



消費者庁の取組について

平成29年12月14日

目次

1. 消費者契約法、消費者裁判手続特例法
適格消費者団体、特定適格消費者団体について P2
2. 不当景品類及び不当表示防止法
課徴金制度について P10
3. 消費者志向経営の推進 P14

立法及び改正の経緯

- 【成立】消費者契約に関する包括的な民事ルールとして平成12年5月に成立（平成13年4月施行）
- 【平成18年改正】適格消費者団体による差止請求制度（消費者団体訴訟制度）を導入（平成19年6月施行）
- 【平成20年改正】差止請求の対象を景品表示法上の不当表示及び特定商取引法上の不当行為に拡大（景表法関連は平成21年4月施行、特商法関連規定は平成21年12月施行）
（※）食品表示法の制定により、差止請求の対象を食品表示法上の不当表示に拡大（平成27年4月施行）
- 【平成28年改正】過量契約の取消しや、消費者の解除権を放棄させる条項の無効の規定を設けるなど、取消し・無効に関する民事ルールを改正（平成29年6月施行）

内容

- 消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み、
契約の**取消し** 及び 契約条項の**無効** 等について規定（民法の特別法）
- 消費者と事業者との間で締結された契約（＝消費者契約）であれば、労働契約以外のあらゆる契約が対象

【不当な勧誘】 → **取消し**

- ・不実告知（第4条第1項第1号）
- ・断定的判断の提供（第4条第1項第2号）
- ・不利益事実の不告知（第4条第2項）
- ・不退去（第4条第3項第1号）
- ・退去妨害（第4条第3項第2号）
- ・過量契約（第4条第4項）

【不当な契約条項】 → **無効**

- ・事業者の損害賠償責任を免除する条項（第8条）
- ・消費者の解除権を放棄させる条項（第8条の2）
- ・消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等（第9条）
- ・消費者の利益を一方的に害する条項（第10条）

【消費者団体訴訟制度】

内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体は、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る観点から、事業者の不当な行為に関し、差止請求をすることができる

（※）適格消費者団体は、全国に16団体。これまでに計48件の差止請求訴訟を提起するなど差止請求権を行使（平成29年10月31日現在）

消費者裁判手続特例法の概要

※消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(平成二十五年法律第九十六号)

背景

- 消費者被害では**同種被害が多発**
- 訴訟による被害回復は困難
(泣き寝入り)
 - ・事業者と消費者との間の**構造的格差**
(情報量・交渉力等)
 - ・訴訟に要する**費用・労力**

- 諸外国の制度の長所・短所を検討し我が国に適した**新しい訴訟制度**を創設
(同時期にフランスにおいても類似の制度)

