

* 1. 【1】 貴社（団体を含む・以下同じ）の概要についてお答えください。

Q1-1 貴社名

Q1-2 郵便番号

Q1-3 本社所在地

Q1-4 ご回答者氏名

Q1-5 ご回答者所属部署

Q1-6 ご回答者役職

Q1-7 お電話番号

Q1-8 メールアドレス

* 2. Q1-9 業種 該当する番号を一つだけチェックしてください。

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

* 3. Q1-10 売上高 該当する番号を一つだけチェックしてください。

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

* 4. Q1-11 販売形態（複合している場合は、売上比率の大きな主たる販売形態）について、該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1. 自社が直接消費者に販売している。
- 2. 子会社や関連会社を通じて消費者に販売している。（フランチャイジーや販売代理店など）
- 3. 他社の流通業・サービス業を通じて消費者に販売している。
- 4. 企業相手の営業で直接消費者との接点はない。
- 5. その他

その他の場合は具体的に

* 5. 【2】 組織概要についてお答えください。

Q2. 貴社では現在、お客様相談室など消費者対応部門（又は名称を問わず同様の機能を持つ組織）が設置されていますか。 該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1. 設置されている。
- 2. 対応部門は設置されていないが、何らかの形で消費者対応は行っている。
- 3. 直接的には消費者対応は行っていないが、取引先・関係先等の要請で対応することもある。
- 4. 現時点では消費者対応は全く行っていない。

設置されているとお答えの方は、設置年（西暦）をお答えください。

6. 以下の設問Q3～Q41は、Q2で「1.設置されている」とお答えの企業のみお答えください。その他の企業の方はQ41にお進みください。

Q3. お客様相談室などの消費者対応部門が所属する部門はどこですか。

該当する番号を一つだけチェックしてください。

（注）独立した部門とは、トップマネジメント直轄である場合や、上位組織が本部（品質管理本部など）である場合を指します。【例 ○○本部—△△部（室・センター）】

- | | | |
|--|---------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> 01. 独立した部門 | <input type="radio"/> 05. マーケティング部門 | <input type="radio"/> 09. 品質管理・品質保証部門 |
| <input type="radio"/> 02. 広報部門 | <input type="radio"/> 06. 営業部門 | <input type="radio"/> 10. 生産部門 |
| <input type="radio"/> 03. 総務部門 | <input type="radio"/> 07. サービス部門 | <input type="radio"/> 11. CSR（社会的責任）推進部門 |
| <input type="radio"/> 04. CS（顧客満足）推進部門 | <input type="radio"/> 08. 研究開発（R&D）部門 | <input type="radio"/> 12. その他 |

7. Q4 . 消費者対応部門（独立した部門でない場合は、所属部門）の部門長はどの役職に該当しますか。
該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1 . トップマネジメント（常務以上）
- 2 . 取締役・執行役員
- 3 . 部長クラス
- 4 . 課長クラス
- 5 . その他

その他の場合は具体的に

8. Q5 . 消費者対応部門を統括されている役員はどなたですか？
該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1 . 社長直轄
- 2 . トップマネジメント（社長を除く常務以上）
- 3 . 取締役・執行役員
- 4 . なし
- 5 . その他

その他の場合は具体的に

* 9. Q6 . 消費者対応部門の担当者は役員・管理職を含めて何人ですか。下の入力欄に人数を入力してください。但し、リコール対応等の特別対応（対応時間拡大による増員など）は除きます。

（注） 人数のカウントにあたっては、

- ・正社員や派遣社員などで、専任者の場合は1人、他の業務を兼任する場合は、消費者対応業務のウェイトが50%を越える場合のみ0.5人、また、パートタイマーは0.5人として入力して下さい。
- ・ 解析や社内関連部門との折衝等の役割を専門的に担う要員も含めてください。
- ・ 「正社員以外」には、派遣社員、業務委託先社員も含めてください。
- ・ コールセンター（1次対応の業務委託先なども含む。但しアウトバウンドは除く）も含みますが、その場合の人数は1日平均稼働人数としてください。

