

消費者委員会「消費者行政における新たな官民連携の在り方 WG」

事業者の自主的取組みに関する消費者団体等による評価・連携と協働、行政による促進策

2015 年 6 月 2 日

サステナビリティ消費者会議代表 古谷由紀子

1. 消費者志向経営の促進について、消費者団体や消費者問題の専門家が事業者の取組みを評価・参画・連携する場合

消費者志向経営の促進について、消費者団体や消費者問題の専門家が事業者の取組みを評価・参画・連携する事例が存在する。

(1) 事例

① 現在、経済産業省では製品安全対策優良企業表彰制度が存在

- ・ 2007 年から製品安全に積極的に取り組んでいる製造事業者、輸入事業者、小売販売事業者をそれぞれ事業者単位で広く公募して、審査して表彰している。
- ・ 評価基準の策定および審査に消費者団体が参画している。

【参考】過去、経済産業省では消費者志向優良企業表彰制度を実施

- ・ 1990 年度から消費者志向優良企業表彰制度を創設し、消費者志向体制が整備されている等極めて優良な企業等に対して、2005 年度まで毎年 1 回大臣表彰を行っていた。
- ・ 実施団体は、日本産業協会。
- ・ しかし、現在は行われていない。

② (公社)日本消費生活アドバイザ・コンサルタント・相談員協会 (NACS) で「消費者が選ぶ企業ブランドベストテン」の実施

- ・ 2004 年間から 6 年間実施。
- ・ 評価基準は「企業倫理」「消費者重視」「情報開示」「商品・サービスの品質」「環境対策」「社会貢献」で NACS 会員の投票による結果をもとに評価。
- ・ しかし、現在は行われていない。

③ 事業者の特定テーマについての参画・連携・協働

- ・ 事業者の依頼にもとづき、取扱説明書、広告や表示、さらには高齢者対応などに関して、消費者問題の専門家が消費者視点からその適切性や妥当性を評価している。
- ・ 事業者の依頼にもとづき、消費者団体や消費者問題の専門家が企業倫理委員会、品質諮問委員会、コンプライアンス委員会、不祥事発生時の第三者委員会などに参加している。
- ・ 食品のリコールが消費者の利益と社会・環境の持続可能性の観点から問題があることから、2010 年に消費者問題の専門家による「食のリコールガイドライン」を事業者の協力を得ながら策定した。

④ サステナビリティ消費者会議（CCFS）*₁における事業者の消費者志向経営や CSR を促進する取組み

1)事業者の消費者志向経営の事例を評価

- ・ 2015 年から開始。
- ・ 企業の取り組みについて消費者視点から評価できるものをホームページ上で公表*₂。消費者志向経営のみならず CSR についても評価していく意向である。

2)事業者の製品安全の取組みを監査・評価

- ・ 2014 年に実施。

3)消費者の事業者に対する適切な申し出の促進

- ・ 2014 年「コンプレインレター(解決の申し出)」*₃を策定。

消費者が事業者に対して不満苦情を必ずしも申し出ていない、あるいはどのように申し出ていいかわからないなどの実態があることから、消費者と事業者との適切なコミュニケーションを目指して、そのテンプレートを解説とともに提供するもの。

*₁ サステナビリティ消費者会議（CCFS）については、別紙参照。

*₂ 消費者志向事例については、別紙参照。

*₃ コンプレインレターについては、別紙参照。

【意見】

- ・ 消費者志向経営の促進については、事業者の消費者志向経営を全体の仕組みとして評価していく必要があるが、個別の課題への取組み、たとえば安全や広告あるいは情報開示などの評価、さらには問題があった事業者の改善策などを評価し、事業者の自主的な取組みを促進することも考えられ、さらにそこに消費者問題の専門家を活用していく可能性もあると考える。
- ・ 昨年 6 月改正された景表法における事業者の表示に関する内部管理体制など事業者のコンプライアンスの確立など個別の問題にも消費者団体あるいは消費者問題の専門家が寄与できる可能性がある。
- ・ 事業者の取組みへの参画・評価・連携にあたっては、消費者あるいは消費者問題・消費者団体の意識や力量にも関わることから、消費者啓発・教育や消費者団体への情報提供や研修なども同時に求められることになる。

