

消費者志向自主宣言 フォローアップ活動報告書 第三回報告

(令和3年10月～令和4年9月の活動記録追加版)



令和4年10月20日

令和4年度 消費者志向自主宣言・フォローアップ報告 (PDCA シート)

令和4年10月20日
株式会社イワサ・アンド・エムズ
代表者 増田聡明

令和3年10月～令和4年9月の主な活動

取組方針 (要約)	活動実績 (概要)	参考資料
I. みんなの声を聴き、かついかすこと		
社員の積極的な取り組み意識の醸成	消費者志向経営連絡会議社内オープン中継や使用された資料の社内掲示板へのアップを定期的に継続実施。	第三回報告書 P. 5
消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換	マンション工事情報用ホームページに蓄積した消費者の相談・要望を統計分析(昨年度から継続)	第三回報告書 P. 6
地域への貢献	地元の小学校の記念行事の支援について意見聴取して実施	第三回報告書 P. 13
II. 未来・次世代のために取り組むこと		
消費者・社会の要望を踏まえた開発と改善	マンション関連事業の企業の連携と協働促進して消費者の利便性向上	第三回報告書 P. 10
	毎月HPに国交省のマンション管理法制度の最新改訂動向やニュースを掲載(継続)	第三回報告書 P. 10
	工事分野の労働安全衛生のe-ラーニング事業のモニタリング開始	第三回報告書 P. 11
III. 法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること		
経営トップのコミットメント	消費者庁提供の「消費者志向経営チェックリスト」を部分加工して社内各部門へ配付し、自己判定結果の回答を収集した。 改正個人情報保護法のポイントをアンケート形式で社内研修実施。	第三回報告書 P. 15
コーポレートガバナンス		

【イワサ・アンド・エムズ 消費者志向自主宣言】

＜理念＞

株式会社イワサ・アンド・エムズは、建設関連専門工事の分野において、継続的にお客様に満足を提供し、信頼を得ることを当社の存在価値とし、次の五つの原則を社員の行動指針としています。

Idea 「発想」

私たちは常にお客様に満足していただける発想を持って提案を行います。

Wish 「願い」

私たちはお客様の幸福を願い、お客様の安全の確保とご負担にならない施工環境をつくります。

Action 「行動」

私たちはお客様の立場にたち、お客様と同じ目線で日々行動して参ります。

Smile 「笑顔」

私たちはお客様に笑顔になっていただく仕事をし、お客様に笑顔をお届け致します。

Achieve 「達成」

私たちはお客様満足度100%を目標に掲げ、それを達成する仕事をお約束致します。

【 現在の重点取り組みテーマとその対応ポイント 】

テーマ『 **消費者と共に安全・安心に住める街づくりに貢献する。** 』

- ① 街のシンボルとなる新築のランドマーク建築物の内外装工事や、きちんと計画されたマンションの**「大規模修繕工事の実施」**や**「管理組合業務強化」**を**消費者と共に進めて**、**社会価値の維持や強化を支援**する。
- ② **「連携と協働」**を大事にする。
 - * 消費者から意見や要望を良く聴取する。
 - * 自部門だけでなく部門横断で取り組む。
 - * 自社だけでなく**他企業との連携と協働で消費者への総合的なサービス**を可能にする。
- ③ **「社会的な課題」**の解決に積極的に貢献する。

I .みんなの声を聴き、かついかすこと

I. みんなの声を聴き、かついかすこと

社員の積極的な取り組み意識の醸成

方針

お客様からいただくご意見・お問い合わせ・ご要望、関連する情報、業界動向等を集約し、必要に応じてすみやかに社長に伝達し共有できる体制を構築していきます。またそのご意見や情報を関連部署へ伝達し、迅速・丁寧な対応を行うように日々指導して、社員の意識向上を行います。

現在取り組み中の課題

- 契約相談時や工事期間中に得る消費者の要望やクレームなどを本社部門で即時共有し社内の関係部門と解決を図る。
- 「大規模修繕工事の重要性」や「管理組合業務の強化」の社会的な価値を社内に浸透させる。

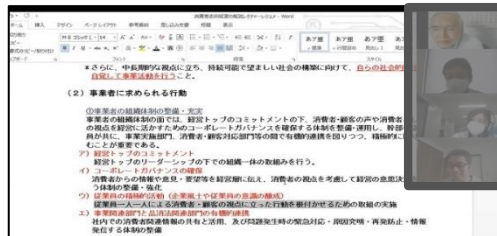
2020年の取組み

活動状況

- ① マンションの工事情報用ホームページに顧客（住民の方）が書き込む質問や意見などを本社部門でもモニタリングする仕組みを整備（2020年3月1日）
- ② 「消費者志向経営」社内勉強会ZOOM会議方式で実施（2020年5月20日・6月11日）
- ③ 社内にSDGsの理解を広げるため「MY SDGs宣言」アンケートを2020年7月～8月にかけて実施。順次社内報(月次発行)に各社員の「MY SDGs宣言」を紹介中。
- ④ 消費者庁の食品ロス削減の取組みキャンペーンに参加。「賞味期限」の新名称募集などで全社にアンケート方式で応募推奨。7件応募（2020年9月11日）

活動成果と課題

①～④の各種の社内向けの「消費者志向」意識の醸成に向けた取り組みにより、昨年度と比較して社員の7割以上が、正しい理解と前向きな取り組み意識を持つようになった。



社内SDGs勉強会の様子
(2020年3月)

東京都産業労働局のホームページでSDGs活動に熱心な企業を紹介。イワサのこのマンション工事で住民の声を大事にする活動が紹介されました。(2021年8月)



I.みんなの声を聴き、かついかすこと

2021年の取組み

活動状況

③マンションの住民の方々が抱える 管理業務の課題や悩みを 理解・共有するため 社内向けに**マンション管理組合業務オープンゼミ**を下記内容・スケジュールで実施。
ZOOM会議方式で1回あたり30分～40分（**毎回録画して全社掲示板にも掲示した。**）

- 1回目 3月8日開催 「マンション管理組合会計の課題 概要」
- 2回目 3月29日開催 「マンション管理組合会計の課題 修理費・積立修繕金」
- 3回目 4月19日開催 「マンション管理組合会計の課題 決算」
- 4回目 5月24日開催 「マンション管理組合会計の諸課題」
- 5回目 6月28日開催 「マンション管理業務のIT化の課題と動向」
- 6回目 7月26日開催 「マンション管理適正化法の改正の最新動向」