担当役員

管理職

正社員

正社員以外

合 計

10. Q7 . 前回 2 0 1 5 年調査時に比べて消費者対応部門の担当者総数 (Q6の合計人数) に変化はありましたか。

該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1 . 増加した
- 2 . 変わらない
- 3 . 減少した

11. Q8 . Q7で、「1 . 増加した」とお答えの方は、担当者総数の増員の理由について、該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1 . 受付件数の増加
- 2 . 対象商品・対象事業の増加
- 3 . グループ会社再編成・統合
- 4 . 平日の時間外対応や土日祝日対応など、対応時間の増加
- 5 . フリーダイヤルやe-メール、SNSなど、アクセスルートの増加
- 6 . 対応内容の複雑化や対応品質向上に向けて、1件当りの対応時間が増加
- 7 . 消費者情報の積極的活用など、従来に比べて対応部門の機能が高度化
- 8 . 消費者庁、消費生活センターなど関係行政への対応取り組みを強化
- 9 . その他

その他の場合は具体的に

12. Q8-2 Q7で「3 . 減少した」とお答えの方は、担当者総数の減員の理由について、該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1 . 受付件数の減少
- 2 . 対象商品・対象事業の減少
- 3 . 経費節減・リストラクチャリング (事業再構築)
- 4 . 製品・サービスの改善で問い合わせが減った
- 5 . 対応品質の向上・スキルアップで問い合わせが減った
- 6 . F A Qの充実で問い合わせが減った
- 7 . その他

その他の場合は具体的に

13. 【3】対応状況についてお答えください。

Q9. 2017年度の年間受付件数*と、そのうちの苦情件数を、下の入力欄に入力してください。

1次対応を業務委託している場合は、委託先での件数も含めてください。

* (注) 2017年度件数は概数で構いません。直近の1年間(2017年/1~12月実績、または2017年/4月~2018年/3月等)で把握できる件数を指します。

1. 年間受付件数

2. 苦情件数

14. Q9-2. Q9の年間受付件数を、前回2015年調査実施時(2014年度年間件数)と比べた時の増減について、該当する番号を一つだけチェックしてください。

1. 増加した
2. 変わらない
3. 減少した

15. Q9-3. Q9-2. で年間受付件数が「増加した」または「減少した」とお答えの会社は、おおよその増減率%を入力してください。

増減率 (%)

16. Q9-4. Q9の苦情件数を、前回2015年調査実施時(2014年度年間件数)と比べた時の増減について、該当する番号を一つだけチェックしてください。

1. 増加した
2. 変わらない
3. 減少した

17. Q9-5. Q9-4. で苦情件数が「増加した」または「減少した」とお答えの会社は、おおよその増減率%を入力してください。

増減率 (%)

18. Q10. 2017年度の1人当たりの年間受付件数を、おおよそで結構ですので下の入力欄に入力してください。分母となる人数は1日平均対応人数で計算してください。コールセンター(Q6参照)も対象とします。

1人あたり年間受付件数

19. Q11. この3, 4年間の消費者の苦情・問合せの内容や、消費者の行動・態度で特筆すべき変化(非常識と思われる事例などを含む)があれば、下の枠内に入力してください。

* 20. Q12 . 消費者の声を受け付ける方法について、貴社における実施状況もしくは実施の意向をすべてお答えください。

	実施中	実施したいが未実施	実施しない	わからない
電話 (有料)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
フリーダイヤル等 通話料無料電話	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
手紙・はがき	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
現品	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eメール	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
専用投稿フォーム	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
チャット	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SNS自社サイト	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
外部QAサイト	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
その他	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Q13 . 消費者の声を受け付ける方法の中で、貴社で実施している方法それぞれの、年間総受付件数に占めるおおよその割合をパーセントで入力してください。

