

区分	取組の柱	モデルとなる活動	ステップ 1	ステップ 2
一 組織体制の整備・仕組みづくり	1.経営トップのコミットメント	1)経営トップは消費者志向経営推進の重要性を企業理念や経営方針の中で明文化・公表し、その推進に向けたリーダーシップを発揮している	<input type="checkbox"/> 消費者志向経営を経営トップの責において推進することを意思決定する	<input type="checkbox"/> 消費者志向経営推進の重要性を企業理念や経営方針に明文化し、社内外への公表手段等の準備を行う
		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="checkbox"/> 消費者志向経営推進に必要な組織・機能の設置を検討し、経営資源配分について経営トップの承諾を得る	<input type="checkbox"/> 消費者志向経営推進を目的として設置される組織・機能・権限について、社内周知を図る
	2.コーポレートガバナンスの確保	1) 消費者をはじめステークホルダーの声が迅速に経営層に届く実効性のある仕組みがある	<input type="checkbox"/> 消費者対応部門に入る消費者の声が経営層に迅速かつ有意な情報として届く仕組みとなっているか検証し必要に応じて改善する	<input type="checkbox"/> 消費者対応部門に入る消費者の声のみならず広範なステークホルダーの声が経営層に届く仕組みがあるか確認し、必要に応じて実効性のある仕組みを構築・改善する
		2)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自社の取り組みや社会の動向等の情報共有、協議が行われている	<input type="checkbox"/> 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内容が定例テーマとなるよう、運営担当部門と協議し了承を得る	<input type="checkbox"/> 会議体で取り上げる具体的内容が消費者志向経営推進に資する内容であることを部門長・担当役員と協議・確認する
		3)本業に関わる法令の遵守は無論のこと、消費者関連法規の遵守を徹底している	<input type="checkbox"/> 担当業務に関わる法令に加え、消費者関連法規についての知識を全社で共有できる体制を構築する	<input type="checkbox"/> 法務・コンプライアンス・監査部門等の役割として本業に関わる法令のみならず消費者関連法規のチェックも必須とし、取締役会や経営会議での報告事項とする
		4)実効性のある公益通報窓口が社内外に設置され、機能している	<input type="checkbox"/> 公益通報者保護法に則った内部通報制度を整備し、対象となる全員へ周知徹底する	<input type="checkbox"/> 内部通報案件について、十分な守秘義務確保の上で誠実な解決を図る
	3.経営層・従業員の積極的活動 (企業風土、経営層・従業員意識向上)	1)経営層・従業員は、消費者志向経営の実践が企業の社会的責任を果たすことにつながることを自覚・理解し、実践している	<input type="checkbox"/> 経営層・従業員全員に対し、消費者志向経営に関する教育、啓発を行う	<input type="checkbox"/> 担当分野の業務実践にあたり消費者志向経営推進に貢献できているか、職場ミーティング等の機会を設けて確認する
		2)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="checkbox"/> 従業員に消費者関連の専門資格取得についての情報を提供する	<input type="checkbox"/> 従業員に消費者関連の専門資格取得についての制度的支援を行い、従業員の積極的な資格取得を促す
		3)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="checkbox"/> 部門や個人の業務目標として消費者志向経営推進に資する内容を各部門内で検討し、コンセンサスを得る	<input type="checkbox"/> 掲げた目標を具体的な評価項目として設定・評価を行う
		4)消費者志向経営推進にあたって、関連するサプライ・バリューチェーンの理解と協力を得るべく働き掛けている	<input type="checkbox"/> 消費者志向経営推進において関連するサプライ・バリューチェーン各社が果たす役割を抽出する	<input type="checkbox"/> 消費者志向経営推進に関する方針・取り組みをグループ会社やサプライ・バリューチェーンに情報提供し、具体的な有効手段等について各社と議論する
4.品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の関連部門と事業関連部門の有機的連携	1)消費者からのリスクに関わる声を品質保証・消費者対応等の関連部門と事業関連部門で共有し、開発・改善に活かしている	<input type="checkbox"/> 消費者からのリスクに関する情報に関してリスクの程度・影響度等を品質保証・消費者対応部門等で解析する	<input type="checkbox"/> 品質保証・消費者対応等の関連部門と事業関連部門と定期的な情報交換の場を設定し、リスクに関する解析情報を共有する	