④「消費者志向経営」連絡会議内容を社内通達回覧開始（2021年7月～）

活動成果と課題

①～④の各種の社内向けの「消費者志向」意識の醸成に向けた取り組みにより、昨年度に比較して社員の7割以上が、正しい理解と前向きな取り組み意識を持つようになった。

消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

活動状況

①**マンションの工事情報用ホームページ**に顧客（住民の方）が書き込んだ質問や意見などが蓄積したので統計分析を実施。傾向を踏まえた対策を社内協議（2021年7月～9月）を行い、適宜現場へ改善策を指示。

【住民の書き込み例】

件名
「バルコニーない状況調査について」
本文：
床置き室外機の項目で、配管吐出部周りのパテが劣化しており、取れる可能性があるとのことですが、万が一取れた時の補修はどのようになりますか？以前の大規模改修では新たなパテを詰めてくれたと理解しています。もし範囲外であれば取れた場所の補修を自己負担で補修してもらえますか？

第3章② 管理費と修繕積立金の管理方法

◆日本のマンションの大半は管理組合の業務を管理会社へ委託しています。
◆マンション管理適正化法の公布以降、管理会社による修繕積立金等の積立条件や破綻、管理費等の積立業者の破綻、漏入していた銀行の破綻（ペイオフ）など、種々の課題やリスクが顕在化しました。
◆そこで国土交通省は、特に管理会社による積立条件を背景に「マンションの管理の適正化の推進に関する法律施行規則」を改正しました。

改正前	①権利方式 ②準代付方式 ③支払一任代付方式	変化 課題	①積立等可能 ②積立を侵害している人は製造業者の再発行が可能 ③保証不明確
改正後	①-4の方式 ②の方式 ③-4の方式	変化 課題	①積立の透明化 ②保証の明確化 ③印鑑等の管理の禁止

平成22年5月
マンション管理適正化法
改正

① 財産の分別管理
② 保証の明確化
③ 印鑑等の管理の禁止

④ 会計の収支状況に関する書面の交付等
⑤ 入居者の非居住者及び非居住者の登記事項
⑥ 電子記録による書面の交付など

①-4の方式
②の方式
③-4の方式

積立等のリスク低減
保証の明確化

管理会社に申し、いつまでいくらを管理組合の積立口座に移し、残えるかを明確にし、印鑑とキャッシュカードの保管を禁止した。
管理費が不正・破綻したり、製造が行業者が破綻をした場合、いくらの修繕費を償還するかを事前付け明確にした。

1、マンション管理 3つの課題

(1) 管理組合の財政難と修繕実施の困難さ

- ・修繕積立金の不足：空室の増加、消費税に引き上げ、積立金の当初設定の低水準計画に対して不足している管理組合：34.8%（平成30年度マンション総合調査より）

(2) 居住者の高齢化や多様化による環境変化・人手不足

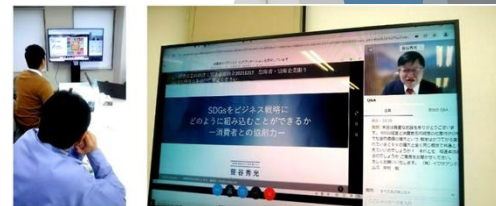
- ・管理組合の役員のみならず、クレマー、管理会社への過度の要求の増加

(3) マンション管理業の革新の必要性

- ・人手不足に対応するために女性、若年層、IT等の活用検討
- ・管理組合財政等の改善に向けた提案、総合サービス提供ニーズへの対応

（参考：一般社団法人マンション管理業協会 令和元年ヒアリング資料）

* 毎回オンライン会議でゼミ方式で開催
録画して後日全社内へ掲示した。



* 毎月の消費者庁の消費者志向経営連絡会は
本社内会議室で大型TVにPCをつないで
パブリックビューイング式にて公開視聴会
を開催。
有識者の方や他社の活動事例のお話を
視聴して活動の参考としている。

I.みんなの声を聴き、かついかすこと

2022年の取組み

消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

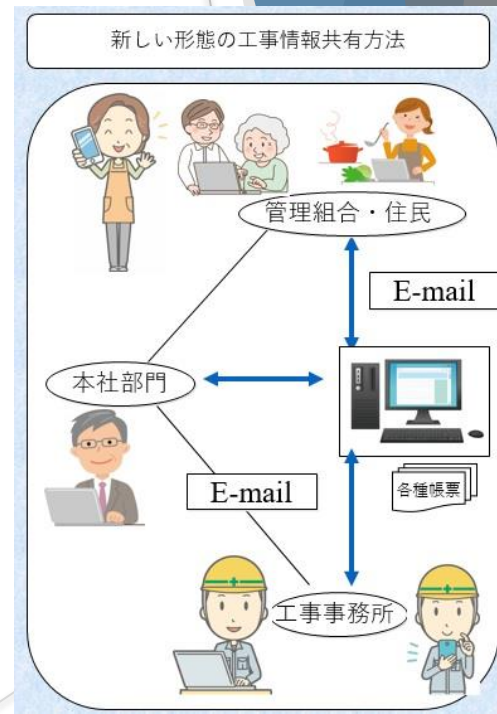
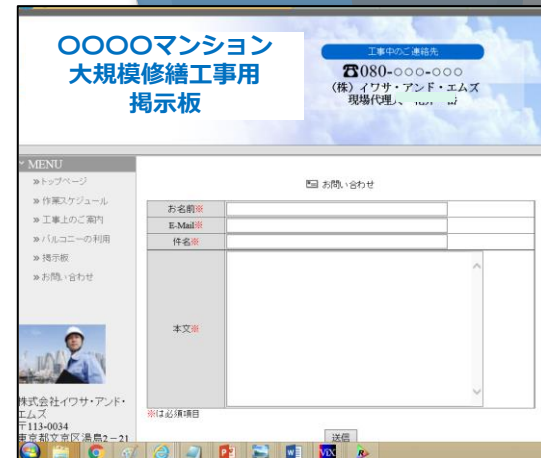
活動状況

①2022年度も継続してマンションの工事情報用ホームページに顧客（住民の方）が書き込んだ質問や意見などが約2年間分蓄積（2020年7月～2022年9月）したので、統計分析を実施。傾向を踏まえた対策を社内協議を行い、適宜現場へ改善策を指示。

