

⑤ トイレタリー関係 E社

1 主なコンプライアンスの取組一覧

- (1) お客様相談部署がお客様の視点で商品や表示を企画段階からチェック
- (2) チェックリストを用いて広告・販促資料を審査
- (3) 適正な表示や販促資料を使った売り場作りを提案
- (4) お客様との電話対応状況や顧客満足度を調査
- (5) 苦情を分類整理して現場にフィードバック
- (6) 行政、業界団体の講習に参加し、その内容を社内で説明

2 取組ピックアップ

(1) お客様相談部署がお客様の視点で商品や表示を企画段階からチェック

お客様相談部署はお客様の声を代弁する立場として、社内で強い権限を持ち、表示等のチェックや改善提案をしている。企画段階では商品コンセプトに対する根拠（エビデンス）のチェック、製品になった段階では商品表示や広告コピーのチェックを行い、発売後はお客様の声を基に改善を提案する。お客様相談部署の意見を取り入れることで、商品や表示等の改善や商品開発にお客様の声を生かし、社内のコンプライアンス意識を向上させている。

(3) 適正な表示や販促資料を使った売り場作りを提案

厳しく審査した適正な表示や自社作成の販促資料を使った売り場作りを店舗に提案している。お客様の視点から見て不適切と思われるPOP等が見られた場合には使用の中止をお願いすることもある。

3 コンプライアンスの取組の効果等

商品の優位性を伝えたい気持ちをアクセルとすれば、チェックの仕組みなどのコンプライアンスの取組はブレーキの役割を果たしている。両者を対立させることなく、お客様に誤解を与えてはいけないという考え方が適切に浸透している。

また、「根拠のないものは作らない。」、「複数人でチェックする。」という意識を重要視しており、今後もこれを基準にして取組を展開していく。