

2018年度 消費者志向自主宣言 にもとづく取組結果 (フォローアップ)

当資料は、2018年度取組結果の概要を中心に記載しています。様々なステークホルダーの皆様向けにお伝えするための冊子を別冊として添付しておりますのでぜひご覧ください。

[別冊1「お客様の声白書2018」](#)

[別冊2「サステナビリティレポート2018（抜粋版）」](#)



2019年7月



日本生命保険相互会社

会社概要

代表取締役社長	清水 博
創立	1889（明治22）年7月4日
従業員数	73,260名（内勤職員19,392名、営業職員53,868名）
消費生活アドバイザー有資格者数	1,008名
業務の概要	生命保険業免許に基づく保険の引受け 資産の運用 等
事業所	支社等 108 営業部 1,533、海外事務所 4、 代理店等 17,493（銀行等の金融機関代理店等を含む。）
お客様数（被保険者数等）	約1,188万名（個人）
保有契約（保障額等）	約159兆2,699億円（個人）
保険金・年金・給付金のお支払金額	約2兆4,939億円（個人・法人の合計）

※数値は2018年度末。消費生活アドバイザー有資格者数のみ2019年4月1日時点。

取組み・成果等の概要

- 当社は、事業の根底にある、創業以来の「共存共栄・相互扶助の精神」を7万人の全役員・職員が受け継ぎ、全国で地域に密着して日々対面での活動を行っていることが強みです。
- 地域や消費者との関わりの深化を目指し、全国約1,000カ所の消費生活センターを定期的に訪問し、積極的な課題意識の把握と解決に向けて、高齢者や災害等のテーマ性や地域性を持った情報提供や意見交換を行い、全社で共有しています。
- また、地域における消費者問題の解決に向けて、自立した消費者を育てる学校教育、消費者を見守る等の地域社会活動や、全国で地域において消費者支援の活動ができる人材の育成（消費生活アドバイザー1,008名）に取り組んでいます。
- なお、現代社会においては、社会的課題がますます顕在化しています。このような時代において、当社への期待にお応えし、当社らしさをいかした価値の提供に向けて、サステナビリティ経営を推進しています。とりわけ、SDGs達成への貢献を見据えて、3つのテーマからなる「SDGs達成に向けた当社の目指す姿」を独自に設定し、当社ならではの新たな価値の創造に取り組んでいます。
- 当社は引続き、あらゆる企業活動を通じて安心・安全で持続可能な社会の実現を目指します。

消費者志向経営の理念と浸透

- 創業以来の「共存共栄・相互扶助の精神」（経営基本理念）にもとづく行動指針「私たちの誓い」が、当社の消費者志向経営の理念です。
- 2018年度には経営戦略として「お客様と社会に誠実に向き合う」を掲げ、トップ自らが社内外に発信するとともに、従来から引続き全職員に向けた理念浸透・具体行動に向けた取組みを行っています。

■ 消費者志向の理念（経営基本理念）

経営基本理念 <昭和34(1959)年～>

創業以来の
「共存共栄・相互扶助」の精神
「信念・誠実・努力」の3信条



行動指針

私たちの誓い <平成16(2004)年～>

私たちの誓い
～すべてはお客様のために～

“大切な人を思う”のいちばん近くで。 日本生命

- 1 日本生命の代表として、お客様に信頼いただけるよう、最善を尽くします。
- 2 お客様のご要望に、誠実・迅速にお応えします。
- 3 お客様の声を大切にし、学び、サービス向上に努めます。
- 4 仲間の輪を育み、Face-to-Faceで、お客様の輪を拡げます。
- 5 ルール・マナーを守り、社会の一員として、お客様とともに行動します。

■ 理念の浸透と実践に向けて

「お客様と社会に誠実に向き合う」
経営トップによる社内外への発信

あらゆる企業活動を通じて、
サステナブル(持続可能)な
社会をつくる

変化を積極的に取り込み、お客様と社会に誠実に向き合う



代表取締役社長
清水 博

「サステナビリティレポート抜粋版2018」より

お客様に寄り添い信頼関係を構築する
具体行動の理解と実践に向けた取組例

日々の活動におけるお客様との
関わりのエピソードを全社的に募
集し、「エピソード通信」として毎
日発行し、朝礼や研修で活用
しています。



2018年度のエピソード通信
12,151件

年金の受取りを開始されるお客様へ、受取方法や受取時の税務についてご説明し、1回目は受取り、2回目以降は配偶者の定年時期と重なるため、生活環境が定まったら一括受取など考えます、となりました。