マン...	マンション名と代理人	問い合わせ日時	時間帯	問い合わせ目的	場所・部位	件名	メール原文詳細（個々の明細）
1	滝井	2022年10月09日(日) 14:53	昼 (10-16時台)	事務連絡/相談	エアコン	オプション工事アンケート	差出人: mailer@p-kit.com
2		2022年10月02日(日) 21:44	夜間(20-24時台)	事務連絡/相談	洗濯物関係	洗濯物干し情報について	差出人: mailer@p-kit.com
3	林	2022年10月02日(日) 15:39	昼 (10-16時台)	事務連絡/相談	バルコニー	バルコニーの防水工事完了	差出人: mailer@p-kit.com
4	新井	2022年10月02日(日) 09:21	朝 (5-9時台)	事務連絡/相談	バルコニー		差出人: mailer@p-kit.com
5		2022年10月01日(土) 11:58	昼 (10-16時台)	改善要望 (施工)	共用設備・施設	10月1日の階段室の下地	差出人: mailer@p-kit.com
6		2022年09月29日(木) 12:23	昼 (10-16時台)	改善要望 (施工)	洗濯物関係	Re:Re:洗濯物干し情報について	差出人: mailer@p-kit.com
7		2022年09月27日(火) 08:14	朝 (5-9時台)	改善要望 (連絡)	洗濯物関係	洗濯物干し情報について	差出人: mailer@p-kit.com
8	林	2022年09月26日(月) 18:54	夕方 (17-19時台)	事務連絡/相談	エアコン	エアコンの不調の件	差出人: mailer@p-kit.com
9	林	2022年09月21日(水) 15:03	昼 (10-16時台)	事務連絡/相談	エアコン	本日午後からエアコンの	差出人: mailer@p-kit.com
10	新井	2022年09月20日(火) 07:39	朝 (5-9時台)	予定照会	エアコン	室外気取り外しの件	差出人: mailer@p-kit.com
11	林	2022年09月18日(日) 12:16	昼 (10-16時台)	事務連絡/相談	バルコニー	バルコニーの工事の際の	差出人: mailer@p-kit.com
12		2022年09月17日(土) 09:05	朝 (5-9時台)	事務連絡/相談		物置移動の件	差出人: mailer@p-kit.com
13	林	2022年09月15日(木) 14:07	昼 (10-16時台)	事務連絡/相談	エアコン	エアコンの件	差出人: mailer@p-kit.com
14	滝井	2022年09月14日(水) 13:04	昼 (10-16時台)	改善要望 (連絡)	洗濯物関係	洗濯情報について	差出人: mailer@p-kit.com
15	林	2022年09月13日(火) 18:07	夕方 (17-19時台)	改善要望 (施工)	バルコニー	バルコニー工事完了時期	
16	林	2022年09月12日(月) 11:29	昼 (10-16時台)	予定照会	エアコン	エアコン室外機移設工事	差出人: mailer@p-kit.com
17	林	2022年09月12日(月) 07:42	朝 (5-9時台)	予定照会	バルコニー	バルコニー工事完了時期	-----Original Message-----

活動成果と課題

現場任せにせず、住民の方々の各種相談がどのような内容・タイミングで入力してくるかを長期間多数の拠点データで本社でもリアルタイムにそのやりとりをモニタリング実施。その内容を経営層・関係部門で共有・分析していくことで、現場や住民の方々の細かいご要望の理解がかなり深まり各種の現場への指示や施策へ活かしている。



消費者（住民）から現場に寄せられる質問や要望とそれへの返答状況を本社部門でも常時モニタリングし適宜経営層へ報告。統計分析も実施。

2022年の取組み

他企業のCSR部門とのオンライン交流会議を開催

活動状況

2022年度からの新しい取組みとして、社外の企業のCSR部門とオンライン形式での交流会を開始した。これは従来取引がある無し問わず、インターネット上で相手方のホームページを見てオンライン交流会を申込み、それぞれの活動内容を披露して意見交換・情報交換を行う企画で今回の期間内に3回実施した。

🎵 2022年7月4日

ホットマン社とCSR交流会議を実施しました。

2022年6月27日（月）にホットマン社とCSR交流会議を実施いたしました。詳細は下記ページを参照下さい。 <https://www.iwasa-ms.com/csr/csrmt>

🎵 2022年3月2日

ピンクリボン運動協賛を始めました。

2022年3月1日よりキリンビレレッジ社のピンクリボン運動への協賛を始めました。キリンビレレッジ社 ピンクのリボン運動の詳細 https://www.kirinholdings.com/jp/impact/csv_ma [...]

🎵 2022年2月25日

フレッシュハウス社とCSR交流会議を実施しました。

2022年2月22日（火）にフレッシュハウス社とCSR交流会議を実施いたしました。詳細は下記ページを参照下さい。 <https://www.iwasa-ms.com/csr/csrmt>

🎵 2022年2月2日

日本ペイント社とCSR交流会議を実施しました。

当社では2022年から社外の企業・組織のCSR活動に従事する方々にご協力をいただいて「CSR交流会議」を（原則オンライン会議にて）行うことにしています。2月24日（月）に日本ペイント社と実施いたしました。詳 [...]

活動成果と課題

同じ会社や組織内で会合を重ねて意見交換しても、どうしても同質的な意見や既知の情報しか得られなくなりがちであるが、異業種・未取引の企業・団体などを自ら積極的に開拓してオンラインによる交流会議を持つことで、多角的な視野や立場からの意見や情報を聴取することが可能となり新鮮な経験を積むことができている。今後はさらにその対象を日本全国へ広げていく予定である。

CSR交流会議の様子



【会議に参加した当社CSR委員会メンバーの感想】

『今回のホットマン社との交流を通して、非常に有益な情報を頂戴し鼓舞されました。

社長自らこの会議に参加してくださったことも、大きな意味があると感じます。

ホットマン社はフェアトレードの取り組みが評価され経済産業大臣賞を受賞されましたが、受賞が目的ではなくあくまでも売上向上を優先的に考え、

従業員にも真摯に成果を説明する姿勢に感銘を受けました。

当社のCSR活動においても、社会貢献できる分野を積極的に探すと同時に、売上向上や従業員への還元を優先的に考えたいと思いました。

「SDGsコンパス」という点も坂本社長が指摘してくださいましたので、SDGsをもっと理解し、目標を設定し、議論を重ねたいと感じました。

お忙しい中貴重な時間を割いてくださった、ホットマン社さんには心より感謝しております。

どうもありがとうございました！』

Ⅱ．未来・次世代のために取り組むこと

Ⅱ. 未来・次世代のために取り組むこと

消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

方針

工事前の工事内容説明会から工事期間中の様々な情報提供、さらに工事終了後のアフターケアにいたるまで、お客様のニーズや立場を十分に考慮して適切な情報、有益な情報、正確な情報をより多く提供していけるよう、常にその手法や体制の改善を行っていきます。またお客様からの問い合わせに迅速かつ丁寧に調査して回答できる仕組みの強化につとめています。