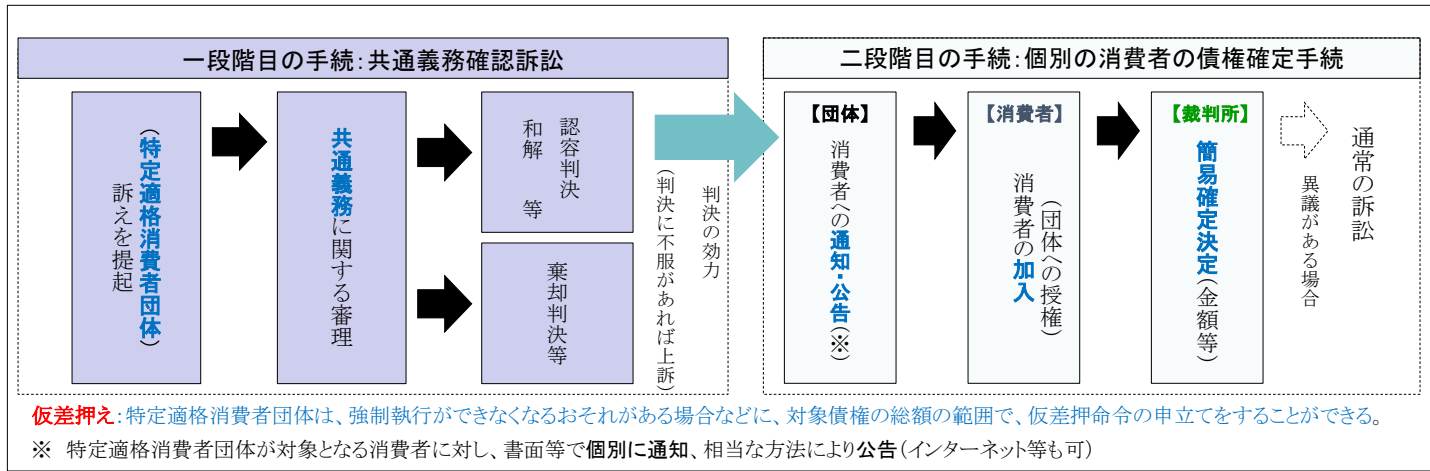
平成28年10月1日施行

- 下位法令・ガイドライン等
- ・政令(施行令)
 - ・内閣府令(施行規則)
 - ・最高裁判所規則
 - ・ガイドライン等

概要

二段階型の訴訟制度:

- 一段階目: 事業者の**共通義務**を確認
(金銭支払義務)
- 二段階目: 個別消費者の**債権**を確定
(誰に、いくら支払うか)



特定適格消費者団体(現在2団体)

適格消費者団体(消費者契約法に基づき差止請求権を行使。現在全国16団体)から**新たな認定要件を満たす者を内閣総理大臣が認定**。

【新たな認定要件】

- ・差止関係業務を相当期間継続して適正に行っている
- ・**弁護士**を理事として選任
- ・**費用・報酬**等の額又は算定方法が消費者の利益の擁護の見地から**不当なものでない**等

【責務規定・行為規範】

- ・濫訴等の禁止
- ・弁護士に追行させる義務
- ・個人情報の適正な管理
- ・財産上の利益の受領禁止
- ・**内閣総理大臣(消費者庁)による監督**の対象等
(適合命令・改善命令、特定認定の取消しなど)

対象となる事案

消費者契約に関する**金銭支払義務**のうち以下のもの

- ① 契約上の**債務の履行の請求**
- ② **不当利得に係る請求**
- ③ 契約上の**債務の不履行による損害賠償の請求**
- ④ **瑕疵担保責任に基づく損害賠償の請求**
- ⑤ **不法行為に基づく民法の規定による損害賠償の請求**

- ※ いわゆる**拡大損害**、逸失利益、人身損害、慰謝料を除く
- ※ 本法律の施行前に締結された契約に関するものを除く

新しい訴訟制度のメリット

- これまで泣き寝入りしてきた**消費者被害の回復が可能に**
- 個々の消費者が多くの手続を行うことなく、**消費者団体の持つ専門的な知識や交渉力**を活用することが可能に
- **紛争の一回的解決**を図ることができる

適格消費者団体

- 不特定かつ多数の消費者の利益の擁護のために差止請求権を行使するのに必要な適格性を有するとして消費者契約法の規定により内閣総理大臣の認定を受けた法人である消費者団体のこと（消費者契約法第2条第4項）
- 現在、全国で16団体が認定
- 主な認定要件（消費者契約法第13条第3項）
 - ・ 一般社団・財団法人又はNPO法人であること
 - ・ 相当期間（2年間）にわたり継続して適正に消費者の利益の擁護を図るための活動（事業者の不当な行為の改善申入れ、消費者教育への協力、消費生活に関する意見表明等）を行っていること
 - ・ 体制・業務規程が適切に整備され、経理的基礎が備わっていること
 - ・ 消費生活に関する専門家及び法律の専門家が検討部門にいること
 - ・ 暴力団員が関与していないこと
- 消費者被害の未然防止・拡大防止のために、差止請求権を行使して不当な約款・勧誘行為等を是正する

