ACAP
the Association of Consumer Affairs Professionals

ACAP
「消費者志向自主宣言」企業
アンケート報告

2017年12月

公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

１．調査概要

○経緯と目的　　ACAP は、設立以来、消費者志向経営の推進に取り組んでおり、創立 35 周年を機に公表した「ACAP 理念」のなかでも、「消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現をめざす消費者志向事業者団体」を Vision（目指す姿）として掲げている。

また、ACAP は、2016 年 10 月に発足した『消費者志向経営推進組織』（事務局：消費者庁消費者調査課）にもメンバーとして参画している。同推進組織が取り組む「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」が開始から 1 年を経過し、自主宣言企業は 55 社となったが、これから消費者志向自主宣言を行う企業の参考にしていただくことを目的に自主宣言を行った ACAP の会員企業にアンケートを実施した。

○調査時期　　2017 年 10 月

○調査方法　　メールで調査票を送付

○調査対象　　消費者庁 HP に「消費者志向自主宣言」を行っている企業 55 社のうち ACAP 会員企業 42 社に実施し 36 社が回答（回収率 85.7%）

２．消費者志向自主宣言企業

2017 年 10 月 2 日時点で 55 社（消費者庁 HP 掲載）。白地が ACAP 会員企業 42 社である。

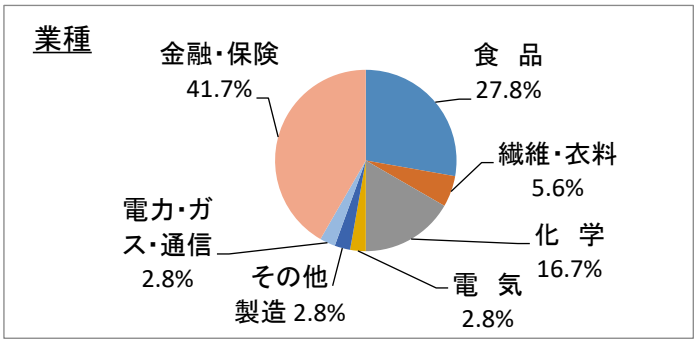
アイリスオーヤマ	キリン	ダイアナ	ＰＧＦ生命
アクサ生命保険	サッポロビール	第一生命保険	ファンケル
アクサ損害保険	サントリーホールディングス	大同生命保険	富国生命保険
アクサダイレクト生命保険	資生堂ジャパン	チューリッヒ生命	フジッコ
アサヒグループ ホールディングス	ジブラルタ生命保険	チューリッヒ保険	プルデンシャル生命保険
朝日生命保険	住いる応援機構	T&Dフィナンシャル生命保険	三井住友カード
アフラック	住友生命保険	東洋羽毛工業	三井生命保険
イーレックス・スパーク・ マーケティング	積水化学工業	ナリス化粧品	明治ホールディングス
石坂産業	セゾン自動車火災保険	ニチレイフーズ	明治安田生命保険
花王	ソニー生命保険	日清製粉グループ本社	メットライフ生命保険
かんぽ生命保険	損害保険ジャパン日本興亜	日本生命保険	森永乳業
キッコーマン	損保ジャパン日本興亜 ひまわり生命保険	日本電気	ユニ・チャーム
キユーピー	そんぽ２４損害保険	日本ハム	ライオン
協和行政書士事務所	太陽生命保険	ハウス食品	

３．調査票

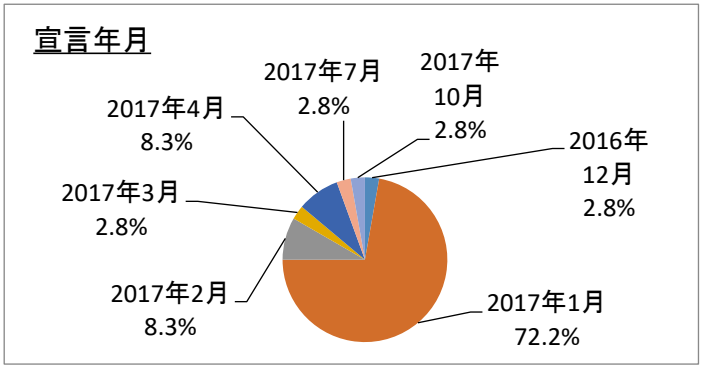
企業名	企業名、記入者名は公表しませんが、確認のためご記入お願いします。 記入者お名前：
業種	
宣言年月	年　　月
宣言の主管・担当部署	
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　２．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	
ﾄｯﾌﾟの了承を得た方法、ﾎﾟｲﾝﾄ等	
着手から宣言までの期間	
苦労した点	
宣言してよかったこと	
消費者対応部門のかかわり方	
これから宣言する企業に一言	

4. 調査結果（主な統計データ）

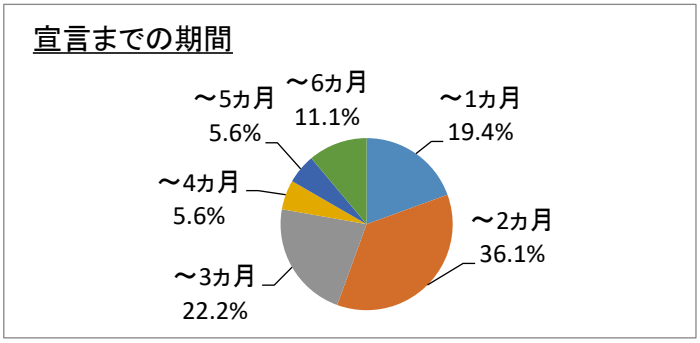
業種	回答数	
食　品	10	27.8%
繊維・衣料	2	5.6%
化　学	6	16.7%
電　気	1	2.8%
その他製造	1	2.8%
流通・サービス	0	0.0%
電力・ガス・通信	1	2.8%
金融・保険	15	41.7%
	36	100%



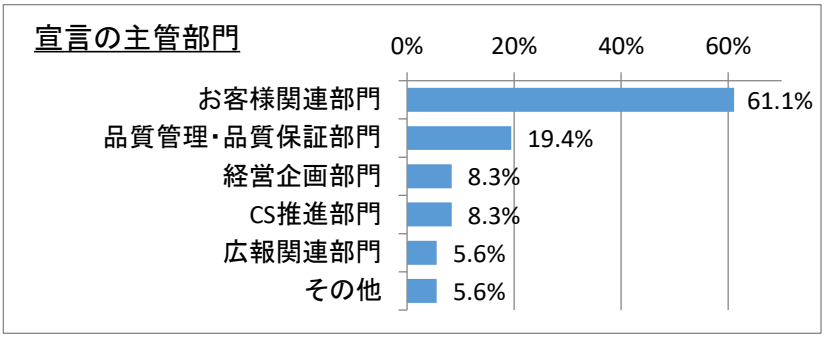
宣言年月	回答数	
2016年12月	1	2.8%
2017年1月	26	72.2%
2017年2月	3	8.3%
2017年3月	1	2.8%
2017年4月	3	8.3%
2017年5月	0	0.0%
2017年6月	0	0.0%
2017年7月	1	2.8%
2017年8月	0	0.0%
2017年9月	0	0.0%
2017年10月	1	2.8%
	36	100%