現在取り組み中の課題

- 計画的な「大規模修繕工事の重要性」や「管理組合業務の強化の必要性」を消費者に説明し、社会価値の維持と強化への理解と行動を促す。
- 專業系の中小企業でも、他企業との「連携と協働」で消費者のかかえる様々なニーズに総合的に対応できるサービス体制を構築し、消費者と有益な協議を行えるようにする。

2020年の取り組み

活動状況

- マンション管理組合の管理業務・会計事務を効率化できるアプリの製品紹介パートナー契約をイノベリオス社（三菱地所グループ社）と締結。（2020年8月1日）
- マンション住民の専有部分工事相談にも適切に対応するため、住宅リフォーム専門会社のフレッシュハウス社（損保ジャパングループ会社）と相互顧客紹介契約を締結（2020年9月17日）具体的な相互連携を開始。
- ホームページへのマンション管理組合向け有益情報を適宜掲載中

活動成果・課題等

- 日本の企業の9割以上を占める中小企業が、少ないリソースで「消費者」の様々なニーズにワンストップで対応できる大企業並みの総合サービス力をつけるには、複数社がそれぞれの強みを「連携と協働」で共有し、消費者とも共に工夫して「社会価値」を維持・強化していくビジネスモデルの確立が有効であり、企業側、消費者側にもメリットが大きい。

* 中小企業の複数社が、それぞれの強みと弱みを「連携と協働」により補完してサポートする体制を構築。

* 様々なニーズを抱える消費者へ総合的にサービス展開していく 連携ビジネスモデルを2020年9月から 正式にスタートさせた。

管理組合・施設管理者の皆様、こんにちはお悩みありませんか？

- ✓ 大規模修繕工事の計画や進め方の相談をしたい
- ✓ 無料の前提で建物の状況を調査・診断してもらいたい
- ✓ 現在の委託先と違う会社から見積りを取ってみたい
- ✓ 修繕積立金だけでは工事資金が不足している
- ✓ 無駄なコストのかかる工事はたくない
- ✓ 工事中の安全確保について注意点を知りたい



東京・神奈川・埼玉・千葉県対応(株)イワサ・アンド・エムズ
マンション・商業ビル・公共施設の
大規模修繕工事ならぜひご相談下さい！

無料
0120-50-8183
お電話にお問い合わせください！

お問い合わせフォーム
24時間受け付けています。

HP上で常時24時間 質問・相談を受付

総合 お知らせ イベント コラム

お知らせ 2020.03.09 東京都で一定基準のマンションについての管理状況の届け出制度がスタートします。(4月～)

東京都は、建物の老朽化と居住者の高齢化といった「二つの若い」が進行するマンションが管理不全に陥れば、周辺環境にも深刻な影響を及ぼす恐れがあるとして、良質なマンションのストックの確保を図り、居住者の安全確保とより良い住環境の創出に寄与するため、マンションに関わる者の連携、管理組合による管理状況の届出及び管理状況に応じた助言・支援等について規定する条例を2019年3月に制定しました。その条例により、2020年4月から、一定の基準の(1983年以前竣工で戸数6戸以上)マンションの管理組合は、東京都に対して大規模修繕計画の有無や、実施年などを含む当該マンションの管理状況の届け出義務が課せられます。

詳細は下記のページを参照ください。

東京におけるマンションの適正な管理の促進に関する条例
<http://www.mansion-tokyo.jp/shisaku/01teikiseikantori-jourei.html>
マンション管理状況届出制度
<http://www.mansion-tokyo.jp/shisaku/01teikiseikantori-jourei02.html>
届け出フォーム
<http://www.mansion-tokyo.jp/02/4/2xeikaku-kenfukou/01teikiseikantori-jourei03.html>

管理組合に有益なニュースをHPでも掲載



工事説明会等での住民からの
直接の要望聴取や意見交換

2021年の取組み

活動状況

- マンション管理組合アプリのイノベリオス社と同アプリの操作性について意見交換
会計系の承認操作画面についてテストシステム等の提供を要請（2021年3月～）
- フレッシュハウス社（損保ジャングループ会社）と具体的な案件で共同作業の具体的な相互連携の段取りを再協議（2021年4月～右欄写真参照）
- ホームページへマンション管理組合向け有益情報を常時掲載
2021年3月から毎月 国交省のマンション管理適正化法改正の最新動向やニュースも掲載開始。実際に管理組合からの相談・質問メールにも丁寧に回答

活動成果・課題等

- 中小企業が複数社がそれぞれの強みを「連携と協同」で共有し、消費者とも共に工夫して「社会価値」を維持・強化していくビジネスモデルの確立へ向けて具体的な作業に入ることが出来た。
- マンション管理に関する国交省の重要な情報は通常の新聞やテレビで報道されないが当社がピックアップして毎月掲載することにより把握しやすくなり、マンション管理組合からも当該ホームページのアクセスが急増した。

管理組合に重要で有益なニュースをHPで継続的に掲載

マンション・集合住宅・商業ビルの大規模修繕工事なら

AERA、JAL機内誌にも広告掲載

創業70年の実績の
イワサ・アンド・エムズにお任せください

- 10万戸以上の工事実績
- 豊富なランドマーク施工経験を活かした施工技術
- 優秀な施工管理で大手ゼネコンからも多数受注

国交省がマンション大規模修繕工事の実態調査結果を公開！（令和3年7月～10月調査の最新調査版です。）

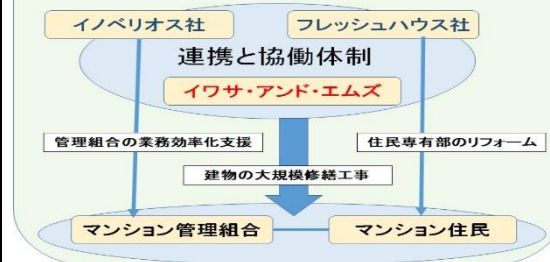
→マンション大規模修繕工事実態調査の概要編
→マンション大規模修繕工事実態調査の報告書

