

お客さまへの適切な情報提供

基本方針

ファイントゥデイグループは、自社の製品・サービスに関する広告、表示、宣伝などについて、パーパスとバリュー、「ファイントゥデイグループ倫理行動指針」(→P64)にのっとり、関連法規を遵守しています。お客さまに販売する全ての製品について、正確な表示を徹底するとともに、節度ある広告・宣伝を行っています。

ファイントゥデイにおいても製品表示品質の管理体制を構築し、表示が関連法規に準拠していること、お客さまにとって分かりやすく認識しやすいものであることの確認を徹底しています。表示や広告内容を確認する専任スタッフは、最新の法解釈や行政・社会動向の変化を的確に捉えて表示品質を判断できるよう、行政主催の講習会や各種外部セミナーに参加するほか、適宜、外部専門家へのヒアリングや行政への相談も実施。専門能力の維持・向上に努めています。

広告に関する取り組み

ファイントゥデイグループは、化粧品等の適正広告ガイドライン、医薬品等適正広告基準、景品表示法、JAAA^{*1}ガイドライン、WOMJ^{*2}ガイドラインなどにのっとりコミュニケーションを図ることを社内の業務ルールで定めています。

※1 日本広告業協会 (Japan Advertising Agencies Association)。
※2 クチコミマーケティング協会 (WOM Marketing Association of Japan)。

字幕入りCMの導入

音声を文字化して画面に表示する字幕付きCMは、聴覚障がいや聴力に不安がある方々をはじめ、より多くの視聴者に情報を届けるための有効な手段です。従来、一般社団法人日本民間放送連盟の取り決めによって字幕付きCMを放映できる枠は「ネットタイム枠」「ローカルタイム枠」に限られていましたが、2022年10月からは全ての放映枠で字幕付きCMの受け入れが開始されました。

これを受けてファイントゥデイは、2022年10月14日に放映を開始したヘアケアブランド「TSUBAKI」の新CM以降、全テレビCMに字幕を導入しています。

Web サイト [字幕付きCMの放映を開始](https://www.finetoday.com/jp/news/newsrelease/20221013/)

Web サイトでの情報提供

ファイントゥデイグループは、広告だけでなく、ブランドサイトやSNS公式アカウントなどの自社媒体、社外のメディアなどを通じて、多角的に製品・サービスに関する情報を発信しています。

2023年6月にはファイントゥデイの公式サイト内に「お客さまサポート」ページを開設しました。各ブランド、製品やその使用方法などについてのFAQ(よくあるご質問)を掲載しているほか、電話やメール、チャット、SNSの各種お問い合わせ窓口を紹介しています。更に、2024年12月には、「お客さまへの想い・お客さまサポートについて」のページを開設し、お客さま窓口のミッション・行動指針、お客さまの声を反映する仕組み、お客さまの声の反映事例を掲載しています。

Web サイト [お客さまサポート](https://support.finetoday.com/hc/ja)

[お客さまへの想い・お客さまサポートについて](https://www.finetoday.com/jp/sustainability/customer/)

パッケージに関する取り組み

お客さまが製品を正確に理解できるよう、ファイントゥデイは法定表示に関する社内マニュアルを整備。各種の法令や規制、ガイドラインに準拠して、製品パッケージの表示を行っています。

販売国・地域の言語での表示

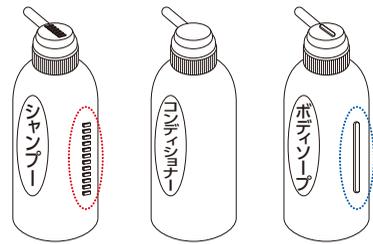
製品の使用方法や成分は、販売する現地の言語で表示しています。表示内容については販売国・地域の法規に従い、必要な情報が伝わるように努めています。

お客さまへの適切な情報提供

ユニバーサルデザインの採用

ファイントゥデイは、日本化粧品工業会による指針や日本産業規格 (JIS) による規格内容に基づき、製品パッケージへのユニバーサルデザインの採用を進めています。

例えば、風呂場や洗面所で同時に使用する頻度の高いシャンプーやコンディショナー、ボディソープなど、形状が似ている容器については視覚障がいがある方々が安心して製品を使用できるように「触覚識別表示」を採用。現在、中国・APAC 向けの製品でも同様の表示をしています。



触覚識別表示例
シャンプーとコンディショナーは容器とポンプ天面の突起の有無、シャンプーとボディソープは突起の形で識別。

VOC (お客さまの声) を製品・サービスに反映する体制

ファイントゥデイは、2023年6月に「ファイントゥデイ お客さま窓口」を開設しました。同窓口では、「お客さまの今日が素晴らしい一日となるよう、一人ひとりの声に真摯に向き合い、応えます」をミッションに、電話、メール、チャット、SNSでお客さまからのご質問やご要望を受け付けています。また、2025年3月に新たな受付チャネルとして「Fine Post (ファインポスト)」