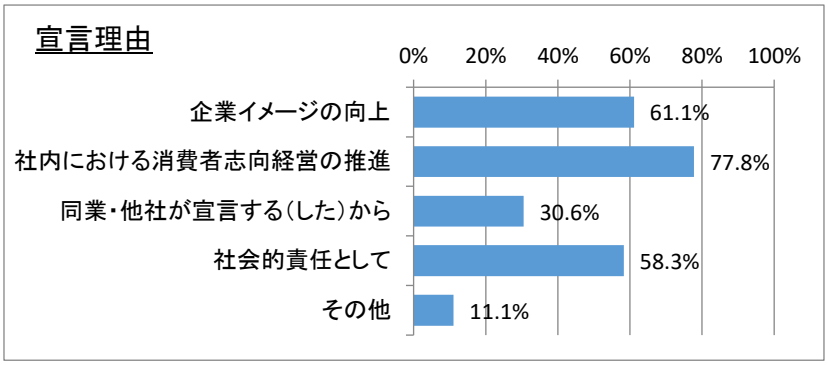
宣言までの期間	回答数	
～1カ月	7	19.4%
～2カ月	13	36.1%
～3カ月	8	22.2%
～4カ月	2	5.6%
～5カ月	2	5.6%
～6カ月	4	11.1%
	36	100%



主管部門	回答数	
お客様関連部門	22	61.1%
品質管理・品質保証部門	7	19.4%
経営企画部門	3	8.3%
CS推進部門	3	8.3%
広報関連部門	2	5.6%
その他	2	5.6%
（*複数回答）	36	100%



宣言理由	回答数	
企業イメージの向上	22	61.1%
社内における消費者志向経営の推進	28	77.8%
同業・他社が宣言する（した）から	11	30.6%
社会的責任として	21	58.3%
その他	4	11.1%
（*複数回答）	36	100%



５．事例集（個別調査票）

＊業種は、ACAP の分類による

１	食　品
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	ＣＳＲ部門　サスティナビリティー推進グループ
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ⑤．その他（具体的にお願いします↓） ファーストエントリーで行政の取り組みに協力する姿勢
宣言に向けての社内体制	消費者庁のキックオフを受け、客相が旗振り役となって取り組む。 グループ全体で宣言するため、HD 社の CSR 部門が主体となって推進。
トップの了承を得た方法、ポイント等	行政（消費者庁）が推進している活動であり、その要請に対してグループとして宣言（特にファーストエントリー）を行うことで、一体的な取り組みとして発信しやすく、「社会的価値向上」に大きく寄与するものである。 消費者基本法にもあるとおり、企業の責務として、行政の取り組みに協力していく。 自社の経営理念にある「お客様満足の追求」とは、まさに「消費者志向経営」である。 実際にグループ全体で取り組んでいる食育や適性飲酒などの啓発は継続的に行ってきているため、宣言しても違和感はない。
着手から宣言までの期間	2016 年 10 月 27 日～2017 年 1 月 16 日
苦労した点	宣言のたたき台を作ること　⇒　AB 客相で作成 社内での調整　⇒　HD 社との連携 期日までに経営トップの了承を取り付けること
宣言してよかったこと	社内での意識づけに寄与している。今まで会社として取り組んできた活動を、改めて宣言の項目に照らし合わせて確認することで、何が出来ていて何が足りていないのかを確認することができた。 正直なところ、宣言をしていてもそれに関する消費者からのお問い合わせは無い。
消費者対応部門のかかわり方	旗振り役（ミーティングなどこちらが主導で） HD 社との連携 グループ各社の客相との情報共有および連携 宣言のたたき台を作成 随時新しい情報があれば共有化 消費者庁側との窓口（申請はこちらで行った） メンバーに期日を意識させる
これから宣言する企業に一言	

2	食　品
宣言年月	２０１７年４月
宣言の主管・担当部署	グループ本社　広報・ＩＲ部
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　２．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	グループ本社の広報・ＩＲ部、ＣＳＲ部と、事業会社のお客様相談部が連携
トップの了承を得た方法、ポイント等	上記３部署が内容を検討し、グループ本社での宣言は、事業内容の異なる会社を含めたグループ本社トータルでの宣言は困難と判断。事業会社での宣言を決め、宣言内容を決定。事業会社社長に上記３部署で説明を行い、決済を得た。
着手から宣言までの期間	６ケ月
苦労した点	社内関係各所のコンセンサス
宣言してよかったこと	自主宣言のための新たな取組を設定する事は負担も大きいので、既に実施しているお客様に対する取組内容で宣言をした。結果として社内での取組の再アピールが出来た。
消費者対応部門のかかわり方	上述の通り、グループ本社の関係２部署と連携。宣言内容の設定をリーディング
これから宣言する企業に一言	当たり前に行っている消費者対応について、自社の強みを宣言すれば良いかと思います。

3	食　品
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	広報担当部署、お客様相談室
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　(2.) 社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　(4.) 社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	主管部門から声を掛けて、関係部署（広報、CSR、ブランド戦略担当、品質保証）から代表者を選出し、部門横断で検討実施。
トップの了承を得た方法、ポイント等	・主管担当部署の役員から社長及び関係部署のトップへ趣旨を説明。 ・ポイントは、宣言することでお客様からの信頼を得る点、またグループ社員のお客様志向の意識醸成につながる点を説明。
着手から宣言までの期間	約２ヶ月
苦労した点	関係部門間での取り組み方針のレベル合わせ。
宣言してよかったこと	・現在の取り組みがあらためて消費者志向経営につながっていることを実感した。 ・関係部署との連携をより一層意識して取り組むようになった。
消費者対応部門のかかわり方	・消費者志向経営の目指す姿、宣言の目的についての理解浸透。 ・フォローアップの取りまとめ役。
これから宣言する企業に一言	自主宣言に特別なことを盛り込むのではなく、現在取り組んでいる内容を宣言し、活動していく中でレベルアップしていくという考え方で良いと思います。

4	食　品
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	品質保証部お客様センター
宣言に至った理由（複数選択可）	(1.) 企業イメージの向上　(2) 社内における消費者志向経営の浸透 (3.) 同業・他社が宣言する（した）から　(4) 社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	お客様対応統括管理責任者（お客様センターが所属する組織の長）をリーダーとし、実務部隊をお客様センターが担い、関係部署と協働しながら宣言に向けた準備を行った。
トップの了承を得た方法、ポイント等	先行していた ISO10002 自己適合宣言の取り組みと併せて、経営層へ背景や主旨など説明したことで理解が得やすかった。
着手から宣言までの期間	約３ヵ月。
苦労した点	宣言文を自社ＨＰに掲載するに当たって、ＨＰの構成上の制約があったこと。
宣言してよかったこと	宣言を行うにあたり、社長や経営層から、弊社経営理念や行動規範は消費者志向経営に直結していること、今後の方針などをあらためて全社に向け発信された。各自の意識醸成に役立った。
消費者対応部門のかかわり方	主幹部署として、社内に消費者志向経営を推進する。
これから宣言する企業に一言	お客様視点を大切にする企業であるかどうかを、お客様が判断する際の指標になると思います。宣言することは通過点に過ぎず、お客様志向の意識や仕組みを組織の中で浸透させていくことが重要になると思います。

