

○「消費者志向自主宣言」を行っている事業者数は、**220社**（令和3年7月末現在）
○平成30年度より**優良事例に対して表彰**を実施（消費者志向経営優良事例表彰）

○平成30年度

【内閣府特命担当大臣表彰 1件】

花王(株)



【消費者庁長官表彰 3件】

損保ジャパン日本興亜(株)

明治安田生命保険相互会社

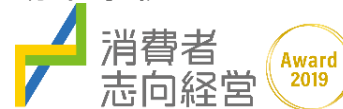
(株)ニチレイフーズ



○令和元年度

【内閣府特命担当大臣表彰 1件】

(株)広沢自動車学校



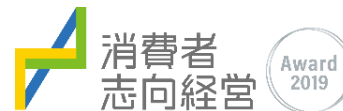
【消費者庁長官表彰 3件】

花王(株)

サントリー

ホールディングス(株)

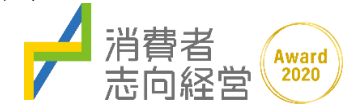
日本生命保険相互会社



○令和2年度

【内閣府特命担当大臣表彰 1件】

ライオン(株)



【消費者庁長官表彰 6件】

味の素(株)

アスクル(株)

オイシックス・ラ・大地(株)

城北信用金庫

日清食品

ホールディングス(株)

不二製油グループ本社(株)



○消費者・顧客の立場に立って、心を込めた“よきモノづくり”を行うための企業理念が社内に浸透しており、この理念に基づいて具体的な取組が多岐にわたって展開されている点、更に、ESGへの率先した取組や持続可能な社会への対応等を高く評価。【2018年度内閣府特命担当大臣表彰】
【2019年度消費者庁長官表彰】

〈主な取組〉

消費者の声を商品に活かす仕組み

- 消費者相談に寄せられる声をデータベースに登録し、**全社で共有した上で、商品改良や表示改善等に活用**
- 社員の高齢者への共感力の向上を目的として**高齢者体験ワークショップ**を実施



消費者の声を活かす「エコシステム」



装具を付け買い物に出かける職員

環境負荷ゼロへの取組

- より**環境負荷の少ない容器包装**を目指し、詰め替えや付け替え用製品の開発を積極的に推進



スマートホルダーにより、詰め替え用製品が本体そのものとして使用可能に

ユニバーサルデザインへの取組

- 全ての人が購入前の**製品情報の取得から購入・使用・廃棄までストレスを感じない**よう、製品等の開発・改善を実施



力の弱い方でも押しやすくなったらくらくポンプの泡ハンドソープ

- 卒業後もSNS等を活用したきめ細やかなアフターフォローを行うなど、従来の自動車学校の枠に捕られず、消費者側に踏み込んだ活動をされており、消費者とのコミュニケーションが優れている点を高く評価。
【2019年度内閣府特命担当大臣表彰】

〈主な取組〉

顧客との効果的なコミュニケーション

- 全指導員にスマートフォンを支給し、**LINE等で顧客とのコミュニケーション**を取っている
- 卒業後も定期的に交通安全の呼び掛け等を通じて、事故や違反がないかヒアリング**し、その内容を全体会議で共有し、教習内容の質向上を図っている
- こうした活動の結果、**広沢自動車学校を卒業した顧客**の卒業後1年以内の普通自動車の**事故率***は、平均値よりも**低下**している
※ 広沢自動車学校：0.67%、徳島県平均：0.92%

地域と連携した交通安全教室等の実施

- 地域の安全確保**に向け、**警察署・学校と連携し、交通事故の疑似体験ができる「VR」**を活用した**交通安全教室**を開催
- 教育委員会等と連携し、初任者教員を対象とし、交通安全のための学校教育**に関する**インターンシップ**を開催



- 事業を通して清潔・健康分野に取り組んでいるところ、顧客のニーズを商品開発に取り入れている。また、乳幼児から高齢者まで幅広く、長期にわたって健康習慣づくりを働き掛け、その結果を数値で管理している点を評価。
【2020年度内閣府特命担当大臣表彰】

〈主な取組〉

顧客の特性に合わせた商品開発

- 高齢者や妊婦等の身体的負荷の低減等**を実現する「**こすらない**」浴室清掃洗剤を開発、市販し、市場におけるシェアの拡大も図った



顧客の特性に合わせたサービス開発

- 歯磨きを嫌がる子供に歯磨き習慣を楽しく教えるIOT技術を活用した**サービスの提供**



歯ブラシにアタッチメントを
付け専用のアプリ「歯磨き
のおけいこ」を提供

顧客との長期的なコミュニケーション

- 長年に渡る啓発活動により、歯科医に頼るだけでなく、消費者自ら、適切な歯みがき習慣を身に付ける行動変容を確認。（※12歳児の虫歯罹患比率、30年間で80%→20%）
- 市場規模が20年間で1.5倍に拡大する等の事業拡大に寄与

消費者志向経営優良事例の評価のポイント(城北信用金庫)

○高齢者が多い地域のニーズから、これまで主に信託銀行で提供されていた相続に関するサービスを地域密着型の信用金庫でいち早く取り組み、身体の不調や認知症の発症を不安に感じるシニア世代をターゲットに家族等と口座を共有するサービスの提供を始めたことを評価。

【2020年度消費者庁長官賞(特別枠)表彰】

〈主な取組〉

社会価値の創出

○高齢化という地域課題を踏まえ、外部専門家と連携した「結」のサービス提供により、地域の相続・事業承継を円滑に行うことに貢献。

消費者の行動変容

○円滑な相続・事業継承準備により、相続トラブルを減らし、老後生活に安心感を生み出す。

独自性・革新性

○地域における新事業の創出と賑わいづくりを目的として、インキュベーションオフィス&地域コミュニティの場を提供。



消費者認識

○信用金庫として、地域密着型の消費者志向(地域社会・顧客との関係性強化によってニーズを引き出し、金融・非金融の両面から課題解決に取り組む)が事業の基本理念となっている。

シニア向けライフサポート



消費者志向経営優良事例の評価ポイント

(不二製油グループ本社株式会社)



○大豆素材、油脂等の食材を供給するB to B企業ではあるが、最終ユーザである消費者の意見を収集する仕組みの構築や、大手コンビニと連動した商品開発・情報発信は、最終ユーザである消費者を見据えた取組の手本となるとして評価。スタートアップ企業とのオープンイノベーションに関する取組も評価。
【2020年度消費者庁長官賞(特別枠)表彰】

〈主な取組〉

社会価値の創出

○環境負荷の大きい動物性たんぱく質を代替する植物性たんぱく質の開発。油脂とたん白の融合による未来に価値あるおいしさの実現。

消費者の行動変容

○おいしいベジメニューを開発し、大手百貨店、コンビニ、外食チェーンを通じて、植物性たんぱく質摂取の啓発と普及に貢献。

消費者認識

○最終ユーザである消費者の声を収集するため、自社の注力する大豆素材（特に大豆ミート）を使用した料理を提供するレストランを創設。ニーズの把握に努めている。

UPGRADE Plant Based Kitchenブランド



独自性・革新性

○ESG経営の推進（C"ESG"O配置）、自社のミッションに「食の素材の可能性を追求し、食の歓びと健康に貢献します。」を掲げ、サステナビリティをベースにPBFS事業の強化を実施。

※PBFS: Plant-based Food Solutions

