

平成29年2月

一般財団法人日本産業協会 会長表彰

一般財団法人日本産業協会は、平成28年度より、消費者志向経営を実践している賛助会員事業者（企業）及び同事業者（企業）に所属し、消費生活アドバイザーとして消費者起点の商品（製品）の開発・改善等に貢献した個人（グループ）を対象とした表彰を実施することといたしました。

第1回の今回は、企業表彰として3社及び同企業に所属する消費生活アドバイザー1名と2グループを表彰することに決定いたしました。

【日本産業協会会長賞受賞者】

（五十音順・敬称略）

企業名	消費生活アドバイザー（個人・グループ）
パナソニック株式会社	アプライアンス社日本地域コンシューマーマーケティング部門 CS本部
株式会社明治	小黒 絵麻（第25期 消費生活アドバイザー）
ユニ・チャーム株式会社	お客様相談センター（全員、消費生活アドバイザー）

【受賞内容】

パナソニック株式会社	
消費者志向経営	<p>(1) 消費者志向経営は、経営理念の中にある「お客様第一」「真のサービス」と意義を同じくする。この理念をもとにCSの向上をめざし、お客様一人ひとりと向き合っている。</p> <p>(2) 消費者志向経営の風土醸成からお客様接点強化の取組</p> <p>① 風土醸成 全社員「消費者志向経営」風土づくり</p> <p>② 接点強化 さらなるCS向上に繋がるサポート機能充実</p>
消費生活アドバイザーの貢献事例	<p>風土醸成「消費者月間」の取組を10年間継続。</p> <p>(1) 社長メッセージの発信（各事業場の朝会で責任者が代読）</p> <p>(2) 外部講師によるシンポジウムを毎年開催 経営幹部にも呼びかけ、開発、製造、営業、サービスなど幅広い部門が参加。</p> <p>(3) 当社オリジナルポスターを毎年作成</p> <p>(4) 消費生活アドバイザー資格取得推進と有資格者の活性化</p> <p>(5) お客様相談センター架電時のつながりやすさ向上</p> <p>(6) WebのFAQ拡充により、お客様の困りごとを自己解決支援</p> <p>① 年間閲覧者数（平成27年9月～平成28年8月）10百万人</p> <p>② 閲覧件数 24百万件</p>
株式会社明治	
消費者志向経営	<p>(1) 経営姿勢の第1に「お客様起点」の発想と行動に徹することをホームページに掲載。</p> <p>(2) 消費者起点の各種基準策定会議に、消費生活アドバイザーが参加し、意見交換を実施。</p> <p>(3) 消費生活アドバイザーが商品・サービスや表示に関する会議に出席（月1回）、消費者の生の声を伝えるとともに内容を検証。</p> <p>(4) 消費者志向養成のため、工場やグループ企業の従業員が定期的にお客様相談センターを訪れ、顧客電話対応を含めた研修を実施。</p>
消費生活アドバイザーの貢献事例	<p>(1) 【製品名】チョコレート効果 「カカオ何%の商品かわからない」「苦みの程度がわからない」といった消費者の声を開発担当部署に伝え提言。その結果、個包装にもカカオ含有量を明記するとともに、箱の側面に苦みの程度を明記するよう改良。また、ポリフェノール量の表示や箱の明け口についても分かりやすく改良。</p> <p>(2) 【製品名】プロビオヨーグルトLG21 ドリンクタイプ 「ボトルキャップが小さくて開けにくい」といった消費者の声を担当部署に提言。相談センター内において研究開発担当者とともに評価</p>

		を繰り返し、凹凸の間隔を広くし、手に力が入りやすく簡単に開けられるように改良。
ユニ・チャーム株式会社		
消費者志向経営		<p>(1) 消費者志向経営の意義を社内に周知徹底するために、全社員を対象としたお客様相談センター研修を実施。</p> <p>(2) 製品パッケージの表示変更については、必ず関係部門によるパッケージ表示検討会を開催し、分かりやすさ、誇大表示の有無について討議。</p>
消費生活アドバイザーの貢献事例		<p>(1) 【製品名】オヤスママン (幼児用紙おむつ) 検討会議でお客様の意見・要望を反映し、次の①～③を提案し改善。 ① オムツ交換をする際、前後が分かりにくいので「前」を表示。 ② オヤスママンは夜専用製品なので、間違わないように「オヤスママン」と商品名を記載。 ③ パッケージの中に何種類入っているか分からないので、「5種類」入っていることを記載。</p> <p>(2) 【製品名】男性用さわやかうす型パッド (男性用尿もれケアパッド) 男性からの軽い尿漏れ用の製品を求める問い合わせ件数・内容をまとめ、ヘルスケアマーケティング本部の報告会で製品提案として発表。関係部門と協働で、開発・製品設計から携わり製品化。</p>