

ACAP 消費者志向経営に関するアンケート 質問票

アンケートの目的

「消費者志向経営」に関する各種情報やACAPにおける定義を会員に知っていただくとともに、ACAP会員企業の消費者志向経営に関する意識やニーズを把握し、今後展開するACAPの消費者志向経営の推進に関する活動の充実を図る。

* 1. 回答は会員の方の個人的な見解をお願いします。

* 2. ACAPにおける「消費者志向経営の定義」は以下のとおりです。

「消費者志向経営とは、事業者が社会の一員としてその責任を十分に理解し、消費者の権利、利益を尊重し、消費者視点に基づいた事業活動を行うとともに持続可能な社会に貢献する経営の在り方」

なお、この定義で言う消費者には、顧客を含みます。

1. 貴社の主たる事業について、該当する番号を一つだけ選んでお答えください。

- 01.食品 02.機械・衣料 03.化学・石油 04.電機 05.輸送機器
 06.精密機器 07.その他製造業 08.流通・サービス 09.金融・保険
 10.電気・ガス・電話・通信 11.運輸・旅行 12.情報産業 13.団体

2. 貴社の年間売上規模について、該当する番号を一つだけ選んでお答えください。

1. 500 億円未満 2. 500 億円～5,000 億円未満 3. 5,000 億円以上

3. 貴社の従業員規模について、該当する番号を一つだけ選んでお答えください。

1. 1,000 人未満 2. 1,000～5,000 人未満 3. 5,000 人以上

4. あなたのお客様対応部門における通算在籍期間を、一つだけ選んでお答えください。

1. 1年未満 2. 1～3年未満 3. 3～5年未満 4. 5～10年未満 5. 10年以上

5. あなたは、消費者庁の「消費者志向経営への取組促進に関する検討会報告書」(平成28年4月)をご存知ですか？

<http://www.caa.go.jp/information/index25.html> 当てはまる答を一つだけ選んでお答えください。

1. しっかり読んでいる。 2. ある程度読んでいる。
 3. 知っている程度である。 4. 全く見聞きしたことがない。

6. あなたは、上記の ACAP における「消費者志向経営の定義」をご存知ですか？

当てはまる答を一つだけ選んでお答えください。

1. よく知っている。 2. ある程度知っている 3. 聞いたことがある程度である。
 4. 全く見聞きしたことはない。

7. 貴社の企業理念及び行動指針等に「消費者志向経営」に関する文言は含まれていますか。

1. 含まれている。 2. 含まれていない。

8. Q7で「含まれている」と答えた方に伺います。

具体的にどのような言葉で表現されていますか。

企業理念において

行動指針等において

9. Q8 でお答えいただいた表現は、社外にもホームページなどで公開されていますか？

1. 公開されている。 2. 公開されていない。

10. 下記の内容は、消費者庁の「消費者志向経営への取組促進に関する検討会報告書」に「消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例」として示されています。貴社ではこれらをどの程度実現出来ていますか。

当てはまる状況の一つだけチェックしてください。

* 09.で品消法関連部門とは、品質保証・消費者対応・コンプライアンス関連部門、事業関連部門とは、商品開発・製造・営業などの部門

	かなり 出来ている	ある程度 出来ている	あまり 出来て いない	ほとんど 出来て いない	わからない
01. トップのコミットメント : 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。	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
02. トップのコミットメント : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
03. ガバナンス : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
04. ガバナンス : 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。	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
05. 従業員の活動 : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
06. 従業員の活動 : 従業員消費者・顧客志向への取組という観点から、従業員を評価する。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
07. 従業員の活動 : サプライチェーン、バリューチェーンの取引先に、消費者志向の取組情報を提供し理解を促す。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
08. 関連部門との連携 : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
09. 関連部門との連携 : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 関連部門との連携 : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. 消費者への情報提供・双方向の情報交換 : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. 消費者への情報提供・双方向の情報交換 : 消費者・顧客の選択や使用に役立つ、安全や環境等に係る情報を自主的に開示する。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. 消費者への情報提供・双方向の情報交換 : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. 消費者への情報提供・双方向の情報交換 : 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	かなり 出来ている	ある程度 出来ている	あまり 出来て いない	ほとんど 出来て いない	わからない
15.消費者への情報提供・双方向の情報交換: 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.消費者への情報提供・双方向の情報交換: 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.要望への改善・開発: 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.要望への改善・開発: 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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.要望への改善・開発: 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)。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.評価と見直し: 各項目について定期的に評価、見直しを行う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. 下記の内容は、「ACAP 消費者対応部門進化度合いチェックマトリックス」から、消費者対応部門の機能を整理したものです。それぞれの機能について、貴社に当てはまる取り組み状況の一つだけチェックしてください。