5	食　品
宣言年月	２０１７年４月
宣言の主管・担当部署	お客様対応部門の本部が主管部署
宣言に至った理由（複数選択可）	(1.) 企業イメージの向上　(2.) 社内における消費者志向経営の浸透 (3.) 同業・他社が宣言する（した）から　(4.) 社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	お客様対応部署が中心となり、品質保証部門、CSR 部門、 コンプライアンス部門等への確認・調整を行い、策定した。
トップの了承を得た方法、ポイント等	関係各部署の責任者と協議し了解をとった上で、社長決裁へ繋げた。
着手から宣言までの期間	５ヶ月
苦労した点	・関係各部署の責任者との協議、調整。 ・既に公表している企業理念や指針等との整合性やワーディング。
宣言してよかったこと	消費者志向経営に関する内容を一つの宣言にまとめたことで お客様に対しわかりやすいメッセージとなったとともに グループ内における活動の指針にもなった。
消費者対応部門のかかわり方	宣言策定の主管であり、消費者志向経営をグループ全社で推進する役割を担っている。
これから宣言する企業に一言	消費者志向経営の理念を具体的な企業活動へ結びつける上で、 グループ全体としての方針を再確認でき、意義があった。

6	食　品
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	経営企画部（ブランド推進部が宣言に向け推進し、宣言の主管部署は経営企画部へ）
宣言に至った理由（複数選択可）	①　企業イメージの向上　②　社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④　社会的責任として ⑤　その他（具体的にお願いします↓） （“消費者志向経営”は会社経営そのものであるとの判断 ～ 当時の社長より）
宣言に向けての社内体制	・特に宣言に向けての新たな社内体制はない。 （主管部署を、ブランド推進部から経営企画部へ変更。）
トップの了承を得た方法、ポイント等	・役員会の付議・報告案件であり、事前に各役員毎に個別の説明を行い周知できた。 （経緯、検討会資料、メリット、取り組み具体例への自己評価、業界への影響力等） ・社長への事前説明の中で、今件は“将に会社経営そのものである”との判断あり。 ⇒社長より、役員会起案部署をブランド推進部から経営企画部へ変更の指示あり。
着手から宣言までの期間	約１ヶ月半
苦労した点	・短期間での各役員への事前の個別説明のスケジュール調整。 ・各役員への説明資料の構成（組み立て） ・持ち株会社の各部門への根回し。
宣言してよかったこと	・経営企画部が主管部署となった為に、今後も会社経営そのものとして推進できる。 ・業界のリーディング・カンパニーとして、業界の消費者志向向上の牽引役となる。 ・次回の“消費者志向経営 ACAP 経営トップセミナー”に、弊社社長の出席予約を入れる事ができた。
消費者対応部門のかかわり方	・消費者対応部門だけの取組みではなく、全社的な取組みとして位置付けされた。 ・特に、お客様相談センター及び品質保証部が中心的な役割を担って行く。
これから宣言する企業に一言	・“消費者志向経営の推進”は、消費者対応部門だけの取り組みではなく、会社経営そのものであるとの理解が大切であり、全社的な取組みであると位置付ける事。 ・“宣言”に向けてお客様対応部門だけからの情報発信だと、関連の弱い部署によっては全く腑に落ちない部署もあると思われる。トップダウンあるいは会社経営に直結する経営企画部門等を巻き込んだ取り組みにする事をお勧めする。

7	食　品
宣言年月	２０１７年２月
宣言の主管・担当部署	お客様相談センター
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	お客様相談センターにて原案を作成し、社内で共有、発信
トップの了承を得た方法、ポイント等	担当役員から社長へ報告、了解を得た
着手から宣言までの期間	６ヶ月
苦労した点	宣言内容の策定
宣言してよかったこと	社内の消費者志向への啓蒙
消費者対応部門のかかわり方	お客様相談センターが中心となり、宣言の準備をすすめた
これから宣言する企業に一言	

8	食　品
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客様サービス部
宣言に至った理由（複数選択可）	(1)．企業イメージの向上　(2) 社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	お客様サービス部内に消費者志向推進チームを立ち上げた（3名）
トップの了承を得た方法、ポイント等	① 宣言文の案を取締役、副社長、社外取締役に個別事前説明 ② 経営会議にて説明 ③ 取締役会にて了承を得る
着手から宣言までの期間	４ケ月
苦労した点	・事業会社としての宣言、グループ全体での宣言までには至っていない。 ・お客様という言葉を行動指針をはじめ用いている。今後は、消費者という言葉に全て変えていくのかとの質問が多く出た。 ・消費者視点に立った活動、考え方がどこまでできているのか。 ・ネガティブ情報の発信までには至っていない。 ・消費者との双方向コミュニケ-ションも十分ではない。 ・社会の課題を捉えた改善や開発までには至っていない。
宣言してよかったこと	・一部の経営層と従業員において、消費者視点に一歩目が向いたこと ・経営計画に消費者視点が組み込まれつつある
消費者対応部門のかかわり方	・主管部署として消費者志向経営を推進する ・宣言文原案の作成、更新 ・海外を含むグループ全社長に説明会を実施、グループ展示会で紹介
これから宣言する企業に一言	宣言ありきにならないよう仕組みづくりが大事です。 ・消費者部門が主管部署となりすすめること ・関連部門の協力を得ること ・考課検証方法を考えること ・浸透度を数値化して捉えること ・組織をつくること ・各部門、各グループ会社に消費者志向推進担当者を設けること ・会議体をつくること　消費者志向推進会議など

９	食　品
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	経営企画部
宣言に至った理由	１．企業イメージの向上　　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として　　５．その他
宣言に向けての社内体制	トップダウンに始まり、常務会の承認を通じて迅速に宣言まで持ち込みました
トップの了承を得た方法、ポイント等	当社は、創業以来、常にお客様を考え、健康創造企業の実現を目指していたが、これまで社外にトップメッセージを発しておらず、これを機会に社内外に「消費者志向」を明文化、社内にもその統一感を持たせることが重要であることが必要であることをお伝えしました
着手から宣言までの期間	年明けからの１週間
苦労した点	通り一遍の宣言内容を避け、当社の取り組み内容からオリジナリティのある宣言としたことです
宣言してよかったこと	製品事故の防止のみならず、「お客様の生の声」を取り入れたブランド価値の向上も「消費者志向自主宣言」の実現には欠かせない活動として、「お客様第一主義」をスローガンのみならず、社内それぞれに現実的な一体感を持たせることができました
消費者対応部門のかかわり方	経営会議にて「お客様の生の声」を実際の音声共有し、「お客様情報会議」を主催、「お客様の生の声」からの課題共有と対策を検討しております
これから宣言する企業に一言	「お客様第一主義」等々のスローガンは掲げられているものの、全社員が実際はどのように行動すべきか、この点はいつも後回しの経営課題になりがちですが、「消費者志向自主宣言」の公表を通じて全社で現状の立ち位置を確認し「お客様第一主義」を見つめ直し具体的な実行に移すよい機会となりました