	2)緊急事態（リコール）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っている	<input type="checkbox"/> 緊急事態発生時の対応手順・対応責任者を明確にし、全社で共有する	<input type="checkbox"/> 案件発生時は手順書に基づいて行政や関連団体に通知するとともに、経営トップとの対応協議、被害者救済に向けての行動を早急に実施し、並行して再発防止策を実施する	
二 消費者に対する具体的活動	5.消費者への情報提供と双方向コミュニケーションの充実	1)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="checkbox"/> 商品・サービスを安全に利使用するための内容説明や環境等に関する発信情報を整理する	<input type="checkbox"/> 整理された情報内容と提供ツールを消費者視点で点検し、社会に公開する
		2)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="checkbox"/> 消費者対応部門での対応のみならず、ACAP や業界団体等を通じて消費者等との双方向コミュニケーションの可能性を探る	<input type="checkbox"/> 消費者志向経営観点でのテーマを基に双方向コミュニケーションの場を設定するとともに、消費者団体等が設定した同様の機会には積極的に参加する
		3)多様な消費者に配慮した情報コンテンツとコミュニケーションツールを提供している	<input type="checkbox"/> 多様な消費者ごとに必要な情報とコミュニケーションツールについて整理する	<input type="checkbox"/> 提供に必要な経営資源の確保・導入準備が整い次第、多様な消費者に届く周知活動を行う
	6.持続可能な社会への貢献等、グローバルな社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善	1)消費者、社会の変化やニーズを把握し、消費者の生活の質的向上や安全・安心に資する商品・サービスを提供している	<input type="checkbox"/> 消費者の生活の質的向上や安全・安心に資する商品・サービスについて消費者、社会の動向を調査する	<input type="checkbox"/> 日々の消費者の声や消費者・社会の動向実態に基づき、消費者の生活の質的向上や安全・安心に資する商品・サービスを具現化し、市場に導入する
		2)持続可能な社会の発展や社会的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="checkbox"/> 持続可能な社会の発展や社会的課題の解決に貢献する商品・サービスの開発可能性を多角的に検討する	<input type="checkbox"/> 持続可能な社会の発展や社会的課題の解決に貢献する商品・サービスの開発に着手し、市場に導入する
		3)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・提供している	<input type="checkbox"/> 多様な消費者がユニバーサルに利用できる商品・サービスについての開発を検討する	<input type="checkbox"/> 検討結果を踏まえて開発された商品・サービスの市場導入を行う
	7.消費者対応体制の強化・対応の充実	1)『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っている	<input type="checkbox"/> 『ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス』における自社の現状ポジショニングと当面目指すステップを確認する	<input type="checkbox"/> 『ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス』における目標ステップを達成する
		2)顧客満足のための苦情対応マネジメント規格 ISO/JIS Q 10002 を導入し PDCA を回している	<input type="checkbox"/> 苦情対応マネジメント規格 ISO/JIS Q 10002 の導入を検討し社内における導入コンセンサスを得る	<input type="checkbox"/> 苦情対応マネジメント規格 ISO/JIS Q10002 を導入する
		3)ニューノーマル社会での対応体制を構築している	<input type="checkbox"/> 急激に変化する社会から求められる消費者対応と経営資源配分のバランスを勘案し、新体制のグランドデザインを描く	<input type="checkbox"/> 変化する社会環境にフレキシブルに対応する対応体制について経営層の承認を得て体制構築を行う
	三 見直し・評価	8.活動結果の社内外からの評価と見直し	1)経営層は消費者志向経営を推進する活動実績や組織体制の有効性を外部からの評価も交えて定期的にレビューし、適宜適切な改善を行っている	<input type="checkbox"/> 消費者志向経営推進に関する組織目標を具体的・定量的に定める