お客様は、「配偶者が定年を迎えたら愛犬とゆっくり過ごしたい」とおっしゃったので、将来に向けて考えなければならぬ息子様への生前贈与や相続対策、息子様自身の保険等もご案内し、人生100年時代に向けたご提案を行いました。

お客様は最後に「私に将来を考えるきっかけをくれるのは、いつもニッセイさんね」とおっしゃってくださり、「これからも長いお付き合いをさせてください。」と申しあげました。

「エピソード通信」より

SDGs達成に向けた日本生命の目指す姿

- 現代社会においては、深刻で多様な社会的課題が顕在化しており、地球的規模でこれらの課題を解決すべく、2015年に国連総会でSDGsが採択されました。SDGsの掲げる「誰一人取り残さない」という理念は、当社経営基本理念の「共存共栄・相互扶助の精神」そのものです。
- 当社は、ステークホルダーとの対話を踏まえ、「SDGs達成に向けた当社の目指す姿」を設定し、あらゆる企業活動を通じて持続可能な社会をつくり、当社ならではの新たな価値の創造に取り組んでいます。

■さまざまな社会課題と、ステークホルダーとの対話

さまざまな社会課題

貧困・格差、超高齢化、金融へのアクセス、気候変動等

日本生命のステークホルダー

お客様・消費者、地域・社会、行政・自治体、団体等

お客様と社会に誠実に向き合う = 地域に密着したコミュニケーション

日本生命への期待 × 責任 × 日本生命らしさ

サステナビリティ経営の推進

■SDGs達成に向けた日本生命の目指す姿の設定（2019年3月）

有識者との対話や社内の若手層からの意見集約などを踏まえ、各種取組にあたっては、以下の3つのテーマと「ESG投融資」に特に重点を置き、安心・安全で持続可能な社会の実現を目指します。

貧困や格差を生まない
社会の実現

世界に誇る
健康・長寿社会の構築

持続可能な
地球環境の実現

SDGs達成を後押しするESG投融資

安心・安全で持続可能な社会の実現



次ページ以降で、コミュニケーション、ならびに、SDGs達成に向けた消費者志向の具体取組例をご紹介します。

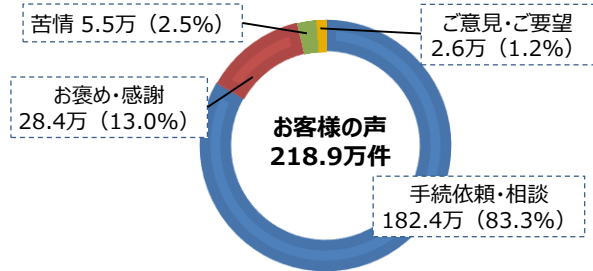
お客様と社会に誠実に向き合う ～ 地域に密着したコミュニケーション

- お客様から直接寄せられる声に加え、積極的に課題認識やご意見を収集しています。いただいたご意見は全社で共有し、取締役会・経営会議でも取上げて、新たな取組みや、改善に活用しております。

■「ISO10002」自己適合した寄せられる声の把握、お客様満足度調査

2018年度は全国の支社・営業部、ニッセイライフプラザ・ニッセイコールセンター等の窓口へ、保険に関するご照会やお手続きのご連絡を含め、**218.9万件の「お客様の声」**をいただきました。

お客様満足度は、**90%前後で高位安定**を保っております。



■ 保障責任の全うと、コミュニケーションの深化に向けた5万名の定例訪問「ご契約内容確認活動」

約5万名の営業職員が全国で日々お客様に直接お会いして、ご契約内容の確認、入院・手術等の有無や、ご登録情報の確認をいただくとともに、お客様の声を収集しています。

また、**給付金の請求をいただいたお客様のうち、定例訪問をきっかけに請求事由に気づいた方は22.4%**でした。

※当社アンケートによる調査結果。

(対象：2018年10月～11月に給付金請求のあったお客様約1万名 有効回答：2,018名)