１０	食　品
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客さまサービス部
宣言に至った理由	①　企業イメージの向上　　②　社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④　社会的責任として　　５．その他
宣言に向けての社内体制	
トップの了承を得た方法、ポイント等	消費者志向経営は当社の経営理念と合致していること、宣言することが消費者の信頼の獲得につながることを担当役員に説明、了承を得たのち、トップの了承を得た。
着手から宣言までの期間	２カ月
苦労した点	各部門に　・「消費者志向自主宣言」の主旨を理解してもらうこと。 ・文面の文言について承認を得ること。
宣言してよかったこと	・企業として「消費者志向経営」を実践するための目標ができたこと。 ・社員に「消費者志向」を浸透させる明確な理由ができたこと。
消費者対応部門のかかわり方	・お客さまから寄せられた声を、社内に共有するとともに、お客さまの満足につながる内容については関係部門へ随時提案し、商品・サービスに活かしていくこと。 ・社内において、常に「消費者志向」を考えて行動するよう、継続的に研修等を実施していくこと。
これから宣言する企業に一言	これからの時代は、お客さまとの友好な信頼関係を築かないと経営が成り立たないと考えます。そのために、「消費者志向自主宣言」は絶好のアピールの場です。

１１	繊維・衣料
宣言年月	２０１６年１２月
宣言の主管・担当部署	お客様相談室
宣言に至った理由	１．企業イメージの向上　(2) 社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　(4) 社会的責任として　５．その他
宣言に向けての社内体制	お客様相談室担当役員の社長以下取締役会のバックアップを得て自主宣言の体制を整備。
トップの了承を得た方法、ポイント等	2016 年 8 月 25 日の ACAP 東京例会での消費者庁澤井課長の講演の報告で「消費者志向自主宣言」に取り組む必要性を説明し、2016 年 10 月 24 日の消費者志向経営推進キックオフシンポジウムの資料及び報告により決済をいただきました。
着手から宣言までの期間	3 ヶ月（ISO10002 構築の際に作成したベースを活用したので短期間で体制を整えられました。）
苦労した点	お客様に理解していただける言葉で自主宣言の文章を作成するのに苦労しました。
宣言してよかったこと	外部の方に会社の姿勢を伝えやすくなりました。
消費者対応部門のかかわり方	主幹部門
これから宣言する企業に一言	企業、特に ACAP に加入している企業は消費者志向の体制があるので自主宣言はしやすいと考えます。

１２	繊維・衣料
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	CS 推進部
宣言に至った理由	(1) 企業イメージの向上　(2) 社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として　５．その他
宣言に向けての社内体制	CS 推進部は社長直轄部署なため、消費者庁からの情報と宣言案を合わせ、社長に具申し承認を得るという形をとった。その後、社内に伝達し、全社員が集まる経営方針発表会でも社長から報告を行った。
トップの了承を得た方法、ポイント等	2016 年度、消費者センターに入った弊社の苦情が 0 件であったことを報告し、今後も社員ひとりひとりが、より消費者志向の行動をとるという方針を社長から強く発信して欲しいとお願いした。
着手から宣言までの期間	２ヵ月程度。
苦労した点	宣言することについて社長からすぐに承認を得られたことで、どのように HP 上に掲載するのか、他の社会貢献の活動とどうリンクするのか、担当部署と詰める点が苦労した。
宣言してよかったこと	2016 年度は 1 年かけて CS 推進部より特定商取引法の遵守についての研修を営業担当者に行ったため、2017 年度は、一端 CS 推進部の研修は休むことになっていたが、自主宣言を行ったことや、それに則った行動を行うことを営業担当者へ浸透する必要があると、研修統括部長に説明し、2017 年度も CS 推進部の研修時間を取ることができ、消費者志向について、お客様最前線の営業担当者に考えてもらうプログラムを挿入できた。また、5 月 22 日消費者月間シンポジウムでも、消費者志向経営への取り組みについて、代表取締役より短い時間ではあったが、講演ができた。
消費者対応部門のかかわり方	消費者志向経営取り組みに対する、立案、宣言、社内浸透、今後のフォローアップ、すべてに関わる主幹部署
これから宣言する企業に一言	消費者志向経営というテーマで、経営層とともに考え、関連する自社の活動を整理し、今後の方向性について考える良いきっかけだと思います。

１３	化　学
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	品質保証部門／消費者相談部門
宣言に至った理由	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	弊社はこれまでも全社で消費者起点の取り組みを続けてまいりました。今回の宣言は、消費者対応を担当している部門と品質保証を統括・推進している部門が共同で主導しました。
トップの了承を得た方法、ポイント等	経営会議で提案、宣言をきっかけに自社の消費者志向の取り組みを更にレベルアップし、フォローアップすることによる見える化を提案。良好な企業イメージの醸成を促進する効果があると提言し、了承を得ました。
着手から宣言までの期間	約２カ月
苦労した点	消費者起点の精神は企業理念として全社で共有されており、消費者志向の取組みも全社で常に継続的に進めているため、宣言すること自体に苦労はありませんでした。
宣言してよかったこと	これまでの消費者志向の取組について、あらためて、更なるレベルアップを検討するきっかけになりました。
消費者対応部門のかかわり方	主管部門の一つとして、品質保証部門と協同で、全社的な取り組みのレベルアップを推進します。
これから宣言する企業に一言	弊社では、日々の活動として行っている消費者志向の取り組みを整理する形で宣言にしました。明文化して呈示することで、社内の意識も高まり、日々の活動がスパイラルアップしていく効果も期待できると思います。

１４	化　学
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	コンシューマーセンター
宣言に至った理由	１．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ③．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として　５．その他
宣言に向けての社内体制	コンシューマーセンターが中心となり、関連部門と内容を調整、経営陣へ提案し、了解をいただき宣言。
トップの了承を得た方法、ポイント等	現在の企業方針である「お客さま起点」とベースに「消費者志向経営宣言」を社内外にすることで、社内のお客さま志向へのドライブをかけるために有効であることをアピール。トップ自らがお客さまの声に真摯に向き合う状況を写真で掲載する案を提案し、了解を得た。
着手から宣言までの期間	約２か月
苦労した点	内容の了解をとるのに、多くの部門との調整が必要だった点
宣言してよかったこと	社内で何か課題が出てきた時に、「こうやって消費者志向経営を宣言しているのだから、これは対策を取るべき」というように会社の姿勢を明確に共有できる。
消費者対応部門のかかわり方	消費者対応と社内への情報フィードバック、改善へのドライブとすべての機能がコンシューマーセンター内にある。
これから宣言する企業に一言	トップの意識改革、さらには社内風土改革のツールとなります。難しく考えるのではなく、お客さまのために何ができるのか、そのためにはどうしたらよいのかという点を宣言のためにディスカッションをすることで、やるべきこと、改善するべきことが見えてきます。また、宣言したことで、それを実現するための責任がトップに生じますので、トップのスポンサードを受けやすくなります。