電話 (有料)

フリーダイヤル等
通話料無料電話

手紙・はがき

現品

eメール

専用投稿フォーム

チャット

SNS自社サイト

外部QAサイト

その他

22. Q14 . Q12で「電話 (有料) 」又は「電話 (フリーダイヤル) にチェックされた方に伺います。
何らかの発信端末拒否機能を利用していますか。利用している場合は、該当する番号すべてを
チェックしてください。

- 1. 公衆電話からの入電を拒否
- 2. 携帯電話からの入電を拒否
- 3. 非通知発信の入電を拒否

23. Q15 . 消費者との会話を録音していますか。
該当する番号を一つだけ選んでチェックしてください。

- 1. すべての会話を録音している。
- 2. 必要に応じて録音できるようになっている。
- 3. 録音していないが、必要だと思う。
- 4. 録音の必要はないと思う。

24. Q16からQ20では、貴社の高齢者対応について伺います。
Q16. 貴社では「高齢者」とは、何歳以上の方と定義していますか？
該当する番号を一つだけ選んでチェックしてください。

- 1. 50歳以上
- 2. 60歳以上
- 3. 65歳以上
- 4. 70歳以上
- 5. 80歳以上
- 6. わからない
- 7. 定めていない
- 8. その他

その他の場合は具体的に

25. Q17. 貴社では何を以って「高齢者」と判断していますか？
該当する番号すべてをチェックしてください。

- 1. 自身で年齢を言われたとき
- 2. 声のトーンや話し方で判断
- 3. お話の内容から
- 4. 話が伝わりにくい
- 5. その他の判断材料

高齢者と判断する、その他の判断材料を具体的に記入してください。

26. Q18. 高齢者のお客様対応で困っていることは何ですか？

該当する番号すべてをチェックしてください。

- 1. 説明をしても聞こえないことがある。
- 2. 説明内容をご理解頂けない。
- 3. お話が長くてなかなか終わらない。
- 4. ご要望をはっきりと言われず、ご要望が何かわからない。
- 5. 話のつじつまが合わず、話している内容が理解できない。
- 6. ご自身の主張だけを繰り返し、説明させてくれない。
- 7. 高齢者だから気遣え、と要求される。
- 8. 特になし
- 9. その他

その他の場合は具体的に

27. Q19. 高齢者や障がいのある方に対する対応で特別な施策やツールを設けていますか？

該当する番号すべてをチェックしてください。

- 1. 専用の電話番号を用意している。
- 2. 専門の相談スタッフを決めている。
- 3. 高齢のお客様や障がいのあるお客様のお客様対応マニュアル（手順書）を作成している。
- 4. 高齢者用語集（通じることばへの置き換え）を作成している。
- 5. 特になし
- 6. その他

その他の場合は具体的に

28. Q20 . 高齢者のお客様対応で気をつけていることは何ですか？

該当する番号すべてをチェックしてください。

- 1. ゆっくりと大きな声で話す。
- 2. 低い声で話す。
- 3. 質問攻めにせず、高齢者のペースで話してもらう。
- 4. 必ず話の途中でまとめを行って、内容が間違っていないか確認する。
- 5. 難しい専門用語は使わない（わかりやすいことばで話す）。
- 6. 自尊心を傷つけないように注意を払って話をする。
- 7. 特になし
- 8. その他

その他の場合は具体的に

29. Q21. 貴社で対応できる言語をすべてチェックしてください。

- 1. 英語
- 2. 中国語
- 3. 韓国語
- 4. タイ語
- 5. フランス語
- 6. ドイツ語
- 7. イタリア語
- 8. ヘブライ語
- 9. ベトナム語
- 10. その他

その他の場合は具体的に

30. Q22 . 貴社では消費者対応部門において、部門の定量的な目標設定・管理を行っていますか。

該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1 . 目標設定・管理を行っている。
- 2 . 目標設定・管理は行っていない。