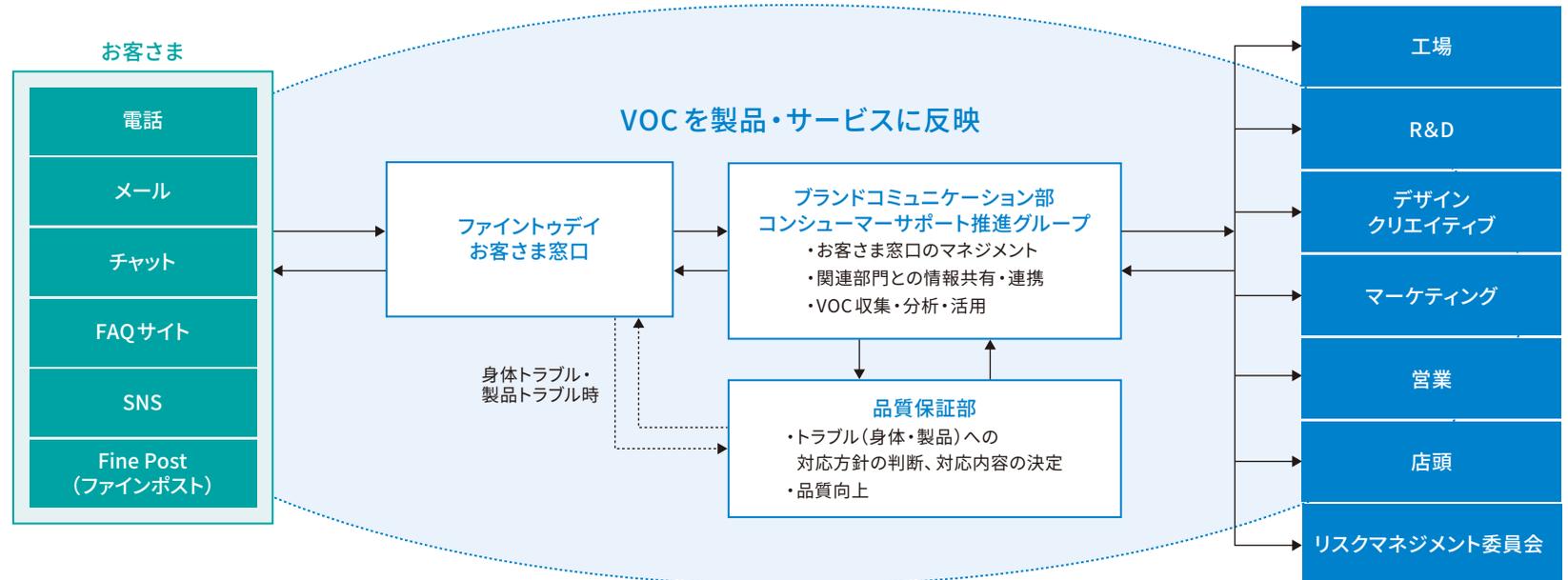
を開設しました。Fine Postでは、氏名や連絡先の記入が不要なため、より気軽にご意見やご要望をお寄せいただくことができます。これらの窓口寄せられたVOC (お客さまの声: Voice of Customer) を毎日、経営陣や関連部門に共有し、より良い製品の開発やサービスの向上などにつなげています。

2024年度における窓口寄せられたVOCの数は、前年度を下回りました。これはファイントゥデイ公式サイト内「お客さまサポート」ページの

FAQ (よくあるご質問) を拡充したことで、お客さまによる自己解決率が向上した結果と分析しています。窓口寄せられたVOCの内訳は前年度同様、使い方、取扱店などについての「問い合わせ」が約9割、ほかに製品の不具合、品切れ・品揃えなどへの「不満」、再販希望などの「要望」、製品の効果などへの「お褒め」が約1割でした。

今後もお客さまが相談しやすい環境づくりを目指すとともに、VOCへの誠意ある迅速な対応に努めていきます。

VOC を製品・サービスに反映する体制 (2025年4月時点)



お客さまへの適切な情報提供

広告・表示に関する教育・研修

ファイントゥデイでは、営業やマーケティング業務に携わる従業員を対象に、広告・表示に関する教育・研修を実施しています。

2024年10月には、法務部門主導で、企業とのコラボレーションに際しての商標上の留意点に関する社内研修を実施しました。更に、2025年2月には、表示関連部署を対象に、景品表示法に関する勉強会も開催しています。

これらの取り組みを通じて、お客さまに対して、より適切で正確な情報を提供できるよう努めています。

— 2024年度以降の教育・研修実施計画(テーマ)

- 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律
- 景品表示法
- 業界団体の自主規制(化粧品等の適正広告ガイドライン) など