特定適格消費者団体

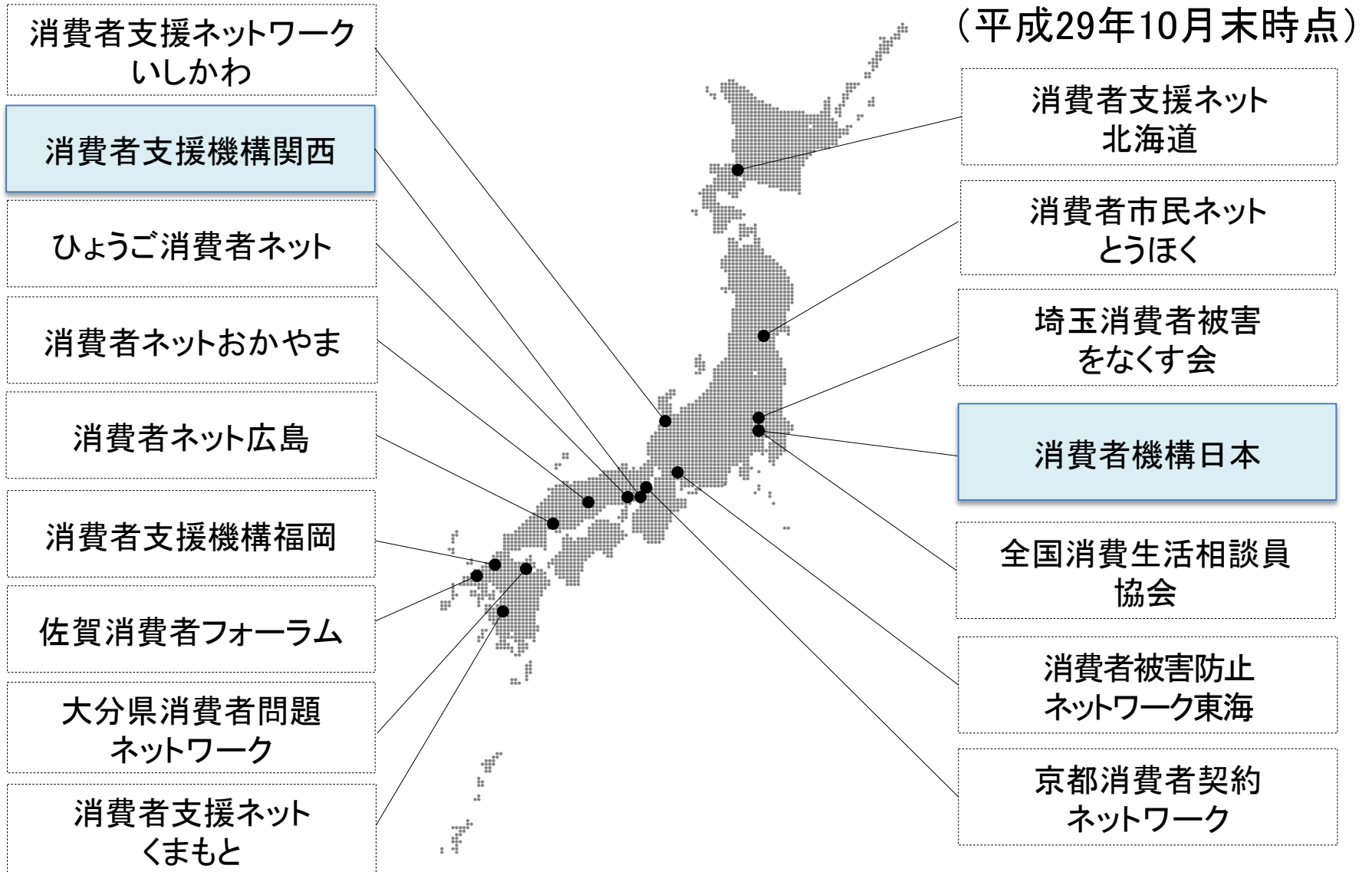
- 被害回復裁判手続を迫行するのに必要な適格性を有するとして消費者裁判手続特例法の規定により内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体のこと（消費者裁判手続特例法第2条第10号）
- 現在、全国で2団体が認定
- 主な認定要件（消費者裁判手続特例法第65条第4項）
 - ・ 適格消費者団体として相当期間（2年間）にわたり継続して適正に活動していること
 - ・ 理事のうち1名以上が弁護士であること
 - ・ 報酬・費用等の額又は算定方法が消費者の利益の擁護の見地から不当ではないこと
- 消費者に既に生じた財産的な被害を集団的に回復するため、共通義務確認訴訟を提起し、勝訴判決等を得た場合、消費者からの授権に基づき事業者から金銭を回収し授権した消費者に分配する

