

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」(→P57)にのっとり、関連法規を順守しています。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、医薬品等の適正広告基準、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 WOMマーケティング協議会 (The Word of Mouth Japan Marketing Association)。

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。

また、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」ページを開設します。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、チャットの各種お問い合わせ窓口を紹介予定です。

パッケージに関する取り組み

製品パッケージ上の各種表示について、お客さまが製品の特徴などを正確に理解できるよう、ファイントゥデイは表示内容や表示方式を定期的に見直しています。

販売国・地域の言語での表示

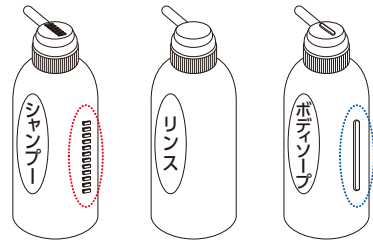
製品の使用方法や成分は、販売する現地の言語で表示しています。表示内容については販売国・地域の法規に従い、必要な情報が伝わるように努めています。

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ディスペンサー天面の突起の有無、シャンプーとボディウォッシュは突起の形で識別。

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、これまで外部に委託していたお客さま窓口業務を内製化し、2023年6月から「ファイントゥデイ お客さま窓口」として開設します。

同窓口では、「お客さまの素晴らしい一日のために、お客さま一人ひとりの声に真摯に向き合い、応える」をモットーに、電話、メール、チャット、

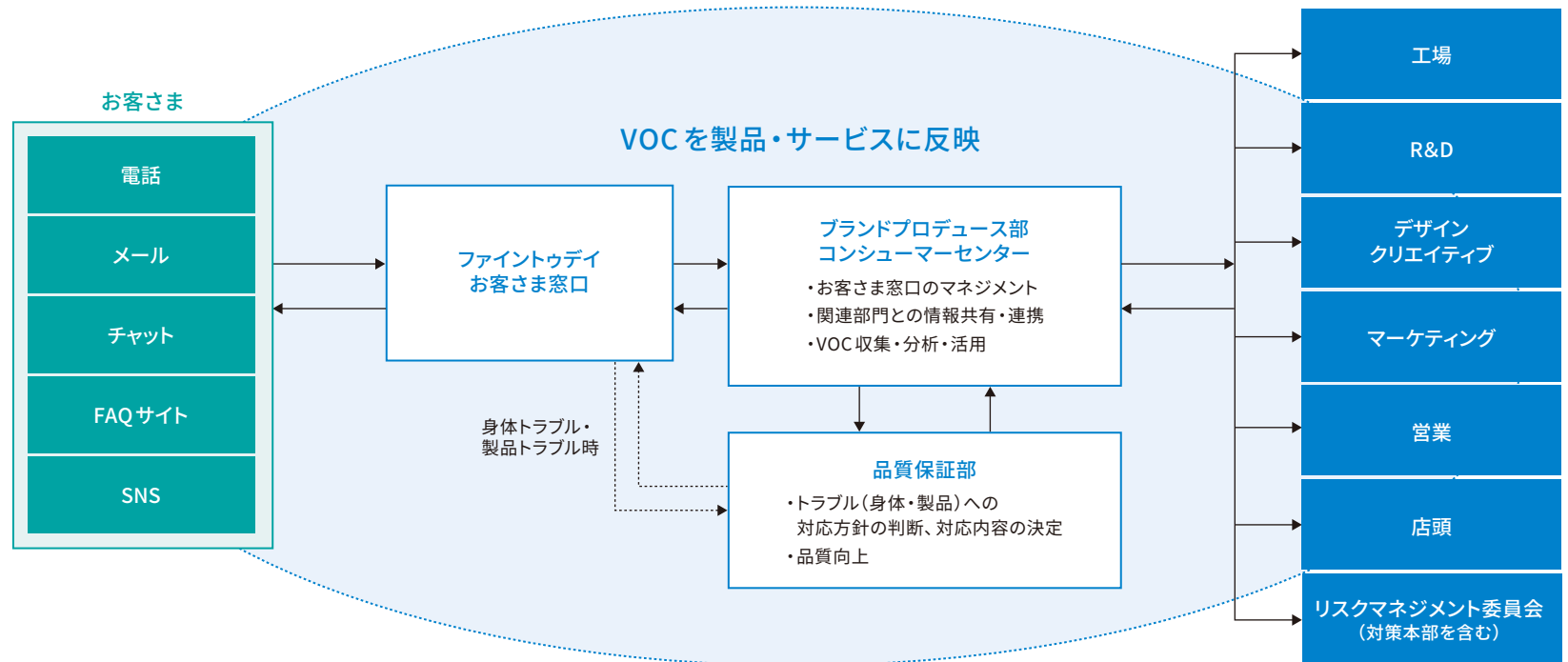
SNSでお客さまからのご質問やご要望を受け付けています。これまで同様、窓口寄せられたVOC (お客さまの声: Voice of Customer) を毎日、経営陣や関連部門に共有し、より良い製品の開発やサービスの向上などにつなげていきます。

2022年度は累計8,490件のVOCを受け付けました。このうち、使い方、

取扱店などについての「問い合わせ」が約9割、そのほか製品の不具合、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 (2023年5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

ファイントゥデイは、役員、派遣社員、業務委託社員を除く全従業員を対象としたリスクマネジメント研修で「広告・表示における表現」について取り上げています。2022年度は、ジェンダーに関する表現やモラル・配慮に欠ける表現などを研修テーマに組み込みました(→P56)。

このほか、ブランド担当者約50名を対象とした教育も実施しています。2022年度は「広告代理店とのパートナーシップ構築法」と題して、広告制作業務の実務におけるポイントを指導。また、製品開発部門による「商標セミナー」も実施するなど、商標に関する基本的な知識を説明するとともに適切な活用への理解を促しました。

— 2023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

— マーケティングに関する主要指標

マーケティングコミュニケーションに関する規定・自主的規範の違反事例の総数	0件
--------------------------------------	----