との連携を行うが、このような取組を行う事業者向けの窓口がなく（見つからず）、行政の窓口一本化や講師・ガイドがスムーズに手配されると、取組がより推進しやすくなる。

◆地域に寄り添う取組みの開催にあたって

あなたも、コンビニに、  
FamilyMart

【苦勞した点、要望事項】

- 行政の窓口一本化
- 警察との交渉
- 地域包括支援センターとの交渉
- 専門知識を持つ講師・ガイドの手配  
例) 食育、健康、防犯、認知症
- シニア層へのアプローチ方法
- イベントの告知方法
- 持続可能性（定期開催が難しい）
- コロナ下での安全な開催方法  
※参加者、開催者の心理的安全性も含む



## ■WGとしてのまとめ

### 【取組の目的】

◎地域密着の考えを重視し、様々なCSR活動・社会貢献活動を展開。

### 【社内体制】

◎地域の事業者である加盟店（コンビニエンスストア）の地域・社会貢献の取組を行うために、ファミリーマート（管理本部サステナビリティ推進部）が取組をメニュー化し、加盟店に提案し加盟店と共に取組を実施。

### 【情報提供の取組】

◎警察から提供されたポスターの掲示だけに留まらず、特殊詐欺防止のため、Famiポート（顧客用マルチメディア端末）や加盟店の従業員向けの自社専用のツールを作成し、より多くの顧客や加盟店の従業員の目に触れるように工夫。

◎加盟店のイートインスペースを活用し、警察官による交通安全・免許返納・特殊詐欺防止等の講座や講習会を開催。

### 【行政との連携】

- ・イベントを開催する際に、警察や地域包括支援センター等と連携。
- ・全国の都道府県（東京都を除く）と包括連携協定を締結。

### 【取組の意義】

◎住民をはじめとした地域のステークホルダーとの関係強化、顧客からの信頼獲得、加盟店の売上につながる。

### 【行政に対する要望】

- ◎地域・社会貢献活動の取組を行う事業者向けの窓口がない・見つからない。
- ◎取組をより推進させるためには、行政の窓口一本化や講師・ガイドのスムーズな手配が必要。