ご確認ください画面のイメージ

■ 全国各地のご契約者と当社経営幹部の懇話会（ニッセイ懇話会）

広く全国各地のご契約者に、当社の事業活動を説明し、経営全般や商品・サービス等に関するご意見・ご要望をお伺いする場として、1975年から毎年開催しています。

2018年度は**全国105会場**で開催し、**5,784件のご意見・ご要望**をいただきました。また、消費者問題の専門家として**消費生活センター**の方に、**49会場**でご出席いただきました。



■ 地域や消費者との関わりの深化に向けた、全国約1,000カ所の消費生活センターとの定期的交流

苦情の早期解決に加え、**積極的な課題意識の把握と解決に向けて、テーマ性や地域性を持った情報提供や意見交換**を行っています。

2018年度は高齢者取組や、7月豪雨の災害救助法適用地域に関する資料を持参し、地域の状況やご意見を伺いました。



（センターからのご意見例）高齢者の問題は、相続、結婚相談、金融商品等、家族問題も複雑に絡み難しい。高齢者向けサービスの全体像がわかるようは助かる。幅広い世代に情報発信してほしい。

当社では、高齢社会の進展に対応する「Gran Age プロジェクト」を進めておりますが、世の中の動きを踏まえながら、今後も更なる地域における取組と、寄り添った情報提供を進めてまいります。

具体取組① 貧困や格差を生まない社会の実現に向けて

■ 地域における消費者問題の解決に向けて、以下の活動や消費者領域の人材育成に取り組んでいます。

■ 自立した消費者を育て、消費者を見守る地域社会での取組み

平均寿命が延び、社会が変化する中、若い頃からライフデザインを主体的に考えるとともに、保険を含めた様々な形での「支え合い」が重要になっています。当社は、課題解決に向けて地域で活動しています。

● 中学生・高校生向け「出前授業」「受入授業」

自分自身の将来をきり拓いていくことを応援したいとの思いで、「ライフデザイン・家計管理・支え合い」等をテーマにした授業を全国で行っています。

東京都主催「東京都共助社会づくりを進めるための社会貢献大賞(2018年度)」大賞(企業部門)受賞



授業教材

2018年度 97校
(10,233名)
8年間累計 580校
(57,826名)



● 包括的連携協定にもとづく活動

2018年度までに**28道府県**と締結しました。今後も、協定を通じて、高齢者支援(見守り・特殊詐欺防止)・健康増進・子育て支援・青少年の健全育成等、幅広い分野で地域活性化に貢献してまいります。

自治体との協働ビラ
(特殊詐欺防止)



■ 消費者と企業・行政の架け橋となる「消費生活アドバイザー」育成 (2019年4月現在1,008名)

46都道府県に在籍しており、全国在籍を目指しています。(登録者数 企業・団体別第1位)
有資格者は、社内で消費者志向経営を担うとともに、地域において消費者支援の活動を担っています。

● 地域の活動

消費者団体の一員として NACS (公益財団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会) や、地域の団体の会員として活動



消費者行政への協力

徳島県の「消費生活コーディネーター」に任命され、地域の消費者を支援

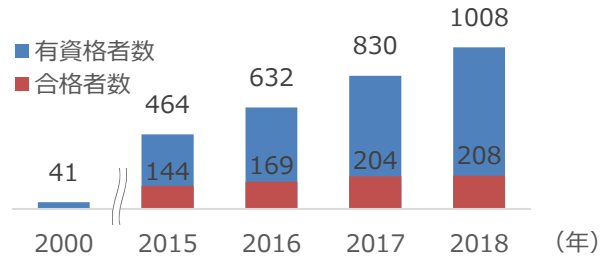


写真提供：徳島県

消費者行政・団体と当社の架け橋として

消費生活センター訪問や、高齢者見守り講座の開催運営を推進

● 消費生活アドバイザーの育成状況



約7万人の従業員に配布する社内誌にて、有資格者の活躍を特集



● 社内の活動

お客様向け文書審査アドバイザーに任命、他所管の新サービスの検討でアドバイス 等



具体取組② 世界に誇る健康・長寿社会の構築に向けて

- 「人生100年時代」を、お一人おひとりが「安心して・自分らしく」より豊かに生き、“明るい”長寿時代にすることをサポートするため、『Gran Age プロジェクト』を推進しています。

