

⑨食品関係 | 社

1 主なコンプライアンスの取組一覧

- (1) チェックリストを共有して、表示を各専門部署でチェック
- (2) テレビCMなど影響力の大きい広告表示は会議を開いて審議
- (3) お客様の声を基に表示や商品等の改善案を作成し、会議で審議
- (4) 全社員にビジネス法務検定受験を推奨
- (5) 営業部門向けに景品表示法の研修を実施
- (6) e-ラーニング上で、景品表示法学習用のクイズを作成

2 取組ピックアップ

(1) チェックリストを共有して、表示を各専門部署でチェック

広告案ができた段階で広告案とチェックリストを関係部署に一斉に送り、営業部署は景品表示法、お客様相談室はお客様の視点など、各部署がそれぞれの専門的な視点で審査している。チェックリストはイントラネットで共有されており、他部門が担当する部分にも意見することができる。他部門が出した意見に対して、さらに意見を付すこともできるため、精度を上げることにもつながる。

(3) お客様の声を基に表示や商品等の改善案を作成し、会議で審議

お客様の声はお客様相談室で受け付けているほか、営業担当者が小売店に寄せられたお客様の声を収集している。収集したお客様の声は全て翌日に、社長を含め全社員にイントラネットを通じて共有している。件数が多いので、特に重要なものには表題をつけたり、赤字で囲ったりして強調させている。

収集したお客様の声を基に、お客様相談室が表示や商品等の改善を提案している。提案内容は、月に1回のお客様相談室従業員のミーティングで決める。

3 コンプライアンスの取組の効果等

イントラネットを利用したチェックの仕組みにより、各担当が同じ問題を違った視点で見ることができ、スキルアップにつながっている。また、お客様の声を基にした改善策が実現されると顧客満足が高まるとともに、社員のモチベーションの向上にもつながっている。