31. Q23 . Q22で「1.目標設定・管理を行っている。」とお答えの方に伺います。

貴社で部門の目標として採用している管理指標をすべてチェックしてください。

- 1. お客様満足度
- 2. 苦情件数
- 3. 2次苦情件数
- 4. モニタリング・スコア
- 5. お礼・お褒めのメッセージ獲得数
- 6. 改善件数
- 7. 対応品質、対応スキル
- 8. 早期苦情解決率
- 9. 解決日数
- 10. その他

その他の場合は具体的に

32. Q24 . Q22で「2.目標設定・管理を行っていない。」とお答えの方に伺います。

目標設定を行っていない理由をお答えください。

- 1. 目標設定・管理は必要だと思うが、何を管理指標にすればよいのかわからない。
- 2. 消費者対応業務は目標設定・管理が難しい業務だと思う。
- 3. 目標設定・管理は必要ない。
- 4. 目標や成果を数値で示すことがむずかしい。
- 5. その他

必要ないと考える理由

33. Q25 . 消費者対応に関わる要員に対する研修体制についてお答えください。

該当する番号すべてをチェックしてください。

- 1 . 規程・マニュアルに基づく研修体系がある。
- 2 . 規程・マニュアルはないが、OJTで実施している。
- 3 . 配属時のみ研修を行っている。
- 4 . 配属時に限らず、レベルに応じて定期的な研修を行っている。
- 5 . 配属時に限らず、レベルに応じて不定期だが研修を行っている。
- 6 . レベルに応じて、外部の研修に参加させている。
- 7 . 消費者対応部門（相談室）以外の部署に属する社員に対しても研修を行っている。
- 8 . 研修記録をとっている。
- 9 . 特に研修は行っていない。

34. Q26 . 貴社において、対応窓口の方のモチベーションアップのために実施している施策についてお答えください。

該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1 . 表彰制度
- 2 . 評価制度（成長を自覚しやすい）
- 3 . 他部署への提案や発言等の機会を提供
- 4 . 講座情報の提供
- 5 . 受講料の援助
- 6 . 受験料の援助
- 7 . 勤務時間への配慮
- 8 . 社長や役員との懇談機会等の提供
- 9 . その他

その他の場合は具体的に

35. Q27 . 消費者対応に関する社外モニタリング（対応後の満足度アンケート調査やミステリーコール、ミステリーショッパーなど）についてお答えください。

該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1 . 定期的になんらかの形でモニタリングを実施している。
- 2 . 不定期だが、モニタリングを実施している。
- 3 . 今のところ実施予定はない。
- 4 . 実施したいが方法が分からない。

36. Q28. Q27で「1. 定期的になんらかの形でモニタリングを実施している」または「2. 不定期だがモニタリングを実施している」とお答えの企業に伺います。

お客様満足度の測定方法について、該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1. 報告書・代替品等にアンケートを同封
- 2. 対応完了後、電話でヒヤリング
- 3. 対応完了後、メールで回答を依頼
- 4. 対応完了後、アンケートを郵送し回答を依頼
- 5. アンケート用紙を手渡し回答を依頼
- 6. その他

その他の場合は具体的に

37. Q29. 貴社では、消費者向けの啓発活動にどのように取り組んでいますか。また、消費者向けの情報発信にあたり、どのような工夫をしていますか。下記の中から該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1. 自社独自では取り組んでいないが、所属する業界団体で行っている。
- 2. 学校などで、児童・生徒・学生向けの出前講座・講師派遣を実施している。
- 3. 学校や自治体などで、教師向けの出前講座・講師派遣を実施している。
- 4. 消費生活センターなどで、出前講座・講師派遣を実施している。
- 5. 工場見学や、自社主催の消費者向けのセミナー等を開催している。
- 6. 消費者との懇談会や対話の場を設けて情報提供を行っている。
- 7. パンフレットのような紙の啓発資料を制作し配布している。
- 8. 企業ホームページにFAQや啓発資料または啓発情報のページを掲載している。
- 9. 消費者啓発資料常設展示コーナーでパンフレットを展示・配布している。
- 10. その他