■『Gran Age プロジェクト』の推進

魅力的な商品・サービスの開発、全国約5万名の営業職員を中心としたフェイス・トゥ・フェイスの強みをいかした地域社会への貢献活動等を積極的に進めています。

『Gran Age プロジェクト』の目的

「人生100年時代」を生きるお一人おひとりが「安心して・自分らしく」過ごすことができる社会づくりをサポート

地域社会への貢献 … 5 ページ参照

商品・サービスの提供 … 当ページ参照

●ニッセイ長寿生存保険（低解約払戻金型）「Gran Age」

2019年3月末累計6.6万件



人生100年時代の経済的な備えを充実していただくために、死亡時のお支払金を抑え、長生きした際に大きな金額をお支払いする、長生きのための新しい保険：国内生命保険業界初（当社調べ）

●ご契約情報家族連絡サービス

2019年3月末時点、サービス登録85万名突破

ご契約者によるお手続き等のお問合せが困難になった場合に備え、ご家族を登録いただき、そのご家族にもご契約の情報をお知らせするサービスです。

ポイント
1

年に1度、
ご登録家族にも
契約内容を通
知！



年に1度ご登録家族に契約内容を通知するのは**当社独自**サービスです。（当社調べ）

ポイント
2

ご登録家族からの
ご連絡であれば、
必要なお手続方法を、
案内可能！



母が入院したのですが、母の保険で入院給付金の請求はできますか？

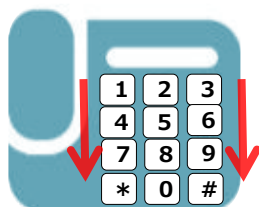
はい、ご請求いただけます。



●シニアほっとダイヤル

（高齢のお客様専用ダイヤル）

- ① 専門の担当オペレーターがじっくり対応
- ② 直接オペレーターにつながります（自動応答なし）
- ③ 書類記入をサポートする
フォローコール：業界初
- ④ 押しやすい配列番号



2018年度、利用19,419件

●ニッセイご遺族あんしんサポート

被保険者がお亡くなりになった際に必要となる広範な手続きについて、受取人（またはご遺族）をトータルでサポートするサービスです。

- ① 電話1本でご相談いただけます
- ② 全国でご利用いただけます
- ③ まとめてご利用いただく場合は、お手続きがワンストップで完了します

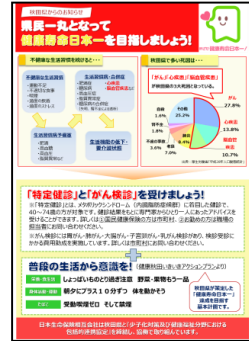
2018年度、利用2,246件

具体取組② 世界に誇る健康・長寿社会の構築に向けて

健康寿命延伸に向け、生活習慣病を包括的にサポートする取組みを進めています。

■ 自治体と連携した啓発活動

地域の活動において、自治体との協働ビラを作成し、特定検診受診等の啓発を行っています。



自治体との協働ビラ（健康増進）

■ 生活習慣病を包括的にサポートする商品・サービス

2018年4月に、生活習慣病等に備える保険、ニッセイみらいのカタチ 特定重度疾病保障保険「だい杖ぶ」を発売。販売開始から1年間で54万件と多くのお客様にご加入いただきました。

また、お客様の健康増進を支援する「歩いて貯めるマイル」「健康継続ボーナス」の導入など、生活習慣病予防に向けたサービスの提供を併せて開始し、社会課題である生活習慣病への対応をトータルにサポートすることで、健康寿命の延伸を応援してまいります。