マンション管理計画認定制度が22年4月からスタートしました！

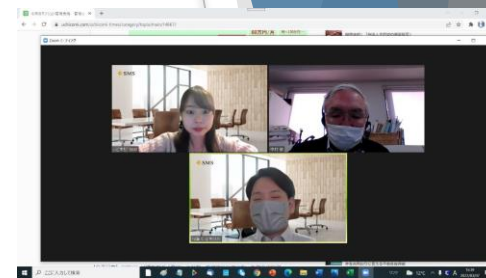
マンションの管理計画認定に関する事務ガイドライン →概要 →詳細
マンションの管理の適正化の助言・指導及び助言のガイドライン →概要 →詳細

大規模修繕工事の主な実績を更新しました → 工事実績表

建物老朽化を防止し、管理組合業務を効率化して「持続可能な社会」構築をサポートする連携と協働体制づくり



パートナー企業と展開方法等を随時協議



国交省の重要なお知らせはタイムリーに情報提供

マンション・集合住宅・商業ビルの大規模修繕工事なら

AERA、JAL機内誌にも広告掲載

創業70年の実績の
イワサ・アンド・エムズにお任せください

- 10万戸以上の工事実績
- 豊富なランドマーク施工経験を活かした施工技術
- 優秀な施工管理で大手ゼネコンからも多数受注

国交省が2021年4月14日「マンション標準管理規約」の改正（案）に関する意見公募を開始！
応募要領は→こちら 応募様式は→こちら
管理規約の改正（案）は →掲載1 →別紙2
イワサ・アンド・エムズも意見提出予定です！

大規模修繕計画は大丈夫ですか？22年度から法制度が変わります
詳しくはこちら

※※※AERA（2019年12月2日号）、JAL機内誌（SKYWARD）2019年12月号にネオシティバンクの協力で大規模修繕工事の企業広告を掲載。

管理組合・施設管理者の皆様、こんなお悩みありませんか？

✓ 大規模修繕周期に関する最新の法制度の変更を知りたい

II. 未来・次世代のために取り組むこと

消費者・社会の要望を踏まえた開発と改善

方針

お客様からいただくご意見・お問い合わせ・ご要望、関連する情報、業界動向等を集約し、必要に応じてすみやかに社長に伝達し共有できる体制を構築していきます。またそのご意見や情報を関連部署へ伝達し、迅速・丁寧な対応を行うように日々指導して、社員の意識向上を行います。

現在取り組み中の課題

- 日本全体で外国人技能実習生の工事現場の死傷者数が急増している。
- 消費者（マンション住民）から外国人労働者の工事現場入りに不安を感じる声が多い。
- 現在、外国人技能実習生の労働安全衛生教育の受講・合格を公的に証明するものがない
- イワサ安全衛生協議会（会員200社）とCSR委員会で、独自に安全教育・検定制度の仕組みを構築し、教育受講率と労働安全度を上げ、マンション住民にも安心してもらう。

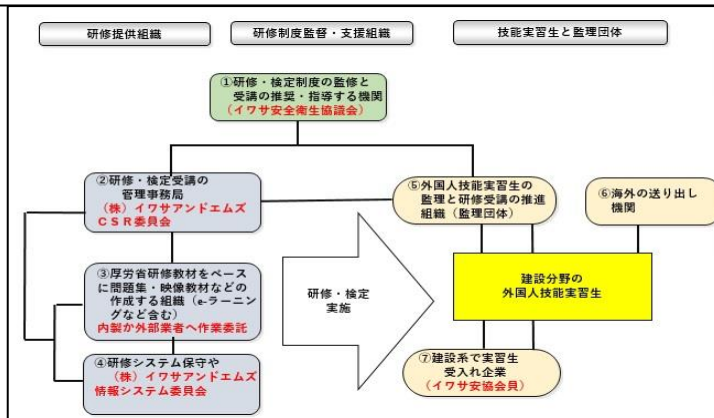
2021年の取り組み

活動状況

- ①国際人材協力機構と会合し協力を要請、現在先方で検討中（2020年8月7日、9月17日）
- ②イワサ安全衛生協議会総会でプロジェクトに予算支出を議決、（2020年8月24日）
- ③イワサCSR委員会メンバー中心で厚労省教材の整理と問題作成、多言語への翻訳作業開始

活動成果・課題等

現在、具体的な仕組みを構築中であるが、関係組織・団体から徐々に理解を得ている。



外国人労働者の労働災害による休業4日以上死傷者数

	外国人死傷者数 (※1)	外国人労働者数 (※2)	技能実習生死傷者数 (※1)	技能実習生人数 (※2)
令和元年	3,928	1,658,804	1,393	383,978
平成30年	2,847	1,460,463	784	308,489
平成29年	2,494	1,278,670	639	257,788
平成28年	2,211	1,083,769	496	211,108
平成27年	2,005	907,896	498	168,296
平成26年	1,732	787,627		
平成25年	1,548	717,504		
平成24年	1,292	682,450		
平成23年	1,239	686,246		
平成22年	1,265	649,982		

マンション住民にも不安の声が多い

労働安全衛生提供の動画とテキスト（セカ国法を無料活用）

選択問題の日本語版（イワサ内で作成したもの）

0-3 熱中症対策

1. 熱中症の対策のため、水分のほかに塩分を摂ることも必要ない。
① 塩分
② 糖質
③ 脂質
2. 熱中症に最もなりやすい季節は夏である。
① 春
② 夏
③ 秋
3. 熱中症の予防策として最も適切なものを選びなさい。
① 涼しく、しかも涼みがある環境がない
② 涼しい環境がない
4. 労働者の熱中症対策として最も適切なものを選びなさい。
① 労働者が熱中症に気づかない作業員の数を
② 労働者が熱中症に気づかない作業員の数を
③ 労働者が熱中症に気づかない作業員の数を
④ 労働者が熱中症に気づかない作業員の数を
5. 個人でできる熱中症対策として最も適切なものを選びなさい。
① 水分の摂取
② 塩分の摂取
③ 糖質の摂取

選択問題のベトナム語版（イワサ内で作成したもの）

0-3 Các biện pháp chống say nắng

1. Người nước, chọn những gì cần được cấp để ngăn ngừa đợt say nắng.
① Protein
② Đường
③ Mỡ
2. Chọn mùa dễ bị say nắng nhất.
① Mùa hè
② Mùa thu
③ Mùa đông
3. Chọn mức độ ẩm thích hợp nhất để.
① Trời nóng ẩm
② Không quá nóng và ẩm
③ Không có gì thích
4. Lựa chọn biện pháp tại chỗ thích hợp nhất để chống say nắng.
① Ngủ yên tĩnh
② Mặc quần áo bảo hộ lao động kiểm soát nhiệt và tránh ánh sáng
③ Làm việc liên tục ở những nơi nóng bức