１５	化　学
宣言年月	２０１７年７月
宣言の主管・担当部署	品質保証部
宣言に至った理由	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として　５．その他
宣言に向けての社内体制	自主宣言内容の周知、社内連携フローの強化、方針や指針の策定。
トップの了承を得た方法、ポイント等	自主宣言の目的と、必要性をご理解いただけたこと。
着手から宣言までの期間	約半年間。
苦労した点	各部署との調整。
宣言してよかったこと	市場動向やお客様の声に耳を傾ける姿勢が社内で強化できたこと。
消費者対応部門のかかわり方	お申出を真摯に受け止め迅速に対応し、 お客様の声や情報を社内に周知徹底する。
これから宣言する企業に一言	

１６	化　学
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	カスタマーサービスセンター　お客様視点推進事務局
宣言に至った理由	１．企業イメージの向上　２．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	お客様視点推進事務局（窓口部門）を中心に、総務部門、CSR 部門、広報部門で協議。
トップの了承を得た方法、ポイント等	日頃からお客様（消費者）志向を謳っている当社として、消費者庁が推奨する主旨に賛同し、今まで実施してきた事を改めて形にして宣言する事で、企業価値向上、消費者トラブルの減少、リスクの軽減、従業員の仕事へのモチベーション向上が期待できると判断したため。消費者志向自主宣言について検討をおこなっていた部門よりトップへ上申し承諾を得たのち、取締役、監査役らで構成する経営会議にて消費者志向宣言を行うことにつき、報告がなされた。
着手から宣言までの期間	1 カ月
苦労した点	形だけの宣言ではなく、今まで実施してきた事に裏付けられた、より具体的な表現とすること
宣言してよかったこと	改めて全社的に、お客様視点を意識するきっかけとなった。
消費者対応部門のかかわり方	通信販売、店頭にてお客様から寄せられるお声（年間約 36 万件）を当社独自の「○○○○システム」　に入力してデータベース化し、全社員がいつでもお客様の声を閲覧・集計・分析ができる環境にしています。また、お客様視点推進事務局を設置し、お客様からのご意見・ご要望に応える取組みを推進し、営業、品質保証、お客様窓口、法務関連部門で、品質や安全性に関する会議体を設け定期的に情報共有し連携しております。
これから宣言する企業に一言	多くの企業が消費者志向を意識することで、結果的に様々な業界においてサービスや商品の品質が高まり、ユーザーからの信頼につながると考えます。

１７	化　学
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客様相談センター
宣言に至った理由	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	CSR 本部との連動。
トップの了承を得た方法、ポイント等	社業を通した社会貢献を行政の力を借りて広くお客様へ伝えたい。
着手から宣言までの期間	2 ヵ月半
苦労した点	関連部門担当役員への根回し。
宣言してよかったこと	社内外に於いてお客様相談センターの部門価値が向上したこと。
消費者対応部門のかかわり方	宣言した内容に沿って CSR 報告書や統合レポートに記載すること。
これから宣言する企業に一言	お客様のために、今、現場で推進している事を宣言としてまとめること。

１８	化　学
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客様対応部署
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ⑤．その他（具体的にお願いします↓） 当社では長年にわたり消費者志向経営の考えに合致する具体的な事業活動を推進しており、その内容を再整理し、社内外での理解・認知を広めるために宣言した。
宣言に向けての社内体制	以前より経営理念として消費者志向に通じた事業活動を継続しており、それを、お客様対応部署が経営企画・CSR・品質保証・広報部署と連携し、消費者志向自主宣言として再構築した。
トップの了承を得た方法、ポイント等	直接経営トップに、当社が歴史的に取り組んできた事業活動や社会への貢献活動等と相通じる消費者志向経営の価値観について詳細に説明し、本宣言の意義と重要性について理解を得たこと。
着手から宣言までの期間	約１ヶ月
苦労した点	消費者庁の推進発表から第 1 回宣言までの短時間に、経営陣の承認を得つつ、関連部署への説明と理解・協力を得るに至ったこと。
宣言してよかったこと	経営理念を具体的なかたちとして表現できたこと。 社内への消費者視点醸成の啓発活動促進のためのツールとして活用できること。
消費者対応部門のかかわり方	消費者対応部門の関わり方が特に変化することはないが、同部門だけではなく、全社員一人ひとりが消費者対応（消費者志向を持った業務）に携わっていることについて再認識･行動変革させる効果がある。
これから宣言する企業に一言	本宣言は、経営トップが企業活動の根幹となる考え方を指し示した上で、具体的取り組みを提示するものである（企業の経営理念、行動指針そのもの）。したがって推進に当たっては、宣言までの手順が重要であり、弊社では、まず直接経営トップの理解を得た後に、必要な会議体等で承認を得るように進めた。

１９	その他製造
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	生産力革新センター　CS 品質グループ
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　②社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	主体となる CS 担当チームに加えて「宣言」を担当する企画担当を別に指名し、推進した。
トップの了承を得た方法、ポイント等	決裁書への承認取得 関係部署及びその責任者(役員)に説明し、賛同を得て、最終承認を取得。 ・新たな取組みではなく、 既存の方針や理念こそが消費者志向であるとの再認識と活動の徹底をする機会 ・既存の社内活動を社外団体と連動した活動として発信ができる機会
着手から宣言までの期間	1 か月
苦労した点	・自主宣言活動の趣旨説明と 社内「CS 品質経営方針」の理念徹底の活動との連動
宣言してよかったこと	「消費者志向自主宣言」をして、「ＣＳ品質経営方針」を社内外へ再発信することで、「人の質」「仕組みの質」「モノの質」の磨き上げに　より一層積極的に取り組むことができ、グループ一丸となって「指名され続ける品質」の実現を目指す活動の展開ができている。 《理　念》 「ＣＳ品質」を経営の基軸と定め、すべての事業活動において、モノの品質革新に徹底的にこだわり、お客様の期待に応える価値（商品・サービス）を常にお届けし、お客様に継続的に当社を選択していただき、お客様とともに長期的に発展、成長し続けることを目指します。
消費者対応部門のかかわり方	お客様相談室などでお受けした「お客様の声」を機関誌に掲載し「モノづくりのはじまりはお客様の声から」をモットーにした記事内容で　「消費者志向」を推進/確認している。 また、お客様の声(VOC)のさらなる活用に向けた新たな活動を推進しています。
これから宣言する企業に一言	新たな取り組みではなく、今まで取り組んでこられた「消費者志向」の活動を見直す機会として「自主宣言」をされるのがいいと思います。 既存の社内の方針を再確認され、その理念に沿った活動の徹底を進める良い機会です。 特に、御社における“お客様”の定義を再確認され、社員一人ひとりの行動に関わっていることを明確にされることがよいと思います。