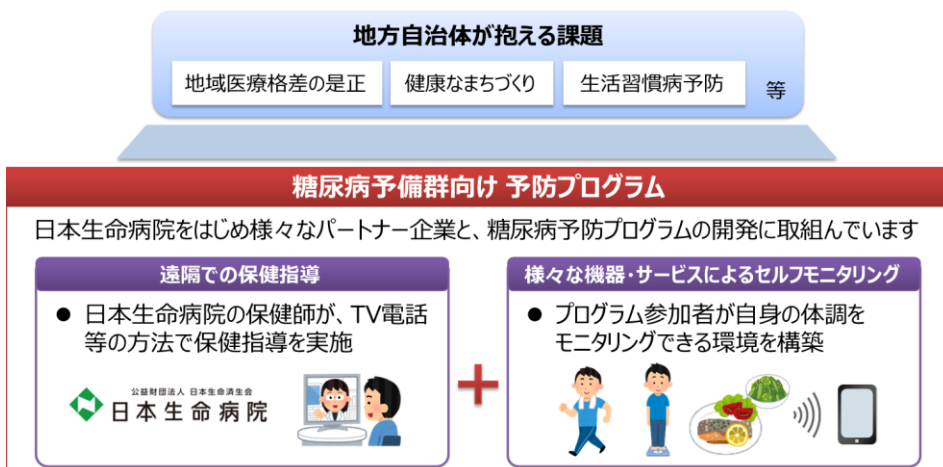


「歩いて貯めるマイル」に利用するスマートフォンアプリ「aruku& (あるくと)」
（運営会社：株式会社ONE COMPATH）

※『aruku& (あるくと)』は、株式会社ONE COMPATHの登録商標です。

■ 糖尿病予備群向けの重症化予防プログラムの開発

2018年よりトライアルを開始しており、今後のサービス化をめざしています。



具体取組③ 持続可能な地球環境の実現に向けて

- 保険事業における環境負荷の低減に取り組んでいます。

■ 営業拠点の省エネルギー化に向けた取組み

2018年7月に、新築の日本生命小山支社結城営業部が当社初となるBELS※1の最高ランクにおけるZEB Ready※2認証を取得しました。当社では、全国に約1,500の営業拠点を所有しており、**今後、建物の老朽化等により新築する営業拠点は、原則として、全てZEB Ready水準にて建設する方針**です。今後もさらなる環境負荷の低減を目指し、営業拠点の省エネルギー性能向上に関する調査・研究を進めてまいります。



※1 BELS（ベルス）とは

Building-Housing Energy-efficiency Labelling System の略称で、国土交通省が定めた「建築物の省エネ性能表示のガイドライン」に基づき、建築物の省エネ性能を第三者機関が客観的に評価し、5段階で表示する制度です。

※2 ZEB Ready（ゼブ・レディ）とは

ZEBはnet-Zero Energy Building の略称。ZEB ReadyとはBELS評価時に付与されるグレードの一つで、快適な室内環境を保ちながら、高断熱化・日射遮蔽、高効率設備等により、一般的な建築物に比べて50%以上の省エネルギー性能であると認められる建築物に付与されます。

SDGs達成を後押しするESG投融資

- ESG投融資をSDGs達成を後押しするものと位置付け、積極的に取組みを進めています。

■ SDGs達成に向けた資産運用面の取組み

当社は従来より、お客様からお預かりした保険料を、公共性も重視して運用してきました。

近年では、ESG投融資をSDGsに資する投融資と定義し、**7,000億円(2017-2020年度)**という**ESG投融資の数量目標の設定、投融資先とESG課題解決に向けた対話を行う等**、様々なESG投融資手法を用いて取組みを強化しています。

引続き、資金提供や社会・企業行動への働きかけを通じて、SDGsに掲げる様々な目標の達成に向け、資産運用の面からも取り組んでまいります。

● 受賞例

**環境大臣賞 ジャパン・グリーンボンド・アワード
ジャパン・インベストメント部門（2019年3月）**

グリーンボンドに関連する先進的取組等を表彰するグリーンボンド・アワードにおいて、積極的に国内のグリーンボンドへの投資を行った投資家として、環境大臣賞を受賞しました。



● 投融資事例

**東京都発行のグリーンボンドへの投資
（2017年10月、2018年10月）**

東京都が推進する「スマートエネルギー都市づくり」（都有施設の改築・改修）等に活用されるものです。



※SDGsのうち、当社が当投資を通じて貢献につながると考える主なゴール



写真提供：東京都

今後の展望と更なる取組みに向けて

- フォローアップ活動を通じて、取組みが可視化されるとともに、社内の意識醸成が進みました。
- お客様とのコミュニケーションの深化に向けて、従業員の知識・スキル面での人材育成を更に強化します。
- 社会課題の解決に向けた当社ならではの価値の創造を進め、消費者志向の事業活動に取り組めます。