適格消費者団体と特定適格消費者団体の違い

	適格消費者団体	特定適格消費者団体
制度の導入	平成19年6月	平成28年10月
認定	内閣総理大臣	内閣総理大臣
役割	事業者による不当な行為の予防	事業者によって生じた財産的被害の集団的な回復
団体数	16	2
組織体制	小規模な消費者団体でも認定可能	小規模な消費者団体では認定不可能
業務内容	<ul style="list-style-type: none"> ①被害情報の収集 ②被害情報の分析及び検討 ③事業者との交渉・訴訟 	<ul style="list-style-type: none"> ①被害情報の収集 ②被害情報の分析及び検討 ③事業者の調査 ④事業者との訴訟(保全・執行含む) ⑤消費者対応(金銭の分配含む)

全国の適格消費者団体・特定適格消費者団体

適格消費者団体 : 事業者による不当な行為を予防するため差止請求権を行使する
 特定適格消費者団体 : 事業者によって生じた財産的被害を集団的に回復する



※ 適格消費者団体は全国に16団体。特定適格消費者団体(青色)は全国に2団体(消費者機構日本、消費者支援機構関西)。

差止請求の全体像

【消費者契約法23条4項に基づき消費者庁が報告を受けた申入れの件数】

○申入れ件数(合計)・・・446件

うち、差止請求訴訟が提起された件数・・・48件

○根拠法律ごとの申入れ件数

根拠法律	件数
消費者契約法	386件
景品表示法	72件
特定商取引法	35件

(平成29年10月31日現在)

※ なお、1度の申入れで、複数の法的根拠に基づき差止請求を行っているケースもあるため、根拠法律ごとの件数の合計と全体の申入れ件数は一致しない。

【スポーツクラブの会則に関する差止請求に係る事案】

スポーツクラブが会員を除名した場合に、当該会員が既に支払った諸費用は、理由のいかんを問わず一切返還しないとする旨の契約条項が、消費者契約法第9条第1号に規定する不当な契約条項であるとして差止請求をした事案



当該事業者が、差止請求を受けて、当該会則を修正

※消費者契約法第9条

第九条 次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

- 一 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であつて、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分
- 二 (略)

【芸能事務所のファンクラブの規約に関する差止請求に係る事案】

芸能事務所のファンクラブの規約における、芸能事務所が規約を予告なく改訂でき、改訂された規約は閲覧が可能になった時点から効力を有するとする条項が、消費者契約法第10条に規定する不当な契約条項であるとして差止請求をした事案



当該事業者が、差止請求を受けて、当該規約を修正

※消費者契約法第10条

第十条 消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項その他の法令中の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比して消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であつて、民法第一条第二項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする。

【シャンプーの販売業者の表示に関する差止請求に係る事案】

シャンプーの販売業者が容器に貼付している宣伝シール等が、商品の品質等について一般の消費者に対して実際のものよりも著しく優良であると誤認される表示であるとして、景品表示法第30条第1項第1号に基づき差止請求をした事案



当該事業者が、差止請求を受けて、当該表示をしないことを裁判外で和解

※景品表示法第30条

第三十条 消費者契約法(平成十二年法律第六十一号)第二条第四項に規定する適格消費者団体(以下この条及び第四十一条において単に「適格消費者団体」という。)は、事業者が、不特定かつ多数の一般消費者に対して次の各号に掲げる行為を現に行い又は行うおそれがあるときは、当該事業者に対し、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為が当該各号に規定する表示をしたものである旨の周知その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができる。

- 一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると誤認される表示をすること。

【病院において締結される治療契約の条項に関する差止請求に係る事案】

治療費の全額前払いを前提とした上で、治療が途中で終了した場合、治療費は一定時期以降は全額自己負担となり、前払いした治療費は一切返還されないとする契約条項が消費者契約法第9条第1号等に規定する不当な契約条項であるとして差止請求をした事案

事業者が訴え提起前に書面による事前請求にも応じなかったため、適格消費者団体が差止請求訴訟を提起



当該事業者が、第1回口頭弁論において、適格消費者団体の請求を認諾

不当景品類及び不当表示防止法の概要

景品表示法は、消費者の自主的かつ合理的な商品及び役務の選択を確保するため、一般消費者に誤認される表示や過大な景品類の提供を制限及び禁止している。

景品表示法第5条(不当な表示の禁止)