２０	電　気
宣言年月	２０１７年３月
宣言の主管・担当部署	コーポレートコミュニケーション部　カスタマーコミュニケーションセンター
宣言に至った理由（複数選択可）	①企業イメージの向上　２．社内における消費者志向経営の浸透 ③同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	広報部門、ＣＳＲレポート担当部門との共同
トップの了承を得た方法、ポイント等	広報部門での了承を得て、担当役員報告で申し添え。
着手から宣言までの期間	半年
苦労した点	Ｂ２Ｂ企業には宣言後の効果が把握しにくいこと、社内にアピールする工夫がいること。
宣言してよかったこと	
消費者対応部門のかかわり方	Ｂ２Ｂ企業なので基本的には直接のかかわり無し。
これから宣言する企業に一言	

２１	電力・ガス・電話・通信
宣言年月	２０１７年２月
宣言の主管・担当部署	営業部
宣言に至った理由（複数選択可）	①企業イメージの向上　②社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④社会的責任として ⑤その他（具体的にお願いします↓） 当社の経営理念に一致する
宣言に向けての社内体制	経営とマーケティング担当部門で推進
トップの了承を得た方法、ポイント等	トップ自ら提案
着手から宣言までの期間	２ヶ月
苦労した点	消費者の皆さんに分かり易く方針を纏めていく点
宣言してよかったこと	・社内の意識向上 ・営業推進に役立つ ・サービス向上に役立つ
消費者対応部門のかかわり方	経営、営業フロント、バックオフィス・オペレーション、広報の連携体制を構築
これから宣言する企業に一言	多くの企業が参加することを望んでいます

２２	金融・保険
宣言年月	２０１７年２月
宣言の主管・担当部署	お客様相談室
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ③．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	お客様相談室とコンプライアンス部がリード
トップの了承を得た方法、ポイント等	“お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針”と合わせての提案
着手から宣言までの期間	約１か月半
苦労した点	申請期限までの自主宣言内容の確定と社内決定
宣言してよかったこと	お客さまに自信を持って対応できる
消費者対応部門のかかわり方	常に消費者志向自主宣言を念頭においてお客さまと対応している
これから宣言する企業に一言	お客様さま一主義を実践するために必要不可欠な宣言だと思います

２３	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客様サービス部
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ③．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	弊社では、これまでも「お客様満足・現場力向上委員会」を通じて、「お客様の声」を収集し、改善策を検討・実施してきましたが、「消費者志向自主宣言」および「お客様本位の業務運営に関する基本方針」の公表を受け、同委員会の下に、「お客様の声部会」を設置しました。 同部会では、社外委員として消費者問題の有識者を加え、これまで以上にお客様の視点に立ったサービス向上策を検討・実施していきます。
トップの了承を得た方法、ポイント等	弊社の経営理念である「まごころの奉仕」が消費者志向経営と合致していること、金融庁が求めるフィデューシャリー・デューティーの実践にもつながること、生命保険協会でも消費者志向経営を推進しており、生命保険各社が宣言していること、などを説明し、取締役会で決定しました。
着手から宣言までの期間	２カ月間
苦労した点	既に制定している法令等に基づく各種方針や本年 5 月に公表した「お客様本位の業務運営に関する基本方針」との関係整理。
宣言してよかったこと	生命保険会社以外の企業からも注目され、ＡＣＡＰ等を通じて様々な業界の取組みを伺うことができること。
消費者対応部門のかかわり方	新設した「お客様の声部会」を通じて、営業部門・事務部門・管理部門など全社横断的に業務改善を検討しています。
これから宣言する企業に一言	これまで取組みが十分でないと感じている企業であっても、宣言をすることが社内を変革していくきっかけになると思いますので、積極的に宣言を検討してはどうかと思います。

２４	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	品質管理部
宣言に至った理由（複数選択可）	(1) 企業イメージの向上　(2) 社内における消費者志向経営の浸透 (3) 同業・他社が宣言する（した）から　(4) 社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	品質管理部が中心となり品質改善会議・コンプライアンス委員会・消費者団体意見交換会・社員研修等で社内取組みを活性化して取組み内容を具現化している。
トップの了承を得た方法、ポイント等	消費者志向経営自主宣言の主旨を経営陣に伝え、顧客本位の経営運営の重要性を伝えて社内承認を得た。経営トップには事前に ①宣言の背景 ②消費者志向経営の推進の意味 ③消費者志向経営推進の目的の重要性 ④顧客重視の経営運営の大切さ ⑤取り組むべき活動と課題把握⑥真のお客さま対応向上に不可欠な重要宣言であることを伝えた。
着手から宣言までの期間	5ヶ月
苦労した点	① 「消費者志向自主宣言」の主旨について、社内の一般職員に具体的な取組み活動の内容を分かり易く伝える事例を収集して伝えなければならなかった点。 ② 消費者が有している義務権利の再確認を年間研修プログラムに追加変更した点。 ③ グループ２社にも自主宣言を同月に発表するように事前に働きかけをした点
宣言してよかったこと	① 本宣言を通じて全役職員が研修等を通じて消費者の権利を再認識して、今後の具体的な取組み活動の課題が明確になったこと。 ② 保険会社としてお客さまに提供すべき、安心・安全・公平性の対応サービスを、消費者の信頼をさらに得るために何をすべきか、協議・再認識が出来た点。 ③ 企業の社会的責任について、役職員が自身の個々の業務にどのように反映させて取り入れるのかを協議し課題が明確になってきたこと。
消費者対応部門のかかわり方	① 消費者の権利や企業が取組むべき消費者志向経営の取組みの具体的な事例研修を社内で展開中。 ② 自主宣言後、お客さまからのご指摘を受けて４８時間以内にホームページに迅速に掲載回答するホールマークス・システムなど取組みの事例が増えてきた。 ③ 品質管理部より各消費者対応部門には本宣言は年度毎における継続取組みが重要と社内で活動目的を周知させている。
これから宣言する企業に一言	① 宣言する際に重要な点は、今後の活動目的を明確にして社内での継続的活動を実践すること。 ② 取組み成果を継続的にお客さまに報告することで、お客さまから信頼を得ることが本宣言の要です。宣言ありきではなく活動目的ありきと理解すべき。 ③ 「消費者志向をなぜ改めて宣言するのか？」との疑問を抱く経営者が多いと聞いている。本宣言を社内で上申をする際には詳細な資料を多く添付するよりも消費者庁が作成した「消費者志向経営の推進について」ＰＰ資料等を使ってシンプルに社内上申することをお勧めする。