E-ラーニング用に作成中の講習内容



2022年の取組み

活動状況

- ① 国際人材協力機構と国際研修サービス社等と協議を重ねて展開方法件検討
- ② 8 工分野の労働安全衛生ポイント計 200 問の 4 国語版の暫定訳完成
- ③ 本番展開に向けて訳語のブラッシュアップや運用面などのルール・体制構築を作業中

活動成果・課題等

出来るだけ多くの技能実習生団体の認知度向上と活用拡大を図るための特別広報も検討中

実際のe-ラーニングシステムに
問題 200 問の 4 国語翻訳データを
装填中
(英語・ベトナム語・
中国語・インドネシア語)

暫定版が完成したベトナム語版の労働安全衛生研修用e-ラーニング各章の目次画面

	労働安全衛生の基本知識（技術実習生用）-社内編 > 4. トンネル推進工業務、建設機械施工及び土工業務 > 4-1 トンネル推進工の安全(トンネル内作業) 4-1 トンネル推進工の安全(トンネル内作業) 33% aaaaaaaa 2020/12/15 14:56 -		労働安全衛生の基本知識（技術実習生用）-社内編 > 6. 電気通信業務 > 6-2 電動工具の取り扱い 6-2 電動工具の取り扱い / Handling of power tools / SỬ DỤNG DỤNG CỤ ĐIỆN 0% 英語、ベトナム語は翻訳チェック中です。 2020/12/15 14:56 -
	労働安全衛生の基本知識（技術実習生用）-社内編 > 4. トンネル推進工業務、建設機械施工及び土工業務 > 4-2 トンネル推進工の安全(高所作業等立坑等) 4-2 トンネル推進工の安全(高所作業等立坑等) 0% 2020/12/15 14:56 -		労働安全衛生の基本知識（技術実習生用）-社内編 > 6. 電気通信業務 > 6-3 高所での作業、重機での作業 6-3 高所での作業、重機での作業 / Work at high place, heavy machinery / LÀM VIỆC Ở CHỖ CAO, LÀM VIỆC VỚI THIẾT BỊ 0% 英語、ベトナム語は翻訳チェック中です。 2020/12/15 14:56 -
	労働安全衛生の基本知識（技術実習生用）-社内編 > 4. トンネル推進工業務、建設機械施工及び土工業務 > 4-3 建設機械の基本と点検等 4-3 建設機械の基本と点検等 0% 2020/12/15 14:56 -		
	労働安全衛生の基本知識（技術実習生用）-社内編 > 6. 電気通信業務 > 6-1 自立・可搬式作業台 6-1 自立・可搬式作業台 / stepladder Portable work platform / SÀN CÔNG TÁC KIỂU DI ĐỘNG VÀ THANG GẤP 0% 英語、ベトナム語は翻訳チェック中です。 2020/12/15 13:42 -		

実際にベトナム人の
技能実習生の
モニタリングテストを
実施してもらっている様子

2022年の取組み

活動状況

●湯島小学校創設150周年記念行事を支援

地域社会貢献の一貫として、本社前の道路向かい側の湯島小学校の150周年行事を盛り上げる為、本社ビルに応援メッセージを4カ月間掲示して児童・保護者・学校関係者に喜ばれた。

湯島小学校の150周年記念サイトで紹介された。

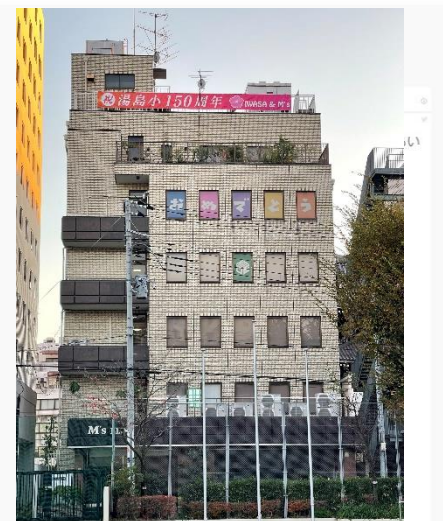


●キリンビバレッジ社のピンクリボン活動に参画

当社の地下一階に設置してある自販機の売り上げの一部がキリンビバレッジ社を通じて「乳がんをなくすほほえみ基金」に寄付されます。

活動成果・課題等

- 企業として所在地の地域社会の活性化への貢献はなかなか適切なテーマが見当たらない場合が多いが、今回は少子化で整理・統合される小学校が多い中、都心近くで150周年もの歴史を持つ小学校の行事を盛り上げることが出来、社員も市域貢献への関心を高めることが出来た
- キリンビバレッジ社のピンクリボン運動への参画も、日常生活の細かいことからでも社会貢献につながる活動が出来ることを社員が実感できたことが有意義であった。



ピンクリボン運動のステッカーを貼った自販機



Ⅲ. 法令の遵守/コーポレートガバナンス の強化をすること

Ⅲ. 法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること

2020年の取組み

経営トップのコミットメント

方針

お客様と真摯に向きあい、お客様のニーズに可能な限り応えていくことで、社会の持続可能な発展と、真の豊かさの実現に貢献できるよう、全社員へ理念の徹底と意識の向上を図ります。

現在取組み中の課題

- 社長が全社員へ直接語りかける機会の増加と社内への消費者志向経営の理念の一層の浸透

活動状況

- ①社長のメッセージの社内伝達方法をTV会議中継方式に変更（2020年8月6日）
- ②消費者志向経営ロゴシールを名刺用と印刷物用に作成し全社へ配布（2020年6月2日）

活動成果・課題等

- ①社長メッセージを全社生中継放送方式にしたことで、本社に集合しなくても視聴可能になり、**欠席者にも後日録画版を視聴可能にして**、メッセージの社内浸透のレベルと早さが向上した。
- ②消費者志向経営ロゴシールを全社配布することにより、その理念の社内浸透に役立つと共に社外の企業・団体へもこの制度の認知度向上に貢献できた。

コーポレートガバナンス

方針

関係する法令や規則・ルールとその精神にもとづく行動規範を遵守し、常にお客様へ誠実な対応を行うよう社内体制の継続的な改善と教育・研修を実施します。積極的にお客様の声を集集し、課題や問題点を共有しながら速やかにその問題解決を実行します。