優良誤認
(5条1号)

商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示

不実証広告規制(7条2項)

商品・役務の効果、性能に関して、優良誤認に該当する表示か否かを判断するため必要があると認めるときは、事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。
 ⇒ 事業者が合理的な根拠を示す資料を提出しない場合には、当該表示は優良誤認表示とみなされる。

有利誤認
(5条2号)

商品又は役務の価格その他の取引条件についての不当表示

誤認されるおそれのある表示
(5条3号)

商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示

- 1 無果汁の清涼飲料水等についての表示
- 2 商品の原産国に関する不当な表示
- 3 消費者信用の融資費用に関する不当な表示
- 4 不動産のおとり広告に関する表示
- 5 おとり広告に関する表示
- 6 有料老人ホームに関する不当な表示

景品表示法第4条(景品類の制限及び禁止)

総付制限告示(昭和52年告示第5号)

総付景品 = 商品の購入者等にもれなく提供する景品類

取引価額	景品類の最高額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価額の20%

懸賞制限告示(昭和52年告示第3号)

懸賞景品 = 商品の購入者等に対し、くじなどの偶然性、特定行為の優劣等によって提供する景品類

一般懸賞

取引価額	景品類限度額(①、②両方の限度内)	
	①最高額	②総額
5,000円未満	取引価額の20倍	懸賞に係る売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	

共同懸賞

= 一定地域の同業者や商店街が共同実施

景品類限度額(①、②両方の限度内)	
①最高額	②総額
取引価額にかかわらず30万円	懸賞に係る売上予定総額の3%

カード合わせ

= 異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法を用いた懸賞

⇒ **全面禁止**

業種別景品告示

①新聞業、②雑誌業、③不動産業、④医療用医薬品業・医療機器業及び衛生検査所業

課徴金制度の概要（平成28年4月1日制度開始）

目的

不当な表示による顧客の誘引を防止するため、不当な表示を行った事業者に対する課徴金制度を導入するとともに、被害回復を促進する観点から返金による課徴金額の減額等の措置を講ずる。

課徴金納付命令（第8条）

- ・ **対象行為**：優良誤認表示行為、有利誤認表示行為を対象とする。

不実証広告規制に係る表示について、一定の期間内に当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出がない場合には、当該表示を優良誤認表示と推定して課徴金を賦課する。

- ・ **課徴金額の算定**：対象商品・役務の売上額に3%を乗じる。
- ・ **対象期間**：3年間を上限とする。
- ・ **主観的要素**：違反事業者が不当な表示であることを知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠った者でないと認められるときは、課徴金を賦課しない。
- ・ **規模基準**：課徴金額が150万円未満となる場合は、課徴金を賦課しない。

課徴金対象行為該当事実の報告による課徴金額の減額（第9条）

課徴金対象行為に該当する事実を報告した事業者に対し、課徴金額の2分の1を減額する。

除斥期間（第12条第7項）

違反行為をやめた日から5年を経過したときは、課徴金を賦課しない。

賦課手続（第13条）

違反事業者に対する手続保障として、弁明の機会を付与する。

返金措置の実施による課徴金額の減額（第10条・第11条）

事業者が所定の手続に沿って返金措置を実施した場合は、課徴金を命じない又は減額する。

※返金措置＝対象商品・役務の取引をしたことが特定される一般消費者からの申出があつた場合に、当該申出をした一般消費者の購入額に3%を乗じた額以上の金銭を交付する措置。

1: 実施予定返金措置計画の作成・認定

返金措置を実施しようとする事業者は、実施予定返金措置計画を作成し、消費者庁長官の認定を受ける。

2: 返金措置の実施

事業者は、実施予定返金措置計画に沿って返金措置を実施する。

3: 報告期限までに報告

返金措置における
金銭交付相当額が
課徴金額未満の場合

課徴金額の減額

返金措置における
金銭交付相当額が
課徴金額以上の場合

課徴金の納付を命じない

制度開始日等

改正法成立：平成26年11月19日（同月27日公布）
 制度開始：平成28年4月1日

➤ 平成29年1月27日 三菱自動車工業(株)に対する課徴金納付命令

- ・ 同社は、「ミラージュ」と総称する**小型自動車**2商品並びに「RVR」、「パジェロ」、「デリカD:5」及び「アウトランダーPHEV」とそれぞれ総称する**普通自動車**24商品を販売するに当たり、例えば、「ミラージュ(XT HX、G、二輪駆動)」と称する小型自動車について、あたかも、国が定める試験方法に基づく燃費性能は「25.4km/L」であるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示された燃費性能は、国が定める試験方法に基づくものとはいえないものであって、燃費性能として表示できる上限は、「24.0km/L」であった。＜優良誤認＞
- ・ 同社は、平成29年8月28日までに、総額4億8507万円を支払わなければならない。