	かなり 出来ている	ある程度 出来ている	あまり 出来て いない	ほとんど 出来て いない	わからない
01.苦情・相談・問い合わせへの対応: 消費者の声(苦情・相談・問い合わせ等)への対応を通じて、顧客の満足を実現することでリピーターの創出につなげている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
02.リスクへの対応: 消費者の声から重要内容の早期発見・対応など、リスク対応を図り、顧客への拡大被害を防止している。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
03.情報の収集と分析: 消費者情報の収集・分析を部門内で共有化・ルール化する。またトップ(経営層)の方針に基づき、消費者情報を社内で有効活用を図っている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
04.消費者への情報提供: 消費者への情報提供をホームページや啓発資料で能動的に消費者に向けて行っている。	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
05.情報の社内への発信: 情報の社内への発信。トップ(経営層)、関連部門に消費者情報を報告するとともに、社内の情報共有を図り、課題を提示している。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
06.マーケティングなどへの活用: 消費者の声やニーズをつかみ、商品・サービスの質的向上や改善につなげるなどマーケティング等への活用を推進している。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
07.経営への参画: 経営へ参画するデータとして、消費者視点から読み取った企業環境の変化等の情報をトップマネジメントに伝達している。企業の社会的責任(CSR)の向上への関与をしている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
08.全社的な取り組み(社内へのアプローチ): 消費者対応に対するトップのコミットメントの明示やトップマネジメント主催	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

かなり ある程度 あまり ほとんど
 出来ている 出来ている 出来て 出来て わからない
 いない いない いない いない

のマネジメント。レビューを定期的実施し、消費者志向活動の要点を全社で共有している。

09.業界・行政への対応(社外へのアプローチ):他社の消費者対応部門との交流、関連行政・消費者団体との交流を通じて、社会性の高い消費者対応を実現させている。

12. ACAP の活動の中で、貴社の消費者志向経営の具現化のために役に立っていると思われる活動をすべてチェックしてください

- 01. 例会における事例紹介や有識者の講演
- 02. 企業研修会の開催や企業への講師派遣
- 03. セミナー・シンポジウムの開催(経営トップセミナー等)
- 04. ISO/JISQ10002「苦情対応マネジメントシステム」の構築支援活動
- 05. 自主研究会
- 06. 施設見学会
- 07. FORUM(機関誌)の発行
- 08. 研究所ジャーナルの発行
- 09. ホームページによる情報発信
- 10.行政との交流活動や共催事業
- 11.消費者団体との交流活動や共催事業
- 12. 産学連携の機会提供(大学出前講座等)
- 13. ACAP 消費者啓発資料常設展示コーナー
- 14. その他(具体的に)

13. 貴社の消費者志向経営を推進するために、今後展開してほしいACAPの活動は何ですか？

当てはまる活動をすべてチェックしてください。

- 1. 消費者庁など行政との連携強化。
- 2. ACAP会員企業どうしの交流機会の提供と情報共有の促進。
- 3. 例会などにおける消費者志向経営の先進事例の紹介。
- 4. 企業研修カリキュラムの充実と受講機会の拡大。
- 5.経営層の意識改革や動機づけのための助言・機会提供。
- 6.企業の消費者啓発活動の広報・アピール、機会提供。
- 7. 優良な消費者志向活動の表彰。
- 8. 消費者対応部門の強化に向けた機能診断
- 9. その他(具体的に)

14. 消費者志向経営をさらに推進するために、行政(消費者庁等)に望む施策や情報提供をお答えください。

15. 他にご意見等がありましたらご記入ください。

16. アンケートへのご協力ありがとうございました。

集計段階で、回答内容に関して、個別に照会または確認させていただきたい事項が出てきた場合に備え、貴社(団体)、ご回答者のお名前を教えてください。なお、個別企業・組織の回答内容をそのまま外部に公表することはありません。

貴社(団体)名

ご回答者氏名

以上