■ コミュニケーションの深化に向けた人材育成の強化

従業員一人ひとりが、お客様と社会に誠実に向き合うことができるよう、人材育成に取り組んでまいります。

● お客様に寄り添う営業職員の育成

初期育成カリキュラムにコミュニケーション要素を導入

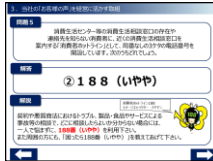
お客様対応力の向上に向け、総合的な知識・コミュニケーション力を「ロープレ検定」で測ること等を通じて、知識・スキルの習得状況を見える化し、営業職員一人ひとりの能力に応じた育成を実施



● 消費者志向を持った人材の育成

全社的な消費者志向研修の実施

社内放送による番組、Web教材による全社一斉の研修を実施



消費生活アドバイザーの活躍の場の拡大

社内メルマガ配信等を通じ、有資格者の活躍の共有や、知識をブラッシュアップする情報提供等を実施

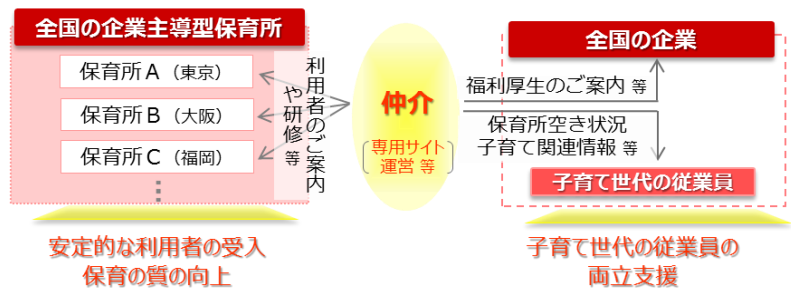


■ 社会的課題を解決する消費者志向の取組み

2019年度も引続き、社会的課題を解決する新たな価値の創造に向けて取り組んでまいります。

企業主導型保育所と企業・従業員をつなぐインフラを構築し、待機児童問題解決に向けた取組みを推進
(株式会社グローバルキッズとの業務提携)

(2019年3月公表)



高齢者の方々が安心して、自分らしく、最期まで過ごしていただけるようなシニア向けサービスをパッケージ化した

「GranAge Star」のご案内を
2019年4月より一部地域から開始
国内生命保険業界初 (当社調べ)

(2018年12月公表)



ご生前のサービス				死後のサービス
身元保証サービス 入院・施設入所の身元保証・引受等	生活支援サービス 通院・退院時の付添、買物同行等	任意後見サービス 財産管理 生活・療養看護等	暮らしのサポートデスク 特別企画付旅行のご案内、みまもりサービスの優待等	死後事務サービス 葬儀・納骨、遺品整理等

※サービスを利用するためには、各サービス提供法人とご契約いただく必要があります。

消費者志向自主宣言との対応関係（2018年度取組結果報告）

- これまでに取組結果のハイライトを述べさせていただきましたが、2017年1月に公表した「[消費者志向自主宣言](#)」に記載した取組方針等との対応関係は以下のとおりです。
- 当報告の別冊となる、ステークホルダーとの対話に向けた発信冊子「[お客様の声白書2018](#)」・「[サステナビリティレポート2018（抜粋版）](#)」もぜひご覧ください。