その他の場合は、具体的に

38. Q30 . 消費者情報や消費者に関わる社会環境変化について、消費者対応部門がトップマネジメント（経営会議等の会議体も含む）とどのように関わっているか、お答えください。

該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1. トップマネジメントに対し、定期的に情報発信（eメール、情報ペーパー等）している。
- 2. 定期的ではないが、必要に応じてトップマネジメントに対し情報発信している。
- 3. 経営会議等で、定例的に発言・発表する場がある。（四半期に1回以上）
- 4. 個別のトップマネジメントに対し、定期的に報告する場がある。（四半期に1回以上）
- 5. 不定期だが、経営会議の場や個別のトップマネジメント報告会の場がある。（年1回以上）
- 6. 求められない限り、トップマネジメントに対して情報発信したり報告する場はない。

39. Q31 . 組織内で消費者対応部門に対して求められる期待値についてお答えください。

該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1. 消費者の苦情・問合せ・相談等への対応を通じて顧客満足に結びつける。
- 2. 消費者と企業を結ぶパイプ役を果たす。
- 3. 企業の考えを具体的に示すなど、企業の情報発信の基地の一つとなる。
- 4. 対応を通じて顧客満足度を高め、再購入に結びつける。
- 5. 不具合点の早期発見を改良に結びつけるなど、リスクマネジメントの一端を担う。
- 6. 情報を分析し、迅速・的確に関連部署に伝達し活用を図る。
- 7. 消費者の要望をつかみ、商品・サービスの質的向上や開発に貢献する。
- 8. 消費者視点から読み取った企業環境の変化を、トップマネジメントに伝達する。
- 9. 消費者情報を企業行動や経営にフィードバックする。（コンプライアンス・CSR経営）
- 10. 特に期待されていない。
- 11. その他

その他の場合は具体的に

40. Q32 . 業界・行政機関・消費者関連団体とのコミュニケーションの現状についてお答えください。
該当する番号をすべてチェックしてください。

- 1 . 業界団体や業界他社と定期的に情報交換を行っている。
- 2 . 業界関連では、必要に応じて情報交換を行っている。
- 3 . 業界内部での付き合いはほとんどない。
- 4 . 主管行政機関や消費者関連行政機関と、積極的に情報収集や意見交換を行っている。
- 5 . 主管行政機関や消費者関連行政機関とは、必要に応じて情報収集や意見交換を行っている。
- 6 . 行政機関に、自社からコミュニケーションを働きかけることはない。
- 7 . 消費者関連団体と、積極的に情報収集や意見交換を行っている。
- 8 . 消費者関連団体とは、必要に応じて情報収集や意見交換を行っている。
- 9 . 消費者関連団体に、自社からコミュニケーションを働きかけることはない。

41. Q33 . ツイッター(Twitter)、フェイスブック(Facebook)などソーシャルメディア (以下S・M) への取り組みについてお答えください。

該当する番号を一つだけチェックしてください。

- 1 . S・Mには企業として組織的に取り組み、マーケティングなど積極的に企業活動に活かしている。
- 2 . S・Mには企業として組織的に取り組み、社内で情報を共有しているが、リスクマネジメントの意味合いが濃い。
- 3 . S・Mに対しては、各部門が必要に応じて単発的に情報収集する程度である。
- 4 . 現時点では、S・Mへの取り組みは行っていないが、いずれ活用したいと考えている。
- 5 . 現時点では、S・Mに取り組むつもりはない。