現在取組み中の課題

- 事故や消費者（マンション住民）のクレームなどの即座の情報共有と迅速な対応を図る。

活動状況

- ①重大な事故につながる可能性がある作業ミスなどのデータを社内グループウェアにて関係部門だけでなく全社ベースで即時共有化する仕組みを構築（2020年6月18日）
- ②社長と幹部の緊急協議用にLINE WORKSを導入（2020年5月28日）

活動成果・課題等

- ①事故や顧客のクレームを発生させた手順や規則違反の反省を全社で共有するようになった。
- ②消費者からの重大クレーム発生時など社長や幹部メンバーで即座に共有し協議可能になった。



社長メッセージをTV会議方式に変更



消費者志向経営のロゴシールを作成



LINE WORKSの導入などでクレーム発生時に即座に協議可能に。

Ⅲ.法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること

コーポレートガバナンス

2021年の取組み

活動状況

2020年8月に公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)に
 コンタクトして、経営政策面で消費者志向経営への取組み度合のチェックリストのようなものは
 ないかを相談。同協会が制作された「消費者志向経営チェックリスト」の提供を受けた。
 2021年度に入ってその利用方法を経営会議で協議。
 一部内容を加工させていただき本社各部門に内部チェックシートとして使用させ結果を回収し
 グループウェアの全社掲示板に公開して社内に制度の理解の浸透を図った。

活動成果・課題等

- ①消費者志向経営の理解度が「概念ベース」から「具体的な政策イメージ」に深化した。
- ②各部門とも管下の全員に内容を把握させたことで社内でのこの政策の理解が浸透した。

消費者/取引先志向度評価チェックリスト(Ver.2)-消費者/取引先志向マネジメントシステムの仕組みづくりと実践のためのチェックリスト

大項目	中項目	番号	評価項目	設問	点数基準	自部署得点	取組状況
方針 (20)	作成	1	消費者/取引先志向経営のための方針を策定・周知していますか		10	7	消費者志向自主宣言書で公開している
		2	方針は消費者/取引先志向経営原則に則って、明確かつ具体的に記述されていますか		10	0	宣言書の中で消費者への理解啓発の充実(双方向の相互交流)は具体的に記述されていますか
詳細 (150)	目標	3	消費者/取引先志向経営原則に沿った中長期の目標及び計画を策定・実施していますか		10	7	各部門任務が策定・周知されている
		4	今年度における消費者/取引先志向経営実現のための具体的な目標及び計画を策定・実施していますか		10	4	具体的な数値が、
責任者	経営全体で取り組むために経営層における責任を明確に、必要かつ確実に責任を担っていますか	5	経営全体で取り組むために消費者/取引先志向マネジメントシステムに責任を担っていますか		10	10	
		6	取組み分野について、遵守すべき法令や方針を定めていますか		10	10	
基準の策定	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか	7	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか		35	25	
		8	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか		35	25	
文書化	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか	9	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか		40	15	
		10	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか		40	15	

本社各部門に自主点検してもらって結果を回収した。(2021年8月)

消費者/取引先志向度評価チェックリスト(Ver.2)-消費者/取引先志向マネジメントシステムの仕組みづくりと実践のためのチェックリスト

大項目	中項目	番号	評価項目	設問	点数基準	自部署得点	取組状況
方針 (20)	作成	1	消費者/取引先志向経営のための方針を策定・周知していますか		10	7	営業課内で周知したが、定期的な周知は行っていない
		2	方針は消費者/取引先志向経営原則に則って、明確かつ具体的に記述されていますか		10	0	営業課内で明確かつ具体的に記述できていない
詳細 (150)	目標	3	消費者/取引先志向経営原則に沿った中長期の目標及び計画を策定・実施していますか		10	7	
		4	今年度における消費者/取引先志向経営実現のための具体的な目標及び計画を策定・実施していますか		10	7	
責任者	経営全体で取り組むために経営層における責任を明確に、必要かつ確実に責任を担っていますか	5	経営全体で取り組むために消費者/取引先志向マネジメントシステムに責任を担っていますか		10	10	本部長、統括部長による営業推進
		6	取組み分野について、遵守すべき法令や方針を定めていますか		10	10	本部長、統括部長による営業推進
基準の策定	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか	7	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか		35	25	
		8	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか		35	25	
文書化	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか	9	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか		40	15	
		10	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか		40	15	

一部加工して使用したチェックリスト

大項目	中項目	番号	評価項目	設問	点数基準	自部署得点	取組状況
方針 (20)	作成	1	消費者/取引先志向経営のための方針を策定・周知していますか		10	7	
		2	方針は消費者/取引先志向経営原則に則って、明確かつ具体的に記述されていますか		10	0	
詳細 (150)	目標	3	消費者/取引先志向経営原則に沿った中長期の目標及び計画を策定・実施していますか		10	7	
		4	今年度における消費者/取引先志向経営実現のための具体的な目標及び計画を策定・実施していますか		10	7	
責任者	経営全体で取り組むために経営層における責任を明確に、必要かつ確実に責任を担っていますか	5	経営全体で取り組むために消費者/取引先志向マネジメントシステムに責任を担っていますか		10	10	
		6	取組み分野について、遵守すべき法令や方針を定めていますか		10	10	
基準の策定	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか	7	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか		35	25	
		8	取組み分野について、消費者/取引先志向を定めていますか		35	25	
文書化	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか	9	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか		40	15	
		10	消費者/取引先志向経営実現のための方針・計画・目標・各種基準を文書化していますか		40	15	

回収結果は全社掲示板に掲載して公開

「消費者/取引先志向経営」チェックリストの各部門の自己評価結果について

各位

先般全社各部門にご協力いただいた消費者/取引先志向度評価チェックリストについて、各部門から下にご覧のとおり現時点の自己評価シートを回収いたしました。ご協力ありがとうございました。

消費者/取引先志向度評価チェックリスト各部門の結果シート (2021年8月発表).pdf

この「消費者/取引先志向度」は、決して高い、あるいは低い結果を責任者の必要とする基準値としてお出しません。下の数値は目標値の目安としてお出ししています。目標値を達成した企業はその新しいスタイルでの「消費者/取引先志向経営」に熱心に取り組んでいきます。