自主宣言	2018年度取組結果（概要）
I. 経営基本理念の発信と浸透	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 経営戦略として「お客様と社会に誠実に向き合う」姿勢を中核に掲げ、トップ自らが社内外に発信 ⑩ ➢ 理念の浸透・具体行動に向けた取組み ⑨ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 経営基本理念にもとづく行動指針「私たちの誓い」の唱和 ✓ 全内務職員向け・全営業職員向け消費者志向の研修実施 ✓ 課長相当職を目指す職員向け苦情音源を活用した研修の開催 ✓ 「エピソード通信」の募集と研修における活用。（12,151件） ➢ 経営会議の諮問機関「サステナビリティ経営推進委員会」を立ち上げ、サステナビリティ経営を推進 ➢ SDGsの採択等国際社会の潮流や意識の変化を受け、CSR重要課題を改定し、18項目のサステナビリティ重要課題を特定 ① ➢ 社内外との対話を踏まえ、社会課題に対する新たな価値創造に向け「SDGs達成に向けた当社の目指す姿」を設定し公表 ①⑥⑩
II. 取組方針 1（1）-1. 声を把握する	<ul style="list-style-type: none"> ➢ お客様対応の国際標準規格「ISO10002」へ自己適合を宣言し、寄せられる声への対応とともに、取締役会・経営会議でも定期的に声を共有し、改善を実施（お客様の声218.9万件） ①③④⑤ ➢ 保障責任の全うと地域に密着したコミュニケーションの深化に向けたご契約者への定例訪問を実施 ⑦
II. 取組方針 1（1）-2. ご意見を直接お聴きする	<ul style="list-style-type: none"> ➢ お客様満足度調査の実施（総合満足度は90%前後で高位安定） ① ➢ 全国約1,000の消費生活センターを訪問し情報提供や意見交換を実施 ⑧ ➢ テーマに沿った消費者モニターを集めて意見を収集する消費者モニター会議を開催（年3回） ⑧ ➢ ニッセイ懇話会を105会場で開催し、ご契約者と経営幹部が意見交換を実施（ご意見・ご要望5,784件） ⑦
II. 取組方針 1（2）声をサービスにいかす	<ul style="list-style-type: none"> ➢ お客様や社会の期待にお応えする商品・サービスの開発 <ul style="list-style-type: none"> ✓ お一人おひとりが「安心して・自分らしく」より豊かに生き、「明るい」長寿時代にすることをサポートするため、『Gran Age プロジェクト』を推進（商品・サービスの提供と、地域社会への貢献） ② ✓ 健康寿命延伸に向け、生活習慣病を包括的にサポートする商品・サービスの提供 ✓ 企業主導型保育所と企業・従業員をつなぐインフラを構築し、待機児童問題解決に向けた取組みを推進 ✓ 高齢化社会における不安や要望に応え、社会的課題を解決するご契約者向けシニアサービスの提供（生前・死後対応サービス）（2019年4月より一部地域から開始） ② ➢ 保険事業における環境負荷低減の取組み（今後新築する営業拠点は原則ZEB Ready水準で建築） ⑥ ➢ SDGs達成に向けた資産運用面の取組み（ESG投融資の推進） ⑥ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2017～2020年度で7,000億円のESG投融資の数量目標の設定、投融資先との対話 ✓ ESG投融資に係る様々な取組が評価され、ジャパン・グリーンボンド・アワード（環境大臣賞）やサステナブルファイナンス大賞を受賞
II. 取組方針 2. 対応力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 消費生活アドバイザーを2018年度には208名育成し、2019年4月現在1,008名が社内で消費者志向経営を担うとともに、地域においては消費者としての活動 ⑨ ➢ 認知症の方やご家族を温かく見守り、支援する認知症サポーターを養成（累計1.9万人） ⑨ ➢ 全社的な消費者志向の研修実施（社内放送番組、Web研修） ⑨ ➢ 初期育成カリキュラムにコミュニケーション要素を導入 ⑨ ➢ 28道府県と「包括的連携協定」を締結し、協定を通じて、高齢者支援（見守り・特殊詐欺防止）・健康増進・子育て支援・青少年の健全育成等で地域活性化に貢献 ②⑦ ➢ 自分自身の将来をきり拓いていくことを応援したいとの想いで、「ライフデザイン・家計管理・支えあい」等をテーマにした出前授業・受入授業を中学生・高校生向けに実施（97校・10,233名） ⑦
II. 取組方針 3. 取組結果の発信	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 消費者・社会とのコミュニケーションの深化に向けた発信冊子「お客様の声白書2018」・「サステナビリティレポート2018（抜粋版）」の発行 ⑦⑩ ➢ ニッセイ懇話会や消費生活センター訪問等各種対話の場でいただいたご意見の社内共有 ①④⑦⑧

表中の①～⑩は、右図表に対応しており、当社の取組と、消費者志向経営に関する消費者の意識の合致状況を検証しています

出典 消費者庁 令和元年版消費者白書

図表「消費者志向経営の推進において重要だと思う取組」（「消費者意識基本調査」（2018年度））