差支えなければ、取り組むつもりのない理由をお答えください。

42. Q34 . S・Mの活用・運用のためのガイドラインやポリシーについて伺います。該当する番号を1つだけチェックしてください。

- 1 . S・Mの活用・運用のためのガイドラインやポリシーを制定していて、それをホームページ等で、社外にも公開している。
- 2 . S・Mの活用・運用のためのガイドラインやポリシーを制定しているが、社外への公開はしていない。
- 3 . S・Mの活用・運用のためのガイドラインやポリシーを制定していない。

43. Q35. AI(人工知能)の活用についてお伺いします。下記のような業務に、AI(人工知能)を活用する意向がありますか。

1~4のそれぞれについてA~Dから該当するものを一つだけチェックしてください。

5については想定される業務についてA、Bいずれか該当するものを一つだけチェックし、Q36の回答欄に具体的な業務内容を記入してください。

	A.導入している	B.検討している	C.計画はない	D.分からない
1.AIを活用して、お客様のご質問に直接回答する。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.AIを活用して、消費者対応担当者が回答する支援を行う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.AIを活用して、1件ごとの対応履歴の要約を自動的に作成する	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.AIを活用して、対応履歴の蓄積データから分析レポートを自動的に作成する	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.上記1~4以外に、AIを活用して実施する意向のある業務	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

44. Q36. Q35の「5.AIを活用して実施する意向のある業務」として想定している、具体的な業務内容を記入してください。

45. Q37. Q35のいずれかの項目で「A. 導入している」または「B. 検討している」を選んだ方のみにお伺いします。

業務にAI（人工知能）を導入することの目的、あるいは、期待される効果はどのようなことですか。当てはまるものをいくつでもチェックしてください。

- 1. AIによる24時間365日対応
- 2. 担当者の疲れや気分やバラつきに左右されないAIによる安定した対応
- 3. AIによるより精度の高い正確な回答
- 4. AIを使ったウェブ上のキャラクターによる親しみやすい対応
- 5. AIが消費者対応担当者をアシストすることによる対応の正確性とスピードの向上
- 6. AIを消費者対応担当者の教育へ活用することによる担当者の知識・判断力の向上
- 7. より使いやすく迅速な情報の検索
- 8. 他人には話したくないような用件へのAIによる対応
- 9. 消費者対応業務の効率化
- 10. お客様からのコメントのデータ分析やレポート作成業務の効率化
- 11. 消費者対応部門のコスト削減
- 12. AIでは対応ができない業務への人材のシフト
- 13. 機械学習によるプログラムの自動的な進化
- 14. 最新の大量データの利用による情報の収集・分析と体系化
- 15. お客様の感情起伏の可視化による対応中のリスク回避
- 16. 社会・業界や競合他社の動きに追随
- 17. 人材採用の条件との合致や適性を見極め

46. Q38. 業務にAI（人工知能）を導入することの目的、あるいは、期待される効果として、上記1～17以外にもあれば、18として下の枠内に記入してください。

47. Q39. 上記1～17でチェックした項目、および、18に記入した内容の中から、導入の目的、あるいは、期待される効果として最も重要視するものを一つだけ選んで、その番号を枠内に記入してください

48. Q40. 次に示す1～21の「消費者志向経営のモデルとなる活動」について、貴社における実施状況をA～Cから該当するものを一つだけチェックしてください。

	A.実施している	B.不十分だが実施している	C.実施できていない
1.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.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、論議が行われている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.消費者関連法規の遵守を徹底している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.公益通報窓口が社内外に設置され、機能している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.従業員が消費者志向経営を理解し、実践する	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.高齢者や子供、障がい者、外国人等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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.『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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.顧客満足のための苦情対応マネジメント規格ISO/JISQ10002を導入しPDCAを回している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21.業界自主基準、認定制度等を導入し、PDCAを回している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

49. Q41 . 消費者対応に関して、その運営や組織についての悩みなどありましたら、何でも結構ですので下の記入欄にお書きください。

--