２５	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客様サービス推進部門
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　(２．)社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　(４．)社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	主管部署にてドラフトを作成し経営陣およびトップによるレビューを経たうえで、経営会議にて審議決定しました。
トップの了承を得た方法、ポイント等	・消費者庁、ACAP 等における消費者志向経営に向けた推進状況について、トップへ適宜報告をしたこと ・消費者志向自主宣言を作成するにあたり、早い段階でトップの意見・考え方を確認したこと。
着手から宣言までの期間	約３カ月
苦労した点	消費者志向自主宣言を作成するにあたり、社内に複数存在する消費者・お客様サービスに関する規程等の関係を網羅的に整理する作業に時間がかかりました。
宣言してよかったこと	今まで以上に各部署が主体的にサービス向上に向けた業務改善や、苦情の再発防止に取り組む風土の醸成につながっていると思います。
消費者対応部門のかかわり方	顧客サービス部門においては、お客様に寄り添い配慮ある対応をすることについて「お客様対応の業務手順書」のなかに落とし込み実践しています。
これから宣言する企業に一言	宣言して終わりということではなく、継続して実施するフォローアップ活動を通じ、お客様から信頼される企業へ着実に歩を進めることができます。

２６	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客さまサービス統括部
宣言に至った理由（複数選択可）	(１．)企業イメージの向上　(２．)社内における消費者志向経営の浸透 (３．)同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	主管部であるお客さまサービス統括部と経営企画部門が中心となって、経営層や関連所管部と調整を図りながらとりまとめ、機関決定へ。
トップの了承を得た方法、ポイント等	同業他社の動向。
着手から宣言までの期間	約３週間
苦労した点	宣言の機関決定から実際の宣言まで極めて短期間であったこと。 宣言内容の社内調整。
宣言してよかったこと	消費者志向の経営を意識統一し、改めて消費者志向とはどういうことかを整理できたこと。 消費者志向に向けた具体的取り組みを新たに創出できたこと。
消費者対応部門のかかわり方	主管部として取り組んでいる。
これから宣言する企業に一言	既に消費者志向を企業理念や経営方針に取り込んでいる場合においても、宣言に取り組むことで消費者志向の考え方を整理でき、他社の取組みを意識できる。そこに新たな気づきが生まれ、理念や方針にさらに魂を入れることができると思う。

２７	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客さま本位推進部
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　２．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ⑤ その他（具体的にお願いします↓） 「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」の実施趣旨に賛同して
宣言に向けての社内体制	主管文書で作成し、起案。関係部門に協議。部門横断的な会議体である「ＣＳ向上委員会」で審議。
トップの了承を得た方法、ポイント等	経営会議での審議を行った。「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」の実施趣旨と、宣言内容について、これまでの取組みを継続し、レベルアップしていくことを謳ったものとしたことが、了承を得られたポイントではないかと考える。
着手から宣言までの期間	約２ヶ月
苦労した点	経営会議や取締役会（報告）の日程が確定していたため、実務的なスケジュールが非常にタイトになったこと。
宣言してよかったこと	これまでの取組みを整理し、それを継続してレベルアップしていくことが、お客さま満足の向上に繋がり、消費者志向の実現にも繋がることが、再確認できたこと。
消費者対応部門のかかわり方	引き続き、主管部署として、かかわっていく。
これから宣言する企業に一言	自社の取組みを俯瞰し、関係各部門との意識をあわせていくことは、非常に重要であると思います。そのための手段として「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」を活用することは有効なものと考えています。

２８	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	ＤＳＲ品質推進部　消費者関係推進室
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ③．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	ＤＳＲ品質推進部　消費者関係推進室が中心となり、ＤＳＲ推進室・経営企画部・人事部・業務部と連携して内容検討
トップの了承を得た方法、ポイント等	当社は古くから消費者対応に力を入れており、トップからぜひ宣言を出すようにとの意向があった
着手から宣言までの期間	2016 年 11 月下旬から 2017 年 1 月 16 日まで
苦労した点	宣言の担当部署がなかなか決まらなかったこと、作成した案に対してさまざまな所管からたくさんの意見があり、内容がなかなか決まらなかったこと
宣言してよかったこと	当社は創業以来の経営理念が「お客さま第一主義」であり、古くから消費者対応に力を入れているが、今回宣言を出すことによって改めて社内で消費者志向の重要性が全社員で再確認できるきっかけになったこと
消費者対応部門のかかわり方	宣言の担当部署である
これから宣言する企業に一言	全社員へ浸透させていくことが課題ですが、社内で消費者志向の重要性が全社員で再確認できるきっかけにもなるので、いい機会になると思います。

２９	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	宣言の主管　コミュニケーションセンター部　（旧　お客様サービス推進部） 担当部署　　お客様相談室
宣言に至った理由	(1) 企業イメージの向上　(2) 社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　(4) 社会的責任として　５．その他
宣言に向けての社内体制	宣言は、消費者対応部門であるお客様サービス推進部(現:コミュニケーションセンター部)お客様相談室が主導で作成。企画部・お客様サービス推進部共同議案として経営執行会議に報告。
トップの了承を得た方法、ポイント等	異例案件として、社長(トップ)へ了解を得たうえで、経営執行会議において付議した。その際に業界他社の宣言に向けた動きの把握がポイントとなった。また、生保協会が奨励(会員会社に文書発信)していることもトップ(協会理事)の理解ﾎﾟｲﾝﾄとなった。
着手から宣言までの期間	原案策定～情報収集～関係部署間調整～法務審査～社長決裁～経営執行会議付議までで約 2 週間。その後、ホームページ掲載手配～ニュースリリース手配にて約 1 週間。総期間:約１ヶ月）
苦労した点	当社は予てより ISO10002 自己適合宣言を実施していることから、本宣言の必要性やその意味合いの整理に苦慮した。また、トップも同様の所感を持っていたものの、本宣言の社会性や業界としての積極取組、消費者へ広くアピールできる点を考慮し宣言に至った。内容的には既に公表および実施されているものをベースに宣言としてまとめたものであるため短期間の対応にて実現できた。
宣言してよかったこと	社内の各支社に対しては消費者志向の会社であることを改めて周知できた(顧客対応部門の社内発言力の向上など)。また、個々の取組であったものが消費者志向といった視点で整理され、それを社外公表することにより実行の検証が徹底されること。
消費者対応部門のかかわり方	消費者・社会の要望を踏まえた改善への取組みに関わる主管部署として、「お客様の声」からの業務改善を推進します。また、自主宣言のフォローアップ活動（取組の検証）を行っていきます。
これから宣言する企業に一言	宣言内容が十分でなくとも、まず宣言することが消費者志向の第一歩と思います。宣言を皮切りに一つずつ消費者に寄り添う志向を積み上げていくことがサービス品質の向上につながると思います。

３０	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	お客さまサービス部
宣言に至った理由	１．企業イメージの向上　２．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　(4) 社会的責任として　５．その他
宣言に向けての社内体制	私たちは「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら行動する「お客さま基点」を全ての企業活動の原点としている。ＩＳＯ１０００２自己適合宣言済。
トップの了承を得た方法、ﾎﾟｲﾝﾄ等	お客さま基点を実現することを目的に自己適合宣言したＩＳＯ１０００２に基づきお客さまのさらなる満足と信頼につながる活動を実践するため。
着手から宣言までの期間	約２ケ月
苦労した点	関連部署との連携
宣言してよかったこと	お客さま基点を実践している社内へ浸透できたこと。
消費者対応部門のかかわり方	消費者対応部門＝お客さまサービス部となっています。
これから宣言する企業に一言	特定の業種でなくあらゆる業界が宣言して欲しい。