（２）行政による促進策あるいは消費者団体等へ支援の方法について

- ・ 関係ステークホルダーの参画による基準作り
- ・ 評価の機会の提供
- ・ 消費者団体等による評価への支援

2. 事業者の CSR 経営に関して、消費者団体や消費者問題の専門家が事業者の取組みを評価・参画・連携する場合

最近、事業者の CSR の取組みに関して消費者問題の専門家が参画・評価・連携する例が増加している。

(1) 事例

① ステークホルダーダイアログ、ステークホルダーエンゲージメントの実施

事業者の CSR の取組みに参画している例が増えつつある。CSR 全体、環境、「消費者課題」*₄などについての参画等が多い。

*₄ 消費者課題

ISO26000（組織の社会的責任の手引き）では組織が取組む中核主題の一つとして「消費者課題」を設定している。またその消費者課題は次の7つとなっている。

- ・課題1：公正なマーケティング、事実に即した偏りのない情報、及び公正な契約慣行
- ・課題2：消費者の安全衛生の保護
- ・課題3：持続可能な消費
- ・課題4：消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決
- ・課題5：消費者データ保護及びプライバシー
- ・課題6：必要不可欠なサービスへのアクセス
- ・課題7：教育及び意識向上

② CSR レポートの第三者意見への参画

消費者問題の専門家が事業者の CSR レポートに第三者意見を述べる例が増えつつある。

③ 特定の持続可能な社会課題に関してステークホルダーダイアログを開く例が増えつつある。最近の例としては、製品安全などの例がある。

【意見】

現在、事業者は CSR に積極的に取り組んでおり、また東京証券取引所では2015年6月1日より、顧客や従業員などの関係者に対する責任を果たすことをめざし、取るべき企業の行動原則を記した「コーポレートガバナンス・コード」を導入しており、消費者問題に関してもこれらの取組みと関連付けて、これらの事業者の自主的な取組みを活かした施策を行うことが必要なのではないか。

(2) 行政による促進策あるいは消費者団体等への支援の方法について

- ・関係ステークホルダーの参画による基準作り
- ・評価
- ・消費者団体等による評価への支援・活用

3. マルチステークホルダーによる社会課題の解決への取組み

現在、政府だけでも事業者だけでも解決できない社会課題についてマルチステークホルダーで取り組む例が増えつつある。

(1) 事例

① ISO26000(組織の社会的責任の手引き)の策定

2010 年 11 月に発行されたが、マルチステークホルダーの参画による作成されたものである。

② 社会的責任に関する円卓会議*5

- ・さまざまな社会課題について議論して解決を図ってきた。

たとえば、「人を育む基盤の整備」のワーキングでは、文科省の「消費者教育フェスタ」への協力や「持続可能な社会を担う人材原則」の策定などを行ってきた。

- ・昨年、社会的責任に関する円卓会議は、消費者庁の「地方消費者グループフォーラム」に協力した。

*5 社会的責任に関する円卓会議 (SR 円卓)

2009 年に発足した、持続可能な社会の課題をマルチ・ステークホルダー・プロセスによって解決していく仕組み。従来の政府の審議会とは異なり、企業、労働組合、消費者団体、事業者団体、金融セクター、NPO・NGO、政府が対等な立場で参加している。

【意見】

消費者問題にはマルチステークホルダーによる解決が必要な事例が多数存在する。食品問題に関して言えば、リスクコミュニケーション、食品ロス、食品の異物混入などの問題が考えられる。マルチステークホルダーによる解決を目指す仕組みを活用・構築する必要がある。

(2) 行政による促進策あるいは消費者団体等への支援の方法について

- ・場の提供
- ・消費者団体等市民組織の取組みへの支援・活用

4. その他

(1) 消費者教育

- ・事業者の消費者教育に関して、消費者団体が参画していく事例がある。

これは消費者志向経営でもあるし、CSR の取り組みでもある。

【意見】

消費者庁が進めている消費者教育について、食育、環境教育、金融教育、ESD など他省庁が関わる取り組みについて、これまで消費者庁が他省庁の取り組みと連携・協働もしているが、もっと積極的な協力あるいは支援を求めるなどによって、消費者教育推進法に沿った統一的で効果的な消費者教育が実施されるのではないかと。

(2) 社会課題

- ・持続可能な生産と消費

【意見】

消費者庁では「持続可能な消費」について積極的に取り組んでいるが、さらに省庁横断的な取り組みや市民組織の連携が必要ではないかと。

現在、環境省では「持続可能な開発目標（SDGs）」（2015 年 9 月の国連総会で「ポスト 2015 開発アジェンダ」が採択される予定）の取り組みを実施しているが、これらの取り組みは消費者の行動に大きな期待が寄せられることから、消費者庁が他の省庁とともに取り組むことによって、日本全体の取り組みになり、国際的な動向にも沿った取り組みになるのではないかと。また SDGs については NPO・NGO が積極的に取り組んでいることから、消費者団体も含めた市民組織の連携と同時に事業者の取り組みも関わってくることから、先に述べた社会的責任に関する円卓会議の活用も考えられる。

以上