➤ 平成29年6月7日 日本サプリメント(株)に対する課徴金納付命令

- ・ 同社は、「ペプチドエースつぶタイプ」(180粒入り)及び「豆鼓エキスつぶタイプ」(180粒入り)と称する**食品**について、容器包装、新聞、テレビ及びウェブサイトにおいて、あたかも、各商品それぞれが特定保健用食品として消費者庁長官の許可の要件を満たしたものであるかのように示す表示をしていたが、実際には、各商品はそれぞれ、遅くとも平成23年8月以降、品質管理として、包装後の製品における関与成分についての試験検査が行われておらず、また、ペプチドエースつぶタイプにあっては平成26年9月に、豆鼓エキスつぶタイプにあっては平成26年10月に関与成分の特定ができないことが判明しており、健康増進法第26条第1項の規定に基づく特定保健用食品の許可等の要件を満たしていないものであった。＜優良誤認＞
- ・ 同社は、平成30年1月9日までに、総額5471万円(ペプチドエースつぶタイプは3073万円、豆鼓エキスつぶタイプは2398万円)を支払わなければならない。

➤ 平成29年6月14日 日産自動車(株)に対する課徴金納付命令

- ・ 同社は、「デイズ」及び「デイズルークス」とそれぞれ総称する軽自動車6商品を販売するに当たり、カタログ及び自社ウェブサイトにおいて、例えば、「デイズ(LTSX、S、二輪駆動)」と称する軽自動車について、あたかも、国が定める試験方法に基づく燃費性能は「30.4km/L」及び「平成32年度燃費基準+20%達成車」であるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示された燃費性能は、国が定める試験方法に基づくものとはいえないものであって、燃費性能として表示できる上限は、「26.1km/L」及び「平成32年度燃費基準達成車」であった。〈優良誤認〉
- ・ 同社は、平成30年1月15日までに、総額317万円(注)を支払わなければならない。

(注) 同社による課徴金対象行為に該当する事実の報告及び認定実施予定返金措置計画に係る返金措置の結果に基づいて減額したもの。

➤ 平成29年7月21日 三菱自動車工業(株)に対する課徴金納付命令

- ・ 同社は、「eKワゴン」、「eKスペース」及び「eKスペースカスタム」とそれぞれ総称する軽自動車8商品を販売するに当たり、カタログ及び自社ウェブサイトにおいて、例えば、「eKワゴン(LTMX、M、二輪駆動)」と称する軽自動車について、あたかも、国が定める試験方法に基づく燃費性能は「30.4km/L」及び「平成32年度燃費基準+20%達成車」であるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示された燃費性能は、国が定める試験方法に基づくものとはいえないものであって、燃費性能として表示できる上限は、「26.1km/L」及び「平成32年度燃費基準達成車」であった。〈優良誤認〉
- ・ 同社は、平成30年2月22日までに、総額368万円(注)を支払わなければならない。