イフオを達成するにはこのゲームのリーディングカンパニーに倣って、社内にはいる同メトリックを得られるように努力を。引き続きよろしくお願いいたします。

経営企画部
CSR推進室

日 本 電 機 有 限 公 司 2021年(令和3年)8月17日(水曜日)

Analysis

エコノミクス
トレンド

若林 直樹

Ⅲ.法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること

コーポレートガバナンス

2022年の取組み

活動状況

2022年は消費者庁のホームページの消費者志向経営解説ページに掲載されていた「消費者志向経営の取組に関するチェックシート（基礎編・必須項目）」と（基礎編・推奨項目）を社内の各部門へ配付し、各部署で良く自己分析した結果を回答記入・提出してもらった。

一部加工して使用したチェックリスト

回答部門名	回答	評価
消費者志向経営の取組に関するチェックシート（基礎編・必須項目）	11	12
No. 質問	はい	いいえ
1. 理念/推進体制の構築		
1 自部門の理念・目的(志)が定められていますか。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 部門1の理念・目的(志)について、部門内(従業員)に対して明確に示していますか。 【※社内(従業員)への示し方の例：企業理念やビジョン・ミッション、スローガン、行動憲章、指針、規程、企業の経営方針、事業計画への反映】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 消費者志向経営戦略の策定(Plan)		
3 理念・目的(志)は、社会を良くすることに基づいていますか。 【※社会の持続・課題の例：人々の持続可能な暮らし、生活にまつわる課題、健康寿命延伸、地域活性、環境問題】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 社会を良くすることについて、未来・次世代のことを考えたものになっていますか。 【※未来・次世代の例：SDGsの取組、子供たちのための取組等】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 社会を良くすることについて、何らかの目標を設定していますか。 【※目標の例：社会を良くすることを意識した商品・サービスの売上向上、商品・サービスを通じた環境負荷の削減】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. 戦略の実行(Do) 消費者・取引先との取組		
6 消費者・取引先が自社の製品・サービスを安全に、安心して利用できるような取組をしていますか。 【※取組の例：品質・検査部門の設置、商品出荷前の検査の徹底化、サービス提供前の第三者チェック】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 商品・サービスについて、消費者・取引先の声を聴き取っていますか。 【※例：お客様対応窓口の設置、取引先の問い合わせ窓口と担当者を明確に設置】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 消費者・取引先からの声や、商品・サービスの開発・改善等に活かしていますか。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 自社の製品・サービスは社会を良くすることに基づいていますか。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 評価・改善(Check-Action)		
10 部門5の目標値について、達成状況を把握していますか。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. 法令遵守/コーポレートガバナンス		
11 法令を遵守していますか。 【※法令 消費者関連事項についてはこちらを参照】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 コーポレートガバナンスの強化に向けた取組を行っていますか。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

回答部門名	回答	評価
消費者志向経営の取組に関するチェックシート（基礎編・推奨項目）	6	9
No. 質問	はい	いいえ
1. 理念/推進体制の構築		
13 部門1の理念・目的(志)を推進するに当たり、経営トップもしくは部門トップが責任者として積極的に関与していますか。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 部門1の理念・目的(志)について、社外に対して明確に示していますか。 【※社外への例：広報の取組、経営者や役員からの発信、ホームページ・SNS、プレスリリース、関係者向けに説明会などにより関係者へ積極的に発信】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 部門1の理念・目的(志)を推進するに当たり、担当者の認識や組織体制の整備を行っていますか。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 消費者志向経営戦略の策定(Plan)		
16 自社が関わっている消費者・取引先以外の関係者（ステークホルダー）に配慮していますか。 【※ステークホルダーの例：株主・投資家、地域社会、NPO・NGO・業界団体、将来世代】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 部門5の目標値の達成に向けて、具体的に何をやるのが必要になっていますか。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. 戦略の実行(Do) 消費者・取引先との取組		
18 子供、高齢者、外国人、心身の障がい者等、配慮が必要は消費者・取引先への取組をしていますか。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
19 未来・次世代のために取り組んでいますか。又は今後取り組む予定ですか。 【※未来・次世代の例：SDGsの取組、子供向け商品開発等】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 評価・改善(Check-Action)		
20 目標値に対する進捗や実績を捉えて、取組の見直しや改善をしていますか。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. ストリークの独自性		
21 部門7の取組について、自社の強みも活かしたのになっていますか。 【※自社の強みの例：独自の技術やノウハウ、専門性を有した人材、社内ネットワーク等】	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本社各部門に自主点検してもらって結果を回収した。(2022年8月)

活動成果・課題等

- ①消費者志向経営の理解度が「概念ベース」から「具体的な政策イメージ」にさらに深化した。
- ②各部門とも管下の全員に内容を把握させたことで社内でのこの消費者志向経営政策の理解が浸透した。

改正個人情報保護法の知識啓蒙の為アンケート方式で全社員に知識テストを実施。(令和4年5月31日から6月17日)回収結果は分析しコメントをつけて全社掲示板に掲載して公開。

個人情報保護法 確認テスト結果(概要)について

改正個人情報保護法の2022年4月からの全面施行に伴い、従業員の関心と理解を深めるため、確認テストを実施しました。その結果(概要)がまとまりましたので、お知らせします。

【調査目的】

個人情報が多様にご利用される時代になりリスク対応が急務になっていることを背景に、2020年6月公布の改正個人情報保護法の施行により事業者が守るべき義務が拡大されることを踏まえ、従業員の関心と理解を深める。

【調査方法】

グループウェアのアンケート機能による回答方式

【対象職員】

全従業員 106名

【回答期間】

令和4年5月31日～6月17日

【回答者数】

84人 回答率79.2%

【問題と解答】

第1問 【個人情報保護法とは】

-()に入る言葉を選んでください。

個人の()の保護と個人情報の有用性のバランスを図るための法律。
民間事業者の個人情報の取り扱いについて規定する。

- ①権利・利益
- ②権限・利益
- ③利害・権力
- ④生活

正解率 86.9%

この法律は、個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、個人情報の適正かつ効果的な活用が新たな産業の創出並びに活力ある経済社会及び豊かな国民生活の実現に資するものであることその他の個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする。

第2問 【「個人情報」の定義】

「個人情報」に該当するものを選んでください(複数回答可)。

- ①氏名
- ②顔写真
- ③住所
- ④名刺

正解率 90.5%

個人情報保護法上の「個人情報」とは、生きている個人に関する情報で、①特定の個人であることと分かるもの及び他の情報と結びつけることで②特定の個人であることと分かるもの
②個人識別符号(第3項)が含まれるもの