３１	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	品質管理部
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ③．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	お客さまの声の収集・分析に関する統括部門である品質管理部が中心となり、当宣言を行いました。
トップの了承を得た方法、ポイント等	「消費者志向自主宣言」の位置づけ、目的等を経営執行会議で確認し、弊社のお客さまサービスに対する取組み姿勢を広く対外の皆さまに宣言することが、お客さまの声を活かした経営の一層の推進につながるとの判断に至りました。
着手から宣言までの期間	３ヵ月程度
苦労した点	弊社では、当宣言の取組み自体を認識したタイミングが遅かったため、経営の機関決定に向けて、短期間で準備することになった点で苦労しました。
宣言してよかったこと	弊社のお客さまサービスを広く社外の皆さまにお知らせする良い機会になりました。
消費者対応部門のかかわり方	宣言は、当部（品質管理部）が中心となり策定しましたが、お客さまの声の収集・分析に関する統括部門として、実際にお客さまと接する支社・コールセンターおよび改善に向けた取組みを実施する契約部門と日々連携しております。
これから宣言する企業に一言	当宣言は、自社が、お客さまサービスの点でこれまでどのような取組みを行ってきたか、また今後行っていくべきかについて、あらためて考える良い機会になるものと思います。

３２	金融・保険
宣言年月	２０１７年４月
宣言の主管・担当部署	業務品質管理部　お客様相談室
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　２．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	特に変更なし。
トップの了承を得た方法、ポイント等	チーフ・コンプライアンス・オフィサーから CEO に進言し内諾を得た後に、コンプライアンス委員会を経て、経営委員会にて承認。
着手から宣言までの期間	１ヶ月
苦労した点	特になし。
宣言してよかったこと	これまで取り組んできたことを、改めて体系立てて整理できた。 自社の立ち位置を明確に示せる。
消費者対応部門のかかわり方	消費者と直接接する 3 事業部門と毎月お客様の声対応の運営会議を開催している。事業部門と課題認識の確認し、お客様の声に基づいた改善活動の進捗確認等を行っている。
これから宣言する企業に一言	自社の姿勢を示すべく、宣言されることを期待しております。

３３	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	消費者対応企画部門
宣言に至った理由（複数選択可）	１．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	消費者対応企画部門が事務局となり、関係所管と連携。
トップの了承を得た方法、ポイント等	スケジュールがタイトであったことから説明日程調整が難しかった。
着手から宣言までの期間	2016 年 10 月 24 日開催の「消費者志向経営推進組織キックオフシンポジウム」から着手し、自主宣言〆切の前日 2017 年 1 月 13 日（金）に完成。
苦労した点	スケジュールがタイトな状況で、社内の会議の日程に合わせ作成を進めたこと。
宣言してよかったこと	消費者志向意識が高まった。
消費者対応部門のかかわり方	消費者対応企画部門で事務局を担当し、自主宣言推進組織へ報告を行った。
これから宣言する企業に一言	スタートしてから１０カ月たって宣言できていない理由をクリアしなければならないと思われる。

３４	金融・保険
宣言年月	２０１７年１０月
宣言の主管・担当部署	経営企画部 ＣＳ推進部
宣言に至った理由（複数選択可）	①．企業イメージの向上　②．社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　④．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	経営企画部とＣＳ推進部が事務局的な立場となり、関連部確認の上推進
トップの了承を得た方法、ポイント等	社長へ消費者庁より直接依頼のあったもの
着手から宣言までの期間	2 か月ほど
苦労した点	社内調整（資料作成、社内周知）
宣言してよかったこと	・お客様への思いが明文化されることにより、社内の意識が共有・統一され、向上したこと ・社内において顧客の声に対する重要性が再認識されたこと
消費者対応部門のかかわり方	・行動基本方針「カスタマーファースト」及び行動指針の社内再徹底 ・顧客の声から消費者ニーズを把握する為の施策を展開
これから宣言する企業に一言	・宣言により企業としての責任感、そして社員の意識がより強くなります。 ・社内の顧客対応の見直しのよい機会になります。

３５	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	カスタマーサービス部
宣言に至った理由（複数選択可）	(1.) 企業イメージの向上　(2.) 社内における消費者志向経営の浸透 (3.) 同業・他社が宣言する（した）から　４．社会的責任として ５．その他（具体的にお願いします↓）
宣言に向けての社内体制	特に変更なし
トップの了承を得た方法、ポイント等	当社は、従来からお客さま本位経営を推進していたため、すぐに了承を得られた。
着手から宣言までの期間	約３か月
苦労した点	各所管がこれまで実施している取組みの短期間での集約・取り纏めが大変であった。
宣言してよかったこと	宣言したことにより、全社的に以前より増してお客さまの声を業務に反映させる意識が高まった。
消費者対応部門のかかわり方	お客さまからのご意見等の声については管理部門に随時連携している。 なお、営業職員は日頃からお客さまの声を踏まえた営業活動やアフターサービス活動を実践している。
これから宣言する企業に一言	

３６	金融・保険
宣言年月	２０１７年１月
宣言の主管・担当部署	「お客さまの声」統括部
宣言に至った理由（複数選択可）	(1.) 企業イメージの向上　(2.) 社内における消費者志向経営の浸透 ３．同業・他社が宣言する（した）から　(4.) 社会的責任として (5) その他（具体的にお願いします↓） 消費者志向の経営を推進したいという会社の動きに沿ったものであったから
宣言に向けての社内体制	部内で「消費者志向自主宣言プロジェクト」を立ち上げ、２チームに分かれ宣言案を作成し部内検討、関係部調整のうえ、全社横断的委員会を経て宣言実施
トップの了承を得た方法、ポイント等	経営トップが消費者志向経営推進の方針を明確にしており、トップと担当部が直接対話により了承
着手から宣言までの期間	約４カ月
苦労した点	・宣言に向けての社内手続きや社内外への周知対応 ・今後実施していきたい事項をどこまで記載するかについて （取組みを実施するが実現できない場合を考え記載をためらってしまうため）
宣言してよかったこと	会社の経営方針にも盛り込み、消費者志向経営を推進する意識が社内で高まっている。消費者志向経営を推進する組織を新設し、会社全体で推進していく態勢が整備できた
消費者対応部門のかかわり方	宣言にあたり、消費者庁やＡＣＡＰから情報をいただき、情報を社内連携しつつ策定を実施
これから宣言する企業に一言	あまり構えることなく、自主宣言に向けて、自社が取り組むことができる消費者志向経営は何だろうと社内で検討してみてはいかがでしょう。ＡＣＡＰホームページで提供されている「消費者志向経営早わかり」や「ステップシート」なども活用してみては

ACAP「消費者志向自主宣言」企業アンケート報告
2017 年 12 月 7 日発行
◇
編集・発行　公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）
〒160-0022　東京都新宿区新宿 1－14－12　玉屋ビル 5F
TEL　03-3353-4999
Email acap@acap.jp
◇
本誌記事の無断転載・転用を禁じます