(注) 同社による課徴金対象行為に該当する事実の報告及び認定実施予定返金措置計画に係る返金措置の結果に基づいて減額したもの。

消費者志向経営の推進について

消費者志向経営とは何か

事業者が、

消費者全体の視点

・消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置付ける。

健全な市場の担い手

・健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等を通じ、消費者の信頼を獲得する。

社会的責任の自覚

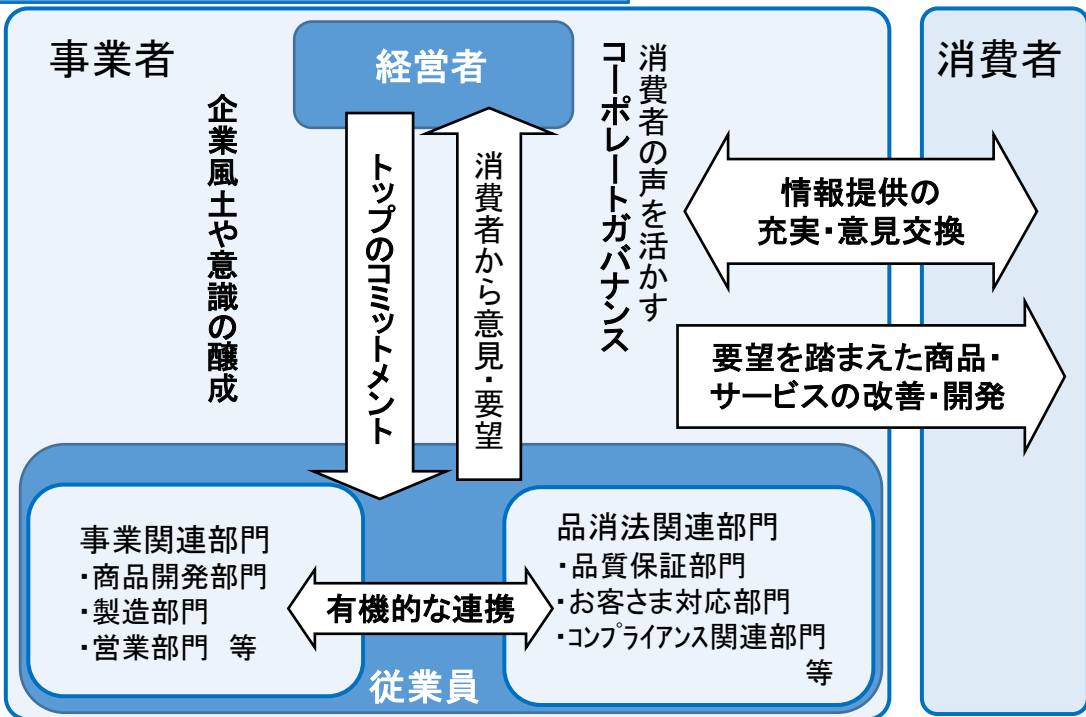
・持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行う。

※消費者と直接取引をする事業者に限らない。

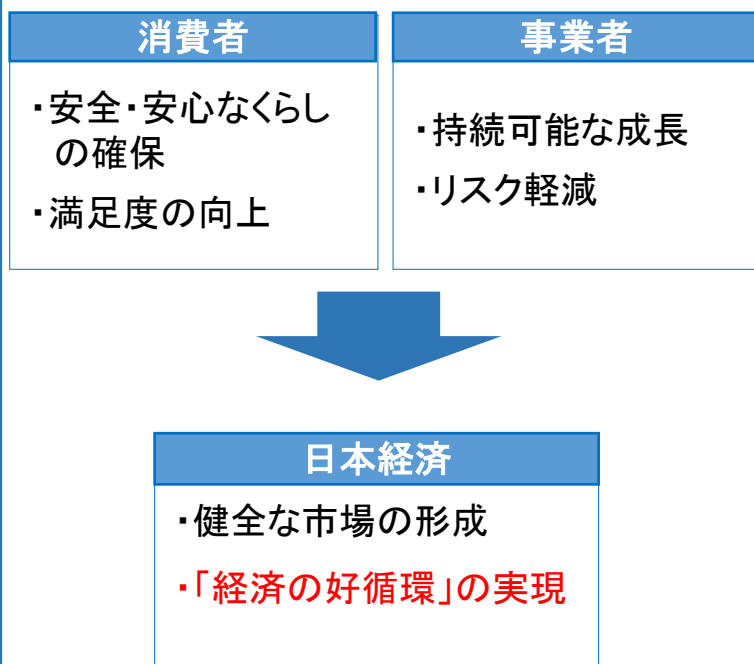


消費者とのコミュニケーションの深化

消費者志向経営のイメージ



期待される効果



消費者志向経営推進組織(プラットフォーム)と推進活動について

消費者志向経営推進組織(プラットフォーム)について

○平成28年10月、事業者団体、消費者団体、行政機関によって構成される消費者志向経営推進組織が発足

○消費者志向経営の広範な普及を図る「全国的な推進活動」を展開

【現在の所属団体】

事業者団体：日本経済団体連合会、経済同友会、消費者関連専門家会議、日本ヒーブ協議会

消費者団体：全国消費者団体連絡会、全国消費生活相談員協会、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

行政：消費者庁

○消費者志向自主宣言・フォローアップ活動などの推進活動を展開



消費者志向経営推進キックオフシンポジウム
(平成28年10月24日、経団連会館にて開催)

消費者志向自主宣言・フォローアップ活動について

事業者

宣言

- 各事業者が取り組むことを自主的に宣言・公表 (理念・方針及び、可能であれば具体的な実績・計画等)

行動

- 宣言・公表した内容に基づき、取組を実施

結果

- 実施した取組の具体的内容・結果を公表

推進組織(プラットフォーム)

可視化(見える化)

- 公表された内容を消費者、社会へ広く発信 (推進組織のホームページ等)
- シンポジウム・セミナー等を通じた周知活動
- 優良事例の公表、表彰など(平成30年度以降)

○2月10日の「消費者志向経営トップセミナー」※にて、
41社(第一次届出分)公表
 ※日本経済団体連合会、消費者関連専門家会議、消費者庁の三者で共催
 ○11月2日時点で56社が宣言

自主宣言の内容 ※第1次届け出分 41社について

➤ **消費者に対する具体的な対応**

- ・お客さまと直接的な対話の実施(懇話会など) : 13社
- ・高齢化に対応した商品・サービスの提供 : 13社
- ・(高齢者などに)わかりやすい表示 : 10社
- ・環境問題の解決に向けた商品・サービスの提供 : 7社
- ・消費生活センターとの定例的な意見交換 : 5社

➤ **組織体制の整備・充実**

- ・お客様からの声を社内で共有し活用する取組(データベース化など) : 40社
- ・緊急対応に向けた体制整備 : 10社
- ・ISO10002(苦情対応マネジメントシステム)への自己適合宣言の実施 : 7社
- ・お客様からの感謝の声を社内で共有する取組 : 5社
- ・消費生活アドバイザー等の資格の取得促進 : 4社
- ・トップがリーダーシップを発揮するための組織体制 : 2社
 (トップが消費者対応部門長、トップとお客さま窓口が同じフロア)

➤ **その他**

- ・自主宣言の取組状況のわかりやすい情報提供(自社の白書を通じた公表など)
- ・業界内での自主宣言の実施に向けた取組

引き続き、企業からの届出を受付中

株式会社アイスタイル	太陽生命保険株式会社
アイリスオーヤマ株式会社	ダイアナ株式会社
アクサ生命保険株式会社	第一生命保険株式会社
アクサ損害保険株式会社	大同生命保険株式会社
アクサダイレクト生命保険株式会社	チューリッヒ生命
アサヒグループホールディングス株式会社	チューリッヒ保険会社
朝日生命保険相互会社	T&Dフィナンシャル生命保険株式会社
アフラック	東洋羽毛工業株式会社
イーレックス・スパーク・マーケティング株式会社	株式会社ナリス化粧品
石坂産業株式会社	株式会社ニチレイフーズ
花王株式会社	株式会社日清製粉グループ本社
株式会社かんぼ生命保険	日本生命保険相互会社
キッコーマン株式会社	日本電気株式会社
キューピー株式会社	日本ハム株式会社
協和行政書士事務所	ハウス食品株式会社
麒麟株式会社	PGF生命
サッポロビール株式会社	株式会社ファンケル
サントリーホールディングス株式会社	富国生命保険相互会社
資生堂ジャパン株式会社	フジッコ株式会社
ジブラルタ生命保険株式会社	ブルデンシャル生命保険株式会社
住いる応援機構合同会社※	三井住友カード株式会社
住友生命保険相互会社	三井生命保険株式会社
積水化学工業株式会社	明治ホールディングス株式会社
セゾン自動車火災保険株式会社	明治安田生命保険相互会社
ソニー生命保険株式会社	メットライフ生命保険株式会社
損害保険ジャパン日本興亜株式会社	森永乳業株式会社
損保ジャパン日本興亜ひまわり生命保険株式会社	ユニ・チャーム株式会社
そんぼ24損害保険株式会社	ライオン株式会社